

# **Indicadores IBGE**

Pesquisa Mensal de Comércio  
**outubro 2016**

Presidente da República  
Michel Miguel Elias Temer Lulia

Ministro do Planejamento, Desenvolvimento e Gestão (interino)  
Dyogo Henrique de Oliveira

## **INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE**

Presidente  
Paulo Rabello de Castro

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  
José Sant'Anna Bevilacqua

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  
Carla Rodrigues Rocha  
Elson Renato de Carvalho Dantas  
Guilherme Silva Telles Junior  
Isabella Nunes Pereira  
Julio Cesar de Castro Ramos  
Paulo Cesar Casal de Oliveira  
Pedro Luiz de Souza Quintsir  
Renata da Motta e Silva

Análise de Resultados e Elaboração de Comentários  
Isabella Nunes Pereira

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 extrativas e 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

\* O último fascículo divulgado corresponde a fevereiro de 2016.

\*\* 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.

\*\*\* O último fascículo divulgado corresponde a dezembro de 2015.

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	

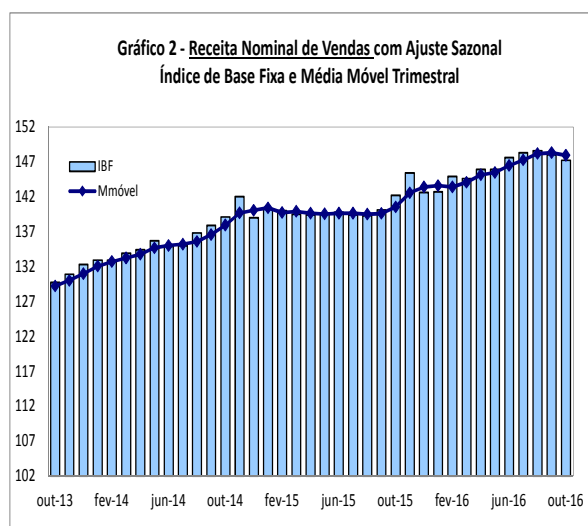
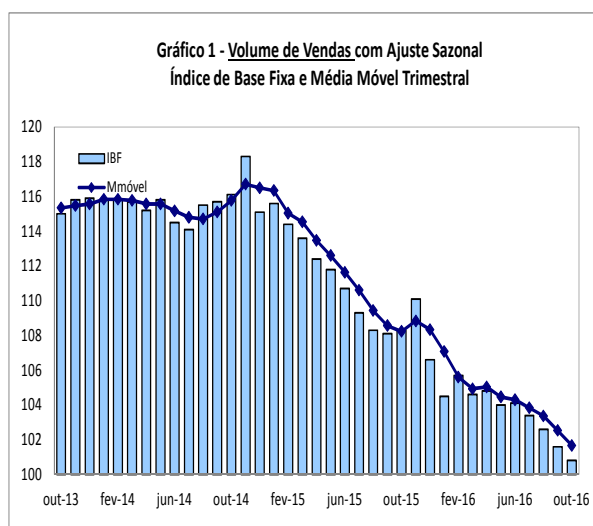
Atividades da PMC	Itens da PMC	Itens do IPCA	Peso nos Itens da PMC
7-Equipamentos e Material para escritório, informática e comunicação	4751-2	IPCA (cód. 3202028 )	1
	4752-1	IPCA (cód. 9101019)	1
	4789-0	IPCA (cód: IG)	1
8-Livros, jornais, revistas e papelaria	4761-0	IPCA (cód: 8102005)	0,18507
		IPCA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

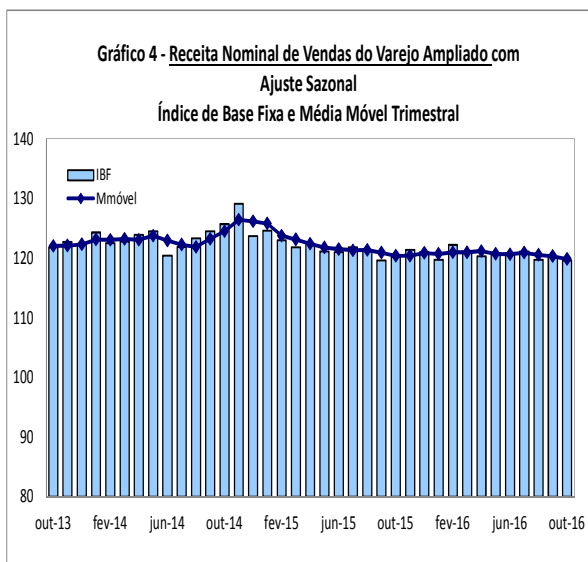
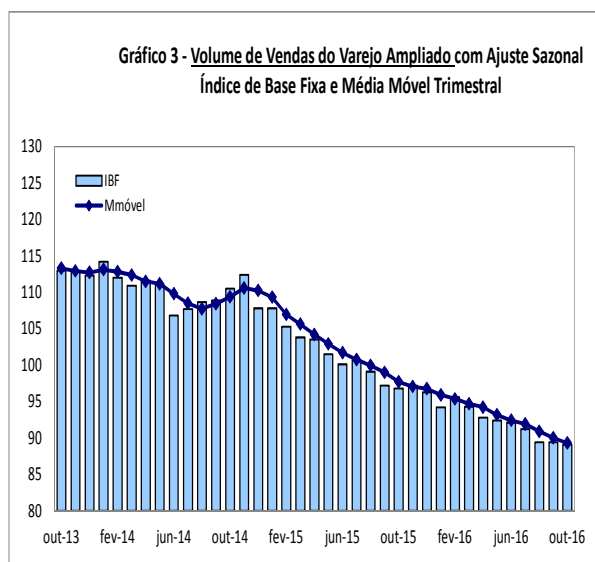
## COMENTÁRIOS

Em outubro de 2016, o volume de vendas no **comércio varejista** nacional recuou 0,8% frente ao mês imediatamente anterior, na série livre de influências sazonais, quarto resultado negativo consecutivo, período que o varejo acumula perda de 3,2%. Nessa mesma comparação, para receita nominal de vendas, o recuo foi de 0,5% frente a setembro. Com esse resultado, a variação da média móvel trimestral para o volume mantém ritmo de queda, repetindo a variação de -0,8% em outubro, e registrando um decréscimo de 0,2% para receita nominal, após estabilidade observada no mês passado (0,1%) (Gráficos 1 e 2).



Nas demais comparações com séries sem ajuste sazonal, o total do varejo registrou, em termos de volume de vendas, queda de 8,2% no confronto com outubro de 2015, décima nona taxa negativa consecutiva nessa comparação e a mais intensa desde maio de 2016 (-9,0%). Assim, no acumulado dos dez primeiros meses do ano, o comércio varejista recuou 6,7% frente a igual período de 2015. Para os mesmos indicadores, a receita nominal de vendas apresentou taxas de variação de 1,9% sobre outubro de 2015 e 4,8% no acumulado do ano, respectivamente. O indicador acumulado nos últimos doze meses, com recuo de 6,8% em outubro de 2016 para o volume de vendas, assinalou a perda mais intensa desde o início da série histórica em 2001 (Tabelas 1 e 2).

O **comércio varejista ampliado**, que além do varejo inclui as atividades de *Veículos, motos, partes e peças* e de *Material de construção*, registrou variação de -0,3% na passagem de setembro para outubro, na série ajustada sazonalmente, após estabilidade no mês anterior. Quanto à receita nominal, a variação de -0,5% foi registrada após avanço de 0,4% (Gráficos 3 e 4).



Em relação a outubro de 2015, o varejo ampliado recuou 10,0% o volume de vendas e de 2,7% a receita nominal de vendas. No que tange às taxas acumuladas, os resultados foram: -9,3% no ano e -9,8% nos últimos 12 meses, para o volume de vendas, e de -0,8% e -1,4% para a receita nominal, respectivamente (Tabelas 1 e 2).

## RESULTADOS SETORIAIS

O recuo de 0,8% para o volume de **vendas no varejo** na passagem de setembro para outubro foi sustentado pelo desempenho negativo dos setores de *Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* (-0,6%); *Combustíveis e lubrificantes* (-1,7%) e, em menor medida, *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos* (-0,1%). Com taxas positivas, por ordem de magnitude, figuram: *Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação* (7,1%), *Outros artigos de uso pessoal e doméstico* (0,8%), *Tecidos, vestuário e calçados* (0,5%) e *Livros, jornais, revistas e papelaria* (0,4%). O setor de *Móveis e eletrodomésticos* (0,0%) registrou estabilidade no volume de vendas, após acumular perda de 9,5% entre fevereiro e setembro. Considerando o **comercio varejista ampliado**, observa-se recuo de 0,3% entre setembro e outubro. Esse resultado foi influenciado pela queda de *Veículos e motos, partes e peças* (-0,3%), na comparação frente ao mês imediatamente anterior, ainda que *Material de construção* (-4,0%) tenha ampliado o recuo em relação ao resultado de setembro (-3,1%) (Tabela 1).

TABELA 1  
BRASIL - INDICADORES DO VOLUME DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA E COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO,  
SEGUNDO GRUPOS DE ATIVIDADES: PMC - Outubro 2016

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

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 igual mês do ano anterior (série sem ajuste), o volume de **vendas do varejo** recuou 8,2% em outubro de 2016, com perfil generalizado de queda entre as atividades investigadas. Vale citar que outubro de 2016 (20 dias úteis) teve um dia útil a menos do que igual mês do ano anterior (21 dias úteis). Entre as atividades, *Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo*, com queda de 6,5%, exerceu a maior influência negativa na formação do resultado global do varejo, seguido por *Móveis e eletrodomésticos* (-13,3%) e *Combustíveis e lubrificantes* (-10,4%). Em outubro, o desempenho dos três setores juntos responde por cerca de 70,0% da taxa global do varejo. Os resultados, nas demais atividades, foram: *Tecidos, vestuário e calçados* (-12,1%); *Outros artigos de uso pessoal e doméstico* (-7,6%); *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos* (-6,1%), *Livros, jornais, revistas e papelaria*, (-17,3%); e *Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação* (-6,7%), conforme Tabela 3.



