



COM O MAIOR CRESCIMENTO NO SUDESTE, VAREJO CAPIXABA CRESCE 3,9% NO 1º TRIMESTRE DE 2025

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

Comparado a março de 2024, varejo ficou em 5º lugar no ranking de crescimento e o varejo ampliado em 6º

A Pesquisa Mensal do Comércio (PMC), desenvolvida pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), ajuda a monitorar o desempenho do comércio no Brasil e no Espírito Santo.

Os indicadores da pesquisa estão associados ao Varejo (Restrito) – que inclui segmentos como supermercados, alimentos, bebidas, móveis e eletrodomésticos – e o Varejo Ampliado – que inclui todas as atividades do varejo restrito mais veículos, material de construção e atacado especializado em alimentos, bebidas e fumo.

Os três segmentos incluídos no Varejo ampliado, serão tratados como “Atacado”. Esse recurso será usado como ferramenta didática para facilitar o entendimento, pois o Atacado se diferencia parcialmente dos três segmentos apresentados.

A seguir, são apresentadas as variações do volume de vendas no Comércio (varejo), tanto no conceito restrito, quanto no ampliado. O texto aborda a última pesquisa da PMC divulgada no 15 de maio de 2025, com dados relativos a março de 2024.

Resultados do Varejo

Em relação a fevereiro de 2025, mês do carnaval, o volume de vendas do varejo capixaba foi 0,8% menor. Resultado esperado tendo em vista que fevereiro é um mês importante para o comércio capixaba.

Apesar da leve retração em março, as vendas mensais do varejo capixaba continuam apresentando um volume superior às de 2024. Em março 2025, o volume de vendas do varejo capixaba foi 1,2% superior ao volume de vendas de março de 2024.

Por outro lado, tanto o Brasil (-1,0%) quanto o Sudeste (-1,8%) apresenta um crescimento negativo em março de 2025 comparado a março de 2024.

Na análise mensal, o Brasil apresentou um crescimento de 0,8% no volume de vendas do varejo em março comparado a fevereiro de 2025. Já o Sudeste (média) apresentou um crescimento de 0,7% no mesmo período.

Em março 2025, o volume de vendas do varejo capixaba foi 1,2% superior ao volume de vendas de março de 2024

Variação percentual do volume de vendas do varejo em março

	Mensal ¹ mar/25 - fev/25	Interanual mar/25 - mar/25	Acumulado ano jan/25 a mar/25 ²	Acumulado 12 meses ²
Brasil	0,8%	-1,0%	1,2%	3,1%
Sudeste (média)	0,7%	-1,8%	0,8%	1,65%
Espírito Santo	-0,8%	1,2%	3,9%	2,0%

Fonte: PMC - IBGE. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES

Nota: (1) Valores com ajuste sazonal. (2) os valores são calculados em comparação ao mesmo período do ano passado.

Os indicadores de Crescimento Acumulado no Ano e Acumulado em 12 Meses mostram que o comércio capixaba em 2025 tem se destacado não apenas em relação a 2024, mas também frente ao desempenho do Brasil e do Sudeste.

Pelo índice de crescimento acumulado no ano, as vendas do varejo no Espírito Santo entre janeiro e março de 2025 foram 3,9% maiores que no mesmo período de 2024. Esse resultado supera a média do Sudeste (0,8%) e do Brasil (1,2%). Entre os estados do Sudeste, o Espírito Santo liderou o crescimento (3,9%), seguido por Minas Gerais (1,8%), São Paulo (0,2%) e Rio de Janeiro (-2,7%).

