



Indicadores IBGE

Pesquisa Mensal de Comércio

fevereiro 2018

Publicado em 12/04/2018 às 9 horas

Presidente da República
Michel Miguel Elias Temer Lulia

Ministro do Planejamento, Desenvolvimento e Gestão
Esteves Pedro Colnago Junior

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE

Presidente
Roberto Luís Olinto Ramos

Diretor-Executivo
Fernando José de Araújo. Abrantes

ORGÃOS ESPECÍFICOS SINGULARES

Diretoria de Pesquisas
Claudio Dutra Crespo

Diretoria de Geociências
Wadih João Scandar Neto

Diretoria de Informática
José Sant'Anna Bevilaqua

Centro de Documentação e Disseminação de Informações
David Wu Tai

Escola Nacional de Ciências Estatísticas
Maysa Sacramento de Magalhães

UNIDADE RESPONSÁVEL

Diretoria de Pesquisas

Coordenação de Pesquisas Conjunturais
Flávio Renato Keim Magheli

Gerência das Pesquisas Mensais de Comércio
Isabella Nunes Pereira

EQUIPE de ANÁLISE

Isabella Nunes Pereira

Carla Fernandes de Mello Carvalho

Fabiana Conceição Figueiredo

Fabio Figueiredo Farias

Guilherme Silva Telles Junior

Estagiários

Letícia Patiño Borges

Pedro Gabriel Gajardo Dray de Souza

Editoração

Isabella Nunes Pereira

Fabiana Conceição Figueiredo

Plano de divulgação:

Trabalho e rendimento

Pesquisa mensal de emprego*

Pesquisa nacional por amostra de domicílios contínua

Agropecuária

Estatística da produção agrícola **

Estatística da produção pecuária **

Indústria

Pesquisa industrial mensal: emprego e salário ***

Pesquisa industrial mensal: produção física Brasil

Pesquisa industrial mensal: produção física regional

Comércio

Pesquisa mensal de comércio

Serviços

Pesquisa mensal de serviços

Índices, preços e custos

Índice de preços ao produtor – indústrias extrativas e de transformação

Sistema nacional de índices de preços ao consumidor:

IPCA-E

Sistema nacional de índices de preços ao consumidor:

INPC - IPCA

Sistema nacional de pesquisa de custos e índices da construção civil

Contas nacionais trimestrais

Contas nacionais trimestrais: indicadores de volume e valores correntes

* O último fascículo divulgado corresponde a fevereiro de 2016.

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

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

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

SUMÁRIO

NOTAS METODOLÓGICAS.....	4
1 CARACTERÍSTICAS DA PESQUISA	4
2 CONSTRUÇÃO DE INDICADORES	5
3 ENCADEAMENTO.....	7
4 SÉRIES DA PMC AJUSTADAS SAZONALMENTE.....	7
4.1 VOLUME DE VENDAS POR ATIVIDADES.....	8
4.2 VOLUME DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA POR UNIDADE DA FEDERAÇÃO.....	9
4.3 VOLUME DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO POR UNIDADES DA FEDERAÇÃO.....	10
4.4 RECEITA NOMINAL DE VENDAS POR ATIVIDADES	12
4.5 RECEITA NOMINAL DO COMÉRCIO VAREJISTA POR UNIDADE DA FEDERAÇÃO.....	13
4.6 RECEITA NOMINAL DO COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO POR UNIDADE DA FEDERAÇÃO.....	15
5 DEFLATORES DA PESQUISA.....	17
6 OBSERVAÇÕES	1
COMENTÁRIOS	2
RESULTADOS REGIONAIS.....	8
CONSIDERAÇÕES FINAIS	10
TABELAS.....	13
Volume e Receita nominal de vendas do comércio varejista e comércio varejista ampliado	14
Volume e Receita nominal de vendas do comércio varejista e comércio varejista ampliado - com ajuste sazonal	35

NOTAS METODOLÓGICAS

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

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

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

1 – CARACTERÍSTICAS DA PESQUISA

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

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

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

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

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

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

QUADRO I – GRUPOS DE ATIVIDADE E CÓDIGOS CNAE

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

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

2 – CONSTRUÇÃO DE INDICADORES

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

da série.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

3 – ENCADEAMENTO

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

4 – SÉRIES DA PMC AJUSTADAS SAZONALMENTE

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

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

Os modelos adotados nas séries divulgadas são:

4.1 VOLUME DE VENDAS POR ATIVIDADES

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

4.2 VOLUME DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA POR UNIDADE DA FEDERAÇÃO

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

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

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

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

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

4.4 RECEITA NOMINAL DE VENDAS POR ATIVIDADES

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

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

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

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

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

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

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

5 – DEFLATORES DA PESQUISA

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

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

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

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

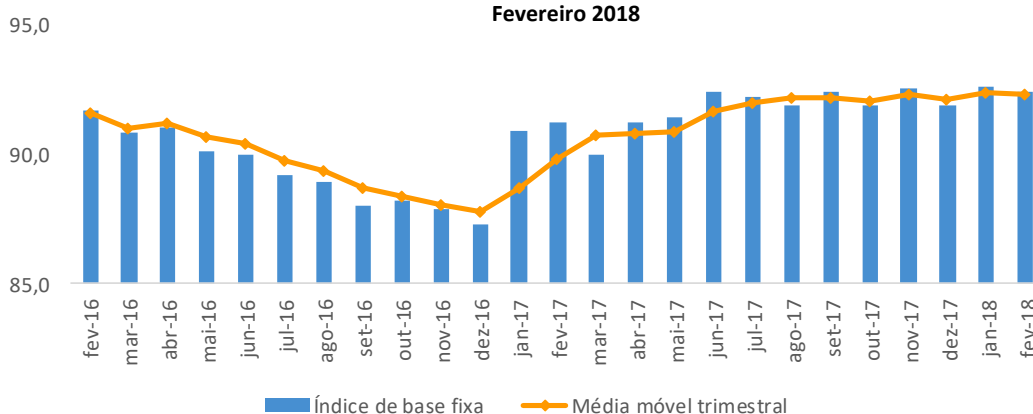
6 – OBSERVAÇÕES

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

COMENTÁRIOS

Em fevereiro de 2018, o volume de vendas do **comércio varejista** nacional mostrou decréscimo de 0,2% frente ao mês imediatamente anterior, na série ajustada sazonalmente, devolvendo, dessa forma, parte do avanço de 0,8% registrado na passagem de dezembro de 2017 para janeiro de 2018. Com isso, a variação da média móvel do trimestre encerrado em fevereiro (0,0%) ficou estável, após variação de 0,3% no trimestre encerrado em janeiro, conforme Gráfico 1.

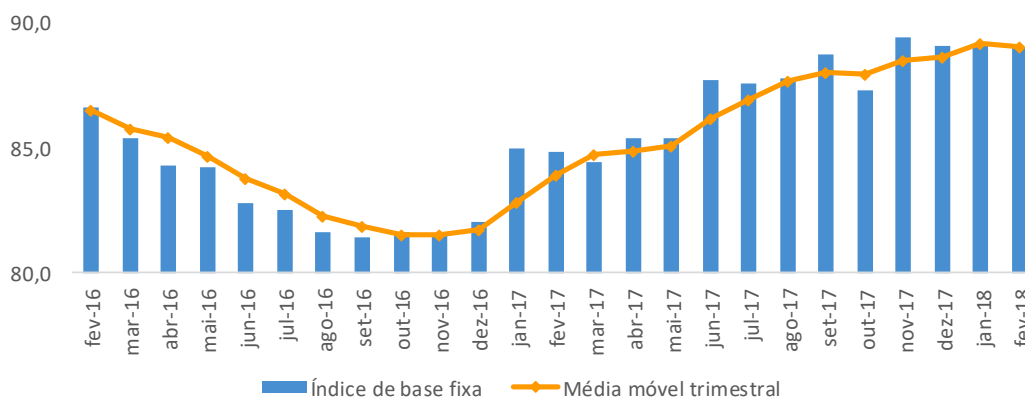
Gráfico 1 - Volume de Vendas do Varejo com Ajuste Sazonal
Índice de Base Fixa e Média Móvel Trimestral
Fevereiro 2018



Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria

O **comércio varejista ampliado**, que inclui além do varejo as atividades de *Veículos, motos, partes e peças* e de *Material de construção*, com variação de -0,1% para o volume de vendas na comparação com janeiro de 2018, mostrou resultado próximo a estabilidade pelo segundo mês consecutivo. Com isso a variação da média móvel trimestral para o varejo ampliado também ficou próximo a estabilidade no trimestre encerrado em fevereiro (-0,1%) sinalizando perda de ritmo em relação ao trimestre encerrado em janeiro (0,7%), conforme Gráfico 2.

Gráfico 2 - Volume de Vendas do Varejo Ampliado com Ajuste Sazonal
Índice de Base Fixa e Média Móvel Trimestral
Fevereiro 2018



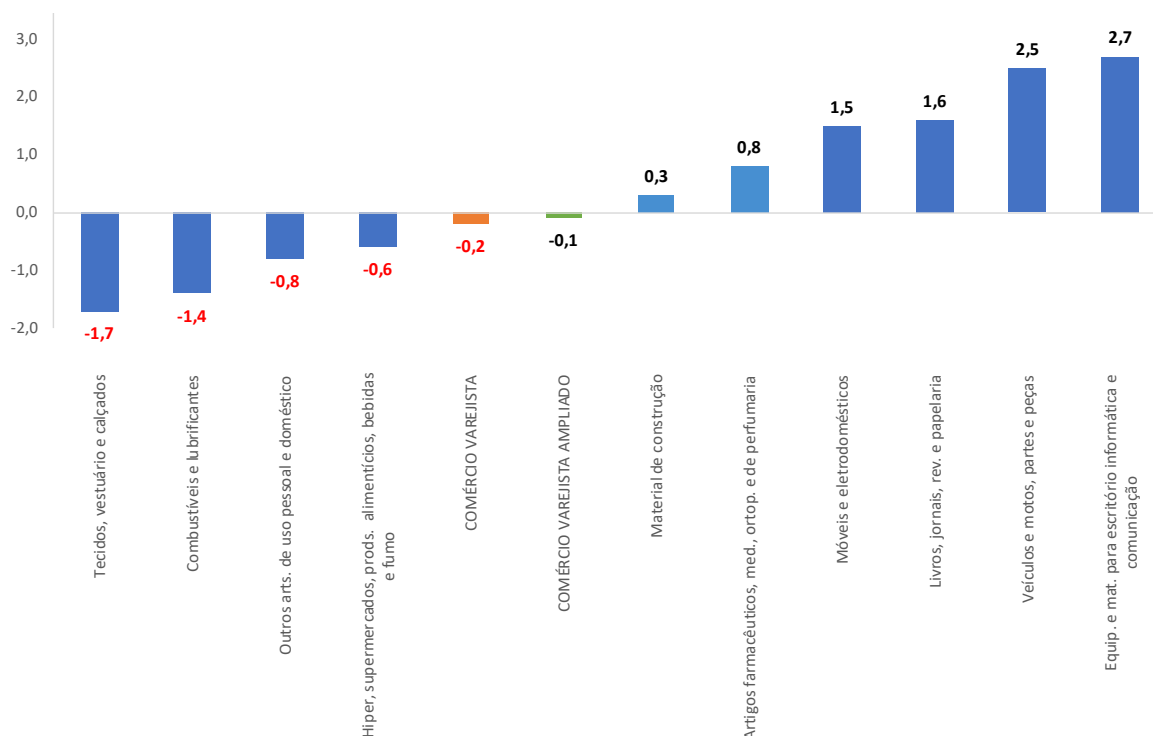
Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria

Na série sem ajuste sazonal, no confronto com igual mês do ano anterior, o volume de vendas do **comércio varejista** assinalou expansão de 1,3%, décima primeira taxa positiva consecutiva nessa comparação, sendo o resultado de fevereiro de 2018 o menos acentuado. Assim, o varejo acumulou crescimento de 2,3% nos dois primeiros meses de 2018. A taxa anualizada, indicador acumulado nos últimos doze meses, ao avançar 2,8% em fevereiro de 2018, registrou resultado positivo mais elevado desde outubro de 2014 (3,1%) e prosseguiu em trajetória ascendente iniciada em outubro de 2016 (-6,8%). Considerando o **comércio varejista ampliado**, o aumento do volume de vendas em relação a fevereiro de 2017 foi de 5,2%, décima taxa positiva seguida, acumulando ganho de 5,9% no bimestre janeiro-fevereiro. Em relação ao indicador acumulando nos últimos doze meses, ao mostrar expansão 5,4% em fevereiro de 2018 e assinalou a maior variação positiva desde julho de 2013 (5,8%).

RESULTADOS SETORIAIS

O decréscimo de 0,2% no volume de vendas do **comércio varejista** na passagem de janeiro para fevereiro de 2018, série ajustada sazonalmente, foi acompanhado por quatro das oito atividades investigadas, conforme Gráfico 3. Dentre essas, o recuo mais relevante foi observado em *Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* (-0,6%), setor de maior peso na estrutura que compõem o varejo, seguido por *Tecidos, vestuário e calçados* (-1,7%) e *Outros artigos de uso pessoal e doméstico* (-0,8%), todos compensando os avanços registrados no mês anterior de 2,3%, 0,8% e 7,3%, respectivamente, enquanto *Combustíveis e lubrificantes*, ao apontar recuo de 1,4%, marcou o quarto resultado negativo seguido nessa comparação. Por outro lado, com resultado positivo frente a janeiro de 2018, encontram-se: *Móveis e eletrodomésticos* (1,5%), *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos* (0,8%); *Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação* (2,7%) e *Livros, jornais, revistas e papelerias* (1,6%). Considerando o **comércio varejista ampliado**, a variação ficou próxima a estabilidade (-0,1%), com *Veículos e motos, partes e peças* mostrando avanço de 2,5%, enquanto *Material de construção* assinalou decréscimo de 0,3% para o volume de vendas .

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



Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria

Em fevereiro de 2018, o volume do **comércio varejista** mostrou expansão de 1,3% no confronto com igual mês do ano anterior, décimo primeiro resultado positivo seguido, porém registrou a menor taxa entre eles. O resultado positivo de fevereiro foi disseminado entre as atividades, alcançando cinco das oito atividades que compõem o varejo. Por ordem de contribuição à taxa global, os resultados foram os seguintes: *Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* (2,0%), *Outros artigos de uso pessoal e doméstico* (8,3%), *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos* (4,3%), *Móveis e eletrodomésticos* (3,2%), e *Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação* (5,8%). Por outro lado, pressionando negativamente a formação da taxa global de fevereiro de 2018, figuram: *Combustíveis e lubrificantes* (-7,0%), *Tecidos, vestuário e calçados* (-5,8%) e *Livros, jornais, revistas e papelaria* (-5,6%), conforme mostra Tabela 3.

