



# **Indicadores IBGE**

**Pesquisa Mensal de Comércio**

**Fevereiro 2021**

Publicado em 13/04/2021 às 09 horas

Presidente da República  
**Jair Messias Bolsonaro**

Ministro da Economia  
**Paulo Roberto Nunes Guedes**

Secretário Especial de Fazenda  
**Waldery Rodrigues Junior**

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

Presidente  
**Marise Maria Ferreira (em exercício)**

Diretor-Executivo  
**Marise Maria Ferreira**

### **ORGÃOS ESPECÍFICOS SINGULARES**

Diretoria de Pesquisas  
**Eduardo Luiz Gonçalves Rios Neto**

Diretoria de Geociências  
**Claudio Stenner**

Diretoria de Informática  
**Carlos Renato Pereira Cotovio**

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

Escola Nacional de Ciências Estatísticas  
**Maysa Sacramento de Magalhães**

### **UNIDADE RESPONSÁVEL**

Diretoria de Pesquisas

Coordenação de Indústria  
**Flávio Renato Keim Magheli**

Gerência das Pesquisa Mensal de Comércio  
**Cristiano Santos**

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

Editoração  
**Cristiano Santos**  
**Fabiana Conceição Figueiredo**  
**Isabella Nunes Pereira**

## **Indicadores IBGE**

Plano de divulgação:

### **Trabalho e rendimento**

Pesquisa mensal de emprego\*

Pesquisa nacional por amostra de domicílios contínua

### **Agropecuária**

Estatística da produção agrícola \*\*

Estatística da produção pecuária \*\*

### **Indústria**

Pesquisa industrial mensal: emprego e salário \*\*\*

Pesquisa industrial mensal: produção física Brasil

Pesquisa industrial mensal: produção física regional

### **Comércio**

Pesquisa mensal de comércio

### **Serviços**

Pesquisa mensal de serviços

### **Índices, preços e custos**

Índice de preços ao produtor – indústrias extrativas e de transformação

Sistema nacional de índices de preços ao consumidor:

IPCA-E

Sistema nacional de índices de preços ao consumidor:

INPC - IPCA

Sistema nacional de pesquisa de custos e índices da construção civil

### **Contas nacionais trimestrais**

Contas nacionais trimestrais: indicadores de volume e valores correntes

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

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

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

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

# SUMÁRIO

NOTAS METODOLÓGICAS.....	4
1 CARACTERÍSTICAS DA PESQUISA .....	4
2 CONSTRUÇÃO DE INDICADORES .....	5
3 ENCADEAMENTO.....	7
4 SÉRIES DA PMC AJUSTADAS SAZONALMENTE.....	7
4.1 VOLUME DE VENDAS POR ATIVIDADES.....	8
4.2 VOLUME DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA POR UNIDADE DA FEDERAÇÃO.....	9
4.3 VOLUME DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO POR UNIDADES DA FEDERAÇÃO.....	10
4.4 RECEITA NOMINAL DE VENDAS POR ATIVIDADES.....	12
4.5 RECEITA NOMINAL DE DO COMÉRCIO VAREJISTA VENDAS POR UNIDADE DA FEDERAÇÃO.....	13
4.6 RECEITA NOMINAL DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO.....	15
POR UNIDADE DA FEDERAÇÃO.....	15
5 DEFLATORES DA PESQUISA.....	17
6 OBSERVAÇÕES .....	1
COMENTÁRIOS .....	2
TABELAS.....	11
VOLUME DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA E COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO.....	12
RECEITA NOMINAL DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA E COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO .....	29

## NOTAS METODOLÓGICAS

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

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

- Atualiza a amostra de informantes para 6 157 empresas, a partir dos estratos certos (empresas com 20 ou mais pessoas ocupadas) e gerencial da Pesquisa Anual de Comércio - PAC 2014.
- Os índices de janeiro de 2000 até dezembro de 2003 têm o ano-base em 2000. Os índices de janeiro de 2004 até dezembro de 2011 têm o ano-base em 2003. Os índices de janeiro de 2012 até dezembro de 2016 têm o ano-base em 2011. Os índices de janeiro de 2017 em diante têm o ano-base em 2014.
- A série completa dos índices (série encadeada) tem como período de referência<sup>1</sup> o ano de 2014.

### 1 CARACTERÍSTICAS DA PESQUISA

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

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

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

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

---

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

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

QUADRO I – GRUPOS DE ATIVIDADE E CÓDIGOS CNAE

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

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

## 2 CONSTRUÇÃO DE INDICADORES

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

2 A partir de janeiro de 2012, a Pesquisa Mensal de Comércio passou a adotar a versão 2.0 CNAE, com o objetivo de manter a comparabilidade internacional, adotando uma classificação de

relativos de preços do Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo - IPCA (nova estrutura adotada a partir de janeiro de 2012) e do Sistema Nacional de Pesquisa de Custos e Índices da Construção Civil - SINAPI. Na construção dos índices de preços das UFs não cobertas pelo IPCA, foram usados os relativos de preços da área geográfica mais apropriada.

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

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

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

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

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

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

---

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

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

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

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

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

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

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

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

### 3 ENCADEAMENTO

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

### 4 SÉRIES DA PMC AJUSTADAS SAZONALMENTE

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

<b>Atividades da PMC</b>	<b>CNAE da PMC</b>	<b>Grupo de produto</b>	<b>Itens do IPCA</b>
7-Equipamentos e Material para escritório, informática e comunicação	4751-2	-	IPCA (cód. 3202028)
	4752-1	-	IPCA (cód. 9101019)
8-Livros, jornais, revistas e papelaria	4761-0	-	IPCA (cód: 8102005) IPCA (cód: 8102001) IPCA (cód: 8102004) IPCA (cód: 8103)
9-Outros artigos de uso pessoal e doméstico	4713-0	-	IPCA (cód: 1104) IPCA (cód: 1112003) IPCA (cód: 3102) IPCA (cód: 3103) IPCA (cód: 32) IPCA (cód: 41) IPCA (cód: 42) IPCA (cód: 63)
	4774-1		IPCA (cód: 6102)
	4783-1	-	IPCA (cód: 4301002) IPCA (cód: 4301004)
	4789-0		IPCA (cód: IG)
	4757-1		IPCA (cód: IG)
	4763-3	-	IPCA (cód: 7201019) IPCA (cód: 7201023)
10-Veículos, motocicletas, partes e peças	4511-1	Veículos novos	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)

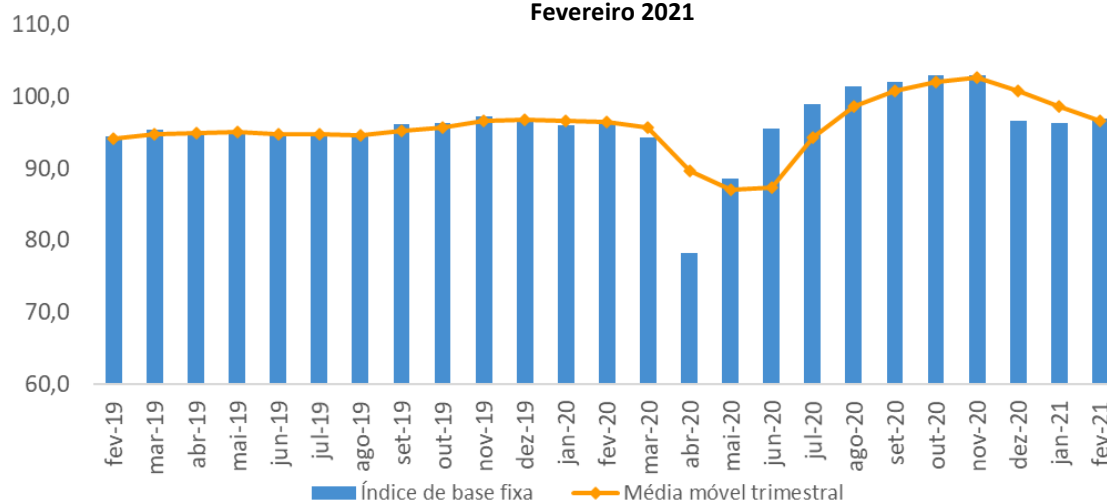
## **6 OBSERVAÇÕES**

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 fevereiro de 2020, o volume de vendas do **comércio varejista** nacional cresceu 0,6% frente ao mês imediatamente anterior, na série livre de influências sazonais, após variação de -0,2% em janeiro. Com isso, o índice de média móvel trimestral para o varejo mostrou variação negativa de 2,0% no trimestre encerrado em fevereiro, 0,1 p.p. acima da variação do trimestre encerrado em janeiro (-2,1%), conforme mostra Gráfico 1.

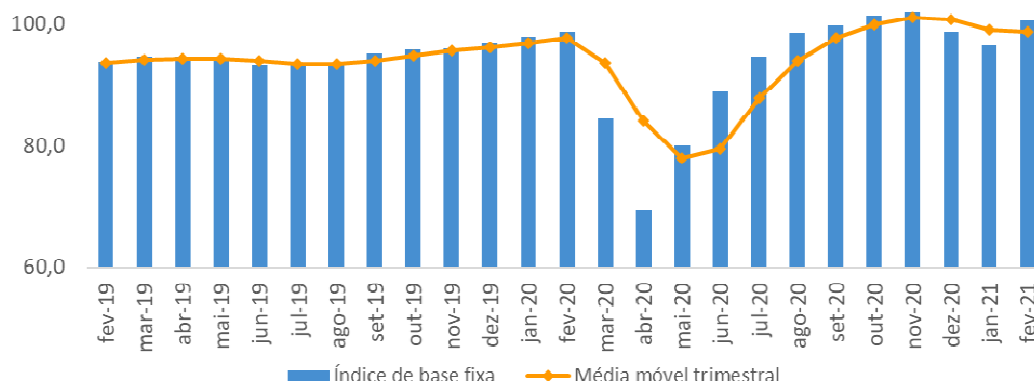
**Gráfico 1 - Volume de Vendas do Varejo com Ajuste Sazonal**  
**Índice de Base Fixa e Média Móvel Trimestral**  
**Fevereiro 2021**



Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria

Para o **comércio varejista ampliado**, que inclui, além do varejo, as atividades de *Veículos, motos, partes e peças* e de *Material de construção*, o volume de vendas, com aumento de 4,1% em relação a janeiro de 2021, registrou o primeiro mês de variação positiva após dois meses de queda, contribuindo, assim, para que a média móvel do trimestre encerrado em fevereiro (-0,5%) diminuísse o ritmo de queda com relação ao trimestre encerrado em janeiro (-1,6), conforme mostra Gráfico 2.

**Gráfico 2 - Volume de Vendas do Varejo Ampliado com Ajuste Sazonal**  
**Índice de Base Fixa e Média Móvel Trimestral**  
**Fevereiro 2021**



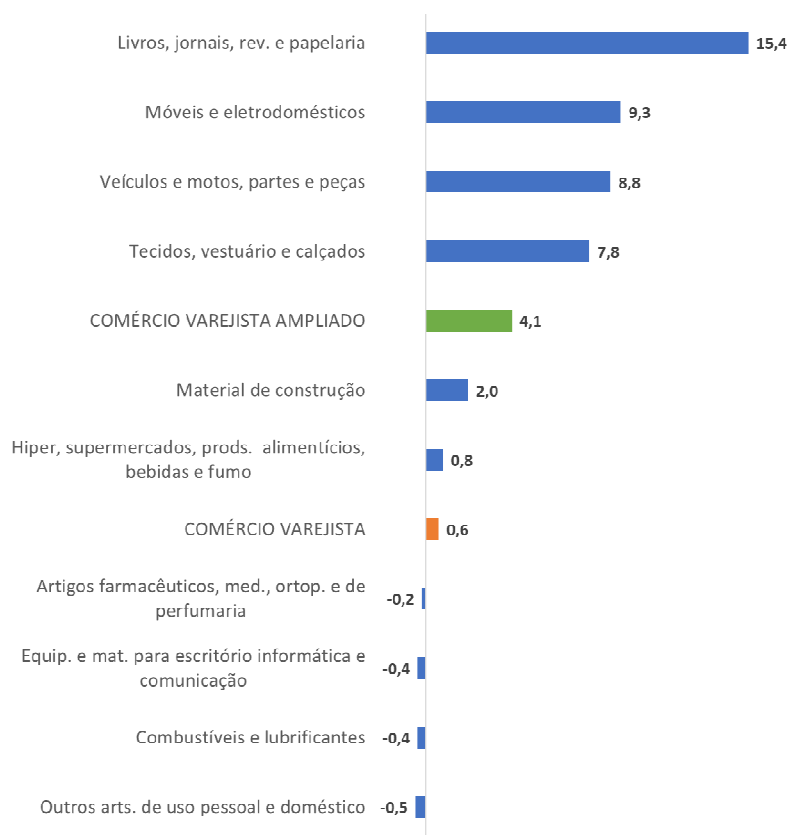
Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria

Na série sem ajuste sazonal, o **comércio varejista** assinalou queda de 3,8% em fevereiro de 2021 frente ao patamar de vendas de fevereiro de 2020. No acumulado do primeiro bimestre de 2021, contra igual período do ano anterior, o varejo apresentou decréscimo de 2,1%. A taxa anualizada, indicador acumulado nos últimos doze meses, ao registrar variação de 0,4% em fevereiro de 2021, mantém trajetória de diminuição de ritmo pelo quarto mês consecutivo, já que havia registrado os valores de 1,3%, 1,2% e 1,0% em novembro, dezembro e janeiro, respectivamente. O **comércio varejista ampliado**, frente a fevereiro de 2020, recuou 1,9%, segunda negativa consecutiva (-3,1% em janeiro), após seis meses de altas consecutivas. Assim, o varejo ampliado fecha o primeiro bimestre de 2021 com -2,5% em relação ao mesmo período de 2020. O indicador acumulado nos últimos doze meses, ao passar de -2,0% até janeiro para -2,3% em fevereiro, aponta queda no ritmo de vendas.

