



Indicadores IBGE

Pesquisa Mensal de Comércio

Outubro 2023

Publicado em 14/12/2023 às 9 horas

Presidente da República
Luiz Inácio Lula da Silva

Ministra do Planejamento e Orçamento
Simone Nassar Tebet

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE

Presidente
Marcio Pochmann

Diretor-Executivo
Flávia Vinhaes Santos

ORGÃOS ESPECÍFICOS SINGULARES

Diretoria de Pesquisas
Cimar Azeredo Pereira

Diretoria de Geociências
Claudio Stenner

Diretoria de Tecnologia da Informação
Marcos Vinícius Ferreira Mazoni

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

Escola Nacional de Ciências Estatísticas
Paulo de Martino Jannuzzi

UNIDADE RESPONSÁVEL

Diretoria de Pesquisas

Coordenação de Estatísticas Conjunturais em Empresas
Flávio Renato Keim Magheli

Gerência da Pesquisa Mensal de Comércio
Cristiano Santos

EQUIPE DE ANÁLISE
Cristiano Santos
Carla Fernandes de Mello Carvalho
Elson Renato de Carvalho Dantas
Fabiana Conceição Figueiredo
Fabio Figueiredo Farias

Editoração
Cristiano Santos

Indicadores IBGE
Plano de divulgação:

Trabalho e rendimento

Pesquisa mensal de emprego*

Pesquisa nacional por amostra de domicílios contínua

Agropecuária

Estatística da produção agrícola **

Estatística da produção pecuária **

Indústria

Pesquisa industrial mensal: emprego e salário ***

Pesquisa industrial mensal: produção física Brasil

Pesquisa industrial mensal: produção física regional

Comércio

Pesquisa mensal de comércio

Serviços

Pesquisa mensal de serviços

Índices, preços e custos

Índice de preços ao produtor – indústrias extrativas e de transformação

Sistema nacional de índices de preços ao consumidor:
IPCA-E

Sistema nacional de índices de preços ao consumidor:
INPC - IPCA

Sistema nacional de pesquisa de custos e índices da
construção civil

Contas nacionais trimestrais

Contas nacionais trimestrais: indicadores de volume e valores
correntes

* O último fascículo divulgado corresponde a fevereiro de
2016.

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

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

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

SUMÁRIO

NOTAS METODOLÓGICAS.....	2
1 CARACTERÍSTICAS DA PESQUISA	2
2 CONSTRUÇÃO DE INDICADORES	3
3 ENCADEAMENTO	5
4 SÉRIES DA PMC AJUSTADAS SAZONALMENTE.....	5
4.1 VOLUME DE VENDAS POR ATIVIDADES	6
4.2 VOLUME DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA POR UNIDADE DA FEDERAÇÃO.....	7
4.3 VOLUME DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO POR UNIDADES DA FEDERAÇÃO	8
4.4 RECEITA NOMINAL DE VENDAS POR ATIVIDADES.....	9
4.5 RECEITA NOMINAL DE DO COMÉRCIO VAREJISTA VENDAS POR UNIDADE DA FEDERAÇÃO	10
4.6 RECEITA NOMINAL DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO	10
POR UNIDADE DA FEDERAÇÃO	11
5 DEFLADORES DA PESQUISA	13
6 OBSERVAÇÕES	15
COMENTÁRIOS	16
TABELAS	3
VOLUME DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA E COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO	4
RECEITA NOMINAL DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA E COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO.....	21

NOTAS METODOLÓGICAS

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

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

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

Os índices de janeiro de 2000 até dezembro de 2003 têm o ano-base em 2000. Os índices de janeiro de 2004 até dezembro de 2011 têm o ano-base em 2003. Os índices de janeiro de 2012 até dezembro de 2016 têm o ano-base em 2011. Os índices de janeiro de 2017 até dezembro de 2022 têm o ano-base em 2014. Os índices de janeiro de 2023 em diante têm o ano-base em 2022;

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

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

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

1 CARACTERÍSTICAS DA PESQUISA

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

- Empresas comerciais respondentes dos estratos certo e gerencial da Pesquisa Anual de Comércio (PAC) 2020, ou seja, as empresas com total de pessoas ocupadas maior ou igual a 20 ou com total de pessoas ocupadas menor do que 20, mas que atuavam em mais de uma Unidade da Federação, cuja receita bruta provenha, predominantemente da atividade comercial varejista;

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

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

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

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

QUADRO I – GRUPOS DE ATIVIDADE E CÓDIGOS CNAE

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

Unidade de Investigação – A empresa, definida como entidade jurídica caracterizada por firma ou razão social, inscrita no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ), é a unidade básica de informação da PMC.

Variável Investigada – É a receita bruta de revenda, total e por Unidade da Federação, definida no âmbito da empresa como a receita bruta mensal proveniente da revenda de mercadorias, não deduzidos os impostos incidentes e nem as vendas canceladas, abatimentos e descontos incondicionais. Não estão incluídas as vendas de produtos de fabricação própria, receitas de serviços, receitas financeiras e outras receitas não-operacionais.

Amostra – Com base na Pesquisa Anual de Comércio 2014 e dentro do âmbito previamente definido foram selecionadas 5653 empresas distribuídas nas 27 Unidades da Federação.

2 CONSTRUÇÃO DE INDICADORES

Séries receita nominal e de volume – A partir da receita bruta de revenda investigada são construídos indicadores para duas variáveis: Receita Nominal de Vendas e Volume de Vendas. Esta última resulta da deflação dos valores nominais correntes por índices de preços específicos para cada grupo de atividade, e para cada Unidade da Federação, construídos a partir dos relativos de preços do Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo - IPCA (nova estrutura adotada a partir de janeiro de 2012) e do Sistema Nacional de Pesquisa de Custos e Índices da Construção Civil - SINAPI. Na construção dos índices de preços das UFs não cobertas pelo IPCA, foram usados os

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

relativos de preços da área geográfica mais apropriada.

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

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

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

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

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

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

Tipos de índices - São divulgados cinco tipos de índices:

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

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

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

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

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

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

3 ENCADEAMENTO

A série de Índices de Base Fixa que se encerrou em dezembro de 2022 (base 2014 = 100) foi encadeada com a série que se inicia em janeiro de 2023 (base 2022 = 100). A série encadeada tem como referência a média mensal de 2022 = 100. Este procedimento não altera as séries dos Índices Mês/Igual Mês do Ano Anterior, Acumulado no Ano e Acumulado de 12 meses já publicadas.

4 SÉRIES DA PMC AJUSTADAS SAZONALMENTE

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

As atividades PMC não contempladas no ajuste sazonal até dezembro de 2007 (“*Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos*”, “*Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação*”, “*Livros, jornais, revistas e papelaria*”, “*Outros artigos de uso pessoal e doméstico*” e “*Material de Construção*”), cujas séries completaram 60 meses, passaram a ser publicadas a partir de janeiro de 2008. A série de “*Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo*”, que se inicia em janeiro de 2023, não terá versão ajustada

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

4.1 VOLUME DE VENDAS POR ATIVIDADES

ATIVIDADE	DECOMPOSIÇÃO	MODELO ARIMA	REGRESSÃO (REGARIMA)
Brasil	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário, Páscoa[1], LS2020. Abr, TC2020. Apr, LS2020. Dez
Combustíveis	Aditivo	(0 1 0)(1 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário, AO2015. Fev, LS2020. Mar, TC2020. Abr
Hiper., Super, Produtos alimentícios, bebidas e fumo	Multiplicativo	(1 1 0)(0 1 1)	Efeito Calendário, Páscoa[15], LS2012. Jan, LS2017. Jan, TC2017. Mar, AO2020. Mar
Super e Hipermercados	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Efeito Calendário, Páscoa[8], LS2012. Jan, LS2017. Jan, TC2017. Mar, AO2020. Mar, LS2020. Mai
Tecidos, vestuário e calçados	Aditivo	(2 1 2)(1 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, TC2003. Mai, LS2017. Jan, AO2020. Mar, TC2020. Abr, TC2020. Ago, TC2021. Mar, TC2021. May
Móveis e eletrodomésticos	Multiplicativo	(1 1 0)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[8], TC2020. Mar, AO2020. Abr, LS2020. Jun, AO2021. Mar
Artigos farmac, méd, ortop e de perfumaria	Multiplicativo	(0 1 1)(1 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário, Páscoa[8], TC2003. Mar, TC2020. Abr, LS2020. Mai
Livros, jornais, revistas e papelaria.	Aditivo	(1 1 1)(0 1 0)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[8], AO2005. Jan, TC2008. Fev, AO2010. Dez, AO2014. Feb, LS2019. Dec, LS2020. Mar, TC2020. Abr, AO2021. Jan
Equip. e Materiais p escritório, informática e comunicação	Multiplicativo	(1 1 2)(0 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, LS2005. Fev, TC2020. Abr
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	Multiplicativo	(1 1 1)(1 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário, Páscoa[1], TC2019. Mai, AO2020. Mar, TC2020. Abr, LS2020. Jun, AO2021. Jul
Varejo Ampliado	Multiplicativo	(0 1 1) (2 1 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário, AO2009. Jun, AO2010. Mar, AO2012. Set, AO2020. Mar, TC2020. Abr
Automóveis, motocicletas, partes e peças	Multiplicativo	(2 1 1) (2 0 1)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[8], TC2020. Mar, TC2020. Abr
Material de construção	Multiplicativo	(0 1 1)(1 0 1)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário, Páscoa[8], AO2018. Mai, TC2020. Mar, AO2020. Abr, LS2020. Jun

4.2 VOLUME DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA POR UNIDADE DA FEDERAÇÃO

UF	DECOMPOSIÇÃO	MODELO ARIMA	REGRESSÃO (REGARIMA)
Rondônia	Multiplicativo	(1 0 2)(1 1 1)	Constante,Efeito Calendário,Páscoa[1],LS2000.Mai,AO2001.Jun,AO2004.Fe v,AO2004.Jul,LS2010.Feb,AO2020.Mar,TC2020.Abr,AO2 021.Jan,AO2021.Jul
Acre	Multiplicativo	(1 1 0)(0 1 1)	AO2004.Nov,TC2020.Mar,TC2020.Abr
Amazonas	Multiplicativo	(1 1 0)(1 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,AO2005.Jan,LS2020.Mar,AO2020.Abr,LS2020. Jun,TC2021.Jan
Roraima	Multiplicativo	(2 1 1)(0 1 1)	Páscoa[15],TC2000.Abr
Pará	Multiplicativo	(1 1 1)(1 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2001.Jan,LS2001.Jun,AO2002.Jun,LS2002.D ez,AO2004.Jul,TC2004.Set,AO2006.Mar,LS2008.Jan,LS20 08.Fev,LS2008.Out,AO2010.Mai,TC2013.Dec,AO2014.Oct ,LS2016.Mar,LS2016.May,AO2019.Mar,LS2019.Sep,LS20 20.Abr,LS2020.Jun,AO2020.Nov
Amapá	Multiplicativo	(1 1 1)(1 1 1)	TC2006.Jan,AO2017.Dez,AO2018.Dec,TC2020.Abr,LS20 20.Jul,AO2021.Mai
Tocantins	Multiplicativo	(2 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,TC2003.Mai,LS2005.Fev,LS2010.Feb
Maranhão	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,AO2001.Mai,AO2011.Out,TC2020.Abr,LS2020 Jun
Piauí	Multiplicativo	(1 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2003.Mar,AO2004.Jan,LS2005.Fev,TC2019.J un,TC2020.Abr,LS2020.Ago
Ceará	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,LS2020.Mar,TC2020.Abr,LS2020.Jun,TC2021.Mar
Rio Grande do Norte	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2002.Nov,LS2005.Fev,TC2020.Abr
Paraíba	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,TC2020.Abr,TC2020.Jul
Pernambuco	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[1],LS2003.Mar,TC2020.Abr,TC2020.Jul
Alagoas	Multiplicativo	(1 1 0)(1 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[1],AO2003.Jan,LS2003.Mar,LS2017.Jan, TC2020.Abr
Sergipe	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Efeito Calendário,Páscoa[15],TC2003.Mar,LS2005.Fev,TC2005.O ut,TC2006.Feb,LS2015.Jul,TC2020.Abr
Bahia	Multiplicativo	(0 1 1)(1 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,AO2019.Dez,TC2020.Abr,TC2020.Ago
Minas Gerais	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[1],AO2018.Jul,AO2020.Jan,AO2020.Abr ,TC2020.Ago,TC2021.Mai
Espírito Santo	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,TC2017.Fev,AO2020.Abr
Rio de Janeiro	Multiplicativo	(0 1 1)(1 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[15],TC2020.Mar,TC2020.Abr
São Paulo	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[15],AO2017.Mar,TC2020.Abr
Paraná	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[1],AO2020.Abr,AO2021.Jul
Santa Catarina	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Efeito Calendário,Páscoa[1],AO2020.Abr,AO2021.Jul
Rio Grande do Sul	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[1],LS2017.Jan,AO2020.Abr,LS2021.Apr, TC2021.Mai

