



Indicadores IBGE

Pesquisa Mensal de Comércio

Março 2025

Publicado em 15/05/2025 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.....	7
4.3 VOLUME DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO POR UNIDADES DA FEDERAÇÃO	8
4.4 RECEITA NOMINAL DE VENDAS POR ATIVIDADES.....	9
4.5 RECEITA NOMINAL DE DO COMÉRCIO VAREJISTA VENDAS POR UNIDADE DA FEDERAÇÃO	10
4.6 RECEITA NOMINAL DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO	11
POR UNIDADE DA FEDERAÇÃO	11
5 DEFLATORES DA PESQUISA	12
6 OBSERVAÇÕES	14

NOTAS METODOLÓGICAS

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

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

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

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

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

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

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

1 CARACTERÍSTICAS DA PESQUISA

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

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

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

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

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

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

QUADRO I – GRUPOS DE ATIVIDADE E CÓDIGOS CNAE

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

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

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

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

2 CONSTRUÇÃO DE INDICADORES

Séries receita nominal e de volume – A partir da receita bruta de revenda investigada são construídos indicadores para duas variáveis: Receita Nominal de Vendas e Volume de Vendas. Esta última resulta da deflação dos valores nominais correntes por índices de preços específicos para cada grupo de atividade, e para cada Unidade da Federação, construídos a partir dos relativos de preços do Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo - IPCA (nova estrutura adotada a partir de janeiro de 2012) e do Sistema Nacional de Pesquisa de Custos e Índices da Construção Civil - 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, AO2022.Abr
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)

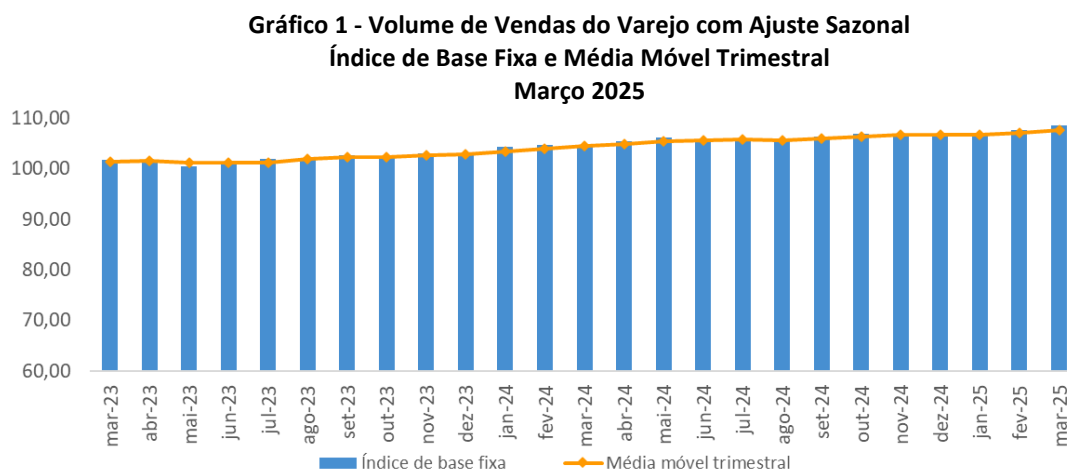
Atividades da PMC	CNAE da PMC	Grupo de produto	Itens do IPCA
12- Móveis	4753-9	-	IPCA (cód. 3101000)
			IPCA (cód. 3102000)
	4756-3	-	IPCA (cód. 3102000)
	4759-8	-	IPCA (cód. 3101000)
			IPCA (cód. 3102000)
	4762-8	-	IPCA (cód. 3102000)
13- Eletrodomésticos	4754-7	-	IPCA (cód. 3101000)
			IPCA (cód. 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)
	4632-0		IPCA (cód. 1101000)
			IPCA (cód. 1102000)
	4633-8		IPCA (cód. 1103000)
			IPCA (cód. 1105000)
			IPCA (cód. 1106000)
	4634-6		IPCA (cód. 1107000)
			IPCA (cód. 1108000)
	4635-4		IPCA (cód. 1114000)
	4636-2		IPCA (cód. 7202000)
	4637-1		IPCA (cód. 1100000)
	4639-7		IPCA (cód. 1000000)

6 OBSERVAÇÕES

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

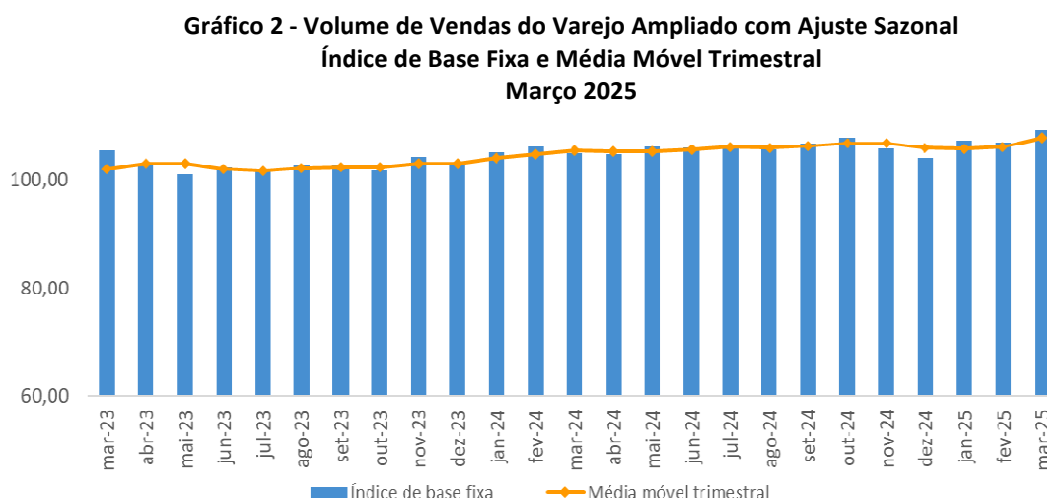
COMENTÁRIOS

Em março de 2025, o volume de vendas no comércio varejista nacional mostrou crescimento de 0,8% nas vendas frente ao mês imediatamente anterior, na série livre de influências sazonais, após alta de 0,7% em fevereiro de 2025. Com isso, a evolução do índice de média móvel trimestral para o varejo, depois do avanço de 0,3% no trimestre encerrado em fevereiro de 2025, cresceu 0,6% no trimestre encerrado em março, conforme mostra o Gráfico 1.



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

Considerando o comércio varejista ampliado, que inclui, além do varejo, as atividades de *Veículos, motos, partes e peças, Material de construção e Atacado de produtos alimentícios, bebidas e fumo*, o volume de vendas em março de 2025 mostrou alta de 1,9% nas vendas frente ao mês imediatamente anterior na série livre de influências sazonais, após variação de -0,2% em fevereiro de 2025. Com isso, a evolução do índice de média móvel trimestral para o varejo ampliado, depois do avanço de 0,4% no trimestre encerrado em fevereiro de 2025, avançou em 1,6% no trimestre encerrado em março de 2025, conforme mostra o Gráfico 2.



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

Na comparação mês contra mesmo mês do ano anterior, o varejo registrou queda de 1,0% em março de 2025, após alta de 1,6% em fevereiro. No ano, o varejo acumula 1,2% de ganhos, enquanto nos últimos 12 meses o resultado é positivo em 3,1%. No varejo ampliado, o indicador interanual, em março, foi de -1,2%, após 2,4% de crescimento em fevereiro de 2025 em relação a fevereiro de 2024. No ano, o setor acumula 1,1% de ganhos e nos últimos 12 meses o resultado também é positivo: 3,0%.

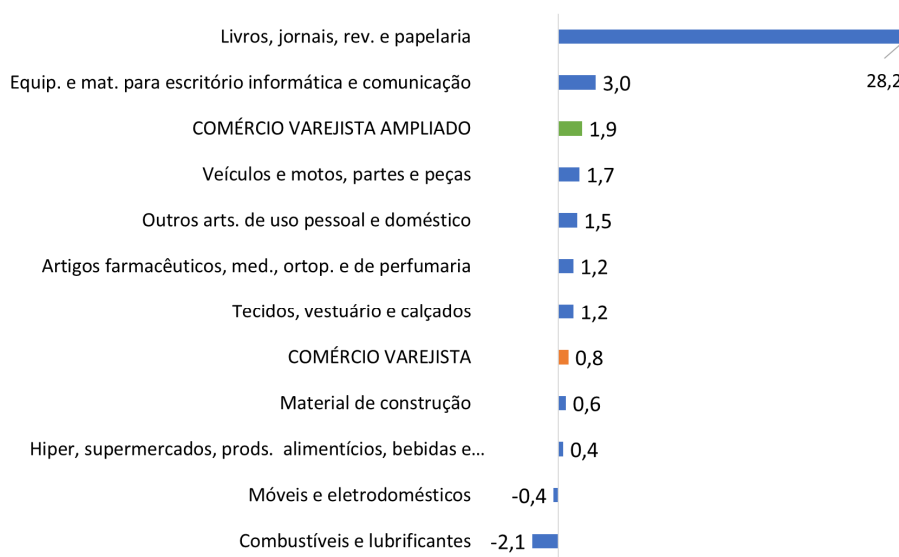
RESULTADOS SETORIAIS

A alta no volume de vendas do **comércio varejista** na passagem de fevereiro para março de 2025, na série com ajuste sazonal, teve predominância de taxas positivas, atingindo seis das oito atividades pesquisadas, apresentadas a seguir por ordem de magnitude de taxa: *Livros, jornais, revistas e papelaria* (28,2%), *Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação* (3,0%), *Outros artigos de uso pessoal e doméstico* (1,5%), *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria* (1,2%), *Tecidos, vestuário e calçados* (1,2%) e *Hiper, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* (0,4%). Por outro lado, entre fevereiro e março de 2025, dois dos oito grupamentos pesquisados tiveram resultado no campo negativo: *Móveis e eletrodomésticos* (-0,4%) e *Combustíveis e lubrificantes* (-2,1%). Já, no **comércio varejista ampliado**, *Material de construção* registrou 0,6% entre fevereiro e março e *Veículos e motos, partes e peças* 1,7% no período⁴.

