

ICF

Intenção de Consumo das Famílias

Relatório mensal

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



INTENÇÃO DE CONSUMO DAS FAMÍLIAS CAPIXABAS CRESCE 5,2% EM UM ANO

ICF-ES chega a 110,0 pontos, acima do Sudeste e do Brasil,
mas cai 1,2% entre famílias de maior renda

O QUE ACONTECEU?

Em setembro, a intenção de consumo das famílias capixabas manteve-se estável em 110,0 pontos, 5,2% acima do registrado no mesmo mês de 2025 e superior às médias do Sudeste e do Brasil (105,2 pontos). O índice subiu levemente entre famílias com renda de até dez salários mínimos e caiu entre as que recebem acima desse valor.

COMO ISSO AFETA A ECONOMIA CAPIXABA?

As famílias seguem em condições favoráveis para consumir, impulsionando o comércio no fim do ano. A capacidade de consumo atingiu 117,1 pontos, e o acesso ao crédito cresceu 2,1% no mês. Ainda assim, a intenção de compra próxima de 100 pontos indica cautela.

QUAIS OS RISCOS E AS OPORTUNIDADES?

O comércio enfrenta um cenário misto: crédito (116,4), emprego atual (132,9) e capacidade de consumo (117,1) favorecem as vendas, enquanto a disposição para consumir (100,4) e o indicador de bens duráveis (69,1) revelam cautela nas compras de maior valor.

ICF GERAL

Espírito Santo
110,0 pontos
mensal (0,0%) / anual (+5,2%)

Sudeste
105,2 pontos

Brasil
104,0 pontos

SUBÍNDICES EM DESTAQUE DOS COMPONENTES DO ICF NO MÊS

Capacidade de Consumir
117,1 pontos (+0,2% no mês)

*Indica condições satisfatórias para consumo

Disposição para o Consumo
100,4 pontos (-0,3% no mês)

*Está quase no limite de satisfação (100)

Momento para Duráveis
69,1 pontos (-5,1% no mês)

*Abaixo de 100, sinaliza cautela para bens duráveis

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 setembro de 2026, a Intenção de Consumo das Famílias (ICF) do Espírito Santo permaneceu estável em relação a agosto, registrando 110,0 pontos. O resultado representa variação mensal de 0,0%, indicando manutenção da percepção das famílias capixabas em relação às condições para o consumo. Apesar da estabilidade na margem, o indicador permanece acima de 100 pontos, sinalizando um ambiente de percepção favorável para o consumo das famílias.

Na comparação com setembro de 2025, quando o ICF capixaba estava em 104,5 pontos, houve crescimento de 5,2%. O avanço interanual mostra que, apesar da ausência de crescimento no curto prazo, as condições percebidas pelas famílias para o consumo são atualmente mais favoráveis do que há um ano. Esse comportamento pode contribuir para sustentar a demanda das famílias e, conseqüentemente, o desempenho do comércio, especialmente em um período de preparação para as compras de fim de ano.

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

	set/26	ago/26	Variação mensal	Set/25	Variação interanual
Intenção de consumo das Famílias - GERAL					
Intenção de Consumo do Espírito Santo	110,0	110,0	0,0%	104,5	5,2%
Intenção de Consumo do Sudeste	105,2	104,8	0,3%	102,5	2,6%
Intenção de Consumo do Brasil	104,0	103,9	0,1%	101,1	2,9%
Intenção de Consumo das famílias capixabas - POR RENDA					
até 10 salários mínimos	108,5	108,3	0,2%	103,8	4,5%
acima de 10 salários mínimos	119,5	121,0	-1,2%	109,0	9,6%

Fonte: CNC. Elaboração Equipe Connect Fecomércio-ES.

Comportamento dos componentes do ICF capixaba e brasileiro

	Espírito Santo			Brasil		
	set/26	ago/26	Variação Mensal	set/26	ago/26	Variação Mensal
Intenção de Consumo das Famílias	110,0	110,0	0,0%	104,0	103,9	0,1%
Emprego Atual	132,9	133,5	-0,4%	127,8	127,3	0,4%
Perspectiva Profissional	101,9	100,8	1,1%	102,9	103,3	-0,3%
Renda Atual	117,3	119,3	-1,7%	122,8	122,8	0,0%
Acesso ao Crédito (Compra a Prazo)	116,4	113,9	2,1%	103,4	102,9	0,5%
Nível de Consumo Atual	113,0	109,2	3,5%	90,5	91,0	-0,6%
Perspectiva de Consumo	119,3	120,2	-0,8%	106,2	105,7	0,5%
Momento para Duráveis	69,1	72,8	-5,1%	74,6	74,5	0,2%
Capacidade de Consumir (Pagamento) ¹	117,1	116,9	0,2%	114,2	114,1	0,2%
Disposição para o Consumo ²	100,4	100,8	-0,3%	90,4	90,4	0,0%

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.

