



ICF DO ESPÍRITO SANTO ATINGE 103,1 PONTOS E SEGUE ACIMA DA MÉDIA DO SUDESTE E NACIONAL

Elaborado por: André Spalenza, Maria Clara Leite e Eduarda Gripp.

Satisfação das famílias capixabas com a renda cresce 1,6% e alcança 122,2 pontos

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 agosto de 2025, o Índice de Intenção de Consumo das Famílias (ICF)¹ do Espírito Santo foi de 103,1 pontos, mantendo estabilidade (0,2%) em relação ao mês anterior. Este valor indica que o ICF permanece no patamar considerado na zona de otimismo (nível de 100 pontos).

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

	Índice (pontos)			Variação percentual	
	ago/25	jul/25	ago/24	Mensal	Interanual
Espírito Santo	103,1	102,9	107,9	0,2%	-4,4%
Sudeste	102,9	102,5	105,2	0,5%	-2,2%
Brasil	101,6	101,4	102,2	0,2%	-0,6%

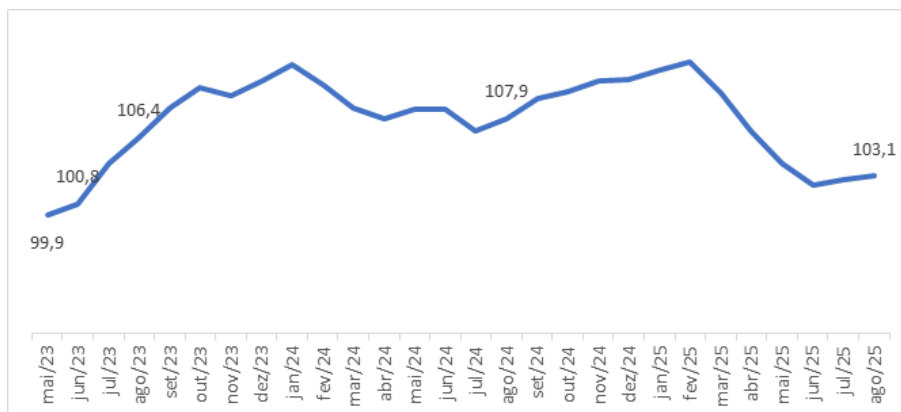
Fonte: CNC. Elaboração Equipe Connect Fecomércio-ES.

Em relação a agosto de 2024 (107,9 pontos), observou-se uma queda de 4,4%, indicando menor propensão ao consumo por parte das famílias capixabas no comparativo entre agosto de 2025 e o mesmo mês do ano anterior. Apesar da estabilidade na variação mensal e 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 (101,6 pontos), que também se manteve estável em termos de variação mensal (0,2%) e caiu 0,6% na variação interanual. Além disso, o índice apresentou valor acima da média do Sudeste (102,9 pontos).

Considerando dados do mês de agosto desde 2015, a intenção de consumo das famílias capixabas tem alcançado os maiores patamares do índice nos últimos três anos

Evolução do ICF em pontos, ES, maio/23 agosto/25



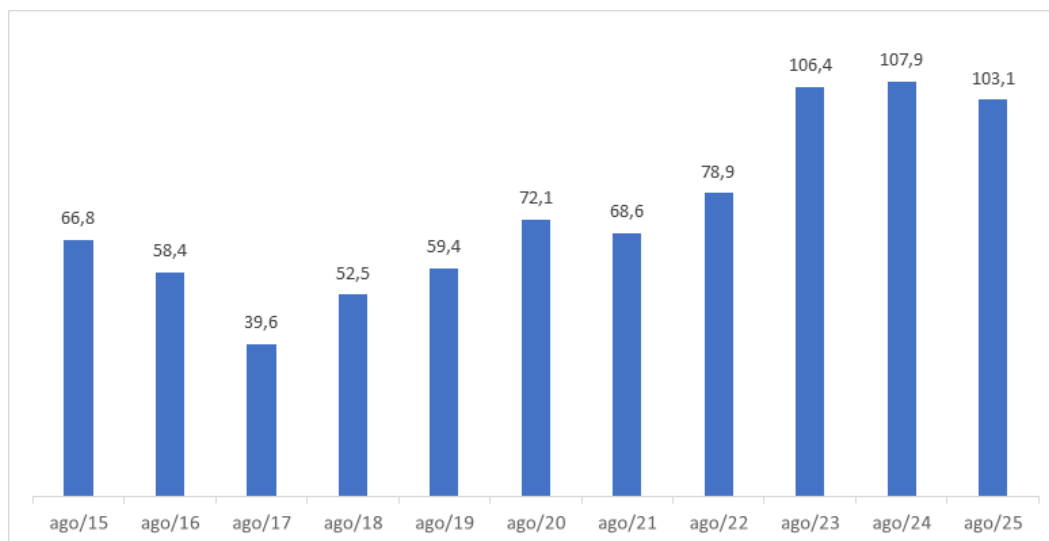
Fonte: CNC. Elaboração Equipe Connect Fecomércio-ES.