Mato Grosso do Sul	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Efeito Calendário,Páscoa[1],AO2020.Abr
Mato Grosso	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	AO2002.Mai,LS2006.Fev,AO2020.Abr,AO2021.Jul
Goiás	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Efeito Calendário,Páscoa[1],LS2005.Fev,LS2017.Mar,TC2020.Abr
Distrito Federal	Aditivo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[1],TC2020.Abr,AO2021.Mar

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

UF	DECOMPOSIÇÃO	MODELO ARIMA	REGRESSÃO (REGARIMA)
Rondônia	Multiplicativo	(1 1 1)(1 1 1)	LS2006.Ago,TC2016.Nov,AO2017.Aug,TC2020.Mar,AO2020.Abr
Acre	Multiplicativo	(1 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Páscoa[1],TC2014.Mai,AO2020.Mar,TC2020.Mar
Amazonas	Multiplicativo	(1 2 2)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,AO2020.Mar,TC2020.Abr,TC2020.Jun,TC2021.Jan
Roraima	Multiplicativo	(1 1 1)(0 1 1)	
Pará	Multiplicativo	(1 1 0)(1 1 1)	Camaval,Corpus Christi,LS2020.Abr,LS2020.Jun
Amapá	Aditivo	(0 1 0)(1 1 1)	AO2014.Jan,AO2017.Dez,AO2018.Dec,TC2020.Abr,LS2020.Jun,LS2020.Jul,AO2021.Mai
Tocantins	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Páscoa[8],LS2005.Fev,AO2020.Abr
Maranhão	Multiplicativo	(0 1 1)(1 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[1],TC2020.Mar,TC2020.Abr,LS2020.Jun
Piauí	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Páscoa[1],AO2010.Mar,TC2019.Jun,AO2020.Mar,TC2020.Abr,LS2020.Ago
Ceará	Multiplicativo	(1 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[15],AO2010.Mar,TC2012.Jun,LS2020.Mar,TC2020.Abr,LS2020.Jun,AO2021.Mar
Rio Grande do Norte	Multiplicativo	(0 1 1)(1 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,AO2009.Jul,AO2010.Mar,TC2020.Mar,TC2020.Abr
Paraíba	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2008.Out,LS2014.Dez,TC2020.Mar,TC2020.Abr,TC2020.Jul
Pernambuco	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,AO2020.Mar,TC2020.Abr,TC2020.Jul
Alagoas	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,AO2005.Jul,TC2012.Jun,AO2020.Mar,TC2020.Abr
Sergipe	Multiplicativo	(0 1 1)(1 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2005.Fev,AO2010.Mar,TC2020.Mar,TC2020.Abr
Bahia	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,AO2010.Mar,TC2012.Jun,AO2020.Mar,TC2020.Abr,AO2021.Mar
Minas Gerais	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2005.Fev,AO2020.Abr,LS2020.Ago
Espírito Santo	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[1],LS2011.Jun,AO2017.Fev,AO2020.Abr
Rio de Janeiro	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,AO2020.Mar,TC2020.Abr
São Paulo	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,TC2020.Abr
Paraná	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,AO2020.Abr
Santa Catarina	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,TC2020.Mar,AO2020.Abr
Rio Grande do Sul	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2017.Jan,TC2020.Mar,AO2020.Abr,AO2021.Mar
Mato Grosso do Sul	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,AO2010.Mar,AO2020.Abr
Mato Grosso	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[1],TC2020.Mar
Goiás	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2008.Out,AO2010.Mar,TC2020.Abr
Distrito Federal	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,AO2009.Set,AO2010.Mar,AO2012.Ago,TC2020.Mar,TC2020.Abr,AO2021.Mar

4.4 RECEITA NOMINAL DE VENDAS POR ATIVIDADES

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

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

UF	DECOMPOSIÇÃO	MODELO ARIMA	REGRESSÃO (REGARIMA)
Rondônia	Multiplicativo	(0 1 2)(1 1 1)	Efeito Calendário,Páscoa[1],LS2000.Mai,AO2001.Jun,AO2004.Jul,TC2020.Mar,TC2020. Abr,LS2020.Dez,AO2021.Jul
Acre	Multiplicativo	(1 1 1)(0 1 1)	LS2003.Out,LS2005.Fev,LS2006.Feb,TC2020.Mar,TC2020.Abr,TC2020.Ago
Amazonas	Multiplicativo	(2 1 2)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2019.Jun,TC2020.Abr,LS2020.Jun,AO2021.Jan,AO2021.Fev
Roraima	Multiplicativo	(2 1 1)(0 1 1)	Páscoa[15],AO2000.Mar,AO2002.Jul,LS2017.Jan,TC2020.Abr
Pará	Multiplicativo	(1 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2001.Jun,AO2008.Jan,AO2014.Out,LS2020.Abr,LS2020.Jun
Amapá	Multiplicativo	(1 1 0)(0 1 1)	TC2006.Jan,AO2017.Dez,AO2018.Dec,TC2020.Abr,LS2020.Jul,AO2021.Mai
Tocantins	Multiplicativo	(2 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,TC2003.Mai,LS2005.Fev,LS2010.Feb
Maranhão	Multiplicativo	(0 1 2)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,AO2001.Mai,TC2002.Mar,LS2005.Fev,AO2011.Out,TC2020.Abr,LS2 020.Jun,LS2020.Dez
Piauí	Multiplicativo	(1 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,TC2000.Jan,TC2001.Jan,TC2002.Jan,TC2003.Jan,TC2003.Mar,LS200 5.Fev,AO2008.Jan,TC2010.Abr,TC2019.Jun,TC2020.Abr,AO2020.Mai,LS2020.A go,AO2021.Feb
Ceará	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2020.Mar,TC2020.Abr,LS2020.Jun,TC2021.Mar
Rio Grande do Norte	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2005.Fev,TC2020.Abr
Paraíba	Multiplicativo	(0 1 1)(1 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,AO2008.Jan,LS2008.Out,TC2020.Abr,LS2020.Jul
Pernambuco	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[15],TC2003.Jan,TC2020.Abr,LS2020.Jul
Alagoas	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[1],TC2020.Abr
Sergipe	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Efeito Calendário,Páscoa[15],LS2005.Fev,LS2006.Feb,LS2015.Jul,TC2020.Abr
Bahia	Multiplicativo	(1 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,AO2019.Dez,TC2020.Abr,LS2020.Jul
Minas Gerais	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[1],LS2020.Abr,TC2020.Abr
Espírito Santo	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[15],AO2002.Abr,TC2017.Fev,TC2020.Abr
Rio de Janeiro	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[15],TC2020.Mar,TC2020.Abr
São Paulo	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[15],AO2017.Mar,TC2020.Abr
Paraná	Multiplicativo	(0 1 1)(2 1 1)	Efeito Calendário,Páscoa[15],TC2003.Fev,LS2005.Feb,TC2020.Abr,AO2021.Jul
Santa Catarina	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Efeito Calendário,Páscoa[1],AO2020.Abr,AO2021.Jul
Rio Grande do Sul	Multiplicativo	(0 1 1)(1 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[1],TC2017.Jan,TC2019.Dez,TC2020.Abr,LS2021.Abr
Mato Grosso do Sul	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Efeito Calendário,Páscoa[15],AO2020.Abr
Mato Grosso	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Efeito Calendário,AO2002.Mai,LS2006.Fev,AO2020.Abr,AO2021.Jan,AO2021.Jul
Goiás	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[1],AO2003.Fev,LS2005.Feb,LS2017.Mar,TC2020.Abr
Distrito Federal	Multiplicativo	(1 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[15],TC2001.Jun,AO2005.Jan,TC2020.Mar,TC2020.Abr,AO20 20.Mai,AO2021.Mar

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

UF	DECOMPOSIÇÃO	MODELO ARIMA	REGRESSÃO (REGARIMA)
Rondônia	Multiplicativo	(1 1 1)(0 1 1)	Efeito Calendário,TC2005.Fev,LS2016.Nov,AO2017.Ago,AO2020.Mar,TC2020.Abr
Acre	Multiplicativo	(1 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Páscoa[1],AO2014.Mai,AO2020.Mar,TC2020.Mar
Amazonas	Multiplicativo	(0 1 1)(1 1 1)	Camaval,Corpus Christi,AO2014.Mai,TC2020.Mar,TC2020.Abr,LS2020.Jun,AO2021.Jan,AO2021.Fev
Roraima	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Efeito Calendário,Páscoa[15]
Pará	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,LS2005.Fev,LS2020.Abr,LS2020.Jun
Amapá	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	AO2004.Dez,LS2019.Jan,TC2020.Abr,LS2020.Jun,TC2020.Jul,TC2021.Mai
Tocantins	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Páscoa[8],LS2005.Fev,LS2010.Feb,AO2020.Abr
Maranhão	Multiplicativo	(0 1 1)(1 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[8],LS2020.Mar,TC2020.Abr,LS2020.Jun
Piauí	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Páscoa[1],AO2010.Mar,TC2019.Jun,AO2020.Mar,TC2020.Abr,LS2020.Ago
Ceará	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[8],LS2008.Out,AO2010.Mar,TC2012.Jun,LS2020.Mar,TC2020.Abr,LS2020.Jun,AO2021.Mar
Rio Grande do Norte	Multiplicativo	(0 1 1)(1 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,AO2010.Mar,TC2020.Mar,TC2020.Abr
Paraíba	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2008.Out,LS2014.Dez,TC2020.Abr,LS2020.Jul
Pernambuco	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,TC2020.Mar,TC2020.Abr,TC2020.Jul
Alagoas	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,AO2005.Jul,TC2020.Mar,TC2020.Abr
Sergipe	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2005.Fev,AO2010.Mar,TC2020.Mar,TC2020.Abr
Bahia	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,TC2020.Mar,TC2020.Abr,AO2021.Mar
Minas Gerais	Multiplicativo	(2 1 0)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2005.Fev,LS2020.Abr,TC2020.Abr
Espírito Santo	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2011.Jun,AO2017.Fev,TC2020.Abr
Rio de Janeiro	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,AO2020.Mar,TC2020.Abr
São Paulo	Multiplicativo	(0 1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2005.Fev,LS2006.Feb,LS2008.Out,AO2009.Jun,AO2010.Mar,TC2020.Abr,LS2020.Jun

Paraná	Multiplicativo	(011)(011)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2008.Out,AO2010.Mar,TC2012.Set,TC2020.Mar,AO2020.Abr
Santa Catarina	Multiplicativo	(011)(011)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,TC2008.Nov,TC2020.Mar,AO2020.Abr
Rio Grande do Sul	Multiplicativo	(011)(011)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2017.Jan,TC2020.Mar,AO2020.Abr,LS2021.Abr
Mato Grosso do Sul	Multiplicativo	(011)(011)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2008.Nov,AO2010.Mar,TC2020.Mar,AO2020.Abr
Mato Grosso	Multiplicativo	(011)(011)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[1],LS2020.Mar
Goiás	Multiplicativo	(011)(111)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2008.Out,AO2010.Mar,TC2020.Abr
Distrito Federal	Multiplicativo	(011)(011)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,AO2009.Set,AO2010.Mar,AO2012.Ago,AO2020.Mar,TC2020.Abr

5 DEFLATORES DA PESQUISA

Os índices de preços aplicados para o deflacionamento (data de referência: julho de 2020) das receitas correntes das empresas da PMC são derivados do IPCA mensal para as atividades PMC de 1 a 14 e do SINAPI somente para a atividade 11, pesquisados e divulgados pelo IBGE. Os itens do IPCA utilizados na pesquisa são os que melhor representam o comportamento de preços de cada grupo de produtos e/ou CNAE que compõe uma atividade PMC.

