

Indicadores IBGE

Pesquisa Mensal de Comércio
março 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

* 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)	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	

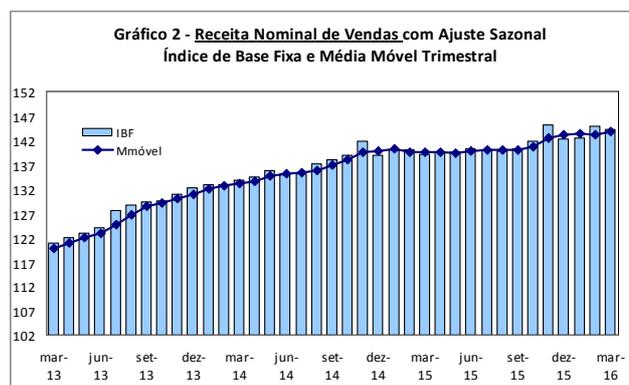
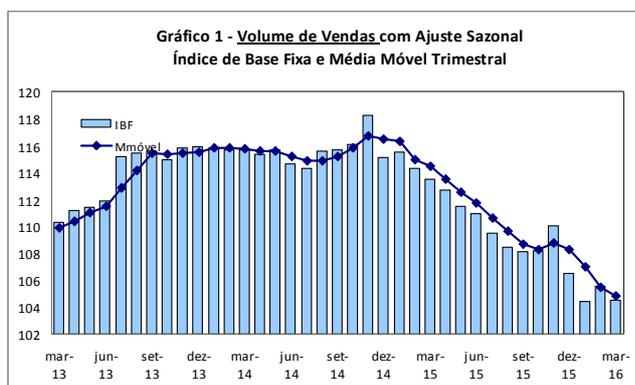
Atividades da PMC	Itens da PMC	Itens do IPCA	Peso nos Itens da PMC
7-Equipamentos e Material para escritório, informática e comunicação	4751-2	IPCA (cód. 3202028)	1
	4752-1	IPCA (cód. 9101019)	1
	4789-0	IPCA (cód: IG)	1
8-Livros, jornais, revistas e papelaria	4761-0	IPCA (cód: 8102005)	0,18507
		IPCA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

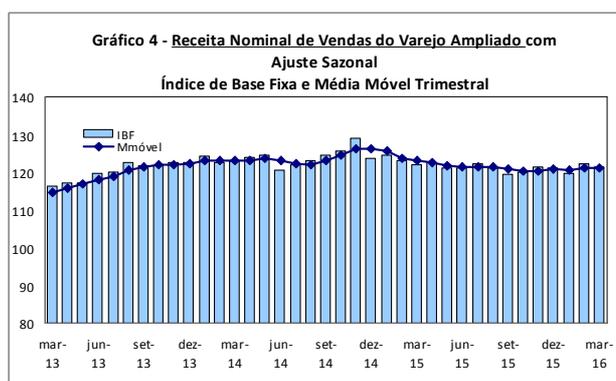
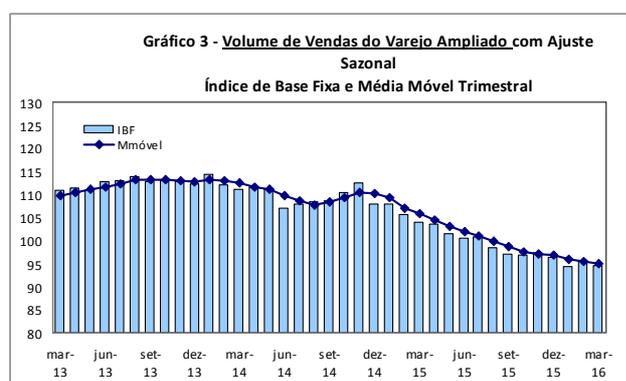
- 1 - Os índices do mês poderão ser alterados na divulgação do mês subsequente, em virtude de retificações nos dados primários por parte dos informantes da pesquisa.

COMENTÁRIOS

Em março de 2016, o **comércio varejista** nacional recuou 0,9% no volume de vendas e 0,4% na receita nominal, ambas as variações frente ao mês imediatamente anterior, na série livre de influências sazonais. O desempenho do varejo ocorreu após avanço, em fevereiro, de 1,1% para o volume de vendas e de 1,7% para receita nominal (Tabelas 1 e 2). Quanto à média móvel trimestral, o volume de vendas mantém trajetória negativa (-0,6%), porém menos acentuada que nos dois meses anteriores: fevereiro (-1,4%) e janeiro (-1,2%), enquanto a receita nominal volta a apresentar variação positiva de 0,4% (Gráficos 1 e 2). Nas demais comparações obtidas através da série original (sem ajuste), o varejo nacional sinalizou, em termos de volume de vendas, uma redução de 5,7% frente a março de 2015, décima segunda taxa negativa consecutiva para esse tipo de comparação. Assim, no índice acumulado para os três primeiros meses de 2016, o varejo nacional registrou recuo de 7,0%. A taxa anualizada, indicador acumulado nos últimos doze meses, com queda de 5,8% em março, registrou a perda mais intensa da série histórica, iniciada em dezembro de 2001 e manteve a trajetória descendente desde julho de 2014 (4,3%). Para receita nominal as taxas são positivas: 6,2% frente a março de 2015, 4,7% no acumulado no ano e 3,1% no acumulado nos últimos doze meses (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*, também voltou a registrar variação negativa para o volume de vendas sobre o mês imediatamente anterior, na série com ajuste sazonal (-1,1%), após avanço em fevereiro (1,4%), enquanto para receita nominal, o decréscimo em março de 2016 em relação a fevereiro foi de -0,8% (Gráfico 3 e 4). No confronto com março de 2015, o recuo foi de 7,9% para o volume de vendas e variação positiva de 0,6% para receita nominal. No que tange às taxas acumuladas, os resultados foram de -9,4% no ano e de -9,6% nos últimos doze meses, para o volume de vendas, enquanto para receita nominal as taxas ficaram em -0,7% e -2,2%, respectivamente (Tabela 1 e 2).



O decréscimo do volume de vendas (-0,9%) registrado na passagem de fevereiro para março de 2016 também foi observado em seis das oito atividades investigadas no **comércio varejista**, com destaque para a influência do comportamento do segmento de *Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo*, que registrou recuo de 1,7% em março após avanço de 0,8% em fevereiro, seguido por *Móveis e eletrodomésticos* (-1,1% em março após 6,1% em fevereiro) e *Combustíveis e lubrificantes* (-1,2% em março após 0,3% em fevereiro), atividades que também fazem o mesmo movimento em março. Os demais setores que registraram queda no volume de vendas frente ao mês anterior, já contabilizam a terceira taxa negativa consecutiva no ano: *Tecidos, vestuário e calçados* (-3,6%); *Outros artigos de uso pessoal e doméstico* (-2,5%) e *Livros, jornais, revistas e papelaria* (-1,1%). Por outro lado, as atividades que mostraram aumento do volume de vendas entre fevereiro e março foram: *Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação* (6,1%) e *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos* (0,7%). Para essa mesma comparação, considerando o **comércio varejista ampliado**, o recuo foi de -1,1% frente a fevereiro, com os setores de *Veículos e motos, partes e peças* e de *Material de construção* voltando a registrar variações negativas de -0,5% e -0,3%, respectivamente (Tabela 1).

Em março de 2016, na comparação com igual mês do ano anterior, o volume de vendas recuou 5,7% no **comércio varejista**. Por ordem de contribuição à taxa global, os resultados foram os seguintes: *Móveis e eletrodomésticos*, com perda de 13,8%, seguido por *Outros artigos de uso pessoal e doméstico* (-11,9%); *Tecidos, vestuário e calçados* (-14,1%), *Combustíveis e lubrificantes* (-10,1%); *Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* (-1,2%); *Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação* (-8,9%); *Livros, jornais, revistas e papelaria* (-16,2%). Único segmento com desempenho no campo positivo foi *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos*, com 2,0% de crescimento frente a março de 2015, conforme mostra a Tabela 1.

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

ATIVIDADES	MÊS/MÊS ANTERIOR (1)			MÊS/IGUAL MÊS DO ANO ANTERIOR			ACUMULADO	
	Taxa de Variação (%)			Taxa de Variação (%)			Taxa de Variação (%)	
	JAN	FEV	MAR	JAN	FEV	MAR	NO ANO	12 MESES
COMÉRCIO VAREJISTA (2)	-2,0	1,1	-0,9	-10,6	-4,2	-5,7	-7,0	-5,8
1 - Combustíveis e lubrificantes	-2,7	0,3	-1,2	-13,8	-3,9	-10,1	-9,5	-7,5
2 - Hiper, supermercados, prods. alimentícios, bebidas e fumo	-0,9	0,8	-1,7	-5,8	-1,4	-1,2	-2,8	-2,9
2.1 - Super e hipermercados	-0,7	0,8	-1,7	-5,8	-1,3	-1,0	-2,8	-2,9
3 - Tecidos, vest. e calçados	-0,3	-3,5	-3,6	-12,9	-11,5	-14,1	-12,9	-10,6
4 - Móveis e eletrodomésticos	-5,7	6,1	-1,1	-24,7	-10,3	-13,8	-17,0	-16,6
4.1 - Móveis	-	-	-	-4,8	-15,8	-17,0	-12,2	-17,1
4.2 - Eletrodomésticos	-	-	-	-32,6	-7,8	-12,5	-19,1	-16,3
5 - Artigos farmacêuticos, med., ortop. e de perfumaria	0,1	0,1	0,7	-0,2	5,9	2,0	2,4	2,3
6 - Livros, jornais, rev. e papelaria	-0,4	-3,2	-1,1	-13,0	-16,3	-16,2	-14,9	-13,2
7 - Equip. e mat. para escritório informática e comunicação	1,9	-2,7	6,1	-24,9	-17,0	-8,9	-16,8	-9,9
8 - Outros arts. de uso pessoal e doméstico	-3,4	-0,5	-2,5	-14,8	-11,6	-11,9	-12,8	-6,0
COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO (3)	-2,0	1,4	-1,1	-14,1	-5,6	-7,9	-9,4	-9,6
9 - Veículos e motos, partes e peças	-2,1	3,8	-0,5	-21,3	-6,7	-11,1	-13,5	-17,6
10- Material de construção	-5,0	3,4	-0,3	-18,0	-11,1	-14,6	-14,7	-10,9

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

RESULTADOS SETORIAIS

A atividade de *Móveis e eletrodomésticos*, com variação de -13,8% no volume de vendas em relação a março do ano passado, exerceu o maior impacto negativo na formação da taxa do varejo e registrou a décima segunda taxa negativa consecutiva para essa comparação. No acumulado de janeiro a março e nos últimos doze meses, as taxas foram: -17,0% e -16,6%, respectivamente. Tal comportamento pode ser atribuído a menor oferta de crédito e elevação da taxa de juros às famílias¹.

