

Pesquisa Mensal de Comércio



Vendas do varejo baiano cresceram 5,7% em março

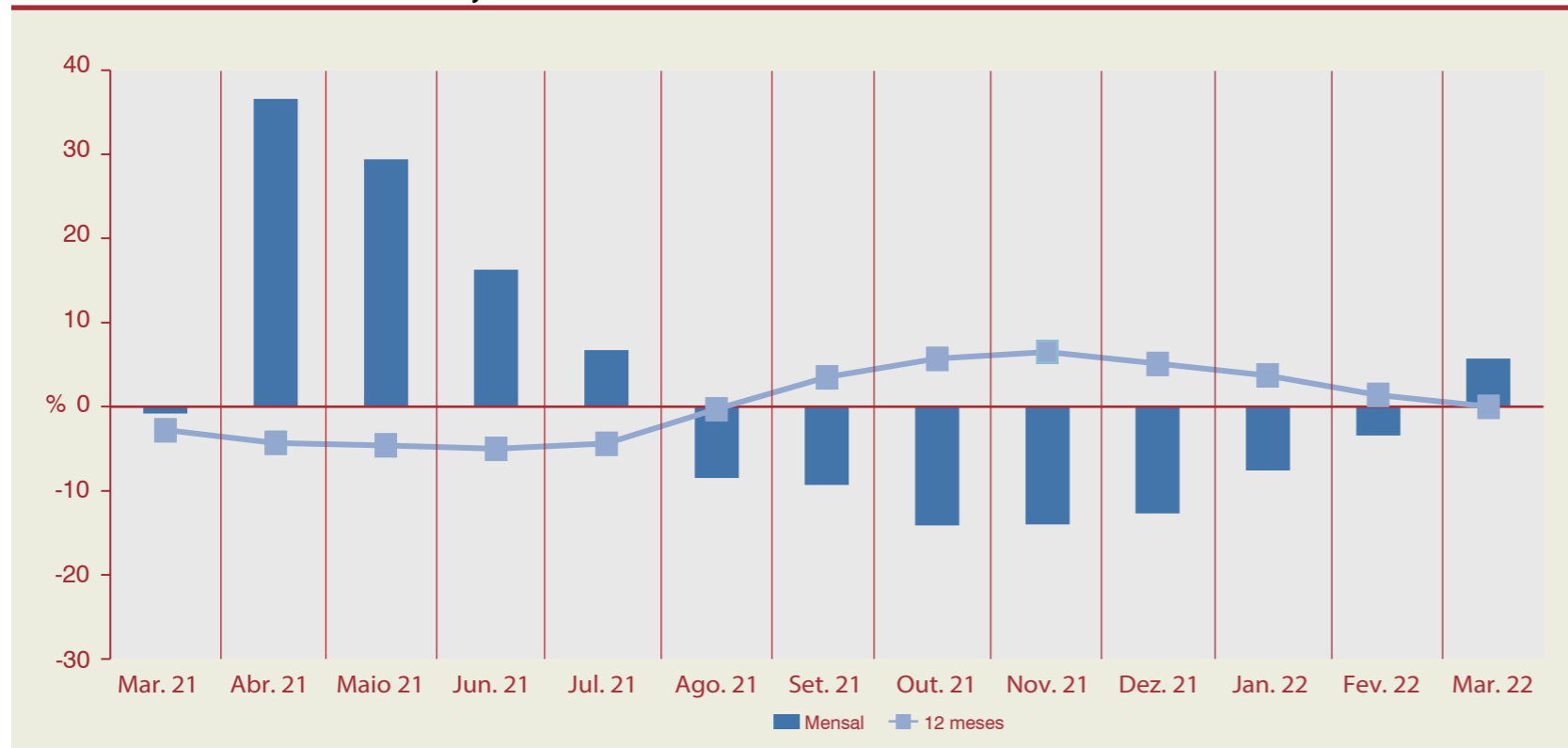
O varejo baiano expandiu os negócios em 5,7%, no mês de março, em relação a igual mês do ano passado, superando a taxa de 4,0% do cenário nacional, considerando a mesma base de comparação. O comércio varejista registra crescimento nas vendas após sete meses de resultados negativos.

