

Indicadores IBGE

Pesquisa Mensal de Comércio
novembro 2015

Presidenta da República
Dilma Rousseff

Ministro do Planejamento, Orçamento e Gestão
Valdir Moysés Simão

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE

Presidenta
Wasmália Socorro Barata Bivar

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
Paulo César Moraes Simões

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
Elson Renato de Carvalho Dantas
Isabella Nunes Pereira
Julio Cesar de Castro Ramos
Paulo Cesar Casal de Oliveira
Pedro Luiz de Souza Quintsir

Análise de Resultados e Elaboração de Comentários
Isabella Nunes Pereira
Nilo Lopes de Macedo

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 de transformação

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

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

Sistema nacional de pesquisa de custos e índices da construção civil

Contas nacionais trimestrais

Contas nacionais trimestrais: indicadores de volume e valores correntes

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

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

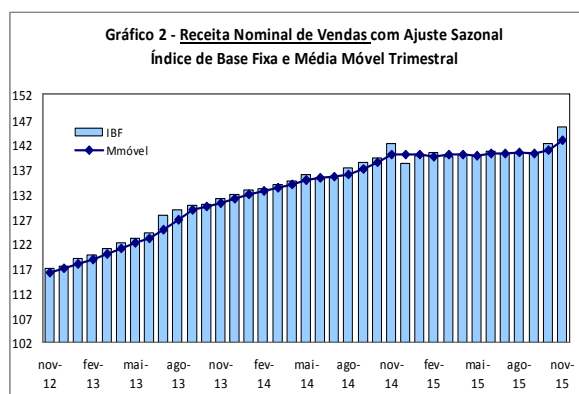
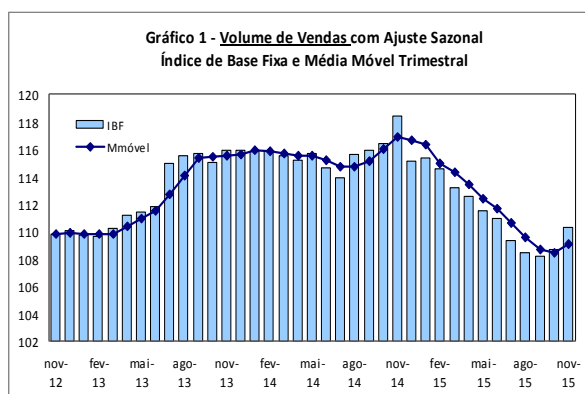
Atividades da PMC	Itens da PMC	Itens do IPCA	Peso nos Itens da PMC	
7-Equipamentos e Material para escritório, informática e comunicação	4751-2	IPCA (cód. 3202028)	1	
	4752-1	IPCA (cód. 9101019)	1	
	4789-0	IPCA (cód: IG)	1	
8-Livros, jornais, revistas e papelaria	4761-0	IPCA (cód: 8102005)	0,18507	
		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
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	4761-1	SINAPI (cód: IG)	1
		4762-9	SINAPI (cód: IG)	1
4763-7		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

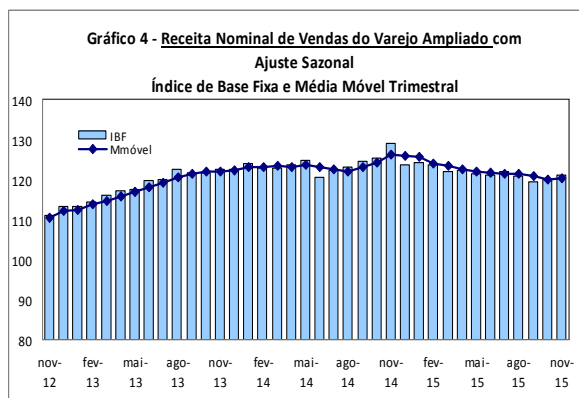
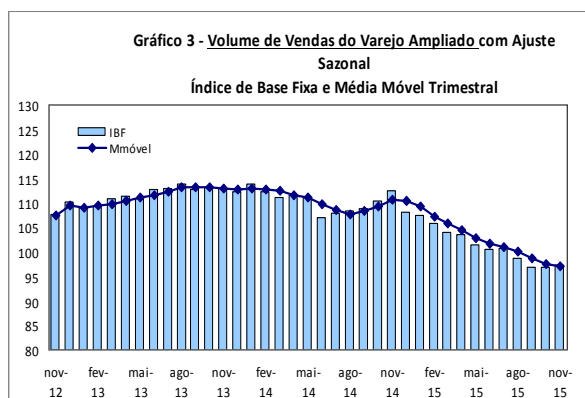
- 1 - Os índices do mês poderão ser alterados na divulgação do mês subsequente, em virtude de retificações nos dados primários por parte dos informantes da pesquisa.

COMENTÁRIOS

Em novembro de 2015, o volume de vendas do **Comércio Varejista** nacional avançou 1,5% sobre o mês imediatamente anterior, na série livre de influência sazonal. Nessa mesma comparação, a variação na receita nominal foi de 2,3%. Para o volume de vendas, a segunda variação positiva consecutiva na margem contribuiu para interromper a trajetória de queda no indicador de média móvel (0,6%), observada desde dezembro de 2014. Para esse mesmo indicador, a variação da receita nominal permanece positiva em 1,3% (Gráficos 1 e 2). Na série sem ajuste sazonal, o total do volume de vendas apontou queda de 7,8% em relação a novembro de 2014, oitava taxa negativa seguida nesse tipo de comparação e a mais acentuada desde março de 2003 (-11,4%). Assim, os resultados permanecem negativos para o volume de vendas no acumulado para janeiro-novembro de 2015 (-4,0%) e para os últimos 12 meses (-3,5%). A receita nominal, para essas mesmas comparações, mantém-se no campo positivo, com variações de, respectivamente: 1,4%; 3,3% e 3,6% (Tabelas 1 e 2).



Quanto ao **Comércio Varejista Ampliado**, as variações sobre o mês imediatamente anterior foram positivas, com taxas de 0,5% para volume de vendas e de 1,1% 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 13,2% em relação a novembro de 2014, a mais acentuada da sua série histórica, recuo de 8,4% no acumulado do ano e de 7,8% no acumulado dos últimos 12 meses. A receita nominal, por sua vez, também apresentou decréscimo sobre novembro de 2014 (-5,4%), acumulando nos períodos janeiro-novembro e nos últimos 12 meses variações de -1,8% e -1,3%, respectivamente (Tabelas 1 e 2).



RESULTADOS SETORIAIS

Na passagem de outubro para novembro de 2015, série ajustada sazonalmente, o acréscimo de 1,5% do volume de vendas da atividade **varejista** teve predomínio de resultados positivos, alcançando cinco das oito atividades que compõem o varejo. Entre essas, os principais destaques vieram de Móveis e eletrodomésticos, setor que vinha apresentando taxas positivas nos dois meses anteriores, e em novembro amplia o ritmo de crescimento do volume de vendas registrando um aumento de 6,9%, seguido pelo setor de Outros artigos de uso pessoal e doméstico que, com avanço de 4,1%, interrompe sequência de cinco meses de queda. Os desempenhos destes segmentos em novembro indicam um movimento de antecipações de compra para o Natal, fato já observado em anos anteriores. As demais taxas positivas foram registradas em: Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos (1,2%) e Tecidos, vestuário e calçados (0,6%), ambos registrando a segunda taxa positiva nesse tipo de comparação. Vale registrar o expressivo aumento de 17,4% em Equipamentos de escritório, informática e comunicação, compensando, em novembro, as duas quedas anteriores, período que acumulou perda de 11,7%. Por outro lado, entre as atividades com redução no volume de vendas, em relação a outubro de 2015, figuram Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo (-1,5%); Livros, jornais, revistas e papelerias (-0,7%) e Combustíveis e lubrificantes (-0,3%).

Considerando o **varejo ampliado**, a variação de 0,5% interrompe três meses de taxas negativas seguidas, período que acumulou perda de 4,0%. O resultado de novembro teve influência, principalmente, do comportamento de Veículos e motos, partes e peças (1,2%) e Material de construção (0,6%), que também interrompem sequências de taxas negativas (Tabela 1).

