

Índice de Confiança do Consumidor de Belo Horizonte - ICC

Outubro de 2016

Desenvolvido pela Fundação IPEAD, o **Índice de Confiança do Consumidor (ICC)** de Belo Horizonte é o único indicador, calculado mensalmente, que sintetiza a opinião dos consumidores em relação a diversos aspectos conjunturais capazes de afetar as suas decisões de consumo no curto, médio e longo prazo. Neste sentido, o ICC permite ao empresário do comércio varejista mineiro avaliar as opiniões e as expectativas dos consumidores em tempo real com o objetivo de planejar melhor o seu negócio em termos de estoques, contratações, investimentos, dentre outros.

O ICC é composto por dois grupos, o **Índice de Expectativa Econômica (IEE)** e o **Índice de Expectativa Financeira (IEF)**, subdividindo-se, cada um, em três itens. Cada item possui um grau de importância¹ (peso), sendo o índice geral (**ICC**) uma média ponderada desses componentes, a saber: *Situação Econômica do País* (peso=18,21%), *Inflação* (peso=15,69%), *Emprego* (peso=20,79%), *Situação Financeira da Família* (peso=25,12%), *Situação Financeira da Família em Relação ao Passado* (peso=9,19%) e *Pretensão de Compra* (peso=11,00%).

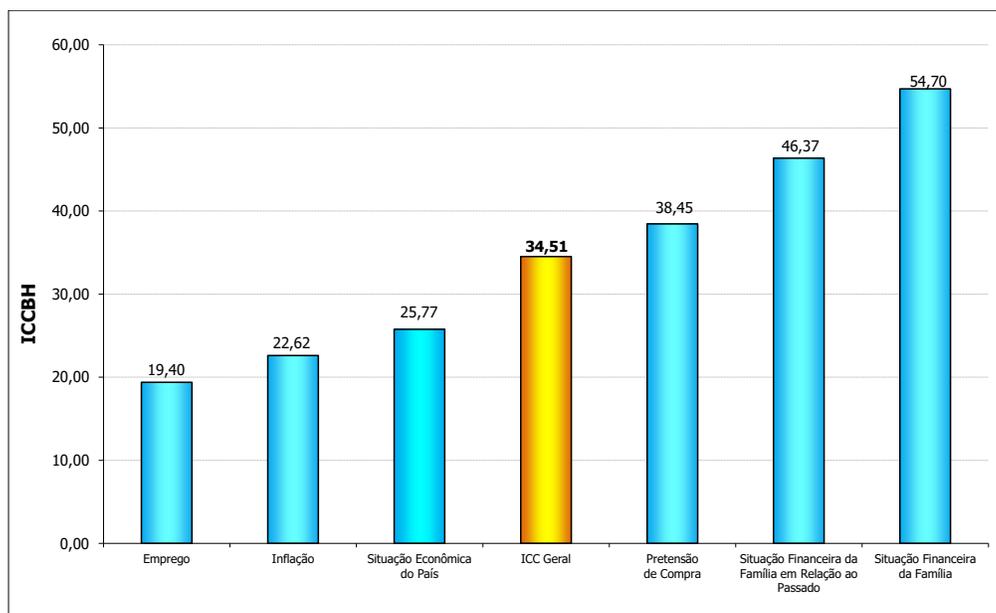
Todos os itens de composição do ICC, bem como o **índice geral**, são apresentados na escala de 0 a 100, em que 0 representa pessimismo total e 100 representa otimismo total. O **índice 50** demarca a fronteira entre a situação de pessimismo e otimismo.

Mensalmente, são entrevistados 210 consumidores que compram, com frequência, em BH. Esta amostra contempla margem de erro de 1,56 pontos no valor do **índice geral**.

O **Índice de Confiança do Consumidor** referente a outubro de 2016, resultado das entrevistas realizadas entre os dias 10/10/16 e 27/10/16, alcançou 34,51 pontos (GRAF. 1), abaixo, portanto, do nível que separa o pessimismo do otimismo. Na comparação com o mês anterior, observou-se uma queda de 0,06% (TAB. 1).

¹ O grau de importância dos componentes do ICC foi obtido a partir de uma pesquisa de campo com 100 consumidores de Belo Horizonte (última atualização em abril/13), na qual foi questionado o grau de preocupação do entrevistado com cada componente e sua ordem de importância.

