



## COM AUMENTO DE 4,3% EM NOVEMBRO VAREJO CAPIXABA REGISTRA O MELHOR DESEMPENHO DO SUDESTE

Elaborado por: André Spalenza, Paulo Rody e Eduarda Gripp.

Impulsionado pela alta de 15,3% no segmento de equipamentos e materiais para escritório, o Espírito Santo mantém perspectivas positivas para o último mês do ano

### PMC

MENSAL  
(+4,3%)

INTERANUAL  
(+2,1%)

#### ARTIGOS FARMACÊUTICOS

INTERANUAL  
(+14,7%)

ACUMULADO NO ANO  
(+12%)

### EQUIPAMENTOS E MATERIAIS PARA ESCRITÓRIO

INTERANUAL  
(+15,3%)

ACUMULADO  
NO ANO  
(+6,2%)

#### VAREJO AMPLIADO MENSAL

ESPÍRITO SANTO  
(+1,6%)

BRASIL  
(+0,7%)

SUDESTE  
(+0,3%)

A Pesquisa Mensal do Comércio (PMC), desenvolvida pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), ajuda a monitorar o desempenho do comércio no Brasil e no Espírito Santo. Os indicadores da pesquisa estão associados ao Varejo (Restrito) e ao Varejo Ampliado. Enquanto o Varejo inclui segmentos como supermercados, alimentos, bebidas, móveis e eletrodomésticos, o

Varejo Ampliado é composto por todas as atividades do varejo restrito mais veículos; material de construção; e atacado especializado em alimentos, bebidas e fumo. Os três segmentos incluídos no Varejo ampliado, serão tratados como "Atacado". Denomina-se os segmentos de veículos, material de construção e atacado especializado em alimentos, bebidas e fumo como Atacado de forma didática.

## Resultados do Varejo

Em novembro de 2025, o volume de vendas do varejo capixaba apresentou um crescimento de 4,3% em comparação a outubro, o melhor desempenho desde o mês de abril (0,8%).

Esse avanço indica uma recuperação gradual do consumo das famílias capixabas, sugerindo maior dinamismo na atividade comercial local e contribuindo para um cenário mais favorável no curto prazo.

O desempenho do Espírito Santo supera os crescimentos observados no Brasil e na região Sudeste (média), que entre novembro e outubro de 2025, registraram variações de 1,0% e 1,4%, respectivamente.

Além disso, as vendas mensais do varejo capixaba também apresentaram um volume superior às de 2024. Em novembro de 2025, o volume de vendas do varejo capixaba foi 2,1% superior ao observado em novembro de 2024.

Esse resultado pode ter sido influenciado, ao menos em parte, pelos efeitos da Black Friday, que tradicionalmente contribui para a elevação do volume de vendas do comércio por meio de ações promocionais, melhores condições de parcelamento e maior intensidade nas estratégias de marketing.

### Variação do Volume de Vendas do Varejo (%), ES, Novembro de 2025

	Mensal <sup>1</sup> nov/25 - out/25	Interanual nov/25 - nov/24	Acumulado ano jan/25 a nov/25 <sup>2</sup>	Acumulado 12 meses <sup>2</sup>
Brasil	1,0	1,3	1,5	1,5
Sudeste (média)	1,4	0,9	0,9	1,0
<b>Espírito Santo</b>	<b>4,3</b>	<b>2,1</b>	<b>3,5</b>	<b>3,5</b>

Fonte: PMC - IBGE. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES

Nota: (1) Valores com ajuste sazonal. (2) os valores são calculados em comparação ao mesmo período do ano passado.

