

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

Fevereiro de 2021

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.

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**.

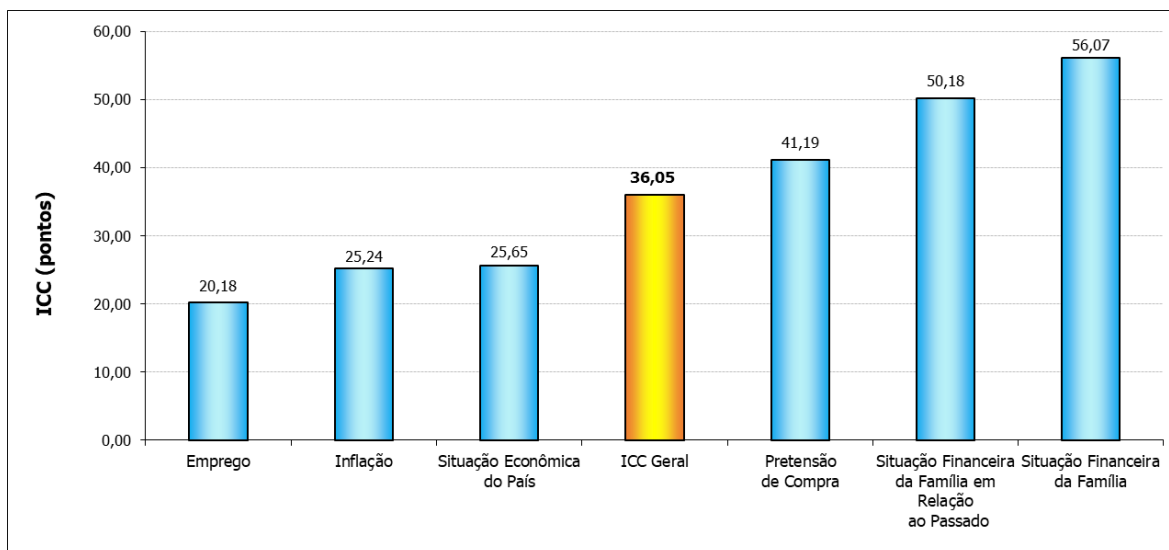
**Destaca-se que no mês de fevereiro de 2021, as pesquisas do ICC foram realizadas tanto por telefone quanto presencialmente, mantendo as medidas de proteção e distanciamento orientadas pelos órgãos oficiais ao combate do Covid-19.**

O **Índice de Confiança do Consumidor** referente ao mês de fevereiro, resultado das entrevistas realizadas entre os dias 29/01/2021 e 24/02/2021, subiu para **36,05** pontos (GRAF. 1), apresentando uma alta de 2,76% (TAB. 1) na comparação com o mês de janeiro. Destaca-se ainda que o índice permanece abaixo dos 50 pontos, nível que separa o pessimismo do otimismo.

---

<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)*, fevereiro/2021



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

**Tabela 1:** Belo Horizonte, *Evolução do Índice de Confiança do Consumidor (ICC)*, fevereiro/2021

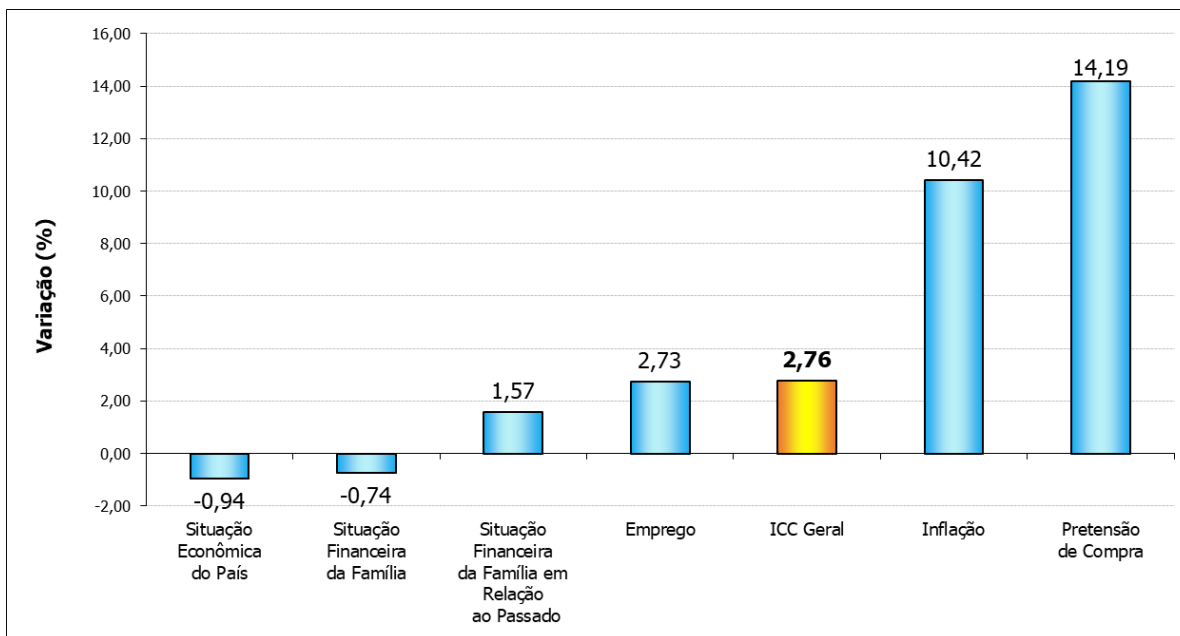
Índice de Confiança do Consumidor – ICCBH	Base Fixa Maio/2004=100	Variação do ICCBH (%)		
		Mês	Ano	12 meses
<b>ICC – Índice Geral</b>	<b>93,97</b>	<b>2,76</b>	<b>1,31</b>	<b>-8,19</b>
<b>IEE (Índice de Expectativa Econômica)</b>	<b>101,34</b>	<b>3,55</b>	<b>0,74</b>	<b>-13,24</b>
Situação Econômica do País	81,67	-0,94	-0,95	-10,44
Inflação	77,96	10,42	4,97	-15,85
Emprego	154,95	2,73	-1,17	-13,72
<b>IEF (Índice de Expectativa Financeira)</b>	<b>105,55</b>	<b>2,33</b>	<b>1,65</b>	<b>-5,08</b>
Situação Financeira da Família	112,72	-0,74	-1,46	-4,86
Situação Financeira da Família em Relação ao Passado	113,29	1,57	-0,01	-6,86
Pretensão de Compra	73,12	14,19	14,94	-3,87

