

# ICF

## Relatório mensal

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



# ICF CAPIXABA AVANÇA 1,2% EM FEVEREIRO E MANTÉM CONSUMO EM PATAMAR DE SATISFAÇÃO

COM 109,9 PONTOS, O ÍNDICE SUPERA BRASIL E SUDESTE, INDICANDO RITMO MAIS AQUECIDO NO COMÉRCIO CAPIXABA

## DESTAQUES

### COMPARAÇÃO NACIONAL ICF EM PONTOS

ESPÍRITO SANTO

**109,9 PONTOS**

BRASIL

**106,0 PONTOS**

### SUBÍNDICES EM DESTAQUE DOS COMPONENTES DO ICF NO MÊS

NÍVEL DE CONSUMO ATUAL

**+5,3%**

ACESSO AO CRÉDITO

**+2,7%**

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

MOMENTO PARA COMPRA DE BENS DURÁVEIS FAMÍLIAS DE MAIOR RENDA

**+5,1%**

MOMENTO PARA COMPRA DE BENS DURÁVEIS FAMÍLIAS DE MAIOR RENDA

**+8,9%**



## RESULTADOS GERAIS

Em fevereiro de 2026, o Índice de Intenção de Consumo das Famílias (ICF) do Espírito Santo registrou crescimento de 1,2% em relação ao mês anterior, alcançando 109,9 pontos.

Este aumento foi determinado principalmente por uma maior disposição a consumir das famílias capixabas. Com isso 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	
	fev/26	jan/26	fev/25	Mensal	Interanual
<b>Espírito Santo</b>	<b>109,9</b>	<b>108,6</b>	<b>112,6</b>	<b>1,2%</b>	<b>-2,4%</b>
<b>Sudeste</b>	107,7	106,8	105,8	0,8%	1,8%
<b>Brasil</b>	106,0	105,7	104,5	0,3%	1,4%

Fonte: CNC. Elaboração Equipe Connect Fecomércio-ES.

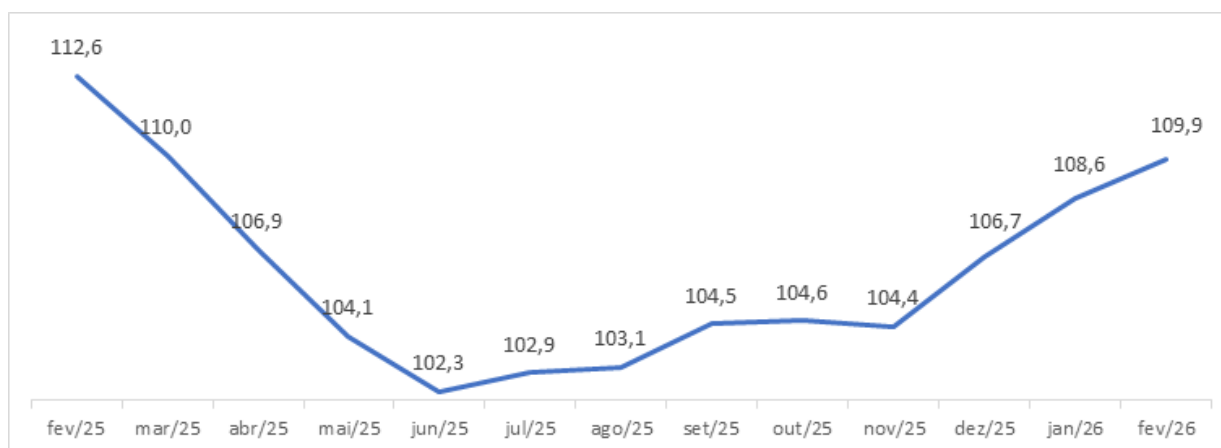
Em relação a fevereiro de 2025 (112,6 pontos), observou-se uma queda de 2,4%, indicando menor intenção ao consumo por parte das famílias capixabas no comparativo entre fevereiro de 2026 e o

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 (106,0 pontos), que registrou estabilidade com tendência de alta de 0,3% no mês e alta de 1,4% no ano. O indicador capixaba também superou a média do Sudeste (107,7 pontos), região que apresentou estabilidade com tendência de crescimento de 0,8% no mês e aumento de 1,8% 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, fevereiro/25 fevereiro/26

