

# **Indicadores IBGE**

Pesquisa Mensal de Comércio  
**março 2011**

Presidenta da República  
Dilma Rousseff

Ministra do Planejamento, Orçamento e Gestão  
Miriam Belchior

## **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:

### **Trabalho e rendimento**

Pesquisa mensal de emprego

### **Agropecuária**

Estatística da produção agrícola \*

Estatística da produção pecuária \*

### **Indústria**

Pesquisa industrial mensal: produção física Brasil

Pesquisa industrial mensal: produção física regional

Pesquisa industrial mensal: emprego e salário

### **Comércio**

Pesquisa mensal de comércio

### **Índices, preços e custos**

Índice de preços ao produtor – indústrias de transformação

Sistema nacional de índices de preços ao consumidor: IPCA-E

Sistema nacional de índices de preços ao consumidor: INPC - IPCA

Sistema nacional de pesquisa de custos e índices da construção civil

### **Contas nacionais trimestrais**

Contas nacionais trimestrais: indicadores de volume e valores correntes

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

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	4731-8 e 4732-6
Supermercados, Hipermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	4711-3, 4712-1, 4729-6, 4721-1, 4722-9, 4723-7 e 4724-5
Tecidos, vestuário e calçados	4755-5, 4781-4 e 4782-2
Móveis e eletrodomésticos	4753-9, 4754-7, 4756-3, 4759-8, 4762-8 e 4789-0
Artigos farmacêuticos, médicos, Ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	4771-7, 4772-5 e 4773-3
Equipamentos e materiais para escritório, Informática e de comunicação	4751-2, 4752-1 e 4789-0
Livros, jornais, revistas e papelaria	4761-0
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	4713-0, 4757-1, 4763-6, 4774-1, 4783-1 e 4789-0
Veículos e motocicletas, partes e peças	4511-1, 4512-9, 4530-7, 4541-2 e 4542-1
Material de construção	4674-5, 4671-1, 4672-9, 4673-7, 4679-6, 4741-5, 4742-3, 4743-1, 4744-0 e 4789-0

- **Unidade de Investigação** – A empresa, definida como entidade jurídica caracterizada por firma ou razão social, inscrita no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ), é a unidade básica de informação da PMC.
- **Variável Investigada** – É a receita bruta de revenda, Total e por Unidade da Federação, definida no âmbito da empresa como a receita bruta mensal proveniente da revenda de mercadorias, não deduzidos os impostos incidentes e nem as vendas canceladas, abatimentos e 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[8] e efeito calendário (TD)
Produtos alimentícios, bebidas e fumo	Multiplicativo	(012) (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	(212) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa[1] e efeito calendário (TD)
Super e Hipermercados	Multiplicativo	(022) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa[8] e efeito calendário (TD), TC2005.FEB e AO2006.JAN.
Automóveis, motocicletas, partes e peças	Multiplicativo	(012) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa[1] e efeito calendário (TD).
Equip. e Materiais p escritório, inform e comun	Multiplicativo	(210) (011)	Camaval, Corpus Christi, TC2003.OCT e LS2005.FEB.
Artigos farmac, méd, ortop e de perfumaria	Multiplicativo	(212) (011)	Camaval, Corpus Christi, efeito calendário (TD) , TC2008.FEB e AO2008.SEP
Livros, jornais, revistas e papelaria	Multiplicativo	(212) (011)	Camaval e Corpus Christi e LS2010.NOV
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	Multiplicativo	(212) (011)	Camaval, Corpus Christi e Páscoa[1]
Material de construção	Multiplicativo	(012) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa [1] e efeito calendário (TD).
Varejo Ampliado	Multiplicativo	(012) (011)	Camaval, Corpus Christi, efeito calendário (TD), LS2008.OCT e AO 2009.JUN

## VOLUME DE VENDAS UF

UF	DECOMPOSIÇÃO	MODELO ARIMA	REGRESSÃO (REGARIMA)
Acre	Multiplicativo	(210) (011)	Camaval, Corpus Christi
Alagoas	Multiplicativo	(011) (011)	Camaval, Corpus Christi e Páscoa [1]
Amapá	Multiplicativo	(011) (011)	LS2006. JAN
Amazonas	Multiplicativo	(212) (011)	Camaval, Corpus Christi.
Bahia	Multiplicativo	(012) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa [15], e efeito calendário (TD)
Ceará	Multiplicativo	(011) (011)	Camaval, Corpus Christi e efeito calendário (TD)
Distrito Federal	Multiplicativo	(210) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa [15], efeito calendário (TD) e TC2001.JUN.
Espírito Santo	Multiplicativo	(011) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa [8], efeito calendário (TD) e AO2002.APR
Goiás	Multiplicativo	(212) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa [15], efeito calendário (TD) e LS2005.FEB.
Maranhão	Multiplicativo	(212) (011)	Camaval, Corpus Christi e efeito calendário (TD)
Minas Gerais	Multiplicativo	(212) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa[8], efeito calendário (TD) Páscoa [15].
Mato Grosso	Multiplicativo	(212) (011)	Camaval e Corpus Christi.
Mato Grosso do Sul	Multiplicativo	(011) (011)	Páscoa [15], efeito calendário (TD) e AO2009.JAN
Pará	Multiplicativo	(011) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa [15], efeito calendário (TD) e LS2008.FEB.
Paraíba	Multiplicativo	(011) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa [15], efeito calendário (TD) e LS2008.OCT.
Paraná	Multiplicativo	(210) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa [8],efeito calendário (TD) e LS2002.NOV, LS2005.FEB e LS2005.AUG.
Pernambuco	Multiplicativo	(011) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa [15] , efeito calendário (TD) e LS2003.MAR.
Piauí	Multiplicativo	(012) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa [1], efeito calendário (TD), AO2004.JAN, LS2005.FEB, AO2008.JAN, AO2008.NOV e LS2010.APR.
Rio Grande do Norte	Multiplicativo	(210) (011)	Camaval, Corpus Christi, efeito calendário (TD) e LS2002.NOV
Rio Grande do Sul	Multiplicativo	(012) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa [8] e efeito calendário (TD).
Rio de Janeiro	Multiplicativo	(210) (011)	Camaval, Corpus Christi e Páscoa [15]
Rondônia	Multiplicativo	(011) (011)	Páscoa[15] e efeito calendário (TD)
Roraima	Multiplicativo	(012) (011)	Camaval, Corpus Christi.
Santa Catarina	Multiplicativo	(012) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa[8] e efeito calendário (TD)
Sergipe	Multiplicativo	(011) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa[15], TC2001.JUL, LS2005.FEB TC2005.OCT e TC2006.FEB
São Paulo	Multiplicativo	(011) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa[8] e efeito calendário (TD)
Tocantins	Multiplicativo	(011) (011)	Camaval, Corpus Christi, TC2003.MAY, LS2005.FEB e LS2010.FEB.



## RECEITA NOMINAL DE VENDAS ATIVIDADES

ATIVIDADE	DECOMPOSIÇÃO	MODELO ARIMA	REGRESSÃO (REGARIMA)
Brasil	Multiplicativo	(012) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa[8], efeito calendário (TD) e AO2004.DEC.
Hiper., Super, Produtos alimentícios, bebidas e fumo	Multiplicativo	(012) (011)	Páscoa[8], efeito calendário (TD), LS.2002.OCT, LS2005.JAN e TC2008.FEB.
Combustíveis	Multiplicativo	(012) (011)	Camaval, Corpus Christi e LS2003.JUN.
Tecidos, vestuário e calçados	Multiplicativo	(011) (011)	Camaval, Corpus Christi, efeito calendário (TD) e AO2003.MAY.
Móveis e eletrodomésticos	Multiplicativo	(011) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa[1] e efeito calendário (TD)
Super e Hipermercados	Multiplicativo	(212) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa[8], efeito calendário (TD) e LS2002.OCT.
Automóveis, motocicletas, partes e peças	Multiplicativo	(012) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa[1] 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 e efeito calendário (TD)
Livros, jornais, revistas e papelaria	Multiplicativo	(212) (011)	Camaval e Corpus Christi LS2010.NOV.
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	Multiplicativo	(012) (011)	Camaval, Corpus Christi e Páscoa [1]
Material de construção	Multiplicativo	(011) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa[1] e efeito calendário (TD)
Varejo ampliado	Multiplicativo	(212) (011)	Camaval, Corpus Christi, efeito calendário (TD) e LS2008.OCT.

## RECEITA NOMINAL DE VENDAS UF

UF	DECOMPOSIÇÃO	MODELO ARIMA	REGRESSÃO (REGARIMA)
Acre	Multiplicativo	(212) (011)	Camaval, Corpus Christi e Páscoa [15]
Alagoas	Multiplicativo	(011) (011)	Camaval, Corpus Christi e Páscoa [1].
Amapá	Multiplicativo	(011) (011)	LS2006.JAN
Amazonas	Multiplicativo	(012) (011)	Camaval, Corpus Christi, LS2004.MAY e LS2005.FEB.
Bahia	Multiplicativo	(011) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa [15], efeito calendário (TD), TC2004.JAN e TC2008.FEB.
Ceará	Multiplicativo	(011) (011)	Camaval, Corpus Christi e efeito calendário (TD).
Distrito Federal	Multiplicativo	(210) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa [15], efeito calendário (TD) e TC2001.JUN.
Espírito Santo	Multiplicativo	(212) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa [8], efeito calendário (TD) e AO2002APR.
Goiás	Multiplicativo	(012) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa[15], efeito calendário (TD), AO2003.FEB e LS2005.FEB
Maranhão	Multiplicativo	(212) (011)	Camaval, Corpus Christi e efeito calendário (TD).
Minas Gerais	Multiplicativo	(012) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa[8] e efeito calendário (TD)
Mato Grosso	Multiplicativo	(012) (011)	Camaval, Corpus Christi, AO2002.MAY e LS2006.FEB.
Mato Grosso do Sul	Multiplicativo	(212) (011)	Camaval, Corpus Christi, Efeito calendário (TD) e LS2009.FEB.
Pará	Multiplicativo	(012) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa [8],efeito calendário (TD), LS2001.JUN e AO2008.JAN.
Paraíba	Multiplicativo	(011) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa [15], efeito calendário (TD), AO2008.JAN e LS2008.OCT.
Paraná	Multiplicativo	(012) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa[8], efeito calendário (TD), TC2003.FEB, AO2003.DEC, LS2005.FEB e LS2005.AUG.
Pernambuco	Multiplicativo	(011) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa [15], efeito calendário (TD) e AO2003.JAN.
Piauí	Multiplicativo	(011) (011)	Camaval, Corpus Christi, efeito calendário (TD), TC2001.JAN, TC2002.JAN, TC2003.JAN, LS205.FEB, AO2008.JAN e TC2008.DEC.
Rio Grande do Norte	Multiplicativo	(212) (011)	Camaval, Corpus Christi e efeito calendário (TD).
Rio Grande do Sul	Multiplicativo	(012) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa [8] e efeito calendário (TD).
Rio de Janeiro	Multiplicativo	(011) (011)	Camaval, Corpus Christi e Páscoa[15] .
Rondônia	Multiplicativo	(212) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa[15], efeito calendário (TD).
Roraima	Multiplicativo	(012) (011)	Camaval e Corpus Christi
Santa Catarina	Multiplicativo	(011) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa[8], e efeito calendário (TD)
Sergipe	Multiplicativo	(012) (011)	Páscoa [15], LS2005.FEB, TC2005.OCT e TC2006.FEB.
São Paulo	Multiplicativo	(011) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa[8] e efeito calendário (TD)
Tocantins	Multiplicativo	(011) (011)	TC2003.MAY, LS2005.FEB e LS2010FEB.

