



Indicadores IBGE

Pesquisa Mensal de Comércio

Maio 2025

Publicado em 08/07/2025 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
Jorge Abrahão de Castro

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	4
1 CARACTERÍSTICAS DA PESQUISA	4
2 CONSTRUÇÃO DE INDICADORES	5
3 ENCADEAMENTO	7
4 SÉRIES DA PMC AJUSTADAS SAZONALMENTE.....	7
4.2 VOLUME DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA POR UNIDADE DA FEDERAÇÃO.....	9
4.3 VOLUME DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO POR UNIDADES DA FEDERAÇÃO	10
4.4 RECEITA NOMINAL DE VENDAS POR ATIVIDADES.....	11
4.5 RECEITA NOMINAL DE DO COMÉRCIO VAREJISTA VENDAS POR UNIDADE DA FEDERAÇÃO	12
4.6 RECEITA NOMINAL DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO	13
POR UNIDADE DA FEDERAÇÃO	13
5 DEFLATORES DA PESQUISA	14
6 OBSERVAÇÕES	16

NOTAS METODOLÓGICAS

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

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

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

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

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

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

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

1 CARACTERÍSTICAS DA PESQUISA

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

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

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

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

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

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

QUADRO I – GRUPOS DE ATIVIDADE E CÓDIGOS CNAE

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

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

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

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

2 CONSTRUÇÃO DE INDICADORES

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

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

SINAPI. Na construção dos índices de preços das UFs não cobertas pelo IPCA, foram usados os relativos de preços da área geográfica mais apropriada.

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

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

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

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

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

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

Tipos de índices - São divulgados cinco tipos de índices:

ÍNDICE DE BASE FIXA: Compara os níveis nominal e de volume da Receita Bruta de Revenda do

³ A partir de junho de 2013, a atividade de “Móveis e eletrodomésticos” passa a ser divulgada também separadamente, em duas novas séries: “Móveis” e “Eletrodomésticos”.

mês com a média mensal obtida no ano de 2022.

ÍNDICE MÊS/MÊS ANTERIOR: Compara os índices nominal e de volume da Receita Bruta de Revenda do mês com os obtidos no mês imediatamente anterior. São índices cujas séries são ajustadas sazonalmente.

ÍNDICE MÊS/IGUAL MÊS DO ANO ANTERIOR: Compara os índices nominal e de volume da Receita Bruta de Revenda do mês de referência com os obtidos em igual mês do ano anterior;

ÍNDICE ACUMULADO NO ANO: Compara os índices acumulados nominais e de volume da Receita Bruta de Revenda de janeiro até o mês de referência com os de igual período do ano anterior;

ÍNDICE ACUMULADO DE 12 MESES: Compara os índices acumulados nominais e de volume da Receita Bruta de Revenda dos últimos 12 meses com os de igual período imediatamente anterior.

3 ENCADEAMENTO

A série de Índices de Base Fixa que se encerrou em dezembro de 2022 (base 2014 = 100) foi encadeada com a série que se inicia em janeiro de 2023 (base 2022 = 100). A série encadeada tem como referência a média mensal de 2022 = 100. Este procedimento não altera as séries dos Índices Mês/Igual Mês do Ano Anterior, Acumulado no Ano e Acumulado de 12 meses já publicadas.

4 SÉRIES DA PMC AJUSTADAS SAZONALMENTE

As séries da PMC ajustadas sazonalmente consideram como fatores sazonais, o efeito calendário, os feriados de Carnaval, Páscoa e Corpus Christi além da identificação de outliers. Os cálculos são feitos utilizando-se o software X13 ARIMA - SEATS, do U.S. Census Bureau. A modelagem foi inicialmente definida com a série de 5 anos da pesquisa (janeiro de 2000 a dezembro de 2004). Em julho de 2006 a modelagem foi atualizada com a série de 6 anos da pesquisa (janeiro de 2000 a dezembro de 2005) e permaneceu inalterada até a divulgação do resultado de dezembro de 2007. A partir de janeiro de 2008 a modelagem passou a ser atualizada anualmente até 2016, incorporando sempre as 12 últimas informações do ano anterior. A partir de abril de 2018, a modelagem foi atualizada com a série de 18 anos da pesquisa (janeiro 2000 a dezembro de 2017), com ampliação nos modelos de ajuste, incluindo as séries de receita nominal e volume do comércio varejista ampliado por unidade da federação. Para os feriados de Carnaval e Corpus Christi utilizou-se o programa “genhol.exe”, disponibilizado pelo U.S. Census Bureau, de modo a gerar a matriz de coeficientes de regressão.

As atividades PMC não contempladas no ajuste sazonal até dezembro de 2007 (“*Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos*”, “*Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação*”, “*Livros, jornais, revistas e papelaria*”, “*Outros artigos de uso pessoal e doméstico*” e “*Material de Construção*”), cujas séries completaram 60

meses, passaram a ser publicadas a partir de janeiro de 2008. A série de “Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo”, que se inicia em janeiro de 2023, não terá versão ajustada sazonalmente até completar 60 meses, ou seja, a partir de janeiro de 2029. Os modelos adotados nas séries divulgadas são apresentados a seguir.

4.1 VOLUME DE VENDAS POR ATIVIDADES

ATIVIDADE	DECOMPOSIÇÃO	MODELO ARIMA	REGRESSÃO (REGARIMA)
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)
	4732-6	-	IPCA (cód. 5104003)
			IPCA (cód. 5102007)
2 - Hipermercados e supermercados	4711-3	Alimentos	IPCA (cód. 1100000)
		Consumo Pessoal	IPCA (cód. 6300000)
		Consumo Residencial	IPCA (cód. 2104000)
		Outros	IPCA (cód. IG)
3- Produtos alimentícios, bebidas e fumo	4712-1	-	IPCA (cód. 1100000)
	4729-6	-	IPCA (cód. 1100000)
			IPCA (cód. 7202000)
	4721-1	-	IPCA (cód. 1111000)
			IPCA (cód. 1112000)
			IPCA (cód. 1201061)
	4722-9	-	IPCA (cód. 1107000)
			IPCA (cód. 1108000)
	4723-7	-	IPCA (cód. 1114000)
			IPCA (cód. 1103000)
IPCA (cód. 1105000)			
4724-5	-	IPCA (cód. 1106000)	
4- Tecidos, vestuário e calçados	4755-5	-	IPCA (cód. 4401000)
	4781-4	-	IPCA (cód. 4100000)
	4782-2	-	IPCA (cód. 4200000)
5- Móveis e eletrodomésticos	4753-9	-	IPCA (cód. 3200000)
	4756-3	-	IPCA (cód. 7201010)
	4759-8	-	IPCA (cód. 3102000)
	4762-8	-	IPCA serviços
	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)		
4763-3	-	IPCA (cód. 7201019)		
		IPCA (cód. 7201023)		
10- Veículos, motocicletas, partes e peças	4511-1	Veículos novos	IPCA (cód. 5102001)	
		Veículos usados	IPCA (cód. 5102001)	
		Partes e peças	IPCA (cód. 5102009)	
	4530-7	-	Veículos novos	IPCA (cód. 5102001)
			Veículos usados	IPCA (cód. 5102020)
		-	Partes e peças	IPCA (cód. 5102009)
			IPCA (cód. 5102010)	
	4541-2	-	Veículos novos	IPCA (cód. 5102053)
			Veículos usados	IPCA (cód. 5102053)
		-	Partes e peças	IPCA (cód. 5102009)
IPCA (cód. 5102010)				
11- Atacado e varejo de material de construção	4671-1	-	IPCA (cód. IG SINAPI)	
	4672-9	-	IPCA (cód. IG SINAPI)	
	4673-7	-	IPCA (cód. IG SINAPI)	
	4674-5	-	IPCA (cód. IG SINAPI)	
	4679-6	-	IPCA (cód. IG SINAPI)	
	4741-5	-	IPCA (cód. 2103014)	
	4742-3	-	IPCA (cód. 2103008)	
	4743-1	-	IPCA (cód. 2103000)	
	4744-0	-	IPCA (cód. 2103005)	
			IPCA (cód. 2103032)	
IPCA (cód. 2103039)				
IPCA (cód. 2103040)				
IPCA (cód. 2103041)				

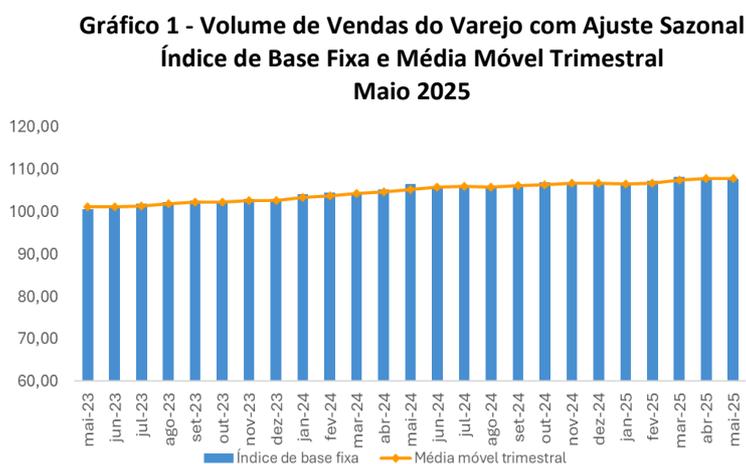
Atividades da PMC	CNAE da PMC	Grupo de produto	Itens do IPCA
12- Móveis	4753-9	-	IPCA (cód. 3101000)
			IPCA (cód. 3102000)
	4756-3	-	IPCA (cód. 3102000)
	4759-8	-	IPCA (cód. 3101000)
			IPCA (cód. 3102000)
	4762-8	-	IPCA (cód. 3102000)
13- Eletrodomésticos	4754-7	-	IPCA (cód. 3101000)
			IPCA (cód. 3102000)
	4753-9	-	IPCA (cód. 3200000)
	4756-3	-	IPCA (cód. 7201010)
	4759-8	-	IPCA (cód. 3200000)
14- Atacado especializado em Produtos Alimentícios, Bebidas e Fumo	4762-8	-	IPCA serviços
	4754-7	-	IPCA (cód. 3200000)
	4631-1		IPCA (cód. 1111000)
	4632-0		IPCA (cód. 1101000)
			IPCA (cód. 1102000)
	4633-8		IPCA (cód. 1103000)
			IPCA (cód. 1105000)
			IPCA (cód. 1106000)
	4634-6		IPCA (cód. 1107000)
			IPCA (cód. 1108000)
	4635-4		IPCA (cód. 1114000)
4636-2		IPCA (cód. 7202000)	
4637-1		IPCA (cód. 1100000)	
4639-7		IPCA (cód. 1000000)	

