



Indicadores IBGE

Pesquisa Mensal de Comércio

Março 2022

Publicado em 10/05/2022 às 09 horas

Presidente da República
Jair Messias Bolsonaro

Ministro da Economia
Paulo Roberto Nunes Guedes

Secretário Especial do Tesouro e Orçamento
Esteves Pedro Colnago Junior

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE

Presidente
Eduardo Luiz Gonçalves Rios Neto

Diretor-Executivo
Marise Maria Ferreira

ORGÃOS ESPECÍFICOS SINGULARES

Diretoria de Pesquisas
Cimar Azeredo Pereira

Diretoria de Geociências
Claudio Stenner

Diretoria de Informática
Carlos Renato Pereira Cotovio

Centro de Documentação e Disseminação de Informações
Carmen Danielle Lins Mendes Macedo

Escola Nacional de Ciências Estatísticas
Maysa Sacramento de Magalhães

UNIDADE RESPONSÁVEL

Diretoria de Pesquisas

Coordenação de Estatísticas Conjunturais em Empresas
Flávio Renato Keim Magheli

Gerência da Pesquisa Mensal de Comércio
Cristiano Santos

EQUIPE DE ANÁLISE
Cristiano Santos
Carla Fernandes de Mello Carvalho
Fabiana Conceição Figueiredo
Fabio Figueiredo Farias
Isabella Nunes Pereira

Editoração
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.....	10
4.3 VOLUME DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO POR UNIDADES DA FEDERAÇÃO.....	12
4.4 RECEITA NOMINAL DE VENDAS POR ATIVIDADES.....	14
4.5 RECEITA NOMINAL DE DO COMÉRCIO VAREJISTA VENDAS POR UNIDADE DA FEDERAÇÃO.....	14
4.6 RECEITA NOMINAL DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO.....	15
POR UNIDADE DA FEDERAÇÃO.....	17
5 DEFLATORES DA PESQUISA	19
6 OBSERVAÇÕES	1
COMENTÁRIOS	2
TABELAS.....	11
VOLUME DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA E COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO.....	12
RECEITA NOMINAL DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA E COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO	29

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. A partir de abril de 2022 os modelos foram atualizados considerando 22 anos da pesquisa (janeiro de 2000 a dezembro de 2021). 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)
Brasil	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[1],LS2020.Abr,TC2020.Abr,LS2020.Dez
Combustíveis	Aditivo	(0 1 0)(1 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,AO2015.Fev,LS2020.Mar,TC2020.Abr
Hiper., Super, Produtos alimentícios, bebidas e fumo	Multiplicativo	(1 1 0)(0 1 1)	Efeito Calendário,Páscoa[15],LS2012.Jan,LS2017.Jan,TC2017.Mar,AO2020.Mar
Super e Hipermercados	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Efeito Calendário,Páscoa[8],LS2012.Jan,LS2017.Jan,TC2017.Mar,AO2020.Mar,LS2020.Mai
Tecidos, vestuário e calçados	Aditivo	(2 1 2)(1 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,TC2003.Mai,LS2017.Jan,AO2020.Mar,TC2020.Abr,TC2020.Ago,TC2021.Mar,TC2021.May
Móveis e eletrodomésticos	Multiplicativo	(1 1 0)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Páscoa[8],TC2020.Mar,AO2020.Abr,LS2020.Jun,AO2021.Mar
Artigos farmac, méd, ortop e de perfumaria	Multiplicativo	(0 1 1)(1 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[8],TC2003.Mar,TC2020.Abr,LS2020.Mai
Livros, jornais, revistas e papelaria.	Aditivo	(1 1 1)(0 1 0)	Carnaval,Corpus Christi,Páscoa[8],AO2005.Jan,TC2008.Fev,AO2010.Dez,AO2014.Feb,LS2019.Dec,LS2020.Mar,TC2020.Abr,AO2021.Jan
Equip. e Materiais p escritório, informática e comunicação	Multiplicativo	(1 1 2)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,LS2005.Fev,TC2020.Abr
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	Multiplicativo	(1 1 1)(1 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[1],TC2019.Mai,AO2020.Mar,TC2020.Abr,LS2020.Jun,AO2021.Jul
Varejo Ampliado	Multiplicativo	(0 1 1) (2 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,AO2009.Jun,AO2010.Mar,AO2012.Set,AO2020.Mar,TC2020.Abr

Automóveis, motocicletas, partes e peças	Multiplicativo	(2 1 1) (2 0 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[8], TC2020.Mar, TC2020.Abr
Material de construção	Multiplicativo	(0 1 1)(1 0 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário, Páscoa[8], AO2018.Mai, TC2020. Mar, AO2020.Abr, LS2020.Jun

4.2 VOLUME DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA POR UNIDADE DA FEDERAÇÃO

UF	DECOMPOSIÇÃO	MODELO ARIMA	REGRESSÃO (REGARIMA)
Rondônia	Multiplicativo	(1 0 2)(1 1 1)	Constante,Efeito Calendário,Páscoa[1],LS2000.Mai,AO2001.Jun, AO2004.Fev,AO2004.Jul,LS2010.Feb,AO2020. Mar,TC2020.Abr,AO2021.Jan,AO2021.Jul
Acre	Multiplicativo	(1 1 0)(0 1 1)	AO2004.Nov,TC2020.Mar,TC2020.Abr
Amazonas	Multiplicativo	(1 1 0)(1 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,AO2005.Jan,LS2020.Mar,AO2020.A br,LS2020.Jun,TC2021.Jan
Roraima	Multiplicativo	(2 1 1)(0 1 1)	Páscoa[15],TC2000.Abr
Pará	Multiplicativo	(1 1 1)(1 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2001.Jan,LS2001.Jun,AO2002.Jun ,LS2002.Dez,AO2004.Jul,TC2004.Set,AO2006. Mar,LS2008.Jan,LS2008.Fev,LS2008.Out,AO20 10.Mai,TC2013.Dec,AO2014.Oct,LS2016.Mar,L S2016.May,AO2019.Mar,LS2019.Sep,LS2020.A br,LS2020.Jun,AO2020.Nov
Amapá	Multiplicativo	(1 1 1)(1 1 1)	TC2006.Jan,AO2017.Dez,AO2018.Dec,TC2020. Abr,LS2020.Jul,AO2021.Mai
Tocantins	Multiplicativo	(2 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,TC2003.Mai,LS2005.Fev,LS2010.Feb
Maranhão	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,AO2001.Mai,AO2011.Out,TC2020.A br,LS2020.Jun
Piauí	Multiplicativo	(1 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2003.Mar,AO2004.Jan,LS2005.Fe v,TC2019.Jun,TC2020.Abr,LS2020.Ago
Ceará	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,LS2020.Mar,TC2020.Abr,LS2020.Jun,TC 2021.Mar
Rio Grande do Norte	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2002.Nov,LS2005.Fev,TC2020.Ab r
Paraíba	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,TC2020.Abr,TC2020.Jul
Pernambuco	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[1],LS2003.Mar,TC2020.Abr, TC2020.Jul
Alagoas	Multiplicativo	(1 1 0)(1 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[1],AO2003.Jan,LS2003.Mar, LS2017.Jan,TC2020.Abr
Sergipe	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Efeito Calendário,Páscoa[15],TC2003.Mar,LS2005.Fev, TC2005.Out,TC2006.Feb,LS2015.Jul,TC2020.A br
Bahia	Multiplicativo	(0 1 1)(1 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,AO2019.Dez,TC2020.Abr,TC2020.A go

Minas Gerais	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[1],AO2018.Jul,AO2020.Jan,AO2020.Abr,TC2020.Ago,TC2021.Mai
Espírito Santo	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,TC2017.Fev,AO2020.Abr
Rio de Janeiro	Multiplicativo	(0 1 1)(1 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[15],TC2020.Mar,TC2020.Abr
São Paulo	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[15],AO2017.Mar,TC2020.Abr
Paraná	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[1],AO2020.Abr,AO2021.Jul
Santa Catarina	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Efeito Calendário,Páscoa[1],AO2020.Abr,AO2021.Jul
Rio Grande do Sul	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[1],LS2017.Jan,AO2020.Abr,LS2021.Abr,TC2021.Mai
Mato Grosso do Sul	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Efeito Calendário,Páscoa[1],AO2020.Abr
Mato Grosso	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	AO2002.Mai,LS2006.Fev,AO2020.Abr,AO2021.Jul
Goiás	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Efeito Calendário,Páscoa[1],LS2005.Fev,LS2017.Mar,TC2020.Abr
Distrito Federal	Aditivo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[1],TC2020.Abr,AO2021.Mar

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

UF	DECOMPOSIÇÃO	MODELO ARIMA	REGRESSÃO (REGARIMA)
Rondônia	Multiplicativo	(1 1 1)(1 1 1)	LS2006.Ago,TC2016.Nov,AO2017.Aug,TC2020.Mar,AO2020.Abr
Acre	Multiplicativo	(1 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Páscoa[1],TC2014.Mai,AO2020.Mar,TC2020.Mar
Amazonas	Multiplicativo	(1 2 2)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,AO2020.Mar,TC2020.Abr,TC2020.Jun,TC2021.Jan
Roraima	Multiplicativo	(1 1 1)(0 1 1)	
Pará	Multiplicativo	(1 1 0)(1 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,LS2020.Abr,LS2020.Jun
Amapá	Aditivo	(0 1 0)(1 1 1)	AO2014.Jan,AO2017.Dez,AO2018.Dec,TC2020.Abr,LS2020.Jun,LS2020.Jul,AO2021.Mai
Tocantins	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Páscoa[8],LS2005.Fev,AO2020.Abr
Maranhão	Multiplicativo	(0 1 1)(1 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[1],TC2020.Mar,TC2020.Abr,LS2020.Jun
Piauí	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Páscoa[1],AO2010.Mar,TC2019.Jun,AO2020.Mar,TC2020.Abr,LS2020.Ago
Ceará	Multiplicativo	(1 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[15],AO2010.Mar,TC2012.Jun,LS2020.Mar,TC2020.Abr,LS2020.Jun,AO2021.Mar
Rio Grande do Norte	Multiplicativo	(0 1 1)(1 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,AO2009.Jul,AO2010.Mar,TC2020.Mar,TC2020.Abr
Paraíba	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2008.Out,LS2014.Dez,TC2020.Mar,TC2020.Abr,TC2020.Jul
Pernambuco	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,AO2020.Mar,TC2020.Abr,TC2020.Jul
Alagoas	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,AO2005.Jul,TC2012.Jun,AO2020.Mar,TC2020.Abr
Sergipe	Multiplicativo	(0 1 1)(1 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2005.Fev,AO2010.Mar,TC2020.Mar,TC2020.Abr
Bahia	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,AO2010.Mar,TC2012.Jun,AO2020.Mar,TC2020.Abr,AO2021.Mar
Minas Gerais	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2005.Fev,AO2020.Abr,LS2020.Ago
Espírito Santo	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[1],LS2011.Jun,AO2017.Fev,AO2020.Abr
Rio de Janeiro	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,AO2020.Mar,TC2020.Abr

São Paulo	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,TC2020.Abr
Paraná	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,AO2020.Abr
Santa Catarina	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,TC2020.Mar,AO2020.Abr
Rio Grande do Sul	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2017.Jan,TC2020.Mar,AO2020.Abr,AO2021.Mar
Mato Grosso do Sul	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,AO2010.Mar,AO2020.Abr
Mato Grosso	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[1],TC2020.Mar
Goiás	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2008.Out,AO2010.Mar,TC2020.Abr
Distrito Federal	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,AO2009.Set,AO2010.Mar,AO2012.Ago,TC2020.Mar,TC2020.Abr,AO2021.Mar

4.4 RECEITA NOMINAL DE VENDAS POR ATIVIDADES

ATIVIDADE	DECOMPOSIÇÃO	MODELO ARIMA	REGRESSÃO (REGARIMA)
Brasil	Multiplicativo	(0 1 2)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[1],TC2020.Abr,LS2020.Jun
Combustíveis	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2020.Mar,AO2020.Abr,TC2020.Abr,LS2021.Mai
Hiper., Super, Produtos alimentícios, bebidas e fumo	Multiplicativo	(0 1 1) (2 1 1)	Efeito Calendário,Páscoa[15],LS2002.Out,LS2017.Mar,LS2020.Mar,AO2020.Abr
Super e Hipermercados	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Efeito Calendário,Páscoa[15],LS2002.Out,LS2005.Fev,LS2012.Jan,AO2016.Dez,LS2017.Mar,LS2020.Mar,AO2020.Abr
Tecidos, vestuário e calçados	Aditivo	(0 1 1)(1 1 0)	LS2017.Jan,TC2020.Mar,TC2020.Abr,TC2020.Mai,AO2020.Ago,LS2020.Dez,TC2021.Mar,TC2021.May
Móveis e eletrodomésticos	Multiplicativo	(1 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Páscoa[8],TC2020.Mar,AO2020.Abr,LS2020.Jun,AO2021.Mar
Artigos farmac, méd, ortop e de perfumaria.	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[8],TC2020.Abr
Livros, jornais, revistas e papelaria.	Aditivo	(1 0 0)(1 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Páscoa[8],AO2005.Jan,AO2008.Jan,AO2010.Dez,AO2014.Fev,TC2014.Nov,AO2019.Jan,AO2019.Jun,TC2019.Dec,LS2020.Mar,TC2020.Abr,AO2020.Jul,AO2020.Nov,AO2021.Jan
Equip. e Materiais p escritório, informática e comunicação	Multiplicativo	(0 1 1)(1 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,LS2005.Fev,AO2011.Jun,AO2011.Dez,TC2020.Abr,LS2020.Jun
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	Multiplicativo	(1 1 1)(1 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[1],TC2019.Mai,AO2020.Mar,TC2020.Abr,LS2020.Jun,LS2020.Nov,AO2021.Jul
Varejo ampliado	Multiplicativo	(0 1 1)(1 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2008.Out,AO2009.Jun,AO2010.Mar,AO2020.Mar,TC2020.Abr
Automóveis, motocicletas, partes e peças.	Multiplicativo	(3 1 1) (2 0 1)	Carnaval,Corpus Christi,Páscoa[8],AO2020.Mar,TC2020.Abr
Material de construção	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[8],AO2018.Mai,TC2020.Mar,AO2020.Abr,LS2020.Jun

