

Indicadores IBGE

Pesquisa Mensal de Comércio
janeiro 2015

Presidenta da República
Dilma Rousseff

Ministra do Planejamento, Orçamento e Gestão
Nelson Barbosa

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
Paulo César Moraes Simões

Centro de Documentação e Disseminação de Informações
David Wu Tai

Escola Nacional de Ciências Estatísticas
Maysa Sacramento de Magalhães

UNIDADE RESPONSÁVEL

Diretoria de Pesquisas

Coordenação das Estatísticas Econômicas e Classificações
Priscila Koeller Rodrigues Vieira

Coordenação de Serviços e Comércio
Vânia Maria Carelli Prata

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

Gerência de Análise de Resultados Conjunturais
Juliana Paiva Vasconcellos

Crítica, Imputação, Acompanhamento e Controle
Aleciana Celice Sales Gusmão
Carla Fernandes de Mello Carvalho
Elson Renato de Carvalho Dantas
Janice Ramos Monteiro de Figueiredo
Juliana Paiva Vasconcellos
Julio Cesar de Castro Ramos
Paulo Cesar Casal de Oliveira
Pedro Luiz de Souza Quintsir

Análise de Resultados e Elaboração de Comentários
Juliana Paiva Vasconcellos
Nilo Lopes de Macedo

Editoração
Gilmar da Costa Gonçalves

Indicadores IBGE

Plano de divulgação:

Trabalho e rendimento

Pesquisa mensal de emprego

Agropecuária

Estatística da produção agrícola *

Estatística da produção pecuária *

Indústria

Pesquisa industrial mensal: produção física Brasil

Pesquisa industrial mensal: produção física regional

Pesquisa industrial mensal: emprego e salário

Comércio

Pesquisa mensal de comércio

Serviços

Pesquisa mensal de serviços

Índices, preços e custos

Índice de preços ao produtor – indústrias de transformação

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

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

Sistema nacional de pesquisa de custos e índices da construção civil

Contas nacionais trimestrais

Contas nacionais trimestrais: indicadores de volume e valores correntes

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

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

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

NOTAS METODOLÓGICAS

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

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

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

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

I – CARACTERÍSTICAS DA PESQUISA

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

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

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

II – CONSTRUÇÃO DE INDICADORES

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

1 - *Índice de Comércio Varejista* - Índice-síntese das atividades investigadas na pesquisa, cujas receitas provêm preponderantemente da atividade do varejo. Divulgados para o Brasil e suas 27 Unidades da Federação.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

III – ENCADEAMENTO

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

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

IV – SÉRIES DA PMC AJUSTADAS SAZONALMENTE

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

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

Os modelos adotados nas séries divulgadas são:

VOLUME DE VENDAS ATIVIDADES

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

VOLUME DE VENDAS UF

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

RECEITA NOMINAL DE VENDAS ATIVIDADES

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

RECEITA NOMINAL DE VENDAS UF

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

V – DEFLATORES DA PESQUISA

Os índices de preços aplicados ao sistema de indicadores da PMC (para o deflacionamento) são derivados do IPCA mensal para as atividades PMC de 1 a 11 e do SINAPI somente para a atividade 11, pesquisados e divulgados pelo IBGE. Aos itens PMC associou-se os itens do IPCA que melhor representam o comportamento de preços de cada grupo de produtos e/ou classes da CNAE que compõem uma atividade PMC.

Atividades da PMC	Itens da PMC	Itens do IPCA	Peso nos Itens da PMC
1-Combustíveis e lubrificantes	4731-8	IPCA (cód. 5104)	1
	4732-6	IPCA (cód. 5102007)	1
2-Hipermercados e supermercados	4711-3	IPCA (cód. 11)	1
		IPCA (cód. 63)	1
		IPCA (cód. 2104)	1
		IPCA (cód: IG)	1
3-Produtos alimentícios, bebidas e fumo	4712-1	IPCA (cód. 11)	1
	4729-6	IPCA (cód. 11)	0,95864
		IPCA (cód. 7202)	0,04136
	4721-1	IPCA (cód. 1111)	0,49745
		IPCA (cód. 1112)	0,50255
		IPCA (cód. 1201061)	1
	4722-9	IPCA (cód. 1107)	0,90457
		IPCA (cód. 1108)	0,09543
	4723-7	IPCA (cód. 1114)	1
	4724-5	IPCA (cód. 1103)	0,38303
		IPCA (cód. 1105)	0,10942
		IPCA (cód. 1106)	0,50755
	4- Tecidos, vestuário e calçados	4755-5	IPCA (cód. 4401)
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

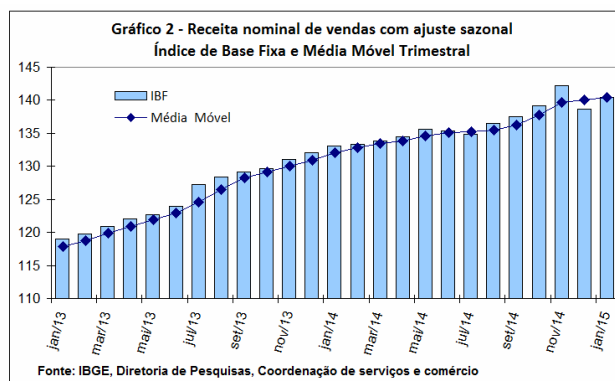
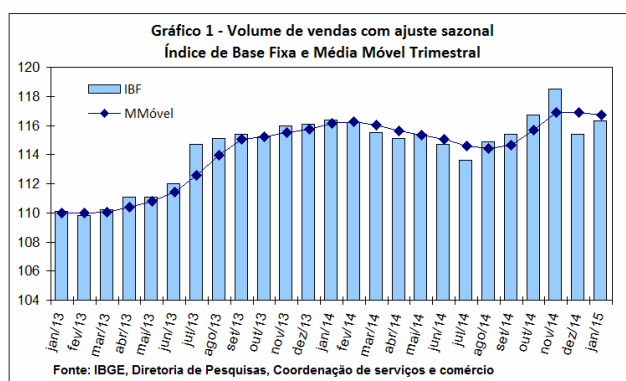
Atividades da PMC	Itens da PMC	Itens do IPCA	Peso nos Itens da PMC
7-Equipamentos e Material para escritório, informática e comunicação	4751-2	IPCA (cód. 3202028)	1
	4752-1	IPCA (cód. 9101019)	1
	4789-0	IPCA (cód: IG)	1
8-Livros, jornais, revistas e papelaria	4761-0	IPCA (cód: 8102005)	0,18507
		IPCA (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
	4541-2	IPCA (cód: 5102010)	0,37363
		IPCA (cód: 5102053)	1
		IPCA (cód: 5102053)	1
IPCA (cód: 5102009)		0,62637	
11-Atacado e varejo de material de construção	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

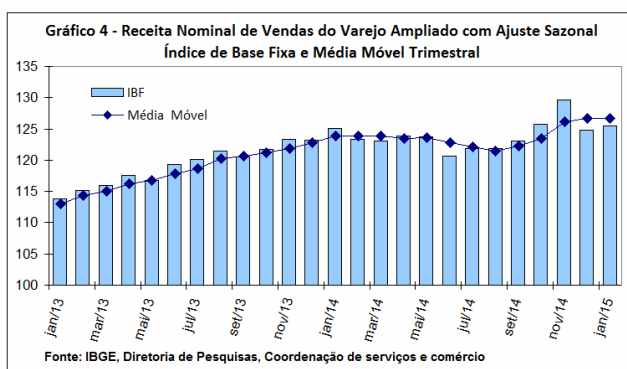
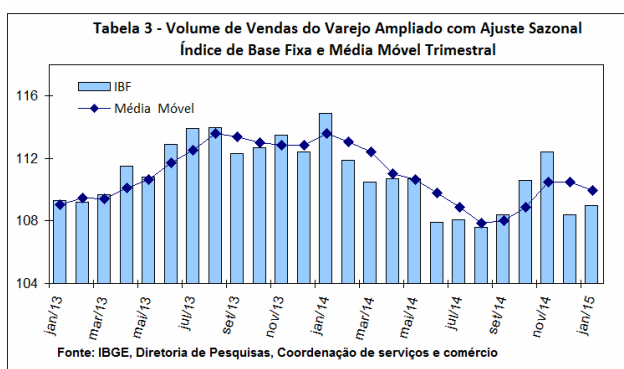
- 1 - Os índices do mês poderão ser alterados na divulgação do mês subsequente, em virtude de retificações nos dados primários por parte dos informantes da pesquisa.

COMENTÁRIOS

O **Comércio Varejista** do País inicia o ano de 2015 registrando variações de 0,8% no volume de vendas e de 1,3% na receita nominal, ambas as taxas com relação ao mês anterior (ajustadas sazonalmente). Tanto na série de volume quanto na de receita, o resultado volta a ser positivo depois da interrupção no crescimento apresentada em dezembro. No que se refere à variação da média móvel, as taxas registradas foram de -0,1% para o volume e de 0,3% na receita (Gráficos 1 e 2). Nas demais comparações, obtidas das séries originais (sem ajuste), o **varejo** nacional obteve, em termos de volume de vendas, acréscimos de 0,6% sobre janeiro do ano anterior e de 1,8% no acumulado dos últimos 12 meses. Para os mesmos indicadores, a receita nominal de vendas apresentou taxas de variação de 6,4% e de 8,0%, respectivamente (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*, volta a registrar resultado positivo em relação ao mês anterior, com ajuste sazonal, sendo os acréscimos de 0,6% para o volume de vendas e para receita nominal de vendas, conforme Gráficos 3 e 4. Em relação ao mesmo mês do ano anterior apresentou queda de -4,9% para o volume de vendas e aumento de 0,5% na receita nominal de vendas. No acumulado dos últimos 12 meses as taxas de variação foram de -2,4% e 3,1% para o volume de vendas e para a receita nominal de vendas, respectivamente.



