

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

2002

Governo do Estado da Bahia

Paulo Ganem Souto

Secretaria do Planejamento, Ciência e Tecnologia - SEPLANTEC

Armando Avena

Superintendência de Estudos Econômicos e Sociais da Bahia - SEI

Cesar Vaz de Carvalho Junior

Diretoria de Estatísticas e Indicadores/SEI

Edmundo Sá Barreto Figueirôa

Gerência de Pesquisas -GEPE/SEI

Vania Maria Carvalho Moreira

Maria de Lourdes Caires /SEI (Análise)

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE

Eduardo Pereira Nunes

Pesquisa Mensal do Comércio: desempenho anual do comércio
baiano / 2002.

Salvador : SEI, 2003.

v. 4

Anual

ISSN 1677-6410

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

CDU 339 (813.8) (085.6)

Av. Luiz Viana Filho, 4a Avenida, 435

CEP 41.750-300 - Salvador - Bahia

Fone: (071) 370.4704 - Fax: (071) 371.1853

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

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

Departamento Regional Nordeste 1- DERE/NE 1

Artur Ferreira

Diretoria de Pesquisas/IBGE

Martha Mayer

Departamento de Comércio e Serviços

Vânia Maria Carelli Prata

Gerente da PMC/DECSE

Janice R. M. de Figueiredo

Coordenadora Estadual da PMC/IBGE

Andrelina M^a de Almeida Moura

Chefe da Agência de Coleta/Salvador

Dominique Marie Méduline Dupuit

Pesquisadores:

Amanda Campos Almeida

Ana Carla Farina

Ana Cecília Amaral Pires

André Abreu

Antônio Dante Ferreira

Bruno Tibiriçá Nascimento

Diego Alan dos Santos Leal

Elísio José Batista Andrade

Geraldo Costa Cardoso

Glauco Landim

Hilton Filardi Ribeiro

Iridarlaine da Paixão Silva

Jadiel Carneiro de Matos

João Victor de A. Rodrigues

José Railton Rêgo

Lenilton Ribeiro Margalho

Luciana do Santos Souza

Luis Froes França

Marcelo Ribeiro Margalho

Marina Pomponet

Paulo Pereira Rodrigues

Ranielli da S. Santos

Raulino P. da Silva

Estagiários/SEI

Bruno Tibiriçá Nascimento

Daniel Sampaio Passos

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:

Série nominal e de volume – 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.

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.

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

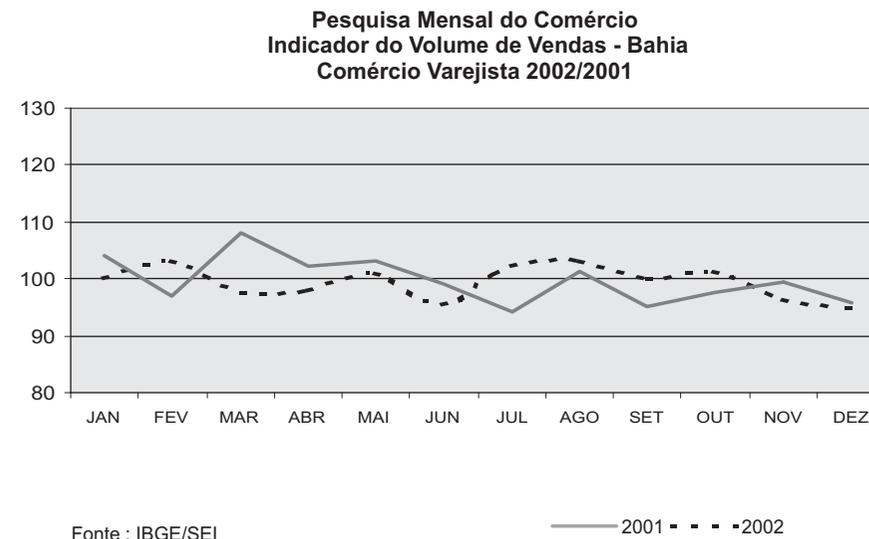
IBGE: www.ibge.gov.br consulta sobre PMC/Brasil

PESQUISA MENSAL DO
COMÉRCIO
 DESEMPENHO ANUAL DO COMÉRCIO BAIANO/2001

Desde os últimos anos da década de 90 que o Comércio Varejista do Estado da Bahia vem mantendo a trajetória de desaquecimento do ritmo dos negócios. Confirmando as expectativas de representantes do setor, em 2002, quando comparado com o ano anterior, a retração no Indicador do Volume de Vendas atingiu 0,91%. Nesse ano o comportamento do varejo foi determinado pelas altas taxas de juros e pela valorização do dólar, refletindo no aumento da inflação. No mesmo período, o Comércio Varejista do País apresentou variação negativa de 0,68%.

No referente ao Indicador do Valor Nominal de Vendas, ou seja, o faturamento total do comércio sem excluir as alterações de preços no período considerado, os dados revelaram que os sucessivos aumentos de preços mantiveram positiva a Receita Nominal de Vendas, com acréscimos de 7,36% no acumulado do ano para o Comércio Varejista Nacional, enquanto que no Estado da Bahia o varejo encerrou o período janeiro-dezembro02/janeiro-dezembro/01 com acréscimo de 7,30% nesse Indicador.

Essas taxas foram apuradas pela Pesquisa Mensal do Comércio Varejista do Estado da Bahia, realizada em âmbito nacional pelo **Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE** e divulgadas, em parceria, pela **Superintendência de Estudos Econômicos e Sociais da Bahia, SEI** - autarquia vinculada à SEPLANTEC.



De acordo com os dados da PMC, o Comércio Varejista do Estado da Bahia, no período de janeiro a dezembro de 2002, tomando-se como base comparativa igual período do ano anterior, apresentou oscilações entre taxas de crescimento e retração nas vendas, sendo que o maior incremento no Indicador do Volume de Vendas foi apurado em agosto (3,38%). A maior demanda por artigos apropriados para presentear, em decorrência da

comemoração do **Dia dos Pais** justifica esse resultado. Por outro lado, o desempenho do mês de dezembro (-5,12%) revelou a mais acentuada desaceleração do varejo em 2002. Considerando-se que tradicionalmente o Natal é o melhor período do ano para o comércio varejista, essa taxa situou-se muito aquém das expectativas dos empresários do setor, e foi fortemente influenciada pelo desaquecimento nas vendas da totalidade dos ramos de atividade pesquisados. Nem mesmo o acréscimo da massa salarial em circulação na economia decorrente da liberação do 13º salário, no fim desse mês, conseguiu amenizar a retração no nível de atividade. Diante desse resultado pode-se afirmar que esses recursos se destinaram a saldar compromissos anteriormente assumidos pelos consumidores, e, que o acréscimo do ritmo dos negócios característico do período natalino concentrou-se na aquisição de produtos de menor valor.