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

UF	DECOMPOSIÇÃO	MODELO ARIMA	REGRESSÃO (REGARIMA)
Rondônia	Multiplicativo	(0 1 2)(1 1 1)	Efeito Calendário,Páscoa[1],LS2000.Mai,AO2001.Jun,AO2004.Jul,TC2020.Mar,TC2020.Abr,LS2020.Dez,AO2021.Jul
Acre	Multiplicativo	(1 1 1)(0 1 1)	LS2003.Out,LS2005.Fev,LS2006.Feb,TC2020.Mar,TC2020.Abr,TC2020.Ago
Amazonas	Multiplicativo	(2 1 2)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2019.Jun,TC2020.Abr,LS2020.Jun,AO2021.Jan,AO2021.Fev
Roraima	Multiplicativo	(2 1 1)(0 1 1)	Páscoa[15],AO2000.Mar,AO2002.Jul,LS2017.Jan,TC2020.Abr
Pará	Multiplicativo	(1 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2001.Jun,AO2008.Jan,AO2014.Out,LS2020.Abr,LS2020.Jun
Amapá	Multiplicativo	(1 1 0)(0 1 1)	TC2006.Jan,AO2017.Dez,AO2018.Dec,TC2020.Abr,LS2020.Jul,AO2021.Mai
Tocantins	Multiplicativo	(2 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,TC2003.Mai,LS2005.Fev,LS2010.Feb
Maranhão	Multiplicativo	(0 1 2)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,AO2001.Mai,TC2002.Mar,LS2005.Fev,AO2011.Out,TC2020.Abr,LS2020.Jun,LS2020.Dez
Piauí	Multiplicativo	(1 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,TC2000.Jan,TC2001.Jan,TC2002.Jan,TC2003.Jan,TC2003.Mar,LS2005.Fev,AO2008.Jan,TC2010.Abr,TC2019.Jun,TC2020.Abr,AO2020.Mai,LS2020.Ago,AO2021.Feb
Ceará	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2020.Mar,TC2020.Abr,LS2020.Jun,TC2021.Mar
Rio Grande do Norte	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2005.Fev,TC2020.Abr
Paraíba	Multiplicativo	(0 1 1)(1 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,AO2008.Jan,LS2008.Out,TC2020.Abr,LS2020.Jul
Pernambuco	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[15],TC2003.Jan,TC2020.Abr,LS2020.Jul
Alagoas	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[1],TC2020.Abr
Sergipe	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Efeito Calendário,Páscoa[15],LS2005.Fev,LS2006.Fev,LS2015.Jul,TC2020.Abr

Bahia	Multiplicativo	(1 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,AO2019.Dez,TC2020.Abr,LS2020. Jul
Minas Gerais	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[1],LS2020.Abr,TC2020. Apr
Espírito Santo	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[15],AO2002.Abr,TC2017 .Fev,TC2020.Apr
Rio de Janeiro	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[15],TC2020.Mar,TC2020 .Abr
São Paulo	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[15],AO2017.Mar,TC2020 0.Abr
Paraná	Multiplicativo	(0 1 1) (2 1 1)	Efeito Calendário,Páscoa[15],TC2003.Fev,LS2005. Feb,TC2020.Abr,AO2021.Jul
Santa Catarina	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Efeito Calendário,Páscoa[1],AO2020.Abr,AO2021. Jul
Rio Grande do Sul	Multiplicativo	(0 1 1)(1 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[1],TC2017.Jan,TC2019. Dez,TC2020.Abr,LS2021.Apr
Mato Grosso do Sul	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Efeito Calendário,Páscoa[15],AO2020.Abr
Mato Grosso	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Efeito Calendário,AO2002.Mai,LS2006.Fev,AO2020 20.Abr,AO2021.Jan,AO2021.Jul
Goiás	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[1],AO2003.Fev,LS2005. Feb,LS2017.Mar,TC2020.Abr
Distrito Federal	Multiplicativo	(1 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[15],TC2001.Jun,AO2005 .Jan,TC2020.Mar,TC2020.Abr,AO2020.Mai, AO2021.Mar

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

UF	DECOMPOSIÇÃO	MODELO ARIMA	REGRESSÃO (REGARIMA)
Rondônia	Multiplicativo	(1 1 1)(0 1 1)	Efeito Calendário,TC2005.Fev,LS2016.Nov,AO2017. Ago,AO2020.Mar,TC2020.Abr
Acre	Multiplicativo	(1 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Páscoa[1],AO2014.Mai,AO2020.Mar,T C2020.Mar
Amazonas	Multiplicativo	(0 1 1)(1 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,AO2014.Mai,TC2020.Mar,TC2020.Abr, LS2020.Jun,AO2021.Jan,AO2021.Fev
Roraima	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Efeito Calendário,Páscoa[15]
Pará	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,LS2005.Fev,LS2020.Abr,LS2020.Jun
Amapá	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	AO2004.Dez,LS2019.Jan,TC2020.Abr,LS2020. Jun,TC2020.Jul,TC2021.Mai
Tocantins	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Páscoa[8],LS2005.Fev,LS2010.Feb,AO 2020.Abr
Maranhão	Multiplicativo	(0 1 1)(1 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[8],LS2020.Mar,TC2020.Abr ,LS2020.Jun
Piauí	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Páscoa[1],AO2010.Mar,TC2019.Jun,A O2020.Mar,TC2020.Abr,LS2020.Ago
Ceará	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[8],LS2008.Out,AO2010.Mar ,TC2012.Jun,LS2020.Mar,TC2020.Abr,LS2020 .Jun,AO2021.Mar
Rio Grande do Norte	Multiplicativo	(0 1 1)(1 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,AO2010.Mar,TC2020.Mar,TC2020. Abr
Paraíba	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2008.Out,LS2014.Dez,TC2020.A br,LS2020.Jul
Pernambuco	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,TC2020.Mar,TC2020.Abr,TC2020.J ul
Alagoas	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,AO2005.Jul,TC2020.Mar,TC2020. Abr
Sergipe	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2005.Fev,AO2010.Mar,TC2020. Mar,TC2020.Abr
Bahia	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,TC2020.Mar,TC2020.Abr,AO2021. Mar

Minas Gerais	Multiplicativo	(2 1 0)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2005.Fev,LS2020.Abr,TC2020.Abr
Espírito Santo	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2011.Jun,AO2017.Fev,TC2020.Abr
Rio de Janeiro	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,AO2020.Mar,TC2020.Abr
São Paulo	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2005.Fev,LS2006.Feb,LS2008.Out,AO2009.Jun,AO2010.Mar,TC2020.Abr,LS2020.Jun
Paraná	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2008.Out,AO2010.Mar,TC2012.Set,TC2020.Mar,AO2020.Abr
Santa Catarina	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,TC2008.Nov,TC2020.Mar,AO2020.Abr
Rio Grande do Sul	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2017.Jan,TC2020.Mar,AO2020.Abr,LS2021.Abr
Mato Grosso do Sul	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2008.Nov,AO2010.Mar,TC2020.Mar,AO2020.Abr
Mato Grosso	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[1],LS2020.Mar
Goiás	Multiplicativo	(0 1 1)(1 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2008.Out,AO2010.Mar,TC2020.Abr
Distrito Federal	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,AO2009.Set,AO2010.Mar,AO2012.Ago,AO2020.Mar,TC2020.Abr

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)

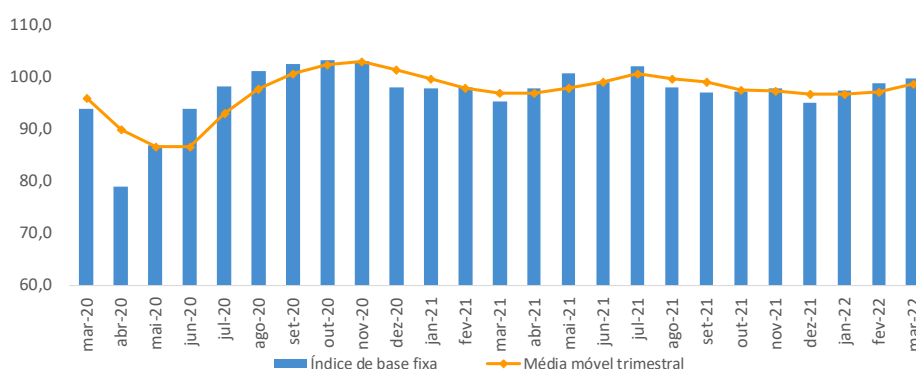
6 OBSERVAÇÕES

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 2022 o volume de vendas no comércio varejista nacional mostrou aumento de 1,0% nas vendas frente ao mês imediatamente anterior na série livre de influências sazonais, após aumento de 1,3% em fevereiro de 2022. Com isso, a evolução do índice de média móvel trimestral para o varejo depois do avanço de 0,3% no trimestre encerrado em fevereiro de 2022, avançou em 1,6% no trimestre encerrado em março, conforme mostra o Gráfico 1.

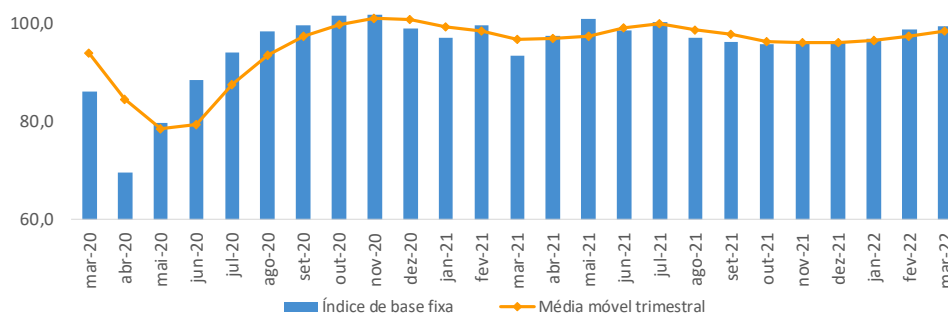
Gráfico 1 - Volume de Vendas do Varejo com Ajuste Sazonal
Índice de Base Fixa e Média Móvel Trimestral
Março 2022



Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Estatísticas Conjunturais em Empresas

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 em março de 2022 mostrou aumento de 0,7% nas vendas frente ao mês imediatamente anterior na série livre de influências sazonais, após aumento de 2,1% em fevereiro de 2022. Com isso, a evolução do índice de média móvel trimestral para o varejo ampliado depois do avanço de 0,8% no trimestre encerrado em fevereiro de 2022, avançou em 1,1% no trimestre encerrado em março de 2022, conforme mostra o Gráfico 2.

Gráfico 2 - Volume de Vendas do Varejo Ampliado com Ajuste Sazonal
Índice de Base Fixa e Média Móvel Trimestral
Março 2022



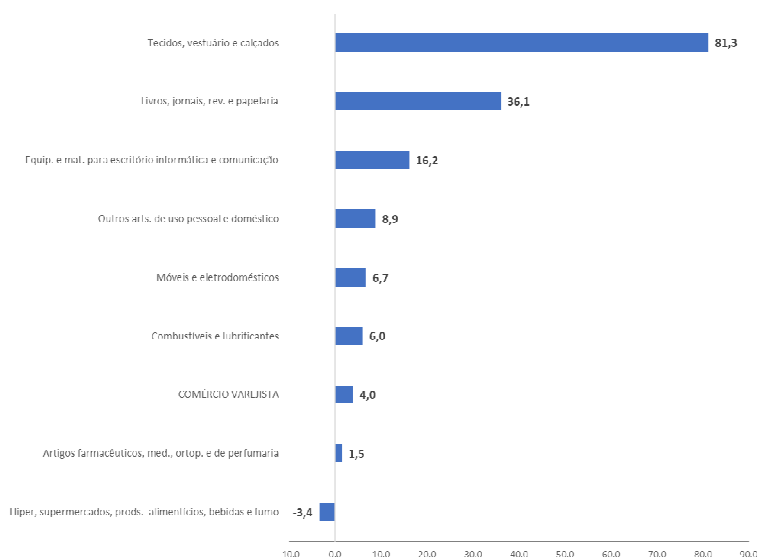
Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Estatísticas Conjunturais em Empresas

RESULTADOS SETORIAIS

A variação de 1,0% no volume de vendas do **comércio varejista** na passagem de fevereiro para março de 2022, na série com ajuste sazonal, teve predominância de taxas positivas atingindo, seis das oito atividades pesquisadas, apresentadas a seguir por ordem de magnitude de taxa: *Equipamentos e material para escritório informática e comunicação* (13,9%), *Livros, jornais, revistas e papelaria* (4,7%), *Outros artigos de uso pessoal e doméstico* (3,4%), *Combustíveis e lubrificantes* (0,4%), *Móveis e eletrodomésticos* (0,2%) e *Tecidos, vestuário e calçados* (0,1%). Por outro lado, entre fevereiro e março de 2022, dois dos oito grupamentos pesquisados tiveram resultados no campo negativo: *Hiper, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* (-0,2%) e *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria* (-5,9%). Já, no **comércio varejista ampliado**, *Material de construção* registrou -0,1% entre fevereiro e março, enquanto *Veículos e motos, partes e peças* cresceu 2,2% no período.

