



COMPARATIVO ACUMULADO ANO COM MESMO PERÍODO ACUMULADO ANO ANTERIOR

Fonte: Pesquisa Mensal de Comércio – PMC/IBGE

NT: Varejo Restrito (oito áreas de atividades) | Varejo Ampliado (oito áreas de atividades acrescidas de Material de Construção; Veículos, Motocicletas, Partes e Peças; Atacado Especializado em Produtos Alimentícios, Bebidas e Fumo – atacarejo –, incluído em janeiro de 2023, totalizando onze áreas de atividades)

NT2: resultados nacionais brutos lojas físicas e digitais. Por Unidades Federativas somente lojas físicas

NT3: desempenho em volume de vendas é nominal deflacionado (real) a partir dos relativos de preços do Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA) e do Sistema Nacional de Pesquisa de Custos e Índices da Construção Civil (SINAPI), sendo este último somente para Material de Construção. Por outro lado, desempenho nominal é faturamento em volume de vendas com inflação (percebido)

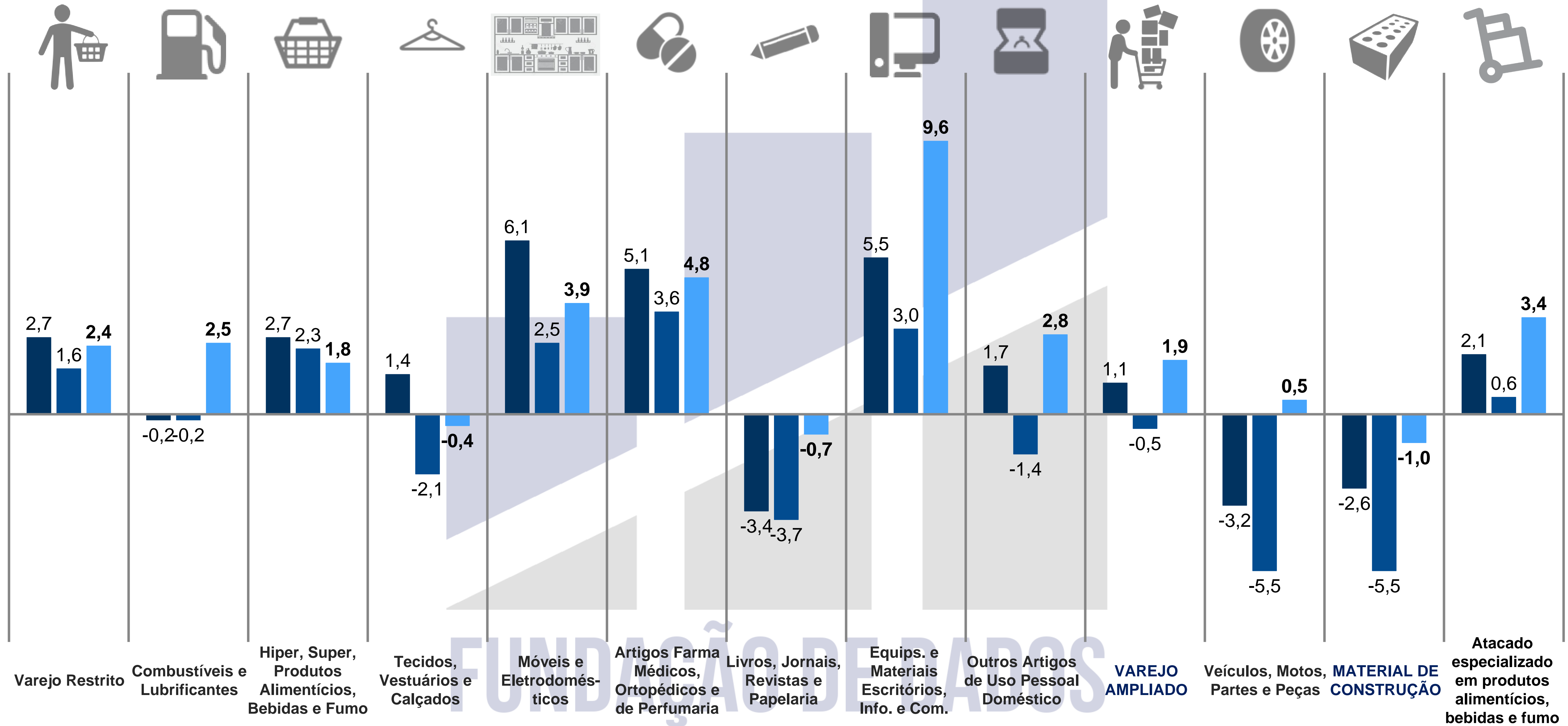




No comparativo acumulado ano com o mesmo período acumulado ano anterior, o faturamento real do comércio de materiais de construção decresceu 1%. No mesmo período comparativo, o Varejo Ampliado (agregado do comércio brasileiro de bens) cresceu 1,9%