Na comparação com o mesmo mês do ano anterior, em março de 2025 houve predominância de taxas negativas dentre as atividades, atingindo cinco das oito atividades pesquisadas: *Livros, jornais, revistas e papelaria* (-6,9%), *Outros artigos de uso pessoal e doméstico* (-6,3%), *Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação* (-2,1%), *Hiper, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* (-1,4%) e *Combustíveis e lubrificantes* (-0,8%). Três setores apresentaram crescimento na comparação interanual: *Móveis e eletrodomésticos* (3,3%), *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria* (2,1%) e *Tecidos, vestuário e calçados* (1,4%). Considerando o **comércio varejista ampliado**, a queda de 1,2% nas vendas frente a março de 2024 foi seguida pelos setores de *Veículos e motos, partes e peças* (-2,2%) e *Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo* (-3,6%). Já, a atividade de *Material de construção* teve alta de 5,2% nesta mesma comparação.

⁴ A série de *Atacado especializado em alimentos, bebidas e fumo* não possui componente dessazonalizado por não conter o mínimo de pontos necessários para o procedimento de ajuste.

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



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

O setor de *Livros, jornais, revistas e papelaria* registrou queda, em março de 2025, de 6,9% nas vendas frente a março de 2024, décima primeira consecutiva e a mais intensa desde novembro de 2024, quando registrou -11,1% na comparação com setembro de 2023. No ano, o setor acumula perdas de 3,7% até março, de maior amplitude que até fevereiro (-2,7%). No indicador dos últimos doze meses o setor também registra perdas, passando de -6,6% até fevereiro de 2025 para -5,9% até março.

Em *Outros artigos de uso pessoal e doméstico*, que engloba lojas de departamentos, óticas, joalherias, artigos esportivos, brinquedos etc., o indicador interanual registrou queda de 6,3% em março de 2025, primeiro resultado negativo desde janeiro de 2024, quando registrou -2,1%. O setor foi o segundo que mais contribuiu, no campo negativo, para o resultado global, somando -0,6 p.p. ao total de -1,0% do varejo. A atividade também mostra diminuição de ritmo em relação ao acumulado no ano, passando de 3,7% até fevereiro para 0,1% no mês de referência. O mesmo acontece em termos do resultado acumulado nos últimos doze meses, que registrou 7,1% até fevereiro e 5,5% até março.

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

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

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.

O agrupamento de *Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação* apresentou queda de 2,1% nas vendas frente a março de 2024, na mesma trajetória registrada do mês anterior (-4,0% em fevereiro). Com isso, no ano o acumulado passa de -1,2% até fevereiro para -1,5% até março. Nos últimos doze meses há inversão na intensidade de crescimento, passando de -0,8% até fevereiro para +0,4% até março de 2025.

Pelo segundo mês consecutivo, o setor de *Hiper, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* apresenta resultado negativo na comparação interanual, registrando -1,4% de crescimento entre março de 2025 e março de 2024, levando a atividade a exercer a principal influência no indicador, no campo negativo: -0,8 p.p do total de -1,0%, conforme Tabela 1. No ano, o acúmulo é positivo em 0,3% até março e com trajetória de queda ao longo dos três primeiros meses de 2025: 2,8% em janeiro e 1,2% em fevereiro. Nos últimos doze meses o valor também é positivo até março (2,8%) e com movimento de diminuição de ganhos ao longo dos últimos quatro meses: 5,2% em novembro 2024, 4,6% em dezembro, 4,3% em janeiro de 2025 e 3,6% em fevereiro.

O setor de *Combustíveis e lubrificantes* desacelerou em 0,8% no volume das vendas frente a março de 2024, primeiro resultado negativo depois de dois meses de crescimento (1,3% em janeiro

e 2,2% em fevereiro). Em relação ao acumulado no ano, ao passar de 1,7% até fevereiro para 0,9% no mês de referência, a atividade mostra diminuição no ritmo de crescimento. Nos últimos doze meses o resultado é negativo: -1,3% até fevereiro e -1,0% até março.

O setor de *Móveis e eletrodomésticos* apresentou alta de 3,3% nas vendas frente a março de 2024, quarto mês consecutivo a registrar crescimento (9,4% em dezembro de 2024, 4,8% em janeiro de 2025 e 9,7% em fevereiro. Em relação ao acumulado no ano, o resultado do primeiro trimestre foi de 5,8%, primeiro mês a registrar diminuição no ritmo de crescimento desde abril (em fevereiro os ganhos haviam sido 7,1% maiores que no mesmo período de 2024). Nos últimos doze meses, no entanto, os ganhos se intensificam: de 4,9% até fevereiro para 5,6% até março.

A atividade de *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria* apresentou aumento de 2,1% nas vendas frente a março de 2024. Ao todo, são 25 meses consecutivos registrando crescimento: a última vez que houve queda para o setor foi em fevereiro de 2023 (-0,5%). O aumento contribuiu em +0,2 p.p. para o total de -1,0% do varejo, maior influência no campo positivo para o mês de março. Com isso, o setor acumula no ano, até março, 3,6% sob o mesmo período de 2024. Nos últimos doze meses o acúmulo é de 6,5% até março, somando 102 meses consecutivos de resultados positivos para este indicador.

A atividade de *Tecidos, vestuário e calçados* apresentou alta de 1,4% nas vendas frente a março de 2024, nona consecutiva e a décima primeira no campo positivo, na comparação interanual, desde janeiro de 2024 (no período, apenas os meses de fevereiro a abril e junho de 2024 não registraram crescimento). No trimestre, o setor acumula ganhos de 4,0% até março. Pelo oitavo mês consecutivo o indicador de 12 meses registra ganhos, sendo de 3,7% no acumulado até março.

Em termos do **varejo ampliado**, a atividade de *Veículos e motos, partes e peças* apresentou resultado no campo negativo (-2,2%) na comparação de março de 2025 com março de 2024, primeira queda após uma sequência ininterrupta de 21 meses de crescimento. No indicador acumulado do ano, o setor mostra resultados positivos, mas decrescentes: 11,6% até dezembro de 2024, 9,0% até janeiro de 2025, 9,4% até fevereiro e 5,3% até março. Nos últimos doze meses, a atividade acumula ganhos de 10,5% até março.

A atividade de *Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo* registrou a oitava queda consecutiva em março de 2025 (-3,6%). Tal resultado posiciona o setor como o de principal contribuição, no campo negativo, para o varejo ampliado, ao lado do setor varejista de hiper e super mercados: -0,5 p.p. do total de -1,2%. No ano de 2025 até março, a atividade acumula perdas (-6,8%), seguindo trajetória negativa pelo décimo terceiro mês consecutivo. Nos últimos doze meses o cenário também é de perdas: -8,2% até março de 2025.

Ainda no âmbito do varejo ampliado, o resultado de 5,2% entre março de 2024 e março de 2025 para *Material de construção* foi o décimo positivo consecutivo, para o indicador de volume. A alta de março levou o setor à maior contribuição no campo positivo: 0,4 p.p. do total de -1,2%. Tanto no acumulado do ano quanto nos últimos doze meses, o resultado, até março, também é positivo: 6,3% no ano e 6,8% nos últimos doze meses.

RESULTADOS TRIMESTRAIS

O primeiro trimestre de 2025, para o **comércio varejista**, alcançou 1,2% de crescimento em relação ao mesmo período de 2024. O resultado foi o décimo positivo consecutivo nessa comparação, já que o último resultado negativo foi no terceiro tri de 2024 (-0,4%), conforme Tabela 2. Setorialmente, seis atividades tiveram resultados no campo positivo: *Móveis e eletrodomésticos* (5,8%), *Tecidos, vestuário e calçados* (4,0%), *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria* (3,6%), *Combustíveis e lubrificantes* (0,9%), *Hiper e supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* (0,3%) e *Outros artigos de uso pessoal e doméstico* (0,1%). Duas atividades apresentaram variação negativa no primeiro trimestre de 2025 em relação ao mesmo tri de 2024: *Livros, Jornais, revistas e papelaria* (-3,7%) e *Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação* (-1,5%).