O segmento de *Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* exerceu a maior influência na formação da taxa global do varejo com variação de -6,5% frente a outubro de 2015, vigésima primeira taxa negativa consecutiva e a mais acentuada desde junho de 2003 (-8,6%). Esse desempenho reflete a redução contínua da massa real recebida entre os trimestres encerrado em outubro de 2015 e em outubro de 2016<sup>1</sup>. A essencialidade dos produtos comercializados nesse setor é o principal fator que explica o desempenho acima da média deste segmento. O resultado do setor, em termos de acumulados nos dez primeiros meses do ano, foi de -3,3% e nos últimos 12 meses, de -3,5%.

A atividade de *Móveis e eletrodomésticos*, com queda de 13,3% no volume de vendas em relação a outubro do ano passado, exerceu o segundo maior impacto negativo na formação da taxa global do varejo. Em termos acumulados, as variações do setor foram de -13,6% para os dez primeiros meses do ano e de -14,3% para os últimos 12 meses. Com uma dinâmica de vendas associada à disponibilidade de crédito, os resultados do setor, abaixo da média geral, foram influenciados principalmente pela elevação da taxa de juros nas operações de crédito às pessoas físicas entre outubro de 2016 e outubro de 2015<sup>2</sup>.

*Combustíveis e lubrificantes*, com queda de 10,4% no volume de vendas em relação a outubro de 2015, representou a terceira maior contribuição negativa no resultado total do varejo. Em termos acumulados, as taxas da atividade foram de -9,8% para os dez primeiros meses do ano e de -10,0% nos últimos 12 meses.

O setor de *Tecidos, vestuário e calçados*, que registrou variação no volume de vendas de -12,1% ocupou a quarta posição na participação na taxa do comércio varejista. Em termos acumulados, os resultados foram de -11,4% para os dez primeiros meses do ano e de -11,5% para os últimos 12 meses.

A atividade de *Outros artigos de uso pessoal e doméstico*, que engloba segmentos como lojas de departamentos, ótica, joalheria, artigos esportivos, brinquedos, etc., apresentou recuo de 7,6% no volume de vendas em outubro com relação a igual mês do ano anterior, décimo quarto resultado negativo nessa comparação, sendo responsável pela quinta maior influência na taxa global do varejo. No que se referem aos indicadores acumulados, as variações foram: -11,3% no período de janeiro a outubro, e de -10,3% nos últimos 12 meses. O desempenho negativo desta atividade reflete a redução do poder de compra das famílias, consequência da queda real da renda entre outubro de 2015 e outubro de 2016.

---

<sup>1</sup> Massa dos rendimentos reais habitualmente recebidos: de -1,4% no tri móvel ago-set-out/2015 para -3,2% no tri móvel ago-set-out/2016, segundo IBGE/COREN

<sup>2</sup> Taxa de juros no crédito às famílias: de 38,7% a.a. em out/2015 para 42,7% a.a em out/2016, segundo boletim do Banco Central

TABELA 2  
BRASIL - INDICADORES DA RECEITA NOMINAL DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA E COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO,  
SEGUNDO GRUPOS DE ATIVIDADES: PMC - Outubro 2016

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

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 *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria* registrou variação no volume de vendas de -6,1% sobre outubro de 2015. No acumulado dos primeiros dez meses do ano e dos últimos 12 meses, as variações registraram os menores recuos entre todas as atividades pesquisadas: -1,5% e -0,8%, respectivamente.

A atividade de *Livros, jornais, revistas e papelaria, papelaria* influenciou negativamente o resultado total do varejo, apresentando variação no volume de vendas de -17,3% sobre outubro de 2015, e taxas acumuladas de -17,0% nos dez primeiros meses do ano e de -16,8% nos últimos 12 meses. A trajetória declinante desta atividade vem sendo influenciada, em especial no que tange a jornais e revistas, por certa substituição dos produtos impressos pelos de meio eletrônico.

O setor de Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação obteve recuo de 6,7% no volume de vendas em outubro. Ainda assim, as taxas acumuladas foram de: 14,1% no ano e 13,5% nos últimos 12 meses. Os últimos resultados negativos refletem não só o quadro de redução de renda real e elevação dos juros, como também, especialmente para informática e comunicação, a influência da valorização da taxa de câmbio, na medida em que muitos componentes ainda são importados.

TABELA 3  
BRASIL - COMPOSIÇÃO DA TAXA MENSAL DO COMÉRCIO VAREJISTA, POR ATIVIDADES: PMC - Outubro 2016  
(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	-8,2	-8,2	-10,0	-10,0
1 - Combustíveis e lubrificantes	-10,4	-1,0	-10,4	-0,7
2 - Hiper, supermercados, prods. alimentícios, bebidas e fumo	-6,5	-3,4	-6,5	-2,2
3 - Tecidos, vest. e calçados	-12,1	-0,9	-12,1	-0,6
4 - Móveis e eletrodomésticos	-13,3	-1,4	-13,3	-0,9
5 - Artigos farmacêuticos, med., ortop. e de perfumaria	-6,1	-0,5	-6,1	-0,3
6 - Livros, jornais, rev. e papelaria	-17,3	-0,1	-17,3	-0,1
7 - Equip. e mat. para escritório informática e comunicação	-6,7	-0,1	-6,7	-0,1
8 - Outros arts. de uso pessoal e doméstico	-7,6	-0,8	-7,6	-0,5
9 - Veículos e motos, partes e peças	-	-	-13,5	-3,4
10- Material de construção	-	-	-13,8	-1,3

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

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

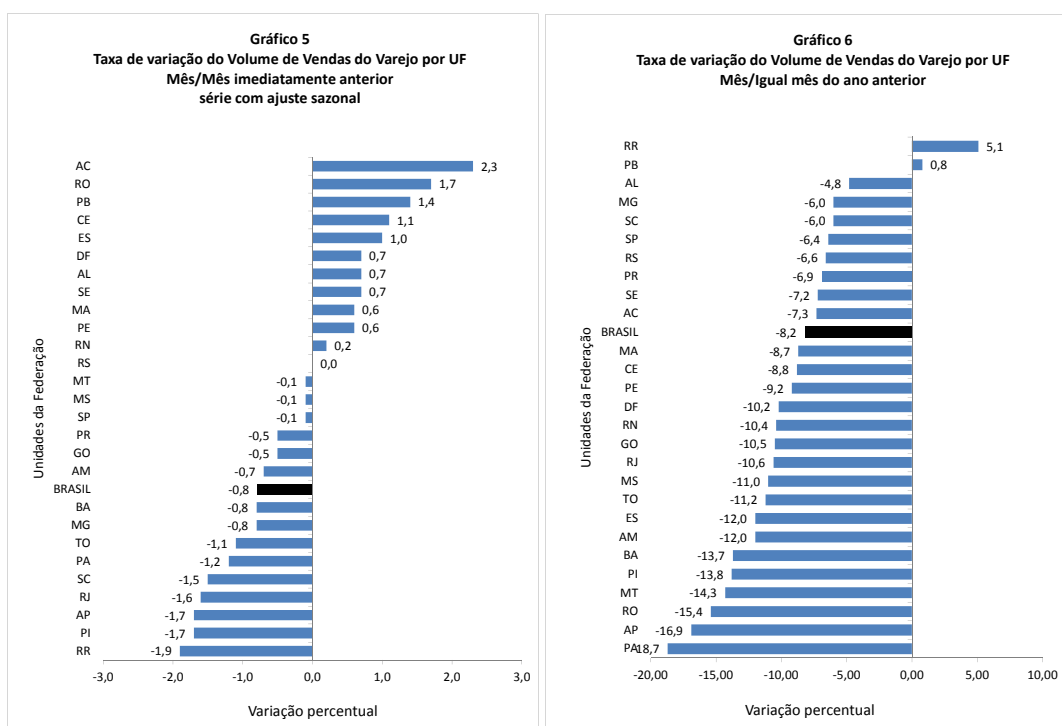
O **comércio varejista ampliado** registrou variação de -0,3% em relação ao mês imediatamente anterior, na série com ajuste sazonal para o volume de vendas, enquanto para a receita nominal, a taxa ficou em -0,5%. O comportamento das vendas de *Veículos, motos, partes e peças*, também com variação de -0,3% para o volume de vendas, após avanço de 2,9% em setembro, além do recuo de -4,0% nas vendas do setor de *Material de construção* são os principais responsáveis pelo resultado do varejo ampliado.

O confronto com igual mês do ano anterior (sem ajuste sazonal), as variações para o total do varejo ampliado, foram de -10,0% para o volume de vendas e de -2,7% para a receita nominal. No volume de vendas, as taxas acumuladas foram de -9,3% no ano e de -9,8% nos últimos 12 meses. Os setores de *Veículos, motos, partes e peças* e de *Material de construção* reduzem o volume de vendas em relação a outubro de 2015 em -13,5% e -13,8%, respectivamente. Em termos acumulados para os dez primeiros meses do ano de 2016, os recuos foram de -14,5% para *Veículos, motos, partes e peças* e -12,2% para *Material de construção*.

## RESULTADOS REGIONAIS

Na passagem de setembro para outubro de 2016, série com ajuste sazonal, as vendas no varejo foram negativas para 15 das 27 Unidades da Federação, com as maiores taxas de variação sendo observadas em Roraima (-1,9%), Piauí e Amapá (ambos com -1,7%), como mostra o Gráfico 5. Por outro lado, Acre (2,3%) e Rondônia (1,7%) foram os estados com avanços, no volume de vendas, mais acentuados para essa comparação.