TABELA 1
BRASIL - INDICADORES DO VOLUME DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA E COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO,
SEGUNDO GRUPOS DE ATIVIDADES: PMC - Novembro 2015

ATIVIDADES	MÊS/MÊS ANTERIOR (1)			MÊS/GUAL 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 (2)	-0,2	0,5	1,5	-6,3	-5,7	-7,8	-4,0	-3,5
1 - Combustíveis e lubrificantes	-0,8	-2,7	-0,3	-8,5	-11,4	-12,0	-5,8	-5,1
2 - Hiper, supermercados, prods. alimentícios, bebidas e fumo	0,5	1,8	-1,5	-2,2	-0,4	-5,7	-2,4	-2,3
2.1 - Super e hipermercados	0,4	1,5	-1,0	-2,1	-0,5	-5,8	-2,4	-2,2
3 - Tecidos, vest. e calçados	-1,4	1,4	0,6	-12,9	-10,5	-15,6	-8,4	-7,6
4 - Móveis e eletrodomésticos	0,3	0,9	6,9	-18,3	-16,1	-14,7	-13,5	-12,3
4.1 - Móveis	-	-	-	-23,2	-21,5	-19,3	-15,9	-14,7
4.2 - Eletrodomésticos	-	-	-	-16,0	-13,7	-12,7	-12,4	-11,3
5 - Artigos farmacêuticos, med., ortop. e de perfumaria	-1,0	1,6	1,2	-1,2	-0,4	2,0	3,0	3,4
6 - Livros, jornais, rev. e papeleria	-1,6	0,1	-0,7	-14,8	-9,3	-18,6	-10,4	-10,3
7 - Equip. e mat. para escritório informática e comunicação	-1,9	-10,0	17,4	-9,7	-25,0	-5,6	0,1	0,9
8 - Outros arts. de uso pessoal e doméstico	-2,7	-1,0	4,1	-7,0	-9,0	-4,8	-0,3	0,7
COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO (3)	-1,7	-0,1	0,5	-11,5	-11,9	-13,2	-8,4	-7,8
9 - Veículos e motos, partes e peças	-4,3	-1,1	1,2	-21,7	-23,9	-24,5	-17,6	-16,7
10 - Material de construção	-1,7	-3,0	0,6	-12,7	-15,8	-13,5	-8,0	-7,3

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 7,8% em novembro de 2015, com perfil disseminado de resultados negativos entre as atividades que compõem o **comércio varejista**. Entre as atividades, a redução no volume de vendas em Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo (-5,7%) exerceu o principal impacto negativo na formação da taxa geral, seguido por Móveis e eletrodomésticos (-14,7%); Tecidos, vestuário e calçados (-15,6%) e Combustíveis e lubrificantes (-12,0%). Esses quatro setores juntos respondem por mais de 90% do resultado global para o varejo. As demais atividades que registraram taxas negativas praticamente não tiveram influência significativa no resultado interanual do volume de vendas em novembro: Outros artigos de uso pessoal e doméstico (-4,8%), Livros, jornais, revistas e papelaria (-18,6%) e Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação (-5,6%). Por outro lado, Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos, com avanço de 2,0% frente a novembro de 2014, foi o único a exercer pressão positiva (Tabela 3).

Com 5,7% de recuo sobre novembro de 2014, a atividade de Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo exerceu a maior influência negativa na redução do volume de vendas do varejo este mês (Tabela 3). O aumento de preços dos alimentos em domicílio na passagem de outubro para novembro (da ordem de 2,5%) é um dos fatores a se considerar no desempenho negativo do setor este mês¹, além do impacto da contínua redução da renda real². Os índices acumulado no ano e nos últimos doze meses ficaram em: -2,4% e -2,3%, respectivamente, resultados que posicionam o setor acima da média geral do varejo.

A atividade de Móveis e eletrodomésticos, com queda de 14,7% em relação a novembro de 2014, registrou a segunda maior influência negativa na taxa geral do comércio varejista. Com isso, ao registrar taxas de -13,5% no acumulado de janeiro a novembro e de -12,3% 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 2015 e novembro de 2014³.

O segmento de *Tecidos, vestuário e calçados*, com recuo de 15,6% no volume de vendas sobre novembro de 2014, foi responsável pela terceira contribuição negativa à taxa global. Vale registrar que essa foi a maior queda registrada na sua série histórica. Em termos de desempenho acumulado, os resultados foram de -8,4% no período janeiro-novembro e de -7,6% no acumulado dos últimos 12 meses. Mesmo com os preços de vestuário se posicionando abaixo do índice geral de inflação⁴, a atividade apresenta desempenho acumulado inferior à média geral do comércio varejista.

Combustíveis e lubrificantes, com queda de 12,0% no volume de vendas em relação a novembro de 2014, representou a quarta maior contribuição negativa no resultado total do varejo. Em termos acumulados, as taxas da atividade foram de -5,8% para os onze primeiros meses do ano e de -5,1% nos últimos 12 meses. Estes resultados, abaixo da média geral, foram influenciados pela alta de preços do principal produto que compõe a atividade, cuja variação superou a inflação⁵.

Outros artigos de uso pessoal e doméstico, com variação de -4,8%, registra a quinta taxa negativa consecutiva. Nos indicadores acumulados, a taxa para os primeiros onze meses do ano foi de -0,3% e para os últimos 12 meses, de 0,7%.

¹ Segundo IBGE/DPE/COINP, no IPCA, os preços de alimentação no domicílio alcançaram em 12 meses, até novembro, variação média de 11,5%, superior, portanto, a taxa do índice geral, de 10,5%.

² Segundo IBGE/DPE/COREN, a redução da massa habitual real de salário passa de 3,0% em novembro de 2014 para -12,2% em novembro de 2015.

³ Segundo BACEN, a taxa de juros do crédito às pessoas físicas passam de 28,0% a.a em nov /2014 para 38,7% a.a em nov /2015.

⁴ Segundo IBGE/DPE/COINP, no IPCA, o preços do grupamento de vestuário alcançou em 12 meses, até novembro, variação média de 4,2%, inferior portanto, a taxa do índice geral, de 10,5%.

⁵ Segundo IBGE/DPE/COINP, em novembro aumento dos preços na atividade, medido pelo Grupo Combustíveis, do IPCA, nos últimos 12 meses, foi de 20,6%, contra a inflação média de 10,5%.

TABELA 2
BRASIL - INDICADORES DA RECEITA NOMINAL DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA E COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO,
SEGUNDO GRUPOS DE ATIVIDADES: PMC - Novembro 2015

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
COMÉRCIO VAREJISTA (2)	0,3	1,3	2,3	1,8	3,1	1,4	3,3	3,6
1 - Combustíveis e lubrificantes	0,4	2,5	0,3	3,0	4,7	5,3	5,1	5,2
2 - Hiper, supermercados, prods. alimentícios, bebidas e fumo	1,0	2,0	0,2	7,4	9,4	5,0	6,4	6,4
2.1 - Super e hipermercados	1,0	2,0	0,3	7,2	9,1	4,5	6,2	6,3
3 - Tecidos, vest. e calçados	-1,0	1,7	1,0	-9,3	-6,8	-11,5	-5,1	-4,3
4 - Móveis e eletrodomésticos	0,1	1,4	6,7	-16,6	-14,3	-12,6	-11,4	-10,1
4.1 - Móveis	-	-	-	-19,1	-17,0	-14,5	-11,4	-10,1
4.2 - Eletrodomésticos	-	-	-	-15,1	-12,8	-11,6	-11,4	-10,0
5 - Artigos farmacêuticos, med., ortop. e de perfumaria	-0,4	2,0	1,9	6,2	7,1	10,0	9,6	9,9
6 - Livros, jornais, rev. e papelaria	-0,8	0,9	0,3	-8,0	-2,2	-11,9	-3,9	-3,7
7 - Equip. e mat. para escritório informática e comunicação	-1,2	-7,9	17,7	-13,1	-26,5	-4,1	-5,8	-4,9
8 - Outros arts. de uso pessoal e doméstico	-1,2	-0,7	4,6	-1,0	-3,0	2,4	5,0	5,9
COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO (3)	-1,2	0,4	1,1	-4,3	-4,4	-5,4	-1,8	-1,3
9 - Veículos e motos, partes e peças	-3,8	-1,4	0,9	-17,4	-20,3	-21,4	-13,7	-12,9
10- Material de construção	-1,6	-1,7	-0,3	-8,6	-11,9	-8,8	-3,5	-2,8

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 18,6% no volume de vendas sobre novembro de 2014, a mais acentuada da sua série histórica. As taxas acumuladas ficaram em -10,4% nos onze meses do ano e em -10,3% 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.

Equipamentos e material de escritório, informática e comunicação, com redução no volume de vendas de 5,6% em relação a novembro de 2014, apresentou a quinta taxa negativa consecutiva. 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 fica praticamente estável (0,1%), enquanto nos últimos 12 meses a variação foi de 0,9%.

O segmento de *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos*, com 2,0% de variação no volume de vendas na relação novembro 2015/novembro 2014, foi o único que manteve expansão no acumulado de janeiro a novembro (3,0%). No indicador acumulado nos últimos 12 meses a variação foi de 3,4%. A atividade continua se destacando em termos de desempenho acumulado, o que deve ser atribuído, especialmente, ao caráter de uso essencial de seus produtos.

