



Indicadores IBGE

Pesquisa Mensal de Comércio

Agosto 2025

Publicado em 15/10/2025 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
Lucas Gonçalves Godoi

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)
			IPCA (cód. 5104003)
	4732-6	-	IPCA (cód. 5102007)
2 - Hipermercados e supermercados	4711-3	Alimentos	IPCA (cód. 1100000)
		Consumo Pessoal	IPCA (cód. 6300000)
		Consumo Residencial	IPCA (cód. 2104000)
		Outros	IPCA (cód. IG)
3- Produtos alimentícios, bebidas e fumo	4712-1	-	IPCA (cód. 1100000)
	4729-6	-	IPCA (cód. 1100000)
			IPCA (cód. 7202000)
	4721-1	-	IPCA (cód. 1111000)
			IPCA (cód. 1112000)
			IPCA (cód. 1201061)
	4722-9	-	IPCA (cód. 1107000)
			IPCA (cód. 1108000)
	4723-7	-	IPCA (cód. 1114000)
	4724-5	-	IPCA (cód. 1103000)
			IPCA (cód. 1105000)
			IPCA (cód. 1106000)
4- Tecidos, vestuário e calçados	4755-5	-	IPCA (cód. 4401000)
	4781-4	-	IPCA (cód. 4100000)
	4782-2	-	IPCA (cód. 4200000)
5- Móveis e eletrodomésticos	4753-9	-	IPCA (cód. 3200000)
	4756-3	-	IPCA (cód. 7201010)
	4759-8	-	IPCA (cód. 3102000)
	4762-8	-	IPCA serviços
	4754-7	-	IPCA (cód. 3101000)
		-	IPCA (cód. 3102000)
6- Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, perfumaria e cosméticos	4771-7	-	IPCA (cód. 6101000)
	4772-5	-	IPCA (cód. 6301000)
	4773-3	-	IPCA serviços

Atividades da PMC	CNAE da PMC	Grupo de produto	Itens do IPCA
7- Equipamentos e material para escritório, informática	4751-2	-	IPCA (cód. 3202028)
	4752-1	-	IPCA (cód. 9101019)
8- Livros, jornais, revistas e papelaria	4761-0	-	IPCA (cód. 8102000)
			IPCA (cód. 8103000)
9- Outros artigos de uso pessoal e doméstico	4713-0	-	IPCA (cód. 1104000)
			IPCA (cód. 1112003)
			IPCA (cód. 3102000)
			IPCA (cód. 3103000)
			IPCA (cód. 3200000)
			IPCA (cód. 4100000)
			IPCA (cód. 4200000)
			IPCA (cód. 6300000)
	4774-1	-	IPCA (cód. 6102000)
	4783-1	-	IPCA (cód. 4301002)
			IPCA (cód. 4301004)
	4789-0	-	IPCA (cód. IG)
	4757-1	-	IPCA (cód. IG)
	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)
			IPCA (cód. 5102010)
	4530-7	Veículos novos	IPCA (cód. 5102001)
		Veículos usados	IPCA (cód. 5102020)
		Partes e peças	IPCA (cód. 5102009)
			IPCA (cód. 5102010)
	4541-2	Veículos novos	IPCA (cód. 5102053)
		Veículos usados	IPCA (cód. 5102053)
		Partes e peças	IPCA (cód. 5102009)
			IPCA (cód. 5102010)
11- Atacado e varejo de material de construção	4671-1	-	IPCA (cód. IG SINAPI)
	4672-9	-	IPCA (cód. IG SINAPI)
	4673-7	-	IPCA (cód. IG SINAPI)
	4674-5	-	IPCA (cód. IG SINAPI)
	4679-6	-	IPCA (cód. IG SINAPI)
	4741-5	-	IPCA (cód. 2103014)
	4742-3	-	IPCA (cód. 2103008)
	4743-1	-	IPCA (cód. 2103000)
	4744-0	-	IPCA (cód. 2103005)
			IPCA (cód. 2103032)
			IPCA (cód. 2103039)
			IPCA (cód. 2103040)
			IPCA (cód. 2103041)

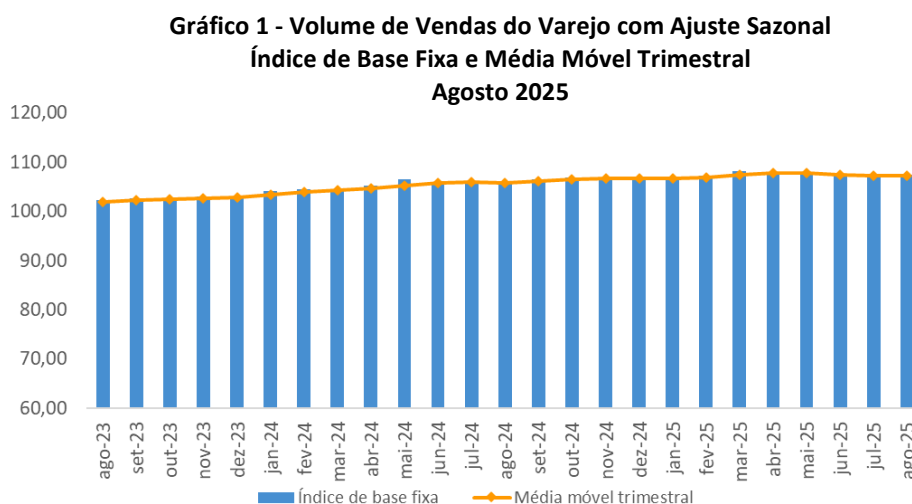
Atividades da PMC	CNAE da PMC	Grupo de produto	Itens do IPCA
12- Móveis	4753-9	-	IPCA (cód. 3101000)
			IPCA (cód. 3102000)
	4756-3	-	IPCA (cód. 3102000)
	4759-8	-	IPCA (cód. 3101000)
			IPCA (cód. 3102000)
	4762-8	-	IPCA (cód. 3102000)
	4754-7	-	IPCA (cód. 3101000)
			IPCA (cód. 3102000)
13- Eletrodomésticos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

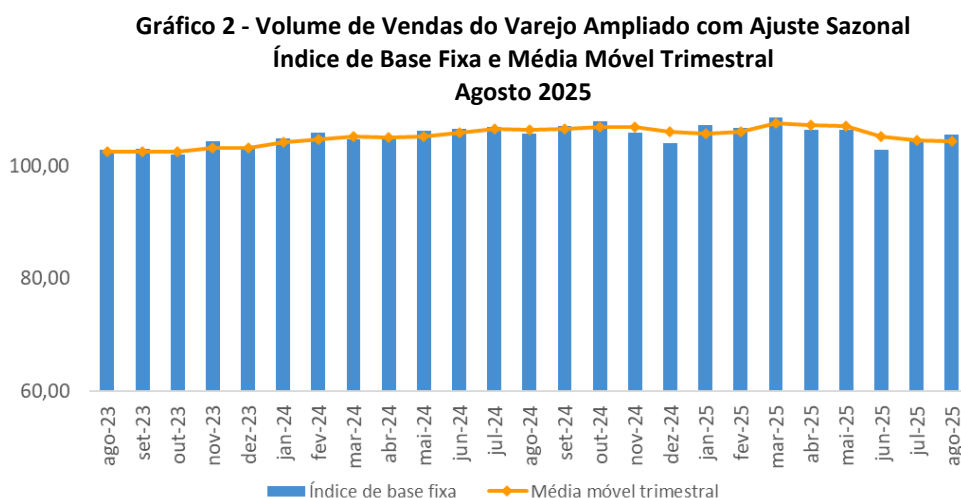
COMENTÁRIOS

Em agosto de 2025 o volume de vendas no **comércio varejista nacional** variou 0,2% nas vendas frente ao mês imediatamente anterior, na série livre de influências sazonais, após registrar -0,2% em julho de 2025. Com isso, a evolução do índice de média móvel trimestral para o varejo, depois de variar de -0,2% no trimestre encerrado em julho de 2025, apresentou estabilidade (0,0%) no trimestre encerrado em agosto, 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 de produtos alimentícios, bebidas e fumo*, o volume de vendas em agosto de 2025 mostrou alta de 0,9% nas vendas frente ao mês imediatamente anterior, na série livre de influências sazonais, após crescimento de 1,8% em julho de 2025. Com isso, a variação do índice de média móvel trimestral para o varejo ampliado foi de -0,3% no trimestre encerrado em agosto de 2025, conforme mostra o Gráfico 2.



