



# ICF CRESCE ENTRE FAMÍLIAS DE RENDA ELEVADA, ENQUANTO FAMÍLIAS DE MENOR RENDA ADOTAM POSTURA MAIS CAUTELOSA

Elaborado por: André Spalenza, Paulo Rody e Eduarda Gripp.

## COMPARAÇÃO NACIONAL ICF EM PONTOS

**ES - 104,4**  
PONTOS

**BR - 102,4**  
PONTOS

## SUBÍNDICES EM DESTAQUE DOS COMPONENTES DO ICF NO MÊS

PERSPECTIVAS DE MELHORIAS  
PROFISSIONAIS

**+2,7%**

MOMENTO PARA COMPRA  
DE BENS DURÁVEIS

**1,6%**

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.

SUBÍNDICES EM DESTAQUE  
DOS COMPONENTES DO ICF  
POR FAIXA DE RENDA NO MÊS

ACESSO AO CRÉDITO  
FAMÍLIAS DE MAIOR RENDA

**+4,0%**

ACESSO AO CRÉDITO  
FAMÍLIAS DE MENOR RENDA

**-1,5%**

## Resultados Gerais

Em novembro de 2025, o Índice de Intenção de Consumo das Famílias (ICF)<sup>1</sup> do Espírito Santo registrou estabilidade de 0,2% em relação ao mês anterior, alcançando 104,4

pontos. Apesar da tendência de queda, o indicador segue no patamar considerado de satisfação (acima dos 100 pontos).

### Intenção de Consumo das Famílias (ICF), ES, Sudeste e Brasil

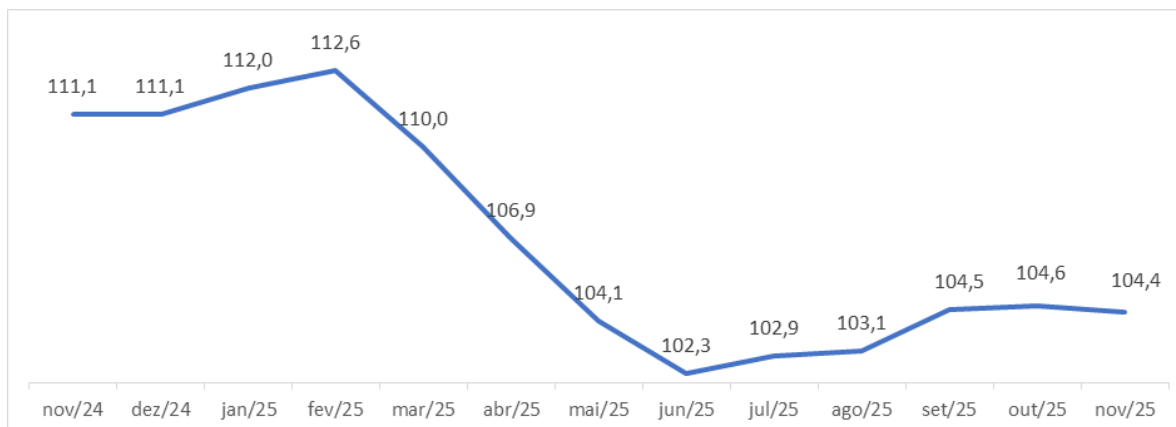
	Índice (pontos)			Variação percentual	
	nov/25	out/25	nov/24	Mensal	Interanual
<b>Espírito Santo</b>	<b>104,4</b>	<b>104,6</b>	<b>111,1</b>	<b>-0,2%</b>	<b>-6,0%</b>
<b>Sudeste</b>	102,8	101,9	104,8	0,9%	-1,9%
<b>Brasil</b>	102,4	101,2	103,2	1,2%	-0,8%

