

Indicadores IBGE

Pesquisa Mensal de Comércio
agosto 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 – DEFLATORES DA PESQUISA

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

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

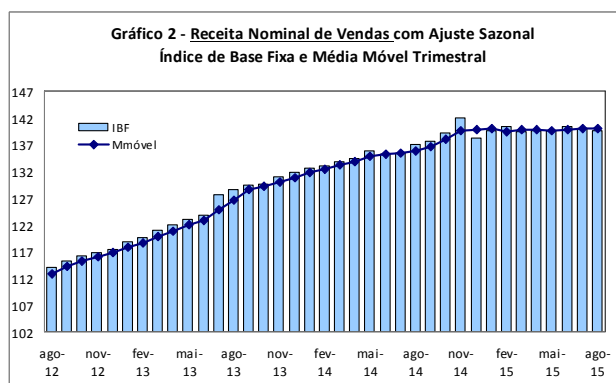
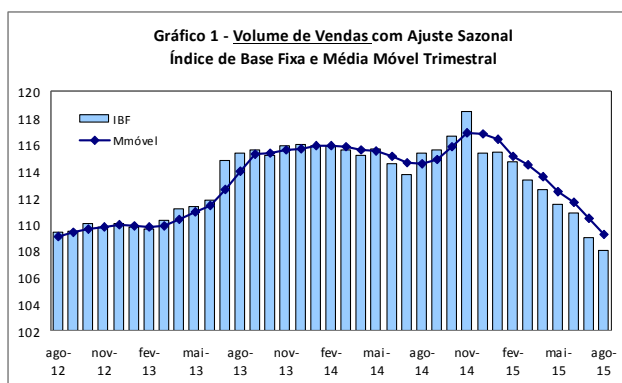
Atividades da PMC	Itens da PMC	Itens do IPCA	Peso nos Itens da PMC
7-Equipamentos e Material para escritório, informática e comunicação	4751-2	IPCA (cód. 3202028)	1
	4752-1	IPCA (cód. 9101019)	1
	4789-0	IPCA (cód: IG)	1
8-Livros, jornais, revistas e papelaria	4761-0	IPCA (cód: 8102005)	0,18507
		IPCA (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.

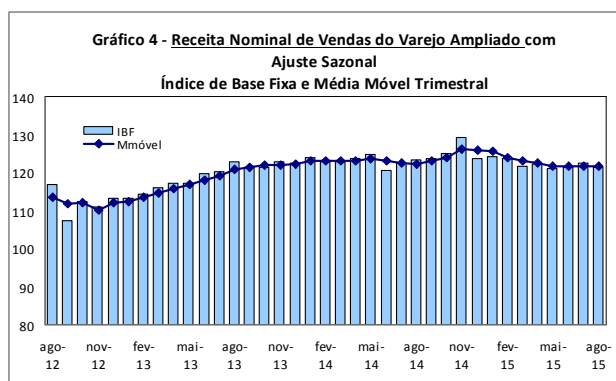
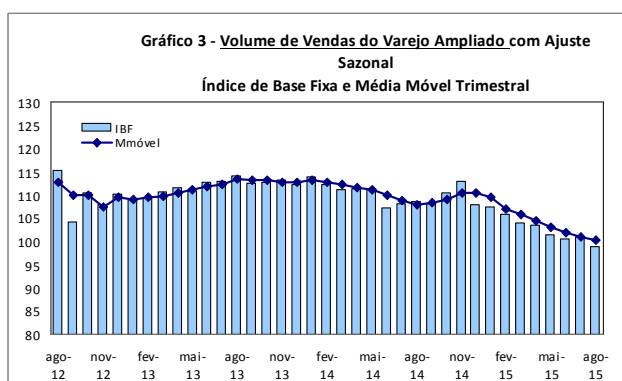
COMENTÁRIOS

Em agosto de 2015, o comércio varejista nacional apresentou variações de -0,9% em volume de vendas e -0,2% na receita nominal, ambos frente ao mês imediatamente anterior, na série livre de influências sazonais. Na série de volume de vendas este é o sétimo resultado negativo seguido, acumulando nesse período uma perda de 6,4%. Com isso, a variação da média móvel trimestral, com queda de -1,1%, permanece em trajetória descendente desde dezembro de 2014. O mesmo não ocorreu com a receita nominal, cuja média móvel permanece estável (Gráficos 1 e 2).



Na série sem ajuste sazonal, frente a igual mês do ano anterior, o total do comércio varejista recuou 6,9%, quinta taxa negativa consecutiva nesse tipo de comparação. Com isso, acumula nos oito primeiros meses do ano, em termos de volume de vendas, redução de 3,0%. A taxa anualizada, indicador acumulado nos últimos doze meses, com recuo de 1,5%, assinala perda mais intensa do que a verificada nos três meses anteriores: maio (-0,5%), junho (-0,8%), julho (-1,0%), mantendo a trajetória descendente iniciada em julho de 2014. Para a receita nominal de vendas, os mesmos indicadores apresentaram variações de: 1,1% frente a agosto de 2014, 3,7% no acumulado no ano e de 4,9% nos últimos doze meses (Tabelas 1 e 2).

Para o comércio varejista ampliado, que inclui o varejo e as atividades de *Veículos, motos, partes e peças* e de *Material de construção*, a variação em relação a julho de 2015 ficou em -2,0%, para o volume de vendas e em -0,9% para a receita nominal, ambas na série com ajuste sazonal (Tabela 1 e 2). Em termos de volume, as vendas do varejo ampliado voltam a registrar queda, após variação positiva de 0,5% no mês passado.



Em relação a agosto de 2014, o varejo ampliado recuou 9,6% para o volume de vendas e de -2,5% na receita nominal de vendas. No que tange às taxas acumuladas, os resultados foram de -6,9% no ano e de -5,2% nos últimos 12 meses, para o volume de vendas, e de -0,6% e 0,8% para a receita nominal, respectivamente (Tabelas 1 e 2).

RESULTADOS SETORIAIS

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

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

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

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

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

Na passagem de julho para agosto, as reduções de 0,9% no volume de vendas no varejo e de -2,0% no varejista ampliado tiveram predomínio de resultados negativos entre as atividades (Tabela 1 e 2). Em ordem de magnitude das taxas, os resultados das atividades foram: *Veículos e motos, partes e peças* com -5,2%; *Livros, jornais, revistas e papelaria* (-2,6%); *Material de construção* (-2,3%); *Móveis e eletrodomésticos* (-2,0%); *Tecidos, vestuário e calçados* (-1,7%); *Combustíveis e lubrificantes* (-1,3%); *Outros artigos de uso pessoal e doméstico* (-0,2%); *Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* (-0,1%). Por outro lado, *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos* e *Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação* registraram avanço frente a julho, com taxas de 0,6% e 1,0%, respectivamente.

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

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

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

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

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

Na comparação com agosto de 2014, o volume de vendas no varejo assinalou 6,9% de queda, com sete das oito atividades registrando variações negativas. Entre essas, as principais influências no resultado global foram registradas em *Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo*, com taxa de -4,8% e *Móveis e eletrodomésticos*, com -18,6%, seguidos por *Tecidos, vestuário e calçados* (-13,7%). Os demais setores com taxas negativas foram: *Combustíveis e lubrificantes* (-7,2%), *Outros artigos de uso pessoal e doméstico* (-2,9%), *Livros, jornais, revistas e papelaria* (-15,6%) e *Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação* (-7,1%). Por outro lado, o setor de *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria* registrou crescimento de 1,1% frente a agosto do ano passado. (Tabela 3)

O segmento de *Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo*, com variação de -4,8% no volume de vendas em agosto sobre igual mês do ano anterior, exerceu o maior impacto negativo na formação da taxa global do varejo (Tabela 3). Esse resultado confirma a trajetória descendente do segmento, evidenciado pela sétima queda consecutiva nessa comparação e acumulando para os oito primeiros meses do ano uma perda de 2,3% e em doze meses de -1,7%. Esta atividade teve seu desempenho influenciado pelo menor ritmo de crescimento da renda¹ e pelo comportamento dos preços dos alimentos, que cresceram acima do índice geral no período de 12 meses: 10,9% no grupo alimentação no domicílio, contra 9,5% da inflação global, segundo IPCA.

¹ A massa de rendimento real habitual dos ocupados passou de 2,4% em agosto de 2014 para -5,4%, em agosto de 2015, em relação ao mesmo mês do ano anterior, segundo a Pesquisa Mensal de Emprego, do IBGE.

A atividade de *Móveis e eletrodomésticos* foi responsável pela segunda maior participação negativa ao índice geral com recuo de 18,6% no volume de vendas em relação a agosto do ano passado, sendo essa a nona taxa negativa nessa comparação. Em termos acumulados, os resultados foram: -12,4% para os oito primeiros meses do ano e -8,2% para os últimos 12 meses. Este comportamento negativo vem sendo decorrente de fatores como: restrições ao crédito, principalmente em função do aumento da taxa de juros para crédito as pessoas físicas, que passa de 27,9% em agosto de 2014 para 36,9% em agosto de 2015, segundo o Banco Central², além da redução da massa real dos rendimentos. Vale citar ainda o impacto da retirada dos incentivos via redução do IPI para diversos itens do segmento, especialmente a “linha branca” e móveis.