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

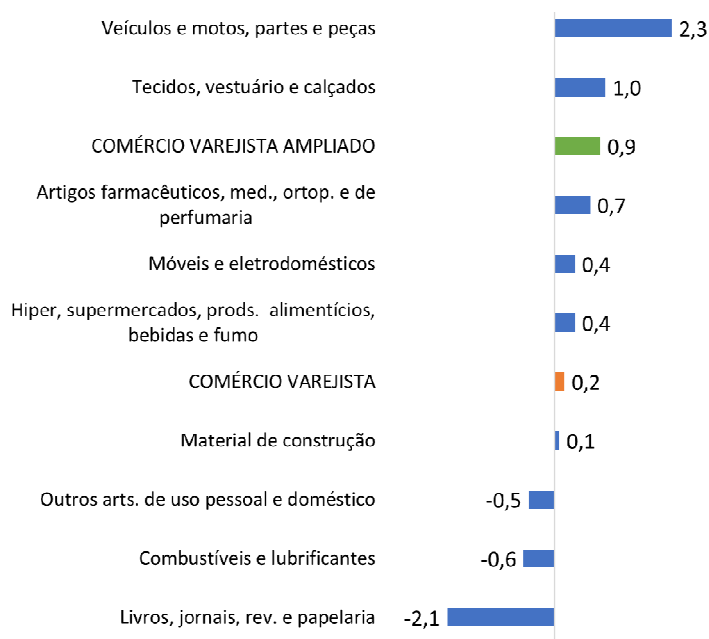
No que se refere à comparação com o mesmo mês do ano anterior, o **varejo**, em agosto de 2025, registrou 0,4% de variação, quinto valor positivo consecutivo. No ano, o acumulado é de 1,6% e nos últimos 12 meses o resultado foi de 2,2% em agosto de 2025, chegando ao 35º resultado positivo do varejo nesta comparação (último mês a registrar um resultado negativo foi setembro de 2022: -0,7%). No caso do **varejo ampliado**, o indicador interanual teve variação negativa de 2,1% em agosto, completando três meses em queda. No ano de 2025, o acumulado até agosto é de -0,4%, quando comparado ao mesmo período de 2024. Nos últimos 12 meses o valor é positivo até agosto: 0,7%, menor variação deste tipo para o varejo ampliado desde junho de 2023 (0,2%).

RESULTADOS SETORIAIS

A variação de 0,2% no volume de vendas do **comércio varejista** na passagem de julho para agosto de 2025, na série com ajuste sazonal, teve predominância de resultados no campo positivo, atingindo 5 dos 8 setores: *Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação* (4,9%), *Tecidos, vestuário e calçados* (1,0%), *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria* (0,7%), *Móveis e eletrodomésticos* (0,4%) e *Hiper, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* (0,4%). No campo negativo ficaram três setores: *Livros, jornais, revistas e papelaria* (-2,1%), *Combustíveis e lubrificantes* (-0,6%) e *Outros artigos de uso pessoal e doméstico* (-0,5%). Já os setores adicionais do **comércio varejista ampliado** apresentaram comportamento distinto: alta de 2,3% para *Veículos e motos, partes e peças* e variação de 0,1% para *Material de construção*ⁱ, conforme Gráfico 3.

Em agosto de 2025, frente a igual mês do ano anterior, o **comércio varejista** também teve predominância de variações positivas, atingindo seis das oito atividades: *Móveis e eletrodomésticos* (2,7%), *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria* (2,3%), *Outros artigos de uso pessoal e doméstico* (2,1%), *Tecidos, vestuário e calçados* (0,7%), *Livros, jornais, revistas e papelaria* (0,5%) e *Combustíveis e lubrificantes* (0,4%). Já as atividades de *Hiper, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* (-0,5%) e *Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação* (-0,7%) tiveram resultados negativos. No **varejo ampliado**, as três atividades apresentaram queda: *Veículos e motos, partes e peças* de -7,7%, *Material de construção* de -6,1% e *Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo* de -1,9%.

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



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

O setor de *Móveis e eletrodomésticos* cresceu 2,7% nas vendas frente a agosto de 2024, segunda alta consecutiva (o último mês a apresentar variação no campo negativo foi junho de 2025: -0,4%). A atividade foi a de maior influência, empatada com outras duas, na composição da taxa global, somando, 0,2 p.p. ao total de 0,4%. Em relação ao acumulado no ano até agosto, ao passar de 3,9% até julho para 3,8% no mês de referência, a atividade mostra manutenção no ritmo de crescimento. Em termos de resultado acumulado nos últimos doze meses, o cenário é de diminuição no ritmo de crescimento, passando de 5,4% até maio para 4,1% até agosto.

Já o setor de *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria* segue apresentando aumento em agosto de 2025 frente a agosto de 2024 (2,3%). Ao todo, são trinta meses registrando crescimento (o último mês a registrar queda foi fevereiro de 2024: -0,5%). Na composição geral da taxa interanual, o setor foi a maior influência, com mesmo valor de outras duas atividades, somando 0,2 p.p. do total de 0,4% do varejo (Tabela 1). Em termos de resultado acumulado no ano, o aumento até agosto foi de 3,3%. Nos últimos doze meses, o cenário é de desaceleração constante do ritmo de crescimento desde outubro de 2024 (7,8%) até agosto de 2025 (4,3%).

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

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

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 *Outros artigos de uso pessoal e doméstico*, que engloba lojas de departamentos, óticas, joalherias, artigos esportivos, brinquedos, etc., apresentou alta de 2,1% nas vendas frente a agosto de 2024, completando 5 meses consecutivos de resultados positivos (o último mês a apresentar queda foi março de 2025: -6,2%). O setor é também um dos que apresentaram maior contribuição à taxa global do varejo, com 0,2 p.p. do total de 0,4%. Em 2025, até agosto, o setor acumula ganhos de 2,1% com relação ao mesmo período de 2024. Em doze meses o resultado também é positivo: 3,7% frente aos doze meses anteriores.

A atividade de *Tecidos, vestuário e calçados* teve alta de 0,7% em agosto de 2025 comparado ao mesmo mês de 2024, revertendo queda de 1,4% em julho. No entanto, ao longo de 2025, o indicador interanual setorial registrou crescimento em todos os meses à exceção justamente de julho. Com isso, o setor acumula ganhos de 3,9%, menor patamar desde março, quando registrou 3,8%. Nos últimos doze meses o cenário também é de ganhos decrescentes: 5,5% até junho, 4,9% até julho e 4,5% até agosto.

