

ÍNDICE DE CONFIANÇA DO CONSUMIDOR DE BELO HORIZONTE INICIA 2026 EM ALTA

Janeiro de 2026

O Índice de Confiança do Consumidor de Belo Horizonte (ICC-BH) de janeiro de 2026, subiu **2,28%** em relação a dezembro de 2025, segundo a Fundação IPEAD. O índice marcou **42,28** pontos (Tabela 1), em uma escala que varia de 0 a 100. O ICC-BH acumulou alta de 2,28% em 2026 (Tabela 2).

Tabela 1: Componentes do Índice de Confiança do Consumidor de Belo Horizonte (ICC-BH), janeiro/2026

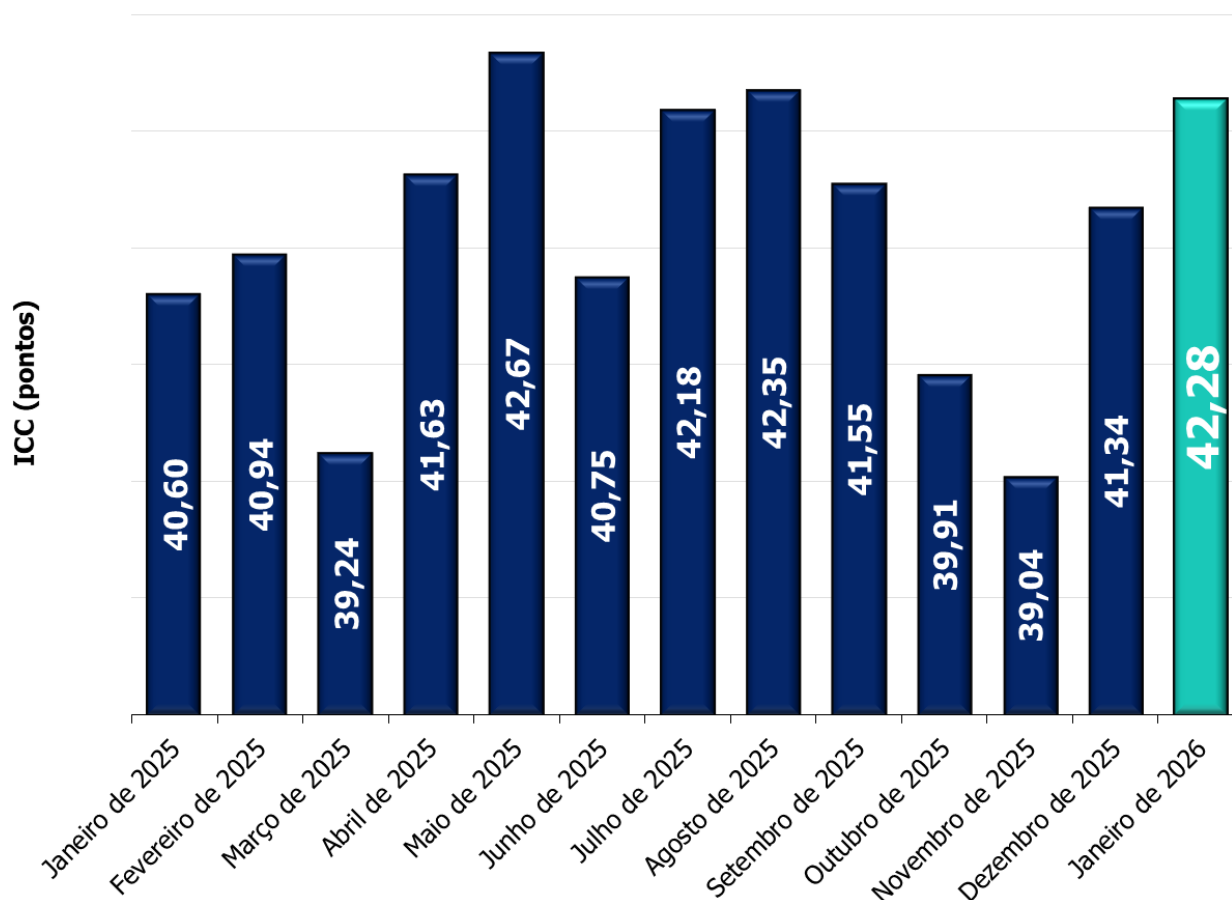


FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

Três dos seis componentes do ICC-BH tiveram alta na confiança em janeiro. Os destaques foram: *Situação Econômica do País* (12,81%) e *Emprego* (8,68%) (Tabela 1).

Quatro dos seis componentes estão abaixo de 50 pontos, o que configura pessimismo dos consumidores. Os componentes acima de 50 pontos são a *Situação Financeira da Família Atual* e a *em Relação ao Passado* (Tabela 1).

