

Famílias paulistanas iniciam o ano mais confiantes e dispostas a consumir, aponta FecomercioSP

Segundo o levantamento, a expectativa é de recuperação gradual e cautelosa, impulsionada pelo otimismo sazonal

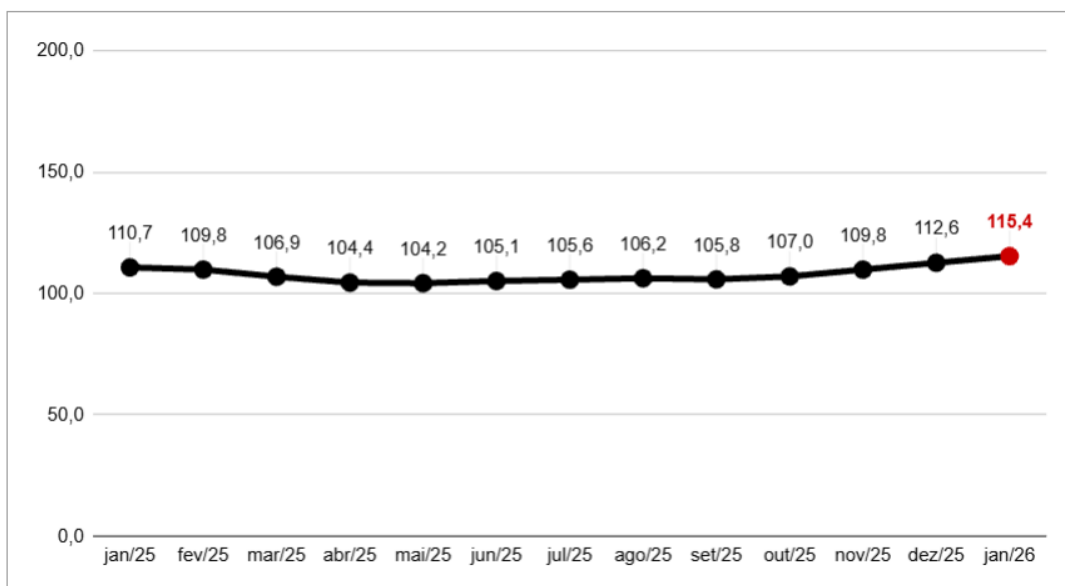
O ano iniciou com a continuidade da recuperação do consumo, mesmo diante de restrição financeira com contas típicas de início de ano e juros elevados. Segundo a **Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo (FecomercioSP)**, a Intenção de Consumo das Famílias (ICF) — que mede o humor e a propensão imediata ao consumo — registrou alta de 2,4% em relação a dezembro e alcançou 115,4 pontos em janeiro [gráfico 1]. O indicador que reflete percepções sobre o ambiente econômico e as expectativas de longo prazo, o Índice de Confiança do Consumidor (ICC), também avançou 2,4% frente a dezembro, marcando 127,4 pontos [gráfico 2].

[GRÁFICO 1]

Intenção de Consumo das Famílias (ICF)

