



SERVIÇOS PRESTADOS ÀS FAMÍLIAS AVANÇAM 20,3% EM FEVEREIRO E LIDERAM DESEMPENHO DO SETOR NO ES

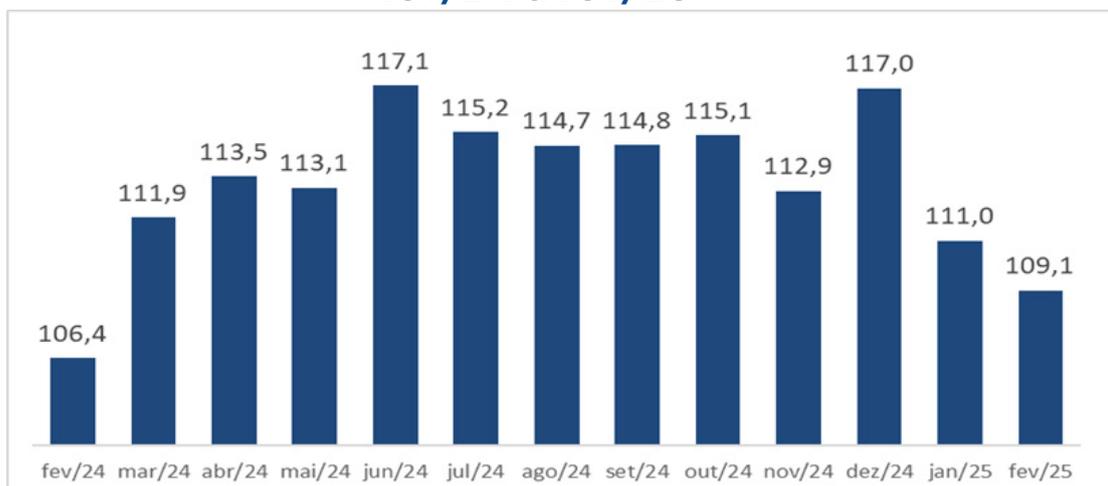
Elaborado por: Ana Carolina Júlio, André Spalenza e Eduarda Gripp.

Apesar do crescimento na comparação interanual, o volume total de serviços recuou 1,8% frente a janeiro

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.

Índice do volume de serviços do Espírito Santo - fev/24 a fev/25



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

O gráfico mostra a trajetória do volume de serviços no Espírito Santo entre fevereiro de 2024 e fevereiro de 2025, destacando um período de crescimento consistente no primeiro semestre, seguido de estabilidade relativa na segunda metade do ano.

A retomada em dezembro sugere um impulso sazonal típico do fim de ano, enquanto a queda registrada no início de 2025 indica um ajuste no ritmo de atividade após o pico observado no encerramento de 2024.

Resultado geral - ES e Brasil - Fev/25

	Fev/25 x Fev/24	Fev/25 x jan/25	Índice em pontos
Brasil	4,2%	0,8%	107,2
Espírito Santo	0,5%	-1,8%	109,0

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

Em fevereiro de 2025, o volume de serviços no Espírito Santo registrou leve alta de 0,5% na comparação com o mesmo mês de 2024, resultado que ficou abaixo da média nacional, que avançou 4,2%. Na variação mensal, o estado apresentou queda de 1,8% em relação a janeiro, enquanto o Brasil teve crescimento de 0,8%.

Ainda assim, o Espírito Santo manteve o indicador em 109,0 pontos, permanecendo acima da média nacional (107,2 pontos), o que sinaliza que, mesmo com o recuo pontual no mês, o patamar de atividade segue elevado.

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

Atividades de serviços	Variação Interanual (Fev/25 - Fev/24)	
	Espírito Santo	Brasil
1. Serviços prestados às famílias	20,3%	0,1%
2. Serviços de informação e comunicação	-0,3%	9,8%
3. Serviços profissionais, administrativos e complementares	-3,0%	4,3%
4. Transportes, serviços auxiliares aos transportes e correio	-1,7%	2,4%
5. Outros serviços	8,0%	0,4%

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

Apesar da queda registrada em três dos cinco grupos de serviços analisados, os resultados de fevereiro de 2025 mostram que o Espírito Santo teve desempenho positivo em segmentos com ligação ao consumo das famílias. Os serviços prestados às famílias, que englobam atividades como alimentação fora do lar, hospedagem, lazer, cuidados pessoais e serviços recreativos, avançaram 20,3% em relação a fevereiro de 2024, contrastando com a estabilidade observada no cenário nacional.

