



Indicadores IBGE

Pesquisa Mensal de Comércio

Setembro 2025

Publicado em 13/11/2025 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)

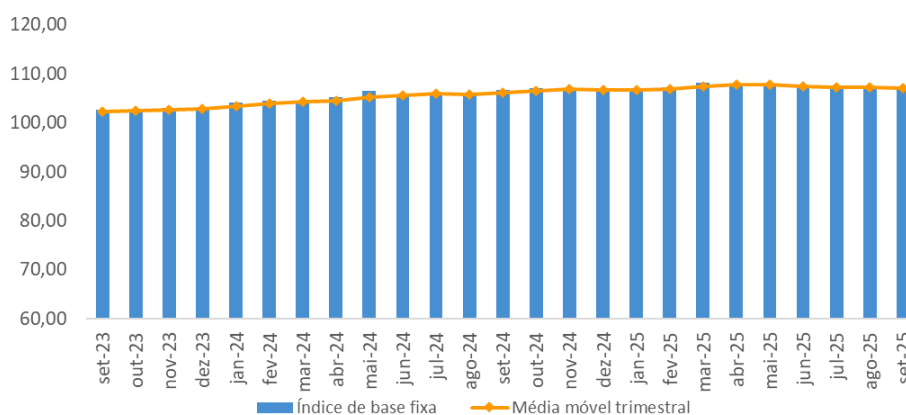
6 OBSERVAÇÕES

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 setembro 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 variação de 0,1% em agosto de 2025. Com isso, a evolução do índice de média móvel trimestral para o varejo, após variar -0,1% no trimestre encerrado em agosto de 2025, registra novamente -0,1% no trimestre encerrado em setembro, conforme mostra o Gráfico 1.

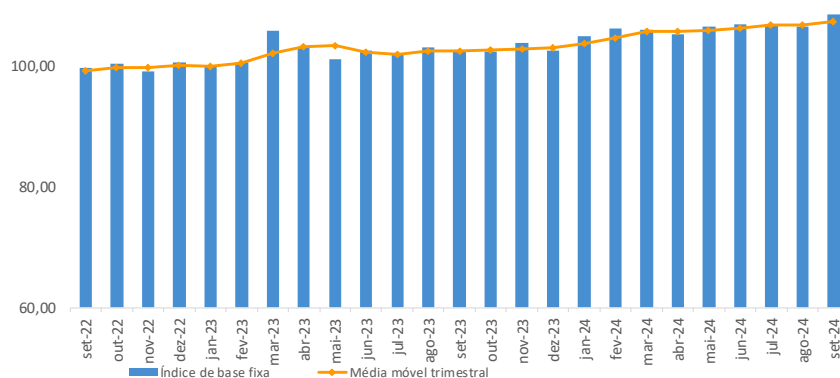
Gráfico 1 – Volume de Vendas do Varejo com Ajuste Sazonal
Índice de Base Fixa e Média Móvel Trimestral
Setembro 2025



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

Considerando o **comércio varejista ampliado**, que inclui, além do varejo, atividades de *Veículos, motos, partes e peças, Material de Construção e Atacado especializado de produtos alimentícios, bebidas e fumo*, o volume de vendas em setembro de 2025 variou 0,2% nas vendas frente ao mês imediatamente anterior, na série livre de influências sazonais, após crescimento de 0,8% em agosto de 2025. Com isso, a evolução do índice de média móvel trimestral para o varejo, depois de variar -0,2% no trimestre encerrado em agosto de 2025, fechou com crescimento de 1,0% o trimestre encerrado em setembro (Gráfico 2).

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



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

Na comparação com o mesmo mês do ano anterior, o **comércio varejista**, no mês de setembro de 2025, obteve crescimento de 0,8%, sexto consecutivo, já que o último resultado negativo foi em março de 2024 (-0,8%). No ano, o varejo acumula aumento de 1,5% até setembro, na comparação com o mesmo período de 2024. Nos últimos doze meses o resultado também é positivo: 2,1%, menor variação nesta comparação desde janeiro de 2024 (1,8%). No **varejo ampliado**, o indicador interanual registra crescimento de 1,1% em setembro, primeiro mês a registrar taxa positiva após três meses de resultados negativos. No ano o resultado é negativo (-0,3%), enquanto nos últimos doze meses há ganhos (0,7%).

