



EM JULHO, VAREJO CAPIXABA CRESCE 4,3% NO ACUMULADO DO ANO, INFLUENCIADO POR TECIDOS, VESTUÁRIO E CALÇADOS

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

Setor de vestuário e calçados acumula alta de 20,2% no período

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) e ao Varejo Ampliado. Enquanto o Varejo inclui segmentos como supermercados, alimentos, bebidas, móveis e eletrodomésticos, o Varejo Ampliado

é composto por 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". Denomina-se os segmentos de veículos, material de construção e atacado especializado em alimentos, bebidas e fumo como Atacado de forma didática.

Resultados do Varejo

Em julho de 2025, o volume de vendas do varejo capixaba foi de -0,5% em relação a junho, acompanhando o comportamento observado no Sudeste (-0,4%) e no Brasil (-0,3%). Apesar da retração no curto prazo, o Espírito Santo segue em trajetória

positiva no comparativo interanual e no acumulado de 2025, destacando-se pelo crescimento superior em relação às médias regional e nacional.

O setor varejista do Espírito Santo apresentou resultados acima da média do Sudeste e do país como um todo na taxa de crescimento interanual de julho de 2025 (3,7%) e no acumulado do ano até o mesmo mês (4,3%)

Em julho de 2025, o volume de vendas do varejo capixaba foi de -0,5% em relação a junho, acompanhando o comportamento observado no Sudeste (-0,4%) e no Brasil (-0,3%). Apesar da retração no curto prazo, o

Espírito Santo segue em trajetória positiva no comparativo interanual e no acumulado de 2025, destacando-se pelo crescimento superior em relação às médias regional e nacional.

Variação do volume de vendas do varejo (%), ES, em julho de 2025

	Variação mensal jul/25 - jun/25	Interanual jul/25 - jul/24	Acumulado ano jan/25 a jul/25²
Brasil	-0,3	1,0	1,7
Sudeste (média)	-0,4	0,7	1,3
Espírito Santo	-0,5	3,7	4,3

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.

Em relação à variação percentual interanual no volume de vendas do varejo capixaba, comparando julho de 2025 e julho de 2024, o comércio varejista registrou um desempenho (3,7%) que ultrapassou tanto a média da região Sudeste (0,7%) quanto a do varejo nacional (1,0%), representando mais do que o dobro desses indicadores.

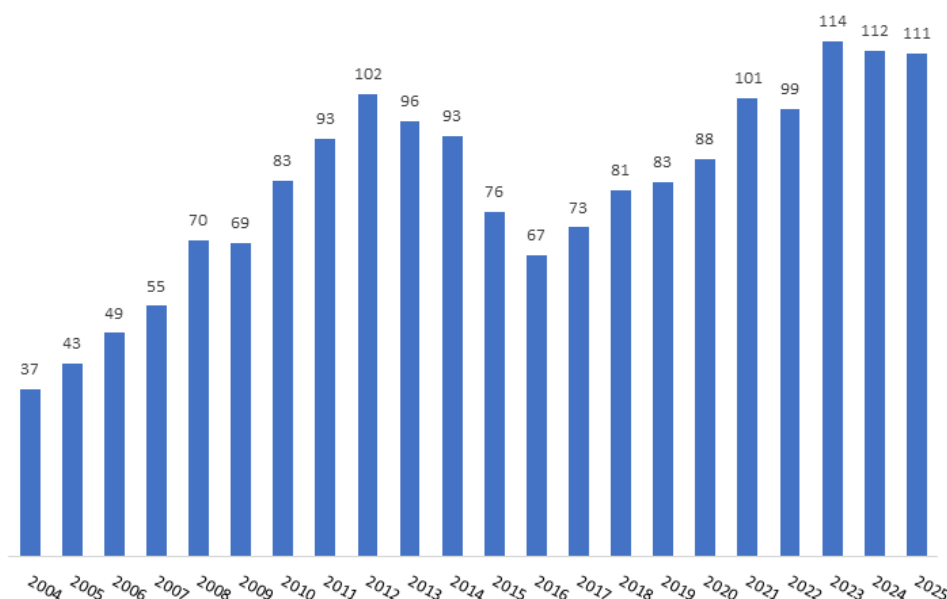
Com o maior aumento nas vendas regionalmente, o Espírito Santo foi seguido por Minas Gerais (1,2%). Em contrapartida, São Paulo (-0,4%) e Rio de Janeiro (-1,7%) enfrentaram quedas em suas vendas no varejo entre julho de 2024 e julho de 2025.

