

ICF

Intenção de Consumo das Famílias

Relatório mensal

Elaborado por: André Spalenza
e João Antônio S. Souza.

2026

Connect Fecomércio ES

Dados coletados pelo CNC, relativos a outubro de 2026

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

Avanço do consumo atual favorece o comércio capixaba, apesar da maior cautela na compra de bens duráveis antes da Black Friday

O QUE ACONTECEU?

Em outubro de 2026, a Intenção de Consumo das Famílias capixabas alcançou 110,2 pontos, registrando leve alta de 0,2% em relação ao mês anterior e crescimento de 5,4% na comparação com outubro de 2025. O resultado foi acompanhado pela melhora no consumo atual (+1,5%) e no acesso ao crédito (+2,2%), indicando condições relativamente favoráveis ao consumo. Apesar desse cenário, as famílias demonstraram maior cautela em relação às compras futuras, especialmente de bens duráveis.

COMO ISSO AFETA A ECONOMIA CAPIXABA?

A manutenção da intenção de consumo em patamar favorável contribui para as perspectivas do comércio e dos serviços no Espírito Santo. Para os comerciantes, o cenário sugere oportunidades de estimular as vendas por meio de promoções direcionadas, ofertas de produtos de maior procura e condições de pagamento acessíveis. Com a proximidade da Black Friday e das compras de fim de ano, é importante que os comerciantes organizem seus estoques e preparem promoções atrativas para aumentar as vendas, sem comprometer seus lucros.

QUAIS OS RISCOS E AS OPORTUNIDADES?

A queda nas expectativas de consumo (-1,4%) indica maior cautela das famílias capixabas com as compras futuras, apesar da melhora no acesso ao crédito (+2,2%). Isso mostra que a facilidade de financiamento nem sempre resulta em maior consumo. Para os comerciantes, o cenário exige atenção às condições de parcelamento e ao risco de inadimplência. Por outro lado, a proximidade da Black Friday oferece oportunidades para impulsionar as vendas, especialmente com promoções atrativas e condições de pagamento adequadas ao orçamento das famílias, favorecendo o comércio sem comprometer a saúde financeira dos consumidores.

ICF GERAL

Espírito Santo
110,2 pontos
anual (+5,4%)

Sudeste
104,8 pontos
anual (+2,8%)

Brasil
103,4 pontos
anual (+2,2%)

SUBÍNDICES EM DESTAQUE DOS COMPONENTES DO ICF NO MÊS

Acesso ao Crédito
+2,2%

Nível de Consumo Atual
+1,5%

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

Momento para Duráveis
famílias de maior renda
+3,7%

Acesso ao Crédito
famílias de menor renda
+2,5%

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 outubro de 2026, o Índice de Intenção de Consumo das Famílias (ICF) do Espírito Santo teve leve aumento de 0,2% em relação a setembro, passando de 110,0 para 110,2 pontos. O resultado manteve o indicador acima do nível de satisfação de 100 pontos e sinaliza um ambiente relativamente favorável à intenção de consumo no estado, embora com diferenças entre seus componentes.

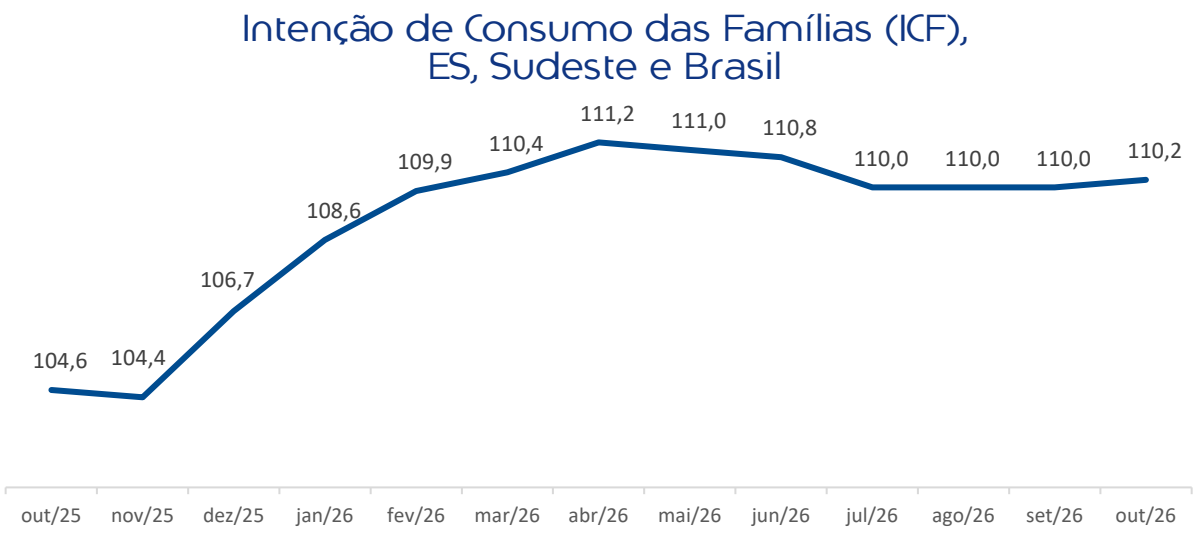
Intenção de Consumo das Famílias (ICF), ES, Sudeste e Brasil

