

Governo do Estado da Bahia

Jaques Wagner

Secretaria do Planejamento - SEPLAN

Ronald de Arantes Lobato

**Superintendência de Estudos Econômicos e Sociais
da Bahia – SEI**

José Geraldo dos Reis Santos

Diretoria de Indicadores e Estatística/SEI

Edmundo Sá Barreto Figueirôa

Diretoria de Pesquisa/SEI

José Ribeiro Guimarães

Coordenação de Pesquisas Especiais e

Sistemáticas - COPESE/SEI

Vania Maria Carvalho Moreira

Maria de Lourdes Caires (Análise)

Daiane Cerqueira Conceição

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE

Eduardo Pereira Nunes

Departamento Regional Nordeste 1- DERE/NE 1

Artur Ferreira da Silva Filho

Normalização

Coordenação de Biblioteca e Documentação - COBI

Diretoria de Pesquisas/IBGE

Wasmália Socorro Barata Bivar

Coordenação de Serviços e Comércio- COSEC

Vânia M^a Carelli Prata

Gerente da PMC/COSEC/DPE

Janice R. M. de Figueiredo

Supervisora Estadual da PMC/IBGE

Andrelina M^a de Almeida Moura

Chefe da Agência de Coleta/Salvador

João José dos Santos Oliveira

Pesquisadores:

Cícero Neves Vilas Boas

Diego Mascarenhas dos Santos

Jorge Carvalho da Silva

Lenilton Ribeiro Margalho

Milla Novais Macedo

Paulo Pereira R. de Jesus

Ricardo Alves B. Lemos

Pesquisa Mensal de Comércio: desempenho anual do comércio baiano /2006.

Salvador: SEI, 2007
v. 8
Anual

ISSN 1677-6410

1. Comércio varejista - Bahia .I. Superintendência de Estudos Econômicos e Sociais da Bahia.
CDU 339 (813.8) (085.6)

CEP 41.745-002 - Salvador - Bahia

Fone: (71) 3115-4704 - Fax: (71) 3116-1781

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

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

APRESENTAÇÃO

No intuito de atender o seu objetivo de produzir e divulgar informações sobre a conjuntura econômica do estado, em 2001 a Superintendência de Estudos Econômicos e Sociais da Bahia-SEI, autarquia vinculada à Secretaria de Planejamento-SEPLAN, estabeleceu uma parceria com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística-IBGE, para análise e divulgação dos dados do comércio varejista do estado da Bahia, apurados pela Pesquisa Mensal de Comércio, realizada, em âmbito nacional, por esse órgão.

Essa é uma pesquisa de caráter conjuntural que visa, prioritariamente, produzir indicadores que permitam acompanhar o comportamento do Comércio Varejista e de seus principais segmentos nas 27 Unidades da Federação, investigando a receita bruta de revenda nas empresas formalmente constituídas. A PMC é um instrumento de extrema importância para os diversos agentes econômicos, visto que se propõe a auxiliá-los nos seus processos de tomadas de decisões, uma vez que capta no curto prazo as alterações na conjuntura econômica nacional, sejam elas promovidas pelas autoridades monetárias ou decorrentes das especificidades do varejo. Neste sentido, com base nas informações fornecidas pelas empresas selecionadas a pesquisa produz mensalmente indicadores do consumo nacional, os quais retratam o comportamento da atividade econômica, em relação a períodos anteriores.

O comércio varejista se constitui no segmento mais dinâmico da economia por refletir de maneira imediata as alterações na política macroeconômica. Tal afirmativa pode ser constatada nesta publicação, a qual faz uma análise do comportamento dos oito ramos de atividade que compõem o Volume de Vendas do varejo baiano, nos meses de janeiro a dezembro de 2006, em comparação com o mesmo período do ano anterior. Também, a publicação apresenta a metodologia adotada pelo IBGE e as séries históricas referentes aos anos de 2005 e 2006. Nesse ano, os dados da pesquisa revelaram que o comércio baiano apresentou o desempenho de maior expressividade dos últimos três anos, quando o setor começou a registrar sucessivos resultados positivos.

Até 2004 a pesquisa se restringia a apenas cinco segmentos varejistas. Porém, desde janeiro de 2005, a PMC vem apurando dados para dez ramos de atividade, tendo como período de referência a média do ano de 2004. Desse total, oito segmentos compõem o indicador do Volume de Vendas, os quais têm as receitas provenientes predominantemente da atividade varejista. Dois deles: Veículos, motocicletas, partes e peças e Material de Construção não integram a taxa global que mede o comportamento do setor, em razão de os mesmos abrangerem o comércio varejista e o atacadista, mas dada a importância desses ramos no contexto varejista, a pesquisa os investiga.

Em 2007, a SEI em parceria com o IBGE dará continuidade à análise dos indicadores conjunturais relativos ao comportamento do comércio baiano, cujo levantamento dos dados abrange Salvador e aproximadamente 60 municípios do estado, selecionados levando-se em consideração a importância destes na estrutura varejista e, também o fato de esses serem responsáveis por parte expressiva das transações comerciais que se efetuam no estado da Bahia.

NOTAS METODOLÓGICAS

A Pesquisa Mensal de Comércio - PMC tem como objetivo produzir indicadores que permitam acompanhar a evolução conjuntural do comércio varejista e de seus principais segmentos.

Desde janeiro de 2004, o Sistema de Índices do Comércio Varejista, em relação à série divulgada até dezembro de 2003, vem apresentando os seguintes aprimoramentos:

- Expande a abrangência dos indicadores, passando a incluir o comércio de material de construção.
- Passa a divulgar o índice do Comércio Varejista Ampliado, que agrega, aos índices do varejo, as atividades “Veículos, motocicletas, partes e peças” e “Material de construção”.
- Desagrega as estatísticas classificadas anteriormente como “Demais artigos de uso pessoal e doméstico” nas seguintes atividades: “Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos”, “Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação”, “Livros, jornais, revistas e papelaria” e “Outros artigos de uso pessoal e doméstico”.
- Amplia a amostra de 5.000 empresas informantes para 9.000 empresas.
- Na série completa dos índices (série encadeada): os índices de janeiro de 2000 até dezembro de 2003 têm por **período de base** o ano de 2000. Os índices de janeiro de 2004 em diante têm por período de base o ano 2003.
- A série encadeada desde janeiro de 2000, tem como **período de referência**, único, a média mensal dos índices de 2003=100.

I – CARACTERÍSTICAS DA PESQUISA

- **Âmbito** – No estágio atual da PMC são investigadas empresas comerciais que possuam 20 ou mais pessoas ocupadas, cuja receita bruta provenha, predominantemente da atividade comercial varejista e estar sediada no território nacional e, em particular, para as Unidades da Federação da Região Norte (Rondônia, Roraima, Acre, Amazonas, Pará, Amapá e Tocantins), são consideradas apenas aquelas que estão sediadas nos municípios das capitais.
- **Abrangência** – A PMC abrange dez grupos de atividades cuja correspondência com a Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE), está indicada no Quadro I abaixo.

Deste total, oito segmentos têm receitas geradas predominantemente na atividade varejista e dois (Veículos e motos, partes e peças e Material de construção), abarcam varejo e atacado.

Descrição da Atividade	Código CNAE
Combustíveis e lubrificantes	5050
Supermercados, hipermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	5211, 5212, 5213, 5214, 5221, 5222, 5223, 5224 e 5229
Tecidos, vestuário e calçados	5231, 5232 e 5233
Móveis e eletrodomésticos	5242 e 5243
Artigos farmacêuticos, médicos, Ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	5241
Equipamentos e materiais para escritório, Informática e de comunicação	5245
Livros, jornais, revistas e papelaria	5246
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	5215 e 5249
Veículos, motocicletas, partes e peças	5010, 5030 e 5041
Material de construção	5153 e 5244

- **Unidade de Investigação** – A empresa, definida como entidade jurídica caracterizada por firma ou razão social, inscrita no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ), é a unidade básica de informação da PMC.
- **Variável Investigada** – É a 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.
- **Amostra** – Com base na Pesquisa Anual de Comércio 2002 e dentro do âmbito e da abrangência previamente definidas, foram selecionadas cerca de 9000 empresas distribuídas nas 27 Unidades da Federação.

II – CONSTRUÇÃO DE INDICADORES

- **Séries nominal e de volume** – A partir da receita bruta de revenda investigada são construídos indicadores para duas variáveis: *Receita Nominal de Vendas* e *Volume de Vendas*. Esta última resulta da deflação 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 e do Sistema Nacional de Pesquisa de Custos e Índices da Construção Civil -

SINAPI. Na construção dos índices de preços das UFs não cobertas pelo IPCA, foram usados os relativos de preços da área geográfica mais apropriada.

- **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 relacionados abaixo, cujas receitas provêm preponderantemente da atividade do varejo. Divulgados para o Brasil e suas 27 Unidades da Federação.

- . Combustíveis e lubrificantes;
- . Supermercados, hipermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo;
- . Tecidos, vestuário e calçados;
- . Móveis e eletrodomésticos;
- . Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria e cosméticos;
- . Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação;
- . Livros, jornais, revistas e papelaria;
- . Outros artigos de uso pessoal e doméstico

2– *Índices de Comércio Varejista por atividade* - Para os segmentos do varejo, relacionados acima, 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. 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*”.

3 - *Índices de Comércio Varejista Ampliado* - Índice-síntese dos grupos de atividades que compõem o varejo e mais os segmentos de *Veículos e motocicletas, partes e peças* e de *Material de construção*. Divulgados para o Brasil e suas 27 Unidades da Federação.

4 - *Índices de Comércio Varejista Ampliado por atividade* - Para todas as atividades relacionadas no item 1 além de *Veículos e motos, partes e peças* e de *Material de construção* são calculados índices para o Brasil e as 12 Unidades da Federação citadas no item 2.

- **Tipos de índices** - São divulgados quatro tipos de índices :

ÍNDICE DE BASE FIXA: Compara os níveis nominais e de volume da Receita Bruta de Revenda do mês com a média mensal obtida no ano de 2003.

ÍNDICE MENSAL: Compara os índices nominais e de volume da Receita Bruta de Revenda do mês com os obtidos em igual mês do ano anterior;

ÍNDICE ACUMULADO NO ANO: Compara os índices acumulados nominais e de volume da Receita Bruta de Revenda de janeiro até o mês do índice com os de igual período do ano anterior;

ÍNDICE ACUMULADO DE 12 MESES: Compara os índices acumulados nominais e de volume da Receita Bruta de Revenda dos últimos 12 meses com os de igual período imediatamente anterior.

