

Salvador, **v.12**

ISSN: 1677-6410

Pesquisa Mensal de Comércio
Desempenho anual do comércio baiano - 2010

PMDC

Governo do Estado da Bahia

Jaques Wagner

Secretaria do Planejamento – Seplan

Zezéu Ribeiro

Superintendência de Estudos Econômicos e Sociais da Bahia – SEI

José Geraldo dos Reis Santos

Diretoria de Pesquisa/SEI

Thaiz Silveira Braga

Coordenação de Pesquisas Sociais – Copes/SEI

Armando Affonso de Castro Neto

Coordenação Editorial

Lucas Marinho Lima

Elaboração Técnica

Lucas Marinho Lima

André Luís Melo de Oliveira

Daiane Cerqueira Conceição

Coordenação de Biblioteca e Documentação – Cobi

Normalização

Raimundo Pereira Santos

Coordenação de Disseminação de Informações – Codin

Ana Paula Porto

Editoria Geral

Elisabete Cristina Teixeira Barreto

Revisão

Calixto Sabatini (Linguagem)

Diana Chagas (Padronização e Estilo)

Projeto Gráfico

Nando Cordeiro

Editoração

Ludmila Nagamatsu

Capa

Stock.xchnng/Stella Levi

Pesquisa Mensal de Comércio: desempenho anual do comércio baiano – 2010.

v. 1(1999 -), Salvador: SEI, 2011.

v.12

Anual

ISSN 1677-6410

1. Comércio varejista - Bahia. I. Superintendência de Estudos Econômicos e Sociais da Bahia.

CDU 339.176 (813.8)

Impressão: EGBA

Tiragem: 150 exemplares

Av. Luiz Viana Filho, 435, 4ª Avenida – CAB

CEP: 41750-002 – Salvador–BA

Tel: (71) 3115-4786 / Fax: (71) 3116-1781

www.sei.ba.gov.br sei@sei.ba.gov.br



▲ SUMÁRIO

▲ APRESENTAÇÃO	3
▲ DESEMPENHO DO COMÉRCIO VAREJISTA BAIANO	4
▲ COMÉRCIO BAIANO MANTÉM CRESCIMENTO DAS VENDAS EM 2010	4
▲ ANÁLISE DO DESEMPENHO DO VAREJO POR RAMO DE ATIVIDADE	6
▲ NOTAS METODOLÓGICAS	15
▲ SÉRIE HISTÓRICA	18



▶ APRESENTAÇÃO

Visando atender o objetivo de produzir e divulgar informações sobre a conjuntura econômica do estado, a Superintendência de Estudos Econômicos e Sociais da Bahia (SEI), autarquia vinculada à Secretaria do Planejamento (Seplan), vem mantendo, desde 2001, um convênio de cooperação técnica com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), para análise e divulgação dos dados do comércio varejista do estado da Bahia, apurados pela Pesquisa Mensal de Comércio (2010), realizada, em âmbito nacional, por esse órgão oficial de estatística.

Tomando como referência esses dados, esta publicação faz um estudo do desempenho do comércio varejista do estado da Bahia e dos dez ramos de atividade pesquisados pelo IBGE nos meses de janeiro a dezembro de 2010, em comparação com igual período de 2009. Além disso, constam deste trabalho a metodologia adotada pelo IBGE e as séries históricas referentes aos anos de 2009 e 2010. Esta é uma pesquisa de caráter conjuntural, que tem por objetivo produzir indicadores que permitam acompanhar o comportamento do comércio varejista e de seus principais segmentos nas 27 unidades da Federação (UF). A partir de uma amostra

representativa das empresas formalmente constituídas que atuam nos diversos ramos de atividade, investiga-se apenas uma única variável, que é a receita bruta de revenda desses estabelecimentos.

Com base nas informações fornecidas por essas empresas, a pesquisa produz, mensalmente, indicadores do consumo nacional, os quais retratam o comportamento da atividade econômica em relação a períodos anteriores. A importância desse trabalho reside principalmente na abrangência do levantamento dos dados, compreendendo Salvador e aproximadamente 60 municípios baianos. Na seleção, levou-se em consideração a importância de cada um deles no contexto do comércio varejista do estado da Bahia. Diante disso, foram selecionados aqueles que são responsáveis por grande parte das transações comerciais que se realizam no estado.

De um modo geral, a PMC constitui-se em um instrumento de extrema importância para os diversos agentes econômicos. Nesse sentido, propõe-se a auxiliá-los nos seus processos de tomadas de decisões, por revelar, em curto intervalo de tempo, as alterações na conjuntura econômica nacional.

▶ DESEMPENHO DO COMÉRCIO VAREJISTA BAIANO

COMÉRCIO BAIANO MANTÉM CRESCIMENTO DAS VENDAS EM 2010

De acordo com estudo elaborado pela Superintendência de Estudos Econômicos e Sociais da Bahia (SEI), autarquia da Secretaria de Planejamento, a partir das informações disponibilizadas pela Pesquisa Mensal de Comércio (PMC), realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), referentes ao ano de 2010, o comércio varejista do estado da Bahia encerrou esse ano acumulando uma

Tal resultado confirmou as expectativas de analistas de mercado e representantes do setor, os quais previram, no início do ano de 2010, um crescimento de vendas bem superior ao de 2009, o que pode ser ratificado pela análise do Gráfico 1. Esses prognósticos se alicerçavam em diversos fatores, dentre os quais maiores facilidades de acesso ao crédito, inflação sob controle, além da recuperação do rendimento e do recorde na geração de emprego formal no estado em 2010, que registrou, no acumulado do ano, um saldo de emprego da ordem de 91.402² postos de trabalho com carteira assinada. Durante todo o ano, os lojistas dos diversos ramos de atividade

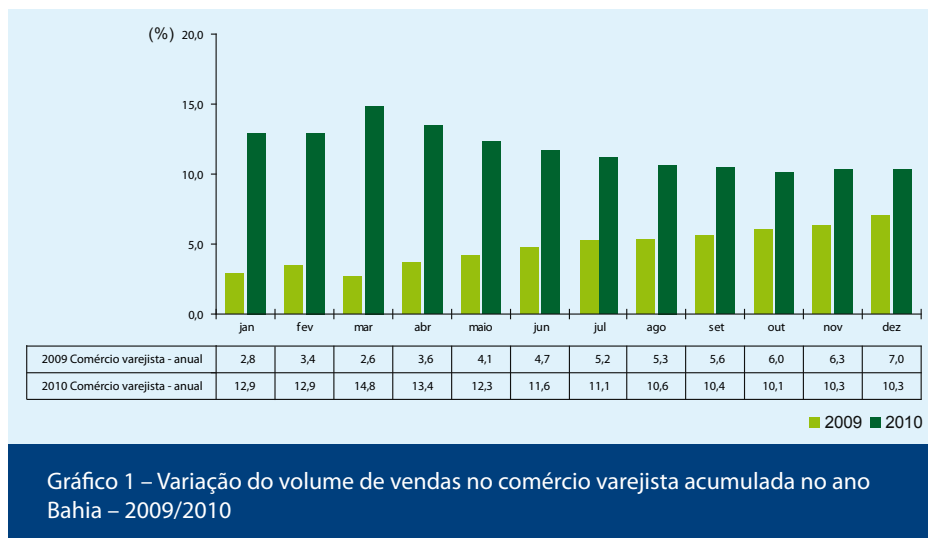


Gráfico 1 – Variação do volume de vendas no comércio varejista acumulada no ano Bahia – 2009/2010

Fonte: IBGE – Pesquisa Mensal de Comércio.
 (*) Índice acumulado no ano: compara o índice acumulado de volume de vendas de janeiro até o mês do índice com os de igual período do ano anterior.

expansão de 10,3% no volume de vendas¹. Esse foi o sétimo ano consecutivo em que o setor registrou desempenho positivo, com taxa situada bem acima da observada em 2009.

do comércio varejista baiano apostaram nas promoções, porém ficou evidenciado que o

¹ Resulta do deflacionamento da receita nominal bruta de revenda, que é o faturamento total bruto das empresas, por índices de preços específicos, para cada grupo de atividade. (ÍNDICE DE PREÇOS AO CONSUMIDOR AMPLO, 2010).

² Segundo o Ministério de Trabalho e Emprego (MTE), no ano de 2010, a Bahia registrou um saldo de 121.856 empregos, obtido pelo somatório de 91.402 e 30.454 postos de trabalho oriundos das declarações entregues fora do prazo e dos acertos de declarações de janeiro a novembro de 2010. Entretanto, para efeito de comparação dos resultados dos anos anteriores, optou-se por apresentar o saldo de 91.402 postos de trabalho, resultado obtido a partir da mesma metodologia adotada nos anos de 1999 a 2009.

primeiro trimestre foi favorecido pela manutenção da taxa básica de juros (Selic), que se manteve mais baixa em relação ao restante do ano de 2010, constituindo-se em instrumento de extrema importância para dinamizar os negócios do varejo, principalmente de bens duráveis. Em 2010, a economia brasileira e a baiana deram início ao processo de retomada do nível de atividade. O volume de vendas estava em queda desde novembro de 2008, quando foi deflagrada a crise econômica internacional. Em 2009, iniciou-se uma trajetória ascendente, com resultados positivos principalmente no comércio varejista baiano.

Os dados referentes a esse panorama mais positivo a partir do segundo semestre de 2009 foram consequência da expansão real do emprego, do aumento da renda dos trabalhadores e dos programas de transferência de renda, uma vez que a atividade comercial apresenta respostas relativamente rápidas aos indicadores de renda dos trabalhadores.

Outro elemento muito importante para a expansão do comércio e do consumo é o crescimento do crédito. Além do crédito concedido diretamente pelos bancos, aumentaram as parcerias entre o setor financeiro e o varejo. Bancos comerciais, financeiras e seguradoras passaram a atuar em conjunto com as redes de varejo, que também criaram financeiras para atender aos seus clientes, estimulando as vendas do varejo e dos produtos financeiros.

Em que pese a boa performance apresentada pelo comércio varejista baiano em termos de volume de vendas no ano de 2010 (10,3%), este desempenho mostrou-se inferior ao observado para o país, que, no mesmo período, acumulou uma variação de 10,9%.

Cabe ressaltar que a queda do dólar facilitou as importações de bens de consumo. As sucessivas

desvalorizações da moeda norte-americana foram preponderantes para a importação de grande variedade de produtos, os quais têm sido amplamente encontrados nas diversas lojas dos vários segmentos varejistas. A maior demanda pelos produtos importados se justifica em razão de muitos apresentarem preços mais competitivos em relação aos nacionais, notadamente no que se refere ao segmento de vestuário, fato que tem se refletido negativamente na produção da indústria brasileira do segmento.

