

# Pesquisa Mensal de Comércio



## Em março, vendas do varejo baiano recuaram 2,2% e registraram crescimento de 4,5% no trimestre

As vendas do comércio varejista baiano recuaram 2,2% em março de 2026 em relação ao mês imediatamente anterior. No cenário nacional, por sua vez, houve um crescimento modesto de 0,5% nessa mesma base de comparação. Entretanto, considerando igual mês de 2025, as vendas na Bahia foram expressivas (6,3%), encerrando o trimestre com avanço de 4,5%. O movimento de expansão mensal repete-se pelo 12º mês consecutivo e ficou acima do registrado no Brasil (4,0%). No acumulado dos últimos 12 meses, a Bahia e o Brasil registraram crescimento de 3,9% e 1,8%, respectivamente. Esses dados foram apurados pela Pesquisa Mensal de Comércio (PMC) do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) – realizada em âmbito nacional – e analisados pela Superintendência de Estudos

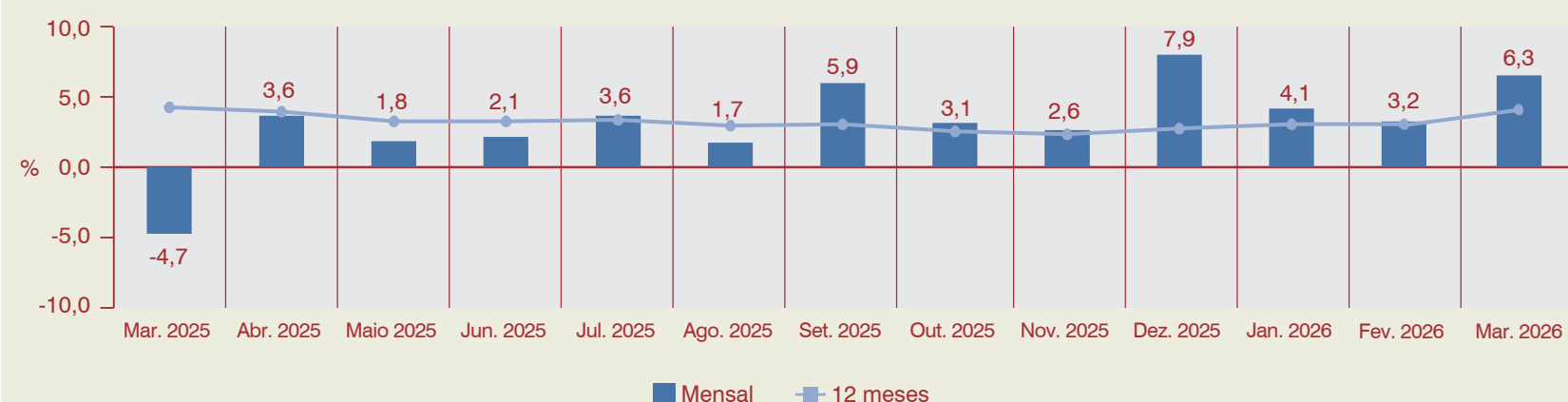
Econômicos e Sociais da Bahia (SEI), autarquia vinculada à Secretaria do Planejamento.

O recuo sazonal das vendas pode estar relacionada ao fato de o carnaval neste ano ter ocorrido em fevereiro em vez de março, como em 2025. Essa festividade costuma dinamizar a economia do local, principalmente cidades turísticas, como é o caso de Salvador. A queda nas vendas, no entanto, também se deve aos efeitos da inflação, que pressionaram o orçamento do consumidor. De acordo com os dados do IBGE, em março de 2026 a inflação da Região Metropolitana de Salvador (RMS) acelerou para 1,47%, registrando a mais alta taxa do país e a maior para a análise mensal nos últimos quatro anos. Nesse mês, os grupos que mais

influenciaram os preços foram *Transportes* (4,79%) e *Alimentação e Bebidas* (2,26%). No comparativo com igual mês do ano anterior, o crescimento das vendas pode ser atribuído ao efeito base, dado que houve recuo nas vendas em -4,7%.