III – ENCADEAMENTO

O IBGE encadeou a série de Índices de Base Fixa que encerrou em dezembro de 2003 (base 2000 = 100) com a série que se iniciou em janeiro de 2004 (base 2003 = 100). A série encadeada tem como referência a média mensal de 2003 = 100. Este procedimento não altera as séries dos Índices Mensal, Acumulado no Ano e Acumulado de 12 meses já publicadas.

A série encadeada é, pois, uma série histórica de índices de volume com período de base **móvel**. Esta mudança traz como vantagem o uso de uma estrutura de ponderação mais atualizada, pois incorpora as mudanças nos preços relativos.

IV - OBSERVAÇÕES

- 1 - Os índices do mês poderão ser alterados na divulgação do mês subsequente, em virtude de retificações nos dados primários por parte dos informantes da pesquisa.
2. As atividades PMC não contempladas no ajuste sazonal (“Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos”, “Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação”, “Livros, jornais, revistas e papelaria” e “Outros artigos de uso pessoal e doméstico”) serão publicadas quando as suas séries completarem 60 meses.

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

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO

NOTAS METODOLÓGICAS.....3

DESEMPENHO DO COMÉRCIO BAIANO – 2006.....8

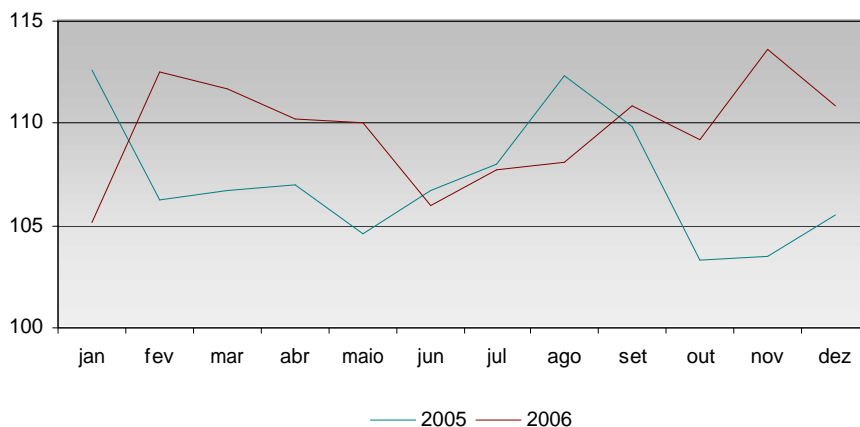
SÉRIES HISTÓRICAS.....16

COMÉRCIO BAIANO MANTÉM CRESCIMENTO DAS VENDAS

Em 2006, o comércio varejista do estado da Bahia apresentou expansão de 9,67% no Volume de Vendas. Esse foi o terceiro ano consecutivo em que o setor registrou desempenho positivo, cuja taxa situou-se bem acima da observada em 2005, período da base comparativa, quando as vendas expandiram-se em 7,06% e foi a mais expressiva dos últimos três anos. Tal resultado confirmou as expectativas de analistas de mercado e representantes do setor, os quais previram no início desse ano crescimento superior ao de 2005. Prognósticos que alicerçavam na ligeira queda do desemprego, na recuperação gradual de rendimento dos consumidores e nas constantes reduções da taxa básica de juros. O desempenho do ano passado foi superior ao observado para o comércio varejista do País que, no mesmo período, acumulou variação de 6,16%.

Apesar dos fatores recessivos enfrentados pela economia brasileira em 2006, o comércio foi um dos setores da atividade econômica a registrar desempenho auspicioso, preponderantemente no segmento de *Hipermercados e supermercados*, o qual durante todo o ano foi o principal responsável pelo dinamismo das vendas. O bom desempenho do segmento foi proporcionado pela queda da inflação, pela desvalorização cambial, favorecendo a importação de grande variedade de produtos e sobretudo pelo reajuste do salário mínimo, refletindo na melhoria do poder de compra dos consumidores.

Pesquisa Mensal de Comércio
Indicador do Volume de Vendas – Bahia
Comércio Varejista 2005/2006



Fonte: IBGE/SEI

No cenário econômico o ano de 2006 foi marcado por uma política macroeconômica recessiva. Os dados demonstraram que vários fatores foram responsáveis pelo desaquecimento da economia brasileira, cujo crescimento de 2,9% do Produto Interno Bruto - PIB situou-se aquém do previsto no início do ano. Entre outros fatores, os juros altos contribuíram para a desaceleração, já que esses desestimulam o consumo, reduzem os investimentos das empresas e, conseqüentemente a geração de emprego. Em que pesem as sucessivas reduções graduais da taxa básica anual de juros, na avaliação de analistas econômicos, em 2006 o Banco Central foi muito cauteloso na condução da política monetária.

O comércio varejista e o mercado financeiro ao estabelecerem os juros cobrados nos financiamentos e nos empréstimos tomam como referência a taxa básica anual de juros da economia (Selic), fixada pelo Comitê de Política Monetária do Banco Central (Copom). Durante o ano, a taxa foi

reduzida em 4 pontos percentuais, pois em janeiro de 2006 estava em 17,25% e, com as sucessivas quedas em dezembro atingiu 13,25%, o mais baixo patamar dos últimos dez anos. Para 2007, as expectativas são de que os juros deverão continuar caindo, o que contribuirá para o aquecimento da economia brasileira neste ano. A tentativa de conter o consumo e, daí o controle da inflação foi a principal justificativa apresentada pelas autoridades monetárias ao decretar as reduções dos juros.

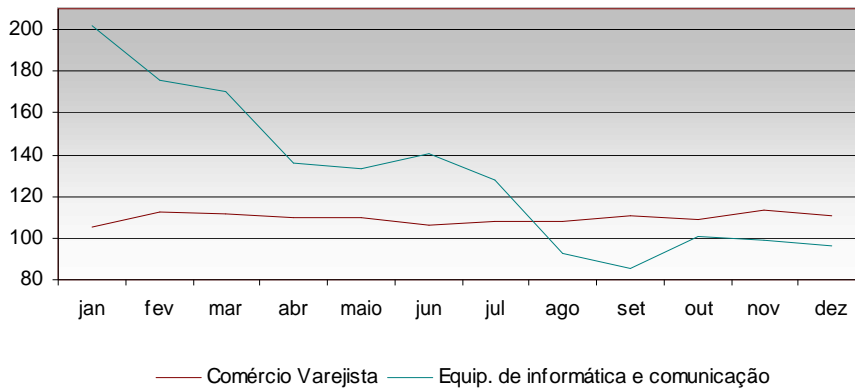
Porém, em 2006 a inflação não sinalizou ameaça á queda dos juros, o que ficou evidenciado pelo Índice de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA) - indicador adotado para se estabelecer as metas inflacionárias - o qual acumulou, no período janeiro-dezembro, acréscimo de 3,14%, portanto abaixo da meta de 4,5% fixada para esse ano. Tal comportamento permitiria quedas mais acentuadas da taxa Selic. A despeito das sucessivas reduções, no crédito direto ao consumidor os juros praticados no país ainda continuam elevados. Prática que segundo os lojistas se deve, principalmente, aos riscos da inadimplência.

Foram determinantes para a expansão do comércio varejista em 2006: as maiores facilidades de acesso ao crédito, a queda da inflação, a criação de novos postos de trabalho, principalmente em municípios do estado e a recuperação gradativa dos rendimentos dos trabalhadores. Esses fatores contribuíram para deixar os consumidores, sobretudo aqueles das classes de baixa renda mais confiantes ao comprometer parte de seus rendimentos mensais no pagamento da prestação de um bem, cuja compra vinha sendo adiada há tempos. Acrescente-se a isso, o fato de os lojistas dos diversos segmentos apostarem, ao longo do ano, nas promoções. Tal iniciativa tem se constituído num instrumento de extrema importância para estimular os consumidores.

Em 2006, os principais destaques das vendas couberam aos ramos de *Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios bebidas e fumo, Equipamentos e materiais para escritório informática e comunicação e Móveis e eletrodomésticos*. Embora esses dois últimos não sejam os mais representativos do varejo, no ano esses ramos apresentaram taxas significativas de incremento nos negócios, principalmente no primeiro semestre. Os resultados favoráveis nos segmentos de bens duráveis foram fortemente impulsionados pelo aumento das vendas a prazo. Como o crédito e a renda exercem acentuada influência no comportamento do varejo, a maior disponibilidade de crédito foi fundamental para expandir os negócios nesses ramos.

A taxa de 20,66% observada para o grupo de *Equipamentos e materiais para escritório informática e comunicação* constituiu-se na mais relevante dentre os oito ramos de atividade que compõem o indicador do varejo. Na estrutura do comércio esse tem pouca representatividade, respondendo por cerca de 1,50% da taxa que mede o comportamento do setor e engloba a venda de aparelhos de telefones celulares, para os quais se constatou, nos últimos anos, considerável expansão no ritmo dos negócios. Nesse ano, até julho, esse foi o ramo de atividade que registrou os principais destaques do varejo baiano. Porém, desde o segundo semestre, os dados observados para o segmento começaram a indicar resultados desfavoráveis. Apesar disso, o bom desempenho registrado no ano pode ser explicado, principalmente pelo elevado aumento nas vendas dos equipamentos de informática, em razão sobretudo da acentuada demanda reprimida e da redução dos preços desses equipamentos, já que a desvalorização cambial beneficiou a importação de componentes utilizados pelas indústrias. Além disso, a medida de incentivo fiscal do governo federal, isentando as empresas do ramo do pagamento de impostos como, PIS e Cofins nas vendas de máquinas de configurações mais modestas, possibilitou a uma parcela expressiva dos consumidores a adquirir tais equipamentos.

