

# **Indicadores IBGE**

Pesquisa Mensal de Comércio  
**novembro 2016**

Presidente da República  
Michel Miguel Elias Temer Lulia

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

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

Presidente  
Paulo Rabello de Castro

Diretor Executivo  
Fernando J. Abrantes

### **ÓRGÃOS ESPECÍFICOS SINGULARES**

Diretoria de Pesquisas  
Roberto Luís Olinto Ramos

Diretoria de Geociências  
Wadih João Scandar Neto

Diretoria de Informática  
José Sant'Anna Bevilacqua

Centro de Documentação e Disseminação de Informações  
David Wu Tai

Escola Nacional de Ciências Estatísticas  
Maysa Sacramento de Magalhães

### **UNIDADE RESPONSÁVEL**

Coordenação de Serviços e Comércio  
Vânia Maria Carelli Prata

Gerência das Pesquisas Mensais de Serviços e Comércio  
Pedro Luiz de Souza Quintsir

Gerência de Análise de Resultados Conjunturais  
Isabella Nunes Pereira

Crítica, Imputação, Acompanhamento e Controle  
Aleciana Celice Sales Gusmão  
Carla Fernandes de Mello Carvalho  
Carla Rodrigues Rocha  
Elson Renato de Carvalho Dantas  
Guilherme Silva Telles Junior  
Isabella Nunes Pereira  
Julio Cesar de Castro Ramos  
Paulo Cesar Casal de Oliveira  
Pedro Luiz de Souza Quintsir  
Renata da Motta e Silva

Análise de Resultados e Elaboração de Comentários  
Isabella Nunes Pereira

Editoração  
Gilmar da Costa Gonçalves

## **Indicadores IBGE**

Plano de divulgação:

### **Trabalho e rendimento**

Pesquisa mensal de emprego\*

Pesquisa nacional por amostra de domicílios contínua

### **Agropecuária**

Estatística da produção agrícola \*\*

Estatística da produção pecuária \*\*

### **Indústria**

Pesquisa industrial mensal: produção física Brasil

Pesquisa industrial mensal: produção física regional

Pesquisa industrial mensal: emprego e salário \*\*\*

### **Comércio**

Pesquisa mensal de comércio

### **Serviços**

Pesquisa mensal de serviços

### **Índices, preços e custos**

Índice de preços ao produtor – indústrias extrativas e de transformação

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

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

Sistema nacional de pesquisa de custos e índices da construção civil

### **Contas nacionais trimestrais**

Contas nacionais trimestrais: indicadores de volume e valores correntes

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

\*\* Continuação de: Estatística da produção agropecuária, a partir de janeiro de 2006. A produção agrícola é composta do Levantamento Sistemático da Produção Agrícola. A produção pecuária é composta da Pesquisa Trimestral do Abate de Animais, da Pesquisa Trimestral do Leite, da Pesquisa Trimestral do Couro e da Produção de Ovos de Galinha.

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

Iniciado em 1982, com a divulgação de indicadores sobre trabalho e rendimento, indústria e preços, o periódico **Indicadores IBGE** passou a incorporar, no decorrer das décadas seguintes, informações sobre agropecuária, contas nacionais trimestrais e serviços, visando contemplar as variadas demandas por estatísticas conjunturais para o País. Outros temas poderão ser abarcados futuramente, de acordo com as necessidades de informação identificadas.

O periódico é subdividido em fascículos por temas específicos, que incluem tabelas de resultados, comentários e notas metodológicas. As informações apresentadas estão disponíveis em diferentes níveis geográficos: nacional, regional e metropolitano, variando por fascículo".

## NOTAS METODOLÓGICAS

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

A partir de janeiro de 2012, o Sistema de Índices do Comércio Varejista, em relação à série divulgada até dezembro de 2011, apresenta as seguintes revisões metodológicas:

- Atualiza a amostra de informantes para 5.700 empresas, selecionadas a partir do cadastro das empresas com 20 ou mais pessoas ocupadas da Pesquisa Anual de Comércio – PAC 2008.
- Adota da Classificação Nacional de Atividades Econômicas - CNAE, na sua versão mais atual 2.0.
- Incorpora a nova estrutura de pesos do Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo – IPCA, adotada a partir de janeiro de 2012, aos índices específicos de preços utilizados como deflatores, para obtenção de volume de vendas.
- Na série completa dos índices (série encadeada): os índices de janeiro de 2000 até dezembro de 2003 têm por **período de base** o ano de 2000. Os índices de janeiro de 2004 até dezembro de 2011 têm por período de base o ano 2003. Os índices de janeiro de 2012 em diante têm por período de base o ano 2011.
- A série encadeada desde janeiro de 2000, tem como **período de referência**, único, a média mensal dos índices de 2011=100.

A partir da divulgação dos resultados de junho de 2013 a atividade de “Móveis e eletrodomésticos” passa a ser desagregada em duas novas séries: “Móveis” e “Eletrodomésticos”.

### I – CARACTERÍSTICAS DA PESQUISA

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

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

- **Unidade de Investigação** – A empresa, definida como entidade jurídica caracterizada por firma ou razão social, inscrita no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ), é a unidade básica de informação da PMC.
- **Variável Investigada** – É a receita bruta de revenda, Total e por Unidade da Federação, definida no âmbito da empresa como a receita bruta mensal proveniente da revenda de mercadorias, não deduzidos os impostos incidentes e nem as vendas canceladas, abatimentos e descontos incondicionais. Não estão incluídas as receitas financeiras e não-operacionais.
- **Amostra** – Com base na Pesquisa Anual de Comércio 2008 e dentro do âmbito e da abrangência previamente definidas, foram selecionadas cerca de 5 700 empresas distribuídas nas 27 Unidades da Federação.

## II – CONSTRUÇÃO DE INDICADORES

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

1 - *Índice de Comércio Varejista* - Índice-síntese das atividades investigadas na pesquisa, cujas receitas provêm preponderantemente da atividade do varejo. Divulgados para o Brasil e suas 27 Unidades da Federação.

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

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

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

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

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

**ÍNDICE DE BASE FIXA:** Compara os níveis nominal e de volume da Receita Bruta de Revenda do mês com a média mensal obtida no ano de 2011.

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

**ÍNDICE MÊS/IGUAL MÊS DO ANO ANTERIOR:** Compara os índices nominal e de volume da Receita Bruta de Revenda do mês com os obtidos em igual mês do ano anterior;

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

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

### **III – ENCADEAMENTO**

O IBGE encadeou a série de Índices de Base Fixa que se encerrou em dezembro de 2011 (base 2003 = 100) com a série que se inicia em janeiro de 2012 (base 2011 = 100). A série encadeada tem como referência a média mensal de 2011 = 100. Este procedimento não altera as séries dos Índices Mês/Igual Mês do Ano Anterior, Acumulado no Ano e Acumulado de 12 meses já publicadas.

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

### **IV – SÉRIES DA PMC AJUSTADAS SAZONALMENTE**

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

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

Os modelos adotados nas séries divulgadas são:

## VOLUME DE VENDAS ATIVIDADES

ATIVIDADE	DECOMPOSIÇÃO	MODELO ARIMA	REGRESSÃO (REGARIMA)
Brasil	Multiplicativo	(212) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa [8] e Efeito Calendário
Hiper., Super, Produtos alimentícios, bebidas e fumo	Multiplicativo	(212) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa [8], Efeito Calendário (TD) e LS2012.Jan
Combustíveis	Multiplicativo	(011) (011)	Camaval, Corpus Christi e Efeito Calendário (TD)
Tecidos, vestuário e calçados	Multiplicativo	(012) (011)	Camaval, Corpus Christi, Efeito Calendário (TD), e LS2008.Out
Móveis e eletrodomésticos	Multiplicativo	(210) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa [1] e Efeito Calendário (TD)
Super e Hipermercados	Multiplicativo	(012) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa [8], Efeito Calendário (TD), LS2005.Fev, AO2006.Jan e LS2012.Jan
Automóveis, motocicletas, partes e peças	Multiplicativo	(212) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa [1], Efeito Calendário (TD) e AO2012.Set
Equip. e Materiais p escritório, inform e comun	Multiplicativo	(012) (011)	Efeito Calendário (TD) e LS2005.Fev
Artigos farmac, méd, ortop e de perfumaria	Multiplicativo	(012) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa [1] e Efeito Calendário (TD)
Livros, jornais, revistas e papelaria.	Multiplicativo	(012) (011)	Camaval, Corpus Christi e Efeito Calendário (TD)
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	Multiplicativo	(011) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa [1] e Efeito Calendário (TD)
Material de construção	Aditivo	(212) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa [1] e TC2008.Jul.
Varejo Ampliado	Multiplicativo	(210) (011)	Camaval, Corpus Christi, Efeito Calendário (TD), AO2010.Mar e AO2012.Set

## VOLUME DE VENDAS UF

UF	DECOMPOSIÇÃO	MODELO ARIMA	REGRESSÃO (REGARIMA)
Acre	Multiplicativo	(210) (011)	Carnaval e Corpus Christi
Alagoas	Multiplicativo	(012) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa [1], Efeito Calendário (TD) e AO2012.Fev
Amapá	Multiplicativo	(210) (011)	Carnaval, Corpus Christi e LS2006.Jan
Amazonas	Aditivo	(012) (011)	Carnaval, Corpus Christi e AO2002.Dez
Bahia	Multiplicativo	(012) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário (TD)
Ceará	Multiplicativo	(011) (011)	Carnaval, Corpus Christi e Efeito Calendário (TD)
Distrito Federal	Multiplicativo	(012) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa [8], Efeito Calendário (TD) e TC2001.Jun
Espírito Santo	Multiplicativo	(210) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa [8], Efeito Calendário (TD) e AO2002.Abr
Goiás	Multiplicativo	(011) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa [15], Efeito Calendário (TD), LS2003.Jul, LS2005.Fev e AO2014.Dez,
Maranhão	Multiplicativo	(011) (011)	Carnaval, Corpus Christi e Efeito Calendário (TD)
Minas Gerais	Multiplicativo	(212) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa [8], Efeito Calendário (TD) e TC2003.Mar
Mato Grosso	Multiplicativo	(011) (011)	Carnaval, Corpus Christi e Efeito Calendário (TD), AO2002.Mai e LS2006.Fev
Mato Grosso do Sul	Multiplicativo	(212) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa[15], Efeito Calendário (TD) e AO2011.Mai
Pará	Multiplicativo	(212) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa [8] e Efeito Calendário (TD)
Paraíba	Multiplicativo	(210) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa [15], Efeito Calendário (TD) e LS2008.Out
Paraná	Multiplicativo	(011) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa [8], Efeito Calendário (TD), LS2002.Nov e LS2005.Fev
Pernambuco	Multiplicativo	(011) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa [15], Efeito Calendário (TD) e LS2003.Mar
Piauí	Multiplicativo	(012) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário (TD), AO2004.Jan, LS2005.Fev e AO2008.Nov
Rio Grande do Norte	Multiplicativo	(210) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário (TD) e LS2002.Nov
Rio Grande do Sul	Multiplicativo	(210) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa [8] e Efeito Calendário (TD)
Rio de Janeiro	Multiplicativo	(212) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa [8] e Efeito Calendário (TD)
Rondônia	Multiplicativo	(011) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa [15] e Efeito Calendário (TD)
Roraima	Multiplicativo	(011) (011)	LS2000.Abr
Santa Catarina	Multiplicativo	(212) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa [8] e Efeito Calendário (TD)
Sergipe	Multiplicativo	(212) (011)	Páscoa [15], Efeito Calendário (TD), TC2001.Jul, LS2005.Fev, TC2005.Out e TC2006.Fev
São Paulo	Multiplicativo	(210) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa [8] e Efeito Calendário (TD)
Tocantins	Multiplicativo	(012) (011)	Carnaval, Corpus Christi, TC2003.Mai, LS2005.Fev e LS2010.Fev



