



Indicadores IBGE

Pesquisa Mensal de Comércio

Abril 2026

Publicado em 16/06/2026 às 9 horas

Presidente da República
Luiz Inácio Lula da Silva

Ministro de Estado do Planejamento e Orçamento
Bruno Moretti

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE

Presidente
Marcio Pochmann

Diretora-Executiva
Flávia Vinhaes Santos

ORGÃOS ESPECÍFICOS SINGULARES

Diretoria de Pesquisas
Gustavo Junger da Silva

Diretoria de Geociências
Maria do Carmo Dias Bueno

Diretoria de Tecnologia da Informação
Marcos Vinícius Ferreira Mazoni

Centro de Documentação e Disseminação de Informações
José Daniel Castro da Silva

Escola Nacional de Ciências Estatísticas
Jorge Abrahão de Castro

UNIDADE RESPONSÁVEL

Diretoria de Pesquisas

Coordenação de Estatísticas Conjunturais em Empresas
Flávio Renato Keim Magheli

Gerência da Pesquisa Mensal de Comércio
Cristiano Santos

EQUIPE DE ANÁLISE
Cristiano Santos
Carla Fernandes de Mello Carvalho
Fabiana Conceição Figueiredo
Fabio Figueiredo Farias
Lucas Gonçalves Godoi

Editoração
Cristiano Santos

Indicadores IBGE
Plano de divulgação:

Trabalho e rendimento

Pesquisa mensal de emprego*
Pesquisa nacional por amostra de domicílios contínua

Agropecuária

Estatística da produção agrícola **
Estatística da produção pecuária **

Indústria

Pesquisa industrial mensal: emprego e salário ***
Pesquisa industrial mensal: produção física Brasil
Pesquisa industrial mensal: produção física regional

Comércio

Pesquisa mensal de comércio

Serviços

Pesquisa mensal de serviços

Índices, preços e custos

Índice de preços ao produtor – indústrias extrativas e de transformação

Sistema nacional de índices de preços ao consumidor:
IPCA-E

Sistema nacional de índices de preços ao consumidor:
INPC - IPCA

Sistema nacional de pesquisa de custos e índices da construção civil

Contas nacionais trimestrais

Contas nacionais trimestrais: indicadores de volume e valores correntes

* O último fascículo divulgado corresponde a fevereiro de 2016.

** Continuação de: Estatística da produção agropecuária, a partir de janeiro de 2006. A produção agrícola é composta do Levantamento Sistemático da Produção Agrícola. A produção pecuária é composta da Pesquisa Trimestral do Abate de Animais, da Pesquisa Trimestral do Leite, da Pesquisa Trimestral do Couro e da Produção de Ovos de Galinha.

*** O último fascículo divulgado corresponde a dezembro de 2015.

Iniciado em 1982, com a divulgação de indicadores sobre trabalho e rendimento, indústria e preços, o periódico **Indicadores IBGE** passou a incorporar, no decorrer das décadas seguintes, informações sobre agropecuária, contas nacionais trimestrais e serviços, visando contemplar as variadas demandas por estatísticas conjunturais para o País. Outros temas poderão ser abarcados futuramente, de acordo com as necessidades de informação identificadas. O periódico é subdividido em fascículos por temas específicos, que incluem tabelas de resultados, comentários e notas metodológicas. As informações apresentadas estão disponíveis em diferentes níveis geográficos: nacional, regional e metropolitano, variando por fascículo

SUMÁRIO

UNIDADE RESPONSÁVEL	2
NOTAS METODOLÓGICAS.....	2
1 CARACTERÍSTICAS DA PESQUISA	2
2 CONSTRUÇÃO DE INDICADORES	3
3 ENCADEAMENTO	5
4 SÉRIES DA PMC AJUSTADAS SAZONALMENTE.....	5
4.2 VOLUME DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA POR UNIDADE DA FEDERAÇÃO.....	7
4.3 VOLUME DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO POR UNIDADES DA FEDERAÇÃO	8
4.4 RECEITA NOMINAL DE VENDAS POR ATIVIDADES.....	9
4.5 RECEITA NOMINAL DE DO COMÉRCIO VAREJISTA VENDAS POR UNIDADE DA FEDERAÇÃO	10
4.6 RECEITA NOMINAL DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO	11
POR UNIDADE DA FEDERAÇÃO	11
5 DEFLATORES DA PESQUISA	12
6 OBSERVAÇÕES	14

NOTAS METODOLÓGICAS

A Pesquisa Mensal de Comércio - PMC tem como objetivo produzir indicadores que permitam acompanhar a evolução conjuntural do comércio varejista e do comércio varejista ampliado, e de seus principais segmentos.

A partir de janeiro de 2023, o Sistema de Índices do Comércio Varejista inicia uma nova série, que apresenta as seguintes revisões metodológicas:

Atualiza a amostra de informantes para 5 653 empresas, a partir dos estratos certos (empresas com 20 ou mais pessoas ocupadas) e gerencial da Pesquisa Anual de Comércio - PAC 2020;

Os índices de janeiro de 2000 até dezembro de 2003 têm o ano-base em 2000. Os índices de janeiro de 2004 até dezembro de 2011 têm o ano-base em 2003. Os índices de janeiro de 2012 até dezembro de 2016 têm o ano-base em 2011. Os índices de janeiro de 2017 até dezembro de 2022 têm o ano-base em 2014. Os índices de janeiro de 2023 em diante têm o ano-base em 2022;

A série completa dos índices (série encadeada) tem como período de referência¹ o ano de 2022;

Atualização dos deflatores (subíndice do IPCA), com ampliação das Regiões Metropolitanas e alteração da data de referência para deflacionamento;

Ampliação do período de revisão da pesquisa, que passa a ser de 13 meses.

1 CARACTERÍSTICAS DA PESQUISA

Âmbito - é definido pelo universo das empresas que atendem os seguintes requisitos:

- Empresas comerciais respondentes dos estratos certo e gerencial da Pesquisa Anual de Comércio (PAC) 2020, ou seja, as empresas com total de pessoas ocupadas maior ou igual a 20 ou com total de pessoas ocupadas menor do que 20, mas que atuavam em mais de uma Unidade da Federação, cuja receita bruta provenha, predominantemente da atividade comercial varejista;

- Estar em situação ativa no Cadastro Central de Empresas - Cempre, do IBGE, que cobre as entidades com registro no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica - CNPJ;

- Estar sediada no Território Nacional – em particular, para as Unidades da Federação da Região Norte (Rondônia, Acre, Amazonas, Roraima, Pará, Amapá e Tocantins), são consideradas apenas aquelas que estão sediadas nos Municípios das Capitais, com exceção do Pará, onde são consideradas aquelas que estão sediadas nos municípios da Região Metropolitana de Belém (Belém, Ananindeua, Benevides, Marituba e Santa Bárbara do Pará);

¹ Período de referência: é o ano para o qual o índice é igual a 100. A alteração para o ano de referência é um cálculo simples e não tem impacto nos movimentos da série.

- Ter atividade principal compreendida nos dez grupos de atividades da Classificação Nacional de Atividades Econômicas - CNAE 2.02, apresentadas no Quadro I. Deste total, oito segmentos apresentam receitas geradas predominantemente na atividade varejista e dois (Veículos e motos, partes e peças e Material de construção), respondem pelo varejo e atacado.

QUADRO I – GRUPOS DE ATIVIDADE E CÓDIGOS CNAE

Descrição da Atividade	Código CNAE
Combustíveis e lubrificantes	4731-8 e 4732-6
Supermercados, Hipermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	4711-3; 4712-1; 4729-6; 4721-1; 4722-9; 4723-7 e 4724-5
Tecidos, vestuário e calçados	4755-5; 4781-4 e 4782-2
Móveis e eletrodomésticos	4753-9; 4754-7; 4756-3; 4759-8; 4762-8
Artigos farmacêuticos, médicos, Ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	4771-7; 4772-5 e 4773-3
Equipamentos e materiais para escritório, Informática e de comunicação	4751-2; 4752-1
Livros, jornais, revistas e papelaria	4761-0
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	4713-0; 4757-1; 4763-6; 4774-1; 4783-1 e 4789-0
Veículos e motocicletas, partes e peças	4511-1; 4530-7; 4541-2
Material de construção	4674-5; 4671-1; 4672-9; 4673-7; 4679-6; 4741-5; 4742-3; 4743-1; 4744-0
Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	4631-1; 4632-0; 4633-8; 4634-6; 4635-4; 4636-2; 4637-5; 4639-7

Unidade de Investigação – A empresa, definida como entidade jurídica caracterizada por firma ou razão social, inscrita no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ), é a unidade básica de informação da PMC.

Variável Investigada – É a receita bruta de revenda, total e por Unidade da Federação, definida no âmbito da empresa como a receita bruta mensal proveniente da revenda de mercadorias, não deduzidos os impostos incidentes e nem as vendas canceladas, abatimentos e descontos incondicionais. Não estão incluídas as vendas de produtos de fabricação própria, receitas de serviços, receitas financeiras e outras receitas não-operacionais.

Amostra – Com base na Pesquisa Anual de Comércio 2014 e dentro do âmbito previamente definido foram selecionadas 5653 empresas distribuídas nas 27 Unidades da Federação.

2 CONSTRUÇÃO DE INDICADORES

Séries receita nominal e de volume – A partir da receita bruta de revenda investigada são construídos indicadores para duas variáveis: Receita Nominal de Vendas e Volume de Vendas. Esta última resulta da deflação dos valores nominais correntes por índices de preços específicos para cada grupo de atividade, e para cada Unidade da Federação, construídos a partir dos relativos de preços do Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo - IPCA (nova estrutura adotada a partir de janeiro de 2012) e do Sistema Nacional de Pesquisa de Custos e Índices da Construção Civil - SINAPI. Na construção dos índices de preços das UFs não cobertas pelo IPCA, foram usados os

2 A partir de janeiro de 2012, a Pesquisa Mensal de Comércio passou a adotar a versão 2.0 CNAE, com o objetivo de manter a comparabilidade internacional, adotando uma classificação de atividades econômicas atualizada com as mudanças no sistema produtivo das empresas.

relativos de preços da área geográfica mais apropriada.

Divulgação dos resultados – Os índices de receita nominal e de volume de vendas são divulgados dentro do seguinte quadro esquemático:

1 - *Índice de Comércio Varejista* - Índice-síntese das atividades investigadas na pesquisa, cujas receitas provêm preponderantemente da atividade do varejo. Divulgados para o Brasil e suas 27 Unidades da Federação.

2 - *Índices de Comércio Varejista por atividade* - Para os segmentos do varejo, relacionados abaixo, são divulgados índices em nível Brasil e 12 Unidades da Federação selecionadas: Ceará, Pernambuco, Bahia, Minas Gerais, Espírito Santo, Rio de Janeiro, São Paulo, Paraná, Santa Catarina, Rio Grande do Sul, Goiás e Distrito Federal. Neste nível de abrangência geográfica divulga-se, ainda, resultados para “*Supermercados e hipermercados*”, que corresponde a um detalhamento da atividade de “*Supermercados, hipermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo*”, além de “*Móveis*” e “*Eletrodomésticos*”³, que correspondem a um detalhamento da atividade “*Móveis e Eletrodomésticos*”.

- . Combustíveis e lubrificantes;
- . Supermercados, hipermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo;
 - . Vestuário, calçados e tecidos;
- . Móveis e eletrodomésticos;
- . Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria e cosméticos;
- . Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação;
- . Livros, jornais, revistas e papelaria; e
- . Outros artigos de uso pessoal e doméstico

3 - *Índices de Comércio Varejista Ampliado* - Índice-síntese dos grupos de atividades que compõem o varejo e mais os segmentos de “*Veículos e motocicletas, partes e peças*”, de “*Material de construção*” e “*Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo*”. Divulgados para o Brasil e suas 27 Unidades da Federação.

4 - *Índices de Comércio Varejista Ampliado por atividade* - Para todas as atividades relacionadas no item 2 além de “*Veículos e motos, partes e peças*”, de “*Material de construção*” e “*Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo*”, são calculados índices para o Brasil e as 12 Unidades da Federação também citadas no item 2.

Tipos de índices - São divulgados cinco tipos de índices:

ÍNDICE DE BASE FIXA: Compara os níveis nominal e de volume da Receita Bruta de Revenda do mês com a média mensal obtida no ano de 2022.

ÍNDICE MÊS/MÊS ANTERIOR: Compara os índices nominal e de volume da Receita Bruta de Revenda do mês com os obtidos no mês imediatamente anterior. São índices cujas séries são

³ A partir de junho de 2013, a atividade de “Móveis e eletrodomésticos” passa a ser divulgada também separadamente, em duas novas séries: “Móveis” e “Eletrodomésticos”.

ajustadas sazonalmente.

ÍNDICE MÊS/IGUAL MÊS DO ANO ANTERIOR: Compara os índices nominal e de volume da Receita Bruta de Revenda do mês de referência com os obtidos em igual mês do ano anterior;

ÍNDICE ACUMULADO NO ANO: Compara os índices acumulados nominais e de volume da Receita Bruta de Revenda de janeiro até o mês de referência com os de igual período do ano anterior;

ÍNDICE ACUMULADO DE 12 MESES: Compara os índices acumulados nominais e de volume da Receita Bruta de Revenda dos últimos 12 meses com os de igual período imediatamente anterior.

3 ENCADEAMENTO

A série de Índices de Base Fixa que se encerrou em dezembro de 2022 (base 2014 = 100) foi encadeada com a série que se inicia em janeiro de 2023 (base 2022 = 100). A série encadeada tem como referência a média mensal de 2022 = 100. Este procedimento não altera as séries dos Índices Mês/Igual Mês do Ano Anterior, Acumulado no Ano e Acumulado de 12 meses já publicadas.

4 SÉRIES DA PMC AJUSTADAS SAZONALMENTE

As séries da PMC ajustadas sazonalmente consideram como fatores sazonais, o efeito calendário, os feriados de Carnaval, Páscoa e Corpus Christi além da identificação de outliers. Os cálculos são feitos utilizando-se o software X13 ARIMA - SEATS, do U.S. Census Bureau. A modelagem foi inicialmente definida com a série de 5 anos da pesquisa (janeiro de 2000 a dezembro de 2004). Em julho de 2006 a modelagem foi atualizada com a série de 6 anos da pesquisa (janeiro de 2000 a dezembro de 2005) e permaneceu inalterada até a divulgação do resultado de dezembro de 2007. A partir de janeiro de 2008 a modelagem passou a ser atualizada anualmente até 2016, incorporando sempre as 12 últimas informações do ano anterior. A partir de abril de 2018, a modelagem foi atualizada com a série de 18 anos da pesquisa (janeiro 2000 a dezembro de 2017), com ampliação nos modelos de ajuste, incluindo as séries de receita nominal e volume do comércio varejista ampliado por unidade da federação. Para os feriados de Carnaval e Corpus Christi utilizou-se o programa “genhol.exe”, disponibilizado pelo U.S. Census Bureau, de modo a gerar a matriz de coeficientes de regressão.

As atividades PMC não contempladas no ajuste sazonal até dezembro de 2007 (“*Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos*”, “*Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação*”, “*Livros, jornais, revistas e papelaria*”, “*Outros artigos de uso pessoal e doméstico*” e “*Material de Construção*”), cujas séries completaram 60 meses, passaram a ser publicadas a partir de janeiro de 2008. A série de “*Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo*”, que se inicia em janeiro de 2023, não terá versão ajustada sazonalmente até completar 60 meses, ou seja, a partir de janeiro de 2029. Os modelos adotados nas séries divulgadas são apresentados a seguir.

4.1 VOLUME DE VENDAS POR ATIVIDADES

ATIVIDADE	DECOMPOSIÇÃO	MODELO ARIMA	REGRESSÃO (REGARIMA)
Comércio Varejista	Multiplicativo	(1 1 0)(1 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, Páscoa[1], LS2020.Abr, TC2020.Abr, LS2020.Dez, AO2021.Jul
Combustíveis	Aditivo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, LS2020.Mar, TC2020.Abr, LS2022.Jul
Hiper., Super, Produtos alimentícios, bebidas e fumo	Multiplicativo	(3 1 1)(0 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, Páscoa[8], LS2012.Jan, LS2017.Jan, TC2017.Mar, AO2020.Mar, TC2020.Mai
Super e Hipermercados	Multiplicativo	(2 1 0)(0 1 1)	Efeito Calendário, Páscoa[8], LS2012.Jan, LS2017.Jan, TC2017.Mar, AO2020.Mar, TC2020.Mai
Tecidos, vestuário e calçados	Aditivo	(0 1 2)(0 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, LS2017.Jan, AO2020.Mar, AO2020.Abr, TC2020.Abr, TC2020.Ago, TC2021.Mar
Móveis e eletrodomésticos	Multiplicativo	(1 1 1)(0 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, Páscoa[8], TC2020.Mar, AO2020.Abr, LS2020.Jun, AO2021.Mar
Artigos farmac, méd, ortop e de perfumaria	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, Páscoa[8], TC2020.Abr, AO2022.Jan
Livros, jornais, revistas e papelaria.	Aditivo	(1 1 1)(0 1 0)	Carnaval e Corpus Christi, Páscoa[8], AO2005.Jan, TC2008.Fev, AO2010.Dez, AO2014.Fev, LS2019.Dez, LS2020.Mar, TC2020.Abr, AO2021.Jan, AO2022.Jan
Equip. e Materiais p escritório, informática e comunicação	Multiplicativo	(2 1 0)(0 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, LS2005.Fev, AO2011.Jun, TC2020.Mar, TC2020.Abr
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, Páscoa[1], AO2020.Mar, TC2020.Abr, LS2020.Mai, AO2021.Mar, AO2021.Jul
Comércio Varejista Ampliado	Multiplicativo	(0 1 2)(0 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, AO2009.Jun, AO2010.Mar, AO2012.Set, AO2020.Mar, TC2020.Abr, AO2021.Mar
Automóveis, motocicletas, partes e peças	Multiplicativo	(3 1 1)(2 0 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, Páscoa[8], AO2020.Mar, TC2020.Abr
Material de construção	Multiplicativo	(1 0 1)(1 0 1)	Carnaval e Corpus Christi, Constante, Efeito Calendário, Páscoa[8], AO2018.Mai, TC2020.Mar, AO2020.Abr, LS2020.Jun

