



Indicadores IBGE

Pesquisa Mensal de Comércio

Julho 2025

Publicado em 11/09/2025 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 (subíndices do IPCA), com ampliação das Regiões Metropolitanas e alteração da data de referência para deflacionamento;

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

1 CARACTERÍSTICAS DA PESQUISA

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

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

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

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

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

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

QUADRO I – GRUPOS DE ATIVIDADE E CÓDIGOS CNAE

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

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

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

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

2 CONSTRUÇÃO DE INDICADORES

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

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)

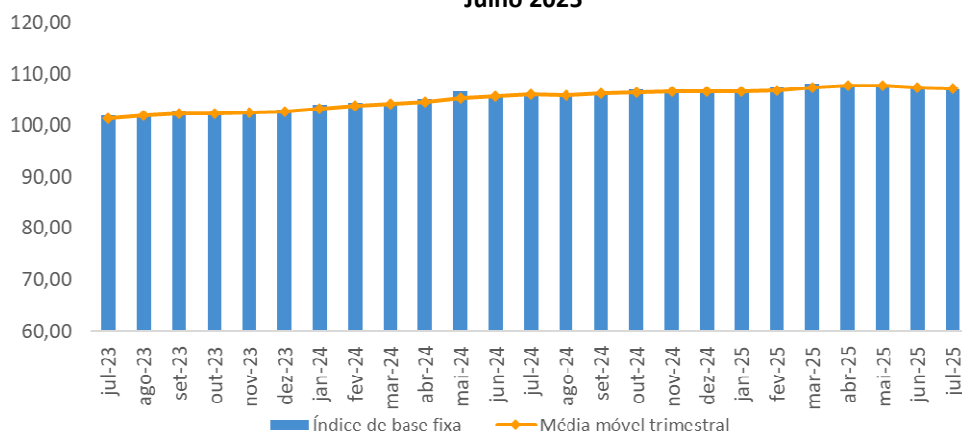
6 OBSERVAÇÕES

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 julho de 2025 o volume de vendas no **comércio varejista** nacional variou -0,3% nas vendas frente ao mês imediatamente anterior, na série livre de influências sazonais, após resultado de -0,1% em junho de 2025. É o quarto mês seguido de queda após o patamar recorde no varejo restrito atingido no mês de março. Com este resultado, a evolução do índice de média móvel trimestral para o varejo, depois de registrar -0,3% no trimestre encerrado em junho de 2025, volta a apresentar -0,3% no trimestre encerrado em julho, conforme mostra o Gráfico 1.

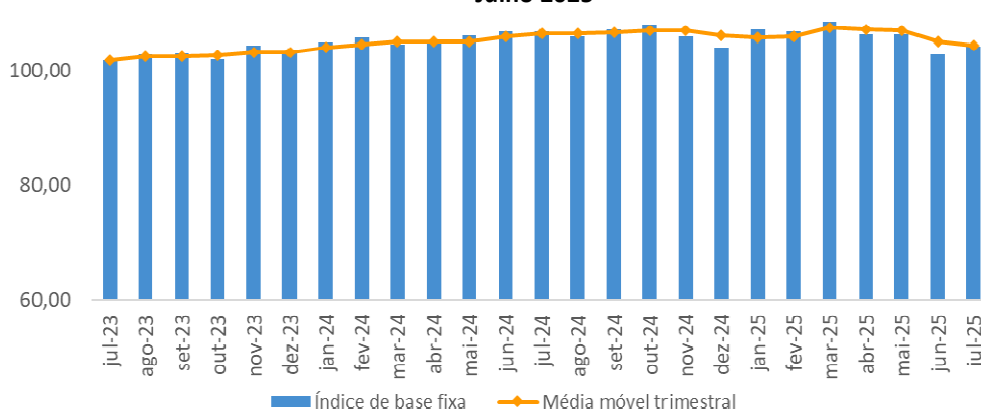
Gráfico 1 - Volume de Vendas do Varejo com Ajuste Sazonal
Índice de Base Fixa e Média Móvel Trimestral
Julho 2025



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

Considerando o **comércio varejista ampliado**, que inclui, além do varejo, as atividades de *Veículos, motos, partes e peças, Material de construção e Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo*, o volume de vendas em julho de 2025 cresceu 1,3% nas vendas frente ao mês imediatamente anterior na série livre de influências sazonais, invertendo sinal em relação ao mês anterior que havia registrado -3,1%. Com isso, a evolução do índice de média móvel trimestral para o varejo ampliado registra variação de -0,6% até julho, contra -1,8% até junho (Gráfico 2).

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



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

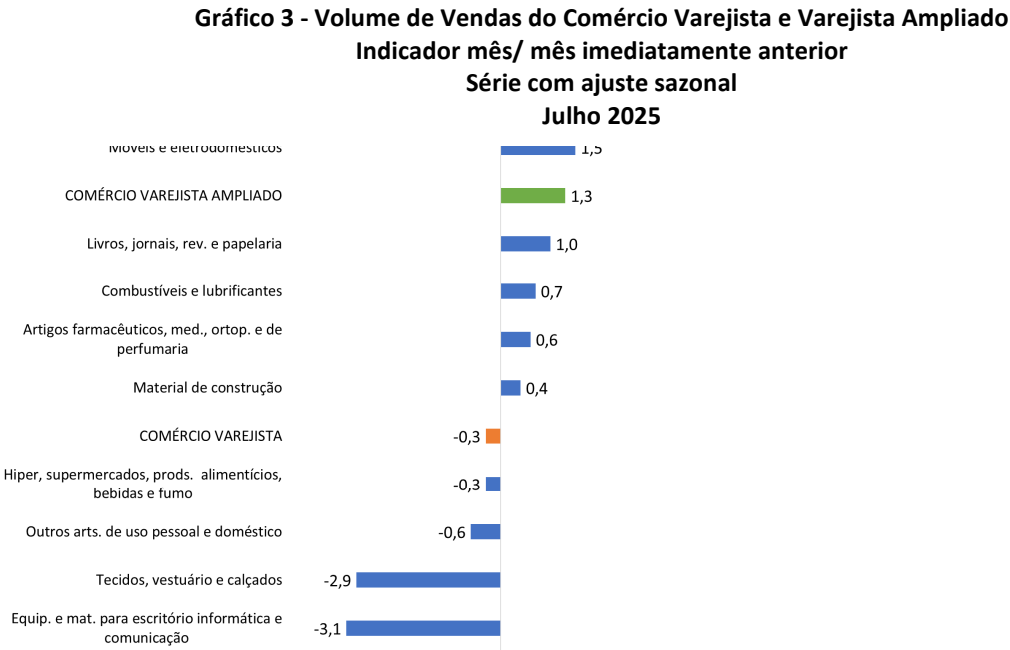
Em julho de 2025 frente a igual mês do ano anterior, o **comércio varejista** cresceu 1,0%, quarta alta consecutiva. No ano, o varejo acumula 1,7% de variação até o mês de julho (na comparação com o mesmo período do ano anterior), mesmo patamar que até junho (1,8%). Nos últimos doze meses, o acúmulo é de 2,5%, similar até junho (2,7%). Para o **varejo ampliado** o resultado interanual foi de -2,5%, segundo resultado negativo consecutivo. O acúmulo no ano até

julho foi de -0,2%, primeiro resultado negativo no ano nesta medição, enquanto o indicador de 12 meses registrou ganho de 1,1%, menor ritmo de crescimento nesta medição desde julho de 2023.

