



ES CRESCE 4,4% NO VAREJO E LIDERA O SUDESTE NO 1º SEMESTRE DE 2025

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

Avanço foi sustentado por setores como artigos farmacêuticos, vestuário e calçados.

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.

A seguir, são apresentadas as variações do volume de vendas no Comércio (Varejo restrito e ampliado) com base na última pesquisa da PMC, divulgada em 13 de agosto de 2025, com dados relativos a junho de 2025.

Resultados do Varejo

O varejo capixaba manteve desempenho superior ao registrado no restante do Sudeste e no Brasil, tanto na variação interanual de junho de 2025 (2,6%) quanto no resultado do primeiro semestre (4,4%).

Em junho de 2025, o volume de vendas do varejo capixaba se manteve estável (0,0%) em comparação a maio de 2025, enquanto o Sudeste (-0,2%) e o

Brasil (-0,1%) apresentaram números negativos no volume de vendas entre maio e junho de 2025. A estabilidade no mês, mesmo diante de quedas nos resultados do Brasil e do Sudeste, indica que o varejo no estado manteve seu desempenho no curto prazo, de modo a evitar um resultado negativo, como observado em outras regiões.

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

	jun/25 - maio/25	junho/25 - junho/24	Acumulado ano jan/25 a jun/25 ²
Brasil	-0,1	0,3	1,8
Sudeste (média)	-0,2	0,2	1,3
Espírito Santo	0,0	2,6	4,4

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.

O varejo capixaba manteve desempenho superior ao registrado no restante do Sudeste e no Brasil, tanto na variação interanual de junho de 2025 (2,6%) quanto no resultado do primeiro semestre (4,4%).

Em termos de variação percentual interanual – volume de vendas do varejo capixaba de junho de 2025 em comparação com junho de 2024 – **o comércio varejista cresceu 2,6%, valor superior tanto à média do Sudeste (0,2%) quanto à variação do volume de vendas do varejo no Brasil (0,3%).**

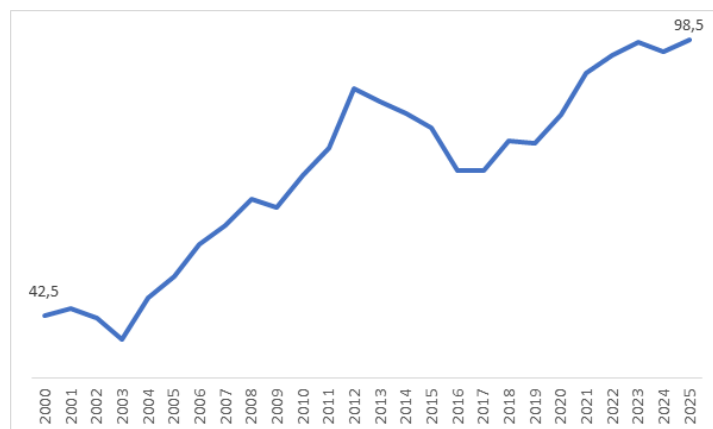
Ainda em relação à **variação interanual**, comparativamente, o aumento do volume de vendas do varejo no estado foi o maior do Sudeste, seguido por Minas Gerais (1,5%). Já São Paulo (-0,7%) e Rio de Janeiro (-2,8%) apresentaram retração em suas vendas entre junho de 2024 e junho de 2025.

No que tange ao volume de vendas acumulado

do ano (de janeiro a junho de 2025 em relação ao primeiro semestre de 2024), o Espírito Santo lidera entre os estados do Sudeste, apresentando aumento de 4,4%, seguido por Minas Gerais (1,8%) e São Paulo (1,2%). O Rio de Janeiro, por sua vez, apresentou retração de 2,1%.

Além disso, **no acumulado do ano, o Espírito Santo (4,4%) cresceu a uma taxa aproximadamente 2,5 vezes maior do que a brasileira (1,8%)** e cerca de 3 vezes maior do que a do Sudeste. Estes resultados expressivos, comparativamente, sinalizam o destaque sustentado do estado do varejo no Sudeste, com expectativa de aumento nas vendas para o segundo semestre do ano.