Tabela 2 - BRASIL - INDICADOR TRIMESTRAL DO VOLUME DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA E COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO, SEGUNDO GRUPOS DE ATIVIDADES:
(base: igual trimestre do ano anterior)

Atividades	2023				2024				2025
	1º Tri	2º Tri	3º Tri	4º Tri	1º Tri	2º Tri	3º Tri	4º Tri	1º Tri
COMÉRCIO VAREJISTA	2,5	0,3	2,8	1,4	5,4	4,0	3,3	3,8	1,2
Combustíveis e lubrificantes	19,7	9,4	-4,8	-3,9	-1,6	-2,1	-3,5	1,0	0,9
Hiper, supermercados, prods. alimentícios, bebidas e fumo	2,6	2,6	5,3	4,2	8,0	4,1	3,5	3,1	0,3
Tecidos, vest. e calçados	-4,7	-12,2	-2,8	1,1	-0,3	-0,4	5,0	6,0	4,0
Móveis e eletrodomésticos	3,6	0,9	2,3	1,7	-0,3	5,4	4,8	6,2	5,8
Artigos farmacêuticos, med., ortop. e de perfumaria	-0,4	5,2	6,6	6,8	7,2	8,4	8,6	5,3	3,6
Livros, jornais, rev. e papelaria	3,3	-4,6	-13,8	-6,1	-9,0	-5,3	-7,9	-7,5	-3,7
Equip. e mat. para escritório informática e comunicação	4,6	-6,5	5,7	4,0	-0,1	6,6	-2,4	-0,5	-1,5
Outros arts. de uso pessoal e doméstico	-10,5	-16,7	-7,3	-8,9	6,6	8,8	6,0	6,9	0,1
COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO	2,4	1,7	3,0	2,1	4,4	3,6	3,8	3,3	1,1
Veículos e motos, partes e peças	4,9	5,8	11,1	11,6	9,4	14,8	12,1	10,0	5,3
Material de construção	-3,2	-3,8	-2,0	1,7	-1,6	6,1	8,5	6,3	6,3
Atacado Prod.Alimen.,Beb. e Fumo	-6,2	-0,6	1,5	5,6	-2,0	-10,8	-6,9	-8,3	-6,8

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

No caso do **varejo ampliado**, o resultado do primeiro trimestre de 2025 foi positivo em 1,1% em relação ao primeiro trimestre de 2024.. Em termos setoriais, *Veículos e motos, partes e peças* apresentou crescimento de 5,3%, *Material de construção* teve alta de 6,3% (maior dentre todos os onze setores) e *Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo* fechou o trimestre com a maior queda dentre todas as atividades: -6,8%.

RESULTADOS REGIONAIS

Na passagem de fevereiro para março de 2025, na série com ajuste sazonal, a taxa média nacional de vendas do **comércio varejista** mostrou alta (0,8%) com resultados positivos em 20 das 27 Unidades da Federação, com destaque para: Paraíba (3,0%), Goiás (2,4%), Piauí (2,1%) e Distrito Federal (2,1%). Por outro lado, pressionando negativamente, figuram sete das 27 Unidades da Federação, com destaque para Amazonas (-5,9%), Sergipe (-2,1%) e Rondônia (-1,2%), conforme Gráfico 4. Para a mesma comparação, no **comércio varejista ampliado**, a variação entre fevereiro e março de 2025 foi positiva em 1,9%, com resultados positivos em 20 das 27 Unidades da Federação, com destaque para: Paraná (4,7%), Espírito Santo (3,7%) e Paraíba (3,7%). Por outro lado, pressionando figuram, figuram seis das 27 Unidades da Federação, com destaque para Rondônia (-2,1%), Amazonas (-1,7%) e Roraima (-1,1%). O Ceará registrou estabilidade (variação de 0,0%) na passagem de fevereiro para março, conforme Gráfico 5.

Frente a março de 2024, a variação das vendas no **comércio varejista**, no corrente mês, foi de -1,0% com resultados negativos em 15 das 27 Unidades da Federação, com destaque para: Rio de Janeiro (-6,7%), Bahia (-5,6%) e Rio Grande do Norte (-5,0%). Por outro lado, pressionando positivamente, figuram 12 das 27 Unidades da Federação com destaque para: Amapá (11,0%), Mato Grosso (7,7%) e Piauí (7,4%), conforme Gráfico 6. Já no **comércio varejista ampliado**, a variação entre março de 2024 e março de 2025 mostrou queda de 1,2% com resultados negativos em 13 das 27 Unidades da Federação, com destaque para: Pernambuco (-7,3%), Bahia (-7,1%) e Maranhão (-6,5%). No campo positivo, foram 14 das 27 Unidades da Federação, com destaque para Amapá (10,0%), Mato Grosso (8,2%), Piauí (8,9%) e Santa Catarina (8,9%), conforme Gráfico 7.

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

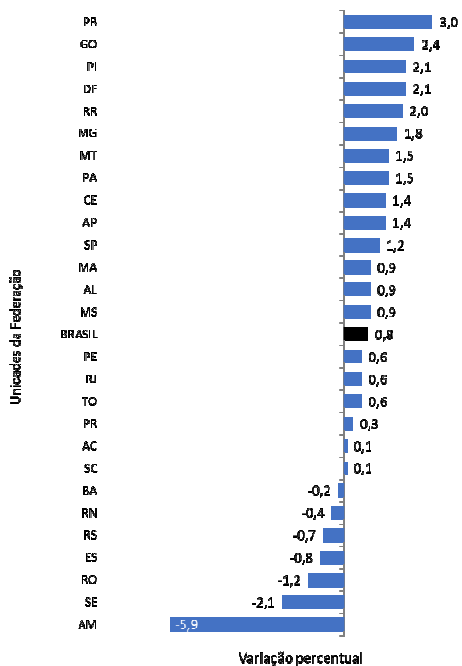
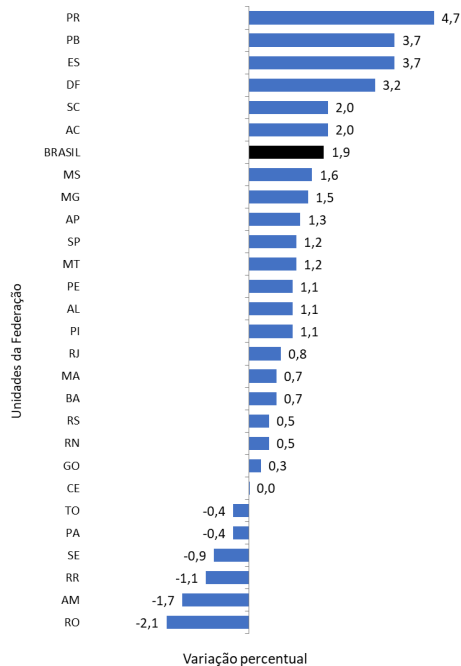


Gráfico 5 -Volume de Vendas do Comércio Varejista Ampliado por UF
mês/ mês anterior
Março 2025



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

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

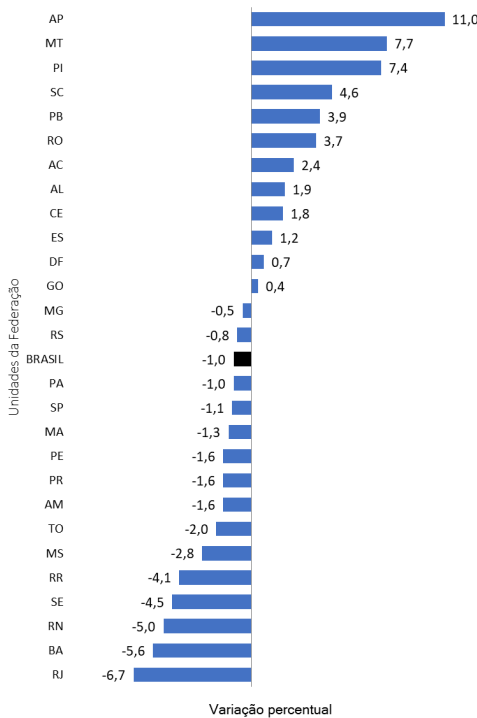
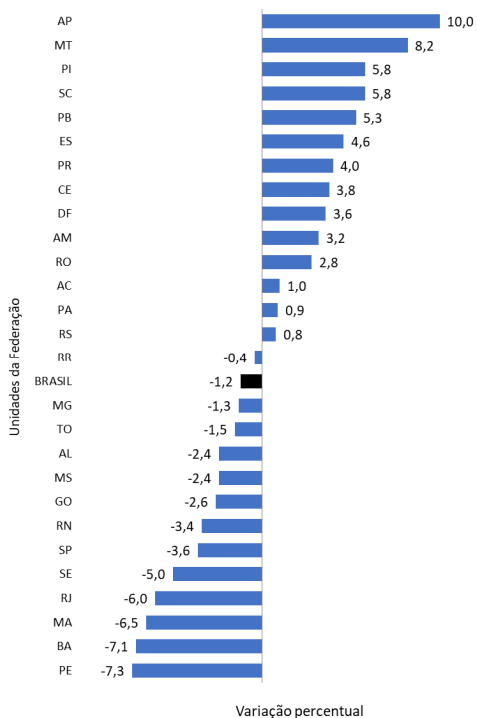