RESULTADOS SETORIAIS

A variação de -0,3% no volume de vendas do **comércio varejista** na passagem de junho para julho de 2025, na série com ajuste sazonal, teve equilíbrio entre taxas positivas e negativas. *Equipamentos e material para escritório informática e comunicação* (-3,1%), *Tecidos, vestuário e calçados* (-2,9%), *Outros artigos de uso pessoal e doméstico* (-0,6%) e *Hiper, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* (-0,3%) obtiveram resultados negativos. Já *Móveis e eletrodomésticos* (1,5%), *Livros, jornais, revistas e papelaria* (1,0%), *Combustíveis e lubrificantes* (0,7%) e *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria* (0,6%) registraram crescimento. No caso dos setores adicionais que compõem o **comércio varejista ampliado**, *Veículos e motos, partes e peças* teve alta de 1,8% enquanto *Material de construção* registrou variação de 0,4%.⁴

Na comparação do mês de referência com o mesmo mês do ano anterior, o crescimento de 1,0% no **varejo** teve predominância de variações no campo positivo, atingindo seis das oito atividades pesquisadas: *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria* (3,8%), *Livros, jornais, revistas e papelaria* (3,4%), *Móveis e eletrodomésticos* (3,2%), *Outros artigos de uso pessoal e doméstico* (1,5%), *Combustíveis e lubrificantes* (1,0%) e *Hiper, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* (0,4%). Por outro lado, dois setores, em julho de 2025, tiveram resultados abaixo do patamar de julho de 2024: *Tecidos, vestuário e calçados* (-1,5%) e *Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação* (-4,7%), conforme Gráfico 3. Considerando o **varejo ampliado**, em julho de 2025, os três setores adicionais tiveram resultados no campo negativo: *Veículos e motos, partes e peças* (-9,0%), *Material de construção* (-2,6%), *Atacado de produtos alimentícios, bebidas e fumo* (-7,5%).



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

⁴ A atividade de *Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo* não possui divulgação da série de mês / mês imediatamente anterior por não apresentar um número suficiente de meses para ser submetida à modelagem de ajuste sazonal.

A atividade de *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria* cresceu 3,8% no volume de vendas frente a julho de 2024, alcançando o vigésimo nono mês consecutivo a registrar alta (fevereiro de 2023 apresentou -0,5% em relação a fevereiro de 2022). O setor apresentou a maior contribuição para o indicador interanual, somando 0,4 p.p. ao total de 1,0% do varejo (Tabela 1). No ano, até julho, o ganho acumulado é de 3,5% e em doze meses o resultado foi positivo em 4,7%.

O setor de *Livros, jornais, revistas e papeleria* apresentou alta de 3,4% no volume de vendas frente a julho de 2024, invertendo resultado negativo de junho (-1,2%). No ano, o setor vem reduzindo as perdas no últimos meses, saindo de -3,9% até abril para -1,9% até julho. Nos últimos doze meses o cenário é o mesmo, reduzindo as perdas desde abril (-6,4%) até julho (-4,4%) de 2025.

O grupo *Móveis e eletrodomésticos* registrou 3,2% de crescimento no volume de vendas frente a julho de 2024, primeiro resultado positivo após variar -0,4% em junho. O resultado interanual do setor representou a segunda maior contribuição, dentre os que cresceram, somando 0,3 p.p. ao total de 1,0% do varejo. Em relação ao acumulado no ano até julho, ao passar de 4,0% até junho para 3,9% no mês de referência, a atividade mostra manutenção no ritmo de ganhos. Em termos de resultado acumulado nos últimos doze meses, o resultado até julho de 2025 veio abaixo dos dois meses anteriores: 5,4% até maio, 4,8% até junho e 4,4% até julho.

A atividade de *Outros artigos de uso pessoal e doméstico*, que engloba lojas de departamentos, óticas, joalherias, artigos esportivos, brinquedos, etc., apresentou alta de 1,5% nas vendas frente a julho de 2024, segunda consecutiva na comparação interanual (último ponto a registrar queda foi maio de 2025: -0,3%). Até julho o setor acumula ganhos de 2,0%, na comparação com o mesmo período do ano anterior, estável em relação a maio e junho (2,1% em ambos). Já o acumulado nos últimos doze meses vem reduzindo os ganhos desde abril: 6,0% até abril, 4,8% até maio, 4,4% até junho e 3,6% até julho.

O grupamento de *Combustíveis e lubrificantes* apresentou alta de 1,0% nas vendas frente a julho de 2024, primeira no campo positivo após três meses de resultados negativos (-1,8% em abril, -0,4% em maio e -1,5% em junho). Em relação ao acumulado no ano até julho, o indicador se apresenta próximo de zero há três consecutivos: 0,4% até maio, 0,1% até junho e 0,3% até julho. Nos últimos doze meses o resultado de julho também é próximo de zero, mas os meses anteriores vinham registrando perdas: -1,1% até abril, -0,8% até maio, -0,6% até junho e -0,1% até julho.

O grupamento de *Hiper, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* cresceu 0,4% nas vendas frente a julho de 2024, invertendo o sinal em relação ao resultado de junho (-0,3%). Em relação ao acumulado no ano, na comparação com o mesmo período do ano anterior, o mês de julho volta ao patamar de ganhos até fevereiro indicando desaceleração a partir de abril: 2,0% até abril, 1,7% até maio, 1,4% até junho e 1,2% até julho. Da mesma forma, a variação acumulada em 12 meses mostra desaceleração a partir de abril: 3,4% em abril, 2,7% em maio, 2,4% em junho e 2,1% em julho. É a menor taxa nesta comparação desde abril de 2023.

O setor de *Tecidos, vestuário e calçados*, na comparação interanual, apresentou queda de 1,5% no volume de vendas frente a julho de 2024, primeiro resultado negativo desde abril de 2024, quando obteve -3,7%. Adicionalmente, a atividade foi uma das duas a contribuir negativamente para o indicador global: -0,1 p.p. no total de 1,0%. No ano, até julho, o setor desacelera o ritmo de ganhos pela primeira vez desde março: 5,4% até fevereiro, 3,8% até março, 4,9%

até abril, 5,3% até maio, 5,5% até junho e 4,4% até julho. No acumulado dos últimos doze meses o resultado até julho de 2025 também representa desaceleração em relação a junho: 5,5% até junho e 4,9% até julho.

A atividade de *Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação* apresentou queda de 4,7% frente a julho de 2024, primeiro resultado no campo negativo após dois meses de altas (4,7% em maio e 0,6% em junho). Houve também contribuição negativa na formação da taxa global: -0,1 p.p. do total de 1,0%. No indicador acumulado do ano, o setor continua apresentando perdas, sendo até julho a maior dos últimos três meses: -1,0% até maio, -0,7% até junho e -1,3% até julho. Nos últimos doze meses o cenário é igual, sendo que as perdas acumuladas até julho são as mais intensas dos últimos quatro levantamentos: -1,1% até abril, -0,7% até maio, -1,1% até junho e -1,5% até julho.

