



Indicadores IBGE

Pesquisa Mensal de Comércio

Fevereiro 2026

Publicado em 15/04/2026 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.Jan
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	-	IPCA (cód. 1100000)
	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				-	IPCA (cód. 1103000)
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)		
			4782-2	-	IPCA (cód. 4200000)
			4753-9	-	IPCA (cód. 3200000)
	4756-3	-	-	IPCA (cód. 7201010)	
				4759-8	-
	4762-8	-	-	IPCA serviços	
6- Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, perfumaria e cosméticos	4771-7	-	IPCA (cód. 3101000)		
			4772-5	-	IPCA (cód. 3102000)
			4773-3	-	IPCA (cód. 6101000)
			IPCA (cód. 6301000)		
			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)
			IPCA (cód. 4301004)
	4789-0	-	IPCA (cód. IG)
4757-1	-	IPCA (cód. IG)	
4763-3	-	IPCA (cód. 7201019)	
		IPCA (cód. 7201023)	
10- Veículos, motocicletas, partes e peças	4511-1	Veículos novos	IPCA (cód. 5102001)
		Veículos usados	IPCA (cód. 5102001)
		Partes e peças	IPCA (cód. 5102009)
	IPCA (cód. 5102010)		
	4530-7	Veículos novos	IPCA (cód. 5102001)
		Veículos usados	IPCA (cód. 5102020)
		Partes e peças	IPCA (cód. 5102009)
	IPCA (cód. 5102010)		
	4541-2	Veículos novos	IPCA (cód. 5102053)
Veículos usados		IPCA (cód. 5102053)	
Partes e peças		IPCA (cód. 5102009)	
	IPCA (cód. 5102010)		
11- Atacado e varejo de material de construção	4671-1	-	IPCA (cód. IG SINAPI)
	4672-9	-	IPCA (cód. IG SINAPI)
	4673-7	-	IPCA (cód. IG SINAPI)
	4674-5	-	IPCA (cód. IG SINAPI)
	4679-6	-	IPCA (cód. IG SINAPI)
	4741-5	-	IPCA (cód. 2103014)
	4742-3	-	IPCA (cód. 2103008)
	4743-1	-	IPCA (cód. 2103000)
	4744-0	-	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)	

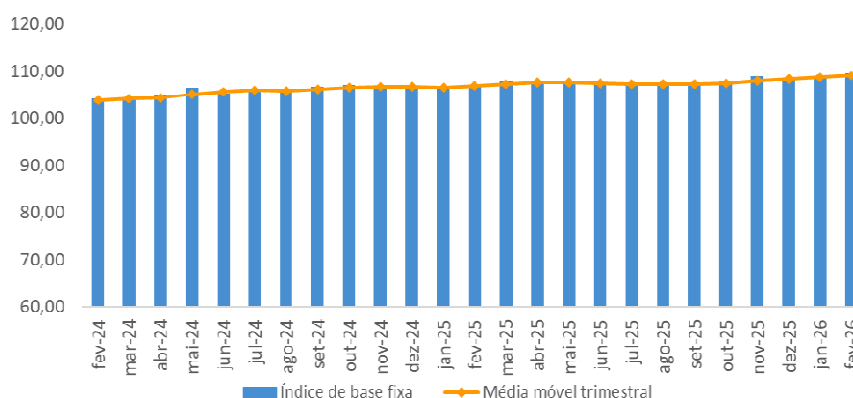
6 OBSERVAÇÕES

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 fevereiro de 2026 o volume de vendas no **comércio varejista** nacional cresceu 0,6% nas vendas frente ao mês imediatamente anterior na série livre de influências sazonais, após ter registrado variação de 0,4% em janeiro de 2026. Com isso, a evolução do índice de média móvel trimestral para o varejo, depois de registrar 0,4% no trimestre encerrado em janeiro de 2026, variou 0,2% no trimestre encerrado em fevereiro de 2026, conforme mostra o Gráfico 1.

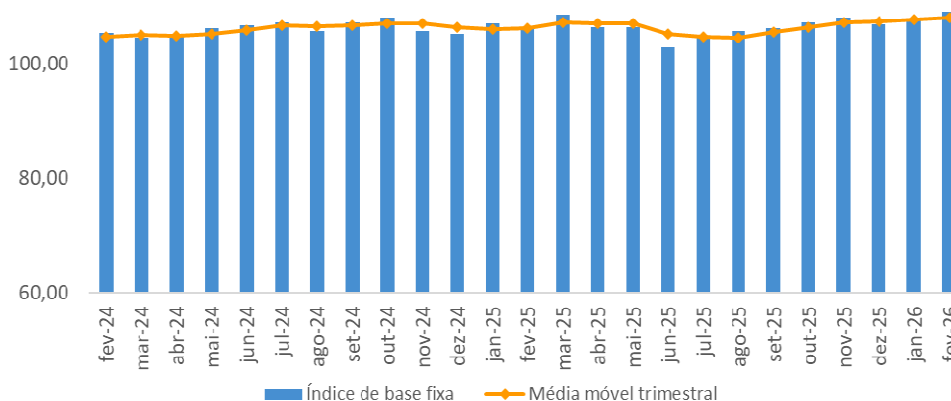
Gráfico 1 - Volume de Vendas do Varejo com Ajuste Sazonal
Índice de Base Fixa e Média Móvel Trimestral
Fevereiro 2026



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 fevereiro de 2026 cresceu 1,0% nas vendas frente ao mês imediatamente anterior na série livre de influências sazonais, após alta de 0,9% em janeiro de 2026. Com isso, a evolução do índice de média móvel trimestral para o varejo, depois de registrar 0,2% no trimestre encerrado em janeiro de 2026, variou em 0,3% no trimestre encerrado em fevereiro de 2026, conforme Gráfico 2.

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



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

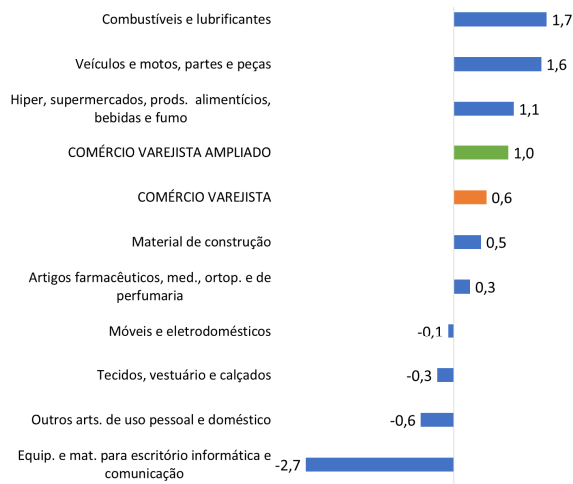
Em fevereiro de 2026, frente a igual mês do ano anterior, o **comércio varejista** mostrou variação de 0,2%, depois de alta de 2,7% em janeiro de 2026, frente a janeiro de 2025. Em relação ao acumulado no ano, o comércio varejista teve ganhos de 1,5% até fevereiro. Nos últimos doze meses, o ritmo de crescimento é similar: 1,4% até fevereiro de 2026. Já o **varejo ampliado** caiu 2,2% no indicador interanual, invertendo trajetória de alta dos meses anteriores (2,7% em dezembro de 2025 e 1,1% em janeiro de 2026). No ano, o acúmulo até fevereiro é de -0,5%. Nos últimos doze meses a variação acumulada foi de -0,4% até fevereiro.

RESULTADOS SETORIAIS

A alta de 0,6% no volume de vendas do **comércio varejista** na passagem de janeiro para fevereiro de 2026, na série com ajuste sazonal, teve equilíbrio entre taxas positivas e negativas. Os setores de *Livros, jornais, revistas e papelaria* (2,4%), *Combustíveis e lubrificantes* (1,7%), *Hiper, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* (1,1%) e *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria* (0,3%) obtiveram resultados no campo positivo. Já as atividades de *Equipamentos e material para escritório informática e comunicação* (-2,7%), *Outros artigos de uso pessoal e doméstico* (-0,6%), *Tecidos, vestuário e calçados* (-0,3%) e *Móveis e eletrodomésticos* (-0,1%) apresentaram resultados no campo negativo. Já o **comércio varejista ampliado** apresentou alta de 1,0% com *Veículos e motos, partes e peças* no campo negativo, crescendo 1,6% e *Material de construção* com alta de 0,5% entre janeiro e fevereiro de 2026, conforme Gráfico 3.

O indicador interanual, no **comércio varejista**, teve predominância de taxas no campo negativo, entre os setores, atingindo cinco das oito atividades pesquisadas: *Outros artigos de uso pessoal e doméstico* (-5,3%), *Tecidos, vestuário e calçados* (-5,0%), *Livros, jornais, revistas e papelaria* (-4,1%), *Móveis e eletrodomésticos* (-1,2%) e *Combustíveis e lubrificantes* (-0,2%). Por outro lado, três atividades apresentaram resultados no campo positivo: *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria* (2,1%), *Hiper, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* (1,5%) e *Equipamentos e material para escritório informática e comunicação* (0,2%). Considerando o **comércio varejista ampliado**, para a mesma comparação, as três atividades adicionais registraram queda: *Veículos e motos, partes e peças* (-7,8%), *Material de construção* (-8,5%) e *Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo* (-1,0%).

