



# **Indicadores IBGE**

**Pesquisa Mensal de Comércio**

**Novembro 2022**

Publicado em 11/01/2023 às 09 horas

Presidente da República  
**Luis Inácio Lula da Silva**

Ministra do Planejamento e Orçamento  
**Simone Tebet**

## **INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE**

Presidente do IBGE  
**Cimar Azeredo Pereira - interino**

### **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**  
**Elson Renato de Carvalho Dantas**  
**Fabiana Conceição Figueiredo**  
**Fabio Figueiredo Farias**

Editoração  
**Cristiano Santos**  
**Fabiana Conceição Figueiredo**

---

**Nota editorial:** O momento de lançamento deste produto coincide com mudanças em curso na Administração Pública, resultantes da posse do novo governo em 01.01.2023. As eventuais modificações ocorridas na titularidade do IBGE e de seus Órgãos Específicos Singulares serão creditadas oportunamente, em consonância com as disposições emanadas.

**Indicadores IBGE**  
Plano de divulgação:

### **Trabalho e rendimento**

Pesquisa mensal de emprego\*  
Pesquisa nacional por amostra de domicílios contínua

### **Agropecuária**

Estatística da produção agrícola \*\*  
Estatística da produção pecuária \*\*

### **Indústria**

Pesquisa industrial mensal: emprego e salário \*\*\*  
Pesquisa industrial mensal: produção física Brasil  
Pesquisa industrial mensal: produção física regional

### **Comércio**

Pesquisa mensal de comércio

### **Serviços**

Pesquisa mensal de serviços

### **Índices, preços e custos**

Índice de preços ao produtor – indústrias extrativas e de transformação

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

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

Sistema nacional de pesquisa de custos e índices da construção civil

### **Contas nacionais trimestrais**

Contas nacionais trimestrais: indicadores de volume e valores correntes

\* O último fascículo divulgado corresponde a fevereiro de 2016.

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

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

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

# SUMÁRIO

NOTAS METODOLÓGICAS.....	4
1 CARACTERÍSTICAS DA PESQUISA .....	4
2 CONSTRUÇÃO DE INDICADORES .....	5
3 ENCADEAMENTO.....	7
4 SÉRIES DA PMC AJUSTADAS SAZONALMENTE.....	7
4.1 VOLUME DE VENDAS POR ATIVIDADES.....	8
4.2 VOLUME DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA POR UNIDADE DA FEDERAÇÃO.....	9
4.3 VOLUME DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO POR UNIDADES DA FEDERAÇÃO.....	10
4.4 RECEITA NOMINAL DE VENDAS POR ATIVIDADES.....	12
4.5 RECEITA NOMINAL DE DO COMÉRCIO VAREJISTA VENDAS POR UNIDADE DA FEDERAÇÃO.....	13
4.6 RECEITA NOMINAL DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO.....	13
POR UNIDADE DA FEDERAÇÃO.....	14
5 DEFLATORES DA PESQUISA.....	17
6 OBSERVAÇÕES .....	8
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 referência<sup>2</sup> 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);

---

<sup>2</sup> 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 2.03, 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 relativos de preços do Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo - IPCA (nova estrutura

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

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*”<sup>4</sup>, 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.

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

**ÍNDICE DE BASE FIXA:** Compara os níveis nominal e de volume da Receita Bruta de

<sup>4</sup> 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”.

Revenda do mês com a média mensal obtida no ano de 2014.

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

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

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

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

### 3 ENCADEAMENTO

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

### 4 SÉRIES DA PMC AJUSTADAS SAZONALMENTE

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

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

publicadas a partir de janeiro de 2008.

Os modelos adotados nas séries divulgadas são:

#### 4.1 VOLUME DE VENDAS POR ATIVIDADES

<b>ATIVIDADE</b>	<b>DECOMPOSIÇÃO</b>	<b>MODELO ARIMA</b>	<b>REGRESSÃO (REGARIMA)</b>
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.Abr,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,AO2010.Mai,TC2013.Dec,AO2014.Oct,LS2016.Mar,LS2016.May,AO2019.Mar,LS2019.Sep,LS2020.Abr,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.Abr,LS2020.Jun
Piauí	Multiplicativo	(1 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2003.Mar,AO2004.Jan,LS2005.Fev,TC2019.Jun,TC2020. Abr,LS2020.Ago
Ceará	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,LS2020.Mar,TC2020.Abr,LS2020.Jun,TC2021.Mar
Rio Grande do Norte	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2002.Nov,LS2005.Fev,TC2020.Abr
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)	Camaval,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.Abr
Bahia	Multiplicativo	(0 1 1)(1 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,AO2019.Dez,TC2020.Abr,TC2020.Ago
Minas Gerais	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,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)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,TC2017.Fev,AO2020.Abr
Rio de Janeiro	Multiplicativo	(0 1 1)(1 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[15],TC2020.Mar,TC2020.Abr
São Paulo	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[15],AO2017.Mar,TC2020.Abr
Paraná	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,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)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[1],LS2017.Jan,AO2020.Abr,LS2021.Apr,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)	Camaval,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)	Camaval,Corpus Christi,Páscoa[1],TC2014.Mai,AO2020.Mar,TC2020.Mar
Amazonas	Multiplicativo	(1 2 2)(0 1 1)	Camaval,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)	Camaval,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)	Camaval,Corpus Christi,Páscoa[8],LS2005.Fev,AO2020.Abr
Maranhão	Multiplicativo	(0 1 1)(1 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[1],TC2020.Mar,TC2020.Abr,LS2020.Jun
Piauí	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Páscoa[1],AO2010.Mar,TC2019.Jun,AO2020.Mar,TC2020.Abr,LS2020.Ago
Ceará	Multiplicativo	(1 1 1)(0 1 1)	Camaval,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)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,AO2009.Jul,AO2010.Mar,TC2020.Mar,TC2020.Abr
Paraíba	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2008.Out,LS2014.Dez,TC2020.Mar,TC2020.Abr,TC2020.Jul
Pernambuco	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,AO2020.Mar,TC2020.Abr,TC2020.Jul
Alagoas	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,AO2005.Jul,TC2012.Jun,AO2020.Mar,TC2020.Abr
Sergipe	Multiplicativo	(0 1 1)(1 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2005.Fev,AO2010.Mar,TC2020.Mar,TC2020.Abr
Bahia	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,AO2010.Mar,TC2012.Jun,AO2020.Mar,TC2020.Abr,AO2021.Mar
Minas Gerais	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2005.Fev,AO2020.Abr,LS2020.Ago
Espírito Santo	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[1],LS2011.Jun,AO2017.Fev,AO2020.Abr
Rio de Janeiro	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,AO2020.Mar,TC2020.Abr
São Paulo	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,TC2020.Abr
Paraná	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,AO2020.Abr
Santa Catarina	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,TC2020.Mar,AO2020.Abr
Rio Grande do Sul	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2017.Jan,TC2020.Mar,AO2020.Abr,AO2021.Mar
Mato Grosso do Sul	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,AO2010.Mar,AO2020.Abr
Mato Grosso	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,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,TC20 20.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,LS20 20.Jun
Combustíveis	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2020.Mar,AO2020.Abr,T C2020.Apr,LS2021.Mai
Hiper., Super, Produtos alimentícios, bebidas e fumo	Multiplicativo	(0 1 1) (2 1 1)	Efeito Calendário,Páscoa[15],LS2002.Out,LS2 017.Mar,LS2020.Mar,AO2020.Abr
Super e Hipermercados	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Efeito Calendário,Páscoa[15],LS2002.Out,LS2 005.Fev,LS2012.Jan,AO2016.Dez,LS20 17.Mar,LS2020.Mar,AO2020.Abr
Tecidos, vestuário e calçados	Aditivo	(0 1 1)(1 1 0)	LS2017.Jan,TC2020.Mar,TC2020.Abr,T C2020.Mai,AO2020.Ago,LS2020.Dez,T C2021.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 papeleria.	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,AO201 1.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,AO2 020.Mar,TC2020.Abr,LS2020.Jun,LS20 20.Nov,AO2021.Jul
Varejo ampliado	Multiplicativo	(0 1 1)(1 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2008.Out,AO2009.Jun,A O2010.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 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.Apr, 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.Feb,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.Abr
Espírito Santo	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[15],AO2002.Abr,TC2017.Fev,TC2020.Abr
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.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.Abr
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.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.A pr

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.

<b>Atividades da PMC</b>	<b>CNAE da PMC</b>	<b>Grupo de produto</b>	<b>Itens do IPCA</b>
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)

<b>Atividades da PMC</b>	<b>CNAE da PMC</b>	<b>Grupo de produto</b>	<b>Itens do IPCA</b>
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
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)

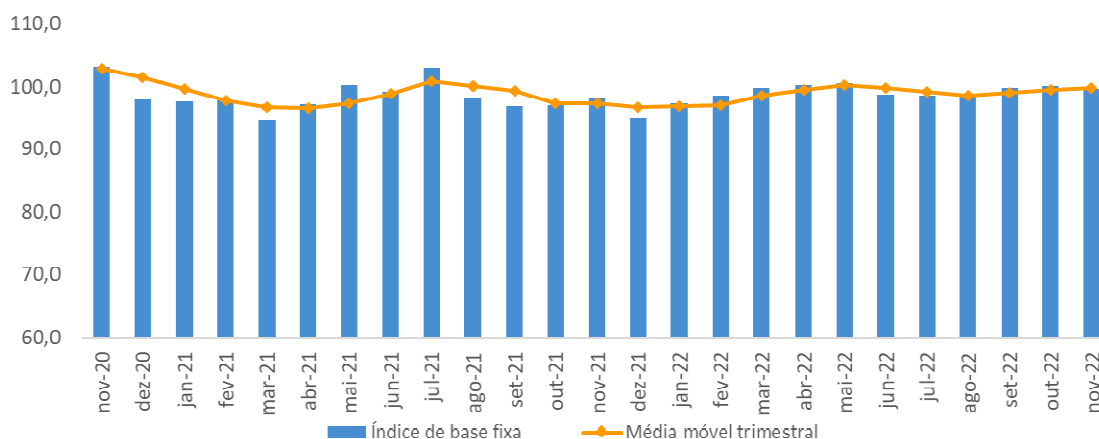
## **6 OBSERVAÇÕES**

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 novembro de 2022, o volume de vendas no **comércio varejista** nacional caiu 0,6% nas vendas frente ao mês imediatamente anterior, na série livre de influências sazonais, após variação de 0,3% em outubro de 2022. Com isso, a evolução do índice de média móvel trimestral para o varejo, depois do resultado de 0,5% no trimestre encerrado em outubro de 2022, variou em 0,3% no trimestre encerrado em novembro, conforme mostra o Gráfico 1.

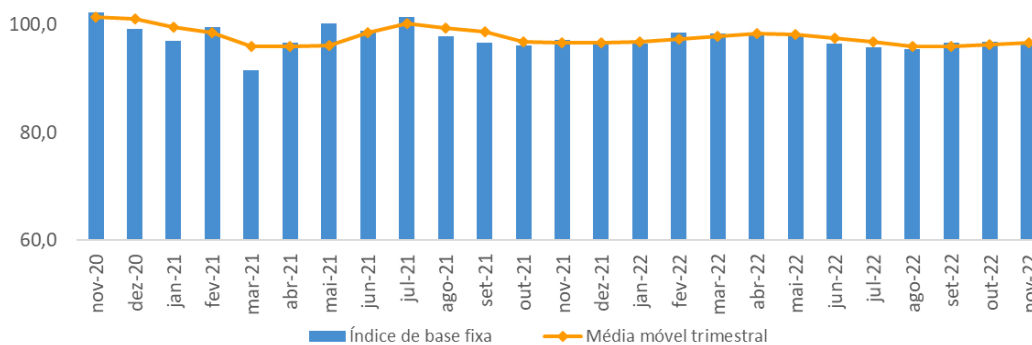
**Gráfico 1 - Volume de Vendas do Varejo com Ajuste Sazonal**  
**Índice de Base Fixa e Média Móvel Trimestral**  
**Novembro 2022**



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*, a variação do volume de vendas em novembro de 2022 também foi de -0,6% nas vendas frente ao mês imediatamente anterior, na série livre de influências sazonais, após variação positiva de 0,2% em outubro de 2022. Com isso, a evolução do índice de média móvel trimestral para o varejo, depois do resultado de 0,4% no trimestre encerrado em outubro de 2022, avançou em 0,3% no trimestre encerrado em novembro 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**  
**Novembro 2022**



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

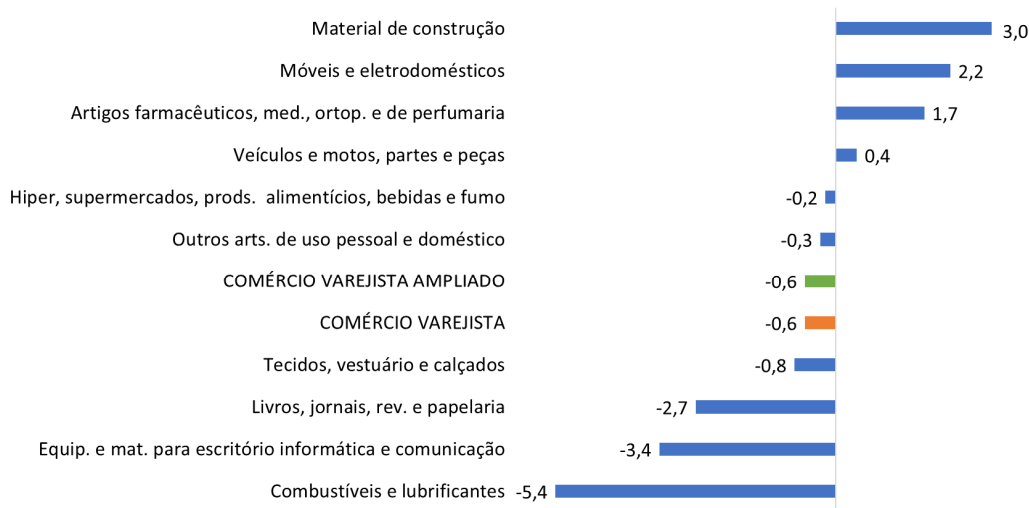
Na comparação interanual, do **comércio varejista**, para o mês de novembro de 2022, o resultado foi de 1,5% em relação ao mesmo mês de 2021, quarto consecutivo no campo positivo (1,6% em agosto, 3,2% em setembro e 2,7% em outubro). No ano de 2022, o varejo acumula 1,1% de aumento em relação ao mesmo período de 2021 (janeiro a novembro). Nos últimos doze meses, o resultado em novembro se encontra no campo positivo (0,6%) pela segunda vez consecutiva após 5 meses seguidos acumulando resultados negativos. No que tange ao **comércio varejista ampliado**, o indicador interanual de novembro de 2022 foi -1,4% em relação a novembro de 2021, primeiro resultado negativo após dois meses consecutivos registrando variações positivas (0,9% em setembro e 0,3% em outubro). No ano, o varejo ampliado continua apresentando resultados no campo negativo: -0,6% de janeiro a novembro. Em doze meses, o acúmulo também é negativo: -0,8% até novembro.