4.2 VOLUME DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA POR UNIDADE DA FEDERAÇÃO

UF	DECOMPOSIÇÃO	MODELO ARIMA	REGRESSÃO (REGARIMA)
Rondônia	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Efeito Calendário, AO2001.Jun, TC2020.Mar, AO2020.Abr, TC2020.Ago, AO2021.Jul
Acre	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	TC2003.Nov, TC2020.Mar, TC2020.Abr, TC2020.Ago, TC2021.Fev
Amazonas	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	LS2002.Dez, LS2020.Mar, TC2020.Abr, LS2020.Jun, TC2021.Jan, TC2021.Mar
Roraima	Multiplicativo	(2 1 1)(0 1 1)	Efeito Calendário, Páscoa[15], TC2000.Abr
Pará	Multiplicativo	(1 1 1)(0 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, LS2002.Dez, LS2008.Fev, AO2014.Out, AO2020.Mar, LS2020.Abr, LS2020.Jun, AO2021.Mar
Amapá	Multiplicativo	(1 0 2)(0 1 1)	LS2006.Jan, AO2017.Dez, AO2018.Dez, TC2020.Abr, LS2020.Jul, AO2021.Mai
Tocantins	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, TC2003.Mai, LS2005.Fev, LS2010.Fev, TC2020.Jun
Maranhão	Multiplicativo	(1 1 1)(0 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, AO2001.Mai, TC2002.Mar, AO2011.Out, TC2020.Abr, LS2020.Jun, LS2020.Dez
Piauí	Aditivo	(1 1 1)(0 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, TC2019.Jun, TC2020.Abr, LS2020.Ago
Ceará	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, LS2020.Mar, TC2020.Abr, LS2020.Jun, LS2021.Jan, TC2021.Mar
Rio Grande do Norte	Multiplicativo	(1 1 0)(0 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, LS2002.Nov, AO2004.Jan, LS2005.Fev, TC2020.Abr, TC2020.Ago Efeito Calendário, Páscoa[15]
Paraíba	Multiplicativo	(1 1 0)(0 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, TC2020.Abr, LS2020.Jul, LS2022.Ago
Pernambuco	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, Páscoa[1], LS2003.Mar, TC2020.Mar, TC2020.Abr, TC2020.Jul, AO2021.Mar
Alagoas	Multiplicativo	(1 1 0)(0 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, Páscoa[1], TC2020.Abr
Sergipe	Multiplicativo	(1 1 0)(0 1 1)	Efeito Calendário, Páscoa[15], LS2005.Fev, TC2006.Fev, TC2020.Abr
Bahia	Multiplicativo	(1 1 0)(1 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, AO2019.Dez, AO2020.Mar, TC2020.Abr, TC2020.Ago, AO2021.Mar
Minas Gerais	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, Páscoa[1], TC2020.Abr, LS2020.Mai
Espírito Santo	Multiplicativo	(2 1 2)(0 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, TC2017.Fev, AO2020.Abr, AO2023.Nov
Rio de Janeiro	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, Páscoa[15], AO2020.Mar, TC2020.Abr
São Paulo	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, Páscoa[15], AO2017.Mar, TC2020.Abr
Paraná	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, Páscoa[15], AO2020.Abr, AO2021.Jul
Santa Catarina	Multiplicativo	(0 1 1)(2 1 1)	Efeito Calendário, Páscoa[1], AO2020.Abr, AO2021.Jul
Rio Grande do Sul	Multiplicativo	(1 1 0)(0 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, Páscoa[8], LS2017.Jan, TC2019.Dez, AO2020.Abr, LS2021.Abr, LS2021.Ago, LS2022.Mar
Mato Grosso do Sul	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, Páscoa[1], LS2000.Ago, AO2001.Jun, TC2002.Jan, LS2009.Fev, AO2011.Mai, LS2012.Jan, AO2012.Dez, AO2020.Abr, AO2021.Jul
Mato Grosso	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Efeito Calendário, AO2002.Mai, LS2006.Fev, AO2020.Abr, AO2021.Jul
Goiás	Multiplicativo	(1 1 1)(0 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, Páscoa[1], LS2005.Fev, TC2017.Mar, TC2020.Mar, AO2020.Abr, AO2021.Mar
Distrito Federal	Aditivo	(1 1 1)(0 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, Páscoa[1], TC2020.Mar, TC2020.Abr, AO2021.Mar, AO2022.Dez

4.3 VOLUME DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO POR UNIDADES DA FEDERAÇÃO

UF	DECOMPOSIÇÃO	MODELO ARIMA	REGRESSÃO (REGARIMA)
Rondônia	Multiplicativo	(1 1 1)(0 1 1)	Efeito Calendário, TC2005.Fev, LS2006.Ago, TC2016.Nov, AO2017.Ago, AO2020.Mar, TC2020.Abr, LS2020.Mai, AO2023.Set
Acre	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Páscoa[1], TC2014.Mai, TC2020.Mar, TC2020.Abr
Amazonas	Aditivo	(0 1 2)(1 1 1)	Efeito Calendário, AO2020.Mar, TC2020.Abr, LS2020.Jun, TC2021.Jan, TC2021.Mar
Roraima	Multiplicativo	(1 1 1)(0 1 1)	Constante, Efeito Calendário
Pará	Multiplicativo	(1 1 0)(1 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, LS2020.Abr, LS2020.Jun
Amapá	Aditivo	(0 1 1)(0 1 1)	Efeito Calendário, AO2017.Dez, AO2018.Dez, LS2020.Mar, TC2020.Abr, TC2020.Jun, LS2020.Jul, AO2021.Mar, AO2021.Mai
Tocantins	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, Páscoa[8], LS2005.Fev, LS2010.Fev, LS2014.Dez, AO2020.Abr, TC2023.Mar
Maranhão	Multiplicativo	(1 1 1)(1 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, Páscoa[1], LS2020.Mar, TC2020.Abr, LS2020.Jun, AO2023.Mai
Piauí	Aditivo	(1 1 1)(1 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, Páscoa[1], AO2009.Jun, AO2010.Mar, AO2012.Set, TC2014.Out, TC2019.Jun, TC2020.Mar, TC2020.Abr, AO2020.Mai, LS2020.Ago, AO2021.Jan, TC2021.Mar
Ceará	Aditivo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, AO2010.Mar, TC2012.Jun, LS2020.Mar, TC2020.Abr, LS2020.Jun, LS2020.Jul, AO2021.Mar, AO2022.Abr
Rio Grande do Norte	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, AO2010.Mar, AO2020.Mar, TC2020.Abr
Paraíba	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, LS2008.Out, LS2014.Dez, AO2020.Mar, TC2020.Abr, TC2020.Jul, LS2022.Ago
Pernambuco	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, TC2020.Mar, TC2020.Abr, TC2020.Jul, AO2021.Mar, LS2022.Fev
Alagoas	Multiplicativo	(2 1 2)(0 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, AO2005.Jul, TC2012.Jun, AO2020.Mar, TC2020.Abr
Sergipe	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, AO2010.Mar, AO2020.Mar, TC2020.Mar
Bahia	Multiplicativo	(0 1 2)(0 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, AO2010.Mar, TC2020.Mar, TC2020.Abr, AO2021.Mar
Minas Gerais	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, LS2005.Fev, TC2020.Mar, AO2020.Abr
Espírito Santo	Multiplicativo	(0 1 1) (2 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, Páscoa[1], LS2011.Jun, AO2017.Fev, AO2020.Abr
Rio de Janeiro	Multiplicativo	(0 1 1)(1 1 2)	Carnaval e Corpus Christi, Páscoa[15], AO2020.Mar, TC2020.Abr
São Paulo	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, LS2008.Out, AO2009.Jun, AO2010.Mar, AO2020.Mar, TC2020.Abr, TC2021.Mar, TC2023.Mar
Paraná	Multiplicativo	(0 1 1) (2 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, TC2020.Mar, AO2020.Abr
Santa Catarina	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, TC2020.Mar, AO2020.Abr
Rio Grande do Sul	Multiplicativo	(0 1 1) (2 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, LS2017.Jan, TC2020.Mar, AO2020.Abr, AO2021.Mar, AO2024.Mai
Mato Grosso do Sul	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, AO2010.Mar, TC2020.Mar, AO2020.Abr
Mato Grosso	Multiplicativo	(2 1 0)(0 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, Páscoa[1], TC2020.Mar
Goiás	Multiplicativo	(2 1 0)(0 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, Páscoa[1], LS2008.Out, AO2010.Mar, AO2020.Mar, TC2020.Abr, AO2021.Mar
Distrito Federal	Multiplicativo	(0 1 2)(0 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, AO2009.Set, AO2010.Mar, AO2012.Ago, AO2020.Mar, TC2020.Abr, TC2021.Mar

4.4 RECEITA NOMINAL DE VENDAS POR ATIVIDADES

ATIVIDADE	DECOMPOSIÇÃO	MODELO ARIMA	REGRESSÃO (REGARIMA)
Comércio Varejista	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, Páscoa[15], LS2020.Abr, TC2020.Abr, LS2022.Mar
Combustíveis	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, Páscoa[1], LS2020.Mar, TC2020.Abr, TC2020.Mai, LS2022.Mar, TC2023.Jan
Hiper., Super, Produtos alimentícios, bebidas e fumo	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Efeito Calendário, Páscoa[8], LS2002.Out, LS2012.Jan, AO2016.Dez, LS2017.Mar, AO2020.Mar, LS2020.Mai
Super e Hipermercados	Multiplicativo	(2 1 0)(0 1 1)	Efeito Calendário, Páscoa[15], LS2017.Mar, AO2020.Mar
Tecidos, vestuário e calçados	Aditivo	(0 1 1)(0 1 0)	LS2017.Jan, LS2020.Mar, TC2020.Abr, AO2020.Mai, LS2020.Ago, TC2020.Dez, TC2021.Mar, AO2022.Jul
Móveis e eletrodomésticos	Multiplicativo	(1 1 0)(0 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, Páscoa[8], TC2020.Mar, AO2020.Abr, LS2020.Jun, AO2021.Mar
Artigos farmac, méd, ortop e de perfumaria.	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, Páscoa[8], TC2020.Abr, AO2020.Jul, LS2021.Dez, AO2022.Jan
Livros, jornais, revistas e papelaria.	Aditivo	(1 0 0)(1 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, AO2005.Jan, AO2008.Jan, AO2010.Dez, AO2014.Fev, TC2014.Nov, TC2019.Jan, AO2019.Jun, LS2019.Dez, LS2020.Mar, TC2020.Abr, AO2020.Jul, AO2020.Nov, TC2021.Jan, AO2021.Fev, AO2022.Jan, Páscoa[8]
Equip. e Materiais p escritório, informática e comunicação	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, LS2005.Fev, TC2020.Mar, TC2020.Abr
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, Páscoa[1], TC2020.Mar, TC2020.Abr, LS2020.Mai, AO2021.Mar, AO2021.Jul
Comércio Varejista Ampliado	Multiplicativo	(0 1 1)(1 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, LS2008.Out, AO2009.Jun, AO2010.Mar, TC2020.Mar, TC2020.Abr, TC2021.Mar
Automóveis, motocicletas, partes e peças.	Multiplicativo	(0 1 1) (2 0 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, Páscoa[8], TC2020.Mar, TC2020.Abr
Material de construção	Multiplicativo	(2 1 2)(0 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, Páscoa[8], AO2010.Abr, AO2018.Mai, AO2020.Mar, TC2020.Mar, LS2020.Abr

4.5 RECEITA NOMINAL DE DO COMÉRCIO VAREJISTA VENDAS POR UNIDADE DA FEDERAÇÃO

UF	DECOMPOSIÇÃO	MODELO ARIMA	REGRESSÃO (REGARIMA)
Rondônia	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Efeito Calendário, Páscoa[1], AO2001.Jun, TC2020.Mar, TC2020.Abr, LS2020.Dez, AO2021.Jul
Acre	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	TC2003.Nov, LS2005.Fev, LS2006.Fev, TC2020.Mar, TC2020.Abr, TC2020.Ago, TC2021.Fev
Amazonas	Multiplicativo	(0 1 2)(0 1 1)	Efeito Calendário, Páscoa[15], LS2004.Mai, LS2005.Fev, LS2019.Jun, TC2020.Abr, LS2020.Jun, TC2021.Jan, TC2021.Mar
Roraima	Multiplicativo	(2 1 1)(0 1 1)	Efeito Calendário, Páscoa[15], TC2000.Abr, AO2002.Jul, LS2017.Jan, TC2020.Abr
Pará	Multiplicativo	(1 1 1)(0 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, LS2001.Jun, AO2008.Jan, AO2014.Out, LS2020.Abr, LS2020.Jun
Amapá	Multiplicativo	(1 1 0)(0 1 1)	TC2006.Jan, AO2017.Dez, AO2018.Dez, TC2020.Abr, LS2020.Jul, AO2021.Mai
Tocantins	Multiplicativo	(2 1 0)(0 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, TC2003.Mai, LS2005.Fev, LS2010.Fev
Maranhão	Multiplicativo	(1 1 1)(0 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, AO2001.Mai, TC2002.Mar, LS2005.Fev, AO2011.Out, TC2020.Abr, LS2020.Jun, LS2020.Dez
Piauí	Multiplicativo	(1 1 1)(0 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, TC2000.Jan, TC2001.Jan, TC2002.Jan, AO2002.Mar, TC2003.Jan, TC2003.Mar, LS2005.Fev, AO2008.Jan, TC2008.Dez, TC2010.Abr, TC2019.Jun, LS2019.Ago, LS2020.Mar, TC2020.Abr, LS2020.Jun, LS2020.Ago, AO2021.Fev, LS2021.Mai
Ceará	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, LS2020.Mar, TC2020.Abr, LS2020.Jun, TC2021.Jan, TC2021.Mar
Rio Grande do Norte	Multiplicativo	(1 1 0)(0 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, TC2004.Jan, LS2006.Fev, AO2018.Jan, TC2020.Abr, Efeito Calendário, Páscoa[15]
Paraíba	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, Páscoa[15], AO2008.Jan, LS2008.Out, TC2020.Abr, LS2020.Jul, TC2022.Ago
Pernambuco	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, Páscoa[1], TC2003.Jan, AO2020.Mar, TC2020.Abr, LS2020.Jul, AO2021.Mar
Alagoas	Multiplicativo	(2 1 2)(0 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, Páscoa[1], TC2020.Abr
Sergipe	Multiplicativo	(1 1 0)(1 1 1)	Efeito Calendário, Páscoa[15], LS2005.Fev, LS2006.Fev, TC2020.Abr
Bahia	Multiplicativo	(1 1 1)(1 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, TC2004.Jan, AO2019.Dez, AO2020.Mar, TC2020.Abr, TC2020.Ago, AO2021.Mar
Minas Gerais	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, Páscoa[1], LS2020.Abr, TC2020.Abr
Espírito Santo	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, Páscoa[15], AO2002.Abr, TC2017.Fev, TC2020.Abr, AO2023.Nov, AO2024.Nov
Rio de Janeiro	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, Páscoa[15], TC2020.Mar, TC2020.Abr
São Paulo	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, Páscoa[15], AO2017.Mar, TC2020.Abr
Paraná	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Efeito Calendário, Páscoa[15], TC2003.Fev, TC2020.Abr, AO2021.Jul
Santa Catarina	Multiplicativo	(3 1 1)(0 1 2)	Efeito Calendário, Páscoa[1], AO2020.Abr, AO2021.Jul
Rio Grande do Sul	Multiplicativo	(1 1 1)(0 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, Páscoa[1], AO2017.Jan, TC2019.Dez, TC2020.Abr, LS2021.Abr, LS2022.Mar
Mato Grosso do Sul	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Efeito Calendário, Páscoa[15], AO2020.Abr
Mato Grosso	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Efeito Calendário, AO2002.Mai, LS2006.Fev, AO2020.Abr
Goiás	Multiplicativo	(1 1 1)(0 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, Páscoa[1], LS2005.Fev, LS2017.Mar, AO2020.Mar, TC2020.Abr, AO2021.Mar
Distrito Federal	Multiplicativo	(1 1 1)(2 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, Páscoa[1], TC2001.Jun, AO2020.Mar, TC2020.Abr, AO2020.Mai, TC2021.Mar, LS2022.Fev, AO2022.Dez

4.6 RECEITA NOMINAL DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO POR UNIDADE DA FEDERAÇÃO

UF	DECOMPOSIÇÃO	MODELO ARIMA	REGRESSÃO (REGARIMA)
Rondônia	Multiplicativo	(1 1 1)(1 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, TC2005.Fev, LS2016.Nov, AO2017.Ago, TC2020.Mar, TC2020.Abr, AO2023.Set
Acre	Multiplicativo	(1 1 1)(0 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, Páscoa[1], LS2004.Dez, LS2006.Fev, TC2014.Mai, TC2020.Mar, TC2020.Abr
Amazonas	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, AO2020.Mar, TC2020.Abr, LS2020.Jun, TC2021.Jan, TC2021.Mar
Roraima	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Efeito Calendário
Pará	Multiplicativo	(0 1 1)(1 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, LS2020.Abr, LS2020.Jun, LS2023.Jul
Amapá	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Efeito Calendário, AO2004.Dez, AO2018.Dez, TC2020.Abr, LS2020.Jun, TC2020.Jul, TC2021.Mai
Tocantins	Multiplicativo	(2 1 0)(0 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, LS2005.Fev, TC2020.Abr, TC2023.Mar
Maranhão	Multiplicativo	(1 1 1)(0 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, Páscoa[1], TC2020.Mar, TC2020.Abr, LS2020.Jun, AO2023.Mai
Piauí	Multiplicativo	(1 1 1)(1 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, Páscoa[1], LS2005.Fev, TC2005.Dez, AO2009.Jun, AO2010.Mar, AO2012.Set, TC2019.Jun, TC2020.Mar, TC2020.Abr, AO2020.Mai, LS2020.Ago, AO2021.Jan, TC2021.Mar
Ceará	Multiplicativo	(1 1 1)(2 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, TC2020.Mar, TC2020.Abr, AO2020.Mai, AO2021.Mar
Rio Grande do Norte	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, AO2010.Mar, TC2020.Mar, TC2020.Abr
Paraíba	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, TC2020.Mar, TC2020.Abr, TC2022.Ago
Pernambuco	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, AO2020.Mar, TC2020.Abr, TC2020.Jul, LS2022.Fev
Alagoas	Multiplicativo	(0 1 1)(1 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, AO2005.Jul, TC2020.Mar, TC2020.Abr
Sergipe	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, LS2005.Fev, AO2010.Mar, AO2020.Mar, TC2020.Abr
Bahia	Multiplicativo	(0 1 1)(2 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, TC2020.Mar, TC2020.Abr, AO2021.Mar
Minas Gerais	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, LS2005.Fev, LS2008.Nov, LS2020.Mar, LS2020.Abr, TC2020.Abr, TC2021.Mar, LS2023.Mai
Espírito Santo	Multiplicativo	(0 1 1)(2 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, Páscoa[1], AO2017.Fev, TC2020.Abr
Rio de Janeiro	Multiplicativo	(1 1 1)(1 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Páscoa[15], AO2020.Mar, TC2020.Abr
São Paulo	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, LS2005.Fev, LS2006.Fev, LS2008.Out, AO2009.Jun, AO2010.Mar, TC2020.Mar, TC2020.Abr, TC2021.Mar, TC2023.Mar
Paraná	Multiplicativo	(0 1 1)(2 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, LS2008.Out, TC2020.Mar, AO2020.Abr
Santa Catarina	Multiplicativo	(1 1 1)(0 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, TC2020.Mar, AO2020.Abr
Rio Grande do Sul	Multiplicativo	(1 1 1)(1 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, LS2017.Jan, TC2020.Mar, AO2020.Abr, AO2021.Mar, LS2024.Jun
Mato Grosso do Sul	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, AO2010.Mar, TC2020.Mar, AO2020.Abr
Mato Grosso	Multiplicativo	(2 1 2)(0 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, Páscoa[1], LS2020.Mar
Goiás	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, Páscoa[1], LS2008.Out, AO2010.Mar, AO2020.Mar, TC2020.Abr, AO2021.Mar
Distrito Federal	Aditivo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, AO2010.Mar, AO2012.Ago, AO2020.Mar, TC2020.Abr, TC2021.Mar

5 DEFLATORES DA PESQUISA

Os índices de preços aplicados para o deflacionamento (data de referência: julho de 2020) das receitas correntes das empresas da PMC são derivados do IPCA mensal para as atividades PMC de 1 a 14 e do SINAPI somente para a atividade 11, pesquisados e divulgados pelo IBGE. Os itens do IPCA utilizados na pesquisa são os que melhor representam o comportamento de preços de cada grupo de produtos e/ou CNAE que compõe uma atividade PMC.

