

# **Indicadores IBGE**

Pesquisa Mensal de Comércio  
**fevereiro 2014**

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  
Fernando J. Abrantes

### **ÓRGÃOS ESPECÍFICOS SINGULARES**

Diretoria de Pesquisas  
Marcia Maria Melo Quintsler

Diretoria de Geociências  
Wadih 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  
Priscila Koeller Rodrigues Vieira

Coordenação de Serviços e Comércio  
Vânia Maria Carelli Prata

Gerência da Pesquisa Mensal de Comércio  
Janice Ramos Monteiro de Figueiredo

Crítica, Imputação, Acompanhamento e Controle  
Janice Ramos Monteiro de Figueiredo  
Aleciana Celice Sales Gusmão  
Carla Fernandes de Mello  
Elisabeth Macedo França  
Elson Renato de Carvalho Dantas  
Fabiano da Silva Giovanini  
Julio Cesar de Castro Ramos  
Paulo Cesar Casal de Oliveira

Analistas de Sistemas  
Fabricio de Andrade Sales  
Regina Ferreira de Paiva  
Rodrigo Machado Valladão

Análise de Resultados e Redação  
Aleciana Celice Sales Gusmão  
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

### **Serviços**

Pesquisa mensal de serviços

### **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** 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".

## 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.

A partir da divulgação dos resultados de junho de 2013 a atividade de “Móveis e eletrodomésticos” passa a ser desagregada em duas novas séries: “Móveis” e “Eletrodomésticos”.

### 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 descontos 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 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*”, 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;
- . 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 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 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	(212) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa [8] e Efeito Calendário (TD).
Produtos alimentícios, bebidas e fumo	Multiplicativo	(012) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa [8], Efeito Calendário (TD) AO2004.DEZ e LS2012.JAN.
Combustíveis	Multiplicativo	(212) (011)	Camaval, Corpus Christi e Efeito Calendário (TD).
Tecidos, vestuário e calçados	Multiplicativo	(012) (011)	Camaval, Corpus Christi, Efeito Calendário (TD), AO2003.MAY.
Móveis e eletrodomésticos	Multiplicativo	(011) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa [1] e Efeito Calendário (TD).
Super e Hipermercados	Multiplicativo	(012) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa [8], Efeito Calendário (TD), LS2005.FEV AO2006.JAN e LS2012.JAN.
Automóveis, motocicletas, partes e peças	Multiplicativo	(012) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa [1], Efeito Calendário (TD) e AO2012.SET.
Equip. e Materiais p escritório, inform e comun	Multiplicativo	(012) (011)	Camaval, Corpus Christi, Efeito Calendário (TD) e LS2005.FEV.
Artigos farmac, méd, ortop e de perfumaria	Multiplicativo	(011) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa [1], Efeito Calendário (TD).
Livros, jornais, revistas e papelaria.	Multiplicativo	(212) (011)	Camaval, Corpus Christi, Efeito Calendário (TD).
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	Multiplicativo	(011) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa [8] e Efeito Calendário (TD).
Material de construção	Multiplicativo	(210) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa [1] Efeito Calendário (TD) e TC2008.JUL.
Varejo Ampliado	Multiplicativo	(011) (011)	Camaval, Corpus Christi, Efeito Calendário (TD) TC2008.NOV, AO2010.MAR e AO2012.SET.

## VOLUME DE VENDAS UF

UF	DECOMPOSIÇÃO	MODELO ARIMA	REGRESSÃO (REGARIMA)
Acre	Multiplicativo	(212) (011)	Carnaval e Corpus Christi
Alagoas	Multiplicativo	(210) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa [1] e Efeito Calendário (TD)
Amapá	Multiplicativo	(210) (011)	Carnaval, Corpus Christi e LS2006.Jan
Amazonas	Multiplicativo	(012) (011)	Carnaval, Corpus Christi, LS2002.Dez, LS2004.Mai e LS2005.Fev
Bahia	Multiplicativo	(212) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa [15] e Efeito Calendário (TD)
Ceará	Multiplicativo	(011) (011)	Carnaval, Corpus Christi e Efeito Calendário (TD)
Distrito Federal	Multiplicativo	(012) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa [8], Efeito Calendário (TD) e TC2001.Jun
Espírito Santo	Multiplicativo	(011) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa [8], Efeito Calendário (TD) e AO2002.Abr
Goiás	Multiplicativo	(212) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa [15], Efeito Calendário (TD), LS2003.Jul e LS2005.Fev
Maranhão	Multiplicativo	(212) (011)	Carnaval, Corpus Christi e Efeito Calendário (TD)
Minas Gerais	Multiplicativo	(212) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa [8] e Efeito Calendário (TD)
Mato Grosso	Multiplicativo	(212) (011)	Carnaval, Corpus Christi e Efeito Calendário (TD)
Mato Grosso do Sul	Multiplicativo	(212) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[15], Efeito Calendário (TD) e AO2011.Mai
Pará	Multiplicativo	(011) (011)	
Paraíba	Multiplicativo	(212) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa [15], Efeito Calendário (TD) e LS2008.Out
Paraná	Multiplicativo	(011) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa [8], Efeito Calendário (TD), LS2002.Nov e LS2005.Fev
Pernambuco	Multiplicativo	(212) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa [15], Efeito Calendário (TD) e LS2003.Mar
Piauí	Multiplicativo	(012) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário (TD), LS2003.Mar, AO2004.Jan, LS2005.Fev e TC2008.Dez
Rio Grande do Norte	Multiplicativo	(012) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário (TD) e LS2002.Nov
Rio Grande do Sul	Multiplicativo	(210) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa [8] e Efeito Calendário (TD)
Rio de Janeiro	Multiplicativo	(011) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa [8] e Efeito Calendário (TD)
Rondônia	Multiplicativo	(012) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa [15], Efeito Calendário (TD), LS2000.Mai, LS2001.Mar, AO2001.Jun, AO2004.Jul e LS2010.Fev
Roraima	Multiplicativo	(011) (011)	
Santa Catarina	Multiplicativo	(212) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa [8] e Efeito Calendário (TD)
Sergipe	Multiplicativo	(011) (011)	Páscoa [15], Efeito Calendário (TD), TC2001.Jul, LS2003.Mar, LS2005.Fev, TC2005.Out e TC2006.Fev
São Paulo	Multiplicativo	(011) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa [8] e Efeito Calendário (TD)
Tocantins	Multiplicativo	(011) (011)	Carnaval, Corpus Christi, TC2003.Mai, LS2005.Fev e LS2010.Fev



## 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	(212) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa [8], Efeito Calendário (TD), LS2002.Out e LS.2012.Jan
Combustíveis	Multiplicativo	(011) (011)	Camaval e Corpus Christi
Tecidos, vestuário e calçados	Multiplicativo	(210) (011)	Camaval, Corpus Christi, Efeito Calendário (TD) e AO2003.Mai
Móveis e eletrodomésticos	Multiplicativo	(011) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa [1] e Efeito Calendário (TD)
Super e Hipermercados	Multiplicativo	(011) (011)	Páscoa [8], Efeito Calendário (TD), LS2002.Out, LS2005.Fev e LS2012.Jan
Automóveis, motocicletas, partes e peças.	Multiplicativo	(012) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa [1], Efeito Calendário (TD) e AO2012.Set
Equip. e Materiais p escritório, inform e comun	Multiplicativo	(012) (011)	Camaval, Corpus Christi, Efeito Calendário (TD), AO2003.Nov e LS2005.Fev
Artigos farmac, méd, ortop e de perfumaria.	Multiplicativo	(011) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa[1] e Efeito Calendário (TD)
Livros, jornais, revistas e papelaria.	Multiplicativo	(212) (011)	Camaval, Corpus Christi e Efeito Calendário (TD)
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	Multiplicativo	(210) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa [8] e Efeito Calendário (TD)
Material de construção	Multiplicativo	(012) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa [1], Efeito Calendário (TD) e TC2008.Jul
Varejo ampliado	Multiplicativo	(212) (011)	Camaval, Corpus Christi, Efeito Calendário (TD), AO2009.Jun, AO2010.Mar e AO2012.Set

## RECEITA NOMINAL DE VENDAS UF

UF	DECOMPOSIÇÃO	MODELO ARIMA	REGRESSÃO (REGARIMA)
Acre	Multiplicativo	(012) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa [15] e AO2004.Nov
Alagoas	Multiplicativo	(011) (011)	Carnaval, Corpus Christi e Páscoa [1]
Amapá	Multiplicativo	(210) (011)	Carnaval, Corpus Christi e TC2006.Jan
Amazonas	Multiplicativo	(012) (011)	Carnaval, Corpus Christi, LS2004.Mai e LS2005.Fev
Bahia	Multiplicativo	(011) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa [15], Efeito Calendário (TD), TC2004.Jan e TC2008.Fev
Ceará	Multiplicativo	(011) (011)	Carnaval, Corpus Christi e Efeito Calendário (TD)
Distrito Federal	Multiplicativo	(012) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa [8], Efeito Calendário (TD), TC2001.Jun e AO2005.Jan
Espírito Santo	Multiplicativo	(012) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa [8], Efeito Calendário (TD) e AO2002.Abr
Goiás	Multiplicativo	(012) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa [15], Efeito Calendário (TD), AO2003.Fev e LS2005.Fev
Maranhão	Multiplicativo	(210) (011)	Carnaval, Corpus Christi e Efeito Calendário (TD)
Minas Gerais	Multiplicativo	(212) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa [8], Efeito Calendário (TD), AO2003.Fev e AO2004.Fev
Mato Grosso	Multiplicativo	(011) (011)	Efeito Calendário (TD), AO2002.Mai e LS2006.Fev
Mato Grosso do Sul	Multiplicativo	(011) (011)	
Pará	Multiplicativo	(012) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa [8], Efeito Calendário (TD), LS2001.Jun e AO2008.Jan
Paraíba	Multiplicativo	(011) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa [15], Efeito Calendário (TD), AO2008.Jan e LS2008.Out
Paraná	Multiplicativo	(212) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa [8], Efeito Calendário (TD), TC2003.Fev e LS2005.Fev
Pernambuco	Multiplicativo	(011) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa [15], Efeito Calendário (TD) e TC2003.Jan
Piauí	Multiplicativo	(012) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário (TD), LS2002.Jan, TC2003.Jan e LS2005.Fev
Rio Grande do Norte	Multiplicativo	(011) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa [15] e Efeito Calendário (TD)
Rio Grande do Sul	Multiplicativo	(012) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa [8] e Efeito Calendário (TD)
Rio de Janeiro	Multiplicativo	(012) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa [8] e Efeito Calendário (TD)
Rondônia	Multiplicativo	(012) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa [15], Efeito Calendário (TD), LS2000.Mai, LS2001.Mar, AO2001.Jun, AO2004.Jul, AO2005.Fev e LS2010.Fev
Roraima	Multiplicativo	(011) (011)	TC2000.Abr
Santa Catarina	Multiplicativo	(212) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa [8] e Efeito Calendário (TD)
Sergipe	Multiplicativo	(212) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa [15], Efeito Calendário (TD), LS2005.Fev, TC2005.Out e TC2006.Fev
São Paulo	Multiplicativo	(212) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa [8], Efeito Calendário (TD) e LS2006.Fev
Tocantins	Multiplicativo	(011) (011)	Carnaval, Corpus Christi, TC2003.Mai, LS2005.Fev e LS2010.Fev

## 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.

Atividades da PMC	Itens da PMC	Itens do IPCA	Peso nos Itens da PMC
1-Combustíveis e lubrificantes	4731-8	IPCA (cód. 5104)	1
	4732-6	IPCA (cód. 5102007)	1
2-Hipermercados e supermercados	4711-3	IPCA (cód. 11)	1
		IPCA (cód. 63)	1
		IPCA (cód. 2104)	1
		IPCA (cód: IG)	1
3-Produtos alimentícios, bebidas e fumo	4712-1	IPCA (cód. 11)	1
	4729-6	IPCA (cód. 11)	0,95864
		IPCA (cód. 7202)	0,04136
	4721-1	IPCA (cód. 1111)	0,49745
		IPCA (cód. 1112)	0,50255
		IPCA (cód. 1201061)	1
	4722-9	IPCA (cód. 1107)	0,90457
		IPCA (cód. 1108)	0,09543
	4723-7	IPCA (cód. 1114)	1
	4724-5	IPCA (cód. 1103)	0,38303
IPCA (cód. 1105)		0,10942	
IPCA (cód. 1106)		0,50755	
4- Tecidos, vestuário e calçados	4755-5	IPCA (cód. 4401)	1
	4781-4	IPCA (cód. 41)	1
	4782-2	IPCA (cód. 42)	1
5- Móveis e eletrodomésticos	4753-9 (móveis)	IPCA (cód. 3101)	0,74168
		IPCA (cód. 3102)	0,258832
	4753-9 (eletrodomésticos)	IPCA (cód. 32)	1
	4756-3 (móveis)	IPCA (cód. 3102)	1
	4756-3 (eletrodomésticos)	IPCA (cód. 7201010)	1
	4759-8 (móveis)	IPCA (cód. 3101)	0,74168
		IPCA (cód. 3102)	0,258832
	4759-8 (eletrodomésticos)	IPCA (cód. 32)	1
	4762-8 (móveis)	IPCA (cód. 3102)	1
	4762-8 (eletrodomésticos)	IPCA (cód. 7201002)	1
	4789-0 (móveis)	IPCA (cód. 3102)	1
	4789-0 (eletrodomésticos)	IPCA (cód. 7203)	1
	4754-7 (móveis)	IPCA (cód. 3101)	0,74168
IPCA (cód. 3102)		0,25832	
4754-7 (eletrodomésticos)	IPCA (cód. 32)	1	
6- Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, perfumaria e cosméticos	4771-7	IPCA (cód. 6101)	1
	4772-5	IPCA (cód. 6301)	1
	4773-3	IPCA (cód. 6201006)	1

