

Governo do Estado da Bahia

Paulo Ganem Souto

Secretaria do Planejamento - SEPLAN

Armando Avena

**Superintendência de Estudos Econômicos e Sociais
da Bahia –SEI**

Cesar Vaz de Carvalho Junior

Diretoria de Indicadores e Estatística/SEI

Edmundo Sá Barreto Figueirôa

Diretoria de Pesquisa/SEI

José Ribeiro Guimarães

Coordenação de Pesquisas Especiais e

Sistemáticas - COPESE/SEI

Vania Maria Carvalho Moreira

Maria de Lourdes Caires (Análise)

Daiane Cerqueira Conceição

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE

Eduardo Pereira Nunes

Departamento Regional Nordeste 1- DERE/NE 1

Artur Ferreira da Silva Filho

Normalização

Coordenação de Biblioteca e Documentação - COBI

Diretoria de Pesquisas/IBGE

Wasmália Socorro Barata Bivar

Coordenação de Serviços e Comércio- COSEC

Vânia M^a Carelli Prata

Gerente da PMC/COSEC/DPE

Janice R. M. de Figueiredo

Supervisora Estadual da PMC/IBGE

Andrelina M^a de Almeida Moura

Chefe da Agência de Coleta/Salvador

Dominique Marie Méduline Dupuit

Pesquisadores:

André Carlos Paixão

Cícero Vilas Boas

Diego Mascarenhas

Jeremias Lobo Castro

Jorge Carvalho Silva

Lenilton Ribeiro Margalho

Mateus Silva Cabral

Paulo Rodrigues Pereira

Rodrigo Andrade Araújo

Pesquisa Mensal de Comércio: desempenho anual do comércio baiano /2005.

Salvador: SEI, 2006
v. 7
Anual

ISSN 1677-6410

1. Comércio varejista -Bahia .I. Superintendência de Estudos Econômicos e Sociais da Bahia.
CDU 339 (813.8) (085.6)

CEP 41.745-002 - Salvador - Bahia

Fone: (71) 3115-4704 - Fax: (71) 3116-1781

Home page: <http://www.sei.ba.gov.br>

e-mail: sei@sei.ba.gov.br

APRESENTAÇÃO

A Superintendência de Estudos Econômicos e Sociais da Bahia-SEI, autarquia vinculada à Secretaria de Planejamento-SEPLAN, no intuito de atender ao seu objetivo de produzir e divulgar informações sobre a conjuntura econômica do estado, estabeleceu, em 2001, uma parceria com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística-IBGE, para análise e divulgação dos dados referentes aos indicadores do comércio varejista do estado da Bahia, apurados pela Pesquisa Mensal de Comércio, realizada, em âmbito nacional, por esse órgão.

Trata-se de uma pesquisa de caráter conjuntural que tem como objetivo produzir indicadores que permitam acompanhar o desempenho do Comércio Varejista e de seus principais segmentos nas 27 Unidades da Federação, investigando a receita bruta de revenda nas empresas formalmente constituídas. A PMC é um instrumento de extrema importância para os diversos agentes econômicos, visto que se propõe a auxiliá-los nos seus processos de tomadas de decisões, uma vez que capta no curto prazo as alterações na conjuntura econômica nacional, sejam elas promovidas pelas autoridades monetárias ou decorrentes das especificidades do varejo. Neste sentido, com base nas informações fornecidas pelas empresas selecionadas a pesquisa produz mensalmente indicadores do consumo nacional, os quais retratam o comportamento da atividade econômica, em relação a períodos anteriores.

Considerado o segmento mais dinâmico da economia, o Comércio Varejista, seguramente, é o que reflete de maneira mais imediata as alterações na política macroeconômica. Tal afirmativa pode ser comprovada nesta publicação, à qual faz uma análise do desempenho dos ramos de atividade que compõem o Volume de Vendas, nos meses de janeiro a dezembro de 2005, em comparação com o mesmo período do ano anterior. Além disso, a publicação apresenta a metodologia utilizada pela pesquisa e as séries históricas referentes aos anos de 2004 e 2005. Nesses dois últimos anos, os dados demonstraram que, após um longo período de acentuadas retrações nas vendas, o setor iniciou um processo de retomada do nível de atividade econômica, cujo desempenho foi bastante favorável nesses períodos.

Até 2004 a pesquisa era restrita a apenas cinco segmentos varejistas, porém, desde janeiro de 2005, a PMC vem divulgando dados para dez ramos de atividade, tendo como período de referência a média do ano de 2004. Desse total, oito segmentos compõem o indicador do Volume de Vendas, os quais têm as receitas provenientes predominantemente da atividade varejista. Dois deles: Veículos, motocicletas, partes e peças e Material de Construção não integram a taxa global que mede o comportamento do setor, em razão de os mesmos abrangerem o comércio varejista e o atacadista, mas dada a importância desses no contexto varejista, a pesquisa os investiga.

Como vinha fazendo desde 2001, a SEI, em parceria com o IBGE, neste ano, dará continuidade à análise dos indicadores conjunturais relativos ao comportamento do comércio baiano, cujo levantamento dos dados abrange Salvador e aproximadamente 60 municípios do estado, os quais foram selecionados levando-se em consideração a importância destes na estrutura varejista e, também pelo fato de esses serem responsáveis por parte expressiva das transações comerciais que se efetuam no estado da Bahia.

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, em relação à série divulgada até dezembro de 2003, vem apresentando os seguintes aprimoramentos:

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

I – CARACTERÍSTICAS DA PESQUISA

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

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

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

- **Unidade de Investigação** – A empresa, definida como entidade jurídica caracterizada por firma ou razão social, inscrita no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ), é a unidade básica de informação da PMC.
- **Variável Investigada** – É a receita bruta de revenda, Total e por Unidade da Federação, definida no âmbito da empresa como a receita bruta mensal proveniente da revenda de mercadorias, não deduzidos os impostos incidentes e nem as vendas canceladas, abatimentos e impostos incondicionais. Não estão incluídas as receitas financeiras e não-operacionais.
- **Amostra** – Com base na Pesquisa Anual de Comércio 2002 e dentro do âmbito e da abrangência previamente definidas, foram selecionadas cerca de 9000 empresas distribuídas nas 27 Unidades da Federação.

II – CONSTRUÇÃO DE INDICADORES

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

- **Divulgação dos resultados** – Os índices nominal e de volume de vendas são divulgados dentro do seguinte quadro esquemático:

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

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

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

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

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

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

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

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

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

III – ENCADEAMENTO

O IBGE encadeou a série de Índices de Base Fixa que encerrou em dezembro de 2003 (base 2000 = 100) com a série que se 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**. Esta 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.

NOTA IMPORTANTE

Estas 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

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO

NOTAS METODOLÓGICAS.....3

DESEMPENHO DO COMÉRCIO BAIANO – 2005.....8

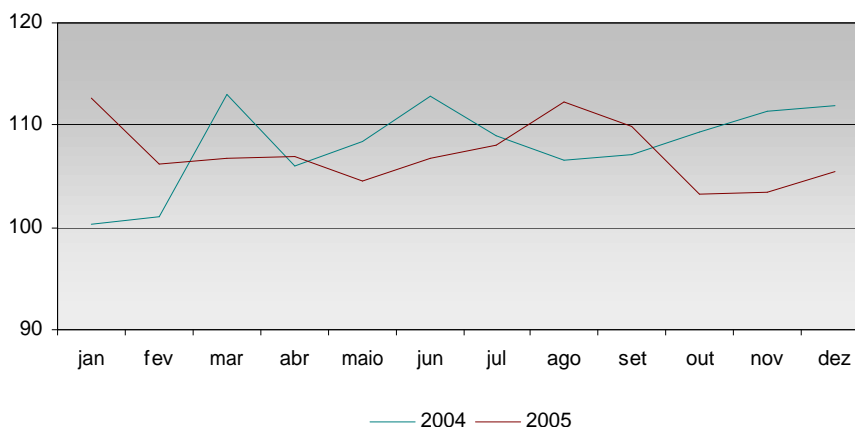
SÉRIES HISTÓRICAS.....16

COMÉRCIO VAREJISTA BAIANO MANTÉM CRESCIMENTO

2005 foi o segundo ano consecutivo em que o comércio varejista do estado da Bahia apresentou expansão no Volume de Vendas (7,06%). Tal resultado contrariou as expectativas de analistas de mercado e representantes do setor, os quais previram no início desse ano crescimento muito inferior ao de 2004. Essas previsões fundamentavam nos constantes aumentos da taxa básica de juros e no confronto com uma base elevada, ano de 2004, quando o setor apresentou crescimento expressivo (8,21%). A taxa obtida no ano passado situou-se acima da observada para o comércio varejista do País que, no mesmo período, acumulou variação de 4,84%.