TABELA 3
BRASIL - COMPOSIÇÃO DA TAXA MENSAL DO COMÉRCIO VAREJISTA, POR ATIVIDADES: PMC - Novembro 2015
(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	-7,8	-7,8	-13,2	-13,2
1 - Combustíveis e lubrificantes	-12,0	-1,2	-12,0	-0,7
2 - Hiper, supermercados, prods. alimentícios, bebidas e fumo	-5,7	-2,7	-5,7	-1,7
3 - Tecidos, vest. e calçados	-15,6	-1,3	-15,6	-0,8
4 - Móveis e eletrodomésticos	-14,7	-1,9	-14,7	-1,2
5 - Artigos farmacêuticos, med., ortop. e de perfumaria	2,0	0,1	2,0	0,1
6 - Livros, jornais, rev. e papelaria	-18,6	-0,1	-18,6	-0,1
7 - Equip. e mat. para escritório informática e comunicação	-5,6	-0,1	-5,6	-0,1
8 - Outros arts. de uso pessoal e doméstico	-4,8	-0,5	-4,8	-0,3
9 - Veículos e motos, partes e peças	-	-	-24,5	-7,2
10- Material de construção	-	-	-13,5	-1,2

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.

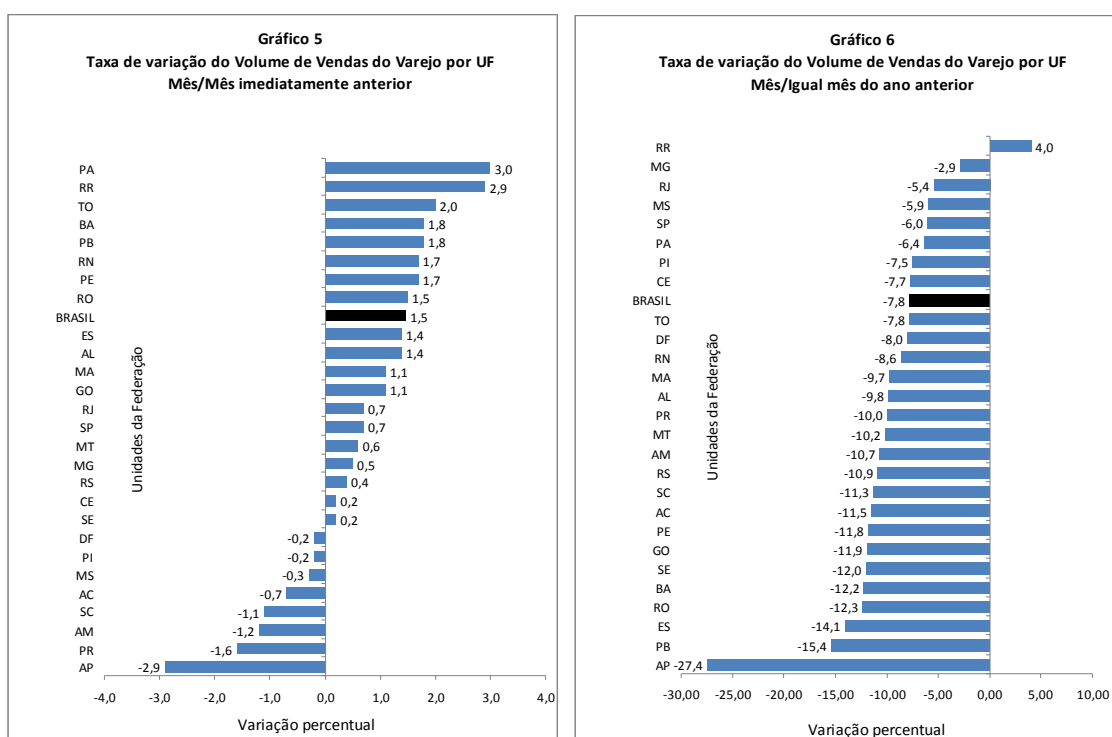
O **Comércio varejista ampliado**, que agrega o varejo e mais as atividades de Veículos, motos, partes e peças e de Material de construção, registrou avanço de 0,5% em relação ao mês imediatamente anterior, na série com ajuste sazonal para o volume de vendas, enquanto para a receita nominal a taxa ficou em 1,1%. O acréscimo no patamar do volume de vendas na passagem de outubro para novembro reflete, sobretudo, o comportamento das vendas de Veículos, motos, partes e peças, que apresentou taxa de 1,2%, interrompendo sequência de três meses de queda nessa comparação, período que acumulou 5,5% de perda. O desempenho do segmento de Material de construção também contribuiu para o resultado positivo do varejo ampliado, na medida que ao registrar avanço de 0,6%, interrompe quatro meses de taxas negativas seguidas, período que acumulou 3,6% de perda.

Na comparação com igual mês do ano anterior (sem ajuste sazonal), as variações para o total do varejo ampliado, foram de -13,2% para o volume de vendas e de -5,4% para a receita nominal. No volume de vendas, as taxas acumuladas foram de -8,4% no ano e de -7,8% nos últimos 12 meses, com a receita nominal registrando variações de -1,8% e -1,3%, respectivamente. O setor de Veículos, motos, partes e peças (-24,5%) ampliou, em novembro, a queda nas vendas em relação ao resultado do mês anterior (-23,9%), enquanto o segmento de Material de construção (-13,5%) reduz o ritmo de queda em comparação ao registrado em outubro (-15,8%).

RESULTADOS REGIONAIS

Na passagem de outubro para novembro de 2015, série com ajuste sazonal, as vendas no varejo foram positivas para 19 das 27 Unidades da Federação, com as maiores taxas de variação sendo observadas no Pará (3,0%) e Roraima (2,9%), como mostra o Gráfico 5. Por outro lado, Amapá (-2,9%) e Paraná (-1,6%) formaram os estados com recuos mais acentuados nessa comparação.

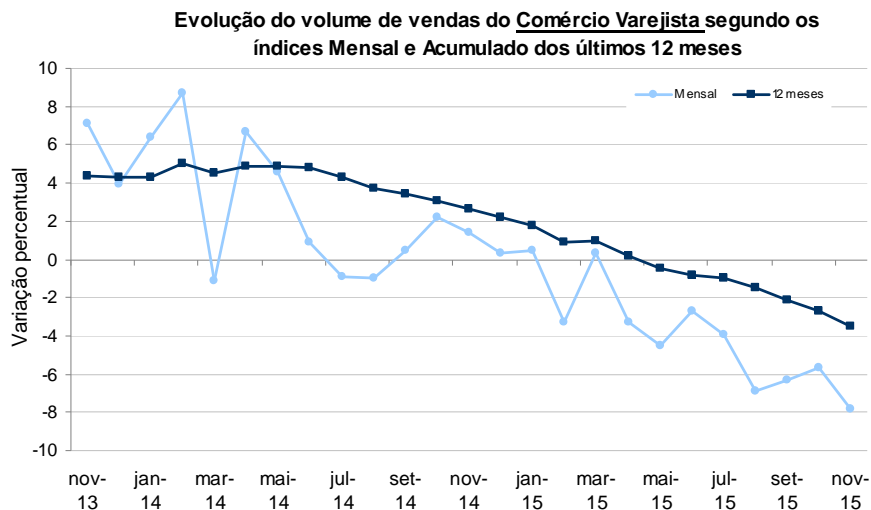
Frente a novembro de 2014, série sem ajuste sazonal, o **comércio varejista** registrou queda em 26 dos 27 estados para o volume de vendas, com destaque em termos de magnitude para: Amapá, com -27,4%. Somente Roraima (4,0%) apresentou aumento do volume das vendas em novembro (Gráfico 6). Quanto à participação na composição da taxa negativa do varejo, destacaram-se, pela ordem: São Paulo (-6,0%); Rio Grande do Sul (-10,9%), seguido por Paraná (-10,0%) e Santa Catarina (-11,3%).



Também no **comércio varejista ampliado**, todas as 27 Unidades da Federação apresentaram variações negativas na comparação com novembro do ano passado. Em termos de volume de vendas, destacaram-se Amapá com -26,8%; Tocantins (-24,2%); Espírito Santo (-22,8%) e Goiás (-21,7%). Vale observar que os estados com maior impacto negativo foram São Paulo, com taxa de -6,9% e Rio de Janeiro (-15,1%).

Em síntese, o volume de vendas do setor varejista, em novembro de 2015, avança pelo segundo mês na comparação com o mês imediatamente anterior, na série livre de influências sazonais, acumulando, assim, 1,9% de crescimento na margem. Com isso o varejo interrompe a trajetória de queda observada desde dezembro de 2014 pelo indicador de média móvel trimestral. O resultado positivo do varejo na margem foi acompanhado pela maioria das atividades investigadas, mas concentrado, principalmente, no desempenho das vendas de duráveis, influenciadas pelas promoções pela internet, antecipando em novembro as vendas de final de ano. Vale destacar que embora o patamar de novembro de 2015 mostre recuperação em relação aos quatro meses anteriores, como esse resultado o total do varejo encontra-se 7% abaixo do nível recorde alcançado em novembro de 2014.

