

Indicadores IBGE

Pesquisa Mensal de Comércio
julho 2011

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE

Presidenta da República
Dilma Rousseff

Ministra do Planejamento, Orçamento e Gestão
Miriam Belchior

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE

Presidente
Eduardo Pereira Nunes

Diretor Executivo
Sérgio da Costa Côrtes

ÓRGÃOS ESPECÍFICOS SINGULARES

Diretoria de Pesquisas
Wasmália Socorro Barata Bivar

Diretoria de Geociências
Luiz Paulo Souto Fortes

Diretoria de Informática
Paulo César Moraes Simões

Centro de Documentação e Disseminação de Informações
David Wu Tai

Escola Nacional de Ciências Estatísticas
Solange Corrêa Onel

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 2004, o Sistema de Índices do Comércio Varejista, em relação à série divulgada até dezembro de 2003, apresenta os seguintes aprimoramentos:

- Expande a abrangência dos indicadores, passando a incluir o comércio de material de construção.
- Passa a divulgar o índice do Comércio Varejista Ampliado, que agrega, aos índices do varejo, as atividades “Veículos, motocicletas, partes e peças” e “Material de construção”.
- Desagrega as estatísticas classificadas anteriormente como “Demais artigos de uso pessoal e doméstico” nas seguintes atividades: “Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos”, “Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação”, “Livros, jornais, revistas e papelaria” e “Outros artigos de uso pessoal e doméstico”.
- Amplia a amostra de 5.000 empresas informantes para 9.000 empresas.
- 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 em diante têm por período de base o ano 2003.
- A série encadeada desde janeiro de 2000, tem como **período de referência**, único, a média mensal dos índices de 2003=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.
- **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 2002 e dentro do âmbito e da abrangência previamente definidas, foram selecionadas cerca de 9 000 empresas distribuídas nas 27 Unidades da Federação.

II – CONSTRUÇÃO DE INDICADORES

- **Séries 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 nominais e de volume da Receita Bruta de Revenda do mês com a média mensal obtida no ano de 2003.

ÍNDICE MÊS/MÊS: Compara os índices nominais 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 MENSAL: Compara os índices nominais 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 inicia em janeiro de 2004 (base 2003 = 100). A série encadeada tem como referência a média mensal de 2003 = 100. Este procedimento não altera as séries dos Índices Mensal, Acumulado no Ano e Acumulado de 12 meses já publicadas.

A série encadeada é, pois, uma série histórica de índices 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] e efeito calendário (TD)
Combustíveis	Multiplicativo	(212) (011)	Camaval, Corpus Christi e efeito calendário (TD)
Tecidos, vestuário e calçados	Multiplicativo	(011) (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	(022) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa[8] e efeito calendário (TD), TC2005.FEB e AO2006.JAN.
Automóveis, motocicletas, partes e peças	Multiplicativo	(012) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa[1] e efeito calendário (TD).
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	(212) (011)	Camaval, Corpus Christi, efeito calendário (TD) , TC2008.FEB e AO2008.SEP
Livros, jornais, revistas e papelaria	Multiplicativo	(212) (011)	Camaval e Corpus Christi e LS2010.NOV
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	Multiplicativo	(212) (011)	Camaval, Corpus Christi e Páscoa[1]
Material de construção	Multiplicativo	(012) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa [1] e efeito calendário (TD).
Varejo Ampliado	Multiplicativo	(012) (011)	Camaval, Corpus Christi, efeito calendário (TD), LS2008.OCT e AO 2009.JUN

VOLUME DE VENDAS UF

UF	DECOMPOSIÇÃO	MODELO ARIMA	REGRESSÃO (REGARIMA)
Acre	Multiplicativo	(210) (011)	Camaval, Corpus Christi
Alagoas	Multiplicativo	(011) (011)	Camaval, Corpus Christi e Páscoa [1]
Amapá	Multiplicativo	(011) (011)	LS2006. JAN
Amazonas	Multiplicativo	(212) (011)	Camaval, Corpus Christi.
Bahia	Multiplicativo	(012) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa [15], e efeito calendário (TD)
Ceará	Multiplicativo	(011) (011)	Camaval, Corpus Christi e efeito calendário (TD)
Distrito Federal	Multiplicativo	(210) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa [15], efeito calendário (TD) e TC2001.JUN.
Espírito Santo	Multiplicativo	(011) (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	(212) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa[8], efeito calendário (TD) Páscoa [15].
Mato Grosso	Multiplicativo	(212) (011)	Camaval e Corpus Christi.
Mato Grosso do Sul	Multiplicativo	(011) (011)	Páscoa [15], efeito calendário (TD) e AO2009.JAN
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 (TD) e LS2008.OCT.
Paraná	Multiplicativo	(210) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa [8],efeito calendário (TD) e LS2002.NOV, LS2005.FEB e LS2005.AUG.
Pernambuco	Multiplicativo	(011) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa [15] , efeito calendário (TD) e LS2003.MAR.
Piauí	Multiplicativo	(012) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa [1], efeito calendário (TD), AO2004.JAN, LS2005.FEB, AO2008.JAN, AO2008.NOV e LS2010.APR.
Rio Grande do Norte	Multiplicativo	(210) (011)	Camaval, Corpus Christi, efeito calendário (TD) 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	(011) (011)	Páscoa[15] e efeito calendário (TD)
Roraima	Multiplicativo	(012) (011)	Camaval, Corpus Christi.
Santa Catarina	Multiplicativo	(012) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa[8] e efeito calendário (TD)
Sergipe	Multiplicativo	(011) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa[15], TC2001.JUL, LS2005.FEB TC2005.OCT e TC2006.FEB
São Paulo	Multiplicativo	(011) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa[8] e efeito calendário (TD)
Tocantins	Multiplicativo	(011) (011)	Camaval, Corpus Christi, 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], efeito calendário (TD) e AO2004.DEC.
Hiper., Super, Produtos alimentícios, bebidas e fumo	Multiplicativo	(012) (011)	Páscoa[8], efeito calendário (TD), LS.2002.OCT, LS2005.JAN e TC2008.FEB.
Combustíveis	Multiplicativo	(012) (011)	Camaval, Corpus Christi e LS2003.JUN.
Tecidos, vestuário e calçados	Multiplicativo	(011) (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], efeito calendário (TD) e LS2002.OCT.
Automóveis, motocicletas, partes e peças	Multiplicativo	(012) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa[1] e efeito calendário (TD).
Equip. e Materiais p escritório, inform e comun	Multiplicativo	(212) (011)	Camaval, Corpus Christi, TC2003.OCT e LS2005.FEB.
Artigos farmac, méd, ortop e de perfumaria	Multiplicativo	(210) (011)	Camaval, Corpus Christi e efeito calendário (TD)
Livros, jornais, revistas e papelaria	Multiplicativo	(212) (011)	Camaval e Corpus Christi LS2010.NOV.
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 (TD) e LS2008.OCT.

RECEITA NOMINAL DE VENDAS UF

UF	DECOMPOSIÇÃO	MODELO ARIMA	REGRESSÃO (REGARIMA)
Acre	Multiplicativo	(212) (011)	Camaval, Corpus Christi e 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, 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	(210) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa [15], efeito calendário (TD) e TC2001.JUN.
Espírito Santo	Multiplicativo	(212) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa [8], efeito calendário (TD) e AO2002APR.
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)
Mato Grosso	Multiplicativo	(012) (011)	Camaval, Corpus Christi, AO2002.MAY e LS2006.FEB.
Mato Grosso do Sul	Multiplicativo	(212) (011)	Camaval, Corpus Christi, Efeito calendário (TD) e LS2009.FEB.
Pará	Multiplicativo	(012) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa [8],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), TC2003.FEB, AO2003.DEC, LS2005.FEB e LS2005.AUG.
Pernambuco	Multiplicativo	(011) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa [15], efeito calendário (TD) e AO2003.JAN.
Piauí	Multiplicativo	(011) (011)	Camaval, Corpus Christi, efeito calendário (TD), TC2001.JAN, TC2002.JAN, TC2003.JAN, LS205.FEB, AO2008.JAN e TC2008.DEC.
Rio Grande do Norte	Multiplicativo	(212) (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	(011) (011)	Camaval, Corpus Christi e Páscoa[15] .
Rondônia	Multiplicativo	(212) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa[15], efeito calendário (TD).
Roraima	Multiplicativo	(012) (011)	Camaval e Corpus Christi
Santa Catarina	Multiplicativo	(011) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa[8], e efeito calendário (TD)
Sergipe	Multiplicativo	(012) (011)	Páscoa [15], LS2005.FEB, TC2005.OCT e TC2006.FEB.
São Paulo	Multiplicativo	(011) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa[8] e efeito calendário (TD)
Tocantins	Multiplicativo	(011) (011)	TC2003.MAY, LS2005.FEB e LS2010FEB.

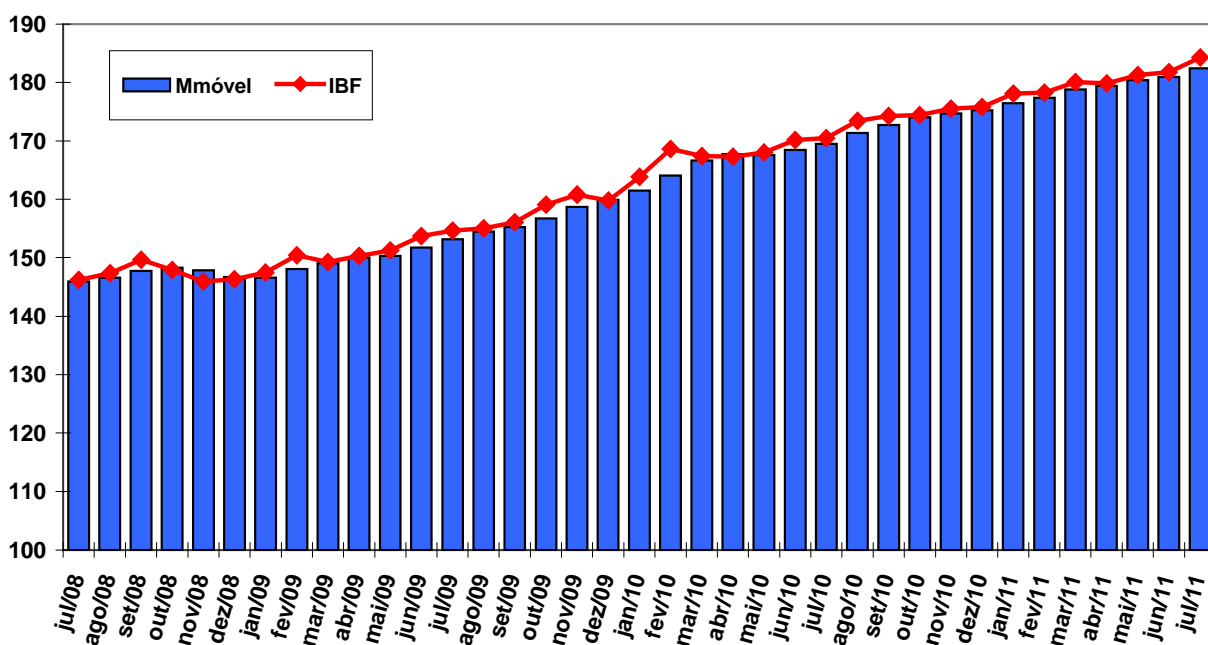
V - OBSERVAÇÕES

- 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 julho, o **Comércio Varejista** do País continuou registrando resultados positivos. Em relação ao mês anterior com ajustamento sazonal, as taxas de variação foram de 1,4% para o volume de vendas e de 1,6% na receita nominal. Neste tipo de comparação, o setor chega a três meses consecutivos de crescimento para o volume de vendas, e a dezesseis em termos da receita nominal (gráficos 1 e 2). Completando o quadro de taxas, têm-se para o volume de vendas acréscimos de 7,1% sobre julho do ano anterior; de 7,3% no acumulado dos sete primeiros meses do ano; e de 8,5% no acumulado dos últimos 12 meses. Nas mesmas comparações, a receita nominal de vendas variou em 12,5%, 12,3% e em 13,2%, respectivamente.