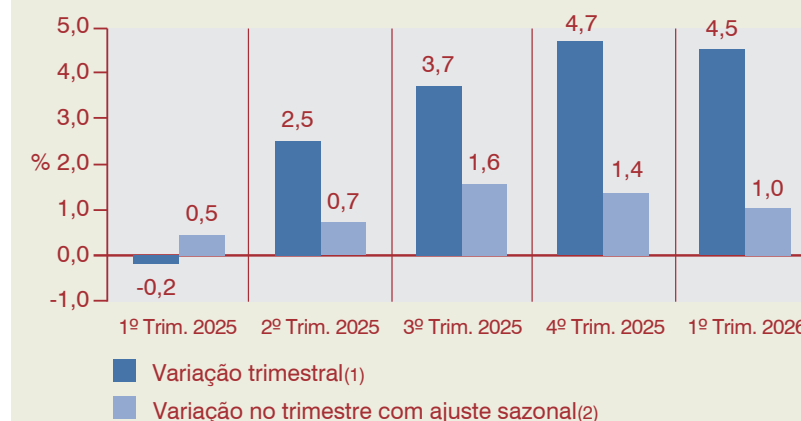
Na análise trimestral, a taxa de 4,5% no volume das vendas na Bahia superou a registrada no Brasil (2,4%) e representou o nono crescimento entre os 24 estados que registraram resultados positivos, igualando ao Ceará (4,5%).

Gráfico 1 – Volume de vendas do comércio varejista – Bahia – Mar. 2025-mar. 2026



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

Gráfico 2 – Volume de vendas do comércio varejista na Bahia – 1º Trim. 2025 – 1º Trim. 2026



Fonte: IBGE -Pesquisa Mensal do Comércio (2025).  
Elaboração: SEI/CAC.

(1) variação do trimestre em relação ao mesmo trimestre do ano anterior;  
(2) variação do trimestre em relação ao trimestre anterior. Dados ajustados sazonalmente.

O comportamento do setor no trimestre revela que, apesar da oscilação no ritmo de crescimento, o varejo mantém suas vendas positivas influenciado pela manutenção do mercado de trabalho aquecido, o crescimento da massa salarial e a melhora gradual da confiança do consumidor. A despeito da taxa de juros ainda elevada, do alto nível de endividamento das famílias e da persistente inflação em alguns segmentos do comércio, houve crescimento das vendas no período.

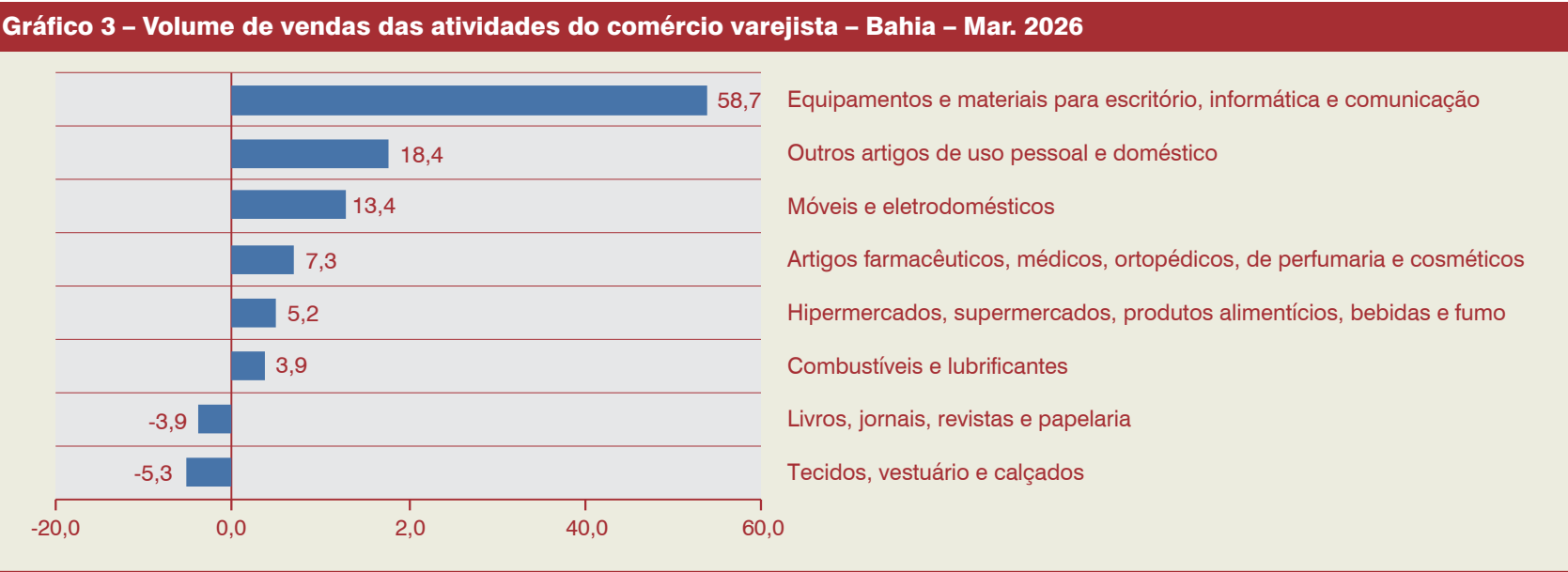
ANÁLISE DE DESEMPENHO DO VAREJO POR RAMO DE ATIVIDADE

