

Indicadores IBGE

Pesquisa Mensal de Comércio
fevereiro 2016

Presidenta da República
Dilma Rousseff

Ministro do Planejamento, Orçamento e Gestão
Valdir Moysés Simão

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE

Presidenta
Wasmália Socorro Barata Bivar

Diretor Executivo
Fernando J. Abrantes

ÓRGÃOS ESPECÍFICOS SINGULARES

Diretoria de Pesquisas
Roberto Luís Olinto Ramos

Diretoria de Geociências
Wadih João Scandar Neto

Diretoria de Informática
José Sant'Anna Bevilaqua (em exercício)

Centro de Documentação e Disseminação de Informações
David Wu Tai

Escola Nacional de Ciências Estatísticas
Maysa Sacramento de Magalhães

UNIDADE RESPONSÁVEL

Coordenação de Serviços e Comércio
Vânia Maria Carelli Prata

Gerência das Pesquisas Mensais de Serviços e Comércio
Pedro Luiz de Souza Quintsir

Gerência de Análise de Resultados Conjunturais
Isabella Nunes Pereira

Crítica, Imputação, Acompanhamento e Controle
Aleciana Celice Sales Gusmão
Carla Fernandes de Mello Carvalho
Elson Renato de Carvalho Dantas
Isabella Nunes Pereira
Julio Cesar de Castro Ramos
Paulo Cesar Casal de Oliveira
Pedro Luiz de Souza Quintsir

Análise de Resultados e Elaboração de Comentários
Isabella Nunes Pereira
Nilo Lopes de Macedo

Editoração
Gilmar da Costa Gonçalves

Indicadores IBGE

Plano de divulgação:

Trabalho e rendimento

Pesquisa mensal de emprego*

Pesquisa nacional por amostra de domicílios contínua

Agropecuária

Estatística da produção agrícola **

Estatística da produção pecuária **

Indústria

Pesquisa industrial mensal: 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

* O último fascículo divulgado corresponde a fevereiro de 2016.

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

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

Iniciado em 1982, com a divulgação de indicadores sobre trabalho e rendimento, indústria e preços, o periódico **Indicadores IBGE** passou a incorporar, no decorrer das décadas seguintes, informações sobre agropecuária, contas nacionais trimestrais e serviços, visando contemplar as variadas demandas por estatísticas conjunturais para o País. Outros temas poderão ser abarcados futuramente, de acordo com as necessidades de informação identificadas.

O periódico é subdividido em fascículos por temas específicos, que incluem tabelas de resultados, comentários e notas metodológicas. As informações apresentadas estão disponíveis em diferentes níveis geográficos: nacional, regional e metropolitano, variando por fascículo".

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
Hiper., Super, Produtos alimentícios, bebidas e fumo	Multiplicativo	(212) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa [8], Efeito Calendário (TD) e LS2012.Jan
Combustíveis	Multiplicativo	(011) (011)	Camaval, Corpus Christi e Efeito Calendário (TD)
Tecidos, vestuário e calçados	Multiplicativo	(012) (011)	Camaval, Corpus Christi, Efeito Calendário (TD), e LS2008.Out
Móveis e eletrodomésticos	Multiplicativo	(210) (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	(212) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa [1], Efeito Calendário (TD) e AO2012.Set
Equip. e Materiais p escritório, inform e comun	Multiplicativo	(012) (011)	Efeito Calendário (TD) e LS2005.Fev
Artigos farmac, méd, ortop e de perfumaria	Multiplicativo	(012) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa [1] e Efeito Calendário (TD)
Livros, jornais, revistas e papelaria.	Multiplicativo	(012) (011)	Camaval, Corpus Christi e Efeito Calendário (TD)
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	Multiplicativo	(011) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa [1] e Efeito Calendário (TD)
Material de construção	Aditivo	(212) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa [1] e TC2008.Jul.
Varejo Ampliado	Multiplicativo	(210) (011)	Camaval, Corpus Christi, Efeito Calendário (TD), AO2010.Mar e AO2012.Set

VOLUME DE VENDAS UF

UF	DECOMPOSIÇÃO	MODELO ARIMA	REGRESSÃO (REGARIMA)
Acre	Multiplicativo	(210) (011)	Carnaval e Corpus Christi
Alagoas	Multiplicativo	(012) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa [1], Efeito Calendário (TD) e AO2012.Fev
Amapá	Multiplicativo	(210) (011)	Carnaval, Corpus Christi e LS2006.Jan
Amazonas	Aditivo	(012) (011)	Carnaval, Corpus Christi e AO2002.Dez
Bahia	Multiplicativo	(012) (011)	Carnaval, Corpus Christi, 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	(210) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa [8], Efeito Calendário (TD) e AO2002.Abr
Goiás	Multiplicativo	(011) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa [15], Efeito Calendário (TD), LS2003.Jul, LS2005.Fev e AO2014.Dez,
Maranhão	Multiplicativo	(011) (011)	Carnaval, Corpus Christi e Efeito Calendário (TD)
Minas Gerais	Multiplicativo	(212) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa [8], Efeito Calendário (TD) e TC2003.Mar
Mato Grosso	Multiplicativo	(011) (011)	Carnaval, Corpus Christi e Efeito Calendário (TD), AO2002.Mai e LS2006.Fev
Mato Grosso do Sul	Multiplicativo	(212) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[15], Efeito Calendário (TD) e AO2011.Mai
Pará	Multiplicativo	(212) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa [8] e Efeito Calendário (TD)
Paraíba	Multiplicativo	(210) (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	(011) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa [15], Efeito Calendário (TD) e LS2003.Mar
Piauí	Multiplicativo	(012) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário (TD), AO2004.Jan, LS2005.Fev e AO2008.Nov
Rio Grande do Norte	Multiplicativo	(210) (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	(212) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa [8] e Efeito Calendário (TD)
Rondônia	Multiplicativo	(011) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa [15] e Efeito Calendário (TD)
Roraima	Multiplicativo	(011) (011)	LS2000.Abr
Santa Catarina	Multiplicativo	(212) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa [8] e Efeito Calendário (TD)
Sergipe	Multiplicativo	(212) (011)	Páscoa [15], Efeito Calendário (TD), TC2001.Jul, LS2005.Fev, TC2005.Out e TC2006.Fev
São Paulo	Multiplicativo	(210) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa [8] e Efeito Calendário (TD)
Tocantins	Multiplicativo	(012) (011)	Carnaval, Corpus Christi, TC2003.Mai, LS2005.Fev e LS2010.Fev

RECEITA NOMINAL DE VENDAS ATIVIDADES

ATIVIDADE	DECOMPOSIÇÃO	MODELO ARIMA	REGRESSÃO (REGARIMA)
Brasil	Multiplicativo	(011) (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 , LS.2012..Jan
Combustíveis	Aditivo	(012) (011)	Camaval, Corpus Christi
Tecidos, vestuário e calçados	Multiplicativo	(212) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa [8], Efeito Calendário (TD), AO2003.Mai e LS2008.Out
Móveis e eletrodomésticos	Multiplicativo	(012) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa [1], Efeito Calendário (TD) e AO2014.Nov
Super e Hipermercados	Multiplicativo	(212) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa [8], Efeito Calendário (TD), LS2002.Out, LS2005.Fev, AO2006.Jan e LS2012.Jan
Automóveis, motocicletas, partes e peças.	Multiplicativo	(212) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa [1], Efeito Calendário (TD) e AO2012.Set
Equip. e Materiais p escritório, inform e comun	Multiplicativo	(210) (011)	Camaval, Corpus Christi, Efeito Calendário (TD), AO2003.Nov, LS2005.Fev, AO2011.Jun e AO2011.Dez
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	(012) (011)	Camaval, Corpus Christi e Efeito Calendário (TD)
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	Multiplicativo	(011) (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	(210) (011)	Camaval, Corpus Christi, Efeito Calendário (TD), LS2008.Out, AO2009.Jun, AO2010.Mar e AO2012.Ago

RECEITA NOMINAL DE VENDAS UF

UF	DECOMPOSIÇÃO	MODELO ARIMA	REGRESSÃO (REGARIMA)
Acre	Multiplicativo	(210) (011)	Carnaval, Corpus Christi, AO2000.Abr, AO2004.Nov, LS2005.Fev e LS2006.Fev
Alagoas	Multiplicativo	(212) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa [1], Efeito Calendário (TD) e AO2012.Fev
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, Efeito Calendário (TD), AO2004.Jan e AO2014.Nov
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) 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) e AO2003.Fev
Mato Grosso	Multiplicativo	(011) (011)	Efeito Calendário (TD), AO2002.Mai e LS2006.Fev
Mato Grosso do Sul	Multiplicativo	(212) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário (TD) e LS2009.Fev
Pará	Multiplicativo	(212) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa [8], Efeito Calendário (TD), LS2001.Jun e AO2008.Jan
Paraíba	Multiplicativo	(210) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa [15], Efeito Calendário (TD), AO2008.Jan, LS2008.Out e AO2014.Dez
Paraná	Multiplicativo	(212) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa [8], Efeito Calendário (TD), TC2003.Fev, LS2005.Fev e LS2005.Ago
Pernambuco	Multiplicativo	(212) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa [15], Efeito Calendário (TD) e TC2003.Jan
Piauí	Multiplicativo	(012) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário (TD), TC2003.Jan e LS2005.Fev
Rio Grande do Norte	Multiplicativo	(011) (011)	Carnaval, Corpus Christi 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], Efeito Calendário (TD)
Rondônia	Multiplicativo	(011) (011)	Páscoa [8], Efeito Calendário (TD) e AO2001.Jun
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), LS2001.Jul, LS2005.Fev, TC2005.Out, TC2006.Fev e LS2011.Fev
São Paulo	Multiplicativo	(212) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa [8] e Efeito Calendário (TD)
Tocantins	Multiplicativo	(210) (011)	Carnaval, Corpus Christi, TC2003.Mai, LS2005.Fev e LS2010.Fev

V – DEFLADORES 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)
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

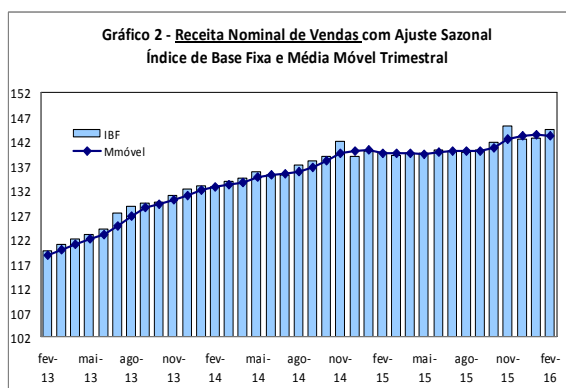
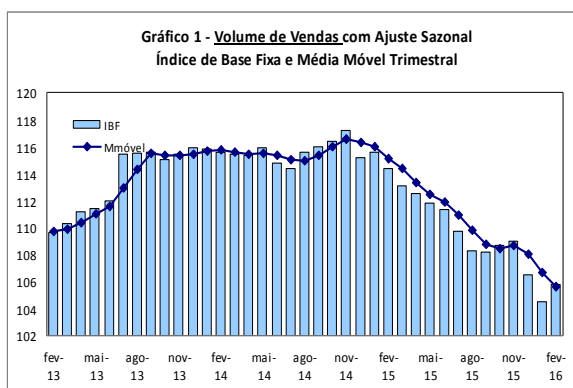
Atividades da PMC	Itens da PMC	Itens do IPCA	Peso nos Itens da PMC	
7-Equipamentos e Material para escritório, informática e comunicação	4751-2	IPCA (cód. 3202028)	1	
	4752-1	IPCA (cód. 9101019)	1	
	4789-0	IPCA (cód: IG)	1	
8-Livros, jornais, revistas e papelaria	4761-0	IPCA (cód: 8102005)	0,18507	
		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	
		IPCA (cód: 63)	0,2082	
	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
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