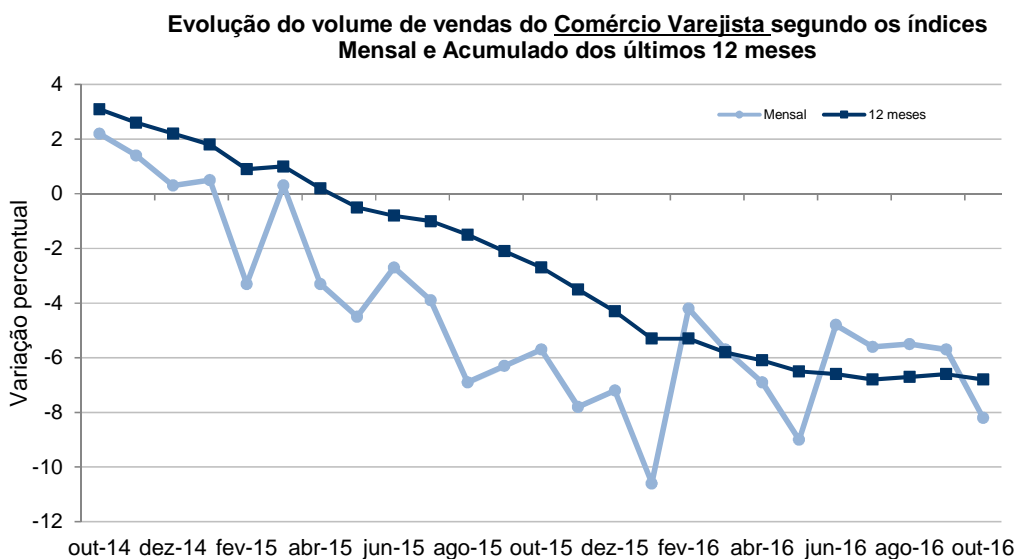
Frente a outubro de 2015 (série sem ajuste sazonal), o **comércio varejista** registrou queda em 25 dos 27 estados para o volume de vendas, com destaque, em termos de magnitude, para: Paraíba, com 18,7% e Amapá (-16,9%), conforme Gráfico 6. Quanto à participação na composição da taxa negativa do varejo, destacaram-se, pela ordem: São Paulo (-6,4%) e Rio de Janeiro (-10,6%).



No **comércio varejista ampliado**, exceto Roraima (7,8%), as demais Unidades da Federação apresentaram variações negativas na comparação com outubro de 2015. Em termos de volume de vendas, destacaram-se: Pará (-16,5%); Tocantins (-14,7%) e Mato Grosso (-14,4%). Vale observar que o estado com maior impacto negativo foi São Paulo (-10,7%), seguido por Rio de Janeiro, com taxa de -11,0%.

Em síntese, em outubro de 2016, o setor das vendas no varejo mantém um quadro de menor ritmo, expresso pela queda de 0,8% na comparação com o mês anterior, a quarta consecutiva, período que o varejo acumula perda de 3,2% das vendas. Ainda na série com ajuste sazonal, o menor ritmo das vendas no varejo ao longo de 2016 também fica evidenciado na evolução do índice de média móvel trimestral, que não reduz a intensidade de queda entre setembro (-0,8%) e outubro (-0,8%) e permanece em trajetória descendente desde maio de 2016.

A comparação com outubro de 2015 mostrou recuo (-8,2%) pelo décimo nono mês consecutivo, sendo a taxa de outubro a mais acentuada desde maio de 2016 (-9,0%). Com isso, o indicador acumulado nos últimos doze meses, com queda de 6,8%, assinalou a perda mais intensa desde o início da série histórica em 2001, conforme gráfico abaixo.



PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Out/2016

Unidade da Federação	Índice de volume (1)	Variação				
		Mensal (2)			Acumulada (3)	
		ago/16	set/16	out/16	no ano	12 Meses
Brasil	102,3	-5,5	-5,7	-8,2	-6,7	-6,8
Rondônia	98,4	-12,6	-15,3	-15,4	-12,6	-12,7
Acre	114,1	-11,5	-10,7	-7,3	-9,8	-10,2
Amazonas	90,7	-9,7	-11,9	-12,0	-11,7	-11,4
Roraima	163,8	8,6	9,1	5,1	1,2	0,9
Pará	92,6	-14,5	-15,7	-18,7	-13,1	-12,0
Amapá	92,1	-19,4	-16,1	-16,9	-19,7	-20,9
Tocantins	106,7	-6,6	-9,9	-11,2	-9,6	-9,3
Maranhão	108,7	-7,5	-7,5	-8,7	-7,7	-8,3
Piauí	94,0	-9,8	-9,1	-13,8	-8,9	-8,8
Ceará	105,3	-6,7	-7,0	-8,8	-6,9	-6,9
Rio G. do Norte	102,9	-10,9	-8,6	-10,4	-9,7	-9,5
Paraíba	108,9	1,3	-0,8	0,8	-3,2	-5,3
Pernambuco	98,7	-10,1	-8,3	-9,2	-10,6	-10,8
Alagoas	104,2	-1,2	-2,2	-4,8	-6,7	-7,3
Sergipe	96,5	-8,2	-6,1	-7,2	-11,6	-11,6
Bahia	92,5	-12,2	-12,0	-13,7	-13,0	-13,0
Minas Gerais	106,2	-0,8	-0,2	-6,0	-1,5	-1,7
Espirito Santo	89,4	-12,4	-12,6	-12,0	-11,5	-11,6
Rio de Janeiro	98,8	-7,8	-7,1	-10,6	-8,2	-7,7
São Paulo	105,6	-2,9	-5,1	-6,4	-5,0	-5,2
Paraná	107,9	-5,4	-4,5	-6,9	-6,3	-7,0
Santa Catarina	99,6	-4,1	-0,9	-6,0	-6,8	-7,6
Rio Grande do Sul	102,6	-5,0	-3,7	-6,6	-5,5	-6,2
Mato Grosso do Sul	120,8	-8,6	-7,9	-11,0	-7,2	-6,8
Mato Grosso	92,1	-8,3	-12,3	-14,3	-9,1	-9,2
Goiás	93,6	-10,2	-7,7	-10,5	-10,1	-10,3
Distrito Federal	90,9	-11,2	-9,6	-10,2	-10,9	-10,2

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: Out/2016

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
								no ano	12 Meses		no ano	12 Meses			
Brasil	-8,2	-6,7	-6,8	-10,4	-9,8	-10,0	-6,5	-3,3	-3,5	-6,4	-3,2	-3,5	-12,1	-11,4	-11,5
Ceará	-8,8	-6,9	-6,9	-7,9	-4,8	-5,2	-5,8	-3,4	-3,7	-5,7	-2,8	-3,1	-7,8	-3,1	-3,0
Pernambuco	-9,2	-10,6	-10,8	-1,3	-6,4	-7,9	-10,2	-9,6	-9,6	-10,0	-11,0	-11,2	-12,0	-14,3	-15,6
Bahia	-13,7	-13,0	-13,0	-12,9	-17,4	-17,9	-9,9	-9,1	-9,0	-5,6	-5,2	-5,4	-16,4	-13,9	-15,4
Minas Gerais	-6,0	-1,5	-1,7	-3,2	-2,7	-3,5	-7,4	-0,7	-0,7	-6,6	0,0	0,0	-19,7	-14,6	-13,4
Espirito Santo	-12,0	-11,5	-11,6	-15,5	-15,1	-15,1	-8,3	-4,6	-4,8	-8,3	-4,5	-4,6	-18,5	-12,3	-11,9
Rio de Janeiro	-10,6	-8,2	-7,7	-20,5	-9,7	-9,3	-7,8	-5,2	-5,0	-6,7	-5,8	-5,6	-18,0	-16,2	-14,7
São Paulo	-6,4	-5,0	-5,2	-11,6	-11,1	-11,4	-4,9	-0,3	-0,5	-5,6	-0,3	-0,5	-11,7	-13,3	-13,7
Paraná	-6,9	-6,3	-7,0	-11,4	-10,6	-11,2	-4,4	-2,6	-3,5	-3,9	-2,1	-3,1	-7,0	-8,3	-9,3
Santa Catarina	-6,0	-6,8	-7,6	-4,3	-6,9	-7,7	-7,2	-9,2	-10,5	-8,0	-9,6	-11,0	-0,5	-0,7	-1,5
Rio Grande do Sul	-6,6	-5,5	-6,2	-5,6	-12,2	-13,1	-5,8	-4,1	-4,7	-5,7	-4,1	-4,7	-8,0	-9,2	-9,2
Goiás	-10,5	-10,1	-10,3	-11,8	-8,6	-7,8	-7,5	-7,1	-7,3	-8,0	-7,5	-7,7	-4,9	-10,3	-10,0
Distrito Federal	-10,2	-10,9	-10,2	-4,4	-5,5	-4,9	-15,0	-15,7	-15,0	-15,4	-16,4	-15,7	-3,6	-6,9	-7,1

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

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

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

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

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Out/2016

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	-13,3	-13,6	-14,3	-14,7	-13,0	-14,7	-12,7	-13,8	-14,2	-6,1	-1,5	-0,8	-17,3	-17,0	-16,8
Ceará	-19,2	-17,4	-18,0	-5,8	-2,5	-5,6	-28,7	-27,2	-26,1	-11,5	-5,0	-3,5	-27,2	-22,6	-19,2
Pernambuco	-29,1	-29,4	-29,3	-41,4	-27,7	-27,4	-22,1	-30,4	-30,4	-11,5	-0,2	1,4	-15,2	-8,7	-9,6
Bahia	-23,2	-17,8	-17,3	-23,3	-14,2	-14,9	-23,2	-19,4	-18,4	-16,0	-8,6	-7,0	2,8	0,0	4,2
Minas Gerais	-3,2	-8,3	-10,4	-13,4	-13,8	-14,2	-1,3	-7,2	-9,7	-4,5	4,9	4,9	-15,5	-12,6	-12,3
Espirito Santo	-23,0	-24,9	-24,0	-19,2	-38,7	-37,9	-25,0	-15,1	-14,2	-0,4	1,4	1,2	-23,8	-13,1	-14,4
Rio de Janeiro	-18,8	-16,6	-16,3	-15,2	-20,3	-20,2	-19,6	-15,4	-15,1	-2,9	-0,2	0,4	-17,7	-19,0	-19,2
São Paulo	-7,4	-10,0	-10,9	-14,7	-11,5	-13,7	-4,9	-9,4	-9,8	-3,2	-2,1	-1,7	-21,0	-19,7	-20,7
Paraná	-13,6	-13,2	-13,6	-10,2	-8,6	-11,9	-15,6	-15,9	-14,6	-5,0	-0,8	1,0	-14,9	-20,2	-19,3
Santa Catarina	-16,4	-10,3	-9,7	-6,6	7,8	2,7	-19,4	-16,2	-13,9	-4,7	1,7	2,2	-5,7	-17,2	-14,9
Rio Grande do Sul	-10,8	-7,5	-9,8	6,0	9,8	4,0	-19,5	-16,3	-16,7	-2,8	1,9	2,1	-18,6	-12,6	-11,9
Goiás	-20,0	-17,6	-19,2	-16,2	-9,7	-12,9	-21,1	-20,1	-21,3	-8,2	-4,2	-3,6	-14,6	-10,9	-12,7
Distrito Federal	-9,0	-11,2	-10,9	-16,7	-26,3	-26,0	-6,4	-5,5	-5,3	-15,1	-8,6	-7,3	-16,0	-21,7	-20,1

