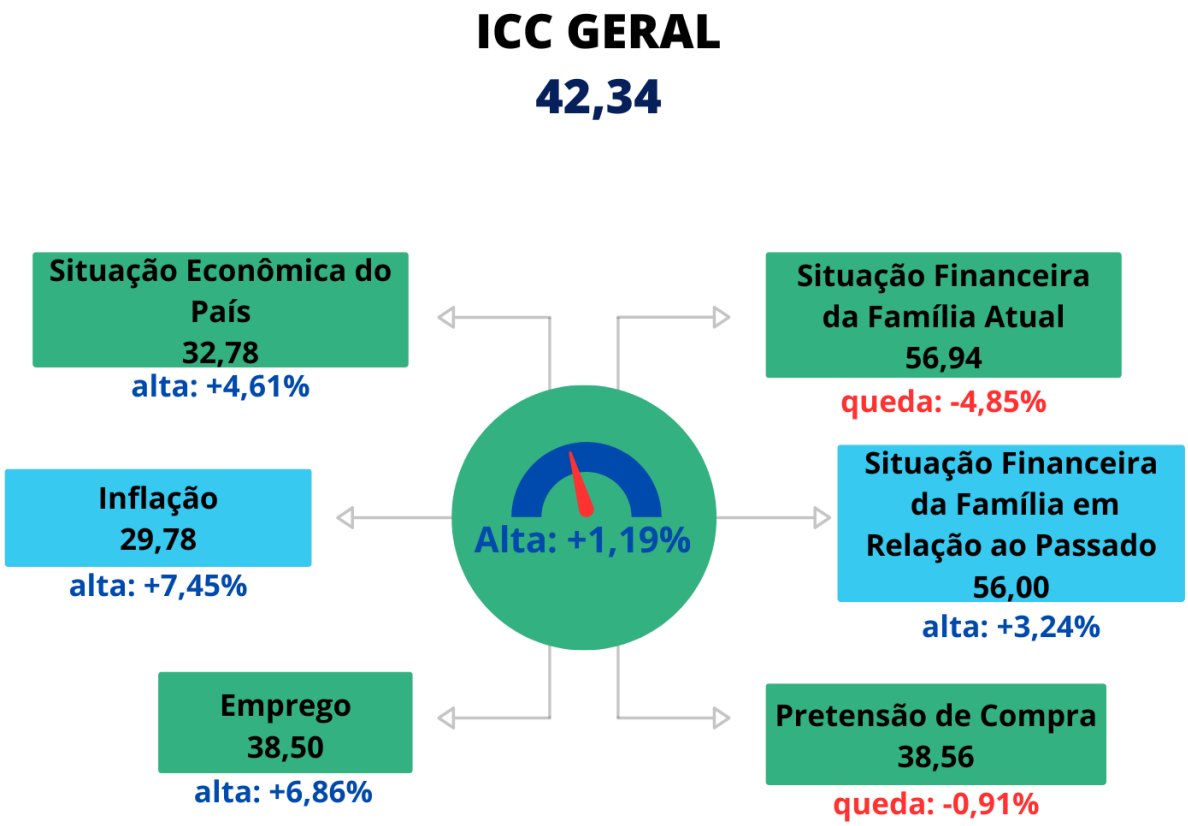
Índice de Confiança do Consumidor de BH tem alta em março puxado por melhora em inflação e emprego

Março de 2024

Índice de Confiança do Consumidor de Belo Horizonte (ICC-BH), calculado pela Fundação Ipead, registrou alta de 1,19% em março de 2024 em relação ao mês anterior. O índice agora marca 42,34 pontos (Gráfico 1) em uma escala que varia de 0 (zero) a 100 (cem). Nos dois primeiros meses de 2024, o ICC-BH vinha apresentando queda.

Gráfico 1: Componentes do Índice de Confiança do Consumidor de Belo Horizonte (ICC-BH), março/2024



