

Indicadores IBGE

Pesquisa Mensal de Comércio
julho 2015

Presidenta da República
Dilma Rousseff

Ministro do Planejamento, Orçamento e Gestão
Nelson Barbosa

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE

Presidenta
Wasmália Socorro Barata Bivar

Diretor Executivo
Fernando J. Abrantes

ÓRGÃOS ESPECÍFICOS SINGULARES

Diretoria de Pesquisas
Roberto Luís Olinto Ramos

Diretoria de Geociências
Wadih João Scandar Neto

Diretoria de Informática
Paulo César Moraes Simões

Centro de Documentação e Disseminação de Informações
David Wu Tai

Escola Nacional de Ciências Estatísticas
Maysa Sacramento de Magalhães

UNIDADE RESPONSÁVEL

Coordenação de Serviços e Comércio
Vânia Maria Carelli Prata

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

Gerência de Análise de Resultados Conjunturais
Isabella Nunes Pereira

Crítica, Imputação, Acompanhamento e Controle
Aleciana Celice Sales Gusmão
Carla Fernandes de Mello Carvalho
Elson Renato de Carvalho Dantas
Isabella Nunes Pereira
Julio Cesar de Castro Ramos
Paulo Cesar Casal de Oliveira
Pedro Luiz de Souza Quintsir

Análise de Resultados e Elaboração de Comentários
Isabella Nunes Pereira
Nilo Lopes de Macedo

Editoração
Gilmar da Costa Gonçalves

Indicadores IBGE

Plano de divulgação:

Trabalho e rendimento

Pesquisa mensal de emprego

Pesquisa nacional por amostra de domicílios contínua

Agropecuária

Estatística da produção agrícola *

Estatística da produção pecuária *

Indústria

Pesquisa industrial mensal: produção física Brasil

Pesquisa industrial mensal: produção física regional

Pesquisa industrial mensal: emprego e salário

Comércio

Pesquisa mensal de comércio

Serviços

Pesquisa mensal de serviços

Índices, preços e custos

Índice de preços ao produtor – indústrias de transformação

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

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

Sistema nacional de pesquisa de custos e índices da construção civil

Contas nacionais trimestrais

Contas nacionais trimestrais: indicadores de volume e valores correntes

* Continuação de: Estatística da produção agropecuária, a partir de janeiro de 2006. A produção agrícola é composta do Levantamento Sistemático da Produção Agrícola. A produção pecuária é composta da Pesquisa Trimestral do Abate de Animais, da Pesquisa Trimestral do Leite, da Pesquisa Trimestral do Couro e da Produção de Ovos de Galinha.

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

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

NOTAS METODOLÓGICAS

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

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

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

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

I – CARACTERÍSTICAS DA PESQUISA

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

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

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

II – CONSTRUÇÃO DE INDICADORES

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

III – ENCADEAMENTO

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

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

IV – SÉRIES DA PMC AJUSTADAS SAZONALMENTE

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

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

Os modelos adotados nas séries divulgadas são:

VOLUME DE VENDAS ATIVIDADES

ATIVIDADE	DECOMPOSIÇÃO	MODELO ARIMA	REGRESSÃO (REGARIMA)
Brasil	Multiplicativo	(212) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa [8] e Efeito Calendário
Hiper., Super, Produtos alimentícios, bebidas e fumo	Multiplicativo	(212) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa [8], Efeito Calendário (TD) e LS2012.Jan
Combustíveis	Multiplicativo	(011) (011)	Camaval, Corpus Christi e Efeito Calendário (TD)
Tecidos, vestuário e calçados	Multiplicativo	(012) (011)	Camaval, Corpus Christi, Efeito Calendário (TD), e LS2008.Out
Móveis e eletrodomésticos	Multiplicativo	(210) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa [1] e Efeito Calendário (TD)
Super e Hipermercados	Multiplicativo	(012) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa [8], Efeito Calendário (TD), LS2005.Fev, AO2006.Jan e LS2012.Jan
Automóveis, motocicletas, partes e peças	Multiplicativo	(212) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa [1], Efeito Calendário (TD) e AO2012.Set
Equip. e Materiais p escritório, inform e comun	Multiplicativo	(012) (011)	Efeito Calendário (TD) e LS2005.Fev
Artigos farmac, méd, ortop e de perfumaria	Multiplicativo	(012) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa [1] e Efeito Calendário (TD)
Livros, jornais, revistas e papelaria.	Multiplicativo	(012) (011)	Camaval, Corpus Christi e Efeito Calendário (TD)
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	Multiplicativo	(011) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa [1] e Efeito Calendário (TD)
Material de construção	Aditivo	(212) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa [1] e TC2008.Jul.
Varejo Ampliado	Multiplicativo	(210) (011)	Camaval, Corpus Christi, Efeito Calendário (TD), AO2010.Mar e AO2012.Set

VOLUME DE VENDAS UF

UF	DECOMPOSIÇÃO	MODELO ARIMA	REGRESSÃO (REGARIMA)
Acre	Multiplicativo	(210) (011)	Carnaval e Corpus Christi
Alagoas	Multiplicativo	(012) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa [1], Efeito Calendário (TD) e AO2012.Fev
Amapá	Multiplicativo	(210) (011)	Carnaval, Corpus Christi e LS2006.Jan
Amazonas	Aditivo	(012) (011)	Carnaval, Corpus Christi e AO2002.Dez
Bahia	Multiplicativo	(012) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário (TD)
Ceará	Multiplicativo	(011) (011)	Carnaval, Corpus Christi e Efeito Calendário (TD)
Distrito Federal	Multiplicativo	(012) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa [8], Efeito Calendário (TD) e TC2001.Jun
Espírito Santo	Multiplicativo	(210) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa [8], Efeito Calendário (TD) e AO2002.Abr
Goiás	Multiplicativo	(011) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa [15], Efeito Calendário (TD), LS2003.Jul, LS2005.Fev e AO2014.Dez,
Maranhão	Multiplicativo	(011) (011)	Carnaval, Corpus Christi e Efeito Calendário (TD)
Minas Gerais	Multiplicativo	(212) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa [8], Efeito Calendário (TD) e TC2003.Mar
Mato Grosso	Multiplicativo	(011) (011)	Carnaval, Corpus Christi e Efeito Calendário (TD), AO2002.Mai e LS2006.Fev
Mato Grosso do Sul	Multiplicativo	(212) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[15], Efeito Calendário (TD) e AO2011.Mai
Pará	Multiplicativo	(212) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa [8] e Efeito Calendário (TD)
Paraíba	Multiplicativo	(210) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa [15], Efeito Calendário (TD) e LS2008.Out
Paraná	Multiplicativo	(011) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa [8], Efeito Calendário (TD), LS2002.Nov e LS2005.Fev
Pernambuco	Multiplicativo	(011) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa [15], Efeito Calendário (TD) e LS2003.Mar
Piauí	Multiplicativo	(012) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário (TD), AO2004.Jan, LS2005.Fev e AO2008.Nov
Rio Grande do Norte	Multiplicativo	(210) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário (TD) e LS2002.Nov
Rio Grande do Sul	Multiplicativo	(210) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa [8] e Efeito Calendário (TD)
Rio de Janeiro	Multiplicativo	(212) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa [8] e Efeito Calendário (TD)
Rondônia	Multiplicativo	(011) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa [15] e Efeito Calendário (TD)
Roraima	Multiplicativo	(011) (011)	LS2000.Abr
Santa Catarina	Multiplicativo	(212) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa [8] e Efeito Calendário (TD)
Sergipe	Multiplicativo	(212) (011)	Páscoa [15], Efeito Calendário (TD), TC2001.Jul, LS2005.Fev, TC2005.Out e TC2006.Fev
São Paulo	Multiplicativo	(210) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa [8] e Efeito Calendário (TD)
Tocantins	Multiplicativo	(012) (011)	Carnaval, Corpus Christi, TC2003.Mai, LS2005.Fev e LS2010.Fev

RECEITA NOMINAL DE VENDAS ATIVIDADES

ATIVIDADE	DECOMPOSIÇÃO	MODELO ARIMA	REGRESSÃO (REGARIMA)
Brasil	Multiplicativo	(011) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa [8] e Efeito Calendário (TD)
Hiper., Super, Produtos alimentícios, bebidas e fumo	Multiplicativo	(212) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa [8], Efeito Calendário (TD), LS2002.Out , LS.2012..Jan
Combustíveis	Aditivo	(012) (011)	Camaval, Corpus Christi
Tecidos, vestuário e calçados	Multiplicativo	(212) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa [8], Efeito Calendário (TD), AO2003.Mai e LS2008.Out
Móveis e eletrodomésticos	Multiplicativo	(012) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa [1], Efeito Calendário (TD) e AO2014.Nov
Super e Hipermercados	Multiplicativo	(212) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa [8], Efeito Calendário (TD), LS2002.Out, LS2005.Fev, AO2006.Jan e LS2012.Jan
Automóveis, motocicletas, partes e peças.	Multiplicativo	(212) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa [1], Efeito Calendário (TD) e AO2012.Set
Equip. e Materiais p escritório, inform e comun	Multiplicativo	(210) (011)	Camaval, Corpus Christi, Efeito Calendário (TD), AO2003.Nov, LS2005.Fev, AO2011.Jun e AO2011.Dez
Artigos farmac, méd, ortop e de perfumaria.	Multiplicativo	(011) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa[1] e Efeito Calendário (TD)
Livros, jornais, revistas e papelaria.	Multiplicativo	(012) (011)	Camaval, Corpus Christi e Efeito Calendário (TD)
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	Multiplicativo	(011) (011)	Camaval, Corpus Christi e Páscoa [1]
Material de construção	Multiplicativo	(011) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa [1] e Efeito Calendário (TD)
Varejo ampliado	Multiplicativo	(210) (011)	Camaval, Corpus Christi, Efeito Calendário (TD), LS2008.Out, AO2009.Jun, AO2010.Mar e AO2012.Ago

RECEITA NOMINAL DE VENDAS UF

UF	DECOMPOSIÇÃO	MODELO ARIMA	REGRESSÃO (REGARIMA)
Acre	Multiplicativo	(210) (011)	Carnaval, Corpus Christi, AO2000.Abr, AO2004.Nov, LS2005.Fev e LS2006.Fev
Alagoas	Multiplicativo	(212) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa [1], Efeito Calendário (TD) e AO2012.Fev
Amapá	Multiplicativo	(210) (011)	Carnaval, Corpus Christi e TC2006.Jan
Amazonas	Multiplicativo	(012) (011)	Carnaval, Corpus Christi, LS2004.Mai e LS2005.Fev
Bahia	Multiplicativo	(011) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário (TD), AO2004.Jan e AO2014.Nov
Ceará	Multiplicativo	(011) (011)	Carnaval, Corpus Christi e Efeito Calendário (TD)
Distrito Federal	Multiplicativo	(012) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa [8], Efeito Calendário (TD), TC2001.Jun e AO2005.Jan
Espírito Santo	Multiplicativo	(012) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa [8], Efeito Calendário (TD) e AO2002.Abr
Goiás	Multiplicativo	(012) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa [15], Efeito Calendário (TD) e LS2005.Fev
Maranhão	Multiplicativo	(210) (011)	Carnaval, Corpus Christi e Efeito Calendário (TD)
Minas Gerais	Multiplicativo	(212) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa [8], Efeito Calendário (TD) e AO2003.Fev
Mato Grosso	Multiplicativo	(011) (011)	Efeito Calendário (TD), AO2002.Mai e LS2006.Fev
Mato Grosso do Sul	Multiplicativo	(212) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário (TD) e LS2009.Fev
Pará	Multiplicativo	(212) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa [8], Efeito Calendário (TD), LS2001.Jun e AO2008.Jan
Paraíba	Multiplicativo	(210) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa [15], Efeito Calendário (TD), AO2008.Jan, LS2008.Out e AO2014.Dez
Paraná	Multiplicativo	(212) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa [8], Efeito Calendário (TD), TC2003.Fev, LS2005.Fev e LS2005.Ago
Pernambuco	Multiplicativo	(212) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa [15], Efeito Calendário (TD) e TC2003.Jan
Piauí	Multiplicativo	(012) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário (TD), TC2003.Jan e LS2005.Fev
Rio Grande do Norte	Multiplicativo	(011) (011)	Carnaval, Corpus Christi e Efeito Calendário (TD)
Rio Grande do Sul	Multiplicativo	(012) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa [8] e Efeito Calendário (TD)
Rio de Janeiro	Multiplicativo	(012) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa [8], Efeito Calendário (TD)
Rondônia	Multiplicativo	(011) (011)	Páscoa [8], Efeito Calendário (TD) e AO2001.Jun
Roraima	Multiplicativo	(011) (011)	TC2000.Abr
Santa Catarina	Multiplicativo	(212) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa [8] e Efeito Calendário (TD)
Sergipe	Multiplicativo	(212) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa [15], Efeito Calendário (TD), LS2001.Jul, LS2005.Fev, TC2005.Out, TC2006.Fev e LS2011.Fev
São Paulo	Multiplicativo	(212) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa [8] e Efeito Calendário (TD)
Tocantins	Multiplicativo	(210) (011)	Carnaval, Corpus Christi, TC2003.Mai, LS2005.Fev e LS2010.Fev

