

Indicadores IBGE

Pesquisa Mensal de Comércio
fevereiro 2012

Presidenta da República
Dilma Rousseff

Ministra do Planejamento, Orçamento e Gestão
Miriam Belchior

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE

Presidenta
Wasmália Socorro Barata Bivar

Diretor Executivo
Nuno Duarte Da Costa Bittencourt

ÓRGÃOS ESPECÍFICOS SINGULARES

Diretoria de Pesquisas
Marcia Maria Melo Quintslr

Diretoria de Geociências
Wadih João Scandar Neto

Diretoria de Informática
Paulo César Moraes Simões

Centro de Documentação e Disseminação de Informações
David Wu Tai

Escola Nacional de Ciências Estatísticas
Denise Britz do Nascimento Silva

UNIDADE RESPONSÁVEL

Diretoria de Pesquisas

Coordenação das Estatísticas Econômicas e Classificações
Sidnéia Reis Cardoso

Coordenação de Serviços e Comércio
Vânia Maria Carelli Prata

EQUIPE DE REDAÇÃO

Redatores: Nilo Lopes de Macedo
Reinaldo Silva Pereira

Editoração: Gilmar da Costa Gonçalves

Indicadores IBGE

Plano de divulgação:

Trabalho e rendimento

Pesquisa mensal de emprego

Agropecuária

Estatística da produção agrícola *

Estatística da produção pecuária *

Indústria

Pesquisa industrial mensal: produção física Brasil

Pesquisa industrial mensal: produção física regional

Pesquisa industrial mensal: emprego e salário

Comércio

Pesquisa mensal de comércio

Índices, preços e custos

Índice de preços ao produtor – indústrias de transformação

Sistema nacional de índices de preços ao consumidor: IPCA-E

Sistema nacional de índices de preços ao consumidor: INPC - IPCA

Sistema nacional de pesquisa de custos e índices da construção civil

Contas nacionais trimestrais

Contas nacionais trimestrais: indicadores de volume e valores correntes

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

Iniciado em 1982, com a divulgação de indicadores sobre trabalho e rendimento, indústria e preços, o periódico **Indicadores IBGE** incorporou no decorrer da década de 80 informações sobre agropecuária e produto interno bruto. A partir de 1991, foi subdividido em fascículos por assuntos específicos, que incluem tabelas de resultados, comentários e notas metodológicas. As informações apresentadas estão disponíveis em diferentes níveis geográficos: nacional, regional e metropolitano, variando por fascículo.

NOTAS METODOLÓGICAS

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

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

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

I – CARACTERÍSTICAS DA PESQUISA

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

Descrição da Atividade	Código CNAE
Combustíveis e lubrificantes	4731-8 e 4732-6
Supermercados, Hipermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	4711-3; 4712-1; 4729-6; 4721-1; 4722-9; 4723-7 e 4724-5
Tecidos, vestuário e calçados	4755-5; 4781-4 e 4782-2
Móveis e eletrodomésticos	4753-9; 4754-7; 4756-3; 4759-8; 4762-8 e 4789-0
Artigos farmacêuticos, médicos, Ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	4771-7; 4772-5 e 4773-3
Equipamentos e materiais para escritório, Informática e de comunicação	4751-2; 4752-1 e 4789-0
Livros, jornais, revistas e papelaria	4761-0
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	4713-0; 4757-1; 4763-6; 4774-1; 4783-1 e 4789-0
Veículos e motocicletas, partes e peças	4511-1; 4512-9; 4530-7; 4541-2 e 4542-1
Material de construção	4674-5; 4671-1; 4672-9; 4673-7; 4679-6; 4741-5; 4742-3; 4743-1; 4744-0 e 4789-0

- **Unidade de Investigação** – A empresa, definida como entidade jurídica caracterizada por firma ou razão social, inscrita no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ), é a unidade básica de informação da PMC.
- **Variável Investigada** – É a receita bruta de revenda, Total e por Unidade da Federação, definida no âmbito da empresa como a receita bruta mensal proveniente da revenda de mercadorias, não deduzidos os impostos incidentes e nem as vendas canceladas, abatimentos e impostos incondicionais. Não estão incluídas as receitas financeiras e não-operacionais.
- **Amostra** – Com base na Pesquisa Anual de Comércio 2008 e dentro do âmbito e da abrangência previamente definidas, foram selecionadas cerca de 5 700 empresas distribuídas nas 27 Unidades da Federação.

II – CONSTRUÇÃO DE INDICADORES

- **Séries receita nominal e de volume** – A partir da receita bruta de revenda investigada são construídos indicadores para duas variáveis: *Receita Nominal de Vendas* e *Volume de Vendas*. Esta última resulta da deflação dos valores nominais correntes por índices de preços específicos para cada grupo de atividade, e para cada Unidade da Federação, construídos a partir dos relativos de preços do IPCA e do Sistema Nacional de Pesquisa de Custos e Índices da Construção Civil - SINAPI. Na construção dos índices de preços das UFs não cobertas pelo IPCA, foram usados os relativos de preços da área geográfica mais apropriada.
- **Divulgação dos resultados** – Os índices nominal e de volume de vendas são divulgados dentro do seguinte quadro esquemático:

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

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

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

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

4 - *Índices de Comércio Varejista Ampliado por atividade* - Para todas as atividades relacionadas no item 1 além de *Veículos e motos, partes e peças* e de *Material de construção* são calculados índices para o Brasil e as 12 Unidades da Federação citadas no item 2.

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

ÍNDICE DE BASE FIXA: Compara os níveis nominal e de volume da Receita Bruta de Revenda do mês com a média mensal obtida no ano de 2011.

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

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

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

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

III – ENCADEAMENTO

O IBGE encadeou a série de Índices de Base Fixa que encerrou em dezembro de 2003 (base 2000 = 100) com a série que se encerrou em dezembro de 2011 (base 2003 = 100), com a série que se inicia em janeiro de 2012 (base 2011 = 100). A série encadeada tem como referência a média mensal de 2011 = 100. Este procedimento não altera as séries dos Índices Mês/Igual Mês do Ano Anterior, Acumulado no Ano e Acumulado de 12 meses já publicadas.

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

IV – SÉRIES DA PMC AJUSTADAS SAZONALMENTE

As séries da PMC ajustadas sazonalmente consideram como fatores sazonais, o efeito calendário, os feriados de Carnaval, Páscoa e Corpus Christi além da identificação de outliers. Os cálculos são feitos utilizando-se o software X12 ARIMA, do U.S. Census Bureau. A modelagem foi inicialmente definida com a série de 5 anos da pesquisa (janeiro de 2000 a dezembro de 2004). Em julho de 2006 a modelagem foi atualizada com a série de 6 anos da pesquisa (janeiro de 2000 a dezembro de 2005) e permaneceu inalterada até a divulgação do resultado de dezembro de 2007. A partir de janeiro de 2008 a modelagem passa a ser atualizada anualmente incorporando sempre as 12 últimas informações do ano anterior. Para os feriados de Carnaval e Corpus Christi utilizou-se o programa “genhol.exe”, disponibilizado pelo U.S. Census Bureau, de modo a gerar a matriz de coeficientes de regressão..

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

Os modelos adotados nas séries divulgadas são:

VOLUME DE VENDAS ATIVIDADES

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

VOLUME DE VENDAS UF

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

RECEITA NOMINAL DE VENDAS ATIVIDADES

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

RECEITA NOMINAL DE VENDAS UF

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

V – 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.

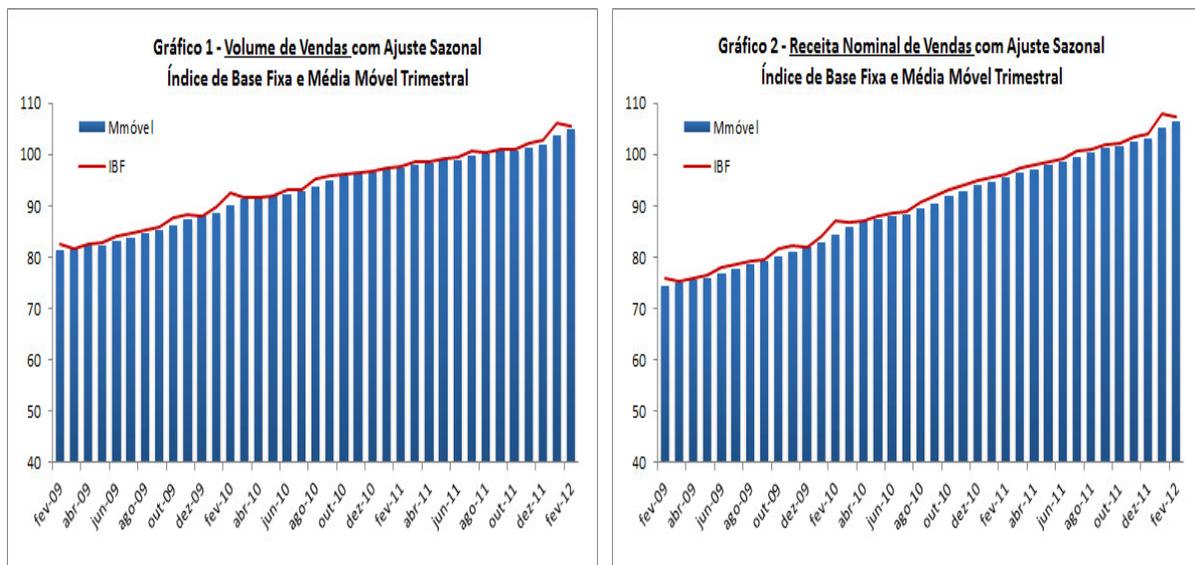
CNAE 2.0			
Atividades da PMC	Itens da PMC	Itens do IPCA	Peso nos itens da PMC
1- Combustíveis e lubrificantes	4731-8	IPCA (cód. 5104)	peso: 1,0000
	4732-6	IPCA (cód. 5102007)	peso: 1,0000
2 - Hipermercados e supermercados	4711-3	IPCA (cód. 11)	peso: 1,0000
		IPCA (cód. 63)	peso: 1,0000
		IPCA (cód.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

VI - OBSERVAÇÕES

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

COMENTÁRIOS

Em fevereiro de 2012, o **Comércio Varejista** do País registrou variação de -0,5%, no que tange ao volume de vendas, e de -0,7% para a receita nominal, ambas as variações com relação ao mês anterior, ajustadas sazonalmente. Para o volume de vendas, tal resultado interrompe uma sequência de três meses de taxas positivas e para a receita nominal é o primeiro resultado negativo desde março de 2010, como indicado nas trajetórias dos índices de base fixa (Gráficos 1 e 2). Nas demais comparações, obtidas das séries originais (sem ajuste), o varejo nacional obteve, em termos de volume de vendas, acréscimos da ordem de 9,6% sobre fevereiro do ano anterior, 8,7% no acumulado do bimestre e 6,7% no acumulado dos últimos 12 meses. Para os mesmos indicadores, a receita nominal de vendas apresentou taxas de variação de 13,2%, 12,6% e de 11,4%, respectivamente (Tabelas 1 e 2).



