



Indicadores IBGE

Pesquisa Mensal de Comércio

março 2018

Publicado em 11/05/2018 às 9 horas

Presidente da República
Michel Miguel Elias Temer Lulia

Ministro do Planejamento, Desenvolvimento e Gestão
Esteves Pedro Colnago Junior

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE

Presidente
Roberto Luís Olinto Ramos

Diretor-Executivo
Fernando José de Araújo. Abrantes

ORGÃOS ESPECÍFICOS SINGULARES

Diretoria de Pesquisas
Claudio Dutra Crespo

Diretoria de Geociências
João Bosco de Azevedo

Diretoria de Informática
José Sant'Anna Bevilaqua

Centro de Documentação e Disseminação de Informações
David Wu Tai

Escola Nacional de Ciências Estatísticas
Maysa Sacramento de Magalhães

UNIDADE RESPONSÁVEL

Diretoria de Pesquisas

Coordenação de Pesquisas Conjunturais
Flávio Renato Keim Magheli

Gerência das Pesquisas Mensais de Comércio
Isabella Nunes Pereira

EQUIPE de ANÁLISE

Isabella Nunes Pereira

Carla Fernandes de Mello Carvalho

Fabiana Conceição Figueiredo

Fabio Figueiredo Farias

Guilherme Silva Telles Junior

Estagiários

Letícia Patiño Borges

Pedro Gabriel Gajardo Dray de Souza

Editoração

Isabella Nunes Pereira

Fabiana Conceição Figueiredo

Plano de divulgação:

Trabalho e rendimento

Pesquisa mensal de emprego*

Pesquisa nacional por amostra de domicílios contínua

Agropecuária

Estatística da produção agrícola **

Estatística da produção pecuária **

Indústria

Pesquisa industrial mensal: emprego e salário ***

Pesquisa industrial mensal: produção física Brasil

Pesquisa industrial mensal: produção física regional

Comércio

Pesquisa mensal de comércio

Serviços

Pesquisa mensal de serviços

Índices, preços e custos

Índice de preços ao produtor – indústrias extrativas e de transformação

Sistema nacional de índices de preços ao consumidor:

IPCA-E

Sistema nacional de índices de preços ao consumidor:

INPC - IPCA

Sistema nacional de pesquisa de custos e índices da construção civil

Contas nacionais trimestrais

Contas nacionais trimestrais: indicadores de volume e valores correntes

* O último fascículo divulgado corresponde a fevereiro de 2016.

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

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

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

SUMÁRIO

NOTAS METODOLÓGICAS	4
1 – CARACTERÍSTICAS DA PESQUISA	4
2 – CONSTRUÇÃO DE INDICADORES	5
3 – ENCADEAMENTO	7
4 – SÉRIES DA PMC AJUSTADAS SAZONALMENTE	7
4.1 VOLUME DE VENDAS POR ATIVIDADES	8
4.2 VOLUME DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA POR UNIDADE DA FEDERAÇÃO	9
4.3 VOLUME DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO POR UNIDADES DA FEDERAÇÃO.....	10
4.4 RECEITA NOMINAL DE VENDAS POR ATIVIDADES	12
4.5 RECEITA NOMINAL DE DO COMÉRCIO VAREJISTA VENDAS POR UNIDADE DA FEDERAÇÃO	13
4.6 RECEITA NOMINAL DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO POR UNIDADE DA FEDERAÇÃO	15
5 – DEFLADORES DA PESQUISA	17
6 – OBSERVAÇÕES	20
COMENTÁRIOS	21
VOLUME DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA E COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO	32
RECEITA NOMINAL DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA E COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO	48

NOTAS METODOLÓGICAS

A Pesquisa Mensal de Comércio - PMC tem como objetivo produzir indicadores que permitam acompanhar a evolução conjuntural do comércio varejista e do comércio varejista ampliado, e de seus principais segmentos.

A partir de janeiro de 2017, o Sistema de Índices do Comércio Varejista inicia uma nova série, que apresenta as seguintes revisões metodológicas:

- Atualiza a amostra de informantes para 6 157 empresas, a partir dos estratos certos (empresas com 20 ou mais pessoas ocupadas) e gerencial da Pesquisa Anual de Comércio - PAC 2014.
- Os índices de janeiro de 2000 até dezembro de 2003 têm o ano-base em 2000. Os índices de janeiro de 2004 até dezembro de 2011 têm o ano-base em 2003. Os índices de janeiro de 2012 até dezembro de 2016 têm o ano-base em 2011. Os índices de janeiro de 2017 em diante têm o ano-base em 2014.
- A série completa dos índices (série encadeada) tem como período de referência¹ o ano de 2014.

1 – CARACTERÍSTICAS DA PESQUISA

- **Âmbito** - é definido pelo universo das empresas que atendem os seguintes requisitos:

- Empresas comerciais respondentes dos estratos certo e gerencial da Pesquisa Anual de Comércio (PAC) 2014, ou seja, as empresas com total de pessoas ocupadas maior ou igual a 20 ou com total de pessoas ocupadas menor do que 20, mas que atuavam em mais de uma Unidade da Federação, cuja receita bruta provenha, predominantemente da atividade comercial varejista;

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

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

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

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

QUADRO I – GRUPOS DE ATIVIDADE E CÓDIGOS CNAE

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

- **Unidade de Investigação** – A empresa, definida como entidade jurídica caracterizada por firma ou razão social, inscrita no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ), é a unidade básica de informação da PMC.
- **Variável Investigada** – É a receita bruta de revenda, total e por Unidade da Federação, definida no âmbito da empresa como a receita bruta mensal proveniente da revenda de mercadorias, não deduzidos os impostos incidentes e nem as vendas canceladas, abatimentos e descontos incondicionais. Não estão incluídas as vendas de produtos de fabricação própria, receitas de serviços, receitas financeiras e outras receitas não-operacionais.
- **Amostra** – Com base na Pesquisa Anual de Comércio 2014 e dentro do âmbito previamente definido foram selecionadas 6 157 empresas distribuídas nas 27 Unidades da Federação.

2 – CONSTRUÇÃO DE INDICADORES

- **Séries receita nominal e de volume** – A partir da receita bruta de revenda investigada são construídos indicadores para duas variáveis: Receita Nominal de Vendas e Volume de Vendas. Esta última resulta da deflação dos valores nominais correntes por índices de preços específicos

da série.

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.

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 relativos de preços da área geográfica mais apropriada.

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

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

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

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

3 - *Índices de Comércio Varejista Ampliado* - Índice-síntese dos grupos de atividades que compõem o varejo e mais os segmentos de “*Veículos e motocicletas, partes e peças*” e de “*Material de construção*”. Divulgados para o Brasil e suas 27 Unidades da Federação.

4 - *Índices de Comércio Varejista Ampliado por atividade* - Para todas as atividades relacionadas no item 2 além de “*Veículos e motos, partes e peças*” e de “*Material de construção*” são calculados índices para o Brasil e as 12 Unidades da Federação também citadas no item 2.

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

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

ÍNDICE DE BASE FIXA: Compara os níveis nominal e de volume da Receita Bruta de Revenda do mês com a média mensal obtida no ano de 2014.

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

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

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

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

3 – ENCADEAMENTO

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

4 – SÉRIES DA PMC AJUSTADAS SAZONALMENTE

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

As atividades PMC não contempladas no ajuste sazonal até dezembro de 2007 (“Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos”, “Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação”, “Livros, jornais, revistas e papelaria”, “Outros artigos de uso pessoal e doméstico” e “Material de Construção”), cujas séries completaram 60 meses, passaram a ser publicadas a partir de janeiro de 2008.

Os modelos adotados nas séries divulgadas são:

4.1 VOLUME DE VENDAS POR ATIVIDADES

ATIVIDADE	DECOMPOSIÇÃO	MODELO ARIMA	REGRESSÃO (REGARIMA)
Comércio Varejista	Multiplicativo	(2 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[8], Efeito Calendário, Ls2017.Jan
Hiper., Super, Produtos alimentícios, bebidas e fumo	Multiplicativo	(0 1 2)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[8], Efeito Calendário, Ls2012.Jan, Tc2017.Jan
Combustíveis e Lubrificantes	Multiplicativo	(0 1 0)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário
Tecidos, vestuário e calçados	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário, Ao2003.Mai, Ls2017.Jan
Móveis e eletrodomésticos	Multiplicativo	(2 1 2)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[1], Efeito Calendário, Ao2016.Jan
Super e Hipermercados	Multiplicativo	(2 1 2)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[8], Efeito Calendário, Ls2005.Fev, Ls2012.Jan, Tc2017.Jan, Ao2017.Mar
Automóveis, motocicletas, partes e peças	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[1], Efeito Calendário, Ls2008.Out, Ls2009.Jan, Ao2009.Jun, Ao2009.Set, Ao2010.Mar, Tc2012.Jun, Ao2012.Set
Equip. e Materiais p escritório, inform e comunicação	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário, Páscoa[1], Ls2004.Fev, Ao2010.Jun
Artigos farmac, méd, ortop e de perfumaria	Multiplicativo	(1 1 0)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[1], Efeito Calendário, Tc2003.Mar
Livros, jornais, revistas e papelaria.	Multiplicativo	(2 1 0)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[15], Efeito Calendário
Material de construção	Multiplicativo	(0 1 0)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[1], Efeito Calendário
Comércio Varejista Ampliado	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário, Tc2008.Nov, Ao2009.Jun, Ao2010.Mar, Ao2012.Set

4.2 VOLUME DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA POR UNIDADE DA FEDERAÇÃO

UF	DECOMPOSIÇÃO	MODELO ARIMA	REGRESSÃO (REGARIMA)
Acre	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Ls2006.Fev, Ls2003.Out, Ls2005.Fev
Alagoas	Multiplicativo	(1 1 0)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[1], Efeito Calendário
Amapá	Multiplicativo	(1 1 0)(0 1 1)	Ls2006.Jan
Amazonas	Multiplicativo	(2 1 0)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Ls2002.Dez, Ls2004.Mai
Bahia	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário
Ceará	Multiplicativo	(0 1 2)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário
Distrito Federal	Multiplicativo	(0 1 2)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[8], Efeito Calendário, Ao2001.Jun
Espírito Santo	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[8], Efeito Calendário, Ao2002.Abr, Ao2017.Fev
Goiás	Multiplicativo	(2 1 0)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[15], Efeito Calendário, Ls2002.Nov, Ls2003.Jul, Ls2005.Fev, Tc2017.Mar
Maranhão	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário
Minas Gerais	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[8], Efeito Calendário, Tc2003.Mar, Ls2005.Fev, Ls2017.Jan, Tc2017.Nov
Mato Grosso	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Efeito Calendário, Ao2002.Mai, Ls2006.Fev, Ls2017.Jan
Mato Grosso do Sul	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Páscoa[15], Efeito Calendário, Ao2011.Mai
Pará	Multiplicativo	(0 1 2)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[15], Efeito Calendário, Ls2001.Jan, Ls2002.Dez, Ls2008.Fev, Ao2014.Out
Paraíba	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[15], Efeito Calendário, Ls2008.Out
Paraná	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[8], Efeito Calendário, Ls2005.Fev
Pernambuco	Multiplicativo	(0 1 2)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[15], Efeito Calendário
Piauí	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário, Ls2003.Mar, Ao2004.Jan, Ls2005.Fev, Tc2008.Dez
Rio Grande do Norte	Multiplicativo	(0 1 1)(1 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário, Ls2002.Nov, Ao2004.Jan, Ls2005.Fev

