

Indicadores IBGE

Pesquisa Mensal de Comércio

março 2009

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE

Ministro do Planejamento, Orçamento e Gestão
Paulo Bernardo Silva

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE

Presidente

Eduardo Pereira Nunes

Diretor Executivo

Sérgio da Costa Côrtes

ÓRGÃOS ESPECÍFICOS SINGULARES

Diretoria de Pesquisas

Wasmália Socorro Barata Bivar

Diretoria de Geociências

Luiz Paulo Souto Fortes

Diretoria de Informática

Luiz Fernando Pinto Mariano

Centro de Documentação e Disseminação de Informações

David Wu Tai

Escola Nacional de Ciências Estatísticas

Sérgio da Costa Côrtes (interino)

UNIDADE RESPONSÁVEL

Diretoria de Pesquisas

Coordenação das Estatísticas Econômicas e Classificações

Sidnéia Reis Cardoso

Coordenação de Serviços e Comércio

Vânia Maria Carelli Prata

EQUIPE DE REDAÇÃO

Redatores: Nilo Lopes de Macedo

Reinaldo Silva Pereira

Editoração: Gilmar da Costa Gonçalves

Indicadores IBGE

Plano de divulgação:

Pesquisa mensal de emprego

Estatística da produção agrícola *

Estatística da produção pecuária *

Pesquisa industrial mensal: produção física Brasil

Pesquisa industrial mensal: produção física regional

Pesquisa industrial mensal: emprego e salário

Pesquisa mensal de comércio

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: indicadores de volume e valores correntes

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

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

NOTAS METODOLÓGICAS

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

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

- Expande a abrangência dos indicadores, passando a incluir o comércio de material de construção.
- Passa a divulgar o índice do Comércio Varejista Ampliado, que agrega, aos índices do varejo, as atividades “Veículos, motocicletas, partes e peças” e “Material de construção”.
- Desagrega as estatísticas classificadas anteriormente como “Demais artigos de uso pessoal e doméstico” nas seguintes atividades: “Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos”, “Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação”, “Livros, jornais, revistas e papelaria” e “Outros artigos de uso pessoal e doméstico”.
- Amplia a amostra de 5.000 empresas informantes para 9.000 empresas.
- Na série completa dos índices (série encadeada): os índices de janeiro de 2000 até dezembro de 2003 têm por **período de base** o ano de 2000. Os índices de janeiro de 2004 em diante têm por período de base o ano 2003.
- A série encadeada desde janeiro de 2000, tem como **período de referência**, único, a média mensal dos índices de 2003=100.

I – CARACTERÍSTICAS DA PESQUISA

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

Descrição da Atividade	Código CNAE
Combustíveis e lubrificantes	5050
Supermercados, hipermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	5211, 5212, 5213, 5214, 5221, 5222, 5223, 5224 e 5229
Tecidos, vestuário e calçados	5231, 5232 e 5233
Móveis e eletrodomésticos	5242 e 5243
Artigos farmacêuticos, médicos, Ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	5241
Equipamentos e materiais para escritório, Informática e de comunicação	5245
Livros, jornais, revistas e papelaria	5246
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	5215 e 5249
Veículos e motocicletas, partes e peças	5010, 5030 e 5041
Material de construção	5153 e 5244

- **Unidade de Investigação** – A empresa, definida como entidade jurídica caracterizada por firma ou razão social, inscrita no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ), é a unidade básica de informação da PMC.
- **Variável Investigada** – É a receita bruta de revenda, Total e por Unidade da Federação, definida no âmbito da empresa como a receita bruta mensal proveniente da revenda de mercadorias, não deduzidos os impostos incidentes e nem as vendas canceladas, abatimentos e impostos incondicionais. Não estão incluídas as receitas financeiras e não-operacionais.
- **Amostra** – Com base na Pesquisa Anual de Comércio 2002 e dentro do âmbito e da abrangência previamente definidas, foram selecionadas cerca de 9 000 empresas distribuídas nas 27 Unidades da Federação.

II – CONSTRUÇÃO DE INDICADORES

- **Séries nominal e de volume** – A partir da receita bruta de revenda investigada são construídos indicadores para duas variáveis: *Receita Nominal de Vendas* e *Volume de Vendas*. Esta última resulta da deflação dos valores nominais correntes por índices de preços específicos para cada grupo de atividade, e para cada Unidade da Federação, construídos a partir dos relativos de preços do IPCA e do Sistema Nacional de Pesquisa de Custos e Índices da Construção Civil - SINAPI. Na construção dos índices de preços das UFs não cobertas pelo IPCA, foram usados os relativos de preços da área geográfica mais apropriada.
- **Divulgação dos resultados** – Os índices nominal e de volume de vendas são divulgados dentro do seguinte quadro esquemático:
 - 1– *Índice de Comércio Varejista* - Índice-síntese dos grupos de atividades relacionados abaixo, cujas receitas provêm preponderantemente da atividade do varejo. Divulgados para o Brasil e suas 27 Unidades da Federação.

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

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

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

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

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

ÍNDICE DE BASE FIXA: Compara os níveis nominais e de volume da Receita Bruta de Revenda do mês com a média mensal obtida no ano de 2003.

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

ÍNDICE MENSAL: Compara os índices nominais e de volume da Receita Bruta de Revenda do mês com os obtidos em igual mês do ano anterior;

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

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

III – ENCADEAMENTO

O IBGE encadeou a série de Índices de Base Fixa que encerrou em dezembro de 2003 (base 2000 = 100) com a série que se inicia em janeiro de 2004 (base 2003 = 100). A série encadeada tem como referência a média mensal de 2003 = 100. Este procedimento não altera as séries dos Índices Mensal, Acumulado no Ano e Acumulado de 12 meses já publicadas.

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

IV – SÉRIES DA PMC AJUSTADAS SAZONALMENTE

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

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

Os modelos adotados nas séries divulgadas são:

VOLUME DE VENDAS ATIVIDADES

ATIVIDADE	DECOMPOSIÇÃO	MODELO ARIMA	REGRESSÃO (REGARIMA)
Brasil	Multiplicativo	(212) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[1] e efeito calendário (TD)
Produtos alimentícios, bebidas e fumo	Multiplicativo	(011) (011)	Páscoa[1], efeito calendário (TD)
Combustíveis	Multiplicativo	(212) (011)	Carnaval, Corpus Christi e efeito calendário (TD)
Tecidos, vestuário e calçados	Multiplicativo	(011) (011)	Carnaval, Corpus Christi, efeito calendário (TD) e AO2003.MAY.
Móveis e eletrodomésticos	Multiplicativo	(212) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[15] e efeito calendário (TD)
Super e Hipermercados	Multiplicativo	(212) (011)	Páscoa[1], efeito calendário (TD), LS2005.FEB e AO2006.JAN.
Automóveis, motocicletas, partes e peças	Multiplicativo	(212) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[15], efeito calendário (TD), AO2003.NOV, AO2006.JUN, LS2008.OCT.
Equip. e Materiais p escritório, inform e comun	Multiplicativo	(212) (011)	Carnaval, Corpus Christi , Páscoa [8], TC2003.OCT e LS2005.FEB.
Artigos farmac, méd, ortop e de perfumaria	Multiplicativo	(011) (011)	Carnaval, Corpus Christi e efeito calendário (TD)
Livros, jomais, revistas e papelaria	Multiplicativo	(212) (011)	Carnaval, Corpus Christi
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	Multiplicativo	(212) (011)	Carnaval, Corpus Christi e Páscoa[8]
Material de construção	Multiplicativo	(210) (011)	Carnaval, Corpus Christi , Páscoa [1] e efeito calendário (TD).
Varejo Ampliado	Multiplicativo	(212) (011)	Carnaval, Corpus Christi, efeito calendário (TD) e LS2008.OCT.

VOLUME DE VENDAS UF

UF	DECOMPOSIÇÃO	MODELO ARIMA	REGRESSÃO (REGARIMA)
Acre	Multiplicativo	(011) (011)	
Alagoas	Multiplicativo	(011) (011)	Páscoa [8], Carnaval e Corpus Christi
Amapá	Multiplicativo	(011) (011)	LS2006.JAN
Amazonas	Multiplicativo	(210) (011)	Carnaval e Corpus Christi , LS2002.DEC, LS2004.May, LS2005.FEB.
Bahia	Multiplicativo	(011) (011)	Carnaval, Corpus Christi e efeito calendário (TD) e Páscoa [15].
Ceará	Multiplicativo	(011) (011)	Carnaval, Corpus Christi e efeito calendário (TD)
Distrito Federal	Multiplicativo	((011) (011)	Carnaval, Corpus Christi e Páscoa[15]
Espírito Santo	Multiplicativo	(212) (011)	Carnaval, Corpus Christi e efeito calendário (TD)
Goiás	Multiplicativo	(212) (011)	Páscoa[15], efeito calendário (TD), Carnaval e Corpus Christi e LS2005.FEB.
Maranhão	Multiplicativo	(212) (011)	Carnaval, Corpus Christi e efeito calendário (TD)
Minas Gerais	Multiplicativo	(210) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[1], efeito calendário (TD) e Páscoa [8].
Mato Grosso	Multiplicativo	(212) (011)	Carnaval e Corpus Christi.
Mato Grosso do Sul	Multiplicativo	(011) (011)	Páscoa [1] e efeito calendário (TD)
Pará	Multiplicativo	(212) (011)	Carnaval, Corpus Christi .
Paraíba	Multiplicativo	(212) (011)	Carnaval e Corpus Christi, Páscoa [15],efeito calendário (TD).
Paraná	Multiplicativo	(212) (011)	Carnaval, Corpus Christi,. Páscoa [1],efeito calendário (TD), LS2002.NOV, LS2005.FEB e LS2005.AUG.
Pernambuco	Multiplicativo	(011) (011)	Carnaval, Corpus Christi e efeito calendário (TD),
Piauí	Multiplicativo	(012) (011)	Carnaval, Corpus Christi, efeito calendário (TD), LS2003.MAR, AO2004.JAN, AO2004.OCT, LS2005.FEB,AO2007.JAN e AO2008.NOV.
Rio Grande do Norte	Multiplicativo	(011) (011)	Carnaval, Corpus Christi, efeito calendário (TD) e LS2002.NOV
Rio Grande do Sul	Multiplicativo	(212) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[1] e efeito calendário (TD).
Rio de Janeiro	Multiplicativo	(012) (011)	Carnaval, Corpus Christi e Páscoa[8] .
Rondônia	Multiplicativo	(011) (011)	Páscoa[15], efeito calendário (TD)
Roraima	Multiplicativo	(210) (011)	Carnaval e Corpus Christi.
Santa Catarina	Multiplicativo	(212) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[1] e efeito calendário (TD)
Sergipe	Multiplicativo	(011) (011)	Carnaval, Corpus Christi, LS2005.FEB e TC2006.FEB
São Paulo	Multiplicativo	(011) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[1], efeito calendário (TD)
Tocantins	Multiplicativo	(011) (011)	TC2003.MAY e LS2005.FEB

RECEITA NOMINAL DE VENDAS ATIVIDADES

ATIVIDADE	DECOMPOSIÇÃO	MODELO ARIMA	REGRESSÃO (REGARIMA)
Brasil	Multiplicativo	(212) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa[1] e efeito calendário (TD)
Hiper., Super, Produtos alimentícios, bebidas e fumo	Multiplicativo	(212) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa[8], efeito calendário (TD) E LS.2002.OCT e AO2007.SEP.
Combustíveis	Multiplicativo	(011) (011)	efeito calendário (TD)
Tecidos, vestuário e calçados	Multiplicativo	(011) (011)	Camaval, Corpus Christi , efeito calendário (TD) e AO2003.MAY
Móveis e eletrodomésticos	Multiplicativo	(212) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa[8] e efeito calendário (TD)
Super e Hipermercados	Multiplicativo	(210) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa[8], efeito calendário (TD) e LS2002.OCT e LS2005.JAN.
Automóveis, motocicletas, partes e peças	Multiplicativo	(210) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa[15] e efeito calendário (TD), AO2006.JUN E LS2008.OCT.
Equip. e Materiais p escritório, inform e comun	Multiplicativo	(212) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa[8] e LS2005.FEB
Artigos farmac, méd, ortop e de perfumaria	Multiplicativo	(012) (011)	Camaval, Corpus Christi e efeito calendário (TD)
Livros, jornais, revistas e papelaria	Multiplicativo	(210) (011)	Camaval, Corpus Christi.
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	Multiplicativo	(012) (011)	Camaval e Corpus Christi.
Material de construção	Multiplicativo	(210) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa[1], efeito calendário (TD)
Varejo ampliado	Multiplicativo	(011) (011)	Camaval, Corpus Christi, efeito calendário (TD), LS2003.SEP, LS2005.FEB,LS2006.FEB, AO2006.JUN,AO2007.DEC,AO2008.AUG, LS2008OCT e LS2008.NOV.