## RESULTADOS SETORIAIS

A variação de -0,6% no volume de vendas do **comércio varejista** na passagem de outubro para novembro de 2022, na série com ajuste sazonal, teve predominância de taxas no campo negativo, atingindo seis das oito atividades pesquisadas: *Combustíveis e lubrificantes* (-5,4%), *Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação* (-3,4%), *Livros, jornais, revistas e papelaria* (-2,7%), *Tecidos, vestuário e calçados* (-0,8%), *Outros artigos de uso pessoal e doméstico* (-0,3%), e *Hiper, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* (-0,2%). Por outro lado, entre outubro e novembro de 2022, dois dos oito grupamentos pesquisados mostraram crescimento: *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria* (1,7%) e *Móveis e eletrodomésticos* (2,2%). Já o **comércio varejista ampliado**, em termos setoriais, na margem, apresentou dois resultados positivos: *Veículos e motos, partes e peças*, com 0,4% e *Material de construção*, com 3,0%, conforme Gráfico 3.

Para o indicador interanual, o **varejo** apresentou cinco setores com resultados positivos: *Combustíveis e lubrificantes* (27,3%), *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria* (6,5%), *Móveis e eletrodomésticos* (3,0%), *Hiper, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* (2,7%) e *Livros, jornais, revistas e papelaria* (1,1%). Por outro lado, três atividades apresentaram queda: *Tecidos, vestuário e calçados* (-16,1%), *Outros artigos de uso pessoal e doméstico* (-10,5%) e *Equipamentos e material para escritório informática e comunicação* (-0,5%). Incluindo as atividades do **varejo ampliado**, *Veículos e motos, partes e peças* teve resultado de -5,5% enquanto *Material de construção* caiu 10,9% em relação a novembro de 2021.

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



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

A atividade de *Combustíveis e lubrificantes* apresentou aumento de 27,3% nas vendas frente a novembro de 2021, décimo crescimento consecutivo na comparação interanual e o quinto a registrar dois dígitos de diferença (17,4% em julho, 30,3% em agosto, 34,7% em setembro e 34,3% em outubro). O setor também representou a maior contribuição na composição da taxa geral do varejo, somando 2,0 p.p. ao total de 1,5 do comércio varejista brasileiro (Tabela 1). Vale lembrar que o crescimento da atividade no indicador de volume está atrelado, no período, à política de redução de preços da gasolina, que se inicia em agosto de 2022. Em termos de resultado acumulado no ano até novembro, ao passar de 14,9% até outubro para 16,0% no mês de referência, a atividade mostra aumento de ritmo. Em relação ao acumulado nos últimos doze meses, ao passar de 11,2% até outubro para 14,0% em novembro, o setor mostrou aumento de intensidade de crescimento também para este indicador.

O grupamento de *Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação* apresentou variação de -0,5% em novembro de 2022 na comparação com o mesmo mês do ano anterior, primeira taxa negativa após três meses de crescimento (2,0% em agosto, 7,0% em setembro e 8,5% em outubro). No ano, até novembro, o setor acumula 1,8% de crescimento, abaixo do estabelecido até outubro (2,1%). O indicador acumulado dos últimos doze meses registra 1,0% até novembro, segundo mês consecutivo no campo positivo (0,5% até outubro).

O setor de *Livros, jornais, revistas e papelaria* apresentou aumento de 1,1% nas vendas frente a novembro de 2021, contra 13,7% em outubro de 2022 frente a outubro de 2021. Em relação ao acumulado no ano até novembro, ao passar de 18,5% até outubro para 16,9% no mês de referência, a atividade mostra perda no ritmo de crescimento. Em termos de resultado acumulado nos últimos doze meses, houve aumento no ritmo de crescimento: de 12,4% até outubro para 14,0% até novembro de 2022.

O setor de *Tecidos, vestuário e calçados* apresentou queda de 16,1% nas vendas frente a novembro de 2021, quinta consecutiva. A atividade representou a segunda maior contribuição, no campo negativo, para a taxa global, somando -1,3 p.p ao total de 1,5% do indicador interanual do varejo (Tabela 1). No ano, o acúmulo é positivo, mas decrescente: 1,7% até novembro contra 4,0% até outubro. Nos últimos doze meses, o resultado até novembro é positivo em 1,3%, abaixo do resultado de outubro (2,3%).

O grupamento de *Outros artigos de uso pessoal e doméstico*, que engloba lojas de departamentos, óticas, joalherias, artigos esportivos, brinquedos, entre outros, apresentou queda de 10,5% nas vendas frente a novembro de 2021, sétimo mês negativo consecutivo. No ano, a perda, até novembro, é de 8,4%, também a sétima consecutiva, resultado similar ao acumulado nos últimos doze meses (-8,1%), sexto em sequência a registrar perdas.

Já a atividade de *Hiper, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* registrou seu quarto mês consecutivo de crescimento para o indicador interanual: 1,4% em agosto, 3,8% em setembro e 2,7% em outubro e novembro de 2022, na comparação com o mesmo mês do ano anterior. O desempenho positivo do setor, em combinação com o peso da atividade no varejo, a posiciona como segunda maior contribuição na taxa global, somando 1,2 p.p. ao total de 1,5% de novembro 2022 em relação a novembro de 2021. No ano, o acúmulo é de 1,2% até novembro, estável em relação ao indicador até o mês anterior: 1,1%. Nos últimos doze meses, o acúmulo também é positivo até novembro (1,1%), sendo o terceiro consecutivo fora do campo negativo após 14 meses acumulando perdas.

O setor de *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria* apresentou aumento de 6,5% nas vendas frente a novembro de 2021, décimo terceiro ponto positivo consecutivo após variar em -0,2% em outubro de 2021. Em relação ao acumulado no ano, a atividade mostra manutenção no ritmo de crescimento: 7,0% tanto para outubro quanto para novembro. Nos últimos



doze meses, o resultado de 7,0% até novembro de 2022 é maior em 0,3 p.p. ao acumulado até outubro.

O grupo de *Móveis e eletrodomésticos* apresentou crescimento de 3,0% em relação a novembro de 2021, primeiro resultado positivo, para o indicador anual, desde março de 2022 (7,2%). O indicador acumulado do ano até novembro de 2022 apresenta perda de 7,5% e não registra crescimento desde agosto de 2021 (2,6%). Para os últimos doze meses, até novembro o resultado foi de -8,7% com quedas consecutivas desde outubro de 2021.

A atividade de *Veículos e motos, partes e peças*, uma das que compõem o varejo ampliado, apresentou queda de 5,5% nas vendas frente a novembro de 2021, queda mais intensa, em magnitude, da série de resultados negativos, no indicador interanual, desde julho de 2022 (-8,5%). Em relação ao acumulado, o indicador registra perda há cinco meses consecutivos: -1,0% em julho, -1,5% em agosto, -1,4% em setembro, -1,4% em outubro e -1,8% em novembro). No acumulado dos últimos doze meses a série se encontra no campo negativo há quatro meses: -0,9% em agosto, -1,2% em setembro, -0,9% em outubro e -1,6% em novembro.

**Tabela 1 - BRASIL INDICADORES DO VOLUME DE VENDAS NO COMÉRCIO VAREJISTA E COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO  
COMPOSIÇÃO DA TAXA MENSAL DO COMÉRCIO VAREJISTA. POR ATIVIDADES  
Novembro 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	1,5	1,5	-1,4	-1,4
1 - Combustíveis e lubrificantes	27,3	2,0	27,3	1,5
2 - Hiper, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	2,7	1,2	2,7	0,8
3 - Tecidos, vestuário e calçados	-16,1	-1,3	-16,1	-0,8
4 - Móveis e eletrodomésticos	3,0	0,3	3,0	0,2
5 - Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria	6,5	0,7	6,5	0,5
6 - Livros, jornais, revistas e papelaria	1,1	0,0	1,1	0,0
7 - Equipamentos e mat. para escritório informática e comunicação	-0,5	0,0	-0,5	0,0
8 - Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-10,5	-1,4	-10,5	-1,2
9 - Veículos e motos, partes e peças			-5,5	-1,2
10- Material de construção			-10,9	-1,1

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

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

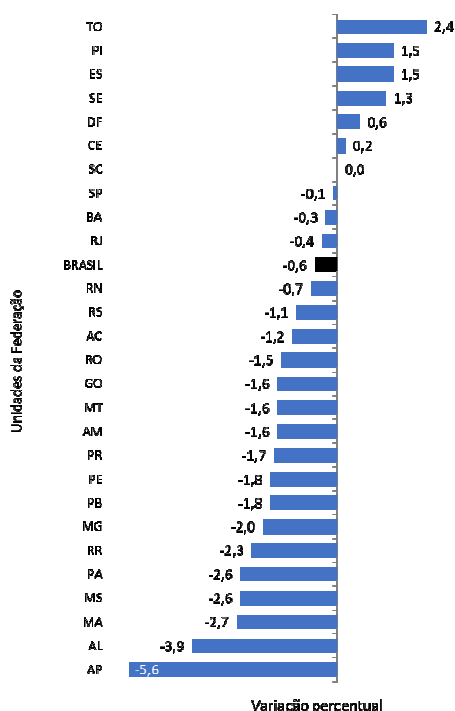
O setor de *Material de construção* apresentou queda de 10,9% nas vendas frente a novembro de 2021, oitava perda seguida desde abril de 2021, exercendo, para a comparação interanual, a terceira maior contribuição, no campo negativo, para a composição da taxa global, somando -1,1

p.p. ao total de -1,4% do varejo ampliado. No ano, as perdas ficaram em 8,9% até novembro, contabilizando onze meses de acúmulos no campo negativo. No acumulado dos últimos doze meses, o resultado é negativo há nove meses, sendo -8,8% até novembro.

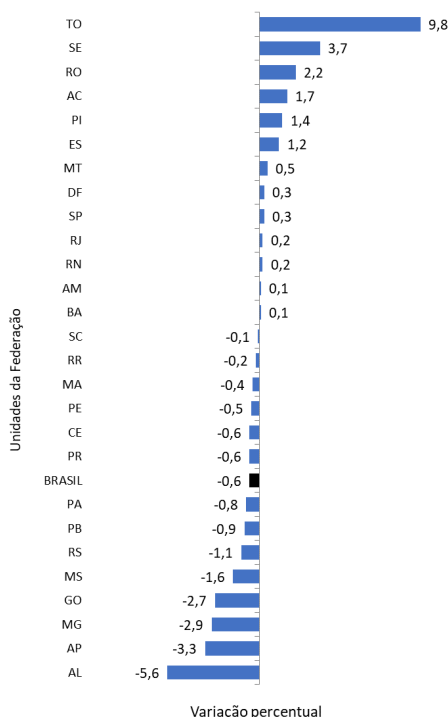
## RESULTADOS REGIONAIS

Em termos regionais, o resultado de -0,6% de novembro frente a outubro de 2022 para o **comércio varejista** apresentou resultados negativos em 20 das 27 Unidades da Federação, com destaque para: Amapá (-5,6%), Alagoas (-3,9%) e Maranhão (-2,7%). Por outro lado, pressionando positivamente, figuram seis das 27 Unidades da Federação, com destaque para Tocantins (2,4%), Piauí (1,5%) e Espírito Santo (1,5%). Santa Catarina apresentou estabilidade (0,0%) na passagem de outubro para novembro de 2022, conforme Gráfico 4. Para a mesma comparação, no **comércio varejista ampliado**, a variação entre outubro e novembro de 2022 também foi de -0,6% com resultados negativos em 14 das 27 Unidades da Federação, com destaque para: Alagoas (-5,6%), Amapá (-3,3%) e Minas Gerais (-2,7%). Por outro lado, pressionando positivamente, figuram 13 das 27 Unidades da Federação, com destaque para Tocantins (9,8%), Sergipe (3,7%) e Rondônia (2,2%), conforme Gráfico 5.