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

Em relação a novembro de 2024 (111,1 pontos), observou-se uma queda de 6,0%, indicando menor intenção ao consumo por parte das famílias capixabas no comparativo entre novembro de 2025 e o mesmo mês do ano anterior. Apesar da retração interanual, o índice no ES tem se mantido no nível de satisfação (superior a 100 pontos) desde junho de 2023, quando registrou 100,8 pontos. O ICF do Espírito Santo permaneceu acima da média brasileira (102,4 pontos), que registrou alta de 1,2% na comparação mensal, mas ainda acumulou queda de 0,8%

na variação interanual. O indicador capixaba também superou a média do Sudeste (102,8 pontos), região que apresentou crescimento de 0,9% no mês e retração de 1,9% em relação ao mesmo período do ano anterior. Esse desempenho mostra que as famílias capixabas demonstram maior intenção ao consumo, refletindo um ambiente econômico local mais estável e propício ao planejamento financeiro, com perspectivas mais positivas do que no restante da região e do país.

### Evolução do ICF em pontos, ES, novembro/24 novembro/25

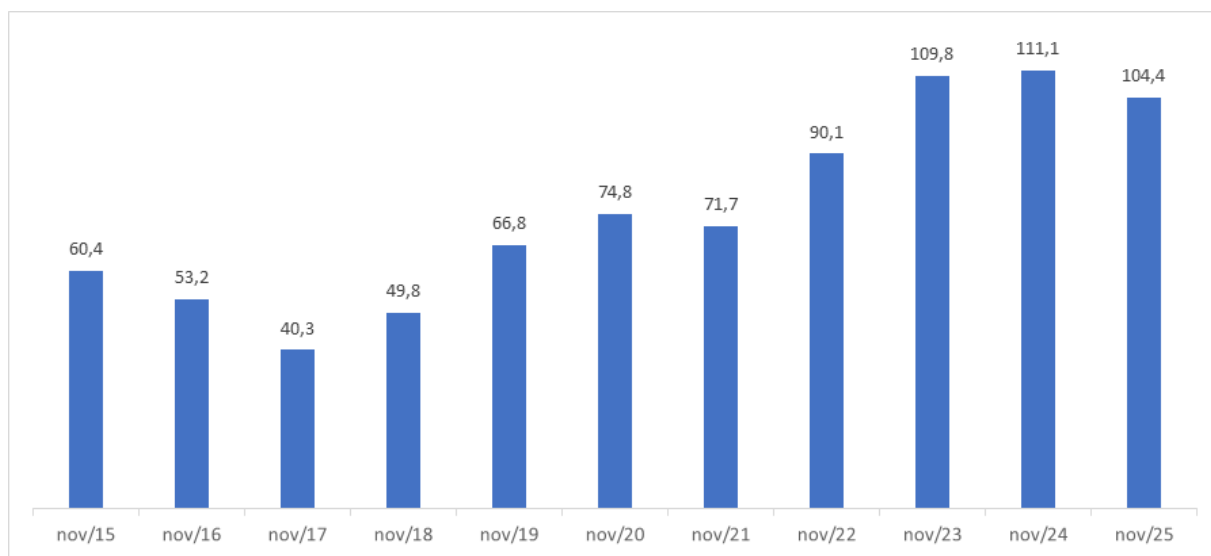


Fonte: CNC. Elaboração Equipe Connect Fecomércio-ES.

Entre novembro de 2024 e novembro de 2025, o ICF do Espírito Santo apresentou uma trajetória de queda gradual, seguida por sinais de estabilização e leve recuperação no segundo semestre de 2025. Entre setembro e novembro de 2025, o índice

manteve-se acima de 104 pontos, evidenciando uma trajetória de recuperação gradual da confiança do consumidor, embora ainda em patamar inferior ao observado no início do ano.

## Evolução do ICF em pontos meses de novembro, ES, 2015 - 2025



Fonte: CNC. Elaboração Equipe Connect Fecomércio-ES.

Considerando dados do mês de novembro desde 2015, a intenção de consumo das famílias capixabas tem alcançado os maiores patamares do índice nos últimos três anos. Esse desempenho sugere uma gradual melhora da perspectiva profissional e do emprego a partir de 2023, o que pode contribuir com a recuperação da confiança das

famílias na economia do estado nos próximos meses. Adicionalmente, a manutenção desse movimento em níveis historicamente elevados, sugere maior estabilidade na percepção das condições de renda e no acesso ao crédito, reforçando um ambiente mais favorável ao consumo.