RECEITA NOMINAL DE VENDAS UF

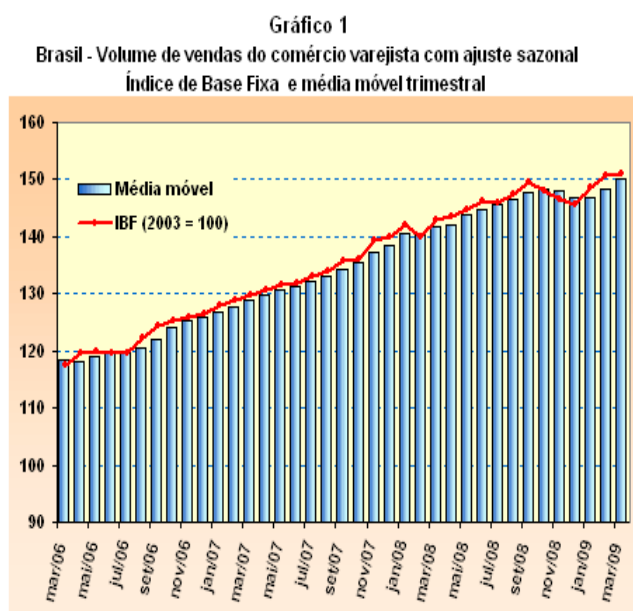
UF	DECOMPOSIÇÃO	MODELO ARIMA	REGRESSÃO (REGARIMA)
Acre	Multiplicativo	(012) (011)	Carnaval e Corpus Christi
Alagoas	Multiplicativo	(011) (011)	Carnaval e Corpus Christi
Amapá	Multiplicativo	(011) (011)	LS2006.JAN
Amazonas	Multiplicativo	(210) (011)	Carnaval, Corpus Christi, LS2004.MAY, AO2005.FEB.
Bahia	Multiplicativo	(012) (011)	Carnaval, Corpus Christi, efeito calendário (TD), Páscoa [15], TC2004.JAN e AO2008.FEB.
Ceará	Multiplicativo	(012) (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	(212) (011)	Carnaval, Corpus Christi e efeito calendário (TD)
Goiás	Multiplicativo	(012) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[15], efeito calendário (TD), AO2003.FEB e LS2005.FEB
Maranhão	Multiplicativo	(011) (011)	Carnaval, Corpus Christi e efeito calendário (TD) e AO2004.NOV.
Minas Gerais	Multiplicativo	(011) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[8] e efeito calendário (TD)
Mato Grosso	Multiplicativo	(011) (011)	Carnaval, Corpus Christi , AO2002.MAY.
Mato Grosso do Sul	Multiplicativo	(012) (011)	Carnaval, Corpus Christi, efeito calendário (TD) e LS2004.MAY.
Pará	Multiplicativo	(212) (011)	Carnaval e Corpus Christi.
Paraíba	Multiplicativo	(012) (011)	Carnaval, Corpus Christi, efeito calendário (TD) e LS2008.OCT.
Paraná	Multiplicativo	(011) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[1], efeito calendário (TD) e LS2005.FEB
Pernambuco	Multiplicativo	(210) (011)	Carnaval, Corpus Christi, efeito calendário (TD) e AO2003.JAN.
Piauí	Multiplicativo	(012) (011)	Carnaval, Corpus Christi, efeito calendário (TD), LS2002.JAN, TC2003.JAN e LS2005.FEB.
Rio Grande do Norte	Multiplicativo	(212) (011)	Carnaval, Corpus Christi e efeito calendário (TD)
Rio Grande do Sul	Multiplicativo	(212) (011)	Carnaval, Corpus Christi, efeito calendário (TD) Páscoa [1]
Rio de Janeiro	Multiplicativo	(212) (011)	Carnaval, Corpus Christi e Páscoa[15]
Rondônia	Multiplicativo	(210) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[15], efeito calendário (TD)
Roraima	Multiplicativo	(011) (011)	
Santa Catarina	Multiplicativo	(212) (011)	Carnaval, Corpus Christi , Páscoa[8], efeito calendário (TD)
Sergipe	Multiplicativo	(210) (011)	Páscoa [15], LS2005.FEB e TC2005.OCT e TC2006.FEB.
São Paulo	Multiplicativo	(212) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[1], efeito calendário (TD)
Tocantins	Multiplicativo	(011) (011)	TC2003.MAY e LS2005.FEB.

V - OBSERVAÇÕES

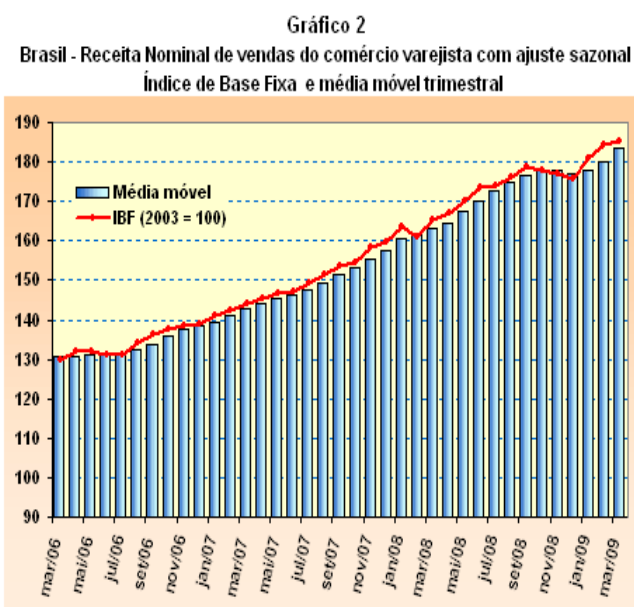
- 1 - Os índices do mês poderão ser alterados na divulgação do mês subsequente, em virtude de retificações nos dados primários por parte dos informantes da pesquisa.

COMENTÁRIOS

O **Comércio Varejista** do País, continuou a registrar alta neste terceiro mês do ano de 2009, assinalando taxas de 0,3% no volume de vendas e de 0,5% na receita nominal, ambas as variações com relação ao mês anterior (ajustadas sazonalmente). Entretanto, esses resultados expressam uma desaceleração no ritmo de crescimento das vendas, após aumentos no primeiro bimestre à taxas acima de 1%, como indicado nas trajetórias dos índices de base fixa e das médias móveis trimestrais (Gráficos 1 e 2). Nas demais comparações, obtidas das séries originais (sem ajuste), o varejo nacional obteve, em termos de volume de vendas, acréscimos da ordem de 1,8% sobre março do ano anterior e de 3,8% e 7,2% nos acumulados do primeiro trimestre e dos últimos 12 meses, respectivamente. Para os mesmos indicadores, a receita nominal de vendas apresentou taxas de variação de 7,8%, 9,9% e de 13,5%, respectivamente (Tabelas 1 e 2).



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



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

RESULTADOS SETORIAIS

No mês de março, oito das dez atividades pesquisadas obtiveram resultados positivos para o volume de vendas com ajuste sazonal. Em ordem de magnitude das taxas, os resultados foram os seguintes: *Veículos e motos, partes e peças* (3,9%); *Material de construção* (3,0%); *Tecidos, vestuário e calçados* (1,9%); *Livros, jornais, revistas e papelaria* (1,9%); *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos* (1,4%); *Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação* (1,4%); *Outros artigos de uso pessoal e doméstico* (1,1%) e *Combustíveis e lubrificantes*, com 0,9%. A atividade de *Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* não registrou variação enquanto a de *Móveis e eletrodomésticos* obteve taxa negativa de -2,2% - Tabela 1.

Já na relação março09/março08 (série sem ajuste), seis das oito atividades do varejo obtiveram aumentam no volume de vendas cujas taxas, por ordem de importância no resultado global, foram as seguintes: 15,2% para *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos*; 5,0% em *Outros artigos de uso pessoal e doméstico*; 4,2% para *Combustíveis e lubrificantes*; 0,7% para *Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo*; 18,0% para *Equipamentos e*

material para escritório, informática e comunicação; 10,5% para Livros, jornais, revistas e papelaria. Com resultados negativos apresentam-se as seguintes atividades: Móveis e eletrodomésticos com -0,9% e Tecidos, vestuário e calçados com -8,2%.

TABELA 1
BRASIL - VOLUME DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA E COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO
SEGUNDO GRUPOS DE ATIVIDADES PMC - 2009

ATIVIDADES	INDICADOR MÊS/MÊS (*)			INDICADOR MENSAL			ACUMULADO	
	Taxa de Variação			Taxa de Variação			Taxa de Variação	
	JAN	FEV	MAR	JAN	FEV	MAR	NO ANO	12 MESES
COMÉRCIO VAREJISTA (**)	1,9	1,5	0,3	6,0	3,8	1,8	3,8	7,2
1 - Combustíveis e lubrificantes	-1,4	3,0	0,9	3,8	0,8	4,2	3,0	8,7
2 - Hiper, supermercados, prods. alimentícios, bebidas e fumo	0,7	2,4	0,0	7,0	5,7	0,7	4,3	4,5
2.1 - Super e hipermercados	0,9	2,5	0,0	6,7	5,4	0,3	4,0	4,2
3 - Tecidos, vest. e calçados	2,3	-0,9	1,9	-4,7	-6,9	-8,2	-6,6	1,0
4 - Móveis e eletrodomésticos	5,7	-1,4	-2,2	6,3	-2,1	-0,9	1,3	11,2
5 - Artigos farmacêuticos, med., ortop. e de perfumaria	1,3	2,1	1,4	8,9	12,0	15,2	12,1	13,1
6 - Equip. e mat. para escritório informática e comunicação	-11,3	3,3	1,4	15,4	11,2	18,0	15,0	29,7
7 - Livros, jornais, rev. e papelaria	9,2	-9,1	1,9	23,9	1,9	10,5	12,3	11,4
8 - Outros arts. de uso pessoal e doméstico	6,4	4,5	1,1	5,0	10,5	5,0	6,7	11,0
COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO (***)	5,5	2,7	2,0	2,8	1,6	6,5	3,7	7,4
9 - Veículos e motos, partes e peças	11,7	4,5	3,9	-0,3	-0,1	17,1	5,9	8,4
10- Material de Construção	-3,4	5,2	3,0	-12,5	-12,8	-4,1	-9,8	3,0

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

(*) Séries com ajuste sazonal

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

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

A atividade de *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria*, com a maior participação na taxa global do varejo, influenciando a mesma em 48%, apresentou crescimento de 15,2% na comparação com março de 2008 e taxas acumuladas de 12,1% para o primeiro trimestre e de 13,1% nos últimos 12 meses. A expansão da massa de salários juntamente com a essencialidade do consumo de medicamentos, são os principais fatores explicativos do desempenho positivo do segmento.

A atividade de *Outros artigos de uso pessoal e doméstico*, com o segundo maior impacto na formação da taxa do varejo, obteve variação de 5,0% no volume de vendas em relação a março de 2008, sendo responsável por 24% da taxa geral. Englobando diversos segmentos do varejo, como por exemplo lojas de departamentos, ótica, joalheira, artigos esportivos, brinquedos, etc., esta atividade vem tendo seu desempenho impulsionado também pela manutenção do crescimento da massa salarial. O acumulado do ano foi da ordem de 6,7% e o acumulado dos últimos 12 meses, registrou variação de 11,0%.

O segmento de *Combustíveis e lubrificantes*, com 4,2% de variação do volume de vendas na relação março09/março08, respondeu este mês pela terceira maior contribuição à taxa global do varejo. Em termos de desempenho acumulado no ano, a taxa de variação chegou aos 3,0% e nos últimos 12 meses a 8,7%. Atribui-se este comportamento à estabilidade de preços dos combustíveis, conjugada com o aumento da frota de veículos automotores.

O segmento de *Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* mesmo com resultado abaixo da média - variação de 0,7% no volume de vendas em março sobre igual mês do ano anterior, foi responsável pela quarta contribuição (20,0%) da taxa global do varejo. Em termos de acumulados no ano e nos últimos 12 meses, a atividade apresenta crescimento de 4,3% e 4,5%, respectivamente. Este desempenho, bem abaixo do dos meses anteriores, deve-se em parte ao efeito calendário, uma vez que a Páscoa em 2008 ocorreu no mês de março, e este ano em abril, o que elevou a base de comparação do indicador março09/março08.