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



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

Com a entrada do mês de fevereiro, a atividade denominada de *Outros artigos de uso pessoal e doméstico*, que engloba lojas de departamentos, óticas, joalherias, artigos esportivos, brinquedos etc., registra queda de 5,3% no indicador interanual, invertendo trajetória positiva que vinha acontecendo desde abril de 2025 (março de 2025 houve queda de 6,2%). Com isso, o primeiro bimestre de 2026, em comparação com o primeiro bimestre de 2025, fechou em queda de 1,6%. Nos últimos 12 meses o setor acumula ganhos de 1,3% até fevereiro, menos intensa que o resultado até janeiro (1,9%).

A atividade de *Tecidos, vestuário e calçados* apresentou queda de 5,0% no volume de vendas frente a fevereiro de 2025, segunda maior amplitude (no campo negativo) dentre os oito setores, nos últimos seis meses, o único resultado positivo ocorre em janeiro (1,4%). A contribuição para a formação da taxa global também foi a segunda maior, no campo negativo, somando -0,2 p.p. ao total de +0,2% do indicador interanual do varejo. Nos primeiros dois meses do ano de 2026 o setor apresenta perdas em relação ao mesmo período do ano anterior (-1,7%), demonstrando desaceleração em relação a janeiro (+1,4%) No indicador de 12 meses a atividade passa de 1,3% até janeiro de 2026 para 0,4% até fevereiro.

A atividade de *Livros, jornais, revistas e papelaria* teve queda de 4,1% nas vendas frente a fevereiro de 2025, terceira queda consecutiva e maior amplitude no campo negativo para o indicador interanual (-1,6% em dezembro de 2025 e -3,4% em janeiro de 2026). No primeiro bimestre de 2026 as perdas acumuladas chegam a 3,7% até fevereiro e nos últimos 12 meses o valor da taxa é de -1,1%.

O setor de *Móveis e eletrodomésticos* apresentou queda de 1,2% nas vendas frente a fevereiro de 2025, primeira queda após sete meses consecutivos de forte crescimento (o setor

chegou a registrar variação de 8,1% em setembro e 7,4% em dezembro de 2025). No entanto, o setor inicia o ano com acúmulo positivo no primeiro bimestre, frente ao mesmo período de 2025, registrando 2,6%. Nos últimos doze meses a atividade continua demonstrando desempenho positivo, com ganhos de 3,9% até fevereiro de 2026.

O setor de *Combustíveis e lubrificantes* variou -0,2% em volume de vendas frente a fevereiro de 2025. Esse resultado vem após variação de igual valor em janeiro (-0,2%), que, por sua vez, sucedeu alta de 3,0% em dezembro de 2025. No primeiro bimestre de 2026 há um acúmulo de -0,2% no ano até fevereiro, similar ao de janeiro (-0,2%). Nos últimos doze meses o resultado se situa no campo positivo, mas também próximo de zero: 0,5% até janeiro e 0,3% até fevereiro.

O setor de *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria* apresentou alta de 2,1% nas vendas frente a fevereiro de 2025 maior resultado no campo positivo dentre todas as atividades do varejo. Ao todo, são 36 meses consecutivos de crescimento para o indicador interanual (o último mês a registrar queda foi fevereiro de 2023: -0,5%). Com isso, a atividade representa a segunda maior contribuição na taxa global do varejo, somando 0,2 p.p. ao total de 0,2%, conforme Tabela 1. Nos dois primeiros meses do ano o setor acumula 3,6%, menos intenso que até janeiro (5,1%). Em termos de resultado acumulado nos últimos doze meses, o setor mostra manutenção de intensidade de crescimento, já que mantém patamar similar nos três últimos registros (4,5% até dezembro de 2025, 4,5% até janeiro de 2026 e 4,4% até fevereiro).

Em fevereiro, o agrupamento que abrange *Hiper, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* apresentou alta de 1,5% nas vendas frente a fevereiro de 2025 após registrar crescimento de 2,7% em janeiro. Com isso, o setor teve a maior contribuição, no campo positivo, na composição da taxa interanual do varejo, adicionando 0,7 p.p. ao total de 0,2%. No bimestre o setor acumula 2,1% de ganhos. Nos últimos doze meses, o acúmulo é positivo em 0,9%, mantendo estável o ritmo de crescimento (0,8% tanto até dezembro quanto até janeiro).

A atividade de revenda de *Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação* apresentou variação de 0,2% nas vendas frente a fevereiro de 2025, levando a expansão em volume ao campo da estabilidade após cinco meses de crescimento intenso (chegando a atingir 31,1% de alta em dezembro de 2025). Com isso, o primeiro bimestre de 2026 fecha acumulando ganhos de 3,0%. Trajetória similar pode ser observada no indicador acumulado dos últimos doze meses, que registrou 4,7% até fevereiro, aumentando o ritmo de ganhos em relação aos meses anteriores (4,1% até dezembro e 4,4% até janeiro).

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

Fevereiro 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	0,2	0,2	-2,2	-2,2
1 - Combustíveis e lubrificantes	-0,2	0,0	-0,2	0,0
2 - Hiper, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	1,5	0,7	1,5	0,5
3 - Tecidos, vestuário e calçados	-5,0	-0,2	-5,0	-0,1
4 - Móveis e eletrodomésticos	-1,2	-0,1	-1,2	-0,1
5 - Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria	2,1	0,2	2,1	0,1
6 - Livros, jornais, revistas e papelaria	-4,1	0,0	-4,1	0,0
7 - Equipamentos e mat. para escritório informática e comunicação	0,2	0,0	0,2	0,0
8 - Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-5,3	-0,4	-5,3	-0,3
9 - Veículos e motos, partes e peças			-7,8	-1,5
10- Material de construção			-8,5	-0,7
11 - Atacado Prod.Alimen.,Beb. e Fumo			-1,0	-0,1

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.

As empresas que comercializam *Veículos e motos, partes e peças* apresentaram queda de 7,8% no volume de vendas frente a fevereiro de 2025, seguindo trajetória negativa pela segunda vez seguida. No que tange ao comércio varejista ampliado, o setor registra a maior contribuição, no campo negativo, dentre os onze pesquisados, somando -1,5 p.p. no total de -2,2% do interanual (Tabela 1). O primeiro bimestre de 2026 apresentou perdas de 5,5%, em relação ao mesmo período do ano anterior, enquanto o indicador de doze meses fechou fevereiro com -5,0% em relação aos doze meses anteriores.

As vendas de *Material de construção* apresentaram queda de 8,5% frente a fevereiro de 2025, de maior amplitude no campo negativo do que em janeiro (-2,6%). A atividade exerceu a segunda maior contribuição negativa para a formação da taxa global, somando -0,7 p.p. ao total de -2,2% do varejo ampliado. O primeiro bimestre de 2026 fecha, também, com perdas (5,5% abaixo do primeiro bimestre de 2025). Já o indicador acumulado nos últimos doze meses até fevereiro registra queda de -2,1%, tornando-se mais negativo do que o observado até janeiro (-0,7%)

Ainda no âmbito do varejo ampliado, a atividade de *Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo* registrou queda de 1,0% na comparação de fevereiro de 2026 com fevereiro de 2025, primeiro mês de decréscimo após cinco altas consecutivas (7,7% em setembro, 2,3% em outubro, 0,9% em novembro, 8,5% em dezembro e 2,1% em janeiro). No ano, o acúmulo é de 0,6% e nos últimos doze meses é de -0,9%.

RESULTADOS BIMESTRAIS

O primeiro bimestre de 2026, na comparação com o mesmo período do ano anterior, teve crescimento de 1,5% para o **comércio varejista** (Tabela 2). Tal resultado representa o vigésimo primeiro consecutivo no campo positivo: o último bimestre a contabilizar resultado negativo foi o quarto de 2022 (-2,0%). Para essa mesma comparação, o primeiro bimestre de 2026 teve equilíbrio, em termos setoriais, de resultados positivos e negativos, com quatro setores apresentando patamares mais elevados no primeiro bimestre de 2026 do que no mesmo período de 2025: *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria* (3,6%), *Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação* (3,0%), *Móveis e eletrodomésticos* (2,6%) e *Hiper e supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* (2,1%). Também foram quatro atividades a fechar o bimestre no campo negativo: *Livros, jornais, revista e papelaria* (-3,7%), *Tecidos, vestuário e calçados* (-1,7%), *Outros artigos de uso pessoal e doméstico* (-1,6%) e *Combustíveis e lubrificantes* (-0,2%) Ao contrário do ocorrido no comércio varejista, o **varejo ampliado**, no primeiro bimestre de 2026, caiu 0,5% em relação ao mesmo período de 2025. Setorialmente, *Veículos e motos, partes e peças* e *Material de construção* caíram (5,5% e 5,5%, respectivamente), enquanto *Atacado de produtos alimentícios, bebidas e fumo* teve alta de 0,6%.

