

Indicadores IBGE

Pesquisa Mensal de Comércio
novembro 2010

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:

Pesquisa mensal de emprego

Estatística da produção agrícola *

Estatística da produção pecuária *

Pesquisa industrial mensal: produção física Brasil

Pesquisa industrial mensal: produção física regional

Pesquisa industrial mensal: emprego e salário

Pesquisa mensal de comércio

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

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

Sistema nacional de pesquisa de custos e índices da construção civil

Contas nacionais trimestrais: indicadores de volume e valores correntes

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

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

NOTAS METODOLÓGICAS

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

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

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

I – CARACTERÍSTICAS DA PESQUISA

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

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

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

II – CONSTRUÇÃO DE INDICADORES

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

1– *Índice de Comércio Varejista* - Índice-síntese dos grupos de atividades relacionados abaixo, cujas receitas provêm preponderantemente da atividade do varejo. Divulgados para o Brasil e suas 27 Unidades da Federação.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

III – ENCADEAMENTO

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

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

IV – SÉRIES DA PMC AJUSTADAS SAZONALMENTE

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

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

Os modelos adotados nas séries divulgadas são:

VOLUME DE VENDAS ATIVIDADES

ATIVIDADE	DECOMPOSIÇÃO	MODELO ARIMA	REGRESSÃO (REGARIMA)
Brasil	Multiplicativo	(212) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa[1] e efeito calendário (TD)
Produtos alimentícios, bebidas e fumo	Multiplicativo	(011) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa[8] e efeito calendário (TD)
Combustíveis	Multiplicativo	(212) (011)	Camaval, Corpus Christi e efeito calendário (TD)
Tecidos, vestuário e calçados	Multiplicativo	(011) (011)	Camaval, Corpus Christi, efeito calendário (TD) e AO2003.MAY.
Móveis e eletrodomésticos	Multiplicativo	(012) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa[1] e efeito calendário (TD)
Super e Hipermercados	Multiplicativo	(022) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa[1] e efeito calendário (TD), LS2005.FEB e AO2006.JAN.
Automóveis, motocicletas, partes e peças	Multiplicativo	(012) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa[15], e efeito calendário (TD).
Equip. e Materiais p escritório, inform e comun	Multiplicativo	(212) (011)	Camaval, Corpus Christi , TC2003.OCT e LS2005.FEB.
Artigos farmac, méd, ortop e de perfumaria	Multiplicativo	(210) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa[8], e efeito calendário (TD).
Livros, jornais, revistas e papelaria	Multiplicativo	(212) (011)	Camaval, Corpus Christi
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	Multiplicativo	(212) (011)	Camaval, Corpus Christi e Páscoa[8]
Material de construção	Multiplicativo	(210) (011)	Camaval, Corpus Christi , Páscoa [8] e efeito calendário (TD).
Varejo Ampliado	Multiplicativo	(212) (011)	Camaval, Corpus Christi, efeito calendário (TD) e TC2008.NOV.

VOLUME 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[8]
Amapá	Multiplicativo	(212) (011)	Camaval, Corpus Christi LS2006.JAN
Amazonas	Multiplicativo	(210) (011)	Camaval e Corpus Christi , LS2002.DEC, LS2004.May, LS2005.FEB.
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	((012) (011)	Camaval, Corpus Christi e Páscoa[15] , e efeito calendário (TD)
Espírito Santo	Multiplicativo	(212) (011)	Camaval, Corpus Christi e efeito calendário (TD)
Goiás	Multiplicativo	(212) (011)	Camaval Corpus Christi Páscoa[15], efeito calendário (TD), e LS2005.FEB.
Maranhão	Multiplicativo	(012) (011)	Camaval, Corpus Christi e efeito calendário (TD)
Minas Gerais	Multiplicativo	(210) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa[8], efeito calendário (TD) e LS2005.FEB.
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	(212) (011)	Camaval, Corpus Christi e efeito calendário (TD).
Paraíba	Multiplicativo	(011) (011)	Camaval e Corpus Christi, efeito calendário (TD) e LS2008.OCT..
Paraná	Multiplicativo	(212) (011)	Camaval, Corpus Christi,.Páscoa [1],efeito calendário (TD), LS2002.NOV.
Pernambuco	Multiplicativo	(011) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa[15] e efeito calendário (TD) e LS2003.MAR.
Piauí	Multiplicativo	(210) (011)	Camaval, Corpus Christi, efeito calendário (TD), TC2002.APR, TC2004.JAN, AO2004.OCT, LS2005.FEB,AO2008.JAN e AO2008.NOV.
Rio Grande do Norte	Multiplicativo	(011) (011)	Camaval, Corpus Christi, efeito calendário (TD) e LS2002.NOV
Rio Grande do Sul	Multiplicativo	(012) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa[1] e efeito calendário (TD).
Rio de Janeiro	Multiplicativo	(012) (011)	Camaval, Corpus Christi e Páscoa[15] .
Rondônia	Multiplicativo	(011) (011)	Páscoa[15], efeito calendário (TD)
Roraima	Multiplicativo	(011) (011)	
Santa Catarina	Multiplicativo	(212) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa[1] e efeito calendário (TD)
Sergipe	Multiplicativo	(012) (011)	Páscoa[15] LS2005.FEB e TC2006.FEB
São Paulo	Multiplicativo	(012) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa[8], efeito calendário (TD)
Tocantins	Multiplicativo	(011) (011)	Camaval, Corpus Christi, TC2003.MAY e LS2005.FEB

RECEITA NOMINAL DE VENDAS ATIVIDADES

ATIVIDADE	DECOMPOSIÇÃO	MODELO ARIMA	REGRESSÃO (REGARIMA)
Brasil	Multiplicativo	(012) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa[8] e efeito calendário (TD)
Hiper., Super, Produtos alimentícios, bebidas e fumo	Multiplicativo	(212) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa[8], efeito calendário (TD) E LS.2002.OCT e LS2005.JAN.
Combustíveis	Multiplicativo	(210) (011)	Camaval, Corpus Christi, e efeito calendário (TD)
Tecidos, vestuário e calçados	Multiplicativo	(011) (011)	Camaval, Corpus Christi, efeito calendário (TD) e AO2003.MAY
Móveis e eletrodomésticos	Multiplicativo	(012) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa[1] e efeito calendário (TD)
Super e Hipermercados	Multiplicativo	(012) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa[8], efeito calendário (TD) e LS2002.OCT e LS2005.JAN.
Automóveis, motocicletas, partes e peças	Multiplicativo	(012) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa[15] e efeito calendário (TD).
Equip. e Materiais p escritório, inform e comun	Multiplicativo	(212) (011)	Camaval, Corpus Christi, TC2003.OCT e LS2005.FEB
Artigos farmac, méd, ortop e de perfumaria	Multiplicativo	(012) (011)	Camaval, Corpus Christi e efeito calendário (TD)
Livros, jornais, revistas e papelaria	Multiplicativo	(012) (011)	Camaval e Corpus Christi.
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	Multiplicativo	(212) (011)	Camaval, Corpus Christi e Páscoa [8]
Material de construção	Multiplicativo	(210) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa[8] e efeito calendário (TD)
Varejo ampliado	Multiplicativo	(210) (011)	Camaval, Corpus Christi, e efeito calendário (TD),

RECEITA NOMINAL DE VENDAS UF

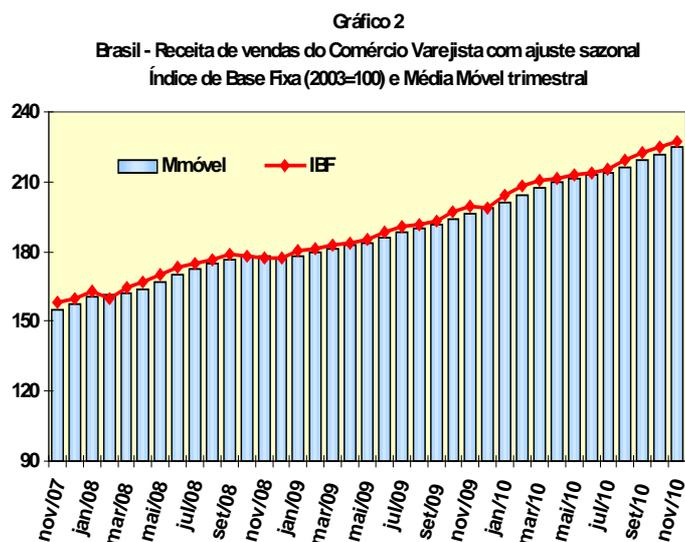
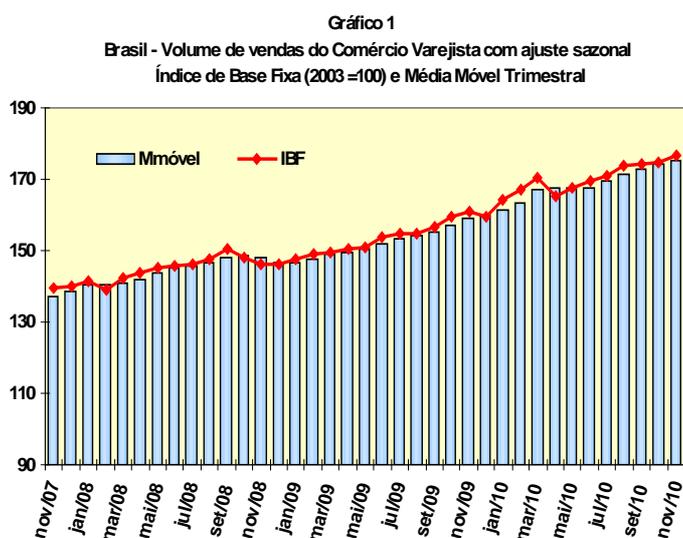
UF	DECOMPOSIÇÃO	MODELO ARIMA	REGRESSÃO (REGARIMA)
Acre	Multiplicativo	(212) (011)	Camaval, Corpus Christi e Páscoa [15]
Alagoas	Multiplicativo	(011) (011)	Camaval e Corpus Christi
Amapá	Multiplicativo	(011) (011)	LS2006.JAN
Amazonas	Multiplicativo	(210) (011)	Camaval, Corpus Christi, LS2004.MAY e AO2005.FEB.
Bahia	Multiplicativo	(011) (011)	Camaval, Corpus Christi, efeito calendário (TD), TC2004.JAN e AO2008.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 e efeito calendário (TD)
Goiás	Multiplicativo	(012) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa[15], efeito calendário (TD), AO2003.FEB e LS2005.FEB
Maranhão	Multiplicativo	(012) (011)	Camaval, Corpus Christi e efeito calendário (TD).
Minas Gerais	Multiplicativo	(011) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa[8] e efeito calendário (TD)
Mato Grosso	Multiplicativo	(212) (011)	Camaval, Corpus Christi e AO2002.MAY.
Mato Grosso do Sul	Multiplicativo	(011) (011)	Efeito calendário (TD) e AO2009.JAN.
Pará	Multiplicativo	(012) (011)	Camaval, Corpus Christi, efeito calendário (TD) e AO2008.JAN.
Paraíba	Multiplicativo	(210) (011)	Camaval, Corpus Christi, efeito calendário (TD), AO2008.JAN e LS2008.OCT.
Paraná	Multiplicativo	(210) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa[1], efeito calendário (TD), TC2003.FEB e LS2005.FEB
Pernambuco	Multiplicativo	(011) (011)	Camaval, Corpus Christi, efeito calendário (TD) e AO2003.JAN.
Piauí	Multiplicativo	(011) (011)	Camaval, Corpus Christi, efeito calendário (TD), TC2001.JAN, TC2002.JAN, TC2003.JAN, AO2008.JAN e TC2008.DEC.
Rio Grande do Norte	Multiplicativo	(011) (011)	Camaval, Corpus Christi e efeito calendário (TD)
Rio Grande do Sul	Multiplicativo	(012) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa [1] e efeito calendário (TD)
Rio de Janeiro	Multiplicativo	(011) (011)	Camaval, Corpus Christi e Páscoa[15]
Rondônia	Multiplicativo	(011) (011)	Páscoa[15], efeito calendário (TD) e AO2001.JUN.
Roraima	Multiplicativo	(210) (011)	Camaval e Corpus Christi
Santa Catarina	Multiplicativo	(212) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa[1], e efeito calendário (TD)
Sergipe	Multiplicativo	(011) (011)	Camaval, Corpus Christi Páscoa [15], LS2005.FEB e TC2006.FEB.
São Paulo	Multiplicativo	(212) (011)	Camaval, Corpus Christi, Páscoa[1] e efeito calendário (TD)
Tocantins	Multiplicativo	(011) (011)	TC2003.MAY e LS2005.FEB.

