

Indicadores IBGE

Pesquisa Mensal de Comércio

novembro 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

Paulo César Moraes Simões

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)	Camaval, 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)	Camaval, Corpus Christi e 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[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)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa[15], efeito calendário (TD), AO2003.NOV, AO2006.JUN, LS2008.OCT.
Equip. e Materiais p escritório, inform e comun	Multiplicativo	(212) (011)	Camaval, Corpus Christi , Páscoa [8], TC2003.OCT e LS2005.FEB.
Artigos farmac, méd, ortop e de perfumaria	Multiplicativo	(011) (011)	Camaval, Corpus Christi e efeito calendário (TD)
Livros, jornais, revistas e papelaria	Multiplicativo	(212) (011)	Camaval, Corpus Christi
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	Multiplicativo	(212) (011)	Camaval, Corpus Christi e Páscoa[8]
Material de construção	Multiplicativo	(210) (011)	Camaval, Corpus Christi , Páscoa [1] e efeito calendário (TD).
Varejo Ampliado	Multiplicativo	(212) (011)	Camaval, 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

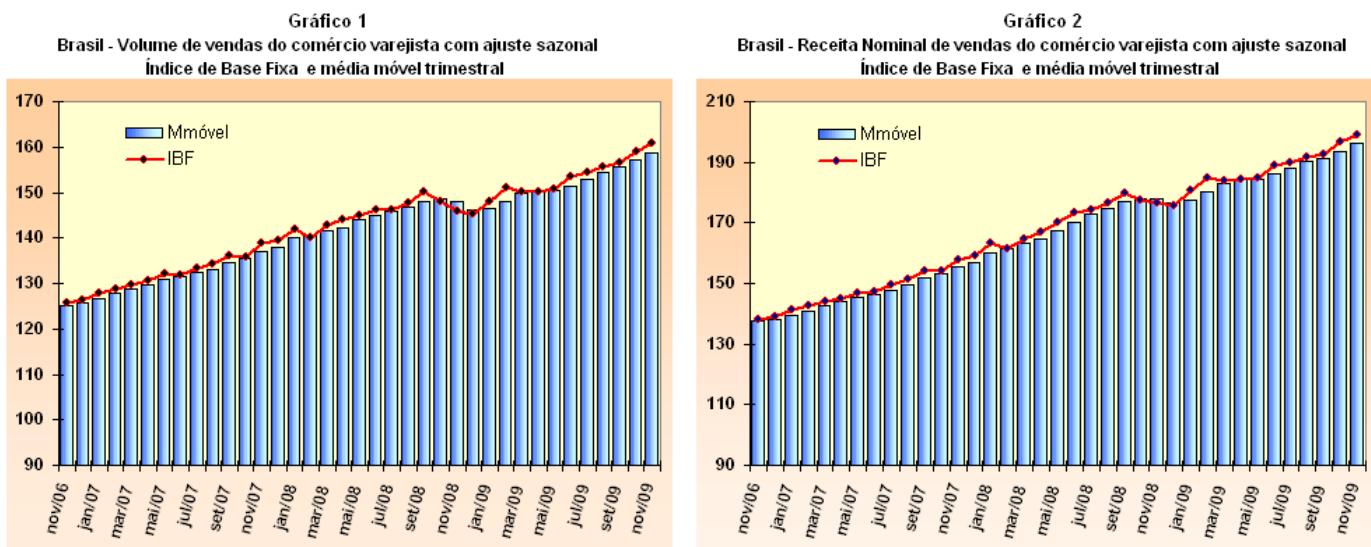
UF	DECOMPOSIÇÃO	MODELO ARIMA	REGRESSÃO (REGARIMA)
Acre	Multiplicativo	(012) (011)	Carnaval e Corpus Christi
Alagoas	Multiplicativo	(011) (011)	Carnaval e Corpus Christi
Amapá	Multiplicativo	(011) (011)	LS2006.JAN
Amazonas	Multiplicativo	(210) (011)	Carnaval, Corpus Christi, LS2004.MAY, AO2005.FEB.
Bahia	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

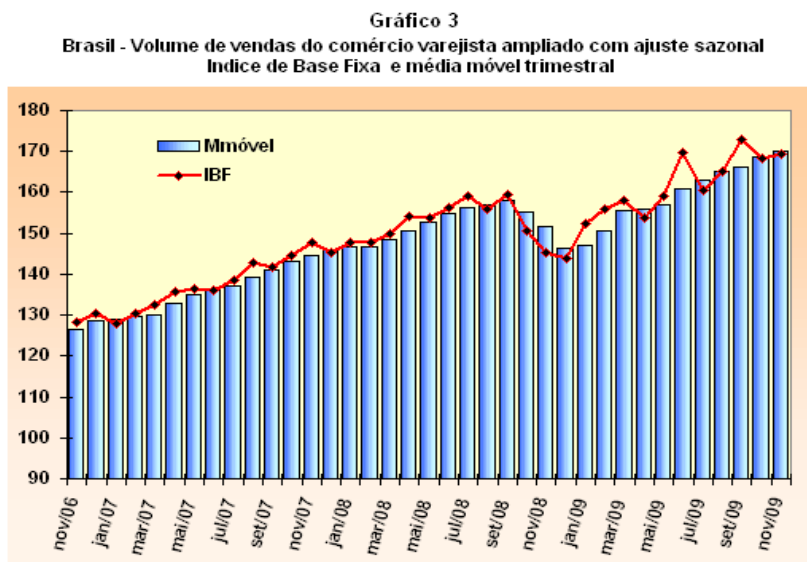
- 1 - Os índices do mês poderão ser alterados na divulgação do mês subsequente, em virtude de retificações nos dados primários por parte dos informantes da pesquisa.

COMENTÁRIOS

O **Comércio Varejista** do País continuou registrando, em novembro de 2009, resultados positivos na relação mês/mês anterior com ajustamento sazonal, cujas taxas de variação foram de 1,1% para o volume de vendas e de 1,3% na receita nominal. Com estes números o **Varejo** completa sete meses consecutivos de crescimento para o volume de vendas, e oito para a receita nominal (gráficos 1 e 2). Nas demais comparações, obtidas das séries originais (sem ajuste), os acréscimos para o volume de vendas foram da ordem de 8,7% sobre novembro do ano anterior; de 5,5% no acumulado dos onze primeiros meses do ano; e de 5,3% no acumulado dos últimos 12 meses. Nas mesmas comparações, a receita nominal de vendas variou em 11,0%, 9,8% e em 9,8%, respectivamente.



Quanto ao **Varejo Ampliado**, que vem mantendo suas taxas em estreita correlação com as de veículos, o que diferencia sua trajetória da do **Varejo** (Gráfico 3), apresentou em novembro variações em relação ao mês anterior, com ajuste sazonal, de 0,6% no volume de vendas e de 0,5% para receita nominal de vendas. O setor apresentou também, em termos de volume de vendas, taxas de crescimento de 16,4% em relação a novembro/08; 6,0% no acumulado do ano; e 5,6% no acumulado de 12 meses. Nestes mesmos indicadores a receita nominal de vendas cresceu, respectivamente, 15,8%, 6,9% e 6,8%. (Tabelas 1 e 2).



RESULTADOS SETORIAIS

Nos resultados sobre o mês anterior com ajuste sazonal, sete das dez atividades obtiveram variações positivas em termos de volume de vendas, listadas a seguir pela ordem decrescente de magnitude das taxas: *Móveis e eletrodomésticos* (5,9%); *Material de construção* (2,7%); *Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação* (1,9%); *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos* (1,2%); *Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* (1,0%); *Combustíveis e lubrificantes* (0,9%); e *Veículos e motos, partes e peças* (0,5%). As variações negativas ocorreram em *Outros artigos de uso pessoal e doméstico* (-1,9%); *Livros, jornais, revistas e papelaria* (-1,1%); e *Tecidos, vestuário e calçados* (-0,3%) - Tabela 1.

Já na relação novembro09/novembro08 (série sem ajuste), todas as atividades pesquisadas obtiveram aumento no volume de vendas, destacando-se com as maiores taxas de desempenho justamente as que mais se retraíram com os impactos iniciais da crise financeira internacional. Neste caso estão *Veículos e motos, partes e peças* (37,1% sobre novembro/08); *Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação* (19,2%); e *Móveis e eletrodomésticos* (13,9%), cujos resultados incorporam uma parcela de Efeito-base. As demais atividades apresentaram as seguintes variações: 12,3% em *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria*; 8,8% para *Livros, jornais, revistas e papelaria*; 8,2% em *Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo*; 7,2% em *Outros artigos de uso pessoal e doméstico*; 4,8% para *Tecidos, vestuário e calçados*; 4,7% para *Material de construção*; e 3,0% em *Combustíveis e lubrificantes*.

TABELA 1 TABELA 2
BRASIL - VOLUME DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA E COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO
BRASIL - RECEITA NOMINAL DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA E COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO
SEGUNDO GRUPOS DE ATIVIDADES PMC - 2009

ATIVIDADES	ATIVIDADES	INDICADOR MÊS/MÊS (*)		INDICADOR MÊS/MÊS (*)		INDICADOR MENSAL			ACUMULADO	
		Taxa de Variação		Taxa de Variação		Taxa de Variação			Taxa de Variação	
		SET	OUT	NOV	SET	OUT	NOV	NO ANO	12 MESES	12 MESES
COMÉRCIO VAREJISTA (**)		0,7	1,6	1,1	5,1	0,6	8,7	5,5	5,9	
1 - Combustíveis e lubrificantes	1 - Combustíveis e lubrificantes	1,1	2,2	0,6	0,9	2,0	3,8	1,3	1,3	9,8
2 - Hiper, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	2 - Hiper, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	-0,4	1,6	1,0	9,7	12,2	8,2	8,2	7,7	
2.1 - Super e hipermercados	2.1 - Super e hipermercados	-0,3	1,6	0,6	1,2	1,2	9,5	0,6	12,0	13,3
3 - Tecidos, vest. e calçados	3 - Tecidos, vest. e calçados	1,3	2,1	0,5	-0,3	1,2	-6,6	1,2	3,9	13,1
4 - Móveis e eletrodomésticos	4 - Móveis e eletrodomésticos	1,8	1,1	0,4	5,9	1,8	1,9	0,7	3,5	2,2
5 - Artigos farmacêuticos, med., ortop. e de perfumaria	5 - Artigos farmacêuticos, med., ortop. e de perfumaria	-1,4	3,5	1,2	8,2	12,4	12,3	12,0	12,2	0,4
6 - Equip. e mat. para escritório informática e comunicação	6 - Equip. e mat. para escritório informática e comunicação	6,8	1,2	1,9	2,8	4,4	19,2	11,8	14,3	18,5
7 - Livros, jornais, rev. e papelaria	7 - Livros, jornais, rev. e papelaria	1,8	1,8	-1,1	10,0	13,3	8,8	9,6	10,1	7,5
8 - Outros arts. de uso pessoal e doméstico	8 - Outros artigos de uso pessoal e doméstico	0,2	1,5	-1,9	6,3	9,5	7,2	8,6	7,9	14,0
COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO (***)	COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO (***)	4,7	-2,6	0,6	9,2	0,5	11,2	8,1	16,4	10,1
9 - Veículos e motos, partes e peças	9 - Veículos e motos, partes e peças	16,2	-14,0	0,5	18,9	19,9	37,1	12,4	29,3	6,0
10- Material de Construção	10- Material de Construção	-0,9	1,3	0,5	2,7	0,7	8,1	2,4	4,5	14,0

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

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

(*) Séries com ajuste sazonal

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

O segmento de *Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo*, com variação de 8,2% no volume de vendas, em novembro, sobre igual mês do ano anterior, foi responsável pela principal contribuição à taxa global do varejo (46%) e pela segunda maior influência na formação da taxa do Varejo Ampliado (16%) – Tabela 3. Nos acumulados do ano e dos últimos 12 meses a atividade registrou taxas de 8,2% e 7,7%, respectivamente. Este desempenho acima da média foi proporcionado, essencialmente, pelo aumento da massa real de salários (3,0% de variação sobre novembro/08, segundo a PME, no que se refere a massa de rendimento real habitual dos ocupados) e pela estabilização dos preços dos alimentos (variação de 1,1% em 12 meses para o Grupo Alimentação no Domicílio, segundo o IPCA); aliados à ampliação do programa de transferência de renda, que tem no bolsa família o principal destaque.

