

Índice de Confiança do Consumidor de Belo Horizonte - ICC

Outubro 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.

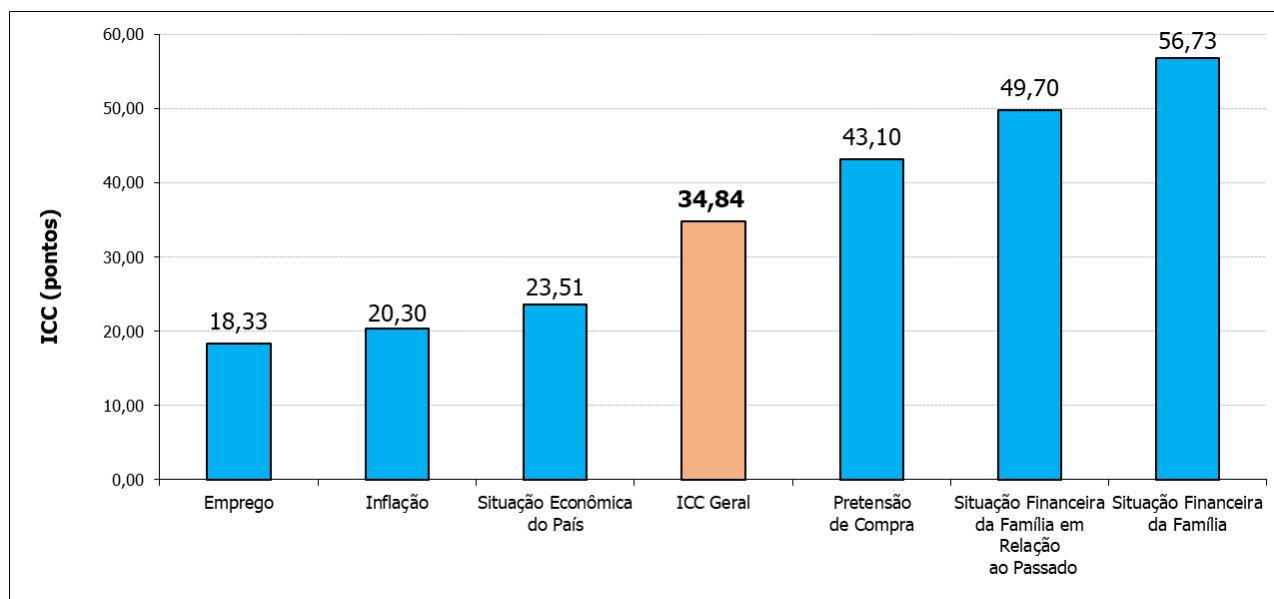
Foram entrevistados 210 consumidores que compram, com frequência, em BH. Esta amostra contempla margem de erro de 1,56 pontos no valor do **índice geral**.

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

O **Índice de Confiança do Consumidor** referente ao mês de outubro, resultado das entrevistas realizadas entre os dias 08/10/2021 e 25/10/2021, **caiu para 34,84** pontos (GRAF. 1), apresentando uma **queda** de 1,32% (TAB. 1) na comparação com o mês de setembro.

