



Indicadores IBGE

Pesquisa Mensal de Comércio

Fevereiro 2022

Publicado em 13/04/2022 às 09 horas

Presidente da República
Jair Messias Bolsonaro

Ministro da Economia
Paulo Roberto Nunes Guedes

Secretário Especial do Tesouro e Orçamento
Esteves Pedro Colnago Junior

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE

Presidente
Eduardo Luiz Gonçalves Rios Neto

Diretor-Executivo
Marise Maria Ferreira

ORGÃOS ESPECÍFICOS SINGULARES

Diretoria de Pesquisas
Cimar Azeredo Pereira

Diretoria de Geociências
Claudio Stenner

Diretoria de Informática
Carlos Renato Pereira Cotovio

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

Escola Nacional de Ciências Estatísticas
Maysa Sacramento de Magalhães

UNIDADE RESPONSÁVEL

Diretoria de Pesquisas

Coordenação de Estatísticas Conjunturais em Empresas
Flávio Renato Keim Magheli

Gerência da Pesquisa Mensal de Comércio
Cristiano Santos

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

Editoração
Cristiano Santos
Fabiana Conceição Figueiredo

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	10
4.3 VOLUME DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO POR UNIDADES DA FEDERAÇÃO	12
4.4 RECEITA NOMINAL DE VENDAS POR ATIVIDADES.....	14
4.5 RECEITA NOMINAL DE DO COMÉRCIO VAREJISTA VENDAS POR UNIDADE DA FEDERAÇÃO.....	14
4.6 RECEITA NOMINAL DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO	15
POR UNIDADE DA FEDERAÇÃO	17
5 DEFLATORES DA PESQUISA	19
6 OBSERVAÇÕES	22
COMENTÁRIOS	23
TABELAS	32
VOLUME DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA E COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO.....	33
RECEITA NOMINAL DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA E COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO	50

NOTAS METODOLÓGICAS

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

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

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

1 CARACTERÍSTICAS DA PESQUISA

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

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

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

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

¹ Período de referência: é o ano para o qual o índice é igual a 100. A alteração para o ano de referência é um cálculo simples e não tem impacto nos movimentos 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*”³, que correspondem a um detalhamento da atividade “*Móveis e Eletrodomésticos*”.

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

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

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

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. A partir de abril de 2022 os modelos foram atualizados considerando 22 anos da pesquisa (janeiro de 2000 a dezembro de 2021). 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)
Brasil	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[1],LS2020.Abr,TC2020.Abr,LS2020.Dez
Combustíveis	Aditivo	(0 1 0)(1 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,AO2015.Fev,LS2020.Mar,TC2020.Abr
Hiper., Super, Produtos alimentícios, bebidas e fumo	Multiplicativo	(1 1 0)(0 1 1)	Efeito Calendário,Páscoa[15],LS2012.Jan,LS2017.Jan,TC2017.Mar,AO2020.Mar
Super e Hipermercados	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Efeito Calendário,Páscoa[8],LS2012.Jan,LS2017.Jan,TC2017.Mar,AO2020.Mar,LS2020.Mai
Tecidos, vestuário e calçados	Aditivo	(2 1 2)(1 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,TC2003.Mai,LS2017.Jan,AO2020.Mar,TC2020.Abr,TC2020.Ago,TC2021.Mar,TC2021.May
Móveis e eletrodomésticos	Multiplicativo	(1 1 0)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Páscoa[8],TC2020.Mar,AO2020.Abr,LS2020.Jun,AO2021.Mar
Artigos farmac, méd, ortop e de perfumaria	Multiplicativo	(0 1 1)(1 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[8],TC2003.Mar,TC2020.Abr,LS2020.Mai
Livros, jornais, revistas e papelaria.	Aditivo	(1 1 1)(0 1 0)	Carnaval,Corpus Christi,Páscoa[8],AO2005.Jan,TC2008.Fev,AO2010.Dez,AO2014.Feb,LS2019.Dec,LS2020.Mar,TC2020.Abr,AO2021.Jan
Equip. e Materiais p escritório, informática e comunicação	Multiplicativo	(1 1 2)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,LS2005.Fev,TC2020.Abr
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	Multiplicativo	(1 1 1)(1 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[1],TC2019.Mai,AO2020.Mar,TC2020.Abr,LS2020.Jun,AO2021.Jul
Varejo Ampliado	Multiplicativo	(0 1 1) (2 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,AO2009.Jun,AO2010.Mar,AO2012.Set,AO2020.Mar,TC2020.Abr

Automóveis, motocicletas, partes e peças	Multiplicativo	(2 1 1) (2 0 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[8], TC2020.Mar, TC2020.Abr
Material de construção	Multiplicativo	(0 1 1)(1 0 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário, Páscoa[8], AO2018.Mai, TC2020. Mar, AO2020.Abr, LS2020.Jun

4.2 VOLUME DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA POR UNIDADE DA FEDERAÇÃO

UF	DECOMPOSIÇÃO	MODELO ARIMA	REGRESSÃO (REGARIMA)
Rondônia	Multiplicativo	(1 0 2)(1 1 1)	Constante,Efeito Calendário,Páscoa[1],LS2000.Mai,AO2001.Jun, AO2004.Fev,AO2004.Jul,LS2010.Feb,AO2020. Mar,TC2020.Abr,AO2021.Jan,AO2021.Jul
Acre	Multiplicativo	(1 1 0)(0 1 1)	AO2004.Nov,TC2020.Mar,TC2020.Abr
Amazonas	Multiplicativo	(1 1 0)(1 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,AO2005.Jan,LS2020.Mar,AO2020.A br,LS2020.Jun,TC2021.Jan
Roraima	Multiplicativo	(2 1 1)(0 1 1)	Páscoa[15],TC2000.Abr
Pará	Multiplicativo	(1 1 1)(1 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2001.Jan,LS2001.Jun,AO2002.Jun ,LS2002.Dez,AO2004.Jul,TC2004.Set,AO2006. Mar,LS2008.Jan,LS2008.Fev,LS2008.Out,AO20 10.Mai,TC2013.Dec,AO2014.Oct,LS2016.Mar,L S2016.May,AO2019.Mar,LS2019.Sep,LS2020.A br,LS2020.Jun,AO2020.Nov
Amapá	Multiplicativo	(1 1 1)(1 1 1)	TC2006.Jan,AO2017.Dez,AO2018.Dec,TC2020. Abr,LS2020.Jul,AO2021.Mai
Tocantins	Multiplicativo	(2 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,TC2003.Mai,LS2005.Fev,LS2010.Feb
Maranhão	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,AO2001.Mai,AO2011.Out,TC2020.A br,LS2020.Jun
Piauí	Multiplicativo	(1 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2003.Mar,AO2004.Jan,LS2005.Fe v,TC2019.Jun,TC2020.Abr,LS2020.Ago
Ceará	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,LS2020.Mar,TC2020.Abr,LS2020.Jun,TC 2021.Mar
Rio Grande do Norte	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2002.Nov,LS2005.Fev,TC2020.Ab r
Paraíba	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,TC2020.Abr,TC2020.Jul
Pernambuco	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[1],LS2003.Mar,TC2020.Abr, TC2020.Jul
Alagoas	Multiplicativo	(1 1 0)(1 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[1],AO2003.Jan,LS2003.Mar, LS2017.Jan,TC2020.Abr
Sergipe	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Efeito Calendário,Páscoa[15],TC2003.Mar,LS2005.Fev, TC2005.Out,TC2006.Feb,LS2015.Jul,TC2020.A br
Bahia	Multiplicativo	(0 1 1)(1 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,AO2019.Dez,TC2020.Abr,TC2020.A go

Minas Gerais	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[1],AO2018.Jul,AO2020.Jan,A O2020.Abr,TC2020.Ago,TC2021.Mai
Espírito Santo	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,TC2017.Fev,AO2020.Abr
Rio de Janeiro	Multiplicativo	(0 1 1)(1 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[15],TC2020.Mar,TC2020.Abr
São Paulo	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[15],AO2017.Mar,TC2020.Ab r
Paraná	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[1],AO2020.Abr,AO2021.Jul
Santa Catarina	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Efeito Calendário,Páscoa[1],AO2020.Abr,AO2021.Jul
Rio Grande do Sul	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[1],LS2017.Jan,AO2020.Abr,L S2021.Apr,TC2021.Mai
Mato Grosso do Sul	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Efeito Calendário,Páscoa[1],AO2020.Abr
Mato Grosso	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	AO2002.Mai,LS2006.Fev,AO2020.Abr,AO2021. Jul
Goiás	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Efeito Calendário,Páscoa[1],LS2005.Fev,LS2017.Mar,T C2020.Abr
Distrito Federal	Aditivo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[1],TC2020.Abr,AO2021.Mar

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

UF	DECOMPOSIÇÃO	MODELO ARIMA	REGRESSÃO (REGARIMA)
Rondônia	Multiplicativo	(1 1 1)(1 1 1)	LS2006.Ago,TC2016.Nov,AO2017.Aug,TC2020.Mar,AO2020.Abr
Acre	Multiplicativo	(1 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Páscoa[1],TC2014.Mai,AO2020.Mar,TC2020.Mar
Amazonas	Multiplicativo	(1 2 2)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,AO2020.Mar,TC2020.Abr,TC2020.Jun,TC2021.Jan
Roraima	Multiplicativo	(1 1 1)(0 1 1)	
Pará	Multiplicativo	(1 1 0)(1 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,LS2020.Abr,LS2020.Jun
Amapá	Aditivo	(0 1 0)(1 1 1)	AO2014.Jan,AO2017.Dez,AO2018.Dec,TC2020.Abr,LS2020.Jun,LS2020.Jul,AO2021.Mai
Tocantins	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Páscoa[8],LS2005.Fev,AO2020.Abr
Maranhão	Multiplicativo	(0 1 1)(1 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[1],TC2020.Mar,TC2020.Abr,LS2020.Jun
Piauí	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Páscoa[1],AO2010.Mar,TC2019.Jun,AO2020.Mar,TC2020.Abr,LS2020.Ago
Ceará	Multiplicativo	(1 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[15],AO2010.Mar,TC2012.Jun,LS2020.Mar,TC2020.Abr,LS2020.Jun,AO2021.Mar
Rio Grande do Norte	Multiplicativo	(0 1 1)(1 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,AO2009.Jul,AO2010.Mar,TC2020.Mar,TC2020.Abr
Paraíba	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2008.Out,LS2014.Dez,TC2020.Mar,TC2020.Abr,TC2020.Jul
Pernambuco	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,AO2020.Mar,TC2020.Abr,TC2020.Jul
Alagoas	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,AO2005.Jul,TC2012.Jun,AO2020.Mar,TC2020.Abr
Sergipe	Multiplicativo	(0 1 1)(1 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2005.Fev,AO2010.Mar,TC2020.Mar,TC2020.Abr
Bahia	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,AO2010.Mar,TC2012.Jun,AO2020.Mar,TC2020.Abr,AO2021.Mar
Minas Gerais	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2005.Fev,AO2020.Abr,LS2020.Ago
Espírito Santo	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[1],LS2011.Jun,AO2017.Fev,AO2020.Abr
Rio de Janeiro	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,AO2020.Mar,TC2020.Abr

São Paulo	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,TC2020.Abr
Paraná	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,AO2020.Abr
Santa Catarina	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,TC2020.Mar,AO2020.Abr
Rio Grande do Sul	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2017.Jan,TC2020.Mar,AO2020.Abr,AO2021.Mar
Mato Grosso do Sul	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,AO2010.Mar,AO2020.Abr
Mato Grosso	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[1],TC2020.Mar
Goiás	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2008.Out,AO2010.Mar,TC2020.Abr
Distrito Federal	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,AO2009.Set,AO2010.Mar,AO2012.Ago,TC2020.Mar,TC2020.Abr,AO2021.Mar

4.4 RECEITA NOMINAL DE VENDAS POR ATIVIDADES

ATIVIDADE	DECOMPOSIÇÃO	MODELO ARIMA	REGRESSÃO (REGARIMA)
Brasil	Multiplicativo	(0 1 2)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[1],TC2020.Abr,LS2020.Jun
Combustíveis	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2020.Mar,AO2020.Abr,TC2020.Abr,LS2021.Mai
Hiper., Super, Produtos alimentícios, bebidas e fumo	Multiplicativo	(0 1 1) (2 1 1)	Efeito Calendário,Páscoa[15],LS2002.Out,LS2017.Mar,LS2020.Mar,AO2020.Abr
Super e Hipermercados	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Efeito Calendário,Páscoa[15],LS2002.Out,LS2005.Fev,LS2012.Jan,AO2016.Dez,LS2017.Mar,LS2020.Mar,AO2020.Abr
Tecidos, vestuário e calçados	Aditivo	(0 1 1)(1 1 0)	LS2017.Jan,TC2020.Mar,TC2020.Abr,TC2020.Mai,AO2020.Ago,LS2020.Dez,TC2021.Mar,TC2021.May
Móveis e eletrodomésticos	Multiplicativo	(1 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Páscoa[8],TC2020.Mar,AO2020.Abr,LS2020.Jun,AO2021.Mar
Artigos farmac, méd, ortop e de perfumaria.	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[8],TC2020.Abr
Livros, jornais, revistas e papelaria.	Aditivo	(1 0 0)(1 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Páscoa[8],AO2005.Jan,AO2008.Jan,AO2010.Dez,AO2014.Fev,TC2014.Nov,AO2019.Jan,AO2019.Jun,TC2019.Dec,LS2020.Mar,TC2020.Abr,AO2020.Jul,AO2020.Nov,AO2021.Jan
Equip. e Materiais p escritório, informática e comunicação	Multiplicativo	(0 1 1)(1 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,LS2005.Fev,AO2011.Jun,AO2011.Dez,TC2020.Abr,LS2020.Jun
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	Multiplicativo	(1 1 1)(1 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[1],TC2019.Mai,AO2020.Mar,TC2020.Abr,LS2020.Jun,LS2020.Nov,AO2021.Jul
Varejo ampliado	Multiplicativo	(0 1 1)(1 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2008.Out,AO2009.Jun,AO2010.Mar,AO2020.Mar,TC2020.Abr
Automóveis, motocicletas, partes e peças.	Multiplicativo	(3 1 1) (2 0 1)	Carnaval,Corpus Christi,Páscoa[8],AO2020.Mar,TC2020.Abr
Material de construção	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[8],AO2018.Mai,TC2020.Mar,AO2020.Abr,LS2020.Jun