V - OBSERVAÇÕES

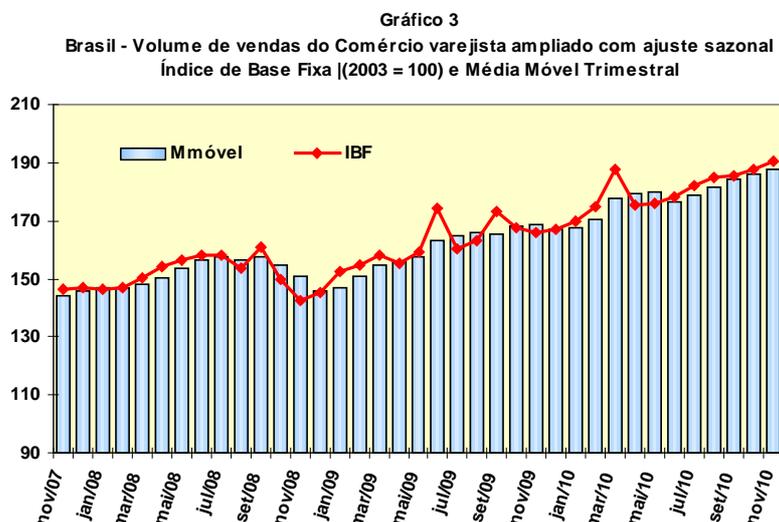
- 1 - Os índices do mês poderão ser alterados na divulgação do mês subsequente, em virtude de retificações nos dados primários por parte dos informantes da pesquisa.

COMENTÁRIOS

Em novembro, o **Comércio Varejista** do País continuou registrando resultados positivos. Em relação ao mês anterior com ajustamento sazonal, as taxas de variação foram de 1,1% para o volume de vendas e de 1,2% na receita nominal. Neste tipo de comparação, o setor chega a sete meses consecutivos de crescimento para o volume de vendas, e onze para a receita nominal (gráficos 1 e 2). Completando o quadro de taxas, têm-se para o volume de vendas acréscimos de 9,9% sobre novembro do ano anterior; de 11,0% no acumulado dos onze primeiros meses do ano; e de 10,8% no acumulado dos últimos 12 meses. Nas mesmas comparações, a receita nominal de vendas variou em 14,8%, 14,4% e em 14,1%, respectivamente.



Quanto ao **Varejo Ampliado**, os resultados também foram positivos, com variações sobre o mês anterior, sazonalmente ajustadas, de 1,4% para o volume de vendas e de 1,5% para receita nominal de vendas. Nas demais comparações, o volume de vendas obteve acréscimos de 17,0% em relação a novembro de 2009; 11,9% no acumulado do ano; e 12,1% no acumulado de 12 meses. Nestes mesmos indicadores, a receita nominal de vendas cresceu, respectivamente, 19,8%, 14,7% e 14,7%. (Tabelas 1 e 2).



RESULTADOS SETORIAIS

Nos resultados sobre o mês anterior com ajuste sazonal, oito das dez atividades obtiveram variações positivas em termos de volume de vendas, destacando-se a atividade de *Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação*; com crescimento de 10,5%; seguida por *Livros, jornais, revistas e papelaria* (6,6%); *Móveis e eletrodomésticos* (2,4%); *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos* (0,9%); *Material de construção* (0,8%); *Outros artigos de uso pessoal e doméstico* (0,2%); *Veículos e motos, partes e peças* (0,2%); e *Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* (0,1%). As variações negativas ocorreram em *Tecidos, vestuário e calçados* (-3,6%) e em *Combustíveis e lubrificantes* (-0,3%) - Tabela 1.

Já na relação novembro10/novembro09 (série sem ajuste), todas as atividades pesquisadas obtiveram aumento no volume de vendas, cujas taxas, por ordem decrescente de magnitude, foram as seguintes: 30,4% em *Veículos e motos, partes e peças*; 23,2% para *Livros, jornais, revistas e papelaria*; 20,5% em *Móveis e eletrodomésticos*; 20,4% em *Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação*; 15,6% para *Material de construção*; 13,4% em *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria*; 11,0% em *Outros artigos de uso pessoal e doméstico*; 9,2% para *Tecidos, vestuário e calçados*; 6,3% em *Combustíveis e lubrificantes*; e 5,6% em *Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo*.

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

ATIVIDADES	MÊS/MÊS ANTERIOR (*)			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
COMÉRCIO VAREJISTA (**)	0,3	0,3	1,1	12,0	8,7	9,9	11,0	10,8
1 - Combustíveis e lubrificantes	0,9	-0,2	-0,3	10,4	5,2	6,3	6,6	6,5
2 - Hiper, supermercados, prods. alimentícios, bebidas e fumo	-0,2	-0,2	0,1	9,7	6,7	5,6	9,3	9,3
2.1 - Super e hipermercados	-0,2	0,0	-0,1	9,4	6,4	5,4	9,0	9,0
3 - Tecidos, vest. e calçados	-0,1	1,3	-3,6	12,9	10,0	9,2	10,8	10,0
4 - Móveis e eletrodomésticos	1,5	2,4	2,4	14,4	15,4	20,5	18,3	17,7
5 - Artigos farmacêuticos, med., ortop. e de perfumaria	-0,7	1,3	0,9	12,0	9,3	13,4	11,6	11,6
6 - Equip. e mat. para escritório informática e comunicação	8,9	-12,4	10,5	32,4	10,1	20,4	23,8	21,3
7 - Livros, jornais, rev. e papelaria	-0,3	3,2	6,6	9,9	12,5	23,2	10,2	10,1
8 - Outros arts. de uso pessoal e doméstico	2,5	-2,0	0,2	15,8	9,9	11,0	8,9	8,7
COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO (***)	0,5	1,1	1,4	6,0	11,1	17,0	11,9	12,1
9 - Veículos e motos, partes e peças	1,5	6,6	0,2	-4,0	15,6	30,4	13,0	14,0
10- Material de Construção	-0,3	0,0	0,8	17,0	8,9	15,8	15,6	15,0

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

(*) Séries com ajuste sazonal

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

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

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

ATIVIDADES	MÊS/MÊS ANTERIOR (*)			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
COMÉRCIO VAREJISTA (**)	1,2	1,1	1,2	15,3	13,2	14,8	14,4	14,1
1 - Combustíveis e lubrificantes	1,2	0,2	0,1	11,9	6,9	8,1	9,0	8,9
2 - Hiper, supermercados, prods. alimentícios, bebidas e fumo	1,4	1,3	1,7	13,4	12,5	13,3	13,3	13,1
2.1 - Super e hipermercados	1,0	1,3	1,9	13,0	12,2	12,9	12,9	12,7
3 - Tecidos, vest. e calçados	0,2	1,8	-3,0	18,2	15,4	15,2	16,5	15,8
4 - Móveis e eletrodomésticos	1,7	2,2	1,9	17,6	17,8	21,5	19,9	19,0
5 - Artigos farmacêuticos, med., ortop. e de perfumaria	-0,6	1,4	1,1	15,5	12,4	17,0	15,4	15,6
6 - Equip. e mat. para escritório informática e comunicação	9,9	-14,8	9,5	24,2	1,2	8,3	14,4	12,7
7 - Livros, jornais, rev. e papelaria	-0,2	3,4	7,5	13,1	15,9	27,5	14,4	14,5
8 - Outros artigos de uso pessoal e doméstico	2,7	-0,8	1,1	22,5	16,9	17,9	16,2	16,2
COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO (***)	0,6	2,0	1,5	9,3	13,9	19,8	14,7	14,7
9 - Veículos e motos, partes e peças	1,3	6,2	-0,6	-2,7	15,4	29,7	14,0	14,7
10- Material de Construção	0,1	0,2	1,0	22,3	14,3	21,4	20,5	19,8

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 *Móveis e eletrodomésticos*, com aumento de 20,5% no volume de vendas em relação a novembro do ano passado, foi responsável pela maior participação à taxa global do varejo (36%) e pela segunda maior influência na formação da taxa do Varejo Ampliado (13%) – Tabela 3. Em termos acumulados, as variações atingiram 18,3% no ano e a 17,7% em 12 meses. Tal desempenho decorre não só de fatores econômicos, como a recuperação do crédito e a manutenção do crescimento do emprego e do rendimento; mas também de um efeito estatístico: queda dos níveis de vendas na maior parte do ano de 2009, conseqüência ainda da crise financeira do final de 2008

O segmento de *Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo*, com variação de 5,6% no volume de vendas, em novembro, sobre igual mês do ano anterior, respondeu por 27% da taxa do varejo e 10% do resultado do varejo ampliado. A redução do ritmo de crescimento da atividade nos últimos meses, como indicado na tabela 1, explica-se pelo recente aumento dos preços do alimentos, cuja variação chegou a 6,7% somente no trimestre set-nov/10, segundo o IPCA. Em termos de resultados acumulados, a variação de 9,3% se estabeleceu tanto para o acumulado dos primeiros onze meses do ano, como no dos últimos 12 meses. Este desempenho reflete, essencialmente, o comportamento positivo da massa de salários da economia, cuja expansão sobre novembro de 2009 atingiu a marca de 9,6%, segundo a PME, no que se refere a massa de rendimento real habitual dos ocupados. Deve-se mencionar, também, a influência sobre o consumo de alimentos proporcionada pelo programa de transferência de renda, que tem no bolsa família o principal destaque.

TABELA 3
BRASIL - COMPOSIÇÃO¹ DA TAXA DE DESEMPENHO DO COMÉRCIO VAREJISTA, POR ATIVIDADES
INDICADORES DE VOLUME DE VENDAS

Atividades	TAXA MENSAL ²						TAXA ACUMULADA NO ANO ³					
	COMÉRCIO VAREJISTA			COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO			COMÉRCIO VAREJISTA			COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO		
	Taxa	Composição da taxa		Taxa	Composição da taxa		Taxa	Composição da taxa		Taxa	Composição da taxa	
		absoluta	relativa		absoluta	relativa		absoluta	relativa		absoluta	relativa
TAXA GLOBAL	9,9	9,9	100,0	17,0	17,0	100,0	11,0	11,0	100,0	11,9	11,9	100,0
1 - Combustíveis e lubrificantes	6,3	0,6	6,1	6,3	0,4	2,2	6,6	0,7	6,0	6,6	0,4	3,3
2 - Hiper, supermercados, prods. alimentícios, bebidas e fumo	5,6	2,7	27,3	5,6	1,7	9,7	9,3	4,5	41,3	9,3	2,7	23,0
3 - Tecidos, vest. e calçados	9,2	0,7	7,0	9,2	0,4	2,5	10,8	0,8	7,0	10,8	0,5	3,9
4 - Móveis e eletrodomésticos	20,5	3,5	35,7	20,5	2,2	12,7	18,3	2,9	26,6	18,3	1,8	14,8
5 - Artigos farmacêuticos, med., ortop. e de perfumaria	13,4	0,8	8,0	13,4	0,5	2,8	11,6	0,7	6,5	11,6	0,4	3,6
6 - Equip. e mat. para escritório informática e comunicação	20,4	0,4	4,3	20,4	0,3	1,5	23,8	0,5	4,5	23,8	0,3	2,5
7 - Livros, jornais, rev. e papelaria	23,2	0,2	1,7	23,2	0,1	0,6	10,2	0,1	0,9	10,2	0,1	0,5
8 - Outros artigos de uso pessoal e doméstico	11,0	1,0	9,9	11,0	0,6	3,5	8,9	0,8	7,2	8,9	0,5	4,0
9 - Veículos e motos, partes e peças	-	-	-	30,4	10,0	59,0	-	-	-	13,0	4,5	37,4
10- Material de construção	-	-	-	15,8	0,9	5,4	-	-	-	15,6	0,8	7,0

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

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

(2) Relação nov10/nov09

(3) Relação jan-nov10/jan-nov09

A atividade de *Outros artigos de uso pessoal e doméstico*, que engloba segmentos como lojas de departamentos, ótica, joalheria, artigos esportivos, brinquedos etc., obteve crescimento de 11,0% no volume de vendas em relação a novembro de 2009, exercendo, com isto, o terceiro maior impacto na formação da taxa do Varejo e a quarta maior contribuição na do Varejo ampliado. Os aumentos de 8,9% no acumulado do ano e de 8,7% no acumulado de 12 meses, mesmo situando abaixo da taxa global dos dois agregados do **Comércio varejista**, refletem a evolução positiva da massa de salários e do crédito, este ano.