Também houve crescimento em Outros serviços, com alta de 8,0%, frente à variação de 0,4% no Brasil. Esse grupo inclui atividades diversas, como manutenção de bens, serviços auxiliares financeiros, imobiliários e apoio à agropecuária. Esses dois segmentos ajudaram a sustentar o indicador estadual, mesmo diante do recuo em transportes, serviços profissionais e de informação.

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

Ranking	Variação Interanual (Fev/25 - Fev/24)
1º	Espírito Santo (20,3%)
2º	Santa Catarina (13,1%)
3º	Paraná (6,7%)
4º	Goiás (2,0%)
5º	Ceará (1,7%)

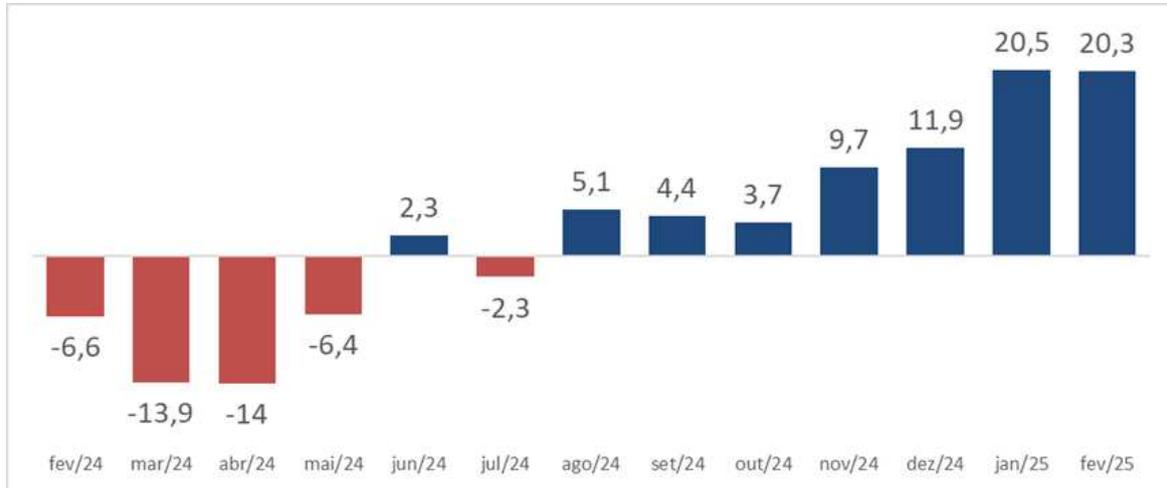
Fonte: PMS/IBGE. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES

Em janeiro de 2025, o segmento atingiu seu melhor desempenho da série recente, com alta de 20,5%, mantida em fevereiro (20,3%).

Na comparação interanual de janeiro de 2025, o Espírito Santo liderou o ranking nacional de crescimento no segmento de serviços prestados às famílias, com alta de 20,3%. O resultado ficou bem acima dos demais estados, com Santa Catarina (13,1%) e Paraná (6,7%) em posições seguintes. Esse desempenho mostra a força do consumo

local em atividades ligadas ao lazer, alimentação e turismo, especialmente no verão. A distância entre o Espírito Santo e os demais estados mostra a relevância do mercado capixaba nesse início de ano, consolidando sua liderança em um segmento impactado por fatores sazonais e comportamentais.

Variação interanual de volume de Serviços Prestados às Famílias, ES, Fev/24 - Fev/25



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

O gráfico mostra a trajetória de crescimento dos Serviços prestados às famílias no Espírito Santo, que passaram por um período de retração no primeiro semestre de 2024 — com destaque para os meses de março e abril, quando as quedas chegaram a -13,9% e -14%, respectivamente. A partir de agosto, o setor iniciou uma retomada gradual, consolidada no segundo semestre, com taxas crescentes. A virada mais consistente se deu a partir de novembro, com cresci-

mento de 9,7%, seguido por 11,9% em dezembro. Em janeiro de 2025, o segmento atingiu seu melhor desempenho da série recente, com alta de 20,5%, mantida em fevereiro (20,3%). Essa sequência de resultados indica um crescimento sólido e sustentado, impulsionado pela temporada de verão, aumento da demanda por lazer, turismo e alimentação fora do lar, além dos efeitos do Carnaval.