O Acesso ao Crédito avançou 2,1% no mês, passando de 113,9 para 116,4 pontos e permanecendo em nível de satisfação. O resultado amplia as condições para a realização de compras parceladas e de maior valor, aspecto relevante para o comércio capixaba no último trimestre do ano, período de maior movimentação das vendas.

Em sentido contrário, o Momento para Duráveis recuou 5,1%, passando de 72,8 para 69,1 pontos. O indicador permanece abaixo de 100 pontos, caracterizando nível de insatisfação. O resultado indica que as famílias ainda não consideram favorável o momento para a aquisição de bens duráveis, como móveis e eletrodomésticos. Esse comportamento pode limitar a conversão das condições favoráveis de crédito e capacidade de consumo em vendas nesses segmentos.

Entre os demais componentes, o Nível de Consumo Atual avançou 3,5%, alcançando 113,0 pontos, enquanto a Perspectiva Profissional aumentou 1,1%, para 101,9 pontos.

Ambos permanecem acima de 100 pontos, indicando nível de satisfação. A Renda Atual recuou 1,7%, para 117,3 pontos, e a Perspectiva de Consumo caiu 0,8%, para 119,3 pontos. Apesar das retrações mensais, os dois indicadores permanecem em nível de satisfação.

Na comparação com o Brasil, o Espírito Santo apresenta indicadores de consumo em níveis superiores. A Capacidade de Consumir alcançou 117,1 pontos no estado, ante 114,2 pontos no Brasil. A Disposição para o Consumo ficou em 100,4 pontos no Espírito Santo, enquanto o indicador nacional registrou 90,4 pontos. No Nível de Consumo Atual, os resultados foram de 113,0 pontos no estado e 90,5 pontos no país. No Acesso ao Crédito, o indicador capixaba alcançou 116,4 pontos, contra 103,4 pontos no Brasil. Nos quatro componentes, o Espírito Santo apresentou resultados acima dos registrados nacionalmente. Tanto o estado quanto o país permanecem em nível de satisfação no Acesso ao Crédito.

No Momento para Duráveis, o Espírito Santo registrou 69,1 pontos, abaixo dos 74,6 pontos observados no Brasil. Os dois indicadores permanecem abaixo de 100 pontos, caracterizando nível de insatisfação. O resultado mostra que a aquisição de bens duráveis continua sendo um ponto de maior cautela para as famílias capixabas, mesmo diante das condições mais favoráveis de consumo e crédito. De forma geral, os resultados mostram que o comércio capixaba inicia o quarto

trimestre com capacidade de consumo e acesso ao crédito em níveis de satisfação. Esse cenário contribui para sustentar as perspectivas de vendas no período. Contudo, a queda do Momento para Duráveis indica que a disposição para realizar compras de maior valor ainda representa uma restrição, tornando a evolução da confiança e das decisões de consumo das famílias relevante para o desempenho do comércio nos próximos meses.

Resultados por grupo familiar

Em setembro de 2026, o ICF por faixa de renda indicou condições satisfatórias para o consumo em ambos os grupos, embora tenham sido observadas diferenças na disposição das famílias para realizar compras. A Capacidade de Consumo permaneceu acima de 100 pontos nas duas faixas de renda. Já a Disposição para o Consumo ficou abaixo desse patamar entre as famílias com renda de até 10 salários mínimos e acima dele entre aquelas com renda superior a esse limite.

Entre as famílias com renda de até 10 salários mínimos, a Capacidade de Consumo atingiu 114,8 pontos, com retração de 0,4% em relação a agosto. No grupo com renda superior a 10 salários mínimos, o indicador alcançou 129,4 pontos, registrando queda de 1,0%. Apesar dos recuos, ambos os grupos mantiveram resultados superiores a 100 pontos, o que indica condições satisfatórias para a realização de compras. A diferença entre os indicadores também evidencia maior capacidade de consumo entre as famílias de renda mais elevada.

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

	ATÉ 10 s.m.			ACIMA DE 10 s.m.		
	set/26	ago/26	Variação Mensal	set/26	ago/26	Variação Mensal
Intenção de Consumo das Famílias	108,3	108,5	-0,2%	119,5	121,0	-1,2%
Emprego Atual	132,0	131,1	0,7%	144,5	143,0	1,0%
Perspectiva Profissional	100,9	102,4	-1,5%	99,0	100,5	-1,5%
Renda Atual	116,3	114,4	1,6%	136,0	139,0	-2,2%
Acesso ao Crédito (Compra a Prazo)	109,9	113,0	-2,7%	138,0	140,0	-1,4%
Nível de Consumo Atual	108,2	112,4	-3,8%	117,0	116,0	0,9%
Perspectiva de Consumo	121,6	121,2	0,3%	106,5	111,5	-4,5%
Momento para Duráveis	69,1	65,0	6,3%	95,5	97,0	-1,5%
Capacidade de Consumo ¹	114,8	115,2	-0,4%	129,4	130,6	-1,0%
Disposição para o Consumo ²	99,6	99,5	0,1%	106,3	108,2	-1,7%

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.