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

Julho 2025				
Atividades	COMÉRCIO VAREJISTA		COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO	
	Taxa de variação (%)	Composição absoluta da taxa (p.p.)	Taxa de variação (%)	Composição absoluta da taxa (p.p.)
Taxa Global	1,0	1,0	-2,5	-2,5
1 - Combustíveis e lubrificantes	1,0	0,1	1,0	0,1
2 - Hiper, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	0,4	0,2	0,4	0,1
3 - Tecidos, vestuário e calçados	-1,5	-0,1	-1,5	-0,1
4 - Móveis e eletrodomésticos	3,2	0,3	3,2	0,1
5 - Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria	3,8	0,4	3,8	0,2
6 - Livros, jornais, revistas e papelaria	3,4	0,0	3,4	0,0
7 - Equipamentos e mat. para escritório informática e comunicação	-4,7	-0,1	-4,7	0,0
8 - Outros artigos de uso pessoal e doméstico	1,5	0,2	1,5	0,1
9 - Veículos e motos, partes e peças			-9,0	-1,8
10- Material de construção			-2,6	-0,2
11 - Atacado Prod.Alimen.,Beb. e Fumo			-7,5	-1,0

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

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

Incluindo as atividades com **varejo ampliado**, o volume de vendas de *Veículos e motos, partes e peças* apresentou queda de 9,0% nas vendas frente a julho de 2024, segunda consecutiva, queda de 12,4% em junho. Dos último cinco meses, o único a registrar crescimento na visão interanual foi maio: 1,5%. O setor foi também o que mais contribuiu negativamente para a taxa do interanual, somando -1,8 p.p. ao total de -2,5% do ampliado. O acumulado do ano até julho registra perdas pelo segundo mês consecutivo: -0,8% até junho e -2,1% até julho. Nos últimos doze meses também há desaceleração, mas ainda com ganhos em julho: 6,9% até maio, 5,1% até junho e 2,6% até julho sendo a menor taxa neste tipo de comparação desde julho de 2023 (2,2%).

O grupo de *Material de construção* apresentou queda de 2,6% nas vendas frente a julho de 2024, segunda consecutiva para este indicador (-3,8% em junho). Em relação ao acumulado no ano até julho, ao passar de 2,7% até junho para 1,8% no mês de referência, a atividade reduz o ritmo de ganhos, mesma trajetória do acumulado de 12 meses: 5,1% até junho e 3,8% até julho.

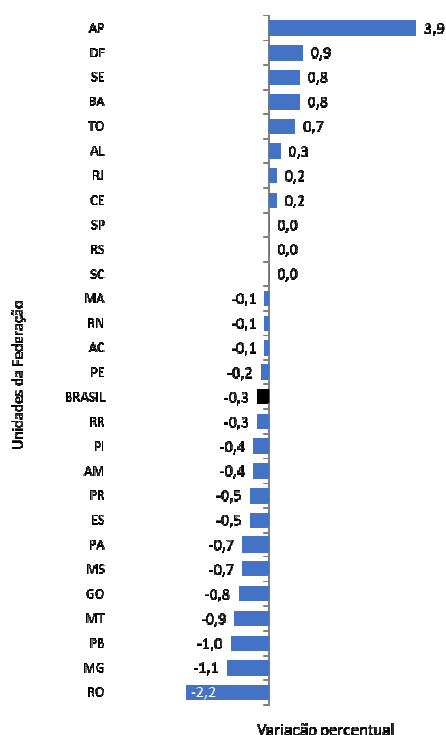
No caso do *Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo*, o indicador interanual caiu 7,5% em julho de 2025, décimo segundo resultado consecutivo no campo negativo (o último mês a registrar alta foi julho de 2024: 0,6%). O setor exerceu a segunda maior influência no campo negativo, contribuindo com -1,0 p.p. ao total de -2,5% do varejo ampliado. No ano, o resultado também é negativo, acumulando -6,7% até julho de 2025. O mesmo se dá na comparação dos últimos doze meses com os doze meses anteriores: -7,7% até julho de 2025.

RESULTADOS REGIONAIS

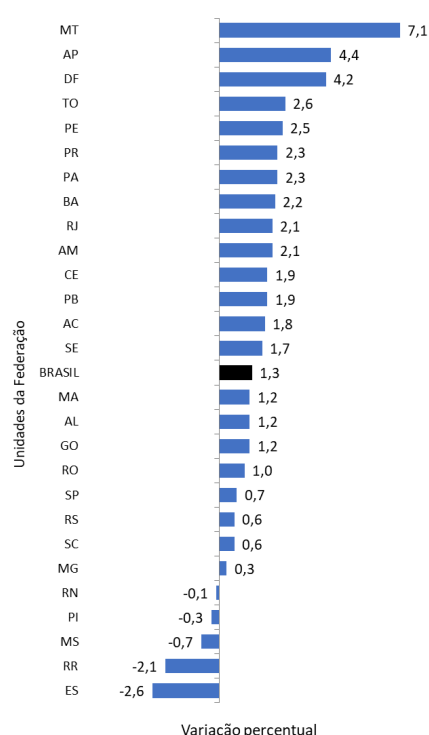
Na passagem de junho para julho de 2025, na série com ajuste sazonal, a taxa média nacional de vendas do **comércio varejista** retraiu 0,3% com resultados negativos em 16 das 27 Unidades da Federação, com destaque para: Rondônia (-2,2%), Minas Gerais (-1,1%) e Paraíba (-1,0%). Por outro lado, pressionando positivamente, figuram 8 das 27 Unidades da Federação, com destaque para Amapá (3,9%), Distrito Federal (0,9%) e Sergipe (0,8%). Os estados de Santa Catarina, São Paulo e Rio Grande do Sul apresentaram estabilidade (0,0%) na margem para o varejo, conforme Gráfico 4. Para a mesma comparação, no **comércio varejista ampliado**, a variação entre junho e julho de 2025 teve resultados positivos em 22 das 27 Unidades da Federação, com destaque para: Mato Grosso (7,1%), Amapá (4,4%) e Distrito Federal (4,2%). Por outro lado, pressionando negativamente, figuram 5 Unidades da Federação, com destaque para Espírito Santo (-2,6%), Roraima (-2,1%) e Mato Grosso do Sul (-0,7%), conforme Gráfico 5.

Frente a julho de 2024, a variação das vendas no **comércio varejista**, no corrente mês, foi predominantemente positiva em termos regionais alcançando 20 das 27 Unidades da Federação, com destaque para: Amapá (8,5%), Santa Catarina (5,4%) e Mato Grosso (4,9%). No lado negativo, figuram sete Unidades da Federação com destaque para Tocantins (-11,8%), Rio de Janeiro (-1,7%) e Goiás (-1,3%), conforme Gráfico 7. Já no **comércio varejista ampliado**, a variação entre julho de 2025 e julho de 2024 também teve predominância de resultados positivos, atingindo 17 das 27 Unidades da Federação, com destaque para: Mato Grosso (9,7%), Amapá (8,9%) e Roraima (4,8%). Por outro lado, dez Unidades da Federação obtiveram resultados negativos, com destaque para São Paulo (-7,5%), Goiás (-5,0%) e Rio Grande do Sul (-4,2%), conforme Gráfico 7.