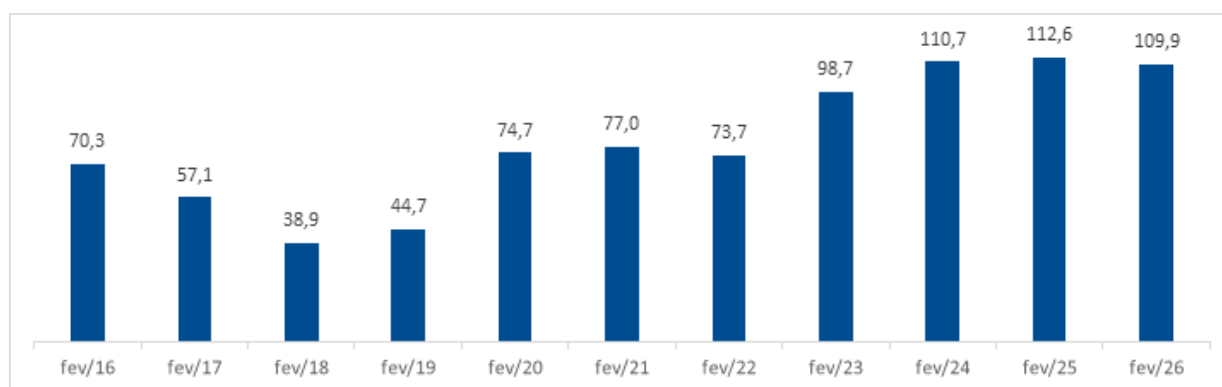


Fonte: CNC. Elaboração Equipe Connect Fecomércio-ES.

Entre fevereiro de 2025 e fevereiro de 2026, o ICF do Espírito Santo apresentou uma trajetória de queda gradual, seguida por sinais de estabilização e recuperação no segundo semestre de 2025. Entre setembro de 2025

e fevereiro de 2026, 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 anterior.

## Evolução do ICF em pontos meses de fevereiro, ES, 2016 — 2026



Fonte: CNC. Elaboração Equipe Connect Fecomércio-ES.

Considerando dados do mês de fevereiro desde 2016, a intenção de consumo das famílias capixabas tem alcançado os maiores patamares do índice nos últimos três anos. Esse desempenho sugere uma

melhora da perspectiva profissional e do emprego a partir de 2024, 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 condi

ções de renda e no acesso ao crédito, reforçando um ambiente mais favorável ao consumo.

## SUBÍNDICES QUE COMPÕEM O ICF

Em fevereiro de 2026, o ICF do Espírito Santo registrou crescimento de 1,2% no mês. Nesse sentido, apenas 2 subíndices registram retrações, “Segurança em Relação ao Emprego Atual” (-1,4%) e “Satisfação com a Renda Atual” (-1,8%), sendo que 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. Apesar das retrações de alguns subíndices, esse resultado não comprometeu a “Capacidade de Consumo”, sustentada pelo aumento de subíndices como “Perspectiva de melhorias profissionais” e “Acesso ao Crédito”, que evoluíram (+0,5% e +2,7%, respectivamente).

## Comportamento dos Componentes do ICF, ES e Brasil

	Espírito Santo			Brasil		
	fev/26	jan/26	Variação Mensal	fev/26	jan/26	Variação Mensal
<b>Intenção de Consumo das Famílias</b>	<b>109,9</b>	<b>108,6</b>	<b>1,2%</b>	<b>106,0</b>	<b>105,7</b>	<b>0,3%</b>
Segurança em relação ao Emprego Atual	128,2	130,0	-1,4%	126,2	126,5	-0,2%
Perspectiva de melhorias profissionais	109,9	109,3	0,5%	109,2	109,1	0,1%
Satisfação com a Renda Atual	123,2	125,5	-1,8%	123,9	124,0	-0,1%
Acesso ao Crédito (Compra a Prazo)	107,6	104,8	2,7%	101,6	101,1	0,5%
Nível de Consumo Atual	107,0	101,6	5,3%	94,2	93,6	0,6%
Perspectiva de Consumo	123,0	122,8	0,2%	109,8	109,9	-0,1%
Momento para compra de bens duráveis	70,1	66,3	5,7%	77,4	75,8	2,1%
Capacidade de Consumo <sup>1</sup>	117,2	117,4	-0,1%	115,2	115,2	0,0%
Disposição para o Consumo <sup>2</sup>	100,0	96,9	3,2%	93,8	93,1	0,7%

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.