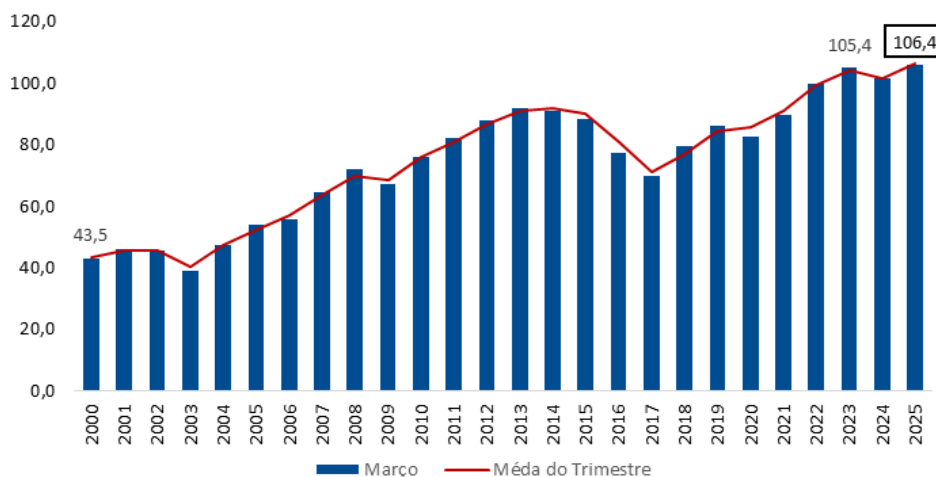
No ranking nacional, o estado ficou em quinto lugar no crescimento do volume de vendas no período.

Ademais, quando comparado o crescimento acumulado dos últimos 12 meses a partir de março de 2025, com o mesmo período do ano passado, o Espírito Santo apresentou um crescimento de 2,0%, o Brasil 3,1% e o Sudeste 1,65%.

Os resultados sugerem uma tendência positiva para a economia capixaba. O aumento no volume de vendas do comércio varejista tende a impactar positivamente outros setores, como o mercado de trabalho e a renda.

Além disso, o desempenho favorável dos indicadores do comércio pode refletir uma demanda interna aquecida e níveis mais elevados de bem-estar da população.

Volume de Vendas do Varejo capixaba de março e do 1º trimestre (média)



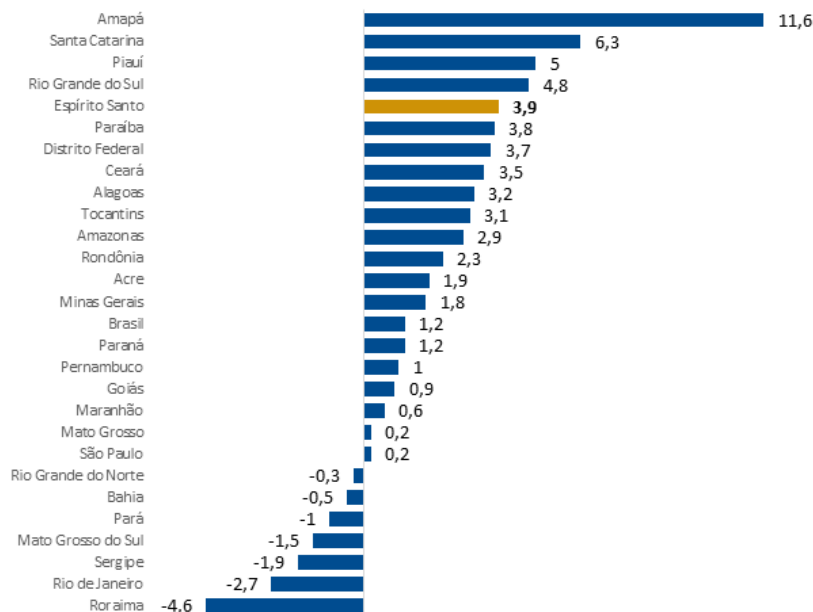
Fonte: PMC - IBGE. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES
Nota: Os valores trimestrais representam a média dos primeiros meses.

O índice de volume de vendas, com ajuste sazonal, alcançou 106,4 pontos em março, o maior nível para esse mês desde o início da série histórica, em 2000. Da mesma forma, a média das vendas no primeiro trimestre também foi a mais elevada já registrada no período. Esses resultados reforçam a tendência de crescimento do varejo capixaba no período, observada de forma contínua desde

2017, indicando uma trajetória ascendente e consistente ao longo dos últimos oito anos.

Além disso, com um crescimento de **3,9% no volume de vendas no primeiro trimestre de 2025**, o Espírito Santo ocupou a **quinta posição entre os estados brasileiros** com melhor desempenho em relação ao mesmo período de 2024.

