

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

Março 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**.

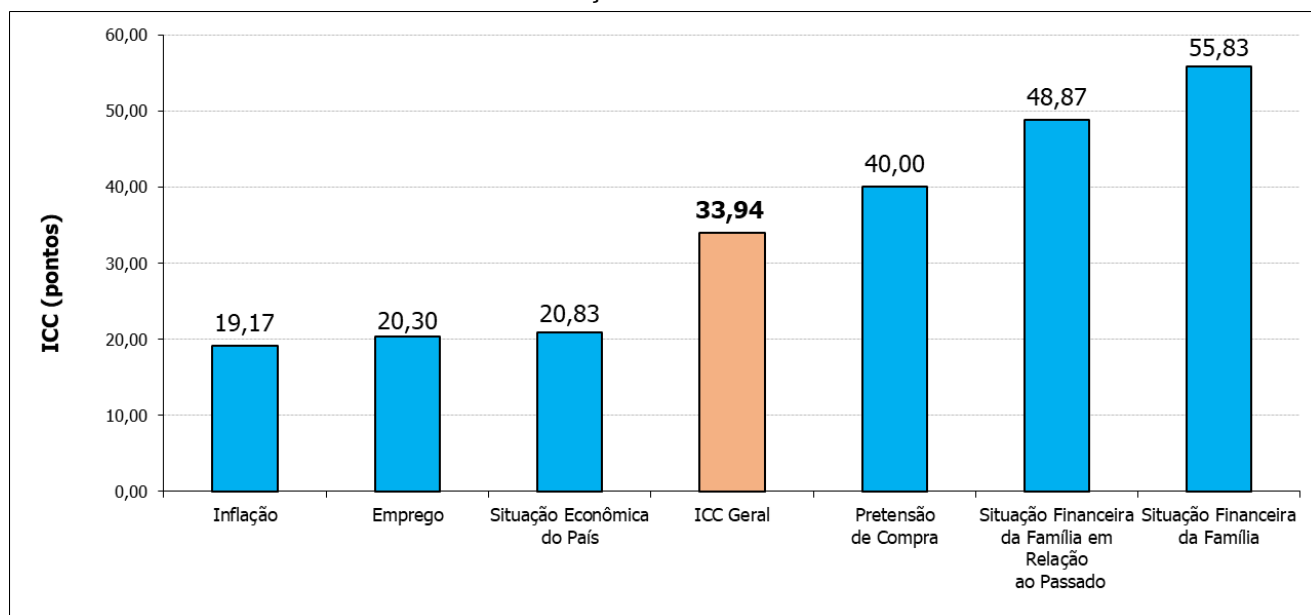
**As pesquisas foram realizadas de forma presencial, por meio de telefone e de ferramenta on-line.**

O **Índice de Confiança do Consumidor** referente ao mês de março, resultado das entrevistas realizadas entre os dias 07/03/2022 e 21/03/2022, **subiu para 33,94 pontos** (GRAF. 1), apresentando uma **alta de 0,66%** (TAB. 1) na comparação com o mês de fevereiro de 2022.

