



Indicadores IBGE

Pesquisa Mensal de Comércio

Fevereiro 2024

Publicado em 11/04/2024 às 9 horas

Presidente da República
Luiz Inácio Lula da Silva

Ministra do Planejamento e Orçamento
Simone Nassar Tebet

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE

Presidente
Marcio Pochmann

Diretora-Executiva
Flávia Vinhaes Santos

ORGÃOS ESPECÍFICOS SINGULARES

Diretoria de Pesquisas
Elizabeth Belo Hypólito

Diretoria de Geociências
Ivone Lopes Batista

Diretoria de Tecnologia da Informação
Marcos Vinícius Ferreira Mazoni

Centro de Documentação e Disseminação de Informações
José Daniel Castro da Silva

Escola Nacional de Ciências Estatísticas
Paulo de Martino Jannuzzi

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

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.....	2
1 CARACTERÍSTICAS DA PESQUISA	2
2 CONSTRUÇÃO DE INDICADORES	3
3 ENCADEAMENTO	5
4 SÉRIES DA PMC AJUSTADAS SAZONALMENTE.....	5
4.1 VOLUME DE VENDAS POR ATIVIDADES	6
4.2 VOLUME DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA POR UNIDADE DA FEDERAÇÃO.....	7
4.3 VOLUME DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO POR UNIDADES DA FEDERAÇÃO	8
4.4 RECEITA NOMINAL DE VENDAS POR ATIVIDADES.....	9
4.5 RECEITA NOMINAL DE DO COMÉRCIO VAREJISTA VENDAS POR UNIDADE DA FEDERAÇÃO	10
4.6 RECEITA NOMINAL DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO	10
POR UNIDADE DA FEDERAÇÃO	11
5 DEFLATORES DA PESQUISA	13
6 OBSERVAÇÕES	15
COMENTÁRIOS	16
TABELAS	2
VOLUME DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA E COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO	3
RECEITA NOMINAL DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA E COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO.....	20

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 2023, o Sistema de Índices do Comércio Varejista inicia uma nova série, que apresenta as seguintes revisões metodológicas:

Atualiza a amostra de informantes para 5 653 empresas, a partir dos estratos certos (empresas com 20 ou mais pessoas ocupadas) e gerencial da Pesquisa Anual de Comércio - PAC 2020;

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 até dezembro de 2022 têm o ano-base em 2014. Os índices de janeiro de 2023 em diante têm o ano-base em 2022;

A série completa dos índices (série encadeada) tem como período de referência¹ o ano de 2022;

Atualização dos deflatores (subíndices do IPCA), com ampliação das Regiões Metropolitanas e alteração da data de referência para deflacionamento;

Ampliação do período de revisão da pesquisa, que passa a ser de 13 meses.

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) 2020, ou seja, as empresas com total de pessoas ocupadas maior ou igual a 20 ou com total de pessoas ocupadas menor do que 20, mas que atuavam em mais de uma Unidade da Federação, cuja receita bruta provenha, predominantemente da atividade comercial varejista;

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

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

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

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

QUADRO I – GRUPOS DE ATIVIDADE E CÓDIGOS CNAE

Descrição da Atividade	Código CNAE
Combustíveis e lubrificantes	4731-8 e 4732-6
Supermercados, Hipermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	4711-3; 4712-1; 4729-6; 4721-1; 4722-9; 4723-7 e 4724-5
Tecidos, vestuário e calçados	4755-5; 4781-4 e 4782-2
Móveis e eletrodomésticos	4753-9; 4754-7; 4756-3; 4759-8; 4762-8
Artigos farmacêuticos, médicos, Ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	4771-7; 4772-5 e 4773-3
Equipamentos e materiais para escritório, Informática e de comunicação	4751-2; 4752-1
Livros, jornais, revistas e papelaria	4761-0
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	4713-0; 4757-1; 4763-6; 4774-1; 4783-1 e 4789-0
Veículos e motocicletas, partes e peças	4511-1; 4530-7; 4541-2
Material de construção	4674-5; 4671-1; 4672-9; 4673-7; 4679-6; 4741-5; 4742-3; 4743-1; 4744-0
Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	4631-1; 4632-0; 4633-8; 4634-6; 4635-4; 4636-2; 4637-5; 4639-7

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 5653 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 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

2 A partir de janeiro de 2012, a Pesquisa Mensal de Comércio passou a adotar a versão 2.0 CNAE, com o objetivo de manter a comparabilidade internacional, adotando uma classificação de atividades econômicas atualizada com as mudanças no sistema produtivo das empresas.

relativos de preços da área geográfica mais apropriada.

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

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

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

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

3 - *Índices de Comércio Varejista Ampliado* - Índice-síntese dos grupos de atividades que compõem o varejo e mais os segmentos de “*Veículos e motocicletas, partes e peças*”, de “*Material de construção*” e “*Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo*”. 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*”, de “*Material de construção*” e “*Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo*”, são calculados índices para o Brasil e as 12 Unidades da Federação também citadas no item 2.

Tipos de índices - São divulgados cinco tipos de índices:

ÍNDICE DE BASE FIXA: Compara os níveis nominal e de volume da Receita Bruta de Revenda do mês com a média mensal obtida no ano de 2022.

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

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 2022 (base 2014 = 100) foi encadeada com a série que se inicia em janeiro de 2023 (base 2022 = 100). A série encadeada tem como referência a média mensal de 2022 = 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. A série de “*Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo*”, que se inicia em janeiro de 2023, não terá versão ajustada

sazonalmente até completar 60 meses, ou seja, a partir de janeiro de 2029. Os modelos adotados nas séries divulgadas são apresentados a seguir.

4.1 VOLUME DE VENDAS POR ATIVIDADES

ATIVIDADE	DECOMPOSIÇÃO	MODELO ARIMA	REGRESSÃO (REGARIMA)
Brasil	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário, Páscoa[1], LS2020. Abr, TC2020. Apr, 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.Fe v,AO2004.Jul,LS2010.Feb,AO2020.Mar,TC2020.Abr,AO2 021.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)	Camaval,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)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2001.Jan,LS2001.Jun,AO2002.Jun,LS2002.D ez,AO2004.Jul,TC2004.Set,AO2006.Mar,LS2008.Jan,LS20 08.Fev,LS2008.Out,AO2010.Mai,TC2013.Dec,AO2014.Oct ,LS2016.Mar,LS2016.May,AO2019.Mar,LS2019.Sep,LS20 20.Abr,LS2020.Jun,AO2020.Nov
Amapá	Multiplicativo	(1 1 1)(1 1 1)	TC2006.Jan,AO2017.Dez,AO2018.Dec,TC2020.Abr,LS20 20.Jul,AO2021.Mai
Tocantins	Multiplicativo	(2 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,TC2003.Mai,LS2005.Fev,LS2010.Feb
Maranhão	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,AO2001.Mai,AO2011.Out,TC2020.Abr,LS2020 Jun
Piauí	Multiplicativo	(1 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2003.Mar,AO2004.Jan,LS2005.Fev,TC2019.J un,TC2020.Abr,LS2020.Ago
Ceará	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,LS2020.Mar,TC2020.Abr,LS2020.Jun,TC2021.Mar
Rio Grande do Norte	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2002.Nov,LS2005.Fev,TC2020.Abr
Paraíba	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,TC2020.Abr,TC2020.Jul
Pernambuco	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,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.O ut,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)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2008.Out,AO2010.Mar,TC2020.Abr
Distrito Federal	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,AO2009.Set,AO2010.Mar,AO2012.Ago,TC2020.Mar,TC2020.Abr,AO2021.Mar

4.4 RECEITA NOMINAL DE VENDAS POR ATIVIDADES

ATIVIDADE	DECOMPOSIÇÃO	MODELO ARIMA	REGRESSÃO (REGARIMA)
Brasil	Multiplicativo	(0 1 2)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[1],TC2020.Abr,LS2020.Jun
Combustíveis	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2020.Mar,AO2020.Abr,TC2020.Abr,LS2021.Mai
Hiper., Super, Produtos alimentícios, bebidas e fumo	Multiplicativo	(0 1 1)(2 1 1)	Efeito Calendário,Páscoa[15],LS2002.Out,LS2017.Mar,LS2020.Mar,AO2020.Abr
Super e Hipermercados	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Efeito Calendário,Páscoa[15],LS2002.Out,LS2005.Fev,LS2012.Jan,AO2016.Dez,LS2017.Mar,LS2020.Mar,AO2020.Abr
Tecidos, vestuário e calçados	Aditivo	(0 1 1)(1 1 0)	LS2017.Jan,TC2020.Mar,TC2020.Abr,TC2020.Mai,AO2020.Ago,LS2020.Dez,TC2021.Mar,TC2021.May
Móveis e eletrodomésticos	Multiplicativo	(1 1 1)(0 1 1)	Camaval,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)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[8],TC2020.Abr
Livros, jornais, revistas e papelaria.	Aditivo	(1 0 0)(1 1 1)	Camaval,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)	Camaval,Corpus Christi,LS2005.Fev,AO2011.Jun,AO2011.Dez,TC2020.Abr,LS2020.Jun
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	Multiplicativo	(1 1 1)(1 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[1],TC2019.Mai,AO2020.Mar,TC2020.Abr,LS2020.Jun,LS2020.Nov,AO2021.Jul
Varejo ampliado	Multiplicativo	(0 1 1)(1 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2008.Out,AO2009.Jun,AO2010.Mar,AO2020.Mar,TC2020.Abr
Automóveis, motocicletas, partes e peças.	Multiplicativo	(3 1 1)(2 0 1)	Camaval,Corpus Christi,Páscoa[8],AO2020.Mar,TC2020.Abr
Material de construção	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,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)	Camaval,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)	Camaval,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)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,TC2003.Mai,LS2005.Fev,LS2010.Feb
Maranhão	Multiplicativo	(0 1 2)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,AO2001.Mai,TC2002.Mar,LS2005.Fev,AO2011.Out,TC2020.Abr,LS2 020.Jun,LS2020.Dez
Piauí	Multiplicativo	(1 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,TC2000.Jan,TC2001.Jan,TC2002.Jan,TC2003.Jan,TC2003.Mar,LS200 5.Fev,AO2008.Jan,TC2010.Abr,TC2019.Jun,TC2020.Abr,AO2020.Mai,LS2020.A go,AO2021.Feb
Ceará	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2020.Mar,TC2020.Abr,LS2020.Jun,TC2021.Mar
Rio Grande do Norte	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2005.Fev,TC2020.Abr
Paraíba	Multiplicativo	(0 1 1)(1 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,AO2008.Jan,LS2008.Out,TC2020.Abr,LS2020.Jul
Pernambuco	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[15],TC2003.Jan,TC2020.Abr,LS2020.Jul
Alagoas	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,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)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,AO2019.Dez,TC2020.Abr,LS2020.Jul
Minas Gerais	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[1],LS2020.Abr,TC2020.Abr
Espírito Santo	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[15],AO2002.Abr,TC2017.Fev,TC2020.Abr
Rio de Janeiro	Multiplicativo	(0 1 1)(0 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)(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)	Camaval,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)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[1],AO2003.Fev,LS2005.Feb,LS2017.Mar,TC2020.Abr
Distrito Federal	Multiplicativo	(1 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[15],TC2001.Jun,AO2005.Jan,TC2020.Mar,TC2020.Abr,AO20 20.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)	Camaval,Corpus Christi,Páscoa[1],AO2014.Mai,AO2020.Mar,TC2020.Mar
Amazonas	Multiplicativo	(0 1 1)(1 1 1)	Camaval,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)	Camaval,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)	Camaval,Corpus Christi,Páscoa[8],LS2005.Fev,LS2010.Feb,AO2020.Abr
Maranhão	Multiplicativo	(0 1 1)(1 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[8],LS2020.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	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,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)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,AO2010.Mar,TC2020.Mar,TC2020.Abr
Paraíba	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2008.Out,LS2014.Dez,TC2020.Abr,LS2020.Jul
Pernambuco	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,TC2020.Mar,TC2020.Abr,TC2020.Jul
Alagoas	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,AO2005.Jul,TC2020.Mar,TC2020.Abr
Sergipe	Multiplicativo	(0 1 1)(0 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,TC2020.Mar,TC2020.Abr,AO2021.Mar
Minas Gerais	Multiplicativo	(2 1 0)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2005.Fev,LS2020.Abr,TC2020.Abr
Espírito Santo	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2011.Jun,AO2017.Fev,TC2020.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,LS2005.Fev,LS2006.Feb,LS2008.Out,AO2009.Jun,AO2010.Mar,TC2020.Abr,LS2020.Jun