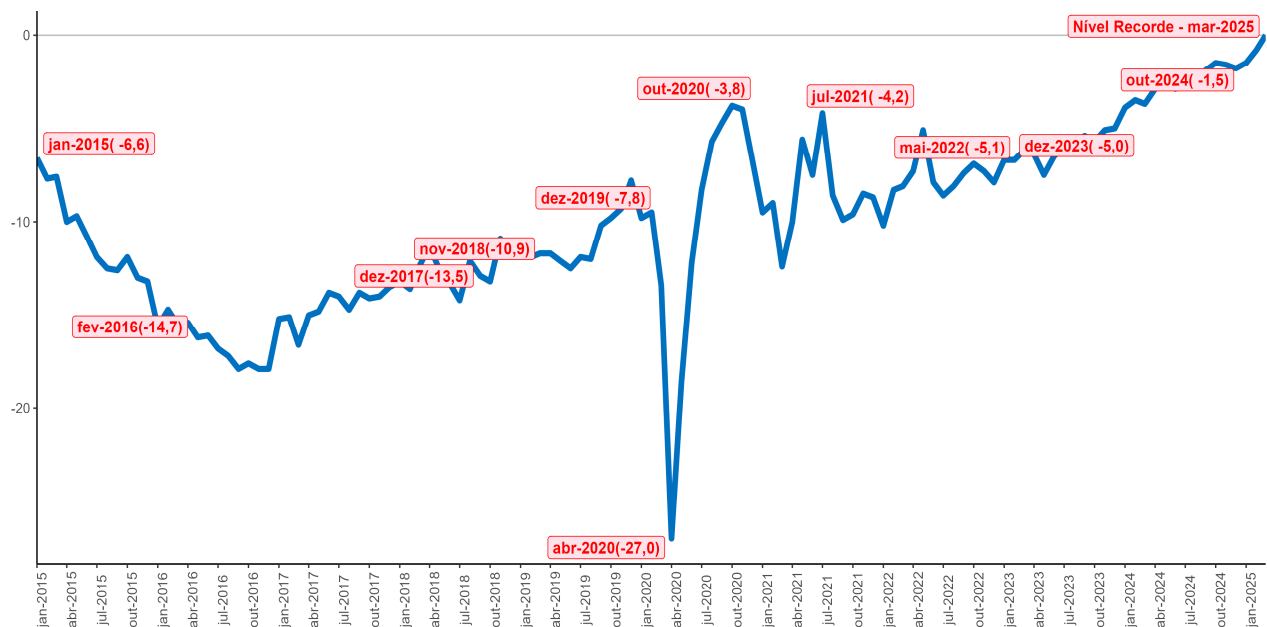
Gráfico 7 - Volume de Vendas do Comércio Varejista Ampliado por UF
mês/igual mês do ano anterior
Março 2025



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

Em síntese, a expansão, na margem, desde janeiro de 2025, provocou deslocamento do nível recorde da série do índice de base fixa ajustado sazonalmente por dois meses consecutivos: de janeiro para fevereiro e posteriormente de fevereiro para março. O terceiro resultado não negativo na série de volume, do mês contra mês anterior, representa uma diferença de patamar de 1,8% em relação a dezembro de 2024, último mês a registrar queda (mínimo local). Tal resultado se deve, em parte, pelo desempenho da atividade de *Equipamentos para escritório, informática e comunicação*, com alta de 3,0% em março de 2025. Com isso, o varejo fecha o primeiro trimestre de 2025 com crescimento de 1,2% em relação ao mesmo período de 2024, décima alta consecutiva.

Gráfico 8 - Volume de Vendas do Comércio Varejista
(base: igual período do ano anterior)



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

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
Março 2025 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mês/Mês anterior (1)			Mensal (2)			Acumulado no ano (3)			Últimos 12 meses (4)		
	JAN	FEV	MAR	JAN	FEV	MAR	JAN-JAN	JAN-FEV	JAN-MAR	Até JAN	Até FEV	Até MAR
Volume de vendas do comércio varejista (5)	0,3	0,7	0,8	3,1	1,6	-1,0	3,1	2,4	1,2	4,0	3,6	3,1
1. Combustíveis e lubrificantes	1,4	0,2	-2,1	1,3	2,2	-0,8	1,3	1,7	0,9	-1,5	-1,3	-1,0
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	-0,4	1,2	0,4	2,8	-0,3	-1,4	2,8	1,2	0,3	4,3	3,6	2,8
2.1. Hipermercados e supermercados	0,1	1,3	-0,1	3,4	0,1	-1,2	3,4	1,8	0,7	5,0	4,2	3,3
3. Tecidos, vestuário e calçados	-0,8	0,0	1,2	2,4	8,6	1,4	2,4	5,3	4,0	3,0	3,6	3,7
4. Móveis e eletrodomésticos	-1,7	1,1	-0,4	4,8	9,7	3,3	4,8	7,1	5,8	4,4	4,9	5,6
4.1. Móveis	-	-	-	0,8	-1,1	-3,0	0,8	-0,1	-1,1	6,1	5,6	5,7
4.2. Eletrodomésticos	-	-	-	5,9	12,9	4,9	5,9	9,1	7,7	3,8	4,6	5,4
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	2,3	0,5	1,2	5,6	3,2	2,1	5,6	4,4	3,6	7,2	6,6	6,5
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	0,0	-19,0	28,2	-1,2	-4,9	-6,9	-1,2	-2,7	-3,7	-6,5	-6,6	-5,9
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	4,4	-4,1	3,0	1,5	-4,0	-2,1	1,5	-1,2	-1,5	0,5	-0,5	0,4
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	1,1	0,4	1,5	4,7	2,7	-6,3	4,7	3,7	0,1	7,7	7,1	5,5
Volume de vendas do comércio varejista ampliado (6)	3,1	-0,2	1,9	2,2	2,4	-1,2	2,2	2,3	1,1	3,4	2,9	3,0
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	5,8	-2,7	1,7	9,0	9,8	-2,2	9,0	9,4	5,3	11,4	10,9	10,5
10. Material de construção	4,2	1,2	0,6	3,9	9,8	5,2	3,9	6,8	6,3	5,1	5,5	6,8
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	-	-	-	-10,3	-6,6	-3,6	-10,3	-8,5	-6,8	-8,9	-10,1	-8,2

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

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

(2) Base: igual mês do ano anterior

(3) Base: igual período do ano anterior

(4) Base: últimos 12 meses anteriores

(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
Março 2025 - Variação (%)

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

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

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

(2) Base: igual mês do ano anterior

(3) Base: igual período do ano anterior

(4) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

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

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

(2) Base: igual mês do ano anterior

(3) Base: igual período do ano anterior

(4) Base: últimos 12 meses anteriores

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

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	JAN	FEV	MAR	JAN-JAN	JAN-FEV	JAN-MAR	Até JAN	Até FEV	Até MAR
Comércio Varejista (4)	3,5	5,4	1,8	3,5	4,4	3,5	6,9	6,5	6,0
1. Combustíveis e lubrificantes	7,4	15,3	3,5	7,4	11,2	8,6	10,1	10,3	9,8
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	1,9	-2,0	0,3	1,9	-0,1	0,1	4,6	3,6	3,0
2.1. Hipermercados e supermercados	1,4	-0,5	0,4	1,4	0,5	0,4	4,7	3,6	3,0
3. Tecidos, vestuário e calçados	1,6	18,1	7,8	1,6	8,5	8,3	5,2	6,2	7,3
4. Móveis e eletrodomésticos	0,7	8,2	1,2	0,7	4,1	3,1	5,7	6,1	6,2
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	7,5	14,7	8,5	7,5	10,9	10,1	12,3	12,5	12,3
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-1,2	94,8	20,8	-1,2	17,6	18,3	-0,5	8,3	9,9
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-3,6	14,4	-10,7	-3,6	4,1	-1,1	-1,3	0,5	1,2
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	8,1	16,2	-3,0	8,1	11,7	6,2	13,2	13,5	10,9
Comércio Varejista Ampliado (5)	4,8	8,9	3,8	4,8	6,8	5,8	6,8	6,7	6,8
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	8,7	8,4	-2,6	8,7	8,6	4,9	2,8	2,5	3,3
10. Material de construção	15,1	26,7	16,1	15,1	20,9	19,3	15,7	16,3	17,3
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	0,2	12,6	12,3	0,2	6,2	8,2	5,8	6,1	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 4 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Pernambuco - Março 2025 - Variação (%)

