



Indicadores IBGE

Pesquisa Mensal de Comércio

fevereiro 2019

Publicado em 09/04/2019 às 09 horas

Presidente da República
Jair Messias Bolsonaro

Ministro da Economia
Paulo Roberto Nunes Guedes

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE

Presidente
Susana Cordeiro Guerra

Diretor-Executivo
Fernando José de Araújo Abrantes

ORGÃOS ESPECÍFICOS SINGULARES

Diretoria de Pesquisas
Claudio Dutra Crespo

Diretoria de Geociências
João Bosco de Azevedo

Diretoria de Informática
José Sant'Anna Bevilacqua

Centro de Documentação e Disseminação de Informações
David Wu Tai

Escola Nacional de Ciências Estatísticas
Maysa Sacramento de Magalhães

UNIDADE RESPONSÁVEL

Diretoria de Pesquisas

Coordenação de Indústria
Flávio Renato Keim Magheli

Gerência das Pesquisas Mensais de Comércio
Isabella Nunes Pereira

EQUIPE de ANÁLISE

Isabella Nunes Pereira
Carla Fernandes de Mello Carvalho
Fabiana Conceição Figueiredo
Fabio Figueiredo Farias
Estagiários
Luan Thambo Lacerda de Oliveira

Editoração
Isabella Nunes Pereira
Fabiana Conceição Figueiredo

Indicadores IBGE

Plano de divulgação:

Trabalho e rendimento

Pesquisa mensal de emprego*

Pesquisa nacional por amostra de domicílios contínua

Agropecuária

Estatística da produção agrícola **

Estatística da produção pecuária **

Indústria

Pesquisa industrial mensal: emprego e salário ***

Pesquisa industrial mensal: produção física Brasil

Pesquisa industrial mensal: produção física regional

Comércio

Pesquisa mensal de comércio

Serviços

Pesquisa mensal de serviços

Índices, preços e custos

Índice de preços ao produtor – indústrias extrativas e de transformação

Sistema nacional de índices de preços ao consumidor:
IPCA-E

Sistema nacional de índices de preços ao consumidor:

INPC - IPCA

Sistema nacional de pesquisa de custos e índices da construção civil

Contas nacionais trimestrais

Contas nacionais trimestrais: indicadores de volume e valores correntes

* O último fascículo divulgado corresponde a fevereiro de 2016.

** Continuação de: Estatística da produção agropecuária, a partir de janeiro de 2006. A produção agrícola é composta do Levantamento Sistemático da Produção Agrícola. A produção pecuária é composta da Pesquisa Trimestral do Abate de Animais, da Pesquisa Trimestral do Leite, da Pesquisa Trimestral do Couro e da Produção de Ovos de Galinha.

*** O último fascículo divulgado corresponde a dezembro de 2015.

Iniciado em 1982, com a divulgação de indicadores sobre trabalho e rendimento, indústria e preços, o periódico **Indicadores IBGE** passou a incorporar, no decorrer das décadas seguintes, informações sobre agropecuária, contas nacionais trimestrais e serviços, visando contemplar as variadas demandas por estatísticas conjunturais para o País. Outros temas poderão ser abarcados futuramente, de acordo com as necessidades de informação identificadas. O periódico é subdividido em fascículos por temas específicos, que incluem tabelas de resultados, comentários e notas metodológicas. As informações apresentadas estão disponíveis em diferentes níveis geográficos: nacional, regional e metropolitano, variando por fascículo

SUMÁRIO

NOTAS METODOLÓGICAS.....	4
1 CARACTERÍSTICAS DA PESQUISA	4
2 CONSTRUÇÃO DE INDICADORES	5
3 ENCADEAMENTO.....	7
4 SÉRIES DA PMC AJUSTADAS SAZONALMENTE.....	7
4.1 VOLUME DE VENDAS POR ATIVIDADES.....	8
4.2 VOLUME DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA POR UNIDADE DA FEDERAÇÃO.....	9
4.3 VOLUME DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO POR UNIDADES DA FEDERAÇÃO.....	10
4.4 RECEITA NOMINAL DE VENDAS POR ATIVIDADES.....	12
4.5 RECEITA NOMINAL DE DO COMÉRCIO VAREJISTA VENDAS POR UNIDADE DA FEDERAÇÃO.....	13
4.6 RECEITA NOMINAL DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO.....	15
POR UNIDADE DA FEDERAÇÃO.....	15
5 DEFLATORES DA PESQUISA	17
6 OBSERVAÇÕES	20
COMENTÁRIOS	21
TABELAS.....	30
VOLUME DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA E COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO.....	31
RECEITA NOMINAL DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA E COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO	48

NOTAS METODOLÓGICAS

A Pesquisa Mensal de Comércio - PMC tem como objetivo produzir indicadores que permitam acompanhar a evolução conjuntural do comércio varejista e do comércio varejista ampliado, e de seus principais segmentos.

A partir de janeiro de 2017, o Sistema de Índices do Comércio Varejista inicia uma nova série, que apresenta as seguintes revisões metodológicas:

- Atualiza a amostra de informantes para 6 157 empresas, a partir dos estratos certos (empresas com 20 ou mais pessoas ocupadas) e gerencial da Pesquisa Anual de Comércio - PAC 2014.
- Os índices de janeiro de 2000 até dezembro de 2003 têm o ano-base em 2000. Os índices de janeiro de 2004 até dezembro de 2011 têm o ano-base em 2003. Os índices de janeiro de 2012 até dezembro de 2016 têm o ano-base em 2011. Os índices de janeiro de 2017 em diante têm o ano-base em 2014.
- A série completa dos índices (série encadeada) tem como período de referência¹ o ano de 2014.

1 CARACTERÍSTICAS DA PESQUISA

- **Âmbito** - é definido pelo universo das empresas que atendem os seguintes requisitos:

- Empresas comerciais respondentes dos estratos certo e gerencial da Pesquisa Anual de Comércio (PAC) 2014, ou seja, as empresas com total de pessoas ocupadas maior ou igual a 20 ou com total de pessoas ocupadas menor do que 20, mas que atuavam em mais de uma Unidade da Federação, cuja receita bruta provenha, predominantemente da atividade comercial varejista;

- Estar em situação ativa no Cadastro Central de Empresas - Cempre, do IBGE, que cobre as entidades com registro no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica - CNPJ;

- Estar sediada no Território Nacional – em particular, para as Unidades da Federação da Região Norte (Rondônia, Acre, Amazonas, Roraima, Pará, Amapá e Tocantins), são consideradas apenas aquelas que estão sediadas nos Municípios das Capitais, com exceção do Pará, onde são consideradas aquelas que estão sediadas nos municípios da Região Metropolitana de Belém (Belém, Ananindeua, Benevides, Marituba e Santa Bárbara do Pará);

¹ Período de referência: é o ano para o qual o índice é igual a 100. A alteração para o ano de referência é um cálculo simples e não tem impacto nos movimentos da série.

- Ter atividade principal compreendida nos dez grupos de atividades da Classificação Nacional de Atividades Econômicas - CNAE 2.02, apresentadas no Quadro I. Deste total, oito segmentos apresentam receitas geradas predominantemente na atividade varejista e dois (Veículos e motos, partes e peças e Material de construção), respondem pelo varejo e atacado.

QUADRO I – GRUPOS DE ATIVIDADE E CÓDIGOS CNAE

Descrição da Atividade	Código CNAE
Combustíveis e lubrificantes	4731-8 e 4732-6
Supermercados, Hipermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	4711-3; 4712-1; 4729-6; 4721-1; 4722-9; 4723-7 e 4724-5
Tecidos, vestuário e calçados	4755-5; 4781-4 e 4782-2
Móveis e eletrodomésticos	4753-9; 4754-7; 4756-3; 4759-8; 4762-8
Artigos farmacêuticos, médicos, Ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	4771-7; 4772-5 e 4773-3
Equipamentos e materiais para escritório, Informática e de comunicação	4751-2; 4752-1
Livros, jornais, revistas e papelaria	4761-0
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	4713-0; 4757-1; 4763-6; 4774-1; 4783-1 e 4789-0
Veículos e motocicletas, partes e peças	4511-1; 4530-7; 4541-2
Material de construção	4674-5; 4671-1; 4672-9; 4673-7; 4679-6; 4741-5; 4742-3; 4743-1; 4744-0

- **Unidade de Investigação** – A empresa, definida como entidade jurídica caracterizada por firma ou razão social, inscrita no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ), é a unidade básica de informação da PMC.
- **Variável Investigada** – É a receita bruta de revenda, total e por Unidade da Federação, definida no âmbito da empresa como a receita bruta mensal proveniente da revenda de mercadorias, não deduzidos os impostos incidentes e nem as vendas canceladas, abatimentos e descontos incondicionais. Não estão incluídas as vendas de produtos de fabricação própria, receitas de serviços, receitas financeiras e outras receitas não-operacionais.
- **Amostra** – Com base na Pesquisa Anual de Comércio 2014 e dentro do âmbito previamente definido foram selecionadas 6 157 empresas distribuídas nas 27 Unidades da Federação.

2 CONSTRUÇÃO DE INDICADORES

- **Séries receita nominal e de volume** – A partir da receita bruta de revenda investigada são construídos indicadores para duas variáveis: Receita Nominal de Vendas e Volume de Vendas. Esta última resulta da deflação dos valores nominais correntes por índices de preços específicos para cada grupo de atividade, e para cada Unidade da Federação, construídos a partir dos

2 A partir de janeiro de 2012, a Pesquisa Mensal de Comércio passou a adotar a versão 2.0 CNAE, com o objetivo de manter a comparabilidade internacional, adotando uma classificação de

relativos de preços do Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo - IPCA (nova estrutura adotada a partir de janeiro de 2012) e do Sistema Nacional de Pesquisa de Custos e Índices da Construção Civil - SINAPI. Na construção dos índices de preços das UFs não cobertas pelo IPCA, foram usados os relativos de preços da área geográfica mais apropriada.

- **Divulgação dos resultados** – Os índices de receita nominal e de volume de vendas são divulgados dentro do seguinte quadro esquemático:

1 - *Índice de Comércio Varejista* - Índice-síntese das atividades investigadas na pesquisa, cujas receitas provêm preponderantemente da atividade do varejo. Divulgados para o Brasil e suas 27 Unidades da Federação.

2 - *Índices de Comércio Varejista por atividade* - Para os segmentos do varejo, relacionados abaixo, são divulgados índices em nível Brasil e 12 Unidades da Federação selecionadas: Ceará, Pernambuco, Bahia, Minas Gerais, Espírito Santo, Rio de Janeiro, São Paulo, Paraná, Santa Catarina, Rio Grande do Sul, Goiás e Distrito Federal. Neste nível de abrangência geográfica divulga-se, ainda, resultados para “*Supermercados e hipermercados*”, que corresponde a um detalhamento da atividade de “*Supermercados, hipermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo*”, além de “*Móveis*” e “*Eletrodomésticos*”³, que correspondem a um detalhamento da atividade “*Móveis e Eletrodomésticos*”.

- . Combustíveis e lubrificantes;
- . Supermercados, hipermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo;
- . Vestuário, calçados e tecidos;
- . Móveis e eletrodomésticos;
- . Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria e cosméticos;
- . Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação;
- . Livros, jornais, revistas e papelaria; e
- . Outros artigos de uso pessoal e doméstico

3 - *Índices de Comércio Varejista Ampliado* - Índice-síntese dos grupos de atividades que compõem o varejo e mais os segmentos de “*Veículos e motocicletas, partes e peças*” e de “*Material de construção*”. Divulgados para o Brasil e suas 27 Unidades da Federação.

4 - *Índices de Comércio Varejista Ampliado por atividade* - Para todas as atividades relacionadas no item 2 além de “*Veículos e motos, partes e peças*” e de “*Material de construção*” são calculados índices para o Brasil e as 12 Unidades da Federação também citadas no item 2.

atividades econômicas atualizada com as mudanças no sistema produtivo das empresas.

3 A partir de junho de 2013, a atividade de “Móveis e eletrodomésticos” passa a ser divulgada também separadamente, em duas novas séries: “Móveis” e “Eletrodomésticos”.

- **Tipos de índices** - São divulgados quatro tipos de índices:

ÍNDICE DE BASE FIXA: Compara os níveis nominal e de volume da Receita Bruta de Revenda do mês com a média mensal obtida no ano de 2014.

ÍNDICE MÊS/MÊS ANTERIOR: Compara os índices nominal e de volume da Receita Bruta de Revenda do mês com os obtidos no mês imediatamente anterior. São índices cujas séries são ajustadas sazonalmente.

ÍNDICE MÊS/IGUAL MÊS DO ANO ANTERIOR: Compara os índices nominal e de volume da Receita Bruta de Revenda do mês de referência com os obtidos em igual mês do ano anterior;

ÍNDICE ACUMULADO NO ANO: Compara os índices acumulados nominais e de volume da Receita Bruta de Revenda de janeiro até o mês de referência com os de igual período do ano anterior;

ÍNDICE ACUMULADO DE 12 MESES: Compara os índices acumulados nominais e de volume da Receita Bruta de Revenda dos últimos 12 meses com os de igual período imediatamente anterior.

3 ENCADEAMENTO

A série de Índices de Base Fixa que se encerrou em dezembro de 2016 (base 2011 = 100) foi encadeada com a série que se inicia em janeiro de 2017 (base 2014 = 100). A série encadeada tem como referência a média mensal de 2014 = 100. Este procedimento não altera as séries dos Índices Mês/Igual Mês do Ano Anterior, Acumulado no Ano e Acumulado de 12 meses já publicadas.

4 SÉRIES DA PMC AJUSTADAS SAZONALMENTE

As séries da PMC ajustadas sazonalmente consideram como fatores sazonais, o efeito calendário, os feriados de Carnaval, Páscoa e Corpus Christi além da identificação de outliers. Os cálculos são feitos utilizando-se o software X13 ARIMA - SEATS, do U.S. Census Bureau. A modelagem foi inicialmente definida com a série de 5 anos da pesquisa (janeiro de 2000 a dezembro de 2004). Em julho de 2006 a modelagem foi atualizada com a série de 6 anos da pesquisa (janeiro de 2000 a dezembro de 2005) e permaneceu inalterada até a divulgação do resultado de dezembro de 2007. A partir de janeiro de 2008 a modelagem passou a ser atualizada anualmente até 2016, incorporando sempre as 12 últimas informações do ano anterior. A partir de abril de 2018, a modelagem foi atualizada com a série de 18 anos da pesquisa (janeiro 2000 a dezembro de 2017), com ampliação nos modelos de ajuste, incluindo as séries de receita nominal e volume do comércio varejista ampliado por unidade da federação. Para os feriados de Carnaval e Corpus Christi utilizou-se o programa “genhol.exe”, disponibilizado pelo U.S. Census Bureau, de modo a gerar a matriz de coeficientes de regressão.

As atividades PMC não contempladas no ajuste sazonal até dezembro de 2007 (“Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos”, “Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação”, “Livros, jornais, revistas e papelaria”, “Outros artigos de uso pessoal e doméstico” e “Material de Construção”), cujas séries completaram 60 meses, passaram a ser publicadas a partir de janeiro de 2008.