Volume de vendas/Nominal
Deflacionado

■ Acumulado Ano Jan 26/Jan 25-% ■ Acumulado Ano Fev 26/Fev 25-% ■ Acumulado Ano Mar 26/Mar 25-%

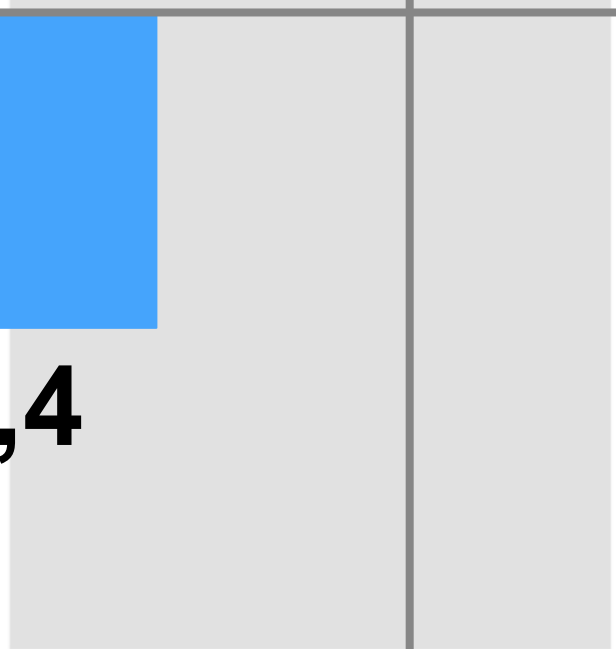
