

ÍNDICE DE CONFIANÇA DO CONSUMIDOR DE BH TEM LEVE ALTA EM FEVEREIRO

Fevereiro de 2025

Índice de Confiança do Consumidor de Belo Horizonte (ICC-BH), calculado pela Fundação Ipead, registrou leve alta de 0,85% em **fevereiro de 2025** em relação ao mês anterior. O índice agora marca **40,94** pontos (Gráfico 1) em uma escala que varia de 0 (zero) a 100 (cem). Em 2025, o ICC-BH registra diminuição acumulada de 6,12%, e nos últimos doze meses, queda de 2,17% (Tabela 1).

Gráfico 1: Componentes do Índice de Confiança do Consumidor de Belo Horizonte (ICC-BH), fevereiro/2025

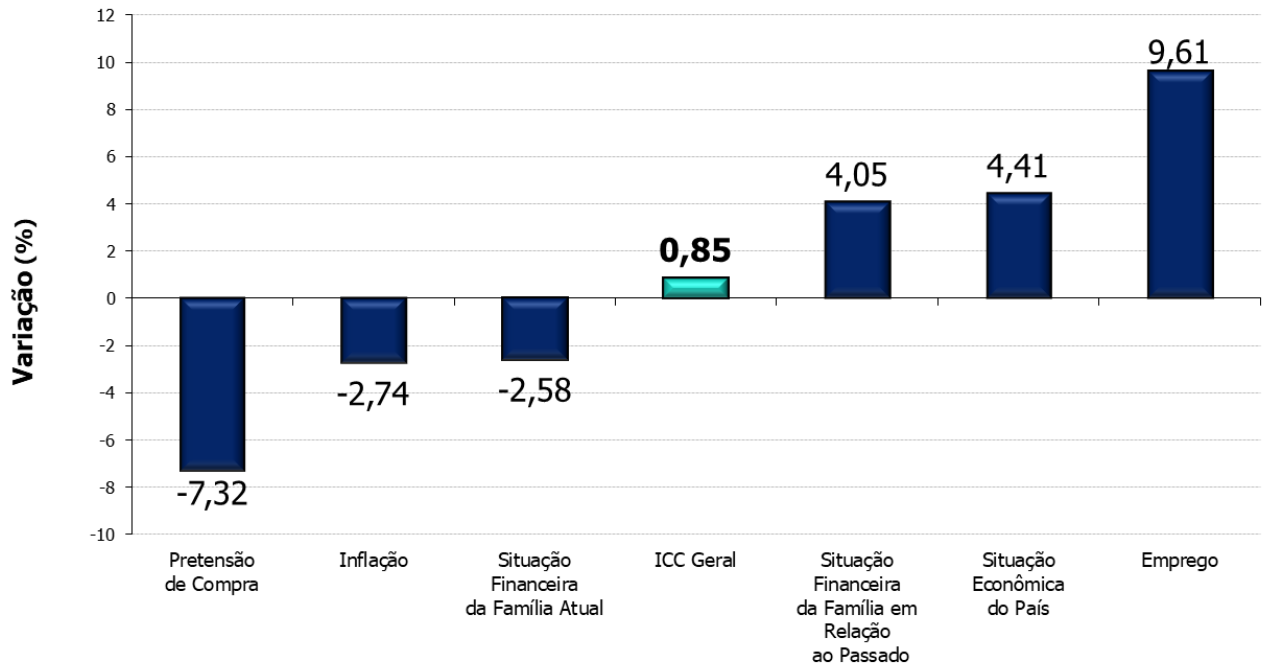
ICC GERAL**40,94**
Alta: +0,85%

Categoria	Índice em pontos
EXPECTATIVA ECONÔMICA	32,23
Situação Econômica do País	30,95
Inflação	23,33
Emprego	40,06
EXPECTATIVA FINANCEIRA	51,45
Situação Financeira da Família Atual	58,45
Situação Financeira da Família em relação ao passado	50,60
Pretensão de Compra	36,19

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

A variação positiva do ICC-BH neste mês é explicada pela alta na percepção da população em três dos seis componentes do índice. A pesquisa captou uma melhora na percepção da população em relação à *Emprego* (9,61%), à *Situação Econômica do País* (4,41%) e à *Situação Financeira da Família em Relação ao Passado* (4,05%), conforme ilustrado no Gráfico 2.

