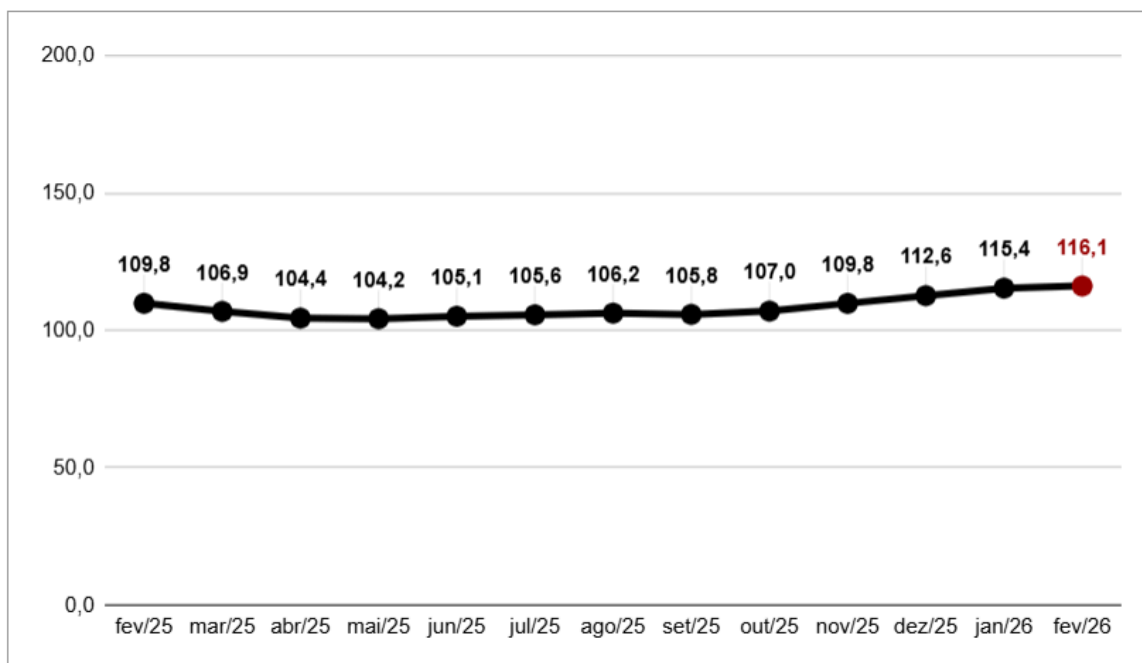


Famílias paulistanas iniciaram fevereiro mais confiantes e dispostas a consumir, aponta FecomercioSP

A expectativa é de recuperação gradual e cautelosa ao longo do ano, impulsionada pelo otimismo sazonal. Incertezas domésticas e internacionais prevalecem

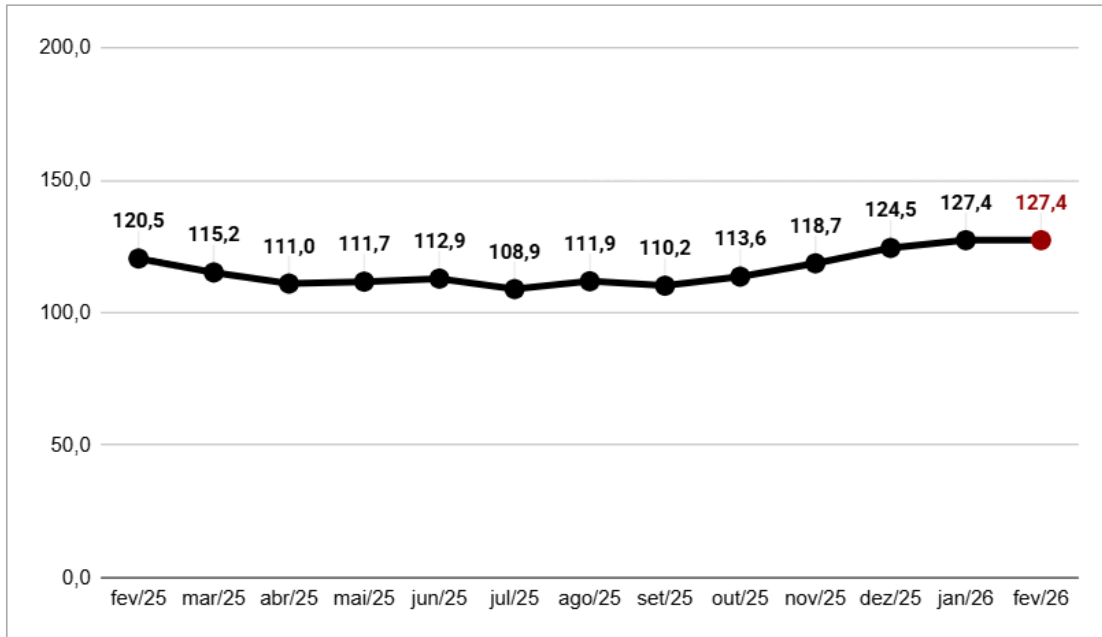
Mesmo com juros em patamares elevados, o mercado de trabalho aquecido e a desaceleração gradual da inflação estão sustentando a confiança dos consumidores e a intenção de compra dos paulistanos. De acordo com a **Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo (FecomercioSP)**, a **Intenção de Consumo das Famílias (ICF)** — que mede o humor e a propensão imediata para o consumo — registrou ligeira alta de 0,7% em fevereiro, atingindo 116,1 pontos no comparativo com o mês anterior e alta de 5,7% em relação ao ano passado [gráfico 1].

