



ICF CAPIXABA SEGUE ESTÁVEL, MAS INDICA RETOMADA DO CONSUMO

Elaborado por: André Spalenza, Gercione Dionizio e Eduarda Gripp.

Melhora na confiança das famílias capixabas de menor renda sinaliza expectativa positiva para as vendas de fim de ano

INTENÇÃO DE CONSUMO

104,6 (+0,1%)

MOMENTO PARA DURÁVEIS

62,3 (2,90%)

SATISFAÇÃO NÍVEL
DE CONSUMO ATUAL

95,7 (+0,92%)

PERSPECTIVA DE
CONSUMO FUTURO

115,5 (0,16%)

Em outubro de 2025, o ICF capixaba manteve-se estável (104,6 pontos), mas com sinais de melhora. Famílias de menor renda mostraram maior confiança, impulsionando a perspectiva de consumo e o interesse por bens duráveis. O cenário indica cautela, porém com tendência positiva para o comércio no fim do ano.

Resultados Gerais

Em outubro de 2025, a Intenção de Consumo das Famílias capixabas (ICF) manteve-se estável, mas com sinais de possível melhora nos próximos meses. No período, o indicador registrou leve alta de 0,1 ponto (ou 0,1%) em relação a setembro, alcançando 104,5 pontos. Na comparação com outubro de 2024, quando o indicador chegou a 110,2 pontos, o ICF mostra retração de 5,1%. Esse

resultado sugere que, em 2025, as famílias capixabas podem adotar uma postura um pouco mais cautelosa nas compras de fim de ano, com menor antecipação do consumo para novembro, movimento que vinha se repetindo nos últimos dois anos (Ver estudos do Connect/Fecomércio – ES referentes à Pesquisa Mensal do Comércio).

Intenção de Consumo das Famílias (ICF) capixabas, brasileiras e do Sudeste

	Índice (pontos)			Variação percentual	
	out/25	set/25	out/24	Mensal	Interanual
Espírito Santo	104,6	104,5	110,2	0,10%	-5,1%
Sudeste	101,9	102,5	105,5	-0,56%	-3,4%
Brasil	101,2	101,1	103,2	0,10%	-1,9%

Fonte: CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.

No Brasil, a variação do ICF foi similar a capixaba. Em outubro, o índice chegou a 101,2 pontos, aumento de 0,1 ponto em comparação a setembro de 2025. Esse resultado também indica um comportamento mais conservado do consumo das famílias para o fim de ano. Na análise interanual, o ICF brasileiro também apresentou uma retração. A redução do índice foi de dois pontos (ou 1,9%).

A variação do ICF capixaba resultou das mudanças observadas nos indicadores de Disposição para o Consumo e Capacidade de Consumir. Em outubro, a Disposição para o Consumo alcançou 91,6 pontos. Apesar de permanecer abaixo do nível de satisfação (100 pontos), o subíndice registrou alta de 1,04% em relação a setembro, quando havia ficado em 90,6 pontos.

Comportamento dos componentes do ICF capixaba e brasileiro

	Espírito Santo			Brasil		
	out/25	set/25	Variação Mensal	out/25	set/25	Variação Mensal
Intenção de Consumo das Famílias	104,6	104,5	0,06%	101,2	101,1	0,10%
Emprego Atual	129,7	129,0	0,56%	124,9	125,3	-0,33%
Perspectiva Profissional	107,3	108,2	-0,86%	111,4	112,6	-1,04%
Renda Atual	121,2	122,1	-0,69%	121,2	121,3	-0,10%
Acesso ao Crédito (Compra a Prazo)	99,0	100,3	-1,30%	96,3	95,1	1,21%
Nível de Consumo Atual	96,9	96,0	0,92%	88,1	88,2	-0,12%
Perspectiva de Consumo	115,5	115,3	0,16%	102,4	101,8	0,54%
Momento para Duráveis	62,3	60,6	2,90%	64,4	63,7	1,23%
Capacidade de Consumir (Pagamento) ¹	114,3	114,9	-0,51%	113,4	113,6	-0,12%
Disposição para o Consumo ²	91,6	90,6	1,04%	85,0	84,6	0,48%

Fonte: CNC. Elaboração Equipe Connect Fecomércio-ES.

