



Pesquisa Anual de Comércio 2017

PAC

ISSN 0104-1614
© IBGE, 2018

O Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE realiza, desde 1996, a Pesquisa Anual de Comércio - PAC¹, que retrata as características estruturais do segmento empresarial da atividade de comércio no País. Essas informações são indispensáveis para a análise e o planejamento econômico das empresas do setor privado e dos diferentes níveis de governo. O setor de comércio, a despeito de sua grande heterogeneidade, cumpre papel econômico relevante, notadamente pelo seu potencial de gerar empregos, especialmente no ramo varejista, apresentar barreiras relativamente menores à entrada e saída no mercado e oferecer conveniência e praticidade aos consumidores. No entanto, o segmento é tradicionalmente marcado por características como baixa produtividade e alta rotatividade no mercado de trabalho, e seu desempenho econômico costuma ser positivamente influenciado pelo crescimento da demanda representada pelo consumo privado na economia.

Neste informativo, são apresentados os principais resultados das empresas comerciais brasileiras, cujas atividades se dividem em três segmentos distintos: comércio de veículos, peças e motocicletas; comércio por atacado; e comércio varejista. Além desta introdução, contendo a síntese dos resultados da pesquisa, as quatro seções seguintes apresentam, respectivamente, a caracterização do faturamento das empresas, da estrutura da margem de comercialização, da concentração e do perfil do emprego nas empresas comerciais. A última seção contém um detalhamento dos resultados regionais. A fim de identificar mudanças estruturais, prioriza-se a comparação entre os resultados dos dois pontos extremos de uma série de 10 anos: 2017 e 2008.

A PAC 2017 estimou que a atividade comercial obteve R\$ 3,4 trilhões de receita operacional líquida e R\$ 583,7 bilhões de valor adicionado bruto. O setor ocupou cerca de 10,2 milhões de pessoas, pagando R\$ 226,7 bilhões em salários, retiradas e outras remunerações. Esses valores foram gerados por 1,5 milhão de empresas, englobando um total de 1,7 milhão de unidades locais² comerciais.

Empresas comerciais



Pessoas ocupadas

10,2
milhões

Receita operacional líquida

R\$ 3,4
trilhões



Salários, retiradas e outras remunerações

R\$ 226,7
bilhões



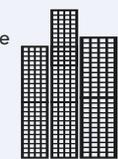
Valor adicionado bruto

R\$ 583,7
bilhões



Número de empresas

1,5
milhão



Número de unidades locais

1,7
milhão

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Serviços e Comércio, Pesquisa Anual de Comércio 2017.

Você sabia que a diferença entre atacado e varejo não tem relação com a quantidade nem com o valor da venda?

Varejo: mercadoria vendida destinada ao consumidor final, para uso pessoal ou doméstico; e

Atacado: mercadoria vendida destinada ao consumidor intermediário, para uso profissional. São consideradas atacadistas empresas cujas vendas destinam-se principalmente a outros estabelecimentos, como, por exemplo, outras empresas e órgãos da administração pública.



¹ Por decisão editorial, a partir do ano de referência de 2015 a publicação passou a ser divulgada em duas partes: a primeira corresponde a este informativo, que destaca os principais resultados da pesquisa, e a segunda é constituída por notas técnicas, entre outros elementos textuais, apresentando considerações de natureza metodológica sobre a pesquisa. As tabelas de resultados, as notas técnicas e demais informações sobre a PAC encontram-se disponíveis no portal do IBGE na Internet, no endereço <<https://www.ibge.gov.br/estatisticas/economicas/comercio/9075-pesquisa-anual-de-comercio.html>>.

² A unidade local é definida como o espaço físico, geralmente uma área contínua, onde uma ou mais atividades econômicas são desenvolvidas, correspondendo a um endereço de atuação da empresa.

Caracterização do faturamento das empresas comerciais

As empresas comerciais registraram, em 2017, uma receita bruta de R\$ 3,8 trilhões, dos quais R\$ 360,6 bilhões foram auferidos pelo comércio de veículos, peças e motocicletas; R\$ 1,7 trilhão, pelo comércio atacadista; e R\$ 1,7 trilhão, pelo comércio varejista.

A receita operacional líquida é obtida ao serem subtraídas da receita bruta as deduções (vendas canceladas, abatimentos, descontos, ICMS sobre vendas e outros impostos e contribuições), que foram da ordem de R\$ 384,5 bilhões. Em 2017, o comércio varejista obteve a maior participação na receita operacional líquida, sendo responsável por 45,5% do total, seguido pelos setores atacadista (44,6%) e de comércio de veículos, peças e motocicletas (9,9%). A análise dos últimos 10 anos mostra que o varejo incrementou sua importância no total do comércio, em contrapartida a uma perda de representatividade do comércio de veículos, peças e motocicletas, uma vez que detinham, respectivamente, 39,6% e 16,0% de participação em 2008. O segmento atacadista, por sua vez, manteve-se relativamente estável no período, pois participava com 44,4% em 2008.

Em uma ótica de maior desagregação setorial, pode-se analisar a variação dos 22 agrupamentos que compõem a atividade comercial em relação à participação na receita operacional líquida.