## Subíndices que compõem o ICF

Em novembro de 2025, o ICF do Espírito Santo apresentou estabilidade com tendência de queda. Embora alguns subíndices tenham registrado retrações, como “Segurança em Relação ao Emprego Atual” (-2,1%), “Acesso ao Crédito” (-0,6%) e “Nível

de Consumo Atual” (-3,2%), a maioria das dimensões do índice permaneceu acima do nível de satisfação (100 pontos). Os demais subíndices apresentaram estabilidade ou variações positivas no mês corrente.

O principal destaque foi “Satisfação com a Renda Atual”, que avançou 2,6% e atingiu 124,3 pontos, mantendo-se amplamente acima do nível de satisfação e evidenciando uma percepção mais favorável das famílias em relação ao seu poder de compra. Esse movimento sugere melhora nas condições econômicas imediatas e contribui para sustentar o resultado global do índice em patamar confortável.

Apesar das retrações de alguns subíndices, esse resultado não comprometeu a “Capacidade de Consumo”, possivelmente sustentada pelo aumento de diversos subíndices em novembro de 2025, como por exemplos “Perspectiva de Melhorias Profissionais” e “Momento para Compra de Bens Duráveis”, que evoluíram (+2,7% e +1,6%, respectivamente).

Comportamento dos componentes do ICF, ES e Brasil

	Espírito Santo			Brasil		
	nov/25	out/25	Variação Mensal	nov/25	out/25	Variação Mensal
Intenção de Consumo das Famílias	104,4	104,6	-0,2%	102,4	101,2	1,2%
Segurança em relação ao Emprego Atual	127,0	129,7	-2,1%	125,1	124,9	0,2%
Perspectiva de melhorias profissionais	110,2	107,3	2,7%	110,5	111,4	-0,8%
Satisfação com a Renda Atual	124,3	121,2	2,6%	122,3	121,2	0,9%
Acesso ao Crédito (Compra a Prazo)	98,4	99,0	-0,6%	97,6	96,3	1,3%
Nível de Consumo Atual	93,8	96,9	-3,2%	89,2	88,1	1,2%
Perspectiva de Consumo	114,2	115,5	-1,1%	105,0	102,4	2,5%
Momento para compra de bens duráveis	63,3	62,3	1,6%	67,1	64,4	4,2%
Capacidade de Consumo <sup>1</sup>	115,0	114,3	0,6%	113,9	113,5	0,4%
Disposição para o Consumo <sup>2</sup>	90,4	91,6	-1,2%	87,1	85,0	2,1%

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.

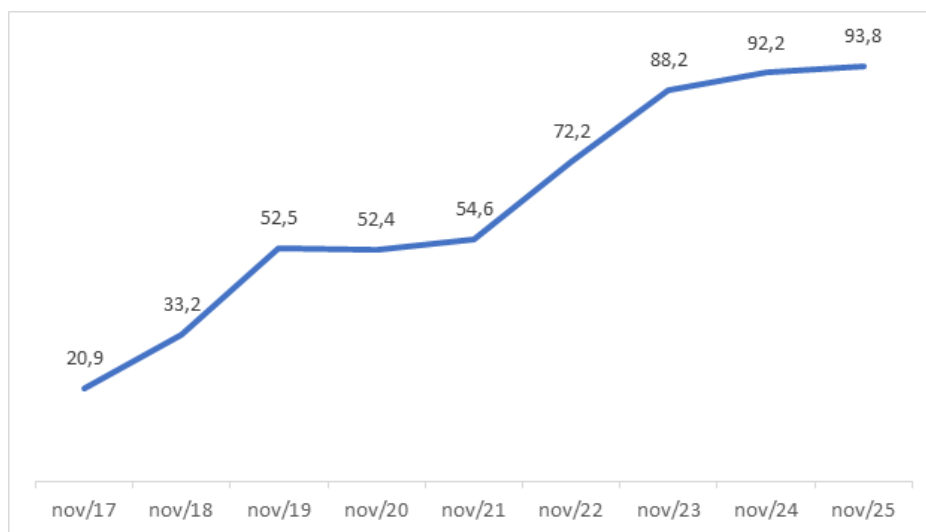
No mesmo período, o subíndice “Capacidade de Consumo” alcançou 115,0 pontos, registrando alta mensal de 0,6% e permanecendo confortavelmente acima do nível de satisfação, o que evidencia maior percepção das famílias sobre sua condição financeira para realizar compras.

