



COM CRESCIMENTO DE 1,6% EM MARÇO, VOLUME DE SERVIÇOS VOLTA A CRESCER NO ES

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

Turismo e consumo local impulsionam o crescimento de 28,4% dos serviços às famílias

O relatório mensal do Connect/Fecomércio acompanha os principais indicadores apresentados pela Pesquisa Mensal de Serviços (PMS) realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). A PMS é composta por indicadores que destacam a situação mensal e as tendências do setor de serviços do Brasil e dos estados brasileiros.

Resultados

Em março de 2025, o volume de serviços no Espírito Santo avançou 1,6% em relação ao mês anterior, já considerando os dados com ajuste sazonal. O resultado interrompe dois meses consecutivos de queda e indica uma possível inflexão no comportamento do setor. Após o desempenho um pouco mais fraco registrado em janeiro e fevereiro — período tradicionalmente marcado por menor dinamismo —, o crescimento de março sugere uma retomada no ritmo das atividades.

A alta de março ocorre em um contexto de estabilização pós-fim de ano e indica que o mercado de serviços começa a ganhar fôlego novamente, possivelmente impulsionado pela reorganização das atividades econômicas e aumento da demanda em segmentos específicos.

Índice do volume de serviços do ES - mar/24 a mar/25



Fonte: PMS/IBGE. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.

O gráfico mostra a trajetória do **volume de serviços no Espírito Santo entre março de 2024 e março de 2025**, com base em dados com ajuste sazonal. Observa-se um crescimento moderado ao longo do primeiro semestre de 2024, seguido de certa estabilidade no segundo semestre, com destaque para o pico em dezembro. A sequência de

quedas em janeiro e fevereiro de 2025 reflete o ajuste típico do início do ano, marcado por menor demanda e reorganização das atividades econômicas. Em março, no entanto, há uma recuperação de 1,6%, sinalizando uma possível retomada no setor e sugerindo que o volume de serviços pode estar iniciando um novo ciclo de crescimento.

Resultado geral - ES e Brasil - Mar/25

| | Mar/25 x Mar/24 | Mar/25 x Fev/25 | Índice em pontos |
|-----------------------|-----------------|-----------------|------------------|
| Brasil | 1,9% | 0,3% | 107,2 |
| Espírito Santo | 1% | 1,6% | 111,9 |

Fonte: PMS/IBGE. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.

Em março de 2025, o volume de serviços no Espírito Santo registrou um crescimento de **1,6% em relação a fevereiro**, desempenho superior à média nacional, que teve alta de apenas **0,3%**. Esse resultado reforça a retomada do setor no estado, especialmente após dois meses de retração. Na comparação com março de 2024, o avanço foi de **1%**, o que indica uma recuperação mais moderada no ritmo anual.

Já o índice em pontos ajustado sazonalmente ficou em **111,9**, acima da média nacional (**107,2**), o que demonstra que, mesmo com um crescimento mais contido na comparação ano a ano, o Espírito Santo mantém um patamar de atividade elevado dentro do setor de serviços. Esses dados mostram que o estado tem sustentado um bom nível de atividade, com sinais positivos de reaquecimento no curto prazo.

Volume de Serviços por segmento¹ (%), ES e BR, Mar/25

| Atividades de serviços | Variação Interanual (Mar/25 - Mar/24) | |
|--|---------------------------------------|--------------|
| | Espírito Santo | Brasil |
| 1. Serviços prestados às famílias | 18,8% | 1,9% |
| 2. Serviços de informação e comunicação | 3,3% | 3,5% |
| 3. Serviços profissionais, administrativos e complementares | 1,7% | 4,6% |
| 4. Transportes, serviços auxiliares aos transportes e correio | 6,7% | 1,2% |
| 5. Outros serviços | 8,2% | -2,6% |

Fonte: PMS/IBGE. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.

