

# Em novembro/24, varejo capixaba tem o melhor desempenho desde 2000

**Para 2025, a expectativa é que o varejo movimente R\$ 13,96 bilhões no 1º bimestre, superando o mesmo período de 2024.**

Elaborado por: Ana Carolina Julio, Gercione Dionizio e Eduarda Gripp.

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 em 14 de janeiro de 2025, com dados relativos a novembro de 2024.

## Resultados Varejo

Em nov/24, varejo capixaba apresentou, pela segunda vez no ano, o maior desempenho no varejo do Brasil. As vendas do varejo capixaba apresentaram um crescimento de 4,1% em relação a outubro, maior taxa observada no Brasil em novembro de 2024.

Com este crescimento, o índice de volume de vendas, indicador do desempenho das vendas do varejo chegou a 114,80 o maior patamar de 2024, assim como o melhor novembro desde que a série foi criada.



Como novembro é o mês da Black Friday, esse resultado indica a relevância crescente da data para o varejo capixaba. Por outro lado, na contramão desse resultado, o Brasil e o Sudeste apresentaram um desempenho negativo, com uma variação de -0,4% e -0,25%, respectivamente. Parte do aumento do volume de vendas do varejo em novembro é explicada pela presença da Black Friday.

Um aspecto importante da Black Friday no Brasil, que tem se tornado uma característica, é a mudança de um dia de promoções para um mês inteiro de descontos, fator que impulsiona as vendas. Contudo, apesar do efeito positivo da Black Friday nas vendas do varejo em novembro ser esperado, dezesseis estados brasileiros e o Distrito Federal apresentaram um desempenho negativo, ou seja, venderam menos que em outubro.

### Variação do volume de vendas do varejo em novembro

	Mensal nov/24 - out/24	Interanual nov/23 - nov/24	Acumulado ano jan/24 a nov/24 <sup>1</sup>	Acumulado 12 meses <sup>1</sup>
Brasil	-0,4%	4,7%	5,0%	4,6%
Sudeste (média)	-0,25%	2,6%	2,9%	2,6%
<b>Espírito Santo</b>	<b>4,1%</b>	<b>4,1%</b>	<b>1,2%</b>	<b>0,6%</b>

Fonte: PMC/IBGE. Elaboração: Connect Fecomércio-ES.  
 Nota: (¹) os valores são calculados em comparação ao mesmo período do ano passado.

Na análise interanual, de nov/23 para nov/24, o Espírito Santo cresceu 4,1%, o Brasil 4,7% e o Sudeste 2,9%, o que indica que as vendas do varejo capixaba em novembro de 2024 superaram as vendas de 2023. Esse é um resultado relevante, uma vez que novembro/23 foi o melhor mês de 2023 para o varejo capixaba (ver Panorama da Economia Capixaba de 2023, também divulgado pelo Connect ).

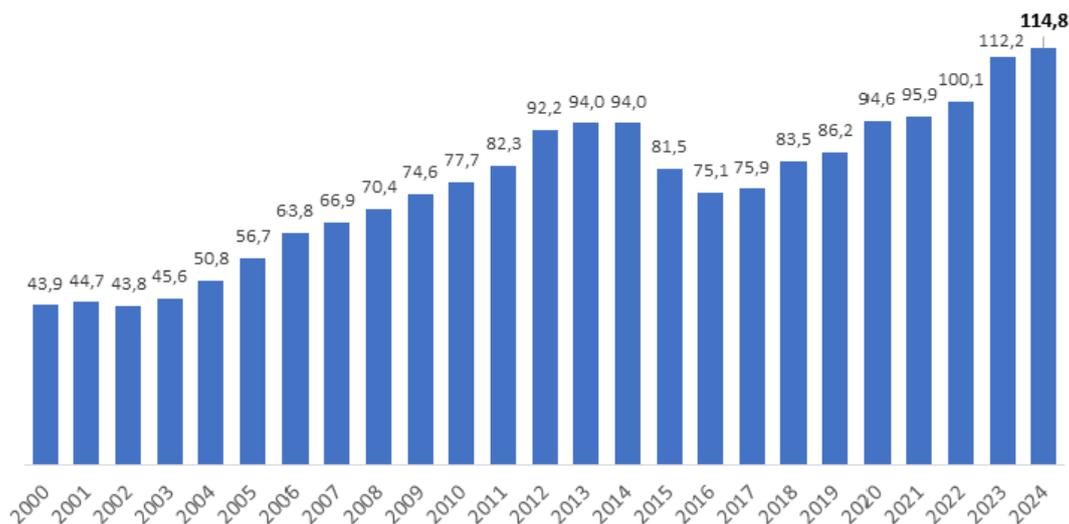
Por outro lado, se compararmos o volume de vendas do varejo capixaba acumulado entre jan/24 e nov/24, com o volume de vendas de 2023, o crescimento do Espírito Santo foi de apenas 1,2%, o do Brasil 5,0% e a média do Sudeste 2,9%. Isso que indica que as vendas acumuladas