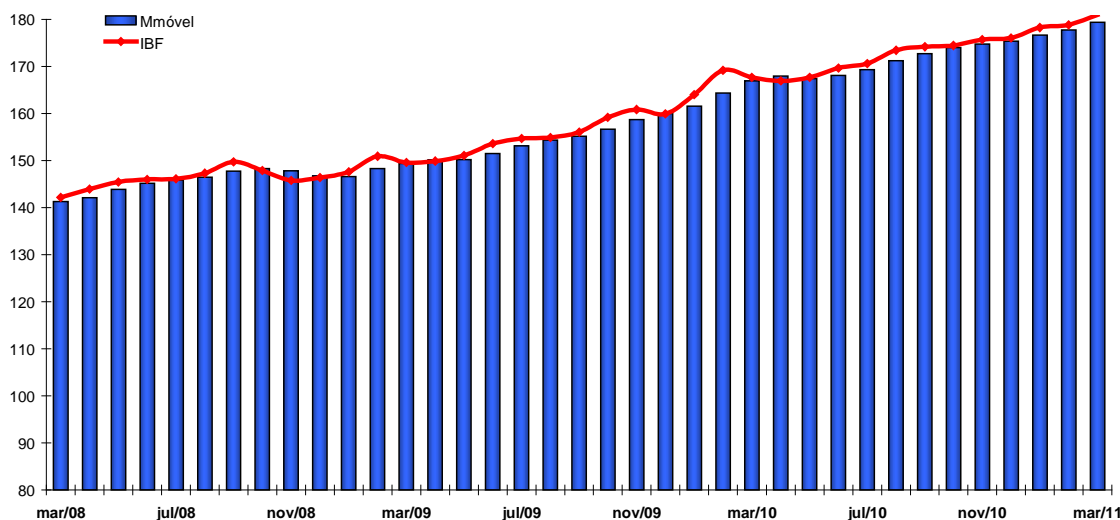
## **V - OBSERVAÇÕES**

- 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

Em março de 2011, o **Comércio Varejista** do País registrou altas de 1,2% no volume de vendas e de 1,4% na receita nominal, ambas as variações com relação ao mês anterior, ajustadas sazonalmente. Para o volume e receita de vendas, tais resultados apresentam uma melhora em relação às taxas do mês anterior, como indicado nas trajetórias dos índices de base fixa e média móvel (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 4,1% sobre março do ano anterior, 6,9% no acumulado do trimestre e 9,5% no acumulado dos últimos 12 meses. Para os mesmos indicadores, a receita nominal de vendas apresentou taxas de variação de 8,5%, 11,6% e de 13,5%, respectivamente (Tabelas 1 e 2).

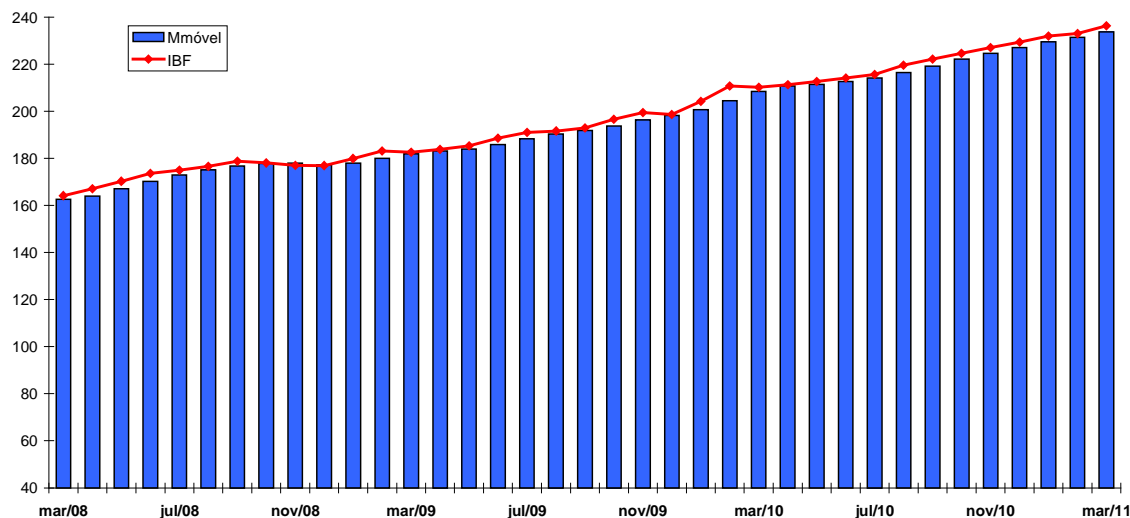
**Gráfico 1**  
Volume de Vendas com Ajuste Sazonal  
Índice de Base Fixa e Média Móvel Trimestral



Nesse terceiro mês do ano, duas das dez atividades pesquisadas obtiveram resultados negativos para o volume de vendas com ajuste sazonal (Indicador mês/mês). Em ordem de magnitude das taxas, os resultados foram os seguintes: *Veículos e motos, partes e peças* (3,8%); *Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação* (3,5%); *Material de construção* (2,7%); *Móveis e eletrodomésticos* (1,6%); *Livros, jornais, revistas e papelaria* (1,6%); *Outros artigos de uso pessoal e doméstico* (1,4%); *Tecidos, vestuário e calçados* (1,1%); *Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* (1,0%); *Combustíveis e lubrificantes* (-0,1%) e *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos*, com -0,1% - Tabela 1.

Já na relação março11/março10 (série sem ajuste), todas as atividades do varejo obtiveram resultados positivos no volume de vendas. Por ordem de importância no resultado global, as variações foram as seguintes: 11,1% para *Móveis e eletrodomésticos*; 1,5% para *Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo*; 18,2% para *Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação*; 5,6% para *Tecidos, vestuário e calçados*; 5,5% para *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos*; 2,7% para *Combustíveis e lubrificantes*; 1,5% em *Outros artigos de uso pessoal e doméstico*; e 0,1% em *Livros, jornais, revistas e papelaria*.

**Gráfico 2**  
**Receita Nominal de Vendas**  
**Índice de Base Fixa e Média Móvel Trimestral**



## RESULTADOS SETORIAIS

A atividade de *Móveis e eletrodomésticos*, com variação de 11,1% no volume de vendas em relação a março do ano passado, registrou o principal impacto na formação da taxa do varejo (45%) – Tabela 3. Este resultado mensal, ainda que reflita às condições favoráveis da economia, apresenta-se com crescimento inferior às taxas dos últimos meses, o que pode indicar efeitos da política macroprudencial do governo. No acumulado do trimestre a taxa foi de 16,8% e nos últimos 12 meses, de 17,2%.

O segmento de *Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo*, com variação de 1,5% no volume de vendas em março sobre igual mês do ano anterior, foi responsável pela segunda maior contribuição (18%) à taxa global do varejo. Em termos acumulados, a taxa para os primeiros três meses do ano foi de 2,8% e para os últimos 12 meses, de 6,6%. Pelo terceiro mês consecutivo o setor não proporcionou a principal contribuição à taxa global, refletindo, possivelmente, uma retração de demanda provocada pelo aumento dos preços dos alimentos<sup>1</sup>.

O segmento de *Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação*, responsável pelo terceiro maior impacto na formação da taxa global, obteve acréscimo no volume de vendas, em março, da ordem de 18,2% sobre igual mês do ano passado e taxa acumulada no ano de, 13,9%, e nos últimos 12 meses, de 20,6%. Dentre os fatores que vêm determinando este desempenho, destacam-se a redução de preços dos produtos do gênero (-14,7% nos últimos 12 meses para o subitem microcomputador no IPCA) e a crescente importância que os produtos de informática e comunicação vêm tendo nos hábitos de consumo das famílias.

O segmento de *Tecidos, vestuário e calçados*, responsável pelo quarto maior impacto na formação da taxa global (9%), obteve acréscimo no volume de vendas, em março, da ordem de 5,6% sobre igual mês do ano passado e taxa acumulada no ano e nos últimos 12 meses de 9,6% e 10,6%, respectivamente. Esse segmento vem crescendo acima da média do varejo, neste ano, a despeito da alta de preços do setor estar acima do índice geral de preços.

<sup>1</sup> Variação de 7,7% nos últimos 12 meses, conforme o IPCA do IBGE, para o grupo Alimentação no domicílio.

**TABELA 1**  
**BRASIL - INDICADORES DO VOLUME DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA E COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO**  
**SEGUNDO GRUPOS DE ATIVIDADES PMC - 2011**

ATIVIDADES	MÊS/MÊS ANTERIOR (*)			MÊS/IGUAL MÊS DO ANO ANTERIOR			ACUMULADO	
	Taxa de Variação			Taxa de Variação			Taxa de Variação	
	JAN	FEV	MAR	JAN	FEV	MAR	NO ANO	12 MESES
<b>COMÉRCIO VAREJISTA (**)</b>	1,3	0,3	1,2	8,3	8,5	4,1	6,9	9,5
<b>1 - Combustíveis e lubrificantes</b>	0,2	0,6	-0,1	6,3	8,4	2,7	5,7	6,6
<b>2 - Hiper, supermercados, prods. alimentícios, bebidas e fumo</b>	1,2	0,2	1,0	4,2	2,7	1,5	2,8	6,6
<b>2.1 - Super e hipermercados</b>	1,5	-0,1	0,9	4,2	2,5	1,4	2,7	6,4
<b>3 - Tecidos, vest. e calçados</b>	0,6	2,0	1,1	9,8	14,2	5,6	9,6	10,6
<b>4 - Móveis e eletrodomésticos</b>	4,3	-2,0	1,6	19,1	20,3	11,1	16,8	17,2
<b>5 - Artigos farmacêuticos, med., ortop. e de perfumaria</b>	0,2	-0,6	-0,1	12,7	10,6	5,5	9,4	11,0
<b>6 - Equip. e mat. para escritório informática e comunicação</b>	-5,8	6,5	3,5	7,4	14,8	18,2	13,9	20,6
<b>7 - Livros, jornais, rev. e papelaria</b>	-11,1	-3,5	1,6	12,5	14,9	0,1	9,6	12,3
<b>8 - Outros arts. de uso pessoal e doméstico</b>	-1,7	1,5	1,4	4,9	12,5	1,5	6,0	9,0
<b>COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO (***)</b>	-0,3	-0,5	1,7	11,2	14,7	-2,5	7,1	10,2
<b>9 - Veículos e motos, partes e peças</b>	-7,4	-1,3	3,8	16,4	25,7	-12,8	6,4	10,7
<b>10- Material de Construção</b>	1,0	0,4	2,7	16,5	19,3	6,4	13,6	15,3

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

(\*) Séries com ajuste sazonal

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

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

A atividade de *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria*, com a quinta maior participação na taxa global do varejo, apresentou crescimento de 5,5% na comparação com março de 2010 e taxas acumuladas no ano e nos últimos 12 meses de 9,4% e 11,0%, respectivamente. A expansão da massa de salários decorrente do atual crescimento da economia é o principal fator explicativo do desempenho positivo do segmento.

O segmento de *Combustíveis e lubrificantes*, com 2,7% de variação do volume de vendas na relação março11/março10, respondeu este mês pela sexta maior contribuição à taxa global do varejo. Em termos de desempenho acumulado, as taxas de variação chegaram a 5,7% no ano e 6,6% nos últimos 12 meses. Atribui-se este resultado mensal (taxa abaixo da média) à alta de preços dos combustíveis (variação de 5,4% nos últimos 12 meses – no subitem Combustíveis do IPCA).

A atividade de *Outros artigos de uso pessoal e doméstico*, com o sétimo maior impacto na formação da taxa do varejo, obteve variação de 1,5% no volume de vendas em relação a março de 2010. Cabe observar que o segmento, que é composto por lojas de departamentos, ótica, joalheira, artigos esportivos, brinquedos, etc., vem tendo seu desempenho influenciado pelo quadro geral de crescimento da economia. Para o primeiro trimestre a variação acumulada foi de 6,0% e para os últimos 12 meses de 9,0%.