## **RESULTADOS SETORIAIS**

O avanço de 0,6% assinalado pelo volume de vendas do **comércio varejista** na passagem de janeiro para fevereiro de 2021, na série com ajuste sazonal, foi por quatro atividades das oito pesquisadas. Entre os setores que mostraram aumento nas vendas em fevereiro, o destaque foi para *Livros, jornais, revistas e papelaria* (15,4%), seguido por *Móveis e eletrodomésticos* (9,3%), *Tecidos, vestuário e calçados* (7,8%) e *Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* (0,8%). Por outro lado, pressionando negativamente o resultado de fevereiro destacou-se *Outros artigos de uso pessoal e doméstico* (-0,5%), seguido por *Combustíveis e lubrificantes* (-0,4%), *Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação* (-0,4%) e *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos* (-0,2%), conforme mostra Gráfico 3. Considerando o **comércio varejista ampliado**, em fevereiro, o volume de vendas cresceu 4,1%, frente a janeiro de 2021, na série com ajuste sazonal. Para essa mesma comparação, os setores de *Veículos, motos, partes e peças* e *Material de construção* registraram variação positiva de, respectivamente, 8,8% e 2,0%.

**Gráfico 3 - Volume de Vendas do Comércio Varejista e Varejista Ampliado**  
**Indicador mês/ mês imediatamente anterior**  
**Série com ajuste sazonal**  
**Fevereiro 2021**



Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria

Frente a igual mês do ano anterior, em fevereiro de 2021, o **comércio varejista** teve queda de 3,8%, com predominância de taxas negativas, atingindo cinco das oito atividades pesquisadas. Entre as atividades com crescimento, destacaram-se: *Livros, jornais, revistas e papelaria* (-41,0%), *Tecidos, vestuário e calçados* (-18,6%), *Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação* (-10,8%), *Combustíveis e lubrificantes* (-10,4%) e *Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* (-4,6%). Por outro lado, pressionando positivamente o resultado de fevereiro encontram-se: *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos* (8,9%), *Outros artigos de uso pessoal e doméstico* (2,0%) e *Móveis e eletrodomésticos* (0,7%). No caso do **comércio varejista ampliado** a comparação com o mesmo mês do ano anterior, teve resultado de -3,8% para o segmento de *Veículos, motos, partes e peças*, enquanto o setor de *Material de construção* cresceu 17,9%, na mesma comparação, conforme Tabela 1.

**Tabela 1 - BRASIL INDICADORES DO VOLUME DE VENDAS NO COMÉRCIO VAREJISTA E COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO COMPOSIÇÃO DA TAXA MENSAL DO COMÉRCIO VAREJISTA, POR ATIVIDADES**  
**Fevereiro 2021**

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	-3,8	-3,8	-1,9	-1,9
Combustíveis e lubrificantes	-10,4	-1,1	-10,4	-0,7
Hiper, supermercados, prods. alimentícios, bebidas e fumo	-4,6	-2,2	-4,6	-1,5
Tecidos, vest. e calçados	-18,6	-1,3	-18,6	-0,9
Móveis e eletrodomésticos	0,7	0,1	0,7	0,0
Artigos farmacêuticos, med., ortop. e de perfumaria	8,9	0,9	8,9	0,6
Livros, jornais, rev. e papelaria	-41,0	-0,3	-41,0	-0,2
Equip. e mat. para escritório informática e comunicação	-10,8	-0,1	-10,8	-0,1
Outros arts. de uso pessoal e doméstico	2,0	0,2	2,0	0,2
Veículos e motos, partes e peças			-3,8	-0,9
Material de construção			17,9	1,6

**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 setor de *Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo*, com a queda de 4,6% frente a fevereiro de 2020, inverte movimento registrado nos dois meses anteriores, nessa comparação. Com isso, o segmento exerceu o maior impacto negativo na formação da taxa global do varejo (-2,2 p.p. de um total de -3,8% do varejo). No primeiro bimestre de 2021, esse segmento registrou queda de 0,6% frente a igual bimestre de 2020. Na análise pelo indicador acumulado nos últimos doze meses, ao registrar 4,5%, o setor volta a registrar desaceleração na intensidade de crescimento após três meses de altas.

O setor de *Tecidos, vestuário e calçados*, com queda de 18,6% em relação a fevereiro de 2020, registra doze meses consecutivos de taxas negativas na comparação interanual. O setor se destacou como o segundo em termos de influência, contribuindo com -1,3 p.p. no cômputo geral. O acumulado para os dois primeiros meses do ano ficou em -19,9%. Adicionalmente, o indicador acumulado nos últimos doze meses, ao passar de -24,2% até janeiro para -25,4% em fevereiro, demonstra intensificação no ritmo de queda.

*Combustíveis e lubrificantes*, apresentou decréscimo de 10,4% no volume de vendas em relação a fevereiro de 2020, décimo segundo mês consecutivo de queda. O resultado coloca o setor como o terceiro com maior contribuição, no campo negativo, para o indicador do varejo para o mês



(-1,1 p.p.). Com isso, tanto o primeiro bimestre de 2021 quanto o acumulado nos últimos doze meses, permaneceram no campo negativo: -9,1% e -11,1%, respectivamente.

A atividade de *Livros, jornais, revistas e papelaria* apresentou recuo no volume de vendas de 41,0% frente a fevereiro de 2020, contabilizando 13 meses de quedas consecutivas. O segmento continua, portanto, a apresentar comportamento de retração registrado nos últimos anos, resultado de uma redução de lojas físicas iniciada em 2017. Com isso, na comparação com o primeiro bimestre do ano passado, a perda do setor foi de 48,1%. O indicador anualizado, acumulado nos últimos doze meses, ao passar de -38,5% até janeiro para -42,3% até fevereiro, permanece negativo desde março de 2014 (-0,2%).

O segmento de *Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação* apresentou queda pelo décimo quarto mês consecutivo, registrando recuo 10,8% em relação a fevereiro de 2020. O acumulado do ano para a atividade foi de -12,2%. O indicador acumulado nos últimos doze meses também apresentou desempenho negativo (-16,6%), no mesmo patamar que do mês anterior, para essa comparação: -16,7%.

A atividade de *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria*, com alta de 8,9% nas vendas frente a fevereiro de 2020, registra a nona variação positiva consecutiva, na comparação com igual mês do ano anterior, o que o coloca como a maior influência positiva para o mês de referência (0,9 p.p. do total de -3,8%). No primeiro bimestre do ano, esse segmento acumulou variação de 10,9% em relação ao mesmo bimestre de 2020. Adicionalmente, em termos do resultado acumulado nos últimos doze meses, o aumento de 8,9% até fevereiro reflete estabilidade neste indicador, uma vez que o resultado até janeiro foi de 8,8%.

O segmento de *Outros artigos de uso pessoal e doméstico*, que engloba lojas de departamentos, óticas, joalherias, artigos esportivos, brinquedos etc., com expansão de 2,0% no volume de vendas em relação a fevereiro de 2020, mostrou perda de ritmo em relação ao resultado de janeiro (9,8%). Com isso, o setor acumulou nos dois primeiros meses do ano ganho de 6,2% frente a igual período de 2020. O resultado acumulado nos últimos doze meses foi de 2,2% abaixo do registrado em janeiro (2,7%).

O segmento de *Móveis e eletrodomésticos* apresentou crescimento de 0,7% no volume de vendas em relação a fevereiro de 2020, após queda de 5,2% em janeiro. Assim, o setor registra um acúmulo no bimestre de -2,5%. O indicador acumulado nos últimos doze meses, ao passar de 9,1%

até janeiro para 8,2% em fevereiro, permanece em trajetória de redução de ganhos desde novembro de 2020 (12,3%).

O setor de *Veículos, motos, partes e peças*, ao registrar redução de 3,8% em relação a fevereiro de 2020, assinalou a segunda taxa negativa seguida, para esse indicador. Para o varejo ampliado, o setor representou a segunda maior influência no indicador interanual (-0,9 p.p. do total de -1,9%). Com isso, o setor acumulou no primeiro bimestre -10,1%, apresentando, no indicador dos últimos doze meses (-15,9%) perda de ritmo crescente desde março de 2020, mês em que se inicia o período de pandemia no Brasil.

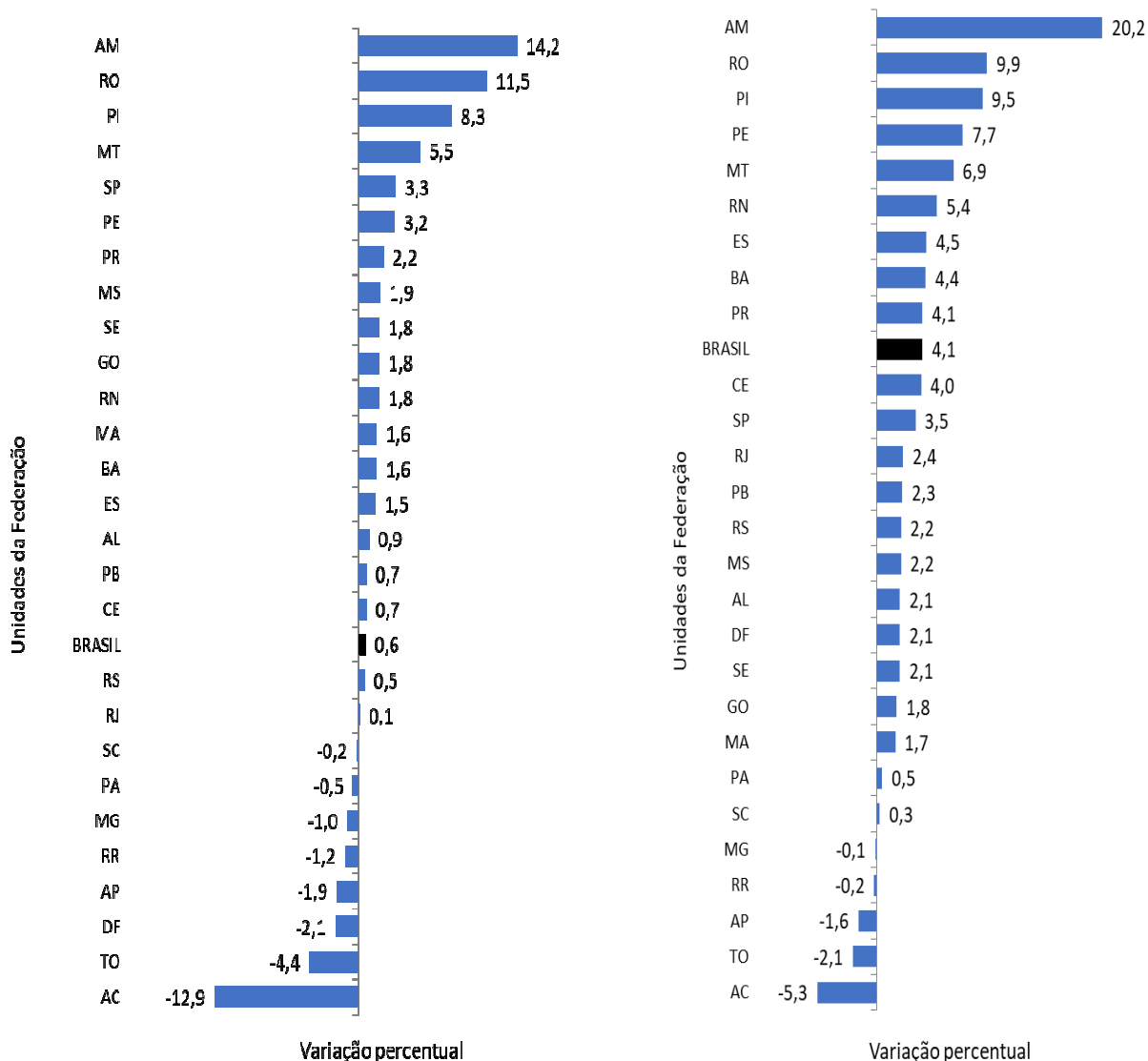
Com crescimento de 17,9% em relação a fevereiro de 2020, o segmento de *Material de Construção* completa uma sequência de nove meses de crescimento consecutivos. No acumulado do ano a taxa foi de 14,3%. Com isso, o indicador acumulado nos últimos doze meses, ao passar de 11,5% em janeiro para 13,0% em fevereiro, mostrou aceleração no ritmo de crescimento, o que acontece desde junho de 2020.

## RESULTADOS REGIONAIS

Na passagem de janeiro para fevereiro de 2021, na série com ajuste sazonal, a taxa média nacional de vendas do **comércio varejista** mostrou crescimento de 0,6%, com predomínio de resultados positivos atingindo 19 das 27 Unidades da Federação, com destaque, por magnitude de taxa, para: Amazonas (14,2%), Rondônia (11,5%) e Piauí (8,3%). Por outro lado, pressionando negativamente, figuram, 8 das 27 Unidades da Federação, com destaque para: Acre (-12,9%), Tocantins (-4,4%) e Distrito Federal (-2,1%), conforme Gráfico 4. Para a mesma comparação, no **comércio varejista ampliado**, a variação entre janeiro e fevereiro foi de 4,1%, com predomínio de resultados positivos em 22 das 27 Unidades da Federação, com destaque para: Amazonas (20,2%), Rondônia (9,9%) e Piauí (9,5%). Por outro lado, pressionando negativamente, figuram cinco das 27 Unidades da Federação, com destaque para: Acre (-5,3%), Tocantins (-2,1%) e Amapá (-1,6%), conforme Gráfico 5.

