



Indicadores IBGE

Pesquisa Mensal de Comércio

Janeiro 2025

Publicado em 14/03/2025 às 9 horas

Presidente da República
Luiz Inácio Lula da Silva

Ministra do Planejamento e Orçamento
Simone Nassar Tebet

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
Paulo de Martino Jannuzzi

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

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

NOTAS METODOLÓGICAS.....	4
1 CARACTERÍSTICAS DA PESQUISA	4
2 CONSTRUÇÃO DE INDICADORES	5
3 ENCADEAMENTO	7
4 SÉRIES DA PMC AJUSTADAS SAZONALMENTE.....	7
4.1 VOLUME DE VENDAS POR ATIVIDADES	8
4.2 VOLUME DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA POR UNIDADE DA FEDERAÇÃO.....	9
4.3 VOLUME DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO POR UNIDADES DA FEDERAÇÃO	10
4.4 RECEITA NOMINAL DE VENDAS POR ATIVIDADES.....	11
4.5 RECEITA NOMINAL DE DO COMÉRCIO VAREJISTA VENDAS POR UNIDADE DA FEDERAÇÃO	12
4.6 RECEITA NOMINAL DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO	12
POR UNIDADE DA FEDERAÇÃO	13
5 DEFLATORES DA PESQUISA	15
6 OBSERVAÇÕES	17
COMENTÁRIOS	18
TABELAS	27
VOLUME DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA E COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO	28
RECEITA NOMINAL DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA E COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO	45

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 (subitens 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 -

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.

SINAPI. Na construção dos índices de preços das UFs não cobertas pelo IPCA, foram usados os 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

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”.

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 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)
Brasil	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário, Páscoa[1], LS2020.Abr, TC2020.Abr, LS2020.Dez
Combustíveis	Aditivo	(0 1 0)(1 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário, AO2015.Fev, LS2020.Mar, TC2020.Abr
Hiper., Super, Produtos alimentícios, bebidas e fumo	Multiplicativo	(1 1 0)(0 1 1)	Efeito Calendário, Páscoa[15], LS2012.Jan, LS2017.Jan, TC2017.Mar, AO2020.Mar
Super e Hipermercados	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Efeito Calendário, Páscoa[8], LS2012.Jan, LS2017.Jan, TC2017.Mar, AO2020.Mar, LS2020.Mai
Tecidos, vestuário e calçados	Aditivo	(2 1 2)(1 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, TC2003.Mai, LS2017.Jan, AO2020.Mar, TC2020.Abr, TC2020.Ago, TC2021.Mar, TC2021.May
Móveis e eletrodomésticos	Multiplicativo	(1 1 0)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[8], TC2020.Mar, AO2020.Abr, LS2020.Jun, AO2021.Mar
Artigos farmac, méd, ortop e de perfumaria	Multiplicativo	(0 1 1)(1 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário, Páscoa[8], TC2003.Mar, TC2020.Abr, LS2020.Mai
Livros, jornais, revistas e papelaria.	Aditivo	(1 1 1)(0 1 0)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[8], AO2005.Jan, TC2008.Fev, AO2010.Dez, AO2014.Feb, LS2019.Dec, LS2020.Mar, TC2020.Abr, AO2021.Jan
Equip. e Materiais p escritório, informática e comunicação	Multiplicativo	(1 1 2)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, LS2005.Fev, TC2020.Abr
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	Multiplicativo	(1 1 1)(1 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário, Páscoa[1], TC2019.Mai, AO2020.Mar, TC2020.Abr, LS2020.Jun, AO2021.Jul
Varejo Ampliado	Multiplicativo	(0 1 1)(2 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário, AO2009.Jun, AO2010.Mar, AO2012.Set, AO2020.Mar, TC2020.Abr
Automóveis, motocicletas, partes e peças	Multiplicativo	(2 1 1)(2 0 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[8], TC2020.Mar, TC2020.Abr
Material de construção	Multiplicativo	(0 1 1)(1 0 1)	Carnaval, Corpus Christi, 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	(1 0 2)(1 1 1)	Constante,Efeito Calendário,Páscoa[1],LS2000.Mai,AO2001.Jun,AO2004.Fe v,AO2004.Jul,LS2010.Feb,AO2020.Mar,TC2020.Abr,AO2 021.Jan,AO2021.Jul
Acre	Multiplicativo	(1 1 0)(0 1 1)	AO2004.Nov,TC2020.Mar,TC2020.Abr
Amazonas	Multiplicativo	(1 1 0)(1 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,AO2005.Jan,LS2020.Mar,AO2020.Abr,LS2020. Jun,TC2021.Jan
Roraima	Multiplicativo	(2 1 1)(0 1 1)	Páscoa[15],TC2000.Abr
Pará	Multiplicativo	(1 1 1)(1 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2001.Jan,LS2001.Jun,AO2002.Jun,LS2002.D ez,AO2004.Jul,TC2004.Set,AO2006.Mar,LS2008.Jan,LS20 08.Fev,LS2008.Out,AO2010.Mai,TC2013.Dec,AO2014.Oct .LS2016.Mar,LS2016.May,AO2019.Mar,LS2019.Sep,LS20 20.Abr,LS2020.Jun,AO2020.Nov
Amapá	Multiplicativo	(1 1 1)(1 1 1)	TC2006.Jan,AO2017.Dez,AO2018.Dec,TC2020.Abr,LS20 20.Jul,AO2021.Mai
Tocantins	Multiplicativo	(2 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,TC2003.Mai,LS2005.Fev,LS2010.Feb
Maranhão	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,AO2001.Mai,AO2011.Out,TC2020.Abr,LS2020 Jun
Piauí	Multiplicativo	(1 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2003.Mar,AO2004.Jan,LS2005.Fev,TC2019.J un,TC2020.Abr,LS2020.Ago
Ceará	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,LS2020.Mar,TC2020.Abr,LS2020.Jun,TC2021.Mar
Rio Grande do Norte	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2002.Nov,LS2005.Fev,TC2020.Abr
Paraíba	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,TC2020.Abr,TC2020.Jul
Pernambuco	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[1],LS2003.Mar,TC2020.Abr,TC2020.Jul
Alagoas	Multiplicativo	(1 1 0)(1 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[1],AO2003.Jan,LS2003.Mar,LS2017.Jan, TC2020.Abr
Sergipe	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Efeito Calendário,Páscoa[15],TC2003.Mar,LS2005.Fev,TC2005.O ut,TC2006.Feb,LS2015.Jul,TC2020.Abr
Bahia	Multiplicativo	(0 1 1)(1 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,AO2019.Dez,TC2020.Abr,TC2020.Ago
Minas Gerais	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[1],AO2018.Jul,AO2020.Jan,AO2020.Abr ,TC2020.Ago,TC2021.Mai
Espírito Santo	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,TC2017.Fev,AO2020.Abr
Rio de Janeiro	Multiplicativo	(0 1 1)(1 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[15],TC2020.Mar,TC2020.Abr
São Paulo	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[15],AO2017.Mar,TC2020.Abr
Paraná	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[1],AO2020.Abr,AO2021.Jul
Santa Catarina	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Efeito Calendário,Páscoa[1],AO2020.Abr,AO2021.Jul
Rio Grande do Sul	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[1],LS2017.Jan,AO2020.Abr,LS2021.Apr,

			TC2021.Mai
Mato Grosso do Sul	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Efeito Calendário,Páscoa[1],AO2020.Abr
Mato Grosso	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	AO2002.Mai,LS2006.Fev,AO2020.Abr,AO2021.Jul
Goiás	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Efeito Calendário,Páscoa[1],LS2005.Fev,LS2017.Mar,TC2020.Abr
Distrito Federal	Aditivo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[1],TC2020.Abr,AO2021.Mar

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

UF	DECOMPOSIÇÃO	MODELO ARIMA	REGRESSÃO (REGARIMA)
Rondônia	Multiplicativo	(1 1 1)(1 1 1)	LS2006.Ago,TC2016.Nov,AO2017.Aug,TC2020.Mar,AO2020.Abr
Acre	Multiplicativo	(1 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Páscoa[1],TC2014.Mai,AO2020.Mar,TC2020.Mar
Amazonas	Multiplicativo	(1 2 2)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,AO2020.Mar,TC2020.Abr,TC2020.Jun,TC2021.Jan
Roraima	Multiplicativo	(1 1 1)(0 1 1)	
Pará	Multiplicativo	(1 1 0)(1 1 1)	Camaval,Corpus Christi,LS2020.Abr,LS2020.Jun
Amapá	Aditivo	(0 1 0)(1 1 1)	AO2014.Jan,AO2017.Dez,AO2018.Dec,TC2020.Abr,LS2020.Jun,LS2020.Jul,AO2021.Mai
Tocantins	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Páscoa[8],LS2005.Fev,AO2020.Abr
Maranhão	Multiplicativo	(0 1 1)(1 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[1],TC2020.Mar,TC2020.Abr,LS2020.Jun
Piauí	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Páscoa[1],AO2010.Mar,TC2019.Jun,AO2020.Mar,TC2020.Abr,LS2020.Ago
Ceará	Multiplicativo	(1 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[15],AO2010.Mar,TC2012.Jun,LS2020.Mar,TC2020.Abr,LS2020.Jun,AO2021.Mar
Rio Grande do Norte	Multiplicativo	(0 1 1)(1 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,AO2009.Jul,AO2010.Mar,TC2020.Mar,TC2020.Abr
Paraíba	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2008.Out,LS2014.Dez,TC2020.Mar,TC2020.Abr,TC2020.Jul
Pernambuco	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,AO2020.Mar,TC2020.Abr,TC2020.Jul
Alagoas	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,AO2005.Jul,TC2012.Jun,AO2020.Mar,TC2020.Abr
Sergipe	Multiplicativo	(0 1 1)(1 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2005.Fev,AO2010.Mar,TC2020.Mar,TC2020.Abr
Bahia	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,AO2010.Mar,TC2012.Jun,AO2020.Mar,TC2020.Abr,AO2021.Mar
Minas Gerais	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2005.Fev,AO2020.Abr,LS2020.Ago
Espírito Santo	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[1],LS2011.Jun,AO2017.Fev,AO2020.Abr
Rio de Janeiro	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,AO2020.Mar,TC2020.Abr
São Paulo	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,TC2020.Abr
Paraná	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,AO2020.Abr
Santa Catarina	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,TC2020.Mar,AO2020.Abr
Rio Grande do Sul	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2017.Jan,TC2020.Mar,AO2020.Abr,AO2021.Mar
Mato Grosso do Sul	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,AO2010.Mar,AO2020.Abr
Mato Grosso	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[1],TC2020.Mar
Goiás	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2008.Out,AO2010.Mar,TC2020.Abr
Distrito Federal	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,AO2009.Set,AO2010.Mar,AO2012.Ago,TC2020.Mar,TC2020.Abr,AO2021.Mar

4.4 RECEITA NOMINAL DE VENDAS POR ATIVIDADES

ATIVIDADE	DECOMPOSIÇÃO	MODELO ARIMA	REGRESSÃO (REGARIMA)
Brasil	Multiplicativo	(0 12)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[1],TC2020.Abr,LS2020.Jun
Combustíveis	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2020.Mar,AO2020.Abr,TC2020.Abr,LS2021.Mai
Hiper., Super, Produtos alimentícios, bebidas e fumo	Multiplicativo	(0 1 1)(2 1 1)	Efeito Calendário,Páscoa[15],LS2002.Out,LS2017.Mar,LS2020.Mar,AO2020.Abr
Super e Hipermercados	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Efeito Calendário,Páscoa[15],LS2002.Out,LS2005.Fev,LS2012.Jan,AO2016.Dez,LS2017.Mar,LS2020.Mar,AO2020.Abr
Tecidos, vestuário e calçados	Aditivo	(0 1 1)(1 1 0)	LS2017.Jan,TC2020.Mar,TC2020.Abr,TC2020.Mai,AO2020.Ago,LS2020.Dez,TC2021.Mar,TC2021.May
Móveis e eletrodomésticos	Multiplicativo	(1 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Páscoa[8],TC2020.Mar,AO2020.Abr,LS2020.Jun,AO2021.Mar
Artigos farmac, méd, ortop e de perfumaria.	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[8],TC2020.Abr
Livros, jomais, revistas e papelaria.	Aditivo	(1 0 0)(1 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Páscoa[8],AO2005.Jan,AO2008.Jan,AO2010.Dez,AO2014.Fev,TC2014.Nov,AO2019.Jan,AO2019.Jun,TC2019.Dec,LS2020.Mar,TC2020.Abr,AO2020.Jul,AO2020.Nov,AO2021.Jan
Equip. e Materiais p escritório, informática e comunicação	Multiplicativo	(0 1 1)(1 1 1)	Camaval,Corpus Christi,LS2005.Fev,AO2011.Jun,AO2011.Dez,TC2020.Abr,LS2020.Jun
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	Multiplicativo	(1 1 1)(1 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[1],TC2019.Mai,AO2020.Mar,TC2020.Abr,LS2020.Jun,LS2020.Nov,AO2021.Jul
Varejo ampliado	Multiplicativo	(0 1 1)(1 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2008.Out,AO2009.Jun,AO2010.Mar,AO2020.Mar,TC2020.Abr
Automóveis, motocicletas, partes e peças.	Multiplicativo	(3 1 1)(2 0 1)	Camaval,Corpus Christi,Páscoa[8],AO2020.Mar,TC2020.Abr
Material de construção	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[8],AO2018.Mai,TC2020.Mar,AO2020.Abr,LS2020.Jun