RESULTADOS SETORIAIS

Em termos do volume de vendas, neste primeiro mês do ano, cinco das dez atividades pesquisadas obtiveram resultados positivos e uma manteve-se estável na relação mês/mês anterior com ajuste sazonal. As taxas foram de: 12,3% em *Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação*; 2,4% em *Móveis e eletrodomésticos*; 1,4% para *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos*; 1,3% para *Tecidos, vestuário e calçados*; 0,3% para *Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo*; 0,0% para *Combustíveis e lubrificantes*; -0,1% para *Material de construção*; -0,5% em *Veículos e motos, partes e peças*; -0,6% para *Livros, jornais, revistas e papelaria*; e -0,7% para *Outros artigos de uso pessoal e doméstico*, como mostra a Tabela 1.

TABELA 1
BRASIL - INDICADORES DO VOLUME DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA E COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO SEGUNDO GRUPOS DE ATIVIDADES: PMC - Janeiro 2015

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

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

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

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

Na relação janeiro de 2015/janeiro de 2014 (série sem ajuste), considerando o volume de vendas, cinco das oito atividades do varejo registraram variações positivas. Por ordem de contribuição à taxa global os resultados foram os seguintes: 4,7% para *Outros artigos de uso pessoal e doméstico*; 19,0% em *Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação*; 5,0% em *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos*; 0,7% para *Combustíveis e lubrificantes*; e 0,2% para *Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo*. As atividades cujas taxas exerceram impactos negativos na composição do resultado do varejo foram *Móveis e eletrodomésticos* (-3,1%); *Livros, jornais, revistas e papelaria* (-10,4%); e *Tecidos, vestuário e calçados*, com -0,7%, conforme Tabela 3.

A maior contribuição para o resultado interanual positivo do varejo foi a de *Outros artigos de uso pessoal e doméstico*, que engloba lojas de departamentos, joalheria, artigos esportivos e brinquedos, em função do aumento no volume de vendas de 4,7%, na comparação com janeiro de 2014. A taxa acumulada para os últimos 12 meses foi de 7,4%. Este resultado positivo, em um cenário de queda de ritmo de crescimento de crédito e de massa de salários, é influenciado pelo baixo valor unitário da maioria dos produtos comercializados nesta atividade e que apresentam um grande volume de vendas.

TABELA 2
BRASIL - INDICADORES DA RECEITA NOMINAL DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA E COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO
SEGUNDO GRUPOS DE ATIVIDADES: PMC - Janeiro 2015

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

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

A atividade de *Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação*, com aumento de 19% no volume de vendas em comparação a janeiro de 2014, teve a segunda maior participação positiva na formação da taxa global do varejo. Tal resultado provocou a estabilização de sua taxa acumulada em últimos 12 meses (0%), depois de uma seqüência de taxas negativas. O resultado de janeiro foi influenciado pelas promoções de queima de estoques do Natal.

O segmento de *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos*, com 5,0% de variação no volume de vendas na relação janeiro 2015/janeiro 2014, foi responsável pela terceira maior contribuição positiva à taxa geral do comércio varejista. Com resultado de 8,3% no acumulado de 12 meses, a atividade continua se destacando em termos de desempenho setorial, o que deve ser atribuído, especialmente, ao caráter de uso essencial de seus produtos e à variação de preços de medicamentos abaixo do Índice Geral¹.

¹ Variação de 4,8% em 12 meses para produtos farmacêuticos, contra 7,1% do Índice Geral, segundo o IPCA.

O segmento de *Combustíveis e lubrificantes*, com 0,7% de variação do volume de vendas em relação ao mesmo mês do ano anterior, foi responsável pelo quarto maior impacto na formação do resultado global. A taxa de crescimento no acumulado dos últimos 12 meses, de 2,1%, deve ser atribuída ao aumento abaixo da média dos preços de combustíveis, com 2,4% de variação em 12 meses, contra os 7,1% do índice geral, segundo o IPCA,

O segmento de *Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo*, com variação de 0,2% no volume de vendas sobre janeiro do ano anterior, foi a quinta maior contribuição positiva na formação da taxa de desempenho do Comércio Varejista (Tabela 3). No acumulado de 12 meses, a atividade apresentou crescimento de 0,9%, desempenho, portanto, abaixo dos 1,8% registrados pelo varejo. O crescimento acima da média dos preços de alimentação no domicílio, com 8,0% de variação no acumulado de 12 meses contra 7,1% do índice geral, segundo o IPCA, influenciou este desempenho.

Móveis e eletrodomésticos, com taxa de -3,1% no volume de vendas em relação a janeiro do ano passado, foi a atividade que exerceu o maior impacto negativo no desempenho global do varejo. Em termos de resultado acumulado nos últimos 12 meses, a taxa ficou em -0,1%, sendo isto atribuído à retirada gradual dos incentivos (redução do Imposto sobre Produtos Industrializados - IPI) direcionados à linha branca somado ao menor ritmo de crescimento do crédito².

A atividade de *Livros, jornais, revistas e papelaria, papelaria* foi responsável pela segunda contribuição negativa ao resultado total do varejo, apresentando variação no volume de vendas de -10,4% sobre janeiro de 2014, e taxa acumulada de -9,1% nos últimos 12 meses. A trajetória declinante desta atividade vem sendo influenciada pelo aumento dos preços dos produtos de papelaria³ e, no que tange a jornais e revistas, por certa substituição dos produtos impressos pelos de meio eletrônico.

TABELA 3
BRASIL - COMPOSIÇÃO DA TAXA MENSAL DO COMÉRCIO VAREJISTA, POR ATIVIDADES: PMC - Janeiro 2015
(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	0,6	0,6	-4,9	-4,9
1 - Combustíveis e lubrificantes	0,7	0,1	0,7	0,0
2 - Hiper, supermercados, prods. alimentícios, bebidas e fumo	0,2	0,1	0,2	0,1
3 - Tecidos, vest. e calçados	-0,7	-0,1	-0,7	0,0
4 - Móveis e eletrodomésticos	-3,1	-0,4	-3,1	-0,3
5 - Artigos farmacêuticos, med., ortop. e de perfumaria	5,0	0,3	5,0	0,2
6 - Equip. e mat. para escritório informática e comunicação	19,0	0,3	19,0	0,2
7 - Livros, jornais, rev. e papelaria	-10,4	-0,2	-10,4	-0,1
8 - Outros arts. de uso pessoal e doméstico	4,7	0,5	4,7	0,3
9 - Veículos e motos, partes e peças	-	-	-16,6	-5,0
10- Material de Construção	-	-	-2,8	-0,3

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.

² Segundo o Banco Central, a operação com recursos livres passou, em 12 meses, de 7,5% em janeiro de 2014 para 5,1% em janeiro de 2015.

³ O crescimento acumulado deste segmento em 12 meses foi de 6,8%, próximo à média geral de 7,1%, segundo o IPCA.

A atividade de *Tecidos, vestuário e calçados*, responsável pela terceira maior participação negativa na composição da taxa global do varejo, apresentou taxa de variação de -0,7% com relação a igual mês do ano anterior e de -1,3% para os últimos 12 meses. Mesmo com os preços de vestuário se posicionando abaixo do índice geral de inflação (variações respectivamente de 3,1% e 7,1% no acumulado dos últimos 12 meses, até janeiro, segundo o IPCA), a atividade apresenta desempenho não só inferior à média geral do comércio varejista, bem como taxas negativas.

O **Comércio varejista ampliado**, composto do **varejo** mais as atividades de *Veículos, motos, partes e peças* e de *Material de construção*, registrou na relação janeiro de 2015/janeiro de 2014, para o volume de vendas, uma variação de -4,9% e taxa acumulada em doze meses de -2,4%. Essa desaceleração ocorre em função do desempenho negativo de *Veículos, motos, partes e peças*, cujo resultado interanual foi de -16,6%, acumulando em 12 meses taxa de -10,8%. A redução das vendas no segmento foi decorrente, entre outros fatores, da gradual retirada dos incentivos via redução do IPI; do menor ritmo na oferta de crédito e da restrição orçamentária das famílias, diante da desaceleração do crescimento real da massa de salários.

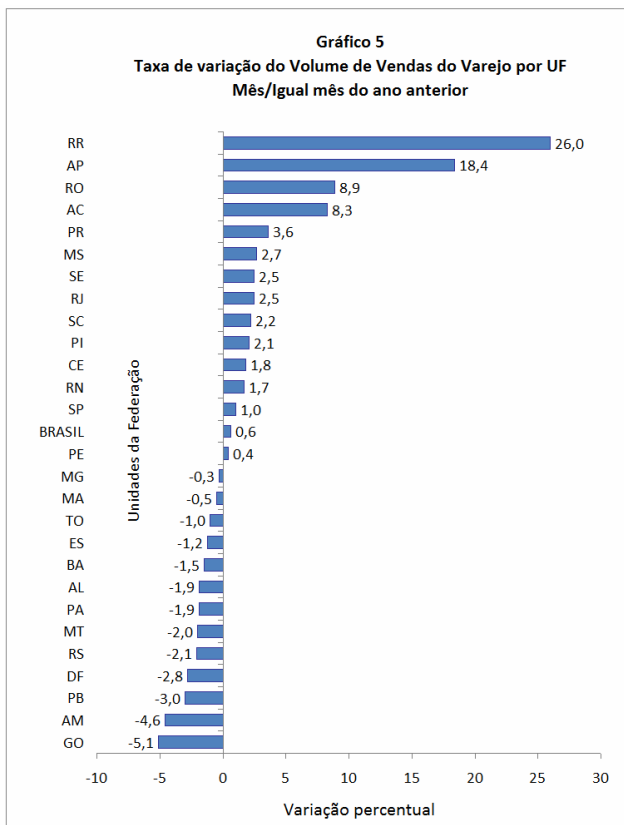
O segmento de *Material de construção* apresentou variação, no volume de vendas, de -2,8% na comparação com o janeiro de 2014 e de -0,6% no acumulado dos últimos 12 meses. O desempenho da atividade abaixo da média reflete as expectativas sobre o quadro macroeconômico, já que permanecem os incentivos ao setor, tais como manutenção dos níveis do crédito habitacional, redução do IPI para uma cesta de produtos do gênero e o aumento do limite do uso do Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS) para financiamentos imobiliários.