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

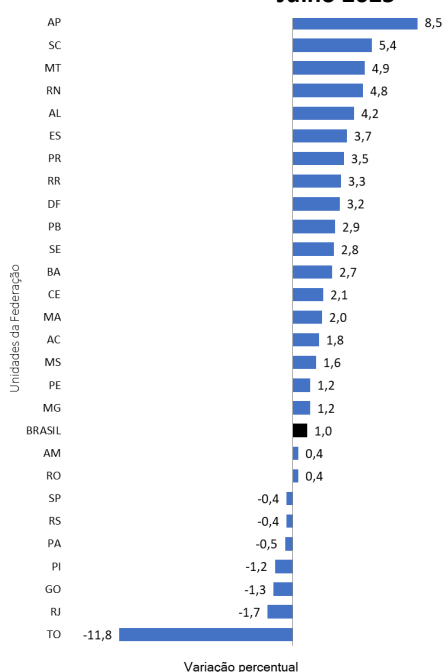


**Gráfico 5 -Volume de Vendas do Comércio Varejista Ampliado
por UF
mês/ mês anterior
Julho 2025**

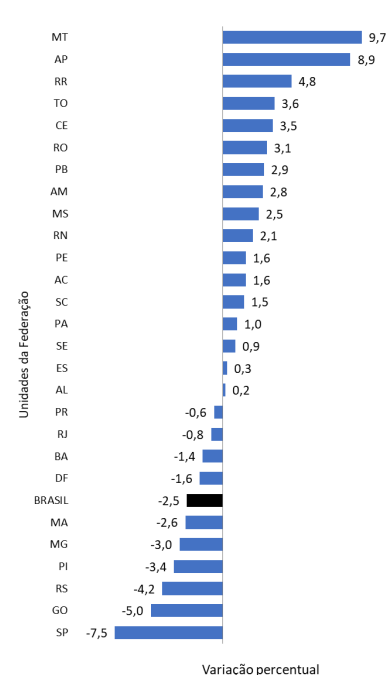


Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Estatísticas Conjunturais em Empresas

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

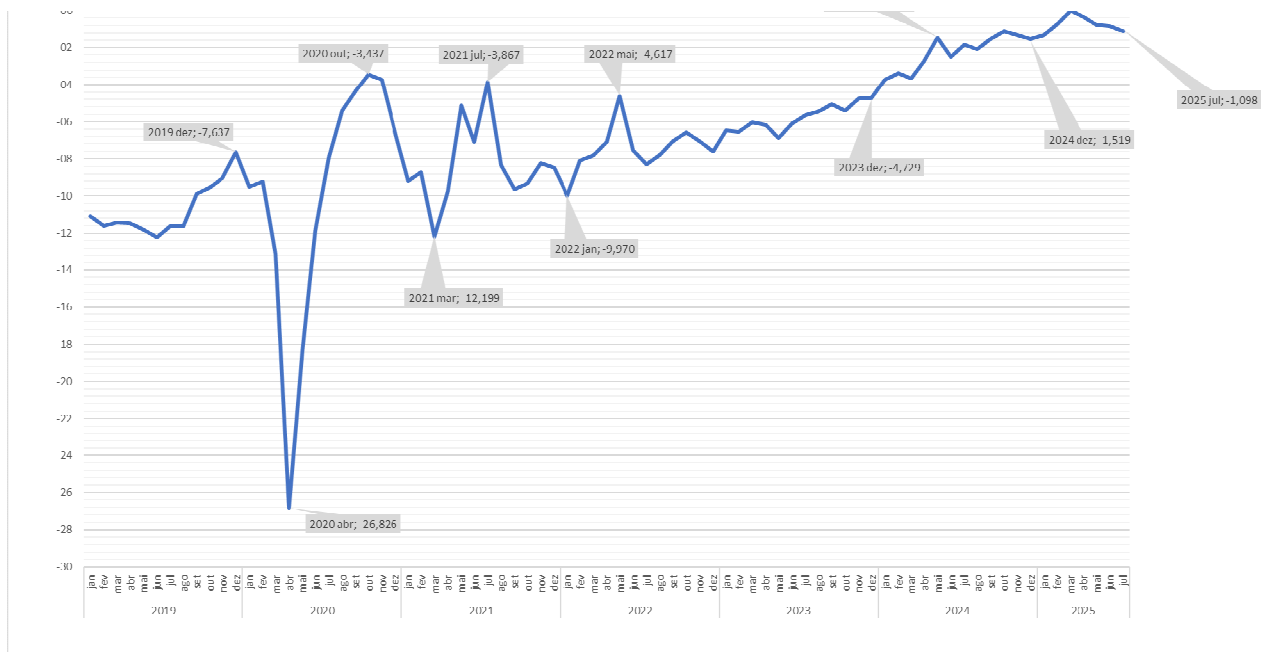


**Gráfico 7 - Volume de Vendas do Comércio Varejista
Ampliado por UF
mês/igual mês do ano anterior
Julho 2025**



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

Gráfico 8 – Série Histórica do Índice de Base Fixa do Comércio Varejista, com Ajuste Sazonal



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

Em síntese, o mês de julho representa o quarto mês consecutivo em que não há crescimento na margem para o comércio varejista. Com isso, o resultado de julho está 1,1% abaixo do máximo da série, atingido no mês de março de 2025. Desta forma o varejo volta ao patamar de outubro de 2024 na série sazonalmente ajustada. Esta sequência de quedas é disseminada, com seis dos oito setores presentes na pesquisa apresentando queda frente ao patamar de março de 2025: -4,3% para *Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação*, -2,2% para *Combustíveis e lubrificantes*, -1,3% para *Tecidos, vestuário e calçados*, -1,2% para *Hiper, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo*, -1,2% para *Outros artigos de uso pessoal e doméstico* e -0,9% para *Livros, jornais, revistas e papelaria*.

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
Julho 2025 - Variação (%)

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

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: 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
Julho 2025 - Variação (%)

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

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

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

(2) Base: igual mês do ano anterior

(3) Base: igual período do ano anterior

(4) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

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

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

(2) Base: igual mês do ano anterior

(3) Base: igual período do ano anterior

(4) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

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
Pernambuco - Julho 2025 - Variação (%)**

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

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

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

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	MAI	JUN	JUL	JAN-MAI	JAN-JUN	JAN-JUL	Até MAI	Até JUN	Até JUL
Comércio Varejista (4)	1,1	1,1	2,7	0,5	0,6	0,9	3,0	2,9	3,0
1. Combustíveis e lubrificantes	-5,5	-0,5	3,8	-1,6	-1,4	-0,7	-2,8	-2,0	-1,3
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	2,2	1,5	1,3	0,4	0,6	0,7	4,4	4,3	3,9
2.1. Hipermercados e supermercados	3,8	3,7	3,2	1,0	1,4	1,7	5,3	5,3	5,0
3. Tecidos, vestuário e calçados	6,7	-2,3	-6,6	1,9	1,0	0,0	4,2	3,6	2,7
4. Móveis e eletrodomésticos	11,5	0,8	3,0	2,3	2,0	2,2	6,0	5,4	5,0
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	-0,2	7,0	13,2	6,8	6,9	7,8	7,0	6,9	7,5
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-20,3	-17,4	-11,9	-20,6	-20,3	-19,5	-20,3	-19,9	-18,5
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-27,8	-6,3	2,5	-25,9	-24,0	-21,1	-34,9	-35,1	-21,1
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	1,4	-2,8	0,1	-0,8	-1,1	-1,0	5,0	3,9	3,2
Comércio Varejista Ampliado (5)	-0,7	-4,2	-1,4	-2,0	-2,3	-2,2	1,3	0,9	0,2
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	5,6	-6,8	3,8	11,2	7,9	7,2	16,0	14,2	12,4
10. Material de construção	-1,8	-13,3	-2,1	-1,1	-3,1	-2,9	5,2	2,6	0,9
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	-14,4	-20,2	-23,1	-23,6	-23,1	-23,1	-18,9	-19,2	-21,2

