



# CRESCIMENTO DE 32,3% EM ARTIGOS FARMACÊUTICOS IMPULSIONA O COMÉRCIO CAPIXABA NO INÍCIO DE 2026

Elaborado por: André Spalenza, Paulo Rody e Eduarda Gripp.

## PMC

**MENSAL**  
**(+0,2%)**

**INTERANUAL**  
**(+3,2%)**

### ARTIGOS FARMACÊUTICOS

**INTERANUAL**  
**(+32,3%)**

**ACUMULADO EM 12 MESES**  
**(+14,1%)**

## MÓVEIS E ELETRODOMÉSTICOS

**INTERANUAL**  
**(+19,8%)**

**ACUMULADO  
EM 12 MESES**  
**(+9,4%)**

### VAREJO AMPLIADO MENSAL

**ESPÍRITO SANTO**  
**(-0,5%)**

**BRASIL**  
**(+0,9%)**

**SUDESTE**  
**(+0,6%)**

A Pesquisa Mensal do Comércio (PMC), desenvolvida pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), ajuda a monitorar o desempenho do comércio no Brasil e no Espírito Santo. Os indicadores da pesquisa estão associados ao Varejo (Restrito) e ao Varejo Ampliado. Enquanto o Varejo inclui segmentos como supermercados, alimentos, bebidas, móveis e eletrodomésticos, o

Varejo Ampliado é composto por todas as atividades do varejo restrito mais veículos; material de construção; e atacado especializado em alimentos, bebidas e fumo. Os três segmentos incluídos no Varejo ampliado, serão tratados como "Atacado". Denomina-se os segmentos de veículos, material de construção e atacado especializado em alimentos, bebidas e fumo como Atacado de forma didática.

## Resultados do Varejo

Em janeiro de 2026, o volume de vendas do varejo capixaba apresentou estabilidade com leve tendência de alta de 0,2% em comparação a dezembro de 2025. Esse resultado ganha relevância quando se considera que dezembro é tradicionalmente o mês de maior aquecimento do comércio, impulsionado pelas vendas de fim de ano, especialmente pelo Natal e pelas compras de presentes e confraternizações.

Esse resultado foi similar aos desempenhos observados no Brasil e no Sudeste (média). Entre janeiro de 2026 e dezembro de 2025, o volume de vendas nacional e da região Sudeste registraram leves tendências de aumentos de 0,4%, e de 0,5%, respectivamente.

Por outro lado, as vendas mensais do varejo capixaba apresentaram um volume superior às de 2025. Em janeiro de 2026, o volume de vendas do varejo capixaba foi 3,2% superior ao observado em janeiro de 2025.

Esse crescimento superou tanto o crescimento do Brasil (2,8%) quanto da média do Sudeste (2,2%). Esse resultado indica que o Espírito Santo tem conseguido crescer e manter suas vendas acima da média nacional e dos estados vizinhos, sugerindo maior dinamismo da atividade comercial no estado.

### Variação do Volume de Vendas do Varejo (%), ES, Janeiro de 2026

	Mensal <sup>1</sup> jan/26 - dez/25	Interanual jan/26 - jan/25	Acumulado 12 meses <sup>2</sup>
Brasil	0,4	2,8	1,6
Sudeste (média)	0,5	2,2	1,0
<b>Espírito Santo</b>	<b>0,2</b>	<b>3,2</b>	<b>3,4</b>

Fonte: PMC - IBGE. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES  
Nota: (1) Valores com ajuste sazonal. (2) os valores são calculados em comparação ao mesmo período do ano passado.

O indicador de Crescimento Acumulado em 12 Meses mostra que o comércio capixaba, no início de 2026, tem se destacado não apenas em relação a 2025, mas também diante do desempenho do Brasil e do Sudeste.

Pelo índice de crescimento acumulado em 12 meses, as vendas do varejo no Espírito Santo dos últimos 12 meses foram 3,4% maiores que no mesmo período de 2025. Esse resultado supera a média do Sudeste (1,0%) e do Brasil (1,6%).