No confronto com novembro de 2014, a queda de 7,8% no varejo registrou recuo pelo oitavo mês seguido e a queda mais acentuada desde março de 2003 (-11,4%). Dessa forma, o indicador acumulado nos últimos doze meses, com recuo de 3,5% em novembro de 2015, assinalou a perda mais intensa desde dezembro de 2003 (-3,7%), mantendo a trajetória descendente iniciada em julho de 2014 (4,3%), 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/2015

Unidade da Federação	Índice de volume (1)	Variação				
		Mensal (2)			Acumulada (3)	
		set/15	out/15	nov/15	no ano	12 Meses
Brasil	110,3	-6,3	-5,7	-7,8	-4,0	-3,5
Rondônia	117,4	-12,2	-11,0	-12,3	-5,0	-3,8
Acre	122,1	-10,0	-9,3	-11,5	-1,1	0,1
Amazonas	101,3	-9,8	-8,6	-10,7	-7,0	-6,8
Roraima	159,2	1,4	-0,8	4,0	8,0	9,8
Pará	110,4	-7,2	-14,4	-6,4	-4,3	-4,3
Amapá	107,3	-18,9	-20,9	-27,4	-10,9	-9,2
Tocantins	130,4	-8,1	-11,7	-7,8	-3,1	-2,6
Maranhão	116,3	-10,1	-12,0	-9,7	-6,4	-5,6
Piauí	106,5	-7,3	-7,5	-7,5	-4,2	-3,7
Ceará	114,6	-7,6	-4,2	-7,7	-4,1	-3,4
Rio G. do Norte	115,2	-7,5	-5,3	-8,6	-3,2	-2,7
Paraíba	114,1	-15,0	-17,9	-15,4	-10,2	-9,4
Pernambuco	113,6	-12,2	-10,2	-11,8	-7,3	-6,4
Alagoas	112,5	-13,2	-10,3	-9,8	-7,9	-7,1
Sergipe	102,9	-8,9	-5,9	-12,0	-0,5	-0,4
Bahia	107,2	-9,8	-9,2	-12,2	-7,4	-6,5
Minas Gerais	109,4	-2,5	-0,3	-2,9	-1,9	-1,4
Espírito Santo	99,1	-12,0	-11,0	-14,1	-7,3	-6,4
Rio de Janeiro	110,1	-6,0	-5,6	-5,4	-2,9	-2,3
São Paulo	113,2	-4,2	-3,3	-6,0	-3,2	-2,9
Paraná	110,2	-4,2	-4,8	-10,0	-2,4	-2,0
Santa Catarina	103,2	-3,9	-7,5	-11,3	-2,1	-1,7
Rio Grande do Sul	105,7	-8,8	-6,5	-10,9	-5,9	-5,5
Mato Grosso do Sul	131,0	-5,2	-4,9	-5,9	-1,3	-1,1
Mato Grosso	104,3	-11,8	-13,1	-10,2	-8,2	-7,1
Goiás	103,3	-12,0	-13,3	-11,9	-10,1	-9,6
Distrito Federal	99,7	-8,3	-6,1	-8,0	-5,8	-5,7

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/2015

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

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

Mês: Nov/2015

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

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/2015

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	-5,6	0,1	0,9	-4,8	-0,3	0,7
Ceará	-27,5	-24,8	-23,7	-0,9	0,9	1,8
Pernambuco	-31,4	-30,0	-27,7	6,6	2,9	3,9
Bahia	-27,1	-23,9	-22,2	-6,8	2,0	3,9
Minas Gerais	12,5	-18,5	-18,7	19,6	5,7	6,0
Espírito Santo	11,0	-5,3	-6,9	-34,6	-21,1	-19,2
Rio de Janeiro	9,1	23,3	18,3	-0,3	4,8	6,0
São Paulo	-3,2	7,4	8,7	-7,6	-0,7	0,2
Paraná	-15,4	1,6	1,3	-8,1	0,1	0,9
Santa Catarina	-21,2	-10,6	-8,2	1,3	5,5	5,6
Rio Grande do Sul	-1,7	-5,1	-4,5	-10,4	-3,6	-2,6
Goiás	-16,3	10,3	13,7	-4,1	4,1	4,1
Distrito Federal	-0,7	10,4	12,2	3,9	5,1	4,5

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

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

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

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

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Nov/2015

Unidade da Federação	Comércio varejista												
	nov/14	dez/14	jan/15	fev/15	mar/15	abr/15	mai/15	jun/15	jul/15	ago/15	set/15	out/15	nov/15
Brasil	119,6	150,6	115,3	101,6	110,8	106,5	110,6	104,1	106,8	106,6	103,0	111,4	110,3
Rondônia	133,9	179,4	118,5	105,9	115,4	114,1	123,9	112,7	121,5	115,2	108,7	116,3	117,4
Acre	138,0	184,8	134,3	120,5	133,0	125,6	135,0	122,1	126,9	126,5	118,2	123,1	122,1
Amazonas	113,4	140,1	102,8	91,7	95,9	96,4	100,4	94,9	98,1	103,0	96,2	103,1	101,3
Roraima	153,1	196,8	155,7	134,3	150,3	144,7	157,1	144,2	151,9	150,3	147,5	155,8	159,2
Pará	117,9	162,2	112,5	97,2	113,4	106,8	114,7	105,4	111,9	107,7	101,8	113,9	110,4
Amapá	147,7	173,4	134,6	113,4	120,3	111,1	119,8	113,3	114,5	112,1	106,4	110,8	107,3
Tocantins	141,4	160,8	116,9	109,1	123,0	120,9	128,0	122,1	127,0	120,6	115,1	120,2	130,4
Maranhão	128,8	168,5	122,1	105,6	118,2	114,3	120,1	113,3	122,3	118,2	110,6	119,0	116,3
Piauí	115,1	146,2	116,5	98,4	107,4	102,9	107,9	102,8	110,6	106,4	102,6	109,0	106,5
Ceará	124,2	153,4	121,5	102,3	112,9	110,4	117,2	108,1	114,5	111,8	107,0	115,4	114,6
Rio G. do Norte	126,1	155,1	119,9	107,0	116,3	111,0	117,2	110,2	116,2	114,8	108,5	114,9	115,2
Paraíba	134,9	152,9	115,9	97,7	107,2	103,2	108,2	109,7	115,2	104,7	101,6	108,0	114,1
Pernambuco	128,8	163,2	120,2	104,2	111,5	105,7	110,6	106,7	106,8	106,7	100,1	108,7	113,6
Alagoas	124,7	163,0	121,6	104,7	112,0	109,7	113,4	102,9	103,7	100,8	98,9	109,4	112,5
Sergipe	116,9	141,1	118,5	106,4	112,0	114,5	112,0	107,5	100,2	101,2	96,3	104,0	102,9
Bahia	122,1	152,1	113,3	100,0	111,2	104,1	109,5	105,6	104,5	104,7	101,1	107,2	107,2
Minas Gerais	112,7	140,4	111,4	96,3	105,3	102,8	106,0	101,8	106,7	106,0	103,9	113,0	109,4
Espirito Santo	115,3	144,8	113,5	98,1	105,1	102,0	103,8	97,7	102,4	100,1	95,0	101,6	99,1
Rio de Janeiro	116,4	152,8	111,1	101,4	107,7	102,3	108,1	101,3	104,7	106,6	102,4	110,5	110,1
São Paulo	120,4	150,4	115,5	103,2	112,6	107,5	111,6	103,9	106,0	107,0	104,3	112,8	113,2
Paraná	122,5	157,5	127,6	107,9	116,9	112,7	116,0	109,0	111,7	111,6	108,3	115,9	110,2
Santa Catarina	116,4	152,7	121,1	104,0	109,2	105,7	105,3	101,3	100,0	98,5	95,7	106,0	103,2
Rio Grande do Sul	118,6	149,3	109,6	97,5	110,5	109,1	112,0	103,7	104,8	104,6	100,0	109,9	105,7
Mato Grosso do Sul	139,2	174,9	134,4	118,5	130,9	127,9	133,1	126,0	132,8	130,1	124,8	135,8	131,0
Mato Grosso	116,1	140,7	105,6	96,8	104,4	100,1	107,0	103,7	109,3	105,8	102,7	107,5	104,3
Goiás	117,3	139,8	111,4	94,0	104,3	99,9	105,1	98,1	102,1	100,1	96,4	104,6	103,3
Distrito Federal	108,4	127,3	103,6	91,9	103,7	100,7	102,7	97,3	100,2	99,5	94,4	101,2	99,7

