

Índice de Confiança do Consumidor de Belo Horizonte - ICC

Março 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 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.

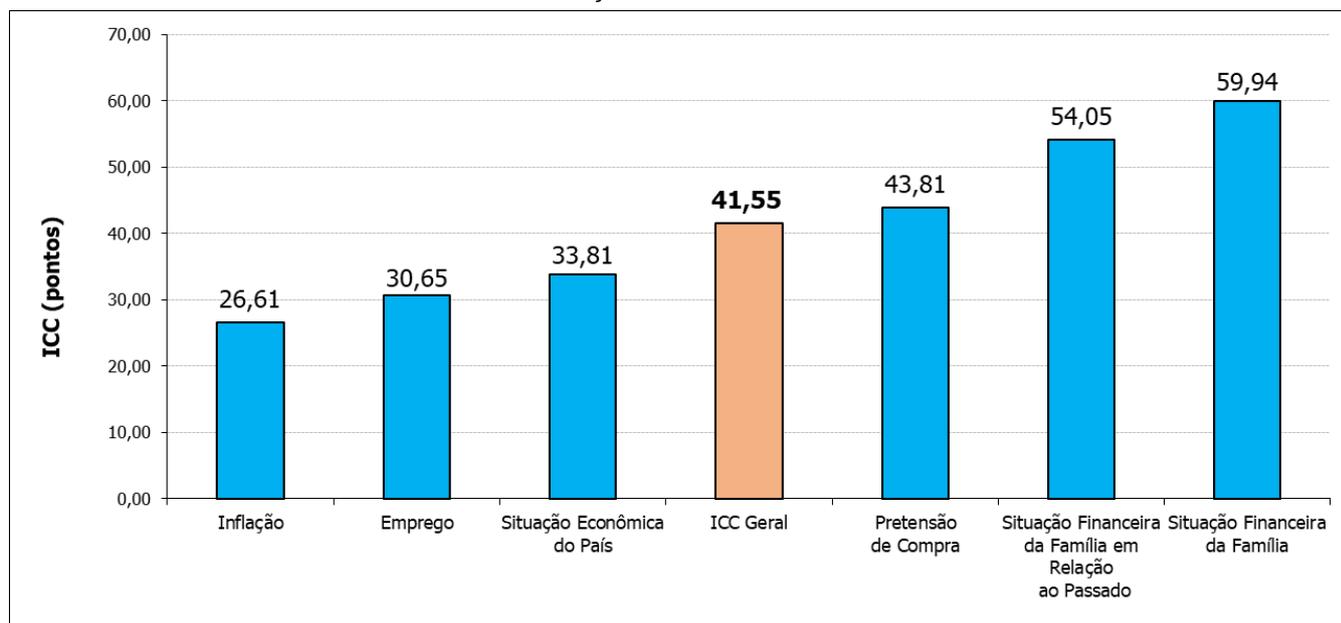
Foram entrevistados 210 consumidores que compram, com frequência, em BH. Esta amostra contempla margem de erro de 1,56 pontos no valor do **índice geral**.

As pesquisas foram realizadas de forma presencial.

O **Índice de Confiança do Consumidor** referente ao mês de março, resultado das entrevistas realizadas entre os dias 06/03/2023 e 17/03/2023, **caiu para 41,55** pontos (GRAF. 1), apresentando uma **queda** de 0,72% (TAB. 1) na comparação com o mês de fevereiro de 2023.

