



Indicadores IBGE

Pesquisa Mensal de Comércio

Fevereiro 2025

Publicado em 09/04/2025 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

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

NOTAS METODOLÓGICAS

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

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

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

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

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

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

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

1 CARACTERÍSTICAS DA PESQUISA

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

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

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

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

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

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

QUADRO I – GRUPOS DE ATIVIDADE E CÓDIGOS CNAE

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

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

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

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

2 CONSTRUÇÃO DE INDICADORES

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

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

relativos de preços da área geográfica mais apropriada.

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

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

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

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

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

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

Tipos de índices - São divulgados cinco tipos de índices:

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

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”.

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

4.2 VOLUME DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA POR UNIDADE DA FEDERAÇÃO

UF	DECOMPOSIÇÃO	MODELO ARIMA	REGRESSÃO (REGARIMA)
----	--------------	--------------	----------------------

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

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

UF	DECOMPOSIÇÃO	MODELO ARIMA	REGRESSÃO (REGARIMA)
Rondônia	Multiplicativo	(1 1 1)(0 1 1)	Efeito Calendário, TC2005.Fev, LS2006.Ago, TC2016.Nov, AO2017.Ago, AO2020.Mar, TC2020.Abr, LS2020.Mai, AO2023.Set

Acre	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Páscoa[1], TC2014.Mai, TC2020.Mar, TC2020.Abr
Amazonas	Aditivo	(0 1 2)(1 1 1)	Efeito Calendário, AO2020.Mar, TC2020.Abr, LS2020.Jun, TC2021.Jan, TC2021.Mar
Roraima	Multiplicativo	(1 1 1)(0 1 1)	Constante, Efeito Calendário
Pará	Multiplicativo	(1 1 0)(1 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, LS2020.Abr, LS2020.Jun
Amapá	Aditivo	(0 1 1)(0 1 1)	Efeito Calendário, AO2017.Dez, AO2018.Dez, LS2020.Mar, TC2020.Abr, TC2020.Jun, LS2020.Jul, AO2021.Mar, AO2021.Mai
Tocantins	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, Páscoa[8], LS2005.Fev, LS2010.Fev, LS2014.Dez, AO2020.Abr, TC2023.Mar
Maranhão	Multiplicativo	(1 1 1)(1 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, Páscoa[1], LS2020.Mar, TC2020.Abr, LS2020.Jun, AO2023.Mai
Piauí	Aditivo	(1 1 1)(1 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, Páscoa[1], AO2009.Jun, AO2010.Mar, AO2012.Set, TC2014.Out, TC2019.Jun, TC2020.Mar, TC2020.Abr, AO2020.Mai, LS2020.Ago, AO2021.Jan, TC2021.Mar
Ceará	Aditivo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, AO2010.Mar, TC2012.Jun, LS2020.Mar, TC2020.Abr, LS2020.Jun, LS2020.Jul, AO2021.Mar, TC2022.Jul
Rio Grande do Norte	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, AO2010.Mar, AO2020.Mar, TC2020.Abr
Paraíba	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, LS2008.Out, LS2014.Dez, AO2020.Mar, TC2020.Abr, TC2020.Jul, LS2022.Ago
Pernambuco	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, TC2020.Mar, TC2020.Abr, TC2020.Jul, AO2021.Mar, LS2022.Fev
Alagoas	Multiplicativo	(2 1 2)(0 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, AO2005.Jul, TC2012.Jun, AO2020.Mar, TC2020.Abr
Sergipe	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, AO2010.Mar, AO2020.Mar, TC2020.Mar
Bahia	Multiplicativo	(0 1 2)(0 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, AO2010.Mar, TC2020.Mar, TC2020.Abr, AO2021.Mar
Minas Gerais	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, LS2005.Fev, TC2020.Mar, AO2020.Abr
Espírito Santo	Multiplicativo	(0 1 1) (2 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, Páscoa[1], LS2011.Jun, AO2017.Fev, AO2020.Abr
Rio de Janeiro	Multiplicativo	(0 1 1)(1 1 2)	Carnaval e Corpus Christi, Páscoa[15], AO2020.Mar, TC2020.Abr
São Paulo	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, LS2008.Out, AO2009.Jun, AO2010.Mar, AO2020.Mar, TC2020.Abr, TC2021.Mar, TC2023.Mar
Paraná	Multiplicativo	(0 1 1) (2 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, TC2020.Mar, AO2020.Abr
Santa Catarina	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, TC2020.Mar, AO2020.Abr
Rio Grande do Sul	Multiplicativo	(0 1 1) (2 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, LS2017.Jan, TC2020.Mar, AO2020.Abr, AO2021.Mar, AO2024.Mai
Mato Grosso do Sul	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, AO2010.Mar, TC2020.Mar, AO2020.Abr
Mato Grosso	Multiplicativo	(2 1 0)(0 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, Páscoa[1], TC2020.Mar
Goiás	Multiplicativo	(2 1 0)(0 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, Páscoa[1], LS2008.Out, AO2010.Mar, AO2020.Mar, TC2020.Abr, AO2021.Mar
Distrito Federal	Multiplicativo	(0 1 2)(0 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, AO2009.Set, AO2010.Mar, AO2012.Ago, AO2020.Mar, TC2020.Abr, TC2021.Mar

4.4 RECEITA NOMINAL DE VENDAS POR ATIVIDADES

ATIVIDADE	DECOMPOSIÇÃO	MODELO ARIMA	REGRESSÃO (REGARIMA)
-----------	--------------	--------------	----------------------

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

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

UF	DECOMPOSIÇÃO	MODELO ARIMA	REGRESSÃO (REGARIMA)
Rondônia	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Efeito Calendário, Páscoa[1], AO2001.Jun, TC2020.Mar, TC2020.Abr, LS2020.Dez, AO2021.Jul
Acre	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	TC2003.Nov, LS2005.Fev, LS2006.Fev, TC2020.Mar, TC2020.Abr, TC2020.Ago, TC2021.Fev
Amazonas	Multiplicativo	(0 1 2)(0 1 1)	Efeito Calendário, Páscoa[15], LS2004.Mai, LS2005.Fev, LS2019.Jun, TC2020.Abr, LS2020.Jun, TC2021.Jan, TC2021.Mar

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

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

UF	DECOMPOSIÇÃO	MODELO ARIMA	REGRESSÃO (REGARIMA)
Rondônia	Multiplicativo	(1 1 1)(1 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, TC2005.Fev, LS2016.Nov, AO2017.Ago, TC2020.Mar, TC2020.Abr, AO2023.Set
Acre	Multiplicativo	(1 1 1)(0 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, Páscoa[1], LS2004.Dez, LS2006.Fev, TC2014.Mai, TC2020.Mar, TC2020.Abr
Amazonas	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval e Corpus Christi, Efeito Calendário, AO2020.Mar, TC2020.Abr, LS2020.Jun, TC2021.Jan, TC2021.Mar

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

5 DEFLATORES DA PESQUISA

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

Atividades da PMC	CNAE da PMC	Grupo de produto	Itens do IPCA
1- Combustíveis e lubrificantes	4731-8	-	IPCA (cód. 5104001)
			IPCA (cód. 5104002)
			IPCA (cód. 5104003)
	4732-6	-	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)
	4724-5	-	IPCA (cód. 1103000)
IPCA (cód. 1105000)			
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
	4754-7	-	IPCA (cód. 3101000)
		-	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)
10- Veículos, motocicletas, partes e peças	4511-1	Veículos novos	IPCA (cód. 5102001)
		Veículos usados	IPCA (cód. 5102001)
		Partes e peças	IPCA (cód. 5102009)
			IPCA (cód. 5102010)
	4530-7	Veículos novos	IPCA (cód. 5102001)
		Veículos usados	IPCA (cód. 5102020)
		Partes e peças	IPCA (cód. 5102009)
			IPCA (cód. 5102010)
	4541-2	Veículos novos	IPCA (cód. 5102053)
		Veículos usados	IPCA (cód. 5102053)
		Partes e peças	IPCA (cód. 5102009)
			IPCA (cód. 5102010)
11- Atacado e varejo de material de construção	4671-1	-	IPCA (cód. IG SINAPI)
	4672-9	-	IPCA (cód. IG SINAPI)
	4673-7	-	IPCA (cód. IG SINAPI)
	4674-5	-	IPCA (cód. IG SINAPI)
	4679-6	-	IPCA (cód. IG SINAPI)
	4741-5	-	IPCA (cód. 2103014)
	4742-3	-	IPCA (cód. 2103008)
	4743-1	-	IPCA (cód. 2103000)
	4744-0	-	IPCA (cód. 2103005)
			IPCA (cód. 2103032)
			IPCA (cód. 2103039)
			IPCA (cód. 2103040)
			IPCA (cód. 2103041)

Atividades da PMC	CNAE da PMC	Grupo de produto	Itens do IPCA
12- Móveis	4753-9	-	IPCA (cód. 3101000)
			IPCA (cód. 3102000)
	4756-3	-	IPCA (cód. 3102000)
	4759-8	-	IPCA (cód. 3101000)
			IPCA (cód. 3102000)
	4762-8	-	IPCA (cód. 3102000)
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)
			IPCA (cód. 1101000)
	4632-0		IPCA (cód. 1102000)
			IPCA (cód. 1103000)
	4633-8		IPCA (cód. 1105000)
			IPCA (cód. 1106000)
	4634-6		IPCA (cód. 1107000)
			IPCA (cód. 1108000)
	4635-4		IPCA (cód. 1114000)
	4636-2		IPCA (cód. 7202000)
	4637-1		IPCA (cód. 1100000)
	4639-7		IPCA (cód. 1000000)