TABELA 2
BRASIL - RECEITA NOMINAL DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA E COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO
SEGUNDO GRUPOS DE ATIVIDADES PMC - 2009

ATIVIDADES	INDICADOR MÊS/MÊS (*)			INDICADOR MENSAL			ACUMULADO	
	Taxa de Variação			Taxa de Variação			Taxa de Variação	
	JAN	FEV	MAR	JAN	FEV	MAR	NO ANO	12 MESES
COMÉRCIO VAREJISTA (**)	2,9	1,9	0,5	11,9	10,2	7,8	9,9	13,5
1 - Combustíveis e lubrificantes	-0,5	3,8	0,4	4,9	3,8	5,9	4,9	9,8
2 - Hiper, supermercados, prods. alimentícios, bebidas e fumo	1,4	2,4	0,7	16,5	14,6	8,8	13,1	15,8
2.1 - Super e hipermercados	-0,9	3,7	-0,7	16,1	14,3	8,3	12,7	15,4
3 - Tecidos, vest. e calçados	2,6	-1,1	4,3	2,1	0,1	-1,0	0,4	7,4
4 - Móveis e eletrodomésticos	6,0	-1,4	-1,4	5,4	-2,7	0,3	1,2	8,5
5 - Artigos farmacêuticos, med., ortop. e de perfumaria	2,0	2,3	1,9	13,8	17,0	20,6	17,2	16,9
6 - Equip. e mat. para escritório informática e comunicação	-9,9	4,2	0,7	4,9	4,0	11,8	7,2	15,4
7 - Livros, jornais, rev. e papelaria	9,6	-9,9	3,9	27,1	4,9	14,2	15,6	13,7
8 - Outros artigos de uso pessoal e doméstico	9,3	3,9	1,7	13,2	20,0	14,0	15,5	18,0
COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO (***)	5,0	2,7	3,0	6,0	4,5	9,0	6,6	12,1
9 - Veículos e motos, partes e peças	12,5	2,7	8,3	-3,7	-4,6	11,0	1,2	9,0
10- Material de Construção	-4,0	6,2	1,3	-0,1	-0,6	9,3	2,9	14,6

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

(*) Séries com ajuste sazonal

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

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

O segmento de *Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação*, responsável pelo quinto maior impacto na formação da taxa global, obteve acréscimo no volume de vendas, em março, da ordem de 18,0% sobre igual mês do ano passado e taxa acumulada no ano de 15,0% e nos últimos 12 meses de 29,7%. Trata-se da atividade com o maior patamar de crescimento este mês. Dentre os fatores que vêm determinando este desempenho, destacam-se a redução de preços dos produtos do gênero¹ e a crescente importância que os produtos de informática e comunicação vêm tendo nos hábitos de consumo das famílias.

A atividade de *Livros, jornais, revistas e papelaria*, com crescimento de 10,5%, exerceu a sexta maior influência no resultado do varejo. O volume de vendas acumulado no trimestre registrou variação de 12,3% e nos últimos 12 meses a taxa foi de 11,4%. Estes resultados decorrem basicamente do aumento de renda real e da diversificação da linha de produtos da atividade, como por exemplo, a venda de materiais de informática, além de produtos de entretenimento (CDs e DVDs).

¹ Segundo IPCA, o subitem Microcomputadores teve variação acumulada nos últimos 12 meses de -5,1%.

Com queda de -8,2% em relação a março de 2008, o segmento de *Tecidos, vestuário e calçados* apresentou a maior influência negativa no resultado global do varejo. Resultado este que pode ser explicado pelos aumentos de preços dos produtos, decorrentes não só da variação cambial como do lançamento da coleção outono-inverno. A atividade acumulou no ano e nos últimos 12 meses variações de -6,6% e 1,0%, respectivamente.

A atividade de *Móveis e eletrodomésticos*, com queda de -0,9% no volume de vendas em relação a março do ano passado, proporcionou o segundo maior impacto negativo na formação da taxa de desempenho do **Comércio Varejista** (Tabela 3). Tal comportamento resulta, em parte, das atuais restrições creditícias da economia brasileira. No acumulado do ano a taxa foi de 1,3% e nos últimos 12 meses de 11,2%.

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

ATIVIDADES	COMÉRCIO VAREJISTA			COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO		
	Taxa	Comp. da taxa		Taxa	Comp. da taxa	
		absoluta	relativa(%)		absoluta	relativa(%)
Taxa Global	1,8	1,8	100,0	6,5	6,5	100,00
Combustíveis e lubrificantes	4,2	0,4	23,9	4,2	0,3	4,00
Hiper, supermercados, prods. alimentícios, bebidas e fumo	0,7	0,4	19,9	0,7	0,2	3,23
Tecidos, vestuário e calçados	-8,2	-0,6	-33,0	-8,2	-0,4	-5,38
Móveis e eletrodomésticos	-0,9	-0,1	-7,4	-0,9	-0,1	-1,23
Artigos farmacêuticos, médicos, ortop. e de perfumaria	15,2	0,9	48,3	15,2	0,5	7,85
Equip. e mat. para escritório, informática e comunicação	18,0	0,3	18,2	18,0	0,2	2,92
Livros, jornais, revistas e papelaria	10,5	0,1	5,7	10,5	0,1	0,92
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	5,0	0,4	24,4	5,0	0,3	4,00
Veículos e motos, partes e peças	-	-	-	17,1	5,7	87,08
Material de construção	-	-	-	-4,1	-0,2	-3,38

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

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

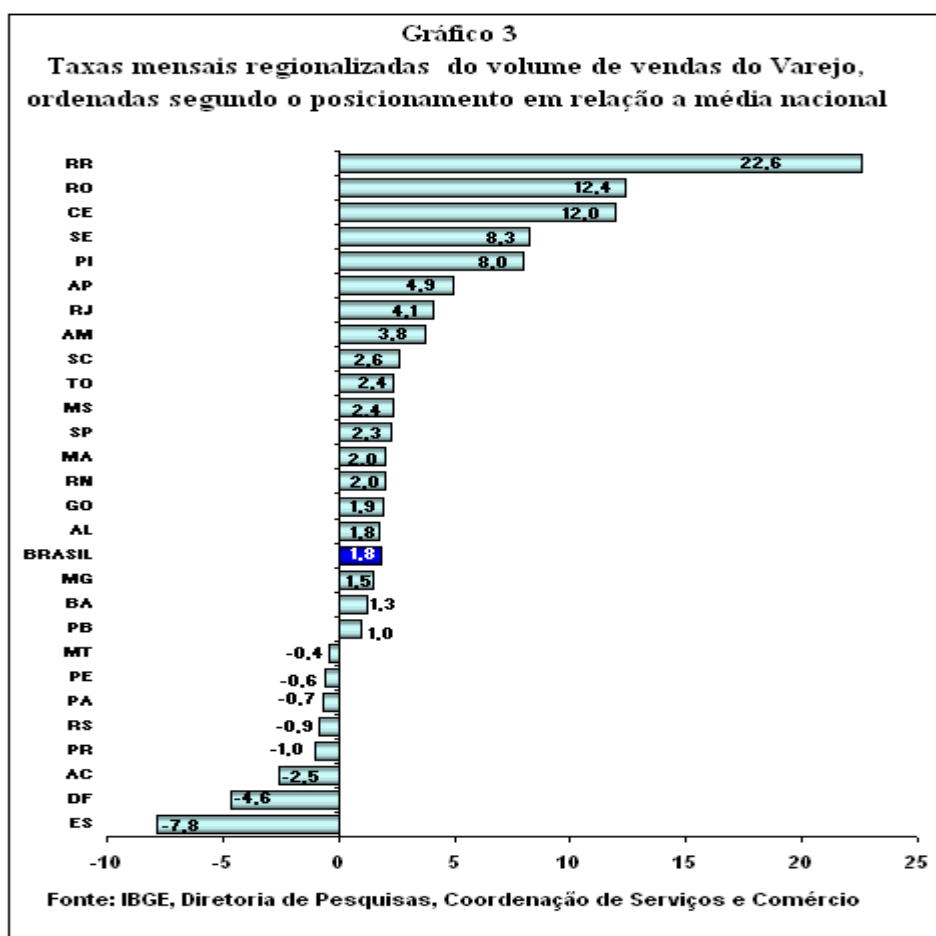
O **Comércio Varejista ampliado**, que inclui o **varejo** e mais as atividades de *Veículos, motos, partes e peças* e de *Material de construção*, registrou crescimento em relação ao mês anterior de 2,0% para o volume de vendas e de 3,0% para a receita nominal, ambas as taxas com o ajustamento sazonal. Comparado com o mesmo mês do ano anterior (sem ajuste sazonal), as variações foram de 6,5% para o volume de vendas e de 9,0% para a receita nominal. No acumulado do ano e dos últimos 12 meses o setor apresentou taxas de variação de 3,7% e 7,4% para o volume e de 6,6% e 12,1% para a receita nominal de vendas, respectivamente.

No que tange ao volume de vendas, a atividade de *Veículos, motos, partes e peças* registrou expansão de 17,1% em relação a março de 2008, acumulando no trimestre e nos últimos doze meses variações de 5,9% e 8,4%, respectivamente. As restrições de crédito, tendo como exemplo a redução dos prazos de financiamento, por um lado, e a redução de impostos pelo o governo (IPI), por outro, vêm se constituindo nos principais fatores para a atual dinâmica desse mercado.

Quanto a *Material de construção*, as variações foram de -4,1% em relação a março de 2008, de -9,8% no acumulado do ano e de 3,0% nos últimos 12 meses. Tal desempenho resulta também das restrições de crédito, bem como das expectativas do consumidor quanto a manutenção do emprego.

RESULTADOS REGIONAIS

Das vinte e sete Unidades da Federação, oito apresentaram resultados negativos na comparação março09/março08, sendo as principais quedas: Espírito Santo (-7,8%); Distrito Federal (-4,6%); Acre (-2,5%) e Paraná com -1,0%. Os destaques em termos de variações positivas do volume de vendas foram Roraima (22,6%); Rondônia (12,4%); Ceará (12,0%); Sergipe(8,3%) e Piauí (8,0%) - Gráfico 3. Quanto à participação na composição da taxa do **Comércio Varejista**, sobressaíram, pela ordem, São Paulo (2,3%); Rio de Janeiro (4,1%); Ceará (12,0%); Minas Gerais (1,5%) e Santa Catarina, com 2,6%.



Em relação ao **varejo ampliado**, as maiores taxas de desempenho no volume de vendas ocorreram no Roraima (22,8%); Tocantins (20,1%); Sergipe (17,2%); Piauí (15,3%) e Ceará (14,6%). Em termos de impacto no resultado global do setor, os destaques foram os estados de São Paulo (6,9%); Rio de Janeiro (6,8%); Minas Gerais (8,1%); Rio Grande do Sul (5,0%) e Ceará (14,6%).

Ainda por Unidades da Federação, os resultados com ajuste sazonal para o volume de vendas apontam nove estados com variação negativa, na comparação mês/mês anterior. Os destaques são: Maranhão (-6,7%); Acre (-3,0%); Espírito Santo (-1,4%); Mato Grosso (-1,4%) e Pará (-1,2%). As maiores altas ocorreram em: Roraima (3,7%); Rondônia (3,3%); Ceará (3,1%); Goiás (2,5%) e Sergipe (2,0%).

ANÁLISE TRIMESTRAL

A variação de 3,8% no **Comércio varejista** no primeiro trimestre do ano de 2009, comparado com igual período de 2008, ficou abaixo não só da variação do último trimestre do ano anterior (6,0%) como de todo o período iniciado em janeiro de 2004, com exceção a junho de 2005 que teve variação também de 3,8%.

Comparando os resultados do **varejo** dos dois últimos trimestres, observa-se redução das taxas nas seguintes atividades: *Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo*, de 5,4% para 4,3%; *Móveis e eletrodomésticos* (de 7,7% para 1,3%); *Tecidos, vestuário e calçados* (de -5,4% para -6,6%); *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria* (de 13,9% para 12,1%); *Combustíveis e lubrificantes* (de 7,5% para 3,0%) e *Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação* (de 32,9% para 15,0%). Os segmentos que melhoraram seus indicadores foram: *Outros artigos de uso pessoal e doméstico*, saindo de 6,5% para 6,7%, e *Livros, jornais, revistas e papelaria* (de 12,0% para 12,3%).

Entretanto, em termos de **Comércio varejista ampliado**, os 3,7% de variação no primeiro trimestre de 2009, superaram os 0,3% referentes ao quarto trimestre do ano de 2008. Composto este agregado, além das atividades descritas acima, tem-se ainda os resultado para *Veículos, motos, partes e peças*, que variou de -10,8% para 5,9%, e *Material de construção*, que reduziu seu crescimento de -1,9% para -9,8% - Tabela 4.