até nov/24 estão bem próximas das de 2023. Esse resultado também é relevante, uma vez que o desempenho do varejo capixaba em 2023 foi o melhor dos últimos 13 anos (ver Panorama da Economia Capixaba de 2023).

Em síntese, a análise das variações mensal, anual e acumulada ajudam a entender o comportamento estrutural do varejo. Especificamente, para o caso capixaba, tem-se que o desempenho do varejo não segue um crescimento mensal constante, portanto, a sazonalidade tem um impacto significativo sobre as vendas. Em geral, os meses de melhor desempenho do varejo capixaba são aqueles com datas comemorativas, as tradicionais e também a Black Friday.

**Considerando-se o índice de volume de vendas, Nov/24 foi o melhor mês da série histórica, iniciada em 2000**

## Índice de volume de vendas do varejo capixaba, para o mês de novembro



Fonte: PMC - IBGE. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES  
 Nota: Indicador com ajuste sazonal.

### O bom desempenho do mês de novembro indica a importância crescente da Black Friday para o varejo capixaba

Em novembro de 2024, as vendas do varejo capixaba atingiram o maior patamar desde o início da série histórica, iniciada em 2000, indicando uma evolução das vendas do varejo no mês de novembro – mês da Black Friday.

### Segmentos do Varejo

Apesar do importante crescimento do varejo capixaba, expressado no índice de volume de vendas, o desempenho positivo não é o mesmo para todos os segmentos.

Os segmentos com maior desempenho (crescimento) foram: Artigos Farmacêuticos (18,3%); Tecidos e Vestuários (17,4%); Hipermercados e Supermercados (16,8%).

### Variação do volume de vendas do varejo, por segmento, em novembro

	interanual (nov/2023 – nov/2024)	Acumulado 12 meses
Combustíveis e lubrificantes	-1,2%	0,7%
Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	16,8%	4,6%
Tecidos, vestuário e calçados	17,4%	5,2%
Móveis e eletrodomésticos	-7,2%	-0,9%
Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	18,3%	20,1%
Livros, jornais, revistas e papelaria	-46,1%	-12,6%
Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-11,2%	-16%
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	16,1%	31,5%

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

Dos oito segmentos presentes no varejo (varejo restrito), quatro apresentaram uma variação positiva no mês de novembro, quando comparados a novembro de 2023. Por outro lado, ao se observar o acumulado em 12 meses, isto é, ao se comparar as vendas acumuladas nos últimos 12 meses em nov/24 com o acumulado em novembro de 2023, cinco segmentos apresentaram uma variação positiva, sendo eles: Outros artigos de uso pessoal e doméstico (31,5%); Artigos Farmacêuticos, médi-

cos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos (20,1%); Tecidos, vestuário e calçados (5,2%); Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo (4,2%); e Combustíveis e lubrificantes (0,7%). Postos de outro modo, as vendas acumuladas até nov/24 dos últimos 12 meses desses segmentos do varejo superaram as vendas acumuladas até nov/23, o que indica que os segmentos estão crescendo no longo prazo.

### Resultados do Varejo Ampliado (Atacado)

O varejo ampliado capixaba, quando considerado tanto os segmentos do varejo quanto do atacado, também apresentou um crescimento acima do crescimento do Brasil e da média do Sudeste.