Por outro lado, “Disposição para o Consumo” atingiu 90,4 pontos, com retração de 1,2% no mês, permanecendo abaixo do nível de satisfação e sugerindo que, mesmo diante das melhorias observadas em outros subíndices, a cautela ainda predomina nas decisões de compra das famílias capixabas.

Em novembro de 2025, o subíndice “Nível de Consumo Atual” apresentou uma queda de 3,2% em relação a outubro. Com a retração, ele chegou a 93,8 pontos, um nível abaixo da zona de satisfação.

Embora esse subíndice esteja abaixo da zona de satisfação (100 pontos), ele se manteve acima da média nacional (89,2 pontos), que apresentou crescimento de 1,2% na comparação com novembro de 2024 (variação interanual). O que pode indicar um maior bem-estar das famílias capixabas em comparação ao cenário nacional.

## Nível de Consumo Atual das famílias, ES, nov/17 - nov/25



Fonte: CNC. Elaboração Equipe Connect Fecomércio-ES.

Além disso, o resultado de novembro de 2025 foi o mais elevado para o “Nível de Consumo Atual” das famílias capixabas desde novembro de 2017. Embora o índice ainda se mantenha abaixo da zona considerada de satisfação, o desempenho mostra avanço, indicando que, mesmo em patamar de cautela, a percepção das famílias em relação ao consumo vem se fortalecendo. Esses resultados podem indicar que, mesmo

diante de ajustes pontuais, as famílias capixabas seguem avaliando de forma favorável tanto suas condições atuais quanto suas expectativas futuras. A predominância de subíndices em um cenário positivo reforça um ambiente de confiança relativamente estável, contribuindo para a manutenção do ICF em patamar superior ao observado no Brasil.

## Resultados por grupo familiar

Em relação à Intenção de Consumo das Famílias em novembro de 2025, o valor do índice no mês foi de 103,4 pontos, considerando famílias com renda até 10 s.m. e 111,0 para a população capixaba com renda familiar acima de 10 s.m. Isso significa que o índice acima de 10 s.m. aumentou na variação mensal (2,8%). Entre os meses de novembro e outubro de 2025, os indicado-

res agregados “Capacidade de Consumo” (126,5 pontos) e “Disposição para o Consumo” (90,3 pontos) apresentaram crescimento para as famílias com renda acima de 10 s.m. Já para os consumidores capixabas com renda de até 10 s.m., “Capacidade de Consumo” foi positiva (0,2%), enquanto “Disposição para o Consumo” apresentou queda (-1,8%).

## Comportamento dos componentes do ICF por faixa de renda, ES

	ATÉ 10 s.m.			ACIMA de 10 s.m.		
	nov/25	out/25	Variação Mensal	nov/25	out/25	Variação Mensal
<b>Intenção de Consumo das Famílias</b>	<b>103,4</b>	<b>104,0</b>	<b>-0,6%</b>	<b>111,0</b>	<b>108,0</b>	<b>2,8%</b>
Emprego Atual	125,9	129,0	-2,4%	134,0	134,0	0,0%
Perspectiva Profissional	108,9	106,0	2,7%	118,5	116,0	2,2%
Renda Atual	122,5	120,0	2,1%	136,0	129,5	5,0%
Acesso ao Crédito (Compra a Prazo)	95,4	96,9	-1,5%	117,5	113,0	4,0%
Nível de Consumo Atual	91,7	95,7	-4,2%	107,5	105,0	2,4%
Perspectiva de Consumo	119,1	120,7	-1,3%	82,0	81,5	0,6%
Momento para compra de bens duráveis	60,5	60,0	0,8%	81,5	77,0	5,8%
Capacidade de Consumo <sup>1</sup>	113,2	113,0	0,2%	126,5	123,1	2,7%
Disposição para o Consumo <sup>2</sup>	90,4	92,1	-1,8%	90,3	87,8	2,8%

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.