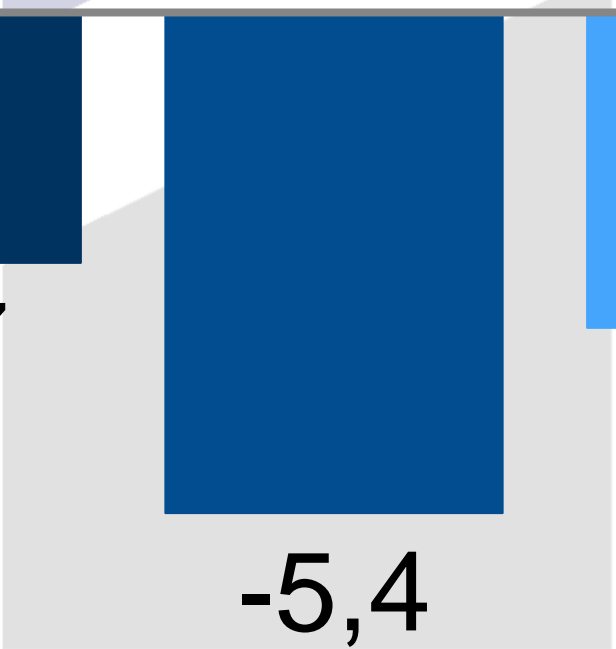
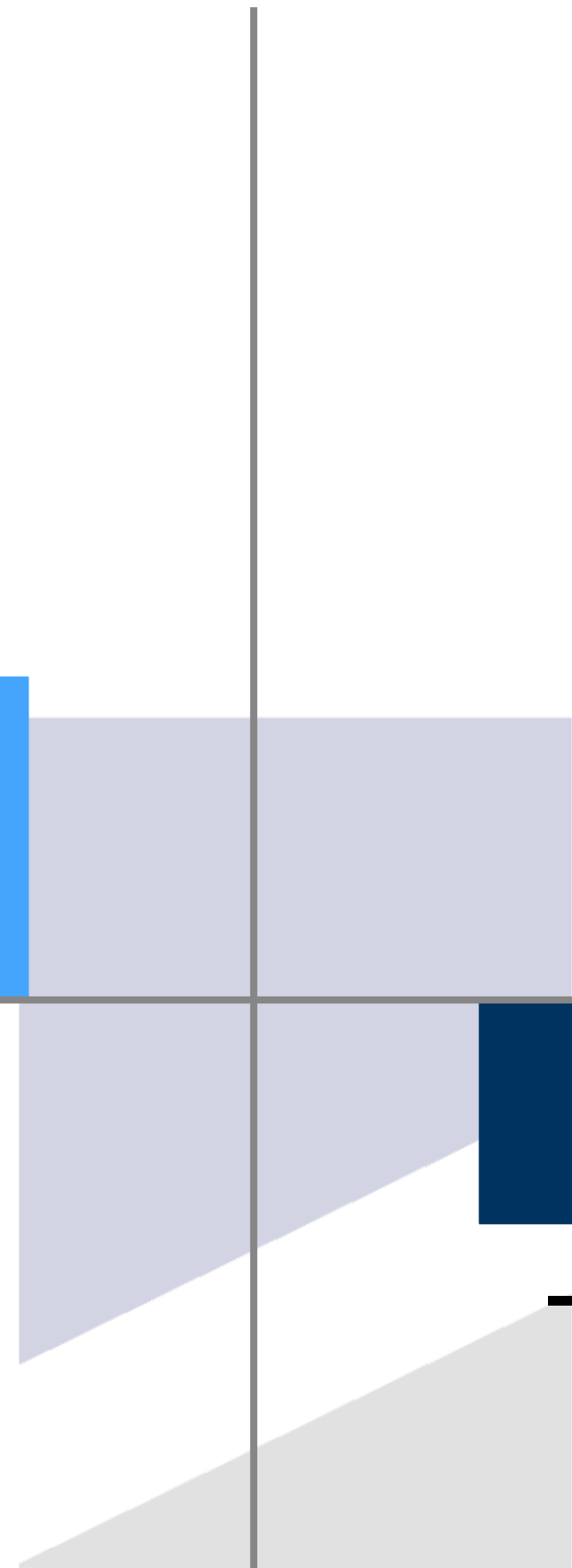
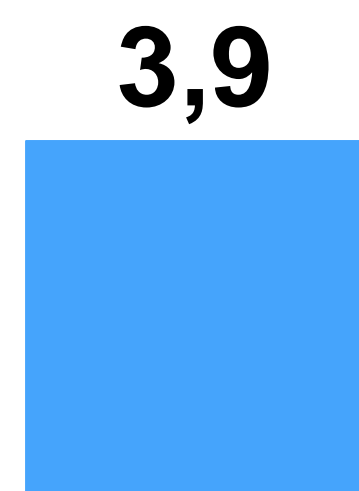
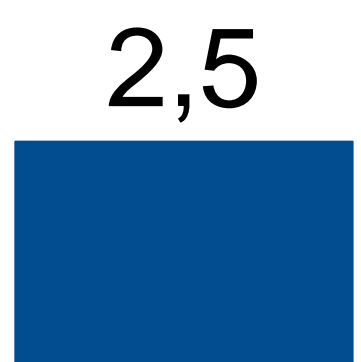