Ademais, no primeiro semestre de 2010 foi observado um crescimento mais intenso do volume de vendas do comércio varejista baiano do que o verificado no decorrer do ano. A princípio, este fato pode ser explicado por algumas recorrências que, devido à conjuntura econômica favorável, contribuíram sobremaneira para que os lojistas baianos, sobretudo os da capital e da Região Metropolitana de Salvador (RMS), tivessem seus volumes de vendas expandidos nesse período. Considerando as maiores taxas, em março ocorreu a maior variação no volume de venda (14,8%), que pode ter sido motivada pela realização da Liquida Salvador. O resultado apurado para esse período demonstra que o evento contribuiu para o melhor desempenho do comércio baiano em todo ano de 2010. No mês de abril, foi apurada a segunda maior variação no volume de vendas (13,4%), variação essa influenciada pela Semana Santa, que certamente impulsionou o crescimento das vendas de alimentos, sobretudo dos ovos de Páscoa. Já nos dois primeiros meses de 2010, houve forte aumento do volume de vendas relacionado à compra de livros, materiais e fardamentos escolares, em janeiro (12,9%), e à Liquida Salvador e ao Carnaval, no mês de fevereiro (12,9%). É digno de nota que a Liquida Salvador é um evento anual que envolve os diversos segmentos varejistas e que, em 2010, foi realizada no período de 25 de fevereiro a 7 de março.

▶ ANÁLISE DO DESEMPENHO DO VAREJO POR RAMO DE ATIVIDADE

Os dados da Pesquisa Mensal de Comércio em 2010, comparados com os do ano de 2009, revelaram que os oito ramos de atividade que compõem o volume de vendas apresentaram contribuições positivas. Os principais destaques couberam aos que, tradicionalmente, têm as vendas impulsionadas pela conjuntura macroeconômica, refletidas nas datas comemorativas, espelhando melhores performances do que as do ano anterior, como *Móveis e eletrodomésticos* (23,0%), *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos* (12,4%), *Equipamentos e material de escritório, informática e comunicação* (12,2%).

Também registraram variações positivas, porém menos expressivas, *Outros artigos de uso pessoal e doméstico* (8,5%), *Tecidos, vestuário e calçados* (8,0%), *Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* (6,8%), *Livros, jornais, revistas e papelaria* (5,6%) e *Combustíveis e lubrificantes* (5,4%).

Nos dois segmentos que não contribuem para a formação da taxa geral do varejo, os resultados foram os seguintes: *Veículos, motocicletas, partes e peças* (15,0%) e *Material de construção* (14,6%).

A variação do volume de vendas no acumulado do ano de 2010 observada para o segmento de *Móveis e eletrodomésticos* (23,0%) constituiu-se na mais relevante dentre as registradas para os oito ramos de atividade que compõem o indicador do varejo na Bahia. A ampliação do crédito, o crescimento da renda e a queda do desemprego contribuíram para impulsionar as vendas de bens duráveis. Acrescente-se a esses fatores as intensas campanhas de marketing empreendidas pelas grandes redes varejistas e a elasticidade dos prazos de financiamento. Como cerca de 80% da comercialização de bens duráveis realiza-se por meio de crédito, os prazos de financiamento mais longos têm se constituído em importante estratégia para motivar os consumidores,

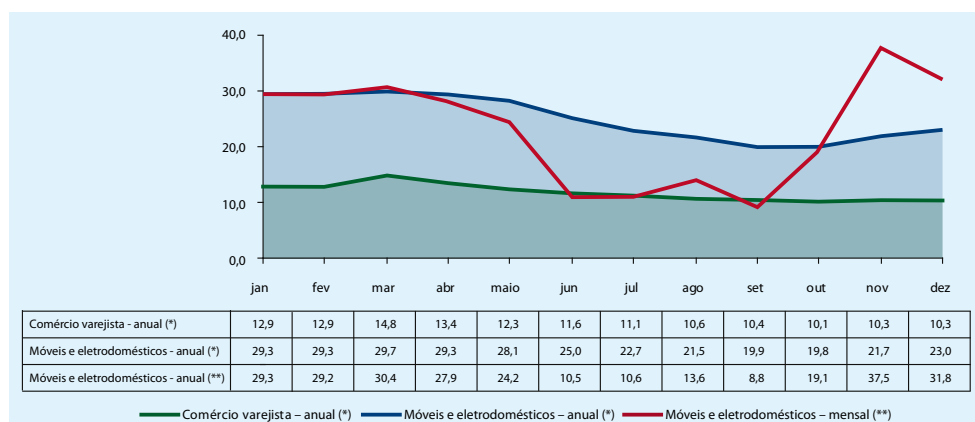


Gráfico 2 – Variação de volume de vendas mensal acumulada no ano – Comércio varejista / Móveis e eletrodomésticos – Bahia – 2010

Fonte: IBGE – Pesquisa Mensal de Comércio.

(*) Índice acumulado no ano: Compara o índice acumulado de volume de vendas de janeiro até o mês do índice com os de igual período do ano anterior.

(**) Índice mensal: Compara o índice de volume de vendas do mês com o obtido em igual mês do ano anterior.

principalmente os de menor poder aquisitivo, a adquirir um bem de valor mais elevado. No ano de 2010, os eletrodomésticos tiveram forte influência dos produtos importados, que ficaram mais baratos em razão da desvalorização do dólar. É importante destacar que as inovações tecnológicas agregadas aos eletrodomésticos e eletroeletrônicos motivaram um grande número de consumidores a trocar os aparelhos antigos por outros mais modernos. Nesse segmento, a maior variação do volume de vendas foi compreendida nos meses de novembro (37,5%) e dezembro (31,8%), em virtude do recebimento do 13º salário a partir do dia 15 de novembro e da antecipação das compras do período natalino.

Os dados da pesquisa demonstraram que, comparativamente ao ano de 2009, as vendas no acumulado de 2010 dos estabelecimentos que atuam no ramo de *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos* expandiram-se em 12,4%, exercendo, assim, a segunda maior contribuição à taxa anual do comércio varejista na Bahia. Durante o ano de 2010, o maior crescimento de vendas foi percebido no mês de maio, da ordem de 19,3%. A expansão da massa de salários e crédito, somada ao caráter de uso essencial do subgrupo de médicos e medicamentos, é o principal fator explicativo do desempenho positivo do segmento. Acrescente-se a isso o aumento das vendas no subgrupo de perfumaria.

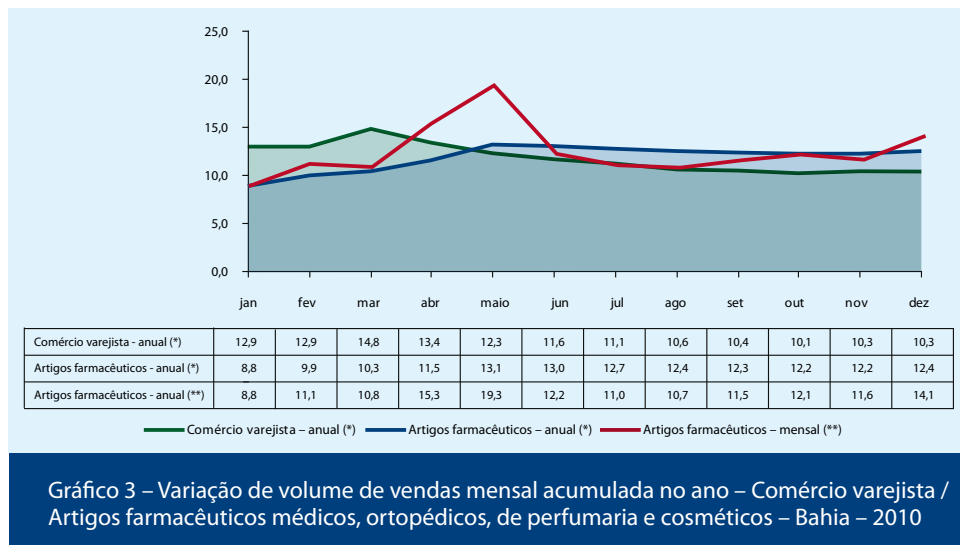


Gráfico 3 – Variação de volume de vendas mensal acumulada no ano – Comércio varejista / Artigos farmacêuticos médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos – Bahia – 2010

Fonte: IBGE – Pesquisa Mensal de Comércio.

(*) Índice acumulado no ano: compara o índice acumulado de volume de vendas de janeiro até o mês do índice com os de igual período do ano anterior.

(**) Índice mensal: compara o índice de volume de vendas do mês com o obtido em igual mês do ano anterior.

A variação do volume de vendas no acumulado do ano de 2010 observada para o grupo de *Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação* (12,2%) constituiu-se na terceira mais relevante dentre as dos oito ramos de atividade que compõem o indicador do varejo na Bahia. Nesse ramo, a maior variação do volume de vendas foi compreendida no mês de junho (62,4%), sendo o resultado mais expressivo desde

março de 2006, quando a variação das vendas atingiu 69,9%. Esse resultado foi possível em virtude da redução dos preços dos produtos comercializados pelo segmento, em decorrência da desvalorização cambial, e também pelas condições de pagamento facilitadas em prazos mais longos. Cabe ressaltar o comportamento do setor que engloba a venda de aparelhos de telefones celulares, para os quais se constatou considerável expansão no ritmo dos negócios.

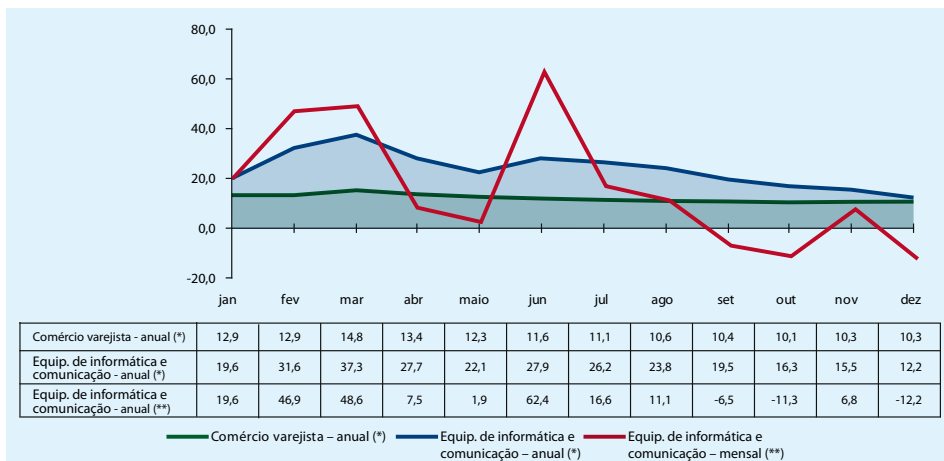


Gráfico 4 – Variação de volume de vendas mensal acumulada no ano – Comércio varejista / Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação Bahia – 2010

Fonte: IBGE – Pesquisa Mensal de Comércio.

(*) Índice acumulado no ano: compara o índice acumulado de volume de vendas de janeiro até o mês do índice com os de igual período do ano anterior.