Um conjunto de fatores adversos contribuiu para o comércio varejista encerrar 2002 com variação negativa, dentre os quais: o desemprego em nível elevado, a queda na renda real dos trabalhadores, conseqüência da não reposição de perdas salariais e a valorização do dólar, refletindo diretamente nos aumentos de preços de vários produtos. Ademais, merece destacar que as elevadas taxas de juros cobradas no crédito direto ao consumidor influenciaram sobremaneira o desempenho do varejo, já que juros altos inibem o consumo, principalmente dos bens duráveis, pois desestimula as compras financiadas, o que conseqüentemente reflete no processo produtivo.

A taxa de juros anual básica da economia (Selic), à qual serve de referência para os bancos e o comércio estabelecerem os juros cobrados nos empréstimos e no crédito direto ao consumidor, em janeiro de 2002 situava-se em 19%, no decorrer do ano registrou ligeira queda, permanecendo por alguns meses estabilizada em 18%. No último trimestre do ano, as autoridades monetárias aumentaram-na em sete pontos percentuais, atingindo em dezembro 25%, maior percentual desde maio de 1999. Embora tenha sido uma medida para manter a inflação sob controle num regime de metas inflacionárias baseadas no IPCA, o

fato de esse acumular durante o ano alta superior ao limite estabelecido pelo governo, constituiu-se empecilho à redução dos juros.

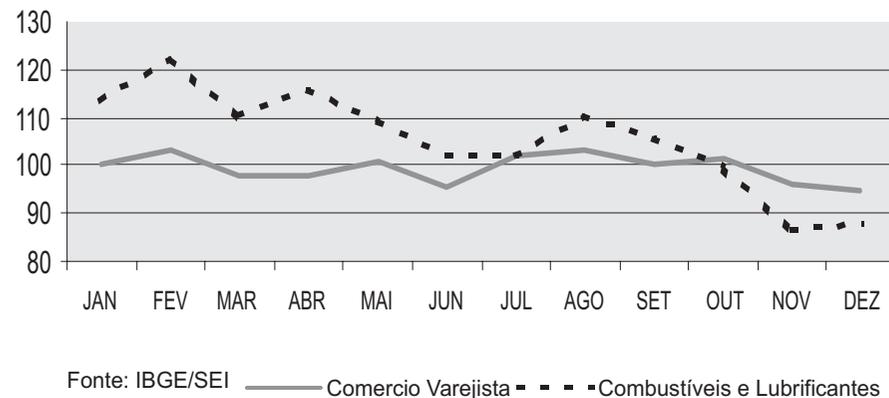
Anualmente os empresários do setor realizam a promoção "**Liquida Salvador**", em 2002, essa aconteceu pelo 4º ano, envolvendo os diversos segmentos varejistas e considerada uma estratégia para dinamizar as vendas. Apesar de ter contribuído para minimizar o fraco desempenho do varejo, não confirmou os resultados esperados, contrariando as expectativas dos lojistas que têm na mesma um instrumento para motivar os consumidores.

Em 2002, comparado com o ano anterior, dos cinco ramos que compõem o Indicador do Volume de Vendas, apresentaram desempenhos positivos apenas os segmentos de **Combustíveis e lubrificantes** (4,43%) e **Tecidos, vestuário e calçados** (1,44%). Por outro lado, como era previsto, o grupo de **Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo** contribuiu com as variações negativas mais relevantes (-4,90%), enquanto que no subgrupo de **Hipermercados e supermercados** a taxa atingiu (-8,11%), seguidos de **Demais artigos de uso pessoal e doméstico** (-0,90%) e **Móveis e eletrodomésticos** (-0,52%). No período, as vendas de **Veículos, motos, partes e peças** tiveram recuo de 12,46%.

Analisando-se o comportamento do ramo de **Combustíveis e lubrificantes** observa-se que as taxas de crescimento registradas nos nove primeiros meses de 2002 demonstraram que, no período de janeiro a maio, a expansão nas vendas foi mais relevante, possibilitando ao ramo encerrar o ano apresentando o mais significativo incremento no Indicador do Volume de Vendas 4,43%. O mesmo fato ocorre quando se analisa o Valor Nominal cuja variação de 8,51% no acumulado do ano, reflete os reajustes de preço dos combustíveis. Nos nove primeiros meses de 2002, o aumento do consumo deu-se em razão da relativa estabilidade dos preços no primeiro semestre do ano e das eleições, haja vista as campanhas políticas impulsionarem as vendas do segmento. Entretanto, por se tratar de um ramo de atividade cujos preços são administrados pelo governo, no último trimestre do ano a elevação do dólar foi responsável pelos aumentos

consideráveis dos preços, provocando impacto direto nos índices que medem a inflação no país, comprometendo a meta prevista para esse ano, e acentuadas quedas nas vendas, principalmente em dezembro, cujo percentual obtido nesse mês influenciou seriamente o desempenho do comércio varejista.