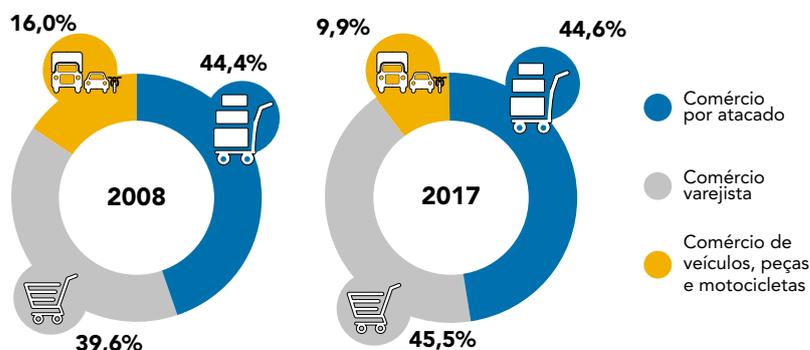
Ao analisar as atividades com as maiores variações em pontos percentuais, merece destaque a de hipermercados e supermercados, que ocupou a primeira colocação em 2017, subindo 2,7 pontos percentuais (p.p.) em comparação ao ano de 2008, quando detinha 9,8% do total. Outros dois destaques foram o comércio varejista e o atacadista de produtos alimentícios, bebidas e fumo. O primeiro deixou a 17ª posição para tornar-se o nono colocado, apresentando um aumento de 2,6 p.p. no período, com participação de 4,8% na receita operacional líquida em 2017. O segundo, responsável por 8,4% do total em

2017, obteve um crescimento de 2,1 p.p. na participação, passando da quinta posição, em 2008, para a terceira, em 2017.

Por outro lado, entre os setores que registraram quedas mais acentuadas da receita operacional líquida nos últimos 10 anos, destaca-se o comércio de veículos automotores (-5,5 p.p.), que desceu quatro posições no ranking, reduzindo sua participação de

11,6%, em 2008, para 6,1%, em 2017. Vale destacar também o recuo da participação dos setores de comércio atacadista de combustíveis e lubrificantes (-1,4 p.p.) e de máquinas, aparelhos e equipamentos, inclusive TI e comunicação (-0,8 p.p.). Em 2017, essas atividades passaram a ser responsáveis por 11,3% e 3,7% do total da receita operacional líquida, respectivamente.

Participação dos setores do comércio na receita operacional líquida



Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Serviços e Comércio, Pesquisa Anual de Comércio 2008/2017.

Principais variações da receita operacional líquida nas atividades comerciais (%)

	2008	2017	Variação
Hipermercados e supermercados	9,8	12,5	↑ 2,7
Comércio varejista de produtos alimentícios, bebidas, fumo e minimercados	2,2	4,8	↑ 2,6
Comércio por atacado de produtos alimentícios, bebidas e fumo	6,3	8,4	↑ 2,1
Comércio de veículos automotores	11,6	6,1	↓ 5,5
Comércio por atacado de combustíveis e lubrificantes	12,7	11,3	↓ 1,4
Comércio por atacado de máquinas, aparelhos e equipamentos, inclusive TI e comunicação	4,5	3,7	↓ 0,8

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Serviços e Comércio, Pesquisa Anual de Comércio 2008/2017.

Estrutura da margem de comercialização das empresas comerciais

A margem de comercialização foi da ordem de R\$ 765,1 bilhões no ano de 2017. Desse total, o segmento de comércio varejista foi responsável por 56,4%; o de comércio atacadista, por 36,0%; e o de comércio de veículos, peças e motocicletas, por 7,6%.

Dividindo-se a margem de comercialização pelo custo das mercadorias revendidas, obtém-se a taxa de margem de comercialização, ou taxa de margem, que indica o quanto, em termos relativos, determinado setor é capaz de definir sua receita líquida de vendas acima dos seus custos com aquisição de mercadorias para revenda e variação de estoques. A taxa de margem do segmento do varejo (39,1%) apresenta-se maior que as do atacado (23,3%) e de veículos, peças e motocicletas (21,9%).

O *ranking* das atividades com maior taxa de margem permanece relativamente constante nos últimos 10 anos, tendo o comércio varejista de tecidos, vestuário, calçados e armarinho se mantido na primeira colocação, tanto em 2008 (73,6%) quanto em 2017 (82,2%), e o comércio atacadista de combustíveis e lubrificantes, na última colocação (8,1% em ambos os anos).

Somente o comércio varejista de material de construção obteve uma mudança relevante de posição no *ranking*, passando da 10ª para a sexta posição no período. Essa atividade registrou uma taxa de margem de 54,0% em 2017, tendo aumentado 17,7 p.p. em relação ao ano de 2008, a maior variação entre as atividades do comércio. O comércio varejista e o atacadista de tecidos, vestuário e calçados apresentaram o segundo e o terceiro aumentos de maior magnitude na taxa de margem, com 8,6 p.p. e 7,3 p.p., respectivamente. Suas posições no *ranking*, entretanto, não mudaram significativamente.

Em geral, as taxas de margem das atividades comerciais registraram crescimento entre os anos de 2008 e 2017. A única atividade cuja taxa de margem diminuiu, em pontos percentuais, foi a do comércio

O que é a taxa de margem de comercialização?