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

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

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

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



PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Out/2016

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	-6,7	-14,1	-13,5	-7,6	-11,3	-10,3
Ceará	-7,0	-12,1	-15,4	-7,8	-12,4	-10,3
Pernambuco	-20,2	-19,6	-23,0	6,3	-3,7	-1,5
Bahia	-10,2	-17,1	-18,9	-13,3	-14,9	-14,6
Minas Gerais	-1,3	9,6	8,5	2,7	10,1	12,2
Espirito Santo	-36,4	-17,6	-15,3	-6,5	-26,7	-26,6
Rio de Janeiro	1,9	0,0	0,8	-12,7	-13,4	-11,3
São Paulo	-0,6	-15,2	-14,2	-10,8	-17,2	-16,0
Paraná	-12,9	-19,6	-20,2	-7,2	-14,8	-14,5
Santa Catarina	-3,9	-19,1	-21,1	7,0	5,0	4,5
Rio Grande do Sul	-16,6	-22,6	-20,3	-8,8	-7,9	-8,1
Goiás	-45,8	-40,4	-37,3	2,8	-5,5	-3,4
Distrito Federal	39,6	-5,3	-11,9	-4,0	-6,4	-4,4

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: Out/2016

Unidade da Federação	Comércio varejista												
	out/15	nov/15	dez/15	jan/16	fev/16	mar/16	abr/16	mai/16	jun/16	jul/16	ago/16	set/16	out/16
Brasil	111,4	110,3	139,7	103,1	97,3	104,5	99,2	100,7	99,1	100,8	100,7	97,1	102,3
Rondônia	116,3	117,6	154,9	105,7	100,8	102,9	97,1	103,4	100,1	105,6	100,7	92,1	98,4
Acre	123,1	121,5	163,4	119,6	110,1	116,3	114,7	117,8	111,7	118,9	112,0	105,6	114,1
Amazonas	103,1	101,0	125,8	89,7	82,0	86,4	82,1	85,2	82,9	91,1	93,0	84,8	90,7
Roraima	155,8	159,1	190,0	146,6	136,9	148,3	144,9	143,3	144,7	156,7	163,3	160,9	163,8
Pará	113,9	110,7	147,8	101,1	93,4	99,9	97,0	95,5	91,4	94,5	92,1	85,8	92,6
Amapá	110,8	106,9	133,8	101,8	93,7	93,4	89,1	94,1	91,6	92,9	90,4	89,3	92,1
Tocantins	120,2	130,7	146,5	108,9	104,9	113,5	108,5	109,9	106,0	113,0	112,7	103,7	106,7
Maranhão	119,0	116,5	148,3	109,1	101,8	110,2	108,0	109,5	106,6	109,1	109,3	102,3	108,7
Piauí	109,0	106,6	133,8	104,1	93,3	99,8	97,8	98,4	94,4	98,2	96,0	93,3	94,0
Ceará	115,4	115,1	143,8	109,1	99,2	107,9	104,5	104,6	101,6	107,2	104,3	99,5	105,3
Rio G. do Norte	114,9	115,5	141,5	107,4	98,1	105,8	102,0	103,6	99,5	104,7	102,3	99,2	102,9
Paraíba	108,0	114,3	135,9	107,1	96,4	104,4	101,1	104,0	103,1	104,8	106,1	100,8	108,9
Pernambuco	108,7	113,5	144,8	105,8	93,2	99,7	93,8	95,2	96,0	96,6	95,9	91,8	98,7
Alagoas	109,4	112,8	147,8	107,7	97,2	104,2	99,5	99,8	96,6	98,9	99,6	96,7	104,2
Sergipe	104,0	101,9	126,2	103,6	92,8	99,5	95,4	94,5	91,9	91,1	92,9	90,4	96,5
Bahia	107,2	107,0	131,8	97,9	90,5	97,5	90,5	91,3	91,7	90,8	91,9	89,0	92,5
Minas Gerais	113,0	109,3	137,4	105,0	99,3	106,7	101,3	102,7	101,7	105,1	105,2	103,7	106,2
Espirito Santo	101,6	99,1	129,8	99,7	92,6	95,0	91,1	88,0	87,2	88,7	87,7	83,0	89,4
Rio de Janeiro	110,5	110,1	144,2	98,8	95,0	102,3	93,2	96,2	97,0	94,3	98,3	95,1	98,8
São Paulo	112,8	113,1	141,2	103,5	99,6	107,3	102,4	103,9	101,8	103,4	103,9	99,0	105,6
Paraná	115,9	110,1	143,3	110,8	102,7	109,1	106,1	107,4	105,1	107,3	105,6	103,4	107,9
Santa Catarina	106,0	103,2	136,6	105,8	97,2	100,2	94,5	97,0	95,2	96,9	94,5	94,8	99,6
Rio Grande do Sul	109,9	105,5	138,0	100,5	95,9	105,2	100,3	101,5	100,3	101,4	99,4	96,3	102,6
Mato Grosso do Sul	135,8	131,2	168,0	123,5	114,9	123,6	119,5	124,4	117,9	122,1	118,9	115,0	120,8
Mato Grosso	107,5	104,4	128,0	95,8	91,4	96,3	95,0	94,7	95,6	100,3	97,0	90,1	92,1
Goiás	104,6	103,9	124,6	96,2	87,3	95,4	91,2	90,9	88,0	92,1	89,9	89,0	93,6
Distrito Federal	101,2	100,3	118,2	90,7	85,7	94,2	86,8	88,2	86,9	89,6	88,4	85,3	90,9

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: Out/2016

Unidade da Federação	Índice de receita (1)	Variação				
		Mensal (2)			Acumulada (3)	
		ago/16	set/16	out/16	no ano	12 Meses
Brasil	147,4	6,6	5,9	1,9	4,8	4,3
Rondônia	131,5	-5,0	-7,7	-8,7	-5,2	-5,3
Acre	159,7	-1,9	-0,6	2,3	0,0	-0,7
Amazonas	128,7	1,2	-0,6	-1,7	-1,1	-1,2
Roraima	241,4	25,4	25,6	18,8	14,9	14,3
Pará	136,3	-2,0	-2,9	-7,3	-1,2	-0,6
Amapá	127,0	-10,4	-6,2	-7,7	-11,2	-12,6
Tocantins	147,6	4,7	0,8	-1,5	0,6	0,4
Maranhão	160,4	5,9	5,1	2,6	4,9	3,8
Piauí	139,1	2,6	3,2	-2,5	2,9	2,6
Ceará	154,4	6,2	6,0	2,9	5,3	4,8
Rio G. do Norte	151,2	2,4	5,4	1,3	2,8	2,4
Paraíba	149,9	11,1	8,9	9,7	7,3	4,9
Pernambuco	140,4	-0,1	1,8	0,1	0,6	0,0
Alagoas	148,6	10,3	9,0	5,3	5,1	4,0
Sergipe	140,0	1,7	4,1	2,5	-0,8	-1,1
Bahia	131,7	-2,1	-2,8	-4,4	-2,9	-3,2
Minas Gerais	150,9	11,9	12,2	4,2	9,8	9,3
Espírito Santo	130,1	-0,9	-0,7	-1,4	-1,0	-1,6
Rio de Janeiro	146,0	4,1	4,4	-0,2	2,8	2,9
São Paulo	151,4	10,3	7,0	3,8	6,8	6,1
Paraná	156,4	6,5	7,4	2,6	5,9	5,3
Santa Catarina	143,9	7,5	11,0	3,3	4,8	3,9
Rio Grande do Sul	151,3	7,2	8,1	4,1	7,2	6,1
Mato Grosso do Sul	171,5	1,9	2,5	-1,8	3,1	3,5
Mato Grosso	129,3	3,8	-1,5	-4,8	2,4	1,8
Goiás	131,8	1,5	4,2	0,2	0,8	0,2
Distrito Federal	123,7	-4,0	-2,8	-4,8	-2,5	-1,5