O setor de *Outros artigos de uso pessoal e doméstico*, que engloba lojas de departamentos, joalherias, artigos esportivos e brinquedos, com queda de 11,9% frente a março de 2015, registrou a segunda maior contribuição negativa na formação da taxa do volume de vendas, sendo esse o oitavo mês seguido de taxas negativas nesse tipo de comparação. Esse comportamento reflete o atual quadro econômico, principalmente no que se refere a perda do poder aquisitivo das famílias, evidenciado pela redução na massa real de salários². Para os três primeiros meses do ano a variação acumulada foi de -12,8%, e para os últimos doze meses de -6,0%.

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

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

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

1 Segundo o Banco Central, a taxa média de juros no crédito às famílias passou, em 12 meses, de 33,3% em março de 2015 para 40,6% em março de 2016.

2 Segundo IBGE/COREN, a variação massa de rendimento real habitual dos trabalhadores recua 4,0% entre o trimestre jan-mar 2015 para trimestre jan-mar 2016

O segmento de *Combustíveis e lubrificantes* reduziu em 10,1% o volume de vendas, em relação a março de 2015, respondendo pela terceira maior contribuição negativa à taxa global do varejo. As perdas de 9,5% acumulada no trimestre janeiro-março e de -7,5% nos últimos doze meses refletem o comportamento dos preços do subitem combustíveis, que evoluíram acima da média geral, segundo o IPCA³.

A atividade de *Tecidos, vestuário e calçados* também foi responsável pela terceira maior participação negativa na composição do índice geral do varejo, com variação de -14,1% em relação a igual mês do ano anterior, registrando taxas de -12,9% no acumulado no ano e de -10,6% para os últimos doze meses. Mesmo com os preços do subitem vestuário se posicionando abaixo do índice geral de inflação⁴, segundo o IPCA, esta atividade vem apresentando desempenho inferior à média geral do comércio varejista.

TABELA 3
BRASIL - COMPOSIÇÃO DA TAXA MENSAL DO COMÉRCIO VAREJISTA, POR ATIVIDADES: PMC - Março 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	-5,7	-5,7	-7,9	-7,9
1 - Combustíveis e lubrificantes	-10,1	-1,0	-10,1	-0,7
2 - Hiper, supermercados, prods. alimentícios, bebidas e fumo	-1,2	-0,6	-1,2	-0,4
3 - Tecidos, vest. e calçados	-14,1	-1,0	-14,1	-0,6
4 - Móveis e eletrodomésticos	-13,8	-1,6	-13,8	-1,0
5 - Artigos farmacêuticos, med., ortop. e de perfumaria	2,0	0,2	2,0	0,1
6 - Livros, jornais, rev. e papelaria	-16,2	-0,1	-16,2	-0,1
7 - Equip. e mat. para escritório informática e comunicação	-8,9	-0,2	-8,9	-0,1
8 - Outros arts. de uso pessoal e doméstico	-11,9	-1,3	-11,9	-0,8
9 - Veículos e motos, partes e peças	-	0,0	-11,1	-3,0
10 - Material de construção	-	0,0	-14,6	-1,4

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.

O segmento de *Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo*, em março de 2016, com queda de 1,2% no volume de vendas sobre igual mês do ano anterior, exerceu a quarta contribuição negativa na formação da taxa global do comércio varejista (Tabela 3). Em termos de resultados acumulados, a atividade apresentou variação no ano de -2,8% e nos últimos doze meses de -2,9%. Além da pressão dos preços de alimentação no domicílio⁵, que se encontram acima da média geral, este desempenho negativo foi influenciado pelo menor poder de compra da população, conforme já citada redução da massa real de salários.

O setor de *Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação*, com redução esse mês de 8,9% no volume de vendas na comparação com março de 2015, registrou a quinta maior participação negativa na formação da taxa global do varejo. Os resultados em termos acumulados, variações de -16,8% no ano e de -9,9% nos últimos doze meses, podem ser explicados pela evolução dos preços de microcomputadores, importante produto que compõe a atividade⁶.

3 Segundo IBGE/COINP, a variação nos preços de combustíveis no acumulado em 12 meses, foi de -15,7% em março de 2016, contra 9,4% do índice geral (IPCA)

4 Segundo IBGE/COINP, a variação nos preços de vestuário no acumulado em 12 meses, foi de 5,9% em março de 2016, contra 9,4% do índice geral (IPCA)

5 Segundo IBGE/COINP, a variação nos preços de alimentação no domicílio no acumulado em 12 meses foi de 15,3% até março de 2016, contra 9,4% do índice geral (IPCA)

6 Segundo IBGE/COINP Variação nos preços de microcomputadores no acumulado em 12 meses foi de 16,1% até março de 2015, contra 9,4% do índice geral, (IPCA).

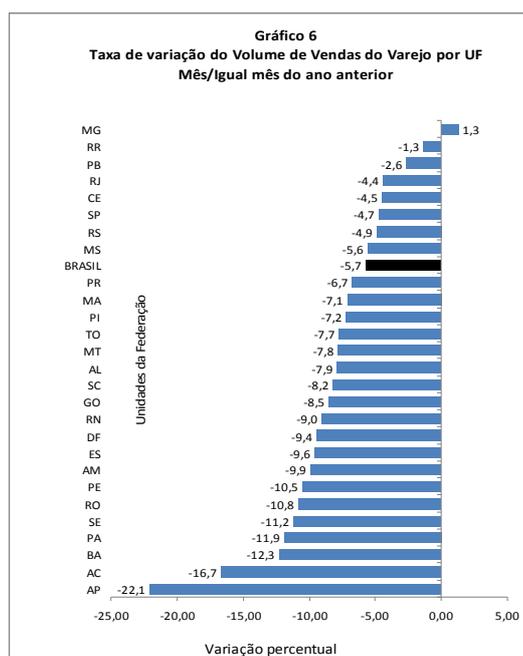
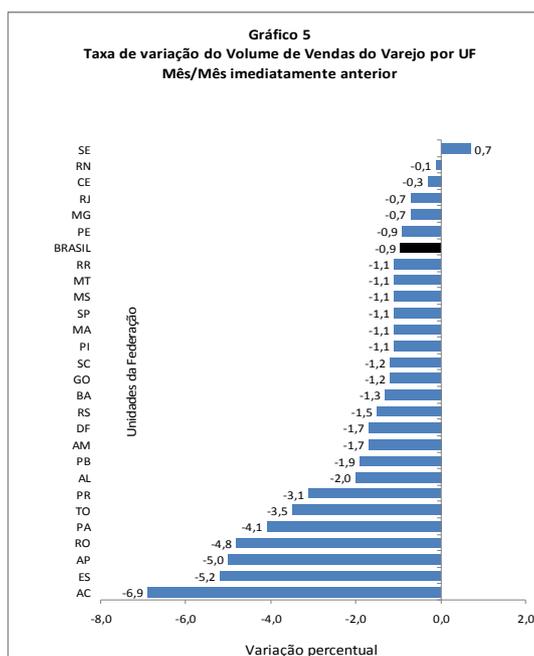
O comércio de *Livros, jornais, revistas e papelaria*, que não exerceu, praticamente, impacto na formação do resultado global, registrou variação no volume de vendas de -16,2% sobre março de 2015 e taxas acumuladas no ano de -14,9% e de -13,2% nos últimos 12 meses. A trajetória declinante desta atividade vem sendo influenciada, no que tange a jornais e revistas, por certa substituição dos produtos impressos pelos de meio eletrônico.

Único com desempenho positivo em março de 2016, o segmento de *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria* apresentou taxa de 2,0% frente a março 2015, taxas acumuladas no ano e nos últimos 12 meses de 2,4% e 2,3%, respectivamente. O desempenho setorial favorável desta atividade pode ser atribuído, especialmente, ao caráter de uso essencial de seus produtos e à variação de preços de medicamentos abaixo do índice geral⁷.

O **Comércio Varejista Ampliado** registrou na relação março de 2016/março de 2015, para o volume de vendas, variação de -7,9%, com -9,4% para a taxa acumulada no ano e de -9,6% em doze meses, Este comportamento ocorre principalmente em função do desempenho negativo dos seus dois principais setores, *Veículos, motos, partes e peças* e *Material de construção*. Em relação ao primeiro citado, a queda de -11,1% na comparação com março de 2015 registrou a vigésima quinta taxa negativa consecutiva, acumulando nos três primeiros meses do ano variação de -13,5% e, em 12 meses, de -17,6%. O segmento de *Material de construção*, com variação de -14,6% frente a março de 2015, assinala a nona taxa negativa consecutiva nesse tipo de comparação, acumulando -14,7% no ano e -10,9% em doze meses. A redução das vendas nesses dois segmentos foram decorrentes, entre outros fatores, do menor ritmo da atividade econômica, redução da oferta de crédito e da restrição orçamentária das famílias, diante da diminuição real da massa de salários.

RESULTADOS REGIONAIS

Regionalmente, para o volume de vendas do **Comércio Varejista**, 26 das 27 Unidades da Federação, assinalaram recuo em março de 2016 sobre o mês anterior, na série com ajuste sazonal, ressaltando-se: Acre (-6,9%); Espírito Santo (-5,2%); Amapá (-5,0%) e Rondônia (-4,8%). A única taxa positiva foi registrada em Sergipe (0,7%), como mostra o Gráfico 5.



⁷ Segundo IBGE/COINP, a variação nos preços de produtos farmacêuticos acumulada em 12 meses foi de 7,4% até março de 2016, contra 9,4% do índice geral (IPCA).

Na comparação com março de 2015, 26 das 27 Unidades da Federação registraram queda, com destaque para os maiores recuos: Amapá (-22,1%), Acre (-16,7%), Bahia (-12,3%), Pará (-11,9%). Quanto às maiores participações negativas na composição da taxa do varejo, destacaram-se, pela ordem: São Paulo (-4,7%), seguido por Rio de Janeiro, com -4,5%, conforme Gráfico 6.

Em relação ao **Comércio Varejista Ampliado**, todos os 27 estados registraram resultados negativos, em termos de volume de vendas, na comparação com março de 2015, destacando-se, em termos de magnitude: Espírito Santo (-20,1%); Amapá (-18,6%); Maranhão (-17,7%) e Pernambuco (-16,7%) conforme Gráfico 7. Os estados com maiores impactos negativos sobre o resultado global foram: São Paulo (-3,6%); Rio de Janeiro (-6,4%) e Rio Grande do Sul (-11,6%).

RESULTADOS TRIMESTRAIS

Na série com ajuste sazonal, o total do **comércio varejista** ampliou o ritmo de queda do volume de vendas no primeiro trimestre de 2016 (-3,2%) em relação ao trimestre imediatamente anterior (-0,4%). No **comércio varejista ampliado**, o patamar praticamente se manteve entre os dois períodos, passando de -2,0% no quarto trimestre de 2015 para -1,9% no primeiro trimestre do ano.