6 OBSERVAÇÕES

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

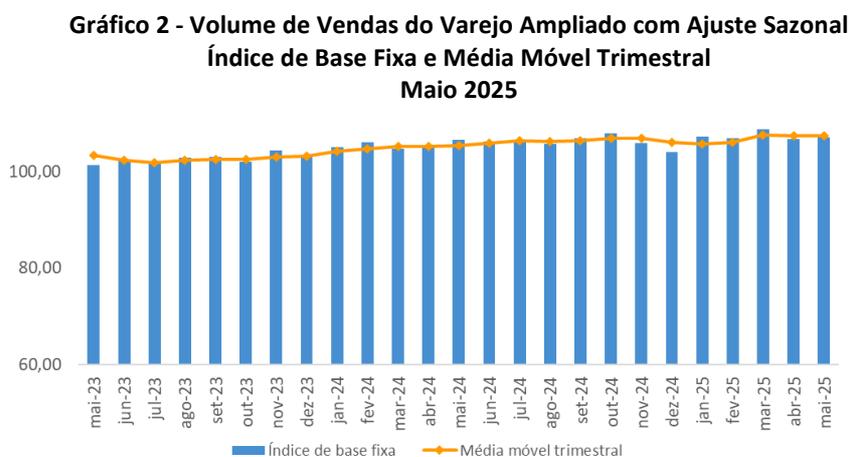
COMENTÁRIOS

Em maio de 2025 o volume de vendas no **comércio varejista** nacional teve variação de -0,2% nas vendas frente ao mês imediatamente anterior, na série livre de influências sazonais, após registrar de -0,3% de variação em abril de 2025. Com isso, a evolução do índice de média móvel trimestral para o varejo, depois de avançar 0,4% no trimestre encerrado em abril de 2025, registra variação de 0,1% no trimestre encerrado em maio, 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 especializado em produtos alimentícios*, o volume de vendas em maio de 2025 variou 0,3% nas vendas frente ao mês imediatamente anterior, na série livre de influências sazonais, após queda de 1,9% registrada em abril de 2025. Com isso, a evolução do índice de média móvel trimestral para o varejo ampliado, depois de variar -0,2% no trimestre encerrado em abril de 2025, registra estabilidade (0,0%) no trimestre encerrado em maio de 2025, conforme mostra o Gráfico 2.



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

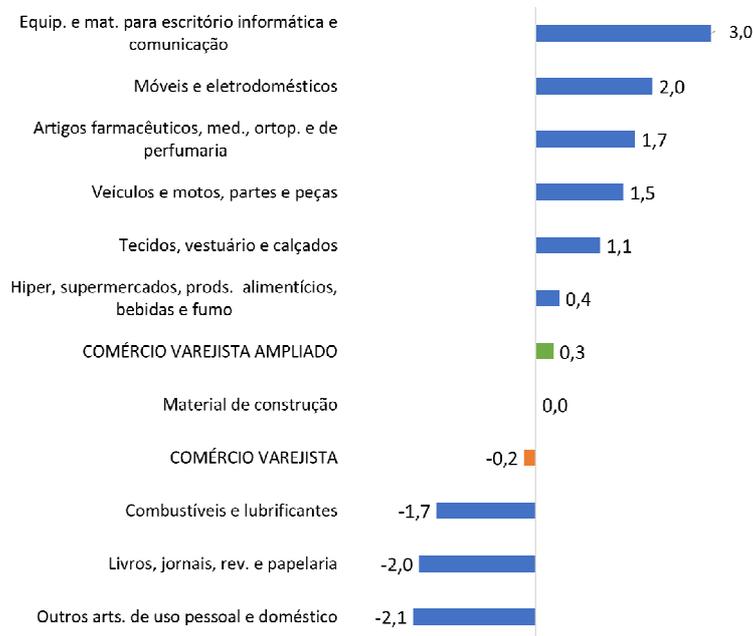
Para o indicador interanual, que compara o mês de referência com o mesmo mês do ano anterior, o resultado do **varejo** foi de 2,1% para maio de 2025, segunda taxa positiva consecutiva (5,3% em abril). No ano de 2025, o comércio varejista acumula crescimento de 2,2%, enquanto nos últimos doze meses o resultado foi de 3,0%. No caso do **varejo ampliado**, maio de 2025, comparado a maio de 2024, foi positivo em 1,1%, segundo mês consecutivo de variações positivas. O acumulado do ano, até maio de 2025, foi de 1,1% e os últimos doze meses apresentam crescimento acumulado de 2,4%.

RESULTADOS SETORIAIS

Em termos setoriais, a variação de -0,2% no volume de vendas do **comércio varejista** na passagem de abril para maio de 2025, na série com ajuste sazonal, teve predominância de taxas positivas. Do total de oito atividades, cinco tiveram variações no campo positivo: *Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação* (3,0%), *Móveis e eletrodomésticos* (2,0%), *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria* (1,7%), *Tecidos, vestuário e calçados* (1,1%) e *Hiper, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* (0,4%). No campo negativo ficaram: *Outros artigos de uso pessoal e doméstico* (-2,1%), *Livros, jornais, revistas e papelaria* (-2,0%) e *Combustíveis e lubrificantes* (-1,7%). No caso das atividades do **comércio varejista ampliado**, *Veículos e motos, partes e peças* cresceu 1,5%, enquanto *Material de Construção* apresentou estabilidade (0,0%) na passagem de abril para maio de 2025, conforme Gráfico 3.

Para o indicador interanual, em maio de 2025, frente a igual mês do ano anterior, no **comércio varejista** também houve predomínio de taxas positivas. Houve alta em seis das oito atividades: *Tecidos, vestuário e calçados* (7,1%), *Móveis e eletrodomésticos* (7,0%), *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria* (5,5%), *Equipamentos e material para escritório informática e comunicação* (4,7%), *Livros, jornais, revistas e papelaria* (2,5%) e *Hiper, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* (1,2%). Dois foram os setores no campo negativo: *Combustíveis e lubrificantes* (-0,6%) e *Outros artigos de uso pessoal e doméstico* (-0,4%). Considerando o **comércio varejista ampliado**, *Veículos e motos, partes e peças* registrou aumento de 1,5%, *Material de Construção* cresceu 4,7% e *Atacado de produtos alimentícios, bebida e fumo* teve queda de 5,1% entre maio de 2024 e maio de 2025.

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



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

O setor de *Tecidos, vestuário e calçados* apresentou alta de 7,1% nas vendas frente a maio de 2024, décimo terceiro resultado não negativo consecutivo (o último resultado negativo foi em abril de 2024: -3,7%). O resultado interanual também foi o de maior variação dentre as oito atividades pesquisadas, assim como a quarta maior contribuição para a composição da taxa global, somando 0,4 p.p. do total de 2,1% do varejo. No ano, o setor acumula ganhos de 5,4%, até maio, patamar acima ao acumulado até abril (4,9%). Aumento na intensidade de crescimento também acontece no indicador acumulado dos últimos doze meses: 4,6% até abril para 5,0% até maio.

A atividade de *Móveis e eletrodomésticos* cresceu 7,0% nas vendas frente a maio de 2024, oitavo resultado seguido de alta no indicador interanual (o resultado de -0,2% em setembro de 2024 foi o último negativo). Invertendo posição com a atividade de tecidos, vestuário e calçados, descrita anteriormente, móveis e eletrodomésticos obteve a segunda maior variação para o indicador interanual e a terceira maior contribuição, 0,5 p.p., para o indicador total (2,1%). Em relação ao acumulado no ano, houve aumento no patamar de crescimento pela primeira vez desde fevereiro, saindo de 4,4% até abril para 4,9% até maio. No acumulado nos últimos doze meses, o resultado até maio foi de 5,4%, vigésimo terceiro consecutivo a registrar ganhos (junho de 2023 foi o último a mostrar perdas: -1,3%).

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

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

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 grupamento de *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria* apresentou aumento de 5,5% nas vendas frente a maio de 2024, contabilizando 27 meses consecutivos de resultados positivos. Adicionalmente, o setor representou a maior influência no campo positivo, junto com o setor de hipermercados, ambos somando 0,6 p.p. no total de 2,1% do varejo. No ano, até maio, o setor acumula 3,7%, patamar superior ao acumulado até abril (3,2%), indicando aceleração do crescimento do setor. Nos últimos doze meses, o acumulado até maio fechou em 5,6%, menor patamar dos três últimos levantamentos (7,7% até março e 9,0% até abril).

