

Indicadores IBGE

Pesquisa Mensal de Comércio

junho 2010

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)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa[8] e 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	(012) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa[1] e efeito calendário (TD)
Super e Hipermercados	Multiplicativo	(022) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa[1] e efeito calendário (TD), LS2005.FEB e AO2006.JAN.
Automóveis, motocicletas, partes e peças	Multiplicativo	(012) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa[15], e efeito calendário (TD).
Equip. e Materiais p escritório, inform e comun	Multiplicativo	(212) (011)	Camaval, Corpus Christi , TC2003.OCT e LS2005.FEB.
Artigos farmac, méd, ortop e de perfumaria	Multiplicativo	(210) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa[8], e efeito calendário (TD).
Livros, jomais, 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 [8] e efeito calendário (TD).
Varejo Ampliado	Multiplicativo	(011) (011)	Camaval, Corpus Christi, efeito calendário (TD) e TC2008.NOV.

VOLUME DE VENDAS UF

UF	DECOMPOSIÇÃO	MODELO ARIMA	REGRESSÃO (REGARIMA)
Acre	Multiplicativo	(212) (011)	Carnaval, Corpus Christi e Páscoa[15]
Alagoas	Multiplicativo	(011) (011)	Carnaval, Corpus Christi e Páscoa[8]
Amapá	Multiplicativo	(212) (011)	Carnaval, Corpus Christi LS2006.JAN
Amazonas	Multiplicativo	(210) (011)	Carnaval e Corpus Christi , LS2002.DEC, LS2004.May, LS2005.FEB.
Bahia	Multiplicativo	(012) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa [15], e efeito calendário (TD) .
Ceará	Multiplicativo	(011) (011)	Carnaval, Corpus Christi e efeito calendário (TD)
Distrito Federal	Multiplicativo	((012) (011)	Carnaval, Corpus Christi e Páscoa[15] , e efeito calendário (TD)
Espírito Santo	Multiplicativo	(212) (011)	Carnaval, Corpus Christi e efeito calendário (TD)
Goiás	Multiplicativo	(212) (011)	Carnaval Corpus Christi Páscoa[15], efeito calendário (TD), e LS2005.FEB.
Maranhão	Multiplicativo	(012) (011)	Carnaval, Corpus Christi e efeito calendário (TD)
Minas Gerais	Multiplicativo	(210) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[8], efeito calendário (TD) e LS2005.FEB.
Mato Grosso	Multiplicativo	(212) (011)	Carnaval e Corpus Christi.
Mato Grosso do Sul	Multiplicativo	(011) (011)	Páscoa [15], efeito calendário (TD) e AO2009.JAN
Pará	Multiplicativo	(212) (011)	Carnaval, Corpus Christi e efeito calendário (TD).
Paraíba	Multiplicativo	(011) (011)	Carnaval e Corpus Christi, efeito calendário (TD) e LS2008.OCT..
Paraná	Multiplicativo	(212) (011)	Carnaval, Corpus Christi,,Páscoa [1],efeito calendário (TD), LS2002.NOV.
Pernambuco	Multiplicativo	(011) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[15] e efeito calendário (TD) e LS2003.MAR.
Piauí	Multiplicativo	(210) (011)	Carnaval, Corpus Christi, efeito calendário (TD), TC2002.APR, TC2004.JAN, AO2004.OCT, LS2005.FEB,AO2008.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	(012) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[1] e efeito calendário (TD).
Rio de Janeiro	Multiplicativo	(012) (011)	Carnaval, Corpus Christi e Páscoa[15] .
Rondônia	Multiplicativo	(011) (011)	Páscoa[15], efeito calendário (TD)
Roraima	Multiplicativo	(011) (011)	
Santa Catarina	Multiplicativo	(212) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[1] e efeito calendário (TD)
Sergipe	Multiplicativo	(012) (011)	Páscoa[15] LS2005.FEB e TC2006.FEB
São Paulo	Multiplicativo	(012) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[8], efeito calendário (TD)
Tocantins	Multiplicativo	(011) (011)	Carnaval, Corpus Christi, TC2003.MAY e LS2005.FEB

RECEITA NOMINAL DE VENDAS ATIVIDADES

ATIVIDADE	DECOMPOSIÇÃO	MODELO ARIMA	REGRESSÃO (REGARIMA)
Brasil	Multiplicativo	(012) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa[8] e efeito calendário (TD)
Hiper., Super, Produtos alimentícios, bebidas e fumo	Multiplicativo	(212) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa[8], efeito calendário (TD) E LS.2002.OCT e LS2005.JAN.
Combustíveis	Multiplicativo	(210) (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	(012) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa[1] e efeito calendário (TD)
Super e Hipermercados	Multiplicativo	(012) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa[8], efeito calendário (TD) e LS2002.OCT e LS2005.JAN.
Automóveis, motocicletas, partes e peças	Multiplicativo	(012) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa[15] e efeito calendário (TD).
Equip. e Materiais p escritório, inform e comun	Multiplicativo	(212) (011)	Camaval, Corpus Christi, TC2003.OCT 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	(012) (011)	Camaval e 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[8] e efeito calendário (TD)
Varejo ampliado	Multiplicativo	(210) (011)	Camaval, Corpus Christi, e efeito calendário (TD),

RECEITA NOMINAL DE VENDAS UF

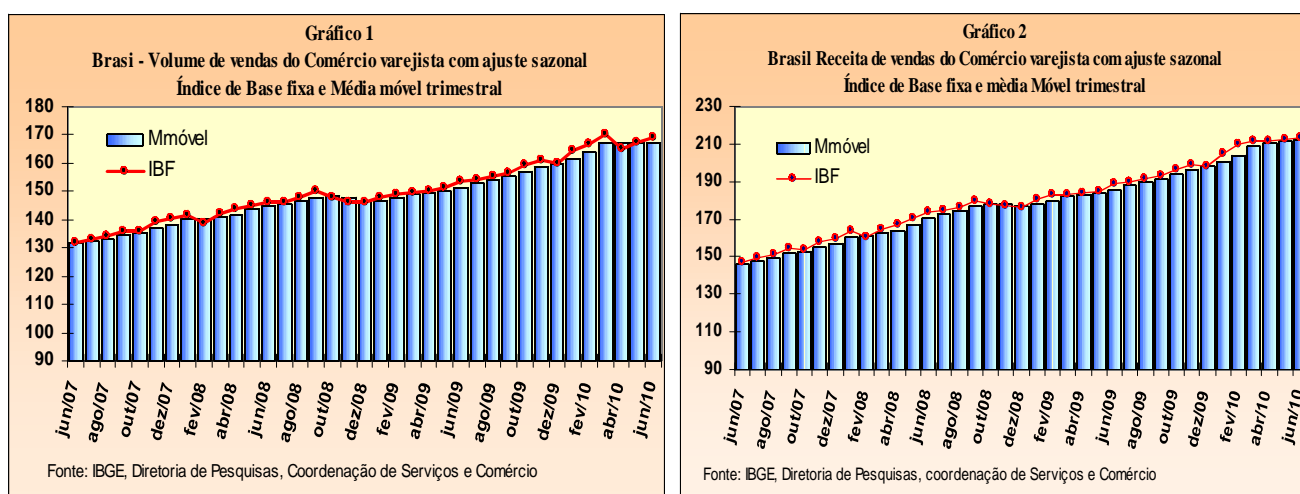
UF	DECOMPOSIÇÃO	MODELO ARIMA	REGRESSÃO (REGARIMA)
Acre	Multiplicativo	(212) (011)	Carnaval, Corpus Christi e Páscoa [15]
Alagoas	Multiplicativo	(011) (011)	Carnaval e Corpus Christi
Amapá	Multiplicativo	(011) (011)	LS2006.JAN
Amazonas	Multiplicativo	(210) (011)	Carnaval, Corpus Christi, LS2004.MAY e AO2005.FEB.
Bahia	Multiplicativo	(011) (011)	Carnaval, Corpus Christi, efeito calendário (TD), TC2004.JAN e AO2008.FEB.
Ceará	Multiplicativo	(011) (011)	Carnaval, Corpus Christi e efeito calendário (TD)
Distrito Federal	Multiplicativo	(210) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[15], 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	(012) (011)	Carnaval, Corpus Christi e efeito calendário (TD).
Minas Gerais	Multiplicativo	(011) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[8] e efeito calendário (TD)
Mato Grosso	Multiplicativo	(212) (011)	Carnaval, Corpus Christi e AO2002.MAY.
Mato Grosso do Sul	Multiplicativo	(011) (011)	Efeito calendário (TD) e AO2009.JAN.
Pará	Multiplicativo	(012) (011)	Carnaval, Corpus Christi, efeito calendário (TD) e AO2008.JAN.
Paraíba	Multiplicativo	(210) (011)	Carnaval, Corpus Christi, efeito calendário (TD), AO2008.JAN e LS2008.OCT.
Paraná	Multiplicativo	(210) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[1], efeito calendário (TD), TC2003.FEB e LS2005.FEB
Pernambuco	Multiplicativo	(011) (011)	Carnaval, Corpus Christi, efeito calendário (TD) e AO2003.JAN.
Piauí	Multiplicativo	(011) (011)	Carnaval, Corpus Christi, efeito calendário (TD), TC2001.JAN, TC2002.JAN, TC2003.JAN, AO2008.JAN e TC2008.DEC.
Rio Grande do Norte	Multiplicativo	(011) (011)	Carnaval, Corpus Christi e efeito calendário (TD)
Rio Grande do Sul	Multiplicativo	(012) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa [1] e efeito calendário (TD)
Rio de Janeiro	Multiplicativo	(011) (011)	Carnaval, Corpus Christi e Páscoa[15]
Rondônia	Multiplicativo	(011) (011)	Páscoa[15], efeito calendário (TD) e AO2001.JUN.
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 Páscoa [15], LS2005.FEB e TC2006.FEB.
São Paulo	Multiplicativo	(212) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[1] e 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 manteve-se com resultado positivo no mês junho de 2010, assinalando taxas de 1,0% no volume de vendas e de 0,5% na receita nominal, ambas as variações com relação ao mês anterior (ajustadas sazonalmente). Para o volume de vendas, este resultado completa dois meses consecutivos de crescimento nas vendas, neste tipo de comparação, após a forte queda do mês de abril. E, para a receita nominal de vendas, representa o sexto mês consecutivo de taxas positivas, como aponta a evolução dos indicadores de base fixa (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 11,3% sobre junho do ano anterior e de 11,5% e 9,3% nos acumulados dos seis primeiros meses do ano e dos últimos 12 meses, respectivamente. Para os mesmos indicadores, a receita nominal de vendas apresentou taxas de variação de 14,0%, 14,7% e de 12,4%, respectivamente (Tabelas 1 e 2).