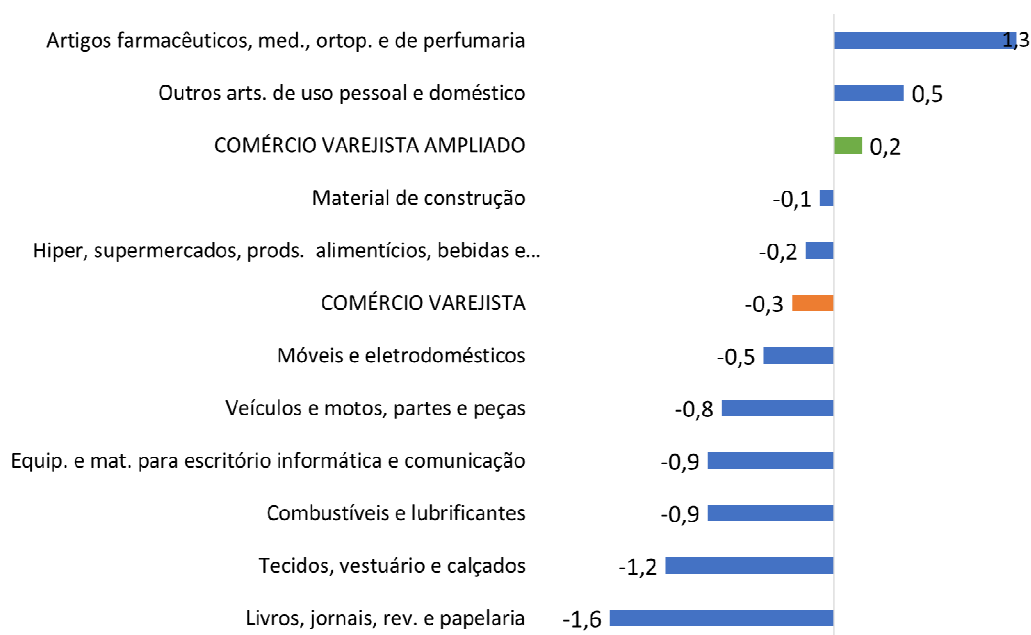
RESULTADOS SETORIAIS

A variação de -0,3% no volume de vendas do **comércio varejista**, na passagem de agosto para setembro de 2025, na série com ajuste sazonal, setorialmente teve predomínio de taxas negativas, atingindo seis das oito atividades. *Livros, jornais, revistas e papelaria* (-1,6%), *Tecidos, vestuário e calçados* (-1,2%), *Combustíveis e lubrificantes* (-0,9%), *Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação* (-0,9%), *Móveis e Eletrodomésticos* (-0,5%) e *Hiper, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* (-0,2%) registraram taxas negativas. Já *Outros artigos de uso pessoal e doméstico* (0,5%) e *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, e de perfumaria* (1,3%) apresentaram taxas positivas na passagem de agosto para setembro. As duas atividades no âmbito do **varejo ampliado**⁴ tiveram resultados com leitura distinta na comparação de setembro com agosto: *Veículos e motos, partes e peças* com queda de 0,8% e *Material de construção* com variação -0,1%, conforme Gráfico 3.

Frente a setembro de 2024, setembro de 2025, em termos setoriais, apresentou quatro atividades com variações positivas no **varejo**: *Móveis e eletrodomésticos* (7,5%), *Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação* (5,8%), *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria* (5,0%) e *Outros artigos de uso pessoal e doméstico* (2,8%). Por outro lado, quatro também é o número de atividades que registraram queda no indicador interanual: *Livros, jornais, revistas e papelaria* (-2,1%), *Tecidos, vestuário e calçados* (-1,6%), *Combustíveis e lubrificantes* (-0,8%) e *Hiper, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* (-0,6%). No âmbito do **varejo ampliado**, ainda na comparação interanual, *Veículos e motos, partes e peças* obteve queda de 1,6%, *Material de construção* teve variação de -0,3% e *Atacado especializado de produtos alimentícios bebidas e fumo* cresceu 7,7%.

⁴ A atividade de *Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo* não possui série ajustada

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



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

Para o setor de *Móveis e eletrodomésticos*, a comparação mês contra mesmo mês do ano anterior indica variação positiva em setembro de 2025 (7,5%) mantendo trajetória positiva registrada nos dois meses anteriores. Em 2025, houve apenas um momento não positivo na série do indicador interanual: junho (-0,4%). O setor também foi o que mais contribuiu, juntamente com *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria*, para a composição da taxa global, somando 0,5 p.p ao total de 0,8% do varejo. No acumulado do ano, a atividade registra ganhos de 4,1% até setembro, patamar superior apresentado até agosto (3,7%). Nos últimos doze meses o resultado é positivo na leitura até setembro (4,7%) e até agosto (4,1%), assim como nos 25 meses anteriores.

O setor de *Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação* registrou, em setembro, alta de 5,8% em relação ao mesmo mês do ano anterior, primeiro mês de crescimento após dois meses de queda: -4,7% em julho e -0,7% em agosto. O indicador acumulado do ano soma -0,5% até setembro, recuperando-se em relação a agosto (-1,3%). Nos últimos doze meses o resultado é igual: -1,3% até agosto e -0,5% até setembro.

A atividade de *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria* registrou crescimento (5,0%) pelo trigésimo primeiro mês consecutivo, na comparação mês contra mesmo mês do ano anterior (o último mês a apresentar variação no campo negativo foi fevereiro de 2024: -0,5%). O setor ainda registrou a

sazonalmente do indicador mês contra mês anterior por não possuir uma série histórica longa o suficiente para que o método de dessazonalização possa ser aplicado.

maior contribuição para a formação da taxa do varejo, junto a *Móveis e Eletrodoméstico*, somando 0,5 p.p. ao total de 0,8% do indicador interanual. Para o indicador acumulado do ano, o resultado em setembro de 2025 foi de 3,6%. mantendo patamar similar desde abril (3,7%). Nos últimos doze meses o resultado até setembro de 2025 foi de 4,0%, em desaceleração desde outubro de 2024 (7,8%).

Já *Outros artigos de uso pessoal e doméstico*, registra, em setembro de 2025, seu sexto mês consecutivo de alta, na comparação interanual: 2,8%. Na comparação entre setembros, a atividade exerceu a terceira maior contribuição para a composição da taxa do comércio varejista, com 0,2 p.p. de um total de 0,8% do varejo. A trajetória é de crescimento também tanto para os indicadores do acumulado do ano (2,1%) quanto para o acumulado dos últimos doze meses (3,5%). Tais resultados evidenciam a recuperação que o setor vem experienciando, em 2024 e 2025, após período de performance negativa em 2023, com fechamento de lojas físicas, ocorrida por conta da crise contábil de grandes empresas do setor.

A atividade de *Livros, jornais, revistas e papelaria* apresentou, em setembro de 2025 em relação ao mesmo mês de 2024, queda de 2,1%, primeira taxa negativa após dois meses de alta. Apesar do viés de baixa na trajetória do volume de vendas do setor ao longo dos últimos meses, o setor acumula ganhos no terceiro trimestre de 2025 (0,9%) em relação ao mesmo período de 2024, o que não acontecia desde o primeiro tri de 2023 (3,3%). No ano, até setembro, o setor acumula perdas de 1,7%. Nos últimos doze meses, as perdas ficaram em 3,2% até setembro, menos intensas do que até agosto (-3,8%).

No caso de *Tecidos, vestuário e calçados*, a taxa interanual para o mês de setembro de 2025 foi de -1,6%, após crescimento de 0,6% em agosto de 2025. Ainda na comparação mês contra mês do ano anterior, ao longo de 2025, apenas dois meses registraram taxas negativas (-1,4% em julho, -1,6% em setembro), sendo que todos os demais indicaram variações positivas no volume de vendas. No ano, o setor acumula ganhos de 3,3% até setembro e no acumulado dos últimos doze meses o resultado também é positivo: 4,1%, mas perdendo a intensidade desde junho (5,5%).