Em maio de 2025, o volume de vendas do setor de *Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação* alcançou 4,7% acima do volume de maio de 2024, primeira taxa positiva do setor após três meses de queda (-3,8% em fevereiro, -2,1% em março e -5,4% em abril). Apesar do resultado positivo no indicador interanual, no ano, o setor apresenta perdas pelo quarto mês consecutivo: -1,0% até fevereiro, -1,4% até março, -2,4% até abril e -1,0% até maio. Há também retração observada no indicador interanual: -0,7% até maio de 2025.

Em maio de 2025, a atividade de *Livros, jornais, revistas e papelaria* registrou alta de 2,5%, na comparação com o mesmo mês do ano anterior, quebrando uma sequência de doze quedas consecutivas (o último resultado positivo havia sido em abril de 2024: 2,4%). Com isso, as perdas acumuladas no ano se reduziram de -3,9% até abril para -2,9% até maio. Em termos de resultado acumulado nos últimos doze meses o cenário também é de perdas: -5,6% até maio.

O setor de *Hiper, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* apresentou crescimento de 1,2% nas vendas frente a maio de 2024, segundo aumento consecutivo (7,3% em abril). Em maio, o setor exerceu a principal influência, no campo positivo, junto ao setor farmacêutico, contribuindo com 0,6 p.p. na composição da taxa total de 2,1% do varejo. Em relação ao acumulado no ano até maio, ao passar de 2,0% até abril para 1,8% no mês de referência, a atividade mostra manutenção no ritmo de ganhos em 2025. Em termos de resultado acumulado nos últimos doze meses, o ritmo diminuiu: de 3,4% até abril para 2,7% até maio.

O volume de vendas da atividade de *Combustíveis e lubrificantes* apresentou queda de 0,6% nas vendas frente a maio de 2024, segundo mês consecutivo a registrar resultado negativo: -1,8% em abril. O resultado setorial de maio foi também a única influência negativa no indicador interanual, somando -0,1 p.p à composição total de 2,1% da taxa. No ano, até maio, o setor acumula ganhos de 0,4%, menos intensos do que até abril (0,7%). No entanto, em termos de resultado acumulado nos últimos doze meses, o cenário é de perdas: -1,1% até abril para -0,8% até maio.

O grupo de *Outros artigos de uso pessoal e doméstico*, que engloba lojas de departamentos, óticas, joalherias, artigos esportivos, brinquedos etc., apresentou variação de -0,4% nas vendas frente a maio de 2024. O setor vem de período de alta volatilidade no indicador interanual, passando de -6,3% em março para 10,9% em abril, seguido do resultado próximo à estabilidade em maio. Em relação ao acumulado no ano até maio, ao passar de 2,7% até abril para 2,1% no mês de referência, a atividade mostra diminuição no ritmo de ganhos. Os resultados do acumulado nos últimos doze meses, por sua vez, registram ganhos decrescentes: de 6,0% até abril para 4,8% até maio.

No âmbito do **varejo ampliado**, o grupo *Veículos e motos, partes e peças*, na comparação com o mesmo mês do ano anterior, apresentou alta pela primeira vez após dois meses de queda: -2,5% em março, -7,1% em abril e +1,5% em maio. O resultado iguala o setor a outros em termos de influência para o indicador interanual, contabilizando 0,3 p.p. ao total de 1,1% de todas as onze atividades. Em relação ao acumulado no ano, o patamar de ganhos se mantém em 1,8% até maio, mesmo valor registrado até abril. Em termos de resultado acumulado nos últimos doze meses, há maior variação no ritmo de ganhos nos últimos dois meses: 7,6% até abril e 6,9% até maio.

A atividade de *Material de construção* cresceu 4,7% em volume em relação às vendas frente a maio de 2024, primeira alta após resultado de -2,7% em abril. No indicador, dos últimos 12 meses, apenas o mês de abril, citado anteriormente, registrou perdas. No ano, o resultado é de 4,0% até maio, mesmo patamar do que o acumulado até abril (3,8%). No acumulado dos últimos doze meses so setor intensifica o ritmo de crescimento: 5,2% até abril para 5,7% até maio.

No caso do *Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo*, a comparação com o mesmo mês do ano anterior teve resultado negativo pelo décimo mês consecutivo, sendo que os últimos pontos foram: -3,7% frente a março; -2,4% em abril; e -5,1% em maio. O setor também foi o único a contribuir negativamente para a formação da taxa global, contribuindo com -0,7 p.p. para o total de 1,1% de todas as empresas dos onze setores combinadas. No ano, o setor acumula perdas de 5,7% até maio, resultado similar ao acumulado até abril (-5,8%). No acumulado dos últimos doze meses, o setor apresenta manutenção no patamar de perdas: -7,4% até abril para -7,2% maio de 2025.

RESULTADOS REGIONAIS

Na passagem de abril para maio de 2025, na série com ajuste sazonal, a taxa média nacional de vendas do **comércio varejista** foi de -0,2% com resultados negativos em 20 das 27 Unidades da Federação, com destaque para: Tocantins (-3,5%), Rio Grande do Norte (-2,3%) e Santa Catarina (-1,8%). Por outro lado, com variações positivas, figuram 6 das 27 Unidades da Federação, com destaque para: Roraima (1,1%), Rio de Janeiro (0,9%) e Sergipe (0,7%). O Amapá registrou estabilidade (0,0%) na passagem de abril para maio, conforme Gráfico 4. Para a mesma comparação, no **comércio varejista ampliado**, a variação entre abril e maio de 2025 foi de 0,3% com resultados negativos em 16 das 27 Unidades da Federação, com destaque para: Tocantins (-3,5%), Santa Catarina (-2,1%) e Mato Grosso do Sul (-1,6%). Por outro lado, pressionando positivamente, figuram 10 das 27 Unidades da Federação, com destaque para Amazonas (2,1%), Alagoas (1,3%) e Rio de Janeiro (1,2%). O Rio Grande do Sul apresentou estabilidade (0,0%) para este indicador, conforme Gráfico 5.

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

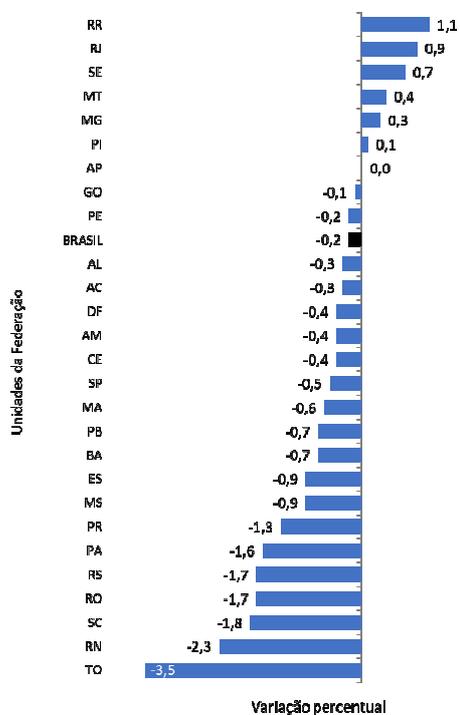
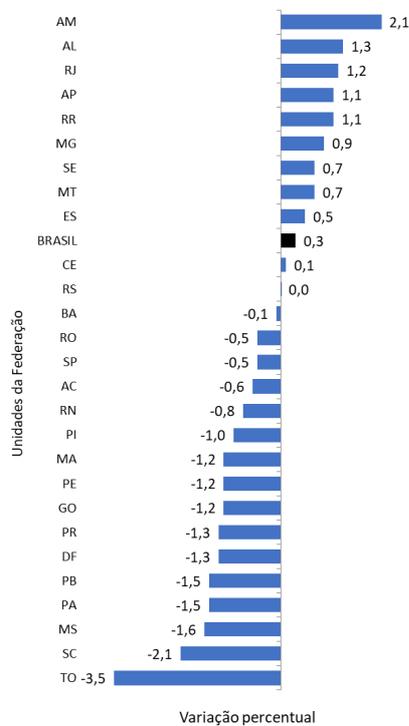


Gráfico 5 -Volume de Vendas do Comércio Varejista Ampliado por UF mês/ mês anterior Maio 2025



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

Frente a maio de 2024, a variação das vendas no **comércio varejista**, no corrente mês, foi de 2,1% com resultados positivos em 22 as 27 Unidades da Federação, com destaque para: Paraíba (9,1%), Alagoas (6,7%) e Espírito Santo (6,5%). No campo negativo ficaram 5 Unidades da Federação, com destaque para Tocantins (-5,5%), Rio de Janeiro (-0,9%) e Maranhão (-0,2%), conforme Gráfico 6. Já no **comércio varejista ampliado**, a variação entre maio de 2025 e maio de 2024 mostrou um crescimento de 1,1% com resultados positivos em 20 das 27 Unidades da Federação, com destaque para: Rio Grande do Sul (11,1%), Mato Grosso (7,4%) e Paraíba (6,1%). Por outro lado, pressionando negativamente, figuram 7 das 27 Unidades da Federação, com destaque para: Goiás (-7,9%), Tocantins (-2,5%) e Maranhão (-1,4%), conforme Gráfico 7.