Quanto ao **volume de vendas acumulado no ano** (de janeiro a julho de 2025 versus o mesmo período de 2024), o Espírito Santo desponta como líder entre os estados do

Sudeste, com expansão de 4,3%, seguido por Minas Gerais (1,8%) e São Paulo (1,0%). Já o Rio de Janeiro sofreu retração de 2,0%. Esses resultados superam tanto a média regional (1,3%) quanto a nacional (1,7%).

Ademais, **no acumulado do ano**, o Espírito Santo (4,3%) cresceu a uma taxa mais de 2,5 vezes maior que a brasileira (1,7%) e mais de 3 vezes superior à média do Sudeste (1,3%). Estes resultados, comparativamente, destacam a liderança do estado no varejo regional e reforçam a expectativa de que o segundo semestre de 2025 mantenha um cenário positivo, favorecido pelo aquecimento das vendas no comércio, que costumam aumentar no segundo semestre por datas promocionais e comemorativas como Natal e Black Friday.

Índice de volume de Vendas do Varejo, ES, julho 2004 - 2025



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

Observando-se série histórica, o índice de volume de vendas alcançou 111,2 pontos em julho de 2025. Este resultado representa o terceiro maior volume de vendas do varejo capixaba para o mês de julho desde quando se iniciou o registro desse dado para o Espírito Santo.

Desta forma, considerando os meses de julho, os índices de volume de vendas do varejo do Espírito Santo nos últimos três anos foram os maiores desde 2004.

Segmentos do Varejo

Na comparação entre julho de 2024 e julho de 2025, os segmentos que mais se destacaram no varejo capixaba foram tecidos, vestuário e calçados (25,3%), móveis e eletrodomésticos (15,7%) e artigos farmacêuticos

Na comparação entre julho de 2024 e julho de 2025, os segmentos que mais se destacaram no varejo capixaba foram tecidos, vestuário e calçados (25,3%), móveis e eletrodomésticos (15,7%) e artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos (11,0%). Também registraram crescimento, ainda que em menor intensidade, equipamentos e materiais para escritó

rio, informática e comunicação (2,5%). Por outro lado, apresentaram retração no volume de vendas os segmentos de combustíveis e lubrificantes (-4,7%), livros, jornais, revistas e papelaria (-3,5%), hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo (-1,6%) e outros artigos de uso pessoal e doméstico (-5,0%).

Variação do volume de vendas do varejo (%), por segmento, ES, em julho de 2025

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

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

Em termos de **variação acumulada no ano (janeiro a julho de 2025 frente ao mesmo período de 2024)**, o **segmento de tecidos, vestuário e calçados também se sobressai, destacando-se como principal motor do varejo capixaba, com crescimento de 20,2%**. Esse resultado, aliado ao desempenho positivo sustentado de artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos (11,9%), evidencia a relevância desses setores para aceleração do crescimento varejista. Os demais setores mostra

ou retração (combustíveis e lubrificantes, por exemplo, com -4,7% de variação interanual e -6,4% no acumulado do ano) no volume de vendas do varejo no acumulado de janeiro a julho de 2025, sugerindo que parte do comércio ainda enfrenta desafios conjunturais que limitam sua contribuição ao dinamismo geral das vendas no estado. Desta forma, o avanço do varejo capixaba neste período tem se apoiado sobretudo nos segmentos de maior apelo ao consumo discricionário e em ramos essenciais.

Resultados do Varejo Ampliado (Atacado)

Variação do volume de vendas do Varejo Ampliado (%), ES, em julho de 2025

	Mensal ¹ jul/25 - jun/25	Interanual jul/25 - jul/24	Acumulado ano jan/25 a jul/25 ²
Brasil	1,3	-2,5	-0,2
Sudeste (média)	0,1	-2,8	-0,6
Espírito Santo	-2,6	0,3	2,6

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 mensal (julho em relação a junho de 2025), o Espírito Santo apresentou queda de -2,6% no volume de vendas do varejo ampliado, em contraste com o resultado positivo do Brasil (1,3%) e a estabilidade da média do Sudeste (0,1%). Esse desempenho reflete uma oscilação no curto prazo, mas não compromete os comportamentos positivos observados na variação interanual e no acumulado do ano.

No comparativo entre julho de 2024 e julho de 2025, o comércio varejista ampliado do Espírito Santo manteve-se estável (0,3%), enquanto o Sudeste (-2,8%) e o Brasil (-2,5%) apresentaram retração.