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

Já na relação fevereiro12/fevereiro11 (série sem ajuste), apenas duas atividades do **varejo** obtiveram resultados negativos no volume de vendas. Por ordem de importância no resultado global, as variações foram as seguintes: 11,8% para *Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo*; 13,3% para *Móveis e eletrodomésticos*; 9,5% para *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos*; 26,6% para *Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação*; 5,6% em *Outros artigos de uso pessoal e doméstico*; 3,9% para *Combustíveis e lubrificantes*; -0,8% em *Livros, jornais, revistas e papelaria* e *Tecidos, vestuário e calçados* com -3,4%.

RESULTADOS SETORIAIS

O segmento de *Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo*, com variação de 11,8% no volume de vendas em fevereiro sobre igual mês do ano anterior, continua a proporcionar a principal contribuição à taxa global do varejo (58% - Tabela 3), dado pelo comportamento dos preços dos alimentos¹ nos últimos 12 meses e pelo aumento do poder de compra da população, decorrente do crescimento da massa de rendimento real habitual dos ocupados, bem como da estabilidade do emprego², o que vem refletindo em uma ampliação de demanda. Em termos acumulados, a taxa para os primeiros dois meses do ano foi de 10,1% e para os últimos 12 meses, de 5,1%.

A atividade de *Móveis e eletrodomésticos*, com variação de 13,3% no volume de vendas em relação a fevereiro do ano passado, registrou o segundo maior impacto na formação da taxa do varejo (25%). Este resultado mensal reflete a política do governo de incentivo ao consumo, através da redução de alíquotas de IPI a para linha branca, além da manutenção do crédito, do crescimento do emprego e do rendimento. No acumulado do bimestre a taxa foi de 13,2% e nos últimos 12 meses, de 15,5%³.

A atividade de *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria*, com a terceira maior participação na taxa global do varejo, apresentou crescimento de 9,5% na comparação com fevereiro de 2011 e taxas acumuladas no ano e nos últimos 12 meses de 9,0% e 9,3%, respectivamente. A expansão da massa de salários, impulsionada também pelo aumento do salário mínimo, e a diversificação na linha de produtos comercializados são os principais fatores explicativos do desempenho positivo do segmento.

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

ATIVIDADES	MÊS/MÊS ANTERIOR (*)			MÊS/IGUAL MÊS DO ANO ANTERIOR			ACUMULADO	
	Taxa de Variação			Taxa de Variação			Taxa de Variação	
	DEZ	JAN	FEV	DEZ	JAN	FEV	NO ANO	12 MESES
COMÉRCIO VAREJISTA (**)	0,5	3,3	-0,5	6,7	7,8	9,6	8,7	6,7
1 - Combustíveis e lubrificantes	-0,3	-0,2	1,9	0,4	-0,8	3,9	1,5	0,7
2 - Hiper, supermercados, prods. alimentícios, bebidas e fumo	-1,4	8,4	-2,1	4,6	8,5	11,8	10,1	5,1
2.1 - Super e hipermercados	-1,4	9,0	-2,5	4,6	9,0	12,2	10,6	5,2
3 - Tecidos, vest. e calçados	0,5	3,9	-3,6	0,7	1,5	-3,4	-0,9	2,0
4 - Móveis e eletrodomésticos	2,6	1,2	1,3	15,3	13,2	13,3	13,2	15,5
5 - Artigos farmacêuticos, med., ortop. e de perfumaria	1,0	1,2	0,0	7,0	8,6	9,5	9,0	9,3
6 - Equip. e mat. para escritório informática e comunicação	7,1	-2,0	3,1	34,8	32,7	26,6	29,6	22,1
7 - Livros, jornais, rev. e papelaria	-0,7	1,7	-2,7	-2,3	9,8	-0,8	5,0	4,1
8 - Outros arts. de uso pessoal e doméstico	1,0	3,2	1,6	3,4	13,1	5,6	9,4	4,2
COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO (***)	1,6	1,8	-1,1	4,3	8,3	2,5	5,4	5,5
9 - Veículos e motos, partes e peças	4,0	-3,1	-1,0	-0,7	7,8	-10,0	-1,5	3,0
10- Material de Construção	1,7	4,3	0,0	5,1	14,4	8,4	11,5	8,3

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

(*) Séries com ajuste sazonal

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

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

¹ Variação de 5,0% nos últimos 12 meses para o grupo Alimentação no domicílio, contra um Índice Geral de preços de 5,9%, conforme o IPCA do IBGE.

² O rendimento médio real habitual dos trabalhadores, registrado em fevereiro de 2012 para o conjunto das seis regiões metropolitanas, teve elevação de 4,4% na comparação com fevereiro de 2011, e a massa de rendimento médio real habitual dos ocupados, no mesmo período de comparação, teve aumento de 5,8%. A taxa de desocupação em fevereiro de 2012 foi de 5,7%. Comparada com fevereiro de 2011 (6,4%), esse indicador caiu 0,7 ponto percentual, segundo a PME do IBGE.

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

Com o quarto maior impacto na formação da taxa global do varejo, o segmento de *Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação*, obteve acréscimo no volume de vendas, em fevereiro, da ordem de 26,6% sobre igual mês do ano passado, e taxa acumulada no ano de 29,6% e nos últimos 12 meses de 22,1%. Dentre os fatores que vêm determinando este desempenho, destacam-se a redução de preços dos produtos do gênero (-10,8% nos últimos 12 meses para microcomputador no IPCA) e a crescente importância que os produtos de informática e comunicação vêm tendo nos hábitos de consumo das famílias.

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

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

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

(*) Séries com ajuste sazonal

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

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

A atividade de *Outros artigos de uso pessoal e doméstico*, com o quinto maior impacto na formação da taxa do varejo, obteve variação de 5,6% no volume de vendas em relação a fevereiro de 2011, sendo responsável por 4% da taxa geral. Cabe observar que o segmento, que é composto por lojas de departamentos, ótica, joalheira, artigos esportivos, brinquedos, etc., vem tendo seu desempenho influenciado pelo quadro geral de crescimento da economia. Para o primeiro bimestre a variação acumulada foi de 9,4% e para os últimos 12 meses de 4,2%.

O segmento de *Combustíveis e lubrificantes*, com 3,9% de variação do volume de vendas na relação fevereiro12/fevereiro11, respondeu este mês pela sexta maior contribuição à taxa global do varejo. Em termos de desempenho acumulado, as taxas de variação chegaram a 1,5% no ano e 0,7% nos últimos 12 meses. Atribui-se este comportamento ao aumento dos preços dos combustíveis (variação de 4,6% nos últimos 12 meses – Combustíveis do IPCA).

A atividade de *Livros, jornais, revistas e papelaria*, com reduzido peso na estrutura da pesquisa, exerceu influência negativa no resultado global do varejo. Em relação a fevereiro de 2011, apresentou variação no volume de vendas de -0,8% e taxas acumuladas de 5,0% para o bimestre e de 4,1% para os últimos 12 meses.

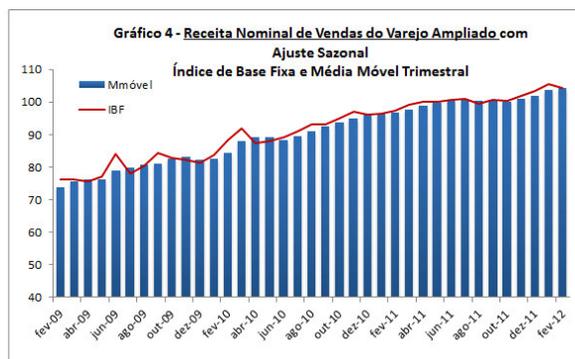
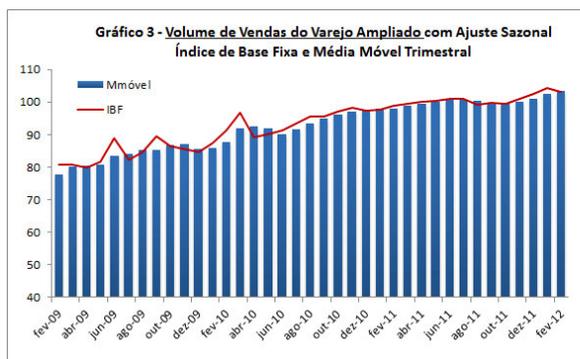
Influenciando também negativamente a taxa global do varejo, o segmento de *Tecidos, vestuário e calçados*, obteve decréscimo no volume de vendas, em fevereiro, da ordem de -3,4% sobre igual mês do ano passado e taxa acumulada no ano e nos últimos 12 meses de -0,9% e 2,0%, respectivamente. Tal resultado pode ser decorrente do aumento dos preços do setor (8,2% no acumulado dos últimos 12 meses no Grupo Vestuário do IPCA do IBGE, contra 5,9% do índice geral).

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

Atividades	COMÉRCIO VAREJISTA			COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO		
	Taxa	Comp. da taxa		Taxa	Comp. da taxa	
		absoluta	relativa(%)		absoluta	relativa(%)
Taxa Global	9,6	9,6	100,0	2,5	2,5	100,00
1 - Combustíveis e lubrificantes	3,9	0,4	3,8	3,9	0,2	8,3
2 - Hiper, supermercados, prods. alimentícios, bebidas e fumo	11,8	5,6	58,2	11,8	3,3	130,2
3 - Tecidos, vest. e calçados	-3,4	-0,2	-2,2	-3,4	-0,1	-4,8
4 - Móveis e eletrodomésticos	13,3	2,4	24,9	13,3	1,4	56,3
5 - Artigos farmacêuticos, med., ortop. e de perfumaria	9,5	0,5	5,6	9,5	0,3	13,5
6 - Equip. e mat. para escritório informática e comunicação	26,6	0,5	5,6	26,6	0,3	13,1
7 - Livros, jornais, rev. e papelaria	-0,8	0,0	-0,1	-0,8	0,0	0,0
8 - Outros arts. de uso pessoal e doméstico	5,6	0,4	4,2	5,6	0,3	10,3
9 - Veículos e motos, partes e peças	-	-	-	-10,0	-3,6	-144,4
10- Material de Construção	-	-	-	8,4	0,4	17,5

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

O **Comércio Varejista ampliado**, que inclui o **varejo** e mais as atividades de *Veículos, motos, partes e peças* e de *Material de construção*, registrou, em relação ao mês anterior (com ajuste sazonal), queda tanto para o volume de vendas quanto para a receita nominal de -1,1% e -1,4%, respectivamente. Comparado com o mesmo mês do ano anterior (sem ajuste sazonal), as variações foram de 2,5% para o volume de vendas e de 4,8% para a receita nominal. Nos acumulados do ano e dos últimos 12 meses o setor apresentou taxas de variação de 5,4% e 5,5% para o volume e 7,7% e 8,2% para a receita nominal de vendas, respectivamente - Gráficos 3 e 4.



