

Pesquisa Mensal de Comércio

Alternar modo tela cheia 

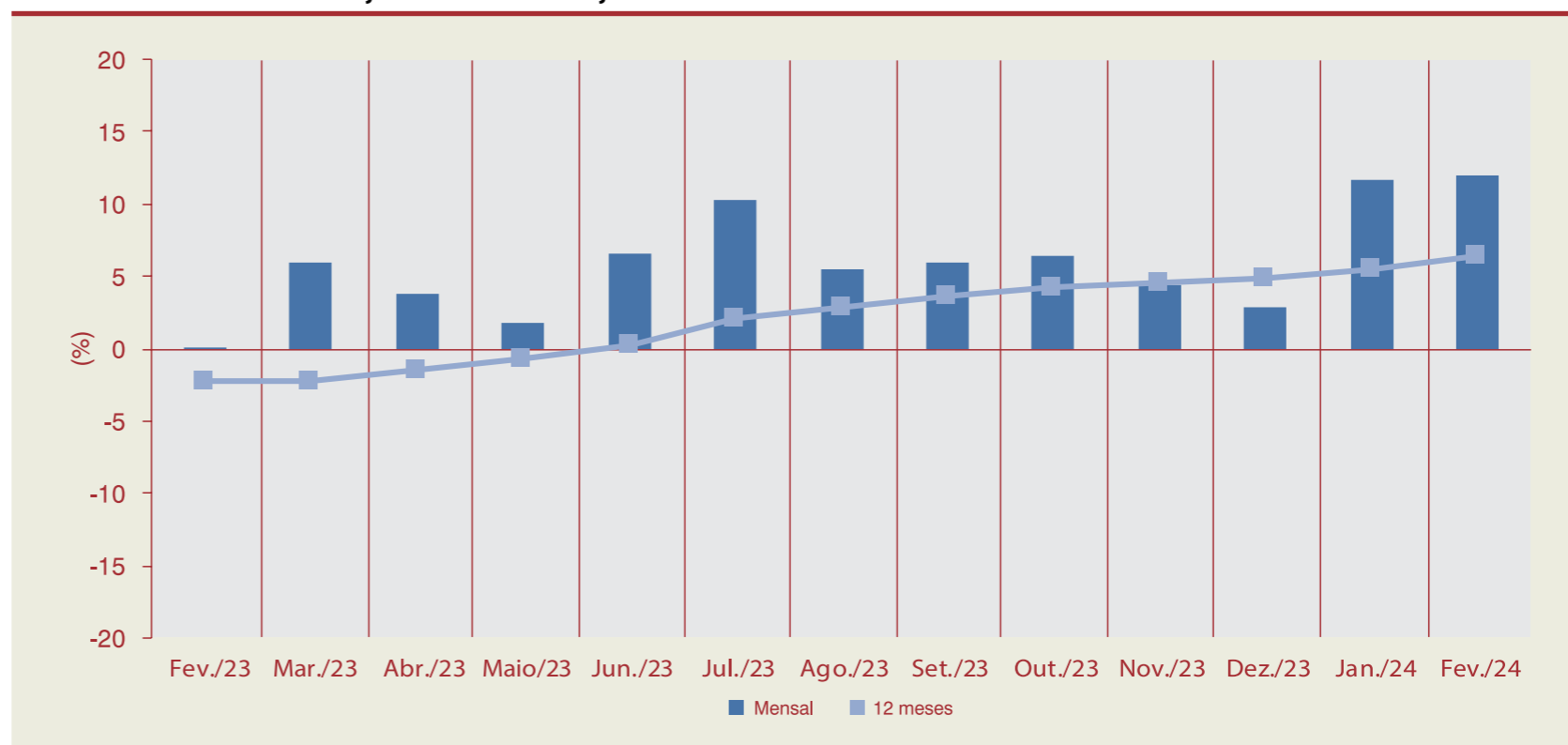


Em fevereiro, vendas do varejo baiano retraem 1,4%

O comércio varejista baiano retraiu suas vendas em 1,4% em fevereiro de 2024, frente ao mês imediatamente anterior, na série livre de influências sazonais. Já no nacional, houve avanço de 1,0%, considerando a mesma base de comparação. Com relação a igual mês do ano anterior, a Bahia apresentou a taxa expressiva de 12,0%, sétimo melhor resultado em termos de magnitude da taxa dentre os estados e 16º mês consecutivo a registrar comportamento positivo (Gráfico 1). No Brasil, na mesma base de comparação, as vendas expandiram 8,2%. No bimestre, as variações também foram positivas em 11,9% e 6,1%, no âmbito estadual e federal, respectivamente. Esses dados foram apurados pela Pesquisa Mensal de Comércio (PMC) do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) – pesquisa realizada em âmbito nacional – e analisados pela Superintendência de Estudos Econômicos e Sociais da Bahia (SEI), autarquia vinculada à Secretaria do Planejamento.

Em relação ao ano anterior, a expansão nas vendas do varejo em fevereiro revela que o setor segue influenciado por fatores positivos como juros mais baixos, mercado de trabalho mais forte, transferências governamentais e melhora do nível de endividamento. Nessa análise, o destaque para o resultado das vendas nesse mês de fevereiro foi de *Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo*, segmento de maior peso para o setor. Mesmo diante de uma inflação ainda elevada e de uma retração no nível de confiança do consumidor. De acordo com os dados do IBGE, o Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA) registrou, nos meses