Setorialmente, das dez atividades investigadas na pesquisa, seis aprofundaram o ritmo de queda entre os dois últimos trimestres, com destaque para *Móveis e eletrodomésticos*, que passou de 0,3% no quarto trimestre de 2015 para -6,2% no primeiro trimestre do ano, seguido por *Tecidos, vestuário e calçados* (de -1,1% para -5,1%) e *Outros artigos de uso pessoal e doméstico* (-2,1% para -6,5%). Por outro lado, destacam-se, com reversão de sinal na taxa de variação entre os dois períodos considerados, *Veículos, motos, partes e peças*, que passa de -5,1% no quarto trimestre de 2015 para 1,0% no primeiro trimestre deste ano, e *Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação* (-2,6% para 0,5%).

Tabela 4
BRASIL - INDICADORES DO VOLUME DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA E COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO,
SEGUNDO GRUPOS DE ATIVIDADES: PMC - Março 2016

Atividades	Análise Trimestral			
	Base: trimestre anterior*		Base: igual tri do ano anterior	
	4ºTRI 2015	1ºTRI 2016	4ºTRI 2015	1ºTRI 2016
Comércio Varejista	-0,4	-3,2	-6,9	-7,0
Combustíveis e lubrificantes	-3,9	-2,6	-11,1	-9,5
Hiper, supermercados, prods. alim, bebidas e fumo	0,4	-2,3	-3,2	-2,8
Tecidos, vestuário e calçados	-1,1	-5,1	-11,8	-12,9
Móveis e eletrodomésticos	0,3	-6,2	-16,3	-17,0
Artigos farmacêuticos, méd., ortop., de perfumaria	2,0	1,0	1,6	2,4
Livros, jornais, revistas e papelaria	-2,9	-4,4	-14,4	-14,9
Equip. e mat. para escritório, informática e comunicação	-2,6	0,5	-15,3	-16,8
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-2,1	-6,5	-7,5	-12,8
Comércio Varejista Ampliado	-2,0	-1,9	-12,0	-9,4
Veículos e motos, partes e peças	-5,1	1,0	-22,7	-13,5
Material de Construção	-3,7	-1,4	-14,2	-14,7

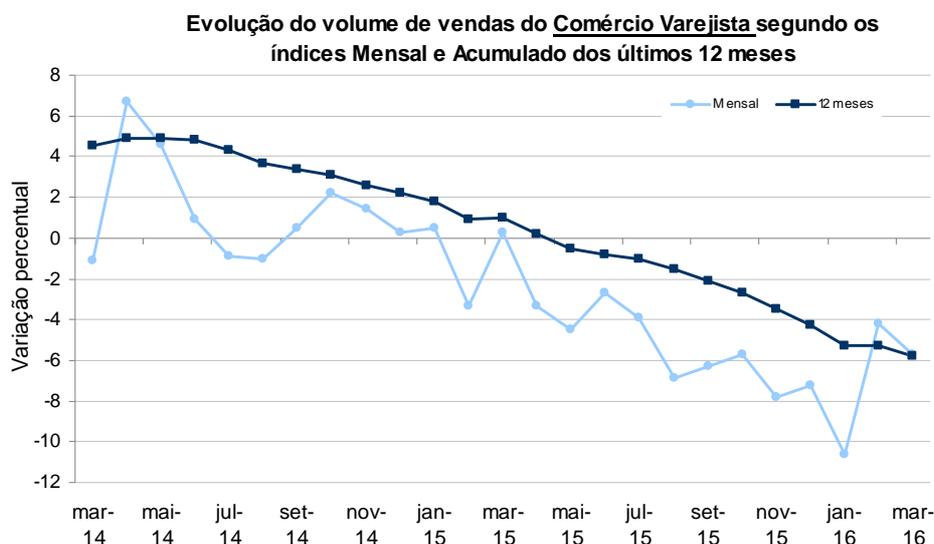
*Série com ajuste sazonal

Ainda na análise trimestral, na comparação do primeiro trimestre de 2016 com igual trimestre do ano anterior, o volume de vendas do **Comércio Varejista** registrou recuo de 7,0%, permanecendo praticamente estável comparado ao quarto trimestre de 2015 (-6,9%). Mesmo movimento foi observado em cinco das oito atividades: *Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* (de -3,2% para -2,8%); *Tecidos, vestuário e calçados* (de -11,8% para -12,9%); *Móveis e eletrodomésticos* (de -16,3% para -17,0%); *Livros, jornais, revistas e papelaria* (de -14,4% para -14,9%); e *Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação* (de -15,3% para -16,8%). Houve melhora relativa de desempenho em *Combustíveis e lubrificantes* (de -11,1% para -9,5%), enquanto o setor de *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria* permanece no campo positivo, com aumento do ritmo de crescimento (de 1,6% para 2,4%). *Outros artigos de uso pessoal e doméstico* (de -7,5% para -12,8%) foi única atividade que registrou ampliação no ritmo de queda entre os dois períodos.

No **Comércio Varejista Ampliado**, o volume de vendas do primeiro trimestre de 2016 apresentou variação de -9,4%, recuo menos acentuado que do quarto trimestre de 2015 (-12,%). Este movimento foi influenciado pelo desempenho do setor de *Veículos, motos, partes e peças*, que passou de -22,7% no último trimestre de 2015 para -13,5% no primeiro trimestre de 2016, enquanto *Material de construção*, praticamente manteve o ritmo de vendas entre os dois últimos trimestres, -14,2% no quarto trimestre de 2015 e -14,7% no primeiro trimestre de 2016.

Em síntese, o setor varejista, em março de 2016, volta a mostrar um quadro de menor ritmo, expresso não só no recuo de 0,9% na comparação com o mês imediatamente anterior, mas também no perfil disseminado de taxas negativas que atingem sete das oito atividades investigadas no varejo. Ainda na série com ajuste sazonal, permanecem os sinais de menor intensidade do comércio varejista, que ficam evidenciados na evolução do índice de média móvel trimestral que, mesmo reduzindo o ritmo de queda nesse mês, prossegue em trajetória descendente iniciada em novembro de 2014.

No confronto com igual período do ano anterior, o varejo, em março de 2016, permaneceu com recuo tanto na comparação frente a março de 2015 (-5,7%), décimo segundo resultado negativo consecutivo nesse tipo de comparação, como no primeiro trimestre de 2016 (-7,0%) e no índice acumulado nos últimos doze meses (-5,8%), todos os índices mostrando claro predomínio de taxas negativas entre as atividades, com destaque para as quedas vindas dos setores associados às vendas de bens de consumo duráveis.



PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Mar/2016

Unidade da Federação	Índice de volume (1)	Variação				
		Mensal (2)			Acumulada (3)	
		jan/16	fev/16	mar/16	no ano	12 Meses
Brasil	104,5	-10,6	-4,2	-5,7	-7,0	-5,8
Rondônia	102,9	-10,8	-4,8	-10,8	-8,9	-9,2
Acre	110,8	-10,9	-8,6	-16,7	-12,2	-7,2
Amazonas	86,4	-12,7	-10,6	-9,9	-11,1	-8,9
Roraima	148,3	-5,8	1,9	-1,3	-1,9	1,8
Pará	99,9	-10,1	-3,9	-11,9	-8,9	-6,7
Amapá	93,7	-24,4	-17,4	-22,1	-21,5	-18,3
Tocantins	113,5	-6,8	-3,8	-7,7	-6,2	-4,9
Maranhão	109,8	-10,6	-3,6	-7,1	-7,3	-7,9
Piauí	99,7	-10,6	-5,2	-7,2	-7,8	-6,3
Ceará	107,8	-10,2	-3,0	-4,5	-6,1	-5,5
Rio G. do Norte	105,8	-10,4	-8,3	-9,0	-9,3	-6,3
Paraíba	104,4	-7,6	-1,3	-2,6	-4,0	-10,3
Pernambuco	99,8	-12,0	-10,6	-10,5	-11,0	-10,0
Alagoas	103,2	-11,4	-7,2	-7,9	-8,9	-9,5
Sergipe	99,5	-12,6	-12,8	-11,2	-12,2	-5,8
Bahia	97,5	-13,6	-9,5	-12,3	-11,9	-10,0
Minas Gerais	106,7	-5,7	3,1	1,3	-0,6	-1,7
Espirito Santo	95,0	-12,2	-5,6	-9,6	-9,3	-9,3
Rio de Janeiro	103,0	-11,1	-6,3	-4,4	-7,3	-5,4
São Paulo	107,3	-10,4	-3,5	-4,7	-6,3	-4,9
Paraná	109,1	-13,2	-4,8	-6,7	-8,5	-5,7
Santa Catarina	100,3	-12,6	-6,5	-8,2	-9,3	-5,7
Rio Grande do Sul	105,1	-8,3	-1,6	-4,9	-5,1	-6,5
Mato Grosso do Sul	123,6	-8,1	-3,0	-5,6	-5,7	-3,2
Mato Grosso	96,3	-9,3	-5,6	-7,8	-7,6	-8,5
Goiás	95,4	-13,6	-7,1	-8,5	-9,9	-10,8
Distrito Federal	94,0	-12,5	-6,7	-9,4	-9,6	-7,1

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

Mês: Mar/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)	Acumulada (2)		Mensal (1)	Acumulada (2)			no ano	12 Meses
								no ano	12 Meses		no ano	12 Meses			
Brasil	-5,7	-7,0	-5,8	-10,1	-9,5	-7,5	-1,2	-2,8	-2,9	-1,0	-2,8	-2,9	-14,1	-12,9	-10,6
Ceará	-4,5	-6,1	-5,5	-1,7	-5,4	-5,4	-1,6	-2,1	-4,6	-0,9	-1,3	-4,0	-0,2	-0,9	0,6
Paraná	-10,5	-11,0	-10,0	-7,3	-10,7	-10,3	-10,2	-8,3	-7,8	-13,4	-10,4	-9,2	-15,6	-19,1	-17,4
Bahia	-12,3	-11,9	-10,0	-15,7	-15,7	-13,2	-8,3	-9,7	-6,3	-4,3	-6,4	-4,4	-17,7	-13,8	-15,1
Minas Gerais	1,3	-0,6	-1,7	-2,1	-2,6	-4,5	4,0	2,0	1,1	4,9	2,7	1,3	-19,7	-16,9	-9,8
Espirito Santo	-9,6	-9,3	-9,3	-17,3	-14,0	-14,3	0,4	-3,2	-3,9	0,7	-3,1	-3,8	-22,1	-1,5	-10,0
Rio de Janeiro	-4,4	-7,3	-5,4	-5,7	-6,9	-5,5	-1,5	-4,4	-3,3	-1,4	-4,7	-3,9	-8,2	-10,1	-10,0
São Paulo	-4,7	-6,3	-4,9	-8,5	-12,1	-9,5	1,5	0,2	-1,2	1,9	0,3	-1,2	-21,6	-18,8	-13,5
Paraná	-6,7	-8,5	-5,7	-15,8	-10,7	-5,9	-0,5	-4,0	-3,1	0,3	-3,5	-2,9	-13,6	-15,7	-11,8
Santa Catarina	-8,2	-9,3	-5,7	-8,4	-7,0	-3,8	-11,4	-13,0	-8,3	-11,5	-13,7	-8,4	-0,7	0,5	-2,3
Rio Grande do Sul	-4,9	-5,1	-6,5	-19,0	-14,6	-10,4	-2,1	-3,4	-4,7	-2,0	-3,4	-4,7	-3,3	-8,9	-11,0
Goiás	-8,5	-9,9	-10,8	-8,7	-6,3	-5,3	-4,9	-7,2	-10,5	-5,0	-7,4	-10,7	-15,0	-12,1	-10,0
Distrito Federal	-9,4	-9,6	-7,1	-6,6	-5,0	-0,2	-11,4	-12,3	-9,0	-12,1	-13,0	-9,7	-14,3	-9,5	-7,8

