



Indicadores IBGE

Pesquisa Mensal de Comércio

Março de 2020

Publicado em 13/05/2020 às 09 horas

Presidente da República
Jair Messias Bolsonaro

Ministro da Economia
Paulo Roberto Nunes Guedes

Secretário Especial de Fazenda
Waldery Rodrigues Junior

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE

Presidente
Susana Cordeiro Guerra

Diretor-Executivo
Fernando José de Araújo Abrantes

ORGÃOS ESPECÍFICOS SINGULARES

Diretoria de Pesquisas
Eduardo Luiz Gonçalves Rios Neto

Diretoria de Geociências
João Bosco de Azevedo

Diretoria de Informática
David Wu Tai (in memoriam)

Centro de Documentação e Disseminação de Informações
Marise Maria Ferreira

Escola Nacional de Ciências Estatísticas
Maysa Sacramento de Magalhães

UNIDADE RESPONSÁVEL

Diretoria de Pesquisas

Coordenação de Indústria
Flávio Renato Keim Magheli

Gerência das Pesquisa Mensal de Comércio
Cristiano Santos

EQUIPE de ANÁLISE

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

Editoração
Isabella Nunes Pereira
Cristiano Santos
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	1
COMENTÁRIOS	2
TABELAS.....	13
VOLUME DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA E COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO.....	14
RECEITA NOMINAL DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA E COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO	31

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)

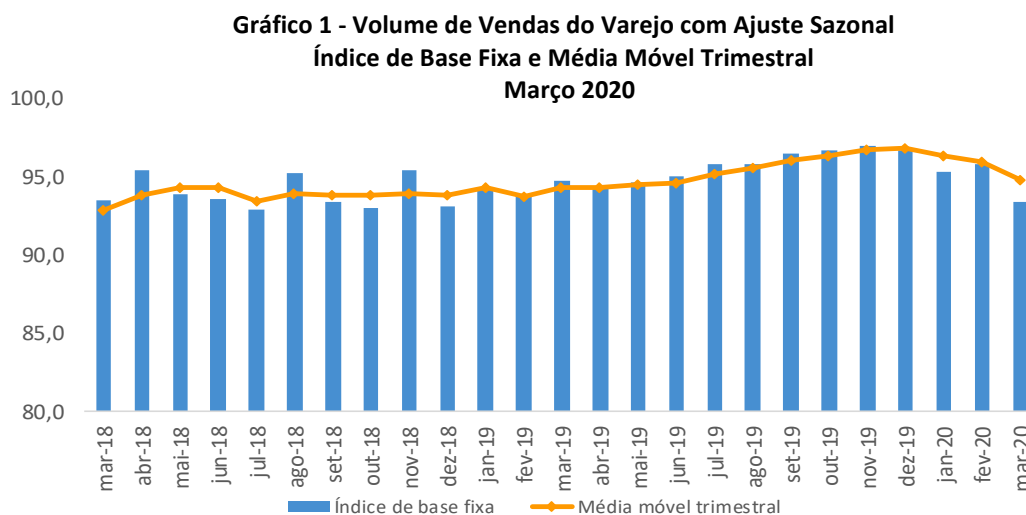
12-Móveis	4753-9	-	IPCA (cód. 3101) IPCA (cód. 3102)
	4756-3	-	IPCA (cód. 3102)
	4759-8	-	IPCA (cód. 3101) IPCA (cód. 3102)
	4762-8	-	IPCA (cód. 3102)
	4754-7	-	IPCA (cód. 3101) IPCA (cód. 3102)
13-Eletrrodomésticos	4753-9	-	IPCA (cód. 32)
	4756-3	-	IPCA (cód. 7201010)
	4759-8	-	IPCA (cód. 32)
	4762-8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

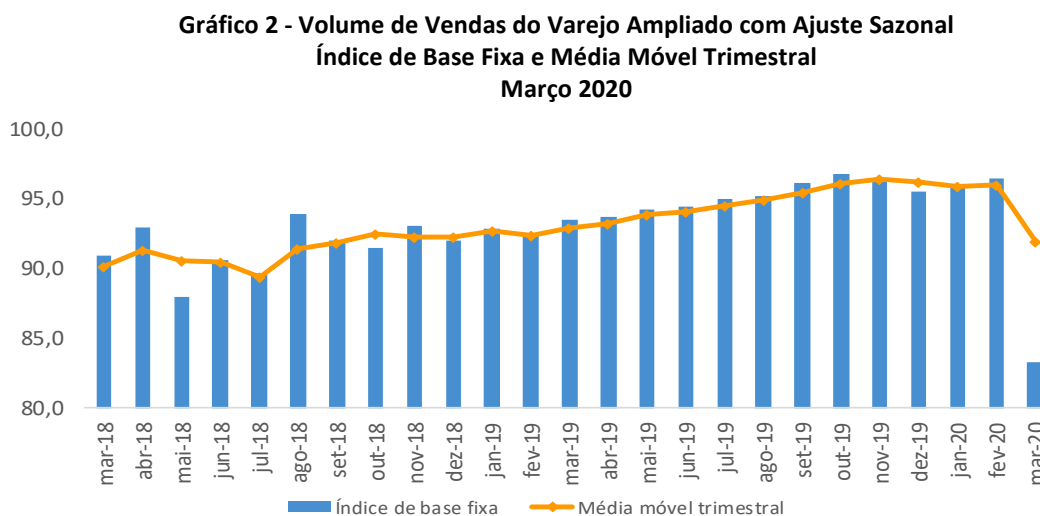
COMENTÁRIOS

Em março de 2020, o volume de vendas do **comércio varejista** nacional mostrou recuo de 2,5%, frente ao mês imediatamente anterior, na série livre de influências sazonais, após acréscimo de 0,5% em fevereiro de 2020. Com isso, a evolução do índice de média móvel trimestral para o varejo, depois do decréscimo de 0,4% no trimestre encerrado em fevereiro, mostrou recuo de 1,1% no trimestre encerrado em março, 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 teve recuo de 13,7% em relação a fevereiro de 2020, contra acréscimo de 0,5% registrado no mês anterior. Com isso, a média móvel do trimestre encerrado em março (-4,2%) sinaliza forte redução no ritmo das vendas, quando comparada à média móvel no trimestre encerrado em fevereiro (0,1%), conforme mostra Gráfico 2.



Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria

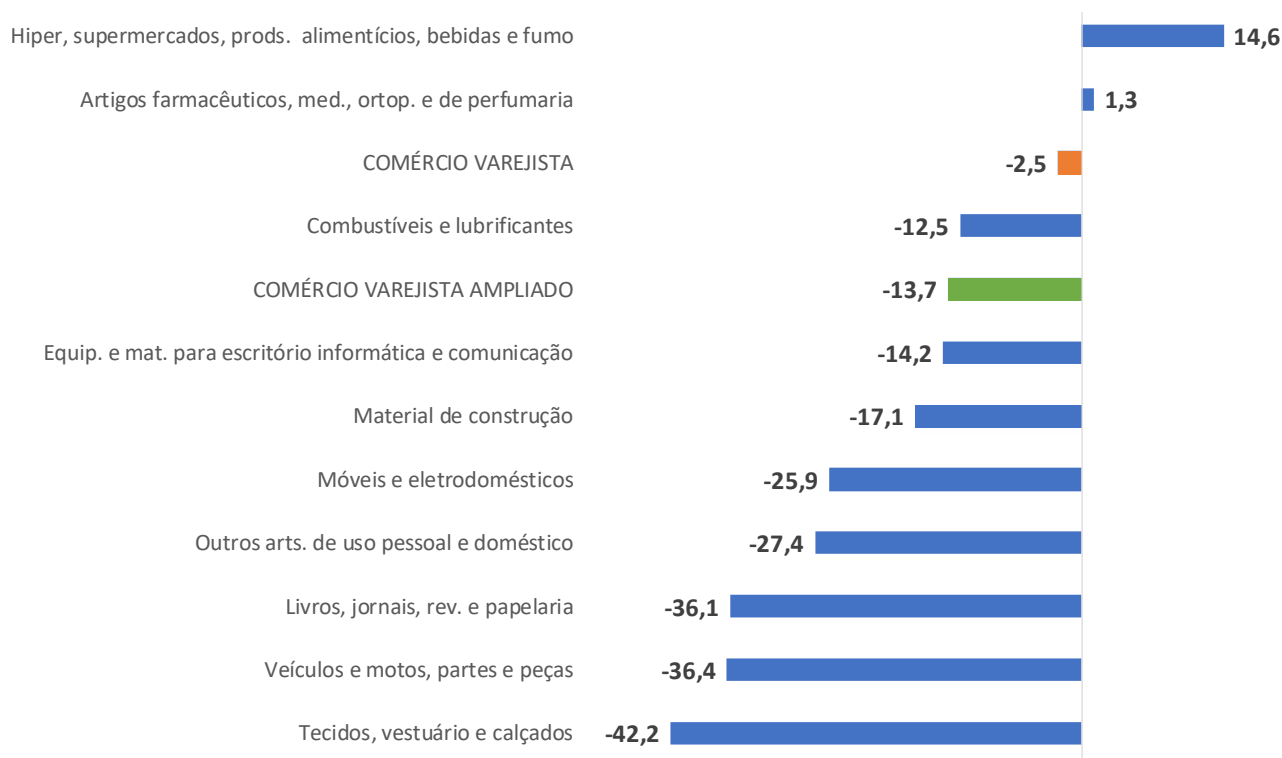
Na série sem ajuste, no confronto com iguais meses do ano anterior, o **comércio varejista** assinalou recuo de 1,2% em março de 2020, contra aumento de 4,7% em fevereiro de 2020, primeira queda após 11 meses consecutivos de variações positivas neste indicador. Com isso, o varejo registrou aumento de 1,6% no período de janeiro a março contra avanço de 3,0% no acumulado janeiro-fevereiro. O indicador acumulado nos últimos doze meses, ao passar de 1,9% em fevereiro para 2,1% em março, sinaliza ganho de ritmo de vendas. O **comércio varejista ampliado**, frente a março de 2019, mostrou recuo de 6,3% contra o aumento de 3,0% em fevereiro de 2020, primeira queda após 11 meses consecutivos de variações positivas neste indicador. Assim, o varejo ampliado registrou estabilidade (0,0%) no indicador acumulado no ano de 2020 contra aumento de 3,2% no mês anterior. O indicador acumulado nos últimos doze meses, ao assinalar 3,3% até março, acentuou uma trajetória descendente que já vinha ocorrendo desde janeiro de 2020 (3,9%).

Os resultados para o mês de março de 2020 foram marcados pelo início do quadro de isolamento social devido à atual pandemia de Covid-19. Do total de empresas coletadas pela Pesquisa, 14,5% relataram impacto em suas receitas por conta das medidas de isolamento social, que se iniciou em algumas capitais a partir da segunda quinzena do mês, levando ao fechamento do comércio tanto nas ruas como em centros comerciais e *shopping centers*. Com isso, 43,7% dos relatos de justificativa da variação de receita das empresas da amostra cita o coronavírus como principal causa de modificação no valor das vendas. Ao considerar essa separação no indicador interanual, observou-se que a variação no volume de vendas das empresas que relataram impacto do Covid-19 em suas atividades foi de -23,0%, enquanto as que não reportaram qualquer impacto da quarentena registraram 1,5% de variação positiva. Do resultado do indicador do comércio varejista, -1,2%, a influência das receitas das empresas que relataram algum impacto devido ao Covid-19 foi de (-2,6 p.p.) enquanto que as que não relataram qualquer impacto foi de +1,4 p.p. Considerando o impacto do Covid-19 no comércio varejista ampliado, para este mesmo indicador, observou-se que a variação das empresas impactadas pelo Covid-19 foi de -26,8%, enquanto as que não relataram impacto registraram queda de 3,1%. A influência do subgrupo de empresas impactadas foi de -3,7 p.p., enquanto o subgrupo das demais representou -2,7 p.p. da variação total de -6,3% em março de 2020 contra março de 2019.

