

Índice de Confiança do Consumidor de Belo Horizonte - ICC

Dezembro 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.

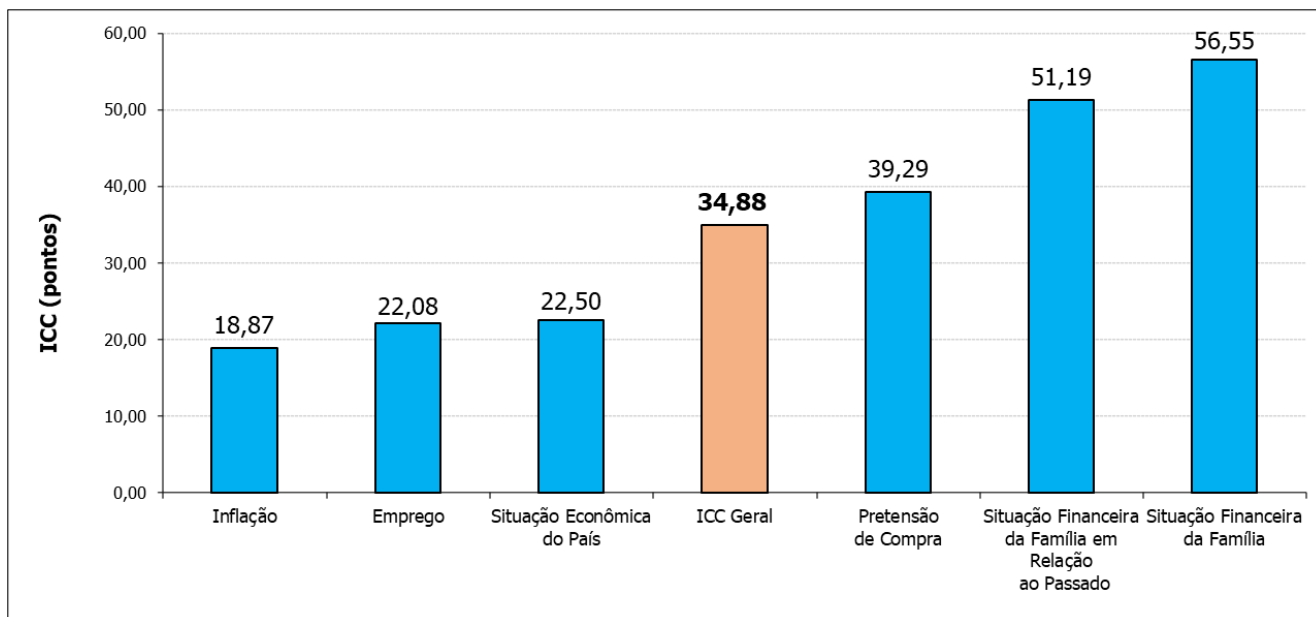
Foram entrevistados 210 consumidores que compram, com frequência, em BH. Esta amostra contempla margem de erro de 1,56 pontos no valor do **índice geral**.

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 dezembro, resultado das entrevistas realizadas entre os dias 09/12/2021 e 27/12/2021, **subiu para 34,88 pontos** (GRAF. 1), apresentando uma **alta de 0,92%** (TAB. 1) na comparação com o mês de novembro.

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)*, dezembro/2021



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

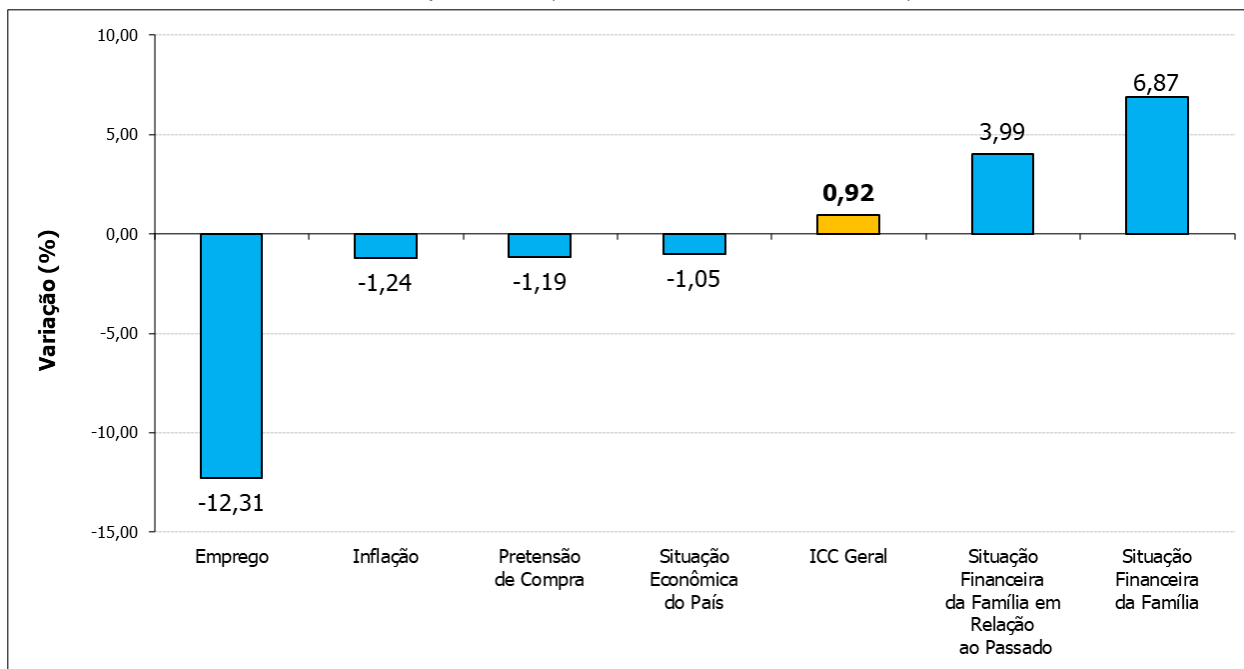
Tabela 1: Belo Horizonte, *Evolução do Índice de Confiança do Consumidor (ICC)*, dezembro/2021