V – DEFLADORES DA PESQUISA

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

Atividades da PMC	Itens da PMC	Itens do IPCA	Peso nos Itens da PMC	
1-Combustíveis e lubrificantes	4731-8	IPCA (cód. 5104)	1	
	4732-6	IPCA (cód. 5102007)	1	
2-Hipermercados e supermercados	4711-3	IPCA (cód. 11)	1	
		IPCA (cód. 63)	1	
		IPCA (cód. 2104)	1	
		IPCA (cód: IG)	1	
3-Produtos alimentícios, bebidas e fumo	4712-1	IPCA (cód. 11)	1	
	4729-6	IPCA (cód. 11)	0,95864	
		IPCA (cód. 7202)	0,04136	
	4721-1	IPCA (cód. 1111)	0,49745	
		IPCA (cód. 1112)	0,50255	
		IPCA (cód. 1201061)	1	
	4722-9	IPCA (cód. 1107)	0,90457	
		IPCA (cód. 1108)	0,09543	
		4723-7	IPCA (cód. 1114)	1
		4724-5	IPCA (cód. 1103)	0,38303
	IPCA (cód. 1105)		0,10942	
	IPCA (cód. 1106)		0,50755	
	4- Tecidos, vestuário e calçados	4755-5	IPCA (cód. 4401)	1
4781-4		IPCA (cód. 41)	1	
4782-2		IPCA (cód. 42)	1	
5- Móveis e eletrodomésticos	4753-9 (móveis)	IPCA (cód. 3101)	0,74168	
		IPCA (cód. 3102)	0,258832	
	4753-9 (eletrodomésticos)	IPCA (cód. 32)	1	
	4756-3 (móveis)	IPCA (cód. 3102)	1	
	4756-3 (eletrodomésticos)	IPCA (cód. 7201010)	1	
	4759-8 (móveis)	IPCA (cód. 3101)	0,74168	
		IPCA (cód. 3102)	0,258832	
	4759-8 (eletrodomésticos)	IPCA (cód. 32)	1	
	4762-8 (móveis)	IPCA (cód. 3102)	1	
	4762-8 (eletrodomésticos)	IPCA (cód. 7201002)	1	
	4789-0 (móveis)	IPCA (cód. 3102)	1	
	4789-0 (eletrodomésticos)	IPCA (cód. 7203)	1	
	4754-7 (móveis)	IPCA (cód. 3101)	0,74168	
		IPCA (cód. 3102)	0,25832	
4754-7 (eletrodomésticos)	IPCA (cód. 32)	1		
6- Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, perfumaria e cosméticos	4771-7	IPCA (cód. 6101)	1	
	4772-5	IPCA (cód. 6301)	1	
	4773-3	IPCA (cód. 6201006)	1	

Atividades da PMC	Itens da PMC	Itens do IPCA	Peso nos Itens da PMC
7-Equipamentos e Material para escritório, informática e comunicação	4751-2	IPCA (cód. 3202028)	1
	4752-1	IPCA (cód. 9101019)	1
	4789-0	IPCA (cód: IG)	1
8-Livros, jornais, revistas e papelaria	4761-0	IPCA (cód: 8102005)	0,18507
		IPCA (cód: 8102001)	0,17893
		IPCA (cód: 8102004)	0,26411
		IPCA (cód: 8103)	0,37189
9-Outros artigos de uso pessoal e doméstico.	4713-0	IPCA (cód: 1104)	0,05542
		IPCA (cód: 1112003)	0,03718
		IPCA (cód: 3102)	0,03703
		IPCA (cód: 3103)	0,02541
		IPCA (cód: 32)	0,20503
		IPCA (cód: 41)	0,30077
		IPCA (cód: 42)	0,13097
		IPCA (cód: 63)	0,2082
	4774-1	IPCA (cód: 6102)	1
	4783-1	IPCA (cód: 4301002)	0,87617
		IPCA (cód: 4301004)	0,12383
	4789-0	IPCA (cód: IG)	1
	4757-1	IPCA (cód: IG)	1
	4763-3	IPCA (cód: 7201019)	0,1848
IPCA (cód: 7201023)		0,8152	
10-Veículos, motocicletas, partes e peças	4511-1	IPCA (cód: 5102001)	1
		IPCA (cód: 5102020)	1
		IPCA (cód: 5102009)	0,62637
		IPCA (cód: 5102010)	0,37363
	4530-7	IPCA (cód: 5102001)	1
		IPCA (cód: 5102020)	1
		IPCA (cód: 5102009)	0,62637
		IPCA (cód: 5102010)	0,37363
	4541-2	IPCA (cód: 5102053)	1
		IPCA (cód: 5102053)	1
		IPCA (cód: 5102009)	0,62637
		IPCA (cód: 5102010)	0,37363
11-Atacado e varejo de material de construção	4761-1	SINAPI (cód: IG)	1
	4762-9	SINAPI (cód: IG)	1
	4763-7	SINAPI (cód: IG)	1
	4674-5	SINAPI (cód: IG)	1
	4679-6	SINAPI (cód: IG)	1
	4741-5	IPCA (cód: 2103009)	0,10367
		IPCA (cód: 2103014)	0,89633
	4742-3	IPCA (cód: 2103008)	1
	4743-1	IPCA (cód: 2103)	1
	4744-0	IPCA (cód: 2103005)	0,0772
		IPCA (cód: 2103032)	0,32223
		IPCA (cód: 2103039)	0,31303
		IPCA (cód: 2103040)	0,19677
		IPCA (cód: 2103041)	0,09077
4789-0	IPCA (cód: 2103)	1	

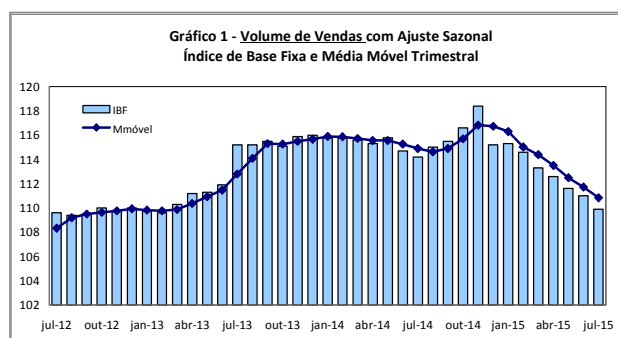
VI - OBSERVAÇÕES

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

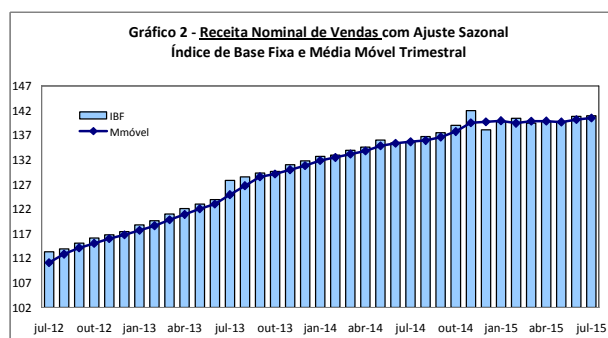
COMENTÁRIOS

Em julho de 2015, o comércio varejista nacional registrou recuo de 1,0% no volume de vendas, mantendo praticamente estável o indicador da receita nominal (0,1%), ambas as comparações em relação ao mês imediatamente anterior, na série livre de influências sazonais. Em termos de volume de vendas, essa é a sexta variação negativa consecutiva nesse tipo de comparação. Quanto à média móvel, o volume de vendas variou -0,8%, enquanto para a receita nominal o resultado permanece no campo positivo (0,3%), conforme evolução nos índices de base fixa mostrados nos Gráficos 1 e 2.

Na série sem ajuste sazonal, no confronto com igual mês do ano anterior, o total do varejo nacional apontou, em termos de volume de vendas, queda de 3,5% sobre julho de 2014, acumulando redução de 2,4% nos sete primeiros meses de 2015. A taxa anualizada, indicador acumulado nos últimos doze meses, com recuo de 1,0% em julho de 2015, assinalou perda mais intensa do que a verificada em junho último (-0,8%), mantendo assim a trajetória descendente iniciada em julho de 2014 (4,3%). Para esses mesmos indicadores, a receita nominal de vendas assinalou variação positiva: 4,2% frente a julho de 2014 e para o acumulado no ano, e 5,3% no acumulado dos últimos 12 meses (Tabelas 1 e 2).

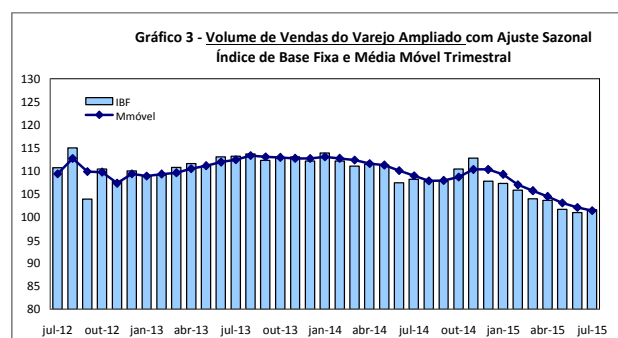


Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Serviços e Comércio

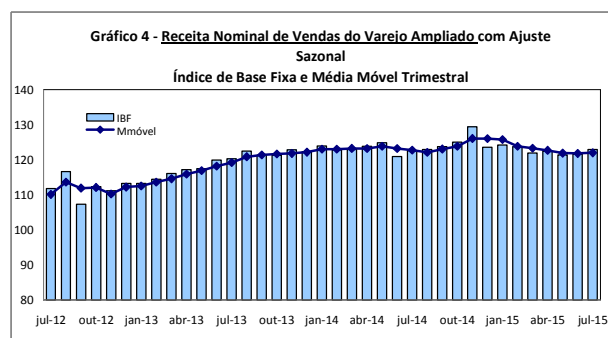


Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Serviços e Comércio

O comércio varejista ampliado, que inclui o varejo e as atividades de *Veículos, motos, partes e peças* e de *Material de construção* volta a registrar variação positiva em relação ao mês imediatamente anterior (série com ajuste) tanto para o volume de vendas (0,6%), quanto para receita nominal (1,1%), como mostra o Gráfico 3 e 4. Em relação ao mesmo mês do ano anterior, registrou queda de 6,8% para o volume de vendas. No que tange às taxas acumuladas, os resultados foram de -6,5% no ano e de -4,9% nos últimos 12 meses (Tabela 1 e 2).