Apesar dos fatores extremamente recessivos enfrentados pela economia brasileira no ano passado, o comércio foi um dos setores da atividade econômica a registrar desempenho auspicioso, preponderantemente no segmento de bens duráveis, o qual sustentou durante todo o ano o dinamismo das vendas. Esse comportamento confirmou que a demanda reprimida existente por esses bens atingia níveis de consideráveis proporções, fato constatado, também, no âmbito do comércio varejista do País.

Pesquisa Mensal de Comércio
Indicador do Volume de Vendas – Bahia
Comércio Varejista 2005/2004



Fonte: IBGE/SEI

O ano de 2005 foi marcado no cenário político pela séria crise que o país passou a conviver desde o primeiro semestre e, na política macroeconômica por um processo extremamente recessivo, ditado pelos constantes aumentos da taxa de juros (Selic). Os resultados demonstraram que tais fatores foram responsáveis pelo desaquecimento da economia brasileira, cujo crescimento de 2,3% do Produto Interno Bruto - PIB situou-se aquém do previsto no início do ano. Na avaliação de analistas de mercado, a cautela do Banco Central na condução da política monetária, dificultou o crescimento econômico do país, visto que juros altos são preponderantes para inibir o consumo, pois torna o crédito mais caro, impedindo os investimentos na indústria, e, conseqüentemente a geração de emprego. O maior impacto dos aumentos dos juros foi evidenciado no setor produtivo que, segundo o IBGE registrou expansão de 3,1%, o que indica forte desaceleração se considerar que em 2004 o crescimento da indústria brasileira atingiu 8,3%.

Ao estabelecerem os juros cobrados nos financiamentos e nos empréstimos, o comércio varejista e o mercado financeiro, tomam como referência a taxa básica de juros da economia, fixada pelo

Comitê de Política Monetária do Banco Central (Copom). Em janeiro de 2005, a taxa situava-se em 18,25%, com as constantes elevações, em maio atingiu 19,75%, percentual mantido até agosto. Em setembro de 2005, as autoridades monetárias iniciaram o processo de reduções gradativas da taxa Selic, passando-a, naquele mês, para 19,50% e encerrando o ano em 18,00%. As expectativas para 2006 são de que os juros venham a cair com mais intensidade nos próximos meses, o que deverá contribuir para o aquecimento da economia brasileira neste ano.

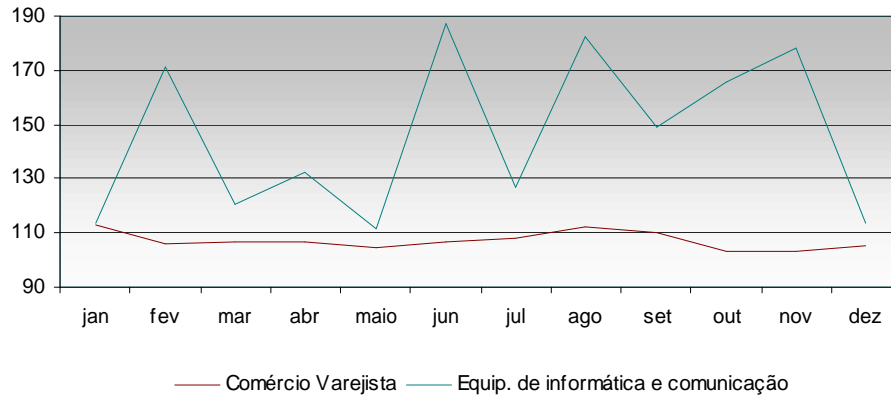
As autoridades monetárias ao promover os aumentos na taxa básica anual de juros (Selic) têm como principal preocupação manter a inflação sob controle, que é o objetivo do sistema de meta inflacionária. Em 2005, a mesma foi fixada em 5,1%. Contudo, o Índice de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA), adotado como referência para estabelecer a meta acumulou no ano acréscimo de 5,69%. Na avaliação de analistas de mercado, as incertezas residiram na eficácia que os juros altos teriam para conter a inflação, pois parte significativa dessa taxa foi proveniente dos aumentos de preços administrados, como: combustíveis e tarifas públicas. Apesar disso, a inflação baixa contribuiu para reduzir a perda do poder de compra de parcela expressiva da população.

Foram determinantes para a expansão do comércio varejista em 2005: as maiores facilidades de acesso ao crédito, a queda do desemprego, embora num ritmo lento e a recuperação gradativa dos rendimentos dos trabalhadores. Esses fatores contribuíram para deixar os consumidores, sobretudo aqueles das classes de baixa renda mais confiantes ao desembolsar parte de seus rendimentos mensais no pagamento da prestação de um bem, cuja compra vinha sendo adiada há tempos. Acrescente-se a isso, o fato de os lojistas dos diversos segmentos virem, ao longo do ano, apostando nas promoções, iniciativa que têm se constituído num instrumento de extrema importância para estimular os consumidores.

Os principais destaques das vendas em 2005 foram observados nos ramos de *Equipamentos e materiais para escritório informática e comunicação* e *Móveis e eletrodomésticos*. Embora não sejam os mais representativos do varejo, durante todo o ano esses apresentaram taxas significativas de incremento nos negócios, principalmente no primeiro semestre. Tais desempenhos foram fortemente impulsionados pela expansão das vendas a prazo. Como o crédito e a renda exercem acentuada influência no comportamento do varejo, a maior disponibilidade de crédito foi fundamental para expandir os negócios nesses ramos. Por outro lado, nos segmentos de bens não-duráveis, a exemplo de *Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo* as vendas se deram num ritmo mais lento.

A taxa de 71,44% observada para o grupo de *Equipamentos e materiais para escritório informática e comunicação* constituiu-se na mais relevante dentre os oito ramos de atividade que compõem o indicador do varejo. Na estrutura do comércio esse tem pouca representatividade, respondendo por cerca de 1,50% da taxa que mede o comportamento do setor e engloba a venda de aparelhos de telefones celulares, para os quais se constatou considerável expansão no ritmo dos negócios. O desempenho no ano pode ser explicado, principalmente pelo elevado acréscimo nas vendas dos equipamentos de informática, em razão sobretudo da acentuada demanda reprimida e da redução dos preços desses equipamentos, já que a desvalorização cambial beneficiou a importação de componentes utilizados pelas indústrias. Diante disso, os lojistas reduziram os juros, ampliaram os prazos de financiamento e realizaram promoções, principalmente dos aparelhos de configuração básica, conseguindo-se, assim, incentivar os consumidores. Tais procedimentos contribuíram sobremaneira para aumentar as vendas dos equipamentos de informática, montados nas indústrias do Pólo de Informática de Ilhéus.

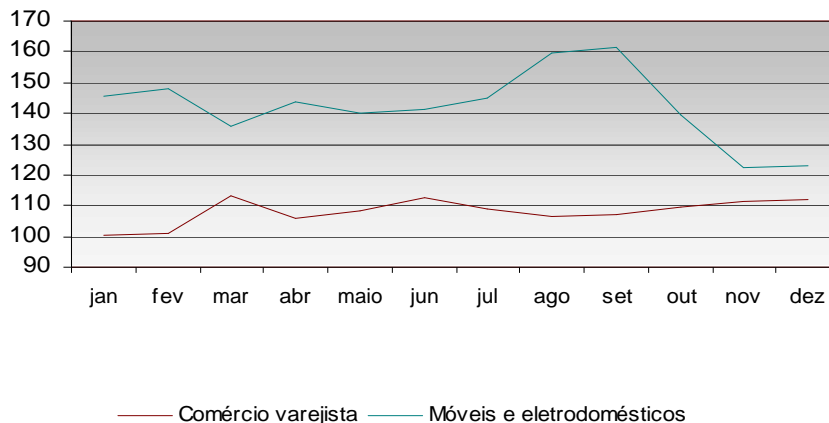
Pesquisa Mensal de Comércio
 Indicador do Volume de Vendas - Bahia
 Equip. de informática e comunicação / Comércio varejista - 2005



Fonte: IBGE/SEI

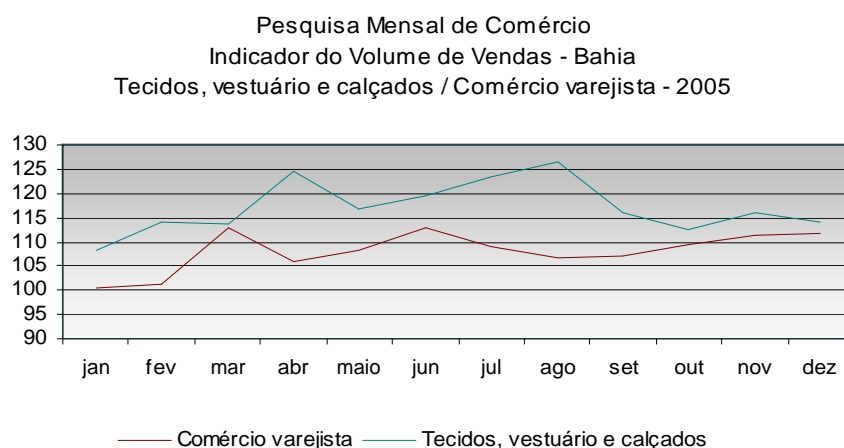
Após registrar por vários meses consecutivos expressivas taxas de incremento no Volume de Vendas, o segmento de *Móveis e eletrodomésticos* apresentou nos dois últimos meses do ano desaceleração no ritmo dos negócios, o que reduziu para 39,66% a taxa acumulada do segmento em 2005. Como cerca de 80,0% da comercialização de bens duráveis são via crediário, além da maior concessão do crédito, as campanhas de marketing e a elasticidade dos prazos de financiamento das compras foram decisivas para dinamizar os negócios. Ademais, a concorrência entre as grandes redes varejistas e a queda do dólar têm sido de fundamental importância para baixar os preços dos eletroeletrônicos, principalmente daqueles de valores mais elevados. Além disso, o lançamento no mercado de aparelhos mais sofisticados, cujas indústrias utilizam na fabricação tecnologia bastante avançada conseguiu incentivar um grande número de consumidores a trocar os aparelhos mais antigos por outros mais modernos. Nos últimos anos, esses bens apresentavam preços inacessíveis para grande parte dos consumidores, porém, principalmente no ano passado, a concorrência entre as grandes lojas foi responsável pela acentuada redução nos preços desses aparelhos, permitindo a grande parte dos consumidores adquirí-los.