Rio Grande do Sul	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[8], Efeito Calendário, Ls2017.Jan
Rio de Janeiro	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[8], Efeito Calendário
Rondônia	Multiplicativo	(0 1 1)(1 1 1)	Páscoa[8], Efeito Calendário, Ls2000.Mai, Ao2001.Jun, Ao2004.Jul, Ls2010.Fev
Roraima	Multiplicativo	(2 1 0)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário
Santa Catarina	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Páscoa[8], Efeito Calendário, Ls2017.Jan
Sergipe	Multiplicativo	(1 1 0)(0 1 1)	Páscoa[15], Efeito Calendário, Ls2005.Fev, Tc2006.Fev
São Paulo	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[8], Efeito Calendário, Ao2017.Mar
Tocantins	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário, Tc2003.Mai, Ls2005.Fev, Ls2010.Fev

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

UF	DECOMPOSIÇÃO	MODELO ARIMA	REGRESSÃO (REGARIMA)
Acre	Multiplicativo	(0 1 2)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário, Páscoa[1], Tc2014.Mai
Alagoas	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário, Constante, Ao2005.Jul, Tc2012.Jun
Amapá	Multiplicativo	(1 1 0)(0 1 1)	Efeito Calendário, Ls2005.Jan, Ao2014.Jan
Amazonas	Aditivo	(2 1 0)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[1], Efeito Calendário, Ao2014.Mai
Bahia	Multiplicativo	(0 1 2)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[1], Efeito Calendário, Constante, Ao2010.Mar, Tc2012.Jun
Ceará	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário, Constante, Ao2010.Mar, Tc2012.Jun
Distrito Federal	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário, Ao2009.Set, Ao2010.Mar, Ao2012.Ago
Espírito Santo	Multiplicativo	(2 1 0)(1 0 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário, Ls2011.Jun
Goiás	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário, Constante, Tc2008.Nov, Ao2010.Mar

Maranhão	Multiplicativo	(2 1 2)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[1], Efeito Calendário
Minas Gerais	Multiplicativo	(2 1 0)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[1], Efeito Calendário
Mato Grosso	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[1], Efeito Calendário
Mato Grosso do Sul	Multiplicativo	(2 1 0)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário, Constante, Tc2008.Nov, Ao2010.Mar
Pará	Multiplicativo	(1 1 0)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário
Paraíba	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário, Constante, Ls2008.Out, Ls2014.Dez
Paraná	Multiplicativo	(1 1 0)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário
Pernambuco	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário, Constante
Piauí	Multiplicativo	(0 1 2)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[1], Efeito Calendário, Ls2005.Fev, Ls2005.Dez, Ao2009.Jun, Ao2010.Mar, Ao2012.Set
Rio Grande do Norte	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário, Constante, Ao2009.Set, Ao2010.Mar
Rio Grande do Sul	Multiplicativo	(0 1 2)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário, Ls2017.Jan
Rio de Janeiro	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[15], Efeito Calendário
Rondônia	Multiplicativo	(2 1 0)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário, Ls2006.Ago, Tc2016.Nov, Ao2017.Ago
Roraima	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Efeito Calendário, Tc2006.Set
Santa Catarina	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário, Tc2008.Nov, Ls2017.Jan
Sergipe	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário, Constante
São Paulo	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário, Constante, Ls2005.Fev, Ls2006.Fev, Ls2008.Out, Ao2009.Jun, Ao2009.Set, Ao2010.Mar
Tocantins	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[1], Efeito Calendário, Ls2005.Fev, Ls2010.Fev, Ls2014.Dez

4.4 RECEITA NOMINAL DE VENDAS POR ATIVIDADES

ATIVIDADE	DECOMPOSIÇÃO	MODELO ARIMA	REGRESSÃO (REGARIMA)
Comércio Varejista	Multiplicativo	(0 1 2)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[8], Efeito Calendário
Hiper., Super, Produtos alimentícios, bebidas e fumo	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Páscoa[8], Efeito Calendário, Ls2002.Out, Ls2012.Jan, Ao2016.Dez, Ls2017.Mar
Combustíveis e Lubrificantes	Multiplicativo	(0 1 0)(1 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário
Tecidos, vestuário e calçados	Multiplicativo	(0 1 2)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário, Ao2003.Mai, Ls2017.Jan
Móveis e eletrodomésticos	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[1], Efeito Calendário
Super e Hipermercados	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[8], Efeito Calendário, Ls2002.Out, Ls2005.Fev, Ls2012.Jan, Ao2016.Dez, Ls2017.Mar
Automóveis, motocicletas, partes e peças	Multiplicativo	(2 1 0)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[1], Efeito Calendário, Ls2008.Out, Ao2012.Set
Equip. e Materiais p escritório, inform e comun	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário, Ls2005.Fev
Artigos farmac, méd, ortop e de perfumaria	Multiplicativo	(2 1 0)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[1], Efeito Calendário
Livros, jornais, revistas e papelaria.	Multiplicativo	(2 1 2)(0 1 1)	Efeito Calendário, Tc2016.Mar
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	Multiplicativo	(2 1 2)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[8]
Material de construção	Multiplicativo	(0 1 0)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[1], Efeito Calendário
Comércio Varejista Ampliado	Multiplicativo	(2 1 0)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário, Constante, Ls2008.Out, Ao2010.Mar, Ao2012.Ago

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

UF	DECOMPOSIÇÃO	MODELO ARIMA	REGRESSÃO (REGARIMA)
Acre	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Tc2003.Nov, Ls2005.Fev, Ls2006.Fev
Alagoas	Multiplicativo	(1 1 0)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[1], Efeito Calendário
Amapá	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Ls2006.Jan
Amazonas	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Ls2004.Mai, Ls2005.Fev
Bahia	Multiplicativo	(2 1 0)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[15], Efeito Calendário
Ceará	Multiplicativo	(1 1 0)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário
Distrito Federal	Multiplicativo	(2 1 0)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[8], Efeito Calendário, Tc2001.Jun
Espírito Santo	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[8], Efeito Calendário, Ao2002.Abr, Ao2017.Fev
Goiás	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[15], Efeito Calendário, Ao2003.Fev, Ls2005.Fev, Tc2017.Mar
Maranhão	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário, Ao2001.Mai, Tc2002.Mar, Ao2004.Nov, Ao2011.Out
Minas Gerais	Multiplicativo	(0 1 2)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[8], Efeito Calendário, Ao2003.Fev, Ao2004.Fev
Mato Grosso	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Efeito Calendário, Ao2002.Mai, Ls2006.Fev, Ao2017.Jan
Mato Grosso do Sul	Multiplicativo	(2 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário, Ls2009.Fev, Ao2012.Dez
Pará	Multiplicativo	(0 1 2)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[15], Efeito Calendário, Ls2001.Jun, Ao2008.Jan, Ao2014.Out
Paraíba	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[15], Efeito Calendário, Ao2008.Jan, Ls2008.Out
Paraná	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[8], Efeito Calendário, Ls2005.Fev
Pernambuco	Multiplicativo	(1 1 0)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[15], Efeito Calendário, Tc2003.Jan
Piauí	Multiplicativo	(2 1 2)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário, Tc2004.Jan, Ls2005.Fev
Rio Grande do Norte	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário, Ls2005.Fev
Rio Grande do Sul	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[8], Efeito Calendário, Tc2017.Jan
Rio de Janeiro	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[15], Efeito Calendário, Ao2003.Fev
Rondônia	Multiplicativo	(0 1 1)(1 1 1)	Páscoa[8], Efeito Calendário, Ls2000.Mai, Ao2001.Jun, Ao2004.Jul, Ls2010.Fev

Roraima	Multiplicativo	(0 1 2)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário, Ls2017.Jan
Santa Catarina	Multiplicativo	(2 1 2)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[8], Efeito Calendário
Sergipe	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Páscoa[15], Efeito Calendário, Ls2005.Fev, Ls2006.Fev
São Paulo	Multiplicativo	(1 1 0)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[8], Efeito Calendário, Tc2005.Fev, Ls2006.Fev, Ao2017.Mar
Tocantins	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Tc2003.Mai, Ls2005.Fev, Ls2010.Fev

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

UF	DECOMPOSIÇÃO	MODELO ARIMA	REGRESSÃO (REGARIMA)
Acre	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[1], Efeito Calendário, Constante, Tc2014.Mai
Alagoas	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário, Constante, Ao2005.Jul
Amapá	Multiplicativo	(1 1 0)(0 1 1)	Efeito Calendário, Ao2004.Dez, Ao2014.Jan
Amazonas	Aditivo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário, Ao2014.Mai, Ls2014.Dez
Bahia	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[1], Efeito Calendário, Constante
Ceará	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[1], Efeito Calendário, Constante, Ls2008.Out, Tc2012.Jun
Distrito Federal	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário, Constante, Ao2009.Set, Ao2010.Mar, Ao2012.Ago
Espírito Santo	Multiplicativo	(2 1 0)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário
Goiás	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário, Constante, Ls2008.Out, Ao2010.Mar
Maranhão	Multiplicativo	(0 1 2) (0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[1], Efeito Calendário
Minas Gerais	Multiplicativo	(2 1 0)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário, Constante, Ls2005.Fev
Mato Grosso	Multiplicativo	(1 1 0)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[1], Efeito Calendário
Mato Grosso do Sul	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário, Ls2008.Nov, Ao2010.Mar
Pará	Multiplicativo	(2 1 0)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário, Ao2008.Jan, Tc2014.Out
Paraíba	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário, Constante, Ls2008.Out, Ls2014.Dez
Paraná	Multiplicativo	(1 1 0)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário, Tc2008.Nov, Ao2010.Mar
Pernambuco	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário, Constante
Piauí	Multiplicativo	(0 1 2)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[1], Efeito Calendário, Constante, Ls2005.Fev, Tc2005.Dez, Ao2009.Jun, Ao2010.Mar, Ao2012.Set

Rio Grande do Norte	Multiplicativo	(1 1 2)(1 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário, Constante, Ao2010.Mar
Rio Grande do Sul	Multiplicativo	(1 1 0)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário, Ls2017.Jan
Rio de Janeiro	Multiplicativo	(0 1 2)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[15], Efeito Calendário, Ao2009.Jun
Rondônia	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário, Tc2005.Fev, Ls2016.Nov, Ao2017.Ago
Roraima	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Efeito Calendário
Santa Catarina	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário, Tc2008.Nov
Sergipe	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário, Constante, Ls2005.Fev
São Paulo	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário, Constante, Ls2005.Fev, Ls2006.Fev, Ls2008.Out, Ao2009.Jun, Ao2009.Set, Ao2010.Mar
Tocantins	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[1], Efeito Calendário, Ls2005.Fev, Ls2010.Fev, Ls2014.Dez

5 – DEFLATORES DA PESQUISA

Os índices de preços aplicados para o deflacionamento (data de referência: julho de 2014) das receitas correntes das empresas da PMC são derivados do IPCA mensal para as atividades PMC de 1 a 11 e do SINAPI somente para a atividade 11, pesquisados e divulgados pelo IBGE. Os itens do IPCA utilizados na pesquisa são os que melhor representam o comportamento de preços de cada grupo de produtos e/ou CNAE que compõe uma atividade PMC.