MOVIMENTAÇÃO FINANCEIRA DO SETOR DE SERVIÇOS

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

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



Varição interanual de volume de Serviços Prestados às Famílias, ES, Fev/24 - Fev/25

	Movimentação Financeira	Varição Interanual Prevista
Fevereiro de 2025	R\$ 4.355.949.148,11	6,6%
Março de 2025	R\$ 4.612.940.260,79	4,9%
Abril de 2025	R\$ 4.582.441.310,56	0,6%
Mai de 2025	R\$ 4.599.230.165,06	0,9%

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 fevereiro, a previsão é de R\$ 4,36 bilhões, com alta interanual de 6,6%, impulsionada principalmente pelo Carnaval e o prolongamento da alta temporada. Em março, a movimentação prevista é de R\$ 4,61 bilhões, o que representa uma variação de 4,9% em relação a 2024, sinalizando a

manutenção do dinamismo em setores como transportes, alimentação fora do lar e serviços corporativos. Já nos meses seguintes, abril e maio, as variações interanuais são mais modestas, 0,6% e 0,9%, respectivamente, refletindo um ajuste no ritmo de crescimento após o primeiro bimestre, típico de um período de menor impulso sazonal. Ainda assim, o volume financeiro previsto para esses meses permanece acima de R\$ 4,5 bilhões.

Faturamento Estimado e Previsto, por atividade, ES

Atividades de serviços	Fev/25	Mar/25	Abr/25	Mai/25
1. Serviços prestados às famílias	R\$ 474,2 mi	R\$ 477,5 mi	R\$ 461,5 mi	R\$ 442,6 mi
2. Serviços de informação e comunicação	R\$ 514,0 mi	R\$ 552,9 mi	R\$ 561,7 mi	R\$ 564,7 mi
3. Serviços profissionais, administrativos e complementares	R\$ 1,19 bi	R\$ 1,18 bi	R\$ 1,19 bi	R\$ 1,2 bi
4. Transportes, serviços auxiliares aos transportes e correio	R\$ 1,78 bi	R\$ 1,92 bi	R\$ 1,94 bi	R\$ 1,91 bi
5. Outros serviços	R\$ 443,8 mi	R\$ 445,6 mi	R\$ 446,0 mi	R\$ 442,6 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\$ 1,92 bilhão em março e R\$ 1,94 bilhão em abril, mantendo-se acima de R\$ 1,9 bilhão também em maio. 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\$ 1,19 bilhão a R\$ 1,2 bilhão ao longo do quadrimestre. 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.

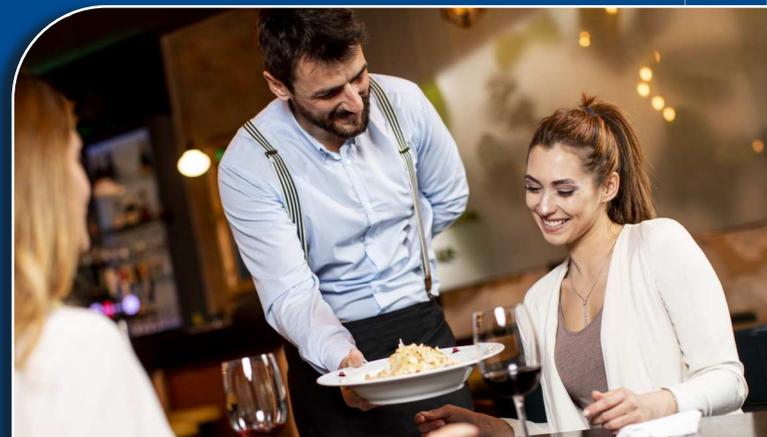
O que está acontecendo?

Após o pico observado em dezembro, o setor de serviços no Espírito Santo entrou em 2025 com sinais de ajuste. A retração em janeiro e a nova queda em fevereiro demonstram um comportamento típico do período pós-festas, marcado por menor dinamismo econômico e readequação da demanda. Ainda assim, alguns segmentos mantiveram trajetória positiva, com destaque para os Serviços prestados às famílias, que registraram mais um mês de forte crescimento.