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

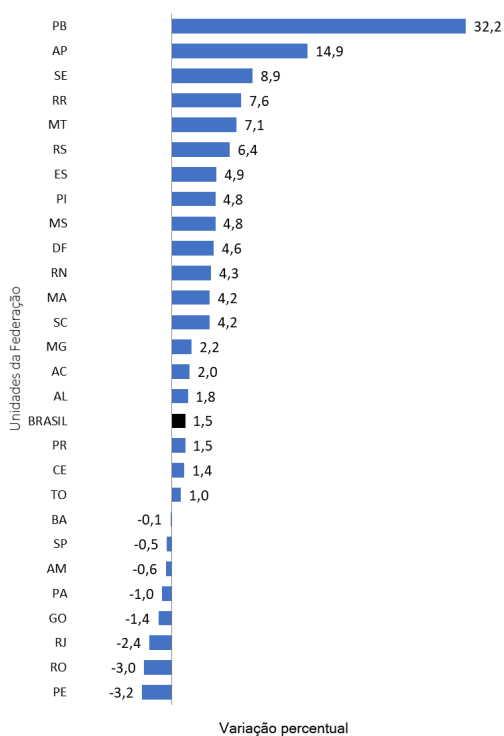


**Gráfico 5 -Volume de Vendas do Comércio Varejista Ampliado por UF mês/ mês anterior Novembro 2022**

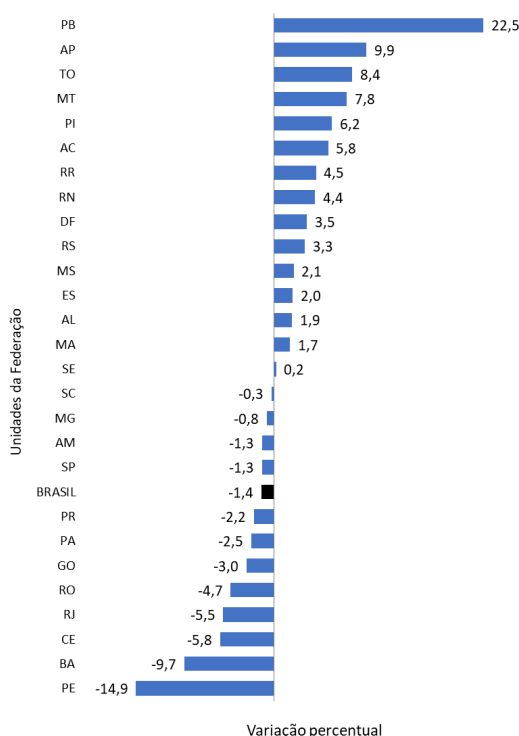


Frente a novembro de 2021, a variação das vendas no **comércio varejista**, no corrente mês, foi de 1,5%, com resultados positivos em 22 das 27 Unidades da Federação, com destaque para: Paraíba (32,2%), Amapá (14,9%) e Sergipe (8,9%). Por outro lado, pressionando negativamente, figuram 5 das 27 Unidades da Federação, com destaque para Pernambuco (-3,2%), Rondônia (-3,0%) e Rio de Janeiro (-2,4%), conforme Gráfico 6. Já no **comércio varejista ampliado**, o indicador interanual apresentou variação de 0,3%, com resultados positivos em 16 das 27 Unidades da Federação, com destaque para: Paraíba (22,5%), Amapá (9,9%) e Tocantins (8,4%). Por outro lado, pressionando negativamente, figuram 11 das 27 Unidades da Federação, com destaque para Pernambuco (-14,9%), Bahia (-9,7%) e Ceará (-5,8%), conforme Gráfico 7.

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

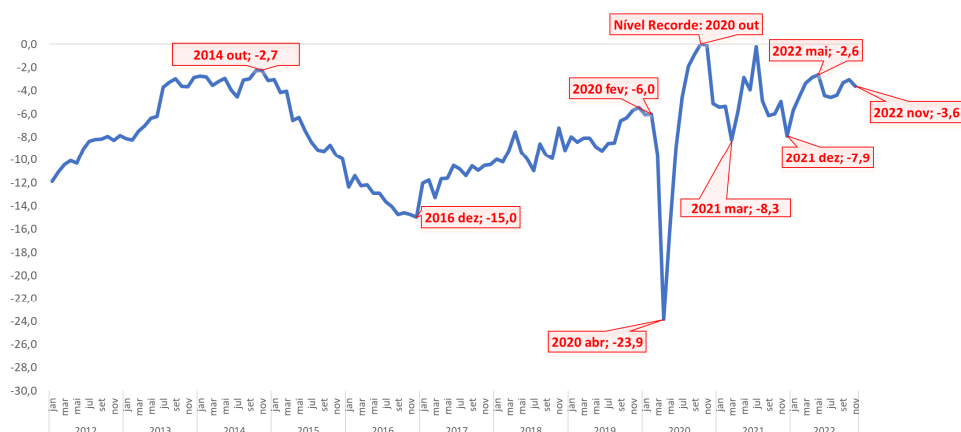


**Gráfico 7 - Volume de Vendas do Comércio Varejista Ampliado por UF mês/igual mês do ano anterior Novembro 2022**



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

**Gráfico 8 – Patamar Histórico do Comércio Varejista - Índice de Base Fixa**  
(base: mês imediatamente anterior)



**Em síntese**, a queda de 0,6%, na margem, do mês de novembro, é a primeira desde junho de 2022 (sem considerar a variação de -0,2% em agosto). Com isso, o varejo brasileiro se situa, em novembro, no mesmo patamar que junho de 2022, assim como 3,6% abaixo do recorde da série, ocorrido em novembro de 2020 (Gráfico 8). Em termos setoriais, houve predominância de atividades com desempenho negativo em novembro com relação a outubro: seis dentre oito. O destaque fica por conta de *Combustíveis e lubrificantes* e *Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação*, que tiveram queda, em volume, igual ou superior a 2,7%. No ano, o crescimento acumulado até novembro de 2022 é de 1,1%, abaixo do que era registrado para o mesmo indicador em novembro de 2021 (1,9%).



## **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**  
**Novembro 2022 - Variação (%)**

Atividades de Divulgação	Mês/Mês anterior (1)			Mensal (2)			Acumulado no ano (3)			Últimos 12 meses (4)		
	SET	OUT	NOV	SET	OUT	NOV	JAN-SET	JAN-OUT	JAN-NOV	Até SET	Até OUT	Até NOV
<b>Comércio varejista (5)</b>	<b>1,1</b>	<b>0,3</b>	<b>-0,6</b>	<b>3,2</b>	<b>2,7</b>	<b>1,5</b>	<b>0,8</b>	<b>1,0</b>	<b>1,1</b>	<b>-0,7</b>	<b>0,1</b>	<b>0,6</b>
1. Combustíveis e lubrificantes	1,3	0,3	-5,4	34,7	34,3	27,3	12,7	14,9	16,0	7,6	11,2	14,0
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	1,3	0,3	-0,2	3,8	2,7	2,7	0,9	1,1	1,2	0,1	0,8	1,1
2.1. Hipermercados e supermercados	1,3	-0,1	0,0	4,2	2,7	3,3	0,8	1,0	1,3	0,1	0,7	1,1
3. Tecidos, vestuário e calçados	-2,1	-3,2	-0,8	-9,5	-15,0	-16,1	6,4	4,0	1,7	3,5	2,3	1,3
4. Móveis e eletrodomésticos	0,1	2,5	2,2	-6,1	-0,8	3,0	-9,5	-8,7	-7,5	-13,0	-11,2	-8,7
4.1. Móveis	-	-	-	-17,8	-15,9	-8,5	-10,9	-11,4	-11,1	-12,5	-12,5	-11,5
4.2. Eletrodomésticos	-	-	-	-0,7	6,7	7,8	-9,3	-7,8	-6,2	-13,6	-11,0	-7,8
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	0,6	-0,3	1,7	5,8	5,3	6,5	7,2	7,0	7,0	6,3	6,7	7,0
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	1,7	-4,2	-2,7	31,0	13,7	1,1	19,0	18,5	16,9	10,8	12,4	14,0
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	2,0	2,2	-3,4	7,0	8,5	-0,5	1,4	2,1	1,8	-1,2	0,5	1,0
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-1,0	2,0	-0,3	-10,1	-8,4	-10,5	-8,1	-8,2	-8,4	-7,2	-7,3	-8,1
<b>Comércio varejista ampliado (6)</b>	<b>1,3</b>	<b>0,2</b>	<b>-0,6</b>	<b>0,9</b>	<b>0,3</b>	<b>-1,4</b>	<b>-0,6</b>	<b>-0,5</b>	<b>-0,6</b>	<b>-1,6</b>	<b>-1,0</b>	<b>-0,8</b>
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	0,1	-1,8	0,4	-1,2	-0,8	-5,5	-1,4	-1,4	-1,8	-1,2	-0,9	-1,6
10. Material de construção	-0,4	-4,6	3,0	-8,2	-12,8	-10,9	-8,2	-8,6	-8,9	-8,4	-8,2	-8,8

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: 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**  
**Novembro 2022 - Variação (%)**

Brasil e Unidades da Federação	Mês/Mês anterior (1)			Mensal (2)			Acumulado no ano (3)			Últimos 12 meses (4)		
	SET	OUT	NOV	SET	OUT	NOV	JAN-SET	JAN-OUT	JAN-NOV	Até SET	Até OUT	Até NOV
<b>Brasil</b>	<b>1,1</b>	<b>0,3</b>	<b>-0,6</b>	<b>3,2</b>	<b>2,7</b>	<b>1,5</b>	<b>0,8</b>	<b>1,0</b>	<b>1,1</b>	<b>-0,7</b>	<b>0,1</b>	<b>0,6</b>
Rondônia	1,7	1,2	-1,5	0,4	-1,2	-3,0	-1,6	-1,6	-1,8	-3,5	-2,9	-2,0
Acre	1,1	2,0	-1,2	5,3	5,4	2,0	1,1	1,6	1,6	-1,1	-0,1	1,0
Amazonas	0,2	1,1	-1,6	1,7	3,5	-0,6	2,8	2,9	2,5	0,5	1,7	2,1
Roraima	-1,2	2,2	-2,3	13,2	16,6	7,6	12,3	12,8	12,3	9,3	11,0	11,3
Pará	0,4	0,3	-2,6	4,6	3,8	-1,0	5,6	5,4	4,7	3,7	4,1	4,3
Amapá	2,1	8,5	-5,6	13,4	26,1	14,9	2,6	5,0	5,9	-0,4	2,5	4,3
Tocantins	-0,2	-0,9	2,4	0,1	-3,9	1,0	-2,2	-2,4	-2,0	-2,0	-2,0	-1,5
Maranhão	2,0	0,9	-2,7	6,3	6,3	4,2	1,6	2,1	2,3	-1,6	-0,1	1,4
Piauí	0,4	-0,5	1,5	2,4	1,3	4,8	2,3	2,2	2,4	0,4	0,9	1,8
Ceará	-0,1	0,2	0,2	2,8	2,9	1,4	5,1	4,8	4,5	0,8	2,0	2,9
Rio Grande do Norte	2,2	-1,3	-0,7	6,0	2,7	4,3	0,5	0,7	1,1	-1,8	-0,8	0,4
Paraíba	6,0	-7,2	-1,8	41,8	31,3	32,2	8,4	10,8	12,9	2,6	6,5	10,5
Pernambuco	2,3	-0,1	-1,8	-2,1	-0,8	-3,2	-4,9	-4,5	-4,4	-6,4	-5,8	-5,2
Alagoas	-0,9	0,1	-3,9	10,5	8,8	1,8	7,7	7,8	7,2	2,9	4,4	5,5
Sergipe	2,7	-0,4	1,3	6,5	5,3	8,9	-0,6	0,0	0,9	-4,2	-2,7	-0,4
Bahia	0,5	-0,4	-0,3	-2,5	-1,6	-0,1	-4,6	-4,3	-3,9	-7,2	-6,2	-4,9
Minas Gerais	-0,9	0,5	-2,0	4,8	4,9	2,2	1,7	2,1	2,1	0,4	1,4	1,8
Espírito Santo	-1,4	-0,3	1,5	2,0	2,3	4,9	6,8	6,3	6,2	5,3	5,8	6,0
Rio de Janeiro	3,8	1,3	-0,4	-3,1	-0,7	-2,4	-3,6	-3,3	-3,2	-4,6	-3,9	-3,5
São Paulo	0,2	0,4	-0,1	1,7	0,6	-0,5	-0,4	-0,3	-0,3	-1,3	-0,8	-0,6
Paraná	-1,2	1,7	-1,7	1,6	4,0	1,5	-0,5	0,0	0,1	-1,8	-0,7	-0,2
Santa Catarina	0,5	-1,0	0,0	4,3	2,7	4,2	0,4	0,6	1,0	-0,8	0,0	0,8
Rio Grande do Sul	-1,3	-1,0	-1,1	10,0	5,7	6,4	8,0	7,7	7,6	6,4	6,9	7,2
Mato Grosso do Sul	-1,7	1,4	-2,6	8,8	7,4	4,8	6,7	6,8	6,6	5,1	5,9	6,3
Mato Grosso	-0,1	0,0	-1,6	12,2	12,2	7,1	8,0	8,5	8,3	5,2	6,7	7,4
Goiás	-0,7	0,1	-1,6	1,9	0,5	-1,4	-0,2	-0,1	-0,3	-1,8	-0,9	-0,5
Distrito Federal	1,8	0,0	0,6	7,2	6,4	4,6	2,8	3,2	3,3	-0,3	1,4	2,3