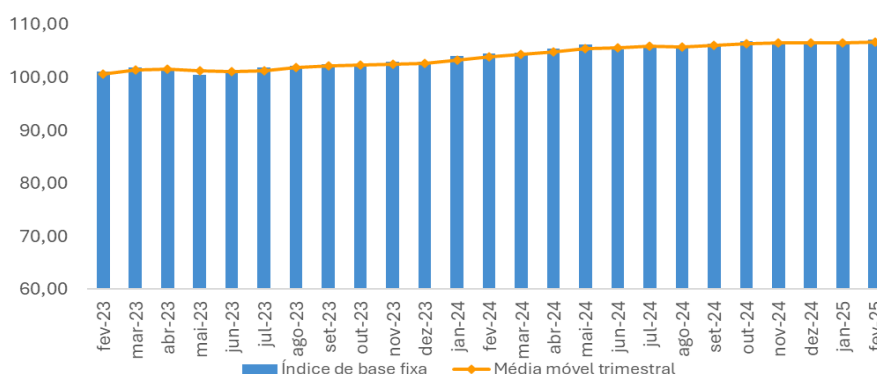
6 OBSERVAÇÕES

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

COMENTÁRIOS

Em fevereiro de 2025 o volume de vendas no **comércio varejista** nacional cresceu 0,5% nas vendas frente ao mês imediatamente anterior na série livre de influências sazonais, após ter registrado variação de 0,2% em janeiro de 2025. Com isso, a evolução do índice de média móvel trimestral para o varejo, depois de registrar -0,1% no trimestre encerrado em janeiro de 2025, variou 0,2% no trimestre encerrado em fevereiro de 2025, conforme mostra o Gráfico 1.

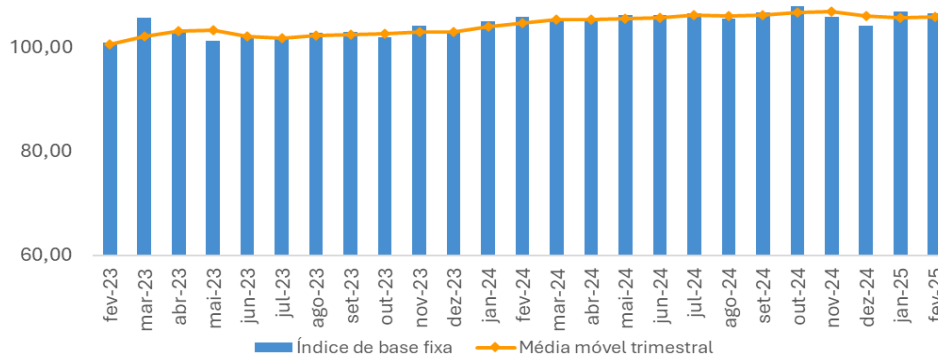
Gráfico 1 - Volume de Vendas do Varejo com Ajuste Sazonal
Índice de Base Fixa e Média Móvel Trimestral
Fevereiro 2025



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

Considerando o **comércio varejista ampliado**, que inclui, além do varejo, as atividades de *Veículos, motos, partes e peças, Material de construção e Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo*, o volume de vendas em fevereiro de 2025 variou -0,4% nas vendas frente ao mês imediatamente anterior na série livre de influências sazonais, após crescer 2,7% em janeiro de 2025. Com isso, a evolução do índice de média móvel trimestral para o varejo, depois de registrar -0,3% no trimestre encerrado em janeiro de 2025, variou em 0,2% no trimestre encerrado em fevereiro de 2025, conforme Gráfico 2.

Gráfico 2 - Volume de Vendas do Varejo Ampliado com Ajuste Sazonal
Índice de Base Fixa e Média Móvel Trimestral
Fevereiro 2025



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

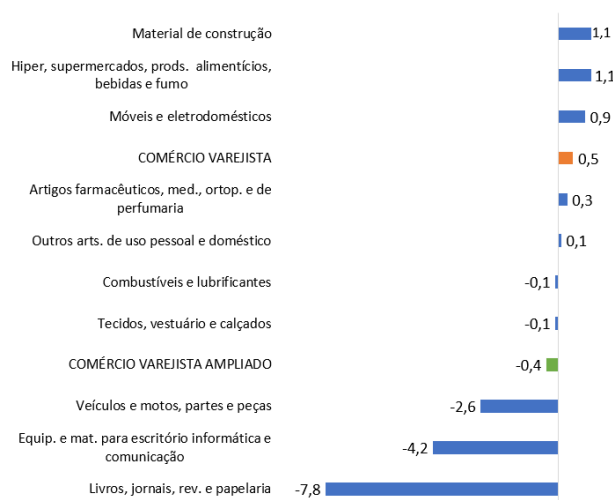
Em fevereiro de 2025, frente a igual mês do ano anterior, o **comércio varejista** mostrou avanço de 1,5%, depois de alta de 3,1% em janeiro de 2025, frente a janeiro de 2024. Em relação ao acumulado no ano, o comércio varejista teve ganhos de 2,3% até fevereiro. Nos últimos doze meses, o ritmo de crescimento é maior: 3,6% até fevereiro de 2025. Já o **varejo ampliado** cresceu 2,4% no indicador interanual, mantendo trajetória de alta dos meses anteriores (0,8% em dezembro de 2024 e 2,2% em janeiro de 2025). No ano, o acúmulo até fevereiro é de 2,3%. Nos últimos doze meses a variação acumulada foi de 2,9% até fevereiro.

RESULTADOS SETORIAIS

A alta de 0,5% no volume de vendas do **comércio varejista** na passagem de janeiro para fevereiro de 2025, na série com ajuste sazonal, teve equilíbrio entre taxas positivas e negativas. Os setores de *Hiper, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* (1,1%), *Móveis e eletrodomésticos* (0,9%), *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria* (0,3%) e *Outros artigos de uso pessoal e doméstico* (0,1%) obtiveram resultados no campo positivo. Já as atividades de *Livros, jornais, revistas e papelaria* (-7,8%), *Equipamentos e material para escritório informática e comunicação* (-4,2%), *Tecidos, vestuário e calçados* (-0,1%) e *Combustíveis e lubrificantes* (-0,1%) apresentaram resultados no campo negativo. Já o **comércio varejista ampliado** apresentou variação de -0,4% com *Veículos e motos, partes e peças* no campo negativo, caindo 2,6% e *Material de construção* crescendo 1,1% entre janeiro e fevereiro de 2025, conforme Gráfico 3.

O indicador interanual, no **comércio varejista**, teve predominância de taxas no campo positivo, entre os setores, atingindo cinco das oito atividades pesquisadas: *Móveis e eletrodomésticos* (9,3%), *Tecidos, vestuário e calçados* (8,6%), *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria* (3,2%), *Outros artigos de uso pessoal e doméstico* (2,6%) e *Combustíveis e lubrificantes* (1,5%). Por outro lado, três atividades apresentaram resultados no campo negativo: *Livros, jornais, revistas e papelaria* (-5,2%), *Equipamentos e material para escritório informática e comunicação* (-3,2%) e *Hiper, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* (-0,3%). Considerando o **comércio varejista ampliado**, para a mesma comparação, duas das três atividades adicionais registraram alta: *Veículos e motos, partes e peças* (10,0%) e *Material de construção* (9,7%). Já o *Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo* obteve queda de 6,5%.

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



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

O setor de *Móveis e eletrodomésticos* apresentou alta de 9,3% nas vendas frente a fevereiro de 2024, maior dentre os oito do varejo, sendo o quinto mês consecutivo a registrar crescimento: o último mês a apresentar taxa no campo negativo foi setembro de 2024 (-0,2%). A atividade também exerceu a maior contribuição para a formação da taxa interanual do varejo, somando 0,6 p.p. ao total de 1,5%, conforme Tabela 1. O setor inicia o ano com acúmulo positivo no primeiro bimestre, frente ao mesmo período de 2024, registrando 6,9%. Nos últimos doze meses há ganhos de 4,9% até fevereiro de 2025.

A atividade de *Tecidos, vestuário e calçados* apresentou alta de 8,6% no volume de vendas frente a fevereiro de 2024, segunda maior amplitude dentre os oito setores e décimo resultado positivo consecutivo. A contribuição para a formação da taxa global também foi a segunda maior, no campo positivo, somando 0,4 p.p. ao total de 1,5% do indicador interanual do varejo. Nos primeiros dois meses do ano de 2025 o setor apresenta ganhos em relação ao mesmo período do ano anterior (5,3%), demonstrando aceleração em relação a janeiro (2,4%). No indicador de 12 meses a atividade passa de 3,0% até janeiro de 2025 para 3,6% até fevereiro.

O setor de *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria* apresentou alta de 3,2% nas vendas frente a fevereiro de 2024, contra 5,6% em janeiro de 2025 frente a janeiro de 2024. Ao todo, são 24 meses consecutivos de crescimento para o indicador interanual (o último mês a registrar queda foi fevereiro de 2024: -0,5%). Com isso, a atividade representa a terceira maior contribuição na taxa global do varejo, somando 0,3 p.p. ao total de 1,5%, conforme Tabela 1. Nos

dois primeiros meses do ano o setor acumula 4,4%, menos intenso que até janeiro (5,6%). Em termos de resultado acumulado nos últimos doze meses, ao passar de 7,2% até janeiro para 6,6% em fevereiro, o setor mostra diminuição de intensidade de crescimento. Um fato relevante nesta atividade é que foi realizada uma revisão extraordinária de dados, decorrente da aceitação de dados corrigidos e encaminhados diretamente pelos informantes da pesquisa. Os dados foram recebidos em março de 2025 e tão logo identificados e confirmados, os dados retificados pelos informantes foram incorporados no processo de compilação da pesquisa, sendo então corrigidas as informações anteriores, recompostas as séries, a partir de fevereiro de 2024, e validado todo esse processo.