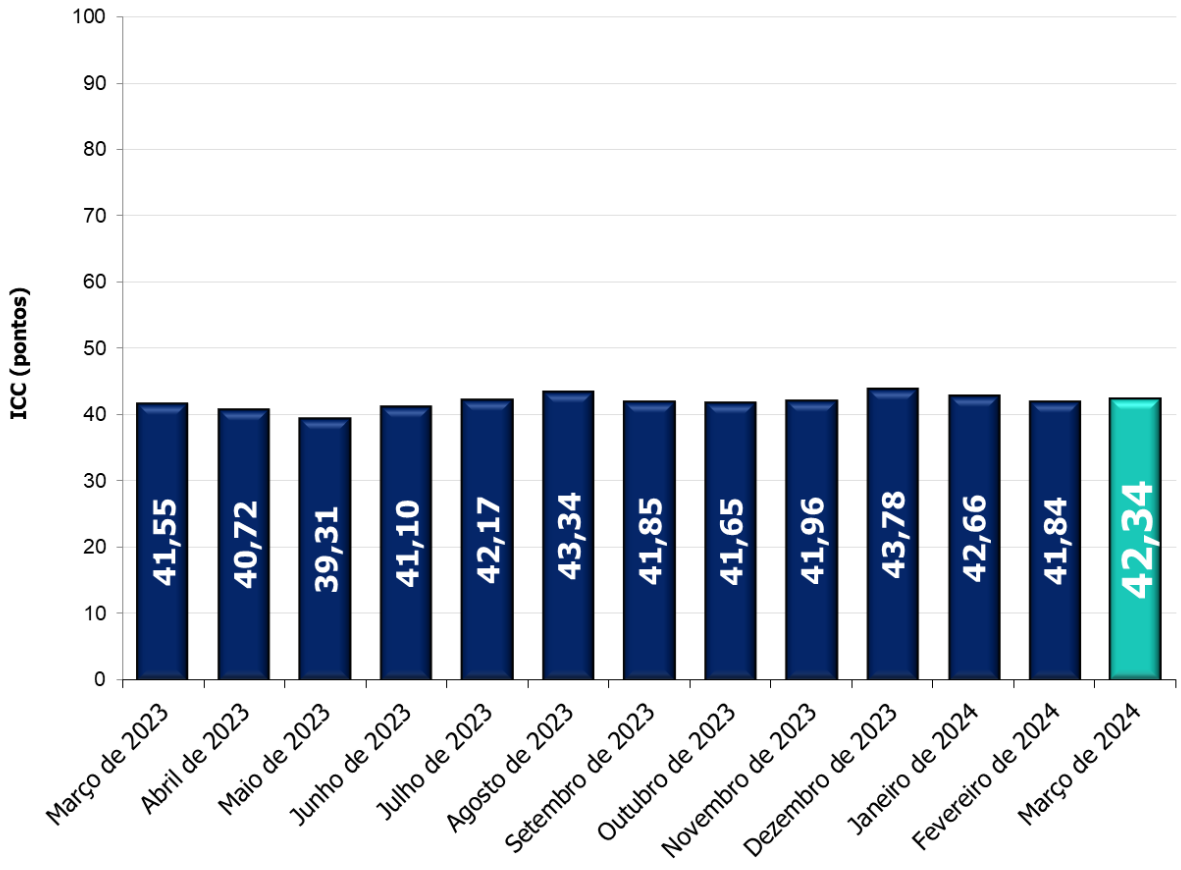
FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

A variação positiva do ICC-BH neste mês é explicada pela melhora na percepção da população em quatro dos seis componentes do índice. As altas foram as seguintes: *Inflação* (7,45%), *Emprego* (6,86%), *Situação Econômica do país* (4,61%) e *Situação Financeira da Família em Relação ao Passado* (3,24%), conforme ilustrado no Gráfico 1. Por outro lado, ocorreu piora na percepção da

população nos componentes *Situação Financeira da Família Atual* (-4,85%) e *Pretensão de compra* (-0,91%).

A percepção da população em relação aos componentes *Inflação*, *Emprego* e *Situação econômica do país* permanece abaixo de 50 pontos, marco que simboliza a passagem entre pessimismo e otimismo da população a respeito da conjuntura econômica geral e familiar. Como ilustrado no Gráfico 1, a avaliação da população em relação à inflação se encontra em 29,78 pontos, ao emprego em 38,50 pontos e à situação econômica do país em 32,78 pontos. Em contrapartida, tanto a percepção sobre a *Situação financeira atual das famílias*, quanto à *Situação financeira em relação ao passado* mantém-se acima de 50 pontos.

