

Índice de Confiança do Consumidor de Belo Horizonte - ICC

Setembro de 2021

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.

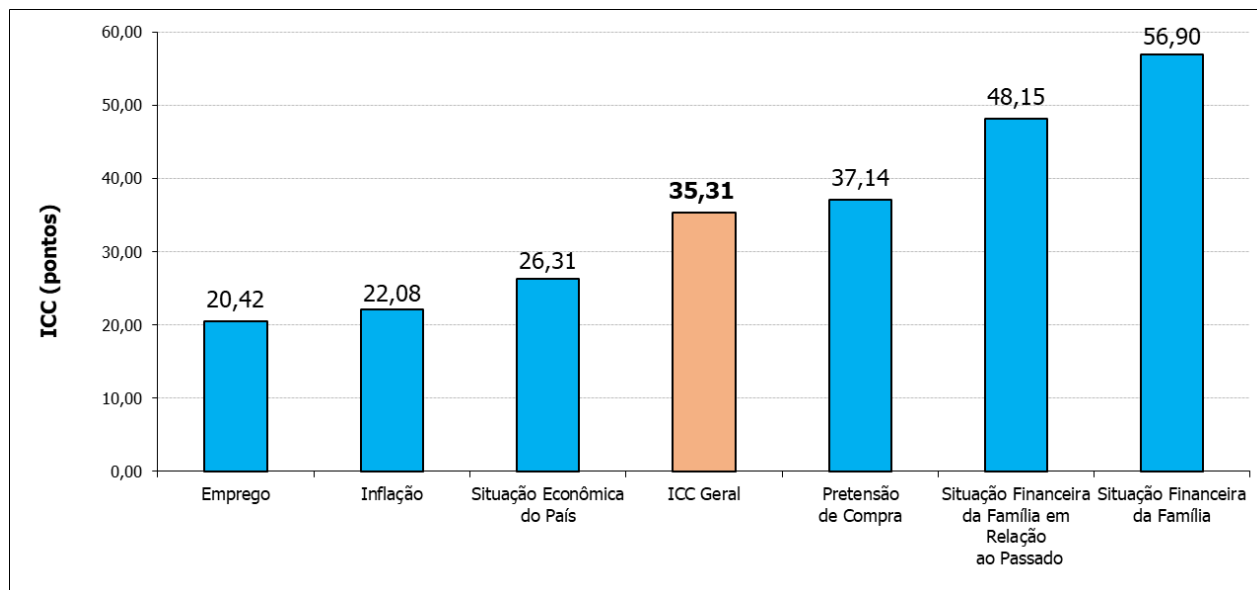
Foram entrevistados 210 consumidores que compram, com frequência, em BH. Esta amostra contempla margem de erro de 1,56 pontos no valor do **índice geral**.

As pesquisas foram realizadas por meio de telefone e de ferramenta on-line.

O **Índice de Confiança do Consumidor** referente ao mês de setembro, resultado das entrevistas realizadas entre os dias 01/09/2021 e 23/09/2021, **caiu para 35,31** pontos (GRAF. 1), apresentando uma **queda** de 5,14% (TAB. 1) na comparação com o mês de agosto.