Com a entrada do mês de fevereiro, a atividade denominada de *Outros artigos de uso pessoal e doméstico*, que engloba lojas de departamentos, óticas, joalherias, artigos esportivos, brinquedos etc., já registra 13 meses de crescimento ininterrupto para o indicador interanual (2,6% em fevereiro). Com isso, o primeiro bimestre de 2025, em comparação com o primeiro bimestre de 2024, fechou em alta de 3,7%, adicionando mais um ponto a uma sequência de doze meses acumulando ganhos. Nos últimos 12 meses o setor acumula ganhos de 7,1% até fevereiro, menos intensa que o resultado até janeiro (7,7%).

O setor de *Combustíveis e lubrificantes* cresceu 1,5% nas vendas frente a fevereiro de 2024. Esse resultado, vem após alta de 1,3% em janeiro, que, por sua vez, sucedeu queda de 1,8% em dezembro de 2024, única queda nos últimos cinco meses. No primeiro bimestre de 2025 há um acúmulo de 1,4% e no ano até fevereiro o valor é de -1,4%, sustentando o patamar de perdas desde novembro de 2024: -1,4% em novembro; -1,6% em dezembro de 2024; e -1,5% em janeiro de 2025.

A atividade de *Livros, jornais, revistas e papelaria* teve queda de 5,2% nas vendas frente a fevereiro de 2024, maior amplitude no campo negativo dentre os oito setores do varejo e décima queda consecutiva para o indicador interanual (o último mês a registrar crescimento foi abril de 2024: 2,4%). No primeiro bimestre de 2025 as perdas acumuladas chegam a 2,9% até fevereiro e nos últimos 12 meses o valor é de -6,6%.

A atividade de revenda de *Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação* apresentou queda de 3,2% nas vendas frente a fevereiro de 2024, invertendo resultado de janeiro, que foi positivo em 2,1%. Com isso, o primeiro bimestre de 2025 fecha acumulando perdas (-0,5%) pela primeira vez desde março de 2024, quando registrou -0,1% no ano. Trajetória similar pode ser observada no indicador acumulado dos últimos dozes meses, que resgistrou -0,4%, primeiro ponto negativo após 28 meses de ganhos.

Em fevereiro, o agrupamento que abrange *Hiper, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* apresentou variação de -0,3% nas vendas frente a fevereiro de 2024 após registrar

crescimento de 2,8% em janeiro. Com isso, o setor foi o único a contribuir negativamente para a composição da taxa interanual do varejo, adicionando -0,2 p.p. ao total de 1,5%. No bimestre o setor acumula 1,2% de ganhos, menor patamar desde outubro de 2022, quando havia sido 1,1%. Nos últimos doze meses, o acúmulo é positivo em 3,6%.

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

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

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

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

As empresas que comercializam *Veículos e motos, partes e peças* apresentaram crescimento de 10,0% no volume de vendas frente a fevereiro de 2024, seguindo trajetória positiva pela vigésima segunda vez seguida. No que tange ao comércio varejista ampliado, o setor registra a maior contribuição dentre os onze pesquisados, somando 1,8 p.p. no total de 2,4% do interanual (Tabela 1). O primeiro bimestre de 2025 apresentou crescimento de 9,5%, em relação ao mesmo período do ano anterior, enquanto o indicador de doze meses fechou fevereiro com 10,9% de ganhos em relação aos doze meses anteriores.

As vendas de *Material de construção* apresentaram crescimento de 9,7% frente a fevereiro de 2024, maior que o apresentado em janeiro (3,9%). A atividade exerceu a sua maior contribuição positiva para a formação da taxa global, somando 0,7 p.p. ao total de 2,4% do varejo ampliado. O primeiro bimestre de 2025, fecha também com ganhos (6,7% acima do primeiro bimestre de 2024).

Já o indicador acumulado dos últimos doze meses até fevereiro é positivo (5,5%) por onze meses consecutivos (o último resultado negativo foi março de 2024: -1,4%).

Ainda no âmbito do varejo ampliado, a atividade de *Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo* registrou queda de 6,5% na comparação de fevereiro de 2025 com fevereiro de 2024, sétimo mês consecutivo de decréscimo. Com isso, o setor o foi de maior contribuição negativa para o indicador interanual do comércio varejista ampliado: -1,0 p.p. No ano, o acúmulo é de -8,4% e nos últimos doze meses é de -10,1%.

RESULTADOS BIMESTRAIS

O primeiro bimestre de 2025, na comparação com o mesmo período do ano anterior, teve crescimento de 2,3% para o **comércio varejista** (Tabela 2). Tal resultado representa o décimo quinto consecutivo no campo positivo: o último bimestre a contabilizar resultado negativo foi o quarto de 2022 (-2,0%). Para essa mesma comparação, o primeiro bimestre de 2025 teve predominância, em termos setoriais, de resultados positivos, com seis setores apresentando patamares mais elevados no primeiro bimestre de 2025 do que no mesmo período de 2024: *Móveis e eletrodomésticos* (6,9%), *Tecidos, vestuário e calçados* (5,3%), *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria* (4,4%), *Outros artigos de uso pessoal e doméstico* (3,7%), *Combustíveis e lubrificantes* (1,4%) e *Hiper e supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* (1,2%). Duas atividades fecharam o bimestre no campo negativo: *Livros, jornais, revista e papelaria* (-2,9%) e *Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação* (-0,5%). Tal como no comércio varejista, o **varejo ampliado**, no primeiro bimestre de 2025, cresceu também 2,3% em relação ao mesmo período de 2024. Setorialmente, *Veículos e motos, partes e peças* e *Material de construção* cresceram (9,5% e 6,7%, respectivamente), enquanto *Atacado de produtos alimentícios, bebidas e fumo* caiu 8,4%.

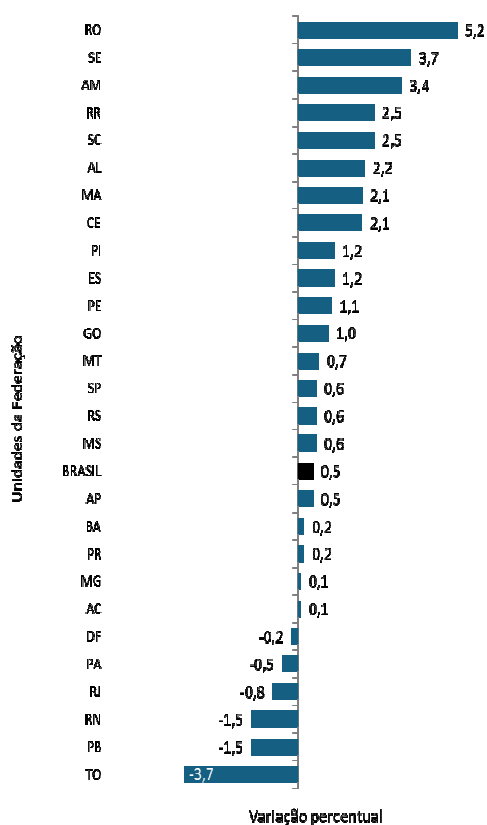
Atividades	2023						2024						2025
	1º Bim	2º Bim	3º Bim	4º Bim	5º Bim	6º Bim	1º Bim	2º Bim	3º Bim	4º Bim	5º Bim	6º Bim	1º Bim
COMÉRCIO VAREJISTA	2,0	2,0	0,2	2,5	1,7	1,9	5,6	3,2	5,2	4,2	3,8	2,8	2,3
Combustíveis e lubrificantes	22,8	11,3	10,0	-2,9	-8,9	-0,9	0,3	-1,7	-4,0	-4,5	0,2	0,5	1,4
Hiper, supermercados, prods. alimentícios, bebidas e fumo	1,6	3,9	2,3	4,3	4,4	5,2	7,7	3,7	6,9	4,9	3,2	2,0	1,2
Tecidos, vest. e calçados	-3,3	-9,4	-12,6	-2,9	-2,9	2,5	0,0	-2,4	1,0	5,7	5,7	5,3	5,3
Móveis e eletrodomésticos	3,1	1,3	2,3	2,0	1,6	2,1	2,0	1,3	4,3	7,2	4,9	4,8	6,9
Artigos farmacêuticos, med., ortop. e de perfumaria	-4,2	5,2	6,1	6,5	7,4	6,2	9,0	7,5	7,1	8,5	8,7	3,7	4,4
Livros, jornais, rev. e papelaria	6,7	-6,2	-3,9	-11,6	-11,8	-6,7	-7,2	-7,4	-8,5	-6,8	-9,9	-6,9	-2,9
Equip. e mat. para escritório informática e comunicação	4,9	-0,4	-6,8	6,5	-1,6	8,8	7,3	0,2	2,3	-1,2	0,8	-3,2	-0,5
Outros arts. de uso pessoal e doméstico	-9,5	-15,2	-16,1	-6,4	-8,9	-9,0	3,3	8,9	11,0	6,1	6,6	6,8	3,7
COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO	-0,3	3,9	2,3	2,9	2,8	1,9	8,0	1,2	3,1	4,8	4,6	1,4	2,3
Veículos e motos, partes e peças	1,6	4,6	9,4	10,4	11,5	12,1	14,2	14,0	8,8	14,0	14,4	4,9	9,5
Material de construção	-2,2	-6,2	-2,1	-0,1	0,2	-0,6	2,7	2,5	1,4	7,9	11,1	3,0	6,7
Atacado Prod. Alimen., Beb. e Fumo	-9,0	-2,1	0,0	-0,2	6,3	4,5	13,6	-18,3	-9,8	-5,7	-7,2	-9,8	-8,4