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

Mês: Mar/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	-13,8	-17,0	-16,6	-17,0	-12,2	-17,1	-12,5	-19,1	-16,3	2,0	2,4	2,3	-16,2	-14,9	-13,2
Ceará	-8,2	-14,2	-13,7	-2,7	-8,7	-10,6	-11,5	-17,8	-15,6	-1,4	-0,4	3,4	-21,4	-27,9	-17,9
Pernambuco	-25,1	-27,3	-24,2	-23,8	-16,9	-23,2	-25,8	-33,1	-24,7	5,2	4,8	6,2	-8,9	-3,2	-6,4
Bahia	-14,6	-13,8	-15,6	-14,9	-7,4	-15,1	-14,5	-16,5	-15,8	-4,7	-2,7	-1,8	-16,0	11,0	3,8
Minas Gerais	-12,4	-16,0	-15,3	-12,0	-10,2	-15,3	-12,4	-17,1	-15,4	8,7	9,0	5,9	-7,5	-7,8	-8,8
Espirito Santo	-23,7	-21,3	-16,4	-45,9	-37,1	-26,6	-6,7	-9,4	-8,6	4,4	3,8	2,4	-8,4	-9,3	-12,1
Rio de Janeiro	-15,9	-21,3	-20,4	-22,6	-22,9	-21,2	-13,6	-20,8	-20,1	1,7	3,2	1,8	-21,2	-17,4	-13,5
São Paulo	-9,6	-15,4	-15,4	-18,4	-6,8	-16,6	-6,2	-18,6	-14,9	-0,7	0,1	1,6	-16,4	-17,4	-17,2
Paraná	-16,8	-17,4	-15,0	-12,7	-14,1	-19,7	-19,1	-19,4	-12,1	4,4	-1,0	3,0	-18,9	-22,4	-15,2
Santa Catarina	-14,2	-17,8	-8,8	-12,8	0,4	-13,0	-14,6	-24,1	-7,2	10,3	9,6	5,1	-23,4	-14,4	-4,5
Rio Grande do Sul	-14,4	-10,6	-14,4	1,2	3,1	-11,3	-22,3	-17,4	-15,9	9,4	7,9	2,7	-8,9	-8,5	-6,7
Goiás	-14,4	-18,7	-20,6	-14,4	4,7	-16,1	-14,4	-25,9	-22,0	0,9	0,9	0,1	-11,5	-3,6	-9,3
Distrito Federal	-12,2	-14,9	-20,0	-37,1	-16,0	-16,6	-2,7	-14,4	-21,1	-3,5	-3,4	-2,6	-27,8	-23,3	-17,8

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

Mês: Mar/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	-8,9	-16,8	-9,9	-11,9	-12,8	-6,0
Ceará	-30,4	-23,6	-24,7	-15,5	-15,4	-4,5
Pernambuco	-17,2	-14,6	-28,6	-5,9	-6,6	-0,7
Bahia	-20,6	-17,7	-23,4	-16,6	-17,7	-7,9
Minas Gerais	2,6	13,7	-9,4	20,9	15,7	10,9
Espírito Santo	-30,1	24,4	1,1	-24,3	-30,0	-24,8
Rio de Janeiro	28,4	9,4	11,2	-9,4	-12,7	-4,2
São Paulo	-7,0	-22,8	-9,7	-22,8	-21,7	-9,3
Paraná	-26,1	-21,7	-11,6	-16,2	-19,5	-8,7
Santa Catarina	-30,5	-23,1	-16,7	6,9	8,9	4,2
Rio Grande do Sul	-30,3	-22,0	-13,3	-6,0	-7,5	-5,8
Goiás	-46,0	-38,1	-14,3	-0,9	-4,3	1,3
Distrito Federal	-21,0	-14,2	-7,8	-1,6	-3,3	1,2

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

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

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

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

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Mar/2016

Unidade da Federação	Comércio varejista												
	mar/15	abr/15	mai/15	jun/15	jul/15	ago/15	set/15	out/15	nov/15	dez/15	jan/16	fev/16	mar/16
Brasil	110,8	106,5	110,6	104,1	106,8	106,6	103,0	111,4	110,3	139,7	103,1	97,3	104,5
Rondônia	115,4	114,1	123,9	112,7	121,5	115,2	108,7	116,3	117,6	154,9	105,7	100,8	102,9
Acre	133,0	125,6	135,0	122,1	126,9	126,5	118,2	123,1	121,5	163,4	119,6	110,1	110,8
Amazonas	95,9	96,4	100,4	94,9	98,1	103,0	96,2	103,1	101,0	125,8	89,7	82,0	86,4
Roraima	150,3	144,7	157,1	144,2	151,9	150,3	147,5	155,8	159,1	190,0	146,6	136,9	148,3
Pará	113,4	106,8	114,7	105,4	111,9	107,7	101,8	113,9	110,7	147,8	101,1	93,4	99,9
Amapá	120,3	111,1	119,8	113,3	114,5	112,1	106,4	110,8	106,9	133,8	101,8	93,7	93,7
Tocantins	123,0	120,9	128,0	122,1	127,0	120,6	115,1	120,2	130,7	146,5	108,9	104,9	113,5
Maranhão	118,2	114,3	120,1	113,3	122,3	118,2	110,6	119,0	116,5	148,3	109,1	101,8	109,8
Piauí	107,4	102,9	107,9	102,8	110,6	106,4	102,6	109,0	106,6	133,8	104,1	93,3	99,7
Ceará	112,9	110,4	117,2	108,1	114,5	111,8	107,0	115,4	115,1	143,8	109,1	99,2	107,8
Rio G. do Norte	116,3	111,0	117,2	110,2	116,2	114,8	108,5	114,9	115,5	141,5	107,4	98,1	105,8
Paraíba	107,2	103,2	108,2	109,7	115,2	104,7	101,6	108,0	114,3	135,9	107,1	96,4	104,4
Pernambuco	111,5	105,7	110,6	106,7	106,8	106,7	100,1	108,7	113,5	144,8	105,8	93,2	99,8
Alagoas	112,0	109,7	113,4	102,9	103,7	100,8	98,9	109,4	112,8	147,8	107,7	97,2	103,2
Sergipe	112,0	114,5	112,0	107,5	100,2	101,2	96,3	104,0	101,9	126,2	103,6	92,8	99,5
Bahia	111,2	104,1	109,5	105,6	104,5	104,7	101,1	107,2	107,0	131,8	97,9	90,5	97,5
Minas Gerais	105,3	102,8	106,0	101,8	106,7	106,0	103,9	113,0	109,3	137,4	105,0	99,3	106,7
Espirito Santo	105,1	102,0	103,8	97,7	102,4	100,1	95,0	101,6	99,1	129,8	99,7	92,6	95,0
Rio de Janeiro	107,7	102,3	108,1	101,3	104,7	106,6	102,4	110,5	110,1	144,2	98,8	95,0	103,0
São Paulo	112,6	107,5	111,6	103,9	106,0	107,0	104,3	112,8	113,1	141,2	103,5	99,6	107,3
Paraná	116,9	112,7	116,0	109,0	111,7	111,6	108,3	115,9	110,1	143,3	110,8	102,7	109,1
Santa Catarina	109,2	105,7	105,3	101,3	100,0	98,5	95,7	106,0	103,2	136,6	105,8	97,2	100,3
Rio Grande do Sul	110,5	109,1	112,0	103,7	104,8	104,6	100,0	109,9	105,5	138,0	100,5	95,9	105,1
Mato Grosso do Sul	130,9	127,9	133,1	126,0	132,8	130,1	124,8	135,8	131,2	168,0	123,5	114,9	123,6
Mato Grosso	104,4	100,1	107,0	103,7	109,3	105,8	102,7	107,5	104,4	128,0	95,8	91,4	96,3
Goiás	104,3	99,9	105,1	98,1	102,1	100,1	96,4	104,6	103,9	124,6	96,2	87,3	95,4
Distrito Federal	103,7	100,7	102,7	97,3	100,2	99,5	94,4	101,2	100,3	118,2	90,7	85,7	94,0

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

(1) Base: 2011 = 100

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Mar/2016

Unidade da Federação	Índice de nominal(1)	Variação				
		Mensal (2)			Acumulada (3)	
		jan/16	fev/16	mar/16	no ano	12 Meses
Brasil	145,7	0,8	7,3	6,2	4,7	3,1
Rondônia	133,4	-3,6	2,7	-2,8	-1,4	-2,3
Acre	149,2	-1,5	0,6	-8,0	-3,1	0,8
Amazonas	118,1	-2,9	-0,7	0,9	-0,9	-0,5
Roraima	208,2	6,8	14,4	10,9	10,6	12,4
Pará	140,1	1,3	8,1	-0,1	2,9	2,4
Amapá	124,8	-16,7	-10,0	-14,2	-13,8	-11,3
Tocantins	150,4	1,9	5,9	2,0	3,2	3,0
Maranhão	156,3	1,9	9,6	5,8	5,6	1,7
Piauí	141,2	0,1	6,6	4,9	3,7	2,2
Ceará	151,4	1,4	9,4	7,7	6,0	3,2
Rio G. do Norte	148,9	1,7	3,8	3,4	2,9	2,6
Paraíba	139,8	4,0	9,9	8,5	7,3	-2,4
Pernambuco	137,9	0,6	1,8	1,5	1,3	-1,3
Alagoas	143,1	0,9	5,5	4,5	3,5	-1,0
Sergipe	140,3	-0,2	-0,8	0,6	-0,1	3,2
Bahia	133,9	-3,0	1,2	-2,4	-1,5	-1,3
Minas Gerais	146,6	4,9	14,1	12,7	10,4	7,0
Espirito Santo	132,4	-2,5	4,4	0,4	0,6	-1,4
Rio de Janeiro	146,5	-0,2	4,4	6,4	3,5	3,4
São Paulo	148,6	0,6	7,9	7,3	5,2	3,6
Paraná	155,3	0,2	8,3	7,1	5,0	4,5
Santa Catarina	141,9	0,2	5,7	4,6	3,4	4,0
Rio Grande do Sul	149,8	3,9	11,7	8,6	7,9	3,2
Mato Grosso do Sul	170,0	2,0	7,6	5,1	4,8	6,2
Mato Grosso	132,2	1,0	5,6	3,8	3,4	0,2
Goiás	129,1	-4,1	2,9	2,3	0,2	-2,9
Distrito Federal	129,2	-0,4	4,2	0,9	1,5	2,0