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/2015

Unidade da Federação	Índice de receita (1)	Variação				
		Mensal (2)			Acumulada (3)	
		set/15	out/15	nov/15	no ano	12 Meses
Brasil	144,7	1,8	3,1	1,4	3,3	3,6
Rondônia	148,2	-5,4	-3,5	-3,9	1,4	2,5
Acre	157,4	-2,3	-1,3	-2,8	6,2	7,2
Amazonas	130,0	-2,1	0,5	-1,9	0,3	0,2
Roraima	211,1	10,9	10,3	16,2	17,4	18,8
Pará	144,7	0,8	-5,8	3,3	3,1	2,8
Amapá	135,1	-12,4	-14,2	-20,7	-4,4	-2,8
Tocantins	164,4	0,2	-3,0	0,2	4,0	4,2
Maranhão	154,7	-1,9	-2,6	-0,1	1,5	2,1
Piauí	141,1	0,4	0,8	1,2	2,8	3,2
Ceará	150,5	-0,1	4,5	1,1	2,8	3,2
Rio G. do Norte	151,2	0,1	3,5	0,4	4,1	4,4
Paraíba	144,7	-8,1	-9,8	-7,2	-4,0	-3,4
Pernambuco	147,4	-4,7	-1,8	-3,2	-0,7	-0,1
Alagoas	146,2	-6,1	-2,1	-1,2	-1,5	-1,0
Sergipe	136,5	-1,6	2,8	-3,5	6,6	6,4
Bahia	139,4	-2,0	-1,4	-3,7	0,2	0,8
Minas Gerais	141,6	4,6	8,1	5,9	5,4	5,7
Espirito Santo	129,3	-5,3	-3,6	-6,7	-0,2	0,6
Rio de Janeiro	147,2	2,3	2,6	3,7	4,9	5,3
São Paulo	147,8	3,3	5,2	2,8	3,6	3,8
Paraná	147,4	5,2	5,8	1,3	5,4	5,5
Santa Catarina	137,2	5,2	2,2	-1,1	5,4	5,6
Rio Grande do Sul	141,6	0,6	3,3	-0,8	2,0	2,3
Mato Grosso do Sul	171,2	4,8	5,9	4,0	7,3	7,3
Mato Grosso	134,0	-1,7	-2,7	-1,0	-0,6	0,2
Goiás	131,6	-4,1	-4,6	-3,4	-3,4	-3,1
Distrito Federal	130,1	-0,2	2,7	1,7	2,3	2,2

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/2015

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

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/2015

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

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

Mês: Nov/2015

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	-4,1	-5,8	-4,9	2,4	5,0	5,9
Ceará	-29,1	-30,0	-28,6	7,2	6,8	7,6
Pernambuco	-26,2	-32,4	-31,0	14,5	7,8	8,8
Bahia	-26,7	-28,5	-27,0	-1,6	5,9	8,0
Minas Gerais	11,1	-21,3	-21,2	26,3	11,2	11,7
Espirito Santo	9,8	-8,9	-10,5	-30,5	-17,3	-15,2
Rio de Janeiro	12,1	22,3	17,4	7,7	10,3	11,5
São Paulo	-1,2	0,0	1,5	-0,9	4,3	5,2
Paraná	-11,5	-3,1	-3,7	-0,3	6,0	6,7
Santa Catarina	-21,5	-17,6	-15,4	10,6	12,1	11,9
Rio Grande do Sul	-4,1	-11,2	-10,6	-4,7	0,9	1,8
Goiás	-13,5	6,7	10,0	2,0	8,0	8,2
Distrito Federal	-6,9	-0,8	1,8	9,4	10,3	9,7

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

Mês: Nov/2015

Unidade da Federação	Comércio varejista												
	nov/14	dez/14	jan/15	fev/15	mar/15	abr/15	mai/15	jun/15	jul/15	ago/15	set/15	out/15	nov/15
Brasil	142,7	180,8	139,4	125,1	137,2	133,4	139,5	132,3	136,4	136,7	132,3	144,6	144,7
Rondônia	154,2	207,8	138,9	126,1	137,3	137,7	150,1	136,9	147,7	141,2	133,4	144,1	148,2
Acre	161,9	218,1	160,3	146,7	162,2	154,8	167,4	152,7	157,9	159,2	149,0	156,1	157,4
Amazonas	132,5	165,5	122,6	111,3	117,0	118,9	124,6	118,3	122,2	129,3	120,7	130,9	130,0
Roraima	181,7	235,1	188,4	166,3	187,7	182,8	199,2	183,5	192,8	192,0	188,8	203,2	211,1
Pará	140,1	194,2	136,2	119,5	140,3	133,8	144,8	133,9	141,5	137,2	129,8	147,0	144,7
Amapá	170,3	201,9	157,3	136,3	145,5	136,1	146,9	139,6	140,9	138,8	131,2	137,6	135,1
Tocantins	164,0	187,4	137,3	129,8	147,4	145,7	154,5	147,3	154,1	147,7	141,6	149,8	164,4
Maranhão	154,9	202,4	149,0	131,4	147,8	144,2	153,0	145,2	156,3	152,0	143,2	156,4	154,7
Piauí	139,4	177,3	142,6	122,6	134,6	129,9	137,2	131,7	141,6	137,2	133,0	142,6	141,1
Ceará	148,8	184,5	147,5	126,8	140,6	138,4	147,9	137,8	145,7	143,0	137,6	150,1	150,5
Rio G. do Norte	150,6	186,4	145,2	132,0	144,0	139,2	147,7	139,9	147,2	145,5	138,5	149,3	151,2
Paraíba	155,9	179,8	135,7	117,4	128,9	125,2	132,8	135,4	141,7	131,0	127,6	136,6	144,7
Pernambuco	152,3	194,3	142,8	126,5	135,8	129,7	137,8	135,3	136,1	136,5	128,4	140,2	147,4
Alagoas	148,0	194,7	144,7	127,5	136,9	134,7	141,2	130,4	132,0	128,6	126,9	141,1	146,2
Sergipe	141,4	170,6	143,1	131,5	139,5	143,7	143,6	140,2	130,6	131,9	125,7	136,6	136,5
Bahia	144,8	181,2	135,3	123,1	137,2	129,7	136,7	132,8	132,4	133,2	129,1	137,8	139,4
Minas Gerais	133,7	167,8	133,7	118,0	130,1	128,5	132,9	128,3	135,6	134,1	131,4	144,8	141,6
Espirito Santo	138,6	176,5	139,5	122,4	131,9	129,6	132,3	125,3	132,3	129,1	122,2	132,0	129,3
Rio de Janeiro	141,9	188,2	138,6	128,7	137,7	132,5	140,9	132,9	138,3	140,7	135,1	146,3	147,2
São Paulo	143,8	179,9	139,3	126,1	138,5	134,0	140,1	131,6	134,8	136,3	133,2	145,9	147,8
Paraná	145,5	188,2	153,4	132,9	145,0	141,7	147,0	139,3	143,3	144,3	140,4	152,4	147,4
Santa Catarina	138,7	182,8	146,0	128,2	135,7	133,1	133,6	129,6	128,1	127,3	123,9	139,3	137,2
Rio Grande do Sul	142,8	179,7	134,0	121,0	137,9	137,1	141,5	133,0	136,3	136,7	131,3	145,3	141,6
Mato Grosso do Sul	164,6	209,7	162,3	145,4	161,8	159,1	166,2	157,4	166,6	164,7	158,4	174,6	171,2
Mato Grosso	135,4	165,7	125,4	117,5	127,4	122,4	130,7	125,9	133,4	131,0	127,7	135,8	134,0
Goiás	136,2	165,0	132,7	113,5	126,2	122,0	128,5	120,0	125,4	123,9	119,8	131,6	131,6
Distrito Federal	127,9	151,3	123,3	112,2	128,1	125,0	128,9	122,9	127,0	126,2	119,8	129,9	130,1

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/2015

Unidade da Federação	Índice de volume (2)	Variação				
		Mensal (3)			Acumulada (4)	
		set/15	out/15	nov/15	no ano	12 Meses
Brasil	99,0	-11,5	-11,9	-13,2	-8,4	-7,8
Rondônia	103,3	-15,1	-16,1	-11,6	-9,3	-7,8
Acre	106,8	-17,2	-18,7	-20,1	-10,2	-8,8
Amazonas	95,1	-14,5	-16,9	-17,8	-10,1	-9,6
Roraima	130,0	-7,6	-12,6	-3,1	0,5	1,9
Pará	108,6	-9,7	-17,7	-11,1	-5,9	-5,2
Amapá	89,2	-18,8	-21,6	-26,8	-11,6	-10,2
Tocantins	107,8	-23,2	-28,3	-24,2	-14,6	-12,9
Maranhão	100,1	-19,7	-23,1	-19,9	-10,6	-9,5
Piauí	103,0	-11,7	-14,8	-16,3	-8,5	-7,7
Ceará	99,5	-16,5	-14,6	-16,2	-7,7	-6,8
Rio G. do Norte	111,0	-11,1	-9,3	-12,3	-5,0	-4,2
Paraíba	102,3	-19,6	-20,7	-21,6	-14,5	-13,3
Pernambuco	103,4	-16,7	-17,1	-16,2	-10,0	-8,9
Alagoas	109,7	-16,4	-17,1	-14,4	-10,3	-9,4
Sergipe	98,3	-15,4	-14,8	-16,6	-6,5	-5,8
Bahia	102,0	-11,4	-12,7	-12,8	-8,7	-7,9
Minas Gerais	95,7	-9,0	-8,4	-9,9	-7,3	-6,5
Espírito Santo	73,3	-21,0	-23,2	-22,8	-16,1	-14,4
Rio de Janeiro	100,5	-12,5	-14,6	-15,1	-7,3	-6,2
São Paulo	101,8	-5,5	-4,3	-6,9	-6,0	-6,1
Paraná	95,9	-9,8	-13,9	-18,1	-9,0	-8,4
Santa Catarina	96,6	-15,4	-15,3	-15,7	-9,3	-8,2
Rio Grande do Sul	97,8	-19,0	-16,9	-19,7	-12,7	-11,7
Mato Grosso do Sul	107,5	-10,3	-10,0	-10,9	-5,6	-5,1
Mato Grosso	101,7	-15,6	-18,2	-16,3	-11,3	-10,4
Goiás	88,4	-19,6	-23,1	-21,7	-14,8	-13,9
Distrito Federal	88,0	-15,9	-15,5	-17,5	-11,9	-11,0

