



# VAREJO AMPLIADO CAPIXABA CRESCE 1,7% EM FEVEREIRO E SUPERA BRASIL E SUDESTE

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

## PMC

**MENSAL**  
**(-1,9%)**

**ACUMULADO EM 12 MESES**  
**(+2,6%)**

### ARTIGOS FARMACÊUTICOS

**INTERANUAL**  
**(+22,2%)**

**ACUMULADO EM 12 MESES**  
**(+15%)**

## MÓVEIS E ELETRODOMÉSTICOS

**INTERANUAL**  
**(-1,4%)**

**ACUMULADO EM 12 MESES**  
**(+7,9%)**

### VAREJO AMPLIADO MENSAL

**ESPÍRITO SANTO**  
**(+1,7%)**

**BRASIL**  
**(+1%)**

**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 fevereiro de 2026, o volume de vendas do varejo capixaba apresentou retração de 1,9% em comparação a janeiro de 2026. Essa desaceleração é comum para o período, uma vez que os primeiros meses do ano costumam refletir acomodação natural do consumo após o bom desempenho observado no encerramento do ano anterior, período tradicionalmente impulsionado por promoções, Natal e compras sazonais.

O desempenho capixaba ficou abaixo do observado no Brasil e no Sudeste (média). Entre fevereiro de 2026 e janeiro de 2026, o volume de vendas nacional e da região Sudeste registraram tendências de aumentos de 0,6% e de 0,2%, respectivamente. Ainda assim, a retração capixaba pode ser interpretada dentro de um contexto sazonal comum ao início do ano.

De forma semelhante, as vendas mensais do varejo capixaba apresentaram volume inferior às de 2025. Em fevereiro de 2026, o volume de vendas do varejo capixaba foi 4,7% inferior ao observado em fevereiro de 2025. Parte desse movimento também pode refletir base comparativa mais elevada e reorganização do orçamento das famílias no início do ano.

Esse resultado ficou abaixo do desempenho do Brasil (0,2%) e também inferior à média do Sudeste (-1,4%). Esse movimento sugere que o Espírito Santo enfrentou um mês de fevereiro mais desafiador que os demais estados da mesma região e da média nacional, embora em um contexto historicamente associado à moderação do consumo após o ciclo de vendas do fim de ano.

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

	Mensal <sup>1</sup> fev/26 - jan/26	Interanual fev/26 - fev/25	Acumulado ano jan/26 a fev/26 <sup>2</sup>	Acumulado 12 meses <sup>2</sup>
Brasil	0,6	0,2	1,5	1,4
Sudeste (média)	0,2	-1,4	0,5	0,8
<b>Espírito Santo</b>	<b>-1,9</b>	<b>-4,7</b>	<b>-0,3</b>	<b>2,6</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.

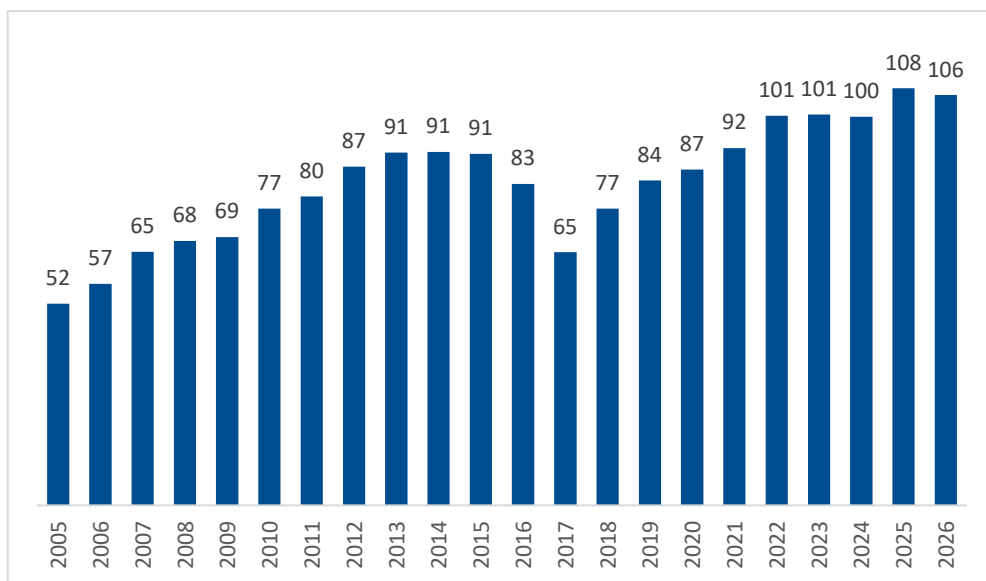
Por outro lado, o indicador de Crescimento Acumulado em 12 Meses mostra que o comércio capixaba, mesmo diante das retrações mensal e interanual de fevereiro, segue se destacando diante do desempenho do Brasil e do Sudeste.