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

UF	DECOMPOSIÇÃO	MODELO ARIMA	REGRESSÃO (REGARIMA)
Rondônia	Multiplicativo	(0 1 2)(1 1 1)	Efeito Calendário,Páscoa[1],LS2000.Mai,AO2001.Jun,AO2004.Jul,TC2020.Mar,TC2020. Abr,LS2020.Dez,AO2021.Jul
Acre	Multiplicativo	(1 1 1)(0 1 1)	LS2003.Out,LS2005.Fev,LS2006.Feb,TC2020.Mar,TC2020.Abr,TC2020.Ago
Amazonas	Multiplicativo	(2 1 2)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2019.Jun,TC2020.Abr,LS2020.Jun,AO2021.Jan,AO2021.Fev
Roraima	Multiplicativo	(2 1 1)(0 1 1)	Páscoa[15],AO2000.Mar,AO2002.Jul,LS2017.Jan,TC2020.Abr
Pará	Multiplicativo	(1 1 1)(0 1 1)	Camaval,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.Dec,TC2020.Abr,LS2020.Jul,AO2021.Mai
Tocantins	Multiplicativo	(2 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,TC2003.Mai,LS2005.Fev,LS2010.Feb
Maranhão	Multiplicativo	(0 1 2)(0 1 1)	Camaval,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)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,TC2000.Jan,TC2001.Jan,TC2002.Jan,TC2003.Jan,TC2003.Mar,LS2005. Fev,AO2008.Jan,TC2010.Abr,TC2019.Jun,TC2020.Abr,AO2020.Mai,LS2020.A go,AO2021.Feb
Ceará	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2020.Mar,TC2020.Abr,LS2020.Jun,TC2021.Mar
Rio Grande do Norte	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2005.Fev,TC2020.Abr
Paraíba	Multiplicativo	(0 1 1)(1 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,AO2008.Jan,LS2008.Out,TC2020.Abr,LS2020.Jul
Pernambuco	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[15],TC2003.Jan,TC2020.Abr,LS2020.Jul
Alagoas	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[1],TC2020.Abr
Sergipe	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Efeito Calendário,Páscoa[15],LS2005.Fev,LS2006.Feb,LS2015.Jul,TC2020.Abr
Bahia	Multiplicativo	(1 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,AO2019.Dez,TC2020.Abr,LS2020.Jul
Minas Gerais	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[1],LS2020.Abr,TC2020.Abr
Espírito Santo	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[15],AO2002.Abr,TC2017.Fev,TC2020.Abr
Rio de Janeiro	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[15],TC2020.Mar,TC2020.Abr
São Paulo	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[15],AO2017.Mar,TC2020.Abr
Paraná	Multiplicativo	(0 1 1)(2 1 1)	Efeito Calendário,Páscoa[15],TC2003.Fev,LS2005.Feb,TC2020.Abr,AO2021.Jul
Santa Catarina	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Efeito Calendário,Páscoa[1],AO2020.Abr,AO2021.Jul
Rio Grande do Sul	Multiplicativo	(0 1 1)(1 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[1],TC2017.Jan,TC2019.Dez,TC2020.Abr,LS2021.Abr
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,AO2021.Jan,AO2021.Jul
Goiás	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[1],AO2003.Fev,LS2005.Feb,LS2017.Mar,TC2020.Abr
Distrito Federal	Multiplicativo	(1 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[15],TC2001.Jun,AO2005.Jan,TC2020.Mar,TC2020.Abr,AO2020. Mai,AO2021.Mar

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)(0 1 1)	Efeito Calendário,TC2005.Fev,LS2016.Nov,AO2017.Ago,AO2020.Mar,TC2020.Abr
Acre	Multiplicativo	(1 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Páscoa[1],AO2014.Mai,AO2020.Mar,TC2020.Mar
Amazonas	Multiplicativo	(0 1 1)(1 1 1)	Camaval,Corpus Christi,AO2014.Mai,TC2020.Mar,TC2020.Abr,LS2020.Jun,AO2021.Jan,AO2021.Fev
Roraima	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Efeito Calendário,Páscoa[15]
Pará	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,LS2005.Fev,LS2020.Abr,LS2020.Jun
Amapá	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	AO2004.Dez,LS2019.Jan,TC2020.Abr,LS2020.Jun,TC2020.Jul,TC2021.Mai
Tocantins	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Páscoa[8],LS2005.Fev,LS2010.Feb,AO2020.Abr
Maranhão	Multiplicativo	(0 1 1)(1 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[8],LS2020.Mar,TC2020.Abr,LS2020.Jun
Piauí	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Páscoa[1],AO2010.Mar,TC2019.Jun,AO2020.Mar,TC2020.Abr,LS2020.Ago
Ceará	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[8],LS2008.Out,AO2010.Mar,TC2012.Jun,LS2020.Mar,TC2020.Abr,LS2020.Jun,AO2021.Mar
Rio Grande do Norte	Multiplicativo	(0 1 1)(1 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,AO2010.Mar,TC2020.Mar,TC2020.Abr
Paraíba	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2008.Out,LS2014.Dez,TC2020.Abr,LS2020.Jul
Pernambuco	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,TC2020.Mar,TC2020.Abr,TC2020.Jul
Alagoas	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,AO2005.Jul,TC2020.Mar,TC2020.Abr
Sergipe	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2005.Fev,AO2010.Mar,TC2020.Mar,TC2020.Abr
Bahia	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,TC2020.Mar,TC2020.Abr,AO2021.Mar
Minas Gerais	Multiplicativo	(2 1 0)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2005.Fev,LS2020.Abr,TC2020.Abr
Espírito Santo	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2011.Jun,AO2017.Fev,TC2020.Abr
Rio de Janeiro	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,AO2020.Mar,TC2020.Abr
São Paulo	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2005.Fev,LS2006.Feb,LS2008.Out,AO2009.Jun,AO2010.Mar,TC2020.Abr,LS2020.Jun

Paraná	Multiplicativo	(011)(011)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2008.Out,AO2010.Mar,TC2012.Set,TC2020.Mar,AO2020.Abr
Santa Catarina	Multiplicativo	(011)(011)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,TC2008.Nov,TC2020.Mar,AO2020.Abr
Rio Grande do Sul	Multiplicativo	(011)(011)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2017.Jan,TC2020.Mar,AO2020.Abr,LS2021.Abr
Mato Grosso do Sul	Multiplicativo	(011)(011)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2008.Nov,AO2010.Mar,TC2020.Mar,AO2020.Abr
Mato Grosso	Multiplicativo	(011)(011)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[1],LS2020.Mar
Goiás	Multiplicativo	(011)(111)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2008.Out,AO2010.Mar,TC2020.Abr
Distrito Federal	Multiplicativo	(011)(011)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,AO2009.Set,AO2010.Mar,AO2012.Ago,AO2020.Mar,TC2020.Abr

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)
	4732-6	-	IPCA (cód. 5104003)
			IPCA (cód. 5102007)
2 - Hipermercados e supermercados	4711-3	Alimentos	IPCA (cód. 1100000)
		Consumo Pessoal	IPCA (cód. 6300000)
		Consumo Residencial	IPCA (cód. 2104000)
		Outros	IPCA (cód. IG)
3- Produtos alimentícios, bebidas e fumo	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)
			IPCA (cód. 1103000)
IPCA (cód. 1105000)			
4724-5	-	IPCA (cód. 1106000)	
4- Tecidos, vestuário e calçados	4755-5	-	IPCA (cód. 4401000)
	4781-4	-	IPCA (cód. 4100000)
	4782-2	-	IPCA (cód. 4200000)
5- Móveis e eletrodomésticos	4753-9	-	IPCA (cód. 3200000)
	4756-3	-	IPCA (cód. 7201010)
	4759-8	-	IPCA (cód. 3102000)
	4762-8	-	IPCA serviços
			IPCA (cód. 3101000)
	4754-7	-	IPCA (cód. 3102000)
6- Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, perfumaria e cosméticos	4771-7	-	IPCA (cód. 6101000)
	4772-5	-	IPCA (cód. 6301000)
	4773-3	-	IPCA serviços

Atividades da PMC	CNAE da PMC	Grupo de produto	Itens do IPCA	
7- Equipamentos e material para escritório, informática	4751-2	-	IPCA (cód. 3202028)	
	4752-1	-	IPCA (cód. 9101019)	
8- Livros, jornais, revistas e papelaria	4761-0	-	IPCA (cód. 8102000)	
			IPCA (cód. 8103000)	
9- Outros artigos de uso pessoal e doméstico	4713-0	-	IPCA (cód. 1104000)	
			IPCA (cód. 1112003)	
			IPCA (cód. 3102000)	
			IPCA (cód. 3103000)	
			IPCA (cód. 3200000)	
			IPCA (cód. 4100000)	
			IPCA (cód. 4200000)	
			IPCA (cód. 6300000)	
	4774-1	-	IPCA (cód. 6102000)	
	4783-1	-	IPCA (cód. 4301002)	
			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)	
	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)				

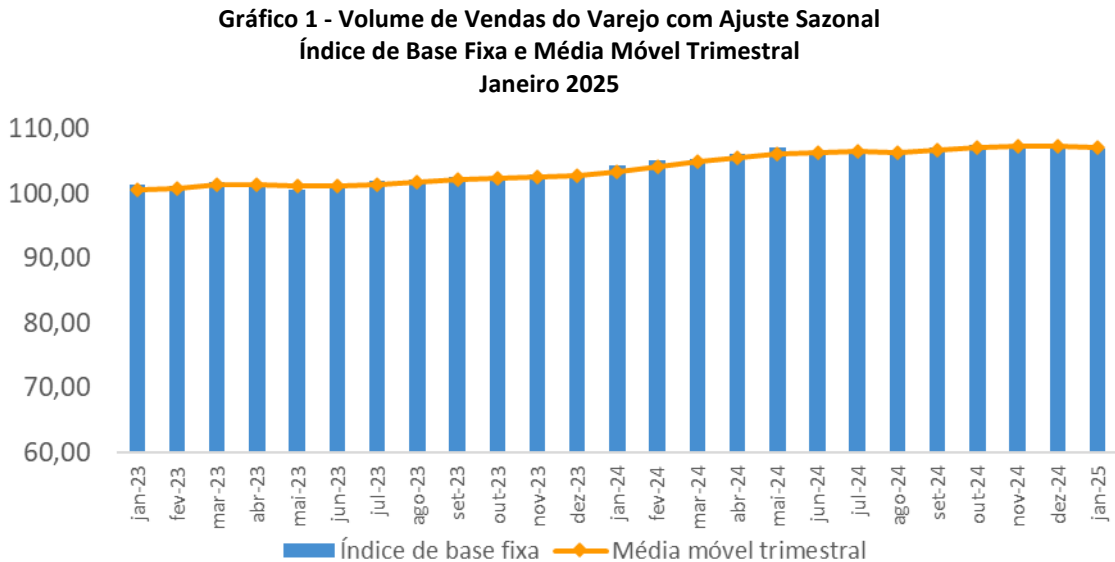
Atividades da PMC	CNAE da PMC	Grupo de produto	Itens do IPCA
12- Móveis	4753-9	-	IPCA (cód. 3101000)
			IPCA (cód. 3102000)
	4756-3	-	IPCA (cód. 3102000)
	4759-8	-	IPCA (cód. 3101000)
			IPCA (cód. 3102000)
	4762-8	-	IPCA (cód. 3102000)
13- Eletrodomésticos	4754-7	-	IPCA (cód. 3101000)
			IPCA (cód. 3102000)
	4753-9	-	IPCA (cód. 3200000)
	4756-3	-	IPCA (cód. 7201010)
	4759-8	-	IPCA (cód. 3200000)
14- Atacado especializado em Produtos Alimentícios, Bebidas e Fumo	4762-8	-	IPCA serviços
	4754-7	-	IPCA (cód. 3200000)
	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.