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

**Tabela 3- Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista Ampliado, segundo as unidades da federação**  
**Novembro 2022 - Variação (%)**

Brasil e Unidades da Federação	Mês/Mês anterior (1)			Mensal (2)			Acumulado no ano (3)			Últimos 12 meses (4)		
	SET	OUT	NOV	SET	OUT	NOV	JAN-SET	JAN-OUT	JAN-NOV	Até SET	Até OUT	Até NOV
<b>Brasil</b>	1,3	<b>0,2</b>	<b>-0,6</b>	<b>0,9</b>	<b>0,3</b>	<b>-1,4</b>	<b>-0,6</b>	<b>-0,5</b>	<b>-0,6</b>	<b>-1,6</b>	<b>-1,0</b>	<b>-0,8</b>
Rondônia	-1,5	-4,5	2,2	-2,3	-5,9	-4,7	-1,2	-1,7	-2,0	-2,5	-2,4	-2,2
Acre	1,0	1,8	1,7	1,9	3,6	5,8	-1,5	-0,9	-0,3	-3,7	-2,9	-1,2
Amazonas	-1,7	2,0	0,1	-3,5	1,0	-1,3	0,4	0,5	0,3	-1,9	-0,6	-0,1
Roraima	-0,2	1,6	-0,2	7,6	10,9	4,5	7,6	7,9	7,6	6,5	7,6	7,3
Pará	-1,2	-0,9	-0,8	-0,2	-1,5	-2,5	2,6	2,1	1,7	1,8	1,6	1,5
Amapá	-1,0	7,7	-3,3	3,5	18,4	9,9	-1,1	0,8	1,6	-3,9	-1,1	0,1
Tocantins	0,4	-8,7	9,8	11,1	-5,6	8,4	5,0	3,8	4,2	4,8	4,1	4,9
Maranhão	0,6	1,2	-0,4	3,5	2,3	1,7	-0,9	-0,6	-0,4	-3,1	-1,9	-0,9
Piauí	-0,5	0,4	1,4	3,8	4,1	6,2	2,1	2,3	2,6	0,2	0,9	1,8
Ceará	-1,1	1,4	-0,6	-6,3	-5,0	-5,8	2,3	1,5	0,8	1,5	1,2	0,5
Rio Grande do Norte	2,6	-0,1	0,2	5,3	2,0	4,4	0,1	0,3	0,7	-1,5	-0,6	0,3
Paraíba	2,3	-2,2	-0,9	25,2	18,6	22,5	3,8	5,4	7,0	0,2	2,4	5,1
Pernambuco	1,5	0,4	-0,5	-13,6	-13,5	-14,9	-8,3	-8,9	-9,5	-3,8	-5,7	-7,9
Alagoas	1,9	3,9	-5,6	6,2	4,3	1,9	3,9	4,0	3,8	1,4	1,8	2,6
Sergipe	-1,1	-1,5	3,7	-2,7	-6,6	0,2	1,4	0,6	0,5	-0,7	-0,8	-0,4
Bahia	0,0	-1,0	0,1	-10,3	-10,5	-9,7	-5,9	-6,4	-6,7	-5,3	-5,8	-6,5
Minas Gerais	-1,2	2,1	-2,9	1,1	3,7	-0,8	1,1	1,3	1,1	0,1	1,0	1,1
Espírito Santo	0,6	1,0	1,2	-2,4	-1,2	2,0	-0,2	-0,3	-0,1	0,9	0,9	0,8
Rio de Janeiro	5,8	-1,1	0,2	-4,5	-0,7	-5,5	-4,3	-4,0	-4,1	-4,7	-4,0	-4,2
São Paulo	1,9	-1,2	0,3	2,9	0,0	-1,3	-1,7	-1,6	-1,5	-3,5	-2,6	-2,1
Paraná	-1,5	0,2	-0,6	-0,7	0,5	-2,2	-3,4	-3,0	-2,9	-4,3	-3,3	-3,1
Santa Catarina	-2,0	0,4	-0,1	2,2	1,0	-0,3	3,1	2,9	2,6	2,5	2,9	2,6
Rio Grande do Sul	0,8	-0,7	-1,1	8,6	3,7	3,3	3,9	3,8	3,8	2,7	3,2	3,5
Mato Grosso do Sul	-3,0	3,1	-1,6	2,3	5,7	2,1	4,8	4,9	4,7	4,7	5,2	4,9
Mato Grosso	0,4	-0,7	0,5	12,3	7,1	7,8	5,3	5,5	5,7	3,8	4,5	5,2
Goiás	-3,8	4,1	-2,7	-3,5	3,8	-3,0	2,7	2,8	2,2	2,7	3,4	2,7
Distrito Federal	2,3	0,0	0,3	4,4	3,0	3,5	-2,1	-1,5	-1,1	-4,4	-3,2	-2,1

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

(4) Base: últimos 12 meses anteriores

**Pesquisa Mensal de Comércio**  
**Tabela 4 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação**  
**Ceará - Novembro 2022 - Variação (%)**

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	SET	OUT	NOV	JAN-SET	JAN-OUT	JAN-NOV	Até SET	Até OUT	Até NOV
<b>Comércio Varejista (4)</b>	<b>2,8</b>	<b>2,9</b>	<b>1,4</b>	<b>5,1</b>	<b>4,8</b>	<b>4,5</b>	<b>0,8</b>	<b>2,0</b>	<b>2,9</b>
1. Combustíveis e lubrificantes	16,7	11,0	23,3	9,1	9,3	10,6	6,5	6,7	8,8
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	10,1	8,0	0,3	4,0	4,4	4,0	1,9	3,2	3,0
2.1. Hipermercados e supermercados	8,1	3,5	-5,8	1,4	1,6	0,9	0,7	1,5	0,5
3. Tecidos, vestuário e calçados	-6,3	-10,9	-11,1	20,1	16,0	12,6	7,5	8,1	8,6
4. Móveis e eletrodomésticos	-7,2	13,7	11,5	-1,4	-0,1	1,1	-10,9	-6,6	-1,9
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	8,4	6,9	5,8	7,2	7,2	7,0	5,3	6,2	6,7
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	7,9	4,4	61,8	23,7	22,6	24,9	13,9	18,5	22,5
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	5,9	2,3	34,0	6,6	6,2	9,0	1,3	2,0	6,8
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-21,4	-15,7	-16,4	-2,6	-4,2	-5,7	-6,7	-6,9	-7,1
<b>Comércio Varejista Ampliado (5)</b>	<b>-6,3</b>	<b>-5,0</b>	<b>-5,8</b>	<b>2,3</b>	<b>1,5</b>	<b>0,8</b>	<b>1,5</b>	<b>1,2</b>	<b>0,5</b>
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-13,3	-14,3	-13,1	-1,5	-2,8	-3,8	2,3	0,0	-2,2
10. Material de construção	-31,7	-21,6	-24,9	-2,6	-4,8	-7,2	3,2	0,0	-5,9

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  
Pernambuco - Novembro 2022 - Variação (%)**

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	SET	OUT	NOV	JAN-SET	JAN-OUT	JAN-NOV	Até SET	Até OUT	Até NOV
<b>Comércio Varejista (4)</b>	<b>-2,1</b>	<b>-0,8</b>	<b>-3,2</b>	<b>-4,9</b>	<b>-4,5</b>	<b>-4,4</b>	<b>-6,4</b>	<b>-5,8</b>	<b>-5,2</b>
1. Combustíveis e lubrificantes	24,2	21,7	31,7	6,3	8,0	10,1	2,8	4,6	8,1
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	-2,7	-3,5	-4,6	-6,0	-5,8	-5,7	-7,9	-7,0	-6,4
2.1. Hipermercados e supermercados	-2,8	-3,5	-5,3	-5,9	-5,7	-5,6	-8,5	-7,5	-6,8
3. Tecidos, vestuário e calçados	-13,3	-23,2	-25,4	-1,9	-4,4	-7,1	-2,9	-4,9	-7,1
4. Móveis e eletrodomésticos	-15,4	6,6	8,0	-18,4	-16,4	-14,4	-23,5	-20,9	-16,4
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	10,9	12,2	11,2	5,9	6,6	7,0	7,0	7,4	7,4
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	10,1	-9,4	-4,1	12,0	10,5	9,5	13,3	12,0	10,6
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	114,2	121,2	-41,9	39,9	49,6	36,7	33,8	44,6	36,1
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-21,2	-14,6	-14,6	-15,9	-15,8	-15,6	-14,7	-15,2	-15,9
<b>Comércio Varejista Ampliado (5)</b>	<b>-13,6</b>	<b>-13,5</b>	<b>-14,9</b>	<b>-8,3</b>	<b>-8,9</b>	<b>-9,5</b>	<b>-3,8</b>	<b>-5,7</b>	<b>-7,9</b>
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-31,1	-33,8	-35,1	-13,9	-16,4	-18,5	2,9	-4,7	-12,6
10. Material de construção	-3,1	2,1	0,7	-10,8	-9,5	-8,6	-11,5	-10,2	-9,2

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

Bahia - Novembro 2022 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	SET	OUT	NOV	JAN-SET	JAN-OUT	JAN-NOV	Até SET	Até OUT	Até NOV
<b>Comércio Varejista (4)</b>	<b>-2,5</b>	<b>-1,6</b>	<b>-0,1</b>	<b>-4,6</b>	<b>-4,3</b>	<b>-3,9</b>	<b>-7,2</b>	<b>-6,2</b>	<b>-4,9</b>
1. Combustíveis e lubrificantes	15,1	6,6	19,0	-5,1	-3,9	-2,0	-8,9	-7,0	-3,9
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	1,5	0,1	1,1	-2,4	-2,1	-1,8	-4,8	-4,0	-2,9
2.1. Hipermercados e supermercados	2,9	1,4	2,0	-1,1	-0,8	-0,5	-4,1	-3,2	-1,9
3. Tecidos, vestuário e calçados	-15,3	-18,2	-17,9	7,4	4,3	1,7	5,3	3,3	1,4
4. Móveis e eletrodomésticos	-22,9	-4,3	0,5	-27,4	-25,6	-23,3	-30,8	-28,3	-24,7
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	7,0	6,2	8,6	11,2	10,7	10,5	10,3	10,7	11,0
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	0,9	1,0	-0,7	10,2	9,4	8,5	3,9	5,3	6,3
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-11,6	54,8	12,4	0,9	6,6	7,3	-1,1	2,9	3,5
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-14,0	-13,9	-13,6	-6,2	-7,0	-7,8	-7,8	-7,4	-8,1
<b>Comércio Varejista Ampliado (5)</b>	<b>-10,3</b>	<b>-10,5</b>	<b>-9,7</b>	<b>-5,9</b>	<b>-6,4</b>	<b>-6,7</b>	<b>-5,3</b>	<b>-5,8</b>	<b>-6,5</b>
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-27,0	-29,0	-29,9	-9,4	-11,7	-13,7	0,6	-4,6	-10,4
10. Material de construção	-7,4	-10,0	-9,8	-4,8	-5,4	-5,8	-7,5	-6,6	-6,9

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  
Minas Gerais - Novembro 2022 - Variação (%)**

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	SET	OUT	NOV	JAN-SET	JAN-OUT	JAN-NOV	Até SET	Até OUT	Até NOV
<b>Comércio Varejista (4)</b>	<b>4,8</b>	<b>4,9</b>	<b>2,2</b>	<b>1,7</b>	<b>2,1</b>	<b>2,1</b>	<b>0,4</b>	<b>1,4</b>	<b>1,8</b>
1. Combustíveis e lubrificantes	45,4	48,3	46,1	13,0	16,6	19,1	6,3	11,5	16,4
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	3,7	2,3	5,3	0,3	0,5	1,0	0,1	0,4	0,9
2.1. Hipermercados e supermercados	4,0	2,3	5,6	0,4	0,6	1,0	0,1	0,4	1,0
3. Tecidos, vestuário e calçados	-15,2	-16,6	-16,6	0,4	-1,5	-3,4	-2,9	-3,7	-4,7
4. Móveis e eletrodomésticos	-1,6	7,8	2,9	-15,8	-13,9	-12,3	-20,3	-17,1	-13,5
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	24,7	23,0	6,4	19,6	20,0	18,6	18,9	19,6	18,4
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	17,4	-3,2	5,8	28,4	24,9	23,2	23,3	22,0	22,5
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-10,9	-1,6	-16,4	-9,0	-8,3	-9,1	-11,1	-10,9	-11,1
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-18,6	-14,2	-16,7	-5,3	-6,3	-7,7	-4,6	-3,4	-5,8
<b>Comércio Varejista Ampliado (5)</b>	<b>1,1</b>	<b>3,7</b>	<b>-0,8</b>	<b>1,1</b>	<b>1,3</b>	<b>1,1</b>	<b>0,1</b>	<b>1,0</b>	<b>1,1</b>
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-11,2	4,4	-6,8	2,6	2,8	1,8	2,9	3,3	2,3
10. Material de construção	-1,4	-9,5	-15,8	-8,4	-8,5	-9,2	-8,3	-7,9	-8,7