Atividades da PMC	CNAE da PMC	Grupo de produto	Itens do IPCA	
1- Combustíveis e lubrificantes	4731-8	-	IPCA (cód. 5104001)	
			IPCA (cód. 5104002)	
			IPCA (cód. 5104003)	
2 - Hipermercados e supermercados	4732-6	-	IPCA (cód. 5102007)	
			Alimentos	IPCA (cód. 1100000)
			Consumo Pessoal	IPCA (cód. 6300000)
			Consumo Residencial	IPCA (cód. 2104000)
3- Produtos alimentícios, bebidas e fumo	4711-3	-	Outros	IPCA (cód. IG)
			4712-1	-
	4729-6	-	-	IPCA (cód. 1100000)
				IPCA (cód. 7202000)
	4721-1	-	-	IPCA (cód. 1111000)
				IPCA (cód. 1112000)
				IPCA (cód. 1201061)
	4722-9	-	-	IPCA (cód. 1107000)
				IPCA (cód. 1108000)
	4723-7	-	-	IPCA (cód. 1114000)
4724-5				-
4- Tecidos, vestuário e calçados	4755-5	-	IPCA (cód. 1105000)	
			IPCA (cód. 1106000)	
			IPCA (cód. 4401000)	
5- Móveis e eletrodomésticos	4781-4	-	IPCA (cód. 4100000)	
			IPCA (cód. 4200000)	
			4782-2	-
	4753-9	-	-	IPCA (cód. 7201010)
				IPCA (cód. 3102000)
	4754-7	-	-	IPCA serviços
IPCA (cód. 3101000)				
6- Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, perfumaria e cosméticos	4771-7	-	IPCA (cód. 3102000)	
			IPCA (cód. 6101000)	
			IPCA (cód. 6301000)	
4772-5	-	IPCA (cód. 6101000)		
4773-3	-	IPCA serviços		

Atividades da PMC	CNAE da PMC	Grupo de produto	Itens do IPCA	
7- Equipamentos e material para escritório, informática	4751-2	-	IPCA (cód. 3202028)	
	4752-1	-	IPCA (cód. 9101019)	
8- Livros, jornais, revistas e papelaria	4761-0	-	IPCA (cód. 8102000)	
			IPCA (cód. 8103000)	
9- Outros artigos de uso pessoal e doméstico	4713-0	-	IPCA (cód. 1104000)	
			IPCA (cód. 1112003)	
			IPCA (cód. 3102000)	
			IPCA (cód. 3103000)	
			IPCA (cód. 3200000)	
			IPCA (cód. 4100000)	
			IPCA (cód. 4200000)	
			IPCA (cód. 6300000)	
	4774-1	-	IPCA (cód. 6102000)	
	4783-1	-	IPCA (cód. 4301002)	
	4789-0	-	IPCA (cód. 4301004)	
	4757-1	-	IPCA (cód. IG)	
10- Veículos, motocicletas, partes e peças	4511-1	Veículos novos	IPCA (cód. IG)	
		Veículos usados	IPCA (cód. 5102001)	
		Partes e peças	IPCA (cód. 5102009)	
	4530-7	Veículos novos	IPCA (cód. 5102010)	
		Veículos usados	IPCA (cód. 5102001)	
		Partes e peças	IPCA (cód. 5102020)	
	4541-2	Veículos novos	IPCA (cód. 5102009)	
		Veículos usados	IPCA (cód. 5102010)	
		Partes e peças	IPCA (cód. 5102053)	
	11- Atacado e varejo de material de construção	4671-1	-	IPCA (cód. 5102053)
		4672-9	-	IPCA (cód. 5102009)
		4673-7	-	IPCA (cód. 5102010)
4674-5		-	IPCA (cód. IG SINAPI)	
4679-6		-	IPCA (cód. IG SINAPI)	
4741-5		-	IPCA (cód. IG SINAPI)	
4742-3		-	IPCA (cód. 2103014)	
4743-1		-	IPCA (cód. 2103008)	
4744-0		-	IPCA (cód. 2103000)	
			IPCA (cód. 2103005)	
			IPCA (cód. 2103032)	
			IPCA (cód. 2103039)	
	IPCA (cód. 2103040)			
			IPCA (cód. 2103041)	

Atividades da PMC	CNAE da PMC	Grupo de produto	Itens do IPCA
12- Móveis	4753-9	-	IPCA (cód. 3101000)
			IPCA (cód. 3102000)
	4756-3	-	IPCA (cód. 3102000)
	4759-8	-	IPCA (cód. 3101000)
			IPCA (cód. 3102000)
	4762-8	-	IPCA (cód. 3102000)
4754-7	-	IPCA (cód. 3101000)	
		IPCA (cód. 3102000)	
13- Eletrodomésticos	4753-9	-	IPCA (cód. 3200000)
	4756-3	-	IPCA (cód. 7201010)
	4759-8	-	IPCA (cód. 3200000)
	4762-8	-	IPCA serviços
	4754-7	-	IPCA (cód. 3200000)
14- Atacado especializado em Produtos Alimentícios, Bebidas e Fumo	4631-1		IPCA (cód. 1111000)
	4632-0		IPCA (cód. 1101000)
			IPCA (cód. 1102000)
	4633-8		IPCA (cód. 1103000)
			IPCA (cód. 1105000)
			IPCA (cód. 1106000)
	4634-6		IPCA (cód. 1107000)
			IPCA (cód. 1108000)
	4635-4		IPCA (cód. 1114000)
	4636-2		IPCA (cód. 7202000)
4637-1		IPCA (cód. 1100000)	
4639-7		IPCA (cód. 1000000)	

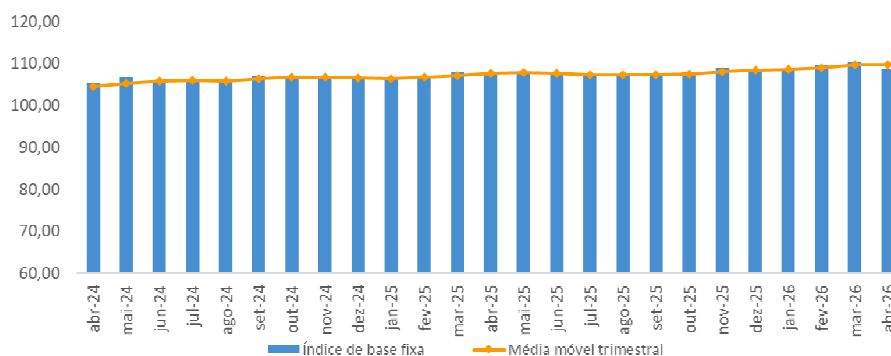
6 OBSERVAÇÕES

Os índices do mês poderão ser alterados na divulgação do mês subsequente, em virtude de retificações nos dados primários por parte dos informantes da pesquisa.

COMENTÁRIOS

Em abril de 2026, o volume de vendas no **comércio varejista** nacional mostrou queda de 1,5% frente ao mês imediatamente anterior, na série livre de influências sazonais, após alta de 0,7% em março de 2026. Com isso, a evolução do índice de média móvel trimestral para o varejo, depois do avanço de 0,7% no trimestre encerrado em março de 2026, ficou estável (0,0%) no trimestre encerrado em abril de 2026.

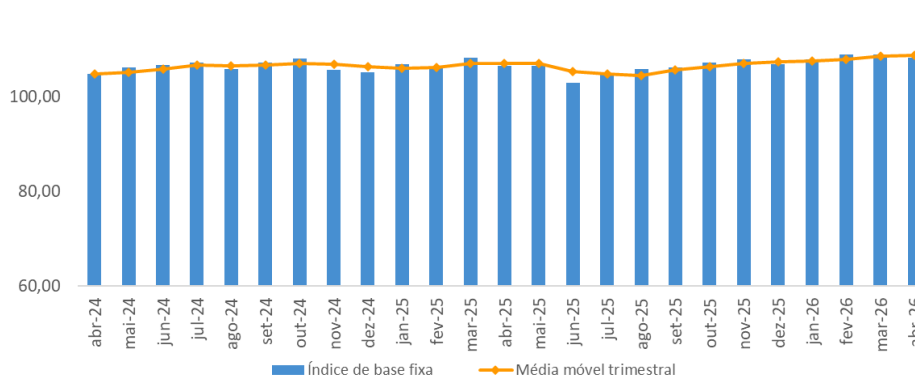
Gráfico 1 - Volume de Vendas do Varejo com Ajuste Sazonal
Índice de Base Fixa e Média Móvel Trimestral
Abril 2026



Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Estatísticas Conjunturais em Empresas

Considerando o **comércio varejista ampliado**, que inclui, além do varejo, as atividades de *Veículos, motos, partes e peças, Material de construção e Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo*, o volume de vendas em abril de 2026 mostrou queda de 0,7% frente ao mês imediatamente anterior, após estabilidade (0,0%) em março de 2026. Com isso, a evolução do índice de média móvel trimestral para o varejo ampliado, depois do avanço de 0,6% no trimestre encerrado em março de 2026, aumentou em 0,1% no trimestre encerrado em abril de 2026.

Gráfico 2 - Volume de Vendas do Varejo Ampliado com Ajuste Sazonal
Índice de Base Fixa e Média Móvel Trimestral
Abril 2026



Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Estatísticas Conjunturais em Empresas

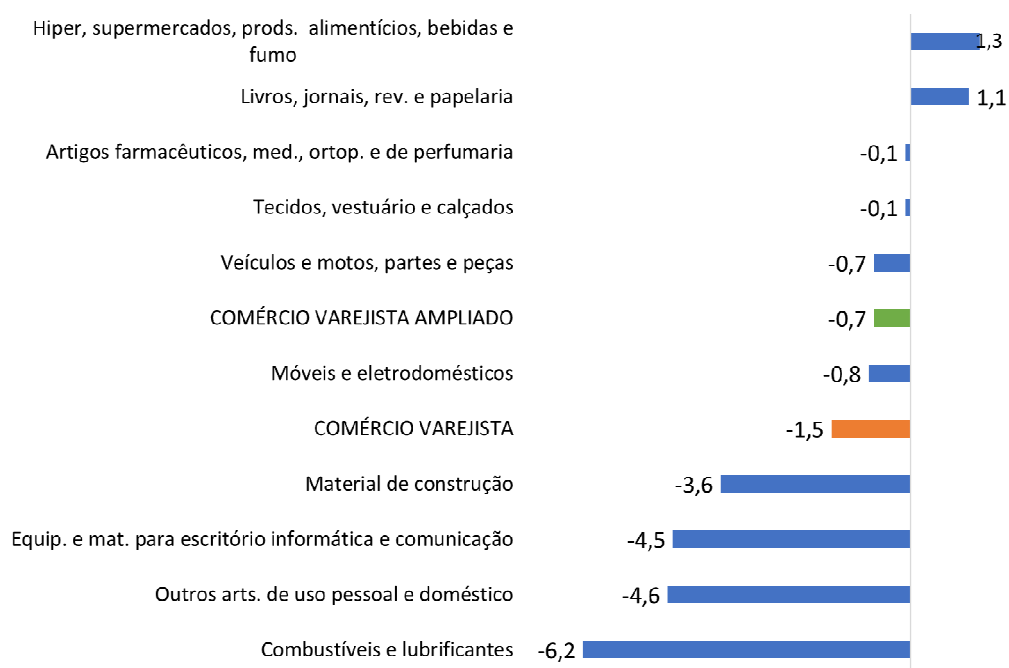
Na comparação mês contra mesmo mês do ano anterior, o **varejo** registrou alta de 1,0% em abril de 2026, após avanço de 4,0% em março. No ano, o **varejo** acumula 2,0% e, nos últimos 12 meses, o resultado é de 1,5%. No **varejo ampliado**, o indicador interanual foi de 1,4%, após crescimento de 6,5% em março de 2026. No ano, o indicador acumula ganhos de 1,8% e, nos últimos 12 meses, o resultado é positivo em 0,2%.

RESULTADOS SETORIAIS

A queda no volume de vendas do **comércio varejista** na passagem de março para abril de 2026, na série com ajuste sazonal, teve 2 taxas positivas e 6 negativas. No campo negativo, figuraram *Combustíveis e lubrificantes* (-6,2%), *Outros artigos de uso pessoal e doméstico* (-4,6%), *Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação* (-4,5%), *Móveis e eletrodomésticos* (-0,8%), *Tecidos, vestuário e calçados* (-0,1%) e *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria* (-0,1%). No campo positivo, destacaram-se *Hiper, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* (1,3%) e *Livros, jornais, revistas e papelaria* (1,1%). No **comércio varejista ampliado**, *Veículos e motos, partes e peças* registrou queda (-0,7%) assim como *Material de construção* (-3,6%).

Na comparação com o mesmo mês do ano anterior, em abril de 2026 houve 5 atividades no campo positivo, 2 no campo negativo e um setor mostrou estabilidade nesta comparação: *Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação* (6,5%), *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria* (4,5%), *Móveis e eletrodomésticos* (2,6%), *Combustíveis e lubrificantes* (1,6%), *Hiper, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* (0,9%), *Livros, jornais, revistas e papelaria* (0,0%), *Tecidos, vestuário e calçados* (-2,5%) e *Outros artigos de uso pessoal e doméstico* (-3,0%). A leitura positiva também apareceu no **varejo ampliado**, com dois setores com taxas no campo positivo, *Veículos e motos, partes e peças* (2,6%) e *Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo* (2,0%) e uma estabilidade, *Material de construção* (0,0%).

Gráfico 3 - Volume de Vendas do Comércio Varejista e Varejista Ampliado
Indicador mês/ mês imediatamente anterior
Série com ajuste sazonal
Abril 2026



Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Estatísticas Conjunturais em Empresas

O setor de *Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação* apresentou alta de 6,5% nas vendas frente a abril de 2025, após crescimento de 22,5% em março, atingindo oito meses consecutivos de resultados no campo positivo. Na margem, série dessazonalizada, a atividade caiu 4,5% na passagem de março para abril após alta de 5,2% no mês anterior. No ano, a atividade acumula alta de 8,8% e nos últimos 12 meses há ganhos de 7,7%.

Tabela 1 - BRASIL INDICADORES DO VOLUME DE VENDAS NO COMÉRCIO VAREJISTA: COMPOSIÇÃO DA TAXA MENSAL DO COMÉRCIO VAREJISTA, POR ATIVIDADES

Abril 2026

Atividades	COMÉRCIO VAREJISTA		COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO	
	Taxa de variação (%)	Composição absoluta da taxa (p.p.)	Taxa de variação (%)	Composição absoluta da taxa (p.p.)
Taxa Global	1,0	1,0	1,4	1,4
1 - Combustíveis e lubrificantes	1,6	0,2	1,6	0,1
2 - Hiper, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	0,9	0,5	0,9	0,3
3 - Tecidos, vestuário e calçados	-2,5	-0,1	-2,5	-0,1
4 - Móveis e eletrodomésticos	2,6	0,2	2,6	0,1
5 - Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria	4,5	0,4	4,5	0,3
6 - Livros, jornais, revistas e papelaria	0,0	0,0	0,0	0,0
7 - Equipamentos e mat. para escritório informática e comunicação	6,5	0,1	6,5	0,1
8 - Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-3,0	-0,3	-3,0	-0,2
9 - Veículos e motos, partes e peças			2,6	0,5
10- Material de construção			0,0	0,0
11 - Atacado Prod.Alimen.,Beb. e Fumo			2,0	0,3

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Estatísticas Conjunturais em Empresas

Nota: A composição da taxa mensal corresponde à participação dos resultados setoriais na formação da taxa global.

A atividade de *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria* registrou alta de 4,5% na comparação com abril de 2025, trigésimo oitavo ponto consecutivo no campo positivo (o último mês a registrar queda no indicador interanual foi fevereiro de 2023: -0,5%). Ainda em relação a abril de 2025, a atividade teve a segunda maior contribuição no campo positivo para o resultado do varejo, somando 0,4 p.p. ao total de 1,0% (Tabela 1). Frente ao mês imediatamente anterior, já descontados os efeitos sazonais, observou-se variação negativa de 0,1%. O resultado acumulado aponta ganhos de 4,8% no ano em relação ao mesmo período de 2025; em 12 meses, a taxa mostra alta de 5,0%.