## RECEITA NOMINAL DE VENDAS ATIVIDADES

ATIVIDADE	DECOMPOSIÇÃO	MODELO ARIMA	REGRESSÃO (REGARIMA)
Brasil	Multiplicativo	(011) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa [8] e Efeito Calendário (TD)
Hiper., Super, Produtos alimentícios, bebidas e fumo	Multiplicativo	(212) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa [8], Efeito Calendário (TD), LS2002.Out , LS.2012..Jan
Combustíveis	Aditivo	(012) (011)	Camaval, Corpus Christi
Tecidos, vestuário e calçados	Multiplicativo	(212) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa [8], Efeito Calendário (TD), AO2003.Mai e LS2008.Out
Móveis e eletrodomésticos	Multiplicativo	(012) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa [1], Efeito Calendário (TD) e AO2014.Nov
Super e Hipermercados	Multiplicativo	(212) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa [8], Efeito Calendário (TD), LS2002.Out, LS2005.Fev, AO2006.Jan e LS2012.Jan
Automóveis, motocicletas, partes e peças.	Multiplicativo	(212) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa [1], Efeito Calendário (TD) e AO2012.Set
Equip. e Materiais p escritório, inform e comun	Multiplicativo	(210) (011)	Camaval, Corpus Christi, Efeito Calendário (TD), AO2003.Nov, LS2005.Fev, AO2011.Jun e AO2011.Dez
Artigos farmac, méd, ortop e de perfumaria.	Multiplicativo	(011) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa[1] e Efeito Calendário (TD)
Livros, jornais, revistas e papelaria.	Multiplicativo	(012) (011)	Camaval, Corpus Christi e Efeito Calendário (TD)
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	Multiplicativo	(011) (011)	Camaval, Corpus Christi e Páscoa [1]
Material de construção	Multiplicativo	(011) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa [1] e Efeito Calendário (TD)
Varejo ampliado	Multiplicativo	(210) (011)	Camaval, Corpus Christi, Efeito Calendário (TD), LS2008.Out, AO2009.Jun, AO2010.Mar e AO2012.Ago

## RECEITA NOMINAL DE VENDAS UF

UF	DECOMPOSIÇÃO	MODELO ARIMA	REGRESSÃO (REGARIMA)
Acre	Multiplicativo	(210) (011)	Carnaval, Corpus Christi, AO2000.Abr, AO2004.Nov, LS2005.Fev e LS2006.Fev
Alagoas	Multiplicativo	(212) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa [1 ], Efeito Calendário (TD) e AO2012.Fev
Amapá	Multiplicativo	(210) (011)	Carnaval, Corpus Christi e TC2006.Jan
Amazonas	Multiplicativo	(012) (011)	Carnaval, Corpus Christi, LS2004.Mai e LS2005.Fev
Bahia	Multiplicativo	(011) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário (TD), AO2004.Jan e AO2014.Nov
Ceará	Multiplicativo	(011) (011)	Carnaval, Corpus Christi e Efeito Calendário (TD)
Distrito Federal	Multiplicativo	(012) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa [8], Efeito Calendário (TD), TC2001.Jun e AO2005.Jan
Espírito Santo	Multiplicativo	(012) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa [8], Efeito Calendário (TD) e AO2002.Abr
Goiás	Multiplicativo	(012) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa [15], Efeito Calendário (TD) e LS2005.Fev
Maranhão	Multiplicativo	(210) (011)	Carnaval, Corpus Christi e Efeito Calendário (TD)
Minas Gerais	Multiplicativo	(212) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa [8], Efeito Calendário (TD) e AO2003.Fev
Mato Grosso	Multiplicativo	(011) (011)	Efeito Calendário (TD), AO2002.Mai e LS2006.Fev
Mato Grosso do Sul	Multiplicativo	(212) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário (TD) e LS2009.Fev
Pará	Multiplicativo	(212) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa [8], Efeito Calendário (TD), LS2001.Jun e AO2008.Jan
Paraíba	Multiplicativo	(210) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa [15], Efeito Calendário (TD), AO2008.Jan, LS2008.Out e AO2014.Dez
Paraná	Multiplicativo	(212) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa [8], Efeito Calendário (TD), TC2003.Fev, LS2005.Fev e LS2005.Ago
Pernambuco	Multiplicativo	(212) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa [15], Efeito Calendário (TD) e TC2003.Jan
Piauí	Multiplicativo	(012) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Efeito Calendário (TD), TC2003.Jan e LS2005.Fev
Rio Grande do Norte	Multiplicativo	(011) (011)	Carnaval, Corpus Christi e Efeito Calendário (TD)
Rio Grande do Sul	Multiplicativo	(012) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa [8] e Efeito Calendário (TD)
Rio de Janeiro	Multiplicativo	(012) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa [8], Efeito Calendário (TD)
Rondônia	Multiplicativo	(011) (011)	Páscoa [8], Efeito Calendário (TD) e AO2001.Jun
Roraima	Multiplicativo	(011) (011)	TC2000.Abr
Santa Catarina	Multiplicativo	(212) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa [8] e Efeito Calendário (TD)
Sergipe	Multiplicativo	(212) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa [15], Efeito Calendário (TD), LS2001.Jul, LS2005.Fev, TC2005.Out, TC2006.Fev e LS2011.Fev
São Paulo	Multiplicativo	(212) (011)	Carnaval, Corpus Christi, Páscoa [8] e Efeito Calendário (TD)
Tocantins	Multiplicativo	(210) (011)	Carnaval, Corpus Christi, TC2003.Mai, LS2005.Fev e LS2010.Fev

## V – DEFLADORES DA PESQUISA

Os índices de preços aplicados ao sistema de indicadores da PMC (para o deflacionamento) são derivados do IPCA mensal para as atividades PMC de 1 a 11 e do SINAPI somente para a atividade 11, pesquisados e divulgados pelo IBGE. Aos itens PMC associou-se os itens do IPCA que melhor representam o comportamento de preços de cada grupo de produtos e/ou classes da CNAE que compõem uma atividade PMC.

Atividades da PMC	Itens da PMC	Itens do IPCA	Peso nos Itens da PMC	
1-Combustíveis e lubrificantes	4731-8	IPCA (cód. 5104)	1	
	4732-6	IPCA (cód. 5102007)	1	
2-Hipermercados e supermercados	4711-3	IPCA (cód. 11)	1	
		IPCA (cód. 63)	1	
		IPCA (cód. 2104)	1	
		IPCA (cód: IG)	1	
3-Produtos alimentícios, bebidas e fumo	4712-1	IPCA (cód. 11)	1	
	4729-6	IPCA (cód. 11)	0,95864	
		IPCA (cód. 7202)	0,04136	
	4721-1	IPCA (cód. 1111)	0,49745	
		IPCA (cód. 1112)	0,50255	
		IPCA (cód. 1201061)	1	
	4722-9	IPCA (cód. 1107)	0,90457	
		IPCA (cód. 1108)	0,09543	
		4723-7	IPCA (cód. 1114)	1
		4724-5	IPCA (cód. 1103)	0,38303
	IPCA (cód. 1105)		0,10942	
	IPCA (cód. 1106)		0,50755	
4- Tecidos, vestuário e calçados	4755-5	IPCA (cód. 4401)	1	
	4781-4	IPCA (cód. 41)	1	
	4782-2	IPCA (cód. 42)	1	
5- Móveis e eletrodomésticos	4753-9 (móveis)	IPCA (cód. 3101)	0,74168	
		IPCA (cód. 3102)	0,258832	
	4753-9 (eletrodomésticos)	IPCA (cód. 32)	1	
	4756-3 (móveis)	IPCA (cód. 3102)	1	
	4756-3 (eletrodomésticos)	IPCA (cód. 7201010)	1	
	4759-8 (móveis)	IPCA (cód. 3101)	0,74168	
		IPCA (cód. 3102)	0,258832	
	4759-8 (eletrodomésticos)	IPCA (cód. 32)	1	
	4762-8 (móveis)	IPCA (cód. 3102)	1	
	4762-8 (eletrodomésticos)	IPCA (cód. 7201002)	1	
	4789-0 (móveis)	IPCA (cód. 3102)	1	
	4789-0 (eletrodomésticos)	IPCA (cód. 7203)	1	
	4754-7 (móveis)	IPCA (cód. 3101)	0,74168	
		IPCA (cód. 3102)	0,25832	
4754-7 (eletrodomésticos)	IPCA (cód. 32)	1		
6- Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, perfumaria e cosméticos	4771-7	IPCA (cód. 6101)	1	
	4772-5	IPCA (cód. 6301)	1	
	4773-3	IPCA (cód. 6201006)	1	

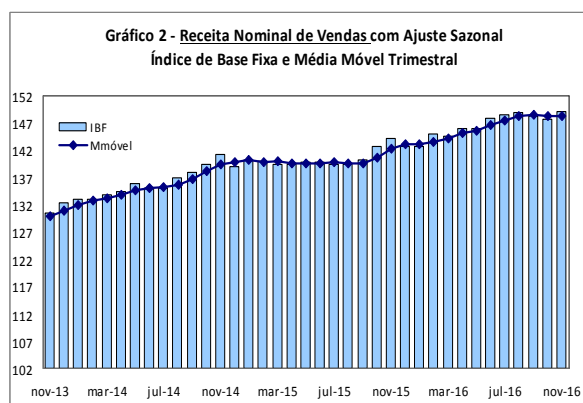
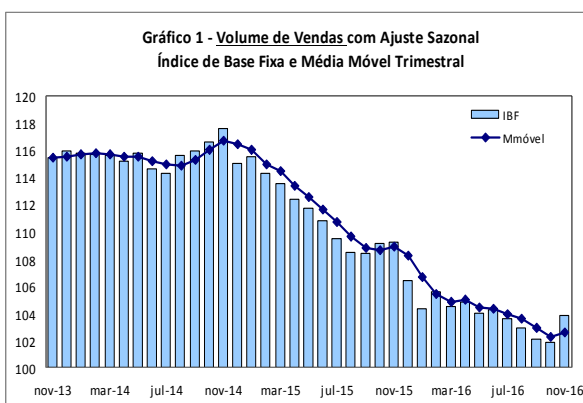
Atividades da PMC	Itens da PMC	Itens do IPCA	Peso nos Itens da PMC
7-Equipamentos e Material para escritório, informática e comunicação	4751-2	IPCA (cód. 3202028 )	1
	4752-1	IPCA (cód. 9101019)	1
	4789-0	IPCA (cód: IG)	1
8-Livros, jornais, revistas e papelaria	4761-0	IPCA (cód: 8102005)	0,18507
		IPCA (cód: 8102001)	0,17893
		IPCA (cód: 8102004)	0,26411
		IPCA (cód: 8103)	0,37189
9-Outros artigos de uso pessoal e doméstico.	4713-0	IPCA (cód: 1104)	0,05542
		IPCA (cód: 1112003)	0,03718
		IPCA (cód: 3102)	0,03703
		IPCA (cód: 3103)	0,02541
		IPCA (cód: 32)	0,20503
		IPCA (cód: 41)	0,30077
		IPCA (cód: 42)	0,13097
		IPCA (cód: 63)	0,2082
	4774-1	IPCA (cód: 6102)	1
	4783-1	IPCA (cód: 4301002)	0,87617
		IPCA (cód: 4301004)	0,12383
	4789-0	IPCA (cód: IG)	1
	4757-1	IPCA (cód: IG)	1
	4763-3	IPCA (cód: 7201019)	0,1848
IPCA (cód: 7201023)		0,8152	
10-Veículos, motocicletas, partes e peças	4511-1	IPCA (cód: 5102001)	1
		IPCA (cód: 5102020)	1
		IPCA (cód: 5102009)	0,62637
		IPCA (cód: 5102010)	0,37363
	4530-7	IPCA (cód: 5102001)	1
		IPCA (cód: 5102020)	1
		IPCA (cód: 5102009)	0,62637
		IPCA (cód: 5102010)	0,37363
	4541-2	IPCA (cód: 5102053)	1
		IPCA (cód: 5102053)	1
		IPCA (cód: 5102009)	0,62637
		IPCA (cód: 5102010)	0,37363
11-Atacado e varejo de material de construção	4771-1	SINAPI (cód: IG)	1
	4772-9	SINAPI (cód: IG)	1
	4773-7	SINAPI (cód: IG)	1
	4674-5	SINAPI (cód: IG)	1
	4679-6	SINAPI (cód: IG)	1
	4741-5	IPCA (cód: 2103009)	0,10367
		IPCA (cód: 2103014)	0,89633
	4742-3	IPCA (cód: 2103008)	1
	4743-1	IPCA (cód: 2103)	1
	4744-0	IPCA (cód: 2103005)	0,0772
		IPCA (cód: 2103032)	0,32223
		IPCA (cód: 2103039)	0,31303
		IPCA (cód: 2103040)	0,19677
		IPCA (cód: 2103041)	0,09077
4789-0	IPCA (cód: 2103)	1	

## **VI - OBSERVAÇÕES**

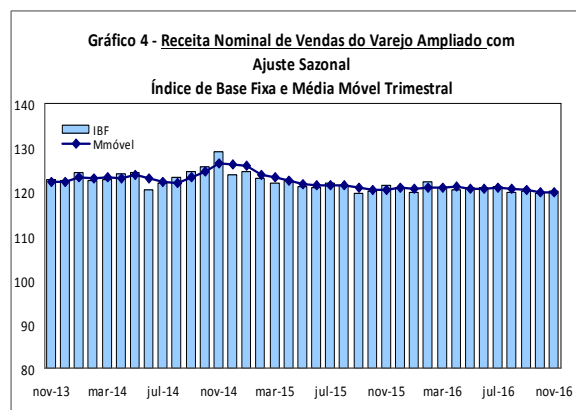
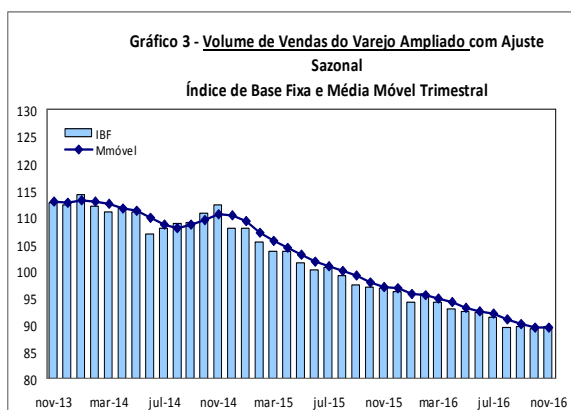
- 1 - Os índices do mês poderão ser alterados na divulgação do mês subsequente, em virtude de retificações nos dados primários por parte dos informantes da pesquisa.