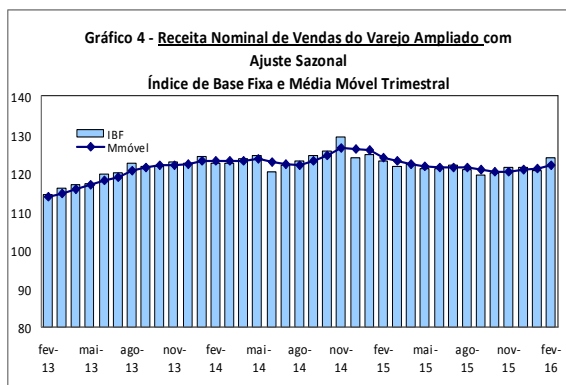
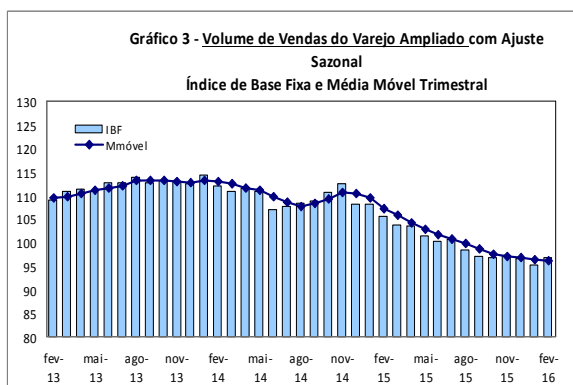
- 1 - Os índices do mês poderão ser alterados na divulgação do mês subsequente, em virtude de retificações nos dados primários por parte dos informantes da pesquisa.

COMENTÁRIOS

Em fevereiro de 2016, o **comércio varejista** nacional registrou aumento de 1,2% para o volume de vendas e de 1,3% para a receita nominal, ambas as variações em relação ao mês imediatamente anterior, na série livre de influências sazonais. No caso do volume, o resultado positivo de fevereiro não compensou a queda de 4,1% acumulada nos dois meses anteriores. Com isso, a variação da média móvel em fevereiro (-1,0%) mantém sinal negativo pelo terceiro mês consecutivo (Gráficos 1 e 2). Na série sem ajuste sazonal, no confronto com igual mês do ano anterior, o varejo nacional mostrou, em termos de volume de vendas, decréscimo de 4,2% sobre fevereiro do ano anterior, décima primeira taxa negativa seguida para esse tipo de comparação, porém menos acentuada do que a observada em janeiro (-10,3%). Assim, o comércio varejista acumulou redução de 7,6% nos dois primeiros meses de 2016. A taxa anualizada, indicador acumulado nos últimos doze meses, com queda de 5,3% em fevereiro de 2016, mantém patamar do mês anterior (-5,3%) (Tabelas 1 e 2).



O **comércio varejista ampliado**, que inclui o varejo e mais as atividades de *Veículos, motos, partes e peças* e de *Material de construção*, apresentou variação positiva sobre o mês imediatamente anterior, série com ajuste sazonal, de 1,8% para o volume de vendas e de 2,9% para a receita nominal de vendas, conforme Gráficos 3 e 4. Em relação a fevereiro do ano anterior, a variação foi de -5,6% para o volume de vendas e de 3,3% para receita nominal. No que tange às taxas acumuladas, as variações foram de -10,1% no ano e de -9,1% nos últimos 12 meses, para o volume de vendas, e de -1,3% e -1,8% para a receita nominal, respectivamente (Tabela 1 e 2).



RESULTADOS SETORIAIS

O avanço de 1,2% na passagem de janeiro para fevereiro de 2016 para o **comércio varejista**, na série ajustada sazonalmente, foi acompanhado por quatro das oito atividades pesquisadas. No segundo mês do ano, o resultado positivo foi destacadamente influenciado por *Móveis e eletrodomésticos* (5,0%) e *Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* (0,8%). No primeiro setor citado, o aumento veio após perda de 13,2% acumulada nos meses de dezembro e janeiro, e no segundo segmento, após três quedas consecutivas acumulando recuo de 3,7%. As demais taxas positivas foram observadas em *Combustíveis e lubrificantes* (0,6%) e *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos* (0,3%). Por outro lado, *Tecidos, vestuário e calçados* (-2,8%); *Livros, jornais, revistas e papelaria* (-2,4); *Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação* (-1,3%) e *Outros artigos de uso pessoal e doméstico* (-0,1%) registraram quedas nessa comparação. O **comércio varejista ampliado** também mostrou aumento no volume de vendas entre janeiro e fevereiro de 2016 (1,8%), influenciado positivamente pelo desempenho de *Veículos e motos, partes e peças*, com aumento de 3,8%, e *Material de construção*, com avanço de 3,3%, como mostra a Tabela 1.

TABELA 1
BRASIL - INDICADORES DO VOLUME DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA E COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO,
SEGUNDO GRUPOS DE ATIVIDADES: PMC - Fevereiro 2016

ATIVIDADES	MÊS/MÊS ANTERIOR (1)			MÊS/IGUAL MÊS DO ANO ANTERIOR			ACUMULADO	
	Taxa de Variação (%)			Taxa de Variação (%)			Taxa de Variação (%)	
	DEZ	JAN	FEV	DEZ	JAN	FEV	NO ANO	12 MESES
COMÉRCIO VAREJISTA (2)	-2,3	-1,9	1,2	-7,2	-10,6	-4,2	-7,6	-5,3
1 - Combustíveis e lubrificantes	0,5	-2,5	0,6	-9,8	-13,8	-4,1	-9,2	-6,8
2 - Hiper, supermercados, prods. alimentícios, bebidas e fumo	-1,1	-0,8	0,8	-3,7	-5,8	-1,4	-3,7	-3,0
2.1 - Super e hipermercados	-1,3	-0,6	0,7	-3,9	-5,8	-1,4	-3,7	-3,1
3 - Tecidos, vest. e calçados	-2,0	-0,1	-2,8	-9,7	-12,9	-10,8	-12,0	-9,7
4 - Móveis e eletrodomésticos	-8,1	-5,4	5,0	-18,9	-24,7	-10,9	-18,7	-16,0
4.1 - Móveis	-	-	-	-22,3	-4,8	-5,3	-5,0	-15,7
4.2 - Eletrodomésticos	-	-	-	-17,4	-32,6	-13,7	-24,7	-16,2
5 - Artigos farmacêuticos, med., ortop. e de perfumaria	0,4	0,1	0,3	3,1	-0,2	6,2	2,8	2,9
6 - Livros, jornais, rev. e papelaria	-1,7	-0,1	-2,4	-15,0	-13,0	-16,3	-14,4	-12,3
7 - Equip. e mat. para escritório informática e comunicação	-11,6	0,8	-1,3	-15,9	-24,9	-17,3	-21,2	-7,5
8 - Outros arts. de uso pessoal e doméstico	-5,2	-3,2	-0,1	-7,9	-14,8	-11,4	-13,2	-3,9
COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO (3)	-0,8	-1,5	1,8	-11,0	-14,1	-5,6	-10,1	-9,1
9 - Veículos e motos, partes e peças	0,4	-2,2	3,8	-20,0	-21,3	-6,6	-14,7	-17,0
10- Material de construção	2,3	-5,1	3,3	-12,5	-18,0	-11,1	-14,8	-9,5

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

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

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

TABELA 2
BRASIL - INDICADORES DA RECEITA NOMINAL DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA E COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO,
SEGUNDO GRUPOS DE ATIVIDADES: PMC - Fevereiro 2016

ATIVIDADES	MÊS/MÊS ANTERIOR (1)			MÊS/IGUAL MÊS DO ANO ANTERIOR			ACUMULADO	
	Taxa de Variação (%)			Taxa de Variação (%)			Taxa de Variação (%)	
	DEZ	JAN	FEV	DEZ	JAN	FEV	NO ANO	12 MESES
COMÉRCIO VAREJISTA (2)	-1,9	0,1	1,3	2,6	0,8	7,3	3,9	3,0
1 - Combustíveis e lubrificantes	3,4	-3,2	1,6	8,7	5,7	10,4	8,0	6,5
2 - Hiper, supermercados, prods. alimentícios, bebidas e fumo	0,6	0,5	1,7	8,1	6,8	12,1	9,4	6,9
2.1 - Super e hipermercados	0,5	0,6	1,7	7,8	6,6	11,9	9,2	6,6
3 - Tecidos, vest. e calçados	-1,7	0,6	-1,8	-5,4	-8,2	-5,0	-6,8	-5,9
4 - Móveis e eletrodomésticos	-13,3	-3,0	5,7	-15,9	-19,5	-5,6	-13,4	-13,4
4.1 - Móveis	-	-	-	-17,5	0,9	-0,6	0,2	-11,1
4.2 - Eletrodomésticos	-	-	-	-15,2	-29,1	-8,5	-20,4	-14,5
5 - Artigos farmacêuticos, med., ortop. e de perfumaria	0,7	0,7	0,9	11,0	7,6	14,6	10,9	10,1
6 - Livros, jornais, rev. e papelaria	-1,0	0,6	-2,1	-7,4	-4,8	-7,4	-5,9	-5,1
7 - Equip. e mat. para escritório informática e comunicação	-9,3	-1,4	0,2	-14,6	-21,4	-11,4	-16,4	-10,1
8 - Outros arts. de uso pessoal e doméstico	-2,8	-3,5	0,3	-0,5	-7,6	-3,2	-5,6	2,1
COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO (3)	-0,2	-0,7	2,9	-2,7	-5,4	3,3	-1,3	-1,8
9 - Veículos e motos, partes e peças	0,5	-2,5	4,1	-17,2	-19,3	-4,6	-12,6	-13,4
10- Material de construção	0,8	-2,3	-0,6	-8,0	-14,4	-6,9	-10,9	-5,1

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

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

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

Na comparação com igual mês do ano anterior, considerando o volume de vendas, o **comércio varejista** mostrou recuo de 4,2% em fevereiro de 2016, décima primeira taxa negativa consecutiva, sendo essa queda a menos acentuada dos últimos seis meses. Vale citar que fevereiro de 2016 (19 dias) teve um dia útil a mais do que fevereiro do ano passado (18 dias). O resultado deste mês foi acompanhado por taxas negativas em sete das oito atividades investigadas. Por ordem de contribuição à taxa global negativa, os resultados foram os seguintes: -10,9% em *Móveis e eletrodomésticos*; -11,4% em *Outros artigos de uso pessoal e doméstico*; -1,4% em *Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo*; -10,8% para *Tecidos, vestuário e calçados*; -4,1% em *Combustíveis e lubrificantes*; -17,3% em *Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação*, -16,3% para *Livros, jornais, revistas e papelaria*. A única atividade que exerceu impacto positivo na composição do resultado global no varejo foi *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos* (6,2%).

TABELA 3
BRASIL - COMPOSIÇÃO DA TAXA MENSAL DO COMÉRCIO VAREJISTA, POR ATIVIDADES: PMC - Fevereiro 2016
 (Indicadores de volume de vendas)

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

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

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

A atividade de *Móveis e eletrodomésticos*, com variação de -10,9% no volume de vendas em relação a fevereiro do ano passado, registrou o maior impacto negativo na formação da taxa do varejo. No acumulado do ano e dos últimos 12 meses, as taxas foram, respectivamente -18,7% e -16,0%. Tal comportamento foi influenciado pela elevação do custo das operações de crédito às pessoas físicas¹, além da redução da massa real de rendimentos².