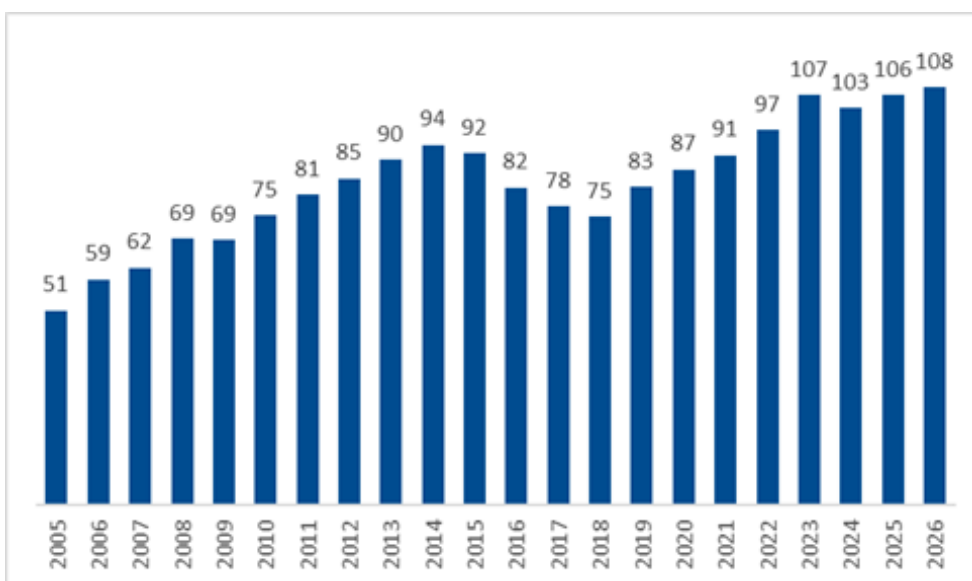
Entre os estados do Sudeste, o Espírito Santo liderou o crescimento (3,4%), seguido por Minas Gerais (1,5%), São Paulo (0,2%) e Rio de Janeiro (-1,1%).



O índice de volume de vendas, com ajuste sazonal, alcançou 108 pontos em janeiro de 2026, o maior nível para esse mês desde o recorte da série histórica, iniciada em 2005. Isso evidencia a resiliência do comércio capixaba e a manutenção de um ritmo de expan-

são acima da média nacional e regional, impulsionado sobretudo pela melhora do consumo das famílias e pelo desempenho positivo de segmentos de maior peso no varejo.

### Índice de Volume de Vendas do Varejo, ES, Janeiro 2005 - 2026



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

Além disso, considerando os meses de janeiro, os volumes de vendas do varejo do Espírito Santo nos últimos cinco anos foram os maiores desde 2005. Isso mostra uma expansão consistente no comércio capixaba ao

longo dos últimos anos, refletindo a força do setor e a recuperação contínua da economia local. Esse desempenho reforça a posição do Espírito Santo como destaque no cenário varejista nacional.



## Segmentos do Varejo

**Na comparação entre janeiro de 2025 e janeiro de 2026, os segmentos que mais se destacaram no varejo capixaba foram Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos (32,3%) e Móveis e eletrodomésticos (19,8%)**

Os segmentos que apresentaram os melhores desempenhos na comparação entre janeiro de 2025 e janeiro de 2026 foram, respectivamente: Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos (32,3%); Móveis e eletrodomésticos (19,8%); e Livros, jornais, revistas e papelaria (5,1%).

Os segmentos que apresentaram retrações no mesmo período foram: Tecidos, vestuário e calçados (-9,5%); e Outros artigos de uso pessoal e doméstico (-20,5%).

### Variação do Volume de Vendas do Varejo (%), por Segmento, ES, Janeiro de 2026

	Interanual (jan/2026 – jan/2025)	Acumulado 12 meses
Combustíveis e lubrificantes	0,8	-3,1
Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	0,5	0,2
Tecidos, vestuário e calçados	-9,5	10,2
Móveis e eletrodomésticos	19,8	9,4
Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	32,3	14,1
Livros, jornais, revistas e papelaria	5,1	-9
Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	1,9	7,1
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-20,5	-12,3

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

O segmento de Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos mantém uma trajetória de crescimento sólido, com variações positivas de 32,3% na comparação interanual e 14,1% em 12 meses. De forma semelhante, o grupo de Móveis e eletrodomésticos, registrou resultados consistentes no interanual (19,8%) e nos últimos 12 meses (9,4%), indicando um ritmo de crescimento sustentado.