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

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio

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

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	JAN	FEV	MAR	JAN-JAN	JAN-FEV	JAN-MAR	Até JAN	Até FEV	Até MAR
Comércio Varejista (4)	1,0	3,6	-5,6	1,0	2,3	-0,5	6,0	5,5	4,1
1. Combustíveis e lubrificantes	-3,7	6,1	-0,5	-3,7	0,9	0,4	-1,3	-1,3	-1,4
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	0,6	3,2	-8,5	0,6	1,9	-1,9	8,6	7,7	5,3
2.1. Hipermercados e supermercados	0,8	3,3	-8,6	0,8	2,0	-1,8	9,6	8,6	6,0
3. Tecidos, vestuário e calçados	0,1	4,9	-2,7	0,1	2,4	0,8	3,1	3,3	4,5
4. Móveis e eletrodomésticos	4,0	5,9	-5,7	4,0	4,9	1,1	8,2	8,3	7,4
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	7,0	10,2	10,1	7,0	8,6	9,1	7,9	8,0	8,7
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-4,8	-27,2	-20,5	-4,8	-15,2	-16,2	-19,1	-20,6	-18,8
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	48,4	-43,3	-49,0	48,4	-8,4	-20,4	-20,3	-26,9	-28,7
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	3,7	-4,6	-14,5	3,7	-0,3	-5,4	11,6	9,7	6,4
Comércio Varejista Ampliado (5)	-0,4	0,1	-7,1	-0,4	-0,2	-2,5	4,8	4,0	2,9
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	31,6	17,8	2,8	31,6	25,0	17,3	18,3	18,6	19,1
10. Material de construção	-3,2	2,3	-5,6	-3,2	-0,6	-2,3	12,5	10,9	9,7
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	-28,8	-28,1	-23,1	-28,8	-28,5	-26,8	-13,0	-15,7	-17,1

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
Minas Gerais - Março 2025 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	JAN	FEV	MAR	JAN-JAN	JAN-FEV	JAN-MAR	Até JAN	Até FEV	Até MAR
Comércio Varejista (4)	4,1	2,1	-0,5	4,1	3,1	1,8	3,2	2,9	2,5
1. Combustíveis e lubrificantes	2,0	3,4	4,3	2,0	2,7	3,2	-7,1	-5,9	-3,6
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	4,3	0,0	-0,1	4,3	2,1	1,3	3,2	2,6	2,0
2.1. Hipermercados e supermercados	5,0	0,4	0,6	5,0	2,7	1,9	3,8	3,2	2,5
3. Tecidos, vestuário e calçados	-1,6	8,7	0,0	-1,6	3,0	2,0	4,2	4,8	4,8
4. Móveis e eletrodomésticos	5,8	10,8	-4,1	5,8	8,1	4,0	4,8	5,6	5,8
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	2,4	0,6	-3,2	2,4	1,5	-0,2	6,9	5,8	4,6
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	6,2	3,1	-3,6	6,2	4,9	2,9	-5,0	-3,7	-2,7
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-26,4	-34,1	-39,7	-26,4	-30,4	-33,8	35,3	25,2	14,1
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	12,4	14,1	0,4	12,4	13,2	8,7	11,1	10,0	8,0
Comércio Varejista Ampliado (5)	2,7	2,7	-1,3	2,7	2,7	1,3	1,6	1,5	2,0
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	14,9	18,5	1,8	14,9	16,6	11,6	13,0	13,4	14,2
10. Material de construção	2,5	5,4	1,5	2,5	3,9	3,1	4,1	3,9	5,2
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	-15,5	-13,9	-10,3	-15,5	-14,7	-13,3	-16,5	-16,3	-13,7

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
Espírito Santo - Março 2025 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	JAN	FEV	MAR	JAN-JAN	JAN-FEV	JAN-MAR	Até JAN	Até FEV	Até MAR
Comércio Varejista (4)	4,4	6,4	1,2	4,4	5,4	3,9	1,4	1,6	2,0
1. Combustíveis e lubrificantes	-4,8	-4,4	-9,4	-4,8	-4,6	-6,2	-1,1	-1,9	-2,6
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	7,1	4,1	2,4	7,1	5,6	4,5	5,0	4,9	4,7
2.1. Hipermercados e supermercados	8,9	4,5	1,2	8,9	6,7	4,7	1,0	1,2	1,3
3. Tecidos, vestuário e calçados	17,4	23,9	20,9	17,4	20,8	20,8	7,8	9,5	11,6
4. Móveis e eletrodomésticos	-4,4	17,4	-2,9	-4,4	5,6	2,6	-0,2	1,7	2,3
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	11,6	11,1	10,9	11,6	11,3	11,2	10,4	10,4	11,1
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-15,0	-20,9	-44,5	-15,0	-16,8	-20,8	-8,6	-11,4	-15,1
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-1,5	-1,5	0,2	-1,5	-1,5	-0,9	-12,2	-12,1	-10,4
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	26,3	25,4	-16,9	26,3	25,8	8,9	32,6	32,1	25,8
Comércio Varejista Ampliado (5)	4,9	7,8	4,6	4,9	6,3	5,7	2,4	3,1	4,1
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	1,5	5,8	7,8	1,5	3,7	5,2	11,4	10,7	11,5
10. Material de construção	6,1	10,5	1,5	6,1	8,0	5,9	-10,6	-6,5	-3,4
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	20,6	22,1	24,4	20,6	21,4	22,4	-0,7	0,7	3,4

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

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

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

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	JAN	FEV	MAR	JAN-JAN	JAN-FEV	JAN-MAR	Até JAN	Até FEV	Até MAR
Comércio Varejista (4)	2,1	-0,4	-1,1	2,1	0,9	0,2	3,6	3,0	2,5
1. Combustíveis e lubrificantes	0,5	1,8	-9,7	0,5	1,1	-2,7	3,5	2,9	1,6
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	1,3	-1,9	-1,0	1,3	-0,3	-0,5	3,0	2,2	1,5
2.1. Hipermercados e supermercados	2,5	-1,8	-1,1	2,5	0,3	-0,2	3,6	2,9	2,1
3. Tecidos, vestuário e calçados	2,5	7,6	1,3	2,5	4,9	3,6	-0,1	0,6	0,8
4. Móveis e eletrodomésticos	1,6	2,1	1,5	1,6	1,8	1,7	3,0	2,5	2,7
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	7,6	3,0	2,7	7,6	5,3	4,4	11,2	10,4	10,1
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	2,9	-4,4	-8,2	2,9	0,0	-1,9	-9,3	-9,7	-8,8
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	37,9	4,5	23,2	37,9	19,8	20,9	25,3	23,7	29,8
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-0,3	-0,7	-4,7	-0,3	-0,5	-2,0	2,0	2,0	1,5
Comércio Varejista Ampliado (5)	-0,8	-0,3	-3,6	-0,8	-0,6	-1,7	0,5	-0,4	-0,5
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	13,8	9,9	-8,3	13,8	11,8	4,2	7,9	7,2	5,8
10. Material de construção	3,5	10,5	7,0	3,5	6,9	6,9	5,4	5,6	7,1
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	-27,0	-16,6	-13,6	-27,0	-21,9	-19,0	-20,0	-23,0	-21,7

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
Paraná - Março 2025 - Variação (%)

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

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

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

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

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio

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

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

Goiás - Março 2025 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	JAN	FEV	MAR	JAN-JAN	JAN-FEV	JAN-MAR	Até JAN	Até FEV	Até MAR
Comércio Varejista (4)	0,7	1,7	0,4	0,7	1,2	0,9	4,3	4,0	3,6
1. Combustíveis e lubrificantes	-11,6	-11,7	-6,5	-11,6	-11,6	-9,9	-7,7	-7,8	-7,2
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	1,9	0,2	-0,1	1,9	1,0	0,6	7,7	6,9	5,8
2.1. Hipermercados e supermercados	2,7	-0,7	-1,7	2,7	1,0	0,1	8,3	7,3	6,0
3. Tecidos, vestuário e calçados	-7,3	-2,6	-4,1	-7,3	-5,0	-4,6	-1,2	-1,4	-2,2
4. Móveis e eletrodomésticos	15,0	30,4	21,4	15,0	22,0	21,7	4,8	7,2	9,7
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	10,2	9,0	1,5	10,2	9,6	6,6	9,7	9,4	8,5
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	4,6	10,8	18,7	4,6	6,5	9,3	9,8	10,7	13,3
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-37,3	-7,3	-8,8	-37,3	-24,8	-20,2	-9,0	-6,9	-3,6
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-1,4	2,4	-8,6	-1,4	0,4	-2,8	8,0	6,9	5,3
Comércio Varejista Ampliado (5)	1,1	-1,2	-2,6	1,1	0,0	-0,9	8,2	7,2	7,0
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	4,9	-2,4	-8,3	4,9	1,4	-1,9	22,3	20,2	19,2
10. Material de construção	4,1	-2,1	0,7	4,1	1,0	0,9	0,9	-0,4	0,4
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	-6,3	-6,8	-2,2	-6,3	-6,6	-5,2	-1,1	-2,8	-1,7