Pelo índice de Crescimento Acumulado em 12 meses, as vendas do varejo no Espírito Santo dos últimos 12 meses foram 2,6% maiores que no mesmo período de 2025. Esse resultado supera a média do Sudeste (0,8%) e do Brasil (1,4%).

Entre os estados do Sudeste, no acumulado em 12 meses, o Espírito Santo liderou o crescimento (2,6%), seguido por Minas Gerais (1,4%), São Paulo (0,1%) e Rio de Janeiro (-1,0%).

O índice de volume de vendas, com ajuste sazonal, alcançou 106 pontos em fevereiro de 2026. Embora abaixo do observado em janeiro, o indicador permanece em nível historicamente elevado para o mês de fevereiro, evidenciando resiliência do comércio capixaba e manutenção de patamar relevante de atividade econômica.

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



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

Além disso, considerando os meses de fevereiro, os volumes de vendas do varejo do Espírito Santo nos últimos anos permanecem entre os maiores da série histórica recente. Isso mostra trajetória consistente do comér-

cio capixaba, refletindo a força do setor e o processo de recuperação econômica observado nos últimos anos. Esse desempenho reforça a posição do Espírito Santo como destaque no cenário varejista nacional.



## Segmentos do Varejo

**Na comparação entre fevereiro de 2025 e fevereiro de 2026, o segmento de maior destaque foi Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos (22,2%)**

Os segmentos que apresentaram os melhores desempenhos na comparação entre fevereiro de 2025 e fevereiro de 2026 foram, respectivamente: Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos (22,2%); seguido pelos segmentos com menores retrações, como Móveis e eletrodomésticos (-1,4%) e Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo (-1,6%).

Os segmentos que apresentaram as maiores retrações no mesmo período foram: Outros artigos de uso pessoal e doméstico (-24,9%); Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação (-17,9%); Livros, jornais, revistas e papelaria (-15,3%); e Tecidos, vestuário e calçados (-4,6%).

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

	Interanual (fev/2026 – fev/2025)	Acumulado no ano (jan/26 a fev/26)	Acumulado 12 meses
Combustíveis e lubrificantes	-2,4	-0,7	-3
Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	-1,6	-0,6	-0,2
Tecidos, vestuário e calçados	-4,6	-1,8	8,8
Móveis e eletrodomésticos	-1,4	8,9	7,9
Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	22,2	27,3	15
Livros, jornais, revistas e papelaria	-15,3	-0,7	-8
Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-17,9	-7	5,9
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-24,9	-22,8	-15,8

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

O segmento de Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos mantém trajetória de crescimento sólido, com variações positivas de 22,2% na comparação interanual e 15% em 12 meses. De forma semelhante, o grupo de Móveis e eletrodomésticos, apesar da retração interanual, registrou resultados consistentes no acumulado do ano (8,9%) e nos últimos 12 meses (7,9%), indicando ritmo estrutural ainda positivo.

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 menor prioridade de consumo, vestuário, papelaria e itens pessoais apresentaram retrações. Esse comportamento é compatível com um início de ano em que as famílias tendem a priorizar gastos mais essenciais.

