

# **Indicadores IBGE**

Pesquisa Mensal de Comércio  
**Março 2012**

Presidenta da República  
Dilma Rousseff

Ministra do Planejamento, Orçamento e Gestão  
Miriam Belchior

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

Presidenta  
Wasmália Socorro Barata Bivar

Diretor Executivo  
Nuno Duarte Da Costa Bittencourt

### **ÓRGÃOS ESPECÍFICOS SINGULARES**

Diretoria de Pesquisas  
Marcia Maria Melo Quintslr

Diretoria de Geociências  
Wadh João Scandar Neto

Diretoria de Informática  
Paulo César Moraes Simões

Centro de Documentação e Disseminação de Informações  
David Wu Tai

Escola Nacional de Ciências Estatísticas  
Denise Britz do Nascimento Silva

### **UNIDADE RESPONSÁVEL**

Diretoria de Pesquisas

Coordenação das Estatísticas Econômicas e Classificações  
Sidnéia Reis Cardoso

Coordenação de Serviços e Comércio  
Vânia Maria Carelli Prata

### **EQUIPE DE REDAÇÃO**

Redatores: Nilo Lopes de Macedo  
Reinaldo Silva Pereira

Editoração: Gilmar da Costa Gonçalves

## **Indicadores IBGE**

Plano de divulgação:

### **Trabalho e rendimento**

Pesquisa mensal de emprego

### **Agropecuária**

Estatística da produção agrícola \*

Estatística da produção pecuária \*

### **Indústria**

Pesquisa industrial mensal: produção física Brasil

Pesquisa industrial mensal: produção física regional

Pesquisa industrial mensal: emprego e salário

### **Comércio**

Pesquisa mensal de comércio

### **Índices, preços e custos**

Índice de preços ao produtor – indústrias 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

\* Continuação de: Estatística da produção agropecuária, a partir de janeiro de 2006

Iniciado em 1982, com a divulgação de indicadores sobre trabalho e rendimento, indústria e preços, o periódico **Indicadores IBGE** incorporou no decorrer da década de 80 informações sobre agropecuária e produto interno bruto. A partir de 1991, foi subdividido em fascículos por assuntos 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.

## NOTAS METODOLÓGICAS

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

A partir de janeiro de 2012, o Sistema de Índices do Comércio Varejista, em relação à série divulgada até dezembro de 2011, apresenta as seguintes revisões metodológicas:

- Atualiza a amostra de informantes para 5.700 empresas, selecionadas a partir do cadastro das empresas com 20 ou mais pessoas ocupadas da Pesquisa Anual de Comércio – PAC 2008.
- Adota da Classificação Nacional de Atividades Econômicas - CNAE, na sua versão mais atual 2.0.
- Incorpora a nova estrutura de pesos do Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo – IPCA, adotada a partir de janeiro de 2012, aos índices específicos de preços utilizados como deflatores, para obtenção de volume de vendas.
- Na série completa dos índices (série encadeada): os índices de janeiro de 2000 até dezembro de 2003 têm por **período de base** o ano de 2000. Os índices de janeiro de 2004 até dezembro de 2011 têm por período de base o ano 2003. Os índices de janeiro de 2012 em diante têm por período de base o ano 2011.
- A série encadeada desde janeiro de 2000, tem como **período de referência**, único, a média mensal dos índices de 2011=100.

### I – CARACTERÍSTICAS DA PESQUISA

- **Âmbito** – No estágio atual da PMC são investigadas empresas comerciais que possuam 20 ou mais pessoas ocupadas, cuja receita bruta provenha, predominantemente da atividade comercial varejista e estar sediada no território nacional e, em particular, para as Unidades da Federação da Região Norte (Rondônia, Roraima, Acre, Amazonas, 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.
- **Abrangência** – A PMC abrange dez grupos de atividades cuja correspondência com a Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE), está indicada no Quadro I a seguir. Deste total, oito segmentos têm receitas geradas predominantemente na atividade varejista e dois (Veículos e motos, partes e peças e Material de construção), abarcam varejo e atacado.

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 e 4789-0
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 e 4789-0
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; 4512-9; 4530-7; 4541-2 e 4542-1
Material de construção	4674-5; 4671-1; 4672-9; 4673-7; 4679-6; 4741-5; 4742-3; 4743-1; 4744-0 e 4789-0

- **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 impostos incondicionais. Não estão incluídas as receitas financeiras e não-operacionais.
- **Amostra** – Com base na Pesquisa Anual de Comércio 2008 e dentro do âmbito e da abrangência previamente definidas, foram selecionadas cerca de 5 700 empresas distribuídas nas 27 Unidades da Federação.

## II – CONSTRUÇÃO DE INDICADORES

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

1 - *Índice de Comércio Varejista* - Índice-síntese dos grupos de atividades relacionados abaixo, cujas receitas provêm preponderantemente da atividade do varejo. Divulgados para o Brasil e suas 27 Unidades da Federação.

- . 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;
- . Outros artigos de uso pessoal e doméstico

2 - *Índices de Comércio Varejista por atividade* - Para os segmentos do varejo, relacionados acima, 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*”.

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 1 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 citadas no item 2.

- **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 2011.

**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 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 do índice 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.

### **III – ENCADEAMENTO**

O IBGE encadeou a série de Índices de Base Fixa que encerrou em dezembro de 2003 (base 2000 = 100) com a série que se encerrou em dezembro de 2011 (base 2003 = 100), com a série que se inicia em janeiro de 2012 (base 2011 = 100). A série encadeada tem como referência a média mensal de 2011 = 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.

A série encadeada é, pois, uma série histórica de índices de receita nominal e de volume com período de base **móvel**. Esta mudança traz como vantagem o uso de uma estrutura de ponderação mais atualizada, pois incorpora as mudanças nos preços relativos.

### **IV – 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 X12 ARIMA, 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 passa a ser atualizada anualmente incorporando sempre as 12 últimas informações do ano anterior. 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, passam a ser publicadas a partir de janeiro de 2008.

Os modelos adotados nas séries divulgadas são:

## VOLUME DE VENDAS ATIVIDADES

ATIVIDADE	DECOMPOSIÇÃO	MODELO ARIMA	REGRESSÃO (REGARIMA)
Brasil	Multiplicativo	(012) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa[8] e efeito calendário (TD).
Produtos alimentícios, bebidas e fumo	Multiplicativo	(210) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa[8] e efeito calendário (TD).
Combustíveis	Multiplicativo	(212) (011)	Camaval, Corpus Christi e efeito calendário (TD).
Tecidos, vestuário e calçados	Multiplicativo	(212) (011)	Camaval, Corpus Christi, efeito calendário (TD) e AO2003.MAY.
Móveis e eletrodomésticos	Multiplicativo	(212) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa[1] e efeito calendário (TD).
Super e Hipercorretivos	Multiplicativo	(212) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa[8] e efeito calendário (TD), LS2005.FEB.
Automóveis, motocicletas, partes e peças	Multiplicativo	(012) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa[1] e efeito calendário (Tudo), LS2008.OCT, AO2009.JUN, AO2009.SEP, AO2010.MAR.
Equip. e Materiais p escritório, inform e comun	Multiplicativo	(210) (011)	Camaval, Corpus Christi, TC2003.OCT e LS2005.FEB.
Artigos farmac, méd, ortop e de perfumaria	Multiplicativo	(210) (011)	Camaval, Corpus Christi, efeito calendário (TD) , TC2003.MAR.
Livros, jornais, revistas e papelaria	Multiplicativo	(212) (011)	Camaval e Corpus Christi.
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	Multiplicativo	(012) (011)	Camaval, Corpus Christi e Páscoa[1].
Material de construção	Multiplicativo	(210) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa [1] e efeito calendário (TD).
Varejo Ampliado	Multiplicativo	(012) (011)	Camaval, Corpus Christi, efeito calendário (TD), LS2008.OCT, AO 2009.JUN, AO2010.MAR.

## VOLUME DE VENDAS UF

UF	DECOMPOSIÇÃO	MODELO ARIMA	REGRESSÃO (REGARIMA)
Acre	Multiplicativo	(210) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa [15].
Alagoas	Multiplicativo	(011) (011)	Camaval, Corpus Christi e Páscoa [1].
Amapá	Multiplicativo	(011) (011)	LS2006. JAN.
Amazonas	Multiplicativo	(012) (011)	Camaval, Corpus Christi, LS2002.DEC, LS2004.MAY e LS2005.FEB.
Bahia	Multiplicativo	(011) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa [15], e efeito calendário (TD).
Ceará	Multiplicativo	(011) (011)	Camaval, Corpus Christi e efeito calendário (TD).
Distrito Federal	Multiplicativo	(212) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa [8], efeito calendário (TD) e TC2001.JUN.
Espírito Santo	Multiplicativo	(012) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa [8], efeito calendário (TD) e AO2002.APR.
Goiás	Multiplicativo	(212) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa [15], efeito calendário (TD) e LS2005.FEB.
Maranhão	Multiplicativo	(212) (011)	Camaval, Corpus Christi e efeito calendário (TD).
Minas Gerais	Multiplicativo	(210) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa[8], efeito calendário (tudo) e LS2005.FEB.
Mato Grosso	Multiplicativo	(212) (011)	Camaval e Corpus Christi, AO2002.MAY.
Mato Grosso do Sul	Multiplicativo	(011) (011)	Camaval e Corpus Christi, e efeito calendário (TD).
Pará	Multiplicativo	(011) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa [15], efeito calendário (TD) e LS2008.FEB.
Paraíba	Multiplicativo	(011) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa [15], efeito calendário (tudo) e Ao2008.JAN , LS2008.OCT.
Paraná	Multiplicativo	(210) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa [8],efeito calendário (TD) e LS2002.NOV, LS2005.FEB.
Pernambuco	Multiplicativo	(011) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa [15] , efeito calendário (TD) e LS2003.MAR.
Piauí	Multiplicativo	(011) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa [1], efeito calendário (TD), LS2003.MAR, TS2004.JAN, LS2005.FEB, TC2008.DEC.
Rio Grande do Norte	Multiplicativo	(212) (011)	Camaval, Corpus Christi, efeito calendário (TD), Páscoa [15] e LS2002.NOV.
Rio Grande do Sul	Multiplicativo	(012) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa [8] e efeito calendário (TD).
Rio de Janeiro	Multiplicativo	(210) (011)	Camaval, Corpus Christi e Páscoa [15].
Rondônia	Multiplicativo	(010) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa[15] efeito calendário (TD) e AO2001.JUN.
Roraima	Multiplicativo	(010) (011)	Camaval, Corpus Christi.
Santa Catarina	Multiplicativo	(012) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa[1] e efeito calendário (TD).
Sergipe	Multiplicativo	(212) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa[15], LS2005.FEB e TC2006.FEB.
São Paulo	Multiplicativo	(012) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa[8] e efeito calendário (TD).
Tocantins	Multiplicativo	(010) (011)	TC2003.MAY, LS2005.FEB e LS2010.FEB.

## RECEITA NOMINAL DE VENDAS ATIVIDADES

ATIVIDADE	DECOMPOSIÇÃO	MODELO ARIMA	REGRESSÃO (REGARIMA)
Brasil	Multiplicativo	(012) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa[8], e efeito calendário (TD).
Hiper., Super, Produtos alimentícios, bebidas e fumo	Multiplicativo	(012) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa[8], e efeito calendário (TD), LS.2002.OCT.
Combustíveis	Multiplicativo	(012) (011)	Camaval, Corpus Christi, e efeito calendário (TD).
Tecidos, vestuário e calçados	Multiplicativo	(010) (011)	Camaval, Corpus Christi, efeito calendário (TD) e AO2003.MAY.
Móveis e eletrodomésticos	Multiplicativo	(011) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa[1] e efeito calendário (TD)
Super e Hipermercados	Multiplicativo	(212) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa[8], e efeito calendário (TD).
Automóveis, motocicletas, partes e peças	Multiplicativo	(012) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa[1], efeito calendário (tudo), LS2008.OCT, AO2009.JUN e AO2009.SEP.
Equip. e Materiais p escritório, inform e comun	Multiplicativo	(210) (011)	Camaval, Corpus Christi e LS2005.FEB.
Artigos farmac, méd, ortop e de perfumaria	Multiplicativo	(212) (011)	Camaval, Corpus Christi e efeito calendário (TD)
Livros, jornais, revistas e papelaria	Multiplicativo	(012) (011)	Camaval e Corpus Christi.
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	Multiplicativo	(012) (011)	Camaval, Corpus Christi e Páscoa [1]
Material de construção	Multiplicativo	(011) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa[1] e efeito calendário (TD)
Varejo ampliado	Multiplicativo	(212) (011)	Camaval, Corpus Christi, efeito calendário (tudo), LS2008.OCT e AO2009.JUN.