Tabela 1 - BRASIL - INDICADORES DO VOLUME DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA E COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO, SEGUNDO GRUPOS DE ATIVIDADES:
Fevereiro 2018

ATIVIDADES	MÊS/MÊS ANTERIOR (1)			MÊS/IGUAL MÊS DO ANO ANTERIOR			ACUMULADO	
	Taxa de Variação (%)			Taxa de Variação (%)			Taxa de Variação (%)	
	DEZ	JAN	FEV	DEZ	JAN	FEV	NO ANO	12 MESES
COMÉRCIO VAREJISTA (2)	-0,6	0,8	-0,2	4,0	3,1	1,3	2,3	2,8
1 - Combustíveis e lubrificantes	-1,2	-0,3	-1,4	-7,0	-4,1	-7,0	-5,5	-3,0
2 - Hiper, super, prods. alimentícios, bebidas e fumo	-0,2	2,3	-0,6	6,0	3,1	2,0	2,6	2,0
2.1 - Super e hipermercados	-0,5	3,0	-1,5	7,5	3,3	2,0	2,6	2,3
3 - Tecidos, vestuário e calçados	0,5	0,8	-1,7	6,9	0,3	-5,8	-2,6	7,0
4 - Móveis e eletrodomésticos	-2,9	-3,0	1,5	8,3	5,2	3,2	4,3	10,4
4.1 - Móveis	-	-	-	5,5	0,0	1,7	0,8	4,4
4.2 - Eletrodomésticos	-	-	-	8,7	11,2	5,3	8,5	12,4
5 - Artigos farmacêuticos, med., ortop. e de perfumaria	1,4	-2,5	0,8	7,1	5,4	4,3	4,9	3,8
6 - Livros, jornais, rev. e papelaria	-3,8	0,7	1,6	-9,3	-7,2	-5,6	-6,5	-3,5
7 - Equip. para escritório, informática e comunicação	-5,6	9,1	2,7	-17,9	4,7	5,8	5,2	-0,7
8 - Outros arts. de uso pessoal e doméstico	-9,7	7,3	-0,8	-0,6	10,0	8,3	9,2	4,3
COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO (3)	-0,3	0,0	-0,1	6,9	6,5	5,2	5,9	5,4
9 - Veículos e motos, partes e peças	0,9	4,4	2,5	6,4	18,1	20,0	19,0	7,1
10- Material de construção	1,7	-3,4	0,3	8,8	7,4	6,0	6,8	10,0

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

(1) Séries com ajuste sazonal. (2) O indicador do comércio varejista é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 8.

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

Tabela 2 - BRASIL - INDICADORES DA RECEITA NOMINAL DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA E COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO, SEGUNDO GRUPOS DE ATIVIDADES:
Fevereiro 2018

ATIVIDADES	MÊS/MÊS ANTERIOR (1)			MÊS/IGUAL MÊS DO ANO ANTERIOR			ACUMULADO	
	Taxa de Variação (%)			Taxa de Variação (%)			Taxa de Variação (%)	
	DEZ	JAN	FEV	DEZ	JAN	FEV	NO ANO	12 MESES
COMÉRCIO VAREJISTA (2)	-0,9	0,5	-0,5	3,3	3,2	1,6	2,4	2,4
1 - Combustíveis e lubrificantes	0,5	0,3	-0,9	1,9	5,9	4,1	5,0	0,2
2 - Hiper, supermercados, prods. alimentícios, bebidas e fumo	-2,1	2,8	-0,2	2,4	0,5	-0,5	0,0	0,4
2.1 - Super e hipermercados	-2,2	2,6	-0,4	3,8	0,5	-0,7	-0,1	0,9
3 - Tecidos, vest. e calçados	1,0	0,5	-1,7	10,4	2,6	-3,9	-0,5	9,6
4 - Móveis e eletrodomésticos	-2,9	-1,5	0,6	5,5	2,4	0,9	1,7	7,8
4.1 - Móveis				5,2	-0,4	0,5	0,0	4,8
4.2 - Eletrodomésticos				4,3	7,4	2,4	5,1	8,3
5 - Artigos farmacêuticos, med., ortop. e de perfumaria	1,8	-1,6	1,3	11,3	9,8	8,1	9,0	9,5
6 - Livros, jornais, rev. e papelaria	-3,1	0,3	1,6	-4,7	-3,5	-2,5	-3,1	1,8
7 - Equip. e mat. para escritório, informática e comunicação	-0,3	2,5	2,6	-22,1	-3,3	-1,1	-2,2	-9,0
8 - Outros arts. de uso pessoal e doméstico	-10,6	6,4	-1,1	1,2	10,7	8,9	9,9	6,8
COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO (3)	-0,4	0,3	0,0	5,4	6,5	5,2	5,9	4,5
9 - Veículos e motos, partes e peças	0,2	3,7	2,7	7,3	19,2	20,0	19,6	7,3
10- Material de construção	1,9	-3,3	0,0	11,1	8,8	7,3	8,1	11,0

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

(1) Séries com ajuste sazonal.

O setor de *Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo*, com expansão de 2,0% no volume de vendas frente a fevereiro de 2017, foi a atividade que exerceu o maior impacto positivo no desempenho global do varejo. O resultado de fevereiro marca a décima primeira taxa positiva consecutiva, porém a menos acentuada desde agosto de 2017 (1,7%). O aumento da massa de rendimentos reais habitualmente recebida⁴ e a redução sistemática da inflação de alimentação no domicílio⁵ foram os principais fatores que impulsionaram o desempenho positivo do setor. Nos dois primeiros meses do ano, este setor acumulou ganho de 2,6%. No acumulado nos últimos 12 meses a atividade avançou 2,0%, mantendo-se em trajetória ascendente desde março de 2017 (-3,0%).

O grupamento de *Outros artigos de uso pessoal e doméstico*, que engloba lojas de departamentos, joalheria, artigos esportivos e brinquedos, mostrou aumento de 8,3% na comparação com fevereiro de 2017, situando-se acima da média global do varejo. Com o resultado de fevereiro, esse setor exerceu a segunda maior influência positiva sobre a taxa global. O resultado da atividade em termos de acumulados nos dois primeiros meses do ano foi de 9,2%. O indicador acumulado nos últimos 12 meses, com taxa de 4,3%, mais elevada desde setembro 2015 (3,4%), mantém trajetória de recuperação iniciada em setembro de 2016 (-10,4%).

**Tabela 3 - BRASIL INDICADORES DO VOLUME DE VENDAS NO COMÉRCIO VAREJISTA E COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO
COMPOSIÇÃO DA TAXA MENSAL DO COMÉRCIO VAREJISTA, POR ATIVIDADES
Fevereiro 2018**

Atividades	COMÉRCIO VAREJISTA		COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO	
	Taxa de variação (%)	Composição absoluta da taxa (p.p.)	Taxa de variação (%)	Composição absoluta da taxa (p.p.)
Taxa Global	1,3	1,3	5,2	5,2
1 - Combustíveis e lubrificantes	-7,0	-0,8	-7,0	-0,6
2 - Hiper, supermercados, prods. alimentícios, bebidas e fumo	2,0	1,0	2,0	0,7
3 - Tecidos, vest. e calçados	-5,8	-0,4	-5,8	-0,3
4 - Móveis e eletrodomésticos	3,2	0,3	3,2	0,2
5 - Artigos farmacêuticos, med., ortop. e de perfumaria	4,3	0,4	4,3	0,3
6 - Livros, jornais, rev. e papelaria	-5,6	-0,1	-5,6	0,0
7 - Equip. e mat. para escritório informática e comunicação	5,8	0,1	5,8	0,1
8 - Outros arts. de uso pessoal e doméstico	8,3	0,8	8,3	0,6
9 - Veículos e motos, partes e peças			20,0	3,7
10- Material de construção			6,0	0,5

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

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

¹ IBGE/DPE/COREN a massa de rendimentos real habitualmente recebida sai de 0,6% no trimestre móvel de dez-fev/17 para 4,1% no trimestre móvel de dez-fev/18

⁵ IBGE/DPE/COINP: segundo o IPCA, o grupamento de alimentos no domicílio registrou -1,37% em fev/18 contra 4,34% em fev/17.

O volume de vendas do segmento de *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos* mostrou expansão de 4,3% em relação a fevereiro de 2017. Com caráter de uso essencial, o setor farmacêutico registrou, em fevereiro de 2018, a décimo resultado positivo consecutivo, exercendo a terceira maior contribuição para taxa global, porém sinalizando a menor variação positiva desde julho de 2017 (2,2%). A taxa acumulada no bimestre de janeiro-fevereiro ficou em 4,9%. Quanto ao indicador acumulado nos últimos 12 meses, o resultado de 3,8% mantém o setor em trajetória ascendente desde abril de 2017 (-3,5%).

O setor de *Móveis e eletrodomésticos* mostrou crescimento de 3,2%, exercendo a quarta maior influência positiva sobre a taxa global do varejo frente a fevereiro do ano passado, décima taxa positiva consecutiva, sendo essa a menos acentuada dentre elas. Esse resultado, acima da média geral das vendas, está associado à maior disponibilidade de crédito à pessoa física⁶. Com isso, o acumulado no ano mostrou avanço de 4,3%. Em termos de resultado acumulado nos últimos 12 meses, a taxa ficou em 10,4%, mantendo a trajetória de recuperação iniciada em março de 2016 (-16,6%).

A atividade de *Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação*, com avanço de 5,8% no volume de vendas em comparação com igual mês do ano passado, registrou a segunda taxa positiva consecutiva. Com isso, as variações acumuladas foram de 5,2% no bimestre e, em termos acumulados nos últimos 12 meses, a taxa é negativa (-0,7%), porém mantendo trajetória de recuperação iniciada em março 2017 (-10,8%).

A atividade de *Combustíveis e lubrificantes*, com -7,0% de variação do volume de vendas em relação ao mesmo mês do ano anterior, exerceu a maior contribuição negativa no resultado total do varejo. Essa é a oitava taxa negativa consecutiva e mais acentuada do que a do mês anterior (-4,1%). A elevação dos preços de combustíveis acima da variação média de preços⁷, é fator relevante que ainda vem influenciando negativamente o desempenho do setor. Com isso, o indicador acumulado no ano permanece negativo (-5,5%), enquanto na comparação acumulada nos últimos 12 meses a taxa é negativa (-3,0%), mas em trajetória ascendente desde fevereiro de 2017 (-8,9%).

A atividade de *Tecidos, vestuário e calçados*, com variação de -5,8% em relação a fevereiro de 2017, assinalou a primeira taxa negativa após sequência de doze taxas positiva. Com isso, o acumulado

⁶ Boletim do Banco Central: taxa média de juros à pessoa física sai de 41,4% em fev17 para 33,3% em fev18.

⁷ IBGE/COINP em fevereiro os preços do grupamento “combustíveis” ficaram em 11,62% em 12 meses, enquanto o índice geral registrou 2,84%, segundo o IPCA

no ano ficou em -2,6%. O indicador acumulado nos últimos 12 meses, com variação de 7,0%, manteve a recuperação observada desde outubro 2016 (-11,5%).

A atividade de *Livros, jornais, revistas e papelaria* apresentou variação no volume de vendas de -5,6% frente a fevereiro de 2017, influenciada, em especial no que tange a jornais e revistas, por certa substituição dos produtos impressos pelos de meio eletrônico. O acumulado no bimestre janeiro-fevereiro foi de -6,5%. O acumulado nos últimos 12 meses permanece no campo negativo (-3,5%), porém sinalizando recuperação desde outubro 2016 (-16,8%).

O **comércio varejista ampliado** registrou para o volume de vendas, uma variação de 5,2% contra fevereiro de 2017 e permanece em crescimento pelo décimo mês seguido. Esse comportamento ocorre, principalmente, devido ao desempenho positivo de *Veículos, motos, partes e peças*, que com resultado interanual 20,0% respondeu por 65% do total do varejo ampliado. Com o resultado de fevereiro o varejo ampliado acumula expansão de 5,9% no primeiro bimestre. O indicador acumulado nos últimos 12 meses, com variação de 5,4%, manteve a recuperação observada desde julho de 2016 (-10,4%).

O setor de *Veículos, motos, partes e peças* mostrou avanço de 20,0% no volume de vendas frente a fevereiro de 2017, taxa mais elevada desde abril de 2013 (22,5%) e acumula 19,0% nos primeiros dois meses do ano. O indicador acumulado nos últimos 12 meses, com variação positiva de 7,1%, assinalou o resultado mais elevado desde julho de 2013 (6,2%) e permaneceu em trajetória ascendente desde fevereiro 2017 (-13,2%).

O segmento de *Material de construção*, com taxa de 6,0%, completa dez meses mostrando expansão na comparação com igual mês do ano anterior, porém com a variação menos acentuada desde junho de 2017 (6,7%). No acumulado de janeiro a fevereiro a taxa ficou em 6,8%. O indicador acumulado em 12 meses, com aumento de 10,0%, mostra trajetória ascendente desde julho 2016 (-12,9%) e registrou a taxa mais elevada desde abril de 2012 (9,4%).