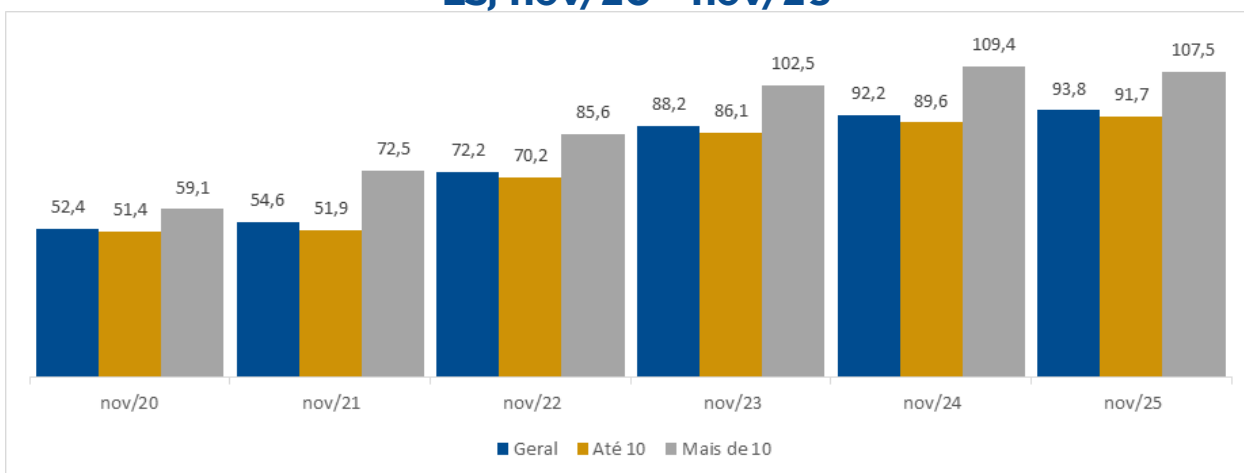
Em termos de variação mensal, entre famílias com renda de até 10 s.m., a “Perspectiva Profissional” avançou 2,7% e a “Momento para compra de bens duráveis” cresceu 0,8%. Já entre aquelas com renda superior a 10 s.m., o primeiro indicador cresceu 2,2%, e o segundo indicador evoluiu 5,8%.

Em novembro de 2025, o subíndice “Nível de Consumo Atual” atingiu 107,5 pontos entre famílias com renda superior a 10 s.m. e 91,7 pontos entre aquelas com renda de até 10 s.m.

Na comparação com outubro, houve crescimento de 2,4% no grupo de maior renda, enquanto o indicador apresentou uma redução (-4,2%) para as famílias de menor renda.

O subíndice “Emprego Atual” apresentou estabilidade de (0,0%) entre as famílias capixabas com renda acima de 10 s.m. Em contrapartida, para famílias com renda inferior a esse patamar, o indicador registrou queda de 2,4% no mês, sinalizando maior sensibilidade desse grupo às oscilações do mercado de trabalho.

## Nível de Consumo das famílias por faixa de renda, ES, nov/20 - nov/25



Fonte: CNC. Elaboração Equipe Connect Fecomércio-ES.



Subíndices como “Acesso ao Crédito”, “Perspectiva de Consumo”, “Momento para compra de bens duráveis” e até mesmo “Emprego Atual” tornam-se essenciais para interpretar o potencial de aquecimento do comércio capixaba em dezembro de 2025.

As famílias de maior renda, que apresentaram avanços mais expressivos nesses subíndices, tendem a sustentar um ritmo de compras mais expressivo, especialmente em itens típicos do período, como eletrodomésticos, eletrônicos e presentes.