Por atividade, os dados mensais do comércio varejista baiano em março revelaram que seis dos oito segmentos que compõem o indicador do volume de vendas registraram comportamento positivo. A expansão nas vendas foi verificada nos segmentos de *Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação* (58,7%), *Outros artigos de uso pessoal e doméstico* (18,4%), *Móveis e eletrodomésticos* (13,4%), *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos* (7,3%), *Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* (5,2%) e *Combustíveis e lubrificantes* (3,9%). Por sua vez, *Livros, jornais, revistas e papelaria* (-3,9%) e *Tecidos, vestuário e calçados* (-5,3%) registraram taxas negativas (Gráfico 2).

No que diz respeito aos subgrupos, verificam-se que as vendas de *Móveis, Eletrodomésticos, Hipermercados e supermercados* cresceram 17,9%, 9,2% e 6,0%, respectivamente (Tabela 1).

Na análise das atividades, observa-se que o aumento verificado nas vendas na comparação com o ano de 2025 foi resultado do comportamento dos segmentos de *Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo, Móveis e eletrodomésticos, Outros artigos de uso pessoal e doméstico e Combustíveis e lubrificantes*.

Dentre as contribuições negativas, na comparação mensal, destaca-se o comportamento de *Tecidos, vestuário e calçados* (-5,3%), por conta do efeito calendário e do ajuste do orçamento familiar.



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

| Tabela 1 – Variação do volume de vendas no comércio varejista por atividade – Bahia – 2026 |           |       |      |        |                       |
|--------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|-------|------|--------|-----------------------|
| Atividade                                                                                  | Mensal(1) |       |      | Ano(2) | Acumulado 12 meses(3) |
|                                                                                            | Jan.      | Fev.  | Mar. |        |                       |
| Comércio varejista                                                                         | 4,1       | 3,2   | 6,3  | 4,5    | 3,9                   |
| 1 - Combustíveis e lubrificantes                                                           | 9,4       | 11,5  | 3,9  | 8,2    | 4,7                   |
| 2 - Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo                    | 4,4       | 3,5   | 5,2  | 4,4    | 3,6                   |
| 2.1 - Hipermercados e supermercados                                                        | 6,1       | 5,9   | 6,0  | 6,0    | 5,7                   |
| 3 - Tecidos, vestuário e calçados                                                          | -14,6     | -24,1 | -5,3 | -15,1  | -7,0                  |
| 4 - Móveis e eletrodomésticos                                                              | 0,2       | 6,0   | 13,4 | 6,4    | 4,7                   |
| 4.1 - Móveis                                                                               | -10,4     | 3,2   | 9,2  | 0,4    | -1,4                  |
| 4.2 - Eletrodomésticos                                                                     | 7,8       | 8,7   | 17,9 | 11,4   | 10,4                  |
| 5 - Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria                            | 2,9       | 0,6   | 7,3  | -11,2  | 7,0                   |
| 6 - Equipamentos e material de escritório, informática e comunicação                       | -10,5     | -19,0 | 58,7 | -0,1   | 37,7                  |
| 7 - Livros, jornais, revistas e papelaria                                                  | -8,2      | -19,5 | -3,9 | -0,1   | -15,8                 |
| 8 - Outros artigos de uso pessoal e doméstico                                              | 8,0       | -4,2  | 18,4 | 7,5    | 3,0                   |
| Atacado selecionado e outros(4)                                                            | 1,8       | 2,5   | 11,7 | 5,3    | 2,2                   |
| 9 - Veículos, motocicletas, partes e peças                                                 | -16,3     | -9,6  | 22,7 | -2,3   | 0,6                   |
| 10 - Materiais de construção                                                               | -1,6      | -5,1  | 13,3 | 2,2    | -0,1                  |
| 11 - Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo                        | 18,6      | 19,5  | 24,9 | 20,9   | -2,1                  |