RESULTADOS SETORIAIS

Para o volume de vendas com ajuste sazonal, observa-se que cinco das dez atividades pesquisadas obtiveram variações positivas. A seguir, lista-se todas as atividades pela ordem decrescente de magnitude das taxas: *Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação* (5,4%); *Outros artigos de uso pessoal e doméstico* (5,2%); *Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* (1,5%); *Tecidos, vestuário e calçados* (1,0%); *Móveis e eletrodomésticos* (0,6%); *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos* (-0,9%); *Combustíveis e lubrificantes* (-1,2%); *Livros, jornais, revistas e papelaria* (-2,3%); *Veículos e motos, partes e peças* (-0,6%) e *Material de construção* (-3,1%) - Tabela 1.

Já na relação junho10/junho09 (série sem ajuste), todas as oito atividades do **varejo** obtiveram aumento no volume de vendas cujas taxas, por ordem de importância no resultado global, foram as seguintes: 11,9% para *Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo*; 17,0% para *Móveis e eletrodomésticos*; 9,4% em *Outros artigos de uso pessoal e doméstico*; 10,3% para *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria*; 23,2% para *Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação*; 5,6% para *Combustíveis e lubrificantes*; 4,3% em *Tecidos, vestuário e calçados* e 4,7% em *Livros, jornais, revistas e papelaria*.

TABELA 1
BRASIL - VOLUME DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA E COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO
SEGUNDO GRUPOS DE ATIVIDADES PMC - 2010

ATIVIDADES	INDICADOR MÊS/MÊS (*)			INDICADOR MENSAL			ACUMULADO	
	Taxa de Variação			Taxa de Variação			Taxa de Variação	
	ABR	MAI	JUN	ABR	MAI	JUN	NO ANO	12 MESES
COMÉRCIO VAREJISTA (**)	-3,1	1,5	1,0	9,2	10,2	11,3	11,5	9,3
1 - Combustíveis e lubrificantes	-1,5	1,7	-1,2	5,2	6,0	5,6	5,5	2,5
2 - Hiper, supermercados, prods. alimentícios, bebidas e fumo	-0,8	1,1	1,5	5,5	8,2	11,9	10,4	10,1
2.1 - Super e hipermercados	-7,6	4,3	2,5	5,2	7,8	11,5	10,1	9,8
3 - Tecidos, vest. e calçados	2,7	-3,8	1,0	16,7	11,9	4,3	10,1	4,9
4 - Móveis e eletrodomésticos	-0,4	-0,3	0,6	22,4	19,6	17,0	20,6	12,8
5 - Artigos farmacêuticos, med., ortop. e de perfumaria	-0,7	0,8	-0,9	11,1	12,1	10,3	12,2	12,0
6 - Equip. e mat. para escritório informática e comunicação	-3,5	0,7	5,4	15,4	28,9	23,2	25,8	15,3
7 - Livros, jornais, rev. e papelaria	-0,2	1,7	-2,3	8,7	9,7	4,7	8,1	9,3
8 - Outros arts. de uso pessoal e doméstico	2,5	-1,8	5,2	5,6	2,9	9,4	6,1	6,8
COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO (***)	-6,7	-0,1	0,0	12,2	9,6	3,4	11,8	10,6
9 - Veículos e motos, partes e peças	-19,1	0,0	-0,6	17,1	6,7	-9,5	11,6	14,1
10- Material de Construção	-0,8	2,4	-3,1	19,7	20,2	12,2	16,1	5,1

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

Analisando os resultados do varejo, por ordem de importância das atividades na taxa global, tem-se o segmento de *Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo*, com variação de 11,9% no volume de vendas em junho, sobre igual mês do ano anterior, como o principal responsável pelo crescimento do setor (50,0%) - Tabela 3. Esse resultado, acima da média, se justifica ainda pelo aumento do poder de compra da população decorrente do crescimento da massa de rendimento real habitual dos ocupados (7,8% sobre junho de 2009, segundo a PME), bem como pelo comportamento dos preços no setor que evoluíram, no acumulado dos últimos 12 meses, em 3,5% no Grupo Alimentação no Domicílio, abaixo da inflação global medida pelo IPCA (4,8%). Em termos de acumulados no semestre e nos últimos 12 meses, o segmento apresenta crescimento de 10,4% e 10,1%, respectivamente.

A atividade de *Móveis e eletrodomésticos*, com alta de 17,0% no volume de vendas em relação a junho do ano passado, foi responsável pela segunda maior contribuição (23,0%) da taxa global do varejo. Esse resultado deve ser atribuído ainda às vendas relacionadas ao evento da Copa do Mundo, aliado a ampla oferta de crédito. No acumulado do semestre e dos últimos 12 meses as variações foram de 20,6% e 12,8%, respectivamente.

A atividade de *Outros artigos de uso pessoal e doméstico*, que engloba segmentos como lojas de departamentos, ótica, joalheria, artigos esportivos, brinquedos etc., exerceu o terceiro maior impacto na formação da taxa do varejo, com variação de 9,4% no volume de vendas em relação a junho de 2009. Esse resultado mostra que a atividade continua sendo influenciada, em boa medida, pela evolução da massa de salários que, conforme visto acima, teve aumento substancial nos últimos 12 meses. Em termos

acumulados, a taxa para o primeiro semestre do ano foi da ordem de 6,1% e para os últimos 12 meses, de 6,8%.

A atividade de *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria*, com a quarta maior participação na taxa global do varejo, apresentou crescimento de 10,3% na comparação com junho do ano passado, e taxas acumuladas de 12,2% no semestre e de 12,0% para os últimos 12 meses. A expansão da massa de salários e crédito, somada ao caráter de uso essencial de seus produtos, são os principais fatores explicativos do desempenho positivo do segmento.

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 junho, da ordem de 23,2% sobre igual mês do ano anterior e taxas acumuladas no semestre de 25,8% e nos últimos 12 meses de 15,3%. 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 de produtos do gênero, por exemplo, -7,8% para microcomputadores nos últimos 12 meses, segundo o IPCA, conjugada com facilidades de financiamento e a crescente importância que os produtos de informática e comunicação vêm tendo nos hábitos de consumo das famílias.

TABELA 2
BRASIL - RECEITA NOMINAL DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA E COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO
SEGUNDO GRUPOS DE ATIVIDADES PMC - 2010

ATIVIDADES	INDICADOR MÊS/MÊS (*)			INDICADOR MENSAL			ACUMULADO	
	Taxa de Variação			Taxa de Variação			Taxa de Variação	
	ABR	MAI	JUN	ABR	MAI	JUN	NO ANO	12 MESES
COMÉRCIO VAREJISTA (**)	0,1	0,4	0,5	13,2	14,2	14,0	14,7	12,4
1 - Combustíveis e lubrificantes	-1,5	2,2	-1,5	7,5	9,6	7,2	8,7	4,6
2 - Hiper, supermercados, prods. alimentícios, bebidas e fumo	0,3	1,0	0,9	10,6	13,1	14,8	14,1	13,1
2.1 - Super e hipermercados	-3,6	1,1	1,4	10,2	12,6	14,4	13,8	12,9
3 - Tecidos, vest. e calçados	2,4	-2,8	0,2	22,7	17,8	9,4	15,9	11,1
4 - Móveis e eletrodomésticos	0,4	0,3	0,4	23,8	22,0	19,6	21,3	12,5
5 - Artigos farmacêuticos, med., ortop. e de perfumaria	0,0	1,0	-0,5	14,8	15,6	13,7	16,4	17,4
6 - Equip. e mat. para escritório informática e comunicação	-7,3	0,0	4,4	7,7	17,3	14,3	16,9	8,9
7 - Livros, jornais, rev. e papelaria	-0,1	2,1	-2,1	13,4	14,4	9,2	12,7	14,4
8 - Outros artigos de uso pessoal e doméstico	3,1	-1,1	4,2	12,7	10,2	16,1	13,9	15,5
COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO (***)	-4,4	0,3	0,8	15,5	13,5	6,9	14,4	11,8
9 - Veículos e motos, partes e peças	-14,9	0,3	-1,7	18,8	9,6	-6,7	12,7	11,0
10- Material de Construção	-0,2	2,8	-2,5	24,1	24,9	16,8	20,6	10,7

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 sexta maior contribuição para o resultado do **varejo** coube ao segmento de *Combustíveis e lubrificantes*, com 5,6% de variação do volume de vendas em relação a junho de 2009. Em termos de desempenho acumulado no semestre, a taxa de variação chegou aos 5,5%, e nos últimos 12 meses a 2,5%. Atribui-se este comportamento, abaixo da média, aos aumentos que ocorreram no preço do álcool combustível no final do ano passado e início do corrente, registrando, porém, nos últimos meses, quedas acentuadas (nos últimos 12 meses o subitem registrou alta de 6,6% contra uma inflação média de 4,8%, segundo o IPCA).

O segmento de *Tecidos, vestuário e calçados*, que apresentou variação no volume de vendas em 4,3% com relação a igual mês do ano anterior, foi responsável pela sétima maior contribuição à taxa global do varejo. Este resultado consolida a recuperação do setor com o nono mês consecutivo de variação positiva, mesmo tendo um comportamento crescente dos preços (variação de 6,0% no grupo Vestuário, comparado com o índice geral de 4,8%, segundo o IPCA), ao longo dos últimos 12 meses. Em termos acumulados, os resultados foram de 10,1% para o primeiro semestre do ano e de 4,9% para os últimos 12 meses.

A atividade de *Livros, jornais, revistas e papelaria*, com crescimento de 4,7%, exerceu o oitavo maior impacto no resultado do varejo. O volume de vendas acumulado no semestre obteve variação de 8,1% e para os últimos 12 meses de 9,3%. Estes resultados podem ser explicados pelo comportamento positivo da massa salarial, como visto anteriormente, bem como pela diversificação na linha de produtos comercializados, principalmente nas grandes redes de livrarias e papelarias.