Índice de volume de Vendas do Varejo, ES, junho 2000 – 2025



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

Observando-se série histórica, o índice de volume de vendas alcançou aproximadamente 99 pontos em junho de 2025. Este resultado representa o maior volume de vendas do varejo capixaba dos últimos 25 anos em junho. Desta forma, considerando os meses de junho, o volume de vendas do varejo do Espírito Santo este ano apresentou o maior índice desde 2000.

Segmentos do Varejo

Os segmentos que apresentaram o melhor desempenho na comparação entre junho de 2024 e junho de 2025 foram, respectivamente: artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos (10,7%); equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação (9,0%); e tecidos, vestuário e calçados (5,3%). Hipermercados, upermercados, produtos alimentícios, bebi-

das e fumo se mantiveram estáveis (0,2%). Já móveis e eletrodomésticos apresentaram variação em seu volume de vendas de 2,0%, enquanto o segmento de livros, jornais, revistas e papelaria cresceram 0,7% neste período. Os demais setores registraram queda nas vendas em relação ao mês de junho de 2024.

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

	(junho/2025 – junho/2024)	Acumulado no ano (jan/25 a junho/25)
Combustíveis e lubrificantes	-4,3	-6,7
Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	0,2	4,1
Tecidos, vestuário e calçados	5,3	19,3
Móveis e eletrodomésticos	2,0	0,7
Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	10,7	12,1
Livros, jornais, revistas e papelaria	0,7	-17
Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	9,0	4,9
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-5,1	0,6

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

Na variação interanual (junho de 2024 vs. junho de 2025), o segmento que se destacou no varejo capixaba foi o de **artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos**, com crescimento de 10,7%, seguido por Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação (9,0%) e tecidos, vestuário e calçados (5,3%). O setor de artigos farmacêuticos e produtos médicos e de perfumaria costuma se posicionar na liderança em comparação com outros ramos do varejo capixaba, em termos de variação interanual. Isso reforça seu crescimento sustentado.

Em termos de **comparação interanual e vari-**

ações no acumulado do ano (jan. a jun. 2024 vs. jan. a jun. de 2025), outro segmento que apresentou dados promissores foi o de tecidos, vestuário e calçados.

No acumulado do ano, o setor de tecidos, vestuário e calçados liderou o crescimento, com aumento de 19,3%. O segmento foi seguido pelo de artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos, que registrou alta de 12,1%, e pelo de equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação, com crescimento de 4,9%. Já o segmento de **hipermercados, supermercados, alimentos, bebidas e fumo** registrou crescimento de 4,1% no primeiro

semestre de 2025 em comparação com o mesmo período de 2024.

No acumulado do ano, o crescimento de 4,1% do segmento de **hipermercados, supermercados, alimentos, bebidas e fumo** mostra que, mesmo em cenários de dinamismo econômico reduzido, o consumo costuma se manter devido à menor sensibilidade da demanda neste setor.

Esse comportamento reforça a importância do segmento de **hipermercados, supermer-**

cados, alimentos, bebidas e fumo como base estável do varejo capixaba, contribuindo para amortecer oscilações observadas em outros segmentos do mercado regional. **Sustentado pelo consumo essencial**, o setor mostrou desempenho estável na comparação interanual (com variação de 0,2% entre junho de 2024 e junho de 2025).

Os demais setores registram estabilidade ou desaceleração considerando o volume de vendas do varejo no acumulado dos últimos 12 meses.

Resultados do Varejo Ampliado

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

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

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 variação interanual, o comércio varejista ampliado do Espírito Santo cresceu 1,1% no volume de vendas. No mesmo período, o Sudeste apresentou queda de 2,0% e o Brasil recuou 3,0%, evidenciando o desempenho superior do estado frente às médias regional e nacional.