Gráfico 1
Volume de Vendas com Ajuste Sazonal
Índice de Base Fixa e de Média Móvel Trimestral

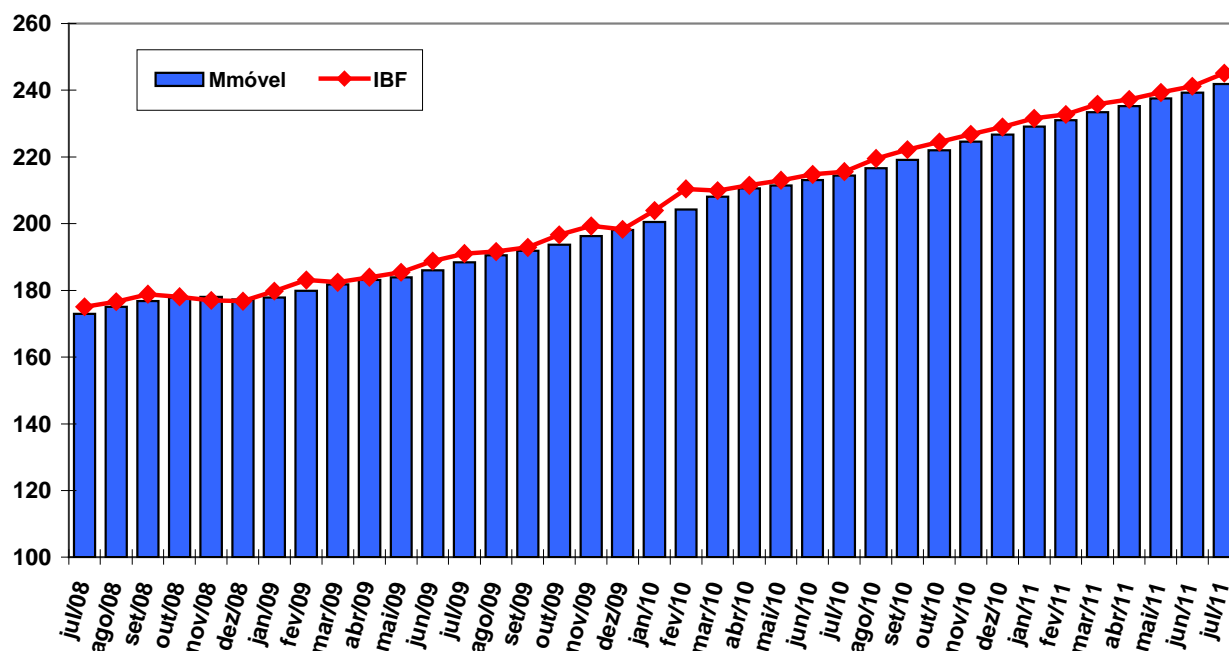


Quanto ao **Varejo Ampliado**, os resultados também continuam positivos, com variações sobre o mês anterior, sazonalmente ajustadas, de 0,6% para o volume de vendas (Gráfico 3) e de 1,0% para receita nominal de vendas. Nas demais comparações, o volume de vendas obteve acréscimos de 7,7% em relação julho de 2010; 9,0% no acumulado do ano; e 10,5% no acumulado de 12 meses. Nestes mesmos indicadores, a receita nominal de vendas cresceu, respectivamente, 10,5%, 11,8% e 13,4%. (Tabelas 1 e 2).

RESULTADOS SETORIAIS

Nos resultados sobre o mês anterior com ajuste sazonal, oito das dez atividades registraram variações positivas em termos de volume de vendas, destacando-se a atividade de *Móveis e eletrodomésticos*, com crescimento de 4,1%; seguida por *Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* (1,6%); *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos* (1,1%); *Livros, jornais, revistas e papelaria* (1,1%); *Veículos e motos, partes e peças* (0,9%); *Combustíveis e lubrificantes* (0,8%); *Material de construção* (0,6%); *Outros artigos de uso pessoal e doméstico* (0,6%). As variações negativas ocorreram em *Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação* (-12,5%); e em *Tecidos, vestuário e calçados* (-2,9%) - Tabela 1.

Gráfico 2
Receita Nominal de Vendas com Ajuste Sazonal
Índice de Base Fixa e de Média Móvel Trimestral



Já na relação julho11/julho10 (série sem ajuste), todas as atividades pesquisadas apresentaram aumento no volume de vendas, cujas taxas, por ordem decrescente de magnitude, foram as seguintes: 21,4% para Móveis e eletrodomésticos; 15,9% em *Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação*; 10,3% em *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria*; 8,8% para *Veículos e motos, partes e peças*; 7,5% em Material de construção; 6,6% para *Livros, jornais, revistas e papelaria*; 4,5% em *Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo*; 3,0% em *Outros artigos de uso pessoal e doméstico*; 1,4% para *Tecidos, vestuário e calçados*; e 0,4% para *Combustíveis e lubrificantes*.

A atividade de *Móveis e eletrodomésticos*, com aumento de 21,4% no volume de vendas em relação a julho do ano passado, foi responsável pela maior participação à taxa global do **Varejo** (explicando 49% desta) e pela segunda maior influência na formação da taxa do **Varejo Ampliado** (27%) – Tabela 3. Em termos acumulados, as variações atingiram 18,3% no ano e a 17,8% em 12 meses. Tal desempenho decorre do crescimento do emprego e do rendimento¹, da manutenção do crédito, bem como da queda dos preços dos produtos eletroeletrônicos (-7,0% nos últimos 12 meses até julho, segundo o IPCA do IBGE).

O segmento de *Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo*, com variação de 4,5% no volume de vendas, em julho, sobre igual mês do ano anterior, respondeu por 31% da taxa do varejo (segunda maior influência) e por 17% do resultado do varejo ampliado (terceiro maior impacto). Mesmo tendo elevado o seu ritmo de crescimento nos últimos meses, a atividade se mantém com desempenho abaixo da média, em função do comportamento dos preços dos alimentos, que cresceram acima da média no período de 12 meses: 8,3% no Grupo Alimentação no Domicílio, contra 6,9% da inflação global, segundo o IPCA. Em termos de resultados acumulados, as taxas de variação se estabeleceram em 4,0% para o acumulado dos primeiros sete meses do ano, e em 5,3% no dos últimos 12 meses.

¹ A massa de rendimento real habitual dos ocupados obteve aumento de 6,0% em julho de 2011 em relação ao mesmo mês do ano anterior, segundo a Pesquisa Mensal de Emprego, do IBGE.

TABELA 1
BRASIL - INDICADORES DO VOLUME DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA E COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO
SEGUNDO GRUPOS DE ATIVIDADES PMC - 2011

ATIVIDADES	MÊS/MÊS ANTERIOR (*)			MÊS/IGUAL MÊS DO ANO ANTERIOR			ACUMULADO	
	Taxa de Variação			Taxa de Variação			Taxa de Variação	
	MAI	JUN	JUL	MAI	JUN	JUL	NO ANO	12 MESES
COMÉRCIO VAREJISTA (**)	0,8	0,3	1,4	6,3	7,1	7,1	7,3	8,5
1 - Combustíveis e lubrificantes	-0,6	0,3	0,8	-2,2	1,3	0,4	2,5	4,6
2 - Hiper, supermercados, prods. alimentícios, bebidas e fumo	0,4	0,0	1,6	1,9	2,7	4,5	4,0	5,3
2.1 - Super e hipermercados	0,4	-0,3	2,0	1,8	2,6	4,5	3,9	5,1
3 - Tecidos, vest. e calçados	2,7	2,6	-2,9	5,6	11,3	1,4	6,7	8,5
4 - Móveis e eletrodomésticos	1,3	-0,8	4,1	20,4	16,4	21,4	18,3	17,8
5 - Artigos farmacêuticos, med., ortop. e de perfumaria	2,2	0,2	1,1	12,0	12,8	10,3	10,6	11,3
6 - Equip. e mat. para escritório informática e comunicação	20,4	11,0	-12,5	23,2	34,7	15,9	14,8	18,5
7 - Livros, jornais, rev. e papelaria	2,5	-0,3	1,1	8,3	9,0	6,6	8,4	12,0
8 - Outros arts. de uso pessoal e doméstico	-4,0	1,7	0,6	3,3	3,2	3,0	6,0	8,4
COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO (***)	0,6	0,3	0,6	12,9	9,3	7,7	9,0	10,5
9 - Veículos e motos, partes e peças	0,7	-0,9	0,9	26,0	12,6	8,8	11,5	13,7
10- Material de Construção	0,0	1,1	0,6	11,6	13,4	7,5	11,7	13,3

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

Os 10,3% de crescimento no volume de vendas de *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria* levaram a atividade a responder pelo terceiro e quarto maiores impactos na formação dos resultados do **Varejo** e do **Varejo ampliado**, respectivamente. Com acréscimos da ordem de 10,6% no acumulados do ano e de 11,3% no acumulado dos últimos 12 meses, o segmento mantém em todas as comparações resultados acima da taxa global do **Varejo**. Os principais fatores a contribuir para isto foram a manutenção do crescimento da massa real de salários; a ampliação da oferta de medicamentos genéricos – estimulando o consumo por alternativas mais vantajosas de preços; e a própria essencialidade dos produtos do gênero.

O segmento de *Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação*, responsável pela quarta maior contribuição na formação da taxa global do **Comércio Varejista**, e a quinta do **Comércio Varejista Ampliado**, obteve 15,9% de acréscimo no volume de vendas na relação novembro11/novembro10, e taxas acumuladas de 14,8% no ano e de 18,5% nos últimos 12 meses. Explicam este desempenho não só os já comentados aumentos de renda e do crédito, mas também a queda de preços dos produtos do gênero, principalmente os microcomputadores (-14,7% nos últimos 12 meses - medido pelo IPCA).

TABELA 2
BRASIL - INDICADORES DA RECEITA NOMINAL DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA E COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO
SEGUNDO GRUPOS DE ATIVIDADES PMC - 2011

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

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*, que engloba segmentos como lojas de departamentos, ótica, joalheria, artigos esportivos, brinquedos etc., registrou crescimento de 3,0% no volume de vendas em relação a julho de 2010, exercendo, com isto, o quinto maior impacto na formação da taxa do **Varejo** e a sexta maior contribuição na do **Varejo ampliado**. Os aumentos de 6,0% no acumulado do ano e de 8,4% no acumulado de 12 meses, colocam, até o momento, a atividade com resultados abaixo da taxa global dos dois agregados do **Comércio varejista**.

Tecidos, vestuário e calçados, com aumento de 1,4% no volume de vendas em novembro com relação a igual mês de 2010, foi a atividade responsável pela sexta contribuição à taxa global do **Varejo**. A desaceleração da taxa mensal, tendo como possível causa a elevação dos preços no setor², provocou redução de 1 ponto percentual nos resultados acumulados do segmento, em julho, que se estabeleceram em 6,7% para os sete primeiros meses do ano e em 8,5% no acumulado dos últimos 12 meses.

A atividade de *Livros, jornais, revistas e papelaria*, com crescimento de 6,6% no volume de vendas sobre julho de 2010, respondeu pela sétima maior contribuição ao resultado global do **Comércio varejista**. Nos acumulados dos sete primeiros meses do ano e dos últimos 12 meses suas taxas alcançaram, respectivamente, 8,4% e 12,0%. Estes resultados positivos são decorrentes da melhoria do poder de compra da população, bem como da diversificação da linha de produtos ofertados pelas principais redes de livrarias e papelaria do País, com destaque para a participação crescente das vendas de suprimentos de informática.

² Somente no trimestre abril-junho o grupo vestuário acumulou aumento de preços da ordem de 3,9%, segundo o IPCA do IBGE

O segmento de *Combustíveis e lubrificantes* foi O que menos influenciou o resultado geral do **Varejo**, ao expandir o volume de vendas em 0,4% na relação novembro11/novembro10. Em termos de desempenho acumulado, as taxas de variação ficaram em 2,5% e 4,6% para os sete primeiros meses do ano e para os últimos 12 meses, respectivamente. Tais resultados, bem abaixo da média de crescimento do setor varejista, tem como principal causa o aumento dos preços dos combustíveis automotivos, no geral (10,7% em 12 meses contra uma inflação geral de 6,9%) e, em particular, o aumento dos preços do etanol, com variações em 12 meses da ordem de 32,7%, segundo o IPCA.