**TABELA 2**  
**BRASIL - INDICADORES DA RECEITA NOMINAL DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA E COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO**  
**SEGUNDO GRUPOS DE ATIVIDADES PMC - 2011**

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

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

(\*) Séries com ajuste sazonal

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

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

A atividade de *Livros, jornais, revistas e papelaria*, com reduzido peso na estrutura da pesquisa, exerceu a menor influência positiva no resultado global do varejo. Em relação a março de 2010, apresentou aumento no volume de vendas de 0,1% e taxas acumuladas de 9,6% para o trimestre e de 12,3% para os últimos 12 meses.

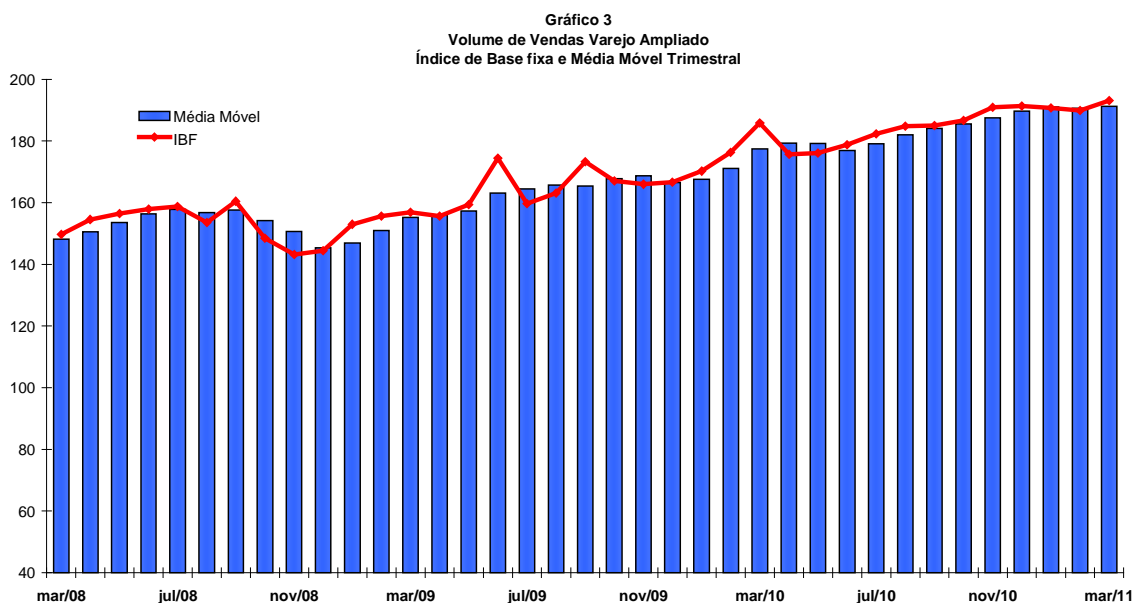
**TABELA 3**  
**BRASIL - COMPOSIÇÃO DA TAXA MENSAL DO COMÉRCIO VAREJISTA, POR ATIVIDADES (\*)**  
**(Indicadores de volume de vendas)**

ATIVIDADES	COMÉRCIO VAREJISTA			COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO		
	Taxa	Comp. da taxa		Taxa	Comp. da taxa	
		absoluta	relativa(%)		absoluta	relativa(%)
<b>Taxa Global</b>	<b>4,1</b>	<b>4,1</b>	<b>100,0</b>	<b>-2,5</b>	<b>-2,5</b>	<b>100,00</b>
Combustíveis e lubrificantes	2,7	0,3	6,1	2,7	0,1	-5,5
Hiper, supermercados, prods. alimentícios, bebidas e fumo	1,5	0,7	18,2	1,5	0,4	-16,1
Tecidos, vestuário e calçados	5,6	0,4	8,6	5,6	0,2	-7,5
Móveis e eletrodomésticos	11,1	1,8	45,0	11,1	1,0	-39,8
Artigos farmacêuticos, médicos, ortop. e de perfumaria	5,5	0,3	8,4	5,5	0,2	-7,5
Equip. e mat. para escritório, informática e comunicação	18,2	0,4	10,8	18,2	0,2	-9,4
Livros, jornais, revistas e papelaria	0,1	0,0	0,0	0,1	0,0	-0,4
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	1,5	0,1	2,9	1,5	0,1	-2,8
Veículos e motos, partes e peças	-	-	-	-12,8	-5,1	200,8
Material de construção	-	-	-	6,4	0,3	-11,8

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**, que inclui o **varejo** e mais as atividades de *Veículos, motos, partes e peças* e de *Material de construção*, registrou, em relação ao mês anterior (com ajuste sazonal), crescimento tanto para o volume de vendas quanto para a receita nominal, com 1,7% e 2,5%, respectivamente. Comparado com o mesmo mês do ano anterior (sem ajuste sazonal), as variações foram de -2,5% para o volume de vendas e de 0,8% para a receita nominal. Nos acumulados do ano e dos últimos 12 meses o setor apresentou taxas de variação de 7,1% e 10,2% para o volume e 10,3% e 13,4% para a receita nominal de vendas, respectivamente.



No que tange ao volume de vendas, a atividade de *Veículos, motos, partes e peças* registrou alta 3,8% em relação a fevereiro, compensando, assim, o quadro negativo dos dois meses anteriores. Este resultado, por conseguinte, vem de encontro às medidas macroprudenciais do governo tomadas em dezembro de 2010. Comparando com março do anterior, a variação foi de -12,8%, sendo o primeiro resultado negativo dos últimos seis meses, provocado provavelmente por um efeito base <sup>2</sup>. Em termos de acumulados, as variações foram as seguintes: 6,4% no trimestre e 10,7% nos últimos 12 meses.

Quanto a *Material de construção*, as variações para o volume de vendas foram de 2,7% sobre o mês anterior, de 6,4% em relação a março de 2010 e de 13,6% e 15,3% nos acumulados do trimestre e dos últimos 12 meses, respectivamente. A redução apresentada do ritmo de crescimento se deve provavelmente a um efeito base como comentado no segmento de *Veículos, motos, partes e peças*, ressaltando-se que para *Material de Construção* as medidas foram prorrogadas pelo governo.

<sup>2</sup> Cabe lembrar que em março de 2010 foi o último mês de vigor da política de renúncia fiscal do governo no que tange a impostos sobre veículos. Mês, portanto, em que houve antecipações de compras.

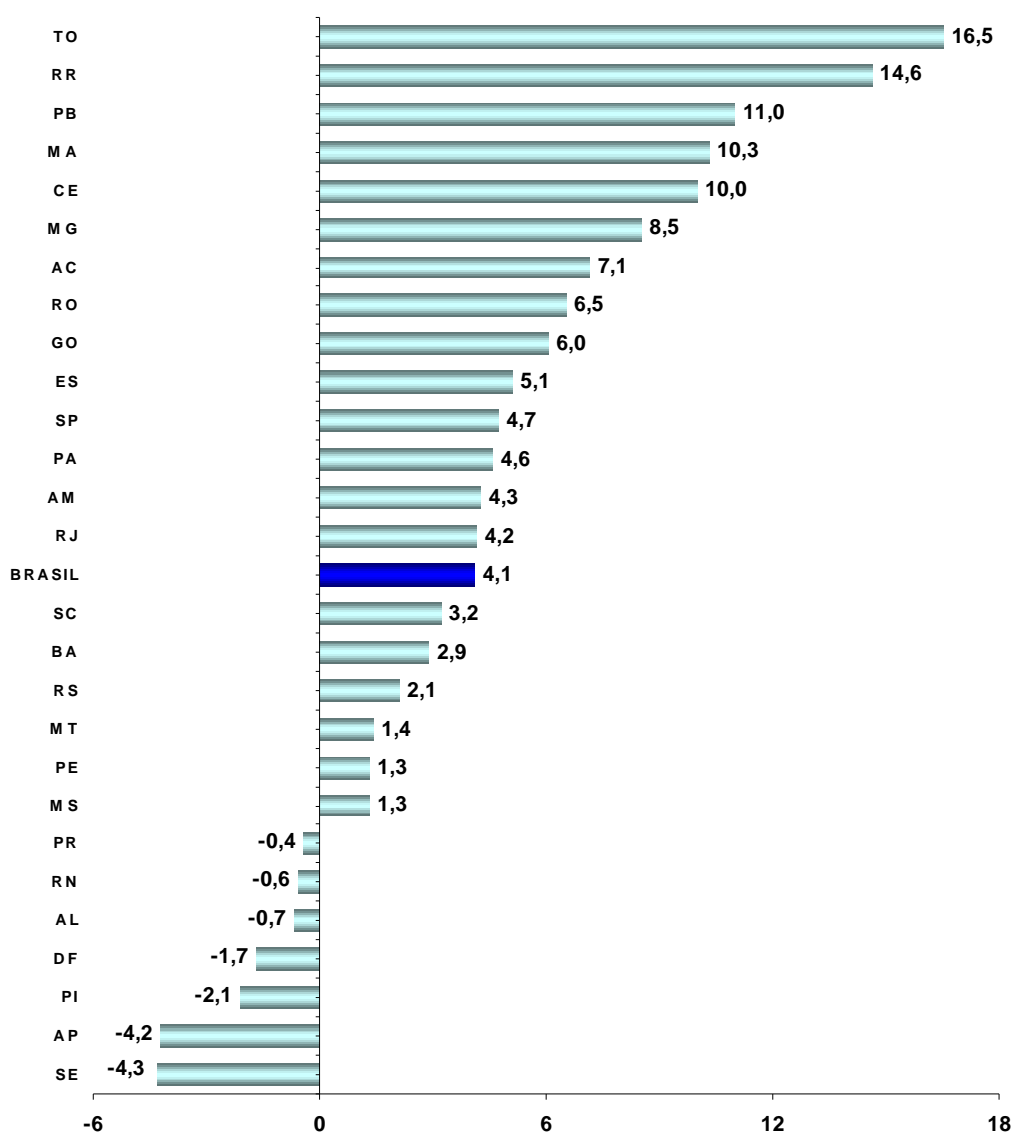


## RESULTADOS REGIONAIS

Vinte das vinte e sete Unidades da Federação apresentaram resultados positivos na comparação março11/março10 no que tange ao volume de vendas. Os destaques foram: Tocantins (16,5%); Roraima (14,6%); Paraíba (11,0%); Maranhão (10,3); e Ceará (10,0%) – Gráfico 4. Quanto à participação na composição da taxa do **Comércio Varejista**, sobressaíram, pela ordem: São Paulo (4,7%); Minas Gerais (8,5%); Rio de Janeiro (4,2%); Ceará (10,0%) e Rio Grande do Sul (2,1%).

Já em relação ao **varejo ampliado**, apenas dez Unidades da Federação apresentaram resultados positivos, sendo as maiores taxas de desempenho no volume de vendas verificadas em Roraima (13,8%); Espírito Santo (12,8%); Acre (8,9%); Tocantins (8,8%) e Mato Grosso (5,3%). Quanto aos negativos, destacam-se: Piauí (-13,2%); Sergipe (-10,8%); Distrito Federal (-10,4%) e Rio Grande do Norte (-9,4%). Em termos de impacto no resultado global do setor, os destaques foram os estados de São Paulo (-3,5%); Rio de Janeiro (-5,3%); Distrito Federal (-10,4%); Bahia (-6,2%) e Pernambuco (-5,2%).

**Gráfico 4**  
**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

Ainda por Unidades da Federação, os resultados com ajuste sazonal, para o volume de vendas, apontam para dezessete Estados com resultados positivos na comparação mês/mês anterior. As maiores variações foram no Piauí (5,8%); Alagoas (4,3%); Sergipe (3,8%); Espírito Santo (3,8%) e Rio de Janeiro (3,1%).