Paraná	Multiplicativo	(011)(011)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2008.Out,AO2010.Mar,TC2012.Set,TC2020.Mar,AO2020.Abr
Santa Catarina	Multiplicativo	(011)(011)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,TC2008.Nov,TC2020.Mar,AO2020.Abr
Rio Grande do Sul	Multiplicativo	(011)(011)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2017.Jan,TC2020.Mar,AO2020.Abr,LS2021.Abr
Mato Grosso do Sul	Multiplicativo	(011)(011)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2008.Nov,AO2010.Mar,TC2020.Mar,AO2020.Abr
Mato Grosso	Multiplicativo	(011)(011)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[1],LS2020.Mar
Goiás	Multiplicativo	(011)(111)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2008.Out,AO2010.Mar,TC2020.Abr
Distrito Federal	Multiplicativo	(011)(011)	Camaval,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 2020) das receitas correntes das empresas da PMC são derivados do IPCA mensal para as atividades PMC de 1 a 14 e do SINAPI somente para a atividade 11, pesquisados e divulgados pelo IBGE. Os itens do IPCA utilizados na pesquisa são os que melhor representam o comportamento de preços de cada grupo de produtos e/ou CNAE que compõe uma atividade PMC.

Atividades da PMC	CNAE da PMC	Grupo de produto	Itens do IPCA
1-Combustíveis e lubrificantes	4731-8	-	IPCA (cód. 5104001)
			IPCA (cód. 5104002)
			IPCA (cód. 5104003)
	4732-6	-	IPCA (cód. 5102007)
2-Hipermercados e supermercados	4711-3	Alimentos	IPCA (cód. 11)
		Consumo pessoal	IPCA (cód. 63)
		Consumo residencial	IPCA (cód. 2104)
		Outros	IPCA (cód: IG)
3-Produtos alimentícios, bebidas e fumo	4712-1	-	IPCA (cód. 11)
	4729-6	-	IPCA (cód. 11)
			IPCA (cód. 7202)
	4721-1	-	IPCA (cód. 1111)
			IPCA (cód. 1112)
			IPCA (cód. 1201061)
	4722-9	-	IPCA (cód. 1107)
			IPCA (cód. 1108)
	4723-7	-	IPCA (cód. 1114)
	4724-5	-	IPCA (cód. 1103)
IPCA (cód. 1105)			
IPCA (cód. 1106)			
4- Tecidos, vestuário e calçados	4755-5	-	IPCA (cód. 4401)
	4781-4	-	IPCA (cód. 41)
	4782-2	-	IPCA (cód. 42)
5- Móveis e eletrodomésticos	4753-9	-	IPCA (cód. 32)
	4756-3	-	IPCA (cód. 7201010)
	4759-8	-	IPCA (cód. 3102)
	4762-8	-	IPCA (cód. 7201002)
	4754-7	-	IPCA (cód. 3101)
			IPCA (cód. 3102)
6- Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, perfumaria e cosméticos	4771-7	-	IPCA (cód. 6101)
	4772-5	-	IPCA (cód. 6301)
	4773-3	-	IPCA (cód. 6201006)

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

Atividades da PMC	CNAE da PMC	Grupo de produto	Itens do IPCA
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)
14- Atacado Prod.Alimen.,Beb. e Fumo	46.31-1	-	IPCA (cód. 1111000)
	46.32-0	-	IPCA (cód. 1101000)
			IPCA (cód. 1102000)
	46.33-8	-	IPCA (cód. 1103000)
			IPCA (cód. 1105000)
			IPCA (cód. 1106000)
	46.34-6	-	IPCA (cód. 1107000)
			IPCA (cód. 1108000)
	46.35-4	-	IPCA (cód. 1114000)
	46.36-2	-	IPCA (cód. 7202000)
46.37-1	-	IPCA (cód. 1100000)	
46.39-7	-	IPCA (cód. 1000000)	

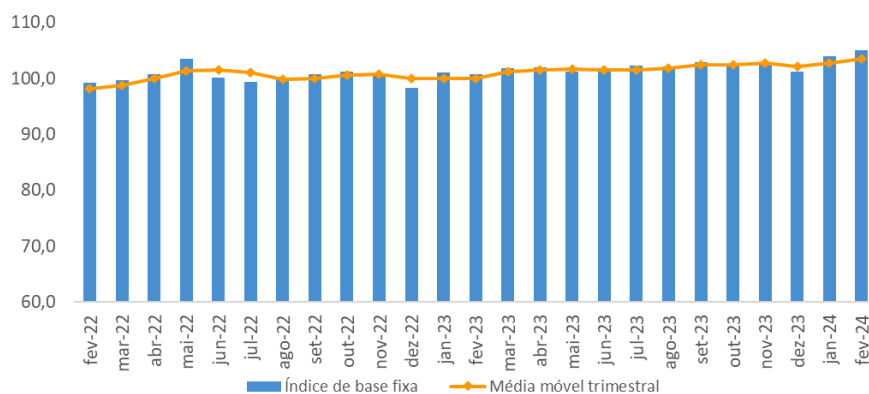
6 OBSERVAÇÕES

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

COMENTÁRIOS

Em fevereiro de 2024 o volume de vendas no **comércio varejista** nacional cresceu 1,0% nas vendas frente ao mês imediatamente anterior na série livre de influências sazonais, após ter registrado alta de 2,5% em janeiro de 2024. Com isso, a evolução do índice de média móvel trimestral para o varejo, depois de registrar 0,5% no trimestre encerrado em janeiro de 2024, variou 0,7% no trimestre encerrado em fevereiro, conforme mostra o Gráfico 1.

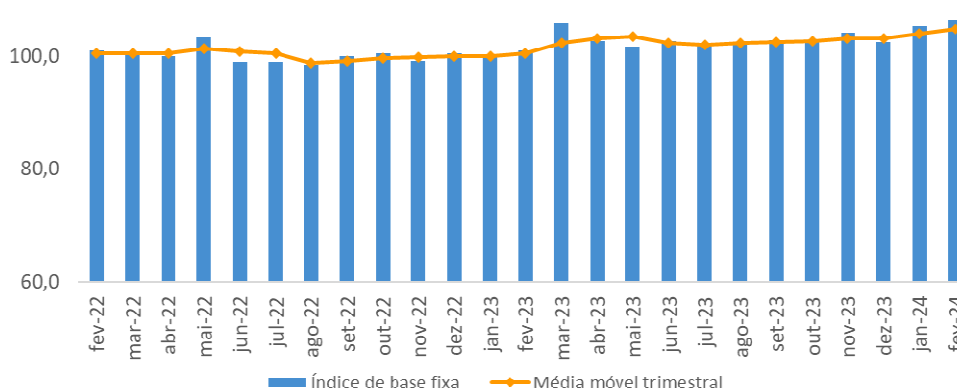
Gráfico 1 - Volume de Vendas do Varejo com Ajuste Sazonal
Índice de Base Fixa e Média Móvel Trimestral
Fevereiro 2024



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

Considerando o **comércio varejista ampliado**, que inclui, além do varejo, as atividades de *Veículos, motos, partes e peças* e de *Material de construção*, o volume de vendas em fevereiro de 2024 mostrou aumento de 1,2% nas vendas frente ao mês imediatamente anterior na série livre de influências sazonais, após crescer 2,8% em janeiro de 2024. Com isso, a evolução do índice de média móvel trimestral para o varejo, depois de crescer (0,9%) no trimestre encerrado em janeiro de 2024, avançou em 0,7% no trimestre encerrado em fevereiro de 2024, conforme Gráfico 2.

