

### Vendas do varejo mineiro crescem 0,5% em setembro

O volume de vendas no varejo de Minas Gerais subiu 0,5% na passagem de agosto para setembro, acima da taxa do Brasil (-0,3%). Contudo, o comércio mineiro apenas recuperou parte da sua queda em agosto (-0,6%). No Brasil, as vendas no terceiro trimestre ficaram estáveis (-0,1%).

Em setembro, no varejo ampliado, que inclui as vendas de veículos e peças, material de construção e atacado em alimentos e bebidas, o volume de vendas em Minas Gerais cresceu 3,3%, aparecendo como o estado mais relevante no crescimento do Brasil (0,2%), nesta base de comparação.

Comparado a setembro de 2024, o volume de vendas em Minas Gerais cresceu 1,7% no varejo restrito e 3,7% no conceito ampliado.

No acumulado do ano até setembro, o comércio mineiro avançou 1,6%, taxa similar à do país (1,5%). No conceito ampliado houve queda de 0,3% tanto no estado quanto no país. Neste recorte, crescem apenas as vendas de material de construção (1,4%), mas em desaceleração. As quedas, maior no atacado (-9,3%) e menor em veículos (-0,6%), reduziram a taxa do comércio ampliado mineiro em 2025.

Em 12 meses, o varejo em Minas Gerais cresceu 1,7%, abaixo da taxa no país (2,1%). No mesmo período, o varejo ampliado ficou próximo da

estabilidade (0,1%), com crescimento de 0,7% no país.

### Análise e Perspectivas

As vendas ampliadas em Minas Gerais praticamente não cresceram até o terceiro trimestre de 2025, apesar da recuperação em setembro.

Segundo dados do Caged sobre o mercado de trabalho formal no estado, o salário médio real de admissão caiu 1,9% em setembro, o que limitou o impacto da recuperação mensal do saldo positivo de novos postos de trabalho.

No acumulado de 2025, as vendas dos supermercados — principal categoria do setor — seguem com crescimento inferior a 1%, tanto em Minas Gerais quanto no Brasil. A desaceleração em relação à taxa dos últimos 12 meses e a queda frente a setembro de 2024 reforçam as dificuldades para impulsionar as vendas no ano.

Esperamos um crescimento do comércio abaixo de 2% até dezembro. A conjuntura de desaceleração das atividades produtivas e o elevado patamar das taxas de juros continuam restringindo o desempenho do setor. Por outro lado, as promoções do último trimestre (como a Black Friday) e as compras associadas às festividades de fim de ano podem gerar impactos positivos e contribuir para um impulso final nas vendas em Minas Gerais.

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

Setores	🇧🇷 Minas Gerais				🇧🇷 Brasil			
	Peso da Atividade <sup>1</sup>	Set-25/ Set-24	Em 2025	Em 12 meses	Peso da Atividade <sup>1</sup>	Set-25/ Set-24	Em 2025	Em 12 meses
<b>Comércio varejista ampliado</b>	<b>100,0%</b>	<b>3,7</b>	<b>-0,3</b>	<b>0,1</b>	<b>100,0%</b>	<b>1,1</b>	<b>-0,3</b>	<b>0,7</b>
Veículos, motocicletas e peças	17,3%	2,4	-0,6	3,1	16,8%	-1,6	-2,8	0,3
Material de construção	6,2%	3,8	1,4	1,6	7,7%	-0,3	0,6	2,0
Atacado em alimentos, bebidas e fumo	16,1%	14,3	-9,3	-11,1	15,9%	7,7	-4,5	-5,5
<b>Comércio varejista restrito</b>	<b>60,5%</b>	<b>1,7</b>	<b>1,6</b>	<b>1,7</b>	<b>59,6%</b>	<b>0,8</b>	<b>1,5</b>	<b>2,1</b>
Móveis e eletrodomésticos	3,4%	-4,8	0,0	3,0	4,1%	7,5	4,1	4,7
Equipamentos e materiais para TIC	0,3%	-47,3	-43,4	-32,5	0,9%	5,8	-0,5	-0,5
Artigos de uso pessoal e doméstico	5,8%	15,8	5,0	4,9	5,8%	2,8	2,1	3,5
Tecidos, vestuário e calçados	3,3%	-0,9	2,3	4,6	3,7%	-1,6	3,3	4,1
Combustíveis e lubrificantes	8,9%	3,9	2,1	1,2	7,2%	-0,8	0,5	0,6
Hiper e supermercados, alimentos, bebidas	32,2%	-1,8	0,9	1,0	32,2%	-0,6	0,8	1,4
Perfumaria, cosméticos e farmácias	6,4%	13,8	5,7	4,5	5,6%	5,0	3,6	4,0
Livros, jornais, revistas e papelaria	0,2%	-5,3	5,4	3,5	0,2%	-2,1	-1,7	-3,2

<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

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.

13 de novembro, 2025

Superintendência de  
Planejamento

