

# ICF

Intenção de Consumo das Famílias

## Relatório mensal

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



# INTENÇÃO DE CONSUMO DAS FAMÍLIAS CAPIXABAS PERMANECE ACIMA DO BRASIL E DO SUDESTE EM JUNHO

ICF ATINGE 110,8 PONTOS, IMPULSIONADO PELO CRESCIMENTO DE 4,6% NO NÍVEL DE CONSUMO ATUAL

## O QUE ACONTECEU?

O ICF do Espírito Santo recuou levemente de 111,0 para 110,8 pontos em junho (-0,2%), mas permaneceu acima do Brasil (104,0) e do Sudeste (104,4). Apesar da queda pontual, o indicador avançou 8,3% em relação a junho de 2025.

## COMO ISSO AFETA A ECONOMIA CAPIXABA?

A manutenção do ICF em patamar elevado reforça um ambiente favorável ao consumo no estado. O avanço do nível de consumo atual (+4,6%) e do acesso ao crédito (+1,6%) podem contribuir para sustentar vendas no comércio, especialmente em junho, mês marcado por datas comemorativas como Dia dos Namorados e festas juninas.

## QUAIS OS RISCOS E AS OPORTUNIDADES?

A queda na renda atual (-3,1%), na perspectiva profissional (-2,1%) e no momento para compra de bens duráveis (-2,4%) sugere cautela. Por outro lado, o avanço da disposição para consumo (+0,7%) e do consumo atual (+4,6%) abre oportunidades em segmentos ligados a presentes, vestuário, alimentação e lazer.

## COMPARAÇÃO NACIONAL ICF EM PONTOS

Espírito Santo  
**110,8 pontos**

Brasil  
**104,0 pontos**

## SUBÍNDICES EM DESTAQUE DOS COMPONENTES DO ICF NO MÊS

Nível de consumo atual  
**+4,6%**

Acesso ao Crédito  
**+1,6%**

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

Nível de Consumo Atual famílias de menor renda  
**+5,0%**

Acesso ao Crédito famílias de maior renda  
**+2,7%**

# Entenda o Índice de Intenção de Consumo das Famílias (ICF)

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.

## Resultados Gerais

Em junho de 2026, o Índice de Intenção de Consumo das Famílias (ICF) do Espírito Santo apresentou leve tendência de retração de 0,2% em relação ao mês anterior, alcançando 110,8 pontos. Apesar do recuo pontual, o

indicador permaneceu em patamar de satisfação, acima dos 100 pontos, refletindo um ambiente de consumo ainda favorável no estado.

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

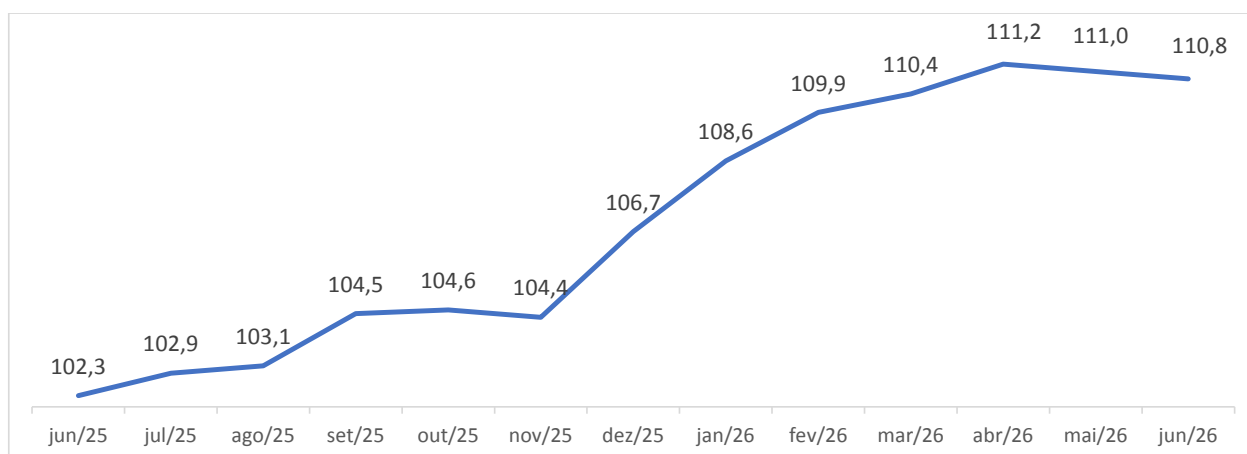
|                | Índice (pontos) |        |        | Variação percentual |            |
|----------------|-----------------|--------|--------|---------------------|------------|
|                | jun/26          | mai/26 | jun/25 | Mensal              | Interanual |
| Espírito Santo | 110,8           | 111,0  | 102,3  | -0,2%               | 8,3%       |
| Sudeste        | 104,4           | 105,6  | 103,7  | -1,1%               | 0,7%       |
| Brasil         | 104,0           | 104,1  | 100,8  | -0,1%               | 3,2%       |

Fonte: CNC. Elaboração Equipe Connect Fecomércio-ES.

