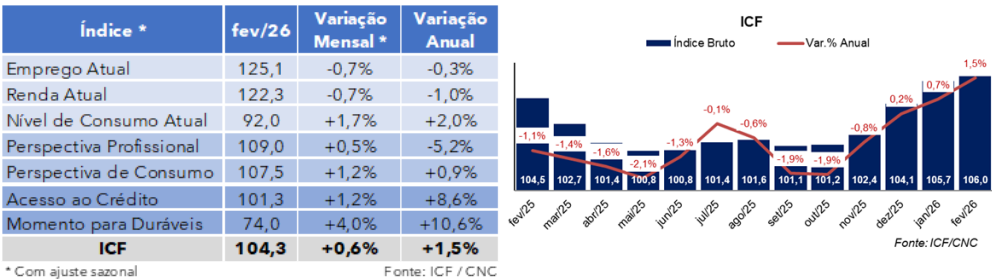
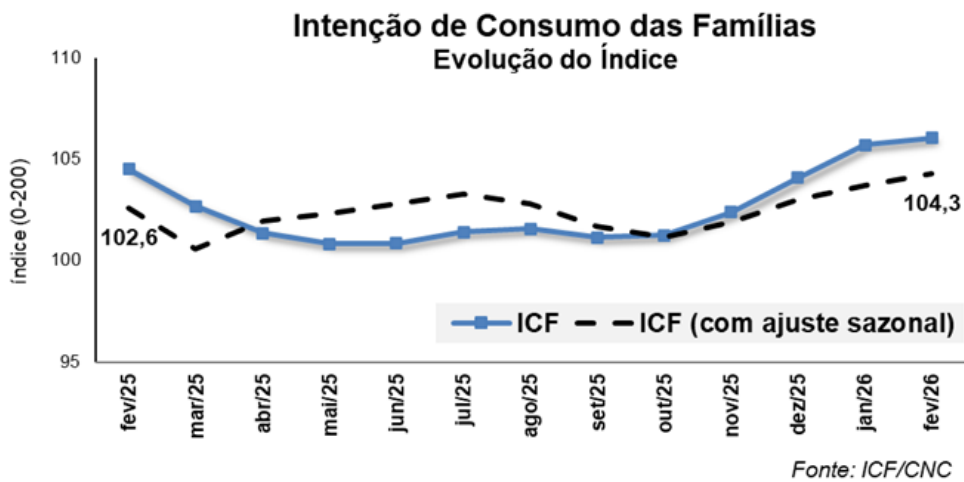




Fevereiro | 2026

CONSUMO AVANÇA A PATAMAR DE 2024

A Intenção de Consumo das Famílias (ICF) continua a crescer, impulsionada pela percepção de melhor momento para compra de bens duráveis, principalmente entre as famílias de menor renda

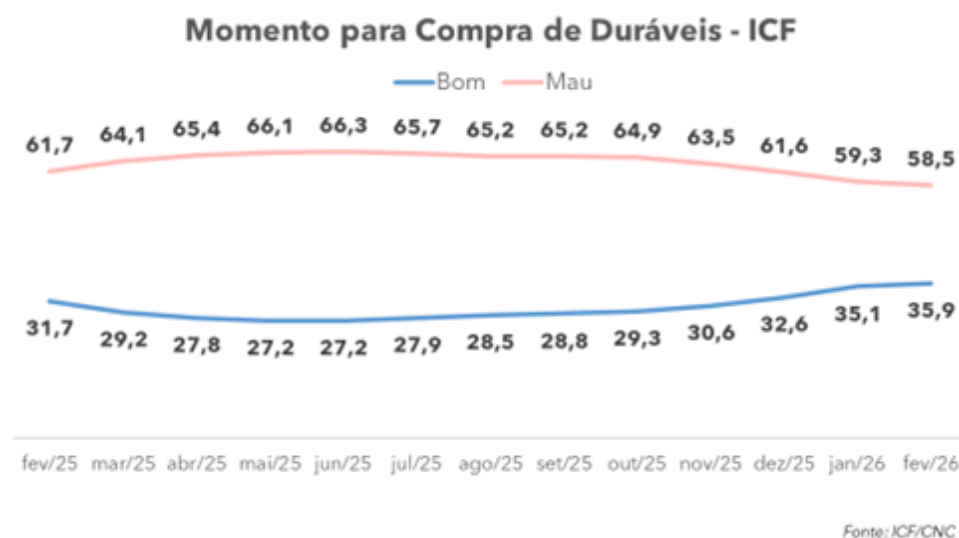


A ICF avançou 0,6% em fevereiro, descontados os efeitos sazonais, continuando o processo de alta dos três meses anteriores. Com isso alcançou 104,3 pontos, o maior patamar desde maio de 2024 (104,5 pontos). O índice apresentou alta da maioria dos itens da pesquisa nessa comparação, com Emprego Atual – ICF e Renda Atual – ICF sendo as exceções (-0,7% em ambos os casos), interrompendo a tendência de alta que demonstravam desde novembro do ano passado. Enquanto Momento para Compra de Duráveis – ICF continuou tendo o maior crescimento (+4,0%) e alcançou o maior nível desde abril de 2015.

Em relação à comparação anual, a tendência da ICF também permaneceu, com aumento de 1,5% frente a fevereiro do ano passado, terceiro mês consecutivo. Contudo, teve influência do mercado de trabalho. A taxa de desemprego terminou 2025 em seu menor patamar histórico (5,1%), pressionando novas contratações. Assim como a evolução do emprego apresentou avanço de 2,7% no ano passo, abaixo dos 3,7% obtidos em 2024, corroborando a desaceleração da Perspectiva Profissional – ICF.