O agrupamento de *Combustíveis e lubrificantes*, na comparação interanual, teve, em setembro de 2025, resultado 0,8% inferior ao de setembro de 2024, invertendo dois resultados positivos consecutivos (3,1% em julho e 0,3% em agosto). Com isso, o terceiro trimestre de 2025, em relação ao mesmo período de 2024, para o setor é de crescimento: 0,9%. No ano, o acúmulo é positivo, atingindo 0,5% até setembro. Cenário similar se dá nos últimos doze meses: 0,6% até setembro.

A atividade de *Hiper, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* caiu 0,6% na comparação de setembro de 2025 com o mesmo mês do ano anterior, mesma taxa apresentada em agosto nesta comparação. Adicionalmente, nos últimos dez meses, o setor apresentou queda em seis: dezembro de 2024 (-0,8%), fevereiro de 2025 (-0,3%), março (-1,4%), junho (-0,3%) e agosto (-0,6%), além de setembro. No ano até setembro, o acúmulo é positivo em 0,8%, abaixo do resultado anterior (1,0% até agosto). Nos últimos doze meses o resultado também é de ganhos em decréscimo: 3,5% até abril contra 1,4% até setembro.

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

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

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.

No âmbito do **varejo ampliado**, a atividade de *Veículos e motos, partes e peças* fechou setembro de 2025 com queda de 1,6% em relação a setembro de 2024. Na série histórica, esse é o quarto mês seguido a apresentar queda (a última alta foi em maio de 2025: 1,5%). O resultado de setembro levou o setor a registrar a maior contribuição, no campo negativo, na formação da taxa global do ampliado, somando -0,3 p.p. ao total de 1,1. Em termos do acumulado no ano, o resultado foi de -2,8% até setembro, patamar semelhante ao mês anterior (-2,9%). Nos últimos doze meses, o acúmulo é positivo: 0,3% até setembro, o menor resultado desde o início da atual sequência de 28 resultados positivos consecutivos (a última queda foi em maio de 2023: -1,4%).

O setor de *Material de construção* teve variação de -0,3% em setembro de 2025 em relação a setembro de 2024, quarto mês consecutivo registrando resultados no campo negativo (-3,8% em junho, -2,7% em julho e -6,1% em agosto). Com isso, o terceiro trimestre do setor registra queda 3,1% em relação ao terceiro trimestre de 2024. O acumulado do ano fechou em 0,6% e se encontra no campo positivo desde abril de 2024, sendo a taxa registrada em setembro a menor desta sequência. Nos últimos doze meses o resultado também foi de ganhos: 2,0%, décimo oitavo seguido positivo.

Fechando o varejo ampliado, em setembro de 2025 a atividade de *Atacado especializado de produtos alimentícios bebidas e fumo* registrou alta de 7,7% em relação a setembro de 2024, rompendo uma série de treze meses consecutivos de queda no indicador interanual. O resultado de setembro coloca o setor como o principal em termos de contribuição no campo positivo, no indicador de volume, representando 1,0 p.p. de

1,1% do varejo ampliado. No ano, o cenário é de perdas: -4,5% até setembro. No acumulado dos últimos 12 meses, o resultado é negativo em 5,5% até setembro de 2025, comparado com igual período do ano anterior.

RESULTADOS TRIMESTRAIS

O terceiro trimestre de 2025, compreendido pelos meses de julho a setembro, teve crescimento de 0,8% com relação ao mesmo trimestre de 2024 no **comércio varejista**. Com isso, o terceiro trimestre representa o 12º resultado no campo positivo, em volume, para este indicador. No caso do **varejo ampliado**, houve queda de 1,2% no terceiro tri, segunda consecutiva após uma série de nove altas (do primeiro trimestre de 2023 ao primeiro tri de 2025). Em termos setoriais, cinco atividades do **comércio varejista** registraram crescimento no terceiro trimestre: *Móveis e eletrodomésticos* (4,2%), *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria* (3,8%), *Outros artigos de uso pessoal e doméstico* (2,0%), *Combustíveis e lubrificantes* (0,9%) e *Livros, jornais revistas e papelaria* (0,9%). Já os setores de *Tecidos, vestuário e calçados* (-0,8%), *Hiper, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* (-0,3%) e *Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação* (-0,1%) fecharam o terceiro trimestre de 2025 abaixo do mesmo trimestre de 2024. No âmbito do **varejo ampliado**, todas as três atividades adicionais registraram queda: *Veículos e motos, parte e peças* de 6,3%, *Material de construção* -3,1% e *Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo* de 0,6%, conforme Tabela 2.

Tabela 2 – Indicador Trimestral do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado
Grupo de Atividades / Base: Igual Trimestre Anterior
1º Trimestre 2023 – 3º Trimestre 2025

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

RESULTADOS REGIONAIS

Na passagem de agosto para setembro de 2025, na série com ajuste sazonal, a taxa média de vendas do **comércio varejista** mostrou variação de -0,3%, com resultados negativos em 15 Unidades da Federação, com destaque para: Maranhão (-2,2%), Roraima (-2,0%) e Distrito Federal (-1,7%). Por outro lado, pressionando positivamente, figuram 11 das 27 Unidades da Federação, com destaque para: Tocantins (3,2%), Amapá (2,9%) e Bahia (2,4%). O Rio Grande do Norte apresentou estabilidade (0,0%) na passagem de agosto para setembro, conforme Gráfico 4. Para a mesma comparação, no **comércio varejista ampliado**, a variação entre agosto e setembro de 2025 foi de 0,2%, com predominância de resultados positivos, atingindo 14 das 27 Unidades da Federação, com destaque para: Tocantins (11,4%), Minas Gerais (3,3%) e Rio Grande do Sul (2,7%). Por outro lado, 12 das 27 Unidades da Federação tiveram resultados negativos, com destaques para: Paraná (-1,8%), São Paulo (-1,6%) e Roraima (-1,5%). O Maranhão, para esta comparação, registrou estabilidade (0,0%), conforme Gráfico 5.