A atividade de *Outros artigos de uso pessoal e doméstico*, que engloba lojas de departamentos, joalheria, artigos esportivos e brinquedos, foi responsável pela segunda maior influência negativa na formação da taxa do varejo, com variação de -11,4% no volume de vendas em relação a fevereiro de 2015. Para os dois primeiros meses do ano a variação acumulada foi de -13,2% e para os últimos 12 meses de -3,9%. Este desempenho pode ser atribuído a um cenário de queda de ritmo de oferta de crédito e de redução da massa real de rendimentos, mesmo que essa atividade contemple baixo valor unitário da maioria dos produtos comercializados.

¹ Segundo o Banco Central, a taxa média de juros para o segmento de pessoas físicas alcançou 39,9% aa em fevereiro de 2016 em relação a fevereiro de 2015.

² A massa de rendimento médio real habitual dos trabalhadores acumulada em 12 meses registrou queda de 1,5% em relação a fevereiro de 2015, segundo a Pesquisa Mensal de Emprego, do IBGE.

O segmento de *Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo*, com variação de -1,4% no volume de vendas em fevereiro sobre igual mês do ano anterior, exerceu a terceira principal contribuição negativa na formação da taxa global do varejo (Tabela 3). O segmento acumula no primeiro bimestre do ano recuo de 3,7% e de 3,0% nos últimos doze meses. O crescimento acima da média dos preços de alimentação no domicílio³, somado ao menor poder de compra da população, influenciou este desempenho.

Assim como o setor anteriormente citado, a atividade de *Tecidos, vestuário e calçados* é responsável também pela terceira maior participação negativa na composição do índice geral do varejo, com taxa de variação de -10,8% com relação a igual mês do ano anterior, de -12,0% no acumulado no ano e de -9,7% para os últimos 12 meses. Mesmo com os preços de vestuário se posicionando abaixo do índice geral de preços⁴, esta atividade vem apresentando desempenho negativo inferior à média geral do comércio varejista.

O segmento de *Combustíveis e lubrificantes* registrou variação de -4,1% no volume de vendas, em relação a fevereiro de 2015, respondendo pela quarta maior contribuição negativa à taxa global do varejo. A taxa de crescimento acumulada no bimestre foi de -9,2%, e de -6,8% nos últimos 12 meses. Esse desempenho reflete, principalmente, o comportamento do crescimento dos preços do subgrupo de combustíveis, com 15,9% de variação em 12 meses, acima dos 10,4% do índice geral, segundo o IPCA.

O setor de *Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação*, com queda de 17,3% no volume de vendas em comparação a fevereiro de 2015, registrou a quinta maior participação negativa na formação da taxa global do varejo. Os resultados, em termos acumulados, foram -21,2% no ano e -7,5% nos últimos 12 meses, pode ser explicado pelo comportamento do dólar nos últimos meses, na medida que muitos componentes eletrônicos são ainda importados.

O comércio de *Livros, jornais, revistas e papelaria, papelaria* representou a menor contribuição negativa ao resultado total do varejo, registrando variação no volume de vendas de -16,3% sobre fevereiro de 2015, taxa acumulada no bimestre de -14,4% e de -12,3% nos últimos 12 meses. A trajetória declinante desta atividade vem sendo influenciada, no que tange a jornais e revistas, por certa substituição dos produtos impressos pelos de meio eletrônico, além da redução orçamentária das famílias.

O segmento de *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria* foi o único com participação positiva na taxa global do varejo, com crescimento de 6,2% na relação fevereiro 2015/fevereiro 2014, e taxas acumuladas no ano e nos últimos 12 meses de 2,8% e 2,9%, respectivamente. O desempenho setorial favorável desta atividade pode ser atribuído, especialmente, ao caráter de uso essencial de seus produtos e a variação de preços de medicamentos abaixo do índice geral⁵.

3 Segundo o IPCA até fevereiro 2016, a variação de preços de alimentos no domicílio no acumulado de 12 meses foi de 14,8 contra 10,4% do índice geral

4 Segundo o IPCA até fevereiro 2016, a variação de preços de vestuário no acumulado de 12 meses foi de 5,8% contra 10,4% do índice geral

5 Segundo o IPCA até fevereiro 2016, a variação de preços de produtos farmacêuticos no acumulado de 12 meses foi de 7,2 contra 10,4% do índice geral

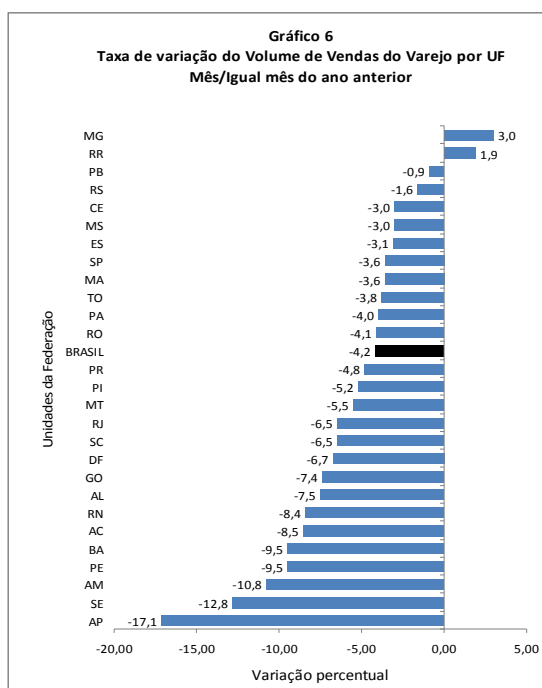
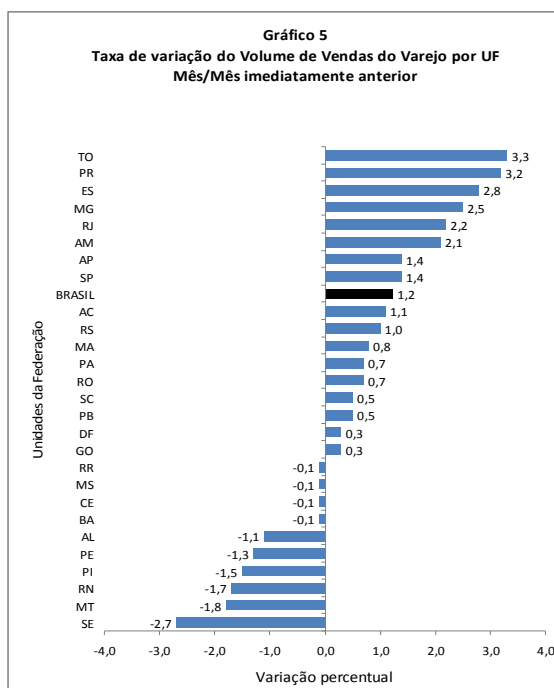
O **comércio varejista ampliado**, para o volume de vendas, registrou variação de -5,6% na relação fevereiro de 2016/fevereiro de 2015, vigésima primeira taxa negativa consecutiva para esse tipo de comparação. Assim, as taxas acumuladas ficaram em -10,1% para o acumulado no primeiro bimestre do ano e -9,1% acumulado em doze meses. Esse comportamento é atribuído em função do desempenho negativo de *Veículos, motos, partes e peças*, cujo resultado interanual foi de -6,6%, acumulando no ano recuo de 14,7% e, em 12 meses, de 17,0%. A redução das vendas no segmento foi decorrente, entre outros fatores, do menor ritmo na oferta de crédito e da restrição orçamentária das famílias, diante da desaceleração do crescimento real da massa de salários.

O segmento de *Material de construção* apresentou variação, no volume de vendas, de -11,1% na comparação com o fevereiro de 2015, de -14,8% no acumulado no bimestre e de -9,5 nos últimos doze meses. Esse desempenho pode ser atribuído à redução da atividade econômica, associado ao menor número de lançamentos no mercado imobiliário residencial e comercial.

RESULTADOS REGIONAIS

Na passagem de janeiro para fevereiro de 2016, na série com ajuste sazonal, o volume de vendas do **comércio varejista** foi positivo para dezessete das 27 Unidades da Federação, com destaque para os locais que avançaram acima da média brasileira (1,2%): Tocantins (3,3%), Paraná (3,2%), Espírito Santo (2,8%), Minas Gerais (2,5%), Rio de Janeiro (2,2%), Amazonas (2,1%), Amapá (1,4%) e São Paulo (1,4%). Por outro lado, com as taxas negativas mais elevadas, destacaram-se: Sergipe (-3,7%), Mato Grosso (-1,8%) e Rio Grande do Norte (-1,7%), como mostra o Gráfico 5.

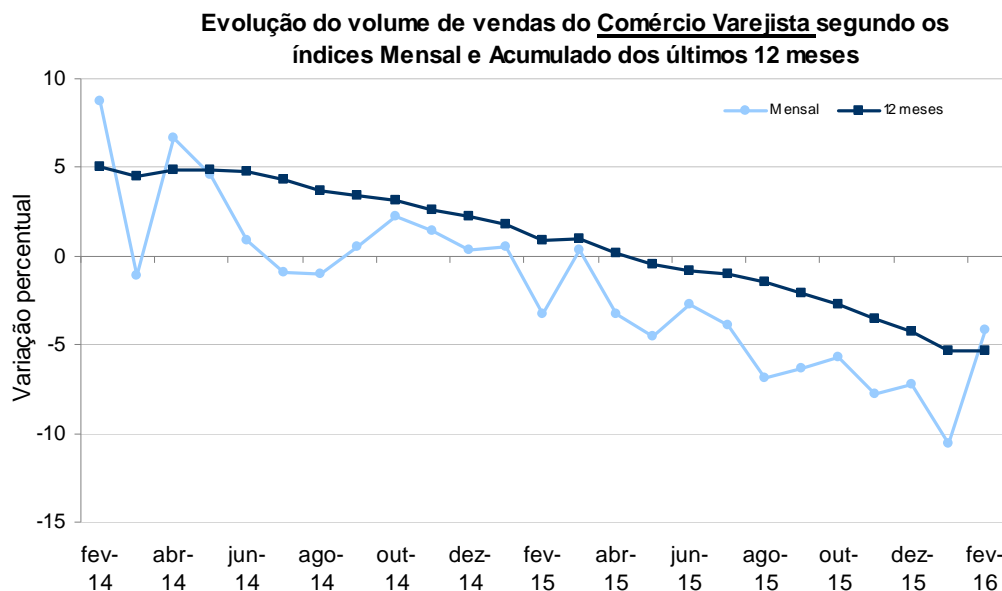
Na comparação com igual mês do ano anterior, em relação ao volume de vendas, o resultado negativo global (-4,2%) teve predomínio de taxas negativas, que alcançaram 25 das 27 Unidades da Federação, com destaque, em termos de magnitude de taxa para: Amapá (-17,1%), Sergipe (-12,8%) e Amazonas (-10,8%), estados com recuo a dois dígitos (Gráfico 6). Quanto às maiores participações negativas na composição da taxa do varejo, ressalta-se São Paulo (-3,6%) e Rio de Janeiro (-6,5%).



Em relação ao **Comércio Varejista Ampliado**, 24 das 27 Unidades da Federação registraram resultados negativos, em termos de volume de vendas, na comparação com o mesmo período do ano anterior, destacando-se: Amapá (-18,6%), Sergipe (-14,6%); Espírito Santo (-13,2%) e Maranhão (-12,9%). As únicas taxas com desempenho positivo no volume de vendas ocorreram em Rondônia (-5,6%), Roraima (2,2%) e Minas Gerais (0,9%). Em termos de impacto negativo no resultado global do setor (-5,6%), os destaques foram os estados de Rio de Janeiro (-9,4%), São Paulo (-2,4%) e Santa Catarina (-8,4%).