Série Histórica — 13 meses

Fonte: FecomercioSP

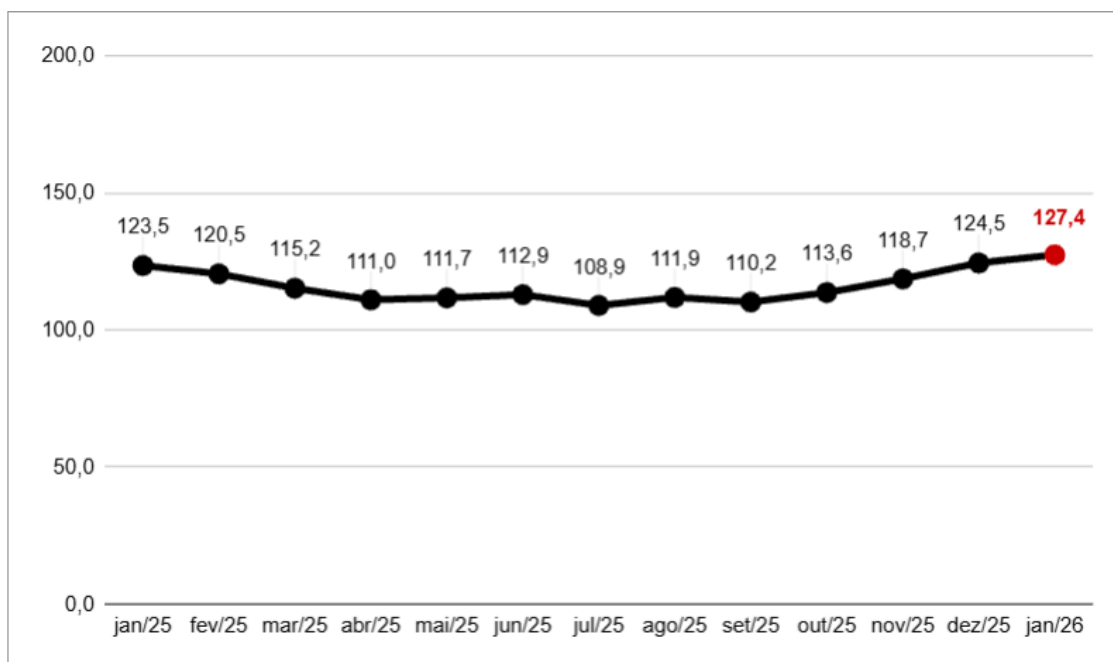


[GRÁFICO 2]

Índice de Confiança do Consumidor (ICC)

Série histórica — 13 meses

Fonte: FecomercioSP



Segundo a FecomercioSP, os resultados de janeiro indicam recuperação gradual na intenção de consumo e um ambiente mais otimista, sentimento típico de início de ano, sendo sustentado pela resiliência do mercado de trabalho, pela maior estabilidade da renda e pelos avanços pontuais no acesso ao crédito. Contudo, apesar desses números, a Federação reforça que o cenário macroeconômico ainda é marcado por incertezas, especialmente em decorrência do ambiente eleitoral, que tende a elevar a percepção de risco fiscal e pode influenciar as decisões sobre a taxa Selic.

Mercado de trabalho e renda sustentam confiança das famílias

No recorte agregado, o ICF de janeiro foi sustentado pela melhoria nos indicadores de emprego atual, acesso ao crédito, nível de consumo corrente e momento para a compra de bens duráveis. Esse desempenho reflete o mercado de trabalho, que, a despeito de sinais de desaceleração do seu ritmo de alta, ainda opera com níveis elevados de ocupação, sustentado pela renda disponível e por uma menor percepção de risco imediato [tabela 1].

[TABELA 1]

Intenção de consumo das famílias (ICF) - Faixa de renda

Fonte: FecomercioSP

INTENÇÃO DE CONSUMO DAS FAMÍLIAS	GERAL					até 10 Salários Mínimos					+ de 10 Salários Mínimos					Dif. faixas de renda
	jan/25	dez/25	jan/26	jan/dez (%)	jan/jan (%)	jan/25	dez/25	jan/26	jan/dez (%)	jan/jan (%)	jan/25	dez/25	jan/26	jan/dez (%)	jan/jan (%)	
Emprego Atual	132,2	137,1	138,5	1,1%	4,8%	129,5	136,9	138,7	1,3%	7,1%	140,0	137,7	138,1	0,3%	-1,4%	-0,6
Perspectiva Profissional	123,4	119,6	120,7	0,9%	-2,2%	119,7	118,2	121,0	2,4%	1,0%	134,0	123,6	119,9	-3,0%	-10,5%	-1,1
Renda Atual	141,5	139,2	140,3	0,8%	-0,9%	140,0	137,6	139,0	1,0%	-0,7%	145,9	143,8	143,9	0,1%	-1,3%	4,9
Acesso ao Crédito	97,7	110,3	113,8	3,2%	16,5%	90,0	109,5	112,8	3,0%	25,2%	119,9	112,5	116,8	3,8%	-2,6%	4,0
Nível de Consumo Atual	88,1	88,9	91,8	3,3%	4,2%	81,5	84,1	87,3	3,8%	7,0%	107,2	102,7	104,9	2,1%	-2,2%	17,6
Perspectiva de Consumo	105,3	110,6	112,6	1,7%	6,9%	100,9	113,3	113,6	0,3%	12,6%	118,2	102,9	109,6	6,5%	-7,3%	-4,0
Momento para Duráveis	86,7	82,7	89,8	8,6%	3,5%	81,3	79,0	87,1	10,2%	7,1%	102,3	93,4	97,7	4,6%	-4,6%	10,6
ICF	110,7	112,6	115,4	2,4%	4,2%	106,1	111,2	114,2	2,7%	7,6%	123,9	116,7	118,7	1,7%	-4,2%	4,5