Gráfico 4 -Taxa de variação do Volume de Vendas do  
Comércio Varejista por UF  
Mês/Mês imediatamente anterior  
série com ajuste sazonal  
Fevereiro 2021

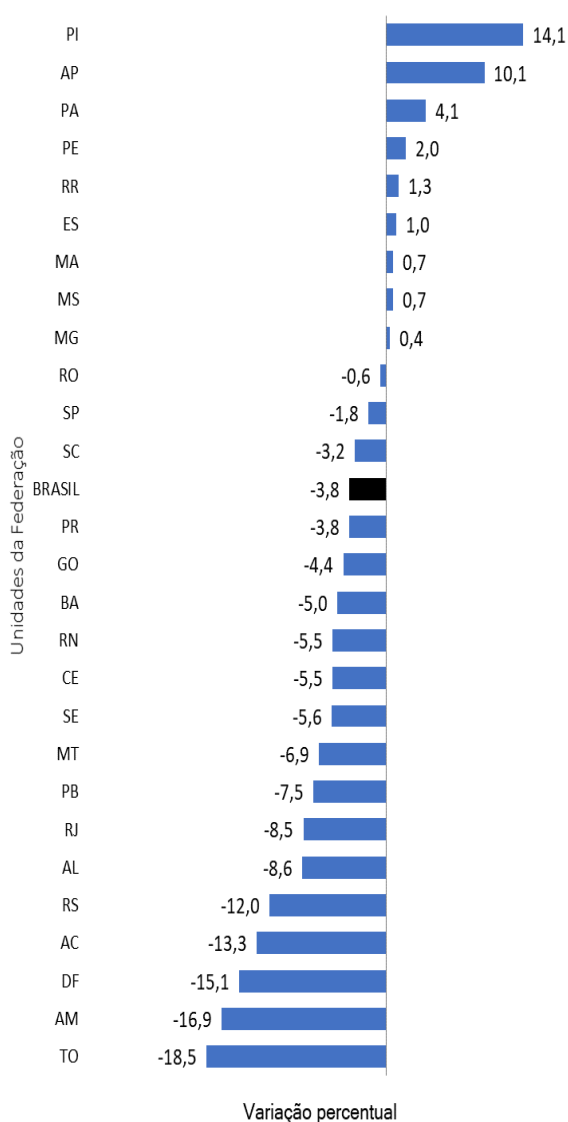
Gráfico 5 - Taxa de variação do Volume de Vendas do  
Comércio Varejista Ampliado por UF  
Mês/Mês imediatamente anterior  
série com ajuste sazonal  
Fevereiro 2021



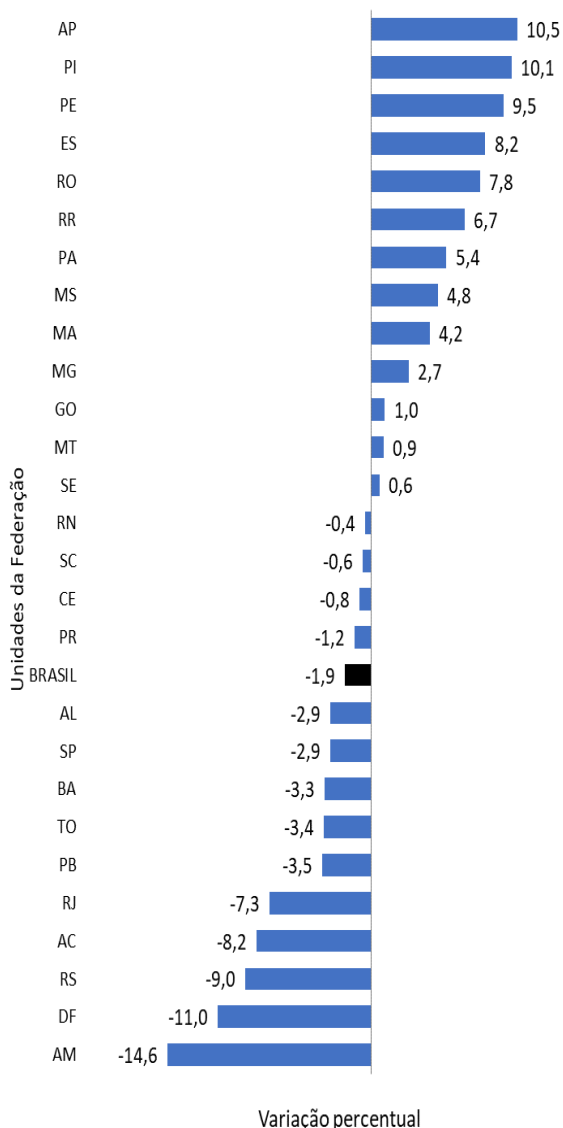
Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria

Frente a fevereiro de 2020, a variação do volume de vendas do **comércio varejista** nacional foi -3,8%, com predomínio de resultados negativos, que atingiram 18 das 27 Unidades da Federação, com destaque, segundo contribuição, para: Rio de Janeiro (-8,5%), Rio Grande do Sul (-12,0%) e São Paulo (-1,8%). Por outro lado, pressionando positivamente, figuram nove das 27 Unidades da Federação: Piauí (14,1%), Pará (4,1%) e Pernambuco (2,0%), conforme Gráfico 6. Considerando o **comércio varejista ampliado**, no confronto com fevereiro de 2020, a queda de 1,9 % foi acompanhada por 14 das 27 Unidades da Federação que apresentaram variações negativas, com destaque, em termos de contribuição, para São Paulo (-2,9%), Rio de Janeiro (-7,3%) e Rio Grande do Sul (-9,0%). Por outro lado, pressionando positivamente, figuram 13 dos 27 estados, com destaque para: Pernambuco (9,5%), Minas Gerais (2,7%) e Espírito Santo (8,2%), conforme Gráfico 7.

**Gráfico 6 -Volume de Vendas do Comércio Varejista por UF  
mês/igual mês do ano anterior  
Fevereiro 2021**



**Gráfico 7 - Volume de Vendas do Comércio Varejista Ampliado por UF  
mês/igual mês do ano anterior  
Fevereiro 2021**

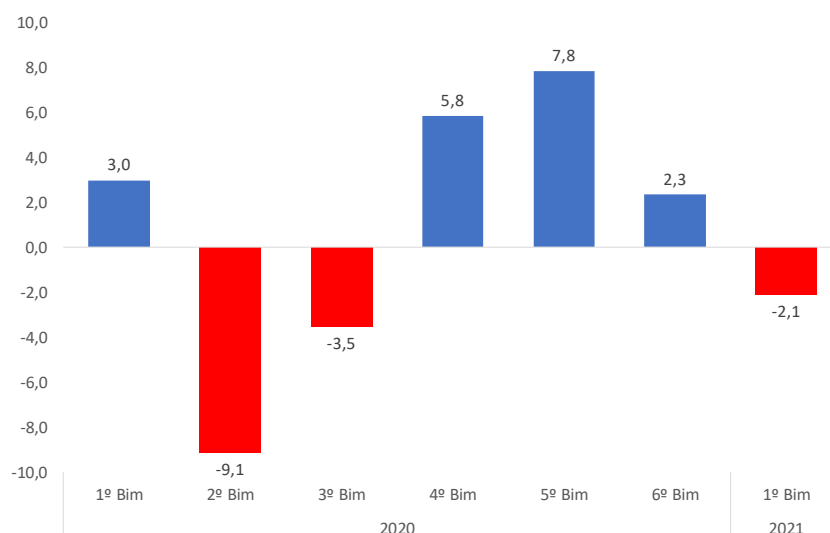


Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria

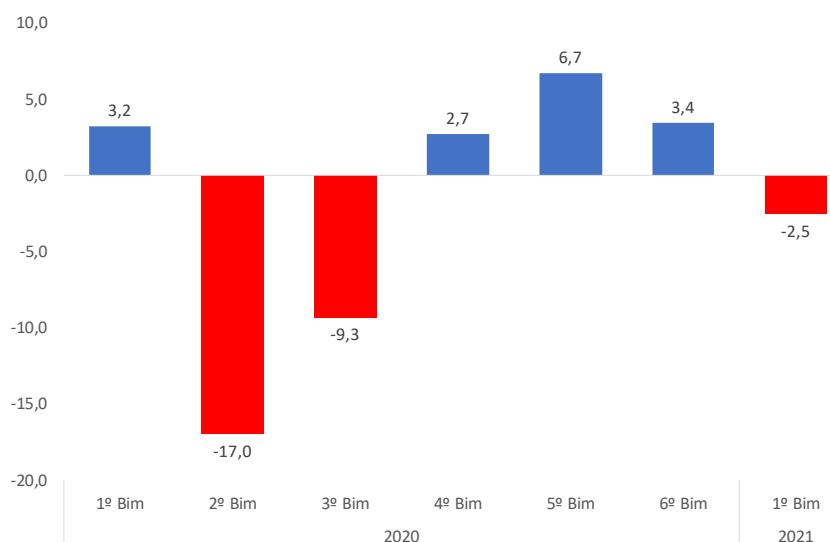
Em síntese, com o ganho de ritmo observado em fevereiro de 2021 (0,6%), o **comércio varejista nacional** compensa parte da queda acumulada nos dois meses anteriores e situa o patamar do mês de referência a uma distância de 5,7% abaixo do ponto mais alto atingido em outubro de 2020. Considerando o **comércio varejista ampliado**, a distância atual para o ponto mais alto

alcançado em agosto de 2012 é de -3,5%, patamar equivalente ao nível observado para o mês de setembro de 2020 (-4,4%), o que representa a menor distância desde novembro de 2020 (-2,2%). A análise bimestral para o total do comércio varejista e comércio varejista ampliado, em relação a iguais bimestres do ano anterior, mostrou respectivamente, para o primeiro bimestre de 2021, taxas negativas (-2,1% e -2,5%), as primeiras após três bimestres seguidos de crescimento.

**Gráfico 8 - Volume de Vendas do Comércio Varejista**  
**Indicador Bimestral 2020-2021 (base: igual bimestre do ano anterior)**



**Gráfico 9 - Volume de Vendas do Comércio Varejista Ampliado**  
**Indicador Bimestral 2020-2021 (base: igual bimestre 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**  
**Fevereiro 2021 - Variação (%)**

Atividades de Divulgação	Mês/Mês anterior (1)			Mensal (2)			Acumulado no ano (3)			Últimos 12 meses (4)		
	DEZ	JAN	FEV	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
<b>Comércio varejista (5)</b>	<b>-6,1</b>	<b>-0,2</b>	<b>0,6</b>	<b>1,3</b>	<b>-0,4</b>	<b>-3,8</b>	<b>1,2</b>	<b>-0,4</b>	<b>-2,1</b>	<b>1,2</b>	<b>1,0</b>	<b>0,4</b>
1. Combustíveis e lubrificantes	-1,5	0,3	-0,4	-6,5	-7,8	-10,4	-9,7	-7,8	-9,1	-9,7	-10,3	-11,1
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	-0,3	-2,1	0,8	3,5	1,3	-4,6	4,8	1,3	-1,7	4,8	5,2	4,5
2.1. Hipermercados e supermercados	-0,5	-1,3	0,4	4,6	2,5	-3,4	6,0	2,5	-0,4	6,0	6,4	5,8
3. Tecidos, vestuário e calçados	-13,3	-8,3	7,8	-9,1	-21,2	-18,6	-22,5	-21,2	-19,9	-22,5	-24,2	-25,4
4. Móveis e eletrodomésticos	-2,4	-11,0	9,3	2,6	-5,2	0,7	10,6	-5,2	-2,5	10,6	9,1	8,2
4.1. Móveis	-	-	-	9,2	-1,9	2,6	11,9	-1,9	0,2	11,9	10,9	10,5
4.2. Eletrodomésticos	-	-	-	-0,1	-6,8	1,2	10,0	-6,8	-3,1	10,0	8,3	7,5
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	-1,4	2,4	-0,2	14,2	12,8	8,9	8,3	12,8	10,9	8,3	8,8	8,9
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	0,0	-25,7	15,4	-37,4	-53,1	-41,0	-30,6	-53,1	-48,1	-30,6	-38,5	-42,3
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-5,9	2,3	-0,4	-11,8	-13,5	-10,8	-16,2	-13,5	-12,2	-16,2	-16,7	-16,6
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-13,1	7,6	-0,5	1,6	9,8	2,0	2,5	9,8	6,2	2,5	2,7	2,2
<b>Comércio varejista ampliado (6)</b>	<b>-3,1</b>	<b>-2,2</b>	<b>4,1</b>	<b>2,8</b>	<b>-3,1</b>	<b>-1,9</b>	<b>-1,4</b>	<b>-3,1</b>	<b>-2,5</b>	<b>-1,4</b>	<b>-2,0</b>	<b>-2,3</b>
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-2,7	-4,3	8,8	2,3	-15,4	-3,8	-13,6	-15,4	-10,1	-13,6	-15,6	-15,9
10. Material de construção	-1,6	0,1	2,0	19,1	11,1	17,9	10,8	11,1	14,3	10,8	11,5	13,0

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**  
**Fevereiro 2021 - Variação (%)**

Brasil e Unidades da Federação	Mês/Mês anterior (1)			Mensal (2)			Acumulado no ano (3)			Últimos 12 meses (4)		
	DEZ	JAN	FEV	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
<b>Brasil</b>	<b>-6,1</b>	<b>-0,2</b>	<b>0,6</b>	<b>1,3</b>	<b>-0,4</b>	<b>-3,8</b>	<b>1,2</b>	<b>-0,4</b>	<b>-2,1</b>	<b>1,2</b>	<b>1,0</b>	<b>0,4</b>
Rondônia	-16,5	-9,4	11,5	8,0	-9,0	-0,6	0,3	-9,0	-4,9	0,3	-0,4	-0,6
Acre	-18,0	1,8	-12,9	5,1	3,3	-13,3	5,0	3,3	-4,8	5,0	4,7	3,1
Amazonas	-3,2	-31,0	14,2	9,2	-25,8	-16,9	7,3	-25,8	-21,5	7,3	4,4	2,1
Roraima	-1,8	-2,4	-1,2	15,7	6,6	1,3	2,6	6,6	4,0	2,6	2,8	2,4
Pará	-5,4	-0,3	-0,5	13,5	9,9	4,1	9,4	9,9	7,1	9,4	9,6	9,2
Amapá	0,4	-2,7	-1,9	12,7	10,6	10,1	0,4	10,6	10,4	0,4	0,6	1,3
Tocantins	-3,5	2,7	-4,4	-9,5	3,6	-18,5	-0,1	3,6	-8,5	-0,1	-0,4	-2,7
Maranhão	-8,0	-3,5	1,6	8,8	1,8	0,7	7,7	1,8	1,3	7,7	7,7	7,5
Piauí	-1,5	-3,3	8,3	14,2	5,5	14,1	6,7	5,5	9,6	6,7	7,2	7,9
Ceará	-3,5	-4,9	0,7	3,3	-5,1	-5,5	-5,8	-5,1	-5,3	-5,8	-6,0	-6,1
Rio Grande do Norte	-2,2	-1,7	1,8	1,6	-2,0	-5,5	-3,2	-2,0	-3,7	-3,2	-3,2	-3,7
Paraíba	-4,8	-0,6	0,7	-3,4	-3,6	-7,5	2,4	-3,6	-5,5	2,4	1,4	0,0
Pernambuco	-6,7	-1,8	3,2	4,1	1,4	2,0	0,7	1,4	1,7	0,7	0,5	0,5
Alagoas	-5,9	-4,1	0,9	3,6	-4,6	-8,6	-2,2	-4,6	-6,5	-2,2	-2,6	-3,6
Sergipe	-5,7	-2,4	1,8	0,2	-3,6	-5,6	-3,7	-3,6	-4,6	-3,7	-3,8	-4,3
Bahia	-4,1	-2,2	1,6	-6,7	-2,6	-5,0	-4,3	-2,6	-3,8	-4,3	-4,6	-4,9
Minas Gerais	-4,5	2,8	-1,0	3,5	11,8	0,4	3,5	11,8	6,2	3,5	4,6	4,3
Espírito Santo	-1,5	-2,2	1,5	11,4	3,5	1,0	4,7	3,5	2,2	4,7	4,5	4,1
Rio de Janeiro	-8,3	-0,7	0,1	-0,9	-3,1	-8,5	1,2	-3,1	-5,7	1,2	0,7	-0,4
São Paulo	-1,9	-1,3	3,3	1,1	0,3	-1,8	1,1	0,3	-0,7	1,1	1,0	0,5
Paraná	-2,4	-0,8	2,2	0,7	-2,1	-3,8	0,7	-2,1	-2,9	0,7	0,4	-0,3
Santa Catarina	-5,5	-3,7	-0,2	6,0	0,9	-3,2	5,6	0,9	-1,1	5,6	5,7	4,9
Rio Grande do Sul	-4,2	-3,1	0,5	-6,0	-7,8	-12,0	-2,2	-7,8	-9,9	-2,2	-2,9	-4,0
Mato Grosso do Sul	-6,6	0,5	1,9	5,5	1,1	0,7	4,5	1,1	0,9	4,5	4,5	4,2
Mato Grosso	-5,5	-7,8	5,5	3,8	-8,0	-6,9	4,0	-8,0	-7,4	4,0	3,2	1,9
Goiás	-4,1	1,5	1,8	-2,6	-3,3	-4,4	-2,2	-3,3	-3,8	-2,2	-2,5	-3,0
Distrito Federal	-3,1	-0,4	-2,1	-5,5	-8,0	-15,1	-4,9	-8,0	-11,5	-4,9	-5,8	-7,3

