

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

Fevereiro de 2023

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**.

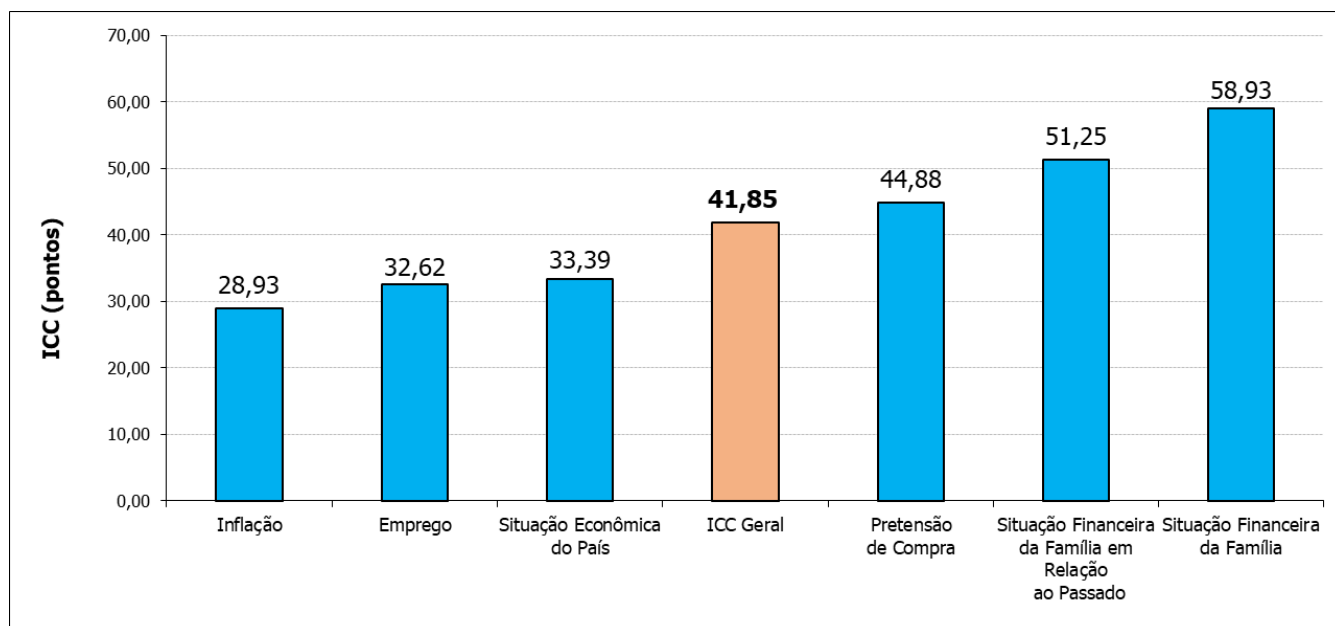
### As pesquisas foram realizadas de forma presencial.

O **Índice de Confiança do Consumidor** referente ao mês de fevereiro, resultado das entrevistas realizadas entre os dias 07/02/2023 e 24/02/2023,  **aumentou** para **41,85** pontos (GRAF. 1), apresentando uma **alta** de 2,91% (TAB. 1) na comparação com o mês de janeiro de 2023.