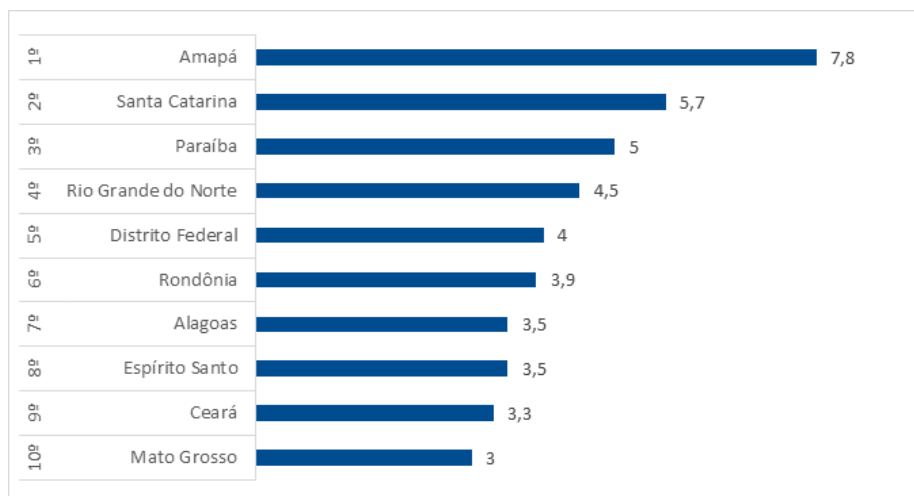
Os indicadores de Crescimento Acumulado no Ano e de Acumulado em 12 Meses mostram que o comércio capixaba, em 2025, tem se destacado não apenas em relação a 2024, mas também diante do desempenho do Brasil e do Sudeste.

Pelo índice de crescimento acumulado no ano, as vendas do varejo no Espírito Santo entre janeiro e novembro de 2025 foram 3,5% maiores que no mesmo período de 2024. Esse resultado supera a média do Sudeste (0,9%) e do Brasil (1,5%).

Entre os estados do Sudeste, o Espírito Santo liderou o crescimento (3,5%), seguido por Minas Gerais (1,6%), São Paulo (0,3%) e Rio de Janeiro (-1,7%).

No ranking nacional, o estado está em oitavo lugar no crescimento do volume de vendas no período, considerando as 27 unidades federativas. O resultado representa um desempenho sustentável, já que o Espírito Santo ocupa posição de destaque ao longo dos últimos meses, evidenciando ganho de dinamismo e maior força frente às demais regiões do país.

## Ranking Nacional da variação acumulada no ano do Volume de Vendas do Varejo, Novembro de 2025

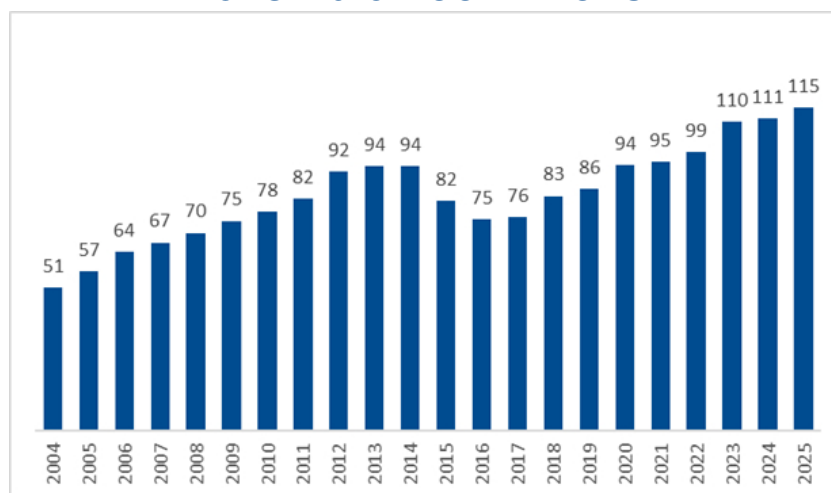


Fonte: PMC - IBGE. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES

O índice de volume de vendas, com ajuste sazonal, alcançou 115 pontos em novembro de 2025, o maior nível para esse mês desde o início da série histórica, iniciada em 2004. Isso evidencia a resiliência do comércio capixaba e a manutenção de um ritmo de expansão acima da média nacional e regional, impulsionado sobretudo pela melhora do consumo das famílias e pelo desempenho positivo de segmentos de maior peso no varejo.