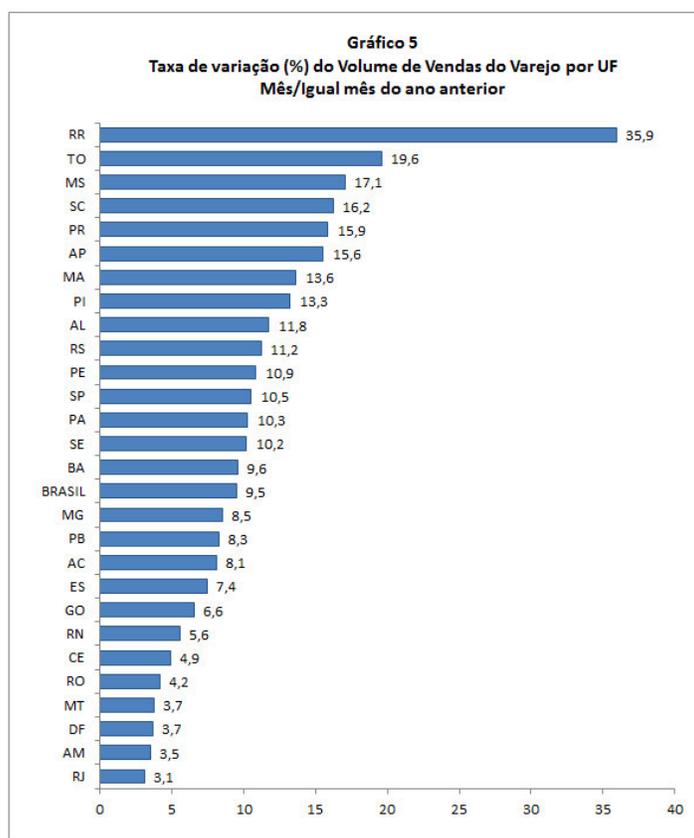
No que tange ao volume de vendas, a atividade de *Veículos, motos, partes e peças* registrou queda de -1,0% em relação a janeiro. Este é o segundo mês consecutivo de resultado negativo, neste tipo de comparação, que segundo os concessionários, o motivo da queda foi o menor número de dias úteis em fevereiro, apenas 19, três dias a menos que janeiro. Comparando com fevereiro de 2011, a variação foi de -10,0%, acumulando no ano e nos últimos doze meses variações de -1,5% e 3,0%, respectivamente.

Em relação a janeiro a atividade de *Material de construção* apresentou estabilidade para o volume de vendas, não obstante a autorização do governo para a utilização do Fundo de Garantia (FGTS) para compra de materiais de construção. Quando comparado com fevereiro de 2011, o volume de vendas variou de 8,4%, no ano a variação foi de 11,5% e de 8,3% nos últimos 12 meses.

RESULTADOS REGIONAIS

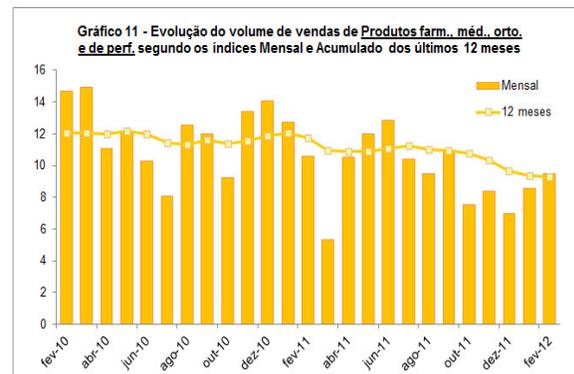
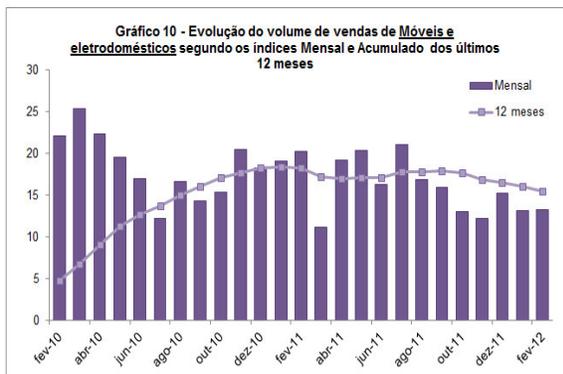
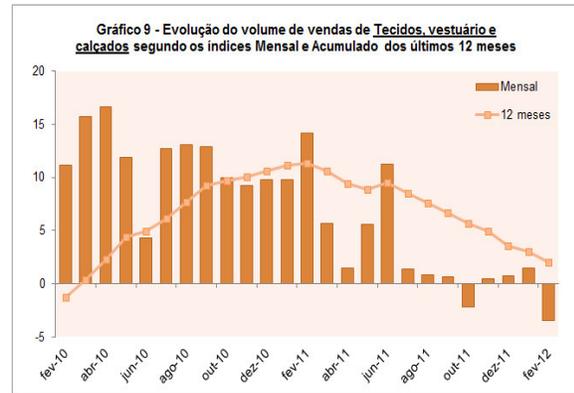
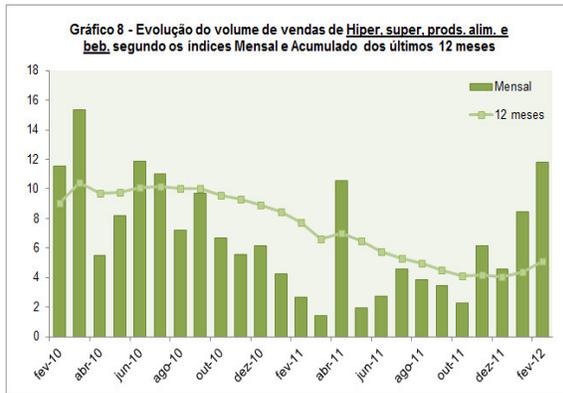
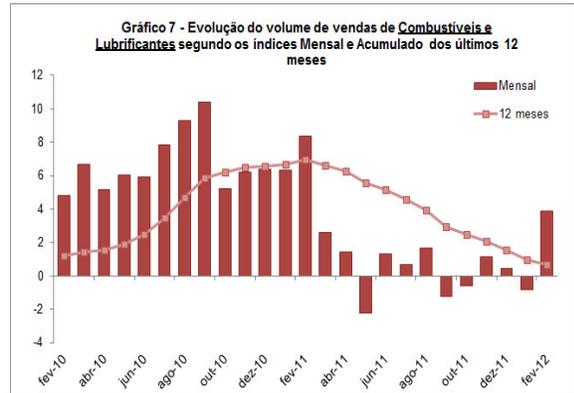
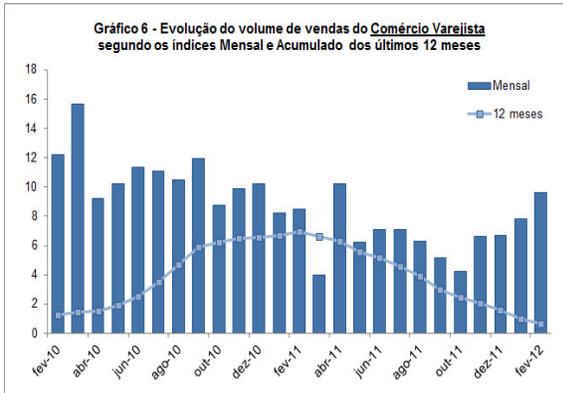
Todas as vinte e sete Unidades da Federação apresentaram resultados positivos na comparação fevereiro12/fevereiro11 no que tange ao volume de vendas. Os destaques foram: Roraima (35,9%); Tocantins (19,6%); Mato Grosso do Sul (17,1%); Santa Catarina (16,2); e Paraná (15,9%) – Gráfico 5. Quanto à participação na composição da taxa do **Comércio Varejista**, sobressaíram, pela ordem: São Paulo (10,5%); Paraná (15,9%); Minas Gerais (8,5%); Rio Grande do Sul (11,2%) e Santa Catarina (16,2%).