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

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

(2) Base: 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/2015

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

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

Mês: Nov/2015

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	-14,7	-13,5	-12,3	-19,3	-15,9	-14,7	-12,7	-12,4	-11,3	2,0	3,0	3,4	-18,6	-10,4	-10,3
Ceará	-18,9	-9,5	-8,4	-13,3	-6,6	-5,5	-22,4	-11,3	-10,3	4,4	6,4	6,7	-18,6	-13,6	-14,4
Pernambuco	-25,6	-17,8	-16,5	-30,6	-20,7	-18,9	-22,6	-16,1	-15,1	10,3	7,1	7,2	-17,0	-7,1	-7,9
Bahia	-15,4	-14,3	-13,9	-11,7	-13,9	-13,1	-16,9	-14,5	-14,2	2,3	-1,2	-0,4	3,7	-9,3	-10,6
Minas Gerais	-12,2	-12,1	-10,8	-11,7	-14,1	-13,1	-12,2	-11,6	-10,4	5,1	4,6	5,0	-14,2	-9,6	-10,0
Espírito Santo	-18,5	-9,0	-6,8	-28,3	-16,5	-14,4	-12,4	-3,0	-0,7	-1,8	3,7	4,7	-18,8	-15,2	-13,9
Rio de Janeiro	-15,2	-16,8	-15,7	-18,7	-18,0	-17,3	-14,2	-16,4	-15,2	1,6	1,9	2,7	-18,1	-8,2	-8,0
São Paulo	-11,6	-13,5	-12,4	-23,0	-20,1	-19,0	-7,3	-10,7	-9,6	-0,7	3,8	4,3	-23,7	-12,1	-11,4
Paraná	-11,4	-10,9	-10,0	-20,8	-16,9	-15,2	-5,5	-7,1	-6,7	7,4	4,6	4,1	-21,7	-12,8	-13,0
Santa Catarina	-6,3	-5,0	-4,2	-19,9	-16,3	-14,1	-1,0	-0,6	-0,4	2,6	4,7	5,3	-4,2	0,2	-0,9
Rio Grande do Sul	-18,4	-14,1	-13,4	-17,9	-13,9	-12,8	-18,6	-14,2	-13,7	1,4	1,2	1,7	-11,6	-4,9	-5,2
Goiás	-20,4	-16,6	-15,2	-22,9	-18,7	-18,1	-19,7	-15,8	-14,2	-1,2	0,7	0,2	-23,8	-13,4	-13,7
Distrito Federal	-7,9	-21,9	-21,7	-16,4	-10,4	-9,1	-4,7	-25,5	-25,6	-1,7	-2,6	-2,6	-20,0	-15,1	-14,7

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/2015

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	-5,6	0,1	0,9	-4,8	-0,3	0,7	-24,5	-17,6	-16,7	-13,5	-8,0	-7,3
Ceará	-27,5	-24,8	-23,7	-0,9	0,9	1,8	-33,2	-16,8	-15,3	-25,8	-5,4	-4,6
Pernambuco	-31,4	-30,0	-27,7	6,6	2,9	3,9	-27,9	-16,9	-15,3	-13,3	-8,8	-7,3
Bahia	-27,1	-23,9	-22,2	-6,8	2,0	3,9	-16,0	-12,6	-12,0	-6,4	-5,5	-5,4
Minas Gerais	12,5	-18,5	-18,7	19,6	5,7	6,0	-24,7	-17,3	-16,1	-6,3	-9,2	-8,6
Espírito Santo	11,0	-5,3	-6,9	-34,6	-21,1	-19,2	-36,3	-27,4	-24,8	-9,6	-10,9	-10,4
Rio de Janeiro	9,1	23,3	18,3	-0,3	4,8	6,0	-32,6	-16,9	-15,0	-24,7	-8,5	-7,0
São Paulo	-3,2	7,4	8,7	-7,6	-0,7	0,2	-6,8	-12,2	-13,5	-14,6	-10,3	-9,6
Paraná	-15,4	1,6	1,3	-8,1	0,1	0,9	-32,7	-19,7	-18,4	-12,2	-8,7	-8,9
Santa Catarina	-21,2	-10,6	-8,2	1,3	5,5	5,6	-23,1	-20,4	-18,3	-10,3	-2,7	-2,0
Rio Grande do Sul	-1,7	-5,1	-4,5	-10,4	-3,6	-2,6	-37,6	-26,5	-24,6	-11,8	-7,4	-6,6
Goiás	-16,3	10,3	13,7	-4,1	4,1	4,1	-35,9	-23,4	-22,1	-15,4	-4,2	-4,2
Distrito Federal	-0,7	10,4	12,2	3,9	5,1	4,5	-36,7	-23,0	-20,8	-10,5	-10,9	-10,4

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

Mês: Nov/2015

Unidade da Federação	Comércio Varejista Ampliado												
	nov/14	dez/14	jan/15	fev/15	mar/15	abr/15	mai/15	jun/15	jul/15	ago/15	set/15	out/15	nov/15
Brasil	114,0	133,2	106,4	91,7	103,3	97,8	100,0	96,8	100,3	98,0	94,9	99,8	99,0
Rondônia	116,9	139,6	102,6	89,9	102,2	99,1	102,5	99,6	107,5	100,8	96,3	99,9	103,3
Acre	133,6	164,8	113,9	102,5	115,5	111,9	116,6	113,5	118,8	111,5	106,2	106,2	106,8
Amazonas	115,7	125,0	103,7	89,7	97,8	95,3	96,7	94,2	97,4	98,1	92,4	95,6	95,1
Roraima	134,1	162,3	132,8	116,0	131,4	129,7	132,5	123,9	135,4	127,5	123,6	122,3	130,0
Pará	122,2	150,4	111,7	97,6	113,4	105,7	110,9	107,2	110,4	105,3	102,4	106,8	108,6
Amapá	121,9	139,9	115,4	98,5	102,9	97,4	101,0	96,8	97,6	96,1	91,7	92,7	89,2
Tocantins	142,3	137,2	106,6	96,6	114,4	107,6	108,6	108,3	108,8	105,4	97,3	98,7	107,8
Maranhão	124,9	146,8	117,3	99,4	116,4	109,5	107,2	103,3	109,1	103,7	96,9	102,2	100,1
Piauí	123,0	142,7	112,9	96,4	111,5	101,7	107,5	103,8	110,4	103,3	101,2	104,5	103,0
Ceará	118,8	138,4	113,7	93,2	105,7	102,6	107,8	102,2	107,2	101,0	96,7	99,1	99,5
Rio G. do Norte	126,5	152,5	116,9	102,5	116,3	107,8	112,0	108,5	115,0	111,9	105,8	111,6	111,0
Paraíba	130,5	142,2	112,0	90,6	102,9	96,5	102,1	98,3	107,8	96,9	95,3	98,1	102,3
Pernambuco	123,4	148,8	116,5	97,3	109,0	99,6	104,0	98,1	103,4	99,6	93,6	98,6	103,4
Alagoas	128,2	160,3	122,0	99,7	113,9	107,3	109,4	96,9	102,5	99,5	98,1	104,1	109,7
Sergipe	117,9	139,6	115,8	100,1	112,6	106,1	104,4	102,3	99,0	96,8	92,8	97,3	98,3
Bahia	117,0	139,9	112,0	94,6	108,5	98,3	104,3	99,4	103,6	100,8	98,4	101,5	102,0
Minas Gerais	106,2	118,3	99,6	86,7	99,0	96,2	96,6	95,2	99,8	97,8	93,3	97,6	95,7
Espírito Santo	95,0	109,3	93,5	74,9	86,1	76,5	79,8	76,2	79,7	73,8	74,1	73,6	73,3
Rio de Janeiro	118,4	141,5	112,4	94,4	105,3	98,7	102,6	98,7	104,2	102,2	98,2	101,3	100,5
São Paulo	109,3	127,7	100,4	90,5	100,5	96,8	98,4	95,5	97,5	97,0	95,0	101,4	101,8
Paraná	117,1	134,0	113,8	93,8	106,6	99,1	100,4	97,0	101,5	99,6	99,0	101,9	95,9
Santa Catarina	114,6	142,7	109,9	92,0	100,9	96,0	97,0	94,5	96,6	93,5	88,9	98,3	96,6
Rio Grande do Sul	121,8	144,4	107,9	91,0	107,4	100,4	100,4	96,9	98,9	96,3	93,8	100,4	97,8
Mato Grosso do Sul	120,7	144,8	114,8	101,6	112,3	107,8	110,0	105,8	111,4	107,9	103,6	110,6	107,5
Mato Grosso	121,5	134,3	109,3	96,0	111,8	100,9	105,5	107,7	112,7	107,7	103,5	105,2	101,7
Goiás	112,9	119,8	107,3	88,6	100,8	93,7	97,3	94,2	96,4	93,6	88,6	91,1	88,4
Distrito Federal	106,7	119,5	100,4	87,3	97,8	91,9	94,6	92,3	94,3	91,8	86,6	89,8	88,0