	Índice (pontos)			Variação percentual	
	out/26	set/26	out/25	Mensal	Interanual
Espírito Santo	**110,2**	**110,0**	**104,6**	**0,2%**	**5,4%**
Sudeste	104,8	105,2	101,9	-0,4%	2,8%
Brasil	103,4	104,0	101,2	-0,6%	2,2%

Fonte: CNC. Elaboração Equipe Connect Fecomércio-ES.
Nota: Sudeste = média de SP, RJ, MG e ES

O crescimento de 5,4% no ICF capixaba em relação a outubro de 2025 indica uma melhora na intenção de consumo das famílias ao longo do tempo. Para o comércio, esse resultado sinaliza oportunidades de vendas, especialmente de produtos de consumo frequente, como alimentos, roupas, calçados e itens de higiene e beleza. Por outro lado, as famílias demonstram maior cautela com as compras futuras, principalmente de bens duráveis, como móveis e eletrodomésticos. Apesar disso, o cenário permanece favorável ao comércio, especialmente para os estabelecimentos que oferecem preços atrativos e condições de pagamento adequadas ao orçamento dos consumidores.

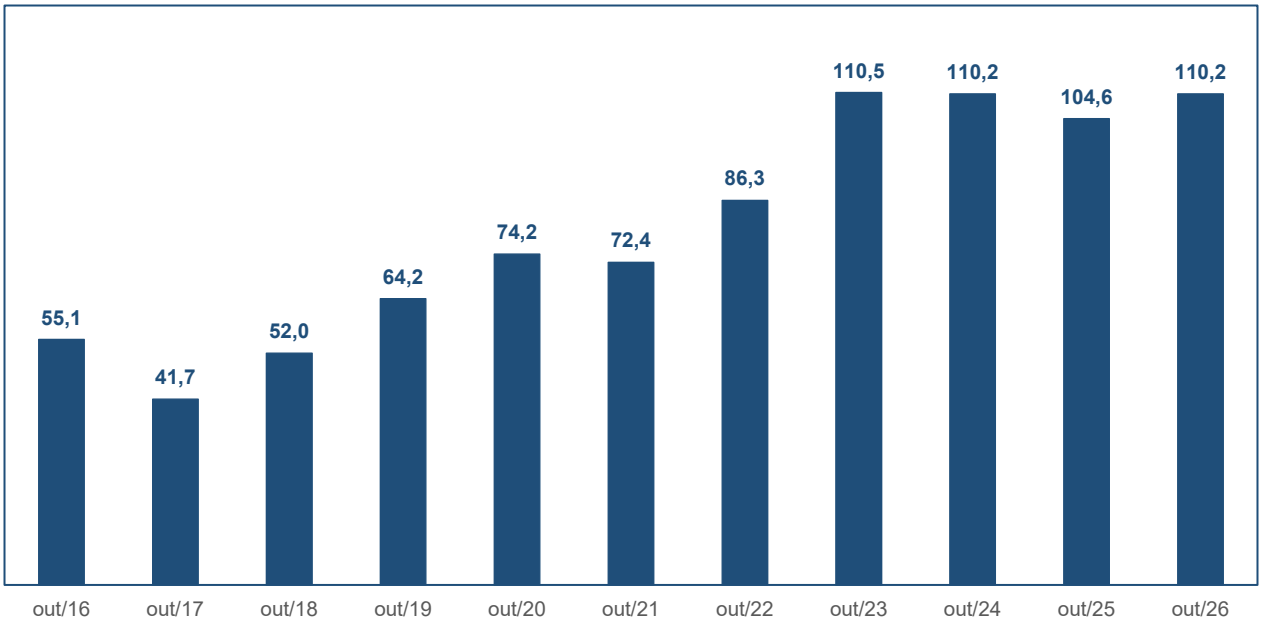
O ICF do Espírito Santo (110,2 pontos) superou o índice do Brasil (103,4 pontos), que recuou 0,6% no mês, e o do Sudeste (104,8 pontos), que diminuiu 0,4%. Na comparação interanual, o Espírito Santo cresceu 5,4%, ante 2,8% no Sudeste e 2,2% no Brasil. Esse desempenho evidencia que as famílias capixabas seguem demonstrando maior disposição ao consumo em relação ao restante do país e da região.