Tabela 2 - BRASIL - INDICADOR BIMESTRAL DO VOLUME DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA E COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO, SEGUNDO GRUPOS DE ATIVIDADES

Atividades	2024						2025						2026
	1º Bim	2º Bim	3º Bim	4º Bim	5º Bim	6º Bim	1º Bim	2º Bim	3º Bim	4º Bim	5º Bim	6º Bim	1º Bim
COMÉRCIO VAREJISTA	5,6	3,2	5,2	4,2	3,8	2,8	2,4	2,2	1,2	0,8	0,9	1,9	1,5
Combustíveis e lubrificantes	0,3	-1,7	-4,0	-4,5	0,3	0,6	1,8	-0,2	-0,5	1,7	-0,2	0,9	-0,2
Hiper, supermercados, prods. alimentícios, bebidas e fumo	7,7	3,7	6,9	4,9	3,2	2,0	1,3	2,8	0,2	0,0	-0,3	0,7	2,1
Tecidos, vest. e calçados	0,0	-2,4	1,0	5,7	5,7	5,3	5,3	4,4	6,5	-0,5	-1,9	-3,0	-1,7
Móveis e eletrodomésticos	2,0	1,3	4,3	7,2	4,7	4,8	7,1	1,7	3,4	2,7	5,6	6,6	2,6
Artigos farmacêuticos, med., ortop. e de perfumaria	9,0	7,5	7,1	8,5	8,8	3,9	4,6	2,2	4,0	3,4	5,8	7,2	3,6
Livros, jornais, rev. e papelaria	-7,2	-7,4	-8,5	-6,8	-9,9	-6,9	-2,7	-6,0	1,1	2,4	-0,4	1,4	-3,7
Equip. e mat. para escritório informática e comunicação	7,3	0,2	2,3	-1,2	0,8	-3,2	-1,1	-3,8	2,6	-2,8	7,0	19,6	3,0
Outros arts. de uso pessoal e doméstico	3,3	8,9	11,0	6,1	6,6	6,8	3,9	1,8	1,1	1,6	2,1	2,5	-1,6
COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO	8,0	1,2	3,1	4,8	4,6	1,4	2,3	0,0	-1,5	-2,2	0,4	1,3	-0,5
Veículos e motos, partes e peças	14,2	14,0	8,8	14,0	14,4	4,9	9,4	-4,9	-5,6	-8,6	-3,3	-2,3	-5,5
Material de construção	2,7	2,5	1,4	7,9	11,1	3,0	6,7	1,0	0,6	-4,4	-2,1	-1,5	-5,5
Atacado Prod.Alimen.,Beb. e Fumo	13,6	-18,3	-9,8	-5,7	-7,2	-9,8	-8,4	-3,1	-7,8	-4,4	4,9	4,7	0,6

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

RESULTADOS REGIONAIS

Na passagem de janeiro para fevereiro de 2026, na série com ajuste sazonal, a taxa média nacional de vendas do **comércio varejista** mostrou avanço em 17 das 27 Unidades da Federação, com destaque para: Paraná (2,9%), Bahia (2,7%) e Minas Gerais (2,5%). Por outro lado, pressionando negativamente figuram 9 das 27 Unidades da Federação, com destaque para Mato

Grosso (-3,6%), Maranhão (-3,2%) e Amazonas (-3,2%). O Rio de Janeiro mostrou estabilidade (0,0%), conforme Gráfico 4. Para o **comércio varejista ampliado**, 17 também foi o número de Unidades da Federação com crescimento na margem, com destaque para Mato Grosso do Sul (6,2%), Bahia (5,4%) e Paraná (3,7%). No lado negativo figuram 10 Unidades da Federação, com destaque para Pará (-2,1%), Amazonas (-1,9%) e Tocantins (-1,5%), conforme Gráfico 5.

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

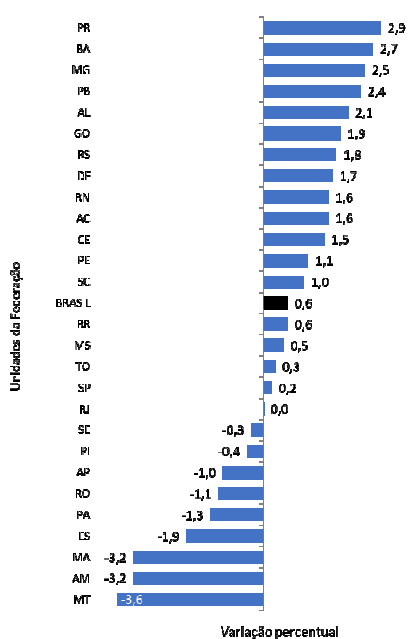
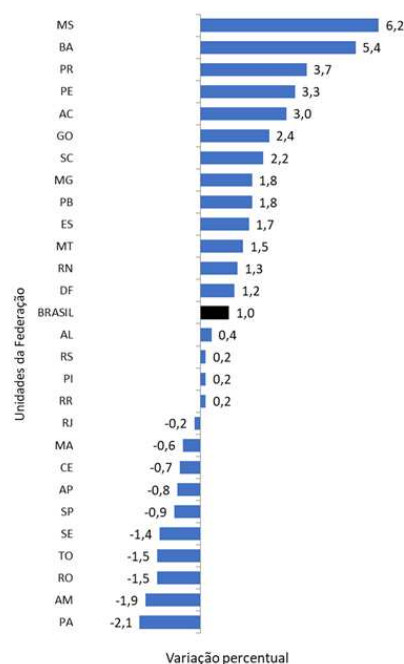


Gráfico 5 -Volume de Vendas do Comércio Varejista Ampliado por UF mês/ mês anterior Fevereiro 2026



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

Frente a fevereiro de 2025, a variação das vendas no **comércio varejista**, no mês de referência, foi de 0,2%, com resultados positivos em 16 das 27 Unidades da Federação, com destaque para: Pernambuco (10,1%), Acre (8,1%) e Distrito Federal (4,8%). Por outro lado, pressionando negativamente, figuram 11 das 27 Unidades da Federação, com destaque para: Amazonas (-7,2%), Pará (-5,3%) e Espírito Santo (-4,7%), conforme Gráfico 6. Já no **comércio varejista ampliado**, a variação entre dezembro de 2025 e dezembro de 2024 registrou 13 das 27 Unidades da Federação com taxas positivas, com destaque para Mato Grosso (7,0%), Acre (6,0%) e Mato Grosso do Sul (5,7%). Por outro lado, pressionando negativamente, figuram outras 13 das 27 Unidades da Federação, com destaque para Piauí (-7,5%), São Paulo (-7,4%) e Rio Grande do Sul (-6,6%). A Paraíba contabilizou estabilidade (0,0%) no indicador interanual, conforme Gráfico 7.

