



Indicadores IBGE

Pesquisa Mensal de Comércio

Março 2024

Publicado em 08/05/2024 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

Diretora-Executiva
Flávia Vinhaes Santos

ORGÃOS ESPECÍFICOS SINGULARES

Diretoria de Pesquisas
Elizabeth Belo Hypólito

Diretoria de Geociências
Ivone Lopes Batista

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 DEFLATORES DA PESQUISA	13
6 OBSERVAÇÕES	15
COMENTÁRIOS	16
TABELAS	2
VOLUME DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA E COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO	3
RECEITA NOMINAL DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA E COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO	20

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

4.2 VOLUME DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA POR UNIDADE DA FEDERAÇÃO

UF	DECOMPOSIÇÃO	MODELO ARIMA	REGRESSÃO (REGARIMA)
Rondônia	Multiplicativo	(1 0 2)(1 1 1)	Constante,Efeito Calendário,Páscoa[1],LS2000.Mai,AO2001.Jun,AO2004.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 Hipercercados	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, jornais, 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)(0 1 1)	Efeito Calendário,TC2005.Fev,LS2016.Nov,AO2017.Ago,AO2020.Mar,TC2020.Abr
Acre	Multiplicativo	(1 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Páscoa[1],AO2014.Mai,AO2020.Mar,TC2020.Mar
Amazonas	Multiplicativo	(0 1)(1 1 1)	Camaval,Corpus Christi,AO2014.Mai,TC2020.Mar,TC2020.Abr,LS2020.Jun,AO2021.Jan,AO2021.Fev
Roraima	Multiplicativo	(0 1)(0 1 1)	Efeito Calendário,Páscoa[15]
Pará	Multiplicativo	(0 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,LS2005.Fev,LS2020.Abr,LS2020.Jun
Amapá	Multiplicativo	(0 1)(0 1 1)	AO2004.Dez,LS2019.Jan,TC2020.Abr,LS2020.Jun,TC2020.Jul,TC2021.Mai
Tocantins	Multiplicativo	(0 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Páscoa[8],LS2005.Fev,LS2010.Feb,AO2020.Abr
Maranhão	Multiplicativo	(0 1)(1 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,Páscoa[8],LS2020.Mar,TC2020.Abr,LS2020.Jun
Piauí	Multiplicativo	(0 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Páscoa[1],AO2010.Mar,TC2019.Jun,AO2020.Mar,TC2020.Abr,LS2020.Ago
Ceará	Multiplicativo	(0 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)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,AO2010.Mar,TC2020.Mar,TC2020.Abr
Paraíba	Multiplicativo	(0 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2008.Out,LS2014.Dez,TC2020.Abr,LS2020.Jul
Pernambuco	Multiplicativo	(0 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,TC2020.Mar,TC2020.Abr,TC2020.Jul
Alagoas	Multiplicativo	(0 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,AO2005.Jul,TC2020.Mar,TC2020.Abr
Sergipe	Multiplicativo	(0 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2005.Fev,AO2010.Mar,TC2020.Mar,TC2020.Abr
Bahia	Multiplicativo	(0 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,TC2020.Mar,TC2020.Abr,AO2021.Mar
Minas Gerais	Multiplicativo	(2 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2005.Fev,LS2020.Abr,TC2020.Abr
Espírito Santo	Multiplicativo	(0 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,Efeito Calendário,LS2011.Jun,AO2017.Fev,TC2020.Abr
Rio de Janeiro	Multiplicativo	(0 1)(0 1 1)	Camaval,Corpus Christi,AO2020.Mar,TC2020.Abr
São Paulo	Multiplicativo	(0 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. 1100000)
		Consumo Pessoal	IPCA (cód. 6300000)
		Consumo Residencial	IPCA (cód. 2104000)
		Outros	IPCA (cód. IG)
3- Produtos alimentícios, bebidas e fumo	4712-1	-	IPCA (cód. 1100000)
	4729-6	-	IPCA (cód. 1100000)
			IPCA (cód. 7202000)
	4721-1	-	IPCA (cód. 1111000)
			IPCA (cód. 1112000)
			IPCA (cód. 1201061)
	4722-9	-	IPCA (cód. 1107000)
			IPCA (cód. 1108000)
	4723-7	-	IPCA (cód. 1114000)
	4724-5	-	IPCA (cód. 1103000)
IPCA (cód. 1105000)			
IPCA (cód. 1106000)			
4- Tecidos, vestuário e calçados	4755-5	-	IPCA (cód. 4401000)
	4781-4	-	IPCA (cód. 4100000)
	4782-2	-	IPCA (cód. 4200000)
5- Móveis e eletrodomésticos	4753-9	-	IPCA (cód. 3200000)
	4756-3	-	IPCA (cód. 7201010)
	4759-8	-	IPCA (cód. 3102000)
	4762-8	-	IPCA serviços
	4754-7	-	IPCA (cód. 3101000)
IPCA (cód. 3102000)			
6- Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, perfumaria e cosméticos	4771-7	-	IPCA (cód. 6101000)
	4772-5	-	IPCA (cód. 6301000)
	4773-3	-	IPCA serviços

Atividades da PMC	CNAE da PMC	Grupo de produto	Itens do IPCA
7- Equipamentos e material para escritório, informática	4751-2	-	IPCA (cód. 3202028)
	4752-1	-	IPCA (cód. 9101019)
8- Livros, jornais, revistas e papelaria	4761-0	-	IPCA (cód. 8102000)
			IPCA (cód. 8103000)
9- Outros artigos de uso pessoal e doméstico	4713-0	-	IPCA (cód. 1104000)
			IPCA (cód. 1112003)
			IPCA (cód. 3102000)
			IPCA (cód. 3103000)
			IPCA (cód. 3200000)
			IPCA (cód. 4100000)
			IPCA (cód. 4200000)
			IPCA (cód. 6300000)
	4774-1	-	IPCA (cód. 6102000)
	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. 5102001)
		Partes e peças	IPCA (cód. 5102009)
	4530-7	Veículos novos	IPCA (cód. 5102001)
		Veículos usados	IPCA (cód. 5102020)
		Partes e peças	IPCA (cód. 5102009)
	4541-2	Veículos novos	IPCA (cód. 5102010)
		Veículos usados	IPCA (cód. 5102053)
		Veículos usados	IPCA (cód. 5102053)
		Partes e peças	IPCA (cód. 5102009)
11- Atacado e varejo de material de construção	4671-1	-	IPCA (cód. IG SINAPI)
	4672-9	-	IPCA (cód. IG SINAPI)
	4673-7	-	IPCA (cód. IG SINAPI)
	4674-5	-	IPCA (cód. IG SINAPI)
	4679-6	-	IPCA (cód. IG SINAPI)
	4741-5	-	IPCA (cód. 2103014)
	4742-3	-	IPCA (cód. 2103008)
	4743-1	-	IPCA (cód. 2103000)
	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. 3101000)
			IPCA (cód. 3102000)
	4756-3	-	IPCA (cód. 3102000)
	4759-8	-	IPCA (cód. 3101000)
			IPCA (cód. 3102000)
	4762-8	-	IPCA (cód. 3102000)
4754-7	-	IPCA (cód. 3101000)	
		IPCA (cód. 3102000)	
13- Eletrodomésticos	4753-9	-	IPCA (cód. 3200000)
	4756-3	-	IPCA (cód. 7201010)
	4759-8	-	IPCA (cód. 3200000)
	4762-8	-	IPCA serviços
	4754-7	-	IPCA (cód. 3200000)
14- Atacado especializado em Produtos Alimentícios, Bebidas e Fumo	4631-1		IPCA (cód. 1111000)
	4632-0		IPCA (cód. 1101000)
			IPCA (cód. 1102000)
	4633-8		IPCA (cód. 1103000)
			IPCA (cód. 1105000)
			IPCA (cód. 1106000)
	4634-6		IPCA (cód. 1107000)
			IPCA (cód. 1108000)
	4635-4		IPCA (cód. 1114000)
	4636-2		IPCA (cód. 7202000)
4637-1		IPCA (cód. 1100000)	
4639-7		IPCA (cód. 1000000)	

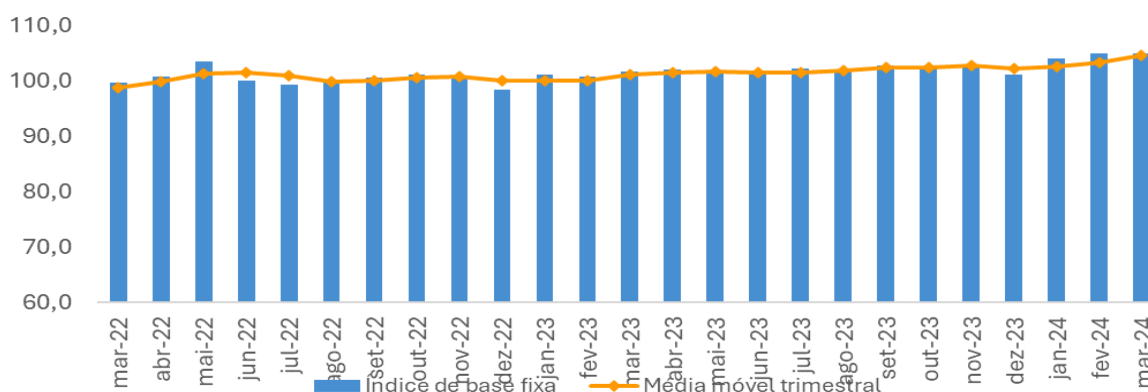
6 OBSERVAÇÕES

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 março de 2024, o volume de vendas no comércio varejista nacional mostrou estabilidade (variação de 0,0%) nas vendas frente ao mês imediatamente anterior, na série livre de influências sazonais, após crescimento de 1,0% em fevereiro de 2024. Com isso, a evolução do índice de média móvel trimestral para o varejo, depois do avanço de 0,7% no trimestre encerrado em fevereiro de 2024, avançou em 1,2% no trimestre encerrado em março, conforme mostra o Gráfico 1.