TABELA 3
BRASIL - COMPOSIÇÃO DA TAXA MENSAL DO COMÉRCIO VAREJISTA, POR ATIVIDADES (*)
(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	7,1	7,1	100,0	7,7	7,7	100,00
Combustíveis e lubrificantes	0,4	0,0	0,4	0,4	0,0	0,3
Hiper, supermercados, prods. alimentícios, bebidas e fumo	4,5	2,2	31,0	4,5	1,3	17,1
Tecidos, vestuário e calçados	1,4	0,1	1,4	1,4	0,1	0,8
Móveis e eletrodomésticos	21,4	3,4	48,7	21,4	2,1	27,0
Artigos farmacêuticos, médicos, ortop. e de perfumaria	10,3	0,6	9,1	10,3	0,4	5,0
Equip. e mat. para escritório, informática e comunicação	15,9	0,4	5,1	15,9	0,2	2,7
Livros, jornais, revistas e papelaria	6,6	0,1	0,7	6,6	0,0	0,4
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	3,0	0,3	3,7	3,0	0,2	2,0
Veículos e motos, partes e peças	-	-	-	8,8	3,0	39,2
Material de construção	-	-	-	7,5	0,4	5,6

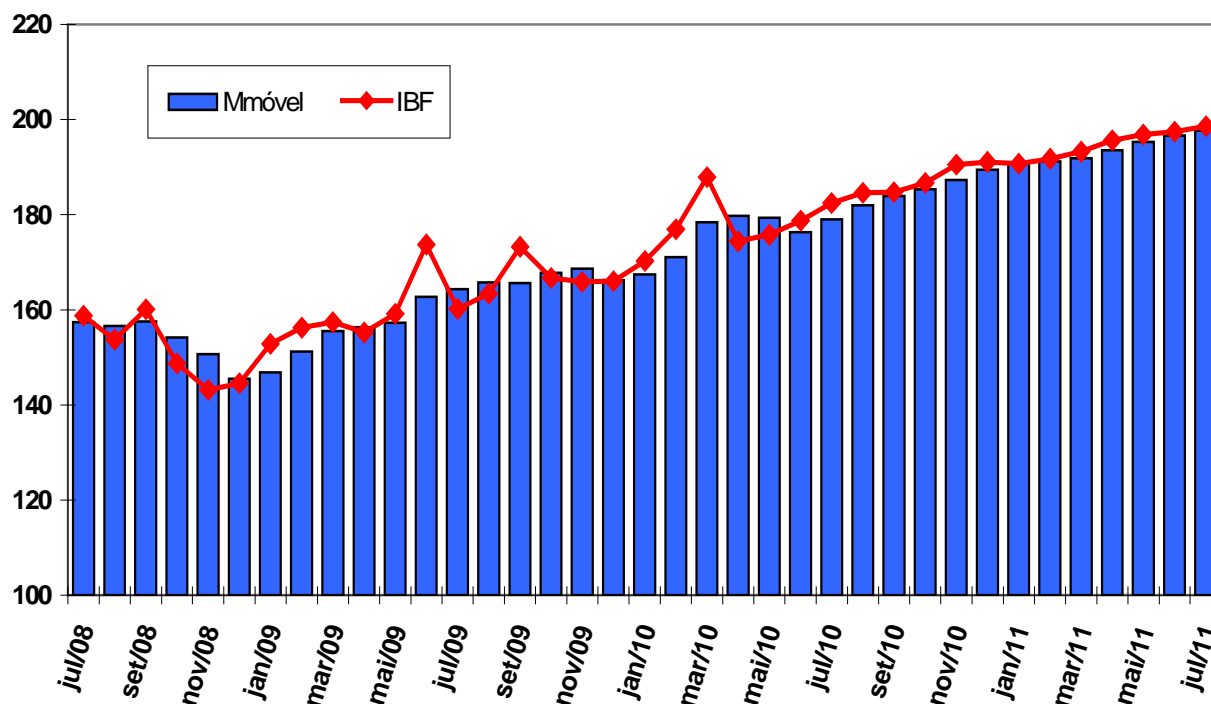
Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Serviços e Comércio.

(*) Corresponde à participação dos resultados setoriais na formação da taxa global

O segmento de *Veículos, motos, partes e peças* – que entra apenas no cômputo da taxa do **Varejo Ampliado**, registrou alta de 8,8% em relação a igual mês de 2010, com participação de 39% no resultado global do setor (tabela 3). Nos acumulados de janeiro a julho e dos últimos 12 meses, o segmento registra acréscimos superiores à média, com taxas 11,5% e 13,7%, respectivamente. Para o estabelecimento destes resultados continuaram sendo fundamentais as condições favoráveis do crédito, cujo saldo destinado às pessoas físicas para aquisição de veículos aumentou 36,8% em 12 meses, segundo dados do Banco Central.

Já *Material de Construção*, com crescimento de 7,5% no volume de vendas em relação a julho do ano passado, respondeu por 5,6% da taxa global do **Varejo Ampliado**. Em termos de resultados acumulados, apresentou variações da ordem de 11,7% para o período janeiro-julho e 13,3% nos acumulados dos últimos 12 meses. O desempenho positivo deste ano tem como principais fatores a desoneração fiscal sobre um conjunto de produtos básicos do ramo e a ampliação do crédito habitacional, cujo montante destinado à pessoas físicas e cooperativas cresceu 49,2% em 12 meses, segundo o Banco Central.

Gráfico 3
Volume de Vendas do Varejo Ampliado com Ajuste Sazonal
Índice de Base Fixa e de Média Móvel Trimestral



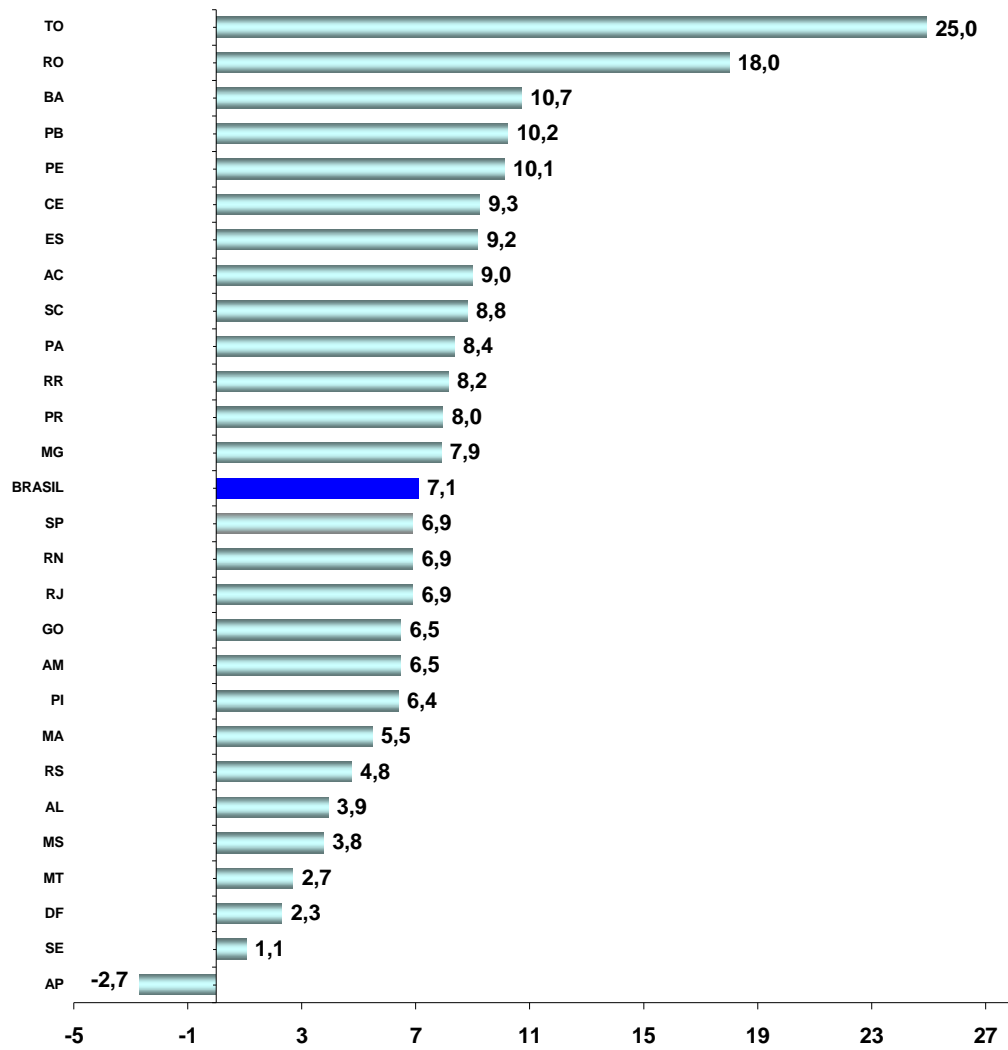
RESULTADOS REGIONAIS

Das 27 Unidades da Federação, apenas o Amapá obteve resultado negativo, em julho, com queda -2,7% no volume de vendas em relação ao mesmo mês do ano anterior. Os destaques em termos de taxa de crescimento foram Tocantins, com variação de 25,0%; Rondônia (18,0%); Bahia (10,7%); Paraíba (10,2%); e Pernambuco (10,1%) – Gráfico 4. Quanto à participação na composição da taxa do **Comércio Varejista**, destacaram-se, pela ordem, São Paulo (6,9%); Rio de Janeiro (6,9%); Minas Gerais (7,9%); Bahia (10,7%); e Paraná (8,0%).

Em relação ao **varejo ampliado**, que teve também o Amapá como único resultado negativo, com -9,7% sobre julho de 2010, as maiores taxas de desempenho no volume de vendas ocorreram em Tocantins (30,7%); Espírito Santo (29,2%); Rondônia (13,9%); Santa Catarina (10,3%); e Minas Gerais (10,2%). Em termos de impacto no resultado global do setor, os destaques foram os estados de São Paulo (7,0%); Rio de Janeiro (8,3%); Minas Gerais (10,2%); Espírito Santo (29,2%); e Paraná (10,1%).

Ainda por Unidades da Federação, os resultados sobre o mês anterior com ajuste sazonal, para o volume de vendas, foram positivos em 23 dos vinte e sete estados, sendo destaques as taxas do Acre (5,2%); Roraima (4,0%); Rondônia (3,6%); Tocantins (3,4%); e Maranhão (3,3%). Os estados com queda no volume de vendas na mesma comparação foram Amapá (-7,7%); Alagoas (-1,1%); Amazonas (-0,8%); e Rio Grande do Sul (-0,3%).

Gráfico 4
Taxas Mensais regionalizadas do volume de vendas do Varejo ordenadas
segundo posicionamento em relação à média nacional



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

Gráfico 5 - Evolução do volume de vendas do Comércio varejista segundo os índices Mensal e Acumulado dos últimos 12 meses

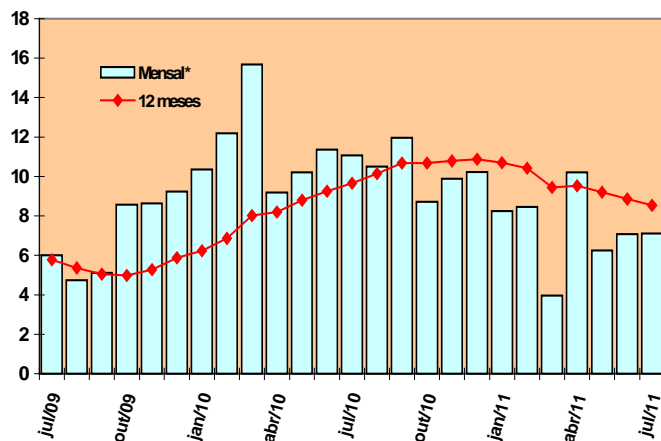


Gráfico 6 - Evolução do volume de vendas de Combustíveis e Lubrificantes segundo os índices Mensais e Acumulado de 12 meses

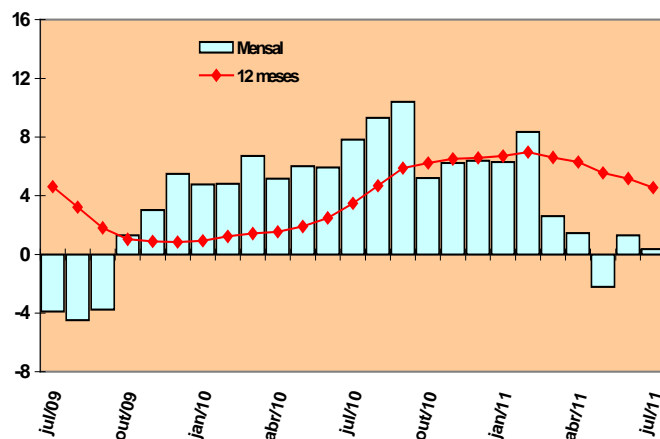


Gráfico 7 - Evolução do volume de vendas de Hiper e Supermercados, Alim., Bebidas e Fumo, segundo os índices Mensais e Acum. de 12 meses.