Os modelos adotados nas séries divulgadas são:

4.1 VOLUME DE VENDAS POR ATIVIDADES

ATIVIDADE	DECOMPOSIÇÃO	MODELO ARIMA	REGRESSÃO (REGARIMA)
Comércio Varejista	Multiplicativo	(2 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[8], Efeito Calendário, Ls2017.Jan
Hiper., Super, Produtos alimentícios, bebidas e fumo	Multiplicativo	(0 1 2)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[8], Efeito Calendário, Ls2012.Jan, Tc2017.Jan
Combustíveis e Lubrificantes	Multiplicativo	(0 1 0)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário
Tecidos, vestuário e calçados	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário, Ao2003.Mai, Ls2017.Jan
Móveis e eletrodomésticos	Multiplicativo	(2 1 2)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[1], Efeito Calendário, Ao2016.Jan
Super e Hipermercados	Multiplicativo	(2 1 2)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[8], Efeito Calendário, Ls2005.Fev, Ls2012.Jan, Tc2017.Jan, Ao2017.Mar
Automóveis, motocicletas, partes e peças	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[1], Efeito Calendário, Ls2008.Out, Ls2009.Jan, Ao2009.Jun, Ao2009.Set, Ao2010.Mar, Tc2012.Jun, Ao2012.Set
Equip. e Materiais p escritório, inform e comunicação	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário, Páscoa[1], Ls2004.Fev, Ao2010.Jun
Artigos farmac, méd, ortop e de perfumaria	Multiplicativo	(1 1 0)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[1], Efeito Calendário, Tc2003.Mar
Livros, jornais, revistas e papelaria.	Multiplicativo	(2 1 0)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[15], Efeito Calendário
Material de construção	Multiplicativo	(0 1 0)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[1], Efeito Calendário
Comércio Varejista Ampliado	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário, Tc2008.Nov, Ao2009.Jun, Ao2010.Mar, Ao2012.Set

4.2 VOLUME DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA POR UNIDADE DA FEDERAÇÃO

UF	DECOMPOSIÇÃO	MODELO ARIMA	REGRESSÃO (REGARIMA)
Acre	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Ls2006.Fev, Ls2003.Out, Ls2005.Fev
Alagoas	Multiplicativo	(1 1 0)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[1], Efeito Calendário
Amapá	Multiplicativo	(1 1 0)(0 1 1)	Ls2006.Jan
Amazonas	Multiplicativo	(2 1 0)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Ls2002.Dez, Ls2004.Mai
Bahia	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário
Ceará	Multiplicativo	(0 1 2)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário
Distrito Federal	Multiplicativo	(0 1 2)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[8], Efeito Calendário, Ao2001.Jun
Espírito Santo	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[8], Efeito Calendário, Ao2002.Abr, Ao2017.Fev
Goiás	Multiplicativo	(2 1 0)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[15], Efeito Calendário, Ls2002.Nov, Ls2003.Jul, Ls2005.Fev, Tc2017.Mar
Maranhão	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário
Minas Gerais	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[8], Efeito Calendário, Tc2003.Mar, Ls2005.Fev, Ls2017.Jan, Tc2017.Nov
Mato Grosso	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Efeito Calendário, Ao2002.Mai, Ls2006.Fev, Ls2017.Jan
Mato Grosso do Sul	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Páscoa[15], Efeito Calendário, Ao2011.Mai
Pará	Multiplicativo	(0 1 2)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[15], Efeito Calendário, Ls2001.Jan, Ls2002.Dez, Ls2008.Fev, Ao2014.Out
Paraíba	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[15], Efeito Calendário, Ls2008.Out
Paraná	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[8], Efeito Calendário, Ls2005.Fev
Pernambuco	Multiplicativo	(0 1 2)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[15], Efeito Calendário
Piauí	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário, Ls2003.Mar, Ao2004.Jan, Ls2005.Fev, Tc2008.Dez
Rio Grande do Norte	Multiplicativo	(0 1 1)(1 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário, Ls2002.Nov, Ao2004.Jan, Ls2005.Fev

Rio Grande do Sul	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[8], Efeito Calendário, Ls2017.Jan
Rio de Janeiro	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[8], Efeito Calendário
Rondônia	Multiplicativo	(0 1 1)(1 1 1)	Páscoa[8], Efeito Calendário, Ls2000.Mai, Ao2001.Jun, Ao2004.Jul, Ls2010.Fev
Roraima	Multiplicativo	(2 1 0)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário
Santa Catarina	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Páscoa[8], Efeito Calendário, Ls2017.Jan
Sergipe	Multiplicativo	(1 1 0)(0 1 1)	Páscoa[15], Efeito Calendário, Ls2005.Fev, Tc2006.Fev
São Paulo	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[8], Efeito Calendário, Ao2017.Mar
Tocantins	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário, Tc2003.Mai, Ls2005.Fev, Ls2010.Fev

4.3 VOLUME DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO POR UNIDADES DA FEDERAÇÃO

UF	DECOMPOSIÇÃO	MODELO ARIMA	REGRESSÃO (REGARIMA)
Acre	Multiplicativo	(0 1 2)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário, Páscoa[1], Tc2014.Mai
Alagoas	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário, Constante, Ao2005.Jul, Tc2012.Jun
Amapá	Multiplicativo	(1 1 0)(0 1 1)	Efeito Calendário, Ls2005.Jan, Ao2014.Jan
Amazonas	Aditivo	(2 1 0)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[1], Efeito Calendário, Ao2014.Mai
Bahia	Multiplicativo	(0 1 2)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[1], Efeito Calendário, Constante, Ao2010.Mar, Tc2012.Jun
Ceará	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário, Constante, Ao2010.Mar, Tc2012.Jun
Distrito Federal	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário, Ao2009.Set, Ao2010.Mar, Ao2012.Ago
Espírito Santo	Multiplicativo	(2 1 0)(1 0 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário, Ls2011.Jun
Goiás	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário, Constante, Tc2008.Nov, Ao2010.Mar

Maranhão	Multiplicativo	(2 1 2)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[1], Efeito Calendário
Minas Gerais	Multiplicativo	(2 1 0)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[1], Efeito Calendário
Mato Grosso	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[1], Efeito Calendário
Mato Grosso do Sul	Multiplicativo	(2 1 0)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário, Constante, Tc2008.Nov, Ao2010.Mar
Pará	Multiplicativo	(1 1 0)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário
Paraíba	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário, Constante, Ls2008.Out, Ls2014.Dez
Paraná	Multiplicativo	(1 1 0)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário
Pernambuco	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário, Constante
Piauí	Multiplicativo	(0 1 2)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[1], Efeito Calendário, Ls2005.Fev, Ls2005.Dez, Ao2009.Jun, Ao2010.Mar, Ao2012.Set
Rio Grande do Norte	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário, Constante, Ao2009.Set, Ao2010.Mar
Rio Grande do Sul	Multiplicativo	(0 1 2)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário, Ls2017.Jan
Rio de Janeiro	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[15], Efeito Calendário
Rondônia	Multiplicativo	(2 1 0)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário, Ls2006.Ago, Tc2016.Nov, Ao2017.Ago
Roraima	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Efeito Calendário, Tc2006.Set
Santa Catarina	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário, Tc2008.Nov, Ls2017.Jan
Sergipe	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário, Constante
São Paulo	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário, Constante, Ls2005.Fev, Ls2006.Fev, Ls2008.Out, Ao2009.Jun, Ao2009.Set, Ao2010.Mar
Tocantins	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[1], Efeito Calendário, Ls2005.Fev, Ls2010.Fev, Ls2014.Dez

4.4 RECEITA NOMINAL DE VENDAS POR ATIVIDADES

ATIVIDADE	DECOMPOSIÇÃO	MODELO ARIMA	REGRESSÃO (REGARIMA)
Comércio Varejista	Multiplicativo	(0 1 2)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[8], Efeito Calendário
Hiper., Super, Produtos alimentícios, bebidas e fumo	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Páscoa[8], Efeito Calendário, Ls2002.Out, Ls2012.Jan, Ao2016.Dez, Ls2017.Mar
Combustíveis e Lubrificantes	Multiplicativo	(0 1 0)(1 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário
Tecidos, vestuário e calçados	Multiplicativo	(0 1 2)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário, Ao2003.Mai, Ls2017.Jan
Móveis e eletrodomésticos	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[1], Efeito Calendário
Super e Hipermercados	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[8], Efeito Calendário, Ls2002.Out, Ls2005.Fev, Ls2012.Jan, Ao2016.Dez, Ls2017.Mar
Automóveis, motocicletas, partes e peças	Multiplicativo	(2 1 0)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[1], Efeito Calendário, Ls2008.Out, Ao2012.Set
Equip. e Materiais p escritório, inform e comun	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário, Ls2005.Fev
Artigos farmac, méd, ortop e de perfumaria	Multiplicativo	(2 1 0)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[1], Efeito Calendário
Livros, jornais, revistas e papelaria.	Multiplicativo	(2 1 2)(0 1 1)	Efeito Calendário, Tc2016.Mar
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	Multiplicativo	(2 1 2)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[8]
Material de construção	Multiplicativo	(0 1 0)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[1], Efeito Calendário
Comércio Varejista Ampliado	Multiplicativo	(2 1 0)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário, Constante, Ls2008.Out, Ao2010.Mar, Ao2012.Ago

4.5 RECEITA NOMINAL DE DO COMÉRCIO VAREJISTA VENDAS POR UNIDADE DA FEDERAÇÃO

UF	DECOMPOSIÇÃO	MODELO ARIMA	REGRESSÃO (REGARIMA)
Acre	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Tc2003.Nov, Ls2005.Fev, Ls2006.Fev
Alagoas	Multiplicativo	(1 1 0)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[1], Efeito Calendário
Amapá	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Ls2006.Jan
Amazonas	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Ls2004.Mai, Ls2005.Fev
Bahia	Multiplicativo	(2 1 0)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[15], Efeito Calendário
Ceará	Multiplicativo	(1 1 0)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário
Distrito Federal	Multiplicativo	(2 1 0)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[8], Efeito Calendário, Tc2001.Jun
Espírito Santo	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[8], Efeito Calendário, Ao2002.Abr, Ao2017.Fev
Goiás	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[15], Efeito Calendário, Ao2003.Fev, Ls2005.Fev, Tc2017.Mar
Maranhão	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário, Ao2001.Mai, Tc2002.Mar, Ao2004.Nov, Ao2011.Out
Minas Gerais	Multiplicativo	(0 1 2)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[8], Efeito Calendário, Ao2003.Fev, Ao2004.Fev
Mato Grosso	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Efeito Calendário, Ao2002.Mai, Ls2006.Fev, Ao2017.Jan
Mato Grosso do Sul	Multiplicativo	(2 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário, Ls2009.Fev, Ao2012.Dez
Pará	Multiplicativo	(0 1 2)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[15], Efeito Calendário, Ls2001.Jun, Ao2008.Jan, Ao2014.Out
Paraíba	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[15], Efeito Calendário, Ao2008.Jan, Ls2008.Out
Paraná	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[8], Efeito Calendário, Ls2005.Fev
Pernambuco	Multiplicativo	(1 1 0)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[15], Efeito Calendário, Tc2003.Jan
Piauí	Multiplicativo	(2 1 2)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário, Tc2004.Jan, Ls2005.Fev
Rio Grande do Norte	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário, Ls2005.Fev
Rio Grande do Sul	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[8], Efeito Calendário, Tc2017.Jan
Rio de Janeiro	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[15], Efeito Calendário, Ao2003.Fev
Rondônia	Multiplicativo	(0 1 1)(1 1 1)	Páscoa[8], Efeito Calendário, Ls2000.Mai, Ao2001.Jun, Ao2004.Jul, Ls2010.Fev

Roraima	Multiplicativo	(0 1 2)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário, Ls2017.Jan
Santa Catarina	Multiplicativo	(2 1 2)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[8], Efeito Calendário
Sergipe	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Páscoa[15], Efeito Calendário, Ls2005.Fev, Ls2006.Fev
São Paulo	Multiplicativo	(1 1 0)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[8], Efeito Calendário, Tc2005.Fev, Ls2006.Fev, Ao2017.Mar
Tocantins	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Tc2003.Mai, Ls2005.Fev, Ls2010.Fev

4.6 RECEITA NOMINAL DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO POR UNIDADE DA FEDERAÇÃO

UF	DECOMPOSIÇÃO	MODELO ARIMA	REGRESSÃO (REGARIMA)
Acre	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[1], Efeito Calendário, Constante, Tc2014.Mai
Alagoas	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário, Constante, Ao2005.Jul
Amapá	Multiplicativo	(1 1 0)(0 1 1)	Efeito Calendário, Ao2004.Dez, Ao2014.Jan
Amazonas	Aditivo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário, Ao2014.Mai, Ls2014.Dez
Bahia	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[1], Efeito Calendário, Constante
Ceará	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[1], Efeito Calendário, Constante, Ls2008.Out, Tc2012.Jun
Distrito Federal	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário, Constante, Ao2009.Set, Ao2010.Mar, Ao2012.Ago
Espírito Santo	Multiplicativo	(2 1 0)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário
Goiás	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário, Constante, Ls2008.Out, Ao2010.Mar
Maranhão	Multiplicativo	(0 1 2) (0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[1], Efeito Calendário
Minas Gerais	Multiplicativo	(2 1 0)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário, Constante, Ls2005.Fev
Mato Grosso	Multiplicativo	(1 1 0)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[1], Efeito Calendário
Mato Grosso do Sul	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário, Ls2008.Nov, Ao2010.Mar
Pará	Multiplicativo	(2 1 0)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário, Ao2008.Jan, Tc2014.Out
Paraíba	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário, Constante, Ls2008.Out, Ls2014.Dez
Paraná	Multiplicativo	(1 1 0)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário, Tc2008.Nov, Ao2010.Mar
Pernambuco	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário, Constante
Piauí	Multiplicativo	(0 1 2)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[1], Efeito Calendário, Constante, Ls2005.Fev, Tc2005.Dez, Ao2009.Jun, Ao2010.Mar, Ao2012.Set

Rio Grande do Norte	Multiplicativo	(1 1 2)(1 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário, Constante, Ao2010.Mar
Rio Grande do Sul	Multiplicativo	(1 1 0)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário, Ls2017.Jan
Rio de Janeiro	Multiplicativo	(0 1 2)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[15], Efeito Calendário, Ao2009.Jun
Rondônia	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário, Tc2005.Fev, Ls2016.Nov, Ao2017.Ago
Roraima	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Efeito Calendário
Santa Catarina	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário, Tc2008.Nov
Sergipe	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário, Constante, Ls2005.Fev
São Paulo	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário, Constante, Ls2005.Fev, Ls2006.Fev, Ls2008.Out, Ao2009.Jun, Ao2009.Set, Ao2010.Mar
Tocantins	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[1], Efeito Calendário, Ls2005.Fev, Ls2010.Fev, Ls2014.Dez

5 DEFLATORES DA PESQUISA

Os índices de preços aplicados para o deflacionamento (data de referência: julho de 2014) das receitas correntes das empresas da PMC são derivados do IPCA mensal para as atividades PMC de 1 a 11 e do SINAPI somente para a atividade 11, pesquisados e divulgados pelo IBGE. Os itens do IPCA utilizados na pesquisa são os que melhor representam o comportamento de preços de cada grupo de produtos e/ou CNAE que compõe uma atividade PMC.

Atividades da PMC	CNAE da PMC	Grupo de produto	Itens do IPCA
1-Combustíveis e lubrificantes	4731-8	-	IPCA (cód. 5104)
	4732-6	-	IPCA (cód. 5102007)
2-Hipermercados e supermercados	4711-3	Alimentos	IPCA (cód. 11)
		Consumo pessoal	IPCA (cód. 63)
		Consumo residencial	IPCA (cód. 2104)
		Outros	IPCA (cód: IG)
3-Produtos alimentícios, bebidas e fumo	4712-1	-	IPCA (cód. 11)
	4729-6	-	IPCA (cód. 11) IPCA (cód. 7202)
	4721-1	-	IPCA (cód. 1111) IPCA (cód. 1112) IPCA (cód. 1201061)
	4722-9	-	IPCA (cód. 1107) IPCA (cód. 1108)
	4723-7	-	IPCA (cód. 1114)
	4724-5	-	IPCA (cód. 1103) IPCA (cód. 1105) IPCA (cód. 1106)
4- Tecidos, vestuário e calçados	4755-5	-	IPCA (cód. 4401)
	4781-4	-	IPCA (cód. 41)
	4782-2	-	IPCA (cód. 42)
5- Móveis e eletrodomésticos	4753-9	-	IPCA (cód. 32)
	4756-3	-	IPCA (cód. 7201010)
	4759-8	-	IPCA (cód. 3102)
	4762-8	-	IPCA (cód. 7201002)
	4754-7	-	IPCA (cód. 3101) IPCA (cód. 3102)
6- Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, perfumaria e cosméticos	4771-7	-	IPCA (cód. 6101)
	4772-5	-	IPCA (cód. 6301)
	4773-3	-	IPCA (cód. 6201006)

Atividades da PMC	CNAE da PMC	Grupo de produto	Itens do IPCA
7-Equipamentos e Material para escritório, informática e comunicação	4751-2	-	IPCA (cód. 3202028)
	4752-1	-	IPCA (cód. 9101019)
8-Livros, jornais, revistas e papelaria	4761-0	-	IPCA (cód: 8102005) IPCA (cód: 8102001) IPCA (cód: 8102004) IPCA (cód: 8103)
9-Outros artigos de uso pessoal e doméstico	4713-0	-	IPCA (cód: 1104) IPCA (cód: 1112003) IPCA (cód: 3102) IPCA (cód: 3103) IPCA (cód: 32) IPCA (cód: 41) IPCA (cód: 42) IPCA (cód: 63)
	4774-1		IPCA (cód: 6102)
	4783-1	-	IPCA (cód: 4301002) IPCA (cód: 4301004)
	4789-0		IPCA (cód: IG)
	4757-1		IPCA (cód: IG)
	4763-3	-	IPCA (cód: 7201019) IPCA (cód: 7201023)
10-Veículos, motocicletas, partes e peças	4511-1	Veículos novos	IPCA (cód: 5102001)
		Veículos usados	IPCA (cód: 5102020)
		Partes e peças	IPCA (cód: 5102009) IPCA (cód: 5102010)
	4530-7	Veículos novos	IPCA (cód: 5102001)
		Veículos usados	IPCA (cód: 5102020)
		Partes e peças	IPCA (cód: 5102009) IPCA (cód: 5102010)
	4541-2	Veículos novos	IPCA (cód: 5102053)
		Veículos usados	IPCA (cód: 5102053)
		Partes e peças	IPCA (cód: 5102009) IPCA (cód: 5102010)
11-Atacado e varejo de material de construção	4671-1	-	SINAPI (cód: IG)
	4672-9	-	SINAPI (cód: IG)
	4673-7	-	SINAPI (cód: IG)
	4674-5	-	SINAPI (cód: IG)
	4679-6	-	SINAPI (cód: IG)
	4741-5	-	IPCA (cód: 2103009) IPCA (cód: 2103014)
	4742-3	-	IPCA (cód: 2103008)
	4743-1	-	IPCA (cód: 2103)
	4744-0	-	IPCA (cód: 2103005) IPCA (cód: 2103032) IPCA (cód: 2103039) IPCA (cód: 2103040) IPCA (cód: 2103041)