Gráfico 1: Evolução do Índice de Confiança do Consumidor de Belo Horizonte (ICC-BH)
janeiro/2026 a janeiro/2025



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

O **Índice de Expectativa Econômica do País (IEE)** subiu 7,41% em janeiro. O principal destaque positivo foi a *Situação Econômica do País* (12,81%). O **Índice de Expectativa Financeira da Família (IEF)** caiu 1,61% em relação a dezembro de 2025. Essa queda foi impulsionada pela *Pretensão de compra* (-7,08%).

Em relação à 2026, três dos seis componentes recuaram, com destaque para *Pretensão de Compra* (-7,08%) e *Inflação* (-2,11%) (Tabela 2).

Tabela 2: Evolução do Índice de Confiança do Consumidor (ICC-BH), janeiro/2026

42,28 Pontos

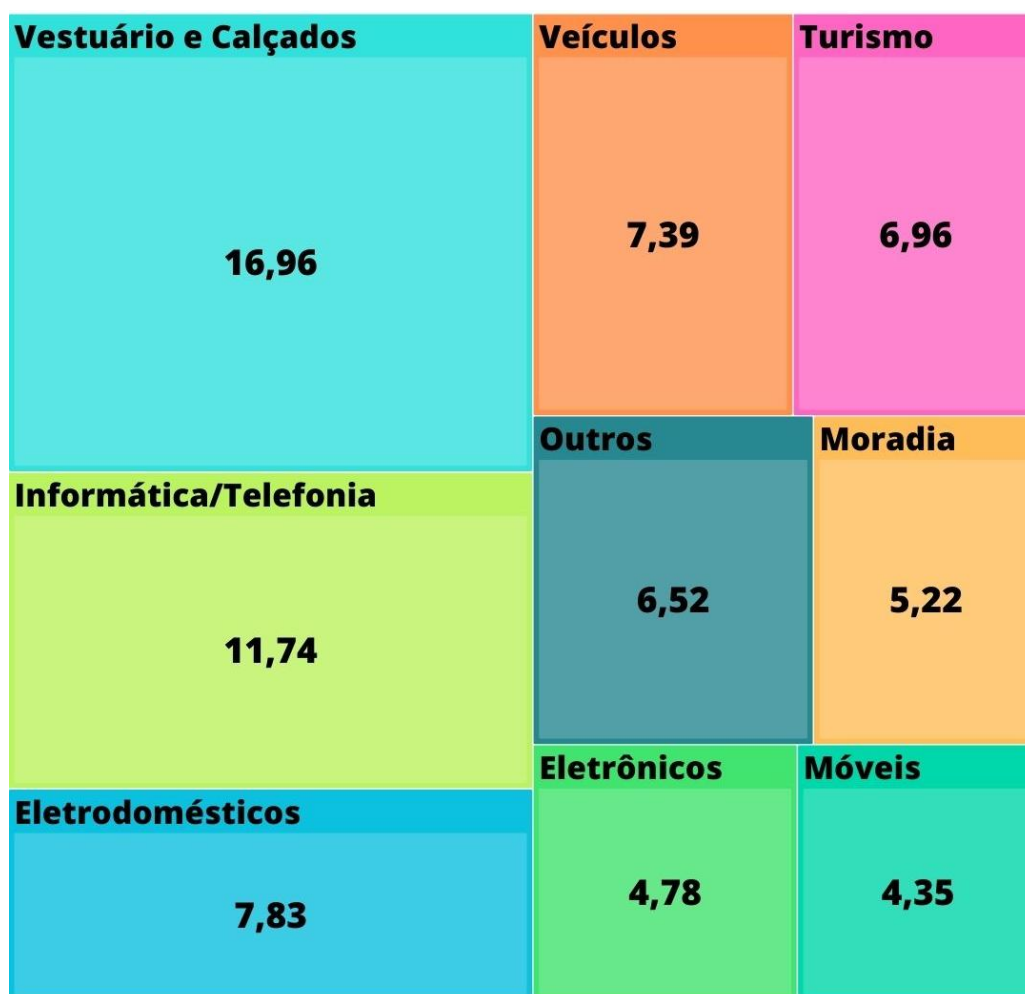


Categoria	Variação (%)		
	Mês	Ano	(2026 / 2025)
ICC GERAL	2,28	2,28	4,15
EXPECTATIVA ECONÔMICA	7,41	7,41	13,79
Situação Econômica do País	12,81	12,81	15,64
Inflação	-2,11	-2,11	8,72
Emprego	8,68	8,68	15,07
EXPECTATIVA FINANCEIRA	-1,61	-1,61	-2,68
Situação Financeira da Família Atual	-1,30	-1,30	-3,82
Situação Financeira da Família em relação ao passado	2,66	2,66	4,17
Pretensão de Compra	-7,08	-7,08	-5,84

FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

A pesquisa também apresenta os grupos de bens e serviços que os consumidores planejam adquirir nos próximos três meses. *Vestuário e Calçados* (16,96%) e *Informática/Telefonia* (11,74%) foram os mais citados em janeiro de 2026 (Gráfico 2).