RESULTADOS REGIONAIS

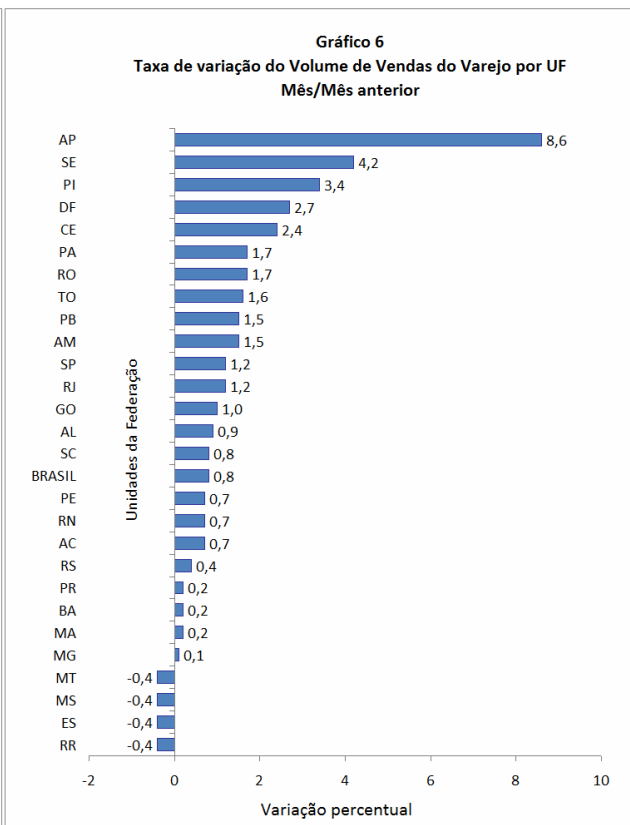
No **Comércio Varejista**, das 27 Unidades da Federação 15 apresentaram variações positivas no volume de vendas, na comparação de Janeiro de 2015 com igual mês do ano anterior (série sem ajuste), com destaque para: Roraima, com 26,0% de variação; Amapá (18,4%); Rondônia (8,9%); e Acre (8,3%). Quanto à participação positiva na composição da taxa do varejo, destacaram-se, pela ordem, São Paulo (1,0%); Rio de Janeiro (2,5%); Paraná (3,6%); e Santa Catarina (2,2%).

Os resultados de janeiro de 2015 sobre o mês anterior, com ajuste sazonal, foram positivos, em termos de volume de vendas, para 23 estados, com as maiores taxas ocorrendo no Amapá (8,6%); Sergipe (4,2%); Piauí (3,4%); Distrito Federal (2,7%); e Ceará, com 2,4% (Gráfico 6).

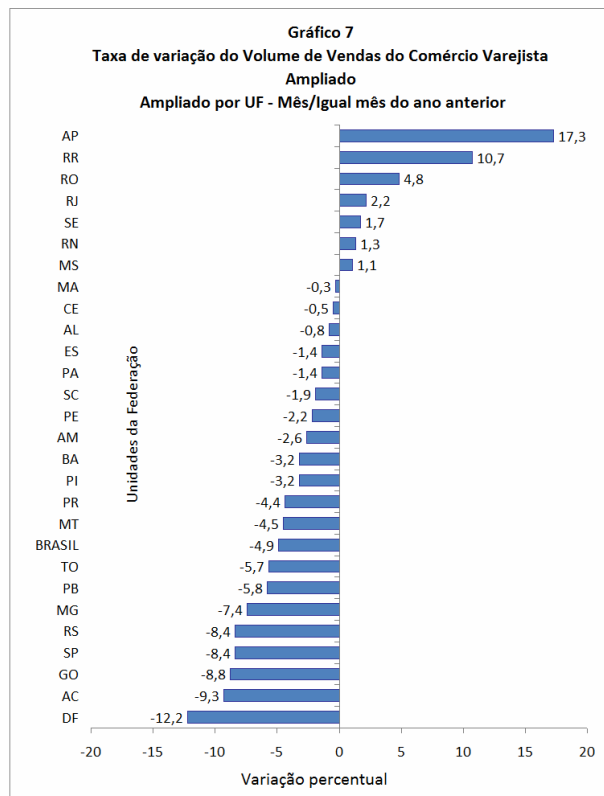
Quanto ao **Comércio Varejista Ampliado**, vinte estados apresentaram variações negativas no volume de vendas na comparação com o mesmo período do ano anterior, destacando-se Distrito Federal, com -12,2% de queda, seguido por Acre (-9,3%); Goiás (-8,8%); São Paulo (-8,4%); e Rio Grande do Sul, também com -8,4%. As maiores taxas positivas foram: Amapá (17,3%) e Roraima (10,7%), como indicado no Gráfico 7.



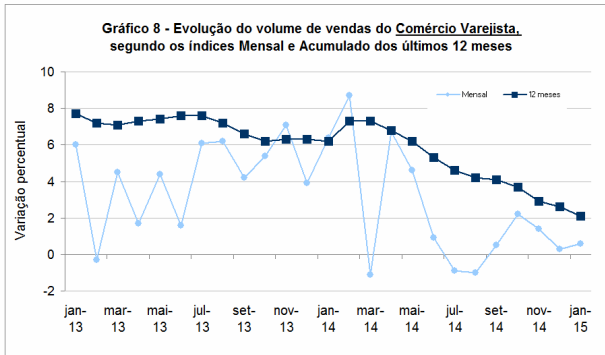
Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Serviços e Comércio



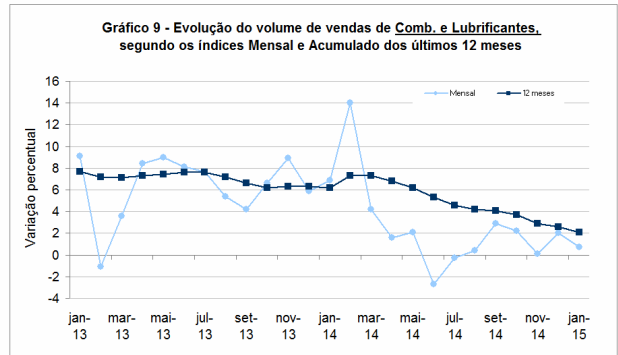
Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Serviços e Comércio



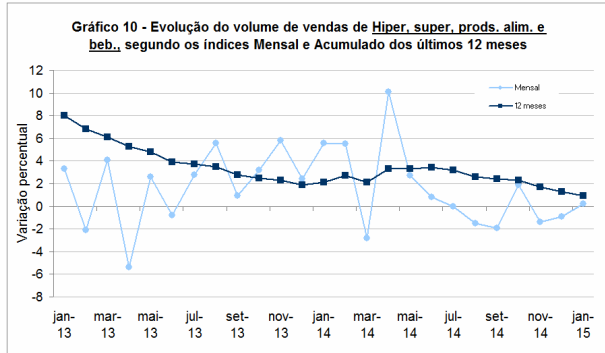
Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Serviços e Comércio



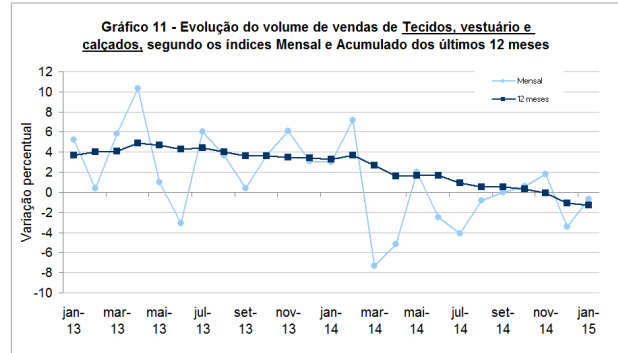
Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Serviços e Comércio



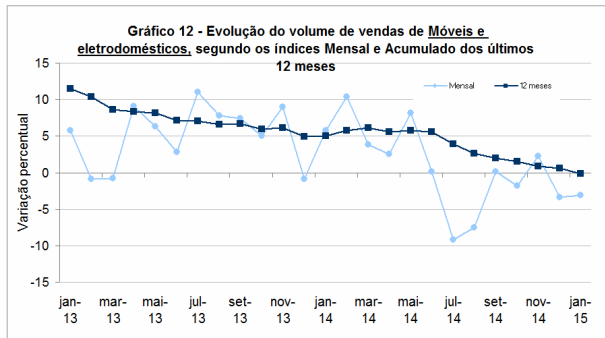
Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Serviços e Comércio



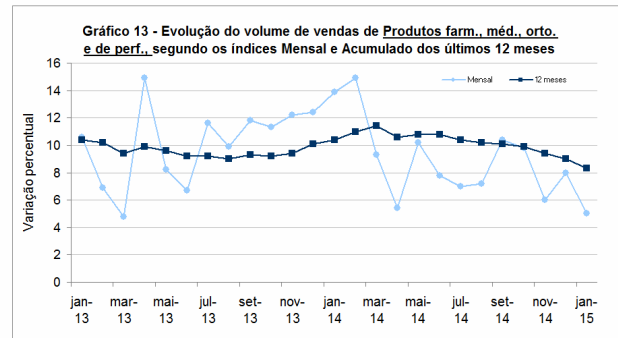
Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Serviços e Comércio



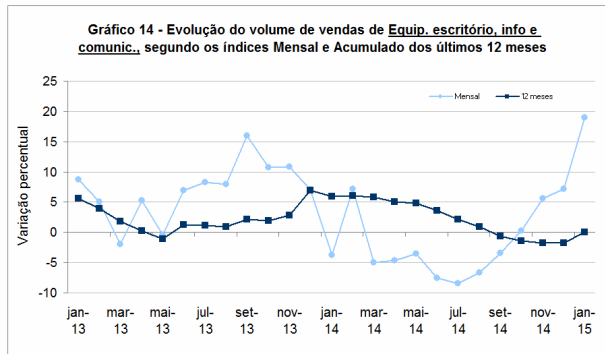
Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Serviços e Comércio