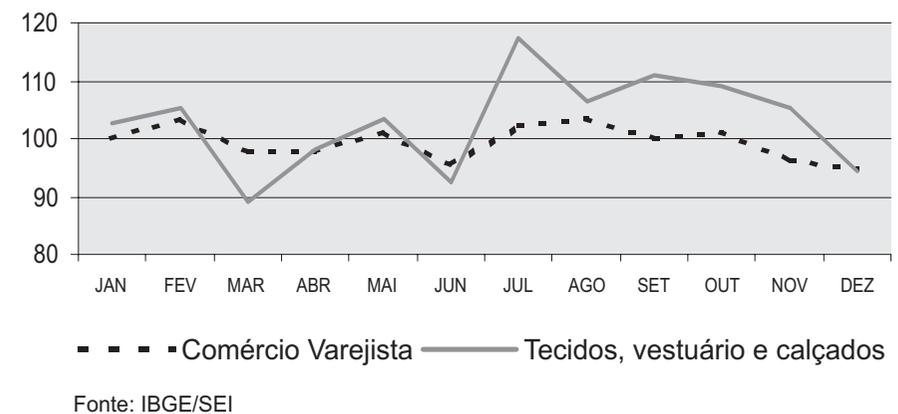
Pesquisa Mensal do Comércio
Indicador do Volume de Vendas - Bahia
Combustíveis e Lubrificantes/ Comércio Varejista-2002



Os resultados positivos apurados por vários meses seguidos contribuíram para o ramo de **Tecidos, vestuário e calçados** expandir em 1,44% o Indicador do Volume de Vendas, em relação ao ano anterior. Diferentemente da *Liquida Salvador*, ocorrida nos primeiros meses de 2002, envolvendo todos os segmentos lojistas, no decorrer do ano, os empresários do setor numa tentativa de atrair os consumidores, visando a reduzir os estoques e aumentar o capital de giro das empresas apostaram nas promoções. Mas, essas se deram, de forma isolada em determinadas lojas e shopping centers. Apesar de o ramo encerrar o ano com modesto crescimento nas vendas, pode-se afirmar que as liquidações contribuíram para elevar as receitas do setor, principalmente em julho, cuja taxa de 17,25% constituiu-se no mais significativo acréscimo nas vendas do segmento em todo o ano. Em contrapartida, o resultado de dezembro (-5,51%) ficou abaixo do previsto

pelos lojistas do ramo se considerar que esse mês sempre resultou em bons negócios para o setor, pois tradicionalmente no Fim do Ano a demanda por vestuário e calçados alcança níveis consideráveis. Esse dado revela que os artigos de preços mais baixos, ou seja, compatíveis com o poder aquisitivo de parcela expressiva da população foram os mais comercializados e as vendas deram-se à vista ou parceladas no cartão de crédito, desonerando os consumidores dos juros elevados e os lojistas da inadimplência.

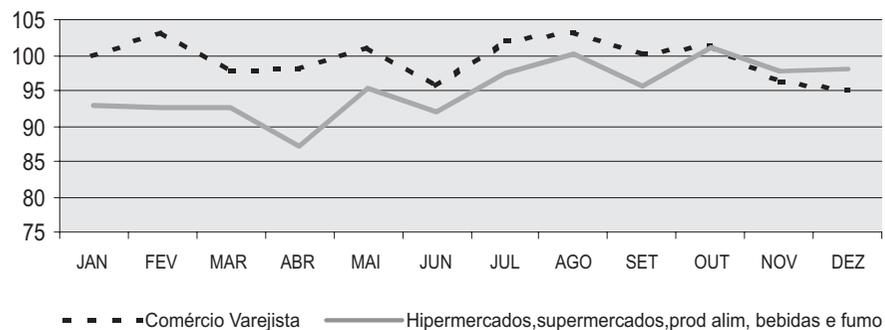
Pesquisa Mensal do Comércio
Indicador do Volume de Vendas - Bahia
Tecidos, vestuário e calçados/Comércio Varejista - 2002



Em 2002, os dados da PMC demonstraram que a mais acentuada retração no Indicador do Volume de Vendas 4,90% deu-se no grupo de **Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo**. Na estrutura do comércio varejista, esse é o ramo mais representativo, respondendo por cerca de 40% da taxa geral que mede o comportamento do varejo e o que apresenta maior liquidez, já que as transações comerciais são efetuadas à vista ou por meio de cartões de crédito, principalmente os das próprias redes. Em todos os 12 meses do ano, a pesquisa apurou variações negativas nas vendas do segmento supermercadista, o que contribuiu para impedir desempenho favorável do comércio baiano. Quando desagregado

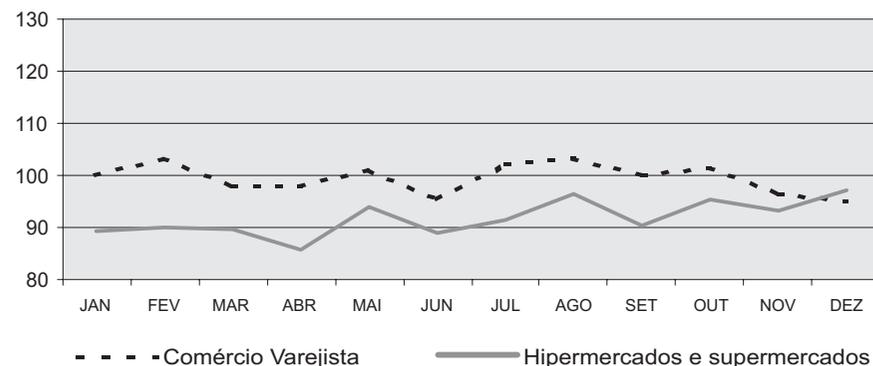
o grupo, constatou-se que o subgrupo de **Hipermercados e supermercados** apresentou recuo mais intenso nas vendas (-8,11%). Nem mesmo as constantes promoções empreendidas pela acirrada concorrência entre as grandes redes varejistas e o funcionamento ininterrupto de várias dessas lojas conseguiram impulsionar os negócios do setor no período. Nos últimos anos tem-se constatado mudança de comportamento dos consumidores, motivada pelas restrições nos orçamentos domésticos, às quais os obrigam a substituir produtos de determinadas marcas por outros cujos preços sejam compatíveis com o poder aquisitivo dos mesmos, o que tem gerado queda nas receitas desses estabelecimentos. Em 2002, além desses fatores, a alta do dólar contribuiu para agravar ainda mais a desaceleração do consumo, acarretando aumentos de preços em diversos produtos, principalmente dos que compõem a cesta básica, o que restringiu consideravelmente o poder de compra de parcela expressiva da população, sobretudo a de mais baixa renda. Também, a desvalorização cambial intensificou o recuo nas vendas de produtos importados, pois os aumentos de preços dificultaram a aquisição dos mesmos.