Fonte: CNC. Elaboração Equipe Connect Fecomércio-ES.

Entre outubro de 2025 e outubro de 2026, o ICF capixaba passou de 104,6 para 110,2 pontos, com crescimento de 5,4%. Após atingir 111,2 pontos em abril de 2026, o indicador apresentou leve redução nos meses seguintes, mantendo-se estável entre julho e setembro e voltando a crescer em outubro. Apesar das oscilações, permaneceu acima do nível de satisfação de 100 pontos, sinalizando condições favoráveis à manutenção do consumo e oportunidades para o comércio capixaba, especialmente com a proximidade das compras de fim de ano.

Evolução do ICF em pontos meses de outubro, ES, 2016 –2026



Fonte: CNC. Elaboração Equipe Connect Fecomércio-ES.

Considerando a série histórica, na comparação dos meses de outubro de 2016 a 2026, o resultado de 110,2 pontos em 2026 igualou o registrado em outubro de 2024 e ficou abaixo do pico de 110,5 pontos em outubro de 2023. Ainda assim, o nível atual é superior ao observado em outubro de 2025 (104,6 pontos) e à maior parte da série histórica, evidenciando recuperação em relação ao ano anterior.

No cenário nacional de intenção de consumo, o Espírito Santo apresentou desempenho favorável. Entre as 27 unidades federativas, o estado ocupou a 7ª posição no Índice de Intenção de Consumo das Famílias, com 110,2 pontos, e a 3ª posição no indicador de Acesso ao Crédito (Compra a Prazo), com 119,0 pontos.

Posicionamento do Espírito Santo no Ranking Nacional do ICF e do Acesso ao Crédito, Out/26

Posicionamento do Espírito Santo no cenário nacional		
Indicador	**ICF**	**Acesso ao Crédito**
Posição do ES no ranking	7ª	3ª
Espírito Santo (pontos)	110,2	119,0
Brasil (pontos)	103,4	103,1
ES – Brasil (pontos)	+6,8	+15,9
ES vs. Brasil (%)	+6,5%	+15,4%
Última UF no ranking	RS	PI
ES vs. última UF (%)	+146,9%	+173,0%

Fonte: CNC. Elaboração Equipe Connect Fecomércio-ES.
Nota: RS (Rio Grande do Sul) e PI (Piauí). O Ranking é composto pelo ICF dos 26 estados e do Distrito Federal totalizando 27 unidades federativas.

Os resultados ficaram acima das médias nacionais, de 103,4 pontos no ICF e 103,1 pontos no Acesso ao Crédito. Em termos percentuais, o índice geral capixaba superou o brasileiro em 6,5%, enquanto o indicador de crédito apresentou diferença positiva de 15,4%. Esse desempenho indica que os consumidores capixabas avaliam de maneira mais favorável suas possibilidades de realizar compras parceladas ou financiadas.

Em uma análise com os últimos colocados no ranking, o desempenho capixaba foi 146,9% superior ao do Rio Grande do Sul no ICF e 173,0% superior ao do Piauí no indicador de Acesso ao Crédito. Essas diferenças evidenciam que, embora as famílias brasileiras estejam sujeitas a fatores econômicos comuns, como inflação, juros e condições de emprego, as características dos mercados locais podem produzir avaliações distintas sobre renda, crédito e possibilidades de compra. Nesse contexto, o posicionamento do Espírito Santo sugere condições percebidas mais favoráveis ao consumo, especialmente quando considerado o acesso ao crédito.