Esse desempenho pode estar relacionado ao prolongamento da alta temporada, aos efeitos do verão e, especialmente, ao impacto do Carnaval no consumo local. A recuperação do turismo e o aumento da procura por lazer, alimentação fora do lar e hospedagem têm impulsionado o setor, que mostra sinais de

retomada desde o segundo semestre de 2024. Em fevereiro, o IATUR — Índice de Atividades Turísticas — teve o melhor desempenho para o mês desde 2014, com alta interanual de 18,1%, reforçando a importância do turismo como elemento chave para a expansão dos serviços de crescimento para os serviços voltados ao consumo das famílias.

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



Esse cenário favorece segmentos com atuação direta junto ao público, como bares, restaurantes, hotéis e serviços pessoais, que seguem com bom desempenho mesmo diante de desafios como o aumento dos custos operacionais. O prolongamento da alta temporada e o calendário de eventos, como o Carnaval, geram maior circulação de pessoas e aquecem a demanda por esses serviços, especialmente em cidades turísticas como Guarapari e Vitória.

Além disso, o setor de alimentação fora do lar tem se mostrado um dos mais adaptáveis no pós-pandemia. Segundo dados da Abrasel (Associação Brasileira de Bares e Restaurantes)³, o consumo fora de casa vem crescendo de forma contínua, sustentado por mudanças de hábito dos consumidores e pela busca por conveniência e experiências sociais. Mesmo com o aumento de preços dos insumos, energia e aluguel, muitos estabelecimentos têm mantido fluxo de clientes por meio de promoções, cardápios ajustados e serviços digitais, como pedidos via aplicativo e autoatendimento.

No setor de hotelaria, a demanda elevada em regiões litorâneas e a recuperação do turismo interno também ajudam a sustentar os resultados positivos. A ocupação em hotéis do Espírito Santo tem se mantido acima da média nacional em datas de pico, segundo informações da ABIH-ES4 (Associação Brasileira da Indústria de Hotéis). Já os serviços pessoais — como salões de beleza, academias e clínicas estéticas — seguem beneficiados pelo movimento de retomada do consumo em itens ligados ao bem-estar e à qualidade de vida.

Mesmo diante de pressões de custo, esses segmentos têm conseguido preservar o faturamento com estratégias voltadas à experiência do cliente, praticidade e adaptação ao novo comportamento de consumo. Isso reforça a relevância desses serviços como componentes importantes para o dinamismo econômico local.

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

Uma das principais tendências no setor de serviços, especialmente nas áreas de alimentação, turismo e bem-estar, é o fortalecimento das estratégias voltadas à experiência do consumidor. Mais do que preço ou produto, o que diferencia os negócios atualmente é a forma como o cliente se sente atendido — do primeiro contato até o pós-venda.

As vantagens para os negócios são fidelização, eficiência e diferenciação

De acordo com a PwC Brasil, em seu estudo “Future of Customer Experience”, 73% dos consumidores afirmam que a experiência vivida é um fator decisivo na hora da compra, e mais de 40% estão dispostos a pagar mais por um atendimento que supere expectativas.

Isso tem levado empresas de serviços a investirem em ambientes mais personalizados, digitalização dos canais de atendimento, além de capacitação de equipes para garantir acolhimento, agilidade e resolução eficiente de demandas.

No Espírito Santo, essa tendência pode ser observada em diversos segmentos do setor de serviços, com destaque para o varejo alimentar, a gastronomia, a hotelaria e os serviços de cuidados pessoais. Restaurantes têm adotado com mais frequência o autoatendimento via QR Code, permitindo ao cliente realizar pedidos e pagamentos diretamente pelo celular, o que reduz filas, agiliza o atendimento e oferece maior autonomia. Na hotelaria, o check-in digital e o uso de chaves virtuais por meio de aplicativos vêm ganhando espaço, especialmente em estabelecimentos voltados ao turismo corporativo e de lazer, que buscam otimizar o tempo do hóspede e reduzir o contato físico.