Apesar de superar a taxa nacional, o volume de vendas na Bahia continua num patamar abaixo do registrado em fevereiro de 2020.

Em relação ao mês imediatamente anterior, as vendas no Estado da Bahia recuaram 1,2%. Já no trimestre, a taxa no Estado foi negativa em 1,9%, ao passo que no país a variação foi positiva em 1,3%, respectivamente.

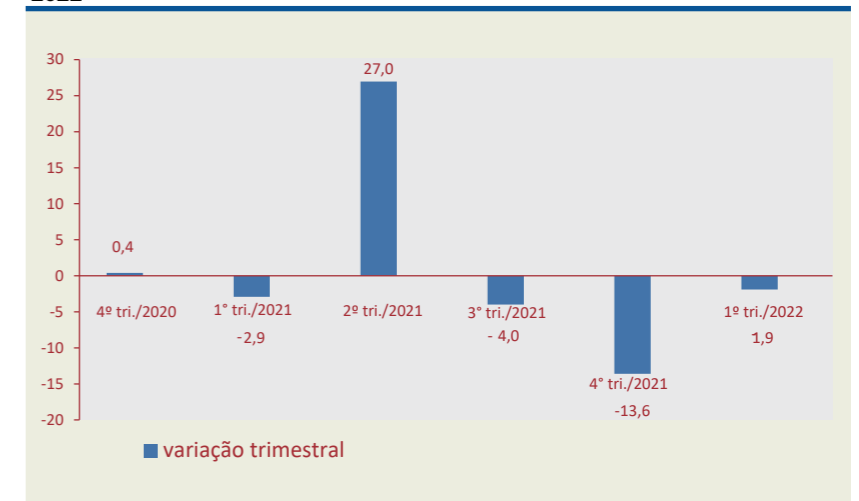
A taxa trimestral na Bahia, apesar de negativa, se mostra num ritmo arrefecido. Esses dados foram apurados pela Pesquisa Mensal de Comércio (PMC) do Instituto Brasileiro de

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



Fonte: IBGE/PMC.
Elaboração: SEI/CAC.

Gráfico 2 – Volume de vendas do comércio varejista – Bahia – 1º tri. 2021-1º tri. 2022



Fonte: IBGE/PMC.

Elaboração: SEI/CAC.

Nota: (1) Variação do trimestre em relação ao mesmo trimestre do ano anterior.

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 análise sem ajuste sazonal é reflexo da influência do Auxílio Brasil nas faixas de renda mais baixas, uma percepção mais favorável sobre o mercado de trabalho, a volta das atividades presenciais e aos eventos festivos que acabaram influenciando o segmento de vestuário.

Na Bahia, no mês de março, houve a geração de 7.836 postos de trabalhos com carteira assinada segundo dados do Cadastro Geral

de Empregados e Desempregados (Caged) do Ministério do Trabalho e Previdência e sistematizados pela SEI. Esse resultado representa uma variação de 0,43% sobre o quantitativo do mês anterior. Seja em termos absolutos ou relativos, o comportamento do mercado de trabalho da Bahia nesse mês levou o estado a ocupar a primeira posição na geração de postos de trabalho entre os estados nordestinos.

Por outro lado, na análise sazonal o recuo nas vendas se deve à inflação, ao comprometimento da renda, ao endividamento das famílias, e as elevadas taxas de juros. Assim, 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, os consumidores ficam mais cautelosos, diminuindo o ímpeto em realizar novos gastos.

ANÁLISE DE DESEMPENHO DO VAREJO POR RAMO DE ATIVIDADE

Por atividade, em março de 2022, os dados do comércio varejista do estado baiano, quando comparados aos de março 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 *Tecidos, vestuário e calçados* (140,3%), *Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação* (68,5%), *Livros, jornais, revistas e papelaria* (36,6%), *Outros artigos de uso pessoal e doméstico* (23,6%), e *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos* (16,0%). Os demais segmentos registraram comportamento negativo, são eles: *Combustíveis e lubrificantes* (-4,5%), *Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* (-5,7%), e *Móveis e eletrodomésticos* (-10,8%). No que diz respeito aos subgrupos, verificam-se que as vendas de

Eletrodomésticos, Móveis, e Hipermercados e supermercados recuaram em 11,4%, 11,1%, e 5,6%, respectivamente.