Gráfico 1
Volume de vendas do comércio varejista – Bahia – Jan. 2023-jan. 2024



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

de janeiro e fevereiro de 2024, as taxas de 0,42% e 0,83%, respectivamente. E, segundo a Fundação Getulio Vargas, o Índice de Confiança do Consumidor (ICC) recuou em 1,1 ponto em fevereiro, passando para 89,7 pontos, menor nível desde maio de 2023 (89,5 pontos).

ANÁLISE DE DESEMPENHO DO VAREJO POR RAMO DE ATIVIDADE

Por atividade, em fevereiro de 2024, os dados do comércio varejista do estado baiano, quando comparados aos de fevereiro de 2023, revelam que sete dos oito segmentos que compõem o indicador do volume de vendas registraram comportamento positivo. O crescimento nas vendas foi verificado nos segmentos de *Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação* (27,7%), *Outros artigos de uso pessoal e doméstico* (20,7%), *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos* (14,8%), *Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* (14,8%), *Combustíveis e lubrificantes* (6,0%), *Móveis e eletrodomésticos* (4,6%) e *Tecidos, vestuário e calçados* (2,5%). *Livros, jornais, revistas e papelaria* (-15,9%) foi o único a registrar retração. No que diz respeito aos subgrupos, verifica-se que as vendas de *Hipermercados e supermercados*, *Móveis e Eletrodomésticos* cresceram 15,9%, 6,9% e 3,0%, respectivamente (Gráfico 2).

Na série sem ajuste sazonal, o segmento de *Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo*, *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos*, *Combustíveis e lubrificantes* e *Outros artigos de uso pessoal e doméstico* exerceram as maiores influências positivas para o setor.