É definida pela razão entre a margem de comercialização e o custo das mercadorias revendidas. Ela representa o retorno do esforço de vendas de mercadorias, depois de descontado o custo com a venda de seus produtos.



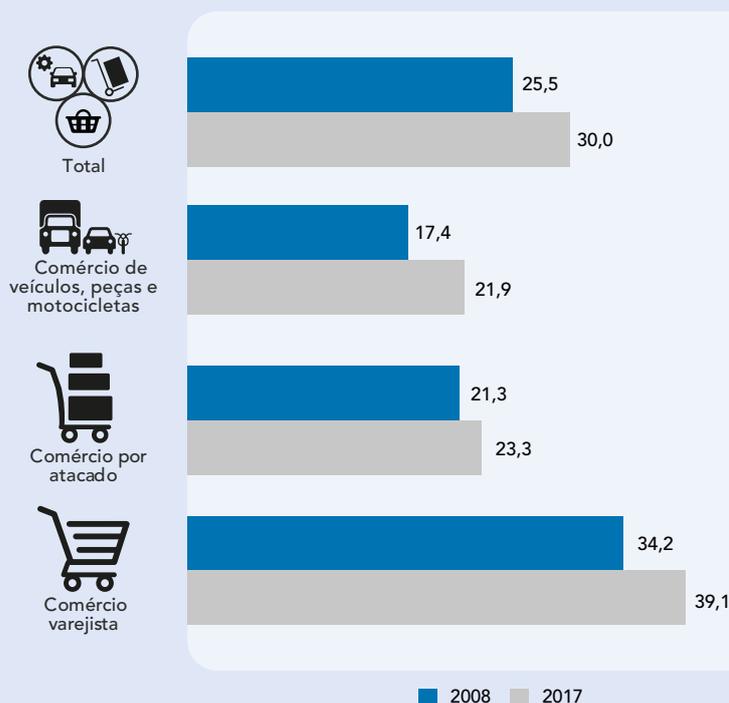
Margem de comercialização

Corresponde à diferença entre a receita líquida de revenda e os custos das mercadorias revendidas.

Custo de mercadorias revendidas

É o valor contábil das mercadorias adquiridas para revenda. É calculado a partir da soma do valor das compras de mercadorias para revenda mais a variação de estoques dessas mercadorias.

Taxa de margem dos segmentos comerciais (%)



Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Serviços e Comércio, Pesquisa Anual de Comércio 2008/2017.

por atacado de matérias-primas agrícolas e animais vivos, que era de 14,5%, em 2008, e passou a ser de 12,9%, em 2017. Não obstante a sua heterogeneidade, pode-se dizer que o setor comercial vem passando por transformações tecnológicas expressivas, notadamente por meio da aplicação de tecnologias de informação e comunicação baseadas na Internet, o que pode ter concorrido para a evolução das taxas de

margem de comercialização, especialmente via redução de custos de revenda. Adicionalmente, novas formas de negócios nos segmentos varejista e atacadista, a exemplo do *e-commerce*, podem implicar uma participação maior de dispêndios com serviços mais intensivos em tecnologia, como os de informática, na estrutura de custos de parte das empresas comerciais, elevando, assim, a sua produtividade.

Concentração no segmento empresarial de comércio

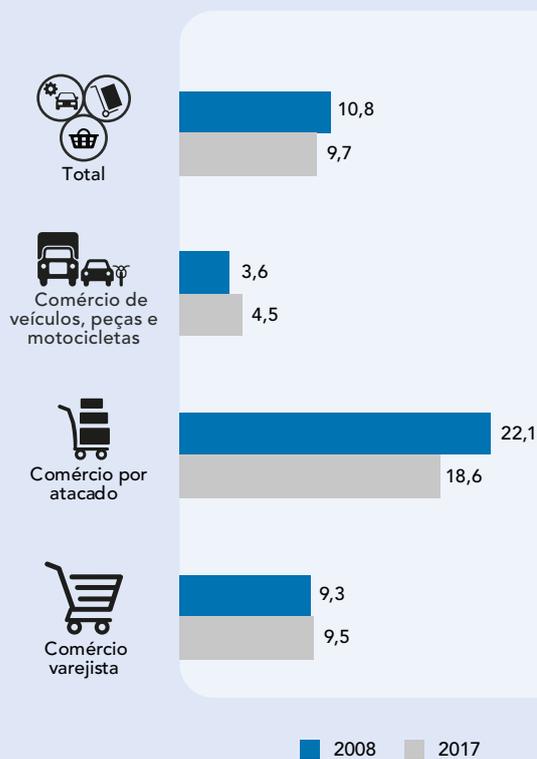
A concentração no comércio pode ser analisada com base no indicador “razão de concentração de ordem 8” (R8)³. Nos últimos 10 anos da pesquisa, houve uma leve redução da concentração da atividade comercial entre as oito maiores empresas, variando de 10,8%, em 2008, para 9,7%, em 2017.

O segmento de comércio de veículos, peças e motocicletas permaneceu com um baixo grau de concentração no período, apesar de apresentar uma pequena elevação: de 3,6%, em 2008, para 4,5%, em 2017. Entre as atividades que compõem o segmento, o grau de concentração aumentou para o comércio de veículos automotores e diminuiu para o comércio de motocicletas, peças e acessórios, com variações de 2,0 p.p. e -1,4 p.p. no índice R8, respectivamente, enquanto o comércio de peças para veículos manteve-se estável, com uma queda de 0,4 p.p..