Gráfico 2 - Volume de Vendas do Varejo Ampliado com Ajuste Sazonal
Índice de Base Fixa e Média Móvel Trimestral
Fevereiro 2024



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

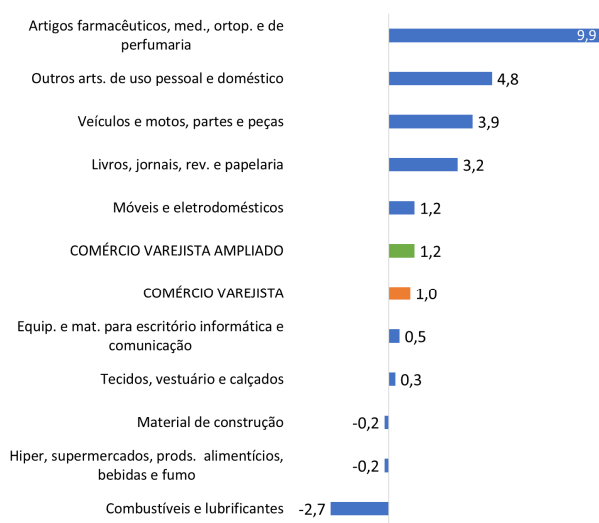
Em fevereiro de 2024, frente a igual mês do ano anterior, o **comércio varejista** mostrou avanço de 8,2%, depois de alta de 4,0% em janeiro de 2024, frente a janeiro de 2023. Em relação ao acumulado no ano, o comércio varejista passou de acúmulo de 4,0% até janeiro para 6,1% até fevereiro. Nos últimos doze meses, o ritmo de crescimento se intensifica: 1,8% até janeiro para 2,3% até fevereiro de 2024. Já o **varejo ampliado** cresceu 9,7% no indicador interanual, mantendo trajetória de alta do mês anterior (6,8% em janeiro de 2024 frente a janeiro de 2023). Nos últimos doze meses a variação acumulada foi de 3,6% até fevereiro, acima do registrado até janeiro (2,9%).

RESULTADOS SETORIAIS

A alta de 1,0% no volume de vendas do **comércio varejista** na passagem de janeiro para fevereiro de 2024, na série com ajuste sazonal, teve predominância de taxas positivas, atingindo seis das oito atividades pesquisadas: *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria* (9,9%), *Outros artigos de uso pessoal e doméstico* (4,8%), *Livros, jornais, revistas e papelaria* (3,2%), *Móveis e eletrodomésticos* (1,2%), *Equipamentos e material para escritório informática e comunicação* (0,5%) e *Tecidos, vestuário e calçados* (0,3%). Por outro lado, entre janeiro e fevereiro de 2024, dois dos oito grupamentos pesquisados mostraram taxas negativas: *Combustíveis e lubrificantes* (-2,7%) e *Hiper, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* (-0,2%). Já o **comércio varejista ampliado** apresentou crescimento de 1,2% com *Veículos e motos, partes e peças* no campo positivo, crescendo 3,9%, enquanto *Material de construção* variou -0,2% entre janeiro e fevereiro de 2024, conforme Gráfico 3.

O indicador interanual, no **comércio varejista**, também teve predominância de taxas no campo positivo, entre os setores, atingindo cinco das oito atividades pesquisadas: *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria* (18,5%), *Equipamentos e material para escritório informática e comunicação* (10,5%), *Hiper, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* (9,6%), *Outros artigos de uso pessoal e doméstico* (9,6%) e *Móveis e eletrodomésticos* (3,7%). Os setores de *Livros, jornais, revistas e papelaria* (-6,0%), *Tecidos, vestuário e calçados* (-0,5%) e *Combustíveis e lubrificantes* (-0,2%) foram os únicos a registrar taxas no campo negativo na comparação de fevereiro de 2024 com o mesmo mês de 2023. Considerando o **comércio varejista ampliado**, para a mesma comparação, as três atividades adicionais registraram alta: *Veículos e motos, partes e peças* (16,6%), *Material de construção* (5,0%) e *Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo* (10,1%).

Gráfico 3 - Volume de Vendas do Comércio Varejista e Varejista Ampliado
Indicador mês/ mês imediatamente anterior
Série com ajuste sazonal
Fevereiro 2024



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

O setor de *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria* apresentou alta de 18,5% nas vendas frente a fevereiro de 2023, contra 7,1% em janeiro de 2024 frente a janeiro de 2023. Ao todo, são 12 meses consecutivos de crescimento para o indicador interanual (o último mês registrar queda foi fevereiro de 2023: -0,5%). Com isso, a atividade representa a segunda maior contribuição na taxa global do varejo, somando 1,8 p.p. ao total de 8,2%, conforme Tabela 1. Nos dois primeiros meses do ano o setor acumula 12,7%, mais intenso que até janeiro (7,1%). Em termos de resultado acumulado nos últimos doze meses, ao passar de 5,9% até janeiro para 7,4% em fevereiro, o setor mostra aumento de intensidade de crescimento.

A atividade de revenda de *Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação* apresentou alta de 10,5% nas vendas frente a fevereiro de 2023, segundo mês consecutivo a registrar alta (em dezembro de 2023 o resultado havia sido -0,9%, enquanto janeiro registrou 4,3%). No primeiro bimestre de 2024 o setor acumula 7,2% em relação ao mesmo período de 2023 e nos últimos dozes meses o valor, até fevereiro, foi de 2,3%, acima do acumulado até janeiro (1,4%).

Em fevereiro, o agrupamento que abrange *Hiper, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* apresentou aumento de 9,6% nas vendas frente a fevereiro de 2023 décimo nono mês consecutivo a registrar alta no indicador interanual (o último mês a apresentar taxa negativa foi julho de 2022: -0,3%). Com isso, o setor foi o que mais contribuiu para a composição da taxa interanual do varejo, adicionando 5,3 p.p. ao total de 8,2%). No bimestre o setor acumula 7,9% de variação, enquanto nos últimos doze meses, o acúmulo é positivo em 4,7%.

Após 21 meses de quedas consecutivas, a atividade denominada de *Outros artigos de uso pessoal e doméstico*, que engloba lojas de departamentos, óticas, joalherias, artigos esportivos, brinquedos etc., apresentou crescimento de 9,6% no indicador interanual (a última vez que a taxa interanual tinha registrado valor positivo tinha sido em abril de 2022: 1,1%). Com isso, o primeiro bimestre de 2024, em comparação com o primeiro bimestre de 2023, fechou em alta de 3,1%, quebrando uma sequência também de 21 meses acumulando perdas no ano. Nos últimos 12 meses o setor acumula perda de 9,1% até fevereiro, menos intensa que o resultado até janeiro (-10,5%).

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

Atividades	Fevereiro 2024			
	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	8,2	8,2	9,7	9,7
1 - Combustíveis e lubrificantes	-0,2	0,0	-0,2	0,0
2 - Hiper, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	9,6	5,3	9,6	3,2
3 - Tecidos, vestuário e calçados	-0,5	0,0	-0,5	0,0
4 - Móveis e eletrodomésticos	3,7	0,2	3,7	0,1
5 - Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria	18,5	1,8	18,5	1,1
6 - Livros, jornais, revistas e papelaria	-6,0	0,0	-6,0	0,0
7 - Equipamentos e mat. para escritório informática e comunicação	10,5	0,1	10,5	0,1
8 - Outros artigos de uso pessoal e doméstico	9,6	0,8	9,6	0,5
9 - Veículos e motos, partes e peças			16,6	2,8
10- Material de construção			5,0	0,4
11 - Atacado Prod.Alimen.,Beb. e Fumo			10,1	1,5

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.

Já *Móveis e eletrodomésticos* apresentou alta de 3,7% nas vendas frente a fevereiro de 2023, sendo o primeiro mês a registrar crescimento após dois meses: o resultado de janeiro de 2024 (0,1%) é interpretado como estabilidade, enquanto dezembro de 2023 registrou -3,3%). O setor inicia o ano com acúmulo positivo no primeiro bimestre, frente ao mesmo período de 2023, registrando 1,8%. Nos últimos doze meses há ganhos de 0,9% até fevereiro de 2024.

A atividade de *Livros, jornais, revistas e papelaria* teve queda de 6,0% nas vendas frente a fevereiro de 2023, décimo terceiro resultado no campo negativo para o indicador interanual (o último mês a registrar crescimento foi janeiro de 2023: 18,3%). No primeiro bimestre de 2024 as perdas acumuladas chegam a 7,7% e nos últimos 12 meses o valor é de -8,0%.

A atividade de *Tecidos, vestuário e calçados* apresentou variação negativa em 0,5% nas vendas frente a fevereiro de 2023, resultado que inverte taxa positiva de 0,5% registrada em janeiro. Nos primeiros dois meses do ano de 2024 o setor apresenta estabilidade em relação ao mesmo período do ano anterior (0,0%), demonstrando perda de ritmo em relação a janeiro (0,5%) No indicador de 12 meses a atividade passa de -4,7% até janeiro de 2024 para -4,2% até fevereiro.

O setor de *Combustíveis e lubrificantes* variou -0,2% nas vendas frente a fevereiro de 2023. Esse resultado, que representa estabilidade, vem após crescimento de 0,8% em janeiro. Nos últimos oito meses o setor, para o indicador interanual, teve apenas janeiro de 2024 em alta, sendo que seis (de julho a novembro de 2023) em queda. No primeiro bimestre de 2024 há um acúmulo de 0,3% e no ano até fevereiro o valor é de 0,9%.

As empresas que comercializam *Veículos e motos, partes e peças* apresentaram crescimento de 16,6% no volume de vendas frente a fevereiro de 2023, seguindo trajetória positiva pela décima vez consecutiva. No que tange ao comércio varejista ampliado, o setor registra a segunda maior contribuição dentre os onze pesquisados, somando 2,8 p.p. no total de 9,7% do interanual. O primeiro bimestre de 2024 apresentou crescimento de 14,1% em relação ao mesmo período do ano anterior enquanto o indicador de doze meses fechou fevereiro com 10,1%.

As vendas de *Material de construção* apresentaram crescimento de 5,0% frente a fevereiro de 2023, maior que o apresentado em janeiro (0,6%). O primeiro bimestre de 2024, fecha também com ganhos (2,6% acima do primeiro bimestre de 2023). Já o indicador acumulado dos últimos doze meses até fevereiro (-1,1%) registra perdas por 24 meses consecutivos (o último resultado positivo foi fevereiro de 2022: +1,0%).

Ainda no âmbito do varejo ampliado, a atividade de *Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo* registrou alta de 10,1% na comparação de fevereiro de 2024 com fevereiro de 2023, sétimo mês consecutivo de crescimento. O setor somou 1,5 p.p. do total de 9,7% do indicador interanual do varejo ampliado, terceira maior contribuição para fevereiro. No ano, o acúmulo é de 13,2% e nos últimos doze meses é de 4,1%.