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

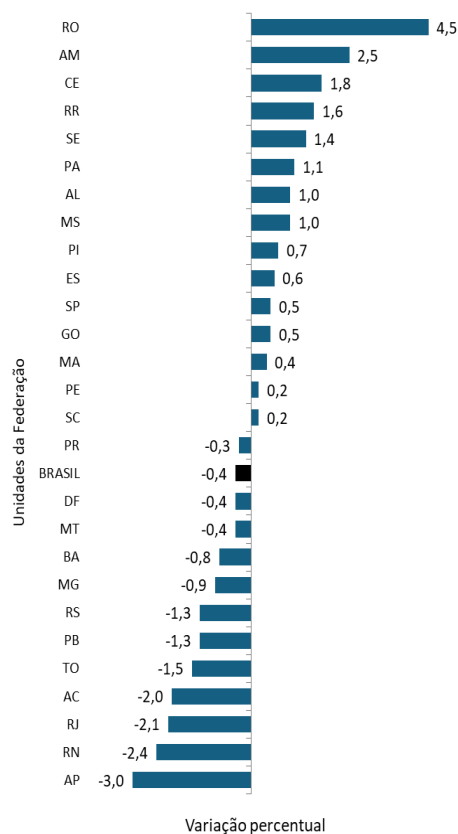
RESULTADOS REGIONAIS

Na passagem de janeiro para fevereiro de 2025, na série com ajuste sazonal, a taxa média nacional de vendas do **comércio varejista** foi de 0,5% com resultados positivos em 21 das 27 Unidades da Federação, com destaque para: Rondônia (5,2%), Sergipe (3,7%) e Amazonas (3,4%). Por outro lado, seis Unidades da Federação apresentaram resultados negativos entre janeiro e fevereiro, conforme Gráfico 4, com destaque para: Tocantins (-3,7%), Paraíba (-1,5%) e Rio Grande do Norte (-1,5%). Para a mesma comparação, no **comércio varejista ampliado**, houve predominância de resultados positivos, atingindo 15 das 27 Unidades da Federação, com destaque para: Rondônia (4,5%), Amazonas (2,5%) e Ceará (1,8%). Por outro lado, pressionando negativamente, figuram 12 das 27 Unidades da Federação, com destaque para Amapá (-3,0%), Rio Grande do Norte (-2,4%) e Rio de Janeiro (-2,1%), conforme Gráfico 5.

**Gráfico 4 -Volume de Vendas do Comércio Varejista por UF
mês/ mês anterior
Fevereiro 2025**



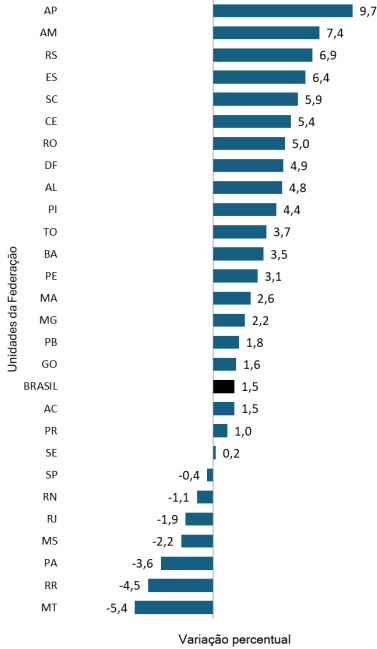
**Gráfico 5 -Volume de Vendas do Comércio Varejista Ampliado por UF
mês/ mês anterior
Fevereiro 2025**



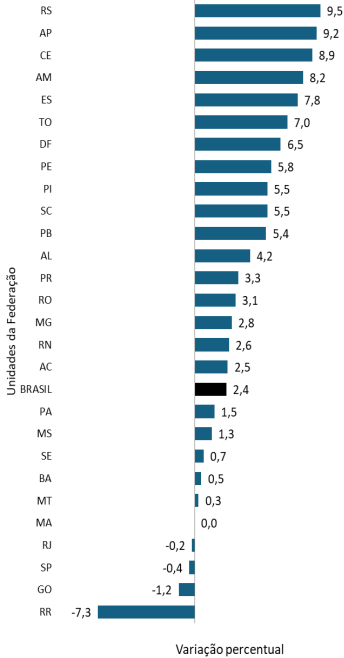
Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Estatísticas Conjunturais em Empresas

Frente a fevereiro de 2024, a variação das vendas no **comércio varejista**, no corrente mês, foi de 1,5% com resultados positivos em 20 das 27 Unidades da Federação, com destaque positivo para: Amapá (9,7%), Amazonas (7,4%) e Rio Grande do Sul (6,9%). As maiores variações no campo negativo foram: Mato Grosso (-5,4%); Roraima (-4,5%) e Pará (-3,6%), conforme Gráfico 6. Já no **comércio varejista ampliado**, a variação em fevereiro de 2025 contra fevereiro de 2024 foi de 2,4% com resultados positivos em 23 das 27 Unidades da Federação, com destaque para: Rio Grande do Sul (9,5%), Amapá (9,2%) e Ceará (8,9%). Por outro lado, pressionando negativamente, figuram Roraima (-7,3%), Goiás (-1,2%) e São Paulo (-0,4%), conforme Gráfico 7.

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

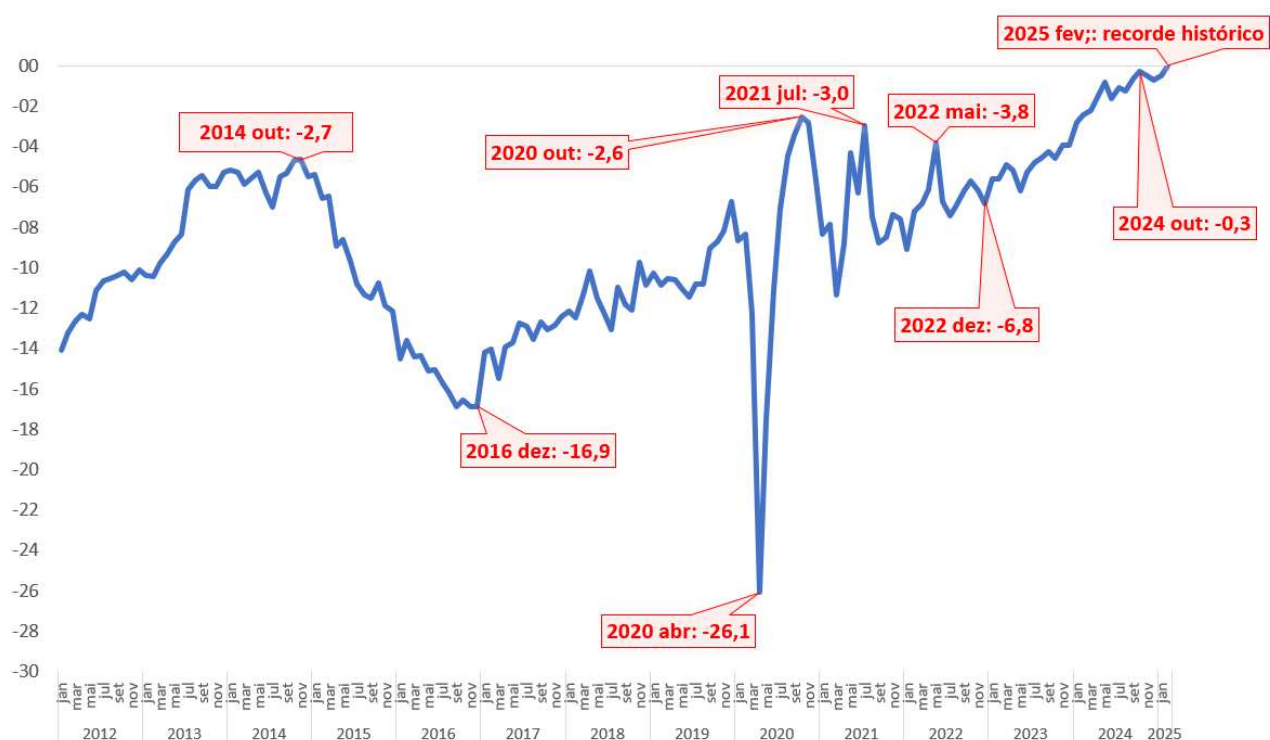


**Gráfico 7 - Volume de Vendas do Comércio Varejista
Ampliado por UF
mês/igual mês do ano anterior
Fevereiro 2025**



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

Gráfico 8 – Índice de Base Fixa do Comércio Varejista, série com ajuste sazonal, 2013-2025
(base: mês imediatamente anterior)



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

Em síntese, o comércio varejista, na passagem de janeiro para fevereiro de 2025, na série com ajuste sazonal, cresceu 0,5%, interrompendo uma série de quatro meses de variações muito próximas de zero, consideradas como estabilidade. Com isso, a série histórica do índice da base fixa do indicador de volume da margem atinge o máximo da série histórica, superando em 0,3% o nível recorde anterior (outubro de 2024). Tal comportamento foi influenciado pelo crescimento dos setores de *Hiper e supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* (1,1%) e de *Móveis e eletrodomésticos* (0,9%).