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

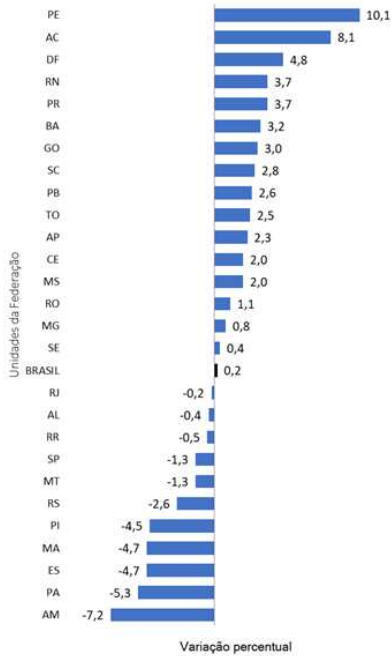
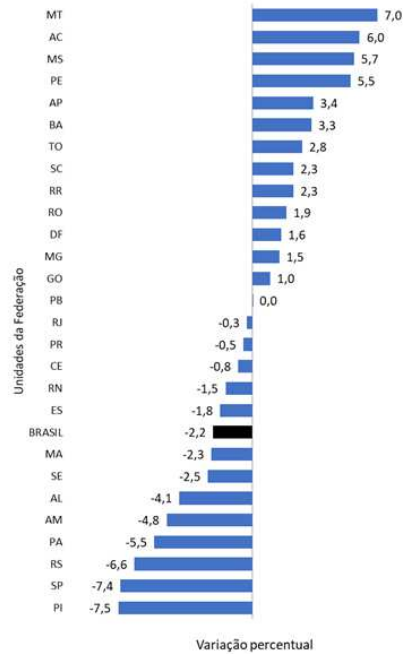
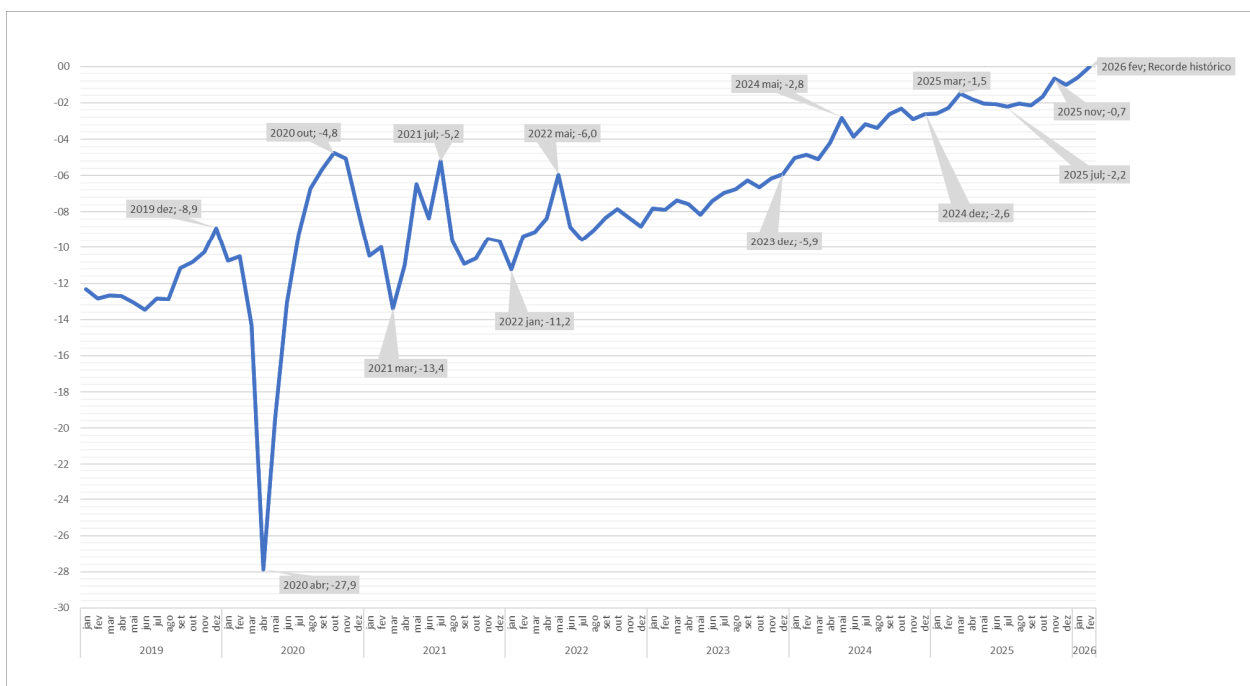


Gráfico 7 - Volume de Vendas do Comércio Varejista Ampliado por UF mês/igual mês do ano anterior Fevereiro 2026



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

Gráfico 8 – Índice de Base Fixa do Comércio Varejista, série com ajuste sazonal, 2013-2026 (base: mês imediatamente anterior)



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

Em síntese, o comércio varejista, na passagem de janeiro para fevereiro de 2026, na série com ajuste sazonal, cresceu 0,6%, segundo resultado seguido no campo positivo. Com isso, a série histórica do índice da base fixa do indicador de volume da margem volta a renovar o máximo. O varejo ampliado, ao apresentar crescimento de 1,0% na passagem de janeiro para fevereiro, também atinge seu maior patamar da série histórica, superando em 0,5% o patamar anterior, atingido em março de 2025.

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
Fevereiro 2026 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mês/Mês anterior (1)			Mensal (2)			Acumulado no ano (3)			Últimos 12 meses (4)		
	DEZ	JAN	FEV	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Volume de vendas do comércio varejista (5)	-0,3	0,4	0,6	2,4	2,7	0,2	1,6	2,7	1,5	1,6	1,6	1,4
1. Combustíveis e lubrificantes	0,3	-1,1	1,7	3,0	-0,2	-0,2	0,6	-0,2	-0,2	0,6	0,5	0,3
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	-0,2	0,3	1,1	1,3	2,7	1,5	0,8	2,7	2,1	0,8	0,8	0,9
2.1. Hipermercados e supermercados	-0,3	0,5	0,7	1,3	2,7	1,5	1,1	2,7	2,1	1,1	1,0	1,1
3. Tecidos, vestuário e calçados	-0,2	2,1	-0,3	-2,4	1,4	-5,0	1,3	1,4	-1,7	1,3	1,3	0,4
4. Móveis e eletrodomésticos	-0,5	0,0	-0,1	7,4	6,1	-1,2	4,6	6,1	2,6	4,6	4,7	3,9
4.1. Móveis	-	-	-	-1,3	-2,7	-8,3	-4,2	-2,7	-5,4	-4,2	-4,5	-5,0
4.2. Eletrodomésticos	-	-	-	10,6	9,4	0,7	7,6	9,4	5,2	7,6	7,9	7,0
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	-5,0	2,6	0,3	6,9	5,1	2,1	4,5	5,1	3,6	4,5	4,5	4,4
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-1,9	-2,0	2,4	-1,6	-3,4	-4,1	-0,9	-3,4	-3,7	-0,9	-1,2	-1,1
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	8,3	-10,1	-2,7	31,1	5,5	0,2	4,1	5,5	3,0	4,1	4,4	4,7
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-1,9	0,8	-0,6	0,5	1,7	-5,3	2,2	1,7	-1,6	2,2	1,9	1,3
Volume de vendas do comércio varejista ampliado (6)	-0,9	0,9	1,0	2,7	1,1	-2,2	0,0	1,1	-0,5	0,0	0,0	-0,4
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-2,4	2,9	1,6	0,7	-3,2	-7,8	-2,9	-3,2	-5,5	-2,9	-3,8	-5,0
10. Material de construção	-4,1	3,3	0,5	0,1	-2,6	-8,5	-0,1	-2,6	-5,5	-0,1	-0,7	-2,1
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	-	-	-	8,5	2,1	-1,0	-2,4	2,1	0,6	-2,4	-1,4	-0,9

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

(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
Fevereiro 2026 - Variação (%)

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

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
Fevereiro 2026 - Variação (%)

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

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 - Fevereiro 2026 - Variação (%)

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

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
Pernambuco - Fevereiro 2026 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Comércio Varejista (4)	3,3	14,2	10,1	2,1	14,2	12,2	2,1	3,1	3,6
1. Combustíveis e lubrificantes	-4,9	-6,1	-8,8	-3,6	-6,1	-7,4	-3,6	-3,9	-4,1
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	2,1	25,0	24,0	1,8	25,0	24,5	1,8	3,6	5,4
2.1. Hipermercados e supermercados	0,7	29,2	28,1	0,8	29,2	28,6	0,8	2,9	5,0
3. Tecidos, vestuário e calçados	-3,1	0,5	-14,1	0,1	0,5	-6,5	0,1	0,5	-1,1
4. Móveis e eletrodomésticos	8,9	18,2	1,7	10,2	18,2	10,4	10,2	10,7	9,8
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	1,0	-1,8	-1,1	-0,9	-1,8	-1,5	-0,9	-1,1	-1,2
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-7,7	9,0	10,9	1,2	9,0	9,9	1,2	2,9	2,4
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	25,4	16,7	10,4	-3,7	16,7	13,7	-3,7	-1,7	-0,8
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	16,8	16,5	3,0	8,2	16,5	10,1	8,2	9,1	8,5
Comércio Varejista Ampliado (5)	3,2	9,3	5,5	1,0	9,3	7,5	1,0	1,4	1,4
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	6,6	3,1	-3,1	-2,9	3,1	0,1	-2,9	-3,4	-4,2
10. Material de construção	1,6	-4,9	-12,6	0,6	-4,9	-8,5	0,6	-0,3	-1,9
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	-2,0	3,3	6,1	2,9	3,3	4,7	2,9	2,5	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 4 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Bahia - Fevereiro 2026 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Comércio Varejista (4)	7,9	4,1	3,2	2,7	4,1	3,6	2,7	3,0	3,0
1. Combustíveis e lubrificantes	12,3	9,4	11,5	2,9	9,4	10,4	2,9	3,9	4,4
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	3,1	4,4	3,5	2,2	4,4	4,0	2,2	2,5	2,5
2.1. Hipermercados e supermercados	5,1	6,1	5,9	3,9	6,1	6,0	3,9	4,4	4,6
3. Tecidos, vestuário e calçados	-5,4	-14,6	-24,0	-3,5	-14,6	-19,2	-3,5	-4,6	-6,8
4. Móveis e eletrodomésticos	13,4	0,2	5,9	3,5	0,2	2,9	3,5	3,2	3,2
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	10,7	2,9	0,6	8,3	2,9	1,8	8,3	7,9	7,2
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-9,5	-8,2	-19,5	-17,5	-8,2	-12,7	-17,5	-18,1	-16,9
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	500,7	-10,5	-19,0	28,4	-10,5	-13,8	28,4	21,8	28,0
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	2,1	7,9	-4,2	-0,1	7,9	2,3	-0,1	0,3	0,3
Comércio Varejista Ampliado (5)	7,5	1,8	3,3	0,4	1,8	2,5	0,4	0,6	0,8
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	4,8	-16,3	-5,3	5,0	-16,3	-11,4	5,0	1,0	-0,5
10. Material de construção	-3,4	-1,6	-5,0	-1,2	-1,6	-3,3	-1,2	-1,0	-1,6
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	13,4	18,6	20,4	-13,4	18,6	19,4	-13,4	-9,4	-5,8