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

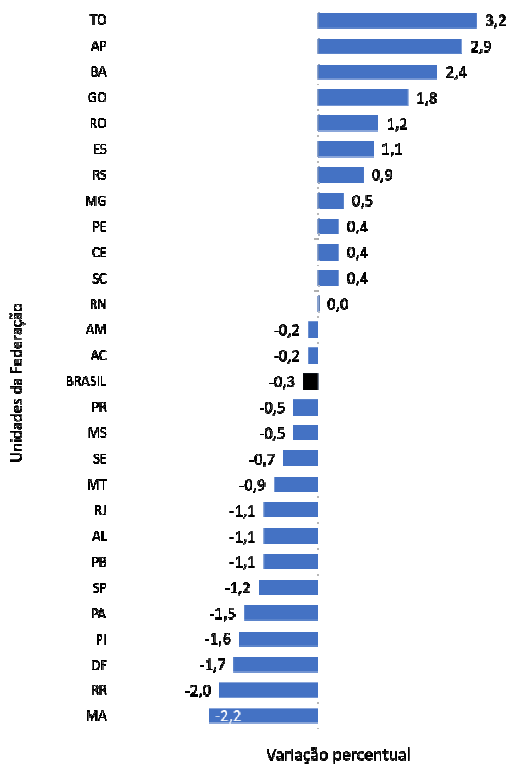
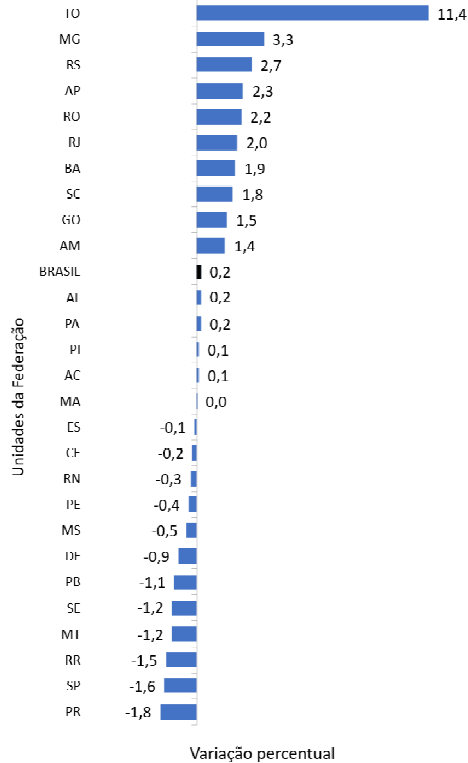


Gráfico 5 - Volume de Vendas do Comércio Varejista Ampliado
por UF
mês/ mês anterior
Setembro 2025



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

Frente a setembro de 2024, a variação das **vendas no comércio varejista**, no corrente mês, foi de 0,8%, com resultados positivos em 20 das 27 Unidades da Federação, com destaque para: Amapá (10,0%), Rio Grande do Norte (7,9%) e Bahia (5,9%). Por outro lado, pressionando negativamente, figuram 7 das 27 Unidades da Federação, com destaque para: Piauí (-5,4%), Roraima (-5,2%) e Rio de Janeiro (-2,6%), conforme Gráfico 6. Já no **comércio varejista ampliado**, a variação em setembro de 2025 contra setembro de 2024 mostrou avanço de 1,1% com resultados positivos em 22 das 27 Unidades da Federação, com destaque para: Tocantins (20,7%), Amapá (10,8%) e Mato Grosso (8,5%). Por outro lado, pressionando negativamente, figuram 5 das 27 Unidades da Federação, com destaque para São Paulo (-3,6%), Piauí (-2,7%) e Pernambuco (-2,3%), conforme Gráfico 7.

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

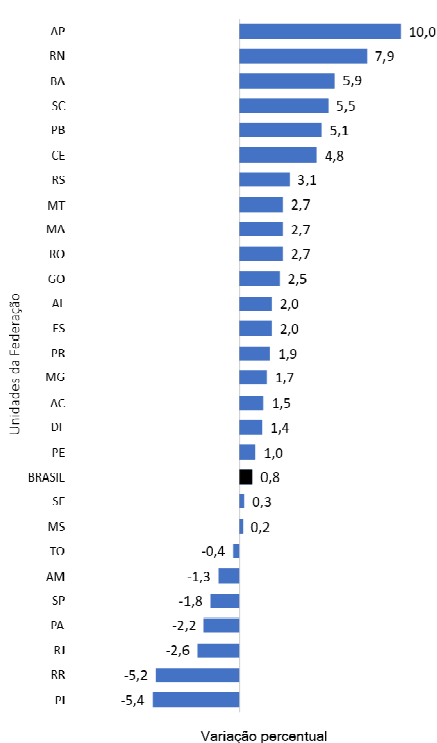
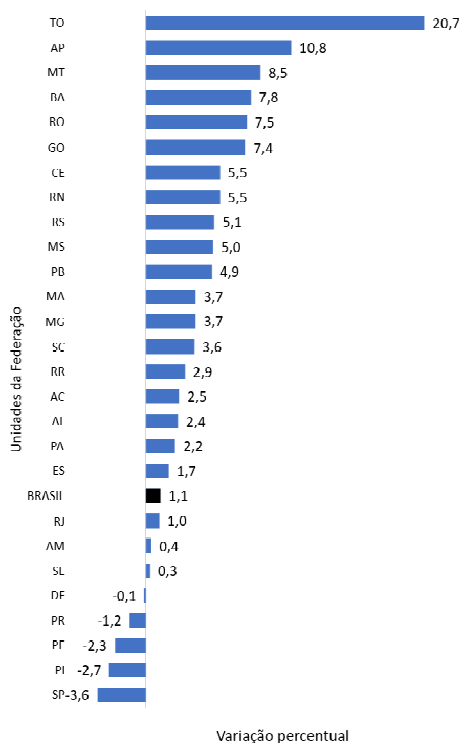


Gráfico 7 - Volume de Vendas do Comércio Varejista Ampliado por UF
mês/igual mês do ano anterior
Setembro 2025