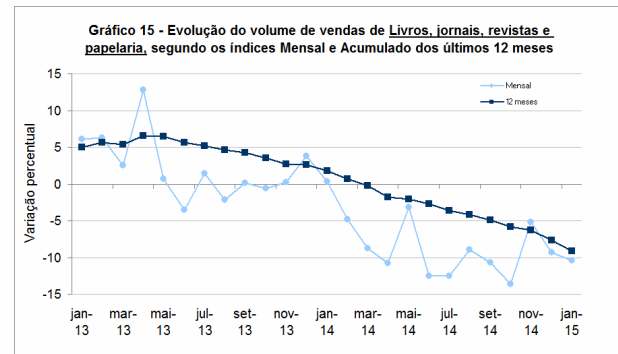
Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Serviços e Comércio



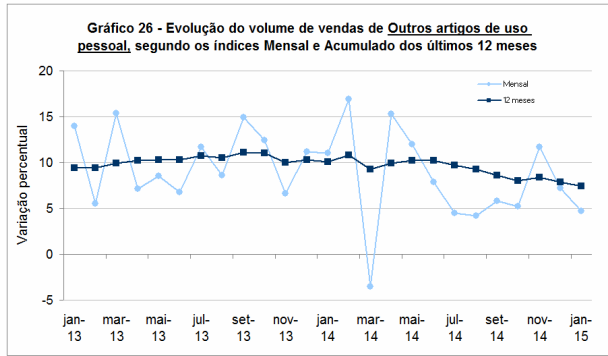
Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Serviços e Comércio



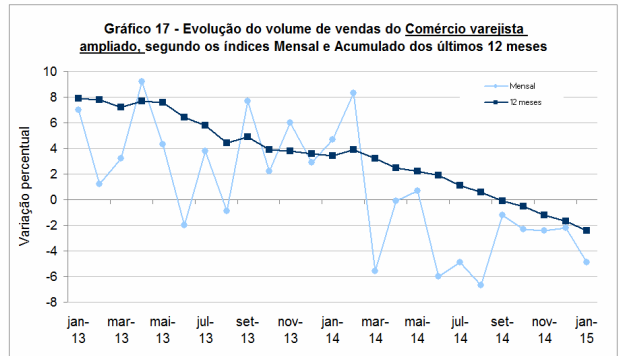
Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Serviços e Comércio



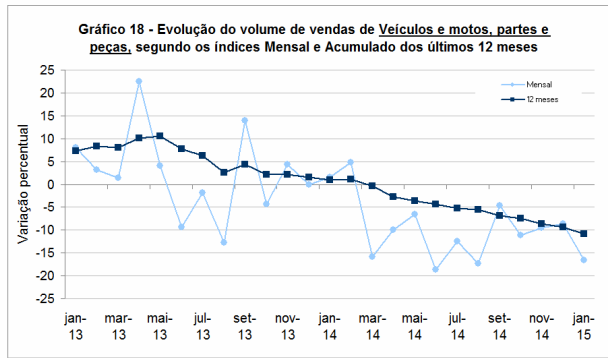
Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Serviços e Comércio



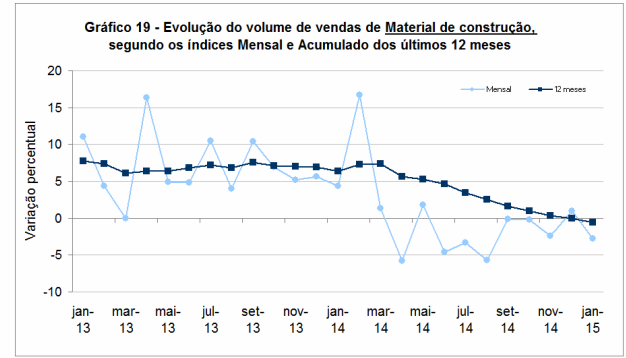
Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Serviços e Comércio



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



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



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

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Jan/2015

Unidade da Federação	Índice de volume (1)	Variação				
		Mensal (2)			Acumulada (3)	
		nov/14	dez/14	jan/15	no ano	12 Meses
Brasil	115,4	1,4	0,3	0,6	0,6	1,8
Rondônia	119,0	9,3	5,5	8,9	8,9	9,2
Acre	134,4	10,3	9,5	8,3	8,3	12,2
Amazonas	102,8	1,7	-5,1	-4,6	-4,6	-0,6
Roraima	154,9	18,4	27,4	26,0	26,0	11,9
Pará	112,3	4,0	-4,0	-1,9	-1,9	2,2
Amapá	135,0	17,3	5,6	18,4	18,4	10,2
Tocantins	118,7	5,0	1,6	-1,0	-1,0	4,8
Maranhão	123,9	1,0	1,1	-0,5	-0,5	4,7
Piauí	116,2	3,7	0,8	2,1	2,1	2,3
Ceará	121,3	4,8	2,1	1,8	1,8	5,1
Rio G. do Norte	118,9	6,0	2,2	1,7	1,7	2,8
Paraíba	115,9	2,0	-2,8	-3,0	-3,0	2,0
Pernambuco	120,3	3,0	0,2	0,4	0,4	2,4
Alagoas	121,5	2,5	-1,1	-1,9	-1,9	3,4
Sergipe	118,1	4,6	0,5	2,5	2,5	1,3
Bahia	115,9	3,6	0,7	-1,5	-1,5	3,7
Minas Gerais	111,4	2,1	2,7	-0,3	-0,3	2,0
Espirito Santo	113,7	-1,3	1,1	-1,2	-1,2	-0,2
Rio de Janeiro	110,8	1,4	2,3	2,5	2,5	3,0
São Paulo	115,5	0,5	-0,7	1,0	1,0	0,8
Paraná	127,9	1,0	1,4	3,6	3,6	2,1
Santa Catarina	121,1	1,5	1,7	2,2	2,2	0,1
Rio Grande do Sul	109,6	1,1	-1,5	-2,1	-2,1	1,6
Mato Grosso do Sul	134,8	2,6	0,6	2,7	2,7	3,9
Mato Grosso	105,6	-1,9	2,4	-2,0	-2,0	2,0
Goiás	111,5	0,5	-5,4	-5,1	-5,1	0,4
Distrito Federal	103,8	-2,8	-4,9	-2,8	-2,8	-0,5

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

(1) Base: 2011 = 100

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

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

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

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Jan/2015

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

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

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

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

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

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Jan/2015

Unidade da Federação	Móveis e Eletrodomésticos									Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos			Livros, jornais, revistas e papelaria		
	Total			Móveis			Eletrodomésticos			Mensal (1)	Acumulada (2)		Mensal (1)	Acumulada (2)	
	Mensal (1)	Acumulada (2)		Mensal (1)	Acumulada (2)		Mensal (1)	Acumulada (2)			Mensal (1)	Acumulada (2)			
		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses	no ano		12 Meses			
Brasil	-3,1	-3,1	-0,1	-11,0	-11,0	-0,8	0,5	0,5	0,3	5,0	5,0	8,3	-10,4	-10,4	-9,1
Ceará	0,7	0,7	5,8	6,3	6,3	6,5	-2,7	-2,7	5,2	8,2	8,2	4,3	-10,5	-10,5	-10,0
Pernambuco	-6,0	-6,0	3,5	-5,0	-5,0	5,1	-6,7	-6,7	2,7	8,8	8,8	15,1	-29,5	-29,5	-8,2
Bahia	-9,2	-9,2	-1,5	-3,8	-3,8	-1,9	-11,4	-11,4	-1,0	3,4	3,4	14,7	-20,2	-20,2	-1,2
Minas Gerais	-4,4	-4,4	-0,1	-8,7	-8,7	-11,8	-3,6	-3,6	3,3	2,3	2,3	6,0	-12,2	-12,2	-9,9
Espirito Santo	1,9	1,9	9,0	-8,6	-8,6	-0,8	11,6	11,6	17,2	8,5	8,5	9,6	-11,6	-11,6	3,4
Rio de Janeiro	-1,4	-1,4	-4,1	-22,0	-22,0	-9,1	5,1	5,1	-2,1	4,0	4,0	5,3	-4,3	-4,3	-7,4
São Paulo	-2,8	-2,8	-2,7	-26,4	-26,4	-4,8	8,0	8,0	-1,3	7,1	7,1	10,4	-2,9	-2,9	-8,4
Paraná	0,6	0,6	-3,6	-1,4	-1,4	-5,8	1,8	1,8	-2,6	8,4	8,4	4,9	-16,5	-16,5	-22,1
Santa Catarina	-0,3	-0,3	4,7	-6,1	-6,1	0,4	2,0	2,0	6,0	8,3	8,3	7,9	-2,0	-2,0	-6,5
Rio Grande do Sul	-10,5	-10,5	-1,0	-9,9	-9,9	-2,3	-10,9	-10,9	0,0	3,5	3,5	6,7	-5,1	-5,1	-4,6
Goiás	-2,0	-2,0	0,8	-6,5	-6,5	-1,3	-0,6	-0,6	1,2	1,6	1,6	15,0	-13,4	-13,4	-4,9
Distrito Federal	-12,8	-12,8	-7,9	2,7	2,7	6,2	-17,0	-17,0	-11,5	-4,0	-4,0	2,3	-18,9	-18,9	-13,1