Nota: (1) Indicador construído com base na média entre Emprego Atual, Perspectiva Profissional, Renda Atual e Acesso ao crédito.
(2) Indicador construído com base na média entre Nível de Consumo Atual, Perspectiva de Consumo e Momento para Duráveis.

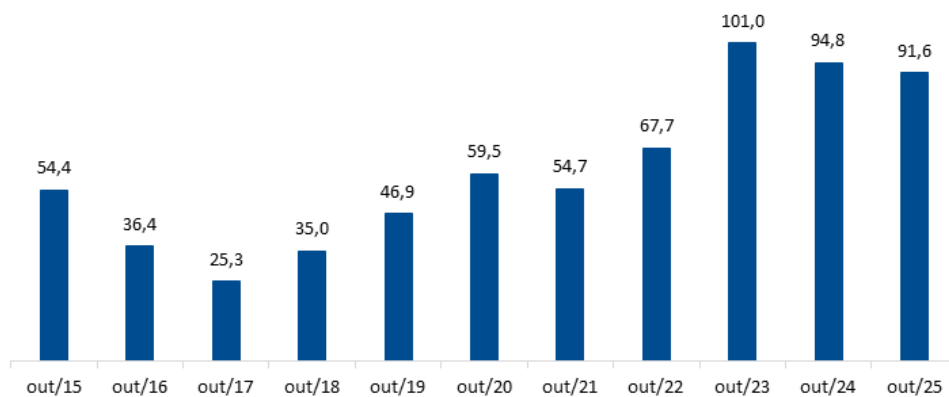
Por outro lado, a Capacidade de Consumir (Pagamento) das famílias capixabas apresentou leve retração. Em comparação a setembro, quando o índice havia atingido 114,9 pontos, houve redução de 0,51%, resultando em 114,3 pontos em outubro.

Similar à variação do ICF, no Espírito Santo e no Brasil, os componentes se mantiveram estáveis em outubro, com pequenas variações. Do conjunto, quatro apresentaram variação positiva, sendo eles: Emprego Atual (0,56%); Nível de Consumo Atual (0,92%); Perspectiva de Consumo (0,16%); Momento para Duráveis (2,90%). Por outro lado, três apresentaram variações negativas: Perspectiva Profissional (-0,86%); Renda Atual (-0,69%); Acesso ao Crédito (Compra a Prazo) (-1,30%).

Os resultados indicam que, embora as famílias capixabas mantenham um comportamento mais conservador em relação ao consumo, há sinais sutis de melhora, sugerindo um viés positivo para a retomada gradual das compras. Ainda assim, a intenção de consumo deve seguir limitada, diante de uma percepção menos favorável sobre o emprego, a renda e o acesso ao crédito nos próximos meses, quando comparada ao mesmo período de 2024.

Contudo, o índice deve permanecer em um patamar mais conservador do que o registrado nos últimos anos, especialmente em novembro, mês marcado pelas promoções da Black Friday.

Disposição para Consumir das famílias capixabas na última década



Fonte: CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomercio-ES.

Apesar da redução da Disposição para Consumir das famílias capixabas em relação aos dois últimos anos, a disposição das famílias ainda é superior à média dos anos anteriores.

Resultados por grupo familiar

O comportamento do ICF em outubro apresentou resultados distintos conforme o grupo familiar analisado. Entre as famílias com renda de até 10 salários mínimos, o índice registrou alta de 0,22% (ou 0,2 ponto), alcançando 104,0 pontos. Ao manter-se na zona de satisfação, esse resultado indica um sinal positivo para o comércio no último trimestre do ano, que concentra datas relevantes como a Black Friday, o Natal e o Ano Novo. Por outro lado, entre as famílias com renda superior a 10 salários mínimos, o ICF recuou 0,93% (ou 1 ponto), atin-

gindo 108 pontos em outubro. Apesar da leve retração, o índice também permaneceu em nível de satisfação.

Portanto, mesmo com variações em direções opostas entre os grupos de renda, ambos mantiveram a intenção de consumo em patamar satisfatório. Em outras palavras, as famílias capixabas demonstram sentir-se financeiramente seguras e confiantes, com melhores condições para consumir no curto prazo.