Subíndices que compõem o ICF

Em outubro de 2026, a Capacidade de Consumo atingiu 117,7 pontos, com crescimento de 0,5%, enquanto a média brasileira recuou 0,5%, para 113,7 pontos. O resultado indica uma percepção mais favorável das famílias capixabas sobre suas condições financeiras, contribuindo para um cenário positivo à manutenção das vendas no comércio. Já a Disposição para o Consumo apresentou leve queda de 0,3%, alcançando 100,1 pontos. Apesar da redução, permaneceu acima do nível de satisfação e superou a média nacional (89,7 pontos). Esse comportamento revela que, embora as famílias apresentem condições relativamente favoráveis para consumir, estão mais cautelosas com as compras futuras, reforçando a importância de preços competitivos e promoções atrativas.

Comportamento dos componentes do ICF, ES e Brasil

	Espírito Santo			Brasil		
	out/26	set/26	Variação Mensal	out/26	set/26	Variação Mensal
Intenção de Consumo das Famílias	**110,2**	**110,0**	**0,2%**	**103,4**	**104,0**	**-0,6%**
Emprego Atual	131,9	132,9	-0,8%	126,8	127,8	-0,8%
Perspectiva profissional	102,2	101,9	0,3%	102,8	102,9	-0,1%
Renda Atual	117,6	117,3	0,3%	122,3	122,8	-0,5%
Acesso ao Crédito (Compra a Prazo)	119,0	116,4	2,2%	103,1	103,4	-0,3%
Nível de Consumo Atual	114,7	113,0	1,5%	89,8	90,5	-0,7%
Perspectiva de Consumo	117,6	119,3	-1,4%	105,9	106,2	-0,3%
Momento para bens duráveis	68,1	69,1	-1,3%	73,5	74,6	-1,5%
Capacidade de Consumo[1]	117,7	117,1	0,5%	113,7	114,2	-0,5%
Disposição para o Consumo[2]	100,1	100,4	-0,3%	89,7	90,4	-0,8%

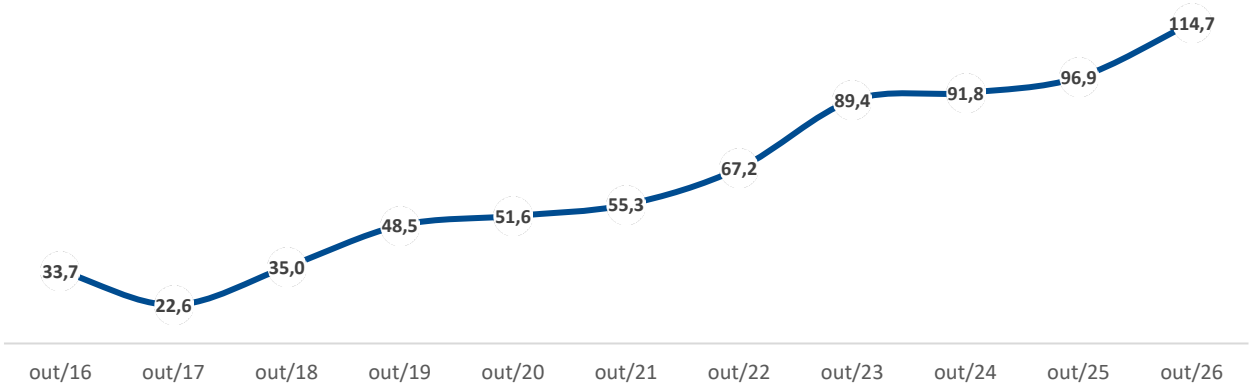
Fonte: CNC. Elaboração Equipe Connect Fecomércio-ES.
Nota: (1) Indicador construído com base na média entre Emprego Atual, Perspectiva Profissional, Renda Atual e Acesso ao crédito.
(2) Indicador construído com base na média entre Nível de Consumo Atual, Perspectiva de Consumo e Momento para Duráveis.

Entre os componentes da Capacidade de Consumo, destacou-se o Acesso ao Crédito, que cresceu 2,2%, atingindo 119,0 pontos. A Renda Atual e a Perspectiva Profissional também avançaram 0,3% cada, enquanto o Emprego Atual recuou 0,8%. Para os comerciantes, a melhora no acesso ao crédito representa oportunidades de vendas parceladas, especialmente durante a Black Friday, desde que as condições de pagamento sejam compatíveis com o orçamento dos consumidores.