O ramo *Outros artigos de uso pessoal e doméstico* encerrou 2010 apresentando um incremento de 8,5% no volume de vendas no acumulado do ano. Esse segmento é composto por uma variedade de lojas, as quais comercializam diversos produtos, destacando-se CDs, instrumentos musicais, joias, artigos para caça, pesca e camping, material ótico, papel de parede e similares, material fotográfico, artigos

desportivos, brinquedos etc. Vale ressaltar que este segmento enfrenta a concorrência de outros estabelecimentos comerciais, a exemplo dos hipermercados e supermercados, onde muitos consumidores preferem adquirir alguns desses artigos. No ano em análise, as taxas mais significativas foram observadas nos meses de dezembro e novembro, respectivamente 13,8% e 13,3%. Os fatores explicativos desses

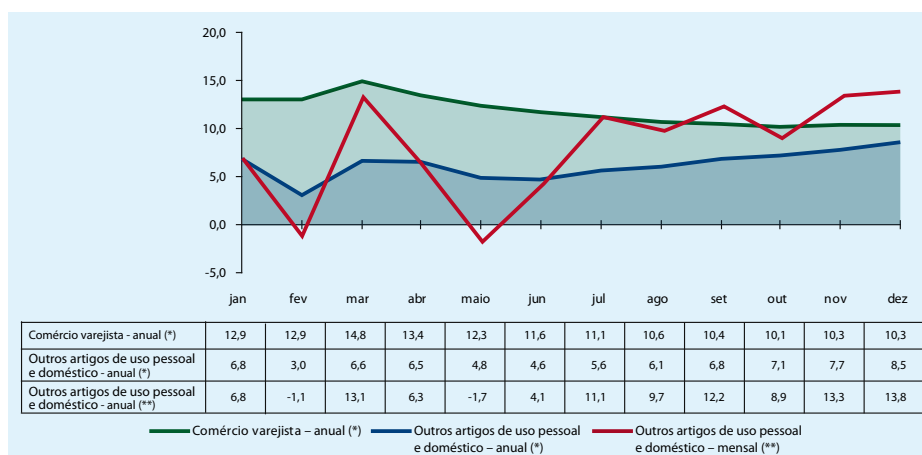


Gráfico 5 – Variação de volume de vendas mensal acumulada no ano – Comércio varejista / Outros artigos de uso pessoal e doméstico – Bahia – 2010

Fonte: IBGE – Pesquisa Mensal de Comércio.

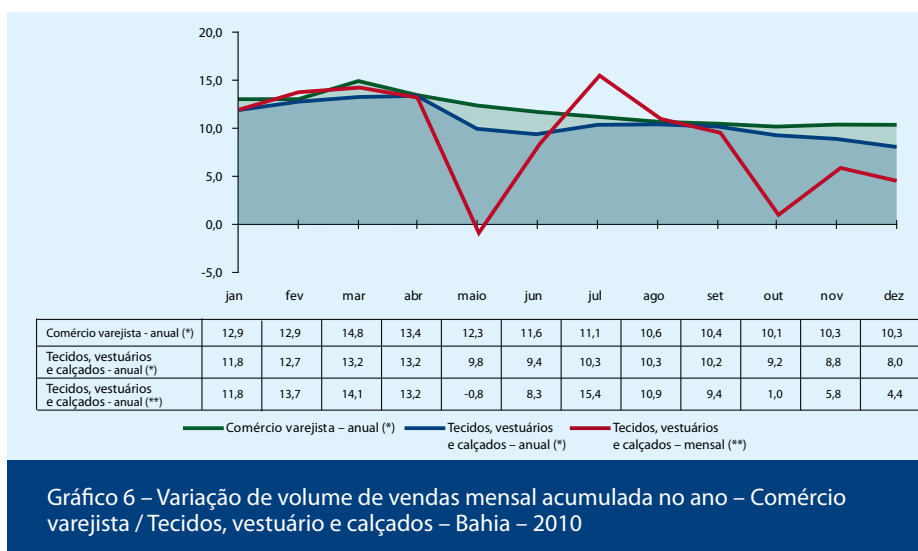
(*) Índice acumulado no ano: compara os índices acumulados nominais e de volume da receita bruta de venda de janeiro até o mês do índice com os de igual período do ano anterior.

(**) Índice mensal: compara os índices nominais e de volume da receita bruta de venda do mês com os obtidos em igual mês do ano anterior.

resultados podem ser encontrados no acréscimo das vendas de brinquedos e de materiais fotográficos em consequência do período natalino e do pagamento do 13º salário.

A pesquisa observou acréscimo de 8,0% no volume de vendas no acumulado do ano de 2010 no ramo de *Tecidos, vestuário e calçados*. Concorreram para obtenção desse resultado o aumento das vendas nos meses de liquidação, as promoções e as datas comemorativas, dentre as quais se destacam a Liquida Salvador

e o Carnaval, que sempre resultaram em bons negócios para o ramo de atividade. Os meses que confirmaram as expectativas dos lojistas de um bom volume de vendas desses artigos foram março, fevereiro e abril, com expansão de 14,1%, 13,7% e 13,2%, respectivamente. Trata-se de um segmento particularmente elástico ou sensível ao aumento da demanda, haja vista que grande parte dos artigos comercializados pelas lojas do ramo apresentam preços compatíveis com o poder de compra de parcela expressiva da população. Vale ressaltar



Fonte: IBGE - Pesquisa Mensal de Comércio.

(*) Índice acumulado no ano: compara o índice acumulado de volume de vendas de janeiro até o mês do índice com os de igual período do ano anterior.

(**) Índice mensal: compara o índice de volume de vendas do mês com o obtido em igual mês do ano anterior.

que a desvalorização cambial foi responsável pelas maiores facilidades para importar, especialmente pelo subgrupo de calçados, cujos produtos foram largamente comercializados.

Constituindo-se no principal segmento do comércio varejista, o grupo *Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* registrou variação no volume de vendas no acumulado de 2010 de 6,8%. Esse resultado foi inferior ao apurado em 2009 (8,5%). No ano de 2010, os maiores incrementos nas vendas foram observados no primeiro semestre, acompanhando a performance do comércio varejista em geral. A predominância do grupo é a comercialização de

gêneros de primeira necessidade, para os quais as vendas são impulsionadas quando há aumento do poder aquisitivo de parcela significativa dos consumidores. Dentre as grandes redes varejistas que integram o segmento destaca-se a empresa estatal que administra a rede de lojas da Cesta do Povo, que atualmente representa a maior rede de abastecimento alimentar da Bahia, contando com 295 lojas (54 em Salvador e Região Metropolitana). A rede está presente em 239 municípios baianos, comercializando mais de 2.400 itens. Com esse grande número de estabelecimentos, comercializando essencialmente alimentos, a Cesta do Povo está voltada para atender, principalmente, à população de baixa renda.

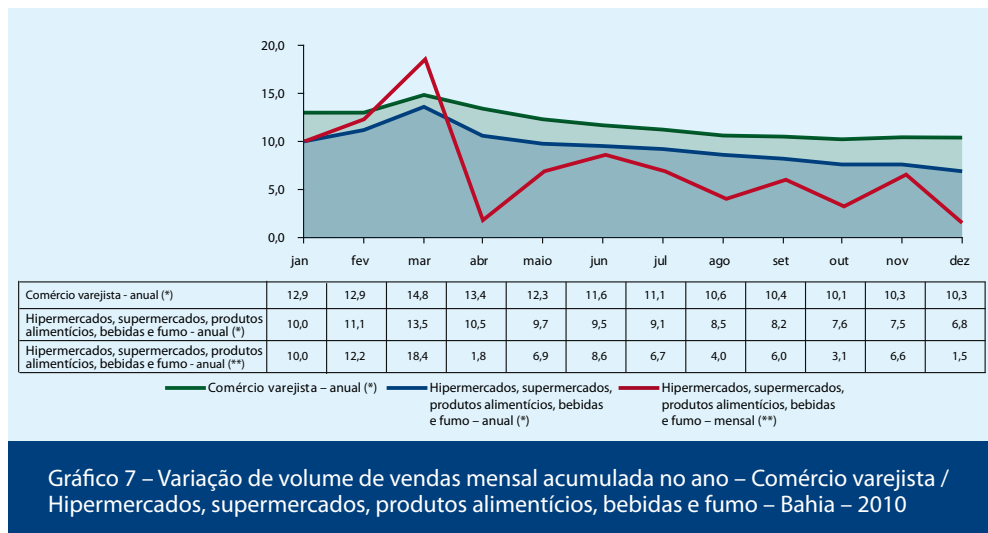


Gráfico 7 – Variação de volume de vendas mensal acumulada no ano – Comércio varejista / Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo – Bahia – 2010

Fonte: IBGE – Pesquisa Mensal de Comércio.
 (*) Índice acumulado no ano: compara o índice acumulado de volume de vendas de janeiro até o mês do índice com os de igual período do ano anterior.
 (**) Índice mensal: compara o índice de volume de vendas do mês com o obtido em igual mês do ano anterior.

O sétimo resultado mais expressivo em volume de vendas no acumulado do ano de 2010 foi apresentado pelo segmento de *Livros, jornais, revistas e papelaria* (5,6%). Na estrutura varejista, esse é considerado um segmento de menor peso, com uma participação em torno de 0,50%. Os meses que confirmaram as expectativas dos lojistas de um bom volume de vendas desse segmento foram fevereiro,

com um crescimento 18,5%, e janeiro, com uma expansão de 17,8%. Destarte, em que pese a pouca representatividade do setor, esses meses especificamente atingiram níveis elevados durante o ano de 2010, o que pode ser explicado pelo acréscimo do volume de vendas de livros e de papel, em consequência do período do início das aulas, quando esse segmento se apresenta de forma mais dinâmica.

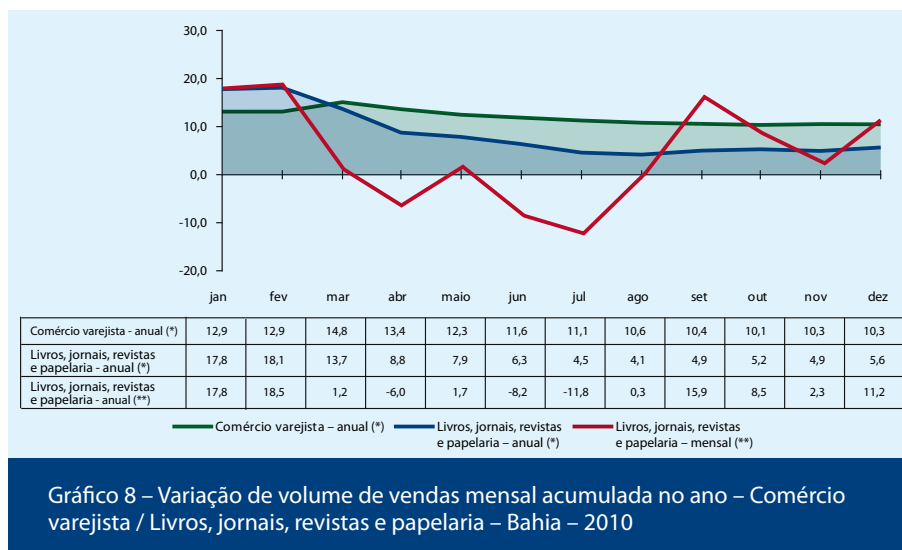


Gráfico 8 – Variação de volume de vendas mensal acumulada no ano – Comércio varejista / Livros, jornais, revistas e papelaria – Bahia – 2010

Fonte: IBGE – Pesquisa Mensal de Comércio.
 (*) Índice acumulado no ano: compara o índice acumulado de volume de vendas de janeiro até o mês do índice com os de igual período do ano anterior.
 (***) Índice mensal: compara o índice de volume de vendas do mês com o obtido em igual mês do ano anterior.