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)*, outubro/2021



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

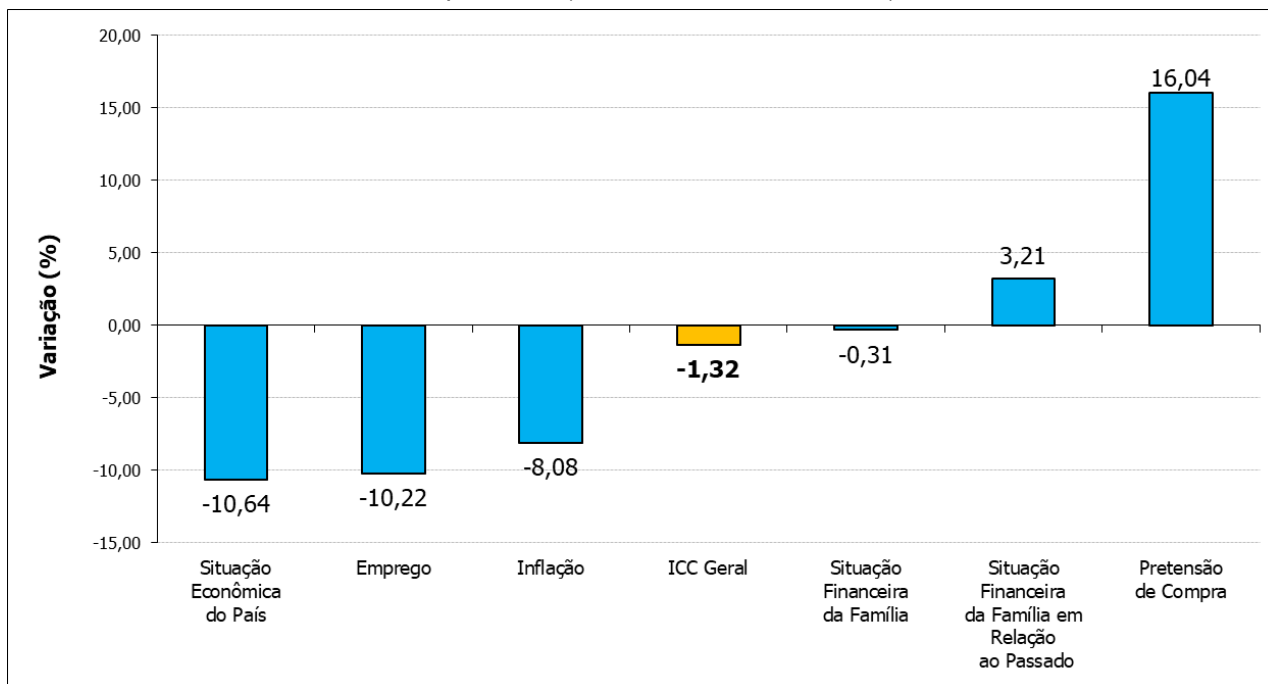
Tabela 1: Belo Horizonte, Evolução do Índice de Confiança do Consumidor (ICC), outubro/2021

Índice de Confiança do Consumidor – ICCBH	Base Fixa Maio/2004=100	Variação do ICCBH (%)		
		Mês	Ano	12 meses
ICC – Índice Geral	90,78	-1,32	-2,12	-4,46
IEE (Índice de Expectativa Econômica)	89,14	-9,79	-11,39	-19,27
Situação Econômica do País	74,83	-10,64	-9,25	-18,78
Inflação	62,69	-8,08	-15,59	-14,96
Emprego	140,81	-10,22	-10,19	-23,16
IEF (Índice de Expectativa Financeira)	107,05	3,29	3,08	4,80
Situação Financeira da Família	114,05	-0,31	-0,30	2,27
Situação Financeira da Família em Relação ao Passado	112,20	3,21	-0,97	2,95
Pretensão de Compra	76,50	16,04	20,26	15,65

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

O **Índice de Expectativa Econômica (IEE)** apresentou queda de 9,79% em comparação com o valor do mês anterior, influenciado pela piora na percepção dos consumidores sobre todos os itens, principalmente, sobre a *Situação econômica do país* e o *Emprego*. Em contrapartida, O **Índice de Expectativa Financeira (IEF)**, apresentou alta em comparação com o mês de setembro, 3,29%, sendo o item *Pretensão de compra* o que apresentou a maior elevação (GRAF. 2 e TAB. 1).