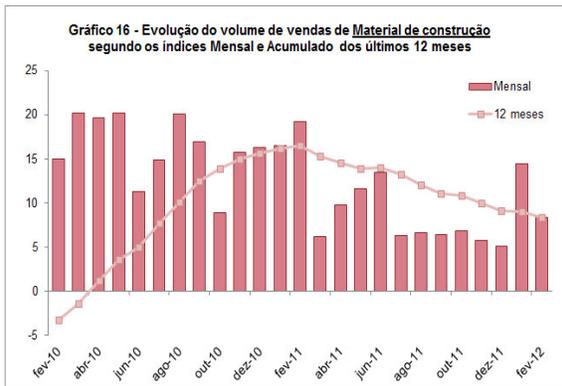
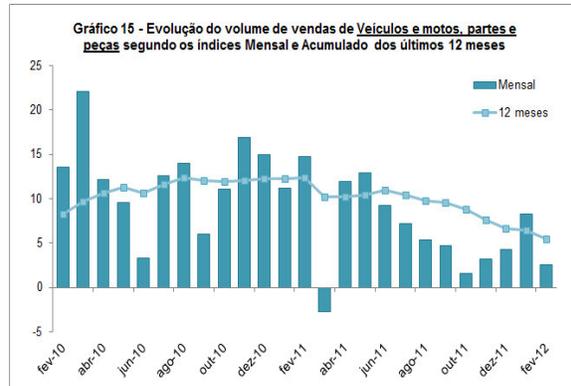
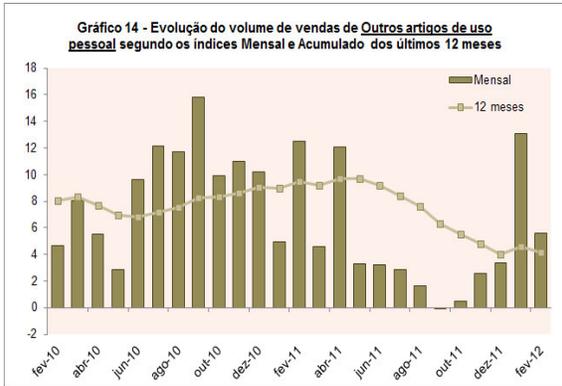
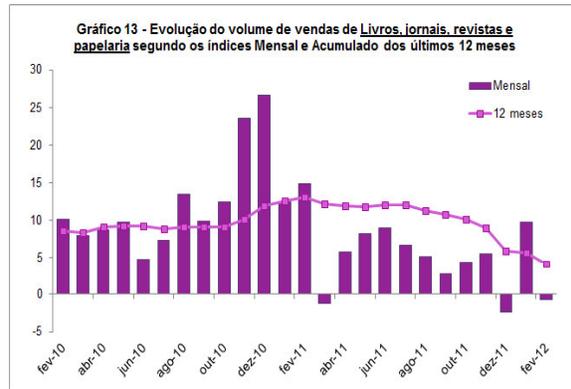
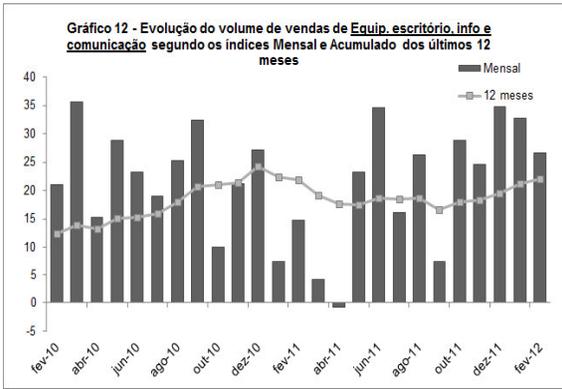
Em relação ao **varejo ampliado**, as maiores taxas de desempenho no volume de vendas ocorreram em Roraima (21,5%); Tocantins (11,9%); Mato Grosso (11,6%); Piauí (7,9%); Rondônia (6,3%) e Maranhão (6,2%). Em termos de impacto no resultado global do setor, os destaques foram os estados de São Paulo (4,7%); Paraná (5,3%); Minas Gerais (2,7%); Mato Grosso (11,6%) e Santa Catarina (2,6%).



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

Ainda por Unidades da Federação, os resultados com ajuste sazonal, para o volume de vendas, apontam para treze Estados com resultados positivos na comparação mês/mês anterior. As maiores variações foram em Alagoas (8,3%); Sergipe (4,9%); Amapá (5,0%); Tocantins (4,7%). As maiores quedas foram registradas em: Acre (-3,4%); Paraná (-3,2%); Rondônia (-3,1%) e Rio Grande do Sul (-1,8%).





PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Fev/2012

Unidade da Federação	Índice de volume (1)	Variação				
		Mensal (2)			Acumulada (3)	
		dez/11	jan/12	fev/12	no ano	12 Meses
Brasil	96,1	6,7	7,8	9,6	8,7	6,7
Rondônia	87,7	9,1	5,9	4,2	5,1	8,7
Acre	95,5	10,6	11,5	8,1	9,9	8,4
Amazonas	91,2	3,7	1,1	3,5	2,3	3,7
Roraima	115,3	16,0	23,7	35,9	29,4	12,4
Pará	91,0	8,9	9,1	10,3	9,7	8,1
Amapá	100,0	5,0	14,0	15,6	14,7	2,6
Tocantins	96,9	28,4	21,5	19,6	20,6	22,3
Maranhão	99,3	10,6	14,1	13,6	13,9	9,5
Piauí	99,4	3,6	9,8	13,3	11,5	5,9
Ceará	92,2	4,2	4,2	4,9	4,5	6,8
Rio G. do Norte	96,1	6,9	-1,2	5,7	2,1	5,5
Paraíba	96,5	18,0	11,5	8,3	9,9	12,1
Pernambuco	96,8	5,0	9,7	10,9	10,3	7,0
Alagoas	100,1	2,5	5,1	11,8	8,3	3,7
Sergipe	96,8	-2,8	0,6	10,2	5,0	0,8
Bahia	98,2	4,2	7,7	9,6	8,6	7,0
Minas Gerais	96,4	10,4	5,9	8,5	7,2	8,9
Espirito Santo	96,9	5,0	3,4	7,4	5,3	7,3
Rio de Janeiro	94,0	2,8	0,8	3,1	1,9	5,5
São Paulo	95,4	6,4	9,0	10,5	9,7	6,4
Paraná	99,9	12,8	16,4	15,9	16,1	8,8
Santa Catarina	102,9	10,3	11,1	16,2	13,5	7,8
Rio Grande do Sul	95,7	7,0	10,3	11,2	10,8	6,4
Mato Grosso do Sul	102,4	8,8	17,8	17,1	17,4	7,3
Mato Grosso	93,3	5,7	4,0	3,7	3,9	3,1
Goiás	93,3	6,4	4,2	6,6	5,3	6,4
Distrito Federal	94,0	3,5	1,7	3,7	2,7	3,4

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

(1) Base: 2011 = 100

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

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

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

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Fev/2012

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

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

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

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

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

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Fev/2012

Unidade da Federação	Móveis e eletrodomésticos			Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos			Livros, jornais, revistas e papelaria			Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação			Outros artigos de uso pessoal e doméstico		
	Mensal (1)	Acumulada (2)		Mensal (1)	Acumulada (2)		Mensal (1)	Acumulada (2)		Mensal (1)	Acumulada (2)		Mensal (1)	Acumulada (2)	
		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses
Brasil	13,4	13,2	15,5	9,5	9,0	9,3	-0,8	5,0	4,1	26,6	29,8	22,1	5,6	9,5	4,2
Ceará	21,7	18,9	16,2	10,6	12,8	16,6	-9,8	-3,8	0,1	-9,9	-4,5	17,8	-5,3	-4,2	-1,3
Pernambuco	17,2	17,7	23,1	23,2	31,8	15,7	-0,9	12,8	10,9	3,7	4,5	-16,3	13,1	11,0	9,4
Bahia	15,4	13,9	15,1	-0,6	0,4	8,0	-34,6	-28,5	5,0	4,5	-2,3	-25,9	3,4	6,4	4,9
Minas Gerais	21,9	24,1	28,5	12,1	9,1	7,6	12,0	12,0	7,1	8,7	5,8	10,5	14,7	15,2	10,7
Espirito Santo	-11,0	-10,4	3,8	5,2	8,1	19,0	-13,4	-5,0	8,4	0,6	22,3	5,4	23,2	22,4	17,6
Rio de Janeiro	6,6	13,0	17,5	4,3	6,3	6,1	-1,2	1,3	0,2	-4,9	12,9	4,5	-4,4	-1,3	4,7
São Paulo	10,2	7,7	12,8	11,2	7,7	8,4	4,5	13,7	7,3	50,6	51,0	35,3	5,1	12,0	1,7
Paraná	16,6	21,0	17,7	20,6	22,0	17,2	-5,4	7,3	0,0	-7,2	0,3	5,6	15,8	19,8	10,0
Santa Catarina	21,6	19,0	11,6	10,3	11,6	8,1	-2,8	5,9	2,5	38,1	34,1	26,1	26,0	27,1	9,6
Rio Grande do Sul	6,7	8,2	13,6	7,0	7,7	9,2	2,3	-0,3	-5,6	42,1	43,8	12,0	5,0	9,5	5,1
Goiás	15,0	12,9	8,2	8,5	10,4	13,0	14,4	35,6	20,4	-3,3	4,9	0,2	11,3	12,6	6,7
Distrito Federal	12,4	12,7	15,3	12,5	10,5	4,1	-8,7	6,8	-5,7	-10,8	-0,6	4,2	-5,8	-5,6	-1,6

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

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

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

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

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Fev/2012

Unidade da Federação	Comércio varejista												
	fev/11	mar/11	abr/11	mai/11	jun/11	jul/11	ago/11	set/11	out/11	nov/11	dez/11	jan/12	fev/12
Brasil	87,7	95,0	95,8	98,0	95,4	98,6	99,0	96,6	100,5	101,6	137,6	101,7	96,1
Rondônia	84,2	91,1	92,7	102,2	93,2	105,9	102,1	97,8	97,9	100,6	146,2	91,1	87,7
Acre	88,3	93,6	93,3	100,1	89,8	100,1	100,2	97,6	94,6	99,4	149,7	104,1	95,5
Amazonas	88,1	91,0	90,8	98,2	95,6	97,9	104,6	94,8	100,1	103,4	138,9	97,8	91,2
Roraima	84,9	95,3	92,0	94,5	93,4	97,8	104,1	105,3	102,7	105,5	129,8	117,2	115,3
Pará	82,5	89,0	92,6	96,5	94,0	98,4	101,4	96,5	102,9	98,6	155,9	99,9	91,0
Amapá	86,5	87,2	86,7	95,3	99,5	101,1	103,1	97,5	101,9	101,7	145,3	107,4	100,0
Tocantins	81,0	87,4	92,4	98,2	96,4	105,4	106,2	100,7	101,6	101,2	147,2	100,0	96,9
Maranhão	87,4	94,2	95,3	99,3	91,7	100,6	104,3	99,8	94,5	102,0	140,7	103,2	99,3
Piauí	87,8	92,8	91,2	99,5	97,0	103,4	102,7	97,1	95,0	100,2	137,5	105,3	99,4
Ceará	87,9	96,0	92,3	97,6	95,4	101,1	100,6	97,5	100,8	99,4	135,4	100,2	92,2
Rio G. do Norte	91,0	93,9	95,4	97,8	93,7	100,4	102,5	95,5	98,7	98,6	135,5	95,9	96,1
Paraíba	89,1	91,2	93,0	97,1	96,5	100,6	100,3	97,9	98,6	101,5	143,8	101,0	96,5
Pernambuco	87,3	91,6	94,7	96,9	95,0	99,8	99,4	96,0	100,5	104,0	140,0	103,9	96,8
Alagoas	89,5	93,6	94,3	99,1	93,5	97,6	98,7	93,6	97,5	101,1	143,1	103,4	100,1
Sergipe	87,8	92,9	93,5	97,6	95,8	96,9	98,6	94,5	99,9	101,9	137,5	103,7	96,8
Bahia	89,6	95,3	94,4	97,7	97,0	98,7	99,5	95,4	99,2	100,5	137,9	102,1	98,2
Minas Gerais	88,9	94,5	96,0	97,8	94,0	98,6	98,9	97,3	100,6	101,1	136,3	101,8	96,4
Espirito Santo	90,2	97,8	97,2	95,5	92,8	100,5	99,8	96,3	100,5	99,1	132,6	101,1	96,9
Rio de Janeiro	91,2	94,5	95,8	98,0	92,7	96,4	97,6	96,0	100,6	101,8	138,8	97,5	94,0
São Paulo	86,3	96,3	96,4	98,4	96,7	98,1	97,9	96,8	101,3	102,1	136,2	101,8	95,4
Paraná	86,3	93,6	97,1	97,4	94,8	99,8	100,8	98,4	99,5	101,1	137,7	109,0	99,9
Santa Catarina	88,6	97,4	94,8	92,9	93,1	99,2	99,9	97,2	99,3	102,4	137,6	108,5	102,9
Rio Grande do Sul	86,1	93,2	97,4	98,8	97,4	99,6	99,3	95,6	99,9	100,1	141,9	100,2	95,7
Mato Grosso do Sul	87,4	93,2	93,6	107,4	94,7	99,6	97,8	96,2	102,1	100,8	136,1	107,3	102,4
Mato Grosso	90,0	95,7	95,3	96,7	93,7	102,1	101,8	97,4	100,7	100,8	135,0	94,6	93,3
Goiás	87,6	94,5	94,7	98,6	94,8	99,8	100,1	96,3	100,6	99,1	135,6	102,6	93,3
Distrito Federal	90,6	94,0	96,0	98,4	94,6	98,7	98,9	93,8	99,0	105,0	134,7	97,9	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: Fev/2012

