

Indicadores IBGE

Pesquisa Mensal de Comércio
junho 2012

Presidenta da República
Dilma Rousseff

Ministra do Planejamento, Orçamento e Gestão
Miriam Belchior

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE

Presidenta
Wasmália Socorro Barata Bivar

Diretor Executivo
Nuno Duarte Da Costa Bittencourt

ÓRGÃOS ESPECÍFICOS SINGULARES

Diretoria de Pesquisas
Marcia Maria Melo Quintslr

Diretoria de Geociências
Wadih João Scandar Neto

Diretoria de Informática
Paulo César Moraes Simões

Centro de Documentação e Disseminação de Informações
David Wu Tai

Escola Nacional de Ciências Estatísticas
Denise Britz do Nascimento Silva

UNIDADE RESPONSÁVEL

Diretoria de Pesquisas

Coordenação das Estatísticas Econômicas e Classificações
Sidnéia Reis Cardoso

Coordenação de Serviços e Comércio
Vânia Maria Carelli Prata

EQUIPE DE REDAÇÃO

Redatores: Nilo Lopes de Macedo
Reinaldo Silva Pereira

Editoração: Gilmar da Costa Gonçalves

Indicadores IBGE

Plano de divulgação:

Trabalho e rendimento

Pesquisa mensal de emprego

Agropecuária

Estatística da produção agrícola *

Estatística da produção pecuária *

Indústria

Pesquisa industrial mensal: produção física Brasil

Pesquisa industrial mensal: produção física regional

Pesquisa industrial mensal: emprego e salário

Comércio

Pesquisa mensal de comércio

Índices, preços e custos

Índice de preços ao produtor – indústrias de transformação

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

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

Sistema nacional de pesquisa de custos e índices da construção civil

Contas nacionais trimestrais

Contas nacionais trimestrais: indicadores de volume e valores correntes

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

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

NOTAS METODOLÓGICAS

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

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

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

I – CARACTERÍSTICAS DA PESQUISA

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

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

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

II – CONSTRUÇÃO DE INDICADORES

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

III – ENCADEAMENTO

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

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

IV – SÉRIES DA PMC AJUSTADAS SAZONALMENTE

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

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

Os modelos adotados nas séries divulgadas são:

VOLUME DE VENDAS ATIVIDADES

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

VOLUME DE VENDAS UF

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

RECEITA NOMINAL DE VENDAS ATIVIDADES

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

RECEITA NOMINAL DE VENDAS UF

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

V – 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.

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

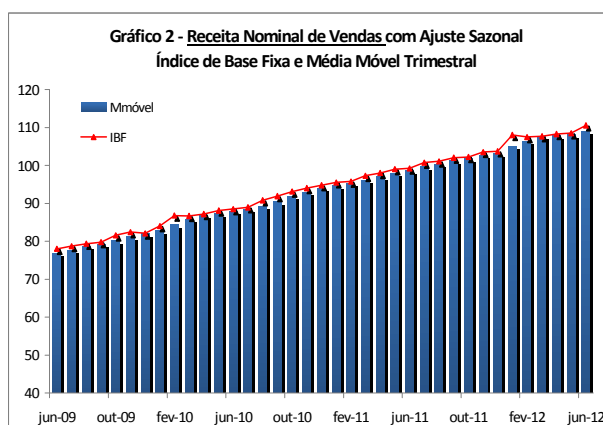
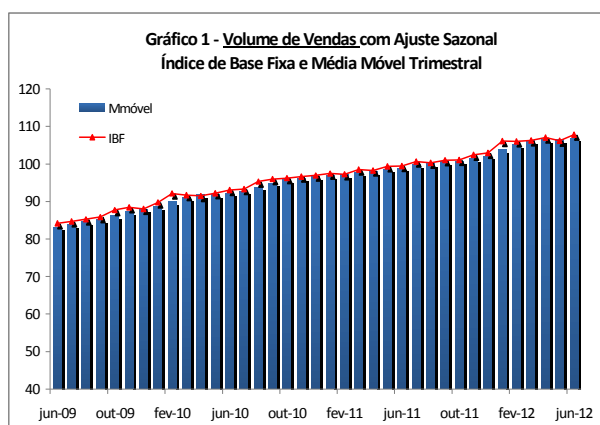
VI - OBSERVAÇÕES

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

COMENTÁRIOS

O **Comércio Varejista** do País obteve resultado positivo no mês junho de 2012, assinalando taxas de 1,5% no volume de vendas e de 1,9% na receita nominal, ambas as variações com relação ao mês anterior (ajustadas sazonalmente). Para o volume de vendas, tal resultado reverte o sinal negativo observado em maio, e para a receita nominal de vendas, representa o quarto mês consecutivo de taxas positivas, como aponta a evolução dos indicadores de base fixa. Quanto à variação da média móvel, no que tange ao volume de vendas, observa-se uma inflexão na taxa de variação este mês, após um quadrimestre de crescimento à taxas decrescentes (Gráficos 1 e 2).

Nas demais comparações, obtidas das séries originais (sem ajuste), o varejo nacional obteve, em termos de volume de vendas, acréscimos da ordem de 9,5% sobre junho do ano anterior e de 9,1% e 7,5% nos acumulados dos seis primeiros meses do ano e dos últimos 12 meses, respectivamente. Para os mesmos indicadores, a receita nominal de vendas apresentou taxas de variação de 12,8%, 12,1% e de 11,5%, respectivamente (Tabelas 1 e 2).



RESULTADOS SETORIAIS

Para o volume de vendas com ajuste sazonal, observa-se que somente uma atividade obteve resultado negativo, a saber: *Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação* com -8,9%. As demais atividades são apresentadas a seguir pela ordem decrescente de magnitude das taxas: *Veículos e motos, partes e peças* com 16,4%; *Móveis e eletrodomésticos* (5,3%); *Livros, jornais, revistas e papelaria* (4,3%); *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos* (1,7%); *Combustíveis e lubrificantes* (1,1%); *Material de construção* (1,0%); *Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* (0,8%); *Tecidos, vestuário e calçados* (0,4%) e *Outros artigos de uso pessoal e doméstico* com 0,4% - Tabela 1.

Também na relação junho de 2012 contra junho de 2011 (série sem ajuste), somente a atividade de *Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação* obteve variação negativa (-14,6%). As demais atividades do **varejo** apresentaram, por ordem de importância na taxa global, as seguintes variações para o volume de vendas: 11,3% para *Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo*; 15,8% para *Móveis e eletrodomésticos*; 11,3% para *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria*; 6,8% para *Combustíveis e lubrificantes*; 6,7% em *Outros artigos de uso pessoal e doméstico*; 9,6% para *Livros, jornais, revistas e papelaria* e *Tecidos, vestuário e calçados* com 0,3%.

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

ATIVIDADES	MÊS/MÊS ANTERIOR (*)			MÊS/GUAL MÊS DO ANO ANTERIOR			ACUMULADO	
	Taxa de Variação			Taxa de Variação			Taxa de Variação	
	ABR	MAI	JUN	ABR	MAI	JUN	NO ANO	12 MESES
COMÉRCIO VAREJISTA (**)	0,7	-0,8	1,5	6,0	8,3	9,5	9,1	7,5
1 - Combustíveis e lubrificantes	2,3	-0,7	1,1	6,2	7,2	6,8	4,7	2,5
2 - Hiper, supermercados, prods. alimentícios, bebidas e fumo	-0,6	-0,1	0,8	3,6	8,8	11,3	9,6	6,8
2.1 - Super e hipermercados	-0,6	-0,3	0,7	3,9	8,9	11,8	10,0	7,0
3 - Tecidos, vest. e calçados	0,9	0,5	0,4	-1,4	4,0	0,3	1,1	0,7
4 - Móveis e eletrodomésticos	1,2	-3,3	5,3	12,5	9,3	15,8	14,1	14,9
5 - Artigos farmacêuticos, med., ortop. e de perfumaria	1,0	0,9	1,7	9,3	12,2	11,3	10,9	9,9
6 - Equip. e mat. para escritório informática e comunicação	2,1	1,4	-8,9	33,2	17,2	-14,6	17,9	20,9
7 - Livros, jornais, rev. e papelaria	-2,8	7,2	4,3	-4,0	2,0	9,6	4,0	3,6
8 - Outros arts. de uso pessoal e doméstico	0,0	-0,4	0,4	2,6	8,1	6,7	7,5	4,5
COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO (***)	0,8	0,0	6,1	2,9	4,9	12,3	7,0	5,6
9 - Veículos e motos, partes e peças	1,9	3,5	16,4	-4,6	-0,7	19,8	3,0	2,0
10- Material de Construção	2,9	-6,6	1,0	13,0	4,3	0,5	9,3	7,7

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

(*) Séries com ajuste sazonal

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

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

Analisando os resultados do varejo, por ordem de importância das atividades na taxa global, tem-se que o segmento de *Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo*, com variação de 11,3% no volume de vendas em junho, sobre igual mês do ano anterior, foi responsável pela maior contribuição da taxa do varejo (55%) – Tabela 3. Em termos de acumulado, nos primeiros seis meses do ano a atividade apresentou crescimento de 9,6% e nos últimos 12 meses, variação de 6,8%.

Móveis e eletrodomésticos, com alta de 15,8% no volume de vendas em relação a junho do ano passado, foi responsável pela segunda maior contribuição (29%) da taxa global do varejo. A atividade teve seu resultado explicado pela política de incentivo do governo ao consumo através da redução de alíquotas de IPI para a chamada linha branca, além da manutenção do crédito e da estabilidade do emprego, bem como pela queda dos preços dos eletrodomésticos (-7,2%, nos últimos 12 meses, para Aparelhos eletrônicos no IPCA do IBGE). No acumulado do ano a taxa foi de 14,1% e nos últimos 12 meses, de 14,9%.

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

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

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 *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria*, com a terceira maior participação na taxa global do varejo, apresentou crescimento de 11,3% na comparação com junho do ano passado, e taxas acumuladas de 10,9% no semestre e de 9,9% para os últimos 12 meses. O crédito e o caráter de uso essencial de seus produtos, são os principais fatores explicativos do desempenho do segmento.

A quarta maior contribuição para o resultado do **varejo** coube ao segmento de *Combustíveis e lubrificantes*, com 6,8% de variação do volume de vendas em relação a junho de 2011. Em termos de desempenho acumulado no semestre, a taxa de variação chegou aos 4,7%, e nos últimos 12 meses a 2,5%. Atribui-se este comportamento à queda de preços dos combustíveis (-0,7% nos últimos 12 meses segundo o IPCA do IBGE).

A atividade de *Outros artigos de uso pessoal e doméstico*, que engloba segmentos como lojas de departamentos, ótica, joalheria, artigos esportivos, brinquedos etc., exerceu o quinto maior impacto na formação da taxa do **varejo**, com variação de 6,7% no volume de vendas em relação a junho de 2011. Em termos acumulados, a taxa para o primeiro semestre do ano foi da ordem de 7,5% e para os últimos 12 meses, de 4,5%.