RESULTADOS BIMESTRAIS

O primeiro bimestre de 2024, na comparação com o mesmo período do ano anterior, teve crescimento de 6,1% para o **comércio varejista** (Tabela 2). Tal resultado representa o nono consecutivo no campo positivo: o último bimestre a contabilizar resultado negativo foi o quarto de 2022 (-2,0%). Para essa mesma comparação, o primeiro bimestre de 2024 teve predominância, em

termos setoriais, de resultados positivos, com seis setores apresentando patamares mais elevados no primeiro bimestre de 2024 do que no mesmo período de 2023: *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria* (12,7%), *Hiper e supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* (7,9%), *Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação* (7,2%), *Outros artigos de uso pessoal e doméstico* (3,1%), *Móveis e eletrodomésticos* (1,8%) e *Combustíveis e lubrificantes* (0,3%). A atividade de *Livros, jornais, revista e papelaria* fechou o bimestre em queda de 7,7% e *Tecidos, vestuário e calçados* registrou estabilidade (0,0%). Em se tratando do **varejo ampliado**, o primeiro bimestre de 2024 cresceu 8,2% em relação ao mesmo período de 2023. Setorialmente, *Veículos e motos, partes e peças* apresentou crescimento de 14,1%, *Material de construção* de 2,6% e *Atacado de produtos alimentícios, bebidas e fumo* de 13,2%.

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

Atividades	2023						2024
	1º Bim	2º Bim	3º Bim	4º Bim	5º Bim	6º Bim	1º Bim
COMÉRCIO VAREJISTA	1,9	1,9	0,1	2,4	1,7	1,8	6,1
Combustíveis e lubrificantes	22,8	11,3	10,0	-2,9	-8,9	-0,9	0,3
Hiper, supermercados, prods. alimentícios, bebidas e fumo	1,6	3,9	2,3	4,3	4,5	5,2	7,9
Tecidos, vest. e calçados	-3,3	-9,4	-12,6	-2,9	-2,8	2,5	0,0
Móveis e eletrodomésticos	2,1	-0,4	1,5	1,0	0,8	1,0	1,8
Artigos farmacêuticos, med., ortop. e de perfumaria	-4,2	5,2	6,1	6,5	7,9	6,2	12,7
Livros, jornais, rev. e papelaria	6,7	-6,2	-3,9	-11,6	-11,8	-6,8	-7,7
Equip. e mat. para escritório informática e comunicação	4,9	-0,4	-6,8	6,5	-1,6	8,8	7,2
Outros arts. de uso pessoal e doméstico	-9,5	-15,2	-16,1	-6,4	-8,8	-9,0	3,1
COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO	-0,2	3,9	2,4	3,0	2,7	2,1	8,2
Veículos e motos, partes e peças	1,6	4,6	9,4	10,4	9,8	12,1	14,1
Material de construção	-2,2	-6,2	-2,1	-0,1	0,3	-0,6	2,6
Atacado Prod.Alimen.,Beb. e Fumo	-8,1	-1,4	0,9	0,7	7,7	6,3	13,2

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

RESULTADOS REGIONAIS

Na passagem de janeiro para fevereiro de 2024, na série com ajuste sazonal, a taxa média nacional de vendas do **comércio varejista** foi de 1,0% com resultados positivos em 20 das 27 Unidades da Federação, com destaque para: Paraíba (5,7%), Amapá (5,2%) e Mato Grosso (4,3%). Por outro lado, seis Unidades da Federação apresentaram resultados negativos entre janeiro e fevereiro, conforme Gráfico 4, com destaque para: Bahia (1,4%), Amazonas (-0,8%) e Paraná (-0,8%). Goiás teve estabilidade (0,0%) na passagem entre janeiro e fevereiro. Para a mesma comparação, no **comércio varejista ampliado**, o crescimento entre janeiro e fevereiro de 2024 foi de 1,2% com resultados positivos em 21 das 27 Unidades da Federação, com destaque para: Paraíba

(5,2%), Pará (4,1%) e Goiás (3,5%). Por outro lado, pressionando negativamente, figuram 6 das 27 Unidades da Federação, com destaque para Maranhão (-2,1%), Mato Grosso (-1,1%) e Espírito Santo (-1,1%), conforme Gráfico 5.

Gráfico 4 -Volume de Vendas do Comércio Varejista por UF mês/ mês anterior Fevereiro 2024

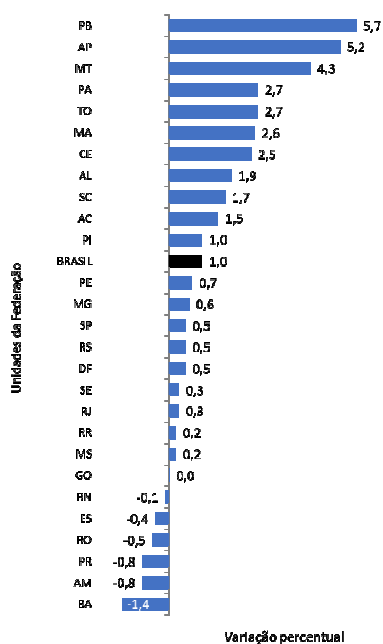
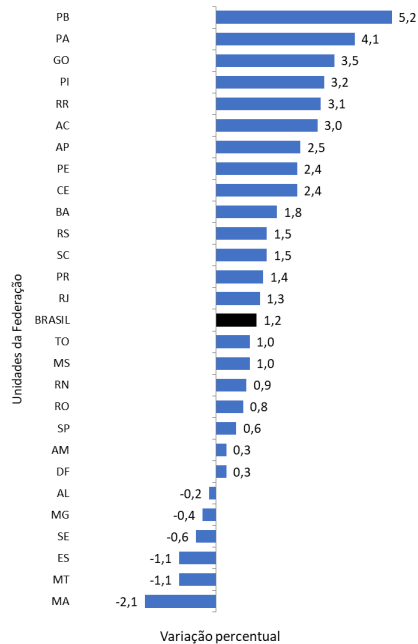


Gráfico 5 -Volume de Vendas do Comércio Varejista Ampliado por UF mês/ mês anterior Fevereiro 2024



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

Frente a fevereiro de 2023, a variação das vendas no **comércio varejista**, no corrente mês, foi de 8,2% com resultados positivos em todas das 27 Unidades da Federação, com destaque para: Paraíba (19,6%), Amapá (17,9%) e Mato Grosso (17,1%), conforme Gráfico 6. Já no **comércio varejista ampliado**, a variação em fevereiro de 2024 contra fevereiro de 2023 foi de 9,7% com resultados positivos em 25 das 27 Unidades da Federação, com destaque para: Tocantins (19,3%), Paraíba (17,7%) e Amapá (17,0%). Por outro lado, pressionando negativamente, figuram Espírito Santo (-0,8%) e Mato Grosso do Sul (-0,7%), conforme Gráfico 7.

Gráfico 6 - Volume de Vendas do Comércio Varejista por UF
mês/igual mês do ano anterior
Fevereiro 2024

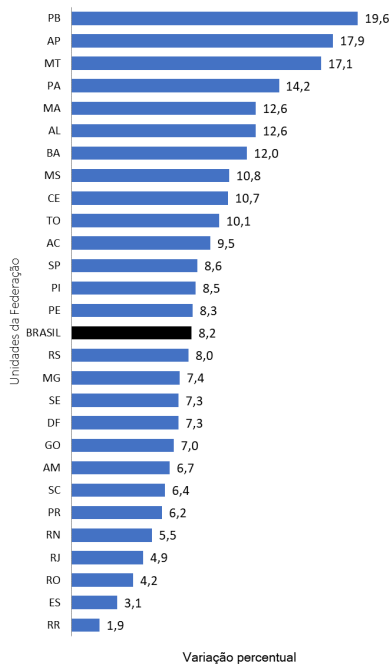
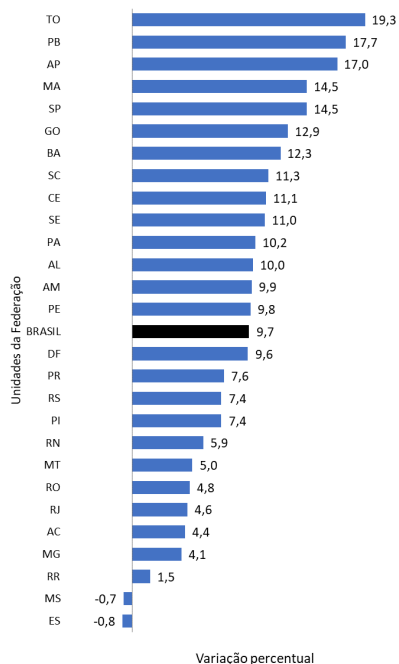
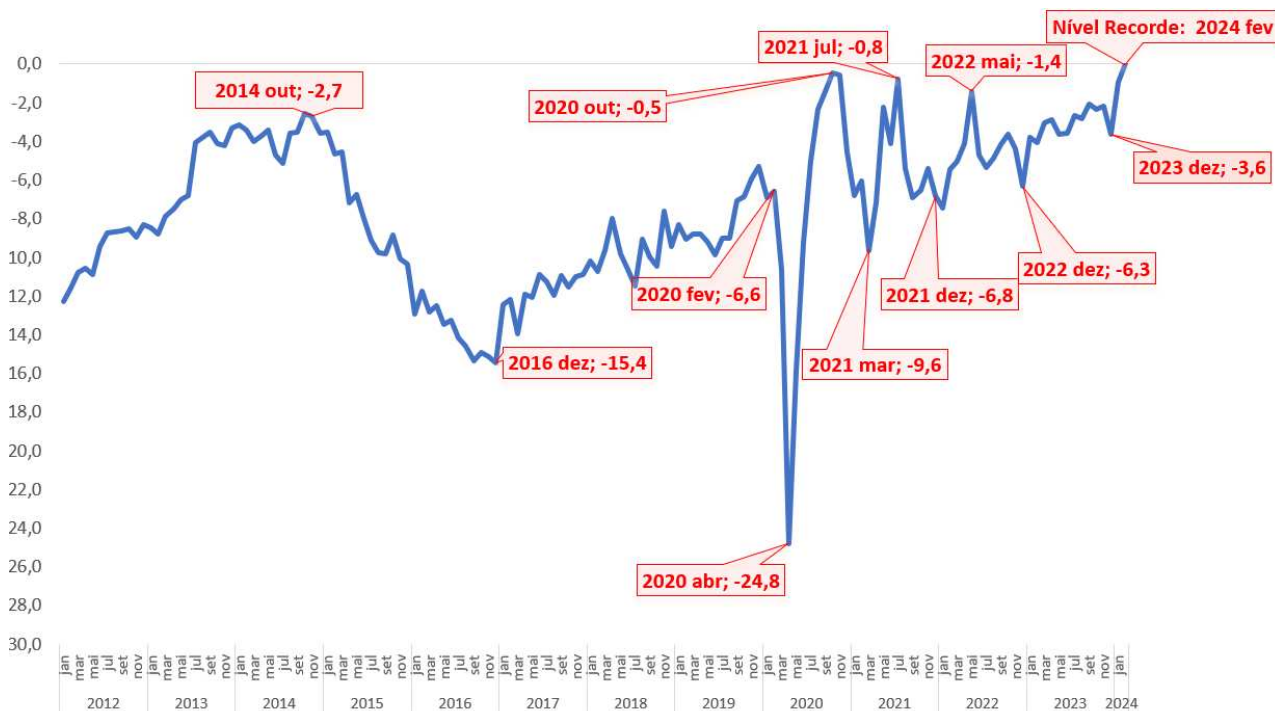