Em relação a junho de 2025, quando o indicador estava em 102,3 pontos, observou-se crescimento expressivo de 8,3%, indicando avanço consistente da intenção de consumo no comparativo interanual. Esse resultado reforça a melhora das condições de consumo das famílias capixabas ao longo dos últimos doze meses. O ICF do Espírito Santo perma-

neceu acima da média brasileira (104,0 pts.), - que apresentou estabilidade com tendência de retração de 0,1% no mês, e também superou a média do Sudeste (104,4 pontos), que registrou recuo de 1,1%. Esse desempenho evidencia que as famílias capixabas seguem demonstrando maior disposição ao consumo em relação ao restante do país e da região.

## Evolução do ICF em pontos, ES, junho/25 - junho/26

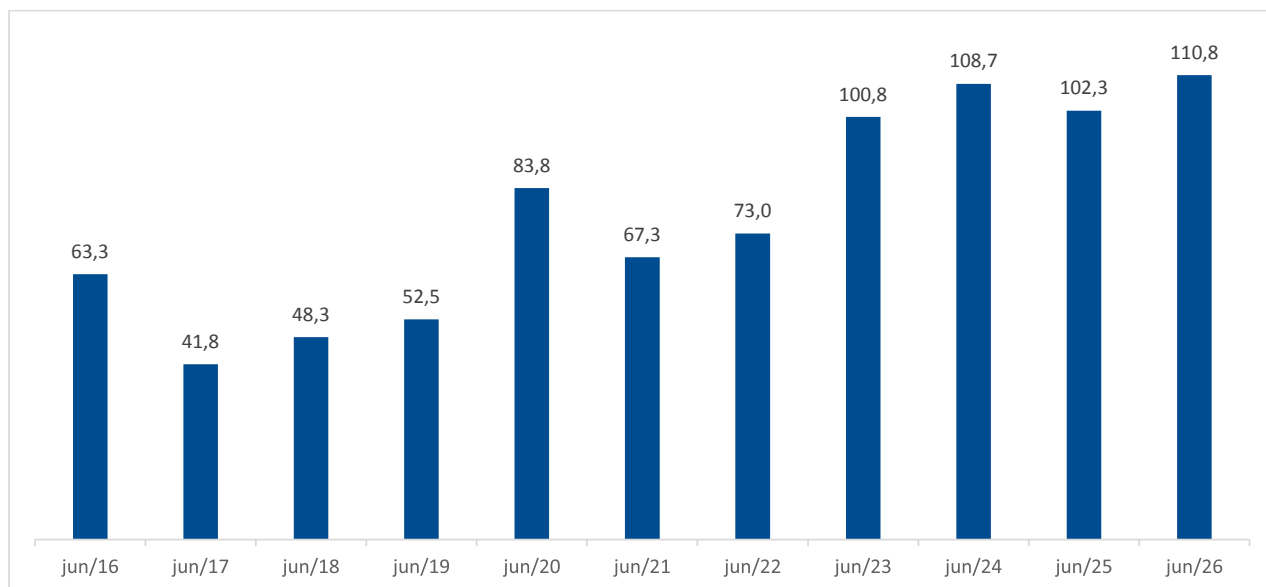


Fonte: CNC. Elaboração Equipe Connect Fecomércio-ES.

Entre junho de 2025 e junho de 2026, o ICF do Espírito Santo manteve trajetória de recuperação após um período de ajustes em 2025. O índice passou de 102,3 pontos em junho de 2025 para 110,8 pontos em junho

de 2026, permanecendo acima de 100 pontos durante todo o período recente e indicando consolidação de um ambiente mais favorável à intenção de consumo.

## Evolução do ICF em pontos meses de junho, ES, 2016 - 2026



Fonte: CNC. Elaboração Equipe Connect Fecomércio-ES.