No acumulado até março de 2025, o setor de serviços do Espírito Santo cresceu acima da média nacional na maioria dos segmentos. O principal destaque foi **serviços prestados às famílias**, com alta de **28,4% no ES**, frente a **1,9% no Brasil**, refletindo o bom momento do consumo presencial, como turismo e alimentação (Ver Relatório do ITAUR de março de 2025). **Transportes** também avançaram mais no estado (**6,7% contra 1,2%** no país), possível mente puxados pela atividade

logística regional. Já em **serviços profissionais**, o desempenho capixaba (**1,7%**) ficou abaixo do nacional (**4,6%**), o que pode indicar menor demanda por serviços corporativos no período.

Nos demais setores, **informação e comunicação** cresceram de forma semelhante (3,3% no ES e 3,5% no Brasil), enquanto em **outros serviços**, o ES teve alta de 8,2%, contrastando com a queda de -2,6% no país.

Ranking brasileiro da variação interanual de volume de Serviços prestados às famílias - Mar/25

| Ranking | Varição Interanual (Mar/25 - Mar/24) |
|---------|--------------------------------------|
| 1º | Espírito Santo (18,8%) |
| 2º | Santa Catarina (13,3%) |
| 3º | Goiás (8,1%) |
| 4º | Paraná (5,5%) |
| 5º | Ceará (3,7%) |

Fonte: PMS/IBGE. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES

Em março de 2025, o Espírito Santo voltou a se destacar no país no setor de serviços prestados às famílias, com um crescimento de 18,8% em relação ao mesmo mês do ano passado — o maior entre todos os estados

Em março de 2025, o Espírito Santo voltou a se destacar no país no setor de **serviços prestados às famílias**, com um crescimento de **18,8%** em relação ao mesmo mês do ano passado — o maior entre todos os estados. Na sequência vieram **Santa Catarina (13,3%)**, **Goiás (8,1%)** e **Paraná (5,5%)**.

Esse bom desempenho capixaba mostra que os serviços voltados ao lazer, alimentação e turismo seguem em alta, impulsionados pelo ritmo do consumo local. Mesmo após o verão, o estado manteve a liderança e continua chamando atenção no cenário nacional.

MOVIMENTAÇÃO FINANCEIRA DO SETOR DE SERVIÇOS

Utilizando os dados disponibilizados pelo IBGE na Pesquisa Mensal de Serviços (PMS) até março de 2024, da Pesquisa Anual de Serviços (PAS) de 2022 e os dados do Sistema Nacional de Índices de Preço ao Consumidor

(SNIPC) até maio de 2025, a expectativa é que a movimentação financeira do volume de serviços capixaba - em abril, maio e junho de 2025 - apresentem resultados positivos se comparados aos mesmos meses de 2024.

Faturamento Estimado e Previsto, ES

| | Movimentação Financeira | Variação Interanual Prevista |
|-------------------|-------------------------|------------------------------|
| Fevereiro de 2025 | R\$ 4.376.542.137,08 | 7,1% |
| Março de 2025 | R\$ 4.840.450.128,86 | 10,1% |
| Abril de 2025 | R\$ 4.801.820.864,72 | 5,4% |
| Maior de 2025 | R\$ 4.842.168.849,62 | 6,2% |
| Junho de 2025 | R\$ 4.858.393.476,19 | 1,6% |

Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES. Nota: Os resultados não constam com ajustes sazonais e estão em termos nominais, sem o desconto da inflação.

As estimativas de movimentação financeira do setor de serviços no Espírito Santo para os próximos meses indicam **crescimento moderado, com tendência de estabilidade em um patamar elevado. Para junho, a previsão é de R\$ 4,85 bilhões, com alta interanual de 1,6%. As variações interanuais previstas para abril,**

maio e junho são mais modestas, 5,4%, 6,2% e 1,6%, respectivamente, refletindo **um ajuste no ritmo de crescimento após o segundo bimestre**, típico de um período de menor impulso sazonal. Ainda assim, o volume financeiro previsto para esses meses permanece acima de **R\$ 4,8 bilhões.**