Pesquisa Mensal de Comércio
 Indicador do Volume de Vendas - Bahia
 Móveis e eletrodomésticos / Comércio varejista - 2005



Fonte: IBGE/SEI

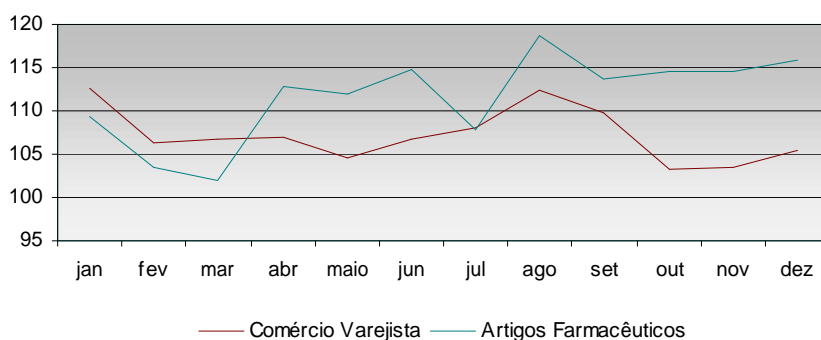
A pesquisa observou acréscimo de 16,91% no ramo de *Tecidos, vestuário e calçados*. Concorreram para obtenção desse resultado, o aumento das vendas que tradicionalmente se intensifica nos meses em que há datas comemorativas, dentre essas destacam-se: as festas de fim de ano, as quais sempre resultaram em bons negócios para o ramo de atividade. Além disso, o mês de maio confirmou as expectativas dos lojistas de que a comercialização desses artigos, em razão do *Dia das Mães* atinge níveis elevados. Merece ressaltar que ao longo dos primeiros meses de 2005, os lojistas da capital baiana e de alguns municípios, como: *Lauro de Freitas, Camaçari e Simões Filho* realizaram várias liquidações, dentre essas: a *Liquida Salvador*, envolvendo os diversos segmentos varejistas e principalmente as lojas que comercializam esses artigos. Diante do expressivo resultado (24,75%) apurado em abril, pode-se afirmar que a promoção, nesse ano, atingiu os objetivos dos empresários. Trata-se de um segmento particularmente sensível ao aumento da demanda, haja vista grande parte dos artigos comercializados pelas lojas do ramo apresentar preços compatíveis com o poder de compra de parcela expressiva da população. Desde o ano de 2004 que esse segmento vem se beneficiando das condições mais favoráveis da renda real do trabalhador e do aumento do emprego.



Fonte: IBGE/SEI

As vendas de *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumarias e cosméticos* expandiram-se em 11,68%. Dentre outros fatores, influenciaram tal desempenho: a estabilização dos preços dos medicamentos, motivada pela queda do dólar, em razão de a indústria farmacêutica importar determinados componentes utilizados na fabricação de remédios. Também, deve-se considerar que a concorrência com os genéricos, produtos comercializados pelo nome do princípio ativo, contribuiu para coibir aumentos de preços, o que possibilitou os consumidores de menor poder aquisitivo o acesso aos medicamentos. Acrescente-se a isso o aumento das vendas no subgrupo de perfumarias, já que o ramo de atividade é composto por lojas que comercializam uma diversidade de produtos, que vão desde medicamentos a artigos de higiene, de perfumaria, de beleza, etc.

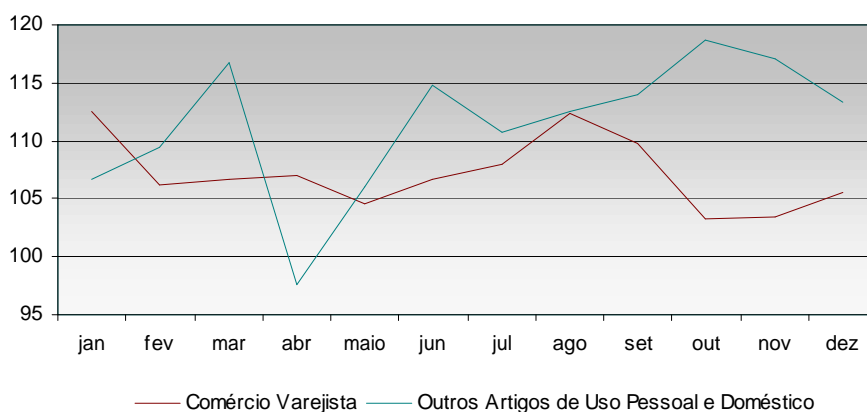
Pesquisa Mensal de Comércio
 Indicador do Volume de Vendas - Bahia
 Artigos Farmacêuticos / Comércio Varejista - 2005



Fonte: IBGE/SEI

O segmento de *Outros artigos de uso pessoal e domésticos* encerrou 2005 apresentando incremento de 11,60% nas vendas. Trata-se de um grupo composto por uma variedade de lojas, as quais comercializam diversos produtos, destacando-se: cds, jóias, material ótico e fotográfico, artigos desportivos, brinquedos, etc. Importa ressaltar que apesar de o ramo enfrentar a concorrência de outros estabelecimentos comerciais, a exemplo dos Hipermercados e supermercados, onde muitos consumidores preferem adquirir alguns desses artigos, por longo período o grupo vem registrando expressivos aumentos nas vendas. No ano em análise, a taxa mais significativa 18,74% foi observada em outubro, o que pode ser explicado pelo acréscimo das vendas de brinquedos em consequência da comemoração do *Dia da Criança*.

Pesquisa Mensal de Comércio
 Indicador do Volume de Vendas - Bahia
 Outros artigos de uso pessoal e doméstico / Comércio Varejista -
 2005

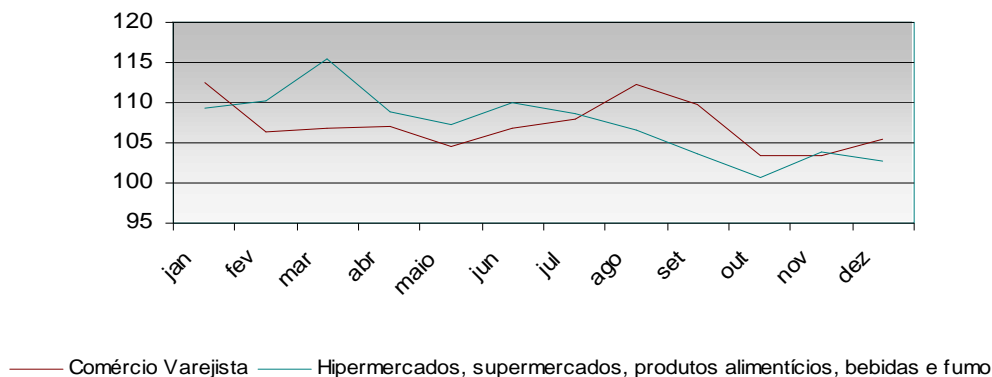


Fonte: IBGE/SEI

Constituindo-se na principal atividade do comércio varejista, o grupo de *Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo*, registrou variação de 7,02%. Essa taxa permaneceu praticamente estável se comparada com a de 7,13% apurada em 2004. Nesse ano, a pesquisa constatou desempenhos mais expressivos do ramo no segundo semestre. Em 2005 a situação se inverteu, os maiores incrementos nas vendas foram observados no primeiro semestre. Para representantes supermercadistas tais resultados poderiam ter sido bem mais auspiciosos se os empréstimos consignados não tivessem expandido tanto, pois os descontos em folha de pagamento

reduz o salário dos trabalhadores para compras de itens, como alimentos. A predominância do grupo é a comercialização de gêneros de primeira necessidade, cujas vendas são impulsionadas quando se verifica aumento do poder aquisitivo de parcela significativa dos consumidores. Dentre as grandes redes varejistas que integram o segmento destaca-se a *Cesta do Povo*, a qual tem um grande número de lojas instaladas em vários municípios baianos e voltadas para atender principalmente a população de baixa renda, uma vez comercializa essencialmente alimentos.

