

# Pesquisa Mensal de Comércio



## Em fevereiro, vendas do varejo baiano cresceram 2,3%

O comércio varejista baiano expandiu suas vendas em 2,3% no mês fevereiro de 2022 frente ao mês imediatamente anterior, na série livre de influências sazonais. No cenário nacional, na mesma base de comparação, os negócios registraram crescimento de 1,1%. Apesar de superar a taxa nacional, o volume de vendas na Bahia continua num patamar abaixo do registrado em fevereiro de 2020 (-4,8%). Entretanto, em relação a igual mês do ano anterior, as vendas no varejo baiano mantiveram a trajetória de

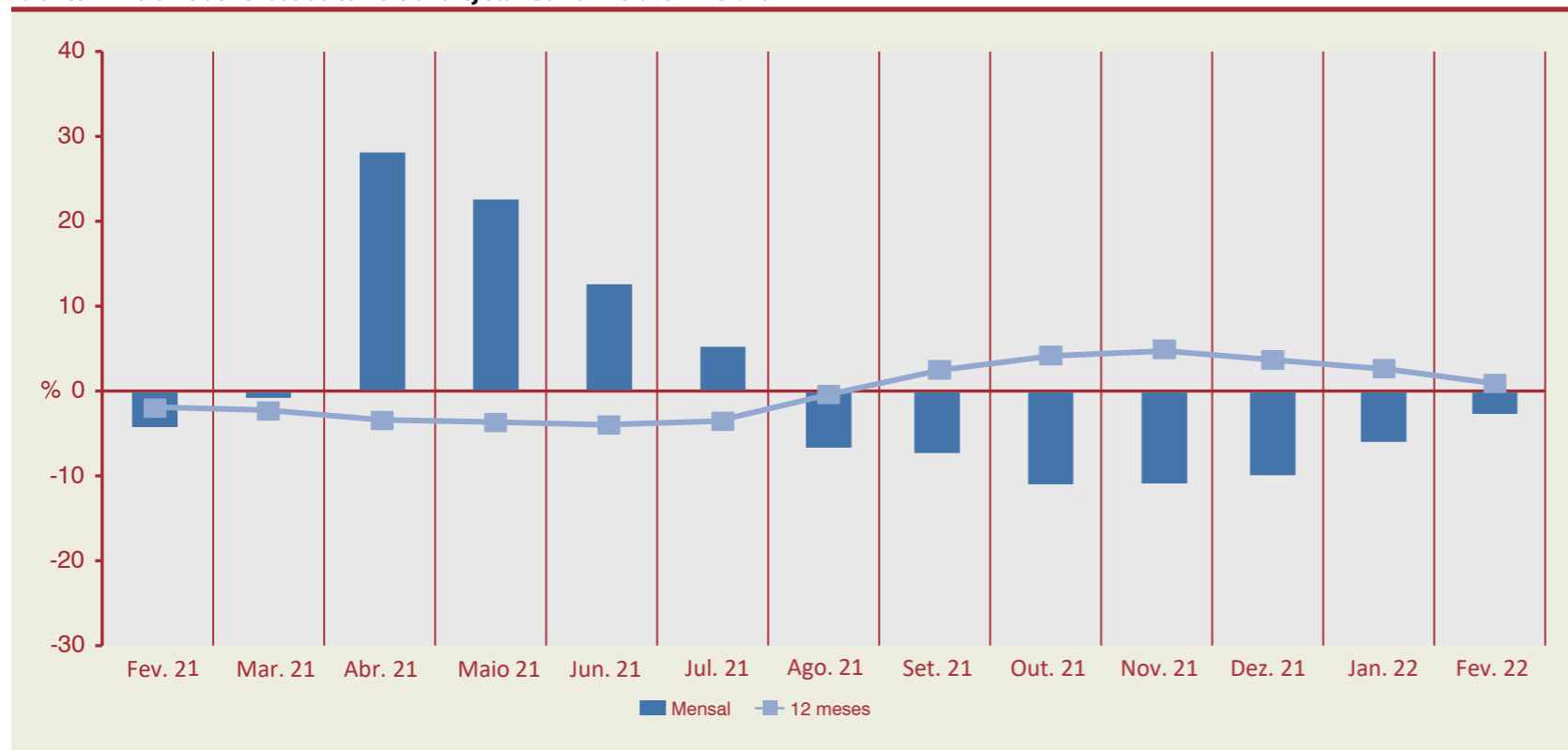
queda ao apresentar a variação negativa de 3,3%. Essa retração é a sétima consecutiva registrada pelo setor na Bahia. Já no país houve avanço nos negócios de 1,3%, em relação à mesma análise. No acumulado do ano as variações foram negativas em 5,5% e 0,1% na Bahia e no Brasil, respectivamente. Esses dados foram apurados pela Pesquisa Mensal de Comércio (PMC) do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) – realizada em âmbito nacional – e analisados pela Superintendência de Estudos

Econômicos e Sociais da Bahia (SEI), autarquia vinculada à Secretaria do Planejamento (Seplan).

