



Indicadores IBGE

Pesquisa Mensal de Comércio

março de 2019

Publicado em 09/05/2019 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
Fábio Figueiredo Farias
Estagiários
Fábio Bentz Maciel
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	31
VOLUME DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA E COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO	32
RECEITA NOMINAL DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA E COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO	49

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)

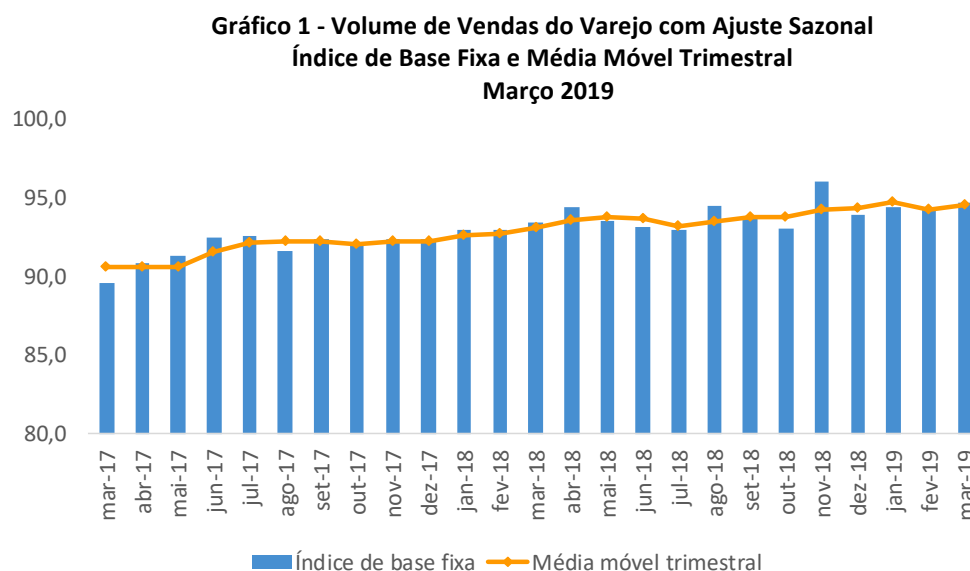
12-Móveis	4753-9	-	IPCA (cód. 3101) IPCA (cód. 3102)
	4756-3	-	IPCA (cód. 3102)
	4759-8	-	IPCA (cód. 3101) IPCA (cód. 3102)
	4762-8	-	IPCA (cód. 3102)
	4754-7	-	IPCA (cód. 3101) IPCA (cód. 3102)
13-Eletrrodomésticos	4753-9	-	IPCA (cód. 32)
	4756-3	-	IPCA (cód. 7201010)
	4759-8	-	IPCA (cód. 32)
	4762-8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

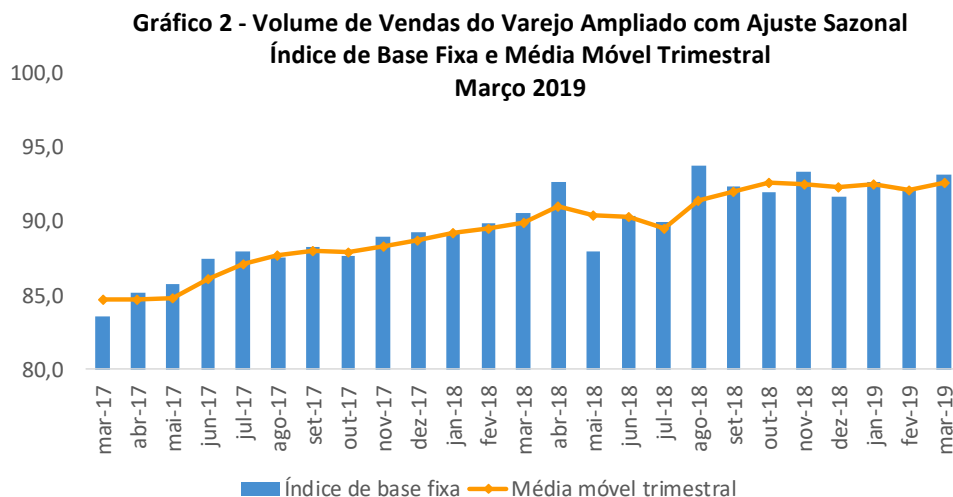
COMENTÁRIOS

Em março de 2019, o volume de vendas do **comércio varejista** nacional apresentou variação de 0,3%, frente ao mês imediatamente anterior, na série livre de influências sazonais, após estabilidade (0,0%) em fevereiro. Com isso, a evolução do índice de média móvel trimestral mostrou acréscimo de 0,3% no trimestre encerrado em março, após decréscimo de 0,6% no trimestre encerrado em fevereiro, conforme mostra Gráfico 1.



Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria

Considerando 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 assinalou aumento de 1,1% em relação a fevereiro de 2019, após decréscimo de 0,5% registrado no mês anterior, contribuindo, assim, para que a média móvel do trimestre encerrado em março (0,5%) sinalizasse aumento no ritmo das vendas quando comparada à média móvel no trimestre encerrado em fevereiro (-0,4%), conforme mostra Gráfico 2.



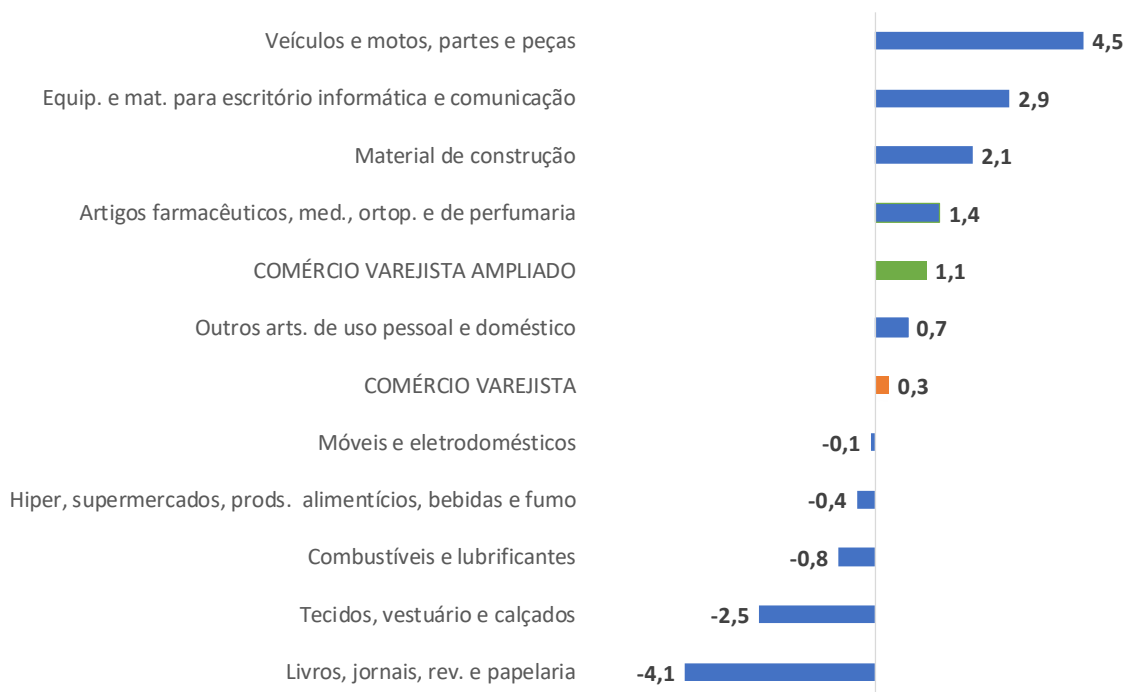
Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria

Frente a igual mês do ano anterior, em março de 2019, o **comércio varejista** assinalou recuo de 4,5%, interrompendo sete meses de crescimento e registrando a variação negativa mais acentuada desde dezembro de 2016 (-4,9%). Vale citar que março de 2019 (19 dias) teve dois dias úteis a menos do que igual mês do ano anterior (21). Com isso, o fechamento do primeiro trimestre de 2019 registrou variação de 0,3%. O indicador acumulado nos últimos doze meses, ao passar de 2,2% em fevereiro para 1,3% em março, sinalizou perda de ritmo nas vendas e permaneceu em trajetória descendente iniciada em agosto de 2018. O **comércio varejista ampliado** mostrou recuo de 3,4% frente a março de 2018, interrompendo sequência de vinte e duas taxas positivas. Assim, o varejo ampliado acumulou aumento de 2,3% nos três primeiros meses de 2019. O indicador acumulado nos últimos doze meses, ao passar de 5,5% até fevereiro para 2,3% até março, também apontou queda no ritmo de vendas.