Ranking do crescimento percentual interanual dos estados brasileiros, março de 2025



Fonte: PMC - IBGE. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES

Os resultados de Março/2025 reforçam a trajetória de crescimento ascendente do varejo capixaba nos últimos anos

Segmentos do Varejo

Os segmentos que apresentaram o melhor desempenho na comparação entre março de 2024 e março de 2025 foram, respectivamente: Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos (10,9%); Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo (2,4%); e Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação (0,2%).

Os segmentos com menor desempenho (crescimento) no período foram: Livros, jornais, revistas e papelaria (-44,5%); Outros artigos de uso pessoal e doméstico (-16,9%) e Combustíveis e Lubrificantes (-9,4%); Móveis e Eletrodomésticos (-2,9%); e Tecidos, vestuários e Calçados (-2,9%).

Variação do volume de vendas do varejo, por segmento, em março

	Interanual (mar/2025 – mar/2024)	Acumulado no ano (jan/25 a mar/25)	Acumulado 12 meses
Combustíveis e lubrificantes	-9,4%	-6,2%	-2,6%
Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	2,4%	4,5%	4,7%
Tecidos, vestuário e calçados	-2,9%	2,6%	2,3%
Móveis e eletrodomésticos	-2,9%	2,6%	2,3%
Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	10,9%	11,2%	11,1%
Livros, jornais, revistas e papelaria	-44,5%	-20,8%	-15,1%
Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	0,2%	-0,9%	-10,4%
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-16,9%	8,9%	25,8%

Fonte: PMC - IBGE. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES

O segmento de Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos mantém uma trajetória de crescimento sólido, com variações positivas de 10,9% na comparação interanual, 11,2% no acumulado do ano e 11,1% em 12 meses. De forma semelhante, o grupo de Outros artigos de uso pessoal e doméstico, apesar da queda de -16,9% em março, registra resultados expressivos no acumulado do ano

(8,9%) e nos últimos 12 meses (25,8%), indicando uma tendência de expansão sustentada. Entre os segmentos com desempenho moderado ou estável, destacam-se os Hipermercados, supermercados, alimentos, bebidas e fumo, com crescimento interanual de 2,4%, 4,5% no ano e 4,7% em 12 meses. Os demais segmentos apresentam sinais de desaceleração, com resultados negativos nas principais bases de comparação.

Resultados do Varejo Ampliado (Atacado)

O Varejo ampliado (que inclui o varejo outros segmentos do Atacado ou "Atacarejo") apresentou em março de 2025 um crescimento de 3,7%, superando tanto o crescimento médio do Brasil (1,9%) quanto do Sudeste (1,8%). Além do destaque no

mensal, o varejo ampliado capixaba também superou o desempenho do Sudeste e do Brasil no crescimento Interanual, acumulado no ano e em 12 meses, o que pode indicar o forte desempenho do segmento no estado.

Variação percentual do volume de vendas do varejo ampliado em março

	Mensal ¹ mar/25 - fev/25	Interanual mar/25 - mar/24	Acumulado ano jan/25 a mar/25 ²	Acumulado 12 meses ²
Brasil	1,9%	-1,2%	1,1%	3,0%
Sudeste (média)	1,8%	-1,5%	0,9%	1,8%
Espírito Santo	3,7%	4,6%	5,7%	4,1%

Fonte: PMC, IBGE. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES

Nota: (1) valores com ajuste sazonal. (2) os valores são calculados em comparação ao mesmo período do ano passado.

Na comparação entre março 2025 e março de 2024, do volume de vendas do varejo ampliado do Espírito Santo foi o único que apresentou crescimento positivo. Em março 2025, o crescimento interanual capixaba foi de 4,6%, já tanto o Sudeste (-1,5%) quando o Brasil (-1,2%) apresentaram retração no volume de vendas. O Espírito Santo registrou um crescimento de 5,7% no volume de ven-

das do varejo no primeiro trimestre de 2025, superando as variações observadas no Brasil (+1,1%) e na região Sudeste (+0,9%). Consequentemente, o ES se destacou no varejo ampliado, ocupando a sexta posição entre os estados com maior crescimento em março. No contexto regional, foi o estado com o melhor desempenho da região Sudeste.