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

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

Atividades da PMC	CNAE da PMC	Grupo de produto	Itens do IPCA
12-Móveis	4753-9	-	IPCA (cód. 3101)
			IPCA (cód. 3102)
	4756-3	-	IPCA (cód. 3102)
	4759-8	-	IPCA (cód. 3101)
			IPCA (cód. 3102)
	4762-8	-	IPCA (cód. 3102)
	4754-7	-	IPCA (cód. 3101)
IPCA (cód. 3102)			
13-Eletrrodomésticos	4753-9	-	IPCA (cód. 32)
	4756-3	-	IPCA (cód. 7201010)
	4759-8	-	IPCA (cód. 32)
	4762-8	-	IPCA (cód. 7201002)
	4754-7	-	IPCA (cód. 32)
14- Atacado Prod.Alimen.,Beb. e Fumo	46.31-1	-	IPCA (cód. 1111000)
	46.32-0	-	IPCA (cód. 1101000)
			IPCA (cód. 1102000)
	46.33-8	-	IPCA (cód. 1103000)
			IPCA (cód. 1105000)
			IPCA (cód. 1106000)
	46.34-6	-	IPCA (cód. 1107000)
			IPCA (cód. 1108000)
	46.35-4	-	IPCA (cód. 1114000)
	46.36-2	-	IPCA (cód. 7202000)
46.37-1	-	IPCA (cód. 1100000)	
46.39-7	-	IPCA (cód. 1000000)	

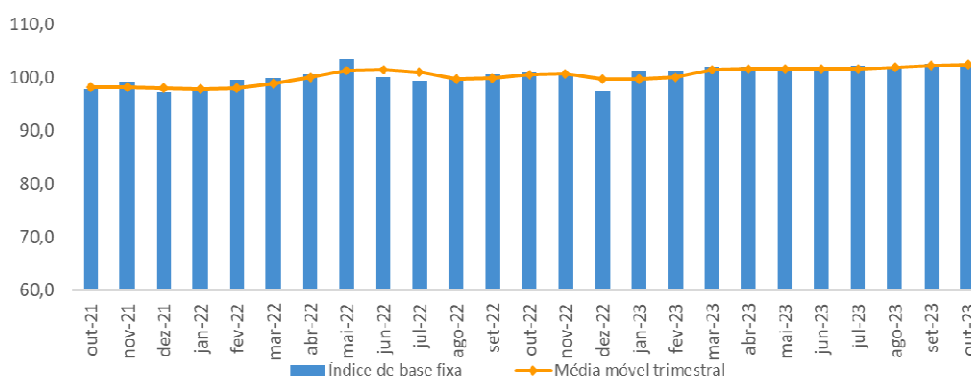
6 OBSERVAÇÕES

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

COMENTÁRIOS

Em outubro de 2023, o volume de vendas no **comércio varejista** nacional mostrou variação de -0,3% nas vendas frente ao mês imediatamente anterior, na série livre de influências sazonais, após 0,5% de crescimento em setembro de 2023. Com isso, a evolução do índice de média móvel trimestral para o varejo, depois do resultado de 0,4% no trimestre encerrado em setembro de 2023, variou em 0,1% no trimestre encerrado em outubro, conforme mostra o Gráfico 1.

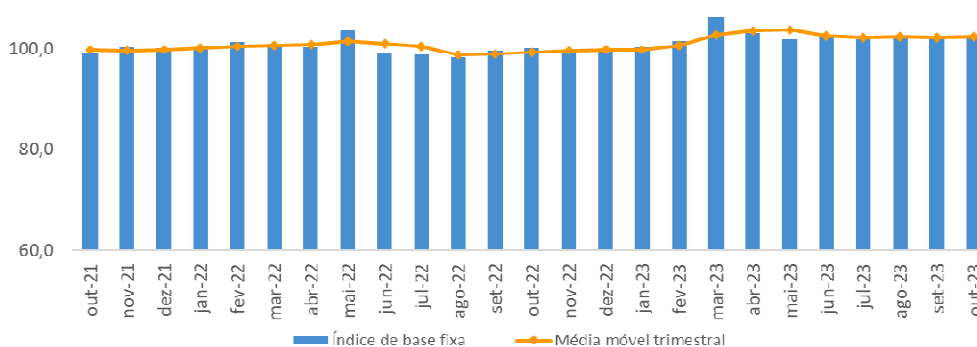
Gráfico 1 - Volume de Vendas do Varejo com Ajuste Sazonal
Índice de Base Fixa e Média Móvel Trimestral
Outubro 2023



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, Material de construção e Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo*, o volume de vendas em outubro de 2023 foi de -0,4% nas vendas frente ao mês imediatamente anterior, na série livre de influências sazonais, após registrar estabilidade (0,0%) em setembro de 2023. Com isso, a evolução do índice de média móvel trimestral para o varejo ampliado, depois do resultado de -0,1% no trimestre encerrado em setembro de 2023, variou em 0,1% no trimestre encerrado em outubro de 2023, conforme mostra o Gráfico 2.

Gráfico 2 - Volume de Vendas do Varejo Ampliado com Ajuste Sazonal
Índice de Base Fixa e Média Móvel Trimestral
Outubro 2023



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

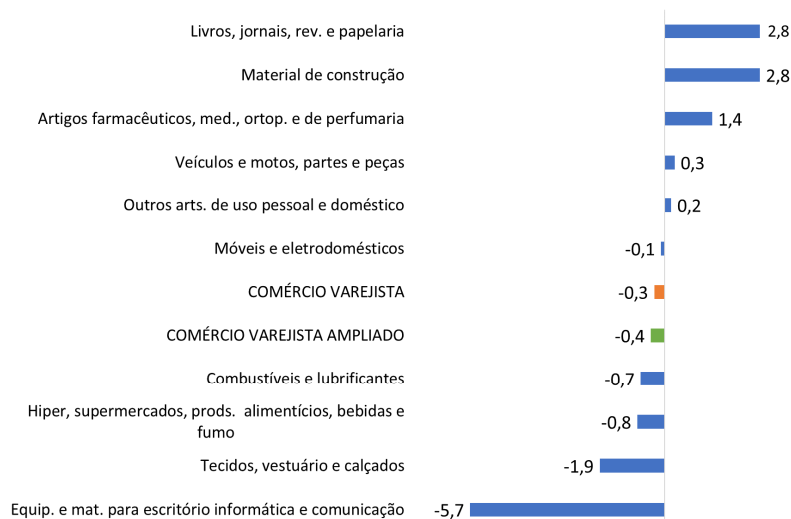
Na comparação interanual, do **comércio varejista**, para o mês de outubro de 2023, o resultado foi de 0,2% em relação ao mesmo mês de 2022, quinto consecutivo no campo positivo (1,4% em junho, 2,4% em julho, 2,4% em agosto e 3,2% em setembro). No ano de 2023, o varejo acumula 1,6% de aumento em relação ao mesmo período de 2022 (janeiro a outubro). Nos últimos doze meses, o resultado em outubro se encontra no campo positivo (1,5%). No que tange ao **comércio varejista ampliado**, o indicador interanual de outubro de 2023 foi 2,5% superior ao de outubro de 2022, oitavo resultado positivo consecutivo (o último mês a apresentar queda foi fevereiro de 2023: -1,0%). No ano, o varejo ampliado continua apresentando resultados no campo positivo: 2,4% de janeiro a outubro. Em doze meses, o acúmulo também é positivo: 1,8% até outubro.

RESULTADOS SETORIAIS

A variação de -0,3% no volume de vendas do **comércio varejista** na passagem de setembro para outubro de 2023, na série com ajuste sazonal, teve predominância de taxas negativas, atingindo cinco das oito atividades pesquisadas: *Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação* (-5,7%), *Tecidos, vestuário e calçados* (-1,9%), *Hiper, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* (-0,8%), *Combustíveis e lubrificantes* (-0,7%) e *Móveis e eletrodomésticos* (-0,1%). Por outro lado, entre setembro e outubro de 2023, três dos oito grupamentos pesquisados mostraram alta: *Livros, jornais, revistas e papelaria* (2,8%), *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria* (1,4%) e *Outros artigos de uso pessoal e doméstico* (0,2%). Já o **comércio varejista ampliado**, em termos setoriais, na margem, apresentou dois resultados positivos: *Veículos e motos, partes e peças*, com 0,3% e *Material de construção*, com 2,8%, conforme Gráfico 3.

Para o indicador interanual, o **varejo** apresentou seis setores com resultados negativos: *Combustíveis e lubrificantes* (-9,5%), *Outros artigos de uso pessoal e doméstico* (-8,4%), *Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação* (-6,8%), *Livros, jornais, revistas e papelaria* (-4,8%), *Tecidos, vestuário e calçados* (-3,4%) e *Móveis e eletrodomésticos* (-0,4%). Por outro lado, duas atividades apresentaram crescimento: *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria* (9,2%) e *Hiper, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* (1,9%). Incluindo as atividades do **varejo ampliado**, *Veículos e motos, partes e peças* teve resultado de 10,5%, *Material de construção* cresceu 6,4% e *Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo* teve alta de 8,8% em relação a outubro de 2022.

Gráfico 3 - Volume de Vendas do Comércio Varejista e Varejista Ampliado
Indicador mês/ mês imediatamente anterior
Série com ajuste sazonal
Outubro 2023



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

A atividade de *Combustíveis e lubrificantes* apresentou -9,5% nas vendas de outubro de 2023 frente a outubro de 2022, quarta queda consecutiva, e maior delas, na comparação interanual (-2,3% em julho, -3,4% em agosto, e -8,5% em setembro). Vale lembrar que a trajetória de crescimento da atividade no indicador de volume no segundo semestre de 2022 foi atrelada à política de redução de preços da gasolina, iniciada em julho de 2022, elevando a base de comparação. Em termos de resultado acumulado no ano até outubro, ao passar de 6,9% até setembro para 4,9% no mês de referência, a atividade mostra diminuição no ritmo de crescimento. O mesmo se dá em relação ao acumulado nos últimos doze meses que, ao passar de 11,8% até setembro para 7,9% em outubro, demonstra arrefecimento na intensidade de crescimento também para este indicador.

O grupamento de *Outros artigos de uso pessoal e doméstico*, que engloba lojas de departamentos, óticas, joalherias, artigos esportivos, brinquedos, entre outros, apresentou queda de 8,4% nas vendas frente a outubro de 2022, totalizando 18 meses de resultados negativos consecutivos. O setor vem sofrendo com a crise contábil de grandes empresas do setor, o que afeta os resultados de receita assim como reduz o número de lojas físicas no país. No ano, o acúmulo de perdas, até outubro, é de 11,3%, enquanto nos últimos 12 meses o resultado também é negativo: -10,9%.

O grupamento de *Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação* apresentou queda de 6,8% em outubro de 2023 na comparação com o mesmo mês do ano anterior, primeiro resultado negativo após três meses registrando altas (6,8% em julho, 6,3% em agosto e 3,8% em setembro). No ano, até outubro, o setor acumula resultado de 0,3%, abaixo do estabelecido até setembro (1,2%). Para o indicador dos últimos doze meses o cenário é similar já que registra 0,2% até outubro, menor do que o acumulado até setembro de 2023 (1,5%).

O setor de *Livros, jornais, revistas e papelaria* apresentou -4,8% nas vendas frente a outubro de 2022, contra -18,3% em setembro de 2023 frente a setembro de 2022. Para este indicador, o setor totaliza 9 meses consecutivos de quedas. Em relação ao acumulado no ano até outubro, as perdas até outubro têm a mesma intensidade do que até setembro: -4,1%. Em termos de resultado acumulado nos últimos doze meses, o cenário também é de perdas: de -2,2% até setembro para -3,3% até outubro de 2023.

O setor de *Tecidos, vestuário e calçados* apresentou queda de 3,4% nas vendas frente a outubro de 2022 (-3,4%), terceira consecutiva. No indicador interanual, dos dez meses apurados em 2023, apenas dois apresentaram resultados positivos: janeiro, com 2,4% e julho, com 1,3% em relação ao mesmo mês do ano anterior. No ano, o acúmulo é negativo, mas decrescente: -7,5% até agosto, -7,0% até setembro e -6,7% até outubro. O mesmo cenário se apresenta para o acumulado dos últimos doze meses: -9,7% até agosto, -9,3% até setembro e -8,4% até outubro.