## COMENTÁRIOS

Em novembro de 2016, o volume de vendas do **Comércio Varejista** nacional avançou 2,0% sobre o mês imediatamente anterior, na série livre de influências sazonais, interrompendo sequência de quatro taxas negativas. Nessa mesma comparação, a variação na receita nominal foi de 0,9%. Para o volume de vendas, a variação positiva em novembro, ao compensar parte da perda acumulada de 2,3% entre julho e outubro, contribuiu para interromper a trajetória de queda no indicador de média móvel (0,3%) observada desde maio de 2016. Para esse mesmo indicador, a variação da receita nominal permanece positiva em 0,1% (Gráficos 1 e 2). Na série sem ajuste sazonal, o total do volume de vendas apontou queda de 3,5% em relação a novembro de 2015, vigésima taxa negativa seguida nesse tipo de comparação, porém o recuo menos acentuado desde junho de 2015 (-2,7%). Assim, os resultados permanecem negativos para o volume de vendas no acumulado no ano (-6,4%) e para os últimos 12 meses (-6,5%). A receita nominal, para essas mesmas comparações, mantém-se no campo positivo, com variações de, respectivamente: 5,0%; 4,8% e 4,6% (Tabelas 1 e 2).



Quanto ao **Comércio Varejista Ampliado**, que agrega o varejo e mais as atividades de *Veículos, motos, partes e peças* e de *Material de construção*, as variações sobre o mês imediatamente anterior foram positivas, com taxas de 0,6% para volume de vendas e de 0,3% para a receita nominal (Gráficos 3 e 4). Por outro lado, nas comparações que envolvem o ano anterior, o volume de vendas apresentou resultados negativos, com quedas de 4,5% em relação a novembro de 2015, recuo de 8,8% no acumulado do ano e de 9,1% no acumulado dos últimos 12 meses. A receita nominal, por sua vez, apresentou crescimento sobre novembro de 2015 (1,7%), acumulando nos períodos janeiro-novembro e nos últimos 12 meses variações de -0,6% e -0,8%, respectivamente (Tabelas 1 e 2).



## RESULTADOS SETORIAIS

Na passagem de outubro para novembro de 2016, série ajustada sazonalmente, o acréscimo de 2,0% do volume de vendas da atividade **varejista** teve predomínio de resultados positivos, alcançando cinco das oito atividades que compõem o varejo. Entre essas, o principal destaque veio do avanço de 0,9% em *Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo*, seguido por *Outros artigos de uso pessoal e doméstico* (7,2%), *Móveis e Eletrodomésticos* (2,1%) e *Equipamentos de escritório, informática e comunicação*, com avanço de 4,3%. Os desempenhos positivos destes segmentos em novembro indicam um movimento de antecipações de compras para o Natal, fato que se acentua a cada ano. *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos* (0,6%) também registrou avanço. Por outro lado, entre as atividades com redução no volume de vendas, em relação a outubro de 2016, figuram: *Tecidos, vestuário e calçados*, com recuo de 1,5%, *Livros, jornais, revistas e papelaria* e *Combustíveis e lubrificantes*, ambos com recuo de 0,4%. Considerando o **varejo ampliado**, a variação positiva de novembro (0,6%) teve influência, principalmente, do comportamento do setor de *Material de construção* (7,2%), na medida em que o setor de *Veículos e motos, partes e peças* recuou 0,3% (Tabela 1).

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

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

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

(1) Séries com ajuste sazonal. (2) O indicador do comércio varejista é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 8.

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

Na comparação com igual mês do ano anterior, o setor varejista mostrou queda de 3,5% no volume de vendas em novembro de 2016, com perfil disseminado de resultados negativos entre as atividades que compõem o **comércio varejista**. Entre as atividades, a redução no volume de vendas em *Móveis e eletrodomésticos* (-7,4%) exerceu o principal impacto negativo na formação da taxa geral, seguido por *Combustíveis e lubrificantes* (-8,1%), *Tecidos, vestuário e calçados* (-9,6%) e *Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* (-1,1%). As demais atividades que registraram taxas negativas foram: *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos* (-3,0%), *Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação* (-9,2%), *Livros, jornais, revistas e papelaria* (-11,8%) e *Outros artigos de uso pessoal e doméstico* (-0,4%) (Tabela 3).

A atividade de *Móveis e eletrodomésticos*, com queda de 7,4% em relação a novembro de 2015, registrou a maior influência negativa na taxa geral do comércio varejista. Com isso, ao registrar taxas de -13,0% no acumulado de janeiro a novembro e de -13,7% no acumulado dos últimos 12 meses, o segmento se manteve com desempenho abaixo da média do varejo. Com uma dinâmica de vendas associada à disponibilidade de crédito, os resultados do setor, abaixo da média geral, foram influenciados principalmente pela elevação da taxa de juros nas operações de crédito às pessoas físicas entre novembro de 2016 e novembro de 2015<sup>1</sup>.

*Combustíveis e lubrificantes*, com queda de 8,1% no volume de vendas em relação a novembro de 2015, representou a segunda maior contribuição negativa no resultado total do varejo. Em termos acumulados, as taxas da atividade foram de -9,6% para os onze primeiros meses do ano e de -9,6% nos últimos 12 meses.

O segmento de *Tecidos, vestuário e calçados*, com recuo de 9,6% no volume de vendas sobre novembro de 2015, foi responsável pela terceira contribuição negativa à taxa global. Em termos de desempenho acumulado, os resultados foram de -11,2% no período janeiro-novembro e de -11,0% no acumulado dos últimos 12 meses. Mesmo com os preços de vestuário se posicionando abaixo do índice geral de inflação<sup>2</sup>, a atividade apresenta desempenho acumulado inferior à média geral do comércio varejista.

Com 1,1% de recuo sobre novembro de 2015, a atividade de *Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* exerceu a quarta maior influência negativa na redução do volume de vendas do varejo este mês (Tabela 3). Os índices acumulado no ano e nos últimos doze meses ficaram em -3,1%, resultados que posicionam o setor em um patamar acima da média geral do varejo.

O segmento de *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos*, com -3,0% de variação no volume de vendas na relação novembro 2016/novembro 2015, foi a quinta maior contribuição negativa. No indicador acumulado no ano, a variação foi de -1,7% e nos últimos 12 meses, de -1,2%. A atividade continua se destacando em termos de desempenho acumulado, o que deve ser atribuído, especialmente, ao caráter de uso essencial de seus produtos.

---

<sup>1</sup> Segundo BACEN, a taxa de juros do crédito às pessoas físicas passam de 38,7% a.a em nov /2015 para 42,7% a.a em nov /2016.

<sup>2</sup> Segundo IBGE/DPE/COINP, no IPCA, o preços do grupamento de vestuário alcançou em 12 meses, até novembro, variação média de 4,4%, inferior portanto, a taxa do índice geral, de 7,0%.



*Equipamentos e material de escritório, informática e comunicação*, com redução no volume de vendas de 9,2% em relação a novembro de 2015, registra a décima sétima taxa negativa seguida. Essa sequência de resultados negativos reflete não só o quadro de redução de renda real e elevação dos juros, como também, especialmente para informática, um processo de migração dos computadores de mesa para equipamentos de maior portabilidade e custos mais baixos, tais como tablets e smartphones. No acumulado até novembro a taxa ficou em -13,6%, enquanto nos últimos 12 meses a variação foi de -13,9%.

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

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

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

(1) Séries com ajuste sazonal. (2) O indicador do comércio varejista é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 8.

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

A atividade de *Livros, jornais, revistas e papelaria* apresentou queda de 11,8% no volume de vendas sobre novembro de 2015. As taxas acumuladas ficaram em -16,5% nos onze meses do ano e em -16,4% nos últimos 12 meses. A trajetória declinante desta atividade vem sendo influenciada, em especial no que tange a jornais e revistas, por certa substituição dos produtos impressos pelos de meio eletrônico.

*Outros artigos de uso pessoal e doméstico*, com variação de -0,4%, registrou o décima sexta taxa negativa consecutiva, porém com recuo menos acentuado da sequência. Nos indicadores acumulados, a taxa para os primeiros onze meses do ano foi de -10,2% e para os últimos 12 meses, de -9,9%.

TABELA 3  
BRASIL - COMPOSIÇÃO DA TAXA MENSAL DO COMÉRCIO VAREJISTA, POR ATIVIDADES: PMC - Novembro 2016  
(Indicadores de volume de vendas)

Atividades	COMÉRCIO VAREJISTA		COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO	
	Taxa de variação (%)	Composição absoluta da taxa (p.p.)	Taxa de variação (%)	Composição absoluta da taxa (p.p.)
Taxa Global	-3,5	-3,5	-4,5	-4,5
1 - Combustíveis e lubrificantes	-8,1	-0,8	-8,1	-0,5
2 - Hiper, supermercados, prods. alimentícios, bebidas e fumo	-1,1	-0,5	-1,1	-0,4
3 - Tecidos, vest. e calçados	-9,6	-0,7	-9,6	-0,5
4 - Móveis e eletrodomésticos	-7,4	-0,9	-7,4	-0,6
5 - Artigos farmacêuticos, med., ortop. e de perfumaria	-3,0	-0,2	-3,0	-0,2
6 - Livros, jornais, rev. e papelaria	-11,8	-0,1	-11,8	-0,1
7 - Equip. e mat. para escritório informática e comunicação	-9,2	-0,2	-9,2	-0,1
8 - Outros arts. de uso pessoal e doméstico	-0,4	0,0	-0,4	0,0
9 - Veículos e motos, partes e peças	-	-	-7,6	-1,8
10- Material de construção	-	-	-4,3	-0,4