Em síntese, o volume do comércio varejista, em fevereiro de 2016, avançou 1,2% sobre o mês imediatamente anterior, não revertendo a queda de 4,1% acumulada nos dois meses anteriores. Desse modo, a evolução do índice de média móvel em fevereiro (-1,0%) mantém sinal negativo pelo terceiro mês consecutivo. Vale destacar que com o resultado desse mês, o total do varejo encontra-se 9,7% abaixo do nível recorde alcançado em novembro de 2014.

No confronto com igual mês do ano anterior, o varejo permaneceu mostrando recuo pelo décimo primeiro mês consecutivo, ao registrar queda de 4,2%. Esse resultado de fevereiro teve predomínio de taxas negativas entre as atividades, porém registrou menor intensidade do observado no último mês (-10,6%). Com isso o indicador anualizado, acumulado nos últimos doze meses, mantém o mesmo patamar observado no mês anterior (-5,3%).



PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Fev/2016

Unidade da Federação	Índice de volume (1)	Variação				
		Mensal (2)			Acumulada (3)	
		dez/15	jan/16	fev/16	no ano	12 Meses
Brasil	97,3	-7,2	-10,6	-4,2	-7,6	-5,3
Rondônia	101,6	-13,7	-10,8	-4,1	-7,6	-7,9
Acre	110,3	-11,6	-10,9	-8,5	-9,8	-4,8
Amazonas	81,8	-10,2	-12,7	-10,8	-11,8	-8,5
Roraima	136,9	-3,5	-5,8	1,9	-2,2	3,5
Pará	93,3	-8,9	-10,1	-4,0	-7,3	-5,5
Amapá	94,0	-22,8	-24,4	-17,1	-21,0	-16,6
Tocantins	104,9	-8,9	-6,8	-3,8	-5,4	-4,0
Maranhão	101,8	-12,0	-10,6	-3,6	-7,4	-7,4
Piauí	93,3	-8,5	-10,6	-5,2	-8,1	-5,8
Ceará	99,2	-6,3	-10,2	-3,0	-6,9	-5,1
Rio G. do Norte	98,0	-8,8	-10,4	-8,4	-9,5	-5,3
Paraíba	96,8	-11,1	-7,6	-0,9	-4,5	-10,4
Pernambuco	94,3	-11,3	-12,0	-9,5	-10,8	-9,2
Alagoas	96,8	-9,3	-11,4	-7,5	-9,6	-9,0
Sergipe	92,8	-10,6	-12,6	-12,8	-12,7	-4,4
Bahia	90,5	-13,3	-13,6	-9,5	-11,7	-9,0
Minas Gerais	99,2	-2,1	-5,7	3,0	-1,7	-1,8
Espírito Santo	95,1	-10,4	-12,2	-3,1	-7,9	-8,5
Rio de Janeiro	94,8	-5,6	-11,1	-6,5	-8,9	-4,8
São Paulo	99,5	-6,1	-10,4	-3,6	-7,2	-4,6
Paraná	102,7	-9,0	-13,2	-4,8	-9,3	-5,0
Santa Catarina	97,2	-10,5	-12,6	-6,5	-9,8	-4,8
Rio Grande do Sul	95,9	-7,6	-8,3	-1,6	-5,2	-6,2
Mato Grosso do Sul	115,0	-3,9	-8,1	-3,0	-5,7	-2,5
Mato Grosso	91,5	-9,0	-9,3	-5,5	-7,5	-8,6
Goiás	87,0	-10,9	-13,6	-7,4	-10,8	-10,7
Distrito Federal	85,7	-7,1	-12,5	-6,7	-9,8	-6,5

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/2016

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	-4,2	-7,6	-5,3	-4,1	-9,2	-6,8	-1,4	-3,7	-3,0	-1,4	-3,7	-3,1	-10,8	-12,0	-9,7
Ceará	-3,0	-6,9	-5,1	-5,1	-7,2	-5,4	-0,1	-2,3	-5,0	0,8	-1,6	-4,5	1,9	-1,2	1,4
Pernambuco	-9,5	-10,8	-9,2	-7,9	-12,4	-9,9	-7,6	-7,3	-7,4	-10,3	-8,8	-8,5	-20,3	-20,6	-16,2
Bahia	-9,5	-11,7	-9,0	-10,4	-15,7	-12,1	-9,0	-10,3	-5,6	-5,4	-7,5	-4,1	-11,0	-11,7	-14,3
Minas Gerais	3,0	-1,7	-1,8	1,4	-3,3	-4,6	4,0	1,0	0,8	4,8	1,5	0,9	-13,6	-15,4	-8,4
Espirito Santo	-3,1	-7,9	-8,5	-4,7	-12,3	-13,7	-0,9	-4,9	-4,3	-1,0	-4,9	-4,2	35,0	27,7	-6,3
Rio de Janeiro	-6,5	-8,9	-4,8	-0,1	-8,4	-5,3	-5,8	-5,9	-3,5	-6,6	-6,4	-4,0	-13,1	-11,1	-9,1
São Paulo	-3,6	-7,2	-4,6	-8,8	-13,9	-9,4	2,6	-0,4	-1,6	2,4	-0,5	-1,6	-15,4	-17,3	-12,3
Paraná	-4,8	-9,3	-5,0	0,0	-8,0	-4,3	-2,2	-5,7	-3,0	-1,7	-5,3	-2,8	-12,2	-16,8	-11,3
Santa Catarina	-6,5	-9,8	-4,8	-0,7	-6,2	-2,7	-12,1	-13,8	-7,3	-13,0	-14,7	-7,4	1,9	1,2	-2,4
Rio Grande do Sul	-1,6	-5,2	-6,2	-5,1	-12,3	-9,1	-1,0	-4,1	-4,6	-1,1	-4,2	-4,7	-10,1	-12,4	-11,9
Goiás	-7,4	-10,8	-10,7	-3,7	-5,0	-4,4	-8,1	-8,8	-11,6	-8,2	-8,9	-11,8	-11,7	-10,5	-9,3
Distrito Federal	-6,7	-9,8	-6,5	1,5	-4,1	1,0	-11,5	-12,9	-8,5	-12,4	-13,5	-9,2	-6,6	-6,2	-6,6

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

Mês: Fev/2016

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)			no ano	12 Meses		no ano	12 Meses
		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses	no ano			12 Meses		
Brasil	-10,9	-18,7	-16,0	-5,3	-5,0	-15,7	-13,7	-24,7	-16,2	6,2	2,8	2,9	-16,3	-14,4	-12,3
Ceará	-8,1	-17,3	-12,9	0,2	-10,6	-10,1	-13,5	-21,6	-14,7	4,2	0,2	4,8	-12,8	-27,8	-16,8
Pernambuco	-25,4	-28,7	-22,8	-0,5	-2,7	-20,4	-39,4	-43,1	-24,1	12,7	4,7	7,0	-27,8	-1,4	-5,4
Bahia	-7,7	-13,5	-15,1	3,5	1,6	-13,5	-12,7	-20,2	-15,8	0,2	-1,5	-1,1	-3,4	23,0	4,3
Minas Gerais	-6,9	-17,8	-14,8	2,9	-3,8	-13,6	-8,9	-20,6	-15,1	15,9	9,1	6,0	-4,9	-8,1	-8,7
Espírito Santo	-14,4	-20,1	-13,8	-36,2	-32,7	-22,7	2,1	-10,6	-7,0	9,4	3,5	3,2	-1,2	-9,6	-12,4
Rio de Janeiro	-18,0	-24,2	-19,9	-16,3	-13,4	-18,6	-18,7	-27,3	-20,3	8,1	4,0	2,7	-10,4	-16,3	-12,1
São Paulo	-9,0	-18,8	-15,9	8,9	12,1	-15,1	-16,5	-29,8	-16,2	4,2	0,9	2,8	-17,5	-17,7	-16,4
Paraná	-7,9	-18,0	-13,7	-4,6	-12,5	-18,7	-10,1	-21,4	-10,6	-7,9	-3,9	3,2	-12,8	-23,7	-14,5
Santa Catarina	-11,2	-19,5	-7,3	-8,5	6,3	-12,0	-12,2	-28,5	-5,6	12,9	9,3	5,1	-11,4	-11,2	-2,4
Rio Grande do Sul	-3,5	-8,5	-13,5	2,2	0,7	-11,9	-6,6	-13,0	-14,3	8,6	7,1	2,2	-6,5	-8,5	-6,0
Goiás	-9,3	-20,8	-20,1	-2,0	14,8	-15,5	-11,6	-31,7	-21,5	5,7	0,8	0,7	2,3	-0,5	-9,8
Distrito Federal	-8,1	-16,4	-20,4	-26,5	-2,8	-12,6	-1,0	-21,2	-23,0	0,3	-3,3	-2,2	-30,4	-22,1	-16,5

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 (Conclusão)

Mês: Fev/2016

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	-17,3	-21,2	-7,5	-11,4	-13,2	-3,9
Ceará	-17,1	-20,0	-24,1	-13,1	-15,6	-2,3
Pernambuco	-12,0	-13,2	-28,7	-2,3	-3,0	1,6
Bahia	-16,1	-16,0	-22,6	-19,2	-18,4	-5,0
Minas Gerais	11,2	21,9	-9,8	15,1	13,0	9,7
Espírito Santo	-14,5	57,6	4,8	-26,6	-32,6	-24,0
Rio de Janeiro	-0,3	1,4	11,4	-10,2	-14,6	-1,2
São Paulo	-23,7	-31,4	-6,6	-20,8	-21,0	-6,1
Paraná	-20,2	-19,3	-6,9	-18,2	-21,2	-6,8
Santa Catarina	-16,5	-19,0	-16,5	15,7	9,9	5,0
Rio Grande do Sul	-17,4	-17,1	-9,3	-5,9	-8,3	-5,0
Goiás	-33,8	-33,3	-5,3	-8,3	-6,3	3,1
Distrito Federal	12,0	-11,2	-4,8	-7,2	-4,4	3,2