RESULTADOS SETORIAIS

O acréscimo de 0,3% no volume de vendas do **comércio varejista** na passagem de fevereiro para março de 2019, na série com ajuste sazonal, teve predominância de taxas negativas que atingiram cinco das oito atividades pesquisadas. Entre as atividades que avançaram nessa comparação, destacaram-se *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos* (1,4%) e *Outros artigos de uso pessoal e doméstico* (0,7%), seguido em menor medida por *Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação* (2,9%). Pressionando negativamente, destacaram-se, por ordem de peso no total do varejo, *Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* (-0,4%), *Combustíveis e lubrificantes* (-0,8%), *Móveis e eletrodomésticos* (-0,1%), *Tecidos, vestuário e calçados* (-2,5%) e *Livros, jornais, revistas e papelaria* (-4,1%), conforme mostra Gráfico 3. Considerando o **comércio varejista ampliado**, o volume de vendas em março avançou 1,1% frente a fevereiro de 2019, na série com ajuste sazonal, com *Veículos, motos, partes e peças* registrando crescimento de 4,5% e *Material de construção* com taxa de 2,1%

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



Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria

Frente a igual mês do ano anterior, em março de 2019, o **comércio varejista** mostrou recuo de 4,5% com predominância de taxas negativas, atingindo seis das oito atividades pesquisadas. Entre as atividades em queda, *Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* (-5,7%) respondeu por mais de 60% do resultado geral do varejo, as demais quedas foram observadas em *Combustíveis e lubrificantes* (-4,3%), *Móveis e eletrodomésticos* (-4,8%), *Outros artigos de uso pessoal e doméstico* (-3,3%), *Tecidos, vestuário e calçados* (-5,7%) e *Livros, jornais, revistas e papelaria* (-36,7%). Por outro lado, *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos* (3,8%) e *Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação* (0,6%) foram os setores que mostraram aumento para essa comparação. Com recuo de 3,4%, frente a março de 2018, o **comércio varejista ampliado** registrou a primeira taxa negativa após vinte e dois meses de crescimento. Para esse resultado, a maior influência veio, destacadamente, do setor de *Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* (-5,7%), seguido por *Veículos, motos, partes e peças* (-1,2%), *Outros artigos de uso pessoal e doméstico* (-3,3%) e *Móveis e Eletrodomésticos* (-0,4%), 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

Março 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	-4,5	-4,5	-3,4	-3,4
1 - Combustíveis e lubrificantes	-4,3	-0,5	-4,3	-0,3
2 - Hiper, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	-5,7	-2,9	-5,7	-2,0
3 - Tecidos, vestuário e calçados	-5,7	-0,4	-5,7	-0,3
4 - Móveis e eletrodomésticos	-4,8	-0,5	-4,8	-0,3
5 - Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria	3,8	0,3	3,8	0,2
6 - Livros, jornais, revistas e papelaria	-36,7	-0,3	-36,7	-0,2
7 - Equipamentos e mat. para escritório informática e comunicação	0,6	0,0	0,6	0,0
8 - Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-3,3	-0,4	-3,3	-0,3
9 - Veículos e motos, partes e peças			-1,2	-0,3
10- Material de construção			-0,4	0,0

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 setor de *Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo*, com recuo de 5,7% frente a março de 2018, registrou a primeira taxa negativa após vinte e três meses consecutivos de taxas positivas nessa comparação. O resultado negativo de março de 2019 apresentou a taxa mais acentuada desde março de 2017 (-7,0%), assim, o segmento exerceu, destacadamente, o maior impacto negativo na formação da taxa global do varejo (Tabela 1). Nesse mês, o segmento foi particularmente pressionado pelo deslocamento do feriado móvel da Páscoa, com impactos negativos particularmente nas vendas desse setor, na medida que a comemoração da Páscoa em 2019 ocorreu em abril enquanto em 2018 o aumento das vendas em razão da comemoração da Pascoa ocorreu, majoritariamente em março em 2018. Outro fator relevante que também pode ter pressionado negativamente as vendas do setor foi a elevação dos preços de alimentos em domicílio⁴. Com isso, índice acumulado no ano, positivo há dezoito meses, registrou recuo de 0,9%. O indicador acumulado nos últimos doze meses, ao registrar avanço de 1,9%, continua mostrando redução na intensidade de crescimento e permanece em trajetória de queda, iniciada em setembro de 2018 (4,4%).

⁴ IBGE/COINP em março/19, os preços do grupamento “alimentação no domicílio” ficaram em 8,72% enquanto em março/18, estavam com deflação em -4,28 segundo o IPCA em 12 meses

Combustíveis e lubrificantes, com recuo de 4,3% no volume de vendas em relação a março de 2018, exerceu a segunda maior contribuição negativa para o resultado total do varejo. Em termos acumulados, o setor mostrou estabilidade para os primeiros três meses de 2019 (0,1%), enquanto o indicador acumulado nos últimos doze meses (-3,7%) ficou praticamente estável em relação a fevereiro (-3,8%) e permanece no campo negativo há 49 meses seguidos.

O segmento de *Móveis e eletrodomésticos*, com recuo de 4,8% no volume de vendas em relação a março de 2018, respondeu também pelo segundo maior impacto negativo na formação da taxa total do comércio varejista de março de 2019, após aumento de 2,7% registrado no mês de fevereiro. O resultado negativo de março contribuiu para o setor acumular perda de 1,9% nos três primeiros meses do ano. O indicador acumulado nos últimos doze meses, ao passar de -2,0% até fevereiro para -2,1% em março, ficou praticamente estável pelo terceiro mês.

O segmento de *Outros artigos de uso pessoal e doméstico*, que engloba lojas de departamentos, óticas, joalherias, artigos esportivos, brinquedos, etc., com recuo de 3,3% no volume de vendas em relação a março de 2018, mostrou perda de ritmo em relação ao resultado de fevereiro (10,7%) e exerceu a terceira maior contribuição negativa ao resultado geral do varejo, acumulando, no entanto, de janeiro a março um avanço de 4,0%. O indicador acumulado nos últimos doze meses sinalizou taxa de 6,1%, com perda de 1,4p.p. em relação ao resultado de fevereiro (7,5%).

O setor de *Tecidos, vestuário e calçados*, registrou recuo de 5,7% em relação a março de 2018. Com a perda de ritmo em março, o acumulado para os três primeiros meses do ano apresentou variação de 0,5%. O indicador acumulando nos últimos doze meses, ao passar de -0,8% em fevereiro para -1,1% em março, acentuou a trajetória de queda iniciada em outubro de 2018 (-0,1%).

A atividade de *Livros, jornais, revistas e papelaria* recuou 36,7% o volume de vendas frente a março de 2018. Com uma perda de ritmo dessa magnitude, o acumulado para os três primeiros meses do ano ficou em -29,4%, recuo mais elevado dentre todas as atividades do varejo. O indicador anualizado, acumulado nos últimos doze meses, ao passar de -19,6% para -21,7%, acentuou a trajetória de queda, o que mantém essa atividade em trajetória descendente desde março de 2014.

A atividade de *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria*, com aumento de 3,8% nas vendas frente a março de 2018, exerceu a única contribuição positiva na taxa global do varejo, registrando o vigésimo terceiro resultado positivo consecutivo, na comparação com igual mês do ano anterior. Com isso, o indicador acumulado para os três primeiros meses do ano registrou ganho de 6,9%, maior variação entre as atividades do varejo. Em termos de resultado acumulado nos últimos doze meses, ao passar de 6,4% até fevereiro para 6,3% em março, o setor manteve-se praticamente estável.

O segmento de *Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação* apresentou acréscimo de 0,6% em relação a março de 2018. Em termos acumulados, a variação ficou em 3,9% para os primeiros três meses de 2019, enquanto o indicador acumulado nos últimos doze meses (0,7%) sinaliza trajetória de recuperação nos últimos três meses.

O setor de *Veículos, motos, partes e peças* ao registrar recuo de 1,2% em relação a março de 2018, assinalou a primeira taxa negativa após vinte e dois meses registrando crescimento. Com isso, o indicador acumulado para os três primeiros meses do ano mostrou ganho de 8,3%. A análise pelo indicador acumulado nos últimos doze meses, ao registrar aumento de 12,7% até março, sinalizou perda de ritmo em relação ao acumulado até fevereiro (14,3%).

Com decréscimo de 0,4% em relação a março de 2018, o segmento de *Material de Construção* voltou a mostrar queda após resultados positivos em janeiro (2,2%) e fevereiro (9,5%) para essa comparação. A taxa acumulada para o primeiro trimestre do ano de 2019 ficou em 3,5%. Com isso, o indicador acumulado nos últimos doze meses, ao passar de 3,4% em fevereiro para 3,5% em março, manteve-se praticamente estável.

RESULTADOS TRIMESTRAIS

No indicador acumulado para janeiro-março de 2019, frente a igual período do ano anterior, o **comércio varejista** registrou variação de 0,3% com resultados positivos em cinco das oito atividades, com destaque, em termos de contribuição da taxa global para *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria* (6,9%) e *Outros artigos de uso pessoal e doméstico* (4,0%), enquanto o **comércio varejista ampliado**, com avanço de 2,3% no primeiro trimestre de 2019, mostrou predominância de taxas positivas entre as atividades, atingindo sete das dez atividades, com a maior contribuição vinda do setor de *Veículos, motos, partes e peças* (8,3%).

Em bases trimestrais, o **comércio varejista**, ao assinalar variação de 0,3% no primeiro trimestre de 2019, completou oito trimestres seguidos de taxas positivas, porém com perda de ritmo em relação aos demais trimestres, todas as comparações contra igual período do ano anterior. A redução na intensidade nas vendas na passagem do quarto trimestre de 2018 (2,2%) para o primeiro trimestre de 2019 (0,3%) também foi observada em cinco das oito atividades, com destaque para: *Outros artigos de uso pessoal e doméstico* (de 8,5% para 4,0%), *Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* (de 2,2% para -0,9%), *Tecidos, vestuário e calçados* (de 1,6% para 0,5%), *Livros, jornais, revistas e papelaria* (de -28,5% para -29,4%), *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos* (de 7,2% para 6,9%). Por outro lado, apresentando ganho de ritmo em relação ao igual trimestre do ano anterior, figuram: *Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação* (de 0,8% para 3,9%), *Combustíveis e lubrificantes* (de -2,7% para 0,1%), *Móveis e eletrodomésticos* (de -2,0% para -1,9%). No **comércio varejista ampliado** foi observado perda de ritmo nas vendas entre o quarto trimestre de 2018 e o primeiro trimestre de 2019 (de 4,4% para 2,3%) com ganhos em *Material de construção* (de 2,5% para 3,5%) e com perdas em *Veículos, motos, partes e peças* (de 13,2% para 8,3%), conforme mostra Tabela 2.