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)*, setembro/2021



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

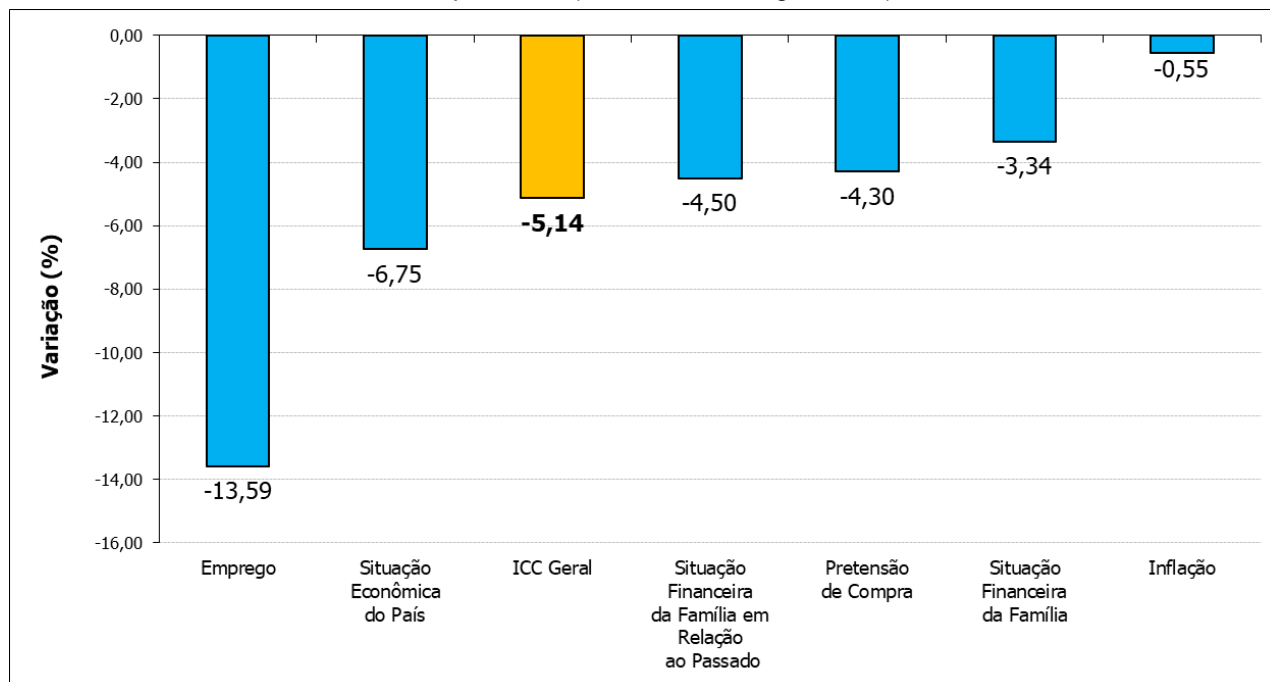
Tabela 1: Belo Horizonte, Evolução do Índice de Confiança do Consumidor (ICC), setembro/2021

Índice de Confiança do Consumidor – ICCBH	Base Fixa Maio/2004=100	Variação do ICCBH (%)		
		Mês	Ano	12 meses
ICC – Índice Geral	92,00	-5,14	-0,81	-3,14
IEE (Índice de Expectativa Econômica)	98,81	-7,63	-1,77	-10,82
Situação Econômica do País	83,74	-6,75	1,56	-5,80
Inflação	68,20	-0,55	-8,17	-13,92
Emprego	156,85	-13,59	0,04	-13,55
IEF (Índice de Expectativa Financeira)	103,63	-3,74	-0,20	1,71
Situação Financeira da Família	114,40	-3,34	0,01	-1,02
Situação Financeira da Família em Relação ao Passado	108,71	-4,50	-4,05	2,52
Pretensão de Compra	65,92	-4,30	3,64	11,81

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

O **Índice de Expectativa Econômica (IEE)** apresentou **queda** de 7,63% em comparação com o valor do mês anterior, influenciado pela piora na percepção dos consumidores sobre *Emprego* e *Situação econômica do país*. O **Índice de Expectativa Financeira (IEF)**, também apresentou queda em comparação com o mês de agosto, 3,74%, sendo o item *Situação financeira da família em relação ao passado* o que apresentou a maior retração (GRAF. 2 e TAB. 1).