TABELAS

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

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 1 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo as atividades de divulgação
Fevereiro 2025 - Variação (%)

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

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

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

(2) Base: igual mês do ano anterior

(3) Base: igual período do ano anterior

(4) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 2 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista, segundo as unidades da federação
Fevereiro 2025 - Variação (%)

Brasil e Unidades da Federação	Mês/Mês anterior (1)			Mensal (2)			Acumulado no ano (3)			Últimos 12 meses (4)		
	DEZ	JAN	FEV	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Brasil	-0,2	0,2	0,5	1,3	3,1	1,5	4,1	3,1	2,3	4,1	4,0	3,6
Rondônia	-3,4	1,2	5,2	-3,7	-1,7	5,0	2,8	-1,7	1,6	2,8	2,5	2,7
Acre	-2,5	2,3	0,1	1,9	1,7	1,5	5,8	1,7	1,6	5,8	5,4	4,9
Amazonas	-5,3	4,0	3,4	0,2	3,3	7,4	4,8	3,3	5,3	4,8	4,7	4,9
Roraima	-5,9	-4,1	2,5	2,4	-5,2	-4,5	6,1	-5,2	-4,9	6,1	5,4	5,0
Pará	-0,5	0,3	-0,5	0,0	2,1	-3,6	4,4	2,1	-0,7	4,4	4,1	2,9
Amapá	-9,3	13,9	0,5	-1,3	14,2	9,7	17,0	14,2	12,0	17,0	17,0	16,4
Tocantins	-1,6	4,8	-3,7	2,7	8,0	3,7	8,4	8,0	5,9	8,4	8,6	8,2
Maranhão	-3,8	3,5	2,1	-3,6	0,8	2,6	5,3	0,8	1,7	5,3	4,9	4,2
Piauí	-1,0	-0,2	1,2	3,6	3,1	4,4	6,2	3,1	3,7	6,2	6,2	5,9
Ceará	-1,1	-0,5	2,1	3,7	3,5	5,4	7,2	3,5	4,4	7,2	6,9	6,5
Rio Grande do Norte	-0,8	0,5	-1,5	0,0	2,1	-1,1	4,9	2,1	0,5	4,9	4,6	4,0
Paraíba	1,8	0,0	-1,5	8,1	5,4	1,8	11,6	5,4	3,7	11,6	11,6	10,8
Pernambuco	0,5	-0,5	1,1	3,4	1,7	3,1	4,5	1,7	2,3	4,5	4,2	3,8
Alagoas	-0,7	-1,2	2,2	4,4	2,7	4,8	6,4	2,7	3,7	6,4	6,1	5,7
Sergipe	0,7	-2,8	3,7	2,3	-1,2	0,2	4,9	-1,2	-0,5	4,9	4,4	4,0
Bahia	1,0	-0,1	0,2	3,4	1,0	3,5	6,9	1,0	2,2	6,9	6,0	5,5
Minas Gerais	1,5	0,0	0,1	1,4	4,2	2,2	3,2	4,2	3,2	3,2	3,2	2,9
Espírito Santo	-6,6	0,3	1,2	4,0	4,4	6,4	0,9	4,4	5,4	0,9	1,4	1,6
Rio de Janeiro	3,1	1,2	-0,8	-0,4	0,7	-1,9	1,0	0,7	-0,6	1,0	0,9	0,4
São Paulo	-0,9	0,3	0,6	0,5	2,1	-0,4	3,7	2,1	0,9	3,7	3,6	3,0
Paraná	-1,3	1,4	0,2	0,3	4,0	1,0	3,1	4,0	2,5	3,1	3,1	2,8
Santa Catarina	-0,3	1,5	2,5	0,8	8,4	5,9	3,8	8,4	7,2	3,8	4,4	4,4
Rio Grande do Sul	-2,1	1,0	0,6	7,1	9,0	6,9	8,0	9,0	8,0	8,0	8,4	8,3
Mato Grosso do Sul	-0,3	1,1	0,6	-1,0	0,6	-2,2	4,7	0,6	-0,8	4,7	4,0	3,0
Mato Grosso	-2,1	5,8	0,7	-6,6	-2,1	-5,4	1,3	-2,1	-3,7	1,3	0,4	-1,1
Goiás	1,0	-0,6	1,0	1,1	0,7	1,6	4,5	0,7	1,1	4,5	4,3	4,0
Distrito Federal	4,6	-0,8	-0,2	5,2	5,8	4,9	4,7	5,8	5,3	4,7	5,0	4,9

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

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

(2) Base: igual mês do ano anterior

(3) Base: igual período do ano anterior

(4) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

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

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

(2) Base: igual mês do ano anterior

(3) Base: igual período do ano anterior

(4) Base: últimos 12 meses anteriores

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

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Comércio Varejista (4)	3,7	3,5	5,4	7,2	3,5	4,4	7,2	6,9	6,5
1. Combustíveis e lubrificantes	10,1	7,4	15,3	10,1	7,4	11,2	10,1	10,1	10,3
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	0,4	1,9	-2,0	5,3	1,9	-0,1	5,3	4,6	3,6
2.1. Hipermercados e supermercados	-0,4	1,4	-0,6	5,4	1,4	0,4	5,4	4,7	3,6
3. Tecidos, vestuário e calçados	0,6	1,6	18,1	5,4	1,6	8,5	5,4	5,2	6,2
4. Móveis e eletrodomésticos	8,5	0,7	8,1	6,0	0,7	4,1	6,0	5,7	6,0
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	4,7	7,5	14,7	12,4	7,5	10,9	12,4	12,3	12,5
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-2,8	-1,2	94,8	-4,3	-1,2	17,6	-4,3	-0,5	8,3
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	27,0	-3,6	15,9	-2,9	-3,6	4,7	-2,9	-1,3	0,6
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	14,3	8,1	16,0	13,5	8,1	11,6	13,5	13,2	13,5
Comércio Varejista Ampliado (5)	2,6	4,8	8,9	7,0	4,8	6,8	7,0	6,8	6,7
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-3,3	8,7	8,4	2,7	8,7	8,6	2,7	2,8	2,5
10. Material de construção	1,0	15,1	26,7	14,5	15,1	20,9	14,5	15,7	16,3
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	4,2	0,2	12,6	6,7	0,2	6,2	6,7	5,8	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 4 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Pernambuco - Fevereiro 2025 - Variação (%)

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

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

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

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Comércio Varejista (4)	3,4	1,0	3,5	6,9	1,0	2,2	6,9	6,0	5,5
1. Combustíveis e lubrificantes	-7,2	-3,7	5,7	-0,2	-3,7	0,7	-0,2	-1,3	-1,3
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	3,9	0,6	3,2	9,9	0,6	1,8	9,9	8,6	7,7
2.1. Hipermercados e supermercados	4,7	0,8	3,3	11,0	0,8	2,0	11,0	9,6	8,6
3. Tecidos, vestuário e calçados	7,5	0,1	4,9	3,1	0,1	2,4	3,1	3,1	3,3
4. Móveis e eletrodomésticos	14,3	4,0	5,9	8,1	4,0	4,9	8,1	8,2	8,3
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	6,8	7,0	10,2	7,9	7,0	8,6	7,9	7,9	8,0
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-26,4	-4,8	-27,2	-23,7	-4,8	-15,2	-23,7	-19,1	-20,6
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-27,6	48,4	-43,3	-20,9	48,4	-8,4	-20,9	-20,3	-26,9
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	13,1	3,7	-4,6	11,3	3,7	-0,3	11,3	11,6	9,7
Comércio Varejista Ampliado (5)	1,3	-0,4	0,5	5,8	-0,4	0,0	5,8	4,8	4,0
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	21,0	31,6	18,0	16,7	31,6	25,1	16,7	18,3	18,6
10. Material de construção	5,4	-3,2	2,4	14,5	-3,2	-0,5	14,5	12,5	10,9
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	-22,2	-28,8	-26,0	-10,0	-28,8	-27,5	-10,0	-13,0	-15,5

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
Minas Gerais - Fevereiro 2025 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Comércio Varejista (4)	1,4	4,2	2,2	3,2	4,2	3,2	3,2	3,2	2,9
1. Combustíveis e lubrificantes	-2,4	2,0	3,0	-8,2	2,0	2,5	-8,2	-7,1	-5,9
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	-0,7	4,3	0,0	3,5	4,3	2,1	3,5	3,2	2,6
2.1. Hipermercados e supermercados	-0,1	5,0	0,5	4,1	5,0	2,7	4,1	3,8	3,2
3. Tecidos, vestuário e calçados	12,4	-1,6	8,7	4,2	-1,6	3,0	4,2	4,2	4,8
4. Móveis e eletrodomésticos	10,2	5,8	10,8	4,5	5,8	8,1	4,5	4,8	5,6
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	-2,5	2,4	0,6	7,5	2,4	1,5	7,5	6,9	5,8
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-3,2	6,2	3,1	-7,5	6,2	4,9	-7,5	-5,0	-3,7
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	5,3	-15,7	-21,8	43,4	-15,7	-18,9	43,4	36,4	27,4
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	11,6	12,4	14,1	9,9	12,4	13,2	9,9	11,1	10,0
Comércio Varejista Ampliado (5)	-0,3	2,8	2,8	1,6	2,8	2,8	1,6	1,6	1,5
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	13,1	14,9	18,5	11,7	14,9	16,6	11,7	13,0	13,4
10. Material de construção	-0,7	2,5	5,4	3,9	2,5	3,9	3,9	4,1	3,9
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	-19,0	-15,5	-13,9	-14,9	-15,5	-14,7	-14,9	-16,5	-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 12 meses anteriores