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
Minas Gerais - Julho 2025 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	MAI	JUN	JUL	JAN-MAI	JAN-JUN	JAN-JUL	Até MAI	Até JUN	Até JUL
Comércio Varejista (4)	1,2	1,6	1,2	1,9	1,9	1,8	2,0	1,9	1,7
1. Combustíveis e lubrificantes	-0,9	3,7	1,5	0,6	1,1	1,2	-2,6	-1,5	-0,8
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	0,5	1,0	-0,4	2,2	2,0	1,6	1,7	1,6	1,3
2.1. Hipermercados e supermercados	0,9	1,6	0,0	2,8	2,6	2,2	2,2	2,1	1,9
3. Tecidos, vestuário e calçados	14,1	2,6	-0,3	4,7	4,3	3,6	6,6	6,6	6,0
4. Móveis e eletrodomésticos	7,9	2,3	2,0	2,9	2,8	2,7	5,5	5,3	5,5
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	12,2	2,9	11,2	2,5	2,6	3,9	4,0	3,5	3,6
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	13,6	3,6	9,8	6,8	6,3	6,7	0,9	1,5	2,8
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-47,9	-38,9	-50,7	-39,6	-39,5	-41,2	-7,1	-13,8	-21,5
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-10,4	3,3	2,5	3,9	3,7	3,5	4,2	3,5	2,6
Comércio Varejista Ampliado (5)	-1,2	-2,2	-3,0	0,4	0,0	-0,5	1,3	1,0	0,1
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-5,0	-5,7	-8,5	3,7	2,0	0,2	8,5	7,9	4,9
10. Material de construção	7,5	2,2	3,1	1,5	1,6	1,9	3,4	3,3	2,5
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	-10,2	-16,2	-16,2	-10,5	-11,5	-12,2	-10,7	-11,2	-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 - Julho 2025 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	MAI	JUN	JUL	JAN-MAI	JAN-JUN	JAN-JUL	Até MAI	Até JUN	Até JUL
Comércio Varejista (4)	6,2	2,7	3,7	4,8	4,4	4,3	2,7	3,1	3,9
1. Combustíveis e lubrificantes	-7,0	-4,3	-4,7	-7,1	-6,7	-6,4	-4,7	-4,6	-5,0
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	4,1	0,3	-1,6	4,8	4,1	3,3	5,0	5,3	5,3
2.1. Hipermercados e supermercados	2,4	-1,8	0,2	4,6	3,5	3,1	2,2	2,6	3,4
3. Tecidos, vestuário e calçados	25,1	5,3	25,3	22,5	19,3	20,2	15,7	15,1	17,4
4. Móveis e eletrodomésticos	-1,6	2,0	15,7	0,5	0,7	2,9	-0,2	-0,1	0,4
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	16,6	10,7	11,0	12,3	12,1	11,9	11,5	11,4	11,2
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	5,9	0,7	-3,5	-18,3	-17,0	-16,0	-15,1	-14,9	-15,4
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	15,5	9,0	2,5	4,2	4,9	4,6	-6,2	-4,6	-1,6
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-14,7	-4,4	-5,0	1,8	0,7	-0,1	16,6	13,5	10,2
Comércio Varejista Ampliado (5)	1,1	1,1	0,3	3,5	3,1	2,6	2,9	2,9	2,8
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-17,5	-12,2	-9,0	-4,7	-6,0	-6,5	3,3	1,0	-1,0
10. Material de construção	25,8	15,1	-5,0	7,9	9,1	6,6	0,1	2,3	0,9
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	16,5	32,8	28,3	22,2	23,9	24,6	6,9	11,1	13,5

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

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

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

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	MAI	JUN	JUL	JAN-MAI	JAN-JUN	JAN-JUL	Até MAI	Até JUN	Até JUL
Comércio Varejista (4)	0,8	-0,6	-0,4	1,6	1,2	1,0	2,4	2,1	1,8
1. Combustíveis e lubrificantes	-2,0	-5,6	0,1	0,5	-0,5	-0,4	1,4	0,7	0,9
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	-1,4	-2,3	-1,6	0,9	0,4	0,1	1,5	1,1	0,8
2.1. Hipermercados e supermercados	-1,4	-1,6	-1,3	1,2	0,8	0,5	2,1	1,7	1,3
3. Tecidos, vestuário e calçados	8,6	16,9	1,0	6,0	8,1	6,9	3,0	5,0	4,9
4. Móveis e eletrodomésticos	12,5	-0,6	9,4	2,6	2,1	3,1	2,6	2,1	2,7
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	2,8	-2,2	-0,7	3,1	2,2	1,7	7,8	6,4	5,3
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	10,1	-6,4	6,5	-1,1	-1,9	-0,7	-7,7	-7,4	-6,4
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	24,2	13,8	-5,3	17,7	17,0	12,8	25,5	24,5	17,5
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	0,0	1,2	1,6	0,0	0,2	0,4	1,4	1,5	1,2
Comércio Varejista Ampliado (5)	-0,9	-7,8	-7,5	-1,0	-2,1	-2,9	-0,5	-1,0	-2,0
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	5,0	-16,6	-15,6	2,2	-1,2	-3,5	4,2	3,1	0,5
10. Material de construção	1,3	-6,6	-7,1	3,1	1,4	0,1	5,2	4,3	2,7
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	-14,1	-25,8	-27,6	-15,9	-17,5	-18,8	-20,1	-20,6	-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
Paraná - Julho 2025 - Variação (%)

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

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

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

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

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

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

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	MAI	JUN	JUL	JAN-MAI	JAN-JUN	JAN-JUL	Até MAI	Até JUN	Até JUL
Comércio Varejista (4)	3,5	-2,1	-0,4	5,6	4,2	3,5	7,3	6,2	5,4
1. Combustíveis e lubrificantes	4,1	-3,6	-0,1	5,8	4,2	3,6	4,3	4,1	3,8
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	2,5	-0,5	2,0	6,2	5,1	4,6	8,7	7,5	6,9
2.1. Hipermercados e supermercados	2,4	-1,1	1,1	6,0	4,8	4,3	8,8	7,5	6,7
3. Tecidos, vestuário e calçados	8,7	6,0	-8,0	11,4	10,3	7,1	10,6	11,0	8,6
4. Móveis e eletrodomésticos	-9,5	-21,4	-18,9	-1,3	-5,5	-7,7	4,7	0,0	-3,7
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	7,5	3,4	1,7	5,1	4,8	4,3	6,9	6,6	5,7
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	21,3	-13,2	-12,2	-0,9	-2,5	-3,7	-2,1	-3,0	-4,1
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-1,0	-25,8	-19,6	-10,1	-13,1	-14,1	1,6	-3,8	-7,1
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	12,0	-0,2	8,7	5,0	4,1	4,8	6,1	5,5	6,4
Comércio Varejista Ampliado (5)	10,7	-5,6	-4,2	6,7	4,5	3,2	9,7	8,2	6,7
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	57,4	-20,4	-21,2	9,3	3,2	-1,3	13,6	10,8	5,8
10. Material de construção	7,9	-9,9	-11,2	10,9	7,1	4,0	14,5	12,7	9,5
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	13,0	-1,2	4,6	7,4	5,9	5,7	13,5	11,9	11,6

