

Índice de Confiança do Consumidor de Belo Horizonte - ICC

Fevereiro 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 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.

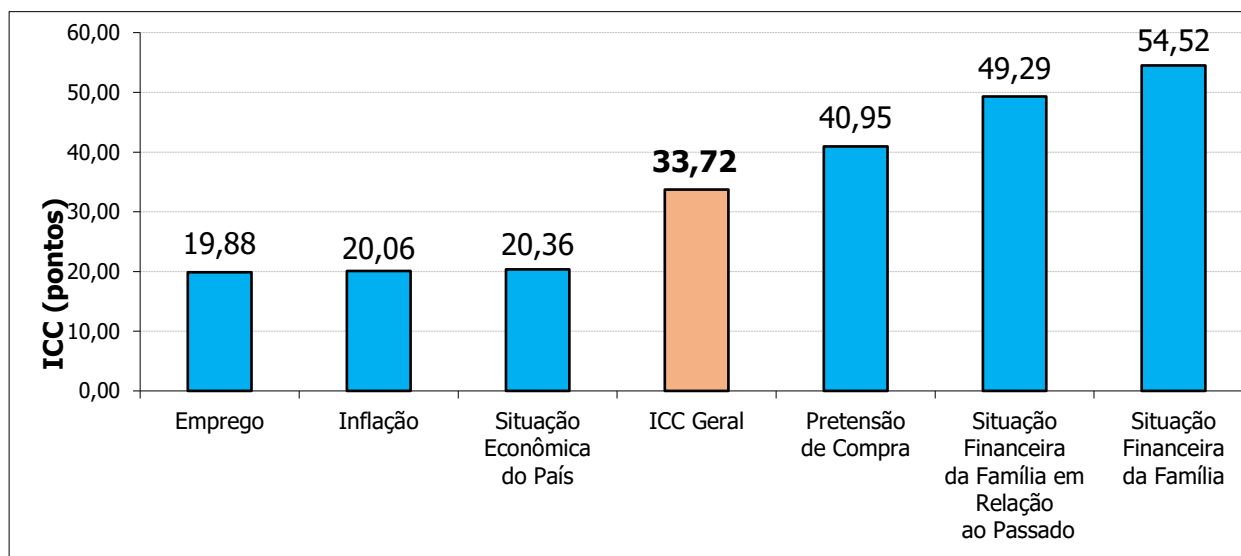
Foram entrevistados 210 consumidores que compram, com frequência, em BH. Esta amostra contempla margem de erro de 1,56 pontos no valor do **índice geral**.

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 fevereiro, resultado das entrevistas realizadas entre os dias 07/02/2022 e 25/02/2022, **caiu** para **33,72** pontos (GRAF. 1), apresentando uma **queda** de 3,53% (TAB. 1) na comparação com o mês de janeiro de 2022.

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)*, fevereiro/2022



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

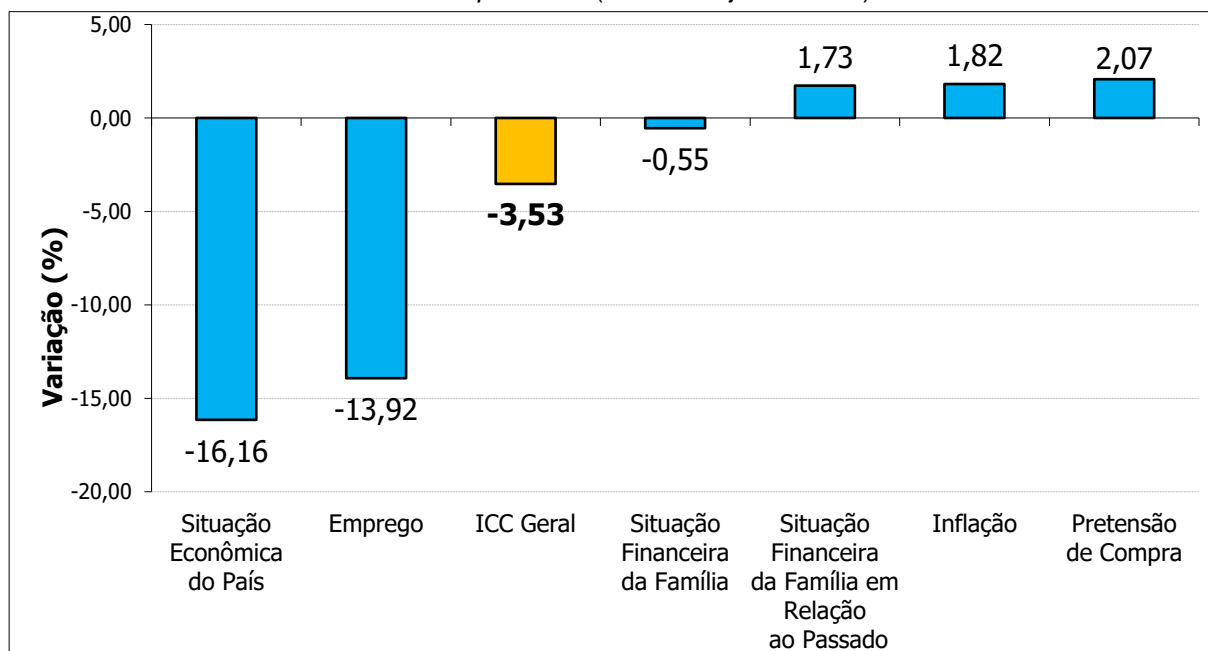
Tabela 1: Belo Horizonte, *Evolução do Índice de Confiança do Consumidor (ICC)*, fevereiro/2022