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

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

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

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Comércio Varejista (4)	4,0	4,4	6,4	0,9	4,4	5,4	0,9	1,4	1,6
1. Combustíveis e lubrificantes	-5,9	-4,8	-4,4	-0,1	-4,8	-4,6	-0,1	-1,1	-1,9
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	3,7	7,1	4,1	4,7	7,1	5,6	4,7	5,0	4,9
2.1. Hipermercados e supermercados	3,3	8,9	4,5	0,1	8,9	6,7	0,1	1,0	1,2
3. Tecidos, vestuário e calçados	11,6	17,4	23,9	6,9	17,4	20,8	6,9	7,8	9,5
4. Móveis e eletrodomésticos	1,4	-4,4	17,4	0,1	-4,4	5,6	0,1	-0,2	1,7
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	9,5	11,6	11,1	10,2	11,6	11,3	10,2	10,4	10,4
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-11,4	-15,0	-20,9	-7,3	-15,0	-16,8	-7,3	-8,6	-11,4
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	2,1	-1,5	-1,5	-13,1	-1,5	-1,5	-13,1	-12,2	-12,1
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	19,3	26,3	25,4	32,2	26,3	25,8	32,2	32,6	32,1
Comércio Varejista Ampliado (5)	0,0	4,9	7,8	1,7	4,9	6,3	1,7	2,4	3,1
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-4,3	1,5	5,9	10,9	1,5	3,7	10,9	11,4	10,7
10. Material de construção	-9,7	6,1	10,5	-12,6	6,1	8,0	-12,6	-10,6	-6,5
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	-3,0	20,6	22,1	-2,3	20,6	21,4	-2,3	-0,7	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 - Fevereiro 2025 - Variação (%)

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

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

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

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

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 - Fevereiro 2025 - Variação (%)

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

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
Santa Catarina - Fevereiro 2025 - Variação (%)

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

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio

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

Rio Grande Do Sul - Fevereiro 2025 - Variação (%)

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

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio

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

Goiás - Fevereiro 2025 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Comércio Varejista (4)	1,1	0,7	1,6	4,5	0,7	1,1	4,5	4,3	4,0
1. Combustíveis e lubrificantes	-12,4	-11,6	-11,7	-7,5	-11,6	-11,6	-7,5	-7,7	-7,8
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	1,4	1,9	0,2	8,4	1,9	1,0	8,4	7,7	6,9
2.1. Hipermercados e supermercados	1,0	2,7	-0,7	9,0	2,7	1,0	9,0	8,3	7,3
3. Tecidos, vestuário e calçados	-7,1	-7,3	-3,0	-0,7	-7,3	-5,2	-0,7	-1,2	-1,5
4. Móveis e eletrodomésticos	7,4	15,0	30,2	3,0	15,0	21,9	3,0	4,8	7,2
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	13,1	10,2	9,0	9,5	10,2	9,6	9,5	9,7	9,4
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	18,8	4,6	9,4	9,3	4,6	6,1	9,3	9,8	10,6
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-15,1	-37,3	-7,3	-3,0	-37,3	-24,8	-3,0	-9,0	-6,9
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	10,4	-1,4	2,4	8,7	-1,4	0,4	8,7	8,0	6,9
Comércio Varejista Ampliado (5)	0,4	1,1	-1,2	8,7	1,1	0,0	8,7	8,2	7,2
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	4,9	4,9	-2,4	23,0	4,9	1,3	23,0	22,3	20,2
10. Material de construção	-6,8	4,1	-2,0	0,1	4,1	1,0	0,1	0,9	-0,4
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	-7,1	-6,3	-6,8	0,1	-6,3	-6,6	0,1	-1,1	-2,8

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

Distrito Federal - Fevereiro 2025 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Comércio Varejista (4)	5,2	5,8	4,9	4,7	5,8	5,3	4,7	5,0	4,9
1. Combustíveis e lubrificantes	3,3	6,2	5,1	-0,3	6,2	5,6	-0,3	0,6	1,5
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	2,3	3,5	1,2	5,3	3,5	2,3	5,3	5,1	4,5
2.1. Hipermercados e supermercados	3,5	4,7	2,3	6,3	4,7	3,5	6,3	6,2	5,6
3. Tecidos, vestuário e calçados	9,0	2,6	9,3	9,5	2,6	5,7	9,5	9,1	9,0
4. Móveis e eletrodomésticos	33,9	29,8	21,7	12,5	29,8	25,9	12,5	15,3	16,4
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	2,8	5,6	3,4	4,1	5,6	4,5	4,1	4,3	4,0
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	3,5	-11,4	-4,5	1,6	-11,4	-8,6	1,6	1,7	1,9
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-37,7	-36,7	25,1	-31,9	-36,7	-9,5	-31,9	-35,5	-33,2
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	7,4	6,2	10,0	6,8	6,2	8,0	6,8	7,9	8,0
Comércio Varejista Ampliado (5)	3,2	5,7	6,5	7,7	5,7	6,1	7,7	7,5	7,4
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-6,4	0,9	7,2	16,8	0,9	3,8	16,8	14,5	13,2
10. Material de construção	0,7	5,0	12,2	2,4	5,0	8,5	2,4	3,5	5,1
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	14,7	18,9	9,5	9,1	18,9	14,2	9,1	9,7	9,8

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

Atividades	Comércio varejista ampliado												
	fev/2024	mar/2024	abr/2024	mai/2024	jun/2024	jul/2024	ago/2024	set/2024	out/2024	nov/2024	dez/2024	jan/2025	fev/2025
Comércio Varejista (1)	95,8	105,3	98,9	106,6	101,6	105,6	106,8	101,8	107,6	114,3	126,6	102,7	97,2
1. Combustíveis e lubrificantes	94,5	100,9	100,3	101,6	99,1	102,8	105,2	103,2	108,0	105,8	105,2	102,2	95,9
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	101,4	110,4	101,9	108,8	103,2	106,5	111,3	105,4	110,4	112,9	127,2	105,0	101,1
2.1. Hipermercados e supermercados	102,3	111,3	102,8	109,6	103,5	107,3	112,5	106,7	111,3	114,5	128,8	106,5	102,4
3. Tecidos, vestuário e calçados	70,8	81,1	83,7	102,0	101,5	101,2	95,4	85,2	92,6	109,5	174,2	81,9	76,9
4. Móveis e eletrodomésticos	90,0	99,7	97,3	105,6	100,9	106,5	102,0	96,3	107,1	133,9	133,6	107,6	98,4
4.1. Móveis	87,9	91,8	94,8	101,9	99,0	104,2	99,8	92,0	97,5	121,7	118,4	95,3	86,8
4.2. Eletrodomésticos	92,6	104,4	100,1	109,2	103,4	109,3	104,6	99,7	112,4	140,9	141,0	113,7	104,0
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	100,7	113,0	107,7	116,8	112,7	114,4	115,4	112,7	114,6	117,1	120,3	107,7	103,9
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	115,7	81,8	72,2	74,6	75,9	78,6	73,1	66,0	71,8	73,5	112,1	160,2	109,7
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	95,5	99,9	100,3	98,7	96,5	107,5	98,9	92,5	104,4	129,6	108,6	102,3	92,4
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	81,4	95,8	83,8	96,4	87,3	97,9	88,8	86,2	96,6	118,5	123,4	93,9	83,5
Comércio Varejista Ampliado (2)	96,1	105,0	101,2	106,3	103,7	109,1	108,5	103,8	110,6	111,4	117,6	102,3	98,4
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	103,1	116,7	121,0	116,4	124,0	133,0	128,7	124,8	133,8	122,4	120,7	116,9	113,4
10. Material de construção	91,2	95,2	101,7	101,4	101,3	112,2	111,8	106,6	115,5	106,5	93,5	101,9	100,1
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	91,8	96,5	88,6	97,3	91,3	95,5	91,7	88,1	95,2	90,8	92,4	85,3	85,8

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

Nota: Base: 2014 = 100

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

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

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

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

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

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

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

(2) Base: igual mês do ano anterior

(3) Base: igual período do ano anterior

(4) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 7 - Indicadores de Receita Nominal de Vendas do Comércio Varejista, segundo as unidades da federação
Fevereiro 2025 - Variação (%)