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/2015

Unidade da Federação	Índice de receita (2)	Variação				
		Mensal (3)			Acumulada (4)	
		set/15	out/15	nov/15	no ano	12 Meses
Brasil	122,6	-4,3	-4,4	-5,4	-1,8	-1,3
Rondônia	119,9	-10,6	-11,0	-7,1	-4,6	-3,2
Acre	127,2	-11,5	-12,4	-14,3	-4,4	-3,1
Amazonas	114,6	-8,7	-9,7	-11,3	-4,5	-4,3
Roraima	162,4	-0,3	-4,2	5,7	7,6	8,8
Pará	131,6	-3,9	-11,3	-4,4	-0,2	0,2
Amapá	107,5	-13,7	-16,1	-21,7	-6,3	-5,1
Tocantins	131,1	-15,9	-20,9	-16,3	-7,7	-6,2
Maranhão	124,6	-11,9	-14,7	-11,4	-3,9	-3,0
Piauí	128,8	-4,0	-6,7	-8,1	-1,9	-1,3
Ceará	124,2	-9,0	-6,2	-8,1	-1,5	-0,8
Rio G. do Norte	138,4	-3,7	-1,1	-4,2	1,5	2,1
Paraíba	123,8	-13,8	-14,5	-15,4	-9,1	-8,0
Pernambuco	127,0	-10,6	-10,4	-9,7	-4,4	-3,5
Alagoas	132,7	-10,6	-10,6	-8,4	-5,0	-4,2
Sergipe	123,9	-8,8	-7,1	-9,4	0,0	0,4
Bahia	126,2	-5,0	-6,0	-5,8	-2,4	-1,8
Minas Gerais	116,2	-2,5	-1,0	-2,2	-1,2	-0,5
Espírito Santo	90,0	-14,8	-16,5	-16,0	-9,8	-8,3
Rio de Janeiro	127,0	-5,2	-7,4	-7,1	-0,5	0,4
São Paulo	126,2	1,2	2,9	0,6	0,4	0,3
Paraná	120,2	-1,9	-5,5	-9,5	-2,0	-1,6
Santa Catarina	120,3	-7,2	-7,2	-7,1	-1,9	-1,1
Rio Grande do Sul	120,7	-10,5	-8,9	-11,8	-5,6	-4,9
Mato Grosso do Sul	135,6	-1,5	-0,5	-1,5	2,5	2,7
Mato Grosso	124,9	-7,5	-9,6	-8,1	-4,2	-3,5
Goiás	107,3	-12,7	-16,1	-14,0	-8,3	-7,7
Distrito Federal	108,0	-8,7	-7,6	-8,8	-4,6	-3,9

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: 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/2015

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

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

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

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

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

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

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

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

Mês: Nov/2015

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	-12,6	-11,4	-10,1	-14,5	-11,4	-10,1	-11,6	-11,4	-10,0	10,0	9,6	9,9	-11,9	-3,9	-3,7
Ceará	-14,9	-7,5	-6,4	-9,4	-5,8	-4,8	-18,5	-8,6	-7,4	14,1	12,5	12,7	-12,7	-9,3	-10,1
Pernambuco	-21,3	-15,3	-14,0	-26,6	-17,9	-16,2	-17,7	-13,6	-12,6	15,9	12,5	12,5	-9,9	-2,2	-3,1
Bahia	-12,9	-10,8	-10,0	-8,7	-9,6	-8,7	-15,0	-11,5	-10,6	11,2	6,9	7,5	13,1	-1,6	-3,1
Minas Gerais	-9,8	-9,7	-8,2	-5,3	-8,0	-7,0	-10,7	-10,2	-8,5	11,5	10,5	10,8	-7,7	-3,1	-3,4
Espírito Santo	-19,0	-6,4	-4,0	-26,4	-11,1	-8,7	-13,5	-1,9	0,6	5,5	9,9	10,8	-14,1	-10,1	-8,7
Rio de Janeiro	-15,5	-14,7	-13,4	-16,4	-12,7	-11,7	-15,2	-15,4	-14,0	13,4	9,2	9,6	-13,2	-2,8	-2,6
São Paulo	-11,6	-12,4	-11,2	-17,4	-14,1	-12,9	-9,0	-11,6	-10,3	6,2	9,8	10,3	-16,6	-4,7	-3,8
Paraná	-7,0	-8,8	-7,7	-13,4	-13,4	-12,0	-2,4	-5,4	-4,7	17,3	13,2	12,3	-13,2	-6,3	-6,5
Santa Catarina	-2,1	-3,0	-2,0	-12,3	-12,8	-10,9	2,2	1,2	1,8	11,1	13,0	13,3	6,0	8,0	6,7
Rio Grande do Sul	-13,7	-10,7	-9,9	-10,4	-7,5	-6,3	-15,6	-12,5	-11,9	8,1	7,5	8,0	-7,2	0,6	0,4
Goiás	-16,4	-15,4	-14,0	-19,3	-15,7	-15,1	-15,4	-15,2	-13,6	6,0	7,7	7,1	-14,8	-3,3	-3,4
Distrito Federal	-10,6	-20,5	-19,8	-15,2	-7,2	-5,6	-8,6	-25,8	-25,4	5,0	3,6	3,6	-14,6	-9,5	-9,3

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

Mês: Nov/2015

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	-4,1	-5,8	-4,9	2,4	5,0	5,9	-21,4	-13,7	-12,9	-8,8	-3,5	-2,8
Ceará	-29,1	-30,0	-28,6	7,2	6,8	7,6	-29,3	-12,9	-11,6	-23,7	-3,3	-2,4
Pernambuco	-26,2	-32,4	-31,0	14,5	7,8	8,8	-25,7	-13,8	-12,3	-15,3	-7,0	-5,2
Bahia	-26,7	-28,5	-27,0	-1,6	5,9	8,0	-12,7	-9,9	-9,4	-2,4	-2,1	-1,7
Minas Gerais	11,1	-21,3	-21,2	26,3	11,2	11,7	-22,5	-15,5	-14,3	-1,6	-4,4	-3,8
Espirito Santo	9,8	-8,9	-10,5	-30,5	-17,3	-15,2	-32,3	-23,7	-21,3	-4,8	-6,3	-5,7
Rio de Janeiro	12,1	22,3	17,4	7,7	10,3	11,5	-29,8	-13,2	-11,5	-21,1	-4,8	-3,3
São Paulo	-1,2	0,0	1,5	-0,9	4,3	5,2	-4,1	-8,3	-9,5	-7,2	-4,7	-4,1
Paraná	-11,5	-3,1	-3,7	-0,3	6,0	6,7	-29,3	-14,4	-13,3	-8,1	-5,3	-5,5
Santa Catarina	-21,5	-17,6	-15,4	10,6	12,1	11,9	-18,3	-14,8	-12,9	-2,7	3,6	4,3
Rio Grande do Sul	-4,1	-11,2	-10,6	-4,7	0,9	1,8	-35,1	-22,1	-20,5	-7,2	-2,8	-2,0
Goiás	-13,5	6,7	10,0	2,0	8,0	8,2	-31,1	-18,4	-17,3	-10,1	1,6	1,6
Distrito Federal	-6,9	-0,8	1,8	9,4	10,3	9,7	-32,4	-18,6	-16,6	-8,6	-7,0	-6,3