Gráfico 2: Evolução do Índice de Confiança do Consumidor de Belo Horizonte (ICC-BH)
março/2023 a março/2024

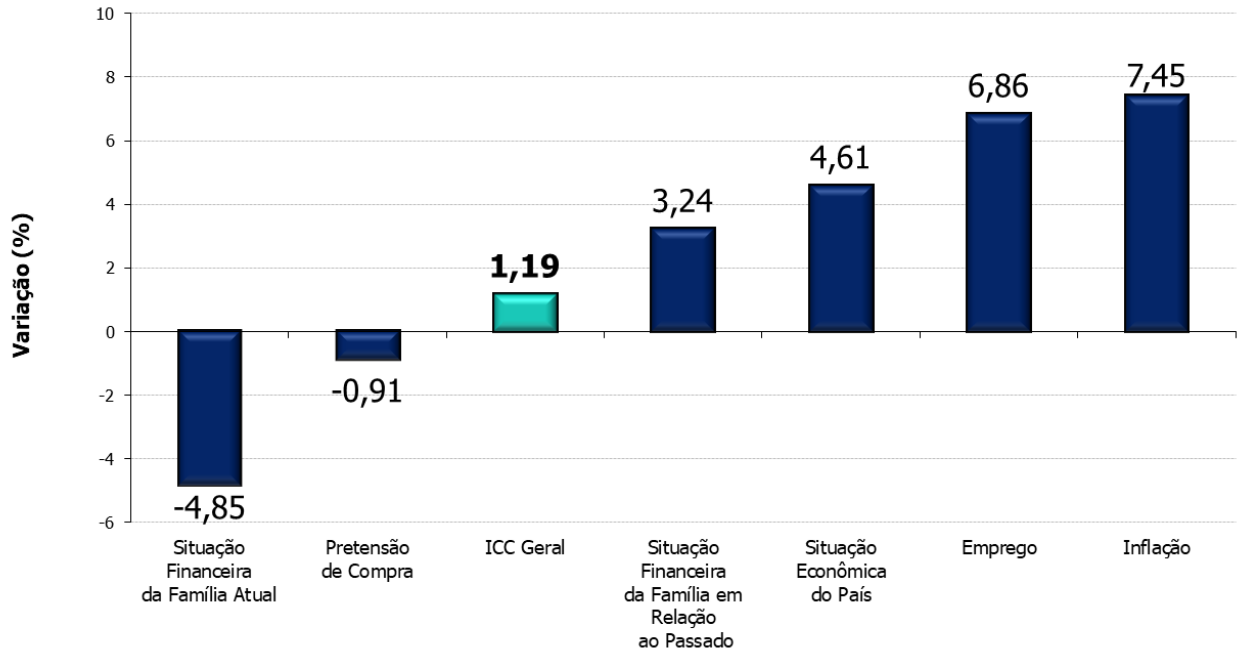


FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

Conforme mostra o gráfico 2, o ICC-BH acumulou duas reduções consecutivas, e cresceu agora em março, resultando assim em um retorno aproximado ao patamar de janeiro de 2024. Portanto, houve

uma revertida positivas nos ganhos observados até então no índice de confiança do consumidor de BH. No Gráfico 3, é possível observar a porcentagem de variação de cada componente do ICC-BH.

Gráfico 3: Belo Horizonte, Variação Percentual do **Índice de Confiança do Consumidor** e de seus *Itens Componentes* (março/2024 vs fevereiro/2024)



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

Em 2024 o ICC-BH registra diminuição de -3,30% e nos últimos doze meses, o ICC-BH registra elevação de 1,93% (Tabela 1).

A Tabela 1 também separa o ICC-BH entre a percepção da população com a situação econômica do país e da família. O **Índice de Expectativa Econômica do País (IEE)** subiu 6,26% em março. A melhora na percepção da população em relação à Inflação foi o fator principal a gerar esta alta, conjuntamente com os outros dois componentes deste grupo que também subiram. O **Índice de Expectativa Financeira da Família (IEF)** registrou queda de -2,49% em relação a fevereiro de 2024. Essa diminuição foi impulsionada principalmente pela queda na *Situação Financeira da Família Atual* que apresentou variação negativa de 4,85% em março. A pretensão de compras também caiu e apresentou redução de 0,91% neste mês.