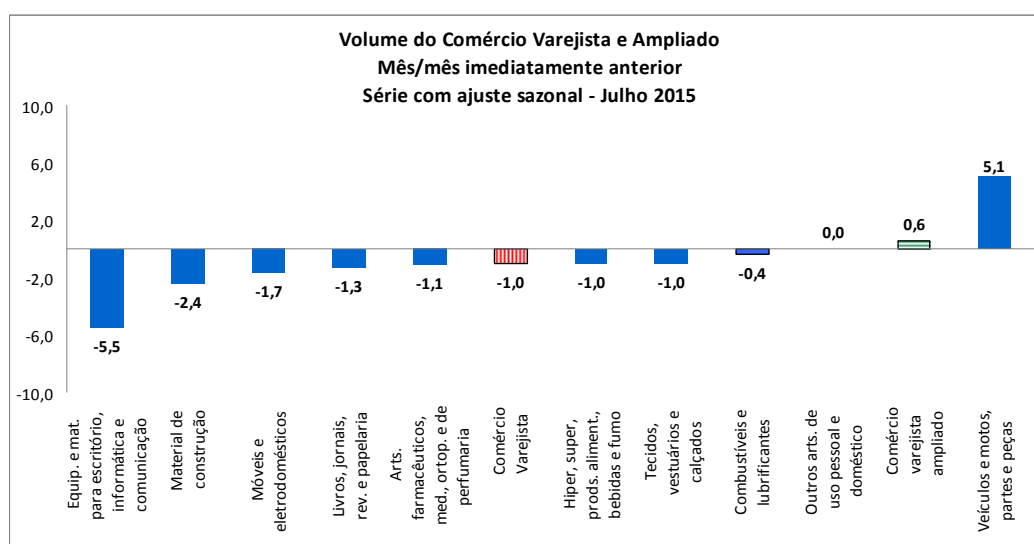
Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Serviços e Comércio



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

RESULTADOS SETORIAIS

A redução de 1,0% no volume de vendas na passagem de junho para julho, na série com ajuste sazonal, teve predomínio de resultados negativos, alcançando sete dos oito segmentos observados no varejo. Em ordem de magnitude das taxas, os resultados abaixo da média nacional foram registrados em *Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação* (-5,5%); *Móveis e eletrodomésticos* (-1,7%), *Livros, jornais, revistas e papelaria* (-1,3%); e *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos* (-1,1%). *Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* (-1,0%), setor de maior peso na estrutura do comércio varejista, e *Tecidos, vestuário e calçados*, também com variação de -1,0%, registram taxa igual a média das vendas totais no varejo. O segmento de *Combustíveis e lubrificantes* (-0,4%) registrou variação negativa, porém acima da taxa global, enquanto a atividade de *Outros artigos de uso pessoal e doméstico* (0,0%) ficou estável nessa comparação. Considerando o comércio varejista ampliado, a variação foi positiva (0,6%), após sete taxas negativas consecutivas. Este resultado foi bastante influenciado pelo avanço de 5,1% na passagem de junho para julho de *Veículos e motos, partes e peças*, na medida que o grupamento de *Material de construção* voltou a apontar queda (-2,4%), após resultado positivo em junho último (5,3%).



Na comparação com julho de 2014, o total do varejo registra queda de 3,5% com perfil disseminado de variações negativas, alcançando seis das oito atividades. Os resultados, por ordem de importância na formação da taxa global, foram os seguintes: *Móveis e eletrodomésticos* (-12,8%); *Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* (-2,1%), *Tecidos, vestuário e calçados* (-8,1%); *Combustíveis e lubrificantes* (-3,6%); *Livros, jornais, revistas e papelaria* (-9,2%); *Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação* (-5,2%). Por outro lado, *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria*; e *Outros artigos de uso pessoal e doméstico*, com taxas, respectivamente, de 1,6% e de 0,3% foram os segmentos que registraram aumento das vendas no varejo em relação a julho de 2014.

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

ATIVIDADES	MÊS/MÊS ANTERIOR (1)			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 (2)	-0,9	-0,5	-1,0	-4,5	-2,7	-3,5	-2,4	-1,0
1 - Combustíveis e lubrificantes	-0,3	-0,7	-0,4	-4,4	-0,7	-3,6	-3,3	-1,2
2 - Hiper, supermercados, prods. alimentícios, bebidas e fumo	-1,0	-0,4	-1,0	-2,0	-2,7	-2,1	-1,8	-1,4
2.1 - Super e hipermercados	-1,0	-0,4	-1,1	-2,1	-2,6	-2,0	-1,7	-1,3
3 - Tecidos, vest. e calçados	1,9	-1,1	-1,0	-7,8	-4,6	-8,1	-5,5	-3,3
4 - Móveis e eletrodomésticos	-1,9	-1,2	-1,7	-18,5	-13,6	-12,8	-11,5	-7,3
4.1 - Móveis	-	-	-	-20,1	-10,2	-14,5	-13,2	-9,3
4.2 - Eletrodomésticos	-	-	-	-17,8	-15,1	-11,9	-10,7	-6,4
5 - Artigos farmacêuticos, med., ortop. e de perfumaria	-0,5	-0,1	-1,1	1,8	5,8	1,6	4,6	6,1
6 - Livros, jornais, rev. e papelaria	-2,3	-0,4	-1,3	-11,8	-5,8	-9,2	-8,4	-8,8
7 - Equip. e mat. para escritório informática e comunicação	2,8	-2,1	-5,5	-0,5	7,4	-5,2	7,9	4,7
8 - Outros arts. de uso pessoal e doméstico	1,0	-0,4	0,0	0,2	1,3	0,3	3,4	5,0
COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO (3)	-1,8	-0,7	0,6	-10,4	-3,6	-6,8	-6,5	-4,9
9 - Veículos e motos, partes e peças	-4,6	-2,4	5,1	-22,1	-6,8	-13,3	-15,3	-13,1
10 - Material de construção	-5,8	5,3	-2,4	-11,3	1,4	-7,1	-5,0	-3,5

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

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

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

Com decréscimo de 12,8% no volume de vendas em relação a julho de 2014, a atividade de *Móveis e eletrodomésticos* exerceu o maior impacto negativo na formação da taxa global do varejo, (Tabela 3), acumulando nos primeiros sete meses do ano taxa de -11,5% e nos últimos 12 meses, de -7,3% (Tabela 1). Este desempenho ocorreu mesmo com os preços dos principais produtos que compõe esta atividade ficando abaixo do índice geral¹. Por se tratar de uma atividade cujas vendas são associadas, especialmente, às condições de crédito, seu comportamento este ano vem sendo afetado pelo aumento dos custos de financiamento, evidenciado pela elevação da taxa de juros, que passou de 32,3% ao ano em julho de 2014 para 44,2% em julho último, segundo Banco Central.

Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo, com variação de -2,1% em julho, sobre igual mês do ano anterior, foi o setor responsável pela segunda maior participação no índice geral. Esta atividade teve seu desempenho influenciado pela redução de 3,5% da massa salarial real habitual das pessoas ocupadas², além da influência do comportamento dos preços do grupo alimentação no domicílio (10,5%), que cresceu acima do índice geral (9,6%) no período de 12 meses, segundo o IPCA. Em termos de resultados acumulados, as taxas de variação foram: -1,8% para o acumulado nos sete primeiros meses do ano e de -1,4% para os últimos 12 meses.

¹ A inflação de mobiliários foi de 5,1%, a de aparelhos eletroeletrônicos foi de 0,9%, contra o índice geral que foi de 9,6%, de acordo com o IPCA, nos últimos 12 meses

² Pesquisa Mensal de Emprego - Julho 2015

O segmento de Tecidos, vestuário e calçados, que apresentou queda no volume de vendas de -8,1% com relação a igual mês do ano anterior, representou a terceira maior contribuição negativa à taxa global do varejo, mesmo com os preços de vestuário (3,4% em doze meses) crescendo abaixo da inflação geral (9,6%), segundo o IPCA. Em termos acumulados, os resultados foram de -5,5% para os sete primeiros meses do ano e de -3,3% para os últimos 12 meses.

O comércio de *Combustíveis e lubrificantes*, com variação de -3,6% no volume de vendas, em relação a julho de 2014, foi responsável pelo quarto maior impacto no resultado geral do varejo. Em termos de desempenho acumulado, as taxas de variação ficaram em -3,3% e -1,2%, para os sete primeiros meses do ano e para os últimos 12 meses, respectivamente. A redução do ritmo da economia e os preços dos combustíveis se comportando acima da inflação geral (10,6% contra 9,6%, segundo o IPCA) são alguns dos fatores que vêm influenciando o comportamento desse segmento.

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

ATIVIDADES	MÊS/MÊS ANTERIOR (1)			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 (2)	0,0	0,7	0,1	1,9	4,5	4,2	4,2	5,3
1 - Combustíveis e lubrificantes	0,3	0,6	0,6	5,1	9,9	7,5	5,8	6,3
2 - Hiper, supermercados, prods. alimentícios, bebidas e fumo	-0,2	1,1	0,1	5,6	6,2	7,6	6,3	6,4
2.1 - Super e hipermercados	-0,6	1,0	0,1	5,5	6,1	7,4	6,3	6,4
3 - Tecidos, vest. e calçados	2,7	-0,4	-1,0	-4,7	-1,1	-4,9	-2,3	0,2
4 - Móveis e eletrodomésticos	-1,4	-1,2	-1,2	-16,8	-11,2	-10,8	-9,3	-3,8
4.1 - Móveis	-	-	-	-16,0	-5,4	-9,8	-8,6	-4,0
4.2 - Eletrodomésticos	-	-	-	-17,1	-14,2	-11,4	-9,7	-3,7
5 - Artigos farmacêuticos, med., ortop. e de perfumaria	0,2	0,7	-0,5	8,1	12,8	8,6	10,6	11,7
6 - Livros, jornais, rev. e papelaria	-1,9	0,5	-0,7	-5,4	2,0	-1,9	-1,9	-2,3
7 - Equip. e mat. para escritório informática e comunicação	1,5	-0,6	-6,3	-9,1	0,3	-12,9	-1,0	-2,1
8 - Outros arts. de uso pessoal e doméstico	2,5	1,2	0,1	4,8	6,5	5,3	8,1	10,0
COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO (3)	-0,8	0,2	1,1	-4,2	3,0	0,2	-0,3	0,9
9 - Veículos e motos, partes e peças	-3,6	-0,8	4,4	-18,2	-2,1	-8,6	-11,4	-9,6
10- Material de construção	-1,3	0,5	-0,4	-6,7	6,5	-2,5	-0,4	1,4

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

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

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

O segmento de *Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação*, responsável pela quinta contribuição negativa na formação da taxa global do comércio varejista, registrou variação de -5,2% no volume de vendas na relação julho de 2015 contra julho de 2014. Apesar deste resultado negativo, a atividade ainda apresenta aumento nas vendas em termos acumulados, com variações 7,9% no acumulado do ano e de 4,7% nos últimos 12 meses, taxas estas bem acima da média do varejo.

A atividade de *Livros, jornais, revistas e papelaria*, com taxa de -9,2% no volume de vendas sobre julho de 2014, respondeu pela sexta contribuição no resultado global. Nos acumulados dos sete meses do ano e dos últimos 12 meses as taxas foram, respectivamente -8,4% e -8,8%. Embora os preços dos produtos de papelaria, com crescimento acumulado em 12 meses de 6,6%, estejam abaixo do índice geral de preços (9,6%), a trajetória declinante desta atividade vem sendo influenciada pela restrição orçamentária das famílias e, no que tange a jornais e revistas, por certa substituição dos produtos impressos pelos de meio eletrônico.

TABELA 3
BRASIL - COMPOSIÇÃO DA TAXA MENSAL DO COMÉRCIO VAREJISTA, POR ATIVIDADES: PMC - Julho 2015
(Indicadores de volume de vendas)

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

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

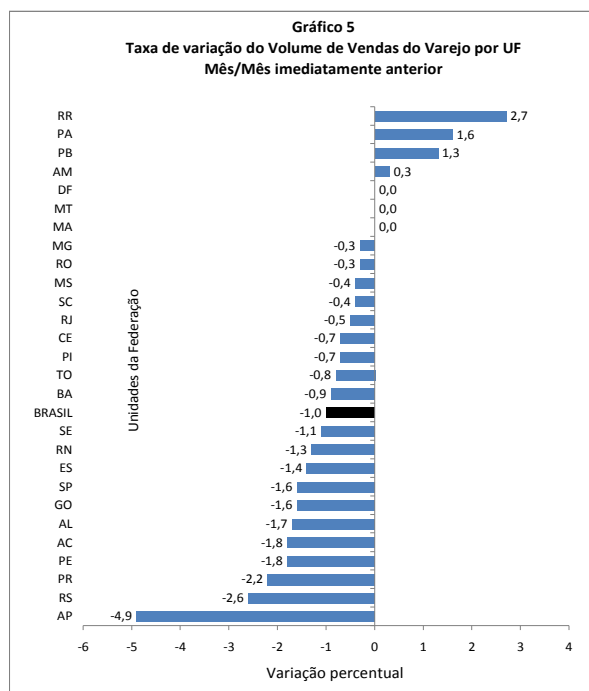
Nota: A composição da taxa mensal corresponde à participação dos resultados setoriais na formação da taxa global.