Pesquisa Mensal do Comércio
Indicador do Volume de Vendas - Bahia
Hipermercados,supermercados,prod alim, bebidas e fumo/Comércio Varejista - 2002



Fonte: IBGE/SEI

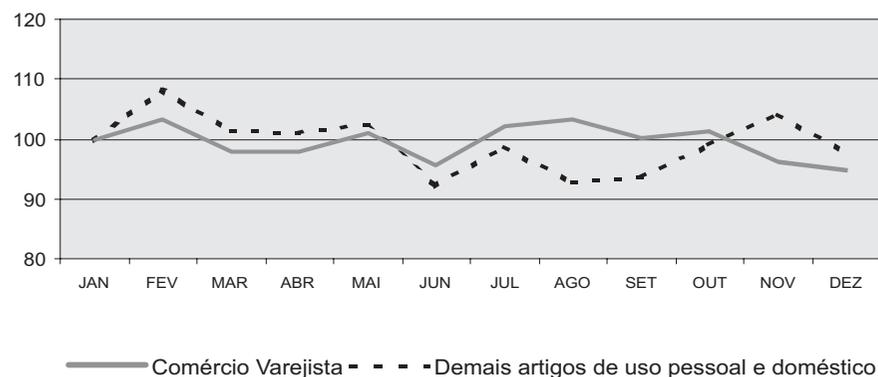
Pesquisa Mensal do Comércio
Indicador do Volume de Vendas - Bahia
Hipermercados e Supermercados/ Comércio Varejista - 2002



Fonte: IBGE/SEI

Observou-se no período janeiro-dezembro02/janeiro-dezembro01 declínio de 0,90% no Indicador do Volume de Vendas do grupo de **Demais artigos de uso pessoal e doméstico**. No ano, o principal incremento nas vendas do grupo 8,36% foi constatado em fevereiro. Tal desempenho pode ser explicado pelo aumento do fluxo de turistas na capital do Estado e nas cidades baianas que, tradicionalmente, nessa época do ano recebem considerável número de visitantes. Esse segmento varejista é constituído por grande variedade de lojas, às quais comercializam uma diversidade de produtos, apresentando em sua maioria preços acessíveis a grande parte dos consumidores. A Páscoa, o Dia das Mães, o Natal etc., sempre foram considerados períodos em que tradicionalmente o comércio alcançava os melhores resultados, pois nas datas comemorativas as vendas atingiam níveis elevados. No entanto, há alguns anos tal fato não tem se confirmado, a procura por produtos consumidos nessas épocas não consegue dinamizar os negócios do setor. Em 2002, as vendas de: CDs, brinquedos, artigos desportivos e de papelaria, óticos e fotográficos, produtos encontrados em lojas de departamento e farmácias, drogarias e perfumarias etc., cujos estabelecimentos que os comercializam integram esse segmento varejista, não possibilitaram ao ramo apurar desempenho positivo.

Pesquisa Mensal do Comércio
Indicador do Volume de Vendas - Bahia
Demais artigos de uso pessoal e doméstico/ Comércio Varejista - 2002

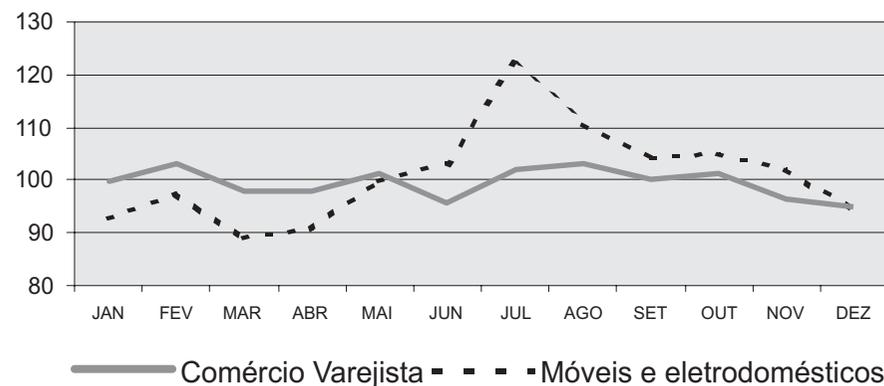


Fonte: IBGE/SEI

O segmento considerado mais dinâmico da economia é o de bens de consumo duráveis, dentre esses, destacam-se **Móveis e eletrodomésticos**. A pesquisa apurou nos primeiros meses do ano elevado recuo na comercialização desses bens, o qual foi determinante para o ramo encerrar 2002 acumulando retração de 0,52% no Indicador do Volume de Vendas. Entretanto, apesar da queda nas receitas constatada nesse período, ao longo dos meses de junho a novembro, o segmento apresentou sucessivas taxas de expansão nas vendas, sendo a mais significativa 22,39% obtida em julho, à qual explicou-se em parte, pelo fim do racionamento de energia e pela liberação de parcelas resultantes da correção do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço (FGTS). Por se tratar de um segmento que comercializa bens de maior valor unitário, as vendas dependem de financiamento, e o comportamento do setor é determinado pela capacidade de endividamento das famílias, às quais nos últimos anos, teve o poder de compra seriamente reduzido, conseqüência dos baixos rendimentos auferidos. Deve-se levar em consideração que o desemprego, gerando aumento da inadimplência, os reajustes de preços e as taxas de juros cobradas no crediário contribuíram para deixar os consumidores cautelosos no momento de decidir por um

financiamento, obrigando-os a adiar as compras e conseqüentemente ampliar a vida útil dos eletrodomésticos. Na avaliação de representantes da Associação Nacional de Fabricantes de Produtos Eletroeletrônicos, as vendas em 2002 ficaram aquém do previsto, creditando-se o fraco desempenho do setor: à instabilidade na economia, gerada pelas eleições presidenciais, a alta do dólar, refletindo no aumento de preços desses produtos e as restrições de crédito.