Em março de 2022, frente a igual mês do ano anterior, o **comércio varejista** mostrou avanço de 4,0%, contra aumento de 1,3% em fevereiro de 2022, frente a fevereiro de 2021. No ano, o setor acumula 1,3% de crescimento. Nos últimos doze meses, ao passar de 1,7% até fevereiro para 1,9% em março, o setor mostra aumento de intensidade de crescimento. Assim como na comparação com o mês anterior, março de 2022, quando comparado com o mesmo mês de 2021, também teve predominância de taxas positivas dentre as atividades, atingindo sete das oito atividades pesquisadas: *Tecidos, vestuário e calçados* (81,3%), *Livros, jornais, revistas e papelaria* (36,1%), *Outros artigos de uso pessoal e doméstico* (8,9%), *Equipamentos e material para escritório informática e comunicação* (16,2%), *Móveis e eletrodomésticos* (6,7%), *Combustíveis e lubrificantes* (6,0%) e *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria* (1,5%). O único setor a apresentar queda na comparação com março de 2021 foi *Hiper, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* (-3,4%), conforme Gráfico 3. Considerando o **comércio varejista ampliado**, o aumento de 4,5% nas vendas frente a março de 2021, foi seguido tanto por *Veículos e motos, partes e peças* (7,3%) quanto por *Material de construção* (1,2), conforme Tabela 1.

Gráfico 3 - Volume de Vendas do Comércio Varejista e Varejista Ampliado
Indicador mês/ mês imediatamente anterior
Série com ajuste sazonal
Março 2022



Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Estatísticas Conjunturais em Empresas

A atividade de *Tecidos, vestuário e calçados* apresentou aumento de 81,3% nas vendas frente a março de 2021, terceiro consecutivo e o maior aumento, na comparação interanual, desde maio de 2021 (165,2% frente a maio de 2020). O resultado interanual do setor exerceu a maior contribuição dentre todas as atividades, somando 3,0 p.p. de um total de 4,0% do comércio varejista. Em termos de resultado acumulado nos últimos doze meses, ao passar de 18,6% até fevereiro para 23,5% de crescimento em março, o setor apresentou aumento de intensidade de crescimento. Em relação ao acumulado no ano, o setor passa de 5,2% até fevereiro para 24,1% até março, indicando também crescimento.

O setor de *Livros, jornais, revistas e papeleria* apresentou aumento de 36,1% nas vendas frente a março de 2021 (-19,5%), contra aumento de 18,8% em fevereiro de 2022 frente a fevereiro de 2021. No ano, o setor acumula 24,7% de crescimento até março, acima do acumulado registrado até fevereiro (21,2%). No indicador dos últimos dozes meses o setor também acelera, passando de 5,0% até fevereiro de 2022, para 9,4%.

O agrupamento de *Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação* apresentou aumento de 16,2% nas vendas frente a março de 2021 (-0,4%), contra queda de 8,0% em fevereiro de 2022, frente a fevereiro de 2021. Com isso, no ano o acumulado passa de -7,8% até

fevereiro para 0,1% até março. Nos últimos dozes meses a atividade também inverte sinal com a inclusão de março de 2022, passando de -1,2% até fevereiro para 0,2% até março.

Em *Outros artigos de uso pessoal e doméstico*, que engloba lojas de departamentos, óticas, joalherias, artigos esportivos, brinquedos, etc., o indicador interanual também registrou crescimento: 8,9% nas vendas frente a março de 2021 (30,1%), contra aumento de 1,1% em fevereiro de 2022, frente a fevereiro de 2021. O setor registrou a segunda maior contribuição na comparação mês contra mesmo o mês do ano anterior, somando 1,1 p.p. ao total de 4,0% de crescimento de todo o varejo. A atividade também mostra ganho de ritmo em relação ao acumulado no ano, passando de -2,9% até fevereiro para 0,9% no mês de referência. No entanto, em termos do resultado acumulado nos últimos doze meses, ao passar de 11,2% até fevereiro para 9,9% em março, o setor apresentou redução de intensidade de crescimento.

O setor de *Móveis e eletrodomésticos* apresentou aumento de 6,7% nas vendas frente a março de 2021 (11,7%), invertendo trajetória de nove meses de resultados negativos. Em relação ao acumulado no ano, ao passar de -12,5% até fevereiro para -6,5% até março, a atividade mostra diminuição de ritmo de perda. Nos últimos dozes meses, a inclusão do mês de março não modifica o cenário, que passa de -8,5% até fevereiro para -8,7% até o mês de referência.

Já *Combustíveis e lubrificantes* apresentou aumento de 6,0% nas vendas frente a março de 2021. O setor, para este indicador, vinha de seis meses sem crescimento: -4,2% em setembro de 2021, -7,6% em outubro, -7,0% em novembro, -6,2% em dezembro, -7,0% em janeiro e 0,1% em fevereiro. Em relação ao acumulado no ano até março, ao passar de -3,6% até fevereiro para -0,4% no mês de referência, a atividade mostra redução de ritmo de queda. Em termos do resultado acumulado nos últimos doze meses, ao passar de 1,3% até fevereiro para 2,0% em março, o setor mostrou aumento de intensidade de crescimento.

A atividade de *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria* apresentou aumento de 1,5% nas vendas frente a março de 2021, quinto consecutivo no campo positivo. Com isso, o setor acumula no ano 8,2% de aumento no volume de receitas de vendas, menor valor desde janeiro, indicando diminuição no ritmo de crescimento. Nos últimos doze meses o acúmulo é de 9,0% até março, representando 54 meses consecutivos de avanços positivos para este indicador.

Único a apresentar queda na comparação março 2022 contra março de 2021 (-3,4%), o setor de *Hiper, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* reverte resultado de fevereiro de

2022 (2,0%), único mês a registrar valores positivos no volume de receitas dos últimos 14 meses (1,3% de aumento em janeiro de 2021 contra janeiro 2020). A atividade também exerceu influência negativa na soma do comércio varejista total, tendo contribuído com -1,8% do total de 4,0%. No ano, o setor acumula -0,9% de crescimento e nos últimos dozes meses o resultado chega a -2,3% em março de 2022.

A atividade de *Veículos e motos, partes e peças* apresentou resultados no campo positivo pelo quinto mês consecutivo, alcançando 7,3% nas vendas em março de 2022 frente a março de 2021 maior amplitude do período (1,8% em novembro de 2021, 0,4% em dezembro, 1,7% em janeiro e 1,2%). O setor representou a segunda maior contribuição na composição do comércio varejista ampliado, somando 1,7 p.p. ao total de 4,5% das dez atividades contabilizadas. Em relação ao acumulado no ano até março, ao passar de 1,4% até fevereiro para 3,5% no mês de referência, a atividade mostra aumento de ritmo. Em termos do resultado acumulado nos últimos doze meses, ao passar de 17,4% até fevereiro para 15,8% em março, o setor mostrou redução de intensidade de crescimento.

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 2022

Atividades	COMÉRCIO VAREJISTA		COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO	
	Taxa de variação (%)	Composição absoluta da taxa (p.p.)	Taxa de variação (%)	Composição absoluta da taxa (p.p.)
Taxa Global	4,0	4,0	4,5	4,5
Combustíveis e lubrificantes	6,0	0,6	6,0	0,4
Hiper, supermercados, prods. alimentícios, bebidas e fumo	-3,4	-1,8	-3,4	-1,2
Tecidos, vest. e calçados	81,3	3,0	81,3	2,1
Móveis e eletrodomésticos	6,7	0,6	6,7	0,4
Artigos farmacêuticos, med., ortop. e de perfumaria	1,5	0,2	1,5	0,1
Livros, jornais, rev. e papelaria	36,1	0,1	36,1	0,1
Equip. e mat. para escritório informática e comunicação	16,2	0,2	16,2	0,1
Outros arts. de uso pessoal e doméstico	8,9	1,1	8,9	0,7
Veículos e motos, partes e peças			7,3	1,7
Material de construção			1,2	0,1

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Estatísticas em Empresas

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

O resultado de 1,2% de alta entre março de 2021 e março de 2022 para *Material de construção* foi o primeiro positivo após oito meses registrando quedas (-4,7% em julho de 2021, -6,8% em agosto, -10,1% em setembro, -14,1% em outubro, -4,1 em novembro, -8,2% em

dezembro, -8,0% em janeiro de 2022 e -7,9% em fevereiro). Tanto no acumulado do ano quanto nos últimos dozes meses o resultado é negativo: -4,8% no ano e -1,0% nos últimos dozes meses.

RESULTADOS TRIMESTRAIS

O primeiro trimestre de 2022, para o **comércio varejista**, alcançou 1,3% de crescimento em relação ao mesmo período de 2021. O resultado positivo foi o primeiro, nessa comparação, desde o segundo trimestre de 2021: 14,8% no segundo, -1,2% no terceiro e -4,6% no quarto trimestre de 2021. Setorialmente, cinco atividades tiveram resultados no campo positivo: *Livros, Jornais, revistas e papelaria* (24,7%), *Tecidos, vestuário e calçados* (24,1%), *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria* (8,2%), *Outros artigos de uso pessoal e doméstico* (0,9%) e *Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação* (0,1%). Três atividades fecharam o trimestre com resultados negativos: *Móveis e eletrodomésticos* (-6,5%), *Hiper e supermercados, produtos alimentícios e de perfumaria* (-0,9%) e *Combustíveis e lubrificantes* (-0,4%). No caso do **varejo ampliado**, o resultado do trimestre de 2022 foi positivo em 1,1% em relação ao primeiro trimestre de 2021. Tal resultado inverte trajetória registrada no último trimestre de 2021 (-4,2%), único ponto negativo na série desde o segundo tri de 2020, conforme Tabela 2. Em termos setoriais, *Veículos e motos, partes e peças* apresentou crescimento de 3,5%, enquanto *Material de construção* fechou o período com queda 4,8%.

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	2020				2021				2022
	1º Tri	2º Tri	3º Tri	4º Tri	1º Tri	2º Tri	3º Tri	4º Tri	1º Tri
COMÉRCIO VAREJISTA	1,6	-8,0	6,3	4,1	-0,7	14,8	-1,2	-4,6	1,3
Combustíveis e lubrificantes	-3,4	-21,0	-8,4	-6,0	-6,8	16,8	0,9	-6,9	-0,4
Hiper, supermercados, prods. alimentícios, bebidas e fumo	4,0	6,8	5,7	3,0	-2,5	-3,0	-3,2	-2,0	-0,9
Tecidos, vest. e calçados	-12,4	-61,1	-15,3	-5,9	-18,8	130,9	12,7	-2,2	24,1
Móveis e eletrodomésticos	3,6	-6,4	30,4	13,1	1,5	21,6	-18,2	-20,5	-6,5
Artigos farmacêuticos, med., ortop. e de perfumaria	9,0	-1,8	12,1	13,3	11,2	21,6	5,2	3,5	8,2
Livros, jornais, rev. e papelaria	-8,8	-59,8	-34,8	-30,9	-43,3	49,3	-10,1	-9,0	24,7
Equip. e mat. para escritório informática e comunicação	-14,4	-31,8	-8,2	-11,0	-8,3	24,7	-9,6	-7,6	0,1
Outros arts. de uso pessoal e doméstico	-0,7	-20,3	15,5	11,0	12,9	54,2	8,5	-5,1	0,9
COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO	0,0	-15,3	4,2	4,3	1,4	24,8	1,0	-4,2	1,1
Veículos e motos, partes e peças	-3,7	-40,4	-9,6	-1,0	0,1	68,9	12,2	-0,6	3,5
Material de construção	-2,3	-1,6	26,0	19,1	20,4	22,7	-7,2	-8,9	-4,8

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Estatísticas Conjunturais em Empresas

RESULTADOS REGIONAIS

Na passagem de fevereiro para março de 2022, na série com ajuste sazonal, a taxa média nacional de vendas do **comércio varejista** mostrou avanço de 1,0% com resultados positivos em 19 das 27 Unidades da Federação, com destaque para: Goiás (3,0%), Roraima (2,8%) e Pernambuco (2,5%). Por outro lado, pressionando negativamente, figuram 7 das 27 Unidades da Federação, com destaque para Amazonas (-3,2%), Distrito Federal (-1,5%) e Bahia (-1,2%). O Pará apresentou estabilidade (0,0%) na passagem de fevereiro para março de 2022, conforme Gráfico 4. Para a mesma comparação, no **comércio varejista ampliado**, a variação entre fevereiro e março de 2022 foi positiva em 0,7%, com resultados positivos em 14 das 27 Unidades da Federação, com destaque para: Espírito Santo (11,9%), Goiás (7,4%) e Piauí (4,0%). Por outro lado, pressionando negativamente, figuram 13 das 27 unidades da federação, com destaque para Ceará (-3,1%), Rio Grande do Sul (-2,1%) e Acre (-2,0%) , conforme Gráfico 5.

Gráfico 4 -Volume de Vendas do Comércio Varejista por UF mês/ mês anterior Março 2022

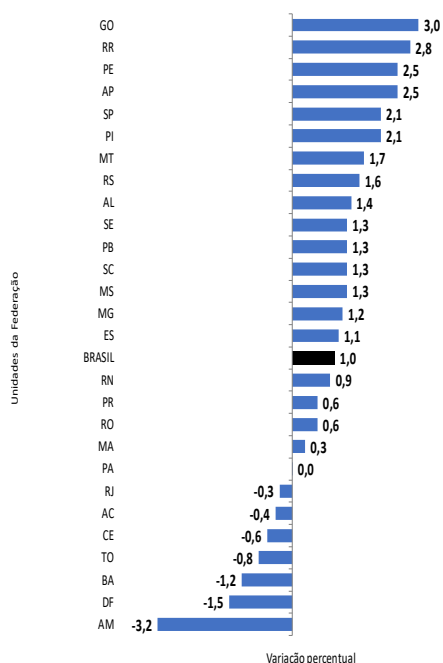
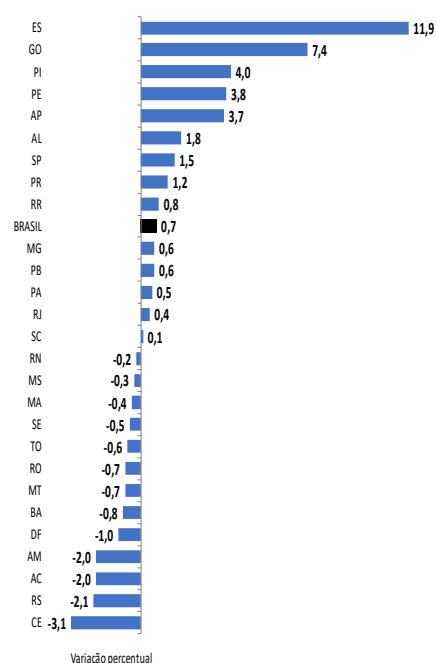


Gráfico 5 -Volume de Vendas do Comércio Varejista Ampliado por UF mês/ mês anterior Março 2022



Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Estatísticas Conjunturais em Empresas

Frente a março de 2021, a variação das vendas no **comércio varejista**, no corrente mês, foi de 4,0% com resultados positivos em 24 das 27 Unidades da Federação, com destaque para: Ceará (20,4%), Distrito Federal (19,6%) e Amapá (17,9%). Por outro lado, pressionando negativamente,

figuram 3 das 27 Unidades da Federação, com destaque para Amazonas (-6,8%), Sergipe (-4,4%) e Rio de Janeiro (-3,5%), conforme Gráfico 6. Já no **comércio varejista ampliado**, a variação entre março de 2022 e março de 2021 mostrou crescimento de 4,5% com resultados positivos em 23 das 27 Unidades da Federação, com destaque para: Goiás (19,1%), Tocantins (15,3%) e Amapá (14,9%). Por outro lado, pressionando negativamente, figuram 4 das 27 unidades da federação, com destaque para Amazonas (-9,6%), Pernambuco (-4,1%) e Rio de Janeiro (-1,6%) , conforme Gráfico 7.