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

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

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

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

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Jan/2015

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	19,0	19,0	0,0	4,7	4,7	7,4
Ceará	-22,0	-22,0	0,6	9,0	9,0	14,0
Pernambuco	-27,8	-27,8	-2,9	10,7	10,7	9,5
Bahia	-24,4	-24,4	-16,3	9,6	9,6	17,1
Minas Gerais	-33,8	-33,8	-17,8	-0,8	-0,8	8,1
Espirito Santo	-20,5	-20,5	-25,1	-11,5	-11,5	-13,9
Rio de Janeiro	48,1	48,1	-5,1	14,9	14,9	10,2
São Paulo	43,4	43,4	7,5	-0,1	-0,1	4,9
Paraná	20,3	20,3	-13,5	13,0	13,0	7,7
Santa Catarina	8,4	8,4	10,2	11,9	11,9	9,7
Rio Grande do Sul	3,2	3,2	-14,6	1,9	1,9	7,3
Goiás	31,6	31,6	8,4	6,9	6,9	17,5
Distrito Federal	55,8	55,8	11,2	10,1	10,1	7,6

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: Jan/2015

Unidade da Federação	Comércio varejista												
	jan/14	fev/14	mar/14	abr/14	mai/14	jun/14	jul/14	ago/14	set/14	out/14	nov/14	dez/14	jan/15
Brasil	114,7	105,1	110,5	110,1	115,8	107,0	111,1	114,5	109,9	118,1	119,6	150,6	115,4
Rondônia	109,3	102,2	108,3	115,2	135,0	120,1	126,4	130,9	123,8	130,7	133,9	179,4	119,0
Acre	124,1	114,9	117,2	108,7	138,4	125,0	133,2	135,6	131,4	135,7	138,0	184,8	134,4
Amazonas	107,8	95,3	100,0	98,0	112,9	102,7	104,4	111,0	106,7	112,8	113,4	140,1	102,8
Roraima	122,9	120,0	122,7	138,4	145,1	139,4	142,4	142,2	145,5	157,0	153,1	196,8	154,9
Pará	114,5	102,2	109,2	108,0	119,2	107,4	113,9	114,9	109,7	133,0	117,9	162,2	112,3
Amapá	114,0	112,3	120,9	122,4	128,8	126,3	138,6	136,0	131,2	140,0	147,7	173,4	135,0
Tocantins	119,9	113,3	119,3	121,4	134,0	116,3	123,8	125,3	125,3	136,2	141,4	160,8	118,7
Maranhão	124,5	115,7	118,7	117,8	128,4	119,0	126,8	130,1	123,0	135,2	128,8	168,5	123,9
Piauí	113,8	103,1	107,9	106,8	117,6	104,0	111,7	113,6	110,7	117,8	115,1	146,2	116,2
Ceará	119,2	108,7	112,8	114,7	123,6	112,6	118,2	118,2	115,8	120,4	124,2	153,4	121,3
Rio G. do Norte	116,9	109,9	112,8	113,1	123,1	111,4	119,0	122,3	117,3	121,3	126,1	155,1	118,9
Paraíba	119,5	103,9	111,7	116,0	125,2	120,6	117,3	120,4	119,5	131,6	134,9	152,9	115,9
Pernambuco	119,8	108,6	112,0	113,6	121,6	112,7	116,0	120,5	114,0	121,0	128,8	163,2	120,3
Alagoas	123,9	111,4	112,8	114,0	121,4	111,6	117,5	118,5	113,9	122,0	124,7	163,0	121,5
Sergipe	115,2	101,4	105,2	103,3	111,5	100,5	103,0	108,0	105,7	110,5	116,9	141,1	118,1
Bahia	117,7	107,6	111,7	106,9	120,8	111,6	113,9	118,9	112,1	118,1	122,1	152,1	115,9
Minas Gerais	111,7	101,2	105,0	105,9	110,4	101,9	107,1	109,1	106,6	113,3	112,7	140,4	111,4
Espirito Santo	115,1	101,8	107,4	111,6	113,2	101,1	109,1	110,1	107,9	114,2	115,3	144,8	113,7
Rio de Janeiro	108,1	101,4	103,8	106,5	111,4	105,1	108,9	113,0	108,9	117,0	116,4	152,8	110,8
São Paulo	114,4	105,5	113,1	111,0	115,5	107,1	110,2	114,6	108,9	116,7	120,4	150,4	115,5
Paraná	123,5	107,2	114,5	114,5	118,7	109,4	115,7	118,1	113,0	121,8	122,5	157,5	127,9
Santa Catarina	118,5	105,6	105,7	104,1	107,6	97,2	101,2	104,3	99,6	114,6	116,4	152,7	121,1
Rio Grande do Sul	111,9	105,2	112,2	112,4	118,2	107,5	112,8	115,0	109,7	117,5	118,6	149,3	109,6
Mato Grosso do Sul	131,2	121,7	127,3	127,4	136,5	124,2	130,1	132,6	131,7	142,8	139,2	174,9	134,8
Mato Grosso	107,8	106,3	113,9	111,9	111,9	110,9	114,4	116,2	116,4	123,7	116,1	140,7	105,6
Goiás	117,5	105,2	112,3	112,6	120,1	106,2	112,0	112,2	109,5	120,6	117,3	139,8	111,5
Distrito Federal	106,8	100,9	105,4	105,5	109,6	102,4	104,1	108,5	102,9	107,8	108,4	127,3	103,8

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: Jan/2015

Unidade da Federação	Índice de receita (1)	Variação				
		Mensal (2)			Acumulada (3)	
		nov/14	dez/14	jan/15	no ano	12 Meses
Brasil	139,5	7,5	6,0	6,4	6,4	8,0
Rondônia	139,0	14,8	10,9	14,4	14,4	15,2
Acre	160,3	15,9	15,6	14,2	14,2	18,0
Amazonas	122,6	6,3	-0,7	0,2	0,2	4,0
Roraima	187,2	24,5	33,2	33,0	33,0	16,6
Pará	135,9	8,6	0,6	2,9	2,9	6,3
Amapá	157,8	23,1	10,7	23,9	23,9	16,0
Tocantins	139,7	10,9	6,8	4,9	4,9	10,2
Maranhão	150,9	7,9	6,9	5,6	5,6	10,5
Piauí	142,2	9,6	6,0	8,0	8,0	7,8
Ceará	147,3	10,2	7,2	7,1	7,1	10,5
Rio G. do Norte	144,1	12,2	7,6	7,5	7,5	8,4
Paraíba	135,7	6,6	1,6	1,0	1,0	6,8
Pernambuco	142,9	7,9	4,5	4,8	4,8	7,4
Alagoas	144,6	7,6	3,2	2,3	2,3	8,3
Sergipe	142,7	10,4	4,7	6,7	6,7	6,5
Bahia	138,3	11,8	5,9	3,3	3,3	9,3
Minas Gerais	133,7	8,5	8,5	5,7	5,7	8,2
Espirito Santo	139,7	4,8	7,6	5,7	5,7	6,3
Rio de Janeiro	138,3	7,9	9,1	9,4	9,4	10,0
São Paulo	139,4	6,9	5,1	6,9	6,9	7,3
Paraná	153,7	6,0	6,3	8,3	8,3	8,3
Santa Catarina	146,0	6,6	6,7	7,0	7,0	5,7
Rio Grande do Sul	133,9	7,5	4,4	4,6	4,6	8,3
Mato Grosso do Sul	162,8	9,2	7,2	9,9	9,9	10,3
Mato Grosso	125,4	4,5	8,0	3,6	3,6	7,8
Goiás	132,8	5,5	0,1	0,9	0,9	5,6
Distrito Federal	123,5	4,0	1,4	3,1	3,1	5,2

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: Jan/2015

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

Mês: Jan/2015

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

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: Jan/2015

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	9,4	9,4	-3,0	8,9	8,9	13,1
Ceará	-25,4	-25,4	1,3	13,6	13,6	19,7
Pernambuco	-34,2	-34,2	-13,1	15,1	15,1	15,2
Bahia	-29,9	-29,9	-18,8	13,7	13,7	22,9
Minas Gerais	-33,5	-33,5	-13,4	4,7	4,7	15,0
Espirito Santo	-28,7	-28,7	-24,7	-7,8	-7,8	-9,0
Rio de Janeiro	37,3	37,3	-8,0	19,2	19,2	17,0
São Paulo	31,0	31,0	3,4	3,7	3,7	10,5
Paraná	10,0	10,0	-15,9	18,0	18,0	13,1
Santa Catarina	-5,5	-5,5	4,0	16,4	16,4	15,1
Rio Grande do Sul	-4,4	-4,4	-14,8	5,9	5,9	11,5
Goiás	31,7	31,7	8,4	12,2	12,2	23,7
Distrito Federal	36,3	36,3	9,0	15,1	15,1	12,7