RESULTADOS SETORIAIS

O isolamento social devido à pandemia teve impacto distinto entre os setores comerciais. O recuo de 2,5% no volume de vendas do **comércio varejista**, na passagem de fevereiro para março de 2020, na série com ajuste sazonal, teve predominância de taxas negativas, atingindo seis das oito atividades pesquisadas, sobretudo aquelas que tiveram suas lojas físicas fechadas em algumas cidades do país, a partir da segunda quinzena do mês, como estratégia de redução da circulação de pessoas: *Tecidos, vestuário e calçados* (-42,2%), *Livros, jornais, revistas e papelaria* (-36,1%), *Outros artigos de uso pessoal e doméstico* (-27,4%), *Móveis e eletrodomésticos* (-25,9%), *Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação* (-14,2%), *Combustíveis e lubrificantes* (-12,5%) influenciaram o resultado geral do varejo. Por outro lado, *Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* (14,6%) e *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos* (1,3%), atividades consideradas essenciais durante o período de quarentena, apresentaram avanço nas vendas frente a fevereiro de 2020, conforme Gráfico 3. Considerando o **comércio varejista ampliado**, em março, o volume de vendas recuou 13,7%, frente a fevereiro de 2020, na série com ajuste sazonal, demonstrando inversão com relação ao mês anterior (0,5%). Para essa mesma comparação, *Veículos, motos, partes e peças* e *Material de construção* registraram queda de 36,4% e 17,1%, ambos, respectivamente, após variação positiva de 0,1% e 0,2% observados no mês anterior.

Gráfico 3 - Volume de Vendas do Comércio Varejista e Varejista Ampliado
Indicador mês/ mês imediatamente anterior
Série com ajuste sazonal
Março 2020



Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria

Em março de 2020, frente a igual mês do ano anterior, o **comércio varejista** mostrou queda de 1,2%, com predominância de taxas negativas atingindo seis das oito atividades pesquisadas. Entre as atividades com recuo, destacaram-se, por ordem de composição da taxa: *Tecidos, vestuário e calçados* (-39,6%), *Outros artigos de uso pessoal e doméstico* (-17,9%), *Combustíveis e lubrificantes* (-11,2%), *Móveis e eletrodomésticos* (-12,1%), *Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação* (-23,2%) e *Livros, jornais, revistas e papelaria* (-32,9%). Por outro lado, *Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* (11,1%) e *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos* (12,1%) foram os setores que mostraram aumento nas vendas. Com recuo de 6,3% frente a março de 2019, o **comércio varejista ampliado** interrompe onze meses de taxas positivas consecutivas que vinham sendo observadas no indicador interanual. A principal contribuição negativa a taxa geral do varejo ampliado veio da forte queda registrada em *Veículos, motos, partes e peças* (-20,8%), além do recuo observado em *Material de construção* com (-7,6%), 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 2020

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	-1,2	-1,2	-6,3	-6,3
1 - Combustíveis e lubrificantes	-11,2	-1,2	-11,2	-0,8
2 - Hiper, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	11,1	5,4	11,1	3,7
3 - Tecidos, vestuário e calçados	-39,6	-2,9	-39,6	-2,0
4 - Móveis e eletrodomésticos	-12,1	-1,1	-12,1	-0,8
5 - Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria	12,1	1,2	12,1	0,8
6 - Livros, jornais, revistas e papelaria	-32,9	-0,2	-32,9	-0,1
7 - Equipamentos e mat. para escritório informática e comunicação	-23,2	-0,3	-23,2	-0,2
8 - Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-17,9	-2,1	-17,9	-1,4
9 - Veículos e motos, partes e peças			-20,8	-4,8
10- Material de construção			-7,6	-0,7

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.

No que tange à composição absoluta da taxa do comércio varejista nacional, a principal influência no campo negativo se deu no setor de *Tecidos, vestuário e calçados*, com forte recuo de 39,6% em relação a março de 2019. Assim, a atividade contribuiu com -2,9 p.p. para o indicador interanual do varejo (Tabela 1). No acumulado até março, o setor registrou queda de 12,4% no volume de vendas, invertendo trajetória observada até fevereiro (1,7%). O indicador acumulado nos últimos doze meses, ao passar de -0,2% em fevereiro para -2,5% em março, intensificou a trajetória descendente iniciada em fevereiro após uma série de oito variações positivas anteriores. Vale ressaltar que o forte recuo no volume de vendas da atividade se deu por conta de fechamento de lojas físicas a partir da segunda quinzena de março em algumas das principais cidades brasileiras.

O segmento de *Outros artigos de uso pessoal e doméstico*, que engloba lojas de departamentos, óticas, joalherias, artigos esportivos, brinquedos etc., com recuo de 17,9% no volume de vendas em relação a março de 2019, interrompe uma série de oito resultados positivos iniciada em julho de 2019. A queda no volume desta atividade no mês de março de 2020, muito influenciada também pela estratégia de mitigação dos efeitos da pandemia no sistema de saúde, fez com que o setor exercesse a segunda a maior contribuição negativa ao resultado geral do varejo (-2,1 p.p.). No acumulado do ano, o decréscimo de 0,6% coloca o setor no campo negativo pela

primeira vez desde agosto de 2017. Com isso, o indicador acumulado nos últimos doze meses (5,0%) apresentou perda de ritmo em relação a fevereiro de 2020 (6,1%).

O segmento de *Combustíveis e lubrificantes*, com recuo de 11,2% no volume de vendas em relação a março de 2019, representou a terceira maior contribuição negativa para o resultado total do varejo. Ainda que as empresas deste setor não estivessem incluídas naquelas que tiveram suas atividades ao público suspensas por conta da pandemia, as mesmas também tiveram sua receita de vendas bastante impactada pela conjuntura estabelecida pelo atual surto de Covid-19, uma vez que houve forte redução na circulação de pessoas, com consequente queda no consumo de combustíveis a partir da segunda quinzena de março. Com isso, no acumulado no ano, o setor, que já vinha registrando números negativos no ano de 2020, intensifica esta trajetória, fechando março com queda de 3,9%. O indicador anualizado, acumulado nos últimos doze meses, inverte o sinal com relação a fevereiro: -0,3% em março contra 0,2% em fevereiro.

O setor de *Móveis e eletrodomésticos*, com recuo de 12,1% no volume de vendas em relação a março de 2019, exerceu o quarto maior impacto negativo na formação da taxa total do comércio varejista de março de 2020, após aumento de 11,8% registrado no mês de fevereiro. Em relação ao acumulado no ano, a passagem fevereiro para março demonstrou os efeitos da quarentena na atividade: 11,4% de acúmulo até fevereiro para 3,6% até março, com forte perda de ritmo. O indicador acumulado nos últimos doze meses, ao passar de 5,5% até fevereiro para 5,0% em março, diminuiu o ritmo de crescimento.

O segmento de *Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação* mostrou recuo de 23,2% em relação a março de 2019, acentuando uma trajetória descendente que já vinha ocorrendo desde janeiro de 2020. O acumulado no ano até o mês de referência, passou de -9,9% até fevereiro para -14,4% até março, refletindo também o ocorrido devido à pandemia. O indicador acumulado nos últimos doze meses (-3,7%) representou o segundo mês consecutivo de queda, em fevereiro o setor havia recuado em 1,7%.

A atividade de *Livros, jornais, revistas e papelaria* mostrou recuo de 32,9% frente a março de 2019, intensificando queda já observada em fevereiro (-7,5%). O indicador acumulado no ano, passando de -1,3% até fevereiro para recuo de 8,6% até março, também permanece no campo negativo. No entanto o indicador anualizado, acumulado nos últimos doze meses, ao passar de -14,7% para -13,6%, demonstrou resultado de queda menos intenso desde novembro de 2018 (-12,6%).

O setor de *Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo*, com aumento de 11,1% frente a março de 2019, exerceu a maior influência positiva do comércio para o mês de março. A contribuição do setor para o total do comércio varejista, no indicador interanual, foi de 5,4 p.p. O impacto do isolamento social para esta atividade se deu de forma inversa ao observado nos setores que tiveram atividades suspensas a partir da segunda quinzena de março. Considerado um setor essencial, hiper e supermercados concentraram o dispêndio das famílias no período, ocasionando forte variação positiva. Isso fez com que o acumulado do ano para o setor, que vinha de um mês de queda (-2,7% em janeiro) e outro de baixo dinamismo até fevereiro (0,5%) acumulasse, até março, aumento de 4,1%. A análise pelo indicador acumulado nos últimos doze meses, ao registrar aumento de 1,6% em março, mostrou aumento na intensidade de crescimento em relação a fevereiro (0,2%).

A atividade de *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria*, com aumento de 12,1% nas vendas frente a março de 2019, exerceu a segunda maior contribuição positiva na taxa global do varejo, registrando a trigésima quinta variação positiva consecutiva, na comparação com igual mês do ano anterior. Em relação ao acumulado no ano até março, a passagem de 7,4% até fevereiro para 9,1% no mês de referência, também mostrou ganho de ritmo. Em termos de resultado acumulado nos últimos doze meses, ao passar de 6,6% até fevereiro para 7,4% em março, o setor mostrou aumento da intensidade de crescimento.

O setor de *Veículos, motos, partes e peças*, ao registrar recuo de 20,8% em relação a março de 2019, interrompe uma série de dez variações positivas iniciada em abril de 2019, exercendo a maior contribuição negativa no resultado do mês para o varejo ampliado. O indicador acumulado no ano até março mostrou recuo de 3,6%, após crescimento no mês de fevereiro (5,1%). A análise pelo indicador acumulado nos últimos doze meses, com o aumento de 7,0% até março, mostrou perda de ritmo em relação ao acumulado até fevereiro (8,7%).

Com recuo de 7,6% em relação a março de 2019, o segmento de *Material de Construção* contabiliza a segunda taxa negativa consecutiva nessa comparação. Com isso, o indicador acumulado no ano até março mostrou recuo de 2,3%, invertendo o sinal se comparado ao mês de fevereiro (0,3%). O indicador acumulado nos últimos doze meses, ao passar de 3,4% em fevereiro para 2,8% em março, se manteve no campo positivo, ainda que com diminuição no ritmo.

RESULTADOS TRIMESTRAIS

No primeiro trimestre de 2020, o **comércio varejista** registrou crescimento de 1,6% com relação ao mesmo trimestre de 2019, conforme Tabela 2. Tal resultado representa uma redução na intensidade das vendas do comércio varejista na passagem do quarto trimestre de 2019 para o primeiro trimestre de 2020 (de 3,3% para 1,6%). Foram observadas cinco taxas negativas das oito atividades pesquisadas: *Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação* (-14,4%), *Tecidos, vestuário e calçados* (-12,4%), *Livros, jornais, revistas e papelaria* (-8,6%), *Combustíveis e lubrificantes* (-3,9%) e *Outros artigos de uso pessoal e doméstico* (-0,6%). Por outro lado, apresentando taxas positivas, figuram: *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos* (9,1%) *Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* (4,1%) e *Móveis e eletrodomésticos* (3,6%). No **comércio varejista ampliado**, foi observada estabilidade no primeiro trimestre de 2020 com relação ao primeiro trimestre de 2019 (0,0%) com redução no volume de vendas nas duas atividades que complementam esse indicador: *Veículos, motos, partes e peças* (-3,6%) e *Material de construção* (-2,3%).

Tabela 2 - BRASIL - INDICADOR TRIMESTRAL DO VOLUME DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA
E COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO, SEGUNDO GRUPOS DE ATIVIDADES:
(base: igual trimestre do ano anterior)

Atividades	2018				2019				2020
	1º Tri	2º Tri	3º Tri	4º Tri	1º Tri	2º Tri	3º Tri	4º Tri	1º Tri
COMÉRCIO VAREJISTA	4,3	1,7	1,1	2,3	0,3	1,0	2,6	3,3	1,6
Combustíveis e lubrificantes	-5,1	-6,9	-5,1	-2,7	0,1	0,9	0,5	1,0	-3,9
Hiper, supermercados, prods. alimentícios, bebidas e fumo	6,7	4,0	2,4	2,2	-0,9	0,4	1,5	0,5	4,1
Tecidos, vest. e calçados	-1,3	-4,2	-1,3	2,0	0,9	-1,9	0,5	1,0	-12,4
Móveis e eletrodomésticos	1,7	-0,6	-4,1	-2,0	-1,9	-0,3	4,7	10,7	3,6
Artigos farmacêuticos, med., ortop. e de perfumaria	5,0	6,3	4,9	7,2	6,8	5,6	6,8	7,9	9,1
Livros, jornais, rev. e papelaria	-8,3	-9,6	-13,7	-26,7	-29,4	-23,0	-16,9	-7,1	-8,6
Equip. e mat. para escritório informática e comunicação	1,1	-1,6	0,3	0,8	3,9	-3,8	-1,9	4,9	-14,4
Outros arts. de uso pessoal e doméstico	10,9	5,2	6,1	8,5	4,1	4,7	7,1	7,7	-0,6
COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO	7,0	4,8	4,0	4,5	2,3	4,1	4,5	4,5	0,0
Veículos e motos, partes e peças	17,9	15,1	14,5	13,2	8,2	13,6	10,0	8,4	-3,6
Material de construção	3,7	6,1	2,2	2,5	3,6	4,1	3,9	5,3	-2,3