O grupamento de *Livros, jornais, revistas e papelaria* apresentou alta de 0,5% nas vendas frente a agosto de 2024, segunda alta consecutiva. O setor vem de três resultados positivos nos últimos quatro meses, o que não acontecia desde 2022: em 2023 e 2024 foram onze meses de queda em doze possíveis para cada ano. O acumulado do ano até agosto é negativo em 1,7%, reduzindo

perdas pela quinta vez consecutiva. Nos últimos dozes meses também há perdas: -3,8% até agosto de 2025, mas é o valor menos negativo nesta comparação desde novembro de 2023 (-3,7%).

Fechando o conjunto de setores com variação no campo positivo no indicador interanual, o grupo de *Combustíveis e lubrificantes* apresentou variação de 0,4% nas vendas frente a agosto de 2024, segundo resultado positivo consecutivo (-1,1% em junho e 3,1% em julho). No ano, o setor acumula ganhos de 0,7% até agosto, mantendo-se no mesmo patamar em relação aos mês anterior (0,7%) e acima do de junho (0,3%). A sequência dos resultados acumulados dos últimos doze meses também é de ganhos, a partir de julho: -0,8% até maio, -0,5% até junho, 0,1% até julho e 0,6% até agosto.

A atividade de *Hiper, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* apresentou queda de 0,5% nas vendas frente a agosto de 2024. O setor vem registrando variações próximas de zero nos últimos quatro meses: 0,5% em maio, -0,3% em junho e 0,4% em julho. O valor de agosto do indicador interanual leva a atividade a exercer a única influência negativa dentre as oito coletadas, somando -0,3 p.p. ao total de 0,4% na comparação mês contra mesmo mês do ano anterior. No ano, o cenário é de ganhos, mas decrescentes: 2,0% até abril, 1,7% até maio, 1,4% até junho, 1,2% até julho e 1,0% até agosto. O mesmo se dá para o acumulado dos últimos 12 meses, que sai de 3,4% até abril para 1,5% até agosto de 2025, menor taxa observada na comparação do acumulado de 12 meses desde fevereiro de 2023 (1,5%).

Para os *Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação*, a comparação interanual apresentou queda de 0,7% em agosto de 2025, primeiro ponto negativo consecutivo (-4,7% em julho). No acumulado do ano de 2025, na comparação com igual período de 2024, o setor segue registrando perdas, sendo -1,3% até agosto. No mesmo patamar de perdas está também o indicador acumulado dos últimos doze meses: -1,3%.

Considerando os setores adicionais do **varejo ampliado**, o volume de vendas de *Veículos e motos, partes e peças* volta a cair em agosto de 2025, na comparação com 2024 completando 3 meses seguidos de queda. O setor teve a maior influência na composição global da taxa, somando -1,4 p.p. ao total de -2,1% do ampliado (Tabela 1). Além disso, no ano, o setor amplia as perdas que começaram a ser observadas nos últimos três meses (-0,8% em junho, -2,2% em julho e -2,9% em agosto). Em termos de resultado acumulado nos últimos doze meses, o ritmo de ganhos se encontra 1,1% em relação aos doze meses anteriores, sendo esta taxa a menor desde junho de 2023 (0,6%).

O grupo *Material de construção* apresentou queda de 6,1% no volume de vendas frente a agosto de 2024, terceiro ponto negativo consecutivo (-3,8% em junho, -2,7% em julho e -6,1% em agosto). O setor é o segundo que mais contribuiu para o resultado do varejo ampliado (-0,5 p.p.) do resultado de -2,1%. Em termos de resultado acumulado no ano, o ritmo de ganhos desacelera desde fevereiro (6,7%), chegando a 0,7% até agosto de 2025. Nos últimos doze meses, há também desaceleração, ainda que menos intensa: 6,7% até março para 2,8% até agosto.

Por fim, a atividade de *Atacado de produtos alimentícios, bebidas e fumo* tem queda, no indicador interanual, pelo décimo terceiro mês consecutivo, registrando -1,9% em agosto de 2025. O setor também exerceu, em agosto, a terceira maior influência, no campo negativo, dentre todas as onze do varejo ampliado, contribuindo com -0,3 p.p. do total de -2,1% (Tabela 1). Com isso, o acumulado do ano apresenta perdas de 6,0% até agosto, registrando quedas ao longo todos os meses de 2025. No indicador do acumulado dos últimos 12 meses o cenário também é de perdas: -6,9% até agosto.

RESULTADOS BIMESTRAIS

O **comércio varejista** registrou alta de 0,8% no 4º bimestre de 2025 na comparação com o mesmo bimestre de 2024, sendo o décimo oitavo bimestre consecutivo a apresentar resultados não negativos, sendo, entretanto, o resultado de menor intensidade desde o 3º bimestre de 2023. O resultado positivo foi acompanhado por cinco dos oito setores que compõem o indicador global: *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria* (3,2%), *Móveis e eletrodomésticos* (2,9%), *Livros, jornais, revista e papelaria* (2,2%), *Combustíveis e lubrificantes* (1,7%) e *Outros artigos de uso pessoal e doméstico* (1,7%). Por outro lado, duas atividades apresentaram variações negativas em relação ao 4º bimestre do ano anterior: *Tecidos, vestuário e calçados* (-0,4%) e *Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação* (-2,8%). A atividade de *Hiper, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* ficou estável de no quarto bimestre de 2025 (0,0%). Para o **varejo ampliado**, o resultado foi negativo (-2,2% no 4º bim de 2025 em relação ao mesmo bim. de 2024), acompanhado por *Veículos e motos, partes e peças* (-8,6%), *Material de construção* (-4,4%) e *Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo* (-4,4%), conforme Tabela 2.

Tabela 2 - BRASIL - INDICADOR BIMESTRAL DO VOLUME DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA E COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO, SEGUNDO GRUPOS

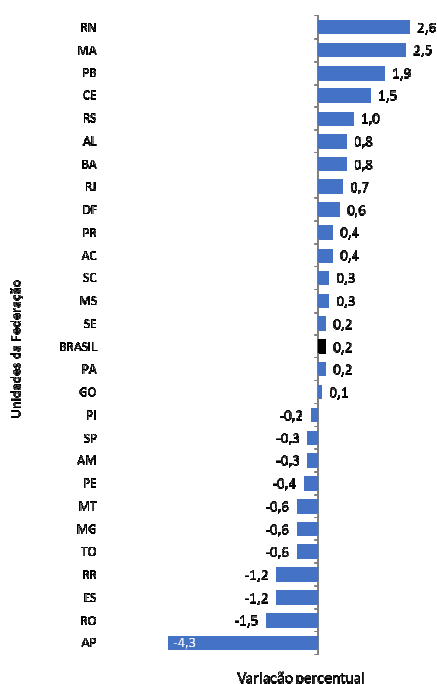
Atividades	2024						2025			
	1º Bim	2º Bim	3º Bim	4º Bim	5º Bim	6º Bim	1º Bim	2º Bim	3º Bim	4º Bim
COMÉRCIO VAREJISTA	5,6	3,2	5,2	4,2	3,8	2,8	2,4	2,2	1,1	0,8
Combustíveis e lubrificantes	0,3	-1,7	-4,0	-4,5	0,2	0,5	1,7	-0,2	-0,6	1,7
Hiper, supermercados, prods. alimentícios, bebidas e fumo	7,7	3,7	6,9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