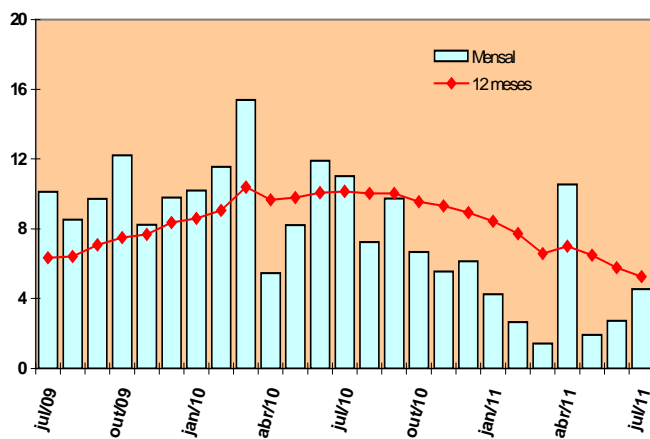


Gráfico 8 - Evolução do volume de vendas de Tecidos, Vestuário e Calçados, segundo os índices Mensal e Acumulado de 12 meses

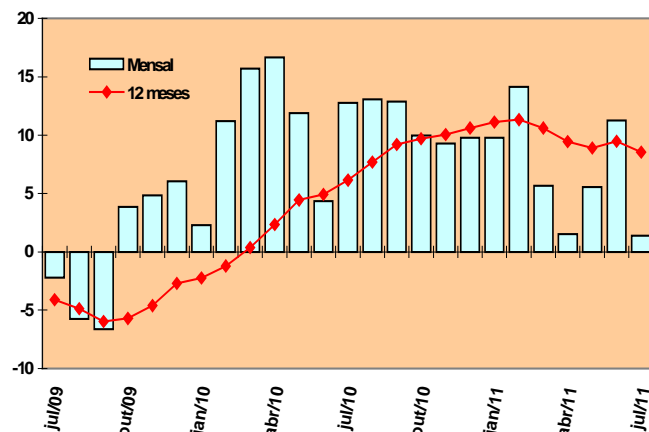


Gráfico 9 - Evolução do volume de vendas de Móveis e Eletrodomésticos, segundo os índices Mensal e Acum. de 12 meses

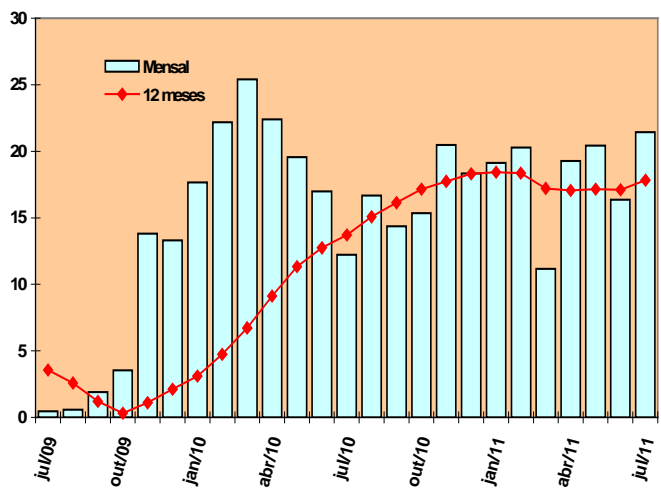


Gráfico 10 - Evolução do volume de vendas de Prods. Farm., Méd., Orto. e de Perf., segundo os índices Mensal e Acum. de 12 meses

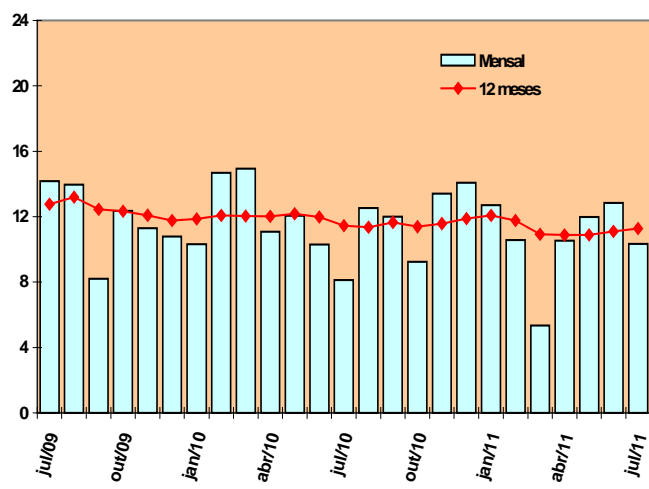


Gráfico 11 - Evolução do volume de vendas de Equip. de Escritório, info e com, segundo os índices mensais e acumulado de 12 meses

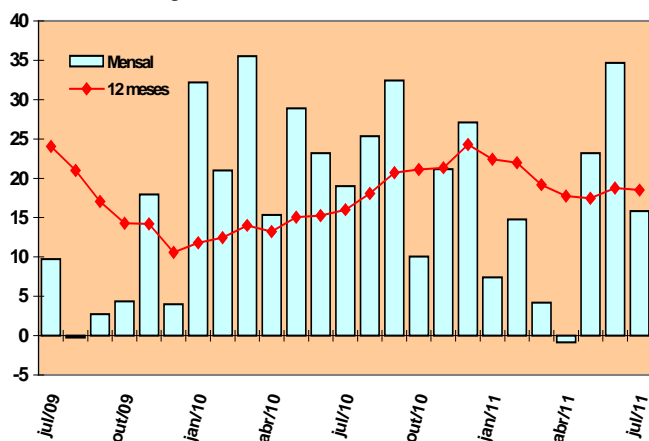


Gráfico 12 - Evolução do volume de vendas de Livros, Jornais, Revistas e Papelaria, segundo os índices Mensal e Acum. de 12 meses

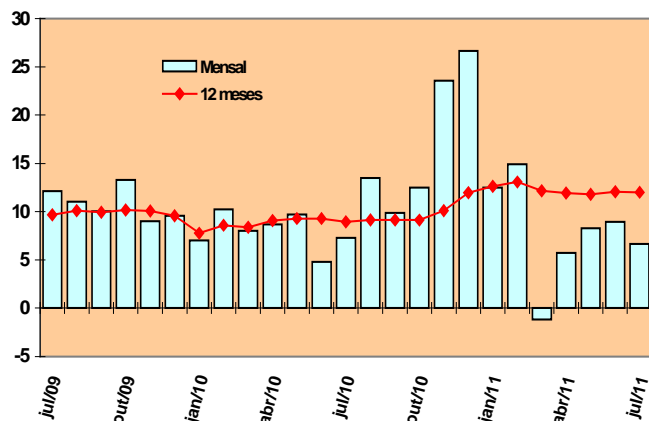


Gráfico 13 - Evolução do volume de vendas de Outros Arts. de Uso pessoal e Dom., segundo os índices Mensal e Acum. de 12 meses

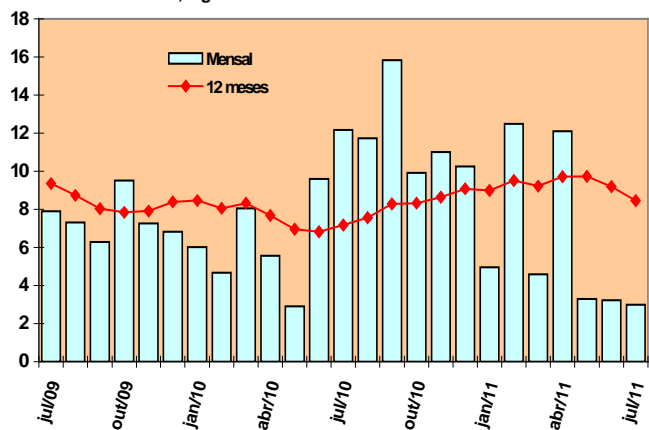


Gráfico 14 - Evolução do volume de vendas de Veículos e motos, partes e peças, segundo os índices Mensal e Acum. de 12 meses

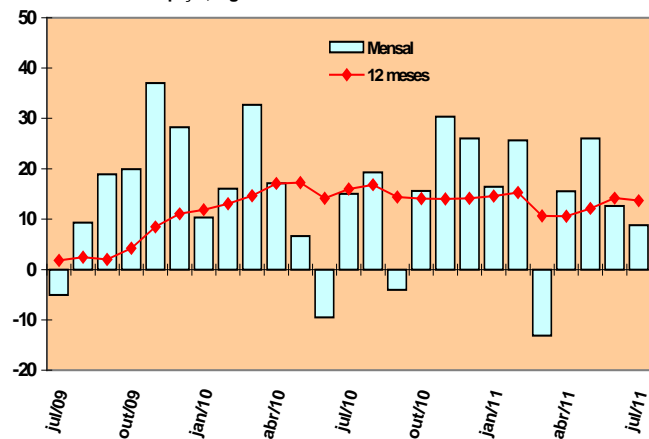
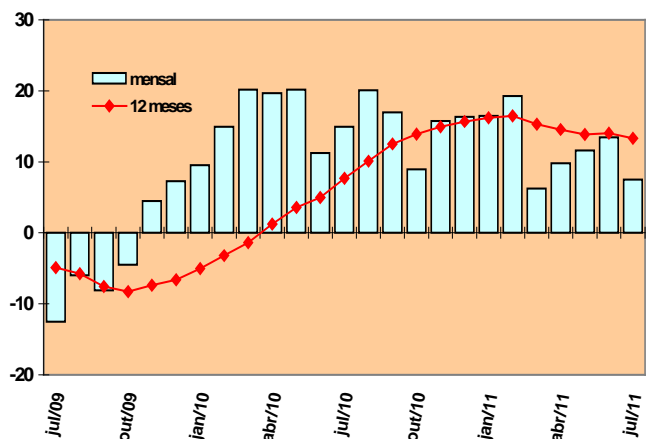


Gráfico 15 - Evolução do volume de vendas de Material de Construção, segundo os índices Mensal e Acumulado de 12 meses



Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Serviços e Comércio
(*) Relação mês t/mês t-12

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Jul/2011

Unidade da Federação	Índice de volume (1)	Variação				
		Mensal (2)			Acumulada (3)	
		mai/11	jun/11	jul/11	no ano	12 Meses
Brasil	179,7	6,3	7,1	7,1	7,3	8,5
Rondônia	280,9	8,3	10,2	18,0	12,9	18,8
Acre	289,8	19,0	5,4	9,0	12,6	15,6
Amazonas	198,6	6,8	6,0	6,5	7,0	8,9
Roraima	201,0	6,7	2,0	8,2	11,0	16,3
Pará	177,7	3,2	10,7	8,4	8,4	9,3
Amapá	185,8	-8,5	4,6	-2,7	-0,6	3,0
Tocantins	383,1	26,0	25,5	25,0	29,1	44,4
Maranhão	278,9	10,0	4,1	5,5	10,6	14,3
Piauí	194,4	6,1	9,6	6,4	5,9	4,4
Ceará	224,7	6,8	9,9	9,3	9,6	11,2
Rio G. do Norte	222,9	6,0	8,3	6,9	7,6	7,9
Paraíba	241,1	10,6	14,2	10,2	16,7	19,0
Pernambuco	190,9	6,0	9,8	10,1	8,0	9,5
Alagoas	241,8	3,1	9,2	3,9	4,5	7,0
Sergipe	203,1	1,6	1,7	1,1	1,9	6,0
Bahia	187,8	7,6	10,6	10,7	8,9	9,1
Minas Gerais	183,8	9,7	8,2	7,9	10,9	11,2
Espírito Santo	196,5	7,0	7,7	9,2	8,0	7,9
Rio de Janeiro	161,7	9,4	6,2	6,9	8,6	9,7
São Paulo	184,2	5,4	6,4	6,9	6,3	7,6
Paraná	159,4	4,7	7,1	8,0	5,5	6,2
Santa Catarina	174,4	2,8	5,5	8,8	5,4	6,0
Rio Grande do Sul	146,1	5,4	8,4	4,8	6,9	9,0
Mato Grosso do Sul	198,1	9,4	2,5	3,8	4,8	7,4
Mato Grosso	182,5	1,2	3,1	2,7	4,3	8,8
Goiás	191,5	6,1	8,2	6,5	8,4	9,9
Distrito Federal	165,0	3,6	3,9	2,3	4,7	6,1