Faturamento Estimado e Previsto, por atividade, ES

| Atividades de serviços | Fev/25 | Mar/25 | Abr/25 | Mai/25 | Jun/25 |
|---|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| 1. Serviços prestados às famílias | R\$ 476,4 mi | R\$ 447,3 mi | R\$ 440,4 mi | R\$ 424,8 mi | R\$ 434,5 mi |
| 2. Serviços de informação e comunicação | R\$ 514,0 mi | R\$ 535,2 mi | R\$ 541,1 mi | R\$ 550,9 mi | R\$ 619,6 mi |
| 3. Serviços profissionais, administrativos e complementares | R\$ 1,19 bi | R\$ 1,2 bi | R\$ 1,21 bi | R\$ 1,23 bi | R\$ 1,23 bi |
| 4. Transportes, serviços auxiliares aos transportes e correio | R\$ 1,78 bi | R\$ 2,16 bi | R\$ 2,17 bi | R\$ 2,11 bi | R\$ 2,12 bi |
| 5. Outros serviços | R\$ 442,0 mi | R\$ 466,5 mi | R\$ 465,7 mi | R\$ 464,5 mi | R\$ 463,6 mi |

Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.

Nota: Os resultados não constam com ajustes sazonais e estão em termos nominais, sem o desconto da inflação.

As projeções para os próximos meses apontam destaque para dois segmentos com maior peso na movimentação financeira do setor de serviços no Espírito Santo: **Transportes, serviços auxiliares aos transportes e correio, e Serviços profissionais, administrativos e complementares.**

O setor de transportes segue como principal motor da atividade, com previsão de **R\$ 2,11 bilhões em maio e R\$ 2,12 bilhões em junho.** Esse comportamento mostra a alta demanda por serviços logísticos, transporte de cargas e

passageiros, especialmente em um contexto de estabilização do comércio e do turismo. Já os **serviços profissionais, administrativos e complementares** apresentam **faturamento estável em torno de R\$ 1,23 bilhão para os meses de maio e junho.**

Esse desempenho indica a manutenção da demanda por serviços técnicos e operacionais, importantes para o funcionamento das atividades empresariais no estado. Esses dois segmentos concentram os maiores volumes previstos, sustentando o bom nível geral do setor de serviços capixaba no período.



O que está acontecendo?

Em março de 2025, o setor de serviços no Espírito Santo apresentou crescimento de 1,6% frente ao mês anterior, já descontados os efeitos sazonais. O resultado interrompe a sequência de dois meses de retração e sugere uma retomada gradual no ritmo das atividades econômicas ligadas aos serviços, acompanhando a normalização do calendário produtivo após o período de alta sazonalidade no início do ano.

O cenário atual favorece segmentos como bares, restaurantes, hotéis e serviços pessoais

Esse cenário indica que, apesar dos desafios decorrentes dos custos operacionais elevados e das incertezas macroeconômicas, o setor de serviços no Espírito Santo mantém uma trajetória consistente, sustentada especialmente pela forte demanda das famílias e pelo dinamismo do turismo local. Dessa forma, o consumo interno e as atividades presenciais continuam sendo pilares fundamentais para o crescimento econômico regional.

Na comparação interanual, o volume de serviços avançou 1%, superando o resultado nacional (0,3%). Esse desempenho positivo está fortemente ancorado no segmento de **Serviços prestados às famílias**, que acumula alta expressiva de 28,4% no ano — o maior avanço entre os segmentos analisados. Esse crescimento reflete a demanda aquecida por lazer, turismo, alimentação fora do lar e serviços pessoais, impulsionada pelos efeitos prolongados do verão e do Carnaval, que continuam movimentando o consumo local.

Outros segmentos também contribuíram de forma relevante, como **Outros serviços** (+8,2%) e **Transportes, serviços auxiliares e correio** (+6,7%), impulsionados pela movimentação turística e pela logística regional.