Tabela 2 - BRASIL - INDICADORES DO VOLUME DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA E COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO
INDICADOR TRIMESTRAL
Março 2019
(base: igual trimestre do ano anterior)

Atividades	2018				2019
	1º Tri	2º Tri	3º Tri	4º Tri	1º Tri
Comércio varejista	4,3	1,6	1,1	2,2	0,3
1 - Combustíveis e lubrificantes	-5,1	-6,9	-5,1	-2,7	0,1
2 - Hiper, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	6,7	4,0	2,4	2,2	-0,9
3 - Tecidos, vestuário e calçados	-1,6	-5,3	-1,7	1,6	0,5
4 - Móveis e eletrodomésticos	1,7	-0,6	-4,1	-2,0	-1,9
5 - Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria	5,0	6,3	4,9	7,2	6,9
6 - Livros, jornais, revistas e papelaria	-8,3	-9,6	-13,7	-28,5	-29,4
7 - Equipamentos e mat. para escritório informática e comunicação	1,1	-1,9	0,3	0,8	3,9
8 - Outros artigos de uso pessoal e doméstico	10,9	5,2	6,0	8,5	4,0
Comércio varejista ampliado	6,9	4,7	4,0	4,4	2,3
9 - Veículos e motos, partes e peças	17,9	15,1	14,5	13,2	8,3
10- Material de construção	3,7	6,1	2,2	2,5	3,5

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

Notas: (1) A composição da taxa mensal corresponde à participação dos resultados setoriais na formação da taxa global.

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

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

RESULTADOS REGIONAIS

Na passagem de fevereiro para março de 2019, na série com ajuste sazonal, a taxa média nacional de vendas do **comércio varejista** mostrou acréscimo de 0,3%, com predomínio de resultados positivos em 18 das 27 Unidades da Federação, com destaque, em termos de magnitude de taxa para: Tocantins (5,3%) e Amazonas (4,4%). Por outro lado, pressionando negativamente, figuram nove das 27 Unidades da Federação, com destaque para: Mato Grosso (-3,9%), conforme mostra Gráfico 4. Para a mesma comparação, no **comércio varejista ampliado**, a variação entre fevereiro e março foi de 1,1%, com predomínio de resultados positivos em 21 das 27 Unidades da Federação, com destaque para o Acre (5,2%). Por outro lado, pressionando negativamente, figuram seis das 27 Unidades da Federação, com destaque para Amapá (-1,9%), enquanto Ceará ficou estável (0,0%), conforme mostra Gráfico 5.

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

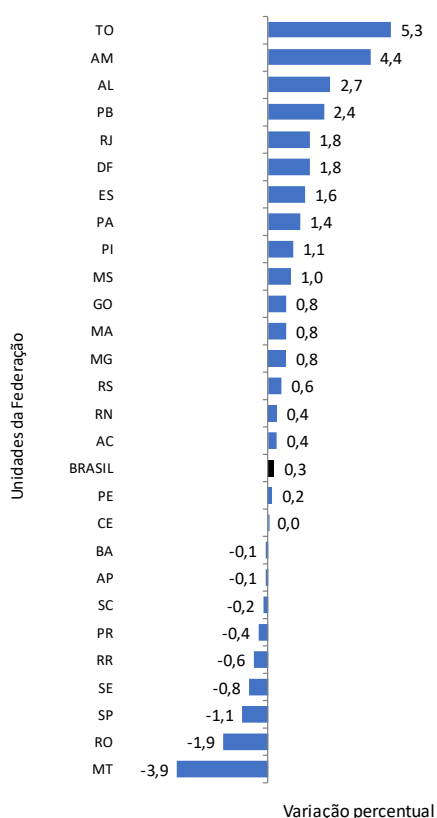
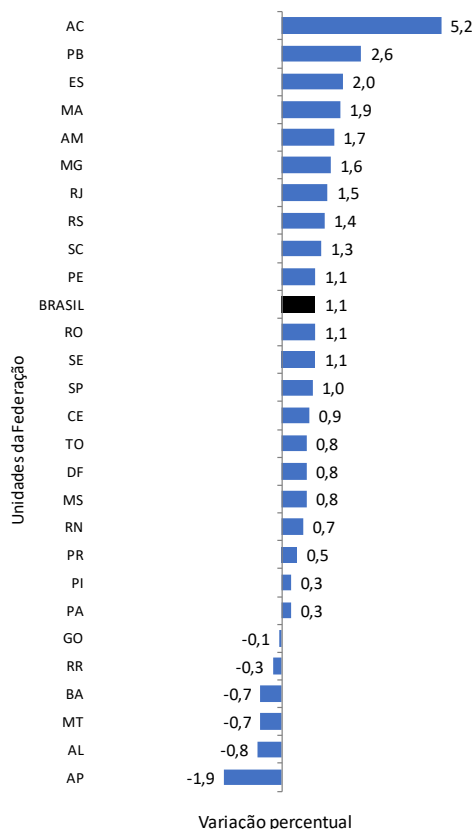


Gráfico 5 - Taxa de variação do Volume de Vendas do Comércio Varejista Ampliado por UF Mês/Mês imediatamente anterior série com ajuste sazonal Março 2019



Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria

Frente a março de 2018, a variação das vendas do **comércio varejista** nacional registrou recuo de 4,5%, com predomínio de resultados negativos em 20 das 27 Unidades da Federação, com

destaque para: Paraíba (-10,7%), Paraná (-9,3%) e Piauí (-7,7%). Por outro lado, pressionando positivamente, figuram sete das 27 Unidades da Federação, destaca-se, em termos de magnitude de taxa, o estado do Acre (4,6%), conforme mostra Gráfico 6. Quanto à participação na composição da taxa do varejo os destaques foram para: Minas Gerais (-6,6%), Rio de Janeiro (-6,8%) e São Paulo (-4,0%). Por outro lado, pressionando positivamente, destacaram-se, Espírito Santo (2,6%), Santa Catarina (0,5%) e Pará (1,1%).

Considerando o **comércio varejista ampliado**, no confronto com março de 2018, o recuo de 3,4% foi acompanhado por 22 das 27 Unidades da Federação, com destaque, em termos de volume de vendas, para: Paraíba (-10,6%), Alagoas (-9,7%) e Bahia (-8,0%). Por outro lado, pressionando positivamente, figuram cinco das 27 Unidades da Federação, com destaque para o estado do Amapá (5,5%), conforme mostra Gráfico 7. Quanto à participação na composição da taxa do varejo ampliado, destacaram-se: Rio de Janeiro (-7,8%), Minas Gerais (-6,4%) e Paraná (-6,1%). Por outro lado, pressionando positivamente, destacaram-se, Santa Catarina (0,5%), Goiás (0,8%) e Mato Grosso (0,5%).

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

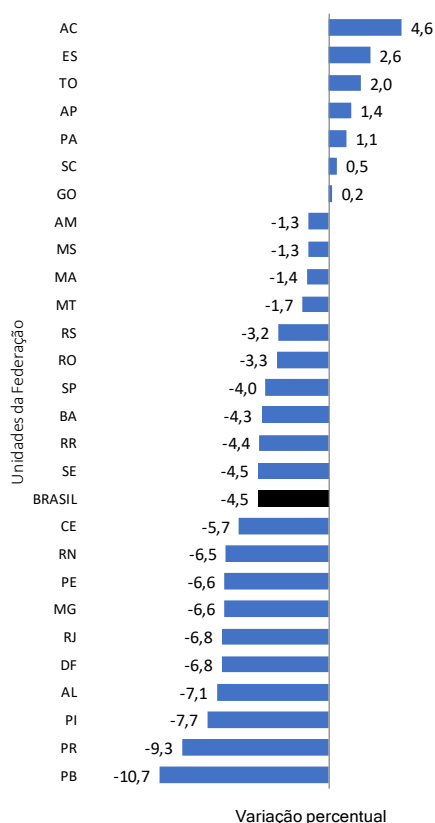
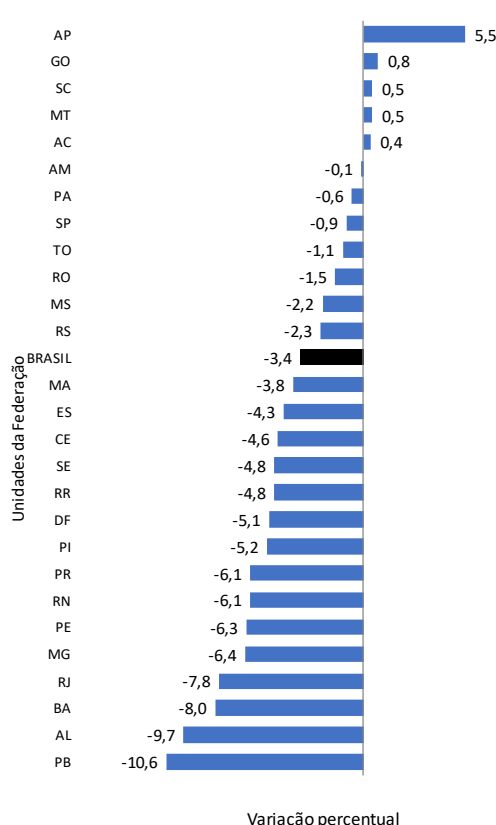
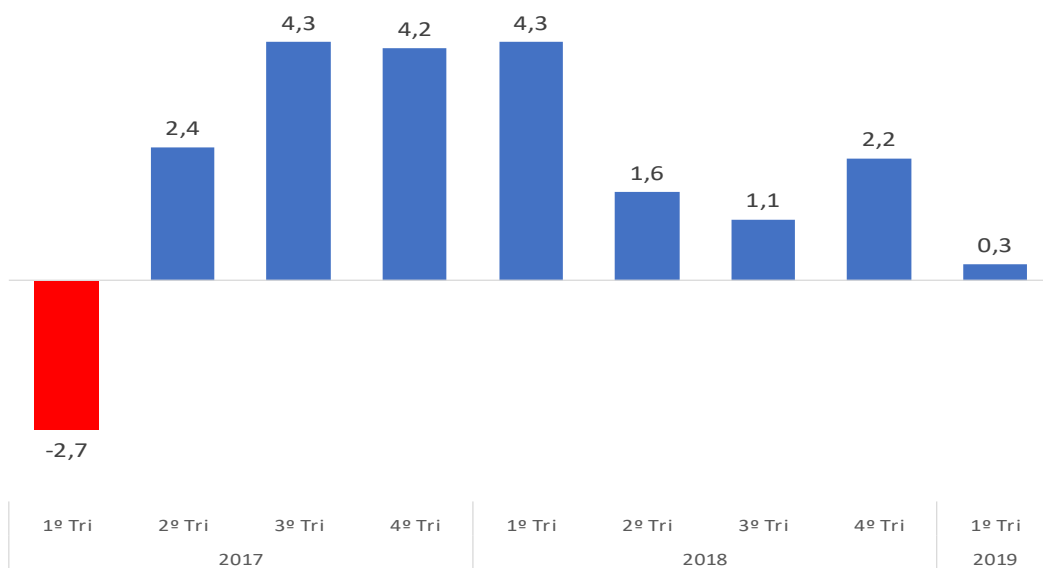