Os 13,4% de crescimento no volume de vendas de *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria* levaram a atividade a responder pelo quarto e quinto maiores impactos na formação dos resultados do Varejo e do Varejo ampliado, respectivamente. Com acréscimos da ordem de 11,6% nos acumulados do ano e dos últimos 12 meses, o segmento mantém pelo terceiro ano consecutivo resultados acima da taxa global do varejo. Os principais fatores a contribuir para isto foram a manutenção do crescimento da massa real de salários; a ampliação da oferta de medicamentos genéricos – estimulando o consumo por alternativas mais vantajosas de preços; e a própria essencialidade dos produtos do gênero. Quanto ao consumo de genéricos, as vendas acumuladas nos nove primeiros meses de 2010 cresceram 32% em quantidade e 37,3% em valor, sobre o mesmo período de 2009, segundo a Associação Brasileira das Indústrias de Medicamentos Genéricos (Pró-Genéricos).

Tecidos, vestuário e calçados, com aumento de 9,2% no volume de vendas em novembro com relação a igual mês de 2009, foi a atividade responsável pela quinta contribuição à taxa global do Varejo. Em termos acumulados, o crescimento de 10,8% nos onze primeiros meses do ano e de 10,0% no acumulado dos últimos 12 meses expressam a recuperação das vendas do segmento, após um ano de resultado negativo (-2,1% de variação em 2009 sobre 2008). Para isto foram importantes a manutenção do crescimento da massa de salários e a retomada do crédito.

O segmento de *Combustíveis e lubrificantes* obteve expansão de 6,3% no volume de vendas na relação novembro10/novembro09, exercendo com este resultado a sexta maior contribuição à taxa global do varejo. Em termos de desempenho acumulado, as taxas de variação se estabeleceram em 6,6% e 6,5% para os onze primeiros meses do ano e para os últimos 12 meses, respectivamente. Tais resultados, embora abaixo da média de crescimento do setor varejista, superam a taxa de 0,8% registrada pela atividade em 2009, fato atribuído não só ao aquecimento da atividade produtiva em 2010, como também ao aumento de receita proveniente do maior consumo de gasolina em relação, principalmente, ao álcool. Dados da Agência Nacional de Petróleo (ANP) sobre a comercialização de combustíveis pelas distribuidoras revelam que as vendas de gasolina C, álcool hidratado e óleo diesel, na comparação janeiro-outubro10/janeiro-outubro09, apresentaram variações de 17,8%, -10,9% e 11,5%, respectivamente. Resultados distintos dos observados nos 12 meses de 2009, quando em relação ao ano anterior as variações foram de 0,9% para a gasolina; 23,9% para álcool hidratado; e -1,0% no óleo diesel.

O segmento de *Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação*, responsável pela sétima maior contribuição na formação da taxa global do comércio varejista, e a oitava do Comércio varejista ampliado, obteve 20,4% de acréscimo no volume de vendas na relação novembro10/novembro09, e taxas acumuladas de 23,8% no ano e de 21,3% nos últimos 12 meses. Explicam este desempenho não só os já comentados aumento de renda e retomada do crédito, mas também a queda de preços dos produtos do gênero, principalmente os microcomputadores (-9,3% nos últimos 12 meses - medido pelo IPCA) e a ampliação das vendas de celulares, estimulada principalmente pelas inovações tecnológicas no segmento. Segundo a ANATEL, em setembro de 2010 o número de celulares habilitados no País chegou a 191,4 milhões, um crescimento de 10% em relação ao patamar alcançado dezembro de 2009.

A atividade de *Livros, jornais, revistas e papelaria*, com crescimento de 23,2% no volume de vendas sobre novembro/08, foi a que menos contribuiu para o resultado global do **Comercio varejista**, mesmo registrando a maior taxa de variação setorial nesta comparação. Nos acumulados dos onze primeiros meses do ano e dos últimos 12 meses suas taxas alcançaram, respectivamente, 10,2% e 10,1%. Estes resultados positivos são decorrentes da melhoria do poder de compra da população, bem como da diversificação da linha de produtos ofertados pelas principais redes de livrarias e papelaria do País, com destaque para a participação crescente dos suprimentos de informática.

O segmento de *Veículos, motos, partes e peças* – que entra apenas no cômputo da taxa do Varejo Ampliado, registrou alta de 30,4% em relação a novembro de 2009, com participação de 59% no resultado global do setor (tabela 3). Nos acumulados dos onze primeiros meses do ano e nos últimos 12 meses, o segmento registra acréscimos superiores à média, com taxas 13,0% e 14,0%, respectivamente. Para o estabelecimento destes resultados continuaram sendo fundamentais as condições favoráveis do crédito, cujo montante destinado às pessoas físicas para aquisição de veículos aumentou em 44,4% em relação a outubro de 2009, segundo dados do Banco Central.

Quanto a *Material de Construção*, a atividade voltou a crescer em 2010, após registrar resultado negativo em 2009 (-6,6%). Em relação a novembro/09, obteve aumento de 15,6% no volume de vendas, com taxas de variação no acumulado dos onze primeiros meses do ano e nos últimos 12 meses da ordem de 15,8% e 15,0%, respectivamente. O desempenho positivo deste ano tem como principais fatores a desoneração fiscal sobre um conjunto de produtos básicos do ramo e a ampliação dos financiamentos habitacionais, cujo montante destinado a pessoas físicas e cooperativas cresceu 51,5% em 12 meses, segundo o Banco Central.

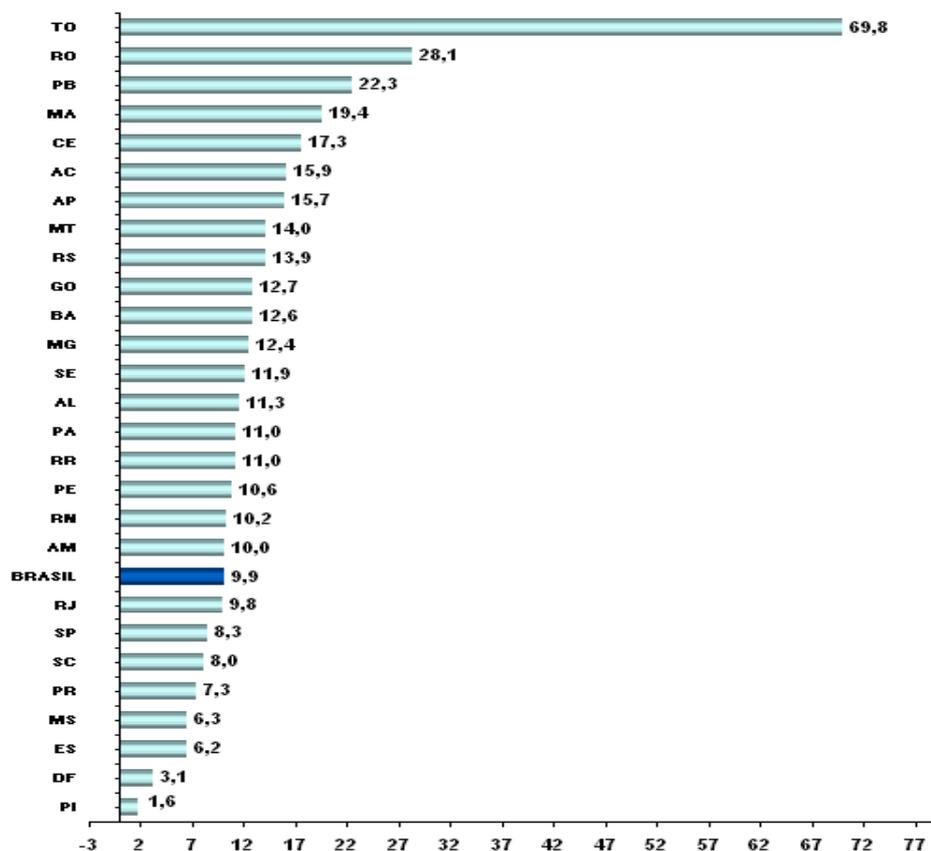
RESULTADOS REGIONAIS

Todas as 27 Unidades da Federação tiveram resultados positivos na comparação novembro10/novembro09, sendo os principais aumentos observados em Tocantins (69,8%); Rondônia (28,1%); Paraíba (22,3%); Maranhão (19,4%); e Ceará (17,3%) – Gráfico 4. Quanto à participação na composição da taxa do **Comércio Varejista**, destacaram-se, pela ordem, São Paulo (8,3%); Rio de Janeiro (9,8%); Minas Gerais (12,4%); Rio Grande do Sul (13,9%); e Bahia (12,6%).

Em relação ao **varejo ampliado**, as maiores taxas de desempenho no volume de vendas ocorreram em Tocantins (51,8%); Rondônia (31,3%); Mato Grosso (30,3%); Acre (26,1%); Paraíba (26,0%); e Amapá (24,9%). Em termos de impacto no resultado global do setor, os destaques foram os estados de São Paulo (15,4%); Minas Gerais (17,9%); Rio de Janeiro (14,4%); Rio Grande do Sul (18,8%); e Paraná (19,6%).

Ainda por Unidades da Federação, os resultados com ajuste sazonal para o volume de vendas apontam 17 dos vinte e sete estados com variação positiva, na comparação mês/mês anterior, sendo os destaques positivos Alagoas (3,7%); Amapá (3,1%); Ceará (1,9%); Bahia (1,8%); e Minas Gerais (1,8%). Já as maiores quedas ocorreram em Roraima (-9,3%); Distrito Federal (-3,0%); Rio Grande do Norte (-2,1%); e Maranhão (-2,0%).

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

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

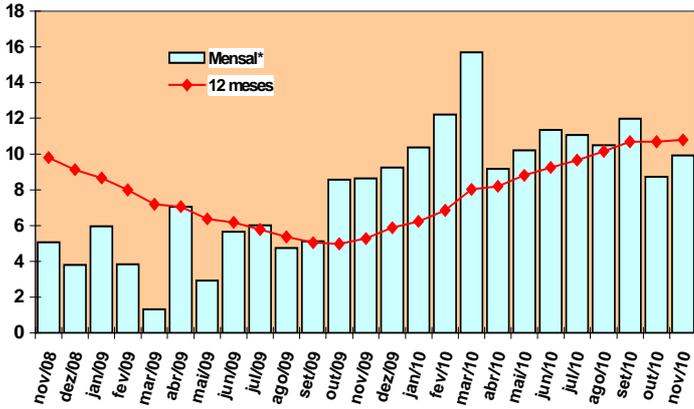


Gráfico 6 - Evolução do volume de vendas de Combustíveis e Lubrificantes segundo os índices Mensais e Acumulado de 12 meses

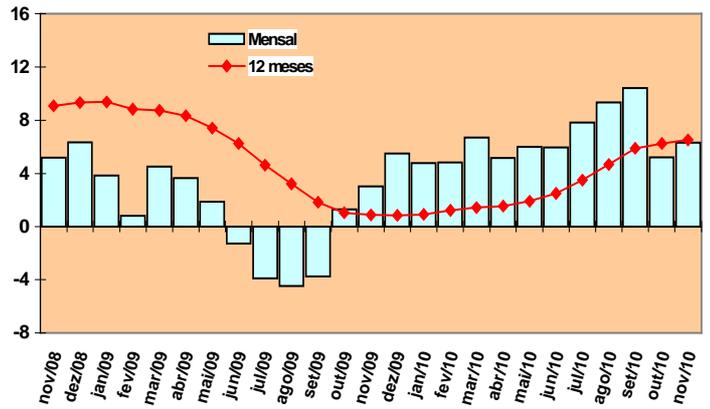


Gráfico 7 - Evolução do volume de vendas de Hiper e Supermercados, Alim., Bebidas e Fumo, segundo os índices Mensais e Acum. de 12 meses.