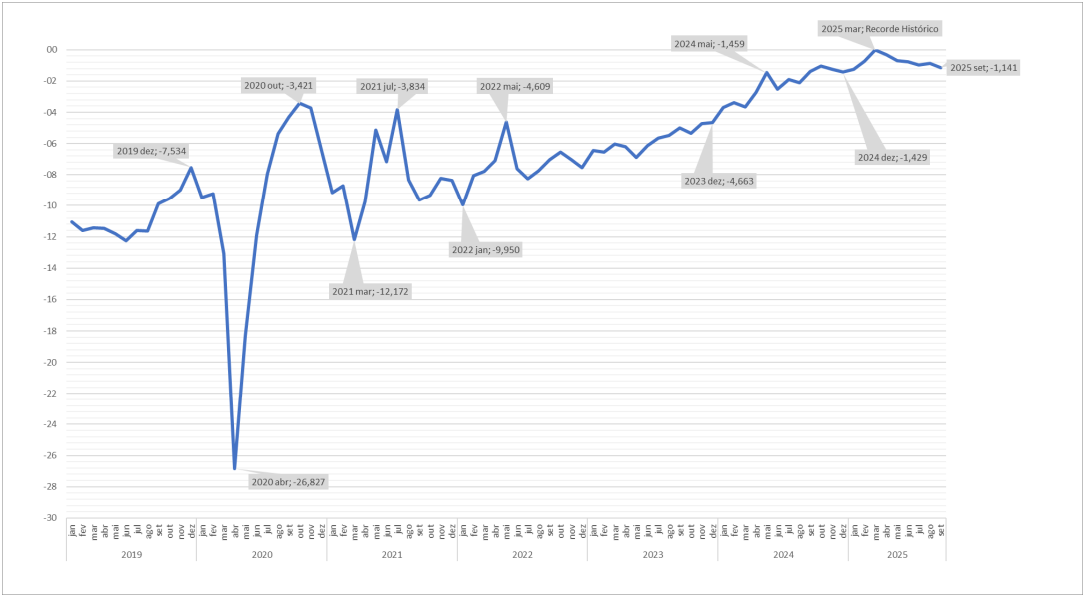


Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Estatísticas Conjunturais em Empresas

Em síntese, o mês de setembro representa o quinto resultado não positivo dos últimos seis meses. Com isso, o resultado de setembro 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. Em relação a março de 2025, cinco das oito atividades presentes na pesquisa apresentam queda: -5,0% para *Livros, jornais, revistas e papelaria*, -2,3% para *Combustíveis e Lubrificantes*, -2,1% para *Tecidos, Vestuário e*

Calçados, -1,4% para *Outros artigos de uso pessoal e doméstico* e -1,2% para *Hiper, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo*. Por outro lado, três atividades apresentam variação positiva nesta comparação: *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria* (4,2%), *Móveis e Eletrodomésticos* (1,6%) e *Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação* (0,2%).

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

TABELAS

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

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

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

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

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

(2) Base: igual mês do ano anterior

(3) Base: igual período do ano anterior

(4) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

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

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

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

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

(2) Base: igual mês do ano anterior

(3) Base: igual período do ano anterior

(4) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

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

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

(2) Base: igual mês do ano anterior

(3) Base: igual período do ano anterior

(4) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

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
Pernambuco - Setembro 2025 - Variação (%)

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

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

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

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

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio

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

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	JUL	AGO	SET	JAN-JUL	JAN-AGO	JAN-SET	Até JUL	Até AGO	Até SET
Comércio Varejista (4)	1,3	-0,2	1,7	1,8	1,6	1,6	1,8	1,6	1,7
1. Combustíveis e lubrificantes	1,8	6,7	3,9	1,2	1,9	2,1	-0,8	0,5	1,2
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	-0,2	-2,3	-1,8	1,8	1,3	0,9	1,5	0,9	1,0
2.1. Hipermercados e supermercados	0,0	-2,2	-1,5	2,2	1,6	1,3	1,9	1,3	1,4
3. Tecidos, vestuário e calçados	-0,9	-2,1	-0,9	3,5	2,7	2,3	5,9	5,1	4,6
4. Móveis e eletrodomésticos	2,0	-13,0	-4,8	2,7	0,6	0,0	5,5	3,7	3,0
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	11,2	10,6	13,8	3,9	4,7	5,7	3,6	4,0	4,5
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	9,8	5,1	-5,3	6,7	6,6	5,4	2,8	3,5	3,5
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-50,7	-55,1	-47,3	-41,2	-42,9	-43,4	-21,5	-28,1	-32,5
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	2,5	5,0	15,8	3,5	3,7	5,0	2,6	3,9	4,9
Comércio Varejista Ampliado (5)	-2,9	-3,7	3,7	-0,4	-0,9	-0,3	0,2	-0,2	0,1
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-8,5	-8,7	2,4	0,2	-1,0	-0,6	4,9	3,4	3,1
10. Material de construção	3,1	-4,3	3,8	1,9	1,0	1,4	2,5	1,9	1,6
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	-16,2	-13,0	14,3	-12,2	-12,3	-9,3	-12,9	-12,9	-11,1

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

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

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	JUL	AGO	SET	JAN-JUL	JAN-AGO	JAN-SET	Até JUL	Até AGO	Até SET
Comércio Varejista (4)	3,7	1,8	2,0	4,3	4,0	3,8	3,9	4,2	4,4
1. Combustíveis e lubrificantes	-4,7	-1,7	0,1	-6,4	-5,8	-5,1	-5,0	-4,6	-4,6
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	-1,6	-2,9	-0,1	3,3	2,5	2,2	5,3	4,7	4,5
2.1. Hipermercados e supermercados	0,2	-1,1	0,9	3,1	2,5	2,3	3,4	3,5	3,7
3. Tecidos, vestuário e calçados	25,3	1,5	10,7	20,2	17,4	16,6	17,4	16,7	16,9
4. Móveis e eletrodomésticos	15,7	14,9	20,1	2,9	4,3	6,0	0,4	1,7	3,5
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	11,0	10,7	12,9	11,9	11,7	11,9	11,2	11,3	11,3
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-3,5	-27,4	-3,5	-16,0	-16,8	-16,1	-15,4	-17,0	-17,1
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	2,5	9,1	-2,9	4,6	5,1	4,2	-1,6	1,3	2,5
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-5,0	-18,3	-25,2	-0,1	-2,6	-5,5	10,2	6,0	1,2
Comércio Varejista Ampliado (5)	0,5	-0,6	1,7	2,6	2,2	2,2	2,8	2,8	2,9
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-8,5	-1,8	1,1	-6,4	-5,8	-5,0	-1,0	-2,0	-2,5
10. Material de construção	-4,7	-17,2	-12,3	6,5	2,8	1,0	0,8	0,7	1,0
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	28,3	16,4	23,6	24,6	23,4	23,4	13,5	14,9	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 4 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Rio De Janeiro - Setembro 2025 - Variação (%)