[GRÁFICO 1]
Intenção de Consumo das Famílias (ICF)
Série Histórica — 13 meses
Fonte: FecomercioSP



Além disso, outro indicador que reflete percepções dos consumidores sobre o ambiente econômico e as expectativas de longo prazo, o **Índice de Confiança do Consumidor (ICC)**, avançou 5,7% na comparação interanual e estabilidade no mês, atingindo 127,4 pontos [gráfico 2].

[GRÁFICO 2]
Índice de Confiança do Consumidor (ICC)
Série histórica — 13 meses
Fonte: FecomercioSP



Segundo a **FecomercioSP**, a política monetária restritiva começa a produzir efeitos graduais sobre a inflação, o que pode abrir espaço para flexibilização no segundo semestre de 2026, desde que as expectativas inflacionárias estejam ancoradas e o cenário fiscal permaneça sob controle. Para o varejo paulistano, o cenário é mais favorável do que em 2025, mas com crescimento seletivo, dependente da trajetória dos juros, da renda real e da estabilidade macroeconômica.

Melhora gradual nas intenções de compra, mas ainda com cautela

Dentro dos subíndices do ICF, o indicador emprego atual manteve o patamar elevado em fevereiro, ao registrar 139,6 pontos, com avanço de 5,5% em relação ao mesmo mês do ano passado. O resultado indica que a percepção das famílias sobre as condições do mercado de trabalho segue positiva. A combinação entre níveis de ocupação ainda robustos e expansão da massa de rendimentos reais — ainda que em ritmo moderado — continua atuando como um dos principais motores da intenção de consumo, mesmo em um ambiente marcado por juros elevados e crédito caro. [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
	fev/25	jan/26	fev/26	fev/jan (%)	fev/fev (%)	fev/25	jan/26	fev/26	fev/jan (%)	fev/fev (%)	jan/25	dez/25	jan/26	jan/dez (%)	jan/jan (%)	
Emprego Atual	132,3	138,5	139,6	0,8%	5,5%	130,4	138,7	139,4	0,5%	7,0%	138,1	138,1	140,2	1,6%	1,6%	0,8
Perspectiva Profissional	125,2	120,7	123,8	2,5%	-1,1%	122,9	121,0	124,9	3,2%	1,6%	131,8	119,9	120,5	0,5%	-8,6%	-4,4
Renda Atual	139,9	140,3	140,3	0,0%	0,3%	138,6	139,0	138,1	-0,6%	-0,3%	143,9	143,9	146,7	1,9%	1,9%	8,6
Acesso ao Crédito	97,7	113,8	114,1	0,3%	16,9%	91,2	112,8	112,4	-0,3%	23,3%	116,4	116,8	119,1	2,0%	2,3%	6,8
Nível de Consumo Atual	87,5	91,8	92,8	1,1%	6,0%	81,7	87,3	88,4	1,2%	8,2%	104,5	104,9	105,7	0,7%	1,1%	17,3
Perspectiva de Consumo	103,1	112,6	112,0	-0,5%	8,6%	99,8	113,6	112,0	-1,4%	12,3%	112,9	109,6	111,9	2,1%	-0,9%	-0,1
Momento para Duráveis	83,0	89,8	90,3	0,6%	8,8%	77,5	87,1	88,8	1,9%	14,5%	99,0	97,7	94,9	-2,8%	-4,1%	6,2
ICF	109,8	115,4	116,1	0,7%	5,7%	106,0	114,2	114,9	0,6%	8,4%	121,0	118,7	119,9	1,0%	-0,9%	5,0