## RESULTADOS TRIMESTRAIS

Em termos trimestrais, os números registrados apontam para uma desaceleração no ritmo de crescimento do volume de vendas, na passagem do quarto trimestre de 2010 para o primeiro trimestre deste ano, no que diz respeito ao **Varejo**, com queda da taxa de 9,6% para 6,9%. Desaceleração também observada no **Comércio varejista ampliado**, cuja taxa de variação passou de 14,3% para 7,1% - Tabela 4.

TABELA 4

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

Atividades	taxas de desempenho de 2010					taxas de desempenho de 2011				
	Taxas Trimestrais*				Taxa	Taxas Trimestrais*				Taxa
	1º TRI	2º TRI	3º TRI	4º TRI	Anual**	1º TRI	2º TRI	3º TRI	4º TRI	Anual**
<b>COMÉRCIO VAREJISTA</b>	12,8	10,3	11,2	9,6	10,9	6,9				
1 - Combustíveis e lubrificantes	5,5	5,7	9,2	5,9	6,6	5,7				
2 - Hipermercados, supermercados, prods. Alimentícios, bebidas e fumo	12,4	8,5	9,3	6,3	8,9	2,8				
2.1 - Hiper e supermercados	12,2	8,1	8,9	6,1	8,7	2,7				
3 - Tecidos, vestuário e calçados	9,5	10,6	12,9	9,9	10,6	9,6				
4 - Móveis e eletrodomésticos	21,6	19,6	14,5	18,1	18,3	16,8				
5 - Artigos farmacêuticos, médicos, ortop., de perfumaria e cosméticos	13,3	11,2	10,9	12,2	11,9	9,4				
6 - Equip. e material para escritório, informática e comunicação	30,0	22,4	25,8	20,0	24,3	13,9				
7 - Livros, jornais, revistas e papelaria	8,3	7,8	10,3	21,7	12,0	9,6				
8 - Outros arts. de uso pes. e doméstico	6,3	5,9	13,2	9,4	9,1	6,0				
<b>COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO</b>	15,6	8,2	10,8	14,3	12,2	7,1				
9 - Veículos, motos, partes e peças	20,8	3,3	9,1	23,8	14,1	6,4				
10 - Material de construção	15,0	16,8	17,3	13,5	15,7	13,6				

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

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

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

Das dez atividades pesquisadas, apenas a de *Material de construção* não registrou queda no ritmo de crescimento no período analisado, passando de 13,5% no quarto trimestre de 2010 para 13,6% no primeiro trimestre de 2011. Para os demais segmentos os resultados foram: *Veículos e motos, partes e peças* (de 23,8% para 6,4%); *Livros, jornais, revistas e papelaria* (de 21,7% para 9,6%); *Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação* (de 20,0% para 13,9%); *Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* (de 6,3% para 2,8%); *Outros artigos de uso pessoal e doméstico* (de 9,4% para 6,0%); *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos* (de 12,2% para 9,4%); *Móveis e eletrodomésticos* (de 18,1% para 16,8%); *Tecidos, vestuário e calçados* (de 9,9% para 9,6%) e *Combustíveis e lubrificantes* (de 5,9% para 5,7%).

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

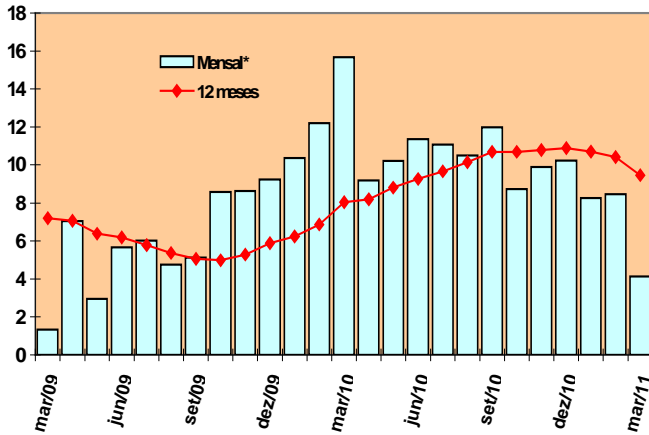


Gráfico 6 - Evolução do volume de vendas de Combustíveis e Lubrificantes segundo os índices Mensal e Acumulado de 12 meses

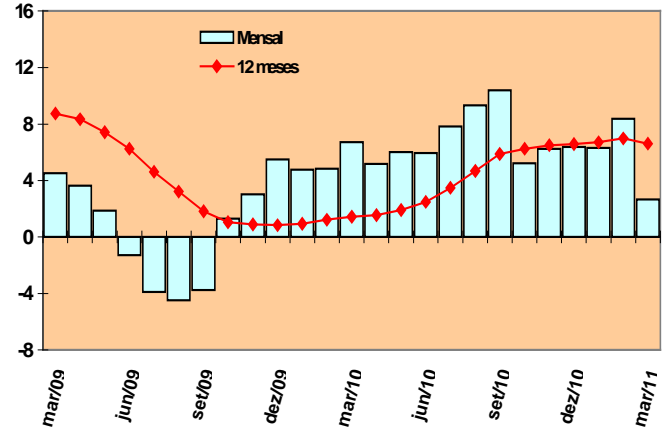


Gráfico 7 - Evolução do volume de vendas de Hiper e Supermercados, Alim, Bebidas e Fumo, segundo os índices Mensais e Acum de 12 meses

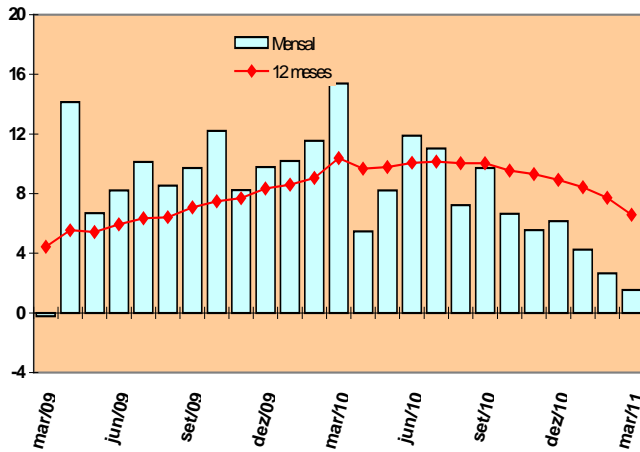


Gráfico 8 - Evolução do volume de vendas de Tecidos, Vestuário e Calçados, segundo os índices Mensal e Acumulado de 12 meses

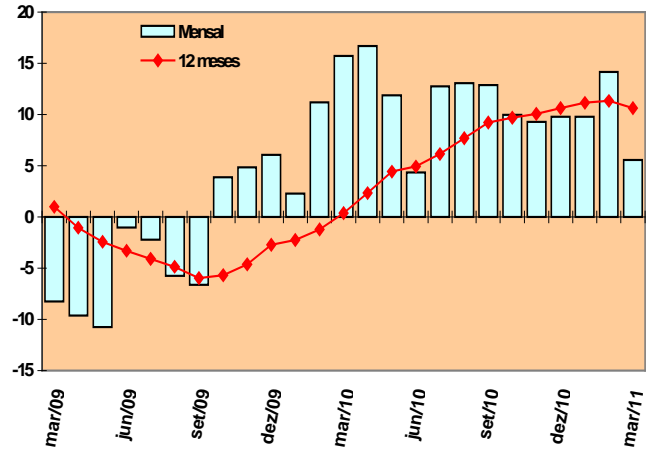


Gráfico 9 - Evolução do volume de vendas de Móveis e Eletrodomésticos, segundo os índices Mensal e Acum de 12 meses

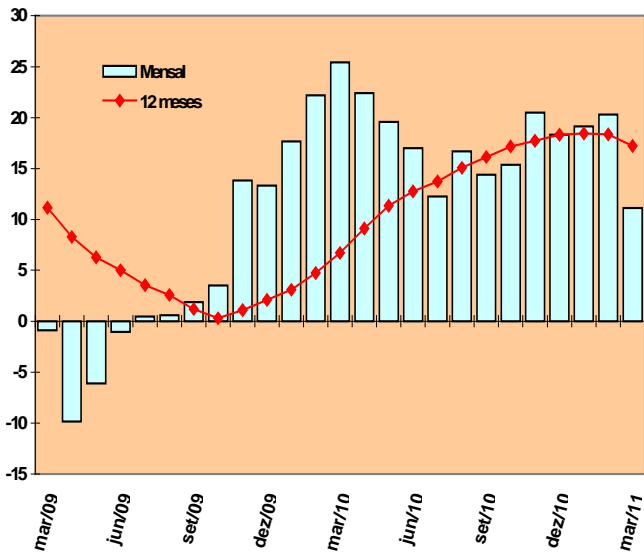


Gráfico 10 - Evolução do volume de vendas de Prods. Farm, Méd, Oto. e de Perf., segundo os índices Mensal e Acum de 12 meses

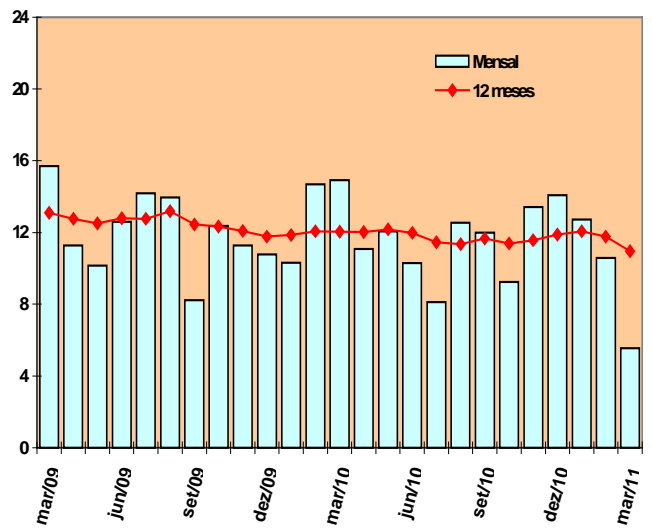


Gráfico 11 - Evolução do volume de vendas de Equip. de Escritório, info e com, segundo os índices mensais e acumulado de 12 meses

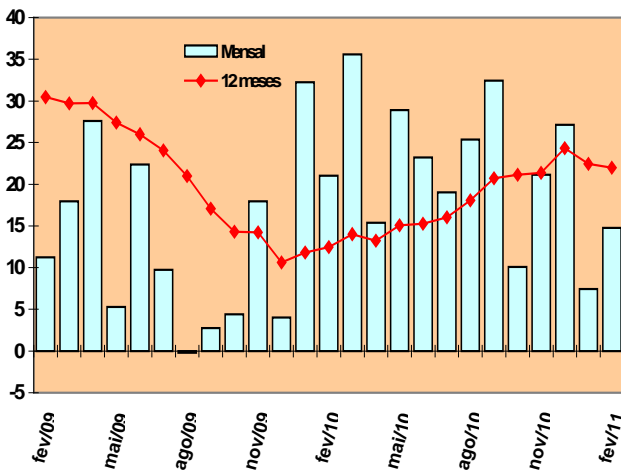


Gráfico 12 - Evolução do volume de vendas de Livros, Jornais, Revistas e Papelaria, segundo os índices Mensal e Acum de 12 meses