Estes resultados, comparativamente, evidenciam o dinamismo do comércio capixaba no contexto regional e reforçam a expectativa de que o último mês de 2025 mantenha um cenário positivo, impulsionado pelo aquecimento das vendas, que costumam aumentar nesse período em função de datas promocionais e comemorativas, principalmente o Natal.

## Índice de Volume de Vendas do Varejo, ES, Novembro 2004 - 2025



Fonte: PMC - IBGE. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES

Além disso, considerando os meses de novembro, os volumes de vendas do varejo do Espírito Santo nos últimos seis anos foram os maiores desde 2004. Isso mostra uma expansão consistente no comércio capixaba ao longo dos últimos anos, refletindo a força do setor e a recuperação contínua da economia local. Esse desempenho reforça a posição do Espírito Santo como destaque no cenário varejista nacional.

## Segmentos do Varejo

***Na comparação entre novembro de 2024 e novembro de 2025, os segmentos que mais se destacaram no varejo capixaba foram Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação (15,3%) e Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos (14,7%)***

Os segmentos que apresentaram o melhor desempenho na comparação entre novembro de 2024 e novembro de 2025 foram, respectivamente: Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação (15,3%); Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos (14,7%); Móveis e eletrodomésticos (2,7%); e Tecidos, vestuário e calçados (0,7%).

Os segmentos que apresentaram retração no mesmo período foram: Combustíveis e Lubrificantes (-1,9%); Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo (-5,1%); Livros, jornais, revistas e papelaria (-11,5%); e Outros artigos de uso pessoal e doméstico (-12,9%).

### **Variação do Volume de Vendas do Varejo (%), por Segmento, ES, Novembro de 2025**

	Interanual (nov/2025 – nov/2024)	Acumulado no ano (jan/25 a nov/25)	Acumulado 12 meses
Combustíveis e lubrificantes	-1,9	-4,4	-4,5
Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	-5,1	1	1,3
Tecidos, vestuário e calçados	0,7	13,8	13,6
Móveis e eletrodomésticos	2,7	6,4	5,9
Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	14,7	12	11,8
Livros, jornais, revistas e papelaria	-11,5	-15,6	-15,2
Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	15,3	6,2	5,8
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-12,9	-8,5	-6

Fonte: PMC - IBGE. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES

O segmento de Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos mantém uma trajetória de crescimento sólido, com variações positivas de 14,7% na comparação interanual, 12% no acumulado do ano e 11,8% em 12 meses. De forma semelhante, o grupo de Tecidos, vestuário e calçados, registrou resultados consistentes no interanual (0,7%), no acumulado do ano (13,8%) e nos últimos 12 meses (13,6%), indicando uma tendência de expansão sustentada.

Esses resultados mostram desempenhos distintos no varejo capixaba entre setores impulsionados pela demanda essencial e pela recomposição do consumo, como o

farmacêutico e o de vestuário, e setores mais sensíveis ao cenário econômico recente, que enfrentam maior resistência na expansão das vendas.

Dessa forma, os resultados de novembro não apenas indicam o desempenho de cada segmento, mas também evidenciam a influência das características específicas de cada setor sobre o comércio capixaba, mostrando que atividades ligadas ao consumo essencial e à retomada das compras das famílias mantêm crescimento mais consistente, enquanto outros segmentos seguem mais dependentes das condições econômicas e do crédito.