Na Disposição para o Consumo, o principal destaque positivo foi o Nível de Consumo Atual, que avançou 1,5%, alcançando 114,7 pontos. No Brasil, o indicador recuou 0,7%, para 89,8 pontos. A diferença de 24,9 pontos evidencia uma percepção mais favorável do consumo corrente no Espírito Santo, sinalizando oportunidades para segmentos como alimentação, vestuário, calçados e produtos de higiene e beleza.

Por outro lado, a Perspectiva de Consumo caiu 1,4%, enquanto o indicador de Momento para Bens Duráveis recuou 1,3%, atingindo 68,1 pontos. Esses resultados indicam maior cautela nas compras futuras, principalmente de produtos de maior valor, como móveis e eletrodomésticos. Ainda assim, a Black Friday oferece oportunidades para estimular as vendas por meio de descontos e condições de pagamento adequadas.

Índice de Nível de Consumo Atual das famílias, ES, out/16 – out/26



Fonte: CNC. Elaboração Equipe Connect Fecomércio-ES.

O avanço do Nível de Consumo Atual, que alcançou 114,7 pontos em outubro, e a melhora no acesso ao crédito sinalizam oportunidades para o comércio capixaba, apesar da maior cautela das famílias em relação ao emprego, às compras futuras e aos bens duráveis. Com a proximidade da Black Friday, segmentos como alimentação, vestuário, calçados, perfumaria e serviços pessoais podem se beneficiar desse cenário. Para aproveitar essas oportunidades, os comerciantes podem investir em promoções direcionadas, priorizar produtos de maior procura e oferecer condições de pagamento adequadas ao orçamento dos consumidores, estimulando as vendas sem ampliar os riscos de inadimplência.

Resultados por grupo familiar

Em outubro de 2026, o ICF alcançou 108,7 pontos entre as famílias com renda de até 10 salários mínimos e 119,6 pontos entre aquelas com renda superior a esse valor. Em relação a setembro, foram registrados leves aumentos de 0,2% e 0,1%, respectivamente. Ambos os grupos permaneceram acima de 100 pontos, indicando uma percepção favorável ao consumo, especialmente entre as famílias de maior renda.

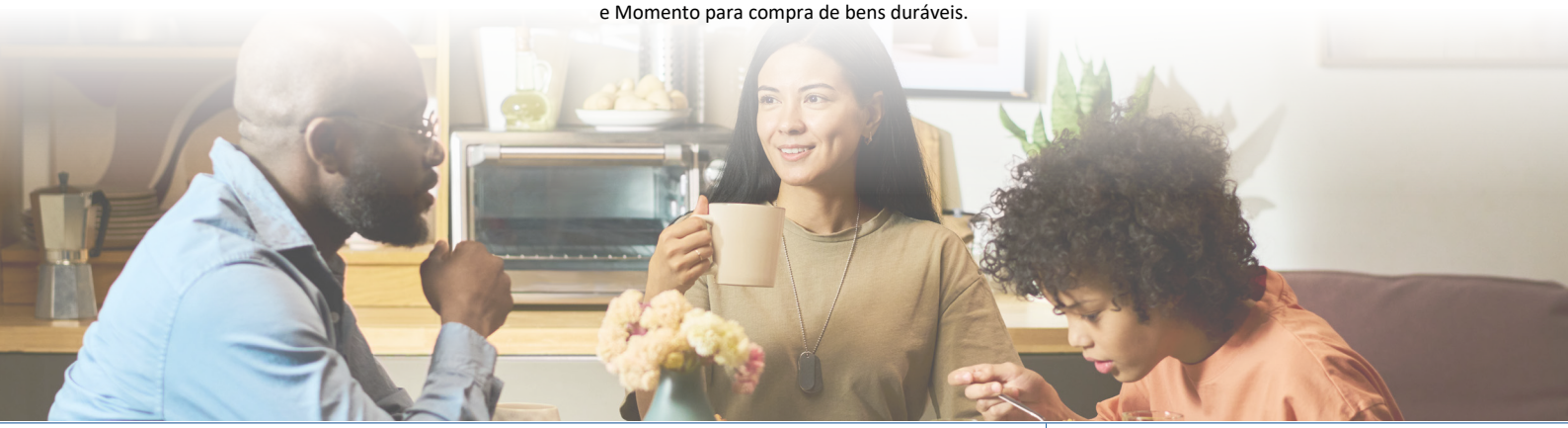
Entre as famílias com renda superior a 10 salários mínimos, a "Capacidade de Consumo" atingiu 129,1 pontos, com recuo de 0,2%, enquanto a "Disposição para o Consumo" chegou a 107,0 pontos, com avanço de 0,6%. Os resultados apontam maior sustentação do consumo nesse grupo, embora a percepção de capacidade tenha apresentado ligeira acomodação.

