

## ÍNDICE DE CONFIANÇA DO CONSUMIDOR DE BH RECUA EM JUNHO

Junho de 2025

Índice de Confiança do Consumidor de Belo Horizonte (ICC-BH), calculado pela Fundação IPEAD, registrou queda de **4,49%** em **junho de 2025** em relação ao mês anterior. O índice agora marca **40,75** pontos (Gráfico 1) em uma escala que varia de 0 (zero) a 100 (cem). O ICC-BH registra **diminuição** acumulada de 6,55% em 2025, e nos últimos 12 meses, de 4,36% (Tabela 1).

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

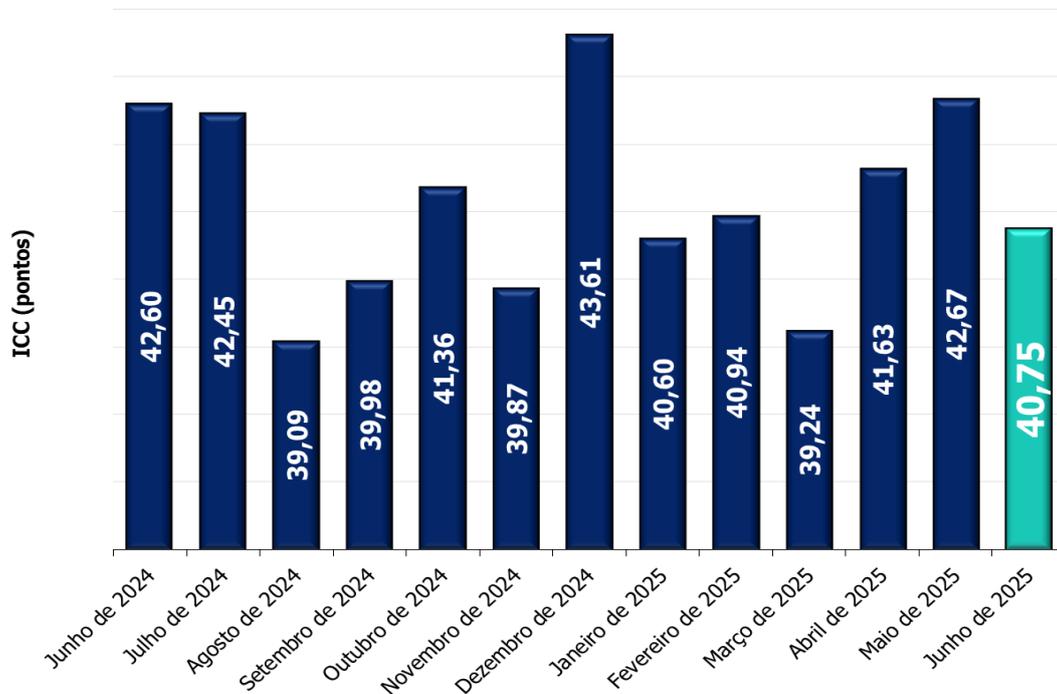


FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

A variação negativa do ICC-BH neste mês é explicada pela queda na percepção da população em quatro dos seis componentes do índice. A pesquisa captou uma piora na percepção da população em relação à *Pretensão de Compra* (-15,41%), *Situação Financeira da Família em Relação ao Passado* (-6,95%), *Situação Econômica do País* (-4,99%) e *Situação Financeira da Família Atual* (-4,87%), conforme ilustrado no Gráfico 2. Por outro lado, a percepção quanto ao *Emprego e Inflação*, apresentaram melhora no mês, respectivamente, de 2,11% e 0,42%.

A percepção da população em relação à cinco dos seis componentes presentes no índice está abaixo de 50 pontos, marco este que simboliza a passagem entre pessimismo e otimismo da população. Como ilustrado no Gráfico 1, o único que componente que está com a percepção acima de 50 pontos é a *Situação Financeira da Família Atual*.

**Gráfico 2: Evolução do Índice de Confiança do Consumidor de Belo Horizonte (ICC-BH)**  
junho/2024 a junho/2025



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

Conforme mostra o gráfico 2, 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. Em fevereiro, tivemos leve alta que também foi revertida em março com queda significativa. Em abril e maio, aconteceram novas altas. Neste momento índice voltou a recuar, mostrando a grande volatilidade do indicador.