Tabela 1: Belo Horizonte, Evolução do **Índice de Confiança do Consumidor (ICC)**, março/2024

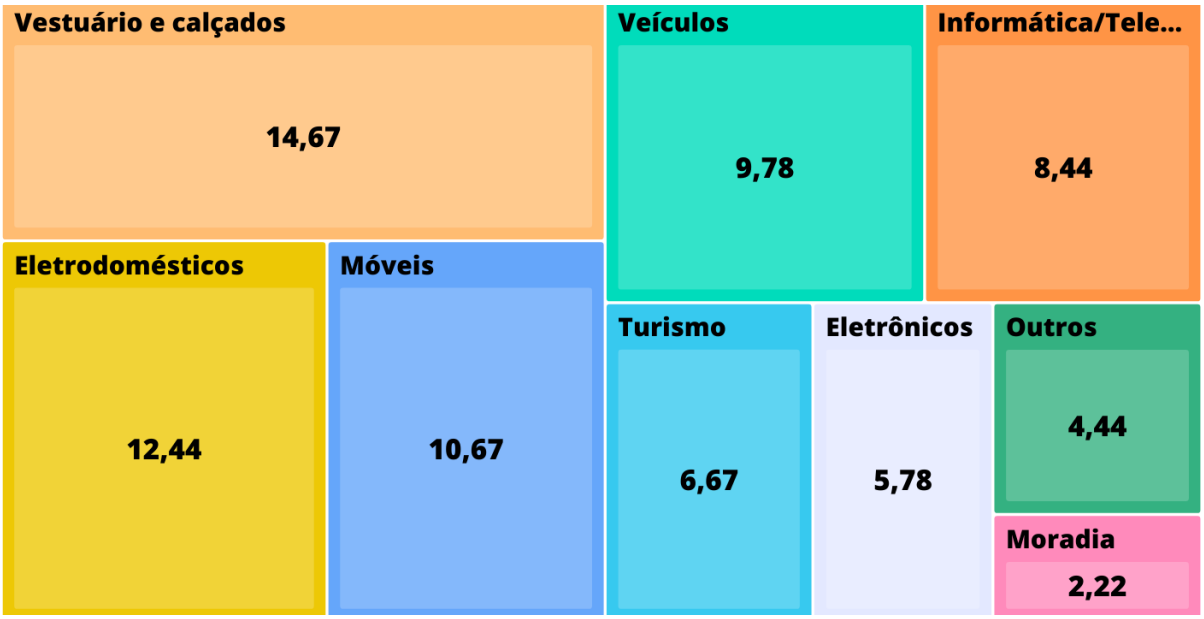
42,34 Pontos

Categoria	Variação (%)		
	Mês	Ano	(2024 / 2023)
ICC GERAL	1,19	-3,30	1,93
EXPECTATIVA ECONÔMICA	6,26	2,53	11,60
Situação econômica do País	4,61	0,91	-3,06
Inflação	7,45	2,50	11,92
Emprego	6,86	3,76	25,61
EXPECTATIVA ECONÔMICA	-2,49	-7,42	-4,63
Situação Financeira da Família	-4,85	-9,23	-5,04
Situação Financeira da Família em relação ao passado	3,24	2,31	3,62
Pretensão de Compra	-0,91	-11,82	-12,00

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

A pesquisa conduzida pela Fundação IPEAD também apresenta os grupos de bens e serviços que os consumidores planejam adquirir nos próximos três meses. De acordo com o Gráfico 4, é possível observar que o grupo de *Vestuário e calçados* (14,67%), *Eletrodomésticos* (12,44%) e *Móveis* (10,67%) lideram em termos de intenção de compra.