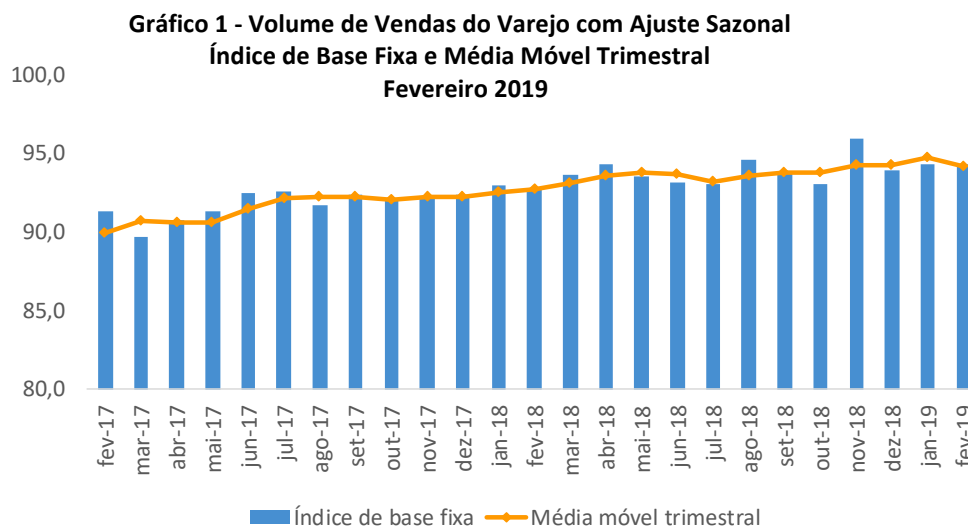
12-Móveis	4753-9	-	IPCA (cód. 3101) IPCA (cód. 3102)
	4756-3	-	IPCA (cód. 3102)
	4759-8	-	IPCA (cód. 3101) IPCA (cód. 3102)
	4762-8	-	IPCA (cód. 3102)
	4754-7	-	IPCA (cód. 3101) IPCA (cód. 3102)
13-Eletrrodomésticos	4753-9	-	IPCA (cód. 32)
	4756-3	-	IPCA (cód. 7201010)
	4759-8	-	IPCA (cód. 32)
	4762-8	-	IPCA (cód. 7201002)
	4754-7	-	IPCA (cód. 32)

6 OBSERVAÇÕES

Os índices do mês poderão ser alterados na divulgação do mês subsequente, em virtude de retificações nos dados primários por parte dos informantes da pesquisa.

COMENTÁRIOS

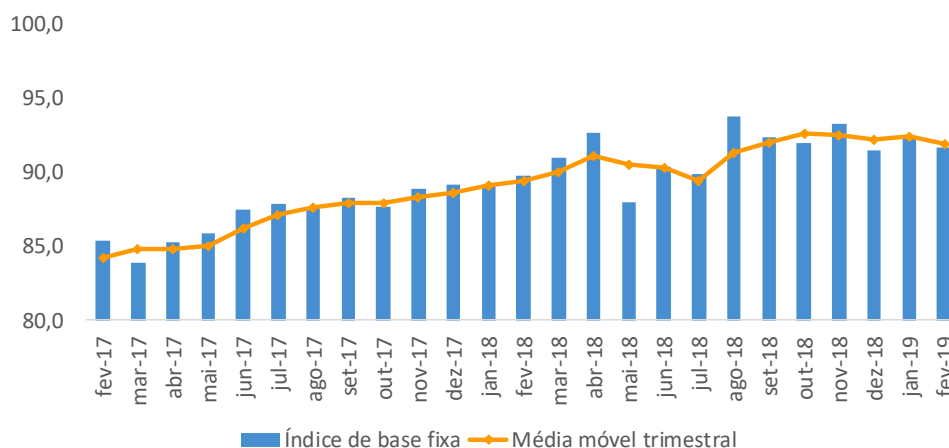
Em fevereiro de 2019, o volume de vendas do **comércio varejista** nacional ficou estável (0,0%) frente ao mês imediatamente anterior, na série livre de influências sazonais, após acréscimo de 0,4% em janeiro. Com isso, o índice de média móvel trimestral para o varejo mostrou decréscimo de 0,6% no trimestre encerrado em fevereiro, após acréscimo de 0,5% no trimestre encerrado em janeiro, conforme mostra Gráfico 1.



Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria

Para o **comércio varejista ampliado**, que inclui, além do varejo, as atividades de *Veículos, motos, partes e peças* e de *Material de construção*, o volume de vendas, com recuo de 0,8% em relação a janeiro de 2019, eliminou grande parte do aumento de 1,0% registrado no mês anterior, contribuindo, assim, para que a média móvel do trimestre encerrado em fevereiro (-0,5%) sinalizasse redução no ritmo de vendas, quando comparada à média móvel no trimestre encerrado em janeiro (0,2%), conforme mostra Gráfico 2.

Gráfico 2 - Volume de Vendas do Varejo Ampliado com Ajuste Sazonal
Índice de Base Fixa e Média Móvel Trimestral
Fevereiro 2019



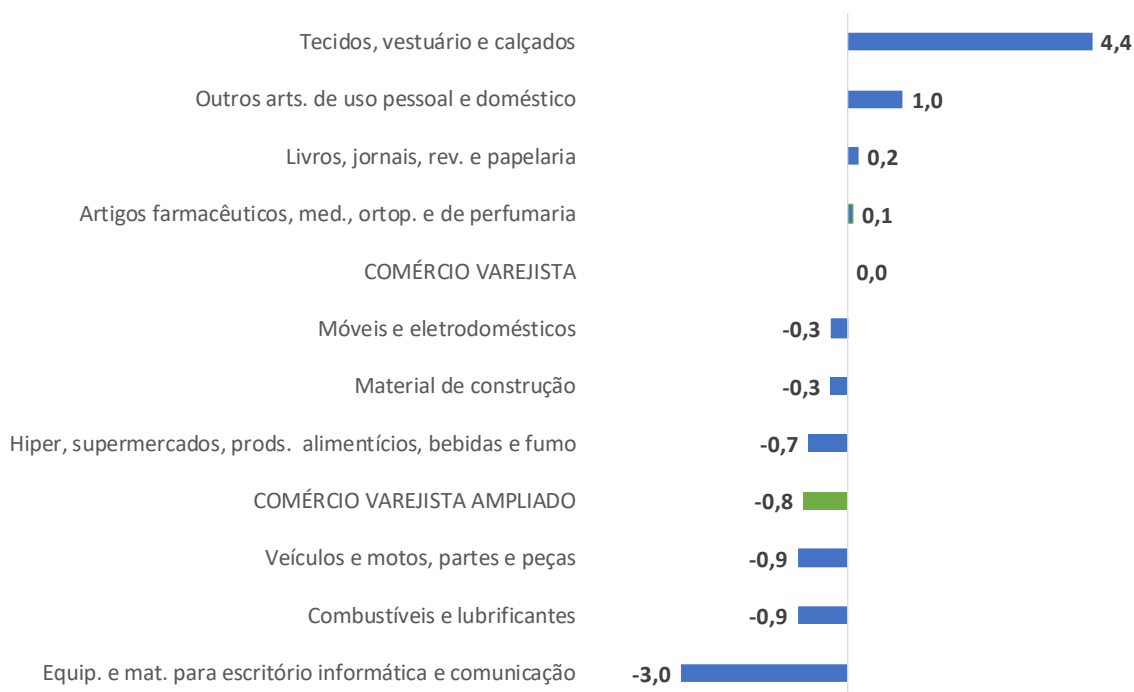
Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria

Na série sem ajuste sazonal, o **comércio varejista** assinalou aumento de 3,9% em fevereiro de 2019, frente ao patamar de vendas de fevereiro de 2018. No acumulado do primeiro bimestre de 2019, contra igual período do ano anterior, o varejo avançou 2,8%. A taxa anualizada, indicador acumulado nos últimos doze meses, ao registrar crescimento de 2,3% em fevereiro 2019, permaneceu praticamente estável pelo terceiro mês. O **comércio varejista ampliado**, frente a fevereiro de 2018, avançou 7,7%, vigésima segunda taxa positiva consecutiva. Assim, o varejo ampliado acumulou crescimento de 5,4% para o primeiro bimestre de 2019. O indicador acumulado nos últimos doze meses, ao passar de 4,7% até janeiro para 4,9% em fevereiro, apontou ligeiro aumento no ritmo de vendas.

RESULTADOS SETORIAIS

A estabilidade (0,0%) assinalada pelo volume de vendas do **comércio varejista** na passagem de janeiro para fevereiro de 2019, na série com ajuste sazonal, foi resultado do equilíbrio entre as pressões positivas (quatro atividades) e as pressões negativas (quatro atividades). Entre os setores que mostraram aumento nas vendas em fevereiro, o destaque foi para *Tecidos, vestuário e calçados* (4,4%), seguido por, *Outros artigos de uso pessoal e doméstico* (1,0%), *Livros, jornais, revistas e papelaria* (0,2%) e *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos* (0,1%). Por outro lado, pressionando negativamente o resultado de fevereiro, destacaram-se *Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* (-0,7%) e *Combustíveis e lubrificantes* (-0,9%), seguido por *Móveis e eletrodomésticos* (-0,3%) e *Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação* (-3,0%), conforme mostra Gráfico 3. Considerando o **comércio varejista ampliado**, em fevereiro, o volume de vendas recuou 0,8%, frente a janeiro de 2019, na série com ajuste sazonal. Para essa mesma comparação, o setor de *Veículos, motos, partes e peças* mostrou variação negativa de 0,3% e *Material de construção* recuou 0,9%, ambos, respectivamente, após crescimentos de 5,8% e 0,2% registrados no mês anterior.

Gráfico 3 - Volume de Vendas do Comércio Varejista e Varejista Ampliado
Indicador mês/ mês imediatamente anterior
Série com ajuste sazonal
Fevereiro 2019



Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria

Frente a igual mês do ano anterior, em fevereiro de 2019, o **comércio varejista** mostrou aumento de 3,9%, com a predominância de taxas positivas atingindo sete das oito atividades pesquisadas. Vale citar a influência positiva para o resultado de fevereiro vinda do deslocamento do feriado móvel do Carnaval, na medida em que fevereiro de 2019 (20 dias) teve dois dias úteis a mais do que fevereiro de 2018 (18 dias). Entre as atividades com crescimento, destacaram-se, por ordem de contribuição a taxa global, *Outros artigos de uso pessoal e doméstico* (10,7%), seguido por *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos* (10,1%), *Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* (1,5%), *Tecidos, vestuário e calçados* (10,7%), *Combustíveis e lubrificantes* (3,0%), *Móveis e eletrodomésticos* (2,7%) e *Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação* (2,9%). Por outro lado, pressionando negativamente o resultado de fevereiro, encontra-se somente o setor de vendas de *Livros, jornais, revistas e papelaria*, com queda de 24,3%, décimo nono recuo consecutivo. Com avanço de 7,7% contra fevereiro de 2018, o **comércio varejista ampliado** registrou a vigésima segunda taxa positiva. Esse resultado refletiu, principalmente, a contribuição vinda do desempenho de *Veículos, motos, partes e peças* (19,4%), que voltou a mostrar avanço a dois dígitos, seguido por *Material de construção* (9,3%) e *Outros artigos de uso pessoal e doméstico* (10,7%), conforme Tabela 1.

**Tabela 1 - BRASIL INDICADORES DO VOLUME DE VENDAS NO COMÉRCIO VAREJISTA E COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO
COMPOSIÇÃO DA TAXA MENSAL DO COMÉRCIO VAREJISTA, POR ATIVIDADES**

Fevereiro 2019				
Atividades	COMÉRCIO VAREJISTA		COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO	
	Taxa de variação (%)	Composição absoluta da taxa (p.p.)	Taxa de variação (%)	Composição absoluta da taxa (p.p.)
Taxa Global	3,9	3,9	7,7	7,7
1 - Combustíveis e lubrificantes	3,0	0,3	3,0	0,2
2 - Hiper, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	1,5	0,8	1,5	0,5
3 - Tecidos, vestuário e calçados	10,7	0,7	10,7	0,5
4 - Móveis e eletrodomésticos	2,7	0,3	2,7	0,2
5 - Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria	10,1	0,9	10,1	0,6
6 - Livros, jornais, revistas e papelaria	-24,3	-0,2	-24,3	-0,2
7 - Equipamentos e mat. para escritório informática e comunicação	2,9	0,0	2,9	0,0
8 - Outros artigos de uso pessoal e doméstico	10,7	1,1	10,7	0,8
9 - Veículos e motos, partes e peças			19,4	4,1
10- Material de construção			9,3	0,8

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria.

Nota: A composição da taxa mensal corresponde à participação dos resultados setoriais na formação da taxa global.

O segmento de *Outros artigos de uso pessoal e doméstico*, que engloba lojas de departamentos, óticas, joalherias, artigos esportivos, brinquedos, etc., com expansão de 10,7% no volume de vendas em relação a fevereiro de 2018, mostrou ganho de ritmo em relação ao resultado de janeiro (6,1%), influenciado, parcialmente, pelo efeito calendário e exerceu, assim, a maior contribuição ao resultado geral do varejo (Tabela 1). Com isso, o setor acumulou nos dois primeiros meses do ano ganho de 8,2%. O indicador acumulado nos últimos doze meses, após perder fôlego a partir de abril de 2018, registrou aumento de 7,5%, com ligeiro ganho (0,2 p.p.) em relação ao resultado de janeiro.

A atividade de *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria*, com alta de 10,1% nas vendas frente a fevereiro de 2018, exerceu a segunda maior contribuição na taxa global do varejo, registrando a vigésima segunda variação positiva consecutiva, na comparação com igual mês do ano anterior. Ainda que pese o caráter de uso básico e contínuo do setor, a redução de preços do grupamento produtos farmacêuticos⁴, é fator relevante que contribui para o desempenho do setor. No primeiro bimestre do ano, esse segmento acumulou a maior taxa de variação entre as atividades do comércio (8,6%). Com isso, em termos de resultado acumulado nos últimos doze meses, ao passar de aumento de 6,0% até janeiro para 6,4% até fevereiro, o segmento permaneceu em trajetória ascendente.

O setor de *Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo*, com aumento de 1,5% frente a fevereiro de 2018, registrou a vigésima terceira taxa positiva consecutiva nessa

⁴ IBGE/COINP em fev/19 a variação dos preços do grupamento “produtos farmacêuticos” ficou em 1,18%, enquanto em fev /18 estava em 3,77%, segundo o IPCA em 12 meses

comparação. O segmento exerceu o terceiro maior impacto positivo na formação da taxa global do varejo. O desempenho da atividade vem sendo sustentado pela estabilidade da massa de rendimento real habitualmente recebida⁵. No primeiro bimestre de 2019, esse segmento acumulou aumento de 1,9% frente a igual bimestre de 2018, porém a análise pelo indicador acumulado nos últimos doze meses, ao registrar aumento de 3,6%, permaneceu mostrando redução na intensidade de crescimento, movimento presente desde agosto de 2018 (4,8%).

O setor de *Tecidos, vestuário e calçados*, com aumento de 10,7% em relação a fevereiro de 2018, interrompe dois meses seguidos de taxas negativas e registra a taxa mais elevada desde setembro de 2017 (12,5%), resultado influenciado, em parte, pelo efeito calendário. Vale citar também, a contribuição vinda da redução de preços do grupamento de vestuário⁶. O acumulado para os dois primeiros meses do ano ficou em 4,1%, interrompendo sequência de doze meses de taxas negativas. Com isso, o indicador acumulando nos últimos doze meses, ao passar de recuo de 1,7% em janeiro para decréscimo de 0,8% em fevereiro, mostra redução de ritmo de queda, mas ainda se mantém no campo negativo.

O segmento de *Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação* mostrou aumento de 2,9% em relação a fevereiro de 2018 e de 2,2% no acumulado no ano. Porém, o indicador acumulado nos últimos doze meses (-0,4%) intensifica ritmo de queda nas vendas em relação a janeiro (-0,2%).