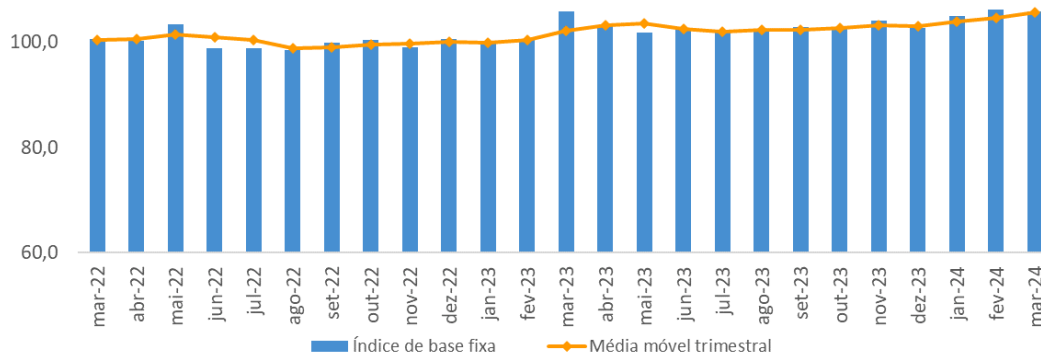
Gráfico 1 - Volume de Vendas do Varejo com Ajuste Sazonal
Índice de Base Fixa e Média Móvel Trimestral
Março 2024



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 de produtos alimentícios, bebidas e fumo*, o volume de vendas em março de 2024 mostrou variação de -0,3% nas vendas frente ao mês imediatamente anterior na série livre de influências sazonais, após aumento de 1,0% em fevereiro de 2024. Com isso, a evolução do índice de média móvel trimestral para o varejo ampliado, depois do avanço de 0,7% no trimestre encerrado em fevereiro de 2024, avançou em 1,0% no trimestre encerrado em março de 2024, conforme mostra o Gráfico 2.

Gráfico 2 - Volume de Vendas do Varejo Ampliado com Ajuste Sazonal
Índice de Base Fixa e Média Móvel Trimestral
Março 2024



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

Na comparação mês contra mesmo mês do ano anterior, o varejo registrou crescimento de 5,7% em março de 2024, após alta de 8,1% em fevereiro. No ano, o varejo acumula 5,9% de ganhos, enquanto nos últimos 12 meses o resultado é positivo em 2,5%. No varejo ampliado, o indicador interanual, em março, foi de -1,5%, após 9,7% de crescimento em fevereiro de 2024 em relação a fevereiro de 2023. No ano, o setor acumula 4,6% de ganhos e nos últimos 12 meses o resultado também é positivo: 2,9%.

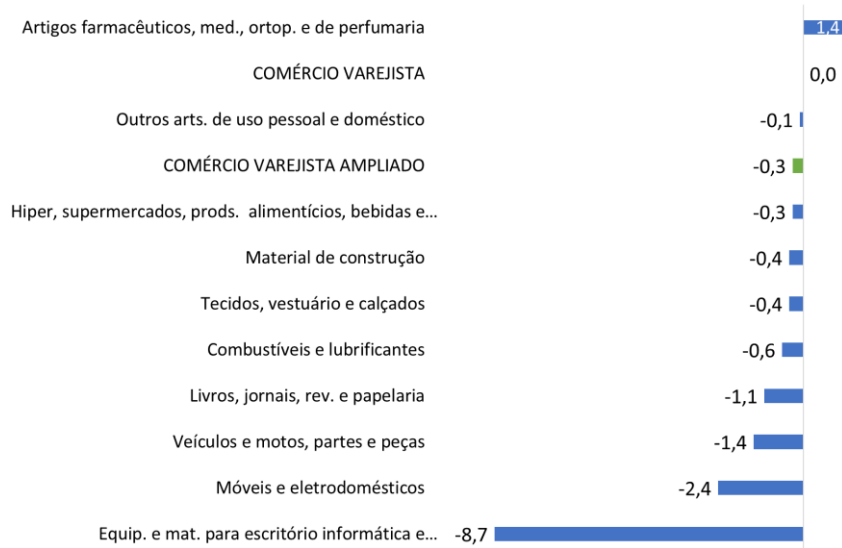
RESULTADOS SETORIAIS

A estabilidade no volume de vendas do **comércio varejista** na passagem de fevereiro para março de 2024, na série com ajuste sazonal, teve predominância de taxas negativas, atingindo sete das oito atividades pesquisadas, apresentadas a seguir por ordem de magnitude de taxa: *Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação* (-8,7%), *Móveis e eletrodomésticos* (-2,4%), *Livros, jornais, revistas e papelaria* (-1,1%), *Combustíveis e lubrificantes* (-0,6%), *Tecidos, vestuário e calçados* (-0,4%), *Hiper, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* (-0,3%) e *Outros artigos de uso pessoal e doméstico* (-0,1%). Por outro lado, entre fevereiro e março de 2024, um dos oito grupamentos pesquisados teve resultado no campo positivo: *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria* (1,4%). Já, no **comércio varejista ampliado**, *Material de construção* registrou -0,4% entre fevereiro e março, enquanto *Veículos e motos, partes e peças* caiu 1,4% no período⁴.

Na comparação com o mesmo mês do ano anterior, em março de 2024 houve predominância de taxas negativas dentre as atividades, atingindo cinco das oito atividades pesquisadas: *Livros, jornais, revistas e papelaria* (-16,2%), *Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação* (-12,4%), *Combustíveis e lubrificantes* (-4,9%), *Móveis e eletrodomésticos* (-4,0%) e *Tecidos, vestuário e calçados* (-0,9%). Três setores apresentaram crescimento na comparação interanual: *Outros artigos de uso pessoal e doméstico* (13,1%), *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria* (11,4%) e *Hiper, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* (8,6%). Considerando o **comércio varejista ampliado**, a queda de 1,5% nas vendas frente a março de 2023, foi seguida pelo setor de *Material de construção* (-9,4%) e *Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo* (-23,0%). A atividade de *Veículos e motos, partes e peças* teve alta de 1,8% nesta mesma comparação.

⁴ A série de *Atacado especializado em alimentos, bebidas e fumo* não possui componente dessazonalizado por não conter o mínimo de pontos necessários para o procedimento de ajuste.

Gráfico 3 - Volume de Vendas do Comércio Varejista e Varejista Ampliado
Indicador mês/ mês imediatamente anterior
Série com ajuste sazonal
Março 2024



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

O setor de *Livros, jornais, revistas e papelaria* registrou queda, em março de 2024, de 16,2% nas vendas frente a março de 2023, décima quarta consecutiva e a maior desde setembro de 2023, quando registrou -18,3% na comparação com setembro de 2022. No ano, o setor acumula perdas de 9,4% até março, de maior amplitude que até fevereiro (-7,2%). No indicador dos últimos dozes meses o setor também registra perdas, passando de -7,8% até fevereiro de 2024 para -8,6% até março.

O agrupamento de *Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação* apresentou queda de 12,4% nas vendas frente a março de 2023, invertendo trajetória registrada nos meses anteriores (+4,3% em janeiro e +10,7% em fevereiro). Com isso, no ano o acumulado passa de 7,3% até fevereiro para -0,3% até março. Nos últimos dozes meses há diminuição na intensidade de crescimento, passando de 2,3% até fevereiro para 0,8% até março de 2024.

O setor de *Combustíveis e lubrificantes* desacelerou em 4,9% no volume das vendas frente a março de 2023, segundo resultado negativo consecutivo e o sétimo nos últimos nove meses. A atividade exerceu a maior contribuição, no campo negativo, dentre os oito setores pesquisados, somando -0,6 p.p. ao total de 5,7% do varejo (Tabela 1). Em relação ao acumulado no ano, ao passar de 0,3% até fevereiro para -1,6% no mês de referência, a atividade mostra inversão no ritmo

de crescimento. Nos últimos doze meses o resultado é similar: 0,9% até fevereiro e -0,6% até março.

O setor de *Móveis e eletrodomésticos* apresentou queda de 4,0% nas vendas frente a março de 2023, invertendo sinal em relação ao mês anterior, quando o indicador interanual havia registrado +3,8%. Em termos de influência, a atividade alcançou a segunda maior contribuição negativa ao indicador geral: -0,3 p.p. do total de 5,7%. Em relação ao acumulado no ano, o resultado até março foi de -0,2%, primeiro mês a registrar perdas para este indicador desde dezembro de 2022. Nos últimos dozes meses, houve diminuição do ritmo de ganhos: de 0,9% até fevereiro para 0,4% até março.

A atividade de *Tecidos, vestuário e calçados* apresentou queda de 0,9% nas vendas frente a março de 2023, segunda consecutiva e a décima no campo negativo, na comparação interanual, desde janeiro de 2023 (no período, apenas os meses de julho, novembro e dezembro de 2023 e janeiro de 2024 registraram crescimento). No ano, o setor acumula perdas de 0,3% até março. Pelo décimo sétimo mês consecutivo o indicador de 12 meses registra resultados negativos, sendo de -3,7% ao acumulado até março.