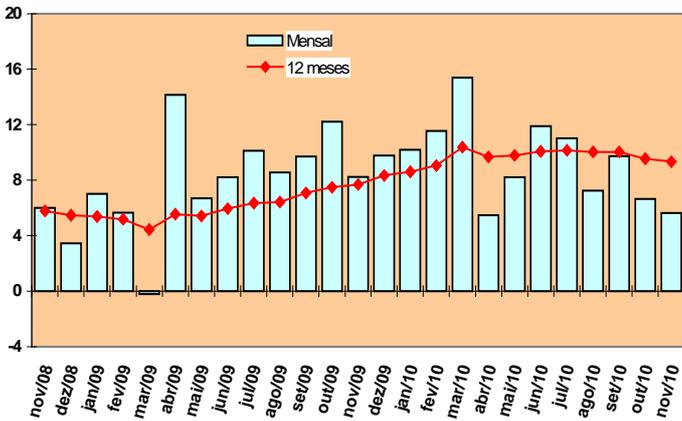


Gráfico 8 - Evolução do volume de vendas de Tecidos, Vestuário e Calçados, segundo os índices Mensal e Acumulado de 12 meses

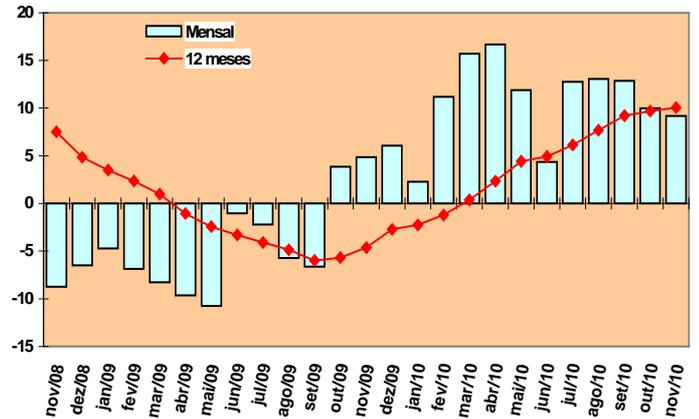


Gráfico 9 - Evolução do volume de vendas de Móveis e Eletrodomésticos, segundo os índices Mensal e Acum. de 12 meses

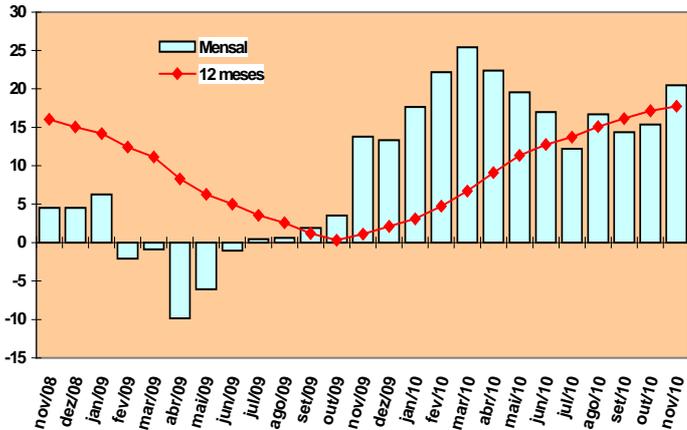
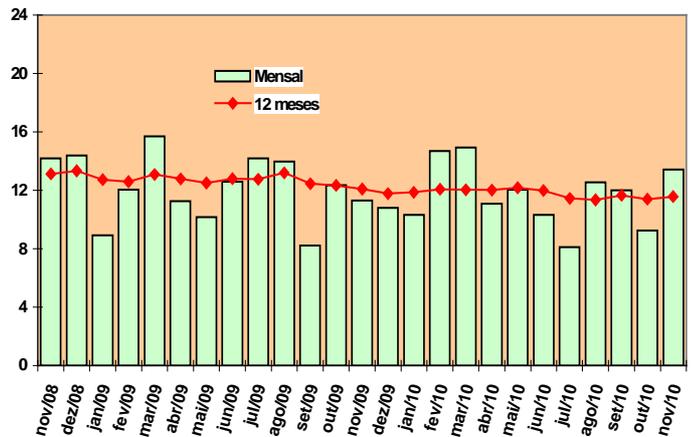


Gráfico 10 - Evolução do volume de vendas de Prods. Farm., Méd., Orto. e de Perf., segundo os índices Mensal e Acum. de 12 meses



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

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

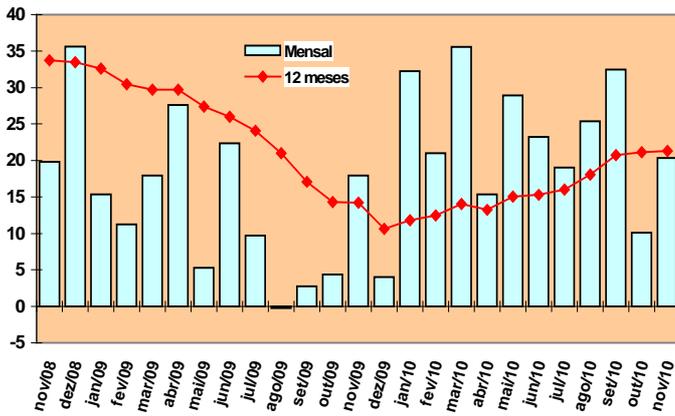


Gráfico 12 - Evolução do volume de vendas de Livros, Jornais, Revistas e Papelaria, segundo os índices Mensal e Acum. de 12 meses

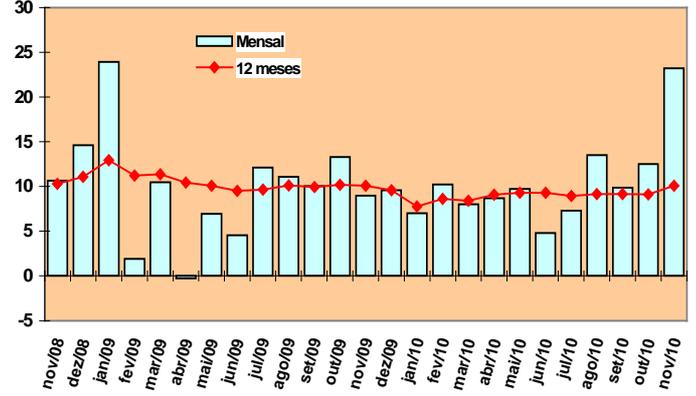


Gráfico 13 - Evolução do volume de vendas de Outros Arts. de Uso pessoal e Dom., segundo os índices Mensal e Acum. de 12 meses

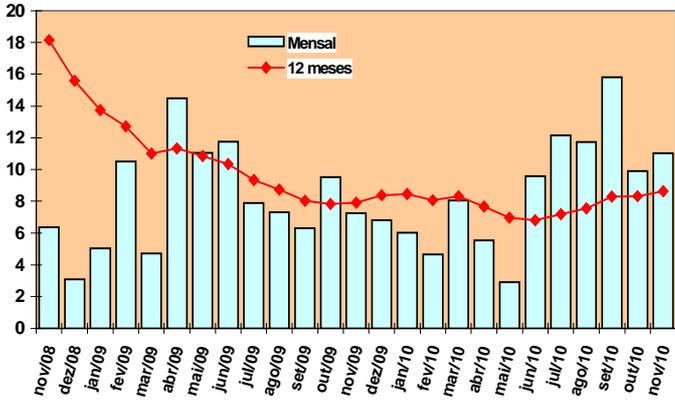


Gráfico 14 - Evolução do volume de vendas de Veículos e motos, partes e peças, segundo os índices Mensal e Acum. de 12 meses

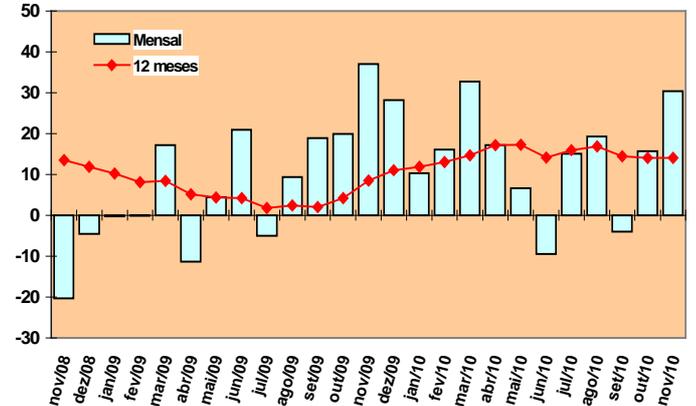
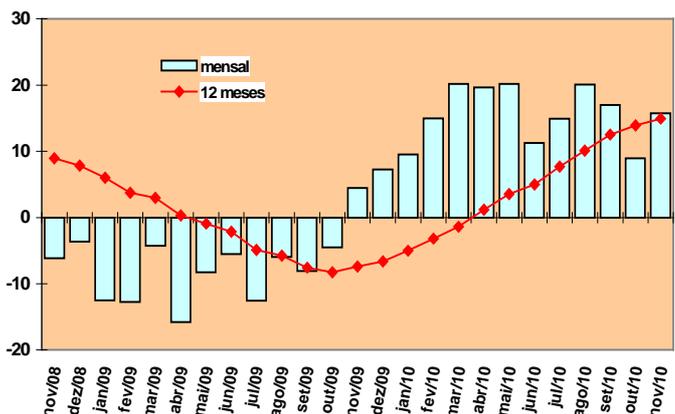


Gráfico 15 - Evolução do volume de vendas de Material de Construção, segundo os índices Mensal e Acumulado de 12 meses



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

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Nov/2010

Unidade da Federação	Índice de volume (1)	Variação				
		Mensal (2)			Acumulada (3)	
		set/10	out/10	nov/10	no ano	12 Meses
Brasil	173,5	12,0	8,7	9,9	11,0	10,8
Rondônia	251,9	29,7	28,8	28,1	30,3	28,9
Acre	277,6	22,3	20,0	15,9	22,8	22,7
Amazonas	199,5	11,7	9,4	10,0	9,7	8,9
Roraima	184,4	46,3	27,2	11,0	20,1	19,8
Pará	166,8	13,2	8,3	11,0	13,1	13,1
Amapá	186,4	12,0	3,6	15,7	13,1	13,3
Tocantins	304,9	76,8	73,0	69,8	53,7	47,5
Maranhão	252,3	24,1	20,3	19,4	17,5	16,5
Piauí	173,0	6,4	0,1	1,6	4,4	5,8
Ceará	214,5	14,8	9,6	17,3	14,4	14,2
Rio G. do Norte	206,8	9,0	11,6	10,2	9,9	9,6
Paraíba	214,9	28,5	18,2	22,3	19,4	18,1
Pernambuco	185,9	13,2	10,5	10,6	12,1	12,0
Alagoas	247,8	11,0	7,9	11,3	13,0	13,4
Sergipe	212,5	13,1	10,4	11,9	13,0	13,4
Bahia	185,3	8,9	7,7	12,6	10,3	10,6
Minas Gerais	171,4	12,9	8,7	12,4	11,2	11,2
Espirito Santo	181,0	10,2	6,7	6,2	9,4	9,1
Rio de Janeiro	161,3	13,4	10,8	9,8	10,2	9,8
São Paulo	180,3	10,8	7,6	8,3	10,7	10,5
Paraná	147,3	11,2	6,1	7,3	9,8	9,6
Santa Catarina	168,0	9,2	8,4	8,0	8,1	8,1
Rio Grande do Sul	140,5	13,6	9,3	13,9	10,8	10,9
Mato Grosso do Sul	181,2	15,2	8,5	6,3	13,6	12,9
Mato Grosso	172,0	17,6	15,4	14,0	19,1	18,9
Goiás	180,5	12,9	12,0	12,7	13,2	13,3
Distrito Federal	158,6	6,6	5,2	3,1	7,5	7,6

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

(1) Base: 2003 = 100

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

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

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

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Nov/2010

Unidade da Federação	Comércio Varejista			Combustíveis e lubrificantes			Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo						Tecidos, vestuário e calçados		
	Mensal (1)	Acumulada (2)		Mensal (1)	Acumulada (2)		Total			Hipermercados e Supermercados			Mensal (1)	Acumulada (2)	
		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses	Mensal (1)	no ano	12 Meses	Mensal (1)	no ano	12 Meses		no ano	12 Meses
Brasil	9,9	11,0	10,8	6,3	6,6	6,5	5,6	9,3	9,3	5,4	9,0	9,0	9,2	10,8	10,0
Ceará	17,3	14,4	14,2	9,3	3,8	3,7	20,6	19,1	19,2	20,9	19,6	19,7	10,1	8,4	7,8
Pernambuco	10,6	12,1	12,0	4,0	9,1	8,6	4,7	9,4	9,7	4,8	9,3	9,6	12,8	14,6	14,6
Bahia	12,6	10,3	10,6	0,0	5,7	5,6	6,6	7,5	7,9	8,6	7,6	7,7	5,8	8,8	9,6
Minas Gerais	12,4	11,2	11,2	7,5	9,5	9,7	5,6	7,6	7,6	5,6	7,6	7,7	10,4	9,8	9,6
Espírito Santo	6,2	9,4	9,1	4,9	-5,9	-5,8	7,3	9,7	9,3	7,0	9,5	9,1	8,6	8,2	6,1
Rio de Janeiro	9,8	10,2	9,8	-3,7	3,2	3,3	7,5	10,7	10,8	6,4	9,2	9,3	15,0	14,3	10,4
São Paulo	8,3	10,7	10,5	6,4	7,6	7,7	3,6	9,1	9,1	3,5	8,9	8,9	8,4	10,3	9,7
Paraná	7,3	9,8	9,6	4,3	0,5	0,9	5,1	6,4	6,2	4,6	6,2	6,1	-0,2	6,4	6,4
Santa Catarina	8,0	8,1	8,1	7,8	7,5	6,8	6,4	7,9	8,3	5,8	7,5	7,9	7,3	8,3	8,5
Rio Grande do Sul	13,9	10,8	10,9	17,7	6,5	6,0	8,4	7,7	7,8	8,3	7,7	7,8	11,9	14,5	13,8
Goiás	12,7	13,2	13,3	2,8	3,0	2,4	6,7	9,5	10,3	6,9	9,6	10,5	17,8	15,6	14,9
Distrito Federal	3,1	7,5	7,6	7,2	6,8	6,5	-1,9	5,4	5,0	-2,5	5,1	4,7	3,6	3,4	4,3