Atividades da PMC	CNAE da PMC	Grupo de produto	Itens do IPCA
1-Combustíveis e lubrificantes	4731-8	-	IPCA (cód. 5104)
	4732-6	-	IPCA (cód. 5102007)
2-Hipermercados e supermercados	4711-3	Alimentos	IPCA (cód. 11)
		Consumo pessoal	IPCA (cód. 63)
		Consumo residencial	IPCA (cód. 2104)
		Outros	IPCA (cód: IG)
3-Produtos alimentícios, bebidas e fumo	4712-1	-	IPCA (cód. 11)
	4729-6	-	IPCA (cód. 11) IPCA (cód. 7202)
	4721-1	-	IPCA (cód. 1111) IPCA (cód. 1112) IPCA (cód. 1201061)
	4722-9	-	IPCA (cód. 1107) IPCA (cód. 1108)
	4723-7	-	IPCA (cód. 1114)
	4724-5	-	IPCA (cód. 1103) IPCA (cód. 1105) IPCA (cód. 1106)
4- Tecidos, vestuário e calçados	4755-5	-	IPCA (cód. 4401)
	4781-4	-	IPCA (cód. 41)
	4782-2	-	IPCA (cód. 42)
5- Móveis e eletrodomésticos	4753-9	-	IPCA (cód. 32)
	4756-3	-	IPCA (cód. 7201010)
	4759-8	-	IPCA (cód. 3102)
	4762-8	-	IPCA (cód. 7201002)
	4754-7	-	IPCA (cód. 3101) IPCA (cód. 3102)
6- Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, perfumaria e cosméticos	4771-7	-	IPCA (cód. 6101)
	4772-5	-	IPCA (cód. 6301)
	4773-3	-	IPCA (cód. 6201006)

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

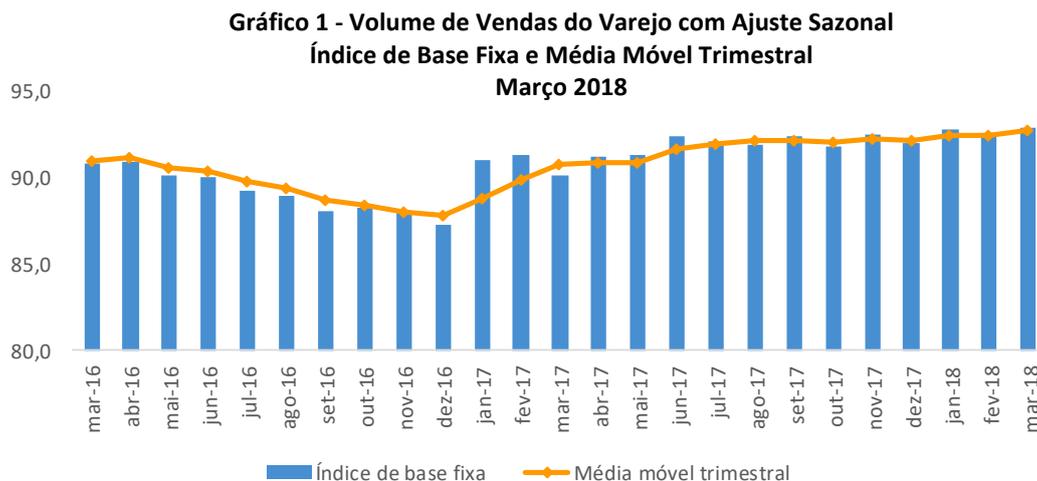
12-Móveis	4753-9	-	IPCA (cód. 3101) IPCA (cód. 3102)
	4756-3	-	IPCA (cód. 3102)
	4759-8	-	IPCA (cód. 3101) IPCA (cód. 3102)
	4762-8	-	IPCA (cód. 3102)
	4754-7	-	IPCA (cód. 3101) IPCA (cód. 3102)
13-Eletrrodomésticos	4753-9	-	IPCA (cód. 32)
	4756-3	-	IPCA (cód. 7201010)
	4759-8	-	IPCA (cód. 32)
	4762-8	-	IPCA (cód. 7201002)
	4754-7	-	IPCA (cód. 32)

6 – OBSERVAÇÕES

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

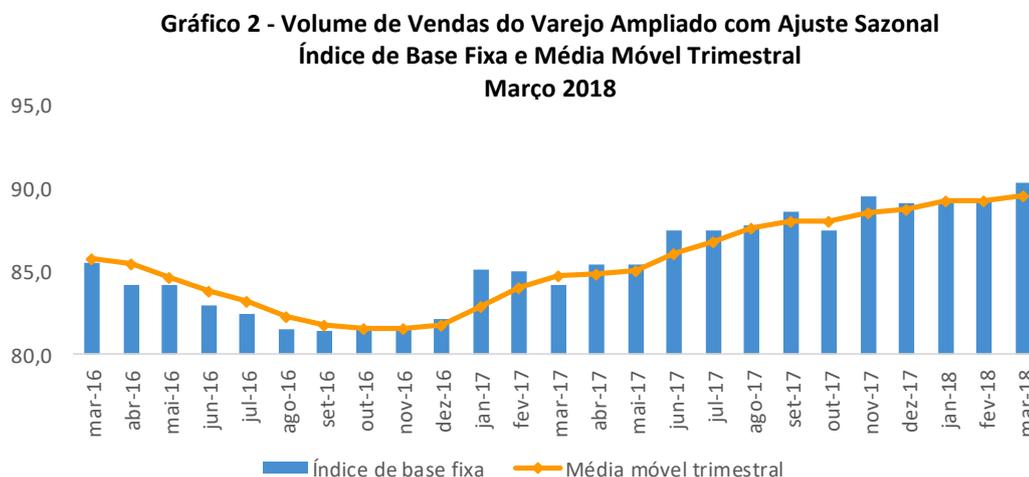
COMENTÁRIOS

Em março, o **comércio varejista** nacional mostrou variação de 0,3% para o volume de vendas frente a fevereiro de 2018, na série ajustada sazonalmente, compensando a variação negativa de 0,2% registrada no mês imediatamente anterior. Com isso, a média móvel do trimestre encerrado em março (0,3%) assinalou ligeiro avanço em relação ao resultado do trimestre encerrado em fevereiro (0,0%), conforme Gráfico 1.



Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria

O **comércio varejista ampliado**, que inclui além do varejo as atividades de *Veículos, motos, partes e peças* e de *Material de construção*, registrou avanço de 1,1% para o volume de vendas na comparação com fevereiro de 2018, após relativa estabilidade observada no mês anterior (0,1%). A variação da média móvel trimestral para o varejo ampliado, no trimestre encerrado em março (0,4%), também mostrou ganho de ritmo em relação ao trimestre encerrado em fevereiro (-0,1%), conforme Gráfico 2.

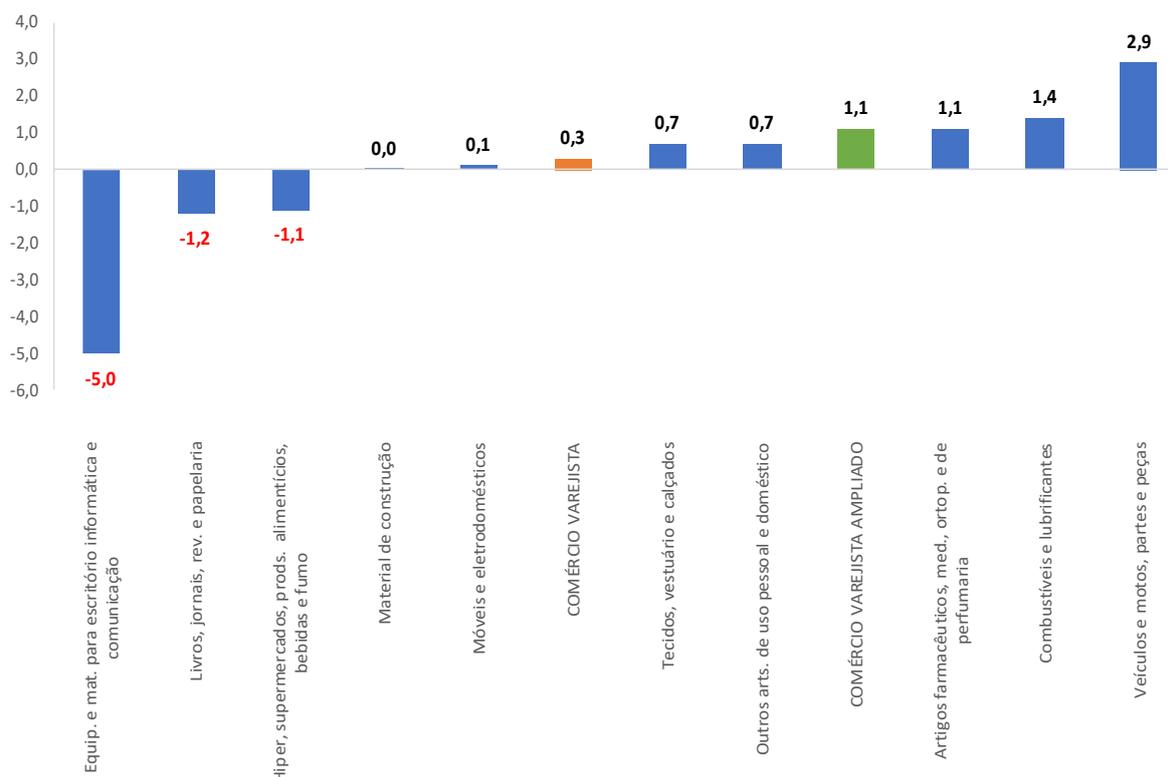


Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria

No confronto com março de 2017, o volume de vendas do **comércio varejista** assinalou expansão de 6,5%, décima segunda taxa positiva consecutiva nessa comparação. Assim, o indicador acumulado para os primeiros três meses do ano mostrou aumento de 3,8%. A taxa anualizada, indicador acumulado nos últimos doze meses, ao avançar 3,7% em março de 2018, registrou o resultado positivo mais elevado desde julho de 2014 (4,3%) e prosseguiu em trajetória ascendente iniciada em outubro de 2016 (-6,8%). Considerando o **comércio varejista ampliado**, a expansão do volume de vendas em relação a março de 2017 foi de 7,8%, décima primeira taxa positiva seguida, acumulando, assim, 6,6% no primeiro trimestre de 2018. Em relação ao indicador acumulando nos últimos doze meses, ao mostrar expansão de 6,2% em março de 2018, manteve a trajetória ascendente iniciada em julho de 2016 (-10,4%), e assinalou a maior variação positiva desde junho de 2013 (6,4%).

RESULTADOS SETORIAIS

Gráfico 3 - Volume de Vendas do Comércio Varejista e Varejista Ampliado
 Indicador mês/ mês imediatamente anterior
 Série com ajuste sazonal
 Março 2018



Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria

A variação de 0,3% no volume de vendas do **comércio varejista** na passagem de fevereiro para março de 2018, série ajustada sazonalmente, foi acompanhada por cinco das oito atividades

investigadas, conforme mostra Gráfico 3. Dentre essas, o maior avanço, em termos de magnitude, foi observado em *Combustíveis e lubrificantes* (1,4%), após sequência de quatro meses registrando queda, período que acumulou perda de 4,0%. Ainda com avanço nas vendas frente a fevereiro, encontram-se: *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos* (1,1%), *Tecidos, vestuário e calçados* e *Outros artigos de uso pessoal e doméstico* (ambos com 0,7%), enquanto o setor de *Móveis e eletrodomésticos* (0,1%) praticamente repete o patamar de vendas de fevereiro 2018. Por outro lado, os recuos frente a fevereiro de 2018 foram registrados em: *Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação* (-5,0%) e *Livros, jornais, revistas e papelerias* (-1,2%), ambos com avanços, respectivamente, de 12,0% e 1,9% acumulados entre janeiro e fevereiro, enquanto o setor de *Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* (-1,1%), intensifica, em março, a queda observada em fevereiro (-0,7%), acumulando nesses dois meses uma perda de 1,8%, após avanço de 2,1% registrado em janeiro. Considerando o **comércio varejista ampliado**, o avanço de 1,1%, ocorreu após relativa estabilidade (0,1%) observada no mês anterior, com *Veículos e motos, partes e peças* (2,9%) mostrando avanço pelo quinto mês consecutivo, período que o setor acumulou um ganho de 12,1%, enquanto *Material de construção* sinalizou estabilidade (0,0%) .