Pesquisa Direta CNC
Elaboração: FFA Consultoria

Na análise por faixa de renda, o avanço do indicador foi mais intenso entre as famílias com renda de até dez salários mínimos, que atingiram 114,2 pontos — alta de 2,7% no mês e expressivo crescimento de 7,6% na comparação interanual. O resultado reflete a maior dependência desse grupo da renda corrente e das condições do mercado de trabalho, cujo incremento tem impacto direto sobre a intenção de consumo, especialmente em segmentos de menor tíquete médio.

A percepção mais favorável quanto ao momento para a compra de bens duráveis também pode ser explicada por fatores sazonais, pois janeiro é tradicionalmente marcado por liquidações no varejo, o que contribui para elevar o otimismo dos consumidores em relação a esse tipo de aquisição (de maior valor agregado e dependente do crédito).

Entre as famílias com renda superior a dez salários mínimos, o índice permaneceu em patamar elevado (118,7 pontos). O avanço mensal foi mais moderado (1,7%), enquanto na comparação interanual houve recuo de 4,2%, sinalizando uma postura mais cautelosa desse grupo, geralmente mais sensível às condições financeiras, às incertezas fiscais e ao ambiente macroeconômico.

Embora o movimento indique melhoria pontual da confiança no curto prazo entre as famílias que ganham acima de dez salários mínimos, no comparativo interanual todos os componentes registraram desempenho negativo. Isso sugere que, apesar de mais capacidade financeira, essas famílias seguem mais cautelosas e tendem a adiar decisões de consumo de maior valor, sobretudo aquelas dependentes de crédito.

Crédito caro ainda afeta o consumo das famílias

O resultado do ICC reflete o alívio gradual das pressões inflacionárias ao longo de 2025, reduzindo a percepção de perda do poder de compra. A resiliência do mercado de trabalho e a manutenção da renda disponível também sustentam a confiança, mesmo em um período tradicionalmente pressionado por despesas obrigatórias, como impostos (IPVA e IPTU) e gastos escolares e com compras realizadas no fim do ano passado.

Entre as famílias com renda inferior a dez salários mínimos, a recuperação foi mais intensa. O indicador atingiu 125,3 pontos, com alta de 3,2% no mês e de 2,5% na comparação interanual, incentivado pelo avanço do Índice das Condições Econômicas Atuais (ICEA), que cresceu 5,9% na margem e 4,9% em relação ao ano anterior. Como o consumo desse grupo é mais atrelado ao fluxo imediato de renda, a melhoria do cenário se traduz de forma mais rápida na confiança.

Nas famílias com renda igual ou superior a dez salários mínimos, o ICC permaneceu em nível elevado (131,8 pontos) e avançou 4,6% na comparação interanual. No entanto, o ICEA recuou no mês (-1,7%) e no ano (-1,5%), refletindo o

impacto do crédito mais caro e dos juros ainda restritivos, fatores que afetam decisões de maior valor [tabela 2].

[TABELA 2]
Índice de Confiança do Consumidor (ICC) — renda, gênero e idade
Fonte: FecomercioSP

ÍNDICES E SEGMENTAÇÕES	PONTOS			Variações	
	jan/26	dez/25	jan/25	mensal	mesmo mês ano anterior
ÍNDICE DE CONFIANÇA DO CONSUMIDOR	127,4	124,5	123,5	2,4%	3,1%
Menos de 10SM	125,3	121,4	122,3	3,2%	2,5%
10SM ou mais	131,8	130,9	126,0	0,6%	4,6%
Homens	129,8	126,5	125,4	2,6%	3,5%
Mulheres	125,0	122,4	121,6	2,1%	2,8%
Menos de 35 anos	131,5	128,6	128,3	2,3%	2,5%
35 anos ou mais	120,6	117,7	115,7	2,5%	4,3%
ÍNDICE DAS CONDIÇÕES ECONÔMICAS ATUAIS	125,6	121,6	122,3	3,3%	2,7%
Menos de 10SM	124,0	117,1	118,2	5,9%	4,9%
10SM ou mais	129,0	131,3	131,0	-1,7%	-1,5%
Homens	130,5	126,6	125,4	3,0%	4,1%
Mulheres	120,7	116,6	119,2	3,5%	1,2%
Menos de 35 anos	131,0	127,2	128,2	3,0%	2,2%
35 anos ou mais	116,8	112,5	112,8	3,8%	3,5%
ÍNDICE DE EXPECTATIVAS DO CONSUMIDOR	128,6	126,3	124,3	1,8%	3,5%
Menos de 10SM	126,2	124,3	125,1	1,6%	0,9%
10SM ou mais	133,6	130,7	122,7	2,2%	8,9%
Homens	129,3	126,5	125,5	2,2%	3,0%
Mulheres	127,9	126,2	123,2	1,3%	3,9%
Menos de 35 anos	131,9	129,6	128,4	1,8%	2,7%
35 anos ou mais	123,2	121,1	117,6	1,7%	4,8%