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

UF	DECOMPOSIÇÃO	MODELO ARIMA	REGRESSÃO (REGARIMA)
Rondônia	Multiplicativo	(0 1 2)(1 1 1)	Efeito Calendário,Páscoa[1],LS2000.Mai,AO2001.Jun,AO2004.Jul,TC2020.Mar,TC2020.Abr,LS2020.Dez,AO2021.Jul
Acre	Multiplicativo	(1 1 1)(0 1 1)	LS2003.Out,LS2005.Fev,LS2006.Feb,TC2020.Mar,TC2020.Abr,TC2020.Ago
Amazonas	Multiplicativo	(2 1 2)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2019.Jun,TC2020.Abr,LS2020.Jun,AO2021.Jan,AO2021.Fev
Roraima	Multiplicativo	(2 1 1)(0 1 1)	Páscoa[15],AO2000.Mar,AO2002.Jul,LS2017.Jan,TC2020.Abr
Pará	Multiplicativo	(1 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2001.Jun,AO2008.Jan,AO2014.Out,LS2020.Abr,LS2020.Jun
Amapá	Multiplicativo	(1 1 0)(0 1 1)	TC2006.Jan,AO2017.Dez,AO2018.Dec,TC2020.Abr,LS2020.Jul,AO2021.Mai
Tocantins	Multiplicativo	(2 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,TC2003.Mai,LS2005.Fev,LS2010.Feb
Maranhão	Multiplicativo	(0 1 2)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,AO2001.Mai,TC2002.Mar,LS2005.Fev,AO2011.Out,TC2020.Abr,LS2020.Jun,LS2020.Dez
Piauí	Multiplicativo	(1 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,TC2000.Jan,TC2001.Jan,TC2002.Jan,TC2003.Jan,TC2003.Mar,LS2005.Fev,AO2008.Jan,TC2010.Abr,TC2019.Jun,TC2020.Abr,AO2020.Mai,LS2020.Ago,AO2021.Feb
Ceará	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2020.Mar,TC2020.Abr,LS2020.Jun,TC2021.Mar
Rio Grande do Norte	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2005.Fev,TC2020.Abr
Paraíba	Multiplicativo	(0 1 1)(1 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,AO2008.Jan,LS2008.Out,TC2020.Abr,LS2020.Jul
Pernambuco	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[15],TC2003.Jan,TC2020.Abr,LS2020.Jul
Alagoas	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[1],TC2020.Abr
Sergipe	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Efeito Calendário,Páscoa[15],LS2005.Fev,LS2006.Feb,LS2015.Jul,TC2020.Abr

Bahia	Multiplicativo	(1 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,AO2019.Dez,TC2020.Abr,LS2020.Jul
Minas Gerais	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[1],LS2020.Abr,TC2020.Abr
Espírito Santo	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[15],AO2002.Abr,TC2017.Fev,TC2020.Abr
Rio de Janeiro	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[15],TC2020.Mar,TC2020.Abr
São Paulo	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[15],AO2017.Mar,TC2020.Abr
Paraná	Multiplicativo	(0 1 1) (2 1 1)	Efeito Calendário,Páscoa[15],TC2003.Fev,LS2005.Feb,TC2020.Abr,AO2021.Jul
Santa Catarina	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Efeito Calendário,Páscoa[1],AO2020.Abr,AO2021.Jul
Rio Grande do Sul	Multiplicativo	(0 1 1)(1 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[1],TC2017.Jan,TC2019.Dez,TC2020.Abr,LS2021.Abr
Mato Grosso do Sul	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Efeito Calendário,Páscoa[15],AO2020.Abr
Mato Grosso	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Efeito Calendário,AO2002.Mai,LS2006.Fev,AO2020.Abr,AO2021.Jan,AO2021.Jul
Goiás	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[1],AO2003.Fev,LS2005.Feb,LS2017.Mar,TC2020.Abr
Distrito Federal	Multiplicativo	(1 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[15],TC2001.Jun,AO2005.Jan,TC2020.Mar,TC2020.Abr,AO2020.Mai,AO2021.Mar

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

UF	DECOMPOSIÇÃO	MODELO ARIMA	REGRESSÃO (REGARIMA)
Rondônia	Multiplicativo	(1 1 1)(0 1 1)	Efeito Calendário,TC2005.Fev,LS2016.Nov,AO2017. Ago,AO2020.Mar,TC2020.Abr
Acre	Multiplicativo	(1 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Páscoa[1],AO2014.Mai,AO2020.Mar,T C2020.Mar
Amazonas	Multiplicativo	(0 1 1)(1 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,AO2014.Mai,TC2020.Mar,TC2020.Abr, LS2020.Jun,AO2021.Jan,AO2021.Fev
Roraima	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Efeito Calendário,Páscoa[15]
Pará	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,LS2005.Fev,LS2020.Abr,LS2020.Jun
Amapá	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	AO2004.Dez,LS2019.Jan,TC2020.Abr,LS2020. Jun,TC2020.Jul,TC2021.Mai
Tocantins	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Páscoa[8],LS2005.Fev,LS2010.Feb,AO 2020.Abr
Maranhão	Multiplicativo	(0 1 1)(1 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[8],LS2020.Mar,TC2020.Abr ,LS2020.Jun
Piauí	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Páscoa[1],AO2010.Mar,TC2019.Jun,A O2020.Mar,TC2020.Abr,LS2020.Ago
Ceará	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[8],LS2008.Out,AO2010.Mar ,TC2012.Jun,LS2020.Mar,TC2020.Abr,LS2020 .Jun,AO2021.Mar
Rio Grande do Norte	Multiplicativo	(0 1 1)(1 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,AO2010.Mar,TC2020.Mar,TC2020. Abr
Paraíba	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2008.Out,LS2014.Dez,TC2020.A br,LS2020.Jul
Pernambuco	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,TC2020.Mar,TC2020.Abr,TC2020.J ul
Alagoas	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,AO2005.Jul,TC2020.Mar,TC2020. Abr
Sergipe	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2005.Fev,AO2010.Mar,TC2020. Mar,TC2020.Abr
Bahia	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,TC2020.Mar,TC2020.Abr,AO2021. Mar

Minas Gerais	Multiplicativo	(2 1 0)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2005.Fev,LS2020.Abr,TC2020.Abr
Espírito Santo	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2011.Jun,AO2017.Fev,TC2020.Abr
Rio de Janeiro	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,AO2020.Mar,TC2020.Abr
São Paulo	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2005.Fev,LS2006.Feb,LS2008.Out,AO2009.Jun,AO2010.Mar,TC2020.Abr,LS2020.Jun
Paraná	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2008.Out,AO2010.Mar,TC2012.Set,TC2020.Mar,AO2020.Abr
Santa Catarina	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,TC2008.Nov,TC2020.Mar,AO2020.Abr
Rio Grande do Sul	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2017.Jan,TC2020.Mar,AO2020.Abr,LS2021.Abr
Mato Grosso do Sul	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2008.Nov,AO2010.Mar,TC2020.Mar,AO2020.Abr
Mato Grosso	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[1],LS2020.Mar
Goiás	Multiplicativo	(0 1 1)(1 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2008.Out,AO2010.Mar,TC2020.Abr
Distrito Federal	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,AO2009.Set,AO2010.Mar,AO2012.Ago,AO2020.Mar,TC2020.Abr

5 DEFLATORES DA PESQUISA

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

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

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

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

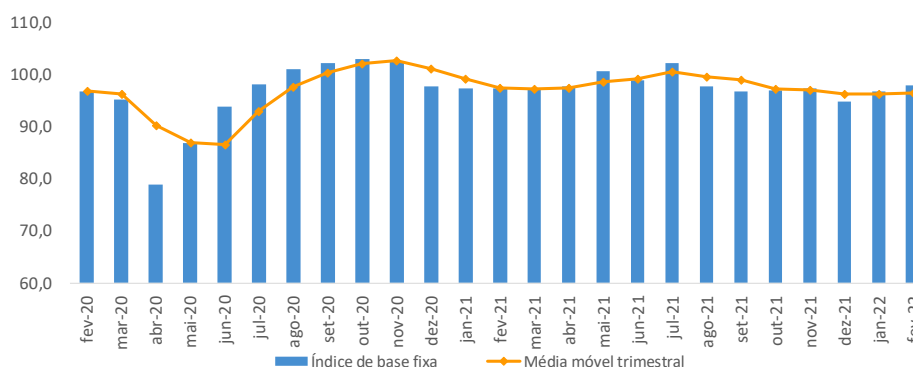
6 OBSERVAÇÕES

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

COMENTÁRIOS

Em fevereiro de 2022 o volume de vendas no **comércio varejista** nacional mostrou aumento de 1,1% nas vendas frente ao mês imediatamente anterior na série livre de influências sazonais, após crescimento de 2,1% em janeiro de 2022. Com isso, a evolução do índice de média móvel trimestral para o varejo depois de registrar 0,0% no trimestre encerrado em janeiro de 2022, variou 0,2% no trimestre encerrado em fevereiro, conforme mostra o Gráfico 1.

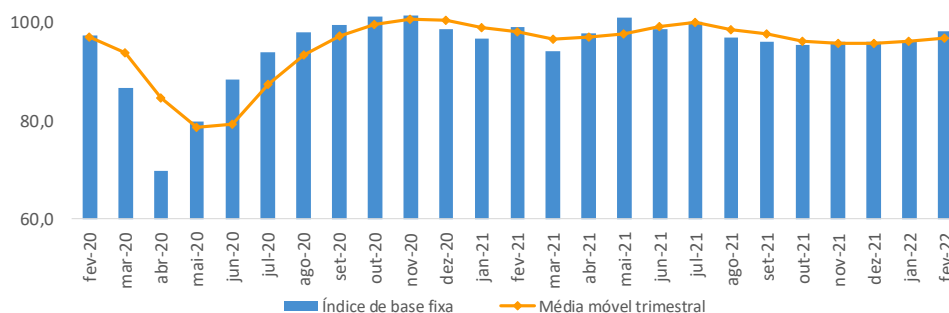
Gráfico 1 - Volume de Vendas do Varejo com Ajuste Sazonal
Índice de Base Fixa e Média Móvel Trimestral
Fevereiro 2022



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

Considerando o **comércio varejista ampliado**, que inclui, além do varejo, as atividades de *Veículos, motos, partes e peças* e de *Material de construção*, o volume de vendas em fevereiro de 2022 mostrou aumento de 2,0% nas vendas frente ao mês imediatamente anterior na série livre de influências sazonais, após variar 0,2% em janeiro de 2022. Com isso, a evolução do índice de média móvel trimestral para o varejo, depois de variação de 0,3% no trimestre encerrado em janeiro de 2022, avançou em 0,7% no trimestre encerrado em fevereiro de 2022, conforme mostra o Gráfico 2.

Gráfico 2 - Volume de Vendas do Varejo Ampliado com Ajuste Sazonal
Índice de Base Fixa e Média Móvel Trimestral
Fevereiro 2022



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

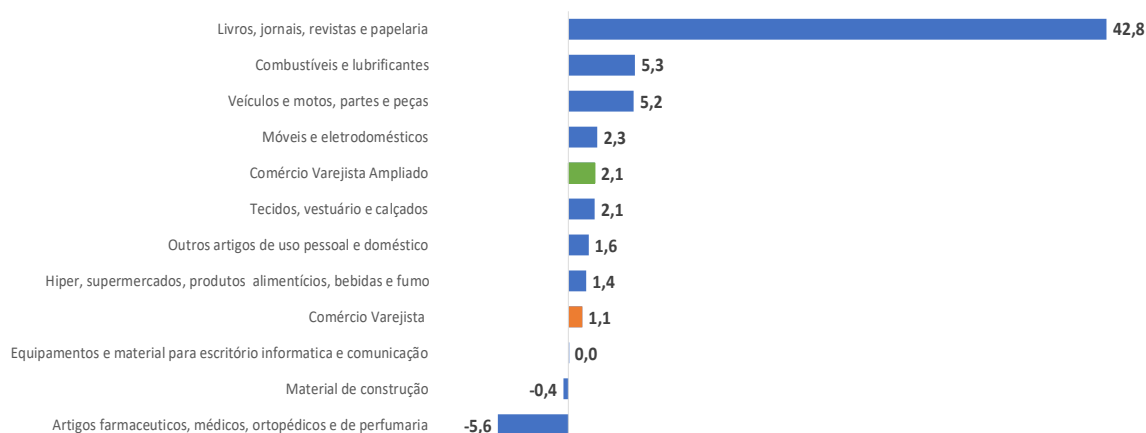
Em fevereiro de 2022, frente a igual mês do ano anterior, o **comércio varejista** mostrou avanço de 1,3%, depois de queda de 1,5% em janeiro de 2022, frente a janeiro de 2021. Em relação ao acumulado no ano, o comércio varejista passou de acúmulo de -1,5% até janeiro para -0,1% para fevereiro. Nos últimos doze meses, ao passar de 1,3% até janeiro para 1,7% em fevereiro, o setor mostrou aumento de intensidade de crescimento. Já o **varejo ampliado** variou 0,3% no indicador interanual, primeiro resultado no campo positivo após seis meses registrando valores no campo negativo (o último mês positivo havia sido em julho de 2021, como 7,1% em relação ao mesmo mês de 2020). No acúmulo de janeiro e fevereiro, o resultado é -0,6%. Nos últimos doze meses a variação acumulada foi de 4,8% em fevereiro, contra 4,6% em janeiro de 2022.