Considerando dados do mês de agosto desde 2015, a intenção de consumo das famílias capixabas tem alcançado os maiores patamares do índice nos últimos três anos. Esse desempenho revela que, após a mitigação dos impactos da pandemia sobre o

consumo e a renda dos capixabas, a gradual melhora da perspectiva profissional e do emprego a partir de 2023 têm contribuído para a recuperação da confiança das famílias na economia do estado.

Apesar da retração no acesso ao crédito, o resultado não comprometeu a “Capacidade de Consumo”, possivelmente sustentada pelo aumento da satisfação com a renda das famílias capixabas

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



Fonte: CNC. Elaboração Equipe Connect Fecomércio-ES.

Entre os sete subíndices que compõem o ICF, apenas **“Acesso ao Crédito”** registrou retração em agosto de 2025, com queda de 1,9% em relação a julho, movimento semelhante ao observado no cenário nacional, no qual o indicador recuou 0,7%. Os demais subíndices permaneceram estáveis ou apresentaram crescimento, com destaque para **“Satisfação com a Renda Atual”**, que avançou 1,6%

e alcançou 122,2 pontos, mantendo-se acima do nível de satisfação. Apesar da retração no acesso ao crédito, o resultado não comprometeu a **“Capacidade de Consumo”**, possivelmente sustentada pelo aumento da satisfação com a renda das famílias capixabas e pela estabilidade nos subíndices de **“Perspectiva de Melhorias Profissionais”** e **“Segurança em Relação ao Emprego Atual”**.

Comportamento dos componentes do ICF, ES e Brasil

	Espírito Santo			Brasil		
	ago/25	jul/25	Variação Mensal	ago/25	jul/25	Variação Mensal
Intenção de Consumo das Famílias	103,1	102,90	0,1%	101,6	101,4	0,2%
Segurança em relação ao Emprego Atual	127,4	127,1	0,2%	125,0	124,6	0,3%
Perspectiva de melhorias profissionais	103,8	103,6	0,2%	114,6	114,4	0,1%
Satisfação com a Renda Atual	122,2	120,2	1,6%	121,9	122,1	-0,2%
Acesso ao Crédito (Compra a Prazo)	100,8	102,8	-1,9%	94,8	95,4	-0,7%
Nível de Consumo Atual	96,4	96,0	0,4%	88,9	88,7	0,2%
Perspectiva de Consumo	112,8	112,7	0,1%	102,6	102,3	0,2%
Momento para compra de bens duráveis	57,9	57,7	0,5%	63,3	62,2	1,8%
Capacidade de Consumo ¹	113,6	113,4	0,1%	114,0	114,1	-0,1%
Disposição para o Consumo ²	89,0	88,8	0,3%	84,9	84,4	0,5%