## RECEITA NOMINAL DE VENDAS UF

UF	DECOMPOSIÇÃO	MODELO ARIMA	REGRESSÃO (REGARIMA)
Acre	Multiplicativo	(210) (011)	Camaval, Corpus Christi e Páscoa [15] e AO2004.NOV.
Alagoas	Multiplicativo	(011) (011)	Camaval, Corpus Christi e Páscoa [1].
Amapá	Multiplicativo	(012) (011)	Camaval, Corpus Christi e LS2006.JAN.
Amazonas	Multiplicativo	(012) (011)	Camaval, Corpus Christi, LS2004.MAY e LS2005.FEB.
Bahia	Multiplicativo	(011) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa [15], efeito calendário (TD), TC2004.JAN e TC2008.FEB.
Ceará	Multiplicativo	(011) (011)	Camaval, Corpus Christi e efeito calendário (TD).
Distrito Federal	Multiplicativo	(212) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa [8], efeito calendário (TD) e TC2001.JUN.
Espírito Santo	Multiplicativo	(210) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa [8], efeito calendário (TD) e AO2002.APR.
Goiás	Multiplicativo	(012) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa[15], efeito calendário (TD), AO2003.FEB e LS2005.FEB.
Maranhão	Multiplicativo	(212) (011)	Camaval, Corpus Christi e efeito calendário (TD).
Minas Gerais	Multiplicativo	(012) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa[8] e efeito calendário (TD), AO2003.FEB e AO2004.FEB.
Mato Grosso	Multiplicativo	(012) (011)	Camaval, Corpus Christi, AO2002.MAY e LS2006.FEB.
Mato Grosso do Sul	Multiplicativo	(011) (011)	Camaval, Corpus Christi, Efeito calendário (TD) e AO2009.JAN.
Pará	Multiplicativo	(012) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa [15],efeito calendário (TD), LS2001.JUN e AO2008.JAN.
Paraíba	Multiplicativo	(011) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa [15], efeito calendário (TD), AO2008.JAN e LS2008.OCT.
Paraná	Multiplicativo	(012) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa[8], efeito calendário (TD), e LS2005.FEB
Pernambuco	Multiplicativo	(011) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa [15], efeito calendário (TD) e AO2003.JAN.
Piauí	Multiplicativo	(012) (011)	Camaval, Corpus Christi, efeito calendário (TD), TC2003.JAN, LS2005.FEB.
Rio Grande do Norte	Multiplicativo	(210) (011)	Camaval, Corpus Christi e efeito calendário (TD).
Rio Grande do Sul	Multiplicativo	(012) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa [8] e efeito calendário (TD).
Rio de Janeiro	Multiplicativo	(012) (011)	Camaval, Corpus Christi e Páscoa[15] .
Rondônia	Multiplicativo	(212) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa[15], efeito calendário (tudo) e AO2001.JUN.
Roraima	Multiplicativo	(010) (011)	Camaval e Corpus Christi
Santa Catarina	Multiplicativo	(012) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa[1], e efeito calendário (TD)
Sergipe	Multiplicativo	(011) (011)	Efeito calendário (TD), Páscoa [15], LS2005.FEB, TC2005.OCT e TC2006.FEB.
São Paulo	Multiplicativo	(012) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa[8] e efeito calendário (TD)
Tocantins	Multiplicativo	(011) (011)	TC2003.MAY, LS2005.FEB e LS2010FEB.

## V – DEFLATORES DA PESQUISA

Os índices de preços aplicados ao sistema de indicadores da PMC (para o deflacionamento) 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. Aos itens PMC associou-se os itens do IPCA que melhor representam o comportamento de preços de cada grupo de produtos e/ou classes da CNAE que compõem uma atividade PMC.

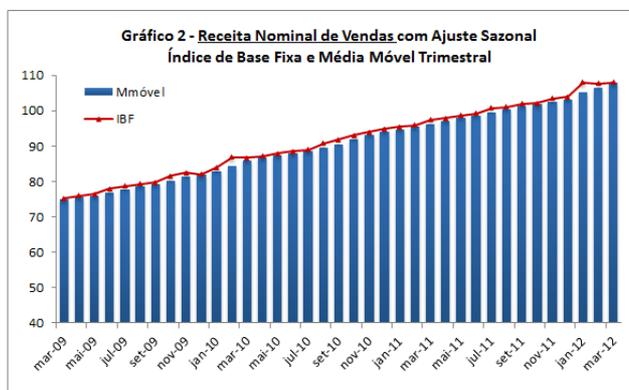
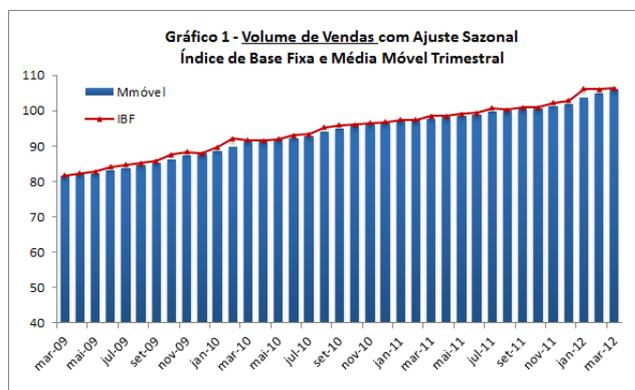
CNAE 2.0			
Atividades da PMC	Itens da PMC	Itens do IPCA	Peso nos itens da PMC
1- Combustíveis e lubrificantes	4731-8	IPCA (cód. 5104)	peso: 1,0000
	4732-6	IPCA (cód. 5102007)	peso: 1,0000
2 - Hipermercados e supermercados	4711-3	IPCA (cód. 11)	peso: 1,0000
		IPCA (cód. 63)	peso: 1,0000
		IPCA (cód. 2104)	peso: 1,0000
		IPCA (Índice Geral)	peso: 1,0000
3- Produtos alimentícios, bebidas e fumo	4712-1	IPCA (cód. 11)	peso: 1,0000
	4729-6	IPCA (cód. 11)	peso: 0,95864
		IPCA (cód. 7202)	peso: 0,04136
	4721-1	IPCA (cód. 1111)	peso: 0,49745
		IPCA (cód. 1112)	peso: 0,50255
	4722-9	IPCA (cód. 1201061)	peso: 1,0000
		IPCA (1107)	peso: 0,90457
	4723-9	IPCA (1108)	peso: 0,09543
		IPCA (1114)	peso: 1,0000
	4724-5	IPCA (cód. 1103)	peso: 0,38303
		IPCA (cód. 1105)	peso: 0,10942
IPCA (cód. 1106)		peso: 0,50755	
4- Tecidos, vestuário e calçados	4755-5	IPCA (cód. 4401)	peso: 1,0000
	4781-4	IPCA (cód. 41)	peso: 1,0000
	4782-2	IPCA (cód. 42)	peso: 1,0000
5- Móveis e eletrodomésticos	4753-9	IPCA (cód. 32)	peso: 1,0000
	4756-3	IPCA (cód. 7201010)	peso: 1,0000
	4759-8	IPCA (cód. 3102)	peso: 1,0000
	4762-8	IPCA (cód. 7201002)	peso: 1,0000
	4789-0	IPCA (cód. 7203)	peso: 1,0000
	4754-7	IPCA (cód. 3101)	peso: 0,74168
		IPCA (cód. 3102)	peso: 0,25832
	6- Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, perfumaria e cosméticos	4771-7	IPCA (cód. 6101)
4772-5		IPCA (cód. 6301)	peso: 1,0000
4773-3		IPCA (cód. 6201006)	peso: 1,0000
7- Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação	4751-2	IPCA (cód. 3202028)	peso: 1,0000
	4752-1	IPCA (cód. 9101019)	peso: 1,0000
	4789-0	IPCA (cód. IG)	peso: 1,0000
8- Livros, jornais, revistas e papelaria	4761-0	IPCA (cód. 8102005)	peso: 0,18507
		IPCA (cód. 8102001)	peso: 0,17893
		IPCA (cód. 8102004)	peso: 0,26411
		IPCA (cód. 8103)	peso: 0,37189
9- Outros artigos de uso pessoal e doméstico	4713-0	IPCA (cód. 1104)	peso: 0,05542
		IPCA (cód. 1112003)	peso: 0,03718
		IPCA (cód. 3102)	peso: 0,03703
		IPCA (cód. 3103)	peso: 0,02541
		IPCA (cód. 32)	peso: 0,20503
		IPCA (cód. 41)	peso: 0,30077
		IPCA (cód. 42)	peso: 0,13097
		IPCA (cód. 63)	peso: 0,20820
	4774-1	IPCA (cód. 6102)	peso: 1,0000
	4783-1	IPCA (cód. 4301002)	peso: 0,87617
		IPCA (cód. 4301004)	peso: 0,12383
	4789-0	IPCA (cód. IG)	peso: 1,0000
	4757-1	IPCA (cód. IG)	peso: 1,0000
	4763-3	IPCA (cód. 7201019)	peso: 0,18480
		IPCA (cód. 7201023)	peso: 0,81520
	10- Veículos, motocicletas, partes e peças	4511-1	IPCA (cód. 5102001)
IPCA (cód. 5102020)			peso: 1,0000
IPCA (cód. 5102009)			peso: 0,62637
IPCA (cód. 5102010)			peso: 0,37363
4530-7		IPCA (cód. 5102001)	peso: 1,0000
		IPCA (cód. 5102020)	peso: 1,0000
		IPCA (cód. 5102009)	peso: 0,62637
		IPCA (cód. 5102010)	peso: 0,37363
4541-2		IPCA (cód. 5102053)	peso: 1,0000
		IPCA (cód. 5102053)	peso: 1,0000
		IPCA (cód. 5102009)	peso: 0,62637
		IPCA (cód. 5102010)	peso: 0,37363
		IPCA (cód. 5102010)	peso: 0,37363
		IPCA (cód. 5102010)	peso: 0,37363
11- Atacado e varejo de material de construção	4671-1	SINAPI (cód. IG)	peso: 1,0000
	4672-9		
	4673-7		
	4674-5		
	4679-6		
	4741-5	IPCA (cód. 2103009)	peso: 0,10367
		IPCA (cód. 2103014)	peso: 0,89633
	4742-3	IPCA (cód. 2103008)	peso: 1,0000
	4743-1	IPCA (cód. 2103)	peso: 1,0000
	4744-0	IPCA (cód. 2103005)	peso: 0,0772
		IPCA (cód. 2103032)	peso: 0,32223
IPCA (cód. 2103039)		peso: 0,31303	
IPCA (cód. 2103040)		peso: 0,19677	
IPCA (cód. 2103041)		peso: 0,09077	
4789-0	IPCA (cód. 2103)	peso: 1,0000	

## **VI - OBSERVAÇÕES**

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

## COMENTÁRIOS

Em março de 2012, o **Comércio Varejista** do País registrou altas de 0,2% no volume de vendas e de 0,3% na receita nominal, ambas as variações com relação ao mês anterior, ajustadas sazonalmente. Para o volume e receita de vendas, tais resultados se apresentam superiores às taxas do mês anterior, como indicado nas trajetórias dos índices de base fixa e média móvel (Gráficos 1 e 2). Nas demais comparações, obtidas das séries originais (sem ajuste), o varejo nacional obteve, em termos de volume de vendas, acréscimos da ordem de 12,5% sobre março do ano anterior, 10,3% no acumulado do trimestre e 7,5% no acumulado dos últimos 12 meses. Para os mesmos indicadores, a receita nominal de vendas apresentou taxas de variação de 15,4%, 13,9% e de 12,1%, respectivamente (Tabelas 1 e 2).



Nesse terceiro mês do ano, seis das dez atividades pesquisadas obtiveram resultados negativos para o volume de vendas com ajuste sazonal (Indicador mês/mês). Em ordem de magnitude das taxas, os resultados foram os seguintes: *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos* (2,3%); *Móveis e eletrodomésticos* (1,2%); *Tecidos, vestuário e calçados* (0,8%); *Material de construção* (0,3%); *Combustíveis e lubrificantes* (-0,3%) *Outros artigos de uso pessoal e doméstico* (-0,6%); *Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* (-0,6%); *Veículos e motos, partes e peças* (-1,4%); *Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação* (-6,9%) e *Livros, jornais, revistas e papelaria* com -7,1% - Tabela 1.

Já na relação março12/março11 (série sem ajuste), todas as atividades do varejo obtiveram resultados positivos no volume de vendas. Por ordem de importância no resultado global, as variações foram as seguintes: 12,2% para *Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo*; 21,2% para *Móveis e eletrodomésticos*; 14,1% para *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos*; 30,5% para *Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação*; 9,8% em *Outros artigos de uso pessoal e doméstico*; 5,0% para *Combustíveis e lubrificantes*; 4,1% para *Tecidos, vestuário e calçados*; e 4,4% em *Livros, jornais, revistas e papelaria*.

## RESULTADOS SETORIAIS

O segmento de *Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo*, com variação de 12,2% no volume de vendas em março sobre igual mês do ano anterior, continua a proporcionar a principal contribuição à taxa global do varejo (46% - Tabela 3), dado pelo comportamento dos preços dos alimentos<sup>1</sup> nos últimos 12 meses e pelo aumento do poder de compra da população, decorrente do crescimento da massa de rendimento real habitual dos ocupados, bem como da estabilidade do emprego<sup>2</sup>, o que vem refletindo em uma ampliação de demanda. Em termos acumulados, a taxa para os primeiros três meses do ano foi de 11,3% e para os últimos 12 meses, de 6,1%.