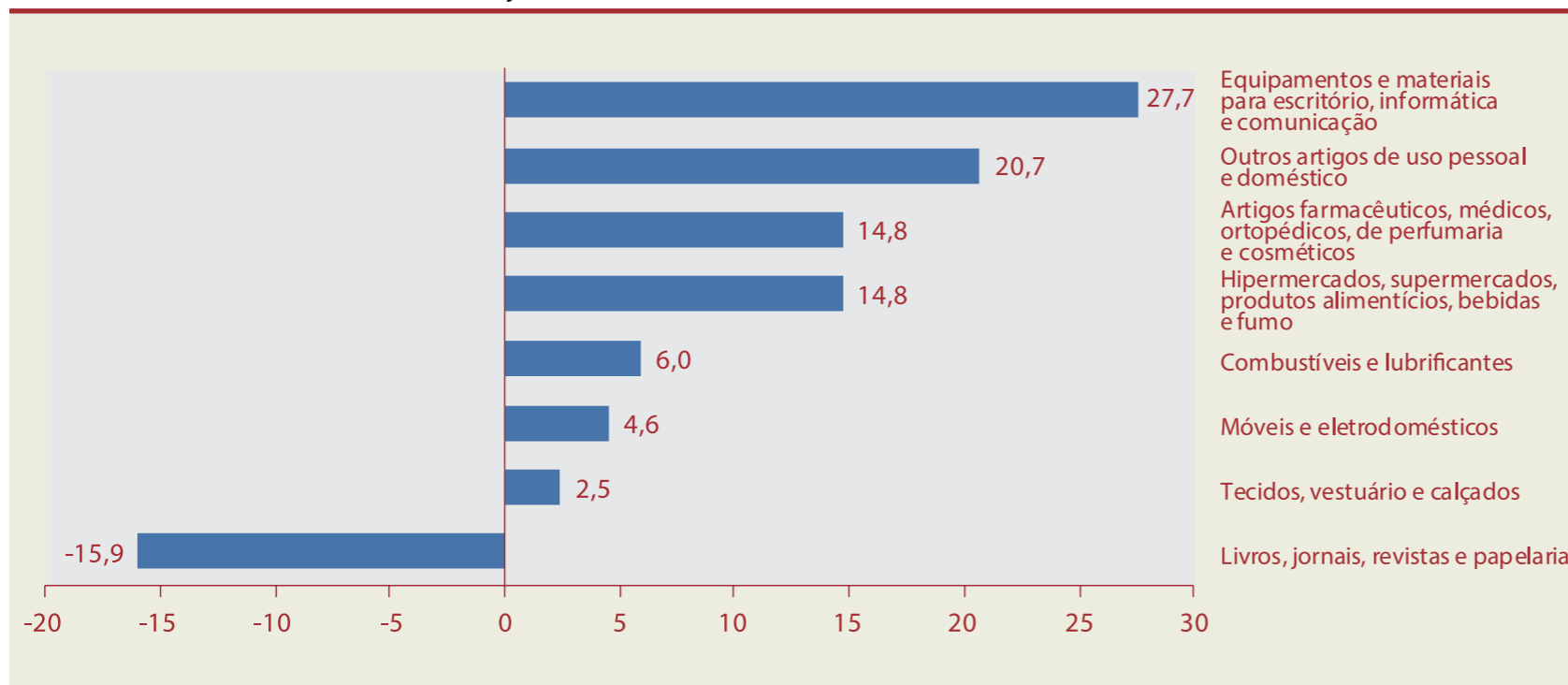
Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo, segmento de maior peso para o indicador de volume de vendas do comércio varejista, manteve crescimento nas vendas pelo nono mês consecutivo. Esse comportamento é influenciado pela menor pressão dos preços e aumento da massa real de rendimento, além do efeito base – uma vez que em igual mês do ano passado as vendas foram negativas em 1,8% –, e em decorrência da expansão do período carnavalesco, que ocorreu durante dez dias na Bahia.

O segundo a influenciar as vendas do setor foi *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos*. O seu desempenho decorre da fraca base de comparação, uma vez que, em igual mês do ano passado, a taxa foi negativa em 8,4%. Além disso, houve desaceleração no grupo *Saúde e cuidados pessoais*, a despeito da elevação dos preços por parte dos produtos farmacêuticos.

O segmento *Combustíveis e lubrificantes* volta a influenciar positivamente as vendas do setor. Apesar da pressão dos preços, o comportamento das vendas pode ser atribuído ao aumento do fluxo de veículos circulando no estado, principalmente na capital baiana, dado o festejo do carnaval.

Outros artigos de uso pessoal e doméstico é o quarto a influenciar as vendas no varejo baiano. O seu comportamento chama atenção, pois esse segmento sofreu os impactos de uma crise contábil em algumas empresas grandes atuantes no mercado, o que levou ao fechamento de lojas físicas. Atividade que engloba lojas de departamentos, óticas, joalherias, artigos esportivos, brinquedos etc. registra pelo segundo mês consecutivo comportamento positivo, tendo no mês de fevereiro a taxa expressiva de 20,7%.