O agrupamento de *Móveis e eletrodomésticos* teve variação interanual de 2,6% em abril de 2026, sucedendo alta de 6,2% no mês anterior. Para este indicador, o setor vem experienciando resultados positivos consecutivos desde julho de 2025 (3,2%), com exceção de fevereiro (-1,9%). Na margem, o segmento caiu 0,8% entre março e abril. Considerando o período acumulado, a atividade registra alta de 3,3% no ano, enquanto nos últimos 12 meses mostra alta de 4,3%.

No segmento de *Combustíveis e lubrificantes*, as vendas ficaram 1,6% acima do patamar de abril de 2025, ante alta de 7,8% em março nesta mesma comparação. Em relação a março deste ano, a série com ajuste sazonal apontou queda de 6,2%. No acumulado do ano, o saldo mostra alta de 2,3%; no acumulado em 12 meses, o resultado também indica alta, de 1,1%.

O setor de *Hiper, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* cresceu 0,9% no volume de vendas frente a abril de 2025, sétimo resultado consecutivo no campo positivo. Na comparação com abril de 2025, a atividade teve a maior contribuição no campo positivo para o

resultado do varejo, somando 0,5 p.p. ao total de 1,0% (Tabela 1). Na leitura do mês contra o mês imediatamente anterior, dessazonalizada, a atividade cresceu 1,3% na passagem de março para abril. No acumulado do ano, a atividade tem ganhos de 1,6% até abril e, nos últimos 12 meses, acumula alta de 0,6%.

A atividade de *Livros, jornais, revistas e papelaria* registrou estabilidade de 0,0% na comparação com abril de 2025, depois de alta de 9,2% em março. Frente ao mês imediatamente anterior, já descontados os efeitos sazonais, o resultado foi positivo em 1,1%. O resultado acumulado aponta queda de 0,7% no ano; em 12 meses, a taxa mostra variação de 0,4%.

O agrupamento de *Tecidos, vestuário e calçados* teve variação interanual de -2,5% em abril de 2026, sucedendo alta de 2,9% no mês anterior. Na margem, o segmento caiu 0,1% entre março e abril. A atividade teve a segunda maior contribuição no campo negativo para o resultado do **varejo**, com -0,1 p.p. na composição da taxa global de 1,0% (Tabela 1). Considerando o período acumulado, a atividade registra queda de 1,0% no ano, enquanto nos últimos 12 meses mostra variação negativa de 0,2%.

No segmento de *Outros artigos de uso pessoal e doméstico*, que engloba lojas de departamentos, brinquedos, artigos esportivos, entre outros, as vendas ficaram 3,0% abaixo do patamar de abril de 2025, ante alta de 11,1% em março. A atividade teve a maior contribuição no campo negativo para o resultado do **varejo**, com -0,3 p.p. na composição da taxa global de 1,0% (Tabela 1). Em relação a março, a série com ajuste sazonal apontou queda em abril de 4,6%. No acumulado do ano, o saldo mostra alta de 1,3%; no acumulado em 12 meses, o resultado também indica alta: 1,7%.

O setor de *Veículos e motos, partes e peças* apresentou alta de 2,6% nas vendas frente a abril de 2025, após crescer 12,5% em março. A atividade teve a maior contribuição no campo positivo para o resultado do **varejo ampliado** na comparação interanual, somando 0,5 p.p. ao total de 1,4% (Tabela 1). Na leitura da margem, dessazonalizada, a atividade caiu 0,7% na passagem de março para abril. No acumulado do ano, a atividade acumula ganhos de 1,0% e, nos últimos 12 meses, perdas de 3,1%.

A atividade de *Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo* registrou alta de 2,0% na comparação com abril de 2025, depois de crescer 8,7% em março. A atividade teve a segunda maior contribuição no campo positivo para o resultado do **varejo ampliado**, somando 0,3 p.p. ao total de 1,4% (Tabela 1). O resultado acumulado aponta alta de 3,1% no ano; em 12 meses, a taxa mostra ganhos 0,5%.

O agrupamento de *Material de construção* teve variação interanual de 0,0% (estabilidade) em abril de 2026, sucedendo alta de 8,1% no mês anterior. Na margem, o segmento caiu 3,6% entre março e abril. Considerando o período acumulado, a atividade registra queda de 0,7% no ano, enquanto nos últimos 12 meses mostra queda de 1,5%.

RESULTADOS REGIONAIS

Na passagem de março para abril de 2026, na série com ajuste sazonal, a taxa média nacional de vendas do **comércio varejista** mostrou recuo em 20 das 27 Unidades da Federação, com destaque para: Piauí (-3,9%), Goiás (-3,8%), Santa Catarina (-3,6%) e Amazonas (-3,6%). Por outro lado, pressionando no campo positivo figuram 6 das 27 Unidades da Federação, com destaque para Roraima (1,8%), Tocantins (1,6%) e São Paulo (1,3%). O Rio Grande do Sul (0,0%) mostrou estabilidade, conforme Gráfico 4.

Gráfico 4 -Volume de Vendas do Comércio Varejista por UF mês/ mês anterior Abril 2026

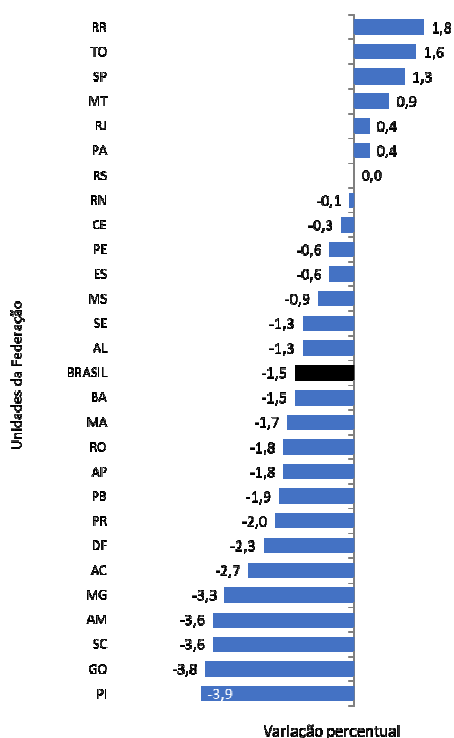
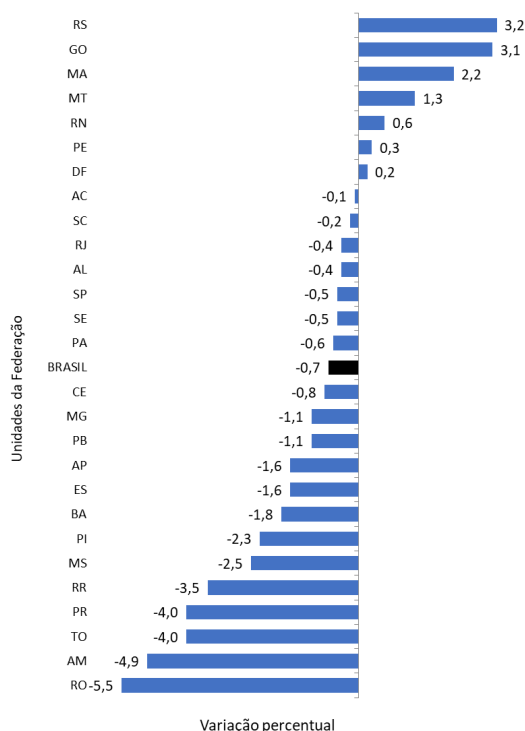


Gráfico 5 -Volume de Vendas do Comércio Varejista Ampliado por UF mês/ mês anterior Abril 2026



Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Estatísticas Conjunturais em Empresas

Para a mesma comparação, no comércio **varejista ampliado**, a variação entre março e abril de 2026 teve resultados negativos em 20 das 27 Unidades da Federação, com destaque para: Rondônia (-5,5%), Amazonas (-4,9%), Tocantins (-4,0%) e Paraná (-4,0%). Por outro lado, pressionando positivamente, figuram 7 das 27 Unidades da Federação, com destaque para Rio Grande do Sul (3,2%), Goiás (3,1%) e Maranhão (2,2%) conforme Gráfico 5.

Gráfico 6 -Volume de Vendas do Comércio Varejista por UF mês/igual mês do ano anterior Abril 2026

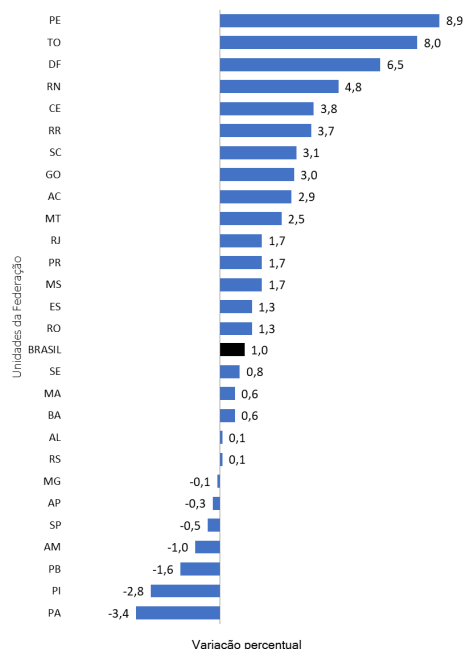
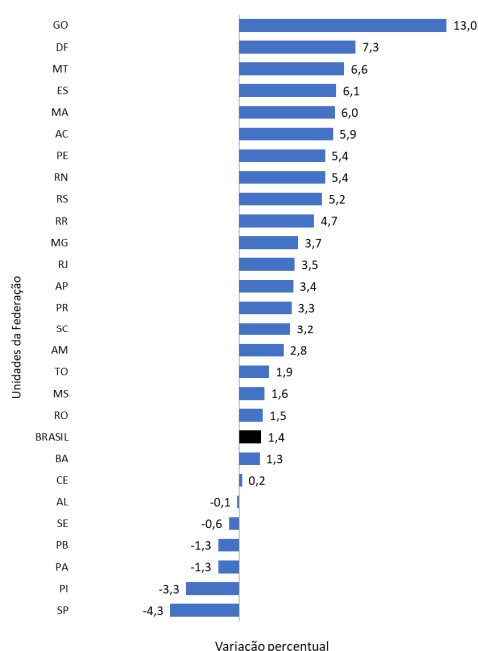


Gráfico 7 - Volume de Vendas do Comércio Varejista Ampliado por UF mês/igual mês do ano anterior Abril 2026



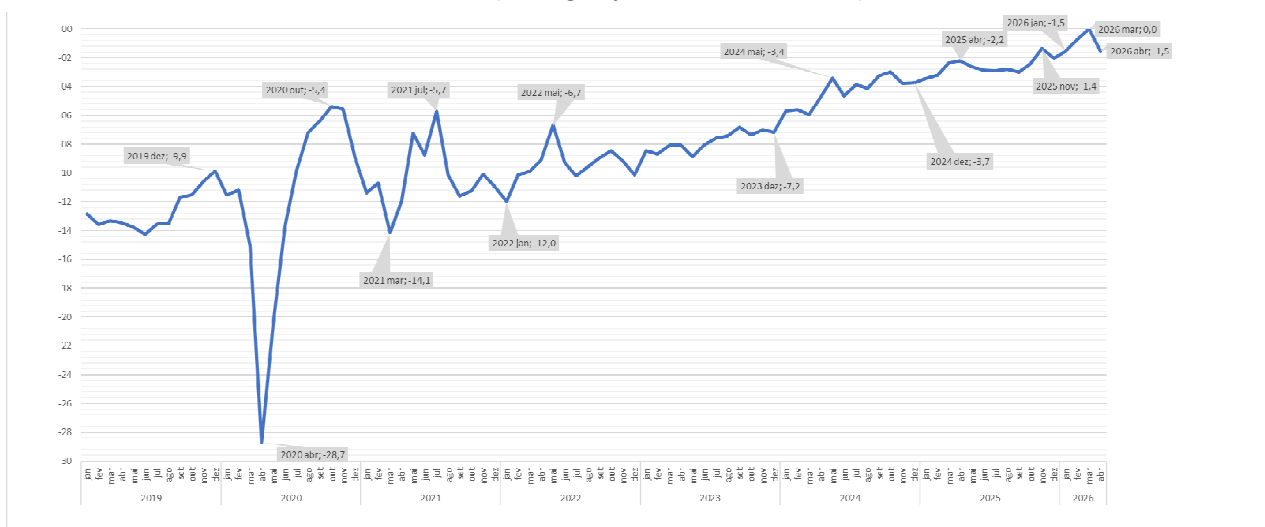
Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Estatísticas Conjunturais em Empresas

Frente a abril de 2025, a variação das vendas no **comércio varejista**, no mês de referência, foi de 1,0% com resultados positivos em 20 das 27 Unidades da Federação, com destaque para: Pernambuco (8,9%), Tocantins (8,0%) e Distrito Federal (6,5%). Por outro lado, pressionando negativamente, figuram 7 das 27 Unidades da Federação, com destaque para: Pará (-3,4%), Piauí (-2,8%) e Paraíba (-1,6%), conforme Gráfico 6. Já no **comércio varejista ampliado**, a variação entre abril de 2025 e abril de 2026 teve 21 das 27 Unidades da Federação apresentando crescimento, com destaque para: Goiás (13,0%), Distrito Federal (7,3%) e Mato Grosso (6,6%). Por outro lado, 6 das 27 Unidades da Federação apresentaram resultados no campo negativo, destaque para São Paulo (-4,3%), Piauí (-3,3%), Pará (-1,3%) e Paraíba (-1,3%), conforme Gráfico 7.

SÍNTESE

Em síntese, a queda na margem observada em abril de 2026 ocorre após três meses consecutivos de crescimento e deslocamento do nível recorde da série do índice de base fixa ajustado sazonalmente. Com a queda observada, o patamar da série do índice de base fixa com ajuste sazonal em abril volta ao nível de janeiro de 2026. Apesar do perfil disseminado da queda de abril do varejo (seis das oito atividades registraram queda), o setor de maior peso no indicador global, *Hiper e supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo*, registrou alta de 1,5% em relação a março.

**Gráfico 8 - Volume de Vendas do Comércio Varejista
(base: igual período do ano anterior)**



Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Estatísticas Conjunturais em Empresas

TABELAS

**Volume de vendas
do comércio varejista e comércio varejista ampliado**

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 1 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo as atividades de divulgação
Abril 2026 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mês/Mês anterior (1)			Mensal (2)			Acumulado no ano (3)			Últimos 12 meses (4)		
	FEV	MAR	ABR	FEV	MAR	ABR	JAN-FEV	JAN-MAR	JAN-ABR	Até FEV	Até MAR	Até ABR
Volume de vendas do comércio varejista (5)	0,8	0,7	-1,5	0,4	4,0	1,0	1,6	2,4	2,0	1,5	1,8	1,5
1. Combustíveis e lubrificantes	1,6	5,0	-6,2	-0,2	7,8	1,6	-0,2	2,5	2,3	0,3	0,8	1,1
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	1,3	-1,0	1,3	1,8	0,9	0,9	2,3	1,8	1,6	0,9	1,1	0,6
2.1. Hipermercados e supermercados	1,0	-1,1	1,6	2,0	0,9	0,9	2,3	1,8	1,6	1,2	1,4	0,8
3. Tecidos, vestuário e calçados	-0,7	0,0	-0,1	-5,8	2,9	-2,5	-2,1	-0,4	-1,0	0,4	0,5	-0,2
4. Móveis e eletrodomésticos	-0,7	-1,1	-0,8	-1,9	6,2	2,6	2,3	3,6	3,3	3,9	4,1	4,3
4.1. Móveis	-	-	-	-9,1	0,1	-3,0	-5,8	-3,9	-3,7	-5,1	-4,9	-4,6
4.2. Eletrodomésticos	-	-	-	0,8	8,6	4,6	5,3	6,4	5,9	7,0	7,3	7,4
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	0,4	0,0	-0,1	2,1	7,2	4,5	3,6	4,9	4,8	4,4	4,8	5,0
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	0,5	0,5	1,1	-4,1	9,2	0,0	-3,7	-0,9	-0,7	-1,1	0,1	0,4
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-2,7	5,2	-4,5	0,2	22,5	6,5	3,0	9,6	8,8	4,7	6,7	7,7
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-0,3	4,1	-4,6	-4,9	11,1	-3,0	-1,4	2,8	1,3	1,4	2,8	1,7
Volume de vendas do comércio varejista ampliado (6)	1,0	0,0	-0,7	-2,1	6,5	1,4	-0,5	1,9	1,8	-0,4	0,2	0,2
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	1,3	-0,8	-0,7	-7,9	12,5	2,6	-5,5	0,4	1,0	-5,1	-3,9	-3,1
10. Material de construção	0,6	2,7	-3,6	-8,4	8,1	0,0	-5,5	-1,0	-0,7	-2,0	-1,8	-1,5
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	-	-	-	-1,0	8,7	2,0	0,6	3,4	3,1	-0,9	0,1	0,5

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Estatísticas Conjunturais em Empresas

(1) Base: mês imediatamente anterior - série com ajuste sazonal

(2) Base: igual mês do ano anterior

(3) Base: igual período do ano anterior

(4) Base: últimos 12 meses anteriores

(5) O indicador do comércio varejista é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 8.