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria

RESULTADOS REGIONAIS

Na passagem de fevereiro para março de 2020, na série com ajuste sazonal, a taxa média nacional de vendas do **comércio varejista** mostrou recuo de 2,5%, com predomínio de resultados

negativos em 26 das 27 Unidades da Federação, com destaque para: Rondônia (-23,2%), Amazonas (-16,5%) e Acre (-15,7%). Por outro lado, pressionando positivamente, figura apenas São Paulo (0,7%), conforme Gráfico 4. Para a mesma comparação, no **comércio varejista ampliado**, a variação entre fevereiro e março foi de -13,7% com todas as 27 Unidades da Federação registrando resultados negativos, com destaque para: Rondônia (-23,8%), Sergipe (-20,0%) e Acre (-19,4%), conforme 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 2020

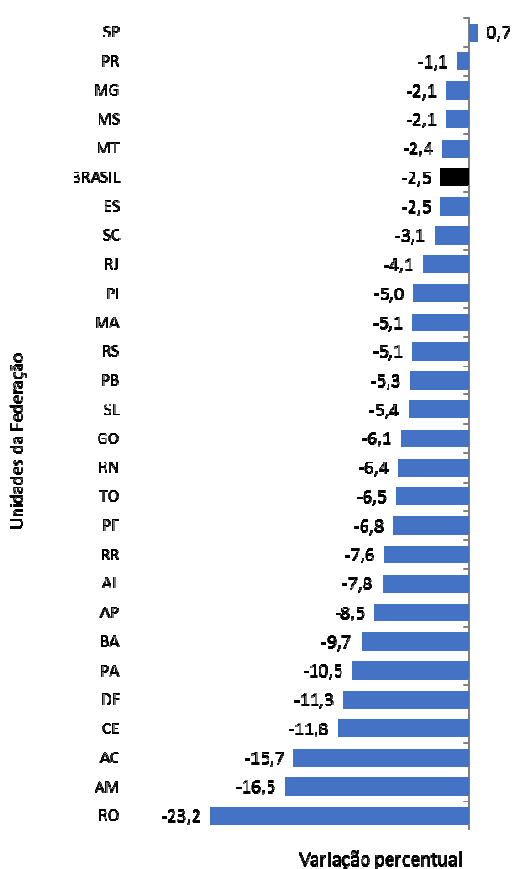
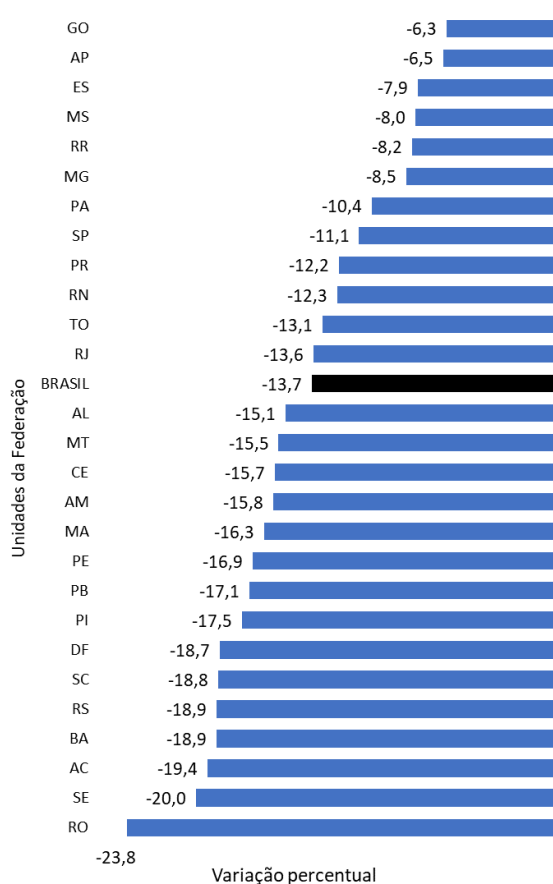


Gráfico 5 - Taxa de variação do Volume de Vendas do Comércio Varejista Ampliado por UF Mês/Mês imediatamente anterior série com ajuste sazonal Março 2020



Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria

Frente a março de 2019, a variação das vendas do **comércio varejista** nacional foi de -1,2%, com predomínio de resultados negativos em 23 das 27 Unidades da Federação, com destaque para: Rondônia (-25,3%), Ceará (-14,4%) e Acre (-11,8%). Por outro lado, pressionando positivamente, figuram quatro das 27 Unidades da Federação, destacando-se, em termos de magnitude de taxa: São Paulo (5,4%), Tocantins (3,4%) e Mato Grosso (2,1%), conforme Gráfico 6. Quanto à participação na composição da taxa do varejo, os destaques negativos foram para: Rio

Grande do Sul (-6,2%), Ceará (-14,4 %) e Santa Catarina (-5,4%). Por outro lado, ainda em termos de participação na composição de taxa, pressionando positivamente, destacou-se São Paulo (1,7 p.p.).

Considerando o **comércio varejista ampliado**, no confronto com março de 2019, o recuo de 6,3% teve predomínio de resultados negativos em 26 das 27 Unidades da Federação, com destaque, em termos de magnitude de taxa, para: Rondônia (-19,6%), Sergipe (-18,0%) e Piauí (-13,6%). Por outro lado, pressionando positivamente, figura apenas o estado de Tocantins (3,6%), conforme Gráfico 7. Quanto à participação na composição da taxa do varejo ampliado o destaque negativo foi para: São Paulo (-1,3 p.p.), Rio Grande do Sul (-1,0 p.p.) e Santa Catarina (-0,8 p.p.).

Gráfico 6 - Volume de Vendas do Comércio Varejista por UF
mês/igual mês do ano anterior
Março 2020

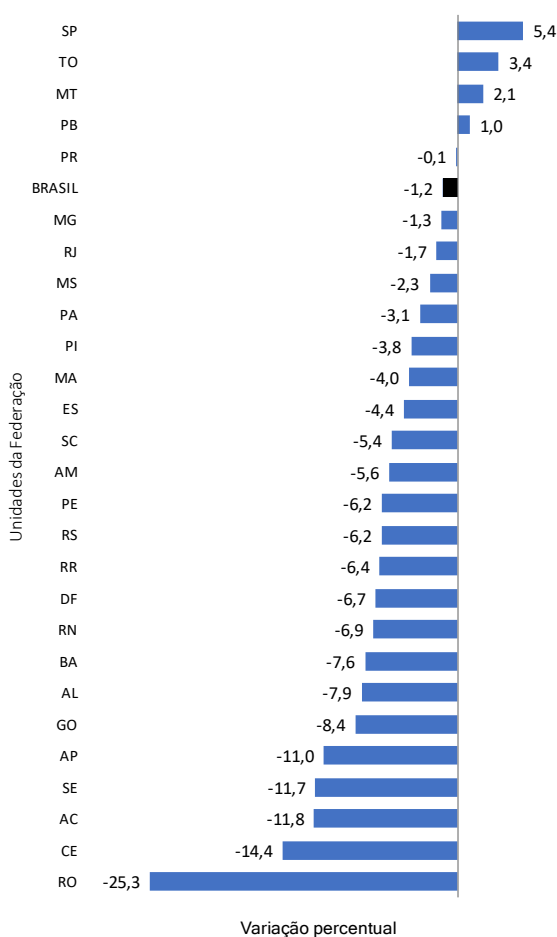
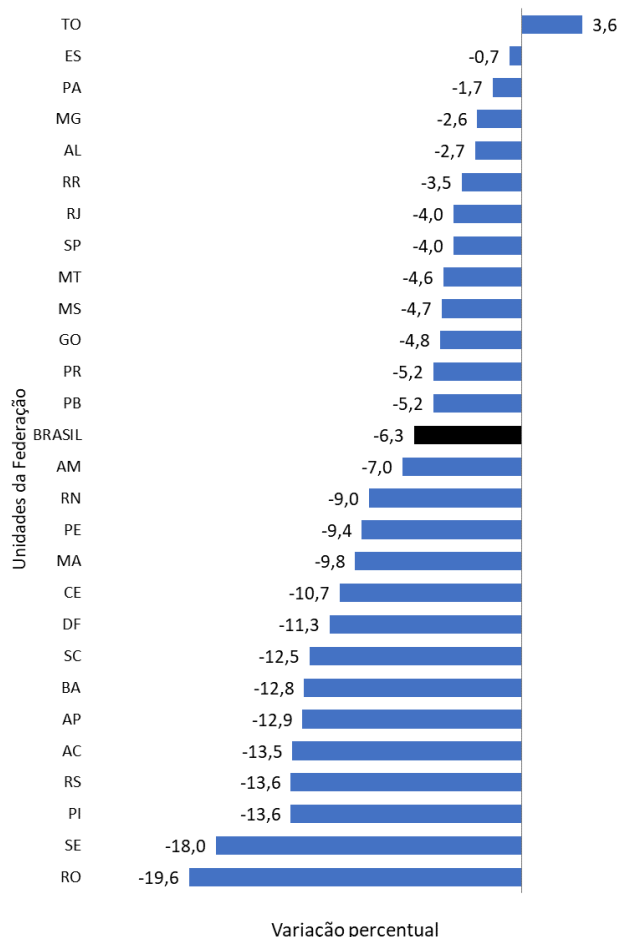


Gráfico 7 - Volume de Vendas do Comércio Varejista Ampliado por UF
mês/igual mês do ano anterior
Março 2020

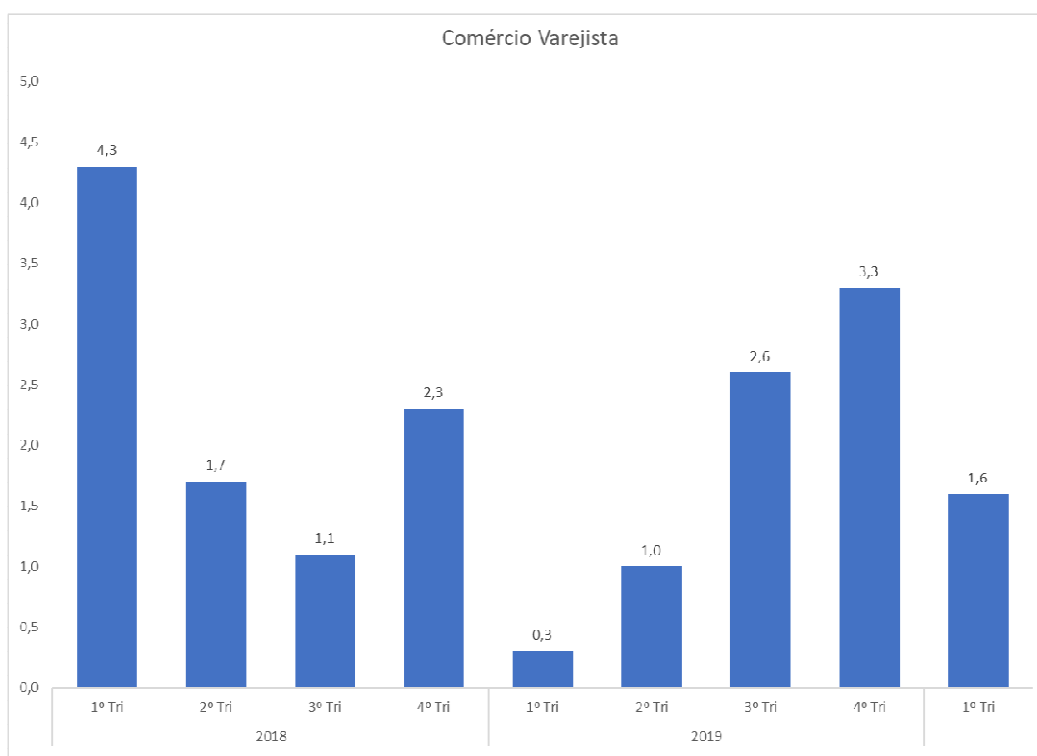


Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria

Em síntese, o volume de vendas do varejo nacional, em março de 2020, apresentou queda de 2,5% na comparação com fevereiro de 2020, após variação positiva de 0,5% 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 1,2%, interrompendo 11 meses consecutivos de taxas positivas. Esse resultado foi influenciado pelos efeitos das medidas de contenção da propagação da pandemia de Covid-19, sobretudo a partir da segunda quinzena de março. Ainda na comparação com igual período do ano anterior, os sinais de redução de ritmo ficam evidenciados na análise do primeiro trimestre de 2020, quando o varejo, ao avançar 1,6%, registrou comportamento positivo pelo 12º trimestre seguido mas sinalizou clara perda de ritmo em relação aos trimestres do ano de 2019, conforme mostra Gráfico 8.