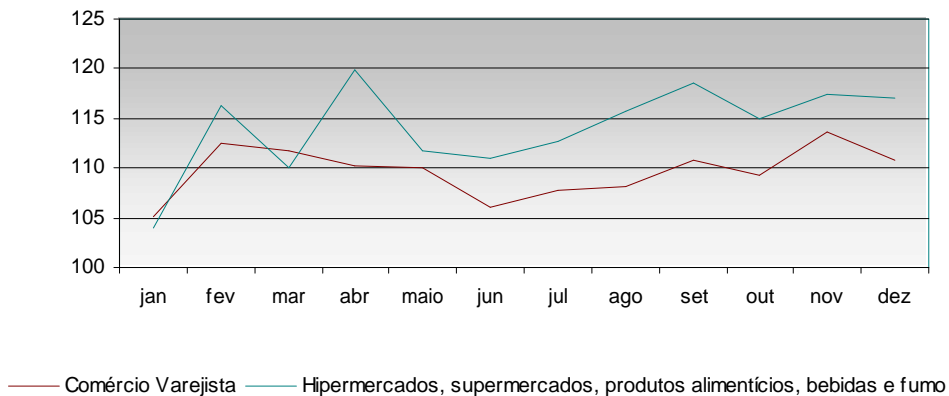
Pesquisa Mensal de Comércio
 Indicador do Volume de Vendas - Bahia
 Equip. de informática e comunicação / Comércio varejista - 2006



Fonte: IBGE/SEI

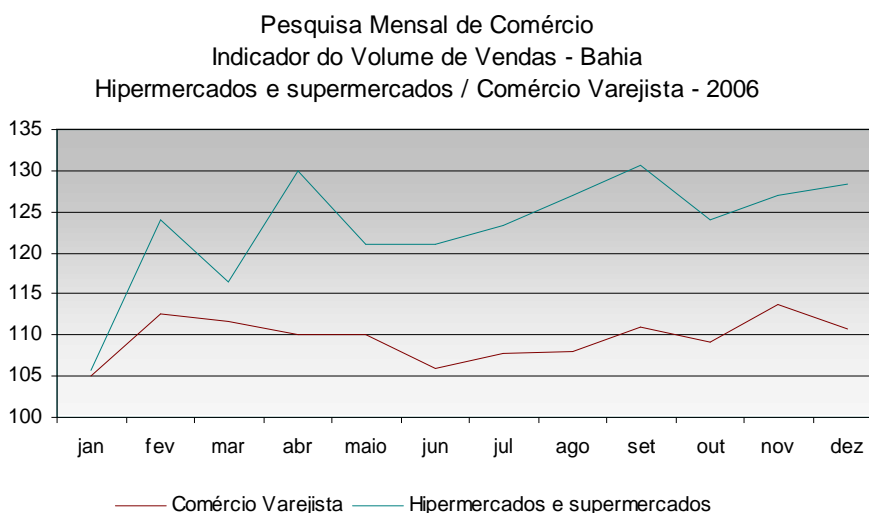
Desde os primeiros meses de 2006 que a pesquisa vem constatando variações significativas no ramo de *Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo*, o que levou-o a encerrar o ano com incremento de 14,17%. Por se tratar de um ramo que comercializa essencialmente gêneros de primeira necessidade e fortemente influenciado pelo poder de compra da população, o crescimento das vendas foi propiciado principalmente pela estabilidade no emprego e pela recuperação gradual do rendimento dos consumidores. Importa destacar que inversamente ao que ocorre com o segmento de bens duráveis, cujas vendas são fortemente atreladas ao crediário, esse é particularmente sensível ao poder de compra da população. Nesse ano, a queda ou estabilização dos preços dos produtos básicos e o reajuste do salário mínimo, em percentual muito acima do índice oficial da inflação, geraram elevação da massa salarial dos trabalhadores, essencialmente os de mais baixa renda, o que refletiu no aumento do consumo de alimentos.

Pesquisa Mensal de Comércio
 Indicador do Volume de Vendas - Bahia
 Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo /
 Comércio varejista - 2006



Fonte: IBGE/SEI

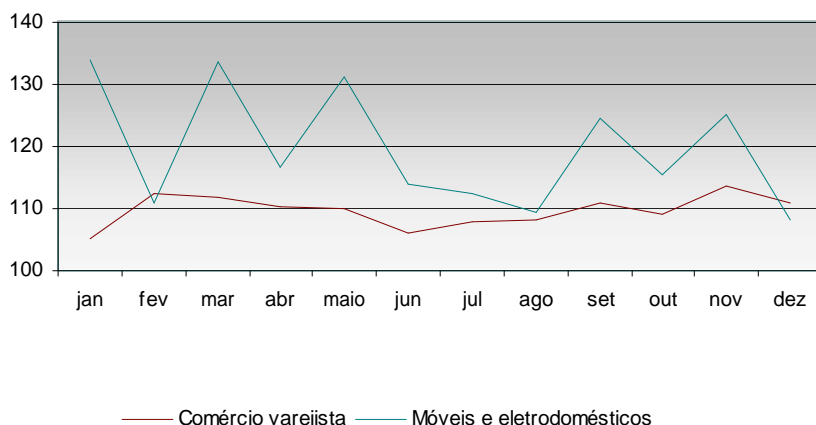
Considerando-se apenas o subgrupo de *Hipermercados e supermercados* constata-se que de janeiro a dezembro, tomando-se como base o mesmo período do ano anterior, as vendas apresentaram variação bem mais expressiva (23,34%). Concorreram para a obtenção dessa taxa: a diversidade de produtos comercializados por esses estabelecimentos, as constantes promoções empreendidas pelas principais redes supermercadistas e as vendas por meio do cartão de crédito das próprias lojas, principalmente de produtos de maior valor, como eletrodomésticos. Apesar de o ramo registrar durante todo o ano relevantes taxas de expansão nas vendas, as datas comemorativas, como: *Páscoa, Semana Santa, Dia dos Pais, Dia da Criança e Festas de Fim de Ano* sempre geraram bons negócios para esses estabelecimentos. Ademais, deve-se considerar que a entrada no mercado de grande variedade de produtos importados, encontrados nessas lojas a preços mais baixos se comparados aos nacionais e o funcionamento de algumas lojas ininterruptamente por vinte e quatro horas contribuíram para impulsionar os negócios. Vale salientar que as promoções além de reduzir os preços de determinados produtos, principalmente daqueles que compõem a cesta básica vêm sendo de fundamental importância para manter a inflação sob controle.



Fonte: IBGE/SEI

Após registrar nos dois anos anteriores significativas variações positivas, em 2006 o segmento de *Móveis e eletrodomésticos* apresentou desaceleração no nível de atividade, o que reduziu para 18,75% a taxa acumulada nesse ano. Resultado que indica uma tendência à estabilização da demanda por esses bens. Como cerca de 80,0% da comercialização de bens duráveis são via crediário, além da maior concessão do crédito, as campanhas de marketing e a elasticidade dos prazos de financiamento das compras foram decisivas para impulsionar os negócios. Também, a concorrência entre as grandes redes varejistas e a queda do dólar contribuíram para baixar os preços dos eletroeletrônicos, principalmente daqueles de valores mais elevados. Importa destacar que o lançamento no mercado de aparelhos mais sofisticados, cujas indústrias utilizam na fabricação tecnologia bastante avançada conseguiu motivar um grande número de consumidores a trocar os aparelhos mais antigos por outros mais modernos. Importa destacar que há alguns anos tais aparelhos apresentavam preços inacessíveis para parcela expressiva dos consumidores, porém a concorrência entre as lojas do ramo foi responsável pelas acentuadas reduções nos preços desses bens.

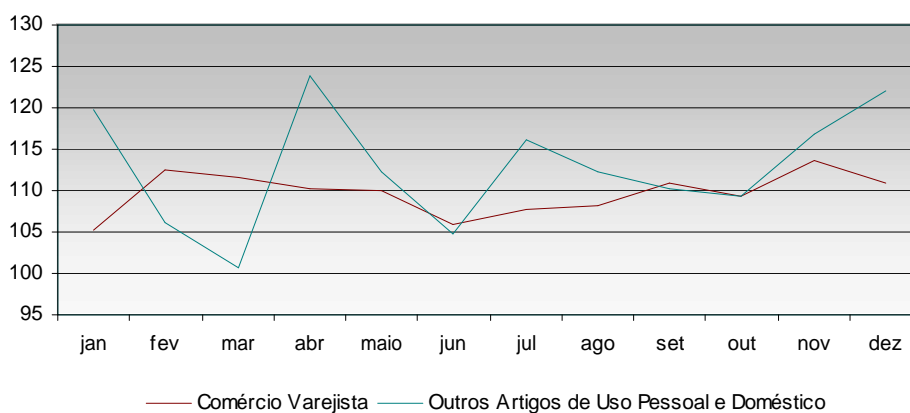
Pesquisa Mensal de Comércio
 Indicador do Volume de Vendas - Bahia
 Móveis e eletrodomésticos / Comércio varejista - 2006



Fonte: IBGE/SEI

O segmento de *Outros artigos de uso pessoal e domésticos* encerrou 2006 apresentando crescimento de 13,41% nas vendas. Trata-se de um grupo composto por uma variedade de lojas, dentre as quais se destacam as Lojas de Departamento. Tais estabelecimentos comercializam diversos produtos, como: cds, jóias, material ótico e fotográfico, artigos desportivos, brinquedos, etc. Importa ressaltar que apesar de o ramo enfrentar a concorrência de outros estabelecimentos comerciais, a exemplo dos Hipermercados e supermercados, onde muitos consumidores preferem adquirir alguns desses artigos, por longo período o grupo vem registrando expressivos aumentos nas vendas. A taxa mais significativa 23,88% foi observada em abril, o que pode ser explicado pelo acréscimo das vendas de chocolate em forma de Ovos de Páscoa em consequência da comemoração da *Páscoa*.