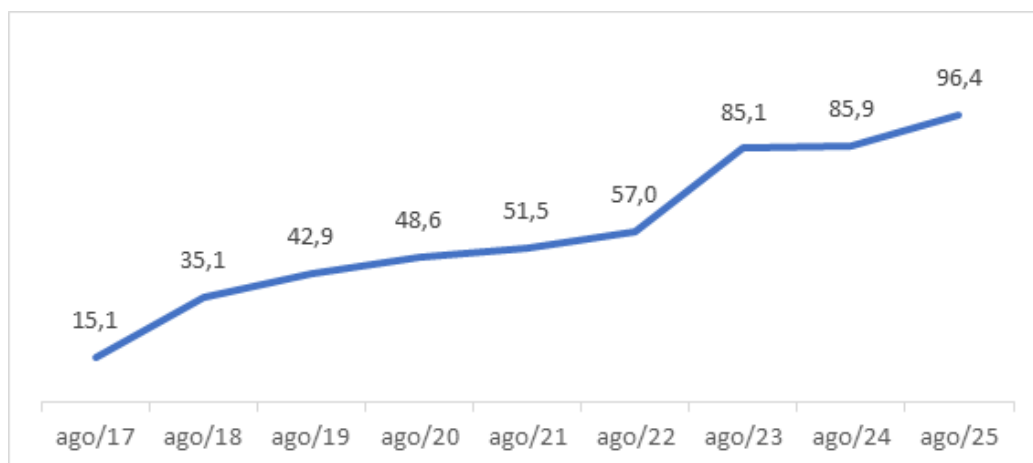
Fonte: CNC. Elaboração Equipe Connect Fecomércio-ES.

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.

Os subíndices **“Perspectiva de melhorias profissionais”** e **“Segurança em relação ao emprego atual”** mantiveram estabilidade em agosto de 2025 (+0,2%), ambos posicionados acima dos 100 pontos, o que os caracteriza em nível de satisfação. Enquanto o primeiro subíndice alcançou 103,8 pontos, o segundo registrou 127,4 pontos, permanecendo acima da média nacional. Este valor positivo da variação mensal para **“Perspectiva de melhorias profissionais”** representa uma reversão em relação aos recuos regis-

registrados em junho e julho, sinalizando um cenário mais otimista para o início do segundo semestre. No mesmo período, os subíndices **“Capacidade de Consumo”** (113,6 pontos) e **“Disposição para o Consumo”** (89,0 pontos) apresentaram estabilidade em comparação a julho. Os resultados dos subíndices refletem de modo geral a satisfação das famílias capixabas quanto à sua capacidade de consumo, especialmente influenciada pela **“Satisfação com a Renda Atual”** neste mês.

Nível de Consumo Atual das famílias, ES, agosto/20 - agosto/25



Fonte: CNC. Elaboração Equipe Connect Fecomércio-ES.

O subíndice **“Nível de Consumo Atual”** alcançou **96,4 pontos em agosto de 2025**. Embora a variação mensal tenha sido modesta, de 0,4% em relação a julho, e o indicador geral estar abaixo da zona de otimismo (100 pontos), manteve-se acima da média nacional (88,9 pontos) e apresentou crescimento expressivo de 12% na comparação com agosto de 2024 (variação interanual).

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

Resultados por grupo familiar

Em relação à **Intenção de Consumo das Famílias em agosto**, o valor do índice no mês foi de 102,0 pontos considerando famílias **com renda até 10 s.m.** e 109,6 para a população capixaba com renda familiar **acima de 10 s.m.** Isso significa que o índice manteve estabilidade na variação mensal. Entre os meses de agosto e julho de 2025, os indicadores agregados **“Capacidade de Consumo”** (111,6 pontos) e **“Disposição para o**

mo” (89,3 pontos) também se mostraram estáveis para as famílias com renda de até 10 s.m. Já para os consumidores capixabas com renda acima de 10 s.m., a **“Capacidade de consumo”** foi positiva (+0,8%), enquanto a disposição a consumir apresentou retração (-0,9%). O **comportamento dos indicadores do ICF variou de forma expressiva entre as faixas de renda** considerando variações mensais e interanuais.