Gráfico 7 - Volume de Vendas do Comércio Varejista Ampliado por UF
mês/igual mês do ano anterior
Fevereiro 2024



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

Gráfico 8 – Índice de Base Fixa do Comércio Varejista, série com ajuste sazonal, 2013-2024
(base: mês imediatamente anterior)



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

Em síntese, o comércio varejista, na passagem de janeiro para fevereiro de 2024, na série com ajuste sazonal, cresceu 1,0%, segundo mês consecutivo de alta. A última vez que o varejo registrou dois meses consecutivos de alta foi em setembro de 2022 (0,5% em agosto e 0,7% em setembro) Com isso, a série histórica do índice da base fixa do indicador de volume da margem atinge o máximo da série histórica, superando em 0,5% o nível recorde anterior (outubro de 2020). Tal comportamento foi influenciado pelo crescimento *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria* (9,9%) e de *Outros artigos de uso pessoal e doméstico* (4,8%).

TABELAS

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

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 1 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo as atividades de divulgação
Fevereiro 2024 - Variação (%)

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

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

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 2 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista, segundo as unidades da federação
Fevereiro 2024 - Variação (%)

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

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 3- Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista Ampliado, segundo as unidades da federação
Fevereiro 2024 - Variação (%)

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

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 - Fevereiro 2024 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Comércio Varejista (4)	6,1	8,0	10,7	8,3	8,0	9,3	8,3	8,2	8,5
1. Combustíveis e lubrificantes	-8,3	6,5	13,2	2,2	6,5	9,6	2,2	1,5	2,4
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	16,2	9,8	11,4	13,6	9,8	10,6	13,6	13,3	13,2
2.1. Hipermercados e supermercados	20,5	11,1	12,9	16,1	11,1	12,0	16,1	15,8	15,5
3. Tecidos, vestuário e calçados	-12,7	3,5	2,0	-0,5	3,5	2,9	-0,5	-1,5	-0,9
4. Móveis e eletrodomésticos	6,4	4,9	2,7	3,8	4,9	3,9	3,8	3,7	3,6
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	21,7	8,7	17,9	10,1	8,7	13,0	10,1	10,9	11,5
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-36,9	-18,2	-47,3	-10,2	-18,2	-26,1	-10,2	-12,2	-17,9
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-33,4	-17,8	-11,8	-17,1	-17,8	-15,3	-17,1	-20,1	-20,6
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-3,2	12,0	11,3	0,8	12,0	11,7	0,8	2,1	4,4
Comércio Varejista Ampliado (5)	9,3	7,5	11,1	7,1	7,5	9,2	7,1	7,5	8,0
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	14,6	8,7	11,9	8,7	8,7	10,2	8,7	9,4	9,6
10. Material de construção	15,6	-1,0	19,8	1,9	-1,0	8,4	1,9	4,2	7,8
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	1,7	9,1	7,3	3,9	9,1	8,2	3,9	3,6	4,3

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 11

Pesquisa Mensal de Comércio

Tabela 4 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação Pernambuco - Fevereiro 2024 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Comércio Varejista (4)	-1,2	4,3	8,3	0,9	4,3	6,2	0,9	1,3	2,0
1. Combustíveis e lubrificantes	0,8	2,9	5,9	11,3	2,9	4,4	11,3	9,7	8,7
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	4,1	7,0	8,4	3,3	7,0	7,7	3,3	3,7	4,3
2.1. Hipermercados e supermercados	6,8	10,2	12,0	4,9	10,2	11,1	4,9	5,7	6,6
3. Tecidos, vestuário e calçados	4,9	-4,6	-10,6	-9,3	-4,6	-7,3	-9,3	-8,8	-8,3
4. Móveis e eletrodomésticos	7,0	4,9	11,3	-1,8	4,9	7,8	-1,8	-1,8	-0,4
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	-6,7	4,0	16,2	0,3	4,0	9,8	0,3	0,9	2,1
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	15,6	9,4	-4,7	-1,3	9,4	3,2	-1,3	5,1	7,5
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-33,1	-15,1	-22,9	-31,0	-15,1	-18,9	-31,0	-30,1	-32,4
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-14,9	1,8	11,6	-5,3	1,8	6,1	-5,3	-3,8	-1,5
Comércio Varejista Ampliado (5)	3,9	4,8	9,8	2,1	4,8	7,2	2,1	3,9	4,8
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	17,3	6,0	21,0	3,7	6,0	12,8	3,7	8,3	9,8
10. Material de construção	-3,8	-1,3	2,6	0,4	-1,3	0,5	0,4	-0,3	0,5
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	6,1	8,7	4,2	5,6	8,7	6,5	5,6	6,2	6,5

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

(5) O indicador do comércio varejista ampliado é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 11

Pesquisa Mensal de Comércio

**Tabela 4 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Bahia - Fevereiro 2024 - Variação (%)**

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Comércio Varejista (4)	3,0	11,7	12,0	4,8	11,7	11,9	4,8	5,5	6,4
1. Combustíveis e lubrificantes	2,3	10,8	6,0	12,4	10,8	8,5	12,4	12,0	11,4
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	9,5	16,8	14,8	5,0	16,8	15,8	5,0	5,8	7,1
2.1. Hipermercados e supermercados	10,0	18,1	15,9	5,1	18,1	17,0	5,1	5,9	7,2
3. Tecidos, vestuário e calçados	-4,3	0,3	2,5	-4,2	0,3	1,4	-4,2	-4,9	-4,9
4. Móveis e eletrodomésticos	-7,9	2,4	4,6	1,5	2,4	3,4	1,5	1,2	1,8
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	13,7	7,5	14,8	6,3	7,5	11,0	6,3	7,7	9,6
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-32,7	-33,3	-15,9	-14,5	-33,3	-26,1	-14,5	-23,4	-25,1
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-9,7	101,5	27,7	13,0	101,5	48,6	13,0	20,1	20,0
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-8,2	0,4	20,7	-10,5	0,4	9,4	-10,5	-9,4	-7,3
Comércio Varejista Ampliado (5)	3,9	11,0	12,3	2,6	11,0	11,6	2,6	4,1	5,2
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	2,8	12,6	12,4	-0,8	12,6	12,5	-0,8	3,8	5,0
10. Material de construção	18,4	18,4	24,1	9,4	18,4	21,1	9,4	10,2	12,3
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	9,0	5,1	9,3	-4,0	5,1	7,0	-4,0	-4,6	-3,4

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 11

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 4 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Minas Gerais - Fevereiro 2024 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Comércio Varejista (4)	3,1	4,0	7,4	3,0	4,0	5,6	3,0	3,1	3,5
1. Combustíveis e lubrificantes	-18,2	-12,0	-13,2	-2,8	-12,0	-12,6	-2,8	-5,4	-7,8
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	10,5	8,4	8,3	6,7	8,4	8,4	6,7	7,2	7,5
2.1. Hipermercados e supermercados	11,8	9,5	9,2	7,4	9,5	9,3	7,4	8,0	8,4
3. Tecidos, vestuário e calçados	-11,5	-1,8	-0,3	-12,5	-1,8	-1,1	-12,5	-12,7	-11,8
4. Móveis e eletrodomésticos	0,3	2,6	-1,5	5,4	2,6	0,7	5,4	4,9	4,2
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	16,4	10,3	20,4	9,4	10,3	15,2	9,4	10,3	11,3
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-8,2	-13,1	-9,7	-10,6	-13,1	-11,7	-10,6	-14,1	-13,4
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	77,9	63,8	94,3	34,7	63,8	78,4	34,7	39,7	47,7
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-9,8	-1,5	35,7	-9,5	-1,5	12,9	-9,5	-9,0	-5,1
Comércio Varejista Ampliado (5)	1,5	3,5	4,1	2,5	3,5	3,8	2,5	2,5	2,6
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-7,5	0,4	13,4	-4,6	0,4	6,3	-4,6	-5,3	-3,3
10. Material de construção	0,3	0,4	8,0	-4,3	0,4	4,0	-4,3	-4,7	-3,5
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	-1,1	6,5	-14,4	11,0	6,5	-4,7	11,0	10,5	6,8

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 11

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 4 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Espírito Santo - Fevereiro 2024 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Comércio Varejista (4)	-4,8	-0,7	3,1	3,0	-0,7	1,1	3,0	2,3	2,6
1. Combustíveis e lubrificantes	3,3	7,6	5,4	1,0	7,6	6,5	1,0	0,6	0,2
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	2,5	2,7	5,6	6,6	2,7	4,1	6,6	6,1	6,1
2.1. Hipermercados e supermercados	-3,3	-2,5	1,2	5,0	-2,5	-0,6	5,0	4,1	3,9
3. Tecidos, vestuário e calçados	-4,6	1,9	-0,9	-2,6	1,9	0,4	-2,6	-2,1	-1,4
4. Móveis e eletrodomésticos	-9,9	0,1	-9,1	0,7	0,1	-4,3	0,7	1,1	0,0
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	5,8	9,2	24,1	6,4	9,2	16,4	6,4	7,8	9,6
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-46,8	-10,2	1,3	-14,1	-10,2	-7,1	-14,1	-25,0	-25,1
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-28,2	-13,4	-3,1	1,2	-13,4	-9,0	1,2	-2,3	-2,8
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	11,3	19,3	30,4	-5,5	19,3	24,4	-5,5	-3,9	-0,4
Comércio Varejista Ampliado (5)	-1,4	-4,2	-0,8	9,4	-4,2	-2,6	9,4	7,9	6,9
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	9,0	-3,8	14,3	23,5	-3,8	4,6	23,5	20,8	19,8
10. Material de construção	1,7	-20,3	-39,6	14,4	-20,3	-30,2	14,4	9,2	2,4
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	6,2	-1,4	4,6	6,7	-1,4	1,5	6,7	5,9	5,8