O grupo de *Móveis e eletrodomésticos* apresentou variação no campo negativo (-0,4%), no indicador de volume de vendas outubro de 2023 comparado a outubro de 2022, após registrar alta de 2,0% na comparação de setembro de 2023 com o mesmo mês do ano anterior. O indicador acumulado do ano até outubro de 2023 apresenta ganhos de 1,0% patamar estável há três meses (até agosto o valor acumulado foi de 1,0% e até setembro de 1,1%). Para os últimos doze meses, até outubro o resultado foi de 1,1% terceiro mês consecutivo a registrar ganhos (-0,3% até julho, 0,4% até agosto e 1,0% até setembro).

O setor de *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria* apresentou aumento de 9,2% nas vendas frente a outubro de 2022, oitavo ponto positivo consecutivo de crescimento (o último mês a registrar variações negativas na base interanual foi fevereiro: -0,5%). Em relação ao acumulado no ano até outubro, ao passar de 3,8% até setembro para 4,3% no mês de referência, a atividade mostra aumento no ritmo de crescimento. Nos últimos doze meses, o resultado de 4,2% até outubro de 2023 é maior em 0,4 p.p. ao acumulado até setembro.

Já a atividade de *Hiper, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* registrou seu décimo quinto mês consecutivo de crescimento para o indicador interanual: 1,9% em outubro. Tal

crescimento é o de menor amplitude dos últimos cinco meses: 3,2% em junho, 2,9% em julho, 5,8% em agosto e 7,1% em setembro, na comparação com o mesmo mês do ano anterior. No ano, o acúmulo é de 3,3% até outubro, estável há três meses: 3,1% até agosto e 3,5% até setembro. Nos últimos doze meses, o acúmulo também é positivo até outubro (3,2%).

A atividade de *Veículos e motos, partes e peças*, uma das que compõem o varejo ampliado, apresentou crescimento de 10,5% nas vendas frente a outubro de 2022, sexta alta consecutiva e a terceira no período a apresentar resultados com dois dígitos de variação (1,5% em maio, 17,8% em junho, 9,8% em julho, 11,0% em agosto e 9,1% em setembro). Em relação ao acumulado do ano, o indicador registra ganhos ao longo de todo o ano de 2023 com aumento de intensidade nos últimos meses: 6,0% em julho, 6,7% em agosto, 7,0% em setembro e 7,3% em outubro). No acumulado dos últimos doze meses a série se encontra no campo positivo há cinco meses: 0,6% em junho, 2,2% em julho, 3,6% em agosto, 4,4% em setembro e 5,4% em outubro.

O grupo de *Material de construção* apresentou crescimento de 6,4% no volume de vendas frente a outubro de 2022 pela primeira vez após oito meses seguidos de resultados negativos no indicador interanual. Com isso, as perdas no ano acumulado do ano diminuíram: -3,1% até setembro contra -2,1% até outubro. No acumulado dos últimos doze meses, o resultado é negativo há 20 meses, sendo -3,4% até outubro.

O setor de *Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo*, na comparação mês contra mesmo mês do ano anterior, teve alta de 8,8% em outubro, em volume de vendas, terceira consecutiva para este indicador. No acumulado do ano o cenário é de estabilidade (0,0%) até outubro, vindo de uma série de perdas acumuladas até setembro (-0,9%).

RESULTADOS BIMESTRAIS

O quinto bimestre de 2023 apresentou um crescimento, para o **comércio varejista**, de 1,6% em relação ao mesmo bimestre de 2022. O crescimento no período de setembro e outubro de 2023 representa o sétimo ponto consecutivo no indicador de volume, com taxas no campo positivo. Em termos setoriais, três atividades registraram crescimento no quinto bimestre: *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria* (7,9%), *Hiper e supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* (4,5%) e *Móveis e eletrodomésticos* (0,8%). Por outro lado, cinco setores apresentaram queda na comparação bimestral: *Livros, jornais, revistas e papelaria* (-11,8%), *Combustíveis e lubrificantes* (-9,0%), *Outros artigos de uso pessoal e doméstico* (-8,8%), *Tecidos, vestuário e calçados* (-3,0%) e *Equipamentos e materiais para escritório, informática e*

comunicação (-1,8%). No âmbito do **varejo ampliado**, o quinto bimestre apresentou alta (2,7%) e variações positivas para as atividades complementares: 9,8% para *Veículos e motos, partes e peças*, 0,2% para *Material de construção* e 7,7% para *Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo*, conforme Tabela 1.

Tabela 1 - 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	2022						2023				
	1º Bim	2º Bim	3º Bim	4º Bim	5º Bim	6º Bim	1º Bim	2º Bim	3º Bim	4º Bim	5º Bim
COMÉRCIO VAREJISTA	-0,2	4,7	-0,1	-2,0	3,0	0,9	1,9	1,9	0,1	2,4	1,6
Combustíveis e lubrificantes	-3,6	11,0	7,6	23,7	34,5	25,4	22,8	11,3	10,0	-2,9	-9,0
Hiper, supermercados, prods. alimentícios, bebidas e fumo	0,5	0,3	0,9	0,6	3,2	2,6	1,6	3,9	2,3	4,3	4,5
Tecidos, vest. e calçados	5,2	52,9	5,5	-11,1	-12,4	-13,6	-3,3	-9,4	-12,6	-2,9	-3,0
Móveis e eletrodomésticos	-12,3	-1,1	-13,6	-11,7	-3,5	1,5	2,1	-0,4	1,5	1,0	0,8
Artigos farmacêuticos, med., ortop. e de perfumaria	11,9	3,6	9,1	5,3	5,5	3,4	-4,2	5,2	6,1	6,5	7,9
Livros, jornais, rev. e papelaria	21,2	19,4	13,2	15,7	22,1	0,2	6,7	-6,2	-3,9	-11,6	-11,8
Equip. e mat. para escritório informática e comunicação	-7,8	8,1	2,0	0,9	7,8	-0,1	4,9	-0,4	-6,8	6,5	-1,8
Outros arts. de uso pessoal e doméstico	-2,9	4,8	-9,3	-20,5	-9,2	-9,5	-9,5	-15,2	-16,1	-6,4	-8,8
COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO	-0,6	3,5	-1,9	-3,9	0,6	-1,0	-0,2	3,9	2,4	3,1	2,7
Veículos e motos, partes e peças	1,4	3,3	-3,2	-6,3	-1,0	-3,6	1,6	4,6	9,4	10,4	9,8
Material de construção	-8,0	-4,2	-9,8	-10,4	-10,5	-9,2	-2,3	-6,3	-2,2	-0,2	0,2
Atacado Prod.Alimen.,Beb. e Fumo							-8,1	-1,4	0,9	1,0	7,7

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

RESULTADOS REGIONAIS

Em termos regionais, o resultado de -0,3% de outubro frente a setembro de 2023 para o **comércio varejista** apresentou resultados negativos em 17 das 27 Unidades da Federação, com destaque para: Rio de Janeiro (-2,0%), Santa Catarina (-1,4%) e Mato Grosso do Sul (-1,3%). Por outro lado, pressionando positivamente, figuram 10 das 27 Unidades da Federação, com destaque para Maranhão (3,1%), Bahia (1,9%) e Tocantins (1,9%), conforme Gráfico 4. Para a mesma comparação, no **comércio varejista ampliado**, a variação entre setembro e outubro de 2023 foi de -0,4% com resultados negativos em 11 das 27 Unidades da Federação, com destaque para: Mato Grosso do Sul (-2,4%), Rio de Janeiro (-2,3%) e São Paulo (-1,9%). Por outro lado, pressionando positivamente, figuram 14 das 27 Unidades da Federação, com destaque para Rondônia (4,3%), Pernambuco (3,8%) e Tocantins (2,4%). Rio Grande do Norte e Mato Grosso apresentaram estabilidade (0,0%) na passagem de setembro para outubro, em volume de vendas, conforme Gráfico 5.

Gráfico 4 -Volume de Vendas do Comércio Varejista por UF mês/ mês anterior Outubro 2023

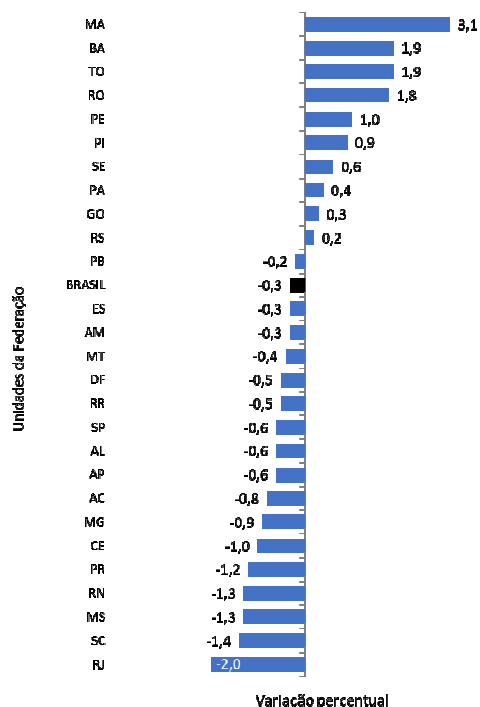
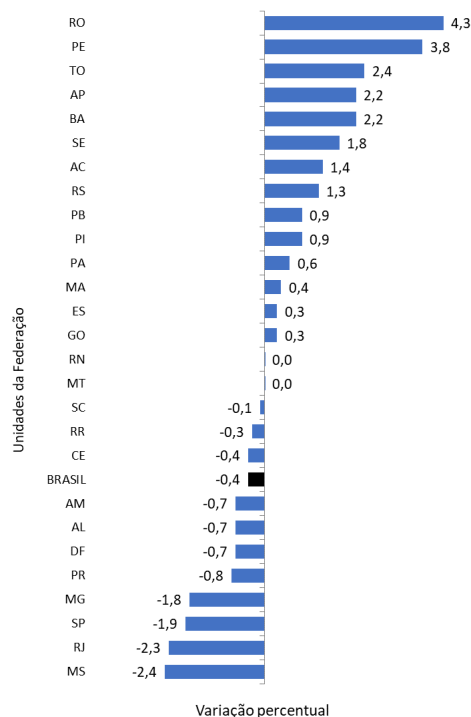


Gráfico 5 -Volume de Vendas do Comércio Varejista Ampliado por UF mês/ mês anterior Outubro 2023



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

Frente a outubro de 2022, a variação das vendas no **comércio varejista**, no corrente mês, foi de 0,2%, com resultados positivos em 11 das 27 Unidades da Federação, com destaque para: Tocantins (12,6%), Maranhão (10,1%) e Ceará (9,1%). Por outro lado, pressionando negativamente, figuram 15 das 27 Unidades da Federação, com destaque para Paraíba (-21,8%), Amapá (-13,7%) e Roraima (-7,5%). São Paulo apresentou estabilidade (0,0%) na comparação interanual, conforme Gráfico 7. Já no **comércio varejista ampliado**, o indicador interanual apresentou variação de 2,5%, com resultados positivos em 16 das 27 Unidades da Federação, com destaque para: Maranhão (19,5%), Ceará (13,0%) e Espírito Santo (9,9%). Por outro lado, pressionando negativamente, figuram 11 das 27 Unidades da Federação, com destaque para Paraíba (-12,8%), Mato Grosso do Sul (-12,6%) e Roraima (-11,7%), conforme Gráfico 8.