RESULTADOS SETORIAIS

A variação de 1,1% no volume de vendas do comércio varejista na passagem de janeiro para fevereiro de 2022, na série com ajuste sazonal, teve predominância de taxas positivas atingindo, seis das oito atividades pesquisadas, apresentadas a seguir por ordem de magnitude de taxa: *Livros, jornais, revistas e papelaria* (42,8%), *Combustíveis e lubrificantes* (5,3%), *Móveis e eletrodomésticos* (2,3%), *Tecidos, vestuário e calçados* (2,1%), *Outros artigos de uso pessoal e doméstico* (1,6%) e *Hiper, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* (1,4%). Por outro lado, entre janeiro e fevereiro de 2022, um dos oito grupamentos pesquisados mostrou queda: *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria* (-5,6%), O setor de *Equipamentos e material para escritório informática e comunicação* registrou estabilidade (0,0%), na passagem de janeiro para fevereiro. Já o Comércio Varejista Ampliado apresentou crescimento de 2,0% com *Veículos e motos, partes e peças*, no campo positivo crescendo 5,2%, enquanto material de construção variou -0,4% entre janeiro e fevereiro de 2022, conforme Gráfico 3

O indicador interanual, no **comércio varejista**, também teve predominância de taxas no campo positivo, entre os setores, atingindo seis das oito atividades pesquisadas: *Livros, jornais, revistas e papelaria* (18,5%), *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria* (9,4%), *Tecidos, vestuário e calçados* (8,0%), *Hiper, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* (2,0%), *Outros artigos de uso pessoal e doméstico* (1,0%), e *Combustíveis e lubrificantes* (0,1%). Nessa comparação dois setores setores registraram queda: *Equipamentos e material para escritório informática e comunicação* (-7,2%) e *Móveis e eletrodomésticos* (-12,6%). Considerando o **comércio varejista ampliado**, para a mesma comparação, *Veículos e motos, partes e peças* registrou aumento de 1,4% e *Material de construção* registrou queda de 8,0%, conforme Tabela 1.

Gráfico 3 - Volume de Vendas do Comércio Varejista e Varejista Ampliado
Indicador mês/ mês imediatamente anterior
Série com ajuste sazonal
Fevereiro 2022



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

A atividade de *Livros, jornais, revistas e papelaria* apresentou aumento de 18,5% nas vendas frente a fevereiro de 2021, segunda alta consecutiva, já que o indicador interanual, em janeiro, foi de 23,2%. Em relação ao acumulado no ano até fevereiro, ao passar de 23,2% até janeiro para 21,0% no mês de referência, a atividade mostra diminuição de ritmo. No caso do acumulado de doze meses, o indicador de fevereiro registrou 5,0%, primeiro mês a registrar valor positivo, após 95 meses de acúmulos no campo negativo (o último mês que havia sido positivo foi fevereiro de 2014, com 0,7%).

O setor de *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria* apresentou aumento de 9,4% nas vendas frente a fevereiro de 2021, contra 14,2% em janeiro de 2022 frente a janeiro de 2021. O indicador interanual de fevereiro de 2022 também representou a maior contribuição positiva (juntamente com a atividade de hiper e supermercados) dentre as oito pesquisadas: 1,0 p.p. no total de 1,3%. Nos dois primeiros meses do ano o setor acumula 11,9%, abaixo do resultado 10,9% no mês de referência, a atividade mostra redução de ritmo. Em termos de resultado acumulado nos últimos doze meses, ao passar de aumento de 9,9% até janeiro para aumento de 10,0% em fevereiro, o setor mostrou estabilidade de intensidade de crescimento.

A atividade de *Tecidos, vestuário e calçados* apresentou aumento de 8,0% nas vendas frente a fevereiro de 2021, segunda alta consecutiva (2,4% em janeiro de 2022 frente a janeiro de 2021), após três meses de queda (-2,0% em outubro, -4,4% em novembro e -1,0% em dezembro). Nos primeiros dois meses do ano o setor acumula 5,1% de crescimento, maior que o resultado de janeiro

(2,4%). No indicador de 12 meses a atividade passa de 16,1% até janeiro de 2022 para 18,6%, indicando aumento no ritmo de vendas.

Em fevereiro de 2022, o agrupamento que abrange *Hiper, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* apresentou aumento de 2,0% nas vendas frente a fevereiro de 2021 primeiro mês de crescimento após 12 meses registrando valores negativos no indicadores interanual. A atividade divide com o setor farmacêutico o primeiro lugar em termos de contribuição no indicador geral, somando 1,0 p.p. no total de 1,3% do comércio varejista. Vale ressaltar que os indicadores de volume de vendas têm sido impactados pela inflação dos alimentos, o que se evidencia na comparação com os indicadores de receita, que registrara, na comparação fevereiro de 2022 contra fevereiro de 2021, um crescimento de 12,1%. No bimestre o setor acumula 0,5% de variação, enquanto que nos últimos doze meses, o acúmulo é negativo em 2,3%, acima de janeiro (-2,8%).

A atividade denominada de *Outros artigos de uso pessoal e doméstico*, que engloba lojas de departamentos, óticas, joalherias, artigos esportivos, brinquedos etc., apresentou aumento de 1,0%, primeiro mês no campo positivo após seis meses de quedas (em julho de 2021, último com valor positivo, o crescimento foi de 36,8%). Com isso, o primeiro bimestre de 2022 fechou em queda de 3,0%, menos intensa que o resultado de janeiro (-6,2%). Nos últimos 12 meses o indicador permanece estável: 11,3% até janeiro e 11,2% até fevereiro de 2022.

O setor de *Combustíveis e lubrificantes* variou 0,1% nas vendas frente a fevereiro de 2021, resultado que representa o sétimo mês seguido sem crescimento (tanto o resultado de 0,1% de fevereiro de 2022 quanto o 0,4% de agosto de 2021 são considerados estabilidade). No ano o setor acumula -3,6% e nos últimos dozes meses o resultado é de 1,3%.

A atividade de revenda de *Equipamentos e material para escritório informática e comunicação* apresentou queda de 7,2% nas vendas frente a fevereiro de 2021, oitavo mês consecutivo de queda no indicador interanual (o mês de junho de 2021, último a apresentar alta, registrou 3,7%). No primeiro bimestre de 2022 o setor acumula -7,4% em relação ao mesmo período de 2021 e nos últimos dozes meses o valor, até fevereiro, foi de -1,1%, demonstrando diminuição no ritmo de queda frente ao indicador até janeiro (-1,4%)

Já *Móveis e eletrodomésticos* apresentou queda de 12,6% nas vendas frente a fevereiro de 2021, sendo o nono mês a registrar números negativos (maio foi o último mês com valor positivo: 22,7%). O resultado interanual posiciona a atividade como a de maior contribuição, no campo

negativo, ao indicador do comércio varejista, somando -1,3 p.p. no total de +1,3%. No ano o setor acumula -11,9% e nos últimos doze meses -8,5%.

As empresa que comercializam *Veículos e motos, partes e peças* apresentaram aumento de 1,4% nas vendas frente a fevereiro de 2021, quarto mês consecutivo apresentando resultados no campo positivo: 1,8% em novembro de 2021, 0,4% em dezembro e 1,7% em janeiro de 2022. O primeiro bimestre de 2022 apresentou crescimento de 1,5% em relação ao mesmo período do ano anterior enquanto o indicador de doze meses fechou fevereiro com 17,4%, acima do registrado até janeiro (16,9%).

Ainda no âmbito do varejo ampliado, as vendas de *Material de construção* apresentaram queda de 8,0% frente a fevereiro de 2021, mesmo resultado na comparação janeiro de 2022 contra janeiro de 2021 (-8.0%). Tal resultado posiciona o setor como a segunda maior contribuição negativa dentre as dez atividades pesquisadas: -0,8 p.p em 0,3% no total. No ano o setor também acumula -8,0%, enquanto que nos últimos dozes meses o resultado até fevereiro foi de 1,0%.

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 2022

Atividades	COMÉRCIO VAREJISTA		COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO	
	Taxa de variação (%)	Composição absoluta da taxa (p.p.)	Taxa de variação (%)	Composição absoluta da taxa (p.p.)
Taxa Global	1,3	1,3	0,3	0,3
Combustíveis e lubrificantes	0,1	0,0	0,1	0,0
Hiper, supermercados, prods. alimentícios, bebidas e fumo	2,0	1,0	2,0	0,6
Tecidos, vest. e calçados	8,0	0,5	8,0	0,3
Móveis e eletrodomésticos	-12,6	-1,3	-12,6	-0,9
Artigos farmacêuticos, med., ortop. e de perfumaria	9,4	1,0	9,4	0,7
Livros, jornais, rev. e papelaria	18,5	0,1	18,5	0,0
Equip. e mat. para escritório informática e comunicação	-7,2	-0,1	-7,2	-0,1
Outros arts. de uso pessoal e doméstico	1,0	0,1	1,0	0,1
Veículos e motos, partes e peças			1,4	0,3
Material de construção			-8,0	-0,8

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

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

RESULTADOS BIMESTRAIS

O primeiro bimestre de 2022, na comparação com o mesmo período do ano anterior, teve variação de -0,1%. Tal resultado representa o terceiro bimestre consecutivo sem variações no campo positivo: no quarto, quinto e sexto bimestre de 2021 os valores foram, respectivamente, 0,8%, -6,0% e -3,5%. Para essa mesma comparação, o primeiro bimestre de 2021 teve equilíbrio em termos setoriais, com quatro setores apresentando variações no campo negativo (-11,9% para *Móveis e eletrodomésticos*, -7,4% para *Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação*, -3,6% para *Combustíveis e lubrificantes* e -3,0 para *Outros artigos de uso pessoal e doméstico*) e quatro também com resultados no campo positivo (21,0% para *Livros, jornais, revista e papelaria*, 11,9% para *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria*, 5,1% para *Tecidos, vestuário e calçados* e 0,5% para *Hiper e supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo*).

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

Atividades	2020						2021						1º Bim
	1º Bim	2º Bim	3º Bim	4º Bim	5º Bim	6º Bim	1º Bim	2º Bim	3º Bim	4º Bim	5º Bim	6º Bim	
COMÉRCIO VAREJISTA	3,0	-9,1	-3,5	5,8	7,8	2,3	-2,1	12,0	11,0	0,8	-6,0	-3,5	-0,1
Combustíveis e lubrificantes	-0,1	-17,6	-18,9	-9,8	-5,2	-6,5	-9,2	7,9	15,6	3,5	-6,0	-6,6	-3,6
Hiper, supermercados, prods. alimentícios, bebidas e fumo	0,5	7,8	7,9	6,3	5,9	1,0	-1,7	-2,8	-3,7	-3,2	-4,1	-0,5	0,5
Tecidos, vest. e calçados	1,7	-60,2	-53,0	-19,0	-4,5	-7,0	-20,1	61,8	102,2	19,1	-0,9	-2,3	5,1
Móveis e eletrodomésticos	11,4	-23,7	7,4	31,3	25,3	9,8	-2,5	36,4	7,5	-16,0	-22,7	-19,6	-11,9
Artigos farmacêuticos, med., ortop. e de perfumaria	7,4	1,4	2,1	11,2	13,9	13,0	10,9	21,5	16,3	5,7	2,0	5,3	11,9
Livros, jornais, rev. e papelaria	-1,3	-51,5	-54,4	-34,0	-35,6	-29,6	-48,1	15,4	33,2	-12,7	-5,8	-9,4	21,0
Equip. e mat. para escritório informática e comunicação	-9,9	-34,1	-24,9	-8,8	-8,8	-11,2	-11,9	18,5	16,6	-7,1	-12,8	-6,0	-7,4
Outros arts. de uso pessoal e doméstico	8,1	-31,8	-7,6	14,0	18,5	8,2	6,2	60,6	39,0	16,5	-7,0	-4,2	-3,0
COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO	3,2	-17,0	-9,3	2,7	6,7	3,4	-2,5	23,5	18,5	3,5	-5,5	-2,8	-0,6
Veículos e motos, partes e peças	5,1	-40,1	-31,7	-13,4	-3,8	1,6	-10,0	64,6	49,8	17,1	-0,6	1,1	1,5
Material de construção	0,3	-14,4	8,1	23,4	25,9	18,0	14,4	38,6	14,7	-5,8	-12,2	-6,0	-8,0

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

RESULTADOS REGIONAIS

Na passagem de janeiro de para fevereiro de 2022, na série com ajuste sazonal, a taxa média nacional de vendas do **comércio varejista** mostrou avanço de 1,1% com resultados positivos em 26 das 27 Unidades da Federação, com destaque para: Amapá (8,0%), Rondônia (8,0%) e Acre (5,9%). Por outro lado, conforme Gráfico 4, apenas Tocantins registrou resultado negativo entre janeiro de

fevereiro (-3,7%). Para a mesma comparação, no **comércio varejista ampliado**, a variação entre janeiro e fevereiro de 2022 foi de avanço de 2,0% com resultados positivos em 23 das 27 Unidades da Federação, com destaque para: Amapá (8,7%), Acre (8,4%) e Mato Grosso do Sul (7,1%). Por outro lado, pressionando negativamente, figuram 4 das 27 unidades da federação, com destaque para Pernambuco (-14,1%), Bahia (-2,5%) e Espírito Santo (-1,9%), conforme Gráfico 5.