Brasil e Unidades da Federação	Mês/Mês anterior (1)			Mensal (2)			Acumulado no ano (3)			Últimos 12 meses (4)		
	DEZ	JAN	FEV	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Brasil	0,4	0,2	1,4	7,0	8,7	7,1	8,2	8,7	7,9	8,2	8,4	8,2
Rondônia	-3,5	1,9	6,2	2,4	4,5	11,5	8,0	4,5	8,0	8,0	7,9	8,3
Acre	-2,9	2,1	0,5	8,3	8,5	8,1	10,8	8,5	8,3	10,8	10,6	10,3
Amazonas	-1,5	-0,3	6,4	5,1	8,0	13,6	8,3	8,0	10,8	8,3	8,5	9,0
Roraima	-6,5	-6,1	5,4	8,8	0,2	2,2	9,7	0,2	1,2	9,7	9,3	9,2
Pará	0,2	0,4	0,8	6,0	7,9	2,8	8,4	7,9	5,4	8,4	8,5	7,5
Amapá	-8,6	14,3	0,9	4,8	21,8	18,1	21,5	21,8	20,0	21,5	22,1	22,0
Tocantins	-1,0	4,2	-3,1	9,0	13,9	10,3	12,6	13,9	12,1	12,6	13,1	13,1
Maranhão	-2,3	3,1	2,9	2,7	7,3	10,6	9,1	7,3	8,9	9,1	9,2	9,1
Piauí	-0,4	0,2	1,3	8,4	7,5	8,0	10,1	7,5	7,7	10,1	10,2	10,1
Ceará	-0,6	-0,7	2,0	9,4	9,0	10,6	11,5	9,0	9,8	11,5	11,4	11,2
Rio Grande do Norte	-0,3	0,2	-0,4	5,6	7,6	4,7	9,0	7,6	6,2	9,0	9,1	8,7
Paraíba	1,8	-0,6	0,0	12,2	9,3	5,9	13,9	9,3	7,6	13,9	14,2	13,6
Pernambuco	0,7	-0,6	1,7	8,2	6,3	8,5	7,6	6,3	7,4	7,6	7,6	7,5
Alagoas	0,4	-1,6	3,5	9,2	7,5	10,1	9,3	7,5	8,8	9,3	9,5	9,3
Sergipe	2,2	-2,8	4,4	7,2	3,9	5,2	8,4	3,9	4,5	8,4	8,3	8,0
Bahia	2,3	-0,9	1,3	9,5	7,2	9,4	10,6	7,2	8,3	10,6	10,3	10,1
Minas Gerais	1,7	-0,5	1,1	6,9	8,7	7,2	8,3	8,7	8,0	8,3	8,5	8,2
Espírito Santo	-9,0	0,6	2,6	8,2	9,0	11,2	4,0	9,0	10,1	4,0	4,8	5,4
Rio de Janeiro	2,2	1,1	-0,2	5,7	6,6	3,2	6,1	6,6	4,9	6,1	6,3	5,9
São Paulo	-0,1	0,2	0,7	7,1	8,8	5,6	8,0	8,8	7,2	8,0	8,3	8,0
Paraná	-0,2	1,1	2,4	5,0	8,5	7,1	7,0	8,5	7,8	7,0	7,1	7,0
Santa Catarina	0,2	1,7	4,2	5,7	13,2	12,7	7,4	13,2	12,9	7,4	8,2	8,6
Rio Grande do Sul	-0,9	0,3	1,1	10,0	12,5	10,9	10,9	12,5	11,7	10,9	11,4	11,5
Mato Grosso do Sul	0,7	0,8	2,0	5,5	6,6	4,1	8,7	6,6	5,3	8,7	8,4	7,7
Mato Grosso	0,7	2,9	0,4	0,2	3,4	0,3	5,4	3,4	1,8	5,4	4,8	3,5
Goiás	1,9	-1,0	1,3	7,9	6,5	7,9	9,0	6,5	7,2	9,0	9,0	9,0
Distrito Federal	3,7	0,3	1,7	10,0	11,6	11,7	8,4	11,6	11,6	8,4	9,0	9,2

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

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

(2) Base: igual mês do ano anterior

(3) Base: igual período do ano anterior

(4) Base: 12 meses anteriores

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 8 - Indicadores de Receita Nominal de Vendas do Comércio Varejista Ampliado, segundo as unidades da federação
Fevereiro 2025 - Variação (%)

Brasil e Unidades da Federação	Mês/Mês anterior (1)			Mensal (2)			Acumulado no ano (3)			Últimos 12 meses (4)		
	DEZ	JAN	FEV	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Brasil	-0,7	2,0	0,6	5,8	6,8	7,0	7,1	6,8	6,9	7,1	7,0	6,7
Rondônia	-1,0	0,3	2,6	4,3	3,1	7,9	2,9	3,1	5,5	2,9	2,8	3,0
Acre	-1,0	1,1	-0,1	10,2	8,9	8,2	7,4	8,9	8,5	7,4	7,9	8,0
Amazonas	-1,9	1,1	2,6	8,3	9,0	13,8	11,3	9,0	11,3	11,3	11,2	11,4
Roraima	-3,7	-2,0	2,0	4,8	-0,2	-1,6	4,7	-0,2	-0,9	4,7	5,1	4,8
Pará	-3,0	5,2	0,7	5,5	8,3	6,2	5,4	8,3	7,2	5,4	5,1	4,8
Amapá	-8,8	12,3	0,5	8,0	22,9	16,2	20,5	22,9	19,6	20,5	21,3	21,1
Tocantins	0,0	8,7	-0,3	7,0	12,2	11,0	7,5	12,2	11,6	7,5	6,9	6,3
Maranhão	1,3	-1,6	1,3	10,6	-1,4	6,2	10,6	-1,4	2,2	10,6	8,5	7,9
Piauí	0,1	-2,1	1,4	13,0	7,9	11,0	10,6	7,9	9,4	10,6	10,9	11,1
Ceará	-1,8	1,1	2,0	8,2	10,3	14,6	10,8	10,3	12,4	10,8	10,9	11,1
Rio Grande do Norte	-1,0	2,7	-1,3	6,2	9,7	9,0	9,6	9,7	9,4	9,6	9,9	9,9
Paraíba	2,3	-0,5	0,6	14,4	10,6	9,6	13,3	10,6	10,1	13,3	13,6	13,2
Pernambuco	-0,6	-0,1	1,6	7,3	9,1	10,7	9,4	9,1	9,9	9,4	9,6	9,7
Alagoas	1,2	-2,3	1,7	10,6	4,0	8,9	9,1	4,0	6,3	9,1	8,7	8,6
Sergipe	3,3	-2,0	2,4	7,5	2,4	6,0	9,0	2,4	4,2	9,0	8,6	8,1
Bahia	3,3	0,0	-0,3	7,6	5,8	7,3	8,8	5,8	6,5	8,8	8,5	8,2
Minas Gerais	0,5	1,0	0,2	4,0	5,7	5,9	6,5	5,7	5,8	6,5	6,5	6,3
Espírito Santo	-5,5	2,4	1,5	3,1	8,7	12,5	3,2	8,7	10,6	3,2	4,3	5,3
Rio de Janeiro	-0,1	2,2	-1,1	4,8	5,1	4,3	5,7	5,1	4,7	5,7	5,7	5,4
São Paulo	-0,4	2,5	0,4	3,7	4,5	4,2	4,7	4,5	4,4	4,7	4,2	3,4
Paraná	-1,2	2,6	0,3	6,3	8,0	7,6	7,9	8,0	7,8	7,9	7,9	7,6
Santa Catarina	-0,4	2,5	1,4	6,8	12,3	11,3	9,5	12,3	11,8	9,5	10,2	10,1
Rio Grande do Sul	-3,6	1,7	-1,5	13,1	14,1	13,1	11,8	14,1	13,6	11,8	12,5	12,8
Mato Grosso do Sul	-0,2	4,1	0,6	4,2	5,6	6,0	1,6	5,6	5,8	1,6	2,0	2,3
Mato Grosso	-6,1	5,4	0,5	2,6	2,7	5,0	4,4	2,7	3,8	4,4	3,5	3,4
Goiás	1,9	0,9	0,7	5,6	5,2	3,2	12,4	5,2	4,2	12,4	12,2	11,3
Distrito Federal	3,8	-0,2	0,3	7,5	10,5	12,3	10,6	10,5	11,4	10,6	10,8	10,9

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: 12 meses anteriores

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

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Comércio Varejista (4)	9,4	9,0	10,6	11,5	9,0	9,8	11,5	11,4	11,2
1. Combustíveis e lubrificantes	13,7	12,6	19,0	11,9	12,6	15,7	11,9	12,7	13,4
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	7,7	8,6	4,3	10,1	8,6	6,5	10,1	9,8	9,1
2.1. Hipermercados e supermercados	6,6	7,8	5,6	10,2	7,8	6,7	10,2	9,7	8,9
3. Tecidos, vestuário e calçados	1,6	4,6	20,9	6,4	4,6	11,4	6,4	6,5	7,6
4. Móveis e eletrodomésticos	13,5	3,9	11,7	7,3	3,9	7,5	7,3	7,2	7,9
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	12,8	13,1	20,3	20,9	13,1	16,6	20,9	20,6	20,6
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	4,0	6,1	111,5	2,8	6,1	26,7	2,8	6,2	15,6
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	35,1	4,1	22,3	-2,9	4,1	11,9	-2,9	-0,2	2,2
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	18,3	10,9	19,8	17,1	10,9	14,8	17,1	16,6	16,9
Comércio Varejista Ampliado (5)	8,2	10,3	14,6	10,8	10,3	12,4	10,8	10,9	11,1
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-1,3	11,7	12,3	3,7	11,7	11,9	3,7	4,0	4,1
10. Material de construção	3,4	19,3	31,6	15,6	19,3	25,4	15,6	17,2	18,2
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	14,2	9,3	22,7	13,0	9,3	15,9	13,0	12,7	13,5

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

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

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

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
Bahia - Fevereiro 2025 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Comércio Varejista (4)	9,5	7,2	9,4	10,6	7,2	8,3	10,6	10,3	10,1
1. Combustíveis e lubrificantes	1,0	6,1	13,5	5,7	6,1	9,6	5,7	5,9	6,5
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	9,9	6,7	9,6	12,7	6,7	8,1	12,7	11,9	11,4
2.1. Hipermercados e supermercados	10,1	6,3	9,0	13,7	6,3	7,6	13,7	12,7	12,1
3. Tecidos, vestuário e calçados	9,7	1,7	8,7	4,5	1,7	5,0	4,5	4,5	5,0
4. Móveis e eletrodomésticos	14,5	4,6	6,4	6,7	4,6	5,4	6,7	7,0	7,3
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	14,7	14,4	16,9	16,0	14,4	15,6	16,0	15,9	16,0
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-22,0	-0,8	-23,3	-17,3	-0,8	-11,3	-17,3	-13,0	-15,1
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-28,3	47,2	-43,2	-24,6	47,2	-9,0	-24,6	-23,7	-29,6
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	16,5	6,8	-1,0	13,8	6,8	3,0	13,8	14,1	12,3
Comércio Varejista Ampliado (5)	7,6	5,8	7,3	8,8	5,8	6,5	8,8	8,5	8,2
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	24,8	35,7	23,0	16,9	35,7	29,6	16,9	19,0	19,8
10. Material de construção	9,4	-0,4	7,0	13,4	-0,4	3,1	13,4	12,1	11,2
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	-12,1	-18,5	-12,7	-5,1	-18,5	-15,8	-5,1	-7,1	-8,6