---

<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/2023



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

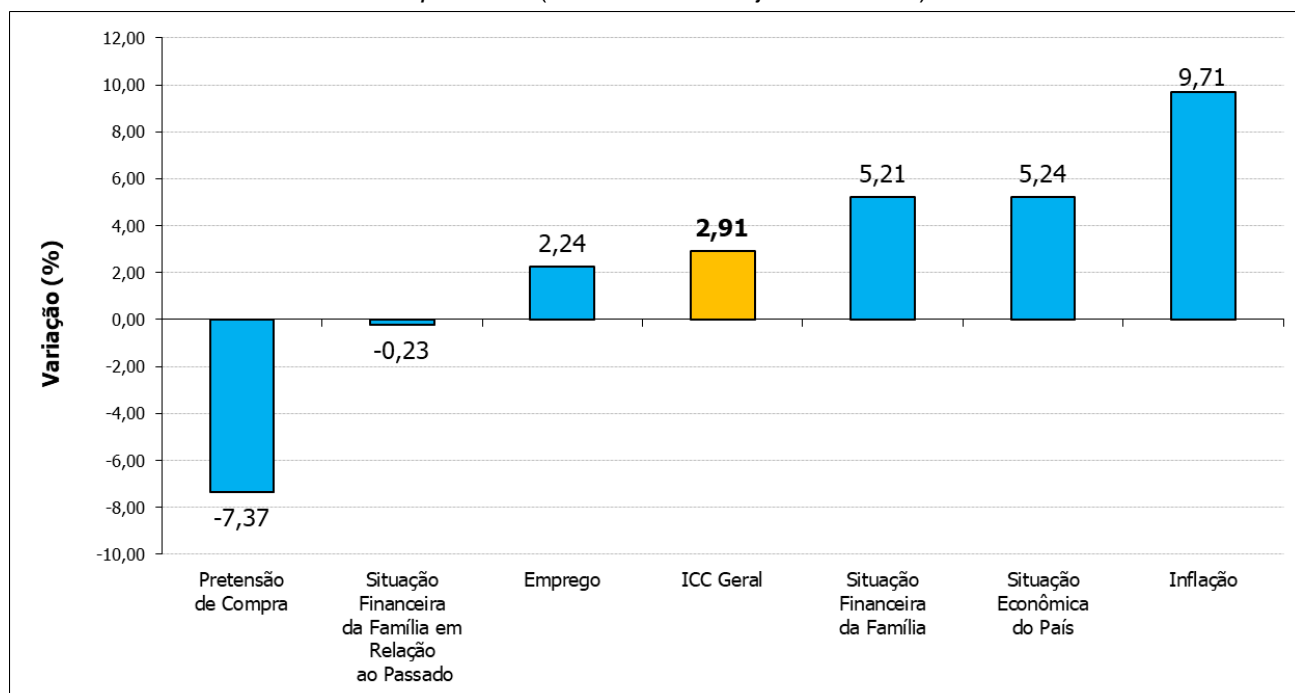
**Tabela 1:** Belo Horizonte, *Evolução do Índice de Confiança do Consumidor (ICC)*, fevereiro/2023

Índice de Confiança do Consumidor – ICCBH	Base Fixa Maio/2004=100	Variação do ICCBH (%)		
		Mês	Ano	12 meses
<b>ICC – Índice Geral</b>	<b>109,08</b>	<b>2,91</b>	<b>-4,43</b>	<b>24,15</b>
<b>IEE (Índice de Expectativa Econômica)</b>	<b>137,52</b>	<b>5,17</b>	<b>-8,35</b>	<b>58,38</b>
Situação Econômica do País	106,35	5,24	-10,95	64,10
Inflação	89,41	9,71	-5,62	44,29
Emprego	250,57	2,24	-7,76	64,08
<b>IEF (Índice de Expectativa Financeira)</b>	<b>111,09</b>	<b>1,36</b>	<b>-1,44</b>	<b>7,56</b>
Situação Financeira da Família	118,47	5,21	-0,60	8,07
Situação Financeira da Família em Relação ao Passado	115,69	-0,23	-5,80	3,97
Pretensão de Compra	79,69	-7,37	0,53	9,63

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

O **Índice de Expectativa Econômica (IEE)** apresentou **alta** de 5,17% em comparação com o valor do mês anterior, influenciado pela alta na percepção dos consumidores sobre o item *Inflação*. O **Índice de Expectativa Financeira (IEF)** apresentou **alta** em comparação com o mês de janeiro, 1,36%, sendo o item *Situação Financeira da Família* o que apresentou a única alta do setor (5,21%) (GRAF. 2 e TAB. 1).