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

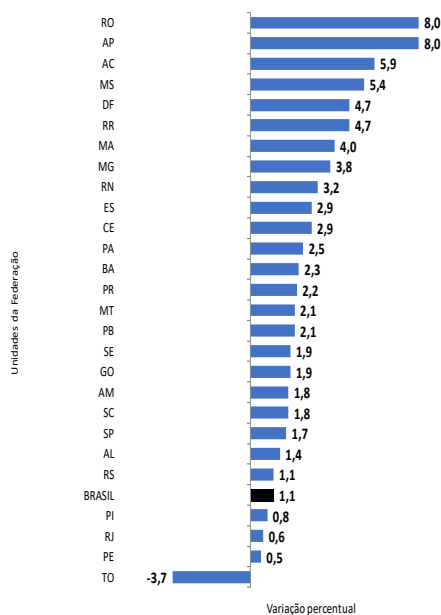
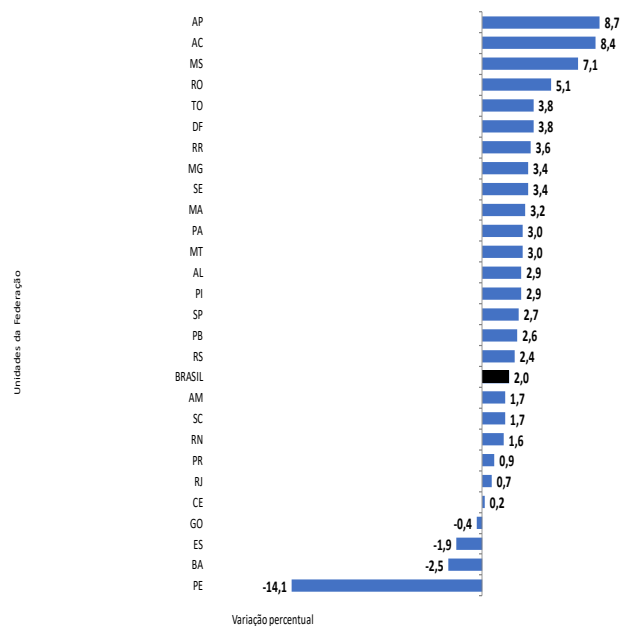


Gráfico 5 -Volume de Vendas do Comércio Varejista Ampliado por UF mês/ mês anterior Fevereiro 2022



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

Frente a fevereiro de 2021, a variação das vendas no **comércio varejista**, no corrente mês, foi de 1,3% com resultados positivos em 18 das 27 Unidades da Federação, com destaque para: Amazonas (21,5%), Roraima (17,8%) e Acre (16,5%). Por outro lado, pressionando negativamente, figuram 9 das 27 unidades da federação, com destaque para Pernambuco (-7,7%), Sergipe (-7,0%) e Piauí (-5,0%), conforme Gráfico 6. Quanto à participação na composição da taxa do varejo, destacaram-se positivamente: Rio Grande do Sul (8,6%), Amazonas (21,5%) e Minas Gerais (2,0%). Os destaques no campo negativo, em termos de contribuição, foram: Pernambuco (-7,7%), Bahia (-3,3%) e São Paulo (-0,3%). Já no **comércio varejista ampliado**, a variação em fevereiro de 2022 contra fevereiro de 2021 foi de 0,3% com resultados positivos em 17 das 27 Unidades da Federação, com destaque para: Amazonas (16,5%), Roraima (13,0%) e Acre (11,6%). Por outro

lado, pressionando negativamente, figuram 10 das 27 Unidades da Federação, com destaque para Pernambuco (-8,0%), Rio Grande do Norte (-5,2%) e Bahia (-4,4%) , conforme Gráfico 7. Quanto à participação na composição da taxa do varejo, destacaram-se negativamente: São Paulo (-1,9%), Pernambuco (-8,0%) e Paraná (-2,3%). Os destaques positivos ficaram por conta de: Santa Catarina (7,7%), Minas Gerais (2,5%) e Rio Grande do Sul (3,3%).

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

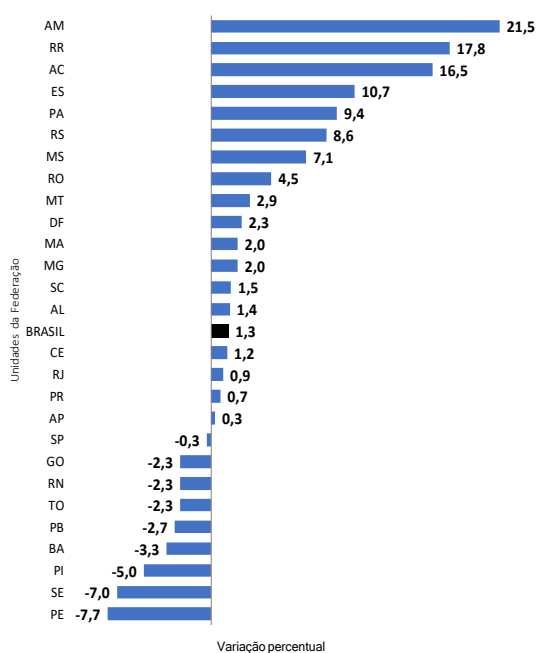
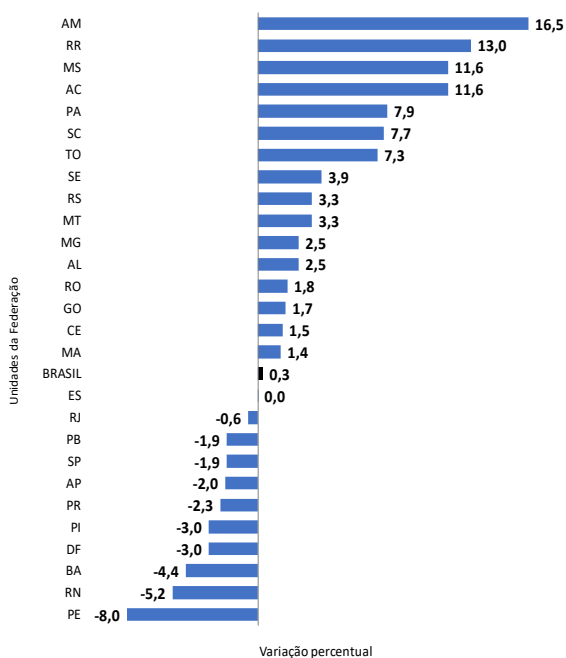
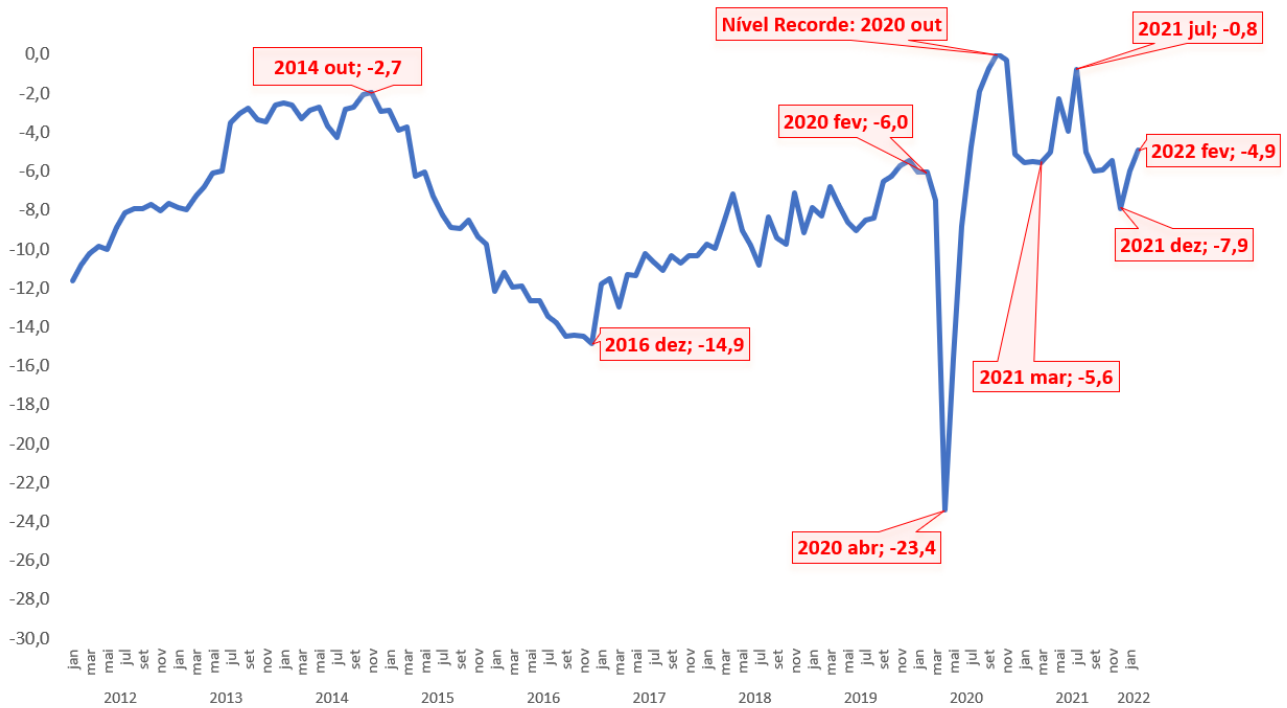


Gráfico 7 - Volume de Vendas do Comércio Varejista Ampliado por UF mês/igual mês do ano anterior Fevereiro 2022



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

Gráfico 8 – Índice de Base Fixa do Comércio Varejista, série com ajuste sazonal, 2012-2022
(base: mês imediatamente anterior)



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

Em síntese, o comércio varejista, na passagem de janeiro para fevereiro de 2022, na série com ajuste sazonal, cresceu 1,1%, segundo mês consecutivo de crescimento (2,1% em janeiro) após queda de 2,6% em dezembro. Com isso, a diferença de patamar de fevereiro para o recorde da série histórica (outubro de 2020) volta a diminuir, passando de -7,9% em dezembro (comparado a outubro) para -6,0% em janeiro e -4,9% em fevereiro, o que se equivale ao nível de agosto de 2021 (-5,0%). Adicionalmente, após 24 meses de trajetória influenciada pela pandemia de Covid-19, o patamar de fevereiro de 2022 se encontra +1,2% acima do nível de fevereiro de 2020. Vale ressaltar que as atividades que compõem o índice geral do comércio varejista tiveram comportamentos distintos ao longo do tempo, variando, em fevereiro de 2022 com relação a fevereiro de 2020, entre -38,7% para o setor de *Livros, jornais, revistas e artigos de papelaria* a 21,9% para *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria*.

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 2022 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mês/Mês anterior (1)			Mensal (2)			Acumulado no ano (3)			Últimos 12 meses (4)		
	DEZ	JAN	FEV	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Comércio varejista (5)	-2,6	2,1	1,1	-2,9	-1,5	1,3	1,4	-1,5	-0,1	1,4	1,3	1,7
1. Combustíveis e lubrificantes	-0,3	0,3	5,3	-6,2	-7,0	0,1	0,3	-7,0	-3,6	0,3	0,4	1,3
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	-0,4	0,3	1,4	-0,4	-1,0	2,0	-2,6	-1,0	0,5	-2,6	-2,8	-2,3
2.1. Hipermercados e supermercados	-0,5	0,2	1,1	-0,6	-1,1	1,5	-2,4	-1,1	0,1	-2,4	-2,7	-2,3
3. Tecidos, vestuário e calçados	-5,6	4,0	2,1	-1,0	2,4	8,0	13,7	2,4	5,1	13,7	16,1	18,6
4. Móveis e eletrodomésticos	-1,3	-1,3	2,3	-17,9	-11,4	-12,6	-7,0	-11,4	-11,9	-7,0	-7,5	-8,5
4.1. Móveis	-	-	-	-14,9	-7,7	-5,5	-1,9	-7,7	-6,6	-1,9	-2,3	-2,9
4.2. Eletrodomésticos	-	-	-	-19,9	-13,2	-16,1	-9,2	-13,2	-14,6	-9,2	-9,7	-11,0
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	2,6	8,3	-5,6	7,7	14,2	9,4	9,8	14,2	11,9	9,8	9,9	10,0
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-0,4	-25,7	42,8	-5,9	23,2	18,5	-16,8	23,2	21,0	-16,8	-4,0	5,0
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-2,1	-2,4	0,0	-6,4	-7,6	-7,2	-2,0	-7,6	-7,4	-2,0	-1,4	-1,1
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-10,8	6,0	1,6	-5,8	-6,2	1,0	12,7	-6,2	-3,0	12,7	11,3	11,2
Comércio varejista ampliado (6)	0,0	0,2	2,0	-2,7	-1,5	0,3	4,5	-1,5	-0,6	4,5	4,6	4,8
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	0,1	-6,6	5,2	0,4	1,7	1,4	14,9	1,7	1,5	14,9	16,9	17,4
10. Material de construção	-1,4	-0,5	-0,4	-8,2	-8,0	-8,0	4,4	-8,0	-8,0	4,4	2,9	1,0

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

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

(2) Base: igual mês do ano anterior

(3) Base: igual período do ano anterior

(4) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 2 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista, segundo as unidades da federação
Fevereiro 2022 - Variação (%)

Brasil e Unidades da Federação	Mês/Mês anterior (1)			Mensal (2)			Acumulado no ano (3)			Últimos 12 meses (4)		
	DEZ	JAN	FEV	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Brasil	-2,6	2,1	1,1	-2,9	-1,5	1,3	1,4	-1,5	-0,1	1,4	1,3	1,7
Rondônia	0,7	-0,6	8,0	-4,5	6,5	4,5	7,0	6,5	5,4	7,0	8,2	8,6
Acre	-3,7	-1,4	5,9	-4,7	-5,3	16,5	3,3	-5,3	4,4	3,3	2,6	4,7
Amazonas	-0,7	-2,2	1,8	-1,3	35,7	21,5	-1,2	35,7	28,4	-1,2	2,8	5,4
Roraima	0,1	0,9	4,7	3,0	7,5	17,8	6,2	7,5	12,4	6,2	6,2	7,5
Pará	-0,4	1,7	2,5	0,5	3,3	9,4	7,1	3,3	6,2	7,1	6,5	6,9
Amapá	-2,3	-4,3	8,0	-8,5	-10,8	0,3	8,5	-10,8	-5,5	8,5	6,6	5,8
Tocantins	3,6	-1,1	-3,7	3,1	-0,9	-2,3	-7,3	-0,9	-1,6	-7,3	-7,6	-6,3
Maranhão	-1,9	0,5	4,0	-5,4	-4,6	2,0	-1,8	-4,6	-1,5	-1,8	-2,3	-2,1
Piauí	1,1	-0,2	0,8	-3,4	0,8	-5,0	10,0	0,8	-2,1	10,0	9,5	8,0
Ceará	-0,9	-0,7	2,9	-8,8	-4,5	1,2	-3,3	-4,5	-1,8	-3,3	-3,3	-2,7
Rio Grande do Norte	1,9	-1,8	3,2	-5,1	-7,7	-2,3	-0,8	-7,7	-5,1	-0,8	-1,3	-1,0
Paraíba	-0,1	1,7	2,1	-9,3	-6,9	-2,7	-4,0	-6,9	-4,9	-4,0	-4,3	-3,9
Pernambuco	-5,3	3,1	0,5	-11,5	-7,7	-7,7	1,3	-7,7	-7,7	1,3	0,5	-0,2
Alagoas	-2,0	3,4	1,4	-8,0	1,0	1,4	-1,0	1,0	1,2	-1,0	-0,5	0,3
Sergipe	-0,1	0,4	1,9	-11,2	-8,9	-7,0	-3,8	-8,9	-8,0	-3,8	-4,3	-4,4
Bahia	-2,6	4,2	2,3	-12,7	-7,6	-3,3	-0,6	-7,6	-5,5	-0,6	-1,0	-0,8
Minas Gerais	-2,1	-0,9	3,8	-0,4	-7,0	2,0	3,1	-7,0	-2,8	3,1	1,6	1,7
Espírito Santo	0,8	1,8	2,9	3,7	6,8	10,7	6,8	6,8	8,7	6,8	7,1	7,8
Rio de Janeiro	-2,7	3,8	0,6	-6,1	-1,0	0,9	-0,5	-1,0	-0,1	-0,5	-0,3	0,4
São Paulo	-0,6	0,9	1,7	-2,5	-1,1	-0,3	2,2	-1,1	-0,7	2,2	2,1	2,2
Paraná	0,3	0,5	2,2	-2,4	-2,0	0,7	-0,4	-2,0	-0,7	-0,4	-0,4	-0,1
Santa Catarina	1,2	-0,7	1,8	-0,8	0,4	1,5	1,5	0,4	1,0	1,5	1,5	1,9
Rio Grande do Sul	-0,9	0,1	1,1	3,8	5,2	8,6	2,9	5,2	6,8	2,9	4,0	5,6
Mato Grosso do Sul	0,2	-1,7	5,4	4,1	0,5	7,1	5,6	0,5	3,7	5,6	5,6	6,1
Mato Grosso	-1,8	-1,1	2,1	-1,3	5,8	2,9	-0,6	5,8	4,3	-0,6	0,4	1,2
Goiás	1,1	0,3	1,9	-2,3	-5,2	-2,3	-0,5	-5,2	-3,8	-0,5	-0,7	-0,5
Distrito Federal	-4,7	1,6	4,7	-7,0	-8,1	2,3	-5,0	-8,1	-3,2	-5,0	-5,0	-3,6