O subíndice “Capacidade de Consumo” alcançou 117,2 pontos, registrando estabilidade de -0,1% 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 100,0 pontos, embora com

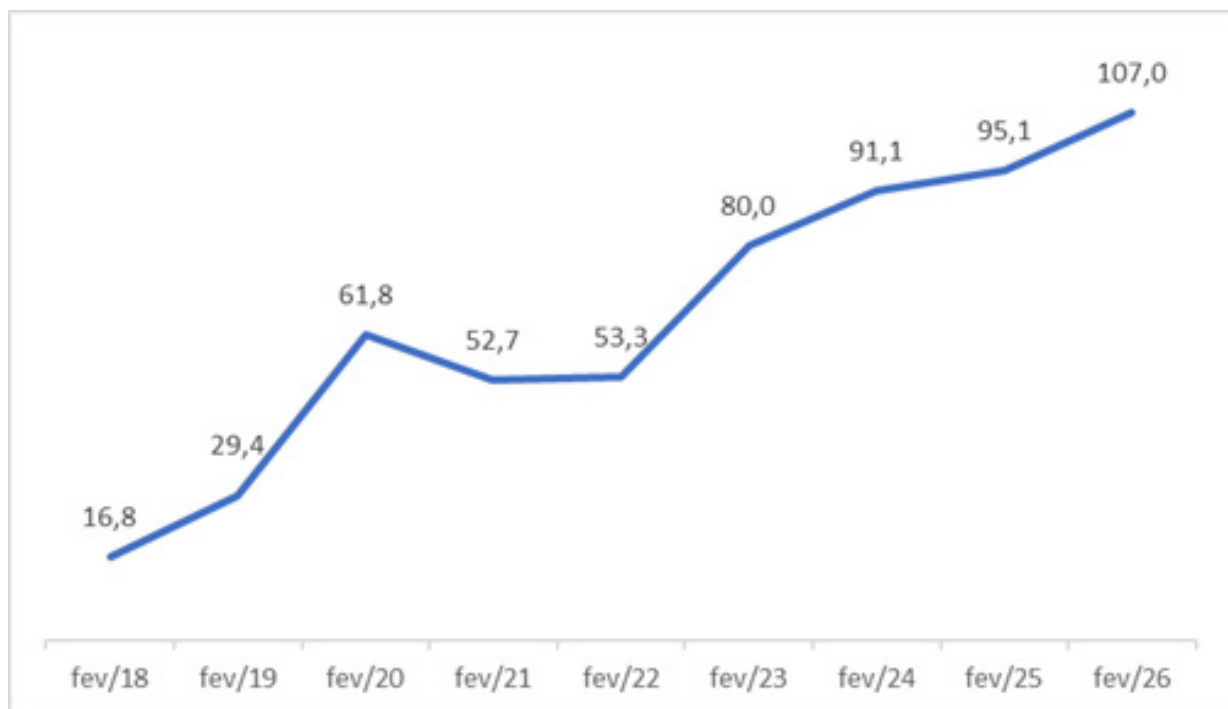
aumento de 3,2% no mês, permaneceu no limite do nível de satisfação, sugerindo que mesmo diante das melhorias observadas em outros subíndices, a cautela ainda predomina nas decisões de compra das famílias capixabas.

Em fevereiro de 2026, o subíndice “Nível de Consumo Atual” apresentou crescimento de 5,3% em relação a janeiro.

Com o aumento, ele chegou a 107,0 pontos, um nível acima da zona de satisfação. O subíndice também está acima da média nacional (94,2 pontos), que apresentou estabilidade com tendência de

crescimento de 0,6% na comparação com fevereiro de 2025 (variação interanual). Esse resultado pode indicar um maior bem-estar das famílias capixabas em comparação ao cenário nacional.

### Nível de Consumo Atual das famílias, ES, fev/18 - fev/26



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

Além disso, o resultado de fevereiro de 2026 foi o mais elevado para o “Nível de Consumo Atual” das famílias capixabas nos últimos nove anos. Desde fevereiro de 2018, não se observava desempenho tão favorável, o que evidencia avanço consistente e sinaliza o fortalecimento da percepção das famílias em relação ao consumo. 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 por grupo familiar, o valor do índice em fevereiro de 2026 foi de 108,8 pontos, considerando famílias com renda até 10 s.m. e 116,7 para a população capixaba com renda familiar acima de 10 s.m. Isso significa que os dois índices, para ambas as

faixas de renda, aumentaram na variação mensal (1,0% e 2,0%, respectivamente).