Combustíveis e lubrificantes, obteve aumento de 3,0% no volume de vendas em relação a fevereiro de 2018, terceira taxa positiva. A redução dos preços de combustíveis, abaixo da variação média de preços⁷, é fator relevante que vem influenciando positivamente o desempenho do setor. Com isso, o acumulado nos dois primeiros meses de 2019 ficou em 2,2%. Ainda assim, o indicador anualizado, acumulado nos últimos doze meses, permaneceu no campo negativo (-3,8%), mas mostra recuperação desde novembro de 2018 (-5,5%)

O segmento de *Móveis e eletrodomésticos*, mostrou aumento de 2,7% no volume de vendas em relação a fevereiro de 2018, após recuos de 5,3% e de 2,8% registrados, respectivamente, em dezembro/18 e janeiro/19. Ainda assim, no primeiro bimestre do ano o segmento acumula ligeira perda (-0,3%) em relação a igual período do ano passado. O indicador acumulado nos últimos doze meses, ao passar de -1,9% até janeiro para -2,0% em fevereiro, fica praticamente estável e mantém a perda de ritmo observada desde abril de 2018 (9,6%).

A atividade de *Livros, jornais, revistas e papeleria* apresentou recuo no volume de vendas de 24,3% frente a fevereiro de 2018. O comportamento deste segmento vem sendo influenciado,

⁵ IBGE/COREN a massa de rendimentos reais habitualmente recebidos (2,0%) permanece estável no tri móvel dez/18-fev/19 em relação ao igual trimestre de 2018

⁶ IBGE/COINP em fevereiro/19 a variação dos preços do grupamento "vestuário" ficou em 0,48%, enquanto em fevereiro /18 estava em 1,98%, segundo o IPCA em 12 meses

principalmente, pela redução de lojas físicas. Na comparação com o primeiro bimestre do ano passado, a perda do setor chegou a 26,8%. Com isso, o indicador anualizado, acumulado nos últimos doze meses, ao passar de recuo de 17,7% até janeiro para -19,6% até fevereiro, permanece no campo negativo desde março de 2014 (-0,2%) e acentuou a trajetória descendente iniciada em abril de 2018 (-5,2%).

O setor de *Veículos, motos, partes e peças*, ao registrar aumento de 19,4% em relação a fevereiro de 2018, assinalou a vigésima segunda taxa positiva seguida. Com isso, o setor acumulou no primeiro bimestre de 2019 um avanço de 13,7%. A análise pelo indicador acumulado nos últimos doze meses (14,3%) mostrou estabilidade em relação a janeiro, mantendo, assim, trajetória de recuperação iniciada em julho de 2016 (-17,8%).

Com aumento de 9,3% em relação a fevereiro de 2018, o segmento de *Material de Construção* voltou a registrar crescimento pelo segundo mês, após resultado negativo em dezembro (-0,6%). No acumulado do ano a taxa foi de 5,5%. Com isso, o indicador acumulado nos últimos doze meses, ao passar de 3,1% em janeiro para 3,4% em fevereiro, mostrou ganho de ritmo e interrompe trajetória descendente iniciada em maio de 2018.

RESULTADOS REGIONAIS

Na passagem de janeiro para fevereiro de 2019, na série com ajuste sazonal, a taxa média nacional de vendas do **comércio varejista** mostrou estabilidade (0,0%) com predomínio de resultados negativos em 15 das 27 Unidades da Federação, com destaque, por magnitude de taxa, para: Paraná (-1,5%), Distrito Federal (-1,1%) e Piauí (-1,1%). Por outro lado, pressionando positivamente, figuram, 12 das 27 Unidades da Federação, com destaque para: Tocantins (8,9%), Espírito Santo (5,0%) e Sergipe (2,6%), conforme Gráfico 4. Para a mesma comparação, no **comércio varejista ampliado**, a variação entre janeiro e fevereiro foi de decréscimo de 0,8%, com predomínio de resultados negativos em 14 das 27 Unidades da Federação, com destaque para: Acre (-2,2%), Distrito Federal (-1,7%) e Minas Gerais (-1,3%). Por outro lado, pressionando positivamente, figuram 13 das 27 Unidades da Federação, com destaque para: Tocantins (4,8%), Amapá (4,2%) e Bahia (1,2%), conforme Gráfico 5.

⁷ IBGE/COINP em fevereiro/19 a variação dos preços do grupamento “combustíveis” ficou em -0,59%, enquanto em fevereiro /18 estava em 11,62%, segundo o IPCA em 12 meses

Gráfico 4 - Taxa de variação do Volume de Vendas do Comércio Varejista por UF
Mês/Mês imediatamente anterior
série com ajuste sazonal
Fevereiro 2019

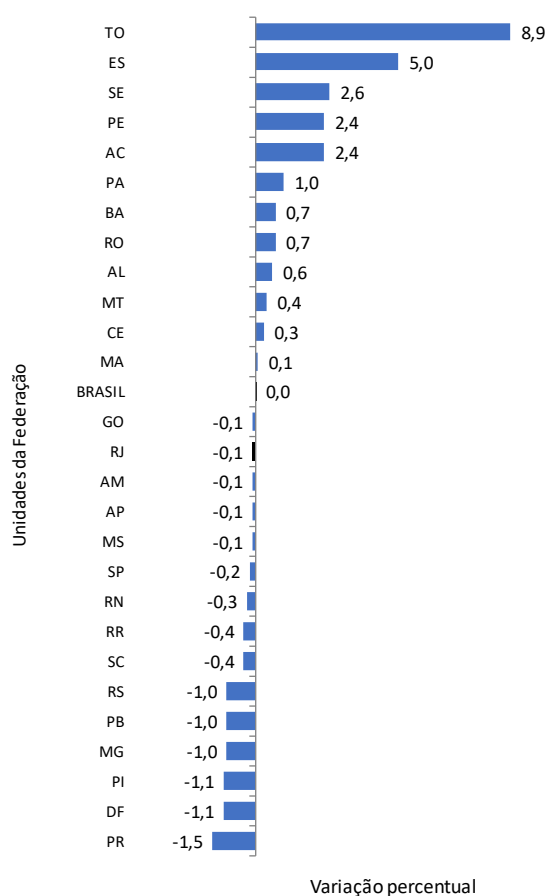
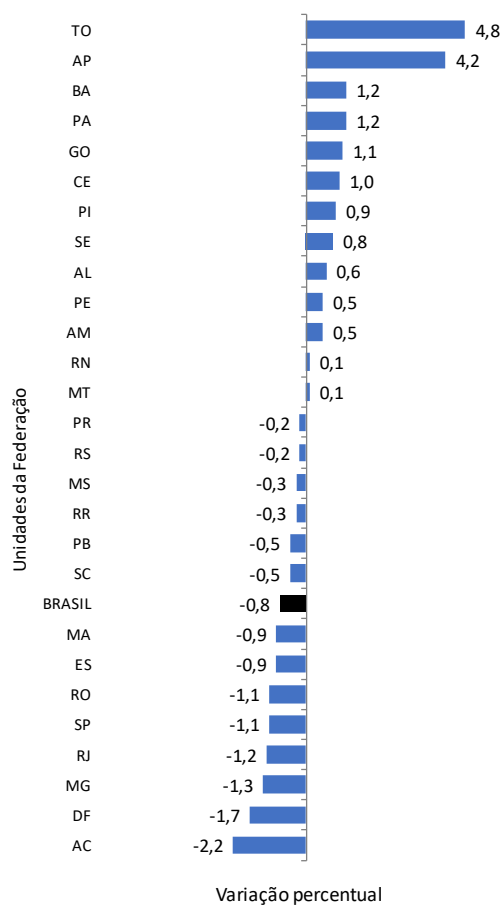


Gráfico 5 - Taxa de variação do Volume de Vendas do Comércio Varejista Ampliado por UF
Mês/Mês imediatamente anterior
série com ajuste sazonal
Fevereiro 2019



Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria

Frente a fevereiro de 2018, a variação do volume de vendas do **comércio varejista** nacional foi 3,9%, com predomínio de resultados positivos, que atingiram 22 das 27 Unidades da Federação, com destaque para: Espírito Santo (12,6%), Acre (9,0%) e Pará (8,2%). Por outro lado, pressionando negativamente, figuram cinco das 27 Unidades da Federação, com destaque para: Piauí (-6,8%), Roraima (-3,0%) e Paraná (-1,8%), conforme Gráfico 6. Quanto à participação na composição da taxa do varejo, destacam-se São Paulo (4,9%), Rio de Janeiro (4,2%) e Santa Catarina (6,8%). Considerando o **comércio varejista ampliado**, no confronto com fevereiro de 2018, o aumento de 7,7% foi acompanhado por 26 das 27 Unidades da Federação que apresentaram variações positivas, com destaque, em termos de volume de vendas, para Mato Grosso (12,1%), Goiás (11,3%) e Pará (10,8%). Por outro lado, pressionando negativamente, figura somente Roraima (-0,8%), conforme Gráfico 7. Quanto à participação na composição da taxa do varejo ampliado, o destaque foi para São Paulo (8,6%), Rio Grande do Sul (9,6%) e Santa Catarina (9,9%).

Gráfico 6 - Volume de Vendas do Comércio Varejista por UF
mês/igual mês do ano anterior
Fevereiro 2019

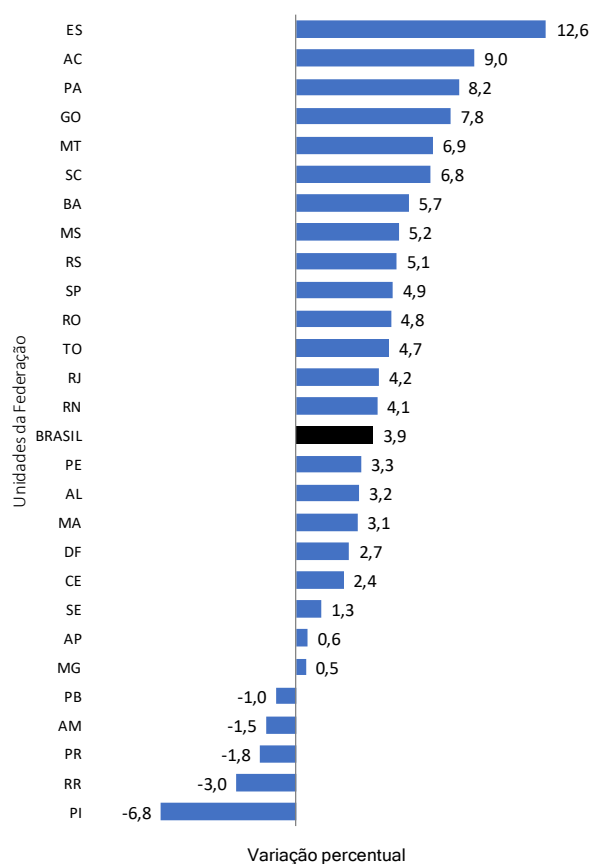
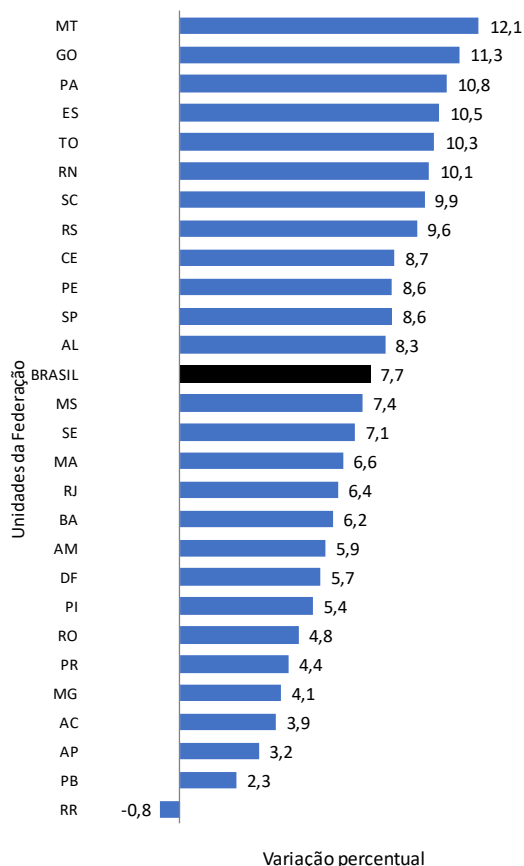


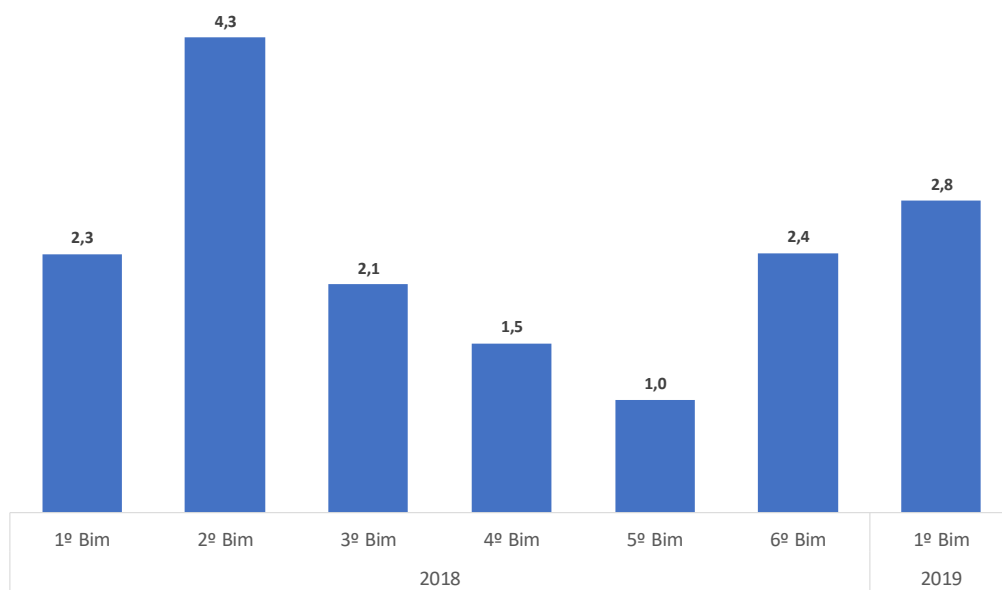
Gráfico 7 - Volume de Vendas do Comércio Varejista Ampliado por UF
mês/igual mês do ano anterior
Fevereiro 2019



Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria

Em síntese, o volume de vendas no varejo, em fevereiro de 2019, voltou a mostrar um quadro de menor ritmo, expresso pela estabilidade do patamar de vendas de fevereiro de 2019 frente ao mês imediatamente anterior, com desaceleração do índice de média móvel trimestral que sai de um avanço de 0,5% em janeiro para recuo 0,6% em fevereiro. Com isso, o total do comércio varejista encontra-se 6,6% abaixo do nível recorde alcançado em outubro de 2014. No confronto com fevereiro de 2019, na série sem ajuste sazonal, o comércio varejista avançou 3,9% influenciado pelo efeito calendário, reflexo do deslocamento do feriado móvel do Carnaval. Ainda na comparação com o ano de 2018, a manutenção de taxas positivas observadas em 2019 para a maior parte das atividades do comércio propiciou um ganho de ritmo no volume de vendas nos primeiros dois primeiros meses do ano (2,8%) em relação ao último bimestre de 2018 (2,4%), ambas comparações contra igual período do ano anterior. A análise bimestral mostrou, para o primeiro bimestre de 2019, taxa de crescimento mais elevada para o varejo desde o segundo bimestre de 2018 (4,3%).

Gráfico 8 - Volume de Vendas do Comércio Varejista
Indicador Bimestral 2018-2019
(base: igual bimestre do ano anterior)



Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria

TABELAS

**Volume de vendas
do comércio varejista e comércio varejista ampliado**

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 1 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo as atividades de divulgação
Fevereiro 2019 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mês/Mês anterior (1)			Mensal (2)			Acumulado no ano (3)			Últimos 12 meses (4)		
	DEZ	JAN	FEV	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Comércio varejista (5)	-2,1	0,4	0,0	0,6	1,9	3,9	2,3	1,9	2,8	2,3	2,2	2,3
1. Combustíveis e lubrificantes	1,5	0,5	-0,9	0,1	1,4	3,0	-4,9	1,4	2,2	-4,9	-4,5	-3,8
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	-0,4	0,7	-0,7	1,5	2,3	1,5	3,8	2,3	1,9	3,8	3,7	3,6
2.1. Hipermercados e supermercados	0,0	0,7	-0,6	1,9	2,8	1,9	4,0	2,8	2,3	4,0	4,0	4,0
3. Tecidos, vestuário e calçados	-3,6	0,1	4,4	-1,5	-1,4	10,7	-1,5	-1,4	4,1	-1,5	-1,7	-0,8
4. Móveis e eletrodomésticos	-4,9	0,3	-0,3	-5,3	-2,8	2,7	-1,3	-2,8	-0,3	-1,3	-1,9	-2,0
4.1. Móveis	-	-	-	-6,1	-0,9	6,3	-3,3	-0,9	2,4	-3,3	-3,4	-3,1
4.2. Eletrodomésticos	-	-	-	-4,7	-3,3	1,3	0,2	-3,3	-1,2	0,2	-1,0	-1,2
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	0,4	-0,6	0,1	7,2	7,3	10,1	5,9	7,3	8,6	5,9	6,0	6,4
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	1,9	-1,0	0,2	-24,8	-28,7	-24,3	-14,7	-28,7	-26,8	-14,7	-17,7	-19,6
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-6,6	8,3	-3,0	-3,3	1,6	2,9	0,1	1,6	2,2	0,1	-0,2	-0,4
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-14,1	7,2	1,0	2,1	6,1	10,7	7,6	6,1	8,2	7,6	7,3	7,5
Comércio varejista ampliado (6)	-1,8	1,0	-0,8	1,7	3,4	7,7	5,0	3,4	5,4	5,0	4,7	4,9
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-3,6	5,8	-0,9	7,2	8,8	19,4	15,1	8,8	13,7	15,1	14,3	14,3
10. Material de construção	-0,4	0,2	-0,3	-0,6	2,2	9,3	3,5	2,2	5,5	3,5	3,1	3,4

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria

(1) Base: mês imediatamente anterior - série com ajuste sazonal

(2) Base: igual mês do ano anterior

(3) Base: igual período do ano anterior

(4) Base: últimos 12 meses anteriores

(5) O indicador do comércio varejista é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 8.