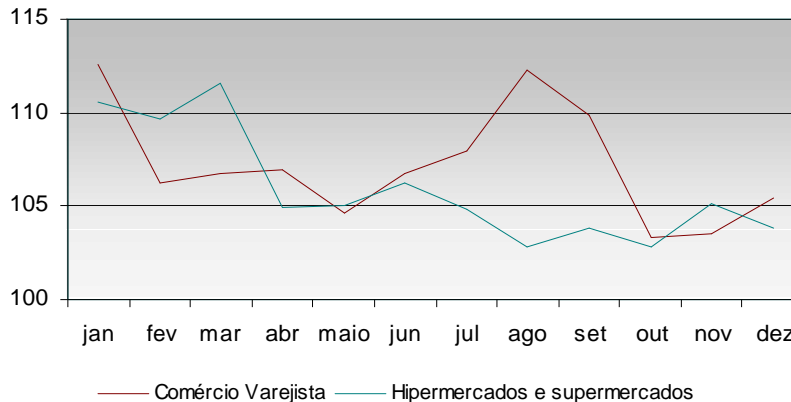
Pesquisa Mensal de Comércio
 Indicador do Volume de Vendas - Bahia
 Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas
 e fumo / Comércio varejista - 2005



Fonte: IBGE/SEI

Em 2005, a pesquisa apurou variação de 5,82% no Volume de Vendas do subgrupo de *Hipermercados e supermercados*. Desempenho que pode ser explicado pelo acréscimo da demanda em períodos, como: *Páscoa, Semana Santa, Dia da Criança e Festas de Fim de Ano*, etc. Além disso, o funcionamento de algumas lojas ininterruptamente por vinte e quatro horas, a diversidade de produtos comercializados por esses estabelecimentos e as constantes promoções têm contribuído para impulsionar o ritmo dos negócios. Vale salientar que as promoções além de reduzir os preços de determinados produtos, principalmente dos que compõem a cesta básica, têm sido de fundamental importância para manter a inflação sob controle. Inversamente ao que ocorre com o segmento de bens duráveis, em que as vendas são basicamente a prazo, o de bens de consumo não-duráveis apresenta elevada liquidez por comercializar seus produtos basicamente à vista. Também o parcelamento das compras de produtos de maior valor, como eletrodomésticos, no cartão de crédito dos próprios estabelecimentos, pode ser considerado um instrumento de grande importância para dinamizar as vendas.

Pesquisa Mensal de Comércio
 Indicador do Volume de Vendas - Bahia
 Hipermercados e supermercados / Comércio Varejista - 2005

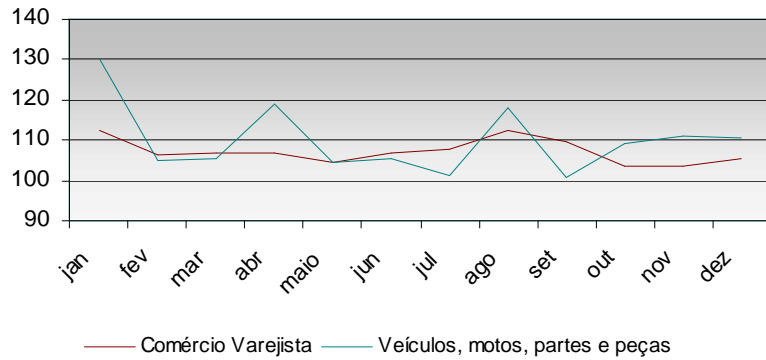


Fonte: IBGE/SEI

Ainda no segmento de bens duráveis, as vendas de *Automóveis, motos, partes e peças* apresentaram significativo acréscimo (9,65%). Contribuíram para a obtenção dessa taxa a acirrada concorrência entre as concessionárias, oferecendo vantagens na aquisição do carro novo, as menores taxas de juros cobradas pelas instituições financeiras ligadas à indústria automotiva e a elasticidade dos prazos de parcelamento. Como a preocupação dos consumidores é com a prestação cujo valor seja compatível com a capacidade de pagamento, esses fatores conseguiram motivá-los no momento de decidir pela compra do carro novo. Acrescente-se a isso, as liquidações de estoques e o lançamento no mercado de novos modelos. Trata-se da comercialização de bens destinados preferencialmente a camada da população de poder aquisitivo mais elevado, cujas vendas em cerca de 75% são financiadas, principalmente no segmento dos chamados “*carros populares*”, os quais constituem parcela considerável das receitas auferidas pelas revendedoras. Segundo a Associação Nacional de Fabricantes de Veículos Automotores (ANFAVEA), a comercialização de veículos possibilitou a indústria automobilística encerrar o ano atingindo recordes históricos na produção. Porém, deve-se considerar que o bom desempenho foi impulsionado, em grande parte, pelo aumento das vendas no mercado externo.

No âmbito da indústria automotiva, nos primeiros meses de 2005 a produção de automóveis atingiu um dos melhores desempenho desde 1997, ano em que se registrou recorde histórico. Importa destacar que a montadora instalada na Região Metropolitana de Salvador - RMS, atingiu em 2005 níveis consideráveis de unidades produzidas, o que foi de fundamental importância para a indústria baiana apresentar desempenho favorável.

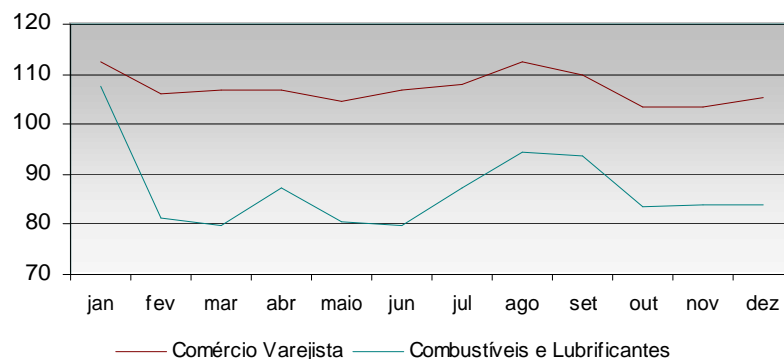
Pesquisa Mensal de Comércio
 Indicador do Volume de Vendas - Bahia
 Veículos, motos, partes e peças / Comércio varejista - 2005



Fonte: IBGE/SEI

Dentre os oito segmentos que compõem o Volume de Vendas, o de *Combustíveis e lubrificantes* foi o único a encerrar o ano acumulando recuo (13,31%). Como ocorrera em 2004, esse continuou, em 2005, sendo o ramo de atividade mais atingido pelo desaquecimento das vendas. A única variação positiva apurada no ano se deu em janeiro (7,43%). Nesse ano, dezembro foi o décimo primeiro mês consecutivo em que o segmento manteve a tendência de queda. No contexto varejista esse apresenta o segundo peso mais significativo, situando-se em torno de 20,0%. Diante disso, a retração nas vendas teve forte impacto negativo na formação da taxa que mede o comportamento do comércio varejista baiano. A concorrência entre os revendedores, fazendo promoções e vendas através do cartão de crédito e cheques pré-datados não foram suficientes para reverter a tendência de queda nas receitas brutas dos revendedores. Os reajustes de preços dos combustíveis foram considerados fatores determinantes para retrain o consumo no ano.

Pesquisa Mensal de Comércio
 Indicador do Volume de Vendas - Bahia
 Combustíveis e Lubrificantes / Comércio Varejista - 2005



Fonte: IBGE/SEI

Séries Históricas

Varição do volume de vendas acumulada no ano, por atividade
Bahia, 2005⁽¹⁾

Atividades	Meses											
	jan	fev	mar	abr	maio	jun	jul	ago	set	out	nov	dez
Comércio Varejista	12,59	9,50	8,53	8,13	7,38	7,27	7,37	8,00	8,20	7,68	7,28	7,06
Combustíveis e lubrificantes	7,44	-5,31	-10,61	11,20	13,03	-14,29	-14,04	-12,99	-12,26	12,71	-13,01	-13,31
Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	9,43	9,88	11,85	11,05	10,25	10,21	9,96	9,52	8,85	7,96	7,58	7,02
Hipermercados e supermercados	10,53	10,12	10,63	9,16	8,30	7,96	7,49	6,89	6,56	6,16	6,06	5,82
Tecidos, vestuário e calçados	8,41	11,27	12,15	15,24	15,64	16,60	17,51	18,55	18,29	17,69	17,51	16,91
Móveis e eletrodomésticos	45,59	46,75	42,74	43,06	42,35	42,16	42,60	44,93	46,68	45,87	43,04	39,66
Artigos farm., med, ortopédico e de perfumaria	9,24	6,46	4,77	6,77	7,87	9,01	8,83	10,11	10,51	10,92	11,25	11,68
Equipamentos e mat. esc, infor. e comunicação	13,79	36,24	30,02	30,62	46,78	53,82	49,39	54,98	64,87	64,99	66,25	71,44
Livros, jornais, revistas e papelaria	-8,17	6,75	2,51	-2,73	-5,03	-3,38	-3,40	-2,66	-1,95	-0,06	1,12	2,96
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	6,70	8,03	10,84	7,43	7,14	8,44	8,78	9,26	9,77	10,69	11,30	11,60
Veículos, motos, partes e peças	29,97	17,74	13,04	14,56	12,26	11,04	9,41	10,61	9,42	9,37	9,52	9,65
Material de Construção	6,78	2,27	-0,12	-1,09	-2,32	-3,50	-5,07	-5,30	-5,89	-6,28	-6,10	-6,07