Unidade da Federação	Índice de receita(1)	Variação				
		Mensal (2)			Acumulada (3)	
		dez/11	jan/12	fev/12	no ano	12 Meses
Brasil	97,7	10,1	12,1	13,2	12,6	11,4
Rondônia	89,5	16,2	9,9	8,2	9,1	15,1
Acre	98,1	19,5	16,5	13,5	15,0	15,0
Amazonas	92,5	7,6	4,4	6,5	5,4	7,7
Roraima	116,9	17,5	26,1	38,6	32,0	12,8
Pará	92,6	11,9	13,1	13,6	13,4	12,0
Amapá	100,5	4,9	14,7	15,4	15,0	4,0
Tocantins	98,5	33,4	26,6	24,2	25,4	29,0
Maranhão	100,2	15,8	17,2	17,2	17,2	16,4
Piauí	100,8	5,7	12,0	17,5	14,6	11,1
Ceará	93,2	7,2	7,1	8,0	7,5	10,7
Rio G. do Norte	97,0	8,7	0,1	8,1	3,9	8,1
Paraíba	97,6	21,9	15,8	11,7	13,8	16,3
Pernambuco	97,9	8,8	14,0	14,9	14,5	11,2
Alagoas	101,4	6,9	9,3	16,6	12,8	8,4
Sergipe	98,5	1,2	4,9	14,9	9,5	4,8
Bahia	99,5	7,4	10,9	12,2	11,5	9,7
Minas Gerais	98,3	13,5	11,6	12,5	12,1	13,5
Espirito Santo	99,2	11,9	9,0	13,1	11,0	14,2
Rio de Janeiro	96,2	6,9	5,9	7,5	6,7	10,0
São Paulo	97,0	9,4	13,4	13,7	13,5	11,1
Paraná	101,0	16,8	19,9	19,3	19,6	14,8
Santa Catarina	104,5	13,7	14,4	19,6	16,9	13,7
Rio Grande do Sul	96,9	11,8	14,4	15,8	15,1	11,4
Mato Grosso do Sul	104,0	12,0	23,6	21,8	22,7	13,6
Mato Grosso	95,0	6,8	9,0	7,7	8,3	7,9
Goiás	94,9	8,5	9,3	10,1	9,7	10,7
Distrito Federal	95,3	4,9	4,5	6,2	5,4	6,7

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

(1) Base: 2011 = 100

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

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

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

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Fev/2012

Unidade da Federação	Comércio Varejista			Combustíveis e lubrificantes			Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo						Tecidos, vestuário e calçados		
	Mensal (1)	Acumulada (2)		Mensal (1)	Acumulada (2)		Total			Hipermercados e Supermercados			Mensal (1)	Acumulada (2)	
		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses	Mensal (1)	Acumulada (2)		Mensal (1)	Acumulada (2)			no ano	12 Meses
								no ano	12 Meses		no ano	12 Meses			
Brasil	13,2	12,6	11,4	7,7	5,9	9,0	17,9	16,1	12,3	18,2	16,4	12,3	2,5	5,1	10,1
Ceará	8,0	7,5	10,7	16,6	14,2	4,2	6,5	5,0	12,0	8,4	5,4	11,8	-7,9	-0,5	6,5
Pernambuco	14,9	14,5	11,2	2,0	6,5	15,0	19,4	15,5	5,7	20,4	16,6	5,5	12,9	17,0	15,6
Bahia	12,2	11,5	9,7	12,9	10,1	7,4	19,3	16,2	8,7	16,3	13,7	8,1	0,3	10,0	12,8
Minas Gerais	12,5	12,1	13,5	5,1	9,5	11,6	14,3	12,1	12,7	14,4	12,3	12,7	2,0	4,7	10,7
Espírito Santo	13,1	11,0	14,2	7,3	4,1	11,4	20,1	16,1	14,2	20,3	16,2	14,5	10,2	8,1	17,3
Rio de Janeiro	7,5	6,7	10,0	9,1	6,6	8,7	11,1	7,1	9,9	12,2	7,9	10,1	5,0	6,3	12,1
São Paulo	13,7	13,5	11,1	3,1	-0,8	8,6	19,4	18,5	12,9	19,3	18,7	12,8	0,4	2,6	9,1
Paraná	19,3	19,6	14,8	8,0	4,6	4,6	27,9	27,7	16,9	28,7	28,4	17,0	1,0	1,3	6,6
Santa Catarina	19,6	16,9	13,7	10,4	5,7	10,2	23,9	20,2	15,6	24,7	20,5	15,5	5,0	5,8	13,1
Rio Grande do Sul	15,8	15,1	11,4	5,3	4,9	10,1	25,0	22,4	10,9	25,4	22,8	10,9	-2,9	1,4	15,2
Goiás	10,1	9,7	10,7	-4,6	-3,9	7,8	14,4	13,3	14,9	14,7	13,7	15,0	-0,1	0,6	11,4
Distrito Federal	6,2	5,4	6,7	9,4	8,1	12,0	6,3	3,8	4,9	6,3	3,8	4,8	-8,8	-1,9	0,2

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

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

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

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

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Fev/2012

Unidade da Federação	Móveis e eletrodomésticos			Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos			Livros, jornais, revistas e papelaria			Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação			Outros artigos de uso pessoal e doméstico		
	Mensal (1)	Acumulada (2)		Mensal (1)	Acumulada (2)		Mensal (1)	Acumulada (2)		Mensal (1)	Acumulada (2)		Mensal (1)	Acumulada (2)	
		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses			
Brasil	9,8	10,3	11,8	13,2	12,3	13,6	2,1	8,5	8,8	12,6	15,3	5,6	8,4	12,6	9,9
Ceará	17,9	16,1	13,2	12,6	15,2	20,6	-8,0	-1,9	3,0	-20,0	-14,2	-1,9	-1,2	0,1	7,3
Pernambuco	13,8	12,8	17,7	25,6	34,9	19,5	-0,8	13,2	13,3	-1,6	-0,3	-23,6	16,8	15,0	16,5
Bahia	14,7	13,7	13,3	1,6	1,8	10,7	-33,9	-27,4	4,1	0,5	-6,0	-33,9	6,9	10,6	12,0
Minas Gerais	15,4	18,9	20,8	15,0	11,7	12,4	13,9	14,5	11,6	-2,1	-1,9	-4,4	18,1	18,5	16,9
Espirito Santo	-6,7	-6,0	6,2	6,8	9,6	23,2	-11,0	-2,3	13,8	-6,2	13,8	-3,2	26,9	26,1	22,6
Rio de Janeiro	4,1	9,7	11,7	6,4	8,3	10,0	1,9	4,6	5,5	-11,1	4,7	-4,0	-0,9	2,2	8,8
São Paulo	5,4	4,7	8,7	16,1	11,8	12,9	7,1	16,6	12,6	33,1	32,9	15,0	7,8	15,1	6,3
Paraná	8,8	14,0	17,0	25,3	26,3	24,2	-4,3	8,9	4,2	-17,4	-11,8	-6,1	18,0	22,6	18,3
Santa Catarina	13,5	11,6	8,6	14,3	15,2	14,5	-1,6	7,6	6,6	24,4	19,2	12,3	27,4	29,1	17,6
Rio Grande do Sul	4,6	5,4	11,2	12,2	11,9	14,5	6,3	3,5	-1,9	28,9	28,1	-1,5	8,1	13,3	11,3
Goiás	13,6	11,2	2,9	11,0	12,2	15,2	17,3	39,1	23,5	-9,4	-2,9	-7,3	15,6	17,2	13,6
Distrito Federal	11,2	10,7	10,1	16,5	14,4	9,6	-7,3	8,9	-1,7	-16,8	-9,3	-9,0	-1,8	-1,7	4,6