Gráfico 6 - Volume de Vendas do Comércio Varejista por UF mês/igual mês do ano anterior Março 2022

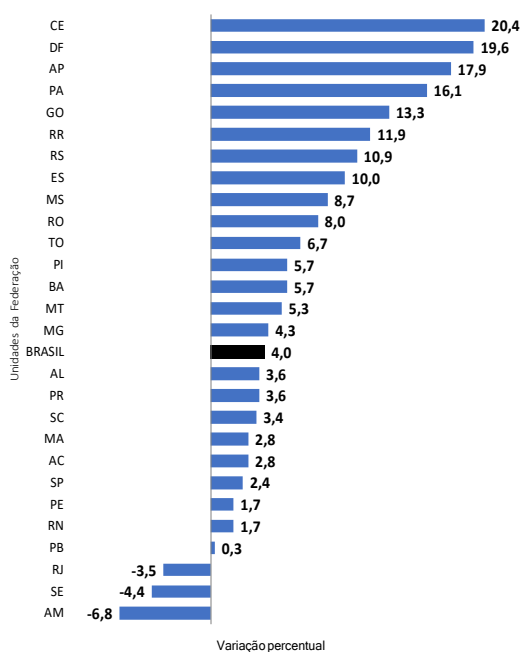
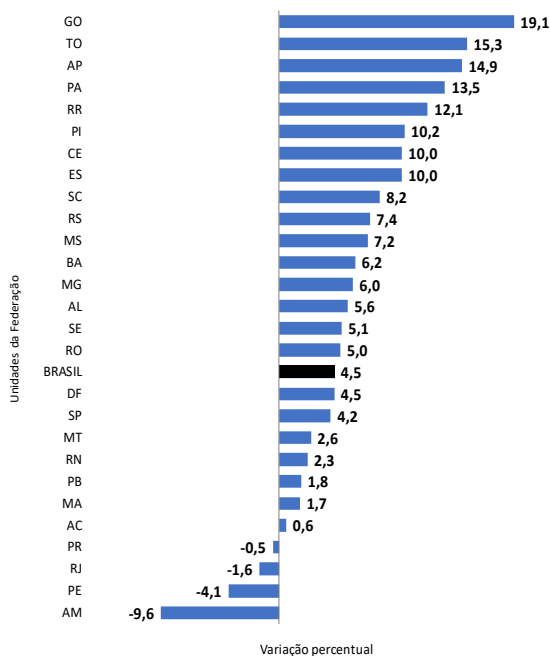


Gráfico 7 - Volume de Vendas do Comércio Varejista Ampliado por UF mês/igual mês do ano anterior Março 2022

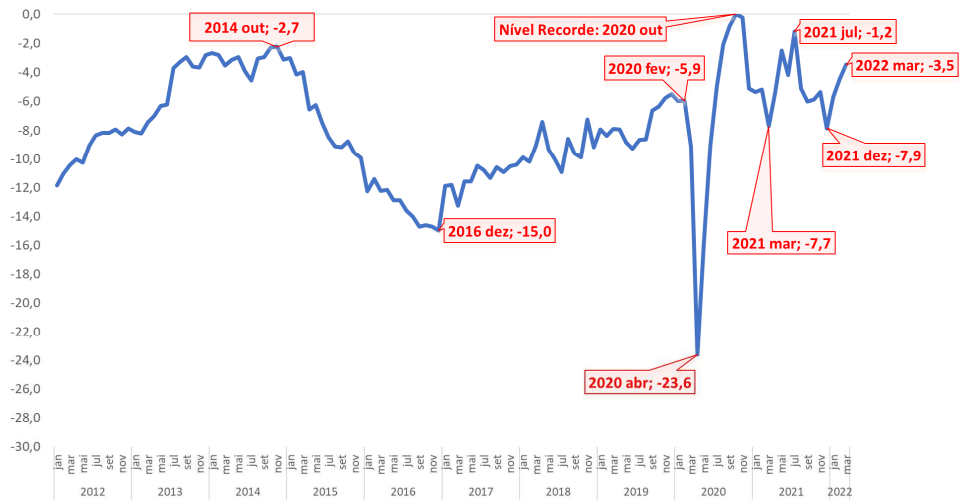


Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Estatísticas Conjunturais em Empresas

Em síntese, o terceiro resultado positivo na série de volume, ajustada sazonalmente, do mês contra mês anterior, representa uma diferença de patamar de 3.4 p.p. em relação a dezembro de 2021, último mês a registrar valores negativos (mínimo local). Com isso, o comércio varejista se posiciona a 3,5% abaixo do recorde da série (outubro de 2020) e a 2,3% abaixo de julho de 2021, quando atingiu a menor distância dos níveis recorde em 2021. Tal resultado se deve, em parte, pelo desempenho das atividades de *Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação* e *Outros artigos de uso pessoal e doméstico*, com altas de 13,9% e 3,4%, respectivamente. Com o

resultado, o varejo fecha o primeiro trimestre de 2022 com alta de 1,3% em relação ao mesmo período de 2021, primeira alta após dois trimestres em queda.

**Gráfico 8 - Volume de Vendas do Comércio Varejista e Varejista Ampliado
(base: igual período do ano anterior)**



Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Estatísticas Conjunturais em Empresas

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 2022 - 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)	2,3	1,3	1,0	-1,5	1,3	4,0	-1,5	-0,2	1,3	1,3	1,7	1,9
1. Combustíveis e lubrificantes	0,1	5,5	0,4	-7,0	0,1	6,0	-7,0	-3,6	-0,4	0,4	1,3	2,0
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	0,3	1,5	-0,2	-1,0	2,0	-3,4	-1,0	0,5	-0,9	-2,8	-2,3	-2,3
2.1. Hipermercados e supermercados	0,2	1,1	0,2	-1,1	1,5	-3,8	-1,1	0,1	-1,2	-2,7	-2,3	-2,3
3. Tecidos, vestuário e calçados	6,5	2,3	0,1	2,4	8,2	81,3	2,4	5,2	24,1	16,1	18,6	23,5
4. Móveis e eletrodomésticos	-1,3	1,8	0,2	-11,4	-13,3	6,7	-11,4	-12,3	-6,5	-7,5	-8,5	-8,7
4.1. Móveis	-	-	-	-7,7	-5,5	10,1	-7,7	-6,6	-1,4	-2,3	-2,9	-3,2
4.2. Eletrodomésticos	-	-	-	-13,2	-17,1	4,9	-13,2	-15,0	-8,9	-9,7	-11,1	-11,2
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	8,3	-4,8	-5,9	14,2	9,5	1,5	14,2	11,9	8,2	9,9	10,0	9,0
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-40,8	90,6	4,7	23,2	18,8	36,1	23,2	21,2	24,7	-4,0	5,0	9,4
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-2,2	-1,6	13,9	-7,6	-8,0	16,2	-7,6	-7,8	0,1	-1,4	-1,2	0,2
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	7,0	3,4	3,4	-6,2	1,1	8,9	-6,2	-2,9	0,9	11,3	11,2	9,9
Comércio varejista ampliado (6)	0,4	2,1	0,7	-1,5	0,3	4,5	-1,5	-0,6	1,1	4,6	4,8	4,4
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-6,5	5,2	-0,1	1,7	1,2	7,3	1,7	1,4	3,5	16,9	17,4	15,8
10. Material de construção	-0,2	1,2	2,2	-8,0	-7,9	1,2	-8,0	-8,0	-4,8	2,9	1,0	-1,0

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Estatísticas Conjunturais em Empresas

(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 2022 - 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	2,3	1,3	1,0	-1,5	1,3	4,0	-1,5	-0,2	1,3	1,3	1,7	1,9
Rondônia	-1,1	8,4	0,6	6,5	4,3	8,0	6,5	5,4	6,3	8,2	8,6	7,3
Acre	-1,3	5,7	-0,4	-5,3	16,4	2,8	-5,3	4,3	3,8	2,6	4,7	3,7
Amazonas	-2,7	1,1	-3,2	35,7	21,7	-6,8	35,7	28,5	13,9	2,8	5,4	3,2
Roraima	1,0	5,2	2,8	7,5	17,9	11,9	7,5	12,4	12,2	6,2	7,5	6,9
Pará	2,8	2,4	0,0	3,3	9,5	16,1	3,3	6,2	9,4	6,5	6,9	7,4
Amapá	-4,8	9,3	2,5	-10,8	0,4	17,9	-10,8	-5,5	1,4	6,6	5,9	6,4
Tocantins	-1,2	-3,8	-0,8	-0,9	-2,3	6,7	-0,9	-1,6	1,2	-7,6	-6,3	-4,1
Maranhão	0,3	4,7	0,3	-4,6	2,1	2,8	-4,6	-1,4	0,0	-2,3	-2,1	-2,7
Piauí	0,3	1,5	2,1	0,8	-5,2	5,7	0,8	-2,2	0,4	9,5	8,0	7,2
Ceará	-0,6	2,9	-0,6	-4,5	1,3	20,4	-4,5	-1,8	4,8	-3,3	-2,7	-0,9
Rio Grande do Norte	-2,5	4,2	0,9	-7,7	-2,3	1,7	-7,7	-5,1	-2,8	-1,3	-1,0	-1,0
Paraíba	1,8	2,2	1,3	-6,9	-2,7	0,3	-6,9	-4,9	-3,2	-4,3	-3,9	-3,8
Pernambuco	3,6	0,8	2,5	-7,7	-7,4	1,7	-7,7	-7,6	-4,5	0,5	-0,2	-0,5
Alagoas	4,0	1,7	1,4	1,0	1,4	3,6	1,0	1,2	2,0	-0,5	0,3	0,3
Sergipe	0,5	1,9	1,3	-8,9	-6,9	-4,4	-8,9	-8,0	-6,8	-4,3	-4,4	-5,0
Bahia	3,6	3,1	-1,2	-7,6	-3,4	5,7	-7,6	-5,5	-1,9	-1,0	-0,8	-0,3
Minas Gerais	-1,2	4,3	1,2	-7,0	2,0	4,3	-7,0	-2,8	-0,4	1,6	1,7	1,7
Espírito Santo	1,8	2,3	1,1	6,8	9,7	10,0	6,8	8,2	8,8	7,1	7,8	7,7
Rio de Janeiro	3,6	0,6	-0,3	-1,0	0,9	-3,5	-1,0	-0,1	-1,3	-0,3	0,4	-0,4
São Paulo	1,3	1,6	2,1	-1,1	-0,2	2,4	-1,1	-0,7	0,4	2,1	2,2	2,4
Paraná	0,4	1,5	0,6	-2,0	-0,5	3,6	-2,0	-1,3	0,4	-0,4	-0,1	0,3
Santa Catarina	-0,6	1,8	1,3	0,4	1,6	3,4	0,4	1,0	1,8	1,5	1,9	1,6
Rio Grande do Sul	0,2	1,1	1,6	5,2	8,7	10,9	5,2	6,9	8,3	4,0	5,6	6,7
Mato Grosso do Sul	-2,0	5,8	1,3	0,5	7,1	8,7	0,5	3,7	5,4	5,6	6,1	6,1
Mato Grosso	-0,9	2,2	1,7	5,8	2,9	5,3	5,8	4,3	4,7	0,4	1,2	1,7
Goiás	1,0	2,4	3,0	-5,2	-2,0	13,3	-5,2	-3,7	1,8	-0,7	-0,5	0,8
Distrito Federal	1,9	4,8	-1,5	-8,1	2,2	19,6	-8,1	-3,2	4,0	-5,0	-3,6	-1,0

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Estatísticas Conjunturais em Empresas