TABELA 4

Brasil - Indicadores trimestrais de volume de vendas do comércio varejista por atividades

Atividades	taxas de desempenho de 2008					taxas de desempenho de 2009				
	Taxas Trimestrais*				Taxa	Taxas Trimestrais*				Taxa
	1º TRI	2º TRI	3º TRI	4º TRI	Anual**	1º TRI	2º TRI	3º TRI	4º TRI	Anual**
COMÉRCIO VAREJISTA	11,8	9,3	10,2	6,0	9,1	3,8				
1 - Combustíveis e lubrificantes	5,2	11,3	13,4	7,5	9,3	3,0				
2 - Hipermercados, supermercados, prods. Alimentícios, bebidas e fumo	8,4	3,4	4,8	5,4	5,5	4,3				
2.1 - Hiper e supermercados	8,5	3,2	4,5	5,2	5,3	4,0				
3 - Tecidos, vestuário e calçados	13,3	10,4	7,3	-5,4	4,9	-6,6				
4 - Móveis e eletrodomésticos	17,3	19,6	17,9	7,7	15,1	1,3				
5 - Artigos farmacêuticos, médicos, ortop., de perfumaria e cosméticos	13,2	12,3	13,5	13,9	13,3	12,1				
6 - Equip. e material para escritório, informática e comunicação	29,2	32,3	38,6	32,9	33,5	15,0				
7 - Livros, jornais, revistas e papelaria	11,5	11,4	9,3	12,0	11,1	12,3				
8 - Outros arts. de uso pes. e doméstico	28,3	15,7	17,8	6,5	15,6	6,7				
COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO	14,8	13,9	12,9	0,3	9,9	3,7				
9 - Veículos, motos, partes e peças	21,4	23,2	18,0	-10,8	11,9	5,9				
10 - Material de construção	10,9	11,4	12,1	-1,9	7,8	-9,8				

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

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

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

Gráfico 4 - Evolução do volume de vendas do Comércio Varejista segundo os índices Mensal e Acumulado dos últimos 12 meses

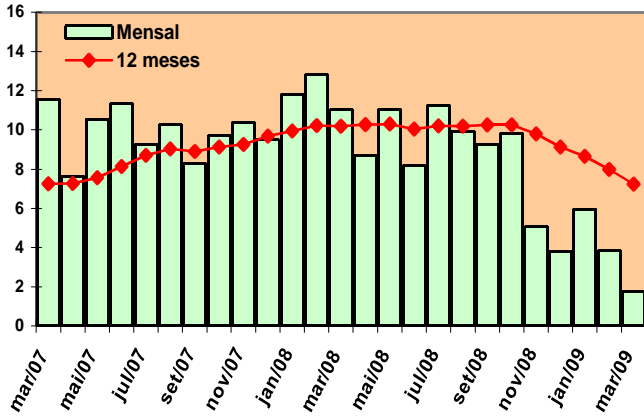


Gráfico 5 - Evolução do volume de vendas de Combustíveis e Lubrificantes segundo os índices Mensal e Acumulado dos últimos 12 meses

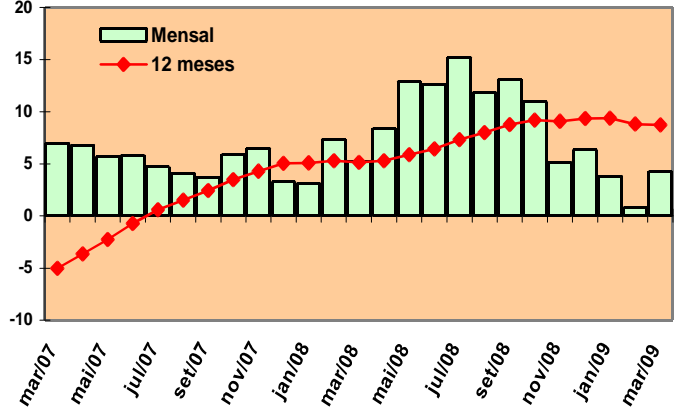


Gráfico 6 - Evolução do volume de vendas de Hiper, Super, prods. alim., bebidas e fumo segundo os índices Mensal e Acumulado dos últimos 12 meses

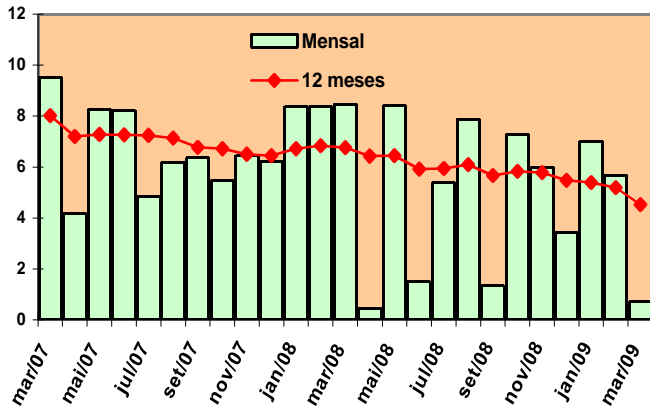


Gráfico 7 - Evolução do volume de vendas de Tcidos, Vestuário e Calçados segundo os índices Mensal e Acumulado dos últimos 12 meses

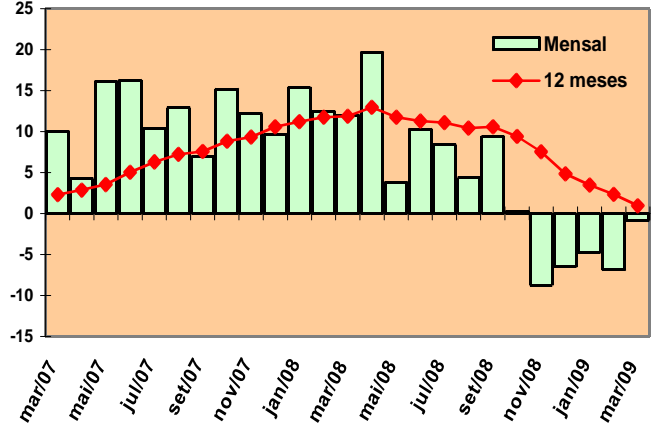


Gráfico 8 - Evolução do volume de vendas de Móveis e Eletrodomésticos, segundo os índices Mensal e Acumulado dos últimos 12 meses

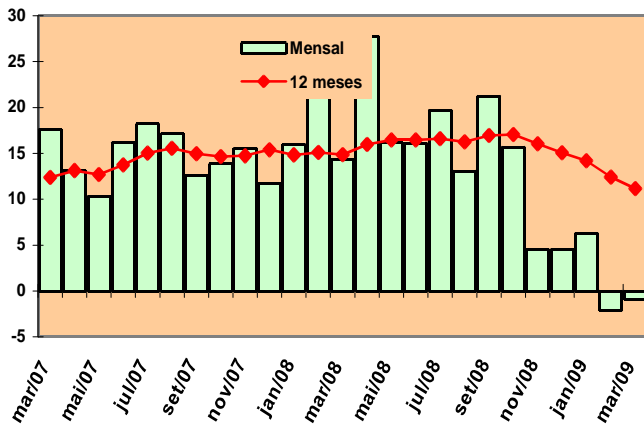


Gráfico 9 - Evolução do volume de vendas de Artigos farmacêuticos, médicos, ortop, de perf. e cosméticos, segundo os índices mensal e acumulado dos últimos 12 meses

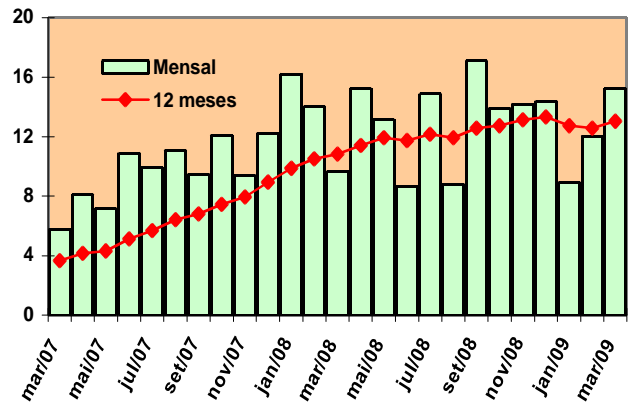


Gráfico 10 - Evolução do volume de vendas de Equipamento e mat. de escritório, info. e com, segundo os índices Mensal e Acumulado dos últimos 12 meses

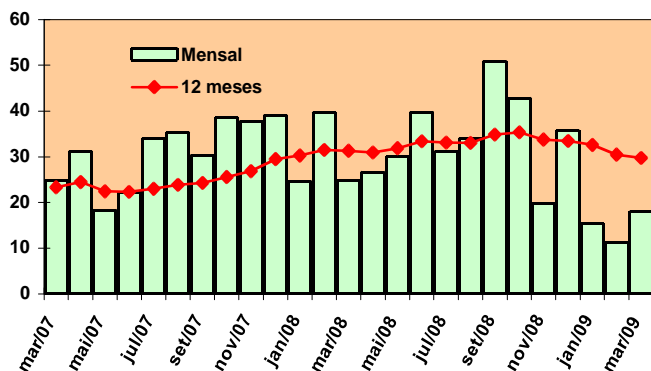


Gráfico 11 - Evolução do volume de vendas de Livros, jornais, revistas e papelaria, segundo os índices Mensal e Acumulado dos últimos 12 meses

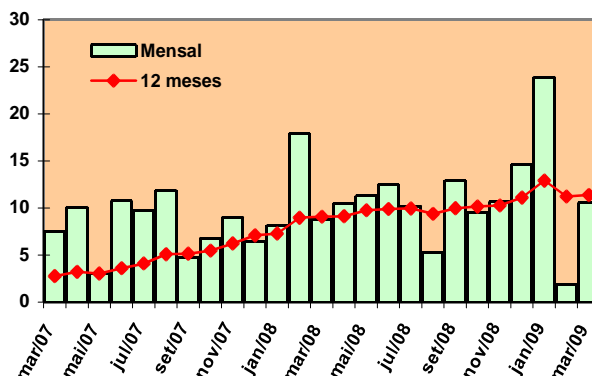


Gráfico 12 - Evolução do volume de vendas de Outros artigos, segundo os índices Mensal e Acumulado dos últimos 12 meses

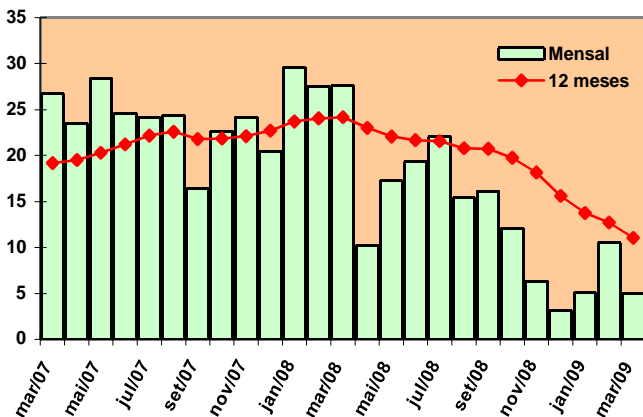


Gráfico 13 - Evolução do volume de vendas de Veículos, motos, partes e peças, segundo os índices Mensal e Acumulado dos últimos 12 meses

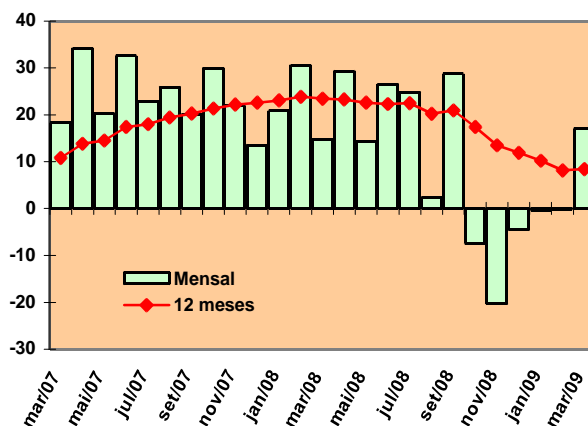
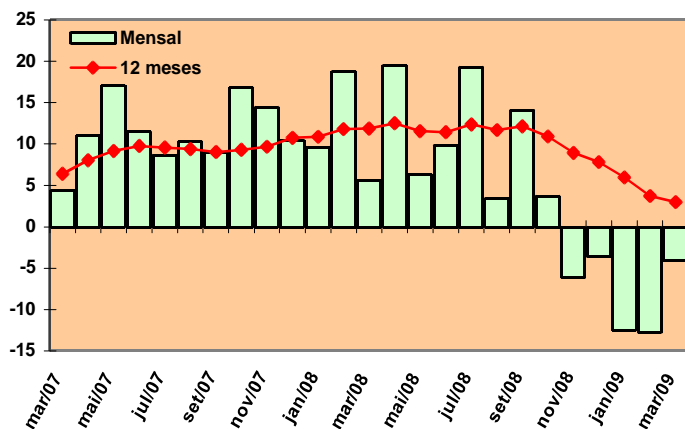