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**  
**Fevereiro 2021 - Variação (%)**

Brasil e Unidades da Federação	Mês/Mês anterior (1)			Mensal (2)			Acumulado no ano (3)			Últimos 12 meses (4)		
	DEZ	JAN	FEV	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
<b>Brasil</b>	<b>-3,1</b>	<b>-2,2</b>	<b>4,1</b>	<b>2,8</b>	<b>-3,1</b>	<b>-1,9</b>	<b>-1,4</b>	<b>-3,1</b>	<b>-2,5</b>	<b>-1,4</b>	<b>-2,0</b>	<b>-2,3</b>
Rondônia	-6,9	-7,8	9,9	13,2	-3,1	7,8	3,4	-3,1	2,2	3,4	2,6	2,9
Acre	-12,0	-2,0	-5,3	8,0	-0,4	-8,2	4,0	-0,4	-4,1	4,0	3,5	2,4
Amazonas	-2,2	-34,8	20,2	13,6	-28,2	-14,6	7,5	-28,2	-21,7	7,5	4,2	2,4
Roraima	-2,8	-0,8	-0,2	17,2	7,3	6,7	6,1	7,3	7,0	6,1	6,1	5,9
Pará	-5,1	-1,1	0,5	14,7	5,4	5,4	8,7	5,4	5,4	8,7	8,3	8,1
Amapá	0,5	-3,2	-1,6	13,5	7,5	10,5	2,2	7,5	8,9	2,2	1,7	2,3
Tocantins	-5,3	6,2	-2,1	-1,4	3,0	-3,4	6,9	3,0	-0,3	6,9	6,3	5,3
Maranhão	-4,6	-3,1	1,7	13,3	3,7	4,2	6,0	3,7	3,9	6,0	6,3	6,7
Piauí	-2,0	-7,2	9,5	14,1	0,2	10,1	-0,2	0,2	4,8	-0,2	-0,4	0,6
Ceará	-4,0	-4,2	4,0	4,4	-6,3	-0,8	-5,0	-6,3	-3,8	-5,0	-5,8	-5,7
Rio Grande do Norte	-2,1	-2,3	5,4	2,4	-3,5	-0,4	-4,2	-3,5	-2,0	-4,2	-4,4	-4,2
Paraíba	-0,9	-3,0	2,3	5,8	-2,9	-3,5	0,5	-2,9	-3,2	0,5	-0,5	-1,3
Pernambuco	-2,4	-3,0	7,7	8,6	1,4	9,5	-0,4	1,4	5,2	-0,4	-0,6	0,1
Alagoas	-4,8	-1,9	2,1	5,0	-3,3	-2,9	-0,7	-3,3	-3,1	-0,7	-1,3	-1,7
Sergipe	-2,2	-1,1	2,1	8,3	1,3	0,6	-3,1	1,3	1,0	-3,1	-2,8	-2,7
Bahia	-1,2	-2,7	4,4	-4,6	-5,5	-3,3	-7,9	-5,5	-4,4	-7,9	-8,4	-8,5
Minas Gerais	-4,6	3,5	-0,1	4,9	6,3	2,7	2,5	6,3	4,6	2,5	2,8	2,8
Espírito Santo	-4,6	0,1	4,5	10,3	1,1	8,2	4,0	1,1	4,5	4,0	3,4	3,6
Rio de Janeiro	-4,3	-1,8	2,4	-1,7	-5,6	-7,3	-2,8	-5,6	-6,4	-2,8	-3,4	-4,2
São Paulo	-2,9	-2,5	3,5	2,3	-4,5	-2,9	-3,2	-4,5	-3,8	-3,2	-3,9	-4,4
Paraná	-3,4	-0,4	4,1	3,4	-2,0	-1,2	-0,4	-2,0	-1,6	-0,4	-0,8	-1,2
Santa Catarina	-4,5	-0,1	0,3	4,4	0,5	-0,6	2,9	0,5	0,0	2,9	2,4	1,9
Rio Grande do Sul	-4,0	-1,5	2,2	-4,8	-9,2	-9,0	-5,2	-9,2	-9,1	-5,2	-6,0	-6,7
Mato Grosso do Sul	-4,0	-1,8	2,2	11,2	2,9	4,8	3,6	2,9	3,8	3,6	3,8	4,1
Mato Grosso	-3,3	-4,2	6,9	4,6	-1,0	0,9	0,9	-1,0	0,0	0,9	0,7	0,1
Goiás	-2,2	0,8	1,8	2,2	-4,4	1,0	-2,4	-4,4	-1,8	-2,4	-3,1	-3,0
Distrito Federal	-3,0	-4,4	2,1	-2,1	-10,7	-11,0	-5,2	-10,7	-10,9	-5,2	-6,5	-7,5

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: últimos 12 meses anteriores

**Pesquisa Mensal de Comércio**  
**Tabela 4 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação**  
**Ceará - Fevereiro 2021 - Variação (%)**

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
<b>Comércio Varejista (4)</b>	<b>3,3</b>	<b>-5,1</b>	<b>-5,5</b>	<b>-5,8</b>	<b>-5,1</b>	<b>-5,3</b>	<b>-5,8</b>	<b>-6,0</b>	<b>-6,1</b>
1. Combustíveis e lubrificantes	-0,7	-3,6	-0,1	-11,0	-3,6	-2,0	-11,0	-11,6	-11,4
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	3,4	-1,8	-5,8	1,8	-1,8	-3,8	1,8	2,3	2,2
2.1. Hipermercados e supermercados	3,2	-2,0	-4,1	3,8	-2,0	-3,1	3,8	4,0	3,9
3. Tecidos, vestuário e calçados	-5,2	-21,4	-20,2	-22,6	-21,4	-20,9	-22,6	-24,7	-25,4
4. Móveis e eletrodomésticos	5,0	-3,7	-0,4	-15,8	-3,7	-2,2	-15,8	-16,0	-15,8
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	8,3	4,3	3,8	-0,7	4,3	4,1	-0,7	0,1	0,8
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-11,0	-45,3	-57,5	-19,0	-45,3	-48,9	-19,0	-31,9	-38,7
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	36,0	18,5	-3,2	5,0	18,5	8,1	5,0	7,8	7,6
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	8,3	-11,6	-9,1	-5,6	-11,6	-10,5	-5,6	-6,9	-7,2
<b>Comércio Varejista Ampliado (5)</b>	<b>4,4</b>	<b>-6,3</b>	<b>-0,8</b>	<b>-5,0</b>	<b>-6,3</b>	<b>-3,8</b>	<b>-5,0</b>	<b>-5,8</b>	<b>-5,7</b>
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	8,4	-9,9	4,9	-6,5	-9,9	-3,3	-6,5	-8,5	-8,1
10. Material de construção	3,0	-4,3	17,3	5,8	-4,3	5,5	5,8	3,6	3,7

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  
Pernambuco - Fevereiro 2021 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
<b>Comércio Varejista (4)</b>	<b>4,1</b>	<b>1,4</b>	<b>2,0</b>	<b>0,7</b>	<b>1,4</b>	<b>1,7</b>	<b>0,7</b>	<b>0,5</b>	<b>0,5</b>
1. Combustíveis e lubrificantes	3,1	-0,4	-4,8	-3,8	-0,4	-2,5	-3,8	-4,2	-5,0
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	2,9	-3,0	-7,0	0,8	-3,0	-5,0	0,8	1,2	1,1
2.1. Hipermercados e supermercados	4,7	-3,0	-8,7	3,3	-3,0	-5,8	3,3	3,7	3,2
3. Tecidos, vestuário e calçados	-3,5	-9,5	-8,6	-17,6	-9,5	-9,1	-17,6	-18,4	-19,0
4. Móveis e eletrodomésticos	5,3	-20,2	-10,5	25,0	-20,2	-15,9	25,0	18,1	14,6
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	35,9	35,8	36,3	13,5	35,8	36,1	13,5	16,0	18,6
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-69,7	-35,3	6,5	-46,1	-35,3	-19,9	-46,1	-52,3	-49,7
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-15,4	-38,5	-42,3	-12,9	-38,5	-40,3	-12,9	-18,3	-22,4
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	3,5	18,3	25,5	0,4	18,3	21,5	0,4	1,1	2,6
<b>Comércio Varejista Ampliado (5)</b>	<b>8,6</b>	<b>1,4</b>	<b>9,5</b>	<b>-0,4</b>	<b>1,4</b>	<b>5,2</b>	<b>-0,4</b>	<b>-0,6</b>	<b>0,1</b>
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	24,3	1,9	29,6	-4,3	1,9	14,4	-4,3	-4,7	-2,3
10. Material de construção	6,9	-0,5	12,8	3,1	-0,5	5,5	3,1	3,3	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  
Bahia - Fevereiro 2021 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
<b>Comércio Varejista (4)</b>	<b>-6,7</b>	<b>-2,6</b>	<b>-5,0</b>	<b>-4,3</b>	<b>-2,6</b>	<b>-3,8</b>	<b>-4,3</b>	<b>-4,6</b>	<b>-4,9</b>
1. Combustíveis e lubrificantes	1,5	0,1	-7,1	-5,6	0,1	-3,4	-5,6	-6,1	-7,2
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	-14,6	-6,5	-10,8	-3,5	-6,5	-8,7	-3,5	-3,6	-4,4
2.1. Hipermercados e supermercados	-13,4	-3,8	-7,4	-1,3	-3,8	-5,6	-1,3	-1,1	-1,6
3. Tecidos, vestuário e calçados	-9,4	-19,8	-27,9	-28,8	-19,8	-23,8	-28,8	-30,3	-32,5
4. Móveis e eletrodomésticos	-3,7	8,1	26,5	14,5	8,1	16,5	14,5	14,2	16,2
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	9,8	13,0	11,2	3,0	13,0	12,1	3,0	4,2	5,4
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-34,8	-60,7	-43,9	-41,6	-60,7	-53,9	-41,6	-48,8	-51,7
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-5,5	-15,8	-18,1	-23,6	-15,8	-17,0	-23,6	-24,0	-25,2
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-1,7	-1,0	-8,0	-8,7	-1,0	-4,3	-8,7	-9,0	-9,5
<b>Comércio Varejista Ampliado (5)</b>	<b>-4,6</b>	<b>-5,5</b>	<b>-3,3</b>	<b>-7,9</b>	<b>-5,5</b>	<b>-4,4</b>	<b>-7,9</b>	<b>-8,4</b>	<b>-8,5</b>
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-1,0	-15,2	1,5	-24,0	-15,2	-7,5	-24,0	-25,4	-24,8
10. Material de construção	6,1	0,1	-2,6	9,6	0,1	-1,2	9,6	9,6	9,2

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 4 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação  
Minas Gerais - Fevereiro 2021 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
<b>Comércio Varejista (4)</b>	<b>3,5</b>	<b>11,8</b>	<b>0,4</b>	<b>3,5</b>	<b>11,8</b>	<b>6,2</b>	<b>3,5</b>	<b>4,6</b>	<b>4,3</b>
1. Combustíveis e lubrificantes	4,6	6,1	1,8	-6,6	6,1	4,0	-6,6	-5,1	-4,5
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	4,6	5,0	-1,6	4,4	5,0	1,7	4,4	5,1	4,7
2.1. Hipermercados e supermercados	4,9	5,6	-1,3	5,6	5,6	2,2	5,6	6,4	5,9
3. Tecidos, vestuário e calçados	-1,3	-23,9	-13,7	-8,2	-23,9	-19,0	-8,2	-10,7	-12,2
4. Móveis e eletrodomésticos	-3,2	-8,1	8,9	3,9	-8,1	-0,5	3,9	3,0	3,5
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	23,0	23,8	16,1	13,0	23,8	20,0	13,0	14,2	14,6
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-34,0	-60,6	-39,9	-32,8	-60,6	-51,8	-32,8	-40,6	-43,9
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-6,7	-16,2	-1,6	-3,8	-16,2	-9,7	-3,8	-6,9	-6,8
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-3,8	83,2	-0,3	6,6	83,2	42,9	6,6	12,8	12,4
<b>Comércio Varejista Ampliado (5)</b>	<b>4,9</b>	<b>6,3</b>	<b>2,7</b>	<b>2,5</b>	<b>6,3</b>	<b>4,6</b>	<b>2,5</b>	<b>2,8</b>	<b>2,8</b>
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	14,9	-15,2	4,8	-2,6	-15,2	-6,1	-2,6	-5,5	-5,4
10. Material de construção	0,5	9,1	22,4	3,8	9,1	15,2	3,8	4,7	7,0