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

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

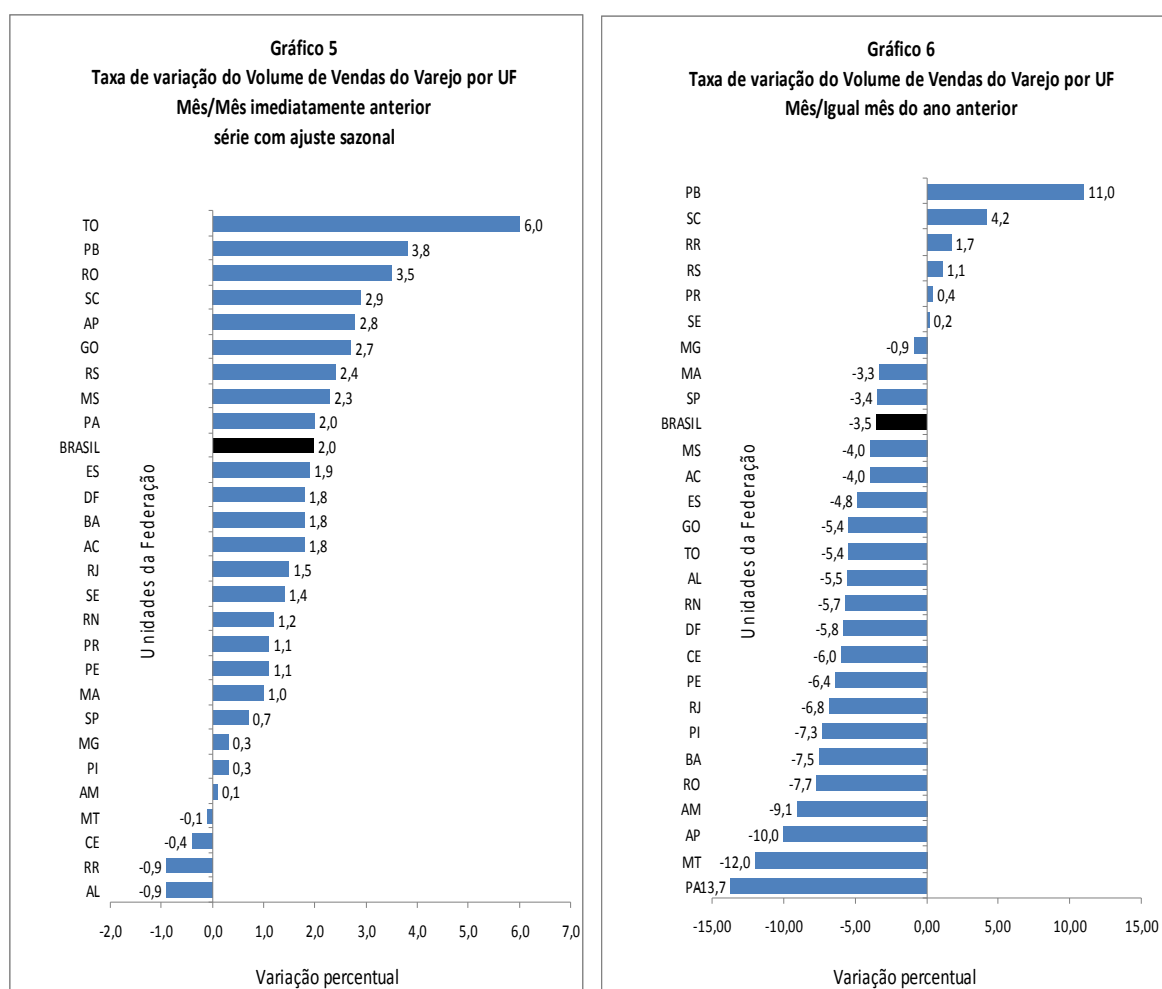
O **Comércio varejista ampliado**, que agrega o varejo e mais as atividades de *Veículos, motos, partes e peças* e de *Material de construção*, registrou avanço de 0,6% em relação ao mês imediatamente anterior, na série com ajuste sazonal para o volume de vendas, enquanto para a receita nominal a taxa ficou em 0,3%. O acréscimo no patamar do volume de vendas na passagem de outubro para novembro reflete o comportamento das vendas do segmento de *Material de construção* com crescimento de 7,2% enquanto *Veículos, motos, partes e peças* apresentou variação negativa de -0,3% na mesma comparação.

Na comparação com igual mês do ano anterior (sem ajuste sazonal), as variações para o total do varejo ampliado, foram de -4,5% para o volume de vendas e de 1,7% para a receita nominal. No volume de vendas, as taxas acumuladas foram de -8,8% no ano e de -9,1% nos últimos 12 meses, com a receita nominal registrando variações de -0,6% e -0,8%, respectivamente.

## RESULTADOS REGIONAIS

Na passagem de outubro para novembro de 2016, série com ajuste sazonal de volume, as vendas no varejo foram positivas para 23 das 27 Unidades da Federação, com as maiores taxas de variação sendo observadas em Tocantins (6%) e Paraíba (3,8%), como mostra o Gráfico 5. Por outro lado, Alagoas e Roraima, ambos com taxas de -0,9%, formaram os estados com recuos mais acentuados nessa comparação.

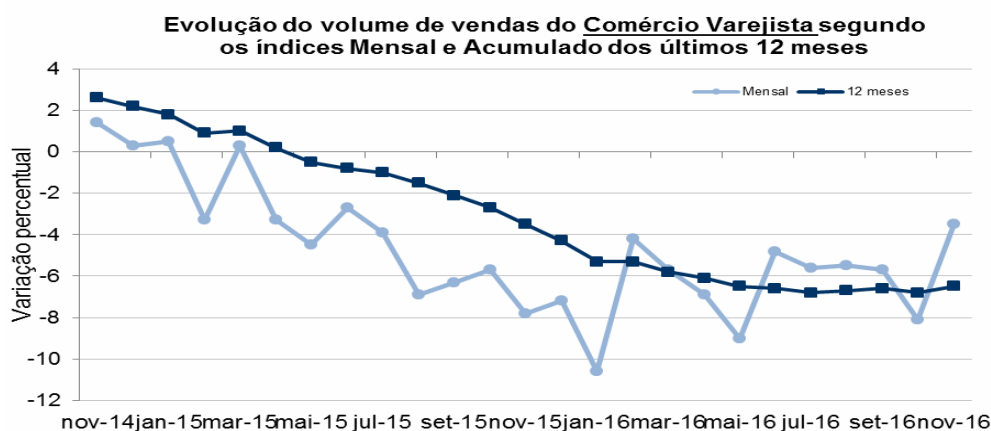
Frente a novembro de 2015, série sem ajuste sazonal, o **comércio varejista** registrou queda em 21 dos 27 estados para o volume de vendas, com destaque em termos de magnitude para: Pará, com -13,7%. O Estado da Paraíba, com variação de 11% apresentou o maior aumento do volume das vendas em novembro (Gráfico 6). Quanto à participação na composição da taxa negativa do varejo, destacaram-se, pela ordem: São Paulo (-3,4%); Rio de Janeiro (-6,8%) e Bahia (-7,5%).



No **comércio varejista ampliado**, 23 Unidades da Federação apresentaram variações negativas na comparação com novembro do ano passado. Em termos de volume de vendas, destacaram-se Pará com -14,2% e Paraíba com 3,2%. Vale observar que os estados com maior impacto negativo foram São Paulo, com taxa de -5,1% e Rio de Janeiro (-7,4%).

Em síntese, o desempenho do volume de vendas do setor varejista, com avanço 2,0% na passagem de outubro para novembro na série livre de influências sazonais, compensa em grande parte a perda de 3,2% acumulada entre julho e outubro. Com isso o varejo interrompe a trajetória de queda observada desde maio de 2016 pelo indicador de média móvel trimestral (0,3%). O resultado positivo do varejo na margem foi acompanhado pela maioria das atividades investigadas, mas concentrado, principalmente, no desempenho das vendas de *Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* (0,9%), combinado à performance dos setores de *Outros artigos de uso pessoal e doméstico* (7,2%), *Móveis e Eletrodomésticos* (2,1%), seguido pelo setor de *Equipamentos de escritório, informática e comunicação*, com avanço de 4,3%, influenciadas pelas promoções pela internet, antecipando em novembro as vendas de final de ano. Vale destacar que embora o patamar de novembro de 2016 mostre recuperação em relação aos quatro meses anteriores, como esse resultado o total do varejo encontra-se 11,7% abaixo do nível recorde alcançado em novembro de 2014.

No confronto com novembro de 2015, a queda de 3,5% no varejo registrou recuo pelo vigésimo mês seguido, porém a queda menos acentuada desde março de 2003 (-2,7%). Dessa forma, o indicador acumulado nos últimos doze meses, com recuo de 6,5% em novembro de 2016, mantém o varejo em trajetória negativa iniciada em maio de 2015 (-0,5%), conforme gráfico abaixo.



PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Nov/2016

Unidade da Federação	Índice de volume (1)	Variação				
		Mensal (2)			Acumulada (3)	
		set/16	out/16	nov/16	no ano	12 Meses
Brasil	106,4	-5,7	-8,1	-3,5	-6,4	-6,5
Rondônia	108,6	-15,3	-15,5	-7,7	-12,2	-12,4
Acre	116,7	-10,7	-7,9	-4,0	-9,4	-9,6
Amazonas	91,8	-11,9	-12,0	-9,1	-11,4	-11,3
Roraima	161,8	9,1	5,2	1,7	1,2	0,7
Pará	95,5	-15,7	-18,7	-13,7	-13,1	-12,6
Amapá	96,2	-16,1	-16,8	-10,0	-18,9	-19,4
Tocantins	123,7	-9,9	-11,2	-5,4	-9,2	-9,1
Maranhão	112,7	-7,5	-8,7	-3,3	-7,3	-7,8
Piauí	98,8	-9,1	-13,9	-7,3	-8,8	-8,8
Ceará	108,2	-7,0	-9,4	-6,0	-6,9	-6,9
Rio G. do Norte	108,9	-8,6	-10,4	-5,7	-9,4	-9,3
Paraíba	126,9	-0,8	0,8	11,0	-1,9	-2,9
Pernambuco	106,2	-8,3	-9,3	-6,4	-10,2	-10,3
Alagoas	106,6	-2,2	-4,8	-5,5	-6,6	-7,0
Sergipe	102,1	-6,1	-7,1	0,2	-10,5	-10,5
Bahia	99,0	-12,0	-13,7	-7,5	-12,5	-12,6
Minas Gerais	108,3	-0,2	-5,8	-0,9	-1,5	-1,5
Espirito Santo	94,3	-12,6	-12,0	-4,8	-10,9	-10,8
Rio de Janeiro	102,6	-7,1	-10,5	-6,8	-8,1	-7,8
São Paulo	109,2	-5,1	-6,4	-3,4	-4,8	-5,0
Paraná	110,5	-4,5	-7,1	0,4	-5,8	-6,1
Santa Catarina	107,5	-0,9	-6,0	4,2	-5,8	-6,4
Rio Grande do Sul	106,7	-3,7	-6,6	1,1	-4,9	-5,2
Mato Grosso do Sul	126,0	-7,9	-11,1	-4,0	-6,9	-6,6
Mato Grosso	91,9	-12,3	-14,3	-12,0	-9,3	-9,3
Goiás	98,3	-7,7	-10,5	-5,4	-9,6	-9,8
Distrito Federal	94,5	-9,6	-10,2	-5,8	-10,4	-10,1

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

(1) Base: 2011 = 100

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

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

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

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Nov/2016

Unidade da Federação	Comércio Varejista			Combustíveis e lubrificantes			Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo						Tecidos, vestuário e calçados		
	Mensal (1)	Acumulada (2)		Mensal (1)	Acumulada (2)		Total			Hipermercados e Supermercados			Mensal (1)	Acumulada (2)	
		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses	Mensal (1)	Acumulada (2)		Mensal (1)	Acumulada (2)			no ano	12 Meses
Brasil	-3,5	-6,4	-6,5	-8,1	-9,6	-9,6	-1,1	-3,1	-3,1	-1,1	-3,0	-3,1	-9,6	-11,2	-11,0
Ceará	-6,0	-6,9	-6,9	-6,8	-5,0	-5,4	-1,6	-3,3	-3,3	-0,8	-2,6	-2,7	-4,0	-3,2	-2,6
Pernambuco	-6,4	-10,2	-10,3	-1,5	-6,0	-6,8	-7,7	-9,4	-9,4	-7,9	-10,8	-10,8	-9,7	-13,8	-14,5
Bahia	-7,5	-12,5	-12,6	-7,0	-16,6	-17,0	-4,1	-8,7	-8,5	0,0	-4,7	-4,8	-12,4	-13,7	-14,7
Minas Gerais	-0,9	-1,5	-1,5	-6,0	-2,9	-3,1	1,1	-0,6	-0,4	2,1	0,2	0,3	-15,0	-14,7	-13,8
Espirito Santo	-4,8	-10,9	-10,8	-22,1	-15,8	-15,7	3,9	-3,9	-3,7	3,8	-3,8	-3,6	-20,5	-13,1	-12,3
Rio de Janeiro	-6,8	-8,1	-7,8	-14,8	-10,0	-9,7	-3,0	-5,0	-4,8	-2,0	-5,4	-5,3	-17,4	-16,3	-15,0
São Paulo	-3,4	-4,8	-5,0	-10,1	-11,0	-10,9	-1,9	-0,4	-0,5	-2,6	-0,5	-0,5	-8,6	-12,8	-12,6
Paraná	0,4	-5,8	-6,1	-3,1	-10,0	-10,2	3,6	-2,0	-2,6	4,0	-1,6	-2,1	-1,4	-7,7	-7,9
Santa Catarina	4,2	-5,8	-6,4	-0,6	-6,4	-6,8	4,5	-8,0	-8,9	4,5	-8,4	-9,2	-0,8	-0,8	-1,3
Rio Grande do Sul	1,1	-4,9	-5,2	0,7	-11,1	-11,6	1,1	-3,6	-3,8	1,2	-3,6	-3,8	-7,2	-9,0	-8,6
Goiás	-5,4	-9,6	-9,8	-10,5	-8,7	-8,0	-0,9	-6,5	-6,6	-1,6	-7,0	-7,0	-6,9	-10,0	-9,7
Distrito Federal	-5,8	-10,4	-10,1	-0,5	-5,0	-4,6	-8,6	-15,1	-14,6	-8,6	-15,7	-15,3	-2,8	-6,5	-6,7