Pesquisa Mensal de Comércio
 Indicador do Volume de Vendas - Bahia
 Outros artigos de uso pessoal e doméstico / Comércio Varejista - 2006

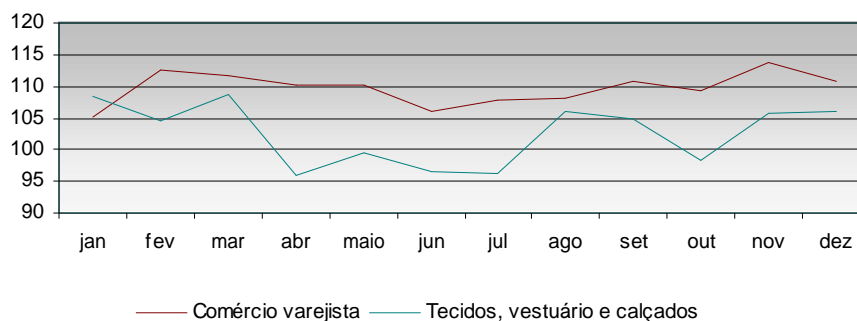


Fonte: IBGE/SEI

A pesquisa observou acréscimo de 2,54% no ramo de *Tecidos, vestuário e calçados*. Apesar de modesta, concorreram para a obtenção dessa taxa: o aumento das vendas que tradicionalmente se intensifica nos meses em que há datas comemorativas, dentre essas destacam-se: as Festas de Fim de Ano, as quais sempre resultaram em bons negócios para o ramo de atividade. Merece ressaltar que no período de 30 de março a 9 de abril de 2006, os lojistas da capital baiana e de alguns municípios, como: *Lauro de Freitas*,

Camaçari e Simões Filho realizaram a *Liquida Salvador*, envolvendo os diversos segmentos varejistas e principalmente as lojas que comercializam esses artigos. Nesse ano, o evento foi realizado pela sexta vez e, diante do resultado de 8,71% apurado em março, pode-se afirmar que a promoção atingiu os objetivos dos empresários, visto que essa foi a variação positiva de maior relevância apurada no ano. Vale ressaltar que a desvalorização cambial foi responsável pelas maiores facilidades para importar esses artigos, os quais foram largamente comercializados, tendo em vista apresentarem preços mais acessíveis para os consumidores. Tal comportamento refletiu negativamente nas indústrias têxteis e de vestuário, as quais enfrentaram sérias dificuldades decorrentes da abertura comercial.

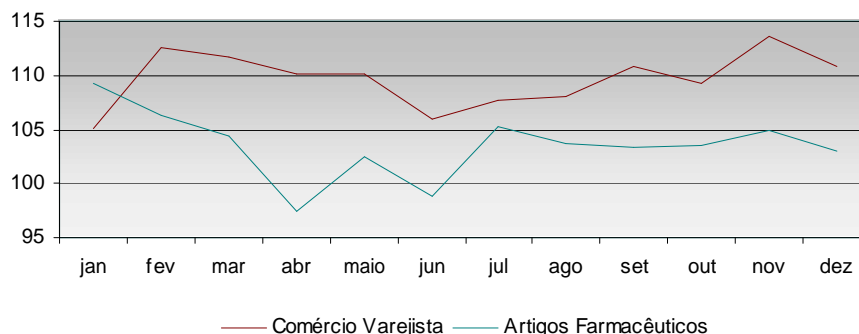
Pesquisa Mensal de Comércio
Indicador do Volume de Vendas - Bahia
Tecidos, vestuário e calçados / Comércio varejista - 2006



Fonte: IBGE/SEI

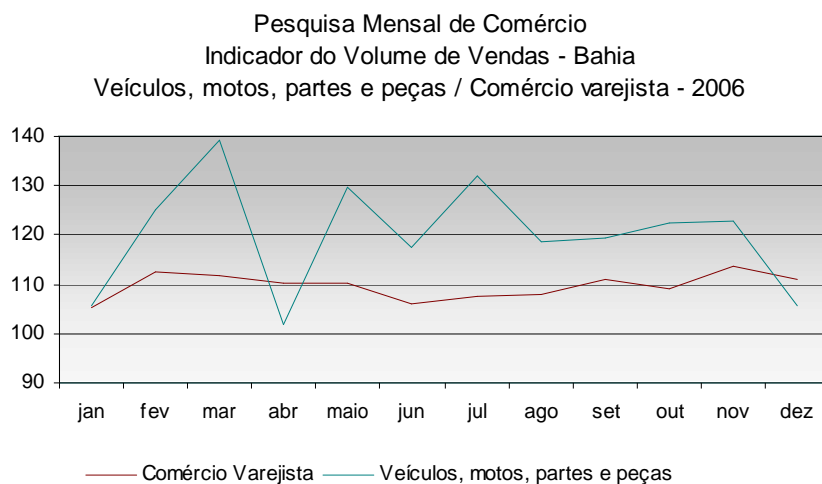
Os dados da pesquisa demonstraram que em 2006 comparativamente ao ano de 2005 as vendas dos estabelecimentos que atuam no ramo de *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumarias e cosméticos* expandiram-se em 3,45%. Dentre outros fatores, influenciaram tal resultado: a estabilização dos preços dos medicamentos, motivada pela queda do dólar, em razão de a indústria farmacêutica importar determinados insumos utilizados na fabricação de remédios. Também, deve-se considerar que a concorrência com os “*genéricos*”, produtos comercializados pelo nome do princípio ativo, contribuiu para coibir aumentos de preços, o que possibilitou aos consumidores de menor poder aquisitivo o acesso aos medicamentos. Acrescente-se a isso o aumento das vendas no subgrupo de perfumarias, já que o ramo de atividade é composto por lojas que comercializam uma diversidade de produtos, que vão desde medicamentos a artigos de higiene, de perfumaria, de beleza etc.

Pesquisa Mensal de Comércio
Indicador do Volume de Vendas - Bahia
Artigos Farmacêuticos / Comércio Varejista - 2006



Fonte: IBGE/SEI

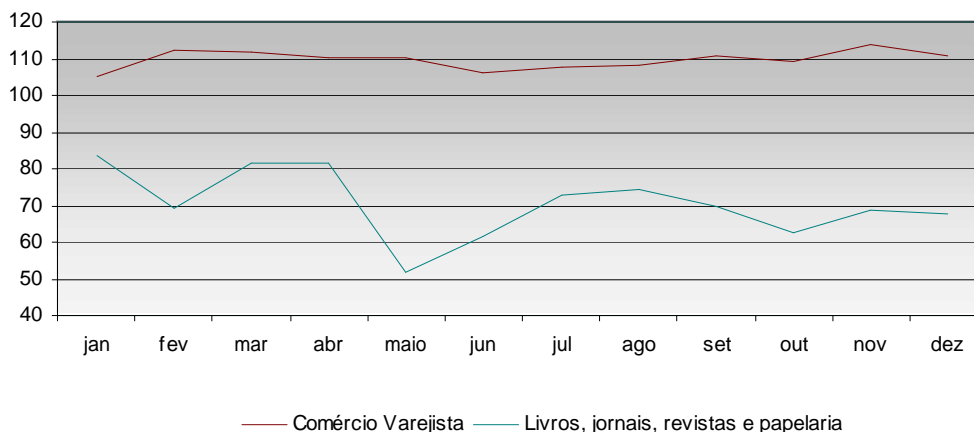
Embora não compondo o indicador do varejo, mas dada a sua importância no comércio, a pesquisa investiga o segmento de *Veículos, motos, partes e peças*, cujas vendas apresentaram, em 2006, significativo acréscimo (19,54%). Contribuíram para a obtenção dessa taxa a acirrada concorrência entre as concessionárias, oferecendo vantagens na aquisição do carro novo, as menores taxas de juros cobradas pelas instituições financeiras ligadas à indústria automotiva e a elasticidade dos prazos de parcelamento. Como a preocupação dos consumidores é com a prestação cujo valor seja compatível com a capacidade de pagamento destes, tais fatores conseguiram motivá-los no momento de decidir pela compra do carro novo. Acrescente-se a isso, as liquidações de estoques e o lançamento no mercado de novos modelos. Trata-se da comercialização de bens destinados preferencialmente a camada da população de poder aquisitivo mais elevado, cujas vendas em cerca de 75% são financiadas, principalmente no segmento dos chamados “*carros populares*”, os quais constituem parcela considerável das receitas auferidas pelas revendedoras.



Fonte: IBGE/SEI

Dentre os oito segmentos que compõem o Volume de Vendas, o de *Livros, jornais, revistas e papelaria* foi o que apresentou a mais acentuada retração no ritmo dos negócios. De janeiro a dezembro de 2006 comparado com o mesmo período do ano anterior, as vendas do segmento revelaram queda de 29,27%. Durante os 12 meses do ano, o segmento registrou, mensalmente, variações negativas de grande expressividade. Na estrutura varejista, esse é considerado o segmento de menor peso, situando-se em torno de 0,50%. Apesar disso, as intensas quedas nas vendas, observadas em 2006, impediram desempenho mais auspicioso do comércio baiano. Pode-se afirmar que as maiores facilidades de consultas por meio da mídia eletrônica foi um dos fatores que concorreram para o fraco desempenho do ramo.

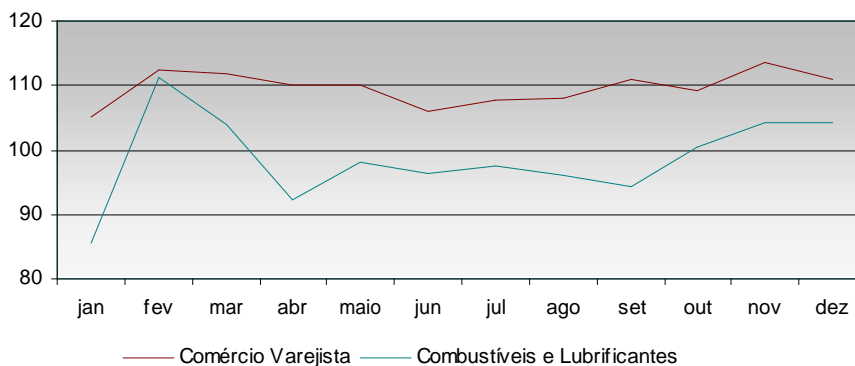
Pesquisa Mensal de Comércio
 Indicador do Volume de Vendas - Bahia
 Livros, jornais, revistas e papelaria / Comércio Varejista - 2006



Fonte: IBGE/SEI

Como ocorrera nos dois anos anteriores, em 2006 o segmento de *Combustíveis e lubrificantes* manteve o desaquecimento das vendas. Nesse ano, após apresentar por vários meses seguidos desempenhos negativos, no último trimestre do ano voltou a registrar variações positivas, porém as taxas obtidas nesse período não conseguiram impedir que o mesmo encerrasse o ano acumulando retração de 1,65%. Resultado que o coloca como o segundo ramo de atividade mais atingido pelo desaquecimento dos negócios. Dentre os oito segmentos que compõem o indicador do varejo, esse apresenta o segundo peso mais significativo, variando em cerca de 30,0%. Diante disso, a retração nas vendas teve forte impacto negativo na formação da taxa que mede o comportamento do comércio varejista baiano. As promoções e as vendas por meio do cartão de crédito e cheques pré-datados não foram suficientes para reverter a tendência de queda nas receitas brutas dos revendedores. Os reajustes de preços dos combustíveis foram decisivos para retrainir o consumo.