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

Mês: Jan/2015

Unidade da Federação	Comércio varejista												
	jan/14	fev/14	mar/14	abr/14	mai/14	jun/14	jul/14	ago/14	set/14	out/14	nov/14	dez/14	jan/15
Brasil	131,1	121,0	129,1	129,8	136,9	126,6	131,4	135,1	130,0	140,2	142,7	180,8	139,5
Rondônia	121,5	114,6	122,5	131,0	154,2	137,2	144,5	149,7	141,0	149,4	154,2	207,8	139,0
Acre	140,4	131,1	134,8	126,2	160,3	145,2	154,5	157,7	152,5	158,2	161,9	218,1	160,3
Amazonas	122,4	108,2	114,4	113,0	130,5	118,5	120,5	128,0	123,3	130,3	132,5	165,5	122,6
Roraima	140,8	138,4	142,7	161,5	169,6	163,2	166,5	166,4	170,2	184,3	181,7	235,1	187,2
Pará	132,1	118,3	126,9	126,6	140,2	125,9	133,3	134,6	128,8	156,0	140,1	194,2	135,9
Amapá	127,4	126,5	137,0	140,0	147,5	143,8	158,3	154,9	149,8	160,3	170,3	201,9	157,8
Tocantins	133,2	126,5	134,2	137,2	151,9	131,8	140,8	142,7	141,3	154,4	164,0	187,4	139,7
Maranhão	142,9	133,0	137,4	138,4	151,0	141,1	149,8	153,3	146,0	160,6	154,9	202,4	150,9
Piauí	131,7	120,0	126,5	127,2	140,1	124,9	133,6	135,4	132,5	141,4	139,4	177,3	142,2
Ceará	137,5	125,9	131,7	136,0	146,1	134,9	140,7	140,4	137,8	143,7	148,8	184,5	147,3
Rio G. do Norte	134,0	126,1	130,4	133,0	144,6	132,6	140,7	143,7	138,3	144,2	150,6	186,4	144,1
Paraíba	134,4	117,4	127,2	133,4	144,3	139,9	135,7	139,8	138,8	151,5	155,9	179,8	135,7
Pernambuco	136,4	124,6	129,2	132,6	142,5	133,1	136,0	142,1	134,7	142,8	152,3	194,3	142,9
Alagoas	141,3	128,1	130,3	133,4	142,7	132,0	138,2	139,9	135,1	144,2	148,0	194,7	144,6
Sergipe	133,8	118,5	123,8	123,3	133,7	121,3	123,6	130,0	127,7	132,9	141,4	170,6	142,7
Bahia	133,9	122,9	128,4	124,6	140,1	129,6	130,9	136,7	131,7	139,7	144,8	181,2	138,3
Minas Gerais	126,5	116,5	122,2	123,8	129,0	119,5	125,9	127,9	125,6	133,9	133,7	167,8	133,7
Espirito Santo	132,2	117,3	125,8	131,6	134,7	120,6	130,3	131,5	129,1	137,0	138,6	176,5	139,7
Rio de Janeiro	126,4	119,1	124,5	128,7	135,5	127,9	132,4	137,1	132,1	142,6	141,9	188,2	138,3
São Paulo	130,4	121,4	132,2	130,7	136,5	126,6	130,6	134,9	128,9	138,7	143,8	179,9	139,4
Paraná	141,9	123,5	134,3	136,2	141,2	129,4	136,6	139,3	133,4	144,1	145,5	188,2	153,7
Santa Catarina	136,4	121,9	124,4	124,3	128,5	115,3	119,9	123,4	117,8	136,3	138,7	182,8	146,0
Rio Grande do Sul	128,0	120,8	131,3	133,4	140,3	128,1	133,8	136,4	130,5	140,6	142,8	179,7	133,9
Mato Grosso do Sul	148,2	137,7	145,9	147,4	158,3	143,6	150,4	153,8	151,2	164,9	164,6	209,7	162,8
Mato Grosso	121,0	119,4	129,7	128,3	127,4	126,3	129,9	132,7	129,9	139,6	135,4	165,7	125,4
Goiás	131,6	118,4	128,0	129,3	138,1	122,0	128,6	128,9	124,9	138,0	136,2	165,0	132,8
Distrito Federal	119,8	113,1	120,2	121,7	127,0	118,9	121,0	126,2	120,1	126,5	127,9	151,3	123,5

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: Jan/2015

Unidade da Federação	Índice de volume (2)	Variação				
		Mensal (3)			Acumulada (4)	
		nov/14	dez/14	jan/15	no ano	12 Meses
Brasil	106,4	-2,4	-2,2	-4,9	-4,9	-2,4
Rondônia	102,9	3,2	5,8	4,8	4,8	5,8
Acre	113,9	5,2	3,6	-9,3	-9,3	2,9
Amazonas	103,5	4,0	-5,8	-2,6	-2,6	1,0
Roraima	131,9	15,8	15,8	10,7	10,7	8,0
Pará	111,6	5,4	0,2	-1,4	-1,4	1,5
Amapá	115,9	9,8	1,7	17,3	17,3	2,1
Tocantins	107,5	14,7	4,7	-5,7	-5,7	4,6
Maranhão	117,6	4,2	0,9	-0,3	-0,3	2,6
Piauí	112,2	1,7	-0,3	-3,2	-3,2	0,9
Ceará	113,6	4,0	1,2	-0,5	-0,5	3,4
Rio G. do Norte	116,2	5,0	2,6	1,3	1,3	1,8
Paraíba	112,0	3,6	-2,5	-5,8	-5,8	1,5
Pernambuco	116,9	2,7	0,5	-2,2	-2,2	0,6
Alagoas	121,9	-0,5	-1,8	-0,8	-0,8	1,6
Sergipe	116,3	2,1	0,1	1,7	1,7	1,6
Bahia	112,9	0,4	-1,4	-3,2	-3,2	0,3
Minas Gerais	99,6	-1,8	1,6	-7,4	-7,4	-1,1
Espirito Santo	93,5	-4,6	1,5	-1,4	-1,4	-3,4
Rio de Janeiro	112,3	2,1	3,4	2,2	2,2	1,7
São Paulo	100,3	-7,5	-6,6	-8,4	-8,4	-7,2
Paraná	114,0	-3,2	-2,4	-4,4	-4,4	-3,8
Santa Catarina	109,9	0,3	1,1	-1,9	-1,9	0,8
Rio Grande do Sul	107,9	-2,1	-3,8	-8,4	-8,4	-1,3
Mato Grosso do Sul	115,2	-1,5	-1,2	1,1	1,1	-0,5
Mato Grosso	109,2	-1,6	-2,0	-4,5	-4,5	-0,3
Goiás	107,3	-2,7	-6,1	-8,8	-8,8	-3,2
Distrito Federal	100,4	-3,5	-2,9	-12,2	-12,2	-2,4

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

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

(2) Base: 2011 = 100

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

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

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

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Jan/2015

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

Mês: Jan/2015

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	-3,1	-3,1	-0,1	-11,0	-11,0	-0,8	0,5	0,5	0,3	5,0	5,0	8,3	-10,4	-10,4	-9,1
Ceará	0,7	0,7	5,8	6,3	6,3	6,5	-2,7	-2,7	5,2	8,2	8,2	4,3	-10,5	-10,5	-10,0
Pernambuco	-6,0	-6,0	3,5	-5,0	-5,0	5,1	-6,7	-6,7	2,7	8,8	8,8	15,1	-29,5	-29,5	-8,2
Bahia	-9,2	-9,2	-1,5	-3,8	-3,8	-1,9	-11,4	-11,4	-1,0	3,4	3,4	14,7	-20,2	-20,2	-1,2
Minas Gerais	-4,4	-4,4	-0,1	-8,7	-8,7	-11,8	-3,6	-3,6	3,3	2,3	2,3	6,0	-12,2	-12,2	-9,9
Espírito Santo	1,9	1,9	9,0	-8,6	-8,6	-0,8	11,6	11,6	17,2	8,5	8,5	9,6	-11,6	-11,6	3,4
Rio de Janeiro	-1,4	-1,4	-4,1	-22,0	-22,0	-9,1	5,1	5,1	-2,1	4,0	4,0	5,3	-4,3	-4,3	-7,4
São Paulo	-2,8	-2,8	-2,7	-26,4	-26,4	-4,8	8,0	8,0	-1,3	7,1	7,1	10,4	-2,9	-2,9	-8,4
Paraná	0,6	0,6	-3,6	-1,4	-1,4	-5,8	1,8	1,8	-2,6	8,4	8,4	4,9	-16,5	-16,5	-22,1
Santa Catarina	-0,3	-0,3	4,7	-6,1	-6,1	0,4	2,0	2,0	6,0	8,3	8,3	7,9	-2,0	-2,0	-6,5
Rio Grande do Sul	-10,5	-10,5	-1,0	-9,9	-9,9	-2,3	-10,9	-10,9	0,0	3,5	3,5	6,7	-5,1	-5,1	-4,6
Goiás	-2,0	-2,0	0,8	-6,5	-6,5	-1,3	-0,6	-0,6	1,2	1,6	1,6	15,0	-13,4	-13,4	-4,9
Distrito Federal	-12,8	-12,8	-7,9	2,7	2,7	6,2	-17,0	-17,0	-11,5	-4,0	-4,0	2,3	-18,9	-18,9	-13,1

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

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

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

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

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Jan/2015

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	19,0	19,0	0,0	4,7	4,7	7,4	-16,6	-16,6	-10,8	-2,8	-2,8	-0,6
Ceará	-22,0	-22,0	0,6	9,0	9,0	14,0	-8,0	-8,0	-1,6	10,3	10,3	8,8
Pernambuco	-27,8	-27,8	-2,9	10,7	10,7	9,5	-7,6	-7,6	-4,1	-3,1	-3,1	2,6
Bahia	-24,4	-24,4	-16,3	9,6	9,6	17,1	-6,6	-6,6	-6,3	-5,1	-5,1	-3,4
Minas Gerais	-33,8	-33,8	-17,8	-0,8	-0,8	8,1	-20,9	-20,9	-7,0	-8,1	-8,1	-0,2
Espírito Santo	-20,5	-20,5	-25,1	-11,5	-11,5	-13,9	1,5	1,5	-6,3	-14,2	-14,2	-7,0
Rio de Janeiro	48,1	48,1	-5,1	14,9	14,9	10,2	0,5	0,5	-0,9	4,8	4,8	1,2
São Paulo	43,4	43,4	7,5	-0,1	-0,1	4,9	-30,4	-30,4	-24,7	-8,6	-8,6	-4,6
Paraná	20,3	20,3	-13,5	13,0	13,0	7,7	-15,0	-15,0	-11,9	-8,2	-8,2	-4,7
Santa Catarina	8,4	8,4	10,2	11,9	11,9	9,7	-12,6	-12,6	0,2	21,5	21,5	8,9
Rio Grande do Sul	3,2	3,2	-14,6	1,9	1,9	7,3	-20,5	-20,5	-7,7	-1,7	-1,7	3,4
Goiás	31,6	31,6	8,4	6,9	6,9	17,5	-15,7	-15,7	-8,0	2,7	2,7	-0,7
Distrito Federal	55,8	55,8	11,2	10,1	10,1	7,6	-25,4	-25,4	-5,8	-13,9	-13,9	-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: 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: Jan/2015