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: Fev/2016

Unidade da Federação	Comércio varejista												
	fev/15	mar/15	abr/15	mai/15	jun/15	jul/15	ago/15	set/15	out/15	nov/15	dez/15	jan/16	fev/16
Brasil	101,6	110,8	106,5	110,6	104,1	106,8	106,6	103,0	111,4	110,3	139,7	103,1	97,3
Rondônia	105,9	115,4	114,1	123,9	112,7	121,5	115,2	108,7	116,3	117,6	154,9	105,7	101,6
Acre	120,5	133,0	125,6	135,0	122,1	126,9	126,5	118,2	123,1	121,5	163,4	119,6	110,3
Amazonas	91,7	95,9	96,4	100,4	94,9	98,1	103,0	96,2	103,1	101,0	125,8	89,7	81,8
Roraima	134,3	150,3	144,7	157,1	144,2	151,9	150,3	147,5	155,8	159,1	190,0	146,6	136,9
Pará	97,2	113,4	106,8	114,7	105,4	111,9	107,7	101,8	113,9	110,7	147,8	101,1	93,3
Amapá	113,4	120,3	111,1	119,8	113,3	114,5	112,1	106,4	110,8	106,9	133,8	101,8	94,0
Tocantins	109,1	123,0	120,9	128,0	122,1	127,0	120,6	115,1	120,2	130,7	146,5	108,9	104,9
Maranhão	105,6	118,2	114,3	120,1	113,3	122,3	118,2	110,6	119,0	116,5	148,3	109,1	101,8
Piauí	98,4	107,4	102,9	107,9	102,8	110,6	106,4	102,6	109,0	106,6	133,8	104,1	93,3
Ceará	102,3	112,9	110,4	117,2	108,1	114,5	111,8	107,0	115,4	115,1	143,8	109,1	99,2
Rio G. do Norte	107,0	116,3	111,0	117,2	110,2	116,2	114,8	108,5	114,9	115,5	141,5	107,4	98,0
Paraíba	97,7	107,2	103,2	108,2	109,7	115,2	104,7	101,6	108,0	114,3	135,9	107,1	96,8
Pernambuco	104,2	111,5	105,7	110,6	106,7	106,8	106,7	100,1	108,7	113,5	144,8	105,8	94,3
Alagoas	104,7	112,0	109,7	113,4	102,9	103,7	100,8	98,9	109,4	112,8	147,8	107,7	96,8
Sergipe	106,4	112,0	114,5	112,0	107,5	100,2	101,2	96,3	104,0	101,9	126,2	103,6	92,8
Bahia	100,0	111,2	104,1	109,5	105,6	104,5	104,7	101,1	107,2	107,0	131,8	97,9	90,5
Minas Gerais	96,3	105,3	102,8	106,0	101,8	106,7	106,0	103,9	113,0	109,3	137,4	105,0	99,2
Espirito Santo	98,1	105,1	102,0	103,8	97,7	102,4	100,1	95,0	101,6	99,1	129,8	99,7	95,1
Rio de Janeiro	101,4	107,7	102,3	108,1	101,3	104,7	106,6	102,4	110,5	110,1	144,2	98,8	94,8
São Paulo	103,2	112,6	107,5	111,6	103,9	106,0	107,0	104,3	112,8	113,1	141,2	103,5	99,5
Paraná	107,9	116,9	112,7	116,0	109,0	111,7	111,6	108,3	115,9	110,1	143,3	110,8	102,7
Santa Catarina	104,0	109,2	105,7	105,3	101,3	100,0	98,5	95,7	106,0	103,2	136,6	105,8	97,2
Rio Grande do Sul	97,5	110,5	109,1	112,0	103,7	104,8	104,6	100,0	109,9	105,5	138,0	100,5	95,9
Mato Grosso do Sul	118,5	130,9	127,9	133,1	126,0	132,8	130,1	124,8	135,8	131,2	168,0	123,5	115,0
Mato Grosso	96,8	104,4	100,1	107,0	103,7	109,3	105,8	102,7	107,5	104,4	128,0	95,8	91,5
Goiás	94,0	104,3	99,9	105,1	98,1	102,1	100,1	96,4	104,6	103,9	124,6	96,2	87,0
Distrito Federal	91,9	103,7	100,7	102,7	97,3	100,2	99,5	94,4	101,2	100,3	118,2	90,7	85,7

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/2016

Unidade da Federação	Índice de receita (1)	Variação				
		Mensal (2)			Acumulada (3)	
		dez/15	jan/16	fev/16	no ano	12 Meses
Brasil	134,2	2,6	0,8	7,3	3,9	3,0
Rondônia	130,3	-6,4	-3,6	3,3	-0,3	-1,2
Acre	147,8	-3,6	-1,5	0,7	-0,4	3,0
Amazonas	110,4	-1,3	-2,9	-0,8	-1,9	-0,4
Roraima	190,3	7,7	6,8	14,4	10,4	13,8
Pará	129,2	0,7	1,3	8,1	4,5	3,2
Amapá	123,0	-15,6	-16,7	-9,8	-13,5	-9,8
Tocantins	137,4	-0,9	1,9	5,9	3,8	3,6
Maranhão	144,0	-1,5	1,9	9,6	5,5	1,8
Piauí	130,7	1,1	0,1	6,6	3,1	2,3
Ceará	138,7	3,6	1,4	9,4	5,1	3,1
Rio G. do Norte	137,0	1,2	1,7	3,8	2,7	3,2
Paraíba	129,5	-2,2	4,0	10,3	6,9	-2,9
Pernambuco	130,3	-1,4	0,6	3,0	1,7	-1,0
Alagoas	134,4	0,5	0,9	5,4	3,0	-1,0
Sergipe	130,4	-0,4	-0,2	-0,8	-0,5	4,2
Bahia	124,6	-4,7	-3,0	1,2	-1,0	-0,6
Minas Gerais	134,4	7,5	4,9	13,9	9,1	6,5
Espirito Santo	130,7	-2,3	-2,5	6,8	1,8	-0,9
Rio de Janeiro	134,2	3,5	-0,2	4,3	1,9	3,7
São Paulo	136,1	3,7	0,6	7,9	4,1	3,4
Paraná	143,9	3,5	0,2	8,3	3,9	4,6
Santa Catarina	135,5	1,0	0,2	5,7	2,8	4,3
Rio Grande do Sul	135,1	3,2	3,9	11,7	7,6	2,9
Mato Grosso do Sul	156,4	5,6	2,0	7,6	4,6	6,6
Mato Grosso	124,1	-0,2	1,0	5,6	3,3	-0,2
Goiás	116,4	-2,1	-4,1	2,6	-1,0	-3,2
Distrito Federal	117,0	2,9	-0,4	4,3	1,8	2,5

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/2016

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
	(1)	no ano	12 Meses	(1)	no ano	12 Meses	(1)	no ano	12 Meses	(1)	no ano	12 Meses	(1)	no ano	12 Meses
Brasil	7,3	3,9	3,0	10,4	8,0	6,5	12,1	9,4	6,9	11,9	9,2	6,6	-5,0	-6,8	-5,9
Ceará	9,4	5,1	3,1	11,1	10,9	10,3	14,8	11,8	4,3	16,0	12,7	4,8	4,6	1,8	4,3
Pernambuco	3,0	1,7	-1,0	7,3	6,8	4,8	7,8	7,6	2,3	4,4	5,5	0,9	-14,9	-16,3	-13,1
Bahia	1,2	-1,0	-0,6	-1,5	-3,4	2,0	6,9	4,4	4,7	10,8	7,6	6,2	-4,5	-5,7	-11,6
Minas Gerais	13,9	9,1	6,5	17,1	15,3	10,4	16,3	12,8	9,8	17,3	13,4	9,9	-9,0	-11,4	-5,7
Espirito Santo	6,8	1,8	-0,9	9,3	3,0	-1,8	12,3	7,9	5,4	12,0	7,7	5,5	38,7	32,7	-2,5
Rio de Janeiro	4,3	1,9	3,7	14,4	7,5	7,9	7,4	7,4	6,8	5,9	6,2	5,8	-9,9	-8,1	-5,4
São Paulo	7,9	4,1	3,4	7,8	5,0	2,1	15,2	11,8	8,0	14,8	11,4	7,7	-8,1	-10,8	-8,1
Paraná	8,3	3,9	4,6	11,2	8,4	7,7	13,7	9,5	8,0	14,2	10,0	8,2	-4,9	-10,3	-5,7
Santa Catarina	5,7	2,8	4,3	10,1	10,2	9,6	2,2	0,1	3,0	1,0	-1,0	2,9	10,5	9,2	3,9
Rio Grande do Sul	11,7	7,6	2,9	15,3	11,0	6,0	14,1	9,8	6,2	13,9	9,7	6,1	-4,9	-8,6	-8,5
Goiás	2,6	-1,0	-3,2	10,5	9,0	6,5	3,2	3,0	-1,1	2,9	2,5	-1,5	-7,5	-7,1	-6,1
Distrito Federal	4,3	1,8	2,5	16,8	14,6	15,7	2,3	0,1	1,5	1,1	-0,7	0,6	-2,1	-2,2	-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 6 - Variação de receita nominal de vendas no comércio varejista, por atividade e Unidade da Federação (Continua)

Mês: Fev/2016

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)			no ano	12 Meses		no ano	12 Meses
		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses	no ano			12 Meses		
Brasil	-5,6	-13,4	-13,4	-0,6	0,2	-11,1	-8,5	-20,4	-14,5	14,6	10,9	10,1	-7,4	-5,9	-5,1
Ceará	-2,1	-11,7	-10,1	2,4	-8,0	-8,5	-5,2	-14,3	-11,2	15,6	10,5	12,4	-4,6	-21,0	-10,7
Pernambuco	-17,6	-20,9	-19,1	6,8	4,9	-16,4	-32,9	-36,8	-20,9	21,6	12,5	12,8	-20,5	8,8	1,7
Bahia	-3,0	-9,0	-12,0	4,4	3,1	-9,8	-7,0	-15,6	-13,1	8,4	6,2	7,0	4,9	33,4	13,5
Minas Gerais	-2,2	-13,9	-12,5	11,5	3,7	-7,3	-5,9	-18,1	-13,8	23,1	16,1	12,3	4,6	0,2	-1,6
Espirito Santo	-13,6	-18,9	-12,2	-35,7	-31,7	-19,4	7,5	-6,8	-5,4	15,1	9,2	9,8	9,6	-0,5	-6,2
Rio de Janeiro	-14,9	-21,0	-17,9	-15,7	-12,3	-15,1	-14,5	-24,3	-18,9	16,3	12,3	11,0	-0,6	-7,8	-6,0
São Paulo	-3,8	-13,1	-13,7	14,8	19,0	-8,9	-13,1	-27,0	-16,0	13,1	9,1	9,4	-8,2	-9,3	-8,6
Paraná	-1,4	-12,0	-10,6	3,2	-5,4	-13,8	-4,7	-16,5	-8,2	-0,1	4,6	12,3	-0,5	-13,0	-6,5
Santa Catarina	-5,3	-13,2	-4,2	-1,2	14,7	-6,6	-6,9	-24,1	-3,1	21,5	17,9	14,0	1,1	1,2	7,0
Rio Grande do Sul	5,2	-0,1	-9,1	11,8	10,1	-4,9	1,2	-6,0	-11,5	16,3	14,8	9,0	0,1	-2,4	-0,4
Goiás	-2,8	-15,4	-17,8	1,2	18,2	-12,4	-4,2	-27,4	-19,8	14,1	8,4	7,9	14,3	11,1	0,3
Distrito Federal	-7,1	-13,1	-19,3	-24,3	-0,1	-9,9	1,6	-19,1	-23,3	7,5	3,6	4,4	-23,1	-14,6	-9,8

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/2016

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	-11,4	-16,4	-10,1	-3,2	-5,6	2,1
Ceará	-11,6	-14,9	-27,8	-4,9	-7,8	4,5
Pernambuco	-0,5	-3,5	-28,2	8,7	7,5	8,1
Bahia	-9,9	-11,1	-25,4	-11,9	-11,7	-0,5
Minas Gerais	16,8	25,9	-12,0	23,3	20,4	15,8
Espirito Santo	-8,3	73,0	4,7	-20,0	-26,8	-19,6
Rio de Janeiro	1,5	4,6	12,3	-1,4	-6,6	5,2
São Paulo	-19,8	-29,4	-10,1	-14,1	-14,5	-0,6
Paraná	-6,1	-6,8	-6,9	-9,5	-13,2	-0,2
Santa Catarina	-4,9	-10,8	-19,6	28,7	21,8	13,4
Rio Grande do Sul	-4,9	-7,2	-11,6	2,8	-0,5	0,2
Goiás	-23,2	-24,4	-5,6	-1,1	0,2	7,7
Distrito Federal	8,4	-9,1	-11,9	0,5	2,9	9,0