Esse resultado reforça que, mesmo sem registrar crescimento expressivo, o estado sustentou um desempenho favorável em relação às médias regional e nacional.

No acumulado de janeiro a julho de 2025, o volume de vendas do varejo ampliado no Espírito Santo aumentou 2,6%, resultado superior ao registrado pelo Brasil (-0,2%) e pelo Sudeste (-0,6%). Esse cenário reforça o protagonismo do estado na região, explicado não por flutuações momentâneas, mas sobretudo pela trajetória mais sólida observada ao longo do ano.

Variação do volume de vendas do varejo ampliado (%), por segmento, ES, em julho de 2025

	Interanual (jul/25 – jul/24)	Acumulado no ano (jan/25 a julho/25)
Veículos, motocicletas, partes e peças	-9,0	-6,5
Material de construção	-5,0	6,6
Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	28,3	24,6

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

Em julho de 2025, o setor de atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo se destacou no Espírito Santo, registrando crescimento interanual de 28,3% em seu volume de vendas em comparação a julho de 2024. Por outro lado, o segmento de veículos, motocicletas, partes e peças registrou retração de 9,0% no mesmo período, enquanto o ramo de materiais de construção apresentou queda de 5,0%.

No acumulado de janeiro a julho de 2025, o segmento de atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo também liderou o crescimento, com expansão de 24,6%. Material de construção registrou avanço de 6,6%, enquanto o setor de veículos, motocicletas, partes e peças apresentou retração de 6,5% no mesmo período.

Índice do volume de vendas no comércio varejista ampliado (em pontos) por segmento, ES, em meses de julho

	2022	2023	2024	2025
Veículos, motocicletas, partes e peças	94,3	130,9	149,5	136,0
Material de construção	96,8	103,6	114,6	108,9
Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	101,4	102,7	100,6	129,0

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

Destaca-se que o índice do volume de vendas do atacado especializado em alimentos, bebidas e fumo atingiu o patamar de 129 pontos em julho de 2025. Com altas consecutivas no índice, trata-se do maior volume de vendas do setor no mês de julho desde 2022, ano em que estão disponíveis dados para o comércio varejista ampliado, especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo no estado.

Esses resultados consolidam a liderança do atacado especializado em produtos alimentícios para o varejo ampliado do Espírito Santo, não apenas ao longo do primeiro semestre de 2025, mas também de forma contínua, evidenciando a resiliência do setor em relação a outros segmentos do varejo ampliado capixaba.

O que está acontecendo?

Em julho de 2025, o varejo capixaba registrou volume de vendas de -0,5% em relação a junho. No entanto, na análise interanual (julho de 2024 x julho de 2025) e na variação acumulada do ano (janeiro a julho de 2024 vs. janeiro a julho de 2025), o Espírito Santo demonstrou expansão superior à de outras unidades federativas da região, mantendo-se na liderança no varejo em comparação à média do Sudeste e do Brasil. Com um incremento de 4,3% no acumulado até julho, o estado ultrapassou Minas Gerais, São Paulo e Rio de Janeiro, sendo que este último continuou em declínio.

O índice de volume de vendas chegou a 111,2 pontos, configurando-se como o terceiro maior registro para julho desde o início da série em 2004, ultrapassando inclusive anos de recuperação econômica, como 2022, período marcado por estímulos pós-pandemia que impulsionaram o acesso ao crédito.

Tecidos, vestuário e calçados se destacaram em julho de 2025, com alta interanual de 25,3%, seguido por Móveis e eletrodomésticos (com crescimento interanual de 15,7%)

Tecidos, vestuário e calçados se destacaram em julho de 2025, com alta interanual de 25,3%, seguido por Móveis e eletrodomésticos (com crescimento interanual de 15,7%). No acumulado do período, o segmento de tecidos também ocupou o topo do ranking (20,2%), à frente do setor de artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos, que tem sustentado uma rota de crescimento e contribuído para a vitalidade do varejo capixaba.

Com elevação de 11,9% nas vendas acumuladas, o segmento de artigos farmacêuticos ocupou a segunda posição. Ele tende a se sobressair em relação a outros segmentos do comércio varejista no estado. Em contraste, o ramo de livros, jornais, revistas e papelaria sofreu uma contração de 3,5% no mesmo intervalo, comportamento que pode refletir tanto a migração do consumo para plataformas digitais quanto a mudanças nos hábitos de leitura e na aquisição de materiais impressos.

