

Índice de Confiança do Consumidor de Belo Horizonte - ICC

Abril 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.

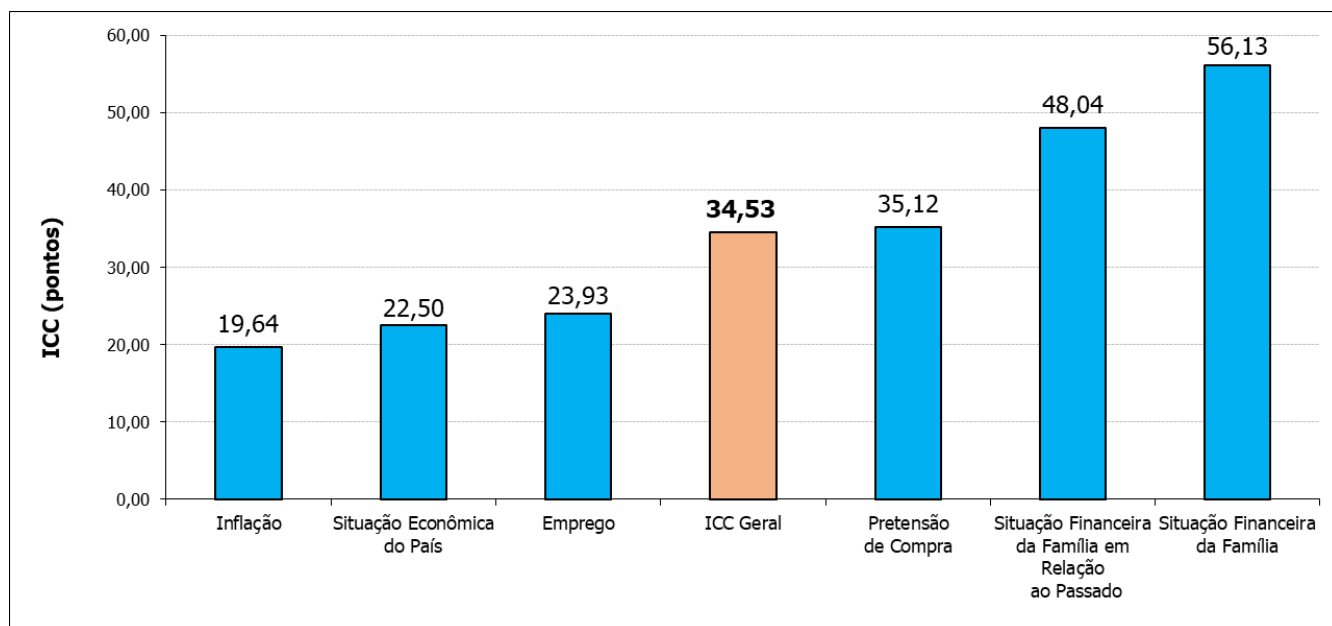
Foram entrevistados 210 consumidores que compram, com frequência, em BH. Esta amostra contempla margem de erro de 1,56 pontos no valor do **índice geral**.

As pesquisas foram realizadas de forma presencial, por meio de telefone e de ferramenta online.

O **Índice de Confiança do Consumidor** referente ao mês de abril, resultado das entrevistas realizadas entre os dias 04/04/2022 e 22/04/2022, **subiu para 34,53 pontos** (GRAF. 1), apresentando uma **alta de 1,75%** (TAB. 1) na comparação com o mês de março 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)*,
abril/2022