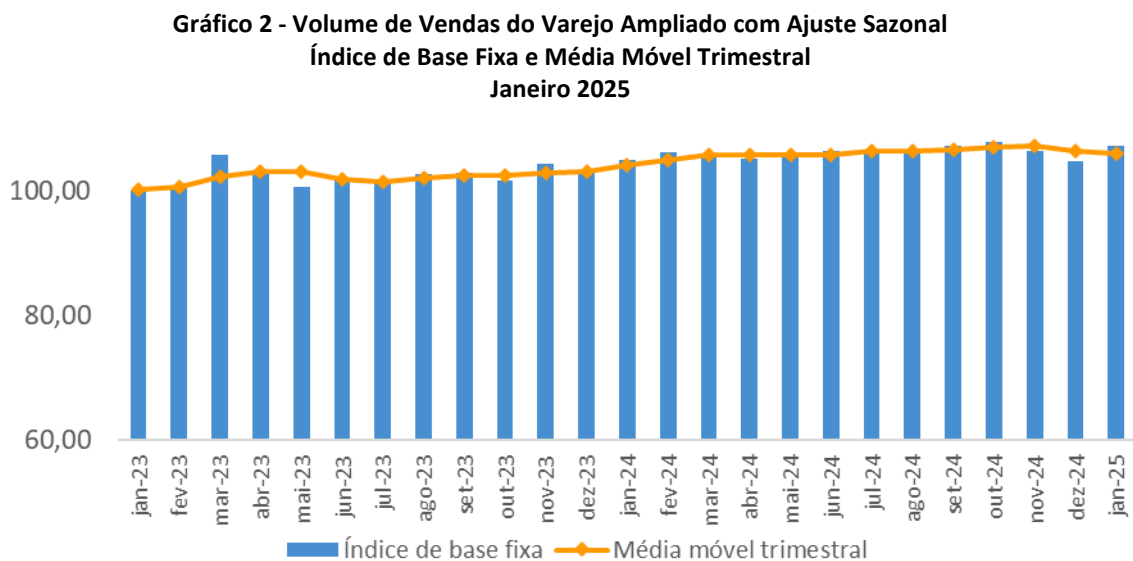
COMENTÁRIOS

Em janeiro de 2025, o volume de vendas do comércio varejista nacional registrou -0,1% de variação frente ao mês imediatamente anterior, na série livre de influências sazonais, após variar -0,3% em dezembro de 2024. Com isso, a evolução do índice de média móvel trimestral para o varejo, depois de registrar 0,0% no trimestre encerrado em dezembro, registra variação de -0,2% no trimestre encerrado em janeiro, conforme mostra Gráfico 1.



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 alimentos, bebidas e fumo*, o volume de vendas cresceu 2,3% em relação a dezembro de 2024. Assim, a média móvel do trimestre encerrado em janeiro teve resultado de -0,2%, superior ao encerrado em dezembro (-0,8%), conforme mostra Gráfico 2.



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

Na série sem ajuste, no confronto com igual mês do ano anterior, o **comércio varejista** assinalou crescimento de 3,1% em janeiro de 2025, vigésima taxa consecutiva no campo positivo para este indicador. O indicador acumulado nos últimos doze meses registrou variação de 4,7%, mesmo patamar do acúmulo registrado até dezembro (4,7%). Assim como no comércio varejista, o **varejo ampliado**⁴, teve aumento, para o indicador interanual: 2,2% nas vendas frente a janeiro de 2024. Dessa maneira, o varejo ampliado cresce por dez meses consecutivos para este indicador. Nos últimos doze meses, o varejo ampliado registra, em janeiro de 2025, variação de 3,8%, resultado abaixo do mês anterior (4,1% até dezembro de 2024).

RESULTADOS SETORIAIS

O **comércio varejista** apresentou variação de -0,1% nas vendas em janeiro de 2025 em relação a dezembro de 2024, na série com ajuste sazonal, com equilíbrio entre taxas positivas e negativas na leitura intersetorial. Na margem, quatro das oito atividades pesquisadas tiveram variação, em volume, no campo positivo: *Equipamentos e material para escritório informática e comunicação* (5,3%), *Combustíveis e lubrificantes* (1,2%), *Outros artigos de uso pessoal e doméstico* (0,7%) e *Livros, jornais, revistas e papelaria* (0,6%). Também quatro foi o número de setores a apresentar taxas no campo negativo: *Tecidos, vestuário e calçados* (-0,1%), *Móveis e eletrodomésticos* (-0,2%), *Hiper, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* (-0,4%) e *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria* (-3,4%). As duas atividades adicionais⁵ que compõem o **varejo ampliado** tiveram trajetória positiva: *Veículos, motos, partes e peças* cresceu 4,8% e *Material de Construção* teve alta de 3,0% em volume, conforme Gráfico 3.

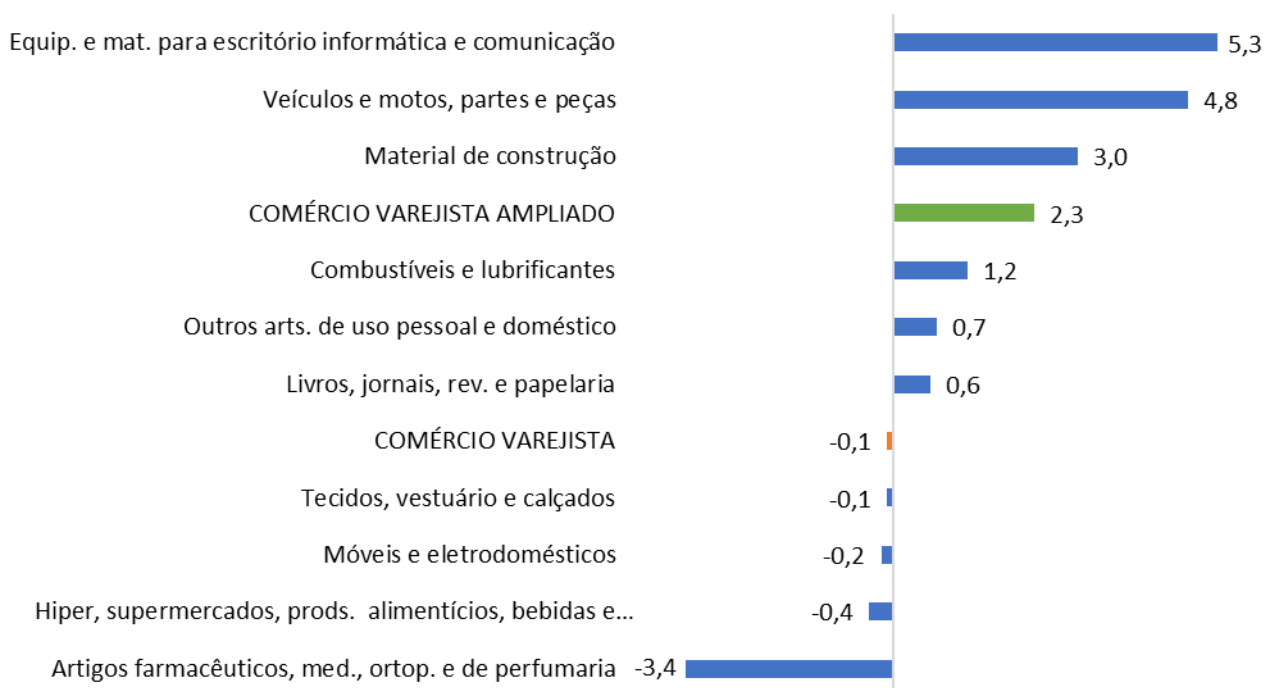
Em janeiro de 2025, frente a igual mês do ano anterior, o **comércio varejista** registrou aumento de 3,1% no volume, atingindo sete das oito atividades pesquisadas: *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria* (6,2%), *Outros artigos de uso pessoal e doméstico* (4,5%), *Móveis e eletrodomésticos* (4,4%), *Hiper e supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* (2,8%), *Tecidos, Vestuário e Calçados* (2,6%), *Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação* (1,9%) e *Combustíveis e lubrificantes* (1,1%). O setor de *Livros, jornais, revistas e papelaria* teve variação de -0,2% na comparação interanual. Considerando o **comércio varejista ampliado**, *Veículos, motos, partes e peças* cresceu 8,9% em relação a janeiro de 2024, *Material de Construção* teve alta de 3,9% e

⁴ No caso dos indicadores acumulados no ano e de 12 meses, 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*.

⁵ A série de *Atacado especializado em alimentos, bebidas e fumo* não possui componente dessazonalizado por não conter o mínimo de pontos necessários para o procedimento de ajuste.

Atacado de produtos alimentícios, bebidas e fumo registrou queda de 10,4%.

Gráfico 3 - Volume de Vendas do Comércio Varejista e Varejista Ampliado
Indicador mês/ mês imediatamente anterior
Série com ajuste sazonal
Janeiro 2025



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

O setor de *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria* apresentou crescimento de 6,2%, na comparação do mês contra mesmo mês do ano anterior, maior em amplitude dentre todos os oitos setores do varejo e vigésimo terceiro resultado no campo positivo no indicador interanual (o último mês a apresentar resultado negativo foi fevereiro de 2024: -0,5%). O setor também apresentou a segunda maior contribuição para a formação da taxa global do varejo, somando 0,6 p.p. ao total de 3,1%, conforme Tabela 1. Em termos de resultado acumulado nos últimos doze meses, ao passar de 14,2% até dezembro de 2024 para 14,1% até janeiro de 2025, o setor mostra manutenção na intensidade de ganhos.

Empresas de *Outros artigos de uso pessoal e doméstico*, setor que engloba lojas de departamentos, óticas, joalherias, artigos esportivos, brinquedos, etc., contabilizaram, em janeiro de 2025, 4,5% de crescimento frente a janeiro de 2024, décima segunda alta consecutiva, menos intensa, porém, que no mês anterior (9,8% em dezembro de 2024). Além disso, o indicador acumulado dos últimos 12 meses continua a registrar ganhos (7,6% para janeiro 2025) desde julho de 2024.

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

Janeiro 2025

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

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

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

A atividade de *Móveis e eletrodomésticos* apresentou alta de 4,4% nas vendas frente a janeiro de 2024, após crescimento de 9,4% em dezembro. Desde agosto de 2024 o setor tem alternado meses de crescimento menos intenso (ou estabilidade) com posterior recuperação no mês seguinte: 6,3% em agosto; -0,2% em setembro; 9,9% em outubro; e 0,5% em novembro. No entanto, no indicador que compara os últimos doze meses, o setor também apresenta ganhos, de forma ininterrupta, ao longo dos últimos dezenove meses, chegando a 4,4% em janeiro de 2025.

Com alta de 2,8% na comparação com janeiro de 2024, o setor de *Hiper e supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo*, inverte, em janeiro de 2025, resultado negativo de dezembro de 2024 (-0,8%). Com isso, o volume de vendas de janeiro representou a maior contribuição na formação da taxa global, somando 1,6 p.p. ao total de 3,1% do varejo (Tabela 1). Na comparação dos últimos 12 meses, a atividade também acumula ganhos: 4,3% até janeiro de 2025, resultado menor em relação ao patamar de 4,6% acumulado até dezembro de 2024.

O setor de *Tecidos, vestuário e calçados* obteve crescimento de 2,6% em janeiro de 2025, no indicador interanual, sétimo resultado positivo após estabilidade (0,0%) em junho de 2024. A atividade vem sustentando crescimento a partir do segundo semestre de 2024 após um período de perdas no primeiro semestre. Em relação ao indicador acumulado nos últimos 12 meses, o resultado é de ganhos também a partir de agosto de 2024, crescente, chegando a +3,0% em janeiro de 2025.

O setor de *Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação*, na comparação interanual, apresentou aumento de 1,9% em relação a janeiro de 2024, primeiro resultado positivo depois de dois meses de queda (-4,0% em novembro e -2,2% em dezembro). Nessa comparação, dos últimos 12 pontos, seis foram de resultados negativos e seis de resultados positivos. Em termos do acumulado nos últimos doze meses, ao passar de 0,7% até dezembro de 2024 para 0,5% em janeiro, o setor demonstra diminuição na intensidade de crescimento.

O setor de *Combustíveis e Lubrificantes*, em janeiro de 2025, apresentou alta de 1,1% nas vendas em relação a janeiro de 2024. Esse resultado inverte resultado negativo registrado em dezembro (-1,8%). Desde maio de 2024, o setor vinha apresentando resultados negativos em comparação ao mesmo período do ano anterior (-4,0% em maio e junho, -4,4% em julho, -4,6% em agosto e -1,5% em setembro), passando a registrar crescimento após este período (+2,0% em outubro e +3,0% em novembro). Adicionalmente, ao analisar o acumulado dos últimos doze meses, percebe-se que o setor mantém perdas consecutivas desde março de 2024, chegando a -1,5% até janeiro de 2025.

A única atividade a apresentar variação no campo negativo em janeiro de 2025 em relação a janeiro de 2024 foi a de *Livros, jornais, revistas e papelaria*, com -0,2%, nono mês consecutivo sem registrar altas. De fato, o único mês a contabilizar alta para o setor, desde fevereiro de 2023 foi abril de 2024 (+2,4%). Em doze meses o setor acumula perdas de 6,4% de até janeiro de 2025, menos intenso do que patamar estabelecido em dezembro (-7,7%).

No **comércio varejista ampliado**, a atividade de *Veículos e motos, partes e peças* apresentou aumento de 8,9% nas vendas frente a janeiro de 2024, vigésimo primeiro resultado positivo para o setor, na base interanual (último mês a registrar queda neste indicador foi abril de 2024: -2,0%). Adicionalmente, o setor foi o que mais contribuiu para a taxa global interanual, somando 1,6 p.p. ao total de 2,2% do varejo ampliado. No acumulado dos últimos doze meses, o resultado é de ganhos, mas decrescentes desde outubro: 12,9% até outubro; 11,8% até novembro; 11,2% até dezembro de 2024; e 11,4% até janeiro.

