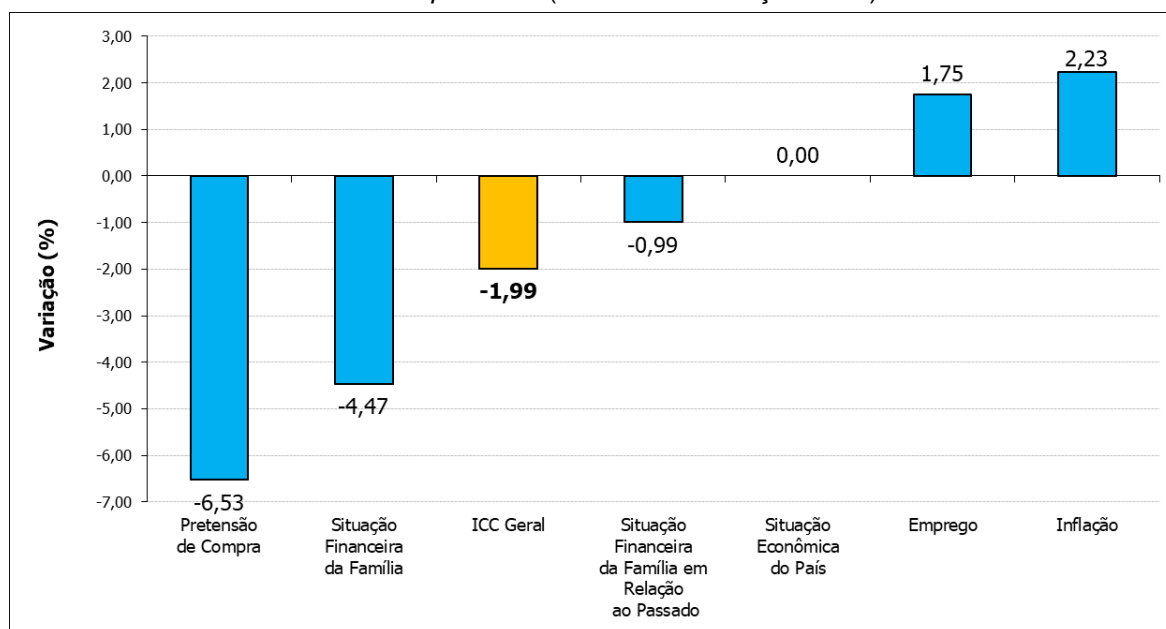


### Índice de Confiança do Consumidor de BH cai em abril

A queda foi puxada pela redução na pretensão de compra da população. Percepção com inflação e emprego melhoraram.

O índice de confiança do consumidor de Belo Horizonte (ICC-BH) calculado pela Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas, Administrativas e Contábeis de Minas Gerais (Ipead) apresentou redução de 1,99% em comparação com o mês anterior e atingiu 40,72 pontos em uma escala que vai de zero a cem. Entre os fatores que explicam essa variação negativa, o principal responsável foi a queda na pretensão de compra dos entrevistados que caiu 6,53% em comparação com março, como pode ser visto no Gráfico 1 abaixo. No ano de 2023, o ICC-BH acumula queda de 7,01%.

**Gráfico 1:** Belo Horizonte, Variação Percentual do **Índice de Confiança do Consumidor** e de seus *Itens Componentes* (abril - 2023 / março - 2023)