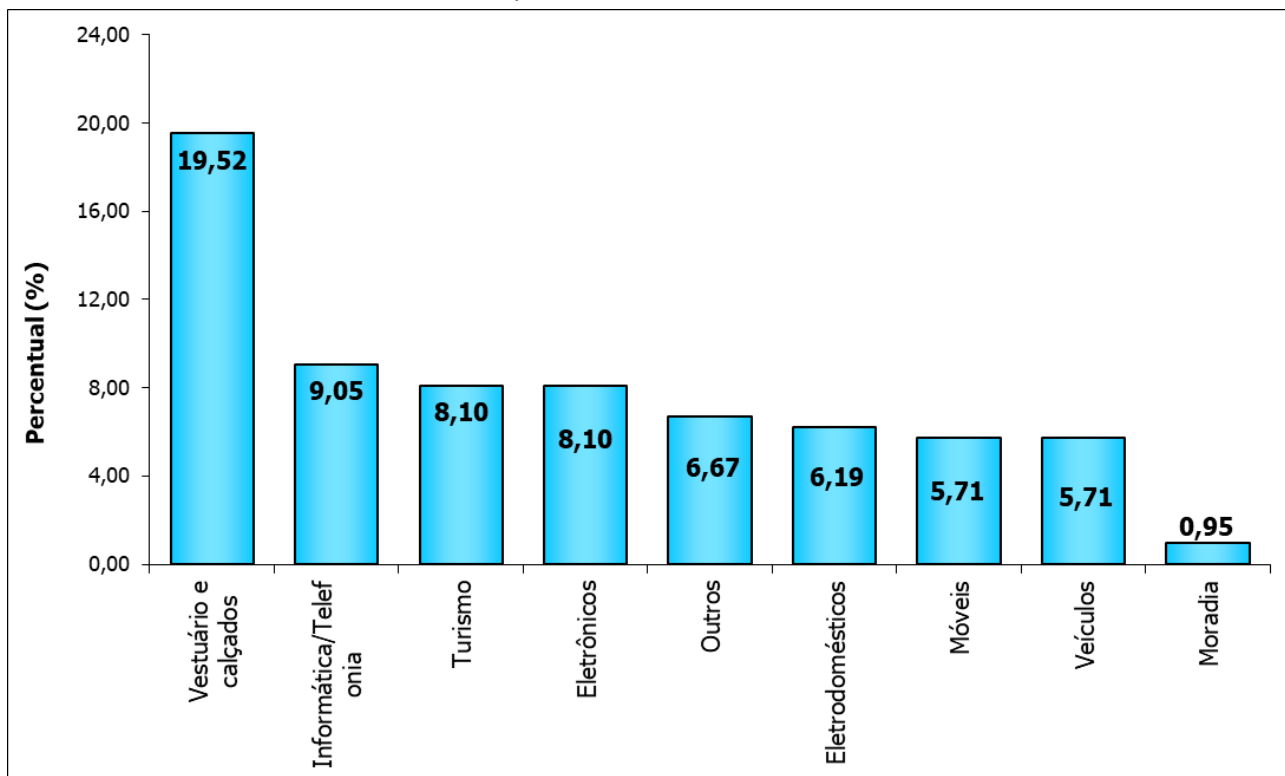
**Gráfico 2:** Belo Horizonte, Variação Percentual do **Índice de Confiança do Consumidor** e de seus *Itens Componentes* (fevereiro - 2023 / janeiro - 2023)



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

O item **Inflação** registrou a maior alta com 9,71%. A **Pretensão de Compra** registrou a maior queda em relação ao mês anterior (7,37%). Dentre os consumidores que pretendem adquirir bens e serviços nos próximos três meses, o maior destaque foi o setor de Vestuário e calçados (19,52%) (GRAF. 3).

**Gráfico 3:** Belo Horizonte, Distribuição Percentual dos Grupos de Produtos que a Família Pretende Comprar, fevereiro/2023



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

**Tabela 2:** Belo Horizonte, Pretensão de Compra, estratificada por Sexo, fevereiro/2023

Mulheres	Homens
70,64% pretendem comprar	69,30% pretendem comprar
Itens mais citados	
1º) Vestuário e Calçados = 21,10%	1º) Vestuário e Calçados = 17,82%
2º) Turismo = 8,26%	2º) Informática/Telefonia = 9,90%
3º) Informática/Telefonia = 8,26%	3º) Veículos = 8,91%
4º) Móveis = 7,34%	4º) Eletrônicos = 8,91%
5º) Outros = 7,34%	5º) Turismo = 7,92%

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.