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

Distrito Federal - Março 2025 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	JAN	FEV	MAR	JAN-JAN	JAN-FEV	JAN-MAR	Até JAN	Até FEV	Até MAR
Comércio Varejista (4)	5,8	5,1	0,7	5,8	5,4	3,7	5,0	4,9	4,4
1. Combustíveis e lubrificantes	6,2	5,1	1,0	6,2	5,6	4,0	0,6	1,5	2,1
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	3,5	1,5	-0,7	3,5	2,5	1,3	5,1	4,5	3,6
2.1. Hipermercados e supermercados	4,7	2,4	-0,3	4,7	3,6	2,2	6,2	5,6	4,6
3. Tecidos, vestuário e calçados	2,6	9,3	2,5	2,6	5,7	4,6	9,1	9,0	8,9
4. Móveis e eletrodomésticos	29,8	22,0	9,5	29,8	26,1	19,5	15,3	16,5	16,0
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	5,6	3,5	5,6	5,6	4,5	4,9	4,3	4,0	4,2
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-11,4	-3,8	3,5	-11,4	-8,4	-5,7	1,7	2,0	2,8
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-36,7	25,1	-26,8	-36,7	-9,5	-15,5	-35,5	-33,2	-35,1
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	6,2	10,2	-6,4	6,2	8,1	2,6	7,9	8,0	5,6
Comércio Varejista Ampliado (5)	5,7	6,4	3,6	5,7	6,1	5,2	7,5	7,3	7,3
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	0,9	6,2	7,4	0,9	3,4	4,8	14,5	13,1	12,8
10. Material de construção	5,0	12,1	-4,8	5,0	8,5	3,7	3,5	5,1	5,5
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	18,9	9,5	20,1	18,9	14,2	16,1	9,7	9,8	12,9

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

Atividades	Comércio varejista ampliado												
	mar/2024	abr/2024	mai/2024	jun/2024	jul/2024	ago/2024	set/2024	out/2024	nov/2024	dez/2024	jan/2025	fev/2025	mar/2025
Comércio Varejista (1)	105,3	98,9	106,6	101,6	105,6	106,8	101,8	107,6	114,3	126,6	102,7	97,4	104,2
1. Combustíveis e lubrificantes	100,9	100,3	101,6	99,1	102,8	105,2	103,2	108,0	105,8	105,2	102,2	96,6	100,1
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	110,4	101,9	108,8	103,2	106,5	111,3	105,4	110,4	112,9	127,2	105,0	101,1	108,8
2.1. Hipermercados e supermercados	111,3	102,8	109,6	103,5	107,3	112,5	106,7	111,3	114,5	128,8	106,5	102,4	110,0
3. Tecidos, vestuário e calçados	81,1	83,7	102,0	101,5	101,2	95,4	85,2	92,6	109,5	174,2	81,9	76,9	82,2
4. Móveis e eletrodomésticos	99,7	97,3	105,6	100,9	106,5	102,0	96,3	107,1	133,9	133,6	107,6	98,7	103,0
4.1. Móveis	91,8	94,8	101,9	99,0	104,2	99,8	92,0	97,5	121,7	118,4	95,3	86,9	89,0
4.2. Eletrodomésticos	104,4	100,1	109,2	103,4	109,3	104,6	99,7	112,4	140,9	141,0	113,7	104,5	109,5
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	113,0	107,7	116,8	112,7	114,4	115,4	112,7	114,6	117,1	120,3	107,7	103,9	115,4
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	81,8	72,2	74,6	75,9	78,6	73,1	66,0	71,8	73,5	112,1	160,2	110,0	76,2
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	99,9	100,3	98,7	96,5	107,5	98,9	92,5	104,4	129,6	108,6	101,7	91,7	97,8
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	95,8	83,8	96,4	87,3	97,9	88,8	86,2	96,6	118,5	123,4	93,9	83,6	89,8
Comércio Varejista Ampliado (2)	105,0	101,2	106,3	103,7	109,1	108,5	103,8	110,6	111,4	117,6	102,3	98,4	103,8
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	116,7	121,0	116,4	124,0	133,0	128,7	124,8	133,8	122,4	120,7	116,9	113,3	114,1
10. Material de construção	95,2	101,7	101,4	101,3	112,2	111,8	106,6	115,5	106,5	93,5	101,9	100,2	100,2
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	96,5	88,6	97,3	91,3	95,5	91,7	88,1	95,2	90,8	92,4	85,3	85,7	93,1

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
Março 2025 - Variação (%)

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

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

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

(2) Base: igual mês do ano anterior

(3) Base: igual período do ano anterior

(4) Base: 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
Março 2025 - Variação (%)

Brasil e Unidades da Federação	Mês/Mês anterior (1)			Mensal (2)			Acumulado no ano (3)			Últimos 12 meses (4)		
	JAN	FEV	MAR	JAN	FEV	MAR	JAN-JAN	JAN-FEV	JAN-MAR	Até JAN	Até FEV	Até MAR
Brasil	0,3	1,5	1,2	8,7	7,2	5,2	8,7	7,9	7,0	8,4	8,2	8,0
Rondônia	2,8	5,5	0,0	4,5	11,6	10,4	4,5	8,0	8,8	7,9	8,3	8,8
Acre	2,1	0,5	0,2	8,5	8,1	8,9	8,5	8,3	8,5	10,6	10,3	10,2
Amazonas	0,2	5,4	-4,1	8,0	13,8	3,6	8,0	10,9	8,3	8,5	9,0	8,8
Roraima	-6,1	5,4	0,3	0,2	2,2	2,0	0,2	1,2	1,5	9,3	9,2	9,1
Pará	0,5	0,8	1,2	7,9	2,3	5,3	7,9	5,1	5,2	8,5	7,5	7,3
Amapá	14,4	1,0	1,5	21,8	18,1	18,8	21,8	20,0	19,6	22,1	22,0	22,2
Tocantins	4,3	-3,1	0,8	13,9	10,3	4,4	13,9	12,1	9,4	13,1	13,1	12,7
Maranhão	2,3	2,9	1,1	7,3	10,5	6,0	7,3	8,9	7,9	9,2	9,1	8,8
Piauí	0,5	1,6	2,1	7,5	8,0	11,3	7,5	7,7	8,9	10,2	10,1	10,8
Ceará	-0,4	1,9	1,6	9,0	10,7	7,5	9,0	9,8	9,0	11,4	11,2	10,9
Rio Grande do Norte	0,3	1,2	0,0	7,6	7,4	0,6	7,6	7,5	5,1	9,1	8,9	8,3
Paraíba	-0,3	1,4	3,1	9,3	6,0	8,2	9,3	7,7	7,9	14,2	13,6	13,7
Pernambuco	-0,6	1,8	1,2	6,3	8,5	3,3	6,3	7,4	5,9	7,6	7,5	7,3
Alagoas	-1,5	3,9	0,8	7,5	10,6	6,8	7,5	9,0	8,2	9,5	9,3	9,4
Sergipe	-2,6	4,6	-2,7	3,9	5,2	0,2	3,9	4,5	3,0	8,3	8,0	7,2
Bahia	-1,0	1,3	-0,3	7,2	9,5	0,2	7,2	8,3	5,4	10,3	10,1	9,0
Minas Gerais	-0,1	1,1	2,1	8,6	7,1	5,2	8,6	7,9	6,9	8,5	8,2	7,9
Espírito Santo	0,6	2,7	-0,4	9,0	11,2	5,9	9,0	10,1	8,6	4,8	5,4	6,0
Rio de Janeiro	1,1	-0,1	0,9	6,6	3,3	-0,9	6,6	5,0	2,9	6,3	5,9	5,2
São Paulo	0,3	1,0	1,9	8,8	5,6	5,9	8,8	7,2	6,8	8,3	8,0	7,8
Paraná	1,1	2,9	-0,9	8,5	7,5	4,7	8,5	8,0	6,8	7,1	7,0	6,9
Santa Catarina	1,7	4,1	0,3	13,2	12,7	11,9	13,2	13,0	12,6	8,2	8,6	8,9
Rio Grande do Sul	0,3	1,0	-0,2	12,5	10,9	4,3	12,5	11,7	9,0	11,4	11,5	11,0
Mato Grosso do Sul	0,8	2,0	-0,1	6,6	4,1	4,2	6,6	5,3	4,9	8,4	7,7	7,2
Mato Grosso	3,1	1,0	1,6	3,4	0,9	14,0	3,4	2,1	6,0	4,8	3,5	4,7
Goiás	-0,5	1,0	2,5	6,5	8,0	6,4	6,5	7,2	6,9	9,0	9,0	8,9
Distrito Federal	0,4	1,9	1,8	11,6	11,9	7,6	11,6	11,7	10,2	9,0	9,2	9,1