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 11

Pesquisa Mensal de Comércio

Tabela 4 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Rio De Janeiro - Fevereiro 2024 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Comércio Varejista (4)	-0,7	1,9	4,9	-0,3	1,9	3,4	-0,3	0,0	0,5
1. Combustíveis e lubrificantes	3,7	0,5	-2,4	9,4	0,5	-0,9	9,4	7,4	6,5
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	4,0	3,6	4,4	3,1	3,6	4,0	3,1	3,2	3,4
2.1. Hipermercados e supermercados	5,4	5,6	6,6	5,5	5,6	6,1	5,5	5,4	5,5
3. Tecidos, vestuário e calçados	-5,2	9,9	9,2	-4,7	9,9	9,6	-4,7	-3,2	-1,5
4. Móveis e eletrodomésticos	-6,6	-3,9	-15,2	-3,8	-3,9	-9,3	-3,8	-3,7	-4,2
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	3,7	0,2	5,1	0,1	0,2	2,6	0,1	1,2	1,5
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-9,1	7,4	-2,2	-5,7	7,4	3,1	-5,7	-8,1	-7,5
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	74,1	23,6	43,1	-7,5	23,6	32,4	-7,5	-5,2	-0,1
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-22,3	-6,0	37,9	-24,6	-6,0	14,2	-24,6	-23,6	-20,3
Comércio Varejista Ampliado (5)	1,2	3,6	4,6	2,5	3,6	4,1	2,5	2,8	3,1
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	12,4	15,1	5,6	16,1	15,1	10,6	16,1	16,4	16,4
10. Material de construção	9,9	3,6	6,6	1,6	3,6	5,0	1,6	2,0	3,1
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	-1,8	0,9	1,1	5,9	0,9	1,0	5,9	4,6	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 11

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 4 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
São Paulo - Fevereiro 2024 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Comércio Varejista (4)	1,3	3,4	8,6	0,8	3,4	5,9	0,8	1,0	1,7
1. Combustíveis e lubrificantes	13,3	7,2	10,3	4,2	7,2	8,7	4,2	3,1	2,8
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	2,9	4,2	8,5	2,7	4,2	6,3	2,7	2,7	3,3
2.1. Hipermercados e supermercados	1,7	4,2	8,4	2,5	4,2	6,3	2,5	2,6	3,0
3. Tecidos, vestuário e calçados	6,1	-2,8	-3,8	-3,4	-2,8	-3,3	-3,4	-3,9	-3,6
4. Móveis e eletrodomésticos	3,9	3,7	8,4	6,7	3,7	5,9	6,7	6,9	7,4
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	-3,4	9,2	24,7	1,5	9,2	16,9	1,5	3,6	6,0
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	6,3	-11,5	-1,0	5,5	-11,5	-7,6	5,5	1,4	2,2
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-13,9	38,0	21,4	-4,4	38,0	28,4	-4,4	-0,8	0,3
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-14,9	-5,1	-0,3	-11,7	-5,1	-3,0	-11,7	-11,4	-10,7
Comércio Varejista Ampliado (5)	-1,0	10,3	14,5	2,9	10,3	12,4	2,9	3,9	5,4
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	8,5	17,3	21,4	10,7	17,3	19,3	10,7	11,9	14,4
10. Material de construção	-4,4	1,1	8,6	-3,4	1,1	4,6	-3,4	-3,3	-2,4
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	5,5	45,2	39,5	7,8	45,2	42,4	7,8	11,6	17,0

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

(5) O indicador do comércio varejista ampliado é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 11

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 4 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Paraná - Fevereiro 2024 - Variação (%)

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

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

(5) O indicador do comércio varejista ampliado é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 11

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 4 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Santa Catarina - Fevereiro 2024 - Variação (%)

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

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 11

Pesquisa Mensal de Comércio

Tabela 4 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Rio Grande Do Sul - Fevereiro 2024 - Variação (%)

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

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 11

Pesquisa Mensal de Comércio

Tabela 4 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Goiás - Fevereiro 2024 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Comércio Varejista (4)	1,0	3,9	7,0	0,7	3,9	5,4	0,7	0,8	1,4
1. Combustíveis e lubrificantes	-19,7	-9,2	-12,1	-7,9	-9,2	-10,6	-7,9	-8,7	-9,4
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	15,7	10,7	12,3	3,5	10,7	11,5	3,5	4,6	6,0
2.1. Hipermercados e supermercados	18,3	11,8	13,3	4,4	11,8	12,6	4,4	5,6	7,0
3. Tecidos, vestuário e calçados	-2,1	0,3	1,3	-2,5	0,3	0,8	-2,5	-2,5	-2,0
4. Móveis e eletrodomésticos	-6,1	-7,4	-4,7	0,5	-7,4	-6,2	0,5	-1,6	-2,0
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	7,9	7,6	29,2	10,7	7,6	18,0	10,7	10,9	12,2
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	7,4	1,4	-2,5	-14,9	1,4	0,2	-14,9	-16,1	-15,0
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-7,4	28,3	-28,1	-4,2	28,3	-3,3	-4,2	-2,4	-8,2
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	4,9	5,7	18,7	-3,2	5,7	11,4	-3,2	-2,9	-1,1
Comércio Varejista Ampliado (5)	2,1	6,0	12,9	-0,2	6,0	9,2	-0,2	-0,1	0,7
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	19,2	10,1	20,6	13,7	10,1	15,0	13,7	12,0	11,7
10. Material de construção	-0,5	-4,9	16,4	-1,7	-4,9	4,8	-1,7	-1,8	0,0
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	-4,0	8,5	16,1	-19,4	8,5	12,2	-19,4	-18,9	-16,6

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 11

Pesquisa Mensal de Comércio

Tabela 4 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação

Distrito Federal - Fevereiro 2024 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Comércio Varejista (4)	5,7	2,1	7,3	-0,7	2,1	4,6	-0,7	-0,8	-0,1
1. Combustíveis e lubrificantes	-8,6	-5,7	-6,5	-8,8	-5,7	-6,1	-8,8	-9,7	-10,2
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	10,9	6,0	10,3	1,4	6,0	8,1	1,4	1,8	3,1
2.1. Hipermercados e supermercados	9,8	6,2	10,7	1,0	6,2	8,4	1,0	1,2	2,4
3. Tecidos, vestuário e calçados	5,0	7,4	11,7	-1,1	7,4	9,3	-1,1	-0,6	0,9
4. Móveis e eletrodomésticos	18,2	-5,1	5,7	7,7	-5,1	-0,2	7,7	6,0	5,7
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	15,8	3,2	18,1	4,5	3,2	10,5	4,5	5,6	7,0
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	2,0	-10,6	-5,8	4,4	-10,6	-8,7	4,4	-4,8	-8,1
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	81,7	40,5	-24,2	62,0	40,5	2,2	62,0	61,4	49,8
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-13,6	-6,0	8,4	-16,0	-6,0	0,3	-16,0	-17,4	-15,3
Comércio Varejista Ampliado (5)	9,3	7,6	9,6	1,8	7,6	8,6	1,8	2,1	2,7
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	30,6	26,9	24,6	20,4	26,9	25,8	20,4	20,8	20,9
10. Material de construção	-8,6	-8,8	-8,5	-14,3	-8,8	-8,6	-14,3	-13,8	-13,0
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	-0,6	11,9	7,8	-2,1	11,9	9,8	-2,1	-0,9	0,4

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 11

Pesquisa Mensal de Comércio

Tabela 5 - Índice de base fixa do volume de vendas no comércio varejista (1) e comércio varejista ampliado (2), por atividades - fevereiro 2024

Atividades	Comércio varejista ampliado												
	fev/2023	mar/2023	abr/2023	mai/2023	jun/2023	jul/2023	ago/2023	set/2023	out/2023	nov/2023	dez/2023	jan/2024	fev/2024
Comércio Varejista (1)	89,1	100,1	97,4	99,5	98,2	101,6	102,1	100,1	101,6	109,3	124,9	99,6	96,5
1. Combustíveis e lubrificantes	94,7	106,1	98,5	105,9	103,2	107,5	110,3	104,7	105,9	102,9	107,1	100,9	94,5
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	92,7	101,6	103,2	98,7	99,6	103,2	104,5	104,8	104,5	107,1	128,2	102,4	101,6
2.1. Hipermercados e supermercados	93,0	101,7	103,9	98,5	99,4	103,4	104,7	105,4	104,8	107,8	129,2	103,2	102,5
3. Tecidos, vestuário e calçados	71,2	81,9	86,9	99,9	101,5	95,8	90,2	82,4	85,9	101,2	168,2	79,9	70,8
4. Móveis e eletrodomésticos	85,9	102,4	88,8	102,5	93,8	97,5	95,0	95,7	96,6	131,6	120,8	101,3	89,1
4.1. Móveis	83,5	95,2	86,2	96,3	88,7	95,8	88,4	88,7	88,8	115,0	113,7	94,6	88,1
4.2. Eletrodomésticos	88,0	106,6	91,3	106,6	97,5	100,1	99,3	100,2	101,3	140,2	125,7	105,6	91,2
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	90,6	108,5	96,8	109,7	104,5	105,3	106,5	103,4	106,5	111,3	117,5	102,0	107,4
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	121,5	95,8	70,6	81,9	82,6	82,8	80,0	73,7	79,1	82,5	116,6	162,2	114,2
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	86,3	113,5	86,4	99,2	91,7	107,2	101,7	97,3	98,2	135,0	111,1	100,2	95,3
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	74,0	84,7	80,2	84,5	81,0	88,5	87,5	81,5	90,1	114,1	112,4	89,6	81,2
Comércio Varejista Ampliado (2)	88,0	107,0	96,8	101,9	102,1	102,1	105,7	101,5	103,3	109,5	116,8	100,2	96,5
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	88,4	114,7	93,8	105,2	115,8	110,6	119,0	111,8	110,8	117,7	114,2	107,3	103,0
10. Material de construção	86,8	105,0	87,1	102,5	97,4	100,9	106,6	97,3	102,7	102,7	91,5	98,0	91,2
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	83,6	125,7	102,2	106,7	104,3	95,8	104,6	98,0	102,0	104,8	101,7	96,0	92,0