(6) O indicador do comércio varejista ampliado é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 10

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 2 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista, segundo as unidades da federação
Fevereiro 2019 - Variação (%)

Brasil e Unidades da Federação	Mês/Mês anterior (1)			Mensal (2)			Acumulado no ano (3)			Últimos 12 meses (4)		
	DEZ	JAN	FEV	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Brasil	-2,1	0,4	0,0	0,6	1,9	3,9	2,3	1,9	2,8	2,3	2,2	2,3
Rondônia	-7,4	-0,3	0,7	3,0	4,0	4,8	6,3	4,0	4,4	6,3	6,0	5,7
Acre	-11,5	3,5	2,4	4,2	7,3	9,0	7,8	7,3	8,1	7,8	8,1	8,1
Amazonas	-6,7	-1,1	-0,1	-0,4	-3,1	-1,5	4,4	-3,1	-2,4	4,4	3,4	2,5
Roraima	-1,9	2,7	-0,4	7,4	3,0	-3,0	5,4	3,0	0,0	5,4	4,5	3,4
Pará	-6,7	1,1	1,0	4,5	3,5	8,2	6,9	3,5	5,7	6,9	6,2	6,2
Amapá	-11,9	12,0	-0,1	-1,0	3,1	0,6	-1,6	3,1	1,9	-1,6	-1,0	-0,9
Tocantins	-2,3	-6,2	8,9	-0,1	-5,0	4,7	6,1	-5,0	0,0	6,1	5,6	4,6
Maranhão	-5,7	-0,3	0,1	3,2	-1,7	3,1	5,9	-1,7	0,6	5,9	4,7	4,2
Piauí	-3,5	-0,5	-1,1	-5,5	-6,9	-6,8	-0,3	-6,9	-6,9	-0,3	-1,6	-2,7
Ceará	-2,3	-0,3	0,3	-1,2	-0,8	2,4	2,1	-0,8	0,7	2,1	1,9	1,9
Rio Grande do Norte	-0,8	0,5	-0,3	1,6	-3,0	4,1	6,8	-3,0	0,3	6,8	5,4	5,1
Paraíba	-0,1	-2,0	-1,0	-0,2	-4,1	-1,0	2,2	-4,1	-2,7	2,2	1,9	2,2
Pernambuco	-4,4	-3,2	2,4	-0,3	-3,5	3,3	-0,8	-3,5	-0,4	-0,8	-1,2	-0,9
Alagoas	-5,5	-0,1	0,6	-1,5	-2,5	3,2	0,4	-2,5	0,2	0,4	0,2	0,7
Sergipe	-5,9	-0,1	2,6	0,6	-2,6	1,3	0,6	-2,6	-0,8	0,6	0,3	0,5
Bahia	-8,8	-0,2	0,7	-0,8	-0,4	5,7	-0,1	-0,4	2,5	-0,1	0,0	0,5
Minas Gerais	-4,5	2,5	-1,0	-6,7	-1,4	0,5	-0,1	-1,4	-0,5	-0,1	-0,6	-0,6
Espírito Santo	-4,5	0,0	5,0	4,9	9,4	12,6	7,6	9,4	11,0	7,6	8,6	8,4
Rio de Janeiro	-3,6	0,2	-0,1	0,7	0,4	4,2	0,8	0,4	2,2	0,8	0,8	1,2
São Paulo	-2,4	0,3	-0,2	1,5	3,1	4,9	2,2	3,1	3,9	2,2	2,3	2,7
Paraná	-1,2	-2,1	-1,5	3,3	0,8	-1,8	2,2	0,8	-0,5	2,2	2,1	1,7
Santa Catarina	-2,5	3,8	-0,4	6,6	8,3	6,8	8,1	8,3	7,6	8,1	7,5	7,3
Rio Grande do Sul	-0,7	1,7	-1,0	2,0	5,0	5,1	5,3	5,0	5,1	5,3	5,2	4,8
Mato Grosso do Sul	-2,0	0,5	-0,1	3,7	6,8	5,2	1,2	6,8	6,0	1,2	2,0	2,6
Mato Grosso	-4,3	5,7	0,4	-0,6	7,4	6,9	1,9	7,4	7,2	1,9	2,3	2,3
Goiás	-3,7	0,5	-0,1	0,8	4,3	7,8	0,1	4,3	5,9	0,1	1,2	2,7
Distrito Federal	-2,5	0,9	-1,1	-5,5	-3,0	2,7	-3,6	-3,0	-0,3	-3,6	-3,7	-2,9

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria

(1) Base: mês imediatamente anterior - série com ajuste sazonal

(2) Base: igual mês do ano anterior

(3) Base: igual período do ano anterior

(4) Base: últimos 12 meses anteriores

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 3- Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista Ampliado, segundo as unidades da federação
Fevereiro 2019 - Variação (%)

Brasil e Unidades da Federação	Mês/Mês anterior (1)			Mensal (2)			Acumulado no ano (3)			Últimos 12 meses (4)		
	DEZ	JAN	FEV	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Brasil	-1,8	1,0	-0,8	1,7	3,4	7,7	5,0	3,4	5,4	5,0	4,7	4,9
Rondônia	-3,1	0,1	-1,1	7,9	5,0	4,8	10,6	5,0	4,9	10,6	10,1	9,2
Acre	-6,9	0,8	-2,2	1,1	4,0	3,9	8,3	4,0	4,0	8,3	7,9	7,2
Amazonas	-3,4	-2,0	0,5	3,4	0,7	5,9	9,6	0,7	3,1	9,6	8,5	7,8
Roraima	0,0	-0,5	-0,3	6,5	3,2	-0,8	7,9	3,2	1,2	7,9	7,1	6,2
Pará	-4,5	-0,7	1,2	5,2	4,0	10,8	7,5	4,0	7,2	7,5	6,9	7,0
Amapá	-4,9	7,1	4,2	-5,5	1,4	3,2	-1,0	1,4	2,3	-1,0	-1,3	-1,6
Tocantins	-3,2	-4,0	4,8	4,3	-0,2	10,3	10,1	-0,2	5,0	10,1	9,1	8,4
Maranhão	-4,7	-0,9	-0,9	2,6	-1,3	6,6	6,1	-1,3	2,3	6,1	5,0	4,9
Piauí	-4,0	-0,2	0,9	-1,1	-2,3	5,4	3,1	-2,3	1,2	3,1	2,0	1,8
Ceará	-0,8	-0,5	1,0	-0,2	0,4	8,7	2,7	0,4	4,2	2,7	2,3	2,8
Rio Grande do Norte	-0,9	0,6	0,1	2,1	-1,9	10,1	5,7	-1,9	3,6	5,7	4,6	5,2
Paraíba	0,1	-2,3	-0,5	1,5	-5,6	2,3	3,9	-5,6	-2,0	3,9	2,7	2,9
Pernambuco	-2,5	0,0	0,5	2,2	-0,5	8,6	1,7	-0,5	3,7	1,7	1,4	1,9
Alagoas	-4,2	1,2	0,6	0,3	0,5	8,3	2,3	0,5	4,1	2,3	2,1	2,7
Sergipe	-3,9	-1,4	0,8	4,7	-0,3	7,1	3,6	-0,3	3,1	3,6	3,2	3,7
Bahia	-4,2	-0,6	1,2	-2,0	-3,5	6,2	1,5	-3,5	1,0	1,5	0,7	0,9
Minas Gerais	-0,6	-0,4	-1,3	-3,7	0,4	4,1	2,8	0,4	2,1	2,8	2,3	2,4
Espírito Santo	-1,6	-0,1	-0,9	7,5	13,9	10,5	13,5	13,9	12,2	13,5	13,6	12,2
Rio de Janeiro	-2,8	0,1	-1,2	0,7	2,3	6,4	1,5	2,3	4,3	1,5	1,5	2,0
São Paulo	-2,0	3,0	-1,1	1,8	5,3	8,6	6,2	5,3	6,8	6,2	6,2	6,5
Paraná	0,1	-2,6	-0,2	1,7	3,3	4,4	3,2	3,3	3,8	3,2	3,1	3,0
Santa Catarina	-1,2	4,2	-0,5	6,7	7,1	9,9	10,5	7,1	8,4	10,5	9,4	9,2
Rio Grande do Sul	-0,4	0,6	-0,2	4,2	4,6	9,6	6,7	4,6	7,0	6,7	6,3	6,3
Mato Grosso do Sul	-3,4	2,3	-0,3	3,8	7,0	7,4	4,5	7,0	7,2	4,5	4,9	5,3
Mato Grosso	-1,9	1,3	0,1	5,9	8,2	12,1	9,3	8,2	10,0	9,3	9,2	9,4
Goiás	-0,1	-1,4	1,1	5,0	5,4	11,3	2,9	5,4	8,2	2,9	3,3	4,4
Distrito Federal	-0,8	1,6	-1,7	-2,1	-0,1	5,7	-2,7	-0,1	2,6	-2,7	-3,0	-2,4

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria

(1) Base: mês imediatamente anterior - série com ajuste sazonal

(2) Base: igual mês do ano anterior

(3) Base: igual período do ano anterior

(4) Base: últimos 12 meses anteriores

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 4 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Ceará - Fevereiro 2019 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Comércio Varejista (4)	-1,2	-0,8	2,4	2,1	-0,8	0,7	2,1	1,9	1,9
1. Combustíveis e lubrificantes	-3,1	-3,5	1,5	-2,5	-3,5	-1,1	-2,5	0,0	0,2
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	-1,9	-4,1	-3,8	2,3	-4,1	-4,0	2,3	1,4	0,9
2.1. Hipermercados e supermercados	-4,2	-5,4	-6,8	1,3	-5,4	-6,1	1,3	0,4	-0,3
3. Tecidos, vestuário e calçados	-0,6	2,6	18,2	0,2	2,6	9,2	0,2	0,2	1,8
4. Móveis e eletrodomésticos	5,1	7,4	11,2	3,5	7,4	9,1	3,5	3,8	3,9
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	2,4	3,3	8,2	1,1	3,3	5,6	1,1	1,2	2,0
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-21,1	0,5	-11,5	-13,3	0,5	-3,1	-13,3	-12,5	-11,8
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-5,2	-10,6	-14,2	4,6	-10,6	-12,3	4,6	1,8	-1,4
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-4,8	0,8	6,3	6,8	0,8	3,3	6,8	5,8	5,5
Comércio Varejista Ampliado (5)	-0,2	0,4	8,7	2,7	0,4	4,2	2,7	2,3	2,8
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	3,9	1,8	26,6	6,5	1,8	12,4	6,5	5,1	6,6
10. Material de construção	-0,5	7,3	18,3	-2,8	7,3	12,1	-2,8	-1,5	0,8

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

(4) O indicador do comércio varejista é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 8.

(5) O indicador do comércio varejista ampliado é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 10

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 4 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Pernambuco - Fevereiro 2019 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Comércio Varejista (4)	-0,3	-3,5	3,3	-0,8	-3,5	-0,4	-0,8	-1,2	-0,9
1. Combustíveis e lubrificantes	5,6	-1,6	5,3	-2,7	-1,6	1,6	-2,7	-3,1	-2,4
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	-2,3	-3,9	-3,7	0,9	-3,9	-3,8	0,9	0,3	0,0
2.1. Hipermercados e supermercados	-1,7	-1,9	-1,4	1,6	-1,9	-1,7	1,6	1,1	1,0
3. Tecidos, vestuário e calçados	-5,8	-4,9	7,7	-8,3	-4,9	0,7	-8,3	-8,0	-6,8
4. Móveis e eletrodomésticos	-3,6	-4,5	7,2	-1,2	-4,5	0,6	-1,2	-2,1	-2,4
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	4,7	1,6	23,7	2,7	1,6	11,3	2,7	2,5	5,6
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	20,6	-34,1	-9,2	-19,1	-34,1	-25,1	-19,1	-22,5	-22,6
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-26,4	-29,3	-19,1	-3,6	-29,3	-24,5	-3,6	-8,3	-10,5
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	7,6	-1,2	7,4	2,6	-1,2	2,6	2,6	2,5	2,4
Comércio Varejista Ampliado (5)	2,2	-0,5	8,6	1,7	-0,5	3,7	1,7	1,4	1,9
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	14,8	8,7	26,4	11,0	8,7	16,4	11,0	10,7	11,9
10. Material de construção	-5,3	-1,8	7,0	-1,5	-1,8	2,1	-1,5	-1,6	-1,1

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

(4) O indicador do comércio varejista é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 8.

(5) O indicador do comércio varejista ampliado é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 10

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 4 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Bahia - Fevereiro 2019 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Comércio Varejista (4)	-0,8	-0,4	5,7	-0,1	-0,4	2,5	-0,1	0,0	0,5
1. Combustíveis e lubrificantes	-7,5	-12,5	0,2	-13,2	-12,5	-6,7	-13,2	-13,3	-12,7
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	4,3	5,1	3,3	1,0	5,1	4,2	1,0	2,0	2,7
2.1. Hipermercados e supermercados	3,3	4,4	1,7	2,4	4,4	3,1	2,4	2,8	3,1
3. Tecidos, vestuário e calçados	-6,7	1,0	11,6	-6,6	1,0	5,9	-6,6	-6,4	-5,3
4. Móveis e eletrodomésticos	-6,8	1,3	15,2	0,8	1,3	7,6	0,8	0,6	1,4
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	12,9	9,5	13,6	12,6	9,5	11,5	12,6	12,6	12,7
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-48,8	-46,8	-50,6	-15,2	-46,8	-48,5	-15,2	-21,9	-28,2
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-32,3	-26,6	-20,1	0,2	-26,6	-23,5	0,2	-3,4	-6,5
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	1,8	2,1	15,8	11,0	2,1	8,2	11,0	9,9	10,3
Comércio Varejista Ampliado (5)	-2,0	-3,5	6,2	1,5	-3,5	1,0	1,5	0,7	0,9
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-1,3	-9,0	7,6	6,8	-9,0	-1,6	6,8	3,9	3,3
10. Material de construção	-13,7	-9,4	6,4	-0,6	-9,4	-2,4	-0,6	-2,2	-2,2

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

(4) O indicador do comércio varejista é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 8.

(5) O indicador do comércio varejista ampliado é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 10

Pesquisa Mensal de Comércio

Tabela 4 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Minas Gerais - Fevereiro 2019 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Comércio Varejista (4)	-6,7	-1,4	0,5	-0,1	-1,4	-0,5	-0,1	-0,6	-0,6
1. Combustíveis e lubrificantes	-20,1	-8,4	-5,9	-17,6	-8,4	-7,2	-17,6	-17,9	-17,2
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	3,2	6,4	1,6	9,8	6,4	4,0	9,8	9,6	9,1
2.1. Hipermercados e supermercados	4,0	7,5	2,1	10,8	7,5	4,8	10,8	10,7	10,2
3. Tecidos, vestuário e calçados	-7,2	-7,9	0,6	1,9	-7,9	-4,0	1,9	0,7	0,6
4. Móveis e eletrodomésticos	-21,4	-18,7	-9,5	-19,5	-18,7	-14,8	-19,5	-20,8	-20,6
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	10,2	9,2	12,9	6,6	9,2	10,9	6,6	6,9	7,4
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-16,0	-6,2	-3,0	-5,6	-6,2	-4,8	-5,6	-4,9	-4,7
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	10,1	3,7	4,3	12,7	3,7	4,0	12,7	13,6	11,1
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-30,1	-16,4	-1,1	-11,8	-16,4	-9,9	-11,8	-13,5	-13,3
Comércio Varejista Ampliado (5)	-3,7	0,4	4,1	2,8	0,4	2,1	2,8	2,3	2,4
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	18,1	10,1	21,8	18,8	10,1	15,6	18,8	17,7	17,7
10. Material de construção	-5,5	-0,6	5,9	4,7	-0,6	2,4	4,7	4,3	4,8

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

(4) O indicador do comércio varejista é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 8.