Comportamento dos componentes do ICF capixaba e brasileiro por faixa de renda

	ATÉ 10 s.m.			ACIMA DE 10 s.m.		
	out/25	set/25	Variação Mensal	out/25	set/25	Variação Mensal
Intenção de Consumo das Famílias	104,0	103,8	0,22%	108,0	109,0	-0,93%
Emprego Atual	129,0	127,7	1,07%	134,0	137,5	-2,61%
Perspectiva Profissional	106,0	106,9	-0,93%	116,0	116,5	-0,43%
Renda Atual	120,0	120,7	-0,62%	129,5	131,0	-1,16%
Acesso ao Crédito (Compra a Prazo)	96,9	98,6	-1,76%	113,0	111,5	1,33%
Nível de Consumo Atual	95,7	94,8	0,92%	105,0	104,0	0,95%
Perspectiva de Consumo	120,7	119,4	1,14%	81,5	89,0	-9,20%
Momento para Duráveis	60,0	58,6	2,54%	77,0	73,5	4,55%
Capacidade de Consumo ¹	113,0	113,5	-0,46%	123,1	124,1	-0,81%
Disposição para o Consumo ²	92,1	90,9	1,36%	87,8	88,8	-1,14%

Fonte: CNC. Elaboração Equipe Connect Fecomércio-ES.

Nota: (1) Indicador construído com base na média entre Emprego Atual, Perspectiva Profissional, Renda Atual e Acesso ao crédito.

(2) Indicador construído com base na média entre Nível de Consumo Atual, Perspectiva de Consumo e Momento para Duráveis.

Dentre os componentes do ICF, o indicador “Momento para Duráveis” — que mede a percepção dos capixabas sobre se o momento econômico é favorável à compra de bens de maior valor agregado (como eletrodomésticos, televisores, celulares e aparelhos de ar-condicionado) — foi o que apresentou o maior crescimento entre setembro e outubro de 2025.

A alta foi observada em todas as faixas de renda. Entre as famílias com rendimento de até 10 salários mínimos, o subíndice registrou avanço de 2,54%, alcançando 60 pontos, o que reflete melhora na confiança e maior disposição para compras parceladas. Já entre as famílias com renda superior a 10 salários mínimos, o aumento foi ainda mais expressivo, de 4,55%, elevando o índice a 77 pontos.

Esse movimento indica um cenário positivo para o comércio varejista em novembro, mês marcado pela Black Friday, ao apontar uma maior propensão das famílias à aquisição de bens duráveis.

Essa tendência é reforçada principalmente entre as famílias de menor renda. Entre setembro e outubro, o indicador de “Perspectiva de Consumo” — que avalia se as famílias esperam comprar mais nos próximos meses em comparação ao mesmo período do ano anterior — apresentou crescimento de 1,14%, chegando a 120,7 pontos. O resultado sugere que as famílias capixabas com renda de até 10 salários mínimos projetam aumentar o consumo no último trimestre de 2025, em relação ao observado no mesmo período de 2024.

Para as famílias com maior renda, contudo, houve uma retração de 9,2% (-7,5 pontos) do indicador de “Perspectiva de Consumo” que chegou a 81,5 pontos.

Ademais, os componentes do ICF das famílias com renda de até 10 salários mínimos que apresentaram variação positiva de setembro para outubro foram: Emprego Atual (1,07%); Nível de Consumo Atual (0,92%); Perspectiva de Consumo (1,14%); Momento para Duráveis (2,54%). Já aqueles que apresentaram uma variação negativa foram: Perspectiva Profissional (-0,93%); Renda Atual (-0,62%); Acesso ao Crédito (Compra a Prazo) (-1,76%).

Para as famílias com renda superior a 10 salários mínimos, os componentes com variação positiva foram: Acesso ao Crédito (Compra a Prazo) (1,33%); Nível de Consumo Atual (0,95%); Momento para Duráveis (4,55%). Já, aqueles com variação negativa foram: Emprego Atual (-2,61%); Perspectiva Profissional (-0,43%); Renda Atual (-1,16%); Perspectiva de Consumo (-9,20%).