Gráfico 6 -Volume de Vendas do Comércio Varejista por UF mês/igual mês do ano anterior Outubro 2023

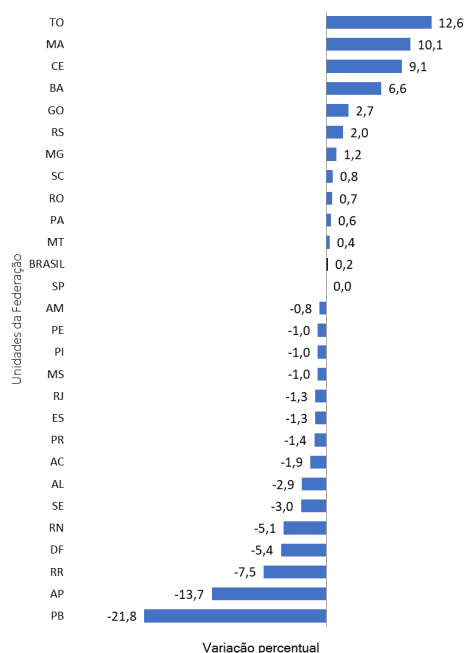
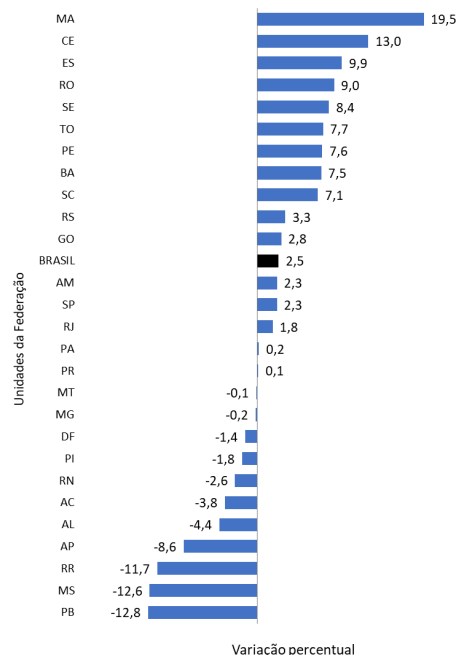
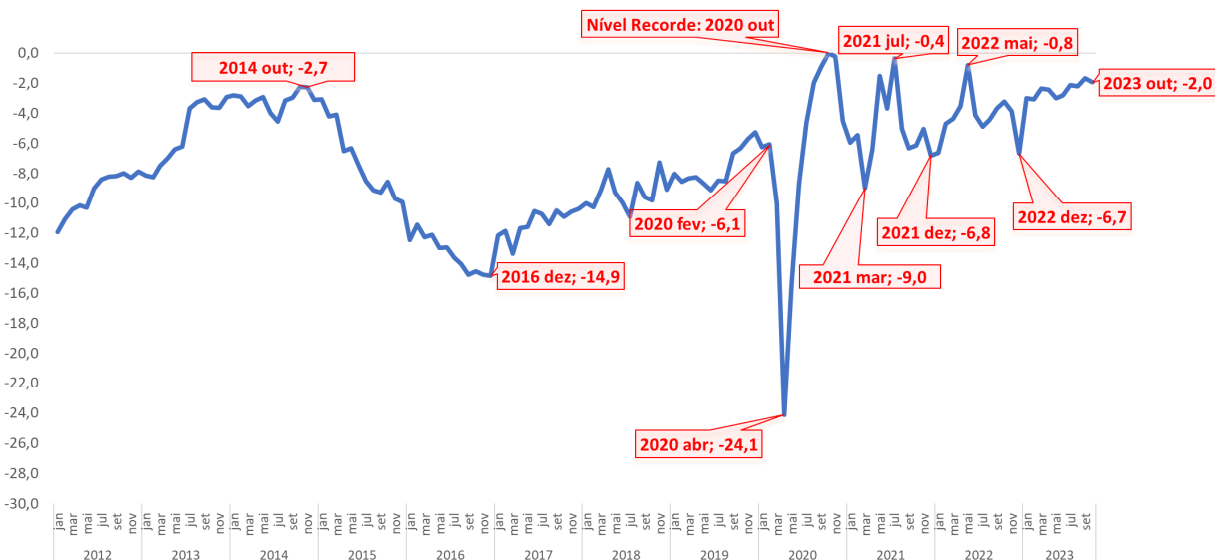


Gráfico 7 - Volume de Vendas do Comércio Varejista Ampliado por UF mês/igual mês do ano anterior Outubro 2023



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

Gráfico 8 – Patamar Histórico do Comércio Varejista - Índice de Base Fixa (base: mês imediatamente anterior)



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

Em síntese, a variação de -0,3%, na margem, do mês de outubro, volta a representar estabilidade após 0,5% de variação em positiva de 2023. Vale destacar que, dos últimos cinco meses, o resultado positivo de julho (0,7%) foi o único a apresentar variação fora da faixa de -0,5%

a +0,5% (em junho foi 0,2% e agosto havia sido -0,1%). Por outro lado, o período de agosto a outubro registra um crescimento de patamar, da série ajustada sazonalmente, de 1,1% frente a maio. Com isso, o varejo brasileiro se situa, em outubro, 2,0% abaixo do recorde da série, ocorrido em outubro de 2020 (Gráfico 8). Em termos setoriais, houve predominância de atividades com desempenho negativo em outubro com relação a setembro: cinco dentre oito. O destaque fica por conta de *Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação* e *Tecidos, vestuário e calçados*, que tiveram queda, em volume, igual ou inferior a 1,9%.

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
Outubro 2023 - Variação (%)

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

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
Outubro 2023 - Variação (%)

Brasil e Unidades da Federação	Mês/Mês anterior (1)			Mensal (2)			Acumulado no ano (3)			Últimos 12 meses (4)		
	AGO	SET	OUT	AGO	SET	OUT	JAN-AGO	JAN-SET	JAN-OUT	Até AGO	Até SET	Até OUT
Brasil	-0,1	0,5	-0,3	2,4	3,2	0,2	1,6	1,8	1,6	1,7	1,7	1,5
Rondônia	-1,0	1,5	1,8	-1,5	1,6	0,7	-1,4	-1,1	-0,9	-1,2	-1,1	-0,9
Acre	-0,7	-1,2	-0,8	3,3	0,5	-1,9	6,3	5,6	4,8	5,5	5,1	4,5
Amazonas	0,3	-0,5	-0,3	3,2	3,3	-0,8	3,7	3,7	3,2	2,7	2,9	2,5
Roraima	-2,4	-2,6	-0,5	-2,2	-4,8	-7,5	5,9	4,6	3,3	7,1	5,6	3,5
Pará	-0,1	0,6	0,4	0,8	2,4	0,6	0,5	0,7	0,7	0,9	0,7	0,5
Amapá	-2,0	0,5	-0,6	-4,2	-4,9	-13,7	3,7	2,6	0,6	7,7	6,1	2,6
Tocantins	-1,1	0,1	1,9	9,7	8,9	12,6	13,1	12,7	12,6	7,9	8,6	10,0
Maranhão	-0,6	0,4	3,1	8,5	7,5	10,1	10,1	9,8	9,9	8,2	8,3	8,6
Piauí	-0,4	0,0	0,9	-1,2	-1,4	-1,0	-0,3	-0,4	-0,5	0,3	0,0	-0,2
Ceará	-1,5	2,7	-1,0	8,0	11,8	9,1	8,2	8,6	8,6	6,2	6,9	7,4
Rio Grande do Norte	-0,7	-0,8	-1,3	0,6	-2,2	-5,1	-0,3	-0,5	-1,0	0,7	0,1	-0,6
Paraíba	-5,0	-0,3	-0,2	-24,8	-26,5	-21,8	-2,5	-5,9	-7,8	9,1	3,0	-1,7
Pernambuco	-1,0	-1,1	1,0	2,4	-1,5	-1,0	1,7	1,3	1,1	0,4	0,5	0,4
Alagoas	-2,5	0,7	-0,6	-1,9	0,0	-2,9	4,5	4,0	3,2	5,3	4,4	3,4
Sergipe	-1,5	-1,4	0,6	2,8	-1,0	-3,0	3,9	3,3	2,7	4,8	4,2	3,5
Bahia	-0,5	0,4	1,9	5,6	6,1	6,6	4,8	4,9	5,1	2,9	3,6	4,2
Minas Gerais	0,7	0,2	-0,9	4,2	4,2	1,2	2,9	3,0	2,8	3,0	3,0	2,7
Espírito Santo	-2,6	-2,8	-0,3	4,8	2,7	-1,3	3,5	3,4	3,0	3,3	3,4	3,1
Rio de Janeiro	0,6	1,8	-2,0	5,2	4,3	-1,3	-0,1	0,4	0,2	-1,3	-0,7	-0,7
São Paulo	0,0	1,6	-0,6	1,1	3,3	0,0	0,2	0,5	0,5	0,2	0,3	0,2
Paraná	0,7	0,6	-1,2	3,2	5,3	-1,4	1,0	1,4	1,1	1,2	1,5	1,1
Santa Catarina	0,8	1,9	-1,4	2,7	5,7	0,8	2,6	2,9	2,7	2,8	3,0	2,8
Rio Grande do Sul	2,3	-2,7	0,2	5,1	3,6	2,0	1,8	2,0	2,0	3,2	2,8	2,5
Mato Grosso do Sul	-0,9	1,7	-1,3	-0,1	2,0	-1,0	2,7	2,6	2,2	4,1	3,5	2,8
Mato Grosso	-0,5	2,0	-0,4	-2,2	1,2	0,4	3,2	2,9	2,7	5,6	4,7	3,7
Goiás	-0,5	1,7	0,3	1,3	4,1	2,7	0,2	0,7	0,9	0,1	0,2	0,4
Distrito Federal	1,4	-1,7	-0,5	0,4	-3,2	-5,4	-0,1	-0,4	-1,0	1,3	0,5	-0,6

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
Outubro 2023 - Variação (%)

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

Pesquisa Mensal de Comércio

Tabela 4 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Ceará - Outubro 2023 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	AGO	SET	OUT	JAN-AGO	JAN-SET	JAN-OUT	Até AGO	Até SET	Até OUT
Comércio Varejista (4)	8,0	11,8	9,1	8,2	8,6	8,6	6,2	6,9	7,4
1. Combustíveis e lubrificantes	1,5	-3,0	-7,3	7,6	6,2	4,6	11,3	9,4	7,6
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	12,5	16,9	14,6	12,5	13,0	13,1	10,5	11,1	11,6
2.1. Hipermercados e supermercados	15,0	19,2	19,3	14,4	14,9	15,4	10,2	11,1	12,3
3. Tecidos, vestuário e calçados	4,7	1,9	0,9	1,4	1,5	1,4	-2,4	-1,8	-0,8
4. Móveis e eletrodomésticos	-1,0	9,0	-1,3	3,3	3,8	3,3	3,5	4,8	3,6
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	-0,8	7,7	21,3	6,9	7,0	8,4	6,4	6,4	7,6
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	42,4	-36,5	51,3	-2,4	-6,2	-3,4	3,6	-0,3	1,6
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-21,6	-26,2	-24,5	-9,3	-11,2	-12,6	-0,4	-3,1	-5,5
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	9,5	12,4	2,7	-2,1	-0,7	-0,3	-8,0	-5,6	-3,9
Comércio Varejista Ampliado (5)	9,4	12,9	13,0	4,5	5,3	6,1	1,1	2,6	4,1
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	14,4	11,1	23,9	4,3	5,0	6,7	-2,0	-0,1	2,9
10. Material de construção	17,1	17,8	18,9	-2,5	-0,5	1,4	-10,3	-6,2	-2,7
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	0,1	6,9	7,2	0,7	1,4	2,0	-	-	-

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio

Tabela 4 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Pernambuco - Outubro 2023 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	AGO	SET	OUT	JAN-AGO	JAN-SET	JAN-OUT	Até AGO	Até SET	Até OUT
Comércio Varejista (4)	2,4	-1,5	-1,0	1,7	1,3	1,1	0,4	0,5	0,4
1. Combustíveis e lubrificantes	11,2	-5,9	-4,4	20,4	16,8	14,2	22,3	19,2	16,6
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	1,8	5,2	4,5	2,1	2,4	2,7	0,5	1,1	1,8
2.1. Hipermercados e supermercados	3,4	7,4	9,3	3,3	3,7	4,3	1,3	2,1	3,2
3. Tecidos, vestuário e calçados	-12,9	-15,0	-12,1	-12,3	-12,6	-12,6	-16,0	-16,2	-15,3
4. Móveis e eletrodomésticos	-9,1	1,9	-8,6	-4,0	-3,4	-3,9	-2,5	-1,1	-2,3
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	-0,4	-5,3	-4,1	3,7	2,6	1,9	6,1	4,7	3,4
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	6,5	1,1	22,9	-5,1	-4,7	-3,1	-5,1	-5,4	-3,8
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	4,9	-51,4	-66,9	-20,4	-25,3	-32,6	-3,2	-15,1	-31,5
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	12,6	0,0	5,7	-7,5	-6,7	-5,4	-10,4	-8,7	-7,0
Comércio Varejista Ampliado (5)	4,9	1,4	7,6	-0,3	-0,1	0,7	-5,8	-4,5	-2,6
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	13,8	5,1	10,8	-2,4	-1,5	-0,3	-16,6	-13,4	-9,3
10. Material de construção	-2,6	-5,4	0,8	1,8	1,0	0,9	1,8	1,6	1,5
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	3,6	8,1	19,3	-0,1	1,0	3,2	-	-	-