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 - Fevereiro 2021 - Variação (%)**

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
<b>Comércio Varejista (4)</b>	<b>11,4</b>	<b>3,5</b>	<b>1,0</b>	<b>4,7</b>	<b>3,5</b>	<b>2,2</b>	<b>4,7</b>	<b>4,5</b>	<b>4,1</b>
1. Combustíveis e lubrificantes	7,3	12,6	5,1	-9,1	12,6	9,0	-9,1	-7,4	-6,7
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	11,5	4,3	-2,6	9,3	4,3	0,8	9,3	9,8	8,9
2.1. Hipermercados e supermercados	13,4	5,9	-1,1	11,8	5,9	2,4	11,8	12,2	11,4
3. Tecidos, vestuário e calçados	22,5	6,3	10,2	1,7	6,3	8,3	1,7	0,9	1,1
4. Móveis e eletrodomésticos	5,4	-10,6	-2,6	3,6	-10,6	-6,8	3,6	0,8	-0,1
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	12,7	15,3	4,7	4,8	15,3	10,2	4,8	5,6	5,3
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-6,8	-43,9	-19,5	-18,9	-43,9	-35,7	-18,9	-27,6	-27,5
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	30,2	27,5	45,0	4,6	27,5	35,7	4,6	5,9	10,9
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	5,6	4,8	7,6	-5,8	4,8	6,1	-5,8	-6,1	-5,8
<b>Comércio Varejista Ampliado (5)</b>	<b>10,3</b>	<b>1,1</b>	<b>8,2</b>	<b>4,0</b>	<b>1,1</b>	<b>4,5</b>	<b>4,0</b>	<b>3,4</b>	<b>3,6</b>
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	0,9	-6,1	11,8	-4,9	-6,1	2,1	-4,9	-6,3	-5,8
10. Material de construção	62,0	31,3	45,0	59,4	31,3	38,0	59,4	60,8	63,8

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 - Fevereiro 2021 - Variação (%)**

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
<b>Comércio Varejista (4)</b>	<b>-0,9</b>	<b>-3,1</b>	<b>-8,5</b>	<b>1,2</b>	<b>-3,1</b>	<b>-5,7</b>	<b>1,2</b>	<b>0,7</b>	<b>-0,4</b>
1. Combustíveis e lubrificantes	-1,8	-0,8	-7,2	-12,7	-0,8	-3,9	-12,7	-12,8	-13,2
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	-2,2	-5,8	-12,9	4,3	-5,8	-9,4	4,3	3,8	2,0
2.1. Hipermercados e supermercados	-1,5	-6,4	-13,2	4,2	-6,4	-9,8	4,2	3,6	1,8
3. Tecidos, vestuário e calçados	-8,3	-22,0	-14,9	-25,8	-22,0	-18,6	-25,8	-27,4	-28,5
4. Móveis e eletrodomésticos	30,9	22,1	15,9	36,6	22,1	19,1	36,6	37,2	36,8
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	14,3	1,7	-1,8	2,9	1,7	0,0	2,9	2,8	2,4
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-16,6	-50,5	-42,0	-28,0	-50,5	-46,6	-28,0	-33,8	-36,8
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-24,6	-13,7	-35,2	-25,5	-13,7	-26,5	-25,5	-25,9	-28,3
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-12,6	-1,2	-4,7	-5,0	-1,2	-2,9	-5,0	-5,7	-6,1
<b>Comércio Varejista Ampliado (5)</b>	<b>-1,7</b>	<b>-5,6</b>	<b>-7,3</b>	<b>-2,8</b>	<b>-5,6</b>	<b>-6,4</b>	<b>-2,8</b>	<b>-3,4</b>	<b>-4,2</b>
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-8,3	-18,4	-3,8	-20,8	-18,4	-11,6	-20,8	-22,1	-22,2
10. Material de construção	1,0	-1,4	-0,6	-5,9	-1,4	-1,0	-5,9	-5,4	-4,8

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  
São Paulo - Fevereiro 2021 - Variação (%)**

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
<b>Comércio Varejista (4)</b>	<b>1,1</b>	<b>0,3</b>	<b>-1,8</b>	<b>1,1</b>	<b>0,3</b>	<b>-0,7</b>	<b>1,1</b>	<b>1,0</b>	<b>0,5</b>
1. Combustíveis e lubrificantes	-6,4	-7,1	-8,5	-14,8	-7,1	-7,8	-14,8	-15,4	-15,9
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	4,6	4,9	-1,6	3,4	4,9	1,7	3,4	4,3	4,0
2.1. Hipermercados e supermercados	6,3	6,9	0,4	5,2	6,9	3,7	5,2	6,3	6,2
3. Tecidos, vestuário e calçados	-16,6	-31,0	-22,1	-27,9	-31,0	-26,7	-27,9	-30,1	-31,4
4. Móveis e eletrodomésticos	-4,3	-18,3	-9,2	6,5	-18,3	-14,0	6,5	2,9	0,4
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	8,8	9,3	4,5	11,3	9,3	6,9	11,3	10,9	10,0
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-49,4	-60,8	-48,7	-29,3	-60,8	-56,1	-29,3	-40,7	-45,2
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-14,5	-14,9	-15,1	-24,2	-14,9	-15,0	-24,2	-24,1	-23,7
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	11,1	17,4	17,9	12,5	17,4	17,7	12,5	13,4	13,9
<b>Comércio Varejista Ampliado (5)</b>	<b>2,3</b>	<b>-4,5</b>	<b>-2,9</b>	<b>-3,2</b>	<b>-4,5</b>	<b>-3,8</b>	<b>-3,2</b>	<b>-3,9</b>	<b>-4,4</b>
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-2,7	-25,8	-16,5	-22,4	-25,8	-21,5	-22,4	-25,3	-26,5
10. Material de construção	26,9	18,7	21,2	15,5	18,7	19,9	15,5	16,6	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 4 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação  
Paraná - Fevereiro 2021 - Variação (%)**

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
<b>Comércio Varejista (4)</b>	<b>0,7</b>	<b>-2,1</b>	<b>-3,8</b>	<b>0,7</b>	<b>-2,1</b>	<b>-2,9</b>	<b>0,7</b>	<b>0,4</b>	<b>-0,3</b>
1. Combustíveis e lubrificantes	-5,0	-5,8	-5,2	-4,3	-5,8	-5,5	-4,3	-5,1	-6,4
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	1,9	-2,9	-5,6	4,8	-2,9	-4,2	4,8	4,7	3,7
2.1. Hipermercados e supermercados	3,4	-1,5	-4,0	5,4	-1,5	-2,8	5,4	5,4	4,7
3. Tecidos, vestuário e calçados	-12,2	-17,8	-21,1	-20,6	-17,8	-19,4	-20,6	-22,0	-23,3
4. Móveis e eletrodomésticos	7,3	3,6	8,0	11,8	3,6	5,6	11,8	12,4	12,9
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	20,4	19,5	17,5	9,6	19,5	18,5	9,6	10,4	11,1
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-13,2	-26,4	-15,4	-29,0	-26,4	-21,3	-29,0	-30,8	-32,0
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-5,6	11,4	-1,4	-21,5	11,4	2,2	-21,5	-20,9	-19,6
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-5,2	-6,8	-10,8	-11,2	-6,8	-8,7	-11,2	-12,1	-13,3
<b>Comércio Varejista Ampliado (5)</b>	<b>3,4</b>	<b>-2,0</b>	<b>-1,2</b>	<b>-0,4</b>	<b>-2,0</b>	<b>-1,6</b>	<b>-0,4</b>	<b>-0,8</b>	<b>-1,2</b>
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	3,2	-6,9	-2,8	-5,5	-6,9	-4,9	-5,5	-6,5	-6,9
10. Material de construção	25,5	10,0	17,8	4,5	10,0	13,8	4,5	5,0	6,4

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  
Santa Catarina - Fevereiro 2021 - Variação (%)**

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
<b>Comércio Varejista (4)</b>	<b>6,0</b>	<b>0,9</b>	<b>-3,2</b>	<b>5,6</b>	<b>0,9</b>	<b>-1,1</b>	<b>5,6</b>	<b>5,7</b>	<b>4,9</b>
1. Combustíveis e lubrificantes	-3,4	-4,2	-3,8	-9,6	-4,2	-4,0	-9,6	-9,7	-10,0
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	15,9	3,8	-2,3	14,2	3,8	0,7	14,2	14,5	13,4
2.1. Hipermercados e supermercados	17,4	4,9	-2,0	15,4	4,9	1,4	15,4	15,7	14,6
3. Tecidos, vestuário e calçados	-4,5	1,5	-6,3	-7,6	1,5	-2,2	-7,6	-7,1	-7,4
4. Móveis e eletrodomésticos	-10,6	1,0	0,5	9,2	1,0	0,8	9,2	8,8	8,8
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	15,7	10,1	15,5	8,6	10,1	12,7	8,6	8,8	9,3
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-19,4	-42,4	-33,2	-28,3	-42,4	-38,2	-28,3	-33,5	-36,4
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-41,1	-37,3	-8,7	-37,2	-37,3	-25,0	-37,2	-39,3	-38,6
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	3,4	-6,0	-15,9	-4,9	-6,0	-10,7	-4,9	-5,3	-7,1
<b>Comércio Varejista Ampliado (5)</b>	<b>4,4</b>	<b>0,5</b>	<b>-0,6</b>	<b>2,9</b>	<b>0,5</b>	<b>0,0</b>	<b>2,9</b>	<b>2,4</b>	<b>1,9</b>
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-4,3	-3,5	-0,8	-6,0	-3,5	-2,2	-6,0	-7,8	-8,2
10. Material de construção	23,8	11,5	20,0	13,2	11,5	15,5	13,2	14,0	15,6

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  
Rio Grande Do Sul - Fevereiro 2021 - Variação (%)**

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
<b>Comércio Varejista (4)</b>	<b>-6,0</b>	<b>-7,8</b>	<b>-12,0</b>	<b>-2,2</b>	<b>-7,8</b>	<b>-9,9</b>	<b>-2,2</b>	<b>-2,9</b>	<b>-4,0</b>
1. Combustíveis e lubrificantes	-35,4	-32,9	-34,3	-9,4	-32,9	-33,5	-9,4	-11,8	-14,0
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	0,1	-1,8	-8,8	5,4	-1,8	-5,3	5,4	5,0	3,7
2.1. Hipermercados e supermercados	0,6	-1,1	-8,6	5,9	-1,1	-4,9	5,9	5,6	4,3
3. Tecidos, vestuário e calçados	-11,7	-15,7	-25,6	-28,8	-15,7	-20,6	-28,8	-29,5	-30,8
4. Móveis e eletrodomésticos	-2,7	-5,4	-7,0	-0,9	-5,4	-6,2	-0,9	-0,4	-0,6
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	16,6	15,3	17,1	4,0	15,3	16,2	4,0	5,2	6,4
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-47,2	-50,1	-57,8	-34,4	-50,1	-54,7	-34,4	-38,4	-46,2
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-33,9	-36,4	-33,5	-18,8	-36,4	-35,1	-18,8	-22,4	-25,0
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-5,9	-10,7	-12,3	-5,2	-10,7	-11,4	-5,2	-7,6	-9,9
<b>Comércio Varejista Ampliado (5)</b>	<b>-4,8</b>	<b>-9,2</b>	<b>-9,0</b>	<b>-5,2</b>	<b>-9,2</b>	<b>-9,1</b>	<b>-5,2</b>	<b>-6,0</b>	<b>-6,7</b>
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-8,2	-21,5	-10,8	-21,6	-21,5	-16,5	-21,6	-23,5	-23,7
10. Material de construção	15,6	6,4	20,6	8,3	6,4	12,9	8,3	8,5	10,5

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  
Goiás - Fevereiro 2021 - Variação (%)**

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
<b>Comércio Varejista (4)</b>	<b>-2,6</b>	<b>-3,3</b>	<b>-4,4</b>	<b>-2,2</b>	<b>-3,3</b>	<b>-3,8</b>	<b>-2,2</b>	<b>-2,5</b>	<b>-3,0</b>
1. Combustíveis e lubrificantes	-0,2	6,6	8,9	-8,4	6,6	7,7	-8,4	-7,2	-6,3
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	-12,1	-11,0	-12,2	-3,9	-11,0	-11,6	-3,9	-4,3	-5,0
2.1. Hipermercados e supermercados	-13,1	-11,4	-12,0	-3,9	-11,4	-11,7	-3,9	-4,4	-5,0
3. Tecidos, vestuário e calçados	-3,4	-3,0	-18,1	-20,6	-3,0	-10,7	-20,6	-21,5	-23,5
4. Móveis e eletrodomésticos	4,3	-0,7	3,3	16,7	-0,7	1,2	16,7	16,0	15,1
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	26,8	18,4	17,1	4,4	18,4	17,7	4,4	5,5	6,7
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-25,8	-44,7	-47,4	-30,0	-44,7	-45,8	-30,0	-34,8	-39,6
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	16,8	6,9	9,4	0,7	6,9	8,1	0,7	0,0	-0,3
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	2,4	-4,7	-7,7	-5,2	-4,7	-6,1	-5,2	-6,7	-8,0
<b>Comércio Varejista Ampliado (5)</b>	<b>2,2</b>	<b>-4,4</b>	<b>1,0</b>	<b>-2,4</b>	<b>-4,4</b>	<b>-1,8</b>	<b>-2,4</b>	<b>-3,1</b>	<b>-3,0</b>
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	9,6	-9,5	7,5	-6,6	-9,5	-2,0	-6,6	-8,5	-7,4
10. Material de construção	22,9	8,9	21,2	12,2	8,9	14,7	12,2	12,8	14,4

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  
Distrito Federal - Fevereiro 2021 - Variação (%)**