Em *Outros artigos de uso pessoal e doméstico*, que engloba lojas de departamentos, óticas, joalherias, artigos esportivos, brinquedos etc., o indicador interanual registrou alta de 13,1% em março de 2024, segundo crescimento consecutivo após 21 meses apresentando quedas (de maio de 2022 até janeiro de 2023). A atividade também mostra recuperação em relação ao acumulado no ano, passando de 3,3% até fevereiro para 6,6% no mês de referência. O mesmo não acontece em termos do resultado acumulado nos últimos doze meses, que registra perdas de 7,2% até março.

A atividade de *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria* apresentou aumento de 11,4% nas vendas frente a março de 2023. Ao todo, são 13 meses consecutivos registrando crescimento: a última vez que houve queda para o setor foi em fevereiro de 2023 (-0,5%). O aumento contribuiu em 1,2 p.p. para o total de 5,7% do varejo, segunda maior influência no campo positivo para o mês de março. Com isso, o setor acumula no ano, até março, 12,2% sob o mesmo período de 2023. Nos últimos doze meses o acúmulo é de 7,7% até março, somando 78 meses consecutivos de resultados positivos para este indicador.

Pelo oitavo mês consecutivo, o setor de *Hiper, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* apresenta resultado positivo na comparação interanual, registrando 8,6% de crescimento entre março de 2024 e março de 2023, levando a atividade a exercer a principal influência no indicador: 4,6 p.p do total de 5,7%. No ano, o acúmulo é de 8,0% até março, acima do

registrado até fevereiro (7,7%). Nos últimos doze meses o valor também é positivo até março (5,0%), 0,4 p.p. acima de fevereiro (4,6%).

Em termos do **varejo ampliado**, o resultado de -9,4% entre março de 2023 e março de 2024 para *Material de construção* foi o primeiro negativo, para o indicador de volume, após dois meses consecutivos de crescimento. A queda em março levou o setor à segunda maior contribuição no campo negativo: -0,7 p.p. do total de -1,5%. Tanto no acumulado do ano quanto nos últimos dozes meses, o resultado, até março, também é negativo: -1,7% no ano e -1,5% nos últimos dozes meses.

Tabela 1 - BRASIL INDICADORES DO VOLUME DE VENDAS NO COMÉRCIO VAREJISTA: COMPOSIÇÃO DA TAXA MENSAL DO COMÉRCIO VAREJISTA, POR ATIVIDADES

Março 2024				
Atividades	COMÉRCIO VAREJISTA		COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO	
	Taxa de variação (%)	Composição absoluta da taxa (p.p.)	Taxa de variação (%)	Composição absoluta da taxa (p.p.)
Taxa Global	5,7	5,7	-1,5	-1,5
1 - Combustíveis e lubrificantes	-4,9	-0,6	-4,9	-0,3
2 - Hiper, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	8,6	4,6	8,6	2,6
3 - Tecidos, vestuário e calçados	-0,9	0,0	-0,9	0,0
4 - Móveis e eletrodomésticos	-4,0	-0,3	-4,0	-0,2
5 - Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria	11,4	1,2	11,4	0,6
6 - Livros, jornais, revistas e papelaria	-16,2	-0,1	-16,2	0,0
7 - Equipamentos e mat. para escritório informática e comunicação	-12,4	-0,2	-12,4	-0,1
8 - Outros artigos de uso pessoal e doméstico	13,1	1,1	13,1	0,6
9 - Veículos e motos, partes e peças			1,8	0,3
10- Material de construção			-9,4	-0,7
11 - Atacado Prod.Alimen.,Beb. e Fumo			-23,0	-4,3

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

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

A atividade de *Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo* registrou a primeira queda (-23,0%) desde julho de 2023 (-6,3%), na comparação mês / mesmo mês do ano anterior, e a maior da série histórica, que se inicia em janeiro de 2023. Tal resultado posiciona o setor como o de principal contribuição, no campo negativo, para o varejo ampliado: -4,3 p.p. do total de -1,5%. No ano de 2024 até março, a atividade acumula -2,2% de perdas, invertendo o sinal em relação ao acumulado até fevereiro: +13,6%. Nos últimos doze meses há perda de ritmo de crescimento: de 4,2% até fevereiro para 1,9% até março.

Ainda no âmbito do varejo ampliado, a atividade de *Veículos e motos, partes e peças* apresentou resultado no campo positivo (1,8%) na comparação de março de 2024 com março de 2023, após registrar 16,6% em fevereiro de 2024 em relação ao mesmo mês do ano anterior. No

indicador acumulado do ano, o setor acumula resultados positivos pelo décimo quinto mês consecutivo: 9,4% até março de 2024. Nos últimos doze meses, a atividade acumula ganhos de 9,2% até março.

RESULTADOS TRIMESTRAIS

O primeiro trimestre de 2024, para o **comércio varejista**, alcançou 5,9% de crescimento em relação ao mesmo período de 2023. O resultado foi o quinto positivo consecutivo nessa comparação, já que o último resultado negativo foi o terceiro tri de 2022 (-0,4%), conforme Tabela 2. Setorialmente, três atividades tiveram resultados no campo positivo: *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria* (12,2%), *Hiper e supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* (8,0%) e *Outros artigos de uso pessoal e doméstico* (6,6%). Cinco atividades apresentaram variação negativa no primeiro trimestre de 2024 em relação ao mesmo tri de 2023: *Livros, Jornais, revistas e papelaria* (-9,4%), *Combustíveis e lubrificantes* (-1,6%), *Tecidos, vestuário e calçados* (-0,3%), *Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação* (-0,3%) e *Móveis e eletrodomésticos* (-0,2%). No caso do **varejo ampliado**, o resultado do primeiro trimestre de 2024 foi positivo em 4,6% em relação ao primeiro trimestre de 2023.. Em termos setoriais, *Veículos e motos, partes e peças* apresentou crescimento de 9,4%, enquanto *Material de construção* e *Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo* fecharam no campo negativo: -1,7% e -2,2%, respectivamente.

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

Atividades	2022				2023				2024
	1º Tri	2º Tri	3º Tri	4º Tri	1º Tri	2º Tri	3º Tri	4º Tri	1º Tri
COMÉRCIO VAREJISTA	1,6	1,3	-0,4	1,4	2,4	0,2	2,7	1,3	5,9
Combustíveis e lubrificantes	1,7	8,3	27,2	28,4	19,7	9,4	-4,8	-3,9	-1,6
Hiper, supermercados, prods. alimentícios, bebidas e fumo	-0,9	1,9	1,6	2,6	2,6	2,6	5,3	4,2	8,0
Tecidos, vest. e calçados	24,1	12,6	-10,6	-14,0	-4,7	-12,2	-2,8	1,1	-0,3
Móveis e eletrodomésticos	-6,3	-12,1	-9,9	0,8	2,3	-0,2	1,3	0,6	-0,2
Artigos farmacêuticos, med., ortop. e de perfumaria	8,9	7,3	5,5	4,0	-0,4	5,2	6,5	7,1	12,2
Livros, jornais, rev. e papelaria	25,8	8,5	20,3	3,7	3,3	-4,6	-13,8	-6,2	-9,4
Equip. e mat. para escritório informática e comunicação	0,2	1,2	2,8	2,5	4,6	-6,5	5,7	4,0	-0,3
Outros arts. de uso pessoal e doméstico	0,9	-6,1	-17,4	-9,2	-10,5	-16,7	-7,3	-8,8	6,6
COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO	1,4	-0,8	-2,3	-0,6	2,5	1,8	2,9	2,3	4,6
Veículos e motos, partes e peças	3,9	-2,7	-4,6	-2,7	4,9	5,8	10,0	11,6	9,4
Material de construção	-4,8	-9,8	-9,7	-10,4	-3,2	-3,8	-1,9	1,8	-1,7
Atacado Prod.Alimen.,Beb. e Fumo									-2,2

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

RESULTADOS REGIONAIS

Na passagem de fevereiro para março de 2024, na série com ajuste sazonal, a taxa média nacional de vendas do **comércio varejista** mostrou estabilidade (0,0%) com resultados positivos em 16 das 27 Unidades da Federação, com destaque para: Sergipe (3,7%), Bahia (3,1%) e Rio Grande do Sul (2,1%). Por outro lado, pressionando negativamente, figuram 11 das 27 Unidades da Federação, com destaque para Mato Grosso (-11,2%), Pará (-2,6%) e Tocantins (-1,4%), conforme Gráfico 4. Para a mesma comparação, no **comércio varejista ampliado**, a variação entre fevereiro e março de 2024 foi negativa em 0,3%, com resultados negativos em 15 das 27 Unidades da Federação, com destaque para: Pará (-7,0%), Roraima (-6,1%) e Piauí (-6,1%). Por outro lado, pressionando positivamente, figuram 10 das 27 Unidades da Federação, com destaque para Pernambuco (4,7%), Espírito Santo (2,4%) e Maranhão (1,9%). Amapá e Acre registraram estabilidade (variação de 0,0%) na passagem de fevereiro para março, conforme Gráfico 5.