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio

**Tabela 4 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Bahia - Outubro 2023 - Variação (%)**

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	AGO	SET	OUT	JAN-AGO	JAN-SET	JAN-OUT	Até AGO	Até SET	Até OUT
Comércio Varejista (4)	5,6	6,1	6,6	4,8	4,9	5,1	2,9	3,6	4,2
1. Combustíveis e lubrificantes	0,7	-7,1	1,4	19,2	15,6	13,9	18,5	16,2	15,6
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	8,7	5,9	6,1	3,6	3,9	4,1	2,8	3,2	3,7
2.1. Hipermercados e supermercados	8,0	5,6	6,1	3,8	4,0	4,2	3,3	3,6	3,9
3. Tecidos, vestuário e calçados	-11,6	-3,6	-1,4	-5,5	-5,4	-5,0	-9,0	-8,1	-6,8
4. Móveis e eletrodomésticos	5,6	11,2	0,7	2,4	3,3	3,0	-0,7	2,3	2,7
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	5,2	10,3	17,2	3,1	3,9	5,2	3,2	3,5	4,4
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-25,0	-39,3	-37,8	-3,6	-7,0	-9,6	-0,6	-3,5	-6,2
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-33,4	13,1	-28,1	32,4	30,5	21,5	30,6	32,8	23,4
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-5,3	-1,8	2,6	-14,5	-13,3	-11,8	-13,7	-12,9	-11,7
Comércio Varejista Ampliado (5)	2,8	4,4	7,5	1,1	1,4	2,0	-2,7	-1,5	0,0
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-1,6	1,9	7,7	-4,0	-3,4	-2,4	-13,7	-11,2	-8,1
10. Material de construção	18,6	10,8	17,2	5,3	5,9	7,0	0,6	2,2	4,6
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	-9,4	-10,6	-4,0	-6,0	-6,6	-6,3	-	-	-

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio

Tabela 4 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Minas Gerais - Outubro 2023 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	AGO	SET	OUT	JAN-AGO	JAN-SET	JAN-OUT	Até AGO	Até SET	Até OUT
Comércio Varejista (4)	4,2	4,2	1,2	2,9	3,0	2,8	3,0	3,0	2,7
1. Combustíveis e lubrificantes	-16,1	-21,6	-24,5	9,1	4,8	1,0	19,8	13,3	6,6
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	9,5	10,1	4,9	5,5	6,0	5,9	4,7	5,3	5,5
2.1. Hipermercados e supermercados	9,9	11,1	6,1	5,9	6,5	6,5	5,1	5,7	6,0
3. Tecidos, vestuário e calçados	-16,4	-11,0	-11,8	-13,6	-13,3	-13,2	-14,0	-13,7	-13,3
4. Móveis e eletrodomésticos	6,1	5,1	0,9	6,5	6,3	5,7	4,8	5,3	4,8
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	4,0	10,7	12,6	6,7	7,2	7,7	9,4	8,4	7,8
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-27,7	-13,4	-2,8	-11,5	-11,7	-11,0	-7,1	-9,1	-9,1
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	38,6	49,6	75,2	2,2	7,7	14,4	-1,1	4,2	10,6
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	11,2	-0,7	3,3	-13,6	-12,2	-10,6	-14,2	-12,9	-11,5
Comércio Varejista Ampliado (5)	2,4	2,8	-0,2	2,5	2,6	2,3	1,9	2,1	1,7
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	1,2	2,7	-7,8	-5,0	-4,2	-4,5	-4,9	-3,8	-4,8
10. Material de construção	-10,7	-11,4	-1,4	-5,3	-6,0	-5,5	-7,4	-8,2	-7,6
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	-1,9	1,3	4,3	15,1	13,5	12,5	-	-	-

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio

Tabela 4 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Espírito Santo - Outubro 2023 - Variação (%)

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

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio

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

Rio De Janeiro - Outubro 2023 - Variação (%)

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

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio

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

São Paulo - Outubro 2023 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	AGO	SET	OUT	JAN-AGO	JAN-SET	JAN-OUT	Até AGO	Até SET	Até OUT
Comércio Varejista (4)	1,1	3,3	0,0	0,2	0,5	0,5	0,2	0,3	0,2
1. Combustíveis e lubrificantes	-8,0	-5,7	-7,7	6,4	4,8	3,4	11,9	8,8	5,4
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	3,3	5,9	0,2	2,6	3,0	2,7	3,6	3,5	3,1
2.1. Hipermercados e supermercados	2,7	6,1	0,0	2,6	3,0	2,7	3,7	3,6	3,2
3. Tecidos, vestuário e calçados	-6,3	-1,5	-1,1	-7,8	-7,2	-6,6	-10,4	-10,1	-9,0
4. Móveis e eletrodomésticos	11,3	16,9	12,2	3,8	5,1	5,8	-3,7	-0,5	2,3
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	8,4	7,0	9,9	-0,2	0,5	1,4	0,8	1,1	1,7
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-3,1	7,3	46,7	1,3	1,8	4,6	0,7	-0,4	1,6
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-16,5	-3,9	2,5	-4,0	-4,0	-3,3	0,2	-1,3	-2,0
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-10,0	-14,0	-13,0	-11,5	-11,8	-11,9	-11,7	-11,8	-12,0
Comércio Varejista Ampliado (5)	4,7	3,0	2,3	3,4	3,4	3,3	2,3	2,3	2,5
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	15,3	17,2	12,2	9,1	10,1	10,3	7,7	8,3	8,8
10. Material de construção	-2,5	-13,6	7,8	-3,2	-4,5	-3,3	-4,2	-5,1	-3,5
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	42,9	26,6	26,4	3,0	4,9	6,5	-	-	-

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio

**Tabela 4 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Paraná - Outubro 2023 - Variação (%)**

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	AGO	SET	OUT	JAN-AGO	JAN-SET	JAN-OUT	Até AGO	Até SET	Até OUT
Comércio Varejista (4)	3,2	5,3	-1,4	1,0	1,4	1,1	1,2	1,5	1,1
1. Combustíveis e lubrificantes	-10,4	-10,1	-12,1	2,1	0,5	-1,0	12,1	7,8	3,6
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	7,7	9,7	1,9	1,2	2,1	2,1	-0,5	0,7	1,0
2.1. Hipermercados e supermercados	8,7	10,6	2,7	1,3	2,3	2,4	-0,3	1,0	1,4
3. Tecidos, vestuário e calçados	-7,7	6,2	-3,1	-3,0	-2,1	-2,2	-5,4	-4,2	-3,7
4. Móveis e eletrodomésticos	6,2	10,1	7,8	4,4	5,0	5,3	2,1	3,3	3,9
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	15,7	11,3	6,7	11,2	11,2	10,8	10,9	11,2	10,8
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-38,6	-52,6	-33,8	-15,4	-20,5	-21,8	-0,9	-11,9	-17,0
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	103,4	164,4	-20,4	-6,8	-0,3	-3,2	-3,1	1,7	-2,4
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-19,0	-12,6	-16,1	-15,9	-15,6	-15,6	-12,5	-13,0	-13,9
Comércio Varejista Ampliado (5)	0,6	2,1	0,1	-1,0	-0,6	-0,6	-0,9	-0,6	-0,7
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	5,1	1,1	10,1	0,7	0,7	1,7	0,7	0,6	1,3
10. Material de construção	-0,6	-0,2	6,8	-5,2	-4,6	-3,5	-9,0	-7,6	-5,5
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	-7,5	-1,5	8,1	-12,9	-11,7	-10,1	-	-	-

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio

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

Santa Catarina - Outubro 2023 - Variação (%)

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

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio

Tabela 4 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Rio Grande Do Sul - Outubro 2023 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	AGO	SET	OUT	JAN-AGO	JAN-SET	JAN-OUT	Até AGO	Até SET	Até OUT
Comércio Varejista (4)	5,1	3,6	2,0	1,8	2,0	2,0	3,2	2,8	2,5
1. Combustíveis e lubrificantes	9,9	-7,1	-0,4	7,3	5,6	5,0	18,5	13,1	8,9
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	7,8	7,8	3,7	1,8	2,5	2,6	1,8	2,0	2,2
2.1. Hipermercados e supermercados	8,2	8,2	4,4	1,9	2,6	2,8	2,0	2,2	2,4
3. Tecidos, vestuário e calçados	-10,3	-5,5	-11,1	-8,4	-8,1	-8,4	-6,5	-6,7	-7,4
4. Móveis e eletrodomésticos	-4,2	6,0	7,0	-4,1	-3,1	-2,2	-4,1	-3,0	-1,6
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	6,6	6,3	10,0	5,8	5,9	6,3	5,3	5,5	6,2
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-28,2	-47,2	-28,3	-3,8	-9,3	-11,2	5,6	-2,8	-6,9
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-11,6	5,2	12,3	-6,6	-5,5	-3,9	-11,9	-9,9	-7,8
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-0,7	-1,4	-7,0	-4,3	-4,0	-4,4	-2,1	-2,3	-2,6
Comércio Varejista Ampliado (5)	5,8	0,0	3,3	1,2	1,1	1,3	2,3	1,7	1,6
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	10,6	-4,5	5,7	12,7	10,5	10,0	10,4	8,7	8,7
10. Material de construção	-3,4	-7,7	0,1	0,8	-0,2	-0,1	-3,0	-2,8	-1,8
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	10,0	-14,9	5,0	-12,1	-12,4	-10,6	-	-	-

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio

Tabela 4 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Goiás - Outubro 2023 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	AGO	SET	OUT	JAN-AGO	JAN-SET	JAN-OUT	Até AGO	Até SET	Até OUT
Comércio Varejista (4)	1,3	4,1	2,7	0,2	0,7	0,9	0,1	0,2	0,4
1. Combustíveis e lubrificantes	-14,1	-11,6	-15,7	-4,1	-5,0	-6,2	0,2	-1,7	-4,3
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	7,2	11,0	7,5	-0,2	1,0	1,6	-2,2	-1,2	-0,3
2.1. Hipermercados e supermercados	9,1	12,9	9,2	0,2	1,6	2,3	-2,1	-0,9	0,1
3. Tecidos, vestuário e calçados	-2,1	-3,6	-1,1	-2,6	-2,7	-2,5	-5,2	-5,5	-4,3
4. Móveis e eletrodomésticos	-3,0	0,6	5,9	2,0	1,9	2,3	4,4	4,5	4,5
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	10,4	5,9	16,6	11,4	10,7	11,3	10,6	9,9	10,6
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-25,4	-35,7	-19,0	-17,6	-19,6	-19,5	-12,7	-17,5	-18,8
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	10,6	-22,9	-12,7	0,7	-2,0	-3,0	6,0	2,2	-0,6
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-2,3	11,0	8,6	-7,8	-5,8	-4,3	-7,3	-6,2	-5,0
Comércio Varejista Ampliado (5)	-0,7	2,7	2,8	-1,6	-1,1	-0,7	-1,8	-1,3	-1,3
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	10,5	13,6	16,4	11,2	11,4	11,9	6,8	8,6	8,8
10. Material de construção	7,7	-1,2	7,8	-2,6	-2,5	-1,5	-6,9	-5,6	-3,1
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	-30,6	-4,0	-5,6	-25,1	-23,1	-21,5	-	-	-

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio

Tabela 4 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Distrito Federal - Outubro 2023 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	AGO	SET	OUT	JAN-AGO	JAN-SET	JAN-OUT	Até AGO	Até SET	Até OUT
Comércio Varejista (4)	0,4	-3,2	-5,4	-0,1	-0,4	-1,0	1,3	0,5	-0,6
1. Combustíveis e lubrificantes	-12,4	-22,2	-23,7	-2,1	-4,8	-7,1	10,1	4,1	-1,8
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	3,5	4,0	-4,0	1,2	1,5	0,9	1,0	1,3	0,8
2.1. Hipermercados e supermercados	3,7	3,9	-5,4	1,4	1,7	0,9	2,1	2,1	1,2
3. Tecidos, vestuário e calçados	-1,3	3,4	2,6	-4,6	-3,8	-3,2	-6,8	-5,9	-4,2
4. Móveis e eletrodomésticos	6,0	-3,7	5,4	6,4	5,3	5,3	4,7	4,6	3,8
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	9,5	3,0	7,0	3,2	3,1	3,5	2,4	2,6	3,1
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-20,8	-22,6	-19,9	14,8	10,2	6,7	21,6	15,9	10,1
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	102,3	-19,5	81,1	63,2	41,1	44,0	56,3	31,8	39,3
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-11,6	-10,6	-8,1	-18,1	-17,3	-16,4	-17,3	-17,1	-16,3
Comércio Varejista Ampliado (5)	0,3	-1,2	-1,4	1,5	1,2	0,9	1,9	1,4	1,0
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	13,1	14,2	12,3	20,3	19,5	18,7	18,0	18,1	18,2
10. Material de construção	-19,4	-14,7	-10,1	-16,5	-16,3	-15,8	-16,4	-16,5	-15,8
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	8,5	6,0	14,7	-6,1	-4,8	-3,0	-	-	-