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
<b>Comércio Varejista (4)</b>	<b>-5,5</b>	<b>-8,0</b>	<b>-15,1</b>	<b>-4,9</b>	<b>-8,0</b>	<b>-11,5</b>	<b>-4,9</b>	<b>-5,8</b>	<b>-7,3</b>
1. Combustíveis e lubrificantes	-23,6	-29,0	-36,8	-18,8	-29,0	-32,8	-18,8	-22,2	-25,1
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	-11,1	-14,5	-22,4	-0,6	-14,5	-18,6	-0,6	-1,6	-4,0
2.1. Hipermercados e supermercados	-11,5	-14,9	-22,6	-0,1	-14,9	-18,9	-0,1	-1,1	-3,7
3. Tecidos, vestuário e calçados	-4,2	-14,7	-22,1	-27,3	-14,7	-18,3	-27,3	-28,4	-30,1
4. Móveis e eletrodomésticos	28,9	34,6	39,9	33,4	34,6	37,1	33,4	36,9	40,1
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	12,6	12,7	4,0	4,2	12,7	8,4	4,2	4,7	4,3
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-45,8	-19,6	-41,5	-37,8	-19,6	-30,5	-37,8	-35,6	-41,7
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-59,5	-52,6	-27,4	-34,2	-52,6	-41,4	-34,2	-34,4	-31,8
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-0,9	3,1	-7,0	-7,7	3,1	-1,8	-7,7	-8,4	-10,0
<b>Comércio Varejista Ampliado (5)</b>	<b>-2,1</b>	<b>-10,7</b>	<b>-11,0</b>	<b>-5,2</b>	<b>-10,7</b>	<b>-10,9</b>	<b>-5,2</b>	<b>-6,5</b>	<b>-7,5</b>
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-1,4	-25,0	-12,5	-13,5	-25,0	-19,5	-13,5	-16,8	-17,5
10. Material de construção	14,9	10,0	10,3	9,3	10,0	10,1	9,3	10,3	11,0

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

Pesquisa Mensal de Comércio

Tabela 5 - Índice de base fixa do volume de vendas no comércio varejista (1) e comércio varejista ampliado (2), por atividades - fevereiro 2021

Atividades	Comércio varejista ampliado												
	fev/2020	mar/2020	abr/2020	mai/2020	jun/2020	jul/2020	ago/2020	set/2020	out/2020	nov/2020	dez/2020	jan/2021	fev/2021
<b>Comércio Varejista (1)</b>	<b>89,6</b>	<b>89,3</b>	<b>74,2</b>	<b>85,9</b>	<b>90,2</b>	<b>97,9</b>	<b>101,1</b>	<b>98,0</b>	<b>104,7</b>	<b>108,6</b>	<b>125,1</b>	<b>93,6</b>	<b>86,1</b>
1. Combustíveis e lubrificantes	73,7	69,8	57,8	62,1	65,1	73,1	72,6	73,8	78,4	73,8	76,7	71,1	66,1
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	97,5	108,2	100,9	105,5	100,5	105,6	105,5	100,5	108,5	103,2	123,1	98,1	93,0
2.1. Hipermercados e supermercados	98,7	110,2	103,2	108,1	102,6	107,9	107,8	102,2	110,7	105,7	126,5	100,5	95,4
3. Tecidos, vestuário e calçados	67,7	43,5	13,9	32,3	50,0	60,5	77,2	71,0	81,0	91,2	146,1	57,7	55,1
4. Móveis e eletrodomésticos	80,0	67,2	47,7	76,8	91,2	101,3	106,0	104,3	102,0	124,8	122,5	88,2	80,5
4.1. Móveis	70,9	59,5	40,5	65,1	83,7	98,7	102,8	97,6	96,7	111,3	114,1	79,6	72,8
4.2. Eletrodomésticos	82,7	70,5	50,9	81,9	93,9	101,7	106,8	105,2	103,8	130,2	125,8	91,5	83,7
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	113,0	129,3	99,9	115,5	119,5	134,0	130,0	130,0	137,2	140,1	152,6	133,4	123,1
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	60,0	29,1	12,5	14,0	22,7	33,9	25,0	23,1	25,6	32,6	43,4	39,4	35,4
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	75,5	66,1	44,1	54,2	67,0	74,6	72,6	72,1	76,6	85,3	84,2	64,8	67,4
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	90,8	75,2	52,1	76,0	96,4	105,0	118,7	117,9	127,6	153,3	162,9	114,9	92,6
<b>Comércio Varejista Ampliado (2)</b>	<b>87,5</b>	<b>83,5</b>	<b>65,3</b>	<b>78,6</b>	<b>87,3</b>	<b>96,9</b>	<b>99,6</b>	<b>98,8</b>	<b>104,5</b>	<b>106,1</b>	<b>117,0</b>	<b>91,6</b>	<b>85,8</b>
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	82,4	67,4	37,7	53,5	71,4	83,6	86,2	90,3	94,4	93,7	96,6	80,9	79,3
10. Material de construção	86,2	83,3	73,8	91,7	109,3	125,2	125,3	127,3	131,1	121,5	111,8	106,7	101,6

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

Nota: Base: 2014 = 100

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

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

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



**Pesquisa Mensal de Comércio**  
**Tabela 6 - Indicadores de Receita Nominal de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo as atividades de divulgação**  
**Fevereiro 2021 - Variação (%)**

Atividades de Divulgação	Mês/Mês anterior (1)			Mensal (2)			Acumulado no ano (3)			Últimos 12 meses (4)		
	DEZ	JAN	FEV	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
<b>Comércio varejista (5)</b>	<b>-5,3</b>	<b>0,8</b>	<b>1,5</b>	<b>9,3</b>	<b>8,7</b>	<b>6,0</b>	<b>6,0</b>	<b>8,7</b>	<b>7,4</b>	<b>6,0</b>	<b>6,3</b>	<b>6,1</b>
1. Combustíveis e lubrificantes	-0,1	2,4	5,6	-6,7	-7,2	-2,8	-10,8	-7,2	-5,1	-10,8	-12,0	-12,8
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	0,1	-1,6	1,8	18,5	17,1	10,5	14,4	17,1	13,8	14,4	15,5	15,6
2.1. Hipermercados e supermercados	0,4	-1,8	1,7	19,5	18,1	11,5	15,6	18,1	14,8	15,6	16,8	16,9
3. Tecidos, vestuário e calçados	-13,5	-7,3	8,2	-10,3	-21,5	-18,0	-23,1	-21,5	-19,9	-23,1	-24,8	-26,1
4. Móveis e eletrodomésticos	-12,9	-2,9	6,5	10,5	2,7	9,8	11,4	2,7	6,0	11,4	10,8	10,8
4.1. Móveis	-	-	-	8,1	-1,6	4,2	6,8	-1,6	1,1	6,8	5,9	5,7
4.2. Eletrodomésticos	-	-	-	11,5	4,6	14,3	13,4	4,6	9,0	13,4	12,9	13,2
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	-1,5	2,5	0,1	13,2	12,0	8,2	8,4	12,0	10,2	8,4	8,6	8,3
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-3,5	-24,2	14,5	-37,1	-52,6	-40,2	-28,2	-52,6	-47,5	-28,2	-36,7	-40,7
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-4,3	1,8	-0,4	0,2	-2,4	0,3	-12,1	-2,4	-1,0	-12,1	-11,6	-10,3
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-12,2	5,9	-1,8	4,7	14,3	7,0	4,5	14,3	10,9	4,5	5,0	4,7
<b>Comércio varejista ampliado (6)</b>	<b>-2,5</b>	<b>0,0</b>	<b>4,4</b>	<b>11,1</b>	<b>6,9</b>	<b>8,6</b>	<b>3,3</b>	<b>6,9</b>	<b>7,7</b>	<b>3,3</b>	<b>3,3</b>	<b>3,5</b>
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-1,7	-4,0	9,7	8,8	-7,9	5,1	-11,5	-7,9	-1,9	-11,5	-12,9	-12,5
10. Material de construção	0,5	3,2	5,7	36,9	28,9	39,8	16,8	28,9	34,1	16,8	18,7	21,6

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 7 - Indicadores de Receita Nominal de Vendas do Comércio Varejista, segundo as unidades da federação**  
**Fevereiro 2021 - Variação (%)**

Brasil e Unidades da Federação	Mês/Mês anterior (1)			Mensal (2)			Acumulado no ano (3)			Últimos 12 meses (4)		
	DEZ	JAN	FEV	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
<b>Brasil</b>	<b>-5,3</b>	<b>0,8</b>	<b>1,5</b>	<b>9,3</b>	<b>8,7</b>	<b>6,0</b>	<b>6,0</b>	<b>8,7</b>	<b>7,4</b>	<b>6,0</b>	<b>6,3</b>	<b>6,1</b>
Rondônia	-15,5	-8,6	12,7	6,6	-8,1	2,0	1,1	-8,1	-3,2	1,1	0,2	0,0
Acre	-15,0	2,6	-9,8	9,1	7,8	-6,2	7,5	7,8	0,9	7,5	7,2	5,7
Amazonas	-2,3	-26,4	12,7	17,2	-15,6	-5,8	13,8	-15,6	-10,8	13,8	11,0	9,0
Roraima	0,2	-1,7	-0,4	21,7	14,0	12,0	7,6	14,0	13,0	7,6	8,0	8,0
Pará	-6,1	-0,1	0,7	22,1	18,8	14,0	15,9	18,8	16,4	15,9	16,3	16,2
Amapá	0,7	-2,2	-0,8	18,2	16,2	18,2	3,7	16,2	17,2	3,7	4,1	5,1
Tocantins	-1,1	4,8	-3,4	-8,5	6,9	-15,0	0,8	6,9	-5,1	0,8	0,6	-1,8
Maranhão	-10,2	-0,7	1,6	19,0	12,3	11,4	14,3	12,3	11,9	14,3	14,7	14,9
Piauí	-2,4	-2,6	5,2	22,1	14,2	25,3	11,7	14,2	19,6	11,7	12,5	13,7
Ceará	-2,8	-3,5	2,1	10,4	2,8	3,3	-1,0	2,8	3,0	-1,0	-0,9	-0,7
Rio Grande do Norte	-1,9	-1,4	3,2	11,7	8,2	5,0	3,1	8,2	6,6	3,1	3,5	3,4
Paraíba	-2,4	-0,3	1,6	4,7	5,4	2,0	7,0	5,4	3,8	7,0	6,5	5,5
Pernambuco	-5,0	-1,0	4,6	11,4	10,0	11,6	4,8	10,0	10,7	4,8	5,1	5,6
Alagoas	-5,4	-2,8	1,8	11,6	3,8	0,4	2,6	3,8	2,1	2,6	2,6	2,1
Sergipe	-4,5	-1,3	3,2	7,9	4,8	4,1	0,7	4,8	4,4	0,7	0,9	0,9
Bahia	-3,0	-0,9	1,7	-2,3	3,0	2,5	-1,5	3,0	2,8	-1,5	-1,5	-1,6
Minas Gerais	-3,7	4,4	-1,0	13,7	22,5	11,1	9,1	22,5	16,9	9,1	10,8	11,0
Espírito Santo	-0,8	-0,4	2,1	18,8	12,6	10,4	8,1	12,6	11,5	8,1	8,6	8,7
Rio de Janeiro	-4,6	-0,6	-0,2	6,5	5,9	0,5	5,4	5,9	3,2	5,4	5,3	4,7
São Paulo	-0,9	0,4	3,4	10,4	11,0	9,7	7,0	11,0	10,4	7,0	7,5	7,5
Paraná	-2,0	1,0	2,6	8,1	6,3	5,7	4,8	6,3	6,0	4,8	4,8	4,5
Santa Catarina	-3,9	-3,5	3,2	14,7	10,0	6,9	10,2	10,0	8,5	10,2	10,6	10,3
Rio Grande do Sul	-0,4	-1,2	2,1	0,1	-0,9	-3,5	2,0	-0,9	-2,2	2,0	1,5	0,6
Mato Grosso do Sul	-4,4	0,6	3,2	11,4	7,6	8,9	7,8	7,6	8,2	7,8	7,8	7,8
Mato Grosso	-3,3	-10,6	11,6	9,5	-4,2	-0,2	6,5	-4,2	-2,2	6,5	5,5	4,3
Goiás	-1,9	1,9	3,1	3,0	3,3	3,9	0,9	3,3	3,6	0,9	0,8	0,6
Distrito Federal	-0,2	0,2	-0,3	-2,1	-3,5	-8,7	-3,1	-3,5	-6,1	-3,1	-4,0	-5,4

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: 12 meses anteriores

**Pesquisa Mensal de Comércio**  
**Tabela 8 - Indicadores de Receita Nominal de Vendas do Comércio Varejista Ampliado, segundo as unidades da federação**  
**Fevereiro 2021 - Variação (%)**