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

(1) Base: 2011 = 100

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

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

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

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Out/2016

Unidade da Federação	Índice de receita (1)			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	1,9	4,8	4,3	-4,3	2,2	3,0	5,9	10,2	9,6	5,8	10,2	9,5	-8,0	-6,3	-6,6
Ceará	2,9	5,3	4,8	-0,6	10,4	10,6	10,0	11,1	10,2	10,3	11,9	11,0	-3,6	1,0	0,6
Pernambuco	0,1	0,6	0,0	1,1	4,8	4,9	2,1	3,8	3,3	2,5	2,0	1,4	-7,3	-9,2	-11,2
Bahia	-4,4	-2,9	-3,2	-7,8	-10,5	-9,8	3,5	5,4	4,9	8,3	9,8	9,0	-11,5	-8,2	-10,4
Minas Gerais	4,2	9,8	9,3	2,0	8,8	9,5	5,9	13,0	12,4	6,8	14,0	13,3	-16,6	-10,6	-9,6
Espirito Santo	-1,4	-1,0	-1,6	-9,7	-4,6	-3,7	5,0	8,9	8,2	4,9	9,0	8,3	-16,6	-9,2	-8,7
Rio de Janeiro	-0,2	2,8	2,9	-15,2	1,5	2,8	5,5	8,3	8,2	6,7	7,5	7,2	-16,5	-13,5	-11,8
São Paulo	3,8	6,8	6,1	-4,7	2,2	3,1	6,3	12,7	12,1	5,4	12,6	11,9	-7,3	-7,0	-7,7
Paraná	2,6	5,9	5,3	-4,4	2,0	2,6	7,2	11,7	10,6	7,9	12,3	11,1	-2,0	-1,9	-2,9
Santa Catarina	3,3	4,8	3,9	3,1	6,0	6,5	3,9	4,1	2,6	3,0	3,6	2,1	4,5	6,0	5,3
Rio Grande do Sul	4,1	7,2	6,1	3,2	4,3	3,8	6,7	10,4	9,6	6,7	10,4	9,5	-2,5	-4,1	-4,5
Goiás	0,2	0,8	0,2	-2,0	5,3	5,7	5,5	5,7	5,2	4,8	5,0	4,6	1,3	-5,4	-5,5
Distrito Federal	-4,8	-2,5	-1,5	-8,1	0,3	2,9	-3,9	-3,2	-2,7	-4,2	-4,0	-3,5	-1,3	-3,0	-3,0

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: Out/2016

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	-8,4	-8,2	-9,6	-14,5	-10,4	-11,6	-5,3	-7,0	-8,5	5,6	9,3	9,5	-7,9	-7,9	-8,1
Ceará	-15,9	-12,0	-12,8	-5,4	-0,8	-3,3	-23,6	-19,6	-19,3	1,5	8,2	9,0	-16,1	-13,0	-9,9
Pernambuco	-23,8	-22,2	-22,7	-41,6	-24,9	-24,2	-12,3	-20,5	-21,7	0,0	10,7	11,4	-4,6	1,6	0,3
Bahia	-19,5	-13,6	-13,5	-22,3	-13,3	-13,7	-17,8	-13,7	-13,5	-4,3	2,3	3,5	10,3	8,1	12,5
Minas Gerais	2,8	-3,1	-5,9	-8,3	-7,6	-8,2	5,5	-2,0	-5,4	5,8	14,2	13,7	-5,7	-3,5	-3,7
Espirito Santo	-18,0	-22,6	-22,3	-16,5	-37,5	-36,5	-19,0	-9,5	-10,0	11,7	11,0	10,4	-14,9	-3,2	-5,5
Rio de Janeiro	-12,9	-12,2	-12,9	-12,4	-18,6	-18,4	-13,0	-9,7	-10,9	8,0	10,3	11,1	-7,9	-9,7	-10,7
São Paulo	-1,0	-4,3	-6,2	-16,7	-9,6	-10,9	6,2	-1,8	-4,0	9,9	9,7	9,3	-11,5	-11,0	-12,3
Paraná	-10,7	-8,1	-8,6	-12,7	-6,3	-8,4	-9,4	-9,3	-8,7	4,2	8,5	10,2	-4,6	-8,3	-7,6
Santa Catarina	-12,4	-4,1	-3,8	-9,0	10,4	6,7	-13,6	-9,6	-8,0	4,7	10,7	11,0	5,7	-5,0	-2,9
Rio Grande do Sul	-5,8	0,2	-2,6	7,8	15,4	10,2	-14,1	-8,8	-10,3	10,0	13,0	12,5	-10,1	-5,1	-4,9
Goiás	-14,8	-11,5	-13,6	-15,7	-7,3	-10,2	-14,6	-13,1	-14,8	3,1	5,8	5,9	-4,3	1,3	-1,1
Distrito Federal	-6,5	-9,5	-10,1	-17,2	-24,9	-24,6	-1,6	-1,6	-2,9	-4,9	0,9	1,6	-7,4	-14,0	-12,7

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

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

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

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

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Out/2016

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	0,9	-5,5	-6,4	-0,1	-3,2	-2,4
Ceará	1,2	-1,5	-7,3	0,7	-3,9	-1,9
Pernambuco	-6,9	-5,4	-10,6	16,9	6,2	8,1
Bahia	3,2	-7,7	-11,2	-6,6	-7,6	-7,8
Minas Gerais	15,4	23,4	20,0	10,4	17,9	19,8
Espirito Santo	-29,5	-9,8	-9,0	0,4	-20,6	-20,8
Rio de Janeiro	1,8	2,6	2,8	-6,0	-5,5	-3,4
São Paulo	5,6	-8,4	-8,5	-3,2	-9,5	-8,6
Paraná	-3,0	-5,0	-7,5	-0,5	-6,7	-6,4
Santa Catarina	11,6	-7,8	-12,0	14,9	15,2	14,7
Rio Grande do Sul	-9,0	-10,5	-10,5	-0,3	1,0	0,1
Goiás	-32,8	-26,5	-25,2	11,2	2,3	4,2
Distrito Federal	33,3	-2,0	-10,8	2,1	0,5	2,4

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: Out/2016

Unidade da Federação	Comércio varejista												
	out/15	nov/15	dez/15	jan/16	fev/16	mar/16	abr/16	mai/16	jun/16	jul/16	ago/16	set/16	out/16
Brasil	144,6	144,7	185,5	140,5	134,2	145,6	139,9	142,5	141,2	145,0	145,7	140,1	147,4
Rondônia	144,1	148,4	194,4	133,9	129,5	133,4	127,0	135,6	132,2	140,0	134,2	123,1	131,5
Acre	156,1	156,6	210,3	157,9	147,6	157,7	157,1	161,9	154,3	165,4	156,2	148,1	159,7
Amazonas	130,9	129,7	163,3	119,0	110,5	118,1	113,4	117,8	115,7	128,3	130,9	120,0	128,7
Roraima	203,2	211,1	253,3	201,2	190,3	208,2	205,1	204,6	209,0	228,4	240,8	237,2	241,4
Pará	147,0	145,0	195,6	138,0	129,2	140,1	137,9	137,1	131,8	137,4	134,5	126,0	136,3
Amapá	137,6	134,7	170,4	131,1	122,7	124,5	120,1	127,5	124,6	127,3	124,3	123,1	127,0
Tocantins	149,8	164,8	185,8	139,9	137,4	150,4	145,7	147,2	143,5	154,6	154,6	142,7	147,6
Maranhão	156,4	155,0	199,4	151,8	144,0	156,9	154,7	158,1	154,5	159,1	160,9	150,5	160,4
Piauí	142,6	141,2	179,2	142,8	130,7	141,2	139,5	141,6	136,6	143,1	140,8	137,2	139,1
Ceará	150,1	151,3	191,2	149,6	138,7	151,4	148,3	149,2	146,0	155,2	151,9	145,9	154,4
Rio G. do Norte	149,3	151,6	188,6	147,6	137,0	148,9	145,5	147,9	143,1	152,1	149,0	146,0	151,2
Paraíba	136,6	144,9	175,8	141,1	129,0	139,8	136,7	141,1	141,0	144,4	145,6	138,9	149,9
Pernambuco	140,2	147,3	191,6	143,6	128,8	137,7	131,3	133,8	136,1	137,9	136,4	130,7	140,4
Alagoas	141,1	146,5	195,6	146,0	134,5	144,4	139,4	140,3	137,2	141,8	141,8	138,3	148,6
Sergipe	136,6	135,4	169,9	142,8	130,5	140,2	136,3	135,7	132,3	132,2	134,1	130,8	140,0
Bahia	137,8	139,1	172,6	131,2	124,6	133,9	126,1	128,2	127,6	129,0	130,4	125,5	131,7
Minas Gerais	144,8	141,6	180,4	140,3	134,6	146,7	141,1	143,5	142,8	149,7	150,1	147,4	150,9
Espirito Santo	132,0	129,3	172,4	136,0	127,8	132,4	129,0	125,1	125,1	129,0	127,9	121,4	130,1
Rio de Janeiro	146,3	147,2	194,7	138,3	134,3	145,6	135,3	140,3	142,8	139,5	146,4	141,1	146,0
São Paulo	145,9	147,5	186,5	140,2	136,1	148,6	143,4	146,3	144,5	148,5	150,4	142,5	151,4
Paraná	152,4	147,3	194,8	153,7	143,9	155,3	151,7	153,2	150,6	155,8	153,7	150,8	156,4
Santa Catarina	139,3	137,4	184,7	146,3	135,5	141,8	134,5	137,7	135,2	139,4	136,8	137,5	143,9
Rio Grande do Sul	145,3	141,4	185,4	139,2	135,1	149,8	145,1	147,8	146,0	149,1	146,6	142,0	151,3
Mato Grosso do Sul	174,6	171,5	221,4	165,5	156,4	170,0	165,1	171,9	164,5	171,5	167,9	162,4	171,5
Mato Grosso	135,8	134,0	165,4	126,7	124,1	132,2	131,4	130,1	132,5	139,6	136,0	125,8	129,3
Goiás	131,6	132,3	161,5	127,3	116,8	129,2	124,5	124,3	121,6	128,0	125,8	124,8	131,8
Distrito Federal	129,9	130,7	155,7	122,8	116,9	129,4	119,9	121,0	118,6	122,8	121,1	116,5	123,7