Pesquisa Mensal do Comércio
Indicador do Volume de Vendas - Bahia
Móveis e eletrodomésticos/Comércio Varejista - 2002

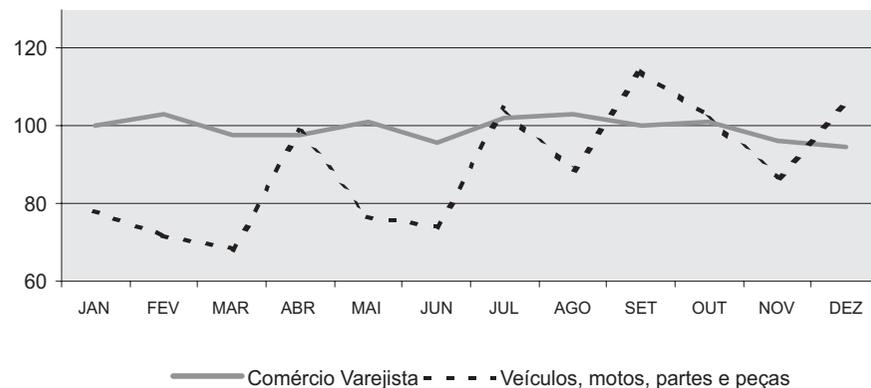


Fonte: IBGE/SEI

Embora não compoendo a taxa que mede o comportamento do comércio baiano, mas, dada a sua importância no contexto varejista, a pesquisa permaneceu investigando o segmento de **Automóveis, motos, partes e peças**, cujo Indicador do Volume de Vendas, em 2002, recuou 12,46%. Em dezembro, o setor registrou o quarto resultado positivo do ano, mas o de maior expressividade foi constatado em setembro (14,18%). Contribuíram para obtenção dessa taxa a redução do Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI) dos automóveis médios e populares, resultante do acordo firmado entre o governo federal e as montadoras e o lançamento no mercado de novo modelo de automóvel fabricado na unidade de produção

instalada em município da Região Metropolitana de Salvador. Como são bens de valores elevados e destinados à camada de consumidores de poder aquisitivo mais alto, cerca de 75% das vendas dependem de financiamento, principalmente dos carros populares, os quais constituem parcela significativa das receitas auferidas pelo setor. Visando a reverter à queda na comercialização de automóveis e reduzir os estoques existentes, as montadoras fizeram, ao longo do ano, constantes promoções, oferecendo descontos nos preços dos automóveis e juro zero nos financiamentos. Contudo, os dados revelaram que essas não surtiram os efeitos esperados. As incertezas na economia do país, decorrentes do processo eleitoral e as altas dos juros justificaram a queda nas vendas. Entretanto, levando-se em consideração que se comparados com os juros do crediário dos demais segmentos varejistas, os cobrados na comercialização de automóveis situam-se num nível muito mais baixo, devido às montadoras financiarem as vendas através de suas próprias instituições financeiras. No referente ao Valor Nominal de Vendas, ou seja, a receita auferida pelas concessionárias sem descontar os efeitos inflacionários, esse foi o único segmento varejista que no acumulado do ano apresentou desempenho negativo (-8,63%).

Pesquisa Mensal do Comércio
Indicador do Volume de Vendas - Bahia
Veículos, motos, partes e peças/ Comércio Varejista - 2002



Fonte: IBGE/SEI

Índice nominal de vendas no varejo, por atividades - Estado da Bahia - ano de 2002⁽¹⁾

Atividades	Meses												Acumul.
	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez	Jan-Dez
Comércio Varejista	100,28	103,32	97,76	97,90	98,48	95,50	102,96	103,4	99,60	101,09	96,14	94,88	99,09
Combustíveis e lubrificantes	113,16	122,42	110,06	115,76	109,12	102,20	102,08	110,5	105,62	99,67	86,72	87,92	104,43
Hipermercados, supermercados, prods. alim., bebidas e fumo.	92,80	92,64	92,43	87,23	95,20	91,95	97,40	100,1	95,57	101,03	97,77	98,02	95,10
Hipermercados e supermercados	89,44	90,17	89,72	85,88	93,81	89,09	91,43	96,49	90,45	95,51	93,34	97,04	91,89
Tecidos,vestuário e calçados	102,68	105,42	88,96	98,15	103,22	92,51	117,25	106,3	110,86	109,07	105,36	94,49	101,44
Móveis e eletrodomésticos	92,57	97,72	89,12	90,92	99,90	103,11	122,39	110,6	104,26	105,18	102,05	94,51	99,48
Demais artigos de uso pessoal e domésticos	99,97	108,36	102,15	100,88	102,38	92,23	98,72	92,76	93,72	98,92	104,01	97,87	99,10
Veículos,motos,partes e peças.	78,29	71,69	68,53	98,42	76,49	73,97	103,94	88,69	114,18	102,50	87,04	105,19	87,54

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 2002⁽¹⁾

Atividades	Meses												Acumul. Jan-Dez
	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez	
Comércio Varejista	106,93	106,78	102,86	105,41	105,39	102,57	110,65	109,02	106,92	108,38	110,41	110,75	107,30
Combustíveis e lubrificantes	112,65	110,46	103,56	119,97	116,29	109,44	109,11	110,01	108,83	100,51	104,50	106,47	108,51
Hipermercados, supermercados, prods. alim., bebidas e fumo.	103,94	103,60	104,11	96,73	102,87	99,30	105,00	108,52	105,84	113,79	114,32	118,02	106,64
Hipermercados e supermercados	101,73	102,17	102,29	96,64	102,71	97,36	100,13	105,48	100,88	108,17	109,01	116,94	103,97
Tecidos, vestuário e calçados	106,87	108,47	92,85	103,19	108,82	97,87	125,48	113,73	117,33	116,28	112,37	100,85	107,31
Móveis e eletrodomésticos	98,04	93,14	93,05	96,20	106,72	108,60	129,67	117,71	112,04	113,05	112,65	107,25	107,00
Demais artigos de uso pessoal e domésticos	106,26	115,49	108,72	108,24	108,89	98,86	107,09	100,04	101,21	106,69	112,43	108,71	106,74
Veículos, motos, partes e peças.	83,80	77,97	73,91	103,40	79,28	76,01	105,36	91,73	114,70	105,06	90,58	108,99	91,37

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

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

Varição nominal de vendas no varejo, por atividades - Estado da Bahia - ano de 2002⁽¹⁾