Gráfico 4 -Volume de Vendas do Comércio Varejista por UF
mês/ mês anterior
Março 2024

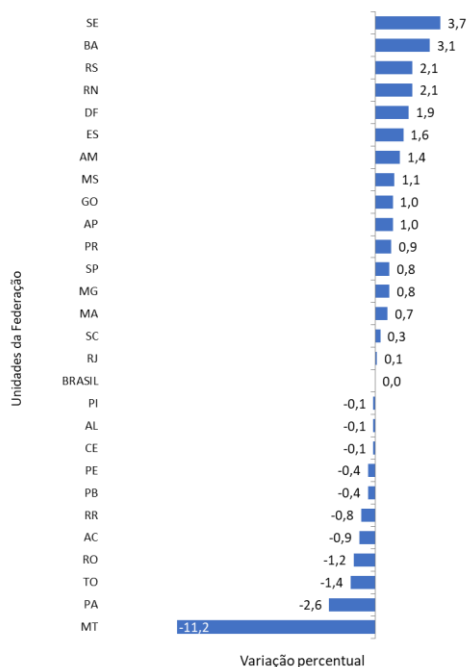
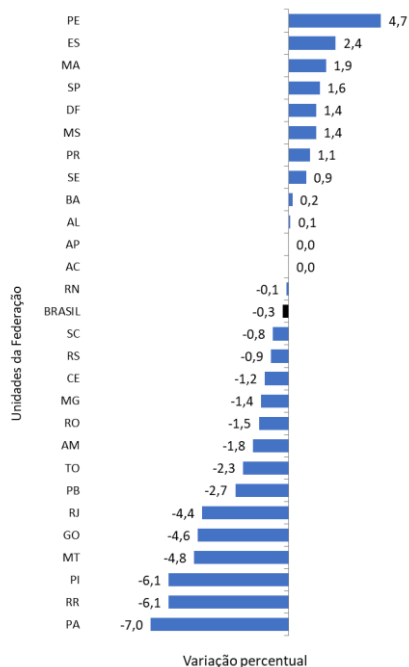


Gráfico 5 -Volume de Vendas do Comércio Varejista Ampliado por UF
mês/ mês anterior
Março 2024



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

Frente a março de 2023, a variação das vendas no **comércio varejista**, no corrente mês, foi de 5,7% com resultados positivos em 25 das 27 Unidades da Federação, com destaque para: Amapá

(13,4%), Bahia (11,1%) e Paraíba (10,0%). Por outro lado, pressionando negativamente, figuram duas das 27 Unidades da Federação: Espírito Santo (-2,8%) e Mato Grosso (-1,6%), conforme Gráfico 6. Já no **comércio varejista ampliado**, a variação entre março de 2023 e março de 2024 mostrou queda de 1,5% com resultados negativos em 14 das 27 Unidades da Federação, com destaque para: Mato Grosso (-13,5%), Tocantins (-10,3%) e Mato Grosso do Sul (-8,4%). No campo positivo, foram 13 das 27 Unidades da Federação, com destaque para Maranhão (10,8%), Amapá (10,2%) e Pernambuco (8,9%), conforme Gráfico 7.

Gráfico 6 - Volume de Vendas do Comércio Varejista por UF mês/igual mês do ano anterior Março 2024

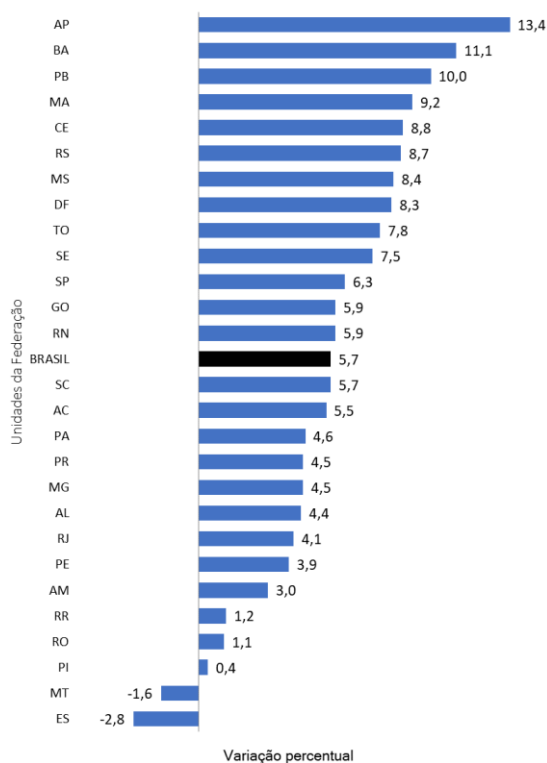
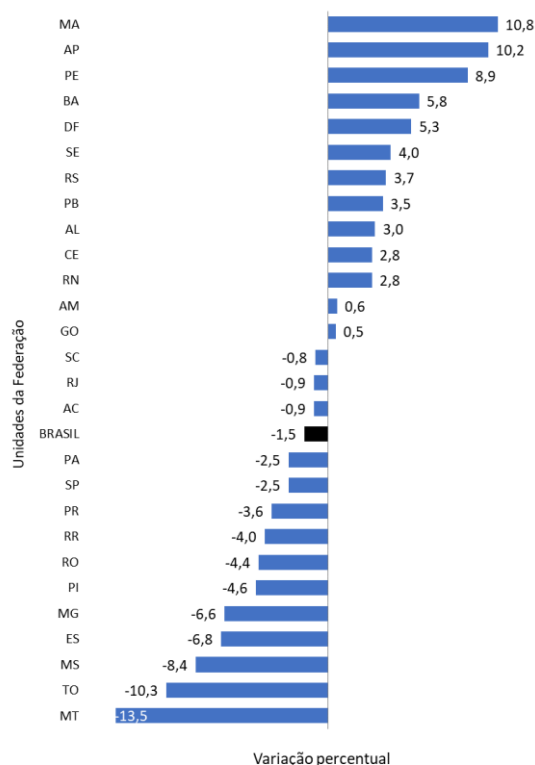


Gráfico 7 - Volume de Vendas do Comércio Varejista Ampliado por UF mês/igual mês do ano anterior Março 2024



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

Em síntese, a expansão, na margem, de janeiro e fevereiro, seguida de estabilidade em março, desloca o nível recorde da série do índice de base fixa ajustado sazonalmente de fevereiro para março de 2024. O terceiro resultado não negativo na série de volume, do mês contra mês anterior, representa uma diferença de patamar de 3,8% em relação a dezembro de 2023, último mês a registrar queda (mínimo local). Tal resultado se deve, em parte, pelo desempenho da atividade de *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria*, com altas de 9,7% e 1,4%, respectivamente em fevereiro e março de 2024. Com isso, o varejo fecha o primeiro trimestre de 2024 com crescimento de 5,9% em relação ao mesmo período de 2023, sexta alta consecutiva.

TABELAS

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

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 1 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo as atividades de divulgação
Março 2024 - Variação (%)

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

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
Março 2024 - Variação (%)

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

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: últimos 12 meses anteriores

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 3- Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista Ampliado, segundo as unidades da federação
Março 2024 - Variação (%)

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

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: últimos 12 meses anteriores

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 4 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Ceará - Março 2024 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	JAN	FEV	MAR	JAN-JAN	JAN-FEV	JAN-MAR	Até JAN	Até FEV	Até MAR
Comércio Varejista (4)	8,0	10,8	8,8	8,0	9,3	9,1	8,2	8,5	8,4
1. Combustíveis e lubrificantes	6,5	13,2	9,1	6,5	9,6	9,5	1,5	2,4	2,9
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	9,7	11,5	8,2	9,7	10,6	9,8	13,3	13,2	12,5
2.1. Hipermercados e supermercados	11,0	13,1	8,7	11,0	12,0	10,8	15,8	15,5	14,5
3. Tecidos, vestuário e calçados	3,5	1,9	-7,7	3,5	2,9	-0,7	-1,5	-0,9	-1,8
4. Móveis e eletrodomésticos	4,9	2,7	-0,2	4,9	3,9	2,4	3,7	3,6	2,8
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	8,7	17,9	16,5	8,7	13,0	14,2	10,9	11,5	11,7
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-18,2	-46,3	1,0	-18,2	-25,8	-20,9	-12,2	-17,8	-17,6
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-17,8	-11,8	-14,8	-17,8	-15,3	-15,1	-20,1	-20,6	-21,8
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	12,0	11,3	29,6	12,0	11,7	17,8	2,1	4,4	7,6
Comércio Varejista Ampliado (5)	7,5	11,2	2,8	7,5	9,2	6,9	7,5	8,0	8,3
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	8,7	12,4	-11,1	8,7	10,4	2,2	9,4	9,6	9,1
10. Material de construção	-1,0	19,8	2,8	-1,0	8,4	6,5	4,2	7,8	10,7
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	9,1	7,1	-3,8	9,1	8,1	3,9	3,6	4,3	4,1

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
Pernambuco - Março 2024 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	JAN	FEV	MAR	JAN-JAN	JAN-FEV	JAN-MAR	Até JAN	Até FEV	Até MAR
Comércio Varejista (4)	4,9	9,0	3,9	4,9	6,9	5,8	1,4	2,2	2,3
1. Combustíveis e lubrificantes	2,9	5,9	3,1	2,9	4,4	3,9	9,7	8,7	7,5
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	8,4	10,0	6,1	8,4	9,2	8,1	4,0	4,7	4,7
2.1. Hipermercados e supermercados	12,0	14,6	8,2	12,0	13,3	11,5	6,0	7,2	7,3
3. Tecidos, vestuário e calçados	-4,6	-10,6	-15,6	-4,6	-7,3	-10,3	-8,8	-8,3	-8,5
4. Móveis e eletrodomésticos	4,9	11,3	-2,1	4,9	7,8	4,2	-1,8	-0,4	-0,6
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	4,0	16,2	4,1	4,0	9,8	7,7	0,9	2,1	2,1
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	9,4	-4,7	-30,5	9,4	3,2	-5,8	5,1	7,5	1,5
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-15,1	-22,9	-26,0	-15,1	-18,9	-21,5	-30,1	-32,4	-31,0
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	1,8	11,6	10,7	1,8	6,1	7,7	-3,8	-1,5	0,4
Comércio Varejista Ampliado (5)	5,2	10,1	8,9	5,2	7,5	8,0	4,0	4,9	5,2
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	6,0	19,8	30,6	6,0	12,2	19,0	8,3	9,7	11,3
10. Material de construção	-1,3	2,6	-12,4	-1,3	0,5	-4,2	-0,3	0,5	-2,0
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	8,7	4,2	8,8	8,7	6,5	7,3	6,2	6,5	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 4 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Bahia - Março 2024 - Variação (%)**

