

GOVERNO DO ESTADO DA BAHIA
SECRETARIA DO PLANEJAMENTO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA
SUPERINTENDÊNCIA DE ESTUDOS ECONÔMICOS E SOCIAIS DA BAHIA



PESQUISA MENSAL DO
COMÉRCIO
DESEMPENHO ANUAL
DO COMÉRCIO BAIANO / 2001

V.3
Salvador
2002

Governo do Estado da Bahia

Otto Alencar

Secretaria do Planejamento, Ciência e Tecnologia - SEPLANTEC

José Francisco de Carvalho Neto

Superintendência de Estudos Econômicos e Sociais da Bahia - SEI

Cesar Vaz de Carvalho Junior

Diretoria de Indicadores/SEI

Edmundo Sá Barreto Figueirôa

Gerência de Pesquisas -GEPE/SEI

Vania Maria Carvalho Moreira

Equipe Técnica:

Maria de Lourdes Caires /SEI (Análise)

Andrelina Maria de A. Moura/IBGE (Coordenação)

Pesquisa Mensal do Comércio: desempenho anual do
Comércio baiano / 2001.
Salvador : SEI, 2002.
v. 3
Título anterior : Pesquisa Mensal do Comércio - Região
Metropolitana de Salvador : desempenho anual.
Anual

ISSN 1677-6410

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

CDU 339(813.8)(085.6)

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE

Sérgio Besserman Vianna

Departamento Regional Nordeste 1- DERE/NE 1

Artur Ferreira

Diretoria de Pesquisas/IBGE

Martha Mayer

Departamento de Comércio e Serviços

Vânia Maria Carelli Prata

Pesquisadores:

Amanda Campos Almeida

Bruno Tibiriçá Nascimento

Edilton Pereira Cardoso

Hilton Filardis

Jadiel Carneiro de Matos

João Victor de A. Rodrigues

Lenilton Margalho

Luciana dos Santos Souza

Neilma dos Santos Pimentel

Ranielli da S. Santos

Raulino P. da Silva

Estagiário:

Daniel Sampaio Passos

Av. Luiz Viana Filho, 4a Avenida - 2o and. - CAB
CEP 41.750-300 - Salvador - Bahia - Tel.:(71) 3719665
Tel.: (71) 3704823 Fax: (71) 3711853
E-mail:sei.info@bahia.ba.gov.br
Home Page: <http://www.sei.ba.gov.br>

PESQUISA MENSAL DO
COMÉRCIO
DESEMPENHO ANUAL DO COMÉRCIO BAIANO

INSTITUIÇÃO RESPONSÁVEL:

Esta pesquisa vem sendo realizada pelo **IBGE** para todas as unidades da Federação, desde janeiro de 2001.

OBJETIVO:

Produzir indicadores que permitam acompanhar o desempenho do Comércio varejista e de seus principais segmentos.

NOTAS METODOLÓGICAS:

A Superintendência de Estudos Econômicos e Sociais da Bahia, SEI - autarquia vinculada à SEPLANTEC, em parceria com o IBGE, como vinha fazendo anteriormente, a partir de abril de 2001, deu continuidade à análise dos indicadores conjunturais relativos ao comportamento do comércio varejista baiano, cujo levantamento dos dados abrange Salvador e aproximadamente 60 municípios do Estado, selecionados a partir da importância destes na estrutura do comércio varejista.

Numa primeira etapa a pesquisa se restringe às empresas que ocupam 20 ou mais pessoas, e, cujas receitas brutas provenham predominantemente da atividade varejista. Nesse sentido, deve-se ressaltar a mudança na unidade investigada, sendo que em vez do estabelecimento passa-se a investigar a empresa, haja vista esta dispor de registros mais adequados aos objetivos de regionalização da Pesquisa. No estado da Bahia serão pesquisadas mensalmente cerca de 300 empresas, às quais respondem por mais de 2000 estabelecimentos comerciais.

A necessidade de produzir informações sobre a atividade varejista, aliada ao fato de o comércio varejista constituir-se no segmento mais dinâmico da

atividade econômica, refletindo o nível de consumo de mercadorias pelas famílias levaram o IBGE a limitar o âmbito da Pesquisa Mensal do Comércio a seis segmentos varejistas, indicados no quadro abaixo:

Descrição das Atividades Econômicas:

1. Combustíveis e lubrificantes
2. Supermercados, hipermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo
 - 2.1 Supermercados e Hipermercados
3. Tecidos, vestuário e calçados
4. Móveis e eletrodomésticos
5. Outros artigos de uso pessoal e doméstico
6. Veículos, motocicletas, partes e peças

VARIÁVEL PESQUISADA:

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.

A partir da receita bruta de revenda investigada são construídos dois índices: *Índice Nominal de Vendas do Varejo* e *Índice de Volume de Vendas do Varejo*. Este último resulta do deflacionamento 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. Na construção dos índices de preços das UF's não cobertas pelo IPCA, foram usados os relativos de preços da área geográfica mais apropriada.

CONSTRUÇÃO DE INDICADORES:

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 selecionados, exclusive o comércio de veículos, motocicletas, partes e peças). Divulgados para o Brasil e suas 27 Unidades da Federação.

2- *Índices por atividade* - Para os segmentos do varejo, relacionados abaixo, 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.

- **Combustíveis e lubrificantes;**
- **Supermercados, hipermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo;**
- **Vestuário, calçados e tecidos;**
- **Móveis e eletrodomésticos;**
- **Outros artigos de uso pessoal e domésticos**

3- Índices para a atividade de *Veículos e motocicletas, partes e peças*, também divulgados para o Brasil e as 12 Unidades da Federação citadas acima. 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*”.

