

Índice de Confiança do Consumidor de Belo Horizonte - ICC

Novembro 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.

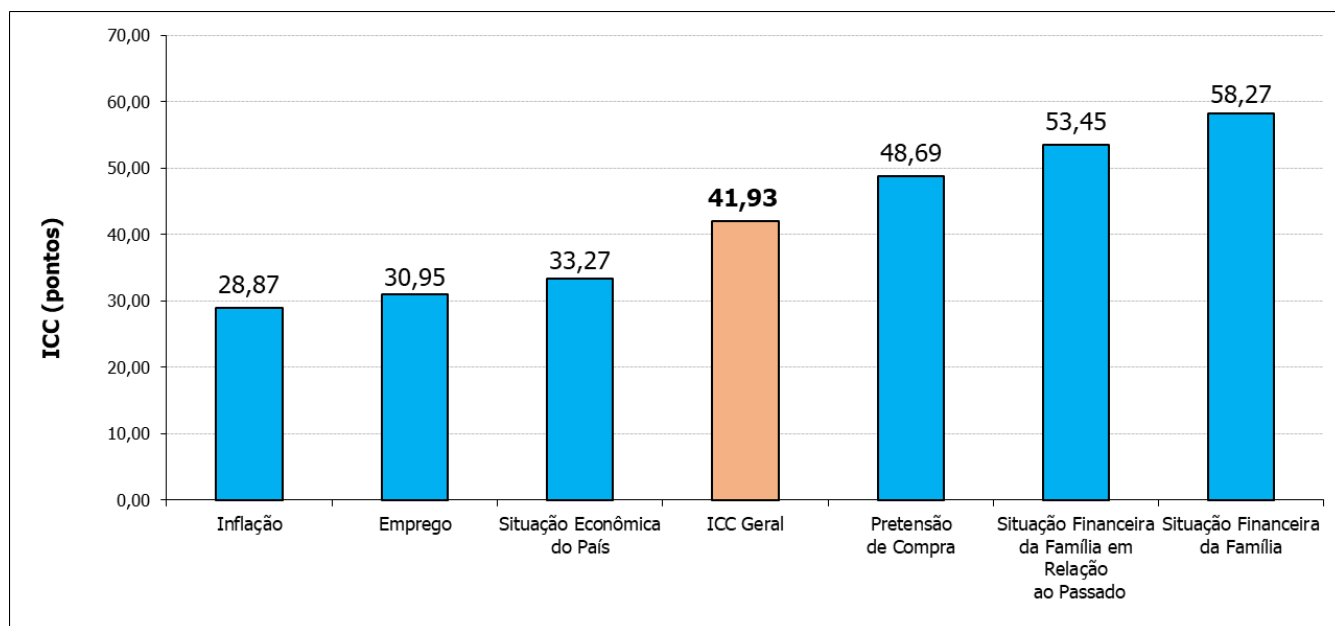
Foram entrevistados 210 consumidores que compram, com frequência, em BH. Esta amostra contempla margem de erro de 1,56 pontos no valor do **índice geral**.

As pesquisas foram realizadas de forma presencial.

O **Índice de Confiança do Consumidor** referente ao mês de novembro, resultado das entrevistas realizadas entre os dias 07/11/2022 e 22/11/2022, **aumentou** para **41,93** pontos (GRAF. 1), apresentando uma **alta** de 2,36% (TAB. 1) na comparação com o mês de outubro 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)*, novembro/2022