O comércio atacadista, por sua vez, registrou uma redução de 3,5 p.p. no indicador de concentração, sendo de 18,6% em 2017. O comércio atacadista de combustíveis e lubrificantes, atividade mais concentrada (R8 de 65,5% em 2017) e com a segunda maior receita líquida de revenda de todo o comércio, registrou um decréscimo de 7,0 p.p. em relação a 2008. Observa-se que, apesar da alta concentração, essa atividade apresenta uma taxa de margem reduzida, característica que pode ser influenciada pela regulação no setor.

O comércio varejista permaneceu estável em termos de concentração no período (0,2 p.p.), apresentando um R8 de 9,5% em 2017. Em contraste com a concentração relativamente baixa do segmento como um todo, algumas atividades do varejo possuem uma concentração mais alta, como o comércio varejista de informática, comunicação e artigos de uso doméstico (36,7%) e os hipermercados e supermercados (28,9%).

Razão de concentração de ordem 8 das empresas comerciais (%)



Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Serviços e Comércio, Pesquisa Anual de Comércio 2008/2017.

O perfil do emprego nas empresas comerciais

A atividade comercial foi responsável por empregar 10,2 milhões de pessoas em 2017, distribuídas entre seus três grandes segmentos: 8,7% no comércio de veículos, peças e motocicletas; 17,0% no comércio por atacado; e 74,3% no comércio varejista.

Embora o segmento de comércio de veículos, peças e motocicletas tenha recuado 1,9 p.p. em sua participação em todo o emprego gerado no comércio, destaca-se, em termos de representatividade, entre os seus agrupamentos setoriais, o avanço do comércio de peças para veículos, que abarcou 62,5% do pessoal ocupado e avançou 1,4 p.p. entre 2008 e 2017.

No setor atacadista, que encolheu 0,5 p.p. em sua participação no total do emprego do comércio entre 2008 e 2017, a atividade de atacado de produtos alimentícios, bebidas e fumo permaneceu como a mais relevante em geração de emprego, reunindo 24,0% da mão

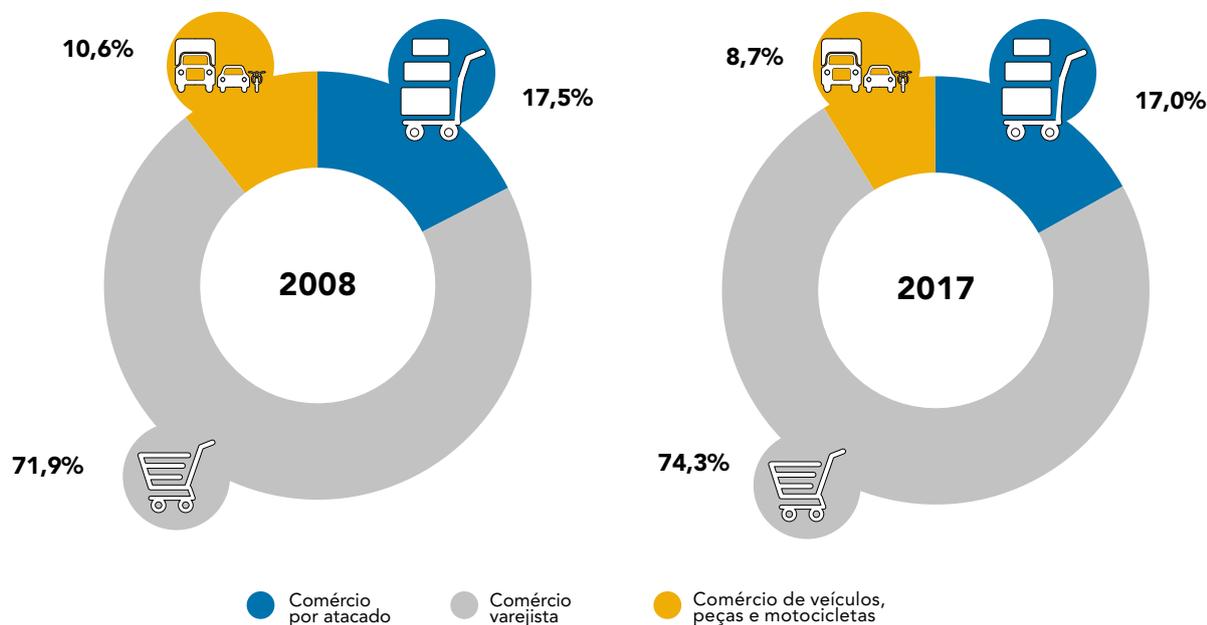
de obra do setor. Em termos de variação, vale destacar o comércio por atacado de produtos variados⁴, que aumentou sua importância no segmento atacadista em 1,3 p.p. nos últimos 10 anos, atingindo 17,6% em 2017.