Já o setor de *Material de construção* apresentou taxa positiva (3,9%), na comparação mês contra mesmo mês do ano anterior, chegando a oito meses de crescimento ininterrupto. O resultado de janeiro

também é maior dos últimos três meses, sendo superado apenas por outubro de 2024: 12,5% em outubro; 3,7% em novembro e 2,1% em dezembro. Nos últimos doze meses, os ganhos são crescentes desde abril de 2024 (0,4%), atingindo 5,1% até janeiro de 2025.

Por fim, as empresas de *Atacado especializado em alimentos, bebidas e fumo* apresentaram queda de 10,4% em janeiro de 2025 comparado com janeiro de 2024, sexto resultado negativo consecutivo e o terceiro, no período a atingir uma amplitude de dois dígitos (os demais foram agosto e novembro: -11,6% e -11,4%, respectivamente. Nos últimos doze meses o resultado também é de perdas: -8,9% até janeiro.

RESULTADOS REGIONAIS

Na passagem de dezembro de 2024 para janeiro de 2025, na série com ajuste sazonal, a taxa média nacional de vendas do **comércio varejista** foi de -0,1% com resultados positivos em 15 das 27 Unidades da Federação, com destaque para: Amapá (13,1%), Tocantins (4,6%) e Mato Grosso (3,1%). Por outro lado, pressionando negativamente, figuram 11 das 27 Unidades da Federação, com destaque para Sergipe (-3,9%), Roraima (-3,5%) e Alagoas (-2,0%). O Espírito Santo registrou estabilidade (0,0%) na margem, conforme Gráfico 4. Para a mesma comparação, no **comércio varejista ampliado**, a variação entre dezembro de 2024 e janeiro de 2025 foi de 2,3% com resultados positivos em 21 das 27 Unidades da Federação, com destaque para: Amapá (13,5%), Tocantins (10,2%) e Mato Grosso (5,5%). Por outro lado, 6 das 27 Unidades da Federação registraram queda na margem, com destaque para Roraima (-2,7%), Alagoas (-2,5%) e Sergipe (-2,3%), conforme Gráfico 5.

Gráfico 4 - Taxa de variação do Volume de Vendas do Comércio Varejista por UF Mês/Mês imediatamente anterior série com ajuste sazonal Janeiro 2025

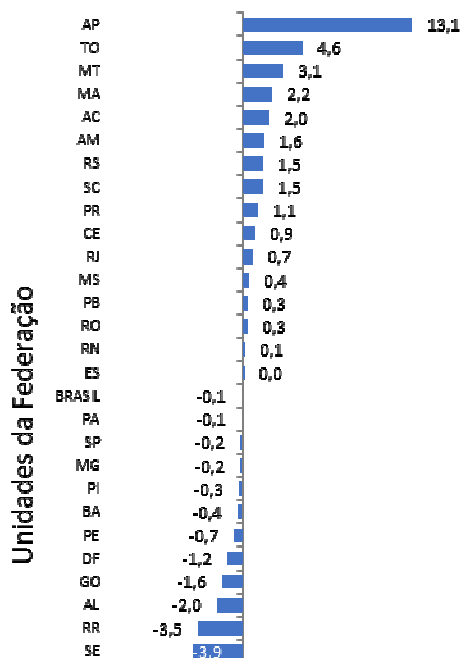
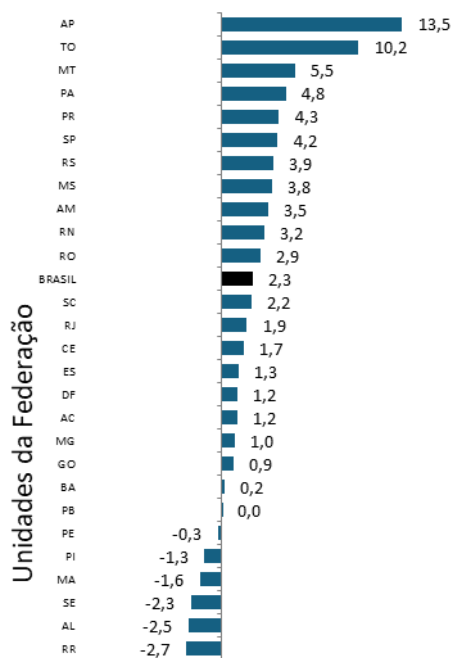


Gráfico 5 - Taxa de variação do Volume de Vendas do Comércio Varejista Ampliado por UF Mês/Mês imediatamente anterior série com ajuste sazonal Janeiro 2025



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

Frente a janeiro de 2024, a alta de 3,1% das vendas no **comércio varejista** teve também predomínio de taxas positivas para as Unidades da Federação (23 do total de 27), com destaque para: Amapá (14,3%), Rio Grande do Sul (10,8%) e Santa Catarina (8,3%). Quatro Unidades da Federação alcançaram resultados negativos na comparação interanual, com destaque para: Mato Grosso (-6,8%), Roraima (-5,2%) e Sergipe (-2,0%), conforme Gráfico 6. Já no **varejo ampliado**, a comparação entre janeiro de 2024 e janeiro de 2025 teve resultados positivos em 21 das 27 Unidades da Federação, com destaque para: Amapá (16,9%), Rio Grande do Sul (12,1%) e Santa Catarina (7,8%). Por outro lado, pressionando negativamente, figuram 6 das 27 Unidades da Federação: Maranhão (-6,9%), Roraima (-4,9%) e Mato Grosso (-4,5%), conforme Gráfico 7.

Gráfico 6 -Volume de Vendas do Comércio Varejista por UF
mês/igual mês do ano anterior
 Janeiro 2025

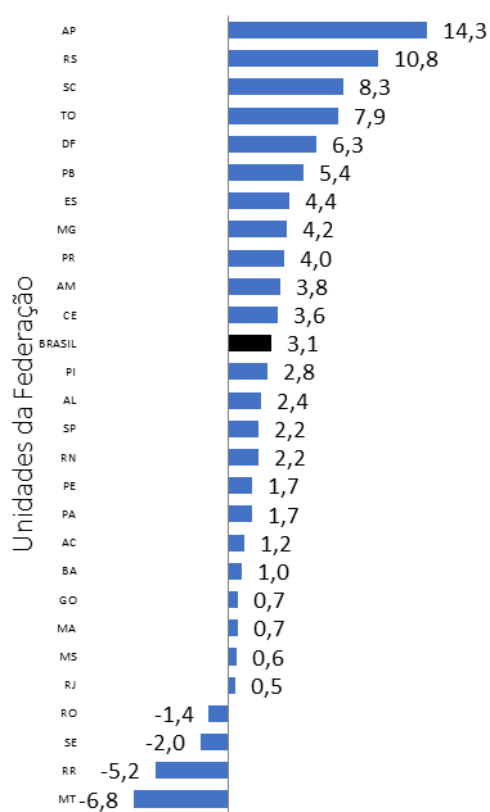
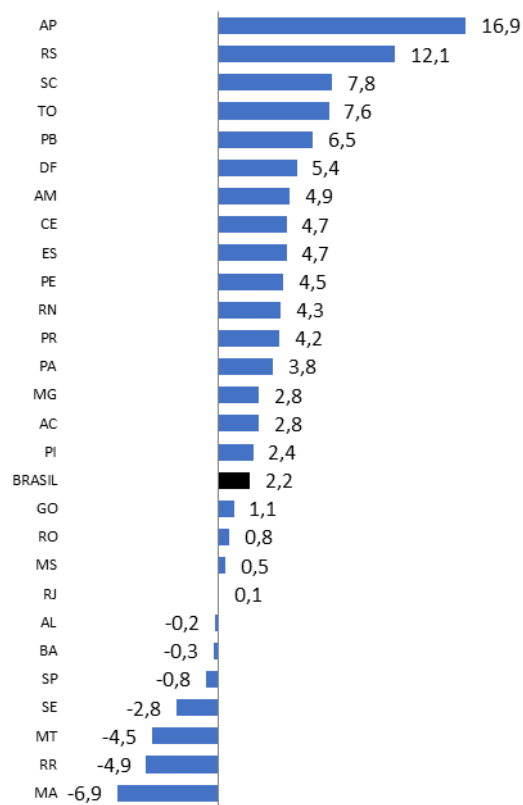
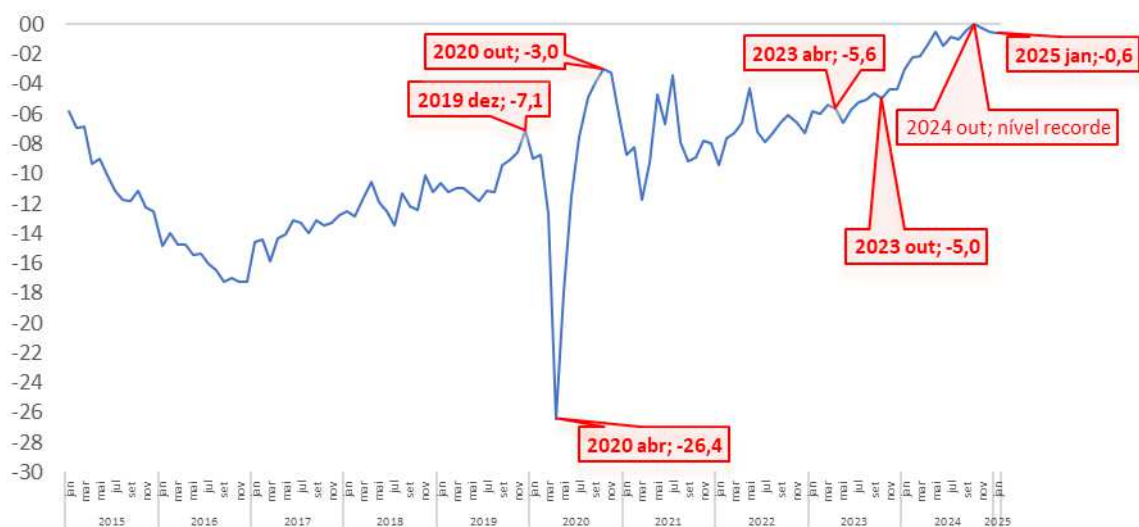


Gráfico 7 - Volume de Vendas do Comércio Varejista Ampliado por UF
mês/igual mês do ano anterior
 Janeiro 2025



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

**Gráfico 8 -Série Histórica do Índice de Base Fixa com Ajuste Sazonal – Patamar Recorde
mês/igual mês do ano anterior
Janeiro 2025**



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

Em síntese, o varejo nacional, com a entrada do mês de janeiro de 2025, chega a três meses seguidos sem crescimento, período em que registrou uma sequência de variações no campo negativo, mas muito próximas de zero. No entanto, vale lembrar que o patamar recorde da série do índice de base fixa com ajuste sazonal se posiciona em outubro de 2024 e o ponto de janeiro de 2025 se encontra 0,6% abaixo do nível recorde (Gráfico 8). Na passagem de dezembro de 2024 para janeiro de 2025, o resultado de -0,1% é marcado pela variação no campo negativo de dois setores de grande peso no indicador: *hiper e supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* (-0,4%) e *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, e de perfumaria* (-3,4), o último, inclusive, registrando queda pelo quarto mês consecutivo.