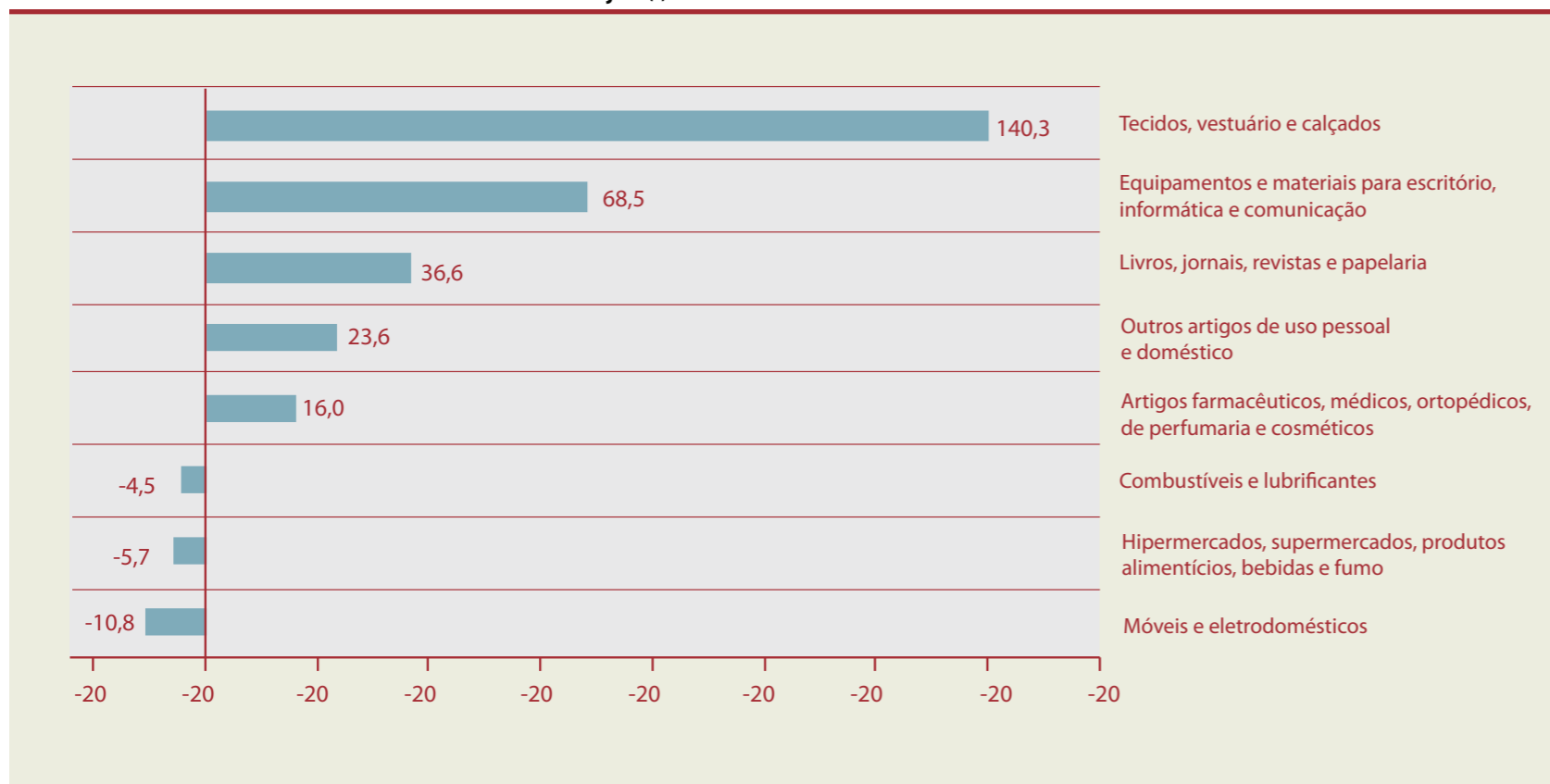
Na série sem ajuste sazonal, o segmento de *Tecidos, vestuário e calçados, Outros artigos de uso pessoal e doméstico, e Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos* registraram, as maiores influências positivas para o setor. A flexibilização do isolamento social, com retomada das atividades presenciais, bem como a realização de eventos e liberalização das atividades de serviços foram determinantes para influenciarem as vendas no primeiro segmento. Assim como o primeiro segmento, o segundo também foi impactado pela liberalização das atividades. Já o terceiro continua sendo justificado pela elevação da procura por medicamentos que elevam a imunidade dos consumidores.