Gráfico 7 - Volume de Vendas do Comércio Varejista Ampliado por UF
mês/igual mês do ano anterior
Março 2019



Em síntese, o volume de vendas do varejo nacional, em março de 2019, voltou a sinalizar variação positiva, expressa pelo acréscimo de 0,3% na comparação com fevereiro de 2019, após estabilidade observada no mês anterior, com predomínio de resultados negativos entre as atividades. No confronto com igual mês do ano anterior, em março de 2019, o varejo nacional mostrou recuo de 4,5%, interrompendo sete meses consecutivos de taxas positivas e registrando a variação mais acentuada desde dezembro de 2016 (-4,9%). Esse resultado foi parcialmente influenciado pelo efeito calendário. Ainda na comparação com igual período do ano anterior, com o desempenho positivo de fevereiro (4,0%) e negativo em março (-4,5%), os sinais de redução de ritmo ficam evidenciados na análise do primeiro trimestre de 2019, quando o varejo, ao avançar 0,3%, registrou comportamento positivo pelo oitavo trimestre seguido mas sinalizou clara perda de ritmo em relação aos trimestres do ano de 2018: janeiro-março (4,3%), abril-junho (1,6%), julho setembro (1,1%) e outubro-dezembro (2,2%), conforme mostra Gráfico 8.

**Gráfico 8 - Volume de Vendas do Comércio Varejista
Indicador Trimestral 2018
(base: igual trimestre 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
Março 2019 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mês/Mês anterior (1)			Mensal (2)			Acumulado no ano (3)			Últimos 12 meses (4)		
	JAN	FEV	MAR	JAN	FEV	MAR	JAN-JAN	JAN-FEV	JAN-MAR	Até JAN	Até FEV	Até MAR
Comércio varejista (5)	0,5	0,0	0,3	1,9	4,0	-4,5	1,9	2,9	0,3	2,2	2,3	1,3
1. Combustíveis e lubrificantes	0,5	-0,4	-0,8	1,4	3,6	-4,3	1,4	2,5	0,1	-4,5	-3,8	-3,7
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	0,5	-0,8	-0,4	2,3	1,3	-5,7	2,3	1,8	-0,9	3,7	3,6	1,9
2.1. Hipermercados e supermercados	0,5	-0,7	-0,4	2,8	1,9	-5,2	2,8	2,3	-0,3	4,0	4,0	2,2
3. Tecidos, vestuário e calçados	0,1	4,3	-2,5	-1,4	10,7	-5,7	-1,4	4,1	0,5	-1,7	-0,8	-1,1
4. Móveis e eletrodomésticos	0,4	-0,3	-0,1	-2,8	2,7	-4,8	-2,8	-0,3	-1,9	-1,9	-2,0	-2,1
4.1. Móveis	-	-	-	-0,9	6,3	-3,6	-0,9	2,4	0,4	-3,4	-3,1	-2,9
4.2. Eletrodomésticos	-	-	-	-3,3	1,3	-5,4	-3,3	-1,2	-2,7	-1,0	-1,2	-1,6
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	-0,5	0,4	1,4	7,3	10,0	3,8	7,3	8,6	6,9	6,0	6,4	6,3
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-1,6	-0,4	-4,1	-28,7	-24,3	-36,7	-28,7	-26,8	-29,4	-17,7	-19,6	-21,7
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	9,8	1,3	2,9	1,6	9,6	0,6	1,6	5,6	3,9	-0,2	0,1	0,7
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	7,4	1,2	0,7	6,1	10,7	-3,3	6,1	8,1	4,0	7,3	7,5	6,1
Comércio varejista ampliado (6)	1,0	-0,5	1,1	3,4	7,8	-3,4	3,4	5,5	2,3	4,7	4,9	3,9
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	6,0	-0,1	4,5	8,8	19,6	-1,2	8,8	13,8	8,3	14,3	14,3	12,7
10. Material de construção	0,5	0,2	2,1	2,2	9,5	-0,4	2,2	5,6	3,5	3,1	3,4	3,5

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

Março 2019 - Variação (%)

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

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
Março 2019 - Variação (%)

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

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

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

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	JAN	FEV	MAR	JAN-JAN	JAN-FEV	JAN-MAR	Até JAN	Até FEV	Até MAR
Comércio Varejista (4)	-0,8	2,4	-5,7	-0,8	0,7	-1,5	1,9	1,8	0,9
1. Combustíveis e lubrificantes	-3,5	1,5	-9,4	-3,5	-1,1	-4,0	0,0	0,2	-1,8
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	-4,1	-3,9	-7,1	-4,1	-4,0	-5,1	1,4	0,9	-0,4
2.1. Hipermercados e supermercados	-5,4	-7,0	-9,4	-5,4	-6,2	-7,3	0,4	-0,3	-1,9
3. Tecidos, vestuário e calçados	2,6	18,2	-5,7	2,6	9,2	4,2	0,2	1,8	1,8
4. Móveis e eletrodomésticos	7,4	11,2	9,7	7,4	9,1	9,3	3,8	3,9	5,2
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	3,3	8,2	3,5	3,3	5,6	4,9	1,2	2,0	2,3
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	0,5	-11,5	-25,5	0,5	-3,1	-8,3	-12,5	-11,8	-12,3
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-10,6	-14,2	-19,8	-10,6	-12,3	-14,8	1,8	-1,4	-3,5
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	0,8	6,3	-14,4	0,8	3,3	-3,0	5,8	5,5	3,3
Comércio Varejista Ampliado (5)	0,4	8,7	-4,6	0,4	4,2	1,1	2,3	2,8	1,9
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	1,8	26,7	-0,2	1,8	12,4	8,0	5,1	6,7	5,5
10. Material de construção	7,3	18,3	-8,1	7,3	12,1	5,3	-1,5	0,8	0,4

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
Pernambuco - Março 2019 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	JAN	FEV	MAR	JAN-JAN	JAN-FEV	JAN-MAR	Até JAN	Até FEV	Até MAR
Comércio Varejista (4)	-3,5	3,3	-6,6	-3,5	-0,4	-2,6	-1,2	-0,9	-1,4
1. Combustíveis e lubrificantes	-1,6	5,3	-2,8	-1,6	1,6	0,1	-3,1	-2,4	-2,2
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	-3,9	-3,7	-11,2	-3,9	-3,8	-6,5	0,3	0,0	-1,8
2.1. Hipermercados e supermercados	-1,9	-1,4	-10,5	-1,9	-1,7	-4,9	1,1	1,0	-0,9
3. Tecidos, vestuário e calçados	-4,9	7,7	-13,4	-4,9	0,7	-4,1	-8,0	-6,8	-6,0
4. Móveis e eletrodomésticos	-4,5	7,2	0,6	-4,5	0,6	0,6	-2,1	-2,4	-1,7
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	1,6	23,8	14,2	1,6	11,4	12,3	2,5	5,6	7,3
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-34,1	-8,7	-50,4	-34,1	-25,0	-30,1	-22,5	-22,5	-24,2
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-29,3	-19,1	-17,2	-29,3	-24,5	-22,1	-8,3	-10,5	-12,2
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-1,2	7,4	-5,2	-1,2	2,6	-0,2	2,5	2,4	1,0
Comércio Varejista Ampliado (5)	-0,5	8,6	-6,3	-0,5	3,7	0,2	1,4	1,9	1,2
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	8,7	26,4	-3,8	8,7	16,4	9,3	10,7	11,9	10,7
10. Material de construção	-1,8	7,0	-11,1	-1,8	2,1	-2,4	-1,6	-1,1	-1,5

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 - Março 2019 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	JAN	FEV	MAR	JAN-JAN	JAN-FEV	JAN-MAR	Até JAN	Até FEV	Até MAR
Comércio Varejista (4)	-0,4	5,8	-4,3	-0,4	2,5	0,2	0,0	0,5	0,1
1. Combustíveis e lubrificantes	-12,5	0,3	-4,4	-12,5	-6,7	-5,9	-13,3	-12,7	-12,0
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	5,1	3,3	0,0	5,1	4,2	2,7	2,0	2,7	2,7
2.1. Hipermercados e supermercados	4,4	1,7	-1,3	4,4	3,1	1,5	2,8	3,1	2,7
3. Tecidos, vestuário e calçados	1,0	12,3	-10,7	1,0	6,2	0,5	-6,4	-5,3	-6,2
4. Móveis e eletrodomésticos	1,3	15,2	-5,4	1,3	7,6	3,0	0,6	1,4	1,1
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	9,5	13,6	2,8	9,5	11,5	8,4	12,6	12,7	12,0
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-46,8	-50,6	-57,8	-46,8	-48,5	-51,1	-21,9	-28,2	-34,0
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-26,6	-20,1	-26,5	-26,6	-23,5	-24,5	-3,4	-6,5	-8,5
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	2,1	15,8	-7,3	2,1	8,2	2,7	9,9	10,3	8,4
Comércio Varejista Ampliado (5)	-3,5	6,3	-8,0	-3,5	1,0	-2,1	0,7	0,9	0,0
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-9,0	7,7	-16,5	-9,0	-1,6	-7,0	3,9	3,3	0,8
10. Material de construção	-9,4	6,4	-9,9	-9,4	-2,4	-5,0	-2,2	-2,2	-3,0