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
Minas Gerais - Fevereiro 2026 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Comércio Varejista (4)	2,0	0,7	0,8	1,8	0,7	0,8	1,8	1,5	1,4
1. Combustíveis e lubrificantes	0,6	-7,2	-8,4	2,8	-7,2	-7,8	2,8	2,0	1,1
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	0,6	0,6	0,0	0,5	0,6	0,3	0,5	0,2	0,2
2.1. Hipermercados e supermercados	0,5	0,6	0,2	0,8	0,6	0,4	0,8	0,4	0,4
3. Tecidos, vestuário e calçados	-6,8	-2,3	-11,1	0,1	-2,3	-6,5	0,1	0,1	-1,1
4. Móveis e eletrodomésticos	-2,0	-6,6	-12,0	-2,3	-6,6	-9,1	-2,3	-3,4	-4,9
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	10,2	7,2	4,6	9,4	7,2	5,9	9,4	9,6	9,8
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-5,6	-4,0	-11,8	2,7	-4,0	-7,2	2,7	1,3	-0,2
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	18,9	38,6	15,9	-32,3	38,6	27,4	-32,3	-28,9	-26,1
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	10,9	8,5	27,8	5,9	8,5	17,6	5,9	5,7	6,7
Comércio Varejista Ampliado (5)	5,6	2,8	1,5	0,7	2,8	2,1	0,7	0,7	0,6
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	7,4	4,8	-6,1	0,0	4,8	-0,5	0,0	-0,7	-2,4
10. Material de construção	3,9	-2,0	-12,3	2,0	-2,0	-7,1	2,0	1,6	0,2
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	22,4	11,9	23,5	-3,9	11,9	17,5	-3,9	-1,7	1,1

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
Espírito Santo - Fevereiro 2026 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Comércio Varejista (4)	3,9	3,8	-4,7	3,5	3,8	-0,3	3,5	3,5	2,6
1. Combustíveis e lubrificantes	5,6	0,8	-2,4	-3,6	0,8	-0,7	-3,6	-3,1	-3,0
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	-1,8	0,4	-1,6	0,7	0,4	-0,6	0,7	0,2	-0,2
2.1. Hipermercados e supermercados	-1,5	0,1	-1,8	1,0	0,1	-0,8	1,0	0,3	-0,2
3. Tecidos, vestuário e calçados	-4,3	1,4	-4,6	11,9	1,4	-1,8	11,9	10,8	8,8
4. Móveis e eletrodomésticos	16,9	19,5	-1,4	7,4	19,5	8,9	7,4	9,4	7,9
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	15,3	32,2	22,2	12,3	32,2	27,3	12,3	14,1	15,0
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-2,8	5,1	-15,3	-14,6	5,1	-0,7	-14,6	-9,0	-8,0
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	12,7	1,9	-17,9	6,8	1,9	-7,0	6,8	7,1	5,9
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-12,2	-20,8	-24,9	-8,9	-20,8	-22,8	-8,9	-12,3	-15,8
Comércio Varejista Ampliado (5)	8,1	2,9	-1,8	2,5	2,9	0,6	2,5	2,3	1,6
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	16,2	-5,1	-12,2	-3,6	-5,1	-8,8	-3,6	-4,0	-5,3
10. Material de construção	10,5	20,2	40,3	2,0	20,2	29,4	2,0	3,2	5,4
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	12,1	-2,9	2,4	21,2	-2,9	-0,3	21,2	19,1	17,3

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
Rio De Janeiro - Fevereiro 2026 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Comércio Varejista (4)	2,6	3,0	-0,2	-1,3	3,0	1,4	-1,3	-1,1	-1,0
1. Combustíveis e lubrificantes	6,3	7,0	3,9	-9,8	7,0	5,5	-9,8	-8,2	-7,2
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	6,2	5,9	5,2	0,2	5,9	5,6	0,2	0,5	1,0
2.1. Hipermercados e supermercados	7,4	7,3	5,3	1,9	7,3	6,3	1,9	2,1	2,4
3. Tecidos, vestuário e calçados	-11,8	-11,7	-18,6	-9,5	-11,7	-15,1	-9,5	-10,2	-11,6
4. Móveis e eletrodomésticos	20,4	13,6	0,0	7,4	13,6	7,1	7,4	8,5	7,4
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	2,8	3,3	-2,6	1,7	3,3	0,4	1,7	1,8	1,4
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-5,5	-7,6	-2,2	-4,8	-7,6	-5,3	-4,8	-4,5	-4,1
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	25,4	24,8	-12,8	3,7	24,8	4,8	3,7	6,6	5,3
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-24,1	-23,7	-27,6	-5,3	-23,7	-25,5	-5,3	-8,1	-9,0
Comércio Varejista Ampliado (5)	3,8	3,9	-0,3	-0,6	3,9	1,9	-0,6	-0,3	-0,3
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	11,7	13,4	1,5	-0,3	13,4	7,7	-0,3	1,1	1,0
10. Material de construção	6,6	-3,2	-19,4	1,8	-3,2	-11,2	1,8	1,4	-1,1
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	2,1	1,0	5,9	2,4	1,0	3,4	2,4	2,3	2,6

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
São Paulo - Fevereiro 2026 - Variação (%)

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

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
Paraná - Fevereiro 2026 - Variação (%)

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

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

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Comércio Varejista (4)	7,4	4,0	2,8	5,9	4,0	3,4	5,9	5,5	5,2
1. Combustíveis e lubrificantes	6,1	-2,8	3,3	3,8	-2,8	0,0	3,8	2,7	3,0
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	7,8	7,2	5,6	7,1	7,2	6,4	7,1	7,1	7,0
2.1. Hipermercados e supermercados	8,3	8,5	6,1	7,4	8,5	7,3	7,4	7,5	7,5
3. Tecidos, vestuário e calçados	-1,0	-5,8	-10,5	2,0	-5,8	-8,0	2,0	1,0	-0,9
4. Móveis e eletrodomésticos	-8,5	-8,8	-12,2	-5,3	-8,8	-10,4	-5,3	-6,8	-8,1
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	7,7	5,6	1,6	5,3	5,6	3,6	5,3	5,2	5,0
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-1,5	3,5	8,4	3,3	3,5	5,5	3,3	4,8	6,0
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	72,6	42,3	52,2	9,9	42,3	47,0	9,9	14,1	19,2
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	7,4	-2,6	-13,4	9,8	-2,6	-7,8	9,8	8,0	5,0
Comércio Varejista Ampliado (5)	4,6	2,5	2,3	2,8	2,5	2,4	2,8	2,4	2,2
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-1,9	-0,4	5,8	-1,2	-0,4	2,6	-1,2	-1,9	-1,9
10. Material de construção	7,5	6,2	-5,0	7,3	6,2	0,6	7,3	7,3	6,1
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	2,3	-1,0	-1,9	-4,4	-1,0	-1,4	-4,4	-4,7	-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 - Fevereiro 2026 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Comércio Varejista (4)	1,8	-1,3	-2,6	2,5	-1,3	-1,9	2,5	1,7	1,0
1. Combustíveis e lubrificantes	-2,5	-9,1	-6,6	2,1	-9,1	-7,9	2,1	0,4	-0,7
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	2,9	-0,3	1,1	3,6	-0,3	0,4	3,6	2,8	2,3
2.1. Hipermercados e supermercados	2,6	-0,8	0,8	3,2	-0,8	0,0	3,2	2,3	1,8
3. Tecidos, vestuário e calçados	-2,0	-10,2	-16,6	2,2	-10,2	-13,3	2,2	0,9	-0,7
4. Móveis e eletrodomésticos	-2,5	5,3	-8,1	-6,1	5,3	-1,2	-6,1	-5,6	-6,5
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	7,2	3,5	1,7	4,4	3,5	2,6	4,4	3,9	3,8
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-6,0	-11,4	-1,7	-5,3	-11,4	-5,9	-5,3	-7,7	-6,2
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	10,1	-3,0	-15,9	-13,4	-3,0	-10,1	-13,4	-12,8	-14,2
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	3,9	4,2	-10,8	2,7	4,2	-2,9	2,7	2,6	1,6
Comércio Varejista Ampliado (5)	-1,0	-2,9	-6,6	1,2	-2,9	-4,7	1,2	0,2	-1,0
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-12,8	-11,0	-16,6	-6,6	-11,0	-13,7	-6,6	-8,2	-10,0
10. Material de construção	-14,0	-17,2	-16,6	-3,2	-17,2	-16,9	-3,2	-5,7	-8,1
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	3,3	4,5	-8,4	5,7	4,5	-1,7	5,7	4,9	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 4 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Goiás - Fevereiro 2026 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Comércio Varejista (4)	3,4	3,7	3,0	1,1	3,7	3,4	1,1	1,4	1,5
1. Combustíveis e lubrificantes	17,5	7,2	19,0	-6,9	7,2	13,1	-6,9	-5,5	-3,3
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	-0,3	2,3	2,1	0,1	2,3	2,2	0,1	0,2	0,3
2.1. Hipermercados e supermercados	0,5	2,5	2,4	0,3	2,5	2,4	0,3	0,3	0,5
3. Tecidos, vestuário e calçados	-0,4	6,9	-3,6	-0,5	6,9	1,7	-0,5	0,5	0,5
4. Móveis e eletrodomésticos	9,9	7,3	-4,9	13,1	7,3	1,4	13,1	12,5	9,9
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	9,1	6,4	5,6	8,9	6,4	6,0	8,9	8,6	8,3
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-13,6	-12,2	-13,4	3,7	-12,2	-12,6	3,7	1,0	-0,7
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-23,9	-19,9	-35,0	-17,7	-19,9	-27,6	-17,7	-15,7	-17,8
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-2,3	-2,3	-5,0	0,8	-2,3	-3,6	0,8	0,7	0,2
Comércio Varejista Ampliado (5)	6,4	0,8	1,0	-0,3	0,8	0,9	-0,3	-0,4	-0,2
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	8,0	-4,4	-1,8	-4,0	-4,4	-3,2	-4,0	-4,7	-4,6
10. Material de construção	6,2	-0,4	0,2	1,4	-0,4	-0,1	1,4	1,0	1,4
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	14,6	3,5	0,4	1,9	3,5	1,9	1,9	2,7	3,3