Gráfico 14 - Evolução do volume de vendas de Material de construção segundo os índices Mensal e Acumulado dos últimos 12 meses



PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Mar/2009

Unidade da Federação	Índice de volume (1)	Variação				
		Mensal (2)			Acumulada (3)	
		jan/09	fev/09	mar/09	no ano	12 Meses
Brasil	144,6	6,0	3,8	1,8	3,8	7,2
Rondônia	171,7	24,1	11,4	12,4	15,8	14,9
Acre	192,0	9,2	4,9	-2,5	3,6	7,7
Amazonas	163,1	5,3	0,2	3,8	3,1	-0,3
Roraima	155,2	17,0	18,5	22,5	19,4	13,4
Pará	130,2	-7,8	0,8	-0,7	-2,9	-0,9
Amapá	137,7	6,6	6,8	4,9	6,1	7,6
Tocantins	180,3	0,8	-1,7	2,4	0,6	4,0
Maranhão	194,7	6,5	7,9	2,0	5,4	7,8
Piauí	149,6	1,6	7,0	8,0	5,3	7,4
Ceará	164,8	4,3	8,5	12,0	8,2	8,5
Rio G. do Norte	178,8	4,7	1,9	2,0	2,9	7,6
Paraíba	161,5	-6,8	-0,8	1,0	-2,4	6,8
Pernambuco	147,2	4,1	0,5	-0,6	1,4	4,4
Alagoas	196,9	2,9	5,4	1,8	3,3	4,8
Sergipe	169,7	12,5	7,8	8,3	9,6	5,5
Bahia	149,6	2,8	4,0	1,3	2,6	6,3
Minas Gerais	142,6	5,0	1,1	1,5	2,5	5,5
Espírito Santo	156,3	1,7	-2,4	-7,8	-2,9	5,0
Rio de Janeiro	137,4	7,8	6,5	4,1	6,1	6,7
São Paulo	150,1	8,7	6,1	2,3	5,6	10,1
Paraná	128,6	4,8	3,3	-1,0	2,3	5,4
Santa Catarina	145,0	6,8	3,6	2,6	4,4	5,2
Rio Grande do Sul	118,4	0,2	-2,8	-0,9	-1,1	3,9
Mato Grosso do Sul	154,6	12,8	-0,4	2,4	5,0	9,1
Mato Grosso	136,2	10,6	3,5	-0,4	4,3	9,0
Goiás	148,4	2,6	-0,8	1,9	1,3	6,8
Distrito Federal	141,3	-0,3	-2,6	-4,6	-2,5	1,7

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

(1) Base: 2003 = 100

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

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

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

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Mar/2009

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	1,8	3,8	7,2	4,2	3,0	8,7	0,7	4,3	4,5	0,3	4,0	4,2	-8,2	-6,6	1,0
Ceará	12,0	8,2	8,5	18,7	17,3	18,6	12,3	11,2	5,7	12,3	11,4	5,8	-1,8	-0,1	3,1
Pernambuco	-0,6	1,4	4,4	15,3	9,9	12,2	-4,1	0,3	4,7	-5,1	-0,5	4,3	-8,0	-1,8	-5,0
Bahia	1,3	2,6	6,3	-4,2	-2,0	7,1	0,2	4,4	3,2	-1,4	2,5	1,7	-4,2	-4,8	-4,6
Minas Gerais	1,5	2,5	5,5	7,5	4,7	13,1	-1,7	1,5	0,9	-1,8	1,6	0,9	-1,3	-5,4	0,2
Espírito Santo	-7,8	-2,9	5,0	7,2	9,9	13,1	-12,5	-5,8	0,2	-13,0	-6,2	-0,2	2,9	-1,9	9,2
Rio de Janeiro	4,1	6,1	6,7	6,2	6,1	11,5	2,5	4,3	4,3	1,5	3,8	4,3	-6,7	-10,3	-2,3
São Paulo	2,3	5,6	10,1	2,3	1,8	11,4	4,9	8,8	8,2	4,4	8,4	7,6	-12,1	-8,4	4,5
Paraná	-1,0	2,3	5,4	9,6	7,5	5,7	-8,6	-2,6	0,9	-8,8	-2,9	0,6	-6,4	-5,1	1,3
Santa Catarina	2,6	4,4	5,2	12,9	7,1	4,7	-4,4	1,0	1,7	-4,4	0,9	1,7	-1,6	-0,8	0,2
Rio Grande do Sul	-0,9	-1,1	3,9	-5,8	-8,9	2,1	-6,5	-3,2	0,8	-6,7	-3,2	0,8	-7,3	-5,3	-0,7
Goiás	1,9	1,3	6,8	-1,7	5,0	20,7	2,7	0,9	-3,0	2,7	0,8	-3,0	-8,4	-2,0	0,3
Distrito Federal	-4,6	-2,5	1,7	6,5	0,3	2,6	-9,6	-3,2	-3,9	-9,8	-3,3	-4,1	-4,5	-0,1	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 2 - Variação de volume de vendas no comércio varejista, por atividade e Unidade da Federação (Conclusão)

Mês: Mar/2009

Unidade da Federação	Móveis e eletrodomésticos			Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos			Livros, jornais, revistas e papelaria			Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação			Outros artigos de uso pessoal e doméstico		
	Mensal (1)	Acumulada (2)		Mensal (1)	Acumulada (2)		Mensal (1)	Acumulada (2)		Mensal (1)	Acumulada (2)		Mensal (1)	Acumulada (2)	
		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses
Brasil	-0,9	1,3	11,2	15,2	12,1	13,1	10,5	12,3	11,4	18,0	15,0	29,7	5,0	6,7	11,0
Ceará	14,2	3,0	8,6	12,3	3,9	5,0	9,7	1,0	4,8	37,5	13,5	29,9	5,8	12,9	11,7
Pernambuco	7,3	4,0	12,0	1,2	-4,8	-9,8	9,6	6,4	3,2	2,0	-14,6	-14,8	-5,5	1,1	6,8
Bahia	-0,5	-4,0	10,0	14,7	9,6	11,0	11,4	33,7	26,9	-22,3	-26,7	1,6	36,7	38,5	28,4
Minas Gerais	-1,1	-2,7	8,2	12,3	11,3	12,0	7,7	28,4	28,7	22,3	10,2	26,7	9,3	13,9	10,3
Espirito Santo	10,6	9,5	21,7	9,6	16,3	22,6	-9,8	1,1	8,6	23,2	10,5	34,3	-29,9	-24,4	-3,8
Rio de Janeiro	4,3	11,1	11,9	13,8	10,8	10,9	9,0	6,4	4,4	47,8	26,7	37,0	6,0	11,3	9,7
São Paulo	-6,1	1,1	14,7	15,9	12,9	15,6	9,1	11,4	8,8	2,9	5,9	24,0	3,3	3,2	12,2
Paraná	-2,2	-2,1	6,0	19,3	19,5	15,8	21,0	14,2	16,3	166,9	144,4	124,9	5,5	13,3	16,1
Santa Catarina	3,6	1,2	6,5	25,4	18,6	21,9	-2,2	12,1	16,5	91,8	145,1	137,4	4,9	9,2	10,6
Rio Grande do Sul	4,2	2,2	9,2	17,5	13,3	13,4	21,2	16,8	13,8	26,3	14,8	20,5	8,5	-0,2	1,6
Goiás	0,2	-4,1	12,5	13,4	10,9	15,2	-5,1	-1,7	-0,9	-1,8	-16,9	5,1	9,8	24,2	22,2
Distrito Federal	-5,8	-4,4	6,8	-3,4	-0,7	15,6	23,1	15,2	19,6	-6,5	-17,5	12,8	-13,8	-3,2	2,5

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: Mar/2009

Unidade da Federação	Comércio varejista												
	mar/08	abr/08	mai/08	jun/08	jul/08	ago/08	set/08	out/08	nov/08	dez/08	jan/09	fev/09	mar/09
Brasil	142,0	135,5	148,1	137,9	142,5	146,5	142,2	148,8	145,3	195,2	143,9	131,3	144,6
Rondônia	152,7	145,1	177,5	154,9	168,8	179,2	169,2	173,7	173,0	245,2	163,0	149,0	171,7
Acre	197,1	190,4	206,9	194,8	211,4	209,1	204,1	214,5	206,0	266,8	190,4	176,7	192,0
Amazonas	157,1	153,2	172,9	161,2	171,8	171,2	161,7	172,0	167,2	235,3	162,7	145,3	163,1
Roraima	126,7	127,5	148,4	140,8	143,9	148,6	140,0	150,2	146,3	175,4	139,0	132,8	155,2
Pará	131,1	128,8	146,3	135,5	142,7	141,3	138,7	146,2	136,1	208,5	134,1	118,7	130,2
Amapá	131,2	137,7	157,6	143,7	168,2	159,1	151,8	159,3	157,0	215,3	146,1	128,5	137,7
Tocantins	176,2	180,7	195,2	189,1	192,8	199,9	199,0	200,2	174,7	248,1	180,7	159,4	180,3
Maranhão	190,8	193,4	208,7	194,2	215,0	213,3	210,3	215,4	205,8	282,8	207,8	186,6	194,7
Piauí	138,5	137,0	151,8	142,3	153,4	149,1	151,2	150,6	157,2	203,4	158,4	138,2	149,6
Ceará	147,2	149,6	166,6	155,1	165,5	167,5	164,1	167,6	169,4	229,5	168,2	147,1	164,8
Rio G. do Norte	175,4	170,0	184,8	173,8	179,7	184,8	176,6	182,9	179,9	245,5	182,4	160,0	178,8
Paraíba	159,9	154,0	176,3	160,4	172,4	188,7	188,2	170,0	174,6	236,4	165,8	143,8	161,5
Pernambuco	148,1	138,1	153,6	140,4	148,8	152,3	148,1	156,7	156,4	206,4	152,9	132,6	147,2
Alagoas	193,5	176,5	199,8	177,4	189,8	192,7	188,1	204,4	199,4	270,7	203,0	177,5	196,9
Sergipe	156,7	148,0	160,9	151,4	152,3	158,5	162,4	171,6	167,8	225,1	181,6	154,3	169,7
Bahia	147,8	137,2	150,9	143,6	144,1	151,6	147,6	155,8	151,8	203,3	148,4	135,6	149,6
Minas Gerais	140,5	137,1	147,6	138,9	145,4	147,8	143,5	151,3	142,2	185,0	144,2	129,1	142,6
Espirito Santo	169,6	160,9	172,3	156,7	166,1	167,3	163,0	171,0	163,8	216,3	165,8	149,7	156,3
Rio de Janeiro	132,0	124,2	135,2	126,7	132,2	132,4	128,4	136,5	133,4	190,3	137,7	125,2	137,4
São Paulo	146,7	138,3	152,6	142,1	144,0	150,7	146,7	153,7	151,1	201,2	146,6	136,5	150,1
Paraná	129,9	122,5	130,2	120,6	128,7	132,8	128,4	131,8	128,0	171,7	129,7	115,7	128,6
Santa Catarina	141,3	133,8	141,9	131,0	139,0	143,8	138,4	143,3	140,9	195,9	153,8	139,4	145,0
Rio Grande do Sul	119,4	118,1	127,1	118,4	118,6	121,7	115,4	121,2	119,9	156,7	112,7	104,1	118,4
Mato Grosso do Sul	151,0	153,5	163,4	150,6	165,8	165,4	160,6	169,8	155,0	207,7	164,9	139,2	154,6
Mato Grosso	136,7	132,3	143,6	137,1	150,4	146,4	141,2	149,4	137,3	176,0	129,2	124,1	136,2
Goiás	145,6	142,3	155,6	146,7	154,1	155,0	148,7	152,6	144,1	190,1	146,9	127,7	148,4
Distrito Federal	148,1	142,2	152,9	140,1	142,3	144,7	142,4	145,6	148,7	185,9	141,0	130,9	141,3