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

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

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

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

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Nov/2016

Unidade da Federação	Móveis e Eletrodomésticos									Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos			Livros, jornais, revistas e papelaria		
	Total			Móveis			Eletrodomésticos			Mensal (1)	Acumulada (2)		Mensal (1)	Acumulada (2)	
	Mensal (1)	Acumulada (2)		Mensal (1)	Acumulada (2)		Mensal (1)	Acumulada (2)			no ano	12 Meses		no ano	12 Meses
		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses	no ano			12 Meses		
Brasil	-7,4	-13,0	-13,7	-7,5	-12,5	-13,7	-7,3	-13,2	-13,7	-3,0	-1,7	-1,2	-11,8	-16,5	-16,4
Ceará	-17,1	-17,8	-18,2	1,5	-2,2	-4,2	-30,4	-28,1	-27,5	-6,1	-5,1	-4,4	-14,3	-22,1	-19,0
Pernambuco	-26,4	-29,2	-29,5	-38,6	-28,7	-27,9	-19,9	-29,4	-30,4	-6,1	-0,8	0,1	-16,6	-9,4	-9,5
Bahia	-15,1	-17,5	-17,3	-13,7	-14,2	-15,1	-15,7	-19,0	-18,3	-10,8	-8,8	-8,2	-12,9	-1,4	2,5
Minas Gerais	-6,9	-8,2	-9,9	-3,9	-12,8	-13,6	-7,6	-7,2	-9,2	0,9	4,6	4,5	-6,7	-12,2	-11,8
Espirito Santo	-12,9	-23,7	-23,6	-4,1	-36,0	-36,5	-17,4	-15,3	-14,6	0,4	1,3	1,4	-7,8	-12,6	-13,4
Rio de Janeiro	-15,0	-16,4	-16,3	-14,4	-19,7	-19,9	-15,1	-15,4	-15,2	-4,2	-0,5	0,0	-10,9	-18,3	-18,7
São Paulo	-4,9	-9,4	-10,3	-9,2	-11,3	-12,4	-3,5	-8,7	-9,4	0,8	-1,8	-1,6	-12,4	-19,1	-19,8
Paraná	-5,2	-12,6	-13,1	-4,0	-8,2	-10,6	-5,9	-15,1	-14,6	-2,2	-1,0	0,2	-5,3	-19,4	-18,5
Santa Catarina	4,1	-8,7	-8,7	-13,0	4,7	2,2	10,0	-13,1	-12,4	0,3	1,6	2,0	-17,3	-17,2	-15,9
Rio Grande do Sul	7,7	-6,1	-7,5	25,2	11,2	7,9	-1,1	-14,8	-15,2	-1,1	1,6	1,9	-10,3	-12,4	-11,8
Goiás	-8,8	-16,7	-18,2	-3,5	-9,1	-11,0	-10,3	-19,2	-20,5	-4,7	-4,2	-3,8	-7,3	-10,5	-11,1
Distrito Federal	-5,8	-10,6	-10,8	-9,1	-24,7	-25,6	-4,8	-5,4	-5,3	-9,3	-8,6	-7,9	-15,0	-21,1	-20,7

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

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

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

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

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Nov/2016

Unidade da Federação	Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação			Outros artigos de uso pessoal e doméstico		
	Mensal (2)	Acumulada (3)		Mensal (2)	Acumulada (3)	
		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses
Brasil	-9,2	-13,6	-13,9	-0,4	-10,2	-9,9
Ceará	-5,5	-11,4	-13,2	-8,4	-12,0	-11,1
Pernambuco	-23,6	-20,1	-22,2	11,3	-2,0	-0,9
Bahia	-2,7	-15,8	-16,8	-0,8	-13,5	-13,9
Minas Gerais	7,7	9,5	8,2	10,2	10,1	11,4
Espírito Santo	-34,1	-19,2	-19,0	6,8	-23,9	-23,5
Rio de Janeiro	0,5	0,0	0,2	-5,9	-12,6	-11,8
São Paulo	-7,6	-14,4	-14,6	-5,3	-16,1	-15,7
Paraná	-6,9	-18,5	-19,6	-1,8	-13,6	-13,8
Santa Catarina	9,1	-16,9	-19,0	14,1	6,0	5,6
Rio Grande do Sul	-26,3	-23,0	-22,3	3,7	-6,7	-6,7
Goiás	-46,3	-40,9	-40,1	2,5	-4,7	-3,1
Distrito Federal	-0,7	-4,8	-13,6	-4,2	-6,1	-5,4

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

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

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

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



PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Nov/2016

Unidade da Federação	Comércio varejista												
	nov/15	dez/15	jan/16	fev/16	mar/16	abr/16	mai/16	jun/16	jul/16	ago/16	set/16	out/16	nov/16
Brasil	110,3	139,7	103,1	97,3	104,5	99,2	100,7	99,1	100,8	100,7	97,1	102,4	106,4
Rondônia	117,6	154,9	105,7	100,8	102,9	97,1	103,4	100,1	105,6	100,7	92,1	98,3	108,6
Acre	121,5	163,4	119,6	110,1	116,3	114,7	117,8	111,7	118,9	112,0	105,6	113,4	116,7
Amazonas	101,0	125,8	89,7	82,0	86,4	82,1	85,2	82,9	91,1	93,0	84,8	90,7	91,8
Roraima	159,1	190,0	146,6	136,9	148,3	144,9	143,3	144,7	156,7	163,3	160,9	163,9	161,8
Pará	110,7	147,8	101,1	93,4	99,9	97,0	95,5	91,4	94,5	92,1	85,8	92,6	95,5
Amapá	106,9	133,8	101,8	93,7	93,4	89,1	94,1	91,6	92,9	90,4	89,3	92,2	96,2
Tocantins	130,7	146,5	108,9	104,9	113,5	108,5	109,9	106,0	113,0	112,7	103,7	106,7	123,7
Maranhão	116,5	148,3	109,1	101,8	110,2	108,0	109,5	106,6	109,1	109,3	102,3	108,6	112,7
Piauí	106,6	133,8	104,1	93,3	99,8	97,8	98,4	94,4	98,2	96,0	93,3	93,9	98,8
Ceará	115,1	143,8	109,1	99,2	107,9	104,5	104,6	101,6	107,2	104,3	99,5	104,5	108,2
Rio G. do Norte	115,5	141,5	107,4	98,1	105,8	102,0	103,6	99,5	104,7	102,3	99,2	102,9	108,9
Paraíba	114,3	135,9	107,1	96,4	104,4	101,1	104,0	103,1	104,8	106,1	100,8	108,9	126,9
Pernambuco	113,5	144,8	105,8	93,2	99,7	93,8	95,2	96,0	96,6	95,9	91,8	98,6	106,2
Alagoas	112,8	147,8	107,7	97,2	104,2	99,5	99,8	96,6	98,9	99,6	96,7	104,1	106,6
Sergipe	101,9	126,2	103,6	92,8	99,5	95,4	94,5	91,9	91,1	92,9	90,4	96,6	102,1
Bahia	107,0	131,8	97,9	90,5	97,5	90,5	91,3	91,7	90,8	91,9	89,0	92,5	99,0
Minas Gerais	109,3	137,4	105,0	99,3	106,7	101,3	102,7	101,7	105,1	105,2	103,7	106,5	108,3
Espirito Santo	99,1	129,8	99,7	92,6	95,0	91,1	88,0	87,2	88,7	87,7	83,0	89,4	94,3
Rio de Janeiro	110,1	144,2	98,8	95,0	102,3	93,2	96,2	97,0	94,3	98,3	95,1	98,9	102,6
São Paulo	113,1	141,2	103,5	99,6	107,3	102,4	103,9	101,8	103,4	103,9	99,0	105,6	109,2
Paraná	110,1	143,3	110,8	102,7	109,1	106,1	107,4	105,1	107,3	105,6	103,4	107,7	110,5
Santa Catarina	103,2	136,6	105,8	97,2	100,2	94,5	97,0	95,2	96,9	94,5	94,8	99,6	107,5
Rio Grande do Sul	105,5	138,0	100,5	95,9	105,2	100,3	101,5	100,3	101,4	99,4	96,3	102,7	106,7
Mato Grosso do Sul	131,2	168,0	123,5	114,9	123,6	119,5	124,4	117,9	122,1	118,9	115,0	120,7	126,0
Mato Grosso	104,4	128,0	95,8	91,4	96,3	95,0	94,7	95,6	100,3	97,0	90,1	92,1	91,9
Goiás	103,9	124,6	96,2	87,3	95,4	91,2	90,9	88,0	92,1	89,9	89,0	93,6	98,3
Distrito Federal	100,3	118,2	90,7	85,7	94,2	86,8	88,2	86,9	89,6	88,4	85,3	90,9	94,5

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

(1) Base: 2011 = 100

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Nov/2016

Unidade da Federação	Índice de receita(1)	Variação				
		Mensal (2)			Acumulada (3)	
		set/16	out/16	nov/16	no ano	12 Meses
Brasil	152,0	5,9	1,9	5,0	4,8	4,6
Rondônia	144,0	-7,7	-8,8	-3,0	-5,0	-5,2
Acre	162,0	-0,6	1,7	3,4	0,2	-0,2
Amazonas	129,3	-0,6	-1,7	-0,3	-1,0	-1,1
Roraima	235,0	25,6	18,9	11,3	14,6	13,9
Pará	139,1	-2,9	-7,3	-4,1	-1,4	-1,2
Amapá	132,7	-6,2	-7,7	-1,5	-10,4	-11,0
Tocantins	169,5	0,8	-1,5	2,9	0,8	0,6
Maranhão	165,2	5,1	2,5	6,6	5,1	4,3
Piauí	145,4	3,2	-2,5	3,0	2,9	2,7
Ceará	157,4	6,0	2,3	4,0	5,1	5,0
Rio G. do Norte	157,9	5,4	1,3	4,2	2,9	2,7
Paraíba	173,5	8,9	9,7	19,7	8,5	7,3
Pernambuco	151,4	1,8	0,1	2,8	0,8	0,5
Alagoas	152,8	9,0	5,2	4,3	5,0	4,5
Sergipe	149,0	4,1	2,5	10,0	0,1	0,1
Bahia	139,1	-2,8	-4,4	0,0	-2,7	-2,9
Minas Gerais	153,2	12,2	4,4	8,2	9,7	9,5
Espírito Santo	135,6	-0,7	-1,4	4,9	-0,5	-0,7
Rio de Janeiro	150,2	4,4	-0,1	2,0	2,7	2,8
São Paulo	154,8	7,0	3,8	4,9	6,6	6,3
Paraná	159,2	7,4	2,5	8,1	6,1	5,8
Santa Catarina	153,4	11,0	3,2	11,6	5,5	5,0
Rio Grande do Sul	156,8	8,1	4,2	10,9	7,6	7,1
Mato Grosso do Sul	177,0	2,5	-1,9	3,2	3,1	3,4
Mato Grosso	127,2	-1,5	-4,8	-5,1	1,7	1,5
Goiás	136,0	4,2	0,2	2,8	1,0	0,7
Distrito Federal	127,8	-2,8	-4,8	-2,2	-2,4	-1,9