(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 2022 - 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	0,4	2,1	0,7	-1,5	0,3	4,5	-1,5	-0,6	1,1	4,6	4,8	4,4
Rondônia	-1,4	5,2	-0,7	1,5	1,9	5,0	1,5	1,7	2,9	11,5	11,0	8,9
Acre	-1,1	8,0	-2,0	-5,8	11,7	0,6	-5,8	2,2	1,6	3,9	5,4	3,8
Amazonas	-3,8	1,1	-2,0	34,7	16,7	-9,6	34,7	25,2	10,7	3,8	6,1	3,2
Roraima	0,0	3,7	0,8	8,2	13,1	12,1	8,2	10,6	11,1	10,7	11,2	10,1
Pará	1,1	3,0	0,5	3,5	7,7	13,5	3,5	5,5	8,2	9,2	9,4	9,5
Amapá	-5,9	9,4	3,7	-12,9	-1,9	14,9	-12,9	-7,8	-1,0	5,1	4,3	4,4
Tocantins	-6,2	4,2	-0,6	-0,2	8,0	15,3	-0,2	3,9	7,8	3,4	4,4	5,7
Maranhão	-0,2	3,6	-0,4	-5,7	1,6	1,7	-5,7	-2,2	-0,9	1,5	1,4	0,0
Piauí	-3,7	5,3	4,0	-1,7	-3,1	10,2	-1,7	-2,4	1,8	12,4	11,3	10,5
Ceará	0,3	0,2	-3,1	4,1	1,5	10,0	4,1	2,8	5,2	8,1	8,3	8,4
Rio Grande do Norte	-2,2	1,9	-0,2	-6,0	-5,2	2,3	-6,0	-5,6	-3,0	2,3	1,9	1,5
Paraíba	4,1	2,7	0,6	-7,2	-1,8	1,8	-7,2	-4,7	-2,5	1,6	1,8	1,0
Pernambuco	1,5	-14,0	3,8	12,6	-7,8	-4,1	12,6	2,6	0,3	18,8	17,4	15,0
Alagoas	4,5	3,1	1,8	-2,5	2,5	5,6	-2,5	-0,1	1,8	4,5	5,0	4,3
Sergipe	7,0	3,1	-0,5	-1,5	4,0	5,1	-1,5	1,1	2,5	5,8	6,1	4,9
Bahia	3,2	-2,5	-0,8	4,5	-4,4	6,2	4,5	0,2	2,2	8,2	8,2	8,0
Minas Gerais	-1,5	4,2	0,6	-6,1	2,5	6,0	-6,1	-2,0	0,7	4,3	4,3	4,1
Espírito Santo	-0,7	-3,8	11,9	5,2	-0,5	10,0	5,2	2,4	5,1	14,0	13,2	11,9
Rio de Janeiro	0,0	0,8	0,4	-1,5	-0,7	-1,6	-1,5	-1,1	-1,3	2,7	3,3	2,4
São Paulo	0,2	2,8	1,5	-5,4	-1,8	4,2	-5,4	-3,6	-1,0	1,7	1,7	1,9
Paraná	1,3	0,4	1,2	-3,0	-3,1	-0,5	-3,0	-3,0	-2,2	1,7	1,6	0,7
Santa Catarina	2,2	1,7	0,1	4,6	7,7	8,2	4,6	6,1	6,8	9,0	9,6	8,4
Rio Grande do Sul	-1,3	2,5	-2,1	-0,3	3,2	7,4	-0,3	1,4	3,5	4,8	5,8	5,8
Mato Grosso do Sul	-3,3	7,2	-0,3	2,3	11,6	7,2	2,3	6,9	7,0	11,5	12,0	11,0
Mato Grosso	-0,5	2,8	-0,7	3,3	2,8	2,6	3,3	3,1	2,9	6,7	6,9	5,8
Goiás	-0,4	-1,9	7,4	4,0	1,4	19,1	4,0	2,7	8,2	10,8	10,7	11,8
Distrito Federal	0,6	3,7	-1,0	-8,9	-3,2	4,5	-8,9	-6,2	-2,6	-1,9	-1,3	-1,1

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Estatísticas Conjunturais em Empresas

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

(2) Base: igual mês do ano anterior

(3) Base: igual período do ano anterior

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 4 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Ceará - Março 2022 - 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)	-4,5	1,3	20,4	-4,5	-1,8	4,8	-3,3	-2,7	-0,9
1. Combustíveis e lubrificantes	-8,5	2,6	23,4	-8,5	-3,2	4,8	8,3	8,5	9,8
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	-2,8	0,4	-4,3	-2,8	-1,3	-2,3	-7,0	-6,5	-6,3
2.1. Hipermercados e supermercados	-4,2	-4,4	-9,3	-4,2	-4,3	-6,0	-5,8	-5,8	-6,1
3. Tecidos, vestuário e calçados	-8,4	23,0	302,8	-8,4	4,4	39,9	2,1	5,4	14,1
4. Móveis e eletrodomésticos	-17,9	-16,2	48,1	-17,9	-17,1	-2,1	-10,6	-11,8	-9,2
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	14,5	-0,1	2,3	14,5	7,4	5,7	4,8	4,4	4,0
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	22,8	-15,1	267,3	22,8	13,6	30,8	-8,6	-1,3	8,6
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-15,3	5,3	38,3	-15,3	-6,5	6,3	-2,5	-1,9	0,7
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-8,8	6,9	68,2	-8,8	-1,8	14,5	-4,7	-3,7	0,3
Comércio Varejista Ampliado (5)	4,1	1,5	10,0	4,1	2,8	5,2	8,1	8,3	8,4
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	14,2	-1,3	-16,3	14,2	6,7	-2,1	32,1	31,5	26,1
10. Material de construção	34,2	9,9	43,4	34,2	22,0	28,6	26,7	25,9	26,2

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Estatísticas Conjunturais em Empresas

(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 2022 - 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)	-7,7	-7,4	1,7	-7,7	-7,6	-4,5	0,5	-0,2	-0,5
1. Combustíveis e lubrificantes	-9,1	-2,3	9,3	-9,1	-5,9	-1,1	4,5	4,7	5,2
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	-9,4	-7,2	-14,4	-9,4	-8,3	-10,5	-11,1	-11,2	-12,1
2.1. Hipermercados e supermercados	-10,6	-8,4	-14,5	-10,6	-9,5	-11,3	-13,2	-13,2	-14,1
3. Tecidos, vestuário e calçados	-5,0	-3,2	60,4	-5,0	-4,2	11,5	15,5	16,3	19,7
4. Móveis e eletrodomésticos	-34,0	-29,5	-4,6	-34,0	-31,9	-24,2	-24,1	-25,6	-24,4
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	13,8	8,3	9,2	13,8	11,2	10,4	26,8	24,6	21,8
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	22,5	-3,3	22,7	22,5	9,9	12,2	30,6	28,0	28,0
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	57,8	-5,7	110,3	57,8	29,1	57,2	9,7	14,6	26,0
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-9,9	-13,7	0,6	-9,9	-11,6	-7,8	9,2	6,3	4,1
Comércio Varejista Ampliado (5)	12,6	-7,8	-4,1	12,6	2,6	0,3	18,8	17,4	15,0
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	69,1	-8,0	-10,5	69,1	29,9	14,9	76,7	72,0	62,6
10. Material de construção	-12,7	-11,1	-25,1	-12,7	-11,9	-16,7	-0,6	-2,4	-7,8

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Estatísticas Conjunturais em Empresas

(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 2022 - 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)	-7,6	-3,4	5,7	-7,6	-5,5	-1,9	-1,0	-0,8	-0,3
1. Combustíveis e lubrificantes	-19,6	-12,9	-4,5	-19,6	-16,4	-12,7	-3,3	-3,7	-4,2
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	-8,5	-1,4	-5,7	-8,5	-5,0	-5,2	-9,7	-9,0	-8,6
2.1. Hipermercados e supermercados	-9,4	-1,5	-5,6	-9,4	-5,5	-5,5	-9,9	-9,5	-9,4
3. Tecidos, vestuário e calçados	-1,0	14,5	140,3	-1,0	6,1	31,2	26,8	32,2	40,4
4. Móveis e eletrodomésticos	-30,2	-30,9	-10,8	-30,2	-30,5	-24,7	-10,0	-13,9	-15,9
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	24,3	24,4	16,0	24,3	24,3	21,4	14,0	15,0	15,6
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	17,7	13,5	36,6	17,7	15,6	20,3	-7,5	2,1	9,3
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-0,8	13,6	68,5	-0,8	6,4	23,3	6,7	9,7	15,8
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	2,2	0,5	23,6	2,2	1,4	8,1	11,3	12,1	12,9
Comércio Varejista Ampliado (5)	4,5	-4,4	6,2	4,5	0,2	2,2	8,2	8,2	8,0
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	49,7	-6,2	6,7	49,7	21,5	16,4	50,6	49,8	46,0
10. Material de construção	-14,8	-6,7	8,4	-14,8	-10,9	-4,7	-12,3	-12,6	-12,3

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Estatísticas Conjunturais em Empresas

(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 2022 - 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)	-7,0	2,0	4,3	-7,0	-2,8	-0,4	1,6	1,7	1,7
1. Combustíveis e lubrificantes	-12,9	-9,8	15,5	-12,9	-11,4	-2,9	-2,3	-3,3	-1,9
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	-2,6	2,5	-3,2	-2,6	-0,1	-1,2	-0,7	-0,4	-0,7
2.1. Hipermercados e supermercados	-2,4	2,3	-2,5	-2,4	-0,1	-0,9	-1,0	-0,8	-0,8
3. Tecidos, vestuário e calçados	1,6	-4,5	50,3	1,6	-1,5	12,5	8,3	9,1	12,6
4. Móveis e eletrodomésticos	-22,3	-31,5	-13,6	-22,3	-26,8	-22,6	-13,6	-16,7	-18,6
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	21,8	21,8	17,0	21,8	21,8	20,1	20,5	21,0	20,6
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	59,0	40,8	34,8	59,0	49,4	45,3	12,7	24,9	30,4
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-21,8	-15,7	-2,5	-21,8	-18,9	-13,9	-9,7	-10,8	-10,4
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-30,6	17,3	18,3	-30,6	-14,5	-5,1	5,7	6,8	6,1
Comércio Varejista Ampliado (5)	-6,1	2,5	6,0	-6,1	-2,0	0,7	4,3	4,3	4,1
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	4,2	10,4	16,1	4,2	7,4	10,4	18,9	19,3	19,0
10. Material de construção	-16,7	-10,1	-1,0	-16,7	-13,5	-9,2	1,2	-1,1	-3,1

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Estatísticas Conjunturais em Empresas

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio

Tabela 4 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Espírito Santo - Março 2022 - 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)	6,8	9,7	10,0	6,8	8,2	8,8	7,1	7,8	7,7
1. Combustíveis e lubrificantes	-6,0	4,4	13,2	-6,0	-1,1	3,6	13,1	13,0	12,3
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	6,4	9,6	-1,1	6,4	8,0	4,7	1,4	2,4	2,0
2.1. Hipermercados e supermercados	6,4	10,9	-0,2	6,4	8,6	5,4	1,8	2,7	2,4
3. Tecidos, vestuário e calçados	8,1	18,8	43,8	8,1	13,6	23,2	25,5	26,0	26,6
4. Móveis e eletrodomésticos	1,8	-8,8	11,1	1,8	-3,4	1,0	-6,2	-6,7	-6,6
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	17,8	21,6	3,6	17,8	19,6	13,6	16,4	17,6	16,4
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	44,3	16,6	8,6	44,3	32,7	27,8	5,5	9,8	10,2
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	68,9	56,9	103,5	68,9	62,9	77,7	57,7	58,4	68,5
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	2,7	17,9	32,8	2,7	10,0	17,2	26,4	27,2	26,6
Comércio Varejista Ampliado (5)	5,2	-0,5	10,0	5,2	2,4	5,1	14,0	13,2	11,9
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	4,1	-13,4	8,9	4,1	-4,7	0,4	26,3	23,9	20,7
10. Material de construção	-0,2	2,8	15,5	-0,2	1,3	6,5	3,7	1,4	-0,1

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Estatísticas Conjunturais em Empresas

(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 2022 - 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)	-1,0	0,9	-3,5	-1,0	-0,1	-1,3	-0,3	0,4	-0,4
1. Combustíveis e lubrificantes	-17,3	0,8	3,3	-17,3	-8,8	-4,8	5,5	6,3	6,0
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	-5,3	-1,5	-8,6	-5,3	-3,4	-5,3	-8,6	-7,7	-7,7
2.1. Hipermercados e supermercados	-6,2	-3,9	-9,4	-6,2	-5,1	-6,6	-9,0	-8,3	-8,2
3. Tecidos, vestuário e calçados	-5,2	-11,2	-3,7	-5,2	-8,2	-6,8	17,9	18,7	16,2
4. Móveis e eletrodomésticos	-2,4	5,0	2,4	-2,4	1,0	1,5	2,4	1,8	-1,4
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	13,9	7,6	-4,2	13,9	10,9	5,4	6,5	7,3	6,6
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	28,9	45,0	-4,6	28,9	36,9	25,8	4,2	17,7	16,1
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-5,3	-15,0	19,5	-5,3	-10,6	-1,2	-5,6	-3,2	-1,3
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	9,5	5,6	5,1	9,5	7,7	6,8	10,8	11,6	9,7
Comércio Varejista Ampliado (5)	-1,5	-0,7	-1,6	-1,5	-1,1	-1,3	2,7	3,3	2,4
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	7,2	-0,2	13,8	7,2	3,4	6,9	26,3	26,7	26,5
10. Material de construção	-26,2	-21,6	-15,3	-26,2	-24,1	-21,1	-7,6	-9,2	-11,7

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Estatísticas Conjunturais em Empresas

(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 2022 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	JAN	FEV	MAR	JAN-JAN	JAN-FEV	JAN-MAR	Até JAN	Até FEV	Até MAR
Comércio Varejista (4)	-1,1	-0,2	2,4	-1,1	-0,7	0,4	2,1	2,2	2,4
1. Combustíveis e lubrificantes	-3,4	4,6	14,8	-3,4	0,4	5,2	1,8	2,9	4,5
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	-0,4	3,1	-3,0	-0,4	1,3	-0,2	1,0	1,4	1,3
2.1. Hipermercados e supermercados	-0,7	2,2	-4,3	-0,7	0,7	-1,1	1,2	1,3	1,0
3. Tecidos, vestuário e calçados	15,7	10,7	172,3	15,7	13,1	43,8	17,0	19,9	28,5
4. Móveis e eletrodomésticos	-10,9	-21,5	13,6	-10,9	-16,1	-7,9	-10,8	-11,7	-9,8
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	9,6	6,3	-5,4	9,6	8,0	3,3	2,3	2,5	1,5
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	12,4	2,6	27,2	12,4	7,9	12,6	-24,0	-17,7	-13,8
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-22,1	-13,1	14,6	-22,1	-17,8	-8,0	-6,3	-6,0	-4,1
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-10,0	-9,6	-9,6	-10,0	-9,8	-9,7	9,9	8,0	4,5
Comércio Varejista Ampliado (5)	-5,4	-1,8	4,2	-5,4	-3,6	-1,0	1,7	1,7	1,9
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-18,3	-3,1	9,0	-18,3	-11,0	-4,6	-1,1	0,2	0,9
10. Material de construção	-8,4	-8,7	7,2	-8,4	-8,6	-3,1	3,4	1,3	0,1