RESULTADOS REGIONAIS

Na passagem de janeiro para fevereiro de 2018, na série com ajuste sazonal, as vendas no **comércio varejista** avançam em 12 das 27 Unidades da Federação, com destaque, em termos de magnitude de taxa, para Tocantins (9,9%), enquanto no Mato Grosso as vendas do varejo ficaram estáveis (0,0%). Por outro lado, Rio Grande do Norte (-3,2%) e Distrito Federal (-3,0%) mostraram os

maiores recuos nas vendas nessa comparação, conforme Gráfico 4. Ainda na série ajustada, no **comércio varejista ampliado**, 15 das 27 Unidades da Federação mostraram aumento nas vendas, com as maiores taxas sendo registradas no Amapá (7,4%), Espírito Santo (7,2%) e Tocantins (7,0%), enquanto a menor variação foi no Rio Grande do Norte (-4,6%), conforme Gráfico 5

Gráfico 4 - Volume de Vendas do Varejo por UF
Mês/Mês imediatamente anterior
série com ajuste sazonal
Fevereiro 2018

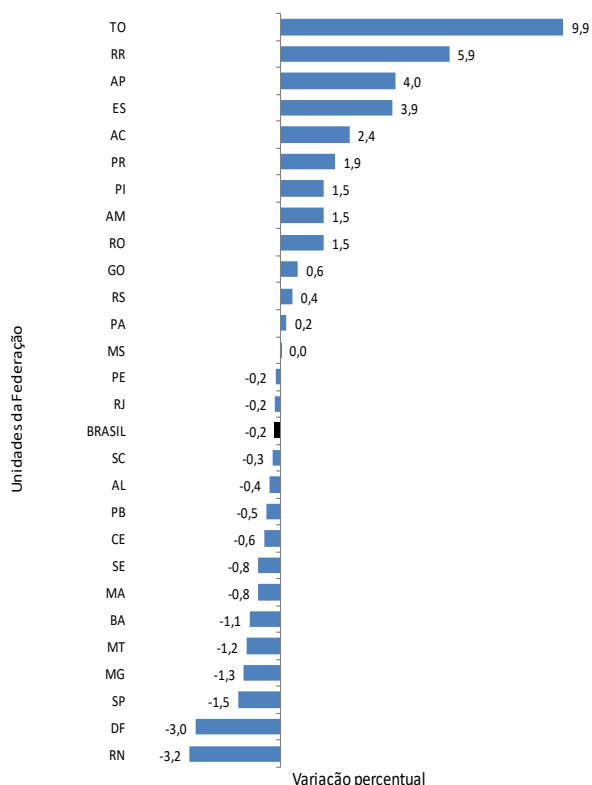
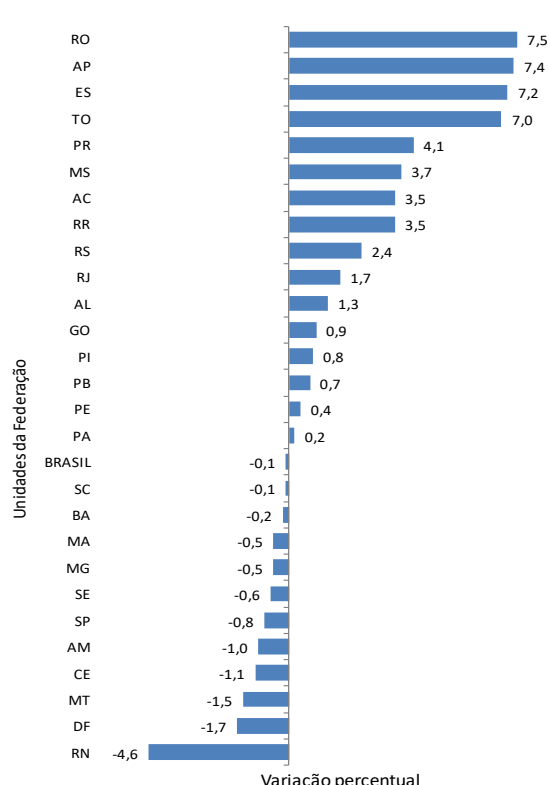


Gráfico 5 - Volume de Vendas do Varejo Ampliado por UF
Mês/Mês imediatamente anterior
série com ajuste sazonal
Fevereiro 2018

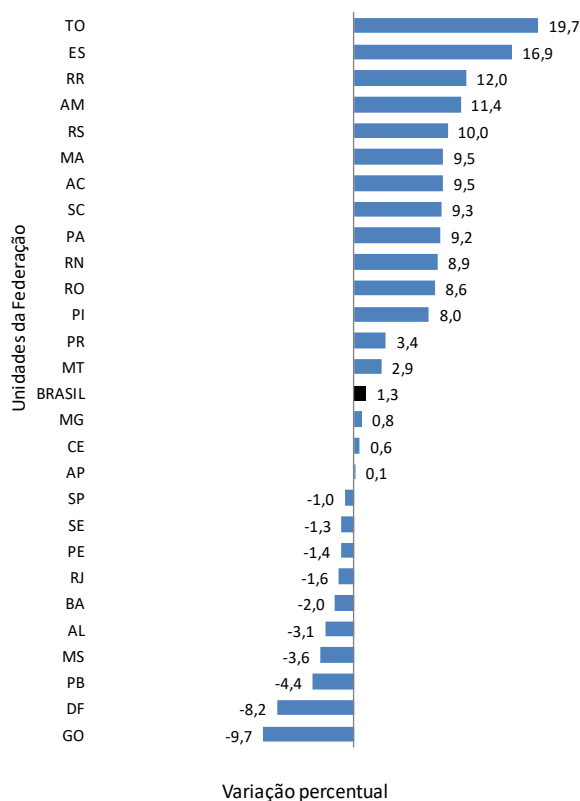


* Série com ajuste sazonal

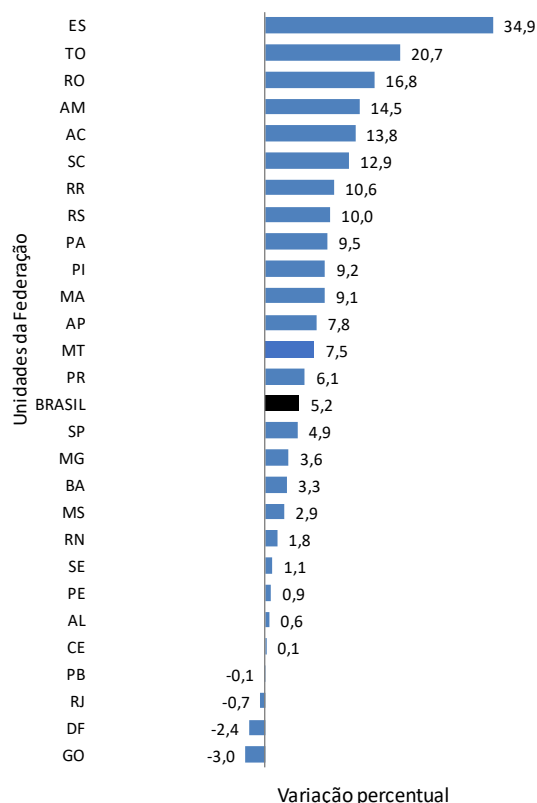
Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria

Frente a fevereiro de 2017, na série original, o **comércio varejista** registrou aumento no volume de vendas em 17 das 27 Unidades da Federação, com destaque positivo, em termos de magnitude de taxa para Tocantins (19,7%), Espírito Santo (16,9%) e Roraima (12,0%). Por outro lado, Goiás (-9,7%) e Distrito Federal (-3,0%) figuram com as taxas negativas mais elevadas dentre todas as Unidades da Federação, segundo o Gráfico 6. Quanto à participação na composição da taxa positiva do varejo, destacaram-se: Rio Grande do Sul (10,0%), Santa Catarina (9,3%) e Espírito Santo (16,9%).

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



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



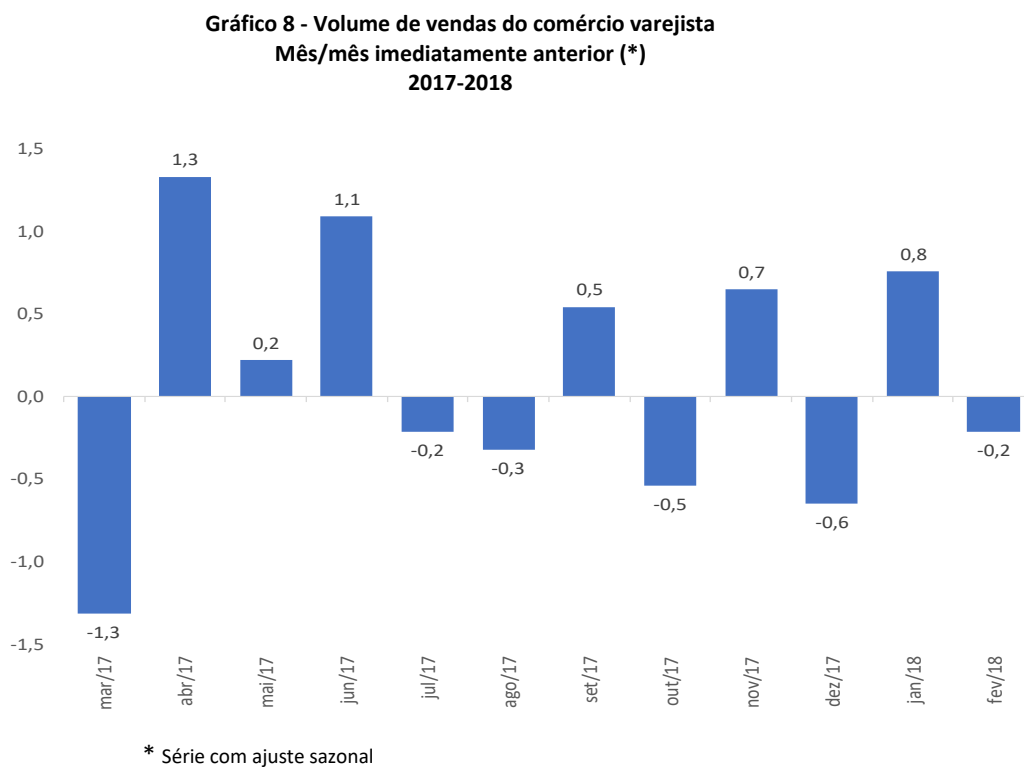
Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria

Considerando o **comércio varejista ampliado**, 23 das 27 Unidades da Federação apresentaram variações positivas no volume de vendas na comparação com o mesmo período do ano anterior, com destaque, em termos de magnitude, para Espírito Santo (34,9%); Tocantins (20,7%); Roraima (16,8%). Quanto à participação na composição da taxa positiva do varejo ampliado, destacaram-se, pela ordem: São Paulo (4,9%); Santa Catarina (12,9%) e Rio Grande do Sul (10,0%), conforme Gráfico 7.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em síntese, o volume de vendas no varejo, em fevereiro de 2018, voltou a mostrar ligeira redução no volume de vendas, expresso pela variação de -0,2% na comparação com janeiro de 2018, após avanço de 0,8% no mês anterior. Ainda na série com ajuste sazonal, os sinais de estabilidade nas vendas no varejo são evidenciados na evolução do índice de média móvel trimestral, que registrou 0,0% no trimestre encerrado em fevereiro, após avanço de 0,3% no trimestre móvel encerrado em janeiro de

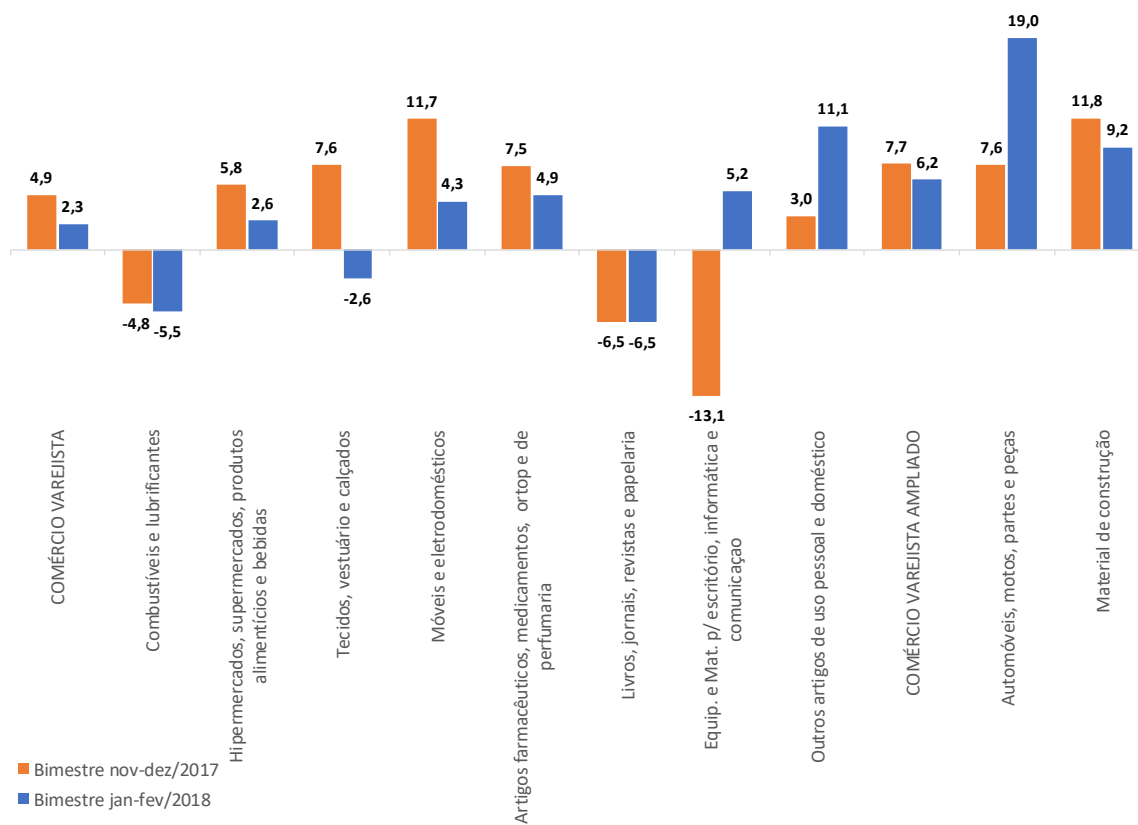
2018. Com esses resultados, o varejo nacional ainda se encontra 8,5% abaixo do nível recorde alcançado em outubro de 2014.



Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria

No confronto com igual mês do ano anterior, em fevereiro de 2018, o varejo nacional mostrou crescimento (1,3%) e permanece em crescimento pelo décimo primeiro mês consecutivo nessa comparação, mas com o índice mensal de fevereiro de 2018 reduzindo a magnitude de crescimento frente aos meses anteriores. Vale ressaltar o claro predomínio de taxas positivas entre as atividades pesquisadas. Com isso, o total do varejo prosseguiu em crescimento, mas com ligeira perda de ritmo entre o último bimestre de 2017 (4,9%) e o primeiro o primeiro bimestre de 2018 (2,3%), ambos contra igual período do ano anterior, conforme Gráfico 7. Esse movimento também foi observado na maioria das atividades pesquisadas, com destaque para *Tecidos, vestuário e calçados* (de 7,6% para -2,6%) e *Móveis e eletrodomésticos* (de 11,7% para 4,3%) que assinalaram os maiores recuos entre os dois períodos, enquanto os segmentos de *Outros artigos de uso pessoal e doméstico* (de 3,0% para 11,1%) e de *Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação* (de -13,1% para 5,2%) mostraram ganhos e registraram expansão acima média do varejo.