Assim, ao se considerar o Atacado, o crescimento das vendas do varejo ampliado capixaba foi de 0,9%, do Brasil -1,8% e a média do Sudeste de -1,6%.

### Variação do volume de vendas do varejo ampliado em novembro

	Mensal nov/24 - out/24	Interanual nov/23 - nov/24	Acumulado ano jan/24 a nov/24 <sup>1</sup>	Acumulado 12 meses <sup>1</sup>
Brasil	-1,8%	2,1%	4,4%	4,0%
Sudeste (média)	-1,6%	0,45%	2,1%	1,9%
<b>Espírito Santo</b>	<b>0,9%</b>	<b>3,9%</b>	<b>2,3%</b>	<b>1,9%</b>

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

Na comparação interanual, o crescimento do ES foi de 3,9%, indicando que o volume das vendas do varejo capixaba em nov/24 foi maior que as vendas de nov/23. Essa relação positiva também foi observada para o Brasil (2,1%) e para a média do Sudeste (0,45%).

Embora o Varejo ampliado do ES tenha apresentado certa estabilidade, com um crescimento de 0,9%, é importante observar que dentre os estados do Sudestes, o ES foi o único que apresentou um desempenho positivo, tanto na análise interanual quanto no Acumulado em 12 meses.

**Dentre os estados do Sudestes, o varejo capixaba foi o único com desempenho positivo, tanto na análise interanual quanto no Acumulado em 12 meses**

Em relação ao crescimento interanual, as vendas do varejo ampliado de São Paulo apresentaram uma variação de -1,3%, do Rio de Janeiro de -4,9% e de Minas Gerais de -1,2%.

Já, no acumulado em 12 meses, São Paulo apresentou um desempenho de -0,8%, Minas Gerais de -0,7% e Rio de Janeiro de -0,6%.



Em ambos os casos, o desempenho capixaba superou o do Brasil e do Sudestes. Deste modo, o setor varejista do ES tem mostrado dinamismo, o que

pode indicar um potencial de crescimento no longo prazo. Isto pode ocorrer devido a fatores sociais e econômicos do ES.

## Variação do volume de vendas do Atacado, por segmento, em novembro

	Interanual (nov/2023 – nov/2024)	Acumulado 12 meses
Veículos, motocicletas, partes e peças	8,0%	12,5%
Material de construção	-2,2%	-11,8%
Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	-3,7%	-1,5%

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

Por fim, na análise dos segmentos do atacado, em nov/24, apenas o segmento de Veículos, motocicletas, partes e peças apresentaram um desempenho positivo na análise interanual (8,0%) e no acu-

mulado em 12 meses (12,5%). Portanto, o desempenho desse segmento em 2024 superou as vendas de 2023, seja na análise direta entre os meses de novembro ou no acumulado em 12 meses.



### Highlights - Pesquisa Mensal do Comércio NOV/24

- . Crescimento do varejo capixaba foi de 4,1% em novembro/24 na análise mensal e interanual.
- . Índice de volume de vendas ajustado sazonalmente chegou a 114,8, o melhor novembro desde 2000.
- . Varejo ampliado teve crescimento interanual de 0,9%, único resultado positivo no Sudeste.
- . Segmento "Outros artigos de uso pessoal e doméstico" cresceu 31,5%, o melhor desempenho no varejo. Neste segmento está, por exemplo, o varejo de ar-condicionado.
- . No atacado, "Veículos, motocicletas, partes e peças" cresceu 8% na comparação interanual.