## Resultados do Varejo Ampliado (Atacado)

O Varejo ampliado (que inclui o varejo e outros segmentos do Atacado ou "Atacarejo"), apresentou em novembro de 2025, um crescimento de 1,6%, superando tanto o crescimento médio do Brasil (0,7%) quanto do Sudeste (0,3%). No acumulado no ano, o varejo ampliado capixaba também superou

o desempenho do Sudeste e do Brasil. O Espírito Santo apresentou crescimento de 1,8%, já o Brasil e o Sudeste tiveram quedas de 0,3% e 0,6%, respectivamente, o que revela a força do segmento do estado, mesmo em um cenário de retração regional e nacional.

### Variação do Volume de Vendas do Varejo Ampliado (%), ES, Novembro de 2025

	Mensal <sup>1</sup> nov/25 - out/25	Interanual nov/25 - nov/24	Acumulado ano jan/25 a nov/25 <sup>2</sup>	Acumulado 12 meses <sup>2</sup>
Brasil	0,7	-0,3	-0,3	-0,2
Sudeste (média)	0,3	-0,1	-0,6	-0,6
<b>Espírito Santo</b>	<b>1,6</b>	<b>1,1</b>	<b>1,8</b>	<b>1,6</b>

Fonte: PMC, IBGE. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES

Nota: (1) valores com ajuste sazonal. (2) os valores são calculados em comparação ao mesmo período do ano passado.

Na comparação interanual, em relação a novembro 2024, o volume de vendas do varejo ampliado no Espírito Santo teve aumento de (1,1%), desempenho favorável quando comparado ao Brasil (-0,3%) e ao Sudeste (-0,1%). Esse avanço sugere maior

resiliência do varejo ampliado capixaba, sus-sustentado por dinamismo em segmentos específicos e por um ambiente econômico local mais favorável, permitindo ao estado manter ritmo de crescimento superior ao do Sudeste e da média nacional.



## Variação do Volume de Vendas do Varejo Ampliado (%), por Segmento, ES, Novembro de 2025

	Interanual (nov/25 – nov/24)	Acumulado no ano (jan/25 a nov/25)	Acumulado 12 meses
Veículos, motocicletas, partes e peças	-11,7	-5,7	-5,6
Material de construção	17,2	1,3	0,4
Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	20,2	22,1	19,8

Fonte: PMC, IBGE. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES

Em novembro de 2025, o setor de atacado especializado em alimentos, bebidas e fumo se destacou com forte crescimento: 20,2% na comparação com o mesmo mês de 2024 e 22,1% no acumulado do ano. O segmento de veículos, motocicletas, partes e peças apresentou retração de 11,7% na variação interanual. Já o setor de material de construção apresentou aumento de 17,2% na variação

interanual em novembro de 2025, sinalizando maior procura por obras e reformas, impulsionada tanto pela proximidade do fim do ano, período em que famílias e empresas costumam intensificar melhorias em imóveis, quanto por um ambiente de crédito relativamente mais acessível, que favorece a antecipação de investimentos e amplia a demanda por esse tipo de produto.

## Índice do Volume de Vendas no Comércio Varejista Ampliado (em pontos), por Segmento, ES, mês de Novembro

	2022	2023	2024	2025
Veículos, motocicletas, partes e peças	107,3	138,1	142,3	125,7
Material de construção	96,1	107,3	104,9	122,9
Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	104,6	119,4	115,0	138,3

Fonte: PMC, IBGE. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES



Destaca-se que o índice do volume de vendas do atacado especializado em alimentos, bebidas e fumo atingiu o patamar de 138,3 pontos em novembro de 2025. Com altas consecutivas no índice, trata-se do maior volume de vendas do setor no mês de novembro desde 2022, ano em que estão disponíveis dados para o comércio varejista

ampliado, especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo no estado.

Esses resultados consolidam a liderança do atacado especializado em produtos alimentícios para o varejo ampliado do Espírito Santo, evidenciando a resiliência do setor em relação a outros segmentos.