A atividade de *Móveis e eletrodomésticos*, com aumento de 13,9% no volume de vendas em relação a novembro do ano passado, explica este mês 26% e 9% das taxas do **Varejo** e do **Varejo ampliado**, respectivamente. Esse resultado, o primeiro em dez meses a superar a média do setor varejista, decorre não só de fatores econômicos, como a melhoria do crédito e queda dos preços da chamada linha branca proporcionada pela redução do IPI, entre outros; mas também de um fator estatístico: redução do ritmo de vendas no mês-base de comparação (novembro/08). Em termos acumulados, no entanto, o segmento revela uma das menores taxas setoriais de desempenho: 0,7% e 1,1% nos acumulados do ano e dos últimos 12 meses, respectivamente, consequência de cinco meses de resultados negativos assinalados no primeiro semestre do ano.

Os 12,3% de crescimento no volume de vendas de *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria* levaram a atividade a responder pelo terceiro e quarto maiores impactos na formação dos resultados do Varejo e do Varejo ampliado, respectivamente. Com acréscimos da ordem de 12,0% no acumulado do ano e de 12,2% no acumulado dos últimos 12 meses, o segmento desponta este ano com uma das maiores taxas de desempenho do setor. Os principais fatores a contribuir para isto foram a manutenção do crescimento da massa real de salários; a ampliação da oferta de medicamentos genéricos – estimulando o consumo por alternativas mais vantajosas de preços; e a própria essencialidade dos produtos do gênero. Quanto ao aumento do consumo de genéricos, o crescimento chegou a 17,7% no acumulado dos nove primeiros meses de 2009 sobre o mesmo período de 2008, segundo a Associação Brasileira das Indústrias de Medicamentos Genéricos (Pró-Genéricos).

TABELA 3
BRASIL - COMPOSIÇÃO* DA TAXA DE DESEMPENHO DO COMÉRCIO VAREJISTA, POR
INDICADORES DE VOLUME DE VENDAS

Atividades	TAXA MENSAL						TAXA ACUMULADA NO ANO					
	COMÉRCIO VAREJISTA			COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO			COMÉRCIO VAREJISTA			COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO		
	Taxa	Composição da taxa		Taxa	Composição da taxa		Taxa	Composição da taxa		Taxa	Composição da taxa	
	absoluta	relativa		absoluta	relativa		absoluta	relativa		absoluta	relativa	
TAXA GLOBAL	8,7	8,7	100,0	16,4	16,4	100,0	5,5	5,5	100,0	6,0	6,0	100,0
1 - Combustíveis e lubrificantes	3,0	0,3	3,5	3,0	0,2	1,4	0,4	0,0	0,7	0,4	0,0	0,5
2 - Hiper, supermercados, prods. alimentícios, bebidas e fumo	8,2	4,0	45,6	8,2	2,6	15,8	8,2	3,9	71,3	8,2	2,4	39,1
3 - Tecidos, vest. e calçados	4,8	0,4	4,3	4,8	0,3	1,5	-4,3	-0,3	-6,2	-4,3	-0,2	-3,3
4 - Móveis e eletrodomésticos	13,9	2,3	26,2	13,9	1,5	9,1	0,7	0,1	2,0	0,7	0,1	1,2
5 - Artigos farmacêuticos, med., ortop. e de perfumaria	12,3	0,7	8,2	12,3	0,5	2,8	12,0	0,7	12,6	12,0	0,4	7,0
6 - Equip. e mat. para escritório informática e comunicação	19,2	0,4	4,2	19,2	0,2	1,5	11,8	0,2	4,2	11,8	0,1	2,3
7 - Livros, jornais, rev. e papelaria	8,8	0,1	0,7	8,8	0,1	0,3	9,6	0,1	1,6	9,6	0,1	0,8
8 - Outros artigos de uso pessoal e doméstico	7,2	0,6	7,4	7,2	0,4	2,6	8,6	0,8	13,7	8,6	0,5	7,5
9 - Veículos e motos, partes e peças	-	-	-	37,1	10,3	63,1	-	-	-	9,6	3,2	52,8
10- Material de construção	-	-	-	4,7	0,3	1,8	-	-	-	-7,7	-0,5	-7,8

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

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

A atividade de *Outros artigos de uso pessoal e doméstico*, que engloba segmentos como lojas de departamentos, ótica, joalheria, artigos esportivos, brinquedos etc., obteve crescimento de 7,2% no volume de vendas em relação a novembro de 2008, exercendo, com isto, o quarto maior impacto na formação da taxa do Varejo e a quinta maior contribuição na do Varejo ampliado. Com os aumentos de 8,6% no acumulado do ano e de 7,9% no acumulado de 12 meses, a atividade supera, até o momento, a taxa global de desempenho dos dois agregados do **Comércio varejista**. Esta recuperação, depois de um trimestre de queda do ritmo de crescimento, pode ser justificada pela evolução positiva da massa de salários, pela retomada gradual do crédito; e por se tratar de um segmento, cuja maioria dos produtos comercializados tem baixo valor unitário.

Tecidos, vestuário e calçados, com aumento de 4,8% no volume de vendas em novembro com relação a igual mês de 2008, foi a atividade responsável pela quinta contribuição à taxa global do Varejo e a sexta no que se refere ao Varejo ampliado. Os dois últimos meses de crescimento, depois de 11 meses de queda, pouco acrescentaram nos seus resultados acumulados, que ficaram em -4,3% para os onze primeiros meses do ano e em -4,6% para os últimos 12 meses. Retrações estas atribuídas aos efeitos da crise financeira, especialmente os que se traduziram em aumentos de preços no segmento. A inflação de 12 meses do grupo de vestuário, que engloba roupas e calçados, chegou em novembro a 6,4% contra uma taxa do Índice Geral de 4,2%, segundo o IPCA.

O segmento de *Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação*, responsável pela sexta maior contribuição na formação da taxa global do comércio varejista, e a sétima do Comércio varejista ampliado, obteve 19,2% de acréscimo no volume de vendas na relação novembro09/novembro08, e taxas acumuladas de 11,8% no ano e de 14,3% nos últimos 12 meses. Explicam este desempenho não só os já comentados aumento de renda e retomada do crédito, mas também a queda de preços dos produtos do gênero, principalmente os microcomputadores (-7,5% nos últimos 12 meses - medido pelo IPCA) e a ampliação das vendas de celulares, estimulada principalmente pelas inovações tecnológicas no segmento. Segundo a ANATEL, de janeiro a novembro de 2009 registrou-se o segundo maior crescimento da década em número de habilitações de aparelhos da linha móvel.

O segmento de *Combustíveis e lubrificantes* apresentou, após 4 meses de queda, a segunda variação positiva no volume de vendas, com crescimento este mês de 3,0% sobre novembro de 2008, exercendo com este resultado a sétima maior contribuição na taxa global do varejo. Em termos de desempenho acumulado, a taxa de variação para o período janeiro-novembro ficou em 0,4%, e para os últimos 12 meses em 0,9%. Atribui-se este desempenho à diminuição de receita causada pela migração do consumo de gasolina para os seus substitutos mais baratos (álcool e GNV), que no período janeiro-setembro de 2009 registraram variações de preços relativamente menores, situação que se modificou em outubro, quando o preço do álcool aumentou em 10,6%. Dados da Agência Nacional de Petróleo (ANP) sobre a comercialização de combustíveis pelas distribuidoras revelam, na comparação janeiro-outubro09/janeiro-outubro08, quedas nas vendas de gasolina (-0,6%) e de óleo diesel (-2,9%) e aumento de 26% na de álcool hidratado.

A atividade de *Livros, jornais, revistas e papelaria*, com crescimento de 8,8% no volume de vendas sobre novembro/08, foi a que menos contribuiu para o resultado global do **Comercio varejista**. Nos acumulados dos onze primeiros meses do ano e dos últimos 12 meses suas taxas alcançaram, respectivamente, 9,6% e 10,1%. Estes resultados positivos são decorrentes da melhoria do poder de compra da população, bem como da diversificação da linha de produtos ofertados pelas principais redes de livrarias e papelaria do País, com destaque para a participação crescente dos suprimentos de informática.

O segmento de *Veículos, motos, partes e peças* – que entra apenas no cômputo da taxa do Varejo Ampliado, registrou alta de 37,1% em relação a novembro de 2008, com participação de 63% no resultado global do setor. Vale ressaltar que esta taxa, a mais elevada de toda a série mensal da atividade, se encontra afetada pelo reduzido volume de vendas de novembro de 2008 (-20,3% sobre novembro/07). Nos acumulados dos onze primeiros meses do ano e nos últimos 12 meses, o segmento registra acréscimos superiores à média, com taxas 9,6% e 8,5%, respectivamente. Para o estabelecimento destes resultados foi fundamental a política de redução do IPI para veículos de até 2000 cilindradas, implementada ainda no final de 2008; auxiliada no decorrer de 2009 pela gradativa retomada do crédito.

Quanto a *Material de Construção*, cujo aumento de 4,7% no volume de vendas sobre novembro de 2008 foi o primeiro depois de 12 meses de queda, apresenta resultados acumulados negativos da ordem de -7,7% para os onze primeiros meses do ano e de -7,4% para os últimos 12 meses, não se recuperando, portanto, dos efeitos da crise financeira, mesmo com os incentivos oficiais de redução do IPI para um conjunto de produtos básicos do ramo, implementados a partir de abril/09.