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: Fev/2016

Unidade da Federação	Índice de receita (1)												
	fev/15	mar/15	abr/15	mai/15	jun/15	jul/15	ago/15	set/15	out/15	nov/15	dez/15	jan/16	fev/16
Brasil	125,1	137,2	133,4	139,5	132,3	136,4	136,7	132,3	144,6	144,7	185,5	140,5	134,2
Rondônia	126,1	137,3	137,7	150,1	136,9	147,7	141,2	133,4	144,1	148,4	194,4	133,9	130,3
Acre	146,7	162,2	154,8	167,4	152,7	157,9	159,2	149,0	156,1	156,6	210,3	157,9	147,8
Amazonas	111,3	117,0	118,9	124,6	118,3	122,2	129,3	120,7	130,9	129,7	163,3	119,0	110,4
Roraima	166,3	187,7	182,8	199,2	183,5	192,8	192,0	188,8	203,2	211,1	253,3	201,2	190,3
Pará	119,5	140,3	133,8	144,8	133,9	141,5	137,2	129,8	147,0	145,0	195,6	138,0	129,2
Amapá	136,3	145,5	136,1	146,9	139,6	140,9	138,8	131,2	137,6	134,7	170,4	131,1	123,0
Tocantins	129,8	147,4	145,7	154,5	147,3	154,1	147,7	141,6	149,8	164,8	185,8	139,9	137,4
Maranhão	131,4	147,8	144,2	153,0	145,2	156,3	152,0	143,2	156,4	155,0	199,4	151,8	144,0
Piauí	122,6	134,6	129,9	137,2	131,7	141,6	137,2	133,0	142,6	141,2	179,2	142,8	130,7
Ceará	126,8	140,6	138,4	147,9	137,8	145,7	143,0	137,6	150,1	151,3	191,2	149,6	138,7
Rio G. do Norte	132,0	144,0	139,2	147,7	139,9	147,2	145,5	138,5	149,3	151,6	188,6	147,6	137,0
Paraíba	117,4	128,9	125,2	132,8	135,4	141,7	131,0	127,6	136,6	144,9	175,8	141,1	129,5
Pernambuco	126,5	135,8	129,7	137,8	135,3	136,1	136,5	128,4	140,2	147,3	191,6	143,6	130,3
Alagoas	127,5	136,9	134,7	141,2	130,4	132,0	128,6	126,9	141,1	146,5	195,6	146,0	134,4
Sergipe	131,5	139,5	143,7	143,6	140,2	130,6	131,9	125,7	136,6	135,4	169,9	142,8	130,4
Bahia	123,1	137,2	129,7	136,7	132,8	132,4	133,2	129,1	137,8	139,1	172,6	131,2	124,6
Minas Gerais	118,0	130,1	128,5	132,9	128,3	135,6	134,1	131,4	144,8	141,6	180,4	140,3	134,4
Espirito Santo	122,4	131,9	129,6	132,3	125,3	132,3	129,1	122,2	132,0	129,3	172,4	136,0	130,7
Rio de Janeiro	128,7	137,7	132,5	140,9	132,9	138,3	140,7	135,1	146,3	147,2	194,7	138,3	134,2
São Paulo	126,1	138,5	134,0	140,1	131,6	134,8	136,3	133,2	145,9	147,5	186,5	140,2	136,1
Paraná	132,9	145,0	141,7	147,0	139,3	143,3	144,3	140,4	152,4	147,3	194,8	153,7	143,9
Santa Catarina	128,2	135,7	133,1	133,6	129,6	128,1	127,3	123,9	139,3	137,4	184,7	146,3	135,5
Rio Grande do Sul	121,0	137,9	137,1	141,5	133,0	136,3	136,7	131,3	145,3	141,4	185,4	139,2	135,1
Mato Grosso do Sul	145,4	161,8	159,1	166,2	157,4	166,6	164,7	158,4	174,6	171,5	221,4	165,5	156,4
Mato Grosso	117,5	127,4	122,4	130,7	125,9	133,4	131,0	127,7	135,8	134,0	165,4	126,7	124,1
Goiás	113,5	126,2	122,0	128,5	120,0	125,4	123,9	119,8	131,6	132,3	161,5	127,3	116,4
Distrito Federal	112,2	128,1	125,0	128,9	122,9	127,0	126,2	119,8	129,9	130,7	155,7	122,8	117,0

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/2016

Unidade da Federação	Índice de volume (2)	Variação				
		Mensal (3)			Acumulada (4)	
		dez/15	jan/16	fev/16	no ano	12 Meses
Brasil	86,6	-11,0	-14,1	-5,6	-10,1	-9,1
Rondônia	94,9	-13,3	-6,2	5,6	-0,7	-10,0
Acre	96,1	-20,1	-10,0	-6,2	-8,2	-11,3
Amazonas	79,3	-14,7	-15,6	-11,6	-13,8	-11,9
Roraima	118,6	-9,1	-7,4	2,2	-2,9	-1,9
Pará	91,9	-12,0	-13,9	-5,8	-10,1	-7,7
Amapá	80,2	-20,7	-23,4	-18,6	-21,2	-16,7
Tocantins	88,3	-17,1	-15,0	-8,6	-12,0	-15,6
Maranhão	86,6	-17,2	-19,7	-12,9	-16,6	-13,2
Piauí	91,8	-11,8	-10,6	-4,8	-7,9	-9,2
Ceará	86,7	-13,2	-16,5	-7,0	-12,2	-9,5
Rio G. do Norte	94,5	-14,0	-12,4	-7,8	-10,3	-7,3
Paraíba	86,6	-15,3	-12,1	-4,4	-8,6	-14,6
Pernambuco	84,9	-17,8	-17,7	-12,7	-15,4	-12,5
Alagoas	91,7	-15,9	-16,0	-8,0	-12,4	-12,0
Sergipe	85,5	-21,1	-17,5	-14,6	-16,2	-10,6
Bahia	87,8	-14,4	-16,2	-7,2	-12,1	-10,0
Minas Gerais	87,5	-3,4	-8,6	0,9	-4,2	-6,3
Espirito Santo	64,7	-17,3	-24,5	-13,6	-19,7	-18,2
Rio de Janeiro	85,5	-13,8	-18,2	-9,4	-14,2	-9,8
São Paulo	88,3	-4,9	-9,2	-2,4	-6,0	-5,3
Paraná	90,5	-12,4	-17,4	-3,5	-11,1	-9,9
Santa Catarina	84,3	-16,2	-19,0	-8,4	-14,2	-11,5
Rio Grande do Sul	84,9	-17,4	-16,4	-6,7	-12,0	-13,4
Mato Grosso do Sul	96,8	-10,5	-12,1	-4,7	-8,6	-7,1
Mato Grosso	91,1	-13,1	-14,7	-5,1	-10,2	-12,0
Goiás	78,7	-17,7	-21,8	-11,2	-17,0	-16,0
Distrito Federal	78,4	-17,2	-17,4	-10,2	-14,1	-12,6

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

Mês: Fev/2016

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

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: 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/2016

Unidade da Federação	Móveis e Eletrodomésticos									Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos			Livros, jornais, revistas e papeleria		
	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	-10,9	-18,7	-16,0	-5,3	-5,0	-15,7	-13,7	-24,7	-16,2	6,2	2,8	2,9	-16,3	-14,4	-12,3
Ceará	-8,1	-17,3	-12,9	0,2	-10,6	-10,1	-13,5	-21,6	-14,7	4,2	0,2	4,8	-12,8	-27,8	-16,8
Pernambuco	-25,4	-28,7	-22,8	-0,5	-2,7	-20,4	-39,4	-43,1	-24,1	12,7	4,7	7,0	-27,8	-1,4	-5,4
Bahia	-7,7	-13,5	-15,1	3,5	1,6	-13,5	-12,7	-20,2	-15,8	0,2	-1,5	-1,1	-3,4	23,0	4,3
Minas Gerais	-6,9	-17,8	-14,8	2,9	-3,8	-13,6	-8,9	-20,6	-15,1	15,9	9,1	6,0	-4,9	-8,1	-8,7
Espírito Santo	-14,4	-20,1	-13,8	-36,2	-32,7	-22,7	2,1	-10,6	-7,0	9,4	3,5	3,2	-1,2	-9,6	-12,4
Rio de Janeiro	-18,0	-24,2	-19,9	-16,3	-13,4	-18,6	-18,7	-27,3	-20,3	8,1	4,0	2,7	-10,4	-16,3	-12,1
São Paulo	-9,0	-18,8	-15,9	8,9	12,1	-15,1	-16,5	-29,8	-16,2	4,2	0,9	2,8	-17,5	-17,7	-16,4
Paraná	-7,9	-18,0	-13,7	-4,6	-12,5	-18,7	-10,1	-21,4	-10,6	-7,9	-3,9	3,2	-12,8	-23,7	-14,5
Santa Catarina	-11,2	-19,5	-7,3	-8,5	6,3	-12,0	-12,2	-28,5	-5,6	12,9	9,3	5,1	-11,4	-11,2	-2,4
Rio Grande do Sul	-3,5	-8,5	-13,5	2,2	0,7	-11,9	-6,6	-13,0	-14,3	8,6	7,1	2,2	-6,5	-8,5	-6,0
Goiás	-9,3	-20,8	-20,1	-2,0	14,8	-15,5	-11,6	-31,7	-21,5	5,7	0,8	0,7	2,3	-0,5	-9,8
Distrito Federal	-8,1	-16,4	-20,4	-26,5	-2,8	-12,6	-1,0	-21,2	-23,0	0,3	-3,3	-2,2	-30,4	-22,1	-16,5

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

Mês: Fev/2016

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	-17,3	-21,2	-7,5	-11,4	-13,2	-3,9	-6,6	-14,7	-17,0	-11,1	-14,8	-9,5
Ceará	-17,1	-20,0	-24,1	-13,1	-15,6	-2,3	-11,9	-21,7	-19,5	-26,1	-26,5	-11,1
Pernambuco	-12,0	-13,2	-28,7	-2,3	-3,0	1,6	-19,4	-25,7	-21,4	-17,8	-18,8	-10,2
Bahia	-16,1	-16,0	-22,6	-19,2	-18,4	-5,0	-1,4	-13,5	-13,7	-5,0	-9,9	-5,5
Minas Gerais	11,2	21,9	-9,8	15,1	13,0	9,7	-3,2	-9,2	-15,1	-0,5	-7,1	-7,7
Espírito Santo	-14,5	57,6	4,8	-26,6	-32,6	-24,0	-34,0	-38,1	-31,8	5,4	-6,8	-8,6
Rio de Janeiro	-0,3	1,4	11,4	-10,2	-14,6	-1,2	-8,0	-20,3	-19,5	-29,8	-31,4	-15,4
São Paulo	-23,7	-31,4	-6,6	-20,8	-21,0	-6,1	5,3	1,2	-5,4	-13,0	-14,6	-11,0
Paraná	-20,2	-19,3	-6,9	-18,2	-21,2	-6,8	0,3	-14,3	-18,9	-6,3	-12,0	-8,4
Santa Catarina	-16,5	-19,0	-16,5	15,7	9,9	5,0	-12,9	-21,5	-21,7	-3,5	-16,6	-7,1
Rio Grande do Sul	-17,4	-17,1	-9,3	-5,9	-8,3	-5,0	-22,5	-30,1	-29,0	2,1	-3,1	-6,9
Goiás	-33,8	-33,3	-5,3	-8,3	-6,3	3,1	-12,7	-23,0	-25,0	-22,9	-24,7	-8,7
Distrito Federal	12,0	-11,2	-4,8	-7,2	-4,4	3,2	-20,2	-25,0	-24,8	0,5	-4,6	-9,2