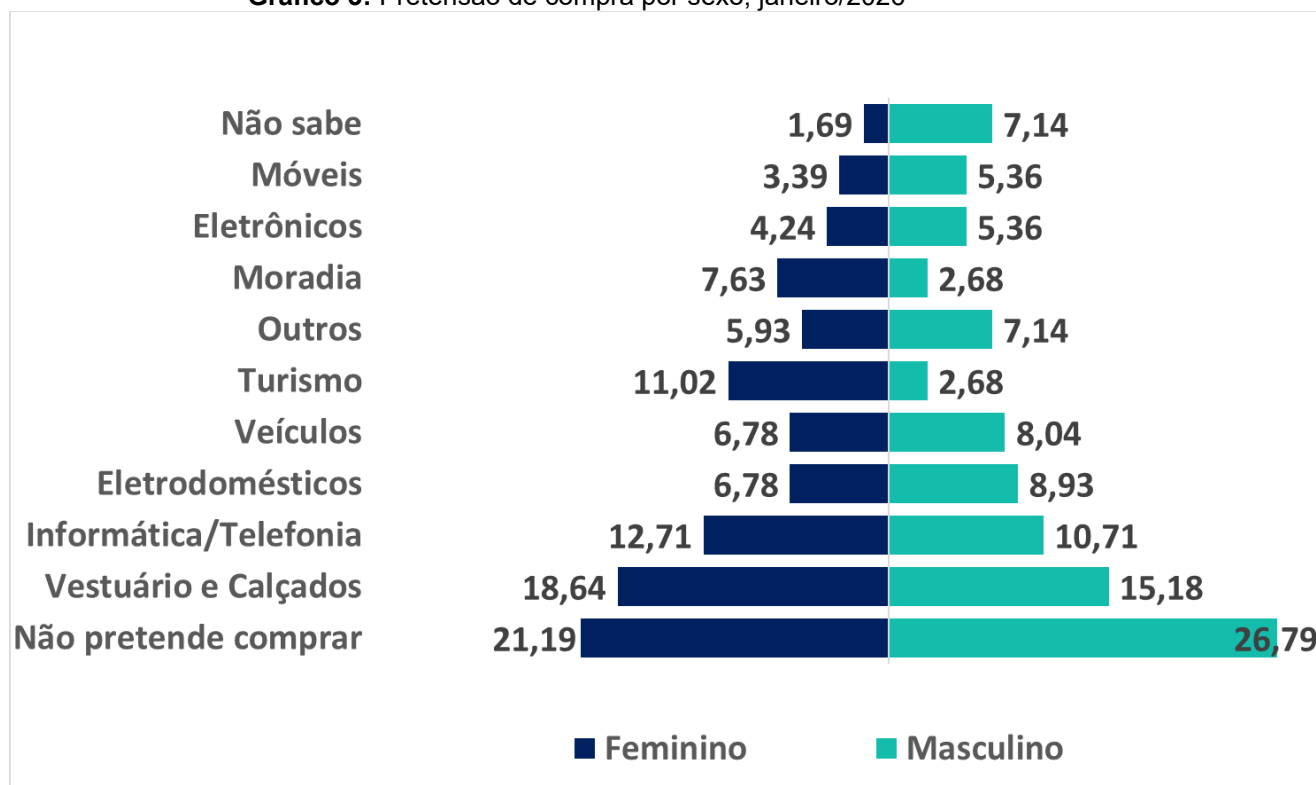
Gráfico 2: Distribuição Percentual dos Grupos de Produtos que a Família Pretende Comprar, janeiro/2026



FONTE: Fundação IPEAD/UFMG.

A pesquisa revela que a proporção de mulheres com intenção de compra é maior em comparação à dos homens, 77,12% e 66,08%, respectivamente. As mulheres entrevistadas frequentemente mencionaram os segmentos de *Vestuário e Calçados*, *Informática/Telefonia* e *Turismo* como principais escolhas para compras no futuro próximo (Gráfico 3). Já os homens citaram mais *Vestuário e Calçados*, *Informática/Telefonia* e *Eletrodomésticos*.

Gráfico 3: Pretensão de compra por sexo, janeiro/2026



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 227 consumidores que realizam compras com frequência em Belo Horizonte. O ICC-BH para o mês de janeiro é derivado de entrevistas conduzidas entre 08/01/2026 e 26/01/2026. 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.