RESULTADOS REGIONAIS

Todas as 27 Unidades da Federação tiveram resultados positivos na comparação novembro09/novembro08, sendo os principais aumentos observados no Acre (16,3%); Rondônia (13,7%); Roraima (13,6%); Sergipe (12,9%); e Alagoas (11,6%) – Gráfico 3. Quanto à participação na composição da taxa do **Comércio Varejista**, destacaram-se, pela ordem, São Paulo (10,4%); Rio de Janeiro (10,2%); Minas Gerais (7,4%); Santa Catarina (10,0%); e Paraná (7,2%).

Em relação ao **varejo ampliado**, as maiores taxas de desempenho no volume de vendas ocorreram no Acre (23,1%); Goiás (22,9%); Mato Grosso do Sul (22,3%); Sergipe (21,8%); Piauí (21,4%); e Santa Catarina (21,2%). Em termos de impacto no resultado global do setor, os destaques foram os estados de São Paulo (17,9%); Minas Gerais (17,7%); Rio de Janeiro (13,3%); Paraná (16,5%); e Santa Catarina (21,2%).

Ainda por Unidades da Federação, os resultados com ajuste sazonal para o volume de vendas apontam 17 dos vinte e sete estados com variação positiva, na comparação mês/mês anterior, sendo os destaques Rondônia (5,7%); Acre (5,1%); Mato Grosso do Sul (4,9%); Roraima (3,5%); e Paraná (3,3%).

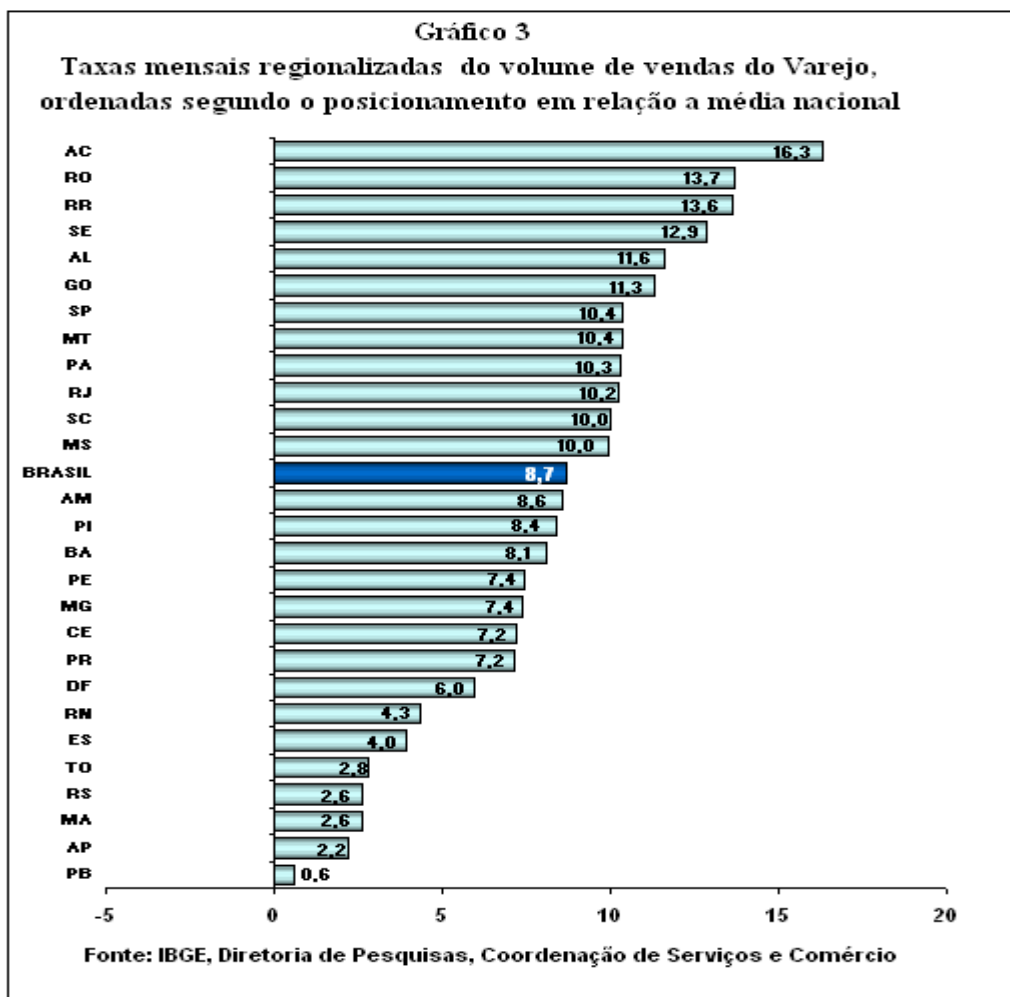


Gráfico 4 - Evolução do volume de vendas do Comércio Varejista segundo os índices Mensal e Acumulado dos últimos 12 meses

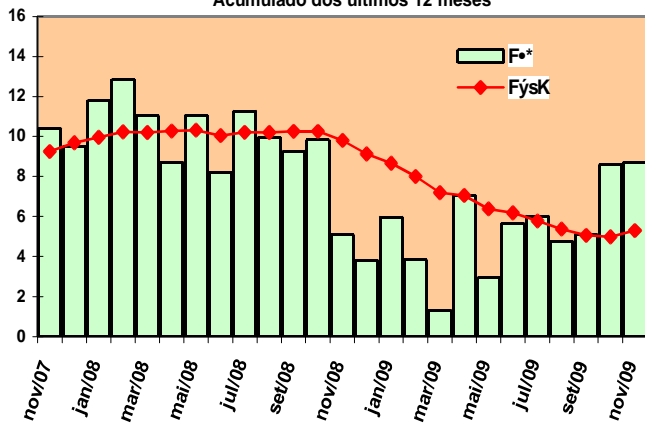


Gráfico 5 - Evolução do volume de vendas de Combustíveis e Lubrificantes segundo os índices Mensal e Acumulado dos últimos 12 meses

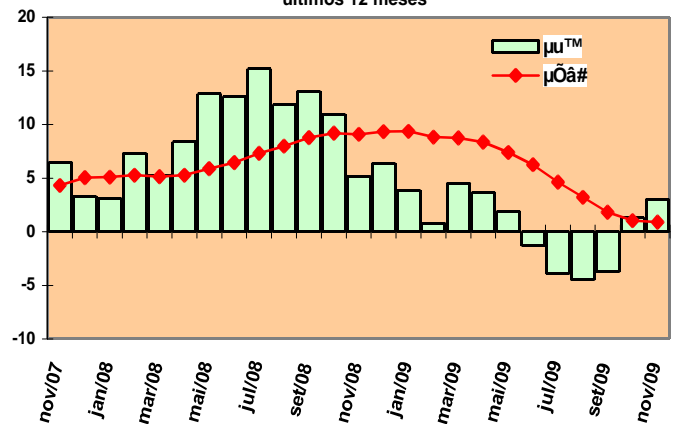


Gráfico 6 - Evolução do volume de vendas de Hiper, Super, prods. alim., bebidas e fumo segundo os índices Mensal e Acumulado dos últimos 12 meses

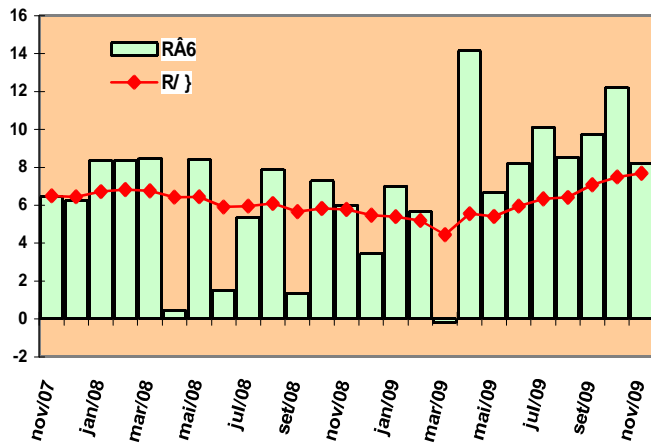


Gráfico 7 - Evolução do volume de vendas de Tcidos, Vestuário e Calçados segundo os índices Mensal e Acumulado dos últimos 12 meses

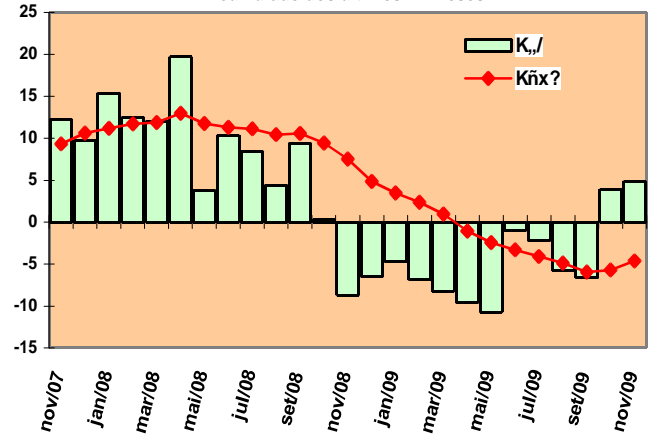


Gráfico 8 - Evolução do volume de vendas de Móveis e Eletrodomésticos, segundo os índices Mensal e Acumulado dos últimos 12 meses

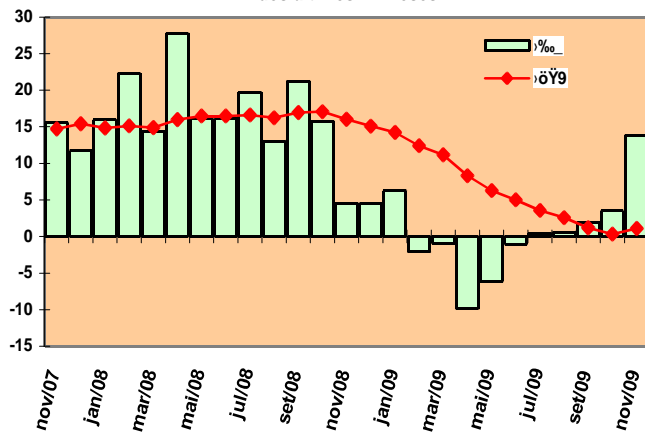


Gráfico 9 - Evolução do volume de vendas de Artigos farmacêuticos, médicos, ortop, de perf. e cosméticos, segundo os índices mensal e acumulado dos últimos 12 meses

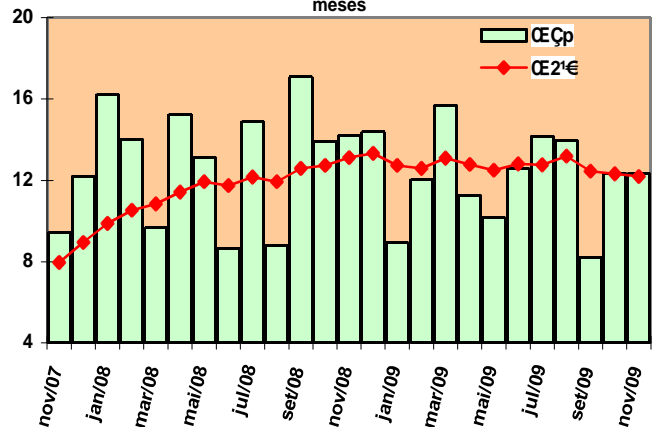


Gráfico 10 - Evolução do volume de vendas de Equipamento e mat. de escritório, info. e com, segundo os índices Mensal e Acumulado dos últimos 12 meses