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

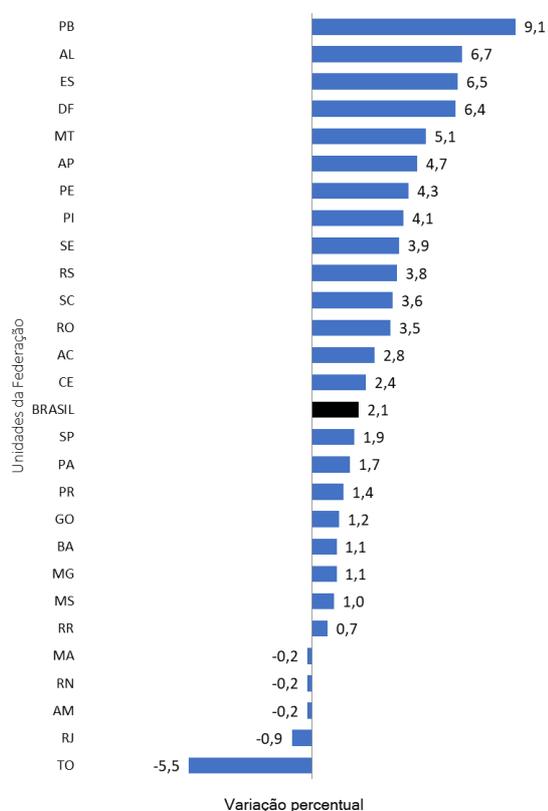
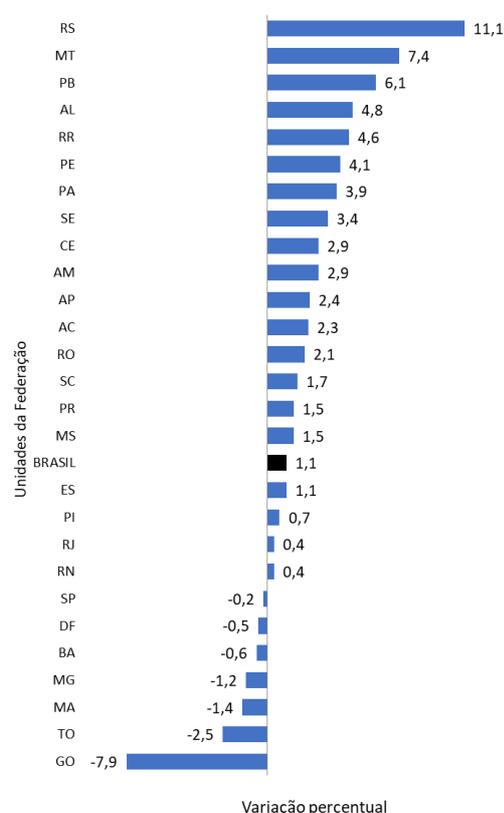


Gráfico 7 - Volume de Vendas do Comércio Varejista Ampliado por UF mês/igual mês do ano anterior Maio 2025



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

Em síntese, o comércio varejista brasileiro, na margem, tem registrado pequenas variações negativas próximas à estabilidade desde que atingiu o patamar recorde da série do índice de base fixa em volume com ajuste sazonal, alcançado em março de 2025. Setorialmente, no entanto, há predomínio de taxas positivas na margem, com destaque para *Equipamentos para escritório, informática e comunicação*, que se beneficia da desvalorização do dólar em relação ao real e *Móveis e eletrodomésticos*, que faz um ano de recuperação do volume de vendas.

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
Maio 2025 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mês/Mês anterior (1)			Mensal (2)			Acumulado no ano (3)			Últimos 12 meses (4)		
	MAR	ABR	MAI	MAR	ABR	MAI	JAN-MAR	JAN-ABR	JAN-MAI	Até MAR	Até ABR	Até MAI
Volume de vendas do comércio varejista (5)	0,8	-0,3	-0,2	-0,8	5,3	2,1	1,2	2,2	2,2	3,1	3,4	3,0
1. Combustíveis e lubrificantes	-1,0	-1,6	-1,7	1,1	-1,8	-0,6	1,5	0,7	0,4	-0,8	-1,1	-0,8
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	0,4	-0,3	0,4	-1,4	7,3	1,2	0,3	2,0	1,8	2,8	3,4	2,7
2.1. Hipermercados e supermercados	-0,2	-0,1	0,1	-1,2	8,0	1,6	0,7	2,5	2,3	3,3	4,0	3,3
3. Tecidos, vestuário e calçados	1,4	0,7	1,1	1,1	7,7	7,1	3,9	4,9	5,4	3,7	4,6	5,0
4. Móveis e eletrodomésticos	-0,5	-0,3	2,0	3,0	0,3	7,0	5,7	4,4	4,9	5,5	5,0	5,4
4.1. Móveis	-	-	-	-3,0	-6,8	-0,4	-1,1	-2,5	-2,1	5,7	4,3	3,8
4.2. Eletrodomésticos	-	-	-	4,6	2,5	9,2	7,6	6,3	6,9	5,4	5,0	5,6
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	1,2	0,3	1,7	2,1	1,9	5,5	3,6	3,2	3,7	6,5	5,7	5,6
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	29,4	1,4	-2,0	-7,9	-3,8	2,5	-3,9	-3,9	-2,9	-6,0	-6,4	-5,6
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	3,0	-0,7	3,0	-2,1	-5,4	4,7	-1,4	-2,4	-1,0	0,4	-1,1	-0,7
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	1,2	0,7	-2,1	-6,3	10,9	-0,4	0,1	2,7	2,1	5,5	6,0	4,8
Volume de vendas do comércio varejista ampliado (6)	1,7	-1,9	0,3	-1,2	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	3,0	2,7	2,4
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	1,4	-2,1	1,5	-2,5	-7,1	1,5	5,2	1,8	1,8	10,5	7,6	6,9
10. Material de construção	0,5	-0,5	0,0	5,0	-2,7	4,7	6,1	3,8	4,0	6,8	5,2	5,7
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	-	-	-	-3,7	-2,4	-5,1	-6,9	-5,8	-5,7	-8,3	-7,4	-7,2

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
Maio 2025 - Variação (%)

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

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

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

(2) Base: igual mês do ano anterior

(3) Base: igual período do ano anterior

(4) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

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

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

(2) Base: igual mês do ano anterior

(3) Base: igual período do ano anterior

(4) Base: últimos 12 meses anteriores

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

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	MAR	ABR	MAI	JAN-MAR	JAN-ABR	JAN-MAI	Até MAR	Até ABR	Até MAI
Comércio Varejista (4)	1,8	4,5	2,4	3,5	3,8	3,5	6,0	5,8	5,0
1. Combustíveis e lubrificantes	3,5	4,1	2,5	8,6	7,4	6,3	9,8	8,3	7,2
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	0,3	2,3	0,7	0,1	0,6	0,6	3,0	3,1	2,3
2.1. Hipermercados e supermercados	0,4	2,9	1,6	0,4	1,1	1,2	3,0	3,0	2,3
3. Tecidos, vestuário e calçados	7,8	7,3	8,4	8,3	8,0	8,1	7,3	7,4	7,4
4. Móveis e eletrodomésticos	1,2	-9,9	-2,5	3,1	-0,4	-1,0	6,2	4,1	2,9
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	8,5	16,4	3,7	10,1	11,6	9,7	12,3	12,5	11,0
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	20,8	-42,4	-9,6	18,3	3,6	1,1	9,9	0,8	-0,2
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-10,7	-18,2	-10,3	-1,1	-5,6	-6,5	1,2	-1,6	0,0
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-3,0	16,6	10,4	6,2	8,8	9,2	10,9	11,1	10,6
Comércio Varejista Ampliado (5)	3,9	7,5	2,9	5,8	6,2	5,5	6,8	6,5	5,8
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-2,5	8,6	6,4	4,9	5,9	6,0	3,4	2,6	2,7
10. Material de construção	16,1	14,6	1,5	19,3	18,0	14,2	17,3	17,3	16,6
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	12,3	14,3	2,5	8,2	9,7	8,1	7,3	7,3	6,0

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio

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

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

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

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

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	MAR	ABR	MAI	JAN-MAR	JAN-ABR	JAN-MAI	Até MAR	Até ABR	Até MAI
Comércio Varejista (4)	-5,5	2,8	1,1	-0,5	0,3	0,5	4,1	3,7	3,0
1. Combustíveis e lubrificantes	-0,1	-3,7	-5,5	0,5	-0,6	-1,6	-1,4	-2,5	-2,8
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	-8,5	5,5	2,1	-1,9	-0,1	0,4	5,3	5,4	4,4
2.1. Hipermercados e supermercados	-8,5	7,1	3,8	-1,8	0,3	1,0	6,0	6,3	5,3
3. Tecidos, vestuário e calçados	-2,7	-0,5	6,7	0,8	0,5	1,9	4,5	4,0	4,2
4. Móveis e eletrodomésticos	-5,7	-5,2	11,6	1,1	-0,5	2,3	7,4	6,0	6,0
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	10,1	8,7	-0,1	9,1	9,0	6,9	8,7	8,5	7,0
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-20,5	-41,0	-20,3	-16,2	-20,7	-20,6	-18,8	-20,7	-20,3
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-49,0	-44,3	-27,8	-20,4	-25,5	-25,9	-28,7	-32,7	-34,9
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-14,5	12,7	1,4	-5,4	-1,2	-0,6	6,4	6,5	5,1
Comércio Varejista Ampliado (5)	-7,0	-1,6	-0,6	-2,5	-2,3	-2,0	2,9	1,9	1,3
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	2,8	0,1	5,7	17,3	12,7	11,3	19,1	16,9	16,0
10. Material de construção	-5,7	3,3	-1,8	-2,3	-0,9	-1,1	9,7	7,3	5,2
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	-23,1	-22,2	-13,8	-26,8	-25,7	-23,5	-17,1	-19,0	-18,8