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	11,3	11,3	100,0	3,4	3,4	100,00
Combustíveis e lubrificantes	5,6	0,6	4,9	5,6	0,3	9,3
Hiper, supermercados, prods. alimentícios, bebidas e fumo	11,9	5,6	50,1	11,9	3,2	94,6
Tecidos, vestuário e calçados	4,3	0,4	3,2	4,3	0,3	7,5
Móveis e eletrodomésticos	17,0	2,6	23,3	17,0	1,5	43,9
Artigos farmacêuticos, médicos, ortop. e de perfumaria	10,3	0,6	5,6	10,3	0,4	10,4
Equip. e mat. para escritório, informática e comunicação	23,2	0,6	5,1	23,2	0,3	9,6
Livros, jornais, revistas e papelaria	4,7	0,0	0,4	4,7	0,0	0,6
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	9,4	0,8	7,5	9,4	0,5	14,0
Veículos e motos, partes e peças	-	-	-	-9,5	-3,6	-108,7
Material de construção	-	-	-	12,2	0,6	18,8

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** registrou estabilidade em relação ao mês anterior de 0,0% para o volume de vendas e crescimento de 0,8% para a receita nominal, ambas as taxas com ajustamento sazonal. Comparado com o mesmo mês do ano anterior (sem ajuste sazonal), as variações foram de 3,4% para o volume de vendas e de 6,9% para a receita nominal. No acumulado do semestre e dos últimos 12 meses o setor apresentou taxas de variação de 11,8% e 10,6% para o volume e de 14,4% e 11,8% para a receita nominal de vendas, respectivamente.

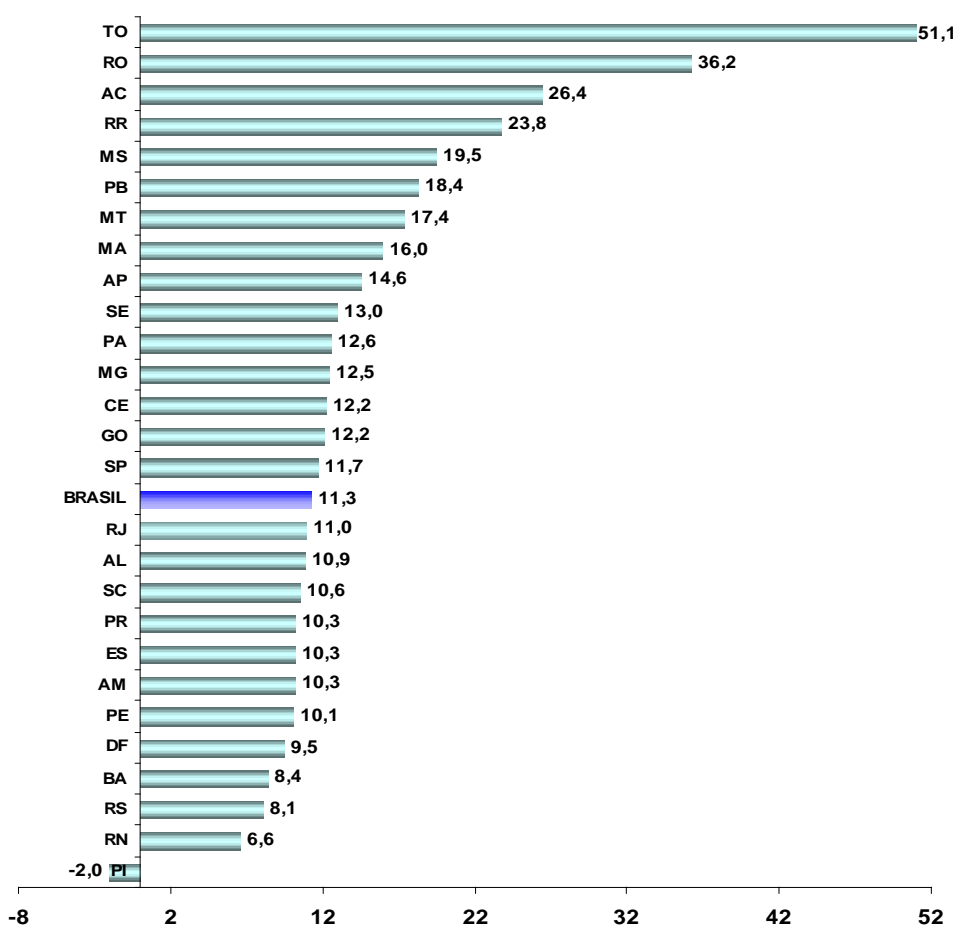
No que tange ao volume de vendas, a atividade de *Veículos, motos, partes e peças* registrou queda de -9,5% em relação a junho de 2009, acumulando no semestre e nos últimos doze meses variações de 11,6% e 14,1%, respectivamente. O término da política de redução do IPI tem influência nesse resultado.

Quanto a *Material de Construção*, as variações foram de 12,2% na relação junho10/junho09, de 16,1% no acumulado do semestre, e de 5,1% nos últimos 12 meses. Tal desempenho resulta do quadro favorável da economia, somado às medidas oficiais de incentivo à construção civil.

RESULTADOS REGIONAIS

Das vinte e sete Unidades da Federação, somente o Piauí apresentou resultado negativo na comparação conjunto de 2009. Os destaques em termos de variações positivas do volume de vendas foram Tocantins (51,1%); Rondônia (36,2%); Acre (26,4%); Roraima (23,8%); Mato Grosso do Sul (19,5%) e Paraíba, com variação de 18,4% – Gráfico 3. Quanto à participação na composição da taxa do **Comércio Varejista**, destacaram-se, pela ordem, São Paulo (11,7%); Rio de Janeiro (11,0%); Minas Gerais (12,5%); Rio Grande do Sul (8,1%); Paraná (10,3%) e Santa Catarina (10,6%).

Gráfico 3
Taxas Mensais regionalizadas do volume de vendas do Varejo ordenadas segundo posicionamento em relação à média nacional



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

Em relação ao **varejo ampliado**, as maiores taxas de desempenho no volume de vendas ocorreram em Tocantins (31,6%); Rondônia (23,4%); Acre (19,4%); Espírito Santo (15,5%) e Amapá (13,2%). Em termos de impacto no resultado global do setor, os destaques foram os estados de Minas Gerais (10,0%); Rio Grande do Sul (7,9%); Paraná (6,8%); Espírito Santo (15,5%) e Santa Catarina (6,8%).

Ainda por Unidades da Federação, os resultados com ajuste sazonal para o volume de vendas apontam quinze estados com variações positivas, na comparação mês/mês anterior, sendo os destaques: Acre (6,7%); Roraima (6,1%); Tocantins (5,3%); Santa Catarina (2,9%); Rio de Janeiro (2,4%) e São Paulo (2,3%).

ANÁLISE TRIMESTRAL

A variação de 10,2% no **Comércio varejista** no segundo trimestre do ano de 2010, comparado com igual período de 2009, ficou abaixo da variação do primeiro trimestre do ano (12,8%), mas acima do último trimestre do ano anterior (8,9%). Comparando, entre si, os dois primeiros trimestres de 2010, obtém-se os seguintes comportamentos por atividades: alta somente para a atividade de *Tecidos, vestuário e calçados* (de 9,5% para 10,5%); certa estabilidade para *Combustíveis e lubrificantes* (de 5,5% para 5,6%) e quedas para as demais atividades, ou seja: *Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* (de 12,4% para 8,5%); *Móveis e eletrodomésticos* (de 21,6% para 19,6%); *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria* (de 13,3% para 11,2%); *Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação* (de 30,0% para 22,4%); *Livros, jornais, revistas e papelaria* (de 8,3% para 7,8%) e *Outros artigos de uso pessoal e doméstico* (de 6,3% para 5,9%).

Em termos do **Comércio varejista ampliado**, a taxa de variação do segundo trimestre, de 8,2%, ficou aquém da taxa do primeiro trimestre, que foi de 15,6%, influenciada pelos comportamentos das atividades descritas acima aliada ao resultado de *Veículos, motos, partes e peças*, que variou de 20,8% para 3,3%, uma vez que a atividade de *Material de construção* teve acréscimo de sua variação, passando de 15,0% para 17,2% - Tabela 4.

TABELA 4

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

Atividades	taxas de desempenho de 2009					taxas de desempenho de 2010				
	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	3,7	5,2	5,3	8,9	5,9	12,8	10,2	-	-	11,5
1- Combustíveis e lubrificantes	3,1	1,4	-4,1	3,2	0,8	5,5	5,6	-	-	5,5
2 - Hipermercados, supermercados, prods. Alimentícios, bebidas e fumo	4,0	9,6	9,4	10,0	8,3	12,4	8,5	-	-	10,4
2.1 - Hiper e supermercados	3,7	9,5	9,3	9,7	8,1	12,2	8,1	-	-	10,1
3 - Tecidos, vestuário e calçados	-6,6	-7,1	-4,8	5,1	-2,8	9,5	10,5	-	-	10,1
4 - Móveis e eletrodomésticos	1,3	-5,7	1,0	10,4	2,1	21,6	19,6	-	-	20,6
5 - Artigos farmacêuticos, médicos, ortop., de perfumaria e cosméticos	12,3	11,3	12,1	11,4	11,8	13,3	11,2	-	-	12,2
6 - Equip. e material para escritório, informática e comunicação	15,0	18,2	4,0	7,6	10,6	30,0	22,4	-	-	25,8
7 - Livros, jornais, revistas e papelaria	12,3	3,7	11,1	10,3	9,6	8,3	7,8	-	-	8,1
8 - Outros arts. de uso pes. e doméstico	6,5	12,3	7,2	7,7	8,4	6,3	5,9	-	-	6,1
COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO	3,7	4,1	5,2	13,9	8,9	15,6	8,2	-	-	11,8
9 - Veículos, motos, partes e peças	6,0	4,7	7,7	27,9	11,1	20,8	3,3	-	-	11,6
10 - Material de construção	-9,9	-9,7	-9,0	4,7	-5,9	15,0	17,2	-	-	16,1

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

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

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

RESULTADOS SEMESTRAIS

O primeiro semestre do ano de 2010 apresentou um crescimento de 11,5% em relação ao mesmo período do ano anterior. Resultado este superior não só ao do segundo semestre de 2009, que alcançou 7,2%, como também de toda a série histórica da Pesquisa Mensal de Comércio – PMC, principalmente a partir do ano de 2004, onde se passa a ter índices semestrais positivos. Cabe ressaltar, que no primeiro semestre de 2009 a economia brasileira sofria a influência da chamada crise financeira internacional. Somente em meados do segundo semestre daquele ano que a economia começa a se estabilizar, com suas atividades se aproximando dos patamares do período pré-crise - Gráfico 4.