Na comparação de julho de 2015 com julho de 2014, os segmentos com desempenho positivo nas vendas no varejo foram *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria*, com crescimento de 1,6% e *Outros artigos de uso pessoal e doméstico* (0,3%). Em termos de variação acumulada, as taxas foram, respectivamente, 4,6% e 3,4% no ano e de 6,1% e 5,0% nos últimos 12 meses. O comportamento dos preços dos produtos farmacêuticos, que em 12 meses subiu 6,8% contra 9,6% do índice geral, segundo IPCA, somado à essencialidade dos produtos comercializados são os principais fatores que explicam o desempenho positivo deste segmento. Já em *Outros artigos de uso pessoal e doméstico*, o mix diversificado de itens de baixo valor, tem mantido o dinamismo do setor.

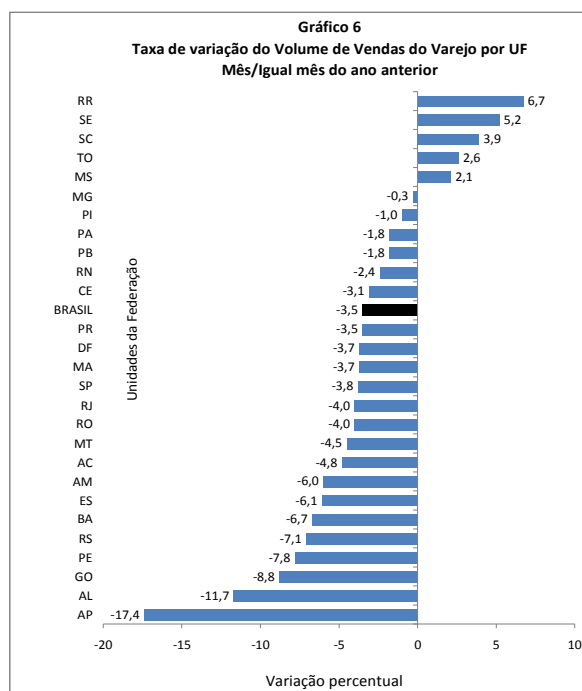
O comércio varejista ampliado, que inclui além do varejo as atividades de *Veículos, motos, partes e peças* e de *Material de construção*, registrou em julho de 2015 queda no volume de vendas de 6,8% comparado com o mesmo mês do ano anterior. Este desempenho reflete, sobretudo, o comportamento das vendas de *Veículos, motos, partes e peças*, que apresentou recuo de 13,3% sobre julho de 2014. As taxas acumuladas desta atividade foram de -15,3% em sete meses e de 13,1% nos últimos 12 meses. Quanto ao segmento de *Material de construção*, as variações para o volume de vendas foram de -7,1% sobre julho de 2014, e taxas de -5,0% acumulada em sete meses e de -3,5% nos últimos 12 meses. Em ambos segmentos, os resultados foram influenciados pelo menor ritmo da atividade econômica, menor oferta de crédito e pelo comprometimento da renda familiar.

RESULTADOS REGIONAIS

Das 27 Unidades da Federação, vinte apresentaram variações negativas no volume de vendas quando comparado a junho de 2015, na série com ajuste sazonal, conforme gráfico 5. As taxas variaram de -4,9% no Amapá a -0,3% em Minas Gerais. Nos estados do Maranhão, Mato Grosso do Sul e Distrito Federal o volume de vendas se manteve estável nessa comparação. Por outro lado, com aumento no varejo figuram: Roraima (2,7%), Pará (1,6%), Paraíba (1,3%) e Amazonas (0,3%).



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



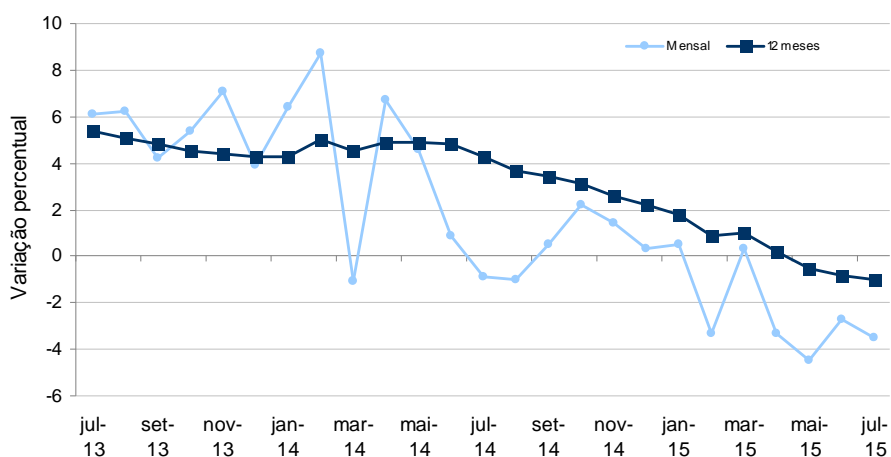
Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Serviços e Comércio

Na comparação com julho de 2014, a redução do volume de vendas no varejo também teve perfil disseminado, alcançando vinte e dois das 27 Unidades da Federação. Os destaques, em termos de magnitude de taxa a dois dígitos, foram: Amapá (-17,4%) e Alagoas (-11,7%), conforme mostra o Gráfico 6. Quanto à participação na composição da taxa do comércio varejista, destacaram-se, pela ordem: São Paulo (-3,8%); Rio de Janeiro (-4,0%); Rio Grande do Sul (-7,1%).

Considerando o varejo ampliado, a redução de 6,8% em relação a julho de 2014 foi acompanhada por quase a totalidade dos 27 estados da federação. Roraima, com avanço de 2,7%, foi o único que apresentou variação positiva na comparação com o mesmo período do ano anterior. O desempenho negativo de São Paulo (-5,1%), Rio Grande do Sul (-12,2%), Paraná (-12,2%) e Rio de Janeiro (-5,5%) formam os principais impactos sobre a formação da taxa global do varejo ampliado.

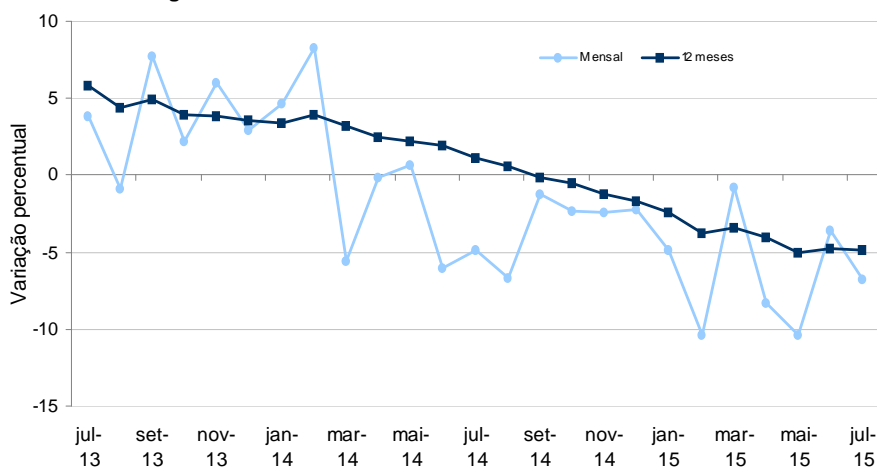
Em síntese, em julho de 2015, o comércio nacional permanece apontando um quadro de menor ritmo das vendas no varejo, expresso não só no aumento da intensidade de queda na comparação com o resultado do mês imediatamente anterior (série ajustada), mas também no registro de perdas significativas nas comparações com o ano de 2014. No confronto com igual mês do ano anterior (-3,5%), o comércio varejista manteve recuo pelo quarto mês consecutivo e no índice acumulado no ano (-2,4%), o total do varejo prossegue em queda pelo sexto mês consecutivo para esse tipo de comparação. O indicador acumulado nos últimos doze meses (-1,0%), com queda mais intensa do que a registrada em junho (-0,8%), manteve a trajetória descendente iniciada em julho de 2014, quando o indicador registrou 4,3% de crescimento para as vendas no varejo. Vale ressaltar que nesses confrontos há um predomínio de taxas negativas entre as atividades pesquisadas, com claro destaque para as perdas mais acentuadas nas vendas de *Móveis e eletrodomésticos* e no grupamento de *Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo*. Quando considerado o desempenho do comércio varejista ampliado, o principal impacto negativo vem do comportamento das vendas no segmento de *Veículos, motos, partes e peças*.

Evolução do volume de vendas do Comércio Varejista segundo os índices Mensal e Acumulado dos últimos 12 meses



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

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



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

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Jul/2015

Unidade da Federação	Índice de volume (1)	Variação				
		Mensal (2)			Acumulada (3)	
		mai/15	jun/15	jul/15	no ano	12 Meses
Brasil	107,2	-4,5	-2,7	-3,5	-2,4	-1,0
Rondônia	121,3	-8,2	-6,2	-4,0	-0,6	4,1
Acre	126,8	-2,5	-2,3	-4,8	4,2	8,1
Amazonas	98,1	-11,1	-7,6	-6,0	-5,7	-3,3
Roraima	151,9	8,3	3,4	6,7	11,5	14,3
Pará	111,9	-3,8	-1,9	-1,8	-1,6	0,1
Amapá	114,5	-7,0	-10,3	-17,4	-4,2	2,0
Tocantins	127,0	-4,5	5,0	2,6	-0,1	1,3
Maranhão	122,1	-6,5	-4,8	-3,7	-4,1	-0,9
Piauí	110,6	-8,2	-1,2	-1,0	-2,4	-0,3
Ceará	114,5	-5,2	-4,0	-3,1	-2,8	-0,3
Rio G. do Norte	116,2	-4,8	-1,1	-2,4	-1,0	0,4
Paraíba	115,2	-13,6	-9,0	-1,8	-7,0	-3,2
Pernambuco	106,9	-9,0	-5,3	-7,8	-4,8	-2,3
Alagoas	103,7	-6,6	-7,8	-11,7	-5,5	-2,8
Sergipe	108,4	0,4	7,0	5,2	5,3	3,7
Bahia	106,3	-9,4	-5,4	-6,7	-5,1	-1,9
Minas Gerais	106,8	-4,0	-0,1	-0,3	-1,7	-0,1
Espirito Santo	102,4	-8,3	-3,4	-6,1	-4,8	-2,9
Rio de Janeiro	104,5	-3,0	-3,6	-4,0	-1,2	0,7
São Paulo	106,0	-3,4	-3,0	-3,8	-2,1	-1,7
Paraná	111,7	-2,3	-0,4	-3,5	-0,2	0,4
Santa Catarina	105,1	-2,1	4,2	3,9	1,6	0,7
Rio Grande do Sul	104,8	-5,2	-3,5	-7,1	-4,2	-2,0
Mato Grosso do Sul	132,8	-2,5	1,4	2,1	0,6	1,8
Mato Grosso	109,3	-4,4	-6,5	-4,5	-6,5	-3,1
Goiás	102,1	-12,5	-7,6	-8,8	-9,0	-5,8
Distrito Federal	100,3	-6,3	-5,0	-3,7	-4,7	-3,7

