

Índice de Confiança do Consumidor de Belo Horizonte - ICC

Novembro 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.

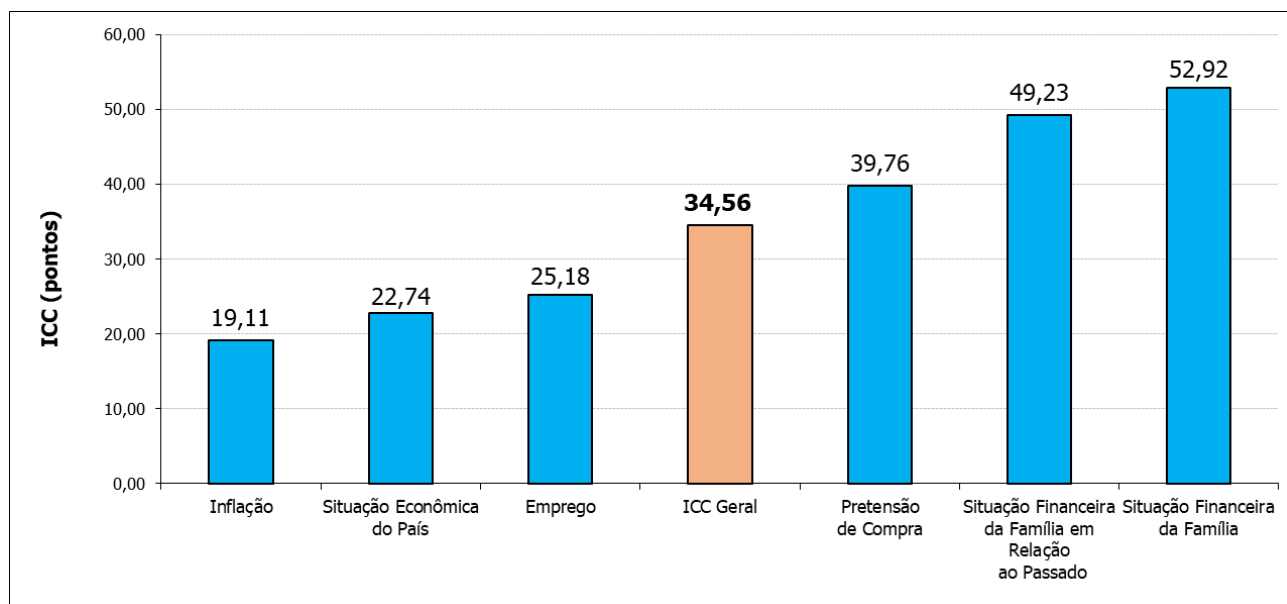
Foram entrevistados 210 consumidores que compram, com frequência, em BH. Esta amostra contempla margem de erro de 1,56 pontos no valor do **índice geral**.

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

O **Índice de Confiança do Consumidor** referente ao mês de novembro, resultado das entrevistas realizadas entre os dias 08/11/2021 e 26/11/2021, **caiu para 34,56** pontos (GRAF. 1), apresentando uma **queda** de 0,79% (TAB. 1) na comparação com o mês de outubro.

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)*, novembro/2021



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

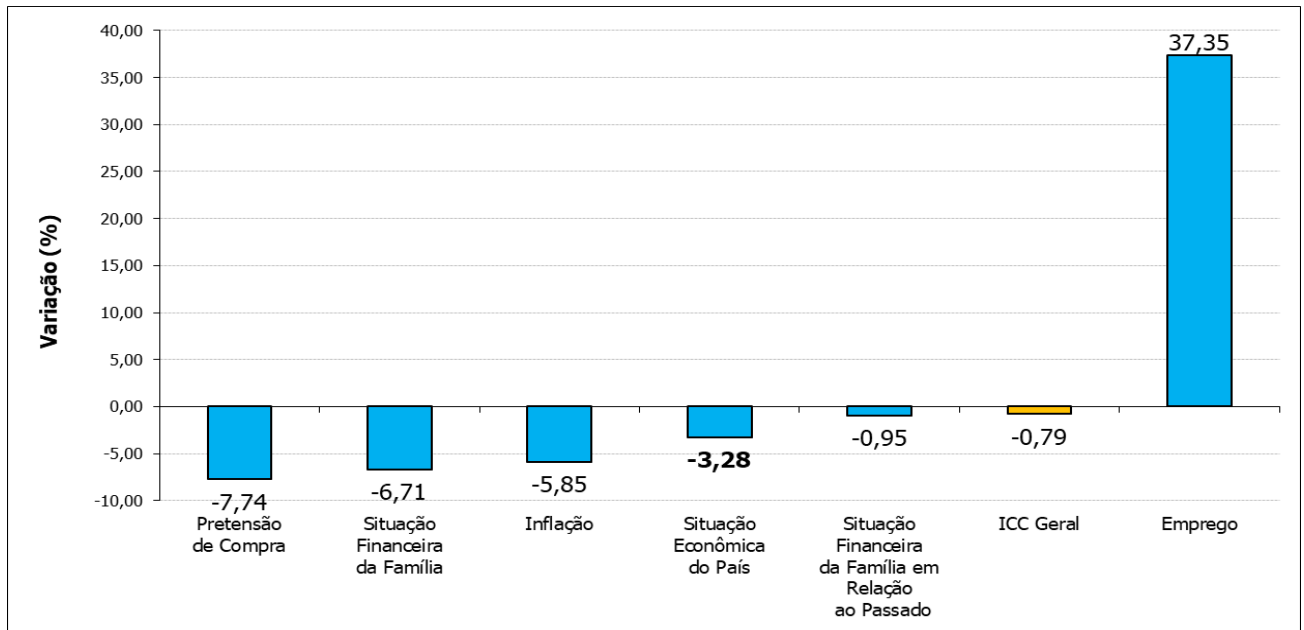
Tabela 1: Belo Horizonte, *Evolução do Índice de Confiança do Consumidor (ICC)*, novembro/2021