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

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

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

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

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Fev/2012

Unidade da Federação	Comércio varejista												
	fev/11	mar/11	abr/11	mai/11	jun/11	jul/11	ago/11	set/11	out/11	nov/11	dez/11	jan/12	fev/12
Brasil	86,3	94,1	96,4	97,9	95,2	98,7	99,4	97,1	101,4	102,4	139,0	103,3	97,7
Rondônia	82,7	89,2	91,5	101,4	93,7	105,6	102,1	97,8	99,6	102,2	150,1	92,6	89,5
Acre	86,5	92,0	92,2	99,1	90,0	100,0	100,2	97,2	96,1	101,4	153,9	106,5	98,1
Amazonas	86,8	90,2	90,9	97,7	95,1	97,5	103,4	95,2	101,4	104,7	142,2	99,2	92,5
Roraima	84,3	94,0	92,7	94,8	92,8	97,9	104,3	105,0	103,5	105,3	131,3	118,7	116,9
Pará	81,5	88,4	92,7	96,2	93,7	98,6	101,1	96,4	103,8	99,9	157,9	101,7	92,6
Amapá	87,1	87,0	87,4	95,4	99,0	101,5	103,2	97,6	102,5	101,4	144,0	107,9	100,5
Tocantins	79,3	86,7	93,5	98,7	95,9	105,0	106,0	100,6	102,0	102,9	149,2	101,8	98,5
Maranhão	85,5	92,9	94,6	98,2	91,4	100,2	104,4	100,2	95,6	103,4	145,0	103,7	100,2
Piauí	85,7	92,1	91,3	99,2	96,6	103,6	102,8	96,8	95,6	100,4	141,2	106,3	100,8
Ceará	86,3	93,8	92,5	96,9	95,1	101,3	100,6	96,5	101,0	101,2	140,6	101,0	93,2
Rio G. do Norte	89,7	93,5	96,2	96,4	93,6	100,2	99,8	94,8	98,9	99,9	140,7	96,4	97,0
Paraíba	87,3	90,4	93,2	96,4	97,3	99,9	100,4	98,4	99,5	102,9	146,5	101,8	97,6
Pernambuco	85,2	89,9	94,4	96,4	96,2	99,6	99,9	96,6	100,9	104,9	144,1	104,8	97,9
Alagoas	87,0	91,9	94,0	98,4	94,4	97,1	99,0	94,4	98,5	103,0	146,9	104,4	101,4
Sergipe	85,7	91,2	93,9	97,6	97,0	96,5	99,1	95,3	100,3	102,5	140,8	105,1	98,5
Bahia	88,7	94,3	95,8	97,3	97,1	98,4	99,8	95,9	99,3	100,1	140,1	103,5	99,5
Minas Gerais	87,4	94,3	96,8	97,9	94,6	98,6	99,5	98,4	101,7	101,5	136,7	103,5	98,3
Espirito Santo	87,7	96,0	96,5	95,8	92,7	99,9	100,5	97,2	101,7	100,6	136,6	103,4	99,2
Rio de Janeiro	89,5	93,8	95,8	97,9	93,3	96,3	97,8	96,3	101,5	102,2	141,5	99,7	96,2
São Paulo	85,3	95,2	97,1	98,5	95,9	98,5	98,9	97,5	102,2	103,2	136,4	103,5	97,0
Paraná	84,6	92,7	98,0	97,0	94,7	99,5	100,2	98,4	100,8	102,1	140,2	110,1	101,0
Santa Catarina	87,4	97,4	96,5	94,0	92,9	98,9	99,1	97,1	100,3	102,4	137,8	110,1	104,5
Rio Grande do Sul	83,7	91,9	98,7	99,0	97,4	99,3	98,7	95,6	101,2	102,4	143,8	101,0	96,9
Mato Grosso do Sul	85,3	93,3	94,9	105,4	94,9	99,5	98,2	96,3	102,8	102,2	138,4	109,6	104,0
Mato Grosso	88,2	95,7	97,1	97,9	93,4	102,9	101,8	96,6	100,7	100,3	136,3	97,2	95,0
Goiás	86,2	94,0	96,1	98,8	95,0	99,7	100,5	96,7	101,1	100,1	136,0	104,9	94,9
Distrito Federal	89,7	94,3	97,6	98,2	94,7	100,0	99,8	94,8	101,0	102,1	132,7	99,2	95,3

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

(1) Base: 2011 = 100

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Fev/2012

Unidade da Federação	Índice de volume (2)	Variação				
		Mensal (3)			Acumulada (4)	
		dez/11	jan/12	fev/12	no ano	12 Meses
Brasil	92,9	4,3	8,3	2,5	5,4	5,5
Rondônia	87,0	3,8	6,1	6,3	6,2	5,8
Acre	88,2	1,1	8,5	-3,6	2,3	4,3
Amazonas	89,4	3,8	-1,0	-0,9	-0,9	1,4
Roraima	105,0	13,7	13,5	21,5	17,4	9,6
Pará	92,3	4,0	9,9	5,2	7,6	5,6
Amapá	94,8	-7,2	2,6	4,1	3,3	-5,3
Tocantins	95,7	26,9	5,6	11,9	8,5	16,8
Maranhão	94,8	9,6	15,5	6,2	10,9	9,1
Piauí	96,4	9,2	11,8	7,9	9,9	5,2
Ceará	89,5	2,6	9,4	-3,1	3,1	6,5
Rio G. do Norte	92,8	4,0	2,8	-1,0	0,9	3,2
Paraíba	93,3	10,0	8,0	0,6	4,3	7,2
Pernambuco	93,3	3,1	7,6	2,1	5,0	4,6
Alagoas	96,1	-3,8	6,5	2,1	4,3	2,0
Sergipe	96,1	-3,8	4,9	3,6	4,2	-0,6
Bahia	95,9	2,1	8,0	3,0	5,5	3,8
Minas Gerais	93,4	4,8	3,3	2,7	3,0	6,7
Espirito Santo	94,2	3,7	3,1	-4,1	-0,5	10,1
Rio de Janeiro	90,5	1,6	1,2	-4,2	-1,5	4,2
São Paulo	93,3	4,7	10,7	4,7	7,7	5,5
Paraná	94,7	10,3	16,1	5,3	10,7	8,5
Santa Catarina	93,9	4,2	6,0	2,6	4,3	6,7
Rio Grande do Sul	89,8	4,7	9,8	1,5	5,7	5,1
Mato Grosso do Sul	94,2	1,7	9,4	4,0	6,7	3,1
Mato Grosso	96,0	11,2	4,9	11,6	8,1	7,6
Goiás	91,7	0,5	11,4	0,2	5,9	6,0
Distrito Federal	91,5	-1,1	3,9	-3,1	0,4	0,6

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

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

(2) Base: 2011 = 100

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

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

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

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Fev/2012

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

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

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

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

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

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

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Fev/2012

Unidade da Federação	Móveis e eletrodomésticos			Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos			Livros, jornais, revistas e papelaria			Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação			Outros artigos de uso pessoal e doméstico		
	Mensal (2)	Acumulada (3)		Mensal (2)	Acumulada (3)		Mensal (2)	Acumulada (3)		Mensal (2)	Acumulada (3)		Mensal (2)	Acumulada (3)	
		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses			
Brasil	13,4	13,2	15,5	9,5	9,0	9,3	-0,8	5,0	4,1	26,6	29,8	22,1	5,6	9,5	4,2
Ceará	21,7	18,9	16,2	10,6	12,8	16,6	-9,8	-3,8	0,1	-9,9	-4,5	17,8	-5,3	-4,2	-1,3
Pernambuco	17,2	17,7	23,1	23,2	31,8	15,7	-0,9	12,8	10,9	3,7	4,5	-16,3	13,1	11,0	9,4
Bahia	15,4	13,9	15,1	-0,6	0,4	8,0	-34,6	-28,5	5,0	4,5	-2,3	-25,9	3,4	6,4	4,9
Minas Gerais	21,9	24,1	28,5	12,1	9,1	7,6	12,0	12,0	7,1	8,7	5,8	10,5	14,7	15,2	10,7
Espirito Santo	-11,0	-10,4	3,8	5,2	8,1	19,0	-13,4	-5,0	8,4	0,6	22,3	5,4	23,2	22,4	17,6
Rio de Janeiro	6,6	13,0	17,5	4,3	6,3	6,1	-1,2	1,3	0,2	-4,9	12,9	4,5	-4,4	-1,3	4,7
São Paulo	10,2	7,7	12,8	11,2	7,7	8,4	4,5	13,7	7,3	50,6	51,0	35,3	5,1	12,0	1,7
Paraná	16,6	21,0	17,7	20,6	22,0	17,2	-5,4	7,3	0,0	-7,2	0,3	5,6	15,8	19,8	10,0
Santa Catarina	21,6	19,0	11,6	10,3	11,6	8,1	-2,8	5,9	2,5	38,1	34,1	26,1	26,0	27,1	9,6
Rio Grande do Sul	6,7	8,2	13,6	7,0	7,7	9,2	2,3	-0,3	-5,6	42,1	43,8	12,0	5,0	9,5	5,1
Goiás	15,0	12,9	8,2	8,5	10,4	13,0	14,4	35,6	20,4	-3,3	4,9	0,2	11,3	12,6	6,7
Distrito Federal	12,4	12,7	15,3	12,5	10,5	4,1	-8,7	6,8	-5,7	-10,8	-0,6	4,2	-5,8	-5,6	-1,6

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

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

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

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

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

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: **Fev/2012**

Unidade da Federação	Veículos, motocicletas, partes e peças			Material de construção		
	Mensal (2)	Acumulada (3)		Mensal (2)	Acumulada (3)	
		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses
Brasil	-10,0	-1,5	3,0	8,4	11,5	8,3
Ceará	-15,9	-0,7	6,4	-3,1	9,1	3,5
Pernambuco	-13,5	-6,0	-0,5	7,4	13,7	9,4
Bahia	-10,0	-0,8	-3,3	-4,0	0,4	-0,5
Minas Gerais	-5,9	-3,3	2,9	-4,0	-0,4	6,2
Espirito Santo	-13,5	-5,9	12,0	21,0	14,5	10,5
Rio de Janeiro	-20,7	-11,0	-1,0	-4,7	1,9	11,7
São Paulo	-7,5	1,1	3,4	19,1	22,9	7,7
Paraná	-7,8	3,4	7,6	6,9	9,7	11,6
Santa Catarina	-17,0	-10,1	4,2	26,3	20,9	13,2
Rio Grande do Sul	-15,3	-2,8	0,6	1,8	2,8	13,2
Goíás	-6,1	6,3	5,4	2,9	9,6	8,7
Distrito Federal	-14,4	-3,2	-5,0	-1,7	-0,6	5,6