(5) O indicador do comércio varejista ampliado é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 10

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 4 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Espírito Santo - Fevereiro 2019 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Comércio Varejista (4)	4,9	9,4	12,6	7,6	9,4	11,0	7,6	8,6	8,4
1. Combustíveis e lubrificantes	5,7	7,6	14,4	1,0	7,6	10,7	1,0	1,9	2,9
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	2,8	11,1	11,7	4,9	11,1	11,4	4,9	6,5	6,5
2.1. Hipermercados e supermercados	2,9	11,3	11,8	5,1	11,3	11,5	5,1	6,9	6,8
3. Tecidos, vestuário e calçados	6,5	19,0	19,7	5,2	19,0	19,4	5,2	7,4	7,8
4. Móveis e eletrodomésticos	6,8	2,9	8,8	24,5	2,9	5,8	24,5	22,8	19,8
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	5,8	8,8	13,4	11,6	8,8	11,0	11,6	11,2	11,0
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-44,5	-36,5	-38,2	-15,4	-36,5	-37,2	-15,4	-20,1	-24,9
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	74,6	47,3	80,8	28,9	47,3	64,3	28,9	32,8	37,7
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	7,5	5,3	10,8	1,7	5,3	7,9	1,7	2,7	2,6
Comércio Varejista Ampliado (5)	7,5	13,9	10,5	13,5	13,9	12,2	13,5	13,6	12,2
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	16,0	19,2	4,9	25,2	19,2	12,0	25,2	23,3	19,2
10. Material de construção	-9,7	18,3	34,9	0,8	18,3	25,9	0,8	2,7	4,1

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

(4) O indicador do comércio varejista é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 8.

(5) O indicador do comércio varejista ampliado é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 10

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 4 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Rio De Janeiro - Fevereiro 2019 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Comércio Varejista (4)	0,7	0,4	4,2	0,8	0,4	2,2	0,8	0,8	1,2
1. Combustíveis e lubrificantes	2,7	1,9	4,6	-15,0	1,9	3,2	-15,0	-13,3	-11,5
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	3,2	3,6	1,3	1,2	3,6	2,5	1,2	1,7	2,2
2.1. Hipermercados e supermercados	3,1	3,9	1,0	-0,4	3,9	2,4	-0,4	0,3	1,0
3. Tecidos, vestuário e calçados	0,5	-3,7	9,8	-0,8	-3,7	2,4	-0,8	-1,5	-1,0
4. Móveis e eletrodomésticos	-0,9	-2,5	5,0	4,8	-2,5	0,8	4,8	3,7	3,5
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	7,1	4,2	5,5	4,1	4,2	4,8	4,1	4,1	4,1
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-20,9	-17,3	-15,1	-7,6	-17,3	-16,2	-7,6	-11,0	-13,9
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	12,1	18,8	72,7	-3,9	18,8	46,2	-3,9	-2,8	3,5
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-7,2	-8,0	7,4	3,9	-8,0	-1,0	3,9	2,6	2,5
Comércio Varejista Ampliado (5)	0,7	2,3	6,4	1,5	2,3	4,3	1,5	1,5	2,0
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	2,6	16,4	22,2	8,4	16,4	19,0	8,4	8,5	9,5
10. Material de construção	-3,2	-7,0	-1,3	-3,5	-7,0	-4,4	-3,5	-4,3	-3,8

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

(4) O indicador do comércio varejista é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 8.

(5) O indicador do comércio varejista ampliado é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 10

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 4 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
São Paulo - Fevereiro 2019 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Comércio Varejista (4)	1,5	3,1	4,9	2,2	3,1	3,9	2,2	2,3	2,7
1. Combustíveis e lubrificantes	0,2	2,2	5,8	-4,8	2,2	4,0	-4,8	-4,4	-3,4
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	1,1	1,8	2,4	3,1	1,8	2,1	3,1	3,1	3,4
2.1. Hipermercados e supermercados	1,1	1,9	2,6	3,0	1,9	2,3	3,0	2,9	3,2
3. Tecidos, vestuário e calçados	-1,7	-2,5	13,9	-3,3	-2,5	5,0	-3,3	-3,5	-2,1
4. Móveis e eletrodomésticos	-6,7	-4,1	-1,0	-3,4	-4,1	-2,7	-3,4	-4,0	-4,0
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	9,7	10,8	10,4	7,7	10,8	10,6	7,7	7,9	8,3
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-30,8	-47,3	-37,3	-20,2	-47,3	-43,1	-20,2	-24,9	-27,3
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	2,1	8,2	15,8	-2,4	8,2	11,8	-2,4	-1,5	-0,1
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	10,3	20,5	16,3	11,0	20,5	18,6	11,0	11,8	12,4
Comércio Varejista Ampliado (5)	1,8	5,3	8,6	6,2	5,3	6,8	6,2	6,2	6,5
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	3,2	12,4	18,8	21,1	12,4	15,4	21,1	21,1	20,7
10. Material de construção	1,3	4,5	11,9	4,6	4,5	8,0	4,6	4,0	4,1

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

(4) O indicador do comércio varejista é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 8.

(5) O indicador do comércio varejista ampliado é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 10

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 4 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Paraná - Fevereiro 2019 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Comércio Varejista (4)	3,3	0,8	-1,8	2,2	0,8	-0,5	2,2	2,1	1,7
1. Combustíveis e lubrificantes	0,4	-12,2	-16,3	-3,2	-12,2	-14,2	-3,2	-3,8	-4,6
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	2,9	0,9	-2,0	1,4	0,9	-0,5	1,4	1,4	0,9
2.1. Hipermercados e supermercados	4,6	2,6	-0,4	1,9	2,6	1,1	1,9	2,1	1,7
3. Tecidos, vestuário e calçados	-5,9	-6,8	0,8	-9,4	-6,8	-3,2	-9,4	-9,7	-9,3
4. Móveis e eletrodomésticos	-3,7	-2,0	0,5	4,6	-2,0	-0,9	4,6	3,1	2,6
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	4,3	0,4	4,2	5,1	0,4	2,3	5,1	4,4	4,0
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-8,6	-5,9	-16,0	-8,4	-5,9	-10,7	-8,4	-8,1	-9,4
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	2,2	37,9	-44,5	8,1	37,9	-25,1	8,1	9,1	3,9
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	24,3	30,7	32,1	23,8	30,7	31,3	23,8	25,0	26,1
Comércio Varejista Ampliado (5)	1,7	3,3	4,4	3,2	3,3	3,8	3,2	3,1	3,0
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-2,3	10,2	21,6	5,0	10,2	15,5	5,0	5,1	5,8
10. Material de construção	-1,6	3,9	7,6	5,7	3,9	5,7	5,7	5,3	5,1

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

(4) O indicador do comércio varejista é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 8.

(5) O indicador do comércio varejista ampliado é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 10

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 4 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Santa Catarina - Fevereiro 2019 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Comércio Varejista (4)	6,6	8,3	6,8	8,1	8,3	7,6	8,1	7,5	7,3
1. Combustíveis e lubrificantes	23,6	18,7	17,3	7,0	18,7	18,0	7,0	7,8	8,9
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	2,2	6,2	2,3	9,4	6,2	4,3	9,4	8,1	7,2
2.1. Hipermercados e supermercados	3,0	6,4	3,4	10,3	6,4	4,9	10,3	9,0	8,2
3. Tecidos, vestuário e calçados	0,3	4,8	2,2	0,1	4,8	3,6	0,1	0,7	0,6
4. Móveis e eletrodomésticos	2,8	4,3	15,3	2,6	4,3	9,1	2,6	2,6	3,4
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	7,5	7,2	6,9	5,6	7,2	7,1	5,6	5,6	5,4
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-11,3	-5,2	-7,7	-6,8	-5,2	-6,4	-6,8	-6,7	-6,6
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	23,5	14,1	53,1	2,2	14,1	30,0	2,2	2,4	6,5
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	14,0	11,1	9,2	15,8	11,1	10,3	15,8	15,0	14,3
Comércio Varejista Ampliado (5)	6,7	7,1	9,9	10,5	7,1	8,4	10,5	9,4	9,2
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	6,9	2,3	15,4	17,6	2,3	8,6	17,6	14,8	14,3
10. Material de construção	6,9	12,7	16,6	5,9	12,7	14,5	5,9	6,3	6,9

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

(4) O indicador do comércio varejista é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 8.

(5) O indicador do comércio varejista ampliado é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 10

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 4 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Rio Grande Do Sul - Fevereiro 2019 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Comércio Varejista (4)	2,0	5,0	5,1	5,3	5,0	5,1	5,3	5,2	4,8
1. Combustíveis e lubrificantes	9,6	16,8	16,3	4,0	16,8	16,5	4,0	4,5	5,3
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	-0,3	1,7	-0,3	4,0	1,7	0,7	4,0	3,9	3,1
2.1. Hipermercados e supermercados	0,2	2,3	0,1	4,7	2,3	1,2	4,7	4,6	3,7
3. Tecidos, vestuário e calçados	9,5	6,8	14,9	10,4	6,8	10,6	10,4	10,3	10,1
4. Móveis e eletrodomésticos	-3,1	5,6	2,6	4,0	5,6	4,2	4,0	3,3	2,7
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	1,0	2,4	8,2	5,3	2,4	5,1	5,3	5,2	5,4
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-26,3	-6,9	-2,5	-14,1	-6,9	-4,4	-14,1	-14,4	-13,4
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-6,9	4,7	9,1	13,4	4,7	6,8	13,4	11,7	9,9
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	3,4	3,1	7,2	11,8	3,1	4,9	11,8	10,9	10,4
Comércio Varejista Ampliado (5)	4,2	4,6	9,6	6,7	4,6	7,0	6,7	6,3	6,3
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	19,1	9,8	30,3	14,3	9,8	19,0	14,3	13,8	15,1
10. Material de construção	-4,6	-7,3	6,7	2,3	-7,3	-1,0	2,3	0,7	0,9

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

(4) O indicador do comércio varejista é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 8.

(5) O indicador do comércio varejista ampliado é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 10

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 4 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Goiás - Fevereiro 2019 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Comércio Varejista (4)	0,8	4,3	7,8	0,1	4,3	5,9	0,1	1,2	2,7
1. Combustíveis e lubrificantes	-3,3	0,0	-1,1	-8,5	0,0	-0,6	-8,5	-7,8	-6,5
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	-1,8	2,6	5,7	-2,8	2,6	4,0	-2,8	-0,8	1,5
2.1. Hipermercados e supermercados	-0,9	1,9	6,3	-2,3	1,9	4,0	-2,3	-0,3	2,2
3. Tecidos, vestuário e calçados	4,7	13,2	38,4	4,7	13,2	24,9	4,7	6,9	10,0
4. Móveis e eletrodomésticos	-5,3	-1,5	2,1	5,0	-1,5	0,1	5,0	3,5	2,8
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	6,8	4,3	9,7	6,4	4,3	6,9	6,4	6,2	6,6
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-59,6	-52,2	-54,7	-28,3	-52,2	-53,1	-28,3	-32,6	-36,0
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	8,7	4,1	6,8	-5,4	4,1	5,4	-5,4	-5,6	-5,6
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	25,3	36,7	31,4	18,2	36,7	34,2	18,2	20,7	22,4
Comércio Varejista Ampliado (5)	5,0	5,4	11,3	2,9	5,4	8,2	2,9	3,3	4,4
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	20,2	9,3	21,3	11,8	9,3	14,9	11,8	10,2	10,6
10. Material de construção	1,6	0,5	2,8	-3,1	0,5	1,5	-3,1	-2,8	-2,4

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

(4) O indicador do comércio varejista é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 8.

(5) O indicador do comércio varejista ampliado é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 10

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 4 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Distrito Federal - Fevereiro 2019 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Comércio Varejista (4)	-5,5	-3,0	2,7	-3,6	-3,0	-0,3	-3,6	-3,7	-2,9
1. Combustíveis e lubrificantes	-11,7	-6,6	2,6	-4,8	-6,6	-2,2	-4,8	-5,1	-4,4
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	1,8	-5,6	-2,1	-3,9	-5,6	-3,9	-3,9	-4,1	-3,5
2.1. Hipermercados e supermercados	2,5	-4,4	-3,4	-3,7	-4,4	-3,9	-3,7	-3,6	-2,9
3. Tecidos, vestuário e calçados	-13,4	-5,5	1,6	-9,9	-5,5	-2,4	-9,9	-9,6	-8,8
4. Móveis e eletrodomésticos	-19,5	-9,1	-2,9	-6,5	-9,1	-6,3	-6,5	-7,7	-8,2
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	10,2	10,8	14,6	4,7	10,8	12,6	4,7	5,2	6,3
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-25,5	-16,7	-18,2	-30,0	-16,7	-17,3	-30,0	-27,7	-27,2
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-56,7	4,3	40,7	-19,9	4,3	19,0	-19,9	-20,5	-12,1
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	10,1	16,5	15,6	9,7	16,5	16,1	9,7	10,5	11,1
Comércio Varejista Ampliado (5)	-2,1	-0,1	5,7	-2,7	-0,1	2,6	-2,7	-3,0	-2,4
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	2,7	-0,8	10,4	-2,8	-0,8	4,2	-2,8	-4,2	-4,1
10. Material de construção	9,9	14,5	9,6	1,9	14,5	12,2	1,9	3,1	3,6

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

(4) O indicador do comércio varejista é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 8.

(5) O indicador do comércio varejista ampliado é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 10

Pesquisa Mensal de Comércio

Tabela 5 - Índice de base fixa do volume de vendas no comércio varejista (1) e comércio varejista ampliado (2), por atividades - fevereiro 2019

Atividades	Comércio varejista ampliado												
	fev/2018	mar/2018	abr/2018	mai/2018	jun/2018	jul/2018	ago/2018	set/2018	out/2018	nov/2018	dez/2018	jan/2019	fev/2019
Comércio Varejista (1)	82,3	94,5	87,8	91,8	89,5	89,0	93,9	89,4	92,6	101,7	120,3	92,6	85,5
1. Combustíveis e lubrificantes	70,9	81,0	79,7	77,8	74,4	77,8	82,1	78,4	80,2	78,2	82,7	77,5	73,0
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	92,5	103,5	94,9	97,6	93,7	94,6	100,0	96,1	98,4	102,3	122,7	99,6	93,8
2.1. Hipermercados e supermercados	93,1	103,9	95,5	98,3	94,0	94,7	100,4	96,4	98,8	103,6	124,8	101,0	94,9
3. Tecidos, vestuário e calçados	60,5	75,5	73,5	87,4	88,6	82,1	84,8	77,2	80,8	92,6	160,2	71,2	67,0
4. Móveis e eletrodomésticos	69,7	80,5	74,1	78,9	78,1	74,7	78,8	74,9	77,4	101,0	100,6	83,7	71,6
4.1. Móveis	62,0	69,3	65,1	65,7	69,6	69,7	71,3	67,9	71,4	85,2	91,5	73,8	65,9
4.2. Eletrodomésticos	72,8	85,1	77,5	84,5	81,4	76,1	81,5	77,5	79,7	107,6	104,4	87,8	73,7
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	95,2	111,3	106,6	109,9	106,3	108,9	113,5	107,0	112,4	114,3	124,9	110,4	104,8
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	85,8	69,3	56,7	50,9	51,3	55,2	53,1	43,1	41,2	45,1	68,1	81,1	64,9
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	79,1	85,5	83,9	85,4	82,0	80,0	85,4	78,4	80,8	88,6	93,9	80,3	81,3
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	75,4	94,5	83,7	91,8	93,5	89,2	95,4	91,6	99,5	130,0	141,8	97,2	83,5
Comércio Varejista Ampliado (2)	78,9	92,3	87,1	87,4	87,5	88,5	94,6	88,0	93,2	98,0	109,2	91,4	84,9
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	68,9	86,7	84,1	75,6	80,3	84,9	93,6	83,1	91,8	87,5	86,0	87,1	82,3
10. Material de construção	80,2	90,4	89,8	86,5	92,2	94,3	102,5	91,6	101,7	99,5	89,5	93,9	87,7

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Serviços e Comércio.

Nota: Base: 2014 = 100

(1) O indicador do comércio varejista é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 8.