De modo geral, os resultados indicam que o desempenho do comércio no Espírito Santo tem sido impulsionado principalmente por segmentos ligados a bens essenciais e bens duráveis, enquanto setores relacionados a produtos de vestuário, moda e itens pessoais apresentaram retração. Esse comportamento reforça um cenário de crescimento consistente do varejo capixaba no início de 2026.

## Resultados do Varejo Ampliado (Atacado)

O Varejo ampliado capixaba (que inclui o varejo e outros segmentos do Atacado ou "Atacarejo"), apresentou em janeiro de 2026, estabilidade com tendência de retração de

0,5%, o Brasil e o Sudeste tiveram estabilidades com tendências de altas de 0,9% e de 0,6%, respectivamente.

### Variação do Volume de Vendas do Varejo Ampliado (%), ES, Janeiro de 2026

	Mensal <sup>1</sup> jan/26 - dez/25	Interanual jan/26 - jan/25	Acumulado 12 meses <sup>2</sup>
Brasil	0,9	1,1	0,0
Sudeste (média)	0,6	1,8	-0,1
<b>Espírito Santo</b>	<b>-0,5</b>	<b>2,6</b>	<b>2,3</b>

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

Nota: (1) valores com ajuste sazonal. (2) os valores são calculados em comparação ao mesmo período do ano passado.

Na comparação interanual, em relação a janeiro de 2025, o volume de vendas do varejo ampliado no Espírito Santo teve aumento de (2,6%), desempenho favorável quando comparado ao Brasil (1,1%) e ao Sudeste (1,8%).

Esse avanço sugere maior resiliência do varejo ampliado capixaba, sustentado por

dinamismo em segmentos específicos e por um ambiente econômico local mais favorável, permitindo ao estado manter ritmo de crescimento superior ao do Sudeste e da média nacional.

## Variação do Volume de Vendas do Varejo Ampliado (%), por Segmento, ES, Janeiro de 2026

	Interanual (jan/26 – jan/25)	Acumulado 12 meses
Veículos, motocicletas, partes e peças	-5,1	-4
Material de construção	20,2	3,2
Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	-2,9	19,1

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

Em janeiro de 2026, o setor de material de construção se destacou no comércio do Espírito Santo, com crescimento expressivo de 20,2% na comparação interanual. O resultado sugere maior dinamismo nas vendas do

segmento, possivelmente associado à realização de obras e reformas residenciais e comerciais, além da manutenção da demanda por melhorias em imóveis no início do ano.

## Índice do Volume de Vendas no Comércio Varejista Ampliado (em pontos), por Segmento, ES, mês de Janeiro

	2023	2024	2025	2026
Veículos, motocicletas, partes e peças	120,4	115,8	117,6	111,6
Material de construção	122,9	98,0	104,0	125,0
Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	97,7	96,4	116,2	112,8

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

Destaca-se que o índice do volume de vendas do segmento de material de construção atingiu o patamar de 125,0 pontos em janeiro de 2026. Com altas consecutivas no índice, trata-se do maior volume de vendas do setor no mês de janeiro desde o ano de 2023.

segmento no comércio do Espírito Santo, indicando um nível de atividade mais elevado no início de 2026 e sinalizando a manutenção de uma demanda aquecida por materiais ligados à construção, reforma e manutenção de imóveis.

Esse resultado reforça o fortalecimento do



## O que está acontecendo?

Em janeiro de 2026, o volume de vendas do varejo capixaba apresentou estabilidade com leve tendência de alta de 0,2% em comparação a dezembro de 2025.

Mesmo sendo um crescimento modesto, o resultado sinaliza resiliência do consumo e manutenção do nível de vendas, considerando que janeiro, em geral, apresenta retração após o pico sazonal de dezembro. Esse comportamento reforça a capacidade de sustentação da atividade comercial no Espírito Santo no início de 2026.