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

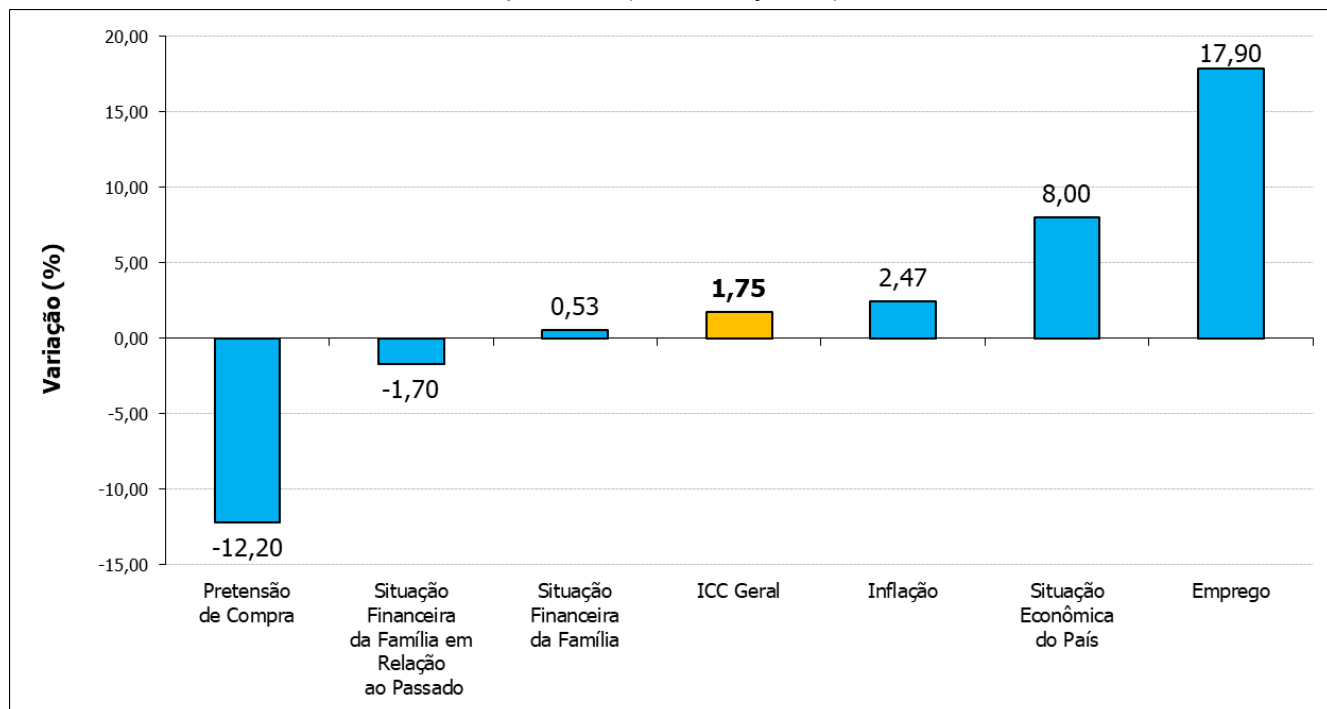
Tabela 1: Belo Horizonte, *Evolução do Índice de Confiança do Consumidor (ICC)*,
abril/2022

| Índice de Confiança do Consumidor – ICCBH | Base Fixa Maio/2004=100 | Variação do ICCBH (%) | | |
|--|----------------------------|-----------------------|--------------|-------------|
| | | Mês | Ano | 12 meses |
| ICC – Índice Geral | 89,99 | 1,75 | -0,99 | 4,13 |
| IEE (Índice de Expectativa Econômica) | 96,03 | 10,26 | 4,32 | 3,27 |
| Situação Econômica do País | 71,62 | 8,00 | 0,02 | 1,60 |
| Inflação | 60,68 | 2,47 | 4,09 | -16,12 |
| Emprego | 183,84 | 17,90 | 8,39 | 22,49 |
| IEF (Índice de Expectativa Financeira) | 101,69 | -2,35 | -3,66 | 4,62 |
| Situação Financeira da Família | 112,85 | 0,53 | -0,75 | 1,66 |
| Situação Financeira da Família em Relação ao Passado | 108,46 | -1,70 | -6,15 | 6,27 |
| Pretensão de Compra | 62,34 | -12,20 | -10,61 | 14,84 |

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

O **Índice de Expectativa Econômica (IEE)** apresentou **alta** de 10,26% em comparação com o valor do mês anterior, influenciado pelo aumento na percepção dos consumidores sobre o item *Emprego*. Em contrapartida, o **Índice de Expectativa Financeira (IEF)**, apresentou **queda** em comparação com o mês de março, 2,35%, sendo o item *Pretensão de Compra* o que apresentou a maior queda do setor (12,20%) (GRAF. 2 e TAB. 1).