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

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
São Paulo - Setembro 2025 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	JUL	AGO	SET	JAN-JUL	JAN-AGO	JAN-SET	Até JUL	Até AGO	Até SET
Comércio Varejista (4)	0,3	-0,8	-1,8	1,1	0,8	0,5	1,8	1,3	1,1
1. Combustíveis e lubrificantes	11,6	-5,7	-10,6	1,2	0,3	-0,9	1,9	1,3	0,6
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	-1,6	-1,4	-3,5	0,1	-0,1	-0,5	0,8	0,2	0,0
2.1. Hipermercados e supermercados	-1,3	-1,2	-3,5	0,5	0,3	-0,2	1,3	0,7	0,4
3. Tecidos, vestuário e calçados	1,2	3,9	1,2	7,0	6,6	6,0	4,9	4,9	4,9
4. Móveis e eletrodomésticos	9,4	3,7	13,3	3,1	3,2	4,2	2,7	2,6	4,1
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	-0,6	-1,5	0,9	1,8	1,3	1,3	5,3	4,0	3,1
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	6,6	-1,0	-4,3	-0,7	-0,8	-1,1	-6,4	-5,8	-4,9
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-5,3	5,9	35,7	12,9	12,0	14,4	17,5	15,3	17,6
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	1,7	0,6	-2,0	0,4	0,4	0,2	1,2	1,6	1,2
Comércio Varejista Ampliado (5)	-7,2	-4,4	-3,6	-2,9	-3,1	-3,1	-1,9	-2,3	-2,4
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-17,8	-13,8	-12,9	-3,9	-5,3	-6,2	0,2	-1,5	-2,9
10. Material de construção	-7,1	-5,1	-1,5	0,1	-0,6	-0,7	2,7	1,6	0,5
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	-25,4	-6,9	0,9	-18,5	-17,4	-15,8	-21,8	-20,0	-18,1

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

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

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

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
Santa Catarina - Setembro 2025 - Variação (%)

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

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio

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

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

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
Goiás - Setembro 2025 - Variação (%)

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

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio

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

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	JUL	AGO	SET	JAN-JUL	JAN-AGO	JAN-SET	Até JUL	Até AGO	Até SET
Comércio Varejista (4)	3,3	2,7	1,4	4,3	4,1	3,8	4,6	4,4	4,2
1. Combustíveis e lubrificantes	-4,7	-3,0	-2,2	1,7	1,1	0,7	2,4	2,4	2,0
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	6,6	2,3	1,5	3,9	3,7	3,5	4,3	3,9	3,8
2.1. Hipermercados e supermercados	6,3	1,7	0,7	4,7	4,3	3,9	5,3	4,8	4,5
3. Tecidos, vestuário e calçados	0,5	1,3	-4,0	3,5	3,2	2,5	7,2	6,3	5,4
4. Móveis e eletrodomésticos	-9,5	-1,8	-19,1	8,0	6,7	3,7	10,4	9,7	6,1
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	9,5	10,4	12,2	6,4	7,0	7,6	5,3	6,2	6,7
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	12,1	13,8	5,8	3,0	4,2	4,3	3,5	4,1	4,7
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-1,1	43,3	21,0	-14,7	-7,5	-5,0	-31,6	-28,1	-22,2
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	7,3	6,9	18,6	7,6	7,5	8,6	7,0	7,0	8,4
Comércio Varejista Ampliado (5)	-1,5	-4,0	-0,1	0,8	0,1	0,1	3,1	2,0	1,5
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-7,5	-11,2	0,0	-8,3	-8,7	-7,7	-1,9	-4,6	-5,3
10. Material de construção	-6,7	-17,4	-12,4	-1,4	-3,7	-4,7	2,2	-0,6	-2,0
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	-7,0	-9,4	2,0	6,5	4,3	4,0	8,2	6,7	6,3

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

Atividades	Comércio varejista ampliado												
	set/2024	out/2024	nov/2024	dez/2024	jan/2025	fev/2025	mar/2025	abr/2025	mai/2025	jun/2025	jul/2025	ago/2025	set/2025
Comércio Varejista (1)	101,8	107,6	114,3	126,6	102,7	97,4	104,4	104,2	108,5	102,0	106,8	107,1	102,6
1. Combustíveis e lubrificantes	103,2	108,0	105,8	105,2	102,2	96,6	101,9	98,8	101,6	98,0	106,0	105,5	102,4
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	105,5	110,4	112,9	127,2	105,0	101,1	108,9	109,3	109,3	102,8	107,0	110,7	104,8
2.1. Hipermercados e supermercados	106,7	111,3	114,5	128,8	106,5	102,4	110,0	111,0	110,5	103,8	108,1	112,1	106,1
3. Tecidos, vestuário e calçados	85,2	92,6	109,5	174,2	81,9	76,9	82,0	90,1	108,8	107,9	99,7	96,0	83,8
4. Móveis e eletrodomésticos	96,3	106,8	134,0	133,6	107,6	98,7	102,8	97,6	113,0	100,5	109,9	104,2	103,5
4.1. Móveis	92,0	97,2	121,8	118,4	95,3	86,9	89,0	88,4	101,3	89,5	96,8	90,3	89,9
4.2. Eletrodomésticos	99,7	112,1	141,0	141,0	113,7	104,5	109,2	102,6	119,4	106,1	116,4	111,3	110,7
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	112,7	114,6	117,1	120,3	107,7	103,9	115,4	109,8	123,2	115,1	119,0	118,3	118,3
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	66,0	71,8	73,5	112,1	160,2	110,0	75,3	69,5	76,8	75,0	81,5	73,6	64,6
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	92,5	104,4	129,6	108,6	101,8	91,8	97,7	94,9	103,4	97,0	102,4	98,2	97,9
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	86,2	96,6	118,5	123,5	94,1	83,6	89,8	93,0	96,7	89,0	99,2	90,6	88,6
Comércio Varejista Ampliado (2)	103,8	110,6	111,4	117,6	102,3	98,4	103,8	102,3	107,4	99,5	106,5	106,2	105,0
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	124,8	133,8	122,4	120,7	116,9	113,3	113,8	112,4	118,2	108,7	120,5	118,8	122,8
10. Material de construção	106,6	115,5	106,5	93,5	101,9	100,0	99,9	99,0	106,5	97,5	109,2	105,0	106,3
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	88,1	95,2	90,8	92,4	85,4	85,8	93,0	86,5	92,4	81,4	89,1	89,8	94,9