Assim, o desempenho observado sugere continuidade da demanda das famílias e certa sustentação da atividade comercial no Espírito Santo, mesmo em um período tipicamente marcado por maior cautela do consumidor, devido a despesas sazonais como impostos, material escolar e reorganização do orçamento doméstico.

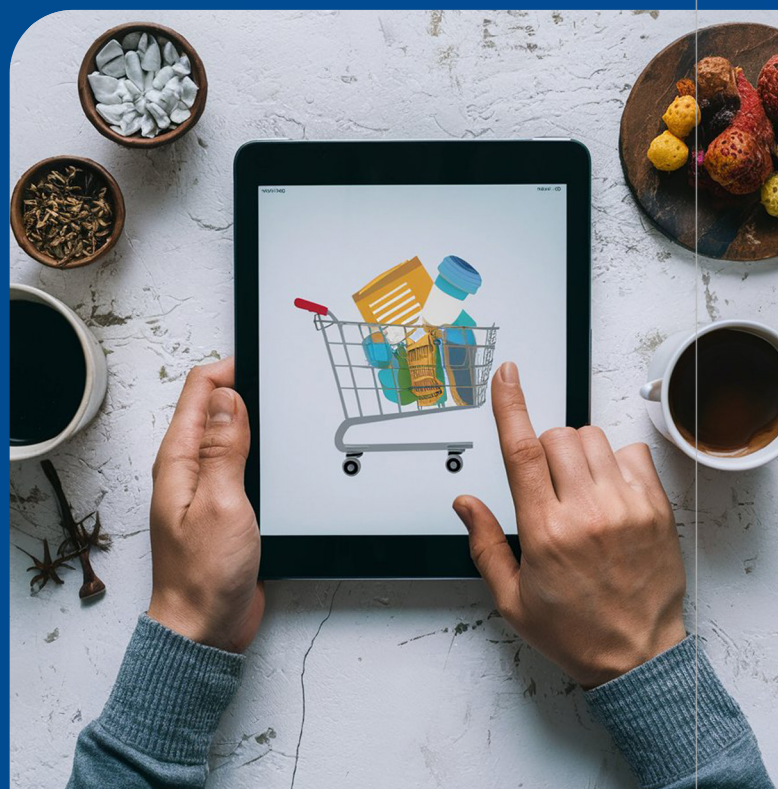
No mês de janeiro, o setor de artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos se destacou com forte crescimento de 32,3% [PA2.1] na comparação com o mesmo mês de 2025. De forma semelhante o setor de móveis e eletrodomésticos apresentou crescimento expressivo de 19,8%.

Esses resultados indicam que o desempenho do comércio no Espírito Santo foi impulsionado principalmente por segmentos ligados ao consumo essencial e à aquisição de bens duráveis, contribuindo para sustentar o nível de vendas do varejo no início de 2026.

**O setor de artigos farmacêuticos se destacou com crescimento expressivo de 32,3% na comparação interanual**

A permanência da confiança dos consumidores na zona de satisfação (acima de 100 pontos), conforme sinaliza o Índice de Intenção de Consumo das Famílias capixabas<sup>1</sup>, aliada ao bom desempenho de segmentos como artigos farmacêuticos e móveis, eletrodomésticos e material de construção, podem ter contribuído positivamente para os resultados da PMC no mês corrente.

Diante desse contexto, os resultados da PMC indicam que o varejo no Espírito Santo iniciou 2026 com desempenho estável e sustentado por segmentos estratégicos do comércio. Esse cenário sugere um início de ano com demanda relativamente aquecida e perspectivas positivas para o comércio estadual.