## O que está acontecendo?

Em novembro de 2025, o volume de vendas do varejo capixaba apresentou um crescimento de 4,3% em comparação a outubro, o melhor desempenho desde o mês de abril (0,8%), refletindo, em grande parte, os efeitos positivos da Black Friday, que tradicionalmente impulsiona o consumo por meio de promoções, condições especiais de pagamento e maior acesso ao crédito.

Esse desempenho favorável do Espírito Santo supera os crescimentos observados no Brasil e na região Sudeste (média), que entre novembro e outubro de 2025 registraram variações de 1,0% e 1,4%, respectivamente, evidenciando um aquecimento mais intenso do comércio local no período promocional e uma resposta mais significativa do consumidor capixaba às estratégias de estímulo às vendas.

Esse avanço indica uma recuperação gradual do consumo das famílias capixabas, sugerindo maior dinamismo na atividade comercial local e contribuindo para um cenário mais favorável entre segmentos ligados ao consumo

**Em novembro de 2025, o volume de vendas do varejo capixaba apresentou um crescimento de 4,3% em comparação a outubro**

essencial e aqueles mais sensíveis às condições econômicas. Além disso, parte desse resultado pode estar associada à antecipação de compras típicas do fim de ano, reforçando o papel do mês de novembro como um mês-chave para a consolidação do desempenho do varejo.

Além do varejo (restrito) do ES, o varejo ampliado (que inclui outras atividades atacadistas), também tem se destacado ao apresentar um crescimento acelerado e consistente em 2025. Em novembro, o volume de vendas no varejo ampliado cresceu 1,6% em relação a outubro. No acumulado em 2025, entre janeiro e novembro, o crescimento é de 1,8%.

No mês de novembro, o setor de atacado especializado em alimentos, bebidas e fumo se destacou com forte crescimento: 20,2% na comparação com o mesmo mês de 2024. Já o setor de veículos, motocicletas, partes e peças mostrou queda de 11,7%.

Esses resultados reforçam a diferença de desempenho entre segmentos ligados ao consumo essencial e aqueles mais sensíveis às condições econômicas. O bom desempenho do setor de atacado especializado em alimentos pode estar associado, em parte, aos efeitos do período promocional de novembro de 2025, como a Black Friday, que tende a elevar o nível de abastecimento do varejo alimentício em preparação para o aumento da demanda no fim do ano. Esse movimento reforça a possibilidade de pressão positiva sobre o volume de vendas e de melhora nas margens para redes varejistas e atacarejos, ao combinar maior giro de estoques com condições comerciais mais favoráveis.

Os resultados de novembro de 2025 apontam para um final de ano aquecido no Espírito Santo, com expectativa de intensificação do consumo em dezembro, impulsionado pelas

compras de Natal e pela maior circulação de renda no período. A expectativa de crescimento nas vendas reflete o cenário econômico positivo e destaca o potencial do varejo local para aproveitar o aumento da confiança e do poder de compra dos consumidores, consolidando o Natal como uma das principais datas para o comércio capixaba.

Nesse sentido, segundo o relatório de estimativas financeiras para o 4º trimestre de 2025 da equipe Connect1, o comércio varejista capixaba deverá movimentar cerca de R\$ 1,57 bilhão em dezembro de 2025, contribuindo para um total estimado de R\$ 100,41 bilhões em todo o ano de 2025. Esse montante representaria um crescimento de 7,3% em relação às vendas de 2024, estimadas em R\$ 93,58 bilhões.







# Opinião do Empresariado Capixaba

Para trazer uma perspectiva direta do varejo capixaba, esta edição do relatório apresenta a contribuição de **Glenda**

**Úrsula Amaral,**  
presidente do  
Sindicato dos  
Lojistas do  
Comércio de Vila  
Velha e CEO do  
Grupo Colchões e  
Camas e da  
**Ecopremium**

**Colchões**, compartilha sua percepção sobre o desempenho do comércio, destacando os desafios enfrentados ao longo do período, as mudanças no perfil de consumo e a importância da integração entre os canais físico e digital como estratégia para a manutenção e fortalecimento das vendas. Confira:

“De forma geral, ao analisar o desempenho do comércio ao longo do ano, observa-se que o comportamento do consumo não ocorre de maneira homogênea, apresentando dinâmicas distintas entre os diferentes períodos. Em determinados momentos, o varejo convive com expectativas mais elevadas, enquanto em outros predomina uma postura mais cautelosa por parte das famílias, refletindo diretamente nas decisões de compra.