Considerando a série histórica para o mês de junho desde 2016, observa-se que o nível registrado em 2026, de 110,8 pontos, foi o maior da série apresentada. Esse comporta-

mento sugere melhora gradual das condições de emprego, renda e consumo, reforçando a confiança das famílias capixabas em comparação aos anos anteriores.

## Subíndices que compõem o ICF

Em junho de 2026, o ICF do Espírito Santo apresentou estabilidade com tendência de retração de 0,2% no mês. Nesse contexto, os subíndices ligados ao consumo mostraram sinais mistos. O “Nível de Consumo Atual” avançou 4,6%, alcançando 109,2 pontos, enquanto o “Acesso ao Crédito” cresceu 1,6%, chegando a 113,2 pontos. Por outro lado, alguns componentes apresentam retra-

ção no mês, como “Satisfação com a Renda Atual” (-3,1%), “Perspectiva de melhorias profissionais” (-2,1%), “Momento para compra de bens duráveis” (-2,4%) e “Perspectiva de Consumo” (-0,8%). Esses resultados indicam que, apesar do consumo atual mais aquecido, as famílias seguem cautelosas em relação às condições futuras.

### Comportamento dos componentes do ICF

#### Comportamento dos componentes do ICF, ES e Brasil

|                                         | Espírito Santo |              |                 | Brasil       |              |                 |
|-----------------------------------------|----------------|--------------|-----------------|--------------|--------------|-----------------|
|                                         | jun/26         | mai/26       | Variação Mensal | jun/26       | mai/26       | Variação Mensal |
| <b>Intenção de Consumo das Famílias</b> | <b>110,8</b>   | <b>111,0</b> | <b>-0,2%</b>    | <b>104,0</b> | <b>104,1</b> | <b>-0,1%</b>    |
| Segurança em relação ao Emprego Atual   | 133,8          | 132,7        | 0,8%            | 126,7        | 126,6        | 0,1%            |
| Perspectiva de melhorias profissionais  | 106,9          | 109,2        | -2,1%           | 106,4        | 107,4        | -0,9%           |
| Satisfação com a Renda Atual            | 121,3          | 125,2        | -3,1%           | 123,7        | 124,4        | -0,6%           |
| Acesso ao Crédito (Compra a Prazo)      | 113,2          | 111,4        | 1,6%            | 102,1        | 101,7        | 0,4%            |
| Nível de Consumo Atual                  | 109,2          | 104,4        | 4,6%            | 91,1         | 91,2         | -0,1%           |
| Perspectiva de Consumo                  | 118,3          | 119,3        | -0,8%           | 104,9        | 105,1        | -0,2%           |
| Momento para compra de bens duráveis    | 73,3           | 75,1         | -2,4%           | 73,3         | 72,4         | 1,2%            |
| Capacidade de Consumo <sup>1</sup>      | 118,8          | 119,6        | -0,7%           | 114,7        | 115,0        | -0,3%           |
| Disposição para o Consumo <sup>2</sup>  | 100,3          | 99,6         | 0,7%            | 89,8         | 89,6         | 0,2%            |

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.

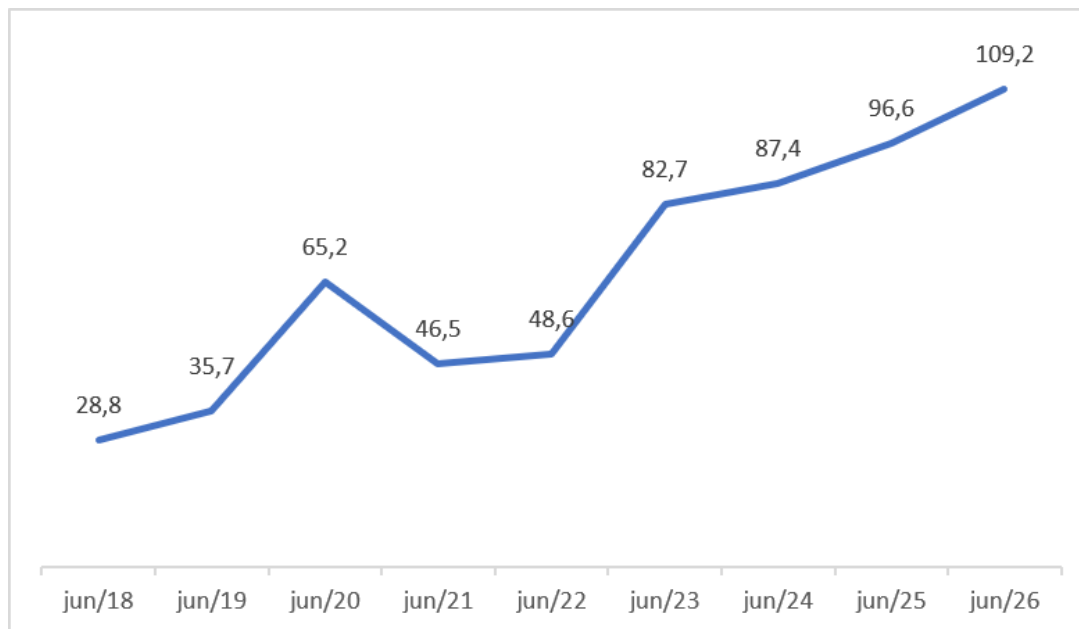
O subíndice “Capacidade de Consumo” alcançou 118,8 pontos, registrando retração de 0,7%, mas permanecendo confortavelmente acima do nível de satisfação. O resultado evidencia que as famílias ainda avaliam positivamente suas condições estruturais de emprego, renda e acesso ao crédito, embora com algum ajuste em relação ao mês anterior.