O resultado positivo na avaliação com ajuste sazonal é reflexo da influência do Auxílio Brasil nas faixas de renda mais baixas e uma percepção mais favorável sobre o mercado de trabalho. Na Bahia, no mês de fevereiro houve a geração de 12.548 postos de trabalhos com carteira assinada segundo dados do Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (Caged) do Ministério do Trabalho do Ministério do Trabalho e Previdência e sistematizados pela SEI.

Por outro lado, na análise sem ajuste sazonal o recuo nas vendas se mantém. As incertezas quanto ao comportamento da atividade econômica, agravadas com o conflito no Leste Europeu de novas pressões inflacionárias, continuam influenciando as vendas nesse setor. Por conta do cenário adverso, fatores como alta dos juros, além do aumento no endividamento das famílias levaram os consumidores a moderarem os seus gastos.

Gráfico 1 – Volume de vendas do comércio varejista – Bahia – Fev. 2021-Fev. 2022



Fonte: IBGE/PMC.  
Elaboração: SEI/CAC.

### ANÁLISE DE DESEMPENHO DO VAREJO POR RAMO DE ATIVIDADE

Por atividade, em fevereiro de 2022, os dados do comércio varejista do estado baiano, quando comparados aos de fevereiro de 2021, revelam que cinco dos oito segmentos que compõem o indicador do volume de vendas registraram comportamento positivo. O crescimento nas vendas foi verificado nos segmentos de *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos* (24,4%), *Tecidos, vestuário e calçados* (15,1%), *Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação* (13,6%),

*Livros, jornais, revistas e papelaria* (13,1%), e *Outros artigos de uso pessoal e doméstico* (0,5%). Os demais segmentos registraram comportamento negativo são eles: *Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* (-1,4%), *Combustíveis e lubrificantes* (-12,9%), e *Móveis e eletrodomésticos* (-30,9%). No que diz respeito aos subgrupos, verificam-se que as vendas de *Eletrodomésticos, Móveis*, e *Hipermercados e supermercados* recuaram em 33,9%, 26,1%, e 1,5%, respectivamente.

Na série sem ajuste sazonal, o segmento de *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos* registrou, em fevereiro, a maior influência positiva para o setor, seguida por *Tecidos, vestuário e calçados*. O comportamento do primeiro continua sendo justificado pela elevação da procura por medicamentos que elevam a imunidade dos consumidores dado

a terceira onda da covid-19. Já o segundo foi influenciado pelo efeito base, uma vez que em igual mês do ano passado a taxa foi negativa em 30,5%.