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: 12 meses anteriores

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

Brasil e Unidades da Federação	Mês/Mês anterior (1)			Mensal (2)			Acumulado no ano (3)			Últimos 12 meses (4)		
	JAN	FEV	MAR	JAN	FEV	MAR	JAN-JAN	JAN-FEV	JAN-MAR	Até JAN	Até FEV	Até MAR
Brasil	2,4	1,1	1,5	6,8	7,0	3,9	6,8	6,9	5,9	7,0	6,7	7,0
Rondônia	0,6	2,9	3,0	3,1	7,8	7,6	3,1	5,4	6,2	2,8	3,0	3,8
Acre	1,1	-0,5	1,8	8,9	7,3	6,4	8,9	8,1	7,5	7,9	8,0	8,3
Amazonas	1,4	2,8	0,8	9,0	13,9	8,1	9,0	11,3	10,2	11,2	11,4	11,8
Roraima	-3,0	6,2	-0,9	-0,2	2,6	5,0	-0,2	1,2	2,5	5,1	5,1	5,8
Pará	3,7	0,7	0,0	8,3	5,8	5,5	8,3	7,0	6,5	5,1	4,7	5,2
Amapá	12,4	0,5	-0,2	22,9	16,2	16,5	22,9	19,6	18,5	21,3	21,1	21,4
Tocantins	8,7	0,0	-0,3	12,2	11,0	2,0	12,2	11,6	8,1	6,9	6,3	7,2
Maranhão	-1,6	1,3	1,0	-1,4	6,1	-0,7	-1,4	2,2	1,2	8,5	7,9	6,9
Piauí	-2,3	2,2	2,7	7,9	11,0	11,1	7,9	9,4	10,0	10,9	11,1	12,2
Ceará	1,4	2,2	2,7	10,3	14,6	9,7	10,3	12,4	11,5	10,9	11,1	11,4
Rio Grande do Norte	2,7	-0,2	0,6	9,7	10,8	2,2	9,7	10,3	7,5	9,9	10,1	9,9
Paraíba	-0,4	1,6	3,8	10,6	9,7	9,8	10,6	10,1	10,0	13,6	13,3	13,9
Pernambuco	-0,1	1,6	0,9	9,1	10,7	-3,4	9,1	9,9	5,0	9,6	9,7	8,4
Alagoas	-2,1	2,0	1,3	4,0	9,2	2,1	4,0	6,5	5,0	8,7	8,6	8,4
Sergipe	-2,0	2,3	-1,2	2,4	6,0	-0,4	2,4	4,2	2,6	8,6	8,1	7,6
Bahia	0,1	-0,5	1,9	5,8	6,8	0,0	5,8	6,3	4,1	8,5	8,1	7,6
Minas Gerais	1,0	0,3	1,4	5,7	5,8	2,7	5,7	5,8	4,7	6,5	6,3	6,7
Espírito Santo	1,9	1,6	4,4	8,7	12,5	9,9	8,7	10,6	10,3	4,3	5,3	6,8
Rio de Janeiro	2,2	-0,9	0,7	5,1	4,3	-1,0	5,1	4,7	2,8	5,7	5,4	5,1
São Paulo	2,8	0,7	1,4	4,5	4,2	1,6	4,5	4,4	3,4	4,2	3,4	3,6
Paraná	3,8	0,9	5,1	8,0	7,7	9,1	8,0	7,8	8,3	7,9	7,6	8,6
Santa Catarina	2,6	1,6	1,7	12,3	11,3	12,0	12,3	11,8	11,8	10,2	10,1	11,2
Rio Grande do Sul	1,6	-1,7	0,2	14,1	13,0	5,0	14,1	13,5	10,5	12,5	12,8	12,8
Mato Grosso do Sul	4,2	0,7	1,5	5,6	5,9	2,3	5,6	5,8	4,6	2,0	2,3	3,1
Mato Grosso	5,7	0,8	1,7	2,7	4,7	13,5	2,7	3,7	6,9	3,5	3,4	5,6
Goiás	0,9	0,8	1,0	5,2	3,2	2,3	5,2	4,2	3,5	12,2	11,3	11,4
Distrito Federal	-0,1	0,5	2,4	10,5	12,2	9,3	10,5	11,3	10,6	10,8	10,9	11,2

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

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	JAN	FEV	MAR	JAN-JAN	JAN-FEV	JAN-MAR	Até JAN	Até FEV	Até MAR
Comércio Varejista (4)	9,0	10,7	7,5	9,0	9,8	9,0	11,4	11,2	10,9
1. Combustíveis e lubrificantes	12,6	18,9	9,0	12,6	15,7	13,4	12,7	13,4	13,6
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	8,6	4,3	7,3	8,6	6,5	6,8	9,8	9,1	8,7
2.1. Hipermercados e supermercados	7,8	5,6	7,2	7,8	6,7	6,9	9,7	8,9	8,5
3. Tecidos, vestuário e calçados	4,6	20,9	9,0	4,6	11,4	10,7	6,5	7,6	8,6
4. Móveis e eletrodomésticos	3,9	11,7	5,5	3,9	7,5	6,8	7,2	7,9	8,4
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	13,1	20,3	13,2	13,1	16,6	15,3	20,6	20,6	20,0
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	6,1	111,5	31,5	6,1	26,7	27,8	6,2	15,6	17,5
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	4,1	20,8	-7,3	4,1	11,3	4,7	-0,2	2,1	3,5
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	10,9	20,0	0,8	10,9	14,9	9,6	16,6	16,9	14,3
Comércio Varejista Ampliado (5)	10,3	14,6	9,7	10,3	12,4	11,5	10,9	11,1	11,4
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	11,7	12,3	0,1	11,7	11,9	8,0	4,0	4,1	5,1
10. Material de construção	19,3	31,6	19,1	19,3	25,4	23,4	17,2	18,2	19,4
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	9,3	22,7	23,2	9,3	15,9	18,3	12,7	13,5	15,3

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
Pernambuco - Março 2025 - Variação (%)

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

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
Bahia - Março 2025 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	JAN	FEV	MAR	JAN-JAN	JAN-FEV	JAN-MAR	Até JAN	Até FEV	Até MAR
Comércio Varejista (4)	7,2	9,5	0,2	7,2	8,3	5,4	10,3	10,1	9,0
1. Combustíveis e lubrificantes	6,1	13,9	8,4	6,1	9,8	9,3	5,9	6,5	7,3
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	6,7	9,6	-2,1	6,7	8,1	4,4	11,9	11,5	9,5
2.1. Hipermercados e supermercados	6,3	9,0	-2,8	6,3	7,6	3,9	12,7	12,1	9,9
3. Tecidos, vestuário e calçados	1,7	8,7	0,2	1,7	5,0	3,5	4,5	5,0	6,3
4. Móveis e eletrodomésticos	4,6	6,4	-4,7	4,6	5,4	1,9	7,0	7,3	6,6
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	14,4	16,9	14,4	14,4	15,6	15,2	15,9	16,0	16,2
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-0,8	-23,3	-16,0	-0,8	-11,3	-12,2	-13,0	-15,1	-13,4
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	47,2	-43,2	-48,7	47,2	-9,0	-20,8	-23,7	-29,6	-30,9
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	6,8	-1,0	-11,4	6,8	3,0	-2,2	14,1	12,3	9,1
Comércio Varejista Ampliado (5)	5,8	6,8	0,0	5,8	6,3	4,1	8,5	8,1	7,6
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	35,7	22,7	8,0	35,7	29,5	22,0	19,0	19,7	20,8
10. Material de construção	-0,4	6,9	-1,1	-0,4	3,1	1,7	12,1	11,2	10,8
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	-18,5	-15,5	-7,3	-18,5	-17,1	-14,0	-7,1	-8,9	-9,1

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

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

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	JAN	FEV	MAR	JAN-JAN	JAN-FEV	JAN-MAR	Até JAN	Até FEV	Até MAR
Comércio Varejista (4)	8,6	7,1	5,2	8,6	7,9	6,9	8,5	8,2	7,9
1. Combustíveis e lubrificantes	9,6	15,1	15,4	9,6	12,3	13,4	0,6	2,8	6,1
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	9,4	5,1	6,2	9,4	7,2	6,9	8,6	8,1	7,6
2.1. Hipermercados e supermercados	10,3	5,7	7,1	10,3	8,0	7,7	9,2	8,6	8,2
3. Tecidos, vestuário e calçados	0,5	11,7	3,7	0,5	5,5	4,9	8,1	8,5	8,3
4. Móveis e eletrodomésticos	4,5	9,5	-4,7	4,5	6,8	2,9	4,3	5,2	5,5
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	6,9	5,0	0,9	6,9	5,9	4,1	12,1	10,9	9,6
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	14,5	10,9	4,0	14,5	13,0	10,8	3,4	4,6	5,6
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-27,8	-35,0	-38,7	-27,8	-31,6	-34,2	32,9	23,3	13,0
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	14,7	16,4	3,4	14,7	15,5	11,2	13,9	12,7	10,6
Comércio Varejista Ampliado (5)	5,7	5,8	2,7	5,7	5,8	4,7	6,5	6,3	6,7
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	18,1	21,5	4,8	18,1	19,8	14,7	13,0	13,7	14,9
10. Material de construção	3,7	6,9	4,2	3,7	5,3	4,9	4,1	4,2	5,8
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	-15,1	-14,4	-10,0	-15,1	-14,8	-13,3	-6,1	-6,8	-5,3