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

(1) Base: 2003 = 100

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Mar/2009

Unidade da Federação	Índice de receita (1)	Variação				
		Mensal (2)			Acumulada (3)	
		jan/09	fev/09	mar/09	no ano	12 Meses
Brasil	176,8	11,9	10,2	7,8	9,9	13,5
Rondônia	210,7	32,8	21,3	19,7	24,4	22,7
Acre	247,9	19,2	15,3	5,7	13,0	16,7
Amazonas	211,1	12,2	7,1	10,2	9,9	6,8
Roraima	195,6	22,2	24,7	26,5	24,5	20,1
Pará	168,6	-2,1	7,2	4,9	3,0	5,6
Amapá	176,2	13,6	15,0	11,7	13,4	14,1
Tocantins	227,1	6,6	3,8	9,2	6,6	10,3
Maranhão	236,4	11,0	12,1	6,8	9,9	13,2
Piauí	178,2	6,5	12,4	12,5	10,3	12,9
Ceará	195,1	8,6	13,4	15,8	12,5	12,8
Rio G. do Norte	210,0	7,7	6,3	5,4	6,5	12,6
Paraíba	202,4	-2,9	4,6	6,1	2,3	13,8
Pernambuco	185,8	10,0	6,5	4,9	7,1	11,5
Alagoas	245,8	8,6	12,4	7,8	9,4	11,9
Sergipe	216,2	16,1	12,7	13,3	14,1	11,2
Bahia	180,7	9,0	11,4	8,3	9,5	12,4
Minas Gerais	181,1	11,0	7,5	7,1	8,5	12,3
Espírito Santo	191,9	8,9	4,6	-1,9	3,8	12,2
Rio de Janeiro	168,6	14,5	13,4	10,7	12,8	12,9
São Paulo	181,5	14,7	12,8	9,2	12,1	16,9
Paraná	156,1	10,5	8,6	3,0	7,2	11,0
Santa Catarina	176,0	11,7	9,4	6,5	9,2	10,5
Rio Grande do Sul	143,1	6,8	3,9	4,2	5,0	9,7
Mato Grosso do Sul	194,6	17,0	3,8	7,3	9,4	14,2
Mato Grosso	170,3	16,9	8,8	5,7	10,2	15,1
Goiás	184,7	8,3	4,5	7,7	6,9	12,5
Distrito Federal	175,0	6,2	2,5	2,4	3,7	6,0

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

(1) Base: 2003 = 100

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

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

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

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Mar/2009

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	7,8	9,9	13,5	5,9	4,9	9,8	8,8	13,1	15,8	8,3	12,7	15,4	-1,0	0,4	7,4
Ceará	15,8	12,5	12,8	17,0	12,8	16,8	18,7	19,0	16,8	18,5	19,1	16,8	4,4	6,7	8,4
Pernambuco	4,9	7,1	11,5	15,0	8,9	12,6	5,0	10,2	18,4	3,7	9,0	17,5	-3,8	3,5	0,5
Bahia	8,3	9,5	12,4	6,3	5,6	11,3	7,7	13,3	15,4	6,0	11,2	13,2	-0,5	-1,0	-0,2
Minas Gerais	7,1	8,5	12,3	6,8	4,7	13,0	6,2	10,6	13,4	6,1	10,7	13,3	3,1	-1,4	4,2
Espirito Santo	-1,9	3,8	12,2	8,6	11,9	14,6	-5,3	2,9	10,3	-5,8	2,5	9,9	14,7	8,3	16,7
Rio de Janeiro	10,7	12,8	12,9	7,5	8,0	13,0	11,0	14,0	14,9	10,0	13,4	14,8	2,6	-1,7	4,2
São Paulo	9,2	12,1	16,9	4,5	4,0	12,3	13,0	17,0	19,1	12,5	16,5	18,4	-3,6	-0,4	12,5
Paraná	3,0	7,2	11,0	5,4	8,2	6,2	-0,6	6,6	12,0	-0,8	6,2	11,6	-1,8	-0,1	5,8
Santa Catarina	6,5	9,2	10,5	8,6	7,9	5,0	4,1	10,6	13,1	4,0	10,5	13,0	3,0	4,2	4,6
Rio Grande do Sul	4,2	5,0	9,7	-4,1	-6,0	4,4	1,7	6,5	11,3	1,5	6,4	11,2	0,6	3,3	6,8
Goiás	7,7	6,9	12,5	0,9	7,4	20,8	12,0	10,1	8,8	11,9	10,0	8,6	-1,3	4,9	9,0
Distrito Federal	2,4	3,7	6,0	17,0	5,5	3,2	-1,7	5,3	6,2	-1,9	5,2	5,9	1,0	5,7	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 6 - Variação de receita nominal de vendas no comércio varejista, por atividade e Unidade da Federação (Conclusão)

Mês: Mar/2009

Unidade da Federação	Móveis e eletrodomésticos			Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos			Livros, jornais, revistas e papelaria			Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação			Outros artigos de uso pessoal e doméstico		
	Mensal (1)	Acumulada (2)		Mensal (1)	Acumulada (2)		Mensal (1)	Acumulada (2)		Mensal (1)	Acumulada (2)		Mensal (1)	Acumulada (2)	
		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses			
Brasil	0,3	1,2	8,5	20,6	17,2	16,9	14,2	15,6	13,7	11,8	7,2	15,4	14,0	15,5	18,0
Ceará	16,9	4,0	6,5	15,9	7,6	9,2	12,2	3,3	6,7	31,4	7,8	19,5	13,2	19,9	16,8
Pernambuco	6,7	3,1	9,6	3,0	-2,9	-6,6	13,1	9,2	4,9	-6,6	-22,7	-25,6	-0,2	6,2	10,9
Bahia	2,8	-0,8	8,2	19,8	14,4	13,6	9,8	32,7	25,7	-22,1	-28,7	-7,9	42,3	41,3	31,5
Minas Gerais	-0,5	-3,9	4,6	21,0	19,2	19,4	10,1	31,1	30,6	21,0	5,6	16,1	20,2	25,0	18,5
Espírito Santo	14,4	11,9	21,6	13,7	20,1	25,3	-4,1	6,6	11,9	16,3	2,1	21,8	-24,7	-19,1	2,4
Rio de Janeiro	4,9	9,9	8,4	18,1	14,4	13,3	15,8	12,3	7,6	39,6	17,0	23,4	14,9	20,4	17,5
São Paulo	-5,7	-0,2	10,5	22,3	19,5	19,4	11,4	14,2	11,4	-4,3	-3,5	7,3	14,0	13,6	20,8
Paraná	-2,9	-3,0	4,5	24,4	24,3	20,2	30,0	20,6	21,7	152,4	119,6	97,6	10,4	17,2	19,7
Santa Catarina	2,8	-0,5	3,9	30,7	23,4	26,5	5,0	18,2	21,9	81,4	119,2	108,1	9,4	12,5	13,8
Rio Grande do Sul	4,5	3,9	8,5	20,5	15,8	16,0	23,9	19,4	15,2	21,6	9,6	12,3	18,0	8,0	8,7
Goiás	2,0	-3,3	12,0	19,4	15,7	17,6	-2,3	1,8	1,7	-10,0	-22,3	-5,7	15,4	30,3	27,0
Distrito Federal	-3,4	-2,6	5,6	1,3	3,9	19,6	25,6	13,0	16,5	-9,2	-18,3	4,0	-8,5	1,8	6,1

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

Mês: Mar/2009

Unidade da Federação	Comércio varejista												
	mar/08	abr/08	mai/08	jun/08	jul/08	ago/08	set/08	out/08	nov/08	dez/08	jan/09	fev/09	mar/09
Brasil	164,0	157,6	174,2	164,3	170,6	175,4	169,7	178,4	175,7	235,7	174,9	160,0	176,8
Rondônia	176,0	167,4	206,0	180,5	198,8	210,2	200,6	209,8	213,8	303,0	200,3	186,0	210,7
Acre	234,6	227,2	247,2	234,3	257,0	254,8	251,0	266,2	259,6	340,8	244,0	229,9	247,9
Amazonas	191,5	187,5	211,9	198,9	212,4	212,8	202,9	217,2	212,2	301,6	208,5	188,0	211,1
Roraima	154,6	155,5	180,0	171,7	175,3	181,7	174,2	186,9	184,0	220,2	175,2	169,2	195,6
Pará	160,7	159,7	180,5	167,9	177,4	176,7	173,5	184,0	173,9	265,4	172,4	153,6	168,6
Amapá	157,8	168,4	191,2	174,6	202,6	194,1	188,3	198,7	197,9	268,8	184,5	165,3	176,2
Tocantins	208,0	210,5	229,0	225,0	229,5	239,7	241,1	243,7	216,5	300,0	223,5	198,8	227,1
Maranhão	221,4	223,6	242,4	228,6	254,8	253,5	251,1	257,2	246,0	338,3	247,8	224,7	236,4
Piauí	158,3	155,6	174,1	165,2	180,0	175,6	177,0	178,9	184,4	244,3	188,3	165,6	178,2
Ceará	168,5	169,7	189,7	178,5	192,4	194,7	190,2	196,3	199,4	273,6	198,0	174,8	195,1
Rio G. do Norte	199,3	192,0	209,6	200,1	209,4	214,3	204,5	214,8	212,8	291,9	214,7	190,5	210,0
Paraíba	190,9	186,7	213,8	199,0	211,1	235,1	234,3	210,3	218,5	300,9	206,5	180,7	202,4
Pernambuco	177,2	167,7	187,8	175,6	184,1	188,4	182,5	194,4	196,5	263,2	191,6	168,0	185,8
Alagoas	228,1	211,3	240,4	218,5	231,9	235,7	228,9	251,2	248,5	341,8	251,4	222,5	245,8
Sergipe	190,9	182,9	200,1	192,4	192,4	199,5	204,0	216,0	212,5	288,2	227,5	196,4	216,2
Bahia	166,9	159,4	176,1	170,8	170,9	178,5	174,5	184,8	179,9	242,2	179,2	164,2	180,7
Minas Gerais	169,0	164,9	179,8	171,1	180,1	183,7	178,0	188,1	178,1	230,7	180,9	164,3	181,1
Espirito Santo	195,7	187,7	204,3	186,7	198,1	199,5	193,5	205,2	198,7	264,5	203,7	184,4	191,9
Rio de Janeiro	152,4	144,4	159,4	150,5	157,3	157,8	151,8	162,3	160,3	232,1	167,5	153,4	168,6
São Paulo	166,2	158,0	176,7	166,8	170,6	178,6	172,7	181,7	180,2	237,4	175,7	163,8	181,5
Paraná	151,6	144,6	155,8	146,1	156,0	159,4	154,7	158,8	155,0	207,9	157,4	139,8	156,1
Santa Catarina	165,2	157,6	169,6	158,0	168,3	172,0	166,3	172,5	170,1	234,6	186,1	168,9	176,0
Rio Grande do Sul	137,3	137,4	149,8	140,4	141,3	145,1	138,2	145,9	146,2	190,5	136,4	125,8	143,1
Mato Grosso do Sul	181,4	181,7	195,5	180,8	198,7	201,7	198,1	211,3	193,8	262,6	206,3	174,1	194,6
Mato Grosso	161,1	154,1	169,6	163,0	179,1	175,6	171,4	181,6	169,6	219,2	160,2	154,3	170,3
Goiás	171,5	166,0	184,0	174,6	184,0	185,5	179,3	186,2	177,4	235,4	181,2	158,3	184,7
Distrito Federal	170,9	165,4	179,3	168,5	171,6	173,3	165,1	173,9	177,7	225,3	173,5	159,5	175,0