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

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

(2) Base: igual mês do ano anterior

(3) Base: igual período do ano anterior

(4) Base: últimos 12 meses anteriores

Pesquisa Mensal de Comércio

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

Brasil e Unidades da Federação	Mês/Mês anterior (1)			Mensal (2)			Acumulado no ano (3)			Últimos 12 meses (4)		
	DEZ	JAN	FEV	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Brasil	0,0	0,0	2,0	-2,7	-1,8	0,0	4,5	-1,8	-0,9	4,5	4,6	4,8
Rondônia	0,4	-1,3	5,1	-3,5	1,5	1,8	11,1	1,5	1,7	11,1	11,5	11,0
Acre	-3,9	-1,2	8,4	-9,4	-5,8	11,6	4,4	-5,8	2,2	4,4	3,9	5,4
Amazonas	0,0	-4,1	1,7	-3,7	34,7	16,5	-0,5	34,7	25,1	-0,5	3,8	6,1
Roraima	-0,8	0,0	3,6	4,9	8,2	13,0	10,7	8,2	10,5	10,7	10,7	11,2
Pará	0,1	1,1	3,0	0,0	3,5	7,9	9,4	3,5	5,6	9,4	9,2	9,4
Amapá	-2,7	-6,2	8,7	-12,1	-12,9	-2,0	7,0	-12,9	-7,8	7,0	5,1	4,3
Tocantins	7,8	-6,6	3,8	12,1	-0,2	7,3	3,6	-0,2	3,5	3,6	3,4	4,4
Maranhão	-0,1	0,0	3,2	-6,0	-5,7	1,4	2,3	-5,7	-2,3	2,3	1,5	1,4
Piauí	0,0	-2,3	2,9	-5,7	-1,7	-3,0	12,6	-1,7	-2,3	12,6	12,4	11,3
Ceará	-1,5	0,4	0,2	-1,4	4,1	1,5	7,2	4,1	2,8	7,2	8,1	8,3
Rio Grande do Norte	3,0	-2,2	1,6	-2,4	-6,0	-5,2	2,5	-6,0	-5,6	2,5	2,3	1,9
Paraíba	-2,1	3,8	2,6	-11,2	-7,2	-1,9	2,0	-7,2	-4,7	2,0	1,6	1,8
Pernambuco	-1,0	1,5	-14,1	7,5	12,6	-8,1	17,9	12,6	2,5	17,9	18,8	17,3
Alagoas	-3,9	4,3	2,9	-7,6	-2,5	2,5	4,4	-2,5	-0,1	4,4	4,5	5,0
Sergipe	-3,6	6,8	4,3	-8,5	-1,5	3,9	6,1	-1,5	1,1	6,1	5,8	6,1
Bahia	-1,5	3,1	-2,9	-4,8	4,5	-5,2	7,3	4,5	-0,2	7,3	8,2	8,1
Minas Gerais	-1,1	-0,8	3,4	0,5	-6,1	2,5	5,4	-6,1	-2,0	5,4	4,3	4,3
Espírito Santo	3,4	-0,9	-1,9	9,4	5,2	0,0	13,6	5,2	2,6	13,6	14,0	13,2
Rio de Janeiro	-1,8	0,0	0,7	-4,6	-1,5	-0,6	2,3	-1,5	-1,1	2,3	2,7	3,3
São Paulo	0,5	-0,5	2,6	-6,7	-6,3	-2,8	1,7	-6,3	-4,6	1,7	1,6	1,6
Paraná	0,8	1,3	0,9	-4,5	-3,0	-2,3	1,8	-3,0	-2,7	1,8	1,7	1,7
Santa Catarina	0,0	2,1	1,5	2,8	4,6	7,3	8,7	4,6	5,9	8,7	9,0	9,6
Rio Grande do Sul	0,6	-1,2	2,4	1,2	-0,3	3,3	4,0	-0,3	1,4	4,0	4,8	5,8
Mato Grosso do Sul	1,3	-3,3	7,1	7,3	2,3	11,6	11,6	2,3	6,9	11,6	11,5	12,0
Mato Grosso	1,1	-0,4	3,0	0,6	3,3	3,3	6,4	3,3	3,3	6,4	6,7	6,9
Goiás	3,2	-0,5	-0,4	8,2	4,0	1,7	10,1	4,0	2,9	10,1	10,8	10,7
Distrito Federal	-2,5	0,6	4,0	-11,3	-8,9	-2,8	-2,2	-8,9	-6,0	-2,2	-1,9	-1,3

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

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

(2) Base: igual mês do ano anterior

(3) Base: igual período do ano anterior

(4) Base: últimos 12 meses anteriores

Pesquisa Mensal de Comércio

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

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Comércio Varejista (4)	-8,8	-4,5	1,2	-3,3	-4,5	-1,8	-3,3	-3,3	-2,7
1. Combustíveis e lubrificantes	-7,5	-8,5	2,6	8,7	-8,5	-3,2	8,7	8,3	8,5
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	-5,2	-2,8	0,4	-6,9	-2,8	-1,3	-6,9	-7,0	-6,5
2.1. Hipermercados e supermercados	-3,4	-4,2	-4,4	-5,6	-4,2	-4,3	-5,6	-5,8	-5,8
3. Tecidos, vestuário e calçados	-7,9	-8,4	22,5	0,5	-8,4	4,2	0,5	2,1	5,4
4. Móveis e eletrodomésticos	-22,7	-17,9	-16,2	-9,4	-17,9	-17,1	-9,4	-10,6	-11,8
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	3,4	14,5	-0,1	4,0	14,5	7,4	4,0	4,8	4,4
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	7,7	22,8	-15,2	-25,1	22,8	13,6	-25,1	-8,6	-1,3
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-14,3	-15,3	5,3	0,3	-15,3	-6,5	0,3	-2,5	-1,9
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-15,9	-8,8	6,2	-5,0	-8,8	-2,1	-5,0	-4,7	-3,7
Comércio Varejista Ampliado (5)	-1,4	4,1	1,5	7,2	4,1	2,8	7,2	8,1	8,3
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	17,0	14,2	-1,3	29,6	14,2	6,7	29,6	32,1	31,5
10. Material de construção	10,8	34,2	9,9	23,2	34,2	22,0	23,2	26,7	25,9

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio

**Tabela 4 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Pernambuco - Fevereiro 2022 - Variação (%)**

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Comércio Varejista (4)	-11,5	-7,7	-7,7	1,3	-7,7	-7,7	1,3	0,5	-0,2
1. Combustíveis e lubrificantes	-10,9	-9,1	-2,3	5,3	-9,1	-5,9	5,3	4,5	4,7
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	-13,0	-9,4	-7,4	-10,7	-9,4	-8,4	-10,7	-11,1	-11,2
2.1. Hipermercados e supermercados	-16,0	-10,6	-8,6	-12,6	-10,6	-9,6	-12,6	-13,2	-13,2
3. Tecidos, vestuário e calçados	-7,1	-5,0	-3,9	15,0	-5,0	-4,5	15,0	15,5	16,2
4. Móveis e eletrodomésticos	-32,0	-34,0	-29,5	-23,0	-34,0	-31,9	-23,0	-24,1	-25,6
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	11,2	13,8	7,6	28,8	13,8	10,8	28,8	26,8	24,5
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	23,8	22,5	-3,3	10,3	22,5	9,9	10,3	30,6	28,0
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	31,1	57,8	-5,7	0,6	57,8	29,0	0,6	9,7	14,6
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-18,1	-9,9	-14,2	11,7	-9,9	-11,9	11,7	9,2	6,3
Comércio Varejista Ampliado (5)	7,5	12,6	-8,0	17,9	12,6	2,5	17,9	18,8	17,3
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	68,5	69,1	-8,0	70,4	69,1	29,9	70,4	76,7	72,0
10. Material de construção	-16,0	-12,7	-11,7	0,4	-12,7	-12,2	0,4	-0,6	-2,4

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio

Tabela 4 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Bahia - Fevereiro 2022 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Comércio Varejista (4)	-12,7	-7,6	-3,3	-0,6	-7,6	-5,5	-0,6	-1,0	-0,8
1. Combustíveis e lubrificantes	-22,3	-19,6	-12,9	-1,6	-19,6	-16,4	-1,6	-3,3	-3,7
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	-12,1	-8,5	-1,4	-9,5	-8,5	-5,0	-9,5	-9,7	-9,0
2.1. Hipermercados e supermercados	-13,0	-9,4	-1,5	-9,5	-9,4	-5,5	-9,5	-9,9	-9,5
3. Tecidos, vestuário e calçados	0,0	-1,0	15,1	24,2	-1,0	6,4	24,2	26,8	32,3
4. Móveis e eletrodomésticos	-34,9	-30,2	-30,9	-7,0	-30,2	-30,5	-7,0	-10,0	-13,9
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	16,6	24,3	24,4	13,0	24,3	24,3	13,0	14,0	15,0
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-11,1	17,7	13,1	-21,8	17,7	15,4	-21,8	-7,5	2,0
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-25,9	-0,8	13,6	5,2	-0,8	6,4	5,2	6,7	9,7
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-9,8	2,2	0,5	11,0	2,2	1,4	11,0	11,3	12,1
Comércio Varejista Ampliado (5)	-4,8	4,5	-4,4	7,3	4,5	0,2	7,3	8,2	8,2
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	26,2	49,7	-6,2	43,6	49,7	21,5	43,6	50,6	49,8
10. Material de construção	-17,8	-14,8	-7,5	-11,1	-14,8	-11,3	-11,1	-12,3	-12,7

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio

**Tabela 4 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Minas Gerais - Fevereiro 2022 - Variação (%)**

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Comércio Varejista (4)	-0,4	-7,0	2,0	3,1	-7,0	-2,8	3,1	1,6	1,7
1. Combustíveis e lubrificantes	-10,4	-12,9	-9,8	-0,7	-12,9	-11,4	-0,7	-2,3	-3,3
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	0,3	-2,6	2,5	-0,1	-2,6	-0,1	-0,1	-0,7	-0,4
2.1. Hipermercados e supermercados	0,1	-2,4	2,3	-0,4	-2,4	-0,1	-0,4	-1,0	-0,8
3. Tecidos, vestuário e calçados	-12,4	1,6	-4,4	5,9	1,6	-1,5	5,9	8,3	9,1
4. Móveis e eletrodomésticos	-22,1	-22,3	-31,5	-12,4	-22,3	-26,8	-12,4	-13,6	-16,7
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	15,9	21,8	21,8	20,7	21,8	21,8	20,7	20,5	21,0
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	16,7	59,0	40,7	-5,2	59,0	49,3	-5,2	12,7	24,9
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-29,2	-21,8	-15,7	-9,3	-21,8	-18,9	-9,3	-9,7	-10,8
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	12,2	-30,6	17,3	15,5	-30,6	-14,5	15,5	5,7	6,8
Comércio Varejista Ampliado (5)	0,5	-6,1	2,5	5,4	-6,1	-2,0	5,4	4,3	4,3
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	7,1	4,2	10,4	16,8	4,2	7,4	16,8	18,9	19,3
10. Material de construção	-3,8	-16,7	-10,1	3,3	-16,7	-13,5	3,3	1,2	-1,1

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio

Tabela 4 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Espírito Santo - Fevereiro 2022 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Comércio Varejista (4)	3,7	6,8	10,7	6,8	6,8	8,7	6,8	7,1	7,8
1. Combustíveis e lubrificantes	-2,6	-6,0	4,4	14,9	-6,0	-1,1	14,9	13,1	13,0
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	7,0	6,4	10,8	1,3	6,4	8,6	1,3	1,4	2,5
2.1. Hipermercados e supermercados	7,1	6,4	10,9	1,7	6,4	8,6	1,7	1,8	2,7
3. Tecidos, vestuário e calçados	2,9	8,1	19,1	25,4	8,1	13,7	25,4	25,5	26,0
4. Móveis e eletrodomésticos	-12,9	1,8	-6,5	-7,2	1,8	-2,3	-7,2	-6,2	-6,5
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	10,6	17,8	21,6	16,1	17,8	19,6	16,1	16,4	17,6
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-8,4	44,3	16,5	-10,4	44,3	32,7	-10,4	5,5	9,8
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	76,5	68,9	56,9	54,7	68,9	62,9	54,7	57,7	58,4
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-2,5	2,7	17,8	26,7	2,7	9,9	26,7	26,4	27,2
Comércio Varejista Ampliado (5)	9,4	5,2	0,0	13,6	5,2	2,6	13,6	14,0	13,2
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	19,5	4,1	-13,4	25,2	4,1	-4,7	25,2	26,3	23,9
10. Material de construção	7,5	-0,2	2,8	5,6	-0,2	1,3	5,6	3,7	1,4