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

Nota: Base: 2014 = 100

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

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

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

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

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

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

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

(2) Base: igual mês do ano anterior

(3) Base: igual período do ano anterior

(4) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

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

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

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

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

(2) Base: igual mês do ano anterior

(3) Base: igual período do ano anterior

(4) Base: 12 meses anteriores

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

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

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

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

(2) Base: igual mês do ano anterior

(3) Base: igual período do ano anterior

(4) Base: 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 - Setembro 2025 - Variação (%)

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

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

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

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	JUL	AGO	SET	JAN-JUL	JAN-AGO	JAN-SET	Até JUL	Até AGO	Até SET
Comércio Varejista (4)	4,9	2,8	4,9	6,4	6,0	5,9	7,2	6,8	6,6
1. Combustíveis e lubrificantes	0,0	-3,5	-1,6	4,3	3,2	2,7	4,3	3,7	3,2
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	6,1	2,4	3,8	6,9	6,3	6,0	8,4	7,5	7,2
2.1. Hipermercados e supermercados	4,5	0,3	0,9	6,3	5,5	5,0	8,8	7,5	6,7
3. Tecidos, vestuário e calçados	1,0	5,9	0,6	3,0	3,4	3,1	-0,7	0,5	1,3
4. Móveis e eletrodomésticos	9,7	6,5	11,5	10,8	10,2	10,4	11,2	10,5	10,9
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	0,7	-1,2	2,0	4,1	3,4	3,2	7,5	6,2	5,0
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	5,1	72,5	-7,7	4,2	8,8	7,6	4,3	8,6	6,9
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-11,8	-14,3	14,1	-11,7	-12,1	-9,4	-10,7	-10,2	-7,8
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	8,0	9,8	15,8	9,2	9,3	10,0	8,1	9,1	9,9
Comércio Varejista Ampliado (5)	6,0	0,3	1,0	5,9	5,1	4,6	7,4	6,6	5,6
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	1,2	-2,3	-7,9	1,1	0,7	-0,5	7,3	6,0	2,5
10. Material de construção	-0,3	-5,1	2,4	3,5	2,3	2,3	3,4	2,7	2,5
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	22,0	-4,0	1,2	12,0	9,6	8,4	9,4	8,2	7,2

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio

Tabela 9 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação

Bahia - Setembro 2025 - Variação (%)

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

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
Minas Gerais - Setembro 2025 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	JUL	AGO	SET	JAN-JUL	JAN-AGO	JAN-SET	Até JUL	Até AGO	Até SET
Comércio Varejista (4)	6,4	4,2	5,6	7,2	6,8	6,7	7,3	7,0	7,0
1. Combustíveis e lubrificantes	3,6	6,9	4,6	7,9	7,8	7,4	6,0	6,2	6,5
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	6,2	3,2	2,8	7,9	7,3	6,8	7,8	7,3	7,2
2.1. Hipermercados e supermercados	6,5	3,3	3,2	8,4	7,7	7,2	8,3	7,7	7,7
3. Tecidos, vestuário e calçados	3,6	2,4	4,2	7,5	6,8	6,5	9,4	8,7	8,4
4. Móveis e eletrodomésticos	2,2	-13,2	-6,5	2,7	0,6	-0,2	5,9	4,0	3,0
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	15,4	15,1	18,4	8,0	8,9	10,0	8,1	8,5	9,0
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	17,0	11,5	0,5	14,6	14,3	12,9	11,0	11,5	11,3
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-49,6	-54,8	-48,7	-40,1	-42,0	-42,7	-20,3	-26,9	-31,7
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	7,0	8,9	18,9	7,2	7,4	8,7	5,9	7,3	8,4
Comércio Varejista Ampliado (5)	0,7	-0,7	7,1	3,2	2,7	3,2	4,4	3,9	4,0
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-6,0	-6,5	5,4	3,1	1,8	2,2	6,8	5,5	5,4
10. Material de construção	4,9	-1,8	7,0	4,1	3,3	3,7	4,2	3,8	3,7
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	-15,5	-13,9	15,3	-12,2	-12,4	-9,3	-8,8	-9,8	-8,9

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

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

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	JUL	AGO	SET	JAN-JUL	JAN-AGO	JAN-SET	Até JUL	Até AGO	Até SET
Comércio Varejista (4)	7,5	4,3	4,5	8,8	8,2	7,8	8,2	8,4	8,4
1. Combustíveis e lubrificantes	-4,4	-2,8	1,0	-1,1	-1,3	-1,0	-0,3	-0,8	-0,9
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	5,1	3,4	5,1	10,0	9,1	8,7	11,5	11,2	10,9
2.1. Hipermercados e supermercados	6,2	4,5	5,4	8,7	8,2	7,9	8,7	9,0	9,3
3. Tecidos, vestuário e calçados	29,5	5,2	15,3	24,0	21,1	20,4	20,3	19,6	20,1
4. Móveis e eletrodomésticos	15,2	12,6	18,5	4,0	5,1	6,5	1,9	2,8	4,3
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	16,0	15,1	17,8	16,8	16,6	16,8	16,5	16,5	16,4
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	0,1	-24,2	0,4	-12,0	-12,9	-12,2	-11,1	-12,8	-12,9
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	1,6	4,7	-6,1	4,6	4,6	3,4	-1,1	1,1	2,0
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-0,6	-14,5	-21,5	4,6	2,0	-1,0	15,0	10,6	5,7
Comércio Varejista Ampliado (5)	5,2	3,8	5,9	7,5	7,0	6,9	6,6	6,8	7,1
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-5,1	2,6	5,3	-2,9	-2,2	-1,3	0,9	0,4	0,3
10. Material de construção	-1,1	-14,3	-9,5	8,8	5,3	3,5	1,1	1,7	2,5
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	45,1	33,3	39,2	39,7	38,8	38,8	26,4	28,8	30,9