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

(1) Base: 2003 = 100

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Mar/2009

Unidade da Federação	Índice de volume (2)	Variação				
		Mensal (3)			Acumulada (4)	
		jan/09	fev/09	mar/09	no ano	12 Meses
Brasil	158,9	2,8	1,6	6,5	3,7	7,4
Rondônia	264,9	18,3	9,1	10,7	12,6	17,4
Acre	323,9	3,4	7,4	10,3	7,2	11,5
Amazonas	211,1	-1,1	-3,9	2,7	-0,7	3,7
Roraima	180,1	15,3	16,7	22,8	18,4	15,8
Pará	185,7	-8,8	-4,7	2,1	-3,9	-0,3
Amapá	184,3	-0,2	7,7	7,4	4,8	8,4
Tocantins	234,1	2,3	8,0	20,1	10,0	7,2
Maranhão	229,4	13,6	7,8	10,5	10,7	9,0
Piauí	192,0	7,5	10,1	15,3	10,9	12,1
Ceará	187,7	2,5	8,1	14,6	8,2	10,9
Rio G. do Norte	195,6	1,5	-0,6	3,0	1,3	5,5
Paraíba	184,3	-1,7	-2,3	4,7	0,3	6,3
Pernambuco	171,4	2,1	0,1	4,5	2,3	4,0
Alagoas	218,4	5,2	2,6	7,7	5,2	5,4
Sergipe	209,5	10,3	9,5	17,2	12,4	8,0
Bahia	168,9	0,7	3,5	6,3	3,5	6,9
Minas Gerais	154,1	1,9	0,8	8,1	3,7	6,7
Espirito Santo	218,4	3,8	-1,1	4,5	2,5	12,3
Rio de Janeiro	144,4	2,8	3,5	6,8	4,4	5,7
São Paulo	153,7	4,1	2,7	6,9	4,7	8,6
Paraná	152,3	0,3	-1,6	4,5	1,2	6,0
Santa Catarina	170,3	3,0	0,4	5,2	2,9	6,8
Rio Grande do Sul	136,0	0,9	-2,3	5,0	1,4	6,5
Mato Grosso do Sul	176,3	6,3	0,9	7,8	5,1	11,1
Mato Grosso	152,0	10,8	2,0	8,0	7,0	13,5
Goiás	186,6	3,6	-4,0	8,0	2,7	10,0
Distrito Federal	172,6	-3,8	-0,5	0,6	-1,2	-1,4

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: 2003 = 100

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

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

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

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Mar/2009

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

Mês: Mar/2009

Unidade da Federação	Móveis e eletrodomésticos			Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos			Livros, jornais, revistas e papelaria			Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação			Outros artigos de uso pessoal e doméstico		
	Mensal (2)	Acumulada (3)		Mensal (2)	Acumulada (3)		Mensal (2)	Acumulada (3)		Mensal (2)	Acumulada (3)		Mensal (2)	Acumulada (3)	
		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses
Brasil	-0,9	1,3	11,2	15,2	12,1	13,1	10,5	12,3	11,4	18,0	15,0	29,7	5,0	6,7	11,0
Ceará	14,2	3,0	8,6	12,3	3,9	5,0	9,7	1,0	4,8	37,5	13,5	29,9	5,8	12,9	11,7
Pernambuco	7,3	4,0	12,0	1,2	-4,8	-9,8	9,6	6,4	3,2	2,0	-14,6	-14,8	-5,5	1,1	6,8
Bahia	-0,5	-4,0	10,0	14,7	9,6	11,0	11,4	33,7	26,9	-22,3	-26,7	1,6	36,7	38,5	28,4
Minas Gerais	-1,1	-2,7	8,2	12,3	11,3	12,0	7,7	28,4	28,7	22,3	10,2	26,7	9,3	13,9	10,3
Espirito Santo	10,6	9,5	21,7	9,6	16,3	22,6	-9,8	1,1	8,6	23,2	10,5	34,3	-29,9	-24,4	-3,8
Rio de Janeiro	4,3	11,1	11,9	13,8	10,8	10,9	9,0	6,4	4,4	47,8	26,7	37,0	6,0	11,3	9,7
São Paulo	-6,1	1,1	14,7	15,9	12,9	15,6	9,1	11,4	8,8	2,9	5,9	24,0	3,3	3,2	12,2
Paraná	-2,2	-2,1	6,0	19,3	19,5	15,8	21,0	14,2	16,3	166,9	144,4	124,9	5,5	13,3	16,1
Santa Catarina	3,6	1,2	6,5	25,4	18,6	21,9	-2,2	12,1	16,5	91,8	145,1	137,4	4,9	9,2	10,6
Rio Grande do Sul	4,2	2,2	9,2	17,5	13,3	13,4	21,2	16,8	13,8	26,3	14,8	20,5	8,5	-0,2	1,6
Goiás	0,2	-4,1	12,5	13,4	10,9	15,2	-5,1	-1,7	-0,9	-1,8	-16,9	5,1	9,8	24,2	22,2
Distrito Federal	-5,8	-4,4	6,8	-3,4	-0,7	15,6	23,1	15,2	19,6	-6,5	-17,5	12,8	-13,8	-3,2	2,5

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

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

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

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

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

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Mar/2009

Unidade da Federação	Veículos, motocicletas, partes e peças			Material de construção		
	Mensal (2)	Acumulada (3)		Mensal (2)	Acumulada (3)	
		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses
Brasil	17,1	5,9	8,4	-4,1	-9,8	3,0
Ceará	21,7	9,5	15,7	4,6	2,2	12,0
Pernambuco	15,4	5,2	2,6	-0,7	-4,3	8,9
Bahia	20,4	7,6	8,5	-1,4	-6,8	6,0
Minas Gerais	23,2	7,3	9,9	5,4	-2,6	4,7
Espírito Santo	19,5	10,6	23,1	-4,5	-16,9	-4,0
Rio de Janeiro	14,1	0,4	3,0	9,3	-1,5	4,6
São Paulo	17,1	6,0	7,2	-7,0	-11,9	2,2
Paraná	15,8	3,5	9,3	-11,5	-19,4	-4,8
Santa Catarina	10,0	2,7	10,2	0,7	-7,1	2,6
Rio Grande do Sul	22,5	12,0	13,4	-11,9	-16,3	4,7
Goiás	17,1	6,2	14,7	-10,0	-12,4	3,4
Distrito Federal	10,3	2,7	-6,3	-6,5	-11,5	-1,8

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: Mar/2009

Unidade da Federação	Comércio Varejista Ampliado												
	mar/08	abr/08	mai/08	jun/08	jul/08	ago/08	set/08	out/08	nov/08	dez/08	jan/09	fev/09	mar/09
Brasil	149,2	148,2	154,8	151,1	158,4	155,4	158,4	153,6	142,5	179,2	146,2	135,2	158,9
Rondônia	239,2	237,5	259,7	258,6	278,6	276,4	263,1	275,5	266,0	342,7	235,7	224,2	264,9
Acre	293,6	324,5	323,9	320,3	335,8	317,5	329,1	333,3	278,6	360,8	275,6	285,5	323,9
Amazonas	205,5	212,1	224,2	212,5	227,5	220,8	220,9	221,5	210,4	263,1	204,2	183,6	211,1
Roraima	146,6	151,2	162,8	153,9	164,9	163,5	163,1	169,4	166,2	194,8	158,6	151,8	180,1
Pará	181,9	178,7	194,7	189,0	201,5	191,1	199,0	193,4	181,2	247,8	178,3	162,4	185,7
Amapá	171,6	181,6	201,8	206,2	219,6	203,3	195,9	202,0	188,3	248,4	185,9	168,1	184,3
Tocantins	195,0	195,7	222,0	217,0	230,2	221,3	236,1	230,1	206,1	250,3	210,8	199,9	234,1
Maranhão	207,5	220,1	229,5	221,6	246,0	239,3	245,4	232,8	217,5	282,0	238,9	209,1	229,4
Piauí	166,4	168,0	181,0	176,5	190,7	186,8	191,2	180,2	180,8	241,9	186,9	169,7	192,0
Ceará	163,8	174,7	185,3	177,7	196,3	191,1	201,4	187,7	175,6	225,3	182,5	164,4	187,7
Rio G. do Norte	189,9	192,1	196,5	187,8	201,2	196,7	198,3	187,1	180,9	243,9	191,4	171,1	195,6
Paraíba	176,0	171,8	192,7	172,4	198,9	198,7	203,7	183,4	182,2	238,5	178,5	158,3	184,3
Pernambuco	164,1	159,7	171,2	154,7	172,0	168,8	174,1	170,2	163,3	204,7	169,1	146,4	171,4
Alagoas	202,9	194,6	207,6	189,0	208,5	202,6	204,2	215,3	197,0	262,7	208,9	190,3	218,4
Sergipe	178,8	184,3	186,6	177,5	187,5	188,8	197,1	192,7	180,9	241,6	200,6	181,9	209,5
Bahia	159,0	153,7	164,4	155,9	163,8	165,8	164,0	163,3	155,4	200,6	156,9	145,5	168,9
Minas Gerais	142,6	145,2	150,6	147,1	156,5	151,8	153,1	155,3	137,1	172,9	143,2	130,0	154,1
Espirito Santo	208,9	212,1	213,2	207,5	224,0	213,7	219,8	218,4	186,2	231,0	204,2	186,4	218,4
Rio de Janeiro	135,3	130,9	136,5	132,1	138,8	134,5	136,0	134,7	128,7	172,2	137,3	122,8	144,4
São Paulo	143,8	141,9	149,4	147,8	151,6	149,7	155,0	146,6	136,9	167,5	137,6	129,9	153,7
Paraná	145,7	141,4	146,0	141,6	151,9	151,2	148,9	145,3	133,4	163,9	140,0	128,5	152,3
Santa Catarina	161,8	160,6	161,7	159,5	169,1	165,9	169,4	162,6	146,5	196,6	159,3	151,4	170,3
Rio Grande do Sul	129,5	130,9	135,1	131,2	134,2	131,7	130,9	135,3	125,6	157,9	120,4	112,0	136,0
Mato Grosso do Sul	163,5	172,8	177,8	173,7	188,4	181,1	184,1	178,6	155,1	194,5	166,0	151,6	176,3
Mato Grosso	140,8	146,4	151,7	154,2	167,3	162,6	164,5	162,0	140,9	168,0	142,0	130,2	152,0
Goiás	172,8	177,5	182,1	185,1	194,7	184,2	185,8	173,7	151,4	185,5	175,1	153,7	186,6
Distrito Federal	171,6	168,0	168,8	161,9	169,3	168,5	166,7	162,9	155,0	189,2	158,4	153,5	172,6

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.

Índice de Base Fixa: 2003 = 100

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

Tabela 13 - Índice e variação de receita nominal de vendas no comércio varejista ampliado (1), por Unidade da Federação

Mês: Mar/2009

Unidade da Federação	Índice de receita (2)	Variação				
		Mensal (3)			Acumulada (4)	
		jan/09	fev/09	mar/09	no ano	12 Meses
Brasil	192,4	6,0	4,5	9,0	6,6	12,1
Rondônia	263,2	27,2	16,4	16,5	19,8	24,5
Acre	372,4	10,8	12,8	14,6	12,8	16,8
Amazonas	244,4	4,3	2,1	7,9	4,8	8,8
Roraima	207,9	21,8	20,8	27,3	23,4	21,7
Pará	212,0	-4,3	0,0	4,9	0,1	5,0
Amapá	213,4	6,1	12,5	12,4	10,2	13,9
Tocantins	285,0	4,5	9,5	20,6	11,5	11,7
Maranhão	280,2	16,8	9,7	12,8	13,2	13,9
Piauí	230,2	10,5	12,3	17,0	13,3	17,0
Ceará	227,8	5,7	11,0	16,6	11,0	15,5
Rio G. do Norte	233,5	3,3	1,7	4,5	3,2	9,8
Paraíba	234,0	1,8	0,6	7,6	3,4	12,4
Pernambuco	217,4	6,0	3,6	7,5	5,8	10,1
Alagoas	275,3	9,0	5,8	10,9	8,6	11,4
Sergipe	265,7	12,0	10,7	18,4	13,8	12,8
Bahia	203,5	5,2	8,4	10,6	8,1	12,2
Minas Gerais	191,0	5,6	4,5	10,1	6,8	12,0
Espirito Santo	269,4	7,7	2,5	7,5	6,0	17,4
Rio de Janeiro	177,6	7,4	8,3	11,2	9,0	10,7
São Paulo	183,7	6,2	4,8	8,8	6,7	13,2
Paraná	186,7	4,1	1,2	6,7	4,1	10,7
Santa Catarina	209,3	6,7	3,9	7,4	6,0	11,6
Rio Grande do Sul	163,7	5,0	1,5	7,5	4,8	11,2
Mato Grosso do Sul	216,0	8,4	2,4	8,6	6,6	15,0
Mato Grosso	190,2	14,5	5,3	10,8	10,2	18,8
Goiás	224,9	5,3	-2,6	8,2	3,8	13,8
Distrito Federal	208,6	-1,4	0,5	3,1	0,8	1,0