Unidade da Federação	Comércio Varejista Ampliado												
	jan/14	fev/14	mar/14	abr/14	mai/14	jun/14	jul/14	ago/14	set/14	out/14	nov/14	dez/14	jan/15
Brasil	111,9	102,3	104,1	106,6	111,6	100,4	107,8	108,4	107,2	113,3	114,0	133,2	106,4
Rondônia	98,2	93,0	99,1	107,7	124,6	110,7	118,3	116,0	113,4	119,0	116,9	139,6	102,9
Acre	125,6	111,6	104,9	99,3	141,5	120,9	143,2	123,5	128,2	130,6	133,6	164,8	113,9
Amazonas	106,3	97,0	98,5	99,9	113,9	98,9	108,9	112,0	108,1	115,0	115,7	125,0	103,5
Roraima	119,1	114,9	116,9	130,5	129,8	119,9	131,8	128,2	133,7	139,9	134,1	162,3	131,9
Pará	113,2	101,7	108,7	107,7	117,8	107,9	118,1	113,5	113,4	129,8	122,2	150,4	111,6
Amapá	98,8	99,9	105,8	106,4	112,6	108,6	119,8	115,6	112,9	118,2	121,9	139,9	115,9
Tocantins	114,0	105,1	110,3	118,4	130,8	119,1	130,1	124,5	126,7	137,7	142,3	137,2	107,5
Maranhão	118,0	108,5	109,4	113,2	120,9	108,9	122,1	124,2	120,6	132,9	124,9	146,8	117,6
Piauí	115,9	105,5	109,3	110,9	121,2	108,2	118,1	114,4	114,6	122,7	123,0	142,7	112,2
Ceará	114,2	103,3	102,8	109,0	116,7	102,4	112,7	111,6	115,8	116,0	118,8	138,4	113,6
Rio G. do Norte	114,7	108,5	108,6	114,4	123,6	107,2	119,1	118,8	119,0	123,1	126,5	152,5	116,2
Paraíba	118,9	104,7	108,0	113,9	123,7	114,1	117,5	116,8	118,6	123,7	130,5	142,2	112,0
Pernambuco	119,5	105,7	107,3	108,7	118,5	103,6	114,9	114,9	112,3	118,9	123,4	148,8	116,9
Alagoas	122,9	112,5	111,3	116,4	122,3	106,9	117,8	115,9	117,3	125,5	128,2	160,3	121,9
Sergipe	114,4	102,7	105,2	108,2	113,7	100,9	107,6	109,1	109,7	114,2	117,9	139,6	116,3
Bahia	116,6	105,6	108,3	105,9	118,5	103,4	112,4	114,9	111,1	116,2	117,0	139,9	112,9
Minas Gerais	107,6	95,7	95,8	103,1	106,3	103,5	101,7	112,4	102,5	106,5	106,2	118,3	99,6
Espirito Santo	94,8	86,9	89,1	98,5	101,5	83,0	96,7	91,3	93,8	95,8	95,0	109,3	93,5
Rio de Janeiro	109,9	102,2	102,5	107,1	111,8	101,6	110,0	112,5	112,2	118,6	118,4	141,5	112,3
São Paulo	109,5	102,4	103,8	103,3	107,7	97,0	102,7	101,6	100,5	106,0	109,3	127,7	100,3
Paraná	119,2	105,3	106,8	109,6	112,8	99,1	111,8	108,9	109,7	118,3	117,1	134,0	114,0
Santa Catarina	112,0	101,2	104,2	106,5	109,0	94,2	104,9	105,8	105,1	116,1	114,6	142,7	109,9
Rio Grande do Sul	117,8	105,7	109,7	113,1	115,8	103,1	112,7	113,2	115,8	120,8	121,8	144,4	107,9
Mato Grosso do Sul	114,0	106,9	111,1	113,7	120,3	108,2	115,5	114,9	115,5	122,9	120,7	144,8	115,2
Mato Grosso	114,3	107,1	115,1	119,7	121,4	114,1	124,5	121,0	122,7	128,6	121,5	134,3	109,2
Goias	117,6	101,4	106,4	111,3	117,3	103,0	111,6	110,0	110,2	118,5	112,9	119,8	107,3
Distrito Federal	114,3	100,4	101,9	103,8	107,9	98,2	102,5	106,3	103,0	106,3	106,7	119,5	100,4

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

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

Índice de Base Fixa: 2011 = 100

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Jan/2015

Unidade da Federação	Índice de receita (2)	Variação				
		Mensal (3)			Acumulada (4)	
		nov/14	dez/14	jan/15	no ano	12 Meses
Brasil	123,0	3,0	3,0	0,5	0,5	3,1
Rondônia	115,0	7,4	10,1	9,2	9,2	10,5
Acre	129,6	10,0	8,7	-4,0	-4,0	7,9
Amazonas	117,3	7,8	-2,0	0,9	0,9	5,0
Roraima	153,4	21,4	21,4	16,6	16,6	12,9
Pará	128,0	9,1	3,8	2,5	2,5	5,3
Amapá	131,5	15,2	6,4	21,8	21,8	7,7
Tocantins	121,5	18,8	9,1	-0,6	-0,6	9,6
Maranhão	134,8	8,8	5,5	4,3	4,3	7,5
Piauí	131,3	6,5	4,3	2,3	2,3	5,7
Ceará	131,6	8,3	5,6	4,3	4,3	8,3
Rio G. do Norte	135,2	10,0	7,1	6,2	6,2	6,8
Paraíba	126,6	8,2	2,0	-1,8	-1,8	6,1
Pernambuco	133,2	7,7	4,7	2,0	2,0	5,4
Alagoas	137,9	4,5	2,5	2,9	2,9	6,1
Sergipe	135,0	7,6	4,3	5,7	5,7	6,4
Bahia	130,0	7,1	3,2	0,9	0,9	5,6
Minas Gerais	113,6	3,3	6,3	-2,2	-2,2	3,6
Espirito Santo	107,6	-0,1	6,3	4,0	4,0	1,5
Rio de Janeiro	132,7	7,2	8,8	8,1	8,1	7,5
São Paulo	116,9	-1,1	-0,6	-2,3	-2,3	-0,7
Paraná	131,8	1,4	2,1	0,8	0,8	1,8
Santa Catarina	126,8	5,1	5,8	3,4	3,4	6,1
Rio Grande do Sul	123,0	2,7	0,9	-3,3	-3,3	3,7
Mato Grosso do Sul	134,2	4,5	4,5	7,3	7,3	5,5
Mato Grosso	124,6	3,8	3,4	0,9	0,9	5,2
Goiás	121,8	1,5	-1,4	-3,3	-3,3	1,8
Distrito Federal	113,2	1,3	2,1	-6,4	-6,4	2,0

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: Jan/2015

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
	(2)	no ano	12 Meses	(2)	no ano	12 Meses	(2)	no ano	12 Meses	(2)	no ano	12 Meses	(2)	no ano	12 Meses
Brasil	0,5	0,5	3,1	3,4	3,4	7,0	8,6	8,6	8,1	8,5	8,5	8,0	2,5	2,5	2,9
Ceará	4,3	4,3	8,3	10,9	10,9	16,2	5,3	5,3	7,6	5,3	5,3	7,7	17,4	17,4	12,9
Pernambuco	2,0	2,0	5,4	6,8	6,8	6,0	4,5	4,5	4,4	3,6	3,6	4,5	8,0	8,0	8,9
Bahia	0,9	0,9	5,6	3,0	3,0	11,9	7,4	7,4	8,4	8,6	8,6	9,1	-8,4	-8,4	1,1
Minas Gerais	-2,2	-2,2	3,6	1,4	1,4	6,1	9,9	9,9	9,1	9,8	9,8	9,2	-1,9	-1,9	1,4
Espirito Santo	4,0	4,0	1,5	-6,5	-6,5	2,4	9,7	9,7	5,9	9,8	9,8	5,9	8,0	8,0	8,1
Rio de Janeiro	8,1	8,1	7,5	4,8	4,8	7,5	9,7	9,7	11,3	9,3	9,3	10,8	3,0	3,0	4,7
São Paulo	-2,3	-2,3	-0,7	-0,1	-0,1	1,2	9,0	9,0	8,2	9,2	9,2	8,3	1,5	1,5	-1,2
Paraná	0,8	0,8	1,8	5,3	5,3	9,2	10,0	10,0	10,1	10,3	10,3	10,2	1,5	1,5	2,8
Santa Catarina	3,4	3,4	6,1	8,6	8,6	7,2	6,3	6,3	2,7	6,5	6,5	1,8	8,8	8,8	7,3
Rio Grande do Sul	-3,3	-3,3	3,7	-2,8	-2,8	7,6	9,4	9,4	10,1	9,3	9,3	10,0	-0,1	-0,1	-0,7
Goiás	-3,3	-3,3	1,8	8,9	8,9	8,8	-3,7	-3,7	1,0	-4,4	-4,4	0,7	2,0	2,0	6,6
Distrito Federal	-6,4	-6,4	2,0	9,1	9,1	12,2	5,0	5,0	3,6	5,0	5,0	3,3	3,3	3,3	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: Jan/2015

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

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: Jan/2015

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	9,4	9,4	-3,0	8,9	8,9	13,1	-13,6	-13,6	-7,9	1,8	1,8	5,0
Ceará	-25,4	-25,4	1,3	13,6	13,6	19,7	-5,2	-5,2	0,4	13,0	13,0	16,7
Pernambuco	-34,2	-34,2	-13,1	15,1	15,1	15,2	-4,9	-4,9	-0,8	1,9	1,9	8,8
Bahia	-29,9	-29,9	-18,8	13,7	13,7	22,9	-5,1	-5,1	-3,8	0,5	0,5	6,2
Minas Gerais	-33,5	-33,5	-13,4	4,7	4,7	15,0	-19,6	-19,6	-6,7	-3,5	-3,5	5,2
Espirito Santo	-28,7	-28,7	-24,7	-7,8	-7,8	-9,0	4,4	4,4	-4,2	-9,2	-9,2	-0,5
Rio de Janeiro	37,3	37,3	-8,0	19,2	19,2	17,0	3,7	3,7	1,1	10,4	10,4	7,5
São Paulo	31,0	31,0	3,4	3,7	3,7	10,5	-27,4	-27,4	-20,9	-4,1	-4,1	0,5
Paraná	10,0	10,0	-15,9	18,0	18,0	13,1	-10,4	-10,4	-7,9	-4,7	-4,7	-0,1
Santa Catarina	-5,5	-5,5	4,0	16,4	16,4	15,1	-8,0	-8,0	4,7	28,2	28,2	15,0
Rio Grande do Sul	-4,4	-4,4	-14,8	5,9	5,9	11,5	-19,1	-19,1	-5,8	1,4	1,4	6,9
Goiás	31,7	31,7	8,4	12,2	12,2	23,7	-11,9	-11,9	-4,6	8,8	8,8	6,6
Distrito Federal	36,3	36,3	9,0	15,1	15,1	12,7	-22,2	-22,2	-4,4	-7,4	-7,4	2,5

