

## Em março, vendas do varejo mineiro atingem o pico da série histórica

Na passagem de fevereiro para março, o volume de vendas no varejo do estado avançou 1,8%, resultado superior ao do Brasil (0,8%). Com o desempenho de março, o varejo renova o pico da série histórica, que havia sido alcançado em fevereiro. É o quinto mês seguido sem quedas nas vendas do varejo mineiro.

No varejo ampliado, conceito que inclui também as atividades de vendas de veículos, motocicletas e peças, material de construção e atacado em produtos alimentícios, bebidas e fumo, o volume de vendas no estado avançou 1,5% em março. No país, o varejo ampliado teve resultado parecido, de 1,9%.

Quando comparado a março de 2024, o volume de vendas no estado recuou no conceito restrito (-0,5%) e ampliado (-1,3%).

Em 12 meses, o varejo mineiro acumula alta de 2,5%, em linha com o registrado no país (3,1%). Destaque positivo para os avanços em equipamentos de escritório, informática e comunicação (14,1%) e artigos de uso pessoal e doméstico (8,0%), enquanto combustíveis e lubrificantes (-3,6%) e livros, jornais, revistas e papelaria (-2,7%) recuam.

Já as vendas no varejo ampliado mineiro acumulam alta de 2,0% em 12 meses, desempenho inferior ao do país (3,0%). Neste recorte, houve crescimento nas

vendas de veículos, motocicletas, partes e peças (14,2%) e de material de construção (5,2%), enquanto o atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo caiu (-13,7%).

## Análise e Perspectivas

Minas Gerais atingiu por dois meses seguidos o pico de vendas no varejo. Março teve crescimento em todas as bases de comparação, exceto em relação ao mesmo mês de 2024. As vendas associadas ao crédito, como móveis e eletrodomésticos, veículos e material de construção, impulsionaram o bom desempenho, mesmo com inflação elevada.

No acumulado do ano, o comércio de combustíveis e lubrificantes cresce desde janeiro. O dado mostra uma inflexão em relação a 2024, no qual este grupo havia recuado em todos os meses, com preços elevados. O comércio de veículos, motocicletas e peças também merece destaque, com crescimento de 11,6% na mesma base de comparação.

Prospectivamente, esperamos estabilidade nas vendas do comércio mineiro. O câmbio se recuperou em 2025, devolvendo as perdas do quarto trimestre. Assim, mercadorias que têm na composição de preços bens ou serviços atrelados ao dólar, devem experimentar alta do consumo. No entanto, a tendência é de resfriamento do varejo, já que, em março, as vendas acumularam o menor crescimento em 12 meses desde junho de 2023.

## Volume de Comércio em Minas Gerais e no Brasil – (Variação %)

| Setores                                   | ▲ Minas Gerais                 |                   |            |             | 🇧🇷 Brasil                      |                   |            |             |
|---|--------------------------------|-------------------|------------|-------------|--------------------------------|-------------------|------------|-------------|
|   | Peso da Atividade <sup>1</sup> | Mar-25/<br>Mar-24 | Em 2025    | Em 12 meses | Peso da Atividade <sup>1</sup> | Mar-25/<br>Mar-24 | Em 2025    | Em 12 meses |
| <b>Comércio varejista ampliado</b>        | <b>100,0%</b>                  | <b>-1,3</b>       | <b>1,3</b> | <b>2,0</b>  | <b>100,0%</b>                  | <b>-1,2</b>       | <b>1,1</b> | <b>3,0</b>  |
| Veículos, motocicletas e peças            | 17,3%                          | 1,8               | 11,6       | 14,2        | 16,8%                          | -2,2              | 5,3        | 10,5        |
| Material de construção                    | 6,2%                           | 1,5               | 3,1        | 5,2         | 7,7%                           | 5,2               | 6,3        | 6,8         |
| Atacado em alimentos, bebidas e fumo      | 16,1%                          | -10,3             | -13,3      | -13,7       | 15,9%                          | -3,6              | -6,8       | -8,2        |
| <b>Comércio varejista restrito</b>        | <b>60,5%</b>                   | <b>-0,5</b>       | <b>1,8</b> | <b>2,5</b>  | <b>59,6%</b>                   | <b>-1,0</b>       | <b>1,2</b> | <b>3,1</b>  |
| Móveis e eletrodomésticos                 | 3,4%                           | -4,1              | 4,0        | 5,8         | 4,1%                           | 3,3               | 5,8        | 5,6         |
| Equipamentos e materiais para TIC         | 0,3%                           | -39,7             | -33,8      | 14,1        | 0,9%                           | -2,1              | -1,5       | 0,4         |
| Artigos de uso pessoal e doméstico        | 5,8%                           | 0,4               | 8,7        | 8,0         | 5,8%                           | -6,3              | 0,1        | 5,5         |
| Tecidos, vestuário e calçados             | 3,3%                           | 0,0               | 2,0        | 4,8         | 3,7%                           | 1,4               | 4,0        | 3,7         |
| Combustíveis e lubrificantes              | 8,9%                           | 4,3               | 3,2        | -3,6        | 7,2%                           | -0,8              | 0,9        | -1,0        |
| Hiper e supermercados, alimentos, bebidas | 32,2%                          | -0,1              | 1,3        | 2,0         | 32,2%                          | -1,4              | 0,3        | 2,8         |
| Perfumaria, cosméticos e farmácias        | 6,4%                           | -3,2              | -0,2       | 4,6         | 5,6%                           | 2,1               | 3,6        | 6,5         |
| Livros, jornais, revistas e papelaria     | 0,2%                           | -3,6              | 2,9        | -2,7        | 0,2%                           | -6,9              | -3,7       | -5,9        |

<sup>1</sup>Construído com base na Pesquisa Anual de Comércio (PAC).



## **BDMG**

Boletins e  
Informativos  
Econômicos

Comércio

### **Presidente:**

Gabriel Viegas Neto

### **Superintendente de Planejamento:**

Cinthia Helena de Oliveira Bechelaine

### **Economista-Chefe**

Izak Carlos Silva

### **Economistas**

Adriano Miglio Porto

Bruno Inácio da Silva

Érico Andrade Grossi

Este boletim foi preparado pelo BDMG com base em informações divulgadas por instituições oficiais. As análises contidas neste material podem ser reproduzidas, desde que mencionados seus créditos e para fins não comerciais.

15 de maio, 2025

Superintendência de Planejamento