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: Out/2016

Unidade da Federação	Índice de volume (2)	Variação				
		Mensal (3)			Acumulada (4)	
		ago/16	set/16	out/16	no ano	12 Meses
Brasil	89,8	-7,7	-8,5	-10,0	-9,3	-9,8
Rondônia	99,3	-1,7	-3,4	-0,6	-4,9	-6,5
Acre	95,3	-11,2	-16,1	-10,3	-12,3	-14,0
Amazonas	85,1	-11,5	-13,5	-11,0	-13,0	-13,6
Roraima	131,8	6,9	3,6	7,8	-0,1	-1,3
Pará	89,2	-14,1	-17,9	-16,5	-14,2	-13,7
Amapá	81,0	-16,0	-14,3	-12,6	-17,8	-18,9
Tocantins	84,2	-11,0	-16,8	-14,7	-14,6	-15,9
Maranhão	89,5	-6,3	-8,7	-12,4	-13,3	-14,3
Piauí	92,8	-7,1	-10,6	-11,2	-9,5	-10,4
Ceará	90,1	-8,0	-9,4	-9,1	-11,2	-11,9
Rio G. do Norte	98,1	-9,5	-9,5	-12,1	-10,6	-11,1
Paraíba	95,5	-0,3	-6,9	-2,7	-6,8	-9,3
Pernambuco	90,2	-11,5	-9,6	-8,5	-13,5	-14,2
Alagoas	97,7	-1,2	-9,2	-6,1	-8,8	-10,2
Sergipe	88,4	-10,5	-10,7	-9,1	-14,4	-15,4
Bahia	89,7	-9,1	-13,1	-11,6	-12,1	-12,5
Minas Gerais	91,0	-4,6	-3,2	-6,8	-5,2	-5,4
Espirito Santo	64,0	-10,4	-15,4	-13,0	-16,1	-16,9
Rio de Janeiro	90,2	-12,5	-10,1	-11,0	-12,0	-12,5
São Paulo	90,6	-6,0	-8,3	-10,7	-6,9	-6,7
Paraná	93,7	-5,6	-7,7	-8,0	-7,4	-8,9
Santa Catarina	90,4	-6,0	-1,6	-8,0	-9,4	-10,7
Rio Grande do Sul	90,4	-7,1	-9,6	-10,0	-10,3	-12,1
Mato Grosso do Sul	100,3	-6,3	-7,5	-9,3	-7,6	-8,2
Mato Grosso	90,0	-9,7	-12,4	-14,4	-10,8	-11,6
Goiás	79,4	-12,5	-9,5	-12,8	-13,6	-14,7
Distrito Federal	80,0	-12,4	-10,2	-10,9	-13,6	-14,3

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

Mês: Out/2016

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

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

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

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

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

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

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Out/2016

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	-13,3	-13,6	-14,3	-14,7	-13,0	-14,7	-12,7	-13,8	-14,2	-6,1	-1,5	-0,8	-17,3	-17,0	-16,8
Ceará	-19,2	-17,4	-18,0	-5,8	-2,5	-5,6	-28,7	-27,2	-26,1	-11,5	-5,0	-3,5	-27,2	-22,6	-19,2
Pernambuco	-29,1	-29,4	-29,3	-41,4	-27,7	-27,4	-22,1	-30,4	-30,4	-11,5	-0,2	1,4	-15,2	-8,7	-9,6
Bahia	-23,2	-17,8	-17,3	-23,3	-14,2	-14,9	-23,2	-19,4	-18,4	-16,0	-8,6	-7,0	2,8	0,0	4,2
Minas Gerais	-3,2	-8,3	-10,4	-13,4	-13,8	-14,2	-1,3	-7,2	-9,7	-4,5	4,9	4,9	-15,5	-12,6	-12,3
Espirito Santo	-23,0	-24,9	-24,0	-19,2	-38,7	-37,9	-25,0	-15,1	-14,2	-0,4	1,4	1,2	-23,8	-13,1	-14,4
Rio de Janeiro	-18,8	-16,6	-16,3	-15,2	-20,3	-20,2	-19,6	-15,4	-15,1	-2,9	-0,2	0,4	-17,7	-19,0	-19,2
São Paulo	-7,4	-10,0	-10,9	-14,7	-11,5	-13,7	-4,9	-9,4	-9,8	-3,2	-2,1	-1,7	-21,0	-19,7	-20,7
Paraná	-13,6	-13,2	-13,6	-10,2	-8,6	-11,9	-15,6	-15,9	-14,6	-5,0	-0,8	1,0	-14,9	-20,2	-19,3
Santa Catarina	-16,4	-10,3	-9,7	-6,6	7,8	2,7	-19,4	-16,2	-13,9	-4,7	1,7	2,2	-5,7	-17,2	-14,9
Rio Grande do Sul	-10,8	-7,5	-9,8	6,0	9,8	4,0	-19,5	-16,3	-16,7	-2,8	1,9	2,1	-18,6	-12,6	-11,9
Goiás	-20,0	-17,6	-19,2	-16,2	-9,7	-12,9	-21,1	-20,1	-21,3	-8,2	-4,2	-3,6	-14,6	-10,9	-12,7
Distrito Federal	-9,0	-11,2	-10,9	-16,7	-26,3	-26,0	-6,4	-5,5	-5,3	-15,1	-8,6	-7,3	-16,0	-21,7	-20,1

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

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

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

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

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Out/2016

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	-6,7	-14,1	-13,5	-7,6	-11,3	-10,3	-13,5	-14,5	-16,1	-13,8	-12,2	-12,3
Ceará	-7,0	-12,1	-15,4	-7,8	-12,4	-10,3	-7,8	-18,3	-21,2	-16,6	-24,6	-24,2
Pernambuco	-20,2	-19,6	-23,0	6,3	-3,7	-1,5	-10,9	-21,4	-23,8	2,4	-12,3	-12,4
Bahia	-10,2	-17,1	-18,9	-13,3	-14,9	-14,6	-3,3	-9,6	-11,3	-20,4	-13,5	-11,9
Minas Gerais	-1,3	9,6	8,5	2,7	10,1	12,2	-5,7	-11,4	-12,2	-16,9	-12,3	-11,3
Espírito Santo	-36,4	-17,6	-15,3	-6,5	-26,7	-26,6	-14,4	-24,7	-26,6	-14,3	-8,2	-8,1
Rio de Janeiro	1,9	0,0	0,8	-12,7	-13,4	-11,3	-10,1	-19,2	-21,9	-15,6	-18,0	-19,7
São Paulo	-0,6	-15,2	-14,2	-10,8	-17,2	-16,0	-21,9	-11,3	-9,6	-14,7	-11,7	-12,2
Paraná	-12,9	-19,6	-20,2	-7,2	-14,8	-14,5	-7,6	-7,6	-11,6	-14,2	-11,7	-11,5
Santa Catarina	-3,9	-19,1	-21,1	7,0	5,0	4,5	-10,4	-13,5	-16,0	-10,9	-9,9	-10,0
Rio Grande do Sul	-16,6	-22,6	-20,3	-8,8	-7,9	-8,1	-18,5	-23,0	-26,8	-8,9	-6,0	-6,6
Goiás	-45,8	-40,4	-37,3	2,8	-5,5	-3,4	-17,2	-17,1	-20,2	-11,7	-18,1	-17,4
Distrito Federal	39,6	-5,3	-11,9	-4,0	-6,4	-4,4	-13,8	-20,9	-24,4	-8,6	-8,2	-8,8

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

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

(2) Base: 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: Out/2016

Unidade da Federação	Comércio Varejista Ampliado												
	out/15	nov/15	dez/15	jan/16	fev/16	mar/16	abr/16	mai/16	jun/16	jul/16	ago/16	set/16	out/16
Brasil	99,8	99,0	118,6	91,4	86,6	95,1	88,8	89,8	89,0	89,6	90,5	86,8	89,8
Rondônia	99,9	102,1	121,0	96,2	91,9	93,6	88,8	94,2	95,9	99,5	99,1	93,0	99,3
Acre	106,2	106,4	131,7	102,5	97,0	102,1	97,4	98,5	98,4	99,6	99,0	89,1	95,3
Amazonas	95,6	95,0	106,6	87,5	80,0	87,1	81,0	81,7	82,3	84,8	86,8	79,9	85,1
Roraima	122,3	129,9	147,6	123,0	118,6	127,8	123,8	123,7	126,0	134,5	136,3	128,1	131,8
Pará	106,8	108,3	132,3	96,2	92,0	97,2	92,6	94,3	91,9	91,7	90,5	84,1	89,2
Amapá	92,7	90,1	110,9	88,4	83,1	83,8	78,1	80,7	78,9	80,9	80,7	78,6	81,0
Tocantins	98,7	108,3	113,8	90,6	88,2	96,1	88,7	90,7	92,2	93,0	93,8	81,0	84,2
Maranhão	102,2	100,2	121,5	94,2	86,6	96,0	93,4	93,0	93,7	91,6	97,2	88,5	89,5
Piauí	104,5	103,0	125,9	100,9	91,8	99,2	95,9	96,5	94,2	95,5	96,0	90,5	92,8
Ceará	99,1	99,4	120,1	94,9	86,6	94,9	91,0	92,0	90,6	93,7	92,9	87,6	90,1
Rio G. do Norte	111,6	111,3	131,1	102,4	94,6	104,1	98,5	99,4	96,4	99,8	101,3	95,8	98,1
Paraíba	98,1	102,4	120,5	98,5	86,4	94,3	90,9	93,3	90,9	96,9	96,6	88,7	95,5
Pernambuco	98,6	103,2	122,3	95,9	84,3	90,5	85,2	87,7	86,1	89,9	88,1	84,6	90,2
Alagoas	104,1	109,9	134,8	102,5	91,8	102,3	95,6	96,8	91,9	94,8	98,3	89,1	97,7
Sergipe	97,3	97,4	110,2	95,5	85,5	94,0	88,3	87,9	84,8	85,3	86,6	82,9	88,4
Bahia	101,5	101,9	119,8	93,9	87,8	95,1	87,8	88,3	87,6	90,0	91,6	85,5	89,7
Minas Gerais	97,6	95,9	114,3	91,0	87,4	94,6	88,9	91,6	91,6	92,1	93,3	90,3	91,0
Espírito Santo	73,6	72,9	90,4	70,6	63,6	68,8	66,6	63,6	68,0	67,4	66,1	62,7	64,0
Rio de Janeiro	101,3	100,5	122,0	91,9	85,6	98,0	86,9	89,4	88,7	87,5	89,4	88,3	90,2
São Paulo	101,4	101,8	121,4	91,2	88,4	97,0	90,7	91,0	89,3	89,0	91,2	87,1	90,6
Paraná	101,9	96,0	117,4	94,0	90,5	98,5	92,5	93,7	93,2	95,9	94,0	91,4	93,7
Santa Catarina	98,3	96,6	119,6	89,0	84,3	91,1	85,7	87,1	85,5	88,6	87,9	87,5	90,4
Rio Grande do Sul	100,4	97,4	119,3	90,2	84,8	94,9	87,8	89,5	90,0	89,0	89,5	84,8	90,4
Mato Grosso do Sul	110,6	107,7	129,6	100,9	96,8	105,5	100,1	102,9	99,1	101,0	101,1	95,8	100,3
Mato Grosso	105,2	101,4	116,7	93,2	91,1	97,5	95,7	93,5	97,3	99,0	97,3	90,7	90,0
Goiás	91,1	89,2	98,6	83,9	78,9	87,1	82,4	82,7	83,7	81,8	81,9	80,2	79,4
Distrito Federal	89,8	88,3	98,9	82,9	78,3	84,2	78,6	78,7	79,4	80,9	80,4	77,8	80,0

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.