Já os segmentos mais ligados ao ambiente corporativo — como **Serviços profissionais, administrativos e complementares** (+1,7%) e **Serviços de informação e comunicação** (+3,3%) — apresentaram crescimento positivo, porém mais moderado, indicando um cenário de ajustes e cautela nas contratações e investimentos empresariais.



Tendência de Mercado: Serviços com foco na experiência do cliente ganham força

O comportamento do consumidor vem se transformando de forma acelerada, e isso se reflete diretamente no setor de alimentação fora do lar. Nos últimos anos, observa-se uma valorização crescente dos restaurantes com propostas gastronômicas diferenciadas, voltadas a públicos específicos e com forte apelo emocional, nutricional ou ético.

Entre as tendências mais relevantes estão os estabelecimentos que apostam em **comida afetiva** — pratos que remetem à memória, à tradição familiar e à experiência sensorial — e os que oferecem **alimentações restritivas ou funcionais**, como opções **veganas, sem glúten, sem lactose ou com redução de açúcar**. São restaurantes que não apenas atendem demandas alimentares, mas entregam significado, identidade e cuidado.

O mercado de alimentos sem glúten, por exemplo, foi avaliado em US\$ 6,74 bilhões em 2023 e projeta-se que atinja US\$ 13,81 bilhões até 2032, com um crescimento anual composto de 8,33%. Esse aumento é impulsionado não apenas por pessoas com doença celíaca, mas também por consumidores que buscam uma alimentação mais saudável.

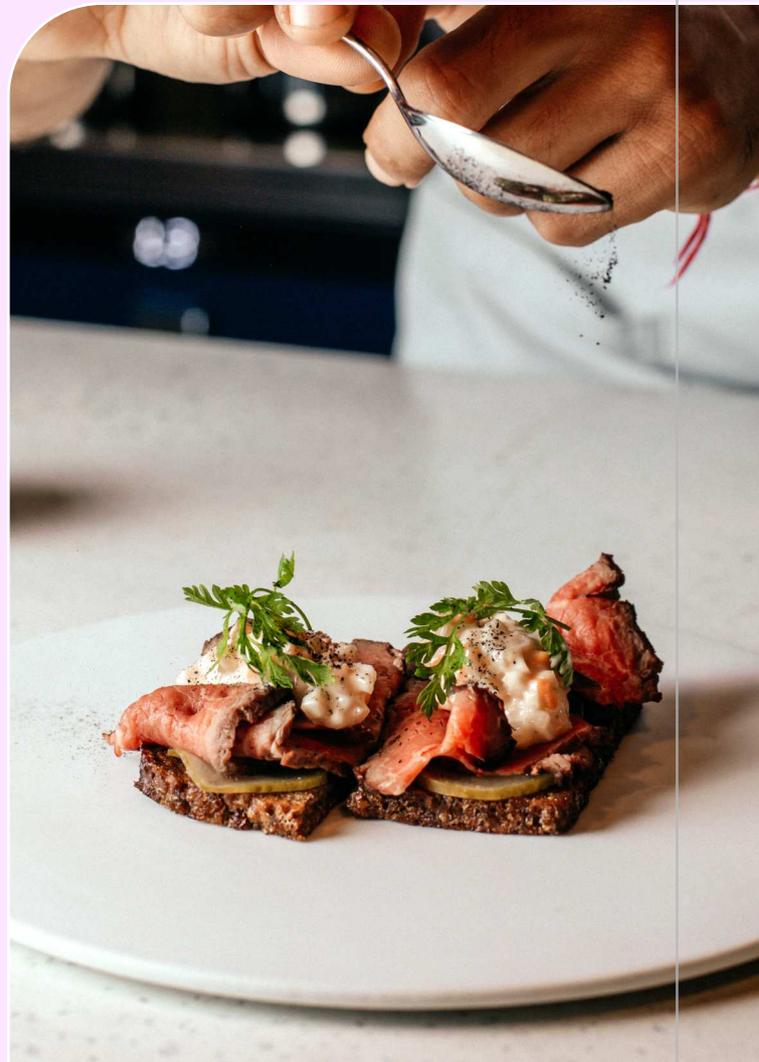
No Reino Unido, os pedidos veganos em restaurantes de serviço rápido cresceram 56% em 2024, refletindo um apetite significativo por opções plant-based. Além disso, a população vegana no país alcançou 2,5

Cresce a valorização de restaurantes que apostam em experiências gastronômicas únicas, alinhadas a valores emocionais, nutricionais ou éticos

milhões de pessoas, um aumento de 1,1 milhão em apenas um ano.

