

## Índice de Confiança do Consumidor de Belo Horizonte - ICC

Janeiro de 2022

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 importância<sup>1</sup> (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.

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

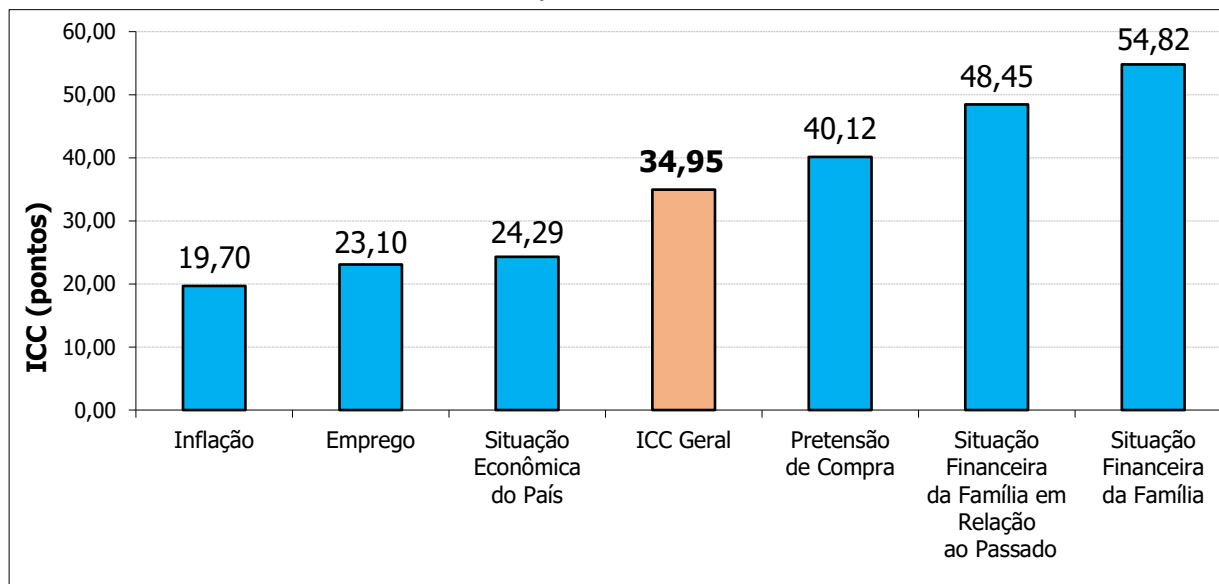
**As pesquisas foram realizadas de forma presencial, por meio de telefone e de ferramenta on-line.**

O **Índice de Confiança do Consumidor** referente ao mês de janeiro, resultado das entrevistas realizadas entre os dias 10/01/2022 e 21/01/2022, **subiu para 34,95 pontos** (GRAF. 1), apresentando uma **alta de 0,20%** (TAB. 1) na comparação com o mês de dezembro de 2021.

---

<sup>1</sup> 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)*, janeiro/2022



FONTES: Fundação IPEAD/UFMG.