As vendas de *Combustíveis e lubrificantes* tiveram crescimento de 5,4% no acumulado do ano de 2010. Em 2009, o segmento apresentou variação negativa no volume de vendas em alguns meses, mas em 2010 os resultados foram positivos, com exceção de maio, quando a variação no volume de vendas em relação ao mesmo período do ano anterior foi de -1%. O desempenho favorável ao longo de 2010 pode ser atribuído à estabilização de preços dos combustíveis e à expansão do consumo, em razão do considerável aumento da frota de veículos leves em circulação, tanto na capital como no interior do estado. Essa expansão foi determinada pela retomada econômica, que impulsionou as vendas de óleo

diesel, o combustível que move caminhões e boa parte da indústria. A gasolina e o querosene de aviação concorreram também para a obtenção desse resultado, sendo que esse último produto foi favorecido pelo maior movimento no mercado de aviação. Esse ramo poderia ter apresentado uma expansão maior durante todo o ano de 2010. Todavia, o álcool hidratado – o chamado álcool puro – apresentou retração nas vendas. A cana-de-açúcar foi determinante para esse resultado, em virtude da quebra da safra na Índia, um dos seus principais produtores. Com isso, o produto ficou valorizado no mercado e alguns produtores brasileiros preferiram destiná-lo à elaboração do açúcar, em detrimento do álcool.

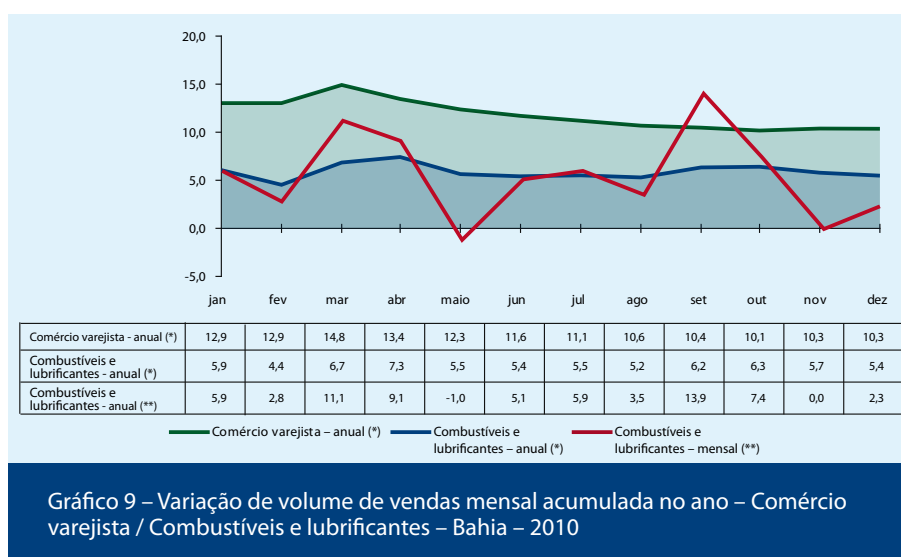


Gráfico 9 – Variação de volume de vendas mensal acumulada no ano – Comércio varejista / Combustíveis e lubrificantes – Bahia – 2010

Fonte: IBGE – Pesquisa Mensal de Comércio.

(*) Índice acumulado no ano: compara o índice acumulado de volume de vendas de janeiro até o mês do índice com os de igual período do ano anterior.

(**) Índice mensal: compara o índice de volume de vendas do mês com o obtido em igual mês do ano anterior.

O ramo de *Veículos, motocicletas, partes e peças* apresentou significativo acréscimo do volume de vendas no acumulado de 2010 (15,0%). Ainda que pese o fato de que, no decorrer de 2010, os preços dos carros e motocicletas novos recuaram, no âmbito da indústria automotiva, no primeiro semestre daquele ano, a produção de automóveis atingiu seus melhores desempenhos. Um outro fator que impulsionou as vendas de automóveis foi a redução do imposto sobre produtos industrializados (IPI), que vigorou no período de janeiro a março de 2010. Além disso, a ampliação do prazo de financiamento concorreu

para a expansão do volume de vendas em 2010, bem como a recorrente prática comercial das promoções, que oferecem vantagens na aquisição do carro novo.

O mês em que o segmento de veículos obteve a maior expansão no volume de vendas foi o de março, com uma variação de 36,6%. O resultado pode ser explicado pelo fato de que, no final do referido mês, encerrou-se a redução do imposto sobre produtos industrializados (IPI) e, desta forma, os consumidores se apressaram para garantir a aquisição do veículo com preço reduzido.

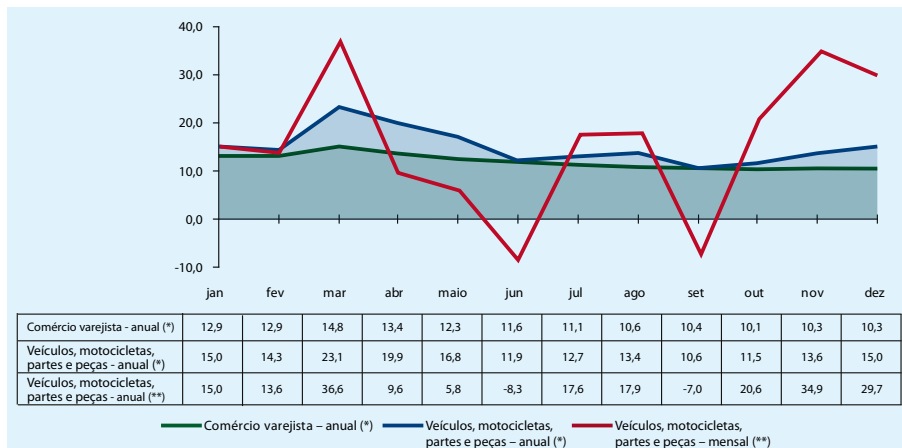


Gráfico 10 – Variação de volume de vendas mensal acumulada no ano – Comércio varejista / Veículos, motocicletas, partes e peças Bahia – 2010

Fonte: IBGE – Pesquisa Mensal de Comércio.

(*) Índice acumulado no ano: compara o índice acumulado de volume de vendas de janeiro até o mês do índice com os de igual período do ano anterior.

(**) Índice mensal: compara o índice de volume de vendas do mês com o obtido em igual mês do ano anterior.

O segmento *Material de construção* teve resultado positivo, com uma expansão do volume de vendas no acumulado de 2010 de 14,6%. A maior variação ocorrida em 2010 foi no mês de maio, com 32,6%. Isso pode ser explicado pelo aumento das vendas em decorrência das grandes campanhas promocionais, da melhoria do poder aquisitivo dos consumidores, principalmente os da camada de mais baixa renda, e da ampliação

dos prazos de parcelamento das compras, conseguindo impulsionar as vendas deste tipo de mercadoria. Além disso, os incentivos fiscais concedidos pelo governo federal – diminuição do imposto sobre produtos industrializados (IPI) –, com redução da carga tributária e consequente queda de preços de determinados produtos utilizados na construção civil, foram determinantes para a performance final do segmento no ano de 2010.

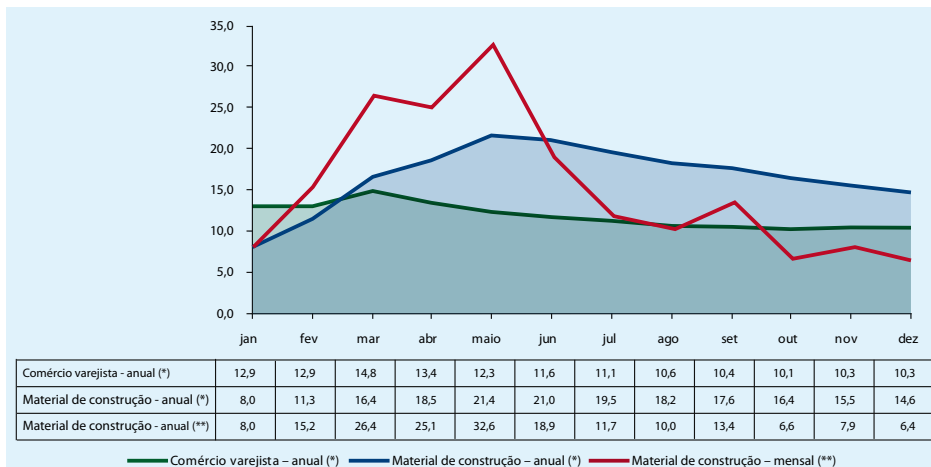


Gráfico 11 – Variação de volume de vendas mensal acumulada no ano – Comércio varejista / Material de construção – Bahia – 2010

Fonte: IBGE – Pesquisa Mensal de Comércio.

(*) Índice acumulado no ano: compara o índice acumulado de volume de vendas de janeiro até o mês do índice com os de igual período do ano anterior.

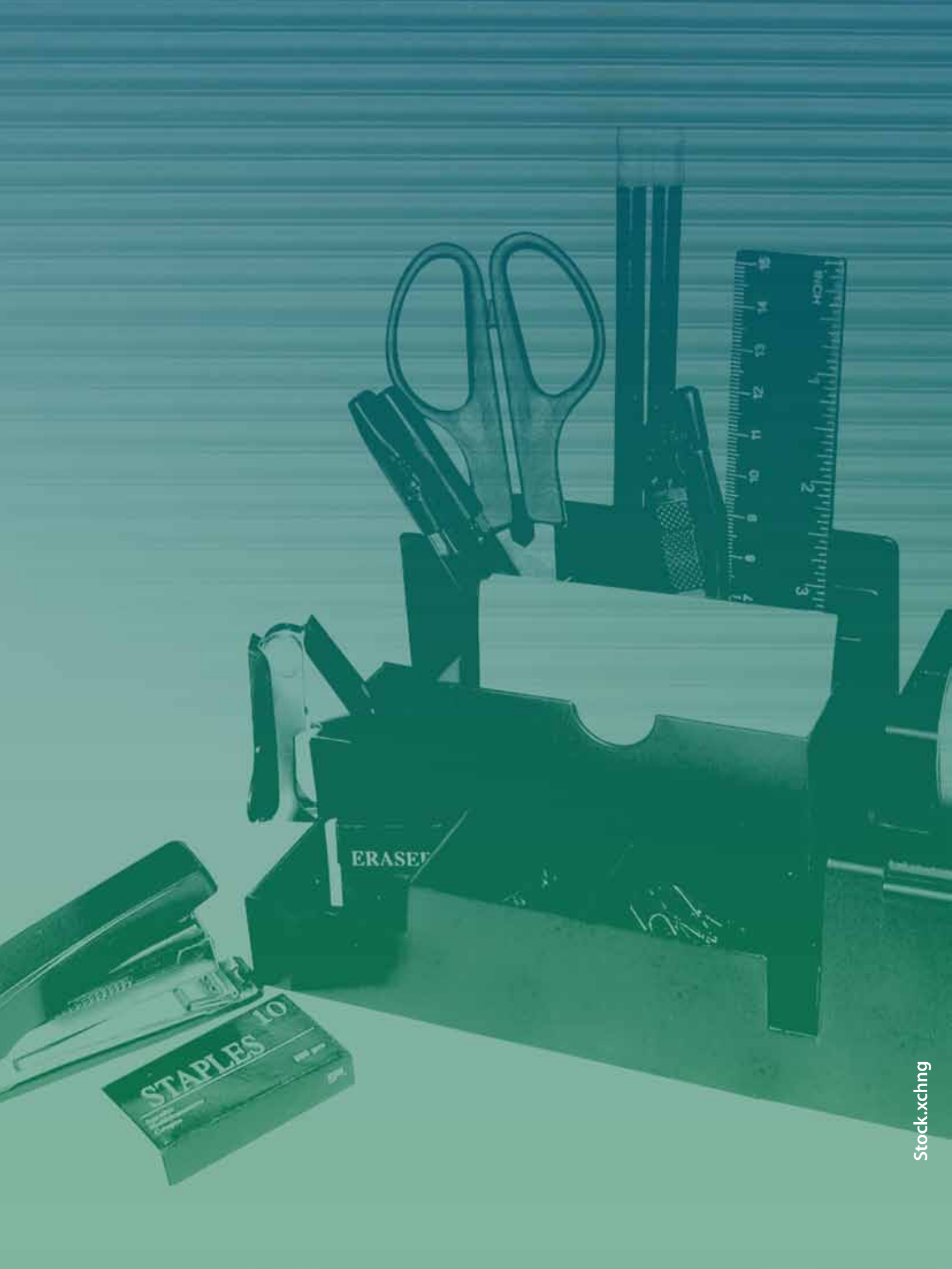
(**) Índice mensal: compara o índice de volume de vendas do mês com o obtido em igual mês do ano anterior.