---

<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)*, março/2022



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

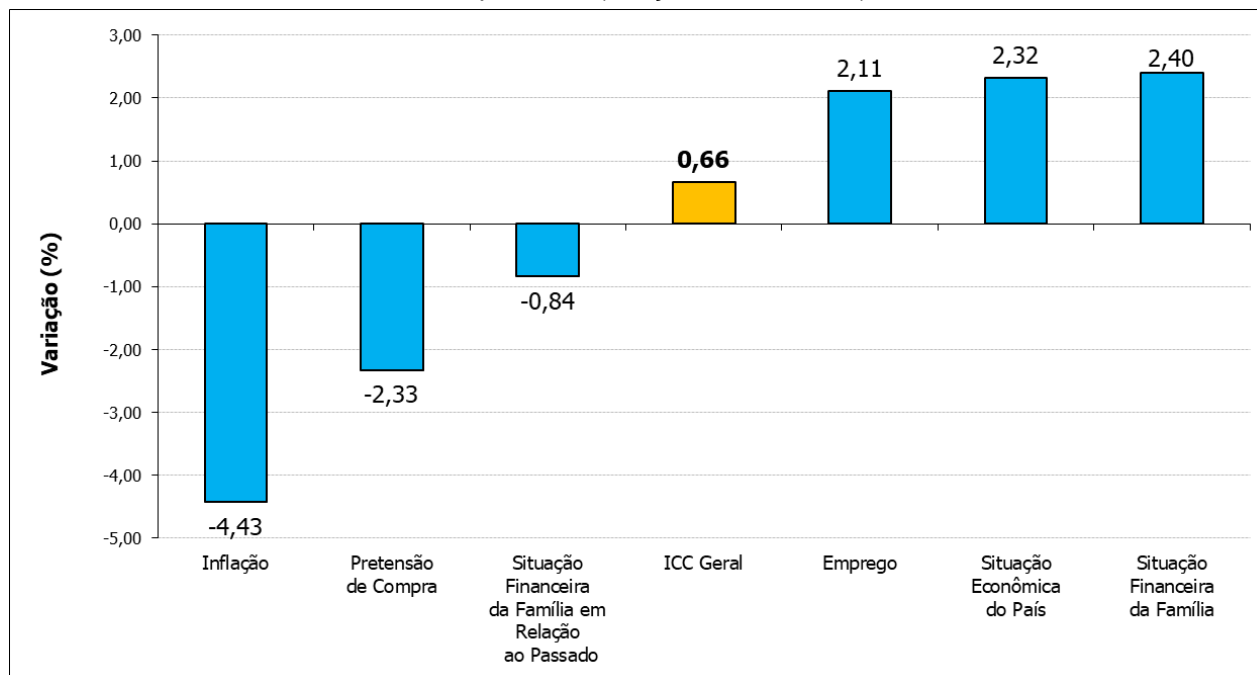
**Tabela 1:** Belo Horizonte, *Evolução do Índice de Confiança do Consumidor (ICC)*, março/2022

Índice de Confiança do Consumidor – ICCBH	Base Fixa Maio/2004=100	Variação do ICCBH (%)		
		Mês	Ano	12 meses
<b>ICC – Índice Geral</b>	<b>88,44</b>	<b>0,66</b>	<b>-2,69</b>	<b>16,97</b>
<b>IEE (Índice de Expectativa Econômica)</b>	<b>87,09</b>	<b>0,29</b>	<b>-5,39</b>	<b>32,87</b>
Situação Econômica do País	66,32	2,32	-7,39	32,61
Inflação	59,22	-4,43	1,59	9,92
Emprego	155,93	2,11	-8,06	56,45
<b>IEF (Índice de Expectativa Financeira)</b>	<b>104,13</b>	<b>0,82</b>	<b>-1,34</b>	<b>10,62</b>
Situação Financeira da Família	112,25	2,40	-1,28	6,24
Situação Financeira da Família em Relação ao Passado	110,33	-0,84	-4,53	6,91
Pretensão de Compra	71,01	-2,33	1,81	32,80

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

O **Índice de Expectativa Econômica (IEE)** apresentou **alta** de 0,29% em comparação com o valor do mês anterior, influenciado pelo aumento na percepção dos consumidores sobre os itens *Situação Econômica do País* e *Emprego*. O **Índice de Expectativa Financeira (IEF)**, também apresentou elevação em comparação com o mês de fevereiro, 0,82%, sendo o item *Situação Financeira da Família* o que apresentou a única alta do setor (GRAF. 2 e TAB. 1).