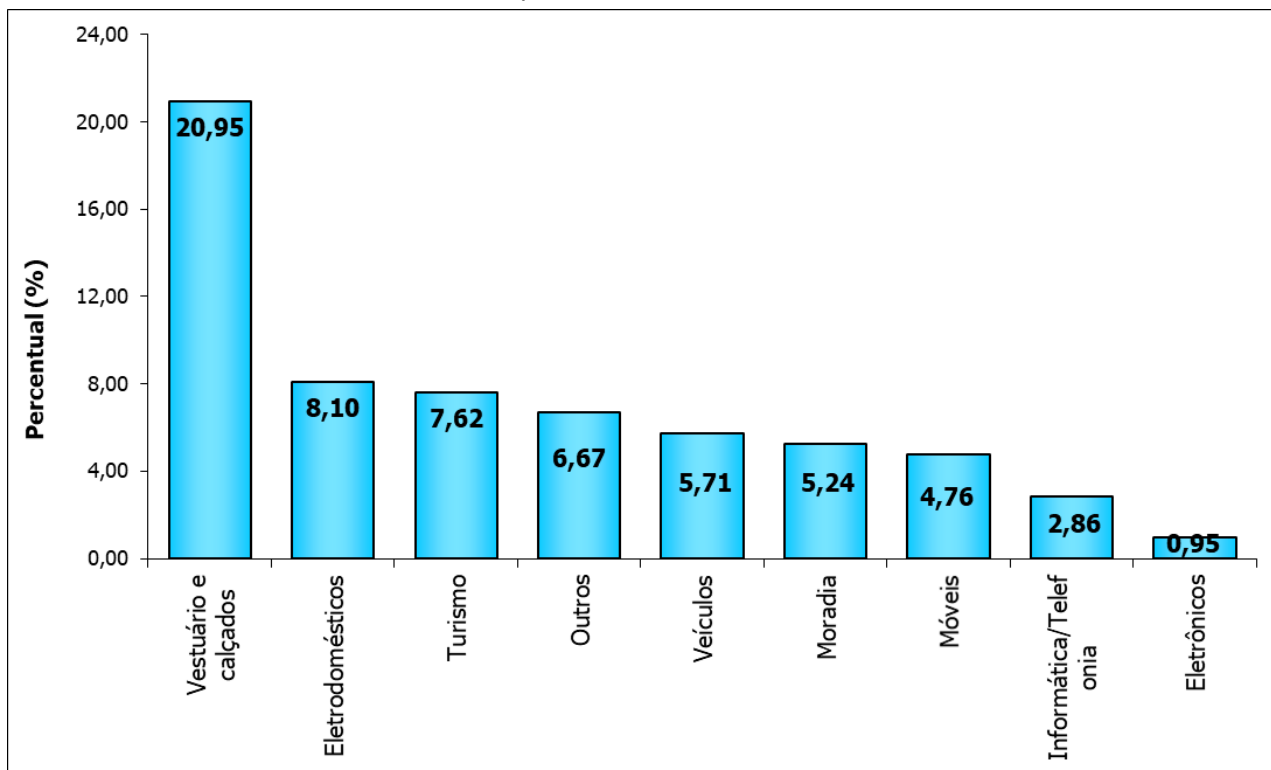
Gráfico 2: Belo Horizonte, Variação Percentual do **Índice de Confiança do Consumidor** e de seus *Itens Componentes* (outubro -21 / setembro -21)



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

O item **Situação econômica do país** registrou a maior queda em relação ao mês anterior (10,64%), seguido do **Emprego** com queda de 10,22%. A **pretensão de compras** apresentou expressiva alta de 16,04%. Dentre os consumidores que pretendem adquirir bens e serviços nos próximos três meses, os maiores destaques foram: Vestuário e calçados (20,95%), Eletrodomésticos (8,10%) e Turismo (7,62%) (GRAF. 3).

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



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

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

Mulheres	Homens
57,27% pretendem comprar	69,00% pretendem comprar
Itens mais citados	
1º) Vestuário e Calçados = 26,36%	1º) Vestuário e Calçados = 15,00%
2º) Outros = 5,45%	2º) Eletrodomésticos = 11,00%
3º) Eletrodomésticos = 5,45%	3º) Turismo = 10,00%
4º) Turismo = 5,45%	4º) Veículos = 8,00%
5º) Móveis = 3,64%	5º) Outros = 8,00%

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.