Brasil e Unidades da Federação	Mês/Mês anterior (1)			Mensal (2)			Acumulado no ano (3)			Últimos 12 meses (4)		
	DEZ	JAN	FEV	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
<b>Brasil</b>	<b>-2,5</b>	<b>0,0</b>	<b>4,4</b>	<b>11,1</b>	<b>6,9</b>	<b>8,6</b>	<b>3,3</b>	<b>6,9</b>	<b>7,7</b>	<b>3,3</b>	<b>3,3</b>	<b>3,5</b>
Rondônia	-7,0	-5,2	9,8	15,1	0,7	13,5	5,0	0,7	6,9	5,0	4,3	4,9
Acre	-10,5	-0,7	-2,4	13,2	5,4	-0,7	6,8	5,4	2,5	6,8	6,6	5,7
Amazonas	-0,1	-33,0	18,7	22,0	-18,6	-3,3	13,1	-18,6	-11,2	13,1	10,2	8,8
Roraima	-1,6	0,5	1,3	24,6	16,2	18,2	10,5	16,2	17,1	10,5	10,9	11,3
Pará	-3,7	-1,0	1,5	23,2	14,2	14,8	14,3	14,2	14,5	14,3	14,3	14,4
Amapá	1,5	-2,8	-0,9	19,4	13,6	18,7	5,5	13,6	16,0	5,5	5,3	6,3
Tocantins	-3,8	6,5	-1,5	1,6	9,0	0,6	8,0	9,0	4,6	8,0	7,7	6,8
Maranhão	-5,1	-1,4	1,9	24,3	15,4	16,2	13,0	15,4	15,8	13,0	13,8	14,7
Piauí	-1,4	-6,1	11,0	23,1	10,1	22,3	5,6	10,1	15,8	5,6	6,0	7,5
Ceará	-3,3	-2,4	5,0	12,1	2,4	8,7	0,0	2,4	5,3	0,0	-0,4	0,1
Rio Grande do Norte	-2,0	-0,4	5,8	12,9	7,5	10,7	2,3	7,5	9,1	2,3	2,6	3,2
Paraíba	0,2	-0,5	3,1	13,1	6,6	6,0	4,9	6,6	6,3	4,9	4,6	4,3
Pernambuco	-1,5	-0,7	7,9	15,9	10,6	18,5	3,7	10,6	14,3	3,7	4,0	5,2
Alagoas	-4,5	-0,2	2,0	13,5	6,1	6,5	3,8	6,1	6,3	3,8	3,8	3,9
Sergipe	-1,7	0,9	2,4	15,0	9,1	9,1	1,0	9,1	9,1	1,0	1,6	2,1
Bahia	-1,2	-1,8	6,0	1,8	2,9	6,4	-4,0	2,9	4,6	-4,0	-3,9	-3,5
Minas Gerais	-4,0	4,6	0,1	15,4	18,3	14,0	8,1	18,3	16,2	8,1	9,3	9,8
Espírito Santo	-3,0	2,0	5,6	18,9	11,6	19,4	7,7	11,6	15,3	7,7	7,9	8,8
Rio de Janeiro	-3,1	-0,6	2,1	5,9	3,9	2,1	1,6	3,9	3,1	1,6	1,6	1,3
São Paulo	-2,1	-0,4	4,3	11,5	6,8	9,2	2,2	6,8	8,0	2,2	2,3	2,5
Paraná	-2,4	1,6	4,9	11,1	7,2	9,3	3,4	7,2	8,2	3,4	3,6	3,7
Santa Catarina	-3,5	0,5	1,5	13,1	10,3	10,1	7,3	10,3	10,2	7,3	7,4	7,4
Rio Grande do Sul	-2,4	0,2	2,6	2,1	-1,0	0,1	-0,7	-1,0	-0,5	-0,7	-1,2	-1,5
Mato Grosso do Sul	-3,3	-0,6	2,9	17,2	9,8	12,8	6,7	9,8	11,3	6,7	7,1	7,8
Mato Grosso	-1,4	-4,5	9,1	10,8	3,4	7,2	3,7	3,4	5,3	3,7	3,4	3,1
Goiás	-0,4	1,9	3,1	8,1	2,7	9,1	0,5	2,7	5,8	0,5	0,2	0,7
Distrito Federal	-1,8	-2,4	3,4	3,2	-3,5	-2,2	-2,5	-3,5	-2,9	-2,5	-3,5	-4,1

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 9 - Indicadores de Receita Nominal de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação**  
**Ceará - Fevereiro 2021 - Variação (%)**

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
<b>Comércio Varejista (4)</b>	<b>10,4</b>	<b>2,8</b>	<b>3,3</b>	<b>-1,0</b>	<b>2,8</b>	<b>3,0</b>	<b>-1,0</b>	<b>-0,9</b>	<b>-0,7</b>
1. Combustíveis e lubrificantes	-1,8	-4,5	4,7	-12,5	-4,5	-0,2	-12,5	-13,8	-13,9
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	19,9	14,1	8,9	12,6	14,1	11,5	12,6	13,9	14,4
2.1. Hipermercados e supermercados	18,7	13,1	10,0	14,1	13,1	11,5	14,1	15,1	15,4
3. Tecidos, vestuário e calçados	-3,2	-18,0	-17,0	-21,4	-18,0	-17,6	-21,4	-23,2	-23,9
4. Móveis e eletrodomésticos	7,8	0,1	4,9	-16,4	0,1	2,3	-16,4	-16,4	-15,8
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	9,5	6,6	6,2	0,1	6,6	6,4	0,1	0,7	1,2
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-9,0	-44,4	-56,7	-15,5	-44,4	-48,0	-15,5	-29,5	-36,7
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	46,0	27,5	5,7	6,3	27,5	17,3	6,3	10,4	11,9
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	11,4	-8,9	-6,0	-4,5	-8,9	-7,6	-4,5	-5,7	-6,0
<b>Comércio Varejista Ampliado (5)</b>	<b>12,1</b>	<b>2,4</b>	<b>8,7</b>	<b>0,0</b>	<b>2,4</b>	<b>5,3</b>	<b>0,0</b>	<b>-0,4</b>	<b>0,1</b>
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	14,1	-4,0	11,3	-2,4	-4,0	2,8	-2,4	-4,2	-3,5
10. Material de construção	23,7	17,3	46,0	15,6	17,3	30,3	15,6	15,0	17,0

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 9 - Indicadores de Receita Nominal de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação**  
**Pernambuco - Fevereiro 2021 - Variação (%)**

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
<b>Comércio Varejista (4)</b>	<b>11,4</b>	<b>10,0</b>	<b>11,6</b>	<b>4,8</b>	<b>10,0</b>	<b>10,7</b>	<b>4,8</b>	<b>5,1</b>	<b>5,6</b>
1. Combustíveis e lubrificantes	8,2	5,5	10,0	-4,4	5,5	7,6	-4,4	-4,9	-4,9
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	17,9	12,3	6,6	10,1	12,3	9,4	10,1	11,4	12,1
2.1. Hipermercados e supermercados	18,7	11,0	3,5	12,0	11,0	7,2	12,0	13,1	13,3
3. Tecidos, vestuário e calçados	-5,0	-10,3	-9,8	-18,5	-10,3	-10,0	-18,5	-19,5	-20,3
4. Móveis e eletrodomésticos	15,2	-12,9	-1,5	28,1	-12,9	-7,9	28,1	22,1	19,4
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	33,7	33,6	35,2	13,5	33,6	34,4	13,5	15,4	17,5
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-69,0	-33,7	10,4	-44,3	-33,7	-17,5	-44,3	-50,8	-47,9
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-4,8	-32,6	-34,1	-5,6	-32,6	-33,3	-5,6	-11,3	-14,4
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	8,9	26,8	34,3	3,8	26,8	30,2	3,8	5,0	7,0
<b>Comércio Varejista Ampliado (5)</b>	<b>15,9</b>	<b>10,6</b>	<b>18,5</b>	<b>3,7</b>	<b>10,6</b>	<b>14,3</b>	<b>3,7</b>	<b>4,0</b>	<b>5,2</b>
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	31,8	10,7	36,9	-1,7	10,7	22,5	-1,7	-1,3	1,7
10. Material de construção	25,5	17,3	35,8	10,1	17,3	25,7	10,1	11,8	15,1

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 9 - Indicadores de Receita Nominal de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação  
Bahia - Fevereiro 2021 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
<b>Comércio Varejista (4)</b>	<b>-2,3</b>	<b>3,0</b>	<b>2,5</b>	<b>-1,5</b>	<b>3,0</b>	<b>2,8</b>	<b>-1,5</b>	<b>-1,5</b>	<b>-1,6</b>
1. Combustíveis e lubrificantes	-1,7	-0,1	3,9	-9,8	-0,1	1,8	-9,8	-10,8	-11,1
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	-2,8	6,5	1,2	6,3	6,5	3,9	6,3	6,8	6,5
2.1. Hipermercados e supermercados	-1,5	9,4	5,0	8,6	9,4	7,2	8,6	9,4	9,5
3. Tecidos, vestuário e calçados	-14,7	-23,4	-31,1	-31,6	-23,4	-27,2	-31,6	-33,3	-35,6
4. Móveis e eletrodomésticos	-0,7	12,8	33,3	12,3	12,8	22,1	12,3	12,7	15,3
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	11,3	14,7	14,0	4,6	14,7	14,3	4,6	5,7	6,8
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-35,2	-61,0	-45,2	-41,3	-61,0	-54,6	-41,3	-48,7	-51,8
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	7,8	-2,7	-5,6	-21,1	-2,7	-4,2	-21,1	-19,8	-19,6
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-1,3	0,8	-7,2	-8,5	0,8	-3,0	-8,5	-8,7	-9,2
<b>Comércio Varejista Ampliado (5)</b>	<b>1,8</b>	<b>2,9</b>	<b>6,4</b>	<b>-4,0</b>	<b>2,9</b>	<b>4,6</b>	<b>-4,0</b>	<b>-3,9</b>	<b>-3,5</b>
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	6,8	-8,0	10,6	-21,4	-8,0	0,6	-21,4	-22,2	-21,0
10. Material de construção	36,4	29,5	29,6	20,1	29,5	29,5	20,1	22,6	24,8

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 9 - Indicadores de Receita Nominal de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação**  
**Minas Gerais - Fevereiro 2021 - Variação (%)**

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
<b>Comércio Varejista (4)</b>	<b>13,7</b>	<b>22,5</b>	<b>11,1</b>	<b>9,1</b>	<b>22,5</b>	<b>16,9</b>	<b>9,1</b>	<b>10,8</b>	<b>11,0</b>
1. Combustíveis e lubrificantes	3,3	6,3	8,4	-8,9	6,3	7,3	-8,9	-7,9	-7,4
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	21,4	22,6	13,1	14,4	22,6	17,8	14,4	16,1	16,3
2.1. Hipermercados e supermercados	21,7	23,3	13,5	15,7	23,3	18,3	15,7	17,4	17,7
3. Tecidos, vestuário e calçados	-2,0	-24,5	-12,7	-9,3	-24,5	-18,9	-9,3	-11,9	-13,3
4. Móveis e eletrodomésticos	7,7	3,4	22,8	8,1	3,4	12,1	8,1	8,3	9,7
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	23,0	24,2	17,5	14,7	24,2	20,9	14,7	15,7	15,9
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-32,3	-59,9	-38,2	-29,9	-59,9	-50,7	-29,9	-38,3	-41,8
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	16,5	3,2	23,5	9,3	3,2	12,2	9,3	7,8	10,0
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-2,0	84,0	2,7	6,8	84,0	44,6	6,8	12,9	12,5
<b>Comércio Varejista Ampliado (5)</b>	<b>15,4</b>	<b>18,3</b>	<b>14,0</b>	<b>8,1</b>	<b>18,3</b>	<b>16,2</b>	<b>8,1</b>	<b>9,3</b>	<b>9,8</b>
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	24,2	-6,3	14,6	0,8	-6,3	3,3	0,8	-1,3	-0,4
10. Material de construção	19,7	29,2	46,7	12,1	29,2	37,2	12,1	14,3	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 9 - Indicadores de Receita Nominal de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação**  
**Espírito Santo - Fevereiro 2021 - Variação (%)**

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
<b>Comércio Varejista (4)</b>	<b>18,8</b>	<b>12,6</b>	<b>10,4</b>	<b>8,1</b>	<b>12,6</b>	<b>11,5</b>	<b>8,1</b>	<b>8,6</b>	<b>8,7</b>
1. Combustíveis e lubrificantes	6,2	11,5	9,5	-9,2	11,5	10,5	-9,2	-8,0	-7,5
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	25,6	19,5	12,2	17,1	19,5	15,8	17,1	18,4	18,4
2.1. Hipermercados e supermercados	27,4	21,1	13,4	19,6	21,1	17,2	19,6	20,9	20,9
3. Tecidos, vestuário e calçados	20,1	4,6	8,7	-0,6	4,6	6,6	-0,6	-1,5	-1,4
4. Móveis e eletrodomésticos	8,8	-5,4	4,1	1,4	-5,4	-1,0	1,4	-0,7	-0,8
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	9,1	13,5	1,9	4,3	13,5	8,0	4,3	4,8	4,2
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-5,1	-43,1	-17,5	-16,2	-43,1	-34,5	-16,2	-25,5	-25,4
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	49,8	43,1	75,7	11,5	43,1	58,5	11,5	14,0	21,2
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	9,4	9,8	14,1	-3,4	9,8	11,8	-3,4	-3,3	-2,7
<b>Comércio Varejista Ampliado (5)</b>	<b>18,9</b>	<b>11,6</b>	<b>19,4</b>	<b>7,7</b>	<b>11,6</b>	<b>15,3</b>	<b>7,7</b>	<b>7,9</b>	<b>8,8</b>
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	8,2	3,1	23,0	-2,1	3,1	12,2	-2,1	-2,7	-1,5
10. Material de construção	84,9	55,4	76,6	64,2	55,4	65,8	64,2	67,7	73,3

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 9 - Indicadores de Receita Nominal de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação

Rio De Janeiro - Fevereiro 2021 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
<b>Comércio Varejista (4)</b>	<b>6,5</b>	<b>5,9</b>	<b>0,5</b>	<b>5,4</b>	<b>5,9</b>	<b>3,2</b>	<b>5,4</b>	<b>5,3</b>	<b>4,7</b>
1. Combustíveis e lubrificantes	-2,9	-1,8	-3,4	-12,8	-1,8	-2,6	-12,8	-13,3	-13,9
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	11,3	9,2	1,1	11,7	9,2	5,1	11,7	12,0	11,1
2.1. Hipermercados e supermercados	11,2	7,4	0,0	11,6	7,4	3,7	11,6	11,7	10,6
3. Tecidos, vestuário e calçados	-10,0	-23,6	-15,9	-26,6	-23,6	-19,9	-26,6	-28,5	-29,7
4. Móveis e eletrodomésticos	46,5	38,3	31,3	41,3	38,3	35,0	41,3	43,5	44,5
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	11,4	0,5	-4,0	2,7	0,5	-1,7	2,7	2,3	1,5
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-15,1	-49,8	-40,6	-25,7	-49,8	-45,6	-25,7	-31,9	-35,1
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-14,0	-3,5	-33,0	-21,8	-3,5	-21,5	-21,8	-21,2	-23,2
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-9,6	3,3	0,2	-2,1	3,3	1,9	-2,1	-2,7	-2,9
<b>Comércio Varejista Ampliado (5)</b>	<b>5,9</b>	<b>3,9</b>	<b>2,1</b>	<b>1,6</b>	<b>3,9</b>	<b>3,1</b>	<b>1,6</b>	<b>1,6</b>	<b>1,3</b>
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-2,9	-12,0	4,7	-18,7	-12,0	-4,2	-18,7	-19,6	-19,1
10. Material de construção	16,6	16,0	22,0	-1,7	16,0	18,8	-1,7	0,1	2,3