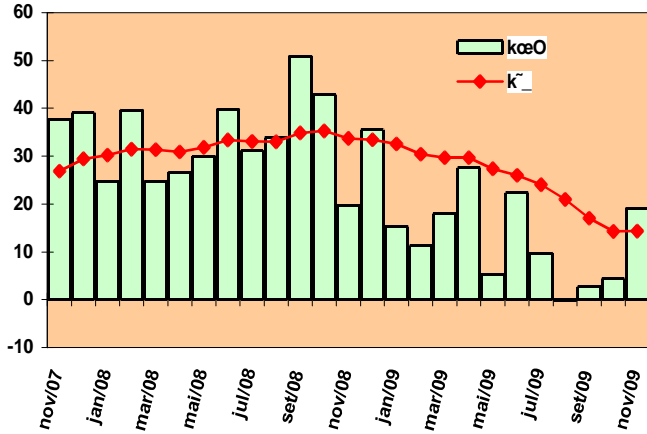


Gráfico 11 - Evolução do volume de vendas de Livros, jornais, revistas e papelaria, segundo os índices Mensal e Acumulado dos últimos 12 meses

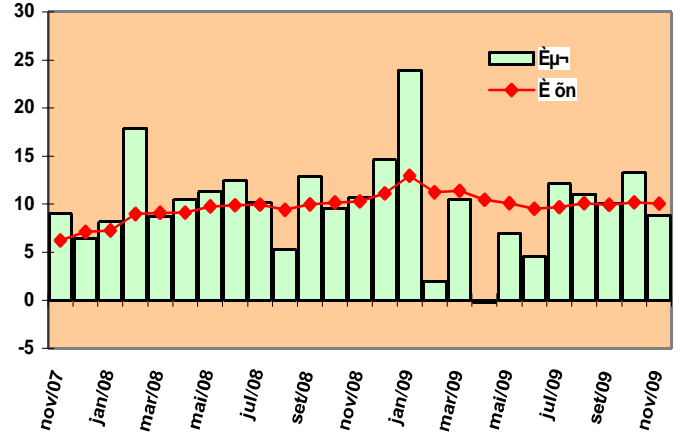


Gráfico 12 - Evolução do volume de vendas de Outros artigos, segundo os índices Mensal e Acumulado dos últimos 12 meses

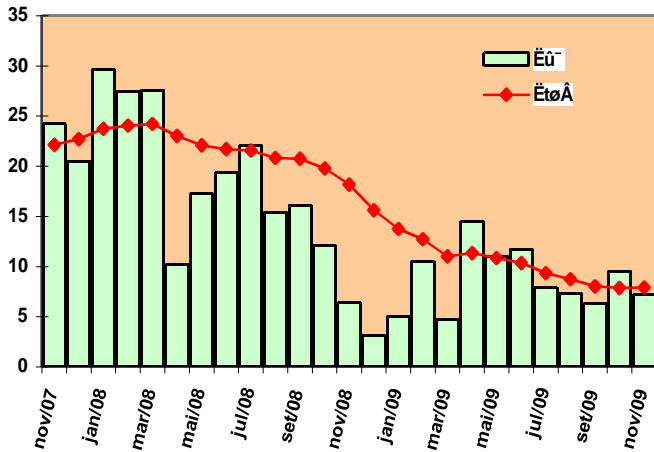


Gráfico 13 - Evolução do volume de vendas de Veículos, motos, partes e peças, segundo os índices Mensal e Acumulado dos últimos 12 meses

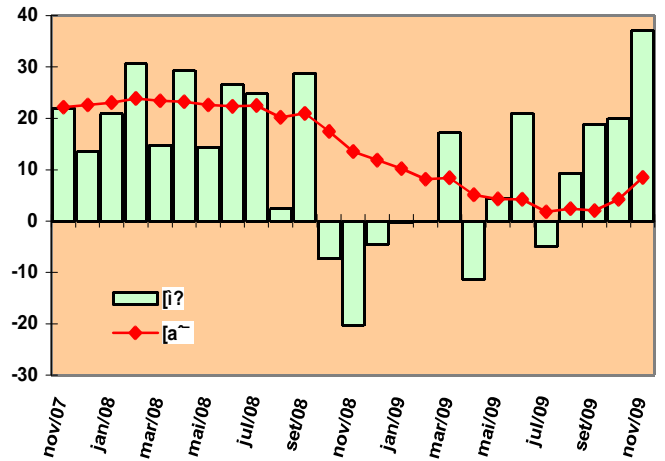
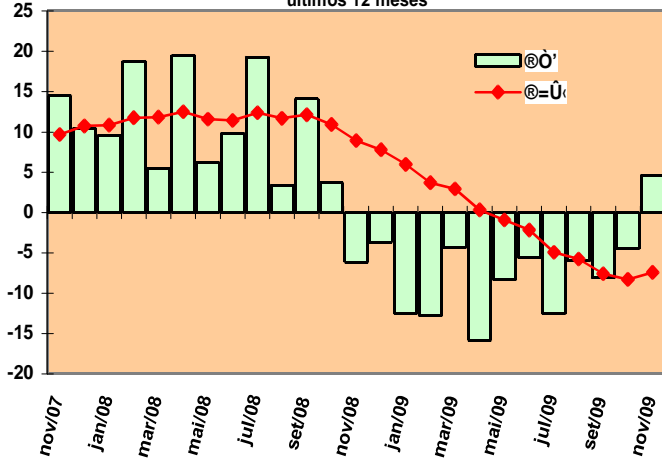


Gráfico 14 - Evolução do volume de vendas de Material de construção segundo os índices Mensal e Acumulado dos últimos 12 meses



PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Nov/2009

Unidade da Federação	Índice de volume (1)	Variação				
		Mensal (2)			Acumulada (3)	
		set/09	out/09	nov/09	no ano	12 Meses
Brasil	158,0	5,1	8,6	8,7	5,5	5,3
Rondônia	196,7	10,1	11,9	13,7	9,9	10,1
Acre	239,6	8,4	8,2	16,3	4,0	3,9
Amazonas	181,5	8,4	7,8	8,6	4,5	3,7
Roraima	166,2	2,4	6,4	13,6	10,7	10,6
Pará	150,1	5,3	9,9	10,3	2,3	1,1
Amapá	160,4	6,0	9,2	2,2	5,2	5,2
Tocantins	179,6	-9,2	-7,8	2,8	-2,5	-1,9
Maranhão	211,1	-0,7	1,6	2,6	3,3	2,6
Piauí	170,4	13,6	15,9	8,4	12,6	11,7
Ceará	181,6	6,4	14,0	7,2	9,0	8,7
Rio G. do Norte	187,6	4,5	6,0	4,3	3,8	3,8
Paraíba	175,7	-10,0	6,6	0,6	-0,2	-0,2
Pernambuco	168,0	5,0	7,8	7,4	4,6	4,0
Alagoas	222,5	7,7	8,1	11,6	7,1	6,1
Sergipe	189,4	9,4	13,0	12,9	12,6	11,5
Bahia	164,1	7,2	10,1	8,1	6,2	6,0
Minas Gerais	152,7	4,3	6,4	7,4	4,1	3,9
Espirito Santo	170,2	-2,4	2,9	4,0	-2,0	-1,9
Rio de Janeiro	147,0	5,7	8,1	10,2	5,6	5,5
São Paulo	166,8	6,4	9,7	10,4	7,1	7,0
Paraná	137,2	2,7	7,4	7,2	4,9	4,8
Santa Catarina	155,0	6,7	9,3	10,0	6,6	6,4
Rio Grande do Sul	123,0	2,6	8,2	2,6	2,0	1,6
Mato Grosso do Sul	170,5	1,4	3,6	10,0	2,9	3,3
Mato Grosso	151,6	5,6	5,9	10,4	3,1	3,0
Goiás	160,3	3,6	8,9	11,3	3,9	3,9
Distrito Federal	157,6	1,1	6,0	6,0	0,4	0,1

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

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

Mês: Nov/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	13,9	0,7	1,1	12,3	12,0	12,2	8,8	9,6	10,1	19,2	11,8	14,3	7,2	8,6	7,9
Ceará	9,2	9,3	9,0	4,7	4,4	4,6	17,7	4,8	4,5	10,2	7,7	8,4	9,9	9,8	8,6
Pernambuco	-3,1	-0,7	-0,2	18,0	8,5	6,7	11,6	7,1	7,2	65,9	5,8	3,8	2,9	3,5	3,0
Bahia	19,6	3,6	3,0	12,2	9,4	9,4	49,5	15,0	15,7	-2,0	-22,6	-23,0	10,9	33,3	31,3
Minas Gerais	4,0	-4,0	-3,4	10,9	12,3	11,6	5,2	8,8	11,1	45,7	20,6	21,7	17,9	13,9	11,8
Espirito Santo	25,1	6,7	7,9	42,5	13,9	14,7	8,6	-1,6	-0,3	44,0	5,2	6,0	-8,4	-17,8	-18,1
Rio de Janeiro	30,3	6,1	7,5	10,4	10,5	10,9	23,4	4,4	4,5	15,9	19,7	23,8	6,1	13,7	12,8
São Paulo	16,1	0,1	0,7	8,8	10,5	11,1	5,3	10,5	10,7	4,3	2,8	7,4	6,2	7,0	6,6
Paraná	14,1	-0,7	-0,7	28,4	23,0	22,7	-13,3	10,8	11,7	34,2	61,6	63,2	10,1	10,9	10,8
Santa Catarina	13,7	4,8	5,3	28,1	24,3	23,9	33,7	8,4	8,4	51,6	71,6	76,4	6,5	1,1	0,7
Rio Grande do Sul	5,7	2,6	2,4	6,9	11,7	12,1	17,0	20,3	21,7	39,3	15,3	15,1	8,8	5,8	2,7
Goiás	17,1	-0,7	-0,5	13,1	11,5	10,8	1,7	-0,8	-1,0	-17,2	-7,1	-7,8	3,8	22,8	23,0
Distrito Federal	11,4	-3,5	-3,6	46,2	8,4	9,4	-5,2	12,6	13,1	16,3	-3,2	-1,5	-0,1	3,2	1,6