Já as famílias de menor renda, que demonstraram mais cautela e sensibilidade ao mercado de trabalho, podem priorizar compras básicas e promoções, limitando gastos mais robustos.

Além disso, a expectativa de geração de trabalhos temporários, comum nesta época, pode favorecer uma ligeira melhora no indicador de “Emprego Atual” entre famílias de menor renda, criando um impulso pontual ao consumo de fim de ano.

Com isso, a dinâmica de renda e o maior consumo nesse período de Natal e Ano Novo, devem determinar não apenas o volume, mas também o perfil das compras no comércio capixaba no encerramento de 2025.

## O que está acontecendo?

Em novembro de 2025, o Índice de Intenção de Consumo das Famílias (ICF) do Espírito Santo registrou queda de 0,2% em relação ao mês anterior, alcançando 104,4 pontos. Apesar da retração, o indicador segue no patamar considerado de satisfação (acima dos 100 pontos).

Esse resultado sugere que, de forma geral, as famílias capixabas mantêm uma percepção favorável quanto às condições de consumo. Essa estabilidade relativa pode indicar que o movimento de acomodação no mês não comprometeu o padrão de

confiança, apontando mais para um ajuste pontual do que para uma tendência de deterioração.

O ICF capixaba continua acima da média nacional (102,4 pontos). O Espírito Santo também superou o desempenho médio do Sudeste (102,8 pontos).

Esses resultados reforçam a resiliência da economia capixaba frente ao cenário nacional, evidenciando uma posição relativa mais robusta, com melhor capacidade de sustentação do consumo mesmo diante de oscilações econômicas.

**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**

Em novembro de 2025, o conjunto dos subíndices do ICF do Espírito Santo apresentou um quadro predominantemente positivo. Embora algumas dimensões tenham recuado, como “Segurança em Relação ao Emprego Atual” (-2,1%), “Acesso ao Crédito” (-0,6%) e “Nível de Consumo Atual” (-3,2%), a maior parte dos indicadores permaneceu acima do nível de satisfação.

O desempenho geral desses subíndices, evidenciam que a percepção das famílias capixabas ainda é relativamente estável. As quedas observadas sugerem uma combinação de cautela frente ao mercado de trabalho e às condições de financiamento, mas não comprometem o panorama geral, que segue favorável ao consumo.

Em relação ao conjunto dos subíndices do ICF do Espírito Santo por faixa de renda, o subíndice “Nível de Consumo Atual”, apresentou resultados opostos entre faixas de renda. Entre as famílias com rendimento superior a 10 salários mínimos, o subíndice atingiu 107,5 pontos, com alta de 2,4% frente a outubro, reforçando a confiança desse grupo em ampliar ou manter seu padrão de compras.

Já para os domicílios com renda de até 10 salários mínimos, o mesmo indicador recuou para 91,7 pontos, registrando queda de 4,2%. Essa discrepância aponta para maior sensibilidade das famílias de menor renda às condições econômicas, especialmente diante de preços mais elevados e maior restrição ao crédito, fatores que limitam a expansão do consumo nesse segmento.

Com base nos resultados de novembro de 2025, as expectativas para o comércio capixaba em dezembro de 2025 são positivas, ainda que acompanhadas de um certo grau de prudência.

A manutenção do ICF acima do nível de satisfação, a resiliência relativa do Espírito Santo frente ao cenário nacional e o desempenho mais sustentável entre as famílias de maior renda sugerem condições favoráveis para um mês tradicionalmente aquecido pelas compras de fim de ano.

Mesmo com a cautela observada entre os consumidores de menor renda, o período natalino costuma impulsionar o varejo, apoiado por fatores como pagamento do 13º salário, maior circulação de pessoas e expansão temporária da demanda.

Assim, o varejo capixaba tende a encerrar 2025 em um ritmo mais aquecido, impulsionado diretamente pela sazonalidade típica do Natal e do Ano Novo, quando o fluxo de consumidores aumenta de forma significativa.







