

Vendas do varejo mineiro crescem 1,3% em novembro

O volume de vendas no varejo de Minas Gerais cresceu 1,3% na passagem de outubro para novembro, registrando o melhor resultado do ano e desempenho acima da taxa brasileira (1,0%). Com esse resultado, o volume de comércio atinge o segundo maior patamar da série histórica, apenas 0,7% abaixo do pico, em março de 2025. No varejo ampliado, que inclui as vendas de veículos e peças, material de construção e atacado em alimentos e bebidas, o volume de vendas no estado subiu 0,9%, também acima do aumento no país (0,7%).

No acumulado do ano até novembro, o volume de comércio avançou 1,6% no país, similar ao 1,5% observado no país. No varejo restrito, o crescimento foi generalizado, com avanço em 6 dos 8 segmentos pesquisados. Os destaques positivos foram perfumaria, cosméticos e farmácias (7,4%) e artigos de uso pessoal e doméstico (5,4%), enquanto equipamentos e materiais para TIC (-36,7%) e móveis e eletrodomésticos (-2,3%) registraram recuo.

O varejo ampliado ficou relativamente estável na mesma base, com avanço de 0,1%, em contraposição ao recuo observado no país (-0,3%). A estabilidade foi positivamente impactada pelo avanço em material de construção (1,8%), enquanto os demais segmentos contraíram, com recuo em veículos menor no estado (-0,7%) que no país (-3,3%).

Análise e Perspectivas

O comércio varejista de Minas Gerais apresentou crescimento expressivo em novembro. O melhor resultado do ano marcou uma sequência de três altas consecutivas pela primeira vez em 2025. O movimento consolida a reversão das quedas observadas em julho e agosto e coloca o segundo semestre em terreno positivo, com o varejo mineiro no segundo maior patamar da série histórica.

Uma leitura mais desagregada revela, contudo, um padrão assimétrico de crescimento. No varejo ampliado, o desempenho modesto reflete o impacto persistente do custo elevado do crédito e da maior seletividade do consumidor em decisões de maior ticket médio. Em contraste, os segmentos mais dependentes da renda corrente e beneficiados pela entrada de recursos sazonais — como o 13º salário e estímulos ao consumo no final do ano — apresentaram crescimento robusto. Esse comportamento reforça a leitura de um consumo resiliente, porém seletivo, concentrado em bens essenciais e de menor valor unitário.

Para os próximos meses, a expectativa é de crescimento moderado do comércio, com desaceleração após os efeitos sazonais do final de ano. Ainda assim, a proximidade do pico histórico sugere que o consumo seguirá em nível elevado, com a composição das vendas refletindo a combinação de renda forte e crédito restrito.

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

| Setores | Peso da Atividade¹ | ▲ Minas Gerais | | | Peso da Atividade¹ | 🇧🇷 Brasil | | |
|---|--------------------|----------------|---------|-------------|--------------------|----------------|---------|-------------|
| | | Nov-25/ Nov-24 | Em 2025 | Em 12 meses | | Nov-25/ Nov-24 | Em 2025 | Em 12 meses |
| Comércio varejista ampliado | 100,0% | 1,0 | 0,1 | 0,0 | 100,0% | -0,3 | -0,3 | -0,2 |
| Veículos, motocicletas e peças | 17,3% | -2,2 | -0,7 | 0,4 | 16,8% | -5,8 | -3,3 | -2,5 |
| Material de construção | 6,2% | 3,2 | 1,8 | 1,6 | 7,7% | -3,0 | -0,2 | 0,0 |
| Atacado em alimentos, bebidas e fumo | 16,1% | 3,8 | -6,4 | -7,7 | 15,9% | 0,9 | -3,4 | -3,8 |
| Comércio varejista restrito | 60,5% | 1,1 | 1,6 | 1,6 | 59,6% | 1,3 | 1,5 | 1,5 |
| Móveis e eletrodomésticos | 3,4% | -13,5 | -2,3 | -1,1 | 4,1% | 5,2 | 4,2 | 4,7 |
| Equipamentos e materiais para TIC | 0,3% | 5,9 | -36,7 | -33,5 | 0,9% | 9,9 | 1,5 | 1,1 |
| Artigos de uso pessoal e doméstico | 5,8% | 4,9 | 5,4 | 6,0 | 5,8% | 4,7 | 2,4 | 3,1 |
| Tecidos, vestuário e calçados | 3,3% | -3,0 | 1,2 | 2,6 | 3,7% | -4,0 | 2,0 | 2,2 |
| Combustíveis e lubrificantes | 8,9% | 2,8 | 3,1 | 2,6 | 7,2% | -1,3 | 0,4 | 0,2 |
| Hiper e supermercados, alimentos, bebidas | 32,2% | -1,4 | 0,5 | 0,4 | 32,2% | -0,1 | 0,7 | 0,6 |
| Perfumaria, cosméticos e farmácias | 6,4% | 18,2 | 7,4 | 6,6 | 5,6% | 7,2 | 4,1 | 3,9 |
| Livros, jornais, revistas e papelaria | 0,2% | -7,5 | 3,7 | 3,0 | 0,2% | 5,9 | -0,8 | -1,2 |

¹Construído 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.

15 de janeiro, 2026

Superintendência de
Planejamento