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Estatísticas Conjunturais em Empresas

(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 2022 - 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	-0,5	3,6	-2,0	-1,3	0,4	-0,4	-0,1	0,3
1. Combustíveis e lubrificantes	-9,5	-4,3	-6,2	-9,5	-6,9	-6,7	-3,8	-3,5	-4,5
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	0,3	-0,4	-3,3	0,3	0,0	-1,2	-5,0	-4,6	-4,4
2.1. Hipermercados e supermercados	-0,1	-0,5	-3,8	-0,1	-0,3	-1,5	-4,7	-4,4	-4,4
3. Tecidos, vestuário e calçados	-1,3	16,3	57,6	-1,3	6,8	20,9	15,1	18,2	25,5
4. Móveis e eletrodomésticos	-22,9	-14,7	-2,1	-22,9	-19,1	-14,1	-12,7	-14,2	-15,3
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	14,4	9,4	4,0	14,4	12,0	9,0	15,6	15,0	13,7
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	15,9	5,9	138,2	15,9	10,9	40,5	10,7	13,7	25,3
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-38,0	-25,6	-5,8	-38,0	-29,3	-20,1	-11,3	-13,8	-14,2
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-0,6	4,3	55,2	-0,6	1,7	15,3	18,0	19,3	22,8
Comércio Varejista Ampliado (5)	-3,0	-3,1	-0,5	-3,0	-3,0	-2,2	1,7	1,6	0,7
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-4,8	-4,7	-6,0	-4,8	-4,7	-5,2	5,5	5,4	2,1
10. Material de construção	-5,0	-12,4	-8,5	-5,0	-8,7	-8,7	5,7	3,4	0,6

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Estatísticas Conjunturais em Empresas

(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 2022 - 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	1,6	3,4	0,4	1,0	1,8	1,5	1,9	1,6
1. Combustíveis e lubrificantes	-1,3	-0,5	12,8	-1,3	-0,9	3,4	2,9	3,2	3,8
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	1,3	1,0	-0,7	1,3	1,2	0,5	-1,8	-1,6	-1,4
2.1. Hipermercados e supermercados	0,9	0,9	-1,2	0,9	0,9	0,2	-2,4	-2,1	-2,0
3. Tecidos, vestuário e calçados	-11,1	4,1	20,3	-11,1	-4,3	3,4	6,3	7,1	6,3
4. Móveis e eletrodomésticos	-10,1	0,7	-1,3	-10,1	-5,3	-3,9	-10,4	-10,3	-12,4
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	18,1	6,3	4,0	18,1	12,3	9,3	14,6	13,8	12,4
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	32,9	13,0	28,4	32,9	23,1	24,3	15,8	24,5	25,2
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	18,9	7,0	16,9	18,9	12,7	14,2	11,7	13,1	13,1
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	1,2	4,0	10,2	1,2	2,5	5,0	18,3	20,1	18,1
Comércio Varejista Ampliado (5)	4,6	7,7	8,2	4,6	6,1	6,8	9,0	9,6	8,4
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	15,5	25,2	20,3	15,5	20,2	20,2	27,8	29,9	26,9
10. Material de construção	-0,2	-3,2	-0,4	-0,2	-1,7	-1,2	6,3	4,5	0,9

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Estatísticas Conjunturais em Empresas

(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 2022 - 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)	5,2	8,7	10,9	5,2	6,9	8,3	4,0	5,6	6,7
1. Combustíveis e lubrificantes	4,8	13,4	-17,6	4,8	8,9	-2,4	4,0	8,4	6,5
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	4,7	9,0	2,6	4,7	6,8	5,3	-5,2	-3,8	-2,8
2.1. Hipermercados e supermercados	5,5	9,6	3,7	5,5	7,5	6,2	-4,9	-3,6	-2,4
3. Tecidos, vestuário e calçados	-7,2	20,8	99,5	-7,2	5,8	32,1	23,2	27,1	32,4
4. Móveis e eletrodomésticos	-0,5	-6,7	26,3	-0,5	-3,4	4,8	-4,3	-4,2	-3,2
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	17,3	8,0	-0,1	17,3	12,8	7,9	16,8	16,1	13,9
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	17,8	88,6	64,9	17,8	57,2	59,1	-1,0	25,3	34,9
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-30,0	-28,7	-12,9	-30,0	-29,4	-24,2	-17,0	-16,1	-14,5
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	9,0	12,0	87,1	9,0	10,4	30,6	32,3	34,6	39,9
Comércio Varejista Ampliado (5)	-0,3	3,2	7,4	-0,3	1,4	3,5	4,8	5,8	5,8
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-15,1	-9,5	5,8	-15,1	-12,4	-6,0	9,1	9,4	7,3
10. Material de construção	-12,6	-10,2	-10,6	-12,6	-11,4	-11,1	3,6	1,5	-2,5

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Estatísticas Conjunturais em Empresas

(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 2022 - 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)	-5,2	-2,0	13,3	-5,2	-3,7	1,8	-0,7	-0,5	0,8
1. Combustíveis e lubrificantes	-14,3	-14,0	1,2	-14,3	-14,2	-9,2	-0,3	-2,3	-2,2
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	-3,7	0,8	-6,2	-3,7	-1,5	-3,2	-8,5	-7,5	-6,9
2.1. Hipermercados e supermercados	-5,2	-0,3	-7,4	-5,2	-2,8	-4,4	-9,0	-8,2	-7,7
3. Tecidos, vestuário e calçados	-3,7	11,5	162,6	-3,7	3,3	31,8	23,2	26,3	34,7
4. Móveis e eletrodomésticos	-16,3	-13,3	23,1	-16,3	-14,9	-3,2	-10,7	-11,9	-11,4
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	15,6	9,6	16,2	15,6	12,7	13,9	23,3	22,6	22,2
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	58,4	52,7	66,6	58,4	56,1	58,7	17,4	29,4	36,8
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	9,6	8,9	51,5	9,6	9,3	22,0	18,3	18,2	21,9
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-3,3	1,9	56,4	-3,3	-1,0	13,1	10,9	11,8	15,6
Comércio Varejista Ampliado (5)	4,0	1,4	19,1	4,0	2,7	8,2	10,8	10,7	11,8
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	25,6	12,8	29,4	25,6	19,2	22,9	38,8	38,4	39,0
10. Material de construção	-9,0	-17,6	12,1	-9,0	-13,3	-5,3	2,1	-0,8	-0,6

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Estatísticas Conjunturais em Empresas

(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 2022 - 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)	-8,1	2,2	19,6	-8,1	-3,2	4,0	-5,0	-3,6	-1,0
1. Combustíveis e lubrificantes	-7,1	12,1	20,0	-7,1	1,7	7,5	-19,3	-15,5	-11,4
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	-8,9	-0,5	-9,3	-8,9	-4,8	-6,4	-16,1	-14,5	-13,4
2.1. Hipermercados e supermercados	-10,8	-1,6	-9,6	-10,8	-6,3	-7,5	-17,7	-16,2	-15,2
3. Tecidos, vestuário e calçados	-14,2	-3,0	296,7	-14,2	-9,1	23,9	12,2	14,5	24,9
4. Móveis e eletrodomésticos	-23,1	-26,8	10,2	-23,1	-24,9	-14,9	-4,6	-8,8	-10,0
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	13,4	11,4	4,4	13,4	12,4	9,5	13,0	13,5	13,6
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-36,8	-26,7	27,8	-36,8	-32,6	-21,9	-5,9	-0,7	3,3
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-14,4	-34,6	144,2	-14,4	-25,6	20,4	-23,1	-23,5	-15,3
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-7,1	34,8	131,4	-7,1	12,2	41,2	26,8	30,2	38,5
Comércio Varejista Ampliado (5)	-8,9	-3,2	4,5	-8,9	-6,2	-2,6	-1,9	-1,3	-1,1
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-12,5	-15,4	-15,7	-12,5	-13,9	-14,5	2,4	2,3	-1,5
10. Material de construção	-6,5	-3,1	-9,1	-6,5	-4,9	-6,4	3,1	2,1	-0,8

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Estatísticas Conjunturais em Empresas

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio

Tabela 5 - Índice de base fixa do volume de vendas no comércio varejista (1) e comércio varejista ampliado (2), por atividades - março 2022

Atividades	Comércio varejista ampliado												
	mar/2021	abr/2021	mai/2021	jun/2021	jul/2021	ago/2021	set/2021	out/2021	nov/2021	dez/2021	jan/2022	fev/2022	mar/2022
Comércio Varejista (1)	91,3	91,7	99,6	95,9	103,6	97,0	93,0	97,5	104,0	121,4	92,2	87,2	95,0
1. Combustíveis e lubrificantes	68,8	69,0	74,2	72,8	77,9	72,9	70,7	72,4	68,6	71,9	66,1	66,0	72,9
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	104,0	99,1	101,0	97,4	103,8	100,6	97,3	103,1	102,5	122,6	97,2	94,9	100,5
2.1. Hipermercados e supermercados	106,5	101,5	103,4	99,5	106,1	102,7	99,2	105,4	104,9	125,8	99,4	96,7	102,5
3. Tecidos, vestuário e calçados	37,1	55,7	85,7	80,7	85,9	78,1	71,3	79,4	87,2	144,6	59,1	59,5	67,3
4. Móveis e eletrodomésticos	75,1	81,6	94,2	86,3	89,1	85,0	80,7	78,9	98,3	100,5	78,1	69,8	80,1
4.1. Móveis	69,9	76,6	87,7	84,3	92,5	88,7	80,5	82,3	91,1	97,1	73,5	68,8	76,9
4.2. Eletrodomésticos	76,7	83,3	96,5	86,6	86,7	82,5	79,9	76,5	100,6	100,8	79,5	69,4	80,5
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	144,5	133,9	138,0	135,3	140,5	138,6	135,5	137,0	143,7	164,5	152,3	134,6	146,7
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	23,4	24,5	22,3	26,6	26,0	25,4	22,3	23,6	28,0	40,8	48,6	42,1	31,9
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	65,8	64,7	71,9	69,5	70,8	66,0	61,6	68,0	80,5	78,8	59,8	62,4	76,5
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	97,8	106,6	121,3	118,3	143,7	116,9	110,0	118,4	149,3	153,5	107,8	93,7	106,5
Comércio Varejista Ampliado (2)	91,7	92,0	99,2	97,3	103,8	99,5	94,9	97,2	103,0	113,8	90,3	86,1	95,8
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	85,6	87,3	92,2	94,9	98,6	100,2	92,9	90,6	95,3	97,0	82,3	80,3	91,8
10. Material de construção	111,1	106,5	115,3	115,2	119,3	116,7	114,4	112,6	116,6	102,6	98,1	93,7	112,5

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Estatísticas Conjunturais em Empresas

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 2022 - 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)	2,7	2,6	2,9	11,0	14,3	18,1	11,0	12,6	14,5	14,0	14,7	15,0
1. Combustíveis e lubrificantes	-0,7	4,4	4,7	34,0	34,0	36,3	34,0	34,0	34,9	39,5	43,0	44,1
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	0,9	3,4	2,8	7,5	12,2	9,4	7,5	9,8	9,7	8,9	9,1	9,0
2.1. Hipermercados e supermercados	1,3	3,3	2,8	7,4	11,5	8,7	7,4	9,4	9,2	9,0	9,0	8,9
3. Tecidos, vestuário e calçados	-2,7	5,1	1,7	13,8	20,8	105,9	13,8	17,2	39,2	23,0	26,5	32,6
4. Móveis e eletrodomésticos	0,4	3,2	0,3	-0,1	-1,1	21,3	-0,1	-0,6	6,2	3,1	2,3	2,4
4.1. Móveis	-	-	-	4,1	7,3	26,4	4,1	5,6	12,2	7,4	7,6	8,2
4.2. Eletrodomésticos	-	-	-	-1,7	-4,5	19,2	-1,7	-3,0	3,8	1,6	0,3	0,2
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	9,3	-3,9	-4,2	21,0	16,4	10,2	21,0	18,8	15,7	13,9	14,5	14,5
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-30,2	92,7	3,3	29,2	24,7	45,7	29,2	27,0	31,5	-1,4	8,2	13,3
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-1,9	0,1	13,3	-5,8	-4,8	19,9	-5,8	-5,3	3,1	4,1	3,5	4,2
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	11,0	2,4	-0,9	5,1	12,9	22,6	5,1	8,6	13,1	20,6	20,9	20,2
Comércio varejista ampliado (6)	2,0	3,3	0,4	12,0	14,5	19,3	12,0	13,2	15,3	18,4	18,8	18,6
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-4,7	6,3	0,4	18,5	19,6	25,6	18,5	19,1	21,4	32,2	33,4	32,2
10. Material de construção	0,2	2,6	2,8	7,7	6,5	16,1	7,7	7,1	10,3	25,8	23,2	20,3

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Estatísticas Conjunturais em Empresas