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

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	JAN	FEV	MAR	JAN-JAN	JAN-FEV	JAN-MAR	Até JAN	Até FEV	Até MAR
Comércio Varejista (4)	-1,4	0,5	-6,6	-1,4	-0,5	-2,7	-0,6	-0,6	-1,6
1. Combustíveis e lubrificantes	-8,4	-5,9	-13,3	-8,4	-7,2	-9,4	-17,9	-17,2	-17,8
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	6,4	1,6	-1,4	6,4	4,0	2,1	9,6	9,1	7,7
2.1. Hipermercados e supermercados	7,5	2,1	-0,4	7,5	4,8	3,0	10,7	10,2	8,8
3. Tecidos, vestuário e calçados	-7,9	0,7	-17,0	-7,9	-3,9	-8,6	0,7	0,6	-0,9
4. Móveis e eletrodomésticos	-18,7	-9,5	-14,1	-18,7	-14,8	-14,6	-20,8	-20,6	-20,0
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	9,2	12,9	6,7	9,2	10,9	9,4	6,9	7,4	7,7
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-6,2	-3,0	-25,4	-6,2	-4,8	-10,6	-4,9	-4,7	-6,2
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	3,7	4,3	-12,3	3,7	4,0	-1,7	13,6	11,1	8,7
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-16,4	-1,1	-22,8	-16,4	-9,9	-14,5	-13,5	-13,3	-15,0
Comércio Varejista Ampliado (5)	0,4	4,1	-6,4	0,4	2,1	-0,9	2,3	2,4	1,2
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	10,1	21,8	-8,4	10,1	15,6	6,4	17,7	17,7	13,7
10. Material de construção	-0,6	5,9	0,0	-0,6	2,4	1,6	4,3	4,7	5,4

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
Espírito Santo - Março 2019 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	JAN	FEV	MAR	JAN-JAN	JAN-FEV	JAN-MAR	Até JAN	Até FEV	Até MAR
Comércio Varejista (4)	9,4	12,7	2,6	9,4	11,0	7,9	8,6	8,4	7,4
1. Combustíveis e lubrificantes	7,6	14,4	12,6	7,6	10,7	11,4	1,9	2,9	4,9
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	11,1	11,4	0,2	11,1	11,3	7,2	6,5	6,5	4,6
2.1. Hipermercados e supermercados	11,3	11,7	0,5	11,3	11,5	7,4	6,9	6,8	4,8
3. Tecidos, vestuário e calçados	19,0	21,6	-4,0	19,0	20,4	10,0	7,4	7,9	7,5
4. Móveis e eletrodomésticos	2,9	8,9	12,0	2,9	5,8	8,0	22,8	19,8	19,3
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	8,8	13,4	5,7	8,8	11,0	9,1	11,2	11,0	9,8
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-36,5	-38,2	-51,3	-36,5	-37,2	-40,7	-20,1	-24,9	-28,2
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	47,3	80,8	59,8	47,3	64,3	62,7	32,8	37,7	41,6
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	5,3	10,8	-10,7	5,3	7,9	1,1	2,7	2,6	0,9
Comércio Varejista Ampliado (5)	13,9	10,7	-4,3	13,9	12,3	6,1	13,6	12,2	10,3
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	19,2	4,9	-14,5	19,2	12,0	2,1	23,3	19,2	15,7
10. Material de construção	18,3	37,1	6,0	18,3	27,0	19,2	2,7	4,2	4,4

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
Rio De Janeiro - Março 2019 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	JAN	FEV	MAR	JAN-JAN	JAN-FEV	JAN-MAR	Até JAN	Até FEV	Até MAR
Comércio Varejista (4)	0,4	3,8	-6,8	0,4	2,1	-1,1	0,8	1,2	-0,1
1. Combustíveis e lubrificantes	1,9	4,6	-2,3	1,9	3,2	1,3	-13,3	-11,5	-10,3
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	3,6	0,6	-5,4	3,6	2,1	-0,6	1,7	2,1	0,8
2.1. Hipermercados e supermercados	3,9	1,0	-3,4	3,9	2,4	0,3	0,3	1,0	0,0
3. Tecidos, vestuário e calçados	-3,7	9,7	-8,8	-3,7	2,4	-1,6	-1,5	-1,0	-1,6
4. Móveis e eletrodomésticos	-2,5	5,0	-10,3	-2,5	0,8	-3,1	3,7	3,5	1,8
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	4,2	5,5	-6,0	4,2	4,8	0,9	4,1	4,1	2,5
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-17,3	-15,1	-30,0	-17,3	-16,2	-19,2	-11,0	-13,9	-15,4
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	18,8	72,7	15,0	18,8	46,2	34,8	-2,8	3,5	7,2
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-8,0	7,4	-11,0	-8,0	-1,0	-4,8	2,6	2,5	0,1
Comércio Varejista Ampliado (5)	2,3	6,1	-7,8	2,3	4,1	-0,2	1,5	2,0	0,8
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	16,4	22,5	-5,9	16,4	19,2	10,2	8,5	9,6	9,1
10. Material de construção	-7,0	-1,3	-23,2	-7,0	-4,4	-11,1	-4,3	-3,8	-5,5

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 - Março 2019 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	JAN	FEV	MAR	JAN-JAN	JAN-FEV	JAN-MAR	Até JAN	Até FEV	Até MAR
Comércio Varejista (4)	3,1	4,9	-4,0	3,1	3,9	1,2	2,3	2,7	1,7
1. Combustíveis e lubrificantes	2,2	5,8	-9,6	2,2	4,0	-1,1	-4,4	-3,4	-3,7
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	1,8	2,4	-7,1	1,8	2,1	-1,0	3,1	3,4	1,4
2.1. Hipermercados e supermercados	1,9	2,6	-7,0	1,9	2,3	-0,8	2,9	3,2	1,1
3. Tecidos, vestuário e calçados	-2,5	13,8	-4,7	-2,5	4,9	1,3	-3,5	-2,1	-2,5
4. Móveis e eletrodomésticos	-4,1	-1,0	-3,7	-4,1	-2,7	-3,0	-4,0	-4,0	-3,7
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	10,8	10,4	7,8	10,8	10,6	9,6	7,9	8,3	8,4
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-47,3	-37,3	-41,0	-47,3	-43,1	-42,6	-24,9	-27,3	-29,3
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	8,2	15,8	20,6	8,2	11,8	14,8	-1,5	-0,1	2,7
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	20,5	16,3	5,7	20,5	18,6	13,9	11,8	12,4	12,2
Comércio Varejista Ampliado (5)	5,3	8,7	-0,9	5,3	6,9	4,1	6,2	6,5	5,5
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	12,4	19,1	5,1	12,4	15,5	11,6	21,1	20,7	18,9
10. Material de construção	4,5	11,9	6,1	4,5	8,0	7,4	4,0	4,1	4,5

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 - Março 2019 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	JAN	FEV	MAR	JAN-JAN	JAN-FEV	JAN-MAR	Até JAN	Até FEV	Até MAR
Comércio Varejista (4)	0,8	-0,4	-9,3	0,8	0,2	-3,2	2,1	1,8	0,2
1. Combustíveis e lubrificantes	-12,2	-16,1	-21,7	-12,2	-14,1	-16,8	-3,8	-4,6	-5,8
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	0,9	-2,0	-11,6	0,9	-0,5	-4,5	1,4	0,9	-1,5
2.1. Hipermercados e supermercados	2,6	-0,4	-10,4	2,6	1,1	-3,0	2,1	1,7	-0,7
3. Tecidos, vestuário e calçados	-6,8	0,8	-1,8	-6,8	-3,2	-2,7	-9,7	-9,3	-8,6
4. Móveis e eletrodomésticos	-2,0	0,5	-8,3	-2,0	-0,9	-3,4	3,1	2,6	1,7
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	0,4	4,3	-0,7	0,4	2,3	1,2	4,4	4,0	3,6
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-5,9	-16,0	-20,0	-5,9	-10,7	-13,6	-8,1	-9,4	-10,9
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	37,9	22,9	-8,9	37,9	26,5	10,3	9,1	10,0	8,7
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	30,7	32,1	16,1	30,7	31,3	25,7	25,0	26,1	24,9
Comércio Varejista Ampliado (5)	3,3	5,4	-6,1	3,3	4,3	0,6	3,1	3,1	2,0
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	10,2	21,6	-0,3	10,2	15,5	10,0	5,1	5,8	5,6
10. Material de construção	3,9	8,8	2,6	3,9	6,3	5,0	5,3	5,2	5,5

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 - Março 2019 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	JAN	FEV	MAR	JAN-JAN	JAN-FEV	JAN-MAR	Até JAN	Até FEV	Até MAR
Comércio Varejista (4)	8,3	6,7	0,5	8,3	7,6	5,1	7,5	7,3	6,2
1. Combustíveis e lubrificantes	18,7	17,3	11,1	18,7	18,0	15,6	7,8	8,9	9,8
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	6,2	2,3	-2,4	6,2	4,3	1,9	8,1	7,2	5,2
2.1. Hipermercados e supermercados	6,4	3,4	-1,9	6,4	4,9	2,5	9,0	8,2	6,1
3. Tecidos, vestuário e calçados	4,8	2,2	-7,8	4,8	3,6	-0,4	0,7	0,6	0,3
4. Móveis e eletrodomésticos	4,3	15,3	5,1	4,3	9,1	7,8	2,6	3,4	3,5
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	7,2	6,2	4,7	7,2	6,7	6,0	5,6	5,4	5,7
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-5,2	-7,7	-26,5	-5,2	-6,4	-11,3	-6,7	-6,6	-8,8
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	14,1	53,1	18,4	14,1	30,0	26,2	2,4	6,5	9,8
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	11,1	9,2	-0,1	11,1	10,2	6,7	15,0	14,3	12,1
Comércio Varejista Ampliado (5)	7,1	10,0	0,5	7,1	8,5	5,6	9,4	9,2	7,8
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	2,3	15,4	-2,1	2,3	8,6	4,6	14,8	14,3	11,7
10. Material de construção	12,7	17,9	10,5	12,7	15,1	13,6	6,3	7,0	7,8