Gráfico 8 - Volume de Vendas do Comércio Varejista
Indicador Trimestral 2018-2020
(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 2020 - 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)	-1,4	0,5	-2,5	1,4	4,7	-1,2	1,4	3,0	1,6	1,8	1,9	2,1
1. Combustíveis e lubrificantes	0,0	-0,5	-12,5	-0,6	0,4	-11,2	-0,6	-0,1	-3,9	0,5	0,2	-0,3
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	-1,8	1,5	14,6	-2,7	4,0	11,1	-2,7	0,5	4,1	0,0	0,2	1,6
2.1. Hipermercados e supermercados	-0,7	0,6	16,3	-3,0	4,1	12,0	-3,0	0,4	4,3	0,2	0,3	1,8
3. Tecidos, vestuário e calçados	0,3	1,5	-42,2	2,6	0,8	-39,6	2,6	1,7	-12,4	0,4	-0,2	-2,5
4. Móveis e eletrodomésticos	-1,7	1,6	-25,9	11,0	11,8	-12,1	11,0	11,4	3,6	4,8	5,5	5,0
4.1. Móveis	-	-	-	9,8	7,7	-10,4	9,8	8,8	2,6	6,7	6,9	6,4
4.2. Eletrodomésticos	-	-	-	11,8	12,1	-12,4	11,8	11,9	3,8	4,1	4,9	4,3
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	0,2	0,7	1,3	7,1	7,8	12,1	7,1	7,4	9,1	6,8	6,6	7,4
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-0,2	-3,8	-36,1	3,6	-7,5	-32,9	3,6	-1,3	-8,6	-16,6	-14,7	-13,6
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-2,5	-2,4	-14,2	-6,7	-12,8	-23,2	-6,7	-9,9	-14,4	0,1	-1,7	-3,7
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	0,0	1,4	-27,4	7,6	8,7	-17,9	7,6	8,1	-0,6	6,2	6,1	5,0
Comércio varejista ampliado (6)	0,5	0,5	-13,7	3,5	3,0	-6,3	3,5	3,2	0,0	3,9	3,5	3,3
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	8,5	0,1	-36,4	9,9	0,0	-20,8	9,9	5,1	-3,6	10,1	8,7	7,0
10. Material de construção	-0,3	0,2	-17,1	2,3	-1,9	-7,6	2,3	0,3	-2,3	4,2	3,4	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

(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 2020 - 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	-1,4	0,5	-2,5	1,4	4,7	-1,2	1,4	3,0	1,6	1,8	1,9	2,1
Rondônia	3,7	-0,7	-23,2	-0,3	2,3	-25,3	-0,3	1,0	-8,0	-1,2	-1,3	-3,1
Acre	2,0	2,9	-15,7	7,2	8,4	-11,8	7,2	7,8	0,9	6,5	6,5	5,1
Amazonas	3,2	3,4	-16,5	11,0	13,5	-5,6	11,0	12,2	6,0	9,0	10,2	9,8
Roraima	1,5	-1,0	-7,6	3,4	6,8	-6,4	3,4	5,1	1,2	5,5	6,3	6,1
Pará	1,2	0,6	-10,5	7,8	9,5	-3,1	7,8	8,6	4,6	5,1	5,2	4,9
Amapá	-15,9	-4,3	-8,5	8,1	0,9	-11,0	8,1	4,6	-0,6	17,0	16,9	15,8
Tocantins	-8,5	16,0	-6,5	7,3	11,7	3,4	7,3	9,7	7,3	7,0	7,5	7,6
Maranhão	0,6	-0,6	-5,1	2,6	2,6	-4,0	2,6	2,6	0,4	0,7	0,7	0,5
Piauí	-1,4	0,6	-5,0	0,5	5,6	-3,8	0,5	2,9	0,7	-5,4	-4,5	-4,2
Ceará	-0,5	-1,7	-11,8	-2,2	-4,6	-14,4	-2,2	-3,4	-7,0	-1,6	-2,1	-2,7
Rio Grande do Norte	-1,5	1,4	-6,4	-1,9	0,6	-6,9	-1,9	-0,7	-2,7	0,1	-0,2	-0,2
Paraíba	-3,3	0,8	-5,3	8,1	11,8	1,0	8,1	9,8	6,9	0,0	0,9	2,0
Pernambuco	-1,9	-0,2	-6,8	4,0	1,5	-6,2	4,0	2,8	-0,2	1,1	1,0	1,1
Alagoas	0,2	2,3	-7,8	0,1	3,7	-7,9	0,1	1,8	-1,5	-2,2	-2,0	-2,0
Sergipe	-1,6	-0,4	-5,4	-1,8	0,1	-11,7	-1,8	-0,9	-4,5	-1,8	-1,9	-2,5
Bahia	-6,9	0,7	-9,7	0,6	0,0	-7,6	0,6	0,3	-2,3	2,2	1,8	1,5
Minas Gerais	-2,4	2,1	-2,1	-2,0	3,7	-1,3	-2,0	0,7	0,0	1,0	1,2	1,7
Espírito Santo	1,2	0,2	-2,5	5,2	5,8	-4,4	5,2	5,5	2,0	4,4	3,9	3,3
Rio de Janeiro	-1,9	1,3	-4,1	3,0	5,6	-1,7	3,0	4,3	2,2	0,7	0,8	1,2
São Paulo	-1,7	1,4	0,7	1,6	5,4	5,4	1,6	3,4	4,0	2,3	2,4	3,1
Paraná	0,0	0,2	-1,1	1,3	5,5	-0,1	1,3	3,3	2,2	-0,6	-0,2	0,6
Santa Catarina	-2,7	0,2	-3,1	0,4	6,4	-5,4	0,4	3,2	0,3	7,9	7,9	7,3
Rio Grande do Sul	-3,5	0,2	-5,1	0,2	3,2	-6,2	0,2	1,7	-1,0	1,1	1,0	0,7
Mato Grosso do Sul	1,8	-0,2	-2,1	1,1	4,7	-2,3	1,1	2,9	1,1	0,1	0,1	0,3
Mato Grosso	1,0	2,7	-2,4	2,6	9,4	2,1	2,6	5,9	4,6	3,2	3,4	3,7
Goiás	-0,1	1,1	-6,1	0,1	2,6	-8,4	0,1	1,3	-2,0	0,0	-0,4	-1,1
Distrito Federal	0,6	0,9	-11,3	4,0	5,0	-6,7	4,0	4,5	0,6	1,3	1,2	1,3

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 2020 - 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	0,5	-13,7	3,5	3,0	-6,3	3,5	3,2	0,0	3,9	3,5	3,3
Rondônia	3,3	-0,3	-23,8	6,9	3,9	-19,6	6,9	5,4	-3,2	1,2	1,1	-0,4
Acre	0,1	-0,3	-19,4	5,5	7,7	-13,5	5,5	6,5	-0,5	3,6	4,0	2,8
Amazonas	2,1	0,7	-15,8	9,8	9,2	-7,0	9,8	9,5	3,9	7,0	7,2	6,7
Roraima	1,8	-2,2	-8,2	7,1	9,7	-3,5	7,1	8,3	4,3	5,7	6,5	6,7
Pará	1,8	0,5	-10,4	10,6	8,5	-1,7	10,6	9,6	5,7	6,4	6,3	6,2
Amapá	-6,3	-15,0	-6,5	15,6	1,8	-12,9	15,6	8,7	1,4	22,8	22,6	20,6
Tocantins	-3,1	6,2	-13,1	10,8	9,4	3,6	10,8	10,1	7,8	7,9	7,8	8,3
Maranhão	0,4	0,8	-16,3	0,1	-1,3	-9,8	0,1	-0,6	-3,6	0,1	-0,5	-0,9
Piauí	1,3	-1,2	-17,5	2,5	-2,6	-13,6	2,5	0,1	-4,4	-3,1	-3,6	-4,3
Ceará	2,4	-1,6	-15,7	3,8	-2,0	-10,7	3,8	1,0	-2,8	3,3	2,6	2,1
Rio Grande do Norte	0,7	-0,8	-12,3	-0,3	-3,0	-9,0	-0,3	-1,6	-4,1	0,7	-0,3	-0,4
Paraíba	-0,2	2,5	-17,1	8,2	7,9	-5,2	8,2	8,0	3,7	0,5	0,9	1,4
Pernambuco	0,6	-0,4	-16,9	4,4	-0,3	-9,4	4,4	2,1	-1,6	2,7	2,1	1,9
Alagoas	1,5	1,2	-15,1	4,2	2,3	-2,7	4,2	3,3	1,4	1,0	0,7	1,5
Sergipe	1,0	1,8	-20,0	-1,6	-0,9	-18,0	-1,6	-1,3	-6,9	-1,1	-1,7	-2,7
Bahia	-6,6	1,8	-18,9	0,9	-2,0	-12,8	0,9	-0,5	-4,6	2,2	1,6	1,3
Minas Gerais	-1,9	2,7	-8,5	1,8	2,4	-2,6	1,8	2,1	0,5	2,6	2,5	2,9
Espírito Santo	1,1	-1,1	-7,9	7,9	6,0	-0,7	7,9	7,0	4,4	4,8	4,4	4,8
Rio de Janeiro	-1,6	2,4	-13,6	1,1	3,5	-4,0	1,1	2,3	0,2	1,4	1,2	1,5
São Paulo	2,5	0,1	-11,1	4,1	3,8	-4,0	4,1	4,0	1,3	5,2	4,8	4,6
Paraná	2,6	0,7	-12,2	2,6	4,1	-5,2	2,6	3,4	0,5	2,6	2,5	2,6
Santa Catarina	-0,7	-0,1	-18,8	6,1	5,7	-12,5	6,1	5,9	-0,3	9,9	9,6	8,4
Rio Grande do Sul	-0,1	0,6	-18,9	1,0	-0,4	-13,6	1,0	0,3	-4,5	2,1	1,4	0,5
Mato Grosso do Sul	0,9	0,7	-8,0	0,3	0,7	-4,7	0,3	0,5	-1,2	1,5	1,0	1,0
Mato Grosso	-2,4	5,8	-15,5	2,1	8,8	-4,6	2,1	5,4	1,9	6,2	6,0	5,5
Goiás	3,2	-2,8	-6,3	4,4	-0,7	-4,8	4,4	1,9	-0,3	3,0	2,2	1,7
Distrito Federal	1,3	0,1	-18,7	5,3	2,3	-11,3	5,3	3,8	-1,3	3,9	3,5	3,0

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: 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 2020 - 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)	-2,2	-4,6	-14,4	-2,2	-3,4	-7,0	-1,6	-2,1	-2,7
1. Combustíveis e lubrificantes	3,7	-2,8	-20,3	3,7	0,5	-6,4	-1,7	-2,1	-2,9
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	-7,3	-4,1	0,1	-7,3	-5,8	-3,7	-7,6	-7,7	-7,1
2.1. Hipermercados e supermercados	-4,5	-1,8	3,1	-4,5	-3,2	-1,0	-8,1	-7,7	-6,7
3. Tecidos, vestuário e calçados	5,9	-9,5	-42,0	5,9	-1,1	-13,4	2,3	0,7	-1,5
4. Móveis e eletrodomésticos	-0,4	-4,2	-37,2	-0,4	-2,2	-14,4	16,8	15,6	11,6
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	-4,9	-5,2	-6,0	-4,9	-5,1	-5,4	0,5	-0,5	-1,3
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	11,2	20,9	-17,6	11,2	13,8	8,0	-10,2	-7,8	-6,9
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-12,4	-1,2	-10,3	-12,4	-7,4	-8,3	-10,2	-9,3	-8,4
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	4,5	-4,9	-27,7	4,5	0,2	-8,6	-0,4	-1,1	-1,9
Comércio Varejista Ampliado (5)	3,8	-2,0	-10,7	3,8	1,0	-2,8	3,3	2,6	2,1
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	14,8	-1,0	-1,0	14,8	7,2	4,5	14,7	12,6	12,6
10. Material de construção	20,5	18,8	-7,5	20,5	19,7	11,7	14,9	14,9	15,1