Em contrapartida, “Disposição para o Consumo” atingiu 100,3 pontos, registrando crescimento de 0,7% no mês e retornando para a zona de satisfação. Esse movimento sugere melhora na disposição efetiva para consumir, sustentada principalmente pelo avanço do nível de consumo atual e do acesso ao crédito.

Em junho de 2026, o subíndice “Nível de Consumo Atual” apresentou crescimento de 4,6% em relação a maio, atingindo 109,2 pontos. O resultado permaneceu bem acima

da média nacional (91,1 pontos), que apresentou leve retração de 0,1%. Esse desempenho indica maior dinamismo do consumo no Espírito Santo em relação ao Brasil.

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



Fonte: CNC. Elaboração Equipe Connect Fecomércio-ES.

Além disso, o indicador permanece em patamar historicamente elevado. Na série de junho, o nível de consumo atual alcançou 109,2 pontos em 2026, superando os resultados observados nos anos anteriores apresentados no gráfico. O desempenho pode estar relacionado ao efeito sazonal de junho, marcado pelo Dia dos Namorados, festas juninas e maior circulação em atividades de lazer, alimentação e comércio de presentes.

Esses resultados indicam que, mesmo diante

da retração pontual em componentes ligados à renda, à perspectiva profissional e à compra de bens duráveis, as famílias capixabas mantiveram elevado o nível de consumo no dia a dia. A combinação entre maior acesso ao crédito, avanço nos gastos do cotidiano, como alimentos, vestuário, presentes, lazer e serviços associados ao período junino, e estabilidade do emprego contribuiu para manter o ICF estadual acima do Brasil e do Sudeste.

## Resultados por grupo familiar

Em relação à Intenção de Consumo das Famílias por grupo familiar, o índice em junho de 2026 foi de 109,6 pontos para famílias com renda até 10 salários mínimos e 119,3 pontos para aquelas com renda superior. Enquanto o grupo de menor renda apresentou leve retração de 0,2%, as famílias de maior renda registraram modesto crescimento de 0,2%.

Em relação ao mês anterior, os indicadores agregados “Capacidade de Consumo” (129,9 pontos) e “Disposição para o Consumo” (105,2 pontos) permaneceram mais elevados

entre as famílias com renda acima de 10 salários mínimos, evidenciando maior capacidade de sustentação do consumo nesse grupo.

Já para os consumidores capixabas com renda de até 10 salários mínimos, a “Capacidade de Consumo” apresentou retração de 0,8%, enquanto a “Disposição para o Consumo” avançou 0,7%, atingindo 99,5 pontos. O resultado indica melhora na disposição de compra, embora esse grupo ainda permaneça levemente abaixo da zona de satisfação nesse componente.