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: Out/2016

Unidade da Federação	Índice de receita (2)	Variação				
		Mensal (3)			Acumulada (4)	
		ago/16	set/16	out/16	no ano	12 Meses
Brasil	119,6	1,3	-0,1	-2,7	-0,8	-1,4
Rondônia	119,0	2,3	0,5	2,6	-0,9	-2,4
Acre	120,8	-5,5	-9,8	-4,3	-6,2	-7,9
Amazonas	109,8	-4,2	-5,9	-4,5	-5,9	-6,6
Roraima	178,6	18,6	15,7	17,4	9,6	8,3
Pará	118,6	-5,2	-8,6	-8,3	-5,6	-5,4
Amapá	103,5	-10,3	-7,6	-6,6	-11,9	-13,1
Tocantins	109,5	-3,1	-9,0	-7,8	-7,2	-8,3
Maranhão	121,2	2,9	0,2	-4,0	-3,8	-4,9
Piauí	125,8	1,6	-1,6	-3,1	-0,4	-1,4
Ceará	123,0	1,5	0,3	-0,2	-1,5	-2,4
Rio G. do Norte	133,5	-0,1	0,8	-3,3	-1,0	-1,7
Paraíba	122,9	6,6	0,2	3,8	0,8	-1,8
Pernambuco	118,3	-4,1	-2,6	-2,1	-5,2	-6,1
Alagoas	126,2	5,9	-1,5	0,2	-1,0	-2,6
Sergipe	120,2	-2,5	-2,4	-1,6	-5,7	-6,8
Bahia	117,9	-1,9	-6,3	-5,5	-4,8	-5,1
Minas Gerais	119,8	6,0	6,5	1,4	4,1	3,6
Espirito Santo	84,8	-2,7	-7,3	-6,2	-8,4	-9,3
Rio de Janeiro	122,5	-3,5	-1,6	-3,7	-3,7	-4,2
São Paulo	121,6	4,1	0,7	-2,8	1,9	1,9
Paraná	123,9	2,0	0,0	-2,1	0,8	-0,5
Santa Catarina	119,3	1,7	6,4	-1,9	-1,3	-2,4
Rio Grande do Sul	120,9	1,3	-1,1	-2,1	-1,2	-3,1
Mato Grosso do Sul	134,3	1,6	0,2	-2,4	0,6	0,2
Mato Grosso	117,3	-1,5	-5,7	-8,1	-3,0	-3,7
Goiás	102,9	-5,3	-2,9	-6,1	-6,7	-7,6
Distrito Federal	101,5	-6,7	-4,7	-6,8	-6,7	-7,0

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

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

(2) Base: 2011 = 100

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

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

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

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Out/2016

Unidade da Federação	Índice de receita (2)			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
								no ano	12 Meses		no ano	12 Meses			
Brasil	-2,7	-0,8	-1,4	-4,3	2,2	3,0	5,9	10,2	9,6	5,8	10,2	9,5	-8,0	-6,3	-6,6
Ceará	-0,2	-1,5	-2,4	-0,6	10,4	10,6	10,0	11,1	10,2	10,3	11,9	11,0	-3,6	1,0	0,6
Pernambuco	-2,1	-5,2	-6,1	1,1	4,8	4,9	2,1	3,8	3,3	2,5	2,0	1,4	-7,3	-9,2	-11,2
Bahia	-5,5	-4,8	-5,1	-7,8	-10,5	-9,8	3,5	5,4	4,9	8,3	9,8	9,0	-11,5	-8,2	-10,4
Minas Gerais	1,4	4,1	3,6	2,0	8,8	9,5	5,9	13,0	12,4	6,8	14,0	13,3	-16,6	-10,6	-9,6
Espirito Santo	-6,2	-8,4	-9,3	-9,7	-4,6	-3,7	5,0	8,9	8,2	4,9	9,0	8,3	-16,6	-9,2	-8,7
Rio de Janeiro	-3,7	-3,7	-4,2	-15,2	1,5	2,8	5,5	8,3	8,2	6,7	7,5	7,2	-16,5	-13,5	-11,8
São Paulo	-2,8	1,9	1,9	-4,7	2,2	3,1	6,3	12,7	12,1	5,4	12,6	11,9	-7,3	-7,0	-7,7
Paraná	-2,1	0,8	-0,5	-4,4	2,0	2,6	7,2	11,7	10,6	7,9	12,3	11,1	-2,0	-1,9	-2,9
Santa Catarina	-1,9	-1,3	-2,4	3,1	6,0	6,5	3,9	4,1	2,6	3,0	3,6	2,1	4,5	6,0	5,3
Rio Grande do Sul	-2,1	-1,2	-3,1	3,2	4,3	3,8	6,7	10,4	9,6	6,7	10,4	9,5	-2,5	-4,1	-4,5
Goiás	-6,1	-6,7	-7,6	-2,0	5,3	5,7	5,5	5,7	5,2	4,8	5,0	4,6	1,3	-5,4	-5,5
Distrito Federal	-6,8	-6,7	-7,0	-8,1	0,3	2,9	-3,9	-3,2	-2,7	-4,2	-4,0	-3,5	-1,3	-3,0	-3,0

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

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

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

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

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

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Out/2016

Unidade da Federação	Índice de receita (2)									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	-8,4	-8,2	-9,6	-14,5	-10,4	-11,6	-5,3	-7,0	-8,5	5,6	9,3	9,5	-7,9	-7,9	-8,1
Ceará	-15,9	-12,0	-12,8	-5,4	-0,8	-3,3	-23,6	-19,6	-19,3	1,5	8,2	9,0	-16,1	-13,0	-9,9
Pernambuco	-23,8	-22,2	-22,7	-41,6	-24,9	-24,2	-12,3	-20,5	-21,7	0,0	10,7	11,4	-4,6	1,6	0,3
Bahia	-19,5	-13,6	-13,5	-22,3	-13,3	-13,7	-17,8	-13,7	-13,5	-4,3	2,3	3,5	10,3	8,1	12,5
Minas Gerais	2,8	-3,1	-5,9	-8,3	-7,6	-8,2	5,5	-2,0	-5,4	5,8	14,2	13,7	-5,7	-3,5	-3,7
Espirito Santo	-18,0	-22,6	-22,3	-16,5	-37,5	-36,5	-19,0	-9,5	-10,0	11,7	11,0	10,4	-14,9	-3,2	-5,5
Rio de Janeiro	-12,9	-12,2	-12,9	-12,4	-18,6	-18,4	-13,0	-9,7	-10,9	8,0	10,3	11,1	-7,9	-9,7	-10,7
São Paulo	-1,0	-4,3	-6,2	-16,7	-9,6	-10,9	6,2	-1,8	-4,0	9,9	9,7	9,3	-11,5	-11,0	-12,3
Paraná	-10,7	-8,1	-8,6	-12,7	-6,3	-8,4	-9,4	-9,3	-8,7	4,2	8,5	10,2	-4,6	-8,3	-7,6
Santa Catarina	-12,4	-4,1	-3,8	-9,0	10,4	6,7	-13,6	-9,6	-8,0	4,7	10,7	11,0	5,7	-5,0	-2,9
Rio Grande do Sul	-5,8	0,2	-2,6	7,8	15,4	10,2	-14,1	-8,8	-10,3	10,0	13,0	12,5	-10,1	-5,1	-4,9
Goiás	-14,8	-11,5	-13,6	-15,7	-7,3	-10,2	-14,6	-13,1	-14,8	3,1	5,8	5,9	-4,3	1,3	-1,1
Distrito Federal	-6,5	-9,5	-10,1	-17,2	-24,9	-24,6	-1,6	-1,6	-2,9	-4,9	0,9	1,6	-7,4	-14,0	-12,7

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

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

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

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

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Out/2016

Unidade da Federação	Índice de receita (2)			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	0,9	-5,5	-6,4	-0,1	-3,2	-2,4	-13,8	-13,6	-14,7	-12,3	-9,5	-9,3
Ceará	1,2	-1,5	-7,3	0,7	-3,9	-1,9	-6,2	-15,9	-18,5	-18,9	-25,2	-24,3
Pernambuco	-6,9	-5,4	-10,6	16,9	6,2	8,1	-10,3	-19,8	-22,1	-2,1	-14,0	-14,1
Bahia	3,2	-7,7	-11,2	-6,6	-7,6	-7,8	-3,6	-8,3	-9,5	-20,8	-11,8	-9,7
Minas Gerais	15,4	23,4	20,0	10,4	17,9	19,8	-2,5	-7,9	-9,1	-13,0	-8,1	-7,0
Espirito Santo	-29,5	-9,8	-9,0	0,4	-20,6	-20,8	-14,9	-22,5	-24,0	-10,7	-4,7	-4,4
Rio de Janeiro	1,8	2,6	2,8	-6,0	-5,5	-3,4	-12,6	-18,6	-20,8	-12,7	-15,8	-17,2
São Paulo	5,6	-8,4	-8,5	-3,2	-9,5	-8,6	-23,1	-11,9	-9,8	-12,9	-8,1	-8,0
Paraná	-3,0	-5,0	-7,5	-0,5	-6,7	-6,4	-7,8	-6,4	-9,7	-13,2	-8,3	-7,9
Santa Catarina	11,6	-7,8	-12,0	14,9	15,2	14,7	-10,3	-12,2	-13,8	-8,7	-5,3	-4,9
Rio Grande do Sul	-9,0	-10,5	-10,5	-0,3	1,0	0,1	-18,3	-22,4	-25,6	-5,7	-3,0	-3,4
Goiás	-32,8	-26,5	-25,2	11,2	2,3	4,2	-17,3	-15,6	-17,9	-9,2	-15,7	-14,6
Distrito Federal	33,3	-2,0	-10,8	2,1	0,5	2,4	-12,8	-18,5	-21,5	-7,6	-5,4	-5,9