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

(1) Base: 2011 = 100

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

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

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

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Nov/2016

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

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

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

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

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

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Nov/2016

Unidade da Federação	Móveis e Eletrodomésticos									Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos			Livros, jornais, revistas e papelaria		
	Total			Móveis			Eletrodomésticos			Mensal (1)	Acumulada (2)		Mensal (1)	Acumulada (2)	
	Mensal (1)	Acumulada (2)		Mensal (1)	Acumulada (2)		Mensal (1)	Acumulada (2)			Mensal (1)	Acumulada (2)			
		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses	no ano		12 Meses	no ano	12 Meses	
Brasil	-2,8	-7,6	-8,7	-7,2	-10,1	-11,0	-0,7	-6,4	-7,5	9,0	9,3	9,5	-2,8	-7,5	-7,5
Ceará	-13,3	-12,5	-13,0	2,8	-0,5	-2,2	-25,3	-20,9	-20,5	7,6	8,2	8,5	-2,9	-12,4	-9,4
Pernambuco	-19,7	-22,0	-22,6	-36,6	-26,0	-25,0	-9,6	-19,4	-21,0	6,4	10,2	10,6	-7,6	0,8	0,6
Bahia	-10,8	-13,3	-13,3	-12,2	-13,2	-14,0	-10,2	-13,3	-13,0	2,4	2,3	2,7	-6,7	6,5	10,5
Minas Gerais	-0,8	-2,9	-5,0	0,3	-6,9	-7,7	-1,0	-1,9	-4,4	12,2	14,0	13,7	4,0	-3,0	-2,9
Espirito Santo	-7,5	-21,1	-21,4	-2,3	-34,6	-35,1	-10,9	-9,7	-9,7	12,0	11,1	11,0	1,8	-2,7	-4,1
Rio de Janeiro	-9,4	-11,9	-12,3	-12,9	-18,0	-18,1	-8,3	-9,6	-10,1	5,6	9,9	10,4	-1,8	-9,0	-9,8
São Paulo	-0,1	-3,8	-5,0	-11,1	-9,7	-10,3	4,2	-1,1	-2,6	14,4	10,1	10,0	-2,9	-10,3	-11,1
Paraná	-3,0	-7,7	-8,3	-6,4	-6,4	-8,1	-0,8	-8,6	-8,4	7,1	8,4	9,4	4,1	-7,6	-6,8
Santa Catarina	6,7	-2,9	-3,0	-15,2	6,6	5,0	15,7	-6,6	-6,1	10,4	10,7	11,0	-8,7	-5,3	-4,0
Rio Grande do Sul	14,0	1,6	-0,1	27,8	16,5	13,7	5,7	-7,3	-8,3	12,1	12,9	12,8	-1,1	-4,8	-4,4
Goiás	-6,0	-11,0	-12,6	-4,1	-7,0	-8,8	-6,5	-12,4	-14,0	7,0	5,9	6,0	2,3	1,4	0,7
Distrito Federal	-4,7	-9,0	-9,5	-8,3	-23,4	-24,2	-3,0	-1,8	-2,3	2,0	1,0	1,4	-7,7	-13,4	-13,2

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: Nov/2016

Unidade da Federação	Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação			Outros artigos de uso pessoal e doméstico		
	Mensal (2)	Acumulada (3)		Mensal (2)	Acumulada (3)	
		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses
Brasil	-4,3	-5,4	-6,5	6,7	-2,2	-2,0
Ceará	0,6	-1,2	-4,2	-2,3	-3,7	-2,8
Pernambuco	-12,0	-6,2	-9,1	21,7	8,1	9,0
Bahia	11,5	-6,0	-7,8	6,3	-6,2	-6,8
Minas Gerais	26,6	23,8	21,4	18,3	17,9	19,2
Espirito Santo	-27,7	-11,6	-12,1	13,8	-17,6	-17,3
Rio de Janeiro	0,7	2,4	2,1	0,9	-4,8	-4,0
São Paulo	-5,3	-8,0	-8,9	1,5	-8,4	-8,2
Paraná	-3,8	-4,9	-6,9	3,8	-5,6	-5,9
Santa Catarina	18,8	-5,7	-9,0	20,9	15,8	15,5
Rio Grande do Sul	-19,2	-11,3	-11,7	12,4	2,1	1,8
Goiás	-35,9	-27,4	-27,3	9,2	3,1	4,5
Distrito Federal	2,5	-1,6	-11,5	0,7	0,5	1,3

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

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

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

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

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Nov/2016

Unidade da Federação	Comércio varejista												
	nov/15	dez/15	jan/16	fev/16	mar/16	abr/16	mai/16	jun/16	jul/16	ago/16	set/16	out/16	nov/16
Brasil	144,7	185,5	140,5	134,2	145,6	139,9	142,5	141,2	145,0	145,7	140,1	147,4	152,0
Rondônia	148,4	194,4	133,9	129,5	133,4	127,0	135,6	132,2	140,0	134,2	123,1	131,4	144,0
Acre	156,6	210,3	157,9	147,6	157,7	157,1	161,9	154,3	165,4	156,2	148,1	158,8	162,0
Amazonas	129,7	163,3	119,0	110,5	118,1	113,4	117,8	115,7	128,3	130,9	120,0	128,7	129,3
Roraima	211,1	253,3	201,2	190,3	208,2	205,1	204,6	209,0	228,4	240,8	237,2	241,6	235,0
Pará	145,0	195,6	138,0	129,2	140,1	137,9	137,1	131,8	137,4	134,5	126,0	136,3	139,1
Amapá	134,7	170,4	131,1	122,7	124,5	120,1	127,5	124,6	127,3	124,3	123,1	127,0	132,7
Tocantins	164,8	185,8	139,9	137,4	150,4	145,7	147,2	143,5	154,6	154,6	142,7	147,5	169,5
Maranhão	155,0	199,4	151,8	144,0	156,9	154,7	158,1	154,5	159,1	160,9	150,5	160,3	165,2
Piauí	141,2	179,2	142,8	130,7	141,2	139,5	141,6	136,6	143,1	140,8	137,2	139,0	145,4
Ceará	151,3	191,2	149,6	138,7	151,4	148,3	149,2	146,0	155,2	151,9	145,9	153,5	157,4
Rio G. do Norte	151,6	188,6	147,6	137,0	148,9	145,5	147,9	143,1	152,1	149,0	146,0	151,2	157,9
Paraíba	144,9	175,8	141,1	129,0	139,8	136,7	141,1	141,0	144,4	145,6	138,9	149,9	173,5
Pernambuco	147,3	191,6	143,6	128,8	137,7	131,3	133,8	136,1	137,9	136,4	130,7	140,4	151,4
Alagoas	146,5	195,6	146,0	134,5	144,4	139,4	140,3	137,2	141,8	141,8	138,3	148,5	152,8
Sergipe	135,4	169,9	142,8	130,5	140,2	136,3	135,7	132,3	132,2	134,1	130,8	140,0	149,0
Bahia	139,1	172,6	131,2	124,6	133,9	126,1	128,2	127,6	129,0	130,4	125,5	131,8	139,1
Minas Gerais	141,6	180,4	140,3	134,6	146,7	141,1	143,5	142,8	149,7	150,1	147,4	151,2	153,2
Espirito Santo	129,3	172,4	136,0	127,8	132,4	129,0	125,1	125,1	129,0	127,9	121,4	130,1	135,6
Rio de Janeiro	147,2	194,7	138,3	134,3	145,6	135,3	140,3	142,8	139,5	146,4	141,1	146,2	150,2
São Paulo	147,5	186,5	140,2	136,1	148,6	143,4	146,3	144,5	148,5	150,4	142,5	151,4	154,8
Paraná	147,3	194,8	153,7	143,9	155,3	151,7	153,2	150,6	155,8	153,7	150,8	156,2	159,2
Santa Catarina	137,4	184,7	146,3	135,5	141,8	134,5	137,7	135,2	139,4	136,8	137,5	143,8	153,4
Rio Grande do Sul	141,4	185,4	139,2	135,1	149,8	145,1	147,8	146,0	149,1	146,6	142,0	151,4	156,8
Mato Grosso do Sul	171,5	221,4	165,5	156,4	170,0	165,1	171,9	164,5	171,5	167,9	162,4	171,3	177,0
Mato Grosso	134,0	165,4	126,7	124,1	132,2	131,4	130,1	132,5	139,6	136,0	125,8	129,3	127,2
Goiás	132,3	161,5	127,3	116,8	129,2	124,5	124,3	121,6	128,0	125,8	124,8	131,8	136,0
Distrito Federal	130,7	155,7	122,8	116,9	129,4	119,9	121,0	118,6	122,8	121,1	116,5	123,7	127,8

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

(1) Base: 2011 = 100

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Nov/2016

Unidade da Federação	Índice de volume (2)	Variação				
		Mensal (3)			Acumulada (4)	
		set/16	out/16	nov/16	no ano	12 Meses
Brasil	94,5	-8,5	-10,0	-4,5	-8,8	-9,1
Rondônia	104,2	-3,4	-0,7	2,1	-4,3	-5,3
Acre	97,4	-16,1	-10,5	-8,5	-12,0	-13,0
Amazonas	88,0	-13,5	-10,9	-7,4	-12,5	-12,7
Roraima	133,7	3,6	8,2	2,9	0,2	-0,8
Pará	92,9	-17,9	-16,5	-14,2	-14,2	-13,9
Amapá	84,1	-14,3	-12,6	-6,7	-16,8	-17,3
Tocantins	96,0	-16,8	-14,8	-11,4	-14,3	-14,6
Maranhão	94,9	-8,7	-12,5	-5,3	-12,6	-13,1
Piauí	100,6	-10,6	-11,2	-2,3	-8,8	-9,2
Ceará	95,3	-9,4	-9,6	-4,1	-10,6	-10,9
Rio G. do Norte	104,9	-9,5	-12,1	-5,8	-10,2	-10,6
Paraíba	105,7	-6,9	-2,7	3,2	-5,9	-7,0
Pernambuco	98,3	-9,6	-8,6	-4,7	-12,7	-13,3
Alagoas	103,2	-9,2	-6,2	-6,1	-8,5	-9,4
Sergipe	93,7	-10,7	-9,1	-3,8	-13,5	-14,3
Bahia	95,7	-13,1	-11,2	-6,1	-11,6	-11,9
Minas Gerais	93,4	-3,2	-6,7	-2,6	-5,0	-4,8
Espirito Santo	66,7	-15,4	-13,3	-8,5	-15,5	-15,7
Rio de Janeiro	93,1	-10,1	-10,9	-7,4	-11,6	-11,8
São Paulo	96,6	-8,3	-10,7	-5,1	-6,8	-6,6
Paraná	97,5	-7,7	-8,1	1,6	-6,7	-7,3
Santa Catarina	96,3	-1,6	-8,0	-0,3	-8,5	-9,4
Rio Grande do Sul	94,2	-9,6	-9,9	-3,3	-9,7	-10,6
Mato Grosso do Sul	104,3	-7,5	-10,4	-3,2	-7,3	-7,6
Mato Grosso	90,6	-12,4	-14,4	-10,7	-10,8	-11,1
Goiás	82,1	-9,5	-12,7	-8,0	-13,1	-13,6
Distrito Federal	83,0	-10,2	-10,9	-6,0	-12,9	-13,4