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio

Tabela 4 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Pernambuco - Março 2020 - 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)	4,0	1,5	-6,2	4,0	2,8	-0,2	1,1	1,0	1,1
1. Combustíveis e lubrificantes	3,9	4,7	-6,5	3,9	4,3	0,8	4,1	4,1	3,8
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	-8,0	-5,7	-5,1	-8,0	-6,8	-6,2	-7,3	-7,5	-7,0
2.1. Hipermercados e supermercados	-6,6	-2,9	-1,9	-6,6	-4,8	-3,8	-5,4	-5,5	-4,7
3. Tecidos, vestuário e calçados	2,1	1,5	-28,0	2,1	1,8	-7,4	-1,8	-2,1	-2,9
4. Móveis e eletrodomésticos	45,7	32,7	19,8	45,7	39,6	33,0	8,3	10,2	11,7
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	5,3	2,9	12,6	5,3	4,1	7,0	10,0	8,5	8,5
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-1,7	-26,7	-23,8	-1,7	-12,6	-14,2	-13,8	-16,1	-13,0
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	21,4	4,9	-14,2	21,4	13,1	3,4	-8,1	-6,0	-5,5
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	10,0	1,4	-18,7	10,0	6,0	-2,6	14,0	13,5	12,5
Comércio Varejista Ampliado (5)	4,4	-0,3	-9,4	4,4	2,1	-1,6	2,7	2,1	1,9
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	7,4	-2,8	-15,7	7,4	2,5	-3,2	8,9	6,9	6,0
10. Material de construção	-3,1	-8,2	-19,3	-3,1	-5,4	-9,7	-2,2	-3,3	-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 4 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Bahia - Março 2020 - 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	0,0	-7,6	0,6	0,3	-2,3	2,2	1,8	1,5
1. Combustíveis e lubrificantes	7,6	8,0	-5,8	7,6	7,8	3,2	7,8	8,4	8,4
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	-4,5	-0,8	3,0	-4,5	-2,6	-0,7	-0,2	-0,5	-0,3
2.1. Hipermercados e supermercados	-5,7	-1,1	3,5	-5,7	-3,5	-1,1	-1,2	-1,4	-1,0
3. Tecidos, vestuário e calçados	-0,3	1,3	-40,8	-0,3	0,5	-12,1	4,5	3,7	1,8
4. Móveis e eletrodomésticos	10,4	-0,8	-19,9	10,4	5,0	-3,2	9,5	8,3	7,2
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	-2,3	-3,7	7,3	-2,3	-3,0	0,5	1,1	-0,1	0,2
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-10,4	-20,8	-40,9	-10,4	-14,9	-21,3	-42,2	-39,4	-36,9
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-11,6	-3,8	-17,8	-11,6	-7,8	-10,9	-14,6	-13,4	-12,6
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	3,0	-1,6	-21,8	3,0	0,8	-6,5	1,9	0,7	-0,3
Comércio Varejista Ampliado (5)	0,9	-2,0	-12,8	0,9	-0,5	-4,6	2,2	1,6	1,3
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	2,1	-8,6	-31,4	2,1	-3,1	-12,2	2,6	1,4	0,5
10. Material de construção	0,1	1,2	-2,1	0,1	0,7	-0,2	1,5	1,1	1,8

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
Minas Gerais - Março 2020 - 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)	-2,0	3,7	-1,3	-2,0	0,7	0,0	1,0	1,2	1,7
1. Combustíveis e lubrificantes	-13,2	-5,1	-12,0	-13,2	-9,3	-10,2	-5,0	-4,9	-4,7
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	-4,0	3,8	3,6	-4,0	-0,2	1,1	2,1	2,3	2,7
2.1. Hipermercados e supermercados	-3,8	4,6	4,6	-3,8	0,2	1,8	2,3	2,5	2,9
3. Tecidos, vestuário e calçados	9,6	9,4	-19,8	9,6	9,5	0,0	-1,6	-1,0	-1,0
4. Móveis e eletrodomésticos	1,6	2,2	-19,4	1,6	1,9	-5,0	-5,4	-4,6	-4,9
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	8,8	10,7	15,3	8,8	9,7	11,7	10,0	9,8	10,6
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-1,9	-10,1	-25,6	-1,9	-5,5	-10,2	-14,1	-14,7	-14,5
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	19,8	-3,4	1,2	19,8	8,3	6,1	10,0	9,3	10,7
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-1,3	4,2	-11,2	-1,3	1,3	-2,8	-0,3	0,0	1,3
Comércio Varejista Ampliado (5)	1,8	2,4	-2,6	1,8	2,1	0,5	2,6	2,5	2,9
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	21,0	2,8	-2,4	21,0	12,0	7,3	10,7	9,3	10,0
10. Material de construção	-1,9	-10,6	-15,9	-1,9	-6,1	-9,4	2,4	1,2	-0,1

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio

Tabela 4 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Espírito Santo - Janeiro 2020 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	NOV	DEZ	JAN	JAN-NOV	JAN-DEZ	JAN-JAN	Até NOV	Até DEZ	Até JAN
Comércio Varejista (4)	5,8	1,5	5,3	5,1	4,7	5,3	5,1	4,7	4,4
1. Combustíveis e lubrificantes	-2,0	-0,4	-8,0	4,2	3,8	-8,0	4,3	3,8	2,4
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	7,6	-3,7	-0,9	4,3	3,4	-0,9	4,1	3,4	2,4
2.1. Hipermercados e supermercados	8,4	-3,0	0,3	4,3	3,5	0,3	4,1	3,5	2,6
3. Tecidos, vestuário e calçados	2,7	8,9	20,9	8,0	8,1	20,9	7,9	8,1	8,4
4. Móveis e eletrodomésticos	4,1	9,7	25,3	2,2	2,9	25,3	2,6	2,9	4,6
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	12,3	12,1	5,8	10,3	10,5	5,8	9,9	10,5	10,2
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-23,4	-15,7	6,5	-39,7	-38,0	6,5	-40,3	-38,0	-33,3
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	29,5	5,0	9,1	49,4	43,2	9,1	51,6	43,2	39,9
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	2,7	2,1	8,7	5,0	4,6	8,7	5,3	4,6	4,6
Comércio Varejista Ampliado (5)	4,7	5,7	7,9	5,1	5,2	7,9	5,3	5,2	4,8
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	5,3	13,7	10,8	7,4	7,9	10,8	8,0	7,9	7,3
10. Material de construção	-8,7	1,4	10,8	-8,1	-7,4	10,8	-8,2	-7,4	-7,6

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio

Tabela 4 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Rio De Janeiro - Março 2020 - 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	5,6	-1,7	3,0	4,3	2,2	0,7	0,8	1,2
1. Combustíveis e lubrificantes	-0,3	-2,1	-18,7	-0,3	-1,2	-7,2	3,7	3,1	1,7
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	1,3	8,8	9,4	1,3	4,9	6,5	-0,5	0,1	1,4
2.1. Hipermercados e supermercados	1,2	8,7	8,3	1,2	4,9	6,1	-0,1	0,5	1,5
3. Tecidos, vestuário e calçados	0,4	0,4	-41,5	0,4	0,4	-13,4	-2,1	-2,6	-4,8
4. Móveis e eletrodomésticos	12,5	17,9	14,1	12,5	15,0	14,7	3,1	4,1	6,1
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	3,3	2,2	12,0	3,3	2,8	5,9	1,7	1,4	3,0
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-11,6	-20,6	-39,1	-11,6	-15,9	-20,3	-14,9	-15,6	-15,8
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-10,4	-12,4	-29,5	-10,4	-11,6	-17,1	12,1	5,0	1,2
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	8,3	1,1	-25,3	8,3	4,8	-6,0	2,8	2,3	1,1
Comércio Varejista Ampliado (5)	1,1	3,5	-4,0	1,1	2,3	0,2	1,4	1,2	1,5
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-3,8	-1,8	-12,7	-3,8	-2,9	-5,9	8,0	6,3	5,8
10. Material de construção	-7,6	-8,1	-13,1	-7,6	-7,8	-9,4	-5,3	-5,8	-4,7

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 4 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
São Paulo - Março 2020 - 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)	1,6	5,4	5,4	1,6	3,4	4,0	2,3	2,4	3,1
1. Combustíveis e lubrificantes	1,8	-1,3	-12,4	1,8	0,2	-4,1	5,0	4,5	4,4
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	-5,8	1,4	19,9	-5,8	-2,3	4,8	-0,9	-0,9	1,2
2.1. Hipermercados e supermercados	-5,9	1,5	22,2	-5,9	-2,3	5,4	-0,7	-0,8	1,5
3. Tecidos, vestuário e calçados	3,7	-1,2	-44,7	3,7	1,2	-15,0	-0,9	-1,7	-4,5
4. Móveis e eletrodomésticos	22,6	25,8	-5,2	22,6	24,1	14,2	9,4	11,4	11,3
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	13,7	15,7	16,7	13,7	14,7	15,4	10,5	10,9	11,7
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	38,8	3,0	-32,9	38,8	22,3	7,3	-13,4	-9,1	-7,1
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-17,4	-21,4	-42,0	-17,4	-19,3	-27,6	-11,2	-13,8	-19,1
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	6,5	11,6	-9,5	6,5	8,8	2,7	8,0	7,7	6,5
Comércio Varejista Ampliado (5)	4,1	3,8	-4,0	4,1	4,0	1,3	5,2	4,8	4,6
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	11,0	1,4	-28,3	11,0	6,4	-5,8	13,0	11,7	8,6
10. Material de construção	5,1	-0,7	-2,6	5,1	2,2	0,6	6,6	5,7	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 4 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Paraná - Março 2020 - 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)	1,3	5,5	-0,1	1,3	3,3	2,2	-0,6	-0,2	0,6
1. Combustíveis e lubrificantes	4,1	12,4	0,8	4,1	8,1	5,6	-15,3	-13,5	-11,9
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	-0,7	5,6	8,2	-0,7	2,4	4,3	0,4	0,9	2,7
2.1. Hipermercados e supermercados	-1,1	4,9	8,4	-1,1	1,8	4,0	1,2	1,7	3,4
3. Tecidos, vestuário e calçados	3,5	-2,3	-9,9	3,5	0,6	-3,1	-0,7	-0,9	-1,7
4. Móveis e eletrodomésticos	-2,0	0,8	-20,2	-2,0	-0,8	-6,8	-2,0	-1,9	-2,8
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	9,7	9,0	14,2	9,7	9,4	11,1	6,8	7,2	8,5
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-11,7	-3,7	-33,3	-11,7	-8,2	-15,4	-11,5	-10,3	-11,2
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-8,5	-17,8	-6,0	-8,5	-15,4	-11,9	0,1	-3,6	-3,3
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	5,6	6,7	-32,6	5,6	6,1	-7,2	13,4	11,9	7,9
Comércio Varejista Ampliado (5)	2,6	4,1	-5,2	2,6	3,4	0,5	2,6	2,5	2,6
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	6,2	2,8	-18,5	6,2	4,5	-2,8	8,4	7,1	5,7
10. Material de construção	2,3	-0,7	-7,0	2,3	0,8	-1,8	9,7	8,9	8,1

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio

**Tabela 4 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Santa Catarina - Março 2020 - 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	6,4	-5,4	0,4	3,2	0,3	7,9	7,9	7,3
1. Combustíveis e lubrificantes	-3,6	-0,1	-18,3	-3,6	-2,0	-7,4	8,5	7,1	4,5
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	0,9	10,0	10,4	0,9	5,3	7,0	7,9	8,5	9,7
2.1. Hipermercados e supermercados	1,1	10,4	10,8	1,1	5,5	7,3	8,5	9,1	10,4
3. Tecidos, vestuário e calçados	-5,2	-1,9	-42,8	-5,2	-3,7	-17,0	2,0	1,7	-1,4
4. Móveis e eletrodomésticos	6,1	0,0	-25,7	6,1	3,3	-6,4	9,8	8,7	6,1
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	8,3	8,6	10,3	8,3	8,4	9,1	7,9	8,1	8,6
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-6,1	-11,1	-43,0	-6,1	-8,5	-15,5	-10,1	-10,5	-11,2
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-8,9	-25,8	-32,7	-8,9	-17,0	-21,9	39,0	32,2	27,7
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-1,2	9,6	-35,8	-1,2	3,6	-9,1	6,3	6,4	3,5
Comércio Varejista Ampliado (5)	6,1	5,7	-12,5	6,1	5,9	-0,3	9,9	9,6	8,4
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	22,6	6,2	-27,2	22,6	14,3	-0,3	13,8	13,1	11,0
10. Material de construção	1,9	-0,7	-17,1	1,9	0,7	-5,1	11,6	10,1	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 2020 - 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)	0,2	3,2	-6,2	0,2	1,7	-1,0	1,1	1,0	0,7
1. Combustíveis e lubrificantes	-6,6	-8,2	-12,5	-6,6	-7,4	-9,1	-6,1	-7,9	-9,8
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	2,4	6,9	9,9	2,4	4,6	6,5	1,0	1,5	3,1
2.1. Hipermercados e supermercados	2,6	7,4	10,2	2,6	5,0	6,8	1,6	2,2	3,7
3. Tecidos, vestuário e calçados	-6,6	-2,8	-52,9	-6,6	-4,8	-23,5	7,3	6,2	1,3
4. Móveis e eletrodomésticos	-10,1	-3,5	-28,0	-10,1	-7,2	-13,4	-1,5	-1,9	-3,1
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	1,0	1,2	2,8	1,0	1,1	1,7	2,2	1,7	2,0
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-12,7	-8,1	-30,0	-12,7	-10,0	-14,6	-13,5	-14,3	-12,0
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	6,1	2,1	-12,8	6,1	4,2	-1,5	12,3	11,7	10,3
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	20,7	25,1	-17,5	20,7	22,7	9,4	8,9	10,1	9,5
Comércio Varejista Ampliado (5)	1,0	-0,4	-13,6	1,0	0,3	-4,5	2,1	1,4	0,5
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	2,7	-10,1	-37,6	2,7	-3,7	-15,1	6,6	3,8	0,5
10. Material de construção	3,9	-6,5	-19,7	3,9	-1,1	-7,4	0,3	-0,5	-1,6