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

(1) Base: 2003 = 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: Jul/2011

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

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

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

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

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

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Jul/2011

Unidade da Federação	Móveis e eletrodomésticos			Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos			Livros, jornais, revistas e papeleria			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	21,4	18,3	17,8	10,3	10,6	11,3	6,6	8,4	12,0	15,9	14,8	18,5	3,0	6,0	8,4
Ceará	23,8	16,0	15,8	23,8	21,1	20,2	-8,3	33,4	38,1	15,4	16,1	12,9	-2,9	2,5	6,8
Pernambuco	34,5	35,5	33,5	12,0	4,2	7,3	15,8	9,2	8,4	-42,8	-19,1	-13,0	10,9	11,6	12,3
Bahia	30,9	24,5	24,0	9,6	11,9	12,0	28,3	17,9	14,2	-25,9	-29,0	-18,2	11,3	10,3	11,0
Minas Gerais	32,0	32,9	30,8	7,3	9,0	9,3	8,1	11,8	10,2	25,5	23,7	30,0	6,6	11,5	12,8
Espirito Santo	20,1	2,9	1,1	21,9	19,3	17,0	5,3	31,2	32,8	3,6	3,3	13,4	24,0	23,7	22,8
Rio de Janeiro	26,4	22,2	20,7	2,9	6,5	6,8	-1,1	6,0	9,1	8,6	-5,7	-3,1	8,1	12,8	12,2
São Paulo	18,1	14,9	14,5	10,9	8,6	9,3	11,2	9,4	16,1	14,5	23,2	25,8	0,7	1,8	5,7
Paraná	21,7	15,6	14,4	16,8	16,6	17,1	2,6	-2,5	-0,1	32,4	0,4	8,7	5,8	6,8	11,6
Santa Catarina	18,0	7,3	5,6	8,2	10,9	12,6	-10,6	-1,2	0,4	30,6	31,9	34,0	2,4	8,9	8,9
Rio Grande do Sul	17,6	18,6	18,5	13,1	13,8	15,9	-12,3	-2,5	0,4	4,8	0,5	7,7	0,2	2,4	3,6
Goiás	8,2	8,5	11,9	18,3	20,1	21,5	22,5	16,2	9,6	-34,9	14,1	17,3	1,5	10,0	12,6
Distrito Federal	16,6	22,8	23,8	5,5	7,1	3,0	-7,8	-8,4	1,9	-1,8	-1,7	3,9	-3,6	0,5	0,5

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

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

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

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

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Jul/2011

Unidade da Federação	Comércio varejista												
	jul/10	ago/10	set/10	out/10	nov/10	dez/10	jan/11	fev/11	mar/11	abr/11	mai/11	jun/11	jul/11
Brasil	167,8	169,6	167,4	175,7	173,5	235,1	172,0	159,8	173,1	174,5	178,5	173,8	179,7
Rondônia	238,0	237,9	241,5	250,4	251,9	355,3	227,8	223,1	241,5	245,6	270,9	247,0	280,9
Acre	265,9	260,9	270,6	278,6	277,6	391,5	270,2	255,7	270,9	270,1	289,8	259,8	289,8
Amazonas	186,5	204,0	195,8	202,7	199,6	271,6	196,2	178,7	184,5	184,2	199,1	193,8	198,6
Roraima	185,8	193,3	209,6	203,2	184,4	229,9	194,7	174,3	195,8	188,9	194,0	191,9	201,0
Pará	164,0	166,2	165,3	174,0	166,8	258,7	165,5	149,0	160,7	167,4	174,4	169,8	177,7
Amapá	191,0	182,0	180,3	180,2	186,4	254,3	173,1	159,0	160,2	159,4	175,1	182,8	185,8
Tocantins	306,6	315,1	319,4	319,4	304,3	416,7	299,1	294,4	317,7	335,8	356,9	350,5	383,1
Maranhão	264,4	262,2	259,1	263,2	253,0	352,7	250,8	242,3	261,4	264,2	275,4	254,2	278,9
Piauí	182,7	184,0	182,8	174,6	173,0	249,7	180,3	165,0	174,6	171,5	187,2	182,5	194,4
Ceará	205,7	206,6	200,4	209,3	214,5	288,7	213,8	195,3	213,3	205,2	216,9	212,0	224,7
Rio G. do Norte	208,5	206,5	201,2	216,4	202,5	281,4	215,4	202,0	208,5	211,7	217,1	208,1	222,9
Paraíba	218,7	227,8	217,6	214,2	214,8	292,1	216,9	213,6	218,4	222,8	232,6	231,1	241,1
Pernambuco	173,4	179,9	176,0	186,6	186,3	255,7	181,5	167,4	175,5	181,6	185,8	182,0	190,9
Alagoas	232,7	235,2	224,9	238,3	247,7	345,6	243,5	221,8	231,9	233,4	245,4	231,5	241,8
Sergipe	201,0	204,6	200,8	214,2	213,0	296,6	216,1	184,2	194,8	196,0	204,7	200,8	203,1
Bahia	169,6	172,0	172,3	184,7	185,1	252,0	180,5	170,6	181,6	179,7	186,0	184,7	187,8
Minas Gerais	170,3	169,3	169,0	175,1	171,5	230,5	179,3	165,8	176,4	179,1	182,5	175,4	183,8
Espírito Santo	179,9	175,3	175,3	187,8	180,9	247,0	191,2	176,4	191,3	190,0	186,8	181,4	196,5
Rio de Janeiro	151,3	153,2	153,8	163,6	161,4	226,7	162,3	153,1	158,6	160,8	164,4	155,6	161,7
São Paulo	172,3	175,6	172,9	181,3	180,2	240,0	175,0	161,9	180,6	180,7	184,4	181,2	184,2
Paraná	147,7	150,7	146,6	150,1	146,9	195,1	149,8	137,9	149,6	155,2	155,7	151,5	159,4
Santa Catarina	160,3	161,1	161,2	169,6	166,6	219,3	171,6	155,7	171,1	166,6	163,2	163,7	174,4
Rio Grande do Sul	139,5	138,2	134,5	143,2	139,1	194,6	133,3	126,3	136,8	143,0	145,1	142,9	146,1
Mato Grosso do Sul	190,9	186,0	187,5	190,9	182,4	248,8	181,2	173,9	185,4	186,1	213,5	188,4	198,1
Mato Grosso	177,7	178,4	175,4	182,5	170,9	230,0	163,7	161,9	172,2	171,4	174,0	168,6	182,5
Goiás	179,9	176,6	174,0	186,1	180,5	244,6	188,9	168,1	181,5	181,8	189,3	182,0	191,5
Distrito Federal	161,2	158,7	153,4	162,3	168,0	218,7	161,8	152,3	158,0	161,3	165,3	158,9	165,0

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

(1) Base: 2003 = 100

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Jul/2011

Unidade da Federação	Índice de receita(1)	Variação				
		Mensal (2)			Acumulada (3)	
		mai/11	jun/11	jul/11	no ano	12 Meses
Brasil	238,9	10,7	12,1	12,5	12,3	13,2
Rondônia	384,2	16,3	17,8	24,2	19,4	23,6
Acre	402,3	27,7	12,6	14,7	18,3	19,2
Amazonas	276,8	11,2	9,4	10,3	10,8	12,5
Roraima	255,5	6,1	1,1	7,6	9,6	15,6
Pará	250,2	7,0	14,5	12,7	12,1	13,3
Amapá	249,0	-6,5	5,7	-0,5	1,1	4,5
Tocantins	510,6	36,2	34,4	35,3	37,7	52,2
Maranhão	392,3	17,9	12,1	13,0	19,5	22,6
Piauí	260,0	13,0	15,9	12,5	13,2	10,5
Ceará	293,1	11,5	14,8	13,4	14,7	16,2
Rio G. do Norte	281,1	7,7	10,6	10,1	11,3	11,7
Paraíba	330,0	13,6	18,4	12,5	20,9	23,4
Pernambuco	262,8	8,9	14,1	13,9	11,4	12,8
Alagoas	332,1	6,3	13,5	7,8	8,6	11,0
Sergipe	282,4	4,9	5,6	4,1	5,4	9,5
Bahia	236,5	8,9	11,8	13,1	11,2	11,5
Minas Gerais	248,0	13,7	12,9	12,9	14,8	14,7
Espírito Santo	270,6	13,2	14,7	16,3	14,8	14,3
Rio de Janeiro	214,4	12,7	10,6	11,1	13,1	14,0
São Paulo	243,9	9,8	11,5	12,8	11,4	12,5
Paraná	216,1	11,3	14,3	15,0	13,0	13,0
Santa Catarina	234,7	9,7	12,7	16,4	12,5	12,3
Rio Grande do Sul	189,5	10,2	13,7	9,9	11,5	12,8
Mato Grosso do Sul	266,8	15,5	11,5	12,4	11,4	12,3
Mato Grosso	241,1	8,1	9,3	9,7	9,9	13,3
Goiás	249,0	11,5	13,6	11,9	13,1	13,8
Distrito Federal	218,1	6,4	7,1	6,3	8,5	9,3

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

(1) Base: 2003 = 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: Jul/2011

Unidade da Federação	Comércio Varejista			Combustíveis e lubrificantes			Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo						Tecidos, vestuário e calçados		
							Total			Hipermercados e Supermercados					
	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	12,5	12,3	13,2	10,5	10,1	9,7	12,8	11,5	12,1	12,7	11,3	11,8	10,0	14,5	15,5
Ceará	13,4	14,7	16,2	1,3	1,1	3,2	16,3	17,7	19,3	16,1	17,6	19,3	7,7	12,7	15,1
Pernambuco	13,9	11,4	12,8	16,8	15,7	14,2	8,3	3,4	5,8	7,7	3,4	5,9	16,3	22,6	22,8
Bahia	13,1	11,2	11,5	9,6	8,3	8,2	8,8	6,5	6,9	8,8	6,8	7,4	11,6	17,1	16,0
Minas Gerais	12,9	14,8	14,7	9,5	13,9	12,6	12,4	12,6	12,3	12,4	12,7	12,3	8,8	13,9	14,9
Espirito Santo	16,3	14,8	14,3	21,1	17,8	13,0	12,4	12,7	12,8	12,7	12,7	12,6	18,9	24,2	21,4
Rio de Janeiro	11,1	13,1	14,0	8,4	8,1	7,7	10,7	11,5	12,5	10,9	11,2	11,8	10,1	16,9	20,2
São Paulo	12,8	11,4	12,5	13,9	11,6	10,9	14,0	11,5	11,9	13,8	11,3	11,6	11,4	14,7	15,5
Paraná	15,0	13,0	13,0	1,4	3,0	3,0	16,0	13,5	12,7	16,2	13,3	12,4	3,8	7,3	8,2
Santa Catarina	16,4	12,5	12,3	14,1	6,4	7,0	17,8	14,8	14,2	17,4	14,5	13,8	14,6	15,8	14,9
Rio Grande do Sul	9,9	11,5	12,8	9,0	13,3	14,0	8,1	8,5	10,2	7,9	8,4	10,1	10,4	16,5	15,8
Goiás	11,9	13,1	13,8	9,0	16,2	11,2	16,2	15,3	14,3	16,4	15,5	14,5	15,8	18,1	17,3
Distrito Federal	6,3	8,5	9,3	12,2	14,2	12,0	4,8	4,1	5,7	4,7	4,0	5,5	-3,2	6,4	8,0