▶ REFERÊNCIAS

BOLETIM MENSAL DO CAGED. Salvador: SEI, dez. 2010. Disponível em: http://www.sei.ba.gov.br/images/releases_mensais/pdf/caged/rel_CAGED_dez10.pdf Acesso em: 19 abr. 2011.

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO. Rio de Janeiro: IBGE, 2010. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/indicadores/comercio/pmc/default.shtm>. Acesso em: 19 abr. 2011.





▶ 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. Desde janeiro de 2004, o Sistema de Índices do Comércio Varejista vem apresentando os seguintes aprimoramentos em relação à série divulgada até dezembro de 2003:

- Expansão da abrangência dos indicadores, passando a incluir o comércio de material de construção.
- Divulgação do Índice do Comércio Varejista Ampliado, que agrega aos índices do varejo as atividades *Veículos, motocicletas, partes e peças* e *Material de construção*.
- Desagregação das 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*.
- Ampliação da amostra de 5.000 empresas informantes para 9.000 empresas.

- Na série completa (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 que estejam sediadas no território nacional. 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 1 abaixo. Deste

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, motocicletas, partes e peças	5010, 5030 e 5041
Material de construção	5153 e 5244

Quadro 1

total, oito segmentos têm receitas geradas predominantemente na atividade varejista, e dois (Veículos, motocicletas, partes e peças e Material de construção) abarcam varejo e atacado.

- **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 definidos, 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 UF 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. São divulgados para o Brasil e suas 27 unidades da Federação.
 - Combustíveis e lubrificantes.
 - Supermercados, hipermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo.
 - Tecidos, vestuário e calçados.
 - 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. *Índice de Comércio Varejista por Atividade* – Para os segmentos do varejo relacionados acima, são divulgados índices para o Brasil e para 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, divulgam-se, ainda, resultados para *Supermercados e hipermercados*, que corresponde a um detalhamento da atividade de *Supermercados, hipermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo*.

3. *Índice 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. *Índice 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 :

1. *Índice de base fixa:* Comparam os níveis nominais e de volume da Receita Bruta de Revenda do mês com a média mensal obtida no ano de 2003.
2. *Índice mensal:* Comparam os índices nominais e de volume da Receita Bruta de Revenda do mês com os obtidos em igual mês do ano anterior.
3. *Índice acumulado no ano:* Comparam 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.
4. *Índice acumulado de 12 meses:* Comparam 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 2003 (base 2000 = 100) com a série que se iniciou 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. Essa mudança traz como vantagem o uso de uma estrutura de ponderação mais atualizada, pois incorpora as mudanças nos preços relativos.

IV – 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.
2. As atividades PMC não contempladas no ajuste sazonal (*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*) serão publicadas quando as suas séries completarem 60 meses.

Notas: Essas informações foram extraídas do site do IBGE.

Sites para consulta: SEI: www.sei.ba.gov.br consulta sobre PMC/Bahia

IBGE: www.ibge.gov.br consulta sobre PMC/Brasil

► SÉRIE HISTÓRICA

Tabela 1 – Variação do volume de vendas acumulada no ano, por atividade – Bahia – 2010 (1)

Atividades	Meses											
	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez
Comércio varejista	12,9	12,9	14,8	13,4	12,3	11,6	11,1	10,6	10,4	10,1	10,3	10,3
Combustíveis e lubrificantes	5,9	4,4	6,7	7,3	5,5	5,4	5,5	5,2	6,2	6,3	5,7	5,4
Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	10,0	11,1	13,5	10,5	9,7	9,5	9,1	8,5	8,2	7,6	7,5	6,8
Hipermercados e supermercados	10,5	11,1	13,6	10,5	9,6	9,2	8,7	8,1	7,9	7,6	7,6	7,2
Tecidos, vestuário e calçados	11,8	12,7	13,2	13,2	9,8	9,4	10,3	10,3	10,2	9,2	8,8	8,0
Móveis e eletrodomésticos	29,3	29,3	29,7	29,3	28,1	25,0	22,7	21,5	19,9	19,8	21,7	23,0
Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria	8,8	9,9	10,3	11,5	13,1	13,0	12,7	12,4	12,3	12,2	12,4	12,4
Equipamentos e material de escritório, informática e comunicação	19,6	31,6	37,3	27,7	22,1	27,9	26,2	23,8	19,5	16,3	15,5	12,2
Livros, jornais, revistas e papelaria	17,8	18,1	13,7	8,8	7,9	6,3	4,5	4,1	4,9	5,2	4,9	5,6
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	6,8	3,0	6,6	6,5	4,8	4,6	5,6	6,1	6,8	7,1	7,7	8,5
Veículos, motos, partes e peças	15,0	14,3	23,1	19,9	16,8	11,9	12,7	13,4	10,6	11,5	13,6	15,0
Material de construção	8,0	11,3	16,4	18,5	21,4	21,0	19,5	18,2	17,6	16,4	15,4	14,6

Fonte: IBGE/Diretoria de Pesquisas/Coordenação de Comércio e Serviços.
(1) Base: Igual período do ano anterior = 100.

Tabela 2 – Variação do volume de vendas no comércio varejista, por atividade – Bahia – 2010 (1)

Atividades	Meses											
	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez
Comércio varejista	12,9	12,9	18,4	9,2	8,2	8,5	8,4	7,0	8,9	7,7	12,5	10,0
Combustíveis e lubrificantes	5,9	2,8	11,1	9,1	-1,0	5,1	5,9	3,5	13,9	7,4	0,0	2,3
Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	10,0	12,2	18,4	1,8	6,9	8,6	6,7	4,0	6,0	3,1	6,6	1,5
Hipermercados e supermercados	10,5	11,7	18,4	2,1	6,0	7,0	6,1	3,7	7,1	4,3	8,6	3,3
Tecidos, vestuário e calçados	11,8	13,7	14,1	13,2	-0,8	8,3	15,4	10,9	9,4	1,0	5,8	4,4
Móveis e eletrodomésticos	29,3	29,2	30,4	27,9	24,2	10,5	10,6	13,6	8,8	19,1	37,6	31,8
Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria	8,8	11,1	10,8	15,3	19,3	12,2	11,0	10,7	11,5	12,1	11,6	14,1
Equipamentos e material de escritório, informática e comunicação	19,6	46,9	48,6	7,5	1,9	62,4	16,6	11,1	-6,5	-11,3	6,8	-12,2
Livros, jornais, revistas e papelaria	17,8	18,5	1,2	-6,0	1,7	-8,2	-11,8	0,3	15,9	8,5	2,3	11,2
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	6,8	-1,1	13,1	6,3	-1,7	4,1	11,1	9,7	12,2	8,9	13,3	13,8
Veículos, motos, partes e peças	15,0	13,6	36,6	9,6	5,8	-8,3	17,6	17,9	-7,0	20,6	34,9	29,7
Material de construção	8,0	15,2	26,4	25,1	32,6	18,9	11,7	10,0	13,4	6,6	7,9	6,4

Fonte: IBGE/Diretoria de Pesquisas/Coordenação de Comércio e Serviços.
(1) Base: Igual mês do ano anterior = 100.

Tabela 3 – Variação nominal de vendas no comércio varejista, por atividade – Bahia – 2010 (1)

Atividades	Meses											
	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez
Comércio varejista	12,9	13,6	20,2	13,5	13,6	11,5	10,4	8,4	9,8	9,8	16,4	14,3
Combustíveis e lubrificantes	6,3	6,3	14,8	16,7	12,1	7,7	7,7	4,7	9,4	6,4	8,3	12,0
Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	10,3	12,9	20,7	6,4	11,1	12,0	8,7	4,9	7,5	6,3	12,2	6,7
Hipermercados e supermercados	11,0	12,5	20,7	6,5	9,9	10,3	7,9	4,5	8,3	7,2	14,0	8,0
Tecidos, vestuário e calçados	17,9	21,3	22,1	21,3	6,3	16,9	23,2	19,4	17,4	9,4	15,1	14,1
Móveis e eletrodomésticos	25,3	25,3	27,9	28,6	27,5	11,4	10,6	12,4	8,8	19,7	35,4	20,0
Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria	15,9	17,8	17,3	19,9	23,9	17,0	16,0	18,1	17,7	18,1	19,1	20,3
Equipamentos e material de escritório, informática e comunicação	8,7	33,1	27,5	-8,8	-13,2	36,9	-4,1	-11,2	-21,9	-21,2	-7,7	-28,9
Livros, jornais, revistas e papelaria	17,0	18,1	2,0	-4,7	2,8	-6,7	-10,2	3,2	8,7	2,0	-4,0	4,2
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	13,6	4,0	19,3	11,6	3,8	7,5	14,0	13,8	15,2	13,0	20,3	23,2
Veículos, motos, partes e peças	16,1	14,6	37,0	11,3	9,6	-5,8	20,1	20,4	-5,0	20,0	34,1	29,0
Material de construção	13,7	20,8	27,4	26,0	33,6	20,3	13,2	11,7	16,3	9,5	11,3	10,3

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

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

Tabela 4 – Índice do volume de vendas no comércio varejista, por atividade – Bahia – 2010 (1)