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

Mês: Nov/2015

Unidade da Federação	Comércio varejista ampliado												
	nov/14	dez/14	jan/15	fev/15	mar/15	abr/15	mai/15	jun/15	jul/15	ago/15	set/15	out/15	nov/15
Brasil	129,6	153,2	123,0	107,9	122,1	116,8	120,4	116,8	121,5	119,2	115,7	122,9	122,6
Rondônia	129,0	155,8	115,0	101,8	115,9	113,1	118,1	114,5	123,5	116,2	110,8	116,0	119,9
Acre	148,5	184,6	129,6	118,0	133,8	129,9	136,3	132,8	138,5	131,6	125,1	126,2	127,2
Amazonas	129,2	141,8	117,6	103,2	113,2	111,1	113,7	111,0	114,5	116,5	109,4	115,0	114,6
Roraima	153,7	187,2	154,6	136,9	156,4	154,8	159,9	150,0	162,5	154,8	150,4	152,1	162,4
Pará	137,7	172,0	128,1	113,1	132,6	124,4	131,9	127,3	131,2	125,8	121,8	129,3	131,6
Amapá	137,3	159,1	131,1	113,9	120,2	114,4	119,6	115,0	115,7	114,4	108,6	110,8	107,5
Tocantins	156,6	153,9	120,4	111,2	132,0	125,6	127,6	126,6	128,3	124,5	115,8	118,7	131,1
Maranhão	140,6	167,4	134,4	115,7	135,3	128,6	127,7	123,7	131,1	125,6	118,1	126,2	124,6
Piauí	140,2	164,9	132,1	114,1	131,5	121,4	129,2	125,5	134,0	126,7	124,4	129,8	128,8
Ceará	135,2	159,2	131,7	109,9	124,7	121,8	129,1	123,2	129,5	123,1	118,4	123,2	124,2
Rio G. do Norte	144,4	175,4	135,9	121,0	137,2	128,7	134,8	131,2	139,1	135,8	129,1	138,1	138,4
Paraíba	146,3	161,5	126,6	105,1	119,2	112,7	120,4	117,1	127,2	115,9	114,1	118,4	123,8
Pernambuco	140,6	170,7	132,9	113,5	126,8	117,1	123,6	118,6	124,6	121,0	113,6	120,8	127,0
Alagoas	144,8	182,2	138,0	115,7	131,8	124,9	128,9	116,1	122,0	118,8	117,5	125,9	132,7
Sergipe	136,7	162,1	134,3	119,3	134,0	128,3	128,3	127,3	122,3	120,4	115,3	122,2	123,9
Bahia	133,9	160,8	128,9	111,9	128,7	117,6	125,1	120,3	125,1	122,5	119,9	124,7	126,2
Minas Gerais	118,8	134,9	113,6	100,3	114,5	112,5	113,7	112,0	118,2	115,7	111,3	118,1	116,2
Espírito Santo	107,1	125,3	107,6	88,1	101,1	91,5	95,9	91,8	96,5	89,9	89,6	90,4	90,0
Rio de Janeiro	136,7	166,3	132,8	114,5	127,5	121,1	126,9	122,2	129,2	127,3	122,3	127,2	127,0
São Paulo	125,4	147,8	116,9	106,6	119,1	115,8	118,9	115,5	118,5	118,2	116,0	125,1	126,2
Paraná	132,8	153,6	131,6	110,9	126,4	119,2	121,8	118,3	124,1	122,4	121,7	126,6	120,2
Santa Catarina	129,5	162,3	126,9	108,7	119,6	115,5	117,3	114,9	117,6	114,2	108,9	121,6	120,3
Rio Grande do Sul	136,9	163,6	123,0	105,9	126,1	119,5	120,6	116,7	120,3	117,8	115,0	123,5	120,7
Mato Grosso do Sul	137,7	167,1	133,9	120,6	134,6	130,0	133,5	128,1	135,7	132,1	127,2	137,6	135,6
Mato Grosso	135,9	152,2	124,7	112,2	131,0	119,2	125,2	126,5	133,5	127,9	124,0	127,7	124,9
Goiás	124,8	135,0	121,8	102,5	117,0	109,8	114,6	110,5	114,0	110,8	105,6	109,6	107,3
Distrito Federal	118,4	134,0	113,3	100,4	113,9	107,9	111,7	109,2	112,5	109,7	103,6	108,9	108,0

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 Base Fixa: 2011 = 100

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

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

Mês: Nov/2015

Unidade da Federação	Índice de Base Fixa (1)			Variação mês/mês anterior		
	set/15	out/15	nov/15	set/15	out/15	nov/15
Brasil	108,2	108,7	110,3	-0,2	0,5	1,5
Rondônia	114,0	115,4	117,1	-1,1	1,2	1,5
Acre	124,2	123,5	122,6	-2,6	-0,6	-0,7
Amazonas	99,5	100,1	98,9	-0,8	0,6	-1,2
Roraima	150,8	153,3	157,7	-0,7	1,7	2,9
Pará	109,5	111,5	114,8	-0,6	1,8	3,0
Amapá	109,4	109,1	105,9	-0,8	-0,3	-2,9
Tocantins	118,7	118,6	121,0	-1,9	-0,1	2,0
Maranhão	114,7	117,0	118,3	-3,5	2,0	1,1
Piauí	107,2	108,1	107,9	-0,1	0,8	-0,2
Ceará	110,5	114,5	114,7	-2,6	3,6	0,2
Rio G. do Norte	111,9	114,6	116,6	-2,1	2,4	1,7
Paraíba	105,5	105,2	107,1	-2,0	-0,3	1,8
Pernambuco	106,4	108,6	110,5	-1,6	2,1	1,7
Alagoas	107,2	109,2	110,7	2,7	1,9	1,4
Sergipe	103,5	104,1	104,3	-0,5	0,6	0,2
Bahia	106,0	106,1	108,0	0,3	0,1	1,8
Minas Gerais	107,7	109,5	110,1	-0,2	1,7	0,5
Espirito Santo	100,1	99,2	100,6	-2,2	-0,9	1,4
Rio de Janeiro	107,4	108,2	109,0	-0,7	0,7	0,7
São Paulo	109,9	110,6	111,4	1,6	0,6	0,7
Paraná	114,2	114,2	112,4	-0,1	0,0	-1,6
Santa Catarina	103,2	104,6	103,5	-1,3	1,4	-1,1
Rio Grande do Sul	105,5	106,8	107,2	-1,7	1,2	0,4
Mato Grosso do Sul	129,7	131,0	130,6	-3,0	1,0	-0,3
Mato Grosso	103,2	103,3	103,9	-1,9	0,1	0,6
Goiás	100,9	102,5	103,6	-1,0	1,6	1,1
Distrito Federal	99,0	99,5	99,3	-0,6	0,5	-0,2

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/2015

Unidade da Federação	Índice de Base Fixa (1)			Variação mês/mês anterior		
	set/15	out/15	nov/15	set/15	out/15	nov/15
Brasil	140,3	142,1	145,4	0,3	1,3	2,3
Rondônia	140,9	143,7	149,1	-1,1	2,0	3,8
Acre	158,1	157,7	158,6	-1,7	-0,3	0,6
Amazonas	126,1	128,4	126,8	-0,8	1,8	-1,2
Roraima	195,7	202,2	210,4	-0,1	3,3	4,1
Pará	142,2	146,9	152,5	-0,2	3,3	3,8
Amapá	136,2	136,7	133,9	-0,7	0,4	-2,0
Tocantins	147,8	147,1	152,0	-0,9	-0,5	3,3
Maranhão	149,0	154,3	157,4	-3,2	3,6	2,0
Piauí	139,9	142,3	143,0	0,6	1,7	0,5
Ceará	143,4	149,7	151,1	-1,8	4,4	0,9
Rio G. do Norte	144,6	149,8	153,4	-1,4	3,6	2,4
Paraíba	133,5	132,8	137,5	-1,3	-0,5	3,5
Pernambuco	137,2	140,4	144,1	-0,9	2,3	2,6
Alagoas	137,0	141,4	144,1	2,7	3,2	1,9
Sergipe	135,1	136,5	137,8	-0,1	1,0	1,0
Bahia	136,3	137,4	143,7	0,5	0,8	4,6
Minas Gerais	137,0	141,2	144,2	-0,3	3,1	2,1
Espirito Santo	129,3	129,7	131,8	-2,3	0,3	1,6
Rio de Janeiro	142,8	144,5	147,4	-0,3	1,2	2,0
São Paulo	141,6	143,6	145,8	1,9	1,4	1,5
Paraná	149,8	151,0	150,7	0,7	0,8	-0,2
Santa Catarina	134,8	138,5	137,8	-0,5	2,7	-0,5
Rio Grande do Sul	139,0	141,6	143,9	-1,1	1,9	1,6
Mato Grosso do Sul	167,6	170,9	171,2	-1,8	2,0	0,2
Mato Grosso	131,1	130,7	133,1	-0,7	-0,3	1,8
Goiás	126,4	129,3	132,9	-0,4	2,3	2,8
Distrito Federal	126,7	128,5	130,6	0,2	1,4	1,6

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

(1) Base: 2011 = 100

Atualizado em 13/01/2016 às 9:00h