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
Minas Gerais - Fevereiro 2025 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Comércio Varejista (4)	6,9	8,7	7,2	8,3	8,7	8,0	8,3	8,5	8,2
1. Combustíveis e lubrificantes	3,8	9,6	14,7	-1,3	9,6	12,1	-1,3	0,6	2,7
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	6,0	9,4	5,1	8,6	9,4	7,2	8,6	8,6	8,1
2.1. Hipermercados e supermercados	6,7	10,3	5,8	9,2	10,3	8,0	9,2	9,2	8,7
3. Tecidos, vestuário e calçados	15,1	0,5	11,7	8,5	0,5	5,5	8,5	8,1	8,5
4. Móveis e eletrodomésticos	9,9	4,5	9,4	3,8	4,5	6,8	3,8	4,3	5,2
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	2,4	6,9	5,0	12,9	6,9	5,9	12,9	12,1	10,9
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	4,5	14,5	10,9	0,8	14,5	13,0	0,8	3,4	4,6
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	6,2	-17,6	-23,2	40,3	-17,6	-20,6	40,3	33,9	25,4
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	14,3	14,7	16,4	12,9	14,7	15,5	12,9	13,9	12,7
Comércio Varejista Ampliado (5)	4,0	5,7	5,9	6,5	5,7	5,8	6,5	6,5	6,3
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	14,3	18,1	21,5	11,5	18,1	19,8	11,5	13,0	13,7
10. Material de construção	0,8	3,7	6,9	3,7	3,7	5,3	3,7	4,1	4,2
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	-14,9	-15,1	-14,4	-3,8	-15,1	-14,8	-3,8	-6,1	-6,8

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
Espírito Santo - Fevereiro 2025 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Comércio Varejista (4)	8,2	9,0	11,2	4,0	9,0	10,1	4,0	4,8	5,4
1. Combustíveis e lubrificantes	-2,2	1,0	4,5	6,0	1,0	2,7	6,0	5,2	4,7
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	10,4	13,3	10,4	7,5	13,3	11,8	7,5	8,4	8,8
2.1. Hipermercados e supermercados	9,3	14,2	9,8	2,7	14,2	12,0	2,7	4,0	4,6
3. Tecidos, vestuário e calçados	13,5	20,1	27,3	8,8	20,1	23,9	8,8	9,7	11,4
4. Móveis e eletrodomésticos	2,4	-3,0	19,4	1,7	-3,0	7,2	1,7	1,5	3,6
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	13,8	16,6	15,3	15,9	16,6	16,0	15,9	16,0	15,7
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-6,4	-10,9	-16,9	2,9	-10,9	-12,7	2,9	-1,4	-5,2
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	1,9	0,1	-1,7	-11,9	0,1	-0,7	-11,9	-10,7	-10,6
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	24,1	31,3	31,3	37,4	31,3	31,3	37,4	37,8	37,3
Comércio Varejista Ampliado (5)	3,1	8,7	12,5	3,2	8,7	10,6	3,2	4,3	5,3
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-4,3	2,9	9,0	9,5	2,9	6,0	9,5	10,3	10,1
10. Material de construção	-9,8	6,8	11,3	-14,4	6,8	8,8	-14,4	-12,3	-8,1
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	7,3	31,6	36,6	3,9	31,6	34,1	3,9	6,4	8,8

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
Rio De Janeiro - Fevereiro 2025 - Variação (%)

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

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

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

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

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

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

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

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

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

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

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
Rio Grande Do Sul - Fevereiro 2025 - Variação (%)

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

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 - Fevereiro 2025 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Comércio Varejista (4)	7,9	6,5	7,9	9,0	6,5	7,2	9,0	9,0	9,0
1. Combustíveis e lubrificantes	-6,4	-5,3	-4,1	-3,6	-5,3	-4,7	-3,6	-3,4	-3,1
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	10,0	8,6	7,5	13,5	8,6	8,1	13,5	13,2	12,7
2.1. Hipermercados e supermercados	9,6	9,5	6,6	14,1	9,5	8,1	14,1	13,7	13,2
3. Tecidos, vestuário e calçados	-3,6	-4,1	0,0	1,7	-4,1	-2,1	1,7	1,2	0,9
4. Móveis e eletrodomésticos	6,1	13,7	29,2	1,7	13,7	20,7	1,7	3,6	6,1
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	19,2	16,5	14,8	14,9	16,5	15,6	14,9	15,2	14,9
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	23,4	7,5	12,5	14,3	7,5	9,0	14,3	14,3	15,1
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-19,0	-37,6	-4,8	-10,6	-37,6	-24,1	-10,6	-15,8	-12,9
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	16,7	3,6	7,8	13,0	3,6	5,6	13,0	12,4	11,4
Comércio Varejista Ampliado (5)	5,6	5,2	3,2	12,4	5,2	4,2	12,4	12,2	11,3
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	6,0	6,6	-0,8	23,7	6,6	3,0	23,7	23,3	21,4
10. Material de construção	-6,9	5,1	-1,6	-0,1	5,1	1,7	-0,1	0,8	-0,4
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	1,3	-1,2	-0,9	8,4	-1,2	-1,0	8,4	7,1	5,2

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos últimos 12 meses anteriores

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

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

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

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Comércio Varejista (4)	10,0	11,6	11,7	8,4	11,6	11,6	8,4	9,0	9,2
1. Combustíveis e lubrificantes	9,9	19,0	20,3	5,3	19,0	19,6	5,3	7,2	8,6
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	8,9	10,0	8,2	9,1	10,0	9,1	9,1	9,4	9,2
2.1. Hipermercados e supermercados	10,0	11,2	9,3	10,2	11,2	10,2	10,2	10,5	10,4
3. Tecidos, vestuário e calçados	8,0	2,2	10,6	8,8	2,2	6,0	8,8	8,3	8,1
4. Móveis e eletrodomésticos	32,2	27,6	20,7	10,5	27,6	24,3	10,5	13,6	15,0
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	9,0	12,0	9,8	10,1	12,0	10,9	10,1	10,2	9,9
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	7,2	-9,0	-0,8	7,9	-9,0	-5,7	7,9	6,9	6,8
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-36,8	-37,2	26,8	-32,8	-37,2	-9,2	-32,8	-36,3	-33,7
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	11,0	10,5	15,7	10,3	10,5	12,9	10,3	11,4	11,6
Comércio Varejista Ampliado (5)	7,5	10,5	12,3	10,6	10,5	11,4	10,6	10,8	10,9
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-4,5	3,6	10,9	17,7	3,6	7,0	17,7	15,6	14,7
10. Material de construção	1,3	6,0	12,6	2,0	6,0	9,2	2,0	3,3	4,9
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	23,1	26,4	18,5	15,6	26,4	22,4	15,6	16,6	17,2

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio

Tabela 10 - Índice de base fixa da receita nominal de vendas no comércio varejista (1) e comércio varejista ampliado (2), por atividades - fevereiro 2025

Atividades	Comércio varejista ampliado												
	fev/2024	mar/2024	abr/2024	mai/2024	jun/2024	jul/2024	ago/2024	set/2024	out/2024	nov/2024	dez/2024	jan/2025	fev/2025
Comércio Varejista (1)	100,4	110,6	104,6	113,5	108,6	112,3	113,4	108,4	115,3	123,4	138,4	112,5	107,6
1. Combustíveis e lubrificantes	85,2	90,8	91,2	92,8	90,4	95,9	98,4	96,5	100,8	98,6	98,9	97,0	94,7
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	108,3	118,4	110,0	118,2	112,8	115,0	119,4	113,9	120,4	125,0	142,1	118,4	114,8
2.1. Hipermercados e supermercados	109,3	119,5	111,1	119,1	113,2	115,9	120,8	115,2	121,5	126,7	143,9	120,0	116,3
3. Tecidos, vestuário e calçados	77,3	88,7	92,0	112,6	112,1	111,5	105,7	94,4	102,9	121,6	195,8	91,4	85,9
4. Móveis e eletrodomésticos	89,3	98,4	95,7	103,5	99,0	105,1	101,3	95,5	106,1	132,1	132,1	106,1	97,8
4.1. Móveis	93,9	98,1	101,6	108,5	105,3	111,2	107,7	99,3	105,7	132,2	129,3	104,3	95,1
4.2. Eletrodomésticos	88,9	99,8	95,0	103,2	98,2	104,4	100,6	95,5	107,7	133,8	134,8	108,1	99,8
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	111,8	126,0	122,9	133,9	130,0	132,0	133,2	130,4	133,1	135,4	139,6	125,2	121,2
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	135,4	95,8	84,9	87,6	89,5	93,2	87,6	79,3	86,4	88,2	135,4	196,7	136,3
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	86,3	90,3	89,6	88,8	87,1	97,0	90,3	84,2	94,7	116,2	98,4	92,9	84,1
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	87,6	103,0	90,3	104,2	94,7	106,5	96,8	94,2	105,8	130,3	136,2	104,0	93,3
Comércio Varejista Ampliado (2)	101,0	110,7	106,9	113,0	110,4	115,5	114,5	110,1	118,1	119,8	127,8	111,3	108,1
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	105,1	118,9	123,1	118,8	126,2	135,3	131,1	127,2	136,9	125,6	124,0	120,6	118,2
10. Material de construção	93,3	97,1	103,1	103,1	103,0	113,9	113,1	108,7	118,8	110,0	96,5	105,5	103,5
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	102,4	108,7	100,2	110,0	103,7	107,1	101,9	98,7	107,8	104,5	107,4	100,1	101,4

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 09/04/2025 às 9 horas