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 9 - Indicadores de Receita Nominal de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação  
São Paulo - Fevereiro 2021 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
<b>Comércio Varejista (4)</b>	<b>10,4</b>	<b>11,0</b>	<b>9,7</b>	<b>7,0</b>	<b>11,0</b>	<b>10,4</b>	<b>7,0</b>	<b>7,5</b>	<b>7,5</b>
1. Combustíveis e lubrificantes	-4,9	-5,8	-1,6	-14,1	-5,8	-3,8	-14,1	-15,2	-15,9
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	20,5	21,6	15,2	13,6	21,6	18,4	13,6	15,4	16,1
2.1. Hipermercados e supermercados	22,4	23,8	17,3	15,6	23,8	20,6	15,6	17,6	18,5
3. Tecidos, vestuário e calçados	-18,4	-31,8	-21,3	-28,7	-31,8	-26,7	-28,7	-31,0	-32,3
4. Móveis e eletrodomésticos	6,2	-9,3	1,1	8,9	-9,3	-4,5	8,9	6,2	4,7
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	9,2	9,1	4,4	11,4	9,1	6,8	11,4	10,8	9,7
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-49,2	-60,8	-48,3	-26,9	-60,8	-55,9	-26,9	-39,1	-43,9
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	2,9	1,5	-0,2	-18,5	1,5	0,7	-18,5	-17,2	-15,4
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	14,6	23,3	24,2	15,3	23,3	23,7	15,3	16,6	17,3
<b>Comércio Varejista Ampliado (5)</b>	<b>11,5</b>	<b>6,8</b>	<b>9,2</b>	<b>2,2</b>	<b>6,8</b>	<b>8,0</b>	<b>2,2</b>	<b>2,3</b>	<b>2,5</b>
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	3,1	-19,1	-8,3	-21,5	-19,1	-14,2	-21,5	-23,7	-24,4
10. Material de construção	42,8	35,1	42,1	20,3	35,1	38,4	20,3	22,4	25,4

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 9 - Indicadores de Receita Nominal de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação**  
**Paraná - Fevereiro 2021 - Variação (%)**

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
<b>Comércio Varejista (4)</b>	<b>8,1</b>	<b>6,3</b>	<b>5,7</b>	<b>4,8</b>	<b>6,3</b>	<b>6,0</b>	<b>4,8</b>	<b>4,8</b>	<b>4,5</b>
1. Combustíveis e lubrificantes	-6,7	-6,3	2,9	-6,2	-6,3	-1,7	-6,2	-7,6	-8,8
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	15,1	11,7	8,2	13,0	11,7	10,0	13,0	13,5	13,3
2.1. Hipermercados e supermercados	15,8	12,2	9,1	13,4	12,2	10,6	13,4	14,0	13,9
3. Tecidos, vestuário e calçados	-10,1	-15,0	-18,7	-19,3	-15,0	-16,8	-19,3	-20,6	-21,8
4. Móveis e eletrodomésticos	11,7	9,0	14,6	9,6	9,0	11,6	9,6	10,8	12,0
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	17,2	16,5	14,4	9,0	16,5	15,5	9,0	9,3	9,4
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-13,6	-26,3	-15,4	-25,6	-26,3	-21,2	-25,6	-28,0	-29,7
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	5,0	22,6	6,9	-21,2	22,6	11,2	-21,2	-20,2	-17,7
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-1,1	-1,9	-6,1	-9,4	-1,9	-3,8	-9,4	-10,0	-10,9
<b>Comércio Varejista Ampliado (5)</b>	<b>11,1</b>	<b>7,2</b>	<b>9,3</b>	<b>3,4</b>	<b>7,2</b>	<b>8,2</b>	<b>3,4</b>	<b>3,6</b>	<b>3,7</b>
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	10,8	2,5	8,8	-3,0	2,5	5,5	-3,0	-3,3	-2,8
10. Material de construção	39,0	24,3	34,9	8,5	24,3	29,5	8,5	9,9	12,3

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 9 - Indicadores de Receita Nominal de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação**  
**Santa Catarina - Fevereiro 2021 - Variação (%)**

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
<b>Comércio Varejista (4)</b>	<b>14,7</b>	<b>10,0</b>	<b>6,9</b>	<b>10,2</b>	<b>10,0</b>	<b>8,5</b>	<b>10,2</b>	<b>10,6</b>	<b>10,3</b>
1. Combustíveis e lubrificantes	-5,1	-4,7	4,4	-11,3	-4,7	-0,3	-11,3	-12,0	-12,2
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	30,6	19,0	11,6	23,1	19,0	15,3	23,1	24,1	23,7
2.1. Hipermercados e supermercados	31,6	19,7	11,4	24,4	19,7	15,6	24,4	25,4	24,9
3. Tecidos, vestuário e calçados	-1,4	5,3	-2,8	-5,1	5,3	1,5	-5,1	-4,5	-4,7
4. Móveis e eletrodomésticos	-6,3	7,0	6,7	8,1	7,0	6,9	8,1	8,3	8,9
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	12,8	7,4	12,6	8,1	7,4	9,9	8,1	7,7	7,7
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-19,7	-42,3	-33,1	-24,8	-42,3	-38,1	-24,8	-30,9	-34,5
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-40,6	-39,6	-10,0	-39,4	-39,6	-27,0	-39,4	-41,4	-40,7
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	7,4	-1,3	-12,6	-3,0	-1,3	-6,7	-3,0	-3,1	-4,8
<b>Comércio Varejista Ampliado (5)</b>	<b>13,1</b>	<b>10,3</b>	<b>10,1</b>	<b>7,3</b>	<b>10,3</b>	<b>10,2</b>	<b>7,3</b>	<b>7,4</b>	<b>7,4</b>
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	2,3	6,7	10,9	-3,4	6,7	8,7	-3,4	-4,4	-4,0
10. Material de construção	38,7	25,3	34,0	19,6	25,3	29,5	19,6	21,1	23,4

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 9 - Indicadores de Receita Nominal de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação  
Rio Grande Do Sul - Fevereiro 2021 - Variação (%)**

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
<b>Comércio Varejista (4)</b>	<b>0,1</b>	<b>-0,9</b>	<b>-3,5</b>	<b>2,0</b>	<b>-0,9</b>	<b>-2,2</b>	<b>2,0</b>	<b>1,5</b>	<b>0,6</b>
1. Combustíveis e lubrificantes	-37,3	-32,9	-29,4	-12,0	-32,9	-31,3	-12,0	-15,4	-18,1
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	15,1	13,5	6,2	14,7	13,5	9,8	14,7	15,0	14,4
2.1. Hipermercados e supermercados	15,6	14,1	6,4	15,1	14,1	10,2	15,1	15,5	14,8
3. Tecidos, vestuário e calçados	-13,7	-17,1	-24,5	-28,9	-17,1	-20,7	-28,9	-29,8	-31,1
4. Móveis e eletrodomésticos	6,0	3,4	2,0	0,4	3,4	2,7	0,4	1,7	2,3
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	10,9	10,4	11,9	1,7	10,4	11,2	1,7	2,2	2,7
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-46,8	-49,4	-57,5	-32,3	-49,4	-54,2	-32,3	-36,4	-44,5
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-21,2	-25,2	-24,0	-14,2	-25,2	-24,6	-14,2	-16,3	-17,9
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-3,6	-8,3	-7,7	-4,3	-8,3	-8,0	-4,3	-6,7	-8,7
<b>Comércio Varejista Ampliado (5)</b>	<b>2,1</b>	<b>-1,0</b>	<b>0,1</b>	<b>-0,7</b>	<b>-1,0</b>	<b>-0,5</b>	<b>-0,7</b>	<b>-1,2</b>	<b>-1,5</b>
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-2,0	-13,9	-2,4	-18,9	-13,9	-8,6	-18,9	-20,3	-19,9
10. Material de construção	33,3	22,7	40,3	12,8	22,7	30,7	12,8	14,4	17,7

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 9 - Indicadores de Receita Nominal de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação

Goiás - Fevereiro 2021 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
<b>Comércio Varejista (4)</b>	<b>3,0</b>	<b>3,3</b>	<b>3,9</b>	<b>0,9</b>	<b>3,3</b>	<b>3,6</b>	<b>0,9</b>	<b>0,8</b>	<b>0,6</b>
1. Combustíveis e lubrificantes	1,3	7,1	17,7	-9,9	7,1	12,4	-9,9	-9,4	-8,2
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	-0,9	1,0	-0,6	5,0	1,0	0,2	5,0	4,8	4,5
2.1. Hipermercados e supermercados	-2,4	0,3	-0,7	4,8	0,3	-0,2	4,8	4,5	4,2
3. Tecidos, vestuário e calçados	-4,3	-2,2	-16,7	-22,7	-2,2	-9,6	-22,7	-23,5	-25,3
4. Móveis e eletrodomésticos	9,4	4,1	11,5	14,7	4,1	7,5	14,7	14,6	14,7
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	25,3	18,0	15,3	5,9	18,0	16,7	5,9	6,7	7,3
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-25,7	-44,5	-47,1	-28,6	-44,5	-45,6	-28,6	-33,9	-38,9
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	37,5	18,3	27,4	2,5	18,3	22,6	2,5	3,1	4,7
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	5,5	-0,9	-3,2	-4,2	-0,9	-2,0	-4,2	-5,5	-6,6
<b>Comércio Varejista Ampliado (5)</b>	<b>8,1</b>	<b>2,7</b>	<b>9,1</b>	<b>0,5</b>	<b>2,7</b>	<b>5,8</b>	<b>0,5</b>	<b>0,2</b>	<b>0,7</b>
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	15,4	-4,6	13,3	-5,3	-4,6	3,3	-5,3	-6,6	-5,1
10. Material de construção	42,4	26,4	43,4	18,2	26,4	34,4	18,2	19,9	22,9

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 9 - Indicadores de Receita Nominal de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação  
Distrito Federal - Fevereiro 2021 - Variação (%)**

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
<b>Comércio Varejista (4)</b>	<b>-2,1</b>	<b>-3,5</b>	<b>-8,7</b>	<b>-3,1</b>	<b>-3,5</b>	<b>-6,1</b>	<b>-3,1</b>	<b>-4,0</b>	<b>-5,4</b>
1. Combustíveis e lubrificantes	-23,0	-24,8	-25,3	-18,8	-24,8	-25,1	-18,8	-22,4	-25,0
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	-0,4	-2,6	-11,4	5,7	-2,6	-7,1	5,7	5,3	3,4
2.1. Hipermercados e supermercados	-2,8	-6,0	-14,0	5,4	-6,0	-10,1	5,4	4,7	2,5
3. Tecidos, vestuário e calçados	-6,0	-17,5	-23,3	-27,6	-17,5	-20,3	-27,6	-29,0	-30,9
4. Móveis e eletrodomésticos	36,2	42,9	48,9	34,4	42,9	45,7	34,4	38,6	42,6
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	15,9	15,6	6,5	5,5	15,6	11,1	5,5	6,2	6,0
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-45,0	-19,2	-41,7	-34,7	-19,2	-30,5	-34,7	-32,8	-39,7
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-48,5	-39,7	-8,7	-27,8	-39,7	-25,5	-27,8	-25,1	-20,3
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	2,0	5,4	-3,6	-5,2	5,4	1,0	-5,2	-6,0	-7,5
<b>Comércio Varejista Ampliado (5)</b>	<b>3,2</b>	<b>-3,5</b>	<b>-2,2</b>	<b>-2,5</b>	<b>-3,5</b>	<b>-2,9</b>	<b>-2,5</b>	<b>-3,5</b>	<b>-4,1</b>
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	5,2	-17,6	-2,3	-11,3	-17,6	-10,9	-11,3	-13,9	-13,9
10. Material de construção	30,8	26,3	30,5	15,9	26,3	28,3	15,9	17,9	19,9

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 10 - Índice de base fixa da receita nominal de vendas no comércio varejista (1) e comércio varejista ampliado (2), por atividades - fevereiro 2021

Atividades	Comércio varejista ampliado												
	fev/2020	mar/2020	abr/2020	mai/2020	jun/2020	jul/2020	ago/2020	set/2020	out/2020	nov/2020	dez/2020	jan/2021	fev/2021
<b>Comércio Varejista (1)</b>	<b>117,1</b>	<b>118,2</b>	<b>99,0</b>	<b>112,7</b>	<b>118,0</b>	<b>128,6</b>	<b>133,4</b>	<b>131,3</b>	<b>142,5</b>	<b>148,4</b>	<b>173,6</b>	<b>132,9</b>	<b>124,1</b>
1. Combustíveis e lubrificantes	113,6	105,5	78,5	80,4	87,6	101,8	104,0	107,9	115,5	111,0	117,3	110,8	110,3
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	131,6	148,0	140,3	147,0	140,5	147,8	149,3	145,5	160,3	156,3	190,3	153,0	145,5
2.1. Hipermercados e supermercados	132,9	150,2	142,9	149,9	142,8	150,4	151,9	147,4	162,9	159,3	194,5	155,7	148,2
3. Tecidos, vestuário e calçados	77,5	49,8	15,9	36,8	57,1	68,8	86,8	80,1	92,1	103,9	166,8	66,3	63,5
4. Móveis e eletrodomésticos	86,4	71,3	49,9	81,7	98,6	110,8	117,0	116,5	115,9	142,8	142,7	103,5	94,9
4.1. Móveis	78,7	65,7	43,7	68,9	87,7	103,1	107,0	102,4	102,8	120,2	126,1	89,0	82,1
4.2. Eletrodomésticos	87,8	73,4	52,4	87,1	102,8	113,5	120,9	120,6	121,2	152,1	149,6	109,6	100,4
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	150,5	172,2	131,3	150,0	156,8	176,5	171,1	171,0	180,4	183,7	200,7	175,8	162,8
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	85,7	42,0	18,2	20,4	33,0	49,2	35,9	33,0	36,5	46,8	62,0	56,7	51,2
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	69,3	61,3	40,5	51,2	65,3	74,0	72,8	73,3	79,1	86,7	87,3	67,1	69,5
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	111,1	92,5	64,8	93,6	118,3	128,9	145,9	145,4	158,8	191,6	205,6	145,5	118,9
<b>Comércio Varejista Ampliado (2)</b>	<b>108,7</b>	<b>105,4</b>	<b>83,8</b>	<b>99,0</b>	<b>109,1</b>	<b>121,2</b>	<b>125,5</b>	<b>125,9</b>	<b>135,5</b>	<b>139,1</b>	<b>155,9</b>	<b>124,6</b>	<b>118,1</b>
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	88,4	72,9	41,2	58,3	77,7	91,4	94,6	99,6	105,1	105,9	109,7	94,1	92,8
10. Material de construção	101,1	97,2	85,9	107,3	127,9	146,9	150,7	157,5	166,6	159,3	148,8	145,4	141,4

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

Nota: Base: 2014 = 100

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

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