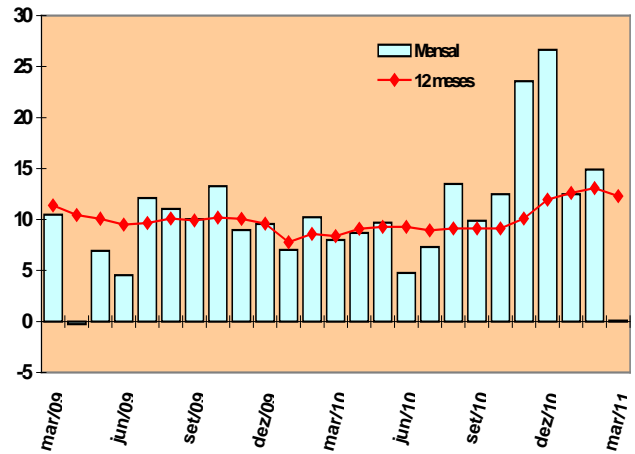


Gráfico 13 - Evolução do volume de vendas de Outros Arts. de Uso pessoal e Dom, segundo os índices Mensal e Acum de 12 meses

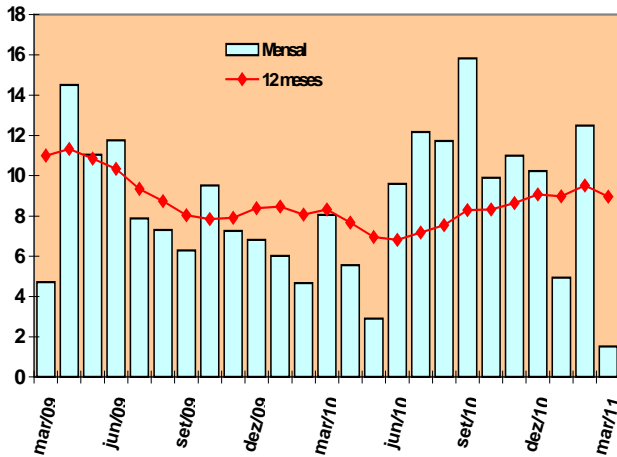


Gráfico 14 - Evolução do volume de vendas de Veículos e motos, partes e peças, segundo os índices Mensal e Acum de 12 meses

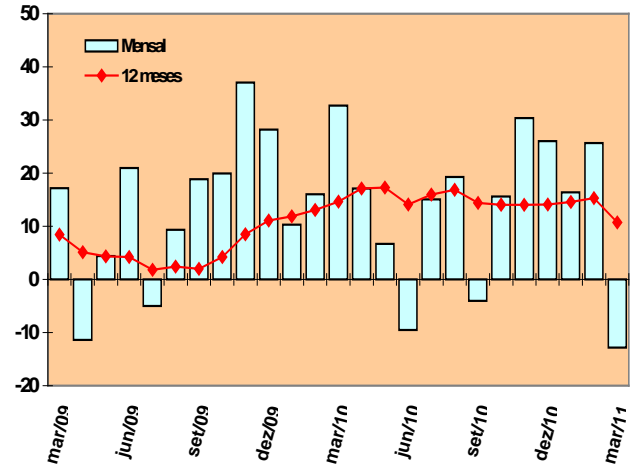
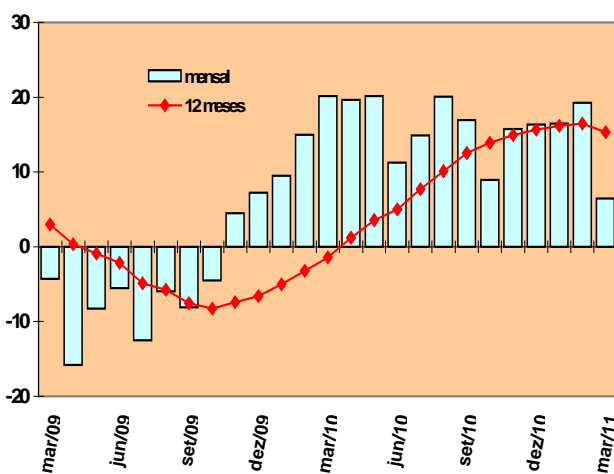


Gráfico 15 - Evolução do volume de vendas de Material de Construção, segundo os índices Mensal e Acumulado de 12 meses



Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Serviços e Comércio  
 (\*) Relação mês/12 meses

**PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC**

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

**Mês: Mar/2011**

Unidade da Federação	Índice de volume (1)	Variação				
		Mensal (2)			Acumulada (3)	
		jan/11	fev/11	mar/11	no ano	12 Meses
Brasil	173,4	8,3	8,5	4,1	6,9	9,5
Rondônia	241,5	26,0	12,8	6,5	14,4	26,4
Acre	270,9	20,3	16,0	7,1	14,2	19,8
Amazonas	185,0	10,9	8,4	4,3	7,9	9,4
Roraima	195,8	27,3	13,1	14,6	18,2	20,6
Pará	160,8	9,5	10,2	4,6	8,0	11,1
Amapá	157,3	1,2	6,4	-4,2	1,0	8,2
Tocantins	313,3	61,5	30,5	16,5	33,4	54,8
Maranhão	261,5	9,2	19,7	10,3	12,8	17,1
Piauí	174,6	4,9	6,9	-2,1	3,0	2,2
Ceará	215,0	12,2	12,2	10,0	11,4	12,7
Rio G. do Norte	208,9	10,3	13,5	-0,6	7,4	8,2
Paraíba	217,9	19,4	30,7	11,0	19,8	19,8
Pernambuco	176,6	7,5	9,4	1,3	5,9	9,9
Alagoas	231,9	6,6	9,2	-0,7	4,8	10,0
Sergipe	192,6	5,6	0,6	-4,3	0,7	8,8
Bahia	181,9	7,7	11,5	2,9	7,2	8,5
Minas Gerais	176,6	12,7	15,8	8,5	12,2	11,5
Espirito Santo	190,9	7,0	6,8	5,1	6,3	7,8
Rio de Janeiro	158,5	9,7	10,4	4,2	8,0	9,9
São Paulo	181,5	6,8	5,8	4,7	5,8	8,8
Paraná	149,1	4,3	5,6	-0,4	3,1	6,8
Santa Catarina	168,3	6,1	1,7	3,2	3,7	6,3
Rio Grande do Sul	136,7	8,8	8,9	2,1	6,4	9,6
Mato Grosso do Sul	184,4	5,3	7,6	1,3	4,6	11,4
Mato Grosso	172,3	7,2	8,1	1,4	5,4	14,2
Goiás	181,5	11,5	11,9	6,0	9,7	11,6
Distrito Federal	158,3	8,2	9,2	-1,7	5,0	7,3

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

(1) Base: 2003 = 100

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

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

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

**PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC**

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

**Mês: Mar/2011**

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

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

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

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

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

**PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC**

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

**Mês: Mar/2011**

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	11,1	16,8	17,2	5,5	9,4	11,0	0,1	9,6	12,3	18,2	13,9	20,6	1,5	6,0	9,0
Ceará	31,6	21,0	16,3	17,1	21,0	15,9	35,2	50,5	53,2	17,4	17,9	13,4	-11,5	2,7	10,0
Pernambuco	26,3	38,4	26,9	-1,1	3,6	12,1	-14,1	5,8	6,6	-22,6	-14,4	3,5	-2,7	7,6	11,5
Bahia	16,2	25,7	22,4	12,1	14,9	13,5	3,9	11,8	5,3	-23,1	-19,0	-0,6	-6,1	5,7	8,2
Minas Gerais	25,6	35,2	28,5	4,1	7,7	7,6	0,7	11,8	7,2	14,3	30,2	33,5	0,9	10,1	12,0
Espirito Santo	-13,9	-4,1	0,5	13,5	16,7	15,8	26,1	34,4	32,4	-10,9	0,4	18,3	11,5	25,5	22,6
Rio de Janeiro	6,1	18,1	19,1	4,6	4,5	6,5	-2,4	11,9	9,6	-11,5	-13,6	1,8	3,2	11,6	5,0
São Paulo	9,1	11,9	14,3	2,4	6,5	9,0	1,7	8,9	17,1	56,6	28,9	25,0	3,1	3,1	8,8
Paraná	6,4	12,8	14,1	14,9	16,7	17,8	-12,1	-5,8	5,3	-22,3	-12,0	20,1	-3,5	7,3	14,7
Santa Catarina	4,2	5,8	4,2	10,2	12,4	13,5	-7,9	-0,3	1,7	15,9	25,2	29,0	-1,1	-1,9	3,3
Rio Grande do Sul	14,8	17,4	16,8	9,2	12,4	15,0	-9,0	0,0	4,2	-17,8	-11,2	13,3	-2,8	-0,4	3,7
Goias	6,7	12,1	16,3	10,9	22,6	21,4	16,3	8,4	3,8	35,1	39,1	17,2	4,0	12,4	14,2
Distrito Federal	15,1	21,8	23,3	1,1	7,1	3,0	-6,4	-0,5	6,8	-20,8	-3,8	1,3	-15,7	-4,3	0,9

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

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

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

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

**PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC**

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

Mês: Mar/2011

Unidade da Federação	Comércio varejista												
	mar/10	abr/10	mai/10	jun/10	jul/10	ago/10	set/10	out/10	nov/10	dez/10	jan/11	fev/11	mar/11
Brasil	166,5	158,4	168,0	162,3	167,8	169,6	167,4	175,7	173,5	235,1	172,0	159,8	173,4
Rondônia	226,7	220,2	250,2	224,2	238,0	237,9	241,5	250,4	251,9	355,3	227,8	223,1	241,5
Acre	252,8	238,7	243,5	246,6	265,9	260,9	270,6	278,6	277,6	391,5	270,2	255,7	270,9
Amazonas	177,4	172,4	186,5	182,8	186,5	204,0	195,8	202,7	199,6	271,6	196,2	178,7	185,0
Roraima	170,8	174,6	181,9	188,1	185,8	193,3	209,6	203,2	184,4	229,9	194,7	174,3	195,8
Pará	153,7	148,3	169,0	153,4	164,0	166,2	165,3	174,0	166,8	258,7	165,5	149,0	160,8
Amapá	164,3	160,8	191,2	174,8	191,0	182,0	180,3	180,2	186,4	254,3	173,1	159,0	157,3
Tocantins	268,9	261,2	283,3	279,2	306,6	315,1	319,4	319,4	304,3	416,7	299,1	294,4	313,3
Maranhão	237,1	224,0	250,3	244,1	264,4	262,2	259,1	263,2	253,0	352,7	250,8	242,3	261,5
Piauí	178,4	155,1	176,5	166,5	182,7	184,0	182,8	174,6	173,0	249,7	180,3	165,0	174,6
Ceará	195,4	189,2	203,1	192,9	205,7	206,6	200,4	209,3	214,5	288,7	213,8	195,3	215,0
Rio G. do Norte	210,1	191,9	204,9	192,1	208,5	206,5	201,2	216,4	202,5	281,4	215,4	202,0	208,9
Paraíba	196,3	177,5	210,4	202,3	218,7	227,8	217,6	214,2	214,8	292,1	216,9	213,6	217,9
Pernambuco	174,3	160,8	175,3	165,8	173,4	179,9	176,0	186,6	186,3	255,7	181,5	167,4	176,6
Alagoas	233,4	231,0	238,1	212,1	232,7	235,2	224,9	238,3	247,7	345,6	243,5	221,8	231,9
Sergipe	201,3	184,9	201,5	197,5	201,0	204,6	200,8	214,2	213,0	296,6	216,1	184,2	192,6
Bahia	176,8	160,3	172,8	167,0	169,6	172,0	172,3	184,7	185,1	252,0	180,5	170,6	181,9
Minas Gerais	162,7	156,8	166,4	162,1	170,3	169,3	169,0	175,1	171,5	230,5	179,3	165,8	176,6
Espirito Santo	181,6	168,1	174,5	168,4	179,9	175,3	175,3	187,8	180,9	247,0	191,2	176,4	190,9
Rio de Janeiro	152,2	140,9	150,3	146,6	151,3	153,2	153,8	163,6	161,4	226,7	162,3	153,1	158,5
São Paulo	173,3	166,8	174,9	170,3	172,3	175,6	172,9	181,3	180,2	240,0	175,0	161,9	181,5
Paraná	149,7	142,1	148,7	141,6	147,7	150,7	146,6	150,1	146,9	195,1	149,8	137,9	149,1
Santa Catarina	163,0	154,9	158,8	155,2	160,3	161,1	161,2	169,6	166,6	219,3	171,6	155,7	168,3
Rio Grande do Sul	133,9	129,5	137,7	131,9	139,5	138,2	134,5	143,2	139,1	194,6	133,3	126,3	136,7
Mato Grosso do Sul	182,1	179,9	195,3	183,9	190,9	186,0	187,5	190,9	182,4	248,8	181,2	173,9	184,4
Mato Grosso	169,9	160,1	171,9	163,4	177,7	178,4	175,4	182,5	170,9	230,0	163,7	161,9	172,3
Goiás	171,1	166,2	178,4	168,3	179,9	176,6	174,0	186,1	180,5	244,6	188,9	168,1	181,5
Distrito Federal	161,0	148,2	159,6	152,9	161,2	158,7	153,4	162,3	168,0	218,7	161,8	152,3	158,3