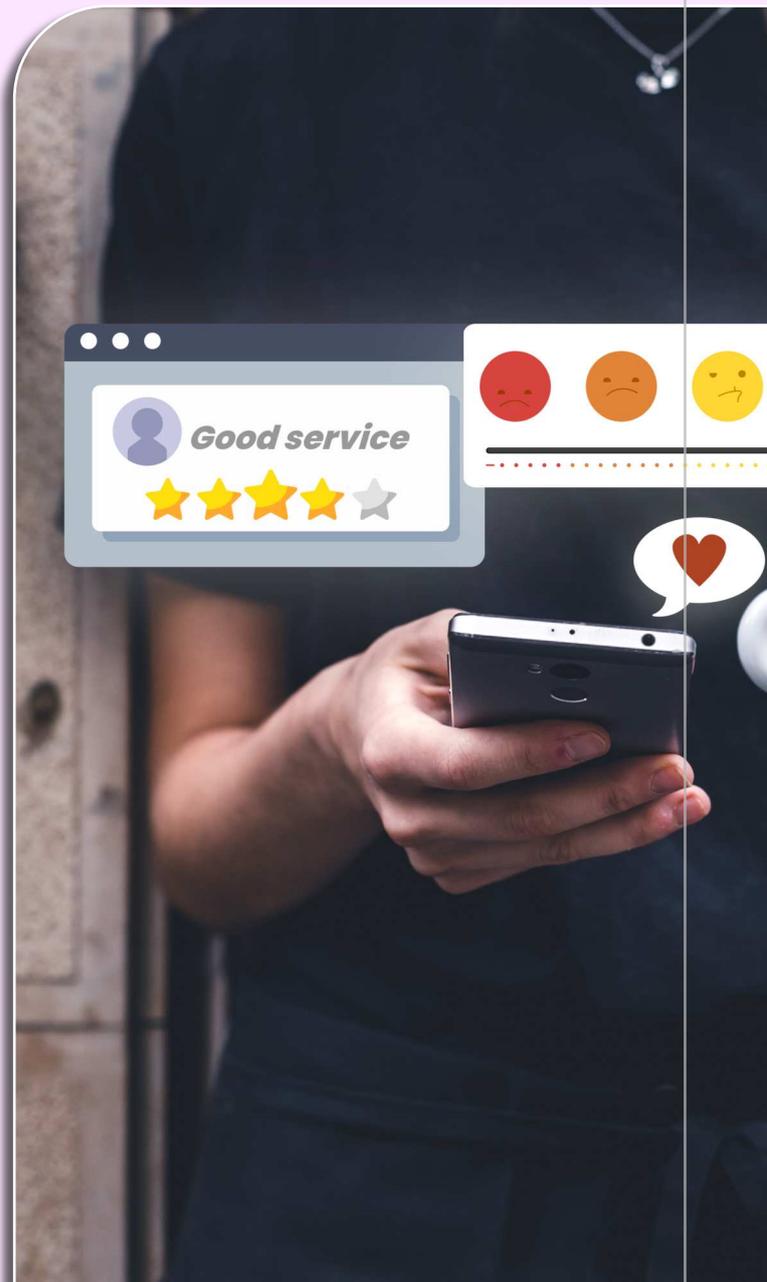
Nos serviços de beleza, o uso de plataformas de agendamento online facilita a rotina dos consumidores, permitindo maior controle de horários e evitando deslocamentos desnecessários. Essas soluções, além de aumentarem a eficiência operacional, contribuem para a fidelização do público, ao criar uma experiência mais fluida, conveniente e alinhada às expectativas atuais de consumo. Em um ambiente competitivo como o mercado capixaba de serviços, oferecer conveniência e personalização tornou-se um diferencial relevante para manter a base de clientes e ampliar a receita.

Vantagens para os negócios: fidelização, eficiência e diferenciação

A valorização da experiência do cliente além de atender a uma demanda crescente dos consumidores, também representa uma estratégia eficaz de fortalecimento das empresas no setor de serviços.

No Espírito Santo, à medida que os estabelecimentos adaptam seus processos e canais de atendimento para oferecer mais conveniência, personalização e agilidade.

A primeira vantagem está na fidelização. Consumidores que se sentem bem atendidos tendem a repetir a compra, recomendar o serviço e manter um vínculo de longo prazo com a marca. Em mercados como o capixaba, onde o relacionamento direto e o “boca a boca” ainda exercem forte influência, a experiência positiva se transforma em diferencial competitivo.

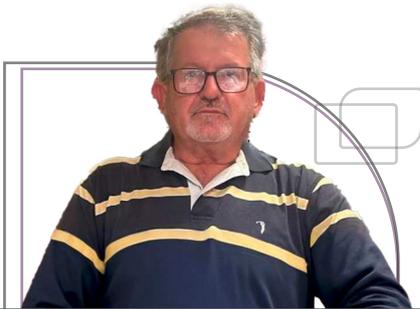


A segunda vantagem é a eficiência operacional. A digitalização de etapas como pedidos, pagamentos, check-ins e agendamentos reduz filas, erros e tempo de espera, ao mesmo tempo em que libera recursos humanos para tarefas mais estratégicas. Essa reorganização dos fluxos internos contribui para redução de custos e melhoria da produtividade, especialmente em empresas com alta rotatividade de clientes.