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

|                                         | ATÉ 10 s.m.  |              |                 | ACIMA de 10 s.m. |              |                 |
|-----------------------------------------|--------------|--------------|-----------------|------------------|--------------|-----------------|
|                                         | jun/26       | mai/26       | Variação Mensal | jun/26           | mai/26       | Variação Mensal |
| <b>Intenção de Consumo das Famílias</b> | <b>109,6</b> | <b>109,8</b> | <b>-0,2%</b>    | <b>119,3</b>     | <b>119,1</b> | <b>0,2%</b>     |
| Emprego Atual                           | 132,3        | 131,1        | 0,9%            | 144,0            | 142,5        | 1,1%            |
| Perspectiva Profissional                | 107,4        | 109,4        | -1,8%           | 103,5            | 107,5        | -3,7%           |
| Renda Atual                             | 118,2        | 122,6        | -3,6%           | 141,0            | 142          | -0,7%           |
| Acesso ao Crédito (Compra a Prazo)      | 110,4        | 108,9        | 1,4%            | 131,0            | 127,5        | 2,7%            |
| Nível de Consumo Atual                  | 108,2        | 103,0        | 5,0%            | 116,0            | 113,5        | 2,2%            |
| Perspectiva de Consumo                  | 119,5        | 120,6        | -0,9%           | 110,5            | 110,5        | 0,0%            |
| Momento para compra de bens duráveis    | 70,8         | 72,7         | -2,6%           | 89,0             | 90,5         | -1,7%           |
| Capacidade de Consumo <sup>1</sup>      | 117,1        | 118,0        | -0,8%           | 129,9            | 129,9        | 0,0%            |
| Disposição para o Consumo <sup>2</sup>  | 99,5         | 98,8         | 0,7%            | 105,2            | 104,8        | 0,3%            |

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.

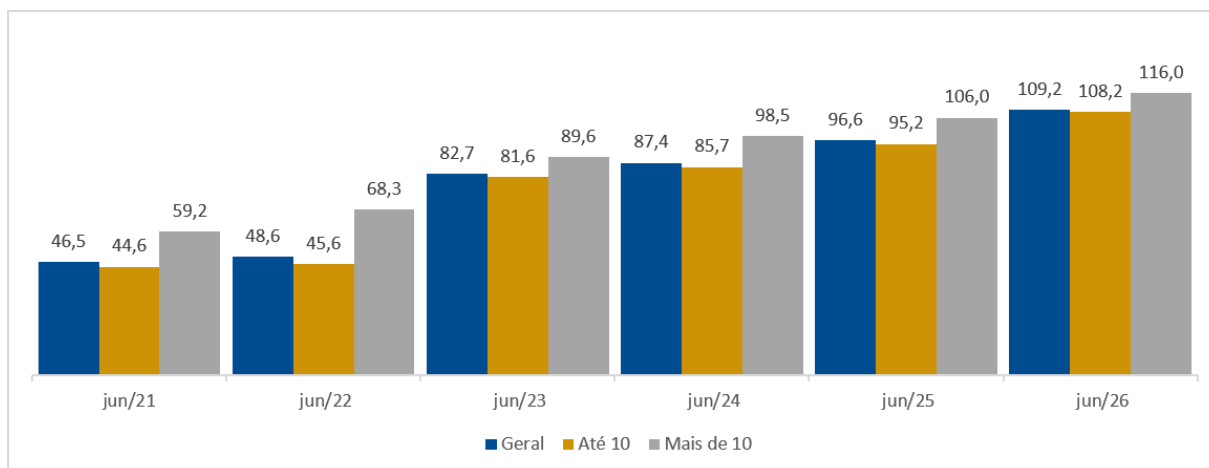
Em termos de variação mensal, entre famílias com renda de até 10 salários mínimos, o “Nível de Consumo Atual” avançou 5,0%, enquanto a “Perspectiva de Consumo” apresentou queda de 0,9%. Já entre aquelas com renda superior a 10 salários mínimos, o primeiro indicador cresceu 2,2%, enquanto a perspectiva de consumo permaneceu estável (0,0%).

Em junho de 2026, o subíndice “Acesso ao Crédito” atingiu 131,0 pontos entre famílias com renda superior a 10 salários mínimos e 110,4 pontos entre aquelas com renda de até 10 salários mínimos. No comparativo mensal, houve avanço nos dois grupos, com crescimento de 1,4% entre famílias de menor renda e 2,7% entre famílias de maior renda.

O subíndice “Emprego Atual” apresentou crescimento de 0,9% entre as famílias capixabas com renda de até 10 salários mínimos. Para as famílias com renda superior a esse patamar, o indicador registrou avanço de

1,1% no mês. O resultado indica continuidade da percepção favorável sobre o mercado de trabalho, contribuindo para sustentar o consumo, especialmente entre famílias de maior renda.

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



Fonte: CNC. Elaboração Equipe Connect Fecomércio-ES.

Em junho, a Intenção de Consumo das Famílias capixabas apresentou relativa estabilidade, mantendo o indicador em patamar favorável ao consumo no comércio local. Apesar das retrações em renda atual, perspectiva profissional e compra de bens duráveis, os avanços no consumo atual, no acesso ao crédito e na percepção sobre o emprego ajudaram a sustentar o resultado geral.