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

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

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

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

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Nov/2009

Unidade da Federação	Comércio varejista												
	nov/08	dez/08	jan/09	fev/09	mar/09	abr/09	mai/09	jun/09	jul/09	ago/09	set/09	out/09	nov/09
Brasil	145,3	195,2	143,9	131,3	143,9	145,0	152,4	145,7	151,1	153,5	149,5	161,6	158,0
Rondônia	173,0	245,2	163,0	149,0	172,1	161,8	176,5	164,6	184,1	184,7	186,3	194,4	196,7
Acre	206,0	266,8	190,4	176,7	192,3	186,9	203,9	195,1	210,0	216,4	221,3	232,1	239,6
Amazonas	167,2	235,3	162,7	145,3	163,1	158,7	173,7	165,8	176,9	180,8	175,3	185,3	181,5
Roraima	146,3	175,4	139,0	132,8	154,0	158,3	160,2	152,0	150,1	148,6	143,3	159,7	166,2
Pará	136,1	208,5	134,1	118,7	130,1	129,0	144,4	136,2	145,7	149,5	146,0	160,7	150,1
Amapá	157,0	215,3	146,1	128,5	140,1	139,6	157,7	152,5	177,4	170,1	160,9	173,9	160,4
Tocantins	174,7	248,1	180,7	159,4	180,6	177,1	202,3	184,9	186,1	181,2	180,7	184,6	179,6
Maranhão	205,8	282,8	207,8	186,6	194,8	197,8	212,8	210,2	218,4	220,3	208,7	218,8	211,1
Piauí	157,2	203,4	158,4	138,2	150,1	149,6	169,0	169,9	184,0	184,0	171,8	174,5	170,4
Ceará	169,4	229,5	168,2	147,1	162,5	161,9	184,9	172,1	182,5	180,0	174,5	191,1	181,6
Rio G. do Norte	179,9	245,5	182,4	160,0	177,0	176,8	192,0	180,2	185,4	192,4	184,6	193,8	187,6
Paraíba	174,6	236,4	165,8	143,8	161,1	163,8	182,5	170,9	176,5	173,4	169,3	181,2	175,7
Pernambuco	156,4	206,4	152,9	132,6	148,2	146,8	157,6	150,5	155,5	159,0	155,5	168,9	168,0
Alagoas	199,4	270,7	203,0	177,5	195,9	193,4	210,6	191,3	210,1	207,1	202,6	221,0	222,5
Sergipe	167,8	225,1	181,6	154,3	167,4	166,8	179,0	175,0	181,3	186,1	177,6	194,0	189,4
Bahia	151,8	203,3	148,4	135,6	149,3	146,8	159,8	154,0	156,6	160,8	158,3	171,5	164,1
Minas Gerais	142,2	185,0	144,2	129,1	142,7	144,4	150,1	144,1	153,4	152,1	149,7	161,0	152,7
Espirito Santo	163,8	216,3	165,8	149,7	156,2	157,7	159,9	152,8	162,2	160,7	159,0	176,0	170,2
Rio de Janeiro	133,4	190,3	137,7	125,2	135,6	130,9	136,9	132,0	138,3	139,6	135,6	147,6	147,0
São Paulo	151,1	201,2	146,6	136,5	149,3	152,2	158,8	152,4	155,5	159,9	156,1	168,6	166,8
Paraná	128,0	171,7	129,7	115,7	128,3	133,1	137,0	128,2	133,8	139,8	131,9	141,5	137,2
Santa Catarina	140,9	195,9	153,8	139,4	145,1	147,0	150,9	140,3	147,4	150,3	147,7	156,6	155,0
Rio Grande do Sul	119,9	156,7	112,7	104,1	118,2	121,7	126,7	122,0	124,0	122,8	118,4	131,1	123,0
Mato Grosso do Sul	155,0	207,7	164,9	139,2	154,0	155,6	166,1	153,9	164,1	164,1	162,8	175,9	170,5
Mato Grosso	137,3	176,0	129,2	124,1	137,1	133,3	142,7	139,1	145,6	148,0	149,1	158,2	151,6
Goiás	144,1	190,1	146,9	127,7	148,8	146,8	158,4	150,0	160,7	160,0	154,1	166,2	160,3
Distrito Federal	148,7	185,9	141,0	130,9	140,9	141,7	147,4	138,4	146,8	146,3	143,9	154,3	157,6

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: Nov/2009

Unidade da Federação	Índice de receita (1)	Variação				
		Mensal (2)			Acumulada (3)	
		set/09	out/09	nov/09	no ano	12 Meses
Brasil	195,0	8,2	11,6	11,0	9,8	9,8
Rondônia	250,7	17,2	18,1	17,3	18,1	18,6
Acre	311,6	14,9	14,4	20,0	12,4	12,5
Amazonas	237,3	12,6	12,2	11,8	10,3	9,7
Roraima	207,6	3,4	7,6	12,8	13,8	14,0
Pará	197,8	9,8	15,2	13,8	7,7	6,6
Amapá	208,3	10,1	13,6	5,3	11,1	11,2
Tocantins	224,1	-7,3	-5,8	3,5	1,8	2,6
Maranhão	268,8	4,9	7,6	9,3	8,5	8,0
Piauí	211,4	19,7	20,5	14,6	17,8	17,1
Ceará	222,9	10,8	18,3	11,8	13,3	13,1
Rio G. do Norte	228,4	7,6	8,8	7,3	7,2	7,3
Paraíba	226,7	-7,7	10,6	3,7	3,7	4,0
Pernambuco	218,7	9,5	12,4	11,3	9,3	8,9
Alagoas	286,6	12,7	12,8	15,4	12,2	11,5
Sergipe	247,3	13,1	17,1	16,4	16,5	15,6
Bahia	196,6	9,4	11,7	9,3	9,6	9,5
Minas Gerais	194,6	6,3	8,8	9,3	7,9	7,8
Espírito Santo	211,8	1,7	6,5	6,6	2,9	3,3
Rio de Janeiro	179,9	9,5	11,9	12,2	10,7	10,7
São Paulo	203,5	9,9	13,0	12,9	11,8	11,9
Paraná	169,5	4,7	10,0	9,4	8,2	8,4
Santa Catarina	190,9	7,7	11,6	12,2	9,6	9,5
Rio Grande do Sul	150,4	3,5	9,1	2,9	5,3	5,3
Mato Grosso do Sul	214,9	3,3	4,9	10,9	7,0	7,5
Mato Grosso	188,7	7,7	8,3	11,2	7,5	7,5
Goiás	197,7	5,9	10,0	11,4	7,9	8,0
Distrito Federal	193,8	7,3	11,5	9,1	5,4	5,1

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: Nov/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)	Acumulada (2)		Mensal (1)	Acumulada (2)			no ano	12 Meses
								no ano	12 Meses		no ano	12 Meses			
Brasil	11,0	9,8	9,8	5,2	1,3	1,7	10,1	13,3	13,3	9,8	13,1	13,1	11,1	2,5	2,2
Ceará	11,8	13,3	13,1	2,2	9,4	10,1	12,7	18,0	18,0	12,9	18,1	18,1	13,3	8,4	8,5
Pernambuco	11,3	9,3	8,9	11,3	8,2	8,7	10,2	12,0	12,2	10,5	11,6	11,8	21,4	6,4	3,8
Bahia	9,3	9,6	9,5	3,4	2,1	2,7	5,9	12,6	13,0	4,3	11,6	11,9	16,9	5,0	3,4
Minas Gerais	9,3	7,9	7,8	6,8	0,7	1,0	8,0	10,7	10,8	8,4	10,9	11,0	12,0	3,1	2,2
Espirito Santo	6,6	2,9	3,3	1,7	-1,9	-1,0	3,0	3,6	4,0	2,5	3,4	3,7	-9,1	-1,9	-1,0
Rio de Janeiro	12,2	10,7	10,7	0,6	-1,7	-0,8	10,6	12,5	12,6	8,7	11,4	11,7	-2,0	-4,7	-4,9
São Paulo	12,9	11,8	11,9	11,0	1,7	2,3	12,5	16,2	16,1	12,3	16,0	15,8	12,7	2,1	2,6
Paraná	9,4	8,2	8,4	6,9	-0,6	0,1	4,1	9,8	10,2	4,3	9,9	10,2	13,2	2,4	2,7
Santa Catarina	12,2	9,6	9,5	9,7	3,7	3,7	9,2	11,5	11,7	9,0	11,4	11,6	18,6	7,9	7,1
Rio Grande do Sul	2,9	5,3	5,3	-10,0	-7,3	-6,8	2,6	7,5	7,6	2,9	7,6	7,7	7,3	4,7	4,9
Goiás	11,4	7,9	8,0	1,3	0,5	1,9	12,3	12,9	12,7	12,2	12,7	12,6	12,0	5,8	5,5
Distrito Federal	9,1	5,4	5,1	7,0	5,3	5,2	3,7	5,8	5,8	3,5	5,6	5,6	8,9	5,9	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: Nov/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	11,7	0,1	0,4	18,5	18,5	18,5	14,0	14,0	14,3	12,6	6,0	7,5	16,7	18,2	17,1
Ceará	12,7	11,9	11,3	11,0	9,6	9,8	20,8	7,5	7,2	5,3	3,5	3,9	18,9	17,7	16,1
Pernambuco	-3,5	-0,6	-0,2	25,4	13,8	11,8	15,2	10,4	10,4	77,0	3,5	0,9	12,9	10,8	9,9
Bahia	16,3	4,6	3,9	18,7	16,1	15,8	52,6	13,9	14,4	-13,2	-24,2	-24,9	15,8	38,0	35,6
Minas Gerais	2,3	-4,8	-4,5	16,8	19,1	18,4	9,1	11,7	13,9	39,4	18,3	19,3	29,4	24,3	21,9
Espirito Santo	29,7	10,7	11,5	49,7	19,5	20,1	16,0	4,9	5,9	31,2	-2,0	-1,5	-1,0	-11,4	-11,8
Rio de Janeiro	27,3	4,5	5,8	16,0	16,0	16,1	31,8	11,6	11,1	5,6	12,2	15,9	14,4	22,7	21,8
São Paulo	11,7	-2,6	-1,9	16,5	19,0	19,4	10,9	14,6	14,7	-3,9	-5,1	-2,1	18,5	19,2	18,3
Paraná	13,8	-0,4	-0,6	28,8	26,1	25,8	-6,5	18,9	19,4	35,9	57,3	57,7	19,1	17,1	16,6
Santa Catarina	13,4	4,0	4,2	28,5	27,4	27,0	44,3	16,1	15,6	53,5	66,9	70,3	15,3	6,4	5,7
Rio Grande do Sul	1,7	1,3	1,4	11,6	16,1	16,4	19,8	23,8	25,2	15,3	5,5	5,3	13,8	13,1	9,9
Goiás	12,9	-1,3	-0,9	20,8	19,4	18,3	6,6	3,6	3,3	-21,2	-11,5	-12,3	10,6	29,6	29,5
Distrito Federal	14,1	-1,2	-1,6	55,6	15,8	16,5	-2,5	14,0	13,9	11,8	-5,7	-4,7	7,9	10,3	8,3