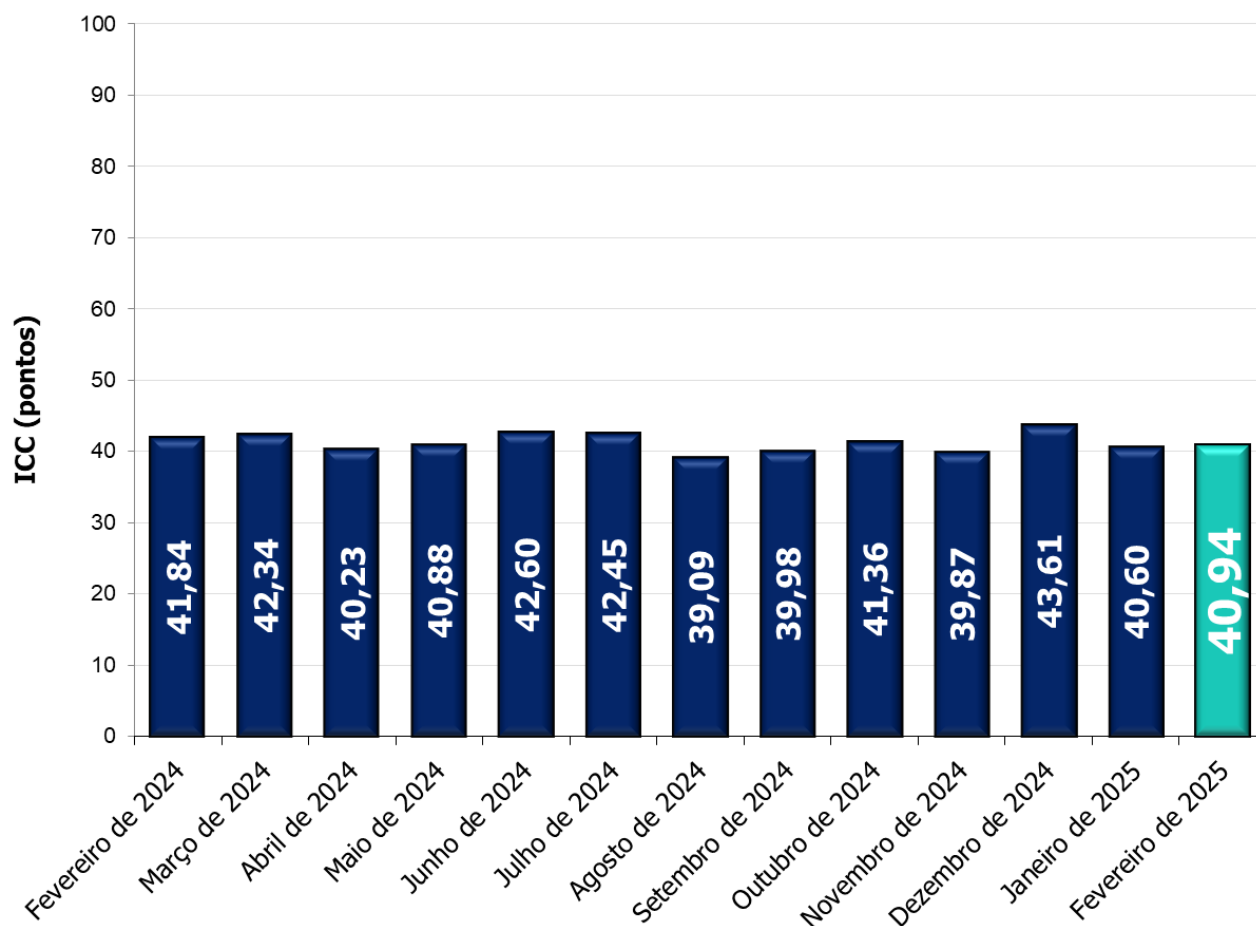
Gráfico 2: Belo Horizonte, Variação Percentual do Índice de Confiança do Consumidor (ICC-BH) e de seus *Itens Componentes* (fevereiro/2025 vs janeiro/2025)



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

A percepção da população em relação aos componentes *Inflação*, *Situação Econômica do País* e *Emprego* 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 agora em 23,33 pontos, à situação econômica do país, em 30,95 pontos e ao emprego, em 40,06 pontos. Por outro lado, as percepções sobre a *Situação financeira das famílias atual e em relação ao passado* mantém-se acima de 50 pontos.