Comportamento dos componentes do ICF por faixa de renda, ES

	ATÉ 10 s.m.			ACIMA de 10 s.m.		
	ago/25	jul/25	Variação Mensal	ago/25	jul/25	Variação Mensal
Intenção de Consumo das Famílias	102,0	101,9	0,1%	109,6	109,4	0,2%
Emprego Atual	125,7	125,9	-0,2%	138,5	135,0	2,6%
Perspectiva Profissional	101,2	101,7	-0,5%	120,5	115,5	4,3%
Renda Atual	120,2	117,7	2,1%	135,0	136,5	-1,1%
Acesso ao Crédito (Compra a Prazo)	99,1	100,9	-1,7%	112,0	115,0	-2,6%
Nível de Consumo Atual	95,4	95,2	0,3%	102,5	101,5	1,0%
Perspectiva de Consumo	116,1	115,8	0,3%	91,5	93,0	-1,6%
Momento para compra de bens duráveis	56,5	55,8	1,1%	67,5	69,5	-2,9%
Capacidade de Consumo ¹	111,6	111,6	0,0%	126,5	125,5	0,8%
Disposição para o Consumo ²	89,3	88,9	0,5%	87,2	88,0	-0,9%

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 **“Renda atual”** avançou 2,1% e a **“Avaliação do momento para compra de bens duráveis”** cresceu 1,1%. Já entre aquelas com renda superior a 10 s.m., esses indicadores recuaram 1,1% e 2,9%, respectivamente.

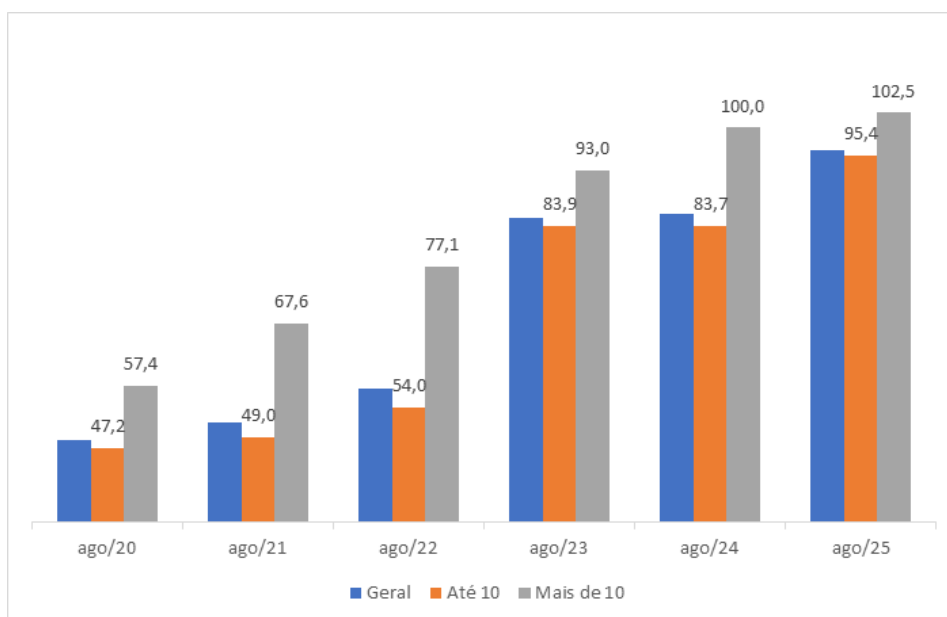
Em agosto, o subíndice **“Nível de consumo”** atingiu **102,5 pontos** entre famílias com renda superior a 10 s.m. e **95,4 pontos** entre aquelas com renda de até 10 s. m. Na **comparação com julho**, houve crescimento de 1,0% no grupo de maior renda, enquanto o indicador permaneceu praticamente estável (+0,3%) para as famílias de menor renda.

O subíndice **“Perspectiva profissional”** apresentou resultado negativo (-0,5) entre as famílias capixabas com renda de até 10 s.m.

Em contrapartida, para famílias com renda superior a esse patamar, o indicador registrou avanço de 4,3% no mês. Juntamente com outros indicadores, como **“Emprego Atual”**, **os resultados sugerem maior confiança em relação às possibilidades de ascensão profissional e de consumo** entre este grupo de consumidores.