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

(1) Base: 2011 = 100

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

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

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

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Jul/2015

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

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

Mês: Jul/2015

Unidade da Federação	Móveis e Eletrodomésticos									Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos			Livros, jornais, revistas e papelaria		
	Total			Móveis			Eletrodomésticos			Mensal (1)	Acumulada (2)		Mensal (1)	Acumulada (2)	
	Mensal (1)	Acumulada (2)		Mensal (1)	Acumulada (2)		Mensal (1)	Acumulada (2)			no ano	12 Meses		no ano	12 Meses
		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses	no ano			12 Meses		
Brasil	-12,8	-11,5	-7,3	-14,5	-13,2	-9,3	-11,9	-10,7	-6,4	1,6	4,6	6,1	-9,2	-8,4	-8,8
Ceará	-4,5	-6,2	-2,8	-5,5	-4,4	-1,1	-4,0	-7,3	-3,9	4,4	9,0	8,6	-18,2	-14,6	-15,7
Pernambuco	-18,2	-13,4	-7,7	-18,6	-14,7	-7,2	-18,0	-12,7	-8,0	2,3	7,6	9,0	-7,5	-5,9	-7,0
Bahia	-11,7	-12,5	-9,4	-13,7	-12,5	-9,0	-10,6	-12,5	-9,6	-4,0	-2,2	4,3	-15,0	-16,8	-14,2
Minas Gerais	-7,4	-11,1	-5,6	-9,9	-11,5	-11,7	-6,9	-11,1	-4,3	8,0	5,0	6,0	-7,9	-8,1	-9,5
Espírito Santo	-8,7	-2,3	3,9	-8,7	-9,8	-7,8	-8,7	4,2	14,6	4,0	6,5	8,1	-11,6	-17,1	-10,8
Rio de Janeiro	-22,6	-15,4	-11,0	-22,3	-15,7	-14,9	-22,7	-15,3	-9,8	-0,9	4,1	5,3	-1,6	-6,5	-7,2
São Paulo	-12,8	-12,6	-9,6	-18,9	-19,0	-15,4	-10,1	-9,9	-7,1	2,4	6,6	7,9	-11,0	-7,7	-7,9
Paraná	-11,5	-8,4	-7,0	-20,2	-12,9	-10,1	-5,8	-5,6	-4,9	2,2	4,6	3,3	-11,2	-10,6	-15,7
Santa Catarina	0,4	-3,2	0,1	-16,1	-12,6	-5,8	7,2	0,3	2,4	4,0	5,7	6,9	3,9	2,3	-2,0
Rio Grande do Sul	-16,0	-12,4	-7,7	-18,0	-11,8	-7,5	-15,0	-12,7	-7,8	1,8	2,1	4,1	-6,0	-3,6	-3,7
Goiás	-17,2	-13,3	-8,0	-17,2	-15,3	-12,1	-17,3	-12,6	-6,6	-0,3	2,1	5,2	-7,4	-14,8	-12,8
Distrito Federal	-23,4	-24,5	-21,5	-8,0	-6,0	-0,3	-28,6	-29,7	-27,3	0,5	-2,7	-1,2	-13,2	-13,3	-12,8

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/2015

Unidade da Federação	Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação			Outros artigos de uso pessoal e doméstico		
	Mensal (2)	Acumulada (3)		Mensal (2)	Acumulada (3)	
		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses
Brasil	-5,2	7,9	4,7	0,3	3,4	5,0
Ceará	-4,1	-23,4	-15,1	-2,5	1,4	4,7
Pernambuco	-29,1	-28,4	-17,3	12,3	5,8	7,8
Bahia	-22,0	-21,2	-17,5	2,9	7,3	12,6
Minas Gerais	-28,3	-21,3	-17,9	3,4	1,5	3,9
Espírito Santo	0,0	-6,9	-8,6	-15,4	-15,4	-15,3
Rio de Janeiro	0,1	34,7	13,4	3,4	11,1	12,7
São Paulo	1,3	19,3	13,3	-4,0	2,6	2,2
Paraná	-14,0	17,1	7,3	-0,8	3,7	4,9
Santa Catarina	11,9	-7,7	-2,4	5,8	10,1	8,8
Rio Grande do Sul	-8,7	0,6	-3,2	-4,3	-0,7	2,9
Goiás	-5,0	20,6	15,7	3,4	10,0	12,8
Distrito Federal	31,3	24,5	21,0	6,4	6,8	6,5

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

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

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

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

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Jul/2015

Unidade da Federação	Comércio varejista												
	jul/14	ago/14	set/14	out/14	nov/14	dez/14	jan/15	fev/15	mar/15	abr/15	mai/15	jun/15	jul/15
Brasil	111,1	114,5	109,9	118,1	119,6	150,6	115,3	101,6	110,8	106,5	110,6	104,1	107,2
Rondônia	126,4	130,9	123,8	130,7	133,9	179,4	118,5	105,9	115,4	114,1	123,9	112,7	121,3
Acre	133,2	135,6	131,4	135,7	138,0	184,8	134,3	120,5	133,0	125,6	135,0	122,1	126,8
Amazonas	104,4	111,0	106,7	112,8	113,4	140,1	102,8	91,7	95,9	96,4	100,4	94,9	98,1
Roraima	142,4	142,2	145,5	157,0	153,1	196,8	155,7	134,3	150,3	144,7	157,1	144,2	151,9
Pará	113,9	114,9	109,7	133,0	117,9	162,2	112,5	97,2	113,4	106,8	114,7	105,4	111,9
Amapá	138,6	136,0	131,2	140,0	147,7	173,4	134,6	113,4	120,3	111,1	119,8	113,3	114,5
Tocantins	123,8	125,3	125,3	136,2	141,4	160,8	116,9	109,1	123,0	120,9	128,0	122,1	127,0
Maranhão	126,8	130,1	123,0	135,2	128,8	168,5	122,1	105,6	118,2	114,3	120,1	113,3	122,1
Piauí	111,7	113,6	110,7	117,8	115,1	146,2	116,5	98,4	107,4	102,9	107,9	102,8	110,6
Ceará	118,2	118,2	115,8	120,4	124,2	153,4	121,5	102,3	112,9	110,4	117,2	108,1	114,5
Rio G. do Norte	119,0	122,3	117,3	121,3	126,1	155,1	119,9	107,0	116,3	111,0	117,2	110,2	116,2
Paraíba	117,3	120,4	119,5	131,6	134,9	152,9	115,9	97,7	107,2	103,2	108,2	109,7	115,2
Pernambuco	116,0	120,5	114,0	121,0	128,8	163,2	120,2	104,2	111,5	105,7	110,6	106,7	106,9
Alagoas	117,5	118,5	113,9	122,0	124,7	163,0	121,6	104,7	112,0	109,7	113,4	102,9	103,7
Sergipe	103,0	108,0	105,7	110,5	116,9	141,1	118,5	106,4	112,0	114,5	112,0	107,5	108,4
Bahia	113,9	118,9	112,1	118,1	122,1	152,1	113,3	100,0	111,2	104,1	109,5	105,6	106,3
Minas Gerais	107,1	109,1	106,6	113,3	112,7	140,4	111,4	96,3	105,3	102,8	106,0	101,8	106,8
Espirito Santo	109,1	110,1	107,9	114,2	115,3	144,8	113,5	98,1	105,1	102,0	103,8	97,7	102,4
Rio de Janeiro	108,9	113,0	108,9	117,0	116,4	152,8	111,1	101,4	107,7	102,3	108,1	101,3	104,5
São Paulo	110,2	114,6	108,9	116,7	120,4	150,4	115,5	103,2	112,6	107,5	111,6	103,9	106,0
Paraná	115,7	118,1	113,0	121,8	122,5	157,5	127,6	107,9	116,9	112,7	116,0	109,0	111,7
Santa Catarina	101,2	104,3	99,6	114,6	116,4	152,7	121,1	104,0	109,2	105,7	105,3	101,3	105,1
Rio Grande do Sul	112,8	115,0	109,7	117,5	118,6	149,3	109,6	97,5	110,5	109,1	112,0	103,7	104,8
Mato Grosso do Sul	130,1	132,6	131,7	142,8	139,2	174,9	134,4	118,5	130,9	127,9	133,1	126,0	132,8
Mato Grosso	114,4	116,2	116,4	123,7	116,1	140,7	105,6	96,8	104,4	100,1	107,0	103,7	109,3
Goiás	112,0	112,2	109,5	120,6	117,3	139,8	111,4	94,0	104,3	99,9	105,1	98,1	102,1
Distrito Federal	104,1	108,5	102,9	107,8	108,4	127,3	103,6	91,9	103,7	100,7	102,7	97,3	100,3

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: Jul/2015

Unidade da Federação	Índice de receita (1)	Variação				
		Mensal (2)			Acumulada (3)	
		mai/15	jun/15	jul/15	no ano	12 Meses
Brasil	136,9	1,9	4,5	4,2	4,2	5,3
Rondônia	148,2	-2,7	-0,2	2,6	5,4	9,8
Acre	157,9	4,4	5,2	2,2	11,0	14,5
Amazonas	122,2	-4,5	-0,2	1,4	0,9	2,3
Roraima	192,8	17,5	12,4	15,8	20,1	21,5
Pará	141,6	3,3	6,4	6,2	5,2	5,7
Amapá	140,9	-0,4	-2,9	-11,0	2,3	7,9
Tocantins	154,1	1,7	11,8	9,4	6,3	7,2
Maranhão	156,1	1,3	2,9	4,2	3,3	6,0
Piauí	141,6	-2,1	5,4	6,0	4,0	5,8
Ceará	145,7	1,2	2,1	3,6	3,3	5,6
Rio G. do Norte	147,2	2,1	5,5	4,6	5,7	6,8
Paraíba	141,7	-8,0	-3,2	4,4	-1,6	1,9
Pernambuco	136,2	-3,3	1,7	0,1	1,0	3,2
Alagoas	132,0	-1,1	-1,2	-4,5	0,1	2,5
Sergipe	141,7	7,4	15,6	14,6	12,0	9,9
Bahia	134,7	-2,4	2,5	2,9	2,1	4,9
Minas Gerais	135,6	3,0	7,4	7,7	5,1	6,5
Espirito Santo	132,3	-1,8	3,9	1,5	2,3	4,0
Rio de Janeiro	138,0	4,0	3,9	4,2	6,1	7,7
São Paulo	134,8	2,6	3,9	3,2	4,0	4,5
Paraná	143,3	4,1	7,7	4,9	6,3	6,6
Santa Catarina	135,4	4,0	12,4	12,9	8,1	6,8
Rio Grande do Sul	136,2	0,9	3,8	1,8	2,7	4,5
Mato Grosso do Sul	166,6	5,0	9,6	10,8	8,5	9,0
Mato Grosso	133,4	2,6	-0,3	2,7	0,1	3,0
Goiás	125,4	-7,0	-1,6	-2,5	-3,1	-0,3
Distrito Federal	127,1	1,5	3,4	5,0	3,1	3,4

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

(1) Base: 2011 = 100

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

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

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

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Jul/2015

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

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 (Continua)

Mês: Jul/2015

Unidade da Federação	Móveis e Eletrodomésticos									Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos			Livros, jornais, revistas e papelaria		
	Total			Móveis			Eletrodomésticos			Mensal (1)	Acumulada (2)		Mensal (1)	Acumulada (2)	
	Mensal (1)	Acumulada (2)		Mensal (1)	Acumulada (2)		Mensal (1)	Acumulada (2)			Mensal (1)	Acumulada (2)			
		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses	no ano		12 Meses	no ano	12 Meses	
Brasil	-10,8	-9,3	-3,8	-9,8	-8,6	-4,0	-11,4	-9,7	-3,7	8,6	10,6	11,7	-1,9	-1,9	-2,3
Ceará	-3,5	-4,9	-0,3	-5,2	-4,5	-0,2	-2,3	-5,2	-0,3	11,1	13,5	13,0	-13,8	-10,8	-12,0
Pernambuco	-15,4	-11,6	-4,9	-15,7	-12,7	-4,6	-15,2	-10,8	-5,1	8,7	13,0	14,2	-2,3	-1,7	-2,6
Bahia	-8,3	-8,2	-3,4	-8,6	-7,4	-3,0	-8,2	-8,6	-3,7	4,4	5,1	11,0	-7,2	-10,3	-8,5
Minas Gerais	-5,3	-8,4	-1,2	-1,9	-5,0	-5,3	-6,3	-9,3	-0,1	15,4	10,5	11,3	0,2	-1,8	-3,2
Espirito Santo	-5,0	1,9	9,0	-3,9	-1,8	0,7	-6,0	5,7	17,7	12,1	12,2	13,1	-6,4	-12,0	-5,4
Rio de Janeiro	-19,8	-12,6	-7,2	-18,2	-8,2	-7,0	-20,4	-14,1	-7,3	7,2	9,6	10,0	4,3	-0,9	-1,5
São Paulo	-11,9	-11,1	-6,3	-12,2	-12,8	-8,5	-11,7	-10,3	-5,2	8,4	12,4	13,7	-2,2	0,0	-0,1
Paraná	-9,6	-7,0	-4,1	-15,4	-11,0	-7,5	-5,4	-4,3	-1,6	10,5	12,9	10,4	-5,7	-4,6	-9,8
Santa Catarina	1,8	-2,0	3,0	-11,2	-10,7	-3,2	7,8	1,8	5,7	12,3	14,1	14,1	10,3	9,2	4,9
Rio Grande do Sul	-13,1	-9,6	-3,8	-11,6	-5,3	-0,4	-14,0	-11,9	-5,7	8,8	8,2	9,9	-0,3	2,0	1,9
Goiás	-17,6	-12,9	-6,9	-14,3	-12,6	-8,9	-19,0	-13,0	-6,1	6,7	9,0	12,0	0,1	-3,9	-1,4
Distrito Federal	-21,8	-21,8	-17,0	-5,0	-1,7	5,3	-29,0	-29,1	-24,8	7,3	3,4	4,8	-5,3	-8,0	-8,2