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
Janeiro 2025 - Variação (%)

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

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
Janeiro 2025 - Variação (%)

Brasil e Unidades da Federação	Mês/Mês anterior (1)			Mensal (2)			Acumulado no ano (3)			Últimos 12 meses (4)		
	NOV	DEZ	JAN	NOV	DEZ	JAN	JAN-NOV	JAN-DEZ	JAN-JAN	Até NOV	Até DEZ	Até JAN
Brasil	-0,2	-0,3	-0,1	5,2	2,0	3,1	5,1	4,7	3,1	4,7	4,7	4,7
Rondônia	-0,3	-3,0	0,3	5,4	-3,1	-1,4	4,2	3,5	-1,4	3,8	3,5	3,2
Acre	1,2	-2,6	2,0	7,9	2,3	1,2	6,6	6,2	1,2	6,1	6,2	5,7
Amazonas	1,6	-2,8	1,6	8,5	0,5	3,8	5,6	5,1	3,8	5,4	5,1	5,0
Roraima	-0,9	-6,7	-3,5	15,2	2,6	-5,2	6,7	6,3	-5,2	6,5	6,3	5,6
Pará	-0,9	-0,5	-0,1	6,3	0,4	1,7	5,4	4,9	1,7	5,0	4,9	4,6
Amapá	1,1	-9,2	13,1	17,0	-1,1	14,3	19,7	17,3	14,3	18,4	17,3	17,3
Tocantins	-0,5	-1,9	4,6	8,4	3,7	7,9	10,2	9,5	7,9	9,9	9,5	9,6
Maranhão	-0,8	-3,3	2,2	4,2	-3,3	0,7	6,8	5,7	0,7	7,2	5,7	5,3
Piauí	-0,3	-1,0	-0,3	8,6	4,1	2,8	7,0	6,7	2,8	6,5	6,7	6,7
Ceará	-0,4	-2,6	0,9	8,6	4,3	3,6	8,3	7,8	3,6	8,1	7,8	7,5
Rio Grande do Norte	-0,8	-0,3	0,1	6,4	0,6	2,2	5,9	5,4	2,2	5,4	5,4	5,2
Paraíba	-4,1	1,1	0,3	8,0	8,4	5,4	12,3	11,9	5,4	10,0	11,9	12,0
Pernambuco	-0,7	0,2	-0,7	5,4	4,1	1,7	5,3	5,2	1,7	4,8	5,2	4,9
Alagoas	0,5	-0,6	-2,0	10,0	5,1	2,4	7,3	7,1	2,4	7,0	7,1	6,8
Sergipe	-1,6	0,4	-3,9	7,5	3,1	-2,0	6,1	5,8	-2,0	5,5	5,8	5,3
Bahia	-2,5	0,8	-0,4	6,0	3,9	1,0	7,8	7,4	1,0	7,3	7,4	6,5
Minas Gerais	0,8	1,3	-0,2	2,4	1,9	4,2	3,8	3,7	4,2	3,8	3,7	3,7
Espírito Santo	4,7	-6,7	0,0	4,2	4,6	4,4	1,2	1,5	4,4	0,6	1,5	1,9
Rio de Janeiro	-5,4	3,1	0,7	0,4	0,2	0,5	1,7	1,6	0,5	1,5	1,6	1,5
São Paulo	0,3	-1,0	-0,2	5,0	1,4	2,2	5,0	4,6	2,2	4,6	4,6	4,5
Paraná	0,3	-1,1	1,1	5,0	0,8	4,0	4,0	3,6	4,0	3,4	3,6	3,6
Santa Catarina	0,6	-0,6	1,5	7,1	1,0	8,3	4,4	4,1	8,3	4,3	4,1	4,7
Rio Grande do Sul	1,9	-1,8	1,5	14,1	7,3	10,8	8,5	8,3	10,8	7,9	8,3	8,8
Mato Grosso do Sul	-0,3	-0,5	0,4	2,9	-0,2	0,6	6,0	5,4	0,6	5,5	5,4	4,7
Mato Grosso	-3,2	-2,6	3,1	-4,0	-6,3	-6,8	2,5	1,7	-6,8	2,0	1,7	0,4
Goiás	-2,8	0,9	-1,6	7,5	2,5	0,7	6,3	6,0	0,7	5,8	6,0	5,7
Distrito Federal	-2,4	4,4	-1,2	4,8	6,3	6,3	5,8	5,8	6,3	5,8	5,8	6,2

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

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 3- Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista Ampliado, segundo as unidades da federação
Janeiro 2025 - Variação (%)

Brasil e Unidades da Federação	Mês/Mês anterior (1)			Mensal (2)			Acumulado no ano (3)			Últimos 12 meses (4)		
	NOV	DEZ	JAN	NOV	DEZ	JAN	JAN-NOV	JAN-DEZ	JAN-JAN	Até NOV	Até DEZ	Até JAN
Brasil	-1,4	-1,5	2,3	2,4	1,2	2,2	4,4	4,1	2,2	4,0	4,1	3,8
Rondônia	0,6	-3,0	2,9	1,8	0,4	0,8	0,4	0,4	0,8	0,0	0,4	0,3
Acre	0,5	-1,8	1,2	6,4	5,1	2,8	3,7	3,8	2,8	2,7	3,8	4,1
Amazonas	-0,6	-4,5	3,5	10,0	3,4	4,9	8,9	8,3	4,9	8,5	8,3	8,0
Roraima	-4,1	-4,1	-2,7	7,6	-0,9	-4,9	2,4	2,1	-4,9	1,9	2,1	2,1
Pará	-2,4	-4,0	4,8	5,9	0,8	3,8	3,2	3,0	3,8	2,7	3,0	2,6
Amapá	1,7	-10,9	13,5	20,2	2,6	16,9	18,8	17,1	16,9	17,6	17,1	17,5
Tocantins	-3,6	-0,2	10,2	-0,8	2,1	7,6	3,4	3,3	7,6	2,8	3,3	2,7
Maranhão	-2,0	0,1	-1,6	0,4	3,8	-6,9	7,3	6,9	-6,9	7,5	6,9	4,6
Piauí	-2,6	-0,6	-1,3	9,3	7,1	2,4	7,4	7,4	2,4	6,8	7,4	7,3
Ceará	0,3	-3,8	1,7	8,3	2,9	4,7	7,9	7,4	4,7	8,0	7,4	7,2
Rio Grande do Norte	-2,4	-1,9	3,2	7,2	1,1	4,3	7,1	6,5	4,3	6,4	6,5	6,4
Paraíba	-1,5	1,2	0,0	8,8	10,4	6,5	11,5	11,4	6,5	9,4	11,4	11,4
Pernambuco	-4,1	-0,7	-0,3	0,9	3,7	4,5	7,8	7,4	4,5	7,4	7,4	7,3
Alagoas	-0,3	0,5	-2,5	6,6	6,4	-0,2	7,0	6,9	-0,2	6,5	6,9	6,2
Sergipe	-3,4	1,0	-2,3	3,6	3,3	-2,8	6,8	6,5	-2,8	6,9	6,5	5,7
Bahia	-5,9	2,0	0,2	1,3	1,6	-0,3	6,6	6,1	-0,3	6,3	6,1	5,2
Minas Gerais	-1,0	0,4	1,0	-0,4	0,0	2,8	2,1	1,9	2,8	2,0	1,9	1,9
Espírito Santo	-1,1	-4,7	1,3	2,7	0,4	4,7	2,1	2,0	4,7	1,8	2,0	2,7
Rio de Janeiro	-5,0	-0,1	1,9	-0,2	-0,1	0,1	2,0	1,8	0,1	2,0	1,8	1,5
São Paulo	-1,2	-3,1	4,2	-0,6	-1,6	-0,8	2,2	1,9	-0,8	1,9	1,9	1,1
Paraná	-2,8	-3,1	4,3	2,4	2,4	4,2	5,6	5,3	4,2	4,6	5,3	5,2
Santa Catarina	-2,2	-0,8	2,2	6,1	2,4	7,8	7,7	7,2	7,8	7,6	7,2	7,6
Rio Grande do Sul	-0,2	-3,7	3,9	15,1	10,3	12,1	9,4	9,5	12,1	8,2	9,5	10,0
Mato Grosso do Sul	-1,1	-1,2	3,8	-1,6	-0,9	0,5	-1,4	-1,4	0,5	-3,0	-1,4	-1,3
Mato Grosso	-0,3	-6,6	5,5	3,0	-3,1	-4,5	0,3	0,0	-4,5	-0,5	0,0	-1,2
Goiás	-4,1	1,5	0,9	0,5	1,2	1,1	10,2	9,4	1,1	9,5	9,4	8,9
Distrito Federal	-3,4	3,0	1,2	3,1	3,9	5,4	8,8	8,4	5,4	8,9	8,4	8,2

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

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 4 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Ceará - Janeiro 2025 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	NOV	DEZ	JAN	JAN-NOV	JAN-DEZ	JAN-JAN	Até NOV	Até DEZ	Até JAN
Comércio Varejista (4)	8,6	4,3	3,6	8,3	7,8	3,6	8,1	7,8	7,5
1. Combustíveis e lubrificantes	8,2	10,1	7,1	10,1	10,1	7,1	8,3	10,1	10,1
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	8,4	0,4	1,9	5,8	5,3	1,9	6,7	5,3	4,6
2.1. Hipermercados e supermercados	8,6	-0,4	1,4	6,1	5,4	1,4	7,3	5,4	4,7
3. Tecidos, vestuário e calçados	6,8	0,6	1,6	6,2	5,4	1,6	3,2	5,4	5,2
4. Móveis e eletrodomésticos	1,6	8,5	0,7	5,7	6,0	0,7	5,8	6,0	5,7
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	14,4	9,8	8,5	18,4	17,6	8,5	18,7	17,6	17,5
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-6,6	-2,8	-1,2	-4,5	-4,3	-1,2	-9,1	-4,3	-0,5
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	11,6	27,0	-3,6	-5,3	-2,9	-3,6	-8,3	-2,9	-1,3
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	9,6	14,3	8,1	13,4	13,5	8,1	11,7	13,5	13,2
Comércio Varejista Ampliado (5)	8,3	2,9	4,7	7,9	7,4	4,7	8,0	7,4	7,2
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-2,5	-3,3	8,1	3,3	2,7	8,1	4,1	2,7	2,7
10. Material de construção	34,2	1,0	15,0	15,8	14,5	15,0	15,8	14,5	15,7
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	5,1	4,2	0,2	6,9	6,7	0,2	6,0	6,7	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
Pernambuco - Janeiro 2025 - Variação (%)

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

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio

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

Bahia - Janeiro 2025 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	NOV	DEZ	JAN	JAN-NOV	JAN-DEZ	JAN-JAN	Até NOV	Até DEZ	Até JAN
Comércio Varejista (4)	6,0	3,9	1,0	7,8	7,4	1,0	7,3	7,4	6,5
1. Combustíveis e lubrificantes	-3,6	-7,2	-3,7	0,5	-0,2	-3,7	0,6	-0,2	-1,3
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	9,8	3,9	0,6	10,6	9,9	0,6	10,5	9,9	8,6
2.1. Hipermercados e supermercados	11,7	4,7	0,8	11,8	11,0	0,8	11,6	11,0	9,6
3. Tecidos, vestuário e calçados	7,4	7,5	0,1	2,3	3,1	0,1	1,3	3,1	3,1
4. Móveis e eletrodomésticos	5,6	14,3	4,0	7,4	8,1	4,0	5,8	8,1	8,2
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	11,2	12,9	7,4	13,5	13,4	7,4	13,5	13,4	13,4
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-7,9	-26,4	-4,8	-23,5	-23,7	-4,8	-24,6	-23,7	-19,1
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-17,5	-27,6	48,4	-20,2	-20,9	48,4	-19,2	-20,9	-20,3
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	3,3	13,1	3,3	11,1	11,3	3,3	8,9	11,3	11,6
Comércio Varejista Ampliado (5)	1,3	1,6	-0,3	6,6	6,1	-0,3	6,3	6,1	5,2
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	16,1	21,0	32,1	16,3	16,7	32,1	15,1	16,7	18,4
10. Material de construção	4,8	5,4	-2,3	15,3	14,5	-2,3	15,6	14,5	12,6
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	-28,7	-22,2	-28,8	-8,6	-10,0	-28,8	-7,0	-10,0	-13,0

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 4 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Minas Gerais - Janeiro 2025 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	NOV	DEZ	JAN	JAN-NOV	JAN-DEZ	JAN-JAN	Até NOV	Até DEZ	Até JAN
Comércio Varejista (4)	2,4	1,9	4,2	3,8	3,7	4,2	3,8	3,7	3,7
1. Combustíveis e lubrificantes	0,4	-2,4	1,8	-8,7	-8,2	1,8	-9,6	-8,2	-7,1
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	1,7	-0,7	4,6	4,0	3,5	4,6	4,6	3,5	3,2
2.1. Hipermercados e supermercados	2,3	-0,1	5,0	4,6	4,1	5,0	5,3	4,1	3,8
3. Tecidos, vestuário e calçados	6,1	12,4	-1,7	3,0	4,2	-1,7	1,0	4,2	4,2
4. Móveis e eletrodomésticos	10,8	10,2	6,0	3,9	4,5	6,0	3,5	4,5	4,8
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	5,2	1,8	2,8	12,8	11,7	2,8	13,1	11,7	11,1
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	4,8	-3,2	6,2	-8,0	-7,5	6,2	-8,0	-7,5	-5,0
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-15,4	5,3	-26,4	48,0	43,4	-26,4	49,9	43,4	35,3
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	0,2	11,6	12,4	9,7	9,9	12,4	7,6	9,9	11,1
Comércio Varejista Ampliado (5)	-0,4	0,0	2,8	2,1	1,9	2,8	2,0	1,9	1,9
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	8,1	13,1	14,8	11,6	11,7	14,8	9,9	11,7	12,9
10. Material de construção	-2,9	-0,7	2,5	4,3	3,9	2,5	4,0	3,9	4,1
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	-18,1	-19,0	-15,5	-14,5	-14,9	-15,5	-13,8	-14,9	-16,5