Gráfico 1: Belo Horizonte, *Itens Componentes do Índice de Confiança do Consumidor (ICC)*, outubro/2016



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

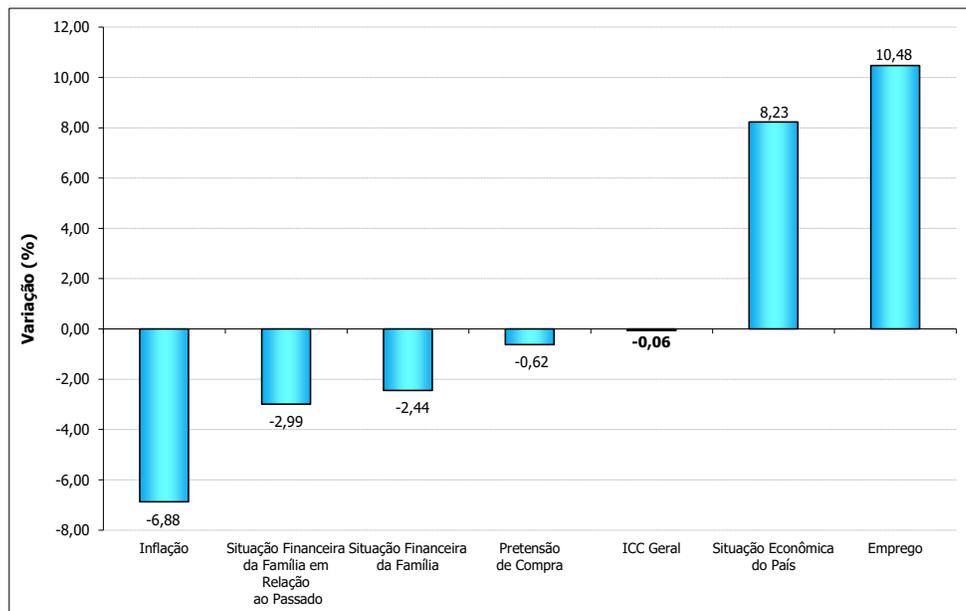
Tabela 1: Belo Horizonte, *Evolução do Índice de Confiança do Consumidor (ICC)*, outubro/2016

Índice de Confiança do Consumidor – ICCBH	Base Fixa Maio/2004=100	Variação do ICCBH (%)		
		Mês	Ano	12 meses
ICC – Índice Geral	89,96	-0,06	-4,83	-2,07
IEE (Índice de Expectativa Econômica)	97,01	4,08	-4,75	-6,77
Situação Econômica do País	82,12	8,23	11,56	16,08
Inflação	69,87	-6,88	16,24	1,89
Emprego	148,90	10,48	-28,36	-28,52
IEF (Índice de Expectativa Financeira)	101,03	-2,19	-4,85	0,74
Situação Financeira da Família	109,98	-2,44	-4,97	0,98
Situação Financeira da Família em Relação ao Passado	104,68	-2,99	-0,90	2,91
Pretensão de Compra	68,20	-0,62	-8,23	-2,14

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

O **Índice de Expectativa Econômica (IEE)** apresentou um aumento de 4,08% em comparação com o mês anterior, ao contrário do que foi observado para o **Índice de Expectativa Financeira (IEF)** com queda de 2,19%. O item *Inflação* foi o que apresentou a maior variação negativa no mês, igual a -6,88% (GRAF. 2 e TAB. 1).

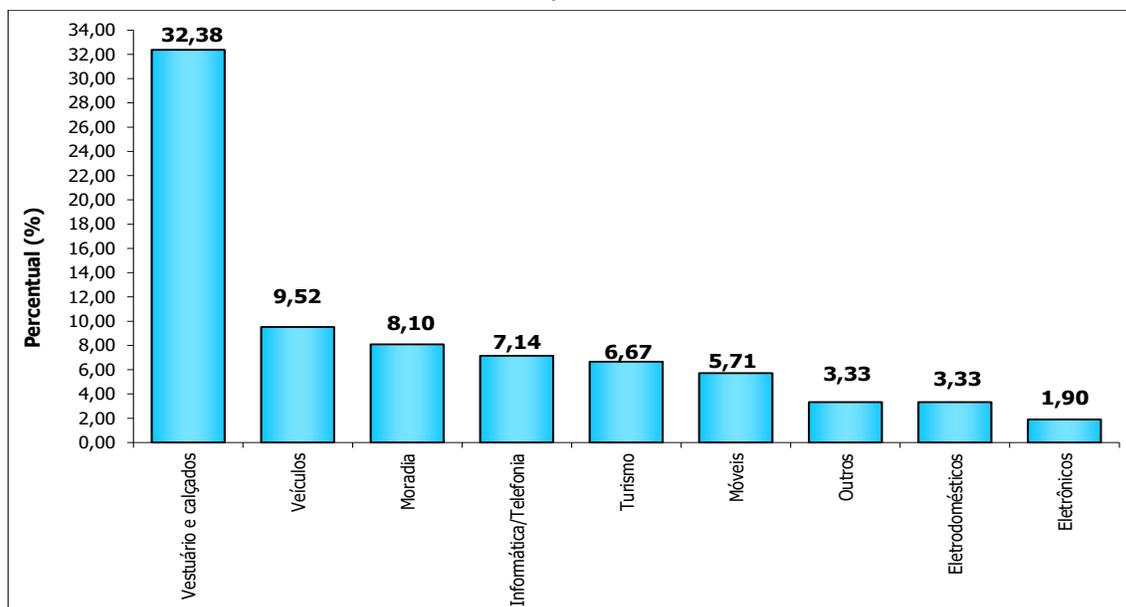
Gráfico 2: Belo Horizonte, Variação Percentual do Índice de Confiança do Consumidor e de seus Itens Componentes (outubro-16 / setembro-16)