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio

**Tabela 4 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Goiás - Março 2020 - 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)	0,1	2,6	-8,4	0,1	1,3	-2,0	0,0	-0,4	-1,1
1. Combustíveis e lubrificantes	-8,9	-3,8	-13,1	-8,9	-6,4	-8,8	-2,9	-3,2	-4,3
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	-5,5	-3,5	5,6	-5,5	-4,5	-1,2	-4,5	-5,1	-4,5
2.1. Hipermercados e supermercados	-4,4	-4,1	6,3	-4,4	-4,3	-0,8	-4,5	-5,2	-4,5
3. Tecidos, vestuário e calçados	13,6	11,9	-49,8	13,6	12,7	-11,8	5,8	4,6	-1,9
4. Móveis e eletrodomésticos	6,5	15,2	-16,4	6,5	10,4	1,7	1,0	2,0	1,6
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	4,0	1,8	3,7	4,0	2,9	3,2	3,1	2,5	2,8
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-7,0	13,6	-21,7	-7,0	0,6	-5,4	-37,4	-32,8	-29,0
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	16,3	15,3	1,6	16,3	15,9	11,1	7,1	7,7	8,1
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	15,2	14,2	-23,9	15,2	14,7	1,4	18,6	17,6	14,2
Comércio Varejista Ampliado (5)	4,4	-0,7	-4,8	4,4	1,9	-0,3	3,0	2,2	1,7
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	13,9	-7,3	2,4	13,9	3,4	3,1	9,8	7,6	7,5
10. Material de construção	2,2	-0,3	-3,1	2,2	1,0	-0,4	3,4	3,1	3,2

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 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 2020 - 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)	4,0	5,0	-6,7	4,0	4,5	0,6	1,3	1,2	1,3
1. Combustíveis e lubrificantes	21,2	1,2	-17,7	21,2	10,5	-0,1	16,6	15,2	13,6
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	-2,0	8,1	14,3	-2,0	3,0	6,9	-10,0	-9,3	-7,1
2.1. Hipermercados e supermercados	-2,1	9,1	15,0	-2,1	3,4	7,5	-11,1	-10,3	-7,9
3. Tecidos, vestuário e calçados	-1,5	4,0	-43,9	-1,5	1,0	-13,5	-3,1	-3,1	-5,4
4. Móveis e eletrodomésticos	-3,6	-1,1	-25,4	-3,6	-2,4	-10,0	-4,6	-4,4	-5,3
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	7,2	9,9	21,8	7,2	8,5	13,2	12,5	12,0	13,0
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-36,6	8,3	-32,7	-36,6	-20,1	-22,6	-22,0	-19,4	-19,3
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-43,3	-49,9	-66,9	-43,3	-46,4	-52,6	-24,7	-31,6	-35,8
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	13,9	18,2	-20,7	13,9	15,9	3,2	11,5	11,7	10,0
Comércio Varejista Ampliado (5)	5,3	2,3	-11,3	5,3	3,8	-1,3	3,9	3,5	3,0
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	12,1	-3,1	-26,6	12,1	4,8	-5,2	8,0	6,8	5,2
10. Material de construção	-2,6	1,2	-2,8	-2,6	-0,9	-1,5	8,2	7,4	6,5

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 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 2020

Atividades	Comércio varejista ampliado												
	mar/2019	abr/2019	mai/2019	jun/2019	jul/2019	ago/2019	set/2019	out/2019	nov/2019	dez/2019	jan/2020	fev/2020	mar/2020
Comércio Varejista (1)	90,3	89,5	92,7	89,7	92,8	95,2	91,4	96,6	104,9	123,5	93,9	89,6	89,2
1. Combustíveis e lubrificantes	77,5	77,4	79,1	77,7	81,8	79,8	78,0	82,5	79,0	82,0	77,1	73,7	68,8
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	97,5	96,4	96,5	94,4	96,2	102,5	96,3	101,1	105,1	119,0	96,9	97,5	108,2
2.1. Hipermercados e supermercados	98,4	97,5	97,4	94,8	96,6	103,3	96,8	101,5	106,2	120,9	98,1	98,7	110,3
3. Tecidos, vestuário e calçados	72,1	72,2	86,6	88,7	87,8	82,3	76,3	82,9	94,5	160,7	73,3	67,7	43,5
4. Móveis e eletrodomésticos	76,6	74,1	83,5	72,9	80,1	77,8	81,0	83,7	105,8	119,4	93,0	80,0	67,3
4.1. Móveis	66,7	68,2	76,1	69,0	76,5	73,5	73,6	73,9	91,6	104,5	81,1	70,9	59,8
4.2. Eletrodomésticos	80,5	76,2	86,1	74,1	81,0	78,7	83,8	87,3	112,0	125,9	98,2	82,7	70,5
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	115,4	110,7	118,6	111,5	118,1	119,3	114,2	120,4	125,3	133,7	118,2	113,0	129,3
6. Livros, joias, revistas e papelaria	43,8	42,0	42,5	37,9	45,2	44,1	36,5	39,1	38,6	69,4	84,1	60,0	29,4
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	86,0	81,1	86,6	74,8	79,1	82,4	77,6	85,4	95,5	95,4	74,9	75,5	66,1
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	91,7	95,0	93,9	92,7	96,4	99,9	99,4	107,8	131,9	160,4	104,6	90,8	75,2
Comércio Varejista Ampliado (2)	89,2	90,0	93,5	89,3	95,3	96,0	92,0	98,5	101,9	113,8	94,5	87,5	83,5
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	85,5	89,9	94,5	88,3	99,9	96,2	91,8	100,2	92,9	94,4	95,7	82,4	67,7
10. Material de construção	90,1	93,5	96,7	89,2	102,0	101,0	96,9	108,4	103,9	93,8	96,0	86,2	83,2

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

**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 2020 - 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)	-0,6	0,6	-1,0	5,7	8,7	2,6	5,7	7,1	5,6	5,0	5,1	5,3
1. Combustíveis e lubrificantes	1,4	-1,1	-14,3	7,8	9,1	-8,5	7,8	8,4	2,5	0,7	1,1	0,6
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	-2,1	2,0	15,5	3,1	9,1	16,0	3,1	6,0	9,4	5,2	5,3	6,6
2.1. Hipermercados e supermercados	-2,2	2,1	16,6	2,8	9,3	17,1	2,8	6,0	9,7	5,2	5,4	6,7
3. Tecidos, vestuário e calçados	0,6	1,1	-42,3	4,0	1,7	-39,2	4,0	2,9	-11,5	1,4	0,8	-1,6
4. Móveis e eletrodomésticos	-1,9	1,2	-27,1	9,7	9,6	-15,0	9,7	9,7	1,5	7,5	7,7	6,5
4.1. Móveis	-	-	-	8,9	6,1	-12,5	8,9	7,6	1,1	8,9	8,6	7,6
4.2. Eletrodomésticos	-	-	-	10,0	9,5	-16,0	10,0	9,8	1,2	6,8	7,1	5,9
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	0,2	1,4	1,4	10,4	11,4	16,0	10,4	10,9	12,7	8,9	9,0	9,9
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-5,0	-6,9	-39,2	9,0	-3,2	-29,7	9,0	3,6	-4,2	-12,1	-10,2	-9,2
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-3,4	-2,8	-13,5	-8,7	-16,0	-24,5	-8,7	-12,5	-16,5	1,1	-1,3	-3,6
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	0,2	2,9	-27,9	9,7	10,9	-16,0	9,7	10,2	1,4	8,0	8,0	6,9
Comércio varejista ampliado (6)	0,8	0,7	-12,0	6,6	6,2	-2,8	6,6	6,4	3,3	6,4	6,1	5,9
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	8,0	-0,9	-34,9	10,1	0,0	-20,3	10,1	5,2	-3,4	10,8	9,3	7,7
10. Material de construção	0,3	0,3	-17,6	5,7	0,7	-5,9	5,7	3,3	0,2	7,9	6,9	6,1

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 2020 - 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	-0,6	0,6	-1,0	5,7	8,7	2,6	5,7	7,1	5,6	5,0	5,1	5,3
Rondônia	2,8	-1,2	-21,1	3,7	5,4	-20,8	3,7	4,5	-4,2	0,6	0,5	-1,1
Acre	2,2	3,5	-14,6	11,8	13,2	-6,4	11,8	12,5	5,9	9,0	9,3	8,1
Amazonas	3,3	2,8	-14,9	19,5	21,3	1,5	19,5	20,3	13,7	12,6	14,2	14,2
Roraima	1,3	-3,3	-6,7	9,6	12,8	-1,1	9,6	11,1	7,0	8,3	9,4	9,4
Pará	0,7	1,1	-5,4	13,5	15,1	2,3	13,5	14,3	10,1	8,5	8,8	8,6
Amapá	-15,1	-3,4	-8,6	12,3	4,5	-6,8	12,3	8,4	3,3	20,2	20,1	19,0
Tocantins	-6,9	16,9	-8,7	11,9	15,7	6,9	11,9	14,0	11,3	11,2	11,7	11,6
Maranhão	0,9	-0,2	-3,5	7,2	8,2	0,4	7,2	7,7	5,2	4,5	4,7	4,5
Piauí	-1,0	1,0	-2,9	4,0	10,6	-0,5	4,0	7,1	4,5	-2,0	-1,1	-0,8
Ceará	0,1	-0,9	-10,9	2,1	0,4	-10,2	2,1	1,3	-2,6	1,8	1,5	0,8
Rio Grande do Norte	-0,5	2,2	-6,7	3,3	6,7	-2,5	3,3	4,9	2,4	4,3	4,3	4,2
Paraíba	-2,9	1,1	-3,7	11,3	15,4	4,3	11,3	13,2	10,2	3,4	4,3	5,2
Pernambuco	-1,0	0,7	-8,6	7,5	4,9	-3,1	7,5	6,3	3,1	4,7	4,6	4,4
Alagoas	0,6	1,7	-6,0	3,8	7,8	-4,1	3,8	5,7	2,4	1,1	1,4	1,3
Sergipe	-1,0	0,1	-4,3	2,3	4,3	-8,3	2,3	3,3	-0,7	1,5	1,5	0,7
Bahia	-8,2	-0,5	-5,0	3,5	3,1	-4,3	3,5	3,3	0,8	5,1	4,7	4,3
Minas Gerais	-2,2	3,5	-1,2	2,1	8,2	2,6	2,1	5,0	4,2	4,6	4,8	5,1
Espírito Santo	1,0	1,3	-1,2	7,5	8,2	-1,8	7,5	7,9	4,5	7,9	7,3	6,5
Rio de Janeiro	-2,6	0,4	-2,3	6,3	8,2	0,6	6,3	7,2	4,9	4,5	4,6	4,7
São Paulo	-0,9	1,1	0,9	5,8	9,0	9,7	5,8	7,3	8,1	5,5	5,5	6,3
Paraná	0,2	0,9	-0,4	6,1	10,1	3,9	6,1	8,0	6,6	1,9	2,5	3,2
Santa Catarina	-2,6	1,4	-2,2	4,9	10,9	-1,5	4,9	7,7	4,6	10,9	10,9	10,3
Rio Grande do Sul	-2,4	0,5	-4,8	5,4	8,6	-2,4	5,4	6,9	3,7	4,0	4,1	3,7
Mato Grosso do Sul	2,4	0,0	-3,5	6,7	9,1	2,1	6,7	7,9	5,9	3,7	3,7	3,9
Mato Grosso	2,1	1,7	-2,2	8,7	14,5	6,4	8,7	11,5	9,8	6,2	6,6	7,0
Goiás	0,2	-0,4	-4,8	5,3	6,2	-4,3	5,3	5,7	2,3	3,5	3,1	2,4
Distrito Federal	0,4	1,6	-12,4	8,7	9,8	-4,4	8,7	9,2	4,4	3,2	3,4	3,4