Nesse contexto, o padrão de consumo tem se concentrado, de maneira geral, em itens de menor valor, especialmente produtos associados a compras mais pontuais e de menor ticket médio. Embora, em alguns segmentos, as vendas não tenham alcançado o patamar inicialmente projetado pelo varejo, houve movimentação relevante nesses

artigos, ainda que sem uma expansão expressiva na demanda por bens de maior valor agregado. De

maneira geral, esse cenário tem sido marcado por um consumidor mais seletivo, que prioriza escolhas alinhadas ao seu orçamento. Ainda que ocorram exceções e

compras de maior valor, o comportamento predominante é de cautela, o que exige ajustes constantes nas expectativas dos lojistas e contribui para uma leitura mais realista do desempenho do comércio.

**De maneira geral, esse cenário tem sido marcado por um consumidor mais seletivo, que prioriza escolhas alinhadas ao seu orçamento**



Paralelamente, observa-se uma mudança clara no comportamento de consumo, especialmente com o fortalecimento do comércio online. Muitos consumidores passaram a priorizar compras digitais, sobretudo de produtos mais baratos e de menor complexidade, como itens de vestuário e artigos menores. Nesse contexto, o preço tem pesado mais do que a qualidade para parte do público, o que impacta diretamente o consumo das famílias e o desempenho do varejo físico.

Além disso, a comodidade de comprar sem sair de casa também tem influenciado essa mudança de comportamento. O ambiente digital passou a ser uma alternativa preferencial para muitos consumidores, o que exige uma adaptação constante dos lojistas. Diante desse cenário, os estabelecimentos que con-

seguiram se diferenciar foram aqueles que investiram em qualidade de produto, presença de marca e estratégias de marketing, além de ampliar sua atuação para o ambiente digital. O varejista que passou a operar de forma integrada, conciliando loja física e canais online, conseguiu manter e, em alguns casos, sustentar melhor suas vendas.

Hoje, independentemente do porte, seja pequeno, médio ou micro, o lojista precisa atuar de forma integrada entre o físico e o digital. São duas vitrines que precisam ser trabalhadas simultaneamente: a vitrine da loja e a vitrine virtual. Estar presente nas redes sociais, utilizar ferramentas digitais e manter um relacionamento ativo com o cliente se tornou essencial para alcançar resultados e enfrentar os desafios do varejo atual."

## Tendência - Transformação Digital com Propósito

A transformação digital deixou de ser apenas uma vantagem competitiva para se tornar uma necessidade estratégica no comércio contemporâneo. Empresas de todos os portes estão incorporando tecnologias emergentes, como inteligência artificial, automação e análise de dados, para otimizar processos, reduzir custos e melhorar a experiência do cliente. Essas ferramentas permitem um atendimento mais ágil, preciso e personalizado, fortalecendo a relação entre marcas e consumidores.

**No entanto, a inovação tecnológica, por si só, não garante sucesso. É essencial que as empresas mantenham a coerência com seus valores e princípios**

No entanto, a inovação tecnológica, por si só, não garante sucesso. É essencial que as empresas mantenham a coerência com seus valores e princípios. Transparência, ética, confiança e empatia são fundamentos que sustentam a reputação das organizações e a fidelidade dos clientes. Quando a tecnologia é aplicada com propósito, ela potencializa os resultados sem comprometer a essência do negócio.