TABELA 1  
BRASIL - INDICADORES DO VOLUME DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA E COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO SEGUNDO GRUPOS DE ATIVIDADES: PMC - Março 2012

ATIVIDADES	MÊS/MÊS ANTERIOR (*)			MÊS/GUAL MÊS DO ANO ANTERIOR			ACUMULADO	
	Taxa de Variação			Taxa de Variação			Taxa de Variação	
	JAN	FEV	MAR	JAN	FEV	MAR	NO ANO	12 MESES
<b>COMÉRCIO VAREJISTA (**)</b>	3,2	0,0	0,2	7,8	10,6	12,5	10,3	7,5
1 - Combustíveis e lubrificantes	-0,1	2,2	-0,3	-0,8	4,2	5,0	2,8	0,9
2 - Hiper, supermercados, prods. alimentícios, bebidas e fumo	8,4	-1,1	-0,6	8,5	13,3	12,2	11,3	6,1
2.1 - Super e hipermercados	8,6	-0,6	-0,1	9,0	13,9	12,9	11,9	6,3
3 - Tecidos, vest. e calçados	3,8	-3,3	0,8	1,5	-3,2	4,1	0,9	1,9
4 - Móveis e eletrodomésticos	1,3	1,3	1,2	13,2	13,5	21,2	15,9	16,4
5 - Artigos farmacêuticos, med., ortop. e de perfumaria	1,3	0,2	2,3	8,6	9,5	14,1	10,8	10,0
6 - Equip. e mat. para escritório informática e comunicação	-2,4	6,1	-6,9	32,9	33,5	30,5	32,2	24,8
7 - Livros, jornais, rev. e papelaria	1,9	-3,5	-7,1	9,8	-0,2	4,4	5,0	4,6
8 - Outros arts. de uso pessoal e doméstico	3,1	1,1	-0,6	13,1	5,0	9,8	9,4	4,5
<b>COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO (***)</b>	1,8	-0,8	0,6	8,3	3,1	10,2	7,3	6,7
9 - Veículos e motos, partes e peças	-3,3	-2,1	-1,4	7,8	-10,0	5,4	1,0	4,8
10- Material de Construção	4,6	-0,4	0,3	14,4	8,5	16,2	13,1	9,1

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

(\*) Séries com ajuste sazonal

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

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

A atividade de *Móveis e eletrodomésticos*, com variação de 21,2% no volume de vendas em relação a março do ano passado, registrou o segundo maior impacto na formação da taxa do varejo (30%). Este resultado mensal reflete a política do governo de incentivo ao consumo através da prorrogação da redução de alíquotas de IPI para a chamada linha branca, além da manutenção do crédito, da estabilidade do emprego e do crescimento da renda. No acumulado do trimestre a taxa foi de 15,9% e nos últimos 12 meses, de 16,4%<sup>3</sup>.

Com a terceira maior participação na taxa global do varejo, a atividade de *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria*, apresentou crescimento de 14,1% na comparação com março de 2011 e taxas acumuladas no trimestre e nos últimos 12 meses de 10,8% e 10,0%, respectivamente. A expansão da massa de salários, impulsionada também pelo aumento do salário mínimo, são os principais fatores explicativos do desempenho positivo do segmento.

<sup>1</sup> Variação de 4,5% nos últimos 12 meses para o grupo Alimentação no domicílio, contra um Índice Geral de preços de 5,2%, conforme o IPCA do IBGE.

<sup>2</sup> O rendimento médio real habitual dos trabalhadores, registrado em março de 2012 para o conjunto das seis regiões metropolitanas, teve elevação de 5,6% na comparação com março de 2011, e a massa de rendimento médio real habitual dos ocupados, no mesmo período de comparação, teve aumento de 7,0%. A taxa de desocupação em março de 2012 foi de 6,2%. Comparada com fevereiro de 2012 (5,7%), esse indicador aumentou 0,5 ponto percentual, segundo a PME do IBGE.

<sup>3</sup> No que tange aos preços dos eletrodomésticos houve queda de -6,9%, nos últimos 12 meses, para Aparelhos eletrônicos no IPCA do IBGE.

O segmento de *Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação*, responsável pelo quarto maior impacto na formação da taxa global, obteve acréscimo no volume de vendas, em março, da ordem de 30,5% sobre igual mês do ano passado e taxa acumulada no ano de 32,2%, e nos últimos 12 meses, de 24,8%. Dentre os fatores que vêm determinando este desempenho, destacam-se a redução de preços dos produtos do gênero (-8,8% nos últimos 12 meses para microcomputador no IPCA) e a crescente importância que os produtos de informática e comunicação vêm tendo nos hábitos de consumo das famílias.

**TABELA 2**  
BRASIL - INDICADORES DA RECEITA NOMINAL DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA E COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO SEGUNDO GRUPOS DE ATIVIDADES: PMC - Março 2012

ATIVIDADES	MÊS/MÊS ANTERIOR (*)			MÊS/IGUAL MÊS DO ANO ANTERIOR			ACUMULADO	
	Taxa de Variação			Taxa de Variação			Taxa de Variação	
	JAN	FEV	MAR	JAN	FEV	MAR	NO ANO	12 MESES
<b>COMÉRCIO VAREJISTA (**)</b>	4,0	-0,4	0,3	12,1	14,2	15,4	13,9	12,1
1 - Combustíveis e lubrificantes	-1,0	1,9	0,3	4,2	8,0	6,9	6,4	8,9
2 - Hiper, supermercados, prods. alimentícios, bebidas e fumo	8,2	-1,0	-0,3	14,4	19,6	17,8	17,3	13,2
2.1 - Super e hipermercados	8,6	-0,5	0,3	14,8	20,0	18,3	17,7	13,3
3 - Tecidos, vest. e calçados	2,4	-2,2	0,1	7,5	2,7	8,7	6,4	9,8
4 - Móveis e eletrodomésticos	1,2	0,9	0,5	10,8	10,0	16,6	12,4	12,4
5 - Artigos farmacêuticos, med., ortop. e de perfumaria	0,2	1,1	2,2	11,4	13,2	18,0	14,3	14,4
6 - Equip. e mat. para escritório informática e comunicação	-3,0	4,9	-6,8	17,9	18,1	19,7	18,6	8,5
7 - Livros, jornais, rev. e papelaria	1,3	-3,3	-8,3	14,0	2,7	6,3	8,1	9,1
8 - Outros arts. de uso pessoal e doméstico	2,4	1,1	-0,4	16,6	7,9	12,4	12,4	10,0
<b>COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO (***)</b>	2,1	-1,3	0,6	10,6	5,4	12,0	9,4	9,2
9 - Veículos e motos, partes e peças	-2,7	-3,2	-1,5	6,5	-11,1	4,1	-0,3	3,1
10- Material de Construção	4,3	0,5	0,3	16,9	10,9	18,5	15,5	12,4

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

(\*) Séries com ajuste sazonal

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

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

A atividade de *Outros artigos de uso pessoal e doméstico*, com o quinto maior impacto na formação da taxa do varejo, obteve variação de 9,8% no volume de vendas em relação a março de 2011. Cabe observar que o segmento, que é composto por lojas de departamentos, ótica, joalheira, artigos esportivos, brinquedos, etc., acompanha o comportamento do quadro geral da economia que tem seu desempenho estimulado pela reversão das medidas macroprudenciais adotadas pelo governo no final do ano de 2010. Para o primeiro trimestre a variação acumulada foi de 9,4% e para os últimos 12 meses de 4,5%.

O segmento de *Combustíveis e lubrificantes*, com 5,0% de variação do volume de vendas na relação março12/março11, respondeu este mês pela sexta maior contribuição à taxa global do varejo. Em termos de desempenho acumulado, as taxas de variação chegaram a 2,8% no ano e 0,9% nos últimos 12 meses.

Com o sétimo maior impacto na formação da taxa global, o segmento de *Tecidos, vestuário e calçados* obteve acréscimo no volume de vendas, em março, da ordem de 4,1% sobre igual mês do ano passado e taxa acumulada no ano e nos últimos 12 meses de 0,9% e 1,9%, respectivamente. Esse segmento apresenta crescimento abaixo da média do varejo, neste ano, devido à alta de preços do setor (variação de 7% nos últimos 12 meses para Vestuário contra 5,2% do índice geral de preços, segundo o IPCA).

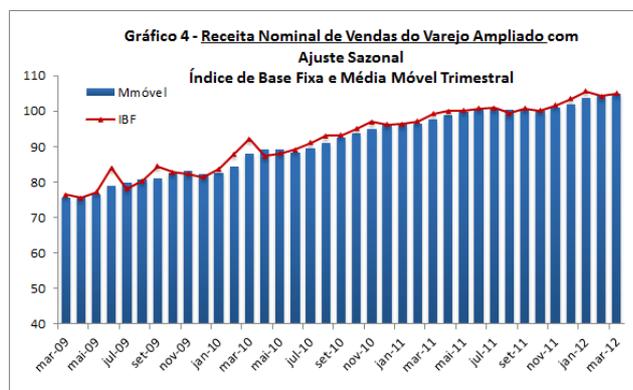
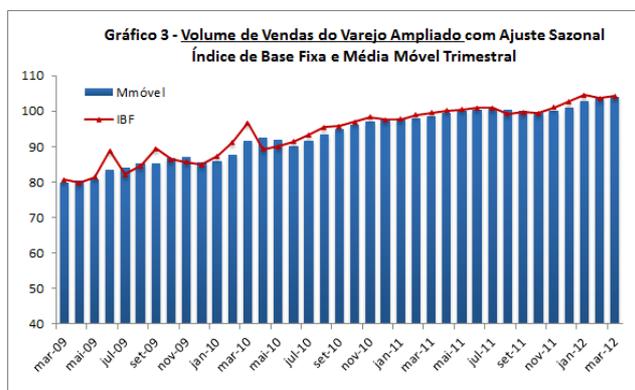
A atividade de *Livros, jornais, revistas e papelaria*, com reduzido peso na estrutura da pesquisa, exerceu a menor influência positiva no resultado global do varejo. Em relação a março de 2011, apresentou aumento no volume de vendas de 4,4% e taxas acumuladas de 5,0% para o trimestre e de 4,6% para os últimos 12 meses.

TABELA 3  
BRASIL - COMPOSIÇÃO DA TAXA MENSAL DO COMÉRCIO VAREJISTA, POR ATIVIDADES: PMC - Março 2012 (\*)  
(Indicadores de volume de vendas)

Atividades	COMÉRCIO VAREJISTA			COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO		
	Taxa	Comp. da taxa		Taxa	Comp. da taxa	
		absoluta	relativa(%)		absoluta	relativa(%)
<b>Taxa Global</b>	<b>12,5</b>	<b>12,5</b>	<b>100,0</b>	<b>10,2</b>	<b>10,2</b>	<b>100,00</b>
<b>1 - Combustíveis e lubrificantes</b>	5,0	0,4	3,5	5,0	0,2	2,3
<b>2 - Hiper, supermercados, prods. alimentícios, bebidas e fumo</b>	12,2	5,8	46,4	12,2	3,4	33,7
<b>3 - Tecidos, vest. e calçados</b>	4,1	0,2	1,9	4,1	0,1	1,4
<b>4 - Móveis e eletrodomésticos</b>	21,2	3,7	29,6	21,2	2,2	21,6
<b>5 - Artigos farmacêuticos, med., ortop. e de perfumaria</b>	14,1	0,8	6,7	14,1	0,5	5,2
<b>6 - Equip. e mat. para escritório informática e comunicação</b>	30,5	0,7	5,8	30,5	0,4	4,3
<b>7 - Livros, jornais, rev. e papelaria</b>	4,4	0,0	0,3	4,4	0,0	0,2
<b>8 - Outros arts. de uso pessoal e doméstico</b>	9,8	0,7	5,6	9,8	0,4	4,3
<b>9 - Veículos e motos, partes e peças</b>	-	-	-	5,4	1,9	18,8
<b>10- Material de Construção</b>	-	-	-	16,2	0,8	8,2

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Serviços e Comércio.  
(\*) Corresponde à participação dos resultados setoriais na formação da taxa global

O **Comércio Varejista ampliado**, que inclui o **varejo** e mais as atividades de *Veículos, motos, partes e peças* e de *Material de construção*, registrou, em relação ao mês anterior (com ajuste sazonal), crescimento tanto para o volume de vendas quanto para a receita nominal, variação de 0,6% (Gráfico 3 e 4). Comparado com o mesmo mês do ano anterior (sem ajuste sazonal), as variações foram de 10,2% para o volume de vendas e de 12,0% para a receita nominal. Nos acumulados do ano e dos últimos 12 meses o setor apresentou taxas de variação de 7,3% e 6,7% para o volume e 9,4% e 9,2% para a receita nominal de vendas, respectivamente.



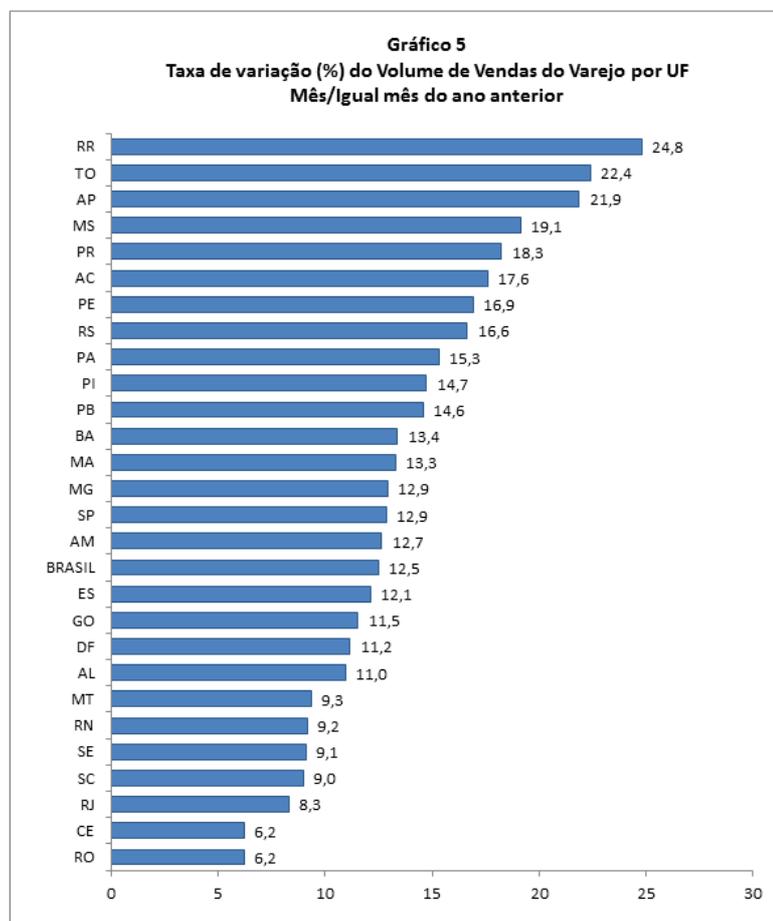
No que tange ao volume de vendas, a atividade de *Veículos, motos, partes e peças* registrou variação de -1,4% em relação a fevereiro, sendo o terceiro resultado negativo do ano. Este resultado é explicado pelo comportamento do índice de inadimplência no que diz respeito aos financiamentos de veículos que vêm levando as concessionárias a exigirem, na compra do veículo novo, boa parcela de entrada e reduzido número de meses para financiamento, comparativamente ao que se tinha antes. Comparando com março do ano anterior, a variação foi de 5,4%. Em termos de acumulados, as variações foram as seguintes: 1,0% no trimestre e 4,8% nos últimos 12 meses.