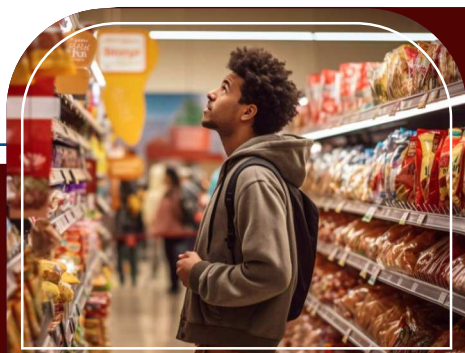
Variação percentual do volume de vendas do Atacado, por segmento, em março

	Interanual (mar/25 - mar/24)	Acumulado no ano (jan/25 a mar/25)	Acumulado 12 meses
Veículos, motocicletas, partes e peças	7,8%	5,2%	11,5%
Material de construção	1,5%	5,9%	-3,4%
Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	24,4%	22,4%	3,4%

Fonte: PMC - IBGE. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES

Em fevereiro de 2025, o setor de atacado especializado em alimentos, bebidas e fumo se destacou com forte crescimento: 24,4% na comparação com o mesmo mês de 2024 e 22,4% no acumulado do ano. O segmento de veículos, motocicletas, partes e peças também apresentou bom desempenho, com altas de 7,8% na variação interanual e 5,2% no acumulado de 2025.

Já o setor de material de construção mostrou crescimento mais moderado: 1,5% na comparação interanual e 5,9% no ano. No entanto, ainda acumula queda de -3,4% nos últimos 12 meses, indicando um movimento de recuperação após um período prolongado de retração.



Highlights

Pesquisa Mensal do Comércio MAR/25

- Vendas do varejo capixaba retraiu 0,8% de fev/25 para mar/25;
- Com índice de 106,4, volume de vendas do varejo atingiu o maior patamar desde 2000;
- Crescimento do varejo capixaba no 1º tri/25 capixaba (3,9%) superou o crescimento do Sudeste (0,8%) e do Brasil (1,2%);
- Desempenho das vendas do varejo capixaba foi o quinto maior do Brasil;
- Varejo ampliado do ES cresceu 3,7%, enquanto o Brasil cresceu 1,9% e o Sudeste 1,8%.

Expectativa de Vendas

Em jun/25, estima-se que varejo capixaba movimente R\$ 6,98 bilhões

Com base nos resultados observados pela Pesquisa Mensal do Comércio (PMC), realizada até março de 2025, em geral, estima-se que os resultados das vendas previstas para o varejo capixaba em maio e junho de 2025 superem as vendas observadas em 2024. A movimentação

financeira prevista foi estimada utilizando os dados disponibilizados pelo IBGE na Pesquisa Mensal do Comércio (PMC) até março de 2025, da Pesquisa Anual do Comércio (PAC) de 2022 e os dados do Sistema Nacional de Índices de Preço ao Consumidor (SNIPC) até abril de 2025.

Estima-se que os resultados das vendas previstas para o varejo capixaba em maio e junho de 2025 superem as vendas observadas em 2024

Variação percentual do volume de vendas do Atacado, por segmento, em março

	Previsão de Vendas	Varição Interanual Prevista (2024 – 2025)
Janeiro de 2025	R\$ 7 000 731 726,44	9,06%
Fevereiro de 2025	R\$ 6 768 995 860,25	11,83%
Março de 2025	R\$ 7 216 607 447,87	7,44%
Abril de 2025	R\$ 7 017 432 363,68	8,99%
Maio de 2025	R\$ 7 001 455 653,40	5,24%
Junho de 2025	R\$ 6 980 233 090,80	8,23%

Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES. Nota: (1) Os resultados não constam com ajustes inflacionários sazonais. (2) Os valores são ajustados, mensalmente, com base nas pesquisas mais recentes do IBGE.

Com base nos resultados previstos, espera-se que o varejo capixaba tanto no primeiro quanto no segundo semestre de 2025 apresente variações mensais positivas para a movimentação financeira nominal, que é influenciada pela inflação do período.

Espera-se que a movimentação financeira do varejo capixaba em junho de 2025 se aproxime de R\$ 6,98 bilhões. Esse resultado previsto, representa um crescimento de 8,23% em comparação a junho de 2024. O crescimento do 1º semestre de 2025 deve ser equilibrado entre os dois primeiros trimestres do ano.