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

Mês: Nov/2010

Unidade da Federação	Móveis e eletrodomésticos			Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos			Livros, jornais, revistas e papelaria			Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação			Outros artigos de uso pessoal e doméstico		
	Mensal (1)	Acumulada (2)		Mensal (1)	Acumulada (2)		Mensal (1)	Acumulada (2)		Mensal (1)	Acumulada (2)		Mensal (1)	Acumulada (2)	
		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses
Brasil	20,5	18,3	17,7	13,4	11,6	11,6	23,2	10,2	10,1	20,4	23,8	21,3	11,0	8,9	8,7
Ceará	23,6	17,3	17,0	23,0	11,7	11,1	60,2	27,7	28,3	0,8	14,4	14,3	8,1	11,0	11,7
Pernambuco	36,6	19,9	18,7	8,5	15,6	15,8	2,5	6,8	7,3	-23,6	15,7	18,0	11,4	12,6	12,2
Bahia	37,6	21,7	21,6	13,6	12,4	12,3	2,3	4,9	6,5	6,8	15,5	17,5	13,3	7,7	8,3
Minas Gerais	36,6	25,4	23,9	8,2	7,8	8,5	10,3	1,7	2,4	40,0	34,6	33,8	14,5	10,0	10,9
Espirito Santo	-4,2	8,0	9,3	10,8	16,0	15,9	28,6	23,6	23,0	5,2	30,9	32,4	15,8	21,6	19,2
Rio de Janeiro	16,3	19,7	18,7	5,5	7,8	7,7	13,4	4,2	3,9	-22,3	11,5	11,3	15,5	-0,7	-1,0
São Paulo	18,5	16,9	16,8	12,0	10,5	10,3	40,6	15,7	15,3	38,6	22,6	15,7	9,8	10,1	9,4
Paraná	10,3	15,8	15,0	16,7	19,8	20,4	2,3	17,2	15,6	20,6	40,8	40,9	12,9	16,1	15,3
Santa Catarina	2,2	5,3	4,9	12,6	16,7	16,7	7,7	2,1	3,0	64,9	26,3	26,8	2,8	2,8	2,5
Rio Grande do Sul	23,7	16,8	16,9	24,0	15,3	14,9	-6,3	8,3	8,7	29,4	27,6	28,8	2,6	6,6	8,7
Goiás	18,7	20,5	20,2	27,2	19,2	19,2	-10,2	0,0	1,4	10,7	5,6	16,0	16,2	11,2	11,4
Distrito Federal	34,8	23,2	21,7	10,3	1,3	0,9	29,7	5,0	4,9	-79,0	-16,8	-8,4	5,4	5,0	7,1

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

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

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

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

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Nov/2010

Unidade da Federação	Comércio varejista												
	nov/09	dez/09	jan/10	fev/10	mar/10	abr/10	mai/10	jun/10	jul/10	ago/10	set/10	out/10	nov/10
Brasil	157,9	213,2	158,9	147,3	166,5	158,4	168,0	162,3	167,8	169,6	167,4	175,7	173,5
Rondônia	196,7	288,3	180,9	197,8	226,7	220,2	250,2	224,2	238,0	237,9	241,5	250,4	251,9
Acre	239,6	325,9	224,5	220,5	252,8	238,7	243,5	246,6	265,9	260,9	270,6	278,6	277,6
Amazonas	181,5	242,3	176,8	164,9	177,4	172,4	186,5	182,8	186,5	204,0	195,8	202,7	199,5
Roraima	166,2	203,9	153,0	154,1	170,8	174,6	181,9	188,1	185,8	193,3	209,6	203,2	184,4
Pará	150,2	235,4	151,1	135,1	153,7	148,3	169,0	153,4	164,0	166,2	165,3	174,0	166,8
Amapá	161,1	246,8	171,0	149,5	164,3	160,8	191,2	174,8	191,0	182,0	180,3	180,2	186,4
Tocantins	179,6	242,1	185,1	225,6	268,9	261,2	283,3	279,2	306,6	315,1	319,4	319,4	304,9
Maranhão	211,2	304,5	229,6	202,5	237,1	224,0	250,3	244,1	264,4	262,2	259,1	263,2	252,3
Piauí	170,2	241,2	171,9	154,4	178,4	155,1	176,5	166,5	182,7	184,0	182,8	174,6	173,0
Ceará	182,8	258,8	190,5	174,1	195,4	189,2	203,1	192,9	205,7	206,6	200,4	209,3	214,5
Rio G. do Norte	187,7	263,5	195,3	177,9	210,1	191,9	204,9	192,1	208,5	206,5	201,2	216,4	206,8
Paraíba	175,7	254,9	181,7	163,4	196,3	177,5	210,4	202,3	218,7	227,8	217,6	214,2	214,9
Pernambuco	168,0	230,9	168,9	153,0	174,3	160,8	175,3	165,8	173,4	179,9	176,0	186,6	185,9
Alagoas	222,5	316,1	228,6	203,1	233,4	231,0	238,1	212,1	232,7	235,2	224,9	238,3	247,8
Sergipe	189,9	264,7	204,7	183,0	201,3	184,9	201,5	197,5	201,0	204,6	200,8	214,2	212,5
Bahia	164,6	229,1	167,5	153,0	176,8	160,3	172,8	167,0	169,6	172,0	172,3	184,7	185,3
Minas Gerais	152,6	204,7	159,2	143,2	162,7	156,8	166,4	162,1	170,3	169,3	169,0	175,1	171,4
Espirito Santo	170,4	230,7	178,7	165,3	181,6	168,1	174,5	168,4	179,9	175,3	175,3	187,8	181,0
Rio de Janeiro	147,0	202,6	148,0	138,6	152,2	140,9	150,3	146,6	151,3	153,2	153,8	163,6	161,3
São Paulo	166,5	217,9	163,8	153,0	173,3	166,8	174,9	170,3	172,3	175,6	172,9	181,3	180,3
Paraná	137,4	185,6	143,5	130,5	149,7	142,1	148,7	141,6	147,7	150,7	146,6	150,1	147,3
Santa Catarina	155,6	211,3	161,8	153,1	163,0	154,9	158,8	155,2	160,3	161,1	161,2	169,6	168,0
Rio Grande do Sul	123,3	175,1	122,4	116,0	133,9	129,5	137,7	131,9	139,5	138,2	134,5	143,2	140,5
Mato Grosso do Sul	170,5	223,1	172,0	161,7	182,1	179,9	195,3	183,9	190,9	186,0	187,5	190,9	181,2
Mato Grosso	150,9	207,0	152,7	149,8	169,9	160,1	171,9	163,4	177,7	178,4	175,4	182,5	172,0
Goiás	160,2	218,7	169,5	150,3	171,1	166,2	178,4	168,3	179,9	176,6	174,0	186,1	180,5
Distrito Federal	153,9	200,3	149,5	139,4	161,0	148,2	159,6	152,9	161,2	158,7	153,4	162,3	158,6

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

(1) Base: 2003 = 100

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Nov/2010

Unidade da Federação	Índice de receita (1)	Variação				
		Mensal (2)			Acumulada (3)	
		set/10	out/10	nov/10	no ano	12 Meses
Brasil	223,7	15,3	13,2	14,8	14,4	14,1
Rondônia	332,4	31,6	31,8	32,6	33,0	31,9
Acre	371,1	21,8	20,9	19,1	22,9	23,2
Amazonas	273,0	15,0	12,2	15,1	13,2	12,5
Roraima	234,3	46,0	27,1	12,9	21,5	21,1
Pará	229,3	16,4	12,2	15,9	17,2	17,2
Amapá	247,0	13,0	4,6	18,0	15,2	15,8
Tocantins	400,9	80,7	81,1	78,9	55,6	49,6
Maranhão	344,3	29,8	27,0	28,0	24,5	23,4
Piauí	227,4	9,3	4,0	7,7	8,0	9,5
Ceará	276,5	19,1	13,7	23,2	18,7	18,6
Rio G. do Norte	261,0	12,0	14,4	14,2	13,0	12,8
Paraíba	286,5	34,2	22,4	26,4	24,4	22,9
Pernambuco	249,3	15,9	13,3	14,0	16,0	16,0
Alagoas	329,3	14,6	11,9	14,9	17,4	17,8
Sergipe	287,9	16,5	13,9	16,0	17,5	17,9
Bahia	230,0	9,8	9,8	16,5	12,7	12,8
Minas Gerais	225,3	15,2	11,9	16,0	13,7	13,6
Espírito Santo	239,0	15,1	11,9	12,8	14,0	13,5
Rio de Janeiro	205,7	17,3	14,6	14,3	13,3	12,8
São Paulo	230,8	14,4	13,2	13,6	14,5	14,3
Paraná	193,6	15,1	12,1	14,1	13,7	13,4
Santa Catarina	216,6	13,5	12,7	13,1	12,3	12,1
Rio Grande do Sul	175,8	15,9	12,2	16,5	12,7	12,6
Mato Grosso do Sul	238,1	16,0	12,2	10,8	14,2	13,7
Mato Grosso	222,4	18,4	18,1	18,4	19,6	19,4
Goiás	231,1	14,6	15,9	17,0	14,3	14,4
Distrito Federal	206,6	10,0	8,0	9,4	10,3	10,2

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

(1) Base: 2003 = 100

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

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

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

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Nov/2010

Unidade da Federação	Comércio Varejista			Combustíveis e lubrificantes			Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo						Tecidos, vestuário e calçados		
	Mensal (1)	Acumulada (2)		Mensal (1)	Acumulada (2)		Total			Hipermercados e Supermercados			Mensal (1)	Acumulada (2)	
		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses	Mensal (1)	no ano	12 Meses	Mensal (1)	no ano	12 Meses		no ano	12 Meses
Brasil	14,8	14,4	14,1	8,1	9,0	8,9	13,3	13,3	13,1	12,9	12,9	12,7	15,2	16,5	15,8
Ceará	23,2	18,7	18,6	9,4	7,9	7,9	28,1	22,2	22,1	28,2	22,7	22,6	23,1	19,7	19,0
Pernambuco	14,0	16,0	16,0	9,7	13,3	12,7	9,3	13,1	13,4	9,3	13,2	13,4	19,7	20,8	20,6
Bahia	16,5	12,7	12,8	8,3	9,0	8,5	12,2	10,2	10,3	14,0	10,1	10,1	15,1	16,8	17,3
Minas Gerais	16,0	13,7	13,6	9,0	12,4	12,4	13,3	11,2	11,0	13,2	11,3	11,1	18,6	16,8	16,5
Espirito Santo	12,8	14,0	13,5	7,4	-2,4	-2,4	14,3	13,5	12,8	14,0	13,2	12,6	14,9	13,0	11,4
Rio de Janeiro	14,3	13,3	12,8	-1,4	7,0	6,9	14,4	14,5	14,3	13,1	12,8	12,7	22,1	19,7	16,0
São Paulo	13,6	14,5	14,3	8,0	11,7	11,8	11,5	13,2	12,9	11,2	12,9	12,7	11,8	14,9	14,6
Paraná	14,1	13,7	13,4	2,6	1,8	2,6	14,7	12,1	11,5	14,1	11,9	11,3	9,9	13,2	12,8
Santa Catarina	13,1	12,3	12,1	6,1	8,9	8,7	16,3	13,8	13,7	15,6	13,3	13,2	18,4	15,3	15,1
Rio Grande do Sul	16,5	12,7	12,6	18,7	8,7	7,9	13,0	10,6	10,5	12,8	10,6	10,5	17,4	18,7	18,0
Goiás	17,0	14,3	14,4	5,1	-0,3	-0,5	16,0	12,7	13,2	16,1	12,8	13,3	19,6	18,0	17,6
Distrito Federal	9,4	10,3	10,2	7,4	7,0	7,0	5,8	8,9	8,3	5,1	8,5	7,9	10,6	10,6	11,4

