

Apesar dos juros e da inflação, mercado de trabalho sustenta otimismo do consumidor em São Paulo

Queda da intenção de consumo aponta cautela das famílias diante de endividamento e juros elevados

A percepção das famílias paulistanas sobre a situação econômica recuou em julho, de acordo com a [Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo \(FecomercioSP\)](#). O Índice de Confiança do Consumidor (ICC) apontou queda de 2% em relação a junho, registrando 121,6 pontos. Na comparação com julho de 2025, contudo, houve alta de 11,6%.

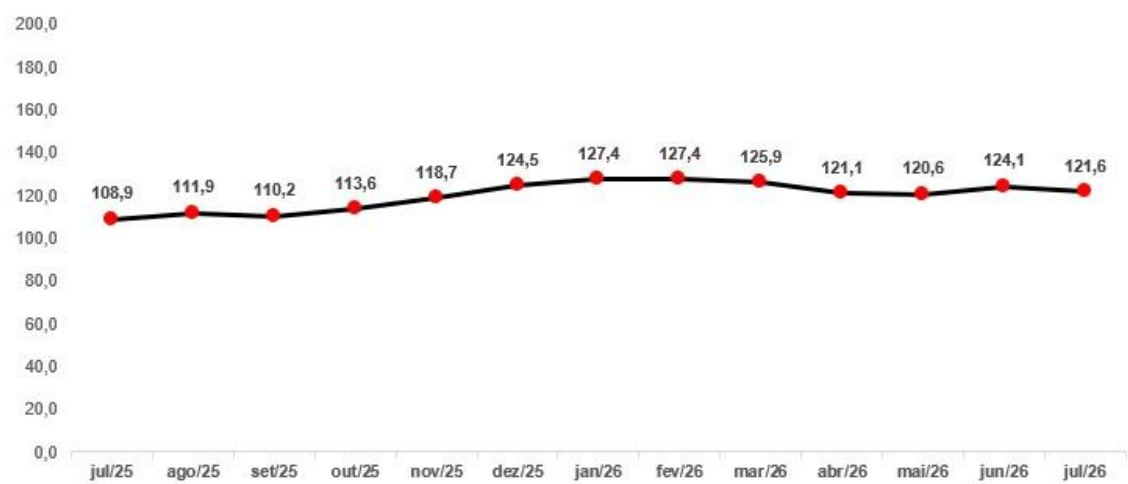
Embora a confiança do consumidor permaneça em patamar de otimismo, o resultado de julho aponta para uma mudança no comportamento familiar. O mercado de trabalho continua sustentando a renda e evitando uma deterioração mais intensa das expectativas, porém esse impulso já não se traduz na mesma intensidade em aumento do consumo. O ambiente de juros elevados, inflação ainda concentrada em despesa essenciais e elevado comprometimento da renda está levando os consumidores a adotarem uma postura mais cautelosa nas decisões de compra.

O ICC varia de 0 a 200 pontos. Resultados iguais a 100 pontos indicam neutralidade; abaixo desse patamar, pessimismo; e acima, otimismo. Quanto mais o índice se aproxima de um desses extremos, maior é a intensidade do sentimento. Assim, estar acima dos 100 pontos não significa ausência de dificuldades, mas que as avaliações favoráveis superam as desfavoráveis.

[Gráfico 1]

Índice de Confiança do Consumidor (ICC) — série histórica

Fonte: FecomercioSP



De acordo com a FecomercioSP, o mercado de trabalho continua sendo o principal fator de sustentação da confiança dos consumidores. A combinação entre baixa taxa de desemprego, crescimento da renda e expansão da massa salarial preserva a capacidade de pagamento das famílias. Entretanto, esse ambiente favorável passou a conviver com um custo financeiro elevado. A inflação (ainda concentrada em itens essenciais), os juros em patamar restritivo e o elevado endividamento reduzem a margem disponível a novos gastos, tornando o consumidor mais seletivo quanto a preços, prazos, condições de pagamento e compras de maior valor.

Em julho, a queda da confiança atingiu todos os grupos pesquisados, com destaque para os lares com renda de até dez salários mínimos (-2,6%), os homens (-2,5%) e os consumidores com menos de 35 anos (-2,1%). Na comparação anual, entretanto, todos os segmentos apresentaram alta, sendo as maiores variações registradas entre esses mesmos grupos: homens (13,3%), consumidores com menos de 35 anos (12,9%) e lares com renda de até dez salários mínimos (12,4%). De acordo com a FecomercioSP, o comportamento desses grupos sugere mais sensibilidade às mudanças nas condições de emprego, renda disponível, inflação e acesso ao crédito.