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
Minas Gerais - Maio 2025 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	MAR	ABR	MAI	JAN-MAR	JAN-ABR	JAN-MAI	Até MAR	Até ABR	Até MAI
Comércio Varejista (4)	-0,5	3,0	1,1	1,8	2,1	1,9	2,5	2,5	2,0
1. Combustíveis e lubrificantes	4,2	-5,3	-0,9	3,2	1,0	0,6	-3,6	-3,5	-2,6
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	-0,1	6,7	0,5	1,3	2,7	2,2	2,0	2,5	1,7
2.1. Hipermercados e supermercados	0,6	7,3	0,9	1,9	3,3	2,8	2,5	3,1	2,2
3. Tecidos, vestuário e calçados	0,0	1,6	14,1	2,0	1,9	4,7	4,8	4,7	6,6
4. Móveis e eletrodomésticos	-4,1	-5,4	7,9	4,0	1,6	2,9	5,8	4,7	5,5
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	-3,2	0,2	12,2	-0,2	-0,1	2,5	4,6	3,4	4,0
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-3,6	17,4	11,8	2,9	5,4	6,5	-2,7	-1,0	0,8
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-39,7	-47,0	-47,9	-33,8	-37,3	-39,6	14,1	2,8	-7,1
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	0,4	8,1	-10,4	8,7	8,5	3,9	8,0	7,8	4,2
Comércio Varejista Ampliado (5)	-1,3	-0,6	-1,2	1,3	0,9	0,4	2,0	2,0	1,3
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	1,8	-8,5	-5,0	11,6	6,1	3,7	14,2	10,6	8,4
10. Material de construção	1,5	-8,4	7,5	3,1	0,0	1,5	5,2	2,8	3,4
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	-10,0	-2,1	-10,4	-13,2	-10,7	-10,6	-13,7	-10,1	-10,7

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 - Maio 2025 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	MAR	ABR	MAI	JAN-MAR	JAN-ABR	JAN-MAI	Até MAR	Até ABR	Até MAI
Comércio Varejista (4)	1,5	5,5	6,5	4,0	4,4	4,8	2,0	2,2	2,8
1. Combustíveis e lubrificantes	-9,4	-9,9	-7,0	-6,2	-7,1	-7,1	-2,6	-3,9	-4,7
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	2,4	6,6	4,1	4,5	5,0	4,8	4,7	5,2	5,0
2.1. Hipermercados e supermercados	1,2	6,4	2,4	4,7	5,2	4,6	1,3	2,1	2,2
3. Tecidos, vestuário e calçados	24,2	20,8	28,9	22,0	21,7	23,4	11,9	13,5	16,0
4. Móveis e eletrodomésticos	-2,9	-4,2	-1,6	2,6	1,0	0,5	2,3	0,1	-0,2
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	10,9	11,4	16,6	11,2	11,2	12,3	11,1	10,9	11,5
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-44,5	-16,9	-1,4	-20,8	-20,4	-18,9	-15,1	-16,0	-15,5
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	0,8	8,6	15,5	-0,7	1,5	4,2	-10,4	-9,0	-6,2
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-16,8	-2,5	-14,7	8,9	6,3	1,8	25,8	22,5	16,6
Comércio Varejista Ampliado (5)	4,8	-0,7	1,1	5,8	4,1	3,4	4,1	3,4	2,9
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	8,0	-16,1	-18,2	5,2	-0,7	-4,9	11,5	7,9	3,2
10. Material de construção	1,5	-3,8	25,8	5,9	3,3	7,9	-3,4	-3,4	0,1
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	24,4	28,3	16,5	22,4	23,8	22,2	3,4	5,7	6,9

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

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

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

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio

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

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	MAR	ABR	MAI	JAN-MAR	JAN-ABR	JAN-MAI	Até MAR	Até ABR	Até MAI
Comércio Varejista (4)	-0,5	6,0	1,9	0,4	1,8	1,8	2,5	3,1	2,5
1. Combustíveis e lubrificantes	1,7	0,5	-2,0	1,3	1,1	0,5	2,5	1,9	1,4
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	-1,0	8,1	0,4	-0,5	1,6	1,3	1,5	2,5	1,7
2.1. Hipermercados e supermercados	-1,1	8,5	0,6	-0,2	1,9	1,7	2,1	3,1	2,2
3. Tecidos, vestuário e calçados	0,2	10,3	8,8	3,2	5,1	6,0	0,7	2,0	3,0
4. Móveis e eletrodomésticos	0,5	-3,4	12,6	1,4	0,2	2,6	2,6	1,6	2,7
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	2,7	-0,2	2,8	4,4	3,2	3,1	10,1	8,6	7,8
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-8,3	-8,8	10,0	-1,9	-3,1	-1,1	-8,8	-9,3	-7,7
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	21,5	4,5	24,0	20,3	16,1	17,7	29,6	25,7	25,5
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-4,7	6,6	0,0	-2,0	0,0	0,0	1,5	2,0	1,4
Comércio Varejista Ampliado (5)	-3,3	0,9	-0,2	-1,6	-1,0	-0,8	-0,5	-0,3	-0,5
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-8,2	-6,0	5,0	4,3	1,5	2,2	5,8	3,8	4,2
10. Material de construção	6,9	-5,7	1,4	6,9	3,5	3,1	7,1	4,9	5,2
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	-13,8	-6,9	-14,0	-19,0	-16,4	-15,9	-21,7	-20,1	-20,1

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
Paraná - Maio 2025 - Variação (%)

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

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

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio

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

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

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	MAR	ABR	MAI	JAN-MAR	JAN-ABR	JAN-MAI	Até MAR	Até ABR	Até MAI
Comércio Varejista (4)	-0,8	10,0	3,8	4,8	6,1	5,6	7,1	7,8	7,3
1. Combustíveis e lubrificantes	3,5	2,8	4,1	7,3	6,2	5,8	2,8	3,5	4,3
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	-3,0	14,7	3,1	4,8	7,2	6,4	9,1	10,0	8,8
2.1. Hipermercados e supermercados	-3,9	15,1	3,0	4,3	6,9	6,1	9,3	10,2	8,9
3. Tecidos, vestuário e calçados	5,6	20,6	8,7	9,0	12,4	11,4	7,4	10,3	10,6
4. Móveis e eletrodomésticos	1,4	0,1	-9,4	1,5	1,2	-1,3	7,6	6,7	4,7
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	1,6	4,4	7,5	4,5	4,5	5,1	7,0	6,6	6,9
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-14,3	5,6	21,3	-5,2	-3,6	-0,9	-6,2	-5,3	-2,1
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-15,3	-22,7	-1,0	-8,5	-12,3	-10,1	7,0	2,5	1,6
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-3,5	7,7	12,0	1,8	3,3	5,0	4,3	4,9	6,1
Comércio Varejista Ampliado (5)	0,7	2,9	11,1	6,7	5,8	6,8	9,4	8,8	9,7
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-1,7	-11,1	57,5	6,2	1,6	9,4	10,5	7,5	13,6
10. Material de construção	11,9	4,8	10,8	13,6	11,4	11,3	13,6	13,5	14,7
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	5,2	-10,2	13,1	12,2	6,1	7,4	15,4	12,3	13,5

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio

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

Goiás - Maio 2025 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	MAR	ABR	MAI	JAN-MAR	JAN-ABR	JAN-MAI	Até MAR	Até ABR	Até MAI
Comércio Varejista (4)	0,4	3,5	1,2	0,9	1,5	1,5	3,6	3,7	3,2
1. Combustíveis e lubrificantes	-6,5	-14,1	-14,5	-9,9	-11,0	-11,7	-7,2	-8,1	-8,9
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	-0,1	6,8	0,5	0,6	2,2	1,8	5,8	6,2	5,2
2.1. Hipermercados e supermercados	-1,7	7,3	0,9	0,1	1,9	1,7	6,0	6,4	5,2
3. Tecidos, vestuário e calçados	-4,1	3,7	14,2	-4,6	-2,6	1,1	-2,2	-1,4	-0,1
4. Móveis e eletrodomésticos	21,4	0,2	19,4	21,7	16,3	17,0	9,7	9,0	10,8
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	1,5	9,1	4,6	6,6	7,2	6,6	8,5	8,3	7,6
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	18,4	6,8	31,4	9,2	8,7	12,2	13,3	12,4	14,7
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-8,8	-3,4	-8,6	-20,2	-16,4	-14,8	-3,6	-3,3	-4,9
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-8,6	20,2	2,6	-2,8	2,4	2,4	5,3	6,0	5,0
Comércio Varejista Ampliado (5)	-2,8	-8,8	-7,9	-0,9	-3,1	-4,1	7,0	4,4	2,1
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-8,3	-28,1	-23,9	-1,9	-9,9	-13,0	19,2	10,5	4,1
10. Material de construção	-2,0	2,4	1,8	0,0	0,6	0,9	0,2	0,4	1,0
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	-2,2	-0,6	-3,0	-5,2	-4,0	-3,8	-1,7	-3,1	-4,6

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

Distrito Federal - Maio 2025 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	MAR	ABR	MAI	JAN-MAR	JAN-ABR	JAN-MAI	Até MAR	Até ABR	Até MAI
Comércio Varejista (4)	0,7	7,3	6,4	3,7	4,6	5,0	4,4	4,7	4,9
1. Combustíveis e lubrificantes	1,0	4,5	4,6	4,0	4,1	4,2	2,1	2,5	3,2
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	-0,7	8,6	4,3	1,3	3,2	3,4	3,6	4,2	3,9
2.1. Hipermercados e supermercados	-0,3	10,0	5,8	2,2	4,1	4,5	4,6	5,4	5,1
3. Tecidos, vestuário e calçados	2,5	4,8	11,2	4,6	4,6	6,2	8,9	9,2	9,5
4. Móveis e eletrodomésticos	9,5	9,9	11,8	19,5	17,2	16,1	16,0	15,1	15,7
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	5,6	0,0	10,2	4,9	3,7	5,1	4,2	3,4	4,2
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	3,4	5,8	7,2	-5,7	-3,7	-1,9	2,8	2,4	2,0
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-26,8	-36,9	3,2	-15,5	-21,7	-17,7	-35,1	-37,6	-34,2
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-6,4	24,0	7,9	2,6	7,7	7,7	5,6	7,4	7,1
Comércio Varejista Ampliado (5)	0,5	0,8	-0,5	4,1	3,3	2,5	7,0	6,1	5,1
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-5,3	-14,6	-14,9	0,4	-3,6	-6,1	11,7	7,3	3,4
10. Material de construção	-4,3	-3,9	2,6	3,8	1,8	1,9	5,5	4,1	4,6
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	20,1	10,8	-3,0	16,1	14,8	10,7	12,9	12,9	11,1