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

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

Varição do volume de vendas no comércio varejista, por atividade
Bahia, 2005⁽¹⁾

Atividades	Meses											
	jan	fev	mar	abr	maio	jun	jul	ago	set	out	nov	dez
Comércio Varejista	12,59	6,26	6,76	6,98	4,62	6,75	7,97	12,31	9,84	3,32	3,52	5,48
Combustíveis e lubrificantes	7,44	-18,57	-20,17	-12,89	-19,63	-20,21	-12,60	-5,58	-6,20	-16,46	-15,94	-16,25
Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	9,43	10,33	15,50	8,77	7,21	10,01	8,59	6,49	3,66	0,59	3,80	2,62
Hipermercados e supermercados	10,53	9,69	11,57	4,98	5,02	6,28	4,87	2,86	3,87	2,79	5,12	3,83
Tecidos, vestuário e calçados	8,41	14,06	13,83	24,75	16,99	19,65	23,44	26,34	16,09	12,69	15,83	14,26
Móveis e eletrodomésticos	45,59	48,12	35,92	44,00	39,91	41,27	45,02	59,80	61,55	39,70	22,23	23,14
Artigos farm., med, ortopédico e de perfumaria	9,24	3,58	1,96	12,82	12,03	14,87	7,83	18,80	13,64	14,54	14,6	15,95
Equipamentos e mat. esc, infor. e comunicação	13,79	71,16	20,24	32,06	111,73	87,19	27,12	82,3	148,97	66,03	77,87	113,94
Livros, jornais, revistas e papelaria	-8,17	20,46	-6,31	-13,16	-13,4	12,00	-3,55	4,17	6,12	26,94	18,43	22,7
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	6,70	9,51	16,06	-2,40	6,04	14,83	10,76	12,47	13,98	18,52	17,07	13,29
Veículos, motos, partes e peças	29,97	4,81	5,29	19,07	4,31	5,25	1,04	18,10	0,88	8,98	10,83	10,78
Material de Construção	6,78	-3,08	-4,44	-4,01	-6,8	-9,46	-13,66	-6,74	-10,11	-9,58	-4,59	-5,76

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

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

Varição nominal de vendas no comércio varejista, por atividade
Bahia, 2005⁽¹⁾

Atividades	Meses											
	jan	fev	mar	abr	maio	jun	jul	ago	set	out	nov	dez
Comércio Varejista	19,67	13,14	11,74	12,49	11,90	12,69	10,24	14,08	12,58	7,55	6,89	7,67
Combustíveis e lubrificantes	31,56	0,12	-4,53	2,17	-2,54	-7,77	-7,79	-2,72	1,31	-6,09	-8,75	-14,55
Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	6,68	9,14	12,76	6,97	7,36	10,54	7,85	5,89	2,66	0,92	4,69	3,49
Hipermercados e supermercados	7,55	8,46	8,88	3,14	5,00	6,87	4,32	2,38	2,97	3,18	6,19	4,98
Tecidos, vestuário e calçados	19,03	24,31	24,37	35,68	26,97	29,80	34,47	36,49	24,72	21,14	25,43	24,10
Móveis e eletrodomésticos	49,77	53,35	39,03	49,11	46,62	46,68	48,44	63,30	64,75	43,03	24,99	26,64
Artigos farm., med, ortopédico e de perfumaria	11,03	8,75	6,24	18,82	17,53	20,14	11,54	22,53	17,73	18,98	20,09	23,31
Equipamentos e mat. esc, infor. e comunicação	11,61	71,42	18,71	24,85	95,97	72,37	13,44	59,84	119,58	46,14	48,1	85,95
Livros, jornais, revistas e papelaria	2,48	36,56	3,72	-3,22	-3,61	23,90	6,52	10,64	11,31	33,52	23,09	26,59
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	13,99	19,27	25,34	6,07	14,83	22,69	17,94	18,8	19,31	23,98	22,35	18,26
Veículos, motos, partes e peças	44,65	15,99	15,03	30,97	12,99	14,39	8,14	25,12	5,76	13,42	13,8	12,24
Material de Construção	26,67	11,7	9,96	10,14	6,82	3,36	-1,66	4,16	-0,44	-1,79	2,15	0,39

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

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

Índice do volume de vendas no comércio varejista, por atividade
Bahia, 2005⁽¹⁾

Atividades	Meses											
	jan	fev	mar	abr	maio	jun	jul	ago	set	out	nov	dez
Comércio Varejista	112,59	106,26	106,76	106,98	104,62	106,75	107,97	112,31	109,84	103,32	103,52	105,48
Combustíveis e lubrificantes	107,44	81,43	79,83	87,11	80,37	79,79	87,40	94,42	93,80	83,54	84,06	83,75
Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	109,43	110,33	115,50	108,77	107,21	110,01	108,59	106,49	103,66	100,59	103,80	102,62
Hipermercados e supermercados	110,53	109,69	111,57	104,98	105,02	106,28	104,87	102,86	103,87	102,79	105,12	103,83
Tecidos, vestuário e calçados	108,41	114,06	113,83	124,75	116,99	119,65	123,44	126,34	116,09	112,69	115,83	114,26
Móveis e eletrodomésticos	145,59	148,12	135,92	144,00	139,91	141,27	145,02	159,80	161,55	139,70	122,23	123,14
Artigos farm., med, ortopédico e de perfumaria	109,24	103,58	101,96	112,82	112,03	114,87	107,83	118,80	113,64	114,54	114,6	115,95
Equipamentos e mat. esc, infor. e comunicação	113,79	171,16	120,24	132,06	111,73	187,19	127,12	182,3	148,97	166,03	177,87	113,94
Livros, jornais, revistas e papelaria	91,83	120,46	93,69	86,84	86,6	112,00	96,67	104,17	106,12	126,94	118,43	122,7
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	106,70	109,51	116,73	97,60	106,04	114,83	110,76	112,47	113,98	118,74	117,07	113,29
Veículos, motos, partes e peças	129,97	104,81	105,29	119,07	104,31	105,25	101,04	118,10	100,88	108,98	110,83	110,78
Material de Construção	106,78	96,92	95,56	95,99	93,2	90,54	86,34	93,26	89,89	90,42	95,41	94,24

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

⁽¹⁾Base:Igual mês do ano anterior=100

Índice nominal de vendas no comércio varejista, por atividade
Bahia, 2005⁽¹⁾

Atividades	Meses											
	jan	fev	mar	abr	maio	jun	jul	ago	set	out	nov	dez
Comércio Varejista	119,67	113,14	111,74	112,49	111,90	112,69	110,24	114,08	112,58	107,55	106,89	107,67
Combustíveis e lubrificantes	131,56	100,12	95,47	102,17	97,55	92,23	92,21	97,28	101,31	93,91	91,25	85,45
Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	106,68	109,14	112,76	106,97	107,36	110,54	107,85	105,89	102,66	100,92	104,69	103,49
Hipermercados e supermercados	107,55	108,46	108,88	103,14	105,00	106,87	104,32	102,38	102,97	103,18	106,19	104,98
Tecidos, vestuário e calçados	119,03	124,31	124,37	135,68	126,97	129,80	134,47	136,67	124,72	121,14	125,43	124,10
Móveis e eletrodomésticos	149,77	153,35	139,03	149,11	146,62	146,68	148,44	163,30	164,75	143,03	124,99	126,64
Artigos farm., med, ortopédico e de perfumaria	111,03	108,75	106,24	118,82	117,53	120,14	111,54	122,53	117,73	118,98	120,09	123,31
Equipamentos e mat. esc, infor. e comunicação	111,61	171,42	118,71	124,89	195,97	172,37	113,44	159,84	219,58	146,14	148,1	185,95
Livros, jornais, revistas e papelaria	102,48	136,56	103,72	96,78	96,39	123,90	106,52	110,64	111,31	133,52	123,09	126,59
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	113,99	119,27	125,34	106,07	114,83	122,69	117,94	118,8	119,31	123,98	122,35	118,26
Veículos, motos, partes e peças	144,65	115,99	115,03	130,97	112,99	114,39	108,14	125,12	105,76	113,42	113,8	112,24
Material de Construção	126,67	111,7	109,96	110,14	106,82	103,36	98,34	104,16	99,56	98,21	102,15	100,39