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

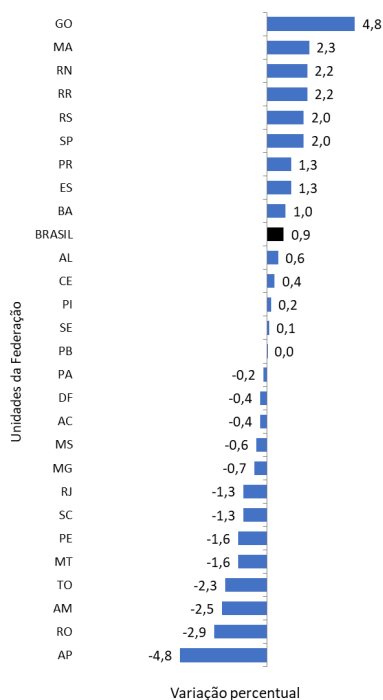
RESULTADOS REGIONAIS

Em termos regionais, na passagem de julho para agosto de 2025, na série com ajuste sazonal, a taxa média nacional de **vendas do comércio varejista** variou 0,2% com predominância de resultados positivos, atingindo 16 das 27 Unidades da Federação, com destaque para: Rio Grande do Norte (2,6%), Maranhão (2,5%) e Paraíba (1,9%). Por outro lado, pressionando negativamente, figuram 11 das 27 Unidades da Federação, com destaque para Amapá (-4,3%), Rondônia (-1,5%) e Espírito Santo (-1,2%), conforme Gráfico 4. Para a mesma comparação, no **comércio varejista ampliado**, a variação entre julho e agosto de 2025 foi de 0,9%, também com equilíbrio entre resultados positivos e negativos. Por um lado, 13 das 27 Unidades da Federação obtiveram resultado positivos, com destaque para: Goiás (4,8%), Maranhão (2,3%) e Rio Grande do Norte (2,2%). Por outro lado, pressionando negativamente, figuram 13 das 27 Unidades da Federação, com destaque para Amapá (-4,8%), Rondônia (-2,9%) e Amazonas (1,3%), conforme Gráfico 5.

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



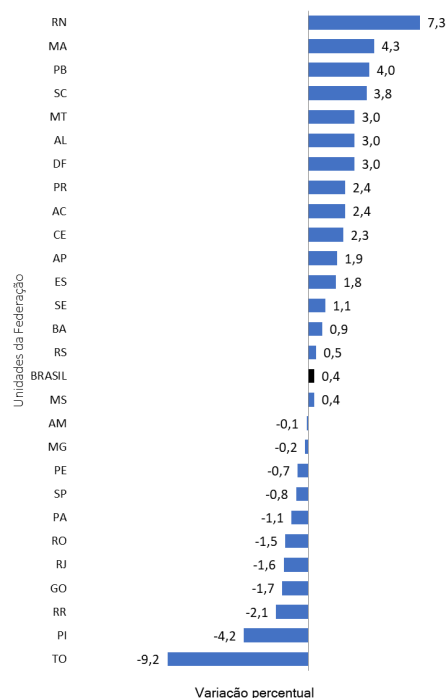
**Gráfico 5 -Volume de Vendas do Comércio Varejista Ampliado
por UF
mês/ mês anterior
Agosto 2025**



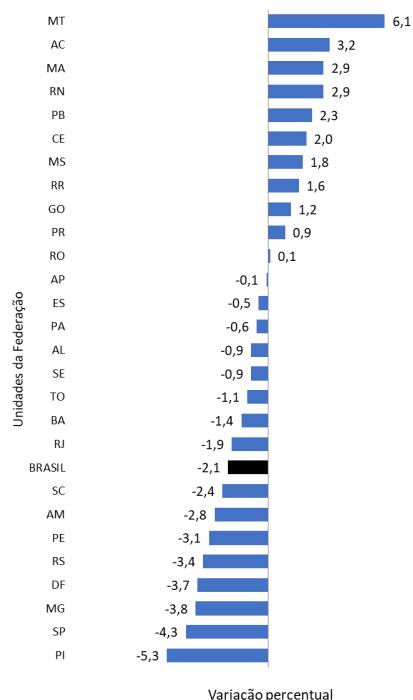
Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Estatísticas Conjunturais em Empresas

Frente a agosto de 2024, a variação das vendas no **comércio varejista**, no corrente mês, foi de 0,4% com resultados positivos em 16 das 27 Unidades da Federação, com destaque para: Rio Grande do Norte (7,3%), Maranhão (4,3%) e Paraíba (4,0%). Do lado negativo constam 11 taxas, com destaque para Tocantins (-9,2%), Piauí (-4,2%) e Roraima (-2,1%), conforme Gráfico 6. Já no **comércio varejista ampliado**, a variação no volume de vendas foi de -2,1% com resultados negativos em 16 das 27 Unidades da Federação, com destaque para: Piauí (-5,3%), São Paulo (-4,3%) e Minas Gerais (-3,8%). Do lado positivo são 11 resultados regionais, com destaque para Mato Grosso (6,1%), Acre (3,2%) e Maranhão (2,9%), conforme Gráfico 7.

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

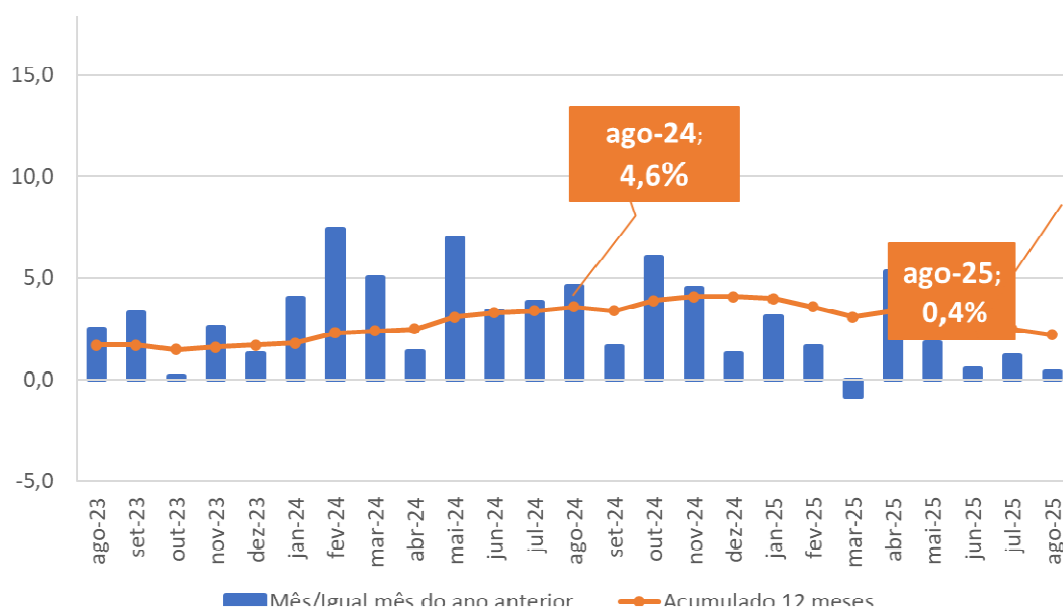


**Gráfico 7 - Volume de Vendas do Comércio Varejista
Ampliado por UF
mês/igual mês do ano anterior
Agosto 2025**



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

**Gráfico 8 – Evolução do volume de vendas do Comércio Varejista segundo
os índices Mensal e Acumulado dos últimos 12 meses**



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

Em síntese, o mês de agosto interrompe uma sequência de quatro resultados não positivos no varejo, movimento que ocorreu após o pico da série histórica em março de 2025. Desta forma o indicador de agosto se encontra 0,7% abaixo do máximo da série histórica. O resultado na comparação interanual é positivo (0,4%), mas com perda de intensidade nas comparações de acumulado em 12 meses (2,2%), a menor taxa de crescimento desde janeiro de 2024.