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
Espírito Santo - Janeiro 2025 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	NOV	DEZ	JAN	JAN-NOV	JAN-DEZ	JAN-JAN	Até NOV	Até DEZ	Até JAN
Comércio Varejista (4)	4,2	4,6	4,4	1,2	1,5	4,4	0,6	1,5	1,9
1. Combustíveis e lubrificantes	-1,1	-5,9	-4,8	0,4	-0,1	-4,8	0,7	-0,1	-1,1
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	16,8	3,7	7,1	4,8	4,7	7,1	4,6	4,7	5,0
2.1. Hipermercados e supermercados	11,5	3,3	8,9	-0,3	0,1	8,9	-0,5	0,1	1,0
3. Tecidos, vestuário e calçados	17,4	11,6	17,4	6,3	6,9	17,4	5,2	6,9	7,8
4. Móveis e eletrodomésticos	-8,1	1,4	-4,4	0,0	0,1	-4,4	-1,0	0,1	-0,2
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	21,3	22,1	12,3	21,8	21,8	12,3	20,4	21,8	22,0
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-46,1	-11,4	-15,0	-6,9	-7,3	-15,0	-12,6	-7,3	-8,6
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-10,7	2,1	-1,5	-14,4	-13,1	-1,5	-15,9	-13,1	-12,2
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	16,4	19,3	26,1	33,9	32,2	26,1	31,5	32,2	32,6
Comércio Varejista Ampliado (5)	2,7	0,4	4,7	2,1	2,0	4,7	1,8	2,0	2,7
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	3,0	-4,3	1,5	12,3	10,9	1,5	12,1	10,9	11,4
10. Material de construção	-2,2	-9,7	4,5	-12,8	-12,6	4,5	-11,8	-12,6	-10,7
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	-3,7	-3,0	20,6	-2,3	-2,3	20,6	-1,5	-2,3	-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 4 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Rio De Janeiro - Janeiro 2025 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	NOV	DEZ	JAN	JAN-NOV	JAN-DEZ	JAN-JAN	Até NOV	Até DEZ	Até JAN
Comércio Varejista (4)	0,4	0,2	0,5	1,7	1,6	0,5	1,5	1,6	1,5
1. Combustíveis e lubrificantes	-5,4	-17,0	-14,0	-5,5	-6,6	-14,0	-4,7	-6,6	-7,8
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	2,2	-2,3	2,2	2,4	1,9	2,2	2,6	1,9	1,8
2.1. Hipermercados e supermercados	5,3	-0,2	4,4	5,0	4,4	4,4	5,1	4,4	4,3
3. Tecidos, vestuário e calçados	12,9	10,6	-0,6	11,9	11,7	-0,6	9,3	11,7	10,9
4. Móveis e eletrodomésticos	-21,0	9,6	-2,0	-17,0	-14,6	-2,0	-16,0	-14,6	-14,5
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	10,5	7,9	3,9	5,9	6,0	3,9	5,7	6,0	6,3
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	0,3	-7,3	-8,9	2,8	1,6	-8,9	1,2	1,6	-1,4
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-6,1	-26,2	-6,0	20,4	13,5	-6,0	25,3	13,5	11,0
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	1,4	16,0	12,3	15,4	15,5	12,3	10,1	15,5	17,1
Comércio Varejista Ampliado (5)	-0,2	-0,1	0,1	2,0	1,8	0,1	2,0	1,8	1,5
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-2,7	-5,1	-4,3	4,4	3,5	-4,3	5,0	3,5	2,0
10. Material de construção	2,9	4,3	1,6	6,6	6,4	1,6	6,8	6,4	6,0
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	-1,3	1,4	2,3	-1,0	-0,8	2,3	-1,1	-0,8	-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 4 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
São Paulo - Janeiro 2025 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	NOV	DEZ	JAN	JAN-NOV	JAN-DEZ	JAN-JAN	Até NOV	Até DEZ	Até JAN
Comércio Varejista (4)	5,0	1,4	2,2	5,0	4,6	2,2	4,6	4,6	4,5
1. Combustíveis e lubrificantes	10,4	0,0	0,4	4,5	4,1	0,4	5,2	4,1	3,5
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	3,1	-2,7	1,3	3,8	3,1	1,3	3,7	3,1	3,0
2.1. Hipermercados e supermercados	4,2	-2,1	2,5	4,4	3,7	2,5	4,1	3,7	3,6
3. Tecidos, vestuário e calçados	6,2	0,2	2,3	-0,6	-0,5	2,3	0,4	-0,5	-0,1
4. Móveis e eletrodomésticos	1,2	11,0	1,6	2,3	3,1	1,6	2,4	3,1	3,0
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	21,7	16,1	8,5	22,1	21,6	8,5	19,6	21,6	21,4
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-22,9	-4,2	3,1	-12,1	-11,3	3,1	-10,3	-11,3	-9,3
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	48,6	11,3	38,4	26,5	25,1	38,4	22,1	25,1	25,4
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-1,9	10,4	-0,3	0,6	1,6	-0,3	-1,1	1,6	2,0
Comércio Varejista Ampliado (5)	-0,6	-1,6	-0,8	2,2	1,9	-0,8	1,9	1,9	1,1
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	2,8	3,0	13,6	8,5	8,0	13,6	8,5	8,0	7,8
10. Material de construção	0,8	-0,3	3,4	5,7	5,2	3,4	4,9	5,2	5,4
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	-27,6	-21,9	-27,1	-15,3	-15,8	-27,1	-13,8	-15,8	-20,0

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 4 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Paraná - Janeiro 2025 - Variação (%)

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

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 4 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Santa Catarina - Janeiro 2025 - Variação (%)

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

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio

Tabela 4 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Rio Grande Do Sul - Janeiro 2025 - Variação (%)

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

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio

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

Goiás - Janeiro 2025 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	NOV	DEZ	JAN	JAN-NOV	JAN-DEZ	JAN-JAN	Até NOV	Até DEZ	Até JAN
Comércio Varejista (4)	7,5	2,5	0,7	6,3	6,0	0,7	5,8	6,0	5,7
1. Combustíveis e lubrificantes	-7,1	-12,4	-11,6	-7,1	-7,5	-11,6	-8,3	-7,5	-7,7
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	9,0	1,4	1,9	9,2	8,4	1,9	9,7	8,4	7,7
2.1. Hipermercados e supermercados	9,2	1,0	2,7	9,9	9,0	2,7	10,6	9,0	8,3
3. Tecidos, vestuário e calçados	8,5	-7,1	-7,4	0,4	-0,7	-7,4	0,0	-0,7	-1,2
4. Móveis e eletrodomésticos	2,5	7,4	15,0	2,5	3,0	15,0	1,7	3,0	4,8
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	23,2	28,5	10,6	23,1	23,6	10,6	21,8	23,6	23,7
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	10,5	18,8	5,3	7,9	9,3	5,3	7,9	9,3	9,9
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	7,8	-15,1	-37,3	-1,8	-3,0	-37,3	-2,3	-3,0	-9,0
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	13,6	10,4	-1,6	8,4	8,7	-1,6	8,0	8,7	8,0
Comércio Varejista Ampliado (5)	0,5	1,2	1,1	10,2	9,4	1,1	9,5	9,4	8,9
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-4,5	4,9	4,9	24,6	23,0	4,9	24,3	23,0	22,3
10. Material de construção	2,8	-6,8	4,1	0,7	0,1	4,1	0,6	0,1	0,9
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	-13,3	-7,1	-6,6	0,8	0,1	-6,6	0,3	0,1	-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

Distrito Federal - Janeiro 2025 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	NOV	DEZ	JAN	JAN-NOV	JAN-DEZ	JAN-JAN	Até NOV	Até DEZ	Até JAN
Comércio Varejista (4)	4,8	6,3	6,3	5,8	5,8	6,3	5,8	5,8	6,2
1. Combustíveis e lubrificantes	7,5	3,3	6,8	-0,7	-0,3	6,8	-1,4	-0,3	0,6
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	6,7	2,3	3,6	5,7	5,3	3,6	6,1	5,3	5,2
2.1. Hipermercados e supermercados	8,3	3,5	4,7	6,6	6,3	4,7	6,8	6,3	6,2
3. Tecidos, vestuário e calçados	16,1	9,0	2,3	9,5	9,5	2,3	8,9	9,5	9,1
4. Móveis e eletrodomésticos	-12,1	33,9	29,8	10,3	12,5	29,8	10,9	12,5	15,3
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	15,3	13,0	9,6	14,3	14,2	9,6	14,5	14,2	14,7
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	7,6	3,5	-11,3	1,4	1,6	-11,3	1,5	1,6	1,7
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-67,5	-37,7	-36,7	-31,1	-31,9	-36,7	-23,6	-31,9	-35,5
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	8,7	7,4	5,9	6,7	6,8	5,9	4,1	6,8	7,8
Comércio Varejista Ampliado (5)	3,1	3,9	5,4	8,8	8,4	5,4	8,9	8,4	8,2
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-1,9	-6,4	0,5	19,1	16,8	0,5	20,0	16,8	14,4
10. Material de construção	0,7	0,7	4,3	2,5	2,4	4,3	1,6	2,4	3,5
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	7,0	14,7	14,2	8,6	9,1	14,2	7,8	9,1	9,3

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 5 - Índice de base fixa do volume de vendas no comércio varejista (1) e comércio varejista ampliado (2), por atividades - janeiro 2025

Atividades	Comércio varejista ampliado												
	jan/2024	fev/2024	mar/2024	abr/2024	mai/2024	jun/2024	jul/2024	ago/2024	set/2024	out/2024	nov/2024	dez/2024	jan/2025
Comércio Varejista (1)	99,6	96,5	106,0	99,6	107,3	102,3	106,3	107,6	102,5	108,3	115,1	127,4	102,7
1. Combustíveis e lubrificantes	100,9	94,5	100,9	100,3	101,6	99,1	102,8	105,2	103,2	108,0	105,8	105,2	102,0
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	102,1	101,4	110,4	101,9	108,8	103,2	106,5	111,3	105,4	110,4	112,9	127,2	105,0
2.1. Hipermercados e supermercados	102,9	102,3	111,3	102,8	109,6	103,5	107,3	112,5	106,7	111,3	114,5	128,8	106,5
3. Tecidos, vestuário e calçados	79,9	70,8	81,1	83,7	102,0	101,5	101,2	95,4	85,2	92,6	109,5	174,2	82,0
4. Móveis e eletrodomésticos	102,7	90,0	99,7	97,3	105,6	100,9	106,5	102,0	96,3	107,1	133,9	133,6	107,2
4.1. Móveis	94,6	87,9	91,8	94,8	101,9	99,0	104,2	99,8	92,0	97,5	121,7	118,4	95,0
4.2. Eletrodomésticos	107,4	92,6	104,4	100,1	109,2	103,4	109,3	104,6	99,7	112,4	140,9	141,0	113,3
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	102,0	107,4	120,9	115,2	124,6	120,3	122,2	123,4	120,3	122,5	125,7	128,8	108,3
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	162,2	115,7	81,8	72,2	74,6	75,9	78,6	73,1	66,0	71,8	73,5	112,1	161,8
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	100,2	95,5	99,9	100,3	98,7	96,5	107,5	98,9	92,5	104,4	129,6	108,6	102,0
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	89,6	81,4	95,8	83,8	96,4	87,3	97,9	88,8	86,2	96,6	118,5	123,4	93,7
Comércio Varejista Ampliado (2)	100,1	96,4	105,5	101,6	106,8	104,1	109,5	108,9	104,3	111,1	111,8	118,1	102,2
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	107,3	103,1	116,7	121,0	116,4	124,0	133,0	128,7	124,8	133,8	122,4	120,7	116,9
10. Material de construção	98,1	91,2	95,2	101,7	101,4	101,3	112,2	111,8	106,6	115,5	106,5	93,5	101,9
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	95,1	91,8	96,5	88,6	97,3	91,3	95,5	91,7	88,1	95,2	90,8	92,4	85,2

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

Nota: Base: 2014 = 100

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

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 6 - Indicadores de Receita Nominal de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo as atividades de divulgação
Janeiro 2025 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mês/Mês anterior (1)			Mensal (2)			Acumulado no ano (3)			Últimos 12 meses (4)		
	NOV	DEZ	JAN	NOV	DEZ	JAN	JAN-NOV	JAN-DEZ	JAN-JAN	Até NOV	Até DEZ	Até JAN
Comércio varejista (5)	0,2	0,5	-0,2	10,9	7,7	8,7	9,1	8,9	8,7	8,6	8,9	9,2
1. Combustíveis e lubrificantes	1,1	-0,7	3,1	5,9	3,5	8,1	3,6	3,5	8,1	3,7	3,5	4,3
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	0,8	0,1	0,2	13,1	6,4	9,6	9,3	9,0	9,6	8,9	9,0	9,2
2.1. Hipermercados e supermercados	0,9	-0,4	0,4	13,8	6,8	10,1	9,9	9,6	10,1	9,5	9,6	9,7
3. Tecidos, vestuário e calçados	1,4	0,5	-2,5	10,1	5,8	4,6	4,7	4,8	4,6	4,5	4,8	4,9
4. Móveis e eletrodomésticos	-2,0	0,1	-0,6	1,4	9,4	3,9	3,2	3,8	3,9	2,5	3,8	4,1
4.1. Móveis	-	-	-	8,3	6,8	3,2	7,3	7,2	3,2	6,4	7,2	7,6
4.2. Eletrodomésticos	-	-	-	-0,7	10,3	4,1	1,8	2,7	4,1	1,3	2,7	3,0
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	-0,6	-1,6	-2,6	18,5	15,6	11,7	21,0	20,4	11,7	20,1	20,4	20,2
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	0,0	3,2	3,1	-4,0	2,8	5,8	-0,2	0,2	5,8	-0,1	0,2	1,1
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	3,8	-5,8	5,2	-4,5	-2,0	2,1	-1,6	-1,6	2,1	-2,0	-1,6	-1,4
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-0,1	1,1	1,0	7,5	13,6	7,9	9,8	10,2	7,9	7,6	10,2	10,8
Comércio varejista ampliado (6)	-0,4	-0,7	1,7	7,4	6,3	6,8	7,7	7,5	6,8	7,1	7,5	7,4
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-8,4	-1,2	4,9	4,9	7,2	11,1	11,6	11,2	11,1	11,3	11,2	11,3
10. Material de construção	-1,3	-3,7	3,2	5,9	3,7	5,5	5,0	4,9	5,5	4,4	4,9	5,4
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	-	-	-	-2,8	0,0	-4,4	-0,5	-0,5	-4,4	-0,2	-0,5	-2,3