Gráfico 3: Evolução do Índice de Confiança do Consumidor de Belo Horizonte (ICC-BH)
fevereiro/2024 a fevereiro/2025



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

Conforme mostra o gráfico 3, o ICC-BH apresentou altas em setembro e outubro de 2024, seguidas de queda em novembro e alta expressiva em dezembro. Com a queda expressiva observada em janeiro de 2025, a maior parte da melhora observada em dezembro foi revertida. Já agora em fevereiro, tivemos leve alta.

A Tabela 1 separa o ICC-BH entre a percepção da população com a situação econômica do país e a situação financeira da família. O **Índice de Expectativa Econômica do País (IEE)** subiu 5,17% em fevereiro. A melhora na percepção da população em relação ao emprego e a situação econômica do país foram os fatores a gerar esta alta. Já o **Índice de Expectativa Financeira da Família (IEF)** registrou queda de 2,20% em relação a janeiro de 2025. Essa queda foi impulsionada pelas diminuições da *Pretensão de compra* e *Situação Financeira da Família Atual*, que apresentaram variação negativa, respectivamente, de -7,32% e -2,58% em fevereiro de 2025 em relação a janeiro de 2025.

Tabela 1: Belo Horizonte, Evolução do Índice de Confiança do Consumidor (ICC-BH),
fevereiro/2025

40,94 Pontos

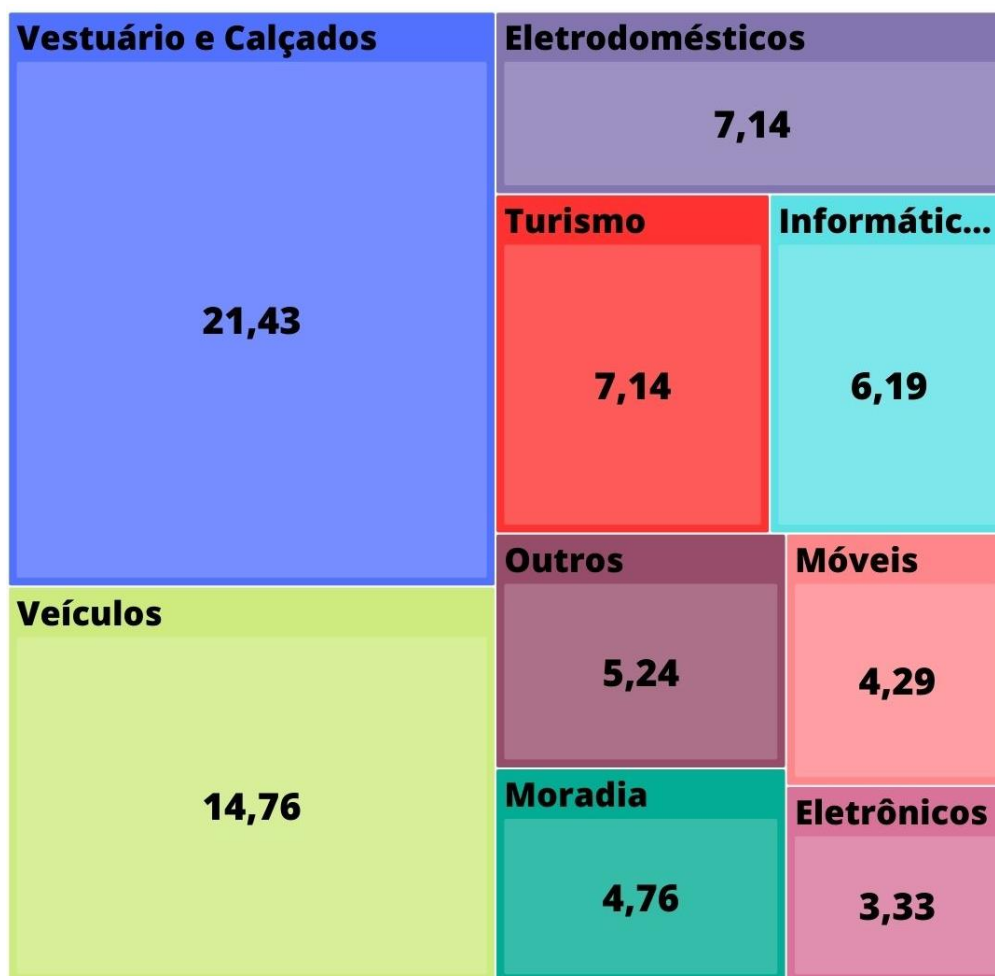


Categoria	Variação (%)		
	Mês	Ano	(2025 / 2024)
ICC GERAL	0,85	-6,12	-2,17
EXPECTATIVA ECONÔMICA	5,17	-8,05	0,55
Situação Econômica do País	4,41	1,54	-1,19
Inflação	-2,74	-20,65	-15,80
Emprego	9,61	-7,55	11,21
EXPECTATIVA FINANCEIRA	-2,20	-4,61	-4,05
Situação Financeira da Família Atual	-2,58	-4,11	-2,35
Situação Financeira da Família em relação ao passado	4,05	0,01	-6,71
Pretensão de Compra	-7,32	-11,11	-7,00

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* (21,43%) e *Veículos* (14,76%), lideram em termos de intenção de compra.