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

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

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

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

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Jul/2011

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	16,5	15,0	16,6	15,0	14,7	15,2	12,6	12,7	16,1	-1,2	-0,5	4,7	9,6	12,2	14,9
Ceará	18,5	14,3	16,0	27,7	26,2	24,1	-4,6	37,0	41,5	-8,3	1,1	1,3	7,4	11,8	15,0
Pernambuco	27,6	28,4	28,8	15,4	8,2	11,5	20,5	12,6	11,4	-49,8	-25,6	-15,8	19,2	17,5	17,1
Bahia	27,2	20,6	21,2	12,0	16,6	17,5	21,7	11,3	8,2	-35,9	-41,1	-31,5	21,0	17,7	17,7
Minas Gerais	21,5	24,5	25,0	12,6	14,6	15,3	13,5	16,9	14,7	3,4	-0,1	6,9	14,8	18,2	18,8
Espírito Santo	18,3	3,8	4,6	26,8	25,1	22,3	12,0	37,5	38,8	-6,9	-3,4	6,1	28,9	28,1	27,9
Rio de Janeiro	17,4	15,9	16,5	7,1	11,7	11,6	5,2	11,1	13,9	-2,3	-11,7	-9,6	11,7	16,7	16,7
São Paulo	12,5	12,0	14,1	16,3	12,0	12,2	18,7	14,9	21,0	-6,1	4,4	11,4	6,3	7,1	12,0
Paraná	24,7	19,8	19,5	24,2	22,7	21,8	8,7	2,3	4,1	19,2	-11,0	-5,0	16,1	16,7	21,1
Santa Catarina	17,7	7,4	7,7	15,1	16,6	17,1	-5,3	3,6	4,5	17,6	16,9	15,7	12,4	19,0	18,4
Rio Grande do Sul	15,0	16,9	18,1	18,6	18,0	19,9	-8,6	1,7	4,3	-6,6	-12,7	-6,5	7,2	8,6	9,8
Goiás	2,3	2,5	8,3	19,6	22,6	24,3	25,7	18,4	11,6	-38,2	3,9	4,7	9,8	17,0	19,4
Distrito Federal	9,5	16,8	19,8	11,4	12,2	7,8	-2,4	-4,0	6,1	-15,7	-12,1	-7,4	3,4	7,2	7,3

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

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

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

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

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Jul/2011

Unidade da Federação	Comércio varejista												
	jul/10	ago/10	set/10	out/10	nov/10	dez/10	jan/11	fev/11	mar/11	abr/11	mai/11	jun/11	jul/11
Brasil	212,4	213,9	211,6	225,5	223,6	305,4	223,1	208,8	227,7	233,4	237,0	230,4	238,9
Rondônia	309,3	304,8	309,3	326,4	332,4	469,7	306,3	300,5	324,1	332,6	368,6	340,5	384,2
Acre	350,9	338,1	351,0	368,1	371,1	518,4	367,7	348,1	370,2	370,8	398,8	362,1	402,3
Amazonas	250,9	271,3	262,6	273,3	273,1	375,5	269,8	246,7	256,1	258,3	277,6	270,1	276,8
Roraima	237,5	245,8	262,9	255,5	234,3	291,8	245,7	220,2	245,6	242,1	247,5	242,4	255,5
Pará	222,0	223,0	221,9	237,8	229,2	358,7	228,3	207,0	224,5	235,5	244,3	238,0	250,2
Amapá	250,3	235,5	234,3	236,2	247,0	336,9	230,9	213,7	213,4	214,5	234,1	242,9	249,0
Tocantins	377,5	393,7	403,9	415,8	400,4	543,8	390,9	385,6	421,5	454,4	480,2	466,2	510,6
Maranhão	347,0	342,3	341,9	351,3	345,0	490,5	346,8	334,9	363,8	370,6	384,8	358,1	392,3
Piauí	231,2	229,2	231,7	224,2	227,5	335,2	238,2	215,2	231,1	229,1	248,9	242,4	260,0
Ceará	258,4	257,0	250,9	264,1	276,7	379,5	272,9	249,6	271,2	267,5	280,4	275,0	293,1
Rio G. do Norte	255,3	254,0	246,3	267,4	255,2	363,4	270,5	251,8	262,4	270,1	270,5	262,6	281,1
Paraíba	293,4	304,2	290,1	284,7	286,5	396,9	290,3	288,4	298,4	307,7	318,4	321,2	330,0
Pernambuco	230,7	236,3	231,4	247,4	249,9	350,8	243,5	225,5	237,9	250,0	255,1	254,7	262,8
Alagoas	308,3	308,1	295,8	317,1	329,3	470,5	326,8	297,7	314,6	321,8	336,8	322,9	332,1
Sergipe	271,2	273,4	268,8	288,2	288,5	407,3	293,4	250,8	267,0	274,7	285,7	283,9	282,4
Bahia	209,1	210,4	209,7	226,6	229,7	313,7	224,4	213,2	226,7	230,3	234,0	233,5	236,5
Minas Gerais	219,6	216,8	218,1	229,1	225,4	303,2	233,4	220,0	237,2	243,6	246,5	238,1	248,0
Espirito Santo	232,6	226,1	226,5	244,5	239,0	330,4	256,8	237,6	260,0	261,3	259,5	251,2	270,6
Rio de Janeiro	193,0	194,2	194,8	208,2	205,7	294,6	209,6	199,2	208,8	213,2	217,9	207,7	214,4
São Paulo	216,2	219,8	217,0	232,4	230,7	308,1	225,7	211,0	235,4	239,9	243,4	237,2	243,9
Paraná	187,9	192,1	186,4	195,7	193,2	261,0	199,6	184,0	201,6	213,0	210,8	205,8	216,1
Santa Catarina	201,7	204,1	203,2	216,9	216,1	287,4	228,4	207,3	231,0	228,9	223,1	220,5	234,7
Rio Grande do Sul	172,3	170,3	165,8	178,5	175,4	245,4	168,4	159,8	175,4	188,4	188,9	185,8	189,5
Mato Grosso do Sul	237,4	232,5	237,3	248,8	239,8	331,5	237,7	228,7	249,9	254,4	282,6	254,4	266,8
Mato Grosso	219,7	219,4	218,5	232,1	220,8	301,2	210,4	208,2	225,9	229,2	231,0	220,5	241,1
Goiás	222,5	219,6	217,6	237,4	231,1	312,8	239,7	215,3	234,9	240,0	246,7	237,2	249,0
Distrito Federal	205,2	199,9	194,8	209,3	210,7	277,4	208,1	196,8	206,8	214,1	215,5	207,7	218,1

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

(1) Base: 2003 = 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: Jul/2011

Unidade da Federação	Índice de volume (2)	Variação				
		Mensal (3)			Acumulada (4)	
		mai/11	jun/11	jul/11	no ano	12 Meses
Brasil	193,8	12,9	9,3	7,7	9,0	10,5
Rondônia	412,0	10,1	4,6	13,9	6,8	15,8
Acre	433,1	15,3	-0,6	2,2	13,0	16,9
Amazonas	244,5	8,5	4,1	0,1	3,2	5,2
Roraima	219,1	7,9	1,5	1,0	9,2	15,2
Pará	233,3	5,6	11,9	4,2	8,0	9,1
Amapá	232,9	-6,9	-0,6	-9,7	-1,6	5,2
Tocantins	425,4	28,6	15,9	30,7	28,1	36,4
Maranhão	314,6	17,7	11,4	6,8	11,8	14,5
Piauí	244,2	7,5	10,9	5,1	5,1	5,8
Ceará	260,8	12,4	13,2	9,8	11,2	13,7
Rio G. do Norte	236,3	8,7	7,9	6,2	7,0	7,9
Paraíba	255,8	10,2	10,4	4,9	12,3	15,6
Pernambuco	214,4	9,9	8,3	6,8	8,1	10,3
Alagoas	259,5	8,0	11,6	2,6	6,4	10,1
Sergipe	233,5	1,4	2,2	0,1	1,5	5,3
Bahia	202,4	9,6	7,9	7,0	7,3	9,0
Minas Gerais	201,0	16,2	8,5	10,2	11,8	13,2
Espírito Santo	339,8	38,6	18,1	29,2	27,6	23,3
Rio de Janeiro	165,1	11,9	10,5	8,3	9,3	10,1
São Paulo	182,8	12,6	9,0	7,0	7,5	9,1
Paraná	188,9	13,5	11,5	10,1	10,4	11,7
Santa Catarina	207,7	14,1	8,3	10,3	10,1	10,4
Rio Grande do Sul	163,4	10,5	9,3	6,8	8,6	10,9
Mato Grosso do Sul	219,1	16,5	5,6	4,3	6,5	10,3
Mato Grosso	208,7	13,0	10,7	5,8	11,8	15,5
Goiás	228,7	17,2	10,1	5,3	11,0	13,8
Distrito Federal	187,3	8,3	4,4	-0,9	4,3	6,8

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

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

(2) Base: 2003 = 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: Jul/2011

Unidade da Federação	Comércio Varejista Ampliado			Combustíveis e lubrificantes			Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo						Tecidos, vestuário e calçados		
							Total			Hipermercados e Supermercados					
	Mensal (2)	Acumulada (3)		Mensal (2)	Acumulada (3)		Mensal (2)	Acumulada (3)		Mensal (2)	Acumulada (3)				
		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses			
Brasil	7,7	9,0	10,5	0,4	2,5	4,6	4,5	4,0	5,3	4,5	3,9	5,1	1,4	6,7	8,5
Ceará	9,8	11,2	13,7	-0,4	-3,8	-0,8	8,1	10,2	13,1	8,1	10,4	13,3	-7,2	-1,8	2,0
Pernambuco	6,8	8,1	10,3	14,4	11,7	10,6	2,6	-2,4	0,9	2,0	-2,4	0,9	5,8	14,2	15,0
Bahia	7,0	7,3	9,0	7,0	7,3	6,5	4,0	1,7	2,7	4,1	2,1	3,4	6,3	10,5	8,3
Minas Gerais	10,2	11,8	13,2	-4,7	3,0	5,4	3,8	5,4	5,8	3,9	5,5	5,8	1,5	7,7	8,2
Espirito Santo	29,2	27,6	23,3	8,7	9,4	6,9	3,7	5,1	6,1	4,0	5,1	5,9	11,3	17,2	14,9
Rio de Janeiro	8,3	9,3	10,1	-2,6	0,5	1,9	2,3	4,0	5,9	2,6	3,8	5,3	2,8	9,3	13,1
São Paulo	7,0	7,5	9,1	1,3	3,1	4,8	5,3	3,8	4,9	5,2	3,7	4,8	4,2	8,3	10,1
Paraná	10,1	10,4	11,7	-8,3	-4,7	-1,4	7,4	4,8	4,3	7,5	4,7	4,1	-9,1	-4,1	-2,0
Santa Catarina	10,3	10,1	10,4	3,2	-1,4	2,4	8,9	5,8	5,5	8,5	5,5	5,1	0,8	2,9	3,7
Rio Grande do Sul	6,8	8,6	10,9	1,1	7,5	9,8	0,4	1,7	4,6	0,3	1,6	4,5	3,2	10,3	10,1
Goiás	5,3	11,0	13,8	-11,8	-0,7	1,9	8,3	7,5	7,1	8,5	7,7	7,3	8,6	12,1	13,1
Distrito Federal	-0,9	4,3	6,8	6,3	7,8	7,9	-3,2	-3,1	-0,8	-3,2	-3,1	-1,0	-9,6	-0,7	0,8