Os dados foram positivos considerando também a variação mensal. **Entre os meses de maio e junho de 2025, enquanto o volume de vendas do varejo ampliado no Espírito Santo cresceu 1,3%, este volume diminuiu 2,5% no Brasil. Já a variação mensal das vendas do varejo ampliado no Sudeste foi de -1,6%.** Estes resultados indicam que a economia capixaba tem se destacado em termos de volume de vendas do varejo ampliado em comparação com os resultados da região Sudeste e do Brasil, já

que tanto a variação mensal quanto a interanual foram negativas para ambas as regiões, enquanto se mostrou positiva para o Espírito Santo.

Além dos valores positivos em termos de variações mensal e interanual, **no acumulado do primeiro semestre de 2025, o varejo ampliado cresceu 3,1%, resultado superior à média do Sudeste (0,1%), que se manteve estável, e à média brasileira (0,5%).**

no acumulado do ano, o varejo ampliado cresceu 3,1%, resultado superior à média do Sudeste (0,1%), que se manteve estável, e à média brasileira (0,5%).

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

	Interanual (jun/25 – jun/24)	Acumulado no ano (jan/25 a junho/25)
Veículos, motocicletas, partes e peças	-12,2	-6
Material de construção	15,1	9,1
Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	32,8	23,9

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

Em junho de 2025, o **setor de Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo se destacou no estado, com crescimento interanual de 32,8%**, seguindo pelo segmento de **material de construção**, que apresentou aumento de 15,1% em seu volume de vendas entre junho de 2024 e junho de 2025.

Considerando o acumulado do ano, o **segmento do varejo ampliado capixaba de maior crescimento também foi o de Atacado especializado em alimentos, bebidas e fumo**, com variação positiva de 23,9% neste

período, seguido novamente por **material de construção**, que cresceu 9,1% neste período.

Vale destacar que o **índice do volume de vendas do comércio varejista ampliado para o segmento de produtos alimentícios, bebidas e fumo registrou 123,9 pontos em junho de 2025**, tratando-se do maior volume de vendas do setor no mês de junho desde 2022 (ano no qual há registro de dados para o comércio varejista ampliado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo no Espírito Santo).

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

	2022	2023	2024	2025
Veículos, motocicletas, partes e peças	94,3	125,4	144,4	126,8
Material de construção	95,5	100,8	88,2	101,5
Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	106,4	112,9	93,3	123,9

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

No mês de junho, assim como o **segmento de alimentos, bebidas e fumo, o setor de material de construção apresentou dados positivos em termos de variação interanual (15,1%)**, além de crescimento de 9,1% em seu volume de vendas de janeiro a junho de 2025 em comparação com o mesmo período em 2024.

O que está acontecendo?

Em junho de 2025, o varejo capixaba manteve estabilidade nas vendas frente a maio. No comparativo interanual (jun. de 2024 x jun. de 2025) e na variação do acumulado semestral (jan. a junho de 2024 vs. jan. a jun. de 2025) o Espírito Santo apresentou crescimento superior ao de outros estados da região, liderando o desempenho do varejo no Sudeste e no país. Com avanço de 4,4% no acumulado do ano no primeiro semestre, o estado superou Minas Gerais, São Paulo e Rio de Janeiro, este último em retração.

O índice de volume de vendas atingiu cerca de 99 pontos, o maior para junho em 25 anos, superando até períodos de forte expansão econômica, como em 2008, ano em

que a economia nacional foi impulsionada por políticas de estímulo ao consumo, como o PAC (Programa de Aceleração do Crescimento), que costumaram favorecer o crescimento do crédito ao consumidor, e influenciaram efeitos sobre setores como eletrodomésticos, móveis e veículos. Em linhas gerais, os resultados reforçam um ambiente de consumo com trajetória positiva para o varejo capixaba.

A combinação da confiança do consumidor sustentada, com intenção de consumo das famílias capixabas permanecendo em nível de satisfação (acima de 100 pontos) desde 2023,¹ e do desempenho positivo de segmentos como supermercados, artigos farmacêuticos, e material de construção pode ter contribuído para esse patamar inédito, consolidando o Espírito Santo como destaque no cenário regional de consumo.