TABELAS

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

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

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

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

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

(2) Base: igual mês do ano anterior

(3) Base: igual período do ano anterior

(4) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

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

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

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

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

(2) Base: igual mês do ano anterior

(3) Base: igual período do ano anterior

(4) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

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 - Agosto 2025 - Variação (%)

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

Pernambuco - Agosto 2025 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	JUN	JUL	AGO	JAN-JUN	JAN-JUL	JAN-AGO	Até JUN	Até JUL	Até AGO
Comércio Varejista (4)	2,2	1,1	-0,7	2,3	2,1	1,8	3,6	3,2	2,8
1. Combustíveis e lubrificantes	-2,0	-2,4	-4,1	-3,0	-2,9	-3,1	-1,7	-1,5	-1,4
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	2,3	1,6	-1,9	2,6	2,5	1,9	4,7	4,3	3,2
2.1. Hipermercados e supermercados	1,2	0,1	-3,8	2,3	2,0	1,2	5,4	4,8	3,3
3. Tecidos, vestuário e calçados	0,4	-0,8	3,1	1,6	1,2	1,5	-2,6	-1,7	-0,7
4. Móveis e eletrodomésticos	12,4	10,6	6,5	12,0	11,8	11,1	12,7	13,0	12,0
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	-0,8	-3,7	-5,3	-0,4	-0,9	-1,5	2,5	1,5	0,4
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	6,5	-0,1	64,6	-0,8	-0,7	3,6	-0,3	-0,7	3,3
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-18,7	-13,9	-17,6	-10,8	-11,3	-12,1	-7,2	-7,9	-8,5
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	6,0	3,9	5,9	5,6	5,3	5,4	5,3	4,5	5,4
Comércio Varejista Ampliado (5)	0,4	1,7	-3,1	1,8	1,8	1,1	4,3	3,7	2,9
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-6,4	-3,6	-5,9	-2,5	-2,7	-3,1	6,6	4,6	3,0
10. Material de construção	-2,5	-2,8	-8,1	2,4	1,6	0,2	3,1	1,8	0,6
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	4,5	16,4	-6,9	6,7	8,2	5,9	4,7	5,3	4,2

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
Bahia - Agosto 2025 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	JUN	JUL	AGO	JAN-JUN	JAN-JUL	JAN-AGO	Até JUN	Até JUL	Até AGO
Comércio Varejista (4)	1,1	2,7	0,9	0,6	0,9	0,9	2,9	3,0	2,4
1. Combustíveis e lubrificantes	-0,5	3,9	4,4	-1,4	-0,6	0,0	-2,0	-1,2	-0,6
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	1,5	1,3	-1,6	0,6	0,7	0,4	4,3	3,9	2,8
2.1. Hipermercados e supermercados	3,7	3,2	0,4	1,4	1,7	1,5	5,3	5,0	4,0
3. Tecidos, vestuário e calçados	-2,3	-7,0	-5,2	1,0	-0,1	-0,7	3,6	2,7	1,7
4. Móveis e eletrodomésticos	0,8	2,8	-0,4	2,0	2,1	1,8	5,4	5,0	4,2
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	7,0	13,2	11,4	6,9	7,8	8,3	6,9	7,5	7,7
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-17,4	-11,9	-15,8	-20,3	-19,5	-19,2	-19,9	-18,5	-17,8
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-6,3	2,5	18,8	-24,0	-21,1	-17,4	-35,1	-21,1	-20,1
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-2,8	0,1	-0,9	-1,1	-1,0	-1,0	3,9	3,2	2,2
Comércio Varejista Ampliado (5)	-4,2	-1,4	-1,4	-2,3	-2,2	-2,1	0,9	0,2	-0,5
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-6,8	4,0	1,7	7,9	7,2	6,5	14,2	12,4	10,9
10. Material de construção	-13,3	-2,1	-0,5	-3,1	-2,9	-2,6	2,6	0,9	0,2
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	-20,2	-23,0	-14,4	-23,1	-23,1	-22,0	-19,2	-21,2	-22,0

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

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

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	JUN	JUL	AGO	JAN-JUN	JAN-JUL	JAN-AGO	Até JUN	Até JUL	Até AGO
Comércio Varejista (4)	1,6	1,2	-0,2	1,9	1,8	1,5	1,9	1,7	1,5
1. Combustíveis e lubrificantes	3,7	1,8	7,0	1,1	1,2	1,9	-1,5	-0,8	0,5
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	1,0	-0,4	-2,5	2,0	1,6	1,1	1,6	1,3	0,8
2.1. Hipermercados e supermercados	1,6	0,0	-2,2	2,6	2,2	1,6	2,1	1,9	1,3
3. Tecidos, vestuário e calçados	2,6	-0,9	-2,1	4,3	3,5	2,7	6,6	5,9	5,1
4. Móveis e eletrodomésticos	2,3	2,0	-13,0	2,8	2,7	0,6	5,3	5,5	3,7
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	2,9	11,2	10,6	2,6	3,9	4,7	3,5	3,6	4,0
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	3,6	9,8	5,1	6,3	6,7	6,6	1,5	2,8	3,5
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-38,9	-50,7	-55,1	-39,5	-41,2	-42,9	-13,8	-21,5	-28,1
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	3,3	2,5	5,1	3,7	3,5	3,7	3,5	2,6	3,9
Comércio Varejista Ampliado (5)	-2,2	-3,0	-3,8	0,0	-0,5	-0,9	1,0	0,1	-0,3
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-5,7	-8,5	-8,7	2,0	0,2	-1,0	7,9	4,9	3,4
10. Material de construção	2,2	3,1	-4,3	1,6	1,9	1,0	3,3	2,5	1,9
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	-16,2	-16,2	-13,0	-11,5	-12,2	-12,3	-11,2	-12,9	-12,9

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

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

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	JUN	JUL	AGO	JAN-JUN	JAN-JUL	JAN-AGO	Até JUN	Até JUL	Até AGO
Comércio Varejista (4)	2,7	3,7	1,8	4,4	4,3	4,0	3,1	3,9	4,2
1. Combustíveis e lubrificantes	-4,3	-4,7	-2,0	-6,7	-6,4	-5,8	-4,6	-5,0	-4,6
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	0,3	-1,6	-2,9	4,1	3,3	2,5	5,3	5,3	4,7
2.1. Hipermercados e supermercados	-1,8	0,2	-1,1	3,5	3,1	2,5	2,6	3,4	3,5
3. Tecidos, vestuário e calçados	5,3	25,3	1,5	19,3	20,2	17,4	15,1	17,4	16,7
4. Móveis e eletrodomésticos	2,0	15,7	14,9	0,7	2,9	4,3	-0,1	0,4	1,7
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	10,7	11,0	10,9	12,1	11,9	11,8	11,4	11,2	11,3
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	0,7	-3,5	-23,5	-17,0	-16,0	-16,5	-14,9	-15,4	-16,8
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	9,0	2,5	9,1	4,9	4,6	5,1	-4,6	-1,6	1,3
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-4,4	-5,0	-18,2	0,7	-0,1	-2,6	13,5	10,2	6,0
Comércio Varejista Ampliado (5)	1,1	0,5	-0,5	3,0	2,6	2,2	2,9	2,8	2,8
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-12,2	-8,5	-1,7	-6,0	-6,4	-5,8	1,0	-1,0	-2,0
10. Material de construção	15,7	-4,7	-16,9	8,8	6,5	2,8	2,1	0,8	0,8
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	32,8	28,3	16,4	23,9	24,6	23,4	11,1	13,5	14,9