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)*, março/2023



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

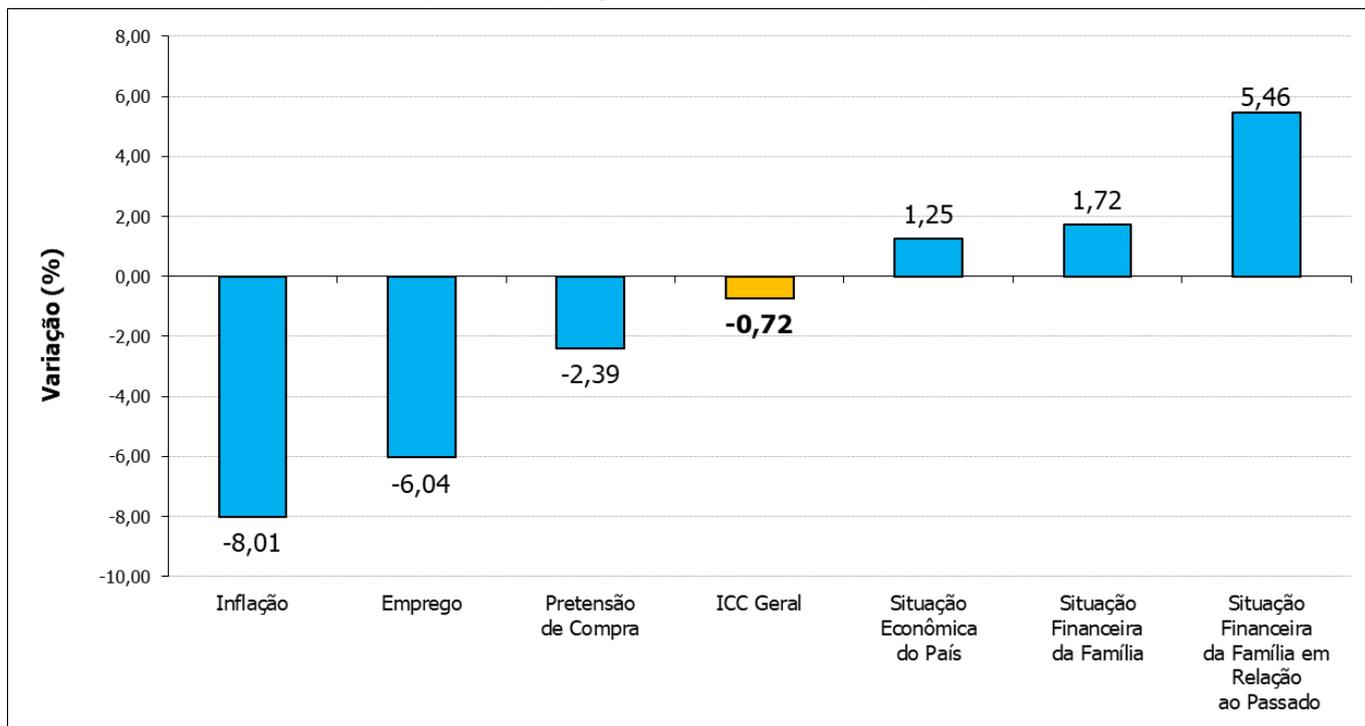
Tabela 1: Belo Horizonte, *Evolução do Índice de Confiança do Consumidor (ICC)*, março/2023

Índice de Confiança do Consumidor – ICCBH	Base Fixa Maio/2004=100	Variação do ICCBH (%)		
		Mês	Ano	12 meses
ICC – Índice Geral	108,30	-0,72	-5,12	22,45
IEE (Índice de Expectativa Econômica)	132,00	-4,02	-12,03	51,57
Situação Econômica do País	107,68	1,25	-9,84	62,38
Inflação	82,24	-8,01	-13,19	38,88
Emprego	235,44	-6,04	-13,32	50,99
IEF (Índice de Expectativa Financeira)	112,88	1,61	0,15	8,40
Situação Financeira da Família	120,51	1,72	1,10	7,35
Situação Financeira da Família em Relação ao Passado	122,01	5,46	-0,65	10,58
Pretensão de Compra	77,79	-2,39	-1,87	9,56

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

O **Índice de Expectativa Econômica (IEE)** apresentou **queda** de 4,02% em comparação com o valor do mês anterior, influenciado pela queda na percepção dos consumidores sobre o item *Inflação*. O **Índice de Expectativa Financeira (IEF)** apresentou **alta** em comparação com o mês de fevereiro, 1,61%, sendo o item *Situação Financeira da Família em Relação ao Passado* o que apresentou a maior alta do setor (5,46%) (GRAF. 2 e TAB. 1).