## Opinião do Empresariado Capixaba

Para ampliar a reflexão sobre as transformações tecnológicas que vêm impactando o comércio, o relatório traz a contribuição de **André Magno, estrategista de inovação e inteligência artificial, conselheiro e palestrante**, que analisa como os avanços da IA têm ampliado as possibilidades de aplicação no varejo. Em sua análise, o especialista destaca que a inteligência artificial vai além das ferramentas generativas mais conhecidas e já começa a avançar para modelos capazes de prever comportamentos, apoiar decisões operacionais e até executar ações de forma autônoma, abrindo caminho para novas dinâmicas nas relações de consumo e nos modelos de negócio do comércio. Confira:

“Quando falamos em inteligência artificial no comércio, é importante lembrar que esse é um campo muito mais amplo do que a chamada inteligência artificial generativa, que ganhou grande visibilidade recentemente. A IA generativa é aquela capaz de produzir conteúdos como textos, imagens ou respostas conversacionais e tem aplicações importantes em atividades criativas e também em rotinas de back office, auxiliando empresas de diferentes setores, inclusive o varejo.

No entanto, existem outras aplicações igualmente relevantes. Um exemplo é a inteligên-

cia artificial preditiva, que permite analisar dados e antecipar comportamentos, como prever padrões de consumo e, a partir disso, ajudar empresas a regular estoques, planejar compras de matéria-prima e melhorar a gestão da operação. Esse tipo de tecnologia já vem sendo utilizado em diferentes setores e tem grande potencial para apoiar decisões estratégicas no comércio.

**Conhecido como comércio agêntico, envolve diferentes possibilidades: pessoas comprando de agentes digitais, agentes comprando de empresas ou até agentes negociando entre si.**

Mais recentemente, começa a ganhar espaço um novo conceito: a chamada inteligência artificial agêntica. Diferente das demais, esse tipo de tecnologia não apenas analisa ou gera conteúdos, mas também executa ações de forma autônoma. Ou seja, são sistemas capazes de tomar decisões operacionais e realizar tarefas a partir de comandos ou preferências previamente estabelecidas pelo usuário.

Na prática, isso abre caminho para um novo modelo de interação comercial. Imagine, por exemplo, que uma pessoa queira pedir uma pizza em casa. Em vez de pesquisar opções e realizar o pedido manualmente, ela poderia simplesmente solicitar a um agente digital que faça isso. Esse agente conheceria suas preferências, saberia onde costuma comprar, qual forma de pagamento utiliza e qual é o seu endereço, realizando todo o processo automaticamente.

Nesse cenário, o próprio comércio também pode operar com agentes digitais. Assim, o agente do consumidor poderia se comunicar diretamente com o agente da empresa, estabelecendo uma interação comercial automatizada. Esse modelo, conhecido como comércio agêntico, envolve diferentes possibilidades: pessoas comprando de agentes digitais, agentes comprando de empresas ou até agentes negociando entre si.

Ainda que esse cenário não esteja completamente disseminado hoje, a evolução da inteligência artificial tem ocorrido em ritmo acelerado. A adoção dessas tecnologias não segue uma lógica linear, mas exponencial. Por isso, é possível que, nos próximos anos, esse tipo de solução se torne cada vez mais presente no cotidiano das empresas e dos consumidores, transformando profundamente a forma como as relações comerciais acontecem.”

## Tendência - Agentes de inteligência artificial no comércio

O avanço da inteligência artificial vem ampliando rapidamente as possibilidades de aplicação da tecnologia nas atividades econômicas, incluindo o comércio. Inicialmente utilizada para apoiar análises de dados, previsões de demanda e automação de processos operacionais, a IA começa agora a avançar para um novo estágio, no qual sistemas inteligentes passam a assumir funções mais ativas nas interações entre consumidores e empresas.

Outra transformação emergente no ambiente de consumo está relacionada ao uso de agentes de inteligência artificial capazes de interagir e executar tarefas de forma automatizada. Diferentemente das aplicações tradicionais de IA, voltadas principalmente à análise de dados ou geração de conteúdos, esses sistemas passam a atuar diretamente na realização de ações, como pesquisar produtos, comparar opções e até concluir compras.