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
Rio Grande do Sul - Março 2019 - Variação (%)

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

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
Goiás - Março 2019 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	JAN	FEV	MAR	JAN-JAN	JAN-FEV	JAN-MAR	Até JAN	Até FEV	Até MAR
Comércio Varejista (4)	4,3	7,7	0,2	4,3	5,9	3,9	1,2	2,7	2,4
1. Combustíveis e lubrificantes	0,0	-1,1	0,0	0,0	-0,6	-0,4	-7,8	-6,5	-5,3
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	2,6	5,3	-3,0	2,6	3,9	1,5	-0,8	1,4	0,5
2.1. Hipermercados e supermercados	1,9	5,9	-3,4	1,9	3,8	1,3	-0,3	2,2	1,2
3. Tecidos, vestuário e calçados	13,2	38,4	34,7	13,2	24,9	28,6	6,9	10,0	12,7
4. Móveis e eletrodomésticos	-1,5	2,1	-10,5	-1,5	0,1	-3,6	3,5	2,8	1,4
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	4,3	9,7	1,1	4,3	6,9	4,8	6,2	6,6	6,4
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-52,2	-54,7	-57,3	-52,2	-53,1	-54,3	-32,6	-36,0	-39,2
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	4,1	6,8	-7,4	4,1	5,4	0,8	-5,6	-5,6	-6,2
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	36,7	31,4	15,5	36,7	34,2	27,1	20,7	22,4	21,6
Comércio Varejista Ampliado (5)	5,4	11,3	0,8	5,4	8,2	5,5	3,3	4,4	4,3
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	9,3	21,3	3,4	9,3	14,9	10,8	10,2	10,6	10,4
10. Material de construção	0,5	4,2	-4,7	0,5	2,2	-0,2	-2,8	-2,3	-1,0

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

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	JAN	FEV	MAR	JAN-JAN	JAN-FEV	JAN-MAR	Até JAN	Até FEV	Até MAR
Comércio Varejista (4)	-3,0	6,4	-6,8	-3,0	1,4	-1,6	-3,7	-2,7	-3,6
1. Combustíveis e lubrificantes	-6,6	16,9	-1,5	-6,6	4,7	2,2	-5,1	-3,3	-4,2
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	-5,6	-2,3	-13,2	-5,6	-4,0	-7,4	-4,1	-3,5	-4,8
2.1. Hipermercados e supermercados	-4,4	-3,4	-15,5	-4,4	-3,9	-8,3	-3,6	-2,9	-4,6
3. Tecidos, vestuário e calçados	-5,5	1,6	-10,6	-5,5	-2,4	-5,2	-9,6	-8,8	-9,1
4. Móveis e eletrodomésticos	-9,1	-3,1	-13,1	-9,1	-6,4	-8,7	-7,7	-8,2	-9,0
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	10,8	17,3	9,4	10,8	13,9	12,2	5,2	6,5	7,2
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-16,7	-18,2	-29,7	-16,7	-17,3	-20,1	-27,7	-27,2	-27,5
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	4,3	40,7	-22,3	4,3	19,0	2,6	-20,5	-12,1	-13,3
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	16,5	15,6	0,3	16,5	16,1	10,1	10,5	11,1	9,3
Comércio Varejista Ampliado (5)	-0,1	8,7	-5,1	-0,1	3,9	0,7	-3,0	-2,2	-2,8
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-0,8	12,0	-6,6	-0,8	4,9	0,9	-4,2	-4,0	-4,9
10. Material de construção	14,5	12,2	7,3	14,5	13,4	11,4	3,1	3,8	5,4

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

Atividades	Comércio varejista ampliado												
	mar/2018	abr/2018	mai/2018	jun/2018	jul/2018	ago/2018	set/2018	out/2018	nov/2018	dez/2018	jan/2019	fev/2019	mar/2019
Comércio Varejista (1)	94,5	87,8	91,8	89,5	89,0	93,9	89,4	92,6	101,7	120,3	92,6	85,5	90,3
1. Combustíveis e lubrificantes	81,0	79,7	77,8	74,4	77,8	82,1	78,4	80,2	78,2	82,7	77,5	73,5	77,5
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	103,5	94,9	97,6	93,7	94,6	100,0	96,1	98,4	102,3	122,7	99,6	93,7	97,6
2.1. Hipermercados e supermercados	103,9	95,5	98,3	94,0	94,7	100,4	96,4	98,8	103,6	124,8	101,0	94,8	98,5
3. Tecidos, vestuário e calçados	75,5	73,5	87,4	88,6	82,1	84,8	77,2	80,8	92,6	160,2	71,2	67,0	71,1
4. Móveis e eletrodomésticos	80,5	74,1	78,9	78,1	74,7	78,8	74,9	77,4	101,0	100,6	83,7	71,6	76,6
4.1. Móveis	69,3	65,1	65,7	69,6	69,7	71,3	67,9	71,4	85,2	91,5	73,8	65,9	66,7
4.2. Eletrodomésticos	85,1	77,5	84,5	81,4	76,1	81,5	77,5	79,7	107,6	104,4	87,8	73,8	80,5
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	111,3	106,6	109,9	106,3	108,9	113,5	107,0	112,4	114,3	124,9	110,4	104,8	115,5
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	69,3	56,7	50,9	51,3	55,2	53,1	43,1	41,2	45,1	68,1	81,1	64,9	43,8
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	85,5	83,9	85,4	82,0	80,0	85,4	78,4	80,8	88,6	93,9	80,3	86,7	86,0
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	94,5	83,7	91,8	93,5	89,2	95,4	91,6	99,5	130,0	141,8	97,2	83,5	91,4
Comércio Varejista Ampliado (2)	92,3	87,1	87,4	87,5	88,5	94,6	88,0	93,2	98,0	109,2	91,4	85,0	89,1
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	86,7	84,1	75,6	80,3	84,9	93,6	83,1	91,8	87,5	86,0	87,1	82,5	85,7
10. Material de construção	90,4	89,8	86,5	92,2	94,3	102,5	91,6	101,7	99,5	89,5	93,9	87,9	90,1

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
Março 2019 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mês/Mês anterior (1)			Mensal (2)			Acumulado no ano (3)			Últimos 12 meses (4)		
	JAN	FEV	MAR	JAN	FEV	MAR	JAN-JAN	JAN-FEV	JAN-MAR	Até JAN	Até FEV	Até MAR
Comércio varejista (5)	0,8	0,6	0,8	4,7	7,5	0,2	4,7	6,1	4,0	5,0	5,4	4,7
1. Combustíveis e lubrificantes	-1,9	-1,3	1,8	2,4	2,9	-1,5	2,4	2,6	1,2	10,0	9,9	8,9
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	1,0	0,8	0,5	6,5	7,3	1,5	6,5	6,9	5,0	4,9	5,6	4,7
2.1. Hipermercados e supermercados	0,9	0,9	0,5	6,8	7,6	1,8	6,8	7,2	5,3	5,1	5,7	4,8
3. Tecidos, vestuário e calçados	0,0	4,2	-1,8	-0,9	11,5	-5,0	-0,9	4,7	1,2	-0,3	0,5	0,0
4. Móveis e eletrodomésticos	0,8	0,0	0,1	1,2	7,1	-0,8	1,2	3,8	2,3	-1,5	-1,1	-0,8
4.1. Móveis	-	-	-	2,7	10,5	0,4	2,7	6,2	4,3	-2,1	-1,5	-0,9
4.2. Eletrodomésticos	-	-	-	0,6	5,6	-1,3	0,6	2,8	1,4	-1,1	-0,8	-0,6
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	-0,2	0,5	1,8	7,8	10,9	4,5	7,8	9,3	7,6	8,1	8,3	8,0
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-3,2	5,2	-14,8	-25,8	-20,5	-33,4	-25,8	-23,5	-26,1	-14,8	-16,6	-18,6
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	9,1	1,2	3,2	2,9	12,4	2,1	2,9	7,7	5,7	-3,2	-2,3	-1,0
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	8,3	0,7	0,6	6,8	11,9	-1,8	6,8	9,1	5,2	8,2	8,4	7,1
Comércio varejista ampliado (6)	1,3	-0,3	1,6	5,8	10,5	0,3	5,8	8,0	5,3	6,9	7,3	6,6
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	6,6	-1,4	4,8	9,6	20,3	-0,4	9,6	14,6	9,1	15,0	15,1	13,5
10. Material de construção	0,5	0,6	2,6	5,9	14,0	3,4	5,9	9,7	7,5	6,3	6,8	7,1

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
Março 2019 - Variação (%)

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

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
Março 2019 - Variação (%)

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

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 - Março 2019 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	JAN	FEV	MAR	JAN-JAN	JAN-FEV	JAN-MAR	Até JAN	Até FEV	Até MAR
Comércio Varejista (4)	0,7	4,8	-1,5	0,7	2,6	1,2	3,3	3,5	2,9
1. Combustíveis e lubrificantes	-4,4	3,2	-3,3	-4,4	-0,8	-1,7	12,5	12,5	10,0
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	-1,7	-0,9	-1,5	-1,7	-1,3	-1,3	0,6	0,6	0,2
2.1. Hipermercados e supermercados	-2,9	-3,9	-4,0	-2,9	-3,4	-3,6	-0,3	-0,5	-1,2
3. Tecidos, vestuário e calçados	3,4	18,7	-4,9	3,4	9,9	5,0	1,4	2,7	2,5
4. Móveis e eletrodomésticos	10,3	16,5	15,7	10,3	13,2	14,1	3,6	4,2	6,1
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	5,5	10,9	5,7	5,5	8,0	7,2	4,8	5,2	5,1
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	6,0	-6,3	-21,3	6,0	2,3	-3,1	-8,5	-7,6	-8,0
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-9,2	-10,5	-16,5	-9,2	-9,8	-12,0	-2,3	-4,3	-5,4
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	0,6	6,6	-13,4	0,6	3,3	-2,6	6,1	5,8	3,6
Comércio Varejista Ampliado (5)	2,2	11,1	-1,1	2,2	6,3	3,7	4,3	5,0	4,3
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	3,5	29,7	1,0	3,5	14,7	9,9	7,1	8,9	7,8
10. Material de construção	14,8	26,5	-3,5	14,8	19,9	11,9	6,2	8,9	8,3