Por fim, há o ganho em diferenciação de mercado. Em um cenário em que muitos serviços ainda operam de forma tradicional, sair na frente com iniciativas voltadas à experiência do consumidor permite que o negócio se

destaque, seja percebido como mais moderno e alinhado às preferências atuais. Essa percepção de valor é capaz de justificar preços mais altos e atrair perfis de clientes mais exigentes e engajados.

Em conjunto, esses fatores ajudam a explicar por que os serviços prestados às famílias vêm se destacando no Espírito Santo: não apenas pela natureza das atividades envolvidas, mas pela capacidade de adaptação às novas dinâmicas de consumo, em um cenário onde a experiência tornou-se parte central da entrega de valor.



Opinião do Pequeno Empresário CAPIXABA

O setor de serviços representa uma das principais forças da economia brasileira, abrangendo desde grandes empresas consolidadas até microempreendimentos locais. Esse setor é composto por negócios de diferentes portes — pequenos, médios e grandes — que atuam em áreas como alimentação, turismo, transporte, beleza, saúde, educação, entre muitas outras.

Embora os grandes grupos tenham maior visibilidade e estrutura para enfrentar os desafios econômicos, é nos pequenos negó-

cios que se concentram grande parte da geração de empregos e do vínculo direto com o consumidor local. Por isso, ouvir quem está na ponta — como o pequeno empresário — também é essencial para entender a realidade do setor.

No ramo da alimentação fora do lar, por exemplo, as mudanças nos hábitos de consumo e o aumento dos custos operacionais têm pressionado os empreendedores a se reinventar constantemente.

É o caso de **Robson Pires, proprietário do Mosaico, que funciona além de restaurante,**

O setor de alimentação fora do lar até está crescendo, mas isso não quer dizer que a gente esteja tendo lucro

como **cafeteria e lanchonete** e compartilha sua experiência. Ele revela como tem buscado caminhos para equilibrar sustentabilidade financeira, preços acessíveis e fidelização dos clientes. Confira a seguir:

"O nosso público hoje é, em sua maioria, fixo. É o pessoal que trabalha na SEDU, no prédio do Medical Center, no Empire Center e no prédio da Fecomércio, SESC. Também atendemos muita gente que vem de fora para fazer consultas, principalmente do interior, trazidos pelas prefeituras todas as semanas. É esse público que mantém o consumo aqui no nosso estabelecimento, que hoje funciona como cafeteria, lanchonete e restaurante. O restaurante vai de 11h às 14h, e nos demais horários operamos como lanchonete e cafeteria.

O nosso custo está muito alto hoje, principalmente com supermercado, açougue, feira... Até as feiras livres, que antes tinham um preço melhor, agora estão quase no valor do supermercado. E isso pesa bastante. E a gente não consegue repassar isso tudo para o cliente. Tivemos um aumento de apenas um real no prato feito em um ano, e os salgados

subiram só cinquenta centavos. Isso quase não cobre o que a gente gasta. A gente vive daquele jeito, vendendo o almoço pra comprar o jantar. Estamos lutando para segurar o preço e continuar com as portas abertas. O setor de alimentação fora do lar até está crescendo, mas isso não quer dizer que a gente esteja tendo lucro. Os meses são todos apertados. Basicamente, o que entra já sai para pagar contas.

Ir ao supermercado virou uma maratona. Você vê uma promoção, volta dois dias depois, e o preço já subiu. Então sou eu mesmo que faço as compras. Vou ao Ceasa, passo por cinco supermercados no fim de semana, comparo os preços.

Se eu comprasse batata, cenoura, cebola, tomate, pimentão, alho no supermercado, não teria como manter o negócio aberto. Eu que sou o comprador, e sei exatamente como os preços variam. Mesmo no Ceasa, se não batalhar, não consegue preço bom. A nossa sobrevivência está nas compras. É isso que tem nos segurando."



Nota metodológica:

¹O CNAE 2.0, ou Classificação Nacional de Atividades Econômicas ^{2,3}, 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.

³ <https://abrasel.com.br/noticias/noticias/setor-registra-mais-de-148-mil-novas-empresas-em-12-meses/>

⁴<https://observatoriodoturismo.es.gov.br/taxa-ocupacao-hoteleira>

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