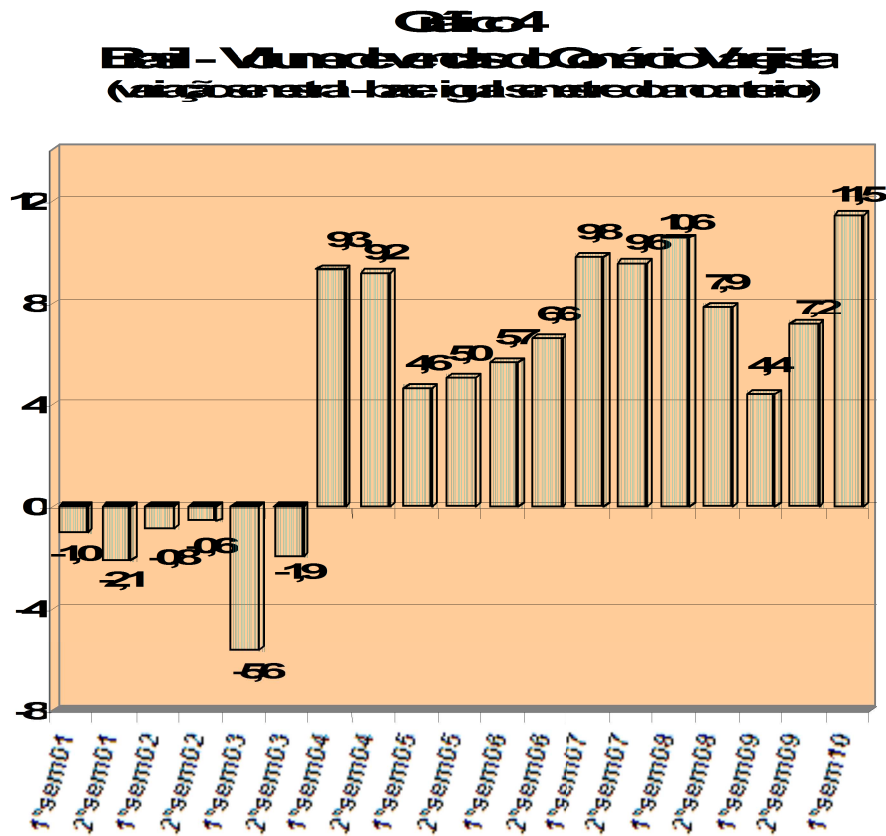


Gráfico 11 - Evolução do volume de vendas de Equipamento e mat. de escritório, info. e com, segundo os índices Mensal e Acumulado dos últimos 12 meses

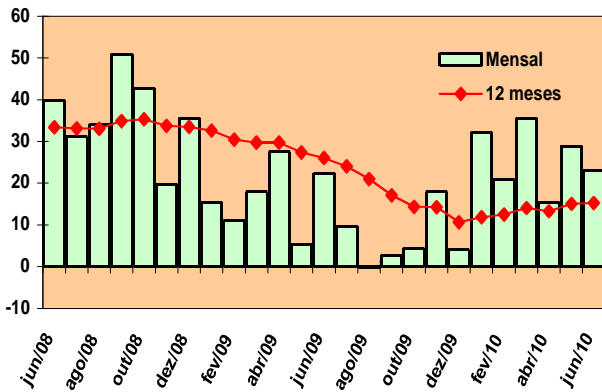


Gráfico 12 - Evolução do volume de vendas de Livros, jornais, revistas e papelaria, segundo os índices Mensal e Acumulado dos últimos 12 meses

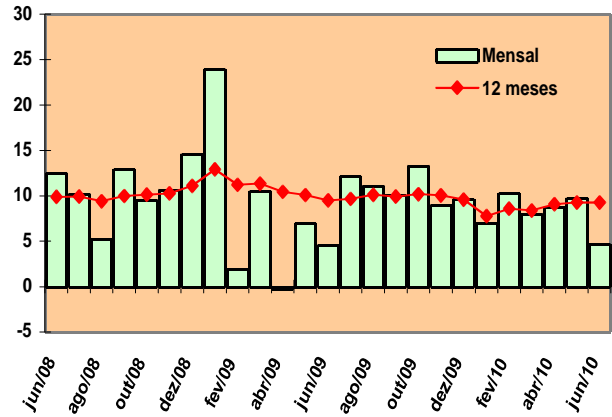


Gráfico 13 - Evolução do volume de vendas de Outros artigos, segundo os índices Mensal e Acumulado dos últimos 12 meses

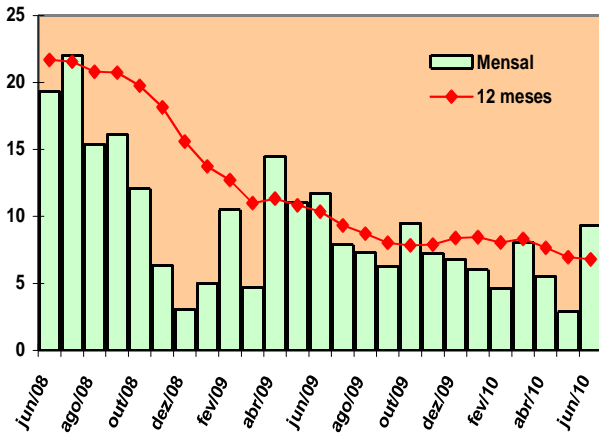


Gráfico 14 - Evolução do volume de vendas de Veículos, motos, partes e peças, segundo os índices Mensal e Acumulado dos últimos 12 meses

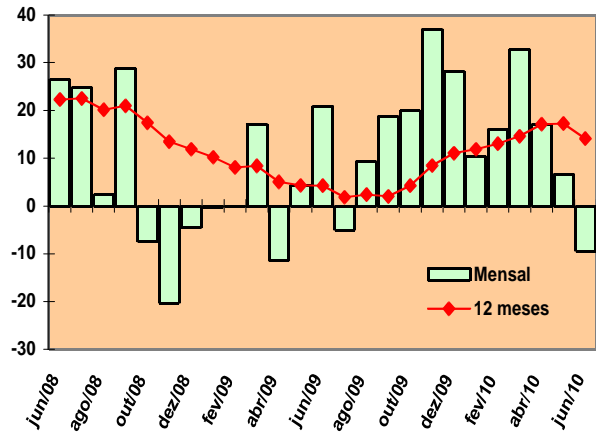
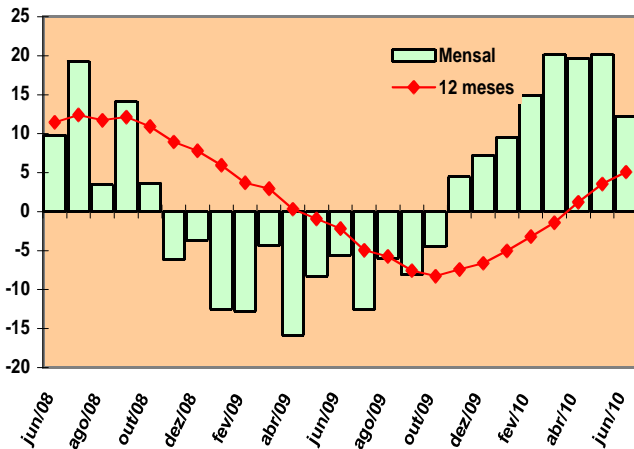


Gráfico 15 - Evolução do volume de vendas de Material de construção segundo os índices Mensal e Acumulado dos últimos 12 meses



PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Jun/2010

Unidade da Federação	Índice de volume (1)	Variação				
		Mensal (2)			Acumulada (3)	
		abr/10	mai/10	jun/10	no ano	12 Meses
Brasil	162,2	9,2	10,2	11,3	11,5	9,3
Rondônia	224,2	36,0	41,8	36,2	31,7	20,9
Acre	246,6	27,7	19,4	26,4	24,6	16,9
Amazonas	182,8	8,6	7,4	10,3	9,5	7,5
Roraima	188,1	10,3	13,5	23,8	14,1	10,8
Pará	153,4	15,0	17,0	12,6	14,9	11,3
Amapá	174,8	15,2	21,3	14,6	17,0	12,1
Tocantins	279,4	47,5	40,1	51,1	38,6	15,6
Maranhão	243,8	13,2	17,6	16,0	14,7	8,5
Piauí	166,5	3,7	4,4	-2,0	7,2	12,0
Ceará	193,2	16,9	9,8	12,2	14,9	12,4
Rio G. do Norte	192,2	8,6	6,7	6,6	9,7	7,3
Paraíba	202,3	8,4	15,3	18,4	14,6	6,8
Pernambuco	165,7	9,5	11,3	10,1	12,3	9,6
Alagoas	212,1	19,4	13,1	10,9	14,9	12,8
Sergipe	197,6	10,9	12,6	13,0	14,6	14,8
Bahia	166,9	9,2	8,2	8,4	11,6	10,3
Minas Gerais	162,1	8,6	10,9	12,5	11,2	8,7
Espirito Santo	168,4	6,6	9,2	10,3	10,0	5,3
Rio de Janeiro	146,5	7,6	9,8	11,0	9,8	8,2
São Paulo	170,2	9,6	10,2	11,7	11,9	10,0
Paraná	141,3	6,7	8,6	10,3	10,9	8,3
Santa Catarina	155,1	5,4	5,3	10,6	8,0	7,7
Rio Grande do Sul	131,9	6,4	8,7	8,1	9,4	7,4
Mato Grosso do Sul	183,9	15,6	17,6	19,5	15,1	9,1
Mato Grosso	163,3	20,1	20,5	17,4	20,1	12,9
Goiás	168,3	13,2	12,6	12,2	14,2	11,0
Distrito Federal	151,5	4,6	8,3	9,5	8,2	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 2 - Variação de volume de vendas no comércio varejista, por atividade e Unidade da Federação (Continua)