Pesquisa Mensal de Comércio
 Indicador do Volume de Vendas - Bahia
 Combustíveis e Lubrificantes / Comércio Varejista - 2006



Fonte: IBGE/SEI

Séries Históricas

Varição do volume de vendas acumulada no ano, por atividade
Bahia, 2006⁽¹⁾

Atividades	Meses											
	jan	fev	mar	abr	maio	jun	jul	ago	set	out	nov	dez
Comércio Varejista	5,13	8,65	9,72	9,83	9,88	9,20	8,98	8,86	9,09	9,10	9,52	9,67
Combustíveis e lubrificantes	-14,39	-3,64	-1,21	-2,86	-2,69	-2,84	-2,79	-2,94	-3,24	-2,85	-2,21	-1,65
Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	4,07	10,09	10,09	12,61	12,42	12,18	12,26	12,70	13,33	13,49	13,84	14,17
Hipermercados e supermercados	5,61	14,64	15,29	19,00	19,40	19,66	20,20	21,05	22,09	22,29	22,72	23,34
Tecidos, vestuário e calçados	8,27	6,31	7,14	4,18	3,13	1,42	0,71	1,38	1,74	1,38	1,81	2,54
Móveis e eletrodomésticos	34,08	23,31	26,97	24,36	25,90	23,83	22,03	20,16	20,65	20,08	20,59	18,75
Artigos farm., med, ortopédico e de perfumaria	9,23	7,81	6,58	4,18	3,80	2,95	3,30	3,35	3,35	3,36	3,50	3,45
Equipamentos e mat. esc, infor. e comunicação	101,95	89,25	82,30	68,57	58,49	54,16	50,79	39,22	30,68	27,39	24,44	20,66
Livros, jornais, revistas e papelaria	-16,26	-24,69	-22,83	-21,55	-26,75	-28,07	-27,96	-27,73	-27,93	-28,74	-28,93	-29,27
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	19,68	13,18	8,55	12,15	12,19	10,85	11,63	11,71	11,54	11,29	11,86	13,41
Veículos, motos, partes e peças	5,69	14,03	22,89	17,41	19,97	19,54	21,41	21,02	20,83	21,01	21,19	19,54
Material de Construção	-3,46	3,23	4,31	2,62	3,38	3,44	4,66	4,61	4,43	4,68	3,65	2,55

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Serviços e Comércio

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

Varição do volume de vendas no comércio varejista, por atividade
Bahia, 2006⁽¹⁾

Atividades	Meses											
	jan	fev	mar	abr	maio	jun	jul	ago	set	out	nov	dez
Comércio Varejista	5,13	12,55	11,70	10,17	10,05	5,98	7,74	8,09	10,89	9,22	13,62	10,82
Combustíveis e lubrificantes	-14,39	11,10	3,99	-7,69	-2,00	-3,64	-2,48	-3,90	-5,56	0,56	4,16	4,24
Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	4,07	16,25	10,08	19,97	11,69	10,99	12,69	15,81	18,49	14,89	17,41	16,98
Hipermercados e supermercados	5,61	23,94	16,46	30,08	20,98	20,99	23,28	27,00	30,64	24,08	26,96	28,43
Tecidos, vestuário e calçados	8,27	4,49	8,71	-4,06	-0,38	-3,76	-3,69	6,06	4,81	-1,73	5,64	5,92
Móveis e eletrodomésticos	34,08	10,85	33,68	16,77	31,26	14,08	12,36	9,49	24,43	15,50	25,09	8,26
Artigos farm., med, ortopédico e de perfumaria	9,23	6,27	4,43	-2,60	2,43	-1,15	5,29	3,69	3,31	3,53	4,86	2,93
Equipamentos e mat. esc, infor. e comunicação	101,95	76,13	69,92	35,84	33,51	40,15	27,57	-7,09	-14,56	0,75	-0,85	-3,39
Livros, jornais, revistas e papelaria	-16,26	-30,60	-18,42	-18,54	-48,09	-38,49	-27,05	-25,74	-30,05	-37,69	-31,28	-32,22
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	19,68	6,11	0,58	23,88	12,32	4,74	16,11	12,25	10,15	9,36	16,92	22,12
Veículos, motos, partes e peças	5,69	24,97	39,22	1,98	29,72	17,34	32,02	18,81	19,34	22,57	22,75	5,60
Material de Construção	-3,46	11,99	6,40	-2,63	6,31	3,78	12,12	4,30	2,99	6,92	-5,08	-7,53

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Serviços e Comércio

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

Varição nominal de vendas no comércio varejista, por atividade
Bahia, 2006⁽¹⁾

Atividades	Meses											
	jan	fev	mar	abr	maio	jun	jul	ago	set	out	nov	dez
Comércio Varejista	7,58	14,93	16,53	14,76	14,32	9,66	11,43	12,42	14,41	11,97	15,92	12,41
Combustíveis e lubrificantes	-8,26	19,43	19,37	9,55	14,03	11,28	13,43	13,95	8,13	9,51	11,80	11,08
Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	4,13	14,32	9,75	19,51	11,51	10,14	11,47	14,36	18,35	15,48	17,40	16,24
Hipermercados e supermercados	6,00	22,15	16,28	29,88	21,09	20,19	22,08	25,47	30,58	24,76	27,08	27,56
Tecidos, vestuário e calçados	17,74	14,14	17,65	3,90	7,43	4,08	2,75	13,17	11,33	4,01	10,94	10,75
Móveis e eletrodomésticos	36,84	13,76	37,88	19,05	31,08	12,89	10,80	7,80	22,07	14,15	24,02	7,52
Artigos farm., med, ortopédico e de perfumaria	16,84	13,11	11,88	3,14	9,48	5,94	12,95	11,22	11,10	11,48	12,69	8,57
Equipamentos e mat. esc, infor. e comunicação	69,37	49,68	44,91	19,91	15,32	19,09	9,61	-19,61	-24,88	-13,84	-10,19	-14,04
Livros, jornais, revistas e papelaria	-12,42	-28,32	-14,87	-15,42	-46,13	-36,32	-24,45	-23,33	-28,54	-35,68	-29,15	-29,73
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	25,94	11,09	5,39	28,64	17,38	10,63	23,38	21,25	18,32	17,24	24,03	28,19
Veículos, motos, partes e peças	8,32	28,67	41,53	3,78	32,15	18,90	32,36	19,13	19,41	21,69	21,26	5,32
Material de Construção	3,20	18,15	12,20	1,60	10,95	8,80	17,77	9,71	8,51	12,65	0,36	-2,05

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Serviços e Comércio

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

Índice do volume de vendas no comércio varejista, por atividade
Bahia, 2006⁽¹⁾

Atividades	Meses											
	jan	fev	mar	abr	maio	jun	jul	ago	set	out	nov	dez
Comércio Varejista	105,13	112,55	111,70	110,17	110,05	105,98	107,74	108,09	110,89	109,22	113,62	110,82
Combustíveis e lubrificantes	85,61	111,10	103,99	92,31	98,00	96,36	97,52	96,10	94,44	100,56	104,16	104,24
Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	104,07	116,25	110,08	119,97	111,69	110,99	112,69	115,81	118,49	114,89	117,41	116,98
Hipermercados e supermercados	105,61	123,94	116,46	130,08	120,98	120,99	123,28	127,00	130,64	124,08	126,96	128,43
Tecidos, vestuário e calçados	108,27	104,49	108,71	95,94	99,62	96,48	96,31	106,06	104,81	98,27	105,64	105,92
Móveis e eletrodomésticos	134,08	110,85	133,68	116,77	131,26	114,08	112,36	109,49	124,43	115,50	125,09	108,26
Artigos farm., med, ortopédico e de perfumaria	109,23	106,27	104,43	97,40	102,43	98,85	105,29	103,69	103,31	103,53	104,86	102,93
Equipamentos e mat. esc, infor. e comunicação	201,95	176,13	169,92	135,84	133,51	140,15	127,57	92,91	85,44	100,75	99,15	96,61
Livros, jornais, revistas e papelaria	83,74	69,40	81,58	81,46	51,91	61,51	72,95	74,26	69,95	62,31	68,72	67,78
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	119,68	106,11	100,58	123,88	112,32	104,74	116,11	112,25	110,15	109,36	116,92	122,12
Veículos, motos, partes e peças	105,69	124,97	139,22	101,98	129,72	117,34	132,02	118,81	119,34	122,57	122,75	105,60
Material de Construção	96,54	111,99	106,40	97,37	106,31	103,78	112,12	104,30	102,99	106,92	94,92	92,47

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

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

Índice nominal de vendas no comércio varejista, por atividade
Bahia, 2006⁽¹⁾

Atividades	Meses											
	jan	fev	mar	abr	maio	jun	jul	ago	set	out	nov	dez
Comércio Varejista	107,58	114,93	116,53	114,76	114,32	109,66	111,43	112,42	114,41	111,97	115,92	112,41
Combustíveis e lubrificantes	91,74	119,43	119,37	109,55	114,03	111,28	113,43	113,95	108,13	109,51	111,80	111,08
Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	104,13	114,32	109,75	119,52	111,51	110,14	111,47	114,36	118,35	115,48	117,40	116,24
Hipermercados e supermercados	106,00	122,15	116,28	129,88	121,09	120,19	122,08	125,47	130,58	124,76	127,08	127,56
Tecidos, vestuário e calçados	117,74	114,14	117,65	103,90	107,43	104,08	102,75	113,17	111,33	104,01	110,94	110,75
Móveis e eletrodomésticos	136,84	113,76	137,88	119,05	131,08	112,89	110,80	107,80	122,07	114,15	124,02	107,52
Artigos farm., med, ortopédico e de perfumaria	116,84	113,11	111,88	103,14	109,48	105,94	112,95	111,22	111,10	111,48	112,69	108,57
Equipamentos e mat. esc, infor. e comunicação	169,37	149,68	144,91	119,91	115,32	119,09	109,61	80,39	75,12	86,16	89,81	85,96
Livros, jornais, revistas e papelaria	87,58	71,68	85,13	84,58	53,87	63,68	75,55	76,67	71,46	64,32	70,85	70,27
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	125,94	111,09	105,39	128,64	117,38	110,63	123,38	121,25	118,32	117,24	124,03	128,19
Veículos, motos, partes e peças	108,32	1288,67	141,53	103,78	132,15	118,90	132,36	119,13	119,41	121,69	121,26	105,32
Material de Construção	103,20	118,15	112,20	101,60	110,95	108,80	117,77	109,71	108,51	112,65	100,36	97,95