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 11

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

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 6 - Indicadores de Receita Nominal de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo as atividades de divulgação
Fevereiro 2024 - Variação (%)

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

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 11

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 7 - Indicadores de Receita Nominal de Vendas do Comércio Varejista, segundo as unidades da federação
Fevereiro 2024 - Variação (%)

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

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

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

(2) Base: igual mês do ano anterior

(3) Base: igual período do ano anterior

(4) Base: 12 meses anteriores

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 8 - Indicadores de Receita Nominal de Vendas do Comércio Varejista Ampliado, segundo as unidades da federação
Fevereiro 2024 - Variação (%)

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

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 do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Ceará - Fevereiro 2024 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Comércio Varejista (4)	10,4	10,0	13,3	12,0	10,0	11,6	12,0	11,3	11,4
1. Combustíveis e lubrificantes	-1,4	3,3	10,2	-9,4	3,3	6,5	-9,4	-9,4	-8,0
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	16,7	12,0	14,4	18,4	12,0	13,1	18,4	17,4	16,7
2.1. Hipermercados e supermercados	20,9	13,4	16,0	21,2	13,4	14,7	21,2	20,1	19,2
3. Tecidos, vestuário e calçados	-8,2	3,4	1,7	7,0	3,4	2,6	7,0	4,9	4,7
4. Móveis e eletrodomésticos	6,4	3,9	2,1	8,0	3,9	3,1	8,0	7,1	6,3
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	28,8	16,1	27,2	18,3	16,1	21,3	18,3	18,8	19,4
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-30,2	-9,5	-42,8	-3,3	-9,5	-18,6	-3,3	-4,1	-10,3
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-37,2	-21,8	-12,8	-20,4	-21,8	-18,2	-20,4	-23,7	-24,1
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-0,7	16,0	14,9	6,0	16,0	15,5	6,0	7,0	9,1
Comércio Varejista Ampliado (5)	12,0	8,9	13,1	10,5	8,9	10,9	10,5	10,4	10,7
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	15,6	7,6	11,3	11,2	7,6	9,3	11,2	11,1	11,0
10. Material de construção	15,1	-1,7	19,1	3,7	-1,7	7,7	3,7	5,7	8,9
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	3,3	11,8	10,8	8,4	11,8	11,3	8,4	7,6	7,9

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 11

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 9 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Pernambuco - Fevereiro 2024 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Comércio Varejista (4)	1,2	5,2	9,8	3,4	5,2	7,4	3,4	3,4	3,8
1. Combustíveis e lubrificantes	3,4	2,4	7,1	-3,6	2,4	4,6	-3,6	-3,5	-2,9
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	1,6	5,8	8,0	7,2	5,8	6,9	7,2	6,6	6,3
2.1. Hipermercados e supermercados	3,9	9,0	11,5	9,1	9,0	10,2	9,1	8,7	8,7
3. Tecidos, vestuário e calçados	6,5	-3,0	-9,7	-2,2	-3,0	-6,1	-2,2	-2,4	-2,7
4. Móveis e eletrodomésticos	4,3	2,8	8,3	-2,3	2,8	5,3	-2,3	-2,7	-1,8
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	-1,6	10,8	24,6	8,3	10,8	17,4	8,3	8,4	9,4
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	25,1	17,5	0,8	8,5	17,5	10,1	8,5	15,0	16,9
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-28,2	-16,8	-24,6	-31,0	-16,8	-20,5	-31,0	-30,4	-32,8
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-13,3	4,6	14,3	-0,6	4,6	8,9	-0,6	0,6	2,6
Comércio Varejista Ampliado (5)	4,9	5,2	10,5	4,7	5,2	7,7	4,7	5,7	6,2
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	15,7	5,5	19,4	4,8	5,5	11,8	4,8	8,4	9,5
10. Material de construção	-6,6	-4,3	0,9	1,4	-4,3	-2,0	1,4	-0,1	0,1
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	7,2	9,5	5,7	10,9	9,5	7,6	10,9	10,7	10,3

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 11

Pesquisa Mensal de Comércio

Tabela 9 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Bahia - Fevereiro 2024 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Comércio Varejista (4)	5,2	11,2	13,3	5,0	11,2	12,2	5,0	5,2	5,8
1. Combustíveis e lubrificantes	5,9	4,2	5,4	-4,6	4,2	4,8	-4,6	-4,2	-3,4
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	8,0	16,4	15,6	9,0	16,4	16,0	9,0	8,9	9,4
2.1. Hipermercados e supermercados	8,6	17,9	16,9	9,3	17,9	17,4	9,3	9,2	9,7
3. Tecidos, vestuário e calçados	-2,3	1,7	2,1	1,8	1,7	1,9	1,8	0,2	-0,6
4. Móveis e eletrodomésticos	-8,4	0,6	3,1	1,9	0,6	1,7	1,9	1,2	1,6
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	20,9	15,0	23,4	15,5	15,0	19,0	15,5	16,5	18,2
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-26,2	-26,5	-7,8	-6,3	-26,5	-18,8	-6,3	-16,1	-17,9
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-18,2	82,4	17,7	2,3	82,4	36,2	2,3	8,0	8,1
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-5,6	3,0	22,9	-5,6	3,0	11,8	-5,6	-5,0	-3,1
Comércio Varejista Ampliado (5)	4,9	9,7	12,5	3,6	9,7	11,1	3,6	4,3	5,1
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	1,6	10,4	11,3	1,6	10,4	10,8	1,6	5,4	6,1
10. Material de construção	13,3	13,6	18,9	6,6	13,6	16,0	6,6	6,7	8,2
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	8,6	3,8	8,7	0,0	3,8	6,0	0,0	-1,7	-1,2

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 11

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 9 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Minas Gerais - Fevereiro 2024 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Comércio Varejista (4)	5,5	6,7	11,3	5,2	6,7	8,9	5,2	4,8	5,1
1. Combustíveis e lubrificantes	-13,0	-13,8	-12,4	-17,5	-13,8	-13,1	-17,5	-18,5	-19,1
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	10,7	10,6	11,5	11,2	10,6	11,1	11,2	10,7	10,4
2.1. Hipermercados e supermercados	12,0	11,6	12,3	11,9	11,6	12,0	11,9	11,6	11,3
3. Tecidos, vestuário e calçados	-6,1	5,1	5,5	-4,1	5,1	5,3	-4,1	-4,7	-4,1
4. Móveis e eletrodomésticos	-2,2	-0,4	-4,0	3,3	-0,4	-2,1	3,3	2,2	1,2
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	22,5	16,5	26,7	19,3	16,5	21,5	19,3	19,4	19,7
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	0,2	-4,7	-0,8	-1,2	-4,7	-3,1	-1,2	-5,1	-4,4
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	67,5	51,7	80,1	19,2	51,7	65,3	19,2	23,6	31,1
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-6,6	3,0	41,6	-4,4	3,0	18,0	-4,4	-4,2	-0,4
Comércio Varejista Ampliado (5)	3,8	5,9	8,2	5,0	5,9	7,0	5,0	4,4	4,4
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-7,7	-1,0	12,6	-2,7	-1,0	5,2	-2,7	-3,9	-2,2
10. Material de construção	0,0	-0,8	5,8	-3,9	-0,8	2,3	-3,9	-4,8	-4,1
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	2,1	12,7	-3,4	15,8	12,7	4,2	15,8	14,2	10,6

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 11

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 9 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Espírito Santo - Fevereiro 2024 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Comércio Varejista (4)	-5,1	-0,5	4,0	3,2	-0,5	1,7	3,2	2,1	2,0
1. Combustíveis e lubrificantes	13,5	10,8	10,7	-11,4	10,8	10,8	-11,4	-10,1	-8,6
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	1,4	1,8	5,5	10,5	1,8	3,6	10,5	8,9	8,0
2.1. Hipermercados e supermercados	-4,0	-2,9	1,5	9,0	-2,9	-0,7	9,0	7,1	6,0
3. Tecidos, vestuário e calçados	-2,8	5,5	2,3	6,1	5,5	3,8	6,1	5,8	5,5
4. Móveis e eletrodomésticos	-10,3	-0,3	-9,7	1,1	-0,3	-4,8	1,1	0,7	-0,8
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	11,2	16,1	32,1	14,5	16,1	23,8	14,5	15,0	16,1
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-39,4	2,8	14,0	-6,4	2,8	5,9	-6,4	-16,0	-15,5
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-27,8	-14,9	-3,8	-6,4	-14,9	-10,2	-6,4	-9,3	-9,5
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	16,4	23,7	35,4	-1,1	23,7	29,1	-1,1	0,3	3,6
Comércio Varejista Ampliado (5)	-1,4	-4,9	-0,9	10,6	-4,9	-3,0	10,6	8,4	7,0
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	9,2	-6,5	11,1	26,6	-6,5	1,6	26,6	22,6	20,8
10. Material de construção	0,6	-21,5	-40,5	15,8	-21,5	-31,2	15,8	10,1	2,7
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	4,0	-0,6	6,7	8,9	-0,6	2,9	8,9	7,4	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 11

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 9 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Rio De Janeiro - Fevereiro 2024 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Comércio Varejista (4)	0,7	3,6	8,6	0,7	3,6	6,1	0,7	0,6	0,9
1. Combustíveis e lubrificantes	9,5	0,0	-0,1	-6,5	0,0	0,0	-6,5	-6,6	-5,5
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	4,4	4,9	7,8	5,5	4,9	6,4	5,5	4,9	4,7
2.1. Hipermercados e supermercados	5,5	7,0	10,0	8,2	7,0	8,5	8,2	7,4	7,0
3. Tecidos, vestuário e calçados	-2,8	12,7	11,5	3,6	12,7	12,1	3,6	4,1	5,0
4. Móveis e eletrodomésticos	-7,5	-6,3	-17,1	-7,3	-6,3	-11,4	-7,3	-7,5	-8,3
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	9,5	6,1	13,5	8,4	6,1	9,7	8,4	8,6	8,3
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-0,3	17,7	7,3	2,7	17,7	13,1	2,7	0,7	1,6
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	63,0	13,2	28,6	-13,4	13,2	20,2	-13,4	-11,7	-7,7
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-19,9	-2,5	43,3	-21,2	-2,5	18,6	-21,2	-20,4	-17,0
Comércio Varejista Ampliado (5)	2,4	5,0	7,9	4,0	5,0	6,4	4,0	3,8	4,0
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	10,5	12,2	3,1	18,3	12,2	7,9	18,3	17,7	17,1
10. Material de construção	8,8	3,4	7,1	2,7	3,4	5,1	2,7	2,4	3,3
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	0,1	6,2	8,7	10,0	6,2	7,4	10,0	8,1	8,1