Índice de Confiança do Consumidor – ICCBH	Base Fixa Maio/2004=100	Variação do ICCBH (%)		
		Mês	Ano	12 meses
ICC – Índice Geral	90,89	0,92	-2,01	-2,01
IEE (Índice de Expectativa Econômica)	92,05	-5,85	-8,49	-8,49
Situação Econômica do País	71,61	-1,05	-13,15	-13,15
Inflação	58,29	-1,24	-21,51	-21,51
Emprego	169,60	-12,31	8,17	8,17
IEF (Índice de Expectativa Financeira)	105,55	4,69	1,64	1,64
Situação Financeira da Família	113,71	6,87	-0,60	-0,60
Situação Financeira da Família em Relação ao Passado	115,57	3,99	2,01	2,01
Pretensão de Compra	69,74	-1,19	9,63	9,63

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

O **Índice de Expectativa Econômica (IEE)** apresentou **queda** de 5,85% em comparação com o valor do mês anterior, influenciado pela expressiva queda na percepção dos consumidores sobre o item *Emprego*. Em contrapartida, O **Índice de Expectativa Financeira (IEF)**, apresentou alta em comparação com o mês de novembro, 4,69%, sendo o item *Situação financeira da família* o que apresentou a maior alta (GRAF. 2 e TAB. 1).

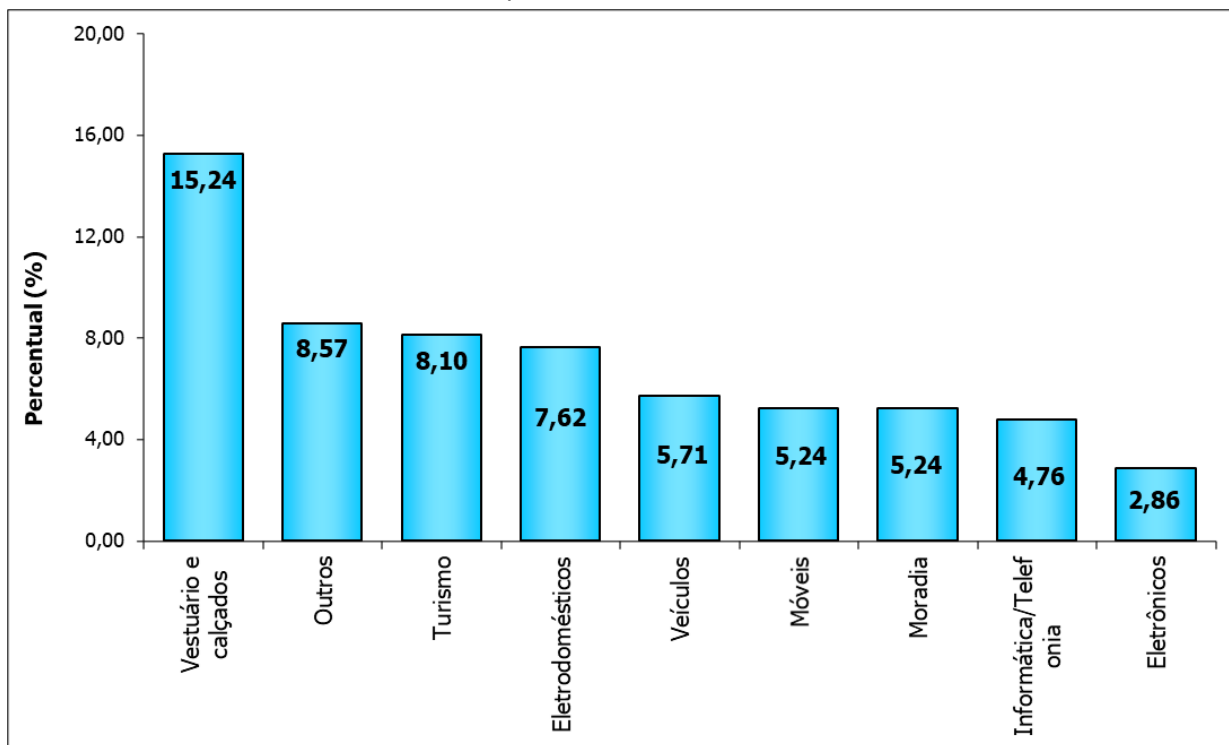
Gráfico 2: Belo Horizonte, Variação Percentual do **Índice de Confiança do Consumidor** e de seus *Itens Componentes* (dezembro -21 / novembro -21)



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

O item **Emprego** registrou a maior queda em relação ao mês anterior (12,31%). A **Situação financeira da família** apresentou a maior alta com 6,87%. Dentre os consumidores que pretendem adquirir bens e serviços nos próximos três meses, os maiores destaques foram: Vestuário e calçados (15,24%), Outros (8,57%) e Turismo (8,10%) (GRAF. 3).

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



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

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

Mulheres	Homens
66,97% pretendem comprar	59,40% pretendem comprar
Itens mais citados	
1º) Vestuário e Calçados = 18,35%	1º) Vestuário e Calçados = 11,88%
2º) Eletrodomésticos = 9,17%	2º) Outros = 8,91%
3º) Outros = 8,26%	3º) Turismo = 8,91%
4º) Informática/Telefonia = 7,34%	4º) Veículos = 6,93%
5º) Turismo = 7,34%	5º) Móveis = 5,94%

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.