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

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

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

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

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Nov/2010

Unidade da Federação	Móveis e eletrodomésticos			Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos			Livros, jornais, revistas e papelaria			Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação			Outros artigos de uso pessoal e doméstico		
	Mensal (1)	Acumulada (2)		Mensal (1)	Acumulada (2)		Mensal (1)	Acumulada (2)		Mensal (1)	Acumulada (2)		Mensal (1)	Acumulada (2)	
		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses			
Brasil	21,5	19,9	19,0	17,0	15,4	15,6	27,5	14,4	14,5	8,3	14,4	12,7	17,9	16,2	16,2
Ceará	26,9	21,4	21,0	25,4	14,1	13,8	63,7	30,8	31,5	-6,6	8,1	8,1	15,8	18,1	18,9
Pernambuco	32,2	21,1	19,5	12,7	21,2	21,6	4,7	9,1	9,6	-22,0	22,4	24,7	15,7	19,9	20,2
Bahia	35,5	21,0	20,8	21,2	18,5	18,5	-4,0	4,1	5,8	-7,7	-0,9	1,6	20,3	12,5	13,2
Minas Gerais	33,1	24,5	23,0	14,9	13,4	14,2	13,6	4,8	5,6	17,0	22,0	21,8	20,6	16,0	17,4
Espirito Santo	2,3	15,6	16,2	15,2	20,5	20,5	34,8	29,4	29,1	-1,6	17,7	19,0	20,4	29,3	26,9
Rio de Janeiro	13,3	18,9	17,7	9,7	12,0	12,0	18,8	8,9	8,9	-27,4	0,0	-0,1	19,8	5,2	5,1
São Paulo	21,7	19,3	18,6	14,3	13,9	14,1	45,6	20,8	20,5	30,8	18,2	11,7	17,2	18,7	18,4
Paraná	18,4	20,6	19,7	20,0	20,4	21,1	5,7	21,2	20,1	-2,3	22,9	24,1	22,4	24,4	23,7
Santa Catarina	7,2	9,4	8,9	15,8	17,2	17,4	11,3	5,9	7,4	33,7	9,0	10,9	11,4	10,3	10,2
Rio Grande do Sul	24,5	16,8	16,2	26,7	18,9	18,6	-2,8	10,8	11,2	17,0	9,1	9,9	9,0	12,9	15,0
Goiás	18,2	20,2	19,4	30,6	23,0	23,4	-8,6	2,8	4,4	-8,1	-4,1	5,7	24,0	17,8	18,2
Distrito Federal	31,8	24,3	23,2	15,4	6,2	5,9	34,5	8,6	8,5	-81,4	-24,3	-15,6	12,2	12,2	14,3

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/2010

Unidade da Federação	Comércio varejista												
	nov/09	dez/09	jan/10	fev/10	mar/10	abr/10	mai/10	jun/10	jul/10	ago/10	set/10	out/10	nov/10
Brasil	194,9	264,0	196,9	184,3	209,5	201,8	214,1	205,5	212,4	213,9	211,6	225,5	223,7
Rondônia	250,7	373,9	233,1	253,6	289,8	282,2	317,1	289,1	309,3	304,8	309,3	326,4	332,4
Acre	311,6	427,2	295,5	290,8	330,6	313,3	312,3	321,6	350,9	338,1	351,0	368,1	371,1
Amazonas	237,3	323,8	235,2	220,3	239,3	232,9	249,7	246,8	250,9	271,3	262,6	273,3	273,0
Roraima	207,6	259,3	196,7	197,8	220,8	224,1	233,2	239,7	237,5	245,8	262,9	255,5	234,3
Pará	197,9	311,7	202,7	182,0	207,4	202,1	228,4	207,9	222,0	223,0	221,9	237,8	229,3
Amapá	209,3	322,9	224,7	196,5	217,3	212,9	250,3	229,9	250,3	235,5	234,3	236,2	247,0
Tocantins	224,1	299,5	231,8	285,7	338,5	326,0	352,5	346,8	377,5	393,7	403,9	415,8	400,9
Maranhão	269,0	388,0	292,0	258,9	302,2	289,6	326,4	319,6	347,0	342,3	341,9	351,3	344,3
Piauí	211,2	299,6	211,4	189,2	218,6	191,6	220,4	209,1	231,2	229,2	231,7	224,2	227,4
Ceará	224,5	321,9	231,8	211,6	238,5	233,0	251,5	239,6	258,4	257,0	250,9	264,1	276,5
Rio G. do Norte	228,5	323,6	237,0	214,8	249,6	233,3	251,2	237,5	255,3	254,0	246,3	267,4	261,0
Paraíba	226,7	333,6	235,0	211,9	255,3	235,0	280,2	271,3	293,4	304,2	290,1	284,7	286,5
Pernambuco	218,7	305,2	219,9	200,2	229,4	215,0	234,2	223,2	230,7	236,3	231,4	247,4	249,3
Alagoas	286,6	413,2	293,6	263,1	304,5	303,7	316,9	284,6	308,3	308,1	295,8	317,1	329,3
Sergipe	248,2	351,6	269,0	241,0	266,5	250,1	272,5	269,0	271,2	273,4	268,8	288,2	287,9
Bahia	197,4	274,6	202,4	186,6	216,8	199,0	214,8	208,8	209,1	210,4	209,7	226,6	230,0
Minas Gerais	194,3	259,9	202,1	185,2	211,7	205,5	216,8	210,8	219,6	216,8	218,1	229,1	225,3
Espirito Santo	211,9	288,0	224,4	209,3	232,3	219,0	229,2	219,1	232,6	226,1	226,5	244,5	239,0
Rio de Janeiro	179,9	252,0	182,6	172,7	191,6	180,0	193,3	187,8	193,0	194,2	194,8	208,2	205,7
São Paulo	203,3	265,5	200,8	189,9	216,4	211,2	221,6	212,7	216,2	219,8	217,0	232,4	230,8
Paraná	169,7	230,5	178,1	162,4	188,1	180,8	189,5	180,0	187,9	192,1	186,4	195,7	193,6
Santa Catarina	191,5	260,1	201,9	192,9	206,2	197,8	203,5	195,6	201,7	204,1	203,2	216,9	216,6
Rio Grande do Sul	150,9	213,2	148,9	142,1	165,9	162,6	171,5	163,5	172,3	170,3	165,8	178,5	175,8
Mato Grosso do Sul	214,9	286,6	219,2	206,3	231,0	226,9	244,6	228,2	237,4	232,5	237,3	248,8	238,1
Mato Grosso	187,8	257,7	190,2	187,7	212,3	199,6	213,7	201,7	219,7	219,4	218,5	232,1	222,4
Goiás	197,5	270,8	208,6	187,7	213,8	208,0	221,3	208,8	222,5	219,6	217,6	237,4	231,1
Distrito Federal	188,9	247,0	186,1	174,4	199,3	190,3	202,5	193,9	205,2	199,9	194,8	209,3	206,6

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

(1) Base: 2003 = 100

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Nov/2010

Unidade da Federação	Índice de volume (2)	Variação				
		Mensal (3)			Acumulada (4)	
		set/10	out/10	nov/10	no ano	12 Meses
Brasil	193,8	6,0	11,1	17,0	11,9	12,1
Rondônia	405,7	24,9	32,4	31,3	27,2	25,5
Acre	432,6	12,9	20,6	26,1	17,2	17,2
Amazonas	239,6	4,4	8,8	6,7	9,2	8,7
Roraima	220,0	36,2	23,2	18,0	20,7	20,1
Pará	229,6	6,3	8,1	14,4	10,9	11,0
Amapá	257,6	9,3	8,8	24,9	16,3	15,8
Tocantins	357,6	37,2	61,2	51,8	39,1	37,1
Maranhão	296,1	14,6	14,6	24,6	15,0	14,4
Piauí	238,8	4,9	3,6	8,9	8,8	9,5
Ceará	251,8	9,2	13,4	24,7	16,7	16,7
Rio G. do Norte	233,5	0,0	9,3	16,7	9,7	9,6
Paraíba	250,7	14,5	17,3	26,0	19,3	18,5
Pernambuco	219,8	6,6	12,3	17,3	12,7	13,0
Alagoas	286,8	5,9	11,5	20,9	13,2	13,7
Sergipe	258,6	-1,2	6,4	16,9	11,0	11,5
Bahia	206,3	4,0	10,9	18,2	11,5	11,6
Minas Gerais	189,9	10,3	9,9	17,9	14,4	14,3
Espirito Santo	272,5	10,9	7,2	23,2	19,7	19,9
Rio de Janeiro	166,6	5,4	11,1	14,4	9,1	9,1
São Paulo	186,4	3,8	10,6	15,4	10,8	11,1
Paraná	186,1	7,1	11,3	19,6	12,9	13,3
Santa Catarina	199,8	6,6	8,8	12,2	10,3	10,6
Rio Grande do Sul	169,0	9,5	11,7	18,8	13,0	13,4
Mato Grosso do Sul	223,8	10,5	11,2	18,1	15,2	15,4
Mato Grosso	211,1	14,9	21,7	30,3	19,8	20,3
Goiás	229,1	8,1	17,6	23,4	15,3	15,9
Distrito Federal	192,5	-1,1	8,0	15,7	6,6	6,8

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

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

(2) Base: 2003 = 100

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

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

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

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Nov/2010

Unidade da Federação	Comércio Varejista Ampliado			Combustíveis e lubrificantes			Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo						Tecidos, vestuário e calçados		
	Mensal (2)	Acumulada (3)		Mensal (2)	Acumulada (3)		Total			Hipermercados e Supermercados			Mensal (2)	Acumulada (3)	
		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses	Mensal (2)	no ano	12 Meses	Mensal (2)	no ano	12 Meses		no ano	12 Meses
Brasil	17,0	11,9	12,1	6,3	6,6	6,5	5,6	9,3	9,3	5,4	9,0	9,0	9,2	10,8	10,0
Ceará	24,7	16,7	16,7	9,3	3,8	3,7	20,6	19,1	19,2	20,9	19,6	19,7	10,1	8,4	7,8
Pernambuco	17,3	12,7	13,0	4,0	9,1	8,6	4,7	9,4	9,7	4,8	9,3	9,6	12,8	14,6	14,6
Bahia	18,2	11,5	11,6	0,0	5,7	5,6	6,6	7,5	7,9	8,6	7,6	7,7	5,8	8,8	9,6
Minas Gerais	17,9	14,4	14,3	7,5	9,5	9,7	5,6	7,6	7,6	5,6	7,6	7,7	10,4	9,8	9,6
Espirito Santo	23,2	19,7	19,9	4,9	-5,9	-5,8	7,3	9,7	9,3	7,0	9,5	9,1	8,6	8,2	6,1
Rio de Janeiro	14,4	9,1	9,1	-3,7	3,2	3,3	7,5	10,7	10,8	6,4	9,2	9,3	15,0	14,3	10,4
São Paulo	15,4	10,8	11,1	6,4	7,6	7,7	3,6	9,1	9,1	3,5	8,9	8,9	8,4	10,3	9,7
Paraná	19,6	12,9	13,3	4,3	0,5	0,9	5,1	6,4	6,2	4,6	6,2	6,1	-0,2	6,4	6,4
Santa Catarina	12,2	10,3	10,6	7,8	7,5	6,8	6,4	7,9	8,3	5,8	7,5	7,9	7,3	8,3	8,5
Rio Grande do Sul	18,8	13,0	13,4	17,7	6,5	6,0	8,4	7,7	7,8	8,3	7,7	7,8	11,9	14,5	13,8
Goiás	23,4	15,3	15,9	2,8	3,0	2,4	6,7	9,5	10,3	6,9	9,6	10,5	17,8	15,6	14,9
Distrito Federal	15,7	6,6	6,8	7,2	6,8	6,5	-1,9	5,4	5,0	-2,5	5,1	4,7	3,6	3,4	4,3