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
Distrito Federal - Fevereiro 2026 - Variação (%)**

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Comércio Varejista (4)	5,5	7,0	4,8	4,0	7,0	5,9	4,0	4,2	4,1
1. Combustíveis e lubrificantes	-0,7	-5,9	-4,4	-0,2	-5,9	-5,1	-0,2	-1,1	-1,8
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	5,8	7,7	5,7	3,7	7,7	6,7	3,7	4,0	4,3
2.1. Hipermercados e supermercados	4,5	6,3	5,1	3,8	6,3	5,7	3,8	3,9	4,1
3. Tecidos, vestuário e calçados	-3,7	-1,1	-8,0	-0,7	-1,1	-4,4	-0,7	-0,9	-1,9
4. Móveis e eletrodomésticos	-4,1	1,6	10,7	3,9	1,6	5,9	3,9	1,9	1,3
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	15,8	13,9	11,0	9,2	13,9	12,5	9,2	9,9	10,4
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	13,3	5,5	-2,6	9,3	5,5	2,0	9,3	11,9	12,1
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-18,1	-16,6	-40,6	-8,7	-16,6	-31,0	-8,7	-6,3	-11,7
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	23,5	34,9	18,7	13,3	34,9	27,2	13,3	15,5	16,1
Comércio Varejista Ampliado (5)	6,1	5,2	1,6	1,0	5,2	3,4	1,0	1,0	0,6
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	10,7	13,2	4,1	-4,6	13,2	8,8	-4,6	-3,5	-3,7
10. Material de construção	-4,7	-9,5	-13,1	-5,8	-9,5	-11,3	-5,8	-6,8	-8,6
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	8,2	-11,7	-8,3	3,1	-11,7	-10,1	3,1	0,6	-0,7

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

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

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
Fevereiro 2026 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mês/Mês anterior (1)			Mensal (2)			Acumulado no ano (3)			Últimos 12 meses (4)		
	DEZ	JAN	FEV	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Comércio varejista (5)	-0,4	0,4	0,3	4,5	4,6	1,4	6,4	4,6	3,1	6,4	6,0	5,6
1. Combustíveis e lubrificantes	0,5	0,4	1,0	4,7	1,9	-1,9	5,2	1,9	0,0	5,2	4,7	3,6
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	-0,6	0,3	0,6	3,2	4,0	2,2	6,4	4,0	3,1	6,4	6,0	5,7
2.1. Hipermercados e supermercados	-0,5	0,4	0,6	3,2	4,0	2,3	6,7	4,0	3,2	6,7	6,2	5,9
3. Tecidos, vestuário e calçados	1,0	0,0	-1,1	1,6	5,5	-1,0	4,9	5,5	2,3	4,9	5,0	4,2
4. Móveis e eletrodomésticos	-0,9	0,6	-0,5	4,2	3,7	-3,9	4,1	3,7	0,0	4,1	4,1	3,0
4.1. Móveis	-	-	-	1,2	-0,1	-6,2	-1,2	-0,1	-3,0	-1,2	-1,4	-2,0
4.2. Eletrodomésticos	-	-	-	5,2	4,9	-4,0	5,9	4,9	0,6	5,9	5,9	4,7
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	-3,5	1,9	1,0	12,4	10,5	7,4	9,5	10,5	9,0	9,5	9,4	9,4
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-1,2	1,7	-0,5	3,0	0,3	-0,1	4,8	0,3	0,1	4,8	4,1	3,9
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	8,2	-9,3	-2,0	26,7	3,3	-1,7	3,8	3,3	0,9	3,8	3,9	4,0
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-1,8	0,9	-0,3	4,7	5,7	-1,7	6,7	5,7	2,2	6,7	6,5	5,8
Comércio varejista ampliado (6)	-1,1	1,0	0,9	4,5	2,5	-1,4	4,0	2,5	0,6	4,0	3,6	3,0
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-1,6	2,4	1,1	2,1	-2,2	-7,3	-0,6	-2,2	-4,7	-0,6	-1,6	-3,0
10. Material de construção	-3,2	2,9	1,0	3,1	0,3	-5,7	2,4	0,3	-2,7	2,4	2,0	0,7
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	-	-	-	8,2	1,0	-3,3	0,9	1,0	-1,2	0,9	1,4	1,2

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: 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
Fevereiro 2026 - Variação (%)

Brasil e Unidades da Federação	Mês/Mês anterior (1)			Mensal (2)			Acumulado no ano (3)			Últimos 12 meses (4)		
	DEZ	JAN	FEV	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Brasil	-0,4	0,4	0,3	4,5	4,6	1,4	6,4	4,6	3,1	6,4	6,0	5,6
Rondônia	-11,0	5,5	-1,0	8,9	14,1	3,5	9,5	14,1	8,7	9,5	10,2	9,6
Acre	-4,0	3,1	1,7	4,7	6,7	8,6	7,6	6,7	7,6	7,6	7,4	7,5
Amazonas	-2,6	1,7	-1,6	0,8	2,7	-6,5	5,0	2,7	-1,9	5,0	4,6	3,0
Roraima	-8,5	1,6	2,0	-3,0	3,7	0,4	2,3	3,7	2,1	2,3	2,6	2,4
Pará	-1,9	0,7	-1,3	1,9	2,8	-4,1	5,8	2,8	-0,6	5,8	5,4	4,9
Amapá	-2,1	0,9	-1,2	18,0	5,1	2,6	14,7	5,1	3,9	14,7	13,3	12,2
Tocantins	1,3	2,9	0,6	2,2	3,3	3,6	2,2	3,3	3,4	2,2	1,5	1,0
Maranhão	-1,5	1,4	-2,6	6,0	5,8	-6,3	6,8	5,8	-0,3	6,8	6,7	5,3
Piauí	-1,8	0,4	0,4	2,5	1,5	-2,1	4,3	1,5	-0,2	4,3	3,8	3,0
Ceará	-3,9	2,1	1,3	5,9	7,2	4,4	8,2	7,2	5,8	8,2	8,1	7,6
Rio Grande do Norte	-4,2	0,3	2,0	8,7	7,6	5,4	9,6	7,6	6,6	9,6	9,6	9,4
Paraíba	-1,7	0,8	2,7	4,5	4,7	3,7	7,8	4,7	4,2	7,8	7,4	7,2
Pernambuco	-0,7	10,2	1,5	6,2	17,1	12,2	6,0	17,1	14,7	6,0	6,9	7,2
Alagoas	-1,0	-0,3	2,2	5,3	4,9	1,1	7,4	4,9	3,0	7,4	7,1	6,4
Sergipe	-1,1	0,1	-0,6	5,1	6,8	-0,4	4,6	6,8	3,3	4,6	4,8	4,4
Bahia	1,7	-1,6	2,0	9,4	5,2	2,7	7,2	5,2	4,0	7,2	7,0	6,5
Minas Gerais	0,1	-0,3	2,1	3,9	2,6	1,5	6,1	2,6	2,1	6,1	5,6	5,1
Espírito Santo	-11,1	0,3	-1,8	4,6	4,0	-4,2	6,7	4,0	0,0	6,7	6,3	5,1
Rio de Janeiro	0,8	0,7	-0,5	3,4	3,5	-0,5	2,7	3,5	1,5	2,7	2,5	2,2
São Paulo	-0,6	0,7	0,3	2,2	3,7	1,1	5,9	3,7	2,4	5,9	5,5	5,1
Paraná	-1,0	-0,4	1,4	7,2	5,6	4,1	7,8	5,6	4,9	7,8	7,5	7,3
Santa Catarina	-1,2	0,2	1,1	9,7	6,5	3,2	11,2	6,5	4,9	11,2	10,6	9,9
Rio Grande do Sul	-2,0	-1,0	1,0	4,5	1,5	-1,4	6,2	1,5	0,1	6,2	5,4	4,5
Mato Grosso do Sul	-0,3	-0,1	-0,2	5,5	5,2	2,1	5,6	5,2	3,7	5,6	5,5	5,3
Mato Grosso	-2,9	1,7	-3,2	5,8	8,3	-0,3	7,9	8,3	4,0	7,9	8,3	8,2
Goiás	0,9	0,3	1,8	5,1	5,1	3,9	5,9	5,1	4,5	5,9	5,8	5,5
Distrito Federal	1,5	0,9	1,7	9,3	10,2	5,9	9,7	10,2	8,0	9,7	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
Fevereiro 2026 - Variação (%)