Tipos de índices - São divulgados quatro tipos de índices:

- **Índice de base fixa mensal:** Compara os níveis nominais e de volume da

Receita Bruta de Revenda do mês de referência do índice com a média mensal obtida no ano de 2000.

- **Índice mensal:** Compara os níveis nominais e de volume da Receita Bruta de Revenda do mês de referência do índice com os obtidos em igual mês do ano anterior;
- **Índice acumulado no ano:** Compara os níveis acumulados nominais e de volume da Receita Bruta de Revenda de janeiro até o mês de referência do índice com os de igual período do ano anterior;
- **Índice acumulado de 12 meses:** Compara os níveis acumulados nominais e de volume da Receita Bruta de Revenda dos últimos 12 meses de referência do índice com os de igual período imediatamente anterior.

- **Observações:**

1- Não se divulga o **INDICE MÊS/MÊS ANTERIOR** porque como instrumento de análise de desempenho só faz sentido quando se refere a uma série com ajuste sazonal, procedimento que ainda não é possível pelo curto período da série da PMC.

2- Os índices do mês de referência poderão ser alterados na divulgação do mês subsequente, em virtude de retificações nos dados primários por parte dos informantes da pesquisa.

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

PESQUISA MENSAL DO
COMÉRCIO
DESEMPENHO ANUAL DO COMÉRCIO BAIANO/2001

No início de 2001 as perspectivas eram de que se consolidaria no país a retomada do crescimento econômico. Entretanto, a partir do primeiro semestre desse ano os indicadores econômicos começaram a demonstrar tendência à desaceleração do nível de atividade, a qual foi determinante para no período janeiro-dezembro01/janeiro-dezembro00 o Volume de Vendas do Comércio Varejista do estado da Bahia retrair-se em 0,30%. Considerando-se que o setor encerrou o ano de 2000 apresentando desaquecimento das vendas da ordem de 0,50%, pode-se afirmar que, apesar das sucessivas crises enfrentadas pelo País e da política monetária recessiva, esse foi um ano de estabilidade para o setor. Quanto ao comércio varejista do país apurou-se, no período, variação negativa de 1,29% sobre igual período do ano anterior.

No referente ao Indicador do Valor Nominal de Vendas, ou seja, o faturamento do comércio sem excluir as alterações de preços no período considerado, a pesquisa apontou incremento de 5,10% para o Comércio Varejista Nacional, enquanto que no estado da Bahia, apesar da queda nas vendas de Móveis e eletrodomésticos, esta não impediu que o varejo baiano encerrasse o período jan-dez01/jan-dez00 com acréscimo de 9,29% nesse Indicador.

Essas taxas foram apuradas pela Nova Pesquisa Mensal do Comércio Varejista, realizada pelo **Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE**, em todas as Unidades da Federação, a qual apresentando algumas modificações metodológicas especialmente de abrangência que era restrita à Região Metropolitana de Salvador, veio substituir a PMC anterior. A

Superintendência de Estudos Econômicos e Sociais da Bahia, SEI-autarquia vinculada à SEPLANTEC, em parceria com o referido órgão oficial de estatística, como vinha fazendo anteriormente desde o mês de abril de 2001 vem analisando e divulgando os indicadores conjunturais relativos ao comportamento do comércio varejista baiano, cujo levantamento dos dados abrange Salvador e aproximadamente 60 municípios do Estado, selecionados a partir da importância destes na estrutura do comércio varejista.

A pesquisa se restringe às empresas que ocupam 20 ou mais pessoas, e, cujas receitas provêm predominantemente da atividade varejista. Nesse sentido, ressalta-se a mudança na unidade investigada, sendo que em vez do estabelecimento passou-se a investigar a empresa, haja vista esta dispor de registros mais adequados aos objetivos de regionalização da Pesquisa. No estado da Bahia são pesquisadas mensalmente cerca de 300 empresas, as quais respondem por mais de 2000 estabelecimentos comerciais.

Quando se analisam os indicadores do desempenho do comércio varejista no período jan-dez01/jan-dez00, tomando-se como base comparativa igual período de 2000 constata-se que dos cinco ramos que compõem o Índice Geral do Varejo, o segmento de **Combustíveis e lubrificantes** contribuiu com a taxa mais significativa 5,20%, seguido do grupo de **Demais artigos de uso pessoal e doméstico** (3,99%) e **Tecidos, vestuário e calçados** (0,15%). Por outro lado, como era previsto, o segmento de **Móveis e eletrodomésticos** encerrou o ano apresentando a mais acentuada retração (-10,11%). Tiveram também contribuições negativas: **Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo** (-3,01%), enquanto que os **Hipermercados e**

supermercados apresentaram retração de 1,22% no Indicador do Volume de Vendas. Os resultados auspiciosos dos primeiros meses deste ano permitiram ao ramo de **Veículos, motos, partes e peças** contabilizar, no período, recuo de apenas 0,42% na comercialização de automóveis. Embora os resultados desse segmento não sejam computados na formação do Indicador Geral do Varejo, o mesmo permaneceu inserido na pesquisa dada a sua importância no contexto do setor comercial.

O comércio varejista constitui-se na principal atividade a refletir de imediato às alterações da política macroeconômica. Esse fato foi constatado no final do ano de 2000 e nos primeiros meses desse ano quando os sinais de recuperação dos indicadores de emprego e renda impulsionaram as vendas, gerando expectativas de que o ano seria bastante auspicioso para o setor. Mas, a partir do mês de maio o varejo brasileiro como um todo começou a registrar sucessivas quedas do nível de atividade, conseqüência das medidas restritivas do crescimento econômico. Os reflexos das sucessivas crises na economia externa, as medidas de contenção do consumo de energia, a alta do dólar e os efeitos psicológicos dos atentados terroristas aos Estados Unidos arrefeceram as expectativas de o comércio varejista encerrar o ano apresentando a expansão considerável nas vendas que se previa no início de 2001. Merece destacar que no auge da crise de energia muitos analistas de mercado esperavam redução da oferta de produtos, conseqüência do racionamento. Contudo, o recuo no ritmo de crescimento do varejo deu-se em razão da retração na demanda, e, não pela falta de produtos.