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

(1) Base: 2003 = 100



**PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC**

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

**Mês: Mar/2011**

Unidade da Federação	Índice de receita(1)	Variação				
		Mensal (2)			Acumulada (3)	
		jan/11	fev/11	mar/11	no ano	12 Meses
Brasil	227,4	13,3	13,3	8,5	11,6	13,5
Rondônia	324,1	31,4	18,5	11,9	19,9	29,3
Acre	370,2	24,5	19,7	12,0	18,4	20,8
Amazonas	256,1	14,7	12,0	7,0	11,2	12,7
Roraima	245,6	24,9	11,3	11,2	15,6	20,7
Pará	224,6	12,6	13,7	8,3	11,4	15,0
Amapá	209,9	2,8	8,7	-3,4	2,5	9,7
Tocantins	415,2	68,7	35,0	22,7	39,2	58,7
Maranhão	363,9	18,7	29,4	20,4	22,6	25,1
Piauí	231,1	12,7	13,7	5,7	10,5	7,4
Ceará	273,5	17,7	18,0	14,7	16,7	17,7
Rio G. do Norte	262,9	14,1	17,2	5,3	11,9	12,2
Paraíba	297,7	23,6	36,1	16,6	24,8	24,9
Pernambuco	239,5	10,7	12,7	4,4	9,1	13,6
Alagoas	314,6	11,3	13,2	3,3	9,1	14,3
Sergipe	263,8	9,1	4,1	-1,0	4,1	12,9
Bahia	227,1	10,9	14,3	4,8	9,7	11,5
Minas Gerais	237,3	15,5	18,8	12,1	15,3	14,4
Espírito Santo	259,4	14,5	13,6	11,7	13,2	13,7
Rio de Janeiro	208,7	14,8	15,3	8,9	12,9	13,9
São Paulo	235,1	12,4	11,1	8,7	10,7	13,2
Paraná	200,9	12,1	13,3	6,8	10,6	12,2
Santa Catarina	226,7	13,1	7,5	9,9	10,2	11,3
Rio Grande do Sul	175,3	13,1	12,4	5,6	10,2	12,3
Mato Grosso do Sul	248,3	8,5	10,9	7,5	8,9	13,1
Mato Grosso	226,2	10,6	10,9	6,5	9,2	16,2
Goiás	234,9	14,9	14,7	9,9	13,1	13,7
Distrito Federal	207,3	11,8	12,8	4,1	9,4	10,4

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

(1) Base: 2003 = 100

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

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

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

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Mar/2011

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

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

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

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

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

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Mar/2011

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	8,3	15,2	18,3	9,3	13,2	14,5	4,2	13,7	16,3	1,0	0,0	9,1	7,3	12,2	15,7
Ceará	28,5	21,5	19,5	23,7	25,5	18,4	38,3	54,3	56,9	4,5	7,7	6,3	-3,9	10,9	17,0
Pernambuco	18,1	33,1	26,2	3,6	8,4	17,1	-11,2	9,0	9,1	-28,0	-18,3	5,5	1,7	11,8	16,6
Bahia	11,8	22,1	21,2	17,8	20,5	19,2	-2,1	5,6	1,6	-35,6	-33,7	-16,5	-0,8	12,0	13,8
Minas Gerais	18,7	28,3	25,7	9,1	13,1	13,4	5,8	16,7	11,2	-10,0	2,6	13,4	6,7	16,1	17,6
Espirito Santo	-10,6	-0,6	7,1	20,3	23,2	20,8	32,9	39,7	37,7	-15,3	-4,4	9,9	15,3	30,3	29,0
Rio de Janeiro	2,7	14,6	17,7	10,8	10,4	11,1	3,0	16,4	13,9	-15,9	-17,9	-5,7	7,7	16,6	10,5
São Paulo	6,1	11,1	16,4	4,5	8,3	11,5	6,1	14,3	22,1	30,2	13,2	16,3	8,8	8,4	15,9
Paraná	10,8	17,5	19,1	19,9	21,6	20,2	-7,7	-1,3	8,7	-31,5	-24,1	3,2	5,3	17,8	23,8
Santa Catarina	3,7	6,3	7,2	15,0	17,2	15,8	-3,3	4,5	5,1	2,2	7,5	9,6	7,8	7,8	11,6
Rio Grande do Sul	13,2	17,4	17,6	12,9	16,4	18,6	-4,6	4,6	7,6	-30,9	-24,1	-2,6	2,1	5,6	9,9
Goiás	-0,1	6,7	15,1	13,5	25,8	24,5	18,1	10,1	5,9	19,4	21,0	4,1	10,3	18,2	20,4
Distrito Federal	11,7	18,8	22,9	5,7	11,8	7,6	-1,8	3,9	10,6	-24,5	-11,2	-9,0	-9,6	2,3	7,9

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

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

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

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

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Mar/2011

Unidade da Federação	Comércio varejista												
	mar/10	abr/10	mai/10	jun/10	jul/10	ago/10	set/10	out/10	nov/10	dez/10	jan/11	fev/11	mar/11
Brasil	209,5	201,8	214,1	205,5	212,4	213,9	211,6	225,5	223,6	305,4	223,1	208,8	227,4
Rondônia	289,8	282,2	317,1	289,1	309,3	304,8	309,3	326,4	332,4	469,7	306,3	300,5	324,1
Acre	330,6	313,3	312,3	321,6	350,9	338,1	351,0	368,1	371,1	518,4	367,7	348,1	370,2
Amazonas	239,3	232,9	249,7	246,8	250,9	271,3	262,6	273,3	273,1	375,5	269,8	246,7	256,1
Roraima	220,8	224,1	233,2	239,7	237,5	245,8	262,9	255,5	234,3	291,8	245,7	220,2	245,6
Pará	207,4	202,1	228,4	207,9	222,0	223,0	221,9	237,8	229,2	358,7	228,3	207,0	224,6
Amapá	217,3	212,9	250,3	229,9	250,3	235,5	234,3	236,2	247,0	336,9	230,9	213,7	209,9
Tocantins	338,5	326,0	352,5	346,8	377,5	393,7	403,9	415,8	400,4	543,8	390,9	385,6	415,2
Maranhão	302,2	289,6	326,4	319,6	347,0	342,3	341,9	351,3	345,0	490,5	346,8	334,9	363,9
Piauí	218,6	191,6	220,4	209,1	231,2	229,2	231,7	224,2	227,5	335,2	238,2	215,2	231,1
Ceará	238,5	233,0	251,5	239,6	258,4	257,0	250,9	264,1	276,7	379,5	272,9	249,6	273,5
Rio G. do Norte	249,6	233,3	251,2	237,5	255,3	254,0	246,3	267,4	255,2	363,4	270,5	251,8	262,9
Paraíba	255,3	235,0	280,2	271,3	293,4	304,2	290,1	284,7	286,5	396,9	290,3	288,4	297,7
Pernambuco	229,4	215,0	234,2	223,2	230,7	236,3	231,4	247,4	249,9	350,8	243,5	225,5	239,5
Alagoas	304,5	303,7	316,9	284,6	308,3	308,1	295,8	317,1	329,3	470,5	326,8	297,7	314,6
Sergipe	266,5	250,1	272,5	269,0	271,2	273,4	268,8	288,2	288,5	407,3	293,4	250,8	263,8
Bahia	216,8	199,0	214,8	208,8	209,1	210,4	209,7	226,6	229,7	313,7	224,4	213,2	227,1
Minas Gerais	211,7	205,5	216,8	210,8	219,6	216,8	218,1	229,1	225,4	303,2	233,4	220,0	237,3
Espirito Santo	232,3	219,0	229,2	219,1	232,6	226,1	226,5	244,5	239,0	330,4	256,8	237,6	259,4
Rio de Janeiro	191,6	180,0	193,3	187,8	193,0	194,2	194,8	208,2	205,7	294,6	209,6	199,2	208,7
São Paulo	216,4	211,2	221,6	212,7	216,2	219,8	217,0	232,4	230,7	308,1	225,7	211,0	235,1
Paraná	188,1	180,8	189,5	180,0	187,9	192,1	186,4	195,7	193,2	261,0	199,6	184,0	200,9
Santa Catarina	206,2	197,8	203,5	195,6	201,7	204,1	203,2	216,9	216,1	287,4	228,4	207,3	226,7
Rio Grande do Sul	165,9	162,6	171,5	163,5	172,3	170,3	165,8	178,5	175,4	245,4	168,4	159,8	175,3
Mato Grosso do Sul	231,0	226,9	244,6	228,2	237,4	232,5	237,3	248,8	239,8	331,5	237,7	228,7	248,3
Mato Grosso	212,3	199,6	213,7	201,7	219,7	219,4	218,5	232,1	220,8	301,2	210,4	208,2	226,2
Goiás	213,8	208,0	221,3	208,8	222,5	219,6	217,6	237,4	231,1	312,8	239,7	215,3	234,9
Distrito Federal	199,3	190,3	202,5	193,9	205,2	199,9	194,8	209,3	210,7	277,4	208,1	196,8	207,3

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

(1) Base: 2003 = 100

**PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC**

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

Mês: Mar/2011

Unidade da Federação	Índice de volume (2)	Variação				
		Mensal (3)			Acumulada (4)	
		jan/11	fev/11	mar/11	no ano	12 Meses
Brasil	188,8	11,2	14,7	-2,5	7,1	10,2
Rondônia	343,1	13,7	8,2	-6,3	4,2	20,7
Acre	426,3	24,0	24,1	8,9	18,2	19,5
Amazonas	228,1	5,3	8,1	-5,2	2,3	7,0
Roraima	235,8	22,2	14,0	13,8	16,5	20,4
Pará	219,5	9,2	14,5	1,5	8,0	10,2
Amapá	207,7	8,8	9,5	-8,8	2,6	12,6
Tocantins	364,6	57,9	36,8	8,8	31,9	39,7
Maranhão	288,1	10,8	19,6	1,0	9,8	14,8
Piauí	223,2	6,2	12,9	-13,2	0,6	4,6
Ceará	245,9	12,9	21,5	-0,3	10,5	14,2
Rio G. do Norte	221,9	14,6	16,8	-9,4	6,0	8,0
Paraíba	239,4	18,1	31,2	0,6	15,2	18,1
Pernambuco	199,8	11,5	16,0	-5,2	6,6	10,5
Alagoas	258,2	10,9	16,2	-6,8	5,7	11,1
Sergipe	236,7	9,2	8,9	-10,8	1,4	8,2
Bahia	196,5	9,3	15,0	-6,2	5,1	8,9
Minas Gerais	191,1	18,0	19,2	0,9	11,9	13,8
Espirito Santo	337,9	27,9	34,3	12,8	23,9	20,1
Rio de Janeiro	159,0	11,0	17,0	-5,3	6,8	8,4
São Paulo	180,4	9,4	10,5	-3,5	4,8	8,4
Paraná	182,2	9,0	18,5	-1,4	7,8	11,5
Santa Catarina	209,1	11,1	11,9	3,9	8,7	9,7
Rio Grande do Sul	160,2	10,6	17,0	-1,0	8,0	11,6
Mato Grosso do Sul	208,9	8,5	18,3	-8,9	4,6	12,3
Mato Grosso	201,8	23,7	14,8	5,3	14,0	17,8
Goiás	234,8	11,0	19,6	-0,8	9,0	13,5
Distrito Federal	182,7	7,6	15,3	-10,4	2,9	6,4