O segmento de *Tecidos, vestuário e calçados*, que apresentou variação de -13,7% no volume de vendas em comparação com agosto do ano anterior, representou a terceira contribuição negativa à taxa global do varejo. Em relação às taxas acumuladas, os resultados foram de -6,6% para os oito primeiros meses do ano e de -4,3% para os últimos 12 meses. Mesmo com os preços do principal item que compõe a atividade variando menos que a inflação geral (vestuário com 3,8% contra 9,5% no índice geral, segundo IPCA) o setor apresentou desempenho abaixo da média, acompanhando o quadro da conjuntura atual.

TABELA 3
BRASIL - COMPOSIÇÃO DA TAXA MENSAL DO COMÉRCIO VAREJISTA, POR ATIVIDADES: PMC - Agosto 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	-6,9	-6,9	-9,6	-9,6
1 - Combustíveis e lubrificantes	-7,2	-0,8	-7,2	-0,5
2 - Hiper, supermercados, prods. alimentícios, bebidas e fumo	-4,8	-2,4	-4,8	-1,5
3 - Tecidos, vest. e calçados	-13,7	-1,1	-13,7	-0,7
4 - Móveis e eletrodomésticos	-18,6	-2,2	-18,6	-1,4
5 - Artigos farmacêuticos, med., ortop. e de perfumaria	1,1	0,1	1,1	0,1
6 - Livros, jornais, rev. e papelaria	-15,6	-0,1	-15,6	-0,1
7 - Equip. e mat. para escritório informática e comunicação	-7,1	-0,1	-7,1	-0,1
8 - Outros arts. de uso pessoal e doméstico	-2,9	-0,3	-2,9	-0,2
9 - Veículos e motos, partes e peças	-	-	-15,7	-4,5
10- Material de construção	-	-	-9,1	-0,8

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.

O segmento de *Combustíveis e lubrificantes*, com variação de -7,2% no volume de vendas em relação a agosto de 2014, representou a quarta maior contribuição negativa no resultado total do varejo. Em relação às taxas acumuladas, em oito meses do ano foi de -3,9% e nos últimos 12 meses -1,9%. O crescimento dos preços acima da média (item combustíveis com 11,1% contra 9,5% do índice geral, nos últimos 12 meses, segundo o IPCA) contribuiu para estes resultados, além do menor ritmo da atividade econômica.

A atividade de *Outros artigos de uso pessoal e doméstico*, que engloba segmentos como lojas de departamentos, ótica, joalheria, artigos esportivos, brinquedos etc., exerceu a quinta influência negativa na formação da taxa do varejo, com variação de -2,9% no volume de vendas em relação ao mesmo período de 2014, segundo resultado negativo do ano. Já em termos acumulados, as taxas permanecem no campo positivo: 2,6% nos oito primeiros meses do ano, e de 4,4% para os últimos 12 meses.

A atividade de *Livros, jornais, revistas e papelaria*, com taxa de -15,6% no volume de vendas sobre agosto de 2014, respondeu pela sexta contribuição negativa ao resultado total varejista. Em termos de taxas acumuladas, nos oito meses do ano e nos últimos 12 meses as variações foram, respectivamente, de -9,2% e -9,3%. A trajetória declinante desta atividade, em especial para livros e jornais, vem sendo influenciada pela substituição da editoração gráfica pela digital.

O segmento de *Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação*, responsável pela sétima participação negativa na formação da taxa global, apresentou variação de -7,1% sobre igual mês do ano anterior, segundo recuo consecutivo no ano. Dentre os fatores que vêm determinando o desempenho negativo dos últimos dois meses, destaca-se a valorização do dólar frente ao real, além da restrição do crédito. Para períodos mais longos, as taxas permanecem positivas, sendo de 5,9% nos oito primeiros meses do ano e 4,7% nos últimos 12 meses.

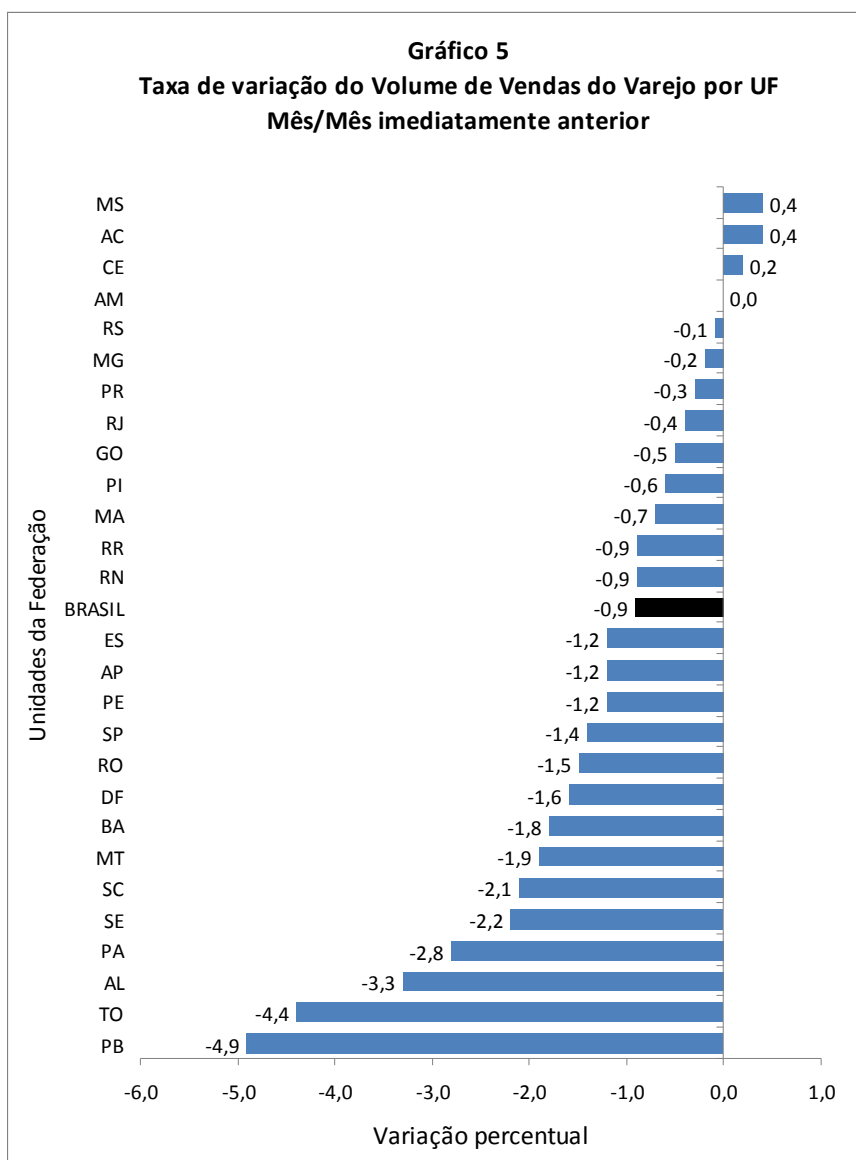
Por outro lado, o único impacto positivo na formação da taxa global do varejo ficou por conta do desempenho de *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria*, que registrou crescimento de 1,1% no volume de vendas em relação a agosto de 2014, com taxas acumuladas de 4,2% no ano e de 5,6% para os últimos 12 meses. O comportamento dos preços dos produtos farmacêuticos, que em 12 meses subiu 6,7% contra 9,5% do índice geral, segundo IPCA e a essencialidade dos produtos comercializados são os principais fatores explicativos do comportamento positivo deste segmento.

O comércio varejista ampliado, que inclui o varejo e as atividades de *Veículos, motos, partes e peças* e de *Material de construção*, registrou em relação ao mês anterior variação de -2,0% para o volume de vendas (ajustados sazonalmente) e de -9,6% comparado com o mesmo período do ano anterior. O desempenho deste setor reflete, sobretudo, o comportamento das vendas de *Veículos, motos, partes e peças*, que apresentou taxa de -5,2% sobre julho de 2015, série com ajuste sazonal, e queda de 15,7% em relação a agosto de 2014. O resultados acumulados desta atividade foram de -15,4% em oito meses e de -12,9% nos últimos 12 meses. Estas variações foram influenciadas pelo menor ritmo da atividade econômica e pelo comprometimento da renda familiar.