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio

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

Rio De Janeiro - Fevereiro 2022 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Comércio Varejista (4)	-6,1	-1,0	0,9	-0,5	-1,0	-0,1	-0,5	-0,3	0,4
1. Combustíveis e lubrificantes	-9,2	-17,3	0,8	7,0	-17,3	-8,8	7,0	5,5	6,3
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	-5,1	-5,3	-1,4	-8,6	-5,3	-3,4	-8,6	-8,6	-7,7
2.1. Hipermercados e supermercados	-6,7	-6,2	-3,8	-9,0	-6,2	-5,0	-9,0	-9,0	-8,3
3. Tecidos, vestuário e calçados	-5,6	-5,2	-11,6	15,8	-5,2	-8,4	15,8	17,9	18,7
4. Móveis e eletrodomésticos	-10,6	-2,4	5,0	4,2	-2,4	1,0	4,2	2,4	1,8
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	1,7	13,9	7,5	5,5	13,9	10,9	5,5	6,5	7,3
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	3,3	28,9	45,0	-8,6	28,9	36,9	-8,6	4,2	17,7
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-7,2	-5,3	-11,2	-6,3	-5,3	-8,5	-6,3	-5,6	-2,8
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-9,5	9,5	5,5	9,9	9,5	7,7	9,9	10,8	11,6
Comércio Varejista Ampliado (5)	-4,6	-1,5	-0,6	2,3	-1,5	-1,1	2,3	2,7	3,3
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	13,6	7,2	-0,1	23,1	7,2	3,5	23,1	26,3	26,7
10. Material de construção	-22,9	-26,2	-21,6	-5,5	-26,2	-24,1	-5,5	-7,6	-9,2

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio

Tabela 4 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
São Paulo - Fevereiro 2022 - Variação (%)

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

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

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

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Comércio Varejista (4)	-2,4	-2,0	0,7	-0,4	-2,0	-0,7	-0,4	-0,4	-0,1
1. Combustíveis e lubrificantes	-13,5	-9,5	-4,3	-3,5	-9,5	-6,9	-3,5	-3,8	-3,5
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	-0,8	0,3	-0,4	-5,2	0,3	0,0	-5,2	-5,0	-4,6
2.1. Hipermercados e supermercados	-1,1	-0,1	-0,5	-4,8	-0,1	-0,3	-4,8	-4,7	-4,4
3. Tecidos, vestuário e calçados	10,4	-1,3	16,8	13,3	-1,3	7,0	13,3	15,1	18,2
4. Móveis e eletrodomésticos	-20,5	-22,9	-0,6	-10,5	-22,9	-12,7	-10,5	-12,7	-13,2
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	3,7	14,4	9,3	16,0	14,4	11,9	16,0	15,6	15,0
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	6,3	15,9	5,8	4,7	15,9	10,8	4,7	10,7	13,7
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-25,7	-38,0	-25,6	-9,2	-38,0	-29,3	-9,2	-11,3	-13,8
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	3,6	-0,6	4,3	17,3	-0,6	1,7	17,3	18,0	19,3
Comércio Varejista Ampliado (5)	-4,5	-3,0	-2,3	1,8	-3,0	-2,7	1,8	1,7	1,7
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-7,5	-4,8	-4,7	5,3	-4,8	-4,7	5,3	5,5	5,4
10. Material de construção	-11,4	-5,0	-12,4	6,9	-5,0	-8,8	6,9	5,7	3,4

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

(5) O indicador do comércio varejista ampliado é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 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 2022 - Variação (%)

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

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

(5) O indicador do comércio varejista ampliado é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 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 2022 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Comércio Varejista (4)	3,8	5,2	8,6	2,9	5,2	6,8	2,9	4,0	5,6
1. Combustíveis e lubrificantes	6,4	4,8	13,4	0,2	4,8	8,9	0,2	4,0	8,4
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	2,9	4,7	9,0	-5,6	4,7	6,8	-5,6	-5,2	-3,8
2.1. Hipermercados e supermercados	3,3	5,5	9,6	-5,4	5,5	7,5	-5,4	-4,9	-3,6
3. Tecidos, vestuário e calçados	10,5	-7,2	20,6	22,1	-7,2	5,7	22,1	23,2	27,1
4. Móveis e eletrodomésticos	-14,0	-0,5	-6,7	-4,7	-0,5	-3,4	-4,7	-4,3	-4,2
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	6,9	17,3	8,0	16,7	17,3	12,8	16,7	16,8	16,1
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-0,6	17,8	84,0	-9,7	17,8	54,6	-9,7	-1,0	24,8
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-17,6	-30,0	-20,9	-18,2	-30,0	-25,7	-18,2	-17,0	-15,6
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	15,0	9,0	10,9	30,2	9,0	9,9	30,2	32,3	34,5
Comércio Varejista Ampliado (5)	1,2	-0,3	3,3	4,0	-0,3	1,4	4,0	4,8	5,8
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-3,9	-15,1	-9,1	7,9	-15,1	-12,1	7,9	9,1	9,5
10. Material de construção	-9,6	-12,6	-10,2	5,1	-12,6	-11,4	5,1	3,6	1,5

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

(5) O indicador do comércio varejista ampliado é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 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 2022 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Comércio Varejista (4)	-2,3	-5,2	-2,3	-0,5	-5,2	-3,8	-0,5	-0,7	-0,5
1. Combustíveis e lubrificantes	-7,1	-14,3	-13,5	1,5	-14,3	-13,9	1,5	-0,3	-2,2
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	-2,9	-3,7	0,8	-9,0	-3,7	-1,5	-9,0	-8,5	-7,5
2.1. Hipermercados e supermercados	-3,6	-5,2	-0,3	-9,5	-5,2	-2,8	-9,5	-9,0	-8,2
3. Tecidos, vestuário e calçados	8,4	-3,7	8,8	23,1	-3,7	2,1	23,1	23,2	26,1
4. Móveis e eletrodomésticos	-14,4	-16,3	-13,9	-9,5	-16,3	-15,2	-9,5	-10,7	-11,9
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	15,1	15,6	9,5	23,6	15,6	12,7	23,6	23,3	22,6
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	16,1	58,4	52,6	2,8	58,4	56,1	2,8	17,4	29,4
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	10,9	9,6	8,9	18,2	9,6	9,3	18,2	18,3	18,2
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-3,6	-3,3	1,9	10,8	-3,3	-1,0	10,8	10,9	11,8
Comércio Varejista Ampliado (5)	8,2	4,0	1,7	10,1	4,0	2,9	10,1	10,8	10,7
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	36,5	25,6	14,5	35,2	25,6	20,0	35,2	38,8	38,6
10. Material de construção	-8,5	-9,0	-17,5	3,5	-9,0	-13,3	3,5	2,1	-0,7

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 4 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Distrito Federal - Fevereiro 2022 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Comércio Varejista (4)	-7,0	-8,1	2,3	-5,0	-8,1	-3,2	-5,0	-5,0	-3,6
1. Combustíveis e lubrificantes	-13,9	-7,1	12,1	-21,1	-7,1	1,7	-21,1	-19,3	-15,5
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	-11,2	-8,9	-0,5	-16,4	-8,9	-4,8	-16,4	-16,1	-14,5
2.1. Hipermercados e supermercados	-12,5	-10,8	-1,6	-18,0	-10,8	-6,2	-18,0	-17,7	-16,2
3. Tecidos, vestuário e calçados	-13,9	-14,2	-2,4	11,8	-14,2	-8,8	11,8	12,2	14,5
4. Móveis e eletrodomésticos	-20,4	-23,1	-26,8	-0,4	-23,1	-24,9	-0,4	-4,6	-8,8
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	6,5	13,4	11,4	12,9	13,4	12,5	12,9	13,0	13,5
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	6,9	-36,8	-26,7	-3,7	-36,8	-32,6	-3,7	-5,9	-0,7
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-9,2	-14,4	-34,6	-27,0	-14,4	-25,6	-27,0	-23,1	-23,5
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	17,8	-7,1	34,8	27,7	-7,1	12,2	27,7	26,8	30,2
Comércio Varejista Ampliado (5)	-11,3	-8,9	-3,0	-2,2	-8,9	-6,1	-2,2	-1,9	-1,3
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-23,8	-12,5	-14,9	0,5	-12,5	-13,6	0,5	2,4	2,3
10. Material de construção	-9,7	-6,5	-3,1	4,4	-6,5	-4,9	4,4	3,1	2,1

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 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 2022

Atividades	Comércio varejista ampliado												
	fev/2021	mar/2021	abr/2021	mai/2021	jun/2021	jul/2021	ago/2021	set/2021	out/2021	nov/2021	dez/2021	jan/2022	fev/2022
Comércio Varejista (1)	86,1	91,3	91,7	99,6	95,9	103,6	97,0	93,0	97,5	104,0	121,4	92,2	87,2
1. Combustíveis e lubrificantes	65,9	68,8	69,0	74,2	72,8	77,9	72,9	70,7	72,4	68,6	71,9	66,1	66,0
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	93,0	104,0	99,1	101,0	97,4	103,8	100,6	97,3	103,1	102,5	122,6	97,2	94,8
2.1. Hipermercados e supermercados	95,3	106,5	101,5	103,4	99,5	106,1	102,7	99,2	105,4	104,9	125,8	99,4	96,7
3. Tecidos, vestuário e calçados	55,0	37,1	55,7	85,7	80,7	85,9	78,1	71,3	79,4	87,2	144,6	59,1	59,4
4. Móveis e eletrodomésticos	80,5	75,1	81,6	94,2	86,3	89,1	85,0	80,7	78,9	98,3	100,5	78,1	70,4
4.1. Móveis	72,8	69,9	76,6	87,7	84,3	92,5	88,7	80,5	82,3	91,1	97,1	73,5	68,8
4.2. Eletrodomésticos	83,7	76,7	83,3	96,5	86,6	86,7	82,5	79,9	76,5	100,6	100,8	79,5	70,2
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	123,0	144,5	133,9	138,0	135,3	140,5	138,6	135,5	137,0	143,7	164,5	152,3	134,6
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	35,4	23,4	24,5	22,3	26,6	26,0	25,4	22,3	23,6	28,0	40,8	48,6	42,0
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	67,8	65,8	64,7	71,9	69,5	70,8	66,0	61,6	68,0	80,5	78,8	59,8	62,9
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	92,6	97,8	106,6	121,3	118,3	143,7	116,9	110,0	118,4	149,3	153,5	107,8	93,6
Comércio Varejista Ampliado (2)	85,8	91,7	92,0	99,2	97,3	103,8	99,5	94,9	97,2	103,0	113,8	90,3	86,1
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	79,4	85,6	87,3	92,2	94,9	98,6	100,2	92,9	90,6	95,3	97,0	82,3	80,5
10. Material de construção	101,8	111,1	106,5	115,3	115,2	119,3	116,7	114,4	112,6	116,6	102,6	98,1	93,6

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

Nota: Base: 2014 = 100

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

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

**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 2022 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mês/Mês anterior (1)			Mensal (2)			Acumulado no ano (3)			Últimos 12 meses (4)		
	DEZ	JAN	FEV	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Comércio varejista (5)	0,3	2,3	2,3	8,9	11,0	14,3	13,9	11,0	12,6	13,9	14,0	14,7
1. Combustíveis e lubrificantes	-0,7	0,1	3,2	39,5	34,0	33,9	35,5	34,0	34,0	35,5	39,5	43,0
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	-0,7	1,1	2,6	7,5	7,5	12,1	9,7	7,5	9,7	9,7	8,9	9,1
2.1. Hipermercados e supermercados	-1,0	1,4	2,5	7,3	7,4	11,5	9,8	7,4	9,4	9,8	9,0	9,0
3. Tecidos, vestuário e calçados	-0,7	-1,4	3,0	8,9	13,8	20,6	19,6	13,8	17,1	19,6	23,0	26,4
4. Móveis e eletrodomésticos	-0,3	0,4	3,7	-8,4	-0,1	-0,3	3,4	-0,1	-0,2	3,4	3,1	2,4
4.1. Móveis	-	-	-	-4,5	4,1	7,3	7,0	4,1	5,6	7,0	7,4	7,6
4.2. Eletrodomésticos	-	-	-	-10,4	-1,7	-3,4	2,2	-1,7	-2,5	2,2	1,6	0,4
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	3,8	9,3	-4,1	13,7	21,0	16,4	13,1	21,0	18,8	13,1	13,9	14,5
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-14,2	-41,0	126,2	-1,5	29,2	24,3	-14,9	29,2	26,8	-14,9	-1,4	8,2
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-1,1	-2,4	0,3	-5,3	-5,8	-3,9	4,3	-5,8	-4,8	4,3	4,1	3,6
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-9,1	10,2	2,3	4,3	5,1	12,8	21,5	5,1	8,5	21,5	20,6	20,9
Comércio varejista ampliado (6)	0,2	2,1	2,9	10,4	12,0	14,5	18,0	12,0	13,2	18,0	18,4	18,8
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	1,7	-4,8	6,3	17,7	18,5	19,8	29,5	18,5	19,2	29,5	32,2	33,4
10. Material de construção	-0,1	0,2	1,6	8,9	7,7	6,4	27,7	7,7	7,0	27,7	25,8	23,2

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

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

(2) Base: igual mês do ano anterior

(3) Base: igual período do ano anterior

(4) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 7 - Indicadores de Receita Nominal de Vendas do Comércio Varejista, segundo as unidades da federação
Fevereiro 2022 - Variação (%)