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
Janeiro 2025 - Variação (%)

Brasil e Unidades da Federação	Mês/Mês anterior (1)			Mensal (2)			Acumulado no ano (3)			Últimos 12 meses (4)		
	NOV	DEZ	JAN	NOV	DEZ	JAN	JAN-NOV	JAN-DEZ	JAN-JAN	Até NOV	Até DEZ	Até JAN
Brasil	0,2	0,5	-0,2	10,9	7,7	8,7	9,1	8,9	8,7	8,6	8,9	9,2
Rondônia	1,3	-3,4	1,0	12,6	3,1	4,8	9,4	8,7	4,8	8,7	8,7	8,7
Acre	3,6	-3,0	1,6	14,7	8,7	8,0	11,5	11,2	8,0	11,2	11,2	11,0
Amazonas	2,5	-1,3	0,0	13,2	5,4	8,7	9,0	8,6	8,7	8,7	8,6	8,8
Roraima	1,5	-7,2	-5,0	21,1	9,0	0,2	9,9	9,8	0,2	9,8	9,8	9,4
Pará	-0,6	0,3	-0,1	11,7	6,5	7,5	9,3	9,0	7,5	8,7	9,0	8,9
Amapá	2,7	-8,5	13,3	24,1	5,1	21,9	24,0	21,9	21,9	22,7	21,9	22,4
Tocantins	-1,0	0,5	2,4	14,9	10,2	13,9	14,2	13,8	13,9	14,1	13,8	14,3
Maranhão	0,7	-1,4	1,4	10,9	3,2	7,2	10,2	9,5	7,2	10,2	9,5	9,7
Piauí	-0,2	-0,5	-0,2	13,7	8,9	7,3	10,8	10,6	7,3	10,2	10,6	10,8
Ceará	0,9	-0,5	-0,7	14,9	10,1	9,1	12,4	12,2	9,1	12,2	12,2	12,1
Rio Grande do Norte	0,7	-0,4	0,1	12,4	6,2	7,7	10,0	9,6	7,7	9,6	9,6	9,7
Paraíba	-1,6	2,0	-0,7	11,3	12,6	9,3	14,4	14,2	9,3	12,2	14,2	14,6
Pernambuco	0,1	0,3	-0,8	9,7	9,0	6,3	8,3	8,4	6,3	7,7	8,4	8,4
Alagoas	1,1	0,3	-2,3	14,7	9,9	7,2	10,1	10,1	7,2	9,7	10,1	10,2
Sergipe	-0,9	1,8	-3,3	9,7	8,1	3,1	9,6	9,5	3,1	8,9	9,5	9,3
Bahia	-1,6	2,3	-1,3	11,5	10,1	7,2	11,4	11,3	7,2	10,8	11,3	10,9
Minas Gerais	1,4	1,6	-0,7	8,6	7,4	8,8	9,0	8,8	8,8	8,7	8,8	9,0
Espírito Santo	7,9	-9,1	0,0	8,3	8,9	9,0	4,2	4,6	9,0	3,3	4,6	5,4
Rio de Janeiro	-3,0	2,0	0,6	6,8	6,4	6,5	6,8	6,8	6,5	6,2	6,8	7,0
São Paulo	0,8	-0,1	-0,2	11,5	8,1	8,9	9,1	9,0	8,9	8,6	9,0	9,3
Paraná	0,6	-0,4	0,7	9,5	5,5	8,4	7,8	7,5	8,4	7,2	7,5	7,7
Santa Catarina	1,0	-0,1	1,3	11,7	6,0	13,2	7,9	7,7	13,2	7,8	7,7	8,5
Rio Grande do Sul	1,6	-0,9	1,2	17,4	10,3	14,2	11,3	11,2	14,2	10,8	11,2	11,9
Mato Grosso do Sul	0,4	0,6	0,2	8,8	6,3	6,6	9,9	9,5	6,6	9,5	9,5	9,2
Mato Grosso	-2,4	0,5	-0,3	2,3	0,6	-0,8	6,4	5,8	-0,8	6,1	5,8	4,8
Goiás	-1,9	1,7	-1,7	14,2	9,4	6,5	10,7	10,6	6,5	10,1	10,6	10,6
Distrito Federal	-1,7	3,3	0,0	10,9	11,3	12,2	9,5	9,7	12,2	9,6	9,7	10,3

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
Janeiro 2025 - Variação (%)

Brasil e Unidades da Federação	Mês/Mês anterior (1)			Mensal (2)			Acumulado no ano (3)			Últimos 12 meses (4)		
	NOV	DEZ	JAN	NOV	DEZ	JAN	JAN-NOV	JAN-DEZ	JAN-JAN	Até NOV	Até DEZ	Até JAN
Brasil	-0,4	-0,7	1,7	7,4	6,3	6,8	7,7	7,5	6,8	7,1	7,5	7,4
Rondônia	1,2	-1,0	0,8	6,4	4,7	4,6	3,1	3,2	4,6	2,7	3,2	3,3
Acre	2,2	-1,6	0,9	12,1	10,5	8,6	7,3	7,6	8,6	6,5	7,6	8,1
Amazonas	0,7	-3,9	2,9	14,7	8,5	9,4	11,8	11,5	9,4	11,3	11,5	11,4
Roraima	0,4	-3,9	-2,1	12,7	4,9	-0,2	4,8	4,8	-0,2	4,4	4,8	5,2
Pará	-1,4	-3,1	4,8	10,5	5,8	7,8	5,7	5,7	7,8	5,2	5,7	5,4
Amapá	2,8	-9,0	13,0	26,2	8,2	22,9	22,2	20,7	22,9	21,0	20,7	21,5
Tocantins	-2,8	-0,6	12,3	5,2	7,6	12,1	8,2	8,1	12,1	7,7	8,1	7,5
Maranhão	-0,8	1,0	-1,6	6,5	10,9	-1,6	10,8	10,8	-1,6	10,8	10,8	8,8
Piauí	-1,7	0,3	-2,0	15,3	13,4	7,8	10,7	11,0	7,8	10,1	11,0	11,3
Ceará	1,4	-2,8	0,9	14,4	8,6	10,2	11,5	11,2	10,2	11,5	11,2	11,3
Rio Grande do Norte	-1,4	-1,0	2,7	12,9	6,6	10,0	10,4	10,0	10,0	9,8	10,0	10,3
Paraíba	-1,0	2,0	-0,6	12,5	14,7	10,5	13,4	13,5	10,5	11,4	13,5	13,8
Pernambuco	-3,5	-0,7	-0,6	4,6	7,8	8,8	10,1	9,9	8,8	9,6	9,9	10,1
Alagoas	0,2	1,0	-2,6	10,9	11,1	4,2	9,4	9,6	4,2	8,8	9,6	9,2
Sergipe	-2,5	2,7	-2,8	6,0	8,2	1,9	9,9	9,7	1,9	9,7	9,7	9,2
Bahia	-5,1	3,4	0,0	6,4	8,0	6,0	9,4	9,2	6,0	9,0	9,2	8,9
Minas Gerais	-0,5	0,4	0,2	5,0	4,3	5,8	7,1	6,8	5,8	6,7	6,8	6,8
Espírito Santo	-0,3	-4,7	1,8	5,6	3,5	8,6	3,6	3,6	8,6	3,1	3,6	4,6
Rio de Janeiro	-3,1	0,1	1,9	5,5	5,3	5,0	6,3	6,2	5,0	5,9	6,2	6,1
São Paulo	-0,3	-0,5	2,1	4,8	4,3	4,5	5,4	5,3	4,5	5,0	5,3	4,8
Paraná	-2,4	-0,7	2,5	6,1	6,7	7,9	8,3	8,2	7,9	7,2	8,2	8,1
Santa Catarina	-1,7	-0,5	2,4	10,1	7,0	12,3	10,0	9,7	12,3	9,8	9,7	10,4
Rio Grande do Sul	-0,3	-3,9	3,8	19,0	13,3	15,4	11,9	12,1	15,4	10,9	12,1	12,8
Mato Grosso do Sul	-0,1	-0,5	4,3	3,5	4,7	6,0	1,8	2,1	6,0	0,3	2,1	2,5
Mato Grosso	1,1	-5,3	2,9	10,3	2,8	0,1	4,7	4,6	0,1	4,1	4,6	3,5
Goiás	-3,0	1,4	0,5	5,4	6,4	5,2	13,9	13,2	5,2	13,1	13,2	13,0
Distrito Federal	-2,1	2,8	1,0	7,9	8,3	10,3	11,7	11,4	10,3	11,9	11,4	11,5

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

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

(2) Base: igual mês do ano anterior

(3) Base: igual período do ano anterior

(4) Base: 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 - Janeiro 2025 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	NOV	DEZ	JAN	JAN-NOV	JAN-DEZ	JAN-JAN	Até NOV	Até DEZ	Até JAN
Comércio Varejista (4)	14,9	10,1	9,1	12,4	12,2	9,1	12,2	12,2	12,1
1. Combustíveis e lubrificantes	11,1	13,7	12,3	11,8	11,9	12,3	10,5	11,9	12,7
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	16,0	7,7	8,6	10,4	10,1	8,6	11,0	10,1	9,8
2.1. Hipermercados e supermercados	16,0	6,6	7,8	10,6	10,2	7,8	11,5	10,2	9,7
3. Tecidos, vestuário e calçados	9,7	1,6	4,6	7,1	6,4	4,6	4,8	6,4	6,5
4. Móveis e eletrodomésticos	4,6	13,5	3,9	6,6	7,3	3,9	6,6	7,3	7,2
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	23,7	18,2	14,2	27,4	26,5	14,2	27,5	26,5	26,2
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-1,6	4,0	6,1	2,6	2,8	6,1	-1,8	2,8	6,2
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	16,2	35,1	4,1	-5,8	-2,9	4,1	-9,2	-2,9	-0,2
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	13,5	18,3	10,9	16,9	17,1	10,9	15,1	17,1	16,6
Comércio Varejista Ampliado (5)	14,4	8,6	10,2	11,5	11,2	10,2	11,5	11,2	11,3
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-0,3	-1,3	11,1	4,2	3,7	11,1	5,0	3,7	4,0
10. Material de construção	38,5	3,4	19,1	16,8	15,6	19,1	16,6	15,6	17,2
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	15,3	14,2	9,3	12,9	13,0	9,3	11,6	13,0	12,7

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
Pernambuco - Janeiro 2025 - Variação (%)

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

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
Bahia - Janeiro 2025 - Variação (%)**

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	NOV	DEZ	JAN	JAN-NOV	JAN-DEZ	JAN-JAN	Até NOV	Até DEZ	Até JAN
Comércio Varejista (4)	11,5	10,1	7,2	11,4	11,3	7,2	10,8	11,3	10,9
1. Combustíveis e lubrificantes	0,0	1,0	6,0	6,2	5,7	6,0	6,1	5,7	5,9
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	15,9	9,9	6,7	13,0	12,7	6,7	12,6	12,7	11,9
2.1. Hipermercados e supermercados	17,4	10,1	6,3	14,1	13,7	6,3	13,6	13,7	12,7
3. Tecidos, vestuário e calçados	9,6	9,7	1,6	3,6	4,5	1,6	2,7	4,5	4,5
4. Móveis e eletrodomésticos	6,4	14,5	4,6	5,9	6,7	4,6	4,4	6,7	7,0
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	20,9	21,4	14,8	22,1	22,0	14,8	22,0	22,0	21,9
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-1,3	-22,0	-0,8	-16,8	-17,3	-0,8	-17,9	-17,3	-13,0
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-16,3	-28,3	47,2	-24,3	-24,6	47,2	-23,7	-24,6	-23,7
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	6,4	16,5	6,3	13,5	13,8	6,3	11,3	13,8	14,1
Comércio Varejista Ampliado (5)	6,4	8,0	6,0	9,4	9,2	6,0	9,0	9,2	8,9
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	18,9	24,8	36,3	16,1	16,9	36,3	14,9	16,9	19,0
10. Material de construção	8,6	9,4	0,6	13,8	13,4	0,6	13,7	13,4	12,2
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	-21,2	-12,1	-18,5	-4,3	-5,1	-18,5	-3,1	-5,1	-7,1