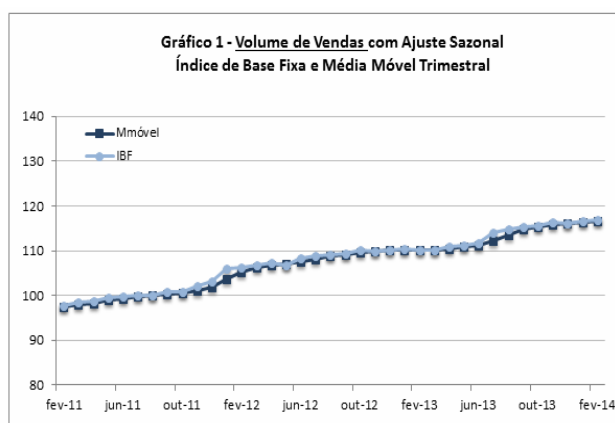
Atividades da PMC	Itens da PMC	Itens do IPCA	Peso nos Itens da PMC
7-Equipamentos e Material para escritório, informática e comunicação	4751-2	IPCA (cód. 3202028 )	1
	4752-1	IPCA (cód. 9101019)	1
	4789-0	IPCA (cód: IG)	1
8-Livros, jornais, revistas e papelaria	4761-0	IPCA (cód: 8102005)	0,18507
		IPCA (cód: 8102001)	0,17893
		IPCA (cód: 8102004)	0,26411
		IPCA (cód: 8103)	0,37189
9-Outros artigos de uso pessoal e doméstico.	4713-0	IPCA (cód: 1104)	0,05542
		IPCA (cód: 1112003)	0,03718
		IPCA (cód: 3102)	0,03703
		IPCA (cód: 3103)	0,02541
		IPCA (cód: 32)	0,20503
		IPCA (cód: 41)	0,30077
		IPCA (cód: 42)	0,13097
	4774-1	IPCA (cód: 6102)	1
	4783-1	IPCA (cód: 4301002)	0,87617
		IPCA (cód: 4301004)	0,12383
	4789-0	IPCA (cód: IG)	1
	4757-1	IPCA (cód: IG)	1
	4763-3	IPCA (cód: 7201019)	0,1848
		IPCA (cód: 7201023)	0,8152
10-Veículos, motocicletas, partes e peças	4511-1	IPCA (cód: 5102001)	1
		IPCA (cód: 5102020)	1
		IPCA (cód: 5102009)	0,62637
		IPCA (cód: 5102010)	0,37363
	4530-7	IPCA (cód: 5102001)	1
		IPCA (cód: 5102020)	1
		IPCA (cód: 5102009)	0,62637
		IPCA (cód: 5102010)	0,37363
	4541-2	IPCA (cód: 5102053)	1
		IPCA (cód: 5102053)	1
IPCA (cód: 5102009)		0,62637	
IPCA (cód: 5102010)		0,37363	
11-Atacado e varejo de material de construção	4761-1	SINAPI (cód: IG)	1
	4762-9	SINAPI (cód: IG)	1
	4763-7	SINAPI (cód: IG)	1
	4674-5	SINAPI (cód: IG)	1
	4679-6	SINAPI (cód: IG)	1
	4741-5	IPCA (cód: 2103009)	0,10367
		IPCA (cód: 2103014)	0,89633
	4742-3	IPCA (cód: 2103008)	1
	4743-1	IPCA (cód: 2103)	1
	4744-0	IPCA (cód: 2103005)	0,0772
		IPCA (cód: 2103032)	0,32223
		IPCA (cód: 2103039)	0,31303
		IPCA (cód: 2103040)	0,19677
		IPCA (cód: 2103041)	0,09077
4789-0	IPCA (cód: 2103)	1	

## **VI - OBSERVAÇÕES**

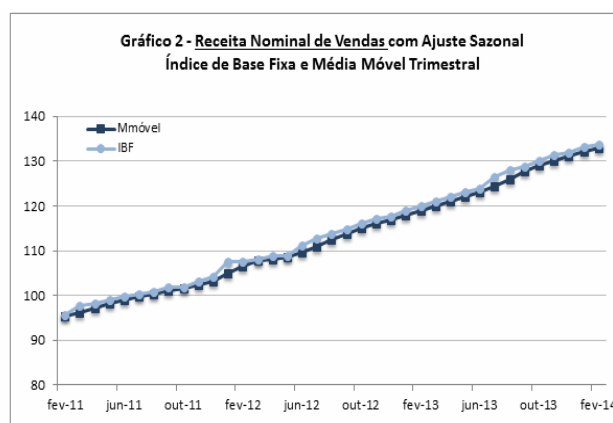
- 1 - Os índices do mês poderão ser alterados na divulgação do mês subsequente, em virtude de retificações nos dados primários por parte dos informantes da pesquisa.

## COMENTÁRIOS

Em fevereiro de 2014, o **Comércio Varejista** do País registrou variação de 0,2%, tanto para o volume de vendas quanto para a receita nominal, ambas as variações com relação ao mês anterior, ajustadas sazonalmente. No caso do volume, trata-se do segundo mês consecutivo de crescimento, já a receita nominal segue evoluindo positivamente desde junho de 2012. Em termos de variação da média móvel, para o volume de vendas a variação foi de 0,1%, enquanto a receita apresentou taxa de crescimento de 0,6%, conforme evolução nos índices de base fixa mostrados nos gráficos 1 e 2. Nas demais comparações, obtidas das séries originais (sem ajuste), o varejo nacional obteve, em termos de volume de vendas, acréscimo da ordem de 8,5% sobre fevereiro do ano anterior, 7,4% no acumulado do bimestre e 5,0% no acumulado dos últimos 12 meses. Para os mesmos indicadores, a receita nominal de vendas apresentou taxas de variação de 13,9%, 13,3% e de 12,3%, respectivamente (Tabelas 1 e 2).

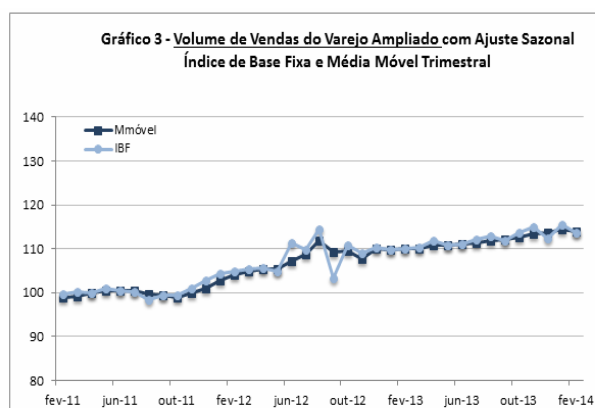


Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Serviços e Comércio

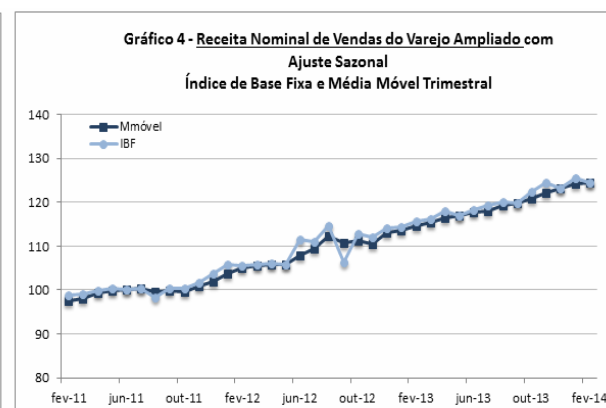


Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Serviços e Comércio

O **Comércio Varejista ampliado**, que inclui o **varejo** e mais as atividades de *Veículos, motos, partes e peças* e de *Material de construção*, volta a registrar variação negativa, de -1,6% para o volume de vendas, e de -0,8 para a receita nominal de vendas, ambas com ajuste sazonal (comparadas com janeiro de 2014) – Gráfico 3 e 4. Em relação ao mesmo mês do ano anterior houve crescimento de 8,4% para o volume de vendas e de 13,3% na receita nominal de vendas. No que tange às taxas acumuladas, os aumentos foram de 6,5% no ano e de 3,9% nos últimos 12 meses, para o volume de vendas, e de 11,5% e 9,4% para a receita nominal, respectivamente (Tabela 1 e 2).



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



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

Nesse segundo mês do ano, quatro das dez atividades pesquisadas obtiveram resultados positivos para o volume de vendas com ajuste sazonal, duas registraram estabilidade e o restante apresentou taxas negativas. Em ordem de magnitude das variações, os resultados foram os seguintes: *Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação* (9,0%); *Material de construção* (2,2%); *Combustíveis e lubrificantes* (1,6%); *Outros artigos de uso pessoal e doméstico* (0,5%); *Móveis e eletrodomésticos* (0%); *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos* (0%); *Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* (-0,3%); *Tecidos, vestuário e calçados* (-0,5%); *Livros, jornais, revistas e papelaria* (-3,4%); e *Veículos e motos, partes e peças* com -7,6% - Tabela 1.

Já na relação fevereiro de 2014 versus fevereiro de 2013 (série sem ajuste), das oito atividades do **varejo** apenas o segmento de *Livros, jornais, revistas e papelaria* obteve resultado negativo no volume de vendas, com variação de -4,2%. Por ordem de importância no resultado global, as variações positivas foram as seguintes: 5,1% para *Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo*; 17,2% em *Outros artigos de uso pessoal e doméstico*; 13,5% para *Combustíveis e lubrificantes*; 10,5% para *Móveis e eletrodomésticos*; 15,2% em *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos*; 7,4% para *Tecidos, vestuário e calçados*; e *Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação*, com 7,1%.

TABELA 1  
BRASIL - INDICADORES DO VOLUME DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA E COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO SEGUNDO GRUPOS DE ATIVIDADES: PMC - Fevereiro 2014

ATIVIDADES	MÊS/MÊS ANTERIOR (*)			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 (**)	-0,3	0,4	0,2	3,9	6,4	8,5	7,4	5,0
1 - Combustíveis e lubrificantes	-1,9	1,8	1,6	5,9	6,9	13,5	10,0	7,3
2 - Hiper, supermercados, prods. alimentícios, bebidas e fumo	0,7	0,7	-0,3	2,4	5,6	5,1	5,4	2,7
2.1 - Super e hipermercados	0,9	0,5	-0,1	2,2	5,6	4,9	5,3	2,6
3 - Tecidos, vest. e calçados	0,5	-0,9	-0,5	3,0	3,0	7,4	5,1	3,7
4 - Móveis e eletrodomésticos	-2,4	1,1	0,0	-0,9	5,7	10,5	7,8	5,8
4.1 - Móveis	-	-	-	-8,5	4,1	14,4	8,6	0,3
4.2 - Eletrodomésticos	-	-	-	3,9	7,3	9,7	8,4	9,1
5 - Artigos farmacêuticos, med., ortop. e de perfumaria	-2,0	4,4	0,0	12,4	13,9	15,2	14,6	11,1
6 - Equip. e mat. para escritório informática e comunicação	-14,0	7,1	9,0	7,0	-3,8	7,1	1,6	6,1
7 - Livros, jornais, rev. e papelaria	0,3	-1,4	-3,4	3,8	0,4	-4,2	-1,6	0,8
8 - Outros arts. de uso pessoal e doméstico	0,1	1,4	0,5	11,2	11,0	17,2	13,8	10,8
COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO (***)	-2,2	2,8	-1,6	2,9	4,7	8,4	6,5	3,9
9 - Veículos e motos, partes e peças	-3,5	3,8	-7,6	0,0	1,6	6,0	3,7	1,2
10- Material de Construção	-0,1	0,8	2,2	5,6	4,4	16,6	10,1	7,3

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

## RESULTADOS SETORIAIS

O segmento de *Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo*, com variação de 5,1% no volume de vendas em fevereiro sobre igual mês do ano anterior, proporcionou a principal contribuição relativa à taxa global do varejo (32%). Esse resultado se relaciona à evolução do poder de compra da população, uma vez que a massa de rendimentos médio real habitual dos ocupados obteve um aumento de 4,1% sobre fevereiro de 2013, segundo a PME. Vale ressaltar que a elevação da taxa de crescimento da atividade nos últimos dois meses, com variação média de 5,4% contra 1,9% do ano de 2013, pode ser atribuída também ao comportamento dos preços de alimentação no domicílio, cuja taxa em 12 meses regrediu de 7,7% em dezembro de 2013 para 4,5% em fevereiro de 2014, segundo o IPCA. Refletindo, portanto, os resultados do ano anterior, a atividade apresenta no acumulado de 12 meses, até fevereiro, elevação de 2,7%, desempenho aquém dos 5,0% registrados pelo **varejo**.

A atividade de *Outros artigos de uso pessoal e doméstico*, responsável pela segunda maior influência na formação da taxa do varejo (19%), obteve variação de 17,2% no volume de vendas em relação a fevereiro de 2013. Essa taxa, superior à de janeiro (11,0%) decorre, em boa medida, de um efeito-calendário provocado pelo deslocamento do carnaval de fevereiro para março, entre os dois últimos anos. Cabe observar que o segmento, que é composto por lojas de departamentos, ótica, joalheira, artigos esportivos, brinquedos, etc., vem tendo seu desempenho influenciado também pela evolução positiva da massa de salários e pelo crédito (a despeito do seu ritmo mais moderado de crescimento)<sup>1</sup>. Para o primeiro bimestre a variação acumulada foi de 13,8% e para os últimos 12 meses de 10,8%.