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

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

Variável = Índice de volume de vendas no comércio varejista - 2005

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

Brasil e Unidade da Federação	Meses											
	jan	fev	mar	abr	maio	jun	jul	ago	set	out	nov	dez
Brasil	105,15	97,10	111,36	107,75	112,29	110,12	114,61	113,75	109,29	115,46	114,98	162,59
Maranhão	115,10	111,32	124,86	127,12	135,11	132,92	149,15	149,02	139,44	142,42	152,69	224,10
Piauí	107,92	105,17	115,82	112,68	121,02	121,63	128,95	131,87	122,98	123,41	128,43	193,94
Ceará	110,08	100,13	110,45	113,30	122,40	122,89	129,62	131,78	124,39	128,78	132,78	184,88
Rio Grande do Norte	115,17	113,05	125,40	124,63	129,77	134,40	139,66	141,35	136,48	141,05	147,03	211,80
Paraíba	112,09	108,38	127,07	126,13	136,31	141,08	137,69	142,44	133,62	137,96	141,98	220,55
Pernambuco	108,54	105,59	117,75	112,56	119,14	115,31	118,51	121,21	116,43	122,35	125,74	183,85
Alagoas	122,62	106,07	126,22	117,04	126,42	125,30	128,20	134,40	123,17	132,58	132,78	199,40
Sergipe	107,28	116,79	126,72	122,76	133,75	133,56	127,25	134,73	127,80	151,24	144,25	208,45
Bahia	108,91	98,08	111,30	109,51	113,04	114,28	114,46	117,58	111,55	115,06	114,10	162,42

Fonte: IBGE - Pesquisa Mensal de Comércio

Variável = Índice de volume de vendas no comércio varejista - 2005

Tipos de índice = Variação mensal (base:igual mês do ano anterior) (percentual)

Brasil e Unidade da Federação	Meses											
	jan	fev	mar	abr	maio	jun	jul	ago	set	out	nov	dez
Brasil	6,24	2,51	7,72	3,42	2,67	5,32	4,49	6,81	5,35	3,72	4,93	4,94
Maranhão	13,28	21,04	21,33	22,42	17,85	18,34	18,53	30,46	27,49	23,03	34,74	25,43
Piauí	5,05	13,22	13,92	19,06	18,72	24,92	20,33	34,93	27,84	22,41	27,64	34,10
Ceará	9,93	9,92	12,73	14,02	16,14	21,50	15,75	23,41	22,88	17,73	19,66	10,82
Rio Grande do Norte	18,77	22,09	19,94	19,19	18,67	26,60	21,10	23,72	25,00	23,61	30,23	29,94
Paraíba	12,50	20,61	26,23	29,26	26,62	36,67	32,55	38,67	38,01	28,61	26,70	26,38
Pernambuco	13,36	16,05	18,36	15,92	13,36	11,88	12,93	17,18	18,79	13,81	10,68	9,52
Alagoas	23,47	17,61	21,54	13,24	12,94	17,43	18,77	22,51	20,47	11,85	7,66	11,12
Sergipe	2,82	22,50	25,58	24,43	25,34	28,25	22,73	29,84	30,36	45,80	38,12	38,13
Bahia	12,59	6,26	6,76	6,98	4,62	6,75	7,97	12,31	9,84	3,32	3,52	5,48

Fonte: IBGE - Pesquisa Mensal de Comércio

Variável = Índice de volume de vendas no comércio varejista - 2005

Tipos de índice = Variação acumulada no ano (base: igual período do ano anterior) (percentual)

Brasil e Unidade da Federação	Meses											
	jan	fev	mar	abr	maio	jun	jul	ago	set	out	nov	dez
Brasil	6,24	4,42	5,57	5,01	4,51	4,64	4,62	4,90	4,95	4,82	4,83	4,84
Maranhão	13,28	16,96	18,48	19,50	19,13	18,99	18,91	20,44	21,23	21,42	22,67	23,03
Piauí	5,05	8,93	10,64	12,67	13,92	15,73	16,44	18,71	19,69	19,97	20,67	22,24
Ceará	9,93	9,92	10,88	11,68	12,63	14,14	14,40	15,58	16,38	16,53	16,84	16,06
Rio Grande do Norte	18,77	20,39	20,23	19,96	19,68	20,88	20,91	21,29	21,72	21,92	22,71	23,59
Paraíba	12,50	16,34	19,77	22,16	23,13	25,47	26,51	28,06	29,13	29,08	28,84	28,51
Pernambuco	13,36	14,67	15,95	15,94	15,39	14,77	14,50	14,84	15,28	15,12	14,67	14,00
Alagoas	23,47	20,68	20,99	18,97	17,64	17,61	17,78	18,40	18,63	17,87	16,80	16,05
Sergipe	2,82	12,21	16,70	18,61	20,03	21,43	21,62	22,66	23,49	25,76	26,91	28,24
Bahia	12,59	9,50	8,53	8,13	7,38	7,27	7,37	8,00	8,20	7,68	7,28	7,06

Fonte: IBGE - Pesquisa Mensal de Comércio

Variável = Índice de receita nominal de vendas no comércio varejista - 2005

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

Brasil e Unidade da Federação	Meses											
	jan	fev	mar	abr	maio	jun	jul	ago	set	out	nov	dez
Brasil	113,14	104,52	120,20	117,48	123,05	119,79	124,35	123,13	118,46	126,27	126,46	179,50
Maranhão	124,45	120,27	137,08	140,15	149,29	145,20	163,21	164,02	154,23	159,67	169,59	247,76
Piauí	116,89	113,29	125,91	123,11	132,92	132,12	140,43	143,55	134,30	135,75	140,96	213,73
Ceará	119,08	107,87	120,36	123,92	134,65	133,84	141,32	144,08	136,24	141,84	145,84	204,12
Rio Grande do Norte	125,46	121,59	137,47	136,91	142,82	145,82	151,68	154,18	150,26	156,75	162,33	232,92
Paraíba	120,71	116,46	136,64	137,34	148,96	155,48	151,29	156,34	147,15	152,83	158,35	247,86
Pernambuco	116,37	113,13	126,53	122,39	130,20	127,26	130,41	133,41	128,31	135,80	140,77	207,76
Alagoas	131,00	112,84	134,65	126,34	137,23	137,09	139,77	146,54	134,60	145,88	147,08	222,97
Sergipe	117,47	127,90	139,25	136,57	148,71	150,80	143,34	151,73	144,73	170,79	165,42	238,87
Bahia	115,91	104,05	116,96	114,84	119,99	121,70	120,73	123,55	118,42	123,91	123,26	175,35

Fonte: IBGE - Pesquisa Mensal de Comércio

Variável = Índice de receita nominal de vendas no comércio varejista - 2005
 Tipos de índice = Variação mensal (base:igual mês do ano anterior) (percentual)

Brasil e Unidade da Federação	Meses											
	jan	fev	mar	abr	maio	jun	jul	ago	set	out	nov	dez
Brasil	12,96	9,00	15,18	11,83	10,73	11,37	9,31	10,31	9,02	7,79	8,84	8,13
Maranhão	20,30	27,25	29,74	31,91	26,63	24,93	25,57	36,86	34,62	30,52	39,93	29,58
Piauí	11,10	18,35	20,23	26,15	25,85	30,14	25,82	39,38	32,88	27,25	31,33	37,56
Ceará	16,47	15,15	19,45	21,29	23,59	27,27	21,56	28,32	28,29	22,79	23,30	13,88
Rio Grande do Norte	27,14	27,84	28,22	28,24	26,98	32,49	27,34	28,28	31,42	29,90	34,05	32,23
Paraíba	19,54	27,62	32,44	38,00	35,18	45,90	40,39	45,33	44,35	35,23	33,57	32,75
Pernambuco	19,51	21,93	23,81	23,17	20,61	19,22	19,51	22,95	24,51	20,00	17,06	15,51
Alagoas	29,59	22,69	26,14	19,41	19,28	24,17	24,52	27,44	25,38	17,20	13,10	16,42
Sergipe	11,29	32,63	35,30	36,36	36,56	40,94	33,60	38,85	38,89	55,06	47,69	45,85
Bahia	19,67	13,14	11,74	12,49	11,90	12,69	10,24	14,08	12,58	7,55	6,89	7,67

Fonte: IBGE - Pesquisa Mensal de Comércio

Variável = Índice de receita nominal de vendas no comércio varejista - 2005
 Tipos de índice = Variação acumulada no ano (base: igual período do ano anterior) (percentual)