No Brasil, o mercado de produtos à base de plantas está em expansão, com previsão de ultrapassar R\$ 1 bilhão em vendas no

varejo. Esse crescimento é impulsionado por consumidores que buscam alternativas mais saudáveis e sustentáveis. E não só no Brasil que o crescimento tem sido notado, mas também em diversas regiões do mundo.



Esse movimento é impulsionado tanto por questões de saúde quanto por mudanças nos hábitos de consumo, que valorizam alternativas mais naturais e éticas. Produtos sem glúten, sem lactose, com redução de açúcar ou à base de plantas vêm ganhando espaço no varejo e nos cardápios de restaurantes, atendendo desde públicos com necessidades específicas até consumidores que buscam uma alimentação mais equilibrada e consciente.

Para o empresariado, esse movimento aponta uma oportunidade estratégica de diversificação e posicionamento. Investir em nichos gastronômicos com identidade clara pode gerar **fidelização**, atrair um público mais engajado e ainda abrir espaço para parcerias com nutricionistas, influenciadores e marcas especializadas. A alimentação, portanto, deixa de ser apenas um serviço e passa a ser uma forma de expressão, conexão e inovação no varejo de alimentos.

A tendência é que restaurantes que consigam unir **propósito, sabor e personalização** estejam mais bem posicionados para crescer nos próximos anos.

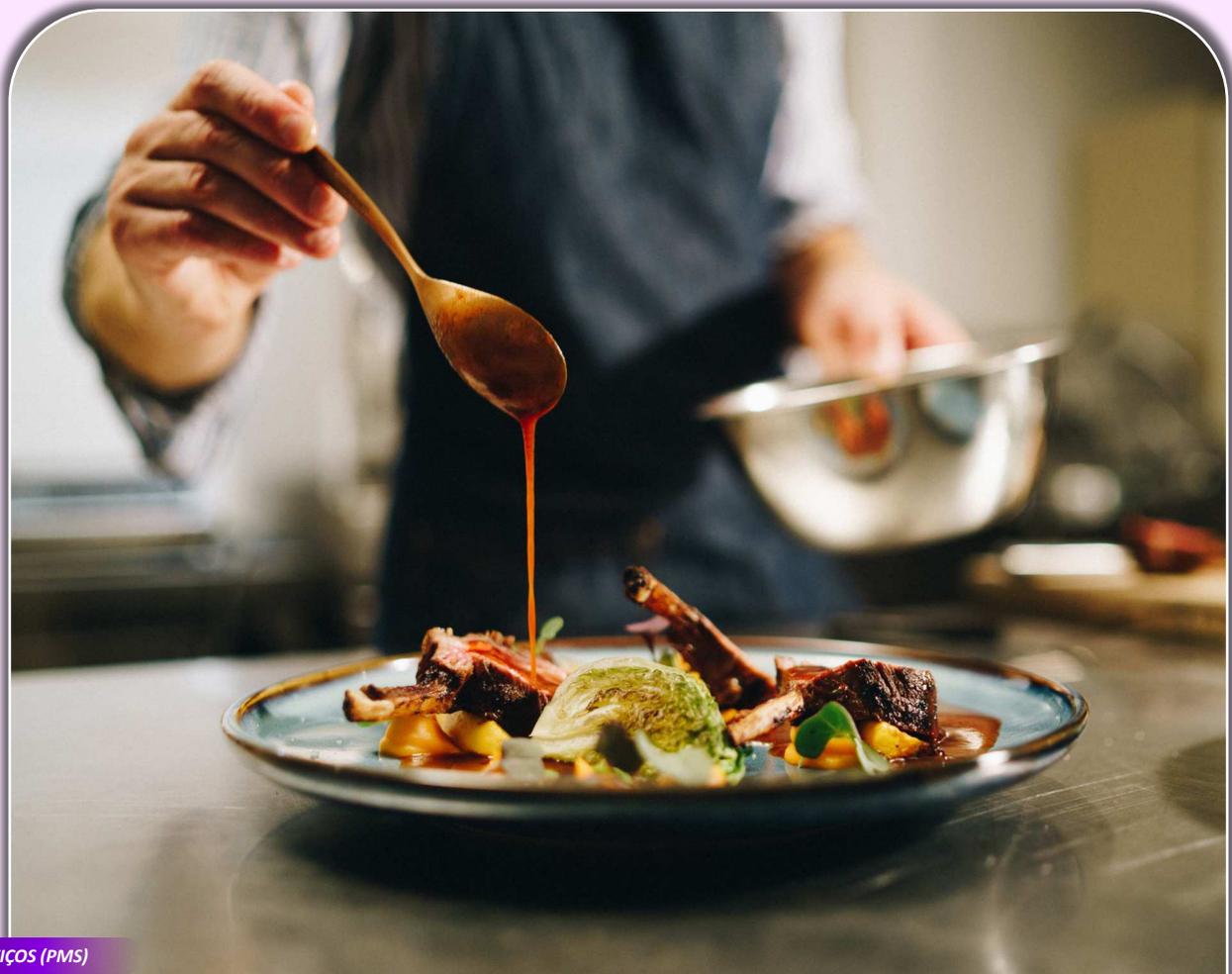
Leia mais em:

Fortune Business Insights: <https://www.fortunebusinessinsights.com/industry-reports/gluten-free-food-market-100188>

Vegan Business: <https://veganbusiness.com.br/pedidos-veganos-em-restaurantes-de-servico-rapido-no-reino-unido-crescem-56-em-2024>

Plant Based News Brasil: <https://plantbasednews.com.br/tendencias-de-mercado-para-o-setor-plant-based-2024>

Clicando Digital: <https://clicandodigital.com/2024/12/19/vegano-e-local-a-nova-tendencia-da-gastronomia-sustentavel-em-destinos-turisticos>





Opinião do Empresariado Capixaba

Nesta fala, Tito Dias Kalinka, empresário, administrador formado pela UFES, cofundador do grupo societário 21vinte7, que comanda 7 empreendimentos de destaque no ramo do entretenimento capixaba, entre ele Barlavento, Repique, Wanted Pub e Unagi, compartilha sua visão sobre os desafios enfrentados pelo setor de bares e restaurantes no início de 2025. Ele destaca o crescimento modesto de seus negócios, os impactos da inflação nos custos operacionais e a dificuldade de repassar esses aumentos ao consumidor final. Em um cenário marcado por instabilidade, Tito enfatiza o esforço cotidiano dos empresários para manter o equilíbrio financeiro e a competitividade no mercado. Confira abaixo:

A gente tenta equilibrar isso buscando eficiência, otimizando custos onde for possível, mexendo no cardápio, analisando cada ponto

Muitos estão chateados, reclamando bastante, principalmente agora nesse início de ano.

Problemas com mão de obra, queda no movimento... o sentimento geral é de que o setor está sofrendo.

Sobre custos, subiram muito. A

inflação pesa, o dólar alto impacta diretamente, ainda mais porque muitos insumos são importados. Isso acaba aumentando bastante nossos custos, e nem sempre conseguimos repassar isso para o consumidor. Na verdade, na maioria das vezes, a gente não consegue.

“Então, é até difícil falar em uma conjuntura econômica favorável hoje em dia. Na prática, o que a gente vê é o trabalho do dia a dia mesmo. A gente cresceu um pouco acima do normal desde o início do ano, mas nada espetacular. Não teve nenhum grande acontecimento que explicasse isso, foi mais esforço constante mesmo.