Atividades	Meses											
	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez
Comércio varejista	112,9	112,9	118,4	109,2	108,2	108,5	108,4	107,0	108,9	107,7	112,5	110,0
Combustíveis e lubrificantes	105,9	102,8	111,1	109,1	99,0	105,1	105,9	103,5	113,9	107,4	100,0	102,3
Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	110,0	112,2	118,4	101,8	106,9	108,6	106,7	104,0	106,0	103,1	106,6	101,5
Hipermercados e supermercados	110,5	111,7	118,4	102,1	106,0	107,0	106,1	103,7	107,1	104,3	108,6	103,3
Tecidos, vestuário e calçados	111,8	113,7	114,1	113,2	99,2	108,3	115,4	110,9	109,4	101,0	105,8	104,4
Móveis e eletrodomésticos	129,3	129,2	130,4	127,9	124,2	110,5	110,6	113,6	108,8	119,1	137,6	131,8
Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria	108,8	111,1	110,8	115,3	119,3	112,2	111,0	110,7	111,5	112,1	113,6	114,1
Equipamentos e material de escritório, informática e comunicação	119,6	146,9	148,6	107,5	101,9	162,4	116,6	111,1	93,5	88,7	106,8	87,8
Livros, jornais, revistas e papelaria	117,8	118,5	101,2	94,0	101,7	91,8	88,2	100,3	115,9	108,5	102,3	111,2
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	106,8	98,9	113,1	106,3	98,3	104,1	111,09	109,7	112,2	108,9	113,3	113,8
Veículos, motos, partes e peças	115,0	113,6	136,6	109,6	105,8	91,7	117,6	117,9	93,0	120,6	134,9	129,7
Material de construção	108,0	115,2	126,4	125,1	132,6	118,9	111,7	110,0	113,4	106,6	107,9	106,4

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

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

Tabela 5 – Índice nominal de vendas no comércio varejista, por atividade – Bahia – 2010 (1)

Atividades	Meses											
	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez
Comércio varejista	112,9	113,6	120,2	113,5	113,6	111,5	110,4	108,4	109,8	109,8	116,5	114,3
Combustíveis e lubrificantes	106,3	106,3	114,8	116,7	112,1	107,7	107,7	104,7	109,4	106,4	108,3	112,0
Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	110,3	112,9	120,7	106,4	111,1	112,0	108,7	104,9	107,5	106,3	112,2	106,7
Hipermercados e supermercados	111,0	112,5	120,7	106,5	109,9	110,3	107,9	104,5	108,3	107,2	114,0	108,0
Tecidos, vestuário e calçados	117,9	121,3	122,1	121,3	106,3	116,9	123,2	119,4	117,4	109,4	115,1	114,1
Móveis e eletrodomésticos	125,3	125,3	127,9	128,6	127,5	111,4	110,6	112,4	108,8	119,7	135,5	120,0
Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria	115,9	117,8	117,3	119,9	123,9	117,0	116,0	118,1	117,7	118,1	119,1	120,3
Equipamentos e material de escritório, informática e comunicação	108,7	133,1	127,5	91,2	86,8	136,9	95,9	88,8	78,1	78,8	92,3	71,2
Livros, jornais, revistas e papelaria	117,0	118,1	102,0	95,3	102,8	93,3	89,8	103,2	108,7	102,0	96,1	104,2
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	113,6	104,0	119,3	111,6	103,8	107,5	114,0	113,8	115,2	113,0	120,3	123,2
Veículos, motos, partes e peças	116,1	114,6	137,0	111,3	109,6	94,2	120,1	120,4	95,0	120,0	134,1	129,0
Material de construção	113,7	120,8	127,4	126,0	133,6	120,3	113,2	111,7	116,3	109,5	111,3	110,3

Fonte: IBGE/Diretoria de Pesquisas/Coordenação de Comércio e Serviços.
(1) Base: Igual mês do ano anterior = 100

Tabela 6 – Índice de volume de vendas no comércio varejista – Brasil e unidade da Federação – 2010
Índice base fixa (2003=100) (número índice)

Brasil e unidades da Federação	Meses											
	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez
Brasil	158,9	147,3	166,5	158,4	168,0	162,3	167,8	169,6	167,4	175,7	173,5	235,1
Maranhão	229,6	202,5	237,1	224,0	250,3	244,1	264,4	262,2	259,1	263,2	253,0	352,7
Piauí	171,9	154,4	178,4	155,1	176,5	166,5	182,7	184,0	182,8	174,6	173,0	249,7
Ceará	190,5	174,1	195,4	189,2	203,1	192,9	205,7	206,6	200,4	209,3	214,5	288,7
Rio Grande do Norte	195,3	177,9	210,1	191,9	204,9	192,1	208,5	206,5	201,2	216,4	202,5	281,4
Paraíba	181,7	163,4	196,3	177,5	210,4	202,3	218,7	227,8	217,6	214,2	214,8	292,1
Pernambuco	168,9	153,0	174,3	160,8	175,3	165,8	173,4	179,9	176,0	186,6	186,3	255,7
Alagoas	228,6	203,1	233,4	231,0	238,1	212,1	232,7	235,2	224,9	238,3	247,7	345,6
Sergipe	204,7	183,0	201,3	184,9	201,5	197,5	201,0	204,6	200,8	214,2	213,0	296,6
Bahia	167,5	153,0	176,8	160,3	172,8	167,0	169,6	172,0	172,3	184,7	185,1	252,0

Fonte: IBGE–Pesquisa Mensal de Comércio.

Tabela 7 – Índice de volume de vendas no comércio varejista – Brasil e unidade da Federação – 2010
Variação mensal (base: igual mês do ano anterior) (%)

Brasil e unidades da Federação	Meses											
	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez
Brasil	10,4	12,2	15,7	9,2	10,2	11,4	11,1	10,5	12,0	8,7	9,9	10,2
Maranhão	10,5	8,5	21,7	13,2	17,6	16,1	21,1	19,0	24,1	20,3	19,8	15,8
Piauí	8,5	11,7	18,9	3,7	4,4	-2,0	-0,7	0,0	6,4	0,1	1,6	3,5
Ceará	13,2	18,3	20,3	16,9	9,8	12,1	12,7	14,8	14,8	9,6	17,3	11,6
Rio Grande do Norte	7,1	11,2	18,7	8,6	6,7	6,6	12,5	7,3	9,0	11,6	7,9	6,8
Paraíba	9,6	13,6	21,9	8,4	15,3	18,4	23,9	31,3	28,5	18,2	22,3	14,6
Pernambuco	10,5	15,4	17,6	9,5	11,3	10,2	11,5	13,1	13,2	10,5	10,9	10,8
Alagoas	12,6	14,4	19,2	19,4	13,1	10,9	10,7	13,6	11,0	7,9	11,3	9,3
Sergipe	12,7	18,6	20,3	10,9	12,6	12,9	10,9	9,9	13,1	10,4	12,2	12,1
Bahia	12,9	12,9	18,4	9,2	8,2	8,5	8,4	7,0	8,9	7,7	12,5	10,0

Fonte: IBGE–Pesquisa Mensal de Comércio.

Tabela 8 – Índice de volume de vendas no comércio varejista – Brasil e unidade da Federação – 2010
Variação acumulada no ano (base: igual período do ano anterior) (%)

Brasil e unidades da Federação	Meses											
	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez
Brasil	10,4	11,3	12,8	11,9	11,5	11,5	11,4	11,3	11,4	11,1	11,0	10,9
Maranhão	10,5	9,6	13,6	13,5	14,4	14,7	15,7	16,1	17,0	17,4	17,6	17,4
Piauí	8,5	10,0	13,0	10,6	9,3	7,2	5,9	5,1	5,2	4,7	4,4	4,3
Ceará	13,2	15,6	17,2	17,1	15,5	14,9	14,6	14,6	14,6	14,1	14,4	14,0
Rio Grande do Norte	7,1	9,0	12,3	11,4	10,4	9,7	10,1	9,8	9,7	9,9	9,7	9,4
Paraíba	9,6	11,5	15,0	13,3	13,8	14,6	16,0	18,0	19,1	19,0	19,4	18,8
Pernambuco	10,5	12,8	14,4	13,2	12,8	12,3	12,2	12,3	12,4	12,2	12,1	11,9
Alagoas	12,6	13,5	15,4	16,4	15,7	14,9	14,3	14,2	13,8	13,2	13,0	12,5
Sergipe	12,7	15,4	17,0	15,5	14,9	14,5	14,0	13,5	13,4	13,1	13,0	12,9
Bahia	12,9	12,9	14,8	13,4	12,3	11,6	11,1	10,6	10,4	10,1	10,3	10,3

Fonte: IBGE–Pesquisa Mensal de Comércio.

Tabela 9 – Índice de receita nominal de vendas no comércio varejista – Brasil e unidade da Federação – 2010
Índice base fixa (2003=100) (número índice)

Brasil e unidades da Federação	Meses											
	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez
Brasil	196,9	184,3	209,5	201,8	214,1	205,5	212,4	213,9	211,6	225,5	223,6	305,4
Maranhão	292,0	258,9	302,2	289,6	326,4	319,6	347,0	342,3	341,9	351,3	345,0	490,5
Piauí	211,4	189,2	218,6	191,6	220,4	209,1	231,2	229,2	231,7	224,2	227,5	335,2
Ceará	231,8	211,6	238,5	233,0	251,5	239,6	258,4	257,0	250,9	264,1	276,7	379,5
Rio Grande do Norte	237,0	214,8	249,6	233,3	251,2	237,5	255,3	254,0	246,3	267,4	255,2	363,4
Paraíba	235,0	211,9	255,3	235,0	280,2	271,3	293,4	304,2	290,1	284,7	286,5	396,9
Pernambuco	219,9	200,2	229,4	215,0	234,2	223,2	230,7	236,3	231,4	247,4	249,9	350,8
Alagoas	293,6	263,1	304,5	303,7	316,9	284,6	308,3	308,1	295,8	317,1	329,3	470,5
Sergipe	269,0	241,0	266,5	250,1	272,5	269,0	271,2	273,4	268,8	288,2	288,5	407,3
Bahia	202,4	186,6	216,8	199,0	214,8	208,8	209,1	210,4	209,7	226,6	229,7	313,7

Fonte: IBGE–Pesquisa Mensal de Comércio.

Tabela 10 – Índice de receita nominal de vendas no comércio varejista – Brasil e unidade da Federação – 2010
Variação mensal (base: igual mês do ano anterior) (%)

Brasil e unidades da Federação	Meses											
	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez
Brasil	12,6	15,2	19,0	13,2	14,2	14,1	13,7	12,9	15,3	13,2	14,7	15,7
Maranhão	17,9	15,2	27,8	20,3	26,1	23,5	26,7	24,9	29,8	27,0	28,3	26,4
Piauí	12,3	14,3	22,3	7,3	8,6	2,3	3,1	1,8	9,3	4,0	7,7	11,9
Ceará	17,1	21,1	24,2	20,9	15,1	16,7	17,9	18,0	19,1	13,7	23,3	17,9
Rio Grande do Norte	10,4	12,8	20,2	12,3	11,8	11,3	13,3	10,9	12,0	14,4	11,7	12,3
Paraíba	13,8	17,3	26,5	13,5	21,4	23,3	30,3	36,9	34,2	22,4	26,4	19,0
Pernambuco	14,8	19,1	22,6	15,3	16,8	14,8	15,6	15,3	15,9	13,3	14,3	14,9
Alagoas	16,8	18,2	24,6	24,6	19,4	16,1	15,3	16,6	14,6	11,9	14,9	13,9
Sergipe	18,2	22,7	25,0	17,3	18,4	18,0	15,4	12,9	16,5	13,9	16,2	15,8
Bahia	12,9	13,6	20,2	13,5	13,6	11,5	10,4	8,4	9,8	9,8	16,4	14,3

Fonte: IBGE–Pesquisa Mensal de Comércio.