TABELA 2  
BRASIL - INDICADORES DA RECEITA NOMINAL DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA E COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO SEGUNDO GRUPOS DE ATIVIDADES: PMC - Fevereiro 2014

ATIVIDADES	MÊS/MÊS ANTERIOR (*)			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 (**)	0,5	1,0	0,2	10,7	12,8	13,9	13,3	12,3
1 - Combustíveis e lubrificantes	1,6	1,8	1,7	13,1	14,5	17,2	15,8	12,3
2 - Hiper, supermercados, prods. alimentícios, bebidas e fumo	1,0	0,8	0,4	9,9	12,0	10,6	11,3	12,0
2.1 - Super e hipermercados	1,2	0,8	0,4	9,5	11,9	10,4	11,2	11,8
3 - Tecidos, vest. e calçados	0,6	-0,3	-0,1	8,4	8,8	12,7	10,6	9,1
4 - Móveis e eletrodomésticos	-1,8	1,2	0,6	6,5	12,9	19,0	15,6	11,4
4.1 - Móveis	-	-	-	-0,4	12,2	24,2	17,5	8,1
4.2 - Eletrodomésticos	-	-	-	10,4	13,2	16,3	14,6	13,2
5 - Artigos farmacêuticos, med., ortop. e de perfumaria	-1,8	5,3	0,3	18,1	19,6	21,3	20,4	16,7
6 - Equip. e mat. para escritório informática e comunicação	-15,8	7,2	11,7	1,6	-6,6	6,6	-0,1	3,5
7 - Livros, jornais, rev. e papelaria	0,5	-0,7	-2,4	9,5	6,9	2,3	4,9	6,6
8 - Outros arts. de uso pessoal e doméstico	0,9	1,7	0,9	17,3	17,1	23,4	19,9	17,0
COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO (***)	-1,1	2,0	-0,8	8,7	10,0	13,3	11,5	9,4
9 - Veículos e motos, partes e peças	-3,8	3,3	-7,4	3,2	4,0	8,9	6,2	2,9
10 - Material de Construção	0,4	1,3	2,6	11,6	10,5	23,0	16,4	11,9

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

<sup>1</sup> Segundo o Banco Central, o saldo de crédito com recursos livres, após um incremento de 12,8% em fevereiro de 2013, retraiu sua taxa para 7,4% em fevereiro de 2014, no que diz respeito ao acumulado de 12 meses.



O segmento de *Combustíveis e lubrificantes*, com 13,5% de variação do volume de vendas em relação a fevereiro de 2013, respondeu este mês pela terceira maior contribuição relativa à taxa global do varejo (16%). Em termos de desempenho acumulado, as taxas de variação chegaram a 10,0% no ano e 7,3% nos últimos 12 meses. Atribui-se este comportamento ao menor ritmo de crescimento dos preços dos combustíveis (3,1% do subitem combustíveis contra 5,7% no índice geral, no que se refere ao acumulado dos últimos 12 meses, segundo o IPCA).

A atividade de *Móveis e eletrodomésticos*, com variação de 10,5% no volume de vendas em relação a fevereiro do ano passado, registrou o quarto maior impacto na formação da taxa do varejo (15%). A aceleração sobre a taxa de janeiro (5,7%) reflete o efeito-base, já que em fevereiro de 2013 a atividade assinalou variação negativa (-1,0%). No acumulado do ano e dos últimos 12 meses, as taxas de crescimento são da ordem de 7,8% e de 5,8%, respectivamente, desempenho que supera média do varejo. Tal comportamento ocorre mesmo com as alterações na política de incentivo do governo voltado para os produtos da linha branca e de móveis<sup>2</sup>, e com o menor ritmo de crescimento do crédito, como já comentado.

A atividade de *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria*, com a quinta maior participação na taxa global do varejo (12%), apresentou crescimento de 15,2% na comparação com fevereiro de 2013, e taxas acumuladas no ano e nos últimos 12 meses de 14,6% e 11,1%, respectivamente. O crescimento acima da média, em todas as comparações, se deve ao comportamento positivo da massa de salários, bem como ao caráter de uso essencial dos produtos do setor. Cabe ressaltar, ainda, o efeito dos preços dos produtos farmacêuticos, que ficaram abaixo da média: 5,0% em 12 meses até fevereiro de 2014, contra 5,7% do índice geral, segundo o IPCA.

Com a sexta maior influência à taxa global do varejo, o segmento de *Tecidos, vestuário e calçados* obteve aumento no volume de vendas, em fevereiro, da ordem de 7,4% sobre igual mês do ano passado, com taxa acumulada no ano e nos últimos 12 meses de 5,1% e 3,7%, respectivamente. Essas variações de volume de vendas ficaram abaixo da média global, embora os preços deste segmento estejam crescendo a um ritmo menor que o índice geral (acréscimo de 4,7% no grupo Vestuário, contra uma inflação média de 5,7%, para os últimos 12 meses, segundo o IPCA).

Com o sétimo maior impacto na formação da taxa global do **varejo**, o segmento de *Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação* obteve acréscimo no volume de vendas, em fevereiro, da ordem de 7,1% sobre igual mês do ano passado, revertendo o resultado negativo de janeiro, de -3,8%. Em termos acumulados, o crescimento foi de 1,6% no ano e de 6,1% nos últimos 12 meses, superando neste último resultado a média geral do varejo (5,0%), mesmo com o aumento de preços do principal produto que compõe a atividade<sup>3</sup>.

A atividade de *Livros, jornais, revistas e papelaria* foi a única atividade a exercer influência negativa no resultado global do varejo. Em relação a fevereiro de 2013, apresentou variação no volume de vendas de -4,2%, revertendo uma série de três meses de resultados positivos. No que se refere às taxas acumuladas, houve queda de -1,6% para o bimestre e variação de 0,8% para os últimos 12 meses. Como um dos fatores a explicar este desempenho, assinala-se a evolução dos preços de produtos de papelaria, cuja variação em 12 meses, de 8,9%, superou a média geral de preços (5,7%), segundo o IPCA para o mês de fevereiro.

---

2 Em outubro de 2013 o governo aumentou parcialmente as alíquotas de IPI para a linha branca e para móveis, medida que vigorou até dezembro de 2013. Em janeiro de 2014, no entanto, o governo repôs a de móveis, mas manteve a da linha branca no mesmo patamar de outubro.

3 Variação nos preços de Microcomputadores, no acumulado dos últimos 12 meses, de 4,9% até fevereiro de 2014, contra uma deflação de -1,1% até fevereiro de 2013, segundo o IPCA.

TABELA 3  
BRASIL - COMPOSIÇÃO DA TAXA MENSAL DO COMÉRCIO VAREJISTA, POR ATIVIDADES: PMC - Fevereiro 2014 (\*)  
(Indicadores de volume de vendas)

Atividades	COMÉRCIO VAREJISTA			COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO		
	Taxa	Comp. da taxa		Taxa	Comp. da taxa	
		absoluta	relativa(%)		absoluta	relativa(%)
Taxa Global	8,5	8,5	100,0	8,4	8,4	100,0
1 - Combustíveis e lubrificantes	13,5	1,4	16,2	13,5	0,8	9,8
2 - Hiper, supermercados, prods. alimentícios, bebidas e fumo	5,1	2,7	31,9	5,1	1,6	19,2
3 - Tecidos, vest. e calçados	7,4	0,5	5,9	7,4	0,3	3,6
4 - Móveis e eletrodomésticos	10,5	1,3	14,8	10,5	0,8	9,0
5 - Artigos farmacêuticos, med., ortop. e de perfumaria	15,2	1,0	11,8	15,2	0,6	7,2
6 - Equip. e mat. para escritório informática e comunicação	7,1	0,1	1,4	7,1	0,1	0,8
7 - Livros, jornais, rev. e papelaria	-4,2	-0,1	-0,6	-4,2	0,0	-0,4
8 - Outros arts. de uso pessoal e doméstico	17,2	1,6	18,6	17,2	0,9	11,2
9 - Veículos e motos, partes e peças	-	-	-	6,0	1,9	22,1
10- Material de Construção	-	-	-	16,6	1,5	17,4

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**, composto do varejo mais as atividades de *Veículos, motos, partes e peças* e de *Material de construção*, apresentou em fevereiro de 2014 sobre fevereiro de 2013 um aumento no volume de vendas da ordem de 8,4%. Nesse resultado, ressalta-se a influência do grupo de *Veículos, motos, partes e peças* que com os 6,0% de variação sobre igual mês do ano anterior contribuiu com 22% na formação da taxa do setor. Esta atividade apresentou ainda as seguintes variações: -7,6% sobre o mês anterior ajustado sazonalmente; 3,7% no acumulado do ano e 1,2% no acumulado dos últimos 12 meses. O resultado positivo na comparação interanual pode estar refletindo as iniciativas de compra dos estoques remanescentes com IPI reduzido.

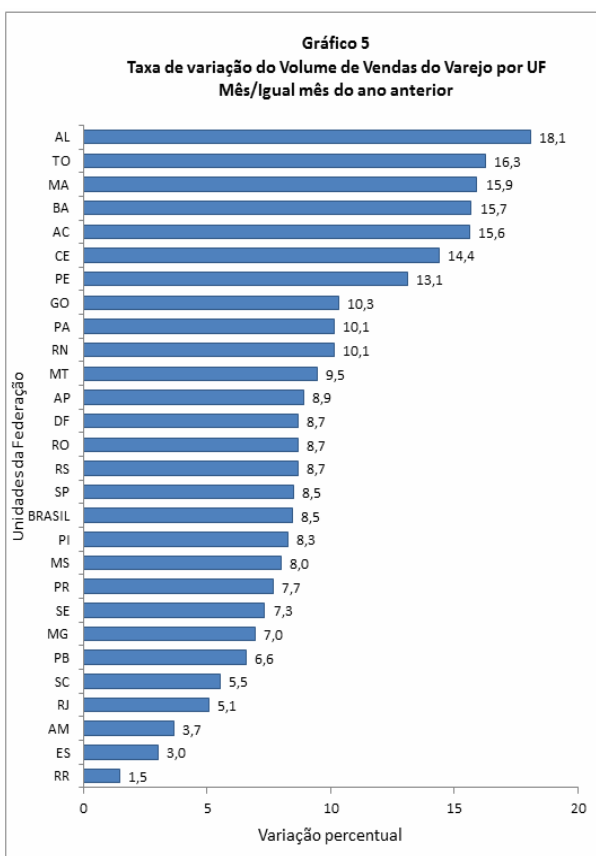
O segmento de *Material de construção* obteve variações no volume de vendas de 2,2% na comparação com o mês anterior com ajuste sazonal; de 16,6% sobre fevereiro de 2013; 10,1% no acumulado do ano e 7,3% no acumulado dos últimos 12 meses. A redução do IPI para uma cesta de produtos do setor e as condições favoráveis do crédito habitacional (inclusive com o aumento do limite do uso do FGTS para financiamentos imobiliários) são fatores que vêm contribuindo para o resultado da atividade.

## RESULTADOS REGIONAIS

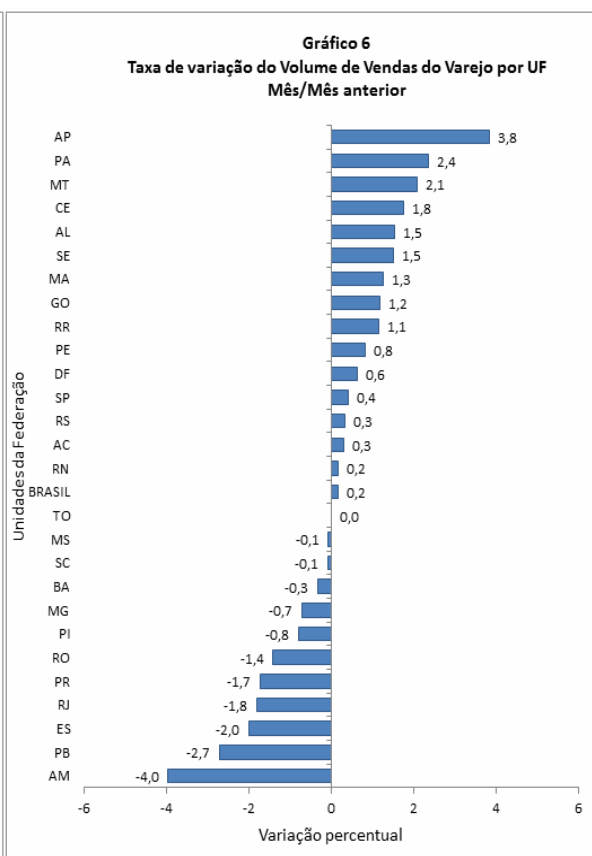
Todas as vinte e sete Unidades da Federação apresentaram resultados positivos na comparação entre fevereiro de 2014 e fevereiro de 2013, no que tange ao volume de vendas. Os destaques foram: Alagoas (18,1%); Tocantins (16,3%); Maranhão (15,9%); Bahia (15,7%); e Acre (15,6%) – Gráfico 5. Quanto à participação na composição da taxa do **Comércio Varejista**, sobressaíram, pela ordem: São Paulo (8,5%); Bahia (15,7%); Minas Gerais (7,0%); Rio de Janeiro (5,1%) e Rio Grande do Sul (8,7%).