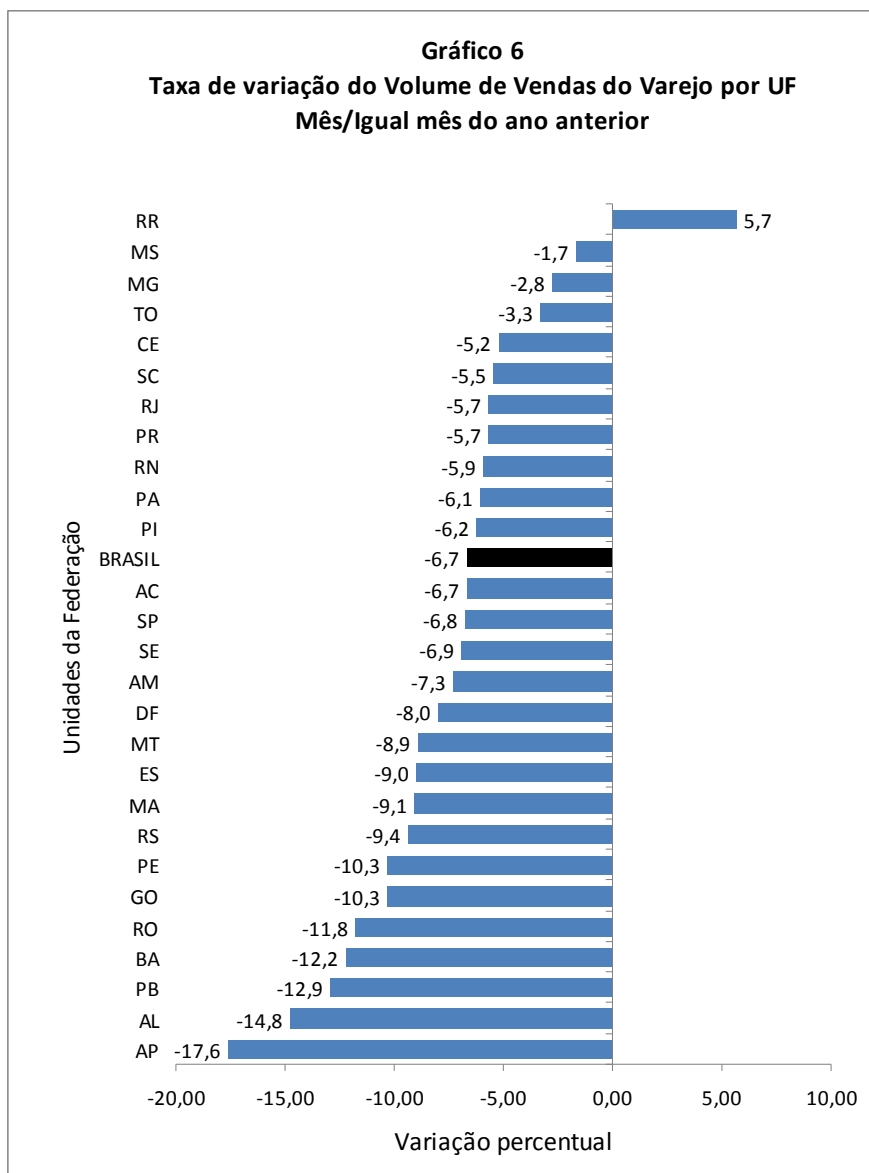
Quanto à atividade de *Material de construção*, as variações para o volume de vendas foram de -2,3% sobre o mês anterior (ajuste sazonal) e de -9,1% em relação a agosto de 2014. Em termos acumulados, as taxas foram: -5,6% em oito meses do ano e -3,8% nos últimos 12 meses. O menor ritmo da atividade econômica e a redução da oferta de crédito são fatores que respondem pela redução do volume de vendas.

RESULTADOS REGIONAIS

No comércio varejista, das 27 Unidades da Federação, vinte e três apresentaram variações negativas no volume de vendas, em relação ao mês imediatamente anterior, na série com ajuste sazonal (Gráfico 5). Os destaques, em termos de magnitude de queda, foram para: Paraíba (-4,9%); Tocantins (-4,4%) e Alagoas (-3,3%). Amazonas ficou estável neste tipo de comparação, enquanto Ceará (0,2%), Mato Grosso do Sul e Acre, ambos com 0,4%, ficaram no campo positivo.

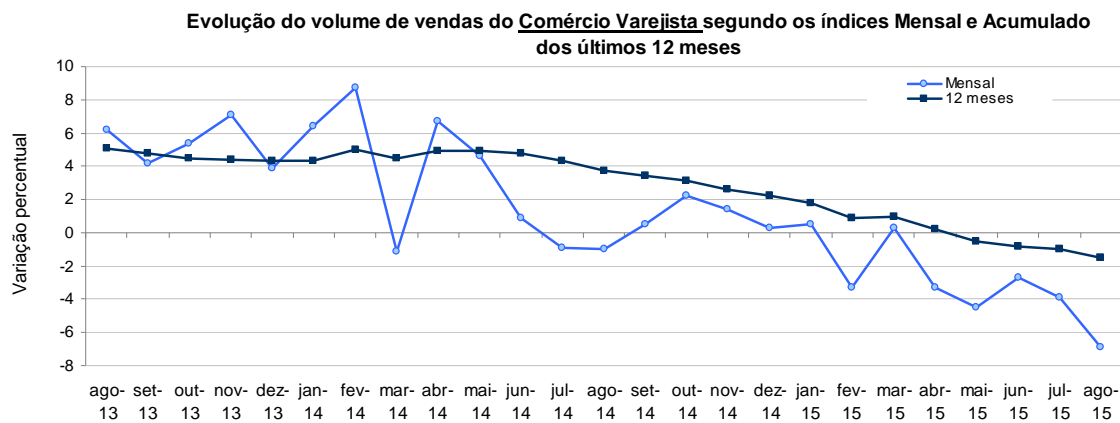


Na comparação com agosto de 2014, a redução do volume de vendas no varejo também teve perfil disseminado, alcançando vinte e seis das 27 Unidades da Federação. Os destaques, em termos de magnitude de taxa a dois dígitos, foram: Amapá (-17,6%) e Alagoas (-14,8%), Paraíba (-12,9%), Bahia (-12,2%), Rondônia (-11,8%), Pernambuco e Goiás, ambos com -10,3%, conforme mostra o Gráfico 6. Quanto à participação na composição da taxa do comércio varejista, destacaram-se, pela ordem: São Paulo (-6,8%), seguido por Rio de Janeiro (-5,7%); Rio Grande do Sul (-9,4%) e Bahia (-12,2%).



Quanto ao Comércio Varejista Ampliado, todos os vinte e sete estados apresentaram variações negativas para o volume de vendas, na comparação com o mesmo período do ano anterior, destacando-se em termos de influência no resultado global: São Paulo (-4,8%) e Minas Gerais (-13%), seguidos por Rio de Janeiro (-8,7%) e Rio Grande do Sul (-15,1%)

Em síntese, em agosto de 2015, o volume de vendas no varejo prossegue mostrando um quadro de menor ritmo, expresso não só pelo sétimo mês seguido com resultado negativo na comparação com o mês imediatamente anterior, mas também no perfil disseminado de taxas negativas entre os principais segmentos que compõem o total do varejo. Vale destacar que, com o resultado de agosto, o total das vendas encontra-se 9,7% abaixo do nível recorde alcançado em novembro de 2014. Os sinais de menor intensidade das vendas no varejo nacional também ficam evidenciados na comparação com o ano de 2014, na série sem tratamento sazonal. A comparação com igual mês do ano anterior mostra uma perda de -6,9%, quinta taxa negativa consecutiva. Com isso o indicador acumulado nos últimos doze meses, com recuo de 1,5%, mantém a trajetória descendente iniciada em julho de 2014, quando este índice estava em 4,3%.



Essa perda de dinamismo ao longo de 2015 também fica evidenciada, na análise quadrimestral, quando as vendas no varejo recuaram 4,5% no período maio-agosto de 2015, intensificando, assim, o ritmo de queda em relação aos quatro primeiros meses do ano (-1,4%), ambas as comparações contra iguais períodos do ano anterior. Esse movimento foi acompanhado por todas as atividades que compõem o total do varejo, sendo mais intenso para o setor de *Móveis e eletrodomésticos*, que passa de uma taxa de -8,8% do primeiro quadrimestre do ano para uma perda de 16,0% no quadrimestre seguinte.