A variação de agosto de 2025 em relação a agosto de 2024 foi de 13,9% para as famílias capixabas com renda de até 10 s.m., enquanto para aquelas com renda superior o aumento foi de 2,5%. As diferenças nessas variações refletem os efeitos da pandemia sobre consumo e renda. Famílias com renda acima de 10 s.m. apresentaram retomada mais precoce enquanto as de menor renda tiveram recuperação mais intensa após a crise sanitária.

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



Fonte: CNC. Elaboração Equipe Connect Fecomércio-ES.

O que está acontecendo?

A Intenção de Consumo das Famílias (ICF) do Espírito Santo foi de 103,1 pontos, tendo mantido estabilidade (0,2%) em relação ao mês anterior e retração interanual (4,4%). Este valor indica que o ICF permanece no patamar considerado na zona de otimismo (100 pontos) desde junho de 2023. Apesar da estabilidade na variação mensal e da retração interanual, o índice apresentou valor acima das médias do Sudeste (102,9 pontos) e do Brasil (101,6 pontos).

Entre os sete subíndices que compõem o ICF, apenas o **“Acesso ao Crédito”** apresentou retração entre agosto e julho de 2025. Os demais indicadores permaneceram estáveis ou avançaram, com destaque para **“Satisfação com a Renda Atual”**, que cresceu 1,6%.

Em agosto, o **“Nível de Consumo Atual”** alcançou 96,4 pontos. Apesar deste indicador estar abaixo do nível de satisfação (100 pontos), apresentou crescimento expressivo de 12% na comparação com agosto de 2024. O resultado do subíndice em agosto deste ano foi o mais elevado para agosto desde 2017, o que evidencia uma retomada sustentada da confiança em relação ao consumo.

Convém destacar que, embora a **Capacidade de Consumo** tenha alcançado **113,6 pontos em agosto**, reflexo das condições favoráveis do mercado de trabalho e da satisfação com a renda, a **Disposição para o Consumo** não acompanhou esse movimento, mantendo-se

O ICF permanece no patamar considerado na zona de otimismo (100 pontos) desde junho de 2023

em **89 pontos**. Isso revela que, apesar de possuírem condições objetivas para consumir, as famílias capixabas seguem cautelosas em suas decisões de compra.

Enquanto a **“Disposição para o Consumo”** reflete a intenção das famílias de destinar recursos para compras, a **“Capacidade de Consumo”** indica o volume efetivo de bens e serviços que podem ser adquiridos com base na renda e na empregabilidade.

Os resultados por faixa de renda apresentam variações que refletem as distintas condições socioeconômicas das famílias. Em agosto, o índice registrou resultados acima do nível de satisfação nos indicadores **“Emprego Atual”**, **“Perspectiva Profissional”** e **“Renda Atual”** para ambos os grupos. Os demais subíndices permaneceram abaixo do nível de otimismo (100 pontos), com exceção da **capacidade de consumo em ambas as faixas de renda e da “Perspectiva de Consumo” entre as famílias capixabas com renda de até 10 s.m. (116,1 pontos)**.



A variação dos indicadores do ICF por faixa de renda pode estar relacionada ao comportamento recente do endividamento e da inadimplência no Espírito Santo. Conforme aponta a “Pesquisa de Endividamento e Inadimplência do Consumidor” (PEIC), publicada em agosto com base em dados de maio (Serasa) e junho (CNC),² em julho de 2025, a inadimplência das famílias capixabas com renda de até 10 s.m. recuou para 37,2%, enquanto entre aquelas com renda superior a esse patamar permaneceu em 11%, sem alterações em relação ao mês anterior. Apesar de geralmente mais expostas à inadimplência, as famílias com renda até 10 s.m. foram as que apresentaram maior melhora recente, liberando margem orçamentária para o consumo.

Esse comportamento ajuda a explicar por que as famílias com renda de até 10 s.m. registraram avanço de 2,1% na “Renda Atual” e crescimento de 1,1% na “Avaliação do momento para compra de bens duráveis”, enquanto, entre aquelas com renda superior a 10 s.m., houve recuo de 1,1% na “Renda Atual” e de 2,9% no indicador de “Momento para compra de bens duráveis”.