Brasil e Unidades da Federação	Mês/Mês anterior (1)			Mensal (2)			Acumulado no ano (3)			Últimos 12 meses (4)		
	DEZ	JAN	FEV	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Brasil	0,3	2,3	2,3	8,9	11,0	14,3	13,9	11,0	12,6	13,9	14,0	14,7
Rondônia	-6,0	5,9	4,4	4,6	16,8	13,7	14,8	16,8	15,2	14,8	16,8	17,7
Acre	-5,3	1,7	3,8	4,4	5,6	23,6	13,8	5,6	13,8	13,8	13,6	15,9
Amazonas	-1,5	-1,8	2,6	6,6	40,4	27,2	10,9	40,4	33,6	10,9	14,8	17,1
Roraima	0,6	1,8	3,1	17,2	21,8	30,1	20,2	21,8	25,8	20,2	20,8	22,2
Pará	-1,4	3,7	3,9	8,7	12,7	18,4	18,3	12,7	15,4	18,3	17,8	18,1
Amapá	-2,3	-2,7	8,2	5,1	3,7	14,5	21,6	3,7	8,9	21,6	20,4	20,0
Tocantins	3,1	2,8	-3,5	16,1	13,1	11,4	2,3	13,1	12,2	2,3	2,8	4,9
Maranhão	-1,3	2,5	3,7	6,7	7,8	14,7	10,5	7,8	11,1	10,5	10,1	10,4
Piauí	1,3	1,4	3,1	9,9	14,8	5,7	23,0	14,8	10,2	23,0	22,9	21,2
Ceará	-2,0	2,7	4,6	4,1	8,9	14,2	8,9	8,9	11,4	8,9	9,4	10,2
Rio Grande do Norte	1,6	-0,9	4,1	8,9	6,2	11,4	13,3	6,2	8,7	13,3	13,1	13,6
Paraíba	0,8	2,2	2,4	2,8	5,2	9,5	7,7	5,2	7,2	7,7	7,6	8,2
Pernambuco	-3,6	4,1	1,2	0,9	5,2	5,1	13,5	5,2	5,1	13,5	13,1	12,5
Alagoas	-1,4	4,0	1,4	4,7	14,3	14,2	10,7	14,3	14,2	10,7	11,6	12,7
Sergipe	0,5	0,6	3,3	3,0	5,2	6,7	9,1	5,2	5,9	9,1	9,1	9,3
Bahia	-0,9	5,7	3,9	2,9	9,5	13,7	12,3	9,5	11,5	12,3	12,8	13,7
Minas Gerais	-0,7	1,5	3,8	11,0	5,0	15,3	16,0	5,0	9,9	16,0	14,5	14,8
Espírito Santo	0,5	3,4	4,2	15,3	18,2	23,6	18,8	18,2	20,8	18,8	19,2	20,2
Rio de Janeiro	-3,3	4,7	1,9	3,3	8,5	12,5	9,6	8,5	10,4	9,6	9,8	10,7
São Paulo	0,2	2,5	2,0	8,5	10,4	12,1	14,3	10,4	11,2	14,3	14,2	14,4
Paraná	-0,2	2,9	3,8	11,5	13,0	16,6	13,9	13,0	14,8	13,9	14,4	15,3
Santa Catarina	0,6	0,6	3,3	14,9	16,2	18,2	16,4	16,2	17,1	16,4	16,9	17,8
Rio Grande do Sul	-0,1	1,2	1,8	15,9	16,7	19,4	16,4	16,7	18,0	16,4	17,9	19,7
Mato Grosso do Sul	-0,2	2,2	4,5	17,2	16,6	22,5	20,4	16,6	19,5	20,4	21,1	22,2
Mato Grosso	-2,4	1,8	3,3	10,8	25,0	17,8	13,0	25,0	21,3	13,0	15,3	16,8
Goiás	0,3	2,4	2,8	9,0	8,1	11,1	12,1	8,1	9,6	12,1	12,5	13,1
Distrito Federal	-3,9	0,4	9,8	7,1	6,8	18,1	7,5	6,8	12,2	7,5	8,4	10,6

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

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

(2) Base: igual mês do ano anterior

(3) Base: igual período do ano anterior

(4) Base: 12 meses anteriores

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 8 - Indicadores de Receita Nominal de Vendas do Comércio Varejista Ampliado, segundo as unidades da federação
Fevereiro 2022 - 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 JAN
Brasil	0,2	2,1	2,9	10,4	12,0	14,5	18,0	12,0	13,2	18,0	18,4	18,8
Rondônia	-0,8	2,2	5,8	7,7	13,3	13,7	21,0	13,3	13,5	21,0	22,0	21,9
Acre	-3,7	1,6	7,1	0,8	5,7	21,6	15,6	5,7	13,2	15,6	15,5	17,2
Amazonas	1,2	-4,7	3,1	5,8	42,9	25,1	11,8	42,9	33,6	11,8	16,2	18,3
Roraima	1,2	3,5	4,1	19,2	22,2	26,5	25,0	22,2	24,3	25,0	25,4	26,0
Pará	0,6	1,9	4,0	9,6	14,1	19,1	20,7	14,1	16,5	20,7	20,6	20,9
Amapá	-2,4	-3,4	7,8	1,2	1,0	12,6	19,5	1,0	6,5	19,5	18,2	17,8
Tocantins	7,1	-3,1	3,5	27,6	16,6	24,5	15,1	16,6	20,5	15,1	15,7	17,6
Maranhão	0,2	1,6	4,0	6,5	7,0	14,3	15,8	7,0	10,5	15,8	15,1	15,0
Piauí	0,5	-0,8	3,2	7,6	12,3	8,3	26,5	12,3	10,3	26,5	26,6	25,3
Ceará	-2,3	2,6	1,2	12,0	18,7	15,7	20,3	18,7	17,3	20,3	21,7	22,2
Rio Grande do Norte	3,5	-1,2	2,2	11,3	7,6	8,3	16,9	7,6	7,9	16,9	16,8	16,6
Paraíba	-1,6	5,1	3,3	2,5	6,8	13,0	14,5	6,8	9,8	14,5	14,5	15,0
Pernambuco	-0,9	3,1	-10,0	19,0	24,3	6,1	29,0	24,3	15,4	29,0	30,1	28,9
Alagoas	-3,3	5,6	3,4	6,0	11,8	17,0	17,4	11,8	14,3	17,4	17,8	18,6
Sergipe	-1,9	6,8	5,0	5,5	12,3	17,7	17,7	12,3	14,9	17,7	17,9	18,6
Bahia	-1,8	5,7	-0,4	9,9	20,2	12,1	21,0	20,2	16,2	21,0	22,4	22,9
Minas Gerais	-0,3	0,5	4,5	13,3	6,8	16,7	19,3	6,8	11,6	19,3	18,3	18,4
Espírito Santo	3,5	1,4	0,0	23,0	18,6	14,5	27,1	18,6	16,5	27,1	27,6	27,0
Rio de Janeiro	-1,8	1,7	1,7	5,4	8,8	11,4	13,0	8,8	10,1	13,0	13,4	14,1
São Paulo	0,1	1,6	3,4	6,2	7,8	11,9	15,2	7,8	9,8	15,2	15,3	15,4
Paraná	0,5	2,5	2,2	10,2	11,9	13,3	17,1	11,9	12,6	17,1	17,5	17,8
Santa Catarina	0,7	2,6	3,2	19,5	20,7	24,8	24,7	20,7	22,7	24,7	25,5	26,6
Rio Grande do Sul	-0,3	-0,4	2,1	14,7	12,9	16,2	18,3	12,9	14,5	18,3	19,5	20,8
Mato Grosso do Sul	1,0	-0,5	7,0	22,3	19,8	28,7	26,6	19,8	24,2	26,6	27,3	28,5
Mato Grosso	1,2	2,7	4,0	13,9	21,8	19,7	19,7	21,8	20,7	19,7	21,2	22,2
Goiás	3,5	1,9	0,8	21,5	19,6	17,5	23,4	19,6	18,6	23,4	24,8	25,3
Distrito Federal	-1,4	2,0	4,7	4,4	7,1	13,5	12,6	7,1	10,2	12,6	13,6	14,8

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

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

(2) Base: igual mês do ano anterior

(3) Base: igual período do ano anterior

(4) Base: 12 meses anteriores

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 9 - Indicadores de Receita Nominal de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Ceará - Fevereiro 2022 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Comércio Varejista (4)	4,1	8,9	14,2	8,9	8,9	11,4	8,9	9,4	10,2
1. Combustíveis e lubrificantes	34,6	27,3	34,3	38,7	27,3	30,7	38,7	42,1	44,7
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	3,4	6,6	10,3	5,4	6,6	8,4	5,4	4,9	5,0
2.1. Hipermercados e supermercados	5,2	4,7	4,6	6,1	4,7	4,7	6,1	5,5	5,1
3. Tecidos, vestuário e calçados	3,4	3,7	37,1	10,2	3,7	17,5	10,2	12,6	16,7
4. Móveis e eletrodomésticos	-13,9	-8,3	-6,2	-1,4	-8,3	-7,3	-1,4	-2,1	-2,9
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	8,9	22,5	6,2	10,3	22,5	14,6	10,3	11,7	11,5
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	12,2	27,8	-12,5	-22,5	27,8	18,0	-22,5	-5,0	2,7
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-5,8	-10,9	14,7	7,0	-10,9	-0,1	7,0	3,7	4,4
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-4,5	4,8	22,2	3,7	4,8	12,7	3,7	4,9	6,9
Comércio Varejista Ampliado (5)	12,0	18,7	15,7	20,3	18,7	17,3	20,3	21,7	22,2
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	31,1	29,7	14,6	41,5	29,7	22,4	41,5	44,8	44,8
10. Material de construção	32,9	58,6	27,4	56,4	58,6	42,7	56,4	60,0	57,7

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio

Tabela 9 - Indicadores de Receita Nominal de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Pernambuco - Fevereiro 2022 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Comércio Varejista (4)	0,9	5,2	5,1	13,5	5,2	5,1	13,5	13,1	12,5
1. Combustíveis e lubrificantes	30,4	27,4	24,8	42,8	27,4	26,1	42,8	44,8	45,9
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	-4,2	-1,4	2,6	0,0	-1,4	0,6	0,0	-1,0	-1,2
2.1. Hipermercados e supermercados	-7,6	-2,5	1,2	-2,5	-2,5	-0,7	-2,5	-3,4	-3,6
3. Tecidos, vestuário e calçados	1,1	3,6	6,5	18,4	3,6	4,9	18,4	19,8	21,4
4. Móveis e eletrodomésticos	-24,3	-25,7	-19,5	-15,3	-25,7	-22,8	-15,3	-16,3	-17,7
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	20,4	24,6	16,9	35,0	24,6	20,8	35,0	34,1	32,5
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	27,6	26,9	-0,6	13,6	26,9	13,4	13,6	34,7	31,6
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	34,0	57,7	-1,1	6,5	57,7	31,4	6,5	15,2	19,1
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-9,9	-0,6	-5,1	20,6	-0,6	-2,7	20,6	18,1	15,2
Comércio Varejista Ampliado (5)	19,0	24,3	6,1	29,0	24,3	15,4	29,0	30,1	28,9
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	87,4	88,0	11,2	84,6	88,0	49,3	84,6	91,7	87,6
10. Material de construção	-5,5	-2,7	-2,2	19,1	-2,7	-2,5	19,1	17,2	14,3

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 9 - Indicadores de Receita Nominal de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Bahia - Fevereiro 2022 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Comércio Varejista (4)	2,9	9,5	13,7	12,3	9,5	11,5	12,3	12,8	13,7
1. Combustíveis e lubrificantes	18,5	17,6	18,8	33,7	17,6	18,2	33,7	35,4	36,6
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	-1,6	2,5	11,8	1,4	2,5	7,1	1,4	1,1	1,9
2.1. Hipermercados e supermercados	-2,8	1,5	11,7	1,2	1,5	6,5	1,2	0,7	1,2
3. Tecidos, vestuário e calçados	12,6	13,8	35,1	27,8	13,8	23,5	27,8	32,4	40,2
4. Móveis e eletrodomésticos	-24,9	-17,8	-19,1	2,0	-17,8	-18,4	2,0	-0,5	-4,1
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	26,7	36,5	35,6	20,0	36,5	36,1	20,0	21,8	23,6
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-8,6	21,5	19,1	-22,4	21,5	20,3	-22,4	-7,7	2,8
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-30,3	-9,2	9,7	7,0	-9,2	0,5	7,0	6,5	7,8
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	4,6	20,1	18,4	19,3	20,1	19,3	19,3	21,1	23,1
Comércio Varejista Ampliado (5)	9,9	20,2	12,1	21,0	20,2	16,2	21,0	22,4	22,9
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	44,7	73,3	10,7	60,6	73,3	41,5	60,6	69,0	68,5
10. Material de construção	-4,5	-2,3	4,3	15,5	-2,3	0,9	15,5	12,9	11,1

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio

Tabela 9 - Indicadores de Receita Nominal de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Minas Gerais - Fevereiro 2022 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Comércio Varejista (4)	11,0	5,0	15,3	16,0	5,0	9,9	16,0	14,5	14,8
1. Combustíveis e lubrificantes	34,6	28,0	24,4	33,6	28,0	26,2	33,6	35,5	36,8
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	8,1	5,6	14,0	12,3	5,6	9,7	12,3	11,0	11,1
2.1. Hipermercados e supermercados	8,1	5,9	13,7	12,1	5,9	9,7	12,1	10,8	10,8
3. Tecidos, vestuário e calçados	-5,1	12,1	4,7	11,6	12,1	8,3	11,6	14,8	16,2
4. Móveis e eletrodomésticos	-10,5	-10,4	-19,6	0,6	-10,4	-15,0	0,6	-0,6	-3,8
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	22,1	29,0	28,3	25,3	29,0	28,7	25,3	25,7	26,5
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	21,0	64,8	45,9	-2,6	64,8	54,7	-2,6	15,9	28,5
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-28,4	-20,1	-12,0	0,3	-20,1	-16,2	0,3	-1,9	-4,7
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	25,7	-21,0	31,7	25,4	-21,0	-2,9	25,4	16,1	17,9
Comércio Varejista Ampliado (5)	13,3	6,8	16,7	19,3	6,8	11,6	19,3	18,3	18,4
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	27,0	24,0	32,3	33,7	24,0	28,2	33,7	36,5	37,9
10. Material de construção	12,9	-3,2	2,8	27,8	-3,2	-0,3	27,8	24,8	21,6

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 9 - Indicadores de Receita Nominal de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Espírito Santo - Fevereiro 2022 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Comércio Varejista (4)	15,3	18,2	23,6	18,8	18,2	20,8	18,8	19,2	20,2
1. Combustíveis e lubrificantes	41,9	34,7	41,9	48,6	34,7	38,2	48,6	50,6	53,3
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	14,2	14,1	20,6	13,2	14,1	17,3	13,2	12,8	13,5
2.1. Hipermercados e supermercados	14,4	14,0	20,7	13,5	14,0	17,3	13,5	13,0	13,6
3. Tecidos, vestuário e calçados	12,8	19,5	33,8	30,9	19,5	26,8	30,9	32,0	33,8
4. Móveis e eletrodomésticos	-1,6	13,0	5,1	3,2	13,0	9,1	3,2	4,8	4,9
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	15,9	20,0	24,9	17,2	20,0	22,2	17,2	17,8	19,5
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-5,1	53,8	23,9	-7,9	53,8	41,2	-7,9	9,3	14,2
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	85,9	80,2	57,8	65,6	80,2	68,5	65,6	68,2	66,9
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	10,3	16,4	34,6	38,3	16,4	25,2	38,3	38,7	40,2
Comércio Varejista Ampliado (5)	23,0	18,6	14,5	27,1	18,6	16,5	27,1	27,6	27,0
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	36,9	18,8	0,5	39,0	18,8	9,6	39,0	40,4	37,9
10. Material de construção	28,9	20,2	18,5	33,9	20,2	19,3	33,9	31,6	28,1