Índice de Confiança do Consumidor – ICCBH	Base Fixa Maio/2004=100	Variação do ICCBH (%)		
		Mês	Ano	12 meses
ICC – Índice Geral	90,07	-0,79	-2,90	-7,01
IEE (Índice de Expectativa Econômica)	97,78	9,69	-2,80	-13,07
Situação Econômica do País	72,37	-3,28	-12,23	-24,70
Inflação	59,02	-5,85	-20,53	-26,18
Emprego	193,40	37,35	23,35	11,95
IEF (Índice de Expectativa Financeira)	100,82	-5,81	-2,91	-3,22
Situação Financeira da Família	106,40	-6,71	-6,99	-8,34
Situação Financeira da Família em Relação ao Passado	111,13	-0,95	-1,91	0,23
Pretensão de Compra	70,58	-7,74	10,95	12,06

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

O **Índice de Expectativa Econômica (IEE)** apresentou **alta** de 9,69% em comparação com o valor do mês anterior, influenciado pela expressiva melhora na percepção dos consumidores sobre o item *Emprego*. Em contrapartida, O **Índice de Expectativa Financeira (IEF)**, apresentou queda em comparação com o mês de outubro, 5,81%, sendo o item *Pretensão de compra* o que apresentou a maior queda (GRAF. 2 e TAB. 1).

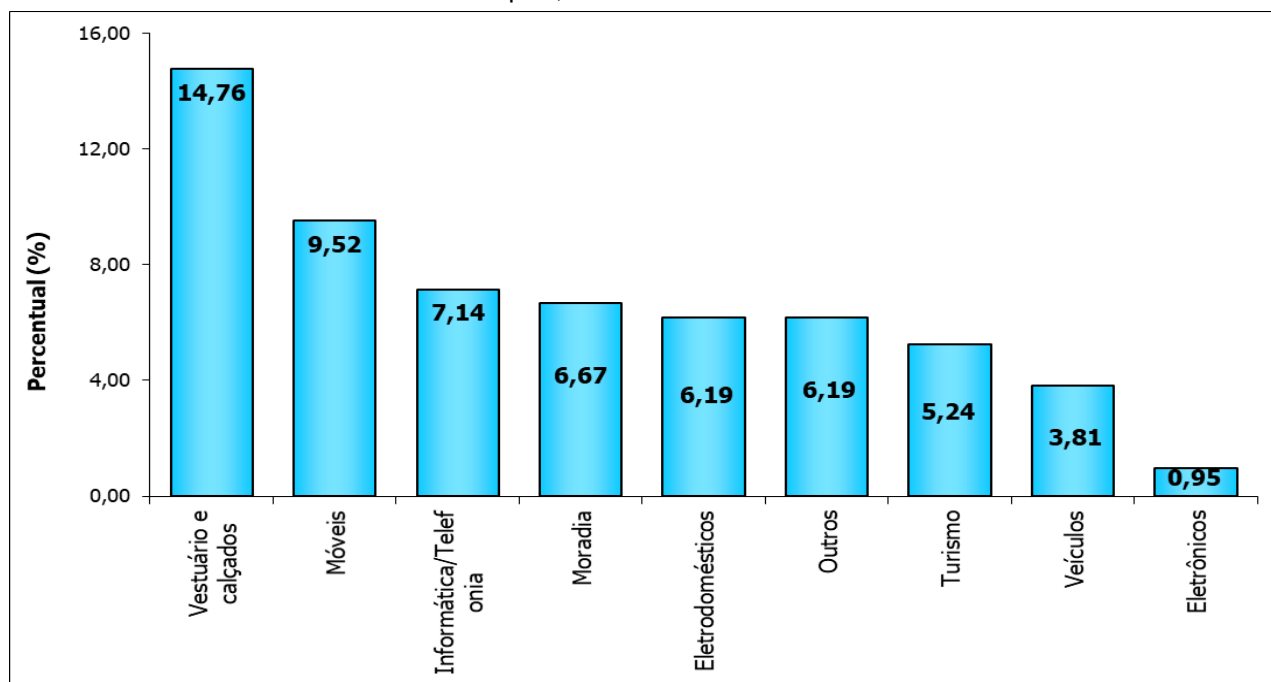
Gráfico 2: Belo Horizonte, Variação Percentual do **Índice de Confiança do Consumidor** e de seus *Itens Componentes* (novembro -21 / outubro -21)



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

O item **Pretensão de compra** registrou a maior queda em relação ao mês anterior (7,74%), seguido da **Situação financeira da Família** com queda de 6,71%. O **emprego** apresentou expressiva alta de 37,35%. Dentre os consumidores que pretendem adquirir bens e serviços nos próximos três meses, os maiores destaques foram: Vestuário e calçados (14,76%), Móveis (9,52%) e Informática/Telefonia (7,14%) (GRAF. 3).

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



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

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

Mulheres	Homens
66,05% pretendem comprar	54,45% pretendem comprar
Itens mais citados	
1º) Vestuário e Calçados = 20,18%	1º) Móveis = 10,89%
2º) Eletrodomésticos = 8,26%	2º) Vestuário e Calçados = 8,91%
3º) Móveis = 8,26%	3º) Outros = 8,91%
4º) Informática/Telefonia = 8,26%	4º) Moradia = 5,94%
5º) Moradia = 7,34%	5º) Informática/Telefonia = 5,94%

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.