(6) O indicador do comércio varejista ampliado é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 10

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 2 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista, segundo as unidades da federação
Abril 2026 - Variação (%)

Brasil e Unidades da Federação	Mês/Mês anterior (1)			Mensal (2)			Acumulado no ano (3)			Últimos 12 meses (4)		
	FEV	MAR	ABR	FEV	MAR	ABR	JAN-FEV	JAN-MAR	JAN-ABR	Até FEV	Até MAR	Até ABR
Brasil	0,8	0,7	-1,5	0,4	4,0	1,0	1,6	2,4	2,0	1,5	1,8	1,5
Rondônia	-0,8	1,3	-1,8	1,9	5,9	1,3	6,3	6,2	4,9	4,7	4,9	4,4
Acre	2,3	0,1	-2,7	8,6	8,6	2,9	6,9	7,5	6,3	3,3	3,8	3,9
Amazonas	-1,8	4,6	-3,6	-6,2	7,1	-1,0	-2,7	0,6	0,2	-0,6	0,1	-0,1
Roraima	0,3	2,8	1,8	-0,2	4,3	3,7	0,9	2,1	2,5	-2,2	-1,6	-1,0
Pará	-1,3	0,3	0,4	-5,3	-0,8	-3,4	-2,1	-1,7	-2,1	0,2	0,2	-0,5
Amapá	-0,9	1,1	-1,8	2,3	3,5	-0,3	3,1	3,2	2,3	7,2	6,7	6,0
Tocantins	0,2	0,2	1,6	3,0	9,5	8,0	2,4	4,8	5,6	-3,0	-2,1	-1,5
Maranhão	-2,9	3,5	-1,7	-4,3	6,9	0,6	0,8	2,8	2,3	1,8	2,5	2,2
Piauí	-0,3	3,8	-3,9	-4,5	2,5	-2,8	-2,5	-0,8	-1,3	-0,7	-1,0	-1,6
Ceará	1,4	-0,3	-0,3	2,0	6,5	3,8	3,5	4,5	4,3	3,2	3,6	3,5
Rio Grande do Norte	1,8	0,1	-0,1	3,8	9,1	4,8	5,1	6,4	6,0	5,2	6,2	6,3
Paraíba	2,0	0,5	-1,9	2,6	5,2	-1,6	2,8	3,6	2,3	4,6	4,7	3,6
Pernambuco	1,8	-2,4	-0,6	10,3	14,2	8,9	12,3	12,9	11,9	3,6	4,9	5,2
Alagoas	1,6	-0,2	-1,3	-1,1	3,8	0,1	0,8	1,8	1,4	3,0	3,1	2,4
Sergipe	0,0	2,0	-1,3	0,3	6,6	0,8	3,2	4,3	3,4	1,9	2,8	2,5
Bahia	3,3	-3,1	-1,5	3,1	6,1	0,6	3,6	4,5	3,5	2,9	3,9	3,6
Minas Gerais	2,8	0,2	-3,3	0,7	5,2	-0,1	0,7	2,3	1,6	1,4	1,8	1,6
Espírito Santo	-2,7	3,3	-0,6	-5,5	4,1	1,3	-0,7	0,9	1,0	2,5	2,8	2,4
Rio de Janeiro	0,0	-0,9	0,4	-0,2	5,7	1,7	1,4	2,9	2,6	-1,0	0,0	0,2
São Paulo	0,5	-0,8	1,3	-0,8	-0,8	-0,5	0,3	-0,1	-0,2	0,2	0,2	-0,3
Paraná	3,2	0,8	-2,0	3,9	8,1	1,7	3,4	5,0	4,1	2,8	3,6	3,2
Santa Catarina	1,3	3,6	-3,6	2,8	6,3	3,1	3,4	4,4	4,1	5,2	5,4	4,7
Rio Grande do Sul	2,3	1,6	0,0	-2,8	5,0	0,1	-2,0	0,4	0,3	0,9	1,4	0,7
Mato Grosso do Sul	0,4	0,1	-0,9	2,0	4,2	1,7	3,1	3,5	3,0	1,4	1,9	1,9
Mato Grosso	-3,1	1,6	0,9	-0,9	0,3	2,5	3,1	2,1	2,2	4,4	3,7	3,5
Goiás	2,3	2,3	-3,8	3,3	6,9	3,0	3,5	4,7	4,3	1,5	2,0	2,0
Distrito Federal	1,4	2,8	-2,3	3,9	11,4	6,5	5,5	7,6	7,3	4,1	5,0	4,9

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Estatísticas Conjunturais em Empresas

(1) Base: mês imediatamente anterior - série com ajuste sazonal

(2) Base: igual mês do ano anterior

(3) Base: igual período do ano anterior

(4) Base: últimos 12 meses anteriores

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 3- Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista Ampliado, segundo as unidades da federação
Abril 2026 - Variação (%)

Brasil e Unidades da Federação	Mês/Mês anterior (1)			Mensal (2)			Acumulado no ano (3)			Últimos 12 meses (4)		
	FEV	MAR	ABR	FEV	MAR	ABR	JAN-FEV	JAN-MAR	JAN-ABR	Até FEV	Até MAR	Até ABR
Brasil	1,0	0,0	-0,7	-2,1	6,5	1,4	-0,5	1,9	1,8	-0,4	0,2	0,2
Rondônia	-1,4	5,1	-5,5	1,5	10,3	1,5	4,7	6,6	5,3	4,1	4,7	4,7
Acre	3,2	-0,3	-0,1	6,5	12,4	5,9	5,2	7,7	7,2	2,6	3,4	4,0
Amazonas	-1,6	7,8	-4,9	-4,2	9,8	2,8	-1,0	2,6	2,7	0,1	0,7	0,9
Roraima	1,3	5,6	-3,5	3,7	11,8	4,7	3,8	6,5	6,1	2,6	3,6	4,1
Pará	-2,1	1,7	-0,6	-5,5	4,1	-1,3	-1,7	0,2	-0,1	1,6	1,8	1,2
Amapá	-0,7	3,1	-1,6	3,4	7,1	3,4	2,8	4,3	4,0	6,3	6,2	6,0
Tocantins	-1,2	-0,4	-4,0	3,2	15,5	1,9	6,1	9,3	7,3	5,1	6,4	6,4
Maranhão	-0,4	0,3	2,2	-2,0	10,2	6,0	1,5	4,4	4,8	-0,5	0,8	1,3
Piauí	0,3	2,1	-2,3	-7,5	5,0	-3,3	-5,0	-1,6	-2,1	-2,1	-2,2	-2,6
Ceará	-0,8	0,5	-0,8	-0,8	9,6	0,2	2,7	5,0	3,8	3,6	4,1	3,5
Rio Grande do Norte	1,4	1,3	0,6	-1,5	10,6	5,4	0,5	3,8	4,2	2,1	3,1	3,6
Paraíba	1,9	0,9	-1,1	0,0	7,3	-1,3	0,6	2,9	1,8	3,3	3,5	2,6
Pernambuco	3,7	-2,3	0,3	5,5	17,3	5,4	7,5	10,8	9,4	1,4	3,4	3,4
Alagoas	0,1	-0,2	-0,4	-4,5	7,0	-0,1	-1,6	1,3	0,9	-0,1	0,7	0,4
Sergipe	-1,5	0,5	-0,5	-2,5	7,8	-0,6	1,4	3,5	2,4	0,5	1,5	1,3
Bahia	4,4	-1,8	-1,8	2,5	11,6	1,3	2,1	5,3	4,3	0,8	2,2	2,4
Minas Gerais	1,7	-0,9	-1,1	1,4	11,1	3,7	2,1	5,1	4,8	0,6	1,5	1,9
Espírito Santo	1,6	3,3	-1,6	-2,2	13,3	6,1	0,4	4,8	5,1	1,6	2,3	2,9
Rio de Janeiro	0,0	0,2	-0,4	-0,2	11,6	3,5	1,9	5,1	4,7	-0,3	1,1	1,5
São Paulo	-0,8	-0,7	-0,5	-7,1	-1,3	-4,3	-4,5	-3,4	-3,6	-3,5	-3,3	-3,7
Paraná	3,8	4,2	-4,0	-0,4	8,4	3,3	-0,7	2,5	2,7	0,1	0,5	0,6
Santa Catarina	2,2	-0,5	-0,2	2,3	7,2	3,2	2,4	4,0	3,8	2,2	2,3	2,2
Rio Grande do Sul	0,3	1,0	3,2	-6,7	5,8	5,2	-4,8	-1,2	0,4	-1,0	-0,6	-0,4
Mato Grosso do Sul	6,5	-2,2	-2,5	5,7	12,6	1,6	3,7	6,7	5,4	2,5	3,7	3,6
Mato Grosso	1,6	-0,8	1,3	7,2	10,5	6,6	7,8	8,7	8,2	6,4	6,7	7,0
Goiás	3,5	1,7	3,1	1,1	13,3	13,0	1,0	5,2	7,1	-0,2	1,0	2,8
Distrito Federal	0,9	0,7	0,2	1,0	12,0	7,3	3,1	6,2	6,4	0,6	1,5	2,0

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Estatísticas Conjunturais em Empresas

(1) Base: mês imediatamente anterior - série com ajuste sazonal

(2) Base: igual mês do ano anterior

(3) Base: igual período do ano anterior

(4) Base: últimos 12 meses anteriores

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 4 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Ceará - Abril 2026 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	FEV	MAR	ABR	JAN-FEV	JAN-MAR	JAN-ABR	Até FEV	Até MAR	Até ABR
Comércio Varejista (4)	2,0	6,5	3,8	3,5	4,5	4,3	3,2	3,6	3,5
1. Combustíveis e lubrificantes	-1,6	10,5	1,5	4,3	6,3	5,1	6,9	7,4	7,2
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	3,9	2,2	4,2	3,5	3,0	3,3	1,2	1,4	1,5
2.1. Hipermercados e supermercados	0,2	0,3	1,2	0,5	0,4	0,6	0,8	0,8	0,6
3. Tecidos, vestuário e calçados	-5,9	8,2	4,0	-2,8	0,6	1,5	3,6	3,6	3,4
4. Móveis e eletrodomésticos	-1,1	5,2	13,0	1,9	3,1	5,5	-0,3	0,0	1,8
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	4,8	12,0	-2,1	7,2	8,9	6,1	9,3	9,6	8,1
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-17,3	11,4	-15,7	-7,6	-3,1	-4,8	-7,1	-7,5	-4,6
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-14,3	-3,2	-6,5	-17,2	-12,8	-11,3	-15,9	-15,4	-14,5
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	2,4	19,7	7,9	7,2	11,5	10,5	6,2	8,1	7,4
Comércio Varejista Ampliado (5)	-0,8	9,6	0,2	2,7	5,0	3,8	3,6	4,1	3,5
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-3,6	27,1	1,0	-0,4	8,1	6,2	4,0	6,2	5,5
10. Material de construção	-17,7	-10,5	-13,9	-8,6	-9,2	-10,4	-2,9	-4,7	-6,9
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	3,0	17,3	-5,5	10,3	12,7	7,9	9,2	9,7	8,0

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Estatísticas Conjunturais em Empresas

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

(4) O indicador do comércio varejista é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 8.

(5) O indicador do comércio varejista ampliado é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 11

Pesquisa Mensal de Comércio

Tabela 4 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Pernambuco - Abril 2026 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	FEV	MAR	ABR	JAN-FEV	JAN-MAR	JAN-ABR	Até FEV	Até MAR	Até ABR
Comércio Varejista (4)	10,3	14,2	8,9	12,3	12,9	11,9	3,6	4,9	5,2
1. Combustíveis e lubrificantes	-8,8	-3,0	-12,0	-7,4	-5,9	-7,5	-4,1	-3,8	-4,5
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	24,0	22,0	19,4	24,5	23,6	22,5	5,4	7,3	8,3
2.1. Hipermercados e supermercados	28,1	26,5	23,9	28,6	27,9	26,8	5,0	7,3	8,6
3. Tecidos, vestuário e calçados	-11,7	1,8	-3,2	-5,4	-3,1	-3,1	-0,9	-0,6	-1,1
4. Móveis e eletrodomésticos	1,7	1,5	-2,2	10,4	7,5	5,0	9,8	9,1	7,9
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	-1,1	5,1	-1,9	-1,5	0,9	0,2	-1,2	-0,5	-0,7
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	10,9	34,4	32,7	9,9	14,3	16,8	2,4	5,5	8,2
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	10,4	35,4	7,7	13,7	20,8	17,4	-0,8	2,7	4,6
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	3,2	20,1	8,6	10,1	13,6	12,3	8,5	10,3	10,3
Comércio Varejista Ampliado (5)	5,5	17,3	5,4	7,5	10,8	9,4	1,4	3,4	3,4
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-3,6	25,7	-3,1	-0,1	8,1	5,2	-4,3	-0,4	-0,5
10. Material de construção	-12,5	14,3	-3,3	-8,5	-1,3	-1,8	-1,9	-0,8	-1,0
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	6,1	20,2	6,7	4,7	10,0	9,1	2,2	4,2	3,7

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Estatísticas Conjunturais em Empresas

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

(4) O indicador do comércio varejista é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 8.

(5) O indicador do comércio varejista ampliado é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 11

Pesquisa Mensal de Comércio

Tabela 4 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação

Bahia - Abril 2026 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	FEV	MAR	ABR	JAN-FEV	JAN-MAR	JAN-ABR	Até FEV	Até MAR	Até ABR
Comércio Varejista (4)	3,1	6,1	0,6	3,6	4,5	3,5	2,9	3,9	3,6
1. Combustíveis e lubrificantes	11,5	3,4	-5,8	10,4	8,0	4,5	4,4	4,7	4,5
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	3,5	5,2	3,3	4,0	4,4	4,1	2,5	3,6	3,3
2.1. Hipermercados e supermercados	5,9	6,0	4,3	6,0	6,0	5,5	4,6	5,7	5,3
3. Tecidos, vestuário e calçados	-24,1	-5,3	-7,9	-19,3	-15,1	-13,4	-6,8	-7,0	-7,5
4. Móveis e eletrodomésticos	6,0	12,8	5,7	2,9	6,2	6,0	3,2	4,6	5,5
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	0,6	7,3	-0,7	1,8	3,7	2,6	7,2	7,0	6,2
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-19,5	-3,9	38,4	-12,7	-11,2	-4,5	-16,9	-15,8	-10,3
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-19,0	58,7	21,0	-13,8	-0,1	3,3	28,0	37,7	45,1
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-4,2	18,5	-2,2	2,3	7,5	4,9	0,3	3,0	1,9
Comércio Varejista Ampliado (5)	2,5	11,6	1,3	2,1	5,3	4,3	0,8	2,2	2,4
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-9,6	22,7	3,0	-13,3	-2,3	-1,0	-0,9	0,6	0,8
10. Material de construção	-5,1	13,3	-8,6	-3,3	2,2	-0,6	-1,6	-0,1	-1,1
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	19,5	24,9	8,5	19,0	20,9	17,7	-5,9	-2,1	0,6

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Estatísticas Conjunturais em Empresas

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

(4) O indicador do comércio varejista é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 8.

(5) O indicador do comércio varejista ampliado é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 11

Pesquisa Mensal de Comércio

Tabela 4 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Minas Gerais - Abril 2026 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	FEV	MAR	ABR	JAN-FEV	JAN-MAR	JAN-ABR	Até FEV	Até MAR	Até ABR
Comércio Varejista (4)	0,7	5,2	-0,1	0,7	2,3	1,6	1,4	1,8	1,6
1. Combustíveis e lubrificantes	-8,9	6,1	-1,6	-8,0	-3,1	-2,8	1,0	1,2	1,5
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	0,0	-2,1	-1,2	0,3	-0,6	-0,7	0,2	0,0	-0,6
2.1. Hipermercados e supermercados	0,2	-2,1	-0,9	0,4	-0,5	-0,6	0,4	0,2	-0,5
3. Tecidos, vestuário e calçados	-11,1	3,8	-2,6	-6,5	-3,0	-2,9	-1,1	-0,9	-1,2
4. Móveis e eletrodomésticos	-11,8	1,9	-2,3	-9,0	-5,6	-4,9	-4,9	-4,5	-4,3
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	4,6	5,5	9,3	5,9	5,8	6,7	9,8	10,5	11,1
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-11,8	2,0	-13,0	-7,2	-5,1	-6,7	-0,2	0,2	-1,9
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	15,9	59,0	47,0	27,4	37,9	40,0	-26,1	-20,0	-13,9
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	27,4	52,5	-3,5	17,4	28,9	20,5	6,7	10,6	9,7
Comércio Varejista Ampliado (5)	1,4	11,1	3,7	2,1	5,1	4,8	0,6	1,5	1,9
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-6,1	20,7	13,4	-0,6	6,0	7,8	-2,5	-1,0	0,6
10. Material de construção	-12,3	8,7	3,5	-7,1	-1,9	-0,6	0,2	0,8	1,8
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	23,5	29,3	9,9	17,5	21,4	18,5	1,1	4,1	5,0

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Estatísticas Conjunturais em Empresas

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

(4) O indicador do comércio varejista é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 8.

(5) O indicador do comércio varejista ampliado é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 11

Pesquisa Mensal de Comércio

Tabela 4 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Espírito Santo - Abril 2026 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	FEV	MAR	ABR	JAN-FEV	JAN-MAR	JAN-ABR	Até FEV	Até MAR	Até ABR
Comércio Varejista (4)	-5,5	4,1	1,3	-0,7	0,9	1,0	2,5	2,8	2,4
1. Combustíveis e lubrificantes	-2,4	17,3	5,6	-0,7	5,2	5,3	-3,0	-0,8	0,5
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	-1,6	-3,6	-2,2	-0,6	-1,6	-1,8	-0,2	-0,7	-1,4
2.1. Hipermercados e supermercados	-1,8	-3,5	-1,4	-0,8	-1,7	-1,6	-0,2	-0,5	-1,2
3. Tecidos, vestuário e calçados	-4,6	-3,3	-5,1	-1,8	-2,4	-3,1	8,8	6,7	4,6
4. Móveis e eletrodomésticos	-7,4	9,9	15,1	5,9	7,2	9,0	7,4	8,5	9,9
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	22,2	47,6	45,8	27,3	34,4	37,3	15,0	18,2	21,1
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-15,3	57,0	31,8	-0,7	5,2	7,8	-8,0	-1,9	0,7
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-17,9	5,9	-9,2	-7,0	-2,6	-4,3	5,9	6,4	4,9
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-24,8	-5,1	1,1	-22,8	-17,4	-13,4	-15,8	-14,9	-14,7
Comércio Varejista Ampliado (5)	-2,2	13,3	6,1	0,4	4,8	5,1	1,6	2,3	2,9
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-12,3	12,0	7,9	-8,9	-1,2	0,9	-5,3	-4,9	-3,1
10. Material de construção	40,6	71,7	33,4	29,5	42,6	40,3	5,4	10,6	13,5
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	2,4	12,7	-0,8	-0,3	4,0	2,8	17,3	16,4	14,0

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Estatísticas Conjunturais em Empresas

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

(4) O indicador do comércio varejista é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 8.