**Gráfico 9 - Volume de vendas do comércio varejista e comércio varejista ampliado
Indicador bimestral
(base: igual bimestre do ano anterior)**



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

TABELAS

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

Pesquisa Mensal de Comércio

Tabela 1 - Índice e variação de volume de vendas no comércio varejista, segundo as Unidades da Federação fevereiro 2018

Unidades da Federação	Índice de volume (1)	Variação				
		Mensal (2)			Acumulada	
		dez/2017	jan/2018	fev/2018	No ano (3)	12 Meses (4)
Brasil	82,1	4,0	3,1	1,3	2,3	2,8
Rondônia	77,4	12,1	7,2	8,6	7,9	8,5
Acre	86,2	8,0	3,5	9,5	6,3	6,4
Amazonas	84,1	8,5	8,4	11,4	9,8	9,1
Roraima	96,9	- 10,7	14,4	12,0	13,2	- 3,7
Pará	74,3	5,2	11,7	9,2	10,5	5,3
Amapá	71,5	- 9,7	- 4,9	0,1	- 2,5	1,0
Tocantins	83,3	0,0	1,9	19,7	10,3	4,5
Maranhão	84,3	4,1	13,0	9,5	11,4	6,6
Piauí	79,6	2,8	9,0	8,0	8,5	3,1
Ceará	75,6	0,9	2,1	0,6	1,4	- 0,6
Rio Grande do Norte	84,7	5,9	13,3	8,9	11,2	3,9
Paraíba	75,3	- 3,6	- 0,6	- 4,4	- 2,4	- 3,8
Pernambuco	74,7	1,4	1,4	- 1,4	0,1	5,1
Alagoas	81,7	4,2	0,2	- 3,1	- 1,3	6,5
Sergipe	74,6	- 9,5	0,9	- 1,3	- 0,1	- 4,1
Bahia	70,4	3,5	- 1,3	- 2,0	- 1,7	0,3
Minas Gerais	90,9	8,4	4,4	0,8	2,7	5,3
Espírito Santo	73,3	- 1,6	- 2,6	16,9	5,9	1,3
Rio de Janeiro	77,5	- 2,9	0,8	- 1,6	- 0,4	- 1,1
São Paulo	82,6	5,5	2,0	- 1,0	0,6	2,0
Paraná	87,6	1,8	2,7	3,4	3,1	4,7
Santa Catarina	106,2	10,4	15,5	9,3	12,5	14,2
Rio Grande do Sul	88,2	14,6	7,2	10,0	8,5	8,6
Mato Grosso do Sul	81,0	- 2,4	- 3,3	- 3,6	- 3,4	0,1
Mato Grosso	76,1	13,4	2,6	2,9	2,8	7,6
Goiás	63,4	- 8,1	- 9,1	- 9,7	- 9,4	- 9,0
Distrito Federal	65,0	- 5,8	- 1,8	- 8,2	- 4,9	- 5,5

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

(1) Base: 2014 = 100

(2) Base: Igual mês do ano anterior = 100

(3) Base no ano: Igual período do ano anterior = 100

(4) Base 12 meses: 12 meses imediatamente anteriores aos 12 últimos meses = 100

Pesquisa Mensal de Comércio

Tabela 2 - Variação de volume de vendas no comércio varejista, por atividade, segundo as Unidades da Federação - fevereiro 2018

(continua)

Unidades da Federação	Comércio Varejista			Combustíveis e lubrificantes			Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo					
	Mensal (1)	Acumulada		Mensal (1)	Acumulada		Total			Hipermercados e Supermercados		
		No ano (2)	12 Meses (3)		No ano (2)	12 Meses (3)	Mensal (1)	Acumulada		Mensal (1)	Acumulada	
								No ano (2)	12 Meses (3)		No ano (2)	12 Meses (3)
Brasil	1,3	2,3	2,8	- 7,0	- 5,5	- 3,0	2,0	2,6	2,0	2,0	2,6	2,3
Ceará	0,6	1,4	- 0,6	- 2,2	- 15,8	- 24,9	1,7	4,0	1,1	1,8	3,9	- 4,5
Pernambuco	- 1,4	0,1	5,1	- 3,5	- 0,1	1,6	0,1	2,1	2,6	0,0	1,7	- 6,5
Bahia	- 2,0	- 1,7	0,3	- 9,7	- 10,4	- 4,9	- 6,8	- 6,7	- 10,8	- 2,3	- 1,7	- 9,8
Minas Gerais	0,8	2,7	5,3	- 16,5	- 11,2	- 23,6	8,0	7,9	12,6	8,6	8,4	14,1
Espírito Santo	16,9	5,9	1,3	1,8	- 0,8	- 4,9	11,5	0,9	- 8,7	13,5	0,6	- 7,6
Rio de Janeiro	- 1,6	- 0,4	- 1,1	- 19,3	- 19,7	- 19,0	- 4,5	- 3,2	- 2,9	- 7,3	- 5,9	- 2,6
São Paulo	- 1,0	0,6	2,0	- 8,5	- 6,5	9,5	- 0,7	0,2	- 0,3	- 1,0	0,7	1,8
Paraná	3,4	3,1	4,7	- 5,2	- 4,5	15,2	4,4	2,7	3,8	4,1	2,2	- 1,1
Santa Catarina	9,3	12,5	14,2	2,9	6,9	5,0	11,7	16,5	24,1	12,2	16,8	23,9
Rio Grande do Sul	10,0	8,5	8,6	5,4	8,3	13,4	10,7	6,8	6,0	12,1	7,9	5,6
Goiás	- 9,7	- 9,4	- 9,0	- 16,9	- 13,2	- 22,0	- 15,6	- 17,2	- 13,8	- 16,5	- 18,0	- 14,0
Distrito Federal	- 8,2	- 4,9	- 5,5	- 7,3	- 5,2	- 9,2	- 11,3	- 7,1	- 10,0	- 12,9	- 9,5	- 14,3

Pesquisa Mensal de Comércio

Tabela 2 - Variação de volume de vendas no comércio varejista, por atividade, segundo as Unidades da Federação - fevereiro 2018

(continuação)

Unidade da Federação	Tecidos, vestuário e calçados			Móveis e Eletrodomésticos								
				Total			Móveis			Eletrodomésticos		
	Mensal (1)	Acumulada		Mensal (1)	Acumulada		Mensal (1)	Acumulada		Mensal (1)	Acumulada	
		No ano (2)	12 Meses (3)		No ano (2)	12 Meses (3)		No ano (2)	12 Meses (3)		No ano (2)	12 Meses (3)
Brasil	- 5,8	- 2,6	7,0	3,2	4,3	10,4	1,7	0,8	4,4	5,3	8,5	12,4
Ceará	- 9,3	- 3,2	- 2,9	- 5,2	0,3	- 6,9	- 2,7	2,2	- 23,0	- 5,1	1,6	7,0
Pernambuco	- 13,4	- 11,7	10,7	14,6	9,6	23,5	26,4	15,3	8,9	17,1	11,6	32,3
Bahia	- 5,8	- 3,7	3,4	3,3	3,4	27,4	- 2,6	- 3,2	14,8	7,2	8,3	32,7
Minas Gerais	1,7	4,9	28,4	- 14,3	- 8,7	7,1	- 0,9	- 12,4	- 1,1	- 16,3	- 10,2	7,8
Espírito Santo	13,7	- 2,4	16,0	58,9	37,1	31,0	42,7	27,1	52,5	68,1	49,4	16,5
Rio de Janeiro	1,1	4,6	5,6	8,3	9,4	6,4	9,0	9,0	11,5	9,3	10,7	3,5
São Paulo	- 12,3	- 6,0	10,8	- 0,8	0,8	12,1	- 9,2	- 9,5	13,4	4,3	8,7	12,1
Paraná	- 9,4	- 6,1	- 4,8	7,6	11,6	3,3	- 2,0	- 3,1	- 15,6	12,9	20,6	17,2
Santa Catarina	2,0	- 0,4	- 7,5	3,6	4,1	3,5	7,7	5,9	- 7,3	3,2	4,7	9,4
Rio Grande do Sul	20,2	13,1	23,5	10,5	12,8	10,8	6,7	8,3	- 3,7	13,2	16,6	20,1
Goiás	- 14,5	- 16,0	- 5,3	13,2	15,5	10,4	17,5	11,3	5,8	14,5	18,2	12,9
Distrito Federal	- 14,8	- 11,5	- 4,6	3,7	5,0	7,9	19,0	10,9	37,9	- 2,3	2,8	2,5

Pesquisa Mensal de Comércio

Tabela 2 - Variação de volume de vendas no comércio varejista, por atividade, segundo as Unidades da Federação - fevereiro 2018

(conclusão)

Unidade da Federação	Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos			Livros, jornais, revistas e papelaria			Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação			Outros artigos de uso pessoal e doméstico		
	Mensal (1)	Acumulada		Mensal (1)	Acumulada		Mensal (1)	Acumulada		Mensal (1)	Acumulada	
		No ano (2)	12 Meses (3)		No ano (2)	12 Meses (3)		No ano (2)	12 Meses (3)		No ano (2)	12 Meses (3)
Brasil	4,3	4,9	3,8	- 5,6	- 6,5	- 3,5	5,8	5,2	- 0,7	8,3	9,2	4,3
Ceará	- 1,8	0,0	11,9	- 19,6	- 9,4	- 4,7	34,7	26,4	18,3	9,3	11,8	11,3
Pernambuco	- 15,9	- 6,1	- 11,5	- 10,2	- 14,2	- 23,1	6,6	14,9	49,0	9,2	4,1	1,9
Bahia	12,4	10,9	- 1,1	12,3	10,3	22,9	25,1	20,1	11,3	8,8	12,3	10,4
Minas Gerais	5,7	5,9	0,4	- 5,4	- 8,7	11,3	36,8	12,1	- 20,6	- 5,6	1,2	- 2,3
Espírito Santo	17,9	15,4	14,2	14,5	3,5	- 6,8	19,5	8,6	41,1	14,6	1,8	- 6,0
Rio de Janeiro	6,0	5,3	4,5	7,3	7,1	- 0,4	- 13,3	- 6,3	- 17,4	8,9	8,4	7,2
São Paulo	5,5	7,2	7,9	- 11,7	- 11,3	- 4,3	- 4,7	- 4,0	- 13,9	7,7	9,0	0,2
Paraná	9,6	9,1	1,4	- 2,0	- 5,6	- 8,9	14,2	10,5	23,2	14,4	14,8	3,8
Santa Catarina	9,0	8,1	3,7	- 8,8	- 7,4	1,0	- 10,5	2,3	20,9	18,2	19,1	10,2
Rio Grande do Sul	4,8	4,1	3,8	- 10,7	- 8,1	- 20,9	38,5	30,2	29,1	13,9	14,4	10,7
Goiás	1,2	4,0	3,1	- 10,9	- 15,1	- 16,4	6,9	7,7	- 12,9	6,2	5,0	- 9,8
Distrito Federal	- 0,6	2,0	2,2	- 25,2	- 29,6	- 17,6	- 55,7	- 29,4	- 7,6	7,2	5,7	3,5

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

(1) Base: Igual mês do ano anterior = 100

(2) Base: Igual período do ano anterior = 100

(3) Base: 12 meses imediatamente anteriores aos 12 últimos meses = 100

Pesquisa Mensal de Comércio

Tabela 3 - Índice de volume de vendas no comércio varejista, segundo as Unidades da Federação - fevereiro 2018

Unidades da Federação	Comércio varejista												
	fev/2017	mar/2017	abr/2017	mai/2017	jun/2017	jul/2017	ago/2017	set/2017	out/2017	nov/2017	dez/2017	jan/2018	fev/2018
Brasil	81,1	87,5	87,3	89,4	88,2	89,9	90,2	89,2	90,9	97,3	119,5	90,9	82,1
Rondônia	71,2	81,8	77,6	88,0	81,6	87,7	90,9	85,1	88,8	94,6	121,1	83,0	77,4
Acre	78,7	83,0	84,5	91,4	86,5	95,3	96,2	93,7	94,8	98,9	126,2	91,5	86,2
Amazonas	75,5	81,5	83,0	84,5	82,1	90,7	91,3	89,4	91,3	96,4	120,7	91,6	84,1
Roraima	86,5	93,4	91,2	97,3	97,2	104,4	108,7	106,9	103,8	106,2	119,5	99,4	96,9
Pará	68,1	80,4	78,4	83,2	79,9	84,4	84,4	81,8	84,7	89,7	115,5	84,5	74,3
Amapá	71,4	72,6	69,9	71,6	71,6	74,2	71,7	69,4	70,1	74,5	81,2	73,1	71,5
Tocantins	69,7	93,4	79,8	86,9	87,2	86,6	93,0	90,1	93,5	100,3	110,6	79,6	83,3
Maranhão	76,9	88,2	85,5	90,4	86,5	90,7	93,6	88,1	89,5	95,2	117,0	95,8	84,3
Piauí	73,7	82,2	80,1	87,5	81,1	88,8	90,8	87,6	86,2	94,3	110,7	90,9	79,6
Ceará	75,2	83,4	80,1	87,2	83,9	88,2	86,9	85,8	86,8	93,7	113,4	88,2	75,6
Rio G. do Norte	77,7	86,4	82,7	86,1	84,6	87,9	87,8	87,7	86,9	95,9	115,6	98,2	84,7
Paraíba	78,8	84,6	82,7	87,5	81,5	80,6	79,6	81,5	80,8	91,0	106,5	87,4	75,3
Pernambuco	75,8	86,4	82,2	85,0	85,6	84,4	84,5	83,1	83,9	96,2	112,1	85,9	74,7
Alagoas	84,3	91,2	87,5	90,0	88,3	89,7	89,3	89,9	90,2	97,6	119,9	93,8	81,7
Sergipe	75,6	82,8	80,1	81,7	78,9	80,5	81,2	82,6	82,2	90,5	102,1	86,5	74,6
Bahia	71,9	79,1	75,1	77,4	79,0	77,6	78,8	76,5	76,9	88,4	106,3	78,8	70,4
Minas Gerais	90,1	101,3	95,9	97,7	98,2	98,8	100,1	95,3	101,1	110,2	131,1	100,8	90,9
Espírito Santo	62,7	76,8	77,1	79,7	77,3	80,7	80,5	80,0	82,5	85,6	104,5	78,6	73,3
Rio de Janeiro	78,7	84,2	81,9	86,1	82,9	85,1	87,1	85,9	86,8	90,9	115,1	84,3	77,5
São Paulo	83,4	84,6	90,1	91,5	90,7	92,5	91,4	91,3	93,1	98,7	123,4	91,8	82,6
Paraná	84,7	94,4	92,7	92,0	91,6	94,5	95,1	95,4	92,6	99,4	121,6	93,8	87,6
Santa Catarina	97,1	106,1	102,5	97,9	96,6	100,1	99,5	98,7	102,5	112,6	137,4	117,6	106,2
Rio Grande do Sul	80,2	93,0	91,7	92,7	92,1	90,7	93,9	93,6	97,2	100,8	127,9	95,1	88,2
Mato Grosso do Sul	84,0	89,7	86,3	90,0	87,3	90,8	93,5	93,7	91,4	93,5	114,1	87,8	81,0
Mato Grosso	74,0	85,0	83,5	88,6	87,7	89,6	88,6	92,1	88,5	90,6	109,7	83,6	76,1
Goiás	70,2	69,4	70,4	73,0	71,8	72,2	71,4	71,6	72,7	80,4	92,8	69,7	63,4
Distrito Federal	70,8	78,6	74,3	79,0	78,6	78,8	78,8	76,9	78,7	84,1	96,8	73,7	65,0

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

Nota: Base: 2014 = 100

Pesquisa Mensal de Comércio

Tabela 4 - Índice e variação de receita nominal de vendas no comércio varejista, segundo as Unidades da Federação
fevereiro 2018