[Tabela 1]

Índice de Confiança do Consumidor (ICC) – segmentos

Fonte: FecomercioSP

ÍNDICES E SEGMENTAÇÕES	PONTOS			Variações	
	jul-26	jun-26	jul-25	mensal	mesmo mês ano anterior
ÍNDICE DE CONFIANÇA DO CONSUMIDOR	121,6	124,1	108,9	-2,0%	11,6%
Menos de 10SM	120,9	124,1	107,5	-2,6%	12,4%
10SM ou mais	123,2	124,1	111,9	-0,7%	10,0%
Homens	125,0	128,2	110,4	-2,5%	13,3%
Mulheres	118,2	119,9	107,5	-1,4%	9,9%
Menos de 35 anos	123,9	126,5	109,8	-2,1%	12,9%
35 anos ou mais	117,9	120,0	107,6	-1,8%	9,6%

Entre os subíndices que compõem o ICC, o **Índice das Condições Econômicas Atuais (ICEA)** apresentou o maior recuo, com queda de 3,1%, atingindo 114 pontos. Contudo, na comparação anual, o subíndice cresceu 11%.

[Tabela 2]

Índice das Condições Econômicas Atuais (ICEA) – segmentos

Fonte: FecomercioSP

ÍNDICES E SEGMENTAÇÕES	PONTOS			Variações	
	jul-26	jun-26	jul-25	mensal	mesmo mês ano anterior
ÍNDICE DAS CONDIÇÕES ECONÔMICAS ATUAIS	114,0	117,6	102,7	-3,1%	11,0%
Menos de 10SM	111,8	115,6	100,0	-3,3%	11,8%
10SM ou mais	118,6	121,7	108,5	-2,6%	9,3%
Homens	117,9	120,9	107,2	-2,5%	10,0%
Mulheres	110,1	114,3	98,3	-3,6%	12,0%
Menos de 35 anos	117,7	121,3	105,5	-3,0%	11,5%
35 anos ou mais	108,0	111,5	98,1	-3,2%	10,0%

O **Índice de Expectativas do Consumidor (IEC)**, por sua vez, recuou 1,4% em relação a junho, atingindo 126,7 pontos. Com exceção daqueles que recebem dez salários mínimos ou mais (avançando 0,5%), todos os demais componentes apresentaram resultados negativos. No comparativo com o mesmo período de 2025, houve alta de 12%, sendo que todos os segmentos registraram resultados positivos relevantes.

[Tabela 3]

Índice de Expectativas do Consumidor (IEC) – segmentos

Fonte: FecomercioSP

ÍNDICES E SEGMENTAÇÕES	PONTOS			Variações	
	jul-26	jun-26	jul-25	mensal	mesmo mês ano anterior
ÍNDICE DE EXPECTATIVAS DO CONSUMIDOR	126,7	128,4	113,1	-1,4%	12,0%
Menos de 10SM	126,9	129,7	112,5	-2,2%	12,7%
10SM ou mais	126,2	125,6	114,2	0,5%	10,5%
Homens	129,8	133,2	112,5	-2,5%	15,3%
Mulheres	123,6	123,7	113,6	-0,1%	8,7%
Menos de 35 anos	128,0	130,1	112,6	-1,6%	13,7%
35 anos ou mais	124,4	125,7	113,9	-1,0%	9,3%

O comportamento simultâneo dos dois subíndices mostra que o consumidor passou a avaliar de forma mais cautelosa tanto sua situação econômica atual quanto as perspectivas para os próximos meses. Ainda que ambos permaneçam acima da linha de otimismo, o recuo disseminado entre praticamente todos os segmentos indica uma acomodação da confiança após o forte avanço observado ao longo dos últimos 12 meses.