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

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

(2) Base: 2003 = 100

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

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

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

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Mar/2009

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

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

Mês: Mar/2009

Unidade da Federação	Móveis e eletrodomésticos			Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos			Livros, jornais, revistas e papelaria			Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação			Outros artigos de uso pessoal e doméstico		
	Mensal (2)	Acumulada (3)		Mensal (2)	Acumulada (3)		Mensal (2)	Acumulada (3)		Mensal (2)	Acumulada (3)		Mensal (2)	Acumulada (3)	
		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses
Brasil	0,3	1,2	8,5	20,6	17,2	16,9	14,2	15,6	13,7	11,8	7,2	15,4	14,0	15,5	18,0
Ceará	16,9	4,0	6,5	15,9	7,6	9,2	12,2	3,3	6,7	31,4	7,8	19,5	13,2	19,9	16,8
Pernambuco	6,7	3,1	9,6	3,0	-2,9	-6,6	13,1	9,2	4,9	-6,6	-22,7	-25,6	-0,2	6,2	10,9
Bahia	2,8	-0,8	8,2	19,8	14,4	13,6	9,8	32,7	25,7	-22,1	-28,7	-7,9	42,3	41,3	31,5
Minas Gerais	-0,5	-3,9	4,6	21,0	19,2	19,4	10,1	31,1	30,6	21,0	5,6	16,1	20,2	25,0	18,5
Espirito Santo	14,4	11,9	21,6	13,7	20,1	25,3	-4,1	6,6	11,9	16,3	2,1	21,8	-24,7	-19,1	2,4
Rio de Janeiro	4,9	9,9	8,4	18,1	14,4	13,3	15,8	12,3	7,6	39,6	17,0	23,4	14,9	20,4	17,5
São Paulo	-5,7	-0,2	10,5	22,3	19,5	19,4	11,4	14,2	11,4	-4,3	-3,5	7,3	14,0	13,6	20,8
Paraná	-2,9	-3,0	4,5	24,4	24,3	20,2	30,0	20,6	21,7	152,4	119,6	97,6	10,4	17,2	19,7
Santa Catarina	2,8	-0,5	3,9	30,7	23,4	26,5	5,0	18,2	21,9	81,4	119,2	108,1	9,4	12,5	13,8
Rio Grande do Sul	4,5	3,9	8,5	20,5	15,8	16,0	23,9	19,4	15,2	21,6	9,6	12,3	18,0	8,0	8,7
Goiás	2,0	-3,3	12,0	19,4	15,7	17,6	-2,3	1,8	1,7	-10,0	-22,3	-5,7	15,4	30,3	27,0
Distrito Federal	-3,4	-2,6	5,6	1,3	3,9	19,6	25,6	13,0	16,5	-9,2	-18,3	4,0	-8,5	1,8	6,1

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

Mês: Mar/2009

Unidade da Federação	Veículos, motocicletas, partes e peças			Material de construção		
	Mensal (2)	Acumulada (3)		Mensal (2)	Acumulada (3)	
		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses
Brasil	11,0	1,2	9,0	9,3	2,9	14,6
Ceará	18,2	7,5	18,7	17,1	14,3	23,8
Pernambuco	11,2	2,3	5,5	14,9	10,9	21,8
Bahia	16,6	5,3	11,0	10,7	4,4	14,8
Minas Gerais	15,6	2,8	10,7	16,7	8,1	15,0
Espirito Santo	17,7	9,5	24,8	9,9	-4,5	6,9
Rio de Janeiro	10,7	-2,0	3,5	23,2	11,7	15,9
São Paulo	8,7	-1,0	6,8	6,3	0,8	14,2
Paraná	12,9	1,7	11,1	3,0	-6,2	6,4
Santa Catarina	7,2	0,8	12,3	14,5	6,8	16,3
Rio Grande do Sul	17,1	7,6	14,1	-0,9	-5,7	14,2
Goiás	9,6	1,1	14,9	2,6	-0,3	15,4
Distrito Federal	3,2	-4,3	-8,7	8,3	2,2	10,3

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

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

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

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

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

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Mar/2009

Unidade da Federação	Comércio varejista ampliado												
	mar/08	abr/08	mai/08	jun/08	jul/08	ago/08	set/08	out/08	nov/08	dez/08	jan/09	fev/09	mar/09
Brasil	176,5	176,3	185,7	183,2	193,0	189,6	193,0	188,2	175,3	218,4	177,8	164,3	192,4
Rondônia	226,0	229,3	252,5	246,3	272,4	276,3	264,7	275,1	262,5	350,5	238,2	226,9	263,2
Acre	325,0	348,1	348,1	343,5	372,9	359,8	377,0	376,3	328,2	422,1	323,3	328,6	372,4
Amazonas	226,5	231,3	246,9	236,1	255,7	250,0	249,2	250,1	239,3	303,1	232,0	212,2	244,4
Roraima	163,4	169,5	184,1	174,2	188,1	186,7	189,5	193,5	190,4	227,2	184,2	176,5	207,9
Pará	202,1	201,8	219,2	211,8	224,7	215,1	224,3	217,5	207,5	290,2	205,3	186,1	212,0
Amapá	189,9	204,7	227,0	231,0	246,8	229,6	225,3	231,8	217,8	291,2	216,0	195,6	213,4
Tocantins	236,2	235,7	269,8	266,1	283,9	273,4	293,1	286,9	260,1	307,0	259,9	245,3	285,0
Maranhão	248,4	264,1	275,9	268,9	300,4	293,6	302,6	287,7	270,2	346,2	291,5	255,1	280,2
Piauí	196,8	198,7	215,1	212,0	230,7	227,3	232,0	220,3	219,3	295,0	225,7	204,6	230,2
Ceará	195,3	208,1	220,7	214,1	238,5	233,0	246,0	229,5	215,7	275,9	222,3	200,7	227,8
Rio G. do Norte	223,4	226,1	231,3	223,6	241,5	236,1	238,5	227,2	221,2	296,2	230,1	206,6	233,5
Paraíba	217,6	214,9	240,7	218,7	251,0	254,3	261,1	235,8	235,4	307,4	227,1	201,6	234,0
Pernambuco	202,2	199,2	213,8	196,6	217,4	214,5	221,4	218,6	211,0	263,9	214,8	186,7	217,4
Alagoas	248,4	241,6	257,5	238,5	262,5	256,4	258,1	274,7	253,8	336,4	263,2	240,7	275,3
Sergipe	224,4	233,8	237,0	228,4	241,0	243,7	254,5	250,4	235,6	311,8	254,2	231,5	265,7
Bahia	184,0	181,9	195,1	187,8	197,5	198,7	197,7	197,5	187,8	242,0	190,3	176,3	203,5
Minas Gerais	173,5	176,4	184,3	181,5	194,1	189,2	190,6	194,1	173,2	215,8	178,5	163,1	191,0
Espírito Santo	250,5	256,4	260,3	254,7	275,6	264,0	270,2	269,3	231,0	286,1	252,9	231,2	269,4
Rio de Janeiro	159,7	155,7	164,0	159,8	168,2	163,3	164,1	163,2	157,0	211,9	168,3	151,2	177,6
São Paulo	168,8	167,4	178,1	178,4	184,2	181,8	187,8	178,6	167,2	200,5	164,9	155,5	183,7
Paraná	175,0	171,3	178,8	175,1	188,6	187,0	184,8	180,9	166,1	202,9	172,8	157,5	186,7
Santa Catarina	194,9	194,7	198,2	196,9	210,0	204,8	210,4	203,0	183,1	242,4	197,0	186,4	209,3
Rio Grande do Sul	152,4	155,2	161,7	158,0	162,9	160,7	160,0	165,7	155,7	194,0	146,7	135,6	163,7
Mato Grosso do Sul	198,8	208,5	216,1	211,9	230,6	223,8	228,6	225,1	196,2	245,5	206,8	187,1	216,0
Mato Grosso	171,6	177,7	185,4	189,8	207,8	202,7	206,4	204,1	179,2	212,3	178,7	164,0	190,2
Goias	207,9	212,7	220,2	225,1	238,1	225,8	228,5	216,6	190,0	230,4	214,1	187,2	224,9
Distrito Federal	202,4	198,6	200,9	196,1	205,4	204,1	197,6	197,0	188,0	230,1	192,5	184,4	208,6

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.

Índice Base Fixa: 2000 = 100

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

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês:mar/2009

Unidade da Federação	Índice de Base Fixa (1)			Variação mês/mês anterior		
	jan/09	fev/09	mar/09	jan/09	fev/09	mar/09
Brasil	148,49	150,66	151,07	1,9	1,5	0,3
Rondônia	183,93	184,34	190,50	7,4	0,2	3,3
Acre	210,37	203,46	197,41	4,7	-3,3	-3,0
Amazonas	175,87	170,30	173,78	6,3	-3,2	2,0
Roraima	150,50	151,66	157,27	8,6	0,8	3,7
Pará	142,85	144,90	143,16	6,0	1,4	-1,2
Amapá	155,81	157,17	156,25	4,4	0,9	-0,6
Tocantins	189,82	188,53	192,54	-1,0	-0,7	2,1
Maranhão	216,30	225,54	210,38	12,0	4,3	-6,7
Piauí	149,60	158,69	160,46	-0,3	6,1	1,1
Ceará	170,98	173,40	178,71	3,6	1,4	3,1
Rio G. do Norte	185,80	188,59	187,10	1,8	1,5	-0,8
Paraíba	167,29	170,43	170,80	2,4	1,9	0,2
Pernambuco	155,10	155,07	155,29	6,0	0,0	0,1
Alagoas	200,40	202,75	202,69	5,8	1,2	0,0
Sergipe	177,60	170,66	174,33	8,8	-3,9	2,2
Bahia	151,11	152,94	154,77	-0,1	1,2	1,2
Minas Gerais	148,40	149,92	150,35	3,1	1,0	0,3
Espirito Santo	165,10	165,27	162,97	2,1	0,1	-1,4
Rio de Janeiro	144,85	140,61	141,04	6,2	-2,9	0,3
São Paulo	153,14	156,25	155,64	1,0	2,0	-0,4
Paraná	132,76	132,87	133,42	0,7	0,1	0,4
Santa Catarina	148,14	151,16	153,47	0,7	2,0	1,5
Rio Grande do Sul	120,31	119,87	120,47	3,3	-0,4	0,5
Mato Grosso do Sul	176,92	160,77	162,43	9,0	-9,1	1,0
Mato Grosso	142,01	141,49	139,46	2,3	-0,4	-1,4
Goiás	150,73	152,04	155,77	1,2	0,9	2,5
Distrito Federal	146,87	144,96	144,08	2,1	-1,3	-0,6

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

(1) Base: 2003 = 100

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: mar/2009

Unidade da Federação	Índice de Base Fixa (1)			Variação mês/mês anterior		
	jan/09	fev/09	mar/09	jan/09	fev/09	mar/09
Brasil	180,80	184,19	185,16	2,9	1,9	0,5
Rondônia	225,78	228,10	235,26	7,1	1,0	3,1
Acre	270,06	262,25	251,68	5,0	-2,9	-4,0
Amazonas	224,92	219,45	224,16	6,0	-2,4	2,1
Roraima	188,71	192,09	196,52	7,9	1,8	2,3
Pará	182,85	186,26	184,62	6,4	1,9	-0,9
Amapá	196,55	200,38	198,16	4,8	1,9	-1,1
Tocantins	233,71	232,74	238,65	0,1	-0,4	2,5
Maranhão	256,30	269,88	255,30	8,0	5,3	-5,4
Piauí	181,44	189,94	190,26	1,9	4,7	0,2
Ceará	201,24	205,72	211,01	3,0	2,2	2,6
Rio G. do Norte	217,13	222,37	219,98	1,0	2,4	-1,1
Paraíba	210,64	214,89	218,48	3,1	2,0	1,7
Pernambuco	194,80	195,38	195,86	5,3	0,3	0,2
Alagoas	249,54	254,42	252,39	5,4	2,0	-0,8
Sergipe	222,97	219,96	223,44	6,6	-1,3	1,6
Bahia	180,45	183,97	187,51	0,0	2,0	1,9
Minas Gerais	186,26	189,94	190,21	3,3	2,0	0,1
Espirito Santo	201,79	201,96	199,24	2,5	0,1	-1,3
Rio de Janeiro	176,27	172,37	173,28	6,5	-2,2	0,5
São Paulo	183,43	187,90	188,50	2,1	2,4	0,3
Paraná	160,64	161,49	161,79	0,6	0,5	0,2
Santa Catarina	179,00	184,34	186,54	1,2	3,0	1,2
Rio Grande do Sul	143,46	147,78	149,40	0,8	3,0	1,1
Mato Grosso do Sul	213,62	200,88	203,82	5,3	-6,0	1,5
Mato Grosso	176,93	173,94	171,66	2,3	-1,7	-1,3
Goiás	184,37	187,31	192,33	1,5	1,6	2,7
Distrito Federal	179,09	179,87	181,72	2,9	0,4	1,0

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

(1) Base: 2003 = 100