Ainda em relação ao volume de vendas acumulado do ano, segmentos como equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação (4,6%), hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo (3,3%) e móveis e eletrodomésticos (2,9%) apresentaram desempenhos positivos, porém em ritmos mais moderados em relação aos demais, sinalizando que seu papel tem sido mais de manutenção de ganhos de mercado.

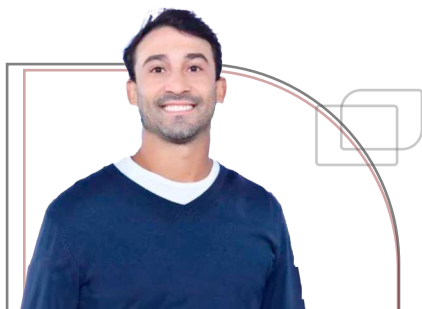
Os dados reforçam a distinção entre setores essenciais (como hipermercados e produtos farmacêuticos), capazes de garantir estabilidade, e os de maior elasticidade de demanda, como vestuário, que costumam captar com mais as oscilações do cenário econômico.

Em relação à variação do volume de vendas do varejo ampliado, o setor de atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo mantém posição de destaque no ES,

com crescimento interanual de 28,3% em julho de 2025 frente ao mesmo mês de 2024, desempenho que sinaliza tanto a resiliência da demanda por itens de consumo essencial quanto a possível ampliação das redes de distribuição e abastecimento alimentício no estado. De modo geral, aponta-se para um contexto de demanda com evolução positiva para o varejo do Espírito Santo, sobretudo em perspectiva comparativa (em relação aos resultados do Sudeste e do Brasil).

A manutenção da confiança dos consumidores nos últimos três anos, conforme indica o índice de intenção de consumo das famílias capixabas na zona otimista (acima de 100 pontos),¹ aliada ao resultado de ramos como Tecidos, vestuário e calçados e Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo podem ter influenciado os resultados positivos. O desempenho posiciona o estado como protagonista no panorama de consumo da região pela perspectiva do varejo.





Opinião do Empresariado Capixaba

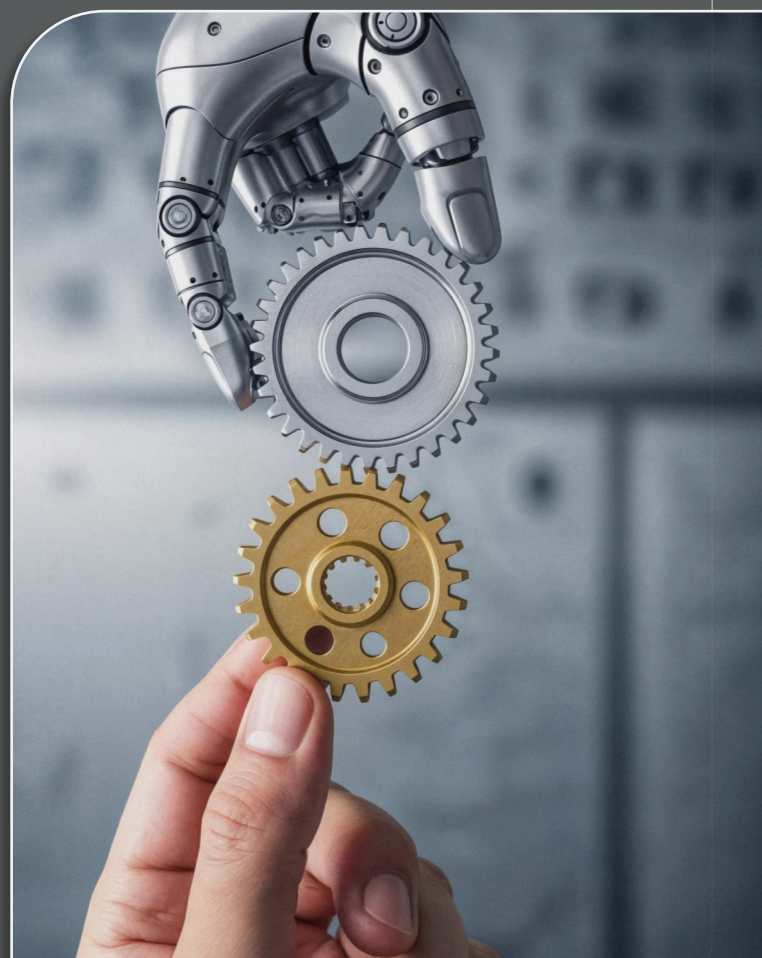
Para esta edição do relatório da PMC, falamos com **Fabricio Coutinho, Vice Presidente Administração e Finanças do Grupo Coutinho**, com vivência direta no dia a dia do varejo para compartilhar sua perspectiva sobre os desafios enfrentados e as estratégias adotadas pelo setor. Na fala a seguir, ele destaca a importância da dedicação contínua, da agilidade na adaptação ao mercado e, principalmente, do papel fundamental das pessoas na entrega de resultados sustentáveis. Em um cenário de mudanças constantes, sua experiência traz uma visão prática sobre como manter a competitividade sem perder a essência do bom atendimento. Confira:

Mesmo com toda a tecnologia e automação que vieram, e que são importantes, a nossa essência continua sendo humana. E é isso que, pra gente, faz a diferença

“O varejo é muito intenso, muito dinâmico, e exige uma dedicação constante, mas não é só dedicação de tempo, é também uma dedicação intelectual. É preciso pensar diferente, porque o que nos trouxe até aqui não é o que vai nos levar para o próximo nível. Na verdade, o que a gente faz aqui é trabalhar todo dia, o dia todo.

Mais importante do que ser grande, hoje é ser rápido, é conseguir se adaptar ao que o mercado está pedindo. E é com essa mentalidade que a gente tem trabalhado: com cabeça aberta, com planejamento estratégico bem estruturado, com nossos eixos estratégicos e planos definidos, mas sempre atentos aos movimentos do mercado para ajustar o que for necessário.

Não existe uma fórmula mágica. O maior desafio hoje, sem dúvida, tem sido a questão da mão de obra. A gente acredita que só superando esse desafio é que vamos conseguir atingir os outros objetivos. Não adianta querer vender mais se não tem gente suficiente para atender bem o cliente, isso leva a demora no atendimento, perda de vendas, falta de reposição de produtos.



Da mesma forma, não adianta investir nos melhores sistemas, nas lojas mais modernas, se a equipe não estiver preparada, motivada e engajada para usar essas ferramentas com eficiência. Por isso, nosso foco tem sido justamente nas pessoas. Entender o que já foi feito e precisa ser reforçado, o que ainda falta fazer e precisa ser executado, e revisar tudo isso com frequência, com mais agilidade do que antes. A cada momento, a gente avalia nosso desempenho e define novas ações para fortalecer o plano e chegar onde queremos. Não sei se tem uma resposta certa pra tudo isso, porque não existe receita de bolo. Mas a gente

tem seguido firme, mesmo nessa dor que é grande, especialmente quando se trata de gente. Sabemos que não é uma dificuldade só nossa, nem só do setor varejista, isso tem acontecido no Brasil inteiro. Mas a gente tem feito o nosso melhor para minimizar essa dor e continuar entregando o que o cliente espera de nós. O nosso propósito é servir, e servir é sempre de pessoa para pessoa. Mesmo com toda a tecnologia e automação que vieram, e que são importantes, a nossa essência continua sendo humana. E é isso que, pra gente, faz a diferença.”

Tendência - Lojas Reversas: o varejo como ponto de regeneração

Lojas Reversas: o varejo como ponto de regeneração

No mês passado, exploramos a importância de práticas regenerativas, que buscam restaurar e fortalecer sistemas naturais e sociais. A tendência das lojas reversas se insere nessa lógica, transformando o ponto de venda em um instrumento ativo de regeneração. Ao receber produtos usados, realizar reparos e reintegrá-los ao ciclo de consumo, o varejo passa a atuar não apenas na comercialização, mas também na restauração de recursos e na redução de impactos ambientais, colocando em prática, de forma concreta, os princípios regenerativos discutidos anteriormente. Inspirada na economia circular, a tendência das lojas reversas vem ganhando força nos

Ao receber produtos usados, realizar reparos e reintegrá-los ao ciclo de consumo, o varejo passa a atuar não apenas na comercialização, mas também na restauração de recursos e na redução de impactos ambientais

países nórdicos, como Suécia, Noruega e Dinamarca. Trata-se de espaços físicos mantidos por marcas varejistas, especialmente de moda, móveis e eletrônicos, que funcionam como pontos de devolução, triagem, reparo ou recondição de produtos usados. Ao invés de vender, essas lojas recebem o que o cliente já utilizou, prolongando o ciclo de vida dos bens de consumo.