Além dos fatores citados, no ano passado, a greve das polícias civil e militar e o aumento das taxas de juros contribuíram decisivamente para impedir o desempenho do comércio varejista baiano. Na avaliação de empresários e analistas de mercado, dentre os vários fatores que se constituem empecilhos para impulsionar o varejo, o aumento da taxa de juros tem sido determinante. Em janeiro a taxa básica de juros da economia situava-se em 15,75%, porém, as autoridades monetárias aumentaram 3,25 pontos percentuais, atingindo

em julho 19%. Em dezembro, o Copom-Comitê de Política Monetária manteve a mesma estabilizada nesse patamar. Na avaliação das autoridades monetárias, a incertezas na economia externa e a alta da inflação acima das metas estabelecidas pelo governo constituíram empecilhos à redução da taxa de juros. O aumento dos juros visando conter a demanda agregada e a elevação dos preços, além de reduzir o nível de atividade das empresas aumenta o desemprego, gerando desaquecimento da economia.

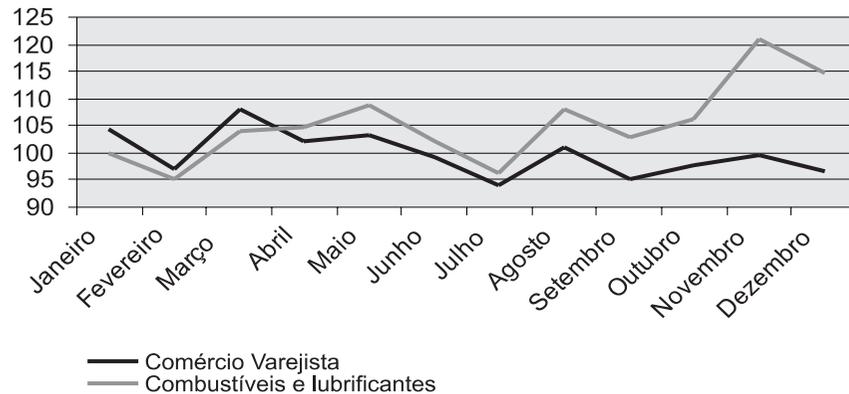
Os juros determinados pelas autoridades monetárias servem de parâmetro para os bancos estabelecerem as taxas cobradas nos empréstimos pessoais, e o comércio às cobradas no financiamento direto ao consumidor. No entanto, de acordo com os empresários, os níveis de inadimplência os obrigam a embutir nos juros a chamada taxa de riscos, a qual contribui para elevá-los.

De acordo com os dados da PMC, de janeiro a dezembro de 2001 a mais significativa taxa de expansão do Indicador do Volume de Vendas 8,14% foi obtida no comparativo do período março 01/ março 00, cujos ramos de atividade, exceto combustíveis e lubrificantes, tiveram naquele mês os melhores desempenhos do ano. Por outro lado, a mais acentuada retração 5,81% no nível da atividade varejista foi apurada no comparativo do período julho01/julho00. Esta taxa reflete os transtornos causados pela greve das polícias civil e militar, em decorrência da qual não só os estabelecimentos comerciais, mas, também os bancos foram obrigados a interromper as suas atividades por vários dias, no início do mês de julho.

No contexto das atividades pesquisadas no período jan-dez01/jan-dez00, o principal desempenho positivo foi constatado no segmento de **Combustíveis e lubrificantes** cujo acréscimo no Indicador do Volume de Vendas foi da ordem de 5,20%. Às promoções de vendas com cartões de crédito e cheques pré-datados contribuíram para a obtenção deste resultado. Por se tratar de um segmento cujos preços são administrados pelo governo, em 2001 esses foram reajustados duas vezes, nos meses de julho e de

outubro, os quais provocaram impactos no cálculo dos índices que medem a inflação no país, comprometendo a meta prevista para esse ano. Na avaliação das autoridades governamentais, os reajustes deram-se em razão da fórmula de cálculo entre a variação do preço do barril de petróleo no mercado internacional e a flutuação do dólar no período.

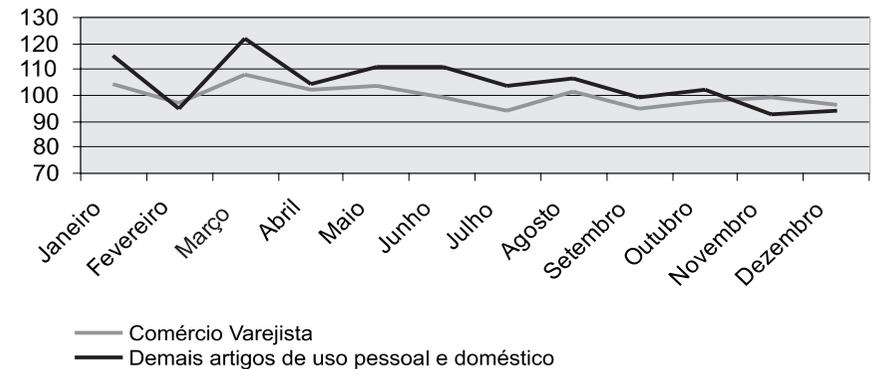
Pesquisa Mensal do Comércio
Indicador do Volume de Vendas-Bahia
Comparação do Setor de Combustíveis e Lubrificantes com o Comércio Varejista-2001