Quanto a Material de construção, as variações para o volume de vendas foram de 0,3% sobre o mês anterior, de 16,2% em relação a março de 2011 e de 13,1% e 9,1% nos acumulados do trimestre e dos últimos 12 meses, respectivamente. O aumento da massa de salários devido ao aumento do salário mínimo no início de 2012, somado à lista de produtos do segmento que ainda continuam com isenção de IPI, devem explicar estas variações.

## RESULTADOS REGIONAIS

Todas as vinte e sete Unidades da Federação apresentaram resultados positivos na comparação março12/março11 no que se refere ao volume de vendas. Os destaques foram: Roraima (24,8%); Tocantins (22,4%); Amapá (21,9%); Mato Grosso do Sul (19,1%) e Paraná (18,3%) – Gráfico 5. Quanto à participação na composição da taxa do **Comércio Varejista**, se sobressaíram, pela ordem: São Paulo (12,9%); Minas Gerais (12,9%); Rio Grande do Sul (16,6%); Paraná (18,3%) e Rio de Janeiro (8,3%).

Já em relação ao **varejo ampliado**, apenas o Espírito Santo apresentou resultado negativo, com variação de -1,9%. As maiores taxas de desempenho no volume de vendas foram verificadas em Tocantins (21,7%); Paraíba (19,0%); Minas Gerais (14,7%); Pernambuco (14,5%) e Pará (14,3%). Em termos de impacto no resultado global do setor, os destaques foram os estados de São Paulo (12,0%); Minas Gerais (14,7%); Rio de Janeiro (7,8%); Paraná (11,2%) e Rio Grande do Sul (9,5%).



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

Ainda por Unidades da Federação, os resultados com ajuste sazonal, para o volume de vendas, apontam dezesseis Estados com resultados positivos na comparação mês/mês anterior. As maiores variações foram: Acre (3,7%); Espírito Santo (2,1%); Pará (1,6%); Amazonas (1,5%) e Rio Grande do Sul (1,3%).

## RESULTADOS TRIMESTRAIS

Em termos trimestrais, os números registrados apontam para uma melhora no ritmo de crescimento do volume de vendas no que diz respeito ao **Varejo**, com aumento da taxa de 6,0% para 10,3% na passagem do quarto trimestre de 2011 para o primeiro trimestre deste ano. No **Comércio varejista ampliado** também foi verificada uma melhora, no mesmo período a taxa de variação passou de 3,1% para 7,3% - Tabela 4.

TABELA 4  
BRASIL - INDICADORES TRIMESTRAIS DE VOLUME DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA POR ATIVIDADE: PMC Março 2012

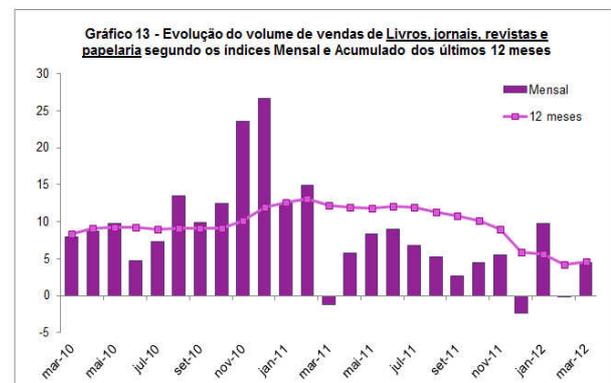
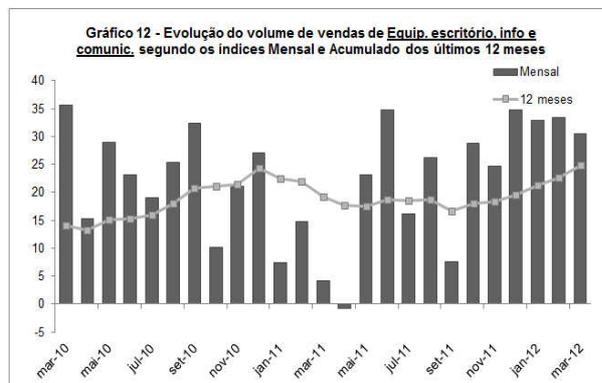
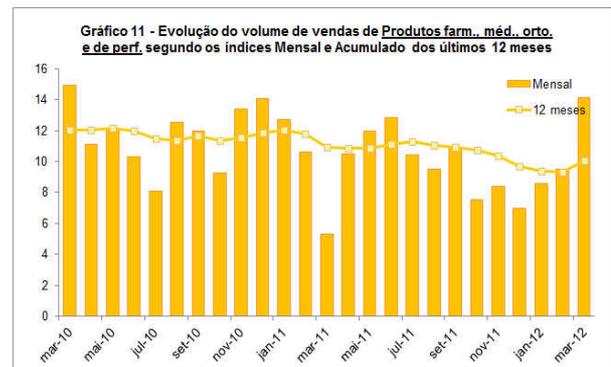
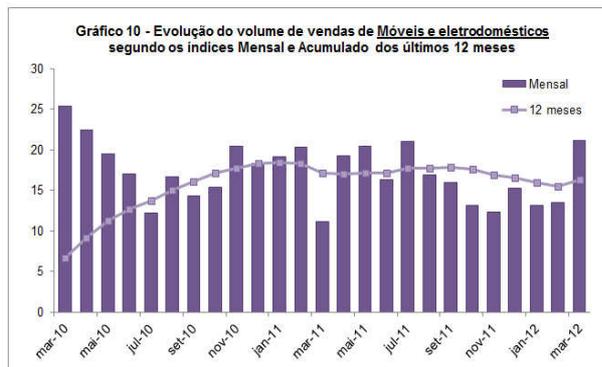
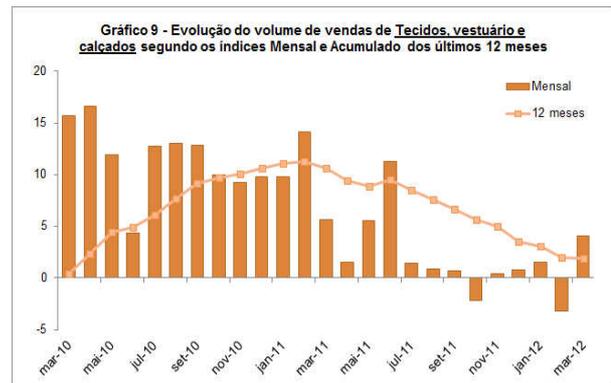
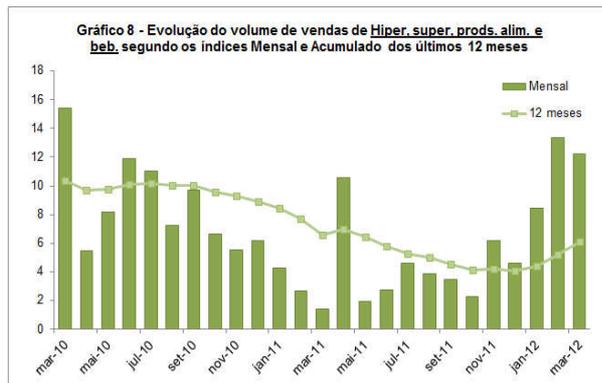
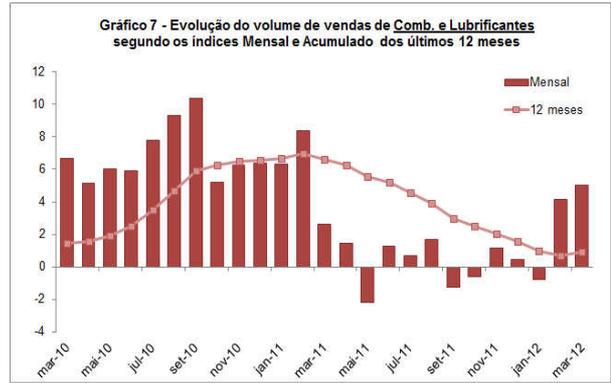
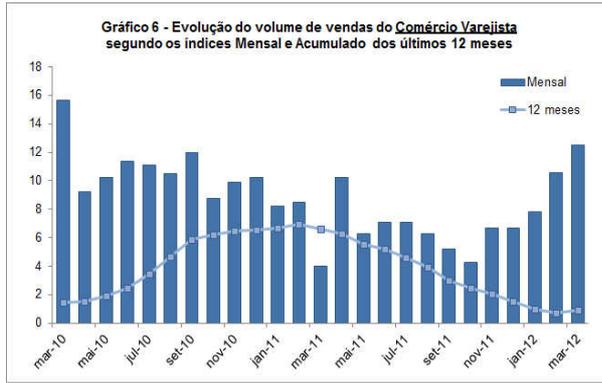
Atividades	Taxas de desempenho de 2010					Taxas de desempenho de 2011				
	Taxas Trimestrais*				Taxa	Taxas Trimestrais*				Taxa
	1º TRI	2º TRI	3º TRI	4º TRI	Anual**	1º TRI	2º TRI	3º TRI	4º TRI	Anual**
<b>COMÉRCIO VAREJISTA (**)</b>	6,8	7,8	6,2	6,0	6,7	10,3				10,3
1 - Combustíveis e lubrificantes	5,6	0,1	0,4	0,3	1,6	2,8				2,8
2 - Hiper, supermercados, prods. alimentícios, bebidas e fumo	2,8	5,1	4,0	4,3	4,0	11,3				11,3
2.1 - Super e hipermercados	2,7	5,0	4,0	4,4	4,0	11,9				11,9
3 - Tecidos, vest. e calçados	9,6	6,3	1,0	-0,1	3,6	0,9				0,9
4 - Móveis e eletrodomésticos	16,8	18,7	17,9	13,8	16,6	15,9				15,9
5 - Artigos farmacêuticos, med., ortop. e de perfumaria	9,4	11,8	10,3	7,6	9,7	10,8				10,8
6 - Equip. e mat. para escritório informática e comunicação	8,3	20,3	16,1	30,4	19,6	32,2				32,2
7 - Livros, jornais, rev. e papelaria	9,3	7,6	4,9	1,6	5,9	5,0				5,0
8 - Outros arts. de uso pessoal e doméstico	7,1	6,0	1,5	2,3	4,0	9,4				9,4
<b>COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO (***)</b>	7,0	11,4	5,7	3,1	6,6	7,3				7,3
9 - Veículos e motos, partes e peças	6,3	18,0	4,8	-2,4	6,1	1,0				1,0
10 - Material de Construção	13,6	11,7	6,5	5,9	9,1	13,1				13,1

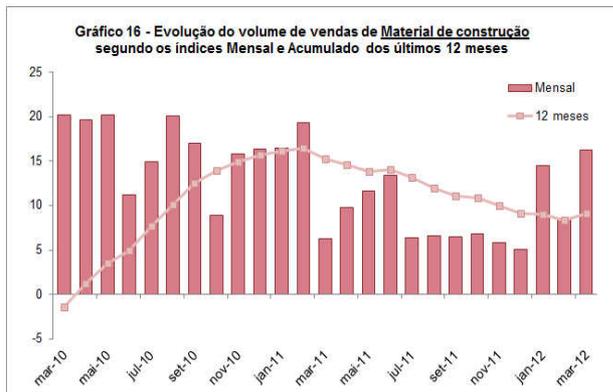
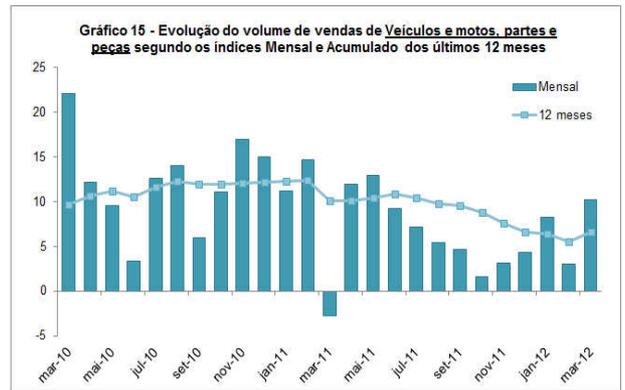
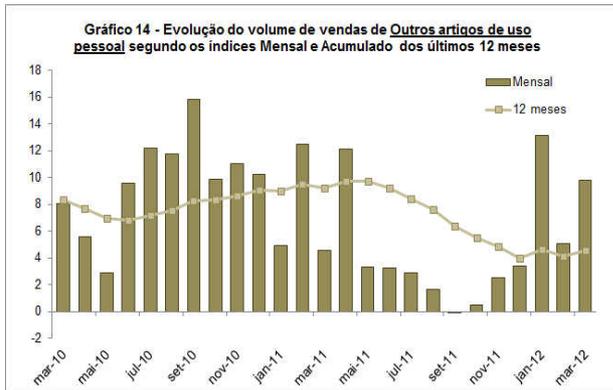
Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Serviços e Comércio

(\*) Referência: igual período do ano anterior = 100

(\*\*) Referência: acumulado igual período do ano anterior = 100

As dez atividades pesquisadas apresentaram resultados superiores aos do último trimestre de 2011. Em ordem de magnitude das taxas, os resultados foram os seguintes: *Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação* (de 30,4% para 32,2%); *Móveis e eletrodomésticos* (de 13,8% para 15,9%); *Material de construção* (de 5,9% para 13,1%); *Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* (de 4,3% para 11,3%); *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos* (de 7,6% para 10,8%); *Outros artigos de uso pessoal e doméstico* (de 2,3% para 9,4%); *Livros, jornais, revistas e papelaria* (de 1,6% para 5,0%); *Combustíveis e lubrificantes* (de 0,3% para 2,8%); *Veículos e motos, partes e peças* (de -2,4% para 1,0%) e *Tecidos, vestuário e calçados* (de -0,1% para 0,9%).





**PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC**

**Tabela 1 - Índice e variação de volume de vendas no comércio varejista, por Unidade da Federação**

Mês: Mar/2012

Unidade da Federação	Índice de volume (1)	Variação				
		Mensal (2)			Acumulada (3)	
		jan/12	fev/12	mar/12	no ano	12 Meses
Brasil	106,9	7,8	10,6	12,5	10,3	7,5
Rondônia	96,8	5,9	4,2	6,2	5,5	8,6
Acre	110,1	11,5	8,3	17,6	12,6	9,3
Amazonas	102,5	1,1	3,3	12,7	5,6	4,4
Roraima	118,9	23,7	36,8	24,8	28,1	13,3
Pará	102,6	9,1	10,2	15,3	11,5	8,9
Amapá	106,3	14,0	15,8	21,9	17,1	4,4
Tocantins	107,0	21,5	19,6	22,4	21,2	22,6
Maranhão	106,7	14,1	13,5	13,3	13,6	9,7
Piauí	106,5	9,8	13,3	14,7	12,6	7,3
Ceará	101,9	4,2	10,1	6,2	6,7	7,0
Rio G. do Norte	102,6	-1,2	5,7	9,2	4,5	6,4
Paraíba	104,5	11,5	8,3	14,6	11,5	12,4
Pernambuco	107,1	9,7	10,9	16,9	12,5	8,3
Alagoas	103,9	5,1	12,1	11,0	9,3	4,6
Sergipe	101,4	0,6	10,2	9,1	6,4	1,8
Bahia	108,1	7,7	8,9	13,4	10,0	7,8
Minas Gerais	106,7	5,9	9,0	12,9	9,3	9,3
Espirito Santo	109,7	3,4	10,1	12,1	8,5	8,0
Rio de Janeiro	102,4	0,8	3,4	8,3	4,1	5,8
São Paulo	108,7	9,0	12,4	12,9	11,4	7,3
Paraná	110,6	16,4	15,9	18,3	16,9	10,3
Santa Catarina	106,1	11,1	16,2	9,0	11,9	8,2
Rio Grande do Sul	108,7	10,3	11,2	16,6	12,8	7,6
Mato Grosso do Sul	111,0	17,8	16,9	19,1	18,0	8,7
Mato Grosso	104,6	4,0	4,2	9,3	5,9	3,8
Goiás	105,4	4,2	8,6	11,5	8,1	7,0
Distrito Federal	104,5	1,7	5,0	11,2	5,9	4,6

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

(1) Base: 2011 = 100

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

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

Base 12 meses: 12 meses imediatamente anteriores aos 12 últimos meses = 100

**PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC**

**Tabela 2 - Variação de volume de vendas no comércio varejista, por atividade e Unidade da Federação (Continua)**

**Mês: Mar/2012**

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

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

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

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

Base 12 meses: 12 meses imediatamente anteriores aos 12 últimos meses = 100

**PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC**

**Tabela 2 - Variação de volume de vendas no comércio varejista, por atividade e Unidade da Federação (Conclusão)**

**Mês: Mar/2012**

Unidade da Federação	Móveis e eletrodomésticos			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 (2)		Mensal (1)	Acumulada (2)		Mensal (1)	Acumulada (2)		Mensal (1)	Acumulada (2)		Mensal (1)	Acumulada (2)	
		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses
Brasil	21,2	15,9	16,4	14,2	10,8	10,1	4,4	5,0	4,6	30,5	32,2	24,8	9,8	9,4	4,6
Ceará	3,9	11,5	13,4	15,9	13,9	17,0	-0,4	-3,3	-0,9	-32,8	-14,8	13,1	12,7	4,4	1,3
Pernambuco	19,8	18,4	22,6	40,6	34,9	19,1	33,7	17,1	15,0	14,1	7,9	-13,4	33,4	18,0	12,0
Bahia	20,3	16,1	15,5	9,3	3,4	8,2	9,5	-20,3	5,5	13,4	3,1	-23,3	28,6	13,8	7,6
Minas Gerais	39,4	28,8	29,6	12,4	10,2	8,3	-2,9	7,8	6,6	22,7	11,8	11,4	23,1	18,0	11,8
Espirito Santo	25,5	5,8	8,3	9,7	8,7	18,6	4,8	-3,0	7,0	45,9	30,7	10,0	42,7	29,1	19,9
Rio de Janeiro	31,2	18,6	19,4	9,7	7,5	6,6	8,9	3,2	1,1	7,8	11,1	6,1	7,4	2,1	5,2
São Paulo	13,0	9,5	13,1	13,0	9,5	9,3	-1,1	9,6	7,2	35,0	49,2	37,6	1,6	7,3	1,2
Paraná	31,2	24,2	19,7	28,6	24,3	18,4	-1,3	5,2	1,3	13,1	4,9	8,9	23,9	21,2	11,7
Santa Catarina	18,7	18,9	12,7	11,0	11,3	8,2	19,2	9,2	4,8	44,1	37,4	27,6	-18,8	6,9	3,6
Rio Grande do Sul	17,4	11,1	13,8	11,7	9,1	9,4	3,9	1,3	-4,4	20,1	34,3	15,7	13,0	10,8	6,1
Goiás	17,9	14,5	9,1	17,0	12,6	13,4	33,8	35,1	22,0	-6,4	0,3	-3,2	24,7	16,7	8,1
Distrito Federal	23,0	16,1	15,9	18,3	13,3	5,5	15,7	8,9	-2,7	34,8	10,4	8,3	7,3	-1,1	0,2

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

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

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

Base 12 meses: 12 meses imediatamente anteriores aos 12 últimos meses = 100

**PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC**

**Tabela 3 - Índice de volume de vendas no comércio varejista (1), por Unidade da Federação**

Mês: Mar/2012

Unidade da Federação	Comércio varejista												
	mar/11	abr/11	mai/11	jun/11	jul/11	ago/11	set/11	out/11	nov/11	dez/11	jan/12	fev/12	mar/12
Brasil	95,0	95,8	98,0	95,4	98,6	99,0	96,6	100,5	101,6	137,6	101,7	97,0	106,9
Rondônia	91,1	92,7	102,2	93,2	105,9	102,1	97,8	97,9	100,6	146,2	91,1	87,7	96,8
Acre	93,6	93,3	100,1	89,8	100,1	100,2	97,6	94,6	99,4	149,7	104,1	95,7	110,1
Amazonas	91,0	90,8	98,2	95,6	97,9	104,6	94,8	100,1	103,4	138,9	97,8	91,1	102,5
Roraima	95,3	92,0	94,5	93,4	97,8	104,1	105,3	102,7	105,5	129,8	117,2	116,1	118,9
Pará	89,0	92,6	96,5	94,0	98,4	101,4	96,5	102,9	98,6	155,9	99,9	90,9	102,6
Amapá	87,2	86,7	95,3	99,5	101,1	103,1	97,5	101,9	101,7	145,3	107,4	100,2	106,3
Tocantins	87,4	92,4	98,2	96,4	105,4	106,2	100,7	101,6	101,2	147,2	100,0	96,9	107,0
Maranhão	94,2	95,3	99,3	91,7	100,6	104,3	99,8	94,5	102,0	140,7	103,2	99,2	106,7
Piauí	92,8	91,2	99,5	97,0	103,4	102,7	97,1	95,0	100,2	137,5	105,3	99,4	106,5
Ceará	96,0	92,3	97,6	95,4	101,1	100,6	97,5	100,8	99,4	135,4	100,2	96,8	101,9
Rio G. do Norte	93,9	95,4	97,8	93,7	100,4	102,5	95,5	98,7	98,6	135,5	95,9	96,2	102,6
Paraíba	91,2	93,0	97,1	96,5	100,6	100,3	97,9	98,6	101,5	143,8	101,0	96,6	104,5
Pernambuco	91,6	94,7	96,9	95,0	99,8	99,4	96,0	100,5	104,0	140,0	103,9	96,8	107,1
Alagoas	93,6	94,3	99,1	93,5	97,6	98,7	93,6	97,5	101,1	143,1	103,4	100,4	103,9
Sergipe	92,9	93,5	97,6	95,8	96,9	98,6	94,5	99,9	101,9	137,5	103,7	96,8	101,4
Bahia	95,3	94,4	97,7	97,0	98,7	99,5	95,4	99,2	100,5	137,9	102,1	97,6	108,1
Minas Gerais	94,5	96,0	97,8	94,0	98,6	98,9	97,3	100,6	101,1	136,3	101,8	96,8	106,7
Espirito Santo	97,8	97,2	95,5	92,8	100,5	99,8	96,3	100,5	99,1	132,6	101,1	99,3	109,7
Rio de Janeiro	94,5	95,8	98,0	92,7	96,4	97,6	96,0	100,6	101,8	138,8	97,5	94,3	102,4
São Paulo	96,3	96,4	98,4	96,7	98,1	97,9	96,8	101,3	102,1	136,2	101,8	97,0	108,7
Paraná	93,6	97,1	97,4	94,8	99,8	100,8	98,4	99,5	101,1	137,7	109,0	99,9	110,6
Santa Catarina	97,4	94,8	92,9	93,1	99,2	99,9	97,2	99,3	102,4	137,6	108,5	102,9	106,1
Rio Grande do Sul	93,2	97,4	98,8	97,4	99,6	99,3	95,6	99,9	100,1	141,9	100,2	95,7	108,7
Mato Grosso do Sul	93,2	93,6	107,4	94,7	99,6	97,8	96,2	102,1	100,8	136,1	107,3	102,2	111,0
Mato Grosso	95,7	95,3	96,7	93,7	102,1	101,8	97,4	100,7	100,8	135,0	94,6	93,8	104,6
Goiás	94,5	94,7	98,6	94,8	99,8	100,1	96,3	100,6	99,1	135,6	102,6	95,1	105,4
Distrito Federal	94,0	96,0	98,4	94,6	98,7	98,9	93,8	99,0	105,0	134,7	97,9	95,2	104,5

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

(1) Base: 2011 = 100

**PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC**

**Tabela 5 - Índice e variação da receita nominal de vendas no comércio varejista, por Unidade da Federação.**

**Mês: Mar/2012**

Unidade da Federação	Índice de receita (1)	Variação				
		Mensal (2)			Acumulada (3)	
		jan/12	fev/12	mar/12	no ano	12 Meses
Brasil	108,5	12,1	14,2	15,4	13,9	12,1
Rondônia	98,7	9,9	8,2	10,7	9,6	15,0
Acre	113,3	16,5	13,6	23,2	17,9	16,0
Amazonas	103,8	4,4	6,3	15,1	8,6	8,3
Roraima	121,6	26,1	39,5	29,3	31,4	14,3
Pará	104,7	13,1	13,5	18,5	15,1	12,8
Amapá	107,2	14,7	15,6	23,3	17,8	5,9
Tocantins	108,7	26,6	24,2	25,4	25,4	29,0
Maranhão	109,1	17,2	17,0	17,5	17,2	16,2
Piauí	108,9	12,0	17,5	18,3	15,9	12,1
Ceará	104,1	7,1	13,5	11,0	10,4	10,9
Rio G. do Norte	104,6	0,1	8,2	11,9	6,6	8,6
Paraíba	105,7	15,8	11,8	17,0	14,9	16,3
Pernambuco	108,5	14,0	15,0	20,7	16,6	12,6
Alagoas	105,4	9,3	16,9	14,7	13,5	9,3
Sergipe	103,4	4,9	14,9	13,4	10,8	5,9
Bahia	109,6	10,9	11,5	16,3	12,9	10,6
Minas Gerais	108,8	11,6	12,9	15,4	13,4	13,8
Espírito Santo	111,8	9,0	15,7	16,5	13,7	14,8
Rio de Janeiro	104,4	5,9	7,8	11,3	8,3	10,3
São Paulo	110,3	13,4	15,6	15,8	14,9	11,9
Paraná	111,5	19,9	19,4	20,3	19,8	15,9
Santa Catarina	107,6	14,4	19,5	10,5	14,6	13,6
Rio Grande do Sul	110,1	14,4	15,8	19,8	16,8	12,6
Mato Grosso do Sul	112,9	23,6	21,7	21,1	22,1	14,7
Mato Grosso	106,4	9,0	8,1	11,2	9,5	8,3
Goiás	107,2	9,3	12,3	14,0	11,8	11,2
Distrito Federal	105,9	4,5	7,6	12,3	8,1	7,4

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

(1) Base: 2011 = 100

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

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

Base 12 meses: 12 meses imediatamente anteriores aos 12 últimos meses = 100

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

Tabela 6 - Variação de receita nominal de vendas no comércio varejista, por atividade e Unidade da Federação (Continua)