Entre as famílias com renda de até 10 salários mínimos, a "Capacidade de Consumo" avançou 0,6%, para 115,9 pontos, enquanto a "Disposição para o Consumo" recuou 0,4%, para 99,1 pontos. Esse último resultado permaneceu abaixo da linha de satisfação, sinalizando maior prudência nas decisões de compra.

Comportamento dos componentes do ICF por faixa de renda, ES

	ATÉ 10 s.m.			ACIMA de 10 s.m.		
	out/26	set/26	Variação Mensal	out/26	set/26	Variação Mensal
Intenção de Consumo das Famílias	**108,7**	**108,5**	**+0,2%**	**119,6**	**119,5**	**+0,1%**
Emprego Atual	129,9	131,1	-0,9%	145,0	144,5	+0,3%
Perspectiva Profissional	102,9	102,4	+0,5%	98,0	99,0	-1,0%
Renda Atual	115,0	114,4	+0,5%	134,5	136,0	-1,1%
Acesso ao Crédito (Compra a Prazo)	115,9	113,0	+2,5%	139,0	138,0	+0,7%
Nível de Consumo Atual	113,9	112,4	+1,3%	120,0	117,0	+2,6%
Perspectiva de Consumo	120,0	121,2	-1,0%	102,0	106,5	-4,2%
Momento para compra de bens duráveis	63,4	65,0	-2,5%	99,0	95,5	+3,7%
Capacidade de Consumo[1]	115,9	115,2	+0,6%	129,1	129,4	-0,2%
Disposição para o Consumo[2]	99,1	99,5	-0,4%	107,0	106,3	+0,6%

Fonte: CNC. Elaboração Equipe Connect Fecomércio-ES.
Nota: (1) Capacidade de Consumo: indicador construído com base na média aritmética entre Emprego Atual, Perspectiva Profissional, Renda Atual e Acesso ao Crédito (Compra a Prazo).
(2) Disposição para o Consumo: indicador construído com base na média aritmética entre Nível de Consumo Atual, Perspectiva de Consumo e Momento para compra de bens duráveis.