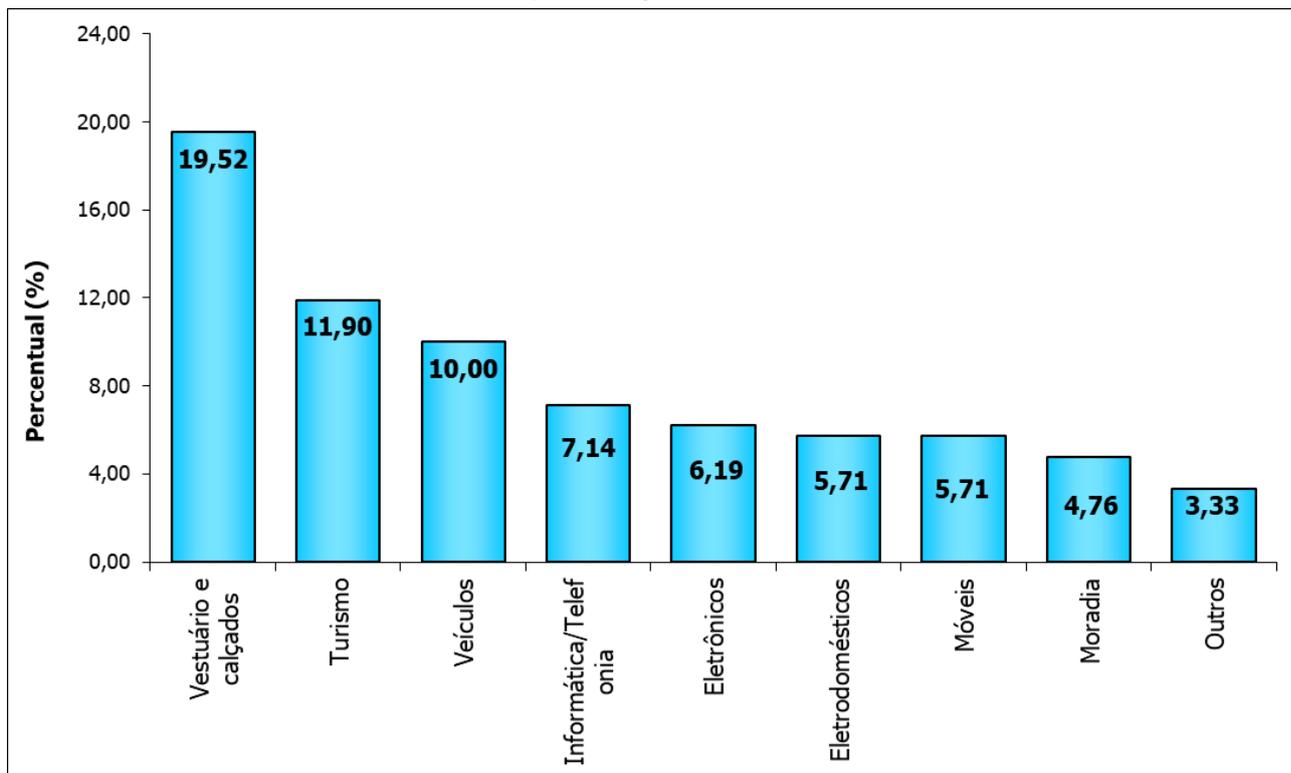
Gráfico 2: Belo Horizonte, Variação Percentual do **Índice de Confiança do Consumidor** e de seus *Itens Componentes* (março - 2023 / fevereiro - 2023)



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

O item **Inflação** registrou a maior queda com 8,01%. A **Situação Financeira da Família em Relação ao Passado** registrou a maior alta em relação ao mês anterior (5,46%). Dentre os consumidores que pretendem adquirir bens e serviços nos próximos três meses, os maiores destaques foram: Vestuário e calçados (19,52%) e Turismo (11,90%) (GRAF. 3).

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



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

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

Mulheres	Homens
74,31% pretendem comprar	74,25% pretendem comprar
Itens mais citados	
1º) Vestuário e Calçados = 19,27%	1º) Vestuário e Calçados = 19,80%
2º) Turismo = 10,09%	2º) Turismo = 13,86%
3º) Veículos = 10,09%	3º) Veículos = 9,90%
4º) Informática/Telefonia = 9,17%	4º) Eletrônicos = 8,91%
5º) Móveis = 7,34%	5º) Informática/Telefonia = 4,95%

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.