Mês: Mar/2012

Unidade da Federação	Comércio Varejista			Combustíveis e lubrificantes			Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo						Tecidos, vestuário e calçados		
	Mensal (1)	Acumulada (2)		Mensal (1)	Acumulada (2)		Total			Hipermercados e Supermercados			Mensal (1)	Acumulada (2)	
		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses	Mensal (1)	no ano	12 Meses	Mensal (1)	no ano	12 Meses		no ano	12 Meses
Brasil	15,4	13,9	12,1	6,9	6,4	8,9	17,8	17,3	13,2	18,3	17,7	13,3	8,7	6,4	9,8
Ceará	11,0	10,4	10,9	19,2	15,9	6,1	8,9	9,2	12,0	8,5	8,8	11,7	12,1	6,4	7,3
Pernambuco	20,7	16,6	12,6	11,5	8,2	14,7	16,7	15,9	7,3	17,6	17,0	7,2	30,2	21,3	16,9
Bahia	16,3	12,9	10,6	13,2	10,2	8,3	14,5	15,5	9,7	11,8	13,0	8,8	21,2	13,7	13,5
Minas Gerais	15,4	13,4	13,8	8,4	10,2	11,5	14,0	12,8	12,9	14,1	12,9	13,0	4,8	4,9	10,1
Espirito Santo	16,5	13,7	14,8	17,0	8,3	11,8	11,7	14,5	14,0	12,0	14,7	14,3	12,3	9,6	16,4
Rio de Janeiro	11,3	8,3	10,3	18,3	11,0	9,9	6,5	6,9	9,6	7,7	7,8	9,9	15,1	9,4	12,4
São Paulo	15,8	14,9	11,9	-1,2	-0,9	7,5	23,8	21,4	14,5	24,5	22,0	14,6	-0,1	1,6	7,9
Paraná	20,3	19,8	15,9	7,3	5,5	5,1	22,8	26,0	18,2	23,1	26,6	18,4	10,5	4,4	6,8
Santa Catarina	10,5	14,6	13,6	3,8	5,1	9,9	14,5	18,3	15,9	14,2	18,3	15,7	6,7	5,9	12,5
Rio Grande do Sul	19,8	16,8	12,6	0,5	3,4	9,2	27,2	24,0	13,1	27,4	24,4	13,1	21,9	9,5	15,8
Goiás	14,0	11,8	11,2	-5,6	-4,5	6,1	16,9	16,0	15,6	17,8	16,6	15,8	8,9	3,4	11,1
Distrito Federal	12,3	8,1	7,4	13,7	10,1	12,1	8,6	6,4	5,8	8,2	6,3	5,7	4,2	0,0	0,4

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

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

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

Base 12 meses: 12 meses imediatamente anteriores aos 12 últimos meses = 100

**PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC**

**Tabela 6 - Variação de receita nominal de vendas no comércio varejista, por atividade e Unidade da Federação (Conclusão)**

Mês: Mar/2012

Unidade da Federação	Móveis e eletrodomésticos			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 (2)		Mensal (1)	Acumulada (2)		Mensal (1)	Acumulada (2)		Mensal (1)	Acumulada (2)		Mensal (1)	Acumulada (2)	
		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses
Brasil	16,6	12,4	12,4	18,0	14,3	14,4	6,3	8,1	9,1	19,7	18,7	8,5	12,4	12,4	10,0
Ceará	3,4	9,6	10,7	17,4	16,0	20,5	1,3	-1,4	1,9	-37,7	-22,5	-5,5	17,3	9,1	9,7
Pernambuco	16,0	13,9	17,5	43,9	38,0	22,7	33,8	17,4	17,2	11,8	3,9	-20,7	36,7	21,9	19,2
Bahia	19,4	15,6	13,9	12,0	5,3	10,7	10,8	-19,1	5,2	7,6	-1,3	-31,0	32,6	18,0	14,6
Minas Gerais	31,3	22,7	21,8	15,4	13,0	12,9	-1,3	10,1	10,8	14,1	3,7	-2,2	25,1	20,8	17,7
Espirito Santo	27,7	9,5	10,5	10,9	10,0	22,3	5,4	-0,6	11,9	33,5	20,8	0,6	46,2	32,7	24,8
Rio de Janeiro	24,7	14,3	13,4	11,7	9,5	10,1	9,9	6,0	6,0	-1,3	2,6	-2,8	11,2	5,7	9,2
São Paulo	6,9	5,4	8,7	18,3	14,0	14,1	1,8	12,5	12,4	25,4	33,9	18,1	3,5	9,9	5,4
Paraná	21,9	16,5	17,9	33,1	28,7	25,3	-0,3	6,6	5,1	-3,0	-8,6	-3,2	25,3	23,5	19,4
Santa Catarina	11,8	11,6	9,2	14,5	14,9	14,4	20,4	10,7	8,7	26,5	21,6	13,6	-18,5	8,1	10,4
Rio Grande do Sul	14,8	8,4	11,3	16,4	13,5	14,7	8,0	5,2	-0,7	14,1	22,7	2,9	16,6	14,5	12,2
Goiás	15,4	12,5	4,1	19,7	14,7	15,7	37,6	38,7	25,3	-13,7	-7,2	-10,2	28,6	21,1	14,8
Distrito Federal	18,7	13,3	10,7	22,0	17,2	10,9	17,3	10,9	1,2	18,7	-0,5	-5,8	9,7	2,2	6,0

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

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

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

Base 12 meses: 12 meses imediatamente anteriores aos 12 últimos meses = 100

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

Tabela 7 - Índice de receita nominal de vendas no comércio varejista (1), por Unidade da Federação

Mês: Mar/2012

Unidade da Federação	Comércio varejista												
	mar/11	abr/11	mai/11	jun/11	jul/11	ago/11	set/11	out/11	nov/11	dez/11	jan/12	fev/12	mar/12
Brasil	94,1	96,4	97,9	95,2	98,7	99,4	97,1	101,4	102,4	139,0	103,3	98,5	108,5
Rondônia	89,2	91,5	101,4	93,7	105,6	102,1	97,8	99,6	102,2	150,1	92,6	89,5	98,7
Acre	92,0	92,2	99,1	90,0	100,0	100,2	97,2	96,1	101,4	153,9	106,5	98,3	113,3
Amazonas	90,2	90,9	97,7	95,1	97,5	103,4	95,2	101,4	104,7	142,2	99,2	92,3	103,8
Roraima	94,0	92,7	94,8	92,8	97,9	104,3	105,0	103,5	105,3	131,3	118,7	117,7	121,6
Pará	88,4	92,7	96,2	93,7	98,6	101,1	96,4	103,8	99,9	157,9	101,7	92,5	104,7
Amapá	87,0	87,4	95,4	99,0	101,5	103,2	97,6	102,5	101,4	144,0	107,9	100,6	107,2
Tocantins	86,7	93,5	98,7	95,9	105,0	106,0	100,6	102,0	102,9	149,2	101,8	98,5	108,7
Maranhão	92,9	94,6	98,2	91,4	100,2	104,4	100,2	95,6	103,4	145,0	103,7	100,1	109,1
Piauí	92,1	91,3	99,2	96,6	103,6	102,8	96,8	95,6	100,4	141,2	106,3	100,8	108,9
Ceará	93,8	92,5	96,9	95,1	101,3	100,6	96,5	101,0	101,2	140,6	101,0	97,9	104,1
Rio G. do Norte	93,5	96,2	96,4	93,6	100,2	99,8	94,8	98,9	99,9	140,7	96,4	97,1	104,6
Paraíba	90,4	93,2	96,4	97,3	99,9	100,4	98,4	99,5	102,9	146,5	101,8	97,6	105,7
Pernambuco	89,9	94,4	96,4	96,2	99,6	99,9	96,6	100,9	104,9	144,1	104,8	97,9	108,5
Alagoas	91,9	94,0	98,4	94,4	97,1	99,0	94,4	98,5	103,0	146,9	104,4	101,7	105,4
Sergipe	91,2	93,9	97,6	97,0	96,5	99,1	95,3	100,3	102,5	140,8	105,1	98,4	103,4
Bahia	94,3	95,8	97,3	97,1	98,4	99,8	95,9	99,3	100,1	140,1	103,5	98,9	109,6
Minas Gerais	94,3	96,8	97,9	94,6	98,6	99,5	98,4	101,7	101,5	136,7	103,5	98,7	108,8
Espirito Santo	96,0	96,5	95,8	92,7	99,9	100,5	97,2	101,7	100,6	136,6	103,4	101,5	111,8
Rio de Janeiro	93,8	95,8	97,9	93,3	96,3	97,8	96,3	101,5	102,2	141,5	99,7	96,4	104,4
São Paulo	95,2	97,1	98,5	95,9	98,5	98,9	97,5	102,2	103,2	136,4	103,5	98,6	110,3
Paraná	92,7	98,0	97,0	94,7	99,5	100,2	98,4	100,8	102,1	140,2	110,1	101,0	111,5
Santa Catarina	97,4	96,5	94,0	92,9	98,9	99,1	97,1	100,3	102,4	137,8	110,1	104,4	107,6
Rio Grande do Sul	91,9	98,7	99,0	97,4	99,3	98,7	95,6	101,2	102,4	143,8	101,0	97,0	110,1
Mato Grosso do Sul	93,3	94,9	105,4	94,9	99,5	98,2	96,3	102,8	102,2	138,4	109,6	103,9	112,9
Mato Grosso	95,7	97,1	97,9	93,4	102,9	101,8	96,6	100,7	100,3	136,3	97,2	95,4	106,4
Goiás	94,0	96,1	98,8	95,0	99,7	100,5	96,7	101,1	100,1	136,0	104,9	96,8	107,2
Distrito Federal	94,3	97,6	98,2	94,7	100,0	99,8	94,8	101,0	102,1	132,7	99,2	96,5	105,9

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

(1) Base: 2011 = 100

**PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC**

**Tabela 9 - Índice e variação de volume de vendas do comércio varejista ampliado (1), por Unidade da Federação.**

**Mês: Mar/2012**

Unidade da Federação	Índice de volume (2)	Variação				
		Mensal (3)			Acumulada (4)	
		jan/12	fev/12	mar/12	no ano	12 Meses
Brasil	106,8	8,3	3,1	10,2	7,3	6,7
Rondônia	96,0	6,1	6,3	7,5	6,7	6,9
Acre	99,0	8,5	-3,5	0,8	1,8	3,6
Amazonas	100,9	-1,0	-0,6	7,3	1,9	2,5
Roraima	114,8	13,5	21,4	12,4	15,5	9,5
Pará	106,7	9,9	5,1	14,3	9,9	6,6
Amapá	99,8	2,6	4,9	7,7	5,0	-4,1
Tocantins	110,4	5,6	11,9	21,7	12,9	17,8
Maranhão	104,5	15,5	6,8	12,3	11,5	10,1
Piauí	104,6	11,8	7,9	13,1	11,0	7,5
Ceará	102,0	9,4	-0,1	7,5	5,6	7,5
Rio G. do Norte	101,2	2,8	-1,0	7,4	3,1	4,8
Paraíba	110,9	8,0	0,6	19,0	9,2	8,7
Pernambuco	105,9	7,6	2,7	14,5	8,3	6,3
Alagoas	105,7	6,5	2,2	9,2	6,0	3,4
Sergipe	102,0	4,9	3,6	4,6	4,4	0,7
Bahia	110,2	8,0	3,2	14,1	8,5	5,6
Minas Gerais	110,3	3,3	3,0	14,7	7,1	7,9
Espirito Santo	106,9	3,1	-3,5	-1,9	-0,8	8,7
Rio de Janeiro	101,7	1,2	-4,1	7,8	1,7	5,3
São Paulo	109,2	10,7	5,7	12,0	9,6	7,0
Paraná	107,1	16,1	5,4	11,2	10,9	9,5
Santa Catarina	103,9	6,0	2,6	3,8	4,1	6,8
Rio Grande do Sul	106,4	9,8	1,6	9,5	7,0	6,0
Mato Grosso do Sul	103,7	9,4	3,9	10,0	7,8	4,6
Mato Grosso	107,1	4,9	11,9	10,9	9,2	8,1
Goiás	103,8	11,4	1,2	3,1	5,2	6,5
Distrito Federal	105,8	3,9	-2,3	9,8	3,9	2,4

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: 2011 = 100

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

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

Base 12 meses: 12 meses imediatamente anteriores aos 12 últimos meses = 100

**PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC**

**Tabela 10 - Variação de volume de vendas no comércio varejista ampliado (1), por atividade e Unidade da Federação (Continua)**

**Mês: Mar/2012**

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

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 no ano: Igual período do ano anterior = 100

Base 12 meses: 12 meses imediatamente anteriores aos 12 últimos meses = 100

**PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC**

**Tabela 10 - Variação de volume de vendas no comércio varejista ampliado (1), por atividade e Unidade da Federação (Continua)**