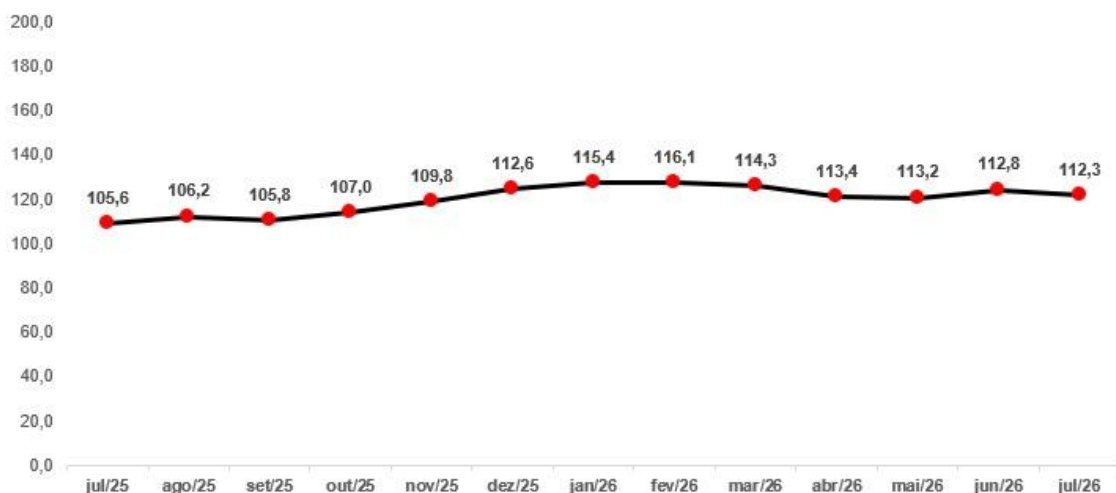
Intenção de consumo das famílias recua

A Intenção de Consumo das Famílias (ICF), outro indicador da FecomercioSP — que varia de zero a 200 pontos —, também apresentou retração em julho. O ICF caiu 0,4%, atingindo 112,3 pontos. Foi a quarta queda seguida do indicador. A sequência de recuos reforça que a confiança elevada não tem sido suficiente para estimular o consumo na mesma intensidade. A população continua com disposição para consumir, porém prioriza gastos essenciais e posterga decisões que envolvam mais comprometimento financeiro. Na comparação anual, o indicador registrou alta de 6,3%.

[Gráfico 2]

Intenção do Consumo das Famílias (ICF) – série histórica

Fonte: FecomercioSP



Dentre as variáveis que compõem o indicador, **momento para duráveis** obteve a maior variação positiva em relação a junho (2,5%) e ao sétimo mês de 2025 (16,9%). Contudo, em termos de pontuação, o quesito ficou no patamar de insatisfação, com 81,6 pontos. **Perspectiva de consumo** subiu 1,7%, para 106,2 pontos, e cresceu 10,3%, na comparação anual. **Nível de consumo** variou 0,3%, passando para 89,7 pontos, e cresceu 7,5% no comparativo interanual. Já **acesso ao crédito** variou 0,1%, com 111,7 pontos, e alta de 9,9% em comparação com julho de 2025.

Por fim, **emprego atual** registrou queda de 0,8%, atingindo 141,8 pontos, e cresceu 6,9% no comparativo interanual. **Perspectiva profissional** registrou queda de 4,1%, alcançando 115,9 pontos e queda de 5,1% no comparativo com o mesmo mês de 2025. **Renda atual** sofreu queda de 1,1% em relação ao mês anterior (139,0 pontos) e alta de 4% no comparativo anual.

Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), com o mercado de trabalho encerrando o trimestre finalizado em maio com uma menor taxa de desocupação (5,6%), o rendimento real crescendo 4% em um ano e a massa real de rendimentos avançando 4,8%, a ocupação e a renda estão amortecendo os efeitos dos juros elevados sobre o consumo. Por outro lado, mesmo com o cenário atual favorável, há mais prudência das famílias com compromissos de longo prazo: a inflação desacelerou para 0,16%, em junho, acumulando 4,64% em 12 meses, mas continua pressionando justamente grupos de maior peso no orçamento familiar, reduzindo a renda disponível para despesas discricionárias, afetando principalmente os consumidores de menor renda e limitando a recuperação do consumo.

Somado a esse quadro, há o endividamento — que atingia 74,1% dos lares na capital paulista em junho —, o maior nível em quatro anos. Com a taxa Selic em 14,25% ao ano, o custo das operações permanece elevado para os consumidores. Embora o ciclo de juros esteja desacelerando gradualmente, seus efeitos sobre o consumo permanecem relevantes. Assim, as operações de financiamento continuam mais caras, restringindo principalmente as compras de maior valor agregado. Assim, mesmo com o crescimento anual expressivo apresentado pelo quesito Momento para Duráveis (16,9%), a sua continuidade na zona de insatisfação (81,6 pontos) mostra que ainda não há evidências de normalização plena das compras financiadas, como veículos, móveis e eletrodomésticos.

[Tabela 4]

Intenção de Consumo das Famílias — componentes

Fonte: FecomercioSP

INTENÇÃO DE CONSUMO DAS FAMÍLIAS	jul-25	jun-26	jul-26	jul/jun (%)	jul/jul (%)
Emprego Atual	132,6	142,9	141,8	-0,8%	6,9%
Perspectiva Profissional	122,1	120,9	115,9	-4,1%	-5,1%
Renda Atual	133,6	140,5	139,0	-1,1%	4,0%
Acesso ao Crédito	101,7	111,6	111,7	0,1%	9,9%
Nível de Consumo Atual	83,4	89,4	89,7	0,3%	7,5%
Perspectiva de Consumo	96,3	104,4	106,2	1,7%	10,3%
Momento para Duráveis	69,8	79,6	81,6	2,5%	16,9%
ICF	105,6	112,8	112,3	-0,4%	6,3%

Entre as famílias que **recebem até dez salários mínimos**, o ICF ficou praticamente estável em julho, atingindo 111,5 pontos. Na comparação com o mesmo período do ano passado, porém, houve avanço de 7,7%. A maior queda entre as variáveis foi registrada no item Perspectiva Profissional (que caiu 3,4%, em relação a junho, e 6% na comparação com julho de 2025). Contudo, o quesito permaneceu na zona de otimismo com 115,1 pontos. Já Consumo Atual (86,8 pontos) e Momento para Duráveis (79,6 pontos), que cresceram 1,1% e 2,5%, respectivamente, ficaram abaixo da linha que separa o otimismo do pessimismo.