A atividade de *Livros, jornais, revistas e papelaria*, com crescimento de 9,6%, exerceu o sexto maior impacto no resultado do varejo. O volume de vendas acumulado no semestre obteve variação de 4,0% e para os últimos 12 meses de 3,6%. Estes resultados podem ser explicados pela diversificação na linha de produtos comercializados, principalmente nas grandes redes de livrarias e papelarias.

O segmento de *Tecidos, vestuário e calçados*, que apresentou variação no volume de vendas de 0,3% com relação a igual mês do ano anterior, foi responsável pela menor contribuição positiva à taxa global do varejo. Este resultado, abaixo da média, pode ser justificado pelo comportamento crescente dos preços (variação de 5,3% no grupo Vestuário - segundo o IPCA), ao longo dos últimos 12 meses. Em termos acumulados, os resultados foram de 1,1% para o primeiro semestre do ano e de 0,7% para os últimos 12 meses.

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

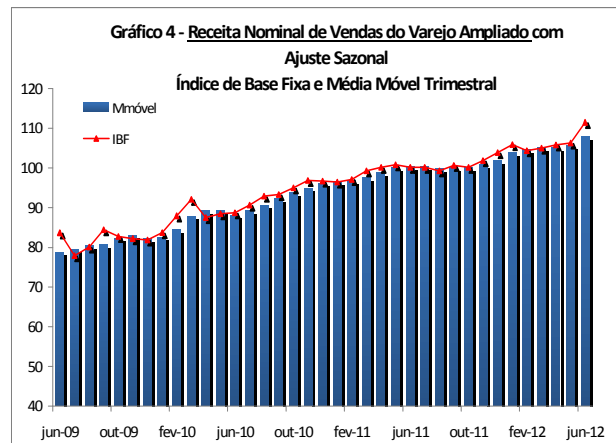
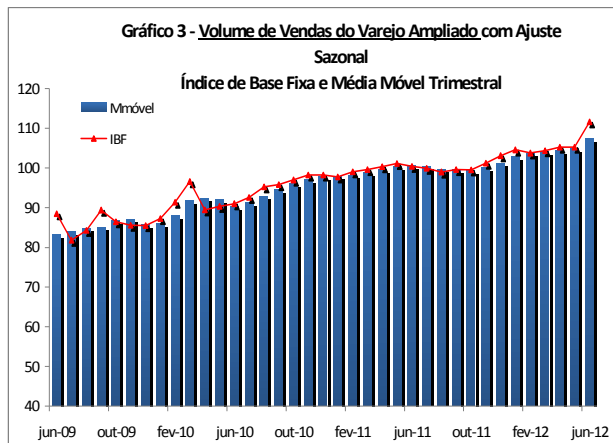
Atividades	COMÉRCIO VAREJISTA			COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO		
	Taxa	Comp. da taxa absoluta	relativa(%)	Taxa	Comp. da taxa absoluta	relativa(%)
Taxa Global	9,5	9,5	100,0	12,3	12,3	100,00
1 - Combustíveis e lubrificantes	6,8	0,6	6,3	6,8	0,3	2,8
2 - Hiper, supermercados, prods. alimentícios, bebidas e fumo	11,3	5,2	54,6	11,3	3,0	24,4
3 - Tecidos, vest. e calçados	0,3	0,0	0,2	0,3	0,0	0,1
4 - Móveis e eletrodomésticos	15,8	2,8	29,4	15,8	1,6	13,3
5 - Artigos farmacêuticos, med., ortop. e de perfumaria	11,3	0,8	7,9	11,3	0,4	3,5
6 - Equip. e mat. para escritório informática e comunicação	-14,6	-0,5	-5,3	-14,6	-0,3	-2,4
7 - Livros, jornais, rev. e papelaria	9,6	0,1	0,7	9,6	0,0	0,3
8 - Outros arts. de uso pessoal e doméstico	6,7	0,6	6,0	6,7	0,3	2,8
9 - Veículos e motos, partes e peças	-	-	-	19,8	6,8	55,2
10- Material de Construção	-	-	-	0,5	0,0	0,2

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

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

O segmento de *Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação*, responsável pelo único resultado negativo, obteve decréscimo no volume de vendas, em junho, da ordem de 14,6% sobre igual mês do ano anterior e taxas acumuladas no semestre de 17,9% e nos últimos 12 meses de 20,9%. Dentre os fatores que vêm determinando este desempenho acumulado, destaca-se a redução de preços de produtos do gênero e o crédito. Entretanto, em relação à taxa mensal, com forte crescimento desde maio de 2011, apresentou desaceleração já no mês de maio e queda em junho, a qual pode ser explicada por acomodação das vendas e também por um efeito-base, uma vez que a variação em junho de 2011 foi de 34,7%.

O **Comércio Varejista ampliado**, que inclui o **varejo** e mais as atividades de *Veículos, motos, partes e peças* e de *Material de construção*, registrou em relação ao mês anterior variação de 6,1% para o volume de vendas e de 4,9% para a receita nominal, ambas as taxas com o ajustamento sazonal (Gráfico 3). Comparado com o mesmo mês do ano anterior (sem ajuste sazonal), as variações foram de 12,3% para o volume de vendas e de 12,4% para a receita nominal. No acumulado do ano e dos últimos 12 meses o setor apresentou taxas de variação de 7,0% e 5,6% para o volume e de 8,5% e 7,8% para a receita nominal de vendas, respectivamente.



No que tange ao volume de vendas, a atividade de *Veículos, motos, partes e peças* registrou crescimento de 19,8% em relação a junho de 2011, acumulando no semestre e nos últimos doze meses variações de 3,0% e 2,0%, respectivamente. Redução de preços em função da renúncia fiscal justifica tais variações.

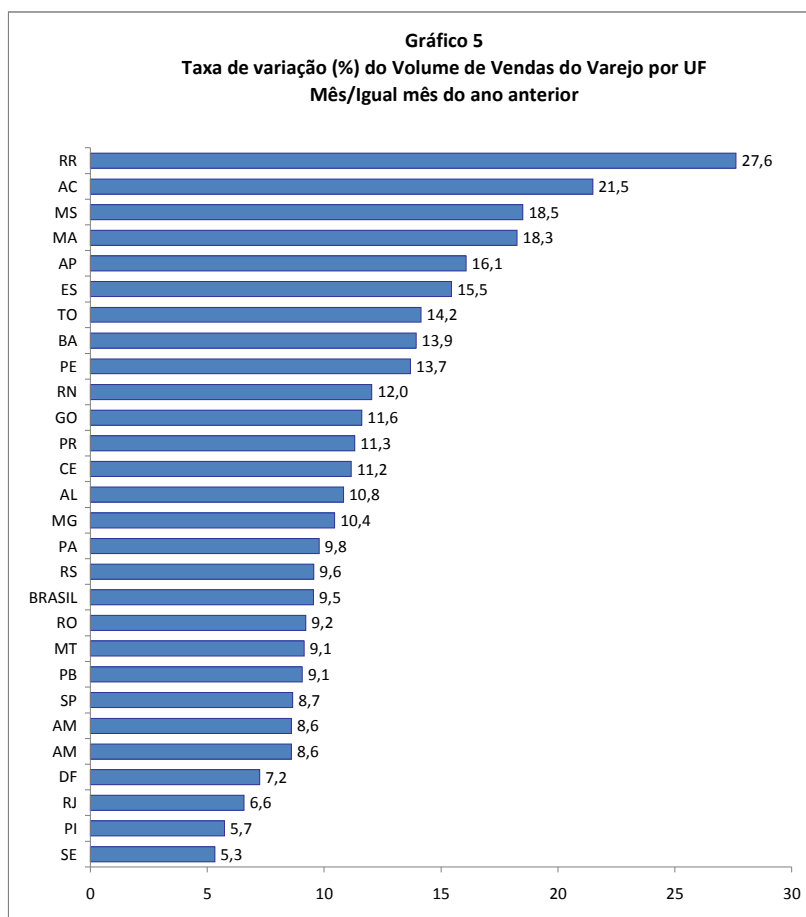
Quanto a Material de Construção, as variações no volume de vendas foram de 0,5% na relação junho12/junho11, de 9,3% no acumulado do semestre, e de 7,7% nos últimos 12 meses.

RESULTADOS REGIONAIS

Todas as vinte e sete Unidades da Federação apresentaram resultados positivos na comparação com junho de 2011. Os destaques em termos de variações positivas do volume de vendas foram Roraima (27,6%); Acre (21,5%); Mato Grosso do Sul (18,5%); Maranhão (18,3%) e Amapá com variação de 16,1% – Gráfico 5. Quanto à participação na composição da taxa do **Comércio Varejista**, destacaram-se, pela ordem, São Paulo (8,7%); Minas Gerais (10,4%); Rio de Janeiro (6,6%); Rio Grande do Sul (9,6%) e Paraná (11,3%).

Em relação ao **varejo ampliado**, as maiores taxas de desempenho no volume de vendas ocorreram em Roraima (25,9%); Alagoas (24,8%); Acre (23,7%); Rondônia (22,1%) e Mato Grosso com variação de 22,0%. Em termos de impacto no resultado global do setor, os destaques foram os estados de São Paulo (13,2%); Rio de Janeiro (9,7%); Paraná (13,9%); Rio Grande do Sul (12,4%) e Bahia (19,9%).

Ainda por Unidades da Federação, os resultados com ajuste sazonal para o volume de vendas apontam vinte e quatro estados com variações positivas, na comparação mês/mês anterior, sendo os destaques: Mato Grosso do Sul (6,2%); Mato Grosso (5,1%); Bahia (4,4%); Rondônia (4,3%) e Alagoas (3,9%).



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

ANÁLISE TRIMESTRAL

Comparando o segundo trimestre de 2012 com o primeiro, levando-se em conta os dados ajustados sazonalmente, observa-se o seguinte comportamento: desaceleração no **varejo** com a taxa passando de 3,9% para 0,8% e no **varejo ampliado**, variação positiva de 2,9% para 3,0% - Tabela 4. Das dez atividades, quatro apresentaram elevação da taxa e seis com redução, a saber: *Combustíveis e lubrificantes* (de 1,9% para 2,9%); *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria* (de 3,3% para 3,8%); *Veículos, motos, partes e peças* (de 0,3% para 8,4%); *Livros, jornais, revistas e papelaria* (de -1,6% para -1,4%); *Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* (de 7,0% para -1,0%); *Tecidos, vestuário e calçados* (de 2,2% para 0,9%); *Móveis e eletrodomésticos* (de 4,2% para 1,8%); *Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação* (de 3,4% para -3,5%); *Outros artigos de uso pessoal e doméstico* (de 4,6% para -0,5%) e *Material de construção* de 5,1% para -3,3%.