**Mês: Mar/2012**

Unidade da Federação	Móveis e eletrodomésticos			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 (2)	Acumulada (3)		Mensal (2)	Acumulada (3)		Mensal (2)	Acumulada (3)		Mensal (2)	Acumulada (3)		Mensal (2)	Acumulada (3)	
		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses
Brasil	21,2	15,9	16,4	14,2	10,8	10,1	4,4	5,0	4,6	30,5	32,2	24,8	9,8	9,4	4,6
Ceará	3,9	11,5	13,4	15,9	13,9	17,0	-0,4	-3,3	-0,9	-32,8	-14,8	13,1	12,7	4,4	1,3
Pernambuco	19,8	18,4	22,6	40,6	34,9	19,1	33,7	17,1	15,0	14,1	7,9	-13,4	33,4	18,0	12,0
Bahia	20,3	16,1	15,5	9,3	3,4	8,2	9,5	-20,3	5,5	13,4	3,1	-23,3	28,6	13,8	7,6
Minas Gerais	39,4	28,8	29,6	12,4	10,2	8,3	-2,9	7,8	6,6	22,7	11,8	11,4	23,1	18,0	11,8
Espirito Santo	25,5	5,8	8,3	9,7	8,7	18,6	4,8	-3,0	7,0	45,9	30,7	10,0	42,7	29,1	19,9
Rio de Janeiro	31,2	18,6	19,4	9,7	7,5	6,6	8,9	3,2	1,1	7,8	11,1	6,1	7,4	2,1	5,2
São Paulo	13,0	9,5	13,1	13,0	9,5	9,3	-1,1	9,6	7,2	35,0	49,2	37,6	1,6	7,3	1,2
Paraná	31,2	24,2	19,7	28,6	24,3	18,4	-1,3	5,2	1,3	13,1	4,9	8,9	23,9	21,2	11,7
Santa Catarina	18,7	18,9	12,7	11,0	11,3	8,2	19,2	9,2	4,8	44,1	37,4	27,6	-18,8	6,9	3,6
Rio Grande do Sul	17,4	11,1	13,8	11,7	9,1	9,4	3,9	1,3	-4,4	20,1	34,3	15,7	13,0	10,8	6,1
Goiás	17,9	14,5	9,1	17,0	12,6	13,4	33,8	35,1	22,0	-6,4	0,3	-3,2	24,7	16,7	8,1
Distrito Federal	23,0	16,1	15,9	18,3	13,3	5,5	15,7	8,9	-2,7	34,8	10,4	8,3	7,3	-1,1	0,2

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 no ano: Igual período do ano anterior = 100

Base 12 meses: 12 meses imediatamente anteriores aos 12 últimos meses = 100

**PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC**

**Tabela 10 - Variação de volume de vendas no comércio varejista ampliado (1), por atividade e Unidade da Federação (Conclusão)**

**Mês: Mar/2012**

Unidade da Federação	Veículos, motocicletas, partes e peças			Material de construção		
	Mensal (2)	Acumulada (3)		Mensal (2)	Acumulada (3)	
		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses
Brasil	5,4	1,0	4,8	16,2	13,1	9,1
Ceará	6,6	1,8	8,3	25,4	14,4	6,3
Pernambuco	7,6	-1,0	1,7	27,1	18,0	12,1
Bahia	14,0	4,8	0,4	21,7	7,1	2,1
Minas Gerais	17,7	3,9	5,5	13,0	4,4	7,2
Espirito Santo	-12,7	-8,7	8,7	28,5	19,2	12,2
Rio de Janeiro	6,6	-5,5	2,8	8,4	4,2	10,7
São Paulo	9,9	4,0	5,9	20,2	22,0	9,0
Paraná	0,6	2,5	8,0	14,7	11,5	12,3
Santa Catarina	-3,7	-7,8	4,0	9,9	16,9	13,1
Rio Grande do Sul	-2,8	-2,8	1,7	7,9	4,6	10,9
Goíás	-6,2	1,7	5,5	11,9	10,4	9,6
Distrito Federal	8,0	0,7	-2,0	6,8	2,2	6,1

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 no ano: Igual período do ano anterior = 100

Base 12 meses: 12 meses imediatamente anteriores aos 12 últimos meses = 100

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

Tabela 11 - Índice de volume de vendas no comércio varejista ampliado (1), por Unidade da Federação

Mês: Mar/2012

Unidade da Federação	Comércio Varejista Ampliado												
	mar/11	abr/11	mai/11	jun/11	jul/11	ago/11	set/11	out/11	nov/11	dez/11	jan/12	fev/12	mar/12
Brasil	96,9	95,0	101,2	96,9	99,2	101,4	98,7	99,1	102,8	126,0	99,9	93,4	106,8
Rondônia	89,3	90,3	98,6	92,0	107,4	111,8	104,8	104,4	105,3	129,8	89,7	87,0	96,0
Acre	98,2	95,2	101,1	90,9	99,7	105,2	102,7	95,6	97,7	133,9	96,0	88,3	99,0
Amazonas	94,1	91,3	100,1	97,6	100,9	106,2	95,0	97,4	106,0	126,3	94,0	89,7	100,9
Roraima	102,2	91,8	95,4	90,4	94,9	109,1	105,6	103,7	102,5	124,6	106,2	104,9	114,8
Pará	93,4	91,3	98,9	97,9	99,2	102,8	99,1	100,1	99,0	140,2	99,4	92,2	106,7
Amapá	92,6	90,9	97,2	100,2	102,4	107,9	95,3	96,7	99,2	126,0	103,2	95,5	99,8
Tocantins	90,7	89,9	97,2	99,4	105,1	105,3	98,7	94,9	102,4	132,7	103,4	95,7	110,4
Maranhão	93,0	99,3	100,9	94,6	101,6	107,1	99,9	94,2	101,0	130,6	102,4	95,3	104,5
Piauí	92,5	88,8	98,0	98,5	101,3	103,8	100,0	93,0	104,2	139,0	102,4	96,4	104,6
Ceará	94,9	92,1	99,7	96,5	101,1	103,6	101,9	98,7	101,0	125,3	101,4	92,3	102,0
Rio G. do Norte	94,1	92,6	98,1	94,0	100,1	103,8	97,6	97,9	99,7	131,0	100,0	92,8	101,2
Paraíba	93,2	92,0	98,6	94,5	99,5	102,8	101,6	97,1	103,3	132,8	99,3	93,3	110,9
Pernambuco	92,5	92,9	99,6	93,2	99,8	102,9	100,5	99,3	102,6	128,8	103,8	93,8	105,9
Alagoas	96,7	92,8	98,9	91,2	97,2	102,5	95,9	97,4	103,4	134,4	101,6	96,3	105,7
Sergipe	97,5	92,1	99,7	94,2	95,6	98,1	96,4	100,4	103,1	133,5	101,3	96,1	102,0
Bahia	96,5	94,2	101,2	95,8	99,7	100,6	96,0	96,7	100,1	130,4	103,3	96,1	110,2
Minas Gerais	96,1	94,5	101,1	97,0	101,1	100,8	99,5	98,5	100,8	124,3	98,5	93,7	110,3
Espírito Santo	109,0	107,0	116,6	100,7	90,7	92,1	92,7	87,4	91,0	117,6	100,1	94,8	106,9
Rio de Janeiro	94,3	95,4	99,4	94,8	97,9	99,4	96,9	98,6	102,1	129,2	98,8	90,6	101,7
São Paulo	97,5	95,0	102,1	97,7	99,1	101,8	99,5	100,9	104,7	122,5	99,8	94,2	109,2
Paraná	96,4	95,5	100,2	96,3	99,8	102,5	99,1	97,8	103,6	130,2	103,1	94,8	107,1
Santa Catarina	100,2	96,1	98,4	96,4	100,8	99,5	99,8	96,9	100,9	127,5	97,7	93,9	103,9
Rio Grande do Sul	97,2	94,4	99,7	98,5	98,1	101,0	96,5	100,1	103,2	133,9	97,7	89,8	106,4
Mato Grosso do Sul	94,2	93,7	108,6	97,9	98,8	100,2	98,2	99,4	102,0	126,0	98,8	94,2	103,7
Mato Grosso	96,5	90,2	97,4	93,5	100,3	103,8	100,4	103,0	103,2	130,4	100,1	96,3	107,1
Goias	100,6	98,0	102,0	99,0	98,0	103,6	99,0	96,8	99,6	118,3	104,3	92,6	103,8
Distrito Federal	96,4	95,9	99,3	94,8	99,4	99,9	97,4	99,7	104,8	122,9	98,9	92,3	105,8

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.

Índice de Base Fixa: 2011 = 100

**PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC**

**Tabela 13 - Índice e variação de receita nominal de vendas no comércio varejista ampliado (1), por Unidade da Federação**

**Mês: Mar/2012**

Unidade da Federação	Índice de receita (2)	Variação				
		Mensal (3)			Acumulada (4)	
		jan/12	fev/12	mar/12	no ano	12 Meses
Brasil	107,8	10,6	5,4	12,0	9,4	9,2
Rondônia	98,0	14,8	6,7	10,4	10,6	15,9
Acre	101,3	10,7	0,5	4,6	5,2	7,5
Amazonas	102,4	1,4	1,9	9,9	4,4	5,9
Roraima	117,0	14,0	22,4	18,9	18,4	9,7
Pará	108,8	12,4	8,0	17,8	12,8	9,1
Amapá	100,9	1,8	4,8	10,8	5,6	-3,8
Tocantins	110,2	8,3	14,2	22,2	14,8	20,7
Maranhão	106,0	16,9	9,3	15,0	13,8	13,9
Piauí	106,4	12,4	10,3	14,9	12,6	9,5
Ceará	103,6	10,4	1,7	10,2	7,5	8,8
Rio G. do Norte	102,9	2,1	0,8	9,5	4,1	5,8
Paraíba	112,0	10,6	3,0	21,1	11,6	10,8
Pernambuco	107,0	10,5	5,5	16,9	11,0	8,9
Alagoas	106,9	8,9	5,3	11,4	8,6	5,9
Sergipe	103,8	7,5	6,7	7,8	7,4	3,1
Bahia	111,1	9,9	4,9	15,9	10,3	7,7
Minas Gerais	111,4	6,6	5,3	16,1	9,5	10,5
Espirito Santo	107,9	5,4	-0,6	0,5	1,7	11,0
Rio de Janeiro	103,1	4,9	-0,7	9,8	4,7	8,5
São Paulo	110,1	13,1	8,1	14,0	11,8	9,4
Paraná	107,5	17,0	6,8	11,6	11,8	11,8
Santa Catarina	104,4	6,9	4,3	3,9	5,0	8,9
Rio Grande do Sul	107,2	11,7	3,7	11,3	9,0	9,4
Mato Grosso do Sul	104,4	12,3	6,5	11,0	10,0	8,3
Mato Grosso	107,9	8,8	13,3	11,8	11,3	10,5
Goiás	104,0	13,6	2,9	4,3	6,9	8,5
Distrito Federal	106,6	5,7	-0,4	10,5	5,3	4,6

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: 2011 = 100

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

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

Base 12 meses: 12 meses imediatamente anteriores aos 12 últimos meses = 100

**PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC**

**Tabela 14 - Variação de receita nominal de vendas no comércio varejista ampliado (1), por atividade e Unidade da Federação (Continua)**

**Mês: Mar/2012**

Unidade da Federação	Comércio Varejista Ampliado			Combustíveis e lubrificantes			Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo						Tecidos, vestuário e calçados		
	Mensal (2)	Acumulada (2)		Mensal (2)	Acumulada (2)		Total			Hipermercados e Supermercados			Mensal (2)	Acumulada (2)	
		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses	Mensal (2)	no ano	12 Meses	Mensal (2)	no ano	12 Meses		no ano	12 Meses
	Brasil	12,0	9,4	9,2	6,9	6,4	8,9	17,8	17,3	13,2	18,3	17,7	13,3	8,7	6,4
Ceará	10,2	7,5	8,8	19,2	15,9	6,1	8,9	9,2	12,0	8,5	8,8	11,7	12,1	6,4	7,3
Pernambuco	16,9	11,0	8,9	11,5	8,2	14,7	16,7	15,9	7,3	17,6	17,0	7,2	30,2	21,3	16,9
Bahia	15,9	10,3	7,7	13,2	10,2	8,3	14,5	15,5	9,7	11,8	13,0	8,8	21,2	13,7	13,5
Minas Gerais	16,1	9,5	10,5	8,4	10,2	11,5	14,0	12,8	12,9	14,1	12,9	13,0	4,8	4,9	10,1
Espirito Santo	0,5	1,7	11,0	17,0	8,3	11,8	11,7	14,5	14,0	12,0	14,7	14,3	12,3	9,6	16,4
Rio de Janeiro	9,8	4,7	8,5	18,3	11,0	9,9	6,5	6,9	9,6	7,7	7,8	9,9	15,1	9,4	12,4
São Paulo	14,0	11,8	9,4	-1,2	-0,9	7,5	23,8	21,4	14,5	24,5	22,0	14,6	-0,1	1,6	7,9
Paraná	11,6	11,8	11,8	7,3	5,5	5,1	22,8	26,0	18,2	23,1	26,6	18,4	10,5	4,4	6,8
Santa Catarina	3,9	5,0	8,9	3,8	5,1	9,9	14,5	18,3	15,9	14,2	18,3	15,7	6,7	5,9	12,5
Rio Grande do Sul	11,3	9,0	9,4	0,5	3,4	9,2	27,2	24,0	13,1	27,4	24,4	13,1	21,9	9,5	15,8
Goiás	4,3	6,9	8,5	-5,6	-4,5	6,1	16,9	16,0	15,6	17,8	16,6	15,8	8,9	3,4	11,1
Distrito Federal	10,5	5,3	4,6	13,7	10,1	12,1	8,6	6,4	5,8	8,2	6,3	5,7	4,2	0,0	0,4

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 no ano: Igual período do ano anterior = 100

Base 12 meses: 12 meses imediatamente anteriores aos 12 últimos meses = 100

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

Tabela 14 - Variação de receita nominal de vendas no comércio varejista ampliado (1), por atividade e Unidade da Federação (Continua)