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: Jul/2015

Unidade da Federação	Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação			Outros artigos de uso pessoal e doméstico		
	Mensal (2)	Acumulada (3)		Mensal (2)	Acumulada (3)	
		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses
Brasil	-12,9	-1,0	-2,1	5,3	8,1	10,0
Ceará	-12,8	-29,8	-19,2	3,1	6,5	9,7
Pernambuco	-30,3	-33,5	-25,0	18,6	10,5	12,9
Bahia	-26,3	-27,1	-23,0	6,5	11,1	17,5
Minas Gerais	-31,3	-23,9	-18,1	8,8	6,4	9,8
Espirito Santo	0,7	-11,9	-11,7	-11,2	-11,5	-11,0
Rio de Janeiro	-0,7	31,1	10,2	8,5	15,7	17,9
São Paulo	-11,1	7,9	5,0	0,4	6,9	6,9
Paraná	-18,6	8,0	-0,4	4,8	8,9	10,0
Santa Catarina	3,9	-16,7	-11,3	12,7	15,9	14,2
Rio Grande do Sul	-14,9	-8,5	-8,9	0,2	3,2	7,0
Goiás	-8,4	14,1	11,3	6,1	13,9	17,5
Distrito Federal	11,3	8,9	10,6	11,8	11,9	11,7

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

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

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

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

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Jul/2015

Unidade da Federação	Comércio varejista												
	jul/14	ago/14	set/14	out/14	nov/14	dez/14	jan/15	fev/15	mar/15	abr/15	mai/15	jun/15	jul/15
Brasil	131,4	135,1	130,0	140,2	142,7	180,8	139,4	125,1	137,2	133,4	139,5	132,3	136,9
Rondônia	144,5	149,7	141,0	149,4	154,2	207,8	138,9	126,1	137,3	137,7	150,1	136,9	148,2
Acre	154,5	157,7	152,5	158,2	161,9	218,1	160,3	146,7	162,2	154,8	167,4	152,7	157,9
Amazonas	120,5	128,0	123,3	130,3	132,5	165,5	122,6	111,3	117,0	118,9	124,6	118,3	122,2
Roraima	166,5	166,4	170,2	184,3	181,7	235,1	188,4	166,3	187,7	182,8	199,2	183,5	192,8
Pará	133,3	134,6	128,8	156,0	140,1	194,2	136,2	119,5	140,3	133,8	144,8	133,9	141,6
Amapá	158,3	154,9	149,8	160,3	170,3	201,9	157,3	136,3	145,5	136,1	146,9	139,6	140,9
Tocantins	140,8	142,7	141,3	154,4	164,0	187,4	137,3	129,8	147,4	145,7	154,5	147,3	154,1
Maranhão	149,8	153,3	146,0	160,6	154,9	202,4	149,0	131,4	147,8	144,2	153,0	145,2	156,1
Piauí	133,6	135,4	132,5	141,4	139,4	177,3	142,6	122,6	134,6	129,9	137,2	131,7	141,6
Ceará	140,7	140,4	137,8	143,7	148,8	184,5	147,5	126,8	140,6	138,4	147,9	137,8	145,7
Rio G. do Norte	140,7	143,7	138,3	144,2	150,6	186,4	145,2	132,0	144,0	139,2	147,7	139,9	147,2
Paraíba	135,7	139,8	138,8	151,5	155,9	179,8	135,7	117,4	128,9	125,2	132,8	135,4	141,7
Pernambuco	136,0	142,1	134,7	142,8	152,3	194,3	142,8	126,5	135,8	129,7	137,8	135,3	136,2
Alagoas	138,2	139,9	135,1	144,2	148,0	194,7	144,7	127,5	136,9	134,7	141,2	130,4	132,0
Sergipe	123,6	130,0	127,7	132,9	141,4	170,6	143,1	131,5	139,5	143,7	143,6	140,2	141,7
Bahia	130,9	136,7	131,7	139,7	144,8	181,2	135,3	123,1	137,2	129,7	136,7	132,8	134,7
Minas Gerais	125,9	127,9	125,6	133,9	133,7	167,8	133,7	118,0	130,1	128,5	132,9	128,3	135,6
Espirito Santo	130,3	131,5	129,1	137,0	138,6	176,5	139,5	122,4	131,9	129,6	132,3	125,3	132,3
Rio de Janeiro	132,4	137,1	132,1	142,6	141,9	188,2	138,6	128,7	137,7	132,5	140,9	132,9	138,0
São Paulo	130,6	134,9	128,9	138,7	143,8	179,9	139,3	126,1	138,5	134,0	140,1	131,6	134,8
Paraná	136,6	139,3	133,4	144,1	145,5	188,2	153,4	132,9	145,0	141,7	147,0	139,3	143,3
Santa Catarina	119,9	123,4	117,8	136,3	138,7	182,8	146,0	128,2	135,7	133,1	133,6	129,6	135,4
Rio Grande do Sul	133,8	136,4	130,5	140,6	142,8	179,7	134,0	121,0	137,9	137,1	141,5	133,0	136,2
Mato Grosso do Sul	150,4	153,8	151,2	164,9	164,6	209,7	162,3	145,4	161,8	159,1	166,2	157,4	166,6
Mato Grosso	129,9	132,7	129,9	139,6	135,4	165,7	125,4	117,5	127,4	122,4	130,7	125,9	133,4
Goiás	128,6	128,9	124,9	138,0	136,2	165,0	132,7	113,5	126,2	122,0	128,5	120,0	125,4
Distrito Federal	121,0	126,2	120,1	126,5	127,9	151,3	123,3	112,2	128,1	125,0	128,9	122,9	127,1

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: Jul/2015

Unidade da Federação	Índice de volume (2)	Variação				
		Mensal (3)			Acumulada (4)	
		mai/15	jun/15	jul/15	no ano	12 Meses
Brasil	100,5	-10,4	-3,6	-6,8	-6,5	-4,9
Rondônia	107,3	-17,7	-10,0	-9,3	-6,4	-0,7
Acre	118,7	-17,6	-6,1	-17,1	-6,4	-2,3
Amazonas	97,2	-15,1	-4,8	-10,7	-6,7	-3,2
Roraima	135,4	2,1	3,3	2,7	4,5	8,3
Pará	110,0	-5,9	-0,6	-6,9	-2,4	0,2
Amapá	97,3	-10,3	-10,9	-18,8	-5,7	-1,7
Tocantins	108,8	-17,0	-9,1	-16,4	-9,3	-1,5
Maranhão	109,6	-11,3	-5,1	-10,2	-4,8	-1,1
Piauí	110,4	-11,3	-4,1	-6,5	-5,7	-2,5
Ceará	107,2	-7,6	-0,2	-4,9	-3,8	-0,9
Rio G. do Norte	115,0	-9,4	1,2	-3,4	-2,1	-0,4
Paraíba	107,8	-17,5	-13,8	-8,3	-11,3	-5,7
Pernambuco	103,5	-12,2	-5,3	-9,9	-6,5	-3,7
Alagoas	102,5	-10,5	-9,4	-13,0	-7,2	-4,5
Sergipe	104,4	-8,2	1,4	-3,0	-0,9	0,0
Bahia	104,7	-12,0	-3,9	-6,9	-6,3	-3,7
Minas Gerais	99,9	-9,1	-8,0	-1,8	-5,7	-2,8
Espirito Santo	79,7	-21,4	-8,2	-17,6	-12,9	-8,5
Rio de Janeiro	104,0	-8,2	-2,9	-5,5	-3,9	-1,2
São Paulo	97,5	-8,6	-1,5	-5,1	-6,4	-7,7
Paraná	101,4	-11,0	-2,1	-9,3	-6,9	-5,4
Santa Catarina	99,4	-11,0	0,3	-5,2	-5,8	-3,0
Rio Grande do Sul	98,9	-13,3	-6,0	-12,2	-9,6	-6,3
Mato Grosso do Sul	111,4	-8,6	-2,2	-3,5	-3,3	-1,9
Mato Grosso	112,7	-13,1	-5,6	-9,5	-8,9	-5,1
Goiás	96,4	-17,1	-8,5	-13,6	-11,7	-8,0
Distrito Federal	94,3	-12,3	-6,0	-8,0	-9,7	-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: 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: Jul/2015

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

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

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

(2) Base: 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/2015

Unidade da Federação	Móveis e Eletrodomésticos									Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos			Livros, jornais, revistas e papelaria		
	Total			Móveis			Eletrodomésticos			Mensal (1)	Acumulada (2)		Mensal (1)	Acumulada (2)	
	Mensal (1)	Acumulada (2)		Mensal (1)	Acumulada (2)		Mensal (1)	Acumulada (2)			Mensal (1)	Acumulada (2)			
		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses	no ano		12 Meses	no ano	12 Meses	
Brasil	-12,8	-11,5	-7,3	-14,5	-13,2	-9,3	-11,9	-10,7	-6,4	1,6	4,6	6,1	-9,2	-8,4	-8,8
Ceará	-4,5	-6,2	-2,8	-5,5	-4,4	-1,1	-4,0	-7,3	-3,9	4,4	9,0	8,6	-18,2	-14,6	-15,7
Pernambuco	-18,2	-13,4	-7,7	-18,6	-14,7	-7,2	-18,0	-12,7	-8,0	2,3	7,6	9,0	-7,5	-5,9	-7,0
Bahia	-11,7	-12,5	-9,4	-13,7	-12,5	-9,0	-10,6	-12,5	-9,6	-4,0	-2,2	4,3	-15,0	-16,8	-14,2
Minas Gerais	-7,4	-11,1	-5,6	-9,9	-11,5	-11,7	-6,9	-11,1	-4,3	8,0	5,0	6,0	-7,9	-8,1	-9,5
Espírito Santo	-8,7	-2,3	3,9	-8,7	-9,8	-7,8	-8,7	4,2	14,6	4,0	6,5	8,1	-11,6	-17,1	-10,8
Rio de Janeiro	-22,6	-15,4	-11,0	-22,3	-15,7	-14,9	-22,7	-15,3	-9,8	-0,9	4,1	5,3	-1,6	-6,5	-7,2
São Paulo	-12,8	-12,6	-9,6	-18,9	-19,0	-15,4	-10,1	-9,9	-7,1	2,4	6,6	7,9	-11,0	-7,7	-7,9
Paraná	-11,5	-8,4	-7,0	-20,2	-12,9	-10,1	-5,8	-5,6	-4,9	2,2	4,6	3,3	-11,2	-10,6	-15,7
Santa Catarina	0,4	-3,2	0,1	-16,1	-12,6	-5,8	7,2	0,3	2,4	4,0	5,7	6,9	3,9	2,3	-2,0
Rio Grande do Sul	-16,0	-12,4	-7,7	-18,0	-11,8	-7,5	-15,0	-12,7	-7,8	1,8	2,1	4,1	-6,0	-3,6	-3,7
Goiás	-17,2	-13,3	-8,0	-17,2	-15,3	-12,1	-17,3	-12,6	-6,6	-0,3	2,1	5,2	-7,4	-14,8	-12,8
Distrito Federal	-23,4	-24,5	-21,5	-8,0	-6,0	-0,3	-28,6	-29,7	-27,3	0,5	-2,7	-1,2	-13,2	-13,3	-12,8