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio

Tabela 5 - Índice de base fixa do volume de vendas no comércio varejista (1) e comércio varejista ampliado (2), por atividades - outubro 2023

Atividades	Comércio varejista ampliado												
	out/2022	nov/2022	dez/2022	jan/2023	fev/2023	mar/2023	abr/2023	mai/2023	jun/2023	jul/2023	ago/2023	set/2023	out/2023
Comércio Varejista (1)	101,4	106,7	123,3	95,8	89,1	100,1	97,4	99,5	98,2	101,6	102,1	100,1	101,5
1. Combustíveis e lubrificantes	116,8	104,8	107,0	100,2	94,7	106,1	98,5	105,9	103,2	107,5	110,3	104,7	105,7
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	102,5	102,0	121,7	96,3	92,7	101,6	103,2	98,7	99,6	103,2	104,5	104,8	104,5
2.1. Hipermercados e supermercados	102,4	102,5	122,7	96,6	93,0	101,7	103,9	98,5	99,4	103,4	104,7	105,4	104,9
3. Tecidos, vestuário e calçados	88,5	95,7	167,2	79,5	71,2	81,9	86,9	99,9	101,5	95,8	90,2	82,4	85,6
4. Móveis e eletrodomésticos	97,0	125,0	124,9	101,2	85,9	102,4	88,8	102,5	93,8	97,5	95,0	95,7	96,6
4.1. Móveis	93,2	111,3	117,7	97,2	83,5	95,2	86,2	96,3	88,7	95,8	88,4	88,7	88,9
4.2. Eletrodomésticos	98,8	131,1	128,5	104,0	88,0	106,6	91,3	106,6	97,5	100,1	99,3	100,2	101,4
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	97,5	103,5	112,1	95,2	90,6	108,5	96,8	109,7	104,5	105,3	106,5	103,4	106,5
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	83,0	86,8	126,8	177,9	121,5	95,8	70,6	81,9	82,6	82,8	80,0	73,7	79,1
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	104,9	114,1	112,0	96,0	86,3	113,5	86,4	99,2	91,7	107,2	101,7	97,3	97,8
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	98,4	121,2	127,7	91,6	74,0	84,7	80,2	84,5	81,0	88,5	87,5	81,5	90,1
Comércio Varejista Ampliado (2)	100,6	104,8	116,7	93,8	88,0	107,0	96,8	101,8	102,1	102,1	105,7	101,6	103,2
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	100,2	100,5	106,3	95,9	88,4	114,7	93,8	105,2	115,8	110,6	119,0	111,8	110,8
10. Material de construção	96,4	101,8	93,6	97,4	86,7	104,9	87,1	102,4	97,3	100,8	106,5	97,2	102,6
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	93,3	95,4	98,9	82,5	83,6	125,7	102,2	106,7	104,3	95,8	105,1	98,5	101,5

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

Nota: Base: 2014 = 100

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

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 6 - Indicadores de Receita Nominal de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo as atividades de divulgação
Outubro 2023 - Variação (%)

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

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

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

(2) Base: igual mês do ano anterior

(3) Base: igual período do ano anterior

(4) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 7 - Indicadores de Receita Nominal de Vendas do Comércio Varejista, segundo as unidades da federação
Outubro 2023 - Variação (%)

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

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
Outubro 2023 - Variação (%)

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

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

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

(2) Base: igual mês do ano anterior

(3) Base: igual período do ano anterior

(4) Base: 12 meses anteriores

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 9 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Ceará - Outubro 2023 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	AGO	SET	OUT	JAN-AGO	JAN-SET	JAN-OUT	Até AGO	Até SET	Até OUT
Comércio Varejista (4)	10,4	15,1	12,2	11,9	12,3	12,3	11,5	11,7	11,8
1. Combustíveis e lubrificantes	-4,9	5,6	-0,7	-13,7	-11,7	-10,7	-10,2	-10,0	-9,5
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	14,6	18,6	15,7	19,4	19,3	19,0	19,4	19,1	18,7
2.1. Hipermercados e supermercados	17,3	20,9	20,7	21,7	21,6	21,5	19,3	19,3	19,7
3. Tecidos, vestuário e calçados	10,7	6,1	3,3	12,2	11,5	10,6	9,9	9,9	9,9
4. Móveis e eletrodomésticos	2,1	11,3	-0,8	9,3	9,5	8,4	11,3	11,8	9,7
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	6,3	15,2	29,0	15,3	15,3	16,7	15,6	15,4	16,5
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	57,7	-30,1	66,7	4,3	0,4	3,7	8,9	5,4	7,8
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-24,5	-30,0	-30,1	-12,3	-14,3	-16,0	-0,4	-4,3	-7,9
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	15,6	18,3	7,2	3,7	5,2	5,4	-1,6	0,8	2,3
Comércio Varejista Ampliado (5)	11,7	15,6	15,2	8,4	9,1	9,7	6,5	7,5	8,5
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	15,4	12,4	25,0	7,4	7,9	9,5	3,1	4,4	6,7
10. Material de construção	19,5	18,5	18,3	0,2	2,1	3,7	-7,0	-3,1	0,0
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	2,1	9,2	9,0	6,5	6,8	7,1	-	-	-

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio

**Tabela 9 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Pernambuco - Outubro 2023 - Variação (%)**

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	AGO	SET	OUT	JAN-AGO	JAN-SET	JAN-OUT	Até AGO	Até SET	Até OUT
Comércio Varejista (4)	4,7	3,2	2,7	3,6	3,6	3,5	4,2	4,0	3,7
1. Combustíveis e lubrificantes	3,4	7,4	9,4	-8,6	-6,9	-5,4	-6,4	-6,0	-4,9
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	3,5	5,4	3,5	8,9	8,5	8,0	9,7	9,2	8,6
2.1. Hipermercados e supermercados	4,9	7,5	8,1	10,4	10,1	9,9	10,8	10,4	10,2
3. Tecidos, vestuário e calçados	-6,6	-11,0	-8,8	-2,7	-3,6	-4,2	-3,9	-5,1	-5,2
4. Móveis e eletrodomésticos	-10,9	-0,2	-10,4	-3,6	-3,3	-4,0	0,7	1,1	-1,0
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	7,4	1,0	0,5	13,3	11,8	10,5	17,9	15,6	13,2
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	18,2	11,5	35,3	4,3	4,7	6,5	3,5	3,4	5,4
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	4,1	-44,4	-67,6	-22,6	-25,6	-33,0	-6,6	-15,6	-32,3
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	19,6	5,6	9,8	-2,2	-1,4	-0,2	-4,4	-2,8	-1,4
Comércio Varejista Ampliado (5)	7,1	5,1	10,2	2,4	2,7	3,5	-0,2	0,4	1,6
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	12,9	4,6	8,7	0,0	0,5	1,3	-10,5	-8,5	-5,6
10. Material de construção	-2,2	-5,3	0,1	4,3	3,1	2,8	6,4	5,3	4,4
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	8,2	11,8	21,4	7,1	7,7	9,4	-	-	-

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio

Tabela 9 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação

Bahia - Outubro 2023 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	AGO	SET	OUT	JAN-AGO	JAN-SET	JAN-OUT	Até AGO	Até SET	Até OUT
Comércio Varejista (4)	4,6	6,7	7,3	4,4	4,7	5,0	5,6	5,4	5,5
1. Combustíveis e lubrificantes	-8,3	-2,0	7,1	-9,0	-8,2	-6,7	-6,2	-6,8	-5,8
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	9,8	5,5	5,1	10,5	9,9	9,4	12,3	11,3	10,5
2.1. Hipermercados e supermercados	9,5	5,6	5,4	10,8	10,2	9,7	12,9	11,8	10,9
3. Tecidos, vestuário e calçados	-7,4	0,0	0,4	2,8	2,5	2,3	3,4	3,1	3,1
4. Móveis e eletrodomésticos	6,1	10,9	0,9	3,1	3,9	3,6	2,4	4,5	4,2
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	13,3	18,9	24,8	12,8	13,5	14,7	13,5	13,5	14,1
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-17,5	-33,4	-31,7	5,9	2,2	-0,8	8,7	5,5	2,6
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-40,8	9,5	-39,0	19,7	18,7	9,5	23,0	24,9	12,6
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-0,3	3,1	6,8	-9,0	-7,9	-6,5	-6,9	-6,5	-5,7
Comércio Varejista Ampliado (5)	2,6	4,7	7,6	2,4	2,7	3,2	1,6	1,9	2,6
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	0,5	3,0	8,2	-0,5	-0,2	0,6	-8,0	-6,4	-4,0
10. Material de construção	11,0	4,5	10,8	4,3	4,3	5,0	2,3	2,7	3,9
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	-7,3	-9,9	-3,3	-0,2	-1,4	-1,6	-	-	-

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio

**Tabela 9 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Minas Gerais - Outubro 2023 - Variação (%)**

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	AGO	SET	OUT	JAN-AGO	JAN-SET	JAN-OUT	Até AGO	Até SET	Até OUT
Comércio Varejista (4)	5,1	6,2	3,0	5,1	5,2	5,0	8,0	7,3	6,3
1. Combustíveis e lubrificantes	-22,9	-15,3	-16,5	-18,8	-18,4	-18,2	-10,5	-12,9	-15,1
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	11,0	11,2	5,3	12,3	12,1	11,4	14,1	13,6	12,6
2.1. Hipermercados e supermercados	11,6	12,3	6,6	12,7	12,7	12,0	14,4	14,0	13,1
3. Tecidos, vestuário e calçados	-8,7	-3,9	-5,2	-3,9	-3,9	-4,0	-2,5	-2,7	-2,8
4. Móveis e eletrodomésticos	1,3	0,4	-2,6	5,2	4,7	3,9	6,5	5,9	4,4
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	11,5	18,7	19,4	18,1	18,2	18,3	22,7	20,9	19,3
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-19,8	-3,9	7,1	-2,0	-2,2	-1,4	1,8	0,0	0,3
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	24,3	32,3	60,4	-9,4	-4,8	1,4	-9,8	-6,2	-1,1
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	16,8	3,9	7,6	-7,9	-6,7	-5,2	-7,2	-6,2	-5,2
Comércio Varejista Ampliado (5)	3,5	4,4	1,3	5,3	5,2	4,8	7,1	6,5	5,5
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	3,9	4,1	-7,3	-2,3	-1,6	-2,2	0,0	0,4	-1,5
10. Material de construção	-12,1	-12,8	-2,6	-4,2	-5,3	-5,0	-4,9	-6,5	-6,4
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	1,1	3,2	4,7	22,2	19,9	18,2	-	-	-

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio

Tabela 9 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Espírito Santo - Outubro 2023 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	AGO	SET	OUT	JAN-AGO	JAN-SET	JAN-OUT	Até AGO	Até SET	Até OUT
Comércio Varejista (4)	3,0	2,2	-2,2	4,1	3,9	3,3	6,9	6,0	4,9
1. Combustíveis e lubrificantes	-6,5	4,1	8,6	-19,8	-17,5	-15,2	-15,8	-15,7	-14,7
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	11,6	3,8	-1,5	15,5	14,1	12,5	16,6	15,1	13,4
2.1. Hipermercados e supermercados	11,0	2,4	-3,5	15,0	13,6	11,8	16,9	15,1	13,2
3. Tecidos, vestuário e calçados	12,2	7,5	3,0	8,3	8,2	7,7	9,5	9,3	8,9
4. Móveis e eletrodomésticos	-5,4	1,7	-1,5	0,4	0,5	0,3	4,3	4,8	3,4
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	15,7	13,0	16,6	15,0	14,7	14,9	15,8	15,4	15,6
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-17,7	-30,7	-42,5	12,0	8,2	3,1	16,8	14,4	9,2
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	10,3	-17,1	3,1	-4,9	-6,4	-5,6	1,2	-1,7	-2,4
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-16,4	30,6	34,2	-13,1	-9,1	-5,0	-11,4	-8,7	-5,1
Comércio Varejista Ampliado (5)	11,2	10,6	9,3	12,0	11,9	11,6	11,7	11,7	11,7
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	22,8	23,5	32,5	28,7	28,1	28,6	23,3	24,6	26,4
10. Material de construção	27,9	29,9	14,2	16,9	18,2	17,8	10,2	12,7	14,1
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	9,8	1,7	13,6	9,7	8,7	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 11