O que está acontecendo?

Em outubro de 2025, o Índice de Intenção de Consumo das Famílias (ICF) do Espírito Santo manteve-se estável, com leve alta de 0,1% em relação a setembro, alcançando 104,6 pontos. Apesar da estabilidade e de uma perspectiva de comportamento mais cauteloso pelas famílias, o resultado indica sinais de retomada gradual da confiança das famílias capixabas no consumo.

A melhora nos indicadores “Perspectiva de Consumo” e “Momento para Duráveis” pode indicar um ambiente mais favorável para o comércio capixaba em novembro e dezembro

Entre os grupos de renda, o comportamento do índice foi distinto. As famílias com rendimento de até 10 salários mínimos registraram alta de 0,22%, chegando a 104 pontos, enquanto entre as famílias com renda superior a esse patamar houve queda de 0,93%, com o índice em 108 pontos. Apesar disso, ambos os grupos permanecem na zona de

satisfação, o que indica que o consumo tende a se manter estável no último trimestre do ano, período em que o comércio é impulsionado por datas como a Black Friday e o Natal.

Entre os componentes do ICF, o destaque foi o indicador “Momento para Duráveis”, que mede a percepção sobre se o período é favorável à compra de produtos de maior valor, como eletrodomésticos, televisores e celulares. Esse subíndice apresentou o maior crescimento do mês, com alta de 2,54% entre as famílias de menor renda (60 pontos) e de 4,55% entre as de maior renda (77 pontos). O seu avanço sugere maior confiança e disposição para compras parceladas, em linha com o aumento das promoções e o otimismo típico do fim de ano.

Outro destaque foi o indicador de “Perspectiva de Consumo”, que reflete as expectativas de compra para os próximos meses.

Entre as famílias de menor renda, houve alta de 1,14%, chegando a 120,7 pontos, o que indica que as famílias esperam consumir mais no último trimestre de 2025 do que consumiram no ano anterior. Já entre as famílias de renda mais elevada, o indicador recuou 9,2%, apontando maior cautela.

De forma geral, o resultado de outubro mostra um cenário de estabilidade, mas com viés positivo, sustentado pelo aumento da confiança entre as famílias de menor renda. A melhora nos indicadores “Perspectiva de Consumo” e “Momento para Duráveis” pode indicar um ambiente mais favorável para o comércio capixaba em novembro e dezembro.





Opinião do Empreendedor Capixaba

Nesta edição, o **3º Vice-Presidente da Fecomércio/ES, José Carlos Bergamin**, avalia que o comércio capixaba deve manter um bom desempenho, mas com ritmo mais moderado de consumo nos próximos meses. Segundo ele, a cautela das famílias e o custo de vida ainda elevado tendem a reduzir o ímpeto de compra, embora o nível de emprego e a renda estável continuem garantindo movimentação consistente no varejo.

Confira a seguir:

“O que a gente percebe é que os consumidores continuam comprando, mas com mais cautela. A confiança no futuro existe, mas vem acompanhada de uma avaliação mais cuidadosa dos gastos. A empregabilidade segue em bom nível, e os salários mostram sinais graduais de recuperação, embora o custo de vida ainda exerça pressão sobre o orçamento das famílias. Esse equilíbrio tem mantido o comércio em movimento, mas com um ritmo mais estável do que expansivo, o que é natural no contexto econômico atual.

Para os grandes negócios, o Espírito Santo continua sendo um estado com boas condições estruturais, o que favorece quem trabalha com planejamento de longo prazo. Já entre os pequenos, o quadro é mais diverso:

alguns enfrentam retração no consumo, enquanto outros conseguem manter o desempenho e se reorganizar financeiramente.

De forma geral, o comércio demonstra resiliência e capacidade de adaptação, mas o momento exige gestão mais prudente e foco na eficiência. O crescimento tende a ser moderado e gradual, sustentado pela estabilidade do emprego e pela busca das famílias por equilíbrio financeiro.”