## EXPECTATIVA DE VENDAS

**Em dez/24, estima-se que varejo tenha movimentado R\$ 8,1 bilhões, um crescimento de 11,4% em comparação a dez/23**

Com base nos resultados observados pela Pesquisa Mensal do Comércio (PMC), realizada até novembro de 2024, os resultados das vendas do varejo capixaba têm superado as vendas observadas em 2023. No último mês, o crescimento interanual do varejo capixaba apresentou um crescimento de 4,1% em relação ao índice de volume de vendas de novembro de 2023. Utilizando os dados disponibilizados pelo IBGE na Pesquisa Mensal do

**Estima-se que varejo movimentará cerca de R\$ 6,9 bilhões nos meses de jan/25 e fev/25, totalizando R\$ 13,96 bilhões no 1º bimestre de 2025 e superando o mesmo período de 2024**

Comércio (PMC) até novembro de 2024, da Pesquisa Anual do Comércio (PAC) de 2022 e os dados do Sistema Nacional de Índices de Preço ao Consumidor (SNIPC) até dezembro de 2024, a expectativa é que a movimentação financeira do varejo capixaba em dezembro de 2024, e janeiro e fevereiro de 2025 também apresentem resultados positivos se comparados aos mesmos meses de 2024.

## Movimentação Financeira Prevista para as vendas do varejo capixaba

	Previsão de Vendas	Varição Interanual Prevista (2023 – 2024)
Dezembro de 2024	R\$ 8.109.015.499,59	11,4%
Janeiro de 2025	R\$ 6.986.705.664,21	18,6%
Fevereiro de 2025	R\$ 6.980.451.691,52	27,5%

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

Portanto, espera-se que a movimentação financeira do varejo capixaba em dezembro de 2024 tenha se aproximado R\$ 8,1 bilhões. Esse resultado previsto, representa um crescimento de 11,4% em comparação a dezembro de 2023. Além disso, a expectativa é que as vendas no mês do Natal e Ano Novo, ainda superem as vendas de novembro. Posto de outro modo, a previsão é que o crescimento mensal em dezembro seja de 8,2%. Já para os primeiros meses de 2025, espera-se que haja uma desaceleração das vendas do varejo capixaba, comportamento comum para os meses de janeiro e fevereiro.



A previsão é que a movimentação financeira em jan/25 e fev/25 seja de aproximadamente R\$ 6,9 bilhões. Em termos percentuais, espera-se que as vendas do varejo em jan/25 seja 11,4% maior que as vendas de jan/24. Deste modo, espera-se que

as vendas de jan/24. Deste modo, espera-se que as vendas totais do varejo no primeiro bimestre de 2025 se aproximem de R\$ 13,96 bilhões, superando as de 2024 em R\$ 2,6 bilhões, o que representa um aumento de 22,8%.



## Opinião do Empresariado Capixaba

Com a chegada do fim do ano, o comércio entra em sua alta temporada, marcada pelas vendas de Natal e pelas oportunidades que o período oferece. Nos últimos anos, a Black Friday consolidou-se como um marco importante no calendário promocional brasileiro, transformando novembro em um mês estratégico para antecipar as compras de fim de ano e movimentar diversos setores do varejo.

Nesta entrevista, **José Carlos Bergamin, 3º Vice-Presidente da Fecomércio-ES**, explora como a Black Friday se tornou uma peça-chave na preparação para o Natal, influenciando desde o planejamento de estoques até o comportamento do consumidor. Ele também reflete sobre como a proximidade entre essas datas impacta os resultados de novembro e dezembro, criando novas oportunidades e desafios para as empresas:

“O fim de ano é tradicionalmente um período de alta temporada, que não costuma ser marcado por liquidações ou pela necessidade de desfazer estoques. Pelo contrário, é uma época de composição de linhas de produto, lançamentos e novas cole-

ções, especialmente com a chegada do verão, que no Brasil se estende por quase oito ou nove meses. Inicialmente, a Black Friday no Brasil estava mais associada a produtos duráveis e semiduráveis, como as linhas brancas e eletrônicos. Aos poucos, outros produtos foram sendo incorporados.

Setores que já trabalhavam com promoções aproveitaram a oportunidade para antecipar as vendas de Natal, especialmente no contexto pós-pandemia. Cada vez mais, novos segmentos do comércio começaram a participar: vestuário, produtos de beleza, acessórios, alimentos como chocolates e, mais recentemente, até serviços passaram a integrar essa dinâmica.