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  
Espírito Santo - Novembro 2022 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	SET	OUT	NOV	JAN-SET	JAN-OUT	JAN-NOV	Até SET	Até OUT	Até NOV
<b>Comércio Varejista (4)</b>	<b>2,0</b>	<b>2,3</b>	<b>4,9</b>	<b>6,8</b>	<b>6,3</b>	<b>6,2</b>	<b>5,3</b>	<b>5,8</b>	<b>6,0</b>
1. Combustíveis e lubrificantes	22,7	18,4	18,5	15,2	15,6	15,8	11,4	12,9	14,2
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	9,6	6,4	7,1	6,7	6,7	6,7	5,9	6,6	6,8
2.1. Hipermercados e supermercados	11,3	7,7	8,9	8,0	8,0	8,1	6,9	7,7	8,0
3. Tecidos, vestuário e calçados	-9,3	-11,9	-5,0	4,6	2,7	1,9	3,9	2,8	2,0
4. Móveis e eletrodomésticos	-17,1	4,2	5,4	-5,5	-4,6	-3,5	-9,4	-6,5	-4,6
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	-0,1	-3,9	2,6	6,3	5,2	5,0	7,4	5,9	5,5
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-2,3	12,1	15,7	8,4	8,7	9,3	1,6	4,8	7,2
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	14,1	20,1	35,8	53,6	49,9	48,1	54,0	52,8	50,6
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-17,7	-20,7	-15,3	11,3	7,3	4,5	10,2	6,8	3,7
<b>Comércio Varejista Ampliado (5)</b>	<b>-2,4</b>	<b>-1,2</b>	<b>2,0</b>	<b>-0,2</b>	<b>-0,3</b>	<b>-0,1</b>	<b>0,9</b>	<b>0,9</b>	<b>0,8</b>
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-6,5	-4,1	0,6	-8,9	-8,4	-7,6	-4,6	-5,1	-5,6
10. Material de construção	-9,5	-9,3	-9,5	2,4	1,2	0,1	0,9	1,0	0,7

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**  
Rio De Janeiro - Novembro 2022 - Variação (%)

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

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  
São Paulo - Novembro 2022 - Variação (%)**

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	SET	OUT	NOV	JAN-SET	JAN-OUT	JAN-NOV	Até SET	Até OUT	Até NOV
<b>Comércio Varejista (4)</b>	<b>1,7</b>	<b>0,6</b>	<b>-0,5</b>	<b>-0,4</b>	<b>-0,3</b>	<b>-0,3</b>	<b>-1,3</b>	<b>-0,8</b>	<b>-0,6</b>
1. Combustíveis e lubrificantes	28,3	33,7	19,2	14,8	16,7	16,9	9,3	13,4	15,3
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	7,2	4,9	3,9	2,2	2,5	2,6	2,0	2,6	2,6
2.1. Hipermercados e supermercados	7,0	4,9	4,3	1,5	1,8	2,1	1,4	2,0	2,0
3. Tecidos, vestuário e calçados	-6,7	-15,4	-17,9	15,8	12,0	8,5	10,7	9,0	7,4
4. Móveis e eletrodomésticos	-23,1	-19,1	-11,9	-15,6	-16,0	-15,5	-17,2	-17,5	-16,4
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	2,6	2,0	9,0	4,6	4,3	4,7	2,3	3,4	4,9
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	31,7	8,4	-14,4	8,0	8,1	5,7	-4,8	-2,9	0,9
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	14,8	13,0	-3,2	-1,5	-0,1	-0,5	-3,9	-2,1	-0,3
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-13,0	-10,7	-12,1	-17,3	-16,7	-16,2	-15,1	-15,3	-15,8
<b>Comércio Varejista Ampliado (5)</b>	<b>2,9</b>	<b>0,0</b>	<b>-1,3</b>	<b>-1,7</b>	<b>-1,6</b>	<b>-1,5</b>	<b>-3,5</b>	<b>-2,6</b>	<b>-2,1</b>
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	11,5	5,7	-1,9	-3,3	-2,5	-2,4	-8,6	-6,1	-4,5
10. Material de construção	-2,8	-11,9	-5,2	-6,7	-7,2	-7,1	-7,6	-7,2	-7,1

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 - Novembro 2022 - Variação (%)**

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	SET	OUT	NOV	JAN-SET	JAN-OUT	JAN-NOV	Até SET	Até OUT	Até NOV
<b>Comércio Varejista (4)</b>	<b>1,6</b>	<b>4,0</b>	<b>1,5</b>	<b>-0,5</b>	<b>0,0</b>	<b>0,1</b>	<b>-1,8</b>	<b>-0,7</b>	<b>-0,2</b>
1. Combustíveis e lubrificantes	40,5	39,1	28,7	9,6	12,4	13,8	3,6	8,2	11,4
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	-5,3	-2,2	-2,0	-2,3	-2,3	-2,2	-2,8	-2,2	-2,1
2.1. Hipermercados e supermercados	-5,0	-1,9	-1,4	-2,3	-2,2	-2,2	-2,8	-2,2	-2,1
3. Tecidos, vestuário e calçados	-11,2	-9,9	-14,5	6,1	4,4	2,4	6,5	5,3	3,5
4. Móveis e eletrodomésticos	-5,0	0,5	-2,3	-16,3	-14,8	-13,7	-19,8	-16,7	-14,4
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	6,6	11,5	13,8	8,0	8,3	8,9	7,4	7,9	8,4
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	97,4	46,5	13,6	49,7	49,4	45,9	39,4	42,2	41,0
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-16,7	18,1	1,4	-10,0	-6,8	-5,9	-13,7	-9,8	-8,2
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-5,3	-5,6	-10,7	-4,4	-4,6	-5,2	-2,6	-2,9	-4,2
<b>Comércio Varejista Ampliado (5)</b>	<b>-0,7</b>	<b>0,5</b>	<b>-2,2</b>	<b>-3,4</b>	<b>-3,0</b>	<b>-2,9</b>	<b>-4,3</b>	<b>-3,3</b>	<b>-3,1</b>
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	2,4	0,9	-2,2	-5,5	-4,9	-4,6	-6,9	-5,5	-4,9
10. Material de construção	-16,9	-17,4	-20,1	-13,4	-13,8	-14,5	-11,6	-12,1	-14,2

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  
Santa Catarina - Novembro 2022 - Variação (%)**

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	SET	OUT	NOV	JAN-SET	JAN-OUT	JAN-NOV	Até SET	Até OUT	Até NOV
<b>Comércio Varejista (4)</b>	<b>4,3</b>	<b>2,7</b>	<b>4,2</b>	<b>0,4</b>	<b>0,6</b>	<b>1,0</b>	<b>-0,8</b>	<b>0,0</b>	<b>0,8</b>
1. Combustíveis e lubrificantes	34,2	29,4	17,6	13,2	14,9	15,2	10,1	13,0	14,3
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	1,7	2,1	6,4	0,5	0,6	1,2	0,0	0,5	1,3
2.1. Hipermercados e supermercados	1,9	2,5	7,3	0,5	0,7	1,3	-0,1	0,5	1,4
3. Tecidos, vestuário e calçados	-15,3	-16,7	-17,5	-7,8	-8,7	-9,6	-7,1	-7,6	-8,8
4. Móveis e eletrodomésticos	1,6	-5,2	1,4	-3,5	-3,7	-3,1	-10,4	-8,2	-5,2
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	4,6	3,4	9,0	9,2	8,6	8,6	8,8	8,4	8,5
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	51,6	8,3	6,3	24,8	23,0	21,6	21,3	20,2	19,4
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	27,7	1,2	14,3	25,8	22,4	21,3	22,3	19,9	18,4
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-7,7	-10,3	-10,0	-13,2	-12,9	-12,6	-11,0	-11,4	-11,5
<b>Comércio Varejista Ampliado (5)</b>	<b>2,2</b>	<b>1,0</b>	<b>-0,3</b>	<b>3,1</b>	<b>2,9</b>	<b>2,6</b>	<b>2,5</b>	<b>2,9</b>	<b>2,6</b>
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	3,7	4,0	-2,2	11,0	10,3	9,0	11,5	11,3	9,3
10. Material de construção	-14,2	-18,4	-19,8	-5,6	-6,9	-8,2	-5,6	-5,6	-7,6

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**  
Rio Grande Do Sul - Novembro 2022 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	SET	OUT	NOV	JAN-SET	JAN-OUT	JAN-NOV	Até SET	Até OUT	Até NOV
<b>Comércio Varejista (4)</b>	<b>10,0</b>	<b>5,7</b>	<b>6,4</b>	<b>8,0</b>	<b>7,7</b>	<b>7,6</b>	<b>6,4</b>	<b>6,9</b>	<b>7,2</b>
1. Combustíveis e lubrificantes	73,5	61,1	40,5	26,0	29,0	29,9	21,4	25,6	28,2
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	5,6	0,8	2,4	6,0	5,5	5,2	4,3	4,7	4,9
2.1. Hipermercados e supermercados	6,4	1,4	3,0	7,3	6,6	6,3	5,3	5,7	6,0
3. Tecidos, vestuário e calçados	-3,3	-1,8	0,9	10,9	9,5	8,7	8,7	8,8	8,9
4. Móveis e eletrodomésticos	-10,1	-9,8	-1,1	-7,2	-7,4	-6,7	-10,0	-9,0	-7,6
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	4,1	1,5	5,6	5,6	5,2	5,2	6,1	5,5	5,4
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	52,6	26,1	22,2	27,9	27,7	27,2	21,0	23,1	24,5
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-21,2	-15,6	-25,1	-28,5	-27,5	-27,3	-24,6	-24,4	-26,5
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	0,9	-3,5	3,9	9,7	7,9	7,4	13,3	10,3	8,2
<b>Comércio Varejista Ampliado (5)</b>	<b>8,6</b>	<b>3,7</b>	<b>3,3</b>	<b>3,9</b>	<b>3,8</b>	<b>3,8</b>	<b>2,7</b>	<b>3,2</b>	<b>3,5</b>
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	14,0	4,8	1,8	-2,3	-1,6	-1,2	-3,1	-2,2	-1,5
10. Material de construção	-9,3	-11,9	-13,6	-12,9	-12,8	-12,9	-12,0	-11,7	-12,6

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  
Goiás - Novembro 2022 - Variação (%)**

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	SET	OUT	NOV	JAN-SET	JAN-OUT	JAN-NOV	Até SET	Até OUT	Até NOV
<b>Comércio Varejista (4)</b>	<b>1,9</b>	<b>0,5</b>	<b>-1,4</b>	<b>-0,2</b>	<b>-0,1</b>	<b>-0,3</b>	<b>-1,8</b>	<b>-0,9</b>	<b>-0,5</b>
1. Combustíveis e lubrificantes	10,0	13,3	5,0	-0,2	1,2	1,5	-2,3	-0,3	0,7
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	-2,1	-3,6	-7,9	-3,5	-3,5	-4,0	-3,8	-3,1	-3,9
2.1. Hipermercados e supermercados	-2,3	-3,9	-8,1	-4,6	-4,5	-4,8	-4,8	-4,0	-4,7
3. Tecidos, vestuário e calçados	0,8	-16,0	-14,2	9,3	6,2	3,9	7,6	5,6	4,5
4. Móveis e eletrodomésticos	-0,9	6,7	12,3	-4,4	-3,3	-1,7	-9,8	-6,8	-3,0
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	13,7	8,5	10,3	11,4	11,1	11,0	11,7	11,6	11,3
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	34,8	-1,0	-24,8	38,0	33,5	27,0	30,5	30,0	25,8
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	21,7	26,8	13,2	21,7	22,1	21,2	16,0	20,6	20,3
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-4,4	-6,0	-8,2	-2,8	-3,1	-3,7	-3,4	-3,4	-3,7
<b>Comércio Varejista Ampliado (5)</b>	<b>-3,5</b>	<b>3,8</b>	<b>-3,0</b>	<b>2,7</b>	<b>2,8</b>	<b>2,2</b>	<b>2,7</b>	<b>3,4</b>	<b>2,7</b>
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-8,0	15,5	-4,5	11,2	11,6	10,0	14,5	15,0	11,9
10. Material de construção	-15,6	-19,8	-7,6	-13,3	-13,9	-13,4	-12,4	-13,2	-13,0

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 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 - Novembro 2022 - Variação (%)**

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	SET	OUT	NOV	JAN-SET	JAN-OUT	JAN-NOV	Até SET	Até OUT	Até NOV
<b>Comércio Varejista (4)</b>	<b>7,2</b>	<b>6,4</b>	<b>4,6</b>	<b>2,8</b>	<b>3,2</b>	<b>3,3</b>	<b>-0,3</b>	<b>1,4</b>	<b>2,3</b>
1. Combustíveis e lubrificantes	46,8	44,3	46,8	17,8	20,5	22,8	6,3	12,6	19,0
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	1,1	2,0	2,4	-4,4	-3,8	-3,2	-5,9	-4,8	-4,0
2.1. Hipermercados e supermercados	4,1	4,2	5,1	-3,1	-2,3	-1,6	-5,3	-3,9	-2,7
3. Tecidos, vestuário e calçados	-9,8	-17,7	-11,8	-0,8	-2,7	-3,6	-4,2	-5,3	-5,3
4. Móveis e eletrodomésticos	-2,5	14,5	6,3	-16,6	-13,7	-11,8	-19,4	-15,3	-12,7
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	0,5	0,5	2,9	4,8	4,4	4,2	5,8	4,9	4,4
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	46,4	53,4	37,5	3,7	7,8	10,0	3,8	7,4	9,7
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	183,2	-24,5	-9,9	30,2	23,7	19,8	0,7	20,2	17,1
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-13,1	-18,9	-20,5	22,9	17,1	11,2	24,7	19,9	11,9
<b>Comércio Varejista Ampliado (5)</b>	<b>4,4</b>	<b>3,0</b>	<b>3,5</b>	<b>-2,1</b>	<b>-1,5</b>	<b>-1,1</b>	<b>-4,4</b>	<b>-3,2</b>	<b>-2,1</b>
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	12,0	10,5	13,5	-5,6	-4,1	-2,6	-8,8	-7,3	-4,6
10. Material de construção	-14,4	-18,9	-15,0	-12,5	-13,2	-13,3	-12,1	-12,5	-13,0