Em relação ao setor como um todo, é complicado afirmar com certeza porque eu não sei como cada um está operando, mas pelo que a gente ouve nos grupos que participamos, com donos de bares e restaurantes, a percepção geral é de dificuldade.



Por exemplo, se a carne sobe 15%, não dá pra aumentar 15% em todos os pratos que levam carne — o cliente não vai aceitar, não vai pagar. Então, a gente perde margem em alguns produtos, especialmente aqueles com aumentos mais significativos.

Agora, perder margem não significa inviabilizar o negócio, mas exige um malabarismo constante. A gente tenta equilibrar isso buscando eficiência, otimizando custos onde

for possível, mexendo no cardápio, analisando cada ponto. Às vezes, você até consegue ganhar um pouco mais com um item ou outro, enquanto segura em outros.

É uma briga diária pra manter o equilíbrio entre o que faz sentido pro cliente e o que mantém a saúde do negócio. Esse é o jogo do empresário brasileiro — encontrar esse ponto de equilíbrio o tempo todo.”

Nota metodológica:

O CNAE 2.0, ou Classificação Nacional de Atividades Econômicas ², é um sistema de classificação que organiza as atividades econômicas no Brasil em uma estrutura hierárquica composta por diversos agrupamentos e subclasses. Cada agrupamento representa um nível na hierarquia e abrange um conjunto de atividades relacionadas. Abaixo estão os principais agrupamentos do CNAE 2.0, juntamente com algumas atividades representativas em cada um deles:

AD ¹ - Serviços prestados às famílias: 01 – Alojamento; 02 - Alimentação; 03 - Atividades culturais e de recreação e lazer; 04 - Atividades esportivas; 05 - Serviços pessoais e de educação não continuada.

AD ² - Serviços de Informação e Comunicação: 06 - Telecomunicações; Serviços de tecnologia da informação; 08 - Serviços audiovisuais; 09 - Edição e edição integrada à impressão; 10 - Agências de notícias e outros serviços de informação.

AD ³ - Serviços Profissionais, Administrativos e Complementares: 11 - Atividades jurídicas, de contabilidade e de consultoria empresarial; 12 - Publicidade e pesquisa de mercado; 13 - Outros serviços técnico-profissionais; 14 - Locação de automóveis sem condutor; 15 - Aluguéis não imobiliários, exceto automóveis; 16 - Seleção de mão-de-obra e serviços de apoio às empresas; 17 - Agências de viagens e operadoras turísticas

AD ⁴ - Transportes, Serviços Auxiliares dos Transportes e Correio: 19 - Transporte rodoviário de cargas; 20 - Transporte rodoviário de passageiros; 18 - Transporte metroferroviário; 21 - Transporte dutoviário; 22 - Transporte aquaviário; 23 - Transporte aéreo de passageiros 24 - Armazenagem, carga e descarga e atividades relacionadas ao transporte de carga; 25 - Serviços auxiliares dos transportes.

AD ⁵ - Outros Serviços: 28 - Esgoto, gestão de resíduos, recuperação de materiais e descontaminação; 30 - Atividades auxiliares dos serviços financeiros, seguro, previdência complementar e plano de saúde; 31 - Atividades imobiliárias; 27 - Atividades de apoio à agricultura, pecuária e produção florestal; 29 - Manutenção e reparação de bens diversos.

² Os valores apresentados foram calculados com base na Pesquisa Anual de Serviços (PAS) e nas variações interanuais (em relação ao mesmo mês do ano anterior) da receita nominal de serviços observadas na Pesquisa Mensal de Serviços (PMS), do IBGE. Os resultados não constam com ajustes sazonais e estão em termos nominais, sem o desconto da inflação. Esse método permite uma análise da receita bruta gerada pelo setor de serviços, proporcionando uma visão das tendências de crescimento nominal do setor no Espírito Santo.

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 : Samuel O. Cabral | Tel.: 3205-0706 | www.fecomercio-es.com.br