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

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

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

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

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

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	MAI	JUN	JUL	JAN-MAI	JAN-JUN	JAN-JUL	Até MAI	Até JUN	Até JUL
Comércio Varejista (4)	6,4	1,6	3,2	5,0	4,4	4,2	4,9	4,8	4,5
1. Combustíveis e lubrificantes	4,6	-3,6	-4,7	4,2	2,9	1,7	3,2	3,2	2,4
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	4,2	3,7	6,3	3,4	3,5	3,9	3,9	3,9	4,2
2.1. Hipermercados e supermercados	5,8	4,3	6,3	4,5	4,5	4,7	5,1	5,1	5,3
3. Tecidos, vestuário e calçados	11,2	-3,9	0,5	6,2	4,1	3,5	9,5	8,0	7,2
4. Móveis e eletrodomésticos	11,7	-12,7	-9,5	16,0	11,3	8,0	15,7	13,8	10,4
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	10,2	9,8	9,4	5,1	5,9	6,4	4,1	4,8	5,3
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	19,0	10,7	9,9	0,0	1,4	2,5	2,9	2,8	3,1
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	3,2	-9,9	-1,1	-17,7	-16,7	-14,7	-34,2	-31,5	-31,6
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	7,8	7,1	7,3	7,7	7,6	7,6	7,1	7,0	7,0
Comércio Varejista Ampliado (5)	-0,5	-4,9	-1,6	2,4	1,2	0,8	5,1	4,2	3,1
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-15,0	-19,5	-7,6	-6,1	-8,4	-8,3	3,4	0,7	-2,0
10. Material de construção	2,4	-9,8	-6,7	1,7	-0,4	-1,4	4,5	3,5	2,2
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	-2,7	1,0	-7,0	10,8	9,0	6,5	11,2	10,4	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 Comercio

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

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

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

Nota: Base: 2014 = 100

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

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

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

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

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

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
Julho 2025 - Variação (%)

Brasil e Unidades da Federação	Mês/Mês anterior (1)			Mensal (2)			Acumulado no ano (3)			Últimos 12 meses (4)		
	MAI	JUN	JUL	MAI	JUN	JUL	JAN-MAI	JAN-JUN	JAN-JUL	Até MAI	Até JUN	Até JUL
Brasil	-0,4	0,2	0,1	7,5	5,5	6,1	8,1	7,7	7,4	8,4	8,2	8,0
Rondônia	-0,1	0,8	-1,8	11,2	7,9	6,1	10,4	10,0	9,4	9,4	9,0	8,6
Acre	0,5	-1,4	0,4	9,6	7,6	6,7	8,8	8,6	8,3	9,6	9,5	9,3
Amazonas	0,8	1,6	-0,1	5,6	6,3	4,9	7,6	7,4	7,0	8,6	8,4	8,0
Roraima	3,1	1,3	0,8	7,7	7,5	10,0	3,1	3,8	4,7	8,7	8,6	9,0
Pará	-1,8	0,1	-0,2	8,6	5,1	5,9	7,1	6,8	6,6	8,0	7,8	7,7
Amapá	1,0	-2,0	4,7	12,2	8,9	15,3	16,6	15,2	15,2	19,3	17,6	16,5
Tocantins	-3,6	-1,1	1,1	0,1	-1,7	-7,3	6,7	5,3	3,2	11,1	9,9	7,2
Maranhão	-0,2	0,4	0,4	4,8	5,9	6,6	7,8	7,5	7,3	8,4	8,0	7,6
Piauí	-0,5	-1,6	-0,1	8,3	2,6	2,8	9,0	7,9	7,1	10,4	9,7	8,9
Ceará	-0,1	0,6	0,6	7,9	6,7	7,2	9,1	8,7	8,5	10,3	9,9	9,7
Rio Grande do Norte	0,2	2,2	0,2	9,3	8,9	10,3	7,4	7,6	8,0	8,5	8,5	8,7
Paraíba	0,2	0,4	-0,6	12,3	6,9	5,7	10,5	9,9	9,2	14,0	13,1	11,9
Pernambuco	-0,8	0,6	-0,1	6,7	5,9	4,9	6,9	6,7	6,5	7,6	7,5	7,2
Alagoas	-0,6	0,7	0,6	9,1	7,9	8,1	9,4	9,1	9,0	10,0	10,1	10,1
Sergipe	0,9	-0,3	0,9	6,1	3,6	5,4	4,6	4,4	4,6	6,8	6,5	6,3
Bahia	-0,3	-0,2	0,9	5,8	6,0	7,0	6,1	6,1	6,2	8,1	8,0	7,9
Minas Gerais	0,5	0,8	-0,4	6,8	6,3	6,3	7,4	7,2	7,1	7,7	7,4	7,2
Espírito Santo	-0,9	0,0	-0,2	10,9	6,3	7,5	9,6	9,0	8,8	7,1	7,5	8,2
Rio de Janeiro	1,0	-0,8	0,6	4,5	1,4	2,6	3,8	3,4	3,3	5,3	5,0	4,8
São Paulo	-0,8	-0,1	0,2	7,6	5,5	5,6	8,4	7,9	7,6	8,5	8,4	8,1
Paraná	-0,6	2,3	0,3	7,5	7,6	9,2	8,2	8,1	8,3	7,6	7,6	7,7
Santa Catarina	-2,8	2,7	0,7	9,4	9,7	11,4	13,4	12,8	12,6	10,4	10,5	10,7
Rio Grande do Sul	-2,0	-0,1	0,5	7,3	1,4	3,4	10,0	8,5	7,7	11,2	10,1	9,3
Mato Grosso do Sul	-1,3	0,0	-0,5	7,8	4,7	6,8	6,7	6,4	6,4	7,1	6,7	6,6
Mato Grosso	0,6	1,0	-0,2	11,5	10,6	9,5	8,2	8,6	8,7	7,0	7,3	7,5
Goiás	0,0	0,0	-0,2	7,4	4,5	3,3	7,8	7,2	6,6	9,2	8,7	7,9
Distrito Federal	-0,2	-0,8	1,4	13,4	7,6	9,1	11,7	11,0	10,7	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
Julho 2025 - Variação (%)