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	JAN	FEV	MAR	JAN-JAN	JAN-FEV	JAN-MAR	Até JAN	Até FEV	Até MAR
Comércio Varejista (4)	11,6	11,7	11,1	11,6	11,6	11,4	5,5	6,4	6,8
1. Combustíveis e lubrificantes	10,8	5,6	0,8	10,8	8,3	5,6	12,0	11,3	9,5
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	16,4	14,3	19,5	16,4	15,4	16,8	5,9	7,1	8,3
2.1. Hipermercados e supermercados	17,7	15,4	21,6	17,7	16,6	18,3	5,9	7,2	8,6
3. Tecidos, vestuário e calçados	0,3	2,5	-16,5	0,3	1,3	-5,0	-4,9	-4,9	-7,0
4. Móveis e eletrodomésticos	2,4	4,6	4,9	2,4	3,4	3,9	1,2	1,8	2,1
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	7,5	14,8	7,9	7,5	11,0	9,9	7,7	9,6	10,3
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-33,3	-15,9	-37,9	-33,3	-26,1	-28,7	-23,4	-25,1	-27,4
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	101,5	29,9	-28,7	101,5	50,2	14,0	20,1	20,2	12,7
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	0,4	20,7	22,9	0,4	9,4	13,9	-9,4	-7,3	-4,3
Comércio Varejista Ampliado (5)	10,9	12,2	5,8	10,9	11,5	9,5	4,1	5,2	5,4
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	12,6	12,4	-3,2	12,6	12,5	6,5	3,8	5,0	4,0
10. Material de construção	18,4	24,1	7,4	18,4	21,1	16,0	10,2	12,3	12,7
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	5,1	9,6	-5,5	5,1	7,1	2,8	-4,6	-3,4	-2,9

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

(5) O indicador do comércio varejista ampliado é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 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 - Março 2024 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	JAN	FEV	MAR	JAN-JAN	JAN-FEV	JAN-MAR	Até JAN	Até FEV	Até MAR
Comércio Varejista (4)	3,9	7,3	4,5	3,9	5,6	5,2	3,1	3,5	3,5
1. Combustíveis e lubrificantes	-12,0	-13,3	-20,6	-12,0	-12,6	-15,6	-5,4	-7,8	-11,0
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	8,3	8,1	7,3	8,3	8,2	7,9	7,2	7,5	7,4
2.1. Hipermercados e supermercados	9,4	9,0	8,1	9,4	9,2	8,8	8,0	8,3	8,3
3. Tecidos, vestuário e calçados	-1,8	-0,4	0,1	-1,8	-1,1	-0,7	-12,7	-11,8	-10,8
4. Móveis e eletrodomésticos	2,6	-0,5	-5,6	2,6	1,2	-1,2	4,9	4,3	3,3
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	10,3	20,4	15,0	10,3	15,2	15,2	10,3	11,3	11,7
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-13,1	-9,7	-15,9	-13,1	-11,7	-12,7	-14,1	-13,4	-14,3
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	63,8	94,3	106,1	63,8	78,4	87,6	39,7	47,7	57,1
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-1,5	35,6	29,8	-1,5	12,9	18,4	-9,0	-5,1	-0,7
Comércio Varejista Ampliado (5)	3,5	4,0	-6,6	3,5	3,7	-0,1	2,4	2,6	1,3
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	0,4	13,4	-6,5	0,4	6,3	1,6	-5,3	-3,3	-3,7
10. Material de construção	0,4	8,0	-12,1	0,4	4,0	-2,0	-4,7	-3,5	-4,5
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	6,5	-15,0	-35,5	6,5	-5,0	-17,4	10,5	6,8	-0,1

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
Espírito Santo - Março 2024 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	JAN	FEV	MAR	JAN-JAN	JAN-FEV	JAN-MAR	Até JAN	Até FEV	Até MAR
Comércio Varejista (4)	-0,7	3,2	-2,8	-0,7	1,1	-0,3	2,3	2,6	1,8
1. Combustíveis e lubrificantes	7,6	5,4	-0,5	7,6	6,5	4,0	0,6	0,2	-0,2
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	2,7	5,8	4,5	2,7	4,2	4,3	6,1	6,1	5,7
2.1. Hipermercados e supermercados	-2,4	1,5	0,6	-2,4	-0,5	-0,1	4,1	3,9	3,2
3. Tecidos, vestuário e calçados	1,9	-0,9	-5,8	1,9	0,4	-2,0	-2,1	-1,4	-1,6
4. Móveis e eletrodomésticos	0,1	-9,2	-8,8	0,1	-4,4	-6,0	1,1	0,0	-1,5
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	9,2	24,1	14,0	9,2	16,4	15,5	7,8	9,6	10,0
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-10,2	1,3	9,8	-10,2	-7,1	-5,0	-25,0	-25,1	-24,3
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-13,4	-3,0	-20,7	-13,4	-9,0	-13,3	-2,3	-2,8	-4,3
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	19,3	31,3	43,3	19,3	24,8	31,6	-3,9	-0,4	4,0
Comércio Varejista Ampliado (5)	-4,2	-0,6	-6,8	-4,2	-2,5	-4,0	7,9	6,9	5,9
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-3,8	14,2	-0,9	-3,8	4,5	2,5	20,8	19,8	18,9
10. Material de construção	-20,3	-38,8	-31,7	-20,3	-29,7	-30,4	9,2	2,5	-1,1
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	-1,4	4,6	-13,0	-1,4	1,5	-3,7	5,9	5,8	4,2

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
Rio De Janeiro - Março 2024 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	JAN	FEV	MAR	JAN-JAN	JAN-FEV	JAN-MAR	Até JAN	Até FEV	Até MAR
Comércio Varejista (4)	2,0	5,2	4,1	2,0	3,5	3,7	0,1	0,5	0,9
1. Combustíveis e lubrificantes	0,5	-2,5	-4,2	0,5	-0,9	-2,0	7,4	6,5	5,4
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	3,8	5,0	7,2	3,8	4,4	5,3	3,3	3,5	3,8
2.1. Hipermercados e supermercados	5,9	7,3	9,7	5,9	6,6	7,7	5,6	5,6	5,8
3. Tecidos, vestuário e calçados	9,9	9,2	7,0	9,9	9,6	8,7	-3,2	-1,5	-0,8
4. Móveis e eletrodomésticos	-3,9	-15,2	-26,5	-3,9	-9,3	-15,8	-3,7	-4,2	-6,3
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	0,2	5,1	-0,6	0,2	2,6	1,4	1,2	1,5	0,8
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	7,4	-2,2	-12,0	7,4	3,1	-0,1	-8,1	-7,5	-9,7
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	23,6	43,2	23,2	23,6	32,5	29,3	-5,2	-0,1	4,9
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-6,0	37,9	41,2	-6,0	14,2	23,0	-23,6	-20,3	-15,7
Comércio Varejista Ampliado (5)	3,7	4,9	-0,9	3,7	4,3	2,4	2,8	3,2	2,8
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	15,1	6,6	-8,4	15,1	11,1	3,5	16,4	16,5	13,4
10. Material de construção	3,6	6,7	-12,3	3,6	5,1	-1,3	2,0	3,1	2,3
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	0,9	1,1	-14,7	0,9	1,0	-4,8	4,6	4,8	2,6

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
São Paulo - Março 2024 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	JAN	FEV	MAR	JAN-JAN	JAN-FEV	JAN-MAR	Até JAN	Até FEV	Até MAR
Comércio Varejista (4)	3,0	8,3	6,3	3,0	5,6	5,8	0,9	1,6	1,9
1. Combustíveis e lubrificantes	7,2	10,2	6,5	7,2	8,7	7,9	3,1	2,8	2,2
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	3,6	8,0	7,8	3,6	5,7	6,4	2,7	3,1	3,5
2.1. Hipermercados e supermercados	3,6	7,7	8,2	3,6	5,6	6,5	2,5	2,9	3,3
3. Tecidos, vestuário e calçados	-2,8	-3,7	-1,9	-2,8	-3,2	-2,8	-3,9	-3,6	-3,3
4. Móveis e eletrodomésticos	3,7	8,5	-0,4	3,7	5,9	3,7	6,9	7,4	6,9
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	9,2	24,7	16,0	9,2	16,9	16,5	3,6	6,0	7,1
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-11,5	-0,2	-19,0	-11,5	-7,3	-10,3	1,4	2,2	1,5
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	38,0	21,7	-27,2	38,0	28,6	2,6	-0,8	0,3	-5,9
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-5,1	-0,3	1,5	-5,1	-3,0	-1,4	-11,4	-10,7	-9,9
Comércio Varejista Ampliado (5)	10,1	14,5	-2,5	10,1	12,2	6,5	3,9	5,4	4,2
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	17,3	21,4	6,6	17,3	19,3	14,2	11,9	14,4	13,9
10. Material de construção	1,1	8,6	-9,1	1,1	4,6	-0,4	-3,3	-2,4	-2,4
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	45,2	40,8	-27,5	45,2	43,0	6,2	11,6	17,1	13,4