Índice de Confiança do Consumidor – ICCBH	Base Fixa Maio/2004=100	Variação do ICCBH (%)		
		Mês	Ano	12 meses
ICC – Índice Geral	87,86	-3,53	-3,33	-6,50
IEE (Índice de Expectativa Econômica)	86,83	-10,78	-5,67	-14,31
Situação Econômica do País	64,81	-16,16	-9,50	-20,64
Inflação	61,96	1,82	6,30	-20,52
Emprego	152,71	-13,92	-9,96	-1,44
IEF (Índice de Expectativa Financeira)	103,28	0,42	-2,15	-2,15
Situação Financeira da Família	109,63	-0,55	-3,59	-2,74
Situação Financeira da Família em Relação ao Passado	111,27	1,73	-3,72	-1,78
Pretensão de Compra	72,70	2,07	4,24	-0,58

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

O **Índice de Expectativa Econômica (IEE)** apresentou **queda** de 10,78% em comparação com o valor do mês anterior, influenciado pelo expressivo recuo na percepção dos consumidores sobre os itens *Situação Econômica do País* e *Emprego*. Em contrapartida, O **Índice de Expectativa Financeira (IEF)**, apresentou pequena elevação em comparação com o mês de janeiro, 0,42%, sendo o item *Pretensão de compra* o que apresentou a maior alta (GRAF. 2 e TAB. 1).

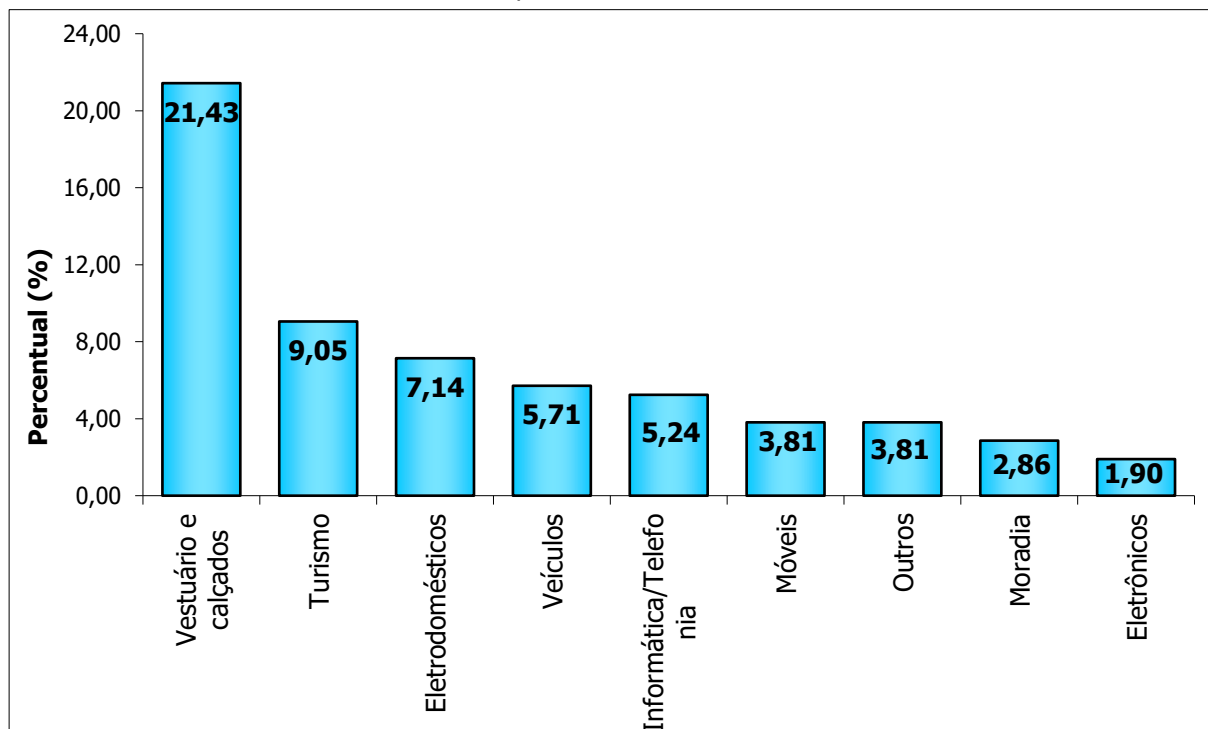
Gráfico 2: Belo Horizonte, Variação Percentual do **Índice de Confiança do Consumidor** e de seus *Itens Componentes* (fevereiro / janeiro - 22)



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

O item **Situação Econômica do País** registrou a maior queda em relação ao mês anterior (16,16%). A **Pretensão de compra** apresentou a maior alta com 2,07%. Dentre os consumidores que pretendem adquirir bens e serviços nos próximos três meses, os maiores destaques foram: Vestuário e calçados (21,43%), Turismo (9,05%) e Eletrodomésticos (7,14%) (GRAF. 3).

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



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

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

Mulheres	Homens
61,46% pretendem comprar	60,39% pretendem comprar
Itens mais citados	
1º) Vestuário e Calçados = 22,02%	1º) Vestuário e Calçados = 20,79%
2º) Turismo = 10,09%	2º) Veículos = 7,92%
3º) Eletrodomésticos = 9,17%	3º) Turismo = 7,92%
4º) Informática/Telefonia = 5,50%	4º) Eletrodomésticos = 4,95%
5º) Outros = 4,59%	5º) Informática/Telefonia = 4,95%

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.