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

Os grupos que lideraram a lista dos bens e serviços que os consumidores pretendem adquirir são: Vestuário e Calçados (32,38%), Veículos (9,52%), Moradia (8,10%) e Informática/Telefonia (7,14%) (GRAF. 3).

Gráfico 3: Belo Horizonte, Distribuição Percentual dos Grupos de Produtos que a Família Pretende Comprar, outubro/2016



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

Tabela 2: Belo Horizonte, Pretensão de Compra, Estratificada por Sexo, outubro/2016

Mulheres	Homens
81,65% pretendem comprar	74,26% pretendem comprar
Itens mais citados	
1º) Vestuário e calçados = 42,40%	1º) Vestuário e calçados = 21,78%
2º) Móveis = 9,17%	2º) Veículos = 14,85%
3º) Moradia e Turismo = 6,42%	3º) Moradia = 9,90%
4º) Informática/Telefonia = 5,50%	4º) Informática/Telefonia = 8,91%
5º) Veículos = 4,59%	5º) Turismo = 6,93%

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

Além do humor do consumidor, também foi avaliada a utilização do 13º salário de 2016 pelos consumidores.

A pesquisa mostrou que a maior parte dos entrevistados (50,48%) tem direito ao recebimento do 13º salário ou gratificação similar, o mesmo resultado foi obtido na pesquisa realizada no ano passado, porém em um percentual bem maior, uma vez que em 2015, 70,48% recebiam esse benefício. Dentre os que recebem o 13º salário, observou-se que apenas uma pessoa antecipou o recebimento do benefício ao longo do ano e os demais consumidores (99,06%) informaram qual é o principal destino ou forma de utilização desse salário. O item citado mais vezes como sendo o principal destino foi “Pagar contas atrasadas, quitar dívidas”, seguido do “Poupar para outros fins” e o “Poupar para pagar os impostos do próximo ano (IPVA, IPTU)” (TAB. 3). Esses mesmos itens também foram listados como os três mais importantes na utilização do 13º salário na pesquisa realizada em 2015.

Gráfico 4: Belo Horizonte, Consumidores que recebem 13º salário ou gratificação similar, outubro/2016

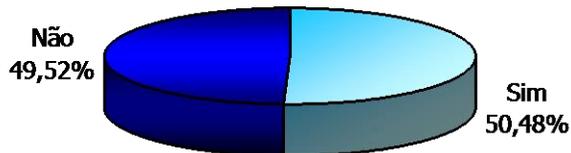
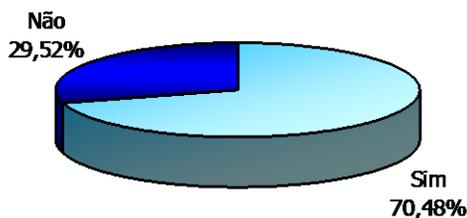


Gráfico 5: Belo Horizonte, Consumidores que recebem 13º salário ou gratificação similar, dezembro/2015



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

Tabela 3: Belo Horizonte, Principal destino/utilização do 13º salário ou gratificação similar, outubro/2016

Principal utilização do 13º salário ou gratificação similar	Respostas 2016 (%)	Ordem de importância em 2015
Pagar contas atrasadas, quitar dívidas (cartão de crédito, cheque especial, financiamentos, etc)	30,19%	1º
Poupar para outros fins	19,81%	3º
Poupar para pagar os impostos do próximo ano (IPVA, IPTU)	11,32%	2º
Dar de entrada ou antecipar parcelas de financiamento (veículo, imóvel, empréstimos financeiros)	9,43%	8º
Viajar	8,49%	9º
Poupar para gastos escolares do próximo ano (matrícula, material escolar, etc)	6,60%	5º
Realizar compras de presentes de Natal	4,72%	6º
Realizar investimentos financeiros	4,72%	7º
Realizar compras para as comemorações do fim de ano (roupas, alimentos, bebidas, festas, etc)	2,83%	4º
Não sabe	0,94%	
Total	100,00%	

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.