Atividades	Meses												Acumul.
	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez	Jan-Dez
Comércio Varejista	0,28	3,32	-2,24	-2,10	-1,52	-4,50	2,96	3,38	-0,40	1,09	-3,86	-5,12	-0,91
Combustíveis e lubrificantes	13,16	22,42	10,06	15,76	9,12	2,20	2,08	10,52	5,62	-0,33	-13,28	-12,08	4,43
Hipermercados, supermercados, prods. alim., bebidas e fumo.	-7,20	-7,36	-7,57	-12,77	-4,80	-8,05	-2,60	0,14	-4,43	1,03	-2,23	-1,98	-4,90
Hipermercados e supermercados	-10,56	-9,83	-10,28	-14,12	-6,19	-10,91	-8,57	-3,51	-9,55	-4,49	-6,66	-2,96	-8,11
Tecidos,vestuário e calçados	2,68	5,42	-11,04	-1,85	3,22	-7,49	17,25	6,29	10,86	9,07	5,36	-5,51	1,44
Móveis e eletrodomésticos	-7,43	-12,28	-10,88	-9,08	-0,10	3,11	22,39	10,57	4,26	5,18	2,05	-5,49	-0,52
Demais artigos de uso pessoal e domésticos	-0,03	8,36	2,15	0,88	2,38	-7,77	-1,28	-7,24	-6,28	-1,08	4,01	-2,13	-0,90
Veículos,motos,partes e peças.	-21,71	-28,31	-31,47	-1,58	-23,51	-26,03	3,94	-11,31	14,18	2,50	-12,96	5,19	-12,46

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

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

Varição do volume de vendas no varejo, por atividade - Estado da Bahia - ano de 2002⁽¹⁾

Atividades	Meses												Acumul. Jan-Dez
	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez	
Comércio Varejista	6,93	6,78	2,86	5,41	5,39	2,57	10,65	9,02	6,92	8,38	10,41	10,75	7,30
Combustíveis e lubrificantes	12,65	10,46	3,56	19,97	16,29	9,44	9,11	10,01	8,83	0,51	4,50	6,47	8,51
Hipermercados, supermercados, prods. alim., bebidas e fumo.	3,94	3,60	4,11	-3,27	2,87	-0,70	5,00	8,52	5,84	13,79	14,32	18,02	6,64
Hipermercados e supermercados	1,73	2,17	2,29	-3,36	2,71	-2,64	0,13	5,48	0,88	8,17	9,01	16,94	3,97
Tecidos, vestuário e calçados	6,87	8,47	-7,15	3,19	8,82	-2,13	25,48	13,73	17,33	16,28	12,37	0,85	7,31
Móveis e eletrodomésticos	-1,96	-6,86	-6,95	-3,80	6,72	8,60	29,67	17,71	12,04	13,05	12,65	7,25	7,00
Demais artigos de uso pessoal e domésticos	6,26	15,49	8,73	8,24	8,89	-1,14	7,09	0,04	1,21	6,69	12,43	8,71	6,74
Veículos, motos, partes e peças.	-16,20	-22,03	-26,09	3,40	-20,72	-23,99	5,36	-8,27	14,70	5,06	-9,42	8,99	-8,63

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 - 2002

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

Brasil Unidade da Federação	Mês											
	jan	fev	mar	abr	maio	jun	jul	ago	set	out	nov	dez
Brasil	91,90	86,29	98,90	92,48	99,12	92,39	96,42	99,53	91,95	99,71	97,34	127,04
Maranhão	94,87	81,21	96,09	96,96	101,01	93,16	103,81	101,35	92,56	99,04	99,95	135,58
Piauí	134,70	113,24	102,53	104,36	112,11	103,53	115,73	116,60	107,87	110,41	111,30	159,64
Ceará	99,32	86,46	93,30	92,21	106,40	94,06	105,39	103,77	94,89	100,92	100,17	136,55
Rio Grande do Norte	96,17	90,27	98,31	95,79	101,98	96,73	103,58	107,16	98,81	105,79	96,36	128,01
Paraíba	102,12	90,64	96,82	93,57	105,73	102,55	99,59	102,15	96,15	105,15	103,14	145,57
Pernambuco	95,48	85,37	94,55	89,17	97,81	91,06	93,91	96,57	88,63	96,28	98,65	135,64
Alagoas	89,16	80,54	90,30	85,00	93,41	85,45	88,33	92,75	83,59	98,16	94,09	136,43
Sergipe	96,16	87,78	98,34	91,09	98,49	94,74	95,09	100,80	90,56	98,04	94,49	130,58
Bahia	97,51	93,26	100,01	94,58	98,78	95,20	94,85	100,71	91,29	98,22	93,80	124,36

Fonte: IBGE - Pesquisa Mensal de Comércio

Variável = Índice de volume de vendas no varejo - 2002

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

Brasil Unidade da Federação	Mês											
	jan	fev	mar	abr	maio	jun	jul	ago	set	out	nov	dez
Brasil	-1,14	-1,55	0,27	-1,92	1,11	-1,99	1,85	2,27	-1,39	0,63	0,02	-4,93
Maranhão	3,28	1,22	9,44	15,28	-0,31	0,39	5,66	5,75	5,53	1,68	4,61	-1,28
Piauí	7,04	8,33	5,52	22,62	14,54	10,47	18,72	16,61	17,17	11,74	14,27	9,20
Ceará	0,86	0,62	1,59	6,26	6,94	2,59	6,77	0,79	3,09	1,05	1,32	-2,13
Rio Grande do Norte	1,32	3,67	1,57	2,47	4,91	1,83	4,22	6,50	0,57	6,86	-3,16	-7,87
Paraíba	3,95	2,94	0,55	1,81	5,47	2,52	6,16	3,08	5,44	6,25	2,62	2,32
Pernambuco	-0,79	-1,42	-5,21	-2,96	1,76	-4,02	3,47	4,98	0,83	3,14	2,49	-3,94
Alagoas	-7,55	-9,02	-3,36	-4,53	-1,41	-8,86	-2,90	4,84	0,37	8,66	1,40	-2,49
Sergipe	-1,81	-6,38	-0,93	-1,98	1,15	-2,24	12,35	8,07	1,50	4,29	2,14	2,93
Bahia	0,28	3,32	-2,24	-2,10	-1,52	-4,50	2,96	3,38	-0,40	1,09	-3,86	-5,12