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

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

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

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

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

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Fev/2012

Unidade da Federação	Comércio Varejista Ampliado												
	fev/11	mar/11	abr/11	mai/11	jun/11	jul/11	ago/11	set/11	out/11	nov/11	dez/11	jan/12	fev/12
Brasil	90,6	96,9	95,0	101,2	96,9	99,2	101,4	98,7	99,1	102,8	126,0	99,9	92,9
Rondônia	81,8	89,3	90,3	98,6	92,0	107,4	111,8	104,8	104,4	105,3	129,8	89,7	87,0
Acre	91,5	98,2	95,2	101,1	90,9	99,7	105,2	102,7	95,6	97,7	133,9	96,0	88,2
Amazonas	90,2	94,1	91,3	100,1	97,6	100,9	106,2	95,0	97,4	106,0	126,3	94,0	89,4
Roraima	86,4	102,2	91,8	95,4	90,4	94,9	109,1	105,6	103,7	102,5	124,6	106,2	105,0
Pará	87,7	93,4	91,3	98,9	97,9	99,2	102,8	99,1	100,1	99,0	140,2	99,4	92,3
Amapá	91,0	92,6	90,9	97,2	100,2	102,4	107,9	95,3	96,7	99,2	126,0	103,2	94,8
Tocantins	85,5	90,7	89,9	97,2	99,4	105,1	105,3	98,7	94,9	102,4	132,7	103,4	95,7
Maranhão	89,3	93,0	99,3	100,9	94,6	101,6	107,1	99,9	94,2	101,0	130,6	102,4	94,8
Piauí	89,3	92,5	88,8	98,0	98,5	101,3	103,8	100,0	93,0	104,2	139,0	102,4	96,4
Ceará	92,4	94,9	92,1	99,7	96,5	101,1	103,6	101,9	98,7	101,0	125,3	101,4	89,5
Rio G. do Norte	93,7	94,1	92,6	98,1	94,0	100,1	103,8	97,6	97,9	99,7	130,0	100,0	92,8
Paraíba	92,8	93,2	92,0	98,6	94,5	99,5	102,8	101,6	97,1	103,3	132,8	99,3	93,3
Pernambuco	91,4	92,5	92,9	99,6	93,2	99,8	102,9	100,5	99,3	102,6	128,8	103,8	93,3
Alagoas	94,2	96,7	92,8	98,9	91,2	97,2	102,5	95,9	97,4	103,4	134,4	101,6	96,1
Sergipe	92,8	97,5	92,1	99,7	94,2	95,6	98,1	96,4	100,4	103,1	133,5	101,3	96,1
Bahia	93,2	96,5	94,2	101,2	95,8	99,7	100,6	96,0	96,7	100,1	130,4	103,3	95,9
Minas Gerais	91,0	96,1	94,5	101,1	97,0	101,1	100,8	99,5	98,5	100,8	124,3	98,5	93,4
Espirito Santo	98,2	109,0	107,0	116,6	100,7	90,7	92,1	92,7	87,4	91,0	117,6	100,1	94,2
Rio de Janeiro	94,5	94,3	95,4	99,4	94,8	97,9	99,4	96,9	98,6	102,1	129,2	98,8	90,5
São Paulo	89,1	97,5	95,0	102,1	97,7	99,1	101,8	99,5	100,9	104,7	122,5	99,8	93,3
Paraná	89,9	96,4	95,5	100,2	96,3	99,8	102,5	99,1	97,8	103,6	130,2	103,1	94,7
Santa Catarina	91,6	100,2	96,1	98,4	96,4	100,8	99,5	99,8	96,9	100,9	127,5	97,7	93,9
Rio Grande do Sul	88,4	97,2	94,4	99,7	98,5	98,1	101,0	96,5	100,1	103,2	133,9	97,7	89,8
Mato Grosso do Sul	90,6	94,2	93,7	108,6	97,9	98,8	100,2	98,2	99,4	102,0	126,0	98,8	94,2
Mato Grosso	86,1	96,5	90,2	97,4	93,5	100,3	103,8	100,4	103,0	103,2	130,4	100,1	96,0
Goiás	91,6	100,6	98,0	102,0	99,0	98,0	103,6	99,0	96,8	99,6	118,3	104,3	91,7
Distrito Federal	94,4	96,4	95,9	99,3	94,8	99,4	99,9	97,4	99,7	104,8	122,9	98,9	91,5

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 de Base Fixa: 2011 = 100

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Fev/2012

Unidade da Federação	Índice de receita (2)	Variação				
		Mensal (3)			Acumulada (4)	
		dez/11	jan/12	fev/12	no ano	12 Meses
Brasil	93,9	6,4	10,6	4,8	7,7	8,2
Rondônia	88,4	14,1	14,8	6,7	10,7	15,4
Acre	89,9	6,2	10,7	0,4	5,5	8,0
Amazonas	90,5	5,9	1,4	1,6	1,5	4,8
Roraima	106,4	14,8	14,0	22,6	18,1	8,9
Pará	93,7	5,9	12,4	8,1	10,3	7,8
Amapá	95,5	-6,8	1,8	4,1	2,9	-5,2
Tocantins	96,1	29,6	8,3	14,2	11,0	20,0
Maranhão	95,5	13,4	16,9	8,7	12,8	13,2
Piauí	97,4	9,3	12,4	10,3	11,4	7,5
Ceará	90,2	3,4	10,4	-1,5	4,5	7,9
Rio G. do Norte	93,6	5,1	2,1	0,7	1,4	4,5
Paraíba	94,2	12,4	10,6	2,9	6,7	9,3
Pernambuco	94,2	5,9	10,5	4,9	7,8	7,3
Alagoas	97,2	-1,2	8,9	5,1	7,1	4,6
Sergipe	97,5	-1,4	7,5	6,8	7,1	1,7
Bahia	96,8	4,6	9,9	4,7	7,4	6,0
Minas Gerais	94,5	7,2	6,6	5,0	5,8	9,5
Espirito Santo	95,4	6,7	5,4	-1,2	2,1	12,5
Rio de Janeiro	92,0	4,9	4,9	-0,9	2,0	7,5
São Paulo	94,4	6,3	13,1	7,2	10,2	8,1
Paraná	95,4	11,9	17,0	6,7	11,8	11,1
Santa Catarina	94,8	6,0	6,9	4,3	5,6	9,1
Rio Grande do Sul	90,3	8,1	11,7	3,6	7,7	8,8
Mato Grosso do Sul	95,1	4,4	12,3	6,6	9,4	7,0
Mato Grosso	97,0	10,6	8,8	13,0	10,8	10,1
Goiás	92,3	2,2	13,6	1,9	7,8	8,1
Distrito Federal	92,4	0,3	5,7	-1,3	2,2	3,0

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: 2011 = 100

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

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

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

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Fev/2012

Unidade da Federação	Comércio Varejista Ampliado			Combustíveis e lubrificantes			Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo						Tecidos, vestuário e calçados		
	Mensal (2)	Acumulada (2)		Mensal (2)	Acumulada (2)		Total			Hipermercados e Supermercados			Mensal (2)	Acumulada (2)	
		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses	Mensal (2)	no ano	12 Meses	Mensal (2)	no ano	12 Meses		no ano	12 Meses
Brasil	4,8	7,7	8,2	7,7	5,9	9,0	17,9	16,1	12,3	18,2	16,4	12,3	2,5	5,1	10,1
Ceará	-1,5	4,5	7,9	16,6	14,2	4,2	6,5	5,0	12,0	8,4	5,4	11,8	-7,9	-0,5	6,5
Pernambuco	4,9	7,8	7,3	2,0	6,5	15,0	19,4	15,5	5,7	20,4	16,6	5,5	12,9	17,0	15,6
Bahia	4,7	7,4	6,0	12,9	10,1	7,4	19,3	16,2	8,7	16,3	13,7	8,1	0,3	10,0	12,8
Minas Gerais	5,0	5,8	9,5	5,1	9,5	11,6	14,3	12,1	12,7	14,4	12,3	12,7	2,0	4,7	10,7
Espirito Santo	-1,2	2,1	12,5	7,3	4,1	11,4	20,1	16,1	14,2	20,3	16,2	14,5	10,2	8,1	17,3
Rio de Janeiro	-0,9	2,0	7,5	9,1	6,6	8,7	11,1	7,1	9,9	12,2	7,9	10,1	5,0	6,3	12,1
São Paulo	7,2	10,2	8,1	3,1	-0,8	8,6	19,4	18,5	12,9	19,3	18,7	12,8	0,4	2,6	9,1
Paraná	6,7	11,8	11,1	8,0	4,6	4,6	27,9	27,7	16,9	28,7	28,4	17,0	1,0	1,3	6,6
Santa Catarina	4,3	5,6	9,1	10,4	5,7	10,2	23,9	20,2	15,6	24,7	20,5	15,5	5,0	5,8	13,1
Rio Grande do Sul	3,6	7,7	8,8	5,3	4,9	10,1	25,0	22,4	10,9	25,4	22,8	10,9	-2,9	1,4	15,2
Goias	1,9	7,8	8,1	-4,6	-3,9	7,8	14,4	13,3	14,9	14,7	13,7	15,0	-0,1	0,6	11,4
Distrito Federal	-1,3	2,2	3,0	9,4	8,1	12,0	6,3	3,8	4,9	6,3	3,8	4,8	-8,8	-1,9	0,2

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

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

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

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

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

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Fev/2012

Unidade da Federação	Móveis e eletrodomésticos			Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos			Livros, jornais, revistas e papelaria			Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação			Outros artigos de uso pessoal e doméstico		
	Mensal (2)	Acumulada (3)		Mensal (2)	Acumulada (3)		Mensal (2)	Acumulada (3)		Mensal (2)	Acumulada (3)		Mensal (2)	Acumulada (3)	
		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses			
Brasil	9,8	10,3	11,8	13,2	12,3	13,6	2,1	8,5	8,8	12,6	15,3	5,6	8,4	12,6	9,9
Ceará	17,9	16,1	13,2	12,6	15,2	20,6	-8,0	-1,9	3,0	-20,0	-14,2	-1,9	-1,2	0,1	7,3
Pernambuco	13,8	12,8	17,7	25,6	34,9	19,5	-0,8	13,2	13,3	-1,6	-0,3	-23,6	16,8	15,0	16,5
Bahia	14,7	13,7	13,3	1,6	1,8	10,7	-33,9	-27,4	4,1	0,5	-6,0	-33,9	6,9	10,6	12,0
Minas Gerais	15,4	18,9	20,8	15,0	11,7	12,4	13,9	14,5	11,6	-2,1	-1,9	-4,4	18,1	18,5	16,9
Espirito Santo	-6,7	-6,0	6,2	6,8	9,6	23,2	-11,0	-2,3	13,8	-6,2	13,8	-3,2	26,9	26,1	22,6
Rio de Janeiro	4,1	9,7	11,7	6,4	8,3	10,0	1,9	4,6	5,5	-11,1	4,7	-4,0	-0,9	2,2	8,8
São Paulo	5,4	4,7	8,7	16,1	11,8	12,9	7,1	16,6	12,6	33,1	32,9	15,0	7,8	15,1	6,3
Paraná	8,8	14,0	17,0	25,3	26,3	24,2	-4,3	8,9	4,2	-17,4	-11,8	-6,1	18,0	22,6	18,3
Santa Catarina	13,5	11,6	8,6	14,3	15,2	14,5	-1,6	7,6	6,6	24,4	19,2	12,3	27,4	29,1	17,6
Rio Grande do Sul	4,6	5,4	11,2	12,2	11,9	14,5	6,3	3,5	-1,9	28,9	28,1	-1,5	8,1	13,3	11,3
Goiás	13,6	11,2	2,9	11,0	12,2	15,2	17,3	39,1	23,5	-9,4	-2,9	-7,3	15,6	17,2	13,6
Distrito Federal	11,2	10,7	10,1	16,5	14,4	9,6	-7,3	8,9	-1,7	-16,8	-9,3	-9,0	-1,8	-1,7	4,6