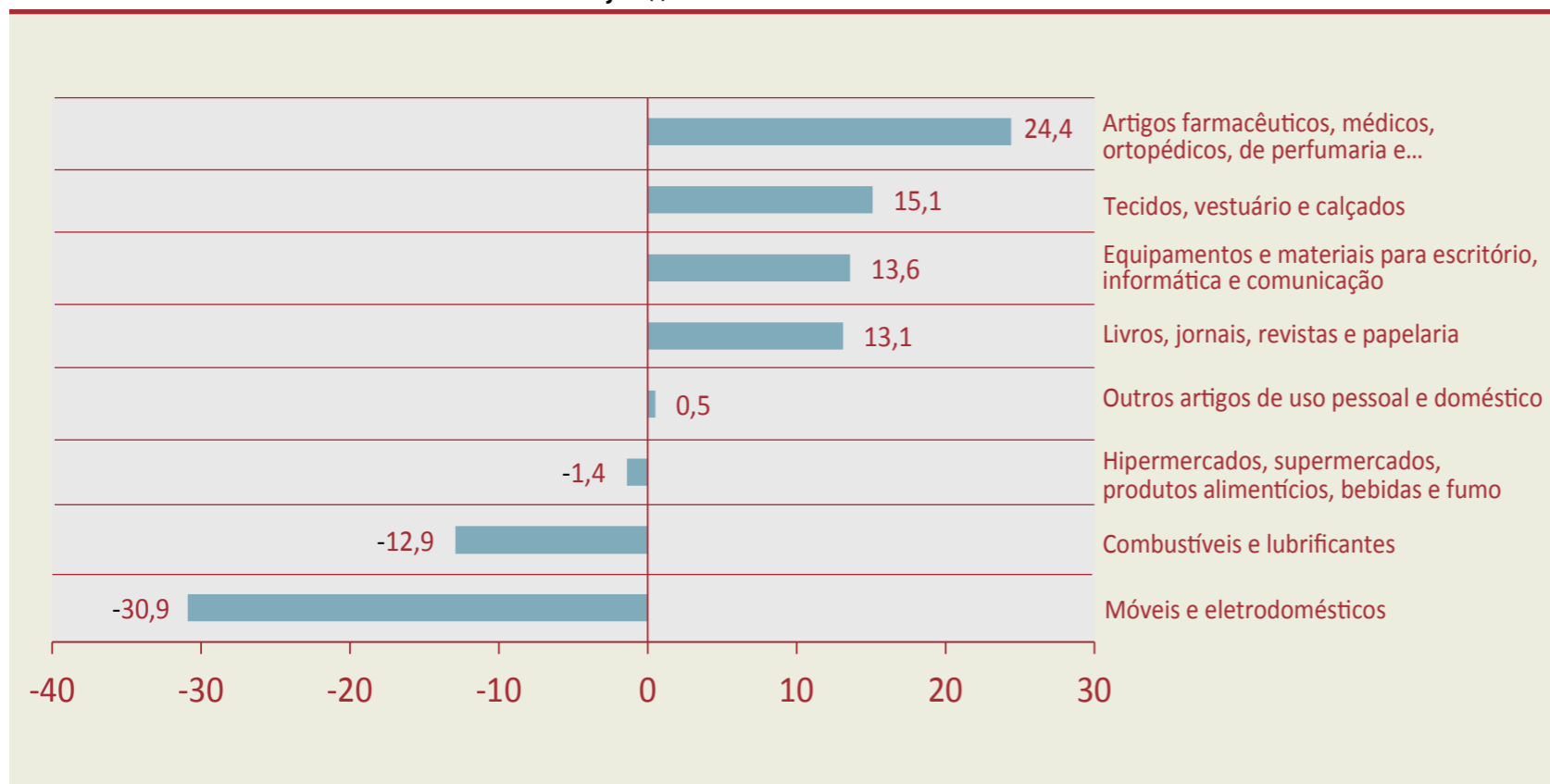
Por outro lado, a retração no volume de vendas do setor nesse mês novamente foi resultado do comportamento dos segmentos de *Móveis e eletrodomésticos, Combustíveis e lubrificantes e Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo*.

*Móveis e eletrodomésticos* apresentou a maior contribuição negativa e registrou o oitavo recuo depois de seis meses consecutivos de alta (janeiro a junho). Atribui-se que o comprometimento da renda do consumidor com a inflação elevada começa a deixá-los mais seletivos nos seus gastos, além do encarecimento do crédito, resultando no aumento do endividamento das famílias.

As vendas de *Combustíveis e lubrificantes* também foram influenciadas pelo cenário de incerteza da atividade econômica. O resultado negativo nas vendas do segmento é o sétimo consecutivo.

*Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo*, segmento de maior peso para o indicador de volume de vendas do comércio varejista registrou pela décima sexta vez comportamento negativo. Apesar da sua relevância para o setor, a redução registrada no volume de vendas na atividade geral se deve ao aumento de preços dos alimentos que compõem a cesta básica, e aumento do endividamento das famílias. Essa situação tende a ser agravada, pois o conflito no Leste Europeu aumenta as expectativas de que as vendas continuem sendo impactadas pela inflação dos alimentos.

Gráfico 2 – Volume de vendas das atividades do comércio varejista(1) – Bahia – Fev. 2022



Fonte: IBGE/PMC.  
 Elaboração: SEI/CAC.  
 Nota: (1) Variação mensal.