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: Out/2016

Unidade da Federação	Índice de receita (2)												
	out/15	nov/15	dez/15	jan/16	fev/16	mar/16	abr/16	mai/16	jun/16	jul/16	ago/16	set/16	out/16
Brasil	122,9	122,5	149,0	116,4	111,5	122,8	116,1	117,9	117,3	119,1	120,7	115,6	119,6
Rondônia	116,0	118,7	142,7	112,3	108,0	110,5	106,2	113,2	115,0	119,7	118,9	111,3	119,0
Acre	126,2	126,7	158,5	124,4	119,0	125,5	121,5	123,8	122,7	125,9	124,4	112,9	120,8
Amazonas	115,0	114,4	131,1	107,5	99,2	108,5	102,1	103,6	104,3	109,4	111,6	102,9	109,8
Roraima	152,1	162,4	186,7	157,2	152,4	165,2	161,5	162,4	166,2	179,1	183,6	174,0	178,6
Pará	129,3	131,3	164,3	120,9	116,3	124,2	120,3	122,8	119,6	121,0	119,3	111,3	118,6
Amapá	110,8	108,4	135,1	108,1	102,2	103,9	98,4	102,4	100,3	103,3	102,6	100,3	103,5
Tocantins	118,7	131,6	139,1	111,7	110,4	120,8	112,9	115,1	116,4	119,4	120,6	105,4	109,5
Maranhão	126,2	124,7	153,4	120,6	112,9	125,2	122,4	123,0	123,6	122,3	129,2	118,3	121,2
Piauí	129,8	128,9	159,3	129,1	119,5	129,8	126,7	128,1	125,2	128,2	128,7	122,4	125,8
Ceará	123,2	124,2	152,1	122,3	113,4	124,3	120,6	122,1	120,8	125,9	124,9	118,8	123,0
Rio G. do Norte	138,1	138,9	166,1	132,2	123,5	136,2	130,7	132,1	128,8	134,6	135,7	130,1	133,5
Paraíba	118,4	123,8	147,7	121,8	109,0	118,8	115,3	118,9	117,0	124,2	123,6	114,3	122,9
Pernambuco	120,8	126,8	154,0	121,7	108,9	116,8	111,0	114,3	113,7	118,2	116,0	110,7	118,3
Alagoas	125,9	132,8	166,1	127,8	116,7	129,2	121,7	123,6	118,4	122,6	125,8	115,7	126,2
Sergipe	122,2	122,8	142,4	124,7	113,5	124,2	118,4	118,3	114,9	115,9	117,4	112,5	120,2
Bahia	124,7	126,0	149,9	118,7	113,1	122,1	114,1	115,5	114,1	117,9	120,2	112,3	117,9
Minas Gerais	118,1	116,0	140,8	113,4	110,1	120,4	114,6	118,0	118,3	121,0	122,6	118,5	119,8
Espírito Santo	90,4	89,5	112,5	89,6	82,2	88,8	86,7	83,4	88,6	88,6	87,5	83,1	84,8
Rio de Janeiro	127,2	126,9	156,8	119,7	113,3	128,9	116,8	120,4	121,0	119,3	122,8	120,3	122,5
São Paulo	125,1	126,0	152,2	116,3	113,3	125,0	118,8	119,9	118,3	119,6	123,1	116,8	121,6
Paraná	126,6	120,5	149,8	121,6	117,2	128,5	121,7	123,1	122,8	127,0	124,8	121,7	123,9
Santa Catarina	121,6	120,4	151,5	114,7	109,4	118,1	112,3	114,5	112,6	116,8	116,1	115,9	119,3
Rio Grande do Sul	123,5	120,3	149,2	114,3	109,6	123,4	115,8	118,5	119,2	118,9	119,3	113,7	120,9
Mato Grosso do Sul	137,6	135,9	165,4	130,1	125,7	137,8	131,4	135,0	130,6	134,1	134,2	127,5	134,3
Mato Grosso	127,7	124,6	144,6	117,0	116,1	124,9	123,0	120,2	124,8	127,6	126,0	116,9	117,3
Goiás	109,6	108,2	121,5	104,3	98,6	109,6	104,0	104,6	105,7	104,3	104,9	102,5	102,9
Distrito Federal	108,9	108,3	123,1	104,3	99,2	107,7	100,2	100,4	100,5	102,9	102,3	98,7	101,5

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**

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Out/2016

Unidade da Federação	Índice de Base Fixa (1)			Variação mês/mês anterior		
	ago/16	set/16	out/16	ago/16	set/16	out/16
Brasil	102,6	101,6	100,8	-0,8	-1,0	-0,8
Rondônia	100,7	97,6	99,3	-1,6	-3,1	1,7
Acre	113,7	112,4	115,0	-4,6	-1,1	2,3
Amazonas	89,6	87,6	87,0	-3,8	-2,2	-0,7
Roraima	164,2	163,8	160,7	3,7	-0,2	-1,9
Pará	94,0	92,0	90,9	-1,8	-2,1	-1,2
Amapá	90,4	91,7	90,1	-1,6	1,4	-1,7
Tocantins	112,1	107,7	106,5	0,3	-3,9	-1,1
Maranhão	107,8	107,9	108,5	-0,6	0,1	0,6
Piauí	96,1	96,5	94,9	-2,1	0,4	-1,7
Ceará	105,3	104,5	105,6	-1,9	-0,8	1,1
Rio G. do Norte	102,3	102,5	102,7	-1,9	0,2	0,2
Paraíba	107,6	106,4	107,9	1,5	-1,1	1,4
Pernambuco	97,8	98,1	98,7	-2,1	0,3	0,6
Alagoas	103,3	103,7	104,4	-1,2	0,4	0,7
Sergipe	96,2	96,7	97,4	-0,4	0,5	0,7
Bahia	92,6	92,6	91,9	-1,2	0,0	-0,8
Minas Gerais	106,4	106,1	105,2	-0,4	-0,3	-0,8
Espirito Santo	89,7	88,6	89,5	-1,0	-1,2	1,0
Rio de Janeiro	99,3	99,0	97,4	0,8	-0,3	-1,6
São Paulo	105,6	104,1	104,0	-1,0	-1,4	-0,1
Paraná	108,6	108,3	107,8	-1,2	-0,3	-0,5
Santa Catarina	100,6	101,4	99,9	-2,0	0,8	-1,5
Rio Grande do Sul	102,1	101,6	101,6	-1,3	-0,5	0,0
Mato Grosso do Sul	121,5	119,2	119,1	-1,3	-1,9	-0,1
Mato Grosso	95,7	90,7	90,6	-1,8	-5,2	-0,1
Goiás	91,8	91,9	91,4	-1,5	0,1	-0,5
Distrito Federal	88,8	88,7	89,3	-1,7	-0,1	0,7

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

(1) Base: 2011 = 100

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

**Tabela 17 - Índice e variação da receita nominal de vendas do comércio varejista com ajuste sazonal, por Unidade da Federação.**

Mês: Out/2016

Unidade da Federação	Índice de Base Fixa (1)			Variação mês/mês anterior		
	ago/16	set/16	out/16	ago/16	set/16	out/16
Brasil	148,6	148,0	147,2	0,2	-0,4	-0,5
Rondônia	134,5	131,6	133,8	-1,0	-2,2	1,7
Acre	158,9	158,7	162,3	-4,7	-0,1	2,3
Amazonas	127,0	124,8	125,1	-3,0	-1,7	0,2
Roraima	243,6	244,1	239,2	5,2	0,2	-2,0
Pará	138,7	137,1	135,7	-0,6	-1,2	-1,0
Amapá	124,9	127,7	125,8	-0,9	2,2	-1,5
Tocantins	154,6	149,7	147,2	0,7	-3,2	-1,7
Maranhão	159,7	159,3	161,8	0,7	-0,3	1,6
Piauí	141,8	143,6	141,3	-1,0	1,3	-1,6
Ceará	154,2	153,6	156,3	-0,7	-0,4	1,8
Rio G. do Norte	151,0	151,8	152,8	-0,6	0,5	0,7
Paraíba	148,4	147,7	149,4	1,6	-0,5	1,2
Pernambuco	139,0	140,2	142,2	-2,0	0,9	1,4
Alagoas	147,6	149,1	150,6	-1,0	1,0	1,0
Sergipe	137,9	140,5	142,1	-0,2	1,9	1,1
Bahia	132,8	132,9	134,6	-0,7	0,1	1,3
Minas Gerais	152,1	151,8	151,3	0,6	-0,2	-0,3
Espirito Santo	131,1	130,4	131,7	0,1	-0,5	1,0
Rio de Janeiro	148,0	148,1	145,8	2,3	0,1	-1,6
São Paulo	153,1	151,0	150,5	0,4	-1,4	-0,3
Paraná	158,6	159,5	158,7	-0,6	0,6	-0,5
Santa Catarina	146,1	148,0	146,1	-1,0	1,3	-1,3
Rio Grande do Sul	150,7	150,8	151,1	-0,5	0,1	0,2
Mato Grosso do Sul	172,9	171,1	171,2	-0,3	-1,0	0,1
Mato Grosso	134,9	130,2	128,5	-1,0	-3,5	-1,3
Goiás	129,1	130,3	129,6	-0,3	0,9	-0,5
Distrito Federal	122,6	122,7	123,1	-0,6	0,1	0,3

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

(1) Base: 2011 = 100

Atualizado em 13/12/2016 às 9:00h