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

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

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

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

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

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Nov/2010

Unidade da Federação	Móveis e eletrodomésticos			Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos			Livros, jornais, revistas e papelaria			Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação			Outros artigos de uso pessoal e doméstico		
	Mensal (2)	Acumulada (3)		Mensal (2)	Acumulada (3)		Mensal (2)	Acumulada (3)		Mensal (2)	Acumulada (3)		Mensal (2)	Acumulada (3)	
		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses
Brasil	20,5	18,3	17,7	13,4	11,6	11,6	23,2	10,2	10,1	20,4	23,8	21,3	11,0	8,9	8,7
Ceará	23,6	17,3	17,0	23,0	11,7	11,1	60,2	27,7	28,3	0,8	14,4	14,3	8,1	11,0	11,7
Pernambuco	36,6	19,9	18,7	8,5	15,6	15,8	2,5	6,8	7,3	-23,6	15,7	18,0	11,4	12,6	12,2
Bahia	37,6	21,7	21,6	13,6	12,4	12,3	2,3	4,9	6,5	6,8	15,5	17,5	13,3	7,7	8,3
Minas Gerais	36,6	25,4	23,9	8,2	7,8	8,5	10,3	1,7	2,4	40,0	34,6	33,8	14,5	10,0	10,9
Espirito Santo	-4,2	8,0	9,3	10,8	16,0	15,9	28,6	23,6	23,0	5,2	30,9	32,4	15,8	21,6	19,2
Rio de Janeiro	16,3	19,7	18,7	5,5	7,8	7,7	13,4	4,2	3,9	-22,3	11,5	11,3	15,5	-0,7	-1,0
São Paulo	18,5	16,9	16,8	12,0	10,5	10,3	40,6	15,7	15,3	38,6	22,6	15,7	9,8	10,1	9,4
Paraná	10,3	15,8	15,0	16,7	19,8	20,4	2,3	17,2	15,6	20,6	40,8	40,9	12,9	16,1	15,3
Santa Catarina	2,2	5,3	4,9	12,6	16,7	16,7	7,7	2,1	3,0	64,9	26,3	26,8	2,8	2,8	2,5
Rio Grande do Sul	23,7	16,8	16,9	24,0	15,3	14,9	-6,3	8,3	8,7	29,4	27,6	28,8	2,6	6,6	8,7
Goiás	18,7	20,5	20,2	27,2	19,2	19,2	-10,2	0,0	1,4	10,7	5,6	16,0	16,2	11,2	11,4
Distrito Federal	34,8	23,2	21,7	10,3	1,3	0,9	29,7	5,0	4,9	-79,0	-16,8	-8,4	5,4	5,0	7,1

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

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

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

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

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

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Nov/2010

Unidade da Federação	Veículos, motocicletas, partes e peças			Material de construção		
	Mensal (2)	Acumulada (3)		Mensal (2)	Acumulada (3)	
		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses
Brasil	30,4	13,0	14,0	15,8	15,6	15,0
Ceará	42,2	21,8	22,3	8,0	12,2	12,4
Pernambuco	31,3	13,6	14,6	12,9	15,0	14,4
Bahia	35,4	13,6	13,8	7,3	15,4	14,7
Minas Gerais	29,8	20,6	20,6	11,4	15,5	15,7
Espirito Santo	41,2	29,3	30,3	19,9	23,5	23,7
Rio de Janeiro	27,4	4,7	5,9	30,1	18,4	17,4
São Paulo	28,6	10,5	11,9	13,7	13,1	12,4
Paraná	38,6	16,6	18,3	14,4	17,5	16,6
Santa Catarina	20,6	13,5	14,4	3,1	11,0	11,2
Rio Grande do Sul	22,6	13,3	15,1	44,6	34,4	31,7
Goiás	37,0	17,4	18,6	12,2	16,7	16,0
Distrito Federal	41,3	3,8	4,2	16,0	15,2	14,7

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

Mês: Nov/2010

Unidade da Federação	Comércio Varejista Ampliado												
	nov/09	dez/09	jan/10	fev/10	mar/10	abr/10	mai/10	jun/10	jul/10	ago/10	set/10	out/10	nov/10
Brasil	165,7	204,3	161,3	153,6	193,6	165,0	174,3	172,3	179,9	187,1	183,4	189,8	193,8
Rondônia	309,0	378,7	285,5	290,6	366,2	329,2	343,8	337,8	361,6	379,0	370,6	381,5	405,7
Acre	342,9	425,8	309,9	320,3	391,6	332,4	380,8	397,1	423,8	431,6	422,1	452,4	432,6
Amazonas	224,6	275,2	218,5	202,1	240,6	214,9	223,5	226,9	244,2	249,1	235,3	244,3	239,6
Roraima	186,5	221,9	176,7	174,9	207,2	198,7	204,0	205,5	216,9	223,2	230,8	219,8	220,0
Pará	200,6	278,6	194,9	180,4	216,2	193,8	220,4	205,8	223,8	227,4	226,4	224,9	229,6
Amapá	206,3	275,2	210,3	189,0	227,8	207,9	237,4	229,3	257,8	258,0	239,1	238,4	257,6
Tocantins	235,6	289,6	251,1	253,0	335,1	286,4	306,0	347,2	325,4	365,9	359,9	363,8	357,6
Maranhão	237,6	306,0	247,8	231,2	285,2	262,2	265,5	263,0	294,5	297,8	290,4	286,6	296,1
Piauí	219,3	279,8	209,0	191,5	257,1	193,6	220,7	215,0	232,4	234,4	239,3	224,7	238,8
Ceará	201,9	263,0	211,8	196,1	246,5	212,2	228,9	219,8	237,5	248,2	238,8	243,8	251,8
Rio G. do Norte	200,1	263,8	199,9	188,9	244,9	201,3	212,4	205,3	222,5	223,1	221,5	230,6	233,5
Paraíba	199,0	264,7	200,3	181,8	237,9	203,4	230,1	220,3	243,8	246,8	241,1	238,9	250,7
Pernambuco	187,4	236,6	186,2	169,4	210,7	177,3	195,0	185,3	200,8	210,1	204,6	210,8	219,8
Alagoas	237,3	311,9	229,5	216,4	276,9	233,4	244,6	218,1	253,1	259,6	250,9	259,8	286,8
Sergipe	221,2	281,8	216,2	208,1	265,4	219,9	240,1	225,0	233,3	238,3	237,0	249,9	258,6
Bahia	174,6	227,3	177,6	164,6	209,5	171,9	187,6	180,2	189,2	191,5	190,7	199,9	206,3
Minas Gerais	161,1	196,3	160,8	151,8	189,4	167,6	172,9	177,6	182,3	186,4	185,6	187,9	189,9
Espirito Santo	221,2	280,5	235,8	226,9	299,6	244,5	261,1	264,6	262,9	267,9	279,8	270,2	272,5
Rio de Janeiro	145,6	187,9	148,3	136,2	167,9	140,2	149,8	144,7	152,5	156,6	156,7	164,4	166,6
São Paulo	161,5	190,8	151,9	148,6	187,0	158,8	167,2	165,3	170,9	181,5	175,7	182,7	186,4
Paraná	155,6	192,2	154,2	143,7	184,7	158,4	167,1	163,6	171,5	178,3	174,7	182,4	186,1
Santa Catarina	178,0	223,0	171,1	168,7	201,3	174,8	177,9	183,5	188,3	193,6	191,4	194,1	199,8
Rio Grande do Sul	142,3	185,4	132,8	124,6	161,7	142,4	148,7	148,5	153,1	156,8	152,9	162,9	169,0
Mato Grosso do Sul	189,6	229,9	185,1	170,3	229,3	198,3	207,1	206,3	210,1	216,1	222,3	223,1	223,8
Mato Grosso	162,0	211,6	161,2	156,7	191,8	168,6	180,1	176,6	197,2	202,9	198,7	208,7	211,1
Goias	185,7	226,2	196,9	178,7	236,6	193,6	203,1	209,7	217,1	220,5	217,8	230,2	229,1
Distrito Federal	166,4	204,4	167,5	155,0	203,9	163,7	173,5	171,8	189,0	189,3	184,3	190,8	192,5

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

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

Índice de Base Fixa: 2003 = 100

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Nov/2010

Unidade da Federação	Índice de receita (2)	Variação				
		Mensal (3)			Acumulada (4)	
		set/10	out/10	nov/10	no ano	12 Meses
Brasil	243,0	9,3	13,9	19,8	14,7	14,7
Rondônia	418,1	23,6	31,5	29,8	27,6	26,4
Acre	552,7	15,5	22,0	32,4	23,5	23,8
Amazonas	298,6	7,3	12,4	13,4	13,2	13,0
Roraima	264,9	40,2	26,4	22,0	23,9	23,1
Pará	284,5	10,2	12,5	19,4	16,5	16,7
Amapá	318,1	14,1	12,1	28,3	20,7	20,3
Tocantins	450,6	41,4	65,9	57,1	41,6	39,1
Maranhão	391,0	18,9	19,6	28,9	20,0	19,3
Piauí	304,7	6,8	6,3	11,9	11,7	12,3
Ceará	319,9	12,4	15,6	27,2	19,8	19,7
Rio G. do Norte	292,4	2,6	11,5	18,5	12,2	12,0
Paraíba	335,1	19,8	21,1	28,6	24,7	23,6
Pernambuco	294,2	10,1	15,5	20,4	17,1	17,3
Alagoas	382,9	10,4	15,8	24,3	18,4	18,7
Sergipe	346,9	3,3	10,2	20,1	16,2	16,5
Bahia	254,4	5,8	12,2	20,5	13,6	13,6
Minas Gerais	240,6	12,8	11,8	19,6	16,4	16,2
Espirito Santo	351,8	16,0	11,1	28,4	23,3	23,1
Rio de Janeiro	212,3	9,7	14,8	18,6	12,2	12,0
São Paulo	230,2	7,0	13,6	18,0	13,3	13,4
Paraná	236,0	10,0	14,3	22,1	15,4	15,6
Santa Catarina	253,5	9,6	11,1	14,3	13,1	13,2
Rio Grande do Sul	211,0	13,2	15,4	22,1	15,9	15,9
Mato Grosso do Sul	280,0	12,7	13,7	20,3	16,5	16,5
Mato Grosso	267,2	16,7	23,0	32,1	20,7	20,9
Goiás	282,3	10,8	19,9	25,0	17,0	17,2
Distrito Federal	241,3	2,2	9,2	17,7	9,3	9,4

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

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

(2) Base: 2003 = 100

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

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

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

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Nov/2010

Unidade da Federação	Comércio Varejista Ampliado			Combustíveis e lubrificantes			Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo						Tecidos, vestuário e calçados		
	Mensal (2)	Acumulada (2)		Mensal (2)	Acumulada (2)		Total			Hipermercados e Supermercados			Mensal (2)	Acumulada (2)	
		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses	Mensal (2)	no ano	12 Meses	Mensal (2)	no ano	12 Meses		no ano	12 Meses
Brasil	19,8	14,7	14,7	8,1	9,0	8,9	13,3	13,3	13,1	12,9	12,9	12,7	15,2	16,5	15,8
Ceará	27,2	19,8	19,7	9,4	7,9	7,9	28,1	22,2	22,1	28,2	22,7	22,6	23,1	19,7	19,0
Pernambuco	20,4	17,1	17,3	9,7	13,3	12,7	9,3	13,1	13,4	9,3	13,2	13,4	19,7	20,8	20,6
Bahia	20,5	13,6	13,6	8,3	9,0	8,5	12,2	10,2	10,3	14,0	10,1	10,1	15,1	16,8	17,3
Minas Gerais	19,6	16,4	16,2	9,0	12,4	12,4	13,3	11,2	11,0	13,2	11,3	11,1	18,6	16,8	16,5
Espirito Santo	28,4	23,3	23,1	7,4	-2,4	-2,4	14,3	13,5	12,8	14,0	13,2	12,6	14,9	13,0	11,4
Rio de Janeiro	18,6	12,2	12,0	-1,4	7,0	6,9	14,4	14,5	14,3	13,1	12,8	12,7	22,1	19,7	16,0
São Paulo	18,0	13,3	13,4	8,0	11,7	11,8	11,5	13,2	12,9	11,2	12,9	12,7	11,8	14,9	14,6
Paraná	22,1	15,4	15,6	2,6	1,8	2,6	14,7	12,1	11,5	14,1	11,9	11,3	9,9	13,2	12,8
Santa Catarina	14,3	13,1	13,2	6,1	8,9	8,7	16,3	13,8	13,7	15,6	13,3	13,2	18,4	15,3	15,1
Rio Grande do Sul	22,1	15,9	15,9	18,7	8,7	7,9	13,0	10,6	10,5	12,8	10,6	10,5	17,4	18,7	18,0
Goiás	25,0	17,0	17,2	5,1	-0,3	-0,5	16,0	12,7	13,2	16,1	12,8	13,3	19,6	18,0	17,6
Distrito Federal	17,7	9,3	9,4	7,4	7,0	7,0	5,8	8,9	8,3	5,1	8,5	7,9	10,6	10,6	11,4