Tabela 11 – Índice de receita nominal de vendas no comércio varejista – Brasil e unidade da Federação 2010

Varição acumulada no ano (base: igual período do ano anterior) (%)

Brasil e unidades da Federação	Meses											
	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez
Brasil	12,6	13,8	15,6	15,0	14,8	14,7	14,6	14,3	14,4	14,3	14,3	14,5
Maranhão	17,9	16,6	20,3	20,3	21,6	21,9	22,7	23,0	23,8	24,1	24,5	24,7
Piauí	12,3	13,2	16,2	14,0	12,8	10,9	9,6	8,5	8,6	8,1	8,0	8,5
Ceará	17,1	19,0	20,7	20,8	19,5	19,0	18,8	18,7	18,8	18,2	18,7	18,6
Rio Grande do Norte	10,4	11,5	14,5	13,9	13,5	13,1	13,1	12,8	12,7	12,9	12,8	12,7
Paraíba	13,8	15,4	19,2	17,7	18,6	19,4	21,1	23,1	24,4	24,2	24,4	23,7
Pernambuco	14,8	16,8	18,8	17,9	17,7	17,2	16,9	16,7	16,6	16,2	16,0	15,9
Alagoas	16,8	17,5	19,9	21,1	20,7	19,9	19,2	18,9	18,4	17,7	17,4	17,0
Sergipe	18,2	20,3	21,9	20,7	20,2	19,8	19,2	18,3	18,1	17,6	17,5	17,3
Bahia	12,9	13,3	15,7	15,1	14,8	14,2	13,7	13,0	12,6	12,3	12,7	12,9

Fonte: IBGE–Pesquisa Mensal de Comércio.

Tabela 12 – Variação do volume de vendas acumulada no ano, por atividade – Bahia – 2009 (1)

Atividades	Meses											
	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez
Comércio varejista	2,8	3,4	2,6	3,6	4,1	4,7	5,2	5,3	5,6	6,0	6,3	7,0
Combustíveis e lubrificantes	0,6	-0,8	-2,0	-0,9	1,2	1,0	1,2	1,5	1,2	0,9	0,9	1,2
Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	5,1	6,7	4,2	6,7	6,3	7,1	8,0	8,0	8,3	8,5	8,2	8,5
Hipermercados e supermercados	3,1	4,6	2,2	5,0	4,9	5,9	6,9	7,0	7,2	7,4	7,0	7,2
Tecidos, vestuário e calçados	-9,4	-5,1	-4,8	-5,6	-4,0	-3,8	-3,5	-3,2	-3,0	-1,3	-0,1	2,0
Móveis e eletrodomésticos	-3,7	-5,9	-4,0	-4,8	-3,5	-1,3	-0,4	-0,3	0,4	2,0	3,6	5,6
Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria	3,0	7,0	10,0	7,8	7,1	7,1	7,7	8,5	8,6	9,1	9,4	9,6
Equipamentos e material de escritório, informática e comunicação	-25,6	-28,7	-26,7	-20,2	-22,8	-26,6	-27,6	-27,8	-24,6	-24,0	-22,6	-18,3
Livros, jornais, revistas e papelaria	53,7	43,9	33,7	21,8	19,9	19,1	18,7	16,6	13,9	12,5	15,0	15,2
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	35,8	39,5	38,5	41,9	40,6	38,3	37,7	37,6	37,5	36,1	33,8	30,6
Veículos, motos, partes e peças	-2,8	0,7	7,6	3,2	3,8	7,4	5,5	5,2	7,6	8,1	9,4	10,0
Material de construção	-9,3	-9,3	-6,7	-7,7	-8,0	-7,7	-7,5	-6,7	-6,7	-5,7	-4,2	-3,3

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

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

Tabela 13 – Variação do volume de vendas no comércio varejista, por atividade – Bahia – 2009 (1)

Atividades	Meses											
	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez
Comércio varejista	2,8	4,0	1,0	7,0	5,9	7,3	8,6	6,1	7,2	10,1	8,4	12,6
Combustíveis e lubrificantes	0,6	-2,3	-4,2	2,6	9,5	0,2	1,8	3,4	-1,2	-1,2	1,2	4,4
Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	5,1	8,5	-0,5	14,3	5,1	11,1	13,5	8,1	10,3	10,7	4,6	11,0
Hipermercados e supermercados	3,1	6,3	-2,1	13,7	4,4	11,1	13,4	7,6	8,7	9,4	2,9	8,5
Tecidos, vestuário e calçados	-9,4	0,0	-4,2	-8,0	1,1	-3,2	-1,3	-1,3	-1,7	15,1	11,7	12,4
Móveis e eletrodomésticos	-3,7	-8,3	-0,5	-7,3	1,1	10,1	4,7	0,6	5,7	15,4	19,6	21,0
Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria	3,0	11,6	15,8	1,6	4,4	7,0	11,4	13,7	9,5	12,9	12,2	11,9
Equipamentos e material de escritório, informática e comunicação	-25,6	-32,3	-22,3	-1,9	-30,8	-43,4	-32,6	-28,7	2,4	-18,9	-2,0	38,4
Livros, jornais, revistas e papelaria	53,7	34,6	11,4	-4,2	8,5	12,0	15,5	-0,2	-12,2	-2,0	49,5	16,6
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	35,8	43,9	36,7	52,9	36,2	27,8	34,3	37,0	37,1	26,6	15,5	12,8
Veículos, motos, partes e peças	-2,8	4,5	20,3	-8,5	5,9	24,9	-4,3	3,4	25,7	12,5	25,2	16,6
Material de construção	-9,3	-9,3	-1,3	-10,3	-9,5	-5,7	-6,3	-2,0	-6,7	3,6	10,4	6,8

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

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

Tabela 14 – Variação nominal de vendas no comércio varejista, por atividade – Bahia – 2009 (1)

Atividades	Meses											
	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez
Comércio varejista	9,0	11,4	8,0	9,9	7,4	9,7	10,8	8,7	9,4	11,7	9,7	13,3
Combustíveis e lubrificantes	4,8	6,0	6,3	-0,7	-0,2	0,1	1,4	3,1	-1,0	0,9	3,9	2,7
Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	14,9	18,0	7,0	20,5	9,9	14,0	14,3	10,0	13,2	12,6	5,9	11,9
Hipermercados e supermercados	12,7	15,5	5,2	20,2	9,5	14,3	14,7	9,7	11,8	11,5	4,3	9,5
Tecidos, vestuário e calçados	-5,4	3,6	-0,5	-3,4	6,1	1,4	5,3	4,6	4,7	19,9	16,9	18,6
Móveis e eletrodomésticos	-0,6	-5,2	2,8	-6,7	1,7	11,4	7,8	3,2	6,2	12,4	16,3	18,9
Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria	7,4	16,4	20,9	7,7	13,0	15,7	19,1	20,3	17,1	20,0	18,7	19,2
Equipamentos e material de escritório, informática e comunicação	-28,5	-35,5	-22,1	-2,6	-28,6	-43,0	-32,4	-27,7	0,5	-25,1	-13,2	27,0
Livros, jornais, revistas e papelaria	52,7	34,2	9,8	-4,5	8,2	11,2	13,2	-2,3	-14,4	-4,9	52,6	17,9
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	36,4	45,9	42,3	57,9	39,8	33,3	40,3	42,1	43,1	32,3	21,3	18,4
Veículos, motos, partes e peças	-4,1	2,4	16,5	-11,7	0,6	17,8	-9,7	-2,8	18,1	7,6	19,8	14,0
Material de construção	1,4	1,2	10,9	0,6	1,2	4,7	2,5	9,2	1,2	10,6	17,3	13,3

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

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

Tabela 15 – Índice do volume de vendas no comércio varejista, por atividade – Bahia – 2009 (1)

Atividades	Meses											
	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez
Comércio varejista	102,8	104,0	101,0	107,0	105,9	107,3	108,6	106,1	107,2	110,1	108,4	112,6
Combustíveis e lubrificantes	100,6	97,7	95,8	102,6	109,5	100,2	101,8	103,4	98,8	98,8	101,2	104,4
Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	105,1	108,5	99,5	114,3	105,1	111,1	113,5	108,1	110,3	110,7	104,6	111,0
Hipermercados e supermercados	103,1	106,3	97,9	113,7	104,4	111,1	113,4	107,6	108,7	109,4	102,9	108,5
Tecidos, vestuário e calçados	90,6	100,0	95,8	92,0	101,1	96,8	98,7	98,7	98,3	115,1	111,7	112,4
Móveis e eletrodomésticos	96,3	91,7	99,5	92,7	101,1	110,1	104,7	100,6	105,7	115,4	119,6	121,0
Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria	103,0	111,6	115,8	101,6	104,4	107,0	111,4	113,7	109,5	112,9	112,2	111,9
Equipamentos e material de escritório, informática e comunicação	74,4	67,7	77,7	98,1	69,2	56,6	67,4	71,3	102,4	81,1	98,0	138,4
Livros, jornais, revistas e papelaria	153,7	134,6	111,4	95,8	108,5	112,0	115,5	99,8	87,8	98,0	149,5	116,6
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	135,8	143,9	136,7	152,9	136,2	127,8	134,3	137,0	137,1	126,6	115,5	112,8
Veículos, motos, partes e peças	97,2	104,5	120,3	91,5	105,9	124,9	95,7	103,4	125,7	112,5	125,5	116,6
Material de construção	90,7	90,7	98,7	89,7	90,5	94,3	93,7	98,0	93,3	103,6	110,4	106,8

Fonte: IBGE/Diretoria de Pesquisas/Coordenação de Comércio e Serviços.
(1) Base: Igual mês do ano anterior = 100

Tabela 16 – Índice nominal de vendas no comércio varejista, por atividade – Bahia – 2009 (1)