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

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

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

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

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Nov/2009

Unidade da Federação	Comércio varejista												
	nov/08	dez/08	jan/09	fev/09	mar/09	abr/09	mai/09	jun/09	jul/09	ago/09	set/09	out/09	nov/09
Brasil	175,7	235,7	174,9	160,0	176,0	178,3	187,5	180,1	186,7	189,5	183,6	199,2	195,0
Rondônia	213,8	303,0	200,3	186,0	211,3	203,5	224,0	211,3	236,3	235,8	235,1	247,7	250,7
Acre	259,6	340,8	244,0	229,9	248,3	246,7	268,9	259,5	277,9	284,3	288,3	304,4	311,6
Amazonas	212,2	301,6	208,5	188,0	211,1	207,2	227,5	217,1	231,2	235,2	228,4	243,7	237,3
Roraima	184,0	220,2	175,2	169,2	193,9	200,7	202,9	191,2	188,6	187,1	180,1	201,1	207,6
Pará	173,9	265,4	172,4	153,6	168,5	169,8	189,3	178,3	190,9	194,8	190,6	212,0	197,8
Amapá	197,9	268,8	184,5	165,3	179,4	180,4	202,9	198,5	228,6	218,2	207,3	225,8	208,3
Tocantins	216,5	300,0	223,5	198,8	227,5	222,0	252,9	231,3	230,9	224,4	223,6	229,6	224,1
Maranhão	246,0	338,3	247,8	224,7	236,6	240,7	258,8	258,7	273,8	274,1	263,4	276,7	268,8
Piauí	184,4	244,3	188,3	165,6	178,8	178,6	202,9	204,4	224,3	225,3	212,0	215,5	211,4
Ceará	199,4	273,6	198,0	174,8	192,1	192,6	218,5	205,4	219,2	217,8	210,7	232,2	222,9
Rio G. do Norte	212,8	291,9	214,7	190,5	207,7	207,8	224,7	213,5	225,2	229,0	220,0	233,7	228,4
Paraíba	218,5	300,9	206,5	180,7	201,9	207,1	230,8	220,0	225,2	222,2	216,2	232,6	226,7
Pernambuco	196,5	263,2	191,6	168,0	187,1	186,4	200,5	194,5	199,5	205,0	199,7	218,5	218,7
Alagoas	248,5	341,8	251,4	222,5	244,4	243,7	265,5	245,1	267,3	264,2	258,0	283,4	286,6
Sergipe	212,5	288,2	227,5	196,4	213,2	213,2	230,1	227,9	235,1	242,1	230,6	253,0	247,3
Bahia	179,9	242,2	179,2	164,2	180,3	175,2	189,1	187,3	189,3	194,0	191,0	206,4	196,6
Minas Gerais	178,1	230,7	180,9	164,3	181,1	184,0	190,9	182,5	193,4	192,8	189,3	204,7	194,6
Espirito Santo	198,7	264,5	203,7	184,4	191,8	194,9	199,7	190,9	202,3	199,6	196,7	218,5	211,8
Rio de Janeiro	160,3	232,1	167,5	153,4	166,3	162,0	170,3	164,9	172,2	172,7	166,1	181,6	179,9
São Paulo	180,2	237,4	175,7	163,8	180,5	184,8	193,2	185,9	190,2	195,9	189,8	205,3	203,5
Paraná	155,0	207,9	157,4	139,8	155,8	163,8	168,5	159,2	165,8	172,4	161,9	174,7	169,5
Santa Catarina	170,1	234,6	186,1	168,9	176,1	180,6	183,5	173,2	180,8	183,1	179,0	192,5	190,9
Rio Grande do Sul	146,2	190,5	136,4	125,8	142,9	149,3	155,2	149,3	151,2	149,2	143,0	159,2	150,4
Mato Grosso do Sul	193,8	262,6	206,3	174,1	193,8	196,5	211,1	196,0	206,7	207,6	204,6	221,7	214,9
Mato Grosso	169,6	219,2	160,2	154,3	171,5	165,6	178,9	172,9	181,7	184,0	184,6	196,6	188,7
Goiás	177,4	235,4	181,2	158,3	185,2	182,7	196,0	186,1	199,1	198,3	189,8	204,8	197,7
Distrito Federal	177,7	225,3	173,5	159,5	174,5	174,6	181,7	172,6	183,1	182,0	177,1	193,9	193,8

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: Nov/2009

Unidade da Federação	Índice de volume (2)	Variação				
		Mensal (3)			Acumulada (4)	
		set/09	out/09	nov/09	no ano	12 Meses
Brasil	165,8	9,2	11,2	16,4	6,0	5,6
Rondônia	314,9	12,8	4,6	18,4	9,9	10,7
Acre	342,9	13,6	12,6	23,1	8,2	7,4
Amazonas	224,6	2,1	1,4	6,7	-1,2	-1,1
Roraima	186,5	3,9	5,3	12,2	10,4	10,9
Pará	200,9	7,0	7,6	10,9	1,8	0,9
Amapá	204,4	11,7	8,5	8,6	3,8	3,9
Tocantins	236,0	11,2	-1,9	14,5	8,9	7,9
Maranhão	237,6	3,2	7,4	9,2	6,6	6,1
Piauí	219,4	19,3	20,3	21,4	15,9	15,4
Ceará	201,1	8,6	14,6	14,6	9,5	8,9
Rio G. do Norte	200,0	11,7	12,7	10,6	3,9	3,6
Paraíba	199,0	3,3	11,1	9,2	3,4	3,3
Pernambuco	187,4	10,3	10,3	14,8	6,4	5,5
Alagoas	237,3	16,1	8,3	20,5	9,3	8,2
Sergipe	220,3	21,7	21,8	21,8	15,4	14,3
Bahia	174,3	11,8	10,4	12,2	6,6	6,3
Minas Gerais	161,3	9,9	10,1	17,7	6,1	5,6
Espirito Santo	221,1	14,8	15,5	18,8	5,3	4,6
Rio de Janeiro	145,8	9,4	9,9	13,3	5,7	5,4
São Paulo	161,5	9,2	12,7	17,9	7,1	6,6
Paraná	155,4	9,6	12,8	16,5	4,9	4,3
Santa Catarina	177,6	6,0	9,8	21,2	5,1	4,8
Rio Grande do Sul	142,0	6,7	7,8	13,1	3,2	2,8
Mato Grosso do Sul	189,7	9,3	12,4	22,3	5,8	5,6
Mato Grosso	162,4	5,1	5,9	15,2	4,2	4,2
Goiás	186,0	8,4	12,8	22,9	4,5	4,0
Distrito Federal	172,5	11,8	8,5	11,3	2,9	2,1

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: 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: Nov/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	16,4	6,0	5,6	3,0	0,4	0,9	8,2	8,2	7,7	7,9	8,0	7,5	4,8	-4,3	-4,6
Ceará	14,6	9,5	8,9	-2,9	10,8	11,4	11,4	13,5	12,9	11,5	13,6	13,0	1,2	-1,4	-0,8
Pernambuco	14,8	6,4	5,5	13,9	10,1	10,4	6,7	5,7	5,4	6,7	5,3	5,0	14,2	0,4	-2,2
Bahia	12,2	6,6	6,3	0,7	0,9	1,6	4,7	8,2	8,0	2,9	7,0	6,7	11,7	-0,1	-1,6
Minas Gerais	17,7	6,1	5,6	6,5	1,3	1,6	6,5	5,8	5,4	6,7	6,0	5,6	6,8	-1,1	-1,7
Espirito Santo	18,8	5,3	4,6	0,2	-2,7	-1,9	0,6	-2,2	-2,2	0,1	-2,4	-2,5	-14,1	-10,6	-9,4
Rio de Janeiro	13,3	5,7	5,4	-1,0	-2,4	-1,7	7,8	6,2	5,8	6,0	5,2	5,0	-7,3	-12,6	-12,8
São Paulo	17,9	7,1	6,6	7,7	0,9	1,3	10,9	11,5	11,0	10,8	11,3	10,7	6,0	-5,0	-4,7
Paraná	16,5	4,9	4,3	2,9	-1,6	-0,6	1,6	4,4	4,1	1,8	4,4	4,1	9,3	-1,8	-1,7
Santa Catarina	21,2	5,1	4,8	5,6	2,6	3,0	6,7	6,0	5,5	6,4	5,9	5,4	14,3	3,5	2,4
Rio Grande do Sul	13,1	3,2	2,8	-10,2	-7,0	-6,4	1,0	1,6	1,3	1,3	1,7	1,3	3,4	-2,3	-2,3
Goiás	22,9	4,5	4,0	-0,4	-4,1	-2,6	12,1	7,9	7,3	12,0	7,8	7,1	7,5	-0,2	-0,6
Distrito Federal	11,3	2,9	2,1	1,5	0,2	0,4	1,4	0,7	0,2	1,3	0,5	0,0	3,1	-0,1	-1,5

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

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

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

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

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

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Nov/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			
Brasil	13,9	0,7	1,1	12,3	12,0	12,2	8,8	9,6	10,1	19,2	11,8	14,3	7,2	8,6	7,9
Ceará	9,2	9,3	9,0	4,7	4,4	4,6	17,7	4,8	4,5	10,2	7,7	8,4	9,9	9,8	8,6
Pernambuco	-3,1	-0,7	-0,2	18,0	8,5	6,7	11,6	7,1	7,2	65,9	5,8	3,8	2,9	3,5	3,0
Bahia	19,6	3,6	3,0	12,2	9,4	9,4	49,5	15,0	15,7	-2,0	-22,6	-23,0	10,9	33,3	31,3
Minas Gerais	4,0	-4,0	-3,4	10,9	12,3	11,6	5,2	8,8	11,1	45,7	20,6	21,7	17,9	13,9	11,8
Espirito Santo	25,1	6,7	7,9	42,5	13,9	14,7	8,6	-1,6	-0,3	44,0	5,2	6,0	-8,4	-17,8	-18,1
Rio de Janeiro	30,3	6,1	7,5	10,4	10,5	10,9	23,4	4,4	4,5	15,9	19,7	23,8	6,1	13,7	12,8
São Paulo	16,1	0,1	0,7	8,8	10,5	11,1	5,3	10,5	10,7	4,3	2,8	7,4	6,2	7,0	6,6
Paraná	14,1	-0,7	-0,7	28,4	23,0	22,7	-13,3	10,8	11,7	34,2	61,6	63,2	10,1	10,9	10,8
Santa Catarina	13,7	4,8	5,3	28,1	24,3	23,9	33,7	8,4	8,4	51,6	71,6	76,4	6,5	1,1	0,7
Rio Grande do Sul	5,7	2,6	2,4	6,9	11,7	12,1	17,0	20,3	21,7	39,3	15,3	15,1	8,8	5,8	2,7
Goiás	17,1	-0,7	-0,5	13,1	11,5	10,8	1,7	-0,8	-1,0	-17,2	-7,1	-7,8	3,8	22,8	23,0
Distrito Federal	11,4	-3,5	-3,6	46,2	8,4	9,4	-5,2	12,6	13,1	16,3	-3,2	-1,5	-0,1	3,2	1,6