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

Mês: Fev/2016

Unidade da Federação	Comércio Varejista Ampliado												
	fev/15	mar/15	abr/15	mai/15	jun/15	jul/15	ago/15	set/15	out/15	nov/15	dez/15	jan/16	fev/16
Brasil	91,7	103,3	97,8	100,0	96,8	100,3	98,0	94,9	99,8	99,0	118,6	91,4	86,6
Rondônia	89,9	102,2	99,1	102,5	99,6	107,5	100,8	96,3	99,9	102,1	121,0	96,2	94,9
Acre	102,5	115,5	111,9	116,6	113,5	118,8	111,5	106,2	106,2	106,4	131,7	102,5	96,1
Amazonas	89,7	97,8	95,3	96,7	94,2	97,4	98,1	92,4	95,6	95,0	106,6	87,5	79,3
Roraima	116,0	131,4	129,7	132,5	123,9	135,4	127,5	123,6	122,3	129,9	147,6	123,0	118,6
Pará	97,6	113,4	105,7	110,9	107,2	110,4	105,3	102,4	106,8	108,3	132,3	96,2	91,9
Amapá	98,5	102,9	97,4	101,0	96,8	97,6	96,1	91,7	92,7	90,1	110,9	88,4	80,2
Tocantins	96,6	114,4	107,6	108,6	108,3	108,8	105,4	97,3	98,7	108,3	113,8	90,6	88,3
Maranhão	99,4	116,4	109,5	107,2	103,3	109,1	103,7	96,9	102,2	100,2	121,5	94,2	86,6
Piauí	96,4	111,5	101,7	107,5	103,8	110,4	103,3	101,2	104,5	103,0	125,9	100,9	91,8
Ceará	93,2	105,7	102,6	107,8	102,2	107,2	101,0	96,7	99,1	99,4	120,1	94,9	86,7
Rio G. do Norte	102,5	116,3	107,8	112,0	108,5	115,0	111,9	105,8	111,6	111,3	131,1	102,4	94,5
Paraíba	90,6	102,9	96,5	102,1	98,3	107,8	96,9	95,3	98,1	102,4	120,5	98,5	86,6
Pernambuco	97,3	109,0	99,6	104,0	98,1	103,4	99,6	93,6	98,6	103,2	122,3	95,9	84,9
Alagoas	99,7	113,9	107,3	109,4	96,9	102,5	99,5	98,1	104,1	109,9	134,8	102,5	91,7
Sergipe	100,1	112,6	106,1	104,4	102,3	99,0	96,8	92,8	97,3	97,4	110,2	95,5	85,5
Bahia	94,6	108,5	98,3	104,3	99,4	103,6	100,8	98,4	101,5	101,9	119,8	93,9	87,8
Minas Gerais	86,7	99,0	96,2	96,6	95,2	99,8	97,8	93,3	97,6	95,9	114,3	91,0	87,5
Espírito Santo	74,9	86,1	76,5	79,8	76,2	79,7	73,8	74,1	73,6	72,9	90,4	70,6	64,7
Rio de Janeiro	94,4	105,3	98,7	102,6	98,7	104,2	102,2	98,2	101,3	100,5	122,0	91,9	85,5
São Paulo	90,5	100,5	96,8	98,4	95,5	97,5	97,0	95,0	101,4	101,8	121,4	91,2	88,3
Paraná	93,8	106,6	99,1	100,4	97,0	101,5	99,6	99,0	101,9	96,0	117,4	94,0	90,5
Santa Catarina	92,0	100,9	96,0	97,0	94,5	96,6	93,5	88,9	98,3	96,6	119,6	89,0	84,3
Rio Grande do Sul	91,0	107,4	100,4	100,4	96,9	98,9	96,3	93,8	100,4	97,4	119,3	90,2	84,9
Mato Grosso do Sul	101,6	112,3	107,8	110,0	105,8	111,4	107,9	103,6	110,6	107,7	129,6	100,9	96,8
Mato Grosso	96,0	111,8	100,9	105,5	107,7	112,7	107,7	103,5	105,2	101,4	116,7	93,2	91,1
Goiás	88,6	100,8	93,7	97,3	94,2	96,4	93,6	88,6	91,1	89,2	98,6	83,9	78,7
Distrito Federal	87,3	97,8	91,9	94,6	92,3	94,3	91,8	86,6	89,8	88,3	98,9	82,9	78,4

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/2016

Unidade da Federação	Índice de receita (2)	Variação				
		Mensal (3)			Acumulada (4)	
		dez/15	jan/16	fev/16	no ano	12 Meses
Brasil	111,5	-2,7	-5,4	3,3	-1,3	-1,8
Rondônia	111,4	-8,4	-2,3	9,4	3,2	-5,4
Acre	118,0	-14,1	-4,0	0,0	-2,1	-5,4
Amazonas	98,5	-7,5	-8,6	-4,6	-6,7	-5,8
Roraima	152,4	-0,3	1,7	11,3	6,2	5,8
Pará	116,3	-4,5	-5,6	2,8	-1,7	-1,2
Amapá	99,4	-15,1	-17,5	-12,7	-15,3	-11,3
Tocantins	110,5	-9,6	-7,2	-0,6	-4,1	-8,2
Maranhão	112,9	-8,4	-10,3	-2,4	-6,6	-5,5
Piauí	119,5	-3,4	-2,3	4,7	1,0	-1,9
Ceará	113,4	-4,5	-7,1	3,2	-2,4	-2,2
Rio G. do Norte	123,5	-5,3	-2,7	2,1	-0,5	0,2
Paraíba	109,3	-8,5	-3,8	4,0	-0,3	-8,5
Pernambuco	109,9	-9,8	-8,4	-3,2	-6,0	-5,9
Alagoas	116,6	-8,8	-7,4	0,8	-3,7	-5,8
Sergipe	113,5	-12,2	-7,1	-4,9	-6,1	-3,0
Bahia	113,1	-6,8	-7,9	1,1	-3,7	-3,1
Minas Gerais	110,3	4,4	-0,2	10,0	4,6	0,6
Espírito Santo	83,4	-10,2	-16,7	-5,3	-11,6	-11,5
Rio de Janeiro	113,2	-5,7	-9,9	-1,1	-5,8	-2,6
São Paulo	113,4	3,0	-0,5	6,4	2,8	1,7
Paraná	117,2	-2,5	-7,6	5,7	-1,5	-2,0
Santa Catarina	109,4	-6,7	-9,6	0,6	-4,9	-3,3
Rio Grande do Sul	109,6	-8,8	-7,1	3,5	-2,2	-5,5
Mato Grosso do Sul	125,7	-1,0	-2,8	4,2	0,5	1,5
Mato Grosso	116,1	-5,0	-6,2	3,5	-1,6	-4,4
Goiás	98,2	-10,0	-14,4	-4,2	-9,7	-9,2
Distrito Federal	99,2	-8,1	-7,9	-1,2	-4,8	-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: Fev/2016

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)	Acumulada (2)		Mensal (2)	Acumulada (2)			no ano	12 Meses
								no ano	12 Meses		no ano	12 Meses			
Brasil	3,3	-1,3	-1,8	10,4	8,0	6,5	12,1	9,4	6,9	11,9	9,2	6,6	-5,0	-6,8	-5,9
Ceará	3,2	-2,4	-2,2	11,1	10,9	10,3	14,8	11,8	4,3	16,0	12,7	4,8	4,6	1,8	4,3
Pernambuco	-3,2	-6,0	-5,9	7,3	6,8	4,8	7,8	7,6	2,3	4,4	5,5	0,9	-14,9	-16,3	-13,1
Bahia	1,1	-3,7	-3,1	-1,5	-3,4	2,0	6,9	4,4	4,7	10,8	7,6	6,2	-4,5	-5,7	-11,6
Minas Gerais	10,0	4,6	0,6	17,1	15,3	10,4	16,3	12,8	9,8	17,3	13,4	9,9	-9,0	-11,4	-5,7
Espirito Santo	-5,3	-11,6	-11,5	9,3	3,0	-1,8	12,3	7,9	5,4	12,0	7,7	5,5	38,7	32,7	-2,5
Rio de Janeiro	-1,1	-5,8	-2,6	14,4	7,5	7,9	7,4	7,4	6,8	5,9	6,2	5,8	-9,9	-8,1	-5,4
São Paulo	6,4	2,8	1,7	7,8	5,0	2,1	15,2	11,8	8,0	14,8	11,4	7,7	-8,1	-10,8	-8,1
Paraná	5,7	-1,5	-2,0	11,2	8,4	7,7	13,7	9,5	8,0	14,2	10,0	8,2	-4,9	-10,3	-5,7
Santa Catarina	0,6	-4,9	-3,3	10,1	10,2	9,6	2,2	0,1	3,0	1,0	-1,0	2,9	10,5	9,2	3,9
Rio Grande do Sul	3,5	-2,2	-5,5	15,3	11,0	6,0	14,1	9,8	6,2	13,9	9,7	6,1	-4,9	-8,6	-8,5
Goiás	-4,2	-9,7	-9,2	10,5	9,0	6,5	3,2	3,0	-1,1	2,9	2,5	-1,5	-7,5	-7,1	-6,1
Distrito Federal	-1,2	-4,8	-4,6	16,8	14,6	15,7	2,3	0,1	1,5	1,1	-0,7	0,6	-2,1	-2,2	-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 14 - Variação de receita nominal de vendas no comércio varejista ampliado (1), por atividade e Unidade da Federação (Continua)

Mês: Fev/2016

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	-5,6	-13,4	-13,4	-0,6	0,2	-11,1	-8,5	-20,4	-14,5	14,6	10,9	10,1	-7,4	-5,9	-5,1
Ceará	-2,1	-11,7	-10,1	2,4	-8,0	-8,5	-5,2	-14,3	-11,2	15,6	10,5	12,4	-4,6	-21,0	-10,7
Pernambuco	-17,6	-20,9	-19,1	6,8	4,9	-16,4	-32,9	-36,8	-20,9	21,6	12,5	12,8	-20,5	8,8	1,7
Bahia	-3,0	-9,0	-12,0	4,4	3,1	-9,8	-7,0	-15,6	-13,1	8,4	6,2	7,0	4,9	33,4	13,5
Minas Gerais	-2,2	-13,9	-12,5	11,5	3,7	-7,3	-5,9	-18,1	-13,8	23,1	16,1	12,3	4,6	0,2	-1,6
Espírito Santo	-13,6	-18,9	-12,2	-35,7	-31,7	-19,4	7,5	-6,8	-5,4	15,1	9,2	9,8	9,6	-0,5	-6,2
Rio de Janeiro	-14,9	-21,0	-17,9	-15,7	-12,3	-15,1	-14,5	-24,3	-18,9	16,3	12,3	11,0	-0,6	-7,8	-6,0
São Paulo	-3,8	-13,1	-13,7	14,8	19,0	-8,9	-13,1	-27,0	-16,0	13,1	9,1	9,4	-8,2	-9,3	-8,6
Paraná	-1,4	-12,0	-10,6	3,2	-5,4	-13,8	-4,7	-16,5	-8,2	-0,1	4,6	12,3	-0,5	-13,0	-6,5
Santa Catarina	-5,3	-13,2	-4,2	-1,2	14,7	-6,6	-6,9	-24,1	-3,1	21,5	17,9	14,0	1,1	1,2	7,0
Rio Grande do Sul	5,2	-0,1	-9,1	11,8	10,1	-4,9	1,2	-6,0	-11,5	16,3	14,8	9,0	0,1	-2,4	-0,4
Goiás	-2,8	-15,4	-17,8	1,2	18,2	-12,4	-4,2	-27,4	-19,8	14,1	8,4	7,9	14,3	11,1	0,3
Distrito Federal	-7,1	-13,1	-19,3	-24,3	-0,1	-9,9	1,6	-19,1	-23,3	7,5	3,6	4,4	-23,1	-14,6	-9,8