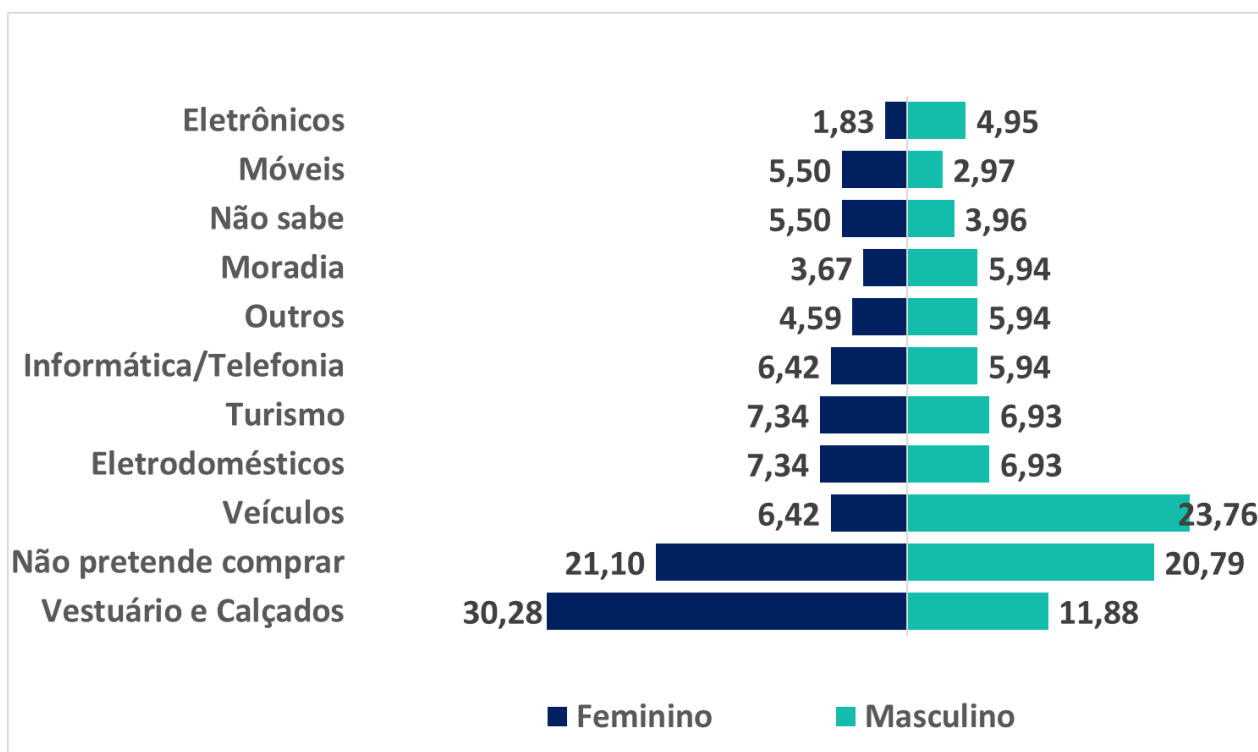
Gráfico 4: Belo Horizonte, Distribuição Percentual dos Grupos de Produtos que a Família Pretende Comprar, fevereiro/2025



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

A pesquisa adicionalmente revela que a proporção de mulheres com intenção de compra nos meses seguintes é menor em comparação a dos homens, com percentuais de 73,39% e 75,24%, respectivamente. Conforme demonstra o Gráfico 5 a seguir, as mulheres entrevistadas frequentemente mencionaram os segmentos de *Vestuário e Calçados*, *Turismo* e *Eletrodomésticos* como principais escolhas para compras no futuro próximo. Já os homens citaram mais *Veículos*, *Vestuário e Calçados* e *Turismo*.

Gráfico 5: Pretensão de compra por sexo, Belo Horizonte, fevereiro/2025



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 fevereiro é derivado de entrevistas conduzidas entre 17/02/2025 e 26/02/2025. 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.