Na composição do indicador, o Emprego Atual avançou 0,7% entre as famílias com renda de até 10 salários mínimos, atingindo 132,0 pontos, e 1,0% entre aquelas com renda superior a 10 salários mínimos, alcançando 144,5 pontos. A Perspectiva Profissional recuou 1,5% em ambos os grupos, para 100,9 e 99,0 pontos, respectivamente.

A Renda Atual apresentou resultados distintos entre as faixas de renda. Entre as famílias com renda de até 10 salários mínimos, o indicador aumentou 1,6%, para 116,3 pontos. No grupo de maior renda, houve queda de 2,2%, para 136,0 pontos. O Acesso ao Crédito recuou nas duas faixas: 2,7% entre as famílias de menor renda e 1,4% entre as de maior renda. Apesar das quedas, os indicadores permaneceram acima de 100 pontos, registrando 109,9 e 138,0 pontos, respectivamente.

A Disposição para o Consumo apresentou a maior diferença entre os grupos. Entre as famílias com renda de até 10 salários mínimos, o indicador avançou 0,1%, passando de 99,5 para 99,6 pontos. Como permaneceu abaixo de 100 pontos, o resultado indica insatisfação, ainda que em nível moderado. Entre as famílias com renda superior a 10 salários mínimos, o indicador recuou 1,7%, de 108,2 para 106,3 pontos. Mesmo com a redução, permaneceu acima de 100 pontos, sinalizando satisfação.

Entre os componentes da Disposição para o Consumo, o Nível de Consumo Atual recuou 3,8% entre as famílias com renda de até 10 salários mínimos, para 108,2 pontos, enquanto avançou 0,9% entre as famílias de maior renda, para 117,0 pontos. A Perspectiva de Consumo aumentou 0,3% na primeira faixa, alcançando 121,6 pontos, e diminuiu 4,5% na segunda, para 106,5 pontos.

O Momento para Duráveis avançou 6,3% entre as famílias de menor renda, passando de 65,0 para 69,1 pontos, mas recuou 1,5% entre as de maior renda, de 97,0 para 95,5 pontos. O indicador permaneceu abaixo de 100 pontos nas duas faixas, indicando cautela na aquisição de bens duráveis.

De modo geral, os dados indicam que as famílias de maior renda mantêm maior capacidade e disposição para realizar compras, embora tenham registrado retração mensal nos dois indicadores agregados. Entre as famílias com renda de até 10 salários mínimos, a capacidade de consumo permanece satisfatória, mas a disposição está próxima da marca de 100 pontos e ainda sinaliza insatisfação. Para o comércio, esse comportamento aponta para um cenário de condições financeiras relativamente favoráveis, porém marcado por diferenças relevantes na propensão das famílias a converter essas condições em decisões efetivas de compra, especialmente no segmento de bens duráveis.



Opinião do Empresariado Capixaba

“



”

Tito Dias Kalinka

“Cada vez mais as pessoas têm recorrido ao delivery, até porque acaba se tornando um programa mais barato.”

Na avaliação do cenário de consumo das famílias, o empresário **Tito Dias Kalinka**, **cofundador do grupo societário 21vinte7**, que reúne sete empreendimentos no segmento de entretenimento no Espírito Santo, observa mudanças nos hábitos de consumo e nas escolhas dos consumidores. A partir da experiência à frente de negócios voltados ao entretenimento, o empresário destaca a busca por alternativas que conciliem consumo, conveniência e custos, apontando transformações na forma como as famílias têm vivenciado suas experiências de lazer e alimentação. Confira:

“Em relação ao consumo das famílias, acho que cada vez mais as pessoas têm recorrido ao delivery. É uma tendência, e acredito que as pessoas estejam pedindo mais em casa, até porque isso acaba se tornando um programa mais barato. Você pode ter em casa a experiência de um restaurante que gostaria de frequentar, sem precisar gastar com combustível, estacionamento e outros custos que eventualmente teria ao sair.

Com isso, acho que houve uma mudança na forma como as pessoas estão consumindo. Além da possibilidade de pedir em casa, o delivery permite manter a opção de consumir produtos de restaurantes que as pessoas desejam, mas com uma redução nos gastos associados ao deslocamento e à permanência fora de casa”.



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 : Mateus Haddad | Tel.: 3205-0706 | www.fecomercio-es.com.br