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

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

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

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

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

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Nov/2010

Unidade da Federação	Móveis e eletrodomésticos			Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos			Livros, jornais, revistas e papelaria			Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação			Outros artigos de uso pessoal e doméstico		
	Mensal (2)	Acumulada (3)		Mensal (2)	Acumulada (3)		Mensal (2)	Acumulada (3)		Mensal (2)	Acumulada (3)		Mensal (2)	Acumulada (3)	
		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses
Brasil	21,5	19,9	19,0	17,0	15,4	15,6	27,5	14,4	14,5	8,3	14,4	12,7	17,9	16,2	16,2
Ceará	26,9	21,4	21,0	25,4	14,1	13,8	63,7	30,8	31,5	-6,6	8,1	8,1	15,8	18,1	18,9
Pernambuco	32,2	21,1	19,5	12,7	21,2	21,6	4,7	9,1	9,6	-22,0	22,4	24,7	15,7	19,9	20,2
Bahia	35,5	21,0	20,8	21,2	18,5	18,5	-4,0	4,1	5,8	-7,7	-0,9	1,6	20,3	12,5	13,2
Minas Gerais	33,1	24,5	23,0	14,9	13,4	14,2	13,6	4,8	5,6	17,0	22,0	21,8	20,6	16,0	17,4
Espirito Santo	2,3	15,6	16,2	15,2	20,5	20,5	34,8	29,4	29,1	-1,6	17,7	19,0	20,4	29,3	26,9
Rio de Janeiro	13,3	18,9	17,7	9,7	12,0	12,0	18,8	8,9	8,9	-27,4	0,0	-0,1	19,8	5,2	5,1
São Paulo	21,7	19,3	18,6	14,3	13,9	14,1	45,6	20,8	20,5	30,8	18,2	11,7	17,2	18,7	18,4
Paraná	18,4	20,6	19,7	20,0	20,4	21,1	5,7	21,2	20,1	-2,3	22,9	24,1	22,4	24,4	23,7
Santa Catarina	7,2	9,4	8,9	15,8	17,2	17,4	11,3	5,9	7,4	33,7	9,0	10,9	11,4	10,3	10,2
Rio Grande do Sul	24,5	16,8	16,2	26,7	18,9	18,6	-2,8	10,8	11,2	17,0	9,1	9,9	9,0	12,9	15,0
Goiás	18,2	20,2	19,4	30,6	23,0	23,4	-8,6	2,8	4,4	-8,1	-4,1	5,7	24,0	17,8	18,2
Distrito Federal	31,8	24,3	23,2	15,4	6,2	5,9	34,5	8,6	8,5	-81,4	-24,3	-15,6	12,2	12,2	14,3

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

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

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

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

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

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Nov/2010

Unidade da Federação	Veículos, motocicletas, partes e peças			Material de construção		
	Mensal (2)	Acumulada (3)		Mensal (2)	Acumulada (3)	
		no ano	12 Meses		no ano	12 Meses
Brasil	29,7	14,0	14,7	21,4	20,5	19,8
Ceará	38,0	21,7	21,9	17,4	20,3	20,2
Pernambuco	34,4	18,9	19,6	17,3	19,0	18,5
Bahia	34,6	15,2	15,1	10,6	18,0	17,6
Minas Gerais	28,3	21,4	21,1	18,5	20,9	21,1
Espirito Santo	45,7	31,9	32,5	26,4	29,1	29,3
Rio de Janeiro	29,9	6,6	7,4	36,5	23,4	22,4
São Paulo	26,6	10,0	10,9	19,0	18,1	17,4
Paraná	35,4	17,1	18,3	17,4	20,4	19,7
Santa Catarina	17,9	14,1	14,7	8,1	14,1	14,1
Rio Grande do Sul	25,8	17,0	18,0	50,1	38,0	35,3
Goíás	35,5	18,7	19,4	21,1	24,8	23,8
Distrito Federal	34,4	5,1	5,4	23,1	21,0	20,5

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

Mês: Nov/2010

Unidade da Federação	Comércio varejista ampliado												
	nov/09	dez/09	jan/10	fev/10	mar/10	abr/10	mai/10	jun/10	jul/10	ago/10	set/10	out/10	nov/10
Brasil	202,9	250,7	198,5	189,9	237,8	207,0	219,7	215,4	224,7	232,2	228,1	237,9	243,0
Rondônia	322,1	406,7	284,2	294,9	374,6	337,8	352,4	349,7	369,7	382,0	387,8	398,4	418,1
Acre	417,4	533,7	391,6	391,3	483,0	411,6	450,7	486,2	516,6	535,4	515,4	542,4	552,7
Amazonas	263,3	334,6	260,4	242,1	292,3	260,5	271,2	271,8	287,9	301,1	286,0	298,8	298,6
Roraima	217,1	262,2	209,1	207,4	248,7	239,1	245,5	246,6	256,7	268,6	276,7	263,4	264,9
Pará	238,3	343,6	234,5	218,2	266,2	238,8	270,5	252,0	270,6	275,2	274,1	279,3	284,5
Amapá	248,0	340,5	255,1	230,1	276,9	252,3	289,6	277,4	314,7	314,9	294,7	296,4	318,1
Tocantins	286,9	350,4	305,1	312,7	409,7	353,4	379,2	424,3	403,3	452,6	443,4	458,2	450,6
Maranhão	303,4	389,7	316,6	294,2	359,6	336,2	344,4	341,8	381,2	383,0	376,4	375,6	391,0
Piauí	272,4	347,2	259,2	236,6	313,7	240,4	276,9	270,1	292,7	290,8	298,7	283,8	304,7
Ceará	251,4	329,7	263,2	243,3	302,4	265,2	287,8	276,5	299,9	311,2	300,4	305,4	319,9
Rio G. do Norte	246,7	326,3	245,8	231,0	293,4	247,0	263,4	255,7	274,4	275,2	272,0	285,2	292,4
Paraíba	260,7	349,4	263,8	240,0	314,2	274,1	310,2	299,2	329,6	332,9	323,1	319,9	335,1
Pernambuco	244,4	312,9	244,2	222,3	277,2	238,0	261,6	250,2	268,3	279,3	270,6	280,7	294,2
Alagoas	308,1	409,6	299,2	283,2	363,0	310,7	328,7	295,5	340,5	347,3	334,7	348,6	382,9
Sergipe	288,8	372,7	285,2	274,3	349,4	298,1	324,3	305,7	314,3	319,8	316,7	334,1	346,9
Bahia	211,2	274,7	216,3	201,5	254,8	213,3	233,2	224,3	232,8	234,3	232,8	245,2	254,4
Minas Gerais	201,1	246,6	201,7	191,6	237,0	214,3	221,5	224,7	231,2	233,5	233,9	238,5	240,6
Espirito Santo	274,0	346,4	293,0	283,5	373,8	311,5	335,3	338,8	338,7	342,8	357,1	346,0	351,8
Rio de Janeiro	179,0	233,6	183,2	169,8	209,7	178,6	192,3	185,6	195,2	199,3	199,1	209,5	212,3
São Paulo	195,1	229,7	184,2	180,9	225,6	196,6	208,4	203,4	210,1	221,2	215,4	226,1	230,2
Paraná	193,4	238,7	191,8	179,8	230,1	199,9	211,5	206,2	215,6	224,6	219,0	231,0	236,0
Santa Catarina	221,8	276,8	214,8	212,8	251,9	221,6	226,8	230,5	236,3	243,8	239,6	245,6	253,5
Rio Grande do Sul	172,8	224,7	162,6	153,7	198,0	178,5	186,8	185,0	190,7	194,8	189,7	203,8	211,0
Mato Grosso do Sul	232,8	285,1	229,9	213,0	281,3	246,3	257,7	254,1	260,6	267,1	274,7	280,2	280,0
Mato Grosso	202,3	261,7	202,7	198,3	240,7	213,7	228,5	222,5	247,7	253,4	249,7	264,2	267,2
Goiás	225,9	275,1	238,6	219,2	287,8	239,0	251,2	256,9	266,2	270,4	267,3	284,9	282,3
Distrito Federal	205,0	252,0	207,3	193,7	250,0	207,2	218,3	214,1	235,2	233,8	227,7	238,6	241,3

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

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

Índice Base Fixa: 2000 = 100

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

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: nov/2010

Unidade da Federação	Índice de Base Fixa (1)			Variação mês/mês anterior		
	set/10	out/10	nov/10	set/10	out/10	nov/10
Brasil	174,32	174,81	176,68	0,3	0,3	1,1
Rondônia	250,43	253,10	251,07	3,2	1,1	-0,8
Acre	273,13	273,32	276,73	3,7	0,1	1,2
Amazonas	200,45	198,90	200,36	0,6	-0,8	0,7
Roraima	218,41	199,16	180,67	12,1	-8,8	-9,3
Pará	170,06	170,91	172,51	-0,1	0,5	0,9
Amapá	185,18	179,77	185,30	2,7	-2,9	3,1
Tocantins	317,31	315,26	317,82	3,8	-0,6	0,8
Maranhão	267,92	266,39	261,17	2,2	-0,6	-2,0
Piauí	180,38	181,88	180,60	1,1	0,8	-0,7
Ceará	210,65	210,07	214,07	0,9	-0,3	1,9
Rio G. do Norte	209,20	217,66	212,99	0,4	4,0	-2,1
Paraíba	222,17	216,67	217,02	-3,1	-2,5	0,2
Pernambuco	183,54	185,09	184,07	-0,5	0,8	-0,6
Alagoas	240,84	237,85	246,60	-0,7	-1,2	3,7
Sergipe	213,73	213,58	215,03	2,3	-0,1	0,7
Bahia	179,84	183,09	186,36	1,0	1,8	1,8
Minas Gerais	173,17	172,88	175,96	1,0	-0,2	1,8
Espirito Santo	183,95	185,16	183,77	0,0	0,7	-0,8
Rio de Janeiro	162,42	162,65	162,25	3,0	0,1	-0,2
São Paulo	179,88	179,77	181,90	0,0	-0,1	1,2
Paraná	152,10	151,62	152,94	-0,2	-0,3	0,9
Santa Catarina	169,24	171,76	170,88	0,4	1,5	-0,5
Rio Grande do Sul	142,55	142,88	143,71	1,7	0,2	0,6
Mato Grosso do Sul	189,66	188,15	189,14	1,0	-0,8	0,5
Mato Grosso	177,18	176,82	178,01	0,6	-0,2	0,7
Goiás	180,57	184,23	185,84	1,4	2,0	0,9
Distrito Federal	159,79	162,37	157,58	-2,0	1,6	-3,0

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

(1) Base: 2003 = 100

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: nov/2010

Unidade da Federação	Índice de Base Fixa (1)			Variação mês/mês anterior		
	set/10	out/10	nov/10	set/10	out/10	nov/10
Brasil	222,20	224,75	227,36	1,2	1,1	1,2
Rondônia	323,66	330,36	331,06	3,6	2,1	0,2
Acre	358,42	362,79	370,99	4,3	1,2	2,3
Amazonas	271,11	269,41	274,70	1,3	-0,6	2,0
Roraima	275,01	252,56	231,23	10,3	-8,2	-8,4
Pará	231,29	233,73	238,17	0,2	1,1	1,9
Amapá	243,51	235,19	246,41	3,2	-3,4	4,8
Tocantins	403,58	408,80	413,12	5,0	1,3	1,1
Maranhão	354,50	354,43	353,74	3,2	0,0	-0,2
Piauí	236,60	233,33	228,38	4,4	-1,4	-2,1
Ceará	264,73	265,13	273,44	1,4	0,2	3,1
Rio G. do Norte	257,37	268,90	266,50	0,0	4,5	-0,9
Paraíba	297,17	288,27	289,92	-3,1	-3,0	0,6
Pernambuco	243,77	247,17	246,76	0,2	1,4	-0,2
Alagoas	319,35	318,01	328,03	0,1	-0,4	3,2
Sergipe	287,31	289,35	292,40	2,7	0,7	1,1
Bahia	220,50	225,93	231,52	1,2	2,5	2,5
Minas Gerais	225,06	226,22	231,59	1,6	0,5	2,4
Espirito Santo	240,23	243,18	243,60	0,8	1,2	0,2
Rio de Janeiro	207,89	208,94	209,11	3,8	0,5	0,1
São Paulo	227,15	230,34	233,48	0,9	1,4	1,4
Paraná	195,27	197,98	200,01	0,2	1,4	1,0
Santa Catarina	215,35	220,61	220,37	0,4	2,4	-0,1
Rio Grande do Sul	177,41	177,45	179,98	0,9	0,0	1,4
Mato Grosso do Sul	243,57	244,13	244,64	2,2	0,2	0,2
Mato Grosso	222,65	225,40	228,82	1,4	1,2	1,5
Goiás	228,35	234,35	236,97	2,5	2,6	1,1
Distrito Federal	205,42	208,63	207,48	-0,3	1,6	-0,6

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

(1) Base: 2003 = 100