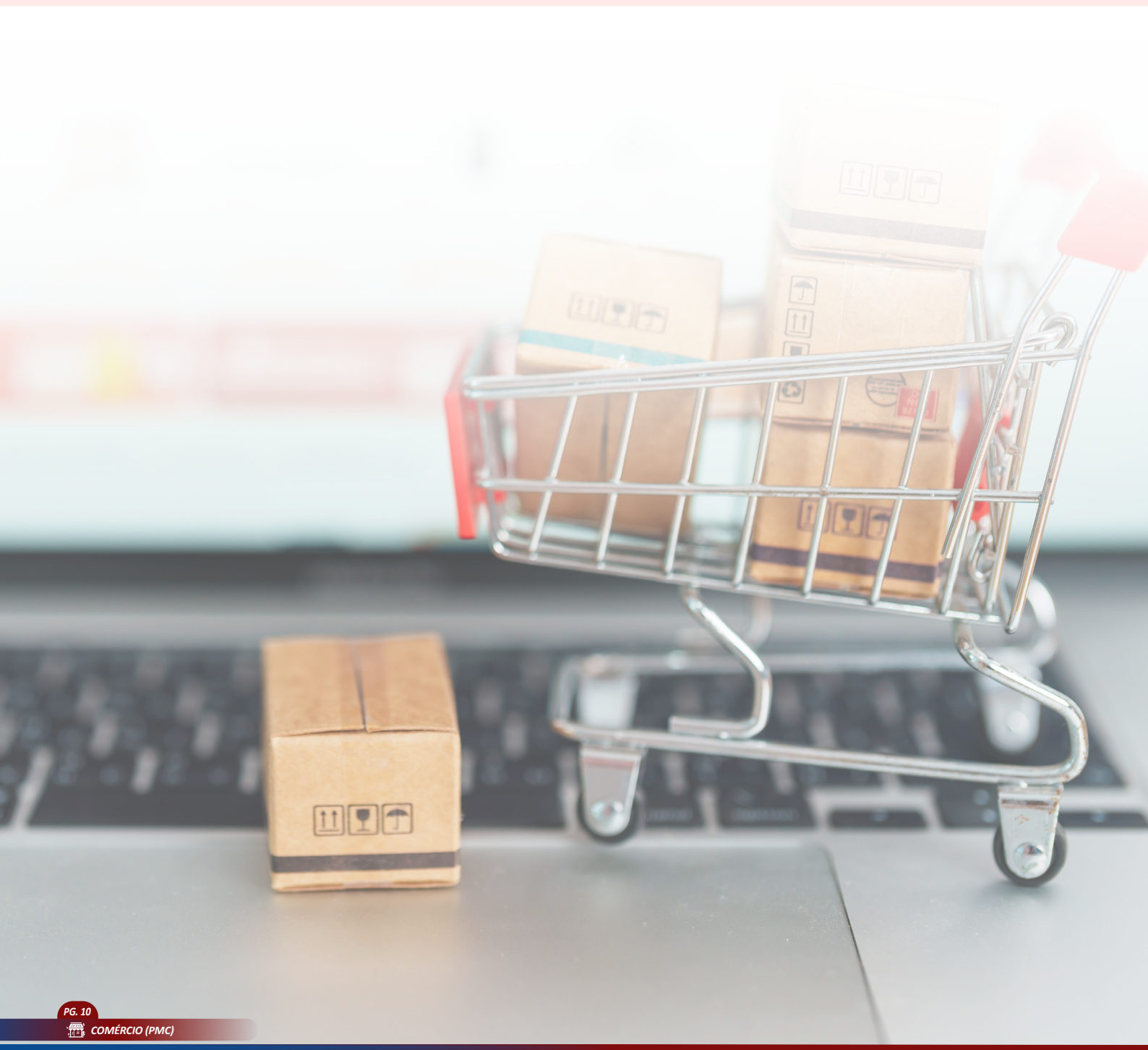
**Consumidores podem delegar a assistentes digitais parte das decisões de compra, permitindo que sistemas inteligentes realizem transações com base em preferências previamente definidas, histórico de consumo ou necessidades específicas.**

Nesse cenário, consumidores podem delegar a assistentes digitais parte das decisões de compra, permitindo que sistemas inteligentes realizem transações com base em preferências previamente definidas, histórico de consumo ou necessidades específicas. Ao mesmo tempo, empresas também podem operar com agentes digitais capazes de responder a essas demandas de forma automatizada.