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria

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

(2) Base: igual mês do ano anterior

(3) Base: igual período do ano anterior

(4) Base: 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 2020 - 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	0,7	-12,0	6,6	6,2	-2,8	6,6	6,4	3,3	6,4	6,1	5,9
Rondônia	3,6	-1,2	-23,0	9,1	5,4	-17,0	9,1	7,3	-1,1	3,1	2,9	1,4
Acre	1,8	-0,3	-17,4	8,9	11,2	-9,6	8,9	10,0	3,1	6,4	6,8	5,6
Amazonas	0,8	1,0	-14,2	15,7	14,6	-1,9	15,7	15,2	9,3	10,5	11,1	10,7
Roraima	2,0	-2,0	-7,4	11,0	13,3	-0,3	11,0	12,1	7,9	8,7	9,6	9,6
Pará	2,6	0,4	-12,5	14,6	12,7	2,3	14,6	13,7	9,8	9,5	9,4	9,3
Amapá	-5,3	-14,8	-6,0	18,7	4,8	-9,5	18,7	11,8	4,6	25,9	25,6	23,4
Tocantins	-3,5	7,6	-12,5	13,0	12,5	6,2	13,0	12,7	10,4	10,9	10,8	11,1
Maranhão	1,3	1,2	-14,4	4,9	4,1	-5,1	4,9	4,5	1,3	3,7	3,4	2,9
Piauí	1,5	-0,3	-16,5	6,1	2,1	-9,7	6,1	4,2	-0,4	-0,2	-0,6	-1,3
Ceará	3,0	-0,5	-16,0	7,5	2,4	-7,3	7,5	5,1	1,0	6,1	5,4	4,9
Rio Grande do Norte	1,8	-0,4	-11,0	4,5	2,6	-4,7	4,5	3,5	0,8	4,5	3,7	3,5
Paraíba	-0,6	2,8	-11,9	10,7	10,8	-1,8	10,7	10,7	6,6	3,3	3,7	4,1
Pernambuco	0,6	-0,1	-14,8	6,7	2,3	-6,3	6,7	4,6	1,0	5,4	4,8	4,5
Alagoas	1,2	1,5	-10,7	6,5	5,2	-0,4	6,5	5,9	3,9	3,4	3,2	3,7
Sergipe	1,0	1,8	-17,4	1,7	2,5	-14,4	1,7	2,0	-3,5	1,6	1,1	0,0
Bahia	-6,6	2,1	-17,0	3,0	0,6	-9,5	3,0	1,8	-1,9	4,5	3,9	3,5
Minas Gerais	-1,9	3,4	-7,3	4,6	6,3	0,9	4,6	5,4	3,9	5,5	5,4	5,7
Espírito Santo	1,9	-1,3	-7,0	9,6	7,7	0,8	9,6	8,7	6,0	7,1	6,8	6,9
Rio de Janeiro	-2,6	2,2	-11,6	4,2	6,0	-1,8	4,2	5,1	2,8	4,6	4,4	4,5
São Paulo	1,2	0,7	-9,7	7,1	6,6	0,0	7,1	6,9	4,5	7,6	7,3	7,1
Paraná	2,7	1,3	-11,1	6,0	7,6	-1,4	6,0	6,8	4,0	4,4	4,5	4,6
Santa Catarina	-1,3	0,3	-17,4	9,5	9,2	-8,8	9,5	9,4	3,2	12,4	12,1	10,9
Rio Grande do Sul	0,4	0,9	-17,0	5,1	4,1	-9,4	5,1	4,6	-0,2	4,6	4,0	3,1
Mato Grosso do Sul	1,3	0,0	-6,8	4,2	3,9	-1,5	4,2	4,0	2,2	4,0	3,5	3,5
Mato Grosso	-0,5	5,0	-15,3	6,4	12,2	-1,2	6,4	9,3	5,6	8,1	8,0	7,7
Goiás	2,4	-2,2	-5,6	7,1	1,9	-2,4	7,1	4,6	2,2	5,4	4,5	4,0
Distrito Federal	1,3	0,4	-18,0	8,6	5,8	-8,8	8,6	7,2	1,8	5,5	5,2	4,7

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 2020 - 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)	2,1	0,4	-10,2	2,1	1,3	-2,6	1,8	1,5	0,8
1. Combustíveis e lubrificantes	13,8	7,5	-19,2	13,8	10,8	0,3	-0,3	0,0	-1,2
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	-1,4	3,0	6,5	-1,4	0,8	2,8	-2,9	-2,6	-1,9
2.1. Hipermercados e supermercados	1,2	5,0	9,2	1,2	3,0	5,2	-3,2	-2,6	-1,5
3. Tecidos, vestuário e calçados	6,0	-6,7	-40,8	6,0	0,3	-12,1	4,8	3,3	1,1
4. Móveis e eletrodomésticos	0,6	-4,7	-38,5	0,6	-1,9	-14,8	21,4	19,7	14,8
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	-0,7	-1,4	-1,9	-0,7	-1,1	-1,3	4,9	4,0	3,4
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	16,0	27,0	-13,0	16,0	19,1	13,1	-5,8	-3,2	-2,3
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-17,4	-11,2	-19,2	-17,4	-14,6	-16,1	-12,9	-13,0	-13,1
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	6,4	-2,4	-26,4	6,4	2,3	-6,8	1,7	1,1	0,3
Comércio Varejista Ampliado (5)	7,5	2,4	-7,3	7,5	5,1	1,0	6,1	5,4	4,9
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	18,6	2,1	1,7	18,6	10,6	7,7	16,6	14,5	14,5
10. Material de construção	25,0	22,7	-4,8	25,0	24,0	15,5	18,9	18,8	18,7

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
Pernambuco - Março 2020 - 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)	7,5	4,9	-3,1	7,5	6,3	3,1	4,7	4,6	4,4
1. Combustíveis e lubrificantes	12,6	12,7	-4,5	12,6	12,7	7,0	6,0	6,6	5,9
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	-3,7	-1,5	-0,4	-3,7	-2,6	-1,8	-1,7	-2,0	-1,7
2.1. Hipermercados e supermercados	-2,7	1,0	2,6	-2,7	-0,9	0,3	-0,2	-0,4	0,1
3. Tecidos, vestuário e calçados	3,6	2,7	-27,2	3,6	3,2	-6,2	-0,4	-0,8	-1,6
4. Móveis e eletrodomésticos	43,9	30,2	16,9	43,9	37,6	30,7	9,1	10,6	11,7
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	9,6	8,3	18,1	9,6	9,0	12,1	13,4	12,3	12,5
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	2,6	-24,0	-21,1	2,6	-9,1	-10,8	-9,1	-11,8	-8,8
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	29,5	2,2	-16,8	29,5	15,5	4,0	-5,5	-3,9	-4,0
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	12,4	3,4	-16,6	12,4	8,1	-0,5	17,1	16,6	15,5
Comércio Varejista Ampliado (5)	6,7	2,3	-6,3	6,7	4,6	1,0	5,4	4,8	4,5
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	6,6	-3,3	-14,8	6,6	1,9	-3,3	9,7	7,5	6,5
10. Material de construção	-1,4	-6,5	-15,4	-1,4	-3,8	-7,4	-0,8	-2,0	-2,4

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 9 - Indicadores de Receita Nominal de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Bahia - Março 2020 - 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	3,1	-4,3	3,5	3,3	0,8	5,1	4,7	4,3
1. Combustíveis e lubrificantes	13,9	10,1	-5,1	13,9	12,1	6,2	8,7	9,3	8,9
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	0,2	5,0	8,2	0,2	2,6	4,5	4,9	4,7	4,8
2.1. Hipermercados e supermercados	-1,3	4,5	8,5	-1,3	1,5	4,0	3,8	3,7	3,9
3. Tecidos, vestuário e calçados	-1,2	0,0	-41,0	-1,2	-0,6	-12,8	4,5	3,6	1,5
4. Móveis e eletrodomésticos	7,8	-2,6	-23,6	7,8	2,8	-5,9	12,1	10,3	8,3
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	1,3	0,1	11,5	1,3	0,7	4,3	3,0	2,1	2,7
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-9,2	-20,2	-39,8	-9,2	-14,1	-20,4	-40,1	-37,7	-35,4
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-21,2	-10,3	-22,4	-21,2	-15,9	-17,9	-16,7	-16,1	-15,7
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	3,9	-0,2	-20,7	3,9	2,0	-5,4	3,4	2,3	1,1
Comércio Varejista Ampliado (5)	3,0	0,6	-9,5	3,0	1,8	-1,9	4,5	3,9	3,5
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	2,3	-8,1	-30,8	2,3	-2,8	-11,9	3,0	1,7	0,8
10. Material de construção	0,3	1,3	-1,9	0,3	0,7	-0,1	3,6	2,8	3,2

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio

Tabela 9 - Indicadores de Receita Nominal de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Minas Gerais - Março 2020 - 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)	2,1	8,2	2,6	2,1	5,0	4,2	4,6	4,8	5,1
1. Combustíveis e lubrificantes	-7,0	1,7	-9,1	-7,0	-2,8	-4,9	-4,8	-4,3	-4,2
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	1,6	9,2	8,2	1,6	5,3	6,4	7,6	7,7	7,8
2.1. Hipermercados e supermercados	1,9	10,1	9,3	1,9	5,9	7,1	7,8	7,9	8,0
3. Tecidos, vestuário e calçados	9,8	9,3	-19,6	9,8	9,5	0,1	-1,7	-1,2	-1,2
4. Móveis e eletrodomésticos	1,5	3,3	-20,3	1,5	2,3	-4,9	-2,8	-2,1	-2,6
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	12,6	15,1	20,0	12,6	13,8	16,0	13,0	13,1	14,1
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	2,6	-5,2	-20,8	2,6	-0,9	-5,5	-10,6	-11,1	-10,8
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	20,1	-4,1	4,3	20,1	8,0	6,9	13,1	11,8	13,3
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	1,3	7,9	-8,5	1,3	4,3	0,1	1,4	2,0	3,3
Comércio Varejista Ampliado (5)	4,6	6,3	0,9	4,6	5,4	3,9	5,5	5,4	5,7
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	19,5	3,1	-2,5	19,5	11,4	6,8	10,3	8,9	9,6
10. Material de construção	2,1	-6,3	-10,9	2,1	-1,9	-5,0	6,8	5,5	4,3

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 9 - Indicadores de Receita Nominal de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Espírito Santo - Março 2020 - 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)	7,5	8,2	-1,8	7,5	7,9	4,5	7,9	7,3	6,5
1. Combustíveis e lubrificantes	-2,4	2,8	-17,3	-2,4	0,1	-5,9	5,4	4,3	1,3
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	3,8	11,1	11,8	3,8	7,3	8,9	7,1	6,9	7,4
2.1. Hipermercados e supermercados	5,1	12,8	13,9	5,1	8,8	10,6	7,3	7,2	7,8
3. Tecidos, vestuário e calçados	21,5	8,1	-28,6	21,5	14,4	-1,5	9,4	8,6	6,7
4. Móveis e eletrodomésticos	22,6	6,2	-30,7	22,6	14,4	-2,3	7,5	7,0	2,9
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	7,8	10,6	18,9	7,8	9,1	12,5	13,3	12,8	13,7
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	10,3	-20,0	-39,6	10,3	-2,1	-9,9	-30,7	-29,1	-27,6
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	6,3	-26,6	22,7	6,3	-12,2	0,5	46,1	35,1	31,4
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	11,0	6,2	-21,0	11,0	8,7	-0,7	7,4	6,7	5,8
Comércio Varejista Ampliado (5)	9,6	7,7	0,8	9,6	8,7	6,0	7,1	6,8	6,9
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	12,2	6,8	2,0	12,2	9,7	7,2	8,0	8,2	9,8
10. Material de construção	11,4	8,9	18,0	11,4	10,1	12,8	-3,9	-5,4	-4,8

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio

Tabela 9 - Indicadores de Receita Nominal de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação

Rio De Janeiro - Março 2020 - 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)	6,3	8,2	0,6	6,3	7,2	4,9	4,5	4,6	4,7
1. Combustíveis e lubrificantes	5,7	5,0	-15,3	5,7	5,4	-1,8	6,9	6,6	4,9
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	5,4	11,8	11,6	5,4	8,5	9,6	4,3	4,9	5,7
2.1. Hipermercados e supermercados	6,0	12,3	11,1	6,0	9,1	9,8	4,5	5,1	5,9
3. Tecidos, vestuário e calçados	2,6	1,4	-40,3	2,6	2,0	-11,9	-0,8	-1,4	-3,5
4. Móveis e eletrodomésticos	11,2	15,7	9,2	11,2	13,3	12,0	7,3	7,7	8,9
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	5,4	5,1	16,2	5,4	5,3	9,0	4,5	4,2	5,8
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-8,5	-17,9	-36,8	-8,5	-13,1	-17,5	-11,8	-12,6	-13,0
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-14,0	-14,7	-30,4	-14,0	-14,4	-19,4	13,0	4,7	0,3
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	12,3	3,6	-22,9	12,3	8,0	-3,1	5,9	5,5	4,1
Comércio Varejista Ampliado (5)	4,2	6,0	-1,8	4,2	5,1	2,8	4,6	4,4	4,5
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-2,9	-0,9	-12,6	-2,9	-2,0	-5,3	8,2	6,6	6,1
10. Material de construção	-4,8	-7,8	-12,9	-4,8	-6,2	-8,3	-1,6	-2,4	-1,4