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

(1) Base: 2011 = 100

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

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

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

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Mar/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)	no ano	12 Meses	Mensal (1)	no ano	12 Meses		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	6,2	4,7	3,1	3,3	6,4	6,1	12,7	10,5	7,5	12,8	10,4	7,3	-8,6	-7,6	-6,6
Ceará	7,7	6,0	3,2	14,8	12,2	10,4	13,0	12,2	5,3	14,0	13,1	5,8	3,0	2,2	3,5
Pernambuco	1,5	1,3	-1,3	7,4	7,0	4,8	4,7	6,6	2,7	0,7	3,9	0,8	-10,0	-14,3	-14,1
Bahia	-2,4	-1,5	-1,3	-9,3	-5,6	0,2	7,1	5,3	4,7	11,8	9,0	6,7	-11,3	-7,6	-12,1
Minas Gerais	12,7	10,4	7,0	10,6	13,9	10,6	17,2	14,3	10,6	18,2	15,1	10,8	-15,5	-12,8	-7,0
Espirito Santo	0,4	0,6	-1,4	-6,5	-0,3	-2,4	13,7	9,8	6,3	14,0	9,8	6,3	-19,5	2,7	-6,3
Rio de Janeiro	6,4	3,5	3,4	6,5	7,9	7,7	12,2	9,0	7,3	11,6	8,0	6,2	-4,4	-6,8	-6,4
São Paulo	7,3	5,2	3,6	8,3	6,2	2,8	15,1	12,9	8,9	15,0	12,7	8,7	-15,0	-12,2	-9,0
Paraná	7,1	5,0	4,5	-3,6	4,1	6,3	15,8	11,6	8,7	16,6	12,1	8,9	-7,1	-9,2	-6,1
Santa Catarina	4,6	3,4	4,0	4,6	8,2	8,8	3,0	1,0	2,7	2,9	0,3	2,5	7,0	8,5	4,2
Rio Grande do Sul	8,6	7,9	3,2	-0,3	6,9	5,4	13,6	11,1	6,8	13,6	11,1	6,7	2,4	-4,3	-7,5
Goiás	2,3	0,2	-2,9	6,1	8,0	6,0	7,5	4,8	0,3	7,0	4,3	-0,1	-10,6	-8,3	-6,8
Distrito Federal	0,9	1,5	2,0	4,3	10,8	14,2	2,6	1,0	1,5	1,7	0,1	0,6	-10,2	-5,4	-2,8

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 (Continua)

Mês: Mar/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)			
		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses	no ano		12 Meses	no ano	12 Meses	
Brasil	-8,4	-11,9	-13,7	-13,4	-7,8	-12,6	-5,7	-14,0	-14,2	10,5	10,7	9,7	-6,9	-6,1	-5,6
Ceará	-2,1	-8,5	-10,7	-1,0	-6,3	-9,0	-2,7	-9,9	-11,9	9,4	10,1	11,6	-12,7	-21,0	-11,5
Pernambuco	-17,1	-19,6	-20,1	-19,3	-10,9	-19,1	-15,7	-25,0	-20,8	13,5	12,8	12,3	0,3	6,8	1,1
Bahia	-10,7	-9,6	-12,6	-14,9	-6,5	-11,9	-8,4	-11,3	-13,0	3,5	5,3	6,4	-9,7	19,9	12,9
Minas Gerais	-6,7	-11,7	-12,7	-5,1	-3,3	-9,0	-7,1	-13,7	-13,7	16,2	16,1	12,5	3,8	1,1	-1,3
Espirito Santo	-22,3	-20,0	-14,9	-44,8	-36,1	-23,9	-0,5	-4,8	-6,6	9,8	9,4	9,0	1,6	0,0	-5,5
Rio de Janeiro	-11,6	-18,1	-18,3	-21,1	-21,7	-18,4	-7,9	-16,8	-18,3	9,6	11,4	10,3	-12,5	-8,8	-7,2
São Paulo	-4,8	-10,4	-13,2	-14,6	-1,6	-10,7	-0,2	-14,4	-14,4	7,9	8,5	8,5	-6,8	-8,6	-9,1
Paraná	-9,1	-11,1	-11,3	-6,2	-7,4	-14,4	-11,1	-13,6	-9,2	13,7	7,8	12,3	-6,4	-11,2	-6,8
Santa Catarina	-6,1	-10,9	-5,0	-6,3	8,1	-7,1	-6,0	-18,5	-4,1	19,6	18,5	14,3	-11,5	-2,2	5,2
Rio Grande do Sul	-6,3	-2,2	-9,6	8,7	12,1	-4,2	-15,4	-10,5	-12,8	17,4	15,7	9,8	-2,4	-2,2	-1,0
Goiás	-8,0	-13,1	-17,8	-11,1	8,0	-12,9	-6,9	-20,6	-19,7	8,6	8,4	7,5	0,3	8,0	0,7
Distrito Federal	-11,1	-12,4	-19,1	-35,5	-13,9	-14,3	1,3	-11,6	-21,2	3,6	3,6	4,1	-19,6	-15,6	-10,7

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

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

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

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

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Mar/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	0,2	-10,5	-10,9	-3,8	-5,0	0,3
Ceará	-21,4	-17,1	-27,3	-7,9	-7,6	2,4
Pernambuco	-4,6	-3,9	-26,6	3,2	2,9	6,1
Bahia	-11,5	-11,2	-24,8	-9,2	-10,8	-3,2
Minas Gerais	11,6	19,9	-10,5	30,0	23,7	17,3
Espirito Santo	-24,4	36,0	2,1	-18,1	-24,0	-20,2
Rio de Janeiro	31,0	12,5	12,7	-1,1	-4,6	2,6
São Paulo	2,3	-18,1	-11,6	-15,4	-14,8	-3,5
Paraná	-9,5	-7,7	-9,3	-7,0	-11,1	-1,8
Santa Catarina	-24,9	-15,9	-18,6	18,9	20,8	13,1
Rio Grande do Sul	-16,9	-10,8	-13,6	3,0	0,8	-0,2
Goiás	-35,6	-28,5	-12,7	7,2	2,7	6,2
Distrito Federal	-13,6	-10,5	-13,5	6,7	4,4	7,3

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

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

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

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

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Mar/2016

Unidade da Federação	Comércio varejista												
	mar/15	abr/15	mai/15	jun/15	jul/15	ago/15	set/15	out/15	nov/15	dez/15	jan/16	fev/16	mar/16
Brasil	137,2	133,4	139,5	132,3	136,4	136,7	132,3	144,6	144,7	185,5	140,5	134,2	145,7
Rondônia	137,3	137,7	150,1	136,9	147,7	141,2	133,4	144,1	148,4	194,4	133,9	129,5	133,4
Acre	162,2	154,8	167,4	152,7	157,9	159,2	149,0	156,1	156,6	210,3	157,9	147,6	149,2
Amazonas	117,0	118,9	124,6	118,3	122,2	129,3	120,7	130,9	129,7	163,3	119,0	110,5	118,1
Roraima	187,7	182,8	199,2	183,5	192,8	192,0	188,8	203,2	211,1	253,3	201,2	190,3	208,2
Pará	140,3	133,8	144,8	133,9	141,5	137,2	129,8	147,0	145,0	195,6	138,0	129,2	140,1
Amapá	145,5	136,1	146,9	139,6	140,9	138,8	131,2	137,6	134,7	170,4	131,1	122,7	124,8
Tocantins	147,4	145,7	154,5	147,3	154,1	147,7	141,6	149,8	164,8	185,8	139,9	137,4	150,4
Maranhão	147,8	144,2	153,0	145,2	156,3	152,0	143,2	156,4	155,0	199,4	151,8	144,0	156,3
Piauí	134,6	129,9	137,2	131,7	141,6	137,2	133,0	142,6	141,2	179,2	142,8	130,7	141,2
Ceará	140,6	138,4	147,9	137,8	145,7	143,0	137,6	150,1	151,3	191,2	149,6	138,7	151,4
Rio G. do Norte	144,0	139,2	147,7	139,9	147,2	145,5	138,5	149,3	151,6	188,6	147,6	137,0	148,9
Paraíba	128,9	125,2	132,8	135,4	141,7	131,0	127,6	136,6	144,9	175,8	141,1	129,0	139,8
Pernambuco	135,8	129,7	137,8	135,3	136,1	136,5	128,4	140,2	147,3	191,6	143,6	128,8	137,9
Alagoas	136,9	134,7	141,2	130,4	132,0	128,6	126,9	141,1	146,5	195,6	146,0	134,5	143,1
Sergipe	139,5	143,7	143,6	140,2	130,6	131,9	125,7	136,6	135,4	169,9	142,8	130,5	140,3
Bahia	137,2	129,7	136,7	132,8	132,4	133,2	129,1	137,8	139,1	172,6	131,2	124,6	133,9
Minas Gerais	130,1	128,5	132,9	128,3	135,6	134,1	131,4	144,8	141,6	180,4	140,3	134,6	146,6
Espirito Santo	131,9	129,6	132,3	125,3	132,3	129,1	122,2	132,0	129,3	172,4	136,0	127,8	132,4
Rio de Janeiro	137,7	132,5	140,9	132,9	138,3	140,7	135,1	146,3	147,2	194,7	138,3	134,3	146,5
São Paulo	138,5	134,0	140,1	131,6	134,8	136,3	133,2	145,9	147,5	186,5	140,2	136,1	148,6
Paraná	145,0	141,7	147,0	139,3	143,3	144,3	140,4	152,4	147,3	194,8	153,7	143,9	155,3
Santa Catarina	135,7	133,1	133,6	129,6	128,1	127,3	123,9	139,3	137,4	184,7	146,3	135,5	141,9
Rio Grande do Sul	137,9	137,1	141,5	133,0	136,3	136,7	131,3	145,3	141,4	185,4	139,2	135,1	149,8
Mato Grosso do Sul	161,8	159,1	166,2	157,4	166,6	164,7	158,4	174,6	171,5	221,4	165,5	156,4	170,0
Mato Grosso	127,4	122,4	130,7	125,9	133,4	131,0	127,7	135,8	134,0	165,4	126,7	124,1	132,2
Goiás	126,2	122,0	128,5	120,0	125,4	123,9	119,8	131,6	132,3	161,5	127,3	116,8	129,1
Distrito Federal	128,1	125,0	128,9	122,9	127,0	126,2	119,8	129,9	130,7	155,7	122,8	116,9	129,2