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 - Agosto 2025 - Variação (%)

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

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	JUN	JUL	AGO	JAN-JUN	JAN-JUL	JAN-AGO	Até JUN	Até JUL	Até AGO
Comércio Varejista (4)	-0,6	0,3	-0,8	1,2	1,1	0,8	2,1	1,8	1,3
1. Combustíveis e lubrificantes	-5,6	11,6	-5,7	-0,5	1,2	0,3	0,7	1,9	1,3
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	-2,3	-1,6	-1,3	0,4	0,1	-0,1	1,1	0,8	0,2
2.1. Hipermercados e supermercados	-1,6	-1,3	-1,2	0,8	0,5	0,3	1,7	1,3	0,7
3. Tecidos, vestuário e calçados	16,9	1,2	3,9	8,1	7,0	6,6	5,0	4,9	4,9
4. Móveis e eletrodomésticos	-0,6	9,4	4,0	2,1	3,1	3,2	2,1	2,7	2,6
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	-2,2	-0,6	-2,1	2,2	1,8	1,2	6,4	5,3	4,0
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-6,4	6,6	-1,5	-1,9	-0,7	-0,8	-7,4	-6,4	-5,8
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	13,8	-5,3	5,9	17,0	12,9	12,0	24,5	17,5	15,3
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	1,2	1,7	0,7	0,2	0,4	0,5	1,5	1,2	1,6
Comércio Varejista Ampliado (5)	-7,8	-7,2	-4,3	-2,1	-2,9	-3,1	-1,0	-1,9	-2,3
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-16,6	-17,8	-13,8	-1,2	-3,9	-5,3	3,1	0,2	-1,5
10. Material de construção	-6,6	-7,1	-5,1	1,4	0,1	-0,6	4,3	2,7	1,6
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	-25,8	-25,4	-6,7	-17,5	-18,5	-17,3	-20,6	-21,8	-20,0

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

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

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

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

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

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

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

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

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	JUN	JUL	AGO	JAN-JUN	JAN-JUL	JAN-AGO	Até JUN	Até JUL	Até AGO
Comércio Varejista (4)	-2,1	-0,4	0,5	4,2	3,5	3,1	6,2	5,4	4,8
1. Combustíveis e lubrificantes	-3,6	-0,1	3,1	4,2	3,6	3,5	4,1	3,8	4,6
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	-0,5	2,0	2,2	5,1	4,6	4,3	7,5	6,9	6,0
2.1. Hipermercados e supermercados	-1,1	1,1	1,7	4,8	4,3	3,9	7,5	6,7	5,8
3. Tecidos, vestuário e calçados	6,0	-7,9	1,8	10,3	7,1	6,4	11,0	8,7	8,2
4. Móveis e eletrodomésticos	-21,4	-18,9	-13,6	-5,5	-7,7	-8,4	0,0	-3,7	-5,7
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	3,4	1,7	-1,1	4,8	4,3	3,6	6,6	5,7	4,9
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-13,2	-10,9	-17,4	-2,5	-3,5	-5,0	-3,0	-4,0	-5,3
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-25,8	-19,2	-26,0	-13,1	-14,0	-15,6	-3,8	-7,0	-10,7
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-0,2	8,7	0,6	4,1	4,8	4,3	5,5	6,4	6,6
Comércio Varejista Ampliado (5)	-5,6	-3,7	-3,4	4,5	3,2	2,3	8,2	6,8	5,7
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-20,4	-18,6	-20,1	3,2	-0,8	-3,6	10,8	6,1	2,9
10. Material de construção	-9,9	-11,2	-14,5	7,1	4,0	1,2	12,7	9,5	6,6
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	-1,2	4,6	4,2	5,9	5,7	5,5	11,9	11,6	11,4

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

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

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

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
Distrito Federal - Agosto 2025 - Variação (%)

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

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comercio

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

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

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
Agosto 2025 - Variação (%)

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

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
Agosto 2025 - Variação (%)

Brasil e Unidades da Federação	Mês/Mês anterior (1)			Mensal (2)			Acumulado no ano (3)			Últimos 12 meses (4)		
	JUN	JUL	AGO	JUN	JUL	AGO	JAN-JUN	JAN-JUL	JAN-AGO	Até JUN	Até JUL	Até AGO
Brasil	0,2	0,2	0,5	5,5	6,3	5,4	7,7	7,5	7,2	8,2	8,0	7,7
Rondônia	0,7	-1,9	-1,5	7,9	6,1	3,7	10,0	9,4	8,6	9,0	8,6	8,1
Acre	-1,4	0,4	1,1	7,6	6,7	7,6	8,6	8,3	8,2	9,5	9,3	9,1
Amazonas	1,6	-0,1	-0,2	6,3	4,9	4,5	7,4	7,0	6,7	8,4	8,0	7,6
Roraima	1,3	0,4	-0,4	7,5	10,0	4,1	3,8	4,7	4,6	8,6	9,0	8,4
Pará	0,2	0,0	0,5	6,4	7,4	5,1	7,4	7,4	7,1	8,1	8,2	7,7
Amapá	-2,0	5,0	-4,0	8,9	16,0	8,1	15,2	15,3	14,3	17,6	16,6	14,9
Tocantins	-1,1	1,0	0,2	-1,7	-7,3	-3,9	5,3	3,2	2,3	9,9	7,2	5,3
Maranhão	0,5	0,7	2,3	5,9	6,7	9,5	7,5	7,3	7,6	8,0	7,6	7,5
Piauí	-1,6	-0,2	0,1	2,6	2,7	0,5	7,9	7,1	6,2	9,7	8,9	8,1
Ceará	0,6	0,7	1,5	6,7	7,2	7,6	8,7	8,5	8,3	9,9	9,7	9,3
Rio Grande do Norte	2,2	0,5	2,9	8,9	10,6	12,7	7,6	8,1	8,7	8,5	8,7	9,0
Paraíba	0,5	-0,4	1,8	6,9	5,7	6,9	9,9	9,2	8,9	13,1	11,9	10,7
Pernambuco	0,5	-0,2	-0,3	5,9	4,9	2,9	6,7	6,4	6,0	7,5	7,2	6,8
Alagoas	0,7	0,5	1,0	7,9	8,1	6,7	9,1	9,0	8,7	10,1	10,1	9,7
Sergipe	-0,2	0,9	0,4	3,6	5,4	3,7	4,4	4,6	4,5	6,5	6,3	5,8
Bahia	-0,2	0,9	0,8	6,0	7,0	5,0	6,1	6,2	6,1	8,0	7,9	7,4
Minas Gerais	0,7	-0,6	-0,6	6,3	6,3	4,2	7,2	7,1	6,7	7,4	7,2	6,9
Espírito Santo	-0,1	-0,3	-0,5	6,3	7,5	4,3	9,0	8,8	8,2	7,5	8,2	8,4
Rio de Janeiro	-0,7	0,6	0,8	1,4	2,7	2,4	3,4	3,3	3,2	5,0	4,8	4,5
São Paulo	-0,1	0,5	0,3	5,5	6,2	5,2	7,9	7,7	7,3	8,4	8,2	7,8
Paraná	1,7	0,1	0,4	7,5	8,8	8,5	8,4	8,4	8,4	7,7	7,8	8,0
Santa Catarina	2,7	0,7	0,7	9,7	11,4	9,8	12,8	12,6	12,2	10,5	10,7	10,8
Rio Grande do Sul	-0,1	0,5	1,3	1,4	3,4	4,0	8,5	7,7	7,2	10,1	9,3	8,7
Mato Grosso do Sul	-0,1	-0,3	1,0	4,7	6,8	5,6	6,4	6,5	6,3	6,7	6,6	6,4
Mato Grosso	1,0	-0,3	-0,1	11,2	10,1	8,4	8,9	9,1	9,0	7,5	7,7	7,7
Goiás	0,0	-0,2	0,6	4,5	3,3	4,1	7,2	6,6	6,3	8,7	7,9	7,4
Distrito Federal	-0,8	1,5	0,9	7,6	9,2	9,0	11,0	10,7	10,5	10,3	10,3	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
Agosto 2025 - Variação (%)