(5) O indicador do comércio varejista ampliado é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 11

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 4 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Rio De Janeiro - Abril 2026 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	FEV	MAR	ABR	JAN-FEV	JAN-MAR	JAN-ABR	Até FEV	Até MAR	Até ABR
Comércio Varejista (4)	-0,2	5,7	1,7	1,4	2,9	2,6	-1,0	0,0	0,2
1. Combustíveis e lubrificantes	3,9	21,1	12,3	5,5	10,5	10,9	-7,2	-4,4	-2,1
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	5,2	3,5	3,6	5,6	4,9	4,6	1,0	1,7	1,9
2.1. Hipermercados e supermercados	5,3	3,9	3,9	6,3	5,5	5,1	2,4	3,0	3,0
3. Tecidos, vestuário e calçados	-18,6	-6,6	-10,4	-15,1	-12,3	-11,8	-11,6	-11,5	-11,9
4. Móveis e eletrodomésticos	-0,1	15,4	2,7	7,1	9,7	8,1	7,4	8,8	9,3
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	-2,6	7,9	4,1	0,4	3,0	3,3	1,4	2,2	2,8
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-2,2	-4,5	-27,8	-5,3	-5,2	-8,8	-4,1	-3,4	-6,1
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-12,8	45,0	11,8	4,8	17,8	16,4	5,3	9,0	11,1
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-27,0	-3,1	-17,5	-25,3	-18,0	-17,8	-9,0	-7,6	-10,6
Comércio Varejista Ampliado (5)	-0,2	11,6	3,5	1,9	5,1	4,7	-0,3	1,1	1,5
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	1,4	35,8	13,3	7,7	16,9	16,0	1,0	4,5	6,5
10. Material de construção	-19,4	15,8	-5,1	-11,2	-2,7	-3,3	-1,1	0,0	-0,7
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	5,9	18,1	7,5	3,4	8,2	8,0	2,6	4,0	4,3

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Estatísticas Conjunturais em Empresas

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

(4) O indicador do comércio varejista é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 8.

(5) O indicador do comércio varejista ampliado é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 11

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 4 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
São Paulo - Abril 2026 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	FEV	MAR	ABR	JAN-FEV	JAN-MAR	JAN-ABR	Até FEV	Até MAR	Até ABR
Comércio Varejista (4)	-0,8	-0,8	-0,5	0,3	-0,1	-0,2	0,2	0,2	-0,3
1. Combustíveis e lubrificantes	-1,3	-0,4	3,5	0,5	0,2	1,0	-1,2	-1,4	-1,1
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	-0,4	-3,8	-1,6	0,0	-1,3	-1,4	-0,9	-1,1	-1,9
2.1. Hipermercados e supermercados	0,0	-3,7	-1,7	-0,2	-1,4	-1,5	-0,8	-1,0	-1,8
3. Tecidos, vestuário e calçados	4,7	11,6	2,8	7,8	9,1	7,4	4,2	5,0	4,4
4. Móveis e eletrodomésticos	0,0	1,5	-0,2	2,1	1,9	1,4	5,0	5,0	5,3
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	0,9	5,7	3,2	2,5	3,6	3,5	1,6	1,8	2,1
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-9,7	13,5	10,6	-7,6	-3,0	-0,9	-0,7	0,9	2,1
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	20,4	27,6	25,0	7,5	14,2	16,8	11,8	12,4	14,0
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-11,1	-0,6	-4,3	-5,4	-3,7	-3,9	-0,4	-0,1	-0,9
Comércio Varejista Ampliado (5)	-7,1	-1,3	-4,3	-4,5	-3,4	-3,6	-3,5	-3,3	-3,7
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-15,4	0,3	-10,4	-12,6	-8,3	-8,9	-10,1	-9,4	-9,8
10. Material de construção	-12,5	0,8	-5,1	-8,3	-5,3	-5,3	-4,0	-4,4	-4,4
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	-19,3	-6,2	-14,2	-13,2	-10,5	-11,4	-11,2	-10,5	-11,1

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Estatísticas Conjunturais em Empresas

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

(4) O indicador do comércio varejista é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 8.

(5) O indicador do comércio varejista ampliado é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 11

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 4 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Paraná - Abril 2026 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	FEV	MAR	ABR	JAN-FEV	JAN-MAR	JAN-ABR	Até FEV	Até MAR	Até ABR
Comércio Varejista (4)	3,9	8,1	1,7	3,4	5,0	4,1	2,8	3,6	3,2
1. Combustíveis e lubrificantes	4,7	14,5	3,8	-1,1	4,1	4,0	-0,6	0,3	0,7
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	4,6	4,9	1,8	4,5	4,6	3,9	3,1	3,8	3,3
2.1. Hipermercados e supermercados	4,8	4,8	1,9	4,8	4,8	4,0	3,4	4,2	3,6
3. Tecidos, vestuário e calçados	-5,2	3,1	-5,0	-1,7	-0,1	-1,5	3,1	2,8	1,2
4. Móveis e eletrodomésticos	-0,5	4,9	-0,6	1,2	2,5	1,7	8,0	7,3	6,6
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	2,1	7,1	4,4	4,2	5,2	5,0	0,4	1,2	1,9
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-5,0	7,8	6,8	-1,3	1,2	2,3	2,1	2,7	3,1
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-29,0	8,9	-22,2	-13,5	-5,3	-9,3	-9,0	-8,3	-9,0
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	12,4	29,1	-0,9	11,7	17,4	12,5	7,5	11,2	10,0
Comércio Varejista Ampliado (5)	-0,4	8,4	3,3	-0,7	2,5	2,7	0,1	0,5	0,6
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-10,4	7,1	0,2	-8,4	-3,1	-2,3	-8,5	-8,5	-8,2
10. Material de construção	-1,4	13,1	2,8	-3,0	2,5	2,5	1,7	2,4	2,8
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	3,4	9,4	11,6	0,0	3,8	5,7	4,5	4,3	5,3

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Estatísticas Conjunturais em Empresas

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

(4) O indicador do comércio varejista é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 8.

(5) O indicador do comércio varejista ampliado é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 11

Pesquisa Mensal de Comércio

Tabela 4 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Santa Catarina - Abril 2026 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	FEV	MAR	ABR	JAN-FEV	JAN-MAR	JAN-ABR	Até FEV	Até MAR	Até ABR
Comércio Varejista (4)	2,8	6,3	3,1	3,4	4,4	4,1	5,2	5,4	4,7
1. Combustíveis e lubrificantes	3,3	10,8	9,3	0,0	3,5	4,8	3,0	3,5	3,8
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	5,6	6,0	2,5	6,4	6,3	5,3	7,0	7,2	6,1
2.1. Hipermercados e supermercados	6,1	6,1	3,5	7,3	6,9	6,0	7,5	7,5	6,6
3. Tecidos, vestuário e calçados	-10,5	-5,3	-6,1	-8,0	-7,2	-6,9	-0,9	-1,8	-3,0
4. Móveis e eletrodomésticos	-12,4	-4,3	-4,0	-10,5	-8,5	-7,4	-8,1	-8,8	-9,3
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	1,5	3,4	5,4	3,6	3,5	4,0	4,9	4,8	4,8
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	8,4	-1,2	-3,6	5,5	3,9	2,4	6,0	5,7	4,4
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	52,2	51,9	22,9	47,0	48,7	42,3	19,2	24,0	27,5
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-13,4	0,4	-1,8	-7,8	-5,2	-4,4	5,0	4,3	2,5
Comércio Varejista Ampliado (5)	2,3	7,2	3,2	2,4	4,0	3,8	2,2	2,3	2,2
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	5,8	11,3	3,6	2,6	5,7	5,1	-2,0	-1,8	-1,1
10. Material de construção	-5,0	14,4	13,6	0,6	5,3	7,3	6,1	6,2	7,2
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	-1,9	-2,2	-4,2	-1,4	-1,7	-2,3	-4,8	-4,8	-4,8

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Estatísticas Conjunturais em Empresas

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

(4) O indicador do comércio varejista é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 8.

(5) O indicador do comércio varejista ampliado é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 11

Pesquisa Mensal de Comércio

Tabela 4 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Rio Grande Do Sul - Abril 2026 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	FEV	MAR	ABR	JAN-FEV	JAN-MAR	JAN-ABR	Até FEV	Até MAR	Até ABR
Comércio Varejista (4)	-2,8	5,0	0,1	-2,0	0,4	0,3	0,9	1,4	0,7
1. Combustíveis e lubrificantes	-6,6	7,9	0,0	-7,9	-2,6	-1,9	-0,7	-0,3	-0,6
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	1,1	5,7	1,3	0,4	2,2	1,9	2,3	3,0	2,0
2.1. Hipermercados e supermercados	0,8	5,0	-0,3	0,0	1,7	1,2	1,8	2,6	1,4
3. Tecidos, vestuário e calçados	-16,6	-9,0	-17,9	-13,3	-11,8	-13,7	-0,7	-1,7	-4,7
4. Móveis e eletrodomésticos	-10,8	-2,0	-3,1	-2,6	-2,4	-2,6	-6,7	-7,0	-7,2
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	1,8	3,6	3,1	2,7	3,0	3,0	3,8	4,0	3,9
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-1,7	1,4	3,9	-5,9	-4,6	-3,2	-6,2	-5,0	-5,1
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-15,9	15,2	-8,8	-10,1	-1,7	-3,3	-14,2	-12,0	-10,8
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-10,8	11,0	6,3	-2,9	1,9	3,0	1,6	2,7	2,6
Comércio Varejista Ampliado (5)	-6,7	5,8	5,2	-4,8	-1,2	0,4	-1,0	-0,6	-0,4
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-16,6	0,5	3,3	-13,7	-8,8	-6,0	-10,0	-9,9	-8,8
10. Material de construção	-16,5	-2,0	1,6	-16,9	-12,1	-9,0	-8,1	-9,1	-9,3
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	-8,4	18,8	31,5	-1,7	4,6	10,8	3,2	4,1	7,1

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Estatísticas Conjunturais em Empresas

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

(4) O indicador do comércio varejista é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 8.

(5) O indicador do comércio varejista ampliado é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 11

Pesquisa Mensal de Comércio

Tabela 4 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Goiás - Abril 2026 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	FEV	MAR	ABR	JAN-FEV	JAN-MAR	JAN-ABR	Até FEV	Até MAR	Até ABR
Comércio Varejista (4)	3,3	6,9	3,0	3,5	4,7	4,3	1,5	2,0	2,0
1. Combustíveis e lubrificantes	19,0	20,8	8,7	13,1	15,8	14,0	-3,3	-1,2	0,6
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	2,5	-0,6	1,0	2,4	1,3	1,2	0,4	0,3	-0,1
2.1. Hipermercados e supermercados	2,8	-0,4	1,2	2,6	1,6	1,5	0,6	0,7	0,2
3. Tecidos, vestuário e calçados	-3,6	-8,1	-2,0	1,7	-2,0	-2,0	0,5	0,2	-0,2
4. Móveis e eletrodomésticos	-4,9	22,7	17,6	1,4	9,6	11,3	9,9	10,3	11,6
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	5,6	11,0	2,9	6,0	7,7	6,5	8,3	9,2	8,6
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-13,4	-2,7	-5,0	-12,6	-10,2	-9,1	-0,7	-2,0	-2,9
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-35,0	7,0	-18,3	-27,6	-16,3	-16,8	-17,8	-16,7	-17,9
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-4,1	11,6	-5,0	-3,1	1,7	-0,1	0,3	1,8	0,1
Comércio Varejista Ampliado (5)	1,1	13,3	13,0	1,0	5,2	7,1	-0,2	1,0	2,8
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-1,8	24,7	38,0	-3,2	5,6	13,5	-4,7	-2,2	3,6
10. Material de construção	0,7	16,8	4,1	0,1	5,5	5,2	1,4	2,8	2,9
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	0,4	12,5	1,2	1,9	5,5	4,4	3,3	4,1	4,2

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Estatísticas Conjunturais em Empresas

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

(4) O indicador do comércio varejista é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 8.

(5) O indicador do comércio varejista ampliado é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 11

Pesquisa Mensal de Comércio

**Tabela 4 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Distrito Federal - Abril 2026 - Variação (%)**

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	FEV	MAR	ABR	JAN-FEV	JAN-MAR	JAN-ABR	Até FEV	Até MAR	Até ABR
Comércio Varejista (4)	3,9	11,4	6,5	5,5	7,6	7,3	4,1	5,0	4,9
1. Combustíveis e lubrificantes	-4,4	-0,4	-7,2	-5,1	-3,5	-4,4	-1,8	-2,0	-2,9
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	5,3	9,1	7,7	6,5	7,4	7,5	4,3	5,1	5,1
2.1. Hipermercados e supermercados	4,6	8,6	7,2	5,5	6,6	6,7	4,1	4,9	4,7
3. Tecidos, vestuário e calçados	-8,0	5,0	4,0	-4,4	-1,3	0,1	-1,9	-1,6	-1,6
4. Móveis e eletrodomésticos	10,7	24,0	4,5	5,8	12,5	10,7	1,3	2,8	2,4
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	5,6	10,0	7,9	9,8	9,9	9,4	10,0	10,4	11,0
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-2,6	14,0	7,8	2,0	5,0	5,6	12,1	12,8	13,0
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-40,6	56,7	49,7	-31,0	-4,3	8,0	-11,7	-5,4	2,6
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	18,8	37,6	23,5	27,2	30,8	28,8	16,1	19,8	19,8
Comércio Varejista Ampliado (5)	1,0	12,0	7,3	3,1	6,2	6,4	0,6	1,5	2,0
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	3,4	20,8	13,8	8,5	12,5	12,8	-3,7	-1,7	0,6
10. Material de construção	-13,1	1,0	-5,4	-11,3	-7,2	-6,8	-8,6	-8,2	-8,3
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	-8,3	4,9	7,5	-10,1	-5,1	-2,1	-0,7	-1,7	-1,9

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Estatísticas Conjunturais em Empresas

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

(4) O indicador do comércio varejista é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 8.

(5) O indicador do comércio varejista ampliado é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 11

Pesquisa Mensal de Comércio

Tabela 5 - Índice de base fixa do volume de vendas no comércio varejista (1) e comércio varejista ampliado (2), por atividades - abril 2026

Atividades	Comércio varejista ampliado												
	abr/2025	mai/2025	jun/2025	jul/2025	ago/2025	set/2025	out/2025	nov/2025	dez/2025	jan/2026	fev/2026	mar/2026	abr/2026
Comércio Varejista (1)	104,2	108,5	102,1	106,9	107,2	102,7	108,7	116,1	129,7	105,5	97,8	108,6	105,3
1. Combustíveis e lubrificantes	98,9	101,7	98,0	106,0	105,6	102,5	108,4	104,5	108,4	102,1	96,4	109,9	100,5
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	109,4	109,4	102,9	107,1	110,7	104,8	110,4	113,0	128,9	107,9	103,0	109,9	110,4
2.1. Hipermercados e supermercados	111,1	110,5	103,9	108,2	112,2	106,2	111,8	114,7	130,4	109,3	104,4	111,0	112,1
3. Tecidos, vestuário e calçados	90,1	108,8	107,9	99,7	96,0	83,9	90,5	105,2	170,0	83,0	72,5	84,3	87,8
4. Móveis e eletrodomésticos	97,6	113,0	100,5	109,9	104,2	104,1	110,5	141,7	143,5	114,1	96,9	109,1	100,1
4.1. Móveis	88,4	101,3	89,5	96,8	90,3	90,2	90,8	117,2	116,8	92,7	79,0	89,0	85,7
4.2. Eletrodomésticos	102,6	119,4	106,1	116,4	111,3	111,4	119,9	154,4	156,0	124,3	105,3	118,6	107,4
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	109,9	123,4	115,2	119,2	118,5	118,5	122,1	126,0	128,8	113,3	106,2	123,9	114,9
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	69,5	76,9	75,1	81,6	73,7	64,7	72,5	77,9	110,3	154,8	105,5	82,2	69,5
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	94,9	103,3	97,0	102,3	98,2	97,8	112,8	142,4	142,4	107,5	92,0	119,7	101,1
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	93,0	96,7	89,0	99,2	90,6	88,8	97,7	123,9	124,1	95,7	79,5	99,8	90,2
Comércio Varejista Ampliado (2)	102,4	107,4	99,6	106,5	106,2	105,0	110,3	111,2	120,8	103,4	96,3	110,6	103,8
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	112,4	118,2	108,7	120,5	118,8	122,1	128,0	115,9	121,6	113,2	104,3	128,0	115,3
10. Material de construção	98,9	106,4	97,5	109,2	105,0	106,3	111,1	103,4	93,6	99,4	91,6	108,0	99,0
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	86,5	92,4	81,4	89,1	89,8	94,9	97,4	91,6	100,2	87,2	84,9	101,1	88,2

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Estatísticas Conjunturais em Empresas

Nota: Base: 2014 = 100

(1) O indicador do comércio varejista é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 8.

(2) O indicador do comércio varejista ampliado é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 11

**Receita nominal de vendas
do comércio varejista e comércio varejista ampliado**

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 6 - Indicadores de Receita Nominal de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo as atividades de divulgação
Abril 2026 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mês/Mês anterior (1)			Mensal (2)			Acumulado no ano (3)			Últimos 12 meses (4)		
	FEV	MAR	ABR	FEV	MAR	ABR	JAN-FEV	JAN-MAR	JAN-ABR	Até FEV	Até MAR	Até ABR
Comércio varejista (5)	0,6	1,2	1,1	1,6	6,3	4,2	3,1	4,2	4,2	5,6	5,7	5,1
1. Combustíveis e lubrificantes	1,1	11,6	-2,3	-1,9	15,4	13,5	0,0	5,3	7,3	3,6	4,0	4,6
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	0,9	0,1	2,3	2,6	2,0	2,8	3,3	2,9	2,8	5,7	5,4	4,4
2.1. Hipermercados e supermercados	1,0	-0,1	3,8	2,8	2,1	2,7	3,4	2,9	2,9	5,9	5,6	4,6
3. Tecidos, vestuário e calçados	-1,3	1,2	0,2	-1,8	6,9	0,8	1,9	3,6	2,8	4,2	4,4	3,6
4. Móveis e eletrodomésticos	-1,1	-0,7	-0,2	-4,7	3,7	0,4	-0,4	1,0	0,8	3,0	3,0	2,8
4.1. Móveis	-	-	-	-7,1	2,7	-0,8	-3,4	-1,4	-1,3	-2,1	-1,8	-1,6
4.2. Eletrodomésticos	-	-	-	-4,0	4,1	0,8	0,6	1,8	1,5	4,7	4,6	4,3
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	1,0	0,3	-0,1	7,4	13,1	9,8	9,0	10,5	10,3	9,4	9,9	10,1
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-1,3	-0,1	-0,2	-0,1	12,9	3,0	0,1	2,9	2,9	3,9	5,1	5,1
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-2,0	5,8	-3,9	-1,7	20,9	7,2	0,9	7,7	7,6	4,0	5,8	6,6
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	0,2	4,8	-4,0	-1,3	15,5	1,2	2,4	6,8	5,3	5,9	7,3	6,1
Comércio varejista ampliado (6)	0,9	1,0	-0,2	-1,4	7,9	3,6	0,6	3,1	3,2	3,0	3,3	3,1
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	1,0	-0,3	-0,7	-7,5	13,1	3,3	-4,8	1,1	1,7	-3,0	-2,0	-1,4
10. Material de construção	1,1	2,2	-2,0	-5,6	11,9	4,2	-2,6	2,2	2,7	0,7	1,2	1,5
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	-	-	-	-3,3	6,3	1,1	-1,2	1,5	1,4	1,2	1,6	1,4

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Estatísticas Conjunturais em Empresas

(1) Base: mês imediatamente anterior -série com ajuste sazonal

(2) Base: igual mês do ano anterior

(3) Base: igual período do ano anterior

(4) Base: últimos 12 meses anteriores

(5) O indicador do comércio varejista é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 8.