Fonte: IBGE/PMC.  
Notas: (1) Compara a variação mensal do mês de referência com igual mês do ano anterior.  
(2) Compara a variação acumulada do período de referência com igual período do ano anterior.  
(3) Compara a variação acumulada nos últimos 12 meses em relação aos 12 meses anteriores.  
(4) O indicador do comércio varejista ampliado é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 11.

Esse resultado pode estar relacionado ao fato de que, nos primeiros meses do ano, o consumidor costuma ajustar o seu orçamento para honrar compromissos financeiros como o pagamento do Imposto sobre a Propriedade de Veículos Automotores (IPVA), Imposto Predial (IPTU), matrículas e compras de materiais escolares.

No comércio varejista ampliado, que inclui o varejo restrito e mais as atividades de *Veículos, motocicletas, partes e peças, Materiais de construção e Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo*, as vendas recuaram 1,0%, em relação ao mês imediatamente anterior. Na comparação a igual mês do ano de 2025, o crescimento foi 11,7%, resultado que levou ao aumento de 5,3% no trimestre e 2,2% no acumulado dos últimos 12 meses.

No âmbito desta análise, ainda em relação ao ano anterior, observou-se que o indicador no varejo ampliado foi influenciado positivamente pelo comportamento das vendas no restrito, mas também pelas três atividades que compõem o ampliado, principalmente *Veículos, motocicletas, partes e peças* (22,7%) e *Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo* (24,3%).

Segundo dados da Fenabreve, em março de 2026, as vendas de veículos automotores alcançaram a taxa de 28,1%. O programa federal Carro Sustentável teve importante papel no crescimento dessas vendas, visto que a iniciativa reduziu ou zerou o Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI) para veículos compactos, econômicos e menos poluentes produzidos no Brasil. Além disso, esse bom desempenho relaciona-se à intensificação da concorrência entre montadoras – especialmente as chinesas, como BYD e GWM – e ao crescimento das vendas de veículos elétricos e híbridos. Já os segmentos de *Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo* e *Materiais de construção* (13,3%) foram influenciados pelo efeito base, uma vez que, em igual mês do ano anterior, recuaram suas vendas em -23,1% e -5,7%, respectivamente.

Elaborado pela Coordenação de Acompanhamento Conjuntural,  
13 maio 2026.

|                                                                                   |                                                                         |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|
| GOVERNO DO ESTADO DA BAHIA<br>Jerônimo Rodrigues                                  | COORDENAÇÃO DE DISSEMINAÇÃO DE INFORMAÇÕES<br>Marília Reis              |
| SECRETARIA DO PLANEJAMENTO<br>Cláudio Ramos Peixoto                               | EDITORIA-GERAL<br>Elisabete Cristina Teixeira Barretto Guanaís          |
| SUPERINTENDÊNCIA DE ESTUDOS ECONÔMICOS E SOCIAIS DA BAHIA<br>José Acácio Ferreira | COORDENAÇÃO DE PRODUÇÃO EDITORIAL EDITORIA DE ARTE<br>Ludmila Nagamatsu |
| DIRETORIA DE INDICADORES E ESTATÍSTICAS<br>Armando Affonso de Castro Neto         | PROJETO GRÁFICO<br>Vinícius Luz Assunção                                |
| COORDENAÇÃO DE ACOMPANHAMENTO CONJUNTURAL<br>Arthur Souza Cruz                    | REVISÃO ORTOGRÁFICA<br>Laura Dantas                                     |
| ELABORAÇÃO TÉCNICA<br>Elissandra Britto                                           | EDITORAÇÃO<br>Perivaldo Barreto Pereira                                 |

Av. Luiz Viana Filho, 4ª avenida, 435, 2º andar, CAB, CEP 41745-002, Salvador - Bahia  
Tel.: 55 (71) 3115-4733 [www.sei.ba.gov.br](http://www.sei.ba.gov.br)