(2) O indicador do comércio varejista ampliado é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 10

**Receita nominal de vendas
do comércio varejista e comércio varejista ampliado**

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 6 - Indicadores de Receita Nominal de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo as atividades de divulgação
Fevereiro 2019 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mês/Mês anterior (1)			Mensal (2)			Acumulado no ano (3)			Últimos 12 meses (4)		
	DEZ	JAN	FEV	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Comércio varejista (5)	-3,3	0,9	0,3	3,9	4,7	7,5	4,8	4,7	6,0	4,8	5,0	5,4
1. Combustíveis e lubrificantes	-2,0	-1,7	-1,5	5,8	2,4	2,4	10,3	2,4	2,4	10,3	10,0	9,8
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	-1,4	1,0	0,9	5,9	6,5	7,4	4,4	6,5	7,0	4,4	4,9	5,6
2.1. Hipermercados e supermercados	-1,4	0,9	0,8	6,0	6,8	7,6	4,5	6,8	7,2	4,5	5,1	5,7
3. Tecidos, vestuário e calçados	-3,2	0,0	4,2	-0,9	-0,9	11,5	-0,1	-0,9	4,8	-0,1	-0,3	0,5
4. Móveis e eletrodomésticos	-4,7	0,7	-0,1	-1,8	1,2	7,1	-1,4	1,2	3,8	-1,4	-1,5	-1,1
4.1. Móveis	-	-	-	-2,9	2,7	10,6	-2,4	2,7	6,2	-2,4	-2,1	-1,5
4.2. Eletrodomésticos	-	-	-	-1,3	0,6	5,6	-0,5	0,6	2,8	-0,5	-1,1	-0,8
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	0,0	-0,3	0,4	8,1	7,8	10,9	8,3	7,8	9,3	8,3	8,1	8,3
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	3,0	-2,2	3,0	-20,9	-25,8	-20,5	-11,7	-25,8	-23,5	-11,7	-14,8	-16,6
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-4,3	7,3	-3,0	-3,5	2,9	5,3	-3,7	2,9	4,1	-3,7	-3,2	-2,8
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-15,8	8,2	0,7	2,8	6,8	11,9	8,5	6,8	9,1	8,5	8,2	8,4
Comércio varejista ampliado (6)	-1,9	1,2	-0,5	4,5	5,8	10,4	7,0	5,8	8,0	7,0	6,9	7,3
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-3,8	6,3	-2,0	7,8	9,6	20,1	15,8	9,6	14,5	15,8	15,0	15,0
10. Material de construção	-0,1	0,2	0,0	3,2	5,9	13,8	6,5	5,9	9,6	6,5	6,3	6,8

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria

(1) Base: mês imediatamente anterior -série com ajuste sazonal

(2) Base: igual mês do ano anterior

(3) Base: igual período do ano anterior

(4) Base: últimos 12 meses anteriores

(5) O indicador do comércio varejista é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 8.

(6) O indicador do comércio varejista ampliado é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 10

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 7 - Indicadores de Receita Nominal de Vendas do Comércio Varejista, segundo as unidades da federação
Fevereiro 2019 - Variação (%)

Brasil e Unidades da Federação	Mês/Mês anterior (1)			Mensal (2)			Acumulado no ano (3)			Últimos 12 meses (4)		
	DEZ	JAN	FEV	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Brasil	-3,3	0,9	0,3	3,9	4,7	7,5	4,8	4,7	6,0	4,8	5,0	5,4
Rondônia	-7,1	-0,3	0,9	5,3	6,5	7,7	7,3	6,5	7,1	7,3	7,5	7,7
Acre	-10,6	2,1	2,9	6,5	8,4	10,4	8,4	8,4	9,4	8,4	8,9	9,1
Amazonas	-6,3	-1,2	-0,2	1,4	-2,5	-0,6	5,1	-2,5	-1,6	5,1	4,3	3,5
Roraima	-1,6	0,3	-2,6	10,7	4,8	-1,3	6,7	4,8	1,8	6,7	6,2	5,3
Pará	-7,0	2,4	1,4	6,4	5,2	10,6	6,8	5,2	7,8	6,8	6,4	6,7
Amapá	-11,1	12,1	-0,8	1,6	5,4	3,3	-1,0	5,4	4,3	-1,0	0,0	0,4
Tocantins	-4,5	-6,1	10,5	4,1	-1,9	9,8	10,3	-1,9	4,1	10,3	9,9	9,0
Maranhão	-5,3	-0,3	0,3	5,7	0,1	5,8	7,2	0,1	2,8	7,2	6,2	6,0
Piauí	-4,2	-0,6	-1,1	-2,7	-4,4	-2,9	1,6	-4,4	-3,7	1,6	0,6	0,0
Ceará	-2,5	-0,3	0,5	0,7	0,7	4,9	3,4	0,7	2,6	3,4	3,3	3,5
Rio Grande do Norte	-1,6	1,6	-1,1	4,5	-0,8	7,2	8,3	-0,8	2,9	8,3	7,1	7,1
Paraíba	-0,4	-1,6	-0,8	3,0	-0,9	2,6	4,2	-0,9	0,7	4,2	4,2	4,6
Pernambuco	-5,0	-2,4	2,5	2,8	-0,6	6,7	1,3	-0,6	2,8	1,3	1,1	1,6
Alagoas	-5,8	0,4	1,0	1,4	0,6	6,5	2,6	0,6	3,4	2,6	2,6	3,2
Sergipe	-7,2	1,2	3,1	4,0	0,5	4,4	3,7	0,5	2,3	3,7	3,5	3,8
Bahia	-8,1	0,1	0,4	3,0	3,4	8,4	2,8	3,4	5,8	2,8	3,1	3,8
Minas Gerais	-4,7	3,1	-0,2	-3,2	2,6	5,1	2,2	2,6	3,8	2,2	2,1	2,5
Espírito Santo	-4,5	2,7	3,5	7,5	12,3	16,3	9,1	12,3	14,2	9,1	10,4	10,4
Rio de Janeiro	-3,5	0,6	0,9	3,6	3,2	7,9	2,5	3,2	5,5	2,5	2,7	3,4
São Paulo	-2,4	0,5	0,4	4,6	5,9	9,0	4,7	5,9	7,4	4,7	5,0	5,7
Paraná	-2,5	-2,8	-0,7	6,6	2,9	1,2	5,8	2,9	2,1	5,8	5,8	5,6
Santa Catarina	-2,6	2,8	-0,6	10,2	11,1	10,2	11,7	11,1	10,7	11,7	11,3	11,3
Rio Grande do Sul	-1,4	1,6	-0,7	6,9	8,6	8,5	9,3	8,6	8,5	9,3	9,4	9,2
Mato Grosso do Sul	-2,7	0,5	-0,3	7,5	9,3	9,5	4,8	9,3	9,4	4,8	5,8	6,7
Mato Grosso	-3,9	5,3	0,3	2,0	9,2	9,9	6,1	9,2	9,5	6,1	6,4	6,4
Goiás	-5,7	-0,4	1,2	4,1	6,5	11,8	2,9	6,5	9,0	2,9	4,2	6,1
Distrito Federal	-3,7	0,5	-1,0	-2,6	-1,1	3,4	1,4	-1,1	1,0	1,4	1,3	1,9

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria

(1) Base: mês imediatamente anterior - série com ajuste sazonal

(2) Base: igual mês do ano anterior

(3) Base: igual período do ano anterior

(4) Base: 12 meses anteriores

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 8 - Indicadores de Receita Nominal de Vendas do Comércio Varejista Ampliado, segundo as unidades da federação
Fevereiro 2019 - Variação (%)

Brasil e Unidades da Federação	Mês/Mês anterior (1)			Mensal (2)			Acumulado no ano (3)			Últimos 12 meses (4)		
	DEZ	JAN	FEV	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Brasil	-1,9	1,2	-0,5	4,5	5,8	10,4	7,0	5,8	8,0	7,0	6,9	7,3
Rondônia	-4,1	0,3	-2,1	10,3	8,3	8,6	11,7	8,3	8,4	11,7	11,6	11,2
Acre	-6,1	-0,1	-1,1	3,8	6,4	6,9	9,0	6,4	6,6	9,0	8,9	8,6
Amazonas	-3,0	-2,9	1,6	5,5	2,1	7,6	10,1	2,1	4,7	10,1	9,2	8,7
Roraima	-0,3	0,2	-0,2	10,2	6,2	2,3	8,8	6,2	4,3	8,8	8,4	7,9
Pará	-4,7	0,1	1,5	7,4	6,4	13,8	7,7	6,4	9,9	7,7	7,4	7,9
Amapá	-6,5	9,3	4,3	-2,1	4,6	6,8	-0,4	4,6	5,7	-0,4	-0,2	-0,1
Tocantins	-2,7	-4,5	6,1	7,5	2,5	13,9	12,7	2,5	8,2	12,7	12,0	11,4
Maranhão	-4,8	-0,7	-0,3	5,5	1,1	9,6	8,2	1,1	5,0	8,2	7,2	7,2
Piauí	-4,2	0,2	1,4	1,4	-0,1	8,5	5,1	-0,1	3,9	5,1	4,3	4,3
Ceará	-1,4	-0,3	0,9	2,0	2,2	11,1	4,5	2,2	6,3	4,5	4,3	5,0
Rio Grande do Norte	-1,5	0,8	0,1	5,2	0,4	12,9	7,8	0,4	6,1	7,8	6,9	7,7
Paraíba	-0,1	-1,8	-0,4	4,4	-2,5	5,4	5,9	-2,5	1,1	5,9	5,0	5,4
Pernambuco	-2,6	-0,1	1,0	4,7	1,8	11,1	3,6	1,8	6,1	3,6	3,4	4,0
Alagoas	-4,7	2,0	0,5	2,6	2,9	10,7	4,2	2,9	6,5	4,2	4,2	4,8
Sergipe	-3,8	-1,1	1,6	7,3	2,2	9,3	5,9	2,2	5,5	5,9	5,6	6,1
Bahia	-4,6	-0,1	0,2	1,5	-0,1	8,7	3,8	-0,1	4,0	3,8	3,3	3,8
Minas Gerais	-1,4	0,5	-0,9	-0,9	3,8	7,7	4,6	3,8	5,6	4,6	4,5	4,9
Espírito Santo	-1,7	1,0	-0,4	9,0	15,4	12,5	14,4	15,4	14,0	14,4	14,7	13,4
Rio de Janeiro	-2,8	0,4	-0,7	3,1	4,2	9,1	2,8	4,2	6,5	2,8	2,9	3,6
São Paulo	-2,1	3,0	-0,6	4,4	7,4	11,5	8,0	7,4	9,4	8,0	8,1	8,6
Paraná	-0,8	-2,2	0,2	4,6	5,1	6,6	6,1	5,1	5,8	6,1	6,1	6,1
Santa Catarina	-1,1	2,6	0,5	9,5	9,7	12,7	13,1	9,7	11,1	13,1	12,2	12,2
Rio Grande do Sul	-1,1	0,4	0,0	8,1	7,6	12,4	9,9	7,6	9,9	9,9	9,8	9,9
Mato Grosso do Sul	-3,8	2,8	0,2	7,1	9,4	10,5	7,1	9,4	9,9	7,1	7,8	8,3
Mato Grosso	-1,7	1,8	0,7	7,9	10,2	14,5	12,4	10,2	12,3	12,4	12,4	12,5
Goiás	-0,1	-1,3	1,3	7,6	7,8	14,4	5,1	7,8	10,9	5,1	5,8	7,3
Distrito Federal	-1,9	1,6	-1,5	0,1	1,6	6,7	1,2	1,6	4,0	1,2	0,9	1,4

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria

(1) Base: mês imediatamente anterior - série com ajuste sazonal

(2) Base: igual mês do ano anterior

(3) Base: igual período do ano anterior

(4) Base: 12 meses anteriores

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 9 - Indicadores de Receita Nominal de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Ceará - Fevereiro 2019 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Comércio Varejista (4)	0,7	0,7	4,9	3,4	0,7	2,6	3,4	3,3	3,5
1. Combustíveis e lubrificantes	3,5	-4,4	3,2	10,5	-4,4	-0,8	10,5	12,5	12,5
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	0,8	-1,7	-0,8	0,9	-1,7	-1,2	0,9	0,6	0,6
2.1. Hipermercados e supermercados	-1,6	-2,9	-3,8	0,1	-2,9	-3,3	0,1	-0,3	-0,5
3. Tecidos, vestuário e calçados	-1,0	3,4	18,7	1,6	3,4	9,9	1,6	1,4	2,7
4. Móveis e eletrodomésticos	8,0	10,3	16,5	3,0	10,3	13,2	3,0	3,6	4,2
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	4,1	5,5	10,9	5,0	5,5	8,0	5,0	4,8	5,2
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-16,5	6,0	-6,3	-9,6	6,0	2,3	-9,6	-8,5	-7,6
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-5,8	-9,2	-10,5	-0,7	-9,2	-9,8	-0,7	-2,3	-4,3
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-4,9	0,6	6,6	7,2	0,6	3,3	7,2	6,1	5,8
Comércio Varejista Ampliado (5)	2,0	2,2	11,1	4,5	2,2	6,3	4,5	4,3	5,0
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	5,9	3,5	29,6	8,6	3,5	14,7	8,6	7,1	8,9
10. Material de construção	7,3	14,8	26,5	4,5	14,8	19,9	4,5	6,2	8,9

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

(4) O indicador do comércio varejista é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 8.

(5) O indicador do comércio varejista ampliado é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 10

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 9 - Indicadores de Receita Nominal de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Pernambuco - Fevereiro 2019 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Comércio Varejista (4)	2,8	-0,6	6,7	1,3	-0,6	2,8	1,3	1,1	1,6
1. Combustíveis e lubrificantes	11,6	1,3	5,4	11,7	1,3	3,2	11,7	10,4	9,7
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	1,5	0,4	2,0	-0,2	0,4	1,2	-0,2	-0,1	0,3
2.1. Hipermercados e supermercados	1,8	2,0	3,8	0,3	2,0	2,9	0,3	0,5	1,1
3. Tecidos, vestuário e calçados	-4,6	-3,2	10,1	-6,2	-3,2	2,7	-6,2	-5,9	-4,8
4. Móveis e eletrodomésticos	-0,9	-1,8	10,6	-2,5	-1,8	3,6	-2,5	-2,8	-2,6
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	6,3	3,6	25,2	6,1	3,6	13,1	6,1	5,7	8,5
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	26,6	-30,6	-3,6	-16,4	-30,6	-20,9	-16,4	-19,6	-19,1
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-29,4	-29,5	-15,4	-4,9	-29,5	-22,9	-4,9	-9,4	-10,8
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	8,8	-0,3	9,3	3,0	-0,3	4,0	3,0	2,9	2,9
Comércio Varejista Ampliado (5)	4,7	1,8	11,1	3,6	1,8	6,1	3,6	3,4	4,0
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	15,5	10,0	27,8	11,9	10,0	17,8	11,9	11,7	13,0
10. Material de construção	-1,8	0,8	9,7	3,8	0,8	4,8	3,8	3,6	4,0

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

(4) O indicador do comércio varejista é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 8.

(5) O indicador do comércio varejista ampliado é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 10

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 9 - Indicadores de Receita Nominal de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Bahia - Fevereiro 2019 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Comércio Varejista (4)	3,0	3,4	8,4	2,8	3,4	5,8	2,8	3,1	3,8
1. Combustíveis e lubrificantes	0,6	-3,5	1,8	2,2	-3,5	-1,0	2,2	2,1	2,4
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	8,6	9,2	7,8	0,2	9,2	8,5	0,2	1,7	3,0
2.1. Hipermercados e supermercados	7,5	8,5	6,1	1,7	8,5	7,3	1,7	2,7	3,4
3. Tecidos, vestuário e calçados	-6,0	1,0	12,4	-5,1	1,0	6,3	-5,1	-5,1	-4,1
4. Móveis e eletrodomésticos	-2,2	6,7	22,2	0,9	6,7	13,7	0,9	1,5	3,1
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	14,5	10,3	13,8	15,6	10,3	12,0	15,6	15,4	15,2
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-45,4	-43,5	-46,9	-10,1	-43,5	-45,0	-10,1	-17,2	-23,6
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-34,4	-26,8	-18,8	-3,7	-26,8	-23,1	-3,7	-6,6	-8,8
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	2,6	2,8	17,2	11,8	2,8	9,2	11,8	10,7	11,3
Comércio Varejista Ampliado (5)	1,5	-0,1	8,7	3,8	-0,1	4,0	3,8	3,3	3,8
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-1,1	-9,1	8,3	7,6	-9,1	-1,4	7,6	4,7	4,1
10. Material de construção	-7,6	-3,5	12,2	2,9	-3,5	3,4	2,9	1,8	2,2

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

(4) O indicador do comércio varejista é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 8.

(5) O indicador do comércio varejista ampliado é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 10

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 9 - Indicadores de Receita Nominal de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Minas Gerais - Fevereiro 2019 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Comércio Varejista (4)	-3,2	2,6	5,1	2,2	2,6	3,8	2,2	2,1	2,5
1. Combustíveis e lubrificantes	-10,1	-5,1	-4,9	0,0	-5,1	-5,0	0,0	-0,9	-0,9
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	7,6	12,1	8,9	9,4	12,1	10,5	9,4	10,1	10,6
2.1. Hipermercados e supermercados	8,2	12,9	9,3	10,2	12,9	11,1	10,2	11,1	11,5
3. Tecidos, vestuário e calçados	-6,6	-6,9	1,5	3,2	-6,9	-3,1	3,2	2,1	2,0
4. Móveis e eletrodomésticos	-18,7	-15,4	-6,5	-19,9	-15,4	-11,7	-19,9	-20,6	-20,2
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	11,8	11,3	14,2	9,4	11,3	12,7	9,4	9,6	10,0
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-12,1	-2,9	0,6	-2,9	-2,9	-1,4	-2,9	-2,2	-1,8
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	9,9	6,8	9,5	10,1	6,8	8,1	10,1	11,7	10,1
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-30,4	-16,0	-0,7	-11,6	-16,0	-9,5	-11,6	-13,3	-13,0
Comércio Varejista Ampliado (5)	-0,9	3,8	7,7	4,6	3,8	5,6	4,6	4,5	4,9
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	17,9	10,3	21,8	19,7	10,3	15,7	19,7	18,6	18,5
10. Material de construção	-1,5	3,8	10,7	6,3	3,8	7,0	6,3	6,3	7,1

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

(4) O indicador do comércio varejista é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 8.