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 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 - novembro 2022

Atividades	Comércio varejista ampliado												
	nov/2021	dez/2021	jan/2022	fev/2022	mar/2022	abr/2022	mai/2022	jun/2022	jul/2022	ago/2022	set/2022	out/2022	nov/2022
<b>Comércio Varejista (1)</b>	<b>104,0</b>	<b>121,4</b>	<b>92,2</b>	<b>87,2</b>	<b>95,8</b>	<b>95,9</b>	<b>99,4</b>	<b>95,8</b>	<b>98,0</b>	<b>98,5</b>	<b>95,9</b>	<b>100,2</b>	<b>105,5</b>
1. Combustíveis e lubrificantes	68,6	71,9	66,1	66,0	77,3	75,7	79,5	78,7	91,5	95,0	95,3	97,2	87,4
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	102,5	122,6	97,2	94,9	100,5	103,1	100,6	99,6	103,5	102,0	101,0	105,9	105,4
2.1. Hipermercados e supermercados	104,9	125,8	99,4	96,7	102,5	105,6	102,7	101,7	106,1	104,5	103,3	108,3	108,4
3. Tecidos, vestuário e calçados	87,2	144,6	59,1	59,5	67,3	74,6	93,0	82,5	72,0	73,8	64,5	67,4	73,1
4. Móveis e eletrodomésticos	98,3	100,5	78,1	69,8	80,5	74,5	82,4	73,7	76,2	77,6	75,8	78,2	101,2
4.1. Móveis	91,1	97,1	73,5	68,8	75,7	71,5	79,5	69,6	76,6	71,2	66,2	69,3	83,3
4.2. Eletrodomésticos	100,6	100,8	79,5	69,4	81,6	74,8	82,6	74,5	74,8	79,5	79,4	81,7	108,5
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	143,7	164,5	152,3	134,6	149,8	138,6	150,8	147,5	146,1	147,8	143,4	144,2	153,0
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	28,0	40,8	48,6	42,1	33,0	24,3	28,0	27,3	28,9	30,6	29,2	26,8	28,3
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	80,5	78,8	59,8	62,4	76,7	64,5	73,3	70,8	70,6	67,4	65,9	73,8	80,1
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	149,3	153,5	107,8	93,7	106,5	107,7	112,6	104,8	102,5	104,7	98,8	108,4	133,7
<b>Comércio Varejista Ampliado (2)</b>	<b>103,0</b>	<b>113,8</b>	<b>90,3</b>	<b>86,1</b>	<b>96,6</b>	<b>93,4</b>	<b>98,5</b>	<b>94,4</b>	<b>96,6</b>	<b>98,8</b>	<b>95,7</b>	<b>97,5</b>	<b>101,6</b>
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	95,3	97,0	82,3	80,3	92,8	85,8	92,9	88,2	90,2	96,1	91,8	89,9	90,1
10. Material de construção	116,6	102,6	98,1	93,7	112,5	96,0	106,4	101,5	103,0	108,6	105,0	98,2	103,9

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**  
**Novembro 2022 - Variação (%)**

Atividades de Divulgação	Mês/Mês anterior (1)			Mensal (2)			Acumulado no ano (3)			Últimos 12 meses (4)		
	SET	OUT	NOV	SET	OUT	NOV	JAN-SET	JAN-OUT	JAN-NOV	Até SET	Até OUT	Até NOV
<b>Comércio varejista (5)</b>	<b>0,1</b>	<b>0,1</b>	<b>-0,3</b>	<b>13,6</b>	<b>12,2</b>	<b>10,5</b>	<b>15,5</b>	<b>15,1</b>	<b>14,6</b>	<b>13,5</b>	<b>13,9</b>	<b>14,1</b>
1. Combustíveis e lubrificantes	-6,0	-1,1	-3,0	12,5	7,1	-2,0	32,2	29,4	26,1	33,6	31,0	27,1
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	0,8	0,9	0,4	17,7	16,5	17,0	15,0	15,2	15,4	13,0	13,9	14,6
2.1. Hipermercados e supermercados	1,0	0,9	0,5	18,0	16,3	17,6	14,8	14,9	15,2	12,8	13,6	14,4
3. Tecidos, vestuário e calçados	-1,1	-1,4	0,3	8,1	0,9	-0,3	22,5	19,9	17,5	17,1	16,7	16,2
4. Móveis e eletrodomésticos	0,0	2,3	1,8	3,8	8,0	10,1	2,3	2,9	3,7	-1,8	0,0	2,3
4.1. Móveis	-	-	-	-4,0	-2,1	4,7	2,8	2,3	2,6	0,4	0,5	1,8
4.2. Eletrodomésticos	-	-	-	7,3	13,0	12,2	2,1	3,2	4,2	-2,7	-0,2	2,5
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	1,5	0,4	2,1	21,9	20,6	20,9	19,4	19,5	19,7	16,8	18,1	19,1
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	1,9	-3,5	-1,8	39,6	21,3	7,0	26,1	25,7	23,9	17,1	19,0	20,7
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	1,8	2,3	-5,1	8,1	10,5	-2,9	4,4	5,0	4,2	1,2	3,0	3,2
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-0,5	2,5	-1,3	-0,3	1,3	-1,3	3,5	3,3	2,7	4,0	3,9	2,9
<b>Comércio varejista ampliado (6)</b>	<b>1,0</b>	<b>0,5</b>	<b>-0,2</b>	<b>11,9</b>	<b>10,1</b>	<b>7,7</b>	<b>14,0</b>	<b>13,6</b>	<b>13,0</b>	<b>12,9</b>	<b>13,1</b>	<b>12,8</b>
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	0,3	-1,8	0,5	11,8	10,7	3,6	14,4	14,0	13,0	14,7	14,6	13,3
10. Material de construção	0,3	-4,8	3,5	1,4	-4,7	-3,4	4,1	3,2	2,5	5,6	4,6	3,0

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 7 - Indicadores de Receita Nominal de Vendas do Comércio Varejista, segundo as unidades da federação**  
**Novembro 2022 - Variação (%)**

Brasil e Unidades da Federação	Mês/Mês anterior (1)			Mensal (2)			Acumulado no ano (3)			Últimos 12 meses (4)		
	SET	OUT	NOV	SET	OUT	NOV	JAN-SET	JAN-OUT	JAN-NOV	Até SET	Até OUT	Até NOV
<b>Brasil</b>	<b>0,1</b>	<b>0,1</b>	<b>-0,3</b>	<b>13,6</b>	<b>12,2</b>	<b>10,5</b>	<b>15,5</b>	<b>15,1</b>	<b>14,6</b>	<b>13,5</b>	<b>13,9</b>	<b>14,1</b>
Rondônia	1,8	1,0	-1,2	8,1	5,3	3,7	7,8	7,6	7,1	5,9	6,3	6,9
Acre	0,6	0,6	-0,5	10,3	9,0	7,4	10,0	9,9	9,6	8,4	8,7	9,1
Amazonas	-0,1	1,6	-1,8	5,5	6,7	2,9	9,7	9,4	8,7	8,3	8,7	8,5
Roraima	-2,6	2,5	-1,6	16,9	19,7	10,4	24,4	23,8	22,4	22,2	22,8	21,9
Pará	-1,1	0,0	-1,5	12,2	10,6	6,2	16,0	15,4	14,4	13,9	13,9	13,8
Amapá	0,7	7,6	-5,4	18,1	28,8	16,0	15,4	16,8	16,8	12,9	15,1	15,5
Tocantins	-1,1	1,6	2,0	9,0	3,7	8,9	11,4	10,5	10,4	11,5	10,9	10,9
Maranhão	1,7	0,9	-1,3	16,6	15,7	13,1	15,2	15,2	15,0	11,7	12,9	14,2
Piauí	-0,5	0,2	2,1	11,1	9,2	12,5	15,7	15,0	14,7	14,0	14,0	14,3
Ceará	-0,5	0,9	-0,3	12,0	10,7	8,5	18,8	17,9	16,9	14,7	15,3	15,5
Rio Grande do Norte	1,4	-1,5	-0,3	13,6	8,3	9,3	14,5	13,8	13,4	12,5	12,6	12,9
Paraíba	5,3	-6,2	-1,9	50,2	38,8	37,1	22,5	24,3	25,6	16,5	20,0	23,3
Pernambuco	0,9	0,2	-2,1	6,0	6,0	3,3	8,9	8,6	8,0	7,3	7,4	7,3
Alagoas	-1,3	0,2	-4,5	20,1	16,7	8,6	22,4	21,7	20,3	17,3	18,3	18,7
Sergipe	1,3	-0,7	1,5	13,6	10,5	13,3	14,6	14,1	14,0	10,9	11,7	12,9
Bahia	0,0	-0,6	-0,3	8,6	7,2	7,2	11,8	11,3	10,9	9,2	9,6	10,1
Minas Gerais	-0,7	0,9	-1,0	15,7	15,0	12,8	16,6	16,4	16,0	14,6	15,4	15,6
Espírito Santo	-1,9	-0,5	2,4	13,2	11,5	13,6	21,6	20,5	19,8	19,7	19,7	19,3
Rio de Janeiro	3,4	1,6	0,0	7,4	8,9	6,2	9,6	9,6	9,2	7,9	8,5	8,6
São Paulo	0,5	0,5	0,2	14,1	12,8	10,7	14,6	14,4	14,0	12,7	13,3	13,4
Paraná	-1,9	1,9	-0,8	12,3	12,7	10,0	16,3	15,9	15,3	14,6	15,1	14,9
Santa Catarina	-0,3	-0,8	0,7	15,2	11,9	12,6	17,9	17,2	16,8	16,5	16,5	16,6
Rio Grande do Sul	-1,4	-0,5	-0,5	19,0	13,9	14,4	21,5	20,7	20,0	20,1	19,9	19,6
Mato Grosso do Sul	-2,5	0,6	-0,5	15,1	11,6	11,0	21,4	20,3	19,3	20,1	19,6	19,1
Mato Grosso	-2,1	0,4	-0,6	16,6	15,1	12,4	22,7	21,8	20,9	20,0	20,2	19,9
Goiás	-1,6	-0,2	-0,7	8,9	6,3	5,3	12,7	12,0	11,3	11,1	11,3	11,1
Distrito Federal	0,1	0,0	1,6	12,2	10,3	8,6	17,6	16,8	15,9	14,7	15,3	15,0

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: 12 meses anteriores

**Pesquisa Mensal de Comércio**  
**Tabela 8 - Indicadores de Receita Nominal de Vendas do Comércio Varejista Ampliado, segundo as unidades da federação**  
**Novembro 2022 - Variação (%)**