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 9 - Indicadores de Receita Nominal de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Rio De Janeiro - Fevereiro 2022 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Comércio Varejista (4)	3,3	8,5	12,5	9,6	8,5	10,4	9,6	9,8	10,7
1. Combustíveis e lubrificantes	32,2	18,6	36,9	38,1	18,6	27,4	38,1	40,2	44,0
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	2,3	2,7	8,8	2,5	2,7	5,6	2,5	2,0	2,6
2.1. Hipermercados e supermercados	0,8	1,8	6,1	2,2	1,8	3,9	2,2	1,8	2,2
3. Tecidos, vestuário e calçados	2,0	2,7	-1,9	19,3	2,7	0,4	19,3	22,4	24,1
4. Móveis e eletrodomésticos	-1,3	7,3	18,2	17,2	7,3	12,3	17,2	14,9	14,3
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	6,0	16,0	10,5	6,6	16,0	13,4	6,6	7,9	9,1
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	7,0	37,3	54,1	-6,1	37,3	45,7	-6,1	7,8	22,4
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-6,2	-2,1	-8,5	-2,5	-2,1	-5,6	-2,5	-2,4	0,0
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-1,1	20,9	16,6	17,8	20,9	18,9	17,8	19,2	20,4
Comércio Varejista Ampliado (5)	5,4	8,8	11,4	13,0	8,8	10,1	13,0	13,4	14,1
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	30,3	21,6	13,7	35,8	21,6	17,5	35,8	39,6	40,3
10. Material de construção	-7,4	-12,0	-8,3	18,2	-12,0	-10,2	18,2	15,5	13,0

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 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 2022 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Comércio Varejista (4)	8,5	10,4	12,1	14,3	10,4	11,2	14,3	14,2	14,4
1. Combustíveis e lubrificantes	44,7	39,1	39,1	36,5	39,1	39,1	36,5	40,6	44,2
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	10,0	8,2	12,8	14,0	8,2	10,4	14,0	13,0	12,8
2.1. Hipermercados e supermercados	9,7	7,9	12,0	14,3	7,9	9,9	14,3	13,1	12,7
3. Tecidos, vestuário e calçados	14,6	32,7	26,4	20,3	32,7	29,4	20,3	26,1	30,3
4. Móveis e eletrodomésticos	-14,0	1,9	-8,7	-0,2	1,9	-3,3	-0,2	0,8	0,0
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	11,8	15,8	13,3	4,5	15,8	14,6	4,5	5,1	5,8
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-20,2	22,0	10,4	-32,1	22,0	16,7	-32,1	-20,2	-13,0
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-0,5	-23,0	-9,9	3,9	-23,0	-16,8	3,9	1,6	0,7
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-2,9	1,0	1,2	21,1	1,0	1,1	21,1	19,1	17,4
Comércio Varejista Ampliado (5)	6,2	7,8	11,9	15,2	7,8	9,8	15,2	15,3	15,4
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-7,7	-3,5	15,4	10,5	-3,5	5,7	10,5	12,5	14,7
10. Material de construção	11,6	7,7	6,3	28,1	7,7	7,0	28,1	25,8	23,1

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 9 - Indicadores de Receita Nominal de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Paraná - Fevereiro 2022 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Comércio Varejista (4)	11,5	13,0	16,6	13,9	13,0	14,8	13,9	14,4	15,3
1. Combustíveis e lubrificantes	32,3	34,8	35,8	33,7	34,8	35,3	33,7	37,5	40,8
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	8,2	9,5	11,0	7,5	9,5	10,3	7,5	7,4	7,6
2.1. Hipermercados e supermercados	8,3	9,5	10,9	7,9	9,5	10,2	7,9	7,7	7,9
3. Tecidos, vestuário e calçados	22,2	7,7	29,9	20,6	7,7	17,9	20,6	22,9	26,8
4. Móveis e eletrodomésticos	-9,9	-11,9	13,0	-0,9	-11,9	-0,5	-0,9	-2,6	-2,6
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	13,5	26,2	20,0	20,7	26,2	23,2	20,7	21,5	22,0
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	9,7	18,0	8,3	5,2	18,0	13,1	5,2	11,5	14,7
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-24,5	-39,0	-20,6	-3,5	-39,0	-26,1	-3,5	-6,1	-8,8
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	16,6	11,9	18,3	27,7	11,9	14,8	27,7	29,0	30,9
Comércio Varejista Ampliado (5)	10,2	11,9	13,3	17,1	11,9	12,6	17,1	17,5	17,8
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	9,4	10,4	11,4	20,9	10,4	10,9	20,9	21,6	21,8
10. Material de construção	2,4	8,1	-0,3	29,5	8,1	3,7	29,5	28,0	25,0

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

(5) O indicador do comércio varejista ampliado é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 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 2022 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Comércio Varejista (4)	14,9	16,2	18,2	16,4	16,2	17,1	16,4	16,9	17,8
1. Combustíveis e lubrificantes	61,1	47,1	41,2	42,7	47,1	44,1	42,7	48,0	51,5
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	11,5	10,8	12,8	11,1	10,8	11,7	11,1	10,5	10,6
2.1. Hipermercados e supermercados	11,4	10,6	12,7	10,7	10,6	11,6	10,7	10,1	10,2
3. Tecidos, vestuário e calçados	6,6	-3,4	15,4	13,3	-3,4	5,0	13,3	12,5	13,8
4. Móveis e eletrodomésticos	-9,1	2,0	16,3	0,4	2,0	8,4	0,4	0,0	0,7
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	17,3	30,4	16,4	18,8	30,4	23,5	18,8	20,7	21,0
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	8,5	35,4	15,6	3,5	35,4	25,6	3,5	16,6	25,7
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-6,4	21,9	8,3	4,8	21,9	14,8	4,8	11,0	12,6
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	6,9	12,2	16,4	26,4	12,2	14,1	26,4	27,6	29,9
Comércio Varejista Ampliado (5)	19,5	20,7	24,8	24,7	20,7	22,7	24,7	25,5	26,6
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	33,8	32,4	44,8	44,6	32,4	38,4	44,6	46,8	49,5
10. Material de construção	19,1	19,7	15,6	30,8	19,7	17,7	30,8	30,2	28,5

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

(5) O indicador do comércio varejista ampliado é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 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 2022 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Comércio Varejista (4)	15,9	16,7	19,4	16,4	16,7	18,0	16,4	17,9	19,7
1. Combustíveis e lubrificantes	57,1	40,8	39,5	35,6	40,8	40,2	35,6	43,8	51,2
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	9,8	11,5	16,5	7,5	11,5	13,9	7,5	7,4	8,2
2.1. Hipermercados e supermercados	10,2	12,4	17,1	7,7	12,4	14,7	7,7	7,6	8,5
3. Tecidos, vestuário e calçados	21,3	2,4	31,6	28,0	2,4	16,0	28,0	30,1	34,7
4. Móveis e eletrodomésticos	-4,0	12,5	7,1	6,6	12,5	10,0	6,6	7,4	7,7
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	11,4	22,0	12,4	18,1	22,0	17,3	18,1	19,0	19,0
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	6,1	26,6	100,1	-7,9	26,6	67,4	-7,9	1,4	28,9
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-17,9	-25,9	-15,7	-12,2	-25,9	-21,1	-12,2	-11,9	-11,1
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	26,6	20,5	21,8	41,4	20,5	21,1	41,4	44,3	46,9
Comércio Varejista Ampliado (5)	14,7	12,9	16,2	18,3	12,9	14,5	18,3	19,5	20,8
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	13,3	0,3	8,6	22,1	0,3	4,4	22,1	23,8	24,8
10. Material de construção	7,5	4,1	5,6	27,5	4,1	4,8	27,5	25,7	23,2

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio

Tabela 9 - Indicadores de Receita Nominal de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Goiás - Fevereiro 2022 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Comércio Varejista (4)	9,0	8,1	11,1	12,1	8,1	9,6	12,1	12,5	13,1
1. Combustíveis e lubrificantes	37,3	27,2	15,9	40,4	27,2	21,3	40,4	42,0	41,5
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	3,9	4,8	12,1	2,0	4,8	8,3	2,0	2,3	3,2
2.1. Hipermercados e supermercados	3,2	3,2	10,8	1,3	3,2	6,9	1,3	1,5	2,4
3. Tecidos, vestuário e calçados	10,6	1,0	14,1	27,0	1,0	7,1	27,0	27,4	30,7
4. Móveis e eletrodomésticos	-7,5	-8,8	-5,2	-1,5	-8,8	-7,0	-1,5	-2,5	-3,6
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	20,4	22,5	18,5	26,6	22,5	20,6	26,6	26,9	27,0
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	17,2	58,4	54,1	3,6	58,4	56,7	3,6	18,3	30,5
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	13,5	20,5	13,3	28,3	20,5	17,0	28,3	28,4	27,1
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	4,7	6,4	12,3	18,6	6,4	9,1	18,6	19,2	20,4
Comércio Varejista Ampliado (5)	21,5	19,6	17,5	23,4	19,6	18,6	23,4	24,8	25,3
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	61,7	52,1	39,6	52,5	52,1	45,8	52,5	58,0	59,2
10. Material de construção	6,2	6,1	-4,4	25,6	6,1	0,8	25,6	23,8	20,1

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio

Tabela 9 - Indicadores de Receita Nominal de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Distrito Federal - Fevereiro 2022 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	DEZ	JAN	FEV	JAN-DEZ	JAN-JAN	JAN-FEV	Até DEZ	Até JAN	Até FEV
Comércio Varejista (4)	7,1	6,8	18,1	7,5	6,8	12,2	7,5	8,4	10,6
1. Combustíveis e lubrificantes	32,2	35,7	46,0	12,9	35,7	40,7	12,9	18,8	25,5
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	-5,3	-2,9	8,4	-7,5	-2,9	2,7	-7,5	-7,5	-6,0
2.1. Hipermercados e supermercados	-7,8	-6,1	5,8	-10,5	-6,1	-0,2	-10,5	-10,5	-9,1
3. Tecidos, vestuário e calçados	-9,4	-7,9	6,8	13,1	-7,9	-1,1	13,1	14,5	17,7
4. Móveis e eletrodomésticos	-12,3	-14,1	-17,4	6,8	-14,1	-15,7	6,8	2,7	-1,5
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	10,4	18,1	17,0	17,6	18,1	17,6	17,6	17,8	18,5
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	9,4	-36,1	-25,4	-3,7	-36,1	-31,6	-3,7	-5,9	-0,3
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-14,1	-13,5	-34,3	-23,9	-13,5	-25,1	-23,9	-21,8	-23,8
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	30,9	3,2	52,5	37,5	3,2	26,1	37,5	37,1	41,7
Comércio Varejista Ampliado (5)	4,4	7,1	13,5	12,6	7,1	10,2	12,6	13,6	14,8
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-8,8	3,1	-0,8	15,5	3,1	1,2	15,5	18,1	18,2
10. Material de construção	11,6	13,9	16,7	28,8	13,9	15,2	28,8	27,6	26,5

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Tabela 10 - Índice de base fixa da receita nominal de vendas no comércio varejista (1) e comércio varejista ampliado (2), por atividades - fevereiro 2022

Atividades	Comércio varejista ampliado												
	fev/2021	mar/2021	abr/2021	mai/2021	jun/2021	jul/2021	ago/2021	set/2021	out/2021	nov/2021	dez/2021	jan/2022	fev/2022
Comércio Varejista (1)	124,1	134,4	134,6	146,2	141,9	153,9	146,6	142,7	151,7	161,5	189,0	147,5	141,9
1. Combustíveis e lubrificantes	110,0	128,1	127,2	142,8	141,5	153,3	147,3	146,6	154,7	157,7	163,6	148,6	147,4
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	145,5	162,6	155,6	158,9	153,8	165,1	162,4	159,2	170,3	169,3	204,6	164,4	163,1
2.1. Hipermercados e supermercados	148,2	165,6	158,6	161,9	156,5	168,2	165,1	161,4	173,3	172,2	208,8	167,2	165,3
3. Tecidos, vestuário e calçados	63,4	42,7	64,5	99,9	95,5	102,3	93,5	85,6	97,1	107,6	181,8	75,5	76,4
4. Móveis e eletrodomésticos	94,9	89,1	97,1	113,6	105,5	109,6	105,3	100,9	100,0	125,6	130,7	103,3	94,6
4.1. Móveis	82,1	79,1	87,6	101,2	97,5	107,5	103,8	95,2	98,9	110,6	120,4	92,6	88,1
4.2. Eletrodomésticos	100,4	93,2	100,9	118,6	108,5	109,7	105,2	102,8	99,7	131,8	134,0	107,7	96,9
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	162,7	190,0	180,4	188,7	185,5	191,4	188,9	184,8	188,5	198,8	228,2	212,8	189,3
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	51,2	33,8	35,7	32,2	38,8	38,5	37,6	33,0	34,9	42,1	61,1	73,3	63,6
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	70,1	68,9	68,0	74,4	72,3	74,5	69,7	64,4	70,9	82,4	82,7	63,2	67,4
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	118,9	126,6	138,4	158,5	155,8	188,9	156,1	150,0	163,3	207,4	214,4	152,9	134,1
Comércio Varejista Ampliado (2)	118,1	128,6	129,0	139,8	138,0	148,4	144,3	139,7	145,3	154,6	172,1	139,5	135,2
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	92,9	102,0	104,7	111,7	115,5	121,4	125,2	118,0	116,6	124,9	129,1	111,5	111,3
10. Material de construção	141,6	157,8	153,4	168,1	169,8	180,5	179,2	176,5	176,0	183,8	162,1	156,5	150,7

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

Nota: Base: 2014 = 100

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

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

Atualizado em 13/04/2022 às 9 horas