O grupo de **Demais artigos de uso pessoal e doméstico** encerrou o ano de 2001 com expansão de 3,99% no Indicador do Volume de Vendas. Esse desempenho pode ser creditado ao diversificado mix de produtos comercializados pelas lojas que compõem o grupo. Dentre estas se incluem lojas de departamento, farmácias, drogarias e perfumarias e às que comercializam: cds, aparelhos de telefones celulares, artigos desportivos e de papelaria, brinquedos, material ótico e fotográfico etc. Os dados obtidos pela pesquisa têm confirmado que nos períodos de sazonalidade as vendas desses artigos são impulsionadas, já que a elevação das taxas de juros e a perda do poder aquisitivo de parcela considerável da população os obrigam

a adquirir produtos de menor valor, cujas vendas são predominantemente à vista. Desonerando os lojistas da inadimplência e os consumidores dos altos juros cobrados pelo varejo. Por outro lado, os equipamentos de informática, que também integram esse ramo de atividade, tiveram no ano passado constantes quedas nas vendas em razão dos reajustes de preço, consequência da elevação do dólar, haja vista o setor utilizar componentes importados.

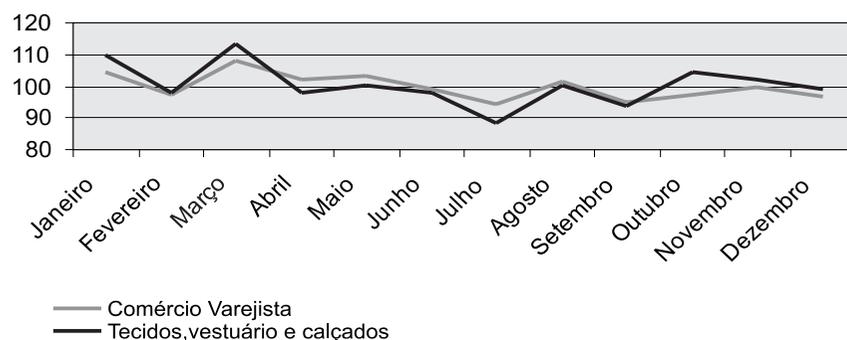
Pesquisa Mensal do Comércio
Indicador do Volume de Vendas-Bahia
Comparação do Setor de Demais artigos de uso pessoal e domésticos com o Comércio Varejista-2001



Durante todo o ano passado foi no mês de março que o ramo de **Tecidos, vestuário e calçados** apresentou a mais expressiva taxa de expansão nas vendas. Tal resultado foi preponderante para o segmento amenizar o fraco desempenho dos meses subsequentes e encerrar o período janeiro-dezembro01/janeiro-dezembro00 com modesto crescimento de 0,15% no Indicador do Volume de Vendas. Esta taxa resultou da elevação nas vendas motivada pela promoção **Liquida Salvador**, realizada esse ano no final do mês de março e início de abril, sendo considerada uma estratégia para atrair os consumidores. Objetivando renovar os estoques e aumentar o capital de

giro das empresas, os lojistas dos diversos segmentos do varejo num esforço conjunto promoveram mais uma vez a liquidação. Nos meses seguintes observaram-se sucessivas quedas nas vendas destes artigos. Nem mesmo as datas comemorativas, como: Dia das Mães, São João, Dia dos Pais, Natal etc., que tradicionalmente impulsionam as receitas brutas do ramo, nesse ano, não conseguiram dinamizar os negócios do setor.

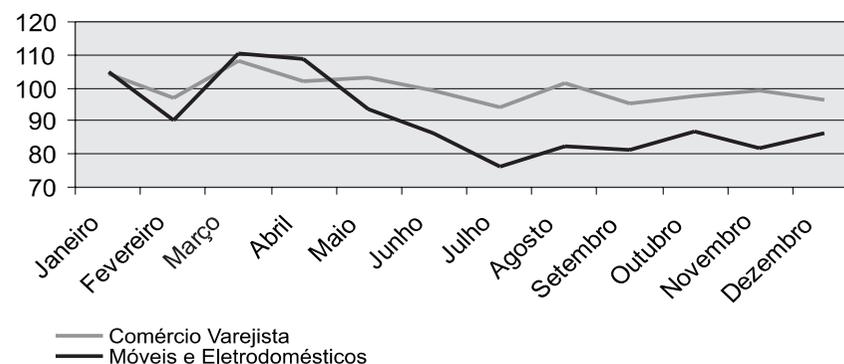
Pesquisa Mensal do Comércio
Indicador do Volume de Vendas- Bahia
Comparação do Setor de Tecidos, vestuário e calçados com o
Comércio Varejista-2001



Os sinais de recuperação da economia em 2000 e início de 2001 beneficiaram o segmento mais dinâmico do varejo que é o de bens de consumo duráveis. Entretanto, como já era previsto a partir de maio o ramo de **Móveis e eletrodomésticos** sinalizou desaceleração do ritmo de atividade, encerrando o ano com desempenho negativo de 10,11% no Indicador do Volume de Vendas. O mês de maio do ano passado antecedeu a implementação das medidas de contenção do consumo de energia elétrica, deixando os consumidores extremamente cautelosos quanto ao comportamento da economia do país. Nos meses seguintes, se constatou que as medidas de racionamento adotadas pelo governo para atenuar os