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

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 - Agosto 2025 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	JUN	JUL	AGO	JAN-JUN	JAN-JUL	JAN-AGO	Até JUN	Até JUL	Até AGO
Comércio Varejista (4)	6,7	7,2	7,6	8,7	8,5	8,3	9,9	9,7	9,3
1. Combustíveis e lubrificantes	6,6	7,9	10,5	11,4	10,9	10,9	11,4	10,5	10,4
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	5,3	6,1	6,5	7,1	7,0	6,9	8,4	8,5	8,1
2.1. Hipermercados e supermercados	7,0	7,7	7,4	7,6	7,6	7,6	8,3	8,6	8,3
3. Tecidos, vestuário e calçados	6,5	2,6	6,7	9,2	8,1	7,9	8,8	8,1	8,0
4. Móveis e eletrodomésticos	-1,3	3,7	4,1	1,7	2,0	2,2	4,7	4,4	4,3
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	14,0	17,3	15,4	14,5	15,0	15,0	17,0	16,7	15,7
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	10,2	-13,9	7,7	8,2	5,9	6,1	2,7	0,8	2,9
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-7,9	-5,9	-38,7	-3,9	-4,1	-9,9	2,6	2,8	-4,1
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	10,5	7,0	8,6	13,0	11,9	11,5	13,7	13,0	12,6
Comércio Varejista Ampliado (5)	7,9	9,2	7,8	10,8	10,5	10,2	11,1	11,0	10,6
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	3,8	11,9	4,2	8,7	9,2	8,5	6,4	6,9	7,0
10. Material de construção	0,7	0,8	8,1	14,9	12,5	11,9	18,0	16,5	16,3
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	22,3	19,1	11,8	18,9	18,9	17,9	16,3	16,7	16,4

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

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

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	JUN	JUL	AGO	JAN-JUN	JAN-JUL	JAN-AGO	Até JUN	Até JUL	Até AGO
Comércio Varejista (4)	5,9	4,9	2,9	6,7	6,4	6,0	7,5	7,2	6,8
1. Combustíveis e lubrificantes	3,6	0,0	-3,5	5,0	4,3	3,2	5,2	4,3	3,7
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	5,9	6,1	2,4	7,1	6,9	6,3	8,6	8,4	7,5
2.1. Hipermercados e supermercados	4,7	4,5	0,3	6,6	6,3	5,5	9,2	8,8	7,5
3. Tecidos, vestuário e calçados	2,5	1,0	5,9	3,4	3,0	3,4	-1,8	-0,7	0,5
4. Móveis e eletrodomésticos	12,1	9,7	6,5	11,0	10,8	10,2	10,7	11,2	10,5
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	3,8	0,7	-1,2	4,7	4,1	3,4	8,9	7,5	6,2
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	12,3	5,1	72,5	4,1	4,2	8,8	4,7	4,3	8,6
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-16,0	-11,8	-14,3	-11,7	-11,7	-12,1	-10,8	-10,7	-10,2
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	9,9	8,0	9,9	9,5	9,2	9,3	8,7	8,1	9,1
Comércio Varejista Ampliado (5)	4,2	6,0	0,3	5,8	5,9	5,1	7,8	7,4	6,6
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-2,4	1,2	-2,3	1,1	1,1	0,7	8,7	7,3	6,0
10. Material de construção	0,5	-0,3	-5,3	4,2	3,5	2,3	4,4	3,4	2,7
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	8,2	22,0	-4,0	10,1	12,0	9,6	8,5	9,4	8,2

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

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

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	JUN	JUL	AGO	JAN-JUN	JAN-JUL	JAN-AGO	Até JUN	Até JUL	Até AGO
Comércio Varejista (4)	6,0	7,0	5,0	6,1	6,2	6,1	8,0	7,9	7,4
1. Combustíveis e lubrificantes	2,9	4,0	2,7	4,4	4,4	4,2	4,2	3,7	3,4
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	7,5	7,2	4,8	6,8	6,9	6,6	9,4	9,2	8,5
2.1. Hipermercados e supermercados	8,6	8,4	6,2	7,0	7,2	7,0	9,9	9,8	9,0
3. Tecidos, vestuário e calçados	2,0	-3,6	-1,8	4,2	3,1	2,5	5,9	5,2	4,4
4. Móveis e eletrodomésticos	2,3	3,5	-1,2	3,6	3,6	3,0	6,0	5,8	5,1
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	11,0	19,0	17,3	11,8	12,9	13,5	13,3	13,7	13,9
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-12,9	-7,0	-11,1	-16,4	-15,5	-15,1	-15,3	-13,9	-13,3
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-4,1	5,5	21,7	-23,2	-20,1	-16,1	-35,7	-20,9	-19,6
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	1,1	3,9	3,5	2,5	2,7	2,8	7,0	6,4	5,6
Comércio Varejista Ampliado (5)	1,8	3,6	4,1	4,1	4,1	4,1	6,3	5,7	5,2
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-3,6	7,8	6,3	12,2	11,5	10,8	17,1	15,6	14,6
10. Material de construção	-9,9	1,6	2,0	1,2	1,3	1,4	5,8	4,5	4,0
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	-4,5	-11,9	-0,9	-9,4	-9,7	-8,6	-8,6	-10,3	-10,5

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

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

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	JUN	JUL	AGO	JAN-JUN	JAN-JUL	JAN-AGO	Até JUN	Até JUL	Até AGO
Comércio Varejista (4)	6,3	6,3	4,2	7,2	7,1	6,7	7,4	7,2	6,9
1. Combustíveis e lubrificantes	7,5	3,6	7,3	8,7	7,9	7,8	6,8	6,0	6,2
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	6,7	6,0	3,0	8,0	7,7	7,1	7,7	7,7	7,1
2.1. Hipermercados e supermercados	7,4	6,5	3,3	8,8	8,4	7,7	8,4	8,3	7,7
3. Tecidos, vestuário e calçados	7,2	3,6	2,4	8,2	7,5	6,8	10,1	9,4	8,7
4. Móveis e eletrodomésticos	3,1	2,2	-13,2	2,8	2,7	0,6	5,6	5,9	4,0
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	6,3	15,4	15,1	6,7	8,0	8,9	8,1	8,1	8,5
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	10,6	17,0	11,5	14,3	14,6	14,3	9,7	11,0	11,5
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-37,0	-49,6	-54,8	-38,5	-40,1	-42,0	-12,9	-20,3	-26,9
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	7,5	7,0	9,0	7,3	7,2	7,5	6,6	5,9	7,3
Comércio Varejista Ampliado (5)	1,0	0,6	-0,7	3,6	3,2	2,6	5,4	4,4	3,8
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-2,9	-6,0	-6,5	5,0	3,1	1,8	9,6	6,8	5,5
10. Material de construção	4,6	4,9	-1,8	3,9	4,1	3,3	4,9	4,2	3,8
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	-17,2	-15,5	-13,9	-11,7	-12,2	-12,4	-6,4	-8,8	-9,8