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 4 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Paraná - Março 2024 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	JAN	FEV	MAR	JAN-JAN	JAN-FEV	JAN-MAR	Até JAN	Até FEV	Até MAR
Comércio Varejista (4)	4,2	6,5	4,5	4,2	5,3	5,0	1,5	2,1	2,2
1. Combustíveis e lubrificantes	-2,0	-7,5	-14,2	-2,0	-4,7	-8,1	-4,2	-5,2	-7,3
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	6,1	9,3	10,2	6,1	7,7	8,6	3,6	4,7	5,4
2.1. Hipermercados e supermercados	6,5	9,7	12,6	6,5	8,1	9,7	4,0	5,1	6,1
3. Tecidos, vestuário e calçados	2,0	-2,6	-1,2	2,0	-0,2	-0,6	-0,8	-0,7	-0,5
4. Móveis e eletrodomésticos	8,6	14,3	5,3	8,6	11,2	9,1	8,8	10,1	9,7
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	3,8	14,6	5,0	3,8	9,0	7,5	11,3	12,2	11,6
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-10,6	-2,0	-16,1	-10,6	-6,9	-9,4	-23,7	-23,8	-21,9
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	9,6	-4,3	-1,3	9,6	2,6	1,3	-7,8	-6,9	-4,6
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	5,9	12,9	16,4	5,9	9,1	11,7	-13,6	-12,1	-10,3
Comércio Varejista Ampliado (5)	6,2	8,9	-3,6	6,2	7,5	3,3	0,3	1,3	0,2
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	11,4	8,9	5,6	11,4	10,2	8,5	4,5	5,3	5,3
10. Material de construção	3,5	12,5	5,4	3,5	7,6	6,9	-2,0	-0,2	0,7
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	6,3	13,6	-26,6	6,3	10,1	-6,4	-7,4	-5,2	-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
Santa Catarina - Março 2024 - Variação (%)

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

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 - Março 2024 - Variação (%)

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

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

Goiás - Março 2024 - Variação (%)

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

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

Distrito Federal - Março 2024 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	JAN	FEV	MAR	JAN-JAN	JAN-FEV	JAN-MAR	Até JAN	Até FEV	Até MAR
Comércio Varejista (4)	2,0	7,2	8,3	2,0	4,5	5,9	-0,8	-0,1	0,7
1. Combustíveis e lubrificantes	-5,7	-6,5	-5,6	-5,7	-6,1	-5,9	-9,7	-10,2	-11,1
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	5,8	9,9	9,7	5,8	7,9	8,5	1,8	3,0	4,0
2.1. Hipermercados e supermercados	6,0	10,3	10,9	6,0	8,1	9,1	1,2	2,3	3,4
3. Tecidos, vestuário e calçados	7,4	11,6	2,8	7,4	9,3	7,0	-0,6	0,9	1,3
4. Móveis e eletrodomésticos	-5,1	5,7	13,7	-5,1	-0,2	5,0	6,0	5,7	5,9
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	3,2	18,6	13,8	3,2	10,7	11,9	5,6	7,1	8,0
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-10,6	-5,8	-7,0	-10,6	-8,7	-8,3	-4,8	-8,1	-9,3
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	40,5	-24,2	6,9	40,5	2,2	3,8	61,4	49,8	54,7
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-6,0	8,3	22,4	-6,0	0,2	7,6	-17,4	-15,3	-11,5
Comércio Varejista Ampliado (5)	7,6	9,6	5,3	7,6	8,5	7,4	2,1	2,7	2,7
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	26,9	24,6	13,5	26,9	25,8	21,3	20,8	20,9	18,8
10. Material de construção	-8,8	-8,6	-8,3	-8,8	-8,7	-8,6	-13,8	-13,0	-12,6
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	11,9	8,5	-15,4	11,9	10,2	0,5	-0,9	0,5	-0,7

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

(5) O indicador do comércio varejista ampliado é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 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 - março 2024

Atividades	Comércio varejista ampliado												
	mar/2023	abr/2023	mai/2023	jun/2023	jul/2023	ago/2023	set/2023	out/2023	nov/2023	dez/2023	jan/2024	fev/2024	mar/2024
Comércio Varejista (1)	100,1	97,4	99,5	98,2	101,6	102,1	100,1	101,6	109,3	124,8	99,5	96,4	105,9
1. Combustíveis e lubrificantes	106,1	98,5	105,9	103,2	107,5	110,3	104,7	105,9	102,9	107,1	100,9	94,5	100,9
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	101,6	103,2	98,7	99,6	103,2	104,5	104,8	104,5	107,1	128,2	102,1	101,4	110,3
2.1. Hipermercados e supermercados	101,7	103,9	98,5	99,4	103,4	104,7	105,4	104,8	107,8	129,2	102,9	102,3	111,3
3. Tecidos, vestuário e calçados	81,9	86,9	99,9	101,5	95,8	90,2	82,4	85,9	101,2	168,2	79,9	70,8	81,1
4. Móveis e eletrodomésticos	102,4	88,8	102,5	93,8	97,5	95,0	95,7	96,6	131,6	120,8	101,3	89,1	98,3
4.1. Móveis	95,2	86,2	96,3	88,7	95,8	88,4	88,7	88,8	115,0	113,7	94,6	87,9	91,6
4.2. Eletrodomésticos	106,6	91,3	106,6	97,5	100,1	99,3	100,2	101,3	140,2	125,7	105,6	91,4	102,6
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	108,5	96,8	109,7	104,5	105,3	106,5	103,4	106,5	111,3	117,5	102,0	107,4	120,9
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	95,8	70,6	81,9	82,6	82,8	80,0	73,7	79,1	82,5	116,6	162,2	115,7	80,3
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	113,5	86,4	99,2	91,7	107,2	101,7	97,3	98,2	135,0	111,1	100,2	95,5	99,4
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	84,7	80,2	84,5	81,0	88,5	87,5	81,5	90,1	114,1	112,4	89,6	81,4	95,7
Comércio Varejista Ampliado (2)	107,0	96,8	101,9	102,1	102,1	105,7	101,5	103,3	109,5	116,8	100,1	96,5	105,4
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	114,7	93,8	105,2	115,8	110,6	119,0	111,8	110,8	117,7	114,2	107,3	103,1	116,8
10. Material de construção	105,0	87,1	102,5	97,4	100,9	106,6	97,3	102,7	102,7	91,5	98,0	91,1	95,2
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	125,7	102,2	106,7	104,3	95,8	104,6	98,0	102,0	104,8	101,7	96,0	92,7	96,8

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
Março 2024 - Variação (%)

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

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
Março 2024 - Variação (%)

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

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 8 - Indicadores de Receita Nominal de Vendas do Comércio Varejista Ampliado, segundo as unidades da federação
Março 2024 - Variação (%)

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

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

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

(2) Base: igual mês do ano anterior

(3) Base: igual período do ano anterior

(4) Base: 12 meses anteriores

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 9 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Ceará - Março 2024 - Variação (%)

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

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
Pernambuco - Março 2024 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	JAN	FEV	MAR	JAN-JAN	JAN-FEV	JAN-MAR	Até JAN	Até FEV	Até MAR
Comércio Varejista (4)	5,8	10,6	5,8	5,8	8,1	7,3	3,5	4,0	4,1
1. Combustíveis e lubrificantes	2,4	7,1	5,9	2,4	4,6	5,1	-3,5	-2,9	-1,6
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	7,2	9,6	7,0	7,2	8,4	7,9	6,9	6,8	6,2
2.1. Hipermercados e supermercados	10,8	14,1	8,9	10,8	12,4	11,2	9,1	9,3	8,7
3. Tecidos, vestuário e calçados	-3,0	-9,7	-15,7	-3,0	-6,1	-9,5	-2,4	-2,7	-3,8
4. Móveis e eletrodomésticos	2,8	8,3	-4,9	2,8	5,3	1,6	-2,7	-1,8	-2,3
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	10,8	24,6	10,9	10,8	17,4	14,9	8,4	9,4	8,9
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	17,5	0,8	-26,6	17,5	10,1	0,2	15,0	16,9	9,8
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-16,8	-24,6	-29,3	-16,8	-20,5	-23,7	-30,4	-32,8	-31,1
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	4,6	14,3	13,1	4,6	8,9	10,4	0,6	2,6	4,4
Comércio Varejista Ampliado (5)	5,6	10,8	10,8	5,6	8,1	9,1	5,8	6,3	6,6
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	5,5	18,2	29,5	5,5	11,3	18,0	8,4	9,4	10,7
10. Material de construção	-4,3	0,9	-13,4	-4,3	-2,0	-6,1	-0,1	0,1	-2,6
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	9,5	5,7	15,2	9,5	7,6	10,5	10,7	10,3	10,8