Mês: Mar/2012

Unidade da Federação	Móveis e eletrodomésticos			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 (2)	Acumulada (3)		Mensal (2)	Acumulada (3)		Mensal (2)	Acumulada (3)		Mensal (2)	Acumulada (3)		Mensal (2)	Acumulada (3)	
		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses
Brasil	16,6	12,4	12,4	18,0	14,3	14,4	6,3	8,1	9,1	19,7	18,7	8,5	12,4	12,4	10,0
Ceará	3,4	9,6	10,7	17,4	16,0	20,5	1,3	-1,4	1,9	-37,7	-22,5	-5,5	17,3	9,1	9,7
Pernambuco	16,0	13,9	17,5	43,9	38,0	22,7	33,8	17,4	17,2	11,8	3,9	-20,7	36,7	21,9	19,2
Bahia	19,4	15,6	13,9	12,0	5,3	10,7	10,8	-19,1	5,2	7,6	-1,3	-31,0	32,6	18,0	14,6
Minas Gerais	31,3	22,7	21,8	15,4	13,0	12,9	-1,3	10,1	10,8	14,1	3,7	-2,2	25,1	20,8	17,7
Espirito Santo	27,7	9,5	10,5	10,9	10,0	22,3	5,4	-0,6	11,9	33,5	20,8	0,6	46,2	32,7	24,8
Rio de Janeiro	24,7	14,3	13,4	11,7	9,5	10,1	9,9	6,0	6,0	-1,3	2,6	-2,8	11,2	5,7	9,2
São Paulo	6,9	5,4	8,7	18,3	14,0	14,1	1,8	12,5	12,4	25,4	33,9	18,1	3,5	9,9	5,4
Paraná	21,9	16,5	17,9	33,1	28,7	25,3	-0,3	6,6	5,1	-3,0	-8,6	-3,2	25,3	23,5	19,4
Santa Catarina	11,8	11,6	9,2	14,5	14,9	14,4	20,4	10,7	8,7	26,5	21,6	13,6	-18,5	8,1	10,4
Rio Grande do Sul	14,8	8,4	11,3	16,4	13,5	14,7	8,0	5,2	-0,7	14,1	22,7	2,9	16,6	14,5	12,2
Goiás	15,4	12,5	4,1	19,7	14,7	15,7	37,6	38,7	25,3	-13,7	-7,2	-10,2	28,6	21,1	14,8
Distrito Federal	18,7	13,3	10,7	22,0	17,2	10,9	17,3	10,9	1,2	18,7	-0,5	-5,8	9,7	2,2	6,0

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: Igual mês do ano anterior = 100

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

Base 12 meses: 12 meses imediatamente anteriores aos 12 últimos meses = 100

**PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC**

**Tabela 14 - Variação de receita nominal de vendas no comércio varejista ampliado (1), por atividade e Unidade da Federação (Conclusão)**

**Mês: Mar/2012**

Unidade da Federação	Veículos, motocicletas, partes e peças			Material de construção		
	Mensal (2)	Acumulada (3)		Mensal (2)	Acumulada (3)	
		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses
Brasil	4,1	-0,3	3,1	18,5	15,5	12,4
Ceará	5,3	0,2	4,9	28,1	16,5	9,3
Pernambuco	7,4	-1,0	0,5	26,8	18,6	15,3
Bahia	12,4	3,5	0,4	23,4	9,2	5,1
Minas Gerais	15,9	2,6	3,5	15,9	6,8	10,7
Espirito Santo	-12,9	-8,8	7,5	31,3	21,5	14,8
Rio de Janeiro	5,5	-6,2	0,9	12,5	7,9	15,7
São Paulo	8,6	3,0	4,0	22,0	24,0	11,5
Paraná	-2,4	-0,2	5,1	17,8	14,9	16,5
Santa Catarina	-6,4	-9,8	0,9	11,6	18,1	15,3
Rio Grande do Sul	-2,7	-3,3	1,7	7,4	5,0	13,7
Goíás	-8,5	-0,4	4,1	17,7	16,6	15,4
Distrito Federal	6,8	-0,2	-2,6	9,7	5,6	10,7

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: Igual mês do ano anterior = 100

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

Base 12 meses: 12 meses imediatamente anteriores aos 12 últimos meses = 100

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

Tabela 15 - Índice de receita nominal de vendas no comércio varejista ampliado (1), por Unidade da Federação

Mês: Mar/2012

Unidade da Federação	Comércio varejista ampliado												
	mar/11	abr/11	mai/11	jun/11	jul/11	ago/11	set/11	out/11	nov/11	dez/11	jan/12	fev/12	mar/12
Brasil	96,2	95,5	101,0	96,7	99,2	101,5	98,9	99,9	103,1	127,0	101,0	94,4	107,8
Rondônia	88,8	91,0	98,9	92,5	105,3	109,2	104,1	105,4	106,3	136,3	91,2	88,4	98,0
Acre	96,8	91,5	100,2	91,5	100,6	103,4	102,9	96,5	99,2	139,4	97,9	90,0	101,3
Amazonas	93,1	91,1	99,6	96,6	99,8	104,3	95,8	98,9	107,2	130,3	95,4	90,8	102,4
Roraima	98,4	93,1	96,4	90,0	94,5	107,7	104,4	103,4	103,0	127,8	107,6	106,3	117,0
Pará	92,4	92,2	98,2	96,7	98,3	101,7	97,9	100,4	100,2	145,3	101,1	93,6	108,8
Amapá	91,1	90,4	96,7	99,1	101,8	105,6	94,9	97,9	99,8	128,6	104,3	96,2	100,9
Tocantins	90,1	90,5	97,9	98,8	105,2	105,6	98,5	95,9	103,0	134,2	104,1	96,1	110,2
Maranhão	92,2	98,0	99,9	94,2	101,1	106,7	100,0	95,2	103,0	134,1	102,8	95,9	106,0
Piauí	92,7	89,5	98,0	98,3	101,8	103,5	98,9	93,3	104,2	139,8	103,2	97,4	106,4
Ceará	94,0	92,4	99,2	96,3	101,0	103,7	101,1	98,6	101,8	128,0	101,9	93,1	103,6
Rio G. do Norte	94,0	93,4	96,7	93,7	99,7	101,6	96,8	98,0	100,8	134,1	100,4	93,7	102,9
Paraíba	92,5	92,1	97,5	95,4	99,0	102,7	101,6	98,3	104,2	134,6	100,1	94,3	112,0
Pernambuco	91,6	92,9	98,9	94,3	99,7	103,2	100,6	99,7	103,1	131,6	104,5	94,7	107,0
Alagoas	96,0	92,7	98,5	91,9	96,7	102,8	97,2	98,0	103,8	136,1	102,4	97,3	106,9
Sergipe	96,3	92,8	99,4	95,1	95,4	98,5	96,8	100,7	103,3	135,1	102,5	97,5	103,8
Bahia	95,9	95,2	100,8	96,0	99,5	100,8	96,4	96,8	99,7	131,7	104,3	97,0	111,1
Minas Gerais	96,0	95,4	100,9	97,1	100,7	101,0	100,0	99,6	101,0	125,0	99,5	94,7	111,4
Espirito Santo	107,4	106,1	114,9	100,3	91,5	93,5	93,4	89,2	92,1	119,3	100,9	96,0	107,9
Rio de Janeiro	93,9	95,5	99,2	95,2	97,8	99,6	97,1	99,4	102,4	131,6	100,2	92,2	103,1
São Paulo	96,6	95,4	102,0	97,4	99,6	102,3	100,0	101,5	105,0	122,8	101,0	95,3	110,1
Paraná	96,4	96,4	99,9	96,0	99,1	101,6	98,7	99,0	103,6	131,0	103,9	95,5	107,5
Santa Catarina	100,5	97,1	98,7	95,8	99,9	99,0	99,0	98,1	101,1	127,5	98,9	94,8	104,4
Rio Grande do Sul	96,3	95,5	99,7	98,3	97,7	100,4	96,7	101,2	104,4	134,8	98,3	90,3	107,2
Mato Grosso do Sul	94,0	94,4	107,1	97,5	99,5	100,4	98,4	100,4	102,6	127,3	100,2	95,0	104,4
Mato Grosso	96,5	91,8	98,4	93,7	101,3	104,1	100,2	102,9	102,3	129,4	101,8	97,3	107,9
Goias	99,7	98,5	102,2	98,2	98,5	103,8	99,3	97,6	100,0	118,9	105,4	93,2	104,0
Distrito Federal	96,5	97,0	99,4	94,9	100,1	100,6	97,7	100,8	102,8	122,1	100,0	93,2	106,6

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.

Índice Base Fixa: 2011 = 100

**Volume e Receita nominal de vendas  
do varejo - com ajuste sazonal**

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

Tabela 16 - Índice e variação do volume de vendas do comércio varejista com ajuste sazonal, por Unidade da Federação.

Mês: Mar/2012

Unidade da Federação	Índice de Base Fixa (1)			Variação mês/mês anterior		
	jan/12	fev/12	mar/12	jan/12	fev/12	mar/12
Brasil	<b>106,2</b>	<b>106,1</b>	<b>106,4</b>	<b>3,2</b>	<b>0,0</b>	<b>0,2</b>
Rondônia	104,3	100,0	98,3	2,5	-4,2	-1,7
Acre	111,3	107,7	111,8	1,4	-3,2	3,7
Amazonas	102,7	105,3	106,9	0,8	2,6	1,5
Roraima	125,2	127,7	120,7	15,8	2,0	-5,4
Pará	107,0	105,5	107,2	3,5	-1,4	1,6
Amapá	111,3	115,4	116,5	6,3	3,7	0,9
Tocantins	107,4	112,5	113,1	-5,6	4,7	0,6
Maranhão	108,1	109,9	108,0	2,7	1,6	-1,7
Piauí	106,7	108,6	108,7	4,6	1,8	0,1
Ceará	102,6	106,0	104,3	1,5	3,3	-1,6
Rio G. do Norte	100,3	103,8	102,1	-0,5	3,5	-1,6
Paraíba	106,5	107,3	105,3	2,1	0,8	-1,8
Pernambuco	107,0	107,0	107,7	5,0	0,0	0,6
Alagoas	103,8	113,0	105,6	1,6	8,8	-6,6
Sergipe	101,7	107,2	104,5	0,7	5,3	-2,4
Bahia	106,7	105,5	105,8	5,1	-1,2	0,3
Minas Gerais	104,7	105,3	105,6	0,4	0,6	0,3
Espirito Santo	103,3	104,6	106,8	3,4	1,2	2,1
Rio de Janeiro	99,4	104,7	102,6	-1,4	5,3	-2,0
São Paulo	107,3	107,0	107,9	4,4	-0,3	0,9
Paraná	113,4	109,8	109,4	8,7	-3,2	-0,4
Santa Catarina	107,6	106,0	105,9	3,7	-1,4	-0,2
Rio Grande do Sul	108,6	106,8	108,2	4,8	-1,7	1,3
Mato Grosso do Sul	112,5	111,3	111,9	6,1	-1,1	0,6
Mato Grosso	102,6	104,3	105,1	-1,1	1,6	0,8
Goiás	104,4	105,0	105,2	0,9	0,6	0,2
Distrito Federal	102,5	103,0	104,1	0,6	0,5	1,1

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

(1) Base: 2011 = 100

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

**Tabela 17 - Índice e variação da receita nominal de vendas do comércio varejista com ajuste sazonal, por Unidade da Federação.**

Mês: Mar/2012

Unidade da Federação	Índice de Base Fixa (1)			Variação mês/mês anterior		
	jan/12	fev/12	mar/12	jan/12	fev/12	mar/12
Brasil	<b>108,1</b>	<b>107,7</b>	<b>108,0</b>	<b>4,0</b>	<b>-0,4</b>	<b>0,3</b>
Rondônia	104,1	102,6	101,5	1,5	-1,4	-1,0
Acre	111,8	110,4	114,8	-1,0	-1,3	4,0
Amazonas	104,0	106,5	107,9	0,7	2,4	1,3
Roraima	125,9	129,2	122,9	15,4	2,6	-4,9
Pará	108,8	106,8	108,8	4,2	-1,9	1,9
Amapá	111,4	116,3	116,3	7,3	4,3	0,0
Tocantins	108,4	113,6	114,5	-6,2	4,8	0,8
Maranhão	109,3	111,5	110,6	2,3	1,9	-0,8
Piauí	108,2	109,9	109,8	3,8	1,5	-0,1
Ceará	104,4	108,5	107,3	1,8	3,9	-1,1
Rio G. do Norte	100,2	106,1	104,6	-2,2	5,8	-1,4
Paraíba	108,5	109,1	107,0	3,0	0,5	-1,9
Pernambuco	108,9	109,0	109,5	6,1	0,0	0,4
Alagoas	105,7	115,6	107,7	1,9	9,3	-6,8
Sergipe	104,9	106,1	105,9	2,6	1,1	-0,1
Bahia	108,3	106,8	107,2	5,1	-1,4	0,4
Minas Gerais	106,5	106,9	107,5	1,0	0,3	0,6
Espirito Santo	105,4	106,4	109,1	2,4	0,9	2,5
Rio de Janeiro	102,6	106,9	105,2	0,4	4,2	-1,6
São Paulo	109,5	108,4	109,6	6,3	-1,0	1,1
Paraná	113,6	110,3	111,2	6,2	-2,9	0,9
Santa Catarina	109,0	108,0	107,7	4,5	-1,0	-0,3
Rio Grande do Sul	110,6	108,7	110,0	5,2	-1,7	1,2
Mato Grosso do Sul	115,1	112,9	113,5	9,2	-2,0	0,6
Mato Grosso	105,0	105,9	106,9	1,1	0,8	1,0
Goiás	107,0	106,4	107,2	3,2	-0,6	0,8
Distrito Federal	103,8	104,3	104,9	2,0	0,4	0,6

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

(1) Base: 2011 = 100