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

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: 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 - Fevereiro 2026 - Variação (%)

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

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
Pernambuco - Fevereiro 2026 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Comércio Varejista (4)	6,2	17,1	12,2	6,0	17,1	14,7	6,0	6,9	7,2
1. Combustíveis e lubrificantes	-3,3	-4,0	-10,5	1,6	-4,0	-7,2	1,6	0,6	-0,7
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	4,2	26,8	25,2	5,7	26,8	26,0	5,7	7,3	8,8
2.1. Hipermercados e supermercados	2,9	31,2	29,4	4,6	31,2	30,3	4,6	6,6	8,4
3. Tecidos, vestuário e calçados	0,9	2,9	-11,6	2,8	2,9	-4,1	2,8	3,2	1,7
4. Móveis e eletrodomésticos	6,3	15,8	-1,6	8,8	15,8	7,6	8,8	9,3	8,3
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	6,0	4,2	4,2	3,8	4,2	4,2	3,8	3,6	3,6
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-3,9	12,8	14,5	6,1	12,8	13,6	6,1	7,7	6,9
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	19,7	11,5	4,0	-4,8	11,5	7,9	-4,8	-2,8	-2,2
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	21,6	21,0	7,2	12,4	21,0	14,4	12,4	13,3	12,7
Comércio Varejista Ampliado (5)	6,1	12,0	7,9	4,7	12,0	10,0	4,7	4,9	4,8
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	10,3	4,9	-0,6	0,6	4,9	2,2	0,6	0,0	-0,9
10. Material de construção	4,4	-0,4	-8,4	2,6	-0,4	-4,2	2,6	1,9	0,5
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	-0,1	5,6	8,2	6,0	5,6	6,9	6,0	5,3	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 9 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Bahia - Fevereiro 2026 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Comércio Varejista (4)	9,4	5,2	2,7	7,2	5,2	4,0	7,2	7,0	6,5
1. Combustíveis e lubrificantes	10,7	7,4	6,6	5,9	7,4	7,0	5,9	6,0	5,5
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	6,1	5,8	3,4	7,8	5,8	4,6	7,8	7,7	7,2
2.1. Hipermercados e supermercados	7,9	7,2	5,6	8,9	7,2	6,4	8,9	8,9	8,7
3. Tecidos, vestuário e calçados	-1,6	-10,7	-21,1	-0,1	-10,7	-15,8	-0,1	-1,0	-3,2
4. Móveis e eletrodomésticos	9,0	-4,2	1,9	2,9	-4,2	-1,3	2,9	2,2	1,9
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	17,3	9,6	7,5	13,7	9,6	8,6	13,7	13,4	12,7
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-4,9	-5,6	-17,6	-13,1	-5,6	-10,5	-13,1	-13,9	-12,9
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	489,4	-9,7	-17,7	28,2	-9,7	-12,8	28,2	21,8	28,1
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	5,5	11,6	-1,4	3,7	11,6	5,5	3,7	4,1	4,0
Comércio Varejista Ampliado (5)	11,4	5,4	4,9	6,2	5,4	5,2	6,2	6,1	6,0
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	7,6	-13,8	-4,2	8,9	-13,8	-9,5	8,9	4,8	3,0
10. Material de construção	-0,5	3,1	-0,8	2,5	3,1	1,2	2,5	2,8	2,2
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	28,4	30,8	28,4	1,0	30,8	29,7	1,0	5,3	8,7

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
Minas Gerais - Fevereiro 2026 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Comércio Varejista (4)	3,9	2,6	1,5	6,1	2,6	2,1	6,1	5,6	5,1
1. Combustíveis e lubrificantes	1,2	-4,4	-10,6	6,6	-4,4	-7,5	6,6	5,5	3,4
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	2,4	1,7	0,2	5,3	1,7	1,0	5,3	4,7	4,3
2.1. Hipermercados e supermercados	2,3	1,7	0,5	5,7	1,7	1,1	5,7	5,1	4,6
3. Tecidos, vestuário e calçados	-3,5	1,1	-7,5	4,2	1,1	-3,0	4,2	4,2	3,0
4. Móveis e eletrodomésticos	-7,1	-11,7	-16,0	-3,7	-11,7	-13,7	-3,7	-5,0	-6,8
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	15,8	12,7	10,1	14,0	12,7	11,4	14,0	14,3	14,6
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-0,8	-0,7	-9,5	9,6	-0,7	-4,4	9,6	7,4	5,3
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	12,4	37,9	16,0	-33,1	37,9	27,1	-33,1	-29,8	-26,8
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	13,1	10,5	27,4	9,1	10,5	18,5	9,1	8,9	9,7
Comércio Varejista Ampliado (5)	8,1	4,9	2,6	3,9	4,9	3,8	3,9	3,8	3,6
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	10,5	6,7	-4,8	2,8	6,7	1,0	2,8	2,0	0,1
10. Material de construção	7,5	2,2	-8,5	4,5	2,2	-3,1	4,5	4,4	3,1
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	25,9	14,1	21,9	-3,6	14,1	17,8	-3,6	-1,3	1,5

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
Espírito Santo - Fevereiro 2026 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Comércio Varejista (4)	4,6	4,0	-4,2	6,7	4,0	0,0	6,7	6,3	5,1
1. Combustíveis e lubrificantes	7,1	1,9	-6,1	-0,3	1,9	-2,1	-0,3	-0,2	-1,0
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	0,1	1,2	-1,0	6,4	1,2	0,1	6,4	5,4	4,5
2.1. Hipermercados e supermercados	-0,1	0,6	-1,6	5,8	0,6	-0,5	5,8	4,7	3,8
3. Tecidos, vestuário e calçados	1,1	6,0	-0,8	16,2	6,0	2,3	16,2	15,3	13,3
4. Móveis e eletrodomésticos	15,8	18,1	-2,9	7,3	18,1	7,4	7,3	9,0	7,3
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	21,7	39,0	28,4	17,4	39,0	33,9	17,4	19,4	20,4
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	0,7	7,3	-14,0	-10,7	7,3	1,2	-10,7	-5,6	-5,0
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	8,6	-3,1	-21,1	4,8	-3,1	-11,2	4,8	4,5	3,1
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-7,9	-17,0	-21,5	-4,6	-17,0	-19,2	-4,6	-8,1	-11,7
Comércio Varejista Ampliado (5)	10,8	4,2	-0,6	6,7	4,2	1,8	6,7	6,4	5,4
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	21,9	-4,1	-12,2	0,3	-4,1	-8,3	0,3	-0,2	-1,7
10. Material de construção	14,1	24,8	46,6	4,8	24,8	34,8	4,8	6,3	8,9
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	20,6	2,9	7,7	35,3	2,9	5,3	35,3	32,4	29,7

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
Rio De Janeiro - Fevereiro 2026 - Variação (%)

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

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
São Paulo - Fevereiro 2026 - Variação (%)