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Ago/2015

Unidade da Federação	Índice de volume (1)	Variação				
		Mensal (2)			Acumulada (3)	
		jun/15	jul/15	ago/15	no ano	12 Meses
Brasil	106,6	-2,7	-3,9	-6,9	-3,0	-1,5
Rondônia	115,4	-6,2	-3,9	-11,8	-2,1	2,2
Acre	126,5	-2,3	-4,7	-6,7	2,7	6,0
Amazonas	102,9	-7,6	-6,0	-7,3	-5,9	-3,9
Roraima	150,3	3,4	6,7	5,7	10,8	14,1
Pará	107,9	-1,9	-1,8	-6,1	-2,2	-0,4
Amapá	112,1	-10,3	-17,4	-17,6	-6,0	-0,1
Tocantins	121,2	5,0	2,6	-3,3	-0,5	1,0
Maranhão	118,3	-4,8	-3,5	-9,1	-4,8	-2,0
Piauí	106,6	-1,2	-1,0	-6,2	-2,9	-0,7
Ceará	112,0	-4,0	-3,1	-5,2	-3,1	-0,8
Rio G. do Norte	115,1	-1,1	-2,4	-5,9	-1,7	0,0
Paraíba	104,9	-9,0	-1,8	-12,9	-7,8	-4,2
Pernambuco	108,1	-5,3	-7,9	-10,3	-5,5	-3,1
Alagoas	101,0	-7,8	-11,7	-14,8	-6,7	-3,9
Sergipe	100,5	7,0	-2,7	-6,9	2,8	2,7
Bahia	104,4	-5,4	-8,3	-12,2	-6,2	-3,3
Minas Gerais	106,0	-0,1	-0,4	-2,8	-1,9	-0,3
Espirito Santo	100,2	-3,4	-6,1	-9,0	-5,4	-3,2
Rio de Janeiro	106,6	-3,6	-3,9	-5,7	-1,7	0,0
São Paulo	106,8	-3,0	-3,8	-6,8	-2,7	-2,1
Paraná	111,4	-0,4	-3,5	-5,7	-0,9	0,0
Santa Catarina	98,6	4,2	-1,2	-5,5	0,1	0,3
Rio Grande do Sul	104,2	-3,5	-7,1	-9,4	-4,9	-3,0
Mato Grosso do Sul	130,4	1,4	2,1	-1,7	0,3	1,5
Mato Grosso	105,9	-6,5	-4,5	-8,9	-6,8	-3,7
Goiás	100,6	-7,6	-8,8	-10,3	-9,2	-6,2
Distrito Federal	99,8	-5,0	-3,7	-8,0	-5,1	-4,2

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

(1) Base: 2011 = 100

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

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

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

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Ago/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	-6,9	-3,0	-1,5	-7,2	-3,9	-1,9	-4,8	-2,3	-1,7	-5,0	-2,2	-1,6	-13,7	-6,6	-4,3
Ceará	-5,2	-3,1	-0,8	-6,1	-2,8	0,9	-7,9	-5,6	-4,2	-7,4	-5,3	-3,9	-4,9	5,3	7,6
Pernambuco	-10,3	-5,5	-3,1	-12,9	-4,6	-2,2	-9,9	-5,9	-5,1	-11,2	-6,1	-5,4	-19,5	-10,0	-4,8
Bahia	-12,2	-6,2	-3,3	-20,4	-9,2	-5,2	-7,9	-2,7	-1,6	-6,9	-1,9	-1,1	-18,2	-11,5	-7,1
Minas Gerais	-2,8	-1,9	-0,3	-5,6	-3,3	-1,3	0,1	0,5	1,2	0,1	0,4	1,2	-13,8	-5,5	-5,1
Espirito Santo	-9,0	-5,4	-3,2	-12,6	-13,2	-9,5	-4,2	-2,8	-2,4	-4,0	-2,5	-2,1	-16,7	-9,7	-6,1
Rio de Janeiro	-5,7	-1,7	0,0	-7,0	-3,2	-1,6	-3,1	-2,4	-1,1	-2,9	-2,3	-0,8	-13,8	-7,4	-4,7
São Paulo	-6,8	-2,7	-2,1	-7,8	-6,6	-5,2	-4,7	-2,4	-2,1	-5,1	-2,3	-2,0	-16,3	-7,6	-6,2
Paraná	-5,7	-0,9	0,0	-1,2	0,9	1,7	-4,1	0,4	1,2	-4,2	0,6	1,4	-12,4	-8,3	-6,1
Santa Catarina	-5,5	0,1	0,3	0,3	3,4	3,8	-8,4	-1,3	-2,0	-8,1	-0,9	-2,0	-1,2	-0,7	2,0
Rio Grande do Sul	-9,4	-4,9	-3,0	-11,3	-6,2	-2,7	-7,6	-3,4	-2,6	-7,6	-3,4	-2,6	-18,4	-10,8	-8,7
Goiás	-10,3	-9,2	-6,2	2,5	-1,0	1,6	-10,3	-13,8	-11,5	-10,5	-14,2	-11,8	-14,2	-8,6	-6,2
Distrito Federal	-8,0	-5,1	-4,2	-3,1	3,5	4,3	-8,8	-5,6	-4,8	-9,4	-5,9	-5,0	-13,7	-5,6	-6,0

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

Mês: Ago/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	-18,6	-12,4	-8,2	-18,1	-13,8	-10,2	-18,8	-11,7	-7,3	1,1	4,2	5,6	-15,6	-9,2	-9,3
Ceará	-7,7	-6,4	-2,5	3,7	-3,5	0,3	-14,3	-8,1	-4,3	1,8	8,0	8,0	-8,5	-14,1	-15,2
Pernambuco	-23,2	-14,7	-9,3	-26,5	-16,3	-8,8	-21,2	-13,7	-9,5	3,0	6,8	8,0	-10,3	-6,4	-7,5
Bahia	-18,3	-13,2	-10,0	-13,4	-12,6	-9,1	-20,6	-13,5	-10,5	1,0	-1,8	2,9	4,0	-13,8	-13,7
Minas Gerais	-13,9	-11,5	-6,4	-22,5	-13,0	-12,6	-11,6	-11,1	-5,0	3,8	4,8	6,0	-14,9	-8,8	-9,9
Espírito Santo	-13,0	-3,7	2,2	-4,1	-9,1	-7,8	-19,4	1,0	11,1	-0,6	5,6	7,3	-12,3	-16,6	-11,7
Rio de Janeiro	-25,4	-16,6	-12,1	-20,5	-16,3	-14,9	-26,9	-16,8	-11,3	-1,5	3,6	5,2	-13,6	-7,3	-7,8
São Paulo	-20,5	-13,6	-10,5	-21,4	-19,3	-16,4	-20,0	-11,1	-8,0	2,2	6,0	7,2	-20,2	-9,2	-8,7
Paraná	-16,6	-9,4	-7,0	-21,3	-13,9	-10,1	-13,9	-6,6	-5,0	1,2	4,1	3,4	-22,7	-12,0	-14,7
Santa Catarina	-8,4	-3,9	-0,5	-22,1	-13,9	-7,4	-3,0	-0,1	2,1	4,9	5,6	6,9	-12,2	0,6	-2,8
Rio Grande do Sul	-17,4	-13,0	-8,5	-18,8	-12,6	-8,2	-16,7	-13,2	-8,7	-0,9	1,7	3,6	-9,8	-4,4	-4,4
Goiás	-21,7	-14,3	-8,8	-24,0	-16,4	-12,8	-20,8	-13,6	-7,4	-1,6	1,7	3,7	-14,1	-14,7	-13,9
Distrito Federal	-23,8	-24,4	-21,8	-16,2	-7,3	-1,7	-26,6	-29,4	-27,4	-3,2	-2,8	-1,6	-18,5	-13,8	-13,3

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 (Conclusão)

Mês: Ago/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	-7,1	5,9	4,7	-2,9	2,6	4,4
Ceará	-24,4	-23,5	-17,3	8,7	2,3	5,2
Pernambuco	-30,6	-28,7	-19,3	10,9	6,5	8,4
Bahia	-28,7	-22,2	-18,2	-4,3	5,7	10,8
Minas Gerais	-21,0	-21,2	-19,0	10,2	2,5	4,2
Espírito Santo	-4,0	-6,4	-9,2	-20,7	-16,0	-14,9
Rio de Janeiro	-2,0	29,7	14,6	1,4	9,8	12,2
São Paulo	0,9	16,8	13,9	-5,9	1,5	1,7
Paraná	-18,9	11,3	5,7	-5,3	2,6	4,2
Santa Catarina	1,2	-6,6	0,7	-0,6	8,7	8,1
Rio Grande do Sul	-12,5	-1,2	-2,7	-7,3	-1,6	1,7
Goiás	-3,6	17,3	15,6	-1,5	8,4	10,8
Distrito Federal	-10,6	19,7	19,0	9,2	7,0	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: Ago/2015