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

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

(2) Base: 2003 = 100

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

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

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

**PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC**

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

**Mês: Mar/2011**

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

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

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

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

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

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

**PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC**

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

**Mês: Mar/2011**

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	11,1	16,8	17,2	5,5	9,4	11,0	0,1	9,6	12,3	18,2	13,9	20,6	1,5	6,0	9,0
Ceará	31,6	21,0	16,3	17,1	21,0	15,9	35,2	50,5	53,2	17,4	17,9	13,4	-11,5	2,7	10,0
Pernambuco	26,3	38,4	26,9	-1,1	3,6	12,1	-14,1	5,8	6,6	-22,6	-14,4	3,5	-2,7	7,6	11,5
Bahia	16,2	25,7	22,4	12,1	14,9	13,5	3,9	11,8	5,3	-23,1	-19,0	-0,6	-6,1	5,7	8,2
Minas Gerais	25,6	35,2	28,5	4,1	7,7	7,6	0,7	11,8	7,2	14,3	30,2	33,5	0,9	10,1	12,0
Espirito Santo	-13,9	-4,1	0,5	13,5	16,7	15,8	26,1	34,4	32,4	-10,9	0,4	18,3	11,5	25,5	22,6
Rio de Janeiro	6,1	18,1	19,1	4,6	4,5	6,5	-2,4	11,9	9,6	-11,5	-13,6	1,8	3,2	11,6	5,0
São Paulo	9,1	11,9	14,3	2,4	6,5	9,0	1,7	8,9	17,1	56,6	28,9	25,0	3,1	3,1	8,8
Paraná	6,4	12,8	14,1	14,9	16,7	17,8	-12,1	-5,8	5,3	-22,3	-12,0	20,1	-3,5	7,3	14,7
Santa Catarina	4,2	5,8	4,2	10,2	12,4	13,5	-7,9	-0,3	1,7	15,9	25,2	29,0	-1,1	-1,9	3,3
Rio Grande do Sul	14,8	17,4	16,8	9,2	12,4	15,0	-9,0	0,0	4,2	-17,8	-11,2	13,3	-2,8	-0,4	3,7
Goiás	6,7	12,1	16,3	10,9	22,6	21,4	16,3	8,4	3,8	35,1	39,1	17,2	4,0	12,4	14,2
Distrito Federal	15,1	21,8	23,3	1,1	7,1	3,0	-6,4	-0,5	6,8	-20,8	-3,8	1,3	-15,7	-4,3	0,9

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: Mar/2011**

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	-12,8	6,4	10,7	6,4	13,6	15,3
Ceará	-13,3	11,1	18,1	-9,1	-2,8	6,5
Pernambuco	-15,1	7,9	11,5	-6,3	7,2	12,6
Bahia	-22,9	0,6	9,3	-9,4	3,5	11,3
Minas Gerais	-10,7	11,5	18,4	2,2	11,1	13,0
Espirito Santo	18,0	38,8	31,2	8,8	17,7	21,2
Rio de Janeiro	-29,0	-0,1	1,6	19,7	32,6	26,2
São Paulo	-15,3	2,4	7,0	3,8	10,2	12,5
Paraná	-3,4	14,4	17,7	5,8	10,3	16,1
Santa Catarina	3,6	16,3	15,1	11,2	7,9	8,6
Rio Grande do Sul	-12,6	3,6	10,1	39,2	43,7	40,0
Goiás	-6,4	8,5	15,7	1,2	6,4	12,7
Distrito Federal	-23,6	-1,3	3,9	2,1	7,8	12,5

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: Mar/2011

Unidade da Federação	Comércio Varejista Ampliado												
	mar/10	abr/10	mai/10	jun/10	jul/10	ago/10	set/10	out/10	nov/10	dez/10	jan/11	fev/11	mar/11
Brasil	193,6	165,0	174,3	172,3	179,9	187,1	183,4	189,8	193,8	234,9	179,4	176,2	188,8
Rondônia	366,2	329,2	343,8	337,8	361,6	379,0	370,6	381,5	405,7	480,4	324,6	314,3	343,1
Acre	391,6	332,4	380,8	397,1	423,8	431,6	422,1	452,4	428,0	575,8	384,2	397,5	426,3
Amazonas	240,6	214,9	223,5	226,9	244,2	249,1	235,3	244,3	239,5	294,6	229,9	218,5	228,1
Roraima	207,2	198,7	204,0	205,5	216,9	223,2	230,8	219,8	220,0	252,9	215,9	199,4	235,8
Pará	216,2	193,8	220,4	205,8	223,8	227,4	226,4	224,9	229,6	317,0	212,8	206,4	219,5
Amapá	227,8	207,9	237,4	229,3	257,8	258,0	239,1	238,4	257,6	308,6	228,8	206,9	207,7
Tocantins	335,1	286,4	306,0	347,2	325,4	365,9	359,9	363,8	357,3	423,1	396,3	346,1	364,6
Maranhão	285,2	262,2	265,5	263,0	294,5	297,8	290,4	286,6	296,6	368,9	274,6	276,5	288,1
Piauí	257,1	193,6	220,7	215,0	232,4	234,4	239,3	224,7	238,8	308,3	221,9	216,2	223,2
Ceará	246,5	212,2	228,9	219,8	237,5	248,2	238,8	243,8	251,8	315,0	239,0	238,3	245,9
Rio G. do Norte	244,9	201,3	212,4	205,3	222,5	223,1	221,5	230,6	230,4	296,4	229,2	220,7	221,9
Paraíba	237,9	203,4	230,1	220,3	243,8	246,8	241,1	238,9	250,7	310,6	236,6	238,6	239,4
Pernambuco	210,7	177,3	195,0	185,3	200,8	210,1	204,6	210,8	219,8	268,9	207,5	196,6	199,8
Alagoas	276,9	233,4	244,6	218,1	253,1	259,6	250,9	259,8	286,8	372,9	254,6	251,4	258,2
Sergipe	265,4	219,9	240,1	225,0	233,3	238,3	237,0	249,9	259,0	339,1	236,1	226,6	236,7
Bahia	209,5	171,9	187,6	180,2	189,2	191,5	190,7	199,9	205,9	259,4	194,2	189,2	196,5
Minas Gerais	189,4	167,6	172,9	177,6	182,3	186,4	185,6	187,9	189,9	235,7	189,6	180,9	191,1
Espirito Santo	299,6	244,5	261,1	264,6	262,9	267,9	279,8	270,2	272,2	351,9	301,5	304,7	337,9
Rio de Janeiro	167,9	140,2	149,8	144,7	152,5	156,6	156,7	164,4	167,3	214,6	164,6	159,3	159,0
São Paulo	187,0	158,8	167,2	165,3	170,9	181,5	175,7	182,7	186,3	215,8	166,1	164,3	180,4
Paraná	184,7	158,4	167,1	163,6	171,5	178,3	174,7	182,4	185,5	223,5	168,1	170,2	182,2
Santa Catarina	201,3	174,8	177,9	183,5	188,3	193,6	191,4	194,1	198,9	252,4	190,0	188,8	209,1
Rio Grande do Sul	161,7	142,4	148,7	148,5	153,1	156,8	152,9	162,9	168,1	210,8	146,8	145,7	160,2
Mato Grosso do Sul	229,3	198,3	207,1	206,3	210,1	216,1	222,3	223,1	224,6	275,3	200,9	201,5	208,9
Mato Grosso	191,8	168,6	180,1	176,6	197,2	202,9	198,7	208,7	209,8	244,9	199,3	179,8	201,8
Goias	236,6	193,6	203,1	209,7	217,1	220,5	217,8	230,2	229,6	274,7	218,5	213,7	234,8
Distrito Federal	203,9	163,7	173,5	171,8	189,0	189,3	184,3	190,8	199,5	235,2	180,1	178,7	182,7

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 de Base Fixa: 2003 = 100

**PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC**

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

**Mês: Mar/2011**

Unidade da Federação	Índice de receita(2)	Variação				
		Mensal (3)			Acumulada (4)	
		jan/11	fev/11	mar/11	no ano	12 Meses
Brasil	239,8	14,6	17,5	0,8	10,3	13,4
Rondônia	386,8	21,9	22,5	3,2	14,7	23,7
Acre	535,3	24,9	26,6	10,8	20,1	23,8
Amazonas	284,1	10,3	12,3	-2,8	6,1	10,9
Roraima	270,7	24,2	15,1	8,8	15,6	22,5
Pará	273,2	13,4	17,4	2,6	10,6	14,7
Amapá	255,0	12,6	11,9	-7,9	5,0	15,8
Tocantins	460,5	62,3	38,6	12,4	35,2	43,2
Maranhão	386,1	16,3	25,0	7,4	15,6	20,2
Piauí	287,4	10,2	16,1	-8,4	4,7	8,1
Ceará	310,2	15,2	23,7	2,6	13,1	17,4
Rio G. do Norte	277,7	18,0	18,7	-5,4	9,3	11,0
Paraíba	324,8	20,6	34,2	3,4	18,0	22,8
Pernambuco	270,2	13,9	18,7	-2,5	9,2	14,5
Alagoas	350,4	14,7	19,2	-3,5	9,1	15,8
Sergipe	320,2	12,0	11,5	-8,4	4,0	12,6
Bahia	245,3	12,0	17,2	-3,7	7,6	11,5
Minas Gerais	247,1	19,1	20,9	4,3	14,1	16,0
Espírito Santo	433,2	31,9	37,5	15,9	27,3	24,4
Rio de Janeiro	207,6	15,4	21,0	-1,0	11,0	12,3
São Paulo	224,4	12,6	13,1	-0,6	7,7	11,4
Paraná	236,0	13,6	22,1	2,6	11,9	14,8
Santa Catarina	270,7	15,0	14,0	7,5	11,9	12,7
Rio Grande do Sul	205,0	15,3	20,8	3,5	12,4	15,3
Mato Grosso do Sul	269,0	11,5	20,3	-4,4	7,9	14,5
Mato Grosso	260,1	24,4	16,7	8,1	15,9	19,5
Goiás	291,2	13,6	20,7	1,2	10,9	15,6
Distrito Federal	232,9	9,9	16,3	-6,8	5,4	8,7