Mês: Jun/2010

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

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

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

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

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

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Jun/2010

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	17,0	20,6	12,8	10,3	12,2	12,0	4,7	8,1	9,3	23,2	25,8	15,3	9,4	6,1	6,8
Ceará	11,1	20,7	15,9	10,7	8,1	6,4	111,9	15,0	20,1	23,0	24,9	16,9	13,8	7,7	9,0
Pernambuco	7,1	13,5	5,3	18,2	19,1	17,8	-4,5	7,6	8,6	13,5	33,6	30,8	10,8	11,9	8,8
Bahia	10,5	25,0	17,8	12,2	13,0	12,5	-8,2	6,3	8,5	62,4	27,9	5,8	4,1	4,6	14,5
Minas Gerais	21,6	23,9	11,8	4,9	8,0	10,2	-2,1	-1,3	0,3	27,5	41,4	34,1	20,8	4,1	8,0
Espirito Santo	1,0	16,7	13,0	14,7	19,6	18,5	15,8	15,7	8,7	7,5	22,1	22,0	23,8	18,4	3,3
Rio de Janeiro	23,7	23,1	15,0	7,8	9,0	9,6	6,6	1,7	2,5	19,0	21,8	18,6	5,0	6,0	9,6

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Jun/2010

Unidade da Federação	Comércio varejista												
	jun/09	jul/09	ago/09	set/09	out/09	nov/09	dez/09	jan/10	fev/10	mar/10	abr/10	mai/10	jun/10
Brasil	145,7	151,1	153,5	149,5	161,6	157,9	213,2	158,9	147,3	166,5	158,4	168,0	162,2
Rondônia	164,6	184,1	184,7	186,3	194,4	196,7	288,3	180,9	197,8	226,7	220,2	250,2	224,2
Acre	195,1	210,0	216,4	221,3	232,1	239,6	325,9	224,5	220,5	252,8	238,7	243,5	246,6
Amazonas	165,8	176,9	180,8	175,3	185,3	181,5	242,3	176,8	164,9	177,4	172,4	186,5	182,8
Roraima	152,0	150,1	148,6	143,3	159,7	166,2	203,9	153,0	154,1	170,8	174,6	181,9	188,1
Pará	136,2	145,7	149,5	146,0	160,7	150,2	235,4	151,1	135,1	153,7	148,3	169,0	153,4
Amapá	152,5	177,4	170,1	160,9	173,9	161,1	246,8	171,0	149,5	164,3	160,8	191,2	174,8
Tocantins	184,9	186,1	181,2	180,7	184,6	179,6	242,1	185,1	225,6	268,9	261,2	283,3	279,4
Maranhão	210,2	218,4	220,3	208,7	218,8	211,2	304,5	229,6	202,5	237,1	224,0	250,3	243,8
Piauí	169,9	184,0	184,0	171,8	174,5	170,2	241,2	171,9	154,4	178,4	155,1	176,5	166,5
Ceará	172,1	182,5	180,0	174,5	191,1	182,8	258,8	190,5	174,1	195,4	189,2	203,1	193,2
Rio G. do Norte	180,2	185,4	192,4	184,6	193,8	187,7	263,5	195,3	177,9	210,1	191,9	204,9	192,2
Paraíba	170,9	176,5	173,4	169,3	181,2	175,7	254,9	181,7	163,4	196,3	177,5	210,4	202,3
Pernambuco	150,5	155,5	159,0	155,5	168,9	168,0	230,9	168,9	153,0	174,3	160,8	175,3	165,7
Alagoas	191,3	210,1	207,1	202,6	221,0	222,5	316,1	228,6	203,1	233,4	231,0	238,1	212,1
Sergipe	175,0	181,3	186,1	177,6	194,0	189,9	264,7	204,7	183,0	201,3	184,9	201,5	197,6
Bahia	154,0	156,6	160,8	158,3	171,5	164,6	229,1	167,5	153,0	176,8	160,3	172,8	166,9
Minas Gerais	144,1	153,4	152,1	149,7	161,0	152,6	204,7	159,2	143,2	162,7	156,8	166,4	162,1
Espirito Santo	152,8	162,2	160,7	159,0	176,0	170,4	230,7	178,7	165,3	181,6	168,1	174,5	168,4
Rio de Janeiro	132,0	138,3	139,6	135,6	147,6	147,0	202,6	148,0	138,6	152,2	140,9	150,3	146,5
São Paulo	152,4	155,5	159,9	156,1	168,6	166,5	217,9	163,8	153,0	173,3	166,8	174,9	170,2
Paraná	128,2	133,8	139,8	131,9	141,5	137,4	185,6	143,5	130,5	149,7	142,1	148,7	141,3
Santa Catarina	140,3	147,4	150,3	147,7	156,6	155,6	211,3	161,8	153,1	163,0	154,9	158,8	155,1
Rio Grande do Sul	122,0	124,0	122,8	118,4	131,1	123,3	175,1	122,4	116,0	133,9	129,5	137,7	131,9
Mato Grosso do Sul	153,9	164,1	164,1	162,8	175,9	170,5	223,1	172,0	161,7	182,1	179,9	195,3	183,9
Mato Grosso	139,1	145,6	148,0	149,1	158,2	150,9	207,0	152,7	149,8	169,9	160,1	171,9	163,3
Goiás	150,0	160,7	160,0	154,1	166,2	160,2	218,7	169,5	150,3	171,1	166,2	178,4	168,3
Distrito Federal	138,4	146,8	146,3	143,9	154,3	153,9	200,3	149,5	139,4	161,0	148,2	159,6	151,5

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: Jun/2010

Unidade da Federação	Índice de receita (1)	Variação				
		Mensal (2)			Acumulada (3)	
		abr/10	mai/10	jun/10	no ano	12 Meses
Brasil	205,4	13,2	14,2	14,0	14,7	12,4
Rondônia	289,1	38,7	41,6	36,8	34,7	26,1
Acre	321,6	27,0	16,2	23,9	24,5	20,2
Amazonas	246,8	12,4	9,8	13,7	13,1	11,7
Roraima	239,7	11,7	14,9	25,4	15,8	12,4
Pará	207,9	19,0	20,6	16,6	19,2	15,8
Amapá	229,9	18,0	23,4	15,8	19,9	16,2
Tocantins	347,0	46,9	39,4	50,0	38,8	17,2
Maranhão	319,0	20,3	26,1	23,3	21,9	15,2
Piauí	209,1	7,3	8,6	2,3	10,9	16,4
Ceará	239,9	20,9	15,1	16,8	19,0	16,7
Rio G. do Norte	237,6	12,3	11,8	11,3	13,1	10,6
Paraíba	271,3	13,5	21,4	23,3	19,4	10,8
Pernambuco	223,1	15,3	16,8	14,7	17,2	14,2
Alagoas	284,6	24,6	19,4	16,1	19,9	17,6
Sergipe	269,1	17,3	18,4	18,1	19,9	19,4
Bahia	208,7	13,5	13,6	11,4	14,2	12,5
Minas Gerais	210,8	11,7	13,6	15,5	13,7	11,0
Espírito Santo	219,1	12,4	14,8	14,8	14,4	9,3
Rio de Janeiro	187,7	11,1	13,5	13,8	12,6	11,3
São Paulo	212,6	14,3	14,7	14,4	15,6	13,5
Paraná	179,7	10,4	12,4	12,9	14,2	11,2
Santa Catarina	195,5	9,5	10,9	12,9	12,1	10,8
Rio Grande do Sul	163,5	8,9	10,5	9,5	11,1	8,8
Mato Grosso do Sul	228,3	15,5	15,9	16,5	15,2	10,4
Mato Grosso	201,5	20,6	19,5	16,5	20,1	14,2
Goiás	208,8	13,8	12,9	12,2	14,6	12,1
Distrito Federal	191,9	9,0	11,5	11,2	10,4	9,1

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: Jun/2010

Unidade da Federação	Comércio Varejista			Combustíveis e lubrificantes			Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo						Tecidos, vestuário e calçados		
	Mensal (1)	Acumulada (2)		Mensal (1)	Acumulada (2)		Total			Hipermercados e Supermercados			Mensal (1)	Acumulada (2)	
		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses	Mensal (1)	Acumulada (2)		Mensal (1)	Acumulada (2)			no ano	12 Meses
Brasil	14,0	14,7	12,4	7,2	8,7	4,6	14,8	14,1	13,1	14,4	13,8	12,9	9,4	15,9	11,1
Ceará	16,8	19,0	16,7	6,3	8,4	6,8	22,1	23,2	21,0	22,1	23,9	21,5	14,0	18,3	14,3
Pernambuco	14,7	17,2	14,2	10,2	15,6	11,4	14,0	15,5	13,9	13,3	15,2	13,7	17,9	18,9	16,5
Bahia	11,4	14,2	12,5	7,4	10,6	6,0	12,0	12,2	11,7	10,3	11,7	10,9	16,9	17,0	15,0
Minas Gerais	15,5	13,7	11,0	15,2	14,1	7,2	13,3	11,5	10,7	13,6	11,7	11,0	17,3	17,3	12,4
Espirito Santo	14,8	14,4	9,3	-7,4	-6,6	-7,1	16,4	13,9	9,2	15,8	13,8	9,1	15,8	8,8	2,1
Rio de Janeiro	13,8	12,6	11,3	5,5	6,3	0,1	15,7	15,0	13,8	14,1	13,2	12,2	18,4	15,7	4,8
São Paulo	14,4	15,6	13,5	13,7	12,9	7,5	14,6	14,5	14,0	14,4	14,3	13,8	4,3	14,3	10,3
Paraná	12,9	14,2	11,2	-2,2	0,1	-1,6	13,4	12,5	10,8	13,2	12,5	10,8	5,4	14,7	10,5
Santa Catarina	12,9	12,1	10,8	11,7	8,1	4,7	15,7	13,6	12,6	15,2	13,2	12,3	4,4	14,4	13,3
Rio Grande do Sul	9,5	11,1	8,8	-0,3	4,3	-1,8	11,0	9,6	8,3	10,9	9,6	8,4	8,0	19,5	14,4
Goiás	12,2	14,6	12,1	-9,1	-2,3	-3,5	13,5	13,4	14,4	13,7	13,4	14,4	11,3	16,8	13,0
Distrito Federal	11,2	10,4	9,1	2,3	4,8	6,5	11,9	10,3	7,6	11,3	9,8	7,3	9,5	9,9	9,4