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Serviços e Comércio

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

Variável = Índice de volume de vendas no comércio varejista - 2006

Tipos de índice = Índice base fixa (2003=100) (número índice)

Brasil e Unidade da Federação	Meses											
	jan	fev	mar	abr	maio	jun	jul	ago	set	out	nov	dez
Brasil	112,02	102,68	114,67	115,79	120,59	114,49	117,19	120,91	120,20	123,48	125,29	171,76
Maranhão	144,99	130,29	147,84	145,01	170,25	158,69	164,34	173,20	164,27	171,53	179,05	251,76
Piauí	138,87	119,11	130,27	120,78	142,12	134,88	143,33	146,08	139,72	131,89	137,21	186,18
Ceará	130,21	111,83	120,25	118,55	135,44	129,56	133,80	139,00	136,83	144,23	151,04	205,31
Rio Grande do Norte	147,12	127,25	140,97	140,75	149,93	144,05	151,31	158,14	153,09	147,99	152,61	205,50
Paraíba	141,24	120,08	138,50	133,85	149,50	140,96	144,06	149,56	147,05	148,83	154,63	221,60
Pernambuco	121,70	107,95	121,20	117,28	124,81	119,71	125,64	128,49	126,66	131,85	139,95	193,10
Alagoas	130,30	118,54	137,22	130,69	147,60	136,26	140,39	156,68	151,73	177,25	185,16	257,26
Sergipe	149,28	114,69	127,42	123,71	139,80	133,11	135,28	145,95	142,35	146,24	150,93	204,70
Bahia	114,50	110,39	124,32	120,64	124,40	121,11	123,32	127,09	123,70	125,67	129,64	180,00

Fonte: IBGE - Pesquisa Mensal de Comércio

Variável = Índice de volume de vendas no comércio varejista - 2006

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

Brasil e Unidade da Federação	Meses											
	jan	fev	mar	abr	maio	jun	jul	ago	set	out	nov	dez
Brasil	6,53	5,74	2,98	7,46	7,40	3,97	2,25	6,29	9,98	6,94	8,97	5,64
Maranhão	25,97	17,04	18,41	14,08	26,01	19,39	10,19	16,22	17,81	20,44	17,26	12,34
Piauí	28,68	13,25	12,48	7,19	17,43	10,89	11,15	10,78	13,61	6,87	6,84	-4,00
Ceará	18,29	11,69	8,87	4,64	10,65	5,43	3,23	5,48	10,00	12,00	13,75	11,05
Rio Grande do Norte	27,74	12,56	12,41	12,93	15,53	7,18	8,34	11,88	12,17	4,92	3,80	-2,97
Paraíba	26,01	10,79	8,99	6,12	9,68	-0,08	4,62	5,00	10,05	7,88	8,91	0,48
Pernambuco	12,13	2,24	2,93	4,19	4,76	3,81	6,02	6,00	8,79	7,77	11,31	5,03
Alagoas	6,26	11,76	8,71	11,66	16,75	8,75	9,51	16,57	23,19	33,70	39,45	29,02
Sergipe	39,15	-1,80	0,56	0,77	4,53	-0,33	6,31	8,32	11,39	-3,31	4,63	-1,80
Bahia	5,13	12,55	11,70	10,17	10,05	5,98	7,74	8,09	10,89	9,22	13,62	10,82

Fonte: IBGE - Pesquisa Mensal de Comércio

Variável = Índice de volume de vendas no comércio varejista - 2006

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

Brasil e Unidade da Federação	Meses											
	jan	fev	mar	abr	maio	jun	jul	ago	set	out	nov	dez
Brasil	6,53	6,16	5,03	5,65	6,02	5,67	5,15	5,30	5,82	5,94	6,23	6,16
Maranhão	25,97	21,58	20,45	18,76	20,35	20,18	18,52	18,19	18,14	18,39	18,28	17,49
Piauí	28,68	21,07	18,04	15,27	15,74	14,88	14,29	13,80	13,78	13,06	12,45	10,35
Ceará	18,29	15,14	12,98	10,80	10,77	9,80	8,75	8,29	8,49	8,87	9,36	9,57
Rio Grande do Norte	27,74	20,22	17,45	16,28	16,12	14,50	13,53	13,30	13,17	12,27	11,41	9,58
Paraíba	26,01	18,53	15,04	12,67	12,00	9,73	8,94	8,39	8,59	8,51	8,55	7,48
Pernambuco	12,13	7,25	5,72	5,33	5,21	4,97	5,13	5,24	5,64	5,87	6,40	6,23
Alagoas	6,26	8,81	8,78	9,49	11,03	10,63	10,46	11,30	12,62	14,87	17,24	18,73
Sergipe	39,15	17,81	11,58	8,77	7,84	6,37	6,36	6,62	7,16	5,93	5,79	4,83
Bahia	5,13	8,65	9,72	9,83	9,88	9,20	8,98	8,86	9,09	9,10	9,52	9,67

Fonte: IBGE - Pesquisa Mensal de Comércio

Variável = Índice de receita nominal de vendas no comércio varejista - 2006

Tipos de índice = Índice base fixa (2003=100) (número índice)

Brasil e Unidade da Federação	Meses											
	jan	fev	mar	abr	maio	jun	jul	ago	set	out	nov	dez
Brasil	123,86	113,26	126,98	127,95	133,29	125,38	128,45	132,35	131,19	135,00	137,85	189,37
Maranhão	162,23	146,42	166,53	164,30	189,95	176,47	183,65	192,86	182,46	191,18	199,23	278,81
Piauí	153,48	131,18	143,96	134,17	156,74	148,11	158,14	160,13	153,35	145,81	151,56	205,64
Ceará	143,60	123,15	132,78	131,62	148,96	141,68	147,51	152,40	150,23	159,09	166,86	228,35
Rio Grande do Norte	163,59	140,82	155,95	155,39	163,83	157,02	164,98	171,46	166,54	162,74	167,86	225,56
Paraíba	157,37	134,47	155,43	150,18	169,14	160,39	162,00	168,05	165,55	166,72	174,22	252,26
Pernambuco	135,66	120,82	136,01	131,44	141,20	136,33	141,64	144,41	142,37	148,09	158,58	220,48
Alagoas	143,96	133,11	153,55	147,19	166,98	154,83	158,50	175,00	169,35	196,87	207,79	290,60
Sergipe	170,30	132,16	147,06	143,66	163,78	156,40	157,24	169,05	165,36	169,67	176,29	239,14
Bahia	124,70	119,59	136,29	131,79	137,17	133,46	134,53	138,90	135,48	138,75	142,88	197,12

Fonte: IBGE - Pesquisa Mensal de Comércio

Variável = Índice de receita nominal de vendas no comércio varejista - 2006
 Tipos de índice = Variação mensal (base:igual mês do ano anterior) (percentual)

Brasil e Unidade da Federação	Meses											
	jan	fev	mar	abr	maio	jun	jul	ago	set	out	nov	dez
Brasil	9,48	8,37	5,64	8,91	8,32	4,67	3,30	7,49	10,75	6,92	9,01	5,50
Maranhão	30,36	21,74	21,48	17,23	27,23	21,53	12,52	17,58	18,30	19,73	17,48	12,53
Piauí	31,30	15,80	14,33	8,99	17,92	12,10	12,61	11,55	14,19	7,41	7,52	-3,79
Ceará	20,59	14,17	10,32	6,22	10,63	5,86	4,38	5,77	10,27	12,16	14,41	11,87
Rio Grande do Norte	30,39	15,81	13,44	13,50	14,71	7,68	8,77	11,21	10,83	3,82	3,41	-3,16
Paraíba	30,37	15,46	13,75	9,35	13,55	3,16	7,08	7,49	12,51	9,09	10,02	1,78
Pernambuco	16,58	6,80	7,49	7,39	8,44	7,12	8,61	8,24	10,95	9,05	12,65	6,12
Alagoas	9,89	17,96	14,03	16,50	21,68	12,94	13,40	19,42	25,81	34,95	41,28	30,34
Sergipe	44,97	3,33	5,61	5,19	10,13	3,71	9,69	11,42	14,25	-0,65	6,57	0,11
Bahia	7,58	14,93	16,53	14,76	14,32	9,66	11,43	12,42	14,41	11,97	15,92	12,41

Fonte: IBGE - Pesquisa Mensal de Comércio

Variável = Índice de receita nominal de vendas no comércio varejista - 2006
 Tipos de índice = Variação acumulada no ano (base: igual período do ano anterior) (percentual)

Brasil e Unidade da Federação	Meses											
	jan	fev	mar	abr	maio	jun	jul	ago	set	out	nov	dez
Brasil	9,48	8,94	7,77	8,06	8,12	7,53	6,89	6,96	7,39	7,34	7,50	7,26
Maranhão	30,36	26,12	24,46	22,52	23,57	23,21	21,43	20,88	20,57	20,48	20,17	19,16
Piauí	31,30	23,67	20,37	17,44	17,55	16,58	15,95	15,34	15,20	14,39	13,72	11,45
Ceará	20,59	17,54	15,03	12,72	12,25	11,10	10,02	9,42	9,52	9,81	10,27	10,47
Rio Grande do Norte	30,39	23,22	19,72	18,09	17,36	15,62	14,54	14,08	13,69	12,61	11,66	9,77
Paraíba	30,37	23,05	19,65	16,88	16,13	13,66	12,63	11,91	11,98	11,67	11,51	10,19
Pernambuco	16,58	11,76	10,24	9,51	9,28	8,91	8,87	8,78	9,03	9,03	9,40	8,97
Alagoas	9,89	13,63	13,77	14,46	16,00	15,46	15,15	15,74	16,87	18,83	21,04	22,25
Sergipe	44,97	23,27	16,87	13,81	13,00	11,29	11,05	11,10	11,46	10,02	9,66	8,42
Bahia	7,58	11,06	12,96	13,42	13,61	12,91	12,69	12,66	12,85	12,76	13,06	12,98