Brasil e Unidades da Federação	Mês/Mês anterior (1)			Mensal (2)			Acumulado no ano (3)			Últimos 12 meses (4)		
	SET	OUT	NOV	SET	OUT	NOV	JAN-SET	JAN-OUT	JAN-NOV	Até SET	Até OUT	Até NOV
<b>Brasil</b>	<b>1,0</b>	<b>0,5</b>	<b>-0,2</b>	<b>11,9</b>	<b>10,1</b>	<b>7,7</b>	<b>14,0</b>	<b>13,6</b>	<b>13,0</b>	<b>12,9</b>	<b>13,1</b>	<b>12,8</b>
Rondônia	-1,2	-2,0	1,7	7,4	1,5	2,1	10,5	9,5	8,7	9,1	8,8	8,6
Acre	0,6	1,3	2,2	9,2	9,2	11,9	8,9	8,9	9,2	7,0	7,3	8,4
Amazonas	-1,3	1,6	0,1	3,1	6,3	3,7	9,6	9,2	8,6	7,8	8,4	8,4
Roraima	-0,6	3,3	-1,8	14,4	16,6	8,9	20,4	19,9	18,8	19,7	20,0	18,8
Pará	-1,5	-1,0	-1,2	9,5	6,8	5,3	14,5	13,6	12,8	13,4	12,9	12,5
Amapá	-2,4	5,3	-3,1	10,8	23,7	12,8	12,1	13,3	13,3	9,6	11,8	12,0
Tocantins	0,3	-7,9	9,1	22,1	2,9	15,7	20,2	18,2	17,9	20,2	18,6	18,7
Maranhão	0,4	1,5	0,0	13,2	11,3	9,7	12,0	11,9	11,7	9,8	10,7	11,2
Piauí	-0,9	0,5	1,9	12,2	11,5	13,1	15,1	14,7	14,5	13,4	13,6	13,9
Ceará	-1,9	1,3	-0,6	2,4	3,2	1,1	15,7	14,3	12,9	15,2	14,3	12,8
Rio Grande do Norte	1,7	-0,6	0,2	12,8	7,8	9,2	13,3	12,7	12,4	12,2	12,3	12,3
Paraíba	2,4	-1,6	-1,1	35,2	27,6	29,4	18,8	19,7	20,7	15,0	16,8	18,9
Pernambuco	0,6	-0,1	-0,8	-2,8	-3,9	-6,1	6,0	4,9	3,7	9,8	7,6	5,1
Alagoas	1,1	2,0	-3,2	16,1	12,5	9,4	18,6	17,9	17,0	16,1	15,8	15,9
Sergipe	-1,6	-1,5	3,7	6,6	1,4	6,6	16,2	14,6	13,8	13,9	13,3	13,0
Bahia	0,4	-1,1	0,2	1,3	-0,8	-1,2	9,5	8,4	7,4	10,0	8,9	7,6
Minas Gerais	-1,1	2,4	-2,0	12,0	13,6	9,1	15,6	15,4	14,8	14,4	14,9	14,6
Espírito Santo	-0,7	2,7	1,4	9,9	9,1	11,9	15,1	14,4	14,2	15,8	15,5	14,9
Rio de Janeiro	4,8	-0,5	-0,1	6,7	9,1	3,4	8,8	8,8	8,3	7,8	8,4	8,0
São Paulo	1,4	-0,4	0,3	15,1	11,5	9,1	13,4	13,2	12,8	11,3	12,0	12,2
Paraná	-1,5	0,8	-1,4	10,5	9,8	6,1	12,1	11,8	11,2	11,3	11,7	11,1
Santa Catarina	-2,0	0,2	0,4	13,7	11,0	8,9	19,4	18,5	17,5	19,0	18,7	17,7
Rio Grande do Sul	-0,1	-1,3	-1,2	18,4	12,6	11,7	18,0	17,4	16,8	17,1	17,0	16,6
Mato Grosso do Sul	-3,8	3,0	-0,7	11,0	12,0	8,7	20,5	19,6	18,5	20,6	20,0	18,8
Mato Grosso	-0,6	-0,6	1,2	19,6	13,5	14,2	20,7	19,9	19,3	19,1	19,0	18,9
Goiás	-4,0	3,2	-2,0	6,2	11,5	4,7	17,2	16,6	15,3	17,2	17,2	15,9
Distrito Federal	1,7	0,1	1,2	12,0	8,7	9,2	12,8	12,4	12,0	10,9	11,2	11,4

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 - Novembro 2022 - Variação (%)**

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	SET	OUT	NOV	JAN-SET	JAN-OUT	JAN-NOV	Até SET	Até OUT	Até NOV
<b>Comércio Varejista (4)</b>	<b>12,0</b>	<b>10,7</b>	<b>8,5</b>	<b>18,8</b>	<b>17,9</b>	<b>16,9</b>	<b>14,7</b>	<b>15,3</b>	<b>15,5</b>
1. Combustíveis e lubrificantes	3,3	-7,2	-3,0	32,4	27,2	23,8	34,7	29,2	24,7
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	23,2	20,8	12,5	16,9	17,3	16,8	14,0	15,5	15,5
2.1. Hipermercados e supermercados	21,2	15,9	5,7	13,9	14,1	13,2	12,4	13,3	12,5
3. Tecidos, vestuário e calçados	6,5	2,7	2,8	34,0	29,7	26,2	20,8	21,5	22,1
4. Móveis e eletrodomésticos	4,3	27,5	23,7	10,9	12,4	13,6	0,1	5,0	10,3
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	17,8	16,8	17,3	15,7	15,8	16,0	13,2	14,5	15,4
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	9,4	5,9	65,1	26,3	25,1	27,4	16,8	21,3	25,4
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	18,0	10,2	40,9	17,1	16,3	18,8	11,1	11,7	16,7
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-15,4	-9,1	-9,9	10,8	8,2	5,8	6,4	5,6	4,5
<b>Comércio Varejista Ampliado (5)</b>	<b>2,4</b>	<b>3,2</b>	<b>1,1</b>	<b>15,7</b>	<b>14,3</b>	<b>12,9</b>	<b>15,2</b>	<b>14,3</b>	<b>12,8</b>
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-3,6	-4,7	-5,4	12,2	10,4	8,8	15,9	13,2	10,5
10. Material de construção	-28,1	-17,1	-21,1	7,1	4,1	0,9	16,6	11,0	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 9 - Indicadores de Receita Nominal de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação**  
**Pernambuco - Novembro 2022 - Variação (%)**

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	SET	OUT	NOV	JAN-SET	JAN-OUT	JAN-NOV	Até SET	Até OUT	Até NOV
<b>Comércio Varejista (4)</b>	<b>6,0</b>	<b>6,0</b>	<b>3,3</b>	<b>8,9</b>	<b>8,6</b>	<b>8,0</b>	<b>7,3</b>	<b>7,4</b>	<b>7,3</b>
1. Combustíveis e lubrificantes	2,4	-4,5	-2,6	25,0	21,4	18,9	27,8	23,4	19,8
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	11,7	10,1	8,6	7,1	7,4	7,5	4,2	5,5	6,3
2.1. Hipermercados e supermercados	11,8	10,3	8,0	7,1	7,4	7,5	3,5	4,9	5,9
3. Tecidos, vestuário e calçados	5,6	-7,9	-10,8	13,6	11,0	8,1	9,5	8,3	7,0
4. Móveis e eletrodomésticos	-5,0	18,0	17,2	-7,2	-5,1	-3,2	-13,6	-10,4	-5,5
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	28,0	30,0	28,0	19,3	20,4	21,2	19,2	20,3	21,1
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	15,4	-4,5	1,8	16,1	14,6	13,8	17,3	16,1	14,8
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	89,1	124,0	-40,3	42,3	52,1	39,6	35,5	46,6	39,1
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-14,9	-7,4	-8,0	-6,8	-6,9	-7,0	-5,5	-6,3	-7,3
<b>Comércio Varejista Ampliado (5)</b>	<b>-2,8</b>	<b>-3,9</b>	<b>-6,1</b>	<b>6,0</b>	<b>4,9</b>	<b>3,7</b>	<b>9,8</b>	<b>7,6</b>	<b>5,1</b>
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-19,5	-23,5	-25,9	1,3	-1,9	-4,8	18,0	9,9	1,3
10. Material de construção	6,7	10,3	8,4	-1,2	0,0	0,8	-1,1	-0,3	0,3

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  
Bahia - Novembro 2022 - Variação (%)**

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	SET	OUT	NOV	JAN-SET	JAN-OUT	JAN-NOV	Até SET	Até OUT	Até NOV
<b>Comércio Varejista (4)</b>	<b>8,6</b>	<b>7,2</b>	<b>7,2</b>	<b>11,8</b>	<b>11,3</b>	<b>10,9</b>	<b>9,2</b>	<b>9,6</b>	<b>10,1</b>
1. Combustíveis e lubrificantes	4,9	-5,0	-1,6	14,6	12,4	11,0	16,9	13,7	11,6
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	17,6	14,9	15,6	12,9	13,1	13,3	9,1	10,2	11,8
2.1. Hipermercados e supermercados	19,1	16,3	16,5	14,4	14,6	14,8	9,8	11,1	12,9
3. Tecidos, vestuário e calçados	4,3	1,1	-1,0	30,4	26,6	23,2	24,3	23,2	21,5
4. Móveis e eletrodomésticos	-14,5	4,2	6,1	-16,0	-14,3	-12,4	-20,1	-17,3	-13,8
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	20,8	18,4	19,1	24,8	24,1	23,6	23,0	23,6	23,9
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	9,7	9,0	6,8	17,5	16,8	15,9	9,7	11,7	13,1
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-12,9	76,6	12,0	-2,6	4,9	5,7	-5,9	0,3	1,5
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-3,5	-4,0	-5,5	10,6	9,0	7,0	8,1	8,4	6,8
<b>Comércio Varejista Ampliado (5)</b>	<b>1,3</b>	<b>-0,8</b>	<b>-1,2</b>	<b>9,5</b>	<b>8,4</b>	<b>7,4</b>	<b>10,0</b>	<b>8,9</b>	<b>7,6</b>
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-16,8	-20,7	-22,4	4,6	1,5	-1,2	15,3	9,1	2,3
10. Material de construção	-0,1	-3,2	-3,6	4,4	3,6	2,9	3,7	3,5	2,3

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  
Minas Gerais - Novembro 2022 - Variação (%)**

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	SET	OUT	NOV	JAN-SET	JAN-OUT	JAN-NOV	Até SET	Até OUT	Até NOV
<b>Comércio Varejista (4)</b>	<b>15,7</b>	<b>15,0</b>	<b>12,8</b>	<b>16,6</b>	<b>16,4</b>	<b>16,0</b>	<b>14,6</b>	<b>15,4</b>	<b>15,6</b>
1. Combustíveis e lubrificantes	16,4	13,7	6,3	31,7	29,7	27,3	31,7	30,3	27,9
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	18,2	16,2	20,8	15,0	15,1	15,6	13,3	13,9	14,9
2.1. Hipermercados e supermercados	18,2	15,9	20,8	14,9	15,0	15,5	13,2	13,8	14,8
3. Tecidos, vestuário e calçados	-2,2	-3,5	-2,5	13,6	11,7	9,9	8,4	8,1	7,7
4. Móveis e eletrodomésticos	7,6	15,9	9,7	-4,2	-2,4	-1,2	-8,8	-5,6	-2,3
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	43,3	42,3	22,6	33,0	34,0	32,8	30,4	32,3	31,9
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	24,5	4,0	14,0	35,0	31,6	30,0	29,2	28,2	29,0
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-11,6	-3,6	-20,7	-6,4	-6,1	-7,5	-9,3	-9,2	-9,6
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-9,6	-4,7	-8,0	8,3	6,8	4,8	8,9	9,8	6,6
<b>Comércio Varejista Ampliado (5)</b>	<b>12,0</b>	<b>13,6</b>	<b>9,1</b>	<b>15,6</b>	<b>15,4</b>	<b>14,8</b>	<b>14,4</b>	<b>14,9</b>	<b>14,6</b>
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-0,5	15,8	2,2	18,9	18,6	16,8	19,6	19,5	17,6
10. Material de construção	4,9	-4,0	-11,3	1,6	1,0	-0,2	3,9	3,0	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 9 - Indicadores de Receita Nominal de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação**  
Espírito Santo - Novembro 2022 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	SET	OUT	NOV	JAN-SET	JAN-OUT	JAN-NOV	Até SET	Até OUT	Até NOV
<b>Comércio Varejista (4)</b>	<b>13,2</b>	<b>11,5</b>	<b>13,6</b>	<b>21,6</b>	<b>20,5</b>	<b>19,8</b>	<b>19,7</b>	<b>19,7</b>	<b>19,3</b>
1. Combustíveis e lubrificantes	2,4	-4,9	-11,0	33,5	29,0	24,7	35,9	31,5	25,9
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	22,2	17,5	19,6	19,9	19,7	19,7	18,2	18,8	19,1
2.1. Hipermercados e supermercados	24,1	19,0	21,8	21,3	21,0	21,1	19,3	20,0	20,4
3. Tecidos, vestuário e calçados	10,6	6,9	15,0	23,5	21,6	20,8	20,1	19,9	19,9
4. Móveis e eletrodomésticos	-4,8	17,3	17,8	8,3	9,2	10,2	3,5	6,8	8,9
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	18,9	14,0	19,4	19,4	18,9	18,9	18,4	18,2	18,7
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	5,0	21,3	23,6	15,7	16,3	16,9	7,8	11,6	14,3
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	16,6	16,6	27,2	61,4	56,5	52,8	60,7	59,2	55,7
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-9,8	-13,6	-7,1	28,3	22,7	18,8	26,7	22,1	17,8
<b>Comércio Varejista Ampliado (5)</b>	<b>9,9</b>	<b>9,1</b>	<b>11,9</b>	<b>15,1</b>	<b>14,4</b>	<b>14,2</b>	<b>15,8</b>	<b>15,5</b>	<b>14,9</b>
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	8,1	9,1	13,1	5,8	6,1	6,8	9,8	9,4	8,9
10. Material de construção	-0,9	-3,3	-1,2	16,6	14,3	12,7	17,3	15,5	13,9

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

Rio De Janeiro - Novembro 2022 - Variação (%)

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

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 9 - Indicadores de Receita Nominal de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação**  
São Paulo - Novembro 2022 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	SET	OUT	NOV	JAN-SET	JAN-OUT	JAN-NOV	Até SET	Até OUT	Até NOV
<b>Comércio Varejista (4)</b>	<b>14,1</b>	<b>12,8</b>	<b>10,7</b>	<b>14,6</b>	<b>14,4</b>	<b>14,0</b>	<b>12,7</b>	<b>13,3</b>	<b>13,4</b>
1. Combustíveis e lubrificantes	7,3	8,2	-8,2	33,8	30,9	26,7	34,9	32,9	28,0
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	21,4	19,6	18,9	17,1	17,3	17,5	15,3	16,3	16,8
2.1. Hipermercados e supermercados	21,0	19,3	19,3	16,0	16,3	16,6	14,4	15,4	15,9
3. Tecidos, vestuário e calçados	14,7	2,5	-0,4	34,9	30,8	27,0	27,1	26,1	25,0
4. Móveis e eletrodomésticos	-15,8	-12,4	-8,1	-3,9	-4,8	-5,2	-5,9	-6,5	-6,2
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	19,9	17,1	23,8	17,3	17,3	17,9	12,7	14,8	17,3
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	37,4	14,6	-9,7	16,3	16,1	13,3	2,9	4,9	8,6
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	13,6	11,8	-5,3	-2,1	-0,8	-1,3	-4,0	-2,4	-1,2
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-1,6	0,6	-1,7	-6,7	-6,0	-5,6	-5,0	-4,9	-5,3
<b>Comércio Varejista Ampliado (5)</b>	<b>15,1</b>	<b>11,5</b>	<b>9,1</b>	<b>13,4</b>	<b>13,2</b>	<b>12,8</b>	<b>11,3</b>	<b>12,0</b>	<b>12,2</b>
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	24,5	16,9	6,0	13,1	13,5	12,7	7,5	9,8	10,8
10. Material de construção	9,1	-2,3	3,8	7,3	6,3	6,0	7,8	7,1	6,4