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

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
Paraná - Fevereiro 2026 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Comércio Varejista (4)	7,2	5,6	4,1	7,8	5,6	4,9	7,8	7,5	7,3
1. Combustíveis e lubrificantes	-0,1	-3,9	0,5	5,0	-3,9	-1,7	5,0	3,9	2,9
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	6,3	6,0	4,6	8,3	6,0	5,3	8,3	8,0	7,8
2.1. Hipermercados e supermercados	6,1	6,4	4,9	8,5	6,4	5,7	8,5	8,3	8,1
3. Tecidos, vestuário e calçados	5,8	7,7	-1,1	10,1	7,7	3,4	10,1	10,0	8,8
4. Móveis e eletrodomésticos	15,6	3,9	-0,7	12,4	3,9	1,7	12,4	11,3	9,7
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	11,9	10,9	6,7	4,2	10,9	8,8	4,2	4,8	5,0
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	9,5	5,0	-1,6	6,6	5,0	2,3	6,6	6,4	7,5
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	3,4	7,4	-28,3	-8,4	7,4	-13,0	-8,4	-5,6	-8,6
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	12,3	15,9	14,7	10,7	15,9	15,3	10,7	11,7	12,9
Comércio Varejista Ampliado (5)	5,2	0,2	-1,1	4,3	0,2	-0,5	4,3	3,7	3,0
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-2,3	-4,0	-8,9	-3,2	-4,0	-6,5	-3,2	-4,3	-6,5
10. Material de construção	5,5	-1,8	1,6	8,0	-1,8	-0,2	8,0	6,9	5,8
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	9,0	-8,1	-4,6	4,0	-8,1	-6,3	4,0	3,2	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 9 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Santa Catarina - Fevereiro 2026 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Comércio Varejista (4)	9,7	6,5	3,2	11,2	6,5	4,9	11,2	10,6	9,9
1. Combustíveis e lubrificantes	8,3	-0,5	-0,8	8,9	-0,5	-0,7	8,9	7,5	6,6
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	9,6	9,0	5,9	12,7	9,0	7,5	12,7	12,3	11,8
2.1. Hipermercados e supermercados	10,0	10,2	6,4	13,0	10,2	8,4	13,0	12,7	12,2
3. Tecidos, vestuário e calçados	3,9	-1,1	-7,1	7,0	-1,1	-4,0	7,0	6,1	4,2
4. Móveis e eletrodomésticos	-6,7	-7,4	-11,4	-2,9	-7,4	-9,3	-2,9	-4,1	-5,4
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	12,0	10,3	6,2	10,4	10,3	8,3	10,4	10,2	9,8
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	3,0	7,3	12,3	9,6	7,3	9,4	9,6	10,6	11,6
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	73,6	47,8	57,1	18,4	47,8	52,3	18,4	22,9	27,8
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	11,6	1,2	-10,0	14,8	1,2	-4,2	14,8	13,0	9,8
Comércio Varejista Ampliado (5)	6,8	5,0	3,1	7,6	5,0	4,1	7,6	7,1	6,4
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-0,9	1,7	7,1	0,4	1,7	4,3	0,4	-0,3	-0,2
10. Material de construção	7,4	6,8	-4,0	9,1	6,8	1,4	9,1	9,1	7,7
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	7,4	3,4	0,1	6,3	3,4	1,8	6,3	5,5	4,5

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 - Fevereiro 2026 - Variação (%)

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

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
Goiás - Fevereiro 2026 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Comércio Varejista (4)	5,1	5,1	3,9	5,9	5,1	4,5	5,9	5,8	5,5
1. Combustíveis e lubrificantes	21,6	9,6	17,2	-2,2	9,6	13,4	-2,2	-1,1	0,5
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	0,4	2,9	2,6	5,7	2,9	2,7	5,7	5,2	4,9
2.1. Hipermercados e supermercados	1,2	3,1	2,9	5,9	3,1	3,0	5,9	5,3	5,1
3. Tecidos, vestuário e calçados	6,9	13,3	3,3	4,6	13,3	8,3	4,6	5,8	6,0
4. Móveis e eletrodomésticos	6,7	3,9	-8,0	11,3	3,9	-1,9	11,3	10,5	7,8
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	13,3	10,5	10,3	13,6	10,5	10,4	13,6	13,1	12,8
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-12,2	-11,0	-10,9	6,1	-11,0	-11,0	6,1	3,2	1,4
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-27,7	-22,5	-37,3	-17,6	-22,5	-30,1	-17,6	-15,6	-18,2
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	3,1	2,7	-0,1	6,7	2,7	1,4	6,7	6,7	6,1
Comércio Varejista Ampliado (5)	7,1	1,1	1,0	2,9	1,1	1,0	2,9	2,6	2,4
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	5,4	-6,4	-3,7	-4,1	-6,4	-5,1	-4,1	-5,1	-5,3
10. Material de construção	11,4	4,3	5,2	4,7	4,3	4,7	4,7	4,6	5,4
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	15,6	3,0	-0,7	6,6	3,0	1,1	6,6	7,0	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 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 - Fevereiro 2026 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Comércio Varejista (4)	9,3	10,2	5,9	9,7	10,2	8,0	9,7	9,6	9,2
1. Combustíveis e lubrificantes	5,6	-1,1	-6,2	9,7	-1,1	-3,7	9,7	8,1	6,1
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	8,2	9,3	5,9	9,1	9,3	7,6	9,1	9,1	8,9
2.1. Hipermercados e supermercados	7,1	8,1	5,3	9,2	8,1	6,7	9,2	9,0	8,7
3. Tecidos, vestuário e calçados	1,8	4,9	-3,3	3,7	4,9	1,0	3,7	3,9	3,1
4. Móveis e eletrodomésticos	-7,2	-2,4	6,5	2,6	-2,4	1,7	2,6	0,4	-0,5
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	19,6	18,7	15,9	14,4	18,7	17,3	14,4	14,9	15,4
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	19,4	10,4	1,5	14,2	10,4	6,6	14,2	17,1	17,2
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-17,2	-17,5	-42,0	-8,6	-17,5	-32,3	-8,6	-6,2	-12,0
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	32,4	43,0	25,9	20,2	43,0	34,7	20,2	22,8	23,5
Comércio Varejista Ampliado (5)	9,0	7,0	2,1	5,4	7,0	4,6	5,4	5,2	4,4
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	9,8	11,6	2,4	-3,2	11,6	7,2	-3,2	-2,5	-3,0
10. Material de construção	-1,7	-7,0	-10,1	-3,6	-7,0	-8,5	-3,6	-4,6	-6,2
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	12,2	-8,5	-7,9	9,1	-8,5	-8,2	9,1	6,2	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 10 - Índice de base fixa da receita nominal de vendas no comércio varejista (1) e comércio varejista ampliado (2), por atividades - fevereiro 2026

Atividades	Comércio varejista ampliado												
	fev/2025	mar/2025	abr/2025	mai/2025	jun/2025	jul/2025	ago/2025	set/2025	out/2025	nov/2025	dez/2025	jan/2026	fev/2026
Comércio Varejista (1)	107,7	116,6	117,3	122,1	114,7	119,4	119,5	114,3	120,9	128,8	144,7	117,7	109,2
1. Combustíveis e lubrificantes	95,3	100,9	96,8	98,4	93,9	101,0	100,1	97,9	103,5	99,7	103,5	98,9	93,5
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	114,9	125,3	126,9	126,9	119,0	123,2	126,7	119,6	125,9	128,6	146,7	123,1	117,4
2.1. Hipermercados e supermercados	116,3	126,5	128,8	128,2	120,1	124,6	128,4	121,2	127,5	130,5	148,6	124,8	119,0
3. Tecidos, vestuário e calçados	85,9	92,1	102,3	124,1	123,7	113,6	110,2	96,7	104,7	122,5	199,0	96,5	85,0
4. Móveis e eletrodomésticos	98,1	102,1	97,8	112,4	99,8	108,9	103,2	102,0	107,3	135,9	137,6	110,1	94,3
4.1. Móveis	95,3	97,6	97,6	111,9	99,0	107,6	100,9	100,7	101,5	130,9	130,9	104,2	89,4
4.2. Eletrodomésticos	100,3	105,0	99,1	114,0	101,4	110,8	105,3	103,8	110,6	139,4	141,7	113,4	96,3
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	121,4	135,0	131,1	148,0	138,7	143,6	143,1	143,4	148,1	153,1	157,1	138,5	130,4
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	136,7	93,7	87,1	96,3	94,1	102,3	92,5	81,8	91,7	98,2	139,5	197,3	136,6
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	83,6	89,4	87,1	94,4	89,7	93,8	89,2	87,9	100,0	123,2	124,7	95,6	82,2
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	93,4	100,9	105,3	109,9	101,2	112,9	103,2	101,5	111,7	142,1	142,6	110,2	91,7
Comércio Varejista Ampliado (2)	108,1	115,1	114,0	119,6	110,6	117,6	117,0	115,5	121,3	122,2	133,6	114,2	106,5
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	118,1	118,9	117,5	123,9	114,0	126,0	124,1	127,5	133,4	121,0	126,7	118,0	109,4
10. Material de construção	103,4	103,8	103,0	110,7	101,8	114,2	110,4	112,2	117,4	109,5	99,5	105,9	97,5
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	101,3	110,6	103,0	109,6	95,9	103,3	103,1	109,0	111,7	105,1	116,2	101,2	98,0

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