Esse modelo abre caminho para novas dinâmicas comerciais, nas quais sistemas inteligentes passam a intermediar parte das interações entre consumidores e empresas. Embora ainda esteja em fase inicial de disseminação, a tendência aponta para um comércio cada vez mais integrado à inteligência artificial, com maior automação de processos e novas formas de interação nas relações de consumo.

Além de transformar a experiência de compra, a adoção de agentes de inteligência artificial pode gerar ganhos relevantes de eficiência para as empresas, ao automatizar etapas de atendimento, busca de produtos, processamento de pedidos e interação com clientes. Esse movimento também tende a ampliar o uso de dados nas estratégias comerciais, permitindo maior personalização das ofertas e respostas mais rápidas às demandas do consumidor.

À medida que essas tecnologias evoluem e se tornam mais acessíveis, a expectativa é que os agentes digitais passem a desempenhar um papel cada vez mais relevante no ecossistema do comércio. Nesse contexto, empresas que investirem em inovação e integração tecnológica tendem a ampliar sua capacidade de adaptação a um ambiente de consumo cada vez mais digital, automatizado e orientado por dados.



## Notas Metodológicas

<sup>1</sup> Confiança das famílias de até 10 salários mínimos para compras parceladas cresce pelo sexto mês seguido. Disponível em: <<https://portaldocomercio-es.com.br/wp-content/uploads/2026/01/ICF-jan-2026-connect-1.pdf>>

\* A PMC é conduzida pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), reunindo informações sobre o volume de vendas nas empresas formalmente constituídas, com 20 ou mais pessoas ocupadas, cuja atividade principal é o comércio varejista.

\* A divulgação a partir de janeiro 2023 da Pesquisa Mensal do Comércio (PMC) foi após uma reestruturação das pesquisas conjunturais do IBGE, que significa também a divulgação de uma nova série histórica, com o encadeamento entre a nova pesquisa e a antiga. A atualização da pesquisa, que ocorre de forma periódica na rotina do IBGE, reúne uma nova amostra de empresas, inclusão e exclusão de atividades e alterações nos pesos dos produtos, entre outras mudanças.

\* A série do varejo ampliado conta, a partir de janeiro de 2023, com uma atividade a mais. Assim, além de Veículos, motos, partes e peças e Material de construção, é apresentado resultado para o setor de Atacado especializado em alimentícios, bebidas e fumo. Por enquanto, essa série será apresentada somente na comparação interanual.

\* Indicador Comércio Ampliado: além dos segmentos tradicionais do comércio restrito, inclui os segmentos de veículos e materiais de construção e, a partir de janeiro de 2023, o de Atacado especializado em alimentícios, bebidas e fumo;

\* Os dados da Pesquisa Mensal do Comércio (PMC) são disponibilizados mensalmente pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE);

\* O indicador de "Volume de Vendas" resulta da deflação dos valores nominais correntes por índices de preços específicos por atividade e unidade de federação;

\* O IBGE ainda não fornece os dados estaduais da comparação mensal por atividades;

\* Os dados são divulgados com 2 (dois) meses de defasagem e poderão sofrer atualizações na divulgação seguinte.

**EXPEDIENTE: Presidente do Sistema Fecomércio-ES/Sesc/Senac:** Idalberto Luiz Moro | **Diretor Sesc-ES:** Luiz Henrique Toniato | **Diretor Senac-ES:** Richardson Schmittel | **Superintendente Fecomércio-ES:** Wagner Corrêa | **Diretor de Relações Institucionais Fecomércio-ES:** Cezar Wagner Pinto | **Equipe Connect Fecomércio-ES:** André Spalenza : Karina Tonini : Felipe Montini : Eduarda Gripp : Gercione Dionizio : Paulo Rody : Samuel de O. Cabral : Mateus Haddad : João Guimarães : Ryan Procopio | Tel.: 3205-0706 | [www.fecomercio-es.com.br](http://www.fecomercio-es.com.br)