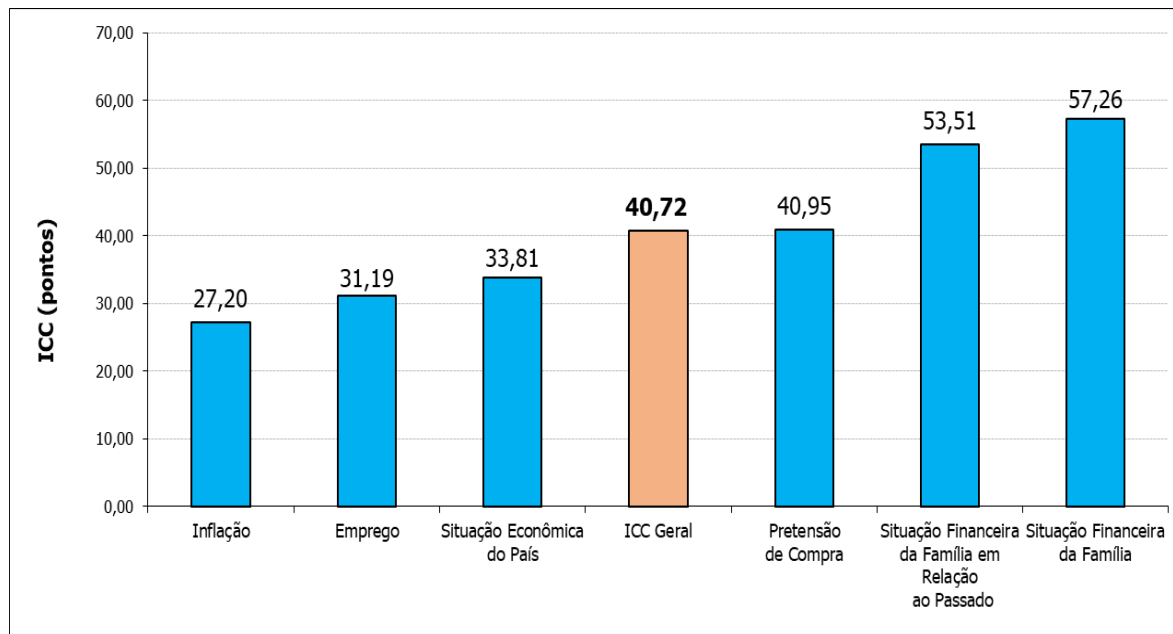
FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

O ICC também capta a percepção da população quanto à economia do país. Como mostra o Gráfico 1, houve melhora da percepção em relação ao emprego (1,75%) e a inflação (2,23%), ou seja, a população espera uma melhora no mercado de trabalho e uma inflação mais controlada. Por outro lado, a percepção quanto à situação financeira da família piorou (-4,47%). Essa piora pode indicar um impacto do endividamento e dos juros altos nas finanças familiares.

Apesar da melhora, a percepção da população em relação ao emprego e à inflação ainda está longe de atingir os 50 pontos que marcam a virada entre pessimismo e otimismo no ICC. Como mostra o Gráfico 2 abaixo, a percepção com a inflação está em 27,20 pontos e com o emprego em 31,19 pontos. A situação financeira da família atual e em relação ao passado estão em patamar superior a

50 pontos, mas foram exatamente estes itens que apresentaram queda neste mês de abril. Ou seja, a situação financeira das famílias ainda não é confortável.

**Gráfico 2:** Belo Horizonte, *Itens Componentes do Índice de Confiança do Consumidor (ICC)*, abril/2023



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

A melhora da percepção da população com a inflação e o emprego foram as responsáveis pelo crescimento de 1,23% em abril ante março no **Índice de Expectativa Econômica (IEE)** que compõe o ICC, conforme mostra a Tabela 1 abaixo. Já o **Índice de Expectativa Financeira (IEF)** que também compõe o ICC e indica a percepção geral com a situação financeira da família apresentou **queda** em comparação com o mês de março de 4,17%. No acumulado do ano, a percepção captada por esses dois índices apresentou queda de 10,95% e 4,03%, respectivamente.