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

(1) Base: 2011 = 100

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Mar/2016

Unidade da Federação	Índice de volume (2)	Variação				
		Mensal (3)			Acumulada (4)	
		jan/16	fev/16	mar/16	no ano	12 Meses
Brasil	95,1	-14,1	-5,6	-7,9	-9,4	-9,6
Rondônia	93,8	-6,2	2,2	-8,2	-4,3	-11,0
Acre	99,3	-10,0	-5,4	-14,0	-10,0	-12,9
Amazonas	86,7	-15,6	-10,8	-11,3	-12,7	-12,7
Roraima	127,8	-7,4	2,2	-2,7	-2,8	-3,1
Pará	97,2	-13,9	-5,7	-14,3	-11,6	-9,2
Amapá	83,8	-23,4	-15,6	-18,6	-19,4	-17,7
Tocantins	96,1	-15,0	-8,7	-16,0	-13,4	-17,0
Maranhão	95,8	-19,7	-12,9	-17,7	-17,0	-15,0
Piauí	99,0	-10,6	-4,8	-11,2	-9,1	-10,3
Ceará	94,9	-16,5	-7,1	-10,2	-11,6	-10,5
Rio G. do Norte	104,2	-12,4	-7,7	-10,4	-10,3	-8,6
Paraíba	94,3	-12,1	-4,6	-8,4	-8,6	-14,9
Pernambuco	90,8	-17,7	-13,4	-16,7	-16,0	-13,9
Alagoas	101,7	-16,0	-7,9	-10,7	-11,8	-13,0
Sergipe	93,8	-17,5	-14,6	-16,7	-16,3	-12,5
Bahia	95,6	-16,2	-7,2	-11,9	-12,0	-11,0
Minas Gerais	94,7	-8,6	0,8	-4,3	-4,3	-6,9
Espírito Santo	68,8	-24,5	-15,1	-20,1	-20,2	-19,6
Rio de Janeiro	98,6	-18,2	-9,3	-6,4	-11,5	-10,5
São Paulo	96,9	-9,2	-2,3	-3,6	-5,1	-5,3
Paraná	98,5	-17,4	-3,5	-7,6	-9,9	-10,5
Santa Catarina	91,2	-19,0	-8,4	-9,6	-12,6	-12,0
Rio Grande do Sul	94,9	-16,4	-6,8	-11,6	-11,9	-14,1
Mato Grosso do Sul	105,5	-12,1	-4,7	-6,1	-7,8	-7,7
Mato Grosso	97,6	-14,7	-5,1	-12,7	-11,1	-12,8
Goiás	86,7	-21,8	-10,9	-14,0	-15,9	-16,7
Distrito Federal	84,1	-17,4	-10,3	-14,0	-14,1	-13,4

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

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

(2) Base: 2011 = 100

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

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

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

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Mar/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)	Acumulada (3)		Mensal (2)	Acumulada (3)			no ano	12 Meses
								no ano	12 Meses		no ano	12 Meses			
Brasil	-7,9	-9,4	-9,6	-10,1	-9,5	-7,5	-1,2	-2,8	-2,9	-1,0	-2,8	-2,9	-14,1	-12,9	-10,6
Ceará	-10,2	-11,6	-10,5	-1,7	-5,4	-5,4	-1,6	-2,1	-4,6	-0,9	-1,3	-4,0	-0,2	-0,9	0,6
Pernambuco	-16,7	-16,0	-13,9	-7,3	-10,7	-10,3	-10,2	-8,3	-7,8	-13,4	-10,4	-9,2	-15,6	-19,1	-17,4
Bahia	-11,9	-12,0	-11,0	-15,7	-15,7	-13,2	-8,3	-9,7	-6,3	-4,3	-6,4	-4,4	-17,7	-13,8	-15,1
Minas Gerais	-4,3	-4,3	-6,9	-2,1	-2,6	-4,5	4,0	2,0	1,1	4,9	2,7	1,3	-19,7	-16,9	-9,8
Espirito Santo	-20,1	-20,2	-19,6	-17,3	-14,0	-14,3	0,4	-3,2	-3,9	0,7	-3,1	-3,8	-22,1	-1,5	-10,0
Rio de Janeiro	-6,4	-11,5	-10,5	-5,7	-6,9	-5,5	-1,5	-4,4	-3,3	-1,4	-4,7	-3,9	-8,2	-10,1	-10,0
São Paulo	-3,6	-5,1	-5,3	-8,5	-12,1	-9,5	1,5	0,2	-1,2	1,9	0,3	-1,2	-21,6	-18,8	-13,5
Paraná	-7,6	-9,9	-10,5	-15,8	-10,7	-5,9	-0,5	-4,0	-3,1	0,3	-3,5	-2,9	-13,6	-15,7	-11,8
Santa Catarina	-9,6	-12,6	-12,0	-8,4	-7,0	-3,8	-11,4	-13,0	-8,3	-11,5	-13,7	-8,4	-0,7	0,5	-2,3
Rio Grande do Sul	-11,6	-11,9	-14,1	-19,0	-14,6	-10,4	-2,1	-3,4	-4,7	-2,0	-3,4	-4,7	-3,3	-8,9	-11,0
Goiás	-14,0	-15,9	-16,7	-8,7	-6,3	-5,3	-4,9	-7,2	-10,5	-5,0	-7,4	-10,7	-15,0	-12,1	-10,0
Distrito Federal	-14,0	-14,1	-13,4	-6,6	-5,0	-0,2	-11,4	-12,3	-9,0	-12,1	-13,0	-9,7	-14,3	-9,5	-7,8

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

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

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

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

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

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Mar/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	-13,8	-17,0	-16,6	-17,0	-12,2	-17,1	-12,5	-19,1	-16,3	2,0	2,4	2,3	-16,2	-14,9	-13,2
Ceará	-8,2	-14,2	-13,7	-2,7	-8,7	-10,6	-11,5	-17,8	-15,6	-1,4	-0,4	3,4	-21,4	-27,9	-17,9
Pernambuco	-25,1	-27,3	-24,2	-23,8	-16,9	-23,2	-25,8	-33,1	-24,7	5,2	4,8	6,2	-8,9	-3,2	-6,4
Bahia	-14,6	-13,8	-15,6	-14,9	-7,4	-15,1	-14,5	-16,5	-15,8	-4,7	-2,7	-1,8	-16,0	11,0	3,8
Minas Gerais	-12,4	-16,0	-15,3	-12,0	-10,2	-15,3	-12,4	-17,1	-15,4	8,7	9,0	5,9	-7,5	-7,8	-8,8
Espirito Santo	-23,7	-21,3	-16,4	-45,9	-37,1	-26,6	-6,7	-9,4	-8,6	4,4	3,8	2,4	-8,4	-9,3	-12,1
Rio de Janeiro	-15,9	-21,3	-20,4	-22,6	-22,9	-21,2	-13,6	-20,8	-20,1	1,7	3,2	1,8	-21,2	-17,4	-13,5
São Paulo	-9,6	-15,4	-15,4	-18,4	-6,8	-16,6	-6,2	-18,6	-14,9	-0,7	0,1	1,6	-16,4	-17,4	-17,2
Paraná	-16,8	-17,4	-15,0	-12,7	-14,1	-19,7	-19,1	-19,4	-12,1	4,4	-1,0	3,0	-18,9	-22,4	-15,2
Santa Catarina	-14,2	-17,8	-8,8	-12,8	0,4	-13,0	-14,6	-24,1	-7,2	10,3	9,6	5,1	-23,4	-14,4	-4,5
Rio Grande do Sul	-14,4	-10,6	-14,4	1,2	3,1	-11,3	-22,3	-17,4	-15,9	9,4	7,9	2,7	-8,9	-8,5	-6,7
Goiás	-14,4	-18,7	-20,6	-14,4	4,7	-16,1	-14,4	-25,9	-22,0	0,9	0,9	0,1	-11,5	-3,6	-9,3
Distrito Federal	-12,2	-14,9	-20,0	-37,1	-16,0	-16,6	-2,7	-14,4	-21,1	-3,5	-3,4	-2,6	-27,8	-23,3	-17,8

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

Mês: Mar/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	-8,9	-16,8	-9,9	-11,9	-12,8	-6,0	-11,1	-13,5	-17,6	-14,6	-14,7	-10,9
Ceará	-30,4	-23,6	-24,7	-15,5	-15,4	-4,5	-20,3	-21,2	-21,4	-25,1	-26,0	-13,8
Pernambuco	-17,2	-14,6	-28,6	-5,9	-6,6	-0,7	-29,4	-27,0	-24,2	-21,5	-19,8	-12,0
Bahia	-20,6	-17,7	-23,4	-16,6	-17,7	-7,9	-10,3	-12,4	-14,5	-12,8	-10,9	-7,5
Minas Gerais	2,6	13,7	-9,4	20,9	15,7	10,9	-13,5	-11,1	-16,9	-13,4	-9,3	-8,6
Espirito Santo	-30,1	24,4	1,1	-24,3	-30,0	-24,8	-35,8	-37,3	-34,1	-10,5	-8,2	-9,9
Rio de Janeiro	28,4	9,4	11,2	-9,4	-12,7	-4,2	-6,2	-15,5	-19,9	-17,9	-26,9	-17,2
São Paulo	-7,0	-22,8	-9,7	-22,8	-21,7	-9,3	3,0	1,9	-4,3	-13,3	-14,1	-11,8
Paraná	-26,1	-21,7	-11,6	-16,2	-19,5	-8,7	-6,6	-11,6	-19,0	-13,7	-12,6	-9,8
Santa Catarina	-30,5	-23,1	-16,7	6,9	8,9	4,2	-11,2	-18,0	-21,6	-12,1	-15,1	-8,5
Rio Grande do Sul	-30,3	-22,0	-13,3	-6,0	-7,5	-5,8	-24,6	-28,1	-30,4	-12,3	-6,4	-8,2
Goiás	-46,0	-38,1	-14,3	-0,9	-4,3	1,3	-19,1	-21,6	-25,9	-20,6	-23,3	-11,6
Distrito Federal	-21,0	-14,2	-7,8	-1,6	-3,3	1,2	-24,9	-25,0	-26,2	-9,6	-6,3	-9,4