Brasil e Unidade da Federação	Meses											
	jan	fev	mar	abr	maio	jun	jul	ago	set	out	nov	dez
Brasil	12,96	11,02	12,47	12,30	11,96	11,86	11,47	11,32	11,06	10,70	10,52	10,23
Maranhão	20,30	23,62	25,75	27,35	27,19	26,78	26,58	27,96	28,71	28,91	29,98	29,92
Piauí	11,10	14,56	16,50	18,84	20,29	21,93	22,53	24,63	25,53	25,71	26,24	27,60
Ceará	16,47	15,84	17,06	18,15	19,32	20,68	20,82	21,82	22,55	22,57	22,65	21,49
Rio Grande do Norte	27,14	27,48	27,75	27,88	27,68	28,52	28,34	28,33	28,69	28,82	29,34	29,70
Paraíba	19,54	23,38	26,54	29,43	30,69	33,33	34,39	35,81	36,75	36,58	36,28	35,79
Pernambuco	19,51	20,69	21,78	22,14	21,81	21,35	21,07	21,32	21,67	21,49	21,03	20,29
Alagoas	29,59	26,30	26,25	24,46	23,32	23,47	23,63	24,14	24,28	23,47	22,36	21,56
Sergipe	11,29	21,48	26,15	28,67	30,34	32,17	32,38	33,23	33,85	36,07	37,19	38,26
Bahia	19,67	16,49	14,79	14,20	13,71	13,53	13,03	13,17	13,10	12,49	11,94	11,41

Fonte: IBGE - Pesquisa Mensal de Comércio

Varição do volume de vendas acumulada no ano, por atividade
Bahia, 2004⁽¹⁾

Atividades	Meses											
	jan	fev	mar	abr	maio	jun	jul	ago	set	out	nov	dez
Comércio Varejista	0,37	0,72	4,78	5,10	5,77	6,95	7,23	7,15	7,14	7,37	7,75	8,21
Combustíveis e lubrificantes	-5,41	-2,85	-0,49	-0,81	-0,86	0,43	-0,58	-0,85	-1,32	-1,28	-0,68	-0,29
Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	-3,67	-2,69	1,06	1,45	2,44	3,88	5,47	5,96	6,73	7,22	7,25	7,09
Hipermercados e supermercados	0,13	0,30	4,65	4,30	4,58	5,97	7,40	7,81	8,36	8,60	8,41	8,55
Tecidos, vestuário e calçados	0,24	-2,28	-0,08	-0,81	3,59	5,39	5,07	3,70	3,50	3,28	3,48	4,96
Móveis e eletrodomésticos	31,16	29,64	37,13	35,82	36,55	39,08	39,52	39,88	37,62	38,40	40,39	42,75
Veículos, motos, partes e peças	16,55	16,93	26,52	23,97	25,25	27,23	25,47	25,15	24,80	23,19	23,10	23,69

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

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

Varição do volume de vendas no comércio varejista, por atividades
Bahia, 2004⁽¹⁾

Atividades	Meses											
	jan	fev	mar	abr	maio	jun	jul	ago	set	out	nov	dez
Comércio varejista	0,37	1,09	13,05	6,02	8,34	12,84	8,90	6,56	7,11	9,30	11,40	11,82
Combustíveis e lubrificantes	-5,41	-0,05	4,08	-1,72	-1,06	6,98	-6,15	-2,69	-5,04	-0,98	5,55	3,71
Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	-3,67	-1,66	8,81	2,58	6,35	11,69	15,37	9,40	13,13	11,48	7,53	5,82
Hipermercados e supermercados	0,13	0,48	13,53	3,34	5,63	13,43	16,19	10,65	12,96	10,69	6,46	9,71
Tecidos, vestuário e calçados	0,24	-4,61	4,40	-2,99	21,96	11,47	3,05	-5,50	1,77	1,54	5,25	12,07
Móveis e eletrodomésticos	31,16	27,90	52,03	32,12	39,13	52,30	41,97	42,19	21,06	44,64	56,96	55,53
Veículos, motos, partes e peças	16,55	17,33	46,31	16,98	29,88	37,48	17,11	23,18	22,38	10,75	22,27	28,96

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

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

Varição nominal de vendas no comércio varejista, por atividades
Bahia, 2004⁽¹⁾

Atividades	Meses											
	jan	fev	mar	abr	maio	jun	jul	ago	set	out	nov	dez
Comércio varejista	-0,98	-0,88	9,69	2,10	4,00	12,07	12,05	10,34	9,59	12,41	15,16	18,34
Combustíveis e lubrificantes	-22,09	-16,10	-11,55	-16,36	-14,53	1,12	0,59	5,10	0,11	7,19	15,54	22,18
Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	2,70	2,21	11,32	3,12	4,22	8,79	13,50	8,00	11,52	9,11	4,97	4,28
Hipermercados e supermercados	6,08	4,23	16,07	3,77	4,09	10,85	14,96	9,96	11,44	8,58	4,12	7,47
Tecidos, vestuário e calçados	10,59	3,99	13,73	6,33	34,29	21,97	11,97	3,35	11,52	11,02	14,80	21,79
Móveis e eletrodomésticos	38,82	32,37	56,53	35,61	41,78	57,39	46,08	46,24	24,53	47,97	60,81	58,90
Veículos, motos, partes e peças	21,79	23,66	57,61	25,03	40,53	46,89	29,10	34,15	37,01	26,12	40,92	51,78

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

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

Índice do volume de vendas no comércio varejista, por atividades
Bahia, 2004⁽¹⁾

Atividades	Meses											
	jan	fev	mar	abr	maio	jun	jul	ago	set	out	nov	dez
Comércio varejista	100,37	101,09	113,05	106,02	108,34	112,84	108,90	106,56	107,11	109,30	111,40	111,82
Combustíveis e lubrificantes	94,59	99,95	104,08	98,28	98,94	106,98	93,85	97,31	94,96	99,02	105,55	103,71
Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	96,33	98,34	108,81	102,58	106,35	111,69	115,37	109,40	113,13	111,48	107,53	105,82
Hipermercados e supermercados	100,13	100,48	113,53	103,34	105,63	113,43	116,19	110,65	112,96	110,69	106,46	109,71
Tecidos, vestuário e calçados	100,24	95,39	104,40	97,01	121,96	111,47	103,05	94,50	101,77	101,54	105,25	112,07
Móveis e eletrodomésticos	131,16	127,90	152,03	132,12	139,13	152,30	141,97	142,19	121,06	144,64	156,96	155,53
Veículos, motos, partes e peças	116,55	117,33	146,31	116,98	129,88	137,48	117,11	123,18	122,38	110,75	122,27	128,96

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

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

Índice nominal de vendas no comércio varejista, por atividades
Bahia, 2004⁽¹⁾

Atividades	Meses											
	jan	fev	mar	abr	maio	jun	jul	ago	set	out	nov	dez
Comércio varejista	99,02	99,12	109,69	102,10	104,00	112,07	112,05	110,34	109,59	112,41	115,16	118,34
Combustíveis e lubrificantes	77,91	83,90	88,45	83,67	85,47	101,12	100,59	105,10	100,11	107,19	115,54	122,18
Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	102,70	102,21	111,32	103,12	104,22	108,79	113,50	108,00	111,52	109,11	104,97	104,28
Hipermercados e supermercados	106,08	104,23	116,07	103,77	104,09	110,85	114,96	109,96	111,44	108,58	104,12	107,47
Tecidos, vestuário e calçados	110,59	103,99	113,73	106,33	134,29	121,97	111,97	103,35	111,52	111,02	114,80	121,79
Móveis e eletrodomésticos	138,82	132,37	156,53	135,61	141,78	157,39	146,08	146,24	124,53	147,97	160,81	158,90
Veículos, motos, partes e peças	121,79	123,66	157,61	125,03	140,53	146,89	129,10	134,15	137,01	126,12	140,92	151,78

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

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

Variável = Índice de volume de vendas no comércio varejista - 2004

Tipos de Índice = Índice base fixa (2003=100) (Número Índice)

Brasil e Unidade da Federação	Meses											
	jan	fev	mar	abr	maio	jun	jul	ago	set	out	nov	dez
Brasil	98,97	94,73	103,38	104,19	109,37	104,56	109,69	106,50	103,74	111,32	109,58	154,93
Maranhão	101,61	91,97	102,91	103,84	114,65	112,32	125,83	114,23	109,37	115,76	113,32	178,66
Piauí	102,73	92,89	101,67	94,64	101,93	97,37	107,16	97,73	96,20	100,82	100,62	144,62
Ceará	100,14	91,09	97,97	99,37	105,39	101,14	111,99	106,79	101,23	109,38	110,96	166,83
Rio Grande do Norte	96,97	92,60	104,55	104,56	109,35	106,16	115,33	114,25	109,19	114,11	112,90	163,00
Paraíba	99,64	89,86	100,66	97,58	107,65	103,23	103,88	102,72	96,82	107,27	112,06	174,51
Pernambuco	95,75	90,99	99,49	97,10	105,10	103,07	104,94	103,44	98,01	107,50	113,60	167,87
Alagoas	99,31	90,19	103,85	103,35	111,93	106,70	107,94	109,71	102,24	118,54	123,34	179,44
Sergipe	104,34	95,34	100,91	98,66	106,71	104,14	103,68	103,77	98,04	103,73	104,44	150,91
Bahia	96,73	92,30	104,25	102,36	108,05	107,05	106,01	104,69	101,56	111,37	110,22	153,98