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

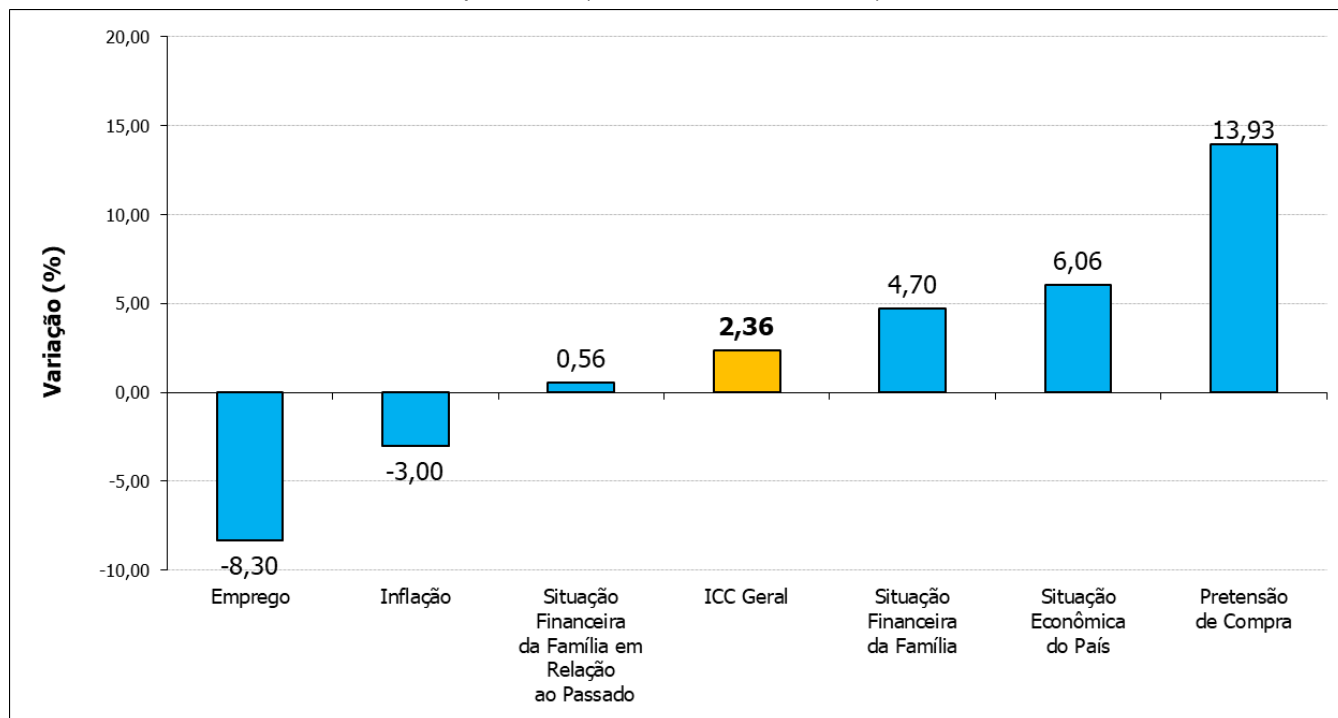
Tabela 1: Belo Horizonte, *Evolução do Índice de Confiança do Consumidor (ICC)*, novembro/2022

Índice de Confiança do Consumidor – ICCBH	Base Fixa Maio/2004=100	Variação do ICCBH (%)		
		Mês	Ano	12 meses
ICC – Índice Geral	109,29	2,36	20,25	21,35
IEE (Índice de Expectativa Econômica)	134,53	-2,15	46,14	37,58
Situação Econômica do País	105,97	6,06	47,98	46,43
Inflação	89,23	-3,00	53,07	51,17
Emprego	237,77	-8,30	40,19	22,94
IEF (Índice de Expectativa Financeira)	113,18	5,69	7,23	12,26
Situação Financeira da Família	117,15	4,70	3,03	10,10
Situação Financeira da Família em Relação ao Passado	120,67	0,56	4,41	8,58
Pretensão de Compra	86,47	13,93	23,99	22,52

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

O **Índice de Expectativa Econômica (IEE)** apresentou **queda** de 2,15% em comparação com o valor do mês anterior, influenciado pela queda na percepção dos consumidores sobre o item *Emprego*. O **Índice de Expectativa Financeira (IEF)** apresentou **alta** em comparação com o mês de outubro, 5,69%, sendo o item *Pretensão de Compra* o que apresentou a maior alta do setor (13,93%) (GRAF. 2 e TAB. 1).