Unidades da Federação	Índice de receita nominal (1)	Variação				
		Mensal (2)			Acumulada	
		dez/2017	jan/2018	fev/2018	No ano (3)	12 Meses (4)
Brasil	100,0	3,3	3,2	1,6	2,4	2,4
Rondônia	84,9	7,8	4,0	4,7	4,4	3,9
Acre	101,6	6,2	2,6	7,1	4,7	5,2
Amazonas	100,9	5,9	8,0	9,7	8,8	7,6
Roraima	118,0	-13,6	12,7	10,2	11,5	-5,7
Pará	89,0	0,1	9,3	7,2	8,3	2,5
Amapá	84,5	-11,2	-6,2	-1,0	-3,7	-0,2
Tocantins	101,8	1,7	3,6	22,0	12,3	5,5
Maranhão	104,4	2,9	12,8	8,6	10,8	6,5
Piauí	96,9	1,8	8,1	5,8	7,0	3,2
Ceará	93,4	0,5	2,0	0,1	1,1	0,0
Rio Grande do Norte	105,6	5,4	12,4	7,6	10,1	4,7
Paraíba	91,5	-4,3	-0,4	-3,7	-2,0	-2,3
Pernambuco	91,5	0,2	2,2	0,0	1,1	5,4
Alagoas	100,5	3,9	0,7	-1,7	-0,4	7,5
Sergipe	92,9	-8,7	2,1	1,3	1,7	-2,4
Bahia	86,4	2,3	-0,9	-1,8	-1,3	-0,2
Minas Gerais	108,8	5,4	3,2	0,0	1,7	3,9
Espirito Santo	88,1	-3,8	-2,8	16,4	5,6	-0,1
Rio de Janeiro	93,8	-3,6	0,9	-1,5	-0,3	-2,0
São Paulo	99,9	5,3	2,3	-0,8	0,8	1,7
Paraná	107,2	0,9	3,0	3,9	3,4	3,5
Santa Catarina	129,2	9,1	15,9	9,7	12,8	13,0
Rio Grande do Sul	110,9	14,9	7,6	10,9	9,1	9,0
Mato Grosso do Sul	99,2	-2,9	-2,4	-2,0	-2,2	-0,1
Mato Grosso	94,4	14,3	4,2	5,8	5,0	7,2
Goiás	77,7	-8,0	-9,5	-9,2	-9,4	-9,2
Distrito Federal	79,9	-4,2	0,0	-4,6	-2,3	-4,6

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

(1) Base: 2014 = 100

(2) Base: Igual mês do ano anterior = 100

(3) Base no ano: Igual período do ano anterior = 100

(4) Base 12 meses: 12 meses imediatamente anteriores aos 12 últimos meses = 100

Pesquisa Mensal de Comércio

Tabela 5 - Variação de receita nominal de vendas no comércio varejista, por atividade, segundo as Unidades da Federação - fevereiro 2018

(continua)

Unidades da Federação	Comércio Varejista			Combustíveis e lubrificantes			Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo					
	Mensal (1)	Acumulada		Mensal (1)	Acumulada		Total			Hipermercados e Supermercados		
		No ano (2)	12 Meses (3)		No ano (2)	12 Meses (3)	Mensal (1)	Acumulada		Mensal (1)	Acumulada	
								No ano (2)	12 Meses (3)		No ano (2)	12 Meses (3)
Brasil	1,6	2,4	2,4	4,1	5,0	0,2	- 0,5	0,0	0,4	- 0,7	- 0,1	0,9
Ceará	0,1	1,1	0,0	2,0	- 10,6	- 23,7	- 2,1	0,1	1,2	- 1,9	0,1	- 4,4
Pernambuco	0,0	1,1	5,4	14,0	15,5	5,1	- 3,2	- 1,7	1,4	- 3,5	- 2,3	- 7,4
Bahia	- 1,8	- 1,3	- 0,2	- 1,2	- 1,9	- 3,4	- 9,1	- 9,2	- 11,8	- 4,6	- 4,2	- 10,6
Minas Gerais	0,0	1,7	3,9	- 3,8	1,0	- 20,3	3,0	2,9	9,1	3,6	3,4	10,5
Espírito Santo	16,4	5,6	- 0,1	16,4	12,5	1,1	9,3	- 1,1	- 9,9	11,1	- 1,6	- 8,7
Rio de Janeiro	- 1,5	- 0,3	- 2,0	- 7,7	- 8,9	- 14,2	- 6,4	- 4,9	- 4,7	- 9,4	- 8,0	- 4,0
São Paulo	- 0,8	0,8	1,7	0,1	2,0	12,5	- 2,3	- 1,2	- 1,0	- 2,6	- 0,8	1,3
Paraná	3,9	3,4	3,5	4,9	5,6	17,6	1,9	0,0	0,4	1,3	- 0,7	- 4,3
Santa Catarina	9,7	12,8	13,0	14,1	18,3	7,9	9,1	13,5	20,2	9,1	13,4	20,2
Rio Grande do Sul	10,9	9,1	9,0	19,5	22,0	16,1	8,0	3,8	4,9	9,3	4,9	4,6
Goiás	- 9,2	- 9,4	- 9,2	- 4,3	- 1,9	- 19,2	- 18,4	- 20,1	- 16,3	- 19,1	- 20,8	- 16,2
Distrito Federal	- 4,6	- 2,3	- 4,6	6,9	7,2	- 4,0	- 12,0	- 8,4	- 11,8	- 14,1	- 10,9	- 15,8

Pesquisa Mensal de Comércio

Tabela 5 - Variação de receita nominal de vendas no comércio varejista, por atividade, segundo as Unidades da Federação - fevereiro 2018

(continuação)

Unidade da Federação	Tecidos, vestuário e calçados			Móveis e Eletrodomésticos								
	Mensal (1)	Acumulada		Mensal (1)	Acumulada		Mensal (1)	Móveis		Eletrodomésticos		
		No ano (2)	12 Meses (3)		No ano (2)	12 Meses (3)		No ano (2)	12 Meses (3)	No ano (2)	12 Meses (3)	
												No ano (2)
Brasil	- 3,9	- 0,5	9,6	0,9	1,7	7,8	0,5	0,0	4,8	2,4	5,1	8,3
Ceará	- 5,6	1,0	0,8	- 7,1	- 1,2	- 7,8	- 3,9	1,8	- 21,6	- 9,8	- 2,7	4,6
Pernambuco	- 10,7	- 9,0	13,0	8,5	4,2	22,2	22,2	12,6	10,8	9,8	4,8	28,0
Bahia	- 3,4	- 0,9	5,1	- 1,9	- 0,8	23,0	- 4,7	- 3,7	15,9	0,4	2,2	26,9
Minas Gerais	2,5	6,0	30,3	- 15,5	- 11,1	4,8	1,1	- 10,9	0,1	- 18,2	- 13,3	5,2
Espirito Santo	15,1	- 1,1	18,3	54,2	33,1	27,9	37,9	23,3	50,7	63,4	44,1	11,9
Rio de Janeiro	2,2	6,4	8,5	5,3	5,6	1,8	5,3	5,7	10,2	6,2	6,7	- 0,7
São Paulo	- 9,7	- 3,5	13,5	- 3,0	- 1,5	9,0	- 9,5	- 9,1	14,7	2,1	6,1	6,7
Paraná	- 8,5	- 4,6	- 3,0	5,0	9,1	1,2	- 2,8	- 3,6	- 17,2	8,8	16,5	12,9
Santa Catarina	3,5	1,7	- 5,2	1,5	2,2	0,8	6,7	5,4	- 9,0	- 0,6	1,1	5,5
Rio Grande do Sul	20,0	13,3	25,0	7,0	9,4	9,3	5,4	7,6	- 3,3	8,3	11,4	17,9
Goiás	- 12,8	- 13,5	- 2,2	13,2	15,0	9,5	18,2	11,6	6,1	13,8	17,2	10,4
Distrito Federal	- 12,1	- 8,4	- 1,6	1,0	0,8	6,1	13,7	6,1	33,4	- 4,0	- 0,1	- 2,7

Pesquisa Mensal de Comércio

Tabela 5 - Variação de receita nominal de vendas no comércio varejista, por atividade, segundo as Unidades da Federação - fevereiro 2018

(conclusão)

Unidade da Federação	Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos			Livros, jornais, revistas e papelaria			Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação			Outros artigos de uso pessoal e doméstico		
	Mensal (1)	Acumulada		Mensal (1)	Acumulada		Mensal (1)	Acumulada		Mensal (1)	Acumulada	
		No ano (2)	12 Meses (3)		No ano (2)	12 Meses (3)		No ano (2)	12 Meses (3)		No ano (2)	12 Meses (3)
Brasil	8,1	9,0	9,5	- 2,5	- 3,1	1,8	- 1,1	- 2,2	- 9,0	8,9	9,9	6,8
Ceará	5,0	6,9	20,8	- 16,5	- 5,7	0,0	18,8	13,4	10,6	9,6	12,5	13,9
Pernambuco	- 11,5	- 1,5	- 6,3	- 8,8	- 12,4	- 19,0	0,4	10,5	36,3	9,7	4,7	3,9
Bahia	16,2	14,6	3,6	17,3	15,6	29,7	13,3	9,4	5,3	8,7	12,6	12,9
Minas Gerais	8,7	8,6	4,7	- 3,6	- 6,2	16,1	32,0	8,0	- 24,9	- 5,7	1,3	1,0
Espirito Santo	21,7	20,3	19,1	17,2	6,4	- 2,3	11,3	1,1	25,0	14,6	1,2	- 5,6
Rio de Janeiro	9,4	9,6	7,8	9,7	10,0	4,3	- 19,8	- 12,3	- 24,3	10,1	9,6	8,9
São Paulo	9,2	11,2	13,9	- 9,4	- 8,4	1,3	- 9,3	- 10,5	- 22,0	9,1	10,4	3,7
Paraná	13,7	14,0	10,7	3,3	- 0,4	- 3,9	9,3	4,7	4,4	13,4	14,2	5,0
Santa Catarina	13,1	13,0	13,5	- 3,8	- 2,4	6,3	- 16,1	- 3,9	3,1	17,1	18,4	10,8
Rio Grande do Sul	7,4	7,0	8,6	- 2,6	1,5	- 12,6	30,6	19,8	13,1	13,4	14,3	13,5
Goiás	4,5	7,3	7,1	- 6,7	- 11,9	- 13,3	- 1,0	- 1,7	- 20,7	7,5	6,2	- 7,5
Distrito Federal	2,7	5,4	7,7	- 22,3	- 27,0	- 14,5	- 59,2	- 35,8	- 12,7	8,7	7,4	6,9

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

(1) Base: Igual mês do ano anterior = 100

(2) Base: Igual período do ano anterior = 100

(3) Base: 12 meses imediatamente anteriores aos 12 últimos meses = 100

Pesquisa Mensal de Comércio

Tabela 6 - Índice de receita nominal de vendas no comércio varejista, segundo as Unidades da Federação - fevereiro 2018

Unidades da Federação	Comércio varejista												
	fev/2017	mar/2017	abr/2017	mai/2017	jun/2017	jul/2017	ago/2017	set/2017	out/2017	nov/2017	dez/2017	jan/2018	fev/2018
Brasil	98,4	105,7	105,9	108,1	106,0	107,7	108,4	107,3	109,3	116,4	143,4	110,5	100,0
Rondônia	81,1	91,9	86,7	97,5	90,5	96,4	99,9	93,8	98,2	104,1	133,0	91,0	84,9
Acre	94,8	99,9	101,3	108,2	102,5	112,1	112,8	110,4	111,5	115,6	146,5	107,6	101,6
Amazonas	92,0	99,0	101,0	101,0	97,8	107,9	108,4	106,7	108,8	114,2	142,0	109,5	100,9
Roraima	107,0	115,0	112,0	118,1	117,5	125,9	130,9	129,4	125,0	127,5	142,3	120,6	118,0
Pará	83,0	97,9	95,7	100,7	96,3	101,1	101,1	98,2	101,2	106,4	136,0	100,9	89,0
Amapá	85,3	86,6	83,3	84,8	84,6	87,0	84,4	81,8	82,5	87,3	94,6	85,9	84,5
Tocantins	83,4	111,4	95,5	104,1	104,9	103,8	112,0	108,3	113,8	121,9	134,2	97,0	101,8
Maranhão	96,1	109,9	106,9	112,2	107,3	111,6	115,0	108,2	110,2	116,5	143,4	119,1	104,4
Piauí	91,6	101,7	99,3	107,7	99,8	108,3	110,8	106,9	105,3	114,8	135,0	112,0	96,9
Ceará	93,3	102,8	99,3	107,3	103,3	107,9	106,3	105,1	106,4	114,2	138,5	109,2	93,4
Rio G. do Norte	98,1	108,7	104,1	107,7	105,6	108,7	108,4	108,3	107,3	117,9	142,7	123,0	105,6
Paraíba	95,1	102,0	100,6	105,8	98,5	97,4	97,2	98,8	97,1	109,1	127,9	105,7	91,5
Pernambuco	91,5	104,5	100,4	103,2	103,5	102,0	103,3	100,7	100,8	115,7	134,8	104,6	91,5
Alagoas	102,2	111,1	107,6	110,2	107,5	109,1	110,0	109,9	109,3	118,3	145,1	114,6	100,5
Sergipe	91,7	101,1	99,0	100,5	96,3	98,2	101,0	101,9	100,2	110,9	124,8	106,8	92,9
Bahia	88,0	95,9	90,6	93,1	93,6	93,0	94,6	92,4	93,0	105,7	127,0	95,6	86,4
Minas Gerais	108,8	121,6	115,1	116,5	116,4	116,9	118,6	113,1	120,1	129,4	154,5	120,3	108,8
Espírito Santo	75,7	92,0	92,8	95,8	92,7	96,1	95,4	95,0	97,7	100,7	124,2	95,0	88,1
Rio de Janeiro	95,3	101,7	99,0	104,3	99,9	102,0	103,7	102,4	103,3	107,5	137,1	102,1	93,8
São Paulo	100,7	101,6	109,4	110,8	109,0	111,0	109,4	109,4	111,7	117,8	147,9	111,1	99,9
Paraná	103,2	114,2	112,1	110,6	109,3	112,4	115,0	114,8	111,9	119,4	146,8	114,9	107,2
Santa Catarina	117,8	127,8	123,3	117,0	114,6	118,2	119,1	117,9	122,8	133,8	164,2	142,7	129,2
Rio Grande do Sul	100,0	115,5	113,8	114,9	113,7	111,3	116,0	115,5	119,9	124,9	157,8	119,3	110,9
Mato Grosso do Sul	101,2	107,8	103,8	108,2	104,6	108,4	111,8	112,2	110,9	113,2	137,7	107,6	99,2
Mato Grosso	89,2	102,1	100,0	106,2	105,1	106,7	106,3	110,7	108,7	111,5	133,8	103,9	94,4
Goiás	85,6	83,5	85,0	87,9	86,1	86,2	85,3	85,8	88,1	97,4	112,4	85,3	77,7
Distrito Federal	83,8	92,5	88,0	92,7	91,7	91,9	93,8	92,7	94,0	101,4	116,6	89,4	79,9