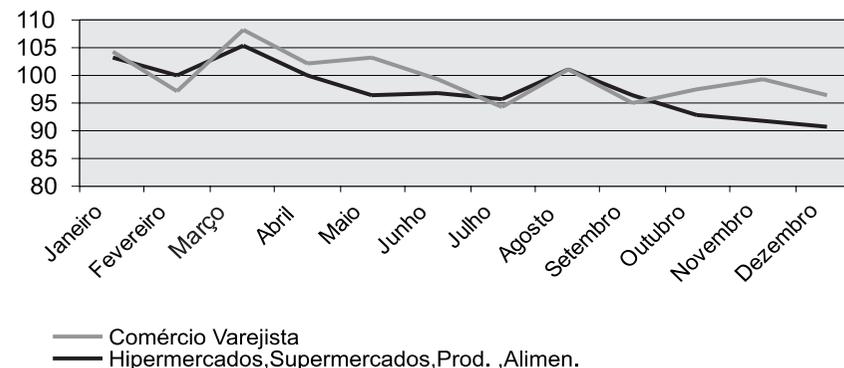
efeitos da crise de energia atingiram diretamente as vendas de eletrodomésticos. Os indicadores conjunturais desfavoráveis acentuaram o quadro recessivo do país, provocando retração nas vendas essencialmente nos segmentos de bens duráveis. Ademais, as altas taxas de juros cobradas nos financiamentos do crédito direto ao consumidor, elevando consideravelmente o preço final do produto, a alta do dólar e a insegurança gerada pela possibilidade do desemprego foram determinantes para o consumidor evitar as compras a prazo. O comportamento dos setores que comercializam bens de consumo duráveis é determinado pela capacidade de endividamento das famílias, cuja maior parcela é constituída pela classe média, a qual vem acumulando nos últimos anos redução do seu poder de compra, em decorrência da não reposição de perdas salariais. O aumento do desemprego e a ampliação dos prazos de financiamento desde o ano de 2000 e início de 2001 elevaram a inadimplência no comércio varejista. Diante deste fato, o crediário tornou-se mais seletivo, o prazo de parcelamento das compras foi reduzido, ocasionando retração nas vendas a crédito, sendo que em setembro essas alcançaram o menor nível do ano.

Pesquisa Mensal do Comércio
Indicador do Volume de Vendas-Bahia
Comparação do Setor Móveis e Eletrodomésticos com o
Comércio Varejista-2001



Outro setor que se ressentiu da queda do poder aquisitivo dos consumidores em 2001 foi o de **Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo** cujo Volume de Vendas retraiu-se em -3,01%. Quando desagregada a estrutura do grupo, verificou-se que o Indicador do subgrupo de **Hipermercados e supermercados** apresentou, também, variação negativa, atingindo -1,22%. No contexto dos ramos pesquisados, esse se constitui no mais representativo, respondendo por mais de 40% do faturamento total do comércio varejista. O arrefecimento das vendas deste ramo influenciou decisivamente o comportamento do varejo. No período de janeiro a maio de 2001 o segmento supermercadista apresentou contribuição positiva na formação da taxa que mede o desempenho do setor. Tal fato se atribui à variedade de produtos comercializados por esses estabelecimentos, os quais passaram a vender artigos que anteriormente só eram encontrados em lojas especializadas. Também, merece destacar que as constantes promoções empreendidas pelas grandes redes, o parcelamento das vendas através do cartão de crédito próprio e o funcionamento ininterrupto de várias destas lojas contribuíram para impulsionar as transações comerciais no período. Contudo, a partir de junho o segmento começou a apresentar declínio nas vendas. Comparando-se o desempenho de dezembro de 2001 com o de dezembro de 2000 observa-se retração de 12,14% nas vendas. Em 2001 constatou-se no segmento acentuado declínio na comercialização de produtos importados. Na avaliação dos empresários do ramo supermercadista o recuo da demanda destes produtos atingiram, no período, cerca de 50%. Tal fato se justifica pelo aumento de preços dos produtos importados decorrentes da alta do dólar, contribuindo para elevar a demanda dos produtos nacionais, uma vez que a queda de rendimento das famílias e o aumento de preços decorrente da desvalorização cambial impediram que parcela significativa dos consumidores os adquirissem.

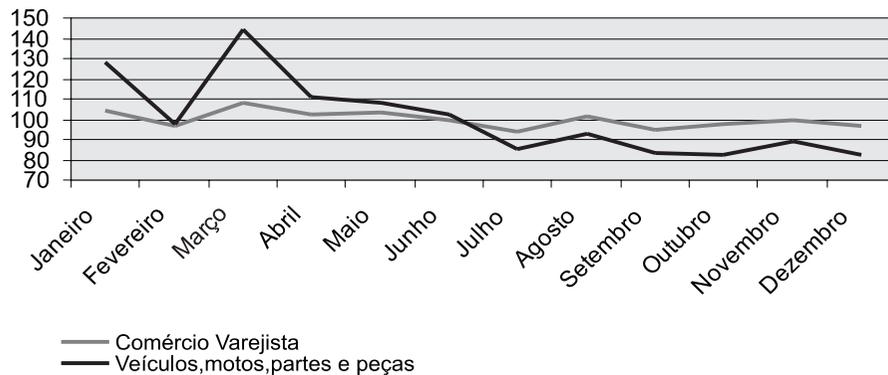
Pesquisa Mensal do Comércio
Indicador do Volume de Vendas-Bahia
Comparação do Setor de Hipermercados e Supermercados com o
Comércio Varejista-2001