O crescimento de 7,9% no **Comércio varejista** no segundo trimestre do ano de 2012, em relação a igual período de ano anterior, ficou abaixo da variação do primeiro trimestre do ano (10,3%). Comparando entre si as taxas dos dois primeiros trimestres do ano de 2012 observa-se para as atividades o seguinte comportamento: alta em três atividades, a saber: *Combustíveis e lubrificantes* (de 2,8% para 6,7%); *Tecidos, vestuário e calçados* (de 1,0% para 1,1%); *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria* (de 10,8% para 11,0%); e quedas para as demais, ou seja: *Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* (de 11,4% para 7,8%); *Móveis e eletrodomésticos* (de 15,9% para 12,4%); *Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação* (de 30,9% para 7,7%); *Livros, jornais, revistas e papelaria* (de 5,2% para 2,4%) e *Outros artigos de uso pessoal e doméstico* (de 9,3% para 5,8%).

TABELA 4

BRASIL - INDICADORES TRIMESTRAIS DE VOLUME DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA POR ATIVIDADE: PMC Junho 2012

Atividades	Taxas de desempenho de 2011					Taxas de desempenho de 2012					Taxas de desempenho de 2011					Taxas de desempenho de 2012				
	TRIM./TRIM. ANTERIOR					TRIM./TRIM. ANTERIOR					TRIM./IGUAL TRIM. ANO ANTERIOR					TRIM./IGUAL TRIM. ANO ANTERIOR				
	Taxas Trimestrais*				Taxa	Taxas Trimestrais*				Taxa	Taxas Trimestrais* **				Taxa	Taxas Trimestrais* **				Taxa
	1º TRI	2º TRI	3º TRI	4º TRI	Anual***	1º TRI	2º TRI	3º TRI	4º TRI	Anual***	1º TRI	2º TRI	3º TRI	4º TRI	Anual***	1º TRI	2º TRI	3º TRI	4º TRI	Anual***
COMÉRCIO VAREJISTA (**)	1,2	1,3	1,7	1,5	6,6	3,9	0,8				6,8	7,8	6,2	5,9	6,7	10,3	7,9			
1 - Combustíveis e lubrificantes	0,7	-2,3	0,7	1,2	1,6	1,9	2,9				5,6	0,1	0,4	0,3	1,6	2,8	6,7			
2 - Hiper, supermercados, prods. alimentícios, bebidas e fumo	1,4	0,5	1,6	0,5	3,9	7,0	-1,0				2,7	5,1	4,0	4,3	4,0	11,4	7,8			
2.1 - Super e hipermercados	1,1	0,4	1,8	0,7	3,9	7,2	-1,3				2,7	5,0	4,0	4,4	4,0	12,0	8,1			
3 - Tecidos, vest. e calçados	2,1	-0,4	-1,9	-0,4	3,8	2,2	0,9				9,6	6,3	1,0	-0,1	3,6	1,0	1,1			
4 - Móveis e eletrodomésticos	4,2	2,9	2,7	3,3	16,7	4,2	1,8				16,8	18,7	17,9	13,8	16,6	15,9	12,4			
5 - Artigos farmacêuticos, med., ortop. e de perfumaria	1,6	2,4	2,3	1,1	9,7	3,3	3,8				9,4	11,8	10,3	7,6	9,7	10,8	11,0			
6 - Equip. e mat. para escritório informática e comunicação	2,3	15,5	-0,6	10,1	18,7	3,4	-3,5				8,3	20,2	16,1	30,4	19,6	30,9	7,7			
7 - Livros, jornais, rev. e papelaria	-4,8	0,4	2,4	3,7	5,8	-1,6	-1,4				9,3	7,6	4,9	1,6	5,9	5,2	2,4			
8 - Outros arts. de uso pessoal e doméstico	-1,5	2,3	0,3	1,4	4,1	4,6	-0,5				7,1	6,0	1,5	2,3	4,0	9,3	5,8			
COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO (***)	1,0	1,8	-1,1	1,8	6,9	2,9	3,0				7,0	11,4	5,7	3,1	6,6	7,3	6,7			
9 - Veículos e motos, partes e peças	0,1	2,6	-5,3	1,8	7,2	0,3	8,4				6,3	18,0	4,8	-2,4	6,1	1,1	4,8			
10- Material de Construção	1,6	3,2	-0,3	2,3	9,4	5,1	-1,3				13,6	11,7	6,5	5,9	9,1	13,4	5,6			

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

(*) Referência: série com ajuste sazonal

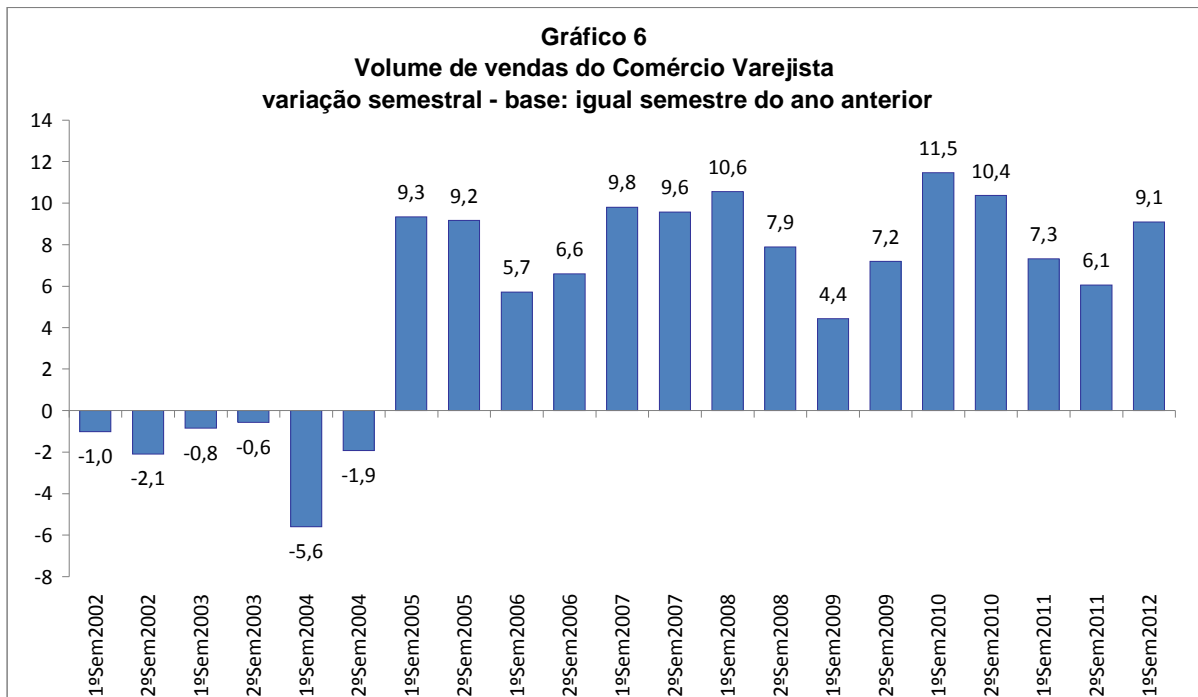
(**) Referência: igual período do ano anterior = 100

(***) Referência: acumulado igual período do ano anterior = 100

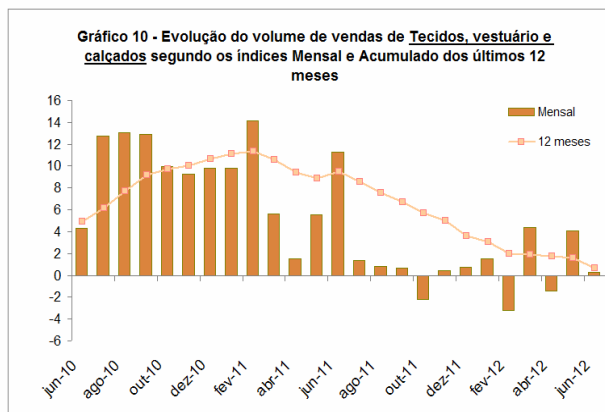
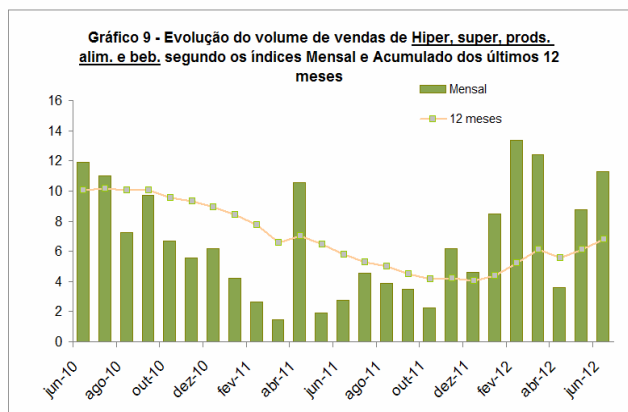
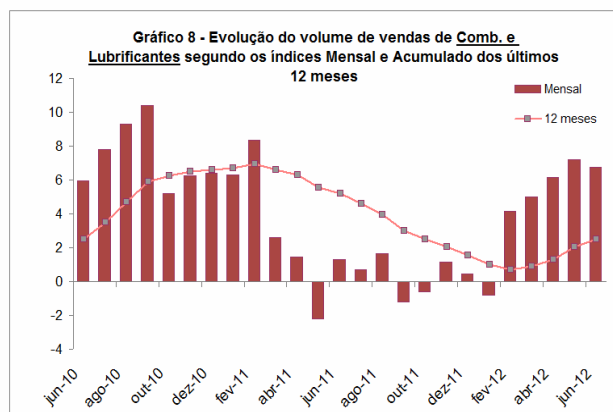
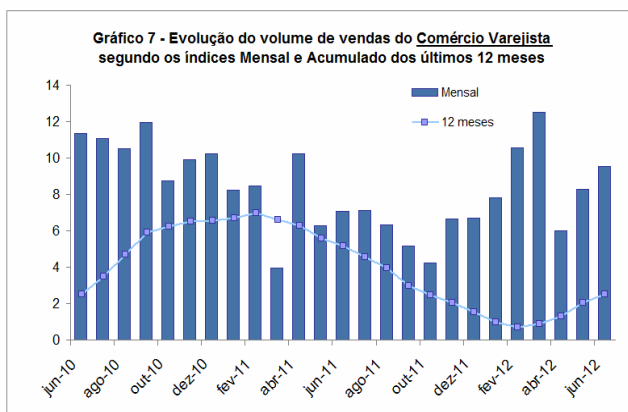
Em termos do **Comércio varejista ampliado**, a taxa de variação do segundo trimestre, de 6,7%, ficou também abaixo da taxa do primeiro trimestre, que foi de 7,3%, influenciada pelas variações das atividades descritas acima aliadas ao resultado de *Material de construção*, que variou de 13,4% para 5,6%, uma vez que a atividade de *Veículos, motos, partes e peças* teve acréscimo em sua variação, passando de 1,1% para 4,8%.