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: Jun/2010

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	19,6	21,3	12,5	13,7	16,4	17,4	9,2	12,7	14,4	14,3	16,9	8,9	16,1	13,9	15,5
Ceará	16,2	25,1	20,1	10,5	10,5	10,5	118,6	17,8	23,2	13,4	17,1	11,1	19,7	15,3	17,2
Pernambuco	10,6	15,7	6,4	24,0	25,7	24,7	-3,5	10,2	11,6	20,3	44,8	37,9	19,5	22,6	19,2
Bahia	11,4	24,2	17,3	17,0	18,7	18,9	-6,7	6,7	8,3	36,9	10,7	-3,4	7,5	10,0	20,0
Minas Gerais	22,6	22,8	10,5	11,1	13,1	15,7	1,3	2,0	3,8	15,2	33,5	28,2	26,7	11,3	16,6
Espirito Santo	9,5	24,1	18,9	19,8	24,1	23,8	20,5	21,5	15,5	-1,6	6,6	10,6	33,1	27,4	11,5
Rio de Janeiro	25,1	21,3	14,1	12,6	13,1	14,5	10,9	6,6	9,8	1,5	6,1	7,7	1,1	-0,4	7,7
São Paulo	21,8	21,3	11,9	11,0	16,2	17,1	11,5	18,8	20,2	17,7	14,9	-1,2	18,9	18,2	18,2
Paraná	19,7	23,9	13,9	18,0	20,0	22,8	35,4	29,0	20,9	17,7	38,9	31,9	24,4	20,0	17,7
Santa Catarina	10,9	12,7	9,5	14,6	19,5	22,8	1,6	5,3	10,0	18,0	2,4	25,1	5,9	3,6	3,3
Rio Grande do Sul	10,3	13,9	8,8	19,0	17,6	16,8	8,8	11,8	17,5	4,6	8,8	7,0	8,9	12,7	15,7
Goiás	17,8	23,2	12,7	17,1	22,6	22,2	-1,9	2,9	5,5	-2,1	-8,6	-0,5	27,1	12,1	17,0
Distrito Federal	25,2	23,7	14,7	17,9	11,9	13,9	-11,5	2,0	5,2	17,8	-16,8	-3,5	15,9	14,8	16,0

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

Mês: Jun/2010

Unidade da Federação	Comércio varejista												
	jun/09	jul/09	ago/09	set/09	out/09	nov/09	dez/09	jan/10	fev/10	mar/10	abr/10	mai/10	jun/10
Brasil	180,1	186,7	189,5	183,6	199,2	194,9	264,0	196,9	184,3	209,5	201,8	214,1	205,4
Rondônia	211,3	236,3	235,8	235,1	247,7	250,7	373,9	233,1	253,6	289,8	282,2	317,1	289,1
Acre	259,5	277,9	284,3	288,3	304,4	311,6	427,2	295,5	290,8	330,6	313,3	312,3	321,6
Amazonas	217,1	231,2	235,2	228,4	243,7	237,3	323,8	235,2	220,3	239,3	232,9	249,7	246,8
Roraima	191,2	188,6	187,1	180,1	201,1	207,6	259,3	196,7	197,8	220,8	224,1	233,2	239,7
Pará	178,3	190,9	194,8	190,6	212,0	197,9	311,7	202,7	182,0	207,4	202,1	228,4	207,9
Amapá	198,5	228,6	218,2	207,3	225,8	209,3	322,9	224,7	196,5	217,3	212,9	250,3	229,9
Tocantins	231,3	230,9	224,4	223,6	229,6	224,1	299,5	231,8	285,7	338,5	326,0	352,5	347,0
Maranhão	258,7	273,8	274,1	263,4	276,7	269,0	388,0	292,0	258,9	302,2	289,6	326,4	319,0
Piauí	204,4	224,3	225,3	212,0	215,5	211,2	299,6	211,4	189,2	218,6	191,6	220,4	209,1
Ceará	205,4	219,2	217,8	210,7	232,2	224,5	321,9	231,8	211,6	238,5	233,0	251,5	239,9
Rio G. do Norte	213,5	225,2	229,0	220,0	233,7	228,5	323,6	237,0	214,8	249,6	233,3	251,2	237,6
Paraíba	220,0	225,2	222,2	216,2	232,6	226,7	333,6	235,0	211,9	255,3	235,0	280,2	271,3
Pernambuco	194,5	199,5	205,0	199,7	218,5	218,7	305,2	219,9	200,2	229,4	215,0	234,2	223,1
Alagoas	245,1	267,3	264,2	258,0	283,4	286,6	413,2	293,6	263,1	304,5	303,7	316,9	284,6
Sergipe	227,9	235,1	242,1	230,6	253,0	248,2	351,6	269,0	241,0	266,5	250,1	272,5	269,1
Bahia	187,3	189,3	194,0	191,0	206,4	197,4	274,6	202,4	186,6	216,8	199,0	214,8	208,7
Minas Gerais	182,5	193,4	192,8	189,3	204,7	194,3	259,9	202,1	185,2	211,7	205,5	216,8	210,8
Espirito Santo	190,9	202,3	199,6	196,7	218,5	211,9	288,0	224,4	209,3	232,3	219,0	229,2	219,1
Rio de Janeiro	164,9	172,2	172,7	166,1	181,6	179,9	252,0	182,6	172,7	191,6	180,0	193,3	187,7
São Paulo	185,9	190,2	195,9	189,8	205,3	203,3	265,5	200,8	189,9	216,4	211,2	221,6	212,6
Paraná	159,2	165,8	172,4	161,9	174,7	169,7	230,5	178,1	162,4	188,1	180,8	189,5	179,7
Santa Catarina	173,2	180,8	183,1	179,0	192,5	191,5	260,1	201,9	192,9	206,2	197,8	203,5	195,5
Rio Grande do Sul	149,3	151,2	149,2	143,0	159,2	150,9	213,2	148,9	142,1	165,9	162,6	171,5	163,5
Mato Grosso do Sul	196,0	206,7	207,6	204,6	221,7	214,9	286,6	219,2	206,3	231,0	226,9	244,6	228,3
Mato Grosso	172,9	181,7	184,0	184,6	196,6	187,8	257,7	190,2	187,7	212,3	199,6	213,7	201,5
Goiás	186,1	199,1	198,3	189,8	204,8	197,5	270,8	208,6	187,7	213,8	208,0	221,3	208,8
Distrito Federal	172,6	183,1	182,0	177,1	193,9	188,9	247,0	186,1	174,4	199,3	190,3	202,5	191,9

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: Jun/2010

Unidade da Federação	Índice de volume (2)	Variação				
		Mensal (3)			Acumulada (4)	
		abr/10	mai/10	jun/10	no ano	12 Meses
Brasil	172,4	12,2	9,6	3,4	11,8	10,6
Rondônia	337,8	29,1	22,9	23,4	27,4	18,2
Acre	397,1	17,2	17,8	19,4	16,9	16,4
Amazonas	226,9	12,6	6,6	7,1	9,4	5,4
Roraima	205,5	14,7	17,0	19,2	15,6	11,6
Pará	205,8	14,1	15,2	4,5	11,7	9,6
Amapá	229,3	17,2	22,5	13,2	16,9	12,1
Tocantins	347,3	35,7	23,9	31,6	30,2	18,8
Maranhão	262,5	24,5	10,5	6,3	13,0	9,6
Piauí	215,1	7,8	8,0	-3,2	11,4	14,8
Ceará	219,9	18,4	14,5	5,0	17,4	14,4
Rio G. do Norte	205,3	10,9	5,4	2,0	9,8	8,5
Paraíba	220,1	17,7	18,0	9,8	17,0	10,7
Pernambuco	185,2	10,9	11,3	4,1	12,3	11,3
Alagoas	218,1	15,7	10,2	1,6	13,0	13,4
Sergipe	225,1	16,7	14,4	4,6	14,3	16,6
Bahia	180,2	10,0	8,5	3,7	12,1	10,8
Minas Gerais	177,5	15,4	13,4	10,0	14,9	12,1
Espirito Santo	264,6	25,0	25,8	15,5	23,7	17,9
Rio de Janeiro	144,8	8,9	7,4	-0,6	8,6	8,4
São Paulo	165,3	10,9	7,9	0,1	10,7	10,5
Paraná	163,5	13,0	11,1	6,8	12,4	11,0
Santa Catarina	183,5	9,9	5,4	6,8	9,8	9,1
Rio Grande do Sul	149,6	12,1	10,1	7,9	11,8	9,8
Mato Grosso do Sul	206,3	18,6	14,8	10,6	16,4	13,2
Mato Grosso	176,5	21,1	16,9	8,4	17,5	12,7
Goiás	210,1	16,7	10,9	5,5	14,6	12,5
Distrito Federal	170,9	5,2	2,8	-3,5	4,9	5,7

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

Mês: Jun/2010

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

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

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

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

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

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

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Jun/2010

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	17,0	20,6	12,8	10,3	12,2	12,0	4,7	8,1	9,3	23,2	25,8	15,3	9,4	6,1	6,8
Ceará	11,1	20,7	15,9	10,7	8,1	6,4	111,9	15,0	20,1	23,0	24,9	16,9	13,8	7,7	9,0
Pernambuco	7,1	13,5	5,3	18,2	19,1	17,8	-4,5	7,6	8,6	13,5	33,6	30,8	10,8	11,9	8,8
Bahia	10,5	25,0	17,8	12,2	13,0	12,5	-8,2	6,3	8,5	62,4	27,9	5,8	4,1	4,6	14,5
Minas Gerais	21,6	23,9	11,8	4,9	8,0	10,2	-2,1	-1,3	0,3	27,5	41,4	34,1	20,8	4,1	8,0
Espirito Santo	1,0	16,7	13,0	14,7	19,6	18,5	15,8	15,7	8,7	7,5	22,1	22,0	23,8	18,4	3,3
Rio de Janeiro	23,7	23,1	15,9	7,8	9,0	9,6	6,6	1,7	3,5	10,9	21,8	18,6	-5,9	-6,9	0,6
São Paulo	18,6	20,5	13,5	8,3	11,4	10,3	5,7	13,1	14,3	22,4	20,8	4,1	11,7	8,8	7,2
Paraná	16,3	20,6	11,9	17,5	20,7	22,3	32,1	23,9	14,1	32,4	56,1	40,9	17,2	11,9	9,6
Santa Catarina	7,2	9,4	8,0	14,1	20,2	22,4	-0,9	0,8	3,8	32,8	14,3	31,1	-0,4	-3,4	-3,8
Rio Grande do Sul	8,6	15,3	11,4	15,6	14,0	12,6	6,1	9,6	14,8	21,7	28,0	24,0	3,7	6,1	9,3
Goiás	15,9	24,4	14,6	14,6	18,4	15,8	-4,7	-0,8	1,3	9,1	-2,5	4,9	22,1	5,4	10,1
Distrito Federal	21,5	22,6	12,5	12,7	6,3	7,3	-13,7	-1,4	1,9	32,8	-7,7	2,8	8,0	6,9	7,9