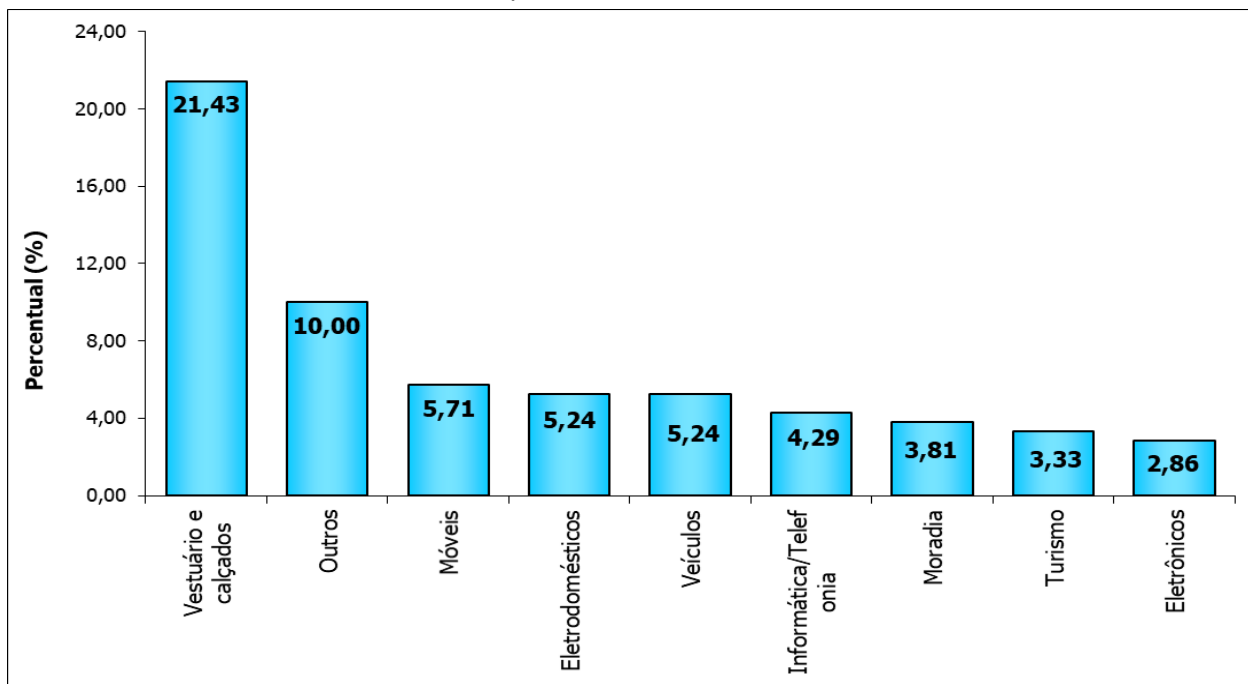
Gráfico 2: Belo Horizonte, Variação Percentual do **Índice de Confiança do Consumidor** e de seus *Itens Componentes* (setembro -21 / agosto -21)



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

O item **Emprego** registrou a queda mais expressiva em relação ao mês anterior (13,59%), seguido da **Situação econômica do país** com queda de 6,75%. A **pretensão de compras** apresentou recuo de 4,30%. Dentre os consumidores que pretendem adquirir bens e serviços nos próximos três meses, os maiores destaques foram: Vestuário e calçados (21,43%), Outros (10,00%) e Móveis (5,71%) (GRAF. 3).

Gráfico 3: Belo Horizonte, Distribuição Percentual dos Grupos de Produtos que a Família Pretende Comprar, setembro/2021



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

Tabela 2: Belo Horizonte, Pretensão de Compra, estratificada por Sexo, setembro/2021

Mulheres	Homens
57,79% pretendem comprar	66,33% pretendem comprar
Itens mais citados	
1º) Vestuário e Calçados = 21,10%	1º) Vestuário e Calçados = 21,78%
2º) Outros = 12,84%	2º) Veículos = 7,92%
3º) Móveis = 5,50%	3º) Outros = 6,93%
4º) Informática/Telefonia = 4,59%	4º) Eletrodomésticos = 6,93%
5º) Eletrodomésticos = 3,67%	5º) Móveis = 5,94%

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.