Em relação ao **varejo ampliado**, apenas dois estados tiveram variações negativas: Amapá (-3,2%) e Espírito Santo (-2,8%). As maiores taxas de desempenho no volume de vendas ocorreram no Rio Grande do Sul (15,3%); Alagoas (15,1%); Santa Catarina (15,0%); Ceará (14,6%) e Pernambuco (14,1%). Em termos de impacto no resultado global do setor, os destaques foram os estados de São Paulo (7,0%); Rio de Janeiro (10,8%); Rio Grande do Sul (15,3%); Santa Catarina (15,0%) e Bahia (13,0%).

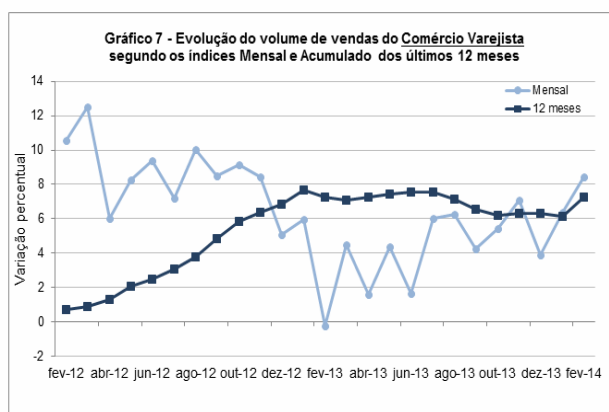
Ainda por Unidades da Federação, os resultados com ajuste sazonal, para o volume de vendas, apontam dezesseis estados com resultados positivos na comparação mês/mês anterior – Gráfico 6. As maiores variações foram em Amapá (3,8%); Pará (2,4%); Mato Grosso (2,1%); Ceará (1,8%) e Alagoas (1,5%). As maiores quedas foram registradas no Amazonas (-4,0%); Paraíba (-2,7%); Espírito Santo (-2,0%) e Rio de Janeiro (-1,8%).



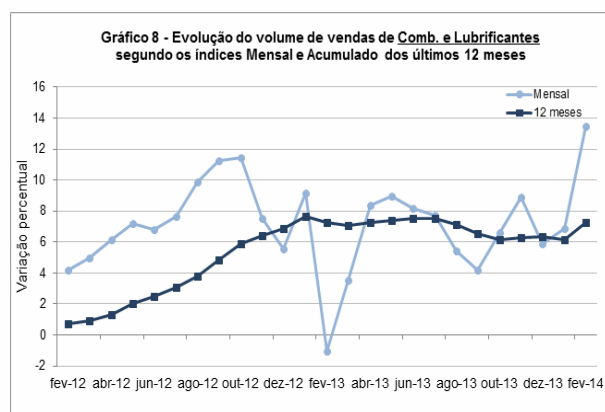
Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Serviços e Comércio



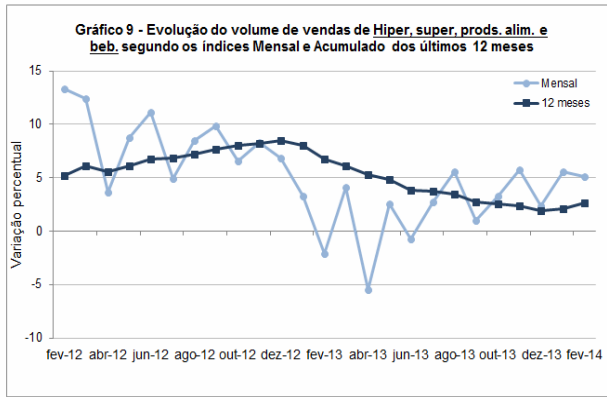
Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Serviços e Comércio



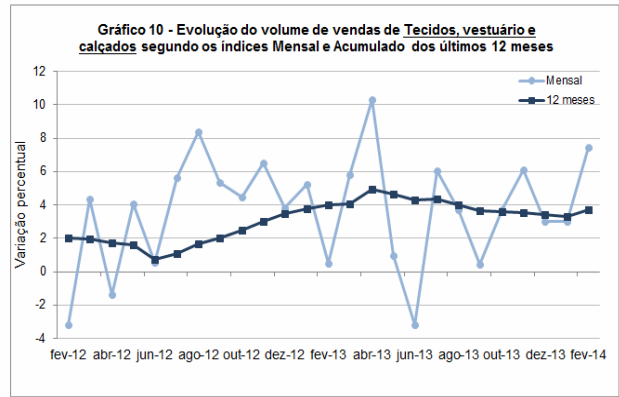
Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Serviços e Comércio



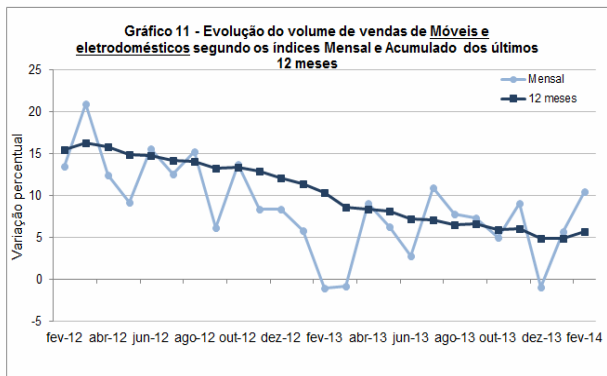
Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Serviços e Comércio



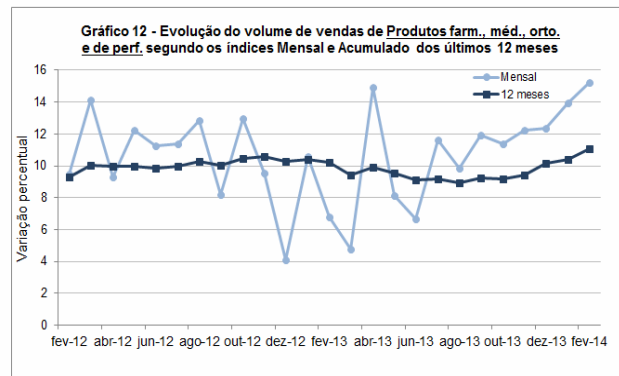
Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Serviços e Comércio



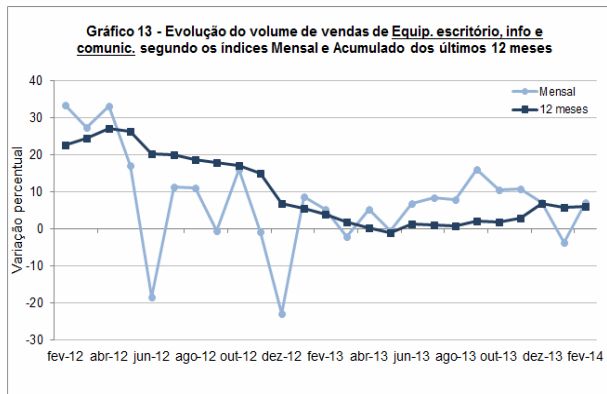
Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Serviços e Comércio



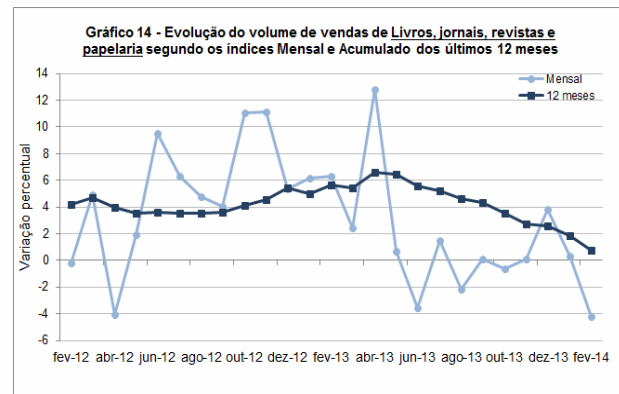
Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Serviços e Comércio



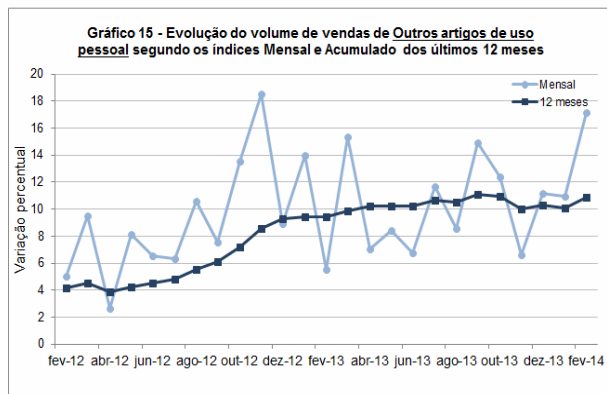
Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Serviços e Comércio



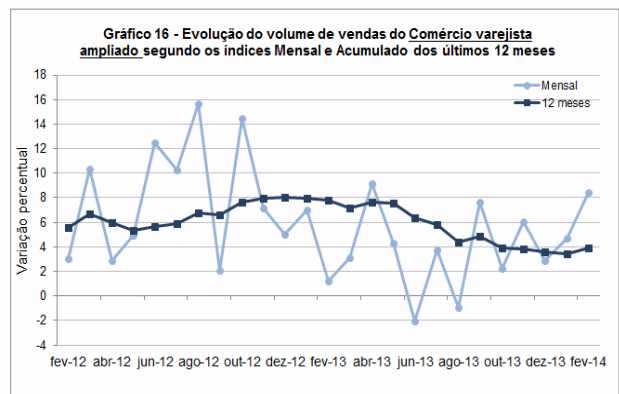
Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Serviços e Comércio



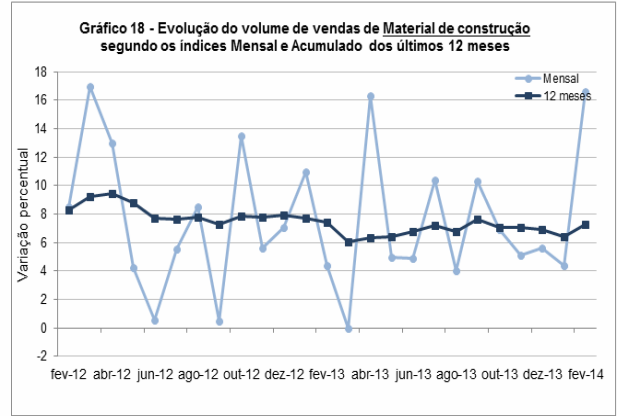
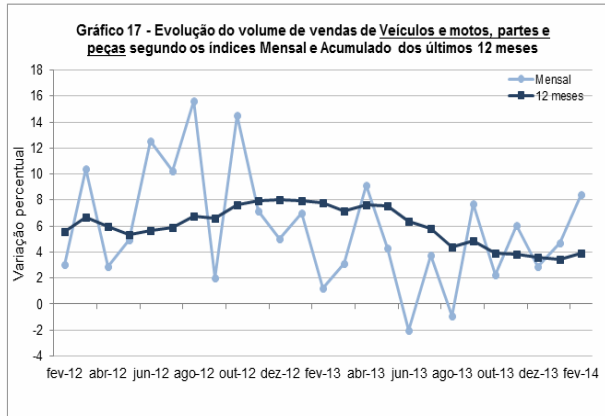
Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Serviços e Comércio



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



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



PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: **Fev/2014**

Unidade da Federação	Índice de volume (1)	Variação				
		Mensal (2)			Acumulada (3)	
		dez/13	jan/14	fev/14	no ano	12 Meses
Brasil	104,9	3,9	6,4	8,5	7,4	5,0
Rondônia	102,0	13,2	10,2	8,7	9,5	9,5
Acre	114,5	13,5	14,1	15,6	14,8	5,7
Amazonas	95,3	7,5	6,9	3,7	5,4	4,4
Roraima	120,0	3,8	0,8	1,5	1,1	3,0
Pará	102,2	6,9	6,4	10,1	8,1	6,3
Amapá	112,3	1,0	2,6	8,9	5,6	3,4
Tocantins	113,3	0,1	10,7	16,3	13,3	6,2
Maranhão	115,7	9,7	8,9	15,9	12,2	9,5
Piauí	103,2	5,8	6,7	8,3	7,4	5,2
Ceará	108,7	4,8	8,3	14,4	11,1	4,8
Rio G. do Norte	110,0	6,1	6,9	10,1	8,4	9,2
Paraíba	104,8	3,6	4,7	6,6	5,6	8,9
Pernambuco	108,7	4,4	5,8	13,1	9,1	6,9
Alagoas	115,4	7,4	11,2	18,1	14,4	8,9
Sergipe	101,8	-0,2	7,0	7,3	7,1	3,8
Bahia	107,5	4,4	9,6	15,7	12,4	4,5
Minas Gerais	101,1	0,4	6,1	7,0	6,5	1,8
Espirito Santo	101,9	-3,8	4,9	3,0	4,0	1,5
Rio de Janeiro	99,7	2,5	4,8	5,1	4,9	5,2
São Paulo	105,4	3,4	6,6	8,5	7,5	4,9
Paraná	107,2	9,3	6,2	7,7	6,9	6,9
Santa Catarina	105,5	2,8	5,9	5,5	5,7	3,5
Rio Grande do Sul	105,2	5,0	7,1	8,7	7,9	4,6
Mato Grosso do Sul	121,8	15,5	4,7	8,0	6,2	9,8
Mato Grosso	105,8	2,0	5,2	9,5	7,3	6,3
Goiás	105,3	7,0	7,4	10,3	8,8	5,5
Distrito Federal	100,9	2,5	4,1	8,7	6,3	3,6