Fonte: IBGE - Pesquisa Mensal de Comércio

Varição do volume de vendas acumulada no ano, por atividade
Bahia, 2005⁽¹⁾

Atividades	Meses											
	jan	fev	mar	abr	maio	jun	jul	ago	set	out	nov	dez
Comércio Varejista	12,59	9,50	8,53	8,13	7,38	7,27	7,37	8,00	8,20	7,68	7,28	7,06
Combustíveis e lubrificantes	7,44	-5,31	-10,61	11,20	13,03	-14,29	-14,04	-12,99	-12,26	12,71	-13,01	-13,31
Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	9,43	9,88	11,85	11,05	10,25	10,21	9,96	9,52	8,85	7,96	7,58	7,02
Hipermercados e supermercados	10,53	10,12	10,63	9,16	8,30	7,96	7,49	6,89	6,56	6,16	6,06	5,82
Tecidos, vestuário e calçados	8,41	11,27	12,15	15,24	15,64	16,60	17,51	18,55	18,29	17,69	17,51	16,91
Móveis e eletrodomésticos	45,59	46,75	42,74	43,06	42,35	42,16	42,60	44,93	46,68	45,87	43,04	39,66
Artigos farm., med, ortopédico e de perfumaria	9,24	6,46	4,77	6,77	7,87	9,01	8,83	10,11	10,51	10,92	11,25	11,68
Equipamentos e mat. esc, infor. e comunicação	13,79	36,24	30,02	30,62	46,78	53,82	49,39	54,98	64,87	64,99	66,25	71,44
Livros, jornais, revistas e papelaria	-8,17	6,75	2,51	-2,73	-5,03	-3,38	-3,40	-2,66	-1,95	-0,06	1,12	2,96
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	6,70	8,03	10,84	7,43	7,14	8,44	8,78	9,26	9,77	10,69	11,30	11,60
Veículos, motos, partes e peças	29,97	17,74	13,04	14,56	12,26	11,04	9,41	10,61	9,42	9,37	9,52	9,65
Material de Construção	6,78	2,27	-0,12	-1,09	-2,32	-3,50	-5,07	-5,30	-5,89	-6,28	-6,10	-6,07

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Serviços e Comércio

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

Varição do volume de vendas no comércio varejista, por atividade
Bahia, 2005⁽¹⁾

Atividades	Meses											
	jan	fev	mar	abr	maio	jun	jul	ago	set	out	nov	dez
Comércio Varejista	12,59	6,26	6,76	6,98	4,62	6,75	7,97	12,31	9,84	3,32	3,52	5,48
Combustíveis e lubrificantes	7,44	-18,57	-20,17	-12,89	-19,63	-20,21	-12,60	-5,58	-6,20	-16,46	-15,94	-16,25
Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	9,43	10,33	15,50	8,77	7,21	10,01	8,59	6,49	3,66	0,59	3,80	2,62
Hipermercados e supermercados	10,53	9,69	11,57	4,98	5,02	6,28	4,87	2,86	3,87	2,79	5,12	3,83
Tecidos, vestuário e calçados	8,41	14,06	13,83	24,75	16,99	19,65	23,44	26,34	16,09	12,69	15,83	14,26
Móveis e eletrodomésticos	45,59	48,12	35,92	44,00	39,91	41,27	45,02	59,80	61,55	39,70	22,23	23,14
Artigos farm., med, ortopédico e de perfumaria	9,24	3,58	1,96	12,82	12,03	14,87	7,83	18,80	13,64	14,54	14,6	15,95
Equipamentos e mat. esc, infor. e comunicação	13,79	71,16	20,24	32,06	111,73	87,19	27,12	82,3	148,97	66,03	77,87	113,94
Livros, jornais, revistas e papelaria	-8,17	20,46	-6,31	-13,16	-13,4	12,00	-3,55	4,17	6,12	26,94	18,43	22,7
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	6,70	9,51	16,06	-2,40	6,04	14,83	10,76	12,47	13,98	18,52	17,07	13,29
Veículos, motos, partes e peças	29,97	4,81	5,29	19,07	4,31	5,25	1,04	18,10	0,88	8,98	10,83	10,78
Material de Construção	6,78	-3,08	-4,44	-4,01	-6,8	-9,46	-13,66	-6,74	-10,11	-9,58	-4,59	-5,76

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Serviços e Comércio

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

Varição nominal de vendas no comércio varejista, por atividade
Bahia, 2005⁽¹⁾

Atividades	Meses											
	jan	fev	mar	abr	maio	jun	jul	ago	set	out	nov	dez
Comércio Varejista	19,67	13,14	11,74	12,49	11,90	12,69	10,24	14,08	12,58	7,55	6,89	7,67
Combustíveis e lubrificantes	31,56	0,12	-4,53	2,17	-2,54	-7,77	-7,79	-2,72	1,31	-6,09	-8,75	-14,55
Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	6,68	9,14	12,76	6,97	7,36	10,54	7,85	5,89	2,66	0,92	4,69	3,49
Hipermercados e supermercados	7,55	8,46	8,88	3,14	5,00	6,87	4,32	2,38	2,97	3,18	6,19	4,98
Tecidos, vestuário e calçados	19,03	24,31	24,37	35,68	26,97	29,80	34,47	36,49	24,72	21,14	25,43	24,10
Móveis e eletrodomésticos	49,77	53,35	39,03	49,11	46,62	46,68	48,44	63,30	64,75	43,03	24,99	26,64
Artigos farm., med, ortopédico e de perfumaria	11,03	8,75	6,24	18,82	17,53	20,14	11,54	22,53	17,73	18,98	20,09	23,31
Equipamentos e mat. esc, infor. e comunicação	11,61	71,42	18,71	24,85	95,97	72,37	13,44	59,84	119,58	46,14	48,1	85,95
Livros, jornais, revistas e papelaria	2,48	36,56	3,72	-3,22	-3,61	23,90	6,52	10,64	11,31	33,52	23,09	26,59
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	13,99	19,27	25,34	6,07	14,83	22,69	17,94	18,8	19,31	23,98	22,35	18,26
Veículos, motos, partes e peças	44,65	15,99	15,03	30,97	12,99	14,39	8,14	25,12	5,76	13,42	13,8	12,24
Material de Construção	26,67	11,7	9,96	10,14	6,82	3,36	-1,66	4,16	-0,44	-1,79	2,15	0,39

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Serviços e Comércio

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

Índice do volume de vendas no comércio varejista, por atividade
Bahia, 2005⁽¹⁾

Atividades	Meses											
	jan	fev	mar	abr	maio	jun	jul	ago	set	out	nov	dez
Comércio Varejista	112,59	106,26	106,76	106,98	104,62	106,75	107,97	112,31	109,84	103,32	103,52	105,48
Combustíveis e lubrificantes	107,44	81,43	79,83	87,11	80,37	79,79	87,40	94,42	93,80	83,54	84,06	83,75
Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	109,43	110,33	115,50	108,77	107,21	110,01	108,59	106,49	103,66	100,59	103,80	102,62
Hipermercados e supermercados	110,53	109,69	111,57	104,98	105,02	106,28	104,87	102,86	103,87	102,79	105,12	103,83
Tecidos, vestuário e calçados	108,41	114,06	113,83	124,75	116,99	119,65	123,44	126,34	116,09	112,69	115,83	114,26
Móveis e eletrodomésticos	145,59	148,12	135,92	144,00	139,91	141,27	145,02	159,80	161,55	139,70	122,23	123,14
Artigos farm., med, ortopédico e de perfumaria	109,24	103,58	101,96	112,82	112,03	114,87	107,83	118,80	113,64	114,54	114,6	115,95
Equipamentos e mat. esc, infor. e comunicação	113,79	171,16	120,24	132,06	111,73	187,19	127,12	182,3	148,97	166,03	177,87	113,94
Livros, jornais, revistas e papelaria	91,83	120,46	93,69	86,84	86,6	112,00	96,67	104,17	106,12	126,94	118,43	122,7
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	106,70	109,51	116,73	97,60	106,04	114,83	110,76	112,47	113,98	118,74	117,07	113,29
Veículos, motos, partes e peças	129,97	104,81	105,29	119,07	104,31	105,25	101,04	118,10	100,88	108,98	110,83	110,78
Material de Construção	106,78	96,92	95,56	95,99	93,2	90,54	86,34	93,26	89,89	90,42	95,41	94,24

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

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

Índice nominal de vendas no comércio varejista, por atividade
Bahia, 2005⁽¹⁾

Atividades	Meses											
	jan	fev	mar	abr	maio	jun	jul	ago	set	out	nov	dez
Comércio Varejista	119,67	113,14	111,74	112,49	111,90	112,69	110,24	114,08	112,58	107,55	106,89	107,67
Combustíveis e lubrificantes	131,56	100,12	95,47	102,17	97,55	92,23	92,21	97,28	101,31	93,91	91,25	85,45
Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	106,68	109,14	112,76	106,97	107,36	110,54	107,85	105,89	102,66	100,92	104,69	103,49
Hipermercados e supermercados	107,55	108,46	108,88	103,14	105,00	106,87	104,32	102,38	102,97	103,18	106,19	104,98
Tecidos, vestuário e calçados	119,03	124,31	124,37	135,68	126,97	129,80	134,47	136,67	124,72	121,14	125,43	124,10
Móveis e eletrodomésticos	149,77	153,35	139,03	149,11	146,62	146,68	148,44	163,30	164,75	143,03	124,99	126,64
Artigos farm., med, ortopédico e de perfumaria	111,03	108,75	106,24	118,82	117,53	120,14	111,54	122,53	117,73	118,98	120,09	123,31
Equipamentos e mat. esc, infor. e comunicação	111,61	171,42	118,71	124,89	195,97	172,37	113,44	159,84	219,58	146,14	148,1	185,95
Livros, jornais, revistas e papelaria	102,48	136,56	103,72	96,78	96,39	123,90	106,52	110,64	111,31	133,52	123,09	126,59
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	113,99	119,27	125,34	106,07	114,83	122,69	117,94	118,8	119,31	123,98	122,35	118,26
Veículos, motos, partes e peças	144,65	115,99	115,03	130,97	112,99	114,39	108,14	125,12	105,76	113,42	113,8	112,24
Material de Construção	126,67	111,7	109,96	110,14	106,82	103,36	98,34	104,16	99,56	98,21	102,15	100,39