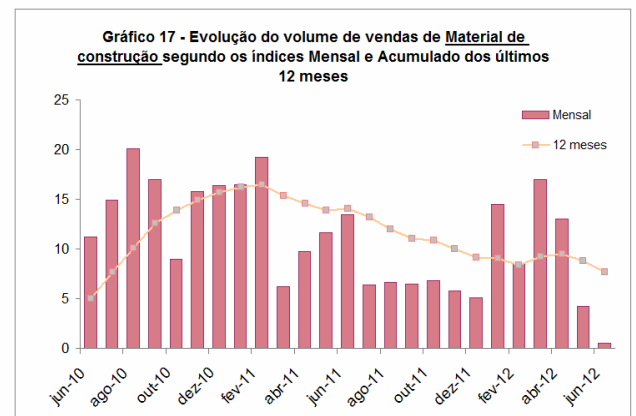
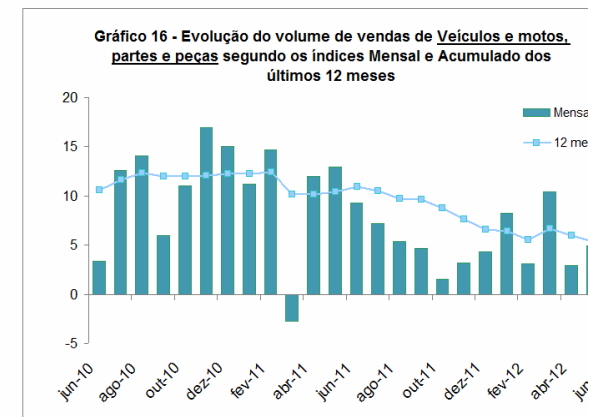
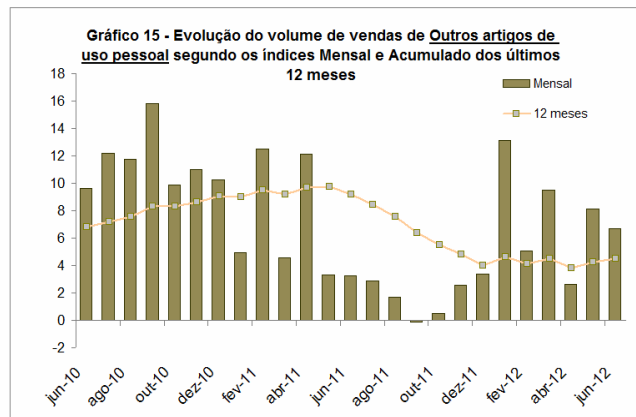
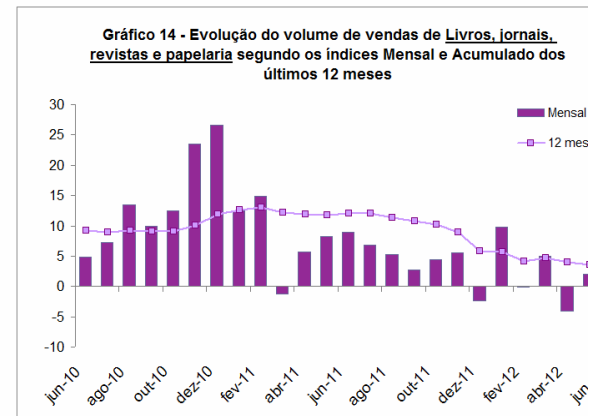
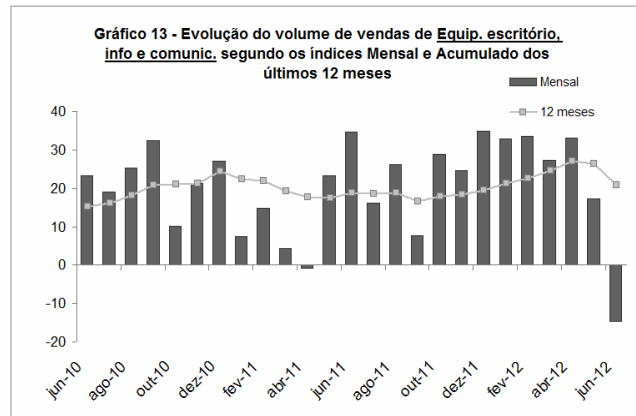
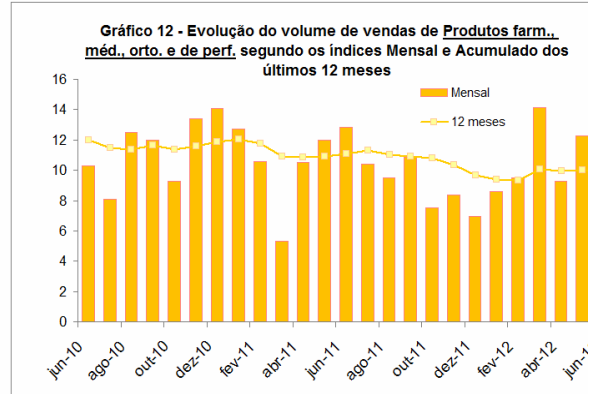
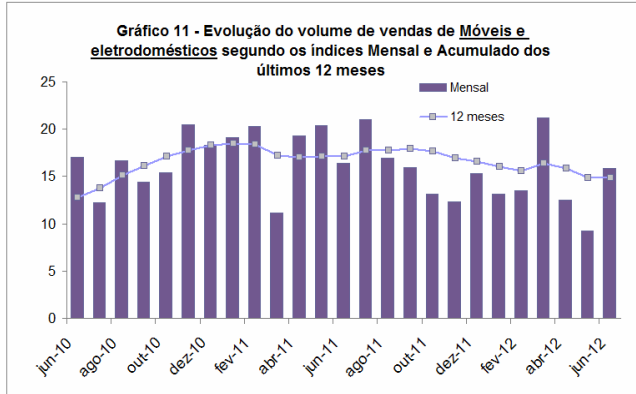
RESULTADOS SEMESTRAIS

O primeiro semestre de 2012 apresentou um crescimento de 9,1% em relação ao mesmo período do ano anterior. Resultado este superior ao do segundo semestre de 2011, que alcançou 6,1%. Explicam este comportamento medidas de incentivo ao consumo, como por exemplo, redução do IPI para alguns setores, aliada ao crescimento da massa salarial, a oferta de crédito e também a redução da taxa básica de juros - Gráfico 6.



Fonte: IBGE/DPE/COSEC





PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Jun/2012

Unidade da Federação	Índice de volume (1)	Variação				
		Mensal (2)			Acumulada (3)	
		abr/12	mai/12	jun/12	no ano	12 Meses
Brasil	104,4	6,0	8,3	9,5	9,1	7,5
Rondônia	101,8	3,0	3,1	9,2	5,3	7,5
Acre	109,1	13,2	13,7	21,5	14,3	10,2
Amazonas	103,8	8,8	9,6	8,6	7,3	5,0
Roraima	119,3	24,0	27,3	27,6	28,1	18,7
Pará	103,2	7,3	13,0	9,8	10,8	9,3
Amapá	115,5	14,4	20,4	16,1	17,0	8,8
Tocantins	110,1	13,8	14,7	14,2	17,5	19,5
Maranhão	108,4	6,7	10,7	18,3	12,7	10,1
Piauí	102,6	6,7	10,4	5,7	10,1	7,1
Ceará	106,0	8,8	9,6	11,2	8,4	7,4
Rio G. do Norte	105,0	0,9	7,2	12,0	5,6	6,1
Paraíba	105,2	2,4	12,5	9,1	9,7	10,5
Pernambuco	108,0	6,9	12,2	13,7	11,7	8,7
Alagoas	103,6	6,1	7,0	10,8	8,7	5,5
Sergipe	100,9	3,2	6,7	5,3	5,7	2,3
Bahia	110,5	8,2	9,6	13,9	10,4	8,0
Minas Gerais	103,8	5,5	7,0	10,4	8,4	8,6
Espirito Santo	107,1	4,7	12,7	15,5	9,7	8,5
Rio de Janeiro	98,8	0,9	2,2	6,6	3,7	4,3
São Paulo	105,0	6,7	9,6	8,7	9,8	7,7
Paraná	105,5	8,7	11,1	11,3	13,5	11,0
Santa Catarina	101,1	7,0	8,2	8,6	10,0	8,8
Rio Grande do Sul	106,7	6,7	8,1	9,6	10,4	7,7
Mato Grosso do Sul	112,3	12,5	6,7	18,5	15,0	10,4
Mato Grosso	102,2	5,4	3,9	9,1	6,0	4,4
Goiás	105,8	10,1	9,5	11,6	9,3	7,7
Distrito Federal	101,4	5,7	4,8	7,2	6,4	4,9

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: Jun/2012

Unidade da Federação	Comércio Varejista			Combustíveis e lubrificantes			Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo						Tecidos, vestuário e calçados		
	Mensal (1)	Acumulada (2)		Mensal (1)	Acumulada (2)		Total			Hipermercados e Supermercados			Mensal (1)	Acumulada (2)	
		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses	Mensal (1)	no ano	12 Meses	Mensal (1)	no ano	12 Meses		no ano	12 Meses
Brasil	9,5	9,1	7,5	6,8	4,7	2,5	11,3	9,6	6,8	11,8	10,0	7,0	0,3	1,1	0,7
Ceará	11,2	8,4	7,4	30,0	20,7	10,5	9,8	5,5	4,8	10,0	5,6	4,8	12,7	5,1	-2,3
Pernambuco	13,7	11,7	8,7	1,3	7,1	10,5	10,0	9,0	3,0	10,1	9,7	3,0	3,6	6,9	4,2
Bahia	13,9	10,4	8,0	11,7	13,0	9,3	8,0	8,0	5,2	7,3	6,4	4,1	8,9	7,0	6,3
Minas Gerais	10,4	8,4	8,6	3,8	4,1	-0,1	9,5	5,4	5,4	9,9	5,8	5,6	-5,4	1,7	2,6
Espirito Santo	15,5	9,7	8,5	13,7	7,6	4,2	15,8	8,7	6,6	15,3	8,7	6,8	2,8	-0,2	3,8
Rio de Janeiro	6,6	3,7	4,3	19,2	10,7	4,6	3,1	0,5	0,9	3,5	0,9	1,1	1,8	1,3	2,5
São Paulo	8,7	9,8	7,7	-5,2	-4,1	-3,1	15,9	13,7	9,1	16,8	14,3	9,5	-6,0	-2,9	-1,8
Paraná	11,3	13,5	11,0	7,9	4,9	0,3	9,5	13,9	10,7	9,6	14,2	10,9	12,5	6,4	2,7
Santa Catarina	8,6	10,0	8,8	9,4	4,3	4,6	6,7	8,7	7,8	6,7	8,7	7,8	1,9	4,0	4,2
Rio Grande do Sul	9,6	10,4	7,7	1,1	-0,2	1,4	15,3	15,2	7,9	15,1	15,4	7,9	1,6	2,0	5,5
Goiás	11,6	9,3	7,7	1,9	-4,3	-6,9	12,0	9,6	8,9	13,1	10,5	9,4	-4,2	-0,2	1,5
Distrito Federal	7,2	6,4	4,9	1,4	6,1	6,3	9,3	5,4	3,0	9,2	5,3	3,0	-9,3	-4,9	-7,2