Em relação ao mês anterior, os indicadores agregados “Capacidade de Consumo” (128,8 pontos) e “Disposição para o Consumo” (100,7 pontos) apresentaram, respectiva

mente, estabilidade com tendência de aumento e 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 estável com tendência de queda (0,3%), enquanto “Disposição para o Consumo” apresentou crescimento (3,1%).

## Comportamento dos Componentes do ICF por Faixa de Renda, ES

	ATÉ 10 s.m.			ACIMA de 10 s.m.		
	fev/26	jan/26	Variação Mensal	fev/26	jan/26	Variação Mensal
<b>Intenção de Consumo das Famílias</b>	<b>108,8</b>	<b>107,7</b>	<b>1,0%</b>	<b>116,7</b>	<b>114,4</b>	<b>2,0%</b>
Emprego Atual	126,6	128,5	-1,5%	139,0	139,5	-0,4%
Perspectiva Profissional	108,7	108,2	0,5%	117,5	116,5	0,9%
Renda Atual	121,1	123,9	-2,3%	137,0	135,5	1,1%
Acesso ao Crédito (Compra a Prazo)	105,5	102,6	2,8%	121,5	119,0	2,1%
Nível de Consumo Atual	105,7	99,8	5,9%	115,5	113,5	1,8%
Perspectiva de Consumo	126,4	126,6	-0,2%	101,0	98,5	2,5%
Momento para compra de bens duráveis	67,7	64,4	5,1%	85,5	78,5	8,9%
Capacidade de Consumo <sup>1</sup>	115,5	115,8	-0,3%	128,8	127,6	0,9%
Disposição para o Consumo <sup>2</sup>	99,9	96,9	3,1%	100,7	96,8	4,0%

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., o “Nível de Consumo Atual” avançou 5,9% e a “Perspectiva de Consumo” se manteve estável

com -0,2%. Já entre aquelas com renda superior a 10 s.m., o primeiro indicador cresceu 1,8%, e o segundo indicador evoluiu 2,5%.

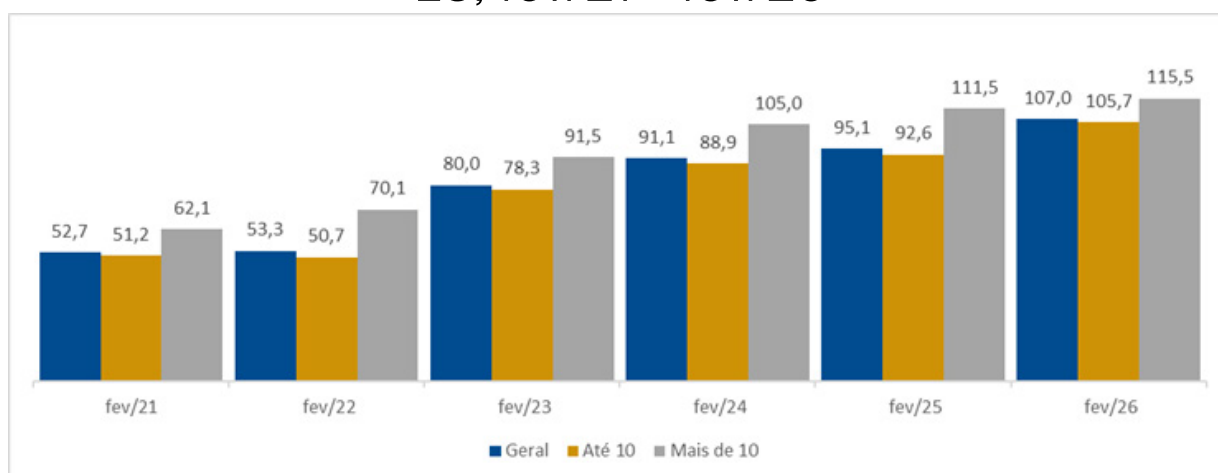
Em fevereiro de 2026, o subíndice “Acesso ao Crédito” atingiu 121,5 pontos entre famílias com renda superior a 10 s.m. e 105,5 pontos entre aquelas com renda de até 10 s.m. Ainda no comparativo mensal, houve crescimento de 2,8% no grupo de menor renda e aumento de 2,1% para as famílias de maior renda.