O gráfico 3 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)** caiu 0,62% em junho. A piora na percepção da população em relação à *Situação Econômica do País*, foi o principal fator a gerar esta queda. O **Índice de Expectativa Financeira da Família (IEF)** registrou forte queda de 7,32% em relação a maio de 2025. Essa queda foi impulsionada pelas retrações da *Pretensão de Compra*, *Situação Financeira da Família em Relação ao Passado* e *Situação Financeira da Família Atual*, que apresentaram variação **negativa**, respectivamente, de 15,41%, 6,95% e 4,87%.

**Gráfico 3:** Belo Horizonte, Evolução do Índice de Confiança do Consumidor (ICC-BH), junho/2025

**40,75Pontos**

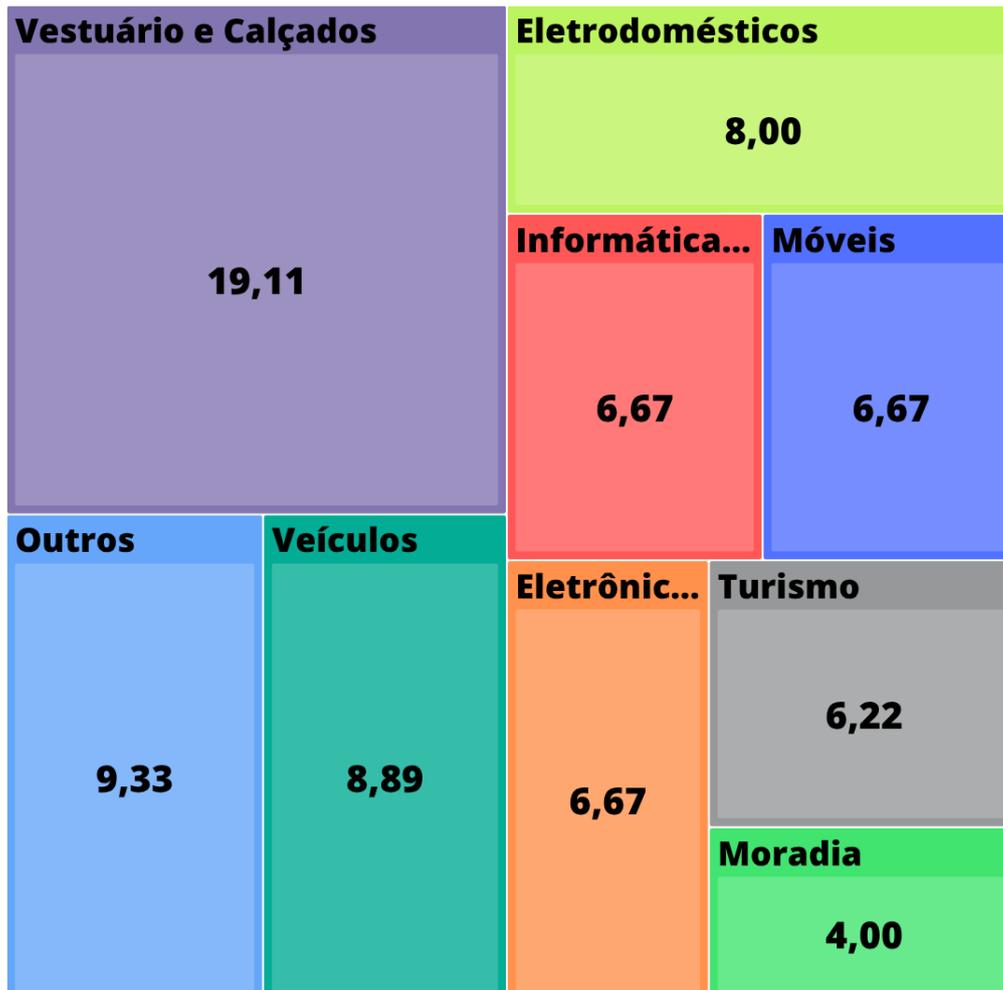


Categoria	Variação (%)		
	Mês	Ano	(2025 / 2024)
<b>ICC GERAL</b>	-4,49	-6,55	-4,36
<b>EXPECTATIVA ECONÔMICA</b>	-0,62	-6,40	-0,41
Situação Econômica do País	-4,99	0,59	-0,96
Inflação	0,42	-8,53	-9,10
Emprego	2,11	-9,62	5,11
<b>EXPECTATIVA FINANCEIRA</b>	-7,32	-6,66	-7,17
Situação Financeira da Família Atual	-4,87	-6,50	-5,44
Situação Financeira da Família em relação ao passado	-6,95	-4,14	-13,76
Pretensão de Compra	-15,41	-9,90	-5,38

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* (19,11%) e *Outros* (9,33%) foram os mais citados em termos de pretensão de compras para junho de 2025.