(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 2022 - 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	2,7	2,6	2,9	11,0	14,3	18,1	11,0	12,6	14,5	14,0	14,7	15,0
Rondônia	6,0	4,4	2,0	16,8	13,6	18,1	16,8	15,1	16,2	16,8	17,6	16,8
Acre	1,9	3,9	1,4	5,6	23,6	12,4	5,6	13,8	13,3	13,6	15,9	14,9
Amazonas	-2,2	3,1	0,5	40,4	27,3	2,5	40,4	33,7	21,0	14,8	17,1	14,7
Roraima	1,9	3,7	4,9	21,8	30,2	25,0	21,8	25,8	25,5	20,8	22,2	21,6
Pará	4,0	3,7	-0,6	12,7	18,5	27,0	12,7	15,4	19,3	17,8	18,1	18,7
Amapá	-3,1	9,4	4,9	3,7	14,5	32,9	3,7	8,9	16,3	20,4	20,0	21,0
Tocantins	2,7	-3,5	-0,1	13,1	11,4	18,5	13,1	12,2	14,4	2,8	4,9	7,7
Maranhão	2,0	4,8	1,8	7,8	14,8	16,8	7,8	11,2	13,1	10,1	10,4	10,1
Piauí	2,1	3,2	3,1	14,8	5,6	19,6	14,8	10,1	13,3	22,9	21,2	20,6
Ceará	2,8	4,7	-0,7	8,9	14,3	33,4	8,9	11,5	18,2	9,4	10,2	12,4
Rio Grande do Norte	-1,5	4,8	2,2	6,2	11,5	16,1	6,2	8,8	11,3	13,1	13,6	13,8
Paraíba	2,3	2,6	2,2	5,2	9,5	13,9	5,2	7,2	9,5	7,6	8,2	8,6
Pernambuco	4,5	1,2	11,3	5,2	5,4	16,1	5,2	5,3	8,9	13,1	12,6	12,5
Alagoas	4,9	2,1	3,2	14,3	14,2	17,9	14,3	14,3	15,5	11,6	12,7	13,0
Sergipe	1,4	2,9	4,5	5,2	6,7	11,4	5,2	5,9	7,8	9,1	9,3	9,0
Bahia	5,3	4,3	0,2	9,5	13,6	21,4	9,5	11,5	14,8	12,8	13,7	14,6
Minas Gerais	0,0	5,8	3,1	5,0	15,3	19,4	5,0	9,9	13,1	14,5	14,8	15,0
Espírito Santo	3,5	3,7	2,7	18,2	22,5	23,5	18,2	20,3	21,4	19,2	20,1	20,4
Rio de Janeiro	4,8	2,2	0,9	8,5	12,5	9,7	8,5	10,4	10,2	9,8	10,7	10,3
São Paulo	3,1	2,5	4,4	10,4	12,2	16,0	10,4	11,3	12,9	14,2	14,4	14,7
Paraná	3,1	3,2	3,0	13,0	15,6	20,7	13,0	14,3	16,5	14,4	15,2	16,1
Santa Catarina	1,0	3,1	4,0	16,2	18,2	22,7	16,2	17,2	19,0	16,9	17,8	18,1
Rio Grande do Sul	1,5	1,7	1,9	16,7	19,5	19,8	16,7	18,1	18,7	17,9	19,7	20,5
Mato Grosso do Sul	2,0	5,0	4,4	16,6	22,5	24,7	16,6	19,5	21,3	21,1	22,2	22,5
Mato Grosso	2,1	3,8	3,3	25,0	17,8	20,1	25,0	21,3	20,9	15,3	16,8	17,5
Goiás	2,4	2,9	12,6	8,1	11,2	25,5	8,1	9,6	14,9	12,5	13,1	14,5
Distrito Federal	0,4	9,9	0,9	6,8	18,1	35,3	6,8	12,2	19,8	8,4	10,6	13,8

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Estatísticas Conjunturais em Empresas

(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 2022 - 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	2,0	3,3	0,4	12,0	14,5	19,3	12,0	13,2	15,3	18,4	18,8	18,6
Rondônia	2,7	6,0	2,2	13,3	13,9	17,4	13,3	13,6	15,0	22,0	21,9	20,2
Acre	1,7	6,9	-0,6	5,7	21,7	11,6	5,7	13,2	12,6	15,5	17,2	15,7
Amazonas	-4,4	3,2	-0,3	42,9	25,3	1,1	42,9	33,6	20,2	16,2	18,3	15,2
Roraima	3,8	4,6	5,2	22,2	26,6	25,9	22,2	24,3	24,9	25,4	26,0	24,8
Pará	2,3	3,8	1,7	14,1	18,8	26,2	14,1	16,3	19,7	20,6	20,9	21,2
Amapá	-6,4	9,6	5,5	1,0	12,6	30,6	1,0	6,5	13,9	18,2	17,8	18,4
Tocantins	-3,1	3,9	0,4	16,6	25,3	32,8	16,6	20,9	25,0	15,7	17,7	20,0
Maranhão	1,7	4,3	0,9	7,0	14,6	15,4	7,0	10,6	12,3	15,1	15,0	13,7
Piauí	-0,3	3,7	6,0	12,3	8,2	24,4	12,3	10,3	15,0	26,6	25,3	24,5
Ceará	2,4	1,1	-1,2	18,7	15,8	25,4	18,7	17,3	20,0	21,7	22,2	22,7
Rio Grande do Norte	-1,2	3,7	2,3	7,6	8,4	16,2	7,6	8,0	10,8	16,8	16,6	16,2
Paraíba	5,6	3,5	2,5	6,8	13,1	17,3	6,8	9,8	12,3	14,5	15,0	14,7
Pernambuco	2,7	-6,4	3,3	24,3	6,4	11,9	24,3	15,6	14,3	30,1	28,9	27,0
Alagoas	5,9	3,6	3,2	11,8	17,0	21,3	11,8	14,3	16,7	17,8	18,6	18,4
Sergipe	7,1	4,5	-0,2	12,3	17,8	20,5	12,3	14,9	16,8	17,9	18,6	17,8
Bahia	5,7	-0,3	0,1	20,2	12,2	22,0	20,2	16,3	18,2	22,4	22,9	22,9
Minas Gerais	-0,3	5,6	2,0	6,8	16,7	21,2	6,8	11,5	14,9	18,3	18,4	18,4
Espírito Santo	1,6	-1,7	10,0	18,6	13,9	24,9	18,6	16,3	19,4	27,6	27,0	25,9
Rio de Janeiro	1,8	1,7	1,3	8,8	11,4	11,3	8,8	10,0	10,5	13,4	14,1	13,5
São Paulo	0,9	4,6	0,3	7,8	12,0	18,8	7,8	9,9	12,9	15,3	15,5	15,7
Paraná	2,6	1,9	0,9	11,9	12,7	15,8	11,9	12,3	13,5	17,5	17,7	17,1
Santa Catarina	2,6	3,3	1,4	20,7	24,8	26,6	20,7	22,7	24,1	25,5	26,6	25,8
Rio Grande do Sul	-0,5	2,2	1,0	12,9	16,2	18,6	12,9	14,5	16,0	19,5	20,8	20,6
Mato Grosso do Sul	-0,7	7,2	0,3	19,8	28,7	25,2	19,8	24,2	24,6	27,3	28,5	28,0
Mato Grosso	2,7	3,8	1,2	21,8	19,2	19,2	21,8	20,5	20,0	21,2	22,1	21,6
Goiás	2,4	-0,4	8,2	19,6	17,0	35,5	19,6	18,3	24,2	24,8	25,2	26,8
Distrito Federal	2,4	5,2	-0,4	7,1	13,3	20,8	7,1	10,1	13,7	13,6	14,8	15,4

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Estatísticas Conjunturais em Empresas

(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 2022 - 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)	8,9	14,3	33,4	8,9	11,5	18,2	9,4	10,2	12,4
1. Combustíveis e lubrificantes	27,3	34,3	62,1	27,3	30,7	40,9	42,1	44,7	47,9
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	6,6	10,3	7,1	6,6	8,4	7,9	4,9	5,0	5,0
2.1. Hipermercados e supermercados	4,7	4,6	1,3	4,7	4,7	3,5	5,5	5,1	4,7
3. Tecidos, vestuário e calçados	3,7	37,6	340,3	3,7	17,7	57,3	12,6	16,7	26,7
4. Móveis e eletrodomésticos	-8,3	-6,2	67,4	-8,3	-7,3	10,0	-2,1	-2,9	0,5
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	22,5	6,2	9,2	22,5	14,6	12,7	11,7	11,5	11,5
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	27,8	-12,4	276,3	27,8	18,0	35,8	-5,0	2,7	13,1
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-10,9	14,7	45,9	-10,9	-0,1	13,5	3,7	4,4	6,7
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	4,8	23,0	94,5	4,8	13,0	32,2	4,9	6,9	12,1
Comércio Varejista Ampliado (5)	18,7	15,8	25,4	18,7	17,3	20,0	21,7	22,2	22,7
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	29,7	14,5	-3,1	29,7	22,3	12,5	44,8	44,8	39,5
10. Material de construção	58,6	27,4	63,8	58,6	42,7	49,4	60,0	57,7	56,9

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Estatísticas Conjunturais em Empresas

(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 2022 - 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)	5,2	5,4	16,1	5,2	5,3	8,9	13,1	12,6	12,5
1. Combustíveis e lubrificantes	27,4	24,8	41,0	27,4	26,1	31,2	44,8	45,9	46,4
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	-1,4	2,8	-2,9	-1,4	0,6	-0,6	-1,0	-1,2	-2,1
2.1. Hipermercados e supermercados	-2,5	1,4	-3,4	-2,5	-0,6	-1,6	-3,4	-3,6	-4,4
3. Tecidos, vestuário e calçados	3,6	7,3	83,0	3,6	5,3	23,9	19,8	21,4	26,2
4. Móveis e eletrodomésticos	-25,7	-19,5	9,9	-25,7	-22,8	-13,6	-16,3	-17,7	-16,1
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	24,6	17,6	20,2	24,6	21,1	20,8	34,1	32,6	30,8
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	26,9	-0,6	27,4	26,9	13,4	16,0	34,7	31,6	31,7
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	57,7	-1,0	123,2	57,7	31,4	64,1	15,2	19,1	30,1
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-0,6	-4,6	12,3	-0,6	-2,4	2,3	18,1	15,3	13,3
Comércio Varejista Ampliado (5)	24,3	6,4	11,9	24,3	15,6	14,3	30,1	28,9	27,0
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	88,0	11,2	8,3	88,0	49,3	34,1	91,7	87,6	78,8
10. Material de construção	-2,7	-1,4	-14,2	-2,7	-2,1	-6,5	17,2	14,4	7,8

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Estatísticas Conjunturais em Empresas

(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 2022 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	JAN	FEV	MAR	JAN-JAN	JAN-FEV	JAN-MAR	Até JAN	Até FEV	Até MAR
Comércio Varejista (4)	9,5	13,6	21,4	9,5	11,5	14,8	12,8	13,7	14,6
1. Combustíveis e lubrificantes	17,6	18,8	23,3	17,6	18,2	20,0	35,4	36,6	36,1
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	2,5	11,8	8,2	2,5	7,1	7,5	1,1	1,9	2,5
2.1. Hipermercados e supermercados	1,5	11,7	8,3	1,5	6,5	7,2	0,7	1,2	1,5
3. Tecidos, vestuário e calçados	13,8	34,4	172,4	13,8	23,2	52,1	32,4	40,2	50,2
4. Móveis e eletrodomésticos	-17,8	-19,1	4,2	-17,8	-18,4	-11,6	-0,5	-4,1	-5,8
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	36,5	35,7	28,2	36,5	36,1	33,3	21,8	23,6	24,9
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	21,5	19,5	45,9	21,5	20,5	26,1	-7,7	2,8	11,0
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-9,2	9,7	50,6	-9,2	0,5	14,9	6,5	7,8	11,6
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	20,1	18,4	45,0	20,1	19,3	27,2	21,1	23,1	25,2
Comércio Varejista Ampliado (5)	20,2	12,2	22,0	20,2	16,3	18,2	22,4	22,9	22,9
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	73,3	10,7	25,5	73,3	41,5	36,0	69,0	68,5	64,8
10. Material de construção	-2,3	5,1	18,6	-2,3	1,3	7,0	12,9	11,2	9,9

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Estatísticas Conjunturais em Empresas

(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 2022 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	JAN	FEV	MAR	JAN-JAN	JAN-FEV	JAN-MAR	Até JAN	Até FEV	Até MAR
Comércio Varejista (4)	5,0	15,3	19,4	5,0	9,9	13,1	14,5	14,8	15,0
1. Combustíveis e lubrificantes	28,0	24,4	47,7	28,0	26,2	33,7	35,5	36,8	39,2
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	5,6	14,0	10,8	5,6	9,7	10,1	11,0	11,1	10,9
2.1. Hipermercados e supermercados	5,9	13,7	11,6	5,9	9,7	10,4	10,8	10,8	10,8
3. Tecidos, vestuário e calçados	12,1	4,6	68,3	12,1	8,2	24,6	14,8	16,2	20,8
4. Móveis e eletrodomésticos	-10,4	-19,6	-0,6	-10,4	-15,0	-10,4	-0,6	-3,8	-6,0
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	29,0	28,3	25,7	29,0	28,7	27,6	25,7	26,5	26,8
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	64,8	46,0	41,1	64,8	54,8	50,9	15,9	28,6	34,6
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-20,1	-12,0	-0,8	-20,1	-16,2	-11,5	-1,9	-4,7	-5,7
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-21,0	31,7	35,9	-21,0	-2,9	8,4	16,1	17,9	18,1
Comércio Varejista Ampliado (5)	6,8	16,7	21,2	6,8	11,5	14,9	18,3	18,4	18,4
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	24,0	32,3	36,2	24,0	28,2	31,1	36,5	37,9	38,0
10. Material de construção	-3,2	2,8	11,6	-3,2	-0,3	3,9	24,8	21,6	18,3

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Estatísticas Conjunturais em Empresas

(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 2022 - 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)	18,2	22,5	23,5	18,2	20,3	21,4	19,2	20,1	20,4
1. Combustíveis e lubrificantes	34,7	41,9	41,6	34,7	38,2	39,4	50,6	53,3	52,7
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	14,1	19,2	11,1	14,1	16,6	14,6	12,8	13,3	12,9
2.1. Hipermercados e supermercados	14,0	20,7	11,9	14,0	17,3	15,4	13,0	13,6	13,2
3. Tecidos, vestuário e calçados	19,5	33,4	66,1	19,5	26,6	39,3	32,0	33,7	35,9
4. Móveis e eletrodomésticos	13,0	2,7	25,4	13,0	7,9	13,3	4,8	4,7	5,1
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	20,0	24,8	13,4	20,0	22,2	19,0	17,8	19,5	19,8
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	53,8	24,0	15,9	53,8	41,2	36,0	9,3	14,3	15,0
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	80,2	57,8	117,4	80,2	68,5	86,5	68,2	66,9	76,3
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	16,4	34,6	51,4	16,4	25,2	33,7	38,7	40,2	40,3
Comércio Varejista Ampliado (5)	18,6	13,9	24,9	18,6	16,3	19,4	27,6	27,0	25,9
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	18,8	0,5	25,2	18,8	9,6	15,5	40,4	37,9	34,9
10. Material de construção	20,2	18,5	31,2	20,2	19,3	23,8	31,6	28,1	25,5