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

Mês: Jun/2012

Unidade da Federação	Móveis e eletrodomésticos			Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos			Livros, jornais, revistas e papelaria			Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação			Outros artigos de uso pessoal e doméstico		
	Mensal (1)	Acumulada (2)		Mensal (1)	Acumulada (2)		Mensal (1)	Acumulada (2)		Mensal (1)	Acumulada (2)		Mensal (1)	Acumulada (2)	
		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses
Brasil	15,8	14,1	14,9	11,3	10,9	9,9	9,6	4,0	3,6	-14,6	17,9	20,9	6,7	7,5	4,5
Ceará	22,1	18,5	17,5	4,4	11,3	13,8	1,9	-5,4	-5,8	-28,1	-16,9	3,6	0,9	-0,4	-0,9
Pernambuco	22,1	18,0	19,3	39,7	36,3	28,0	13,7	14,2	13,9	31,7	9,2	-7,8	23,7	18,4	12,9
Bahia	17,2	14,0	13,5	10,7	6,8	7,9	32,2	-12,6	0,1	59,2	24,8	-4,3	6,4	10,6	6,1
Minas Gerais	27,9	26,3	27,9	9,9	9,1	7,7	3,4	2,2	2,7	-5,6	5,5	6,9	10,6	14,8	11,9
Espirito Santo	15,4	9,8	10,4	4,9	6,2	14,2	18,1	0,9	2,6	14,4	14,9	8,4	34,4	32,2	23,3
Rio de Janeiro	10,8	12,7	15,1	7,2	6,8	5,7	18,5	6,1	3,2	0,6	6,4	7,3	5,4	1,0	1,7
São Paulo	10,3	8,7	11,1	11,7	10,7	9,8	8,1	6,2	5,5	-26,0	23,2	28,9	0,2	3,9	1,4
Paraná	22,1	17,7	18,3	22,7	24,2	20,3	-16,2	-4,5	-3,0	-34,3	-6,6	4,0	20,1	22,9	16,3
Santa Catarina	20,4	17,5	15,2	15,1	10,9	8,3	38,0	15,1	9,7	-30,2	10,8	17,5	20,0	13,1	7,0
Rio Grande do Sul	14,7	10,2	11,4	2,3	6,3	6,6	2,8	-0,5	-4,5	-6,0	17,5	14,3	3,4	6,6	5,7
Goiás	17,7	16,2	12,1	14,1	13,0	12,4	86,1	49,5	32,2	20,7	16,4	2,8	19,2	14,7	8,8
Distrito Federal	10,7	11,2	11,5	22,5	16,4	8,4	0,7	3,5	-0,7	-16,8	0,1	6,0	-5,2	-3,5	-2,6

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: Jun/2012

Unidade da Federação	Comércio varejista												
	jun/11	jul/11	ago/11	set/11	out/11	nov/11	dez/11	jan/12	fev/12	mar/12	abr/12	mai/12	jun/12
Brasil	95,4	98,6	99,0	96,6	100,5	101,6	137,6	101,7	97,0	106,9	101,5	106,0	104,4
Rondônia	93,2	105,9	102,1	97,8	97,9	100,6	146,2	91,1	87,7	97,0	95,5	105,5	101,8
Acre	89,8	100,1	100,2	97,6	94,6	99,4	149,7	104,1	95,7	109,9	105,6	113,8	109,1
Amazonas	95,6	97,9	104,6	94,8	100,1	103,4	138,9	97,8	91,1	102,5	98,8	107,6	103,8
Roraima	93,4	97,8	104,1	105,3	102,7	105,5	129,8	117,2	116,1	123,8	114,0	120,2	119,3
Pará	94,0	98,4	101,4	96,5	102,9	98,6	155,9	99,9	90,9	102,6	99,4	109,1	103,2
Amapá	99,5	101,1	103,1	97,5	101,9	101,7	145,3	107,4	100,2	105,6	99,3	114,7	115,5
Tocantins	96,4	105,4	106,2	100,7	101,6	101,2	147,2	100,0	96,9	107,0	105,1	112,6	110,1
Maranhão	91,7	100,6	104,3	99,8	94,5	102,0	140,7	103,2	99,2	106,8	101,6	109,9	108,4
Piauí	97,0	103,4	102,7	97,1	95,0	100,2	137,5	105,3	99,4	106,5	97,3	109,9	102,6
Ceará	95,4	101,1	100,6	97,5	100,8	99,4	135,4	100,2	96,8	102,1	100,4	107,0	106,0
Rio G. do Norte	93,7	100,4	102,5	95,5	98,7	98,6	135,5	95,9	96,2	102,6	96,2	104,8	105,0
Paraíba	96,5	100,6	100,3	97,9	98,6	101,5	143,8	101,0	96,6	104,5	95,2	109,2	105,2
Pernambuco	95,0	99,8	99,4	96,0	100,5	104,0	140,0	103,9	96,8	106,9	101,3	108,7	108,0
Alagoas	93,5	97,6	98,7	93,6	97,5	101,1	143,1	103,4	100,4	104,2	100,0	106,0	103,6
Sergipe	95,8	96,9	98,6	94,5	99,9	101,9	137,5	103,7	96,8	101,3	96,5	104,1	100,9
Bahia	97,0	98,7	99,5	95,4	99,2	100,5	137,9	102,1	97,6	108,4	102,1	107,0	110,5
Minas Gerais	94,0	98,6	98,9	97,3	100,6	101,1	136,3	101,8	96,8	106,7	101,2	104,6	103,8
Espirito Santo	92,8	100,5	99,8	96,3	100,5	99,1	132,6	101,1	99,3	109,6	101,7	107,7	107,1
Rio de Janeiro	92,7	96,4	97,6	96,0	100,6	101,8	138,8	97,5	94,3	102,5	96,6	100,1	98,8
São Paulo	96,7	98,1	97,9	96,8	101,3	102,1	136,2	101,8	97,0	108,4	102,9	107,8	105,0
Paraná	94,8	99,8	100,8	98,4	99,5	101,1	137,7	109,0	99,9	110,3	105,5	108,2	105,5
Santa Catarina	93,1	99,2	99,9	97,2	99,3	102,4	137,6	108,5	102,9	106,3	101,5	100,5	101,1
Rio Grande do Sul	97,4	99,6	99,3	95,6	99,9	100,1	141,9	100,2	95,7	109,1	103,9	106,8	106,7
Mato Grosso do Sul	94,7	99,6	97,8	96,2	102,1	100,8	136,1	107,3	102,2	111,2	105,3	114,5	112,3
Mato Grosso	93,7	102,1	101,8	97,4	100,7	100,8	135,0	94,6	93,8	104,7	100,4	100,5	102,2
Goiás	94,8	99,8	100,1	96,3	100,6	99,1	135,6	102,6	95,1	105,8	104,3	108,0	105,8
Distrito Federal	94,6	98,7	98,9	93,8	99,0	105,0	134,7	97,9	95,2	107,5	101,5	103,1	101,4

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: Jun/2012

Unidade da Federação	Índice de receita (1)	Variação				
		Mensal (2)			Acumulada (3)	
		abr/12	mai/12	jun/12	no ano	12 Meses
Brasil	107,3	7,5	10,9	12,8	12,1	11,5
Rondônia	103,5	6,3	5,9	10,5	8,6	12,6
Acre	112,7	18,3	18,7	25,2	19,3	16,4
Amazonas	106,3	10,9	12,6	11,8	10,2	8,7
Roraima	123,8	26,3	31,1	33,4	31,8	20,9
Pará	106,7	10,2	17,1	13,9	14,4	13,1
Amapá	117,3	14,8	21,7	18,5	18,0	10,3
Tocantins	111,5	13,4	14,9	16,2	19,7	23,7
Maranhão	110,7	9,8	14,7	21,0	16,1	15,3
Piauí	105,5	9,4	14,3	9,2	13,4	11,0
Ceará	108,6	11,2	13,1	14,2	11,7	10,8
Rio G. do Norte	107,1	2,2	11,1	14,4	7,9	8,2
Paraíba	108,0	4,3	15,5	11,0	12,5	13,9
Pernambuco	111,4	9,6	15,7	15,8	15,1	12,8
Alagoas	107,3	8,9	10,7	13,7	12,3	10,0
Sergipe	105,2	6,2	10,4	8,4	9,5	6,3
Bahia	112,5	8,5	12,4	15,8	12,6	10,7
Minas Gerais	106,7	7,1	9,7	12,8	11,5	12,5
Espírito Santo	110,9	7,7	15,4	19,6	13,9	14,5
Rio de Janeiro	102,6	3,1	5,1	9,9	7,1	8,4
São Paulo	108,0	8,3	12,1	12,5	12,8	11,7
Paraná	107,7	9,0	13,3	13,7	15,7	15,2
Santa Catarina	103,8	7,1	9,0	11,8	12,0	12,7
Rio Grande do Sul	109,9	7,5	10,7	12,9	13,4	11,9
Mato Grosso do Sul	114,2	12,5	10,2	20,3	18,0	14,9
Mato Grosso	103,7	4,5	4,0	11,1	8,0	7,3
Goiás	107,8	9,9	11,0	13,6	11,7	10,8
Distrito Federal	103,6	5,7	7,0	9,4	8,3	7,4

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

(1) Base: 2011 = 100

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

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

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

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Jun/2012

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

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

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

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

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

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Jun/2012

Unidade da Federação	Móveis e eletrodomésticos			Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos			Livros, jornais, revistas e papelaria			Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação			Outros artigos de uso pessoal e doméstico		
	Mensal (1)	Acumulada (2)		Mensal (1)	Acumulada (2)		Mensal (1)	Acumulada (2)		Mensal (1)	Acumulada (2)		Mensal (1)	Acumulada (2)	
		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses
Brasil	10,9	10,2	11,0	13,1	13,7	13,7	10,2	6,3	7,4	-19,6	8,1	7,5	9,2	10,3	9,1
Ceará	18,4	15,4	14,3	6,1	13,2	16,2	2,1	-3,9	-3,4	-32,8	-23,9	-11,7	3,9	3,4	5,9
Pernambuco	17,0	13,4	15,0	42,2	39,6	31,6	14,8	14,7	15,5	28,8	5,4	-14,1	25,3	21,5	18,9
Bahia	14,1	12,7	12,3	13,8	9,1	9,9	33,0	-11,4	1,4	58,8	21,0	-10,2	7,7	13,7	11,9
Minas Gerais	20,8	20,4	20,8	10,0	10,8	11,0	5,1	4,1	6,1	-12,4	-1,8	-3,1	13,0	17,4	16,7
Espirito Santo	18,1	13,7	13,9	7,3	7,9	17,0	18,2	2,5	6,1	5,1	6,1	-1,1	36,1	35,3	27,9
Rio de Janeiro	7,5	9,3	10,4	10,2	9,0	8,7	19,0	8,1	7,2	-6,7	-1,3	-1,7	9,3	4,7	5,9
São Paulo	2,1	3,4	6,1	12,3	13,6	13,9	9,9	8,8	10,1	-29,8	14,1	14,7	2,3	6,5	5,0
Paraná	14,1	10,2	13,8	22,8	27,2	25,9	-20,0	-4,9	-1,0	-41,2	-17,8	-7,7	21,3	24,9	22,2
Santa Catarina	13,2	10,4	10,1	14,9	13,3	13,2	31,8	14,8	12,0	-37,1	-1,2	4,7	20,2	13,9	11,9
Rio Grande do Sul	12,5	7,9	9,1	7,6	11,1	12,2	8,1	3,9	-0,6	-14,1	7,5	2,9	6,8	10,2	11,1
Goiás	16,4	13,8	8,0	14,9	14,6	14,3	89,4	53,2	35,9	4,6	4,1	-6,8	22,9	18,5	14,5
Distrito Federal	10,0	9,5	8,0	23,7	19,1	13,0	2,0	5,0	2,3	-21,0	-8,1	-6,6	-3,0	-0,9	2,2