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

Mês: Jan/2015

Unidade da Federação	Comércio varejista ampliado												
	jan/14	fev/14	mar/14	abr/14	mai/14	jun/14	jul/14	ago/14	set/14	out/14	nov/14	dez/14	jan/15
Brasil	122,4	112,7	116,3	119,6	125,7	113,4	121,6	122,1	120,9	128,5	129,6	153,2	123,0
Rondônia	105,3	100,2	107,4	116,7	136,7	120,7	128,5	127,5	124,0	130,4	129,0	155,8	115,0
Acre	135,0	120,9	115,1	109,4	155,5	132,8	155,2	137,1	141,4	144,1	148,5	184,6	129,6
Amazonas	116,3	106,0	108,7	110,5	126,8	109,9	119,8	124,2	119,8	127,4	129,2	141,8	117,3
Roraima	131,6	127,8	130,8	146,1	146,5	136,1	148,1	145,1	150,9	158,7	153,7	187,2	153,4
Pará	124,9	112,5	120,8	120,4	132,5	120,7	131,0	127,5	126,8	145,7	137,7	172,0	128,0
Amapá	108,0	109,6	116,9	118,4	125,8	120,9	133,1	129,0	125,9	132,0	137,3	159,1	131,5
Tocantins	122,2	113,6	119,6	128,6	141,8	128,5	140,8	135,9	137,7	150,0	156,6	153,9	121,5
Maranhão	129,2	119,1	121,1	126,1	134,2	122,0	135,7	138,0	134,1	147,9	140,6	167,4	134,8
Piauí	128,4	117,3	122,7	125,5	136,8	122,5	133,0	129,6	129,6	139,1	140,2	164,9	131,3
Ceará	126,2	114,7	115,6	123,5	131,7	117,2	127,6	126,4	130,1	131,4	135,2	159,2	131,6
Rio G. do Norte	127,3	120,5	121,8	129,3	139,2	122,4	134,7	134,4	134,1	139,6	144,4	175,4	135,2
Paraíba	128,9	113,9	118,4	125,8	137,4	127,7	131,1	130,9	132,4	138,4	146,3	161,5	126,6
Pernambuco	130,6	116,5	119,0	121,8	133,3	117,9	129,6	130,4	127,1	134,8	140,6	170,7	133,2
Alagoas	134,0	123,1	122,4	128,8	136,5	120,5	131,9	130,3	131,4	140,8	144,8	182,2	137,9
Sergipe	127,7	115,1	118,7	122,9	130,6	116,4	123,6	125,8	126,4	131,6	136,7	162,1	135,0
Bahia	128,8	117,3	120,9	119,4	133,3	116,9	125,7	128,8	126,2	132,7	133,9	160,8	130,0
Minas Gerais	116,1	105,0	106,6	113,8	117,5	113,4	113,3	122,8	114,2	119,3	118,8	134,9	113,6
Espirito Santo	103,5	95,1	99,0	109,1	113,1	93,5	108,2	102,4	105,2	108,2	107,1	125,3	107,6
Rio de Janeiro	122,8	114,9	117,5	122,9	129,1	117,8	126,9	129,7	129,0	137,3	136,7	166,3	132,7
São Paulo	119,6	112,9	116,6	116,6	122,0	110,4	116,8	115,7	114,6	121,6	125,4	147,8	116,9
Paraná	130,8	116,0	119,5	123,7	127,8	112,8	126,3	123,3	124,0	134,0	132,8	153,6	131,8
Santa Catarina	122,6	111,2	115,7	119,1	122,5	106,3	117,4	118,2	117,3	131,1	129,5	162,3	126,8
Rio Grande do Sul	127,2	115,0	121,2	126,0	129,6	115,5	125,7	125,7	128,5	135,5	136,9	163,6	123,0
Mato Grosso do Sul	125,1	117,7	123,5	127,2	134,9	121,1	129,2	129,4	129,1	138,3	137,7	167,1	134,2
Mato Grosso	123,5	116,3	126,3	131,5	133,0	125,5	136,4	133,8	134,0	141,2	135,9	152,2	124,6
Goias	125,9	109,6	115,9	121,5	128,4	112,9	122,3	121,6	120,9	130,6	124,8	135,0	121,8
Distrito Federal	120,9	107,2	110,6	113,3	117,9	107,7	112,7	116,4	113,5	117,8	118,4	134,0	113,2

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

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

Índice Base Fixa: 2011 = 100

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

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

Mês: Jan/2015

Unidade da Federação	Índice de Base Fixa (1)			Variação mês/mês anterior		
	nov/14	dez/14	jan/15	nov/14	dez/14	jan/15
Brasil	118,5	115,4	116,3	1,5	-2,6	0,8
Rondônia	132,4	128,4	130,6	0,9	-3,0	1,7
Acre	138,7	137,8	138,7	2,7	-0,6	0,7
Amazonas	111,0	105,2	106,8	-0,6	-5,2	1,5
Roraima	154,8	165,2	164,6	-0,6	6,7	-0,4
Pará	123,5	112,5	114,4	-5,4	-8,9	1,7
Amapá	145,7	130,9	142,1	4,6	-10,2	8,6
Tocantins	133,8	125,6	127,6	1,5	-6,1	1,6
Maranhão	130,8	126,1	126,4	-1,6	-3,6	0,2
Piauí	117,5	112,0	115,8	-1,4	-4,7	3,4
Ceará	124,6	119,0	121,9	4,2	-4,5	2,4
Rio G. do Norte	127,1	120,4	121,3	4,4	-5,3	0,7
Paraíba	127,9	116,5	118,3	-0,5	-8,9	1,5
Pernambuco	126,1	119,7	120,5	3,9	-5,1	0,7
Alagoas	124,2	117,8	118,9	0,2	-5,2	0,9
Sergipe	115,8	107,7	112,2	4,9	-7,0	4,2
Bahia	122,2	116,0	116,2	3,9	-5,1	0,2
Minas Gerais	113,5	110,7	110,8	1,9	-2,5	0,1
Espirito Santo	115,6	112,2	111,7	2,9	-2,9	-0,4
Rio de Janeiro	114,7	112,2	113,6	-0,8	-2,2	1,2
São Paulo	118,1	115,8	117,2	2,2	-1,9	1,2
Paraná	122,2	122,5	122,8	-0,5	0,2	0,2
Santa Catarina	114,8	112,3	113,2	0,1	-2,2	0,8
Rio Grande do Sul	118,8	113,2	113,7	2,7	-4,7	0,4
Mato Grosso do Sul	138,3	137,5	137,0	-0,1	-0,6	-0,4
Mato Grosso	116,1	114,4	113,9	-1,1	-1,5	-0,4
Goiás	119,2	109,3	110,4	0,2	-8,3	1,0
Distrito Federal	106,9	102,5	105,3	-0,3	-4,1	2,7

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: Jan/2015

Unidade da Federação	Índice de Base Fixa (1)			Variação mês/mês anterior		
	nov/14	dez/14	jan/15	nov/14	dez/14	jan/15
Brasil	142,2	138,6	140,4	2,2	-2,5	1,3
Rondônia	153,1	148,7	152,3	1,7	-2,9	2,4
Acre	163,5	163,5	165,3	3,4	0,0	1,1
Amazonas	130,0	123,9	127,2	0,2	-4,7	2,7
Roraima	184,9	197,6	198,9	0,1	6,9	0,7
Pará	146,1	134,4	137,7	-3,9	-8,0	2,5
Amapá	168,4	152,6	166,7	5,1	-9,4	9,2
Tocantins	155,2	145,9	149,1	3,5	-6,0	2,2
Maranhão	158,2	151,2	153,6	-0,4	-4,4	1,6
Piauí	142,6	135,8	142,0	-1,2	-4,8	4,6
Ceará	149,7	142,6	148,0	4,2	-4,7	3,8
Rio G. do Norte	151,9	142,9	146,8	4,3	-5,9	2,7
Paraíba	149,2	136,9	138,6	1,2	-8,2	1,2
Pernambuco	149,7	142,3	144,1	4,0	-4,9	1,3
Alagoas	146,0	141,4	144,3	-0,5	-3,2	2,1
Sergipe	141,4	130,4	136,4	5,9	-7,8	4,6
Bahia	149,1	137,2	138,0	6,7	-8,0	0,6
Minas Gerais	135,4	132,9	133,3	2,3	-1,8	0,3
Espirito Santo	140,0	136,8	137,4	3,4	-2,3	0,4
Rio de Janeiro	142,1	139,2	142,0	0,6	-2,0	2,0
São Paulo	141,5	139,4	141,5	2,7	-1,5	1,5
Paraná	146,0	146,1	147,3	-0,5	0,1	0,8
Santa Catarina	137,7	135,4	136,7	0,0	-1,7	1,0
Rio Grande do Sul	143,4	136,0	139,0	3,3	-5,2	2,2
Mato Grosso do Sul	163,9	163,1	164,5	1,0	-0,5	0,9
Mato Grosso	135,3	133,8	133,5	0,1	-1,1	-0,2
Goiás	138,1	130,2	132,5	1,2	-5,7	1,8
Distrito Federal	127,4	122,8	125,5	0,7	-3,6	2,2

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

(1) Base: 2011 = 100