(5) O indicador do comércio varejista ampliado é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 10

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 9 - Indicadores de Receita Nominal de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Espírito Santo - Fevereiro 2019 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Comércio Varejista (4)	7,5	12,3	16,3	9,1	12,3	14,2	9,1	10,4	10,4
1. Combustíveis e lubrificantes	16,2	15,4	19,2	18,5	15,4	17,2	18,5	19,0	19,2
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	4,6	13,1	15,5	4,5	13,1	14,2	4,5	6,5	6,9
2.1. Hipermercados e supermercados	4,3	13,0	15,3	4,5	13,0	14,1	4,5	6,7	7,0
3. Tecidos, vestuário e calçados	7,2	18,7	19,8	6,6	18,7	19,3	6,6	8,7	9,0
4. Móveis e eletrodomésticos	11,2	7,8	14,5	23,8	7,8	11,0	23,8	22,8	20,5
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	9,6	11,4	17,0	15,2	11,4	14,0	15,2	14,5	14,3
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-41,8	-33,9	-35,5	-13,0	-33,9	-34,5	-13,0	-17,8	-22,6
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	79,9	56,2	92,8	25,7	56,2	74,9	25,7	30,9	37,4
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	8,4	7,0	12,9	2,0	7,0	9,7	2,0	3,2	3,2
Comércio Varejista Ampliado (5)	9,0	15,4	12,5	14,4	15,4	14,0	14,4	14,7	13,4
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	14,8	18,8	3,6	25,4	18,8	11,1	25,4	23,5	19,3
10. Material de construção	-3,3	24,4	41,8	5,0	24,4	32,4	5,0	7,2	8,9

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

(4) O indicador do comércio varejista é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 8.

(5) O indicador do comércio varejista ampliado é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 10

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 9 - Indicadores de Receita Nominal de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Rio De Janeiro - Fevereiro 2019 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Comércio Varejista (4)	3,6	3,2	7,9	2,5	3,2	5,5	2,5	2,7	3,4
1. Combustíveis e lubrificantes	12,9	9,3	9,0	-0,3	9,3	9,2	-0,3	1,4	2,7
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	5,9	6,1	5,7	1,3	6,1	5,9	1,3	2,1	3,1
2.1. Hipermercados e supermercados	4,8	5,8	4,4	-0,9	5,8	5,1	-0,9	0,1	1,3
3. Tecidos, vestuário e calçados	1,4	-3,4	10,5	0,7	-3,4	2,9	0,7	-0,2	0,3
4. Móveis e eletrodomésticos	2,9	3,2	11,1	3,9	3,2	6,7	3,9	3,7	4,1
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	10,6	6,2	8,6	7,2	6,2	7,3	7,2	6,9	6,9
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-17,0	-13,9	-11,3	-4,9	-13,9	-12,7	-4,9	-8,2	-11,0
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	13,5	18,8	82,6	-8,6	18,8	51,1	-8,6	-7,1	0,1
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-5,7	-6,5	10,0	5,7	-6,5	1,0	5,7	4,5	4,5
Comércio Varejista Ampliado (5)	3,1	4,2	9,1	2,8	4,2	6,5	2,8	2,9	3,6
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	2,1	15,3	20,2	7,7	15,3	17,6	7,7	7,7	8,7
10. Material de construção	-3,8	-6,6	2,4	-3,1	-6,6	-2,6	-3,1	-4,0	-3,3

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

(4) O indicador do comércio varejista é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 8.

(5) O indicador do comércio varejista ampliado é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 10

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 9 - Indicadores de Receita Nominal de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
São Paulo - Fevereiro 2019 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Comércio Varejista (4)	4,6	5,9	9,0	4,7	5,9	7,4	4,7	5,0	5,7
1. Combustíveis e lubrificantes	4,4	1,2	4,2	9,7	1,2	2,7	9,7	9,5	9,8
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	5,9	6,5	9,2	4,9	6,5	7,8	4,9	5,4	6,4
2.1. Hipermercados e supermercados	5,6	6,4	9,1	4,6	6,4	7,7	4,6	5,1	6,0
3. Tecidos, vestuário e calçados	-0,9	-1,1	15,0	-1,7	-1,1	6,3	-1,7	-1,9	-0,6
4. Móveis e eletrodomésticos	-3,6	-0,7	2,3	-4,3	-0,7	0,7	-4,3	-4,3	-3,9
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	8,3	8,5	8,7	9,3	8,5	8,6	9,3	9,0	8,9
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-26,5	-43,8	-32,5	-17,9	-43,8	-39,1	-17,9	-22,7	-24,8
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-1,2	5,9	13,4	-8,0	5,9	9,4	-8,0	-6,7	-5,1
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	10,9	21,2	17,5	12,0	21,2	19,5	12,0	12,8	13,3
Comércio Varejista Ampliado (5)	4,4	7,4	11,5	8,0	7,4	9,4	8,0	8,1	8,6
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	3,6	13,1	19,0	21,9	13,1	15,8	21,9	21,7	21,2
10. Material de construção	4,6	7,2	15,2	7,1	7,2	11,0	7,1	6,7	7,1

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

(4) O indicador do comércio varejista é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 8.

(5) O indicador do comércio varejista ampliado é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 10

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 9 - Indicadores de Receita Nominal de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Paraná - Fevereiro 2019 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Comércio Varejista (4)	6,6	2,9	1,2	5,8	2,9	2,1	5,8	5,8	5,6
1. Combustíveis e lubrificantes	1,2	-13,9	-18,5	11,0	-13,9	-16,1	11,0	9,3	7,5
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	8,0	5,4	4,0	2,9	5,4	4,7	2,9	3,5	3,6
2.1. Hipermercados e supermercados	9,3	6,7	5,2	3,2	6,7	6,0	3,2	4,0	4,3
3. Tecidos, vestuário e calçados	-6,5	-8,3	-0,4	-8,9	-8,3	-4,6	-8,9	-9,4	-9,1
4. Móveis e eletrodomésticos	0,1	2,3	4,7	5,7	2,3	3,4	5,7	4,9	4,8
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	7,8	3,1	7,8	8,0	3,1	5,4	8,0	7,2	6,8
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-3,0	-2,6	-11,7	-2,5	-2,6	-6,9	-2,5	-2,4	-3,8
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	5,4	43,4	-43,0	7,3	43,4	-23,3	7,3	8,7	4,0
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	24,9	30,8	32,6	24,1	30,8	31,6	24,1	25,4	26,6
Comércio Varejista Ampliado (5)	4,6	5,1	6,6	6,1	5,1	5,8	6,1	6,1	6,1
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-1,3	11,5	22,1	6,2	11,5	16,5	6,2	6,3	6,9
10. Material de construção	1,8	7,1	11,5	8,4	7,1	9,2	8,4	8,2	8,2

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

(4) O indicador do comércio varejista é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 8.

(5) O indicador do comércio varejista ampliado é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 10

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 9 - Indicadores de Receita Nominal de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Santa Catarina - Fevereiro 2019 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Comércio Varejista (4)	10,2	11,1	10,2	11,7	11,1	10,7	11,7	11,3	11,3
1. Combustíveis e lubrificantes	24,7	16,4	14,2	22,6	16,4	15,3	22,6	22,0	21,9
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	7,1	10,8	8,3	10,8	10,8	9,6	10,8	10,2	10,1
2.1. Hipermercados e supermercados	7,5	10,6	9,0	11,3	10,6	9,8	11,3	10,7	10,7
3. Tecidos, vestuário e calçados	-0,3	2,9	0,5	1,0	2,9	1,8	1,0	1,2	1,0
4. Móveis e eletrodomésticos	7,2	8,9	20,0	4,1	8,9	13,8	4,1	4,6	5,9
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	11,3	10,2	10,8	8,6	10,2	10,5	8,6	8,5	8,3
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-5,8	-1,8	-2,9	-0,9	-1,8	-2,3	-0,9	-1,0	-0,9
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	23,7	15,5	59,8	-1,9	15,5	33,2	-1,9	-1,0	3,8
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	14,4	11,0	9,3	16,2	11,0	10,2	16,2	15,4	14,8
Comércio Varejista Ampliado (5)	9,5	9,7	12,7	13,1	9,7	11,1	13,1	12,2	12,2
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	7,0	3,4	16,4	17,9	3,4	9,7	17,9	15,3	14,8
10. Material de construção	10,8	17,1	21,6	9,3	17,1	19,2	9,3	9,9	10,7

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

(4) O indicador do comércio varejista é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 8.

(5) O indicador do comércio varejista ampliado é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 10

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 9 - Indicadores de Receita Nominal de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Rio Grande Do Sul - Fevereiro 2019 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Comércio Varejista (4)	6,9	8,6	8,5	9,3	8,6	8,5	9,3	9,4	9,2
1. Combustíveis e lubrificantes	16,8	16,4	12,3	21,5	16,4	14,4	21,5	20,8	20,2
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	6,8	7,6	6,2	6,1	7,6	6,9	6,1	6,8	6,6
2.1. Hipermercados e supermercados	7,3	8,3	6,6	6,8	8,3	7,5	6,8	7,5	7,2
3. Tecidos, vestuário e calçados	8,1	5,0	14,1	10,3	5,0	9,2	10,3	10,1	9,8
4. Móveis e eletrodomésticos	0,8	9,9	7,3	3,8	9,9	8,7	3,8	3,8	3,8
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	2,3	3,8	9,9	6,9	3,8	6,7	6,9	6,7	6,9
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-26,3	-6,8	-1,3	-10,0	-6,8	-3,7	-10,0	-11,3	-11,2
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-4,8	7,8	11,0	9,3	7,8	9,3	9,3	9,0	7,8
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	4,6	4,8	9,7	12,6	4,8	7,0	12,6	11,8	11,5
Comércio Varejista Ampliado (5)	8,1	7,6	12,4	9,9	7,6	9,9	9,9	9,8	9,9
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	19,8	9,4	31,7	15,3	9,4	19,5	15,3	14,7	16,0
10. Material de construção	-1,1	-2,4	12,5	5,0	-2,4	4,3	5,0	3,8	4,3

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

(4) O indicador do comércio varejista é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 8.

(5) O indicador do comércio varejista ampliado é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 10

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 9 - Indicadores de Receita Nominal de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Goiás - Fevereiro 2019 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Comércio Varejista (4)	4,1	6,5	11,8	2,9	6,5	9,0	2,9	4,2	6,1
1. Combustíveis e lubrificantes	0,2	-2,3	-0,3	6,2	-2,3	-1,3	6,2	6,0	6,3
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	2,0	6,3	12,1	-2,9	6,3	9,0	-2,9	-0,3	2,7
2.1. Hipermercados e supermercados	2,8	5,4	12,7	-2,5	5,4	8,8	-2,5	0,1	3,4
3. Tecidos, vestuário e calçados	5,4	12,6	37,1	6,4	12,6	23,9	6,4	8,4	11,3
4. Móveis e eletrodomésticos	-0,4	3,7	7,8	7,0	3,7	5,5	7,0	6,0	5,6
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	10,5	7,6	13,5	9,5	7,6	10,4	9,5	9,3	9,7
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-58,1	-51,1	-53,3	-26,0	-51,1	-52,0	-26,0	-30,5	-34,1
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	11,8	10,4	15,2	-7,9	10,4	12,6	-7,9	-6,9	-5,9
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	27,0	38,1	33,2	20,2	38,1	35,8	20,2	22,7	24,4
Comércio Varejista Ampliado (5)	7,6	7,8	14,4	5,1	7,8	10,9	5,1	5,8	7,3
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	21,7	11,9	23,1	13,0	11,9	17,2	13,0	11,7	12,3
10. Material de construção	5,8	4,3	6,8	0,4	4,3	5,5	0,4	1,0	1,6

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

(4) O indicador do comércio varejista é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 8.

(5) O indicador do comércio varejista ampliado é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 10

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 9 - Indicadores de Receita Nominal de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Distrito Federal - Fevereiro 2019 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Comércio Varejista (4)	-2,6	-1,1	3,4	1,4	-1,1	1,0	1,4	1,3	1,9
1. Combustíveis e lubrificantes	-11,4	-8,2	-4,3	11,0	-8,2	-6,3	11,0	9,6	8,7
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	6,7	-0,8	3,5	-2,5	-0,8	1,3	-2,5	-2,2	-1,1
2.1. Hipermercados e supermercados	5,9	-0,8	1,2	-3,0	-0,8	0,2	-3,0	-2,5	-1,3
3. Tecidos, vestuário e calçados	-9,4	-0,8	6,8	-5,6	-0,8	2,6	-5,6	-5,2	-4,2
4. Móveis e eletrodomésticos	-16,5	-5,3	2,3	-6,6	-5,3	-1,9	-6,6	-7,1	-7,0
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	6,2	6,6	10,2	5,9	6,6	8,3	5,9	5,8	6,3
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-23,1	-14,9	-16,1	-27,7	-14,9	-15,3	-27,7	-25,5	-25,0
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-54,7	11,5	39,4	-21,9	11,5	22,8	-21,9	-21,3	-12,3
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	11,9	18,4	18,4	11,6	18,4	18,4	11,6	12,5	13,2
Comércio Varejista Ampliado (5)	0,1	1,6	6,7	1,2	1,6	4,0	1,2	0,9	1,4
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	2,5	0,1	10,9	-1,8	0,1	4,9	-1,8	-3,1	-2,9
10. Material de construção	14,3	19,4	14,8	6,2	19,4	17,2	6,2	7,5	8,2

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

(4) O indicador do comércio varejista é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 8.

(5) O indicador do comércio varejista ampliado é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 10

Pesquisa Mensal de Comércio

Tabela 10 - Índice de base fixa da receita nominal de vendas no comércio varejista (1) e comércio varejista ampliado (2), por atividades - fevereiro 2019

Atividades	Comércio varejista ampliado												
	fev/2018	mar/2018	abr/2018	mai/2018	jun/2018	jul/2018	ago/2018	set/2018	out/2018	nov/2018	dez/2018	jan/2019	fev/2019
Comércio Varejista (1)	100,1	114,9	107,2	112,4	111,7	110,9	116,5	111,7	116,6	126,4	149,0	115,7	107,6
1. Combustíveis e lubrificantes	101,2	115,4	113,6	113,6	114,0	116,9	120,7	120,0	125,8	119,6	121,1	110,8	103,6
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	112,5	125,8	115,7	119,6	117,9	118,5	124,8	120,2	124,0	128,7	154,9	126,8	120,8
2.1. Hipermercados e supermercados	113,1	126,2	116,2	120,1	117,9	118,5	125,4	120,5	124,4	130,1	157,2	128,2	121,7
3. Tecidos, vestuário e calçados	68,1	85,1	83,6	99,9	101,1	92,9	96,2	87,6	92,0	105,0	183,9	81,0	75,9
4. Móveis e eletrodomésticos	73,6	84,8	78,3	82,8	82,3	79,1	84,0	79,9	83,4	109,1	109,8	91,9	78,8
4.1. Móveis	67,1	75,0	70,7	71,5	75,9	76,4	78,4	74,6	79,1	95,2	102,6	83,0	74,2
4.2. Eletrodomésticos	76,0	88,6	80,9	87,4	84,5	79,5	85,7	81,6	84,6	114,5	112,2	95,2	80,2
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	121,8	142,2	138,0	142,8	138,1	141,2	147,8	139,5	146,5	147,6	160,7	142,2	135,1
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	111,3	90,4	74,4	67,0	67,6	72,6	69,9	57,7	55,1	60,6	92,5	109,9	88,5
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	73,3	79,5	77,3	77,8	75,2	74,0	79,2	71,6	75,1	81,1	86,3	75,2	77,2
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	89,5	111,9	99,4	109,1	111,6	106,4	114,3	109,9	119,6	154,8	169,6	116,1	100,2
Comércio Varejista Ampliado (2)	92,6	108,1	102,2	103,2	104,5	105,4	112,4	105,4	112,0	117,1	130,8	109,3	102,2
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	73,4	92,3	89,4	80,5	85,6	90,4	99,9	88,7	98,0	93,1	91,4	92,7	88,2
10. Material de construção	88,1	99,8	99,1	95,5	102,5	105,7	115,4	103,4	114,9	112,7	101,3	106,7	100,2

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Serviços e Comércio.

Nota: Base: 2014 = 100

(1) O indicador do comércio varejista é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 8.

(2) O indicador do comércio varejista ampliado é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 10

Atualizado em 09/04/2019 às 9 horas