O subíndice “Emprego Atual” apresentou estabilidade com tendência de queda de

(0,4%) entre as famílias capixabas com renda superior a 10 s.m. Para as famílias com renda inferior a esse patamar, o indicador registrou redução de 1,5% no mês.

O resultado indica maior sensibilidade das famílias de menor renda às condições do mercado de trabalho, o que pode impactar o consumo no curto prazo, especialmente em segmentos mais dependentes dessa faixa de renda no comércio capixaba.

## Nível de Consumo das famílias por faixa de renda, ES, fev/21 - fev/26



Fonte: CNC. Elaboração Equipe Connect Fecomércio-ES.

Em fevereiro, a Intenção de Consumo das Famílias capixabas apresentou desempenho positivo, evidenciando um ambiente mais favorável ao consumo no comércio local. O avanço dos índices tanto para famílias com renda de até 10 salários mínimos quanto para aquelas com renda superior, sugere uma retomada gradual da confiança, refletida principalmente no aumento do nível de consumo atual e na melhora das perspectivas de consumo. O crescimento expressivo do “Nível de Consumo Atual”, especialmente entre as famílias de menor

renda, aliado à elevação da “Perspectiva de Consumo”, em ambos os grupos, sinaliza maior dinamismo nas compras no curto prazo, o que tende a impulsionar diretamente o comércio capixaba.

Em síntese, o mês de fevereiro marcou um início de bimestre otimista para o consumo no Espírito Santo, com sinais de fortalecimento da demanda no comércio capixaba, sustentados pela melhora na confiança das famílias e por condições mais favoráveis de crédito e emprego.



# O que está acontecendo?

Em fevereiro de 2026, o Índice de Intenção de Consumo das Famílias (ICF[PA1.1]) do Espírito Santo registrou aumento de 1,2% em relação ao mês anterior, alcançando 109,9 pontos. Além do crescimento no mês corrente, 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, evidenciando que essas famílias demonstram uma maior predisposição para manter ou ampliar seu consumo no mês corrente.

**ICF registrou aumento de 1,2% em relação ao mês anterior**

O ICF capixaba continua acima da média nacional (106,0 pontos). O Espíri-

to Santo também superou o desempenho médio do Sudeste (107,7 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.



Esse desempenho é particularmente significativo para o período, pois indica um início de bimestre marcado por maior confiança das famílias capixabas e por condições mais favoráveis para a manutenção e expansão do consumo. O patamar elevado do índice sugere que o comércio capixaba iniciou o ano em ritmo mais aquecido, beneficiado pela melhora na percepção sobre emprego, renda e acesso ao crédito, o que tende a estimular as vendas no varejo e a consolidar um cenário mais dinâmico para a atividade comercial no estado.

No mês de fevereiro, 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” (-1,4%) e

“Satisfação com a Renda Atual” (-1,8%), a maior parte dos indicadores permaneceu acima do nível de satisfação.

O desempenho geral desses subíndices, evidenciam que a percepção das famílias capixabas é relativamente estável. As quedas observadas sugerem uma combinação de cautela frente ao mercado de trabalho e às condições de renda, 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 semelhantes entre faixas de renda. Entre as famílias com rendimento superior a 10 salários mínimos, o subíndice atingiu 115,5 pontos, com alta de 1,8% frente ao mês ante-

rior, 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 aumentou para 105,7 pontos, registrando crescimento expressivo de 5,9%. O avanço mais intenso no grupo de até 10 salários mínimos sugere recuperação do poder de compra e maior disposição para consumir bens e serviços essenciais, enquanto o desempenho positivo do grupo de maior renda sustenta a demanda por produtos de maior valor agregado.

A permanência da confiança dos consumidores na zona de satisfação (acima de 100 pontos), conforme sinaliza o Índice de Confiança do Empre-

sário do Comércio (ICEC)<sup>1</sup>, aliada ao bom desempenho de subíndices do ICF como “Nível de Consumo Atual” e “Acesso ao Crédito”, podem ter contribuído positivamente para os resultados do ICF no mês corrente.

Com base nos resultados de fevereiro de 2026, as expectativas para o comércio capixaba ao longo do ano são positivas, ainda que acompanhadas de um certo grau de prudência. A manutenção do ICF acima do nível de satisfação, a resiliência do Espírito Santo frente ao cenário nacional e o desempenho superior à média do Sudeste indicam um ambiente de consumo mais favorável e com maior capacidade de sustentação da demanda.