No agregado, o ICEA alcançou 125,6 pontos, com alta mensal de 3,3%, indicando melhoria na avaliação da situação atual. O avanço foi disseminado entre a maioria dos grupos, com destaque para consumidores com 35 anos ou mais (3,8%) e mulheres (3,5%), embora estas permaneçam em nível inferior ao dos homens.

Já o Índice de Expectativas (IEC) atingiu 128,6 pontos, com crescimentos de 1,8% no mês e 3,5% no ano, consolidando-se como principal vetor de sustentação da confiança. A alta sugere perspectiva de continuidade da desaceleração inflacionária e de um ambiente econômico menos restritivo adiante.

A FecomercioSP indica que, para o varejo, o quadro é de maior dinamismo em segmentos de menor tíquete médio e bens essenciais, enquanto o consumo de duráveis segue condicionado à trajetória dos juros.

Nota metodológica

ICC

O **Índice de Confiança do Consumidor (ICC)** é apurado mensalmente pela FecomercioSP desde 1994. Os dados são coletados com aproximadamente 2,1 mil

consumidores no município de São Paulo. O objetivo é identificar o sentimento dos consumidores levando em conta suas condições econômicas atuais e suas expectativas quanto à situação econômica futura. Esses dados são segmentados por nível de renda, sexo e idade. O ICC varia de zero (pessimismo total) a 200 (otimismo total). Sua composição, além do índice geral, se apresenta como: Índice das Condições Econômicas Atuais (ICEA) e Índice das Expectativas do Consumidor (IEC). Os dados da pesquisa servem como um balizador para decisões de investimento e para formação de estoques por parte dos varejistas, bem como para outros tipos de investimento das empresas.

ICF

O **Índice de Intenção de Consumo das Famílias (ICF)** é apurado mensalmente pela FecomercioSP, desde janeiro de 2010, com dados de 2,2 mil consumidores no município de São Paulo. O ICF é composto por sete itens: Emprego Atual; Perspectiva Profissional; Renda Atual; Acesso ao Crédito; Nível de Consumo; Perspectiva de Consumo; e Momento para Duráveis. O índice vai de zero a 200 pontos, sendo que abaixo de cem pontos é considerado insatisfatório, e acima de cem pontos, satisfatório. O objetivo da pesquisa é ser um indicador antecedente de vendas do comércio, tornando possível — a partir do ponto de vista dos consumidores e não por uso de modelos econométricos — que seja uma ferramenta poderosa para o varejo, para os fabricantes, para as consultorias, assim como para as instituições financeiras.

Sobre a FecomercioSP

Reúne líderes empresariais, especialistas e consultores para fomentar o desenvolvimento do empreendedorismo. Em conjunto com o governo, mobiliza-se pela desburocratização e pela modernização, desenvolve soluções, elabora pesquisas e disponibiliza conteúdo prático sobre as questões que afetam a vida do empreendedor. Representa 1,8 milhão de empresários, que respondem por quase 10% do Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro e geram em torno de 10 milhões de empregos.

Mais informações

Gestão da Comunicação

Lucas Mota — lmota@fecomercio.com.br

Assessoria de imprensa FecomercioSP

imprensa@fecomercio.net.br

Vinícius Mendes — (11) 96860-1503

Arlete Moraes — (11) 94291-8055

Andressa Knop — (11) 91995-3431

Siga a FecomercioSP

[Instagram](#)

[LinkedIn](#)