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

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

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

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

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

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Nov/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	37,1	9,6	8,5	4,7	-7,7	-7,4
Ceará	35,0	13,5	12,4	4,5	-6,1	-6,3
Pernambuco	36,0	11,5	9,9	2,3	-3,4	-2,9
Bahia	25,5	9,4	9,1	10,4	-4,2	-3,9
Minas Gerais	46,5	10,8	9,9	11,9	2,1	1,8
Espirito Santo	39,4	14,4	13,0	18,9	-7,8	-7,8
Rio de Janeiro	27,1	7,0	5,7	5,6	-0,2	-0,4
São Paulo	39,3	10,3	8,9	2,2	-9,2	-8,8
Paraná	35,9	8,8	7,4	6,7	-15,6	-15,6
Santa Catarina	45,2	4,7	4,2	15,7	-3,9	-4,0
Rio Grande do Sul	44,4	10,6	9,9	-2,1	-15,3	-14,2
Goiás	43,1	7,4	6,2	4,8	-10,9	-10,2
Distrito Federal	24,7	9,2	7,3	6,1	-7,6	-7,5

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

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

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

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

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

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Nov/2009

Unidade da Federação	Comércio Varejista Ampliado												
	nov/08	dez/08	jan/09	fev/09	mar/09	abr/09	mai/09	jun/09	jul/09	ago/09	set/09	out/09	nov/09
Brasil	142,5	179,2	146,2	135,2	158,5	147,0	159,1	166,8	159,8	164,1	173,0	170,9	165,8
Rondônia	266,0	342,7	235,7	224,2	265,2	255,0	279,7	273,8	309,3	290,4	296,6	288,1	314,9
Acre	278,6	360,8	275,6	285,5	324,0	283,7	323,3	332,7	375,8	373,3	373,9	375,1	342,9
Amazonas	210,4	263,1	204,2	183,6	212,0	190,8	209,8	211,9	218,5	219,6	225,5	224,6	224,6
Roraima	166,2	194,8	158,6	151,8	179,2	173,2	174,3	172,3	176,3	166,9	169,5	178,4	186,5
Pará	181,2	247,8	178,3	162,4	185,6	169,9	191,3	197,0	200,2	208,0	212,9	208,1	200,9
Amapá	188,3	248,4	185,9	168,1	186,2	177,5	193,8	202,5	219,8	216,3	218,9	219,2	204,4
Tocantins	206,1	250,3	210,8	199,9	233,3	211,1	247,0	263,9	234,0	228,6	262,4	225,7	236,0
Maranhão	217,5	282,0	238,9	209,1	229,9	210,5	240,4	246,9	255,9	252,9	253,3	250,0	237,6
Piauí	180,8	241,9	186,9	169,7	192,5	179,6	204,4	222,2	216,2	222,6	228,1	216,9	219,4
Ceará	175,6	225,3	182,5	164,4	185,4	179,1	199,8	209,5	207,3	208,2	218,7	215,0	201,1
Rio G. do Norte	180,9	243,9	191,4	171,1	194,3	181,5	201,6	201,4	193,9	204,8	221,5	210,9	200,0
Paraíba	182,2	238,5	178,5	158,3	184,0	172,8	195,0	200,4	196,6	192,5	210,5	203,6	199,0
Pernambuco	163,3	204,7	169,1	146,4	172,1	160,0	175,3	177,9	176,0	181,3	192,0	187,7	187,4
Alagoas	197,0	262,7	208,9	190,3	217,7	201,7	221,9	214,7	226,4	222,9	236,9	233,1	237,3
Sergipe	180,9	241,6	200,6	181,9	206,6	188,5	209,9	215,2	213,8	222,2	239,8	234,7	220,3
Bahia	155,4	200,6	156,9	145,5	168,6	156,3	172,9	173,7	170,4	174,0	183,3	180,2	174,3
Minas Gerais	137,1	172,9	143,2	130,0	155,4	145,3	152,4	161,4	159,4	158,7	168,3	171,0	161,3
Espirito Santo	186,2	231,0	204,2	186,4	216,3	195,6	207,5	229,0	220,5	225,2	252,2	252,2	221,1
Rio de Janeiro	128,7	172,2	137,3	122,8	143,1	128,8	139,5	145,7	139,9	144,0	148,7	148,0	145,8
São Paulo	136,9	167,5	137,6	129,9	153,1	143,2	154,9	165,1	153,8	160,0	169,3	165,2	161,5
Paraná	133,4	163,9	140,0	128,5	152,1	140,2	150,4	153,1	148,0	157,3	163,2	164,0	155,4
Santa Catarina	146,5	196,6	159,3	151,4	170,4	159,1	168,8	171,8	165,1	171,4	179,5	178,5	177,6
Rio Grande do Sul	125,6	157,9	120,4	112,0	135,8	127,0	135,1	138,6	132,8	134,0	139,7	145,8	142,0
Mato Grosso do Sul	155,1	194,5	166,0	151,6	175,9	167,2	180,5	186,5	186,7	184,4	201,2	200,7	189,7
Mato Grosso	140,9	168,0	142,0	130,2	152,5	139,3	154,1	162,8	163,8	163,8	172,9	171,5	162,4
Goias	151,4	185,5	175,1	153,7	186,8	165,8	183,0	199,1	190,2	186,6	201,4	195,9	186,0
Distrito Federal	155,0	189,2	158,4	153,5	172,4	155,6	168,8	177,1	170,2	172,5	186,4	176,7	172,5

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 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: Nov/2009

Unidade da Federação	Índice de receita (2)	Variação				
		Mensal (3)			Acumulada (4)	
		set/09	out/09	nov/09	no ano	12 Meses
Brasil	203,1	8,1	10,9	15,8	6,9	6,8
Rondônia	332,3	18,5	10,2	26,6	15,6	16,5
Acre	417,4	18,4	18,1	27,2	13,6	13,2
Amazonas	263,3	7,0	6,3	10,0	3,7	3,7
Roraima	217,1	4,1	7,7	14,0	13,7	14,4
Pará	238,7	10,9	14,1	15,0	5,8	5,0
Amapá	246,3	14,6	14,0	13,1	8,5	8,9
Tocantins	287,2	7,0	-3,7	10,4	7,8	7,3
Maranhão	303,4	4,7	9,2	12,3	8,6	8,4
Piauí	272,6	20,6	21,2	24,3	17,5	17,3
Ceará	250,5	8,7	15,1	16,1	10,8	10,6
Rio G. do Norte	246,6	11,1	12,6	11,5	4,9	4,9
Paraíba	260,7	3,3	12,1	10,7	5,0	5,4
Pernambuco	244,5	11,0	11,2	15,9	8,2	7,7
Alagoas	308,1	17,5	9,6	21,4	11,2	10,5
Sergipe	287,5	20,5	21,2	22,1	15,5	14,8
Bahia	210,7	11,3	10,7	12,2	8,0	8,1
Minas Gerais	201,4	8,9	10,0	16,3	7,1	7,0
Espírito Santo	273,9	14,0	15,6	18,6	6,7	6,3
Rio de Janeiro	179,2	10,6	11,8	14,1	8,7	8,5
São Paulo	195,0	7,2	11,5	16,7	7,2	7,0
Paraná	193,2	7,7	11,7	16,3	5,3	5,2
Santa Catarina	221,4	3,9	8,9	20,9	5,5	5,6
Rio Grande do Sul	172,5	4,7	6,6	10,8	4,0	4,1
Mato Grosso do Sul	233,0	6,6	9,5	18,8	5,6	5,7
Mato Grosso	202,9	3,6	5,2	13,2	5,3	5,6
Goiás	226,2	5,6	9,7	19,0	3,7	3,7
Distrito Federal	212,5	12,7	10,9	13,1	4,4	3,7

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

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

(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: Nov/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	15,8	6,9	6,8	5,2	1,3	1,7	10,1	13,3	13,3	9,8	13,1	13,1	11,1	2,5	2,2
Ceará	16,1	10,8	10,6	2,2	9,4	10,1	12,7	18,0	18,0	12,9	18,1	18,1	13,3	8,4	8,5
Pernambuco	15,9	8,2	7,7	11,3	8,2	8,7	10,2	12,0	12,2	10,5	11,6	11,8	21,4	6,4	3,8
Bahia	12,2	8,0	8,1	3,4	2,1	2,7	5,9	12,6	13,0	4,3	11,6	11,9	16,9	5,0	3,4
Minas Gerais	16,3	7,1	7,0	6,8	0,7	1,0	8,0	10,7	10,8	8,4	10,9	11,0	12,0	3,1	2,2
Espirito Santo	18,6	6,7	6,3	1,7	-1,9	-1,0	3,0	3,6	4,0	2,5	3,4	3,7	-9,1	-1,9	-1,0
Rio de Janeiro	14,1	8,7	8,5	0,6	-1,7	-0,8	10,6	12,5	12,6	8,7	11,4	11,7	-2,0	-4,7	-4,9
São Paulo	16,7	7,2	7,0	11,0	1,7	2,3	12,5	16,2	16,1	12,3	16,0	15,8	12,7	2,1	2,6
Paraná	16,3	5,3	5,2	6,9	-0,6	0,1	4,1	9,8	10,2	4,3	9,9	10,2	13,2	2,4	2,7
Santa Catarina	20,9	5,5	5,6	9,7	3,7	3,7	9,2	11,5	11,7	9,0	11,4	11,6	18,6	7,9	7,1
Rio Grande do Sul	10,8	4,0	4,1	-10,0	-7,3	-6,8	2,6	7,5	7,6	2,9	7,6	7,7	7,3	4,7	4,9
Goiás	19,0	3,7	3,7	1,3	0,5	1,9	12,3	12,9	12,7	12,2	12,7	12,6	12,0	5,8	5,5
Distrito Federal	13,1	4,4	3,7	7,0	5,3	5,2	3,7	5,8	5,8	3,5	5,6	5,6	8,9	5,9	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: Nov/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	11,7	0,1	0,4	18,5	18,5	18,5	14,0	14,0	14,3	12,6	6,0	7,5	16,7	18,2	17,1
Ceará	12,7	11,9	11,3	11,0	9,6	9,8	20,8	7,5	7,2	5,3	3,5	3,9	18,9	17,7	16,1
Pernambuco	-3,5	-0,6	-0,2	25,4	13,8	11,8	15,2	10,4	10,4	77,0	3,5	0,9	12,9	10,8	9,9
Bahia	16,3	4,6	3,9	18,7	16,1	15,8	52,6	13,9	14,4	-13,2	-24,2	-24,9	15,8	38,0	35,6
Minas Gerais	2,3	-4,8	-4,5	16,8	19,1	18,4	9,1	11,7	13,9	39,4	18,3	19,3	29,4	24,3	21,9
Espirito Santo	29,7	10,7	11,5	49,7	19,5	20,1	16,0	4,9	5,9	31,2	-2,0	-1,5	-1,0	-11,4	-11,8
Rio de Janeiro	27,3	4,5	5,8	16,0	16,0	16,1	31,8	11,6	11,1	5,6	12,2	15,9	14,4	22,7	21,8
São Paulo	11,7	-2,6	-1,9	16,5	19,0	19,4	10,9	14,6	14,7	-3,9	-5,1	-2,1	18,5	19,2	18,3
Paraná	13,8	-0,4	-0,6	28,8	26,1	25,8	-6,5	18,9	19,4	35,9	57,3	57,7	19,1	17,1	16,6
Santa Catarina	13,4	4,0	4,2	28,5	27,4	27,0	44,3	16,1	15,6	53,5	66,9	70,3	15,3	6,4	5,7
Rio Grande do Sul	1,7	1,3	1,4	11,6	16,1	16,4	19,8	23,8	25,2	15,3	5,5	5,3	13,8	13,1	9,9
Goiás	12,9	-1,3	-0,9	20,8	19,4	18,3	6,6	3,6	3,3	-21,2	-11,5	-12,3	10,6	29,6	29,5
Distrito Federal	14,1	-1,2	-1,6	55,6	15,8	16,5	-2,5	14,0	13,9	11,8	-5,7	-4,7	7,9	10,3	8,3