Apenas em relação à área de atividade comercial Móveis e Eletrodomésticos (Magazine Luiza, Casas Bahia e formatos similares), o crescimento de 3,9% foi impulsionado pelos eletrodomésticos (6,8%)

Volume de vendas/Nominal
Deflacionado

■ Acumulado Ano Jan 26/Jan 25-% ■ Acumulado Ano Fev 26/Fev 25-% ■ Acumulado Ano Mar 26/Mar 25-%



Móveis e Eletrodomésticos

Produtos Móveis

Produtos Eletrodomésticos

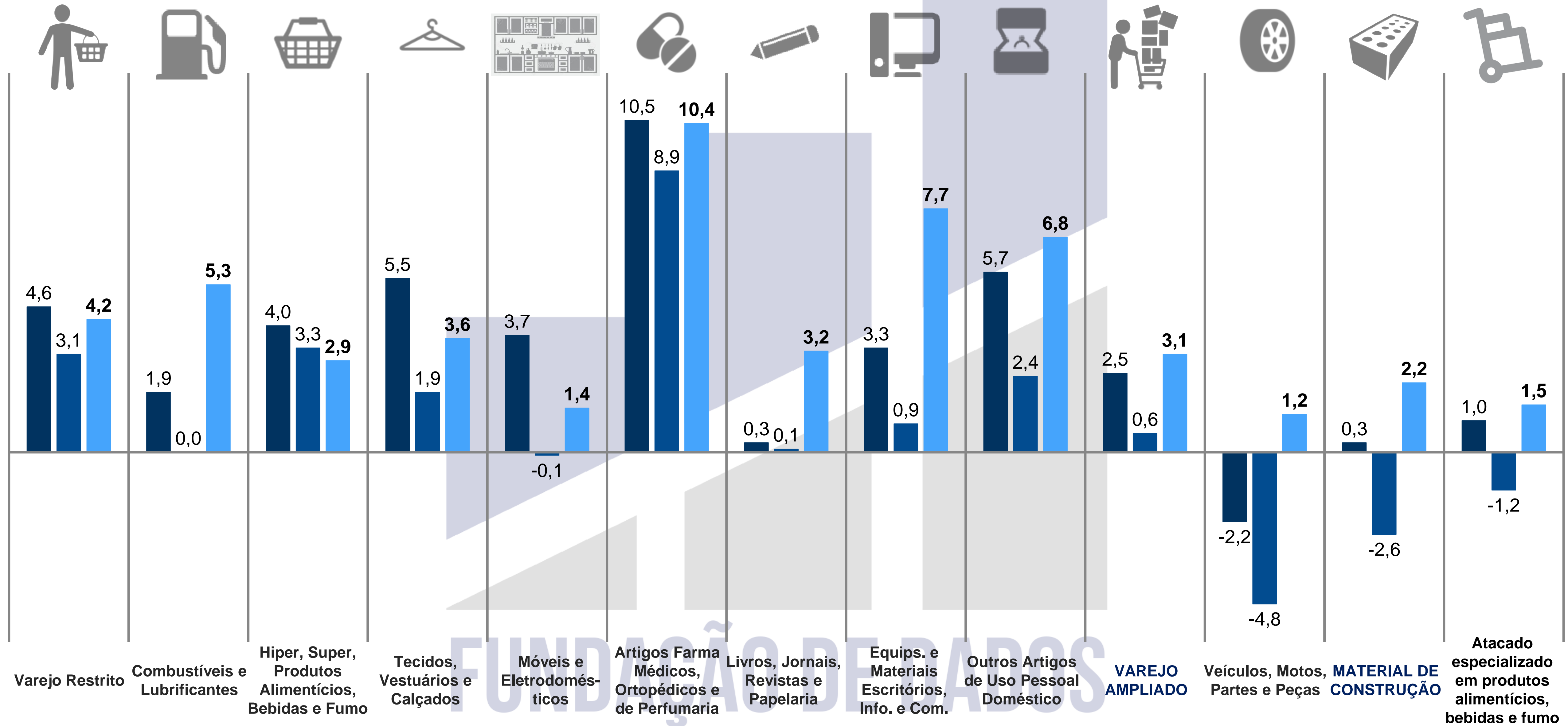
FUNDAÇÃO DE DADOS



No comparativo acumulado ano com o mesmo período acumulado ano anterior, o faturamento nominal do comércio de materiais de construção cresceu 2,2%. No mesmo período comparativo, o Varejo Ampliado (agregado do comércio brasileiro de bens) cresceu 3,1% (resultados também sujeitos às oscilações dos preços)

Nominal/Volume de Vendas
Inflacionado

■ Acumulado Ano Jan 26/Jan 25-% ■ Acumulado Ano Fev 26/Fev 25-% ■ Acumulado Ano Mar 26/Mar 25-%