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
Pernambuco - Março 2019 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	JAN	FEV	MAR	JAN-JAN	JAN-FEV	JAN-MAR	Até JAN	Até FEV	Até MAR
Comércio Varejista (4)	-0,6	6,7	-1,4	-0,6	2,8	1,3	1,1	1,6	1,4
1. Combustíveis e lubrificantes	1,3	5,4	3,8	1,3	3,2	3,4	10,4	9,7	9,4
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	0,4	2,0	-3,5	0,4	1,2	-0,5	-0,1	0,3	-0,3
2.1. Hipermercados e supermercados	2,0	3,8	-3,5	2,0	2,9	0,6	0,5	1,1	0,3
3. Tecidos, vestuário e calçados	-3,2	10,1	-12,4	-3,2	2,7	-2,5	-5,9	-4,8	-4,3
4. Móveis e eletrodomésticos	-1,8	10,6	3,5	-1,8	3,6	3,6	-2,8	-2,6	-1,3
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	3,6	25,2	16,1	3,6	13,1	14,2	5,7	8,5	10,0
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-30,6	-3,2	-47,3	-30,6	-20,7	-26,1	-19,6	-19,1	-20,6
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-29,5	-15,4	-13,7	-29,5	-22,9	-19,8	-9,4	-10,8	-11,8
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-0,3	9,3	-2,7	-0,3	4,0	1,5	2,9	2,9	1,7
Comércio Varejista Ampliado (5)	1,8	11,2	-2,1	1,8	6,1	3,2	3,4	4,0	3,7
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	10,0	27,9	-2,3	10,0	17,8	10,7	11,7	13,0	11,9
10. Material de construção	0,8	9,7	-9,6	0,8	4,8	-0,1	3,6	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
Bahia - Março 2019 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	JAN	FEV	MAR	JAN-JAN	JAN-FEV	JAN-MAR	Até JAN	Até FEV	Até MAR
Comércio Varejista (4)	3,4	8,4	0,5	3,4	5,8	4,0	3,1	3,8	3,8
1. Combustíveis e lubrificantes	-3,5	1,9	-0,1	-3,5	-1,0	-0,7	2,1	2,4	2,6
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	9,2	7,8	7,2	9,2	8,5	8,0	1,7	3,0	3,8
2.1. Hipermercados e supermercados	8,5	6,1	5,8	8,5	7,3	6,8	2,7	3,4	3,9
3. Tecidos, vestuário e calçados	1,0	13,0	-9,4	1,0	6,6	1,2	-5,1	-4,1	-5,1
4. Móveis e eletrodomésticos	6,7	22,2	0,9	6,7	13,7	9,1	1,5	3,1	3,7
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	10,3	13,8	3,2	10,3	12,0	8,9	15,4	15,2	14,1
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-43,5	-46,9	-55,9	-43,5	-45,0	-48,1	-17,2	-23,6	-29,8
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-26,8	-18,8	-26,2	-26,8	-23,1	-24,1	-6,6	-8,8	-10,2
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	2,8	17,2	-5,1	2,8	9,2	4,1	10,7	11,3	9,6
Comércio Varejista Ampliado (5)	-0,1	8,7	-3,8	-0,1	4,0	1,3	3,3	3,8	3,2
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-9,1	8,3	-15,7	-9,1	-1,4	-6,5	4,7	4,1	1,9
10. Material de construção	-3,5	12,2	-5,7	-3,5	3,4	0,3	1,8	2,2	1,7

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
Minas Gerais - Março 2019 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	JAN	FEV	MAR	JAN-JAN	JAN-FEV	JAN-MAR	Até JAN	Até FEV	Até MAR
Comércio Varejista (4)	2,6	5,1	-1,2	2,6	3,8	2,0	2,1	2,5	2,1
1. Combustíveis e lubrificantes	-5,1	-4,9	-10,1	-5,1	-5,0	-6,8	-0,9	-0,9	-2,7
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	12,1	8,9	7,0	12,1	10,5	9,3	10,1	10,6	10,4
2.1. Hipermercados e supermercados	12,9	9,3	8,0	12,9	11,1	10,0	11,1	11,5	11,4
3. Tecidos, vestuário e calçados	-6,9	1,6	-16,4	-6,9	-3,0	-7,8	2,1	2,0	0,4
4. Móveis e eletrodomésticos	-15,4	-6,5	-12,4	-15,4	-11,7	-11,9	-20,6	-20,2	-19,3
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	11,3	14,2	7,7	11,3	12,7	10,9	9,6	10,0	10,0
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-2,9	0,6	-22,2	-2,9	-1,4	-7,2	-2,2	-1,8	-3,1
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	6,8	9,5	-11,2	6,8	8,1	1,3	11,7	10,1	8,1
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-16,0	-0,7	-21,5	-16,0	-9,5	-13,8	-13,3	-13,0	-14,6
Comércio Varejista Ampliado (5)	3,8	7,7	-2,1	3,8	5,6	2,9	4,5	4,9	4,1
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	10,3	21,8	-8,7	10,3	15,7	6,3	18,6	18,5	14,3
10. Material de construção	3,8	10,6	3,1	3,8	7,0	5,6	6,3	7,1	7,9

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
Espírito Santo - Março 2019 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	JAN	FEV	MAR	JAN-JAN	JAN-FEV	JAN-MAR	Até JAN	Até FEV	Até MAR
Comércio Varejista (4)	12,3	16,3	7,7	12,3	14,2	11,8	10,4	10,4	9,8
1. Combustíveis e lubrificantes	15,4	19,2	19,4	15,4	17,2	18,0	19,0	19,2	20,6
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	13,1	15,2	6,4	13,1	14,1	11,3	6,5	6,9	5,9
2.1. Hipermercados e supermercados	13,0	15,2	6,4	13,0	14,1	11,3	6,7	7,0	5,8
3. Tecidos, vestuário e calçados	18,7	21,7	-3,6	18,7	20,3	10,2	8,7	9,1	8,6
4. Móveis e eletrodomésticos	7,8	14,5	16,8	7,8	11,0	13,1	22,8	20,5	20,6
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	11,4	17,0	10,0	11,4	14,0	12,6	14,5	14,3	13,4
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-33,9	-35,5	-48,8	-33,9	-34,5	-38,1	-17,8	-22,6	-25,8
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	56,2	92,8	70,6	56,2	74,9	73,3	30,9	37,4	42,8
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	7,0	12,9	-8,2	7,0	9,7	3,3	3,2	3,2	1,8
Comércio Varejista Ampliado (5)	15,4	12,7	-0,8	15,4	14,1	8,6	14,7	13,4	11,8
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	18,8	3,6	-14,3	18,8	11,1	1,6	23,5	19,3	15,6
10. Material de construção	24,4	43,8	11,8	24,4	33,3	25,3	7,2	9,0	9,5

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 - Março 2019 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	JAN	FEV	MAR	JAN-JAN	JAN-FEV	JAN-MAR	Até JAN	Até FEV	Até MAR
Comércio Varejista (4)	3,2	7,4	-1,5	3,2	5,3	2,8	2,7	3,3	2,6
1. Combustíveis e lubrificantes	9,3	9,0	3,6	9,3	9,2	7,2	1,4	2,7	3,4
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	6,1	4,9	1,4	6,1	5,5	4,1	2,1	3,0	2,6
2.1. Hipermercados e supermercados	5,8	4,4	2,5	5,8	5,1	4,2	0,1	1,3	1,0
3. Tecidos, vestuário e calçados	-3,4	10,5	-8,2	-3,4	2,9	-1,1	-0,2	0,3	-0,4
4. Móveis e eletrodomésticos	3,2	11,1	-5,3	3,2	6,7	2,5	3,7	4,1	3,1
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	6,2	8,6	-2,6	6,2	7,3	3,7	6,9	6,9	5,5
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-13,9	-11,3	-26,4	-13,9	-12,7	-15,6	-8,2	-11,0	-12,2
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	18,8	82,6	20,1	18,8	51,1	39,8	-7,1	0,1	4,9
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-6,5	10,0	-7,6	-6,5	1,0	-2,2	4,5	4,5	2,3
Comércio Varejista Ampliado (5)	4,2	8,8	-3,3	4,2	6,4	2,9	2,9	3,6	2,8
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	15,3	20,6	-6,0	15,3	17,7	9,2	7,7	8,8	8,3
10. Material de construção	-6,6	2,3	-20,9	-6,6	-2,6	-9,1	-4,0	-3,3	-4,9

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
São Paulo - Março 2019 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	JAN	FEV	MAR	JAN-JAN	JAN-FEV	JAN-MAR	Até JAN	Até FEV	Até MAR
Comércio Varejista (4)	5,9	8,9	0,4	5,9	7,3	4,9	5,0	5,7	4,9
1. Combustíveis e lubrificantes	1,2	4,2	-7,9	1,2	2,7	-1,3	9,5	9,8	8,4
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	6,5	9,2	0,4	6,5	7,8	5,3	5,4	6,4	5,1
2.1. Hipermercados e supermercados	6,4	9,1	0,2	6,4	7,7	5,2	5,1	6,0	4,6
3. Tecidos, vestuário e calçados	-1,1	14,9	-3,0	-1,1	6,2	2,8	-1,9	-0,7	-1,0
4. Móveis e eletrodomésticos	-0,7	2,4	0,1	-0,7	0,7	0,5	-4,3	-3,9	-3,1
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	8,5	8,7	5,7	8,5	8,6	7,6	9,0	8,9	8,6
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-43,8	-32,5	-36,4	-43,8	-39,1	-38,4	-22,7	-24,8	-26,5
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	5,9	13,4	18,5	5,9	9,4	12,6	-6,7	-5,1	-2,1
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	21,2	17,5	6,7	21,2	19,5	14,9	12,8	13,3	13,2
Comércio Varejista Ampliado (5)	7,4	11,5	2,6	7,4	9,4	7,0	8,1	8,7	7,9
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	13,1	19,3	6,7	13,1	16,0	12,5	21,7	21,3	19,7
10. Material de construção	7,2	15,3	9,3	7,2	11,0	10,4	6,7	7,1	7,7