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

Mês: Mar/2016

Unidade da Federação	Comércio Varejista Ampliado												
	mar/15	abr/15	mai/15	jun/15	jul/15	ago/15	set/15	out/15	nov/15	dez/15	jan/16	fev/16	mar/16
Brasil	103,3	97,8	100,0	96,8	100,3	98,0	94,9	99,8	99,0	118,6	91,4	86,6	95,1
Rondônia	102,2	99,1	102,5	99,6	107,5	100,8	96,3	99,9	102,1	121,0	96,2	91,9	93,8
Acre	115,5	111,9	116,6	113,5	118,8	111,5	106,2	106,2	106,4	131,7	102,5	97,0	99,3
Amazonas	97,8	95,3	96,7	94,2	97,4	98,1	92,4	95,6	95,0	106,6	87,5	80,0	86,7
Roraima	131,4	129,7	132,5	123,9	135,4	127,5	123,6	122,3	129,9	147,6	123,0	118,6	127,8
Pará	113,4	105,7	110,9	107,2	110,4	105,3	102,4	106,8	108,3	132,3	96,2	92,0	97,2
Amapá	102,9	97,4	101,0	96,8	97,6	96,1	91,7	92,7	90,1	110,9	88,4	83,1	83,8
Tocantins	114,4	107,6	108,6	108,3	108,8	105,4	97,3	98,7	108,3	113,8	90,6	88,2	96,1
Maranhão	116,4	109,5	107,2	103,3	109,1	103,7	96,9	102,2	100,2	121,5	94,2	86,6	95,8
Piauí	111,5	101,7	107,5	103,8	110,4	103,3	101,2	104,5	103,0	125,9	100,9	91,8	99,0
Ceará	105,7	102,6	107,8	102,2	107,2	101,0	96,7	99,1	99,4	120,1	94,9	86,6	94,9
Rio G. do Norte	116,3	107,8	112,0	108,5	115,0	111,9	105,8	111,6	111,3	131,1	102,4	94,6	104,2
Paraíba	102,9	96,5	102,1	98,3	107,8	96,9	95,3	98,1	102,4	120,5	98,5	86,4	94,3
Pernambuco	109,0	99,6	104,0	98,1	103,4	99,6	93,6	98,6	103,2	122,3	95,9	84,3	90,8
Alagoas	113,9	107,3	109,4	96,9	102,5	99,5	98,1	104,1	109,9	134,8	102,5	91,8	101,7
Sergipe	112,6	106,1	104,4	102,3	99,0	96,8	92,8	97,3	97,4	110,2	95,5	85,5	93,8
Bahia	108,5	98,3	104,3	99,4	103,6	100,8	98,4	101,5	101,9	119,8	93,9	87,8	95,6
Minas Gerais	99,0	96,2	96,6	95,2	99,8	97,8	93,3	97,6	95,9	114,3	91,0	87,4	94,7
Espírito Santo	86,1	76,5	79,8	76,2	79,7	73,8	74,1	73,6	72,9	90,4	70,6	63,6	68,8
Rio de Janeiro	105,3	98,7	102,6	98,7	104,2	102,2	98,2	101,3	100,5	122,0	91,9	85,6	98,6
São Paulo	100,5	96,8	98,4	95,5	97,5	97,0	95,0	101,4	101,8	121,4	91,2	88,4	96,9
Paraná	106,6	99,1	100,4	97,0	101,5	99,6	99,0	101,9	96,0	117,4	94,0	90,5	98,5
Santa Catarina	100,9	96,0	97,0	94,5	96,6	93,5	88,9	98,3	96,6	119,6	89,0	84,3	91,2
Rio Grande do Sul	107,4	100,4	100,4	96,9	98,9	96,3	93,8	100,4	97,4	119,3	90,2	84,8	94,9
Mato Grosso do Sul	112,3	107,8	110,0	105,8	111,4	107,9	103,6	110,6	107,7	129,6	100,9	96,8	105,5
Mato Grosso	111,8	100,9	105,5	107,7	112,7	107,7	103,5	105,2	101,4	116,7	93,2	91,1	97,6
Goiás	100,8	93,7	97,3	94,2	96,4	93,6	88,6	91,1	89,2	98,6	83,9	78,9	86,7
Distrito Federal	97,8	91,9	94,6	92,3	94,3	91,8	86,6	89,8	88,3	98,9	82,9	78,3	84,1

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.

Índice de Base Fixa: 2011 = 100

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Mar/2016

Unidade da Federação	Índice de volume (2)	Variação				
		Mensal (3)			Acumulada (4)	
		jan/16	fev/16	mar/16	no ano	12 Meses
Brasil	122,9	-5,4	3,3	0,7	-0,6	-2,2
Rondônia	110,8	-2,3	6,1	-4,4	-0,5	-6,5
Acre	121,3	-4,0	0,8	-9,3	-4,4	-7,1
Amazonas	108,0	-8,6	-3,9	-4,6	-5,8	-6,4
Roraima	165,2	1,7	11,3	5,6	6,0	4,8
Pará	124,2	-5,6	2,8	-6,3	-3,3	-2,5
Amapá	104,0	-17,5	-10,3	-13,5	-13,9	-12,3
Tocantins	120,8	-7,2	-0,7	-8,5	-5,7	-9,6
Maranhão	124,9	-10,3	-2,4	-7,7	-7,0	-7,0
Piauí	129,6	-2,3	4,7	-1,4	0,1	-2,6
Ceará	124,3	-7,1	3,2	-0,3	-1,7	-2,8
Rio G. do Norte	136,3	-2,7	2,1	-0,7	-0,5	-0,8
Paraíba	118,8	-3,8	3,7	-0,3	-0,4	-8,6
Pernambuco	117,2	-8,4	-4,1	-7,6	-6,8	-7,1
Alagoas	128,4	-7,4	0,9	-2,6	-3,3	-6,5
Sergipe	124,0	-7,1	-4,9	-7,5	-6,6	-4,6
Bahia	122,7	-7,9	1,1	-4,7	-4,1	-4,0
Minas Gerais	120,5	-0,2	9,8	5,2	4,8	0,4
Espírito Santo	88,8	-16,7	-6,7	-12,2	-12,2	-12,7
Rio de Janeiro	129,7	-9,9	-1,0	1,7	-3,2	-3,0
São Paulo	125,0	-0,5	6,3	5,0	3,5	1,9
Paraná	128,5	-7,6	5,7	1,7	-0,4	-2,3
Santa Catarina	118,2	-9,6	0,6	-1,2	-3,6	-3,7
Rio Grande do Sul	123,3	-7,1	3,5	-2,2	-2,2	-6,0
Mato Grosso do Sul	137,8	-2,8	4,2	2,4	1,2	1,0
Mato Grosso	124,9	-6,2	3,5	-4,7	-2,7	-5,0
Goiás	109,0	-14,4	-3,8	-6,8	-8,6	-9,8
Distrito Federal	107,5	-7,9	-1,2	-5,6	-5,1	-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: Mar/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	0,7	-0,6	-2,2	3,3	6,4	6,1	12,7	10,5	7,5	12,8	10,4	7,3	-8,6	-7,6	-6,6
Ceará	-0,3	-1,7	-2,8	14,8	12,2	10,4	13,0	12,2	5,3	14,0	13,1	5,8	3,0	2,2	3,5
Pernambuco	-7,6	-6,8	-7,1	7,4	7,0	4,8	4,7	6,6	2,7	0,7	3,9	0,8	-10,0	-14,3	-14,1
Bahia	-4,7	-4,1	-4,0	-9,3	-5,6	0,2	7,1	5,3	4,7	11,8	9,0	6,7	-11,3	-7,6	-12,1
Minas Gerais	5,2	4,8	0,4	10,6	13,9	10,6	17,2	14,3	10,6	18,2	15,1	10,8	-15,5	-12,8	-7,0
Espirito Santo	-12,2	-12,2	-12,7	-6,5	-0,3	-2,4	13,7	9,8	6,3	14,0	9,8	6,3	-19,5	2,7	-6,3
Rio de Janeiro	1,7	-3,2	-3,0	6,5	7,9	7,7	12,2	9,0	7,3	11,6	8,0	6,2	-4,4	-6,8	-6,4
São Paulo	5,0	3,5	1,9	8,3	6,2	2,8	15,1	12,9	8,9	15,0	12,7	8,7	-15,0	-12,2	-9,0
Paraná	1,7	-0,4	-2,3	-3,6	4,1	6,3	15,8	11,6	8,7	16,6	12,1	8,9	-7,1	-9,2	-6,1
Santa Catarina	-1,2	-3,6	-3,7	4,6	8,2	8,8	3,0	1,0	2,7	2,9	0,3	2,5	7,0	8,5	4,2
Rio Grande do Sul	-2,2	-2,2	-6,0	-0,3	6,9	5,4	13,6	11,1	6,8	13,6	11,1	6,7	2,4	-4,3	-7,5
Goiás	-6,8	-8,6	-9,8	6,1	8,0	6,0	7,5	4,8	0,3	7,0	4,3	-0,1	-10,6	-8,3	-6,8
Distrito Federal	-5,6	-5,1	-5,3	4,3	10,8	14,2	2,6	1,0	1,5	1,7	0,1	0,6	-10,2	-5,4	-2,8

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

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

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

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

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

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Mar/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	-8,4	-11,9	-13,7	-13,4	-7,8	-12,6	-5,7	-14,0	-14,2	10,5	10,7	9,7	-6,9	-6,1	-5,6
Ceará	-2,1	-8,5	-10,7	-1,0	-6,3	-9,0	-2,7	-9,9	-11,9	9,4	10,1	11,6	-12,7	-21,0	-11,5
Pernambuco	-17,1	-19,6	-20,1	-19,3	-10,9	-19,1	-15,7	-25,0	-20,8	13,5	12,8	12,3	0,3	6,8	1,1
Bahia	-10,7	-9,6	-12,6	-14,9	-6,5	-11,9	-8,4	-11,3	-13,0	3,5	5,3	6,4	-9,7	19,9	12,9
Minas Gerais	-6,7	-11,7	-12,7	-5,1	-3,3	-9,0	-7,1	-13,7	-13,7	16,2	16,1	12,5	3,8	1,1	-1,3
Espírito Santo	-22,3	-20,0	-14,9	-44,8	-36,1	-23,9	-0,5	-4,8	-6,6	9,8	9,4	9,0	1,6	0,0	-5,5
Rio de Janeiro	-11,6	-18,1	-18,3	-21,1	-21,7	-18,4	-7,9	-16,8	-18,3	9,6	11,4	10,3	-12,5	-8,8	-7,2
São Paulo	-4,8	-10,4	-13,2	-14,6	-1,6	-10,7	-0,2	-14,4	-14,4	7,9	8,5	8,5	-6,8	-8,6	-9,1
Paraná	-9,1	-11,1	-11,3	-6,2	-7,4	-14,4	-11,1	-13,6	-9,2	13,7	7,8	12,3	-6,4	-11,2	-6,8
Santa Catarina	-6,1	-10,9	-5,0	-6,3	8,1	-7,1	-6,0	-18,5	-4,1	19,6	18,5	14,3	-11,5	-2,2	5,2
Rio Grande do Sul	-6,3	-2,2	-9,6	8,7	12,1	-4,2	-15,4	-10,5	-12,8	17,4	15,7	9,8	-2,4	-2,2	-1,0
Goiás	-8,0	-13,1	-17,8	-11,1	8,0	-12,9	-6,9	-20,6	-19,7	8,6	8,4	7,5	0,3	8,0	0,7
Distrito Federal	-11,1	-12,4	-19,1	-35,5	-13,9	-14,3	1,3	-11,6	-21,2	3,6	3,6	4,1	-19,6	-15,6	-10,7