Em março de 2018, o volume do **comércio varejista** mostrou expansão de 6,5% na comparação com igual mês do ano anterior, décima segunda taxa positiva seguida, sendo esse avanço o maior desde abril de 2014 (6,7%). Vale citar o efeito calendário que, com o deslocamento do feriado móvel de Páscoa, exerceu influência positiva nas vendas de março de 2018. Esse desempenho positivo foi impulsionado somente por três das oito atividades que compõem o varejo. Por ordem de contribuição à taxa global, os resultados foram os seguintes: *Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* (12,3%); *Outros artigos de uso pessoal e doméstico* (13,8%) e *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos* (5,0%). Por outro lado, pressionando negativamente a formação da taxa global de março de 2018, destacaram-se *Combustíveis e lubrificantes* (-4,8%); *Móveis e eletrodomésticos* (-3,3%); *Tecidos, vestuário e calçados* (-0,7%) e *Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação* (-7,6%) e *Livros, jornais, revistas e papeleria* (-12,6%), conforme mostra Tabela 1.

O setor de *Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo*, com expansão de 12,3% no volume de vendas frente a março de 2017, foi a atividade que exerceu o maior impacto positivo no desempenho global do varejo. A taxa registrada no mês é a mais acentuada desde março de 2012 (12,4%). Vale destacar que no ano de 2018, o feriado móvel da Páscoa, com impactos positivos particularmente nas vendas desse setor, ocorreu em março enquanto que no ano de 2017 a

comemoração ocorreu em abril. O aumento da massa de rendimentos reais habitualmente recebida⁴ e a redução sistemática da inflação de alimentação no domicílio⁵ são fatores que também ajudam a explicar o bom desempenho do setor. Com o resultado positivo de março, o segmento acumulou expansão de 5,7% nos primeiros três meses do ano. No acumulado em doze meses a atividade avançou 3,5%, mantendo-se em trajetória ascendente desde outubro de 2016 (-3,5%).

Tabela 1 - BRASIL INDICADORES DO VOLUME DE VENDAS NO COMÉRCIO VAREJISTA E COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO COMPOSIÇÃO DA TAXA MENSAL DO COMÉRCIO VAREJISTA, POR ATIVIDADES Março 2018

Atividades	COMÉRCIO VAREJISTA		COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO	
	Taxa de variação (%)	Composição absoluta da taxa (p.p.)	Taxa de variação (%)	Composição absoluta da taxa (p.p.)
Taxa Global	6,5	6,5	7,8	7,8
1 - Combustíveis e lubrificantes	-4,8	-0,6	-4,8	-0,4
2 - Hiper, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	12,3	5,7	12,3	4,0
3 - Tecidos, vestuário e calçados	-0,7	-0,1	-0,7	0,0
4 - Móveis e eletrodomésticos	-3,3	-0,3	-3,3	-0,2
5 - Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria	5,0	0,5	5,0	0,3
6 - Livros, jornais, revistas e papelaria	-12,6	-0,1	-12,6	-0,1
7 - Equipamentos e mat. para escritório informática e comunicação	-7,6	-0,1	-7,6	-0,1
8 - Outros artigos de uso pessoal e doméstico	13,8	1,5	13,8	1,1
9 - Veículos e motos, partes e peças			16,0	3,4
10- Material de construção			-1,7	-0,2

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria.

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

O grupamento de *Outros artigos de uso pessoal e doméstico*, que engloba lojas de departamentos, joalheria, artigos esportivos e brinquedos, mostrou aumento de 13,8% e respondeu pela segunda maior influência positiva sobre a taxa global do varejo. Com o resultado de março de 2018, esse segmento registrou a taxa mais acentuada desde março de 2015 (15,7%), situando-se bem acima da média global do varejo devido ao efeito do deslocamento do feriado móvel de Páscoa nas vendas deste setor. Com isso, o segmento acumulou, nos três primeiros meses do ano, taxa de 10,9%, registrando, assim, a maior variação entre as atividades do varejo para essa comparação. O indicador acumulado nos últimos doze meses, com taxa de 5,8%, foi a mais elevada desde abril de 2015 (6,8%), mantendo trajetória de recuperação iniciada em setembro de 2016 (-10,4%).

⁴ IBGE/DPE/COREN a massa de rendimentos real habitualmente recebida é 1,8% (jan-mar2018) contra 0,6% (jan-mar 2017)

⁵ IBGE/DPE/COINP: segundo o IPCA, o grupamento de alimentos no domicílio registrou -4,28% em mar/18 contra 3,00% em mar/17.

O volume de vendas do segmento de *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos* mostrou expansão de 5,0% em relação a março de 2017, exercendo o terceiro maior impacto positivo sobre a taxa global. Com caráter de uso essencial e contínuo, o setor farmacêutico registrou, em março de 2018, a décima primeira taxa positiva consecutiva. A taxa acumulada para o primeiro trimestre do ano de 2018 ficou também em 5,0%. Quanto ao indicador acumulado nos últimos doze meses, o resultado de 4,4% mantém o setor em trajetória ascendente desde abril de 2017 (-3,5%).

A atividade de *Combustíveis e lubrificantes*, com variação de -4,8% para o volume de vendas em relação ao mesmo mês do ano anterior, exerceu a maior contribuição negativa no resultado total do varejo. Essa é a nona taxa negativa consecutiva nessa comparação. A elevação dos preços de combustíveis acima da variação média de preços, é fator relevante que ainda vem influenciando negativamente o desempenho do setor⁶. Com isso, o indicador acumulado de janeiro a março de 2018 registrou perda de 5,1%, e em doze meses, permanece mostrando recuo (-3,2%), mas em trajetória ascendente desde fevereiro de 2017 (-8,9%).

O setor de *Móveis e eletrodomésticos* registrou recuo 3,3%, exercendo a segunda maior influência negativa sobre a taxa global do varejo frente a março do ano passado. O resultado negativo de março interrompeu sequência de dez taxas positivas, contribuindo para o setor acumular 1,7% de aumento nos três primeiros meses do ano. Em termos de resultado acumulado para os últimos doze meses, a taxa ficou em 9,1%, mantendo a trajetória de recuperação iniciada em março de 2016 (-16,6%).

A atividade de *Tecidos, vestuário e calçados*, com variação de -0,7% em relação a março de 2017, registrou a segunda taxa negativa consecutiva nessa comparação, acumulando de janeiro a março um recuo de 1,6%. O indicador acumulado nos últimos doze meses, com variação de 6,2%, manteve a trajetória de recuperação observada desde outubro 2016 (-11,5%).

A atividade de *Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação* mostrou queda de 7,6% no volume de vendas frente a igual mês do ano anterior, após resultados positivos em janeiro (4,7%) e em fevereiro (7,1%). Em termos acumulados, a variação ficou em 0,8% para os primeiros três meses de 2018, enquanto a taxa acumulada para os últimos doze meses ficou estável (0,0%).

⁶ IBGE/DPE/COINP: segundo o IPCA, o grupamento de combustíveis registrou avanço de 14,65% em mar/18 contra -2,61% em mar/17.

A atividade de *Livros, jornais, revistas e papelaria*, com queda no volume de vendas de 12,6% frente a março de 2017, foi influenciada, em especial no que tange a jornais e revistas, por certa substituição dos produtos impressos pelos de meio eletrônico. Com isso, o setor acumulou, entre janeiro e março, o recuo mais elevado dentre todas as atividades do varejo (-8,2%). O acumulado nos últimos doze meses permaneceu no campo negativo (-5,1%), porém sinalizando recuperação desde outubro 2016 (-16,8%).

O **comércio varejista ampliado** registrou, para o volume de vendas, uma variação de 7,8% contra março de 2017. Esse comportamento ocorreu, principalmente, devido ao desempenho positivo de *Veículos, motos, partes e peças*, que, com resultado interanual 16,0%, respondeu por 43,5% do total do varejo ampliado. Com o resultado de março, o varejo ampliado completa a décima primeira taxa positiva consecutiva nessa comparação.

O setor de *Veículos, motos, partes e peças*, com expansão de 16,0% no volume de vendas frente a março de 2017, registrou o terceiro resultado a dois dígitos no ano de 2018. Com isso, o indicador acumulado para os três primeiros meses do ano mostrou ganho de 17,9%. Nos últimos doze meses, com variação positiva de 9,1%, registrou o resultado mais elevado maio de 2013 (10,6%) e permaneceu em trajetória ascendente desde fevereiro 2017 (-13,2%).

O segmento de *Material de construção*, com taxa de -1,7%, interrompeu dez meses de crescimento na comparação com igual mês do ano anterior. Com a perda de ritmo, o acumulado para os três primeiros meses do ano ficou em 3,7%. O indicador acumulado em doze meses, com aumento de 9,0%, mostrou trajetória ascendente desde julho 2016 (-12,9%) e registrou a taxa mais elevada desde abril de 2012 (9,4%).

RESULTADOS TRIMESTRAIS

Em bases trimestrais, a vendas do comércio varejista, ao avançar 3,8% no primeiro trimestre de 2018, manteve o comportamento positivo registrado nos três últimos trimestres de 2017: abril-junho (2,4%), julho-setembro (4,3%) e outubro-dezembro (4,2%), todas as comparações contra igual período do ano anterior. A redução no ritmo de crescimento das vendas nacionais do varejo nos três primeiros meses de 2018 foi observada também na maioria das atividades, com destaques para *Móveis e eletrodomésticos* (de 11,3% para 1,7%) e *Tecidos, vestuário e calçados* (de 6,9% para -1,6%), enquanto o segmento de *Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* (de 4,4% para 5,7%) e *Outros artigos de uso pessoal e doméstico* (de 3,0% para 10,9%) mostraram movimento

inverso, influenciados pela contribuição positiva do efeito do deslocamento do feriado móvel da Páscoa na variação do volume de vendas desses segmentos.

Tabela 2 - BRASIL INDICADORES DO VOLUME DE VENDAS NO COMÉRCIO VAREJISTA E COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO, POR ATIVIDADES INDICADOR TRIMESTRAL (base: igual trimestre do ano anterior)

Atividades	2017				2018
	1º Tri	2º Tri	3º Tri	4º Tri	1º Tri
Comércio varejista	-2,7	2,4	4,3	4,2	3,8
Combustíveis e lubrificantes	-5,5	-1,5	-2,6	-3,5	-5,1
Hiper, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	-2,5	1,3	2,6	4,4	5,7
Tecidos, vestuário e calçados	4,7	6,5	12,3	6,9	-1,6
Móveis e eletrodomésticos	3,0	8,8	15,3	11,3	1,7
Artigos farmacêuticos, med., ortop. e de perfumaria	-2,9	1,1	4,5	7,1	5,0
Livros, jornais, revistas e papelaria	-5,1	-1,2	-3,5	-5,5	-8,2
Equipamentos e material para escritório informática e comunicação	-11,2	7,6	1,6	-8,3	0,8
Outros arts. de uso pessoal e doméstico	-5,3	3,6	7,0	3,0	10,9
Comércio varejista ampliado	-2,2	2,9	7,5	7,7	6,6
Veículos e motos, partes e peças	-7,7	-0,9	10,4	9,5	17,9
Material de construção	4,3	5,0	13,2	14,0	3,7

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria.

