

Índice de Confiança do Consumidor de Belo Horizonte - ICC

Novembro de 2017

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%).

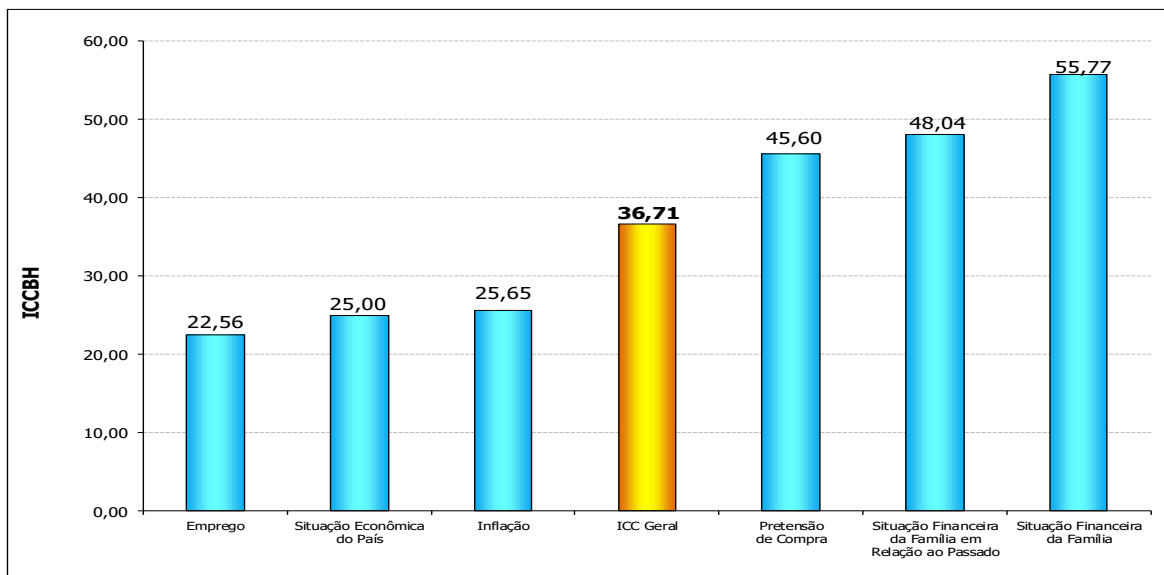
Todos os itens de composição do ICC, bem como o **índice geral**, são apresentados na escala de 0 a 100, em que 0 representa pessimismo total e 100 representa otimismo total. O **índice 50** demarca a fronteira entre a situação de pessimismo e otimismo.

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 novembro de 2017, resultado das entrevistas realizadas entre os dias 01/11/17 e 29/11/17, alcançou 36,71 pontos (GRAF. 1), abaixo, portanto, do nível que separa o pessimismo do otimismo. Na comparação com o mês anterior, observou-se um aumento de 1,07% (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)*, novembro/2017



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

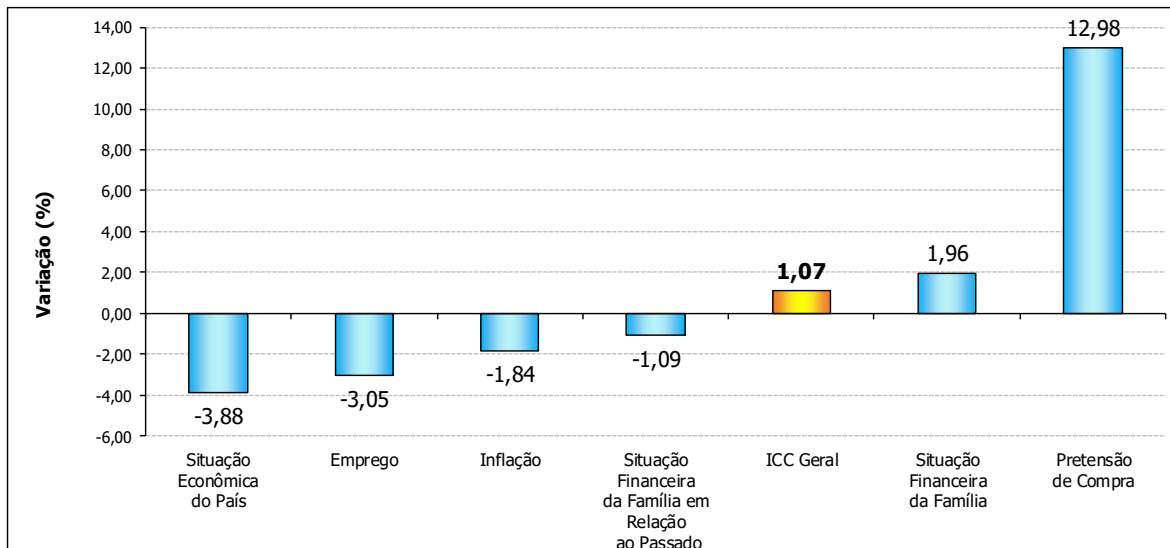
Tabela 1: Belo Horizonte, *Evolução do Índice de Confiança do Consumidor (ICC)*, novembro/2017