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	fev	mar	abr	maio	jun	jul	ago	set	out	nov	dez
Brasil	-1,14	-1,34	-0,77	-1,06	-0,61	-0,84	-0,45	-0,1	-0,24	-0,15	-0,13	-0,68
Maranhão	3,28	2,32	4,73	7,31	5,57	4,68	4,83	4,95	5,01	4,66	4,65	3,95
Piauí	7,04	7,62	7	10,22	11,05	10,96	12,04	12,61	13,08	12,94	13,06	12,61
Ceará	0,86	0,75	1,03	2,28	3,28	3,17	3,71	3,31	3,29	3,05	2,89	2,3
Rio Grande do Norte	1,32	2,45	2,14	2,23	2,78	2,62	2,86	3,34	3,02	3,42	2,8	1,57
Paraíba	3,95	3,47	2,48	2,31	2,98	2,9	3,36	3,32	3,55	3,82	3,71	3,55
Pernambuco	-0,79	-1,09	-2,54	-2,65	-1,75	-2,13	-1,35	-0,58	-0,43	-0,07	0,17	-0,33
Alagoas	-7,55	-8,25	-6,61	-6,11	-5,15	-5,77	-5,37	-4,14	-3,68	-2,45	-2,1	-2,15
Sergipe	-1,81	-4,04	-2,98	-2,74	-1,95	-2	-0,17	0,85	0,92	1,25	1,33	1,51
Bahia	0,28	1,75	0,34	-0,27	-0,53	-1,2	-0,64	-0,13	-0,16	-0,04	-0,39	-0,91

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	fev	mar	abr	maio	jun	jul	ago	set	out	nov	dez
Brasil	101,28	94,92	109,56	103,31	110,76	103,47	109,13	113,56	106,40	118,09	120,82	161,25
Maranhão	104,33	88,65	106,72	107,79	111,85	103,29	114,93	115,23	105,39	115,83	123,20	168,03
Piauí	154,62	128,58	115,08	116,05	124,16	114,44	128,48	132,76	122,72	128,94	135,69	197,59
Ceará	109,84	94,79	103,98	102,90	118,46	104,86	117,83	118,94	108,87	118,32	123,41	171,00
Rio Grande do Norte	105,67	97,61	109,25	106,76	113,18	107,42	115,46	122,85	112,94	123,61	119,51	161,67
Paraíba	111,40	98,89	107,57	104,17	118,51	114,44	111,93	116,79	110,96	123,72	127,36	183,10
Pernambuco	104,56	93,67	105,63	99,36	109,35	101,15	105,45	110,22	102,29	113,01	121,59	171,62
Alagoas	96,87	87,72	100,15	94,73	104,64	95,32	99,26	105,99	96,64	114,99	115,22	170,17
Sergipe	106,12	96,75	110,50	102,73	111,18	106,39	108,15	116,97	106,58	117,74	119,65	169,68
Bahia	111,47	103,95	113,49	110,17	114,57	111,26	114,46	120,69	111,17	121,94	124,78	168,07

Fonte: IBGE - Pesquisa Mensal de Comércio

Variável = Índice nominal de vendas no varejo - 2002

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

Brasil Unidade da Federação	Mês											
	jan	fev	mar	abr	maio	jun	jul	ago	set	out	nov	dez
Brasil	4,86	4,06	6,23	4,03	7,35	4,27	8,23	8,92	6,15	9,47	13,13	9,51
Maranhão	8,22	4,73	15,15	21,00	4,62	5,44	10,01	13,45	12,42	9,40	16,88	10,44
Piauí	17,38	16,99	12,29	28,89	20,98	15,91	24,55	25,22	25,23	20,32	26,98	22,25
Ceará	6,15	4,10	6,62	11,43	12,61	7,79	11,93	7,27	10,35	8,46	12,79	10,27
Rio Grande do Norte	5,49	5,25	5,59	7,09	10,06	6,79	8,67	13,89	7,04	13,69	8,51	4,35
Paraíba	8,65	7,57	6,73	7,50	12,08	8,64	11,55	9,32	12,85	15,28	16,20	16,34
Pernambuco	4,49	4,14	1,65	2,84	8,06	1,37	8,59	11,01	7,59	11,14	15,27	9,43
Alagoas	-3,47	-4,52	2,89	1,52	5,32	-2,92	2,61	11,86	8,21	18,04	14,23	10,48
Sergipe	3,32	-1,25	5,94	4,24	7,42	3,37	18,20	15,45	9,77	14,37	17,40	19,91
Bahia	6,93	6,78	2,86	5,41	5,39	2,57	10,65	9,02	6,92	8,38	10,41	10,75

Fonte: IBGE - Pesquisa Mensal de Comércio

Variável = Índice nominal de vendas no varejo - 2002

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

Brasil Unidade da Federação	Mês											
	jan	fev	mar	abr	maio	jun	jul	ago	set	out	nov	dez
Brasil	4,86	4,47	5,10	4,82	5,35	5,17	5,61	6,05	6,06	6,43	7,07	7,36
Maranhão	8,22	6,59	9,48	12,31	10,56	9,68	9,73	10,22	10,45	10,34	10,98	10,91
Piauí	17,38	17,20	15,74	18,47	18,95	18,48	19,32	20,06	20,60	20,57	21,16	21,30
Ceará	6,15	5,19	5,67	7,05	8,25	8,17	8,74	8,54	8,74	8,71	9,11	9,25
Rio Grande do Norte	5,49	5,38	5,45	5,86	6,73	6,74	7,03	7,94	7,84	8,45	8,46	7,97
Paraíba	8,65	8,14	7,66	7,62	8,57	8,58	9,00	9,04	9,46	10,07	10,67	11,36
Pernambuco	4,49	4,32	3,38	3,24	4,23	3,75	4,43	5,26	5,51	6,09	6,98	7,29
Alagoas	-3,47	-3,97	-1,67	-0,89	0,39	-0,17	0,23	1,65	2,33	3,93	4,91	5,62
Sergipe	3,32	1,09	2,75	3,11	3,99	3,89	5,75	6,98	7,28	8,01	8,87	10,13
Bahia	6,93	6,85	5,44	5,43	5,43	4,94	5,74	6,17	6,25	6,47	6,85	7,30