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

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

(1) Base: 2011 = 100

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Ago/2015

Unidade da Federação	Índice de receita (1)	Variação				
		Mensal (2)			Acumulada (3)	
		jun/15	jul/15	ago/15	no ano	12 Meses
Brasil	136,6	4,5	3,8	1,1	3,7	4,9
Rondônia	141,4	-0,2	2,2	-5,5	3,8	7,8
Acre	159,2	5,2	2,2	1,0	9,7	12,4
Amazonas	128,9	-0,2	1,4	0,7	0,9	2,0
Roraima	192,0	12,4	15,8	15,4	19,5	21,7
Pará	137,5	6,4	6,2	2,2	4,8	5,6
Amapá	138,8	-2,9	-11,0	-10,4	0,5	6,0
Tocantins	148,5	11,8	9,4	4,1	6,0	7,0
Maranhão	152,2	2,9	4,3	-0,7	2,8	5,1
Piauí	137,4	5,4	6,0	1,5	3,7	5,6
Ceará	143,3	2,1	3,6	2,1	3,2	5,2
Rio G. do Norte	146,0	5,5	4,6	1,6	5,2	6,5
Paraíba	131,2	-3,2	4,4	-6,2	-2,2	1,0
Pernambuco	138,4	1,7	0,1	-2,6	0,5	2,5
Alagoas	128,8	-1,2	-4,5	-7,9	-0,9	1,6
Sergipe	131,2	15,6	5,7	0,9	9,5	8,9
Bahia	132,9	2,5	1,1	-2,8	1,2	4,0
Minas Gerais	134,1	7,4	7,7	4,8	5,0	6,4
Espírito Santo	129,2	3,9	1,5	-1,7	1,8	3,6
Rio de Janeiro	140,8	3,9	4,5	2,7	5,7	7,2
São Paulo	136,1	3,9	3,2	0,9	3,6	4,2
Paraná	144,1	7,7	4,9	3,4	5,9	6,4
Santa Catarina	127,4	12,4	6,8	3,2	6,8	6,5
Rio Grande do Sul	136,3	3,8	1,9	-0,1	2,4	3,8
Mato Grosso do Sul	164,9	9,6	10,8	7,2	8,3	8,8
Mato Grosso	131,1	-0,3	2,7	-1,2	-0,1	2,3
Goiás	124,5	-1,6	-2,5	-3,4	-3,1	-0,6
Distrito Federal	126,5	3,4	5,0	0,2	2,7	3,1

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: Ago/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)	Acumulada (2)		Mensal (1)	Acumulada (2)			no ano	12 Meses
Brasil	1,1	3,7	4,9	3,9	5,4	6,0	4,9	6,1	6,3	4,5	6,0	6,3	-10,2	-3,4	-0,9
Ceará	2,1	3,2	5,2	5,5	11,1	13,7	0,6	1,7	2,8	0,9	1,8	2,9	-1,7	8,3	10,5
Pernambuco	-2,6	0,5	2,5	1,1	5,0	4,9	-0,4	1,5	2,0	-2,2	1,1	1,7	-17,3	-6,7	-0,8
Bahia	-2,8	1,2	4,0	-0,3	4,5	8,2	2,3	5,4	5,9	3,0	6,1	6,4	-17,2	-9,8	-5,1
Minas Gerais	4,8	5,0	6,4	5,6	7,4	7,3	8,8	8,1	8,7	8,7	8,0	8,6	-11,0	-3,3	-1,8
Espirito Santo	-1,7	1,8	3,6	-2,5	-4,2	-1,7	4,5	6,0	6,0	4,9	6,3	6,3	-13,5	-5,9	-1,8
Rio de Janeiro	2,7	5,7	7,2	3,8	6,9	7,0	6,5	7,0	7,9	6,0	6,7	7,9	-10,5	-3,5	-0,3
São Paulo	0,9	3,6	4,2	-1,4	-0,7	0,2	4,9	5,8	5,9	4,1	5,6	5,8	-12,2	-4,8	-3,1
Paraná	3,4	5,9	6,4	7,2	7,1	6,8	7,0	8,6	9,1	6,9	8,8	9,3	-6,9	-3,4	-1,9
Santa Catarina	3,2	6,8	6,5	8,7	9,6	8,9	2,3	6,7	5,5	2,5	7,1	5,5	5,1	4,1	5,9
Rio Grande do Sul	-0,1	2,4	3,8	2,4	3,6	4,9	4,0	5,6	6,0	3,9	5,4	5,9	-15,5	-7,1	-5,1
Goiás	-3,4	-3,1	-0,6	11,5	6,3	8,1	0,5	-4,0	-2,7	0,1	-4,5	-3,1	-11,8	-5,4	-3,1
Distrito Federal	0,2	2,7	3,1	8,4	14,7	13,9	1,4	3,2	3,2	0,3	2,6	2,8	-9,9	0,2	0,0

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

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

Mês: Ago/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	-10,1	-2,2	-2,1	3,2	7,4	9,4
Ceará	-29,4	-29,7	-21,8	16,6	7,7	10,4
Pernambuco	-30,4	-33,1	-26,3	17,0	11,4	13,4
Bahia	-34,9	-28,1	-24,2	-0,6	9,5	15,3
Minas Gerais	-24,6	-24,0	-19,9	16,5	7,6	10,0
Espirito Santo	-2,9	-10,5	-12,4	-16,3	-12,1	-10,7
Rio de Janeiro	4,4	27,4	12,3	8,1	14,7	17,5
São Paulo	-2,6	6,5	5,6	0,2	6,0	6,5
Paraná	-21,3	3,3	-2,1	1,0	7,9	9,3
Santa Catarina	-3,7	-15,2	-8,5	6,7	14,7	13,7
Rio Grande do Sul	-15,4	-9,4	-8,9	-2,5	2,5	5,8
Goiás	-5,5	11,4	11,0	1,7	12,1	15,1
Distrito Federal	-14,8	5,8	8,7	15,1	12,2	11,8

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

Mês: Ago/2015

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

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

(1) Base: 2011 = 100

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Ago/2015

Unidade da Federação	Índice de volume (2)	Variação				
		Mensal (3)			Acumulada (4)	
		jun/15	jul/15	ago/15	no ano	12 Meses
Brasil	98,0	-3,6	-7,0	-9,6	-6,9	-5,2
Rondônia	100,9	-10,0	-9,1	-13,0	-7,3	-2,0
Acre	111,5	-6,1	-17,0	-9,7	-6,8	-2,8
Amazonas	98,0	-4,8	-10,6	-12,5	-7,5	-4,4
Roraima	127,5	3,3	2,7	-0,5	3,8	7,8
Pará	105,4	-0,6	-6,5	-7,1	-3,0	-0,2
Amapá	95,9	-10,9	-18,5	-17,0	-7,1	-3,0
Tocantins	105,9	-9,1	-16,4	-14,9	-10,0	-3,0
Maranhão	103,7	-5,1	-10,6	-16,5	-6,4	-2,6
Piauí	103,4	-4,1	-6,5	-9,6	-6,2	-3,0
Ceará	101,1	-0,2	-4,9	-9,4	-4,5	-1,6
Rio G. do Norte	112,3	1,2	-3,4	-5,5	-2,6	-0,5
Paraíba	97,0	-13,8	-8,3	-17,0	-12,0	-7,0
Pernambuco	100,2	-5,3	-10,0	-12,8	-7,3	-4,3
Alagoas	99,6	-9,4	-13,0	-14,1	-8,1	-5,2
Sergipe	96,3	1,4	-8,0	-11,7	-2,9	-1,2
Bahia	100,7	-3,9	-7,8	-12,4	-7,2	-4,7
Minas Gerais	97,8	-8,0	-1,9	-13,0	-6,7	-4,1
Espirito Santo	73,8	-8,2	-17,6	-19,2	-13,7	-9,4
Rio de Janeiro	102,7	-2,9	-5,3	-8,7	-4,5	-1,7
São Paulo	96,7	-1,5	-5,1	-4,8	-6,2	-7,0
Paraná	99,5	-2,1	-9,2	-8,6	-7,1	-5,3
Santa Catarina	93,5	0,3	-7,9	-11,6	-6,9	-3,7
Rio Grande do Sul	96,1	-6,0	-12,2	-15,1	-10,3	-7,2
Mato Grosso do Sul	108,0	-2,2	-3,5	-6,0	-3,6	-2,2
Mato Grosso	107,7	-5,6	-9,5	-11,0	-9,1	-5,8
Goiás	93,4	-8,5	-13,6	-15,1	-12,2	-8,7
Distrito Federal	91,9	-6,0	-8,0	-13,5	-10,2	-7,6