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

Mês: Jun/2010

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	-9,5	11,6	14,1	12,2	16,1	5,1
Ceará	-6,5	22,1	20,1	9,9	16,3	5,4
Pernambuco	-6,8	11,5	15,0	13,0	17,1	8,0
Bahia	-8,3	11,9	12,2	18,9	21,0	10,1
Minas Gerais	5,9	21,7	19,3	9,3	20,3	13,9
Espirito Santo	19,5	37,4	31,7	17,9	23,3	13,0
Rio de Janeiro	-27,3	4,9	9,3	8,2	9,3	5,6
São Paulo	-16,6	8,4	13,0	7,0	13,2	2,0
Paraná	1,2	14,1	16,4	15,9	16,6	3,4
Santa Catarina	1,8	12,0	11,7	8,7	13,7	7,3
Rio Grande do Sul	-0,1	13,2	15,5	53,9	31,6	8,2
Goíás	-1,1	14,1	14,8	14,8	22,6	6,8
Distrito Federal	-21,4	-2,1	5,0	6,5	17,1	7,0

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

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

(2) Base: 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: Jun/2010

Unidade da Federação	Comércio Varejista Ampliado												
	jun/09	jul/09	ago/09	set/09	out/09	nov/09	dez/09	jan/10	fev/10	mar/10	abr/10	mai/10	jun/10
Brasil	166,8	159,8	164,1	173,0	170,9	165,7	204,3	161,3	153,6	193,6	165,0	174,3	172,4
Rondônia	273,8	309,3	290,4	296,6	288,1	309,0	378,7	285,5	290,6	366,2	329,2	343,8	337,8
Acre	332,7	375,8	373,3	373,9	375,1	342,9	425,8	309,9	320,3	391,6	332,4	380,8	397,1
Amazonas	211,9	218,5	219,6	225,5	224,6	224,6	275,2	218,5	202,1	240,6	214,9	223,5	226,9
Roraima	172,3	176,3	166,9	169,5	178,4	186,5	221,9	176,7	174,9	207,2	198,7	204,0	205,5
Pará	197,0	200,2	208,0	212,9	208,1	200,6	278,6	194,9	180,4	216,2	193,8	220,4	205,8
Amapá	202,5	219,8	216,3	218,9	219,2	206,3	275,2	210,3	189,0	227,8	207,9	237,4	229,3
Tocantins	263,9	234,0	228,6	262,4	225,7	235,6	289,6	251,1	253,0	335,1	286,4	306,0	347,3
Maranhão	246,9	255,9	252,9	253,3	250,0	237,6	306,0	247,8	231,2	285,2	262,2	265,5	262,5
Piauí	222,2	216,2	222,6	228,1	216,9	219,3	279,8	209,0	191,5	257,1	193,6	220,7	215,1
Ceará	209,5	207,3	208,2	218,7	215,0	201,9	263,0	211,8	196,1	246,5	212,2	228,9	219,9
Rio G. do Norte	201,4	193,9	204,8	221,5	210,9	200,1	263,8	199,9	188,9	244,9	201,3	212,4	205,3
Paraíba	200,4	196,6	192,5	210,5	203,6	199,0	264,7	200,3	181,8	237,9	203,4	230,1	220,1
Pernambuco	177,9	176,0	181,3	192,0	187,7	187,4	236,6	186,2	169,4	210,7	177,3	195,0	185,2
Alagoas	214,7	226,4	222,9	236,9	233,1	237,3	311,9	229,5	216,4	276,9	233,4	244,6	218,1
Sergipe	215,2	213,8	222,2	239,8	234,7	221,2	281,8	216,2	208,1	265,4	219,9	240,1	225,1
Bahia	173,7	170,4	174,0	183,3	180,2	174,6	227,3	177,6	164,6	209,5	171,9	187,6	180,2
Minas Gerais	161,4	159,4	158,7	168,3	171,0	161,1	196,3	160,8	151,8	189,4	167,6	172,9	177,5
Espirito Santo	229,0	220,5	225,2	252,2	252,2	221,2	280,5	235,8	226,9	299,6	244,5	261,1	264,6
Rio de Janeiro	145,7	139,9	144,0	148,7	148,0	145,6	187,9	148,3	136,2	167,9	140,2	149,8	144,8
São Paulo	165,1	153,8	160,0	169,3	165,2	161,5	190,8	151,9	148,6	187,0	158,8	167,2	165,3
Paraná	153,1	148,0	157,3	163,2	164,0	155,6	192,2	154,2	143,7	184,7	158,4	167,1	163,5
Santa Catarina	171,8	165,1	171,4	179,5	178,5	178,0	223,0	171,1	168,7	201,3	174,8	177,9	183,5
Rio Grande do Sul	138,6	132,8	134,0	139,7	145,8	142,3	185,4	132,8	124,6	161,7	142,4	148,7	149,6
Mato Grosso do Sul	186,5	186,7	184,4	201,2	200,7	189,6	229,9	185,1	170,3	229,3	198,3	207,1	206,3
Mato Grosso	162,8	163,8	163,8	172,9	171,5	162,0	211,6	161,2	156,7	191,8	168,6	180,1	176,5
Goias	199,1	190,2	186,6	201,4	195,9	185,7	226,2	196,9	178,7	236,6	193,6	203,1	210,1
Distrito Federal	177,1	170,2	172,5	186,4	176,7	166,4	204,4	167,5	155,0	203,9	163,7	173,5	170,9

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

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

Índice de Base Fixa: 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: Jun/2010

Unidade da Federação	Índice de receita (2)	Variação				
		Mensal (3)			Acumulada (4)	
		abr/10	mai/10	jun/10	no ano	12 Meses
Brasil	215,5	15,5	13,5	6,9	14,4	11,8
Rondônia	349,7	31,6	23,2	25,0	28,5	21,3
Acre	486,2	25,8	20,2	25,6	23,7	22,0
Amazonas	271,8	17,5	10,1	9,7	13,7	9,7
Roraima	246,6	18,5	18,8	21,2	18,4	13,8
Pará	252,0	20,2	20,4	11,3	18,1	15,1
Amapá	277,4	20,9	27,1	16,6	21,5	16,8
Tocantins	424,4	36,8	26,0	34,1	31,2	17,9
Maranhão	340,9	30,5	17,1	12,4	18,4	13,4
Piauí	270,1	11,8	12,2	1,1	14,9	17,3
Ceará	276,6	22,0	19,3	9,3	20,5	16,5
Rio G. do Norte	255,8	14,0	10,0	6,3	12,5	10,2
Paraíba	298,8	24,1	25,2	16,5	22,6	14,0
Pernambuco	250,1	16,8	17,6	10,0	17,3	14,4
Alagoas	295,5	21,9	17,4	8,1	18,5	16,9
Sergipe	305,8	24,0	21,6	11,2	20,1	19,5
Bahia	224,2	13,7	13,7	7,1	14,6	12,1
Minas Gerais	224,7	17,8	16,2	13,4	16,8	12,9
Espirito Santo	338,8	27,9	29,7	20,3	26,1	19,0
Rio de Janeiro	185,8	11,7	11,1	3,2	11,0	10,4
São Paulo	203,3	14,3	11,9	3,2	13,3	11,3
Paraná	206,0	15,5	14,8	9,8	14,8	11,8
Santa Catarina	230,5	12,9	10,2	9,6	12,7	10,2
Rio Grande do Sul	186,8	14,6	13,5	11,9	14,3	10,3
Mato Grosso do Sul	254,2	19,4	15,6	12,0	17,2	12,6
Mato Grosso	222,3	22,1	18,0	10,4	18,3	12,6
Goiás	257,4	18,3	13,3	8,6	16,0	12,0
Distrito Federal	212,7	9,4	6,7	-0,5	8,1	7,8

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: 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: Jun/2010

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

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: Jun/2010

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	19,6	21,3	12,5	13,7	16,4	17,4	9,2	12,7	14,4	14,3	16,9	8,9	16,1	13,9	15,5
Ceará	16,2	25,1	20,1	10,5	10,5	10,5	118,6	17,8	23,2	13,4	17,1	11,1	19,7	15,3	17,2
Pernambuco	10,6	15,7	6,4	24,0	25,7	24,7	-3,5	10,2	11,6	20,3	44,8	37,9	19,5	22,6	19,2
Bahia	11,4	24,2	17,3	17,0	18,7	18,9	-6,7	6,7	8,3	36,9	10,7	-3,4	7,5	10,0	20,0
Minas Gerais	22,6	22,8	10,5	11,1	13,1	15,7	1,3	2,0	3,8	15,2	33,5	28,2	26,7	11,3	16,6
Espirito Santo	9,5	24,1	18,9	19,8	24,1	23,8	20,5	21,5	15,5	-1,6	6,6	10,6	33,1	27,4	11,5
Rio de Janeiro	25,1	21,3	14,1	12,6	13,1	14,5	10,9	6,6	9,8	1,5	6,1	7,7	1,1	-0,4	7,7
São Paulo	21,8	21,3	11,9	11,0	16,2	17,1	11,5	18,8	20,2	17,7	14,9	-1,2	18,9	18,2	18,2
Paraná	19,7	23,9	13,9	18,0	20,0	22,8	35,4	29,0	20,9	17,7	38,9	31,9	24,4	20,0	17,7
Santa Catarina	10,9	12,7	9,5	14,6	19,5	22,8	1,6	5,3	10,0	18,0	2,4	25,1	5,9	3,6	3,3
Rio Grande do Sul	10,3	13,9	8,8	19,0	17,6	16,8	8,8	11,8	17,5	4,6	8,8	7,0	8,9	12,7	15,7
Goiás	17,8	23,2	12,7	17,1	22,6	22,2	-1,9	2,9	5,5	-2,1	-8,6	-0,5	27,1	12,1	17,0
Distrito Federal	25,2	23,7	14,7	17,9	11,9	13,9	-11,5	2,0	5,2	17,8	-16,8	-3,5	15,9	14,8	16,0