RESULTADOS REGIONAIS

Na passagem de fevereiro para março de 2018, na série com ajuste sazonal, as vendas no **comércio varejista** avançam em 18 das 27 Unidades da Federação, com destaque, em termos de magnitude de taxa, para Espírito Santo (5,1%); Distrito Federal (4,4%) e Acre (4,1%), conforme Gráfico 4. O estado da Bahia registrou estabilidade nas vendas (0,0%). Por outro lado, Piauí (-3,9%) e São Paulo (-3,6%) mostraram os maiores recuos nas vendas nessa comparação. Considerando o **comércio varejista ampliado**, o avanço atingiu 20 das 27 Unidades da Federação, com destaque para Acre (3,9%) e Mato Grosso do Sul (2,8%). Por outro lado, com queda mais intensa nas vendas, figura o Estado do Amapá (-5,7%), conforme Gráfico 5.

Gráfico 4 - Volume de Vendas do Varejo por UF
Mês/Mês imediatamente anterior
série com ajuste sazonal

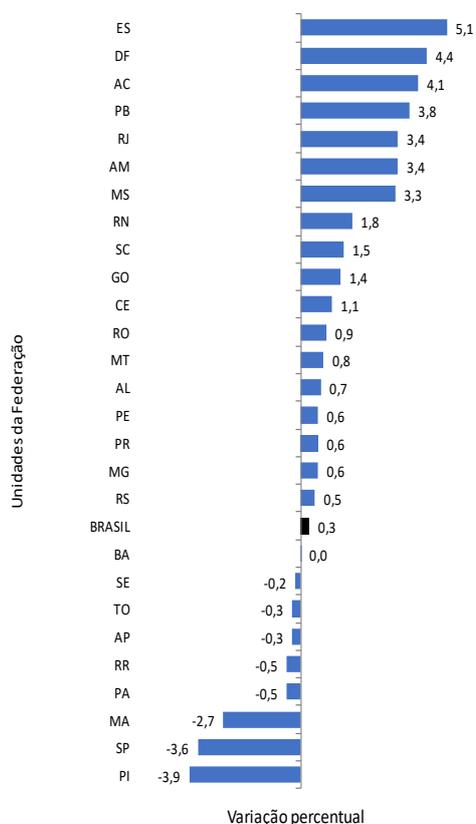
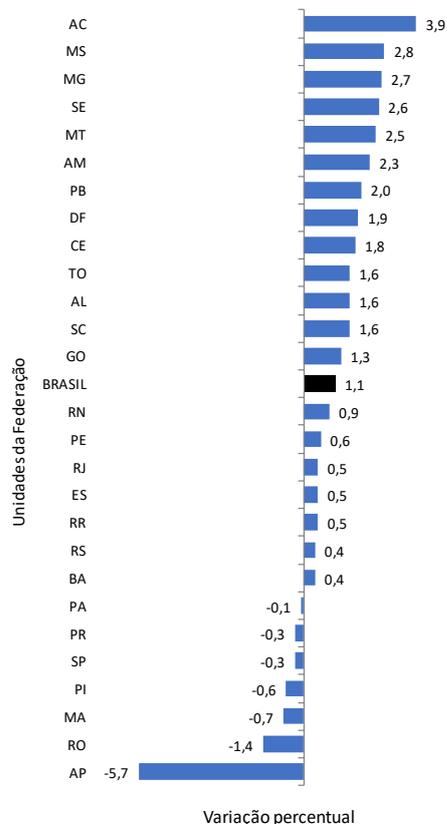


Gráfico 5 - Volume de Vendas do Comércio Varejista Ampliado por UF
Mês/Mês imediatamente anterior
série com ajuste sazonal



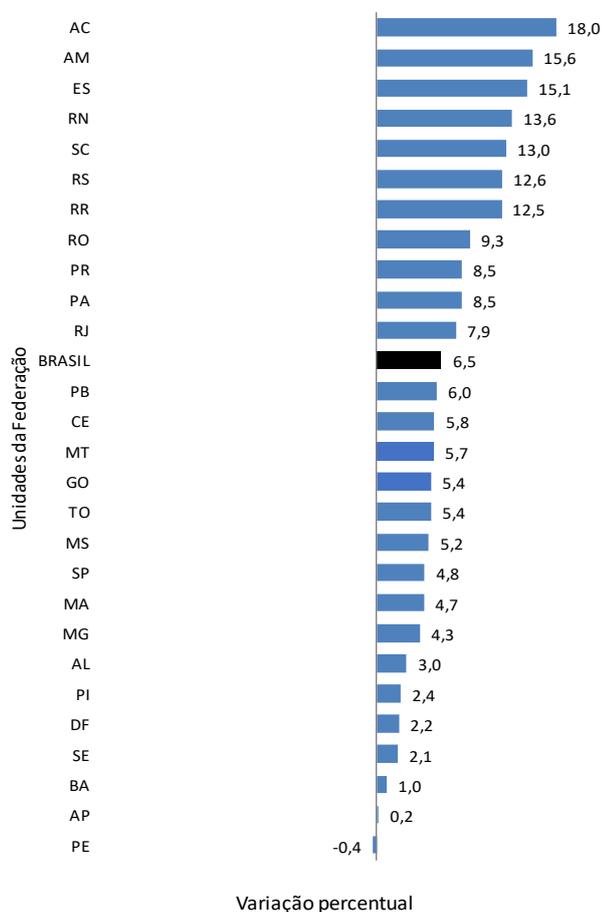
* Série com ajuste sazonal

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria.

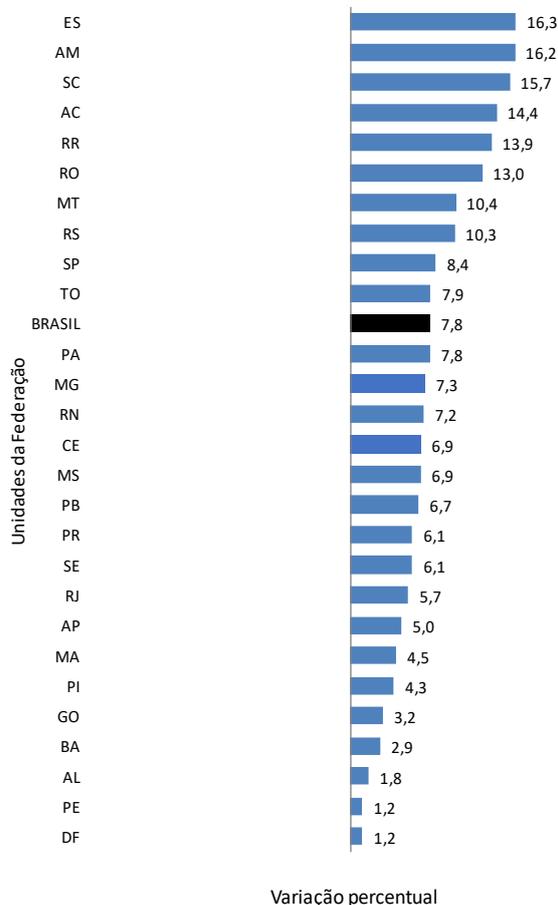
Frente a março de 2017, na série original, o **comércio varejista** registrou aumento no volume de vendas em 26 das 27 Unidades da Federação, com destaque positivo, em termos de magnitude de taxa para Acre (18,0%), Amazonas (15,6%) e Espírito Santo (15,1%). Por outro lado, Pernambuco (-0,4%) figura com a única taxa negativa dentre todas as Unidades da Federação, segundo o Gráfico 6. Quanto à participação na composição da taxa positiva do varejo, destacaram-se: São Paulo (4,8%), Rio Grande do Sul (12,6%) e Rio de Janeiro (7,9%).

Considerando o **comércio varejista ampliado**, todas as 27 Unidades da Federação apresentaram variações positivas no volume de vendas na comparação com março de 2017, com destaque para Espírito Santo (16,3%) e Amazonas (16,2%). Quanto à participação na composição da taxa positiva do varejo ampliado, destacaram-se, pela ordem: São Paulo (8,4%); Santa Catarina (15,7%) e Rio Grande do Sul (10,3%), conforme Gráfico 7.

**Gráfico 6 - Volume de Vendas do Varejo por UF
Mês/Igual mês anterior
Março 2018**



**Gráfico 7 - Volume de Vendas do Comércio Varejista
Ampliado por UF
Mês/Igual mês anterior
Março 2018**



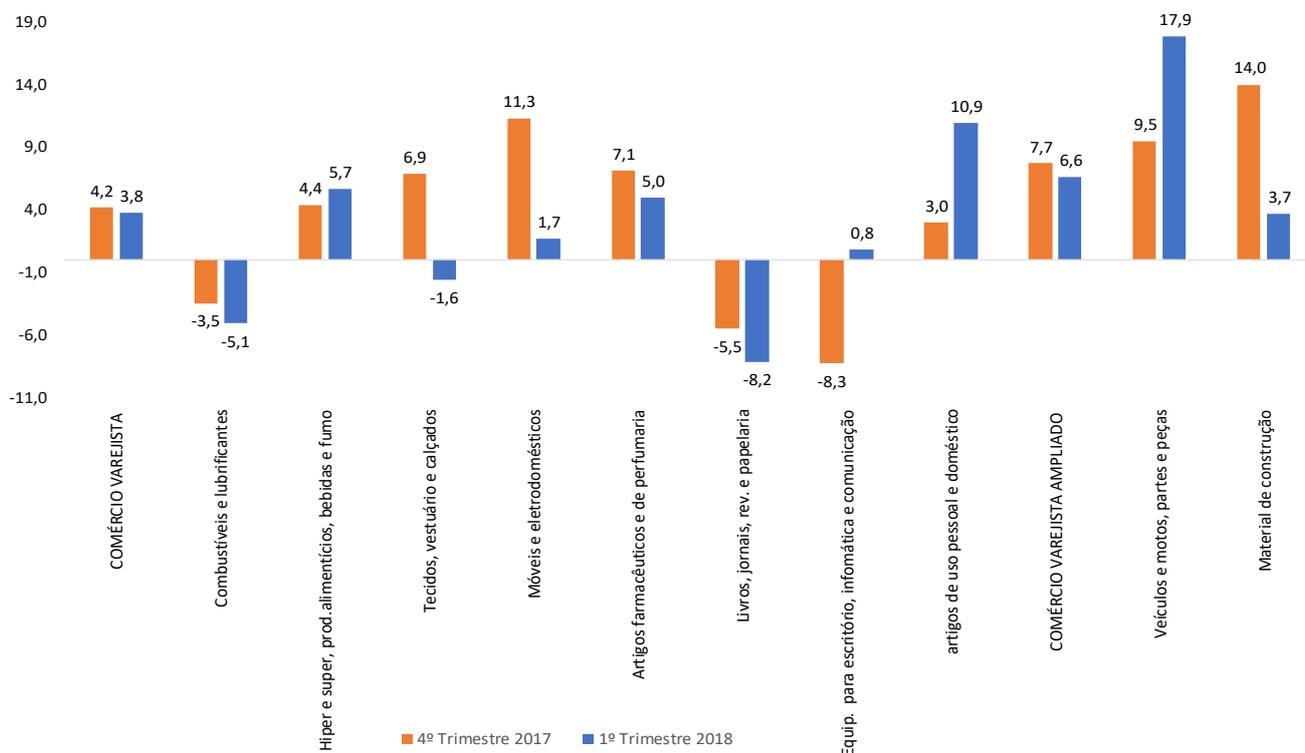
Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em síntese, o volume de vendas do varejo nacional, em março de 2018, voltou a sinalizar variação positiva, expressa pelo aumento de 0,3% na comparação com fevereiro de 2018, com predomínio de resultados positivos entre as atividades que compõem o varejo. No confronto com igual mês do ano anterior, em março de 2018, o varejo nacional mostrou crescimento de 6,5%, décimo segundo consecutivo nessa comparação e a taxa mais acentuada desde abril de 2014 (6,7%). Esse resultado foi influenciado pelo efeito do deslocamento do feriado móvel da Páscoa. Ainda na comparação com igual período do ano anterior, mesmo com o desempenho elevado de março, os sinais de redução de ritmo ficam evidenciados no confronto do último trimestre de 2017 (4,2%) e o primeiro trimestre de 2018 (3,8%), conforme Gráfico 8. A perda de ritmo também foi observado na maioria das

atividades pesquisadas, com destaque para *Móveis e eletrodomésticos* (de 11,3% para 1,7%) e *Tecidos, vestuário e calçados* (de 6,9% para -1,6%), enquanto os segmentos *Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* (de 4,4% para 5,7%) e *Outros artigos de uso pessoal e doméstico* (de 3,0% para 10,9%) mostraram movimento inverso, particularmente influenciados pela contribuição positiva do efeito do calendário móvel da Páscoa de março de 2018, que contribuiu para que essas atividades registrem ganhos bem acima da média do varejo nessa comparação.