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

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

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

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

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Jul/2015

Unidade da Federação	Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação			Outros artigos de uso pessoal e doméstico			Veículos, motocicletas, partes e peças			Material de construção		
	Mensal (2)	Acumulada (3)		Mensal (2)	Acumulada (3)		Mensal (2)	Acumulada (3)		Mensal (2)	Acumulada (3)	
		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses
Brasil	-5,2	7,9	4,7	0,3	3,4	5,0	-13,3	-15,3	-13,1	-7,1	-5,0	-3,5
Ceará	-4,1	-23,4	-15,1	-2,5	1,4	4,7	-9,9	-8,4	-4,1	-1,2	5,7	6,4
Pernambuco	-29,1	-28,4	-17,3	12,3	5,8	7,8	-16,2	-10,8	-6,7	-5,3	-5,7	-4,5
Bahia	-22,0	-21,2	-17,5	2,9	7,3	12,6	-8,2	-10,6	-8,3	-2,6	-1,7	-3,2
Minas Gerais	-28,3	-21,3	-17,9	3,4	1,5	3,9	-2,8	-12,7	-7,4	-8,7	-8,3	-5,9
Espirito Santo	0,0	-6,9	-8,6	-15,4	-15,4	-15,3	-31,4	-22,8	-15,0	-8,8	-9,8	-9,7
Rio de Janeiro	0,1	34,7	13,4	3,4	11,1	12,7	-7,9	-10,5	-5,5	-6,2	-2,7	-0,7
São Paulo	1,3	19,3	13,3	-4,0	2,6	2,2	-8,2	-17,0	-22,4	-6,3	-8,3	-6,9
Paraná	-14,0	17,1	7,3	-0,8	3,7	4,9	-17,7	-17,8	-14,1	-10,9	-6,0	-6,1
Santa Catarina	11,9	-7,7	-2,4	5,8	10,1	8,8	-16,7	-17,4	-9,4	-6,2	1,4	3,2
Rio Grande do Sul	-8,7	0,6	-3,2	-4,3	-0,7	2,9	-22,0	-21,1	-15,2	-11,3	-5,1	-2,0
Goiás	-5,0	20,6	15,7	3,4	10,0	12,8	-21,2	-18,6	-13,1	-7,6	1,6	0,9
Distrito Federal	31,3	24,5	21,0	6,4	6,8	6,5	-17,3	-18,2	-12,1	-2,7	-10,5	-7,5

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

Mês: Jul/2015

Unidade da Federação	Comércio Varejista Ampliado												
	jul/14	ago/14	set/14	out/14	nov/14	dez/14	jan/15	fev/15	mar/15	abr/15	mai/15	jun/15	jul/15
Brasil	107,8	108,4	107,2	113,3	114,0	133,2	106,4	91,7	103,3	97,8	100,0	96,8	100,5
Rondônia	118,3	116,0	113,4	119,0	116,9	139,6	102,6	89,9	102,2	99,1	102,5	99,6	107,3
Acre	143,2	123,5	128,2	130,6	133,6	164,8	113,9	102,5	115,5	111,9	116,6	113,5	118,7
Amazonas	108,9	112,0	108,1	115,0	115,7	125,0	103,7	89,7	97,8	95,3	96,7	94,2	97,2
Roraima	131,8	128,2	133,7	139,9	134,1	162,3	132,8	116,0	131,4	129,7	132,5	123,9	135,4
Pará	118,1	113,5	113,4	129,8	122,2	150,4	111,7	97,6	113,4	105,7	110,9	107,2	110,0
Amapá	119,8	115,6	112,9	118,2	121,9	139,9	115,4	98,5	102,9	97,4	101,0	96,8	97,3
Tocantins	130,1	124,5	126,7	137,7	142,3	137,2	106,6	96,6	114,4	107,6	108,6	108,3	108,8
Maranhão	122,1	124,2	120,6	132,9	124,9	146,8	117,3	99,4	116,4	109,5	107,2	103,3	109,6
Piauí	118,1	114,4	114,6	122,7	123,0	142,7	112,9	96,4	111,5	101,7	107,5	103,8	110,4
Ceará	112,7	111,6	115,8	116,0	118,8	138,4	113,7	93,2	105,7	102,6	107,8	102,2	107,2
Rio G. do Norte	119,1	118,8	119,0	123,1	126,5	152,5	116,9	102,5	116,3	107,8	112,0	108,5	115,0
Paraíba	117,5	116,8	118,6	123,7	130,5	142,2	112,0	90,6	102,9	96,5	102,1	98,3	107,8
Pernambuco	114,9	114,9	112,3	118,9	123,4	148,8	116,5	97,3	109,0	99,6	104,0	98,1	103,5
Alagoas	117,8	115,9	117,3	125,5	128,2	160,3	122,0	99,7	113,9	107,3	109,4	96,9	102,5
Sergipe	107,6	109,1	109,7	114,2	117,9	139,6	115,8	100,1	112,6	106,1	104,4	102,3	104,4
Bahia	112,4	114,9	111,1	116,2	117,0	139,9	112,0	94,6	108,5	98,3	104,3	99,4	104,7
Minas Gerais	101,7	112,4	102,5	106,5	106,2	118,3	99,6	86,7	99,0	96,2	96,6	95,2	99,9
Espirito Santo	96,7	91,3	93,8	95,8	95,0	109,3	93,5	74,9	86,1	76,5	79,8	76,2	79,7
Rio de Janeiro	110,0	112,5	112,2	118,6	118,4	141,5	112,4	94,4	105,3	98,7	102,6	98,7	104,0
São Paulo	102,7	101,6	100,5	106,0	109,3	127,7	100,4	90,5	100,5	96,8	98,4	95,5	97,5
Paraná	111,8	108,9	109,7	118,3	117,1	134,0	113,8	93,8	106,6	99,1	100,4	97,0	101,4
Santa Catarina	104,9	105,8	105,1	116,1	114,6	142,7	109,9	92,0	100,9	96,0	97,0	94,5	99,4
Rio Grande do Sul	112,7	113,2	115,8	120,8	121,8	144,4	107,9	91,0	107,4	100,4	100,4	96,9	98,9
Mato Grosso do Sul	115,5	114,9	115,5	122,9	120,7	144,8	114,8	101,6	112,3	107,8	110,0	105,8	111,4
Mato Grosso	124,5	121,0	122,7	128,6	121,5	134,3	109,3	96,0	111,8	100,9	105,5	107,7	112,7
Goiás	111,6	110,0	110,2	118,5	112,9	119,8	107,3	88,6	100,8	93,7	97,3	94,2	96,4
Distrito Federal	102,5	106,3	103,0	106,3	106,7	119,5	100,4	87,3	97,8	91,9	94,6	92,3	94,3

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: 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: Jul/2015

Unidade da Federação	Índice de receita (2)	Variação				
		Mensal (3)			Acumulada (4)	
		mai/15	jun/15	jul/15	no ano	12 Meses
Brasil	121,8	-4,2	3,0	0,2	-0,3	0,9
Rondônia	123,5	-13,6	-5,1	-3,9	-1,7	3,9
Acre	138,4	-12,3	0,0	-10,8	-0,6	3,2
Amazonas	114,3	-10,3	1,0	-4,6	-1,7	1,2
Roraima	162,5	9,1	10,2	9,7	11,2	14,4
Pará	130,8	-0,5	5,5	-0,2	2,9	4,8
Amapá	115,4	-4,9	-4,9	-13,3	-0,4	3,5
Tocantins	128,3	-10,0	-1,5	-8,9	-2,6	4,2
Maranhão	131,6	-4,8	1,4	-3,0	1,1	4,2
Piauí	134,0	-5,6	2,4	0,8	0,2	2,9
Ceará	129,5	-2,0	5,1	1,5	1,6	4,1
Rio G. do Norte	139,1	-3,2	7,2	3,3	3,7	5,0
Paraíba	127,2	-12,4	-8,3	-3,0	-6,2	-0,8
Pernambuco	124,7	-7,3	0,6	-3,8	-1,3	1,3
Alagoas	122,0	-5,6	-3,7	-7,5	-2,2	0,3
Sergipe	129,8	-1,8	9,4	5,0	5,4	5,8
Bahia	126,5	-6,2	2,9	0,6	-0,4	2,1
Minas Gerais	118,3	-3,2	-1,2	4,4	-0,1	2,3
Espirito Santo	96,5	-15,2	-1,8	-10,8	-6,8	-3,0
Rio de Janeiro	129,0	-1,7	3,7	1,7	2,6	4,9
São Paulo	118,5	-2,5	4,6	1,5	-0,4	-1,5
Paraná	124,0	-4,7	4,9	-1,8	-0,5	0,4
Santa Catarina	121,4	-4,2	8,1	3,4	1,2	3,0
Rio Grande do Sul	120,3	-6,9	1,0	-4,3	-3,3	-0,7
Mato Grosso do Sul	135,7	-1,0	5,8	5,0	4,3	4,9
Mato Grosso	133,5	-5,9	0,8	-2,1	-2,3	0,9
Goiás	114,0	-10,7	-2,1	-6,8	-5,5	-2,4
Distrito Federal	112,5	-5,3	1,4	-0,2	-2,7	-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: 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: Jul/2015

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

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/2015

Unidade da Federação	Móveis e Eletrodomésticos									Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos			Livros, jornais, revistas e papelaria		
	Total			Móveis			Eletrodomésticos			Mensal (1)	Acumulada (2)		Mensal (1)	Acumulada (2)	
	Mensal (1)	Acumulada (2)		Mensal (1)	Acumulada (2)		Mensal (1)	Acumulada (2)			Mensal (1)	Acumulada (2)		Mensal (1)	Acumulada (2)
		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses	no ano		12 Meses	no ano		12 Meses
Brasil	-10,8	-9,3	-3,8	-9,8	-8,6	-4,0	-11,4	-9,7	-3,7	8,6	10,6	11,7	-1,9	-1,9	-2,3
Ceará	-3,5	-4,9	-0,3	-5,2	-4,5	-0,2	-2,3	-5,2	-0,3	11,1	13,5	13,0	-13,8	-10,8	-12,0
Pernambuco	-15,4	-11,6	-4,9	-15,7	-12,7	-4,6	-15,2	-10,8	-5,1	8,7	13,0	14,2	-2,3	-1,7	-2,6
Bahia	-8,3	-8,2	-3,4	-8,6	-7,4	-3,0	-8,2	-8,6	-3,7	4,4	5,1	11,0	-7,2	-10,3	-8,5
Minas Gerais	-5,3	-8,4	-1,2	-1,9	-5,0	-5,3	-6,3	-9,3	-0,1	15,4	10,5	11,3	0,2	-1,8	-3,2
Espírito Santo	-5,0	1,9	9,0	-3,9	-1,8	0,7	-6,0	5,7	17,7	12,1	12,2	13,1	-6,4	-12,0	-5,4
Rio de Janeiro	-19,8	-12,6	-7,2	-18,2	-8,2	-7,0	-20,4	-14,1	-7,3	7,2	9,6	10,0	4,3	-0,9	-1,5
São Paulo	-11,9	-11,1	-6,3	-12,2	-12,8	-8,5	-11,7	-10,3	-5,2	8,4	12,4	13,7	-2,2	0,0	-0,1
Paraná	-9,6	-7,0	-4,1	-15,4	-11,0	-7,5	-5,4	-4,3	-1,6	10,5	12,9	10,4	-5,7	-4,6	-9,8
Santa Catarina	1,8	-2,0	3,0	-11,2	-10,7	-3,2	7,8	1,8	5,7	12,3	14,1	14,1	10,3	9,2	4,9
Rio Grande do Sul	-13,1	-9,6	-3,8	-11,6	-5,3	-0,4	-14,0	-11,9	-5,7	8,8	8,2	9,9	-0,3	2,0	1,9
Goiás	-17,6	-12,9	-6,9	-14,3	-12,6	-8,9	-19,0	-13,0	-6,1	6,7	9,0	12,0	0,1	-3,9	-1,4
Distrito Federal	-21,8	-21,8	-17,0	-5,0	-1,7	5,3	-29,0	-29,1	-24,8	7,3	3,4	4,8	-5,3	-8,0	-8,2