Pesquisa Mensal de Comércio

Tabela 9 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Rio De Janeiro - Outubro 2023 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	AGO	SET	OUT	JAN-AGO	JAN-SET	JAN-OUT	Até AGO	Até SET	Até OUT
Comércio Varejista (4)	3,3	3,1	-2,3	1,2	1,4	1,1	2,9	2,6	1,7
1. Combustíveis e lubrificantes	-2,7	9,6	-1,8	-12,6	-10,5	-9,7	-13,0	-11,8	-11,4
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	7,8	7,4	-0,9	6,8	6,8	6,0	8,9	8,6	7,3
2.1. Hipermercados e supermercados	10,9	11,6	2,7	9,6	9,8	9,1	11,0	11,1	10,3
3. Tecidos, vestuário e calçados	2,3	2,6	5,1	4,0	3,8	4,0	0,8	0,9	2,1
4. Móveis e eletrodomésticos	-7,5	-13,9	-19,3	-3,3	-4,4	-5,8	-1,0	-2,5	-4,7
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	8,1	8,6	8,4	8,9	8,9	8,8	9,5	9,2	8,7
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-2,3	0,0	-15,8	7,8	7,1	4,8	6,2	6,0	4,0
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-2,5	-0,7	-11,5	-28,9	-26,5	-24,9	-23,6	-23,9	-25,8
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-20,6	-24,1	-17,5	-22,4	-22,5	-22,0	-14,3	-16,3	-17,7
Comércio Varejista Ampliado (5)	7,5	4,3	1,0	4,8	4,7	4,4	5,0	4,8	4,2
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	23,6	1,7	7,5	21,8	19,2	17,9	17,4	16,4	15,3
10. Material de construção	12,2	5,4	11,3	-0,1	0,5	1,5	-4,7	-3,0	-0,8
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	11,2	9,9	2,1	13,9	13,4	12,1	-	-	-

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio

Tabela 9 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
São Paulo - Outubro 2023 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	AGO	SET	OUT	JAN-AGO	JAN-SET	JAN-OUT	Até AGO	Até SET	Até OUT
Comércio Varejista (4)	2,9	5,8	1,8	5,2	5,3	4,9	7,5	6,9	6,0
1. Combustíveis e lubrificantes	-12,7	3,0	0,9	-13,7	-12,0	-10,8	-9,9	-10,2	-10,6
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	4,8	7,6	1,0	9,6	9,3	8,4	13,1	12,0	10,4
2.1. Hipermercados e supermercados	4,2	7,9	0,9	9,5	9,4	8,4	13,1	12,1	10,5
3. Tecidos, vestuário e calçados	1,6	5,0	4,0	4,0	4,1	4,1	3,9	3,3	3,5
4. Móveis e eletrodomésticos	7,0	11,8	7,6	1,6	2,6	3,1	-2,8	-0,6	1,1
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	14,2	12,3	15,5	9,1	9,4	10,0	11,9	11,4	11,3
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	5,6	16,8	59,1	10,1	10,7	13,8	8,6	7,7	10,1
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-22,0	-11,0	-5,1	-10,4	-10,5	-9,9	-4,6	-6,6	-7,8
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-5,3	-9,6	-9,2	-4,7	-5,2	-5,6	-3,4	-4,0	-4,8
Comércio Varejista Ampliado (5)	6,7	5,3	3,8	8,6	8,2	7,7	9,6	8,8	8,2
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	16,5	18,2	12,6	11,7	12,5	12,5	12,6	12,2	11,9
10. Material de construção	-2,2	-13,3	6,2	0,5	-1,2	-0,5	1,6	-0,4	0,3
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	45,9	30,0	29,1	10,9	12,5	13,8	-	-	-

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio

Tabela 9 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação

Paraná - Outubro 2023 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	AGO	SET	OUT	JAN-AGO	JAN-SET	JAN-OUT	Até AGO	Até SET	Até OUT
Comércio Varejista (4)	3,9	7,5	1,0	2,5	3,0	2,8	5,3	5,0	4,1
1. Combustíveis e lubrificantes	-13,4	-1,4	-2,3	-18,5	-16,7	-15,3	-8,5	-10,1	-11,3
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	9,1	10,3	2,3	7,9	8,2	7,6	8,6	8,7	8,0
2.1. Hipermercados e supermercados	10,2	11,2	3,4	8,1	8,5	7,9	8,7	8,9	8,3
3. Tecidos, vestuário e calçados	-2,6	9,3	-0,4	3,6	4,2	3,7	3,0	3,5	3,4
4. Móveis e eletrodomésticos	6,7	8,6	4,4	6,3	6,5	6,3	6,6	6,8	6,2
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	26,8	19,8	14,3	23,7	23,3	22,3	23,9	23,7	22,7
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-32,0	-47,9	-27,4	-7,0	-12,8	-14,2	6,9	-4,5	-9,6
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	111,5	173,4	-25,3	-12,6	-6,3	-9,0	-8,2	-3,7	-7,9
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-14,9	-9,4	-14,0	-10,6	-10,5	-10,9	-5,8	-6,9	-8,4
Comércio Varejista Ampliado (5)	2,7	4,6	2,5	2,6	2,8	2,8	4,7	4,3	3,7
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	8,3	2,8	11,5	6,6	6,2	6,7	8,5	7,3	7,2
10. Material de construção	1,9	1,3	7,3	-1,2	-0,9	-0,1	-3,9	-3,0	-1,4
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	-5,7	0,3	10,5	-7,2	-6,4	-5,0	-	-	-

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio

**Tabela 9 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Santa Catarina - Outubro 2023 - Variação (%)**

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

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio

Tabela 9 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Rio Grande Do Sul - Outubro 2023 - Variação (%)

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

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio

Tabela 9 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação

Goiás - Outubro 2023 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	AGO	SET	OUT	JAN-AGO	JAN-SET	JAN-OUT	Até AGO	Até SET	Até OUT
Comércio Varejista (4)	1,7	6,2	5,3	1,1	1,6	2,0	2,8	2,6	2,6
1. Combustíveis e lubrificantes	-16,7	-1,3	-4,2	-25,4	-23,1	-21,5	-23,3	-22,5	-21,7
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	7,4	10,5	6,5	6,4	6,9	6,8	7,2	7,1	6,8
2.1. Hipermercados e supermercados	9,5	12,5	8,3	6,9	7,5	7,6	7,3	7,4	7,2
3. Tecidos, vestuário e calçados	5,4	2,8	4,5	11,4	10,4	9,8	11,2	9,9	10,1
4. Móveis e eletrodomésticos	-7,5	-4,2	2,2	2,2	1,5	1,5	7,4	6,3	5,2
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	20,0	12,9	24,3	23,3	22,1	22,3	23,8	22,3	22,3
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-19,3	-30,7	-12,7	-10,6	-12,9	-12,9	-6,6	-11,5	-12,6
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	1,0	-29,0	-22,3	-6,2	-8,8	-10,1	1,0	-3,4	-7,1
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	1,2	14,4	11,7	-2,4	-0,6	0,8	0,0	0,7	1,3
Comércio Varejista Ampliado (5)	0,0	3,9	4,5	0,8	1,1	1,5	2,5	2,3	1,8
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	10,8	13,1	16,1	13,9	13,9	14,1	12,3	12,9	12,1
10. Material de construção	5,7	-2,7	5,9	0,0	-0,3	0,3	-2,1	-1,8	-0,2
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	-28,9	-2,0	-3,8	-19,4	-17,8	-16,5	-	-	-

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio

**Tabela 9 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Distrito Federal - Outubro 2023 - Variação (%)**

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	AGO	SET	OUT	JAN-AGO	JAN-SET	JAN-OUT	Até AGO	Até SET	Até OUT
Comércio Varejista (4)	3,1	2,2	-0,8	0,6	0,8	0,6	3,2	2,4	1,5
1. Combustíveis e lubrificantes	-15,5	-13,8	-16,6	-23,9	-22,8	-22,2	-14,9	-17,1	-19,2
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	6,0	6,3	-2,9	8,6	8,4	7,1	11,0	10,3	8,6
2.1. Hipermercados e supermercados	5,4	5,7	-4,6	9,2	8,8	7,2	12,0	11,0	9,0
3. Tecidos, vestuário e calçados	6,3	9,8	7,6	8,9	9,0	8,9	9,0	9,0	9,7
4. Móveis e eletrodomésticos	-0,9	-9,0	0,5	4,4	2,8	2,6	5,6	4,3	2,5
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	18,8	9,9	14,5	14,7	14,2	14,2	14,7	14,3	14,4
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-12,3	-14,4	-12,3	27,8	22,4	18,3	33,1	27,3	21,2
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	88,3	-27,3	73,4	46,9	27,5	30,7	45,9	21,0	27,6
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-7,4	-6,4	-4,3	-13,7	-12,9	-12,1	-12,0	-12,0	-11,4
Comércio Varejista Ampliado (5)	2,4	2,6	2,2	3,2	3,1	3,0	5,0	4,2	3,7
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	13,7	15,7	14,1	22,4	21,5	20,7	22,6	21,8	21,2
10. Material de construção	-18,5	-14,2	-10,2	-13,2	-13,3	-13,0	-11,1	-12,1	-12,2
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	10,3	6,9	15,0	1,0	1,7	3,0	-	-	-

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

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

Pesquisa Mensal de Comércio

Tabela 10 - Índice de base fixa da receita nominal de vendas no comércio varejista (1) e comércio varejista ampliado (2), por atividades - outubro 2023

Atividades	Comércio varejista ampliado												
	out/2022	nov/2022	dez/2022	jan/2023	fev/2023	mar/2023	abr/2023	mai/2023	jun/2023	jul/2023	ago/2023	set/2023	out/2023
Comércio Varejista (1)	101,7	106,5	124,5	97,9	91,2	102,6	100,7	102,5	100,2	103,3	103,7	102,0	103,6
1. Combustíveis e lubrificantes	95,9	89,2	90,7	90,3	83,9	94,8	86,8	89,3	82,8	87,3	94,6	95,7	96,1
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	105,2	105,0	126,5	100,5	97,1	106,5	108,9	104,3	104,3	107,5	107,8	107,1	107,1
2.1. Hipermercados e supermercados	105,0	105,5	127,8	100,8	97,5	106,6	109,7	104,2	104,3	107,8	108,2	107,9	107,7
3. Tecidos, vestuário e calçados	92,6	101,1	179,6	84,9	75,8	87,6	93,9	108,3	110,3	103,8	98,1	89,9	93,7
4. Móveis e eletrodomésticos	97,8	124,8	125,4	101,9	86,5	102,4	88,9	102,0	92,7	96,3	93,6	93,7	95,0
4.1. Móveis	96,7	114,8	122,7	101,8	87,8	100,2	91,1	102,1	94,5	102,1	94,5	94,4	94,9
4.2. Eletrodomésticos	98,3	129,1	126,7	103,2	87,2	104,5	89,3	103,3	93,3	95,7	94,5	94,7	96,3
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	101,1	106,9	116,9	99,3	94,8	114,3	104,9	120,2	114,2	115,2	116,8	113,3	116,8
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	84,2	88,5	131,0	188,3	129,9	103,1	76,4	89,0	89,9	90,9	88,4	81,7	87,9
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	105,0	107,5	106,7	91,1	81,8	105,7	80,9	93,1	85,1	98,8	93,5	89,8	89,8
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	100,6	124,3	132,4	95,0	77,3	88,8	84,6	89,4	85,8	93,5	92,9	86,5	95,7
Comércio Varejista Ampliado (2)	101,4	105,4	118,5	96,4	90,6	110,4	100,4	105,5	104,7	104,4	108,1	103,8	105,5
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	101,7	102,0	107,9	98,2	90,9	117,9	96,7	108,4	117,4	112,9	122,2	114,5	113,0
10. Material de construção	98,6	104,2	95,9	100,0	89,1	107,5	89,4	104,7	98,9	102,5	108,8	99,2	104,1
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	95,4	98,3	103,5	87,3	88,7	133,0	108,8	114,1	110,6	100,5	109,1	101,7	105,4

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

Nota: Base: 2014 = 100

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

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