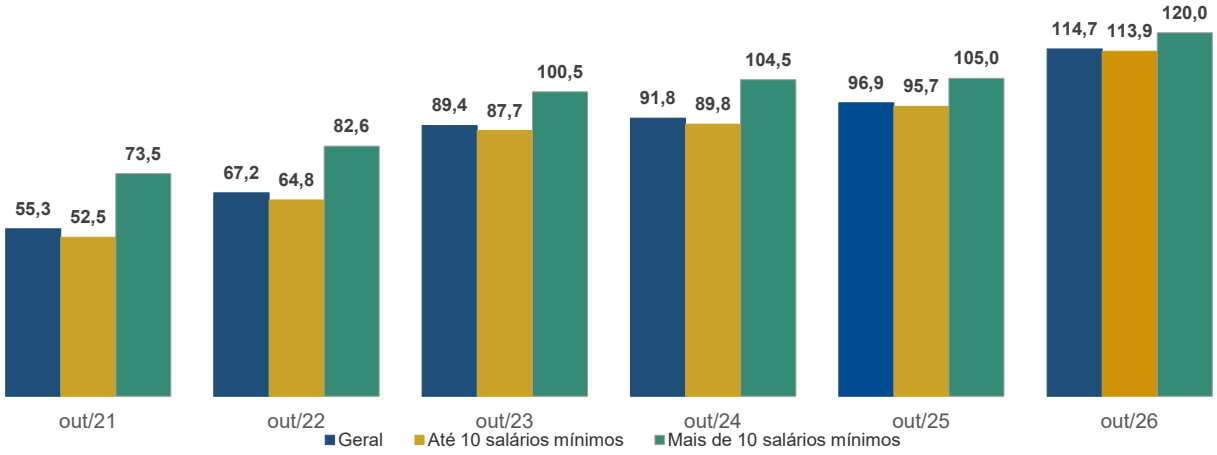


Entre as famílias com renda de até 10 salários mínimos, o "Nível de Consumo Atual" cresceu 1,3%, enquanto a "Perspectiva de Consumo" caiu 1,0%. No grupo com renda superior a 10 salários mínimos, o consumo atual avançou 2,6%, mas a perspectiva de consumo recuou 4,2%, evidenciando que a melhora das compras correntes não se traduziu em maior otimismo para os próximos meses.

Em outubro de 2026, o "Acesso ao Crédito" atingiu 115,9 pontos entre famílias com renda de até 10 salários mínimos, com avanço de 2,5% no mês. Entre aquelas com renda superior, o indicador chegou a 139,0 pontos, com crescimento de 0,7%. A melhora nos dois grupos pode favorecer o comércio no período promocional, mas exige atenção ao comprometimento da renda com prestações.

O subíndice "Emprego Atual" recuou 0,9% entre as famílias com renda de até 10 salários mínimos, alcançando 129,9 pontos. Já entre as famílias de maior renda, avançou 0,3%, para 145,0 pontos. Apesar da diferença de direção, ambos os resultados permanecem acima de 100 pontos, indicando avaliações ainda favoráveis das condições atuais de emprego.

Nível de Consumo Atual das famílias por faixa de renda, ES, out/2021 – out/2026



Fonte: CNC. Elaboração Equipe Connect Fecomércio-ES.

Em outubro de 2026, o ICF capixaba apresentou leve crescimento de 0,2%, permanecendo acima de 100 pontos e das médias do Brasil e do Sudeste. O resultado foi acompanhado pela melhora no consumo atual, no acesso ao crédito, na renda e nas perspectivas profissionais. Por outro lado, a avaliação do emprego atual e as expectativas de consumo futuro registraram queda, indicando que as famílias ainda demonstram cautela em relação aos próximos meses. O Nível de Consumo Atual alcançou 114,7 pontos, com crescimento de 1,5% em relação a setembro. Na comparação com outubro de 2021, quando registrava 55,3 pontos, o indicador mais que dobrou, demonstrando uma recuperação expressiva ao longo dos últimos cinco anos. Em outubro de 2026, essa percepção foi favorável tanto entre as famílias com renda de até 10 salários mínimos (113,9 pontos) quanto entre aquelas com renda superior a esse patamar (120,0 pontos), embora o resultado tenha sido mais elevado no grupo de maior renda.

Para o comércio capixaba, esses resultados indicam oportunidades de vendas no curto prazo, especialmente com a chegada da Black Friday e das compras de fim de ano. Segmentos como vestuário, calçados, perfumaria, alimentação e serviços pessoais podem se beneficiar desse cenário. Para aproveitar essas oportunidades, os comerciantes podem investir em promoções direcionadas, organizar seus estoques e oferecer condições de pagamento compatíveis com o orçamento dos diferentes grupos de consumidores.

Em síntese, o resultado de outubro aponta um ambiente relativamente favorável ao consumo no Espírito Santo, mas sem aceleração generalizada de todos os componentes. Para os empresários, a combinação entre consumo corrente mais forte e expectativas futuras mais contidas reforça a importância de planejamento de estoques, políticas responsáveis de crédito e ações comerciais direcionadas ao período de novembro e dezembro.

Notas Metodológicas

As análises sobre Black Friday e fim de ano constituem perspectivas sazonais, e não resultados de vendas já observados.

EXPEDIENTE: Presidente do Sistema Fecomércio-ES/Sesc/Senac: Idalberto Luiz Moro **l Diretor Interino Sesc-ES:** Richardson Schmittel **l Diretor Senac-ES:** Richardson Schmittel **l Superintendente Fecomércio-ES:** Wagner Corrêa **l Diretor de Relações Institucionais Fecomércio-ES:** Marcus Magalhães **l Equipe Connect Fecomércio-ES:** André Spalenza : Karina Tonini : Felipe Montini : Eduarda Gripp : Gercione Dionizio : João Antônio S. Souza : Mateus Haddad l Tel.: 3205-0706 l www.fecomercio-es.com.br