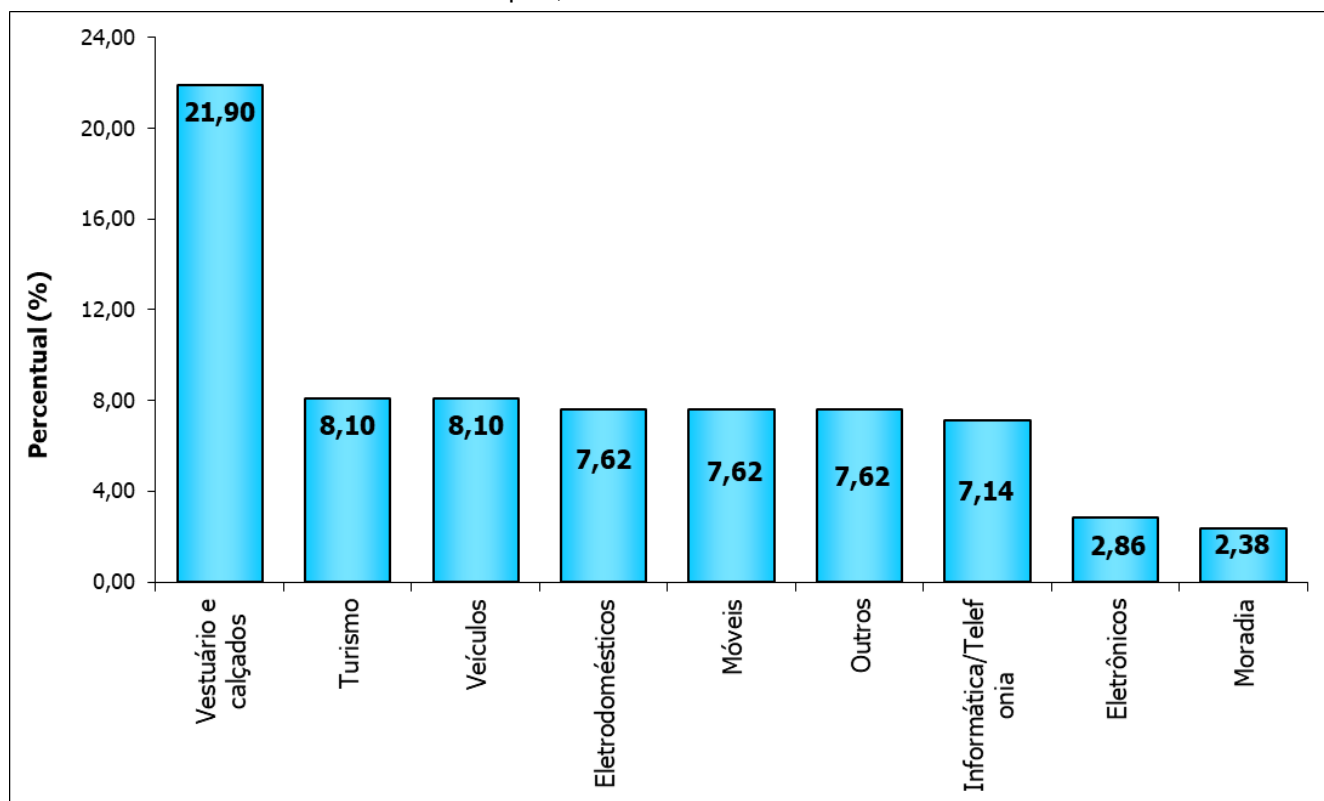
Gráfico 2: Belo Horizonte, Variação Percentual do **Índice de Confiança do Consumidor** e de seus *Itens Componentes* (novembro / outubro - 22)



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

O item **Emprego** registrou a maior queda com 8,30%. A **Pretensão de Compra** registrou a maior alta em relação ao mês anterior (13,93%). Dentre os consumidores que pretendem adquirir bens e serviços nos próximos três meses, os maiores destaques foram: Vestuário e calçados (21,90%), Turismo (8,10%) e Veículos (8,10%) (GRAF. 3).

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



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

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

Mulheres	Homens
71,56% pretendem comprar	75,24% pretendem comprar
Itens mais citados	
1º) Vestuário e Calçados = 29,36%	1º) Vestuário e Calçados = 13,86%
2º) Eletrodomésticos = 9,17%	2º) Veículos = 11,88%
3º) Móveis = 8,26%	3º) Turismo = 11,88%
4º) Outros = 6,42%	4º) Informática/Telefonia = 9,90%
5º) Turismo = 4,59%	5º) Outros = 8,91%

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.