O segmento que apresentou maior desempenho no varejo capixaba entre junho de 2024 e junho de 2025 foi o de **artigos farmacêuticos**,

médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos, com crescimento de 10,7% na comparação interanual e 12,1% no acumulado do ano.

Este segmento costuma se destacar em comparação com outros do varejo capixaba do Espírito Santo. De acordo com dados de variação interanual do segmento entre janeiro e junho de 2025, o segmento mantém sua liderança, mostrando-se positivo em março,

mês no qual a maioria dos segmentos apresentaram valores negativos.²

Considerando o acumulado do ano, o segmento se posicionou em segundo lugar (12,1%), precedido pelo

ramo de **tecidos, vestuário e calçados**, que tem apresentado trajetória positiva e impulsionado o crescimento do varejo capixaba. **Este setor apresentou resultados expressivos frente a outros setores do varejo capixaba.**

em junho de 2025, destacou-se ainda mais no Espírito Santo. O segmento apresentou crescimento interanual de 32,8%, seguido de material de construção, que aumentou suas vendas em 15,1%



O ramo aumentou as vendas em 19,3% no acumulado do ano posicionou-se em primeiro lugar. Já o segmento de livros, jornais revistas e papelaria apresentou retração de 17,0% no mesmo período.

O atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo, que já havia apresentado resultados expressivos no último mês, quando considerados o acumulado do ano (22,2%), e a variação interanual (16,5%),³ em junho de 2025, destacou-se ainda mais no Espírito Santo.

O segmento apresentou crescimento interanual de 32,8%, seguido de material de construção, que aumentou suas vendas em 15,1% entre junho de 2024 e de 2025.

Esse desempenho evidencia o papel do setor de hipermercados, supermercados, alimentos, bebidas e fumo como pilar do varejo capixaba, ajudando a suavizar as flutuações observadas em outros segmentos da economia regional.



Opinião do Empresariado Capixaba

Para a edição de junho do relatório da Pesquisa Mensal de Comércio (PMC), convidamos **Glenda Úrsula Amaral**, presidente do Sindicato dos Lojistas do Comércio de Vila Velha e CEO do Grupo Colchões e Camas e da Ecopremium Colchões. Com ampla experiência no varejo, Glenda compartilha sua percepção sobre o desempenho do comércio no primeiro semestre e os principais desafios que se desenharam para os próximos meses, especialmente em um cenário ainda marcado por juros elevados e consumo seletivo. Sua fala reflete o sentimento de muitos lojistas que, mesmo diante de um semestre mais cau-

teloso, seguem buscando estratégias para impulsionar as vendas no segundo semestre. Confira:

Todo mundo tem grandes expectativas para a segunda metade do ano, porque sabe que o movimento tende a melhorar

“O primeiro semestre, de forma geral, já é tradicionalmente mais fraco do que o segundo semestre. Todo mundo tem grandes expectativas para a segunda metade do ano, porque sabe que o movimento tende a melhorar. A gente teve datas importantes como o Dia das Mães e o Dia dos Namorados, mas o que predominou foram vendas de lembrancinhas, artigos menores, nada de muito expressivo em termos de volume ou de produtos com maior valor agregado.

Se a gente for comparar com a expectativa dos lojistas, é claro que ficou abaixo do que muitos esperavam. Sempre existe uma esperança de um desempenho mais forte, mas não houve uma grande tração de consumo nesses períodos. É lógico que existem exceções, com certeza teve gente que vendeu bem, que teve resultados melhores, mas no geral, o sentimento foi de que poderia ter sido melhor. E isso repercute diretamente no comércio, deixando o varejo um pouco mais cauteloso, sem tanto otimismo.

Agora, olhando para o segundo semestre, os desafios continuam, e são muitos. A gente já começa com agosto, que é um mês complicado. Apesar do Dia dos Pais movimentar bem alguns setores, especialmente para quem vende artigos masculinos, para outros segmentos, como moda feminina, bijuterias e acessórios, agosto não costuma ser um mês tão favorável assim. Então, ele já entra como um mês que exige atenção e criatividade.