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

Nota: Base: 2014 = 100

Pesquisa Mensal de Comércio

Tabela 7 - Índice e variação de volume de vendas no comércio varejista ampliado (1), segundo as Unidades da Federação - fevereiro 2018

Unidades da Federação	Índice de volume (2)	Variação				
		Mensal (3)			Acumulada	
		dez/2017	jan/2018	fev/2018	No ano (4)	12 Meses (5)
Brasil	78,8	6,9	6,5	5,2	5,9	5,4
Rondônia	77,1	12,4	11,8	16,8	14,2	2,2
Acre	77,7	12,0	8,6	13,8	11,0	9,7
Amazonas	84,6	14,6	14,6	14,5	14,6	14,1
Roraima	98,5	-2,6	13,9	10,6	12,2	2,7
Pará	74,7	9,5	12,1	9,5	10,8	7,4
Amapá	79,3	0,3	5,8	7,8	6,8	6,4
Tocantins	75,3	3,8	12,4	20,7	16,3	12,3
Maranhão	76,6	7,2	12,0	9,1	10,6	9,3
Piauí	74,7	0,7	10,1	9,2	9,7	3,7
Ceará	71,6	5,3	4,8	0,1	2,6	2,9
Rio Grande do Norte	74,9	-0,4	10,5	1,8	6,4	0,5
Paraíba	73,2	0,4	7,2	-0,1	3,7	2,1
Pernambuco	70,1	-2,0	3,6	0,9	2,4	4,4
Alagoas	77,0	3,6	2,9	0,6	1,8	7,4
Sergipe	71,0	-4,0	4,4	1,1	2,8	1,5
Bahia	72,3	3,5	5,4	3,3	4,4	2,9
Minas Gerais	82,3	10,6	6,6	3,6	5,2	3,9
Espírito Santo	74,6	7,2	12,4	34,9	22,4	12,5
Rio de Janeiro	74,8	6,4	3,0	-0,7	1,2	3,6
São Paulo	81,6	6,5	4,9	4,9	4,9	3,8
Paraná	81,1	6,7	4,8	6,1	5,4	5,9
Santa Catarina	94,8	11,4	20,3	12,9	16,7	15,6
Rio Grande do Sul	80,9	20,2	9,0	10,0	9,5	14,2
Mato Grosso do Sul	80,3	-3,3	0,9	2,9	1,8	0,3
Mato Grosso	76,7	15,9	9,3	7,5	8,4	10,1
Goiás	60,1	-9,7	0,4	-3,0	-1,2	-7,2
Distrito Federal	67,3	0,5	3,2	-2,4	0,5	4,7

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

(1) Inclui as atividades de veículos e de material de construção, além daquelas que compõem o varejo

(2) Base: 2014 = 100

Pesquisa Mensal de Comércio

Tabela 8 - Variação de volume de vendas no comércio varejista ampliado (1), por atividade, segundo as Unidades da Federação - fevereiro 2018

(continua)

Unidades da Federação	Comércio Varejista Ampliado			Combustíveis e lubrificantes			Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo						Tecidos, vestuário e calçados		
	Mensal (2)	Acumulada		Mensal (2)	Acumulada		Total			Hipermercados e Supermercados			Mensal (2)	Acumulada	
		No ano (3)	12 Meses (4)		No ano (3)	12 Meses (4)	Mensal (2)	No ano (3)	12 Meses (4)	Mensal (2)	No ano (3)	12 Meses (4)		No ano (3)	12 Meses (4)
	Brasil	5,2	5,9	5,4	- 7,0	- 5,5	- 3,0	2,0	2,6	2,0	2,0	2,6	2,3	- 5,8	- 2,6
Ceará	0,1	2,6	2,9	- 2,2	- 15,8	- 24,9	1,7	4,0	1,1	1,8	3,9	- 4,5	- 9,3	- 3,2	- 2,9
Pernambuco	0,9	2,4	4,4	- 3,5	- 0,1	1,6	0,1	2,1	2,6	0,0	1,7	- 6,5	- 13,4	- 11,7	10,7
Bahia	3,3	4,4	2,9	- 9,7	- 10,4	- 4,9	- 6,8	- 6,7	- 10,8	- 2,3	- 1,7	- 9,8	- 5,8	- 3,7	3,4
Minas Gerais	3,6	5,2	3,9	- 16,5	- 11,2	- 23,6	8,0	7,9	12,6	8,6	8,4	14,1	1,7	4,9	28,4
Espirito Santo	34,9	22,4	12,5	1,8	- 0,8	- 4,9	11,5	0,9	- 8,7	13,5	0,6	- 7,6	13,7	- 2,4	16,0
Rio de Janeiro	- 0,7	1,2	3,6	- 19,3	- 19,7	- 19,0	- 4,5	- 3,2	- 2,9	- 7,3	- 5,9	- 2,6	1,1	4,6	5,6
São Paulo	4,9	4,9	3,8	- 8,5	- 6,5	9,5	- 0,7	0,2	- 0,3	- 1,0	0,7	1,8	- 12,3	- 6,0	10,8
Paraná	6,1	5,4	5,9	- 5,2	- 4,5	15,2	4,4	2,7	3,8	4,1	2,2	- 1,1	- 9,4	- 6,1	- 4,8
Santa Catarina	12,9	16,7	15,6	2,9	6,9	5,0	11,7	16,5	24,1	12,2	16,8	23,9	2,0	- 0,4	- 7,5
Rio Grande do Sul	10,0	9,5	14,2	5,4	8,3	13,4	10,7	6,8	6,0	12,1	7,9	5,6	20,2	13,1	23,5
Goiás	- 3,0	- 1,2	- 7,2	- 16,9	- 13,2	- 22,0	- 15,6	- 17,2	- 13,8	- 16,5	- 18,0	- 14,0	- 14,5	- 16,0	- 5,3
Distrito Federal	- 2,4	0,5	4,7	- 7,3	- 5,2	- 9,2	- 11,3	- 7,1	- 10,0	- 12,9	- 9,5	- 14,3	- 14,8	- 11,5	- 4,6

Pesquisa Mensal de Comércio

Tabela 8 - Variação de volume de vendas no comércio varejista ampliado (1), por atividade, segundo as Unidades da Federação - fevereiro 2018

(continuação)

Unidade da Federação	Móveis e Eletrodomésticos									Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos			Livros, jornais, revistas e papelaria		
	Total			Móveis			Eletrodomésticos			Mensal	Acumulada		Mensal	Acumulada	
	Mensal	Acumulada		Mensal	Acumulada		Mensal	Acumulada			Mensal	Acumulada		Mensal	Acumulada
	(2)	No ano (3)	12 Meses (4)	(2)	No ano (3)	12 Meses (4)	(2)	No ano (3)	12 Meses (4)	(2)	No ano (3)	12 Meses (4)	(2)	No ano (3)	12 Meses (4)
Brasil	3,2	4,3	10,4	1,7	0,8	4,4	5,3	8,5	12,4	4,3	4,9	3,8	- 5,6	- 6,5	- 3,5
Ceará	- 5,2	0,3	- 6,9	- 2,7	2,2	- 23,0	- 5,1	1,6	7,0	- 1,8	0,0	11,9	- 19,6	- 9,4	- 4,7
Pernambuco	14,6	9,6	23,5	26,4	15,3	8,9	17,1	11,6	32,3	- 15,9	- 6,1	- 11,5	- 10,2	- 14,2	- 23,1
Bahia	3,3	3,4	27,4	- 2,6	- 3,2	14,8	7,2	8,3	32,7	12,4	10,9	- 1,1	12,3	10,3	22,9
Minas Gerais	- 14,3	- 8,7	7,1	- 0,9	- 12,4	- 1,1	- 16,3	- 10,2	7,8	5,7	5,9	0,4	- 5,4	- 8,7	11,3
Espirito Santo	58,9	37,1	31,0	42,7	27,1	52,5	68,1	49,4	16,5	17,9	15,4	14,2	14,5	3,5	- 6,8
Rio de Janeiro	8,3	9,4	6,4	9,0	9,0	11,5	9,3	10,7	3,5	6,0	5,3	4,5	7,3	7,1	- 0,4
São Paulo	- 0,8	0,8	12,1	- 9,2	- 9,5	13,4	4,3	8,7	12,1	5,5	7,2	7,9	- 11,7	- 11,3	- 4,3
Paraná	7,6	11,6	3,3	- 2,0	- 3,1	- 15,6	12,9	20,6	17,2	9,6	9,1	1,4	- 2,0	- 5,6	- 8,9
Santa Catarina	3,6	4,1	3,5	7,7	5,9	- 7,3	3,2	4,7	9,4	9,0	8,1	3,7	- 8,8	- 7,4	1,0
Rio Grande do Sul	10,5	12,8	10,8	6,7	8,3	- 3,7	13,2	16,6	20,1	4,8	4,1	3,8	- 10,7	- 8,1	- 20,9
Goiás	13,2	15,5	10,4	17,5	11,3	5,8	14,5	18,2	12,9	1,2	4,0	3,1	- 10,9	- 15,1	- 16,4
Distrito Federal	3,7	5,0	7,9	19,0	10,9	37,9	- 2,3	2,8	2,5	- 0,6	2,0	2,2	- 25,2	- 29,6	- 17,6

Pesquisa Mensal de Comércio

Tabela 8 - Variação de volume de vendas no comércio varejista ampliado (1), por atividade, segundo as Unidades da Federação - fevereiro 2018

(conclusão)

Unidade da Federação	Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação			Outros artigos de uso pessoal e doméstico			Veículos, motocicletas, partes e peças			Material de construção		
	Mensal (2)	Acumulada		Mensal (2)	Acumulada		Mensal (2)	Acumulada		Mensal (2)	Acumulada	
		No ano (3)	12 Meses (4)		No ano (3)	12 Meses (4)		No ano (3)	12 Meses (4)		No ano (3)	12 Meses (4)
Brasil	5,8	5,2	- 0,7	8,3	9,2	4,3	20,0	19,0	7,1	6,0	6,8	10,0
Ceará	34,7	26,4	18,3	9,3	11,8	11,3	3,9	12,0	9,6	- 14,7	- 10,7	11,8
Pernambuco	6,6	14,9	49,0	9,2	4,1	1,9	9,4	10,9	9,0	0,8	- 0,2	- 16,2
Bahia	25,1	20,1	11,3	8,8	12,3	10,4	19,4	22,5	8,7	7,0	7,5	7,3
Minas Gerais	36,8	12,1	- 20,6	- 5,6	12	- 2,3	23,2	22,6	- 13,5	0,4	1,7	1,7
Espirito Santo	19,5	8,6	41,1	14,6	1,8	- 6,0	71,8	58,8	39,6	11,1	- 0,3	- 15,0
Rio de Janeiro	- 13,3	- 6,3	- 17,4	8,9	8,4	7,2	8,0	12,4	8,8	- 7,5	- 2,8	6,6
São Paulo	- 4,7	- 4,0	- 13,9	7,7	9,0	0,2	25,7	17,6	3,8	11,2	11,7	19,0
Paraná	14,2	10,5	23,2	14,4	14,8	3,8	12,3	10,7	- 0,6	11,2	10,0	20,1
Santa Catarina	- 10,5	2,3	20,9	18,2	19,1	10,2	24,4	32,0	17,5	8,7	8,5	5,1
Rio Grande do Sul	38,5	30,2	29,1	13,9	14,4	10,7	13,1	14,2	24,3	4,5	8,2	5,5
Goiás	6,9	7,7	- 12,9	6,2	5,0	- 9,8	16,9	24,4	- 7,3	- 3,2	- 3,6	- 7,7
Distrito Federal	- 55,7	- 29,4	- 7,6	7,2	5,7	3,5	10,6	14,1	21,6	2,4	1,1	21,5

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

(1) Inclui as atividades de Veículos e de Material de construção, além daquelas que compõem o varejo

(2) Base: Igual mês do ano anterior = 100

(3) Base: Igual período do ano anterior = 100

(4) Base: 12 meses imediatamente anteriores aos 12 últimos meses = 100

Pesquisa Mensal de Comércio

Tabela 9 - Índice de volume de vendas no comércio varejista ampliado (1), segundo as Unidades da Federação - fevereiro 2018

Unidades da Federação	Comércio varejista ampliado												
	fev/2017	mar/2017	abr/2017	mai/2017	jun/2017	jul/2017	ago/2017	set/2017	out/2017	nov/2017	dez/2017	jan/2018	fev/2018
Brasil	74,9	84,8	80,2	85,6	84,4	86,0	88,5	86,1	87,8	92,6	107,4	88,3	78,8
Rondônia	66,0	77,6	69,9	81,1	76,2	83,0	101,8	79,0	83,7	88,0	101,6	80,5	77,1
Acre	68,2	78,1	75,0	84,4	79,8	86,0	88,4	83,5	86,7	88,9	108,5	84,0	77,7
Amazonas	73,9	82,9	80,4	85,8	84,3	90,2	93,1	89,2	93,3	96,9	111,3	95,9	84,6
Roraima	89,0	95,3	89,4	97,6	97,2	102,7	110,3	106,6	105,0	106,5	116,6	102,3	98,5
Pará	68,2	82,7	76,9	84,4	80,9	83,8	84,4	81,4	85,0	89,2	108,2	85,4	74,7
Amapá	73,6	74,7	72,0	74,2	73,3	77,0	78,1	76,9	78,7	81,9	87,4	82,2	79,3
Tocantins	62,3	85,0	73,5	80,7	79,5	78,2	84,1	80,8	85,4	90,4	94,4	78,0	75,3
Maranhão	70,2	83,2	76,7	84,6	81,1	85,1	89,2	83,7	85,2	88,9	102,9	90,1	76,6
Piauí	68,4	80,4	74,7	85,6	80,6	87,0	89,1	84,8	82,7	91,0	102,5	87,3	74,7
Ceará	71,6	79,8	74,1	84,3	82,0	86,3	85,5	83,0	85,3	88,6	103,0	86,9	71,6
Rio G. do Norte	73,6	82,0	76,7	82,2	80,3	83,6	86,3	83,7	81,7	89,2	103,9	89,8	74,9
Paraíba	73,3	81,8	75,8	82,4	79,8	79,9	79,3	80,8	80,4	88,4	98,3	88,2	73,2
Pernambuco	69,4	81,5	75,1	80,1	79,2	79,9	82,2	79,4	80,8	89,1	98,6	83,2	70,1
Alagoas	76,5	89,7	81,3	85,1	83,4	87,1	88,5	87,1	88,1	93,1	110,0	89,5	77,0
Sergipe	70,3	80,1	74,9	79,8	76,7	78,7	81,2	80,1	81,2	87,5	97,0	83,0	71,0
Bahia	70,0	81,8	74,1	80,1	78,7	80,1	83,8	80,2	80,4	89,3	101,3	84,2	72,3
Minas Gerais	79,4	90,6	83,7	87,8	88,7	89,7	91,2	87,4	92,3	97,7	112,3	91,8	82,3
Espirito Santo	55,3	76,7	68,5	77,4	77,8	77,2	80,9	76,6	79,8	84,4	90,1	77,5	74,6
Rio de Janeiro	75,3	83,7	78,6	84,4	80,5	81,8	85,1	83,2	83,5	88,4	105,7	83,4	74,8
São Paulo	77,7	84,5	83,1	88,5	86,8	88,8	91,7	89,7	91,3	95,1	112,6	91,2	81,6
Paraná	76,4	88,3	82,7	86,0	87,0	89,3	91,8	90,5	89,1	94,6	109,0	87,6	81,1
Santa Catarina	84,0	94,7	88,7	89,6	91,0	93,6	95,3	93,0	95,5	104,6	118,3	104,6	94,8
Rio Grande do Sul	73,5	88,6	82,2	86,4	86,4	86,7	90,5	87,7	91,8	95,6	113,3	90,2	80,9
Mato Grosso do Sul	78,0	86,8	80,1	86,8	83,9	88,1	88,2	88,9	87,0	87,6	102,0	84,4	80,3
Mato Grosso	71,4	85,4	79,1	86,5	85,0	87,6	87,7	88,7	88,2	88,3	100,7	85,2	76,7
Goíás	61,9	67,6	65,8	70,2	69,7	66,8	68,1	65,8	68,2	72,2	77,6	67,1	60,1
Distrito Federal	69,0	79,8	75,6	83,7	84,2	79,5	81,5	78,2	80,0	82,7	88,3	78,3	67,3