Atividades	Meses											
	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez
Comércio varejista	109,0	111,4	108,0	110,0	107,4	109,7	110,8	108,7	109,4	111,7	109,7	113,3
Combustíveis e lubrificantes	104,8	106,0	106,3	99,3	99,8	99,9	101,4	103,1	99,0	100,9	103,9	102,7
Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	114,9	118,0	107,0	120,5	109,9	114,0	114,3	110,0	113,2	112,6	105,9	111,9
Hipermercados e supermercados	112,7	115,5	105,2	120,2	109,5	114,3	114,7	109,7	111,8	111,5	104,3	109,5
Tecidos, vestuário e calçados	94,6	103,6	99,5	96,6	106,1	101,4	105,3	104,6	104,7	119,9	116,9	118,6
Móveis e eletrodomésticos	99,4	94,8	102,8	93,3	101,7	111,4	107,8	103,2	106,2	112,4	116,3	118,9
Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria	107,4	116,3	120,9	107,7	113,0	115,7	119,1	120,3	117,1	120,0	118,7	119,2
Equipamentos e material de escritório, informática e comunicação	71,5	64,5	77,9	97,4	71,4	57,0	67,6	72,3	100,5	74,9	86,8	127,0
Livros, jornais, revistas e papelaria	152,7	134,2	109,8	95,5	108,2	111,2	113,2	97,7	85,6	95,1	152,6	117,9
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	136,4	145,9	142,3	157,9	139,8	133,3	140,3	142,1	143,1	132,3	121,3	118,4
Veículos, motos, partes e peças	95,9	102,4	116,5	88,3	100,6	117,8	90,3	97,2	118,1	107,6	119,8	114,0
Material de construção	101,4	101,2	110,9	100,3	101,2	104,7	102,5	109,2	101,2	110,6	117,3	113,3

Fonte: IBGE/Diretoria de Pesquisas/Coordenação de Comércio e Serviços.
(1) Base: Igual mês do ano anterior = 100

Tabela 17 – Índice de volume de vendas no comércio varejista – Brasil e unidade da Federação – 2009
Índice base fixa (2003=100) (número índice)

Brasil e unidades da Federação	Meses											
	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez
Brasil	143,9	131,3	143,9	145,0	152,4	145,7	151,1	153,5	149,5	161,6	157,9	213,2
Maranhão	207,8	186,6	194,8	197,8	212,8	210,2	218,4	220,3	208,7	218,8	211,2	304,5
Piauí	158,4	138,2	150,1	149,6	169,0	169,9	184,0	184,0	171,8	174,5	170,2	241,2
Ceará	168,2	147,1	162,5	161,9	184,9	172,1	182,5	180,0	174,5	191,1	182,8	258,8
Rio Grande do Norte	182,4	160,0	177,0	176,8	192,0	180,2	185,4	192,4	184,6	193,8	187,7	263,5
Paraíba	165,8	143,8	161,1	163,8	182,5	170,9	176,5	173,4	169,3	181,2	175,7	254,9
Pernambuco	152,9	132,6	148,2	146,8	157,6	150,5	155,5	159,0	155,5	168,9	168,0	230,9
Alagoas	203,0	177,5	195,9	193,4	210,6	191,3	210,1	207,1	202,6	221,0	222,5	316,1
Sergipe	181,6	154,3	167,4	166,8	179,0	175,0	181,3	186,1	177,6	194,0	189,9	264,7
Bahia	148,4	135,6	149,3	146,8	159,8	154,0	156,6	160,8	158,3	171,5	164,6	229,1

Fonte: IBGE–Pesquisa Mensal de Comércio.

Tabela 18 – Índice de volume de vendas no comércio varejista – Brasil e unidade da Federação – 2009
Variação mensal (base: igual mês do ano anterior) (%)

Brasil e unidades da Federação	Meses											
	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez
Brasil	5,97	3,84	1,33	7,05	2,94	5,66	6,01	4,75	5,12	8,58	8,64	9,24
Maranhão	6,47	7,93	2,09	2,3	2	8,26	1,58	3,25	-0,73	1,58	2,66	7,68
Piauí	1,63	6,95	8,36	9,17	11,3	19,38	19,95	23,4	13,62	15,86	8,29	18,57
Ceará	4,31	8,54	10,39	8,26	11,02	10,97	10,3	7,45	6,37	14,03	7,95	12,78
Rio Grande do Norte	4,71	1,9	0,95	3,97	3,9	3,71	3,15	4,14	4,54	5,98	4,37	7,31
Paraíba	-6,78	-0,79	0,74	6,36	3,5	6,55	2,39	-8,11	-10,01	6,62	0,62	7,82
Pernambuco	4,06	0,53	0,06	6,29	2,62	7,15	4,52	4,45	5,04	7,82	7,43	11,88
Alagoas	2,91	5,41	1,22	9,59	5,4	7,8	10,69	7,46	7,73	8,13	11,6	16,8
Sergipe	12,48	7,79	6,77	12,67	11,23	15,56	19,02	17,39	9,4	13,03	13,21	17,59
Bahia	2,81	4	1,01	7	5,9	7,25	8,62	6,06	7,24	10,09	8,43	12,7

Fonte: IBGE–Pesquisa Mensal de Comércio.

Tabela 19 – Índice de volume de vendas no comércio varejista – Brasil e unidade da Federação – 2009
Variação acumulada no ano (base: igual período do ano anterior) (%)

Brasil e unidades da Federação	Meses											
	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez
Brasil	6,0	4,9	3,7	4,5	4,2	4,4	4,7	4,7	4,7	5,1	5,5	5,9
Maranhão	6,5	7,2	5,4	4,6	4,1	4,8	4,3	4,1	3,6	3,3	3,3	3,8
Piauí	1,6	4,0	5,5	6,4	7,4	9,4	11,0	12,6	12,7	13,1	12,6	13,3
Ceará	4,3	6,2	7,6	7,8	8,5	8,9	9,1	8,9	8,6	9,2	9,1	9,5
Rio Grande do Norte	4,7	3,4	2,5	2,9	3,1	3,2	3,2	3,3	3,5	3,7	3,8	4,2
Paraíba	-6,8	-4,1	-2,5	-0,4	0,5	1,5	1,6	0,3	-1,0	-0,3	-0,2	0,7
Pernambuco	4,1	2,4	1,6	2,7	2,7	3,4	3,6	3,7	3,9	4,3	4,6	5,4
Alagoas	2,9	4,1	3,1	4,6	4,8	5,3	6,1	6,3	6,4	6,6	7,1	8,2
Sergipe	12,5	10,3	9,1	10,0	10,2	11,1	12,2	12,9	12,5	12,5	12,6	13,2
Bahia	2,8	3,4	2,6	3,6	4,1	4,7	5,2	5,3	5,6	6,0	6,3	7,0

Fonte: IBGE–Pesquisa Mensal de Comércio.

Tabela 20 – Índice de receita nominal de vendas no comércio varejista – Brasil e unidade da Federação 2009

Índice base fixa (2003=100) (número índice)

Brasil e unidades da Federação	Meses											
	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez
Brasil	174,9	160,0	176,0	178,3	187,5	180,1	186,7	189,5	183,6	199,2	194,9	264,0
Maranhão	247,8	224,7	236,6	240,7	258,8	258,7	273,8	274,1	263,4	276,7	269,0	388,0
Piauí	188,3	165,6	178,8	178,6	202,9	204,4	224,3	225,3	212,0	215,5	211,2	299,6
Ceará	198,0	174,8	192,1	192,6	218,5	205,4	219,2	217,8	210,7	232,2	224,5	321,9
Rio Grande do Norte	214,7	190,5	207,7	207,8	224,7	213,5	225,2	229,0	220,0	233,7	228,5	323,6
Paraíba	206,5	180,7	201,9	207,1	230,8	220,0	225,2	222,2	216,2	232,6	226,7	333,6
Pernambuco	191,6	168,0	187,1	186,4	200,5	194,5	199,5	205,0	199,7	218,5	218,7	305,2
Alagoas	251,4	222,5	244,4	243,7	265,5	245,1	267,3	264,2	258,0	283,4	286,6	413,2
Sergipe	227,5	196,4	213,2	213,2	230,1	227,9	235,1	242,1	230,6	253,0	248,2	351,6
Bahia	179,2	164,2	180,3	175,2	189,1	187,3	189,3	194,0	191,0	206,4	197,4	274,6

Fonte: IBGE–Pesquisa Mensal de Comércio.

Tabela 21 – Índice de receita nominal de vendas no comércio varejista – Brasil e unidade da Federação 2009

Varição mensal (base: igual mês do ano anterior) (%)

Brasil e unidades da Federação	Meses											
	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez
Brasil	11,9	10,2	7,3	13,2	7,6	9,6	9,5	8,1	8,2	11,6	10,9	12,0
Maranhão	11,0	12,1	6,9	7,7	6,8	13,2	7,5	8,1	4,9	7,6	9,4	14,7
Piauí	6,5	12,4	13,0	14,8	16,6	23,8	24,6	28,3	19,7	20,5	14,5	22,7
Ceará	8,6	13,4	14,0	13,5	15,2	15,1	14,0	11,9	10,8	18,3	12,6	17,7
Rio Grande do Norte	7,7	6,3	4,2	8,2	7,2	6,7	7,6	6,8	7,6	8,8	7,4	10,9
Paraíba	-2,9	4,6	5,8	11,0	8,0	10,6	6,7	-5,5	-7,7	10,6	3,7	10,9
Pernambuco	10,0	6,5	5,6	11,2	6,8	10,8	8,4	8,8	9,5	12,4	11,3	16,0
Alagoas	8,6	12,4	7,2	15,3	10,4	12,2	15,3	12,1	12,7	12,8	15,4	20,9
Sergipe	16,1	12,7	11,7	16,5	15,0	18,5	22,2	21,4	13,1	17,1	16,8	22,0
Bahia	9,0	11,4	8,0	9,9	7,4	9,7	10,8	8,7	9,4	11,7	9,7	13,4

Fonte: IBGE–Pesquisa Mensal de Comércio.

Tabela 22 – Índice de receita nominal de vendas no comércio varejista – Brasil e unidade da Federação 2009

Varição acumulada no ano (base: igual período do ano anterior) (%)

Brasil e unidades da Federação	Meses											
	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez
Brasil	11,9	11,1	9,8	10,6	10,0	9,9	9,8	9,6	9,4	9,7	9,8	10,1
Maranhão	11,0	11,5	9,9	9,3	8,8	9,5	9,2	9,1	8,6	8,5	8,5	9,2
Piauí	6,5	9,2	10,4	11,5	12,6	14,5	16,0	17,7	17,9	18,2	17,8	18,4
Ceará	8,6	10,8	11,9	12,3	12,9	13,3	13,4	13,2	12,9	13,5	13,4	13,9
Rio Grande do Norte	7,7	7,0	6,1	6,6	6,7	6,7	6,9	6,9	6,9	7,1	7,2	7,6
Paraíba	-2,9	0,5	2,2	4,4	5,1	6,1	6,2	4,5	2,9	3,7	3,7	4,5
Pernambuco	10,0	8,3	7,4	8,3	8,0	8,5	8,4	8,5	8,6	9,0	9,3	10,0
Alagoas	8,6	10,3	9,2	10,7	10,7	10,9	11,6	11,6	11,8	11,9	12,2	13,2
Sergipe	16,1	14,5	13,5	14,3	14,4	15,1	16,1	16,8	16,4	16,5	16,5	17,1
Bahia	9,0	10,1	9,4	9,5	9,1	9,2	9,4	9,3	9,3	9,6	9,6	10,0

Fonte: IBGE–Pesquisa Mensal de Comércio.