Fonte: IBGE - Pesquisa Mensal de Comércio

Variável = Índice de volume de vendas no comércio varejista - 2004

Tipos de Índice = Variação mensal (base: igual ao mesmo mês do ano anterior) (Percentual)

Brasil e Unidade da Federação	Meses											
	jan	fev	mar	abr	maio	jun	jul	ago	set	out	nov	dez
Brasil	5,98	5,02	11,00	10,15	10,83	12,86	12,04	6,95	9,25	8,39	6,23	11,42
Maranhão	9,09	12,02	26,27	19,02	21,84	23,68	19,66	10,53	10,86	11,16	8,14	15,26
Piauí	-16,23	-11,26	19,95	12,61	10,52	10,44	9,85	1,32	-1,27	4,78	7,80	1,49
Ceará	2,79	4,59	15,62	9,95	8,29	10,61	10,14	5,08	8,08	6,49	7,04	12,52
Rio Grande do Norte	-0,25	2,05	17,28	16,33	15,41	13,42	14,13	13,05	16,16	12,95	10,39	12,22
Paraíba	-0,18	-2,06	12,43	1,69	10,40	7,58	8,75	9,51	5,20	12,13	11,35	14,94
Pernambuco	-9,49	-4,05	11,46	5,63	12,37	10,46	11,26	5,57	6,12	8,30	11,11	15,60
Alagoas	3,68	-4,95	20,14	13,79	19,56	18,83	19,52	17,40	9,35	13,26	14,26	12,99
Sergipe	4,08	0,86	12,66	4,35	12,71	13,46	7,60	5,59	6,28	3,89	0,09	5,12
Bahia	0,37	1,09	13,05	6,02	8,34	12,84	8,90	6,56	7,11	9,30	11,40	11,82

Fonte: IBGE - Pesquisa Mensal de Comércio

Variável = Índice de volume de vendas no comércio varejista - 2004

Tipos de Índice = Variação acumulada no ano (base: igual período do ano anterior) (Percentual)

Brasil e Unidade da Federação	Meses											
	jan	fev	mar	abr	maio	jun	jul	ago	set	out	nov	dez
Brasil	5,98	5,51	7,36	8,07	8,65	9,34	9,74	9,38	9,36	9,26	8,96	9,25
Maranhão	9,09	10,47	15,48	16,38	17,56	18,61	18,78	17,62	16,83	16,20	15,39	15,37
Piauí	-16,23	-13,94	-4,74	-1,06	1,13	2,55	3,61	3,32	2,81	3,00	3,43	3,20
Ceará	2,79	3,64	7,41	8,05	8,10	8,52	8,77	8,27	8,25	8,06	7,96	8,52
Rio Grande do Norte	-0,25	0,86	6,14	8,64	10,03	10,60	11,14	11,40	11,92	12,03	11,87	11,91
Paraíba	-0,18	-1,08	3,22	2,83	4,39	4,93	5,47	5,97	5,89	6,52	6,98	7,99
Pernambuco	-9,49	-6,92	-1,26	0,40	2,76	4,02	5,05	5,12	5,23	5,55	6,09	7,24
Alagoas	3,68	-0,62	5,86	7,82	10,20	11,60	12,72	13,31	12,87	12,91	13,05	13,04
Sergipe	4,08	2,52	5,71	5,37	6,84	7,91	7,87	7,57	7,43	7,06	6,37	6,22
Bahia	0,37	0,72	4,78	5,10	5,77	6,95	7,23	7,15	7,14	7,37	7,75	8,21

Fonte: IBGE - Pesquisa Mensal de Comércio

Variável = Índice nominal de vendas no comércio varejista - 2004

Tipos de Índice = índice base fixa (2003=100) (Número Índice)

Brasil e Unidade da Federação	Meses											
	jan	fev	mar	abr	maio	jun	jul	ago	set	out	nov	dez
Brasil	100,16	95,89	104,36	105,05	111,13	107,56	113,76	111,62	108,66	117,15	116,19	166,00
Maranhão	103,45	94,51	105,66	106,25	117,90	116,22	129,97	119,84	114,57	122,33	121,19	191,21
Piauí	105,21	95,72	104,73	97,59	105,62	101,52	111,61	102,99	101,07	106,68	107,33	155,38
Ceará	102,24	93,68	100,76	102,17	108,95	105,16	116,26	112,28	106,19	115,51	118,28	179,24
Rio Grande do Norte	98,68	95,11	107,21	106,76	112,47	110,06	119,11	120,19	114,34	120,67	121,10	176,14
Paraíba	100,98	91,25	103,17	99,52	110,20	106,57	107,77	107,58	101,94	113,01	118,55	186,71
Pernambuco	97,37	92,78	102,20	99,36	107,95	106,74	109,12	108,51	103,05	113,16	120,25	179,86
Alagoas	101,09	91,97	106,75	105,80	115,05	110,41	112,24	114,99	107,35	124,47	130,04	191,53
Sergipe	105,55	96,43	102,92	100,15	108,90	106,99	107,29	109,27	104,20	110,14	112,00	163,78
Bahia	96,86	91,97	104,67	102,09	107,23	107,99	109,52	108,30	105,19	115,21	115,31	162,86

Fonte: IBGE - Pesquisa Mensal de Comércio

Variável = Índice nominal de vendas no comércio varejista - 2004
Tipos de Índice = Variação mensal (base:igual mês do ano anterior) (Percentual)

Brasil e Unidade da Federação	Meses											
	jan	fev	mar	abr	maio	jun	jul	ago	set	out	nov	dez
Brasil	10,33	7,61	11,28	9,44	11,11	15,68	16,60	12,58	13,94	13,32	11,96	18,74
Maranhão	13,84	15,52	28,80	19,76	22,24	26,98	24,83	16,73	15,20	16,12	13,84	23,29
Piauí	-13,47	-9,18	22,26	13,97	13,12	14,73	15,34	7,23	2,88	10,28	13,94	9,10
Ceará	7,42	7,32	17,76	11,10	9,95	14,14	15,10	11,11	12,71	11,64	13,14	20,09
Rio Grande do Norte	3,14	3,95	18,12	15,48	16,11	16,66	19,11	20,97	21,97	19,41	18,39	22,29
Paraíba	3,46	0,90	13,02	2,91	10,03	10,56	12,36	14,79	10,19	17,56	16,31	21,36
Pernambuco	-6,12	-0,74	12,28	6,23	11,96	13,70	15,33	11,01	10,91	13,62	16,50	22,19
Alagoas	8,39	-0,39	22,10	15,25	20,74	21,92	23,03	23,08	13,72	17,67	18,32	18,90
Sergipe	7,06	2,84	11,96	3,81	10,75	14,80	11,27	11,43	11,83	10,20	7,03	13,85
Bahia	-0,98	-0,88	9,69	2,10	4,00	12,07	12,05	10,34	9,59	12,41	15,16	18,34

Fonte: IBGE - Pesquisa Mensal de Comércio

Variável = índice nominal de vendas no comércio varejista - 2004
Tipos de índice = Variação acumulada no ano (base: igual período do ano anterior) (Percentual)

Brasil e Unidade da Federação	Meses											
	jan	fev	mar	abr	maio	jun	jul	ago	set	out	nov	dez
Brasil	10,33	8,98	9,77	9,68	9,99	10,93	11,77	11,87	12,10	12,23	12,21	12,97
Maranhão	13,84	14,64	19,20	19,35	19,98	21,19	21,78	21,08	20,38	19,91	19,29	19,81
Piauí	-13,47	-11,48	-2,24	1,25	3,50	5,22	6,66	6,73	6,30	6,70	7,34	7,55
Ceará	7,42	7,37	10,69	10,79	10,61	11,20	11,81	11,71	11,82	11,80	11,93	12,95
Rio Grande do Norte	3,14	3,53	8,30	10,09	11,34	12,23	13,27	14,28	15,12	15,58	15,85	16,62
Paraíba	3,46	2,23	5,75	5,02	6,08	6,83	7,63	8,51	8,69	9,59	10,24	11,66
Pernambuco	-6,12	-3,57	1,44	2,61	4,50	6,01	7,33	7,80	8,14	8,71	9,47	11,02
Alagoas	8,39	4,02	9,81	11,18	13,16	14,60	15,80	16,72	16,38	16,53	16,72	17,01
Sergipe	7,06	5,00	7,25	6,38	7,28	8,50	8,90	9,22	9,51	9,58	9,33	9,87
Bahia	-0,98	-0,93	2,61	2,48	2,80	4,32	5,43	6,05	6,43	7,06	7,81	9,00

Fonte: IBGE - Pesquisa Mensal de Comércio

This document was created with Win2PDF available at <http://www.daneprairie.com>.
The unregistered version of Win2PDF is for evaluation or non-commercial use only.