Os bons resultados obtidos nos primeiros meses deste ano permitiram ao ramo de **Automóveis, motos, partes e peças** contabilizar no período jan-dez01/jan-dez00 declínio de apenas 0,42% no Indicador do Volume de Vendas. Essa taxa retrata as dificuldades encontradas pelos segmentos de bens duráveis que, por se tratar da comercialização de bens de valor unitário mais elevado e destinados às camadas de renda mais altas, têm nos juros e no crédito direto ao consumidor, sobretudo no segmento de carros populares, instrumentos fundamentais de elevação das vendas. Para os representantes do setor, as vendas de automóveis novos no primeiro semestre de 2001 superaram as expectativas, porém, no segundo semestre ficaram muito aquém do previsto. No âmbito da indústria automotiva, nos primeiros meses desse ano, as expectativas eram de que a produção de automóveis atingiria o recorde histórico de 1997. Porém, os resultados obtidos no acumulado do ano demonstraram que tal projeção não veio a se confirmar. No período analisado, o setor apresentou em março o desempenho mais relevante, cujas vendas expandiram-se em 44,63%. Entretanto, a partir de julho começou a registrar desaquecimento das vendas, o que pode ser explicado pelas

incertezas na economia do país, dado que o segmento de bens duráveis reflete de imediato às alterações na política macroeconômica. As sucessivas crises enfrentadas pelo país aliadas a uma política monetária recessiva contribuíram para afetar a confiança do consumidor brasileiro. Nem mesmo a intensificação das campanhas promocionais nas grandes revendedoras, oferecendo juro zero na aquisição do carro novo ou as feiras de automóveis realizadas nos fins de semana foram capazes de reduzir os altos estoques existentes nas concessionárias e nas montadoras, às quais se viram obrigadas a reduzir a jornada de trabalho e demitir empregados.

Pesquisa Mensal do Comércio
Indicador do Volume de Vendas- Bahia
Comparação do Setor de Veículos, motos, partes e peças com o
Comércio Varejista-2001



Índice nominal de vendas no varejo, por atividades - Estado da Bahia - ano de 2001⁽¹⁾

Atividades	Meses												Acumul. Jan-Dez
	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez	
Comércio Varejista	113,11	107,05	117,56	111,99	113,50	109,54	105,76	107,02	103,28	108,00	109,94	105,66	109,29
Combustíveis e lubrificantes	124,38	124,52	127,38	125,79	129,35	123,48	121,43	121,37	117,92	123,39	136,29	123,33	124,90
Hipermercados, supermercados, prod. alim., bebidas e fumo.	106,18	103,73	110,31	107,16	109,12	106,21	103,3	106,72	-98,40	101,21	102,55	102,68	104,69
Hipermercados e supermercados	109,87	107,88	114,36	110,35	112,09	111,08	111,22	114,09	107,58	101,30	102,77	100,58	107,71
Tecidos,vestuário e calçados	112,25	100,19	117,14	101,70	104,47	101,65	90,93	102,18	95,05	106,86	104,78	103,56	103,23
Móveis e eletrodomésticos	110,82	95,60	118,26	114,73	98,17	90,68	81,03	85,76	86,21	93,01	86,85	91,07	94,99
Demais artigos de uso pessoal e domésticos	115,93	95,54	123,38	105,88	113,39	112,97	105,03	107,24	102,54	106,13	97,49	99,14	105,48
Veículos,motos, partes e peças.	133,01	98,37	144,93	113,72	112,45	107,15	90,12	96,97	87,50	84,70	93,73	86,24	102,85

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

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

Índice volume de vendas no varejo, por atividades - Estado da Bahia - ano de 2001⁽¹⁾

Atividades	Meses												Acumul. Jan-Dez
	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez	
Comércio Varejista	104,20	97,07	108,14	102,20	103,30	99,21	94,19	101,22	95,06	97,60	99,41	96,48	99,70
Combustíveis e lubrificantes	99,86	95,18	104,04	104,56	108,89	102,26	96,18	107,89	102,73	106,15	121,02	114,79	105,20
Hipermercados, supermercados, prods. alim., bebidas e fumo.	103,08	100,01	105,53	99,84	96,45	96,84	95,73	100,94	96,38	92,96	91,93	90,83	96,99
Hipermercados e supermercados	105,22	102,82	108,23	101,92	102,07	99,62	99,94	105,54	93,97	91,78	90,84	87,86	98,78
Tecidos,vestuário e calçados	109,99	98,18	113,34	98,08	100,44	98,08	88,59	100,29	93,56	104,39	101,94	99,20	100,15
Móveis e eletrodomésticos	104,69	90,09	110,33	108,65	93,37	86,13	76,17	82,4	81,3	87,13	81,80	86,26	89,89
Demais artigos de uso pessoal e domésticos	115,14	94,74	122,10	104,54	110,63	110,88	103,61	106,82	99,49	101,87	92,51	93,84	103,99
Veículos,motos,partes e peças.	128,43	97,43	144,63	111,35	108,08	102,10	85,68	92,85	83,53	82,01	89,37	82,35	99,58

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

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

Variação nominal de vendas no varejo, por atividades - Estado da Bahia - ano de 2001⁽¹⁾

Atividades	Meses												Acumul.
	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez	Jan-Dez
Comércio Varejista	13,11	7,05	17,56	11,99	13,50	9,54	5,76	7,02	3,28	8,00	9,94	5,66	9,29
Combustíveis e lubrificantes	24,38	24,52	27,38	25,79	29,35	23,48	21,43	21,37	17,92	23,39	36,29	23,33	24,90
Hipermercados, supermercados, prods. alim., bebidas e fumo.	6,18	3,73	10,31	7,16	9,12	6,21	3,30	6,72	-1,60	1,21	2,55	2,68	4,69
Hipermercados e supermercados	9,87	7,88	14,36	10,35	12,09	11,08	11,22	14,09	7,58	1,30	2,77	0,58	7,71
Tecidos,vestuário e calçados	12,25	0,19	17,14	1,70	4,47	1,65	-9,07	2,18	-4,95	6,86	4,78	3,56	3,23
Móveis e eletrodomésticos	10,82	-4,40	18,26	14,73	-1,83	-9,32	-18,97	-14,24	-13,79	-6,99	-13,15	-8,93	-5,01
Demais artigos de uso pessoal e domésticos	15,93	-4,46	23,38	5,88	13,39	12,97	5,03	7,24	2,54	6,13	-2,51	-0,86	5,48
Veículos,motos,partes e peças.	33,01	-1,63	44,93	13,72	12,45	7,15	-9,88	-3,03	-12,50	-15,30	-6,27	-13,76	2,85