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio

Tabela 9 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Minas Gerais - Janeiro 2025 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	NOV	DEZ	JAN	JAN-NOV	JAN-DEZ	JAN-JAN	Até NOV	Até DEZ	Até JAN
Comércio Varejista (4)	8,6	7,4	8,8	9,0	8,8	8,8	8,7	8,8	9,0
1. Combustíveis e lubrificantes	4,9	3,8	9,5	-1,8	-1,3	9,5	-2,8	-1,3	0,6
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	9,9	6,0	9,6	8,9	8,6	9,6	9,1	8,6	8,6
2.1. Hipermercados e supermercados	10,5	6,7	10,3	9,5	9,2	10,3	9,7	9,2	9,2
3. Tecidos, vestuário e calçados	9,2	15,1	0,4	7,5	8,5	0,4	5,6	8,5	8,1
4. Móveis e eletrodomésticos	12,1	9,9	4,7	3,2	3,8	4,7	2,6	3,8	4,3
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	10,4	6,9	7,3	18,4	17,3	7,3	18,8	17,3	16,6
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	14,2	4,5	14,5	0,4	0,8	14,5	0,4	0,8	3,4
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-12,6	6,2	-27,8	44,4	40,3	-27,8	45,9	40,3	32,9
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	3,9	14,3	14,7	12,8	12,9	14,7	10,7	12,9	13,9
Comércio Varejista Ampliado (5)	5,0	4,3	5,8	7,1	6,8	5,8	6,7	6,8	6,8
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	8,9	14,3	18,0	11,2	11,5	18,0	9,5	11,5	13,0
10. Material de construção	-1,4	0,8	3,7	3,9	3,7	3,7	3,6	3,7	4,1
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	-9,7	-14,9	-15,1	-2,7	-3,8	-15,1	-2,8	-3,8	-6,1

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 9 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Espírito Santo - Janeiro 2025 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	NOV	DEZ	JAN	JAN-NOV	JAN-DEZ	JAN-JAN	Até NOV	Até DEZ	Até JAN
Comércio Varejista (4)	8,3	8,9	9,0	4,2	4,6	9,0	3,3	4,6	5,4
1. Combustíveis e lubrificantes	1,0	-2,2	1,0	6,8	6,0	1,0	7,3	6,0	5,2
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	23,7	10,4	13,3	7,1	7,5	13,3	6,6	7,5	8,4
2.1. Hipermercados e supermercados	17,4	9,3	14,2	1,9	2,7	14,2	1,4	2,7	4,0
3. Tecidos, vestuário e calçados	18,3	13,5	20,1	8,3	8,8	20,1	7,1	8,8	9,7
4. Móveis e eletrodomésticos	-7,2	2,4	-3,0	1,6	1,7	-3,0	0,3	1,7	1,5
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	27,9	27,0	17,3	28,2	28,1	17,3	26,8	28,1	28,1
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-42,8	-6,4	-10,9	3,8	2,9	-10,9	-2,1	2,9	-1,4
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-10,1	1,9	0,1	-13,1	-11,9	0,1	-14,7	-11,9	-10,7
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	21,1	24,1	31,1	39,1	37,4	31,1	36,8	37,4	37,8
Comércio Varejista Ampliado (5)	5,6	3,5	8,6	3,6	3,6	8,6	3,1	3,6	4,6
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	3,2	-4,3	2,9	10,8	9,5	2,9	10,6	9,5	10,3
10. Material de construção	-3,5	-9,8	5,3	-14,8	-14,4	5,3	-13,7	-14,4	-12,4
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	6,9	7,3	31,6	3,6	3,9	31,6	3,6	3,9	6,4

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio

Tabela 9 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Rio De Janeiro - Janeiro 2025 - Variação (%)

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

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
São Paulo - Janeiro 2025 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	NOV	DEZ	JAN	JAN-NOV	JAN-DEZ	JAN-JAN	Até NOV	Até DEZ	Até JAN
Comércio Varejista (4)	11,5	8,1	8,9	9,1	9,0	8,9	8,6	9,0	9,3
1. Combustíveis e lubrificantes	14,7	5,4	8,4	9,2	8,8	8,4	10,2	8,8	9,0
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	12,1	6,1	10,3	8,7	8,4	10,3	8,1	8,4	8,8
2.1. Hipermercados e supermercados	13,0	6,5	11,2	9,2	8,9	11,2	8,5	8,9	9,4
3. Tecidos, vestuário e calçados	7,4	2,6	3,8	1,0	1,2	3,8	2,0	1,2	1,5
4. Móveis e eletrodomésticos	2,5	11,4	-0,1	2,3	3,2	-0,1	2,2	3,2	3,0
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	26,5	21,4	13,7	27,4	26,8	13,7	24,8	26,8	26,6
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-16,5	2,1	9,6	-4,9	-4,2	9,6	-3,0	-4,2	-2,2
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	40,8	7,2	33,2	18,1	17,1	33,2	13,7	17,1	17,7
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	1,5	14,2	2,9	3,7	4,8	2,9	1,9	4,8	5,2
Comércio Varejista Ampliado (5)	4,8	4,3	4,5	5,4	5,3	4,5	5,0	5,3	4,8
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	3,7	5,1	16,9	8,2	7,9	16,9	8,1	7,9	8,1
10. Material de construção	2,5	0,5	4,0	4,6	4,3	4,0	3,8	4,3	4,6
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	-19,6	-12,8	-20,5	-9,2	-9,5	-20,5	-8,0	-9,5	-13,6

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
Paraná - Janeiro 2025 - Variação (%)

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

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
Santa Catarina - Janeiro 2025 - Variação (%)

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

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 Grande Do Sul - Janeiro 2025 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	NOV	DEZ	JAN	JAN-NOV	JAN-DEZ	JAN-JAN	Até NOV	Até DEZ	Até JAN
Comércio Varejista (4)	17,4	10,3	14,2	11,3	11,2	14,2	10,8	11,2	11,9
1. Combustíveis e lubrificantes	15,0	12,2	16,7	5,4	6,0	16,7	6,6	6,0	7,5
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	18,4	8,6	13,3	13,8	13,2	13,3	13,1	13,2	13,4
2.1. Hipermercados e supermercados	18,4	8,6	13,3	14,4	13,8	13,3	13,8	13,8	13,9
3. Tecidos, vestuário e calçados	16,0	9,6	18,5	7,8	8,1	18,5	7,3	8,1	8,8
4. Móveis e eletrodomésticos	23,7	16,8	19,9	9,2	10,1	19,9	7,8	10,1	12,1
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	14,8	10,5	14,4	16,6	16,0	14,4	16,0	16,0	16,1
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-3,3	4,6	17,5	4,4	4,4	17,5	3,5	4,4	7,7
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-2,9	-11,0	-8,2	9,8	7,9	-8,2	10,5	7,9	7,3
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	16,1	12,9	8,2	5,5	6,3	8,2	2,1	6,3	7,2
Comércio Varejista Ampliado (5)	19,0	13,3	15,4	11,9	12,1	15,4	10,9	12,1	12,8
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	7,5	13,3	14,0	10,1	10,3	14,0	9,0	10,3	11,0
10. Material de construção	19,3	12,2	13,8	11,0	11,1	13,8	9,9	11,1	12,0
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	35,9	26,6	21,7	16,3	17,3	21,7	15,2	17,3	18,3

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 9 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Goiás - Janeiro 2025 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	NOV	DEZ	JAN	JAN-NOV	JAN-DEZ	JAN-JAN	Até NOV	Até DEZ	Até JAN
Comércio Varejista (4)	14,2	9,4	6,5	10,7	10,6	6,5	10,1	10,6	10,6
1. Combustíveis e lubrificantes	-6,2	-6,4	-5,3	-3,4	-3,6	-5,3	-4,5	-3,6	-3,4
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	18,7	10,0	8,6	13,9	13,5	8,6	14,0	13,5	13,2
2.1. Hipermercados e supermercados	18,9	9,6	9,5	14,6	14,1	9,5	14,8	14,1	13,7
3. Tecidos, vestuário e calçados	11,9	-3,6	-4,2	2,5	1,7	-4,2	2,2	1,7	1,2
4. Móveis e eletrodomésticos	1,7	6,1	13,7	1,3	1,7	13,7	0,5	1,7	3,6
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	29,0	35,1	16,9	29,1	29,6	16,9	27,9	29,6	29,8
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	15,2	23,4	8,2	13,0	14,3	8,2	13,2	14,3	14,4
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	4,1	-19,0	-37,6	-9,9	-10,6	-37,6	-10,1	-10,6	-15,8
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	19,6	16,7	3,4	12,4	13,0	3,4	11,8	13,0	12,4
Comércio Varejista Ampliado (5)	5,4	6,4	5,2	13,9	13,2	5,2	13,1	13,2	13,0
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-4,0	6,0	6,6	25,3	23,7	6,6	24,9	23,7	23,3
10. Material de construção	3,8	-6,9	5,1	0,5	-0,1	5,1	0,3	-0,1	0,8
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	-4,1	1,3	-1,4	9,1	8,4	-1,4	8,1	8,4	7,0

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 9 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Distrito Federal - Janeiro 2025 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	NOV	DEZ	JAN	JAN-NOV	JAN-DEZ	JAN-JAN	Até NOV	Até DEZ	Até JAN
Comércio Varejista (4)	10,9	11,3	12,2	9,5	9,7	12,2	9,6	9,7	10,3
1. Combustíveis e lubrificantes	14,7	9,9	19,7	4,9	5,3	19,7	4,3	5,3	7,2
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	14,1	8,9	10,1	9,2	9,1	10,1	9,2	9,1	9,4
2.1. Hipermercados e supermercados	15,6	10,0	11,2	10,2	10,2	11,2	10,1	10,2	10,5
3. Tecidos, vestuário e calçados	14,3	8,0	1,9	9,0	8,8	1,9	8,8	8,8	8,2
4. Móveis e eletrodomésticos	-12,1	32,2	27,6	8,4	10,5	27,6	8,8	10,5	13,6
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	21,9	19,9	16,1	21,0	20,9	16,1	21,2	20,9	21,3
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	13,0	7,2	-8,9	7,9	7,9	-8,9	8,3	7,9	6,9
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-66,8	-36,8	-37,1	-32,3	-32,8	-37,1	-25,4	-32,8	-36,3
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	13,1	11,0	10,1	10,2	10,3	10,1	7,5	10,3	11,4
Comércio Varejista Ampliado (5)	7,9	8,3	10,3	11,7	11,4	10,3	11,9	11,4	11,5
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-0,8	-4,5	3,2	19,9	17,7	3,2	20,8	17,7	15,6
10. Material de construção	1,8	1,3	5,2	2,1	2,0	5,2	1,2	2,0	3,2
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	15,9	23,1	22,4	14,8	15,6	22,4	13,6	15,6	16,3

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 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 - janeiro 2025

Atividades	Comércio varejista ampliado												
	jan/2024	fev/2024	mar/2024	abr/2024	mai/2024	jun/2024	jul/2024	ago/2024	set/2024	out/2024	nov/2024	dez/2024	jan/2025
Comércio Varejista (1)	103,5	101,1	111,4	105,4	114,3	109,4	113,1	114,2	109,2	116,1	124,4	139,3	112,5
1. Combustíveis e lubrificantes	89,6	85,2	90,8	91,2	92,8	90,4	95,9	98,4	96,5	100,8	98,6	98,9	96,8
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	108,1	108,3	118,4	110,0	118,2	112,8	115,0	119,4	113,9	120,4	125,0	142,1	118,4
2.1. Hipermercados e supermercados	109,0	109,3	119,5	111,1	119,1	113,2	115,9	120,8	115,2	121,5	126,7	143,9	120,0
3. Tecidos, vestuário e calçados	87,6	77,3	88,7	92,0	112,6	112,1	111,5	105,7	94,4	102,9	121,6	195,8	91,6
4. Móveis e eletrodomésticos	101,9	89,3	98,4	95,7	103,5	99,0	105,1	101,3	95,5	106,1	132,1	132,1	105,9
4.1. Móveis	100,8	93,9	98,1	101,6	108,5	105,3	111,2	107,7	99,3	105,7	132,2	129,3	104,0
4.2. Eletrodomésticos	103,6	88,9	99,8	95,0	103,2	98,2	104,4	100,6	95,5	107,7	133,8	134,8	107,8
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	112,7	119,2	134,7	131,4	142,8	138,7	140,9	142,3	139,1	142,2	145,2	149,4	125,9
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	187,7	135,4	95,8	84,9	87,6	89,5	93,2	87,6	79,3	86,4	88,2	135,4	198,6
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	90,8	86,3	90,3	89,6	88,8	87,1	97,0	90,3	84,2	94,7	116,2	98,4	92,7
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	96,3	87,6	103,0	90,3	104,2	94,7	106,5	96,8	94,2	105,8	130,3	136,2	103,9
Comércio Varejista Ampliado (2)	104,2	101,4	111,2	107,4	113,5	110,9	116,0	115,1	110,5	118,6	120,3	128,3	111,3
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	108,5	105,1	118,9	123,1	118,8	126,2	135,3	131,1	127,2	136,9	125,6	124,0	120,6
10. Material de construção	100,0	93,3	97,1	103,1	103,1	103,0	113,9	113,1	108,7	118,8	110,0	96,5	105,4
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	104,6	102,4	108,7	100,2	110,0	103,7	107,1	101,9	98,7	107,8	104,5	107,4	100,0

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

Publicado em 14/03/2025 às 9 horas