(6) O indicador do comércio varejista ampliado é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 11

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 7 - Indicadores de Receita Nominal de Vendas do Comércio Varejista, segundo as unidades da federação
Abril 2026 - Variação (%)

Brasil e Unidades da Federação	Mês/Mês anterior (1)			Mensal (2)			Acumulado no ano (3)			Últimos 12 meses (4)		
	FEV	MAR	ABR	FEV	MAR	ABR	JAN-FEV	JAN-MAR	JAN-ABR	Até FEV	Até MAR	Até ABR
Brasil	0,6	1,2	1,1	1,6	6,3	4,2	3,1	4,2	4,2	5,6	5,7	5,1
Rondônia	-0,4	2,7	-1,2	4,2	9,4	6,2	9,1	9,2	8,4	9,7	9,6	9,0
Acre	2,1	0,9	-1,5	9,1	9,7	5,6	7,9	8,5	7,8	7,5	7,6	7,4
Amazonas	-1,5	7,8	-2,7	-5,4	10,3	4,0	-1,4	2,6	3,0	3,1	3,7	3,4
Roraima	1,9	4,1	3,7	0,7	7,5	9,5	2,2	4,1	5,5	2,4	2,8	3,5
Pará	-1,5	2,6	0,5	-4,1	2,4	1,3	-0,6	0,4	0,7	4,9	4,7	3,8
Amapá	-1,1	2,9	-0,4	2,6	6,0	4,2	3,9	4,6	4,5	12,2	11,3	10,4
Tocantins	0,6	1,6	2,6	4,0	12,2	11,9	3,6	6,5	7,9	1,0	1,7	2,1
Maranhão	-3,1	5,9	0,0	-5,9	8,7	4,6	-0,1	2,8	3,3	5,3	5,6	5,1
Piauí	0,6	3,5	-1,9	-2,1	6,0	1,2	-0,2	1,9	1,7	3,0	2,6	2,0
Ceará	1,4	0,6	0,8	4,3	9,5	7,2	5,8	7,0	7,1	7,6	7,7	7,5
Rio Grande do Norte	2,3	1,2	0,8	5,6	11,7	7,9	6,6	8,3	8,2	9,5	10,2	10,0
Paraíba	2,8	1,1	-0,5	3,7	7,9	1,7	4,2	5,5	4,5	7,2	7,2	6,0
Pernambuco	1,6	-0,7	0,0	12,4	18,6	14,2	14,8	16,1	15,6	7,2	8,4	8,8
Alagoas	1,8	0,9	-0,4	0,4	7,2	4,3	2,7	4,2	4,3	6,4	6,4	5,7
Sergipe	-1,2	4,4	0,1	-0,4	8,8	5,2	3,3	5,2	5,2	4,4	5,1	4,9
Bahia	2,0	0,9	-0,4	2,7	10,7	6,1	4,0	6,3	6,2	6,5	7,3	7,0
Minas Gerais	2,2	2,2	-1,9	1,5	7,1	3,3	2,0	3,8	3,7	5,1	5,3	4,7
Espírito Santo	-2,9	4,7	1,9	-5,0	4,9	3,8	-0,4	1,4	2,0	5,0	4,9	4,4
Rio de Janeiro	-0,4	0,2	1,4	-0,5	5,9	3,1	1,6	3,0	3,1	2,2	2,8	2,5
São Paulo	0,6	0,2	1,5	1,6	1,9	2,6	2,7	2,4	2,5	5,1	4,8	3,9
Paraná	2,6	2,9	-1,2	4,2	10,5	4,6	4,9	6,9	6,3	7,3	7,8	7,1
Santa Catarina	1,3	4,8	-2,7	3,1	8,4	6,0	4,9	6,1	6,0	9,8	9,6	8,5
Rio Grande do Sul	1,0	4,7	-2,2	-1,6	7,5	2,8	0,0	2,6	2,6	4,5	4,7	3,7
Mato Grosso do Sul	0,0	1,6	1,5	2,1	5,8	3,8	3,7	4,4	4,2	5,3	5,4	4,9
Mato Grosso	-3,8	4,7	2,2	0,1	3,1	6,7	4,2	3,8	4,6	8,3	7,4	7,0
Goiás	1,8	1,5	-0,4	4,2	8,8	6,6	4,6	6,1	6,2	5,5	5,8	5,5
Distrito Federal	1,2	2,8	-1,6	5,0	13,1	9,2	7,6	9,5	9,5	9,1	9,6	9,2

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Estatísticas Conjunturais em Empresas

(1) Base: mês imediatamente anterior - série com ajuste sazonal

(2) Base: igual mês do ano anterior

(3) Base: igual período do ano anterior

(4) Base: 12 meses anteriores

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 8 - Indicadores de Receita Nominal de Vendas do Comércio Varejista Ampliado, segundo as unidades da federação
Abril 2026 - Variação (%)

Brasil e Unidades da Federação	Mês/Mês anterior (1)			Mensal (2)			Acumulado no ano (3)			Últimos 12 meses (4)		
	FEV	MAR	ABR	FEV	MAR	ABR	JAN-FEV	JAN-MAR	JAN-ABR	Até FEV	Até MAR	Até ABR
Brasil	0,9	1,0	-0,2	-1,4	7,9	3,6	0,6	3,1	3,2	3,0	3,3	3,1
Rondônia	-0,4	1,9	-1,9	4,1	13,0	5,0	7,7	9,5	8,3	8,4	8,8	8,7
Acre	3,7	-0,1	0,8	7,6	14,0	8,6	6,6	9,2	9,0	6,5	7,1	7,5
Amazonas	0,1	4,7	-1,1	-2,6	13,0	7,1	0,8	4,9	5,5	4,1	4,6	4,8
Roraima	1,7	5,6	-0,8	5,5	15,0	9,6	5,8	9,0	9,2	7,4	8,2	8,7
Pará	-2,6	3,3	0,7	-4,6	6,3	2,4	-0,6	1,7	1,9	5,1	5,1	4,5
Amapá	1,2	2,9	-0,8	4,6	9,7	7,3	4,4	6,2	6,5	11,1	10,6	10,3
Tocantins	-1,2	1,3	-2,1	1,0	14,1	2,9	3,6	7,2	6,1	5,9	6,9	6,6
Maranhão	-0,9	2,1	2,5	-4,2	9,6	6,8	-0,3	3,0	4,0	2,0	2,8	3,0
Piauí	0,8	2,3	-1,1	-5,3	8,0	-0,3	-2,5	1,0	0,7	2,7	2,5	1,8
Ceará	0,4	0,5	-0,3	1,8	12,7	3,3	5,5	7,9	6,7	8,5	8,7	7,8
Rio Grande do Norte	1,4	2,3	1,5	0,8	13,4	8,4	2,9	6,4	6,9	6,9	7,7	7,9
Paraíba	3,6	0,7	-0,6	1,4	9,8	1,6	2,3	4,8	4,0	6,2	6,2	5,3
Pernambuco	3,2	0,0	0,6	7,9	21,1	10,1	10,0	13,8	12,8	4,7	6,7	6,9
Alagoas	0,5	1,0	0,2	-2,8	10,1	3,6	0,5	3,7	3,7	3,1	3,8	3,5
Sergipe	-2,0	2,1	0,3	-2,3	10,0	3,1	2,3	4,9	4,4	3,4	4,3	4,0
Bahia	2,7	0,7	-0,8	4,1	15,7	6,3	4,8	8,4	7,9	5,9	7,1	7,2
Minas Gerais	1,6	0,6	0,0	2,5	13,3	7,2	3,7	7,0	7,0	3,6	4,4	4,7
Espírito Santo	1,8	4,1	-1,0	-1,0	14,3	8,1	1,6	6,0	6,5	5,3	5,7	6,0
Rio de Janeiro	-0,4	1,0	0,5	-1,0	11,0	4,4	1,6	4,8	4,7	2,4	3,4	3,4
São Paulo	-0,8	-0,1	-0,1	-5,5	0,4	-2,1	-3,0	-1,8	-1,9	0,4	0,2	-0,5
Paraná	2,7	6,7	-4,8	-1,0	8,0	4,2	-0,4	2,6	3,0	3,0	3,0	2,8
Santa Catarina	1,7	0,1	0,7	3,1	8,9	5,5	4,1	5,7	5,7	6,4	6,2	5,8
Rio Grande do Sul	-0,3	1,7	3,1	-7,1	6,5	5,6	-4,7	-0,9	0,7	0,6	0,8	0,7
Mato Grosso do Sul	4,5	0,2	-2,0	3,4	12,1	1,6	2,2	5,6	4,5	4,8	5,7	5,0
Mato Grosso	1,8	1,0	2,3	5,3	10,6	8,4	5,9	7,5	7,7	7,9	7,7	7,7
Goiás	3,6	2,4	3,8	1,1	13,6	14,6	1,1	5,4	7,7	2,4	3,3	4,9
Distrito Federal	-1,3	3,9	-0,2	1,5	12,9	9,1	4,3	7,3	7,7	4,4	5,0	5,2

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Estatísticas Conjunturais em Empresas

(1) Base: mês imediatamente anterior - série com ajuste sazonal

(2) Base: igual mês do ano anterior

(3) Base: igual período do ano anterior

(4) Base: 12 meses anteriores

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 9 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Ceará - Abril 2026 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	FEV	MAR	ABR	JAN-FEV	JAN-MAR	JAN-ABR	Até FEV	Até MAR	Até ABR
Comércio Varejista (4)	4,3	9,5	7,2	5,8	7,0	7,1	7,6	7,7	7,5
1. Combustíveis e lubrificantes	-0,9	15,9	12,0	3,5	7,5	8,7	9,5	10,1	10,1
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	4,9	3,6	5,9	4,9	4,5	4,8	6,3	6,0	5,7
2.1. Hipermercados e supermercados	1,4	1,9	3,0	2,0	2,0	2,2	5,7	5,3	4,7
3. Tecidos, vestuário e calçados	-2,8	11,2	6,6	0,0	3,5	4,3	5,7	5,9	5,8
4. Móveis e eletrodomésticos	-1,9	2,9	11,4	1,2	1,8	4,2	1,5	1,3	2,7
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	11,3	20,9	4,6	14,0	16,4	13,3	14,7	15,3	14,0
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-14,1	15,6	-13,0	-4,1	0,6	-1,2	-0,9	-1,6	1,1
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-12,5	-1,1	-1,0	-16,2	-11,5	-9,2	-15,7	-15,2	-13,9
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	8,0	26,0	13,4	12,7	17,3	16,2	11,2	13,2	12,6
Comércio Varejista Ampliado (5)	1,8	12,7	3,3	5,5	7,9	6,7	8,5	8,7	7,8
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-1,5	30,6	2,9	2,0	10,9	8,7	7,6	9,9	9,0
10. Material de construção	-13,0	-4,7	-8,0	-3,4	-3,8	-4,9	1,6	0,0	-2,0
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	4,8	18,8	-4,1	12,9	15,0	9,9	16,6	16,4	13,9

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Estatísticas Conjunturais em Empresas

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

(4) O indicador do comércio varejista é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 8.

(5) O indicador do comércio varejista ampliado é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 11

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 9 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Pernambuco - Abril 2026 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	FEV	MAR	ABR	JAN-FEV	JAN-MAR	JAN-ABR	Até FEV	Até MAR	Até ABR
Comércio Varejista (4)	12,4	18,6	14,2	14,8	16,1	15,6	7,2	8,4	8,8
1. Combustíveis e lubrificantes	-10,5	6,3	1,9	-7,2	-2,6	-1,5	-0,7	-0,5	-0,5
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	25,2	24,5	22,8	26,0	25,5	24,7	8,8	10,6	11,5
2.1. Hipermercados e supermercados	29,4	29,1	27,3	30,3	29,9	29,2	8,4	10,6	11,9
3. Tecidos, vestuário e calçados	-9,2	5,9	1,7	-3,0	-0,1	0,3	1,8	2,4	2,0
4. Móveis e eletrodomésticos	-1,6	-0,7	-3,7	7,6	4,8	2,6	8,3	7,5	6,2
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	4,2	11,2	3,8	4,2	6,7	6,0	3,6	4,3	4,2
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	14,5	38,9	36,6	13,6	18,1	20,6	6,9	10,0	12,7
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	4,0	30,4	8,1	7,9	15,3	13,4	-2,2	1,1	3,1
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	7,4	25,6	14,5	14,5	18,4	17,4	12,7	14,6	14,8
Comércio Varejista Ampliado (5)	7,9	21,1	10,1	10,0	13,8	12,8	4,7	6,7	6,9
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-1,1	27,4	-1,8	2,0	10,2	7,1	-0,9	2,9	2,6
10. Material de construção	-8,3	19,2	1,1	-4,1	3,2	2,7	0,5	1,9	1,9
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	8,2	24,2	12,8	6,9	12,9	12,9	4,8	7,1	7,0

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Estatísticas Conjunturais em Empresas

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

(4) O indicador do comércio varejista é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 8.

(5) O indicador do comércio varejista ampliado é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 11.

Pesquisa Mensal de Comércio

Tabela 9 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação

Bahia - Abril 2026 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	FEV	MAR	ABR	JAN-FEV	JAN-MAR	JAN-ABR	Até FEV	Até MAR	Até ABR
Comércio Varejista (4)	2,7	10,7	6,1	4,0	6,3	6,2	6,5	7,3	7,0
1. Combustíveis e lubrificantes	6,6	18,8	14,9	7,0	11,1	12,1	5,5	6,4	7,6
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	3,4	7,0	5,2	4,6	5,4	5,4	7,2	7,8	7,1
2.1. Hipermercados e supermercados	5,6	7,5	6,2	6,4	6,8	6,6	8,7	9,4	8,7
3. Tecidos, vestuário e calçados	-21,3	-3,3	-5,7	-15,9	-12,1	-10,6	-3,2	-3,4	-4,0
4. Móveis e eletrodomésticos	1,9	8,7	2,9	-1,3	2,0	2,2	1,9	3,0	3,4
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	7,5	15,6	5,4	8,6	11,0	9,5	12,7	12,8	12,1
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-17,6	-2,2	40,9	-10,5	-9,0	-2,2	-12,9	-12,0	-6,5
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-17,7	63,7	29,0	-12,8	1,9	6,3	28,1	38,2	45,7
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-1,4	23,2	1,6	5,5	11,3	8,6	4,1	6,9	5,7
Comércio Varejista Ampliado (5)	4,1	15,7	6,3	4,8	8,4	7,9	5,9	7,1	7,2
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-8,4	22,3	3,8	-11,4	-1,0	0,2	2,6	3,8	3,7
10. Material de construção	-0,8	18,9	-3,0	1,2	7,0	4,4	2,2	3,8	2,8
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	27,6	28,5	13,6	29,3	29,0	25,0	8,6	11,6	13,5

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Estatísticas Conjunturais em Empresas

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

(4) O indicador do comércio varejista é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 8.

(5) O indicador do comércio varejista ampliado é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 11

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 9 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Minas Gerais - Abril 2026 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	FEV	MAR	ABR	JAN-FEV	JAN-MAR	JAN-ABR	Até FEV	Até MAR	Até ABR
Comércio Varejista (4)	1,5	7,1	3,3	2,0	3,8	3,7	5,1	5,3	4,7
1. Combustíveis e lubrificantes	-11,1	11,6	5,1	-7,8	-1,0	0,6	3,4	3,2	3,3
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	0,2	-0,8	2,0	1,0	0,3	0,8	4,3	3,7	2,8
2.1. Hipermercados e supermercados	0,5	-0,7	2,3	1,1	0,5	1,0	4,6	4,0	3,0
3. Tecidos, vestuário e calçados	-7,5	8,1	0,0	-3,0	0,8	0,6	3,0	3,3	2,9
4. Móveis e eletrodomésticos	-15,8	-3,3	-6,4	-13,6	-10,4	-9,4	-6,8	-6,7	-6,9
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	10,1	11,0	14,9	11,4	11,3	12,2	14,6	15,3	16,1
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-9,5	3,3	-11,9	-4,4	-2,6	-4,5	5,3	5,3	2,6
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	16,0	59,5	49,5	27,1	38,0	40,6	-26,8	-20,8	-14,8
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	27,0	53,2	-1,0	18,3	29,8	21,7	9,7	13,5	12,4
Comércio Varejista Ampliado (5)	2,5	13,3	7,2	3,7	7,0	7,0	3,6	4,4	4,7
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-4,9	21,9	14,8	1,0	7,5	9,2	0,1	1,4	3,0
10. Material de construção	-8,5	13,4	8,7	-3,1	2,4	3,9	3,1	3,9	5,1
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	21,9	32,2	16,0	17,8	22,6	20,9	1,5	4,8	6,3

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Estatísticas Conjunturais em Empresas

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

(4) O indicador do comércio varejista é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 8.