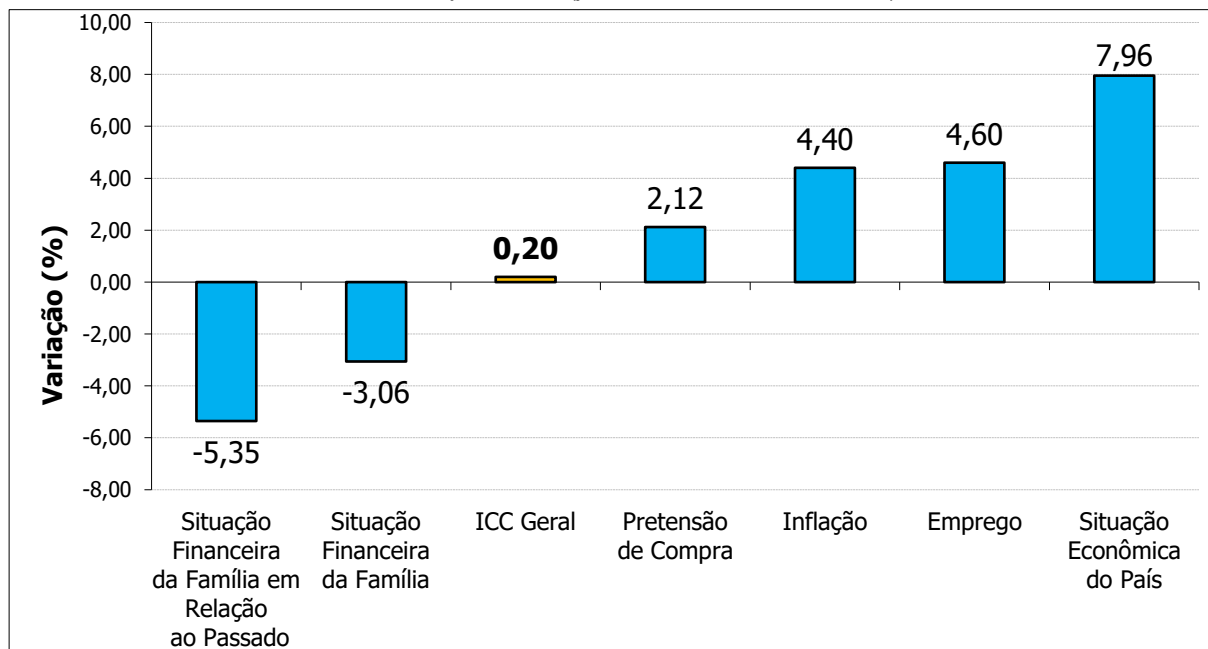
**Tabela 1:** Belo Horizonte, *Evolução do Índice de Confiança do Consumidor (ICC)*, janeiro/2022

Índice de Confiança do Consumidor – ICCBH	Base Fixa Maio/2004=100	Variação do ICCBH (%)		
		Mês	Ano	12 meses
<b>ICC – Índice Geral</b>	<b>91,07</b>	<b>0,20</b>	<b>0,20</b>	<b>-0,41</b>
<b>IEE (Índice de Expectativa Econômica)</b>	<b>97,33</b>	<b>5,73</b>	<b>5,73</b>	<b>-0,55</b>
Situação Econômica do País	77,31	7,96	7,96	-6,23
Inflação	60,86	4,40	4,40	-13,80
Emprego	177,41	4,60	4,60	17,63
<b>IEF (Índice de Expectativa Financeira)</b>	<b>102,85</b>	<b>-2,56</b>	<b>-2,56</b>	<b>-0,29</b>
Situação Financeira da Família	110,23	-3,06	-3,06	-2,93
Situação Financeira da Família em Relação ao Passado	109,38	-5,35	-5,35	-1,93
Pretensão de Compra	71,22	2,12	2,12	11,23

FONTES: Fundação IPEAD/UFMG.

O **Índice de Expectativa Econômica (IEE)** apresentou **aumento** de 5,73% em comparação com o valor do mês anterior, influenciado pelo expressivo aumento na percepção dos consumidores sobre o item *Situação Econômica do País*. Em contrapartida, O **Índice de Expectativa Financeira (IEF)**, apresentou queda em comparação com o mês de dezembro de 2021, 2,56%, sendo o item *Situação Financeira da Família em Relação ao Passado* o que apresentou a maior queda (GRAF. 2 e TAB. 1).