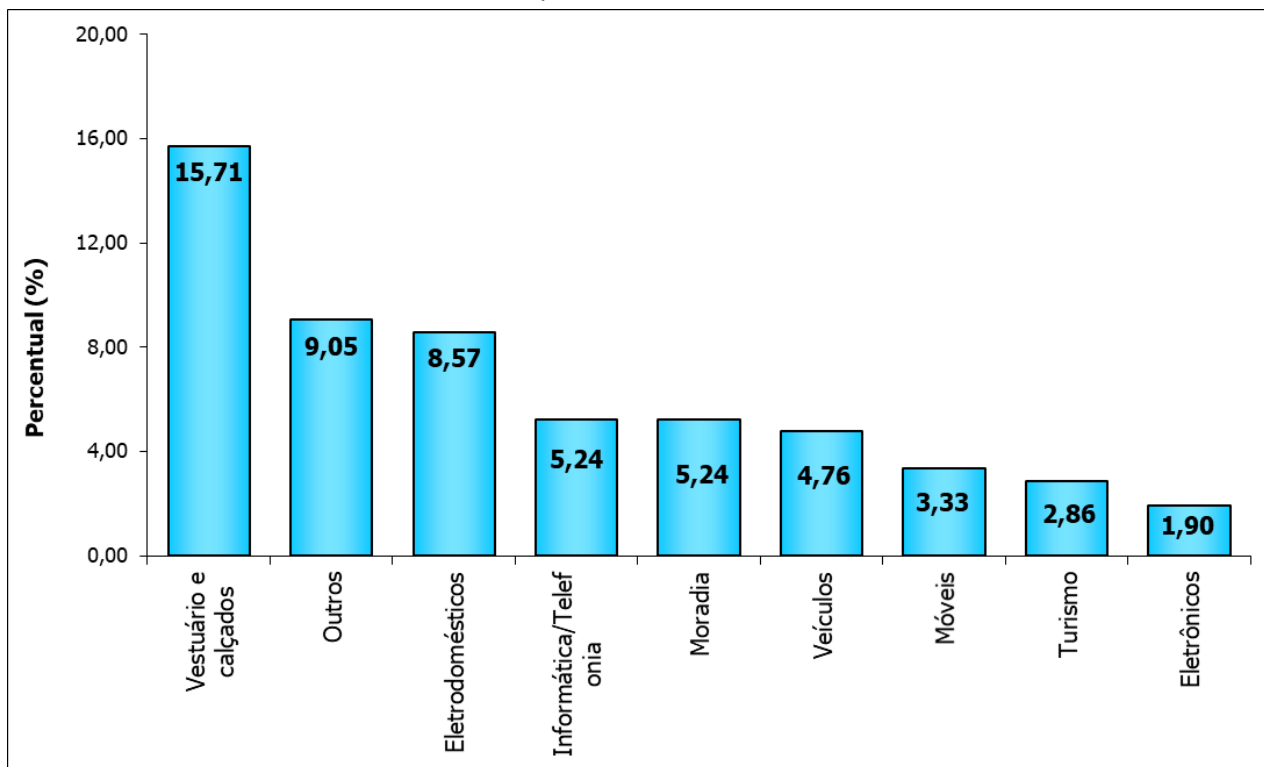
Gráfico 2: Belo Horizonte, Variação Percentual do **Índice de Confiança do Consumidor** e de seus *Itens Componentes* (abril / março - 22)



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

O item **Emprego** apresentou a maior alta com 17,90%. A **Pretensão de Compra** registrou a maior queda em relação ao mês anterior (12,20%). Dentre os consumidores que pretendem adquirir bens e serviços nos próximos três meses, os maiores destaques foram: Vestuário e calçados (15,71%), Outros (9,05%) e Eletrodomésticos (8,57%) (GRAF. 3).

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



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

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

| Mulheres | Homens |
|-----------------------------------|----------------------------------|
| 64,55% pretendem comprar | 48,00% pretendem comprar |
| Itens mais citados | |
| 1º) Vestuário e Calçados = 21,82% | 1º) Outros = 10,00% |
| 2º) Eletrodomésticos = 10,91% | 2º) Vestuário e Calçados = 9,00% |
| 3º) Outros = 8,18% | 3º) Veículos = 7,00% |
| 4º) Informática/Telefonia = 7,27% | 4º) Eletrodomésticos = 6,00% |
| 5º) Moradia = 5,45% | 5º) Moradia = 5,00% |

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.