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

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

Varição do volume de vendas no varejo, por atividade - Estado da Bahia - ano de 2001⁽¹⁾

Atividades	Meses												Acumul.
	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez	Jan-Dez
Comércio Varejista	4,20	-2,93	8,14	2,20	3,30	-0,79	-5,81	1,22	-4,94	-2,40	-0,59	-3,52	-0,30
Combustíveis e lubrificantes	-0,14	-4,82	4,04	4,56	8,89	2,26	-3,82	7,89	2,73	6,15	21,02	14,79	5,20
Hipermercados, supermercados, prods. alim., bebidas e fumo.	3,08	0,01	5,53	-0,16	-3,55	-3,18	-4,27	0,94	-3,62	-7,04	-8,07	-9,17	-3,01
Hipermercados e supermercados	5,22	2,82	8,23	1,92	2,07	0,38	-0,06	5,54	-6,03	-8,22	-9,16	-12,14	-1,22
Tecidos,vestuário e calçados	9,99	-1,82	13,34	-1,92	0,44	-1,92	-11,41	0,29	-6,44	4,39	1,94	-0,80	0,15
Móveis e eletrodomésticos	4,69	-9,91	10,33	8,65	-6,63	-13,87	-23,83	-17,60	-18,7	-12,87	-18,20	-13,74	-10,11
Demais artigos de uso pessoal e domésticos	15,14	-5,26	22,10	4,54	10,63	10,88	3,61	6,82	-0,51	1,87	-7,49	-6,16	3,99
Veículos,motos,partes e peças.	28,43	-2,57	44,63	11,35	8,08	2,10	-14,32	-7,15	-16,47	-17,99	-10,63	-17,65	-0,42

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

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

Variável = Índice de volume de vendas no varejo

Tipos de índice = Índice base fixa (base:2000=100) (Número índice)

Brasil Unidade da Federação	Mês											
	jan/01	fev/01	mar/01	abr/01	mai/01	jun/01	jul/01	ago/01	set/01	out/01	nov/01	dez/01
Brasil	93,34	88,01	98,30	94,38	98,12	94,35	95,00	98,25	93,49	99,47	97,69	134,12
Maranhão	91,86	80,23	87,80	83,18	101,32	92,79	98,25	95,57	87,72	97,41	95,55	137,33
Piauí	125,85	104,53	97,17	85,11	97,88	93,71	97,48	99,84	92,06	98,81	97,40	146,19
Ceará	98,47	85,93	91,84	86,78	99,5	91,69	98,71	102,97	92,22	99,87	98,86	139,64
Rio Grande do Norte	94,92	87,08	96,80	93,49	97,22	95,01	99,40	100,83	98,26	99,01	99,52	138,96
Paraíba	98,24	88,05	96,29	91,90	100,25	100,03	93,81	99,91	91,19	98,96	100,51	142,27
Pernambuco	96,28	86,63	99,79	91,93	96,16	94,91	90,8	93,03	87,94	93,39	96,30	140,56
Alagoas	96,44	88,53	93,45	89,03	94,75	93,76	90,96	90,66	83,28	90,33	92,79	139,90
Sergipe	97,93	93,76	99,27	92,93	97,37	96,91	84,63	83,16	89,23	94,00	92,50	126,87
Bahia	97,24	90,26	102,3	96,61	100,31	99,69	92,13	100,5	91,65	97,23	97,52	130,97

Fonte: IBGE - Pesquisa Mensal de Comércio

Variável = Índice de volume de vendas no varejo

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

Brasil Unidade da Federação	Mês											
	jan/01	fev/01	mar/01	abr/01	mai/01	jun/01	jul/01	ago/01	set/01	out/01	nov/01	dez/01
Brasil	2,21	-4,73	2,16	-2,02	-2,10	-0,99	-3,90	-0,22	-2,67	1,59	-1,83	-2,42
Maranhão	-6,70	-15,35	-3,93	-6,78	3,72	-3,47	-5,66	-3,75	-6,80	2,36	-2,41	-3,09
Piauí	6,31	-5,16	6,56	-1,72	0,92	-0,21	0,46	8,21	1,77	8,18	5,31	5,06
Ceará	3,24	-4,07	5,52	-3,67	1,32	-2,31	-2,78	-0,94	-3,49	1,18	-2,82	-3,29
Rio Grande do Norte	-1,68	-7,54	0,81	0,33	-0,36	-2,66	2,39	3,83	0,72	4,75	-0,81	0,48
Paraíba	2,14	-2,61	13,65	4,58	3,77	1,64	-4,46	0,34	-5,03	1,03	-4,63	-4,30
Pernambuco	0,01	-8,00	7,64	-0,72	-2,66	-3,95	-3,94	-6,00	-6,72	0,19	-6,57	-1,41
Alagoas	3,57	-2,01	3,86	-2,12	-4,67	-7,07	-4,44	-6,78	-12,84	-6,63	-8,66	-6,12
Sergipe	1,48	4,48	6,90	-3,16	-1,90	-0,09	-12,11	-13,95	-8,19	-3,61	-8,34	-9,45
Bahia	4,20	-2,93	8,14	2,20	3,30	-0,79	-5,81	1,22	-4,94	-2,40	-0,59	-3,52

Fonte: IBGE - Pesquisa Mensal de Comércio

Variável = Índice nominal de vendas no varejo

Tipos de índice = Índice base fixa (base:2000=100) (Número índice)