Fonte: IBGE - Pesquisa Mensal de Comércio

Índice 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	8,80	3,27	8,08	9,90	5,57	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	38,29	23,33	24,90
Hipermercados, supermercados, prods. alim., bebidas e fumo.	6,18	3,73	10,31	7,16	9,12	6,20	3,30	6,72	-1,60	1,21	2,54	2,66	4,69
Hipermercados e supermercados	9,87	7,88	14,36	10,35	12,33	11,08	9,75	13,14	3,06	1,48	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	-14,04	-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	-2,77	-0,86	6,48
Veículos, motos, partes e peças.	33,01	-1,63	44,93	13,72	12,45	7,08	-9,88	-2,80	-12,49	-15,25	-6,27	-13,76	2,85

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	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez	Jan-Dez
Comércio Varejista	113,12	107,04	117,56	111,99	111,35	109,56	106,21	109,54	104,66	108,78	109,41	105,57	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, prods. alim., bebidas e fumo.	106,18	103,73	110,31	107,16	109,12	106,21	103,30	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

Varição nominal de vendas no varejo, por atividades - Estado da Bahia - 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	9,91	2,26	-3,82	6,23	4,47	4,25	22,79	14,79	5,20
Hipermercados, supermercados, prods. alim., bebidas e fumo.	3,08	0,01	5,53	-0,16	-0,24	-3,18	-5,28	0,29	-9,26	-7,17	-8,07	-9,19	-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	-18,70	-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

Varição do volume de vendas no varejo, por atividade - 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	104,2	97,07	108,14	102,20	103,3	99,21	94,19	101,22	95,06	97,6	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	96,99
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	102,1	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

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	fev	mar	abr	maio	jun	jul	ago	set	out	nov	dez
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	fev	mar	abr	maio	jun	jul	ago	set	out	nov	dez
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 - 2001

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

Brasil Unidade da Federação	Mês											
	jan	fev	mar	abr	maio	jun	jul	ago	set	out	nov	dez
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
Maranhão	-6,70	-10,95	-8,69	-8,24	-5,76	-5,37	-5,42	-5,20	-5,37	-4,61	-4,40	-4,25
Piauí	6,31	0,78	2,43	1,55	1,42	1,17	1,07	1,91	1,89	2,49	2,73	3,00
Ceará	3,24	-0,30	1,56	0,26	0,49	0,01	-0,42	-0,49	-0,82	-0,62	-0,83	-1,13
Rio Grande do Norte	-1,68	-4,57	-2,77	-2,01	-1,67	-1,84	-1,23	-0,59	-0,45	0,07	-0,02	0,04
Paraíba	2,14	-0,16	4,15	4,26	4,15	3,71	2,48	2,20	1,38	1,34	0,74	0,12
Pernambuco	0,01	-3,95	-0,16	-0,30	-0,79	-1,33	-1,70	-2,26	-2,75	-2,46	-2,86	-2,69
Alagoas	3,57	0,83	1,83	0,84	-0,34	-1,54	-1,96	-2,58	-3,73	-4,02	-4,47	-4,68
Sergipe	1,48	2,93	4,25	2,35	1,46	1,20	-0,72	-2,39	-3,05	-3,10	-3,60	-4,29
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 = Variação mensal (base: igual mês do ano anterior) (Percentual)

Brasil Unidade da Federação	Mês											
	jan	fev	mar	abr	maio	jun	jul	ago	set	out	nov	dez
Brasil	8,71	1,61	9,04	5,43	5,36	6,40	2,36	4,04	2,17	7,87	4,81	4,12
Maranhão	-0,24	-8,03	3,25	1,38	12,13	4,24	0,32	-	-3,03	7,55	4,07	2,98
Piauí	12,90	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	0,24	6,53	3,85	3,01
Rio Grande do Norte	7,14	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	5,66	-3,00	13,86	6,17	4,75	2,49	2,77	-1,67	-2,37	5,99	-0,91	5,50
Alagoas	9,87	3,58	10,29	4,68	2,39	-1,19	1,62	-2,81	-9,64	-2,09	-3,97	-0,50
Sergipe	8,48	11,46	14,45	4,64	6,88	8,04	-4,97	-9,38	-3,85	1,98	-2,80	-3,30
Bahia	13,11	7,05	17,56	11,99	13,50	9,54	5,76	8,80	3,27	8,08	9,90	5,57

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	fev	mar	abr	maio	jun	jul	ago	set	out	nov	dez
Brasil	8,71	1,61	9,04	5,43	5,36	6,40	2,36	4,04	2,17	7,87	4,81	4,12
Maranhão	-0,24	-8,03	3,25	1,38	12,13	4,24	0,32	-	-3,03	7,55	4,07	2,98
Piauí	12,90	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	0,24	6,53	3,85	3,01
Rio Grande do Norte	7,14	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	5,66	-3,00	13,86	6,17	4,75	2,49	2,77	-1,67	-2,37	5,99	-0,91	5,50
Alagoas	9,87	3,58	10,29	4,68	2,39	-1,19	1,62	-2,81	-9,64	-2,09	-3,97	-0,50
Sergipe	8,48	11,46	14,45	4,64	6,88	8,04	-4,97	-9,38	-3,85	1,98	-2,80	-3,30
Bahia	13,11	7,05	17,56	11,99	13,50	9,54	5,76	8,80	3,27	8,08	9,90	5,57

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	fev	mar	abr	maio	jun	jul	ago	set	out	nov	dez
Brasil	96,98	91,58	102,79	99,40	103,26	99,33	101,19	104,62	100,48	108,29	107,20	147,80
Maranhão	96,41	84,65	92,68	88,08	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	98,84	109,09	109,42	155,22
Rio Grande do Norte	100,18	92,75	103,48	99,70	102,84	100,60	106,26	107,88	105,52	108,74	110,15	154,94
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	100,12	89,99	103,96	96,66	101,24	99,83	97,15	99,34	95,12	101,73	105,52	156,08
Alagoas	100,35	91,87	97,33	93,31	99,36	98,19	96,74	96,51	89,30	97,41	100,87	154,02
Sergipe	102,71	97,98	104,30	98,55	103,50	102,92	91,50	89,68	97,10	102,95	101,91	141,51
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