O que está acontecendo?

Em março, após o período de férias e do carnaval, o varejo capixaba apresentou uma desaceleração nas vendas. Em comparação a fevereiro de 2025, o volume de vendas do varejo foi 0,8% menor no Espírito Santo, enquanto no Brasil houve crescimento de 0,8% e no Sudeste 0,7%.

Embora esse resultado pareça indicar um resultado negativo para o ES e positivo para o Brasil e Sudeste, quando se observa as vendas realizadas no ano passado tal perspectiva se inverte. Os resultados indicam que o varejo capixaba tem apresentado um crescimento consistente tanto na comparação do indicador interanual (1,2%) quando nos indicadores de crescimento acumulado ano (3,9%) e em 12 meses (2,0%). Já, no caso do Brasil e do Sudeste, o volume de vendas de março de 2025 foi menor que o volume das vendas do mesmo período em 2024.

O varejo ampliado (incluindo atacado) também se destacou, com crescimento de 7,8% no interanual, superando em mais de três vezes as taxas do Brasil (2,4%)

Além do varejo (restrito) do ES, o varejo ampliado (que inclui outras atividades atacadistas), também tem se destacado ao apresentar um crescimento acelerado e consistente em 2025. Em março, a taxa de crescimento do varejo ampliado chegou a 3,7% em relação a fevereiro de 2025, já em relação a março de 2024 o crescimento foi de 4,6%.



No entanto, o crescimento do varejo e varejo ampliado não tem ocorrido em todos os setores. Por exemplo, enquanto os segmentos de Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo e de Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de

perfumaria e cosméticos tem crescido de forma consistente, o segmento de Livros, jornais, revista e papelaria está retraindo. Não obstante, os efeitos resultantes do crescimento/decrescimento de cada segmento na economia do Espírito Santo serão diferentes.

Tendência - Crescimento dos Investimentos em Publicidade Digital no Brasil

Ao longo das últimas edições dos relatórios do Connect, temos acompanhado a consolidação de importantes transformações no ambiente de negócios, como a hiperpersonalização dos serviços, o avanço da transformação digital, a crescente servitização e a integração entre canais físicos e digitais — o chamado modelo figital. Todas essas mudanças apontam para um mercado orientado por dados, onde a comunicação com o consumidor exige cada vez mais precisão e agilidade.

Nesse cenário, uma tendência se destaca de forma estratégica: o crescimento consistente dos investimentos em publicidade digital no Brasil. Trata-se de um movimento que reflete, por um lado, a maturidade das empresas no uso de tecnologias aplicadas ao marketing e, por outro, a mudança definitiva nos hábitos de consumo da população.

De acordo com o estudo Digital AdSpend 2025, realizado pelo IAB Brasil em parceria com a Kantar IBOPE Media, os investimentos em publicidade digital no país alcançaram

Os investimentos em publicidade digital no país alcançaram R\$ 37,9 bilhões em 2024, um avanço de 8% em relação ao ano anterior

R\$ 37,9 bilhões em 2024, um avanço de 8% em relação ao ano anterior. Esse dado confirma o digital como eixo central das estratégias de comunicação empresarial.

Entre os setores que mais contribuíram para esse montante, o destaque é o Comércio, responsável por quase 20% de todo o investimento digital no ano. Essa liderança reforça a prioridade do setor em manter presença ativa nos ambientes digitais, com ações voltadas à captação, conversão e fidelização de clientes em múltiplas plataformas. Em seguida, aparecem os segmentos de Serviços ao Consumidor (10,9%) e Eletrônicos e Informática (6,7%).



Além disso, nove setores já alocam mais da metade de seus orçamentos publicitários exclusivamente em canais digitais. É o caso de Eletrônicos e Informática (76%), Vestuário (71%) e Educação (62%), evidenciando uma reconfiguração do planejamento de marketing, em sintonia com as exigências de um público cada vez mais digitalizado.

Para os empresários, essa tendência traz um alerta e uma oportunidade: investir em publicidade digital não é mais uma alternativa, mas uma necessidade estratégica para manter competitividade, visibilidade e conexão com o consumidor contemporâneo.