O crescimento do “Nível de Consumo Atual”, aliado ao avanço do “Acesso ao Crédito”, sinaliza maior dinamismo das decisões de consumo no mês. Esse movimento tende a favorecer a atividade comercial no curto prazo, especialmente em segmentos associados ao consumo sazonal de junho, como presentes, vestuário, perfumaria, alimentação fora do domicílio, lazer e eventos ligados às festas juninas.

Por outro lado, a retração em “Satisfação com a Renda Atual”, “Perspectiva de melho-

rias profissionais” e “Momento para compra de bens duráveis” indica que parte das famílias ainda mantém comportamento prudente em relação às compras de maior valor. Esse cenário pode limitar decisões de consumo mais significativas, como aquisição de móveis, eletrodomésticos e veículos.

Além disso, a permanência da confiança dos consumidores na zona de satisfação (acima de 100 pontos), conforme sinaliza o Índice de Confiança do Empresário do Comércio (ICE-C)<sup>1</sup>, associada ao avanço da “Disposição para o Consumo” e ao crescimento do “Nível de Consumo Atual”, podem ter contribuído positivamente para os resultados do mês. Mesmo com sinais de cautela em alguns componentes, o desempenho de junho indica manutenção de um ambiente relativamente favorável ao consumo no Espírito Santo.

# Opinião do Empresariado Capixaba

“



**Mauricio Meireles**

***“O consumo continua acontecendo, mas mudou de lugar: as compras de maior valor migraram para o ambiente digital, enquanto as lojas físicas concentram as compras de necessidade imediata.”***

Para compreender como o consumo tem se refletido na prática, a equipe Connect Fecomércio-ES conversou com Mauricio Meireles, empresário e presidente do Sindilojas Vitória. Na entrevista, ele compartilha sua percepção sobre o comportamento recente dos consumidores, destacando a migração das compras para o ambiente digital, as mudanças no fluxo de clientes nas lojas físicas e os desafios enfrentados pelo comércio diante da reorganização do mercado. Confira:

"Na prática, percebo que o consumo continua acontecendo, mas de uma forma diferente. Um dos movimentos mais evidentes é a migração das compras de maior valor para as plataformas digitais. Hoje, produtos como televisores, geladeiras e outros eletrodomésticos são comprados cada vez mais pela internet. Já nas lojas físicas, permanecem principalmente as compras de conveniência e necessidade imediata, como utensílios domésticos de menor valor, quando o consumidor precisa do produto na hora.

Além disso, percebemos uma redução no

fluxo de pessoas nas ruas. A facilidade proporcionada pelas compras online mudou o comportamento do consumidor e tem impactado especialmente as lojas que trabalham com produtos de maior ticket, que acabam enfrentando mais dificuldades.

Ao mesmo tempo, não acredito que o mercado esteja, de fato, crescendo. O que vejo é uma redistribuição dos consumidores. Muitas empresas estão encerrando as atividades e, quem consegue permanecer no mercado, acaba absorvendo parte da clientela dessas lojas que fecharam. Esse pequeno crescimento observado por alguns estabelecimentos está muito mais relacionado à concentração da demanda do que a uma expansão efetiva do consumo.

Isso fica evidente quando observamos o número de lojas fechadas, inclusive em shopping centers, algo que antes era muito raro. É como um bolo que não aumentou de tamanho, mas passou a ser dividido entre menos participantes. Esse, na minha avaliação, tem sido um dos principais desafios enfrentados pelo varejo atualmente."

## Notas Metodológicas

<sup>1</sup> Confiança do comércio capixaba avança 0,3% em maio e segue como a maior do sudeste. Disponível em: <<https://portaldocomercio-es.com.br/wp-content/uploads/2026/06/ICEC-relativo-de-Maio-2026.pdf>>

**EXPEDIENTE:** Presidente do Sistema Fecomércio-ES/Sesc/Senac: Idalberto Luiz Moro | Diretor Interino Sesc-ES: Richardson Schmittel | Diretor Senac-ES: Richardson Schmittel | Superintendente Fecomércio-ES: Wagner Corrêa | Diretor de Relações Institucionais Fecomércio-ES: Marcus Magalhães | Equipe Connect Fecomércio-ES: André Spalenza : Karina Tonini : Felipe Montini : Eduarda Gripp : Gercione Dionizio : Paulo Rody : Mateus Haddad | Tel.: 3205-0706 | [www.fecomercio-es.com.br](http://www.fecomercio-es.com.br)