No comparativo interanual, momento para duráveis (19%), acesso ao crédito (13,5%), perspectiva de consumo (11%) e nível de consumo atual (10,7%) foram os principais destaques positivos.

[Tabela 5]

Intenção de Consumo das Famílias — até 10 salários mínimos

Fonte: FecomercioSP

INTENÇÃO DE CONSUMO DAS FAMÍLIAS	jul-25	jun-26	jul-26	jul/jun (%)	jul/jul (%)
Emprego Atual	131,1	142,9	142,2	-0,5%	8,4%
Perspectiva Profissional	122,4	119,2	115,1	-3,4%	-6,0%
Renda Atual	130,7	138,5	137,8	-0,5%	5,4%
Acesso ao Crédito	98,5	111,0	111,8	0,7%	13,5%
Nível de Consumo Atual	78,4	85,8	86,8	1,1%	10,7%
Perspectiva de Consumo	96,7	105,2	107,3	2,1%	11,0%
Momento para Duráveis	66,9	77,7	79,6	2,5%	19,0%
ICF	103,5	111,5	111,5	0,0%	7,7%

Nos lares com renda **superior a dez salários mínimos**, o ICF recuou 1,7%, passando para 114,5 pontos, mas ficando 2,4% acima do registrado em julho de 2025. Perspectiva Profissional (-6%), Renda Atual (-2,7%), Acesso ao Crédito (-1,6%) e Nível de Consumo Atual (-1,6%) apresentaram as maiores quedas mensais.

[Tabela 6]

Intenção de Consumo das Famílias — Mais de 10 salários mínimos

Fonte: FecomercioSP

INTENÇÃO DE CONSUMO DAS FAMÍLIAS	jul-25	jun-26	jul-26	jul/jun (%)	jul/jul (%)
Emprego Atual	137,1	143,0	140,8	-1,5%	2,7%
Perspectiva Profissional	121,1	126,0	118,4	-6,0%	-2,3%
Renda Atual	142,0	146,3	142,4	-2,7%	0,3%
Acesso ao Crédito	110,9	113,3	111,5	-1,6%	0,5%
Nível de Consumo Atual	97,9	99,6	98,0	-1,6%	0,2%
Perspectiva de Consumo	95,1	102,1	102,9	0,8%	8,2%
Momento para Duráveis	78,1	85,2	87,3	2,5%	11,8%
ICF	111,7	116,5	114,5	-1,7%	2,4%

Na avaliação da FecomercioSP, os resultados do ICC e do ICF indicam que o consumidor paulistano continua otimista, porém significativamente mais criterioso em suas decisões de compra. O mercado de trabalho permanece como principal sustentação da confiança ao preservar empregos, renda e capacidade de pagamento. Entretanto, esse fator, de forma isolada, já não consegue incentivar o consumo na mesma intensidade observada nos últimos meses, diante do elevado custo do crédito, do maior comprometimento da renda familiar e da inflação ainda concentrada em despesas essenciais.

Essa conjuntura ajuda a explicar o desempenho recente do varejo paulista, marcado por crescimento moderado das vendas. Em vez de ampliar o consumo, os lares passaram a priorizar planejamento financeiro, pesquisa de preços e comparação entre canais físicos e digitais, além de adotarem mais seletividade

nas compras, comportamento que deve continuar predominando enquanto persistirem condições financeiras restritivas.

Nesse contexto, torna-se ainda mais importante que as empresas aprofundem o conhecimento sobre o perfil do consumidor, utilizem ferramentas de inteligência de dados para segmentação de ofertas, fortaleçam programas de fidelização e preservem a gestão do capital de giro. Estratégias comerciais baseadas exclusivamente em descontos tendem a produzir resultados limitados em um ambiente de crédito caro, sendo mais eficiente agregar valor, conveniência, qualidade do atendimento e condições de pagamento compatíveis com a capacidade financeira das pessoas.

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](tel:(11)96860-1503)

Arlete Moraes — [\(11\) 94291-8055](tel:(11)94291-8055)

Andressa Knop — [\(11\) 91995-3431](tel:(11)91995-3431)

Siga a FecomercioSP

[Instagram](#)

[LinkedIn](#)