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

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

(2) Base: 2011 = 100

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

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

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

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Ago/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	-9,6	-6,9	-5,2	-7,2	-3,9	-1,9	-4,8	-2,3	-1,7	-5,0	-2,2	-1,6	-13,7	-6,6	-4,3
Ceará	-9,4	-4,5	-1,6	-6,1	-2,8	0,9	-7,9	-5,6	-4,2	-7,4	-5,3	-3,9	-4,9	5,3	7,6
Pernambuco	-12,8	-7,3	-4,3	-12,9	-4,6	-2,2	-9,9	-5,9	-5,1	-11,2	-6,1	-5,4	-19,5	-10,0	-4,8
Bahia	-12,4	-7,2	-4,7	-20,4	-9,2	-5,2	-7,9	-2,7	-1,6	-6,9	-1,9	-1,1	-18,2	-11,5	-7,1
Minas Gerais	-13,0	-6,7	-4,1	-5,6	-3,3	-1,3	0,1	0,5	1,2	0,1	0,4	1,2	-13,8	-5,5	-5,1
Espirito Santo	-19,2	-13,7	-9,4	-12,6	-13,2	-9,5	-4,2	-2,8	-2,4	-4,0	-2,5	-2,1	-16,7	-9,7	-6,1
Rio de Janeiro	-8,7	-4,5	-1,7	-7,0	-3,2	-1,6	-3,1	-2,4	-1,1	-2,9	-2,3	-0,8	-13,8	-7,4	-4,7
São Paulo	-4,8	-6,2	-7,0	-7,8	-6,6	-5,2	-4,7	-2,4	-2,1	-5,1	-2,3	-2,0	-16,3	-7,6	-6,2
Paraná	-8,6	-7,1	-5,3	-1,2	0,9	1,7	-4,1	0,4	1,2	-4,2	0,6	1,4	-12,4	-8,3	-6,1
Santa Catarina	-11,6	-6,9	-3,7	0,3	3,4	3,8	-8,4	-1,3	-2,0	-8,1	-0,9	-2,0	-1,2	-0,7	2,0
Rio Grande do Sul	-15,1	-10,3	-7,2	-11,3	-6,2	-2,7	-7,6	-3,4	-2,6	-7,6	-3,4	-2,6	-18,4	-10,8	-8,7
Goiás	-15,1	-12,2	-8,7	2,5	-1,0	1,6	-10,3	-13,8	-11,5	-10,5	-14,2	-11,8	-14,2	-8,6	-6,2
Distrito Federal	-13,5	-10,2	-7,6	-3,1	3,5	4,3	-8,8	-5,6	-4,8	-9,4	-5,9	-5,0	-13,7	-5,6	-6,0

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

Mês: Ago/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	-18,6	-12,4	-8,2	-18,1	-13,8	-10,2	-18,8	-11,7	-7,3	1,1	4,2	5,6	-15,6	-9,2	-9,3
Ceará	-7,7	-6,4	-2,5	3,7	-3,5	0,3	-14,3	-8,1	-4,3	1,8	8,0	8,0	-8,5	-14,1	-15,2
Pernambuco	-23,2	-14,7	-9,3	-26,5	-16,3	-8,8	-21,2	-13,7	-9,5	3,0	6,8	8,0	-10,3	-6,4	-7,5
Bahia	-18,3	-13,2	-10,0	-13,4	-12,6	-9,1	-20,6	-13,5	-10,5	1,0	-1,8	2,9	4,0	-13,8	-13,7
Minas Gerais	-13,9	-11,5	-6,4	-22,5	-13,0	-12,6	-11,6	-11,1	-5,0	3,8	4,8	6,0	-14,9	-8,8	-9,9
Espírito Santo	-13,0	-3,7	2,2	-4,1	-9,1	-7,8	-19,4	1,0	11,1	-0,6	5,6	7,3	-12,3	-16,6	-11,7
Rio de Janeiro	-25,4	-16,6	-12,1	-20,5	-16,3	-14,9	-26,9	-16,8	-11,3	-1,5	3,6	5,2	-13,6	-7,3	-7,8
São Paulo	-20,5	-13,6	-10,5	-21,4	-19,3	-16,4	-20,0	-11,1	-8,0	2,2	6,0	7,2	-20,2	-9,2	-8,7
Paraná	-16,6	-9,4	-7,0	-21,3	-13,9	-10,1	-13,9	-6,6	-5,0	1,2	4,1	3,4	-22,7	-12,0	-14,7
Santa Catarina	-8,4	-3,9	-0,5	-22,1	-13,9	-7,4	-3,0	-0,1	2,1	4,9	5,6	6,9	-12,2	0,6	-2,8
Rio Grande do Sul	-17,4	-13,0	-8,5	-18,8	-12,6	-8,2	-16,7	-13,2	-8,7	-0,9	1,7	3,6	-9,8	-4,4	-4,4
Goiás	-21,7	-14,3	-8,8	-24,0	-16,4	-12,8	-20,8	-13,6	-7,4	-1,6	1,7	3,7	-14,1	-14,7	-13,9
Distrito Federal	-23,8	-24,4	-21,8	-16,2	-7,3	-1,7	-26,6	-29,4	-27,4	-3,2	-2,8	-1,6	-18,5	-13,8	-13,3

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

Mês: Ago/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	-7,1	5,9	4,7	-2,9	2,6	4,4	-15,7	-15,4	-12,9	-9,1	-5,6	-3,8
Ceará	-24,4	-23,5	-17,3	8,7	2,3	5,2	-18,6	-9,7	-4,8	-11,7	3,2	4,2
Pernambuco	-30,6	-28,7	-19,3	10,9	6,5	8,4	-20,0	-11,9	-7,3	-10,4	-6,3	-4,5
Bahia	-28,7	-22,2	-18,2	-4,3	5,7	10,8	-13,5	-10,9	-8,5	-9,6	-2,7	-3,4
Minas Gerais	-21,0	-21,2	-19,0	10,2	2,5	4,2	-29,7	-15,3	-11,1	-9,0	-8,4	-6,1
Espirito Santo	-4,0	-6,4	-9,2	-20,7	-16,0	-14,9	-33,8	-24,1	-16,7	-9,6	-9,8	-9,3
Rio de Janeiro	-2,0	29,7	14,6	1,4	9,8	12,2	-15,1	-11,1	-6,0	-9,9	-3,7	-1,2
São Paulo	0,9	16,8	13,9	-5,9	1,5	1,7	3,5	-14,8	-19,1	-9,8	-8,5	-6,7
Paraná	-18,9	11,3	5,7	-5,3	2,6	4,2	-12,6	-17,2	-13,2	-11,8	-6,7	-6,7
Santa Catarina	1,2	-6,6	0,7	-0,6	8,7	8,1	-21,2	-17,9	-10,5	-4,5	0,7	2,4
Rio Grande do Sul	-12,5	-1,2	-2,7	-7,3	-1,6	1,7	-27,3	-21,9	-16,1	-11,3	-5,9	-2,9
Goiás	-3,6	17,3	15,6	-1,5	8,4	10,8	-24,0	-19,3	-14,1	-6,1	0,5	0,3
Distrito Federal	-10,6	19,7	19,0	9,2	7,0	6,5	-25,6	-19,1	-13,8	-6,1	-10,0	-7,4

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

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

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

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

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

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Ago/2015

Unidade da Federação	Comércio Varejista Ampliado												
	ago/14	set/14	out/14	nov/14	dez/14	jan/15	fev/15	mar/15	abr/15	mai/15	jun/15	jul/15	ago/15
Brasil	108,4	107,2	113,3	114,0	133,2	106,4	91,7	103,3	97,8	100,0	96,8	100,3	98,0
Rondônia	116,0	113,4	119,0	116,9	139,6	102,6	89,9	102,2	99,1	102,5	99,6	107,5	100,9
Acre	123,5	128,2	130,6	133,6	164,8	113,9	102,5	115,5	111,9	116,6	113,5	118,8	111,5
Amazonas	112,0	108,1	115,0	115,7	125,0	103,7	89,7	97,8	95,3	96,7	94,2	97,4	98,0
Roraima	128,2	133,7	139,9	134,1	162,3	132,8	116,0	131,4	129,7	132,5	123,9	135,4	127,5
Pará	113,5	113,4	129,8	122,2	150,4	111,7	97,6	113,4	105,7	110,9	107,2	110,4	105,4
Amapá	115,6	112,9	118,2	121,9	139,9	115,4	98,5	102,9	97,4	101,0	96,8	97,6	95,9
Tocantins	124,5	126,7	137,7	142,3	137,2	106,6	96,6	114,4	107,6	108,6	108,3	108,8	105,9
Maranhão	124,2	120,6	132,9	124,9	146,8	117,3	99,4	116,4	109,5	107,2	103,3	109,1	103,7
Piauí	114,4	114,6	122,7	123,0	142,7	112,9	96,4	111,5	101,7	107,5	103,8	110,4	103,4
Ceará	111,6	115,8	116,0	118,8	138,4	113,7	93,2	105,7	102,6	107,8	102,2	107,2	101,1
Rio G. do Norte	118,8	119,0	123,1	126,5	152,5	116,9	102,5	116,3	107,8	112,0	108,5	115,0	112,3
Paraíba	116,8	118,6	123,7	130,5	142,2	112,0	90,6	102,9	96,5	102,1	98,3	107,8	97,0
Pernambuco	114,9	112,3	118,9	123,4	148,8	116,5	97,3	109,0	99,6	104,0	98,1	103,4	100,2
Alagoas	115,9	117,3	125,5	128,2	160,3	122,0	99,7	113,9	107,3	109,4	96,9	102,5	99,6
Sergipe	109,1	109,7	114,2	117,9	139,6	115,8	100,1	112,6	106,1	104,4	102,3	99,0	96,3
Bahia	114,9	111,1	116,2	117,0	139,9	112,0	94,6	108,5	98,3	104,3	99,4	103,6	100,7
Minas Gerais	112,4	102,5	106,5	106,2	118,3	99,6	86,7	99,0	96,2	96,6	95,2	99,8	97,8
Espirito Santo	91,3	93,8	95,8	95,0	109,3	93,5	74,9	86,1	76,5	79,8	76,2	79,7	73,8
Rio de Janeiro	112,5	112,2	118,6	118,4	141,5	112,4	94,4	105,3	98,7	102,6	98,7	104,2	102,7
São Paulo	101,6	100,5	106,0	109,3	127,7	100,4	90,5	100,5	96,8	98,4	95,5	97,5	96,7
Paraná	108,9	109,7	118,3	117,1	134,0	113,8	93,8	106,6	99,1	100,4	97,0	101,5	99,5
Santa Catarina	105,8	105,1	116,1	114,6	142,7	109,9	92,0	100,9	96,0	97,0	94,5	96,6	93,5
Rio Grande do Sul	113,2	115,8	120,8	121,8	144,4	107,9	91,0	107,4	100,4	100,4	96,9	98,9	96,1
Mato Grosso do Sul	114,9	115,5	122,9	120,7	144,8	114,8	101,6	112,3	107,8	110,0	105,8	111,4	108,0
Mato Grosso	121,0	122,7	128,6	121,5	134,3	109,3	96,0	111,8	100,9	105,5	107,7	112,7	107,7
Goiás	110,0	110,2	118,5	112,9	119,8	107,3	88,6	100,8	93,7	97,3	94,2	96,4	93,4
Distrito Federal	106,3	103,0	106,3	106,7	119,5	100,4	87,3	97,8	91,9	94,6	92,3	94,3	91,9