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: Fev/2014

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	8,5	7,4	5,0	13,5	10,0	7,3	5,1	5,4	2,7	4,9	5,3	2,6	7,4	5,1	3,7
Ceará	14,4	11,1	4,8	20,9	13,2	11,5	6,0	5,1	0,3	6,4	5,7	0,3	25,8	16,4	7,7
Pernambuco	13,1	9,1	6,9	15,4	12,8	14,8	8,3	4,1	0,9	9,5	5,3	2,2	20,7	10,1	6,1
Bahia	15,7	12,4	4,5	26,4	21,5	-3,1	8,9	6,7	2,3	10,4	8,5	4,8	10,5	4,1	3,6
Minas Gerais	7,0	6,5	1,8	10,1	7,7	5,2	5,2	5,0	-1,3	5,9	5,5	-1,2	6,7	6,7	1,4
Espirito Santo	3,0	4,0	1,5	9,0	8,0	0,9	-4,1	-1,9	-2,6	-4,3	-1,9	-2,6	12,3	10,4	8,3
Rio de Janeiro	5,1	4,9	5,2	14,3	10,6	6,0	2,6	3,9	3,0	-0,2	1,3	1,5	15,3	7,4	1,6
São Paulo	8,5	7,5	4,9	7,0	6,8	9,0	7,1	7,3	4,8	7,2	7,5	4,9	-1,7	-1,0	2,6
Paraná	7,7	6,9	6,9	17,6	14,8	12,6	2,6	4,5	6,0	2,1	4,4	5,9	7,5	5,6	0,9
Santa Catarina	5,5	5,7	3,5	8,4	4,6	1,0	0,1	1,6	1,8	-1,1	0,7	1,3	7,1	6,7	3,1
Rio Grande do Sul	8,7	7,9	4,6	17,4	12,3	9,9	6,4	6,0	1,1	6,4	6,0	1,3	-1,0	3,7	7,2
Goiás	10,3	8,8	5,5	7,2	3,8	6,2	6,0	6,0	-0,9	6,4	6,2	-0,9	20,5	16,3	13,9
Distrito Federal	8,7	6,3	3,6	17,9	15,4	10,2	0,7	0,6	-1,5	0,4	0,4	-1,8	7,8	2,9	1,5

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 (Continua)

Mês: Fev/2014

Unidade da Federação	Móveis e Eletrodomésticos									Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos			Livros, jornais, revistas e papelaria		
	Total			Móveis			Eletrodomésticos			Mensal (1)	Acumulada (2)		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			
Brasil	10,5	7,8	5,8	14,4	8,6	0,3	9,8	8,4	9,1	15,2	14,6	11,1	-4,2	-1,6	0,8
Ceará	31,2	19,4	8,0	43,8	32,6	28,3	23,4	11,5	-2,8	1,0	5,8	14,4	10,1	0,1	-1,2
Pernambuco	12,5	9,8	9,8	18,5	12,9	7,7	10,0	9,0	11,9	33,4	30,8	16,4	-3,3	4,9	13,2
Bahia	6,8	5,8	10,3	4,4	-0,9	5,8	9,4	10,3	13,8	36,0	33,0	19,2	26,0	31,7	20,8
Minas Gerais	6,5	7,0	6,1	0,1	-4,4	-0,1	10,7	12,3	9,3	11,2	10,3	5,4	1,6	3,1	1,3
Espirito Santo	19,9	21,1	12,4	23,9	22,3	18,0	12,6	16,2	4,3	11,7	9,9	4,7	18,9	16,2	6,2
Rio de Janeiro	3,3	2,3	1,3	17,4	12,3	-0,5	1,0	1,2	3,8	11,1	9,4	7,8	-7,8	-4,0	0,4
São Paulo	4,5	0,6	-1,0	9,6	0,4	-16,0	4,4	2,6	8,4	18,9	18,6	12,3	-6,7	-7,4	-3,8
Paraná	15,1	9,9	7,6	7,0	1,1	-1,3	18,6	14,3	13,0	10,4	8,5	10,5	-10,3	-3,9	10,1
Santa Catarina	27,4	23,0	9,0	19,4	14,6	-1,7	28,2	24,1	12,5	8,4	8,7	11,7	-2,7	-7,4	-0,8
Rio Grande do Sul	12,7	14,7	8,9	7,0	10,7	10,0	17,4	18,3	9,0	9,6	5,6	6,6	-6,2	-4,0	-0,3
Goiás	11,5	8,6	9,3	14,8	9,2	3,0	9,4	7,2	10,6	20,3	22,8	18,5	15,1	4,4	8,0
Distrito Federal	16,3	6,7	6,4	8,0	-3,8	-11,0	20,6	11,5	13,4	13,8	14,3	12,1	-3,8	-2,7	-7,1

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: Fev/2014

Unidade da Federação	Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação			Outros artigos de uso pessoal e doméstico		
	Mensal (2)	Acumulada (3)		Mensal (2)	Acumulada (3)	
		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses
Brasil	7,1	1,6	6,1	17,2	13,8	10,8
Ceará	35,2	24,7	6,6	27,5	26,5	7,5
Pernambuco	11,4	5,7	-4,2	14,1	12,0	16,2
Bahia	14,9	1,0	-14,8	26,7	23,7	17,6
Minas Gerais	-3,4	-6,8	-15,1	15,4	14,0	11,5
Espirito Santo	-17,0	-10,4	3,0	-6,3	-8,4	-3,0
Rio de Janeiro	15,9	1,3	20,5	3,6	5,3	16,1
São Paulo	2,9	-0,1	11,5	28,4	20,5	7,7
Paraná	2,6	-17,1	-9,6	19,3	12,0	9,3
Santa Catarina	28,0	23,6	12,7	12,6	14,6	8,8
Rio Grande do Sul	-23,0	-19,6	-0,4	18,1	13,1	7,8
Goiás	12,4	10,8	18,2	25,9	19,6	13,0
Distrito Federal	38,0	19,2	-3,0	16,8	12,4	5,5

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: Fev/2014

Unidade da Federação	Comércio varejista												
	fev/13	mar/13	abr/13	mai/13	jun/13	jul/13	ago/13	set/13	out/13	nov/13	dez/13	jan/14	fev/14
Brasil	96,7	111,7	103,2	110,7	106,0	112,1	115,6	109,3	115,6	117,9	150,2	114,7	104,9
Rondônia	93,9	106,6	103,8	118,3	109,2	120,7	118,8	109,3	114,2	122,5	170,0	109,3	102,0
Acre	99,0	110,0	107,8	117,4	108,6	117,4	114,1	109,0	123,0	125,1	168,7	124,1	114,5
Amazonas	91,9	103,8	99,1	106,8	103,6	108,2	112,2	104,5	110,7	111,5	147,6	107,8	95,3
Roraima	118,3	132,3	131,8	136,3	127,9	129,4	131,5	127,1	129,9	129,3	154,5	122,9	120,0
Pará	92,8	108,2	103,4	114,8	108,1	113,2	115,5	108,6	117,9	113,4	169,0	114,5	102,2
Amapá	103,1	110,3	107,7	116,9	121,2	129,0	127,9	119,9	122,9	125,9	164,2	114,0	112,3
Tocantins	97,4	114,6	115,8	115,8	114,1	119,1	125,1	123,0	127,6	134,7	158,2	119,9	113,3
Maranhão	99,8	112,4	108,9	119,8	112,0	124,5	125,4	117,6	127,3	127,5	166,6	124,5	115,7
Piauí	95,3	108,4	100,9	110,8	104,6	117,7	115,5	107,4	110,1	111,0	145,0	113,8	103,2
Ceará	95,0	107,6	105,1	112,6	105,3	115,4	117,0	111,3	116,5	118,5	150,2	119,2	108,7
Rio G. do Norte	99,9	113,6	107,4	116,6	109,3	119,4	123,2	115,2	118,4	119,0	151,8	116,9	110,0
Paraíba	98,4	115,7	108,4	117,9	112,3	119,9	121,6	113,2	124,6	132,2	157,3	119,5	104,8
Pernambuco	96,1	112,9	104,8	113,5	110,7	118,5	121,7	113,7	118,9	125,0	162,9	119,8	108,7
Alagoas	97,7	108,0	103,2	113,1	108,2	111,9	121,5	112,7	118,2	121,6	164,8	123,9	115,4
Sergipe	94,9	107,8	100,8	108,2	102,9	105,4	110,6	100,2	110,4	111,8	140,4	115,2	101,8
Bahia	92,9	107,6	103,2	111,5	108,2	110,9	116,2	108,9	115,6	117,9	151,1	117,7	107,5
Minas Gerais	94,6	106,0	101,0	106,3	101,2	106,9	109,8	104,2	109,8	110,4	136,7	111,7	101,1
Espirito Santo	98,9	112,3	105,4	111,1	104,1	111,3	115,3	104,5	114,6	116,8	143,2	115,1	101,9
Rio de Janeiro	94,9	110,1	99,4	105,9	100,5	107,3	110,9	104,4	111,1	114,8	149,3	108,1	99,7
São Paulo	97,1	113,7	103,2	111,8	107,1	112,7	117,6	111,7	117,9	119,8	151,4	114,4	105,4
Paraná	99,6	116,2	106,3	112,9	110,7	116,3	119,2	111,7	117,6	121,3	155,4	123,5	107,2
Santa Catarina	100,0	109,6	98,0	104,3	101,3	108,0	109,9	104,2	110,7	114,7	150,1	118,5	105,5
Rio Grande do Sul	96,9	115,6	106,5	111,8	107,0	111,1	113,1	108,2	115,2	117,3	151,6	111,9	105,2
Mato Grosso do Sul	112,9	124,9	119,2	126,7	119,9	129,6	129,5	125,8	132,7	135,7	173,8	131,2	121,8
Mato Grosso	96,7	109,3	103,9	113,8	109,7	114,7	117,5	113,8	118,4	118,3	137,4	107,8	105,8
Goiás	95,4	111,0	104,0	113,9	107,6	116,3	117,3	111,1	115,7	116,7	147,8	117,5	105,3
Distrito Federal	92,8	108,3	101,6	105,0	102,7	106,5	110,6	103,4	109,4	111,5	133,9	106,8	100,9

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: fev/2014

Unidade da Federação	Índice de receita (1)	Variação				
		Mensal (2)			Acumulada (3)	
		dez/13	jan/14	fev/14	no ano	12 Meses
Brasil	120,7	10,7	12,8	13,9	13,3	12,3
Rondônia	114,4	19,8	15,9	14,5	15,2	15,7
Acre	130,6	20,1	20,2	21,2	20,7	12,2
Amazonas	108,2	14,3	13,0	8,0	10,6	11,5
Roraima	138,4	10,0	6,2	4,7	5,4	10,5
Pará	118,3	13,1	11,5	14,1	12,7	14,3
Amapá	126,5	7,4	9,3	15,2	12,1	9,8
Tocantins	126,5	6,0	16,2	21,1	18,5	12,5
Maranhão	133,0	15,9	15,3	19,9	17,5	17,3
Piauí	120,0	12,5	13,0	12,1	12,6	13,2
Ceará	125,8	11,2	14,7	18,5	16,5	12,9
Rio G. do Norte	126,2	12,4	13,2	13,8	13,5	17,0
Paraíba	118,4	10,2	10,7	10,9	10,8	16,0
Pernambuco	124,7	12,2	12,2	18,0	14,9	14,7
Alagoas	132,6	15,2	17,8	22,5	20,0	16,9
Sergipe	119,0	7,4	13,9	11,6	12,8	12,0
Bahia	122,9	11,1	16,7	21,1	18,8	12,1
Minas Gerais	116,4	6,9	12,6	13,1	12,9	8,6
Espírito Santo	117,4	3,0	11,0	8,3	9,7	8,7
Rio de Janeiro	117,0	10,1	11,9	11,3	11,6	13,7
São Paulo	121,4	10,1	12,8	14,5	13,6	12,1
Paraná	123,5	16,0	12,5	12,6	12,5	14,7
Santa Catarina	121,9	8,8	11,6	10,0	10,8	10,9
Rio Grande do Sul	120,8	12,1	13,9	14,5	14,2	11,9
Mato Grosso do Sul	137,9	23,4	11,3	13,2	12,2	16,9
Mato Grosso	118,8	8,7	12,1	14,1	13,1	12,3
Goiás	118,5	13,0	13,0	14,6	13,7	11,8
Distrito Federal	113,1	8,0	9,6	12,3	10,9	10,1

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: Fev/2014

Unidade da Federação	Índice de receita (1)			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)	Acumulada (2)		Mensal (1)	Acumulada (2)			no ano	12 Meses
								no ano	12 Meses		no ano	12 Meses			
Brasil	13,9	13,3	12,3	17,2	15,8	12,3	10,6	11,3	12,0	10,4	11,2	11,8	12,7	10,6	9,1
Ceará	18,5	16,5	12,9	23,1	18,9	17,3	10,9	10,9	11,8	11,3	11,5	12,0	30,7	20,8	10,6
Pernambuco	18,0	14,9	14,7	16,0	16,1	18,7	13,2	10,4	12,0	14,6	11,6	13,0	30,0	19,1	12,8
Bahia	21,1	18,8	12,1	31,0	28,9	4,3	15,5	14,2	13,5	17,3	16,3	16,2	15,5	9,4	9,9
Minas Gerais	13,1	12,9	8,6	11,7	11,0	7,1	11,6	11,7	7,9	12,3	12,2	7,9	13,3	13,0	8,3
Espirito Santo	8,3	9,7	8,7	12,2	12,9	5,4	2,3	5,1	7,2	2,1	5,0	7,2	17,2	14,9	13,6
Rio de Janeiro	11,3	11,6	13,7	17,8	15,6	10,8	9,4	11,3	14,2	6,6	8,6	12,1	19,9	11,4	5,8
São Paulo	14,5	13,6	12,1	10,8	11,7	12,9	12,8	13,2	13,4	12,8	13,3	13,4	3,6	4,6	7,2
Paraná	12,6	12,5	14,7	20,9	19,7	17,5	7,3	9,5	14,3	6,9	9,5	14,2	11,7	11,0	9,5
Santa Catarina	10,0	10,8	10,9	11,5	9,2	5,4	4,6	6,4	9,8	3,4	5,5	9,3	10,7	11,6	12,1
Rio Grande do Sul	14,5	14,2	11,9	19,2	17,2	14,3	13,6	13,6	11,0	13,6	13,6	11,2	0,2	6,0	10,5
Goiás	14,6	13,7	11,8	15,7	15,3	14,2	8,4	9,2	6,8	8,8	9,4	6,6	26,8	23,0	21,0
Distrito Federal	12,3	10,9	10,1	22,3	22,2	16,1	3,5	4,8	6,8	3,2	4,5	6,6	11,4	6,7	6,4