Brasil e Unidades da Federação	Mês/Mês anterior (1)			Mensal (2)			Acumulado no ano (3)			Últimos 12 meses (4)		
	MAI	JUN	JUL	MAI	JUN	JUL	JAN-MAI	JAN-JUN	JAN-JUL	Até MAI	Até JUN	Até JUL
Brasil	0,2	-3,1	1,7	5,7	0,1	1,6	6,0	5,0	4,4	6,9	6,4	5,6
Rondônia	-0,4	0,7	0,9	7,6	6,3	7,7	6,6	6,6	6,8	3,7	3,6	3,4
Acre	1,1	-1,1	0,8	8,4	5,3	6,4	7,0	6,7	6,6	7,5	7,5	7,2
Amazonas	2,7	0,2	1,5	9,1	5,1	7,9	8,5	7,9	7,9	10,9	10,4	9,9
Roraima	1,6	0,6	-1,5	11,2	10,4	11,5	4,8	5,7	6,5	6,3	7,1	7,8
Pará	-1,4	-3,3	2,9	9,2	3,5	5,5	7,8	7,1	6,8	7,0	8,0	7,7
Amapá	-0,2	1,2	3,2	8,8	9,5	15,2	14,7	13,8	14,0	18,2	17,2	16,4
Tocantins	-3,1	2,0	3,1	1,2	7,2	6,1	6,4	6,5	6,4	7,6	8,2	7,4
Maranhão	-1,0	-1,3	1,5	2,9	-0,4	1,5	2,2	1,8	1,7	4,9	4,4	4,1
Piauí	-1,5	-1,2	0,3	6,6	2,2	2,4	8,6	7,5	6,7	11,3	10,9	9,9
Ceará	-0,3	-1,1	2,4	8,7	7,9	9,1	11,4	10,8	10,5	11,0	11,1	11,0
Rio Grande do Norte	1,2	1,1	0,2	9,3	7,6	8,1	7,8	7,8	7,8	9,4	9,5	9,3
Paraíba	-0,9	-0,6	1,9	9,8	5,7	6,3	10,8	9,9	9,3	13,5	12,8	11,9
Pernambuco	-1,8	-1,1	1,8	7,3	4,2	5,8	6,2	5,8	5,8	8,0	7,8	7,3
Alagoas	0,0	-1,8	1,7	7,4	2,7	4,0	5,9	5,4	5,2	8,1	8,0	7,5
Sergipe	0,7	-1,7	2,0	6,1	2,8	3,5	4,0	3,8	3,8	6,9	6,6	5,9
Bahia	0,5	-2,7	2,9	5,4	1,8	3,6	4,6	4,1	4,1	6,6	6,3	5,7
Minas Gerais	0,4	-1,5	0,8	2,9	1,0	0,6	4,2	3,6	3,2	5,9	5,4	4,4
Espírito Santo	0,4	2,0	-2,2	6,1	5,9	5,0	8,3	7,9	7,5	6,3	6,6	6,6
Rio de Janeiro	1,3	-2,0	2,3	5,1	0,9	3,0	3,5	3,1	3,1	5,1	4,8	4,5
São Paulo	-0,4	-5,2	1,0	4,1	-3,3	-3,0	4,3	3,0	2,1	4,1	3,7	2,9
Paraná	-0,6	-1,8	2,3	6,4	-1,0	3,1	7,5	6,1	5,6	8,5	7,7	6,7
Santa Catarina	-1,6	0,8	1,2	7,5	4,1	7,0	10,7	9,6	9,2	10,8	10,0	9,4
Rio Grande do Sul	1,6	-1,1	0,5	13,8	-3,4	-2,0	10,5	7,9	6,4	13,2	11,6	10,0
Mato Grosso do Sul	-1,7	0,8	-0,6	6,5	1,5	5,1	6,0	5,2	5,2	3,7	3,3	3,0
Mato Grosso	1,3	-4,2	8,1	12,3	3,8	11,9	8,1	7,3	8,0	7,4	7,5	7,8
Goiás	-0,5	0,6	1,4	-4,1	-3,1	-1,9	0,3	-0,3	-0,5	6,7	5,2	3,2
Distrito Federal	-0,2	-3,9	4,3	4,7	-0,1	3,1	7,8	6,4	5,9	9,5	8,7	7,7

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 - Julho 2025 - Variação (%)

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

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

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

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

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

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

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	MAI	JUN	JUL	JAN-MAI	JAN-JUN	JAN-JUL	Até MAI	Até JUN	Até JUL
Comércio Varejista (4)	5,8	6,0	7,0	6,1	6,1	6,2	8,1	8,0	7,9
1. Combustíveis e lubrificantes	-3,5	2,9	3,9	4,8	4,4	4,4	4,6	4,2	3,7
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	8,1	7,5	7,2	6,7	6,8	6,9	9,3	9,4	9,2
2.1. Hipermercados e supermercados	8,8	8,6	8,4	6,6	7,0	7,2	9,7	9,9	9,8
3. Tecidos, vestuário e calçados	9,5	2,0	-3,1	4,7	4,2	3,2	6,2	5,9	5,2
4. Móveis e eletrodomésticos	14,8	2,3	3,7	3,8	3,6	3,6	6,2	6,0	5,8
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	3,7	11,0	19,0	11,9	11,8	12,9	13,7	13,3	13,7
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-16,0	-12,9	-7,0	-16,7	-16,4	-15,5	-15,5	-15,3	-13,9
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-25,4	-4,1	5,5	-25,3	-23,2	-20,1	-35,7	-35,7	-20,9
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	5,3	1,1	3,9	2,8	2,5	2,7	8,0	7,0	6,4
Comércio Varejista Ampliado (5)	5,4	1,8	3,6	4,6	4,1	4,1	6,6	6,3	5,7
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	10,3	-3,6	7,7	15,9	12,2	11,4	18,7	17,1	15,6
10. Material de construção	2,9	-9,9	1,6	3,4	1,2	1,3	7,9	5,8	4,5
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	0,2	-4,5	-12,0	-10,2	-9,4	-9,7	-9,2	-8,6	-10,3

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

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

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	MAI	JUN	JUL	JAN-MAI	JAN-JUN	JAN-JUL	Até MAI	Até JUN	Até JUL
Comércio Varejista (4)	6,8	6,3	6,3	7,4	7,2	7,1	7,7	7,4	7,2
1. Combustíveis e lubrificantes	3,2	7,5	3,3	8,9	8,7	7,8	6,8	6,8	6,0
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	7,2	6,7	6,0	8,2	8,0	7,7	7,8	7,7	7,7
2.1. Hipermercados e supermercados	7,8	7,4	6,5	9,0	8,8	8,4	8,5	8,4	8,3
3. Tecidos, vestuário e calçados	18,8	7,2	4,1	8,5	8,2	7,6	10,2	10,1	9,5
4. Móveis e eletrodomésticos	8,8	3,1	2,2	2,7	2,8	2,7	5,6	5,6	5,9
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	16,0	6,3	15,4	6,8	6,7	8,0	8,8	8,1	8,1
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	21,9	10,6	17,0	14,9	14,3	14,6	9,3	9,7	11,0
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-46,0	-37,0	-49,6	-38,8	-38,5	-40,1	-6,6	-12,9	-20,3
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-6,0	7,5	7,0	7,2	7,3	7,2	7,2	6,6	5,9
Comércio Varejista Ampliado (5)	2,9	1,0	0,6	4,2	3,6	3,2	5,9	5,4	4,4
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-1,8	-2,9	-5,9	6,7	5,0	3,1	9,8	9,6	6,8
10. Material de construção	10,4	4,6	4,9	3,8	3,9	4,1	4,8	4,9	4,2
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	-9,8	-17,2	-15,5	-10,6	-11,7	-12,2	-4,6	-6,4	-8,8