Índice de Confiança do Consumidor – ICCBH	Base Fixa Maio/2004=100	Variação do ICCBH (%)		
		Mês	Ano	12 meses
ICC – Índice Geral	95,69	1,07	9,06	4,32
IEE (Índice de Expectativa Econômica)	104,83	-3,00	19,39	8,01
Situação Econômica do País	79,67	-3,88	11,41	0,97
Inflação	79,22	-1,84	24,21	16,49
Emprego	173,15	-3,05	23,89	8,62
IEF (Índice de Expectativa Financeira)	106,51	3,50	3,98	2,33
Situação Financeira da Família	112,13	1,96	-1,27	-0,75
Situação Financeira da Família em Relação ao Passado	108,45	-1,09	6,05	5,91
Pretensão de Compra	80,88	12,98	19,69	8,52

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

O **Índice de Expectativa Econômica (IEE)** apresentou uma queda de 3,0% em comparação com o mês anterior, influenciado principalmente pelo item *Situação Econômica do País* que recuou 3,88%. O **Índice de Expectativa Financeira (IEF)**, por sua vez, apresentou uma alta de 3,50%, sendo o item *Pretensão de Compra* o que mais contribuiu, com variação positiva igual a 12,98% no mês (GRAF. 2 e TAB. 1).

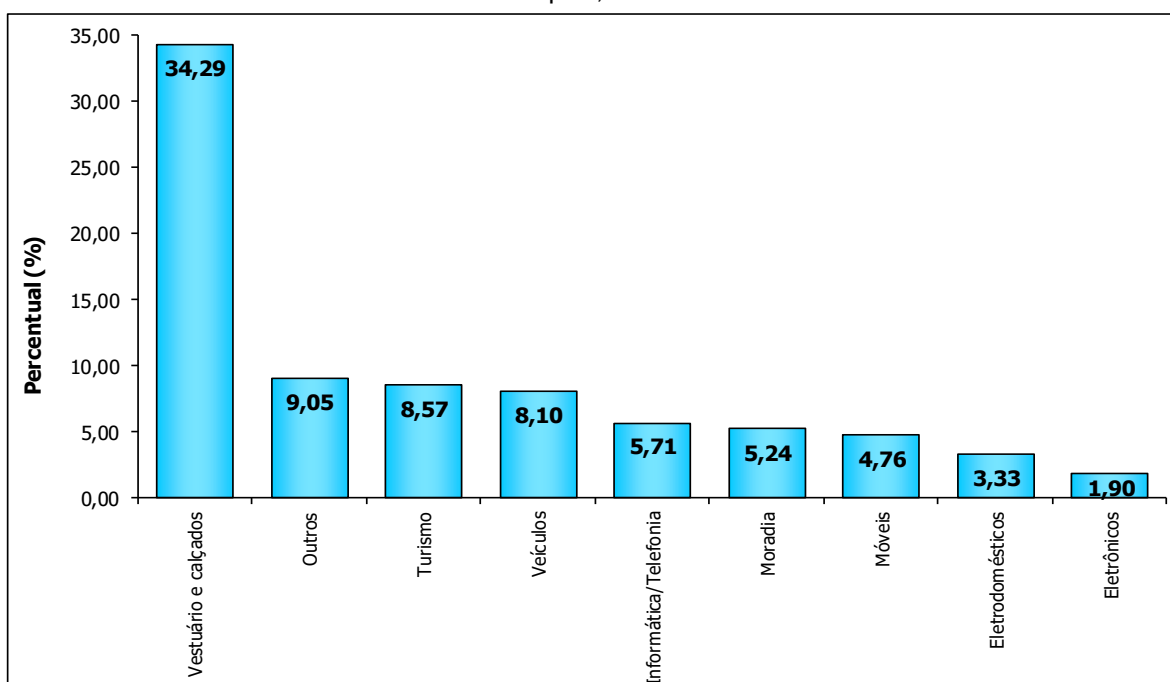
Gráfico 2: Belo Horizonte, Variação Percentual do Índice de Confiança do Consumidor e de seus Itens Componentes (novembro / outubro-17)