O varejo, por sua vez, tornou-se mais relevante como empregador na atividade comercial, absorvendo a queda dos demais segmentos. Os principais destaques foram o avanço de 5,9 p.p. do comércio varejista de produtos alimentícios, bebidas, fumo e minimercados, que passou da quinta para a primeira posição no *ranking* de ocupação no varejo nos últimos 10 anos, e o segmento de hipermercados e supermercados, que manteve a segunda posição no *ranking* e avançou 1,4 p.p. no período. O comércio varejista de tecidos, vestuário, calçados e armarinho, por outro lado, recuou 2,9 p.p. nos últimos 10 anos, passando da primeira para a terceira posição nesse *ranking*.

³ O R8 é uma razão de concentração que indica a porcentagem da receita líquida de revenda correspondente às oito maiores empresas do setor. Quanto maior o valor do R8, maior o grau de concentração das empresas usadas no recorte.

⁴ Produtos farmacêuticos, perfumaria, cosméticos e artigos médicos, ópticos, ortopédicos, material de escritório, papelaria e artigos de uso doméstico.

Participação das pessoas ocupadas nos setores do comércio



Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Serviços e Comércio, Pesquisa Anual de Comércio 2008/2017.

A análise do emprego pode ser melhor compreendida pelo estudo de alguns indicadores, a exemplo do porte médio. Esse indicador mostrou estabilidade entre 2008 e 2017, uma vez que as empresas comerciais empregavam 6 pessoas, em média, passando para 7 pessoas por empresa em 2017. O comércio de veículos, peças e motocicletas manteve ocupação média de 6 pessoas; o comércio por atacado, de 9; e o comércio varejista passou de 5 para 6 pessoas ocupadas por empresa.

Embora seja marcada por empresas de porte pequeno, a atividade comercial apresenta grande heterogeneidade nos agrupamentos de atividades investigados na PAC. Os hipermercados e supermercados, por exemplo, incrementaram sua ocupação média de 81 para 102 pessoas por empresa nos últimos 10 anos, tendo sido a única atividade a aumentar significativamente de tamanho no período. Essa expansão foi decorrente de um crescimento da quantidade de pessoal ocupado proporcionalmente maior que o do número de empresas. As maiores reduções, por sua vez, ocorreram no comércio

atacadista: as empresas que representam o comércio por atacado de máquinas, aparelhos e equipamentos, inclusive TI e comunicação, reduziram seu porte em 4 pessoas por empresa, enquanto aquelas do comércio por atacado de mercadorias em geral⁵ o encolheram em 5 pessoas por empresa.

Outro indicador relevante é o salário médio mensal, calculado em termos de salários mínimos (s.m.). Em 2017, as empresas comerciais pagaram, em média, 1,8 s.m., indicando certa estabilidade em relação a 2008 (1,9 s.m.), embora tenha havido variações substanciais quando analisados os diversos grupos de atividades.

No comércio de veículos, peças e motocicletas, pagou-se, em média, 2,0 s.m., demonstrando um decréscimo de 10,9% na comparação com 2008. Embora a redução da remuneração média mensal em salários mínimos tenha acontecido em todas as atividades desse segmento, o comércio de motocicletas, peças e acessórios e o de veículos automotores apresentaram quedas mais acentuadas, com variações negativas de 19,2% e de 17,0%, respectivamente, en-

quanto o comércio de peças para veículos registrou uma diminuição de 2,3%.

No setor comercial atacadista, por sua vez, o salário médio mensal foi 2,7 s.m. em 2017, apresentando uma queda de 8,6% no período analisado. As maiores reduções ocorreram nas seguintes atividades: comércio por atacado de combustíveis e lubrificantes, que passou de 8,2 s.m. para 5,5 s.m.; representantes e agentes do comércio, de 1,5 s.m. para 1,2 s.m.; e comércio por atacado de máquinas, aparelhos e equipamentos, inclusive TI e comunicação, de 5.1 s.m. para 4.1 s.m..

O segmento varejista, cuja remuneração média é mais baixa, permaneceu estável, pagando cerca de 1,6 s.m.. Mesmo diante da expansão do porte dessas empresas no período analisado, vale destacar que os salários neste mercado são determinados tanto por componentes fixos como variáveis, a exemplo das comissões sobre as vendas, e são negociados por convenções coletivas de trabalho estabelecidas junto às entidades dos empregados no comércio, o que explica a relativa homogeneidade entre os seus componentes.

⁵ Contemplam as demais atividades classificadas no comércio por atacado, não especificadas anteriormente.

Principais indicadores de emprego das empresas comerciais, segundo as divisões do comércio



Comércio por atacado



Comércio varejista



Comércio de veículos, peças e motocicletas

Ano	Comércio por atacado	Comércio varejista	Comércio de veículos, peças e motocicletas
2017	9 Média de pessoas ocupadas 2,7 Salário médio mensal (salários mínimos) (1)	6 Média de pessoas ocupadas 1,6 Salário médio mensal (salários mínimos) (1)	6 Média de pessoas ocupadas 2,0 Salário médio mensal (salários mínimos) (1)
2008	9 Média de pessoas ocupadas 3,0 Salário médio mensal (salários mínimos) (1)	5 Média de pessoas ocupadas 1,6 Salário médio mensal (salários mínimos) (1)	6 Média de pessoas ocupadas 2,3 Salário médio mensal (salários mínimos) (1)

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Serviços e Comércio, Pesquisa Anual de Comércio 2008/2017.