Assim, os resultados do mês corrente, apontam para um início de ano com boas oportunidades de crescimento para o comércio do Espírito

Santo, marcado por maior dinamismo das famílias e expectativas de um ambiente econômico mais favorável às atividades comerciais.

## OPINIÃO DO EMPRESARIADO CAPIXABA



**José Antonio Pupim**

*“Nós passamos a avaliar muito o comportamento do cliente a partir do valor do ticket médio. Quando percebemos que esse ticket está menor, sabemos que não adianta insistir em ofertas mais caras, porque a limitação é financeira.”*

Para complementar a análise dos resultados do Índice de Confiança do Consumidor (ICF), apresenta-se a seguir o depoimento de José Antonio Pupim, presidente do Sindilojas Caria

cica. A entrevista oferece uma leitura qualificada sobre as transformações recentes no comportamento do consumidor, com ênfase na maior cautela nas decisões de compra, na

redução das compras por impulso e no impacto das restrições orçamentárias sobre a dinâmica do varejo. A partir de sua experiência à frente da entidade, o dirigente contribui para a compreensão dos ajustes adotados pelo comércio diante de um ambiente econômico mais restritivo.

“Hoje, eu observo que existe, sim, espaço para produtos de maior valor agregado, mas o comportamento do consumidor mudou de forma muito clara. Ele está muito mais comedido. Já não vemos mais aquela compra por empolgação ou por impulso, especialmente em lançamentos. Mesmo quando a indústria inova e apresenta novidades que naturalmente atraem um certo público, esse consumidor está mais cauteloso, avaliando melhor antes de decidir.

Na prática, isso também transformou a forma como vendemos. Nós passamos a avaliar muito o comportamento do cliente a partir do valor do ticket médio. Quando percebemos que esse ticket está menor, sabemos que não adianta insistir em ofertas mais caras, porque a limitação é financeira.[FB2.1] O consumidor de cosméticos, por exemplo, compra hoje muito mais por necessidade do que por impulso, buscando atender demandas específicas, como produtos para o verão, mas sempre com o orçamento em mente.

O que fica muito evidente é que a preocupação com a situação financeira passou a ser central no processo de decisão. O orçamento faz uma diferença muito grande no comportamento do cliente.

Por isso, não adianta “pesar a mão” na oferta, mesmo em períodos sazonais. O consumidor está retraído, mais seletivo e muito atento ao quanto pode gastar. E quando a gente olha para o mercado de traba

lho, esse cenário ajuda a explicar esse comportamento. A situação está realmente muito complicada, e isso se reflete diretamente na forma como as famílias consomem e priorizam seus gastos.”

## TENDÊNCIA

### AVANÇO DO CONSUMO PLANEJADO NAS DECISÕES DE COMPRA

Nos grandes centros urbanos e em mercados internacionais maduros, observa-se o avanço de um padrão de consumo mais planejado e orientado por orçamento, em um contexto de maior incerteza econômica e pressão sobre a renda das famílias. Nesse ambiente, o planejamento financeiro e o controle de gastos

passam a exercer influência crescente sobre as decisões de compra.

Esse movimento se expressa na maior sensibilidade a preço e na atenção ao custo-benefício, com expansão da busca por marcas acessíveis, embalagens econômicas e estratégias de substituição entre pro

dados. A comparação de preços e a avaliação prévia de gastos tornam-se práticas mais frequentes no processo de compra.

Ao mesmo tempo, verifica-se uma mudança gradual nos critérios de escolha, com maior valorização de previsibilidade, funcionalidade e adequação ao orçamento disponível. A decisão de compra passa a combinar elementos de planejamento com estímulo-

los de mercado, preservando espaço para escolhas não programadas, porém sob maior restrição financeira.

Do ponto de vista empresarial, a tendência tem exigido ajustes nas estratégias comerciais, maior flexibilidade de preços e ampliação de ofertas orientadas a valor, com impactos sobre o mix de produtos, políticas promocionais e formação de preços nos grandes mercados consumidores.



## Notas

<sup>1</sup> Confiança empresarial alcança 112 pontos em janeiro e permanece acima da zona de satisfação. Disponível em: <<https://portaldocomercio-es.com.br/wp-content/uploads/2026/02/ICEC-janeiro-2026-1.pdf>>

**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 : Paulo Rody : Samuel de O. Cabral : Mateus Haddad : Ryan Procopio : João Guimarães | Tel.: 3205-0706 | [www.fecomercio-es.com.br](http://www.fecomercio-es.com.br)