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 11

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 9 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
São Paulo - Fevereiro 2024 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Comércio Varejista (4)	3,9	5,3	11,2	4,9	5,3	8,1	4,9	4,5	4,7
1. Combustíveis e lubrificantes	22,5	5,6	10,7	-6,9	5,6	8,1	-6,9	-6,7	-5,8
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	3,8	6,0	11,2	7,6	6,0	8,5	7,6	6,7	6,6
2.1. Hipermercados e supermercados	2,7	6,1	11,1	7,4	6,1	8,6	7,4	6,6	6,4
3. Tecidos, vestuário e calçados	7,8	-0,8	-1,8	5,6	-0,8	-1,2	5,6	4,1	3,7
4. Móveis e eletrodomésticos	1,2	2,4	7,1	3,9	2,4	4,6	3,9	3,9	4,2
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	0,4	14,6	31,4	9,3	14,6	22,9	9,3	10,9	13,0
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	15,6	-4,0	6,9	14,7	-4,0	0,1	14,7	10,1	10,8
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-19,9	28,0	15,0	-10,8	28,0	20,6	-10,8	-7,8	-6,7
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-12,2	-1,6	3,0	-6,0	-1,6	0,5	-6,0	-6,2	-5,8
Comércio Varejista Ampliado (5)	0,6	11,9	17,1	6,9	11,9	14,4	6,9	7,3	8,4
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	8,0	15,8	21,4	12,5	15,8	18,6	12,5	13,2	15,5
10. Material de construção	-5,8	-0,3	7,4	-1,3	-0,3	3,3	-1,3	-2,0	-1,6
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	7,8	50,6	46,7	14,5	50,6	48,6	14,5	17,9	22,8

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 11

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 9 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Paraná - Fevereiro 2024 - Variação (%)

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

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 9 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Santa Catarina - Fevereiro 2024 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Comércio Varejista (4)	6,6	3,4	8,8	4,9	3,4	6,0	4,9	4,0	4,0
1. Combustíveis e lubrificantes	10,0	-1,8	7,8	-3,9	-1,8	2,6	-3,9	-5,3	-5,0
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	5,3	4,0	8,4	8,0	4,0	6,1	8,0	7,0	6,7
2.1. Hipermercados e supermercados	4,4	4,3	8,7	7,9	4,3	6,4	7,9	7,0	6,8
3. Tecidos, vestuário e calçados	2,2	1,9	-7,4	-0,5	1,9	-2,6	-0,5	-1,0	-1,9
4. Móveis e eletrodomésticos	0,6	0,9	8,8	-0,5	0,9	4,5	-0,5	-1,0	-0,2
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	21,0	14,2	25,5	16,0	14,2	19,6	16,0	16,1	16,6
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-0,9	4,6	8,8	-0,4	4,6	6,3	-0,4	-2,4	-1,9
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	33,3	2,6	7,6	10,5	2,6	4,9	10,5	8,0	7,1
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-1,5	3,4	10,3	-3,0	3,4	6,5	-3,0	-3,2	-2,6
Comércio Varejista Ampliado (5)	8,5	4,0	12,7	6,8	4,0	8,1	6,8	5,8	6,2
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	21,9	10,0	21,5	13,9	10,0	15,5	13,9	13,2	14,2
10. Material de construção	-4,2	0,3	7,1	-1,3	0,3	3,5	-1,3	-1,4	-0,4
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	10,1	-0,9	17,4	7,9	-0,9	7,3	7,9	4,8	5,5

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

(5) O indicador do comércio varejista ampliado é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 11

Pesquisa Mensal de Comércio

**Tabela 9 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Rio Grande Do Sul - Fevereiro 2024 - Variação (%)**

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

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

(5) O indicador do comércio varejista ampliado é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 11

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 9 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Goiás - Fevereiro 2024 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Comércio Varejista (4)	4,8	6,3	9,6	2,2	6,3	7,9	2,2	2,2	2,6
1. Combustíveis e lubrificantes	-15,3	-8,4	-9,7	-20,1	-8,4	-9,1	-20,1	-19,2	-18,4
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	15,2	12,7	13,6	7,8	12,7	13,1	7,8	8,0	8,6
2.1. Hipermercados e supermercados	17,8	13,9	14,7	8,7	13,9	14,3	8,7	9,1	9,7
3. Tecidos, vestuário e calçados	0,5	2,9	3,8	7,5	2,9	3,4	7,5	6,4	5,8
4. Móveis e eletrodomésticos	-6,9	-9,2	-7,7	-0,3	-9,2	-8,5	-0,3	-3,0	-3,9
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	14,6	12,4	36,1	21,0	12,4	23,8	21,0	20,3	21,2
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	14,8	7,1	1,9	-8,0	7,1	5,5	-8,0	-9,5	-8,6
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-12,6	20,6	-35,1	-11,0	20,6	-10,8	-11,0	-9,4	-15,3
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	7,0	9,5	22,6	1,2	9,5	15,2	1,2	1,2	2,7
Comércio Varejista Ampliado (5)	4,7	7,8	14,8	2,1	7,8	11,1	2,1	1,9	2,4
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	19,3	9,6	18,7	15,6	9,6	13,9	15,6	13,3	12,5
10. Material de construção	-1,8	-6,6	15,7	-0,3	-6,6	3,5	-0,3	-1,1	0,2
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	-1,7	14,6	23,2	-14,7	14,6	18,7	-14,7	-14,5	-12,3

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

(5) O indicador do comércio varejista ampliado é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 11

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 9 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Distrito Federal - Fevereiro 2024 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Comércio Varejista (4)	10,7	3,8	10,2	1,5	3,8	6,9	1,5	1,1	1,8
1. Combustíveis e lubrificantes	-2,5	-4,7	1,3	-20,6	-4,7	-1,8	-20,6	-20,0	-18,6
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	9,9	6,6	10,9	6,4	6,6	8,7	6,4	5,8	6,3
2.1. Hipermercados e supermercados	9,6	7,1	11,5	6,2	7,1	9,3	6,2	5,4	5,7
3. Tecidos, vestuário e calçados	7,6	9,6	13,1	9,0	9,6	11,2	9,0	8,3	9,0
4. Móveis e eletrodomésticos	14,2	-8,6	1,7	4,8	-8,6	-3,9	4,8	2,5	1,9
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	23,2	10,5	25,4	14,7	10,5	17,8	14,7	15,2	16,2
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	11,1	-2,8	0,7	15,3	-2,8	-1,4	15,3	5,0	1,0
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	70,9	32,5	-26,5	47,4	32,5	-1,9	47,4	46,4	36,4
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-11,0	-2,7	12,2	-12,0	-2,7	3,8	-12,0	-13,7	-11,6
Comércio Varejista Ampliado (5)	13,3	8,7	11,4	4,2	8,7	10,0	4,2	4,1	4,6
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	32,0	26,6	24,4	22,3	26,6	25,6	22,3	22,1	21,8
10. Material de construção	-9,2	-9,1	-8,6	-12,0	-9,1	-8,8	-12,0	-12,0	-11,8
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	0,5	13,9	10,2	2,9	13,9	12,0	2,9	3,2	3,8

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 11

Pesquisa Mensal de Comércio

Tabela 10 - Índice de base fixa da receita nominal de vendas no comércio varejista (1) e comércio varejista ampliado (2), por atividades - fevereiro 2024

Atividades	Comércio varejista ampliado												
	fev/2023	mar/2023	abr/2023	mai/2023	jun/2023	jul/2023	ago/2023	set/2023	out/2023	nov/2023	dez/2023	jan/2024	fev/2024
Comércio Varejista (1)	91,2	102,6	100,7	102,5	100,2	103,3	103,7	102,0	103,6	112,0	129,3	103,5	101,1
1. Combustíveis e lubrificantes	83,9	94,8	86,8	89,3	82,8	87,3	94,6	95,7	96,3	93,2	95,6	89,6	85,2
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	97,1	106,5	108,9	104,3	104,3	107,5	107,8	107,1	107,1	110,5	133,6	108,3	108,6
2.1. Hipermercados e supermercados	97,5	106,6	109,7	104,2	104,3	107,8	108,2	107,9	107,6	111,3	134,8	109,3	109,6
3. Tecidos, vestuário e calçados	75,8	87,6	93,9	108,3	110,3	103,8	98,1	89,9	94,1	110,5	185,2	87,6	77,3
4. Móveis e eletrodomésticos	86,5	102,4	88,9	102,0	92,7	96,3	93,6	93,7	94,9	128,8	119,5	100,6	88,4
4.1. Móveis	87,8	100,2	91,1	102,1	94,5	102,1	94,5	94,4	94,8	122,1	121,1	100,8	94,1
4.2. Eletrodomésticos	87,2	104,5	89,3	103,3	93,3	95,7	94,5	94,7	96,2	132,7	120,6	101,9	87,7
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	94,8	114,3	104,9	120,2	114,2	115,2	116,8	113,3	116,8	122,5	129,3	112,7	119,2
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	129,9	103,1	76,4	89,0	89,9	90,9	88,4	81,7	87,9	91,6	131,7	187,7	133,6
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	81,8	105,7	80,9	93,1	85,1	98,8	93,5	89,8	90,2	121,7	100,5	90,8	86,2
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	77,3	88,8	84,6	89,4	85,8	93,5	92,9	86,5	95,6	121,2	119,9	96,3	87,4
Comércio Varejista Ampliado (2)	90,6	110,4	100,4	105,5	104,7	104,4	108,0	103,8	105,6	112,4	120,9	104,4	101,4
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	90,9	117,9	96,7	108,4	117,4	112,9	122,2	114,5	113,0	119,8	115,8	108,5	105,0
10. Material de construção	89,2	107,6	89,4	104,8	99,0	102,6	108,9	99,2	104,2	103,9	93,1	99,8	93,3
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	88,7	133,0	108,8	114,1	110,6	100,5	108,5	101,1	105,9	110,1	108,7	105,6	102,6

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 11