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

Mês: Jul/2015

Unidade da Federação	Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação			Outros artigos de uso pessoal e doméstico			Veículos, motocicletas, partes e peças			Material de construção		
	Mensal (2)	Acumulada (3)		Mensal (2)	Acumulada (3)		Mensal (2)	Acumulada (3)		Mensal (2)	Acumulada (3)	
		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses
Brasil	-12,9	-1,0	-2,1	5,3	8,1	10,0	-8,6	-11,4	-9,6	-2,5	-0,4	1,4
Ceará	-12,8	-29,8	-19,2	3,1	6,5	9,7	-3,9	-5,3	-1,8	0,8	8,2	10,3
Pernambuco	-30,3	-33,5	-25,0	18,6	10,5	12,9	-14,0	-7,4	-3,4	-3,6	-2,4	0,2
Bahia	-26,3	-27,1	-23,0	6,5	11,1	17,5	-5,2	-8,0	-5,9	0,2	2,0	3,0
Minas Gerais	-31,3	-23,9	-18,1	8,8	6,4	9,8	-0,9	-11,1	-6,5	-3,6	-3,5	-0,9
Espirito Santo	0,7	-11,9	-11,7	-11,2	-11,5	-11,0	-27,7	-19,4	-12,3	-4,3	-4,8	-4,1
Rio de Janeiro	-0,7	31,1	10,2	8,5	15,7	17,9	-3,5	-6,8	-2,6	-2,6	1,7	4,3
São Paulo	-11,1	7,9	5,0	0,4	6,9	6,9	-3,1	-12,8	-18,2	-0,8	-3,2	-2,1
Paraná	-18,6	8,0	-0,4	4,8	8,9	10,0	-11,3	-12,4	-9,5	-7,4	-2,6	-2,3
Santa Catarina	3,9	-16,7	-11,3	12,7	15,9	14,2	-9,8	-11,5	-4,4	0,2	7,7	9,5
Rio Grande do Sul	-14,9	-8,5	-8,9	0,2	3,2	7,0	-16,4	-16,8	-12,0	-5,2	-0,3	2,4
Goiás	-8,4	14,1	11,3	6,1	13,9	17,5	-14,7	-13,2	-8,7	-1,4	8,2	8,1
Distrito Federal	11,3	8,9	10,6	11,8	11,9	11,7	-11,4	-14,1	-9,3	-0,4	-5,4	-1,5

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

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

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

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

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

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Jul/2015

Unidade da Federação	Comércio varejista ampliado												
	jul/14	ago/14	set/14	out/14	nov/14	dez/14	jan/15	fev/15	mar/15	abr/15	mai/15	jun/15	jul/15
Brasil	121,6	122,1	120,9	128,5	129,6	153,2	123,0	107,9	122,1	116,8	120,4	116,8	121,8
Rondônia	128,5	127,5	124,0	130,4	129,0	155,8	115,0	101,8	115,9	113,1	118,1	114,5	123,5
Acre	155,2	137,1	141,4	144,1	148,5	184,6	129,6	118,0	133,8	129,9	136,3	132,8	138,4
Amazonas	119,8	124,2	119,8	127,4	129,2	141,8	117,6	103,2	113,2	111,1	113,7	111,0	114,3
Roraima	148,1	145,1	150,9	158,7	153,7	187,2	154,6	136,9	156,4	154,8	159,9	150,0	162,5
Pará	131,0	127,5	126,8	145,7	137,7	172,0	128,1	113,1	132,6	124,4	131,9	127,3	130,8
Amapá	133,1	129,0	125,9	132,0	137,3	159,1	131,1	113,9	120,2	114,4	119,6	115,0	115,4
Tocantins	140,8	135,9	137,7	150,0	156,6	153,9	120,4	111,2	132,0	125,6	127,6	126,6	128,3
Maranhão	135,7	138,0	134,1	147,9	140,6	167,4	134,4	115,7	135,3	128,6	127,7	123,7	131,6
Piauí	133,0	129,6	129,6	139,1	140,2	164,9	132,1	114,1	131,5	121,4	129,2	125,5	134,0
Ceará	127,6	126,4	130,1	131,4	135,2	159,2	131,7	109,9	124,7	121,8	129,1	123,2	129,5
Rio G. do Norte	134,7	134,4	134,1	139,6	144,4	175,4	135,9	121,0	137,2	128,7	134,8	131,2	139,1
Paraíba	131,1	130,9	132,4	138,4	146,3	161,5	126,6	105,1	119,2	112,7	120,4	117,1	127,2
Pernambuco	129,6	130,4	127,1	134,8	140,6	170,7	132,9	113,5	126,8	117,1	123,6	118,6	124,7
Alagoas	131,9	130,3	131,4	140,8	144,8	182,2	138,0	115,7	131,8	124,9	128,9	116,1	122,0
Sergipe	123,6	125,8	126,4	131,6	136,7	162,1	134,3	119,3	134,0	128,3	128,3	127,3	129,8
Bahia	125,7	128,8	126,2	132,7	133,9	160,8	128,9	111,9	128,7	117,6	125,1	120,3	126,5
Minas Gerais	113,3	122,8	114,2	119,3	118,8	134,9	113,6	100,3	114,5	112,5	113,7	112,0	118,3
Espírito Santo	108,2	102,4	105,2	108,2	107,1	125,3	107,6	88,1	101,1	91,5	95,9	91,8	96,5
Rio de Janeiro	126,9	129,7	129,0	137,3	136,7	166,3	132,8	114,5	127,5	121,1	126,9	122,2	129,0
São Paulo	116,8	115,7	114,6	121,6	125,4	147,8	116,9	106,6	119,1	115,8	118,9	115,5	118,5
Paraná	126,3	123,3	124,0	134,0	132,8	153,6	131,6	110,9	126,4	119,2	121,8	118,3	124,0
Santa Catarina	117,4	118,2	117,3	131,1	129,5	162,3	126,9	108,7	119,6	115,5	117,3	114,9	121,4
Rio Grande do Sul	125,7	125,7	128,5	135,5	136,9	163,6	123,0	105,9	126,1	119,5	120,6	116,7	120,3
Mato Grosso do Sul	129,2	129,4	129,1	138,3	137,7	167,1	133,9	120,6	134,6	130,0	133,5	128,1	135,7
Mato Grosso	136,4	133,8	134,0	141,2	135,9	152,2	124,7	112,2	131,0	119,2	125,2	126,5	133,5
Goiás	122,3	121,6	120,9	130,6	124,8	135,0	121,8	102,5	117,0	109,8	114,6	110,5	114,0
Distrito Federal	112,7	116,4	113,5	117,8	118,4	134,0	113,3	100,4	113,9	107,9	111,7	109,2	112,5

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

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

Índice Base Fixa: 2011 = 100

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

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

Mês: Jul/2015

Unidade da Federação	Índice de Base Fixa (1)			Variação mês/mês anterior		
	mai/15	jun/15	jul/15	mai/15	jun/15	jul/15
Brasil	111,6	111,0	109,9	-0,9	-0,5	-1,0
Rondônia	120,8	118,8	118,4	-2,8	-1,7	-0,3
Acre	133,3	130,7	128,3	-1,2	-2,0	-1,8
Amazonas	101,0	100,3	100,6	-3,3	-0,7	0,3
Roraima	153,6	149,6	153,6	4,1	-2,6	2,7
Pará	114,5	112,6	114,4	-0,4	-1,7	1,6
Amapá	122,8	117,9	112,1	-1,5	-4,0	-4,9
Tocantins	128,6	130,1	129,1	1,5	1,2	-0,8
Maranhão	121,3	120,6	120,6	-1,2	-0,6	0,0
Piauí	109,3	109,5	108,7	-0,9	0,2	-0,7
Ceará	116,5	115,0	114,2	0,1	-1,3	-0,7
Rio G. do Norte	116,9	117,7	116,2	-1,1	0,7	-1,3
Paraíba	111,3	114,2	115,7	-1,5	2,6	1,3
Pernambuco	113,1	113,2	111,2	-1,3	0,1	-1,8
Alagoas	115,0	110,6	108,7	-0,6	-3,8	-1,7
Sergipe	113,3	115,3	114,0	-6,4	1,8	-1,1
Bahia	110,1	110,2	109,2	-1,1	0,1	-0,9
Minas Gerais	107,7	108,7	108,4	-0,3	0,9	-0,3
Espírito Santo	105,6	106,1	104,6	-0,8	0,5	-1,4
Rio de Janeiro	110,2	109,0	108,5	0,4	-1,1	-0,5
São Paulo	112,4	111,6	109,8	-1,0	-0,7	-1,6
Paraná	117,9	117,2	114,6	-0,3	-0,6	-2,2
Santa Catarina	110,8	112,1	111,6	-1,6	1,2	-0,4
Rio Grande do Sul	111,2	110,1	107,2	-1,3	-1,0	-2,6
Mato Grosso do Sul	134,0	135,2	134,6	-0,5	0,9	-0,4
Mato Grosso	108,3	108,3	108,3	1,4	0,0	0,0
Goiás	104,8	104,7	103,0	-0,7	-0,1	-1,6
Distrito Federal	103,6	102,4	102,4	-0,4	-1,2	0,0

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: Jul/2015

Unidade da Federação	Índice de Base Fixa (1)			Variação mês/mês anterior		
	mai/15	jun/15	jul/15	mai/15	jun/15	jul/15
Brasil	139,8	140,8	140,9	0,0	0,7	0,1
Rondônia	145,4	144,5	144,6	-2,2	-0,6	0,1
Acre	164,3	162,5	160,1	-0,3	-1,1	-1,5
Amazonas	124,9	124,8	126,0	-2,2	-0,1	1,0
Roraima	193,4	189,8	195,5	5,0	-1,9	3,0
Pará	142,9	142,8	144,5	0,1	-0,1	1,2
Amapá	149,4	144,7	137,9	-0,7	-3,1	-4,7
Tocantins	154,8	157,3	157,3	2,2	1,6	0,0
Maranhão	153,4	153,6	154,4	-0,3	0,1	0,5
Piauí	138,2	139,6	139,7	0,0	1,0	0,1
Ceará	146,5	145,5	145,2	1,2	-0,7	-0,2
Rio G. do Norte	146,8	148,6	147,7	0,2	1,2	-0,6
Paraíba	136,0	140,6	143,2	-0,4	3,4	1,8
Pernambuco	139,9	141,5	140,8	-0,3	1,1	-0,5
Alagoas	142,2	139,0	137,9	0,5	-2,3	-0,8
Sergipe	143,3	148,1	147,5	-4,4	3,3	-0,4
Bahia	137,0	137,0	138,2	-0,1	0,0	0,9
Minas Gerais	134,0	136,1	137,1	0,5	1,6	0,7
Espírito Santo	133,9	135,6	135,2	-0,3	1,3	-0,3
Rio de Janeiro	141,9	142,0	143,0	1,1	0,1	0,7
São Paulo	139,9	140,5	139,2	-0,1	0,4	-0,9
Paraná	147,6	148,5	147,9	0,3	0,6	-0,4
Santa Catarina	139,7	142,6	142,3	-0,2	2,1	-0,2
Rio Grande do Sul	139,8	140,5	139,4	-0,6	0,5	-0,8
Mato Grosso do Sul	164,8	169,4	171,4	-0,7	2,8	1,2
Mato Grosso	131,3	131,8	133,8	1,3	0,4	1,5
Goiás	127,1	128,3	126,8	-0,4	0,9	-1,2
Distrito Federal	128,1	128,7	128,8	0,2	0,5	0,1

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

(1) Base: 2011 = 100

Atualizado em 16/09/2015 às 9:00h