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

Mês: Jun/2012

Unidade da Federação	Comércio varejista												
	jun/11	jul/11	ago/11	set/11	out/11	nov/11	dez/11	jan/12	fev/12	mar/12	abr/12	mai/12	jun/12
Brasil	95,2	98,7	99,4	97,1	101,4	102,4	139,0	103,3	98,5	108,6	103,6	108,5	107,3
Rondônia	93,7	105,6	102,1	97,8	99,6	102,2	150,1	92,6	89,5	99,0	97,3	107,4	103,5
Acre	90,0	100,0	100,2	97,2	96,1	101,4	153,9	106,5	98,3	113,1	109,1	117,7	112,7
Amazonas	95,1	97,5	103,4	95,2	101,4	104,7	142,2	99,2	92,3	103,8	100,9	110,1	106,3
Roraima	92,8	97,9	104,3	105,0	103,5	105,3	131,3	118,7	117,7	126,9	117,1	124,2	123,8
Pará	93,7	98,6	101,1	96,4	103,8	99,9	157,9	101,7	92,5	104,7	102,2	112,6	106,7
Amapá	99,0	101,5	103,2	97,6	102,5	101,4	144,0	107,9	100,6	106,5	100,3	116,1	117,3
Tocantins	95,9	105,0	106,0	100,6	102,0	102,9	149,2	101,8	98,5	108,8	106,0	113,5	111,5
Maranhão	91,4	100,2	104,4	100,2	95,6	103,4	145,0	103,7	100,1	109,1	103,9	112,7	110,7
Piauí	96,6	103,6	102,8	96,8	95,6	100,4	141,2	106,3	100,8	108,9	99,9	113,4	105,5
Ceará	95,1	101,3	100,6	96,5	101,0	101,2	140,6	101,0	97,9	104,3	102,9	109,7	108,6
Rio G. do Norte	93,6	100,2	99,8	94,8	98,9	99,9	140,7	96,4	97,1	104,7	98,4	107,1	107,1
Paraíba	97,3	99,9	100,4	98,4	99,5	102,9	146,5	101,8	97,6	105,7	97,1	111,3	108,0
Pernambuco	96,2	99,6	99,9	96,6	100,9	104,9	144,1	104,8	97,9	108,3	103,5	111,5	111,4
Alagoas	94,4	97,1	99,0	94,4	98,5	103,0	146,9	104,4	101,7	105,7	102,4	109,0	107,3
Sergipe	97,0	96,5	99,1	95,3	100,3	102,5	140,8	105,1	98,4	103,4	99,6	107,8	105,2
Bahia	97,1	98,4	99,8	95,9	99,3	100,1	140,1	103,5	98,9	109,9	103,9	109,4	112,5
Minas Gerais	94,6	98,6	99,5	98,4	101,7	101,5	136,7	103,5	98,7	108,8	103,6	107,5	106,7
Espírito Santo	92,7	99,9	100,5	97,2	101,7	100,6	136,6	103,4	101,5	111,7	103,9	110,6	110,9
Rio de Janeiro	93,3	96,3	97,8	96,3	101,5	102,2	141,5	99,7	96,4	104,5	98,7	102,9	102,6
São Paulo	95,9	98,5	98,9	97,5	102,2	103,2	136,4	103,5	98,6	110,0	105,1	110,4	108,0
Paraná	94,7	99,5	100,2	98,4	100,8	102,1	140,2	110,1	101,0	111,2	106,8	109,9	107,7
Santa Catarina	92,9	98,9	99,1	97,1	100,3	102,4	137,8	110,1	104,4	107,8	103,4	102,5	103,8
Rio Grande do Sul	97,4	99,3	98,7	95,6	101,2	102,4	143,8	101,0	97,0	110,5	106,1	109,6	109,9
Mato Grosso do Sul	94,9	99,5	98,2	96,3	102,8	102,2	138,4	109,6	103,9	113,1	106,8	116,2	114,2
Mato Grosso	93,4	102,9	101,8	96,6	100,7	100,3	136,3	97,2	95,4	106,6	101,5	101,8	103,7
Goiás	95,0	99,7	100,5	96,7	101,1	100,1	136,0	104,9	96,8	107,5	105,6	109,6	107,8
Distrito Federal	94,7	100,0	99,8	94,8	101,0	102,1	132,7	99,2	96,5	109,0	103,2	105,1	103,6

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: Jun/2012

Unidade da Federação	Índice de volume (2)	Variação				
		Mensal (3)			Acumulada (4)	
		abr/12	mai/12	jun/12	no ano	12 Meses
Brasil	108,8	2,9	4,9	12,3	7,0	5,7
Rondônia	112,3	1,2	4,9	22,1	7,7	7,4
Acre	112,4	0,2	6,9	23,7	6,0	3,3
Amazonas	100,6	5,4	3,6	3,1	3,0	2,3
Roraima	113,7	12,3	20,7	25,9	18,1	13,1
Pará	113,1	6,6	13,4	15,5	11,0	7,3
Amapá	109,3	1,8	10,0	9,0	6,0	-1,9
Tocantins	117,0	12,5	13,9	17,7	13,8	15,8
Maranhão	107,5	-4,7	5,3	13,7	7,9	7,5
Piauí	107,7	5,5	13,0	9,3	10,2	7,5
Ceará	112,8	5,4	5,6	16,9	7,4	6,7
Rio G. do Norte	106,9	1,3	7,1	13,7	5,3	4,7
Paraíba	106,0	-1,0	6,8	12,1	7,6	7,3
Pernambuco	109,4	4,1	7,3	17,3	8,9	6,2
Alagoas	113,8	10,0	8,9	24,8	10,2	4,9
Sergipe	105,4	5,0	4,5	12,0	5,7	1,9
Bahia	114,8	6,8	6,4	19,9	9,8	6,0
Minas Gerais	103,7	1,2	3,1	7,0	5,4	5,9
Espírito Santo	111,5	-19,7	-7,0	10,8	-3,2	0,2
Rio de Janeiro	103,9	-1,6	1,2	9,7	2,4	3,2
São Paulo	110,6	6,7	6,5	13,2	9,1	6,6
Paraná	109,7	4,9	7,1	13,9	9,7	8,5
Santa Catarina	102,8	-4,4	2,5	6,6	2,8	4,3
Rio Grande do Sul	110,7	4,5	6,5	12,4	7,5	5,6
Mato Grosso do Sul	106,6	1,1	-2,0	8,9	5,1	3,1
Mato Grosso	114,1	12,1	13,3	22,0	13,2	9,5
Goiás	112,0	0,1	5,5	13,2	5,8	4,6
Distrito Federal	110,4	1,4	4,9	16,4	6,0	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: 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: Jun/2012

Unidade da Federação	Comércio Varejista Ampliado			Combustíveis e lubrificantes			Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo						Tecidos, vestuário e calçados		
	Mensal (2)	Acumulada (3)		Mensal (2)	Acumulada (3)		Total			Hipermercados e Supermercados			Mensal (2)	Acumulada (3)	
		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses	Mensal (2)	no ano	12 Meses	Mensal (2)	no ano	12 Meses		no ano	12 Meses
Brasil	12,3	7,0	5,7	6,8	4,7	2,5	11,3	9,6	6,8	11,8	10,0	7,0	0,3	1,1	0,7
Ceará	16,9	7,4	6,7	30,0	20,7	10,5	9,8	5,5	4,8	10,0	5,6	4,8	12,7	5,1	-2,3
Pernambuco	17,3	8,9	6,2	1,3	7,1	10,5	10,0	9,0	3,0	10,1	9,7	3,0	3,6	6,9	4,2
Bahia	19,9	9,8	6,0	11,7	13,0	9,3	8,0	8,0	5,2	7,3	6,4	4,1	8,9	7,0	6,3
Minas Gerais	7,0	5,4	5,9	3,8	4,1	-0,1	9,5	5,4	5,4	9,9	5,8	5,6	-5,4	1,7	2,6
Espirito Santo	10,8	-3,2	0,2	13,7	7,6	4,2	15,8	8,7	6,6	15,3	8,7	6,8	2,8	-0,2	3,8
Rio de Janeiro	9,7	2,4	3,2	19,2	10,7	4,6	3,1	0,5	0,9	3,5	0,9	1,1	1,8	1,3	2,5
São Paulo	13,2	9,1	6,6	-5,2	-4,1	-3,1	15,9	13,7	9,1	16,8	14,3	9,5	-6,0	-2,9	-1,8
Paraná	13,9	9,7	8,5	7,9	4,9	0,3	9,5	13,9	10,7	9,6	14,2	10,9	12,5	6,4	2,7
Santa Catarina	6,6	2,8	4,3	9,4	4,3	4,6	6,7	8,7	7,8	6,7	8,7	7,8	1,9	4,0	4,2
Rio Grande do Sul	12,4	7,5	5,6	1,1	-0,2	1,4	15,3	15,2	7,9	15,1	15,4	7,9	1,6	2,0	5,5
Goiás	13,2	5,8	4,6	1,9	-4,3	-6,9	12,0	9,6	8,9	13,1	10,5	9,4	-4,2	-0,2	1,5
Distrito Federal	16,4	6,0	2,5	1,4	6,1	6,3	9,3	5,4	3,0	9,2	5,3	3,0	-9,3	-4,9	-7,2

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

Unidade da Federação	Mês: Jun/2012														
	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	15,8	14,1	14,9	11,3	10,9	9,9	9,6	4,0	3,6	-14,6	17,9	20,9	6,7	7,5	4,5
Ceará	22,1	18,5	17,5	4,4	11,3	13,8	1,9	-5,4	-5,8	-28,1	-16,9	3,6	0,9	-0,4	-0,9
Pernambuco	22,1	18,0	19,3	39,7	36,3	28,0	13,7	14,2	13,9	31,7	9,2	-7,8	23,7	18,4	12,9
Bahia	17,2	14,0	13,5	10,7	6,8	7,9	32,2	-12,6	0,1	59,2	24,8	-4,3	6,4	10,6	6,1
Minas Gerais	27,9	26,3	27,9	9,9	9,1	7,7	3,4	2,2	2,7	-5,6	5,5	6,9	10,6	14,8	11,9
Espirito Santo	15,4	9,8	10,4	4,9	6,2	14,2	18,1	0,9	2,6	14,4	14,9	8,4	34,4	32,2	23,3
Rio de Janeiro	10,8	12,7	15,1	7,2	6,8	5,7	18,5	6,1	3,2	0,6	6,4	7,3	5,4	1,0	1,7
São Paulo	10,3	8,7	11,1	11,7	10,7	9,8	8,1	6,2	5,5	-26,0	23,2	28,9	0,2	3,9	1,4
Paraná	22,1	17,7	18,3	22,7	24,2	20,3	-16,2	-4,5	-3,0	-34,3	-6,6	4,0	20,1	22,9	16,3
Santa Catarina	20,4	17,5	15,2	15,1	10,9	8,3	38,0	15,1	9,7	-30,2	10,8	17,5	20,0	13,1	7,0
Rio Grande do Sul	14,7	10,2	11,4	2,3	6,3	6,6	2,8	-0,5	-4,5	-6,0	17,5	14,3	3,4	6,6	5,7
Goiás	17,7	16,2	12,1	14,1	13,0	12,4	86,1	49,5	32,2	20,7	16,4	2,8	19,2	14,7	8,8
Distrito Federal	10,7	11,2	11,5	22,5	16,4	8,4	0,7	3,5	-0,7	-16,8	0,1	6,0	-5,2	-3,5	-2,6