Por outro lado, as maiores influências negativas para o setor de comércio varejista nesse mês foram resultado do comportamento dos segmentos de *Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo e Móveis e eletrodomésticos*. Ambos influenciados ainda por um cenário marcado por incertezas.

Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo, segmento de maior peso para o indicador de volume de vendas do comércio varejista registrou pela décima sétima 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 ao 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.

Móveis e eletrodomésticos registrou o nono 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.

Gráfico 3 – Volume de vendas das atividades do comércio varejista(1) – Bahia – Mar. 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)
	Jan	Fev	Mar		
Comércio Varejista	-7,6	-3,4	5,7	-1,9	-0,3
1 - Combustíveis e lubrificantes	-19,6	-12,9	-4,5	-12,7	-4,2
2 - Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	-8,5	-1,4	-5,7	-5,2	-8,6
2.1 - Hipermercados e supermercados	-9,4	-1,5	-5,6	-5,5	-9,4
3 - Tecidos, vestuário e calçados	-1,0	14,5	140,3	31,2	40,4
4 - Móveis e eletrodomésticos	-30,2	-30,9	-10,8	-24,7	-15,9
4.1 - Móveis	-34,1	-26,1	-11,1	-24,7	-17,0
4.2 - Eletrodomésticos	-29,4	-33,9	-11,4	-25,6	-15,5
5 - Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria	24,3	24,4	16,0	21,4	15,6
6 - Equipamentos e material de escritório, informática e comunicação	-0,8	13,6	68,5	23,3	15,8
7 - Livros, jornais, revistas e papelaria	17,7	13,5	36,6	20,3	9,3
8 - Outros artigos de uso pessoal e doméstico	2,2	0,5	23,6	8,1	12,9
Comércio Varejista Ampliado (4)	4,5	-4,4	6,2	2,2	8,0
9 - Veículos, motos, partes e peças	49,7	-6,2	6,7	16,4	46,0
10 - Material de construção	-14,8	-6,7	8,4	-4,7	-12,3

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.

Comportamento 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 expansão de 6,2% nas vendas, em relação a igual mês do ano anterior. Esse comportamento resultou no acumulado dos últimos 12 meses, variação foi positiva de 8,0%.

O segmento *Veículos, motos, partes e peças* registrou expansão de 6,7% nas vendas em março de 2022, em relação a igual mês do ano anterior. Nesse mês, o segmento volta a crescer, embora

em ritmo mais moderado, pois em igual mês do ano passado a atividade registrou um forte crescimento (45,4%). Para a análise dos últimos 12 meses a taxa foi positiva em 46,0%.

Em relação a *Material de construção*, as vendas em março cresceram em 8,4%, na comparação com o mesmo mês de 2021, interrompendo uma trajetória de queda registrada desde junho de 2021 (-20,9%). Esse comportamento pode ter sido influenciado pelo Auxílio Brasil nas faixas de renda mais baixas e pelo dinamismo registrado pelo mercado de trabalho baiano, que terminaram encorajando os consumidores a realizarem benfeitorias nos seus imóveis. Para o acumulado dos últimos 12 meses a retração foi de 12,3%.

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 Brito

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