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

Mês: Nov/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	29,3	2,9	2,3	9,2	1,5	2,1
Ceará	28,2	8,4	7,9	9,4	2,5	2,6
Pernambuco	29,3	6,4	5,2	7,3	7,6	8,4
Bahia	20,1	4,6	4,8	17,2	5,6	6,0
Minas Gerais	35,7	4,6	4,3	17,5	11,1	10,9
Espirito Santo	34,5	11,0	10,0	24,7	2,5	2,7
Rio de Janeiro	22,5	2,7	1,7	10,4	9,5	9,5
São Paulo	28,4	1,2	0,3	6,7	0,0	0,7
Paraná	30,5	3,6	2,8	10,6	-6,3	-6,1
Santa Catarina	39,6	-0,1	-0,1	16,7	4,0	4,5
Rio Grande do Sul	34,9	4,5	4,4	1,3	-7,9	-6,4
Goiás	32,8	0,4	-0,2	8,3	-2,7	-1,7
Distrito Federal	22,9	3,0	1,4	11,1	2,5	2,9

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: Nov/2009

Unidade da Federação	Comércio varejista ampliado												
	nov/08	dez/08	jan/09	fev/09	mar/09	abr/09	mai/09	jun/09	jul/09	ago/09	set/09	out/09	nov/09
Brasil	175,3	218,4	177,8	164,3	191,9	179,2	193,5	201,6	194,9	199,6	208,7	208,8	203,1
Rondônia	262,5	350,5	238,2	226,9	263,7	256,8	286,2	279,7	303,9	301,2	313,8	303,0	332,3
Acre	328,2	422,1	323,3	328,6	372,7	327,1	375,0	387,2	423,7	427,4	446,4	444,6	417,4
Amazonas	239,3	303,1	232,0	212,2	245,2	221,8	246,4	247,7	253,6	257,2	266,6	265,9	263,3
Roraima	190,4	227,2	184,2	176,5	206,8	201,7	206,7	203,5	204,3	195,0	197,3	208,4	217,1
Pará	207,5	290,2	205,3	186,1	212,1	198,8	224,7	226,5	230,6	239,9	248,7	248,2	238,7
Amapá	217,8	291,2	216,0	195,6	215,8	208,7	227,8	237,9	259,4	254,2	258,2	264,3	246,3
Tocantins	260,1	307,0	259,9	245,3	283,5	258,3	301,0	316,5	284,7	276,7	313,6	276,2	287,2
Maranhão	270,2	346,2	291,5	255,1	280,7	257,7	294,0	303,4	319,6	314,5	316,7	314,1	303,4
Piauí	219,3	295,0	225,7	204,6	230,9	215,1	246,7	267,1	264,6	272,6	279,7	267,0	272,6
Ceará	215,7	275,9	222,3	200,7	225,1	217,4	241,3	253,0	252,5	255,9	267,4	264,2	250,5
Rio G. do Norte	221,2	296,2	230,1	206,6	231,8	216,7	239,4	240,8	237,3	246,5	265,0	255,8	246,6
Paraíba	235,4	307,4	227,1	201,6	233,7	220,8	247,9	256,4	250,6	247,7	269,8	264,2	260,7
Pernambuco	211,0	263,9	214,8	186,7	218,3	203,8	222,5	227,5	224,7	232,8	245,7	243,1	244,5
Alagoas	253,8	336,4	263,2	240,7	274,4	254,8	280,0	273,2	286,8	284,9	303,3	301,1	308,1
Sergipe	235,6	311,8	254,2	231,5	261,9	240,4	266,6	275,1	272,4	284,8	306,7	303,3	287,5
Bahia	187,8	242,0	190,3	176,3	203,2	187,6	205,1	209,4	205,9	209,9	220,1	218,6	210,7
Minas Gerais	173,2	215,8	178,5	163,1	192,5	181,9	190,7	198,1	197,7	197,1	207,4	213,4	201,4
Espirito Santo	231,0	286,1	252,9	231,2	267,0	243,5	258,7	281,6	273,0	277,0	307,9	311,4	273,9
Rio de Janeiro	157,0	211,9	168,3	151,2	175,9	159,8	173,1	180,0	173,9	177,6	181,6	182,5	179,2
São Paulo	167,2	200,5	164,9	155,5	183,0	172,1	186,3	197,0	185,6	192,3	201,3	199,0	195,0
Paraná	166,1	202,9	172,8	157,5	186,5	173,1	184,3	187,6	182,7	193,0	199,1	202,1	193,2
Santa Catarina	183,1	242,4	197,0	186,4	209,4	196,3	205,9	210,2	203,2	209,5	218,7	221,0	221,4
Rio Grande do Sul	155,7	194,0	146,7	135,6	163,6	155,7	164,6	167,0	161,2	162,2	167,5	176,6	172,5
Mato Grosso do Sul	196,2	245,5	206,8	187,1	215,5	206,2	222,9	226,8	228,1	226,0	243,8	246,4	233,0
Mato Grosso	179,2	212,3	178,7	164,0	190,8	175,1	193,7	201,4	205,3	204,8	213,9	214,8	202,9
Goias	190,0	230,4	214,1	187,2	225,2	201,9	221,7	237,0	230,4	226,0	241,2	237,5	226,2
Distrito Federal	188,0	230,1	192,5	184,4	208,3	189,5	204,5	213,9	207,7	209,6	222,7	218,5	212,5

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: 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:nov/2009

Unidade da Federação	Índice de Base Fixa (1)			Variação mês/mês anterior		
	set/09	out/09	nov/09	set/09	out/09	nov/09
Brasil	156,60	159,05	160,82	0,7	1,6	1,1
Rondônia	191,98	190,60	201,46	4,5	-0,7	5,7
Acre	223,22	227,63	239,15	3,5	2,0	5,1
Amazonas	181,06	181,72	181,03	1,5	0,4	-0,4
Roraima	149,27	156,71	162,22	-0,6	5,0	3,5
Pará	151,70	155,33	153,80	0,4	2,4	-1,0
Amapá	164,87	169,26	160,78	-0,4	2,7	-5,0
Tocantins	181,10	183,04	187,41	3,6	1,1	2,4
Maranhão	216,18	217,17	218,50	-2,3	0,5	0,6
Piauí	176,37	177,17	179,81	-1,1	0,5	1,5
Ceará	181,76	186,25	183,25	-0,4	2,5	-1,6
Rio G. do Norte	190,77	193,80	193,01	0,0	1,6	-0,4
Paraíba	178,12	183,26	181,08	-0,8	2,9	-1,2
Pernambuco	162,90	165,51	166,29	0,6	1,6	0,5
Alagoas	215,96	217,28	219,83	0,9	0,6	1,2
Sergipe	190,34	193,08	190,02	0,7	1,4	-1,6
Bahia	165,35	168,90	169,51	1,7	2,1	0,4
Minas Gerais	154,10	155,55	157,40	0,5	0,9	1,2
Espirito Santo	167,23	170,83	175,44	0,8	2,2	2,7
Rio de Janeiro	143,84	147,96	146,80	0,8	2,9	-0,8
São Paulo	162,83	165,38	168,30	0,8	1,6	1,8
Paraná	136,92	139,17	143,74	-2,2	1,6	3,3
Santa Catarina	155,53	157,60	160,81	0,1	1,3	2,0
Rio Grande do Sul	125,86	130,89	125,78	1,2	4,0	-3,9
Mato Grosso do Sul	164,65	169,86	178,22	-0,4	3,2	4,9
Mato Grosso	149,86	151,79	154,09	3,1	1,3	1,5
Goiás	158,68	163,21	164,65	-0,4	2,9	0,9
Distrito Federal	150,12	154,75	153,95	0,4	3,1	-0,5

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: nov/2009

Unidade da Federação	Índice de Base Fixa (1)			Variação mês/mês anterior		
	set/09	out/09	nov/09	set/09	out/09	nov/09
Brasil	192,70	196,56	199,12	0,6	2,0	1,3
Rondônia	243,95	243,70	255,76	3,2	-0,1	4,9
Acre	293,36	299,92	315,42	3,1	2,2	5,2
Amazonas	237,61	239,62	237,44	1,6	0,8	-0,9
Roraima	189,59	198,80	203,70	-0,7	4,9	2,5
Pará	199,72	205,92	203,40	0,9	3,1	-1,2
Amapá	213,48	220,34	208,29	-0,7	3,2	-5,5
Tocantins	226,96	228,65	233,58	4,4	0,7	2,2
Maranhão	272,01	273,45	276,43	-0,8	0,5	1,1
Piauí	217,22	217,63	219,50	-0,4	0,2	0,9
Ceará	220,13	225,97	224,18	-0,1	2,7	-0,8
Rio G. do Norte	228,94	233,05	233,85	0,3	1,8	0,3
Paraíba	226,99	232,37	231,89	-0,5	2,4	-0,2
Pernambuco	211,15	215,69	217,77	0,8	2,2	1,0
Alagoas	277,02	279,93	283,09	1,2	1,1	1,1
Sergipe	246,12	254,37	249,70	0,3	3,4	-1,8
Bahia	199,77	202,89	203,77	1,4	1,6	0,4
Minas Gerais	195,44	198,61	201,37	0,8	1,6	1,4
Espirito Santo	208,62	212,90	217,61	1,1	2,1	2,2
Rio de Janeiro	177,58	183,76	181,24	0,7	3,5	-1,4
São Paulo	198,38	202,29	205,30	0,8	2,0	1,5
Paraná	168,53	172,66	177,37	-2,9	2,5	2,7
Santa Catarina	189,57	194,21	197,35	0,1	2,4	1,6
Rio Grande do Sul	153,53	155,98	156,15	1,1	1,6	0,1
Mato Grosso do Sul	210,42	214,31	221,43	-0,3	1,8	3,3
Mato Grosso	186,59	188,52	191,31	2,4	1,0	1,5
Goiás	197,40	201,93	203,78	-0,7	2,3	0,9
Distrito Federal	188,03	193,07	193,98	1,4	2,7	0,5

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

(1) Base: 2003 = 100