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: Mar/2011**

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

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

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

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

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

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

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Mar/2011

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	8,3	15,2	18,3	9,3	13,2	14,5	4,2	13,7	16,3	1,0	0,0	9,1	7,3	12,2	15,7
Ceará	28,5	21,5	19,5	23,7	25,5	18,4	38,3	54,3	56,9	4,5	7,7	6,3	-3,9	10,9	17,0
Pernambuco	18,1	33,1	26,2	3,6	8,4	17,1	-11,2	9,0	9,1	-28,0	-18,3	5,5	1,7	11,8	16,6
Bahia	11,8	22,1	21,2	17,8	20,5	19,2	-2,1	5,6	1,6	-35,6	-33,7	-16,5	-0,8	12,0	13,8
Minas Gerais	18,7	28,3	25,7	9,1	13,1	13,4	5,8	16,7	11,2	-10,0	2,6	13,4	6,7	16,1	17,6
Espirito Santo	-10,6	-0,6	7,1	20,3	23,2	20,8	32,9	39,7	37,7	-15,3	-4,4	9,9	15,3	30,3	29,0
Rio de Janeiro	2,7	14,6	17,7	10,8	10,4	11,1	3,0	16,4	13,9	-15,9	-17,9	-5,7	7,7	16,6	10,5
São Paulo	6,1	11,1	16,4	4,5	8,3	11,5	6,1	14,3	22,1	30,2	13,2	16,3	8,8	8,4	15,9
Paraná	10,8	17,5	19,1	19,9	21,6	20,2	-7,7	-1,3	8,7	-31,5	-24,1	3,2	5,3	17,8	23,8
Santa Catarina	3,7	6,3	7,2	15,0	17,2	15,8	-3,3	4,5	5,1	2,2	7,5	9,6	7,8	7,8	11,6
Rio Grande do Sul	13,2	17,4	17,6	12,9	16,4	18,6	-4,6	4,6	7,6	-30,9	-24,1	-2,6	2,1	5,6	9,9
Goiás	-0,1	6,7	15,1	13,5	25,8	24,5	18,1	10,1	5,9	19,4	21,0	4,1	10,3	18,2	20,4
Distrito Federal	11,7	18,8	22,9	5,7	11,8	7,6	-1,8	3,9	10,6	-24,5	-11,2	-9,0	-9,6	2,3	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 14 - Variação de receita nominal de vendas no comércio varejista ampliado (1), por atividade e Unidade da Federação (Conclusão)**

**Mês: Mar/2011**

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	-13,0	6,0	11,5	11,1	18,8	20,5
Ceará	-14,0	8,5	17,4	-2,8	4,8	14,7
Pernambuco	-13,9	8,9	15,7	-1,8	12,0	16,8
Bahia	-20,7	2,3	10,9	-5,3	7,9	14,1
Minas Gerais	-10,2	10,7	18,8	7,9	17,6	18,9
Espirito Santo	19,0	40,0	34,3	14,5	24,1	27,3
Rio de Janeiro	-29,0	-0,1	3,5	26,4	39,8	32,1
São Paulo	-15,9	1,0	6,5	7,9	14,8	17,5
Paraná	-4,0	13,6	18,0	9,2	13,5	19,1
Santa Catarina	2,7	14,6	15,0	14,6	12,0	12,5
Rio Grande do Sul	-9,8	6,5	14,2	45,6	49,4	44,5
Goiás	-7,3	8,1	16,8	7,8	14,3	21,2
Distrito Federal	-25,2	-3,6	3,3	7,9	14,0	18,8

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

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

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

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

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

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Mar/2011

Unidade da Federação	Comércio varejista ampliado												
	mar/10	abr/10	mai/10	jun/10	jul/10	ago/10	set/10	out/10	nov/10	dez/10	jan/11	fev/11	mar/11
Brasil	237,8	207,0	219,7	215,4	224,7	232,2	228,1	237,9	243,0	297,4	227,5	223,2	239,8
Rondônia	374,6	337,8	352,4	349,7	369,7	382,0	387,8	398,4	418,1	520,6	346,4	361,2	386,8
Acre	483,0	411,6	450,7	486,2	516,6	535,4	515,4	542,4	544,6	726,2	489,0	495,4	535,3
Amazonas	292,3	260,5	271,2	271,8	287,9	301,1	286,0	298,8	298,3	375,5	287,1	272,0	284,1
Roraima	248,7	239,1	245,5	246,6	256,7	268,6	276,7	263,4	264,9	306,2	259,7	238,7	270,7
Pará	266,2	238,8	270,5	252,0	270,6	275,2	274,1	279,3	284,4	405,5	265,9	256,1	273,2
Amapá	276,9	252,3	289,6	277,4	314,7	314,9	294,7	296,4	318,1	386,8	287,4	257,4	255,0
Tocantins	409,7	353,4	379,2	424,3	403,3	452,6	443,4	458,2	450,4	533,2	495,2	433,4	460,5
Maranhão	359,6	336,2	344,4	341,8	381,2	383,0	376,4	375,6	391,6	495,5	368,2	367,6	386,1
Piauí	313,7	240,4	276,9	270,1	292,7	290,8	298,7	283,8	304,8	397,8	285,6	274,7	287,4
Ceará	302,4	265,2	287,8	276,5	299,9	311,2	300,4	305,4	320,0	406,4	303,3	300,9	310,2
Rio G. do Norte	293,4	247,0	263,4	255,7	274,4	275,2	272,0	285,2	288,2	376,6	290,2	274,2	277,7
Paraíba	314,2	274,1	310,2	299,2	329,6	332,9	323,1	319,9	335,1	420,9	318,2	322,0	324,8
Pernambuco	277,2	238,0	261,6	250,2	268,3	279,3	270,6	280,7	294,2	365,4	278,0	263,8	270,2
Alagoas	363,0	310,7	328,7	295,5	340,5	347,3	334,7	348,6	382,8	503,3	343,1	337,5	350,4
Sergipe	349,4	298,1	324,3	305,7	314,3	319,8	316,7	334,1	347,3	458,8	319,3	306,0	320,2
Bahia	254,8	213,3	233,2	224,3	232,8	234,3	232,8	245,2	254,0	321,7	242,3	236,1	245,3
Minas Gerais	237,0	214,3	221,5	224,7	231,2	233,5	233,9	238,5	240,7	300,2	240,3	231,5	247,1
Espirito Santo	373,8	311,5	335,3	338,8	338,7	342,8	357,1	346,0	351,4	451,2	386,4	389,9	433,2
Rio de Janeiro	209,7	178,6	192,3	185,6	195,2	199,3	199,1	209,5	213,2	277,6	211,3	205,5	207,6
São Paulo	225,6	196,6	208,4	203,4	210,1	221,2	215,4	226,1	230,1	268,2	207,4	204,6	224,4
Paraná	230,1	199,9	211,5	206,2	215,6	224,6	219,0	231,0	235,5	287,3	217,9	219,5	236,0
Santa Catarina	251,9	221,6	226,8	230,5	236,3	243,8	239,6	245,6	253,1	321,0	247,0	242,6	270,7
Rio Grande do Sul	198,0	178,5	186,8	185,0	190,7	194,8	189,7	203,8	210,9	265,5	187,4	185,6	205,0
Mato Grosso do Sul	281,3	246,3	257,7	254,1	260,6	267,1	274,7	280,2	281,1	350,1	256,2	256,1	269,0
Mato Grosso	240,7	213,7	228,5	222,5	247,7	253,4	249,7	264,2	265,8	315,4	252,2	231,3	260,1
Goias	287,8	239,0	251,2	256,9	266,2	270,4	267,3	284,9	282,8	339,8	271,2	264,6	291,2
Distrito Federal	250,0	207,2	218,3	214,1	235,2	233,8	227,7	238,6	244,7	293,2	227,8	225,3	232,9

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

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

Índice Base Fixa: 2000 = 100

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

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: mar/2011

Unidade da Federação	Índice de Base Fixa (1)			Variação mês/mês anterior		
	jan/11	fev/11	mar/11	jan/11	fev/11	mar/11
<b>Brasil</b>	<b>178,25</b>	<b>178,83</b>	<b>180,90</b>	<b>1,3</b>	<b>0,3</b>	<b>1,2</b>
Rondônia	258,76	260,79	258,06	2,3	0,8	-1,0
Acre	291,00	287,47	277,79	0,9	-1,2	-3,4
Amazonas	203,99	202,20	202,79	3,1	-0,9	0,3
Roraima	210,94	199,45	196,01	12,9	-5,4	-1,7
Pará	175,37	174,70	176,85	1,2	-0,4	1,2
Amapá	182,77	191,72	177,10	0,7	4,9	-7,6
Tocantins	313,77	334,21	341,55	-3,0	6,5	2,2
Maranhão	266,15	274,46	279,34	2,0	3,1	1,8
Piauí	187,27	184,18	194,91	1,0	-1,7	5,8
Ceará	220,45	220,61	227,19	3,2	0,1	3,0
Rio G. do Norte	219,98	220,73	220,84	4,5	0,3	0,0
Paraíba	227,59	238,29	238,19	6,7	4,7	0,0
Pernambuco	185,76	187,48	187,67	1,0	0,9	0,1
Alagoas	243,45	239,58	250,00	-0,7	-1,6	4,3
Sergipe	210,16	200,20	207,72	-2,7	-4,7	3,8
Bahia	186,62	186,98	189,31	0,3	0,2	1,2
Minas Gerais	185,33	182,42	185,09	3,4	-1,6	1,5
Espirito Santo	192,83	188,45	195,67	3,4	-2,3	3,8
Rio de Janeiro	165,42	164,11	169,17	1,3	-0,8	3,1
São Paulo	183,55	183,15	187,70	1,3	-0,2	2,5
Paraná	153,26	153,22	153,01	1,7	0,0	-0,1
Santa Catarina	169,54	167,86	171,43	2,9	-1,0	2,1
Rio Grande do Sul	144,14	143,35	142,48	0,2	-0,5	-0,6
Mato Grosso do Sul	193,80	197,73	189,51	1,2	2,0	-4,2
Mato Grosso	177,17	178,55	176,75	-0,6	0,8	-1,0
Goiás	193,28	191,23	191,42	2,8	-1,1	0,1
Distrito Federal	167,82	166,49	167,27	0,4	-0,8	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: mar/2011

Unidade da Federação	Índice de Base Fixa (1)			Variação mês/mês anterior		
	jan/11	fev/11	mar/11	jan/11	fev/11	mar/11
<b>Brasil</b>	<b>231,89</b>	<b>232,93</b>	<b>236,27</b>	<b>1,1</b>	<b>0,4</b>	<b>1,4</b>
Rondônia	347,07	343,84	351,30	4,9	-0,9	2,2
Acre	392,77	392,95	382,82	2,5	0,0	-2,6
Amazonas	280,90	277,71	279,68	3,4	-1,1	0,7
Roraima	264,52	250,05	245,11	11,7	-5,5	-2,0
Pará	242,02	241,56	246,33	1,4	-0,2	2,0
Amapá	243,34	255,79	233,72	1,0	5,1	-8,6
Tocantins	406,19	449,74	431,44	-3,9	10,7	-4,1
Maranhão	367,93	379,54	389,59	1,8	3,2	2,6
Piauí	241,11	238,43	249,39	0,2	-1,1	4,6
Ceará	282,15	281,85	291,92	2,5	-0,1	3,6
Rio G. do Norte	275,23	276,48	277,39	3,0	0,5	0,3
Paraíba	307,80	325,96	328,44	7,7	5,9	0,8
Pernambuco	250,74	250,36	258,00	1,1	-0,2	3,1
Alagoas	329,60	324,41	338,64	-0,1	-1,6	4,4
Sergipe	286,57	281,74	280,03	-2,9	-1,7	-0,6
Bahia	232,48	232,96	234,65	0,1	0,2	0,7
Minas Gerais	240,76	242,29	246,67	2,0	0,6	1,8
Espirito Santo	258,99	252,86	264,95	4,4	-2,4	4,8
Rio de Janeiro	215,20	215,51	220,15	2,2	0,1	2,2
São Paulo	237,07	237,70	242,11	1,0	0,3	1,9
Paraná	204,46	206,05	205,72	2,0	0,8	-0,2
Santa Catarina	224,07	223,85	230,33	3,1	-0,1	2,9
Rio Grande do Sul	183,12	182,28	182,56	0,9	-0,5	0,2
Mato Grosso do Sul	251,00	252,23	254,06	-1,5	0,5	0,7
Mato Grosso	227,25	228,94	228,28	-1,6	0,7	-0,3
Goiás	245,04	246,69	243,88	2,5	0,7	-1,1
Distrito Federal	215,85	214,98	216,66	1,0	-0,4	0,8

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

(1) Base: 2003 = 100