(1) Valores calculados pela divisão dos salários, retiradas e outras remunerações pelo salário mínimo anual, cujo cálculo inclui o 13º salário, e, em seguida, pelo total de pessoal ocupado nas empresas.

Estrutura das empresas comerciais nas Grandes Regiões e Unidades da Federação

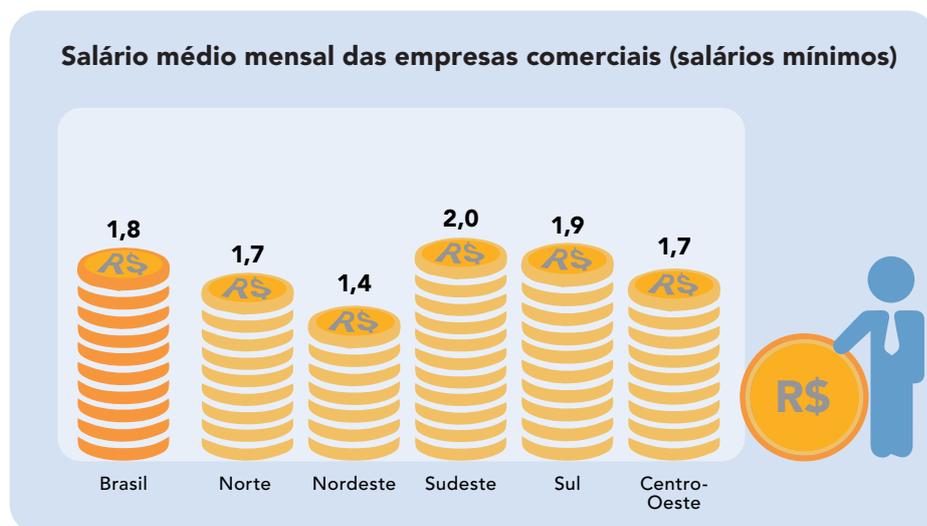
Após a apresentação dos principais resultados da atividade comercial para o total do Brasil, neste tópico são apresentados os resultados da PAC segundo a ótica regional. Todas as Grandes Regiões, cabe destacar, mantiveram suas posições em termos de representatividade do comércio em relação ao Brasil em 2017 e 2008. A Região Sudeste foi responsável pela maior parcela da receita bruta de revenda, do número de unidades locais, do pessoal ocupado e dos salários, retiradas e outras remunerações. A Região Sul figurou na segunda posição, seguida pelas Regiões Nordeste, Centro-Oeste e Norte. Entretanto, embora sem implicar alternância de posição, houve desconcentração regional da atividade comercial no período, uma vez que a Região Sudeste perdeu participação em todas as variáveis analisadas, em contrapartida ao ganho nas Regiões Norte, Nordeste e Centro-Oeste.

Em 2017, a Região Sudeste gerou 50,5% da receita bruta de revenda e deteve 49,2% das unidades locais do País, contra 53,1% e 49,6%, respectivamente, em 2008. No mesmo período, a receita bruta de revenda da Região Nordeste passou de 14,3% para 15,7%, e o número de unidades locais, de 17,7% para 18,5% do total do Brasil. A Região Centro-Oeste também obteve um crescimento da participação na receita bruta de revenda, passando de 8,8%, em 2008, para 10,1%, em 2017.

De forma similar, a Região Sudeste empregou a maioria do pessoal ocupado no comércio do País em 2017, com 51,2% do total. Houve, todavia, uma queda da participação dessa região nos últimos 10 anos (-1,5 p.p.), contrabalanceada por um aumento da fatia da Região Nordeste, que passou de 16,1%, em 2008, para 17,4%, em 2017. Em relação aos salários, retiradas e outras remunerações, houve um decréscimo proporcionalmente maior que o verificado no pessoal ocupado da Região Sudeste (-2,7 p.p.) no período, enquanto as demais regiões apresentaram crescimento

da participação, com destaque para a Região Nordeste, cuja variação foi 1,5 p.p..

Um ponto relevante a ser destacado são as diferenças de salário médio entre as Grandes Regiões brasileiras. As Regiões Sul e Sudeste apresentaram salários médios mensais, em número de salários mínimos, acima da média do Brasil, com 1,9 s.m. e 2,0 s.m., respectivamente. As demais regiões, Norte (1,7 s.m.), Nordeste (1,4 s.m.) e Centro-Oeste (1,7 s.m.), pagaram salários inferiores à média do País.



Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Serviços e Comércio, Pesquisa Anual de Comércio 2017.

Nota: O salário médio mensal foi calculado pela divisão dos salários, retiradas e outras remunerações pelo salário mínimo anual, cujo cálculo inclui o 13º salário, e em seguida pelo total do pessoal ocupado nas empresas.