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

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

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	JUN	JUL	AGO	JAN-JUN	JAN-JUL	JAN-AGO	Até JUN	Até JUL	Até AGO
Comércio Varejista (4)	6,3	7,5	4,3	9,0	8,8	8,2	7,5	8,2	8,4
1. Combustíveis e lubrificantes	-2,1	-4,4	-3,1	-0,5	-1,1	-1,3	1,2	-0,3	-0,9
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	6,0	5,1	3,4	10,9	10,0	9,1	11,1	11,5	11,2
2.1. Hipermercados e supermercados	2,4	6,2	4,5	9,2	8,7	8,2	7,6	8,7	9,0
3. Tecidos, vestuário e calçados	9,3	29,5	5,2	22,9	24,0	21,1	17,8	20,3	19,6
4. Móveis e eletrodomésticos	2,8	15,2	12,6	2,1	4,0	5,1	1,6	1,9	2,8
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	15,8	16,0	15,3	17,0	16,8	16,6	16,7	16,5	16,5
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	5,1	0,1	-20,1	-13,0	-12,0	-12,6	-10,4	-11,1	-12,6
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	9,0	1,6	4,7	5,1	4,6	4,6	-3,7	-1,1	1,1
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	0,2	-0,6	-14,3	5,5	4,6	2,0	18,4	15,0	10,6
Comércio Varejista Ampliado (5)	6,0	5,2	3,8	7,9	7,5	7,0	6,5	6,6	6,8
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-8,1	-5,1	2,7	-2,5	-2,9	-2,2	2,5	0,9	0,4
10. Material de construção	19,9	-1,1	-14,0	10,9	8,8	5,3	1,9	1,1	1,8
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	48,7	45,1	33,3	38,7	39,7	38,8	23,0	26,4	28,8

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

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

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

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

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

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

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

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

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	JUN	JUL	AGO	JAN-JUN	JAN-JUL	JAN-AGO	Até JUN	Até JUL	Até AGO
Comércio Varejista (4)	7,5	8,8	8,5	8,4	8,4	8,4	7,7	7,8	8,0
1. Combustíveis e lubrificantes	6,4	3,3	-2,5	10,5	9,4	7,7	4,9	4,3	4,6
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	7,2	11,8	10,4	8,8	9,2	9,4	8,8	9,4	9,4
2.1. Hipermercados e supermercados	7,7	11,9	10,8	8,9	9,3	9,5	8,8	9,3	9,4
3. Tecidos, vestuário e calçados	17,1	5,2	14,5	15,3	13,6	13,7	13,0	12,0	12,5
4. Móveis e eletrodomésticos	6,2	12,9	28,8	10,5	10,9	13,1	12,6	12,1	13,5
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	0,3	2,5	2,1	2,1	2,1	2,1	2,2	2,2	2,3
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	16,0	12,0	8,9	5,5	6,4	6,7	6,2	6,5	7,8
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-17,7	-17,7	1,7	-9,2	-10,4	-9,0	-8,0	-9,7	-8,7
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	20,8	7,3	6,7	5,9	6,1	6,2	7,5	6,9	6,4
Comércio Varejista Ampliado (5)	-1,0	3,0	4,9	6,2	5,7	5,6	7,8	6,8	6,6
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-16,9	-8,6	-5,9	4,1	2,0	0,9	11,3	8,2	6,3
10. Material de construção	6,2	11,4	5,8	10,8	10,9	10,2	14,2	13,3	12,6
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	-3,4	1,5	10,4	2,2	2,1	3,1	2,1	0,7	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 - Agosto 2025 - Variação (%)

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

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 9 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Rio Grande Do Sul - Agosto 2025 - Variação (%)

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

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
Goiás - Agosto 2025 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	JUN	JUL	AGO	JAN-JUN	JAN-JUL	JAN-AGO	Até JUN	Até JUL	Até AGO
Comércio Varejista (4)	4,5	3,3	4,1	7,2	6,6	6,3	8,7	7,9	7,4
1. Combustíveis e lubrificantes	-3,8	-10,5	-11,0	-4,5	-5,4	-6,2	-3,0	-4,4	-6,1
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	4,5	3,1	5,9	8,4	7,6	7,4	11,5	10,4	9,6
2.1. Hipermercados e supermercados	4,5	3,5	6,7	8,2	7,5	7,4	11,4	10,3	9,6
3. Tecidos, vestuário e calçados	-1,0	6,2	8,6	3,4	3,8	4,4	2,3	2,7	3,6
4. Móveis e eletrodomésticos	7,8	13,3	2,6	15,0	14,8	13,2	10,8	10,8	10,5
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	13,8	13,2	16,9	11,9	12,1	12,7	12,8	12,6	13,3
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	28,1	0,3	0,5	17,0	14,6	12,8	20,6	18,0	15,7
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-15,5	-3,4	-37,8	-13,6	-12,3	-15,6	-8,5	-8,3	-9,4
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	8,5	1,1	4,4	8,5	7,4	7,0	10,4	9,4	9,1
Comércio Varejista Ampliado (5)	-3,1	-1,9	5,0	-0,3	-0,5	0,2	5,2	3,2	2,7
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-18,4	-14,8	8,4	-13,2	-13,5	-10,9	0,6	-4,5	-5,0
10. Material de construção	7,2	6,1	-5,8	3,1	3,6	2,2	2,7	2,7	2,0
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	2,3	7,2	5,4	3,1	3,7	3,9	3,9	3,8	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 9 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Distrito Federal - Agosto 2025 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	JUN	JUL	AGO	JAN-JUN	JAN-JUL	JAN-AGO	Até JUN	Até JUL	Até AGO
Comércio Varejista (4)	7,6	9,2	9,0	11,0	10,7	10,5	10,3	10,3	10,3
1. Combustíveis e lubrificantes	7,8	2,9	7,3	17,3	15,1	14,0	13,9	12,7	12,8
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	8,8	12,8	8,6	9,8	10,2	10,0	9,8	10,4	10,2
2.1. Hipermercados e supermercados	9,4	12,7	8,3	10,8	11,1	10,7	10,9	11,4	11,1
3. Tecidos, vestuário e calçados	0,8	4,6	6,3	7,3	6,8	6,8	8,7	8,4	8,0
4. Móveis e eletrodomésticos	-12,3	-9,6	-4,0	11,3	8,0	6,4	13,7	10,4	9,5
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	14,5	14,1	16,1	11,4	11,8	12,4	10,4	10,9	11,8
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	17,5	17,1	18,8	5,5	6,9	8,2	7,4	7,8	8,4
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-9,8	-3,6	37,6	-15,1	-13,6	-7,3	-31,0	-31,1	-27,7
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	14,0	13,5	13,4	13,7	13,7	13,7	11,9	12,1	12,4
Comércio Varejista Ampliado (5)	-0,1	3,1	0,7	6,4	5,9	5,2	8,7	7,7	6,7
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-16,9	-5,7	-11,2	-5,8	-5,8	-6,5	2,5	-0,1	-2,8
10. Material de construção	-8,0	-4,8	-13,4	1,0	0,1	-1,8	4,2	3,2	0,9
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	5,8	-0,6	-2,2	15,6	13,0	11,0	17,4	15,3	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 10 - Índice de base fixa da receita nominal de vendas no comércio varejista (1) e comércio varejista ampliado (2), por atividades - agosto 2025

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

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

Nota: Base: 2014 = 100

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

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

Publicado em 15/10/2025 às 9 horas

ⁱ A atividade de *Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo* não divulga o indicador mês contra mês anterior por não possuir pontos suficientes para o cálculo do ajuste sazonal.