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Estatísticas Conjunturais em Empresas

(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 2022 - 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)	8,5	12,5	9,7	8,5	10,4	10,2	9,8	10,7	10,3
1. Combustíveis e lubrificantes	18,6	36,9	29,3	18,6	27,4	28,1	40,2	44,0	43,9
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	2,7	8,7	4,9	2,7	5,6	5,4	2,0	2,6	2,7
2.1. Hipermercados e supermercados	1,8	6,0	3,1	1,8	3,8	3,6	1,8	2,2	2,3
3. Tecidos, vestuário e calçados	2,7	-1,5	9,5	2,7	0,6	3,4	22,4	24,1	22,7
4. Móveis e eletrodomésticos	7,3	18,2	13,7	7,3	12,3	12,8	14,9	14,3	10,5
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	16,0	10,5	4,7	16,0	13,4	10,3	7,9	9,1	9,7
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	37,3	54,1	1,8	37,3	45,7	34,0	7,8	22,4	21,0
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-2,1	-13,3	25,1	-2,1	-8,3	2,1	-2,4	-0,5	1,3
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	20,9	16,7	17,4	20,9	18,9	18,4	19,2	20,4	18,9
Comércio Varejista Ampliado (5)	8,8	11,4	11,3	8,8	10,0	10,5	13,4	14,1	13,5
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	21,6	13,6	28,5	21,6	17,5	21,2	39,6	40,3	40,4
10. Material de construção	-12,0	-8,3	-1,6	-12,0	-10,2	-7,3	15,5	13,0	9,4

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Estatísticas Conjunturais em Empresas

(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 2022 - 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)	10,4	12,2	16,0	10,4	11,3	12,9	14,2	14,4	14,7
1. Combustíveis e lubrificantes	39,1	39,1	47,3	39,1	39,1	42,0	40,6	44,2	47,0
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	8,2	13,1	9,8	8,2	10,6	10,3	13,0	12,8	12,5
2.1. Hipermercados e supermercados	7,9	12,0	8,0	7,9	9,9	9,2	13,1	12,7	12,2
3. Tecidos, vestuário e calçados	32,7	26,5	210,7	32,7	29,5	65,1	26,1	30,3	40,5
4. Móveis e eletrodomésticos	1,9	-8,7	31,7	1,9	-3,3	6,4	0,8	0,0	2,4
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	15,8	13,4	2,7	15,8	14,6	10,4	5,1	5,8	5,7
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	22,0	10,5	39,4	22,0	16,7	22,2	-20,2	-13,0	-8,2
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-23,0	-9,9	16,8	-23,0	-16,8	-6,6	1,6	0,7	1,6
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	1,0	1,2	1,6	1,0	1,1	1,3	19,1	17,4	14,1
Comércio Varejista Ampliado (5)	7,8	12,0	18,8	7,8	9,9	12,9	15,3	15,5	15,7
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-3,5	15,4	28,4	-3,5	5,7	13,0	12,5	14,7	16,3
10. Material de construção	7,7	6,3	23,6	7,7	7,0	12,9	25,8	23,1	21,2

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Estatísticas Conjunturais em Empresas

(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 2022 - 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)	13,0	15,6	20,7	13,0	14,3	16,5	14,4	15,2	16,1
1. Combustíveis e lubrificantes	34,8	35,8	32,1	34,8	35,3	34,1	37,5	40,8	40,6
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	9,5	11,0	10,5	9,5	10,3	10,3	7,4	7,6	7,9
2.1. Hipermercados e supermercados	9,5	10,9	9,8	9,5	10,2	10,1	7,7	7,9	8,1
3. Tecidos, vestuário e calçados	7,7	29,4	80,2	7,7	17,7	34,9	22,9	26,7	35,3
4. Móveis e eletrodomésticos	-11,9	-1,8	13,3	-11,9	-7,3	-1,1	-2,6	-3,7	-4,3
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	26,2	20,0	14,6	26,2	23,2	20,0	21,5	22,0	21,8
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	18,0	8,3	150,5	18,0	13,2	45,0	11,5	14,7	27,2
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-39,0	-20,6	-5,6	-39,0	-26,1	-17,8	-6,1	-8,8	-10,3
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	11,9	18,3	77,7	11,9	14,8	31,0	29,0	31,0	35,4
Comércio Varejista Ampliado (5)	11,9	12,7	15,8	11,9	12,3	13,5	17,5	17,7	17,1
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	10,4	11,4	9,3	10,4	10,9	10,3	21,6	21,8	18,2
10. Material de construção	8,1	-0,3	2,4	8,1	3,8	3,3	28,0	25,0	21,0

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Estatísticas Conjunturais em Empresas

(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 2022 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Comércio Varejista (4)	16,2	18,2	22,7	16,2	17,2	19,0	16,9	17,8	18,1
1. Combustíveis e lubrificantes	47,1	41,2	58,9	47,1	44,1	49,3	48,0	51,5	53,9
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	10,8	12,8	14,0	10,8	11,7	12,5	10,5	10,6	11,0
2.1. Hipermercados e supermercados	10,6	12,7	13,2	10,6	11,6	12,1	10,1	10,2	10,5
3. Tecidos, vestuário e calçados	-3,4	14,9	34,5	-3,4	4,8	14,1	12,5	13,8	13,6
4. Móveis e eletrodomésticos	2,0	16,3	13,1	2,0	8,4	10,0	0,0	0,7	-1,1
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	30,4	16,7	14,8	30,4	23,7	20,4	20,7	21,0	20,7
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	35,4	15,7	35,1	35,4	25,6	27,8	16,6	25,7	27,0
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	21,9	8,3	11,6	21,9	14,8	13,6	11,0	12,6	12,3
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	12,2	17,1	24,8	12,2	14,4	17,8	27,6	30,0	28,6
Comércio Varejista Ampliado (5)	20,7	24,8	26,6	20,7	22,7	24,1	25,5	26,6	25,8
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	32,4	44,8	38,2	32,4	38,4	38,3	46,8	49,5	46,3
10. Material de construção	19,7	15,7	18,4	19,7	17,7	18,0	30,2	28,5	24,3

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Estatísticas Conjunturais em Empresas

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio

Tabela 9 - Indicadores de Receita Nominal de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Rio Grande Do Sul - Fevereiro 2022 - 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)	16,7	19,5	19,8	16,7	18,1	18,7	17,9	19,7	20,5
1. Combustíveis e lubrificantes	40,8	39,5	-3,4	40,8	40,2	20,1	43,8	51,2	47,0
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	11,5	16,5	13,4	11,5	13,9	13,8	7,4	8,2	8,9
2.1. Hipermercados e supermercados	12,4	17,1	14,7	12,4	14,7	14,7	7,6	8,5	9,3
3. Tecidos, vestuário e calçados	2,4	31,8	121,7	2,4	16,0	45,9	30,1	34,7	41,1
4. Móveis e eletrodomésticos	12,5	7,1	44,9	12,5	10,0	19,7	7,4	7,7	9,3
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	22,0	12,4	6,0	22,0	17,3	13,1	19,0	19,0	17,8
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	26,6	105,1	81,4	26,6	70,2	73,0	1,4	29,5	40,6
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-25,9	-23,5	-7,4	-25,9	-24,8	-19,4	-11,9	-11,6	-10,5
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	20,5	23,1	106,1	20,5	21,7	44,3	44,3	47,0	53,3
Comércio Varejista Ampliado (5)	12,9	16,2	18,6	12,9	14,5	16,0	19,5	20,8	20,6
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	0,3	8,1	23,5	0,3	4,2	11,0	23,8	24,8	23,1
10. Material de construção	4,1	5,6	4,2	4,1	4,8	4,6	25,7	23,2	18,3

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Estatísticas Conjunturais em Empresas

(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 2022 - 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)	8,1	11,2	25,5	8,1	9,6	14,9	12,5	13,1	14,5
1. Combustíveis e lubrificantes	27,2	15,3	26,4	27,2	21,0	23,0	42,0	41,4	40,8
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	4,8	12,1	7,1	4,8	8,3	7,9	2,3	3,2	4,0
2.1. Hipermercados e supermercados	3,2	10,9	5,8	3,2	6,9	6,5	1,5	2,4	3,0
3. Tecidos, vestuário e calçados	1,0	16,9	178,8	1,0	8,3	39,2	27,4	30,9	40,0
4. Móveis e eletrodomésticos	-8,8	-4,5	35,5	-8,8	-6,7	6,3	-2,5	-3,6	-2,8
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	22,5	18,5	25,6	22,5	20,6	22,4	26,9	27,0	27,5
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	58,4	54,2	71,3	58,4	56,7	60,3	18,3	30,5	38,2
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	20,5	13,3	58,1	20,5	17,0	29,7	28,4	27,1	29,9
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	6,4	12,3	72,1	6,4	9,1	24,8	19,2	20,5	24,9
Comércio Varejista Ampliado (5)	19,6	17,0	35,5	19,6	18,3	24,2	24,8	25,2	26,8
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	52,1	37,4	57,5	52,1	44,7	49,5	58,0	59,0	61,3
10. Material de construção	6,1	-4,5	28,2	6,1	0,8	9,6	23,8	20,1	19,7

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Estatísticas Conjunturais em Empresas

(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 2022 - 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)	6,8	18,1	35,3	6,8	12,2	19,8	8,4	10,6	13,8
1. Combustíveis e lubrificantes	35,7	46,0	49,4	35,7	40,7	43,8	18,8	25,5	30,8
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	-2,9	8,4	2,2	-2,9	2,7	2,5	-7,5	-6,0	-4,8
2.1. Hipermercados e supermercados	-6,1	5,8	0,1	-6,1	-0,2	-0,1	-10,5	-9,1	-7,9
3. Tecidos, vestuário e calçados	-7,9	6,1	337,7	-7,9	-1,5	35,4	14,5	17,7	29,2
4. Móveis e eletrodomésticos	-14,1	-17,4	26,9	-14,1	-15,7	-3,8	2,7	-1,5	-2,0
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	18,1	16,9	10,6	18,1	17,6	15,0	17,8	18,5	18,8
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-36,1	-25,3	30,8	-36,1	-31,6	-20,6	-5,9	-0,3	3,9
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-13,5	-34,3	170,1	-13,5	-25,1	27,2	-21,8	-23,8	-15,1
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	3,2	52,6	162,2	3,2	26,1	59,7	37,1	41,7	51,7
Comércio Varejista Ampliado (5)	7,1	13,3	20,8	7,1	10,1	13,7	13,6	14,8	15,4
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	3,1	-1,4	-2,2	3,1	0,9	-0,2	18,1	18,2	14,0
10. Material de construção	13,9	16,7	8,1	13,9	15,2	12,6	27,6	26,5	22,6

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Estatísticas Conjunturais em Empresas

(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 2022

Atividades	Comércio varejista ampliado												
	mar/2021	abr/2021	mai/2021	jun/2021	jul/2021	ago/2021	set/2021	out/2021	nov/2021	dez/2021	jan/2022	fev/2022	mar/2022
Comércio Varejista (1)	134,4	134,6	146,2	141,9	153,9	146,6	142,7	151,7	161,5	189,0	147,5	141,9	158,6
1. Combustíveis e lubrificantes	128,1	127,2	142,8	141,5	153,3	147,3	146,6	154,7	157,7	163,6	148,6	147,4	174,6
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	162,6	155,6	158,9	153,8	165,1	162,4	159,2	170,3	169,3	204,6	164,4	163,2	177,9
2.1. Hipermercados e supermercados	165,6	158,6	161,9	156,5	168,2	165,1	161,4	173,3	172,2	208,8	167,2	165,3	180,1
3. Tecidos, vestuário e calçados	42,7	64,5	99,9	95,5	102,3	93,5	85,6	97,1	107,6	181,8	75,5	76,6	88,0
4. Móveis e eletrodomésticos	89,1	97,1	113,6	105,5	109,6	105,3	100,9	100,0	125,6	130,7	103,3	93,9	108,0
4.1. Móveis	79,1	87,6	101,2	97,5	107,5	103,8	95,2	98,9	110,6	120,4	92,6	88,1	100,0
4.2. Eletrodomésticos	93,2	100,9	118,6	108,5	109,7	105,2	102,8	99,7	131,8	134,0	107,7	95,8	111,0
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	190,0	180,4	188,7	185,5	191,4	188,9	184,8	188,5	198,8	228,2	212,8	189,4	209,4
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	33,8	35,7	32,2	38,8	38,5	37,6	33,0	34,9	42,1	61,1	73,3	63,8	49,3
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	68,9	68,0	74,4	72,3	74,5	69,7	64,4	70,9	82,4	82,7	63,2	66,8	82,6
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	126,6	138,4	158,5	155,8	188,9	156,1	150,0	163,3	207,4	214,4	152,9	134,3	155,2
Comércio Varejista Ampliado (2)	128,6	129,0	139,8	138,0	148,4	144,3	139,7	145,3	154,6	172,1	139,5	135,2	153,4
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	102,0	104,7	111,7	115,5	121,4	125,2	118,0	116,6	124,9	129,1	111,5	111,1	128,2
10. Material de construção	157,8	153,4	168,1	169,8	180,5	179,2	176,5	176,0	183,8	162,1	156,5	150,8	183,2

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Estatísticas Conjunturais em Empresas

Nota: Base: 2014 = 100

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

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

Atualizado em 10/05/2022 às 9 horas