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: 2011 = 100

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

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

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

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Nov/2016

Unidade da Federação	Comércio Varejista Ampliado			Combustíveis e lubrificantes			Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo						Tecidos, vestuário e calçados		
	Mensal (2)	Acumulada (3)		Mensal (2)	Acumulada (3)		Total			Hipermercados e Supermercados			Mensal (2)	Acumulada (3)	
		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses	Mensal (2)	Acumulada (3)		Mensal (2)	Acumulada (3)			no ano	12 Meses
								no ano	12 Meses		no ano	12 Meses			
Brasil	-4,5	-8,8	-9,1	-8,1	-9,6	-9,6	-1,1	-3,1	-3,1	-1,1	-3,0	-3,1	-9,6	-11,2	-11,0
Ceará	-4,1	-10,6	-10,9	-6,8	-5,0	-5,4	-1,6	-3,3	-3,3	-0,8	-2,6	-2,7	-4,0	-3,2	-2,6
Pernambuco	-4,7	-12,7	-13,3	-1,5	-6,0	-6,8	-7,7	-9,4	-9,4	-7,9	-10,8	-10,8	-9,7	-13,8	-14,5
Bahia	-6,1	-11,6	-11,9	-7,0	-16,6	-17,0	-4,1	-8,7	-8,5	0,0	-4,7	-4,8	-12,4	-13,7	-14,7
Minas Gerais	-2,6	-5,0	-4,8	-6,0	-2,9	-3,1	1,1	-0,6	-0,4	2,1	0,2	0,3	-15,0	-14,7	-13,8
Espirito Santo	-8,5	-15,5	-15,7	-22,1	-15,8	-15,7	3,9	-3,9	-3,7	3,8	-3,8	-3,6	-20,5	-13,1	-12,3
Rio de Janeiro	-7,4	-11,6	-11,8	-14,8	-10,0	-9,7	-3,0	-5,0	-4,8	-2,0	-5,4	-5,3	-17,4	-16,3	-15,0
São Paulo	-5,1	-6,8	-6,6	-10,1	-11,0	-10,9	-1,9	-0,4	-0,5	-2,6	-0,5	-0,5	-8,6	-12,8	-12,6
Paraná	1,6	-6,7	-7,3	-3,1	-10,0	-10,2	3,6	-2,0	-2,6	4,0	-1,6	-2,1	-1,4	-7,7	-7,9
Santa Catarina	-0,3	-8,5	-9,4	-0,6	-6,4	-6,8	4,5	-8,0	-8,9	4,5	-8,4	-9,2	-0,8	-0,8	-1,3
Rio Grande do Sul	-3,3	-9,7	-10,6	0,7	-11,1	-11,6	1,1	-3,6	-3,8	1,2	-3,6	-3,8	-7,2	-9,0	-8,6
Goiás	-8,0	-13,1	-13,6	-10,5	-8,7	-8,0	-0,9	-6,5	-6,6	-1,6	-7,0	-7,0	-6,9	-10,0	-9,7
Distrito Federal	-6,0	-12,9	-13,4	-0,5	-5,0	-4,6	-8,6	-15,1	-14,6	-8,6	-15,7	-15,3	-2,8	-6,5	-6,7

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: Igual mês do ano anterior = 100

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

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



PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Nov/2016

Unidade da Federação	Móveis e Eletrodomésticos									Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos			Livros, jornais, revistas e papelaria		
	Total			Móveis			Eletrodomésticos			Mensal (1)	Acumulada (2)		Mensal (1)	Acumulada (2)	
	Mensal (1)	Acumulada (2)		Mensal (1)	Acumulada (2)		Mensal (1)	Acumulada (2)			Mensal (1)	Acumulada (2)		Mensal (1)	Acumulada (2)
		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses	no ano		12 Meses	no ano		12 Meses
Brasil	-7,4	-13,0	-13,7	-7,5	-12,5	-13,7	-7,3	-13,2	-13,7	-3,0	-1,7	-1,2	-11,8	-16,5	-16,4
Ceará	-17,1	-17,8	-18,2	1,5	-2,2	-4,2	-30,4	-28,1	-27,5	-6,1	-5,1	-4,4	-14,3	-22,1	-19,0
Pernambuco	-26,4	-29,2	-29,5	-38,6	-28,7	-27,9	-19,9	-29,4	-30,4	-6,1	-0,8	0,1	-16,6	-9,4	-9,5
Bahia	-15,1	-17,5	-17,3	-13,7	-14,2	-15,1	-15,7	-19,0	-18,3	-10,8	-8,8	-8,2	-12,9	-1,4	2,5
Minas Gerais	-6,9	-8,2	-9,9	-3,9	-12,8	-13,6	-7,6	-7,2	-9,2	0,9	4,6	4,5	-6,7	-12,2	-11,8
Espirito Santo	-12,9	-23,7	-23,6	-4,1	-36,0	-36,5	-17,4	-15,3	-14,6	0,4	1,3	1,4	-7,8	-12,6	-13,4
Rio de Janeiro	-15,0	-16,4	-16,3	-14,4	-19,7	-19,9	-15,1	-15,4	-15,2	-4,2	-0,5	0,0	-10,9	-18,3	-18,7
São Paulo	-4,9	-9,4	-10,3	-9,2	-11,3	-12,4	-3,5	-8,7	-9,4	0,8	-1,8	-1,6	-12,4	-19,1	-19,8
Paraná	-5,2	-12,6	-13,1	-4,0	-8,2	-10,6	-5,9	-15,1	-14,6	-2,2	-1,0	0,2	-5,3	-19,4	-18,5
Santa Catarina	4,1	-8,7	-8,7	-13,0	4,7	2,2	10,0	-13,1	-12,4	0,3	1,6	2,0	-17,3	-17,2	-15,9
Rio Grande do Sul	7,7	-6,1	-7,5	25,2	11,2	7,9	-1,1	-14,8	-15,2	-1,1	1,6	1,9	-10,3	-12,4	-11,8
Goiás	-8,8	-16,7	-18,2	-3,5	-9,1	-11,0	-10,3	-19,2	-20,5	-4,7	-4,2	-3,8	-7,3	-10,5	-11,1
Distrito Federal	-5,8	-10,6	-10,8	-9,1	-24,7	-25,6	-4,8	-5,4	-5,3	-9,3	-8,6	-7,9	-15,0	-21,1	-20,7

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

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

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

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

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Nov/2016

Unidade da Federação	Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação			Outros artigos de uso pessoal e doméstico			Veículos, motocicletas, partes e peças			Material de construção		
	Mensal (2)	Acumulada (3)		Mensal (2)	Acumulada (3)		Mensal (2)	Acumulada (3)		Mensal (2)	Acumulada (3)	
		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses
Brasil	-9,2	-13,6	-13,9	-0,4	-10,2	-9,9	-7,6	-13,9	-14,6	-4,3	-11,4	-11,5
Ceará	-5,5	-11,4	-13,2	-8,4	-12,0	-11,1	0,4	-16,8	-18,4	0,5	-22,7	-22,3
Pernambuco	-23,6	-20,1	-22,2	11,3	-2,0	-0,9	-5,9	-20,1	-22,0	10,6	-10,2	-10,5
Bahia	-2,7	-15,8	-16,8	-0,8	-13,5	-13,9	-1,2	-8,9	-10,1	-7,8	-12,4	-11,5
Minas Gerais	7,7	9,5	8,2	10,2	10,1	11,4	-3,8	-10,8	-10,4	-12,9	-12,4	-11,7
Espirito Santo	-34,1	-19,2	-19,0	6,8	-23,9	-23,5	-15,4	-24,1	-24,7	-7,4	-8,2	-7,9
Rio de Janeiro	0,5	0,0	0,2	-5,9	-12,6	-11,8	-10,9	-18,6	-19,9	-2,8	-16,8	-17,9
São Paulo	-7,6	-14,4	-14,6	-5,3	-16,1	-15,7	-10,0	-11,1	-9,9	-4,6	-11,1	-11,4
Paraná	-6,9	-18,5	-19,6	-1,8	-13,6	-13,8	5,7	-6,5	-8,0	-2,7	-10,9	-10,9
Santa Catarina	9,1	-16,9	-19,0	14,1	6,0	5,6	-6,2	-12,9	-14,5	-6,1	-9,5	-9,6
Rio Grande do Sul	-26,3	-23,0	-22,3	3,7	-6,7	-6,7	-17,1	-22,5	-24,8	2,7	-5,2	-5,4
Goiás	-46,3	-40,9	-40,1	2,5	-4,7	-3,1	-14,5	-16,9	-18,2	-2,0	-16,9	-16,5
Distrito Federal	-0,7	-4,8	-13,6	-4,2	-6,1	-5,4	-8,5	-19,9	-22,1	-1,1	-7,6	-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 11 - Índice de volume de vendas no comércio varejista ampliado (1), por Unidade da Federação

Mês: Nov/2016

Unidade da Federação	Comércio Varejista Ampliado												
	nov/15	dez/15	jan/16	fev/16	mar/16	abr/16	mai/16	jun/16	jul/16	ago/16	set/16	out/16	nov/16
Brasil	99,0	118,6	91,4	86,6	95,1	88,8	89,8	89,0	89,6	90,5	86,8	89,8	94,5
Rondônia	102,1	121,0	96,2	91,9	93,6	88,8	94,2	95,9	99,5	99,1	93,0	99,2	104,2
Acre	106,4	131,7	102,5	97,0	102,1	97,4	98,5	98,4	99,6	99,0	89,1	95,0	97,4
Amazonas	95,0	106,6	87,5	80,0	87,1	81,0	81,7	82,3	84,8	86,8	79,9	85,2	88,0
Roraima	129,9	147,6	123,0	118,6	127,8	123,8	123,7	126,0	134,5	136,3	128,1	132,3	133,7
Pará	108,3	132,3	96,2	92,0	97,2	92,6	94,3	91,9	91,7	90,5	84,1	89,2	92,9
Amapá	90,1	110,9	88,4	83,1	83,8	78,1	80,7	78,9	80,9	80,7	78,6	81,0	84,1
Tocantins	108,3	113,8	90,6	88,2	96,1	88,7	90,7	92,2	93,0	93,8	81,0	84,1	96,0
Maranhão	100,2	121,5	94,2	86,6	96,0	93,4	93,0	93,7	91,6	97,2	88,5	89,4	94,9
Piauí	103,0	125,9	100,9	91,8	99,2	95,9	96,5	94,2	95,5	96,0	90,5	92,8	100,6
Ceará	99,4	120,1	94,9	86,6	94,9	91,0	92,0	90,6	93,7	92,9	87,6	89,6	95,3
Rio G. do Norte	111,3	131,1	102,4	94,6	104,1	98,5	99,4	96,4	99,8	101,3	95,8	98,1	104,9
Paráiba	102,4	120,5	98,5	86,4	94,3	90,9	93,3	90,9	96,9	96,6	88,7	95,5	105,7
Pernambuco	103,2	122,3	95,9	84,3	90,5	85,2	87,7	86,1	89,9	88,1	84,6	90,1	98,3
Alagoas	109,9	134,8	102,5	91,8	102,3	95,6	96,8	91,9	94,8	98,3	89,1	97,6	103,2
Sergipe	97,4	110,2	95,5	85,5	94,0	88,3	87,9	84,8	85,3	86,6	82,9	88,4	93,7
Bahia	101,9	119,8	93,9	87,8	95,1	87,8	88,3	87,6	90,0	91,6	85,5	90,1	95,7
Minas Gerais	95,9	114,3	91,0	87,4	94,6	88,9	91,6	91,6	92,1	93,3	90,3	91,1	93,4
Espírito Santo	72,9	90,4	70,6	63,6	68,8	66,6	63,6	68,0	67,4	66,1	62,7	63,8	66,7
Rio de Janeiro	100,5	122,0	91,9	85,6	98,0	86,9	89,4	88,7	87,5	89,4	88,3	90,3	93,1
São Paulo	101,8	121,4	91,2	88,4	97,0	90,7	91,0	89,3	89,0	91,2	87,1	90,6	96,6
Paraná	96,0	117,4	94,0	90,5	98,5	92,5	93,7	93,2	95,9	94,0	91,4	93,6	97,5
Santa Catarina	96,6	119,6	89,0	84,3	91,1	85,7	87,1	85,5	88,6	87,9	87,5	90,4	96,3
Rio Grande do Sul	97,4	119,3	90,2	84,8	94,9	87,8	89,5	90,0	89,0	89,5	84,8	90,5	94,2
Mato Grosso do Sul	107,7	129,6	100,9	96,8	105,5	100,1	102,9	99,1	101,0	101,1	95,8	99,1	104,3
Mato Grosso	101,4	116,7	93,2	91,1	97,5	95,7	93,5	97,3	99,0	97,3	90,7	90,0	90,6
Goiás	89,2	98,6	83,9	78,9	87,1	82,4	82,7	83,7	81,8	81,9	80,2	79,5	82,1
Distrito Federal	88,3	98,9	82,9	78,3	84,2	78,6	78,7	79,4	80,9	80,4	77,8	80,0	83,0