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**  
**Paraná - Novembro 2022 - Variação (%)**

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	SET	OUT	NOV	JAN-SET	JAN-OUT	JAN-NOV	Até SET	Até OUT	Até NOV
<b>Comércio Varejista (4)</b>	<b>12,3</b>	<b>12,7</b>	<b>10,0</b>	<b>16,3</b>	<b>15,9</b>	<b>15,3</b>	<b>14,6</b>	<b>15,1</b>	<b>14,9</b>
1. Combustíveis e lubrificantes	24,5	17,1	9,2	38,2	35,9	33,1	37,4	36,1	33,0
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	8,8	10,9	11,2	12,4	12,2	12,1	10,8	11,4	11,7
2.1. Hipermercados e supermercados	8,5	10,6	11,2	11,9	11,8	11,7	10,5	11,1	11,4
3. Tecidos, vestuário e calçados	2,3	1,3	-3,9	20,5	18,3	15,9	19,7	18,5	16,8
4. Móveis e eletrodomésticos	6,6	11,9	5,8	-4,4	-2,9	-2,1	-8,5	-5,1	-2,9
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	21,7	26,3	27,3	20,8	21,4	22,0	19,4	20,5	21,3
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	107,4	53,6	19,6	56,4	56,1	52,4	45,2	48,3	47,2
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-18,3	15,4	-1,8	-9,4	-6,6	-6,1	-13,3	-9,5	-8,3
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	5,2	4,7	-2,6	8,7	8,3	7,0	10,4	9,9	8,0
<b>Comércio Varejista Ampliado (5)</b>	<b>10,5</b>	<b>9,8</b>	<b>6,1</b>	<b>12,1</b>	<b>11,8</b>	<b>11,2</b>	<b>11,3</b>	<b>11,7</b>	<b>11,1</b>
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	17,0	13,7	7,4	9,2	9,6	9,4	8,1	9,4	9,4
10. Material de construção	-9,4	-11,2	-15,0	-4,6	-5,3	-6,3	-0,4	-2,2	-5,7

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  
Santa Catarina - Novembro 2022 - Variação (%)**

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	SET	OUT	NOV	JAN-SET	JAN-OUT	JAN-NOV	Até SET	Até OUT	Até NOV
<b>Comércio Varejista (4)</b>	<b>15,2</b>	<b>11,9</b>	<b>12,6</b>	<b>17,9</b>	<b>17,2</b>	<b>16,8</b>	<b>16,5</b>	<b>16,5</b>	<b>16,6</b>
1. Combustíveis e lubrificantes	18,9	8,9	-0,3	43,4	39,3	34,7	46,3	42,4	36,6
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	16,7	16,4	21,2	15,8	15,9	16,4	14,1	14,7	15,9
2.1. Hipermercados e supermercados	16,3	16,3	21,5	15,5	15,6	16,1	13,7	14,4	15,6
3. Tecidos, vestuário e calçados	-2,0	-5,6	-6,4	4,5	3,5	2,4	4,1	3,8	2,9
4. Móveis e eletrodomésticos	13,4	4,5	8,1	9,4	9,0	8,9	1,8	4,1	6,7
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	20,0	17,5	22,1	22,3	21,8	21,8	21,0	21,1	21,4
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	59,3	13,5	11,9	30,1	28,3	26,9	26,1	25,1	24,5
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	24,9	-2,1	2,6	28,4	23,9	20,8	24,1	20,5	17,5
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	3,5	0,4	-0,2	-1,8	-1,6	-1,4	-0,1	-0,5	-0,5
<b>Comércio Varejista Ampliado (5)</b>	<b>13,7</b>	<b>11,0</b>	<b>8,9</b>	<b>19,4</b>	<b>18,5</b>	<b>17,5</b>	<b>19,0</b>	<b>18,7</b>	<b>17,7</b>
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	17,2	16,9	8,7	26,8	25,7	23,8	27,9	27,3	24,5
10. Material de construção	-4,6	-10,9	-12,6	7,7	5,6	3,7	9,7	8,2	4,8

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**  
**Rio Grande Do Sul - Novembro 2022 - Variação (%)**

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	SET	OUT	NOV	JAN-SET	JAN-OUT	JAN-NOV	Até SET	Até OUT	Até NOV
<b>Comércio Varejista (4)</b>	<b>19,0</b>	<b>13,9</b>	<b>14,4</b>	<b>21,5</b>	<b>20,7</b>	<b>20,0</b>	<b>20,1</b>	<b>19,9</b>	<b>19,6</b>
1. Combustíveis e lubrificantes	38,1	22,5	3,9	39,2	37,5	34,5	42,1	39,9	35,8
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	19,5	15,7	18,5	18,9	18,5	18,5	16,4	16,9	17,7
2.1. Hipermercados e supermercados	20,4	16,4	19,2	20,3	19,8	19,8	17,5	18,1	18,8
3. Tecidos, vestuário e calçados	12,1	13,9	17,1	25,3	24,0	23,3	21,6	22,3	23,0
4. Móveis e eletrodomésticos	0,2	-0,1	7,9	6,4	5,7	5,9	2,7	3,6	4,8
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	17,3	14,3	18,4	15,2	15,1	15,4	14,4	14,5	15,1
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	74,1	41,6	37,4	41,6	41,6	41,2	32,8	35,7	37,8
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-20,4	-15,7	-27,7	-23,5	-22,8	-23,2	-20,7	-20,4	-22,7
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	10,2	5,6	14,0	21,6	19,3	18,6	25,6	22,1	19,5
<b>Comércio Varejista Ampliado (5)</b>	<b>18,4</b>	<b>12,6</b>	<b>11,7</b>	<b>18,0</b>	<b>17,4</b>	<b>16,8</b>	<b>17,1</b>	<b>17,0</b>	<b>16,6</b>
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	25,7	13,6	7,7	12,5	12,6	12,1	12,2	12,5	12,3
10. Material de construção	4,4	1,5	-0,5	1,5	1,5	1,3	3,4	3,3	1,8

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

Goiás - Novembro 2022 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	SET	OUT	NOV	JAN-SET	JAN-OUT	JAN-NOV	Até SET	Até OUT	Até NOV
<b>Comércio Varejista (4)</b>	<b>8,9</b>	<b>6,3</b>	<b>5,3</b>	<b>12,7</b>	<b>12,0</b>	<b>11,3</b>	<b>11,1</b>	<b>11,3</b>	<b>11,1</b>
1. Combustíveis e lubrificantes	-13,9	-16,8	-22,9	13,5	10,1	6,7	18,7	14,3	8,9
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	12,6	10,6	7,4	10,7	10,7	10,4	8,9	9,8	9,8
2.1. Hipermercados e supermercados	12,4	10,2	7,0	9,5	9,6	9,3	7,7	8,8	8,7
3. Tecidos, vestuário e calçados	20,3	1,8	6,2	21,9	19,5	17,9	17,0	16,3	16,9
4. Móveis e eletrodomésticos	8,9	14,9	23,0	6,2	7,1	8,7	-0,4	2,8	7,2
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	30,5	24,6	25,8	24,0	24,1	24,3	22,8	23,5	23,9
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	40,1	2,8	-21,9	41,7	37,3	30,6	33,5	33,2	29,1
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	25,4	30,9	12,8	28,1	28,4	26,8	21,8	26,1	25,6
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	6,3	4,2	2,7	9,4	8,8	8,1	7,9	7,8	7,7
<b>Comércio Varejista Ampliado (5)</b>	<b>6,2</b>	<b>11,5</b>	<b>4,7</b>	<b>17,2</b>	<b>16,6</b>	<b>15,3</b>	<b>17,2</b>	<b>17,2</b>	<b>15,9</b>
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	4,9	29,3	4,6	31,2	31,0	28,2	34,9	34,8	30,5
10. Material de construção	-6,3	-11,9	0,6	-0,9	-2,1	-1,9	1,0	-0,8	-1,3

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

Distrito Federal - Novembro 2022 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	SET	OUT	NOV	JAN-SET	JAN-OUT	JAN-NOV	Até SET	Até OUT	Até NOV
<b>Comércio Varejista (4)</b>	<b>12,2</b>	<b>10,3</b>	<b>8,6</b>	<b>17,6</b>	<b>16,8</b>	<b>15,9</b>	<b>14,7</b>	<b>15,3</b>	<b>15,0</b>
1. Combustíveis e lubrificantes	18,3	12,9	8,8	36,3	33,6	31,0	32,6	32,5	31,1
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	14,8	15,6	18,6	8,5	9,2	10,1	5,5	7,0	8,6
2.1. Hipermercados e supermercados	17,7	17,5	20,7	8,5	9,5	10,6	4,8	6,6	8,8
3. Tecidos, vestuário e calçados	9,1	-0,6	7,4	13,6	12,0	11,5	6,9	6,9	8,2
4. Móveis e eletrodomésticos	5,6	21,9	11,5	-6,4	-3,6	-2,1	-10,1	-5,8	-3,2
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	13,5	13,8	16,6	13,8	13,8	14,1	13,4	13,4	13,8
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	52,8	61,5	46,0	7,1	11,6	14,2	6,7	10,9	13,7
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	190,3	-24,8	-12,1	36,6	29,4	24,7	1,6	23,6	20,9
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-6,4	-12,6	-14,6	39,0	31,4	23,6	40,6	34,5	24,4
<b>Comércio Varejista Ampliado (5)</b>	<b>12,0</b>	<b>8,7</b>	<b>9,2</b>	<b>12,8</b>	<b>12,4</b>	<b>12,0</b>	<b>10,9</b>	<b>11,2</b>	<b>11,4</b>
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	24,9	19,8	24,3	8,7	9,8	11,1	5,9	7,0	9,4
10. Material de construção	-3,1	-9,7	-6,8	2,9	1,6	0,8	4,8	3,2	1,6

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 - novembro 2022

Atividades	Comércio varejista ampliado												
	nov/2021	dez/2021	jan/2022	fev/2022	mar/2022	abr/2022	mai/2022	jun/2022	jul/2022	ago/2022	set/2022	out/2022	nov/2022
<b>Comércio Varejista (1)</b>	<b>161,5</b>	<b>189,0</b>	<b>147,5</b>	<b>141,9</b>	<b>160,3</b>	<b>164,6</b>	<b>171,1</b>	<b>166,6</b>	<b>169,6</b>	<b>168,2</b>	<b>162,1</b>	<b>170,2</b>	<b>178,4</b>
1. Combustíveis e lubrificantes	157,7	163,6	148,6	147,4	184,8	186,6	197,8	193,6	193,7	179,6	164,9	165,7	154,5
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	169,3	204,6	164,4	163,2	177,9	186,8	183,2	183,0	192,7	190,4	187,4	198,4	198,1
2.1. Hipermercados e supermercados	172,2	208,8	167,2	165,3	180,1	189,9	185,8	185,6	196,2	193,7	190,5	201,5	202,5
3. Tecidos, vestuário e calçados	107,6	181,8	75,5	76,6	88,0	98,7	125,9	113,7	99,7	103,8	92,6	98,0	107,3
4. Móveis e eletrodomésticos	125,6	130,7	103,3	93,9	108,5	102,3	113,6	101,9	105,1	107,6	104,7	108,0	138,3
4.1. Móveis	110,6	120,4	92,6	88,1	98,3	94,4	106,1	93,9	104,0	97,9	91,4	96,8	115,9
4.2. Eletrodomésticos	131,8	134,0	107,7	95,8	112,5	105,2	116,2	104,9	104,8	111,4	110,3	112,6	147,9
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	198,8	228,2	212,8	189,4	213,8	208,2	231,8	228,3	227,2	231,4	225,3	227,4	240,4
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	42,1	61,1	73,3	63,8	50,9	37,5	43,5	42,6	45,2	48,1	46,0	42,4	45,0
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	82,4	82,7	63,2	66,8	82,8	70,7	80,1	76,9	75,8	71,1	69,6	78,3	80,0
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	207,4	214,4	152,9	134,3	155,2	158,9	167,0	156,9	153,2	157,6	149,6	165,5	204,6
<b>Comércio Varejista Ampliado (2)</b>	<b>154,6</b>	<b>172,1</b>	<b>139,5</b>	<b>135,2</b>	<b>154,9</b>	<b>153,3</b>	<b>162,0</b>	<b>156,9</b>	<b>159,9</b>	<b>162,2</b>	<b>156,3</b>	<b>160,0</b>	<b>166,5</b>
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	124,9	129,1	111,5	111,1	129,6	120,1	131,5	125,4	128,4	138,0	131,8	129,0	129,4
10. Material de construção	183,8	162,1	156,5	150,8	183,3	158,7	177,7	169,9	173,3	183,9	179,0	167,7	177,6

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 11/01/2023 às 9 horas