(5) O indicador do comércio varejista ampliado é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 11

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 9 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Espírito Santo - Abril 2026 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	FEV	MAR	ABR	JAN-FEV	JAN-MAR	JAN-ABR	Até FEV	Até MAR	Até ABR
Comércio Varejista (4)	-5,0	4,9	3,8	-0,4	1,4	2,0	5,0	4,9	4,4
1. Combustíveis e lubrificantes	-6,1	18,8	14,5	-2,1	4,9	7,2	-1,0	0,6	1,9
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	-1,0	-2,1	-0,4	0,1	-0,6	-0,6	4,5	3,6	2,4
2.1. Hipermercados e supermercados	-1,6	-2,3	0,3	-0,5	-1,1	-0,7	3,8	3,0	2,0
3. Tecidos, vestuário e calçados	-0,8	0,1	-1,2	2,3	1,5	0,7	13,3	11,1	9,0
4. Móveis e eletrodomésticos	-9,3	7,7	13,4	4,1	5,3	7,2	6,8	7,5	8,7
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	28,4	55,0	51,0	33,9	41,2	43,8	20,4	23,9	26,8
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-14,0	57,4	33,3	1,2	7,0	9,6	-5,0	1,0	3,6
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-21,1	3,4	-8,4	-11,2	-6,1	-6,7	3,1	3,4	2,0
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-21,5	0,0	7,1	-19,2	-13,4	-8,9	-11,7	-10,7	-10,4
Comércio Varejista Ampliado (5)	-1,0	14,3	8,1	1,6	6,0	6,5	5,3	5,7	6,0
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-12,3	11,9	8,1	-8,4	-0,8	1,3	-1,7	-1,7	-0,1
10. Material de construção	46,8	79,8	38,7	34,9	48,9	46,3	9,0	14,8	17,9
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	7,7	16,3	2,5	5,3	9,1	7,3	29,7	27,7	24,2

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Estatísticas Conjunturais em Empresas

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

(4) O indicador do comércio varejista é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 8.

(5) O indicador do comércio varejista ampliado é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 11

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 9 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Rio De Janeiro - Abril 2026 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	FEV	MAR	ABR	JAN-FEV	JAN-MAR	JAN-ABR	Até FEV	Até MAR	Até ABR
Comércio Varejista (4)	-0,5	5,9	3,1	1,6	3,0	3,1	2,2	2,8	2,5
1. Combustíveis e lubrificantes	4,4	28,6	25,4	7,2	14,3	17,0	-4,2	-1,4	1,5
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	3,6	2,2	3,2	4,6	3,8	3,6	4,5	4,5	4,1
2.1. Hipermercados e supermercados	3,8	2,5	3,4	5,4	4,4	4,1	6,0	5,9	5,2
3. Tecidos, vestuário e calçados	-15,0	-3,3	-7,8	-11,5	-8,7	-8,5	-7,7	-7,6	-8,0
4. Móveis e eletrodomésticos	-4,4	11,8	-0,7	2,7	5,5	4,1	3,9	5,2	5,3
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	1,4	12,7	8,8	5,0	7,6	7,9	5,5	6,3	7,0
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	3,9	1,1	-24,0	0,5	0,6	-3,4	1,2	2,0	-0,8
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-17,2	40,0	9,6	-0,3	12,6	11,9	1,7	5,1	6,8
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-24,3	0,7	-14,0	-22,7	-14,9	-14,7	-5,1	-3,7	-6,9
Comércio Varejista Ampliado (5)	-1,0	11,0	4,4	1,6	4,8	4,7	2,4	3,4	3,4
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-0,1	34,3	12,1	6,9	15,9	15,0	3,1	6,3	8,0
10. Material de construção	-15,0	21,8	1,1	-6,9	2,2	1,9	2,6	4,0	3,6
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	0,6	13,4	5,4	-0,1	4,3	4,6	2,7	3,5	3,2

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Estatísticas Conjunturais em Empresas

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

(4) O indicador do comércio varejista é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 8.

(5) O indicador do comércio varejista ampliado é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 11

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 9 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
São Paulo - Abril 2026 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	FEV	MAR	ABR	JAN-FEV	JAN-MAR	JAN-ABR	Até FEV	Até MAR	Até ABR
Comércio Varejista (4)	1,6	1,9	2,6	2,7	2,4	2,5	5,1	4,8	3,9
1. Combustíveis e lubrificantes	0,7	9,4	16,3	3,6	5,7	8,4	4,3	4,1	4,7
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	1,8	-1,8	0,7	1,8	0,6	0,6	4,9	4,1	2,8
2.1. Hipermercados e supermercados	2,1	-1,6	0,6	1,8	0,6	0,6	5,0	4,2	2,9
3. Tecidos, vestuário e calçados	10,2	17,1	6,6	13,1	14,5	12,2	8,1	9,1	8,6
4. Móveis e eletrodomésticos	-4,4	-1,8	-3,3	-1,9	-1,8	-2,2	2,6	2,5	2,4
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	6,4	10,8	8,9	7,8	8,9	8,9	6,4	6,7	7,0
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-5,6	17,7	14,4	-4,1	0,7	2,9	4,5	5,9	7,0
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	17,2	22,7	22,1	5,0	10,9	13,6	9,7	10,2	11,4
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-6,4	4,5	0,2	-0,8	1,1	0,9	4,7	5,1	4,1
Comércio Varejista Ampliado (5)	-5,5	0,4	-2,1	-3,0	-1,8	-1,9	0,4	0,2	-0,5
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-15,7	0,9	-10,0	-12,5	-8,0	-8,5	-8,3	-7,7	-8,3
10. Material de construção	-11,0	2,9	-1,8	-6,7	-3,4	-3,0	-1,6	-2,0	-1,8
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	-19,7	-7,4	-14,4	-13,9	-11,4	-12,2	-9,0	-8,8	-9,7

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Estatísticas Conjunturais em Empresas

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

(4) O indicador do comércio varejista é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 8.

(5) O indicador do comércio varejista ampliado é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 11

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 9 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Paraná - Abril 2026 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	FEV	MAR	ABR	JAN-FEV	JAN-MAR	JAN-ABR	Até FEV	Até MAR	Até ABR
Comércio Varejista (4)	4,2	10,5	4,6	4,9	6,9	6,3	7,3	7,8	7,1
1. Combustíveis e lubrificantes	0,5	20,4	13,7	-1,7	5,9	7,8	2,9	3,6	4,1
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	4,6	5,6	3,0	5,3	5,4	4,8	7,8	8,0	6,9
2.1. Hipermercados e supermercados	4,9	5,5	3,1	5,7	5,6	4,9	8,1	8,3	7,2
3. Tecidos, vestuário e calçados	-1,1	6,8	-1,6	3,4	4,6	2,8	8,8	8,4	6,6
4. Móveis e eletrodomésticos	-0,8	6,4	-0,6	1,6	3,2	2,3	9,7	9,1	8,2
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	6,7	12,6	8,1	8,8	10,2	9,6	5,0	5,9	6,6
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-1,6	9,6	9,0	2,3	4,3	5,3	7,5	7,7	7,8
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-28,3	9,5	-20,0	-13,0	-4,7	-8,4	-8,6	-8,2	-9,1
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	17,3	34,7	3,4	16,6	22,5	17,3	13,0	16,9	15,4
Comércio Varejista Ampliado (5)	-1,0	8,0	4,2	-0,4	2,6	3,0	3,0	3,0	2,8
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-8,6	9,0	2,1	-6,3	-1,1	-0,3	-6,5	-6,4	-6,1
10. Material de construção	1,6	17,0	6,1	-0,2	5,6	5,8	5,8	6,4	6,7
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	-4,6	-0,2	5,3	-6,3	-3,9	-1,7	3,7	2,0	2,2

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Estatísticas Conjunturais em Empresas

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

(4) O indicador do comércio varejista é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 8.

(5) O indicador do comércio varejista ampliado é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 11

Pesquisa Mensal de Comércio

Tabela 9 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Santa Catarina - Abril 2026 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	FEV	MAR	ABR	JAN-FEV	JAN-MAR	JAN-ABR	Até FEV	Até MAR	Até ABR
Comércio Varejista (4)	3,1	8,4	6,0	4,9	6,1	6,0	9,8	9,6	8,5
1. Combustíveis e lubrificantes	-0,8	16,6	19,7	-0,7	5,1	8,5	6,6	6,8	7,3
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	5,9	6,9	4,0	7,5	7,3	6,4	11,8	11,3	9,7
2.1. Hipermercados e supermercados	6,4	7,0	4,9	8,4	7,9	7,1	12,2	11,7	10,2
3. Tecidos, vestuário e calçados	-7,1	-2,6	-2,6	-4,0	-3,5	-3,3	4,2	3,2	1,8
4. Móveis e eletrodomésticos	-11,6	-3,9	-4,8	-9,4	-7,6	-7,0	-5,4	-6,1	-6,9
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	6,2	8,8	8,9	8,3	8,5	8,6	9,8	9,8	9,7
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	12,3	0,5	-1,6	9,4	7,2	5,4	11,6	10,8	9,0
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	57,1	59,5	30,2	52,3	54,8	48,6	27,8	32,3	35,5
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-9,9	4,2	1,7	-4,2	-1,5	-0,7	9,8	9,1	7,0
Comércio Varejista Ampliado (5)	3,1	8,9	5,5	4,1	5,7	5,7	6,4	6,2	5,8
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	7,1	13,0	5,8	4,3	7,4	6,9	-0,2	0,0	0,9
10. Material de construção	-4,0	16,7	15,0	1,4	6,6	8,6	7,7	7,7	8,7
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	0,1	-1,0	-2,8	1,8	0,8	0,0	4,5	3,5	2,5

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Estatísticas Conjunturais em Empresas

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

(4) O indicador do comércio varejista é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 8.

(5) O indicador do comércio varejista ampliado é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 11

Pesquisa Mensal de Comércio

Tabela 9 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação

Rio Grande Do Sul - Abril 2026 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	FEV	MAR	ABR	JAN-FEV	JAN-MAR	JAN-ABR	Até FEV	Até MAR	Até ABR
Comércio Varejista (4)	-1,6	7,5	2,8	0,0	2,6	2,6	4,5	4,7	3,7
1. Combustíveis e lubrificantes	-7,6	14,9	9,4	-6,6	0,8	2,9	2,4	2,5	2,3
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	1,9	6,0	1,8	1,7	3,2	2,8	5,5	5,9	4,4
2.1. Hipermercados e supermercados	1,6	5,3	0,2	1,4	2,7	2,1	5,0	5,5	3,9
3. Tecidos, vestuário e calçados	-14,6	-6,3	-14,9	-10,9	-9,3	-11,1	1,7	0,8	-2,1
4. Móveis e eletrodomésticos	-14,6	-5,5	-7,0	-6,6	-6,2	-6,4	-7,0	-7,6	-8,3
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	7,6	11,4	9,1	8,6	9,6	9,5	10,0	10,4	10,3
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	3,2	5,7	7,5	-0,8	0,4	1,6	-0,7	0,3	0,0
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-22,6	10,8	-10,4	-16,7	-7,5	-8,2	-14,4	-12,9	-12,3
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-6,9	16,3	10,7	1,6	6,7	7,8	6,5	7,7	7,5
Comércio Varejista Ampliado (5)	-7,1	6,5	5,6	-4,7	-0,9	0,7	0,6	0,8	0,7
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-17,5	0,3	2,3	-14,6	-9,5	-6,7	-9,5	-9,4	-8,6
10. Material de construção	-12,7	2,3	5,1	-13,4	-8,3	-5,2	-7,2	-7,8	-7,7
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	-15,3	10,4	20,8	-8,9	-3,0	2,5	-0,7	-0,6	1,4

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Estatísticas Conjunturais em Empresas

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

(4) O indicador do comércio varejista é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 8.

(5) O indicador do comércio varejista ampliado é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 11

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 9 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Goiás - Abril 2026 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	FEV	MAR	ABR	JAN-FEV	JAN-MAR	JAN-ABR	Até FEV	Até MAR	Até ABR
Comércio Varejista (4)	4,2	8,8	6,6	4,6	6,1	6,2	5,5	5,8	5,5
1. Combustíveis e lubrificantes	17,2	30,4	24,3	13,4	19,4	20,6	0,5	2,9	5,5
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	3,0	0,4	3,0	2,9	2,0	2,3	4,9	4,3	3,3
2.1. Hipermercados e supermercados	3,3	0,8	3,3	3,2	2,3	2,6	5,1	4,7	3,7
3. Tecidos, vestuário e calçados	3,3	-0,9	5,1	8,3	4,9	4,9	6,0	6,0	5,9
4. Móveis e eletrodomésticos	-8,1	17,3	13,8	-1,9	5,4	7,3	7,8	7,6	8,5
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	10,2	16,4	6,9	10,4	12,5	11,0	12,8	13,6	13,0
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-10,9	-0,1	-2,1	-11,0	-8,3	-7,0	1,4	0,1	-0,8
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-37,3	3,4	-18,6	-30,1	-19,2	-19,1	-18,2	-17,4	-18,9
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	0,8	17,3	0,3	1,8	6,9	5,2	6,1	7,8	5,8
Comércio Varejista Ampliado (5)	1,1	13,6	14,6	1,1	5,4	7,7	2,4	3,3	4,9
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-3,7	22,1	38,2	-5,2	3,5	11,9	-5,3	-3,2	2,6
10. Material de construção	5,7	24,6	10,7	5,0	11,4	11,2	5,4	7,3	7,8
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	-0,7	11,0	0,9	1,1	4,6	3,6	7,0	7,0	6,6

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Estatísticas Conjunturais em Empresas

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

(4) O indicador do comércio varejista é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 8.

(5) O indicador do comércio varejista ampliado é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 11

Pesquisa Mensal de Comércio

Tabela 9 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Distrito Federal - Abril 2026 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	FEV	MAR	ABR	JAN-FEV	JAN-MAR	JAN-ABR	Até FEV	Até MAR	Até ABR
Comércio Varejista (4)	5,0	13,1	9,2	7,6	9,5	9,5	9,1	9,6	9,2
1. Combustíveis e lubrificantes	-6,2	0,8	-4,3	-3,7	-2,1	-2,6	6,1	4,6	2,8
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	5,4	10,0	9,4	7,3	8,3	8,6	8,8	9,2	8,7
2.1. Hipermercados e supermercados	4,8	9,6	8,9	6,4	7,6	7,9	8,6	8,9	8,3
3. Tecidos, vestuário e calçados	-3,3	9,0	6,2	1,0	3,7	4,4	3,1	3,5	3,4
4. Móveis e eletrodomésticos	6,4	19,3	2,1	1,7	8,1	6,8	-0,5	0,5	-0,1
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	10,5	15,1	13,2	14,6	14,8	14,4	14,9	15,2	15,9
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	1,5	17,8	11,6	6,6	9,4	9,8	17,2	17,9	18,0
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-42,0	57,0	43,0	-32,3	-5,3	5,8	-12,0	-5,8	1,3
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	25,9	47,0	31,3	34,7	39,0	36,9	23,5	27,6	27,6
Comércio Varejista Ampliado (5)	1,5	12,9	9,1	4,3	7,3	7,7	4,4	5,0	5,2
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	1,7	18,5	12,1	6,9	10,6	11,0	-3,1	-1,5	0,5
10. Material de construção	-10,1	5,2	-1,1	-8,5	-3,9	-3,2	-6,2	-5,5	-5,4
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	-7,9	6,6	10,3	-8,2	-3,3	0,0	4,2	2,8	2,4

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Estatísticas Conjunturais em Empresas

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

(4) O indicador do comércio varejista é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 8.

(5) O indicador do comércio varejista ampliado é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 11

Pesquisa Mensal de Comércio

Tabela 10 - Índice de base fixa da receita nominal de vendas no comércio varejista (1) e comércio varejista ampliado (2), por atividades - abril 2026

Atividades	Comércio varejista ampliado												
	abr/2025	mai/2025	jun/2025	jul/2025	ago/2025	set/2025	out/2025	nov/2025	dez/2025	jan/2026	fev/2026	mar/2026	abr/2026
Comércio Varejista (1)	117,3	122,1	114,7	119,4	119,5	114,3	120,9	128,8	144,7	117,7	109,4	124,0	122,2
1. Combustíveis e lubrificantes	96,8	98,4	93,9	101,0	100,1	97,9	103,5	99,7	103,5	98,9	93,5	116,5	109,9
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	126,9	126,9	119,0	123,2	126,7	119,6	125,9	128,6	146,7	123,1	117,9	127,9	130,4
2.1. Hipermercados e supermercados	128,8	128,2	120,1	124,6	128,4	121,2	127,5	130,5	148,6	124,8	119,5	129,2	132,3
3. Tecidos, vestuário e calçados	102,3	124,1	123,7	113,6	110,2	96,7	104,7	122,5	199,0	96,5	84,3	98,5	103,0
4. Móveis e eletrodomésticos	97,8	112,4	99,8	108,9	103,2	102,0	107,3	135,9	137,6	110,1	93,5	105,9	98,1
4.1. Móveis	97,6	111,9	99,0	107,6	100,9	100,7	101,5	130,9	130,9	104,2	88,6	100,2	96,8
4.2. Eletrodomésticos	99,1	114,0	101,4	110,8	105,3	103,8	110,6	139,4	141,7	113,4	96,4	109,2	99,9
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	131,1	148,0	138,7	143,6	143,1	143,4	148,1	153,1	157,1	138,5	130,3	152,7	144,0
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	87,1	96,3	94,1	102,3	92,5	81,8	91,7	98,2	139,5	197,3	136,6	105,8	89,6
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	87,1	94,4	89,7	93,8	89,2	87,9	100,0	123,2	124,7	95,6	82,2	108,1	93,4
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	105,3	109,9	101,2	112,9	103,2	101,5	111,7	142,1	142,6	110,2	92,1	116,6	106,5
Comércio Varejista Ampliado (2)	114,0	119,6	110,6	117,6	117,0	115,5	121,3	122,2	133,6	114,2	106,6	124,1	118,0
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	117,5	123,9	114,0	126,0	124,1	127,5	133,4	120,9	126,7	118,0	109,2	134,4	121,3
10. Material de construção	103,0	110,7	101,8	114,2	110,4	112,2	117,4	109,5	99,5	105,8	97,6	116,2	107,3
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	103,0	109,6	95,9	103,3	103,1	109,0	111,7	105,1	116,2	101,2	97,9	117,6	104,1

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Estatísticas Conjunturais em Empresas

Nota: Base: 2014 = 100

(1) O indicador do comércio varejista é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 8.

(2) O indicador do comércio varejista ampliado é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 11