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
Paraná - Março 2019 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	JAN	FEV	MAR	JAN-JAN	JAN-FEV	JAN-MAR	Até JAN	Até FEV	Até MAR
Comércio Varejista (4)	2,9	2,3	-5,2	2,9	2,6	-0,2	5,8	5,6	4,3
1. Combustíveis e lubrificantes	-13,9	-18,3	-20,5	-13,9	-16,0	-17,6	9,3	7,5	5,0
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	5,4	4,0	-4,4	5,4	4,7	1,4	3,5	3,6	2,2
2.1. Hipermercados e supermercados	6,7	5,2	-3,6	6,7	6,0	2,5	4,0	4,3	2,8
3. Tecidos, vestuário e calçados	-8,3	-0,4	-3,7	-8,3	-4,6	-4,3	-9,4	-9,1	-8,7
4. Móveis e eletrodomésticos	2,3	4,7	-5,6	2,3	3,4	0,4	4,9	4,8	4,2
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	3,1	7,9	2,9	3,1	5,4	4,5	7,2	6,8	6,3
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-2,6	-11,7	-16,1	-2,6	-6,9	-9,7	-2,4	-3,8	-5,5
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	43,4	29,7	-5,0	43,4	32,8	15,2	8,7	10,5	9,8
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	30,8	32,6	16,4	30,8	31,6	25,9	25,4	26,6	25,5
Comércio Varejista Ampliado (5)	5,1	7,4	-3,2	5,1	6,2	2,9	6,1	6,2	5,2
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	11,5	22,1	-0,4	11,5	16,5	10,5	6,3	6,9	6,6
10. Material de construção	7,1	12,6	5,9	7,1	9,8	8,5	8,2	8,2	8,8

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

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	JAN	FEV	MAR	JAN-JAN	JAN-FEV	JAN-MAR	Até JAN	Até FEV	Até MAR
Comércio Varejista (4)	11,1	10,1	5,5	11,1	10,7	8,9	11,3	11,3	10,5
1. Combustíveis e lubrificantes	16,4	14,2	12,8	16,4	15,3	14,5	22,0	21,9	21,5
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	10,8	8,3	5,2	10,8	9,6	8,0	10,2	10,1	9,0
2.1. Hipermercados e supermercados	10,6	9,0	5,2	10,6	9,8	8,2	10,7	10,7	9,6
3. Tecidos, vestuário e calçados	2,9	0,5	-9,8	2,9	1,8	-2,3	1,2	1,0	0,3
4. Móveis e eletrodomésticos	8,9	20,0	8,1	8,9	13,8	11,8	4,6	5,9	6,2
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	10,2	10,0	8,6	10,2	10,1	9,6	8,5	8,2	8,6
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-1,8	-2,9	-22,9	-1,8	-2,3	-7,4	-1,0	-0,9	-3,4
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	15,5	59,8	20,5	15,5	33,2	28,9	-1,0	3,8	7,6
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	11,0	9,2	-0,4	11,0	10,2	6,5	15,4	14,8	12,5
Comércio Varejista Ampliado (5)	9,7	12,7	4,1	9,7	11,1	8,6	12,2	12,2	11,1
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	3,4	16,4	-1,9	3,4	9,7	5,3	15,3	14,8	12,2
10. Material de construção	17,1	22,7	15,2	17,1	19,7	18,2	9,9	10,8	11,8

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

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	JAN	FEV	MAR	JAN-JAN	JAN-FEV	JAN-MAR	Até JAN	Até FEV	Até MAR
Comércio Varejista (4)	8,6	8,5	2,3	8,6	8,5	6,3	9,4	9,2	8,3
1. Combustíveis e lubrificantes	16,4	12,3	14,7	16,4	14,4	14,5	20,8	20,2	19,9
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	7,6	6,2	0,3	7,6	6,9	4,5	6,8	6,6	5,4
2.1. Hipermercados e supermercados	8,3	6,6	1,1	8,3	7,5	5,1	7,5	7,2	6,0
3. Tecidos, vestuário e calçados	5,0	14,2	7,0	5,0	9,2	8,3	10,1	9,8	9,1
4. Móveis e eletrodomésticos	9,9	7,3	-5,4	9,9	8,7	4,0	3,8	3,8	3,3
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	3,8	9,8	1,2	3,8	6,7	4,7	6,7	6,9	6,2
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-6,8	-1,3	-40,9	-6,8	-3,7	-15,7	-11,3	-11,2	-15,3
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	7,8	10,9	4,2	7,8	9,3	7,5	9,0	7,8	6,9
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	4,8	9,7	-4,7	4,8	7,0	2,8	11,8	11,5	9,6
Comércio Varejista Ampliado (5)	7,6	12,3	2,2	7,6	9,8	7,1	9,8	9,9	9,1
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	9,4	31,9	3,9	9,4	19,6	13,7	14,7	16,1	15,6
10. Material de construção	-2,4	10,6	-2,2	-2,4	3,4	1,5	3,8	4,2	3,9

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
Goiás - Março 2019 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	JAN	FEV	MAR	JAN-JAN	JAN-FEV	JAN-MAR	Até JAN	Até FEV	Até MAR
Comércio Varejista (4)	6,5	11,5	4,2	6,5	8,9	7,2	4,2	6,1	6,0
1. Combustíveis e lubrificantes	-2,3	-0,3	-2,7	-2,3	-1,3	-1,8	6,0	6,3	6,0
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	6,3	11,6	4,3	6,3	8,8	7,2	-0,3	2,7	2,6
2.1. Hipermercados e supermercados	5,4	12,1	3,7	5,4	8,6	6,9	0,1	3,4	3,2
3. Tecidos, vestuário e calçados	12,6	37,1	35,1	12,6	23,9	28,1	8,4	11,3	13,9
4. Móveis e eletrodomésticos	3,7	7,8	-5,4	3,7	5,5	1,7	6,0	5,6	4,6
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	7,6	13,5	4,6	7,6	10,4	8,3	9,3	9,7	9,5
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-51,1	-53,3	-55,2	-51,1	-52,0	-52,9	-30,5	-34,1	-37,4
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	10,4	15,2	-2,4	10,4	12,6	7,2	-6,9	-5,9	-5,7
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	38,1	33,2	17,5	38,1	35,8	28,8	22,7	24,4	23,7
Comércio Varejista Ampliado (5)	7,8	14,3	3,8	7,8	10,8	8,3	5,8	7,3	7,3
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	11,9	23,1	4,0	11,9	17,2	12,5	11,7	12,3	12,1
10. Material de construção	4,3	8,2	-1,3	4,3	6,1	3,5	1,0	1,7	3,0

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
Distrito Federal - Março 2019 - Variação (%)

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

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

Atividades	Comércio varejista ampliado												
	mar/2018	abr/2018	mai/2018	jun/2018	jul/2018	ago/2018	set/2018	out/2018	nov/2018	dez/2018	jan/2019	fev/2019	mar/2019
Comércio Varejista (1)	114,9	107,2	112,4	111,7	110,9	116,5	111,7	116,6	126,4	149,0	115,7	107,7	115,0
1. Combustíveis e lubrificantes	115,4	113,6	113,6	114,0	116,9	120,7	120,0	125,8	119,6	121,1	110,8	104,1	113,6
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	125,8	115,7	119,6	117,9	118,5	124,8	120,2	124,0	128,7	154,9	126,8	120,6	127,8
2.1. Hipermercados e supermercados	126,2	116,2	120,1	117,9	118,5	125,4	120,5	124,4	130,1	157,2	128,2	121,7	128,5
3. Tecidos, vestuário e calçados	85,1	83,6	99,9	101,1	92,9	96,2	87,6	92,0	105,0	183,9	81,0	75,9	80,9
4. Móveis e eletrodomésticos	84,8	78,3	82,8	82,3	79,1	84,0	79,9	83,4	109,1	109,8	91,9	78,9	84,1
4.1. Móveis	75,0	70,7	71,5	75,9	76,4	78,4	74,6	79,1	95,2	102,6	83,0	74,2	75,4
4.2. Eletrodomésticos	88,6	80,9	87,4	84,5	79,5	85,7	81,6	84,6	114,5	112,2	95,2	80,2	87,5
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	142,2	138,0	142,8	138,1	141,2	147,8	139,5	146,5	147,6	160,7	142,2	135,0	148,7
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	90,4	74,4	67,0	67,6	72,6	69,9	57,7	55,1	60,6	92,5	109,9	88,5	60,3
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	79,5	77,3	77,8	75,2	74,0	79,2	71,6	75,1	81,1	86,3	75,2	82,5	81,2
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	111,9	99,4	109,1	111,6	106,4	114,3	109,9	119,6	154,8	169,6	116,1	100,2	109,9
Comércio Varejista Ampliado (2)	108,1	102,2	103,2	104,5	105,4	112,4	105,4	112,0	117,1	130,8	109,3	102,3	108,4
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	92,3	89,4	80,5	85,6	90,4	99,9	88,7	98,0	93,1	91,4	92,7	88,3	92,0
10. Material de construção	99,8	99,1	95,5	102,5	105,7	115,4	103,4	114,9	112,7	101,3	106,7	100,4	103,2

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 09/05/2019 às 9 horas