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

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

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	MAI	JUN	JUL	JAN-MAI	JAN-JUN	JAN-JUL	Até MAI	Até JUN	Até JUL
Comércio Varejista (4)	10,9	6,3	7,5	9,6	9,0	8,8	7,1	7,5	8,2
1. Combustíveis e lubrificantes	-2,9	-2,1	-4,4	-0,2	-0,5	-1,1	2,0	1,2	-0,3
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	11,8	6,0	5,1	11,8	10,9	10,0	10,7	11,1	11,5
2.1. Hipermercados e supermercados	8,7	2,4	6,2	10,5	9,2	8,7	7,1	7,6	8,7
3. Tecidos, vestuário e calçados	29,3	9,3	29,5	26,1	22,9	24,0	18,2	17,8	20,3
4. Móveis e eletrodomésticos	-0,3	2,8	15,2	2,0	2,1	4,0	1,6	1,6	1,9
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	21,3	15,8	16,0	17,3	17,0	16,8	16,8	16,7	16,5
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	10,6	5,1	0,1	-14,4	-13,0	-12,0	-10,4	-10,4	-11,1
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	14,7	9,0	1,6	4,3	5,1	4,6	-5,1	-3,7	-1,1
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-10,2	0,2	-0,6	6,5	5,5	4,6	21,6	18,4	15,0
Comércio Varejista Ampliado (5)	6,1	5,9	5,0	8,3	7,9	7,5	6,3	6,6	6,6
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-14,2	-8,1	-5,7	-1,3	-2,5	-3,0	4,4	2,5	0,9
10. Material de construção	29,7	19,3	-1,5	9,7	11,2	9,0	-0,7	2,0	1,2
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	32,3	48,7	45,1	36,8	38,7	39,7	18,0	23,0	26,4

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

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

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

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

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

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

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

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

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

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

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

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

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

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	MAI	JUN	JUL	JAN-MAI	JAN-JUN	JAN-JUL	Até MAI	Até JUN	Até JUL
Comércio Varejista (4)	7,3	1,4	3,4	10,0	8,5	7,7	11,2	10,1	9,3
1. Combustíveis e lubrificantes	9,8	-0,6	0,8	14,5	11,9	10,2	12,5	11,6	10,2
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	4,3	1,7	6,4	9,5	8,2	7,9	11,7	10,4	10,0
2.1. Hipermercados e supermercados	4,2	1,1	5,5	9,3	7,9	7,5	11,8	10,3	9,8
3. Tecidos, vestuário e calçados	10,1	8,4	-6,0	13,3	12,2	9,1	12,0	12,5	10,2
4. Móveis e eletrodomésticos	-5,3	-18,8	-17,3	1,1	-3,0	-5,4	5,3	1,2	-2,3
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	16,6	10,5	7,4	11,2	11,1	10,5	12,4	12,3	11,5
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	29,7	-7,5	-8,3	6,5	4,6	3,1	7,8	6,0	4,2
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	6,0	-23,6	-18,9	-4,6	-8,3	-9,9	3,1	-1,5	-4,4
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	17,4	4,7	14,0	9,5	8,6	9,5	9,5	9,1	10,2
Comércio Varejista Ampliado (5)	13,8	-3,4	-2,0	10,5	7,9	6,4	13,2	11,6	10,0
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	61,7	-19,2	-21,1	11,2	4,9	0,1	14,4	11,7	6,7
10. Material de construção	8,1	-10,5	-10,9	11,1	7,1	4,0	15,1	13,1	9,9
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	13,8	-2,1	3,8	11,3	8,9	8,1	18,7	16,7	15,9

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
Goiás - Julho 2025 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	MAI	JUN	JUL	JAN-MAI	JAN-JUN	JAN-JUL	Até MAI	Até JUN	Até JUL
Comércio Varejista (4)	7,4	4,5	3,3	7,8	7,2	6,6	9,2	8,7	7,9
1. Combustíveis e lubrificantes	-6,0	-3,8	-10,0	-4,7	-4,5	-5,4	-2,4	-3,0	-4,4
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	7,3	4,5	3,1	9,2	8,4	7,6	12,3	11,5	10,4
2.1. Hipermercados e supermercados	7,6	4,5	3,5	9,0	8,2	7,5	12,3	11,4	10,3
3. Tecidos, vestuário e calçados	18,1	-1,0	6,2	4,5	3,4	3,8	2,8	2,3	2,7
4. Móveis e eletrodomésticos	18,1	7,8	13,4	16,5	15,0	14,8	10,4	10,8	10,8
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	8,2	13,8	13,3	11,5	11,9	12,1	12,7	12,8	12,6
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	34,7	28,1	0,3	15,3	17,0	14,6	18,8	20,6	18,0
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-5,6	-15,5	-3,4	-13,3	-13,6	-12,3	-7,9	-8,5	-8,3
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	9,8	8,5	1,0	8,5	8,5	7,3	10,4	10,4	9,4
Comércio Varejista Ampliado (5)	-4,1	-3,1	-1,9	0,3	-0,3	-0,5	6,7	5,2	3,2
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-24,1	-18,4	-14,9	-12,1	-13,2	-13,5	5,3	0,6	-4,5
10. Material de construção	5,4	7,2	6,1	2,3	3,1	3,6	1,7	2,7	2,7
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	1,8	2,3	7,2	3,2	3,1	3,7	3,7	3,9	3,8

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
Distrito Federal - Julho 2025 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	MAI	JUN	JUL	JAN-MAI	JAN-JUN	JAN-JUL	Até MAI	Até JUN	Até JUL
Comércio Varejista (4)	13,4	7,6	9,1	11,7	11,0	10,7	10,3	10,3	10,3
1. Combustíveis e lubrificantes	21,4	7,8	2,9	19,4	17,3	15,1	13,9	13,9	12,7
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	10,6	8,8	12,8	10,0	9,8	10,2	9,7	9,8	10,4
2.1. Hipermercados e supermercados	12,1	9,4	12,7	11,0	10,8	11,1	10,9	10,9	11,4
3. Tecidos, vestuário e calçados	17,0	0,8	4,5	8,9	7,3	6,8	9,6	8,7	8,4
4. Móveis e eletrodomésticos	11,7	-12,3	-9,6	15,9	11,3	8,0	15,4	13,7	10,4
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	15,0	14,5	14,0	10,7	11,4	11,8	9,9	10,4	10,9
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	23,1	15,3	14,8	3,5	5,2	6,4	7,5	7,3	7,5
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	4,2	-9,8	-3,6	-16,0	-15,1	-13,6	-33,7	-31,0	-31,1
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	15,2	14,0	13,5	13,7	13,7	13,7	11,7	11,9	12,1
Comércio Varejista Ampliado (5)	4,7	-0,1	3,1	7,8	6,4	5,9	9,5	8,7	7,7
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-13,4	-16,9	-5,7	-3,5	-5,8	-5,8	5,2	2,5	-0,1
10. Material de construção	4,4	-8,0	-4,8	3,0	1,0	0,1	5,0	4,2	3,2
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	2,7	5,8	-0,6	17,7	15,6	13,0	18,5	17,4	15,3

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio

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

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

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

Nota: Base: 2014 = 100

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

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