**Tabela 1 – Variação do volume de vendas no comércio varejista por atividade – Bahia – 2022**

Atividade	Mensal(1)			Ano (2)	Acumulado 12 meses (3)
	Dez.	Jan.	Fev.		
<b>Comércio Varejista</b>	<b>-12,7</b>	<b>-7,6</b>	<b>-3,3</b>	<b>-5,5</b>	<b>-0,8</b>
1 - Combustíveis e lubrificantes	-22,3	-19,6	-12,9	-16,4	-3,7
2 - Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	-12,1	-8,5	-1,4	-5,0	-9,0
2.1 - Hipermercados e supermercados	-13,0	-9,4	-1,5	-5,5	-9,5
3 - Tecidos, vestuário e calçados	0	-1,0	15,1	6,4	32,3
4 - Móveis e eletrodomésticos	-34,9	-30,2	-30,9	-30,5	-13,9
4.1 - Móveis	-37,9	-34,1	-26,1	-30,3	-15,4
4.2 - Eletrodomésticos	-34,2	-29,4	-33,9	-31,7	-13,2
5 - Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria	16,6	24,3	24,4	24,3	15,0
6 - Equipamentos e material de escritório, informática e comunicação	-25,9	-0,8	13,6	6,4	9,7
7 - Livros, jornais, revistas e papelaria	-11,1	17,7	13,1	15,4	2,0
8 - Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-9,8	2,2	0,5	1,4	12,1
<b>Comércio Varejista Ampliado (4)</b>	<b>-4,8</b>	<b>4,5</b>	<b>-4,4</b>	<b>0,2</b>	<b>8,2</b>
9 - Veículos, motos, partes e peças	26,2	49,7	-6,2	21,5	49,8
10 - Material de construção	-17,8	-14,8	-7,5	-11,3	-12,7

Fonte: IBGE/PMC.

Notas: (1) Compara a variação mensal do mês de referência com igual mês do ano anterior.

(2) Compara a variação acumulada do período de referência com igual período do ano anterior.

(3) Compara a variação acumulada nos últimos 12 meses em relação aos 12 meses anteriores.

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

## COMPORTEAMENTO DO COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO

O comércio varejista ampliado, que inclui o varejo restrito e mais as atividades de *Veículos, motos, partes e peças* e de *Material de construção* apresentou retração de 4,4% nas vendas, em relação à igual mês do ano anterior. Esse comportamento resultou no acumulado dos últimos 12 meses, variação foi positiva de 8,2%.

O segmento *Veículos, motos, partes e peças* registrou queda de 6,2% nas vendas em fevereiro de 2022, em relação à igual mês do ano anterior, interrompendo uma trajetória de crescimento registrada desde fevereiro de 2021. Esse comportamento é atribuído a falta

de insumos para a fabricação de veículos novos, o que resultou num encarecimento final do bem. Para a análise dos últimos 12 meses a taxa foi positiva em 49,8%.

Em relação a *Material de construção*, as vendas em fevereiro retraíram pelo nona vez consecutiva em 7,5%, na comparação com o mesmo mês de 2021. A renda retraída, inflação elevada, encarecimento do crédito e aumento do endividamento fizeram as famílias adiarem seus planos de reforma nos imóveis. Entretanto, apesar de negativa, a taxa revela que o ritmo de queda foi arrefecido. Esse comportamento pode ter sido influenciado pelo Auxílio Brasil nas faixas de renda mais baixas. Para o acumulado dos últimos 12 meses a retração foi de 12,7%.

GOVERNO DO ESTADO DA BAHIA  
Rui Costa

EDITORIA-GERAL  
Luzia Luna

SECRETARIA DO PLANEJAMENTO  
Cláudio Ramos Peixoto

COORDENAÇÃO DE PRODUÇÃO EDITORIAL  
EDITORIA DE ARTE  
Ludmila Nagamatsu

SUPERINTENDÊNCIA DE ESTUDOS  
ECONÔMICOS E SOCIAIS DA BAHIA  
José Acácio Ferreira

PROJETO GRÁFICO  
Vinícius Luz Assunção

DIRETORIA DE INDICADORES E  
ESTATÍSTICAS  
Armando Affonso de Castro Neto

REVISÃO  
EDITORIAÇÃO  
EGBA

COORDENAÇÃO DE  
ACOMPANHAMENTO CONJUNTURAL  
Arthur Souza Cruz

ELABORAÇÃO TÉCNICA  
Elissandra Britto

Av. Luiz Viana Filho, 4ª avenida, 435, 2º andar, CAB, CEP 41745-002, Salvador - Bahia  
Tel.: 55 (71) 3115-4733 www.sei.ba.gov.br

SECRETARIA DO  
PLANEJAMENTO