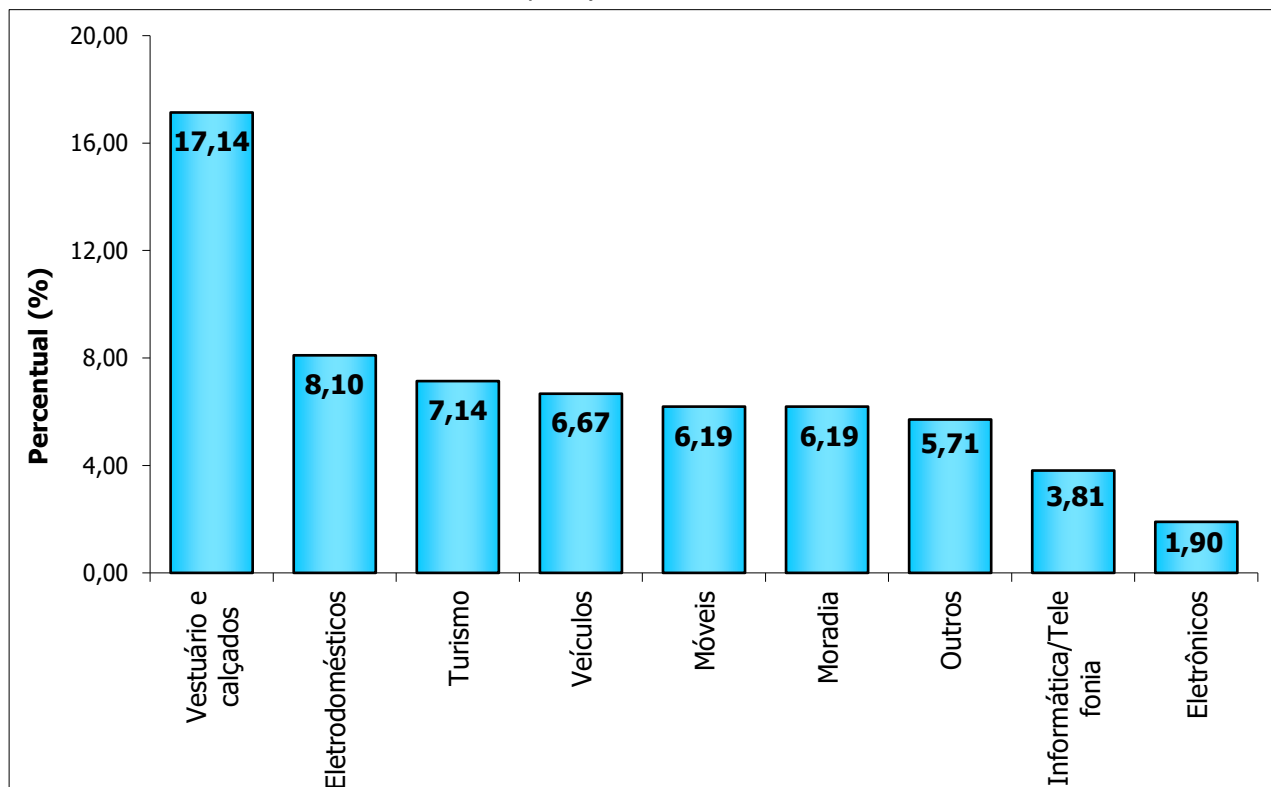
**Gráfico 2:** Belo Horizonte, Variação Percentual do **Índice de Confiança do Consumidor** e de seus *Itens Componentes* (janeiro -22 / dezembro -21)



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

O item **Situação Financeira da Família em Relação ao Passado** registrou a maior queda em relação ao mês anterior (5,35%). A **Situação Econômica do País** apresentou a maior alta com 7,96%. Dentre os consumidores que pretendem adquirir bens e serviços nos próximos três meses, os maiores destaques foram: Vestuário e calçados (17,14%), Eletrodomésticos (8,10%) e Turismo (7,14%) (GRAF. 3).

**Gráfico 3:** Belo Horizonte, Distribuição Percentual dos Grupos de Produtos que a Família Pretende Comprar, janeiro/2022



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

**Tabela 2:** Belo Horizonte, Pretensão de Compra, estratificada por Sexo, janeiro/2022

Mulheres	Homens
63,89% pretendem comprar	61,75% pretendem comprar
Itens mais citados	
1º) Vestuário e Calçados = 21,30%	1º) Vestuário e Calçados = 12,75%
2º) Moradia = 8,33%	2º) Veículos = 11,76%
3º) Móveis = 8,33%	3º) Eletrodomésticos = 10,78%
4º) Turismo = 7,41%	4º) Turismo = 6,86%
5º) Eletrodomésticos = 5,56%	5º) Outros = 5,88%

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.