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
Espírito Santo - Março 2025 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	JAN	FEV	MAR	JAN-JAN	JAN-FEV	JAN-MAR	Até JAN	Até FEV	Até MAR
Comércio Varejista (4)	9,0	11,2	5,9	9,0	10,1	8,6	4,8	5,4	6,0
1. Combustíveis e lubrificantes	1,0	4,5	-0,4	1,0	2,7	1,7	5,2	4,7	4,4
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	13,3	10,4	9,2	13,3	11,8	10,9	8,4	8,8	9,1
2.1. Hipermercados e supermercados	14,2	9,8	7,0	14,2	12,0	10,2	4,0	4,6	5,1
3. Tecidos, vestuário e calçados	20,1	27,3	24,5	20,1	23,9	24,1	9,7	11,4	13,6
4. Móveis e eletrodomésticos	-3,0	19,5	-1,2	-3,0	7,3	4,3	1,5	3,6	4,4
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	16,6	15,3	15,7	16,6	16,0	15,9	16,0	15,7	16,4
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-10,9	-16,9	-41,8	-10,9	-12,7	-16,9	-1,4	-5,2	-9,7
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	0,1	-1,7	0,0	0,1	-0,7	-0,5	-10,7	-10,6	-9,1
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	31,3	31,3	-12,7	31,3	31,3	13,8	37,8	37,3	30,9
Comércio Varejista Ampliado (5)	8,7	12,5	9,9	8,7	10,6	10,3	4,3	5,3	6,8
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	2,9	8,9	13,4	2,9	5,9	8,6	10,3	10,1	11,7
10. Material de construção	6,8	11,3	1,8	6,8	8,9	6,5	-12,3	-8,1	-5,0
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	31,6	36,6	39,9	31,6	34,1	36,0	6,4	8,8	12,6

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
Rio De Janeiro - Março 2025 - Variação (%)

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

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 - Março 2025 - Variação (%)

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

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
Paraná - Março 2025 - Variação (%)

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

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
Santa Catarina - Março 2025 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	JAN	FEV	MAR	JAN-JAN	JAN-FEV	JAN-MAR	Até JAN	Até FEV	Até MAR
Comércio Varejista (4)	13,2	12,7	11,9	13,2	13,0	12,6	8,2	8,6	8,9
1. Combustíveis e lubrificantes	13,8	10,0	15,4	13,8	12,0	13,1	5,4	5,6	6,9
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	13,5	12,3	11,9	13,5	12,9	12,6	9,0	9,3	9,5
2.1. Hipermercados e supermercados	13,3	12,8	12,8	13,3	13,1	13,0	9,4	9,7	10,0
3. Tecidos, vestuário e calçados	10,0	20,4	12,4	10,0	14,8	14,0	0,1	2,0	3,1
4. Móveis e eletrodomésticos	7,7	5,9	6,0	7,7	6,8	6,6	7,6	7,3	8,0
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	12,8	10,5	9,7	12,8	11,7	11,0	13,6	12,9	12,6
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	0,0	2,7	10,6	0,0	1,1	3,3	4,7	4,5	5,0
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-6,4	-6,7	4,2	-6,4	-6,5	-3,0	-2,7	-3,8	-3,2
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	21,8	30,7	13,8	21,8	26,0	21,8	12,0	13,5	13,0
Comércio Varejista Ampliado (5)	12,3	11,3	12,0	12,3	11,8	11,8	10,2	10,1	11,2
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	11,1	7,3	10,6	11,1	9,2	9,7	15,7	14,6	16,6
10. Material de construção	7,4	12,6	17,7	7,4	10,0	12,5	4,6	5,0	7,5
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	13,3	11,8	11,8	13,3	12,6	12,3	11,7	11,3	12,9

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

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

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
Goiás - Março 2025 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	JAN	FEV	MAR	JAN-JAN	JAN-FEV	JAN-MAR	Até JAN	Até FEV	Até MAR
Comércio Varejista (4)	6,5	8,0	6,4	6,5	7,2	6,9	9,0	9,0	8,9
1. Combustíveis e lubrificantes	-5,3	-4,0	1,2	-5,3	-4,7	-2,7	-3,4	-3,1	-1,7
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	8,6	7,5	7,5	8,6	8,1	7,9	13,2	12,7	12,1
2.1. Hipermercados e supermercados	9,5	6,7	5,9	9,5	8,1	7,3	13,7	13,2	12,3
3. Tecidos, vestuário e calçados	-4,1	0,5	-1,4	-4,1	-1,9	-1,7	1,2	1,0	0,3
4. Móveis e eletrodomésticos	13,7	29,4	21,0	13,7	20,8	20,9	3,6	6,2	8,9
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	16,5	14,8	6,2	16,5	15,6	12,1	15,2	14,9	13,9
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	7,5	13,9	22,4	7,5	9,5	12,4	14,3	15,2	17,7
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-37,6	-4,8	-8,5	-37,6	-24,1	-19,7	-15,8	-12,9	-9,2
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	3,6	7,8	-3,4	3,6	5,6	2,5	12,4	11,4	9,9
Comércio Varejista Ampliado (5)	5,2	3,2	2,3	5,2	4,2	3,5	12,2	11,3	11,4
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	6,6	-0,8	-5,9	6,6	3,0	-0,1	23,3	21,4	20,8
10. Material de construção	5,1	-1,6	2,4	5,1	1,7	1,9	0,8	-0,4	0,7
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	-1,2	-0,9	5,0	-1,2	-1,1	0,9	7,1	5,2	6,5

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 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 - Março 2025 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	JAN	FEV	MAR	JAN-JAN	JAN-FEV	JAN-MAR	Até JAN	Até FEV	Até MAR
Comércio Varejista (4)	11,6	11,9	7,6	11,6	11,7	10,2	9,0	9,2	9,1
1. Combustíveis e lubrificantes	19,0	20,3	18,3	19,0	19,6	19,2	7,2	8,6	10,8
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	10,0	8,6	5,7	10,0	9,3	8,0	9,4	9,2	8,7
2.1. Hipermercados e supermercados	11,2	9,4	6,1	11,2	10,3	8,8	10,5	10,4	9,8
3. Tecidos, vestuário e calçados	2,2	10,6	5,0	2,2	6,0	5,7	8,3	8,1	8,2
4. Móveis e eletrodomésticos	27,6	21,1	10,6	27,6	24,5	19,0	13,6	15,0	15,1
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	12,0	9,8	11,7	12,0	10,9	11,2	10,2	9,9	10,2
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-9,0	-0,1	8,0	-9,0	-5,4	-2,4	6,9	6,8	7,6
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-37,2	26,8	-24,8	-37,2	-9,2	-14,5	-36,3	-33,7	-35,3
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	10,5	15,9	-1,2	10,5	13,0	7,6	11,4	11,7	9,4
Comércio Varejista Ampliado (5)	10,5	12,2	9,3	10,5	11,3	10,6	10,8	10,9	11,2
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	3,6	9,8	10,9	3,6	6,5	8,0	15,6	14,6	14,5
10. Material de construção	6,0	12,5	-3,6	6,0	9,1	4,5	3,3	4,9	5,5
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	26,4	18,5	27,4	26,4	22,4	24,1	16,6	17,2	20,5

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 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 - março 2025

Atividades	Comércio varejista ampliado												
	mar/2024	abr/2024	mai/2024	jun/2024	jul/2024	ago/2024	set/2024	out/2024	nov/2024	dez/2024	jan/2025	fev/2025	mar/2025
Comércio Varejista (1)	110,6	104,6	113,5	108,6	112,3	113,4	108,4	115,3	123,4	138,4	112,4	107,7	116,4
1. Combustíveis e lubrificantes	90,8	91,2	92,8	90,4	95,9	98,4	96,5	100,8	98,6	98,9	97,0	95,3	99,0
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	118,4	110,0	118,2	112,8	115,0	119,4	113,9	120,4	125,0	142,1	118,4	114,8	125,2
2.1. Hipermercados e supermercados	119,5	111,1	119,1	113,2	115,9	120,8	115,2	121,5	126,7	143,9	120,0	116,3	126,4
3. Tecidos, vestuário e calçados	88,7	92,0	112,6	112,1	111,5	105,7	94,4	102,9	121,6	195,8	91,4	85,9	92,4
4. Móveis e eletrodomésticos	98,4	95,7	103,5	99,0	105,1	101,3	95,5	106,1	132,1	132,1	106,1	98,1	102,4
4.1. Móveis	98,1	101,6	108,5	105,3	111,2	107,7	99,3	105,7	132,2	129,3	104,3	95,3	97,6
4.2. Eletrodomésticos	99,8	95,0	103,2	98,2	104,4	100,6	95,5	107,7	133,8	134,8	108,1	100,3	105,3
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	126,0	122,9	133,9	130,0	132,0	133,2	130,4	133,1	135,4	139,6	125,2	121,2	134,8
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	95,8	84,9	87,6	89,5	93,2	87,6	79,3	86,4	88,2	135,4	196,7	136,7	94,8
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	90,3	89,6	88,8	87,1	97,0	90,3	84,2	94,7	116,2	98,4	92,4	83,5	89,4
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	103,0	90,3	104,2	94,7	106,5	96,8	94,2	105,8	130,3	136,2	104,0	93,3	100,9
Comércio Varejista Ampliado (2)	110,7	106,9	113,0	110,4	115,5	114,5	110,1	118,1	119,8	127,8	111,3	108,1	115,0
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	118,9	123,1	118,8	126,2	135,3	131,1	127,2	136,9	125,6	124,0	120,6	118,1	119,2
10. Material de construção	97,1	103,1	103,1	103,0	113,9	113,1	108,7	118,8	110,0	96,5	105,5	103,6	104,2
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	108,7	100,2	110,0	103,7	107,1	101,9	98,7	107,8	104,5	107,4	100,1	101,2	110,7

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 15/05/2025 às 9 horas