O grande desafio para os lojistas, especialmente com juros e Selic ainda em níveis altos, é pensar em estratégias que realmente façam a diferença. Seja com campanhas promocionais, marketing mais ativo ou ações que tragam o cliente para perto. É preciso pensar no que fazer de diferente, no que pode atrair o consumidor de forma concreta. O foco agora tem que ser manter e melhorar as vendas, tanto no físico quanto no online, com a meta clara de superar, e com folga, o desempenho do primeiro semestre. Esse é, sem dúvida, o grande desafio da maioria dos lojistas nesse segundo semestre.

Mas, apesar dos desafios, a expectativa é sempre muito positiva. Que o segundo semestre supere o primeiro, com boas vendas, que o mercado não fique estagnado, que cresça. Que o varejo avance, que o comércio se movimente, que a economia gire. A gente espera por isso e mantém a confiança de que teremos bons resultados.”



Tendência Comércio regenerativo: um novo passo além da sustentabilidade

Comércio regenerativo: um novo passo além da sustentabilidade

Em países da Escandinávia, como Suécia e Dinamarca, o varejo tem adotado um conceito inovador: o **comércio regenerativo**. A proposta é ir além da sustentabilidade — que busca apenas minimizar os impactos negativos — e passar a **gerar impactos positivos**, tanto ambientais quanto sociais.

Na prática, o que isso significa?

Empresas estão:

- Criando lojas com energia **100% renovável**, algumas até devolvendo energia limpa à rede pública;
- Implantando sistemas de **logística reversa**, com coleta e reaproveitamento de embalagens e produtos;
- Estimulando o consumidor a reparar, reutilizar ou revender itens, com espaços dentro da própria loja para **reparo e revenda de produtos usados**;
- Investindo em ações que contribuem com o meio ambiente local, como reflorestamento e recuperação de áreas degradadas;
- Fazendo parcerias com comunidades e pequenos produtores para promover **desenvolvimento social**.

Por que isso importa para o varejo brasileiro?

Essa abordagem conecta inovação, responsabilidade e valor de marca. Em um cenário de consumidores mais conscientes, especialmente entre os mais jovens, esse tipo de posicionamento pode ser um diferencial competitivo, inclusive no Brasil, onde questões ambientais e sociais estão ganhando cada vez mais espaço nas decisões de compra.

Exemplo prático: a sueca IKEA e o modelo de loja circular

A **IKEA**, multinacional sueca de móveis e decoração, tem sido uma das referências no movimento regenerativo. Em 2020, a empresa inaugurou, em **Eskilstuna (Suécia)**, sua **primeira loja circular** dentro de um shopping especializado apenas em produtos reciclados e reutilizados. Ali, todos os móveis vendidos foram devolvidos por clientes, consertados e

preparados para revenda, com preços acessíveis. Além disso, a marca passou a oferecer:

- Serviços de **reparo e reaproveitamento** de móveis;
- Compra de itens usados diretamente dos clientes;
- Produtos com menor impacto ambiental e **design pensado para desmontagem e reciclagem**;
- Investimentos em reflorestamento e energia solar para tornar sua cadeia mais regenerativa.

O varejo internacional vem investindo em experiências imersivas dentro da loja física, apostando em tecnologias que conectam o ambiente real ao digital de forma criativa



O objetivo da IKEA é se tornar uma empresa **100% circular até 2030**, devolvendo ao planeta mais do que consome.

Essa tendência mostra que o varejo pode ser parte ativa da solução ambiental e social, e não apenas um agente de impacto.

No Brasil, esse modelo ainda está engatinhando, mas tem potencial para inspirar práticas locais, especialmente em negócios que buscam diferenciação e conexão com um novo perfil de consumidor.



Notas

* 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>>. Acesso em: agosto. 2025.

² Disponível em: <<https://portaldocomercio-es.com.br/wp-content/uploads/2025/05/pmc-marco.pdf>>. Acesso em: agosto. 2025.

³ Disponível em: <<https://portaldocomercio-es.com.br/wp-content/uploads/2025/07/PMC-Maio.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 | Tel.: 3205-0706 | www.fecomercio-es.com.br