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

Atividades	Comércio varejista ampliado												
	mai/2024	jun/2024	jul/2024	ago/2024	set/2024	out/2024	nov/2024	dez/2024	jan/2025	fev/2025	mar/2025	abr/2025	mai/2025
Comércio Varejista (1)	106,6	101,6	105,6	106,8	101,8	107,6	114,3	126,6	102,7	97,4	104,4	104,1	108,8
1. Combustíveis e lubrificantes	101,6	99,1	102,8	105,2	103,2	108,0	105,8	105,2	102,2	96,6	101,9	98,5	101,1
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	108,8	103,2	106,5	111,3	105,4	110,4	112,9	127,2	105,0	101,1	108,9	109,3	110,1
2.1. Hipermercados e supermercados	109,6	103,5	107,3	112,5	106,7	111,3	114,5	128,8	106,5	102,4	110,0	111,0	111,3
3. Tecidos, vestuário e calçados	102,0	101,5	101,2	95,4	85,2	92,6	109,5	174,2	81,9	76,9	82,0	90,2	109,2
4. Móveis e eletrodomésticos	105,6	100,9	106,5	102,0	96,3	106,8	134,0	133,6	107,6	98,7	102,8	97,6	113,0
4.1. Móveis	101,9	99,0	104,2	99,8	92,0	97,2	121,8	118,4	95,3	86,9	89,0	88,4	101,4
4.2. Eletrodomésticos	109,2	103,4	109,3	104,6	99,7	112,1	141,0	141,0	113,7	104,5	109,2	102,6	119,3
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	116,8	112,7	114,4	115,4	112,7	114,6	117,1	120,3	107,7	103,9	115,4	109,8	123,2
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	74,6	75,9	78,6	73,1	66,0	71,8	73,5	112,1	160,2	110,0	75,3	69,5	76,5
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	98,7	96,5	107,5	98,9	92,5	104,4	129,6	108,6	101,8	91,8	97,7	94,9	103,3
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	96,4	87,3	97,9	88,8	86,2	96,6	118,5	123,4	93,9	83,6	89,8	92,9	96,1
Comércio Varejista Ampliado (2)	106,3	103,7	109,1	108,5	103,8	110,6	111,4	117,6	102,3	98,4	103,8	102,3	107,6
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	116,4	124,0	133,0	128,7	124,8	133,8	122,4	120,7	116,9	113,3	113,8	112,4	118,2
10. Material de construção	101,4	101,3	112,2	111,8	106,6	115,5	106,5	93,5	101,9	100,1	100,0	99,0	106,2
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	97,3	91,3	95,5	91,7	88,1	95,2	90,8	92,4	85,3	85,7	92,9	86,4	92,3

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
Maio 2025 - Variação (%)

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

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
Maio 2025 - Variação (%)

Brasil e Unidades da Federação	Mês/Mês anterior (1)			Mensal (2)			Acumulado no ano (3)			Últimos 12 meses (4)		
	MAR	ABR	MAI	MAR	ABR	MAI	JAN-MAR	JAN-ABR	JAN-MAI	Até MAR	Até ABR	Até MAI
Brasil	1,5	-0,1	-0,1	5,4	12,1	7,9	7,0	8,3	8,2	8,0	8,7	8,5
Rondônia	-0,2	0,8	-0,7	10,5	14,0	10,1	8,9	10,2	10,2	8,8	9,4	9,3
Acre	0,3	1,7	0,1	8,9	8,7	9,0	8,5	8,5	8,6	10,2	9,8	9,5
Amazonas	-4,2	0,1	0,5	3,6	7,9	5,3	8,3	8,2	7,6	8,8	9,0	8,6
Roraima	0,6	-0,3	3,0	2,7	1,2	7,7	2,1	1,9	3,1	9,2	8,6	8,7
Pará	1,3	1,2	-1,2	5,3	11,2	8,5	5,2	6,7	7,1	7,3	7,9	8,0
Amapá	0,9	1,3	0,9	17,2	14,7	12,2	19,0	17,9	16,6	22,0	21,1	19,3
Tocantins	0,8	0,8	-3,5	4,5	6,4	0,1	9,4	8,6	6,8	12,7	12,2	11,1
Maranhão	0,8	-0,1	-0,2	6,0	10,8	4,9	7,9	8,6	7,8	8,8	9,1	8,4
Piauí	2,3	-0,2	-0,2	11,3	9,6	8,1	8,9	9,1	8,9	10,8	10,7	10,3
Ceará	1,5	-0,1	0,1	7,5	10,8	7,8	9,0	9,5	9,1	10,9	10,9	10,3
Rio Grande do Norte	1,0	0,7	-2,4	2,4	10,1	4,8	5,7	6,8	6,4	8,4	8,5	8,1
Paraíba	3,2	0,5	0,1	8,3	16,5	12,0	7,9	10,0	10,5	13,7	14,5	14,0
Pernambuco	1,2	0,6	-0,2	3,3	9,9	7,9	5,9	6,9	7,1	7,3	7,7	7,7
Alagoas	0,7	-0,5	0,2	6,8	13,1	10,6	8,2	9,5	9,7	9,4	10,3	10,1
Sergipe	-2,7	1,3	1,0	0,2	7,8	6,2	3,0	4,2	4,6	7,2	7,2	6,8
Bahia	0,2	1,1	-0,3	0,2	8,6	5,8	5,4	6,2	6,1	9,1	9,0	8,1
Minas Gerais	2,5	-1,4	0,5	5,1	9,4	6,8	6,9	7,6	7,4	7,9	8,2	7,7
Espírito Santo	-0,3	0,8	-0,7	6,2	10,8	11,2	8,7	9,2	9,6	6,0	6,5	7,2
Rio de Janeiro	0,7	-1,5	1,1	-1,1	6,2	4,7	2,8	3,7	3,9	5,2	5,5	5,4
São Paulo	2,3	0,2	0,0	6,4	13,8	8,9	6,9	8,6	8,7	7,8	8,8	8,7
Paraná	-1,2	0,4	-0,8	4,7	13,1	7,3	6,8	8,4	8,2	6,9	7,7	7,5
Santa Catarina	-0,2	0,0	-1,8	11,8	20,3	10,0	12,6	14,4	13,5	8,9	10,5	10,5
Rio Grande do Sul	-0,1	1,5	-1,8	4,3	16,0	7,6	9,0	10,8	10,1	10,6	11,7	11,3
Mato Grosso do Sul	0,0	1,8	-1,2	4,2	11,0	7,7	4,9	6,4	6,7	7,2	7,5	7,1
Mato Grosso	1,6	1,5	0,5	14,1	11,1	11,4	6,1	7,3	8,2	5,6	6,6	6,9
Goiás	2,8	-1,5	0,1	6,4	10,7	7,4	6,9	7,9	7,8	8,9	9,5	9,2
Distrito Federal	1,7	-0,1	0,1	7,6	14,1	13,4	10,2	11,2	11,7	9,1	9,8	10,3