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

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

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

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

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

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: **Fev/2012**

Unidade da Federação	Veículos, motocicletas, partes e peças			Material de construção		
	Mensal (2)	Acumulada (3)		Mensal (2)	Acumulada (3)	
		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses
Brasil	-11,1	-2,6	1,4	10,7	13,9	11,7
Ceará	-17,3	-2,3	3,0	-1,0	10,9	6,8
Pernambuco	-13,2	-5,8	-1,5	7,6	14,6	13,0
Bahia	-10,9	-2,0	-3,0	-2,2	2,6	2,7
Minas Gerais	-7,1	-4,4	1,2	-1,7	1,7	9,9
Espirito Santo	-13,3	-6,0	10,9	23,2	16,6	13,4
Rio de Janeiro	-21,1	-11,6	-2,8	-1,5	5,4	16,8
São Paulo	-8,0	0,1	1,6	21,3	25,1	10,4
Paraná	-10,5	0,8	4,9	10,6	13,3	15,7
Santa Catarina	-18,5	-11,8	1,3	27,3	21,9	15,6
Rio Grande do Sul	-16,6	-3,8	1,0	2,6	3,8	16,5
Goiás	-7,9	4,3	4,1	8,4	16,0	14,6
Distrito Federal	-15,1	-4,0	-5,8	1,8	3,1	10,4

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

Mês: Fev/2012

Unidade da Federação	Comércio varejista ampliado												
	fev/11	mar/11	abr/11	mai/11	jun/11	jul/11	ago/11	set/11	out/11	nov/11	dez/11	jan/12	fev/12
Brasil	89,6	96,2	95,5	101,0	96,7	99,2	101,5	98,9	99,9	103,1	127,0	101,0	93,9
Rondônia	82,9	88,8	91,0	98,9	92,5	105,3	109,2	104,1	105,4	106,3	136,3	91,2	88,4
Acre	89,6	96,8	91,5	100,2	91,5	100,6	103,4	102,9	96,5	99,2	139,4	97,9	89,9
Amazonas	89,1	93,1	91,1	99,6	96,6	99,8	104,3	95,8	98,9	107,2	130,3	95,4	90,5
Roraima	86,8	98,4	93,1	96,4	90,0	94,5	107,7	104,4	103,4	103,0	127,8	107,6	106,4
Pará	86,7	92,4	92,2	98,2	96,7	98,3	101,7	97,9	100,4	100,2	145,3	101,1	93,7
Amapá	91,8	91,1	90,4	96,7	99,1	101,8	105,6	94,9	97,9	99,8	128,6	104,3	95,5
Tocantins	84,1	90,1	90,5	97,9	98,8	105,2	105,6	98,5	95,9	103,0	134,2	104,1	96,1
Maranhão	87,8	92,2	98,0	99,9	94,2	101,1	106,7	100,0	95,2	103,0	134,1	102,8	95,5
Piauí	88,3	92,7	89,5	98,0	98,3	101,8	103,5	98,9	93,3	104,2	139,8	103,2	97,4
Ceará	91,6	94,0	92,4	99,2	96,3	101,0	103,7	101,1	98,6	101,8	128,0	101,9	90,2
Rio G. do Norte	93,0	94,0	93,4	96,7	93,7	99,7	101,6	96,8	98,0	100,8	134,1	100,4	93,6
Paraíba	91,6	92,5	92,1	97,5	95,4	99,0	102,7	101,6	98,3	104,2	134,6	100,1	94,2
Pernambuco	89,8	91,6	92,9	98,9	94,3	99,7	103,2	100,6	99,7	103,1	131,6	104,5	94,2
Alagoas	92,4	96,0	92,7	98,5	91,9	96,7	102,8	97,2	98,0	103,8	136,1	102,4	97,2
Sergipe	91,4	96,3	92,8	99,4	95,1	95,4	98,5	96,8	100,7	103,3	135,1	102,5	97,5
Bahia	92,4	95,9	95,2	100,8	96,0	99,5	100,8	96,4	96,8	99,7	131,7	104,3	96,8
Minas Gerais	90,0	96,0	95,4	100,9	97,1	100,7	101,0	100,0	99,6	101,0	125,0	99,5	94,5
Espírito Santo	96,6	107,4	106,1	114,9	100,3	91,5	93,5	93,4	89,2	92,1	119,3	100,9	95,4
Rio de Janeiro	92,9	93,9	95,5	99,2	95,2	97,8	99,6	97,1	99,4	102,4	131,6	100,2	92,0
São Paulo	88,1	96,6	95,4	102,0	97,4	99,6	102,3	100,0	101,5	105,0	122,8	101,0	94,4
Paraná	89,4	96,4	96,4	99,9	96,0	99,1	101,6	98,7	99,0	103,6	131,0	103,9	95,4
Santa Catarina	90,9	100,5	97,1	98,7	95,8	99,9	99,0	99,0	98,1	101,1	127,5	98,9	94,8
Rio Grande do Sul	87,1	96,3	95,5	99,7	98,3	97,7	100,4	96,7	101,2	104,4	134,8	98,3	90,3
Mato Grosso do Sul	89,2	94,0	94,4	107,1	97,5	99,5	100,4	98,4	100,4	102,6	127,3	100,2	95,1
Mato Grosso	85,8	96,5	91,8	98,4	93,7	101,3	104,1	100,2	102,9	102,3	129,4	101,8	97,0
Goiás	90,6	99,7	98,5	102,2	98,2	98,5	103,8	99,3	97,6	100,0	118,9	105,4	92,3
Distrito Federal	93,6	96,5	97,0	99,4	94,9	100,1	100,6	97,7	100,8	102,8	122,1	100,0	92,4

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

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

Índice 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: Fevereiro 2012

Unidade da Federação	Índice de Base Fixa (1)			Variação mês/mês anterior		
	dez/11	jan/12	fev/12	dez/11	jan/12	fev/12
Brasil	102,76	106,12	105,61	0,5	3,3	-0,5
Rondônia	102,09	103,97	100,72	1,3	1,8	-3,1
Acre	109,60	111,00	107,21	8,7	1,3	-3,4
Amazonas	101,61	102,11	104,81	-1,0	0,5	2,6
Roraima	107,51	125,77	128,33	2,7	17,0	2,0
Pará	103,39	106,96	105,41	1,5	3,5	-1,4
Amapá	104,36	111,03	116,55	2,3	6,4	5,0
Tocantins	113,64	107,21	112,28	7,3	-5,7	4,7
Maranhão	105,32	108,55	110,53	1,0	3,1	1,8
Piauí	101,84	107,14	109,01	-0,9	5,2	1,7
Ceará	100,82	102,19	101,89	1,2	1,4	-0,3
Rio G. do Norte	100,89	100,48	103,30	-0,2	-0,4	2,8
Paraíba	104,47	106,87	108,40	1,0	2,3	1,4
Pernambuco	102,15	106,98	106,76	-0,2	4,7	-0,2
Alagoas	102,74	104,33	112,98	1,3	1,5	8,3
Sergipe	101,10	101,86	106,88	-1,1	0,8	4,9
Bahia	101,58	106,73	106,05	0,7	5,1	-0,6
Minas Gerais	104,31	104,70	105,18	1,3	0,4	0,5
Espirito Santo	99,93	102,20	102,05	-0,9	2,3	-0,1
Rio de Janeiro	100,86	99,37	103,84	-1,2	-1,5	4,5
São Paulo	102,60	107,11	105,63	0,3	4,4	-1,4
Paraná	104,35	113,41	109,77	1,1	8,7	-3,2
Santa Catarina	103,99	107,80	106,83	1,2	3,7	-0,9
Rio Grande do Sul	103,57	108,55	106,60	1,1	4,8	-1,8
Mato Grosso do Sul	106,02	112,44	111,42	1,6	6,1	-0,9
Mato Grosso	103,67	102,48	103,78	-0,2	-1,1	1,3
Goiás	103,26	104,01	103,70	1,7	0,7	-0,3
Distrito Federal	101,71	102,12	101,92	-0,5	0,4	-0,2

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

(1) Base: 2011 = 100

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

Mês: Fevereiro 2012

Unidade da Federação	Índice de Base Fixa (1)			Variação mês/mês anterior		
	dez/11	jan/12	fev/12	dez/11	jan/12	fev/12
Brasil	103,88	108,05	107,25	0,4	4,0	-0,7
Rondônia	103,90	106,28	102,41	1,8	2,3	-3,6
Acre	112,65	112,08	109,53	10,0	-0,5	-2,3
Amazonas	103,14	103,66	106,28	-1,3	0,5	2,5
Roraima	109,05	126,15	128,45	3,4	15,7	1,8
Pará	104,46	108,86	106,69	1,4	4,2	-2,0
Amapá	103,73	111,19	116,14	1,8	7,2	4,5
Tocantins	115,66	108,41	113,51	8,3	-6,3	4,7
Maranhão	106,84	109,35	111,73	1,5	2,3	2,2
Piauí	104,41	108,47	110,22	0,7	3,9	1,6
Ceará	102,18	103,88	103,95	1,5	1,7	0,1
Rio G. do Norte	102,44	100,13	105,93	0,7	-2,3	5,8
Paraíba	105,56	108,95	110,40	0,5	3,2	1,3
Pernambuco	102,64	108,92	109,07	-0,9	6,1	0,1
Alagoas	104,12	106,31	115,52	0,9	2,1	8,7
Sergipe	102,35	104,98	106,21	-0,1	2,6	1,2
Bahia	103,12	108,35	107,43	1,5	5,1	-0,8
Minas Gerais	105,42	106,48	106,82	1,5	1,0	0,3
Espírito Santo	102,63	104,65	104,28	0,1	2,0	-0,4
Rio de Janeiro	102,45	102,63	105,43	-1,2	0,2	2,7
São Paulo	103,14	109,25	107,22	-0,5	5,9	-1,9
Paraná	107,25	113,64	110,79	2,2	6,0	-2,5
Santa Catarina	104,48	109,06	108,36	1,1	4,4	-0,6
Rio Grande do Sul	105,13	110,58	108,65	0,7	5,2	-1,7
Mato Grosso do Sul	105,47	115,24	113,19	0,5	9,3	-1,8
Mato Grosso	103,79	104,94	105,56	0,8	1,1	0,6
Goiás	103,48	106,83	104,96	1,4	3,2	-1,8
Distrito Federal	101,65	103,61	103,22	-0,1	1,9	-0,4

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

(1) Base: 2011 = 100