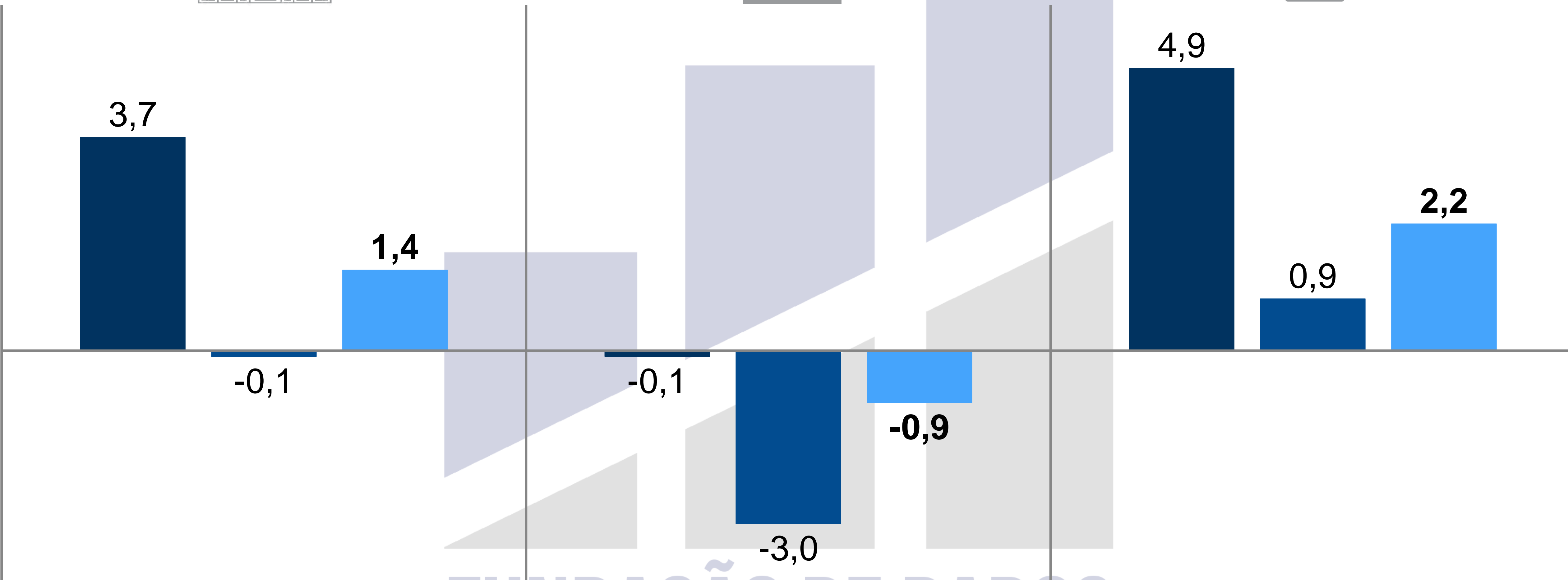
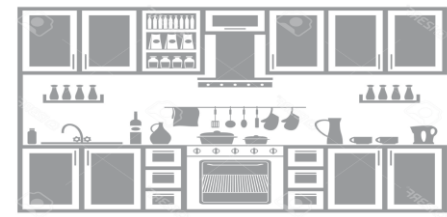




Apenas em relação à área de atividade comercial Móveis e Eletrodomésticos (Magazine Luiza, Casas Bahia e formatos similares), o crescimento de 1,4% foi impulsionado pelos eletrodomésticos (2,2%) – (resultados também sujeitos às oscilações dos preços)

Nominal/Volume de Vendas
Inflacionado

■ Acumulado Ano Jan 26/Jan 25-% ■ Acumulado Ano Fev 26/Fev 25-% ■ Acumulado Ano Mar 26/Mar 25-%



Móveis e Eletrodomésticos

Produtos Móveis

Produtos Eletrodomésticos

FUNDAÇÃO DE DADOS



Pesquisas, Dados & Análises

das jornadas de compras de
MATERIAIS DE CONSTRUÇÃO E MÓVEIS

Parceiro:

PLATAFORMA QUANTI ONLINE PARA PAINÉIS, TRATAMENTO DE DADOS, ESTUDOS MATEMÁTICOS E MODELOS ESTATÍSTICOS

DESENVOLVIMENTO DE PESQUISAS DE MERCADO AD HOC QUALITATIVAS E QUANTITATIVAS NO SEGMENTO, PAINÉIS COM CONSUMIDORES DE MATERIAIS DE CONSTRUÇÃO, ANÁLISES DE CENÁRIOS SETORIAIS, MACROECONÔMICOS E PROJEÇÕES.



Gráficos como parte integrante do **Relatório Analítico Panorama Setorial**. Baixado do portal [Fundação de Dados](#) (aceso integral aos materiais analíticos, pesquisas exclusivas, papers, informes, projeções e relatórios especializados, mediante assinatura)