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

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

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

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

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

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Jun/2010

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	-6,7	12,7	11,0	16,8	20,6	10,7
Ceará	-3,8	22,5	17,1	18,7	23,9	12,8
Pernambuco	0,3	16,7	14,9	17,6	21,3	14,2
Bahia	-5,8	13,8	10,4	20,3	23,6	16,0
Minas Gerais	9,3	22,6	16,1	14,5	24,8	19,8
Espirito Santo	24,6	38,1	29,5	23,9	28,1	19,4
Rio de Janeiro	-23,9	5,9	7,3	12,2	13,3	11,0
São Paulo	-15,3	8,1	8,0	11,5	18,0	7,7
Paraná	3,9	14,9	13,5	19,1	19,6	8,1
Santa Catarina	4,8	13,1	9,3	11,3	15,4	9,9
Rio Grande do Sul	6,2	16,2	13,2	57,1	34,5	12,4
Goíás	2,8	15,5	11,5	24,1	29,9	13,3
Distrito Federal	-20,0	1,0	4,4	12,2	21,9	13,0

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

Mês: Jun/2010

Unidade da Federação	Comércio varejista ampliado												
	jun/09	jul/09	ago/09	set/09	out/09	nov/09	dez/09	jan/10	fev/10	mar/10	abr/10	mai/10	jun/10
Brasil	201,6	194,9	199,6	208,7	208,8	202,9	250,7	198,5	189,9	237,8	207,0	219,7	215,5
Rondônia	279,7	303,9	301,2	313,8	303,0	322,1	406,7	284,2	294,9	374,6	337,8	352,4	349,7
Acre	387,2	423,7	427,4	446,4	444,6	417,4	533,7	391,6	391,3	483,0	411,6	450,7	486,2
Amazonas	247,7	253,6	257,2	266,6	265,9	263,3	334,6	260,4	242,1	292,3	260,5	271,2	271,8
Roraima	203,5	204,3	195,0	197,3	208,4	217,1	262,2	209,1	207,4	248,7	239,1	245,5	246,6
Pará	226,5	230,6	239,9	248,7	248,2	238,3	343,6	234,5	218,2	266,2	238,8	270,5	252,0
Amapá	237,9	259,4	254,2	258,2	264,3	248,0	340,5	255,1	230,1	276,9	252,3	289,6	277,4
Tocantins	316,5	284,7	276,7	313,6	276,2	286,9	350,4	305,1	312,7	409,7	353,4	379,2	424,4
Maranhão	303,4	319,6	314,5	316,7	314,1	303,4	389,7	316,6	294,2	359,6	336,2	344,4	340,9
Piauí	267,1	264,6	272,6	279,7	267,0	272,4	347,2	259,2	236,6	313,7	240,4	276,9	270,1
Ceará	253,0	252,5	255,9	267,4	264,2	251,4	329,7	263,2	243,3	302,4	265,2	287,8	276,6
Rio G. do Norte	240,8	237,3	246,5	265,0	255,8	246,7	326,3	245,8	231,0	293,4	247,0	263,4	255,8
Paraíba	256,4	250,6	247,7	269,8	264,2	260,7	349,4	263,8	240,0	314,2	274,1	310,2	298,8
Pernambuco	227,5	224,7	232,8	245,7	243,1	244,4	312,9	244,2	222,3	277,2	238,0	261,6	250,1
Alagoas	273,2	286,8	284,9	303,3	301,1	308,1	409,6	299,2	283,2	363,0	310,7	328,7	295,5
Sergipe	275,1	272,4	284,8	306,7	303,3	288,8	372,7	285,2	274,3	349,4	298,1	324,3	305,8
Bahia	209,4	205,9	209,9	220,1	218,6	211,2	274,7	216,3	201,5	254,8	213,3	233,2	224,2
Minas Gerais	198,1	197,7	197,1	207,4	213,4	201,1	246,6	201,7	191,6	237,0	214,3	221,5	224,7
Espirito Santo	281,6	273,0	277,0	307,9	311,4	274,0	346,4	293,0	283,5	373,8	311,5	335,3	338,8
Rio de Janeiro	180,0	173,9	177,6	181,6	182,5	179,0	233,6	183,2	169,8	209,7	178,6	192,3	185,8
São Paulo	197,0	185,6	192,3	201,3	199,0	195,1	229,7	184,2	180,9	225,6	196,6	208,4	203,3
Paraná	187,6	182,7	193,0	199,1	202,1	193,4	238,7	191,8	179,8	230,1	199,9	211,5	206,0
Santa Catarina	210,2	203,2	209,5	218,7	221,0	221,8	276,8	214,8	212,8	251,9	221,6	226,8	230,5
Rio Grande do Sul	167,0	161,2	162,2	167,5	176,6	172,8	224,7	162,6	153,7	198,0	178,5	186,8	186,8
Mato Grosso do Sul	226,8	228,1	226,0	243,8	246,4	232,8	285,1	229,9	213,0	281,3	246,3	257,7	254,2
Mato Grosso	201,4	205,3	204,8	213,9	214,8	202,3	261,7	202,7	198,3	240,7	213,7	228,5	222,3
Goias	237,0	230,4	226,0	241,2	237,5	225,9	275,1	238,6	219,2	287,8	239,0	251,2	257,4
Distrito Federal	213,9	207,7	209,6	222,7	218,5	205,0	252,0	207,3	193,7	250,0	207,2	218,3	212,7

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.

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: jun/2010

Unidade da Federação	Índice de Base Fixa (1)			Variação mês/mês anterior		
	abr/10	mai/10	jun/10	abr/10	mai/10	jun/10
Brasil	165,02	167,57	169,24	-3,1	1,5	1,0
Rondônia	237,88	239,03	236,49	3,4	0,5	-1,1
Acre	257,41	242,69	259,06	0,4	-5,7	6,7
Amazonas	189,27	187,01	191,87	0,5	-1,2	2,6
Roraima	177,73	177,66	188,41	2,4	0,0	6,1
Pará	165,32	166,47	162,86	-0,4	0,7	-2,2
Amapá	184,24	188,25	185,26	0,1	2,2	-1,6
Tocantins	276,74	270,00	284,32	-1,9	-2,4	5,3
Maranhão	242,42	251,55	249,28	-2,1	3,8	-0,9
Piauí	168,54	171,47	171,36	-9,9	1,7	-0,1
Ceará	203,99	201,67	201,04	-0,8	-1,1	-0,3
Rio G. do Norte	203,47	202,90	200,73	-5,0	-0,3	-1,1
Paraíba	197,10	205,74	206,11	-3,9	4,4	0,2
Pernambuco	175,49	177,12	175,44	-0,9	0,9	-0,9
Alagoas	248,88	235,51	234,92	5,2	-5,4	-0,3
Sergipe	201,59	202,44	206,83	-1,7	0,4	2,2
Bahia	172,80	173,27	172,02	-1,7	0,3	-0,7
Minas Gerais	164,50	167,15	167,89	-0,1	1,6	0,4
Espirito Santo	174,04	179,13	180,23	-4,6	2,9	0,6
Rio de Janeiro	151,86	152,19	155,82	-0,7	0,2	2,4
São Paulo	174,49	173,56	177,52	-0,2	-0,5	2,3
Paraná	144,34	148,01	149,01	-4,6	2,5	0,7
Santa Catarina	160,09	162,37	167,02	-3,6	1,4	2,9
Rio Grande do Sul	131,94	133,14	135,17	-3,1	0,9	1,5
Mato Grosso do Sul	185,97	192,11	192,49	-0,7	3,3	0,2
Mato Grosso	169,51	171,08	169,15	-1,1	0,9	-1,1
Goiás	174,77	175,63	173,35	0,2	0,5	-1,3
Distrito Federal	154,43	158,19	159,72	-3,9	2,4	1,0

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: jun/2010

Unidade da Federação	Índice de Base Fixa (1)			Variação mês/mês anterior		
	abr/10	mai/10	jun/10	abr/10	mai/10	jun/10
Brasil	211,69	212,47	213,59	0,1	0,4	0,5
Rondônia	305,40	304,98	303,50	3,3	-0,1	-0,5
Acre	335,78	311,28	337,63	0,4	-7,3	8,5
Amazonas	253,81	249,59	258,30	0,5	-1,7	3,5
Roraima	227,24	225,71	240,86	2,2	-0,7	6,7
Pará	222,01	225,58	221,55	-0,7	1,6	-1,8
Amapá	241,74	244,44	243,25	-0,1	1,1	-0,5
Tocantins	343,76	340,98	350,78	-1,7	-0,8	2,9
Maranhão	314,07	328,83	326,84	-0,9	4,7	-0,6
Piauí	214,72	220,66	220,30	-4,9	2,8	-0,2
Ceará	252,03	250,17	251,04	0,3	-0,7	0,3
Rio G. do Norte	249,34	251,56	248,00	-3,2	0,9	-1,4
Paraíba	260,08	273,20	274,69	-2,7	5,0	0,5
Pernambuco	233,89	235,91	234,41	-1,2	0,9	-0,6
Alagoas	326,37	312,85	311,63	4,8	-4,1	-0,4
Sergipe	271,10	272,70	278,61	-0,9	0,6	2,2
Bahia	213,19	215,95	214,05	-1,6	1,3	-0,9
Minas Gerais	213,95	217,00	218,11	0,3	1,4	0,5
Espirito Santo	227,73	233,35	234,46	-2,1	2,5	0,5
Rio de Janeiro	192,93	193,72	197,94	0,2	0,4	2,2
São Paulo	217,64	218,92	220,45	-1,5	0,6	0,7
Paraná	183,20	187,41	187,66	-3,4	2,3	0,1
Santa Catarina	203,29	205,85	208,86	-3,2	1,3	1,5
Rio Grande do Sul	163,29	164,84	166,97	-3,5	0,9	1,3
Mato Grosso do Sul	235,05	240,55	240,37	-1,1	2,3	-0,1
Mato Grosso	211,20	211,61	209,94	-0,4	0,2	-0,8
Goiás	218,37	218,59	215,36	0,8	0,1	-1,5
Distrito Federal	197,64	200,14	200,03	-0,6	1,3	-0,1

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

(1) Base: 2003 = 100