Brasil Unidade da Federação	Mês											
	jan/01	fev/01	mar/01	abr/01	mai/01	jun/01	jul/01	ago/01	set/01	out/01	nov/01	dez/01
Brasil	96,59	91,21	103,14	99,30	103,12	99,19	100,84	104,26	100,23	107,87	106,79	147,24
Maranhão	96,41	84,65	92,68	89,09	106,91	97,97	104,47	101,57	93,75	105,88	105,41	152,15
Piauí	131,73	109,91	102,48	90,04	102,63	98,73	103,15	106,02	98,00	107,17	106,86	161,63
Ceará	103,47	91,06	97,53	92,35	105,19	97,28	105,27	110,87	98,66	109,09	109,42	155,08
Rio Grande do Norte	100,17	92,74	103,47	99,69	102,83	100,59	106,25	107,87	105,51	108,73	110,14	154,93
Paraíba	102,54	91,93	100,79	96,90	105,74	105,34	100,34	106,83	98,33	107,32	109,60	157,38
Pernambuco	100,08	89,95	103,92	96,62	101,19	99,78	97,11	99,29	95,08	101,68	105,48	156,83
Alagoas	100,35	91,87	97,33	93,31	99,36	98,19	96,74	94,76	89,30	97,41	100,87	154,02
Sergipe	102,71	97,98	104,30	98,55	103,50	102,92	91,50	101,31	97,10	102,95	101,91	141,51
Bahia	104,25	97,35	110,33	104,52	108,71	108,47	103,44	110,70	103,97	112,51	113,02	151,75

Fonte: IBGE - Pesquisa Mensal de Comércio

Variável = Índice nominal de vendas no varejo

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

Brasil Unidade da Federação	Mês											
	jan/01	fev/01	mar/01	abr/01	mai/01	jun/01	jul/01	ago/01	set/01	out/01	nov/01	dez/01
Brasil	8,28	1,24	9,45	5,35	5,31	6,28	2,00	3,66	1,87	7,43	4,31	3,73
Maranhão	-0,24	-8,03	3,25	2,53	12,13	4,24	0,32	-	-3,03	7,55	4,07	2,98
Piauí	12,9	2,00	14,44	6,28	8,33	7,45	6,31	12,32	5,46	13,45	11,86	11,58
Ceará	11,03	5,12	14,64	5,30	10,03	6,31	3,68	4,12	0,05	6,53	3,85	2,92
Rio Grande do Norte	7,01	2,92	11,29	10,70	8,91	6,45	9,46	7,52	4,21	10,29	5,63	6,90
Paraíba	9,16	4,30	21,85	12,76	12,54	9,06	2,19	4,81	-1,30	6,27	0,14	1,43
Pernambuco	5,06	-3,00	13,86	6,17	4,75	2,49	2,77	-1,67	-2,37	5,99	-0,91	6,05
Alagoas	9,87	3,58	10,29	4,68	2,39	-1,19	1,62	-4,57	-9,64	-2,09	-3,97	-0,50
Sergipe	8,48	11,46	14,45	4,64	6,88	8,04	-4,97	2,37	-3,85	1,98	-2,80	-3,30
Bahia	13,11	7,05	17,56	11,99	13,5	9,54	5,76	7,02	3,28	8,00	9,94	5,66

Fonte: IBGE - Pesquisa Mensal de Comércio

Variável = Índice de volume de vendas no varejo

Tipos de índice = Índice base fixa (base:2000=100) (Número índice)

Brasil Unidade da Federação	Mês											
	jan/01	fev/01	mar/01	abr/01	mai/01	jun/01	jul/01	ago/01	set/01	out/01	nov/01	dez/01
Brasil	93,34	88,01	98,3	94,38	98,12	94,35	95,00	98,25	93,49	99,47	97,69	134,12
Bahia	97,24	90,26	102,3	96,61	100,31	99,69	92,13	100,5	91,65	97,23	97,52	130,97

Fonte: IBGE - Pesquisa Mensal de Comércio

Variável = Índice de volume de vendas no varejo

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

Brasil Unidade da Federação	Mês											
	jan/01	fev/01	mar/01	abr/01	mai/01	jun/01	jul/01	ago/01	set/01	out/01	nov/01	dez/01
Brasil	2,21	-4,73	2,16	-2,02	-2,10	-0,99	-3,90	-0,22	-2,67	1,59	-1,83	-2,42
Bahia	4,20	-2,93	8,14	2,20	3,30	-0,79	-5,81	1,22	-4,94	-2,40	-0,59	-3,52

Fonte: IBGE - Pesquisa Mensal de Comércio

Variável = Índice de volume de vendas no varejo

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

Brasil Unidade da Federação	Mês											
	jan/01	fev/01	mar/01	abr/01	mai/01	jun/01	jul/01	ago/01	set/01	out/01	nov/01	dez/01
Brasil	2,21	-1,28	-0,09	-0,59	-0,91	-0,92	-1,36	-1,21	-1,37	-1,07	-1,14	-1,29
Bahia	4,20	0,64	3,17	2,92	3,00	2,34	1,15	1,16	0,48	0,18	0,11	-0,30

Fonte: IBGE - Pesquisa Mensal de Comércio

Variável = Índice nominal de vendas no varejo

Tipos de índice = Índice base fixa (base:2000=100) (Número índice)

Brasil Unidade da Federação	Mês											
	jan/01	fev/01	mar/01	abr/01	mai/01	jun/01	jul/01	ago/01	set/01	out/01	nov/01	dez/01
Brasil	96,98	91,58	102,79	99,40	103,26	99,33	101,19	104,62	100,48	108,29	107,2	147,8
Bahia	104,25	97,35	110,33	104,52	108,71	108,47	103,44	112,55	103,97	112,59	112,98	151,62

Fonte: IBGE - Pesquisa Mensal de Comércio