## Resultados do Varejo Ampliado (Atacado)

O Varejo ampliado capixaba (que inclui o varejo e outros segmentos do Atacado ou "Atacarejo"), apresentou em fevereiro de

2026 crescimento de 1,7%, enquanto o Brasil e o Sudeste tiveram altas de 1,0% e de 0,6%, respectivamente.

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

	Mensal <sup>1</sup> fev/26 - jan/26	Interanual fev/26 - fev/25	Acumulado ano jan/26 a fev/26	Acumulado 12 meses <sup>2</sup>
Brasil	1,0	-2,2	-0,5	-0,4
Sudeste (média)	0,6	-2,0	0,0	-0,4
<b>Espírito Santo</b>	<b>1,7</b>	<b>-1,8</b>	<b>0,6</b>	<b>1,6</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 fevereiro de 2025, o volume de vendas do varejo ampliado no Espírito Santo teve retração de 1,8%, desempenho ainda superior ao Brasil (-2,2%) e ao Sudeste (-2,0%).

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

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

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

	Interanual (fev/26 – fev/25)	Acumulado no ano (jan/26 a fev/26)	Acumulado 12 meses
Veículos, motocicletas, partes e peças	-12,2	-8,8	-5,3
Material de construção	40,3	29,4	5,4
Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	2,4	-0,3	17,3

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

Em fevereiro de 2026, o setor de material de construção se destacou no comércio do Espírito Santo, com crescimento expressivo de 40,3% 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 deman-

da por melhorias em imóveis no início do ano.

Também merece destaque o setor de Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo, com crescimento de 2,4%, enquanto o segmento de Veículos, motocicletas, partes e peças apresentou retração de 12,2%.

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

	2023	2024	2025	2026
Veículos, motocicletas, partes e peças	103,1	117,8	124,6	109,4
Material de construção	128,6	78,7	87,0	122,1
Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	91,8	96,0	117,2	120,0

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 122,1 pontos em fevereiro de 2026. Trata-se de um dos maiores volumes de vendas do setor para o mês de fevereiro nos últimos anos.

Esse resultado reforça o fortalecimento do segmento no comércio do Espírito Santo, indicando nível de atividade mais elevado no início de 2026 e sinalizando manutenção de demanda aquecida por materiais ligados à

construção, reforma e manutenção de imóveis.

Além disso, 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 e eletrodomésticos, podem ter contribuído positivamente para os resultados da PMC no mês corrente.

# LEITURA DO AMBIENTE ECONÔMICO

## O QUE ACONTECEU?

Em fevereiro de 2026, o volume de vendas do varejo capixaba recuou 1,9% em relação a janeiro de 2026. Na comparação com fevereiro de 2025, houve retração de 4,7%.

Apesar do resultado negativo, o movimento está alinhado ao comportamento sazonal típico do início do ano, período em que o

consumo tende a desacelerar após o pico de vendas registrado no fim do ano anterior.

No mesmo período, alguns segmentos seguiram em destaque, como artigos farmacêuticos, com crescimento de 22,2%, e material de construção, com avanço de 40,3% no varejo ampliado.

## QUAL O PONTO DE DESTAQUE?

O principal destaque do mês foi a resiliência de segmentos ligados ao consumo essencial e à melhoria dos imóveis, mesmo em um cenário de desaceleração geral.

Isso sinaliza que, em momentos de maior cautela do consumidor, tende a haver priorização de compras recorrentes, saúde, bem-

estar e gastos relacionados à manutenção residencial.

Outro ponto relevante é que a retração observada no varejo restrito não ocorreu de forma generalizada, o que sugere um mercado mais seletivo, e não necessariamente enfraquecido de forma estrutural.

## QUAIS FATORES DE RISCO NO CURTO PRAZO?

No curto prazo, o principal fator de atenção continua sendo a compressão do orçamento das famílias, especialmente após despesas concentradas no início do ano, como tributos, educação e reorganização financeira.