Como funciona na prática:

- O consumidor leva itens usados ou danificados até a loja (roupas, móveis, aparelhos, utensílios);

- Recebe, em troca, cupons de desconto, créditos ou pontos em programas de fidelidade;
- A empresa realiza triagem e direciona os produtos para reparo, revenda, reciclagem ou customização;
- Algumas lojas oferecem oficinas no local para pequenos consertos, ajustes ou personalizações.

Por que é uma tendência relevante:

- **Sustentabilidade concreta:** vai além do discurso e gera impacto ambiental direto, reduzindo resíduos e emissões.
- **Nova experiência de consumo:** o cliente passa a interagir com a marca mesmo após a compra, fortalecendo vínculos e fidelidade.
- **Inovação em modelo de negócio:** cria uma nova lógica de fluxo de produtos e receita, inclusive com possibilidade de segunda venda.

Exemplos em destaque:

- **ReTuna Återbruksgalleria** (Suécia): primeiro shopping do mundo 100% baseado em reuso e reaproveitamento de produtos, com lojas, café e oficinas.
- **IKEA Return & Repair:** a gigante sueca incorporou estações de devolução de móveis

usados com descontos, e já começou a expandir para outros países da Europa.

- **H&M Garment Collecting:** programa ativo em mais de 50 países, incluindo urnas de coleta nas lojas físicas para peças usadas — ainda que em menor escala.

Apesar de iniciativas pontuais no Brasil, como programas de logística reversa em eletrodomésticos e medicamentos, o varejo tradicional ainda não adotou amplamente o conceito de loja reversa como ponto de regeneração. O avanço dessa tendência no exterior aponta para **uma oportunidade estratégica para empresas que queiram alinhar práticas ambientais e inovação comercial.**

A tendência das lojas reversas, embora envolva elementos de prestação de serviço, está firmemente ancorada no setor comercial. Trata-se de uma evolução do ponto de venda físico que passa a ser também um ponto de retorno e reforça o papel do comércio como elo entre consumo e sustentabilidade. Ao integrar devoluções, reaproveitamento e incentivo à recompra, o varejo amplia seu escopo de atuação sem abandonar sua vocação principal: a circulação de bens. Para o comércio brasileiro, essa tendência representa uma oportunidade concreta de inovar, fidelizar e se alinhar às exigências de consumo responsável, criando um diferencial competitivo em um mercado cada vez mais atento à responsabilidade ambiental.



Notas Metodológicas

* A PMC é conduzida pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), reunindo informações sobre o volume de vendas nas empresas formalmente constituídas, com ²⁰ ou mais pessoas ocupadas, cuja atividade principal é o comércio varejista.

* A divulgação a partir de janeiro ²⁰²³ da Pesquisa Mensal do Comércio (PMC) foi após uma reestruturação das pesquisas conjunturais do IBGE, que significa também a divulgação de uma nova série histórica, com o encadeamento entre a nova pesquisa e a antiga. A atualização da pesquisa, que ocorre de forma periódica na rotina do IBGE, reúne uma nova amostra de empresas, inclusão e exclusão de atividades e alterações nos pesos dos produtos, entre outras mudanças.

* A série do varejo ampliado conta, a partir de janeiro de ²⁰²³, com uma atividade a mais. Assim, além de Veículos, motos, partes e peças e Material de construção, é apresentado resultado para o setor de Atacado especializado em alimentícios, bebidas e fumo. Por enquanto, essa série será apresentada somente na comparação interanual.

* Indicador Comércio Ampliado: além dos segmentos tradicionais do comércio restrito, inclui os segmentos de veículos e materiais de construção e, a partir de janeiro de ²⁰²³, o de Atacado especializado em alimentícios, bebidas e fumo;

* Os dados da Pesquisa Mensal do Comércio (PMC) são disponibilizados mensalmente pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE);

* O indicador de “Volume de Vendas” resulta da deflação dos valores nominais correntes por índices de preços específicos por atividade e unidade de federação;

* O IBGE ainda não fornece os dados estaduais da comparação mensal por atividades;

* Os dados são divulgados com ² (dois) meses de defasagem e poderão sofrer atualizações na divulgação seguinte;

¹ Disponível em: <[https:// portaldocomercio-es.com.br/wp-content/uploads/2025/07/ICF-julho-2025-1.pdf](https://portaldocomercio-es.com.br/wp-content/uploads/2025/07/ICF-julho-2025-1.pdf)>. Acesso em: agosto. 2025.

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 : João Guimarães | Tel.: 3205-0706 | www.fecomercio-es.com.br