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 (Continua)

Mês: Fev/2014

Unidade da Federação	Índice de receita (1)									Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos			Livros, jornais, revistas e papelaria		
	Total			Móveis			Eletrodomésticos			Mensal (1)	Acumulada (2)		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	19,0	15,6	11,4	24,2	17,5	8,1	16,3	14,6	13,2	21,3	20,4	16,7	2,3	4,9	6,6
Ceará	36,2	25,2	12,1	54,2	41,9	35,2	26,6	16,4	0,2	7,3	12,8	20,9	16,7	6,0	4,6
Pernambuco	18,8	15,5	16,3	31,6	24,8	16,7	11,5	10,3	16,1	39,7	36,5	22,2	4,6	12,9	20,2
Bahia	14,0	12,5	14,4	15,9	10,4	11,7	12,9	13,6	16,0	38,9	36,6	21,6	34,1	40,2	28,7
Minas Gerais	16,6	15,4	10,0	6,5	2,8	6,9	19,4	18,9	10,9	17,1	16,3	10,2	8,4	10,1	8,1
Espirito Santo	25,2	26,0	16,2	30,7	28,4	24,8	19,7	23,6	8,1	17,7	15,4	11,6	27,5	24,5	13,2
Rio de Janeiro	11,6	10,3	6,9	23,9	17,9	5,2	7,4	7,7	7,6	16,9	14,7	14,6	-1,2	2,9	6,8
São Paulo	13,9	8,9	5,0	17,3	7,3	-8,8	12,2	9,7	13,0	26,2	25,4	18,1	0,6	-0,6	1,3
Paraná	26,1	20,4	16,9	24,3	17,1	13,5	27,3	22,9	19,5	16,5	15,5	17,0	-5,6	1,3	15,3
Santa Catarina	38,1	33,3	17,0	38,7	32,8	13,1	37,8	33,6	18,9	14,2	15,6	18,1	2,3	-2,4	4,0
Rio Grande do Sul	20,5	21,9	14,8	15,7	17,7	16,4	23,3	24,3	14,0	15,4	11,0	12,3	-1,4	0,9	6,6
Goiás	18,4	14,6	13,7	23,9	17,1	9,8	16,5	13,7	15,2	23,4	25,3	21,8	22,6	11,1	14,4
Distrito Federal	23,0	11,6	10,9	18,2	4,3	-1,3	24,8	14,4	15,7	19,3	20,1	18,0	0,0	1,7	-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 6 - Variação de receita nominal de vendas no comércio varejista, por atividade e Unidade da Federação (Conclusão)

Mês: Fev/2014

Unidade da Federação	Índice de receita (1)			Outros artigos de uso pessoal e doméstico		
	Mensal (2)	Acumulada (3)		Mensal (2)	Acumulada (3)	
		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses
Brasil	6,6	-0,1	3,5	23,4	19,9	17,0
Ceará	33,1	23,6	4,2	34,4	33,9	13,9
Pernambuco	3,3	-2,3	-8,9	20,6	18,6	23,0
Bahia	11,8	-0,9	-12,8	32,2	29,3	23,0
Minas Gerais	5,7	0,5	-13,2	21,8	20,2	17,5
Espirito Santo	-14,7	-6,1	3,4	-1,5	-3,8	1,8
Rio de Janeiro	8,9	-4,5	10,5	10,4	12,1	23,5
São Paulo	2,3	-2,9	6,7	35,4	27,0	13,1
Paraná	5,5	-14,8	-4,3	24,5	17,5	16,3
Santa Catarina	29,3	26,1	15,2	17,8	20,5	16,1
Rio Grande do Sul	-21,5	-18,7	-0,5	22,2	17,3	12,6
Goiás	12,5	11,1	19,9	31,4	25,1	18,8
Distrito Federal	36,2	17,9	-0,2	20,6	16,1	10,6

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: Fev/2014

Unidade da Federação	Índice de receita (1)												
	fev/13	mar/13	abr/13	mai/13	jun/13	jul/13	ago/13	set/13	out/13	nov/13	dez/13	jan/14	fev/14
Brasil	106,0	123,3	114,4	123,0	117,7	124,1	128,1	121,5	129,5	132,7	170,6	131,1	120,7
Rondônia	99,9	114,6	111,7	127,3	117,9	129,5	128,0	118,5	124,9	134,3	187,3	121,5	114,4
Acre	107,8	120,7	118,4	129,2	119,6	128,7	125,5	120,4	137,2	139,7	188,7	140,4	130,6
Amazonas	100,2	113,8	109,1	117,6	114,1	119,0	123,6	115,5	123,3	124,6	166,6	122,4	108,2
Roraima	132,2	148,6	148,4	153,7	144,2	145,6	148,0	142,7	146,0	146,0	176,5	140,8	138,4
Pará	103,7	121,9	117,1	129,7	122,2	127,4	130,3	122,4	133,4	129,0	193,1	132,1	118,3
Amapá	109,9	118,7	116,9	126,4	131,2	139,2	138,5	130,3	134,6	138,3	182,4	127,4	126,5
Tocantins	104,5	124,0	125,1	124,1	122,4	127,1	134,4	132,4	139,4	147,9	175,5	133,2	126,5
Maranhão	111,0	125,7	122,1	133,9	125,8	138,6	139,4	131,1	142,0	143,6	189,3	142,9	133,0
Piauí	107,0	122,0	114,2	125,0	118,8	132,6	129,9	121,3	125,0	127,2	167,2	131,7	120,0
Ceará	106,2	121,0	118,8	126,5	119,1	129,7	131,2	125,2	131,7	135,0	172,1	137,5	125,8
Rio G. do Norte	110,9	126,8	120,4	130,1	122,6	132,7	136,4	128,1	132,6	134,2	173,3	134,0	126,2
Paraíba	106,8	126,2	119,2	129,6	124,1	132,0	133,7	124,7	137,6	146,3	176,9	134,4	118,4
Pernambuco	105,7	124,7	116,7	127,0	123,9	132,0	135,4	127,0	133,6	141,1	186,0	136,4	124,7
Alagoas	108,3	120,0	115,5	126,8	121,5	125,0	135,4	126,2	133,2	137,6	188,7	141,3	132,6
Sergipe	106,6	121,5	114,6	123,6	117,5	119,4	125,0	113,6	126,1	128,1	163,0	133,8	119,0
Bahia	101,4	118,4	114,0	123,5	120,1	122,4	128,5	119,9	126,3	129,5	171,1	133,9	122,9
Minas Gerais	102,8	116,7	111,3	117,8	112,1	118,1	121,1	115,0	121,7	123,2	154,6	126,5	116,4
Espírito Santo	108,3	124,5	117,2	123,7	116,2	124,1	128,8	117,2	129,4	132,2	164,0	132,2	117,4
Rio de Janeiro	105,1	123,3	112,3	120,5	114,5	121,5	125,5	118,6	127,2	131,5	172,5	126,4	117,0
São Paulo	106,0	124,9	113,9	123,8	118,4	124,2	129,6	123,6	131,7	134,5	171,1	130,4	121,4
Paraná	109,7	128,4	118,1	125,0	121,9	128,4	132,3	123,8	131,5	137,2	177,0	141,9	123,5
Santa Catarina	110,8	122,1	109,8	116,3	112,5	120,2	122,9	116,5	124,7	130,1	171,4	136,4	121,9
Rio Grande do Sul	105,5	126,8	117,3	123,5	118,4	122,7	125,6	121,5	130,2	132,8	172,2	128,0	120,8
Mato Grosso do Sul	121,8	135,6	129,5	138,0	130,2	139,8	140,3	136,8	146,6	150,8	195,6	148,2	137,9
Mato Grosso	104,2	118,6	111,8	122,1	117,0	121,3	124,7	121,5	128,9	129,6	153,4	121,0	118,8
Goiás	103,4	121,3	113,3	124,1	116,9	125,7	127,5	120,6	127,2	129,1	164,9	131,6	118,5
Distrito Federal	100,8	118,6	111,5	115,6	112,9	116,7	121,5	113,6	120,6	123,0	149,2	119,8	113,1

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: Fev/2014

Unidade da Federação	Índice de volume (2)	Variação				
		Mensal (3)			Acumulada (4)	
		dez/13	jan/14	fev/14	no ano	12 Meses
Brasil	102,5	2,9	4,7	8,4	6,5	3,9
Rondônia	93,1	2,6	2,9	7,5	5,1	1,3
Acre	111,4	11,5	13,0	13,6	13,3	11,1
Amazonas	97,0	7,3	8,6	5,4	7,1	5,1
Roraima	114,9	1,4	-0,3	0,6	0,1	1,5
Pará	101,7	0,7	4,4	6,1	5,2	2,4
Amapá	99,9	-4,7	-12,7	-3,2	-8,2	-1,3
Tocantins	103,6	-7,5	3,1	4,7	3,8	2,2
Maranhão	108,6	3,1	4,3	11,0	7,4	5,4
Piauí	105,5	0,5	4,0	10,7	7,1	6,4
Ceará	103,3	3,8	7,0	14,6	10,5	1,3
Rio G. do Norte	108,6	5,9	6,6	10,2	8,3	9,0
Paraíba	105,0	4,7	6,4	10,8	8,4	8,6
Pernambuco	105,7	6,5	7,9	14,1	10,8	6,4
Alagoas	113,8	5,7	7,9	15,1	11,3	5,7
Sergipe	103,0	0,7	8,9	10,4	9,6	3,4
Bahia	105,7	1,8	5,8	13,0	9,1	2,8
Minas Gerais	95,6	-5,1	2,4	2,5	2,4	-0,6
Espirito Santo	86,8	-10,6	-7,3	-2,8	-5,2	-4,8
Rio de Janeiro	101,1	3,4	2,5	10,8	6,3	6,3
São Paulo	102,5	2,7	4,3	7,0	5,6	3,3
Paraná	105,3	7,8	5,2	5,3	5,2	6,6
Santa Catarina	104,6	8,5	6,7	15,0	10,6	5,0
Rio Grande do Sul	107,1	7,1	11,5	15,3	13,3	7,5
Mato Grosso do Sul	106,9	11,0	-0,1	3,9	1,8	6,1
Mato Grosso	106,7	0,2	6,0	8,8	7,3	5,2
Goiás	101,4	3,0	1,6	3,6	2,5	4,4
Distrito Federal	100,4	-2,2	11,2	10,4	10,8	1,1

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: 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: Fev/2014

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)	Acumulada (3)		Mensal (2)	Acumulada (3)			no ano	12 Meses
Brasil	8,4	6,5	3,9	13,5	10,0	7,3	5,1	5,4	2,7	4,9	5,3	2,6	7,4	5,1	3,7
Ceará	14,6	10,5	1,3	20,9	13,2	11,5	6,0	5,1	0,3	6,4	5,7	0,3	25,8	16,4	7,7
Pernambuco	14,1	10,8	6,4	15,4	12,8	14,8	8,3	4,1	0,9	9,5	5,3	2,2	20,7	10,1	6,1
Bahia	13,0	9,1	2,8	26,4	21,5	-3,1	8,9	6,7	2,3	10,4	8,5	4,8	10,5	4,1	3,6
Minas Gerais	2,5	2,4	-0,6	10,1	7,7	5,2	5,2	5,0	-1,3	5,9	5,5	-1,2	6,7	6,7	1,4
Espirito Santo	-2,8	-5,2	-4,8	9,0	8,0	0,9	-4,1	-1,9	-2,6	-4,3	-1,9	-2,6	12,3	10,4	8,3
Rio de Janeiro	10,8	6,3	6,3	14,3	10,6	6,0	2,6	3,9	3,0	-0,2	1,3	1,5	15,3	7,4	1,6
São Paulo	7,0	5,6	3,3	7,0	6,8	9,0	7,1	7,3	4,8	7,2	7,5	4,9	-1,7	-1,0	2,6
Paraná	5,3	5,2	6,6	17,6	14,8	12,6	2,6	4,5	6,0	2,1	4,4	5,9	7,5	5,6	0,9
Santa Catarina	15,0	10,6	5,0	8,4	4,6	1,0	0,1	1,6	1,8	-1,1	0,7	1,3	7,1	6,7	3,1
Rio Grande do Sul	15,3	13,3	7,5	17,4	12,3	9,9	6,4	6,0	1,1	6,4	6,0	1,3	-1,0	3,7	7,2
Goiás	3,6	2,5	4,4	7,2	3,8	6,2	6,0	6,0	-0,9	6,4	6,2	-0,9	20,5	16,3	13,9
Distrito Federal	10,4	10,8	1,1	17,9	15,4	10,2	0,7	0,6	-1,5	0,4	0,4	-1,8	7,8	2,9	1,5