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/2016

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	-11,4	-16,4	-10,1	-3,2	-5,6	2,1	-4,6	-12,6	-13,4	-6,9	-10,9	-5,1
Ceará	-11,6	-14,9	-27,8	-4,9	-7,8	4,5	-8,0	-18,9	-15,6	-24,1	-24,5	-9,0
Pernambuco	-0,5	-3,5	-28,2	8,7	7,5	8,1	-17,6	-23,8	-18,7	-16,4	-18,7	-9,4
Bahia	-9,9	-11,1	-25,4	-11,9	-11,7	-0,5	1,6	-10,9	-10,7	-2,3	-6,8	-2,4
Minas Gerais	16,8	25,9	-12,0	23,3	20,4	15,8	0,0	-6,5	-13,2	4,9	-2,2	-2,8
Espirito Santo	-8,3	73,0	4,7	-20,0	-26,8	-19,6	-30,9	-35,1	-28,1	10,7	-2,3	-4,1
Rio de Janeiro	1,5	4,6	12,3	-1,4	-6,6	5,2	-5,5	-18,2	-16,0	-28,5	-29,7	-12,6
São Paulo	-19,8	-29,4	-10,1	-14,1	-14,5	-0,6	5,6	2,0	-2,0	-7,4	-9,3	-5,0
Paraná	-6,1	-6,8	-6,9	-9,5	-13,2	-0,2	2,6	-11,4	-13,9	-0,4	-6,6	-4,5
Santa Catarina	-4,9	-10,8	-19,6	28,7	21,8	13,4	-11,2	-19,5	-16,6	4,5	-9,9	-0,5
Rio Grande do Sul	-4,9	-7,2	-11,6	2,8	-0,5	0,2	-19,7	-27,1	-24,6	7,0	0,7	-2,2
Goiás	-23,2	-24,4	-5,6	-1,1	0,2	7,7	-9,1	-19,2	-20,1	-19,4	-21,0	-3,4
Distrito Federal	8,4	-9,1	-11,9	0,5	2,9	9,0	-16,2	-21,3	-20,4	4,5	-0,4	-5,6

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: 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/2016

Unidade da Federação	Comércio varejista ampliado												
	fev/15	mar/15	abr/15	mai/15	jun/15	jul/15	ago/15	set/15	out/15	nov/15	dez/15	jan/16	fev/16
Brasil	107,9	122,1	116,8	120,4	116,8	121,5	119,2	115,7	122,9	122,5	149,0	116,4	111,5
Rondônia	101,8	115,9	113,1	118,1	114,5	123,5	116,2	110,8	116,0	118,7	142,7	112,3	111,4
Acre	118,0	133,8	129,9	136,3	132,8	138,5	131,6	125,1	126,2	126,7	158,5	124,4	118,0
Amazonas	103,2	113,2	111,1	113,7	111,0	114,5	116,5	109,4	115,0	114,4	131,1	107,5	98,5
Roraima	136,9	156,4	154,8	159,9	150,0	162,5	154,8	150,4	152,1	162,4	186,7	157,2	152,4
Pará	113,1	132,6	124,4	131,9	127,3	131,2	125,8	121,8	129,3	131,3	164,3	120,9	116,3
Amapá	113,9	120,2	114,4	119,6	115,0	115,7	114,4	108,6	110,8	108,4	135,1	108,1	99,4
Tocantins	111,2	132,0	125,6	127,6	126,6	128,3	124,5	115,8	118,7	131,6	139,1	111,7	110,5
Maranhão	115,7	135,3	128,6	127,7	123,7	131,1	125,6	118,1	126,2	124,7	153,4	120,6	112,9
Piauí	114,1	131,5	121,4	129,2	125,5	134,0	126,7	124,4	129,8	128,9	159,3	129,1	119,5
Ceará	109,9	124,7	121,8	129,1	123,2	129,5	123,1	118,4	123,2	124,2	152,1	122,3	113,4
Rio G. do Norte	121,0	137,2	128,7	134,8	131,2	139,1	135,8	129,1	138,1	138,9	166,1	132,2	123,5
Paraná	105,1	119,2	112,7	120,4	117,1	127,2	115,9	114,1	118,4	123,8	147,7	121,8	109,3
Pernambuco	113,5	126,8	117,1	123,6	118,6	124,6	121,0	113,6	120,8	126,8	154,0	121,7	109,9
Alagoas	115,7	131,8	124,9	128,9	116,1	122,0	118,8	117,5	125,9	132,8	166,1	127,8	116,6
Sergipe	119,3	134,0	128,3	128,3	127,3	122,3	120,4	115,3	122,2	122,8	142,4	124,7	113,5
Bahia	111,9	128,7	117,6	125,1	120,3	125,1	122,5	119,9	124,7	126,0	149,9	118,7	113,1
Minas Gerais	100,3	114,5	112,5	113,7	112,0	118,2	115,7	111,3	118,1	116,0	140,8	113,4	110,3
Espírito Santo	88,1	101,1	91,5	95,9	91,8	96,5	89,9	89,6	90,4	89,5	112,5	89,6	83,4
Rio de Janeiro	114,5	127,5	121,1	126,9	122,2	129,2	127,3	122,3	127,2	126,9	156,8	119,7	113,2
São Paulo	106,6	119,1	115,8	118,9	115,5	118,5	118,2	116,0	125,1	126,0	152,2	116,3	113,4
Paraná	110,9	126,4	119,2	121,8	118,3	124,1	122,4	121,7	126,6	120,5	149,8	121,6	117,2
Santa Catarina	108,7	119,6	115,5	117,3	114,9	117,6	114,2	108,9	121,6	120,4	151,5	114,7	109,4
Rio Grande do Sul	105,9	126,1	119,5	120,6	116,7	120,3	117,8	115,0	123,5	120,3	149,2	114,3	109,6
Mato Grosso do Sul	120,6	134,6	130,0	133,5	128,1	135,7	132,1	127,2	137,6	135,9	165,4	130,1	125,7
Mato Grosso	112,2	131,0	119,2	125,2	126,5	133,5	127,9	124,0	127,7	124,6	144,6	117,0	116,1
Goiás	102,5	117,0	109,8	114,6	110,5	114,0	110,8	105,6	109,6	108,2	121,5	104,3	98,2
Distrito Federal	100,4	113,9	107,9	111,7	109,2	112,5	109,7	103,6	108,9	108,3	123,1	104,3	99,2

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/2016**

Unidade da Federação	Índice de Base Fixa (1)			Variação mês/mês anterior		
	dez/15	jan/16	fev/16	dez/15	jan/16	fev/16
Brasil	106,5	104,5	105,8	-2,3	-1,9	1,2
Rondônia	111,7	116,0	116,8	-4,6	3,8	0,7
Acre	121,8	122,8	124,1	-0,2	0,8	1,1
Amazonas	92,8	93,4	95,4	-4,4	0,6	2,1
Roraima	155,7	153,9	153,7	-1,0	-1,2	-0,1
Pará	101,8	106,2	106,9	-11,0	4,3	0,7
Amapá	102,6	105,0	106,5	-2,5	2,3	1,4
Tocantins	117,1	118,4	122,3	-3,0	1,1	3,3
Maranhão	111,5	113,4	114,3	-6,1	1,7	0,8
Piauí	104,6	104,5	102,9	-1,7	-0,1	-1,5
Ceará	111,5	110,6	110,5	-2,4	-0,8	-0,1
Rio G. do Norte	110,2	109,6	107,7	-5,9	-0,5	-1,7
Paraíba	105,4	109,7	110,2	-2,5	4,1	0,5
Pernambuco	105,9	105,9	104,5	-4,4	0,0	-1,3
Alagoas	106,9	106,8	105,6	-3,4	-0,1	-1,1
Sergipe	98,1	100,5	97,8	-3,8	2,4	-2,7
Bahia	100,9	100,2	100,1	-6,1	-0,7	-0,1
Minas Gerais	107,2	105,1	107,7	-3,2	-2,0	2,5
Espirito Santo	100,0	99,5	102,3	-0,4	-0,5	2,8
Rio de Janeiro	105,4	101,7	103,9	-3,0	-3,5	2,2
São Paulo	108,1	105,8	107,3	-2,6	-2,1	1,4
Paraná	110,2	107,8	111,2	-1,2	-2,2	3,2
Santa Catarina	100,6	100,2	100,7	-1,9	-0,4	0,5
Rio Grande do Sul	105,1	105,2	106,3	-1,6	0,1	1,0
Mato Grosso do Sul	129,0	127,3	127,2	-0,8	-1,3	-0,1
Mato Grosso	102,5	102,5	100,7	-1,1	0,0	-1,8
Goiás	97,5	96,8	97,1	-5,7	-0,7	0,3
Distrito Federal	95,8	93,8	94,1	-3,5	-2,1	0,3

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/2016

Unidade da Federação	Índice de Base Fixa (1)			Variação mês/mês anterior		
	dez/15	jan/16	fev/16	dez/15	jan/16	fev/16
Brasil	142,4	142,6	144,5	-1,9	0,1	1,3
Rondônia	139,9	146,9	148,2	-6,5	5,0	0,9
Acre	158,1	161,7	164,2	0,0	2,3	1,5
Amazonas	123,9	123,4	125,5	-1,5	-0,4	1,7
Roraima	207,9	209,1	211,1	-1,1	0,6	1,0
Pará	136,0	144,1	146,5	-9,2	6,0	1,7
Amapá	130,6	134,0	134,6	-2,0	2,6	0,4
Tocantins	148,4	151,5	158,1	-2,4	2,1	4,4
Maranhão	150,7	156,8	159,9	-5,2	4,0	2,0
Piauí	140,3	142,8	142,4	-1,4	1,8	-0,3
Ceará	149,5	150,7	152,6	-1,1	0,8	1,3
Rio G. do Norte	147,2	150,4	149,2	-4,5	2,2	-0,8
Paraíba	134,5	145,0	146,5	-2,6	7,8	1,0
Pernambuco	141,0	144,3	144,4	-2,1	2,3	0,1
Alagoas	142,2	145,5	145,3	-1,7	2,3	-0,1
Sergipe	132,3	139,6	139,2	-3,4	5,5	-0,3
Bahia	130,2	133,4	135,1	-9,2	2,5	1,3
Minas Gerais	141,8	141,1	144,6	-1,6	-0,5	2,5
Espirito Santo	133,3	135,3	139,7	0,7	1,5	3,3
Rio de Janeiro	144,2	142,6	146,0	-2,2	-1,1	2,4
São Paulo	143,7	143,5	146,0	-1,6	-0,1	1,7
Paraná	150,4	150,5	154,3	0,2	0,1	2,5
Santa Catarina	137,0	138,3	139,3	-0,5	0,9	0,7
Rio Grande do Sul	142,7	145,5	148,6	-0,8	2,0	2,1
Mato Grosso do Sul	169,3	168,9	171,2	-0,7	-0,2	1,4
Mato Grosso	132,6	133,8	133,9	-0,3	0,9	0,1
Goiás	127,2	126,7	127,9	-5,0	-0,4	0,9
Distrito Federal	127,1	127,2	127,8	-2,8	0,1	0,5

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

(1) Base: 2011 = 100

Atualizado em 12/04/2016 às 9:00h