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

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

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

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

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

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Jul/2011															
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		no ano	12 Meses
Brasil	21,4	18,3	17,8	10,3	10,6	11,3	6,6	8,4	12,0	15,9	14,8	18,5	3,0	6,0	8,4
Ceará	23,8	16,0	15,8	23,8	21,1	20,2	-8,3	33,4	38,1	15,4	16,1	12,9	-2,9	2,5	6,8
Pernambuco	34,5	35,5	33,5	12,0	4,2	7,3	15,8	9,2	8,4	-42,8	-19,1	-13,0	10,9	11,6	12,3
Bahia	30,9	24,5	24,0	9,6	11,9	12,0	28,3	17,9	14,2	-25,9	-29,0	-18,2	11,3	10,3	11,0
Minas Gerais	32,0	32,9	30,8	7,3	9,0	9,3	8,1	11,8	10,2	25,5	23,7	30,0	6,6	11,5	12,8
Espírito Santo	20,1	2,9	1,1	21,9	19,3	17,0	5,3	31,2	32,8	3,6	3,3	13,4	24,0	23,7	22,8
Rio de Janeiro	26,4	22,2	20,7	2,9	6,5	6,8	-1,1	6,0	9,1	8,6	-5,7	-3,1	8,1	12,8	12,2
São Paulo	18,1	14,9	14,5	10,9	8,6	9,3	11,2	9,4	16,1	14,5	23,2	25,8	0,7	1,8	5,7
Paraná	21,7	15,6	14,4	16,8	16,6	17,1	2,6	-2,5	-0,1	32,4	0,4	8,7	5,8	6,8	11,6
Santa Catarina	18,0	7,3	5,6	8,2	10,9	12,6	-10,6	-1,2	0,4	30,6	31,9	34,0	2,4	8,9	8,9
Rio Grande do Sul	17,6	18,6	18,5	13,1	13,8	15,9	-12,3	-2,5	0,4	4,8	0,5	7,7	0,2	2,4	3,6
Goiás	8,2	8,5	11,9	18,3	20,1	21,5	22,5	16,2	9,6	-34,9	14,1	17,3	1,5	10,0	12,6
Distrito Federal	16,6	22,8	23,8	5,5	7,1	3,0	-7,8	-8,4	1,9	-1,8	-1,7	3,9	-3,6	0,5	0,5

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 (Conclusão)

Mês: Jul/2011						
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	8,8	11,5	13,7	7,5	11,7	13,3
Ceará	11,8	15,3	19,7	3,4	2,2	4,5
Pernambuco	0,9	8,8	12,0	6,8	5,4	7,9
Bahia	-1,0	4,3	9,8	3,5	0,6	4,0
Minas Gerais	15,2	13,8	17,5	6,5	10,5	10,8
Espirito Santo	46,8	44,0	36,8	14,2	17,1	18,6
Rio de Janeiro	12,4	8,9	8,4	9,6	26,9	28,5
São Paulo	7,6	9,7	11,6	4,7	8,1	10,3
Paraná	13,3	17,2	19,2	9,2	12,2	14,5
Santa Catarina	12,2	17,0	17,3	10,9	9,9	7,8
Rio Grande do Sul	6,8	5,9	9,1	23,7	35,4	37,6
Goiás	3,8	14,0	18,4	8,4	8,5	10,0
Distrito Federal	-7,6	2,8	7,5	7,6	8,9	11,1

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

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

(2) Base: 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: Jul/2011

Unidade da Federação	Comércio Varejista Ampliado												
	jul/10	ago/10	set/10	out/10	nov/10	dez/10	jan/11	fev/11	mar/11	abr/11	mai/11	jun/11	jul/11
Brasil	179,9	187,1	183,4	189,8	193,8	234,9	179,4	176,2	188,4	184,7	196,8	188,4	193,8
Rondônia	361,6	379,0	370,6	381,5	405,7	480,4	324,6	314,3	343,1	346,7	378,6	353,4	412,0
Acre	423,8	431,6	422,1	452,4	428,0	575,8	384,2	397,5	426,3	413,4	439,1	394,7	433,1
Amazonas	244,2	249,1	235,3	244,3	239,5	294,6	229,9	218,5	227,8	221,0	242,5	236,3	244,5
Roraima	216,9	223,2	230,8	219,8	220,0	252,9	215,9	199,4	235,8	212,0	220,2	208,6	219,1
Pará	223,8	227,4	226,4	224,9	229,6	317,0	212,8	206,4	219,7	214,8	232,8	230,3	233,3
Amapá	257,8	258,0	239,1	238,4	257,6	308,6	228,8	206,9	210,6	206,8	221,0	227,9	232,9
Tocantins	325,4	365,9	359,9	363,8	357,3	423,1	396,3	346,1	367,2	363,9	393,5	402,2	425,4
Maranhão	294,5	297,8	290,4	286,6	296,6	368,9	274,6	276,5	288,0	307,5	312,6	292,9	314,6
Piauí	232,4	234,4	239,3	224,7	238,8	308,3	221,9	216,2	223,9	215,1	237,4	238,5	244,2
Ceará	237,5	248,2	238,8	243,8	251,8	315,0	239,0	238,3	244,8	237,5	257,2	248,8	260,8
Rio G. do Norte	222,5	223,1	221,5	230,6	230,4	296,4	229,2	220,7	221,7	217,9	231,0	221,4	236,3
Paraíba	243,8	246,8	241,1	238,9	250,7	310,6	236,6	238,6	239,7	236,7	253,6	243,2	255,8
Pernambuco	200,8	210,1	204,6	210,8	219,8	268,9	207,5	196,6	199,0	199,9	214,2	200,6	214,4
Alagoas	253,1	259,6	250,9	259,8	286,8	372,9	254,6	251,4	258,2	247,6	264,1	243,3	259,5
Sergipe	233,3	238,3	237,0	249,9	259,0	339,1	236,1	226,6	238,2	224,9	243,5	230,0	233,5
Bahia	189,2	191,5	190,7	199,9	205,9	259,4	194,2	189,2	196,1	191,3	205,6	194,5	202,4
Minas Gerais	182,3	186,4	185,6	187,9	189,9	235,7	189,6	180,9	191,1	187,9	200,9	192,8	201,0
Espírito Santo	262,9	267,9	279,8	270,2	272,2	351,9	301,5	304,7	338,2	331,9	361,8	312,3	339,8
Rio de Janeiro	152,5	156,6	156,7	164,4	167,3	214,6	164,6	159,3	159,1	160,9	167,6	159,9	165,1
São Paulo	170,9	181,5	175,7	182,7	186,3	215,8	166,1	164,3	179,7	175,1	188,2	180,2	182,8
Paraná	171,5	178,3	174,7	182,4	185,5	223,5	168,1	170,2	182,5	180,7	189,6	182,4	188,9
Santa Catarina	188,3	193,6	191,4	194,1	198,9	252,4	190,0	188,8	206,5	198,1	203,0	198,7	207,7
Rio Grande do Sul	153,1	156,8	152,9	162,9	168,1	210,8	146,8	145,7	160,2	155,6	164,3	162,3	163,4
Mato Grosso do Sul	210,1	216,1	222,3	223,1	224,6	275,3	200,9	201,5	209,5	208,3	241,4	217,7	219,1
Mato Grosso	197,2	202,9	198,7	208,7	209,8	244,9	199,3	179,8	201,7	188,4	203,4	195,5	208,7
Goiás	217,1	220,5	217,8	230,2	229,6	274,7	218,5	213,7	234,9	228,8	238,0	231,0	228,7
Distrito Federal	189,0	189,3	184,3	190,8	199,5	235,2	180,1	178,7	182,4	181,5	188,0	179,4	187,3

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

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

Índice de Base Fixa: 2003 = 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: Jul/2011

Unidade da Federação	Índice de receita (2)	Variação				
		Mensal (3)			Acumulada (4)	
		mai/11	jun/11	jul/11	no ano	12 Meses
Brasil	248,3	14,5	11,8	10,5	11,8	13,4
Rondônia	458,4	22,3	15,3	24,0	17,8	21,9
Acre	556,4	23,0	4,1	7,7	16,3	20,5
Amazonas	304,6	12,0	8,5	5,8	7,3	9,5
Roraima	260,0	8,0	0,3	1,3	8,8	16,3
Pará	290,3	7,3	13,4	7,3	10,5	12,5
Amapá	285,6	-6,4	0,2	-9,2	-0,4	7,3
Tocantins	541,9	33,0	19,9	34,4	31,9	40,6
Maranhão	423,3	21,5	15,4	11,0	16,6	19,4
Piauí	314,7	10,1	13,1	7,5	8,6	9,0
Ceará	331,9	13,3	14,4	10,7	13,0	15,9
Rio G. do Norte	294,2	8,3	8,1	7,2	9,0	10,1
Paraíba	348,2	10,6	12,1	5,6	14,0	18,3
Pernambuco	292,4	11,1	10,8	9,0	10,4	13,0
Alagoas	353,3	9,4	13,6	3,8	8,9	13,3
Sergipe	319,6	2,6	4,2	1,7	3,6	8,1
Bahia	254,0	10,4	9,3	9,1	9,3	11,1
Minas Gerais	259,1	17,3	11,2	12,1	13,9	15,2
Espírito Santo	437,7	38,4	19,6	29,3	29,5	26,4
Rio de Janeiro	216,4	14,1	13,5	10,8	12,8	13,8
São Paulo	231,2	13,6	11,2	10,1	10,2	11,8
Paraná	243,2	15,9	14,3	12,8	13,9	15,1
Santa Catarina	266,6	16,1	10,9	12,8	13,0	13,2
Rio Grande do Sul	211,0	13,7	13,1	10,6	12,7	14,8
Mato Grosso do Sul	285,1	19,3	10,2	9,4	10,5	13,5
Mato Grosso	272,0	16,1	13,5	9,8	14,6	18,0
Goiás	287,9	18,9	11,7	8,1	13,1	15,8
Distrito Federal	240,3	9,6	6,8	2,2	6,7	8,8

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

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

(2) Base: 2003 = 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: Jul/2011

Unidade da Federação	Comércio Varejista Ampliado			Combustíveis e lubrificantes			Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo						Tecidos, vestuário e calçados		
							Total			Hipermercados e Supermercados					
	Mensal (2)	Acumulada (2)		Mensal (2)	Acumulada (2)		Mensal (2)	Acumulada (2)		Mensal (2)	Acumulada (2)				
		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses			
Brasil	10,5	11,8	13,4	10,5	10,1	9,7	12,8	11,5	12,1	12,7	11,3	11,8	10,0	14,5	15,5
Ceará	10,7	13,0	15,9	1,3	1,1	3,2	16,3	17,7	19,3	16,1	17,6	19,3	7,7	12,7	15,1
Pernambuco	9,0	10,4	13,0	16,8	15,7	14,2	8,3	3,4	5,8	7,7	3,4	5,9	16,3	22,6	22,8
Bahia	9,1	9,3	11,1	9,6	8,3	8,2	8,8	6,5	6,9	8,8	6,8	7,4	11,6	17,1	16,0
Minas Gerais	12,1	13,9	15,2	9,5	13,9	12,6	12,4	12,6	12,3	12,4	12,7	12,3	8,8	13,9	14,9
Espirito Santo	29,3	29,5	26,4	21,1	17,8	13,0	12,4	12,7	12,8	12,7	12,7	12,6	18,9	24,2	21,4
Rio de Janeiro	10,8	12,8	13,8	8,4	8,1	7,7	10,7	11,5	12,5	10,9	11,2	11,8	10,1	16,9	20,2
São Paulo	10,1	10,2	11,8	13,9	11,6	10,9	14,0	11,5	11,9	13,8	11,3	11,6	11,4	14,7	15,5
Paraná	12,8	13,9	15,1	1,4	3,0	3,0	16,0	13,5	12,7	16,2	13,3	12,4	3,8	7,3	8,2
Santa Catarina	12,8	13,0	13,2	14,1	6,4	7,0	17,8	14,8	14,2	17,4	14,5	13,8	14,6	15,8	14,9
Rio Grande do Sul	10,6	12,7	14,8	9,0	13,3	14,0	8,1	8,5	10,2	7,9	8,4	10,1	10,4	16,5	15,8
Goiás	8,1	13,1	15,8	9,0	16,2	11,2	16,2	15,3	14,3	16,4	15,5	14,5	15,8	18,1	17,3
Distrito Federal	2,2	6,7	8,8	12,2	14,2	12,0	4,8	4,1	5,7	4,7	4,0	5,5	-3,2	6,4	8,0