Caso o consumidor mantenha postura mais conservadora nos próximos meses, o comércio pode registrar crescimento mais moderado, com vendas concentradas em categorias prioritárias.

**O cenário atual abre oportunidades para empresas que adaptarem sua estratégia ao comportamento mais cauteloso do consumidor.**

## QUAIS PONTOS DE OPORTUNIDADES?

O cenário atual abre oportunidades para empresas que adaptarem sua estratégia ao comportamento mais cauteloso do consumidor.

Ganham espaço ações voltadas para promoções objetivas, parcelamento planejado, mix de produtos essenciais, conveniência e relacionamento com clientes.

Também permanecem favoráveis nichos

ligados à saúde, bem-estar, manutenção do lar, reformas e reposição de produtos, segmentos que demonstraram maior capacidade de sustentação da demanda.

Para os próximos meses, há espaço para retomada gradual das vendas, especialmente para empresas que combinarem preço competitivo, atendimento eficiente e gestão de estoque alinhada ao atual ritmo do mercado.



## Opinião do Empresariado Capixaba

A análise dos dados mais recentes do comércio varejista, especialmente no segmento de material de construção, evidencia a importância de observar a cadeia de distribuição de forma mais ampla, considerando as interações entre indústria, atacado e varejo. Os movimentos registrados nos indicadores refletem o comportamento da demanda final, como também ajustes estruturais no próprio mercado, como a expansão do número de estabelecimentos e a capilarização das vendas.

Nesse contexto, a compreensão da dinâmica do setor passa, necessariamente, pela visão dos agentes que atuam diretamente no mercado, acompanhando as transformações no perfil dos lojistas e nas formas de abastecimento. Confira a fala de **Lésio Romulo Contarini Junior, Presidente do Sindicato do Comércio Varejista de Material de Construção da Grande Vitória:**

“Quando a gente olha para a dinâmica do setor, especialmente no atacado de material de construção, pode parecer contraditório à primeira vista. A lógica tradicional seria: a indústria produz, vende para o atacado, que repassa para o varejo e, por fim, chega ao consumidor. Mas o que estamos observando hoje não segue exatamente esse fluxo de forma equilibrada.

**“Na prática, o que está acontecendo é uma expansão da rede de pontos de venda, com mais gente comprando do atacado para formar estoque, mas com um giro mais lento na ponta.”**

O ponto central está na estrutura do próprio mercado. Existe uma pulverização muito grande de lojas, principalmente nas regiões periféricas. Hoje, praticamente em cada esquina você encontra um ponto de venda de material de construção. Esses pequenos lojistas, em geral, não têm acesso direto às indústrias, então dependem dos atacadistas para se abastecer, muitas vezes, inclusive, de atacadistas menores. É esse movimento que acaba sustentando o crescimento do atacado.

Ao mesmo tempo, quando olhamos para a evolução do número de empresas, isso fica ainda mais evidente. Há cerca de 10 anos, existiam aproximadamente 2.600 lojas de material de construção no Espírito Santo. No ano passado, esse número já girava em torno de 3.500 estabelecimentos, ou seja, houve um crescimento significativo no número de lojistas.

O problema é que esse aumento na quantidade de lojas não está sendo acompanhado, na mesma proporção, pelo crescimento das vendas ao consumidor final. Na prática, o que está acontecendo é uma expansão da rede de pontos de venda, com mais gente comprando do atacado para formar estoque, mas com um giro mais lento na ponta. Ou seja, abre-se mais lojas, o atacado cresce por abastecer esses estabelecimentos, mas o consumo final não responde no mesmo ritmo.”

## Notas Metodológicas

<sup>1</sup>ICF Capixaba avança 1,2% em fevereiro e mantém consumo em patamar de satisfação. Disponível em: <<https://portaldocomercio-es.com.br/wp-content/uploads/2026/03/ICF-marco-2026-relativo-fev26.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 <sup>2</sup> (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 : Mateus Haddad : Samuel de O. Cabral | Tel.: 3205-0706 | [www.fecomercio-es.com.br](http://www.fecomercio-es.com.br)