# Opinião do Empreendedor Capixaba

Em entrevista para o relatório do Índice de Consumo das Famílias (ICF), para **Fabricio Coutinho, Vice-Presidente de Administração e Finanças do Grupo Coutinho**, o consumo das famílias tem mostrado sinais consistentes de estabilidade, impulsionado principalmente pelo nível atual de renda e pelo movimento contínuo das lojas em estimular as compras. Ele destaca que, apesar de alguns fatores econômicos ainda gerarem cautela, o varejo tem observado um comportamento de consumo firme e alinhado ao planejado. A seguir, sua avaliação sobre o cenário e os fatores que mais têm influenciado o dia a dia do consumidor:

“O nosso setor, por lidar com alimentos, item essencial para qualquer família, está diretamente conectado ao poder de compra da população. Quando as pessoas têm mais renda disponível, o consumo aumenta; quando a capacidade de compra diminui, esse movimento se retrai.

Hoje, observamos um cenário em que fatores como o desemprego em patamares baixos têm contribuído para manter o consumo aquecido, o que é um ponto positivo para o varejo alimentar. Por outro lado, há um ambiente econômico e político mais complexo, que gera incertezas e acaba afetando o

**O consumo das famílias capixabas tem mostrado sinais consistentes de estabilidade, impulsionado principalmente pelo nível atual de renda**

Índice de confiança. Embora a população nem sempre perceba esse cenário mais amplo, porque as decisões de consumo geralmente são de curto prazo e muito ligadas à necessidade imediata, esse contexto ajuda a equilibrar as expectativas.

Ainda assim, as vendas têm acontecido de forma consistente, impulsionadas pelo esforço contínuo do varejo em promover ações, tornar os produtos mais atrativos e estimular a ida às lojas.

Esse movimento tem sido perceptível no dia a dia. No geral, o desempenho tem ficado dentro do que foi planejado, com um avanço que supera ligeiramente a elevação dos preços, resultando em um crescimento real para o setor.”



## Consumidores buscam mais conveniência e segurança na compra

O consumo das famílias tem mostrado um movimento claro em direção a escolhas que reduzam esforço e aumentem segurança na hora de comprar. Em um cotidiano já cheio de demandas, escolhas que reduzem etapas, organizam melhor a rotina e concentram funcionalidades têm ganhado espaço e estamos chamando atenção para esse movimento nos relatórios do Connect.

Esse movimento aparece tanto nas compras essenciais quanto nas decisões de maior planejamento. Os consumidores estão mais atentos ao custo-benefício, mas sem abrir mão da praticidade: querem encontrar tudo em um só lugar, resolver rapidamente a compra, evitar deslocamentos desnecessários e ter garantia de troca e pós-venda fácil.

No varejo físico, observa-se uma valorização maior de ambientes que oferecem variedade, atendimento objetivo e processos descomplicados. Elementos como preços claros, facilidade de troca, boa organização das lojas e suporte atento influenciam de forma direta a experiência. Não é apenas uma questão de rapidez, mas de diminuir fricções que tradicionalmente tornam a compra mais cansativa.

No ambiente digital, esse padrão também se fortalece. Cresce o uso de alternativas que simplificam a jornada de compra, como assinaturas, retirada rápida, entregas combinadas e canais que reúnem diferentes funções.

A integração entre etapas e a possibilidade de resolver mais coisas em um único fluxo têm sido fatores importantes na permanência e no engajamento das famílias.

De forma geral, o consumo permanece ativo, porém mais criterioso. As famílias avaliam vantagens, comparam opções e tendem a priorizar

aquilo que oferece conveniência real, previsibilidade e segurança na decisão de compra. Negócios capazes de alinhar preço, praticidade e experiência fluida têm se destacado dentro desse novo padrão de comportamento.

**Negócios capazes de alinhar preço, praticidade e experiência fluida têm se destacado**



## Notas

<sup>1</sup> Análise dos dados sem ajuste sazonal.

**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 : Paulo Rody : Karina Tonini : Felipe Montini : Eduarda Gripp : Gercione Dionizio : Samuel O. Cabral : Ryan Procopio : João Guimarães | Tel.: 3205-0706 | [www.fecomercio-es.com.br](http://www.fecomercio-es.com.br)