A renda atual também permanece em patamar elevado, ao registrar 140,3 pontos, mas mostra-se estável tanto no comparativo mensal quanto no anual. Considerando que a inflação de serviços ainda apresenta persistência — componente particularmente mais sensível no orçamento das famílias —, o resultado sugere que a melhora na intenção de consumo tem sido sustentada mais pela percepção de segurança no emprego do que por um avanço efetivo do poder de compra.

O maior avanço no comparativo mensal foi a perspectiva profissional, com alta de 2,5%, registrando 123,8 pontos — porém abaixo do nível observado no mesmo período do ano passado (125,2 pontos) —, com um aumento recente das expectativas, mas não um ciclo consolidado de otimismo estrutural.

O indicador de acesso ao crédito (114,1 pontos) mostra que, embora o custo do crédito permaneça elevado, a percepção de viabilidade para compras parceladas melhorou de forma significativa, com alta de 16,9% no comparativo interanual e de 0,3% no mensal. A perspectiva de consumo (112 pontos) sinaliza uma visão favorável para o consumo futuro, registrando alta de 8,6% no comparativo interanual.

Contudo, o nível de consumo atual (92,8 pontos) e o momento para duráveis (90,3 pontos) continuam em patamar negativo, apesar de registrarem avanços no mês e no comparativo anual. Os resultados indicam melhora gradual nas intenções de compra, mas ainda revelam cautela por parte dos consumidores, sobretudo na aquisição de bens de maior valor. Esse comportamento reflete, em grande medida, o efeito dos juros elevados, que tornam o crédito mais caro e retardam a recuperação do consumo de bens duráveis.

Confiança cresce, mas consumo segue desigual entre rendas

Entre os consumidores com renda de até dez salários mínimos, o ICF atingiu 114,9 pontos em fevereiro, com alta de 8,4% nos últimos 12 meses. O principal destaque foi o acesso ao crédito, que chegou a 112,4 pontos e registrou crescimento anual de 23,3%. Mas os indicadores de momento para duráveis (88,8 pontos) e nível de consumo atual (88,4 pontos) permanecem na faixa de pessimismo. A renda atual, por sua vez, apresentou leve recuo no mês (-0,6%) e no ano (-0,3%), sugerindo que a melhora da confiança está mais associada ao crédito e às expectativas do que ao aumento efetivo da renda.

Entre os consumidores com renda acima de dez salários mínimos, o ICF alcançou 119,9 pontos, com leve queda de 0,9% em relação ao mesmo período do ano passado. Nesse grupo, a renda atual atingiu 146,7 pontos, patamar considerado elevado, com avanço de 1,9% tanto no mês quanto no comparativo anual. O acesso ao crédito também cresceu, chegando a 119,1 pontos, enquanto o indicador de momento para duráveis recuou para 94,9 pontos, refletindo maior cautela nas compras de maior valor em um cenário de juros ainda elevados.

A comparação entre as faixas de renda indica uma retomada heterogênea do consumo. Em fevereiro, o ICF dos consumidores de maior renda superou o da faixa de até 10 salários mínimos em 5 pontos. A maior diferença aparece no nível de consumo atual, com vantagem de 17,3 pontos para a renda mais alta, evidenciando que o consumo corrente permanece significativamente mais forte entre as famílias com maior poder aquisitivo.

Expectativas impulsionam confiança do consumidor

A confiança do consumidor paulistano em fevereiro de 2026 foi sustentada principalmente pela melhora das expectativas em relação ao cenário econômico. O Índice de Expectativas do Consumidor (IEC) avançou 2,4% na comparação mensal, alcançando 131,7 pontos, e registrou alta de 7,9% em relação ao mesmo período do ano passado. O resultado reflete uma percepção mais favorável quanto à renda futura, às perspectivas do mercado de trabalho e ao ambiente econômico, indicando maior estabilidade nas expectativas de médio e longo prazos, mesmo diante de um contexto ainda marcado por incertezas internas e externas.