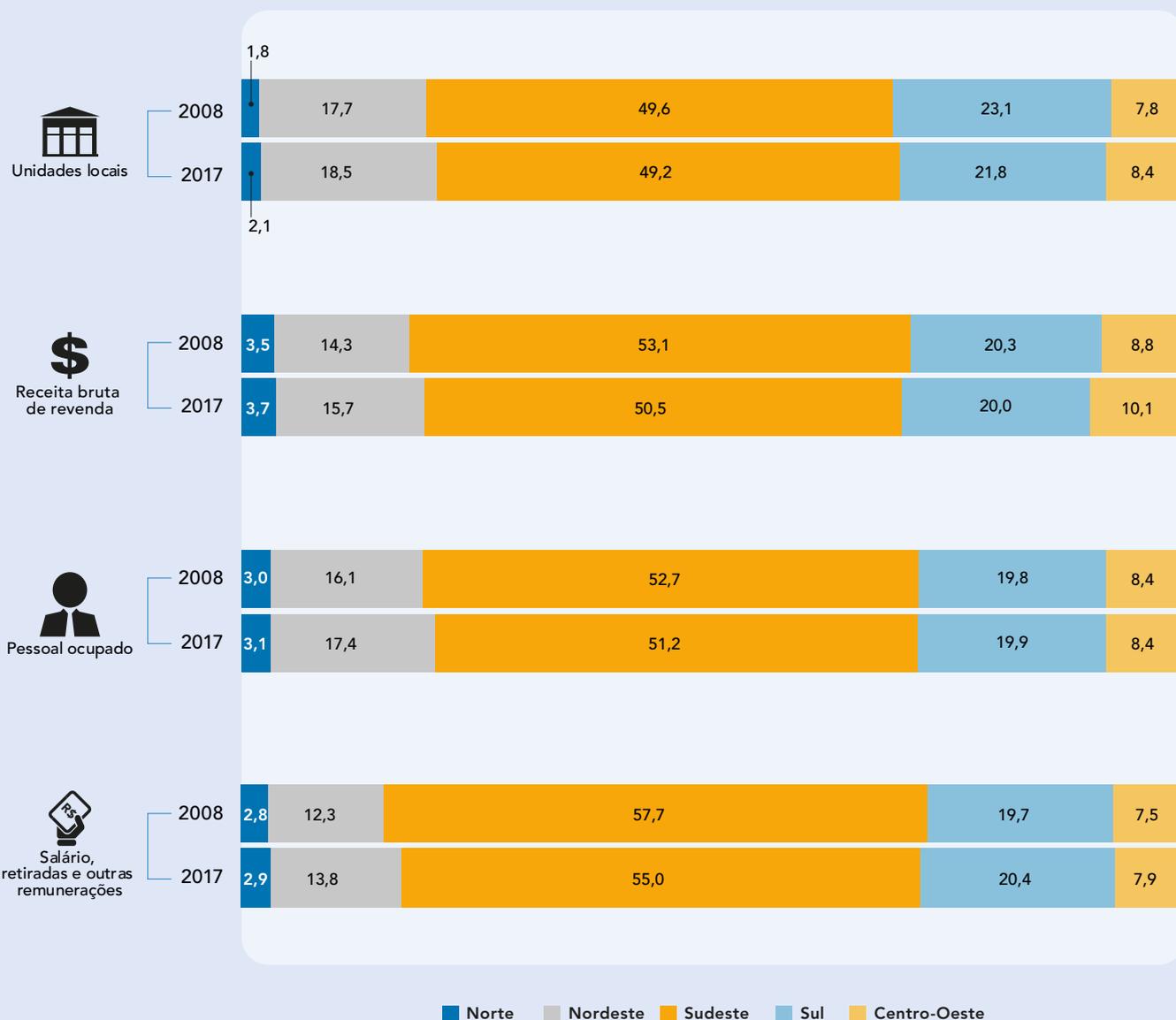
Ainda sob a ótica regional, aborda-se, a seguir, a distribuição percentual da receita bruta de revenda entre as Unidades da Federação de cada Grande Região em 2017. Essa análise mostra que a Região Sudeste apresentou uma grande concentração da atividade comercial em São Paulo, que respondeu por 61,4% dessa variável na região. Minas Gerais ocupou a segunda posição, seguida por Rio de Janeiro e Espírito Santo. Em relação a 2008, houve ligeira queda de participação de São Paulo (-1,0 p.p.) em favorecimento de Minas Gerais (1,4 p.p.).

A Região Sul, por sua vez, exibiu uma distribuição mais uniforme em termos de representatividade do comércio, com maior importância do Paraná e Rio Grande do Sul, seguidos, um pouco

abaixo, por Santa Catarina. Ao observar o movimento nos últimos 10 anos, percebe-se uma ligeira perda de importância relativa nos dois primeiros estados (-1,1 p.p e -1,8 p.p., respectivamente) contra um ganho de participação no último (2,9 p.p.).