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

Bahia - Março 2024 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	JAN	FEV	MAR	JAN-JAN	JAN-FEV	JAN-MAR	Até JAN	Até FEV	Até MAR
Comércio Varejista (4)	11,0	13,0	12,8	11,0	12,0	12,3	5,2	5,8	6,3
1. Combustíveis e lubrificantes	4,2	5,0	-0,8	4,2	4,6	2,6	-4,2	-3,5	-3,2
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	16,1	15,1	20,4	16,1	15,6	17,3	8,9	9,4	10,0
2.1. Hipermercados e supermercados	17,6	16,3	22,6	17,6	17,0	18,9	9,2	9,7	10,4
3. Tecidos, vestuário e calçados	1,7	2,1	-14,9	1,7	1,9	-4,0	0,2	-0,6	-3,4
4. Móveis e eletrodomésticos	0,6	3,1	3,0	0,6	1,7	2,2	1,2	1,6	1,7
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	15,0	23,4	17,2	15,0	19,0	18,4	16,5	18,2	18,8
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-26,5	-7,8	-32,5	-26,5	-18,8	-21,7	-16,1	-17,9	-20,5
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	82,4	19,8	-32,9	82,4	37,7	5,7	8,0	8,3	2,1
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	3,0	22,8	25,4	3,0	11,8	16,3	-5,0	-3,1	-0,3
Comércio Varejista Ampliado (5)	9,6	12,4	6,4	9,6	10,9	9,3	4,3	5,0	5,1
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	10,4	11,3	-4,2	10,4	10,8	5,1	5,4	6,1	4,7
10. Material de construção	13,6	18,9	2,9	13,6	16,0	11,2	6,7	8,2	7,9
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	3,8	8,9	-4,3	3,8	6,1	2,6	-1,7	-1,2	-1,3

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

(5) O indicador do comércio varejista ampliado é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 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 - Março 2024 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	JAN	FEV	MAR	JAN-JAN	JAN-FEV	JAN-MAR	Até JAN	Até FEV	Até MAR
Comércio Varejista (4)	6,6	11,2	9,0	6,6	8,8	8,9	4,8	5,1	5,2
1. Combustíveis e lubrificantes	-13,8	-12,5	-19,8	-13,8	-13,2	-15,6	-18,5	-19,1	-19,8
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	10,5	11,4	11,5	10,5	10,9	11,1	10,7	10,4	10,1
2.1. Hipermercados e supermercados	11,5	12,2	12,2	11,5	11,8	11,9	11,6	11,3	11,0
3. Tecidos, vestuário e calçados	5,1	5,5	5,6	5,1	5,3	5,4	-4,7	-4,1	-3,5
4. Móveis e eletrodomésticos	-0,4	-3,0	-7,4	-0,4	-1,6	-3,6	2,2	1,3	0,1
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	16,5	26,7	20,8	16,5	21,5	21,2	19,4	19,7	19,3
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-4,7	-0,8	-7,9	-4,7	-3,1	-4,3	-5,1	-4,4	-5,4
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	51,7	80,1	91,4	51,7	65,3	73,9	23,6	31,1	39,8
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	3,0	41,5	34,2	3,0	18,0	23,3	-4,2	-0,4	3,9
Comércio Varejista Ampliado (5)	5,9	8,1	-2,0	5,9	6,9	3,7	4,4	4,4	3,2
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-1,0	12,6	-7,6	-1,0	5,2	0,5	-3,9	-2,2	-3,1
10. Material de construção	-0,8	5,8	-13,5	-0,8	2,3	-3,6	-4,8	-4,1	-5,4
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	12,7	-4,0	-23,8	12,7	3,9	-6,9	14,2	10,5	4,8

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
Espírito Santo - Março 2024 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	JAN	FEV	MAR	JAN-JAN	JAN-FEV	JAN-MAR	Até JAN	Até FEV	Até MAR
Comércio Varejista (4)	-0,4	4,2	-0,9	-0,4	1,7	0,8	2,1	2,0	1,2
1. Combustíveis e lubrificantes	10,8	10,7	2,3	10,8	10,8	7,7	-10,1	-8,6	-6,7
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	1,8	5,7	5,0	1,8	3,7	4,1	8,9	8,1	7,1
2.1. Hipermercados e supermercados	-2,8	1,8	1,4	-2,8	-0,6	0,1	7,1	6,1	4,8
3. Tecidos, vestuário e calçados	5,5	2,3	-3,9	5,5	3,8	0,8	5,8	5,5	4,2
4. Móveis e eletrodomésticos	-0,3	-9,7	-8,8	-0,3	-4,8	-6,3	0,7	-0,8	-2,7
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	16,1	32,1	20,0	16,1	23,8	22,4	15,0	16,1	15,9
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	2,8	14,0	24,6	2,8	5,9	8,3	-16,0	-15,5	-14,2
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-14,9	-3,7	-18,7	-14,9	-10,2	-13,3	-9,3	-9,5	-9,6
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	23,7	36,3	47,9	23,7	29,6	36,3	0,3	3,7	8,0
Comércio Varejista Ampliado (5)	-4,9	-0,7	-6,4	-4,9	-2,9	-4,2	8,4	7,0	5,6
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-6,5	11,0	-4,1	-6,5	1,6	-0,5	22,6	20,8	18,8
10. Material de construção	-21,5	-39,7	-32,5	-21,5	-30,8	-31,4	10,1	2,7	-1,5
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	-0,6	6,7	-9,0	-0,6	2,9	-1,3	7,4	6,9	5,4

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
Rio De Janeiro - Março 2024 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	JAN	FEV	MAR	JAN-JAN	JAN-FEV	JAN-MAR	Até JAN	Até FEV	Até MAR
Comércio Varejista (4)	3,7	8,9	8,0	3,7	6,3	6,9	0,6	1,0	1,4
1. Combustíveis e lubrificantes	0,0	-0,1	-3,1	0,0	0,0	-1,1	-6,6	-5,5	-4,3
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	5,1	8,4	11,1	5,1	6,7	8,2	5,0	4,9	5,0
2.1. Hipermercados e supermercados	7,2	10,7	13,7	7,2	8,9	10,6	7,5	7,2	7,2
3. Tecidos, vestuário e calçados	12,7	11,6	8,9	12,7	12,2	11,0	4,1	5,0	4,8
4. Móveis e eletrodomésticos	-6,3	-17,1	-27,7	-6,3	-11,4	-17,5	-7,5	-8,3	-10,3
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	6,1	13,5	6,7	6,1	9,7	8,6	8,6	8,3	7,2
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	17,7	7,3	-4,7	17,7	13,1	9,2	0,7	1,6	-0,9
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	13,2	28,7	10,0	13,2	20,3	16,8	-11,7	-7,6	-3,5
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-2,5	43,2	46,0	-2,5	18,6	27,5	-20,4	-17,0	-12,4
Comércio Varejista Ampliado (5)	5,1	8,2	2,3	5,1	6,6	5,1	3,8	4,0	3,6
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	12,2	4,3	-10,1	12,2	8,4	1,2	17,7	17,1	13,3
10. Material de construção	3,4	7,2	-11,2	3,4	5,1	-0,8	2,4	3,3	2,4
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	6,2	8,7	-7,7	6,2	7,4	1,8	8,1	8,1	5,9

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 12 meses anteriores

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

(5) O indicador do comércio varejista ampliado é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 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 - Março 2024 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	JAN	FEV	MAR	JAN-JAN	JAN-FEV	JAN-MAR	Até JAN	Até FEV	Até MAR
Comércio Varejista (4)	4,9	10,9	9,2	4,9	7,8	8,3	4,4	4,6	4,6
1. Combustíveis e lubrificantes	5,6	10,7	5,8	5,6	8,0	7,2	-6,7	-5,8	-4,8
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	5,3	10,6	11,1	5,3	7,9	9,0	6,6	6,4	6,4
2.1. Hipermercados e supermercados	5,4	10,5	11,7	5,4	7,9	9,2	6,5	6,2	6,2
3. Tecidos, vestuário e calçados	-0,8	-1,6	-0,5	-0,8	-1,2	-0,9	4,1	3,7	3,1
4. Móveis e eletrodomésticos	2,4	7,2	-1,5	2,4	4,6	2,5	3,9	4,2	3,7
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	14,6	31,4	21,6	14,6	22,9	22,4	10,9	13,0	13,6
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-4,0	7,8	-12,5	-4,0	0,4	-3,0	10,1	10,8	9,9
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	28,0	15,3	-30,4	28,0	20,8	-2,6	-7,8	-6,7	-11,9
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-1,6	3,0	4,2	-1,6	0,5	1,8	-6,2	-5,8	-5,4
Comércio Varejista Ampliado (5)	11,6	17,0	-0,1	11,6	14,2	8,6	7,3	8,4	6,7
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	15,8	21,4	6,2	15,8	18,6	13,6	13,2	15,5	14,6
10. Material de construção	-0,3	7,4	-10,0	-0,3	3,4	-1,6	-2,0	-1,6	-2,3
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	50,6	48,2	-22,4	50,6	49,4	11,8	17,9	22,9	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
Paraná - Março 2024 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	JAN	FEV	MAR	JAN-JAN	JAN-FEV	JAN-MAR	Até JAN	Até FEV	Até MAR
Comércio Varejista (4)	6,5	9,5	7,2	6,5	8,0	7,7	3,1	3,5	3,6
1. Combustíveis e lubrificantes	-4,5	-4,9	-10,9	-4,5	-4,7	-6,9	-15,1	-15,0	-14,8
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	8,8	11,5	11,7	8,8	10,1	10,7	7,6	8,0	8,1
2.1. Hipermercados e supermercados	9,2	11,9	14,2	9,2	10,5	11,8	8,0	8,4	8,8
3. Tecidos, vestuário e calçados	6,2	1,7	2,8	6,2	4,0	3,6	4,1	3,9	3,8
4. Móveis e eletrodomésticos	6,4	10,4	1,9	6,4	8,3	6,0	8,3	9,1	8,1
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	11,1	21,2	10,5	11,1	16,0	13,9	21,9	22,2	20,7
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-2,1	7,9	-7,0	-2,1	2,2	-0,3	-16,3	-16,3	-14,0
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	7,2	-8,1	-6,3	7,2	-0,6	-2,5	-12,6	-11,5	-9,1
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	9,3	15,9	19,0	9,3	12,4	14,7	-9,6	-8,3	-6,7
Comércio Varejista Ampliado (5)	8,2	11,4	-2,1	8,2	9,8	5,2	3,0	3,6	2,2
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	9,7	7,6	3,4	9,7	8,7	6,8	7,8	8,0	7,2
10. Material de construção	5,1	14,1	5,6	5,1	9,2	7,9	0,5	2,0	2,5
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	11,7	19,0	-23,3	11,7	15,5	-2,0	-2,8	-0,9	-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 9 - Indicadores do Volume de Vendas do Comércio Varejista e Comércio Varejista Ampliado, segundo atividades de divulgação
Santa Catarina - Março 2024 - Variação (%)