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: Ago/2015

Unidade da Federação	Índice de receita (2)	Variação				
		Mensal (3)			Acumulada (4)	
		jun/15	jul/15	ago/15	no ano	12 Meses
Brasil	119,1	3,0	-0,1	-2,5	-0,7	0,8
Rondônia	116,3	-5,1	-3,9	-8,8	-2,6	2,5
Acre	131,6	0,0	-10,8	-4,0	-1,0	2,6
Amazonas	116,4	1,0	-4,4	-6,3	-2,3	0,2
Roraima	154,8	10,2	9,7	6,7	10,6	14,0
Pará	125,9	5,5	0,2	-1,3	2,4	4,5
Amapá	114,3	-4,9	-13,1	-11,4	-1,8	2,1
Tocantins	125,1	-1,5	-8,9	-7,9	-3,3	2,9
Maranhão	125,7	1,4	-3,4	-8,9	-0,3	3,0
Piauí	126,8	2,4	0,8	-2,2	-0,1	2,6
Ceará	123,3	5,1	1,5	-2,5	1,0	3,5
Rio G. do Norte	136,3	7,2	3,3	1,4	3,4	5,0
Paraíba	116,0	-8,3	-3,0	-11,4	-6,9	-2,1
Pernambuco	121,9	0,6	-3,9	-6,5	-2,0	0,7
Alagoas	119,0	-3,7	-7,5	-8,7	-3,0	-0,4
Sergipe	119,9	9,4	-1,1	-4,7	3,4	4,6
Bahia	122,3	2,9	-0,5	-5,0	-1,1	1,4
Minas Gerais	115,7	-1,2	4,3	-5,8	-0,9	1,3
Espirito Santo	89,9	-1,8	-10,8	-12,2	-7,5	-3,7
Rio de Janeiro	127,8	3,7	1,8	-1,5	2,1	4,4
São Paulo	117,8	4,6	1,5	1,8	-0,2	-0,8
Paraná	122,2	4,9	-1,7	-0,9	-0,6	0,6
Santa Catarina	114,3	8,1	0,2	-3,3	0,2	2,5
Rio Grande do Sul	117,6	1,0	-4,3	-6,4	-3,7	-1,3
Mato Grosso do Sul	132,3	5,8	5,0	2,2	4,0	4,7
Mato Grosso	128,0	0,8	-2,1	-4,3	-2,5	0,2
Goiás	110,7	-2,1	-6,8	-9,0	-6,0	-3,1
Distrito Federal	109,9	1,4	-0,2	-5,6	-3,1	-1,3

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: Ago/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)	no ano	12 Meses	Mensal (2)	no ano	12 Meses		no ano	12 Meses
Brasil	-2,5	-0,7	0,8	3,9	5,4	6,0	4,9	6,1	6,3	4,5	6,0	6,3	-10,2	-3,4	-0,9
Ceará	-2,5	1,0	3,5	5,5	11,1	13,7	0,6	1,7	2,8	0,9	1,8	2,9	-1,7	8,3	10,5
Pernambuco	-6,5	-2,0	0,7	1,1	5,0	4,9	-0,4	1,5	2,0	-2,2	1,1	1,7	-17,3	-6,7	-0,8
Bahia	-5,0	-1,1	1,4	-0,3	4,5	8,2	2,3	5,4	5,9	3,0	6,1	6,4	-17,2	-9,8	-5,1
Minas Gerais	-5,8	-0,9	1,3	5,6	7,4	7,3	8,8	8,1	8,7	8,7	8,0	8,6	-11,0	-3,3	-1,8
Espirito Santo	-12,2	-7,5	-3,7	-2,5	-4,2	-1,7	4,5	6,0	6,0	4,9	6,3	6,3	-13,5	-5,9	-1,8
Rio de Janeiro	-1,5	2,1	4,4	3,8	6,9	7,0	6,5	7,0	7,9	6,0	6,7	7,9	-10,5	-3,5	-0,3
São Paulo	1,8	-0,2	-0,8	-1,4	-0,7	0,2	4,9	5,8	5,9	4,1	5,6	5,8	-12,2	-4,8	-3,1
Paraná	-0,9	-0,6	0,6	7,2	7,1	6,8	7,0	8,6	9,1	6,9	8,8	9,3	-6,9	-3,4	-1,9
Santa Catarina	-3,3	0,2	2,5	8,7	9,6	8,9	2,3	6,7	5,5	2,5	7,1	5,5	5,1	4,1	5,9
Rio Grande do Sul	-6,4	-3,7	-1,3	2,4	3,6	4,9	4,0	5,6	6,0	3,9	5,4	5,9	-15,5	-7,1	-5,1
Goiás	-9,0	-6,0	-3,1	11,5	6,3	8,1	0,5	-4,0	-2,7	0,1	-4,5	-3,1	-11,8	-5,4	-3,1
Distrito Federal	-5,6	-3,1	-1,3	8,4	14,7	13,9	1,4	3,2	3,2	0,3	2,6	2,8	-9,9	0,2	0,0

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

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

Mês: Ago/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	-10,1	-2,2	-2,1	3,2	7,4	9,4	-11,1	-11,4	-9,3	-4,5	-0,9	1,0
Ceará	-29,4	-29,7	-21,8	16,6	7,7	10,4	-13,1	-6,3	-2,2	-9,6	5,7	7,5
Pernambuco	-30,4	-33,1	-26,3	17,0	11,4	13,4	-16,9	-8,6	-4,0	-9,3	-3,3	-0,3
Bahia	-34,9	-28,1	-24,2	-0,6	9,5	15,3	-10,9	-8,4	-6,2	-6,9	0,8	2,0
Minas Gerais	-24,6	-24,0	-19,9	16,5	7,6	10,0	-27,0	-13,5	-9,8	-3,7	-3,6	-1,1
Espirito Santo	-2,9	-10,5	-12,4	-16,3	-12,1	-10,7	-29,0	-20,5	-13,7	-5,1	-4,8	-3,8
Rio de Janeiro	4,4	27,4	12,3	8,1	14,7	17,5	-10,5	-7,3	-2,8	-6,8	0,6	3,5
São Paulo	-2,6	6,5	5,6	0,2	6,0	6,5	7,3	-10,6	-15,0	-2,9	-3,2	-1,8
Paraná	-21,3	3,3	-2,1	1,0	7,9	9,3	-5,9	-11,6	-8,4	-8,3	-3,3	-3,1
Santa Catarina	-3,7	-15,2	-8,5	6,7	14,7	13,7	-14,6	-11,9	-5,2	2,0	6,9	8,7
Rio Grande do Sul	-15,4	-9,4	-8,9	-2,5	2,5	5,8	-20,8	-17,3	-12,5	-5,9	-1,0	1,6
Goiás	-5,5	11,4	11,0	1,7	12,1	15,1	-19,9	-14,0	-9,7	-1,0	6,8	7,1
Distrito Federal	-14,8	5,8	8,7	15,1	12,2	11,8	-19,2	-14,7	-10,5	-4,0	-5,2	-1,9