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

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

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

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

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

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

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

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

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

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio

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

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

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

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

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

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

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

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	JUL	AGO	SET	JAN-JUL	JAN-AGO	JAN-SET	Até JUL	Até AGO	Até SET
Comércio Varejista (4)	3,3	4,1	6,7	6,6	6,3	6,3	7,9	7,4	7,4
1. Combustíveis e lubrificantes	-10,5	-11,0	-3,1	-5,4	-6,2	-5,9	-4,4	-6,1	-5,7
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	3,1	5,9	5,0	7,6	7,4	7,1	10,4	9,6	9,0
2.1. Hipermercados e supermercados	3,5	6,7	5,5	7,5	7,4	7,2	10,3	9,6	9,1
3. Tecidos, vestuário e calçados	6,2	8,6	7,2	3,8	4,4	4,7	2,7	3,6	4,2
4. Móveis e eletrodomésticos	13,3	2,7	9,6	14,8	13,2	12,8	10,8	10,5	11,3
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	13,2	16,9	18,0	12,1	12,7	13,3	12,6	13,3	13,8
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	0,3	0,5	1,6	14,6	12,8	11,7	18,0	15,7	14,4
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-3,4	-37,8	38,2	-12,3	-15,6	-10,3	-8,3	-9,4	-6,1
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	1,1	4,3	13,5	7,4	7,0	7,7	9,4	9,1	10,0
Comércio Varejista Ampliado (5)	-1,9	5,0	9,9	-0,5	0,2	1,2	3,2	2,7	2,7
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-14,8	8,4	16,7	-13,5	-10,9	-8,1	-4,5	-5,0	-5,0
10. Material de construção	6,1	-5,8	12,0	3,6	2,2	3,3	2,7	2,0	2,9
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	7,2	5,4	6,1	3,7	3,9	4,1	3,8	3,4	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 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 - Setembro 2025 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	JUL	AGO	SET	JAN-JUL	JAN-AGO	JAN-SET	Até JUL	Até AGO	Até SET
Comércio Varejista (4)	9,3	8,7	7,4	10,7	10,5	10,1	10,3	10,3	10,2
1. Combustíveis e lubrificantes	2,9	4,2	4,5	15,1	13,6	12,5	12,7	12,5	12,4
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	13,1	9,0	7,4	10,3	10,1	9,8	10,4	10,2	10,2
2.1. Hipermercados e supermercados	12,7	8,3	6,6	11,1	10,7	10,2	11,4	11,1	10,9
3. Tecidos, vestuário e calçados	4,6	6,3	2,5	6,8	6,8	6,3	8,4	8,0	7,8
4. Móveis e eletrodomésticos	-9,6	-4,1	-19,4	8,0	6,4	3,4	10,4	9,5	5,9
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	14,1	16,2	18,1	11,8	12,4	13,0	10,9	11,8	12,3
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	17,1	18,8	11,1	6,9	8,2	8,4	7,8	8,4	9,0
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-3,6	37,6	18,3	-13,6	-7,3	-5,0	-31,1	-27,7	-21,9
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	13,5	13,1	26,2	13,7	13,6	15,0	12,1	12,4	14,0
Comércio Varejista Ampliado (5)	3,2	0,4	4,5	5,9	5,2	5,1	7,7	6,6	6,4
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-5,7	-11,3	0,8	-5,8	-6,5	-5,7	-0,1	-2,8	-3,4
10. Material de construção	-4,8	-14,6	-8,8	0,1	-2,0	-2,8	3,2	0,7	-0,3
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	-0,6	-2,2	8,9	13,0	10,9	10,7	15,3	13,9	13,4

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 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 - setembro 2025

Atividades	Comércio varejista ampliado												
	set/2024	out/2024	nov/2024	dez/2024	jan/2025	fev/2025	mar/2025	abr/2025	mai/2025	jun/2025	jul/2025	ago/2025	set/2025
Comércio Varejista (1)	108,4	115,3	123,5	138,4	112,5	107,7	116,6	117,3	122,1	114,6	119,4	119,4	114,1
1. Combustíveis e lubrificantes	96,5	100,8	98,6	98,9	97,0	95,3	100,9	96,8	98,3	93,8	101,0	100,0	97,8
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	113,9	120,5	125,0	142,2	118,4	114,9	125,2	126,8	126,8	118,9	123,2	126,6	119,6
2.1. Hipermercados e supermercados	115,2	121,5	126,7	143,9	120,0	116,3	126,4	128,7	128,1	120,0	124,5	128,3	121,2
3. Tecidos, vestuário e calçados	94,4	102,9	121,6	195,8	91,5	85,9	92,1	102,3	124,1	123,8	113,7	110,2	96,7
4. Móveis e eletrodomésticos	95,5	105,9	132,1	132,1	106,1	98,1	102,1	97,8	112,4	99,8	108,9	103,2	101,5
4.1. Móveis	99,3	105,5	132,2	129,3	104,3	95,3	97,6	97,6	111,9	99,0	107,6	100,9	100,4
4.2. Eletrodomésticos	95,5	107,4	133,8	134,8	108,1	100,3	105,0	99,1	114,0	101,4	110,8	105,3	103,1
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	130,4	133,1	135,4	139,6	125,2	121,2	134,8	130,9	147,8	138,5	143,4	142,9	143,2
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	79,3	86,4	88,2	135,4	196,7	136,7	93,7	87,1	96,2	93,9	102,2	92,4	81,7
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	84,2	94,7	116,2	98,4	92,5	83,6	89,4	87,1	94,5	89,8	93,9	89,2	88,0
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	94,2	105,8	130,3	136,2	104,3	93,4	100,9	105,3	109,9	101,2	112,9	103,2	101,2
Comércio Varejista Ampliado (2)	110,1	118,0	119,8	127,8	111,4	108,1	115,0	113,9	119,5	110,5	117,5	116,9	115,6
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	127,2	136,9	125,6	124,0	120,6	118,1	118,9	117,5	123,9	114,0	126,0	124,1	128,3
10. Material de construção	108,7	118,8	110,0	96,5	105,4	103,4	103,8	103,0	110,8	101,8	114,2	110,3	112,2
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	98,7	107,8	104,5	107,4	100,2	101,3	110,6	103,0	109,6	95,9	103,3	103,1	108,9

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

Nota: Base: 2014 = 100

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

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