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

Os grupos que lideraram a lista dos bens e serviços que os consumidores pretendem adquirir são: Vestuário e Calçados (34,29%), Outros produtos (9,05%) e Turismo (8,57%) (GRAF. 3).

Gráfico 3: Belo Horizonte, Distribuição Percentual dos Grupos de Produtos que a Família Pretende Comprar, novembro/2017



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

Tabela 2: Belo Horizonte, Pretensão de Compra, estratificada por Sexo, novembro/2017

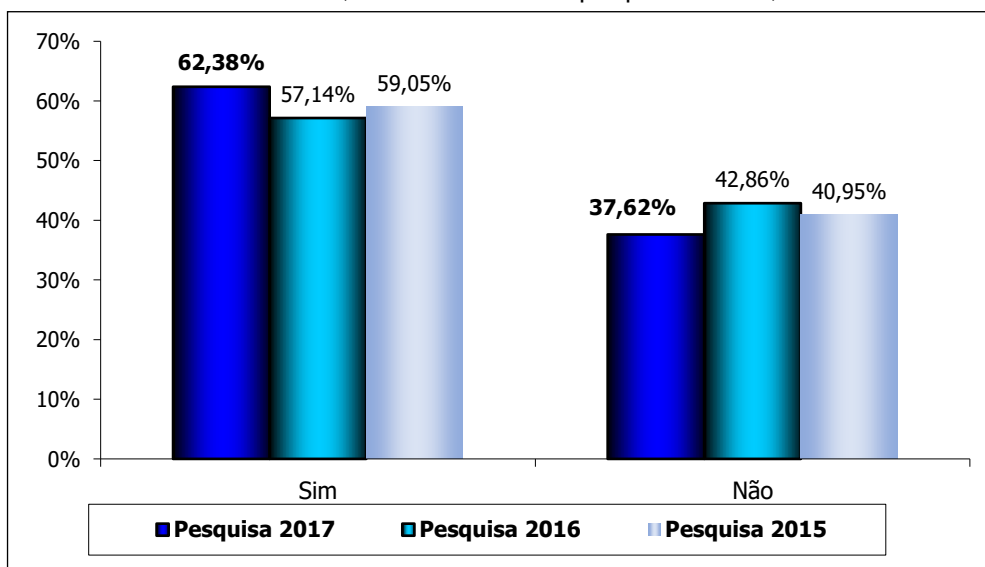
Mulheres	Homens
79,82% pretendem comprar	82,18% pretendem comprar
Itens mais citados	
1º) Vestuário e calçados = 39,45%	1º) Vestuário e calçados = 28,71%
2º) Turismo e Outros = 8,26%	2º) Veículos e Outros = 9,90%
3º) Veículos = 6,42%	3º) Turismo = 8,91%
4º) Moradia = 5,50%	4º) Informática / Telefonia = 7,92%

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

Além do nível de confiança, também foi avaliada a intenção de compra dos consumidores para o natal e a comparação desses resultados com os obtidos na mesma pesquisa aplicada nos anos de 2016 e 2015.