O conceito de gestão ambidestra se torna central nesse contexto. Ele propõe que os líderes olhem simultaneamente para o futuro, explorando oportunidades de inovação, e para o presente, preservando práticas e valores que consolidam a cultura organizacional. Essa abordagem permite que a empresa seja resiliente diante das mudanças rápidas do mercado, equilibrando crescimento com sustentabilidade.

No comércio, esse equilíbrio se reflete na forma como as marcas interagem com os consumidores. Lojas físicas e virtuais podem coexistir de maneira complementar, usando tecnologia para melhorar a experiência de compra, mas mantendo o toque humano que gera conexão e confiança.

Essa combinação cria uma proposta de valor única, capaz de engajar clientes e fortalecer a imagem da marca no longo prazo.

Por fim, a transformação digital com propósito mostra que inovação e valores não são conceitos opostos, mas complementares. As empresas que conseguem integrar tecnologia e ética em suas estratégias comerciais constroem relacionamentos duradouros, aumentam a competitividade e se posicionam de forma sólida para enfrentar os desafios do mercado contemporâneo. O futuro do comércio depende de líderes que saibam equilibrar essas dimensões, promovendo mudanças significativas sem perder a essência do negócio.

## Notas Metodológicas

\* A PMC é conduzida pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), reunindo informações sobre o volume de vendas nas empresas formalmente constituídas, com 20 ou mais pessoas ocupadas, cuja atividade principal é o comércio varejista.

\* A divulgação a partir de janeiro 2023 da Pesquisa Mensal do Comércio (PMC) foi após uma reestruturação das pesquisas conjunturais do IBGE, que significa também a divulgação de uma nova série histórica, com o encadeamento entre a nova pesquisa e a antiga. A atualização da pesquisa, que ocorre de forma periódica na rotina do IBGE, reúne uma nova amostra de empresas, inclusão e exclusão de atividades e alterações nos pesos dos produtos, entre outras mudanças.

\* A série do varejo ampliado conta, a partir de janeiro de 2023, com uma atividade a mais. Assim, além de Veículos, motos, partes e peças e Material de construção, é apresentado resultado para o setor de Atacado especializado em alimentos, bebidas e fumo. Por enquanto, essa série será apresentada somente na comparação interanual.

\* Indicador Comércio Ampliado: além dos segmentos tradicionais do comércio restrito, inclui os segmentos de veículos e materiais de construção e, a partir de janeiro de 2023, o de Atacado especializado em alimentos, bebidas e fumo;

\* Os dados da Pesquisa Mensal do Comércio (PMC) são disponibilizados mensalmente pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE);

\* O indicador de "Volume de Vendas" resulta da deflação dos valores nominais correntes por índices de preços específicos por atividade e unidade de federação;

\* O IBGE ainda não fornece os dados estaduais da comparação mensal por atividades;

\* Os dados são divulgados com 2 (dois) meses de defasagem e poderão sofrer atualizações na divulgação seguinte.

<sup>1</sup> Comércio deve movimentar R\$ 27 bilhões e Serviços R\$ 18 bilhões no último trimestre. Disponível em:

<<https://portaldocomercio-es.com.br/wp-content/uploads/2025/10/Movimentacao-finaceira-4o-Trimestre-1.pdf>>

**EXPEDIENTE:** Presidente do Sistema Fecomércio-ES/Sesc/Senac: Idalberto Luiz Moro | Diretor Sesc-ES: Luiz Henrique Toniato | Diretor Senac-ES: Richardson Schmittel | Superintendente Fecomércio-ES: Wagner Corrêa | Diretor de Relações Institucionais Fecomércio-ES: Cezar Wagner Pinto | Equipe Connect Fecomércio-ES: André Spalenza : Karina Tonini : Felipe Montini : Eduarda Gripp : Gercione Dionizio : Paulo Rody : Samuel O. Cabral : João Guimarães : Ryan Procopio | Tel.: 3205-0706 | [www.fecomercio-es.com.br](http://www.fecomercio-es.com.br)