O que a gente percebe é que os consumidores continuam comprando, mas com mais cautela. A confiança no futuro existe, mas vem acompanhada de uma avaliação mais cuidadosa dos gastos



Gestão estratégica das sazonalidades

O comportamento do consumo ao longo do ano é marcado por ciclos bem definidos, que se repetem e moldam o ritmo do comércio. Datas comemorativas, condições climáticas, calendário escolar e até mesmo o pagamento de benefícios, como o 13º salário, influenciam diretamente o que e quanto os consumidores compram. Essa variação na demanda, conhecida como sazonalidade, é uma das principais forças que orientam o planejamento das empresas, do pequeno varejista ao grande distribuidor.

A gestão estratégica das sazonalidades vem ganhando destaque como uma prática essencial para o bom desempenho do comércio. Mais do que reagir às épocas de alta e baixa, as empresas buscam antecipar-se aos períodos de maior movimento, ajustando estoques, campanhas de marketing e estratégias de precificação. Essa preparação garante eficiência nas operações e reduz riscos de perdas ou de ruptura de produtos em momentos de pico.

No setor de vestuário, por exemplo, as trocas de estação ainda são determinantes para o volume de vendas, exigindo lançamentos e liquidações planejadas com antecedência. Já o segmento de material escolar concentra sua força no início do ano letivo, enquanto o de alimentos e bebidas se destaca em datas específicas, como a Páscoa e o Natal. O mesmo ocorre em outros setores, como o de

turismo, que se movimenta conforme as férias e feriados prolongados. Em todos os casos, compreender o calendário de consumo é fundamental para manter o equilíbrio das vendas.

Com o apoio da tecnologia, é possível cruzar informações de anos anteriores, identificar padrões de comportamento e projetar a demanda com maior precisão. Essa inteligência comercial permite que o empresário tome decisões mais assertivas

A análise de dados tem se tornado uma aliada importante nesse processo. Com o apoio da tecnologia, é possível cruzar informações de anos anteriores, identificar padrões de comportamento e projetar a demanda com maior precisão. Essa inteligência comercial permite que

o empresário tome decisões mais assertivas sobre compras, promoções e gestão de equipe, evitando tanto o excesso quanto a falta de produtos nas prateleiras.

Mais do que uma questão de planejamento, a gestão estratégica das sazonalidades representa uma mudança de mentalidade no comércio. Envolve enxergar o negócio de forma cíclica, aprendendo com cada período do ano e ajustando continuamente as estratégias para aproveitar melhor as oportunidades. É essa visão que permite às empresas manterem a estabilidade ao longo do tempo, mesmo diante das variações naturais do mercado.



O relatório do Índice de Intenção de Consumo das Famílias (ICF) apresenta aspectos relevantes sobre o perfil dos consumidores brasileiros e capixabas, que são importantes para a formulação de estratégias empresariais. O ICF avalia a satisfação e insatisfação do consumidor a partir de diferentes aspectos socioeconômicos associados ao consumo, tais como: emprego, renda, nível de consumo, perspectivas profissionais, dentre outros. Este relatório é produzido pelo Connect/Fecomércio com base em dados da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC), consolidando a percepção de consumidores em todo o território nacional e em cada Unidade Federativa (UF). A pesquisa de Intenção de Consumo é realizada mensalmente e atua como um termômetro antecipado do desempenho das vendas no setor comercial. O índice do ICF varia de 0 a 200. Valores acima de 100 indicam um grau de satisfação das famílias, quanto mais próximo de 200 maior a satisfação. Já os valores abaixo de 100 representam a insatisfação e quanto mais próximo de 0 maior a insatisfação.

EXPEDIENTE: Presidente do Sistema Fecomércio-ES/Sesc/Senac: Idalberto Luiz Moro | Diretor Sesc-ES: Luiz Henrique Toniato | Diretor Senac-ES: Richardson Schmittel | Superintendente Fecomércio-ES: Wagner Corrêa | Diretor de Relações Institucionais Fecomércio-ES: Cezar Wagner Pinto | Equipe Connect Fecomércio-ES: André Spalenza : Karina Tonini : Felipe Montini : Eduarda Gripp : Gercione Dionizio : Samuel O. Cabral : João Guimarães : Paulo Rody | Tel.: 3205-0706 | www.fecomercio-es.com.br