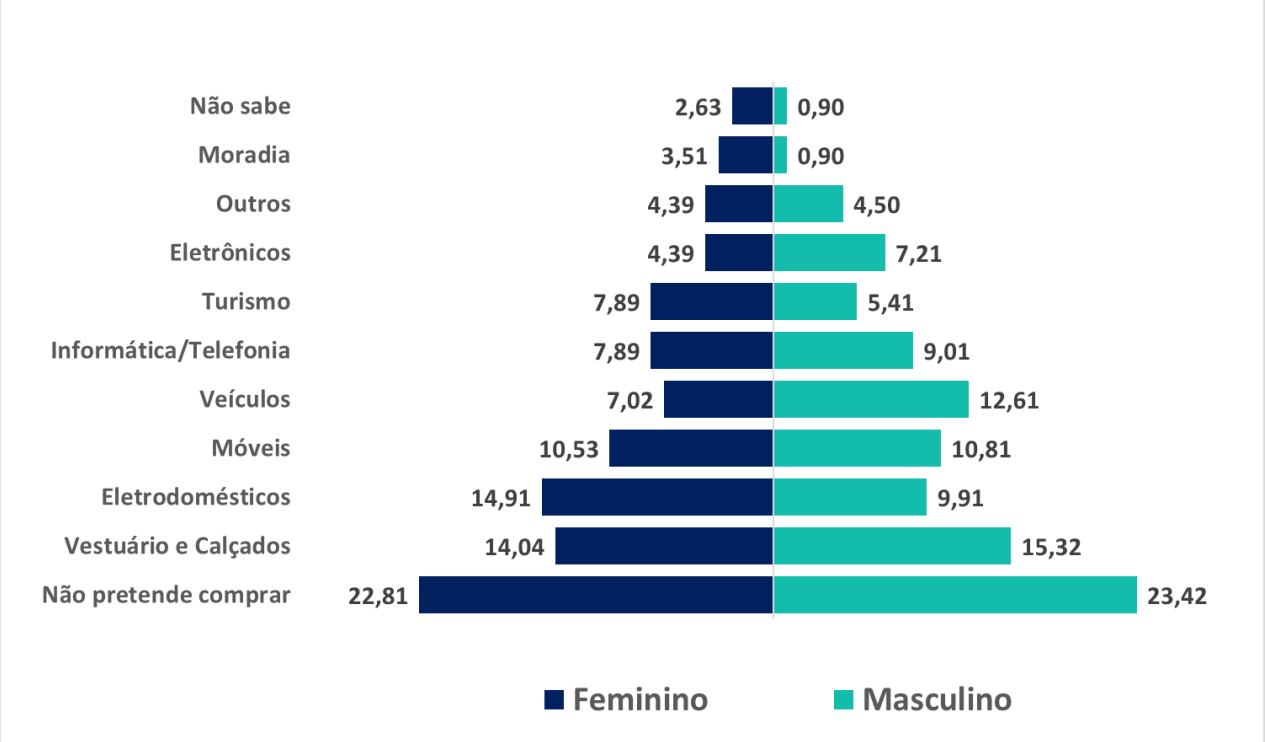
Gráfico 4: Belo Horizonte, Distribuição Percentual dos Grupos de Produtos que a Família Pretende Comprar, março/2024



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

A pesquisa adicionalmente revela que a proporção de mulheres com intenção de compra nos meses seguintes é um pouco menor em comparação à dos homens, com percentuais de 74,57% e 75,68%, respectivamente. Conforme demonstrado Gráfico 5 a seguir, as mulheres entrevistadas frequentemente mencionaram os segmentos de *Eletrodomésticos, Vestuário e Calçados* e *Móveis* como principais escolhas para compras no futuro próximo. Já os homens mostram maior inclinação para adquirir produtos do grupo *Vestuário e Calçados, Veículos e Móveis*.

Gráfico 5: Pretensão de compra por sexo, Belo Horizonte, março/2024



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

Como o Índice de Confiança do Consumidor de BH é calculado?

Desenvolvido pela Fundação IPEAD, o Índice de Confiança do Consumidor (ICC) de Belo Horizonte é um indicador calculado mensalmente que reúne a perspectiva dos consumidores em relação a diversos aspectos econômicos conjunturais que têm o potencial de influenciar suas decisões de consumo em curto, médio e longo prazo. O ICC permite que os empresários do comércio varejista de Minas Gerais avaliem em tempo real as opiniões e expectativas dos consumidores, o que por sua vez os auxilia na melhor formulação de estratégias de negócios, como planejamento de estoque, contratações e investimentos.

O ICC se divide em duas categorias, o Índice de Expectativa Econômica (IEE) e o Índice de Expectativa Financeira (IEF), cada um subdividido em três elementos. Cada um destes elementos é atribuído com um grau de importância (peso), e o índice geral (ICC) é a média ponderada destes componentes, a saber: Situação Econômica do País (peso=18,21%), Inflação (peso=15,69%), Emprego (peso=20,79%), Situação Financeira Atual da Família (peso=25,12%), Situação Financeira da Família em Comparação ao Passado (peso=9,19%) e Pretensão de Compra (peso=11,00%).

Todos os elementos que constituem o ICC, assim como o índice geral, são apresentados em uma escala de 0 a 100, onde 0 denota um sentimento de pessimismo total e 100 simboliza um sentimento de otimismo total. O valor intermediário de 50 marca o limiar entre pessimismo e otimismo.

O processo de coleta de dados envolve entrevistar 210 consumidores que realizam compras com frequência em Belo Horizonte. O ICC-BH para o mês de março é derivado de entrevistas conduzidas entre 07/03/2024 e 20/03/2024. Essa amostra é acompanhada por uma margem de erro de 1,56 pontos no valor do índice geral. As pesquisas são conduzidas de forma presencial.