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

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

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

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

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

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Jun/2012

Unidade da Federação	Veículos, motocicletas, partes e peças			Material de construção		
	Mensal (2)	Acumulada (3)		Mensal (2)	Acumulada (3)	
		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses
Brasil	19,8	3,0	2,0	0,5	9,3	7,7
Ceará	27,1	3,8	5,0	21,5	17,7	9,6
Pernambuco	25,4	1,7	-0,1	17,2	20,4	16,6
Bahia	39,0	8,9	1,3	4,8	6,8	4,3
Minas Gerais	1,2	0,3	1,1	4,3	4,4	5,5
Espírito Santo	7,2	-13,2	-6,9	19,5	19,4	12,9
Rio de Janeiro	13,0	-3,1	-1,3	9,7	7,7	7,5
São Paulo	27,6	7,9	4,6	-8,1	11,3	7,6
Paraná	22,7	5,2	5,1	-2,0	7,6	9,6
Santa Catarina	4,9	-7,5	-2,6	0,9	11,9	12,0
Rio Grande do Sul	18,1	2,9	1,9	7,0	4,9	5,3
Goiás	14,9	1,9	0,8	13,6	9,1	9,0
Distrito Federal	36,9	6,3	-1,6	-1,8	1,1	3,6

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

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

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

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

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

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Jun/2012

Unidade da Federação	Comércio Varejista Ampliado												
	jun/11	jul/11	ago/11	set/11	out/11	nov/11	dez/11	jan/12	fev/12	mar/12	abr/12	mai/12	jun/12
Brasil	96,9	99,2	101,4	98,7	99,1	102,8	126,0	99,9	93,4	106,9	97,7	106,2	108,8
Rondônia	92,0	107,4	111,8	104,8	104,4	105,3	129,8	89,7	87,0	94,1	91,3	103,4	112,3
Acre	90,9	99,7	105,2	102,7	95,6	97,7	133,9	96,0	88,3	99,1	95,4	108,0	112,4
Amazonas	97,6	100,9	106,2	95,0	97,4	106,0	126,3	94,0	89,7	101,2	96,2	103,7	100,6
Roraima	90,4	94,9	109,1	105,6	103,7	102,5	124,6	106,2	104,9	118,1	103,2	115,1	113,7
Pará	97,9	99,2	102,8	99,1	100,1	99,0	140,2	99,4	92,2	106,7	97,3	112,2	113,1
Amapá	100,2	102,4	107,9	95,3	96,7	99,2	126,0	103,2	95,5	99,4	92,6	106,9	109,3
Tocantins	99,4	105,1	105,3	98,7	94,9	102,4	132,7	103,4	95,7	109,9	101,2	110,8	117,0
Maranhão	94,6	101,6	107,1	99,9	94,2	101,0	130,6	102,4	95,3	104,5	94,6	106,3	107,5
Piauí	98,5	101,3	103,8	100,0	93,0	104,2	139,0	102,4	96,4	104,6	93,7	110,8	107,7
Ceará	96,5	101,1	103,6	101,9	98,7	101,0	125,3	101,4	92,3	101,3	97,1	105,3	112,8
Rio G. do Norte	94,0	100,1	103,8	97,6	97,9	99,7	131,0	100,0	92,8	101,2	93,8	105,1	106,9
Paraíba	94,5	99,5	102,8	101,6	97,1	103,3	132,8	99,3	93,3	111,0	91,1	105,3	106,0
Pernambuco	93,2	99,8	102,9	100,5	99,3	102,6	128,8	103,8	93,8	105,7	96,7	106,8	109,4
Alagoas	91,2	97,2	102,5	95,9	97,4	103,4	134,4	101,6	96,3	105,9	102,0	107,8	113,8
Sergipe	94,2	95,6	98,1	96,4	100,4	103,1	133,5	101,3	96,1	102,1	96,6	104,2	105,4
Bahia	95,8	99,7	100,6	96,0	96,7	100,1	130,4	103,3	96,1	110,5	100,6	107,7	114,8
Minas Gerais	97,0	101,1	100,8	99,5	98,5	100,8	124,3	98,5	93,7	110,2	95,7	104,2	103,7
Espirito Santo	100,7	90,7	92,1	92,7	87,4	91,0	117,6	100,1	94,8	107,5	85,9	108,4	111,5
Rio de Janeiro	94,8	97,9	99,4	96,9	98,6	102,1	129,2	98,8	90,6	101,9	93,9	100,5	103,9
São Paulo	97,7	99,1	101,8	99,5	100,9	104,7	122,5	99,8	94,2	109,2	101,3	108,7	110,6
Paraná	96,3	99,8	102,5	99,1	97,8	103,6	130,2	103,1	94,8	106,9	100,1	107,3	109,7
Santa Catarina	96,4	100,8	99,5	99,8	96,9	100,9	127,5	97,7	93,9	104,0	91,8	100,9	102,8
Rio Grande do Sul	98,5	98,1	101,0	96,5	100,1	103,2	133,9	97,7	89,8	106,9	98,7	106,1	110,7
Mato Grosso do Sul	97,9	98,8	100,2	98,2	99,4	102,0	126,0	98,8	94,2	103,8	94,7	106,4	106,6
Mato Grosso	93,5	100,3	103,8	100,4	103,0	103,2	130,4	100,1	96,3	111,0	101,1	110,3	114,1
Goias	99,0	98,0	103,6	99,0	96,8	99,6	118,3	104,3	92,6	104,3	98,1	107,6	112,0
Distrito Federal	94,8	99,4	99,9	97,4	99,7	104,8	122,9	98,9	92,3	107,4	97,3	104,2	110,4

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: Jun/2012

Unidade da Federação	Índice de receita (2)	Variação				
		Mensal (3)			Acumulada (4)	
		abr/12	mai/12	jun/12	no ano	12 Meses
Brasil	108,7	3,7	6,5	12,4	8,5	7,8
Rondônia	112,5	2,8	6,8	21,7	10,1	13,8
Acre	113,7	7,2	10,9	24,2	9,7	7,3
Amazonas	102,1	7,9	6,6	5,6	5,6	5,3
Roraima	116,1	13,6	22,8	29,1	20,7	14,0
Pará	114,8	8,4	17,5	18,7	14,0	10,0
Amapá	110,1	3,9	12,4	11,1	7,4	-1,3
Tocantins	114,4	11,4	12,5	15,9	13,9	17,2
Maranhão	107,4	-2,2	7,7	14,0	9,9	10,7
Piauí	108,3	6,7	15,3	10,2	11,7	9,1
Ceará	113,0	6,7	7,8	17,3	9,0	8,1
Rio G. do Norte	107,3	2,1	10,2	14,6	6,6	5,8
Paraíba	106,4	0,4	9,5	11,6	9,4	9,3
Pernambuco	110,3	5,7	9,9	16,9	10,9	8,7
Alagoas	114,1	11,5	11,3	24,1	12,1	7,2
Sergipe	107,0	6,5	7,5	12,6	8,1	4,3
Bahia	114,5	6,9	8,7	19,3	11,0	7,9
Minas Gerais	104,9	1,9	5,1	8,0	7,2	8,2
Espirito Santo	111,5	-17,9	-4,3	11,1	-1,1	2,6
Rio de Janeiro	105,5	0,0	3,5	10,8	4,7	6,1
São Paulo	109,8	7,5	7,6	12,7	10,5	8,7
Paraná	109,1	4,6	8,1	13,6	10,2	10,1
Santa Catarina	102,1	-4,4	2,7	6,6	3,3	5,8
Rio Grande do Sul	110,5	4,4	7,5	12,4	8,6	8,2
Mato Grosso do Sul	105,9	1,1	-0,2	8,7	6,4	5,8
Mato Grosso	113,1	10,6	12,3	20,8	13,6	10,8
Goiás	110,7	-0,1	5,3	12,7	6,5	6,0
Distrito Federal	109,7	1,2	5,9	15,7	6,7	4,3

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

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

(2) Base: 2011 = 100

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

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

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

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Jun/2012

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

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: Jun/2012

Unidade da Federação	Móveis e eletrodomésticos			Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos			Livros, jornais, revistas e papelaria			Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação			Outros artigos de uso pessoal e doméstico		
	Mensal (2)	Acumulada (3)		Mensal (2)	Acumulada (3)		Mensal (2)	Acumulada (3)		Mensal (2)	Acumulada (3)		Mensal (2)	Acumulada (3)	
		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses
Brasil	10,9	10,2	11,0	13,1	13,7	13,7	10,2	6,3	7,4	-19,6	8,1	7,5	9,2	10,3	9,1
Ceará	18,4	15,4	14,3	6,1	13,2	16,2	2,1	-3,9	-3,4	-32,8	-23,9	-11,7	3,9	3,4	5,9
Pernambuco	17,0	13,4	15,0	42,2	39,6	31,6	14,8	14,7	15,5	28,8	5,4	-14,1	25,3	21,5	18,9
Bahia	14,1	12,7	12,3	13,8	9,1	9,9	33,0	-11,4	1,4	58,8	21,0	-10,2	7,7	13,7	11,9
Minas Gerais	20,8	20,4	20,8	10,0	10,8	11,0	5,1	4,1	6,1	-12,4	-1,8	-3,1	13,0	17,4	16,7
Espírito Santo	18,1	13,7	13,9	7,3	7,9	17,0	18,2	2,5	6,1	5,1	6,1	-1,1	36,1	35,3	27,9
Rio de Janeiro	7,5	9,3	10,4	10,2	9,0	8,7	19,0	8,1	7,2	-6,7	-1,3	-1,7	9,3	4,7	5,9
São Paulo	2,1	3,4	6,1	12,3	13,6	13,9	9,9	8,8	10,1	-29,8	14,1	14,7	2,3	6,5	5,0
Paraná	14,1	10,2	13,8	22,8	27,2	25,9	-20,0	-4,9	-1,0	-41,2	-17,8	-7,7	21,3	24,9	22,2
Santa Catarina	13,2	10,4	10,1	14,9	13,3	13,2	31,8	14,8	12,0	-37,1	-1,2	4,7	20,2	13,9	11,9
Rio Grande do Sul	12,5	7,9	9,1	7,6	11,1	12,2	8,1	3,9	-0,6	-14,1	7,5	2,9	6,8	10,2	11,1
Goiás	16,4	13,8	8,0	14,9	14,6	14,3	89,4	53,2	35,9	4,6	4,1	-6,8	22,9	18,5	14,5
Distrito Federal	10,0	9,5	8,0	23,7	19,1	13,0	2,0	5,0	2,3	-21,0	-8,1	-6,6	-3,0	-0,9	2,2