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 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: Fev/2014

Unidade da Federação	Móveis e Eletrodomésticos									Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos			Livros, jornais, revistas e papelaria		
	Total			Móveis			Eletrodomésticos			Mensal (1)	Acumulada (2)		Mensal (1)	Acumulada (2)	
	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	10,5	7,8	5,8	14,4	8,6	0,3	9,8	8,4	9,1	15,2	14,6	11,1	-4,2	-1,6	0,8
Ceará	31,2	19,4	8,0	43,8	32,6	28,3	23,4	11,5	-2,8	1,0	5,8	14,4	10,1	0,1	-1,2
Pernambuco	12,5	9,8	9,8	18,5	12,9	7,7	10,0	9,0	11,9	33,4	30,8	16,4	-3,3	4,9	13,2
Bahia	6,8	5,8	10,3	4,4	-0,9	5,8	9,4	10,3	13,8	36,0	33,0	19,2	26,0	31,7	20,8
Minas Gerais	6,5	7,0	6,1	0,1	-4,4	-0,1	10,7	12,3	9,3	11,2	10,3	5,4	1,6	3,1	1,3
Espírito Santo	19,9	21,1	12,4	23,9	22,3	18,0	12,6	16,2	4,3	11,7	9,9	4,7	18,9	16,2	6,2
Rio de Janeiro	3,3	2,3	1,3	17,4	12,3	-0,5	1,0	1,2	3,8	11,1	9,4	7,8	-7,8	-4,0	0,4
São Paulo	4,5	0,6	-1,0	9,6	0,4	-16,0	4,4	2,6	8,4	18,9	18,6	12,3	-6,7	-7,4	-3,8
Paraná	15,1	9,9	7,6	7,0	1,1	-1,3	18,6	14,3	13,0	10,4	8,5	10,5	-10,3	-3,9	10,1
Santa Catarina	27,4	23,0	9,0	19,4	14,6	-1,7	28,2	24,1	12,5	8,4	8,7	11,7	-2,7	-7,4	-0,8
Rio Grande do Sul	12,7	14,7	8,9	7,0	10,7	10,0	17,4	18,3	9,0	9,6	5,6	6,6	-6,2	-4,0	-0,3
Goiás	11,5	8,6	9,3	14,8	9,2	3,0	9,4	7,2	10,6	20,3	22,8	18,5	15,1	4,4	8,0
Distrito Federal	16,3	6,7	6,4	8,0	-3,8	-11,0	20,6	11,5	13,4	13,8	14,3	12,1	-3,8	-2,7	-7,1

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

Mês: Fev/2014

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 (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
Brasil	7,1	1,6	6,1	17,2	13,8	10,8	6,0	3,7	1,2	16,6	10,1	7,3
Ceará	35,2	24,7	6,6	27,5	26,5	7,5	14,9	10,1	-6,1	14,9	5,9	3,2
Pernambuco	11,4	5,7	-4,2	14,1	12,0	16,2	10,0	10,2	2,0	36,2	25,2	18,5
Bahia	14,9	1,0	-14,8	26,7	23,7	17,6	7,5	2,5	-2,1	10,8	6,7	7,7
Minas Gerais	-3,4	-6,8	-15,1	15,4	14,0	11,5	-9,2	-6,2	-5,4	19,8	9,1	2,8
Espirito Santo	-17,0	-10,4	3,0	-6,3	-8,4	-3,0	-12,4	-17,0	-12,9	20,0	10,9	6,4
Rio de Janeiro	15,9	1,3	20,5	3,6	5,3	16,1	21,7	8,4	8,5	20,9	9,1	7,1
São Paulo	2,9	-0,1	11,5	28,4	20,5	7,7	1,3	0,5	-0,2	16,3	8,7	4,1
Paraná	2,6	-17,1	-9,6	19,3	12,0	9,3	0,3	1,4	5,3	9,4	9,1	9,4
Santa Catarina	28,0	23,6	12,7	12,6	14,6	8,8	29,4	16,7	5,1	22,3	18,5	16,1
Rio Grande do Sul	-23,0	-19,6	-0,4	18,1	13,1	7,8	26,4	22,9	9,9	19,4	13,7	14,6
Goiás	12,4	10,8	18,2	25,9	19,6	13,0	-6,1	-4,9	3,2	12,6	5,3	3,8
Distrito Federal	38,0	19,2	-3,0	16,8	12,4	5,5	11,9	17,6	-4,9	16,5	15,9	10,0

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

Mês: Fev/2014

Unidade da Federação	Comércio Varejista Ampliado												
	fev/13	mar/13	abr/13	mai/13	jun/13	jul/13	ago/13	set/13	out/13	nov/13	dez/13	jan/14	fev/14
Brasil	94,5	110,3	106,7	110,8	106,8	113,4	116,2	108,5	116,0	116,8	136,2	111,9	102,5
Rondônia	86,6	103,8	102,8	109,0	106,3	114,7	113,7	100,3	105,8	113,3	132,0	98,2	93,1
Acre	98,1	109,9	117,8	121,6	115,0	124,3	127,7	119,4	127,8	127,0	159,0	125,6	111,4
Amazonas	92,0	101,4	101,6	104,3	100,7	108,0	111,1	102,5	111,2	111,2	132,7	106,3	97,0
Roraima	114,3	122,5	124,9	124,9	116,7	120,9	121,1	116,8	120,1	115,8	140,1	119,1	114,9
Pará	95,9	111,5	109,2	116,9	111,2	115,7	115,7	109,0	117,6	115,9	150,1	113,2	101,7
Amapá	103,2	108,2	105,1	110,9	113,7	120,3	117,2	110,3	112,4	111,0	137,6	98,8	99,9
Tocantins	99,0	112,0	124,3	118,8	121,6	122,0	122,1	114,6	121,2	124,1	131,1	114,0	103,6
Maranhão	97,9	109,0	111,2	115,5	111,0	123,0	124,5	114,8	122,7	119,9	145,5	118,0	108,6
Piauí	95,4	113,5	109,2	115,2	112,7	121,9	118,3	110,1	114,5	120,9	143,2	115,9	105,5
Ceará	90,1	102,0	103,7	107,5	99,8	114,9	112,7	107,1	113,2	114,2	136,8	114,2	103,3
Rio G. do Norte	98,6	114,5	109,6	116,5	109,0	121,0	123,0	115,4	120,4	120,5	148,7	114,7	108,6
Paraíba	94,8	113,5	110,5	116,7	108,9	119,5	117,7	110,8	121,4	126,0	145,8	118,9	105,0
Pernambuco	92,7	111,2	106,2	112,0	106,0	118,8	121,2	111,5	118,5	120,2	148,1	119,5	105,7
Alagoas	98,9	108,5	107,7	114,2	109,6	116,7	122,2	115,5	125,1	128,9	163,2	122,9	113,8
Sergipe	93,2	107,2	104,6	110,5	101,9	109,2	110,8	104,1	113,5	115,5	139,4	114,4	103,0
Bahia	93,6	109,3	105,5	113,9	107,4	113,9	117,3	108,9	116,6	116,5	141,9	116,6	105,7
Minas Gerais	93,3	105,8	105,2	105,7	100,0	106,3	110,7	100,1	105,7	108,1	116,4	107,6	95,6
Espirito Santo	89,3	102,6	98,1	98,0	93,8	98,4	100,0	92,3	99,7	99,6	107,7	94,8	86,8
Rio de Janeiro	91,3	108,0	103,0	109,2	103,8	112,9	114,6	107,4	115,0	116,0	136,9	109,9	101,1
São Paulo	95,9	112,8	107,4	112,2	108,4	113,1	118,0	110,3	117,9	118,1	136,7	109,5	102,5
Paraná	100,0	114,5	111,7	115,5	112,9	116,9	119,6	111,3	120,4	121,0	137,3	119,2	105,3
Santa Catarina	91,0	103,5	101,2	104,0	103,0	108,0	111,9	102,5	111,9	114,3	141,1	112,0	104,6
Rio Grande do Sul	92,9	113,4	109,7	109,9	110,4	117,8	118,6	114,0	123,2	124,4	150,1	117,8	107,1
Mato Grosso do Sul	102,8	115,5	111,6	119,6	110,9	122,1	117,2	113,9	119,6	122,5	146,5	114,0	106,9
Mato Grosso	98,1	117,0	115,1	122,3	122,3	124,6	124,9	119,5	124,9	123,5	137,0	114,3	106,7
Goiás	97,9	114,0	111,0	113,7	111,6	118,2	117,9	112,0	116,2	116,0	127,6	117,6	101,4
Distrito Federal	91,0	106,6	103,4	105,1	100,3	109,1	110,1	103,2	111,6	110,6	123,1	114,3	100,4

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.

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: fev/2014

Unidade da Federação	Índice de receita (2)	Variação				
		Mensal (3)			Acumulada (4)	
		dez/13	jan/14	fev/14	no ano	12 Meses
Brasil	112,8	8,7	10,0	13,3	11,5	9,4
Rondônia	100,2	8,5	7,7	12,6	10,1	5,5
Acre	120,7	17,0	18,0	18,6	18,3	15,2
Amazonas	106,0	12,9	13,8	9,4	11,7	10,0
Roraima	127,8	7,0	4,9	4,8	4,8	7,0
Pará	112,5	6,5	9,0	10,2	9,6	8,0
Amapá	109,6	1,2	-6,8	2,8	-2,2	3,5
Tocantins	112,1	-1,4	8,8	10,4	9,6	7,3
Maranhão	119,2	8,6	9,8	15,2	12,3	10,7
Piauí	117,3	6,3	9,5	14,1	11,6	12,2
Ceará	114,7	9,3	12,4	18,6	15,3	7,3
Rio G. do Norte	120,6	11,5	12,5	14,0	13,2	15,1
Paraíba	114,3	10,1	11,0	14,4	12,6	13,8
Pernambuco	116,6	12,8	13,0	18,4	15,5	12,2
Alagoas	124,6	11,7	13,0	18,9	15,8	11,4
Sergipe	115,4	7,0	14,5	14,1	14,3	9,9
Bahia	117,3	7,8	11,8	18,2	14,7	8,8
Minas Gerais	104,9	0,5	7,2	7,4	7,3	4,1
Espirito Santo	95,0	-5,4	-2,8	1,1	-1,0	-0,1
Rio de Janeiro	113,6	9,8	7,9	15,7	11,5	12,6
São Paulo	113,0	8,4	9,6	12,5	11,0	8,7
Paraná	116,0	14,2	10,9	10,2	10,6	12,6
Santa Catarina	114,7	14,0	12,1	19,1	15,4	10,5
Rio Grande do Sul	116,4	13,2	16,6	19,8	18,1	13,0
Mato Grosso do Sul	117,6	18,4	6,1	9,2	7,6	12,1
Mato Grosso	116,0	6,1	11,7	13,2	12,4	9,9
Goiás	109,6	8,8	6,6	8,4	7,4	9,1
Distrito Federal	107,2	1,9	14,6	13,1	13,9	5,3

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: Fev/2014

Unidade da Federação	Índice de receita (2)			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
	(2)	no ano	12 Meses	(2)	no ano	12 Meses	(2)	no ano	12 Meses	(2)	no ano	12 Meses	(2)	no ano	12 Meses
Brasil	13,3	11,5	9,4	17,2	15,8	12,3	10,6	11,3	12,0	10,4	11,2	11,8	12,7	10,6	9,1
Ceará	18,6	15,3	7,3	23,1	18,9	17,3	10,9	10,9	11,8	11,3	11,5	12,0	30,7	20,8	10,6
Pernambuco	18,4	15,5	12,2	16,0	16,1	18,7	13,2	10,4	12,0	14,6	11,6	13,0	30,0	19,1	12,8
Bahia	18,2	14,7	8,8	31,0	28,9	4,3	15,5	14,2	13,5	17,3	16,3	16,2	15,5	9,4	9,9
Minas Gerais	7,4	7,3	4,1	11,7	11,0	7,1	11,6	11,7	7,9	12,3	12,2	7,9	13,3	13,0	8,3
Espirito Santo	1,1	-1,0	-0,1	12,2	12,9	5,4	2,3	5,1	7,2	2,1	5,0	7,2	17,2	14,9	13,6
Rio de Janeiro	15,7	11,5	12,6	17,8	15,6	10,8	9,4	11,3	14,2	6,6	8,6	12,1	19,9	11,4	5,8
São Paulo	12,5	11,0	8,7	10,8	11,7	12,9	12,8	13,2	13,4	12,8	13,3	13,4	3,6	4,6	7,2
Paraná	10,2	10,6	12,6	20,9	19,7	17,5	7,3	9,5	14,3	6,9	9,5	14,2	11,7	11,0	9,5
Santa Catarina	19,1	15,4	10,5	11,5	9,2	5,4	4,6	6,4	9,8	3,4	5,5	9,3	10,7	11,6	12,1
Rio Grande do Sul	19,8	18,1	13,0	19,2	17,2	14,3	13,6	13,6	11,0	13,6	13,6	11,2	0,2	6,0	10,5
Goiás	8,4	7,4	9,1	15,7	15,3	14,2	8,4	9,2	6,8	8,8	9,4	6,6	26,8	23,0	21,0
Distrito Federal	13,1	13,9	5,3	22,3	22,2	16,1	3,5	4,8	6,8	3,2	4,5	6,6	11,4	6,7	6,4