Gráfico 8 - Volume de Vendas do Comércio Varejista e Varejista Ampliado
Indicador Trimestral
(Base: igual trimestre do ano anterior)



Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria

TABELAS

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

Pesquisa Mensal de Comércio

Tabela 1 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo as atividades de divulgação
Março 2018 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mês/Mês anterior (1)			Mensal (2)			Acumulado no ano (3)			Últimos 12 meses (4)		
	JAN	FEV	MAR	JAN	FEV	MAR	JAN-JAN	JAN-FEV	JAN-MAR	Até JAN	Até FEV	Até MAR
Volume de vendas do comércio varejista (5)	0,9	-0,2	0,3	3,1	1,5	6,5	3,1	2,3	3,8	2,4	2,9	3,7
1. Combustíveis e lubrificantes	-0,3	-0,9	1,4	-4,1	-6,4	-4,8	-4,1	-5,3	-5,1	-3,1	-2,9	-3,2
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	2,1	-0,7	-1,1	3,1	2,0	12,3	3,1	2,6	5,7	1,7	1,9	3,5
2.1. Hipermercados e supermercados	2,1	-1,5	-1,8	3,3	1,9	13,0	3,3	2,6	6,0	2,1	2,3	4,0
3. Tecidos, vestuário e calçados	0,8	-0,9	0,7	0,3	-4,6	-0,7	0,3	-2,0	-1,6	7,7	7,1	6,2
4. Móveis e eletrodomésticos	-2,8	1,5	0,1	5,2	3,6	-3,3	5,2	4,5	1,7	9,6	10,4	9,1
4.1. Móveis	-	-	-	0,0	2,4	-6,3	0,0	1,1	-1,5	3,3	4,5	3,8
4.2. Eletrodomésticos	-	-	-	11,2	5,5	-1,0	11,2	8,6	5,1	11,6	12,5	11,2
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	-2,4	1,0	1,1	5,4	4,4	5,0	5,4	4,9	5,0	3,1	3,8	4,4
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	0,4	1,5	-1,2	-7,2	-5,9	-12,6	-7,2	-6,6	-8,2	-3,7	-3,6	-5,1
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	9,0	2,8	-5,0	4,7	7,1	-7,6	4,7	5,9	0,8	-2,3	-0,6	0,0
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	7,2	-0,7	0,7	10,0	8,4	13,8	10,0	9,3	10,9	3,2	4,3	5,8
Volume de vendas do comércio varejista ampliado (6)	0,1	0,1	1,1	6,5	5,3	7,8	6,5	5,9	6,6	4,6	5,4	6,2
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	4,5	3,0	2,9	18,1	20,0	16,0	18,1	19,0	17,9	4,5	7,1	9,1
10. Material de construção	-3,5	0,2	0,0	7,4	5,9	-1,7	7,4	6,7	3,7	9,4	10,0	9,0

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria

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

(2) Base: igual mês do ano anterior

(3) Base: igual período do ano anterior

(4) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio

Tabela 2 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista, segundo as unidades da federação

Março 2018 - Variação (%)

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

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria

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

(2) Base: igual mês do ano anterior

(3) Base: igual período do ano anterior

(4) Base: últimos 12 meses anteriores

Pesquisa Mensal de Comércio

Tabela 3- Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista Ampliado, segundo as unidades da federação

Março 2018 - Variação (%)

Brasil e Unidades da Federação	Mês/Mês anterior (1)			Mensal (2)			Acumulado no ano (3)			Últimos 12 meses (4)		
	JAN	FEV	MAR	JAN	FEV	MAR	JAN-JAN	JAN-FEV	JAN-MAR	Até JAN	Até FEV	Até MAR
Brasil	0,1	0,1	1,1	6,5	5,3	7,8	6,5	5,9	6,6	4,6	5,4	6,2
Rondônia	1,0	7,1	-1,4	11,8	16,8	13,0	11,8	14,2	13,8	-0,5	2,2	3,7
Acre	-2,8	4,3	3,9	8,6	13,8	14,4	8,6	11,0	12,2	7,8	9,7	11,1
Amazonas	1,6	-0,6	2,3	14,6	15,1	16,2	14,6	14,8	15,3	12,9	14,1	15,2
Roraima	2,7	3,7	0,5	13,9	10,6	13,9	13,9	12,2	12,8	1,7	2,7	4,1
Pará	-0,2	0,2	-0,1	12,1	9,5	7,8	12,1	10,8	9,7	5,5	7,4	8,1
Amapá	4,9	7,9	-5,7	5,8	7,8	5,0	5,8	6,8	6,2	5,8	6,4	6,7
Tocantins	-1,1	5,3	1,6	12,4	21,3	7,9	12,4	16,6	13,2	9,8	12,4	12,1
Maranhão	1,7	-0,5	-0,7	12,0	9,0	4,5	12,0	10,6	8,5	8,5	9,3	9,3
Piauí	1,6	0,9	-0,6	10,1	9,2	4,3	10,1	9,7	7,8	2,0	3,7	4,5
Ceará	-1,3	-0,5	1,8	4,8	1,5	6,9	4,8	3,3	4,5	2,4	3,0	4,0
Rio Grande do Norte	5,2	-4,0	0,9	10,5	2,4	7,2	10,5	6,6	6,9	-0,2	0,5	1,6
Paraíba	2,3	1,1	2,0	7,2	-0,1	6,7	7,2	3,8	4,8	2,2	2,1	2,4
Pernambuco	1,9	0,6	0,6	3,6	1,0	1,2	3,6	2,4	2,0	4,0	4,4	4,1
Alagoas	-0,1	0,8	1,6	2,9	0,3	1,8	2,9	1,7	1,7	7,4	7,4	6,9
Sergipe	2,0	-0,5	2,6	4,4	1,1	6,1	4,4	2,9	4,0	0,8	1,5	2,5
Bahia	-0,1	0,0	0,4	5,4	3,6	2,9	5,4	4,6	4,0	1,9	2,9	3,3
Minas Gerais	-3,4	-0,1	2,7	6,6	3,6	7,3	6,6	5,2	5,9	3,2	3,9	4,4
Espírito Santo	-3,5	7,6	0,5	12,4	34,4	16,3	12,4	22,2	20,0	8,6	12,4	13,4
Rio de Janeiro	-1,8	1,8	0,5	3,0	-0,7	5,7	3,0	1,2	2,8	3,6	3,6	4,5
São Paulo	0,1	-0,8	-0,3	4,9	5,0	8,4	4,9	4,9	6,1	2,9	3,8	5,2
Paraná	-4,2	4,3	-0,3	4,8	6,2	6,1	4,8	5,5	5,7	5,1	5,9	6,4
Santa Catarina	9,2	0,3	1,6	20,3	13,2	15,7	20,3	16,8	16,4	15,4	15,6	15,8
Rio Grande do Sul	0,9	2,6	0,4	9,0	10,0	10,3	9,0	9,5	9,8	13,5	14,2	14,3
Mato Grosso do Sul	1,5	3,2	2,8	0,9	3,0	6,9	0,9	1,9	3,6	-0,4	0,3	1,1
Mato Grosso	-0,2	0,4	2,5	9,3	10,4	10,4	9,3	9,8	10,0	9,0	10,3	10,7
Goiás	-2,2	-0,1	1,3	0,4	-4,5	3,2	0,4	-2,0	-0,2	-7,9	-7,3	-5,9
Distrito Federal	-0,3	-1,5	1,9	3,2	-2,2	1,2	3,2	0,6	0,8	4,3	4,7	4,8

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria

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

(2) Base: igual mês do ano anterior

(3) Base: igual período do ano anterior

(4) Base: últimos 12 meses anteriores

Pesquisa Mensal de Comércio
tabela 4 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Ceará - Março 2018 - Variação (%)

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

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio
tabela 4 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Pernambuco - Março 2018 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	JAN	FEV	MAR	JAN-JAN	JAN-FEV	JAN-MAR	Até JAN	Até FEV	Até MAR
Comércio Varejista (4)	1,4	-1,3	-0,4	1,4	0,1	0,0	5,1	5,1	4,7
1. Combustíveis e lubrificantes	3,1	-3,5	-4,8	3,1	-0,1	-1,7	1,9	1,6	0,8
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	4,2	0,1	7,3	4,2	2,1	3,9	2,3	2,6	3,4
2.1. Hipermercados e supermercados	3,5	0,0	9,3	3,5	1,7	4,3	-7,6	-6,5	-4,8
3. Tecidos, vestuário e calçados	-10,3	-13,1	-21,7	-10,3	-11,6	-15,3	12,4	10,7	6,5
4. Móveis e eletrodomésticos	6,1	14,6	-7,7	6,1	9,6	3,2	20,8	23,5	21,5
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	3,5	-16,3	-6,7	3,5	-6,2	-6,4	-11,1	-11,5	-10,8
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-16,4	-10,2	-27,4	-16,4	-14,2	-17,3	-25,0	-23,1	-24,1
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	23,3	8,5	1,2	23,3	15,8	10,5	54,5	49,2	42,8
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	0,2	9,3	12,0	0,2	4,1	6,9	1,4	1,9	2,4
Comércio Varejista Ampliado (5)	3,6	1,0	1,2	3,6	2,4	2,0	4,0	4,4	4,1
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	12,1	9,7	9,1	12,1	11,1	10,4	7,4	9,1	9,3
10. Material de construção	-0,9	0,8	-6,1	-0,9	-0,2	-2,3	-16,9	-16,2	-16,4

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio
tabela 4 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Bahia - Março 2018 - Variação (%)

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

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio
tabela 4 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Minas Gerais - Março 2018 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	JAN	FEV	MAR	JAN-JAN	JAN-FEV	JAN-MAR	Até JAN	Até FEV	Até MAR
Comércio Varejista (4)	4,4	0,8	4,3	4,4	2,7	3,3	5,3	5,3	5,3
1. Combustíveis e lubrificantes	-5,7	-16,5	-6,4	-5,7	-11,2	-9,5	-24,0	-23,6	-22,1
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	7,8	8,0	13,9	7,8	7,9	10,0	12,9	12,6	12,7
2.1. Hipermercados e supermercados	8,1	8,6	14,2	8,1	8,4	10,4	14,5	14,1	14,0
3. Tecidos, vestuário e calçados	7,7	2,0	2,4	7,7	5,0	4,1	31,0	28,4	24,9
4. Móveis e eletrodomésticos	-4,1	-14,3	-21,7	-4,1	-8,7	-13,3	8,4	7,1	3,4
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	6,0	5,7	3,6	6,0	5,9	5,0	-0,9	0,4	1,0
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-11,2	-5,4	-7,5	-11,2	-8,7	-8,4	9,4	11,3	8,9
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-4,8	36,8	11,7	-4,8	12,1	12,0	-24,9	-20,6	-17,0
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	7,0	-5,6	-0,2	7,0	1,2	0,7	-2,6	-2,3	-1,5
Comércio Varejista Ampliado (5)	6,6	3,6	7,3	6,6	5,2	5,9	3,2	3,9	4,4
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	22,0	23,2	35,3	22,0	22,6	27,1	-17,2	-13,5	-8,6
10. Material de construção	2,8	0,5	-8,5	2,8	1,7	-2,0	1,2	1,7	0,1