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 (Conclusão)

Mês: Jun/2012

Unidade da Federação	Veículos, motocicletas, partes e peças			Material de construção		
	Mensal (2)	Acumulada (3)		Mensal (2)	Acumulada (3)	
		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses
Brasil	13,9	0,9	0,2	2,8	11,7	10,5
Ceará	21,9	1,8	2,2	24,0	19,8	12,0
Pernambuco	19,3	0,7	-1,4	17,8	21,1	18,9
Bahia	32,0	7,1	0,6	6,4	8,8	7,0
Minas Gerais	-1,1	-0,9	-0,4	6,9	6,9	8,3
Espírito Santo	3,7	-13,6	-7,7	21,5	21,9	15,2
Rio de Janeiro	8,7	-4,2	-3,1	12,3	10,9	11,5
São Paulo	18,4	5,2	2,4	-6,4	13,4	9,9
Paraná	17,4	2,2	2,1	1,1	11,0	13,5
Santa Catarina	0,4	-9,8	-5,4	2,6	13,6	13,8
Rio Grande do Sul	13,3	1,5	1,6	6,7	5,1	6,9
Goiás	9,7	-1,1	-1,0	19,5	14,8	14,5
Distrito Federal	30,7	4,2	-2,7	0,9	4,1	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 15 - Índice de receita nominal de vendas no comércio varejista ampliado (1), por Unidade da Federação

Mês: Jun/2012

Unidade da Federação	Comércio varejista ampliado												
	jun/11	jul/11	ago/11	set/11	out/11	nov/11	dez/11	jan/12	fev/12	mar/12	abr/12	mai/12	jun/12
Brasil	96,7	99,2	101,5	98,9	99,9	103,1	127,0	101,0	94,4	107,9	99,0	107,5	108,7
Rondônia	92,5	105,3	109,2	104,1	105,4	106,3	136,3	91,2	88,4	96,0	93,5	105,6	112,5
Acre	91,5	100,6	103,4	102,9	96,5	99,2	139,4	97,9	90,0	101,4	98,1	111,1	113,7
Amazonas	96,6	99,8	104,3	95,8	98,9	107,2	130,3	95,4	90,8	102,6	98,3	106,1	102,1
Roraima	90,0	94,5	107,7	104,4	103,4	103,0	127,8	107,6	106,3	120,6	105,7	118,4	116,1
Pará	96,7	98,3	101,7	97,9	100,4	100,2	145,3	101,1	93,6	108,8	100,0	115,4	114,8
Amapá	99,1	101,8	105,6	94,9	97,9	99,8	128,6	104,3	96,2	100,6	93,9	108,7	110,1
Tocantins	98,8	105,2	105,6	98,5	95,9	103,0	134,2	104,1	96,1	109,6	100,8	110,1	114,4
Maranhão	94,2	101,1	106,7	100,0	95,2	103,0	134,1	102,8	95,9	106,1	95,8	107,6	107,4
Piauí	98,3	101,8	103,5	98,9	93,3	104,2	139,8	103,2	97,4	106,4	95,4	112,9	108,3
Ceará	96,3	101,0	103,7	101,1	98,6	101,8	128,0	101,9	93,1	102,9	98,5	106,9	113,0
Rio G. do Norte	93,7	99,7	101,6	96,8	98,0	100,8	134,1	100,4	93,7	103,0	95,4	106,6	107,3
Paraíba	95,4	99,0	102,7	101,6	98,3	104,2	134,6	100,1	94,3	112,2	92,4	106,8	106,4
Pernambuco	94,3	99,7	103,2	100,6	99,7	103,1	131,6	104,5	94,7	106,9	98,2	108,7	110,3
Alagoas	91,9	96,7	102,8	97,2	98,0	103,8	136,1	102,4	97,3	107,1	103,3	109,6	114,1
Sergipe	95,1	95,4	98,5	96,8	100,7	103,3	135,1	102,5	97,5	103,8	98,8	106,8	107,0
Bahia	96,0	99,5	100,8	96,4	96,8	99,7	131,7	104,3	97,0	111,4	101,8	109,5	114,5
Minas Gerais	97,1	100,7	101,0	100,0	99,6	101,0	125,0	99,5	94,7	111,4	97,3	106,0	104,9
Espirito Santo	100,3	91,5	93,5	93,4	89,2	92,1	119,3	100,9	96,0	108,5	87,1	110,0	111,5
Rio de Janeiro	95,2	97,8	99,6	97,1	99,4	102,4	131,6	100,2	92,2	103,3	95,5	102,6	105,5
São Paulo	97,4	99,6	102,3	100,0	101,5	105,0	122,8	101,0	95,3	110,1	102,6	109,8	109,8
Paraná	96,0	99,1	101,6	98,7	99,0	103,6	131,0	103,9	95,5	107,3	100,8	108,0	109,1
Santa Catarina	95,8	99,9	99,0	99,0	98,1	101,1	127,5	98,9	94,8	104,5	92,8	101,3	102,1
Rio Grande do Sul	98,3	97,7	100,4	96,7	101,2	104,4	134,8	98,3	90,3	107,6	99,7	107,2	110,5
Mato Grosso do Sul	97,5	99,5	100,4	98,4	100,4	102,6	127,3	100,2	95,0	104,5	95,3	106,9	105,9
Mato Grosso	93,7	101,3	104,1	100,2	102,9	102,3	129,4	101,8	97,3	111,6	101,6	110,5	113,1
Goias	98,2	98,5	103,8	99,3	97,6	100,0	118,9	105,4	93,2	104,5	98,4	107,6	110,7
Distrito Federal	94,9	100,1	100,6	97,7	100,8	102,8	122,1	100,0	93,2	108,2	98,2	105,3	109,7

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

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

Índice Base Fixa: 2011 = 100

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

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Jun/2012

Unidade da Federação	Índice de Base Fixa (1)			Variação mês/mês anterior		
	abr/12	mai/12	jun/12	abr/12	mai/12	jun/12
Brasil	107,0	106,2	107,8	0,7	-0,8	1,5
Rondônia	104,5	101,3	105,7	5,8	-3,0	4,3
Acre	112,8	113,3	115,4	0,9	0,4	1,9
Amazonas	107,5	108,4	108,4	0,3	0,8	0,0
Roraima	117,6	121,0	122,1	-5,2	3,0	0,9
Pará	109,6	108,2	108,9	2,4	-1,3	0,7
Amapá	112,7	115,7	118,7	-2,7	2,6	2,6
Tocantins	111,0	111,4	113,1	-1,5	0,4	1,6
Maranhão	111,0	108,2	111,8	2,6	-2,5	3,3
Piauí	108,8	107,6	107,3	0,6	-1,1	-0,3
Ceará	108,9	106,3	110,2	3,5	-2,3	3,6
Rio G. do Norte	104,3	105,0	108,4	1,3	0,6	3,3
Paraíba	106,4	106,8	107,7	1,0	0,4	0,8
Pernambuco	109,8	109,6	112,0	1,7	-0,2	2,2
Alagoas	106,4	106,8	110,9	0,7	0,4	3,9
Sergipe	104,8	105,8	105,6	0,5	0,9	-0,2
Bahia	111,2	107,1	111,9	4,4	-3,6	4,4
Minas Gerais	106,4	104,4	107,4	0,8	-1,8	2,8
Espírito Santo	108,3	109,7	112,0	1,0	1,3	2,1
Rio de Janeiro	103,1	102,7	105,2	0,5	-0,4	2,4
São Paulo	107,0	107,7	107,5	-0,2	0,7	-0,3
Paraná	109,7	107,9	109,1	0,4	-1,7	1,1
Santa Catarina	107,4	104,4	106,5	1,8	-2,8	2,0
Rio Grande do Sul	108,3	105,6	107,5	0,2	-2,5	1,8
Mato Grosso do Sul	111,5	108,9	115,7	-0,3	-2,3	6,2
Mato Grosso	105,5	102,3	107,6	0,1	-3,0	5,1
Goiás	110,2	106,4	109,6	3,9	-3,4	2,9
Distrito Federal	105,9	103,2	105,4	0,0	-2,5	2,1

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: Jun/2012

Unidade da Federação	Índice de Base Fixa (1)			Variação mês/mês anterior		
	abr/12	mai/12	jun/12	abr/12	mai/12	jun/12
Brasil	108,3	108,5	110,6	0,6	0,2	1,9
Rondônia	106,1	103,6	107,6	5,6	-2,3	3,8
Acre	116,1	117,3	119,6	0,9	1,0	2,0
Amazonas	109,0	110,4	110,9	0,6	1,3	0,5
Roraima	118,9	124,5	126,9	-6,1	4,6	2,0
Pará	111,9	111,1	112,4	2,6	-0,7	1,2
Amapá	113,1	116,7	119,0	-2,4	3,1	2,0
Tocantins	112,0	112,5	115,3	-1,5	0,5	2,5
Maranhão	112,9	111,2	114,3	1,8	-1,5	2,8
Piauí	111,3	110,7	110,4	1,4	-0,5	-0,2
Ceará	111,5	109,4	113,1	3,4	-1,9	3,4
Rio G. do Norte	106,2	107,7	110,1	1,1	1,5	2,2
Paraíba	107,9	108,7	109,4	1,0	0,7	0,7
Pernambuco	111,8	112,2	114,8	2,0	0,4	2,3
Alagoas	108,4	109,2	113,7	0,6	0,8	4,1
Sergipe	109,1	107,8	107,6	2,6	-1,1	-0,2
Bahia	111,9	109,6	112,9	3,9	-2,0	3,0
Minas Gerais	107,9	107,1	109,7	0,5	-0,7	2,4
Espírito Santo	109,9	111,6	115,0	0,4	1,5	3,1
Rio de Janeiro	104,7	104,3	108,3	0,0	-0,4	3,9
São Paulo	108,6	109,8	110,8	0,0	1,1	0,9
Paraná	110,1	109,2	111,3	-0,3	-0,8	1,8
Santa Catarina	108,1	105,1	109,0	0,9	-2,8	3,7
Rio Grande do Sul	109,3	107,6	110,3	-0,2	-1,6	2,6
Mato Grosso do Sul	112,4	111,4	118,1	-0,7	-0,9	6,1
Mato Grosso	106,8	103,6	108,9	0,1	-3,1	5,1
Goiás	111,1	108,0	111,3	3,0	-2,8	3,1
Distrito Federal	107,1	104,8	107,2	-0,1	-2,1	2,3

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

(1) Base: 2011 = 100