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: Fev/2014

Unidade da Federação	Índice de receita (2)									Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos			Livros, jornais, revistas e papelaria		
	Total			Móveis			Eletrodomésticos			Mensal (1)	Acumulada (2)		Mensal (1)	Acumulada (2)	
	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	19,0	15,6	11,4	24,2	17,5	8,1	16,3	14,6	13,2	21,3	20,4	16,7	2,3	4,9	6,6
Ceará	36,2	25,2	12,1	54,2	41,9	35,2	26,6	16,4	0,2	7,3	12,8	20,9	16,7	6,0	4,6
Pernambuco	18,8	15,5	16,3	31,6	24,8	16,7	11,5	10,3	16,1	39,7	36,5	22,2	4,6	12,9	20,2
Bahia	14,0	12,5	14,4	15,9	10,4	11,7	12,9	13,6	16,0	38,9	36,6	21,6	34,1	40,2	28,7
Minas Gerais	16,6	15,4	10,0	6,5	2,8	6,9	19,4	18,9	10,9	17,1	16,3	10,2	8,4	10,1	8,1
Espirito Santo	25,2	26,0	16,2	30,7	28,4	24,8	19,7	23,6	8,1	17,7	15,4	11,6	27,5	24,5	13,2
Rio de Janeiro	11,6	10,3	6,9	23,9	17,9	5,2	7,4	7,7	7,6	16,9	14,7	14,6	-1,2	2,9	6,8
São Paulo	13,9	8,9	5,0	17,3	7,3	-8,8	12,2	9,7	13,0	26,2	25,4	18,1	0,6	-0,6	1,3
Paraná	26,1	20,4	16,9	24,3	17,1	13,5	27,3	22,9	19,5	16,5	15,5	17,0	-5,6	1,3	15,3
Santa Catarina	38,1	33,3	17,0	38,7	32,8	13,1	37,8	33,6	18,9	14,2	15,6	18,1	2,3	-2,4	4,0
Rio Grande do Sul	20,5	21,9	14,8	15,7	17,7	16,4	23,3	24,3	14,0	15,4	11,0	12,3	-1,4	0,9	6,6
Goiás	18,4	14,6	13,7	23,9	17,1	9,8	16,5	13,7	15,2	23,4	25,3	21,8	22,6	11,1	14,4
Distrito Federal	23,0	11,6	10,9	18,2	4,3	-1,3	24,8	14,4	15,7	19,3	20,1	18,0	0,0	1,7	-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 14 - Variação de receita nominal de vendas no comércio varejista ampliado (1), por atividade e Unidade da Federação (Conclusão)

Mês: Fev/2014

Unidade da Federação	Índice de receita (2)			Outros artigos de uso pessoal e doméstico			Veículos, motocicletas, partes e peças			Material de construção		
	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
Brasil	6,6	-0,1	3,5	23,4	19,9	17,0	8,9	6,2	2,9	23,0	16,4	11,9
Ceará	33,1	23,6	4,2	34,4	33,9	13,9	16,6	11,8	-5,0	26,6	16,5	8,3
Pernambuco	3,3	-2,3	-8,9	20,6	18,6	23,0	12,1	12,2	4,2	43,3	31,2	20,1
Bahia	11,8	-0,9	-12,8	32,2	29,3	23,0	10,0	5,0	0,5	21,0	15,4	11,3
Minas Gerais	5,7	0,5	-13,2	21,8	20,2	17,5	-8,7	-5,8	-5,5	26,7	15,5	8,7
Espirito Santo	-14,7	-6,1	3,4	-1,5	-3,8	1,8	-11,2	-15,8	-10,9	27,7	17,8	9,8
Rio de Janeiro	8,9	-4,5	10,5	10,4	12,1	23,5	22,3	9,1	10,0	30,1	17,2	12,8
São Paulo	2,3	-2,9	6,7	35,4	27,0	13,1	4,7	3,5	1,0	22,5	14,8	9,4
Paraná	5,5	-14,8	-4,3	24,5	17,5	16,3	4,5	5,8	8,3	14,3	14,1	15,6
Santa Catarina	29,3	26,1	15,2	17,8	20,5	16,1	35,0	22,1	8,1	26,8	23,2	21,0
Rio Grande do Sul	-21,5	-18,7	-0,5	22,2	17,3	12,6	30,0	25,7	13,6	22,3	18,5	16,2
Goiás	12,5	11,1	19,9	31,4	25,1	18,8	-2,7	-1,5	5,8	21,0	12,6	8,9
Distrito Federal	36,2	17,9	-0,2	20,6	16,1	10,6	13,5	19,0	-4,5	17,6	17,0	11,2

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

Mês: Fev/2014

Unidade da Federação	Índice de receita (2)												
	fev/13	mar/13	abr/13	mai/13	jun/13	jul/13	ago/13	set/13	out/13	nov/13	dez/13	jan/14	fev/14
Brasil	99,6	116,8	113,0	117,8	113,5	120,2	123,3	115,7	124,5	125,8	148,8	122,4	112,8
Rondônia	89,0	107,6	106,9	113,2	110,6	119,3	118,6	105,5	112,1	120,1	141,5	105,3	100,2
Acre	101,8	114,9	123,0	127,0	120,4	130,0	133,3	125,4	135,7	135,0	169,8	135,0	120,7
Amazonas	96,9	107,4	107,7	110,7	107,1	114,7	118,0	109,4	119,5	119,9	144,7	116,3	106,0
Roraima	121,9	131,8	134,6	134,9	126,5	130,6	130,9	126,3	130,5	126,6	154,2	131,6	127,8
Pará	102,1	119,7	117,6	125,7	119,9	124,7	124,9	117,8	127,7	126,2	165,7	124,9	112,5
Amapá	106,6	112,9	110,5	116,3	119,9	126,5	123,7	116,7	120,0	119,2	149,5	108,0	109,6
Tocantins	101,5	115,8	127,6	122,1	124,6	125,4	126,2	119,5	127,4	131,8	141,1	122,2	112,1
Maranhão	103,5	115,6	117,7	122,5	117,7	129,8	131,4	121,8	130,7	129,2	158,7	129,2	119,2
Piauí	102,8	121,7	117,2	123,8	121,2	131,0	127,3	119,0	124,3	131,6	158,1	128,4	117,3
Ceará	96,7	109,8	111,6	115,7	107,9	123,1	121,2	115,7	122,8	124,8	150,7	126,2	114,7
Rio G. do Norte	105,7	122,9	118,0	125,3	117,6	129,6	131,8	124,2	130,2	131,3	163,7	127,3	120,6
Paraíba	100,0	120,0	117,2	123,5	115,9	126,5	125,3	118,3	130,0	135,2	158,4	128,9	114,3
Pernambuco	98,5	118,4	113,6	120,0	114,0	126,9	129,9	120,2	128,1	130,6	163,0	130,6	116,6
Alagoas	104,8	115,3	115,0	121,7	117,2	123,8	130,4	123,8	134,2	138,5	177,8	134,0	124,6
Sergipe	101,2	116,5	114,1	120,5	111,8	118,5	120,9	113,7	124,9	127,0	155,4	127,7	115,4
Bahia	99,3	116,3	112,6	122,1	115,3	121,6	125,7	116,7	124,4	125,0	155,8	128,8	117,3
Minas Gerais	97,7	111,4	110,7	112,0	106,1	112,7	116,8	106,4	112,8	115,0	126,9	116,1	104,9
Espirito Santo	93,9	108,3	104,0	104,2	99,5	104,6	106,5	98,5	107,1	107,2	117,9	103,5	95,0
Rio de Janeiro	98,2	116,8	111,7	119,1	113,2	122,6	124,4	117,0	126,1	127,5	152,9	122,8	113,6
São Paulo	100,5	118,9	113,1	118,7	114,5	119,3	124,5	117,2	126,2	126,8	148,7	119,6	113,0
Paraná	105,3	121,4	118,2	122,3	119,3	124,0	127,3	119,0	129,4	131,0	150,4	130,8	116,0
Santa Catarina	96,3	109,8	106,9	110,0	108,8	114,2	118,7	109,2	119,9	123,2	153,4	122,6	114,7
Rio Grande do Sul	97,2	119,5	115,5	116,5	117,2	124,0	125,1	121,0	131,9	133,3	162,2	127,2	116,4
Mato Grosso do Sul	107,7	121,5	117,4	125,9	116,7	128,0	123,7	120,6	128,1	131,8	159,9	125,1	117,6
Mato Grosso	102,4	122,3	119,4	126,9	126,1	128,5	129,3	124,5	131,7	130,9	147,2	123,5	116,0
Goiás	101,1	118,2	115,0	118,3	115,7	122,6	123,0	117,0	122,4	122,9	136,9	125,9	109,6
Distrito Federal	94,8	111,7	108,3	110,3	105,5	114,2	115,6	108,4	117,4	116,9	131,2	120,9	107,2

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.

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: fev /2014**

Unidade da Federação	Índice de Base Fixa (1)			Variação mês/mês anterior		
	dez/13	jan/14	fev/14	dez/13	jan/14	fev/14
Brasil	116,1	116,6	116,8	-0,3	0,4	0,2
Rondônia	121,6	120,8	119,1	1,4	-0,7	-1,4
Acre	126,1	129,4	129,8	-1,9	2,6	0,3
Amazonas	110,6	111,2	106,8	-0,4	0,5	-4,0
Roraima	131,8	131,3	132,8	1,3	-0,4	1,1
Pará	117,9	118,9	121,7	0,0	0,8	2,4
Amapá	121,6	122,4	127,1	-3,0	0,7	3,8
Tocantins	120,2	129,1	129,1	-12,2	7,4	0,0
Maranhão	127,1	127,1	128,7	-0,7	0,0	1,3
Piauí	113,4	113,4	112,5	1,0	0,0	-0,8
Ceará	117,1	119,9	122,0	-0,3	2,4	1,8
Rio G. do Norte	119,0	119,8	120,0	-0,2	0,7	0,2
Paraíba	120,0	121,4	118,1	-5,9	1,2	-2,7
Pernambuco	120,7	120,5	121,5	-1,0	-0,2	0,8
Alagoas	120,9	122,9	124,8	0,4	1,7	1,5
Sergipe	107,7	112,1	113,8	-2,4	4,1	1,5
Bahia	116,8	119,4	119,0	-0,3	2,2	-0,3
Minas Gerais	108,5	111,1	110,3	-2,0	2,4	-0,7
Espirito Santo	112,8	114,3	112,0	-2,8	1,3	-2,0
Rio de Janeiro	110,5	110,6	108,6	-2,3	0,1	-1,8
São Paulo	117,3	118,2	118,7	-0,3	0,8	0,4
Paraná	123,1	121,8	119,7	1,5	-1,1	-1,7
Santa Catarina	113,7	113,8	113,7	1,2	0,1	-0,1
Rio Grande do Sul	115,8	117,8	118,2	-0,3	1,7	0,3
Mato Grosso do Sul	137,3	133,6	133,5	1,0	-2,7	-0,1
Mato Grosso	111,6	115,6	118,0	-5,7	3,6	2,1
Goiás	116,6	117,6	119,0	-1,1	0,9	1,2
Distrito Federal	107,4	109,6	110,3	-1,7	2,0	0,6

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: fev/2014**

Unidade da Federação	Índice de Base Fixa (1)			Variação mês/mês anterior		
	dez/13	jan/14	fev/14	dez/13	jan/14	fev/14
Brasil	132,0	133,3	133,6	0,5	1,0	0,2
Rondônia	133,4	133,6	132,3	1,4	0,1	-1,0
Acre	141,6	145,6	146,5	-0,8	2,8	0,6
Amazonas	123,9	126,2	120,7	-0,3	1,9	-4,4
Roraima	150,6	150,5	152,2	1,6	-0,1	1,1
Pará	134,3	136,7	137,6	0,4	1,8	0,7
Amapá	135,5	136,9	141,6	-2,0	1,0	3,4
Tocantins	134,0	142,5	142,8	-10,2	6,3	0,2
Maranhão	143,7	145,8	146,9	-0,3	1,5	0,8
Piauí	129,7	131,4	129,3	0,5	1,3	-1,6
Ceará	130,8	138,5	140,5	-2,5	5,9	1,4
Rio G. do Norte	133,2	137,0	137,0	-1,0	2,9	0,0
Paraíba	134,8	136,7	133,1	-5,1	1,4	-2,6
Pernambuco	137,4	137,9	139,4	-0,5	0,4	1,1
Alagoas	136,1	141,2	141,5	-0,6	3,7	0,2
Sergipe	124,7	129,7	130,5	-1,8	4,0	0,6
Bahia	131,6	135,3	135,2	1,3	2,8	-0,1
Minas Gerais	123,1	126,6	127,3	-0,9	2,8	0,6
Espírito Santo	128,6	131,0	128,3	-2,7	1,9	-2,1
Rio de Janeiro	128,2	129,3	127,1	-2,3	0,9	-1,7
São Paulo	133,1	134,4	135,7	0,7	1,0	1,0
Paraná	138,4	138,6	137,8	1,3	0,1	-0,6
Santa Catarina	130,2	130,7	130,7	1,8	0,4	0,0
Rio Grande do Sul	131,6	134,6	135,7	0,4	2,3	0,8
Mato Grosso do Sul	153,1	150,0	152,2	1,7	-2,0	1,5
Mato Grosso	123,8	129,1	132,2	-4,0	4,3	2,4
Goiás	130,2	131,8	134,1	0,0	1,2	1,7
Distrito Federal	120,3	122,8	123,3	-1,2	2,1	0,4

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

(1) Base: 2011 = 100