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: Mar/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	0,2	-10,5	-10,9	-3,8	-5,0	0,3	-10,1	-11,7	-14,2	-10,7	-10,8	-6,5
Ceará	-21,4	-17,1	-27,3	-7,9	-7,6	2,4	-16,9	-18,2	-17,5	-24,6	-24,5	-11,9
Pernambuco	-4,6	-3,9	-26,6	3,2	2,9	6,1	-27,7	-25,2	-21,7	-20,7	-19,4	-11,5
Bahia	-11,5	-11,2	-24,8	-9,2	-10,8	-3,2	-8,9	-10,2	-11,6	-11,0	-8,3	-4,4
Minas Gerais	11,6	19,9	-10,5	30,0	23,7	17,3	-10,0	-8,1	-14,8	-8,7	-4,5	-3,8
Espirito Santo	-24,4	36,0	2,1	-18,1	-24,0	-20,2	-33,1	-34,4	-30,5	-6,6	-3,9	-5,4
Rio de Janeiro	31,0	12,5	12,7	-1,1	-4,6	2,6	-4,5	-13,5	-16,5	-14,8	-24,9	-14,4
São Paulo	2,3	-18,1	-11,6	-15,4	-14,8	-3,5	1,6	1,9	-1,4	-8,7	-9,1	-5,9
Paraná	-9,5	-7,7	-9,3	-7,0	-11,1	-1,8	-5,0	-9,2	-14,4	-8,2	-7,1	-5,7
Santa Catarina	-24,9	-15,9	-18,6	18,9	20,8	13,1	-11,0	-16,5	-16,9	-5,7	-8,5	-1,9
Rio Grande do Sul	-16,9	-10,8	-13,6	3,0	0,8	-0,2	-23,6	-25,8	-26,4	-8,5	-2,6	-3,6
Goiás	-35,6	-28,5	-12,7	7,2	2,7	6,2	-16,4	-18,1	-21,1	-17,9	-19,9	-6,7
Distrito Federal	-13,6	-10,5	-13,5	6,7	4,4	7,3	-21,7	-21,4	-21,9	-5,4	-2,1	-6,0

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

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

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

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

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

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Mar/2016

Unidade da Federação	Comércio varejista ampliado												
	mar/15	abr/15	mai/15	jun/15	jul/15	ago/15	set/15	out/15	nov/15	dez/15	jan/16	fev/16	mar/16
Brasil	122,1	116,8	120,4	116,8	121,5	119,2	115,7	122,9	122,5	149,0	116,4	111,5	122,9
Rondônia	115,9	113,1	118,1	114,5	123,5	116,2	110,8	116,0	118,7	142,7	112,3	108,0	110,8
Acre	133,8	129,9	136,3	132,8	138,5	131,6	125,1	126,2	126,7	158,5	124,4	119,0	121,3
Amazonas	113,2	111,1	113,7	111,0	114,5	116,5	109,4	115,0	114,4	131,1	107,5	99,2	108,0
Roraima	156,4	154,8	159,9	150,0	162,5	154,8	150,4	152,1	162,4	186,7	157,2	152,4	165,2
Pará	132,6	124,4	131,9	127,3	131,2	125,8	121,8	129,3	131,3	164,3	120,9	116,3	124,2
Amapá	120,2	114,4	119,6	115,0	115,7	114,4	108,6	110,8	108,4	135,1	108,1	102,2	104,0
Tocantins	132,0	125,6	127,6	126,6	128,3	124,5	115,8	118,7	131,6	139,1	111,7	110,4	120,8
Maranhão	135,3	128,6	127,7	123,7	131,1	125,6	118,1	126,2	124,7	153,4	120,6	112,9	124,9
Piauí	131,5	121,4	129,2	125,5	134,0	126,7	124,4	129,8	128,9	159,3	129,1	119,5	129,6
Ceará	124,7	121,8	129,1	123,2	129,5	123,1	118,4	123,2	124,2	152,1	122,3	113,4	124,3
Rio G. do Norte	137,2	128,7	134,8	131,2	139,1	135,8	129,1	138,1	138,9	166,1	132,2	123,5	136,3
Paráíba	119,2	112,7	120,4	117,1	127,2	115,9	114,1	118,4	123,8	147,7	121,8	109,0	118,8
Pernambuco	126,8	117,1	123,6	118,6	124,6	121,0	113,6	120,8	126,8	154,0	121,7	108,9	117,2
Alagoas	131,8	124,9	128,9	116,1	122,0	118,8	117,5	125,9	132,8	166,1	127,8	116,7	128,4
Sergipe	134,0	128,3	128,3	127,3	122,3	120,4	115,3	122,2	122,8	142,4	124,7	113,5	124,0
Bahia	128,7	117,6	125,1	120,3	125,1	122,5	119,9	124,7	126,0	149,9	118,7	113,1	122,7
Minas Gerais	114,5	112,5	113,7	112,0	118,2	115,7	111,3	118,1	116,0	140,8	113,4	110,1	120,5
Espírito Santo	101,1	91,5	95,9	91,8	96,5	89,9	89,6	90,4	89,5	112,5	89,6	82,2	88,8
Rio de Janeiro	127,5	121,1	126,9	122,2	129,2	127,3	122,3	127,2	126,9	156,8	119,7	113,3	129,7
São Paulo	119,1	115,8	118,9	115,5	118,5	118,2	116,0	125,1	126,0	152,2	116,3	113,3	125,0
Paraná	126,4	119,2	121,8	118,3	124,1	122,4	121,7	126,6	120,5	149,8	121,6	117,2	128,5
Santa Catarina	119,6	115,5	117,3	114,9	117,6	114,2	108,9	121,6	120,4	151,5	114,7	109,4	118,2
Rio Grande do Sul	126,1	119,5	120,6	116,7	120,3	117,8	115,0	123,5	120,3	149,2	114,3	109,6	123,3
Mato Grosso do Sul	134,6	130,0	133,5	128,1	135,7	132,1	127,2	137,6	135,9	165,4	130,1	125,7	137,8
Mato Grosso	131,0	119,2	125,2	126,5	133,5	127,9	124,0	127,7	124,6	144,6	117,0	116,1	124,9
Goiás	117,0	109,8	114,6	110,5	114,0	110,8	105,6	109,6	108,2	121,5	104,3	98,6	109,0
Distrito Federal	113,9	107,9	111,7	109,2	112,5	109,7	103,6	108,9	108,3	123,1	104,3	99,2	107,5

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.

Índice Base Fixa: 2011 = 100

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

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

Mês: Mar/2016

Unidade da Federação	Índice de Base Fixa (1)			Variação mês/mês anterior		
	jan/16	fev/16	mar/16	jan/16	fev/16	mar/16
Brasil	104,4	105,5	104,5	-2,0	1,1	-0,9
Rondônia	115,1	115,8	110,2	2,8	0,6	-4,8
Acre	121,9	123,9	115,3	0,6	1,6	-6,9
Amazonas	93,1	95,3	93,7	0,5	2,4	-1,7
Roraima	153,4	153,2	151,5	-1,2	-0,1	-1,1
Pará	105,4	106,9	102,5	3,7	1,4	-4,1
Amapá	103,8	105,8	100,5	1,3	1,9	-5,0
Tocantins	118,0	121,7	117,5	1,0	3,1	-3,5
Maranhão	113,1	113,8	112,5	1,4	0,6	-1,1
Piauí	104,2	102,5	101,4	-0,2	-1,6	-1,1
Ceará	110,6	110,4	110,1	-0,8	-0,2	-0,3
Rio G. do Norte	109,5	107,7	107,6	-0,6	-1,6	-0,1
Paraíba	109,3	109,2	107,1	3,9	-0,1	-1,9
Pernambuco	105,5	103,1	102,2	-0,2	-2,3	-0,9
Alagoas	106,5	105,5	103,4	-0,3	-0,9	-2,0
Sergipe	100,5	97,8	98,5	2,4	-2,7	0,7
Bahia	100,0	99,8	98,5	-0,8	-0,2	-1,3
Minas Gerais	105,1	107,6	106,8	-2,0	2,4	-0,7
Espirito Santo	98,3	100,1	94,9	-0,9	1,8	-5,2
Rio de Janeiro	101,6	103,6	102,9	-3,5	2,0	-0,7
São Paulo	105,8	107,4	106,2	-2,1	1,5	-1,1
Paraná	108,1	111,1	107,7	-1,6	2,8	-3,1
Santa Catarina	100,0	100,4	99,2	-0,5	0,4	-1,2
Rio Grande do Sul	104,9	105,7	104,1	-0,1	0,8	-1,5
Mato Grosso do Sul	127,0	126,6	125,2	-1,2	-0,3	-1,1
Mato Grosso	102,2	100,3	99,2	-0,1	-1,9	-1,1
Goiás	96,7	97,2	96,0	-0,7	0,5	-1,2
Distrito Federal	93,9	93,8	92,2	-1,7	-0,1	-1,7

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

(1) Base: 2011 = 100

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Mar/2016

Unidade da Federação	Índice de Base Fixa (1)			Variação mês/mês anterior		
	jan/16	fev/16	mar/16	jan/16	fev/16	mar/16
Brasil	145,8	146,4	141,0	3,8	0,4	-3,7
Rondônia	145,8	146,4	141,0	3,8	0,4	-3,7
Acre	160,7	164,3	152,8	2,1	2,2	-7,0
Amazonas	123,3	125,4	125,2	-0,4	1,7	-0,2
Roraima	208,8	210,9	209,5	0,6	1,0	-0,7
Pará	143,4	146,4	142,9	5,7	2,1	-2,4
Amapá	133,7	133,9	131,6	2,5	0,1	-1,7
Tocantins	151,3	158,3	153,9	2,2	4,6	-2,8
Maranhão	156,6	159,4	158,8	3,9	1,8	-0,4
Piauí	142,7	142,3	141,8	1,7	-0,3	-0,4
Ceará	150,7	152,7	153,3	0,8	1,3	0,4
Rio G. do Norte	150,3	149,2	150,0	2,2	-0,7	0,5
Paraíba	144,2	145,4	144,2	7,3	0,8	-0,8
Pernambuco	144,3	142,7	140,6	2,6	-1,1	-1,5
Alagoas	145,1	144,9	143,4	2,2	-0,1	-1,0
Sergipe	139,5	139,2	139,7	5,4	-0,2	0,4
Bahia	132,5	133,9	133,7	1,2	1,1	-0,1
Minas Gerais	141,2	144,8	145,3	-0,4	2,5	0,3
Espirito Santo	134,1	137,1	131,6	1,2	2,2	-4,0
Rio de Janeiro	142,7	145,7	145,5	-1,0	2,1	-0,1
São Paulo	143,4	146,0	145,9	-0,2	1,8	-0,1
Paraná	150,0	154,3	151,8	-0,1	2,9	-1,6
Santa Catarina	138,1	139,1	139,1	0,9	0,7	0,0
Rio Grande do Sul	145,3	148,3	147,4	1,9	2,1	-0,6
Mato Grosso do Sul	168,7	170,9	171,7	-0,1	1,3	0,5
Mato Grosso	133,8	133,9	134,5	0,9	0,1	0,4
Goiás	126,7	128,2	128,3	-0,4	1,2	0,1
Distrito Federal	126,9	127,3	126,0	-0,1	0,3	-1,0

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

(1) Base: 2011 = 100

Atualizado em 11/05/2016 às 9:00h