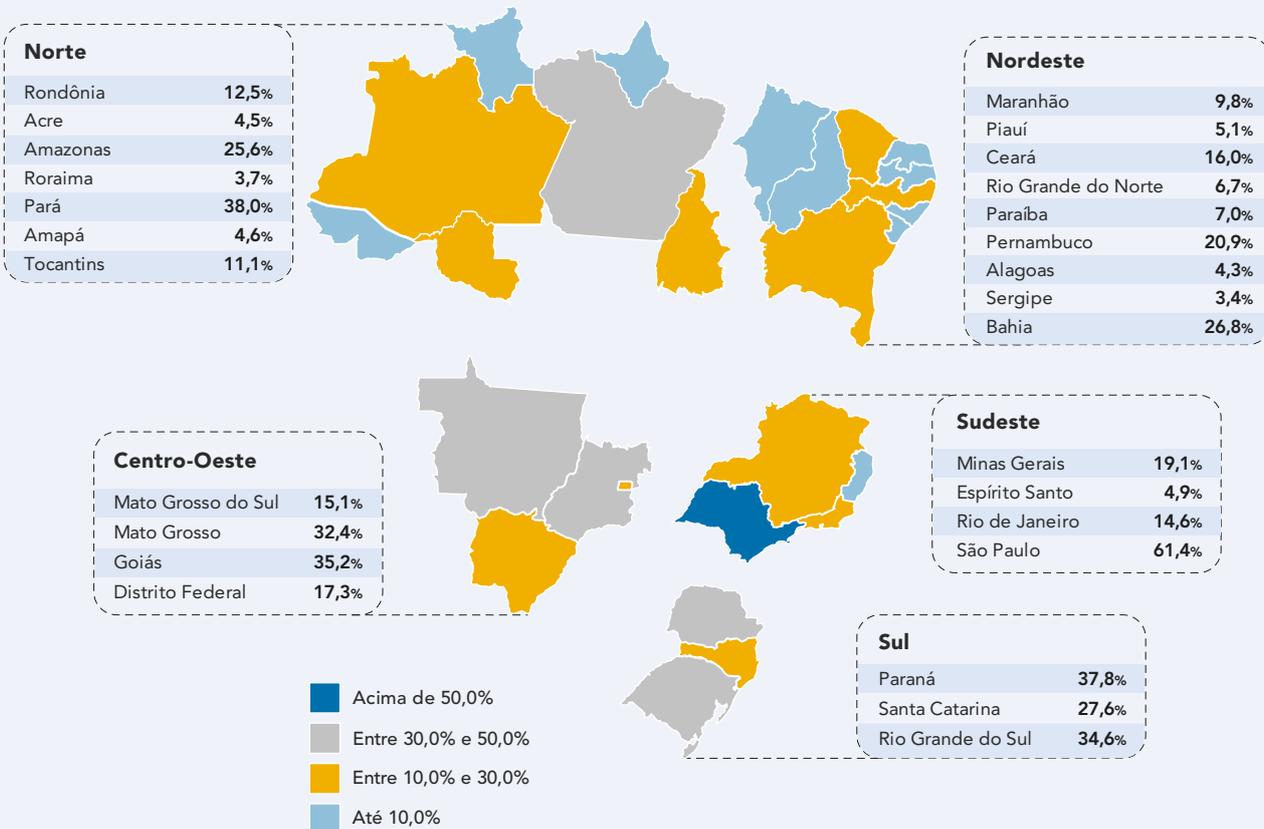
Nas Regiões Norte, Nordeste e Centro-Oeste, observa-se grande concentração em algumas Unidades da Federação. No caso da Região Norte, os Estados do Amazonas e Pará foram responsáveis, conjuntamente, por 63,6% da receita bruta de revenda da região em 2017, embora Amazonas tenha perdido 8,0 p.p. de participação regional na comparação com 2008, em contraposição ao ganho do Pará (3,1 p.p.). Vale destacar, também, a ampliação de importância do Tocantins (5,9 p.p.).

Participação das variáveis selecionadas, segundo as Grandes Regiões



Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Serviços e Comércio, Pesquisa Anual de Comércio 2008/2017.

Participação da receita bruta de revenda das Unidades da Federação nas Grandes Regiões



Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Serviços e Comércio, Pesquisa Anual de Comércio 2017.

Na Região Nordeste, em 2017, 63,7% da receita bruta de revenda concentrou-se nos Estados da Bahia, de Pernambuco e do Ceará, percentual que não se alterou muito na comparação com 2008, embora Pernambuco e Ceará tenham ampliado sua importância em 2,6 p.p. e 0,6 p.p., respectivamente, enquanto a Bahia perdeu relevância (-3,5 p.p.).

Na Região Centro-Oeste, os Estados do Mato Grosso e de Goiás responderam por 32,4% e 35,2% da receita bruta de revenda, respectivamente, em 2017. Vale destacar que, nos últimos 10 anos, Mato Grosso aumentou sua relevância em 7,3 p.p., enquanto o Distrito Federal perdeu 5,8 p.p. no total da região. ■

Expediente

Elaboração do texto

Diretoria de Pesquisas,
Coordenação de Serviços e
Comércio

Normalização textual

Centro de Documentação e
Disseminação de Informações,
Gerência de Documentação

Projeto gráfico

Centro de Documentação
e Disseminação de Informações,
Gerência de Editoração

Imagens fotográficas

Pixabay

Impressão

Centro de Documentação e
Disseminação de Informações,
Gráfica Digital

Se o assunto é Brasil,
procure o IBGE.



/ibgecomunica



/ibgeoficial



/ibgeoficial



/ibgeoficial

www.ibge.gov.br 0800 721 8181



(21) 97385-8655



IBGE

Links



Tabelas de resultados,
notas técnicas
e demais
informações
sobre a
pesquisa/estudo

<https://www.ibge.gov.br/estatisticas/economicas/comercio/9075-pesquisa-anual-de-comercio.html>