Gráfico 2
Volume de vendas das atividades do comércio varejista* – Bahia – Fev. 2024



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

Tabela 1
Variação do volume de vendas no comércio varejista por atividade – Bahia – 2024

Atividade	Mensal (1)			Ano (2)	Acumulado 12 Meses (3)
	DEZEMBRO	JANEIRO	FEVEREIRO		
Comércio Varejista	3,0	11,7	12,0	11,9	6,4
1 - Combustíveis e lubrificantes	2,3	10,8	6,0	8,5	11,4
2 - Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	9,5	16,8	14,8	15,8	7,1
2.1 - Hipermercados e supermercados	10,0	18,1	15,9	17,0	7,2
3 - Tecidos, vestuário e calçados	-4,3	0,3	2,5	1,4	-4,9
4 - Móveis e eletrodomésticos	-7,9	2,4	4,6	3,4	1,8
4.1 - Móveis	-11,1	3,9	6,9	5,3	-0,8
4.2 - Eletrodomésticos	-3,8	1,2	3,0	2,1	5,1
5 - Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria	13,7	7,5	14,8	11,0	9,6
6 - Equipamentos e material de escritório, informática e comunicação	-9,7	101,5	27,7	48,6	20,0
7 - Livros, jornais, revistas e papelaria	-32,7	-33,3	-15,9	-26,1	-25,1
8 - Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-8,2	0,4	20,7	9,4	-7,3
Atacado Selecionado e Outros (4)	3,9	11,0	12,3	11,6	5,2
9 - Veículos, motocicleta, partes e peças	2,8	12,6	12,4	12,5	5,0
10 - Materiais de construção	18,4	18,4	24,1	21,1	12,3
11 - Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	9,0	5,1	9,3	7,0	-3,4

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 11.

COMPORTAMENTO DO COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO

O comércio varejista ampliado, denominado de *Atacado selecionado e outros*, e que inclui o varejo restrito e mais as atividades de *Veículos, motos, partes e peças, Material de construção e Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo*, apresentou expansão de 12,4% nas vendas, em relação a igual mês do ano anterior. No acumulado do ano, houve crescimento de 11,6%.

O segmento *Veículos, motos, partes e peças* registrou taxa positiva de 12,4% nas vendas em relação a igual mês do ano anterior. Nesse

mês de fevereiro, as vendas no segmento refletem o efeito base de comparação, uma vez que em igual mês do ano passado as vendas dessa atividade foram negativas em 4,0% e do aumento de crédito para o setor, diante das taxas de juros mais atrativas. Para a análise do bimestre, a variação foi positiva em 12,5%.

Em relação a *Material de construção*, a expansão nos negócios foi de 24,1%, na comparação com o mesmo mês de 2023. Esse movimento é atribuído ao arrefecimento dos preços de alguns produtos comercializados no ramo – como nos itens de *Reparos, Material hidráulico, Revestimento de piso e parede etc.* –, à geração

de emprego, elevação real da massa salarial e efeito base, já que em igual mês do ano passado a taxa foi negativa em 3,9%. Para o acumulado do ano, houve crescimento nas vendas em 21,1%.

Quanto ao segmento de *Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo* foi registrada expansão de 9,3%. O crescimento verificado nas vendas nesse segmento também se deve ao efeito renda e ao efeito base. Além do fato de que, nesse mês, houve a realização do carnaval, período em que os vendedores informais aproveitam para fazer uma renda extra, colocando à venda, no “circuito” da festa, produtos adquiridos nesses estabelecimentos. Para o acumulado do ano, a taxa foi positiva em 7,0%.

GOVERNO DO ESTADO DA BAHIA
Jerônimo Rodrigues

SECRETARIA DO PLANEJAMENTO
Cláudio Ramos Peixoto

SUPERINTENDÊNCIA DE ESTUDOS ECONÔMICOS E SOCIAIS DA BAHIA
José Acácio Ferreira

DIRETORIA DE INDICADORES E ESTATÍSTICAS
Armando Affonso de Castro Neto

COORDENAÇÃO DE ACOMPANHAMENTO CONJUNTURAL
Arthur Souza Cruz

ELABORAÇÃO TÉCNICA
Elissandra Britto

COORDENAÇÃO DE DISSEMINAÇÃO DE INFORMAÇÕES
Marília Reis

EDITORIA-GERAL
Elisabete Cristina Teixeira Barretto Guanais

COORDENAÇÃO DE PRODUÇÃO EDITORIAL EDITORIA DE ARTE
Ludmila Nagamatsu

PROJETO GRÁFICO
Vinícius Luz Assunção

REVISÃO ORTOGRÁFICA
2Designers

EDITORIAÇÃO
Autor Visual Design Gráfico
Perivaldo Barreto

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