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

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
Rio Grande Do Sul - Março 2024 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	JAN	FEV	MAR	JAN-JAN	JAN-FEV	JAN-MAR	Até JAN	Até FEV	Até MAR
Comércio Varejista (4)	5,9	10,1	9,9	5,9	7,9	8,6	3,2	3,0	3,4
1. Combustíveis e lubrificantes	-1,7	-0,3	-5,8	-1,7	-1,0	-2,7	-6,6	-8,4	-7,6
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	10,4	13,6	17,0	10,4	11,9	13,7	6,9	7,3	7,8
2.1. Hipermercados e supermercados	11,6	14,5	18,0	11,6	13,0	14,8	7,4	7,8	8,3
3. Tecidos, vestuário e calçados	7,9	2,4	8,9	7,9	5,1	6,4	1,7	0,8	2,0
4. Móveis e eletrodomésticos	-4,4	3,1	-7,3	-4,4	-1,0	-3,2	-2,5	-2,4	-3,3
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	12,7	21,6	16,4	12,7	17,0	16,8	14,2	14,8	14,4
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-9,3	6,2	7,8	-9,3	-0,4	1,2	-7,4	-8,0	-7,0
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-0,8	6,1	6,6	-0,8	2,6	4,0	-5,8	-5,3	-4,1
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-4,2	4,3	5,0	-4,2	-0,3	1,6	-4,8	-5,4	-5,3
Comércio Varejista Ampliado (5)	6,2	9,1	4,5	6,2	7,6	6,5	2,9	2,8	2,7
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	5,6	11,5	1,9	5,6	8,4	5,9	8,7	8,8	7,6
10. Material de construção	4,0	3,1	-6,9	4,0	3,6	-0,1	4,8	4,1	2,5
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	9,1	6,1	-7,4	9,1	7,7	2,3	-2,9	-1,0	-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
Goiás - Março 2024 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	JAN	FEV	MAR	JAN-JAN	JAN-FEV	JAN-MAR	Até JAN	Até FEV	Até MAR
Comércio Varejista (4)	6,2	9,5	8,3	6,2	7,8	7,9	2,1	2,6	2,9
1. Combustíveis e lubrificantes	-8,4	-7,2	-14,7	-8,4	-7,8	-10,3	-19,2	-18,2	-17,3
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	12,6	12,5	14,3	12,6	12,5	13,2	8,0	8,4	8,9
2.1. Hipermercados e supermercados	13,8	13,5	15,6	13,8	13,6	14,3	9,0	9,5	10,1
3. Tecidos, vestuário e calçados	2,9	3,8	7,1	2,9	3,3	4,7	6,4	5,8	5,1
4. Móveis e eletrodomésticos	-9,2	-7,7	-7,6	-9,2	-8,5	-8,2	-3,0	-3,9	-5,5
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	12,4	36,1	32,0	12,4	23,8	26,9	20,3	21,2	21,7
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	7,1	1,9	-9,7	7,1	5,5	1,5	-9,5	-8,6	-9,7
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	20,6	-35,1	-41,1	20,6	-10,8	-22,2	-9,4	-15,3	-20,7
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	9,5	22,5	14,1	9,5	15,2	14,8	1,2	2,7	3,1
Comércio Varejista Ampliado (5)	7,7	14,7	1,9	7,7	11,1	7,7	1,8	2,4	2,1
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	9,6	18,7	1,0	9,6	13,9	9,1	13,3	12,5	10,4
10. Material de construção	-6,6	15,7	-11,8	-6,6	3,5	-2,0	-1,1	0,2	-0,2
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	14,6	23,3	-9,4	14,6	18,8	8,0	-14,5	-12,3	-9,9

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

(1) Base: igual mês do ano anterior

(2) Base: igual período do ano anterior

(3) Base: últimos 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 - Março 2024 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mensal (1)			Acumulado no ano (2)			Últimos 12 meses (3)		
	JAN	FEV	MAR	JAN-JAN	JAN-FEV	JAN-MAR	Até JAN	Até FEV	Até MAR
Comércio Varejista (4)	3,7	10,1	10,3	3,7	6,8	8,1	1,1	1,8	2,7
1. Combustíveis e lubrificantes	-4,7	1,3	-6,0	-4,7	-1,8	-3,4	-20,0	-18,6	-17,7
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	6,5	10,5	11,6	6,5	8,5	9,6	5,8	6,2	6,7
2.1. Hipermercados e supermercados	6,9	11,1	12,8	6,9	9,0	10,4	5,3	5,6	6,1
3. Tecidos, vestuário e calçados	9,6	13,1	4,0	9,6	11,1	8,6	8,3	9,0	8,3
4. Móveis e eletrodomésticos	-8,6	1,7	9,0	-8,6	-3,9	0,8	2,5	1,9	1,7
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	10,5	25,9	21,2	10,5	18,1	19,3	15,2	16,3	16,7
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-2,8	0,7	-2,0	-2,8	-1,4	-1,5	5,0	1,0	-0,8
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	32,5	-26,5	0,7	32,5	-1,9	-1,0	46,4	36,4	42,3
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-2,7	12,2	26,1	-2,7	3,7	11,2	-13,7	-11,6	-7,7
Comércio Varejista Ampliado (5)	8,7	11,4	6,9	8,7	10,0	8,9	4,1	4,6	4,6
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	26,6	24,4	13,7	26,6	25,6	21,2	22,1	21,8	19,5
10. Material de construção	-9,1	-8,7	-9,1	-9,1	-8,9	-9,0	-12,0	-11,8	-11,9
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	13,9	11,1	-10,5	13,9	12,5	3,8	3,2	3,9	2,5

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 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 - março 2024

Atividades	Comércio varejista ampliado												
	mar/2023	abr/2023	mai/2023	jun/2023	jul/2023	ago/2023	set/2023	out/2023	nov/2023	dez/2023	jan/2024	fev/2024	mar/2024
Comércio Varejista (1)	102,6	100,7	102,5	100,2	103,3	103,7	102,0	103,6	112,0	129,3	103,4	101,0	111,3
1. Combustíveis e lubrificantes	94,8	86,8	89,3	82,8	87,3	94,6	95,7	96,3	93,2	95,6	89,6	85,2	90,8
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo	106,5	108,9	104,3	104,3	107,5	107,8	107,1	107,1	110,5	133,6	108,1	108,3	118,3
2.1. Hipermercados e supermercados	106,6	109,7	104,2	104,3	107,8	108,2	107,9	107,6	111,3	134,8	109,0	109,3	119,4
3. Tecidos, vestuário e calçados	87,6	93,9	108,3	110,3	103,8	98,1	89,9	94,1	110,5	185,2	87,6	77,3	88,7
4. Móveis e eletrodomésticos	102,4	88,9	102,0	92,7	96,3	93,6	93,7	94,9	128,8	119,5	100,6	88,4	97,1
4.1. Móveis	100,2	91,1	102,1	94,5	102,1	94,5	94,4	94,8	122,1	121,1	100,8	93,9	98,0
4.2. Eletrodomésticos	104,5	89,3	103,3	93,3	95,7	94,5	94,7	96,2	132,7	120,6	101,9	87,8	98,1
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	114,3	104,9	120,2	114,2	115,2	116,8	113,3	116,8	122,5	129,3	112,7	119,2	134,7
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	103,1	76,4	89,0	89,9	90,9	88,4	81,7	87,9	91,6	131,7	187,7	135,4	94,1
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	105,7	80,9	93,1	85,1	98,8	93,5	89,8	90,2	121,7	100,5	90,8	86,3	89,9
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	88,8	84,6	89,4	85,8	93,5	92,9	86,5	95,6	121,2	119,9	96,3	87,6	103,0
Comércio Varejista Ampliado (2)	110,4	100,4	105,5	104,7	104,4	108,0	103,8	105,6	112,4	120,9	104,3	101,5	111,1
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	117,9	96,7	108,4	117,4	112,9	122,2	114,5	113,0	119,8	115,8	108,5	105,1	118,9
10. Material de construção	107,6	89,4	104,8	99,0	102,6	108,9	99,2	104,2	103,9	93,1	99,8	93,2	97,1
11. Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	133,0	108,8	114,1	110,6	100,5	108,5	101,1	105,9	110,1	108,7	105,6	103,4	109,0

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.

Publicado em 08/05/2024 às 9 horas