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

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

Índice de Base Fixa: 2011 = 100

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Nov/2016

Unidade da Federação	Índice de receita (2)	Variação				
		Mensal (3)			Acumulada (4)	
		set/16	out/16	nov/16	no ano	12 Meses
Brasil	124,6	-0,1	-2,7	1,7	-0,6	-0,8
Rondônia	125,6	0,5	2,5	5,8	-0,3	-1,2
Acre	122,8	-9,8	-4,7	-3,1	-6,0	-6,9
Amazonas	112,7	-5,9	-4,5	-1,5	-5,5	-5,7
Roraima	178,3	15,7	17,8	9,8	9,7	8,7
Pará	122,5	-8,6	-8,3	-6,7	-5,7	-5,6
Amapá	107,5	-7,6	-6,5	-0,8	-11,0	-11,4
Tocantins	124,2	-9,0	-7,8	-5,6	-7,0	-7,3
Maranhão	127,2	0,2	-4,0	2,0	-3,2	-3,8
Piauí	134,7	-1,6	-3,1	4,5	0,0	-0,3
Ceará	128,4	0,3	-0,6	3,4	-1,1	-1,4
Rio G. do Norte	140,9	0,8	-3,3	1,4	-0,8	-1,3
Paraíba	136,8	0,2	3,8	10,5	1,7	0,6
Pernambuco	128,6	-2,6	-2,1	1,4	-4,6	-5,2
Alagoas	132,9	-1,5	0,2	0,1	-0,9	-1,8
Sergipe	127,9	-2,4	-1,6	4,2	-4,8	-5,6
Bahia	124,7	-6,3	-5,0	-1,0	-4,4	-4,7
Minas Gerais	122,2	6,5	1,6	5,3	4,3	4,3
Espirito Santo	87,9	-7,3	-6,4	-1,8	-7,8	-8,1
Rio de Janeiro	126,0	-1,6	-3,5	-0,7	-3,4	-3,6
São Paulo	127,4	0,7	-2,8	1,1	1,8	1,9
Paraná	128,3	0,0	-2,2	6,5	1,3	0,9
Santa Catarina	126,1	6,4	-1,9	4,7	-0,8	-1,4
Rio Grande do Sul	125,6	-1,1	-2,0	4,4	-0,7	-1,6
Mato Grosso do Sul	138,4	0,2	-3,4	1,8	0,6	0,4
Mato Grosso	116,6	-5,7	-8,1	-6,4	-3,3	-3,5
Goiás	105,3	-2,9	-6,0	-2,7	-6,3	-6,7
Distrito Federal	105,1	-4,7	-6,8	-3,0	-6,4	-6,6

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

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

(2) Base: 2011 = 100

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

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

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

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Nov/2016

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

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

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

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

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

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

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Nov/2016

Unidade da Federação	Móveis e Eletrodomésticos									Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos			Livros, jornais, revistas e papelaria		
	Total			Móveis			Eletrodomésticos			Mensal (1)	Acumulada (2)		Mensal (1)	Acumulada (2)	
	Mensal (1)	Acumulada (2)		Mensal (1)	Acumulada (2)		Mensal (1)	Acumulada (2)			Mensal (1)	Acumulada (2)		Mensal (1)	Acumulada (2)
		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses	no ano		12 Meses	no ano		12 Meses
Brasil	-2,8	-7,6	-8,7	-7,2	-10,1	-11,0	-0,7	-6,4	-7,5	9,0	9,3	9,5	-2,8	-7,5	-7,5
Ceará	-13,3	-12,5	-13,0	2,8	-0,5	-2,2	-25,3	-20,9	-20,5	7,6	8,2	8,5	-2,9	-12,4	-9,4
Pernambuco	-19,7	-22,0	-22,6	-36,6	-26,0	-25,0	-9,6	-19,4	-21,0	6,4	10,2	10,6	-7,6	0,8	0,6
Bahia	-10,8	-13,3	-13,3	-12,2	-13,2	-14,0	-10,2	-13,3	-13,0	2,4	2,3	2,7	-6,7	6,5	10,5
Minas Gerais	-0,8	-2,9	-5,0	0,3	-6,9	-7,7	-1,0	-1,9	-4,4	12,2	14,0	13,7	4,0	-3,0	-2,9
Espirito Santo	-7,5	-21,1	-21,4	-2,3	-34,6	-35,1	-10,9	-9,7	-9,7	12,0	11,1	11,0	1,8	-2,7	-4,1
Rio de Janeiro	-9,4	-11,9	-12,3	-12,9	-18,0	-18,1	-8,3	-9,6	-10,1	5,6	9,9	10,4	-1,8	-9,0	-9,8
São Paulo	-0,1	-3,8	-5,0	-11,1	-9,7	-10,3	4,2	-1,1	-2,6	14,4	10,1	10,0	-2,9	-10,3	-11,1
Paraná	-3,0	-7,7	-8,3	-6,4	-6,4	-8,1	-0,8	-8,6	-8,4	7,1	8,4	9,4	4,1	-7,6	-6,8
Santa Catarina	6,7	-2,9	-3,0	-15,2	6,6	5,0	15,7	-6,6	-6,1	10,4	10,7	11,0	-8,7	-5,3	-4,0
Rio Grande do Sul	14,0	1,6	-0,1	27,8	16,5	13,7	5,7	-7,3	-8,3	12,1	12,9	12,8	-1,1	-4,8	-4,4
Goiás	-6,0	-11,0	-12,6	-4,1	-7,0	-8,8	-6,5	-12,4	-14,0	7,0	5,9	6,0	2,3	1,4	0,7
Distrito Federal	-4,7	-9,0	-9,5	-8,3	-23,4	-24,2	-3,0	-1,8	-2,3	2,0	1,0	1,4	-7,7	-13,4	-13,2

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

Mês: Nov/2016

Unidade da Federação	Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação			Outros artigos de uso pessoal e doméstico			Veículos, motocicletas, partes e peças			Material de construção		
	Mensal (2)	Acumulada (3)		Mensal (2)	Acumulada (3)		Mensal (2)	Acumulada (3)		Mensal (2)	Acumulada (3)	
		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses
Brasil	-4,3	-5,4	-6,5	6,7	-2,2	-2,0	-7,0	-13,0	-13,5	-3,6	-9,0	-8,9
Ceará	0,6	-1,2	-4,2	-2,3	-3,7	-2,8	2,8	-14,4	-15,8	-3,4	-23,5	-22,9
Pernambuco	-12,0	-6,2	-9,1	21,7	8,1	9,0	-4,8	-18,5	-20,4	5,6	-12,2	-12,4
Bahia	11,5	-6,0	-7,8	6,3	-6,2	-6,8	-2,0	-7,7	-8,6	-8,0	-10,9	-9,7
Minas Gerais	26,6	23,8	21,4	18,3	17,9	19,2	1,3	-7,2	-7,0	-10,2	-8,3	-7,6
Espirito Santo	-27,7	-11,6	-12,1	13,8	-17,6	-17,3	-14,6	-21,9	-22,4	-6,1	-4,8	-4,5
Rio de Janeiro	0,7	2,4	2,1	0,9	-4,8	-4,0	-10,7	-18,0	-19,1	-2,9	-14,7	-15,8
São Paulo	-5,3	-8,0	-8,9	1,5	-8,4	-8,2	-11,3	-11,9	-10,4	-2,8	-7,6	-7,6
Paraná	-3,8	-4,9	-6,9	3,8	-5,6	-5,9	7,0	-5,3	-6,3	-2,2	-7,8	-7,5
Santa Catarina	18,8	-5,7	-9,0	20,9	15,8	15,5	-6,2	-11,7	-12,8	-5,1	-5,3	-5,1
Rio Grande do Sul	-19,2	-11,3	-11,7	12,4	2,1	1,8	-14,9	-21,7	-23,7	4,3	-2,3	-2,3
Goiás	-35,9	-27,4	-27,3	9,2	3,1	4,5	-15,3	-15,5	-16,5	1,0	-14,4	-13,9
Distrito Federal	2,5	-1,6	-11,5	0,7	0,5	1,3	-6,4	-17,5	-19,4	-0,3	-4,9	-5,1

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

Mês: Nov/2016

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

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.

Índice Base Fixa: 2011 = 100



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

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Nov/2016

Unidade da Federação	Índice de Base Fixa (1)			Variação mês/mês anterior		
	set/16	out/16	nov/16	set/16	out/16	nov/16
Brasil	102,1	101,8	103,8	-0,8	-0,3	2,0
Rondônia	97,5	100,1	103,6	-3,7	2,7	3,5
Acre	112,4	114,7	116,8	-1,2	2,0	1,8
Amazonas	87,7	87,2	87,3	-2,1	-0,6	0,1
Roraima	163,5	160,4	159,0	-0,4	-1,9	-0,9
Pará	92,5	91,7	93,5	-2,0	-0,9	2,0
Amapá	92,1	90,6	93,1	1,5	-1,6	2,8
Tocantins	108,4	105,8	112,1	-3,9	-2,4	6,0
Maranhão	108,1	108,8	109,9	0,2	0,6	1,0
Piauí	96,9	95,6	95,9	0,8	-1,3	0,3
Ceará	104,2	105,0	104,6	-1,0	0,8	-0,4
Rio G. do Norte	103,3	103,4	104,6	0,4	0,1	1,2
Paraíba	107,4	109,3	113,5	-0,7	1,8	3,8
Pernambuco	98,5	99,0	100,1	0,5	0,5	1,1
Alagoas	103,5	104,1	103,2	0,3	0,6	-0,9
Sergipe	97,2	97,9	99,3	0,7	0,7	1,4
Bahia	93,2	92,5	94,2	0,1	-0,8	1,8
Minas Gerais	106,4	105,7	106,0	-0,3	-0,7	0,3
Espirito Santo	88,5	90,0	91,7	-1,8	1,7	1,9
Rio de Janeiro	99,2	97,7	99,2	-0,3	-1,5	1,5
São Paulo	104,1	104,6	105,3	-1,7	0,5	0,7
Paraná	108,6	108,5	109,7	-0,1	-0,1	1,1
Santa Catarina	102,1	100,8	103,7	1,1	-1,3	2,9
Rio Grande do Sul	102,0	102,3	104,8	-0,4	0,3	2,4
Mato Grosso do Sul	119,1	119,9	122,7	-2,2	0,7	2,3
Mato Grosso	90,6	90,8	90,7	-5,5	0,2	-0,1
Goiás	92,4	92,3	94,8	0,2	-0,1	2,7
Distrito Federal	89,0	89,7	91,3	0,0	0,8	1,8

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

(1) Base: 2011 = 100

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Nov/2016

Unidade da Federação	Índice de Base Fixa (1)			Variação mês/mês anterior		
	set/16	out/16	nov/16	set/16	out/16	nov/16
Brasil	148,3	147,7	149,1	-0,3	-0,4	0,9
Rondônia	131,8	134,7	138,0	-2,4	2,2	2,4
Acre	158,7	161,7	163,6	-0,1	1,9	1,2
Amazonas	124,7	124,9	124,8	-1,8	0,2	-0,1
Roraima	243,0	238,2	233,4	-0,7	-2,0	-2,0
Pará	137,4	136,1	139,0	-1,1	-0,9	2,1
Amapá	128,1	126,2	129,7	2,4	-1,5	2,8
Tocantins	150,4	145,9	154,5	-3,1	-3,0	5,9
Maranhão	159,4	161,9	163,5	-0,3	1,6	1,0
Piauí	144,0	141,9	143,4	1,4	-1,5	1,1
Ceará	153,1	155,3	154,5	-0,6	1,4	-0,5
Rio G. do Norte	152,3	153,2	155,6	0,7	0,6	1,6
Paraíba	149,0	151,7	158,5	-0,1	1,8	4,5
Pernambuco	140,7	142,7	144,0	0,9	1,4	0,9
Alagoas	148,8	150,2	149,5	0,9	0,9	-0,5
Sergipe	141,0	142,7	146,6	2,0	1,2	2,7
Bahia	133,6	135,4	139,0	0,2	1,3	2,7
Minas Gerais	152,0	151,6	152,6	-0,1	-0,3	0,7
Espirito Santo	130,6	132,1	134,1	-0,5	1,1	1,5
Rio de Janeiro	148,2	146,1	148,3	0,1	-1,4	1,5
São Paulo	151,1	150,6	152,1	-1,3	-0,3	1,0
Paraná	159,6	158,8	159,7	0,6	-0,5	0,6
Santa Catarina	148,7	146,4	150,1	1,6	-1,5	2,5
Rio Grande do Sul	151,3	151,7	155,5	0,2	0,3	2,5
Mato Grosso do Sul	171,3	171,3	174,0	-1,0	0,0	1,6
Mato Grosso	129,4	127,7	126,5	-4,2	-1,3	-0,9
Goiás	130,8	130,6	132,6	1,1	-0,2	1,5
Distrito Federal	123,0	123,4	125,3	0,2	0,3	1,5

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

(1) Base: 2011 = 100

Atualizado em 10/01/2017 às 9:00h