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

ÍNDICES E SEGMENTAÇÕES	PONTOS			Variações	
	fev/26	jan/26	fev/25	mensal	mesmo mês ano anterior
ÍNDICE DE CONFIANÇA DO CONSUMIDOR	127,4	124,5	123,5	2,4%	3,1%
Menos de 10SM	125,1	125,3	117,3	-0,2%	6,7%
10SM ou mais	132,3	131,8	127,3	0,4%	4,0%
Homens	130,9	129,8	119,9	0,9%	9,2%
Mulheres	123,9	125,0	121,0	-0,9%	2,3%
Menos de 35 anos	129,9	131,5	124,8	-1,2%	4,2%
35 anos ou mais	123,2	120,6	113,5	2,2%	8,6%
ÍNDICE DAS CONDIÇÕES ECONÔMICAS ATUAIS	125,6	121,6	122,3	3,3%	2,7%
Menos de 10SM	117,0	124,0	112,2	-5,6%	4,3%
10SM ou mais	129,4	129,0	131,1	0,3%	-1,3%
Homens	126,5	130,5	116,0	-3,1%	9,1%
Mulheres	115,5	120,7	120,5	-4,3%	-4,2%
Menos de 35 anos	123,4	131,0	125,1	-5,8%	-1,3%
35 anos ou mais	117,0	116,8	107,1	0,2%	9,3%
ÍNDICE DE EXPECTATIVAS DO CONSUMIDOR	131,7	128,6	122,0	2,4%	7,9%
Menos de 10SM	130,4	126,2	120,7	3,3%	8,1%
10SM ou mais	134,3	133,6	124,7	0,5%	7,6%
Homens	133,9	129,3	122,5	3,5%	9,2%
Mulheres	129,5	127,9	121,4	1,2%	6,6%
Menos de 35 anos	134,3	131,9	124,6	1,8%	7,8%
35 anos ou mais	127,4	123,2	117,8	3,4%	8,2%

Em sentido oposto, o Índice das Condições Econômicas Atuais (ICEA) recuou 3,7% frente a janeiro, e registrou 121 pontos. A retração foi disseminada entre a maior parte dos grupos analisados, com exceção de consumidores com renda superior a dez salários-mínimos e pessoas com 35 anos ou mais, que apresentaram leve

avanço. Apesar do recuo no mês, o indicador permanece acima do observado há um ano, com crescimento interanual de 2,3%, demonstrando que a avaliação sobre a situação econômica atual segue mais positiva do que no ano passado.

A análise do ICC por renda mostra diferenças no ritmo de recuperação. Entre consumidores com renda superior a dez salários-mínimos, o índice geral atingiu 132,3 pontos, com leve alta mensal de 0,4% e crescimento anual de 4%, mantendo-se como o grupo de maior nível de confiança e menor volatilidade. Por sua vez, entre aqueles com renda de até dez salários-mínimos, o indicador marcou 125,1 pontos, com pequena retração no mês (-0,2%), mas avanço anual mais expressivo, de 6,7%, sugerindo recomposição gradual da percepção econômica.

Apesar da recuperação da confiança e melhora do consumo — influenciada também por eventos como a Copa do Mundo, feriados e eleições neste ano —, o ambiente econômico ainda permanece desafiador, marcado por juros elevados, crescimento moderado e incertezas tanto no cenário doméstico quanto no internacional. A sustentabilidade desse movimento dependerá da desaceleração consistente da inflação, especialmente no setor de Serviços, da preservação do poder de compra das famílias e do equilíbrio das contas públicas ao longo do ano.

Nesse contexto, as tensões geopolíticas recentes também merecem atenção. Conflitos internacionais tendem a produzir efeitos que extrapolam os países diretamente envolvidos, funcionando como um choque de custos global. O aumento dos preços de energia e combustíveis pressiona cadeias produtivas, encarece transporte e logística e pode alimentar novas pressões inflacionárias. Como consequência, há efeitos sobre o poder de compra das famílias e sobre os custos operacionais das empresas — fatores que influenciam diretamente o desempenho do Comércio e a dinâmica do consumo.

Nota metodológica

ICC

O **Índice de Confiança do Consumidor (ICC)** é apurado mensalmente pela **FecomercioSP** desde 1994. Os dados são coletados dentre 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) e é composto, além do índice geral, pelo Índice das Condições Econômicas Atuais (ICEA) e pelo Índice das Expectativas do Consumidor (IEC). Os dados da pesquisa servem como um balizador para decisões de investimento e para a 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; 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](#)