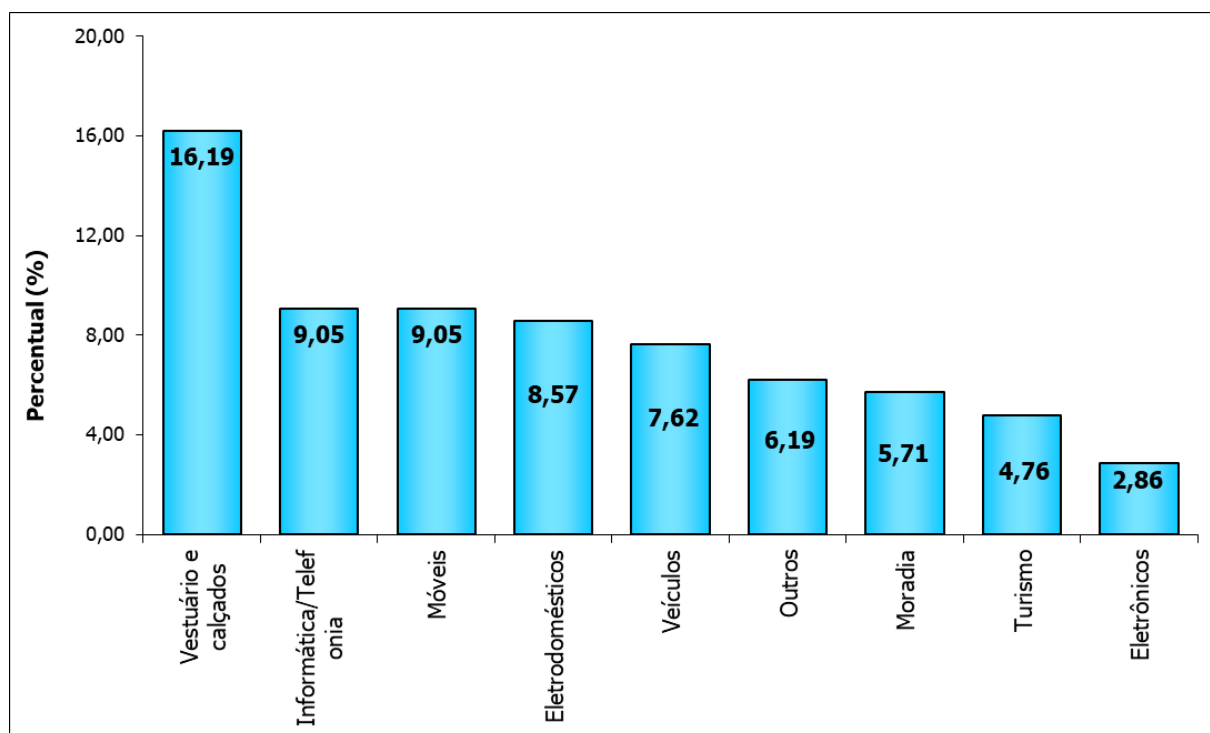
**Tabela 1:** Belo Horizonte, Evolução do **Índice de Confiança do Consumidor (ICC)**, abril/2023

Índice de Confiança do Consumidor – ICCBH	Variação do ICCBH (%)		
	Mês	Ano	12 meses
<b>ICC – Índice Geral</b>	<b>-1,99</b>	<b>-7,01</b>	<b>17,95</b>
<b>IEE (Índice de Expectativa Econômica)</b>	<b>1,23</b>	<b>-10,95</b>	<b>39,15</b>
Situação Econômica do País	0,00	-9,84	50,35
Inflação	2,23	-11,25	38,56
Emprego	1,75	-11,81	30,31
<b>IEF (Índice de Expectativa Financeira)</b>	<b>-4,17</b>	<b>-4,03</b>	<b>6,37</b>
Situação Financeira da Família	-4,47	-3,42	2,01
Situação Financeira da Família em Relação ao Passado	-0,99	-1,64	11,37
Pretensão de Compra	-6,53	-8,28	16,64

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

A pesquisa realizada pelo Ipead também traz informações sobre os grupos de bens e serviços que os consumidores, homens e mulheres, pretendem adquirir nos próximos três meses. Conforme mostra o Gráfico 3 abaixo, no conjunto, Vestuário e Calçados é o grupo com maior pretensão de compra (16,19%). Em seguida estão Informática/Telefonia (9,05%) e Móveis (9,05%). Gastos com Turismo e Eletrônicos são os que apresentam menores índices de pretensão de compra. Ou seja, os planos de consumo da população ainda se concentram principalmente em itens essenciais como vestuário e calçados.

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



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

A pesquisa também mostra que a parcela de mulheres que apresenta pretensão de compra nos próximos meses é consideravelmente maior que a parcela dos homens, respectivamente, 75,22% e 64,35%. Como mostra a tabela 2 abaixo, os itens mais citados pelas mulheres entrevistadas são Vestuário e Calçados e Eletrodomésticos. Já os homens apresentam maiores pretensão de compra de Móveis e Veículos.

**Tabela 2:** Pretensão de compra por sexo, itens mais citados, Belo Horizonte, abril/2023

Mulheres	Homens
1º) Vestuário e Calçados = 24,77%	1º) Móveis = 10,89%
2º) Eletrodomésticos = 10,09%	2º) Veículos = 9,90%
3º) Informática/Telefonia = 8,26%	3º) Informática/Telefonia = 9,90%
4º) Moradia = 8,26%	4º) Outros = 8,91%
5º) Móveis = 7,34%	5º) Vestuário e Calçados = 6,93%

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

### Como o Índice de Confiança do Consumidor de BH é calculado?

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.

São entrevistados 210 consumidores que compram, com frequência, em BH. O **ICC-BH** referente ao mês de abril, resultado das entrevistas realizadas entre os dias 05/04/2023 e 18/04/2023. Esta amostra contempla margem de erro de 1,56 pontos no valor do **índice geral**. **As pesquisas foram realizadas de forma presencial.**

---

<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.