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Serviços e Comércio

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

Variável = Índice de volume de vendas no comércio varejista - 2005

Tipos de índice = Índice base fixa (2003=100) (número índice)

Brasil e Unidade da Federação	Meses											
	jan	fev	mar	abr	maio	jun	jul	ago	set	out	nov	dez
Brasil	105,15	97,10	111,36	107,75	112,29	110,12	114,61	113,75	109,29	115,46	114,98	162,59
Maranhão	115,10	111,32	124,86	127,12	135,11	132,92	149,15	149,02	139,44	142,42	152,69	224,10
Piauí	107,92	105,17	115,82	112,68	121,02	121,63	128,95	131,87	122,98	123,41	128,43	193,94
Ceará	110,08	100,13	110,45	113,30	122,40	122,89	129,62	131,78	124,39	128,78	132,78	184,88
Rio Grande do Norte	115,17	113,05	125,40	124,63	129,77	134,40	139,66	141,35	136,48	141,05	147,03	211,80
Paraíba	112,09	108,38	127,07	126,13	136,31	141,08	137,69	142,44	133,62	137,96	141,98	220,55
Pernambuco	108,54	105,59	117,75	112,56	119,14	115,31	118,51	121,21	116,43	122,35	125,74	183,85
Alagoas	122,62	106,07	126,22	117,04	126,42	125,30	128,20	134,40	123,17	132,58	132,78	199,40
Sergipe	107,28	116,79	126,72	122,76	133,75	133,56	127,25	134,73	127,80	151,24	144,25	208,45
Bahia	108,91	98,08	111,30	109,51	113,04	114,28	114,46	117,58	111,55	115,06	114,10	162,42

Fonte: IBGE - Pesquisa Mensal de Comércio

Variável = Índice de volume de vendas no comércio varejista - 2005

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

Brasil e Unidade da Federação	Meses											
	jan	fev	mar	abr	maio	jun	jul	ago	set	out	nov	dez
Brasil	6,24	2,51	7,72	3,42	2,67	5,32	4,49	6,81	5,35	3,72	4,93	4,94
Maranhão	13,28	21,04	21,33	22,42	17,85	18,34	18,53	30,46	27,49	23,03	34,74	25,43
Piauí	5,05	13,22	13,92	19,06	18,72	24,92	20,33	34,93	27,84	22,41	27,64	34,10
Ceará	9,93	9,92	12,73	14,02	16,14	21,50	15,75	23,41	22,88	17,73	19,66	10,82
Rio Grande do Norte	18,77	22,09	19,94	19,19	18,67	26,60	21,10	23,72	25,00	23,61	30,23	29,94
Paraíba	12,50	20,61	26,23	29,26	26,62	36,67	32,55	38,67	38,01	28,61	26,70	26,38
Pernambuco	13,36	16,05	18,36	15,92	13,36	11,88	12,93	17,18	18,79	13,81	10,68	9,52
Alagoas	23,47	17,61	21,54	13,24	12,94	17,43	18,77	22,51	20,47	11,85	7,66	11,12
Sergipe	2,82	22,50	25,58	24,43	25,34	28,25	22,73	29,84	30,36	45,80	38,12	38,13
Bahia	12,59	6,26	6,76	6,98	4,62	6,75	7,97	12,31	9,84	3,32	3,52	5,48

Fonte: IBGE - Pesquisa Mensal de Comércio

Variável = Índice de volume de vendas no comércio varejista - 2005

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

Brasil e Unidade da Federação	Meses											
	jan	fev	mar	abr	maio	jun	jul	ago	set	out	nov	dez
Brasil	6,24	4,42	5,57	5,01	4,51	4,64	4,62	4,90	4,95	4,82	4,83	4,84
Maranhão	13,28	16,96	18,48	19,50	19,13	18,99	18,91	20,44	21,23	21,42	22,67	23,03
Piauí	5,05	8,93	10,64	12,67	13,92	15,73	16,44	18,71	19,69	19,97	20,67	22,24
Ceará	9,93	9,92	10,88	11,68	12,63	14,14	14,40	15,58	16,38	16,53	16,84	16,06
Rio Grande do Norte	18,77	20,39	20,23	19,96	19,68	20,88	20,91	21,29	21,72	21,92	22,71	23,59
Paraíba	12,50	16,34	19,77	22,16	23,13	25,47	26,51	28,06	29,13	29,08	28,84	28,51
Pernambuco	13,36	14,67	15,95	15,94	15,39	14,77	14,50	14,84	15,28	15,12	14,67	14,00
Alagoas	23,47	20,68	20,99	18,97	17,64	17,61	17,78	18,40	18,63	17,87	16,80	16,05
Sergipe	2,82	12,21	16,70	18,61	20,03	21,43	21,62	22,66	23,49	25,76	26,91	28,24
Bahia	12,59	9,50	8,53	8,13	7,38	7,27	7,37	8,00	8,20	7,68	7,28	7,06

Fonte: IBGE - Pesquisa Mensal de Comércio

Variável = Índice de receita nominal de vendas no comércio varejista - 2005

Tipos de índice = Índice base fixa (2003=100) (número índice)

Brasil e Unidade da Federação	Meses											
	jan	fev	mar	abr	maio	jun	jul	ago	set	out	nov	dez
Brasil	113,14	104,52	120,20	117,48	123,05	119,79	124,35	123,13	118,46	126,27	126,46	179,50
Maranhão	124,45	120,27	137,08	140,15	149,29	145,20	163,21	164,02	154,23	159,67	169,59	247,76
Piauí	116,89	113,29	125,91	123,11	132,92	132,12	140,43	143,55	134,30	135,75	140,96	213,73
Ceará	119,08	107,87	120,36	123,92	134,65	133,84	141,32	144,08	136,24	141,84	145,84	204,12
Rio Grande do Norte	125,46	121,59	137,47	136,91	142,82	145,82	151,68	154,18	150,26	156,75	162,33	232,92
Paraíba	120,71	116,46	136,64	137,34	148,96	155,48	151,29	156,34	147,15	152,83	158,35	247,86
Pernambuco	116,37	113,13	126,53	122,39	130,20	127,26	130,41	133,41	128,31	135,80	140,77	207,76
Alagoas	131,00	112,84	134,65	126,34	137,23	137,09	139,77	146,54	134,60	145,88	147,08	222,97
Sergipe	117,47	127,90	139,25	136,57	148,71	150,80	143,34	151,73	144,73	170,79	165,42	238,87
Bahia	115,91	104,05	116,96	114,84	119,99	121,70	120,73	123,55	118,42	123,91	123,26	175,35

Fonte: IBGE - Pesquisa Mensal de Comércio

Variável = Índice de receita nominal de vendas no comércio varejista - 2005
 Tipos de índice = Variação mensal (base:igual mês do ano anterior) (percentual)

Brasil e Unidade da Federação	Meses											
	jan	fev	mar	abr	maio	jun	jul	ago	set	out	nov	dez
Brasil	12,96	9,00	15,18	11,83	10,73	11,37	9,31	10,31	9,02	7,79	8,84	8,13
Maranhão	20,30	27,25	29,74	31,91	26,63	24,93	25,57	36,86	34,62	30,52	39,93	29,58
Piauí	11,10	18,35	20,23	26,15	25,85	30,14	25,82	39,38	32,88	27,25	31,33	37,56
Ceará	16,47	15,15	19,45	21,29	23,59	27,27	21,56	28,32	28,29	22,79	23,30	13,88
Rio Grande do Norte	27,14	27,84	28,22	28,24	26,98	32,49	27,34	28,28	31,42	29,90	34,05	32,23
Paraíba	19,54	27,62	32,44	38,00	35,18	45,90	40,39	45,33	44,35	35,23	33,57	32,75
Pernambuco	19,51	21,93	23,81	23,17	20,61	19,22	19,51	22,95	24,51	20,00	17,06	15,51
Alagoas	29,59	22,69	26,14	19,41	19,28	24,17	24,52	27,44	25,38	17,20	13,10	16,42
Sergipe	11,29	32,63	35,30	36,36	36,56	40,94	33,60	38,85	38,89	55,06	47,69	45,85
Bahia	19,67	13,14	11,74	12,49	11,90	12,69	10,24	14,08	12,58	7,55	6,89	7,67

Fonte: IBGE - Pesquisa Mensal de Comércio

Variável = Índice de receita nominal de vendas no comércio varejista - 2005
 Tipos de índice = Variação acumulada no ano (base: igual período do ano anterior) (percentual)

Brasil e Unidade da Federação	Meses											
	jan	fev	mar	abr	maio	jun	jul	ago	set	out	nov	dez
Brasil	12,96	11,02	12,47	12,30	11,96	11,86	11,47	11,32	11,06	10,70	10,52	10,23
Maranhão	20,30	23,62	25,75	27,35	27,19	26,78	26,58	27,96	28,71	28,91	29,98	29,92
Piauí	11,10	14,56	16,50	18,84	20,29	21,93	22,53	24,63	25,53	25,71	26,24	27,60
Ceará	16,47	15,84	17,06	18,15	19,32	20,68	20,82	21,82	22,55	22,57	22,65	21,49
Rio Grande do Norte	27,14	27,48	27,75	27,88	27,68	28,52	28,34	28,33	28,69	28,82	29,34	29,70
Paraíba	19,54	23,38	26,54	29,43	30,69	33,33	34,39	35,81	36,75	36,58	36,28	35,79
Pernambuco	19,51	20,69	21,78	22,14	21,81	21,35	21,07	21,32	21,67	21,49	21,03	20,29
Alagoas	29,59	26,30	26,25	24,46	23,32	23,47	23,63	24,14	24,28	23,47	22,36	21,56
Sergipe	11,29	21,48	26,15	28,67	30,34	32,17	32,38	33,23	33,85	36,07	37,19	38,26
Bahia	19,67	16,49	14,79	14,20	13,71	13,53	13,03	13,17	13,10	12,49	11,94	11,41

Fonte: IBGE - Pesquisa Mensal de Comércio

This document was created with Win2PDF available at <http://www.daneprairie.com>.
The unregistered version of Win2PDF is for evaluation or non-commercial use only.