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 9 - Indicadores de Receita Nominal de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
São Paulo - Março 2020 - 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)	5,8	9,0	9,7	5,8	7,3	8,1	5,5	5,5	6,3
1. Combustíveis e lubrificantes	12,2	10,0	-8,4	12,2	11,1	4,3	5,6	6,0	6,0
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	0,0	6,0	25,3	0,0	2,9	10,1	4,0	3,7	5,7
2.1. Hipermercados e supermercados	-0,2	6,3	27,8	-0,2	2,9	10,9	4,0	3,8	6,0
3. Tecidos, vestuário e calçados	5,3	-0,7	-44,7	5,3	2,3	-14,3	0,4	-0,5	-3,3
4. Móveis e eletrodomésticos	20,9	23,0	-8,5	20,9	21,9	11,6	12,2	13,7	13,0
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	16,9	18,8	20,3	16,9	17,8	18,7	10,6	11,4	12,6
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	46,5	8,5	-29,9	46,5	28,9	12,8	-6,7	-2,3	-0,5
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-16,5	-22,5	-41,0	-16,5	-19,4	-27,2	-9,6	-12,3	-17,3
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	8,2	13,9	-7,3	8,2	10,8	4,7	9,5	9,4	8,2
Comércio Varejista Ampliado (5)	7,1	6,6	0,0	7,1	6,9	4,5	7,6	7,3	7,1
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	10,6	0,7	-28,4	10,6	5,8	-6,3	13,9	12,5	9,3
10. Material de construção	9,2	2,4	-2,1	9,2	5,8	3,1	10,4	9,4	8,4

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 9 - Indicadores de Receita Nominal de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Paraná - Março 2020 - 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)	6,1	10,1	3,9	6,1	8,0	6,6	1,9	2,5	3,2
1. Combustíveis e lubrificantes	12,3	21,6	3,4	12,3	16,7	12,1	-16,3	-13,8	-12,1
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	5,2	10,4	12,9	5,2	7,7	9,5	5,7	6,2	7,7
2.1. Hipermercados e supermercados	4,8	9,9	13,2	4,8	7,3	9,3	6,3	6,6	8,1
3. Tecidos, vestuário e calçados	4,5	-0,9	-9,0	4,5	1,9	-2,0	-1,4	-1,5	-2,0
4. Móveis e eletrodomésticos	-3,8	-1,6	-22,1	-3,8	-2,8	-8,9	-0,6	-1,1	-2,3
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	13,4	13,5	19,5	13,4	13,5	15,7	10,7	11,1	12,6
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-4,9	2,7	-28,8	-4,9	-1,5	-9,4	-7,1	-5,7	-6,6
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-13,7	-22,9	-12,2	-13,7	-20,6	-17,4	2,4	-2,5	-3,1
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	6,7	8,4	-31,3	6,7	7,5	-5,9	14,1	12,7	8,8
Comércio Varejista Ampliado (5)	6,0	7,6	-1,4	6,0	6,8	4,0	4,4	4,5	4,6
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	6,1	3,0	-17,6	6,1	4,6	-2,5	8,6	7,2	5,9
10. Material de construção	5,0	2,7	-3,8	5,0	3,8	1,3	12,7	11,9	11,1

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio

Tabela 9 - Indicadores de Receita Nominal de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Santa Catarina - Março 2020 - 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)	4,9	10,9	-1,5	4,9	7,7	4,6	10,9	10,9	10,3
1. Combustíveis e lubrificantes	3,9	8,1	-16,2	3,9	5,9	-1,6	7,6	7,1	4,6
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	6,7	14,9	15,0	6,7	10,6	12,2	13,5	14,0	15,0
2.1. Hipermercados e supermercados	7,1	15,7	15,9	7,1	11,3	12,9	14,0	14,5	15,5
3. Tecidos, vestuário e calçados	-3,9	0,0	-41,4	-3,9	-2,1	-15,5	1,2	1,2	-1,7
4. Móveis e eletrodomésticos	4,1	-1,9	-27,9	4,1	1,4	-8,4	11,3	9,7	6,7
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	12,1	13,0	15,3	12,1	12,5	13,5	11,8	12,1	12,6
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	1,1	-5,1	-39,2	1,1	-1,9	-9,5	-5,4	-5,7	-6,4
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-12,4	-29,0	-36,4	-12,4	-20,4	-25,4	42,3	34,5	29,2
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-0,2	11,9	-34,3	-0,2	5,2	-7,6	6,6	6,8	4,2
Comércio Varejista Ampliado (5)	9,5	9,2	-8,8	9,5	9,4	3,2	12,4	12,1	10,9
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	23,7	6,6	-25,8	23,7	15,0	0,7	14,9	14,2	12,1
10. Material de construção	6,6	4,5	-13,9	6,6	5,6	-0,8	15,8	14,4	11,9

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio

Tabela 9 - Indicadores de Receita Nominal de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Rio Grande Do Sul - Março 2020 - 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)	5,4	8,6	-2,4	5,4	6,9	3,7	4,0	4,1	3,7
1. Combustíveis e lubrificantes	2,5	2,5	-11,1	2,5	2,5	-2,3	-6,7	-7,3	-9,3
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	8,9	13,5	14,7	8,9	11,2	12,4	6,8	7,4	8,7
2.1. Hipermercados e supermercados	9,0	13,9	14,8	9,0	11,4	12,6	7,4	8,0	9,2
3. Tecidos, vestuário e calçados	-3,7	-1,0	-52,6	-3,7	-2,4	-22,1	7,8	6,9	2,0
4. Móveis e eletrodomésticos	-11,3	-5,3	-30,9	-11,3	-8,6	-15,3	0,5	-0,5	-2,3
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	5,1	5,4	5,8	5,1	5,3	5,5	6,1	5,8	6,2
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-10,9	-5,6	-26,0	-10,9	-7,8	-12,0	-11,4	-12,1	-9,5
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-0,5	-3,0	-15,4	-0,5	-1,7	-6,3	11,2	10,0	8,3
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	22,6	25,8	-16,7	22,6	24,1	10,6	10,9	12,0	11,2
Comércio Varejista Ampliado (5)	5,1	4,1	-9,4	5,1	4,6	-0,2	4,6	4,0	3,1
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	4,4	-9,1	-35,5	4,4	-2,4	-13,5	7,8	5,0	1,8
10. Material de construção	4,2	-5,7	-18,1	4,2	-0,6	-6,5	3,4	2,2	0,9

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio

**Tabela 9 - Indicadores de Receita Nominal de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Goiás - Março 2020 - 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)	5,3	6,2	-4,3	5,3	5,7	2,3	3,5	3,1	2,4
1. Combustíveis e lubrificantes	1,0	2,7	-9,3	1,0	1,8	-2,1	-3,4	-3,2	-3,7
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	2,9	3,4	12,4	2,9	3,1	6,3	1,7	1,2	1,8
2.1. Hipermercados e supermercados	4,1	2,7	13,2	4,1	3,4	6,7	1,8	1,1	1,9
3. Tecidos, vestuário e calçados	13,3	12,0	-50,2	13,3	12,7	-12,2	6,3	5,2	-1,3
4. Móveis e eletrodomésticos	5,0	10,7	-20,9	5,0	7,6	-1,8	4,5	4,7	3,5
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	9,1	7,2	7,6	9,1	8,2	8,0	7,3	6,8	7,1
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-2,6	17,5	-19,6	-2,6	4,9	-1,7	-34,3	-29,4	-25,6
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	11,7	5,9	-7,9	11,7	8,9	3,2	9,7	9,0	8,2
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	16,6	15,4	-23,4	16,6	16,0	2,4	20,7	19,6	16,1
Comércio Varejista Ampliado (5)	7,1	1,9	-2,4	7,1	4,6	2,2	5,4	4,5	4,0
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	11,7	-8,0	2,7	11,7	2,0	2,2	10,0	7,5	7,4
10. Material de construção	6,6	2,3	-2,9	6,6	4,5	2,1	6,7	6,2	6,1

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio

Tabela 9 - Indicadores de Receita Nominal de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Distrito Federal - Março 2020 - 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)	8,7	9,8	-4,4	8,7	9,2	4,4	3,2	3,4	3,4
1. Combustíveis e lubrificantes	30,8	10,7	-15,9	30,8	20,2	6,3	13,0	13,1	11,8
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	2,6	11,8	17,1	2,6	7,1	10,7	-4,8	-4,2	-2,3
2.1. Hipermercados e supermercados	2,8	13,1	18,4	2,8	7,9	11,6	-6,8	-6,0	-3,8
3. Tecidos, vestuário e calçados	1,7	7,0	-42,0	1,7	4,1	-10,8	0,6	0,4	-2,0
4. Móveis e eletrodomésticos	-4,1	-1,7	-27,4	-4,1	-3,0	-11,0	-1,4	-1,7	-3,1
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	6,6	10,2	20,1	6,6	8,4	12,5	8,1	8,0	9,3
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-33,2	15,5	-27,9	-33,2	-15,3	-17,8	-18,7	-15,6	-15,3
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-51,2	-51,8	-68,8	-51,2	-51,5	-56,8	-26,1	-32,8	-37,8
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	17,8	22,1	-17,6	17,8	19,9	6,7	14,5	14,8	13,1
Comércio Varejista Ampliado (5)	8,6	5,8	-8,8	8,6	7,2	1,8	5,5	5,2	4,7
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	11,7	-3,3	-26,0	11,7	4,6	-5,1	7,9	6,7	5,1
10. Material de construção	2,3	4,5	0,8	2,3	3,3	2,5	12,6	11,5	10,6

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio

Tabela 10 - Índice de base fixa da receita nominal de vendas no comércio varejista (1) e comércio varejista ampliado (2), por atividades - março 2020

Atividades	Comércio varejista ampliado												
	mar/2019	abr/2019	mai/2019	jun/2019	jul/2019	ago/2019	set/2019	out/2019	nov/2019	dez/2019	jan/2020	fev/2020	mar/2020
Comércio Varejista (1)	115,1	115,1	119,0	114,9	118,2	121,1	115,8	122,8	132,9	158,9	122,3	117,1	118,1
1. Combustíveis e lubrificantes	113,6	116,1	121,1	116,1	118,6	115,5	113,4	121,4	116,8	125,8	119,5	113,6	103,9
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	127,7	127,0	126,5	123,5	125,6	132,9	124,2	130,5	136,9	160,6	130,7	131,6	148,1
2.1. Hipermercados e supermercados	128,4	128,0	127,2	123,6	125,6	133,5	124,6	130,8	138,1	162,7	131,8	132,9	150,3
3. Tecidos, vestuário e calçados	82,0	82,4	99,0	101,9	100,4	94,3	87,6	95,8	109,6	186,0	84,6	77,5	49,8
4. Móveis e eletrodomésticos	84,1	81,6	91,5	80,0	88,3	86,5	88,7	91,7	115,4	129,2	100,8	86,4	71,5
4.1. Móveis	75,3	76,8	85,6	77,4	85,9	83,1	83,0	83,3	102,7	116,6	90,4	78,7	65,9
4.2. Eletrodomésticos	87,5	83,0	93,5	80,4	88,5	86,6	90,5	94,2	120,5	134,1	104,7	87,8	73,5
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	148,5	145,7	157,1	148,2	156,3	158,1	151,6	160,0	165,8	177,3	156,9	150,5	172,3
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	60,2	58,2	58,7	52,7	63,1	61,7	51,0	54,6	54,2	98,5	119,8	85,7	42,4
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	81,2	77,3	82,0	69,8	73,9	76,8	71,5	78,9	87,0	87,1	68,7	69,3	61,3
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	110,2	114,7	113,7	112,6	116,6	121,5	121,0	131,4	160,5	196,3	127,3	111,1	92,6
Comércio Varejista Ampliado (2)	108,4	109,9	114,1	109,0	115,5	116,6	111,4	119,4	123,7	140,4	116,6	108,7	105,4
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	91,9	96,4	101,3	94,7	107,0	103,6	98,8	107,9	99,3	100,8	102,1	88,4	73,2
10. Material de construção	103,2	107,7	111,9	103,4	118,5	118,0	112,7	125,8	120,5	108,7	112,8	101,1	97,0

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