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

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

(2) Base: igual mês do ano anterior

(3) Base: igual período do ano anterior

(4) Base: 12 meses anteriores

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

Brasil e Unidades da Federação	Mês/Mês anterior (1)			Mensal (2)			Acumulado no ano (3)			Últimos 12 meses (4)		
	MAR	ABR	MAI	MAR	ABR	MAI	JAN-MAR	JAN-ABR	JAN-MAI	Até MAR	Até ABR	Até MAI
Brasil	1,6	-1,5	0,5	3,9	6,5	5,9	5,9	6,0	6,0	7,0	7,0	6,9
Rondônia	4,2	-1,8	-0,7	7,9	6,7	7,1	6,3	6,4	6,5	3,8	3,5	3,6
Acre	1,9	-0,1	0,7	6,5	4,0	7,8	7,6	6,6	6,9	8,3	7,5	7,5
Amazonas	0,1	-2,4	2,2	6,7	5,2	8,6	9,5	8,4	8,5	11,6	11,0	10,8
Roraima	-0,7	3,1	1,6	5,5	3,5	11,3	2,9	3,1	4,8	5,9	5,6	6,3
Pará	0,0	2,0	-0,9	5,6	9,9	9,3	6,6	7,4	7,8	5,2	5,8	7,0
Amapá	-0,7	1,1	-0,4	15,6	11,7	8,8	18,2	16,5	14,7	21,3	20,0	18,2
Tocantins	-0,5	-0,9	-3,3	2,1	6,9	1,2	8,2	7,8	6,4	7,2	7,8	7,6
Maranhão	0,9	-0,2	-0,7	-0,7	4,6	3,5	1,2	2,1	2,4	6,9	6,3	4,9
Piauí	2,9	-0,8	-1,0	11,1	7,1	6,5	10,0	9,2	8,6	12,2	11,7	11,3
Ceará	2,5	0,3	-0,3	9,7	14,1	8,7	11,5	12,1	11,4	11,4	11,5	11,0
Rio Grande do Norte	1,0	-0,4	-0,6	3,3	6,3	6,2	7,9	7,5	7,2	9,9	9,4	9,1
Paraíba	3,6	0,4	-0,9	9,5	14,2	9,4	9,9	11,0	10,7	13,9	14,0	13,5
Pernambuco	1,2	2,5	-1,0	-3,4	8,4	8,0	5,0	5,8	6,3	8,4	8,0	8,0
Alagoas	1,4	-0,4	1,1	2,1	7,3	8,6	5,0	5,6	6,2	8,4	8,4	8,3
Sergipe	-1,1	1,9	1,0	-0,5	6,2	6,5	2,6	3,5	4,1	7,6	7,2	6,9
Bahia	2,0	0,3	0,7	0,1	5,2	5,6	4,1	4,4	4,6	7,6	7,0	6,6
Minas Gerais	1,2	-0,9	0,5	2,7	3,9	2,8	4,7	4,5	4,1	6,7	6,7	5,9
Espírito Santo	3,7	-2,7	0,1	10,2	4,7	6,1	10,4	8,9	8,3	6,8	6,5	6,3
Rio de Janeiro	0,6	-0,3	1,3	-1,2	4,5	5,2	2,7	3,1	3,6	5,1	5,1	5,1
São Paulo	1,5	-1,2	0,2	1,8	6,8	4,9	3,5	4,3	4,4	3,6	4,1	4,2
Paraná	5,9	-5,1	-0,4	9,1	6,4	6,2	8,3	7,8	7,5	8,6	8,5	8,5
Santa Catarina	0,7	-0,2	-1,6	12,0	10,8	7,4	11,8	11,6	10,7	11,2	11,1	10,8
Rio Grande do Sul	0,0	-1,9	1,9	4,8	7,3	14,2	10,4	9,6	10,5	12,5	12,2	13,2
Mato Grosso do Sul	1,7	0,7	-1,7	2,3	9,9	6,4	4,6	5,9	6,0	3,1	3,7	3,6
Mato Grosso	1,2	1,1	1,3	13,6	7,9	12,0	7,0	7,2	8,2	6,1	6,5	7,4
Goiás	0,1	-1,6	-0,6	2,1	-4,5	-4,1	3,5	1,3	0,1	11,4	8,9	6,7
Distrito Federal	0,8	-0,8	-0,1	6,2	6,2	4,7	9,5	8,7	7,8	10,9	10,3	9,5

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

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

(2) Base: igual mês do ano anterior

(3) Base: igual período do ano anterior

(4) Base: 12 meses anteriores

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

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	MAR	ABR	MAI	JAN-MAR	JAN-ABR	JAN-MAI	Até MAR	Até ABR	Até MAI
Comércio Varejista (4)	7,5	10,8	7,8	9,0	9,5	9,1	10,9	10,9	10,3
1. Combustíveis e lubrificantes	9,0	12,3	10,0	13,4	13,1	12,5	13,6	13,0	12,5
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	7,3	9,6	7,4	6,8	7,5	7,5	8,7	9,1	8,5
2.1. Hipermercados e supermercados	7,2	10,0	8,1	6,9	7,7	7,8	8,5	8,9	8,3
3. Tecidos, vestuário e calçados	9,0	8,0	9,7	10,7	10,0	9,9	8,6	8,6	8,7
4. Móveis e eletrodomésticos	5,5	-7,1	0,2	6,8	3,0	2,3	8,4	6,5	5,4
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	13,2	21,7	7,5	15,3	16,9	14,6	20,0	19,9	18,0
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	31,5	-37,2	-2,6	27,8	12,1	9,3	17,5	8,0	6,9
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-7,3	-18,5	-9,9	4,7	-1,5	-3,1	3,5	0,7	2,6
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	0,8	22,1	15,5	9,6	12,8	13,4	14,3	14,7	14,4
Comércio Varejista Ampliado (5)	9,7	14,1	8,7	11,5	12,1	11,4	11,4	11,5	11,0
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	0,2	13,4	11,1	8,0	9,4	9,8	5,1	4,8	5,3
10. Material de construção	19,1	18,5	5,1	23,4	22,0	18,1	19,4	19,5	19,2
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	23,2	25,5	11,8	18,3	20,1	18,2	15,3	15,8	14,8

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
Pernambuco - Maio 2025 - Variação (%)

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

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
Bahia - Maio 2025 - Variação (%)**

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	MAR	ABR	MAI	JAN-MAR	JAN-ABR	JAN-MAI	Até MAR	Até ABR	Até MAI
Comércio Varejista (4)	0,2	8,6	5,8	5,4	6,2	6,1	9,1	9,0	8,1
1. Combustíveis e lubrificantes	8,8	0,6	-3,6	9,5	7,1	4,7	7,3	6,1	4,6
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	-2,1	12,2	8,1	4,4	6,4	6,7	9,5	10,0	9,3
2.1. Hipermercados e supermercados	-2,8	13,0	8,8	3,9	6,1	6,6	9,9	10,5	9,7
3. Tecidos, vestuário e calçados	0,1	3,0	9,5	3,5	3,4	4,7	6,3	6,0	6,2
4. Móveis e eletrodomésticos	-4,7	-3,0	14,8	1,9	0,6	3,8	6,6	5,6	6,2
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	14,4	12,7	3,8	15,2	14,6	12,0	16,2	15,6	13,7
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-16,0	-37,9	-16,0	-12,2	-16,8	-16,7	-13,4	-15,8	-15,5
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-48,7	-42,1	-25,4	-20,8	-25,3	-25,3	-30,9	-34,2	-35,7
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-11,4	17,2	5,3	-2,2	2,4	3,0	9,1	9,4	8,1
Comércio Varejista Ampliado (5)	0,1	5,2	5,6	4,1	4,4	4,6	7,6	7,0	6,6
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	8,0	4,7	10,4	22,0	17,4	15,9	20,8	19,1	18,7
10. Material de construção	-1,2	9,1	2,9	1,6	3,5	3,4	10,8	9,3	7,9
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	-7,3	-8,1	0,9	-14,0	-12,6	-10,1	-9,1	-10,2	-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 - Maio 2025 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	MAR	ABR	MAI	JAN-MAR	JAN-ABR	JAN-MAI	Até MAR	Até ABR	Até MAI
Comércio Varejista (4)	5,1	9,4	6,8	6,9	7,6	7,4	7,9	8,2	7,7
1. Combustíveis e lubrificantes	15,4	2,9	3,1	13,4	10,5	8,9	6,1	6,5	6,8
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	6,2	13,5	7,2	6,9	8,5	8,2	7,6	8,4	7,8
2.1. Hipermercados e supermercados	7,1	14,4	7,8	7,7	9,3	9,0	8,2	9,1	8,5
3. Tecidos, vestuário e calçados	3,6	6,3	18,8	4,9	5,2	8,5	8,3	8,3	10,2
4. Móveis e eletrodomésticos	-4,7	-4,1	8,9	2,9	1,2	2,8	5,5	4,7	5,6
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	0,9	4,5	16,0	4,1	4,2	6,8	9,6	8,3	8,8
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	4,0	26,1	19,9	10,8	13,5	14,6	5,6	7,3	9,2
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-38,7	-44,3	-46,0	-34,2	-36,8	-38,8	13,0	2,7	-6,6
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	3,4	12,4	-6,0	11,2	11,5	7,2	10,6	10,5	7,2
Comércio Varejista Ampliado (5)	2,7	3,9	2,8	4,7	4,5	4,1	6,7	6,7	5,9
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	4,8	-6,0	-1,9	14,7	9,0	6,7	14,9	11,6	9,8
10. Material de construção	4,2	-5,4	10,4	4,9	2,1	3,8	5,8	3,8	4,8
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	-9,7	-3,0	-10,2	-13,2	-10,8	-10,6	-5,3	-2,9	-4,7

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
Espírito Santo - Maio 2025 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	MAR	ABR	MAI	JAN-MAR	JAN-ABR	JAN-MAI	Até MAR	Até ABR	Até MAI
Comércio Varejista (4)	6,2	10,8	11,2	8,7	9,2	9,6	6,0	6,5	7,2
1. Combustíveis e lubrificantes	-0,4	-2,9	-2,9	1,7	0,5	-0,2	4,4	3,3	2,0
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	9,2	14,5	11,8	10,9	11,9	11,8	9,1	10,3	10,7
2.1. Hipermercados e supermercados	7,0	13,2	8,7	10,2	11,0	10,5	5,1	6,6	7,1
3. Tecidos, vestuário e calçados	27,9	24,4	33,2	25,4	25,1	27,0	13,9	15,7	18,6
4. Móveis e eletrodomésticos	-1,2	-2,8	-0,3	4,3	2,6	2,0	4,4	2,0	1,6
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	15,7	17,1	21,3	15,9	16,2	17,3	16,4	16,1	16,8
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-41,8	-13,3	3,0	-16,9	-16,6	-15,0	-9,7	-10,9	-10,8
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	0,5	8,5	14,7	-0,3	1,8	4,3	-9,0	-7,8	-5,1
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-12,7	2,5	-10,2	13,8	11,2	6,5	30,9	27,6	21,6
Comércio Varejista Ampliado (5)	10,2	4,7	6,1	10,4	8,9	8,3	6,8	6,5	6,3
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	13,5	-12,6	-14,9	8,6	2,7	-1,5	11,7	8,6	4,3
10. Material de construção	1,8	-1,2	29,7	6,5	4,5	9,7	-5,0	-4,6	-0,7
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	39,9	44,2	32,3	36,0	38,1	36,8	12,6	15,8	18,0

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio

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

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

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio

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

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

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
Paraná - Maio 2025 - Variação (%)