Leia mais:

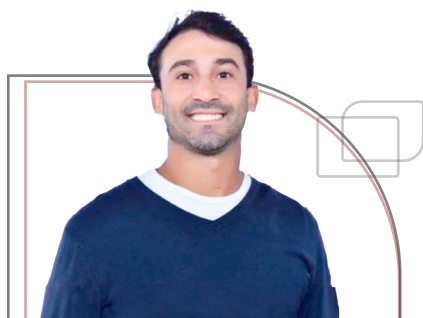
Fonte acessada via reportagem da Forbes:

“Comércio lidera investimento em publicidade digital no Brasil, que chegou a R\$ 37 bi em 2024”

Disponível em:

<https://forbes.com.br/forbes-mkt/2025/04/comercio-lidera-investimento-em-publicidade-digital-no-brasil-que-chegou-a-r-37-bi-em-2024>

Acesso em: 29 abr. 2025.



Opinião do Empresariado Capixaba

Conversamos com **Fabrício Coutinho**, Vice-Presidente de Administração e Finanças do Grupo Coutinho, um dos principais grupos varejistas do Espírito Santo. Ele compartilhou sua análise sobre o desempenho recente do setor de alimentos, os desafios estruturais enfrentados pelo varejo — especialmente em relação à mão de obra — e a importância de manter o foco nas pessoas para garantir crescimento sustentável. A seguir, destacamos os principais trechos dessa fala. Confira!

“O setor de alimentos tem uma característica muito particular: ele é essencial. Estamos lidando com algo vital para a população. Por

Por mais que a tecnologia avance, por mais que a automação cresça, nossa essência continua sendo humana

isso, o desempenho do setor está diretamente ligado à capacidade de consumo e ao poder de compra das pessoas. Quando a renda melhora, o consumo tende a crescer; quando há retração, isso também se reflete nas vendas. Hoje,

temos alguns fatores positivos. O desemprego está em baixa, o que naturalmente impulsiona o poder de compra e estimula o consumo. Esse é um ponto favorável. Por outro lado, o cenário econômico e político ainda é incerto, o que afeta o índice de confiança do consumidor. Mesmo assim, a população continua consumindo, muito por necessidade e por uma visão de curto prazo.

Neste primeiro quadrimestre, entre janeiro e abril, as vendas estão acontecendo dentro do esperado. Com muito esforço do varejo em promover, tornar os produtos mais atrativos e estimular as compras, conseguimos um crescimento real — ou seja, acima da inflação. Agora, é importante destacar que o varejo exige dedicação constante. É um setor intenso, que requer não só muitas horas de trabalho, mas também um esforço intelectual contínuo. Precisamos pensar diferente, porque o que nos trouxe até aqui não garante que seguiremos avançando. Mais do que ser grande, é essencial ser ágil e saber se adaptar ao que o mercado exige.

Temos trabalhado com planos estratégicos bem definidos, mas sempre atentos aos movimentos do mercado. Não existe fórmula pronta: o maior desafio, hoje, tem sido a mão de obra. Acreditamos que, sem resolver essa questão, não conseguiremos alcançar nossos objetivos. Não adianta querer vender mais sem ter gente qualificada para atender bem o cliente. Também não adianta investir em tecnologia,

lojas modernas e sistemas de ponta se não tivermos equipes preparadas, motivadas e engajadas para usar essas ferramentas de forma eficaz. Por isso, nosso foco diário tem sido nas pessoas: entender o que já foi feito e precisa ser fortalecido, o que ainda não foi feito e precisa ser implementado. Com mais frequência do que antes, temos revisto nosso desempenho, ajustado rotas e reforçado nosso plano de ação.

Sabemos que o desafio com a mão de obra não é exclusivo do nosso negócio, nem mesmo apenas do setor varejista — é algo que ocorre em todo o país. Mas aqui, temos feito o nosso melhor para minimizar esse impacto e continuar entregando o nosso propósito: a paixão de servir.

Porque, no fim das contas, servimos pessoas. Por mais que a tecnologia avance, por mais que a automação cresça, nossa essência continua sendo humana. E é isso que nos diferencia.”



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