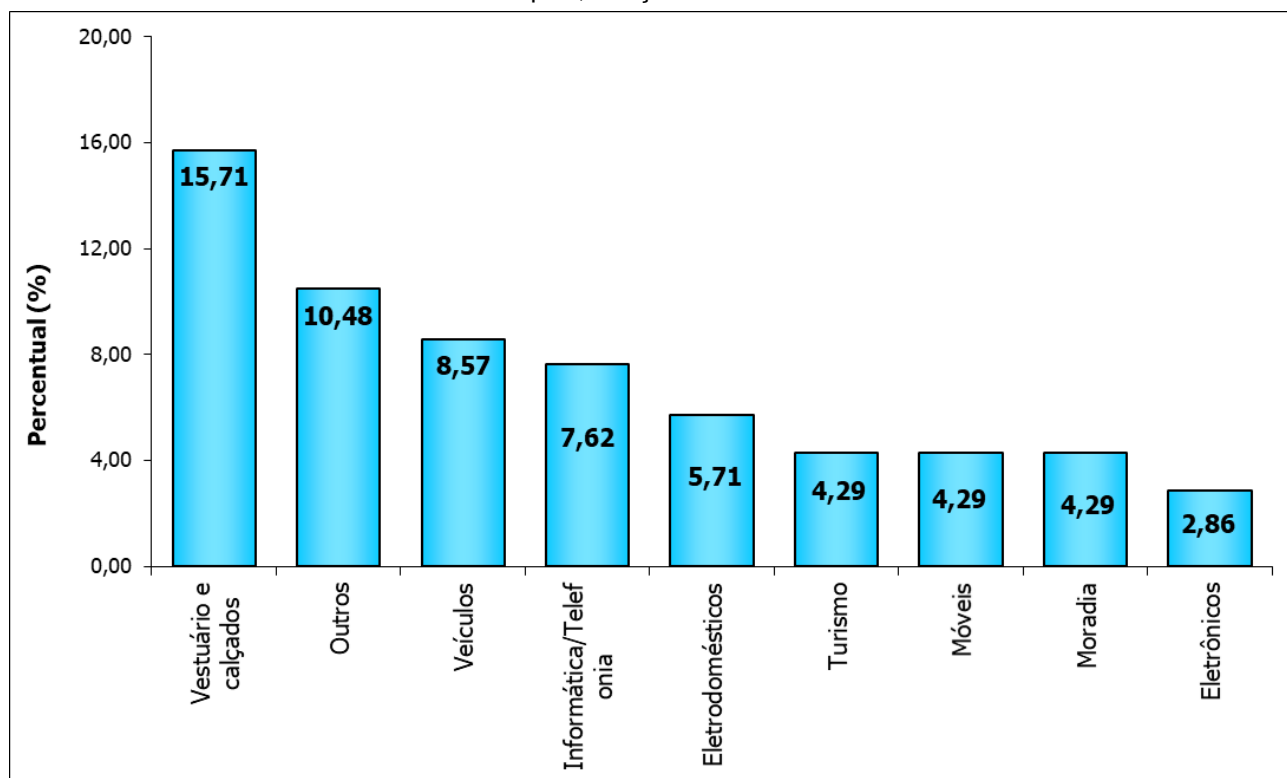
**Gráfico 2:** Belo Horizonte, Variação Percentual do **Índice de Confiança do Consumidor** e de seus *Itens Componentes* (março / fevereiro - 22)



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

O item **Inflação** registrou a maior queda em relação ao mês anterior (4,43%). A **Situação financeira da família** apresentou a maior alta com 2,40%. Dentre os consumidores que pretendem adquirir bens e serviços nos próximos três meses, os maiores destaques foram: Vestuário e calçados (15,71%), Outros (10,48%) e Veículos (8,57%) (GRAF. 3).

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



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

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

Mulheres	Homens
61,47% pretendem comprar	66,33% pretendem comprar
Itens mais citados	
1º) Vestuário e Calçados = 13,76%	1º) Vestuário e Calçados = 17,82%
2º) Outros = 11,01%	2º) Veículos = 10,89%
3º) Informática/Telefonia = 8,26%	3º) Outros = 9,90%
4º) Veículos = 6,42%	4º) Eletrodomésticos = 6,93%
5º) Turismo = 5,50%	5º) Informática/Telefonia = 6,93%

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.