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

Nota: Base: 2014 = 100

(1) Inclui as atividades de veículos e de material de construção, além daquelas que compõem o varejo

Pesquisa Mensal de Comércio

Tabela 10 - Índice e variação de receita nominal de vendas no comércio varejista ampliado (1), segundo as Unidades da Federação - fevereiro 2018

Unidades da Federação	Índice de receita nominal (2)	Variação				
		Mensal (3)			Acumulada	
		dez/2017	jan/2018	fev/2018	No ano (4)	12 Meses (5)
Brasil	92,5	5,4	6,5	5,2	5,9	4,5
Rondônia	82,3	7,8	8,8	13,4	11,0	-0,3
Acre	87,2	9,4	7,0	11,3	9,0	8,1
Amazonas	96,9	11,9	13,3	12,7	13,0	13,0
Roraima	112,5	-6,0	11,7	8,5	10,1	0,1
Pará	86,1	5,0	9,8	7,6	8,8	5,8
Amapá	89,0	-1,9	3,0	5,3	4,2	5,2
Tocantins	88,2	3,6	12,1	22,3	16,9	11,3
Maranhão	91,3	4,7	12,7	8,9	10,9	8,3
Piauí	87,9	-0,6	10,3	8,3	9,3	2,9
Ceará	85,3	3,3	5,4	0,2	3,0	2,4
Rio Grande do Norte	90,5	-0,7	10,8	2,1	6,6	0,7
Paraíba	86,2	0,1	7,4	0,5	4,1	3,1
Pernambuco	83,0	-2,2	4,4	2,0	3,3	4,9
Alagoas	91,4	4,7	3,7	1,9	2,9	9,1
Sergipe	85,4	-4,3	5,2	2,8	4,1	2,0
Bahia	84,2	1,9	5,0	2,7	3,9	1,8
Minas Gerais	96,0	6,2	5,5	2,7	4,2	2,2
Espírito Santo	85,7	2,9	11,1	33,6	21,1	9,5
Rio de Janeiro	88,0	4,6	3,0	-0,9	1,1	2,8
São Paulo	95,0	5,6	5,3	4,6	5,0	3,0
Paraná	95,9	6,2	5,2	6,6	5,9	5,5
Santa Catarina	111,9	10,3	20,6	13,4	17,0	14,5
Rio Grande do Sul	98,1	19,7	9,3	10,7	10,0	14,2
Mato Grosso do Sul	94,1	-5,1	1,2	3,9	2,5	-1,3
Mato Grosso	90,4	16,0	9,9	9,8	9,8	9,3
Goiás	70,1	-9,8	-1,1	-3,3	-2,1	-8,0
Distrito Federal	79,3	0,0	4,6	-0,2	2,3	4,0

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

(1) Inclui as atividades de veículos e de material de construção, além daquelas que compõem o varejo

(2) Base: 2014 = 100

Pesquisa Mensal de Comércio

Tabela 11 - Variação de receita nominal de vendas no comércio varejista ampliado (1), por atividade, segundo as Unidades da Federação - fevereiro 2018

(continua)

Unidades da Federação	Comércio Varejista Ampliado			Combustíveis e lubrificantes			Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo						Tecidos, vestuário e calçados		
	Mensal (2)	Acumulada		Mensal (2)	Acumulada		Total			Hipermercados e Supermercados			Mensal (2)	Acumulada	
		No ano (3)	12 Meses (4)		No ano (3)	12 Meses (4)	Mensal (2)	No ano (3)	12 Meses (4)	Mensal (2)	No ano (3)	12 Meses (4)		No ano (3)	12 Meses (4)
	(2)	No ano (3)	12 Meses (4)	(2)	No ano (3)	12 Meses (4)	(2)	No ano (3)	12 Meses (4)	(2)	No ano (3)	12 Meses (4)	(2)	No ano (3)	12 Meses (4)
Brasil	5,2	5,9	4,5	4,1	5,0	0,2	- 0,5	0,0	0,4	- 0,7	- 0,1	0,9	- 3,9	- 0,5	9,6
Ceará	0,2	3,0	2,4	2,0	- 10,6	- 23,7	- 2,1	0,1	1,2	- 1,9	0,1	- 4,4	- 5,6	1,0	0,8
Pernambuco	2,0	3,3	4,9	14,0	15,5	5,1	- 3,2	- 1,7	1,4	- 3,5	- 2,3	- 7,4	- 10,7	- 9,0	13,0
Bahia	2,7	3,9	1,8	- 1,2	- 1,9	- 3,4	- 9,1	- 9,2	- 11,8	- 4,6	- 4,2	- 10,6	- 3,4	- 0,9	5,1
Minas Gerais	2,7	4,2	2,2	- 3,8	1,0	- 20,3	3,0	2,9	9,1	3,6	3,4	10,5	2,5	6,0	30,3
Espirito Santo	33,6	21,1	9,5	16,4	12,5	1,1	9,3	- 1,1	- 9,9	11,1	- 1,6	- 8,7	15,1	- 1,1	18,3
Rio de Janeiro	- 0,9	1,1	2,8	- 7,7	- 8,9	- 14,2	- 6,4	- 4,9	- 4,7	- 9,4	- 8,0	- 4,0	2,2	6,4	8,5
São Paulo	4,6	5,0	3,0	0,1	2,0	12,5	- 2,3	- 1,2	- 1,0	- 2,6	- 0,8	1,3	- 9,7	- 3,5	13,5
Paraná	6,6	5,9	5,5	4,9	5,6	17,6	1,9	0,0	0,4	1,3	- 0,7	- 4,3	- 8,5	- 4,6	- 3,0
Santa Catarina	13,4	17,0	14,5	14,1	18,3	7,9	9,1	13,5	20,2	9,1	13,4	20,2	3,5	1,7	- 5,2
Rio Grande do Sul	10,7	10,0	14,2	19,5	22,0	16,1	8,0	3,8	4,9	9,3	4,9	4,6	20,0	13,3	25,0
Goiás	- 3,3	- 2,1	- 8,0	- 4,3	- 1,9	- 19,2	- 18,4	- 20,1	- 16,3	- 19,1	- 20,8	- 16,2	- 12,8	- 13,5	- 2,2
Distrito Federal	- 0,2	2,3	4,0	6,9	7,2	- 4,0	- 12,0	- 8,4	- 11,8	- 14,1	- 10,9	- 15,8	- 12,1	- 8,4	- 1,6

Pesquisa Mensal de Comércio

Tabela 11 - Variação de receita nominal de vendas no comércio varejista ampliado (1), por atividade, segundo as Unidades da Federação - fevereiro 2018

(continuação)

Unidade da Federação	Móveis e Eletrodomésticos									Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos			Livros, jornais, revistas e papelaria		
	Total			Móveis			Eletrodomésticos			Mensal (2)	Acumulada		Mensal (2)	Acumulada	
	Mensal (2)	Acumulada		Mensal (2)	Acumulada		Mensal (2)	Acumulada			Mensal (2)	Acumulada		Mensal (2)	Acumulada
		No ano (3)	12 Meses (4)		No ano (3)	12 Meses (4)		No ano (3)	12 Meses (4)	No ano (3)		12 Meses (4)	No ano (3)		12 Meses (4)
Brasil	0,9	1,7	7,8	0,5	0,0	4,8	2,4	5,1	8,3	8,1	9,0	9,5	- 2,5	- 3,1	1,8
Ceará	- 7,1	- 1,2	- 7,8	- 3,9	1,8	- 21,6	- 9,8	- 2,7	4,6	5,0	6,9	20,8	- 16,5	- 5,7	0,0
Pernambuco	8,5	4,2	22,2	22,2	12,6	10,8	9,8	4,8	28,0	- 11,5	- 1,5	- 6,3	- 8,8	- 12,4	- 19,0
Bahia	- 1,9	- 0,8	23,0	- 4,7	- 3,7	15,9	0,4	2,2	26,9	16,2	14,6	3,6	17,3	15,6	29,7
Minas Gerais	- 15,5	- 11,1	4,8	1,1	- 10,9	0,1	- 18,2	- 13,3	5,2	8,7	8,6	4,7	- 3,6	- 6,2	16,1
Espirito Santo	54,2	33,1	27,9	37,9	23,3	50,7	63,4	44,1	11,9	21,7	20,3	19,1	17,2	6,4	- 2,3
Rio de Janeiro	5,3	5,6	1,8	5,3	5,7	10,2	6,2	6,7	- 0,7	9,4	9,6	7,8	9,7	10,0	4,3
São Paulo	- 3,0	- 1,5	9,0	- 9,5	- 9,1	14,7	2,1	6,1	6,7	9,2	11,2	13,9	- 9,4	- 8,4	1,3
Paraná	5,0	9,1	1,2	- 2,8	- 3,6	- 17,2	8,8	16,5	12,9	13,7	14,0	10,7	3,3	- 0,4	- 3,9
Santa Catarina	1,5	2,2	0,8	6,7	5,4	- 9,0	- 0,6	1,1	5,5	13,1	13,0	13,5	- 3,8	- 2,4	6,3
Rio Grande do Sul	7,0	9,4	9,3	5,4	7,6	- 3,3	8,3	11,4	17,9	7,4	7,0	8,6	- 2,6	1,5	- 12,6
Goiás	13,2	15,0	9,5	18,2	11,6	6,1	13,8	17,2	10,4	4,5	7,3	7,1	- 6,7	- 11,9	- 13,3
Distrito Federal	1,0	0,8	6,1	13,7	6,1	33,4	- 4,0	- 0,1	- 2,7	2,7	5,4	7,7	- 22,3	- 27,0	- 14,5

Pesquisa Mensal de Comércio

Tabela 11 - Variação de receita nominal de vendas no comércio varejista ampliado (1), por atividade, segundo as Unidades da Federação - fevereiro 2018

(conclusão)

Unidade da Federação	Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação			Outros artigos de uso pessoal e doméstico			Veículos, motocicletas, partes e peças			Material de construção		
	Mensal (2)	Acumulada		Mensal (2)	Acumulada		Mensal (2)	Acumulada		Mensal (2)	Acumulada	
		No ano (3)	12 Meses (4)		No ano (3)	12 Meses (4)		No ano (3)	12 Meses (4)		No ano (3)	12 Meses (4)
Brasil	- 1,1	- 2,2	- 9,0	8,9	9,9	6,8	20,0	19,6	7,3	7,3	8,1	11,0
Ceará	18,8	13,4	10,6	9,6	12,5	13,9	4,8	13,8	10,5	- 11,6	- 7,3	14,6
Pernambuco	0,4	10,5	36,3	9,7	4,7	3,9	9,5	11,3	11,4	4,6	3,7	- 15,0
Bahia	13,3	9,4	5,3	8,7	12,6	12,9	18,5	22,2	6,8	7,8	7,7	6,4
Minas Gerais	32,0	8,0	- 24,9	- 5,7	1,3	1,0	23,9	23,5	- 16,1	0,4	1,8	1,3
Espirito Santo	11,3	1,1	25,0	14,6	1,2	- 5,6	72,1	58,8	38,8	13,6	2,2	- 13,4
Rio de Janeiro	- 19,8	- 12,3	- 24,3	10,1	9,6	8,9	6,6	11,8	8,2	- 6,6	- 1,3	7,3
São Paulo	- 9,3	- 10,5	- 22,0	9,1	10,4	3,7	25,6	19,0	4,3	11,6	12,1	19,9
Paraná	9,3	4,7	4,4	13,4	14,2	5,0	14,0	12,1	0,4	12,4	11,0	21,5
Santa Catarina	- 16,1	- 3,9	3,1	17,1	18,4	10,8	24,9	32,3	20,4	11,5	11,0	1,6
Rio Grande do Sul	30,6	19,8	13,1	13,4	14,3	13,5	12,8	14,3	23,7	5,7	9,3	8,0
Goiás	- 1,0	- 1,7	- 20,7	7,5	6,2	- 7,5	16,0	23,1	- 9,7	- 1,5	- 2,4	- 9,6
Distrito Federal	- 59,2	- 35,8	- 12,7	8,7	7,4	6,9	9,8	13,9	22,2	5,4	4,2	23,5

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

(1) Inclui as atividades de Veículos e de Material de construção, além daquelas que compõem o varejo

(2) Base: Igual mês do ano anterior = 100

(3) Base: Igual período do ano anterior = 100

(4) Base: 12 meses imediatamente anteriores aos 12 últimos meses = 100

Pesquisa Mensal de Comércio

Tabela 12 - Índice de receita nominal de vendas no comércio varejista ampliado (1), segundo as Unidades da Federação - fevereiro 2018