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

Mês: Jul/2011

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		no ano	12 Meses
Brasil	16,5	15,0	16,6	15,0	14,7	15,2	12,6	12,7	16,1	-1,2	-0,5	4,7	9,6	12,2	14,9
Ceará	18,5	14,3	16,0	27,7	26,2	24,1	-4,6	37,0	41,5	-8,3	1,1	1,3	7,4	11,8	15,0
Pernambuco	27,6	28,4	28,8	15,4	8,2	11,5	20,5	12,6	11,4	-49,8	-25,6	-15,8	19,2	17,5	17,1
Bahia	27,2	20,6	21,2	12,0	16,6	17,5	21,7	11,3	8,2	-35,9	-41,1	-31,5	21,0	17,7	17,7
Minas Gerais	21,5	24,5	25,0	12,6	14,6	15,3	13,5	16,9	14,7	3,4	-0,1	6,9	14,8	18,2	18,8
Espírito Santo	18,3	3,8	4,6	26,8	25,1	22,3	12,0	37,5	38,8	-6,9	-3,4	6,1	28,9	28,1	27,9
Rio de Janeiro	17,4	15,9	16,5	7,1	11,7	11,6	5,2	11,1	13,9	-2,3	-11,7	-9,6	11,7	16,7	16,7
São Paulo	12,5	12,0	14,1	16,3	12,0	12,2	18,7	14,9	21,0	-6,1	4,4	11,4	6,3	7,1	12,0
Paraná	24,7	19,8	19,5	24,2	22,7	21,8	8,7	2,3	4,1	19,2	-11,0	-5,0	16,1	16,7	21,1
Santa Catarina	17,7	7,4	7,7	15,1	16,6	17,1	-5,3	3,6	4,5	17,6	16,9	15,7	12,4	19,0	18,4
Rio Grande do Sul	15,0	16,9	18,1	18,6	18,0	19,9	-8,6	1,7	4,3	-6,6	-12,7	-6,5	7,2	8,6	9,8
Goiás	2,3	2,5	8,3	19,6	22,6	24,3	25,7	18,4	11,6	-38,2	3,9	4,7	9,8	17,0	19,4
Distrito Federal	9,5	16,8	19,8	11,4	12,2	7,8	-2,4	-4,0	6,1	-15,7	-12,1	-7,4	3,4	7,2	7,3

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

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

(2) Base: 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: Jul/2011						
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	6,5	9,9	12,8	11,2	16,3	18,2
Ceará	6,5	11,0	16,4	6,6	8,2	11,6
Pernambuco	-0,5	8,4	13,4	11,3	10,3	12,4
Bahia	-0,4	5,4	10,7	7,2	4,5	7,5
Minas Gerais	10,6	11,4	15,8	10,7	16,1	16,9
Espírito Santo	41,5	42,7	37,6	16,1	21,8	24,0
Rio de Janeiro	8,9	7,5	8,6	15,1	33,8	35,1
São Paulo	5,4	7,3	9,9	7,7	11,6	14,5
Paraná	9,3	15,0	17,7	13,4	16,0	17,9
Santa Catarina	7,2	13,8	15,0	13,6	13,6	12,0
Rio Grande do Sul	6,2	6,7	11,1	28,0	40,7	42,7
Goiás	2,8	12,6	17,9	14,3	15,5	17,7
Distrito Federal	-8,2	1,0	5,7	12,8	14,9	17,4

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: Jul/2011

Unidade da Federação	Comércio varejista ampliado												
	jul/10	ago/10	set/10	out/10	nov/10	dez/10	jan/11	fev/11	mar/11	abr/11	mai/11	jun/11	jul/11
Brasil	224,7	232,2	228,1	237,9	243,0	297,4	227,5	223,2	239,7	237,9	251,5	240,9	248,3
Rondônia	369,7	382,0	387,8	398,4	418,1	520,6	346,4	361,2	386,8	396,4	431,1	403,0	458,4
Acre	516,6	535,4	515,4	542,4	544,6	726,2	489,0	495,4	535,3	506,0	554,3	506,3	556,4
Amazonas	287,9	301,1	286,0	298,8	298,3	375,5	287,1	272,0	284,2	278,0	303,8	294,8	304,6
Roraima	256,7	268,6	276,7	263,4	264,9	306,2	259,7	238,7	270,7	256,2	265,3	247,4	260,0
Pará	270,6	275,2	274,1	279,3	284,4	405,5	265,9	256,1	273,0	272,6	290,3	285,7	290,3
Amapá	314,7	314,9	294,7	296,4	318,1	386,8	287,4	257,4	255,5	253,5	271,1	277,9	285,6
Tocantins	403,3	452,6	443,4	458,2	450,4	533,2	495,2	433,4	464,2	466,3	504,1	508,7	541,9
Maranhão	381,2	383,0	376,4	375,6	391,6	495,5	368,2	367,6	386,0	410,3	418,3	394,5	423,3
Piauí	292,7	290,8	298,7	283,8	304,8	397,8	285,6	274,7	288,2	278,3	304,7	305,6	314,7
Ceará	299,9	311,2	300,4	305,4	320,0	406,4	303,3	300,9	308,7	303,5	326,0	316,5	331,9
Rio G. do Norte	274,4	275,2	272,0	285,2	288,2	376,6	290,2	274,2	277,4	275,4	285,2	276,3	294,2
Paraíba	329,6	332,9	323,1	319,9	335,1	420,9	318,2	322,0	325,3	323,9	343,0	335,4	348,2
Pernambuco	268,3	279,3	270,6	280,7	294,2	365,4	278,0	263,8	269,1	273,1	290,6	277,2	292,4
Alagoas	340,5	347,3	334,7	348,6	382,8	503,3	343,1	337,5	350,5	338,6	359,7	335,7	353,3
Sergipe	314,3	319,8	316,7	334,1	347,3	458,8	319,3	306,0	322,3	310,8	332,9	318,4	319,6
Bahia	232,8	234,3	232,8	245,2	254,0	321,7	242,3	236,1	244,8	243,1	257,4	245,1	254,0
Minas Gerais	231,2	233,5	233,9	238,5	240,7	300,2	240,3	231,5	247,1	245,6	259,7	250,0	259,1
Espírito Santo	338,7	342,8	357,1	346,0	351,4	451,2	386,4	389,9	433,6	428,4	464,0	405,1	437,7
Rio de Janeiro	195,2	199,3	199,1	209,5	213,2	277,6	211,3	205,5	207,8	211,2	219,5	210,7	216,4
São Paulo	210,1	221,2	215,4	226,1	230,1	268,2	207,4	204,6	224,3	221,6	236,9	226,2	231,2
Paraná	215,6	224,6	219,0	231,0	235,5	287,3	217,9	219,5	236,5	236,6	245,2	235,7	243,2
Santa Catarina	236,3	243,8	239,6	245,6	253,1	321,0	247,0	242,6	268,1	259,0	263,3	255,6	266,6
Rio Grande do Sul	190,7	194,8	189,7	203,8	210,9	265,5	187,4	185,6	205,1	203,4	212,4	209,3	211,0
Mato Grosso do Sul	260,6	267,1	274,7	280,2	281,1	350,1	256,2	256,1	270,0	270,9	307,6	279,9	285,1
Mato Grosso	247,7	253,4	249,7	264,2	265,8	315,4	252,2	231,3	260,0	247,5	265,3	252,4	272,0
Goiás	266,2	270,4	267,3	284,9	282,8	339,8	271,2	264,6	291,4	287,7	298,7	286,9	287,9
Distrito Federal	235,2	233,8	227,7	238,6	244,7	293,2	227,8	225,3	232,4	233,7	239,3	228,5	240,3

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

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

Índice Base Fixa: 2000 = 100

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

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: jul/2011

Unidade da Federação	Índice de Base Fixa (1)			Variação mês/mês anterior		
	abr/11	mai/11	jun/11	abr/11	mai/11	jun/11
Brasil	181,24	181,77	184,29	0,8	0,3	1,4
Rondônia	264,94	267,63	277,30	5,7	1,0	3,6
Acre	289,65	276,47	290,98	0,1	-4,6	5,2
Amazonas	201,75	204,08	202,49	-0,2	1,2	-0,8
Roraima	192,60	194,08	201,94	-0,9	0,8	4,0
Pará	175,93	180,63	183,42	-2,0	2,7	1,5
Amapá	173,18	191,16	176,46	-3,9	10,4	-7,7
Tocantins	351,60	361,24	373,47	-1,3	2,7	3,4
Maranhão	275,87	266,19	275,00	-0,9	-3,5	3,3
Piauí	188,78	190,41	192,61	0,0	0,9	1,2
Ceará	217,98	223,09	226,98	-0,9	2,3	1,7
Rio G. do Norte	219,59	219,93	223,82	-0,7	0,2	1,8
Paraíba	232,75	239,16	242,08	-2,6	2,8	1,2
Pernambuco	190,90	193,81	197,78	-0,6	1,5	2,0
Alagoas	245,55	253,14	250,40	-1,0	3,1	-1,1
Sergipe	208,64	211,39	211,73	-0,8	1,3	0,2
Bahia	190,94	192,82	196,70	1,1	1,0	2,0
Minas Gerais	183,82	183,49	185,24	-0,1	-0,2	1,0
Espirito Santo	195,33	195,30	200,25	1,0	0,0	2,5
Rio de Janeiro	167,52	166,60	167,63	-0,5	-0,5	0,6
São Paulo	186,64	187,74	189,88	1,2	0,6	1,1
Paraná	158,06	159,11	162,51	1,7	0,7	2,1
Santa Catarina	172,01	175,53	180,08	1,1	2,0	2,6
Rio Grande do Sul	145,32	147,68	147,31	1,3	1,6	-0,3
Mato Grosso do Sul	205,68	195,86	198,67	6,8	-4,8	1,4
Mato Grosso	174,76	177,48	180,40	-3,6	1,6	1,6
Goiás	188,82	189,83	191,38	0,5	0,5	0,8
Distrito Federal	166,91	167,10	168,49	1,2	0,1	0,8

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

(1) Base: 2003 = 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: jul/2011

Unidade da Federação	Índice de Base Fixa (1)			Variação mês/mês anterior		
	abr/11	mai/11	jun/11	abr/11	mai/11	jun/11
Brasil	239,36	241,18	245,14	0,9	0,8	1,6
Rondônia	362,12	363,74	381,35	5,2	0,4	4,8
Acre	397,86	385,22	402,98	2,3	-3,2	4,6
Amazonas	280,65	283,89	283,76	0,0	1,2	0,0
Roraima	244,82	246,65	257,65	-0,9	0,7	4,5
Pará	247,25	254,22	257,48	-1,0	2,8	1,3
Amapá	231,09	253,74	237,64	-3,9	9,8	-6,3
Tocantins	473,27	481,41	503,13	-1,2	1,7	4,5
Maranhão	386,37	375,29	386,92	-0,9	-2,9	3,1
Piauí	254,92	257,23	260,46	0,5	0,9	1,3
Ceará	283,09	290,73	296,09	-1,1	2,7	1,8
Rio G. do Norte	275,61	277,02	283,12	-3,0	0,5	2,2
Paraíba	318,66	328,85	331,46	-2,5	3,2	0,8
Pernambuco	261,85	267,75	273,36	-1,0	2,3	2,1
Alagoas	335,09	349,78	343,95	-1,3	4,4	-1,7
Sergipe	289,19	294,37	294,21	-0,8	1,8	-0,1
Bahia	239,23	241,66	247,67	0,4	1,0	2,5
Minas Gerais	247,62	247,80	250,85	0,5	0,1	1,2
Espírito Santo	267,77	268,65	276,34	1,4	0,3	2,9
Rio de Janeiro	221,80	218,43	222,74	0,6	-1,5	2,0
São Paulo	244,74	246,53	251,07	1,3	0,7	1,8
Paraná	212,78	215,73	220,81	0,8	1,4	2,4
Santa Catarina	232,20	236,43	242,25	1,1	1,8	2,5
Rio Grande do Sul	187,66	191,51	191,03	1,1	2,1	-0,3
Mato Grosso do Sul	274,23	266,49	271,39	4,8	-2,8	1,8
Mato Grosso	232,64	235,31	239,50	-3,6	1,1	1,8
Goiás	246,27	248,51	249,81	0,9	0,9	0,5
Distrito Federal	217,31	217,18	220,34	0,5	-0,1	1,5

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

(1) Base: 2003 = 100