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio
tabela 4 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Espírito Santo - Março 2018 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	JAN	FEV	MAR	JAN-JAN	JAN-FEV	JAN-MAR	Até JAN	Até FEV	Até MAR
Comércio Varejista (4)	-2,6	17,3	15,1	-2,6	6,1	9,3	-1,7	1,4	3,4
1. Combustíveis e lubrificantes	-2,9	1,8	-11,5	-2,9	-0,8	-4,6	-7,4	-4,9	-5,6
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	-7,3	12,0	24,1	-7,3	1,1	8,5	-11,5	-8,7	-5,1
2.1. Hipermercados e supermercados	-9,0	14,1	26,4	-9,0	0,9	9,0	-10,4	-7,5	-3,7
3. Tecidos, vestuário e calçados	-15,5	15,3	0,0	-15,5	-1,7	-1,0	14,1	16,1	12,1
4. Móveis e eletrodomésticos	21,3	58,9	17,4	21,3	37,1	29,3	24,1	31,0	31,2
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	13,3	17,9	20,1	13,3	15,4	17,1	12,3	14,2	16,1
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-3,2	14,5	-12,1	-3,2	3,5	-0,9	-11,1	-6,8	-7,7
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-0,7	19,5	15,1	-0,7	8,6	10,9	41,4	41,1	38,4
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-7,2	14,6	10,6	-7,2	1,8	4,8	-8,7	-6,0	-4,1
Comércio Varejista Ampliado (5)	12,4	34,4	16,3	12,4	22,2	20,0	8,6	12,4	13,4
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	47,5	69,8	20,0	47,5	57,9	41,3	34,9	39,5	36,6
10. Material de construção	-8,3	10,3	3,1	-8,3	-0,6	0,7	-19,4	-15,1	-11,8

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio
tabela 4 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Rio De Janeiro - Março 2018 - Variação (%)

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

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio

tabela 4 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
São Paulo - Março 2018 - Variação (%)

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

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio
tabela 4 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Paraná - Março 2018 - Variação (%)

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

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio
tabela 4 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Santa Catarina - Março 2018 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	JAN	FEV	MAR	JAN-JAN	JAN-FEV	JAN-MAR	Até JAN	Até FEV	Até MAR
Comércio Varejista (4)	15,5	9,7	13,0	15,5	12,7	12,8	14,3	14,2	13,8
1. Combustíveis e lubrificantes	10,8	2,9	-1,9	10,8	6,9	3,7	4,7	5,0	3,9
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	21,4	12,3	20,1	21,4	16,8	17,9	25,6	24,1	23,1
2.1. Hipermercados e supermercados	21,6	12,2	21,0	21,6	16,8	18,3	25,4	23,9	23,0
3. Tecidos, vestuário e calçados	-2,4	2,7	-3,5	-2,4	-0,1	-1,3	-8,5	-7,5	-7,6
4. Móveis e eletrodomésticos	4,5	3,7	4,6	4,5	4,1	4,3	3,0	3,5	3,2
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	7,3	9,2	0,9	7,3	8,2	5,6	1,9	3,7	4,3
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-6,2	-8,8	1,0	-6,2	-7,4	-5,5	3,1	1,0	0,6
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	13,4	-10,5	-17,7	13,4	2,3	-5,3	22,7	20,9	14,5
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	20,0	18,3	28,2	20,0	19,2	22,2	8,5	10,2	12,9
Comércio Varejista Ampliado (5)	20,3	13,2	15,7	20,3	16,8	16,4	15,4	15,6	15,8
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	39,9	24,4	27,2	39,9	32,0	30,2	15,9	17,5	19,3
10. Material de construção	8,3	8,7	1,1	8,3	8,5	5,9	3,9	5,1	5,1

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio
tabela 4 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Rio Grande Do Sul - Março 2018 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	JAN	FEV	MAR	JAN-JAN	JAN-FEV	JAN-MAR	Até JAN	Até FEV	Até MAR
Comércio Varejista (4)	7,2	10,1	12,6	7,2	8,5	10,0	7,6	8,6	9,5
1. Combustíveis e lubrificantes	11,3	5,4	2,4	11,3	8,3	6,1	13,5	13,4	12,0
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	3,2	10,7	17,8	3,2	6,8	10,6	4,6	6,0	7,9
2.1. Hipermercados e supermercados	4,1	12,0	19,7	4,1	7,9	12,0	4,0	5,6	7,7
3. Tecidos, vestuário e calçados	7,6	20,8	15,1	7,6	13,3	14,0	23,4	23,6	23,2
4. Móveis e eletrodomésticos	14,8	10,5	4,7	14,8	12,8	9,9	10,0	10,8	10,0
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	3,4	4,8	7,0	3,4	4,1	5,1	2,8	3,8	4,8
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-4,3	-10,6	-10,1	-4,3	-8,0	-8,7	-21,5	-20,9	-21,3
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	23,8	38,5	22,1	23,8	30,2	27,3	25,0	29,1	29,9
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	14,8	13,9	20,6	14,8	14,4	16,5	10,2	10,7	12,2
Comércio Varejista Ampliado (5)	9,0	10,0	10,3	9,0	9,5	9,8	13,5	14,2	14,3
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	15,2	13,1	7,8	15,2	14,2	11,7	23,6	24,3	23,4
10. Material de construção	11,4	4,2	0,0	11,4	8,1	5,1	4,3	5,5	4,7

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio
tabela 4 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Goiás - Março 2018 - Variação (%)

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

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio
tabela 4 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Distrito Federal - Março 2018 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	JAN	FEV	MAR	JAN-JAN	JAN-FEV	JAN-MAR	Até JAN	Até FEV	Até MAR
Comércio Varejista (4)	-1,8	-7,9	2,2	-1,8	-4,8	-2,3	-5,7	-5,4	-4,4
1. Combustíveis e lubrificantes	-3,2	-7,3	8,6	-3,2	-5,2	-0,2	-9,4	-9,2	-8,2
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	-2,8	-11,2	0,5	-2,8	-7,1	-4,4	-10,8	-10,0	-8,1
2.1. Hipermercados e supermercados	-6,0	-12,9	1,9	-6,0	-9,5	-5,5	-15,2	-14,3	-12,0
3. Tecidos, vestuário e calçados	-8,8	-12,3	-6,2	-8,8	-10,4	-9,0	-3,3	-4,5	-4,7
4. Móveis e eletrodomésticos	6,1	3,7	-5,9	6,1	5,0	1,0	6,8	7,9	6,8
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	4,4	0,1	0,7	4,4	2,3	1,7	1,6	2,2	2,5
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-32,0	-25,2	-25,8	-32,0	-29,6	-28,8	-15,1	-17,6	-20,0
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	17,9	-55,7	-11,3	17,9	-29,4	-23,2	2,4	-7,6	-12,0
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	4,4	7,2	24,0	4,4	5,7	12,0	3,1	3,5	6,6
Comércio Varejista Ampliado (5)	3,2	-2,2	1,2	3,2	0,6	0,8	4,3	4,7	4,8
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	17,0	10,6	5,2	17,0	14,1	10,9	20,1	21,6	20,8
10. Material de construção	-0,1	2,4	-11,0	-0,1	1,1	-3,3	22,3	21,5	17,2

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos últimos 12 meses anteriores

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

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio

Tabela 5 - Indicadores de Receita Nominal de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo as atividades de divulgação
Março 2018 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mês/Mês anterior (1)			Mensal (2)			Acumulado no ano (3)			Últimos 12 meses (4)		
	JAN	FEV	MAR	JAN	FEV	MAR	JAN-JAN	JAN-FEV	JAN-MAR	Até JAN	Até FEV	Até MAR
Receita de vendas do comércio varejista (5)	0,5	-0,4	0,4	3,2	1,7	7,1	3,2	2,5	4,1	2,3	2,4	3,1
1. Combustíveis e lubrificantes	0,2	-0,4	1,9	5,9	4,7	9,0	5,9	5,3	6,6	-0,8	0,2	1,4
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	2,5	-0,7	-2,3	0,5	-0,6	8,9	0,5	0,0	2,9	0,8	0,4	1,4
2.1. Hipermercados e supermercados	2,8	-1,6	-3,2	0,5	-0,8	9,6	0,5	-0,1	3,0	1,3	0,8	2,0
3. Tecidos, vestuário e calçados	0,5	-0,9	1,0	2,6	-2,7	1,7	2,6	0,1	0,7	10,3	9,7	8,8
4. Móveis e eletrodomésticos	-1,5	0,6	-0,6	2,4	1,2	-5,2	2,4	1,9	-0,7	7,4	7,9	6,4
4.1. Móveis	-	-	-	-0,4	1,2	-7,0	-0,4	0,3	-2,3	3,9	4,9	4,0
4.2. Eletrodomésticos	-	-	-	7,4	2,6	-3,7	7,4	5,2	2,0	7,8	8,4	7,0
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	-1,4	1,3	1,0	9,8	8,2	8,2	9,8	9,0	8,7	9,4	9,5	9,3
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	0,2	1,1	-1,3	-3,5	-2,9	-10,0	-3,5	-3,2	-5,1	2,2	1,7	-0,4
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	2,4	2,6	-5,7	-3,3	0,3	-12,3	-3,3	-1,5	-5,6	-10,1	-8,9	-8,3
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	6,9	-0,6	1,1	10,7	9,0	14,2	10,7	9,9	11,4	6,0	6,8	8,0
Receita de vendas do comércio varejista ampliado (6)	0,4	0,0	1,0	6,5	5,3	8,3	6,5	5,9	6,7	3,9	4,5	5,2
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	3,7	3,1	2,9	19,2	20,0	16,1	19,2	19,6	18,3	4,7	7,3	9,1
10. Material de construção	-3,3	-0,2	0,1	8,8	7,2	-0,1	8,8	8,1	5,1	10,3	10,9	10,0

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria

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

(2) Base: igual mês do ano anterior

(3) Base: igual período do ano anterior

(4) Base: últimos 12 meses anteriores

(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 6 - Indicadores de Receita Nominal de Vendas do Comércio Varejista, segundo as unidades da federação
Março 2018 - Variação (%)

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

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria

- (1) Base: mês imediatamente anterior - série com ajuste sazonal
(2) Base: igual mês do ano anterior
(3) Base: igual período do ano anterior
(4) Base: 12 meses anteriores

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 7 - Indicadores de Receita Nominal de Vendas do Comércio Varejista Ampliado, segundo as unidades da federação
Março 2018 - Variação (%)