“**Muitas empresas, no entanto, transformaram a Black Friday em uma oportunidade de vendas que se estende por todo o mês de novembro**”



No início, a Black Friday concentrava-se apenas na sexta-feira, depois foi se expandindo para o fim de semana, com sábado e domingo. Atualmente, o formato mais praticado é o de uma semana inteira de promoções, embora algumas ofertas muito especiais ainda sejam reservadas para a sexta-feira. Muitas empresas, no entanto, transformaram a Black Friday em uma oportunidade de vendas que se estende por todo o mês de novembro.

O Brasil tem duas peculiaridades interessantes: a forte importância do Natal e do mês de dezembro, que está muito próximo da Black Friday. Para muitos consumidores, essas datas acabam se fundindo em uma única temporada de compras. Na minha avaliação, este ano marcou a consolidação da Black Friday como uma data essencial no nosso calendário promocional.

Em 2023, tivemos um novembro muito positivo, com parte da liquidação avançando sobre o mês de dezembro, já que o último sábado caiu bem próximo à virada do mês. Esse cenário impactou o desempenho de novembro deste ano, especialmente para empresas que trabalham com produtos mais característicos de presente. Ainda assim, o mês se destacou e apresentou resultados melhores do que o ano anterior.

A Black Friday deixou de ser apenas uma data pontual para se transformar em uma grande oportunidade estratégica para o comércio. Isso reflete o amadurecimento do mercado brasileiro, que continua ampliando a participação de setores e o impacto nas vendas ao longo do período.”

## O que está acontecendo?

As Transformações Digitais, sejam elas das relações sociais, de processo ou das operações podem impactar de forma positiva ou negativa os segmentos do varejo

Em out/24, ES apresentou um crescimento de 3,1%. Nos últimos meses, os resultados da PMC têm indicado um bom desempenho das vendas do varejo capixaba para os meses de setembro (5,3%), outubro (3,6%) e novembro (4,1%). Além disso, espera-se que em dezembro o volume de vendas do varejo capixaba apresente um crescimento com ajuste sazonal próximo de 1%. Por outro lado, o crescimento acumulado no ano para setembro (-0,5%), outubro (0,8%) e novembro (1,2%) indica que nos meses anteriores, o varejo capixaba não tem apresentando um bom desempenho nas suas vendas. A análise

dos indicadores revela que o desempenho do varejo no último trimestre de 2024 foi importante para a compensação dos períodos de baixa performance ao longo do ano, contribuindo para estabilizar os resultados anuais do setor. Este padrão de recuperação nos meses finais demonstrou-se fundamental para contrabalancear as oscilações negativas observadas em períodos anteriores.



Essa característica do varejo capixaba é um ponto fundamental para a construção de um planejamento de vendas estratégico, de modo mitigar os impactos dos meses de menor volume de vendas e ampliar os impactos dos meses onde o volume de vendas é maior.

Além disso, é importante considerar que o desempenho dos segmentos do varejo é diferente. Por exemplo, em nov/24 dos oito segmentos do varejo quatro apresentaram um crescimento enquanto os outros não. Dadas as diferentes características, mudanças de hábitos de consumo, surgimento de novas tecnologias ou de novas tendências de mercado, impactaram de forma distinta os segmentos.

As Transformações Digitais, sejam elas das relações sociais, de processo ou das operações podem impactar de forma positiva os segmentos como o de “Móveis e eletrodomésticos”, devido ao surgimento de múltiplos canais de venda, mas negativamente “Livros, jornais, revistas e papelaria”, face a redução da demanda de livros impressos.

Assim, acompanhar as tendências de curto e longo prazo, torna-se fundamental para a formulação de estratégias de vendas que considerem as mudanças nos padrões de comportamento e consumo da sociedade.

## Referências

<https://drive.google.com/file/d/1JCF--dDvd2RF3YYTAXnxaLLGCpr66n1H/view>

**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: Ana Carolina Júlio : Revieni C. Zanotelli : André Spalenza : Karina Tonini : Felipe Montini : Eduarda Gripp : Gercione Dionizio : Samuel O. Cabral | Tel.: 3205-0706 | [www.fecomercio-es.com.br](http://www.fecomercio-es.com.br)