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

O **Índice de Expectativa Econômica (IEE)** apresentou uma alta de 3,55% em comparação com o mês anterior, influenciado pela melhora na percepção dos consumidores sobre a *Inflação* e o *Emprego*. O **Índice de Expectativa Financeira (IEF)**, também apresentou elevação de 2,33% em comparação com o mês de janeiro, sendo o item *Pretensão de compra* o item que apresentou a maior alta, 14,19% (GRAF. 2 e TAB. 1), mantendo a tendência de alta observada nos últimos meses.

Com a melhora nos índices que monitoram a pandemia do Covid -19 na capital, o comércio foi reaberto e contribuiu para uma melhora na percepção da população sobre a economia de modo geral, subindo novamente após duas quedas consecutivas.

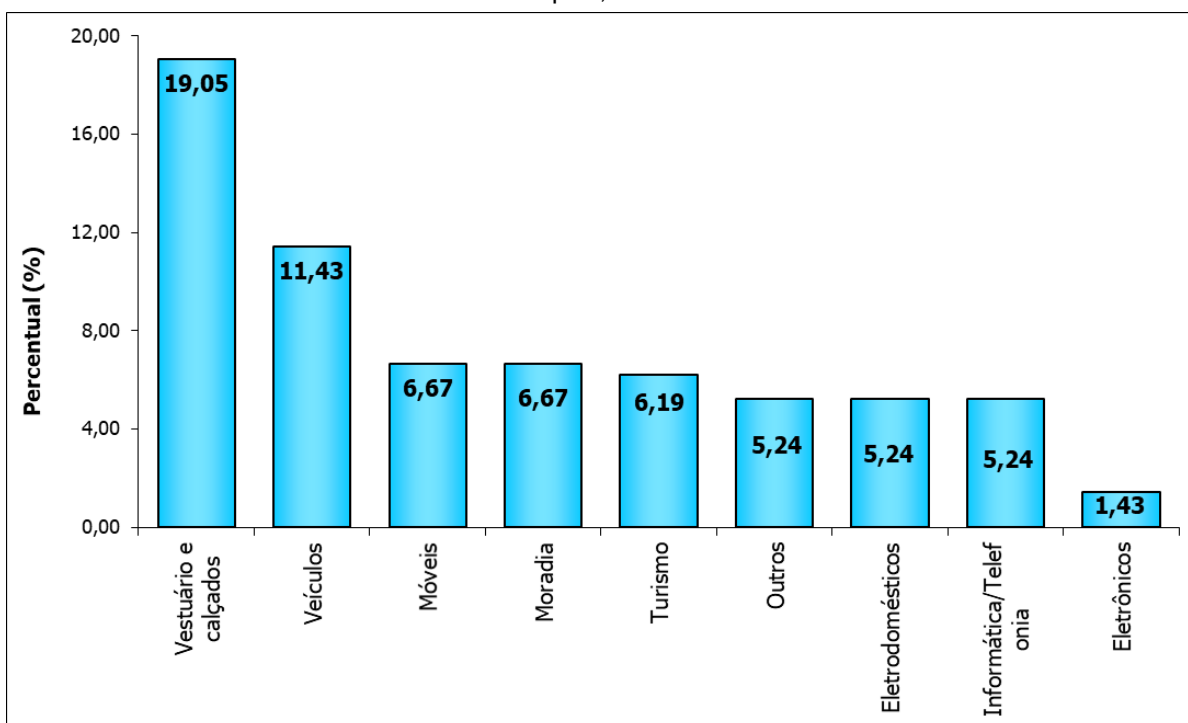
**Gráfico 2:** Belo Horizonte, Variação Percentual do Índice de Confiança do Consumidor e de seus *Itens Componentes* (Fevereiro -21 / janeiro -21)



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

Os grupos que lideraram a lista dos bens e serviços que os consumidores pretendem adquirir nos próximos três meses são: Vestuário e Calçados (19,05%), Veículos (11,43%), Móveis e Moradia (ambos com 6,67%) (GRAF. 3).

**Gráfico 3:** Belo Horizonte, Distribuição Percentual dos Grupos de Produtos que a Família Pretende Comprar, fevereiro /2021



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

**Tabela 2:** Belo Horizonte, Pretensão de Compra, estratificada por Sexo, fevereiro/2021

Mulheres	Homens
59,63% pretendem comprar	69,31% pretendem comprar
Itens mais citados	
1º) Vestuário e Calçados = 23,85%	1º) Veículos = 18,81%
2º) Informática/Telefonia = 8,26%	2º) Vestuário e Calçados = 13,86%
3º) Móveis = 6,42%	3º) Turismo = 9,9%
4º) Moradia = 6,42%	4º) Móveis = 6,93%
5º) Eletrodomésticos = 5,5%	5º) Moradia = 6,93%

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.