Emprego Atual – ICF começou a apresentar queda em fevereiro (-0,7%), após três meses de alta mensal. Enquanto, em relação à Perspectiva Profissional – ICF, aumentou 0,5%, após seis meses de resultados negativos. Já na comparação anual, a percepção em relação ao emprego se deteriorou tanto no curto quanto médio prazo, com o Emprego Atual – ICF caindo 0,3% e a Perspectiva Profissional menor do que em fevereiro de 2025 (-5,2%).



Assim como na análise mensal, Momento para Compra de Duráveis – ICF obteve o maior crescimento na comparação com fevereiro de 2025 (+10,6%), mostrando uma maior procura por esses bens. Essa evolução tem influência do nível de preços desses produtos estar em maior desaceleração. Com cinco recessões nos últimos sete meses, a inflação dos bens duráveis acumulou uma evolução em 12 meses de 0,85%, abaixo do resultado apresentado em janeiro do ano passado (1,64%) e menor do que a taxa do indicador geral do IPCA (4,44%).

Este foi o nono mês com aumento no percentual de famílias que consideram um bom momento para a compra de duráveis, atingindo 35,9% o maior nível desde abril de 2015 (41,8%). Por outro lado, o percentual daquelas acreditam ser um mau momento (58,5%) continua sendo a maioria, mas vem diminuindo e atingiu o menor nível desde março de 2020 (56,5%).



Considerando todos os fatores de consumo analisados, a Perspectiva de Consumo – ICF voltou a crescer em relação ao ano passado (+0,9%), após doze meses em retração. Além disso, a perspectiva obteve crescimento de 1,2% frente a janeiro, comprovando a importância do crédito para o comércio.

Os dados de fevereiro mostram a continuação do otimismo dos consumidores. A compra de produtos duráveis continuou impulsionando o consumo, enquanto o mercado de trabalho gera cautela principalmente no curto prazo.

“Produtos duráveis como estímulo para o consumo.”

FAMÍLIAS DE MENOR RENDA IMPULSIONAM O CONSUMO

Índice *	fev/26	Variação Mensal*	Variação Anual
Até 10 Salários Mínimos	101,7	+0,0%	+2,1%
Mais de 10 Salários Mínimos	115,5	+0,6%	-0,7%
ICF	104,3	+0,6%	+1,5%

* Com ajuste sazonal

Fonte: ICF / CNC

A intenção de consumir em fevereiro teve variações distintas entre as faixas de renda analisadas, principalmente na comparação anual. As famílias com renda acima de 10 salários mínimos mantiveram a tendência de queda (-0,7%), enquanto as famílias com renda até 10 salários mínimos superaram em 2,1% o nível de fevereiro de 2025. Já em relação ao mês passado, a maior recuperação foi apresentada pelas famílias de maior renda, enquanto as com menos de 10 salários não perceberam alteração.

Um dos fatores que ajuda a explicar essa diferença entre as comparações é justamente o mercado de trabalho. Enquanto o Emprego Atual – ICF apresentou a maior queda mensal (-0,9%) para as famílias consideradas mais pobres, o outro grupo obteve um aumento de 0,6%, sendo profissões que geralmente exigem conhecimentos técnicos específicos e, portanto, com menos concorrência de profissionais.

A percepção do nível de preços também afetou o consumo entre as rendas, dado que as famílias com menor renda acabam sofrendo maior influência inflacionário. Tanto que o indicador Renda Atual – ICF teve queda mensal de 0,9% para este grupo, no entanto cresceu 0,7% para as famílias com mais de 10 salários.

Momento para Compra de Duráveis – ICF avançou em ambos os grupos, contudo em intensidade diferente. Enquanto as famílias de menor renda obtiveram avanço anual de 13,6%, o indicador das com maior renda cresceu 1,3%, influenciando um aumento de 2,1% na Perspectiva de Consumo – ICF daquelas com menor renda, enquanto o outro grupo apresentou uma queda de 3,2%. Porém, este indicador teve avanço mensal em ambas as faixas de renda.

Sobre a pesquisa:

A pesquisa nacional de Intenção de Consumo das Famílias (ICF) é um indicador antecedente do potencial das vendas no comércio, apurado mensalmente pela Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC). Os resultados medem o grau de satisfação e insatisfação dos consumidores, em que o índice abaixo de 100 pontos indica percepção de insatisfação, enquanto acima de 100 (com limite de 200 pontos) indica satisfação.

A pesquisa contempla 18 mil questionários analisados mensalmente, com dados de consumidores coletados em todas as Unidades Federativas, compilados em sete indicadores: três sobre as condições atuais (emprego, renda e nível de consumo), dois sobre expectativas para três meses à frente (perspectiva de consumo e perspectiva profissional), além da avaliação do acesso ao crédito e momento atual para aquisição de bens duráveis.

Como as informações estão sujeitas ao comportamento sazonal da economia, as séries são dessazonalizadas para permitir a comparação dos indicadores no mês com os do mês imediatamente anterior. Em janeiro de 2023, as séries passaram a ser ajustadas pelo modelo X-13 ARIMA-SEATS, que considera como fatores sazonais o efeito calendário, os feriados de carnaval, Páscoa e Corpus Christi, além da identificação de outliers.

Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e
Turismo (CNC)

economia@cnc.org.br
(21) 38049200
portaldocomercio.org.br

Caso não queira mais receber estes e-mails, [cancele sua inscrição](#).