As diferenças entre as variações dos subíndices por faixa de renda refletem, inclusive, os impactos da pandemia sobre o consumo e a renda no estado. Famílias de menor renda, geralmente mais sensíveis às oscilações econômicas, apresentaram recuperação mais intensa no consumo após o período de retração.

Já entre as famílias de maior renda, a retomada resultou em variações interanuais mais expressivas logo após a crise sanitária. Como observado entre 2020 e 2021, o “Nível de consumo” cresceu 3,8% para famílias com renda de até 10 s.m. e 17,8% para aquelas acima desse patamar. Historicamente menos inadimplentes, as famílias de maior renda mostram maior resiliência diante de variações conjunturais. **Desta forma, quando analisados em conjunto, os dados do ICF e da PEIC indicam que a recuperação do consumo no estado se apoia tanto na redução gradual da inadimplência das famílias de menor renda quanto na consistência da saúde financeira das de maior renda.**





Opinião do Empreendedor Capixaba

Nesta edição do ICF, convidamos **Fabricio Coutinho, Vice-Presidente de Administração e Finanças do Grupo Coutinho**, para comentar os fatores que vêm impulsionando o consumo no varejo alimentar e as mudanças percebidas no perfil de compra dos consumidores. Com forte atuação no Espírito Santo, o Grupo Coutinho traz uma visão do dia a dia do setor, destacando a influência das sazonalidades e os desafios de atender públicos com comportamentos cada vez mais exigentes.

O desemprego está baixo, as pessoas estão empregadas, com renda, tudo isso impulsiona o consumo

“O que tem impulsionado as vendas no varejo é, principalmente, o fato de que hoje a população está com dinheiro na mão. O desemprego está baixo, as pessoas estão empregadas, com renda vinda do trabalho ou até mesmo de incentivos do governo, por meio de benefícios que têm criado condições mais favoráveis para o consumo. Tudo isso contribui para o aquecimento do comércio.

No caso do varejo alimentar, a gente percebe que algumas datas comemorativas e períodos sazonais continuam tendo um peso importante para impulsionar o desempenho das lojas. Momentos como o verão, quando o movimento em regiões litorâneas se intensifica, trazem um impacto direto no fluxo de clientes e nas vendas. Datas festivas, como o carnaval, também geram um aumento expressivo no consumo.

Nesses momentos, as pessoas se preparam para comemorar, fazem compras para suas festas e acabam movimentando bastante o comércio, especialmente em áreas de praia. E a Páscoa segue sendo uma das sazonalidades mais relevantes para o varejo alimentar, com várias categorias de produtos tendo ótimo desempenho. É um período que costuma trazer bons resultados para a maioria das lojas, talvez perdendo em importância apenas para o Natal.



Esses ciclos sazonais ajudam bastante, mas é importante destacar também que temos observado uma mudança gradual no perfil de consumo. Não é algo abrupto, mas vem se intensificando ao longo do tempo. O que temos visto é que, de um lado, o público de maior renda está cada vez mais exigente, buscando produtos selecionados, exclusivos, serviços diferenciados, e pagando por isso. Esse desejo por requinte e exclusividade está mais presente. Do outro lado, a população de baixa e baixíssima renda, que ainda sente

sente mais os efeitos da inflação e da restrição orçamentária, tem adotado estratégias como a substituição de marcas. Elas priorizam volume, quantidade e preço acessível, mesmo que isso signifique abrir mão de marcas conhecidas ou mesmo de qualidade, para conseguir atender suas necessidades básicas.” Desta forma, o comportamento de consumo tem exigido do varejo uma capacidade maior de adaptação e resposta, tanto no sortimento quanto no posicionamento das lojas.

Referências

¹ Análise dos dados sem ajuste sazonal.

² Conferir relatórios da CNC e do Connect/Fecomércio, disponível em: <<https://portaldocomercio-es.com.br/wp-content/uploads/2025/08/PEIC-Julho.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 : Maria Clara Leite : Samuel O. Cabral : Ryan Procopio : Giulia Ortega Ito | Tel.: 3205-0706 | www.fecomercio-es.com.br