Unidades da Federação	Comércio varejista ampliado												
	fev/2017	mar/2017	abr/2017	mai/2017	jun/2017	jul/2017	ago/2017	set/2017	out/2017	nov/2017	dez/2017	jan/2018	fev/2018
Brasil	87,9	98,8	94,2	99,8	98,0	99,6	102,5	99,8	101,9	107,2	125,2	103,3	92,5
Rondônia	72,6	84,6	76,1	87,8	82,4	88,9	107,9	84,9	89,9	94,3	109,5	86,1	82,3
Acre	78,4	89,1	85,7	95,2	90,2	96,6	99,0	94,0	97,2	99,3	121,2	94,2	87,2
Amazonas	85,9	95,8	93,4	98,2	96,2	102,8	105,7	102,0	106,0	109,9	126,6	109,2	96,9
Roraima	103,7	110,6	103,7	112,2	111,4	117,3	125,8	122,4	119,6	121,1	132,5	116,9	112,5
Pará	80,0	96,6	90,1	98,1	93,9	96,7	97,3	94,2	97,8	102,1	123,8	98,0	86,1
Amapá	84,4	85,7	82,3	84,3	83,4	86,8	87,9	86,6	88,1	91,6	97,7	92,0	89,0
To cantins	72,2	97,9	84,9	93,5	92,3	91,0	98,1	93,5	99,5	105,3	110,4	90,5	88,2
Maranhão	83,9	98,9	91,8	100,5	95,9	100,1	104,6	98,3	100,2	104,3	121,8	107,3	91,3
Piauí	81,2	94,9	88,7	100,7	94,6	101,5	103,9	99,2	96,8	106,2	120,6	103,2	87,9
Ceará	85,2	94,6	88,5	99,7	96,7	101,2	100,2	97,8	100,4	104,1	122,1	103,3	85,3
Rio G. do Norte	88,6	98,4	92,5	98,3	95,8	98,8	101,4	98,7	96,7	105,3	123,9	108,2	90,5
Paraíba	85,8	95,3	89,4	96,5	93,1	92,6	92,9	94,1	93,3	102,7	114,9	103,1	86,2
Pernambuco	81,3	95,0	88,7	93,9	92,7	92,7	96,5	92,5	93,6	103,7	115,6	97,7	83,0
Alagoas	89,7	104,7	96,1	100,2	97,7	101,4	104,3	101,9	102,4	108,7	129,0	105,5	91,4
Sergipe	83,1	94,7	89,7	94,8	90,5	92,5	97,0	95,1	95,4	103,4	114,8	99,2	85,4
Bahia	81,9	94,8	85,7	91,8	89,5	91,2	94,9	91,4	92,0	101,8	116,2	96,8	84,2
Minas Gerais	93,5	105,8	98,0	102,1	102,4	103,5	105,3	100,9	106,7	112,2	129,7	106,7	96,0
Espirito Santo	64,2	87,6	79,1	89,0	88,9	88,1	91,8	87,4	90,8	95,4	103,2	89,0	85,7
Rio de Janeiro	88,8	98,1	92,5	99,3	94,4	95,7	99,0	96,8	96,9	102,0	123,4	97,8	88,0
São Paulo	90,9	98,0	97,7	103,1	100,7	102,9	105,7	103,5	105,6	110,0	131,0	106,1	95,0
Paraná	89,9	103,3	97,1	100,2	100,5	103,3	106,9	105,2	103,9	109,5	127,5	103,5	95,9
Santa Catarina	98,7	110,9	104,0	104,2	105,0	107,9	110,4	107,6	111,0	120,5	137,7	122,9	111,9
Rio Grande do Sul	88,6	105,8	98,7	103,5	103,1	102,4	107,6	104,3	109,2	113,8	135,5	108,8	98,1
Mato Grosso do Sul	90,5	99,9	92,8	100,1	96,8	101,5	101,9	102,4	100,9	101,8	118,7	98,8	94,1
Mato Grosso	82,3	97,8	91,2	99,5	98,0	100,7	101,1	102,4	103,0	103,5	118,1	100,2	90,4
Goiás	72,5	77,4	75,5	80,2	79,2	77,0	78,0	75,5	78,7	83,7	90,8	77,9	70,1
Distrito Federal	79,5	91,3	86,5	95,2	95,3	90,6	94,0	90,8	92,4	96,3	103,3	91,3	79,3

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

Nota: Base: 2014 = 100

(1) Inclui as atividades de veículos e de material de construção, além daquelas que compõem o varejo

**Volume e Receita nominal de vendas
do comércio varejista e comércio varejista ampliado - com ajuste
sazonal**

Pesquisa Mensal de Comércio

Tabela 13 - Índice e variação de volume de vendas no comércio varejista com ajuste sazonal, segundo as Unidades da Federação fevereiro 2018

Unidade da Federação	Índice de Base Fixa (1)			Variação mês / mês anterior		
	dez/2017	jan/2018	fev/2018	dez/2017	jan/2018	fev/2018
Brasil	91,9	92,6	92,4	- 0,6	0,8	- 0,2
Rondônia	88,8	88,3	89,6	- 1,7	- 0,6	1,5
Acre	94,8	94,0	96,3	- 3,3	- 0,8	2,4
Amazonas	91,7	93,3	94,7	- 1,2	1,7	1,5
Roraima	96,1	105,0	111,2	- 5,6	9,3	5,9
Pará	85,1	87,4	87,6	- 2,0	2,7	0,2
Amapá	65,4	72,1	75,0	- 10,8	10,2	4,0
Tocantins	88,3	87,5	96,2	- 2,9	- 0,9	9,9
Maranhão	91,4	97,1	96,3	- 2,8	6,2	- 0,8
Piauí	89,5	89,6	90,9	- 1,1	0,1	1,5
Ceará	88,5	87,8	87,3	- 0,7	- 0,8	- 0,6
Rio Grande do Norte	90,8	98,0	94,9	- 1,2	7,9	- 3,2
Paraíba	84,4	85,5	85,1	1,6	1,3	- 0,5
Pernambuco	83,0	85,3	85,1	- 7,6	2,8	- 0,2
Alagoas	90,0	91,5	91,1	- 3,9	1,7	- 0,4
Sergipe	80,4	83,5	82,8	- 6,7	3,9	- 0,8
Bahia	81,0	80,2	79,3	- 2,9	- 1,0	- 1,1
Minas Gerais	104,4	103,3	102,0	- 2,3	- 1,1	- 1,3
Espirito Santo	80,2	77,7	80,7	- 2,9	- 3,1	3,9
Rio de Janeiro	85,3	86,9	86,7	- 2,2	1,9	- 0,2
São Paulo	94,4	93,8	92,4	- 0,4	- 0,6	- 1,5
Paraná	95,2	94,9	96,7	- 2,7	- 0,3	1,9
Santa Catarina	103,8	112,0	111,7	- 4,1	7,9	- 0,3
Rio Grande do Sul	98,1	99,9	100,3	- 0,7	1,8	0,4
Mato Grosso do Sul	89,7	90,1	90,1	- 1,4	0,4	0,0
Mato Grosso	88,5	89,3	88,2	- 0,6	0,9	- 1,2
Goiás	73,2	71,7	72,1	- 2,7	- 2,0	0,6
Distrito Federal	77,7	76,9	74,6	- 1,6	- 1,0	- 3,0

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

(1) Base: 2014 = 100

Pesquisa Mensal de Comércio
Tabela 14 - Índice e variação de receita nominal de vendas no comércio varejista com ajuste sazonal, segundo as
Unidades da Federação
fevereiro 2018

Unidade da Federação	Índice de Base Fixa (1)			Variação mês / mês anterior		
	dez/2017	jan/2018	fev/2018	dez/2017	jan/2018	fev/2018
Brasil	111,4	112,0	111,4	- 0,9	0,5	- 0,5
Rondônia	97,6	96,7	98,2	- 1,4	- 0,9	1,6
Acre	111,4	110,2	112,7	- 3,1	- 1,1	2,3
Amazonas	108,9	111,8	112,8	- 1,4	2,7	0,9
Roraima	118,8	126,3	131,6	- 5,3	6,3	4,2
Pará	100,1	104,7	104,8	- 3,4	4,6	0,1
Amapá	77,0	84,7	88,4	- 10,5	10,0	4,4
Tocantins	108,1	107,1	117,4	- 1,9	- 0,9	9,6
Maranhão	113,8	119,6	118,7	- 1,3	5,1	- 0,8
Piauí	109,6	109,8	110,5	- 0,9	0,2	0,6
Ceará	109,0	108,4	107,3	- 0,5	- 0,6	- 1,0
Rio Grande do Norte	112,5	123,9	117,4	- 1,2	10,1	- 5,2
Paraíba	101,9	103,4	102,9	1,0	1,5	- 0,5
Pernambuco	101,5	104,1	104,1	- 6,8	2,6	0,0
Alagoas	109,2	112,0	111,5	- 4,2	2,6	- 0,4
Sergipe	99,1	103,2	102,8	- 6,7	4,1	- 0,4
Bahia	97,8	96,8	96,1	- 2,9	- 1,0	- 0,7
Minas Gerais	122,4	121,6	120,7	- 3,2	- 0,7	- 0,7
Espírito Santo	95,9	93,8	96,8	- 2,5	- 2,2	3,2
Rio de Janeiro	103,0	105,3	104,7	- 1,2	2,2	- 0,6
São Paulo	114,1	113,6	111,5	- 0,2	- 0,4	- 1,8
Paraná	115,1	115,6	117,7	- 3,0	0,4	1,8
Santa Catarina	124,1	134,6	134,3	- 5,5	8,5	- 0,2
Rio Grande do Sul	122,7	126,0	127,4	- 0,9	2,7	1,1
Mato Grosso do Sul	107,3	109,7	110,2	- 2,9	2,2	0,5
Mato Grosso	109,7	110,6	106,7	- 1,3	0,8	- 3,5
Goiás	88,9	86,7	87,6	- 3,6	- 2,5	1,0
Distrito Federal	93,5	93,1	91,0	- 1,9	- 0,4	- 2,3

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

(1) Base: 2014 = 100

Pesquisa Mensal de Comércio

Tabela 15 - Índice e variação de volume de vendas no comércio varejista ampliado com ajuste sazonal, segundo as Unidades da Federação fevereiro 2018

Unidade da Federação	Índice de Base Fixa (1)			Variação mês / mês anterior		
	dez/2017	jan/2018	fev/2018	dez/2017	jan/2018	fev/2018
Brasil	89,1	89,1	89,0	- 0,3	0,0	- 0,1
Rondônia	83,5	84,1	90,4	0,1	0,7	7,5
Acre	87,7	85,6	88,6	- 0,3	- 2,4	3,5
Amazonas	94,1	95,5	94,5	0,3	1,5	- 1,0
Roraima	102,3	105,2	108,9	- 1,9	2,8	3,5
Pará	87,1	86,8	87,0	0,0	- 0,3	0,2
Amapá	75,1	78,9	84,7	- 6,1	5,1	7,4
Tocantins	83,3	82,4	88,2	- 1,4	- 1,1	7,0
Maranhão	87,1	88,7	88,3	- 0,8	1,8	- 0,5
Piauí	85,0	86,4	87,1	- 1,6	1,6	0,8
Ceará	86,2	84,5	83,6	0,3	- 2,0	- 1,1
Rio Grande do Norte	85,1	89,7	85,6	- 0,8	5,4	- 4,6
Paraíba	81,5	83,4	84,0	- 1,2	2,3	0,7
Pernambuco	79,3	80,7	81,0	- 4,3	1,8	0,4
Alagoas	87,0	86,5	87,6	- 2,0	- 0,6	1,3
Sergipe	79,2	80,6	80,1	- 4,7	1,8	- 0,6
Bahia	83,0	82,9	82,7	- 1,9	- 0,1	- 0,2
Minas Gerais	96,7	93,2	92,7	2,2	- 3,6	- 0,5
Espírito Santo	80,1	77,3	82,9	- 1,8	- 3,5	7,2
Rio de Janeiro	85,3	83,7	85,1	0,2	- 1,9	1,7
São Paulo	92,4	92,5	91,8	1,1	0,1	- 0,8
Paraná	91,9	88,0	91,6	- 0,9	- 4,2	4,1
Santa Catarina	95,5	104,4	104,3	- 3,9	9,3	- 0,1
Rio Grande do Sul	91,9	92,6	94,8	- 0,2	0,8	2,4
Mato Grosso do Sul	85,5	86,4	89,6	- 0,5	1,1	3,7
Mato Grosso	89,4	89,2	87,9	0,3	- 0,2	- 1,5
Goiás	68,8	67,3	67,9	- 0,1	- 2,2	0,9
Distrito Federal	78,5	78,3	77,0	- 2,1	- 0,3	- 1,7

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

(1) Base: 2014 = 100

Pesquisa Mensal de Comércio

Tabela 16 - Índice e variação de receita nominal de vendas no comércio varejista ampliado com ajuste sazonal, segundo as Unidades da Federação fevereiro 2018

Unidade da Federação	Índice de Base Fixa (1)			Variação mês / mês anterior		
	dez/2017	jan/2018	fev/2018	dez/2017	jan/2018	fev/2018
Brasil	103,9	104,2	104,2	- 0,4	0,3	0,0
Rondônia	90,0	91,2	94,4	- 0,6	1,3	3,5
Acre	98,5	95,4	98,9	- 0,8	- 3,1	3,7
Amazonas	107,4	108,3	107,5	0,6	0,8	- 0,7
Roraima	115,2	120,0	124,7	- 3,6	4,2	3,9
Pará	99,5	100,1	100,4	- 0,9	0,6	0,3
Amapá	83,5	88,7	95,5	- 7,4	6,2	7,7
Tocantins	97,2	96,3	102,0	- 1,0	- 0,9	5,9
Maranhão	102,2	105,2	104,8	- 1,2	2,9	- 0,4
Piauí	99,6	101,9	102,0	- 1,6	2,3	0,1
Ceará	101,6	100,4	99,0	0,5	- 1,2	- 1,4
Rio Grande do Norte	101,4	107,6	102,7	- 1,3	6,1	- 4,6
Paraíba	95,7	97,6	98,0	- 0,7	2,0	0,4
Pernambuco	92,7	94,9	95,3	- 4,8	2,4	0,4
Alagoas	102,0	102,8	103,1	- 1,9	0,8	0,3
Sergipe	93,5	96,5	96,1	- 5,8	3,2	- 0,4
Bahia	95,3	95,2	95,2	- 2,5	- 0,1	0,0
Minas Gerais	110,4	108,2	107,7	0,8	- 2,0	- 0,5
Espírito Santo	90,7	89,4	94,7	- 2,5	- 1,4	5,9
Rio de Janeiro	99,8	98,3	99,8	0,5	- 1,5	1,5
São Paulo	107,8	108,3	107,3	1,1	0,5	- 0,9
Paraná	107,1	104,5	107,8	- 1,0	- 2,4	3,2
Santa Catarina	112,4	120,9	122,0	- 3,8	7,6	0,9
Rio Grande do Sul	110,3	111,7	114,4	- 0,4	1,3	2,4
Mato Grosso do Sul	98,5	101,1	104,2	- 1,3	2,6	3,1
Mato Grosso	104,4	104,7	103,6	0,3	0,3	- 1,1
Goiás	79,7	78,3	78,7	- 0,3	- 1,8	0,5
Distrito Federal	91,1	91,4	90,1	- 2,8	0,3	- 1,4

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

(1) Base: 2014 = 100

Atualizado em 12/04/2018 às 9:00 h