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

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

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

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	MAR	ABR	MAI	JAN-MAR	JAN-ABR	JAN-MAI	Até MAR	Até ABR	Até MAI
Comércio Varejista (4)	11,8	20,3	10,0	12,6	14,4	13,5	8,9	10,5	10,5
1. Combustíveis e lubrificantes	15,8	13,8	6,4	13,2	13,4	12,0	6,9	7,7	7,6
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	11,7	24,8	12,3	12,5	15,4	14,8	9,5	11,6	11,7
2.1. Hipermercados e supermercados	12,6	24,6	12,6	12,9	15,7	15,1	10,0	12,1	12,1
3. Tecidos, vestuário e calçados	12,2	15,8	3,3	13,9	14,4	11,7	3,1	5,2	5,1
4. Móveis e eletrodomésticos	6,0	5,8	-0,7	6,6	6,4	4,9	8,0	8,3	7,4
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	9,7	9,0	13,8	11,0	10,5	11,2	12,6	11,8	12,1
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	10,6	22,5	20,7	3,3	6,7	8,9	5,0	6,7	7,8
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	4,2	-5,9	3,5	-3,0	-3,8	-2,3	-3,2	-5,0	-4,5
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	13,8	30,9	8,7	21,8	23,9	20,6	13,0	15,5	14,6
Comércio Varejista Ampliado (5)	12,0	10,8	7,4	11,8	11,6	10,7	11,2	11,1	10,8
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	10,6	-4,2	0,1	9,7	5,8	4,6	16,6	13,5	11,7
10. Material de construção	17,7	3,4	14,9	12,5	10,2	11,1	7,5	7,0	8,9
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	11,8	10,1	7,1	12,3	11,8	10,8	12,9	11,7	11,6

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 Grande Do Sul - Maio 2025 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	MAR	ABR	MAI	JAN-MAR	JAN-ABR	JAN-MAI	Até MAR	Até ABR	Até MAI
Comércio Varejista (4)	4,3	16,0	7,6	9,0	10,8	10,1	10,6	11,7	11,3
1. Combustíveis e lubrificantes	15,9	11,9	9,8	16,9	15,7	14,5	10,9	11,9	12,5
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	1,0	20,5	4,9	7,9	11,0	9,7	11,7	13,2	11,8
2.1. Hipermercados e supermercados	0,1	20,9	4,8	7,4	10,7	9,5	11,9	13,4	11,9
3. Tecidos, vestuário e calçados	7,5	21,9	10,1	11,4	14,5	13,3	9,0	11,8	12,0
4. Móveis e eletrodomésticos	3,1	3,0	-5,3	2,9	2,9	1,1	6,7	6,4	5,3
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	6,6	10,3	16,6	9,6	9,8	11,2	11,8	11,5	12,4
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-8,6	13,5	29,7	1,9	3,6	6,5	4,7	5,0	7,8
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-8,4	-18,6	6,0	-2,9	-7,1	-4,6	6,1	2,6	3,1
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	0,8	13,2	17,4	5,6	7,5	9,5	7,2	8,0	9,5
Comércio Varejista Ampliado (5)	4,8	7,3	14,2	10,4	9,6	10,5	12,5	12,2	13,2
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-0,7	-9,4	61,8	7,6	3,1	11,2	10,7	7,9	14,4
10. Material de construção	11,3	4,9	10,9	13,8	11,6	11,5	14,6	14,3	15,3
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	10,1	-6,8	13,9	17,2	10,7	11,3	20,7	17,6	18,7

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
Goiás - Maio 2025 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	MAR	ABR	MAI	JAN-MAR	JAN-ABR	JAN-MAI	Até MAR	Até ABR	Até MAI
Comércio Varejista (4)	6,4	10,7	7,4	6,9	7,9	7,8	8,9	9,5	9,2
1. Combustíveis e lubrificantes	1,2	-8,8	-6,0	-2,7	-4,3	-4,7	-1,7	-2,2	-2,4
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	7,5	15,2	7,3	7,9	9,7	9,2	12,1	13,1	12,3
2.1. Hipermercados e supermercados	5,9	15,6	7,6	7,3	9,4	9,0	12,3	13,2	12,3
3. Tecidos, vestuário e calçados	-1,4	7,7	18,0	-1,7	0,6	4,5	0,3	1,3	2,8
4. Móveis e eletrodomésticos	21,0	1,3	18,1	20,9	16,0	16,5	8,9	8,5	10,4
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	6,2	13,7	8,2	12,1	12,5	11,5	13,9	13,6	12,7
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	22,1	9,8	34,7	12,4	11,8	15,3	17,7	16,6	18,8
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-8,5	1,0	-5,6	-19,7	-15,1	-13,3	-9,2	-7,6	-7,9
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-3,4	27,7	9,8	2,5	8,1	8,5	9,9	11,1	10,4
Comércio Varejista Ampliado (5)	2,1	-4,5	-4,1	3,5	1,3	0,1	11,4	8,9	6,7
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-5,9	-28,2	-23,9	-0,1	-8,7	-12,1	20,8	11,7	5,3
10. Material de construção	-0,5	4,8	4,1	1,0	1,9	2,4	0,5	1,0	1,7
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	5,0	6,3	1,9	0,9	2,3	2,2	6,5	5,0	3,2

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
Distrito Federal - Maio 2025 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	MAR	ABR	MAI	JAN-MAR	JAN-ABR	JAN-MAI	Até MAR	Até ABR	Até MAI
Comércio Varejista (4)	7,6	14,1	13,4	10,2	11,2	11,7	9,1	9,8	10,3
1. Combustíveis e lubrificantes	18,3	17,9	21,4	19,2	18,8	19,4	10,8	12,1	13,9
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	5,7	15,2	10,6	8,0	9,8	10,0	8,7	9,7	9,7
2.1. Hipermercados e supermercados	6,1	16,5	12,1	8,8	10,8	11,0	9,8	10,9	10,9
3. Tecidos, vestuário e calçados	5,0	8,5	17,0	5,7	6,4	8,9	8,2	8,7	9,6
4. Móveis e eletrodomésticos	10,6	10,6	11,7	19,0	17,0	15,9	15,1	14,6	15,4
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	11,7	4,6	15,0	11,2	9,5	10,7	10,2	9,2	9,9
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	7,9	10,0	10,9	-2,5	-0,2	1,6	7,6	7,1	6,5
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-24,8	-33,3	4,2	-14,5	-19,8	-16,0	-35,3	-37,2	-33,7
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-1,2	31,4	15,2	7,6	13,3	13,7	9,4	11,6	11,7
Comércio Varejista Ampliado (5)	6,2	6,2	4,7	9,5	8,7	7,8	10,9	10,3	9,5
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-2,3	-12,1	-13,3	3,5	-0,7	-3,5	13,3	9,1	5,2
10. Material de construção	-3,2	-1,9	4,6	4,7	2,9	3,3	5,5	4,4	5,2
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	27,4	17,0	2,4	24,1	22,3	17,6	20,5	20,5	18,5

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 - maio 2025

Atividades	Comércio varejista ampliado												
	mai/2024	jun/2024	jul/2024	ago/2024	set/2024	out/2024	nov/2024	dez/2024	jan/2025	fev/2025	mar/2025	abr/2025	mai/2025
Comércio Varejista (1)	113,5	108,6	112,3	113,4	108,4	115,3	123,4	138,4	112,4	107,7	116,6	117,2	122,5
1. Combustíveis e lubrificantes	92,8	90,4	95,9	98,4	96,5	100,8	98,6	98,9	97,0	95,3	100,9	96,5	97,8
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	118,2	112,8	115,0	119,4	113,9	120,4	125,0	142,1	118,4	114,8	125,2	126,8	127,7
2.1. Hipermercados e supermercados	119,1	113,2	115,9	120,8	115,2	121,5	126,7	143,9	120,0	116,3	126,4	128,7	129,1
3. Tecidos, vestuário e calçados	112,6	112,1	111,5	105,7	94,4	102,9	121,6	195,8	91,4	85,9	92,2	102,3	124,5
4. Móveis e eletrodomésticos	103,5	99,0	105,1	101,3	95,5	105,9	132,1	132,1	106,1	98,1	102,1	97,8	112,4
4.1. Móveis	108,5	105,3	111,2	107,7	99,3	105,5	132,2	129,3	104,3	95,3	97,6	97,6	112,0
4.2. Eletrodomésticos	103,2	98,2	104,4	100,6	95,5	107,4	133,8	134,8	108,1	100,3	105,0	99,1	114,0
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	133,9	130,0	132,0	133,2	130,4	133,1	135,4	139,6	125,2	121,2	134,8	130,9	147,9
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	87,6	89,5	93,2	87,6	79,3	86,4	88,2	135,4	196,7	136,7	93,7	87,1	95,7
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	88,8	87,1	97,0	90,3	84,2	94,7	116,2	98,4	92,5	83,6	89,4	87,1	94,4
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	104,2	94,7	106,5	96,8	94,2	105,8	130,3	136,2	104,0	93,3	100,9	105,2	109,2
Comércio Varejista Ampliado (2)	113,0	110,4	115,5	114,5	110,1	118,0	119,8	127,8	111,3	108,1	115,0	113,9	119,7
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	118,8	126,2	135,3	131,1	127,2	136,9	125,6	124,0	120,6	118,1	118,9	117,5	123,9
10. Material de construção	103,1	103,0	113,9	113,1	108,7	118,8	110,0	96,5	105,5	103,5	103,9	103,0	110,4
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	110,0	103,7	107,1	101,9	98,7	107,8	104,5	107,4	100,1	101,2	110,5	102,9	109,5

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 08/07/2025 às 9 horas