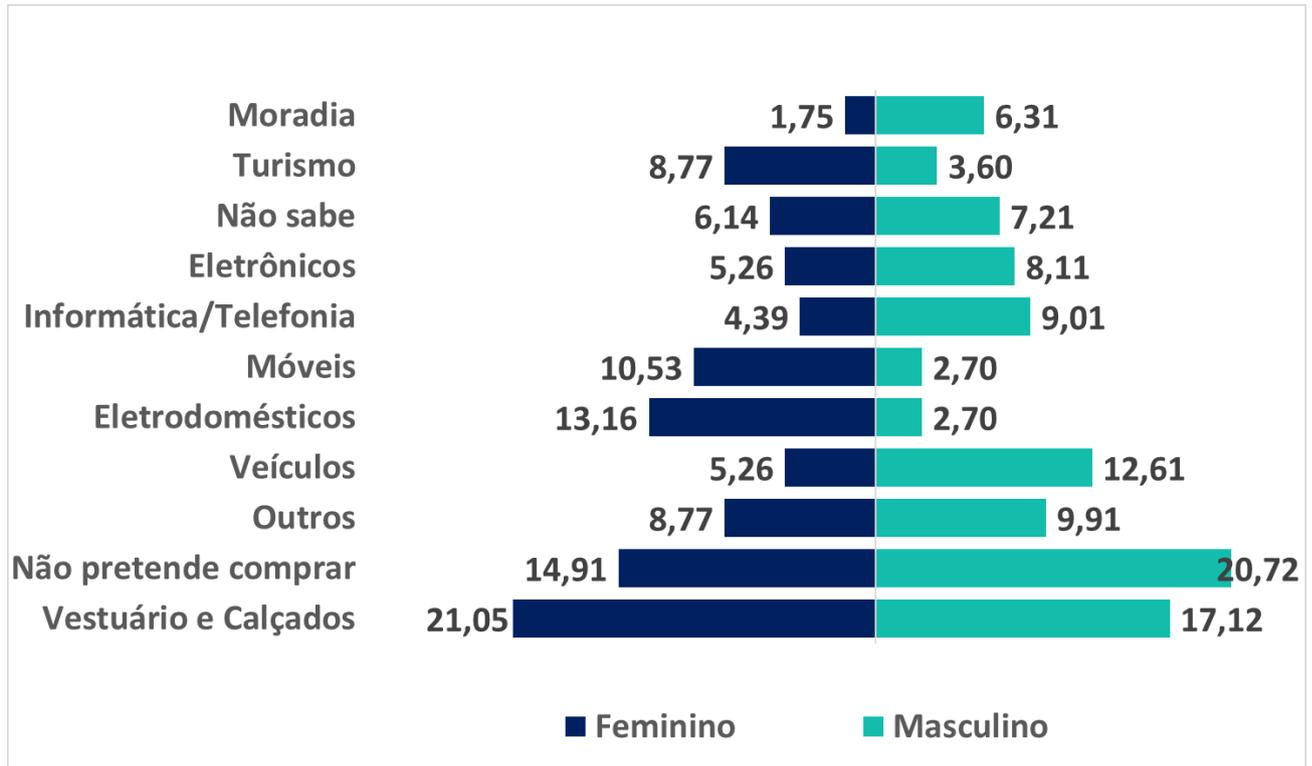
**Gráfico 4:** Belo Horizonte, Distribuição Percentual dos Grupos de Produtos que a Família Pretende Comprar, junho/2025



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

A pesquisa adicionalmente revela que a proporção de mulheres com intenção de compra nos meses seguintes é maior em comparação a dos homens, com percentuais de 78,94% e 72,07%, respectivamente. Conforme demonstra o Gráfico 5 a seguir, as mulheres entrevistadas frequentemente mencionaram os segmentos de *Vestuário e Calçados*, *Eletrodomésticos* e *Móveis* como principais escolhas para compras no futuro próximo. Já os homens citaram mais *Vestuário e Calçados*, *Veículos* e *Outros*.

**Gráfico 5:** Pretensão de compra por sexo, Belo Horizonte, junho/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 225 consumidores que realizam compras com frequência em Belo Horizonte. O ICC-BH para o mês de junho é derivado de entrevistas conduzidas entre 11/06/2025 e 26/06/2025. 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.