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: Ago/2015

Unidade da Federação	Comércio varejista ampliado												
	ago/14	set/14	out/14	nov/14	dez/14	jan/15	fev/15	mar/15	abr/15	mai/15	jun/15	jul/15	ago/15
Brasil	122,1	120,9	128,5	129,6	153,2	123,0	107,9	122,1	116,8	120,4	116,8	121,5	119,1
Rondônia	127,5	124,0	130,4	129,0	155,8	115,0	101,8	115,9	113,1	118,1	114,5	123,5	116,3
Acre	137,1	141,4	144,1	148,5	184,6	129,6	118,0	133,8	129,9	136,3	132,8	138,5	131,6
Amazonas	124,2	119,8	127,4	129,2	141,8	117,6	103,2	113,2	111,1	113,7	111,0	114,5	116,4
Roraima	145,1	150,9	158,7	153,7	187,2	154,6	136,9	156,4	154,8	159,9	150,0	162,5	154,8
Pará	127,5	126,8	145,7	137,7	172,0	128,1	113,1	132,6	124,4	131,9	127,3	131,2	125,9
Amapá	129,0	125,9	132,0	137,3	159,1	131,1	113,9	120,2	114,4	119,6	115,0	115,7	114,3
Tocantins	135,9	137,7	150,0	156,6	153,9	120,4	111,2	132,0	125,6	127,6	126,6	128,3	125,1
Maranhão	138,0	134,1	147,9	140,6	167,4	134,4	115,7	135,3	128,6	127,7	123,7	131,1	125,7
Piauí	129,6	129,6	139,1	140,2	164,9	132,1	114,1	131,5	121,4	129,2	125,5	134,0	126,8
Ceará	126,4	130,1	131,4	135,2	159,2	131,7	109,9	124,7	121,8	129,1	123,2	129,5	123,3
Rio G. do Norte	134,4	134,1	139,6	144,4	175,4	135,9	121,0	137,2	128,7	134,8	131,2	139,1	136,3
Paraíba	130,9	132,4	138,4	146,3	161,5	126,6	105,1	119,2	112,7	120,4	117,1	127,2	116,0
Pernambuco	130,4	127,1	134,8	140,6	170,7	132,9	113,5	126,8	117,1	123,6	118,6	124,6	121,9
Alagoas	130,3	131,4	140,8	144,8	182,2	138,0	115,7	131,8	124,9	128,9	116,1	122,0	119,0
Sergipe	125,8	126,4	131,6	136,7	162,1	134,3	119,3	134,0	128,3	128,3	127,3	122,3	119,9
Bahia	128,8	126,2	132,7	133,9	160,8	128,9	111,9	128,7	117,6	125,1	120,3	125,1	122,3
Minas Gerais	122,8	114,2	119,3	118,8	134,9	113,6	100,3	114,5	112,5	113,7	112,0	118,2	115,7
Espirito Santo	102,4	105,2	108,2	107,1	125,3	107,6	88,1	101,1	91,5	95,9	91,8	96,5	89,9
Rio de Janeiro	129,7	129,0	137,3	136,7	166,3	132,8	114,5	127,5	121,1	126,9	122,2	129,2	127,8
São Paulo	115,7	114,6	121,6	125,4	147,8	116,9	106,6	119,1	115,8	118,9	115,5	118,5	117,8
Paraná	123,3	124,0	134,0	132,8	153,6	131,6	110,9	126,4	119,2	121,8	118,3	124,1	122,2
Santa Catarina	118,2	117,3	131,1	129,5	162,3	126,9	108,7	119,6	115,5	117,3	114,9	117,6	114,3
Rio Grande do Sul	125,7	128,5	135,5	136,9	163,6	123,0	105,9	126,1	119,5	120,6	116,7	120,3	117,6
Mato Grosso do Sul	129,4	129,1	138,3	137,7	167,1	133,9	120,6	134,6	130,0	133,5	128,1	135,7	132,3
Mato Grosso	133,8	134,0	141,2	135,9	152,2	124,7	112,2	131,0	119,2	125,2	126,5	133,5	128,0
Goiás	121,6	120,9	130,6	124,8	135,0	121,8	102,5	117,0	109,8	114,6	110,5	114,0	110,7
Distrito Federal	116,4	113,5	117,8	118,4	134,0	113,3	100,4	113,9	107,9	111,7	109,2	112,5	109,9

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: Ago/2015

Unidade da Federação	Índice de Base Fixa (1)			Variação mês/mês anterior		
	jun/15	jul/15	ago/15	jun/15	jul/15	ago/15
Brasil	110,8	109,0	108,0	-0,6	-1,6	-0,9
Rondônia	118,2	117,4	115,6	-1,8	-0,7	-1,5
Acre	130,5	128,2	128,7	-2,0	-1,8	0,4
Amazonas	100,3	100,4	100,4	-0,7	0,1	0,0
Roraima	149,4	153,5	152,1	-2,7	2,7	-0,9
Pará	112,1	112,5	109,3	-1,4	0,4	-2,8
Amapá	117,3	112,2	110,9	-4,1	-4,3	-1,2
Tocantins	129,1	128,2	122,5	0,9	-0,7	-4,4
Maranhão	120,4	120,1	119,3	-0,7	-0,2	-0,7
Piauí	109,1	108,0	107,4	0,0	-1,0	-0,6
Ceará	114,9	113,7	113,9	-1,3	-1,0	0,2
Rio G. do Norte	117,3	115,8	114,7	0,5	-1,3	-0,9
Paraíba	112,9	114,1	108,5	2,0	1,1	-4,9
Pernambuco	112,9	110,6	109,3	0,0	-2,0	-1,2
Alagoas	110,0	107,8	104,2	-4,0	-2,0	-3,3
Sergipe	114,0	105,5	103,2	1,4	-7,5	-2,2
Bahia	109,6	107,2	105,3	0,0	-2,2	-1,8
Minas Gerais	108,5	108,1	107,9	0,8	-0,4	-0,2
Espirito Santo	105,9	104,3	103,0	0,4	-1,5	-1,2
Rio de Janeiro	109,0	108,7	108,3	-1,1	-0,3	-0,4
São Paulo	111,2	109,5	108,0	-1,0	-1,5	-1,4
Paraná	116,9	114,8	114,4	-0,6	-1,8	-0,3
Santa Catarina	111,1	107,1	104,9	1,2	-3,6	-2,1
Rio Grande do Sul	110,0	107,3	107,2	-0,9	-2,5	-0,1
Mato Grosso do Sul	135,1	134,4	134,9	0,8	-0,5	0,4
Mato Grosso	107,9	107,7	105,7	-0,2	-0,2	-1,9
Goiás	104,5	102,8	102,3	-0,2	-1,6	-0,5
Distrito Federal	102,1	101,5	99,9	-1,2	-0,6	-1,6

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: Ago/2015

Unidade da Federação	Índice de Base Fixa (1)			Variação mês/mês anterior		
	jun/15	jul/15	ago/15	jun/15	jul/15	ago/15
Brasil	140,4	140,0	139,7	0,6	-0,3	-0,2
Rondônia	143,8	143,6	142,4	-0,8	-0,1	-0,8
Acre	162,4	160,0	162,5	-1,1	-1,5	1,6
Amazonas	124,8	126,0	126,9	-0,1	1,0	0,7
Roraima	189,7	195,5	195,4	-1,8	3,1	-0,1
Pará	143,2	143,9	141,9	0,2	0,5	-1,4
Amapá	144,0	138,4	138,0	-3,2	-3,9	-0,3
Tocantins	156,2	156,2	150,4	1,4	0,0	-3,7
Maranhão	153,4	154,0	154,4	0,1	0,4	0,3
Piauí	139,1	138,9	138,9	0,9	-0,1	0,0
Ceará	145,4	145,0	146,5	-0,8	-0,3	1,0
Rio G. do Norte	148,3	147,3	147,1	1,2	-0,7	-0,1
Paraíba	139,0	141,4	135,8	2,8	1,7	-4,0
Pernambuco	141,3	140,4	140,2	1,1	-0,6	-0,1
Alagoas	138,3	136,9	132,7	-2,5	-1,0	-3,1
Sergipe	148,7	135,4	135,1	3,5	-8,9	-0,2
Bahia	136,5	135,9	135,3	-0,1	-0,4	-0,4
Minas Gerais	136,0	137,0	137,5	1,6	0,7	0,4
Espirito Santo	135,2	134,7	133,3	1,2	-0,4	-1,0
Rio de Janeiro	142,0	142,8	143,6	0,1	0,6	0,6
São Paulo	140,2	139,3	138,8	0,4	-0,6	-0,4
Paraná	148,3	147,7	148,5	0,7	-0,4	0,5
Santa Catarina	142,3	136,6	136,0	2,8	-4,0	-0,4
Rio Grande do Sul	140,4	139,4	140,3	0,5	-0,7	0,6
Mato Grosso do Sul	169,2	171,1	171,8	2,7	1,1	0,4
Mato Grosso	131,5	133,3	132,6	0,4	1,4	-0,5
Goiás	128,2	126,8	127,3	0,9	-1,1	0,4
Distrito Federal	128,4	128,1	126,7	0,4	-0,2	-1,1

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

(1) Base: 2011 = 100

Atualizado em 14/10/2015 às 9:00h