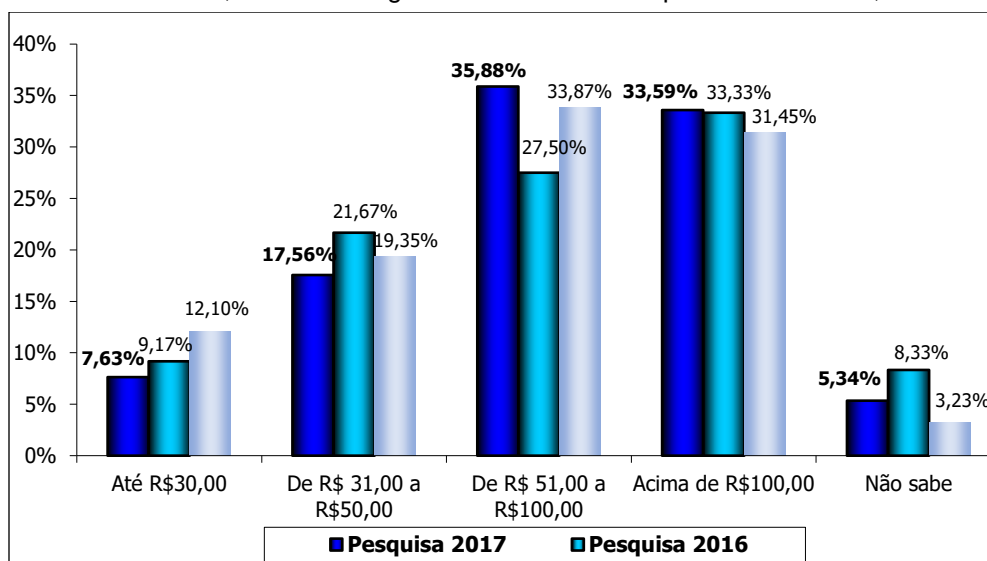
Observa-se pelo Gráfico 4 que a maioria dos entrevistados, 62,38%, pretende presentear alguma pessoa no natal, sendo esse percentual o mais alto desde 2015. Dentre esses consumidores que pretendem presentear, observou-se que apenas 33,59% pretendem gastar um valor acima de R\$ 100,00, em média, com cada presente, sendo esse resultado bem similar aos últimos anos. Entretanto, a faixa de valor para presentes entre R\$ 51,00 e R\$ 100,00 apresentou um aumento considerável em relação ao ano passado, saltando de 27,50% para 35,88% das respostas (ver Gráfico 5).

Gráfico 4: Belo Horizonte, Pretensão de Compra para o Natal, novembro/2017



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

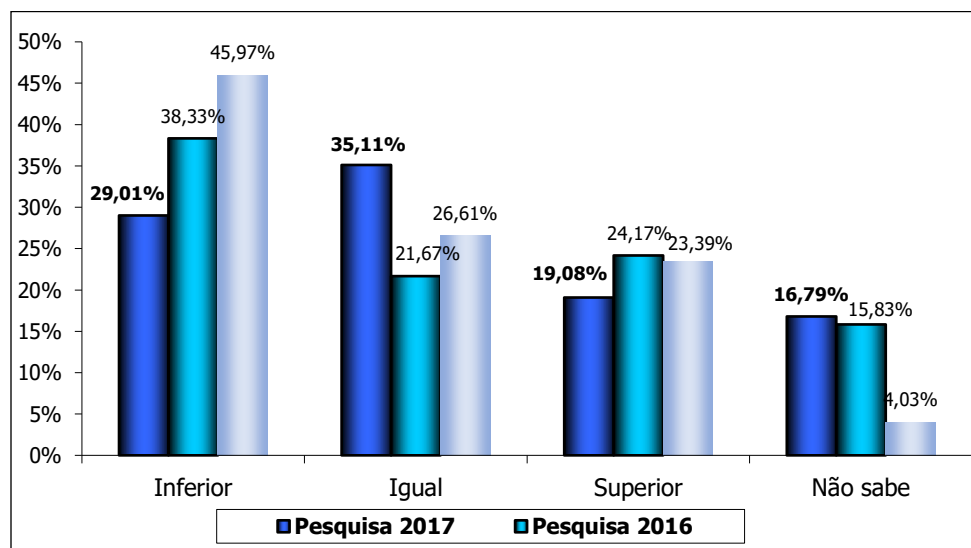
Gráfico 5: Belo Horizonte, Previsão de gasto médio com cada presente de Natal, novembro/2017



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

Adicionalmente, ressalta-se que apenas 29,01% dos consumidores que pretendem presentear anunciaram que gastarão, neste ano, valor inferior ao que gastou no ano passado. A partir do Gráfico 3 nota-se que esse resultado foi o mais baixo dos últimos três anos, indicando um natal mais aquecido para o comércio de 2017 com presentes de valor igual ou superior aos comprados no ano de 2016.

Gráfico 6: Belo Horizonte, Valor gasto previsto para o Natal comparando com o ano anterior, novembro/2017



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.