Brasil e Unidades da Federação	Mês/Mês anterior (1)			Mensal (2)			Acumulado no ano (3)			Últimos 12 meses (4)		
	JAN	FEV	MAR	JAN	FEV	MAR	JAN-JAN	JAN-FEV	JAN-MAR	Até JAN	Até FEV	Até MAR
Brasil	0,4	0,0	1,0	6,5	5,3	8,3	6,5	5,9	6,7	3,9	4,5	5,2
Rondônia	1,6	3,6	0,3	8,8	13,5	12,1	8,8	11,0	11,4	-2,5	-0,3	1,1
Acre	-3,5	4,5	3,5	7,0	11,3	12,4	7,0	9,0	10,2	6,6	8,1	9,2
Amazonas	1,0	-0,5	2,3	13,3	13,2	15,2	13,3	13,3	13,9	12,3	13,0	13,8
Roraima	3,9	3,9	0,2	11,7	8,5	12,0	11,7	10,1	10,7	-0,5	0,1	1,2
Pará	0,6	0,2	-0,4	9,8	7,6	6,1	9,8	8,8	7,8	4,4	5,8	6,1
Amapá	6,0	7,8	-5,7	3,0	5,3	3,2	3,0	4,2	3,8	5,1	5,2	5,1
Tocantins	-1,5	6,0	2,0	12,1	23,0	9,7	12,1	17,2	14,3	8,8	11,4	11,3
Maranhão	2,9	-0,4	-0,9	12,7	8,9	4,7	12,7	10,9	8,7	7,7	8,3	8,2
Piauí	2,3	0,4	0,1	10,3	8,3	5,1	10,3	9,3	7,9	1,6	3,0	3,6
Ceará	-1,0	-0,8	2,6	5,4	1,5	7,4	5,4	3,6	4,9	2,1	2,5	3,3
Rio Grande do Norte	6,1	-4,2	1,4	10,8	2,6	7,7	10,8	6,9	7,2	0,3	0,7	1,6
Paraíba	2,1	0,8	1,9	7,4	0,5	7,1	7,4	4,2	5,2	3,4	3,1	3,2
Pernambuco	2,4	0,5	0,6	4,4	2,1	1,7	4,4	3,3	2,8	4,5	4,9	4,5
Alagoas	0,9	0,1	1,5	3,7	1,6	2,3	3,7	2,7	2,6	9,3	9,1	8,4
Sergipe	3,3	-0,2	1,8	5,2	2,8	6,2	5,2	4,1	4,8	1,3	2,0	2,7
Bahia	0,0	0,2	0,4	5,0	3,0	2,5	5,0	4,1	3,5	1,0	1,8	2,0
Minas Gerais	-1,9	-0,3	2,4	5,5	2,7	7,1	5,5	4,2	5,2	1,9	2,2	2,6
Espírito Santo	-1,5	6,7	1,2	11,1	33,2	16,7	11,1	20,9	19,3	5,9	9,5	10,6
Rio de Janeiro	-1,3	1,4	0,7	3,0	-0,9	5,7	3,0	1,1	2,7	3,0	2,8	3,5
São Paulo	0,6	-1,0	-0,5	5,3	4,6	8,6	5,3	5,0	6,2	2,3	3,0	4,2
Paraná	-2,7	3,5	0,1	5,2	6,8	7,4	5,2	5,9	6,5	4,8	5,5	5,9
Santa Catarina	7,7	1,3	1,1	20,6	13,6	16,4	20,6	17,2	16,9	14,3	14,6	14,7
Rio Grande do Sul	1,3	2,5	0,5	9,3	10,7	11,7	9,3	10,0	10,6	13,7	14,2	14,3
Mato Grosso do Sul	2,8	3,3	2,3	1,2	4,0	8,8	1,2	2,5	4,7	-2,0	-1,3	-0,2
Mato Grosso	0,5	0,9	2,2	9,9	13,3	13,3	9,9	11,5	12,2	8,0	9,5	10,3
Goiás	-1,9	-0,5	1,8	-1,1	-4,9	5,0	-1,1	-2,9	-0,2	-8,5	-8,2	-6,7
Distrito Federal	0,3	-1,2	1,4	4,6	0,0	4,3	4,6	2,4	3,1	3,4	4,0	4,5

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria

- (1) Base: mês imediatamente anterior - série com ajuste sazonal
(2) Base: igual mês do ano anterior
(3) Base: igual período do ano anterior
(4) Base: 12 meses anteriores

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 8 - Indicadores de Receita Nominal de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Ceará - Março 2018 - Variação (%)

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

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 8 - Indicadores de Receita Nominal de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Pernambuco - Março 2018 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	JAN	FEV	MAR	JAN-JAN	JAN-FEV	JAN-MAR	Até JAN	Até FEV	Até MAR
Comércio Varejista (4)	2,2	0,0	0,0	2,2	1,1	0,7	5,5	5,4	4,8
1. Combustíveis e lubrificantes	16,9	14,0	7,8	16,9	15,5	12,8	3,4	5,1	6,1
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	-0,2	-3,2	1,7	-0,2	-1,7	-0,5	1,7	1,4	1,3
2.1. Hipermercados e supermercados	-1,2	-3,5	3,5	-1,2	-2,3	-0,3	-7,8	-7,4	-6,6
3. Tecidos, vestuário e calçados	-7,5	-10,5	-17,9	-7,5	-8,8	-12,1	14,6	13,0	9,1
4. Móveis e eletrodomésticos	1,1	8,5	-11,3	1,1	4,2	-1,6	20,5	22,2	19,4
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	8,3	-11,8	-2,7	8,3	-1,7	-2,0	-5,5	-6,3	-6,1
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-14,3	-8,8	-25,4	-14,3	-12,4	-15,4	-20,2	-19,0	-20,6
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	20,8	2,4	-3,6	20,8	11,5	6,0	41,7	36,5	30,4
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	1,0	9,8	12,5	1,0	4,8	7,5	3,7	3,9	4,0
Comércio Varejista Ampliado (5)	4,4	2,1	1,7	4,4	3,3	2,8	4,5	4,9	4,5
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	12,8	9,8	9,1	12,8	11,5	10,6	10,1	11,4	11,4
10. Material de construção	2,9	4,6	-1,8	2,9	3,7	1,7	-16,2	-15	-14,7

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 8 - Indicadores de Receita Nominal de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Bahia - Março 2018 - Variação (%)

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

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 8 - Indicadores de Receita Nominal de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Minas Gerais - Março 2018 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	JAN	FEV	MAR	JAN-JAN	JAN-FEV	JAN-MAR	Até JAN	Até FEV	Até MAR
Comércio Varejista (4)	3,2	0,0	4,1	3,2	1,7	2,5	4,2	3,9	3,7
1. Combustíveis e lubrificantes	5,8	-3,8	10,7	5,8	1,0	4,2	-21,6	-20,3	-17,6
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	2,9	3,0	8,7	2,9	2,9	4,9	10,3	9,1	8,4
2.1. Hipermercados e supermercados	3,2	3,6	9,0	3,2	3,4	5,3	11,9	10,5	9,7
3. Tecidos, vestuário e calçados	9,1	2,8	4,0	9,1	6,1	5,4	33,1	30,3	26,7
4. Móveis e eletrodomésticos	-7,6	-15,5	-23,5	-7,6	-11,1	-15,5	6,2	4,8	0,8
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	8,5	8,7	7,0	8,5	8,6	8,0	3,9	4,7	4,8
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-8,1	-3,7	-5,9	-8,1	-6,2	-6,1	15,2	16,1	13,1
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-8,2	32,0	8,3	-8,2	8,0	8,1	-28,4	-24,9	-21,8
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	7,3	-5,7	-0,6	7,3	1,3	0,6	1,1	1,0	1,3
Comércio Varejista Ampliado (5)	5,5	2,7	7,1	5,5	4,2	5,2	1,9	2,2	2,6
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	23,1	23,9	37,4	23,1	23,5	28,5	-19,8	-16,1	-11,1
10. Material de construção	3	0,5	-7,7	3	1,8	-1,6	1	1,3	-0,2

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 8 - Indicadores de Receita Nominal de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Espírito Santo - Março 2018 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	JAN	FEV	MAR	JAN-JAN	JAN-FEV	JAN-MAR	Até JAN	Até FEV	Até MAR
Comércio Varejista (4)	-2,8	16,8	14,8	-2,8	5,8	8,9	-2,8	0,0	1,7
1. Combustíveis e lubrificantes	9,2	16,4	2,4	9,2	12,5	8,9	-2,2	1,1	1,5
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	-9,2	9,8	20,3	-9,2	-0,9	5,9	-12,1	-9,9	-6,9
2.1. Hipermercados e supermercados	-11,0	11,6	22,4	-11,0	-1,4	6,2	-11,1	-8,7	-5,6
3. Tecidos, vestuário e calçados	-14,3	16,8	2,0	-14,3	-0,4	0,6	16,6	18,4	14,4
4. Móveis e eletrodomésticos	17,8	54,2	14,6	17,8	33,1	25,8	21,7	27,9	27,8
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	19,1	21,7	21,3	19,1	20,3	20,6	17,9	19,1	19,8
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-0,1	17,2	-10,9	-0,1	6,4	1,5	-6,4	-2,3	-3,7
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-7,8	11,4	9,0	-7,8	1,1	3,9	25,5	25,0	22,8
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-8,2	14,6	9,6	-8,2	1,2	4,1	-8,1	-5,6	-4,1
Comércio Varejista Ampliado (5)	11,1	33,2	16,7	11,1	20,9	19,3	5,9	9,5	10,6
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	47,0	70,2	21,5	47,0	57,9	41,9	34,0	38,6	36,1
10. Material de construção	-5,8	12,7	4,9	-5,8	1,9	3	-17,8	-13,4	-10,2

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 8 - Indicadores de Receita Nominal de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Rio De Janeiro - Março 2018 - Variação (%)

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

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 8 - Indicadores de Receita Nominal de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
São Paulo - Março 2018 - Variação (%)

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

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 8 - Indicadores de Receita Nominal de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Paraná - Março 2018 - Variação (%)

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

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 8 - Indicadores de Receita Nominal de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Santa Catarina - Março 2018 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	JAN	FEV	MAR	JAN-JAN	JAN-FEV	JAN-MAR	Até JAN	Até FEV	Até MAR
Comércio Varejista (4)	15,9	10,1	14,0	15,9	13,0	13,4	13,3	13,0	12,7
1. Combustíveis e lubrificantes	22,4	14,1	13,4	22,4	18,3	16,6	6,9	7,9	8,7
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	18,0	9,6	16,7	18,0	13,8	14,8	22,2	20,3	18,9
2.1. Hipermercados e supermercados	17,9	9,1	17,3	17,9	13,4	14,8	22,2	20,2	18,9
3. Tecidos, vestuário e calçados	0,1	4,1	-1,1	0,1	2,0	0,8	-6,2	-5,2	-5,3
4. Móveis e eletrodomésticos	2,7	1,5	3,9	2,7	2,2	2,8	0,5	0,8	0,6
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	12,9	13,3	4,3	12,9	13,1	9,9	12,6	13,5	13,1
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-1,0	-3,8	6,9	-1,0	-2,4	-0,2	8,9	6,3	5,8
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	6,4	-16,1	-20,5	6,4	-3,9	-10,2	4,0	3,1	-1,4
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	19,6	17,3	27,6	19,6	18,5	21,5	9,4	10,8	13,2
Comércio Varejista Ampliado (5)	20,6	13,6	16,4	20,6	17,2	16,9	14,3	14,6	14,7
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	39,9	24,9	27,1	39,9	32,3	30,3	19,1	20,4	21,7
10. Material de construção	10,6	11,5	2,9	10,6	11	8,1	-0,1	1,6	2,2

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 8 - Indicadores de Receita Nominal de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Rio Grande Do Sul - Março 2018 - Variação (%)

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

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 8 - Indicadores de Receita Nominal de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Goiás - Março 2018 - Variação (%)

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

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 8 - Indicadores de Receita Nominal de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Distrito Federal - Março 2018 - Variação (%)

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

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Atualizado em 11/05/2018 às 9:00 h