

Pesquisa Mensal de Comércio



Em abril, vendas do varejo baiano recuaram 1,5%

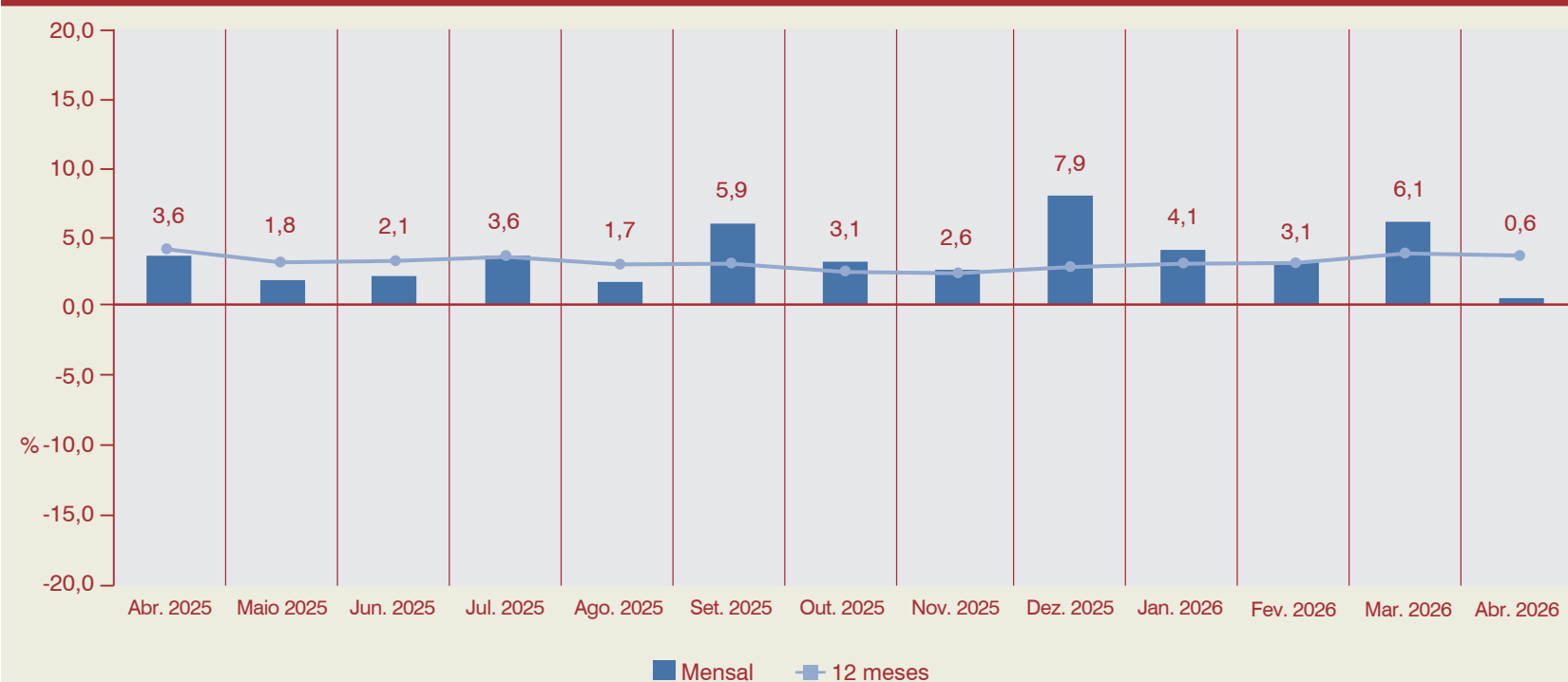
As vendas do comércio varejista baiano recuaram 1,5% em abril de 2026, frente ao mês imediatamente anterior, acompanhando a taxa do cenário nacional (-1,5%) na mesma base de análise. Na comparação com igual mês de 2025, as vendas na Bahia foram positivas, mas moderadas (0,6%) (Gráfico 1). O movimento de expansão mensal se repete pelo décimo terceiro mês consecutivo. Na comparação com o país, o resultado do varejo baiano foi

inferior (1,0%). No acumulado dos últimos 12 meses, a Bahia e o Brasil registraram crescimento de 3,6% e 1,5%, 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 das vendas no sazonal está relacionado aos efeitos da inflação. Nesse mês, os grupos que mais influenciaram os preços foram *Alimentos* (1,01%) e *Habitação* (1,50%). No caso de alimentação, houve alívio no aumento dos preços, considerando que, no mês anterior, havia exercido forte influência na alta.

No comparativo com o ano anterior, o crescimento das vendas pode ser atribuído ao consumo das famílias, principalmente em bens essenciais, favorecido pelo mercado de trabalho relativamente aquecido e por ganhos reais de renda, a despeito da manutenção das taxas de juros em patamar elevado restringirem as compras a prazo.

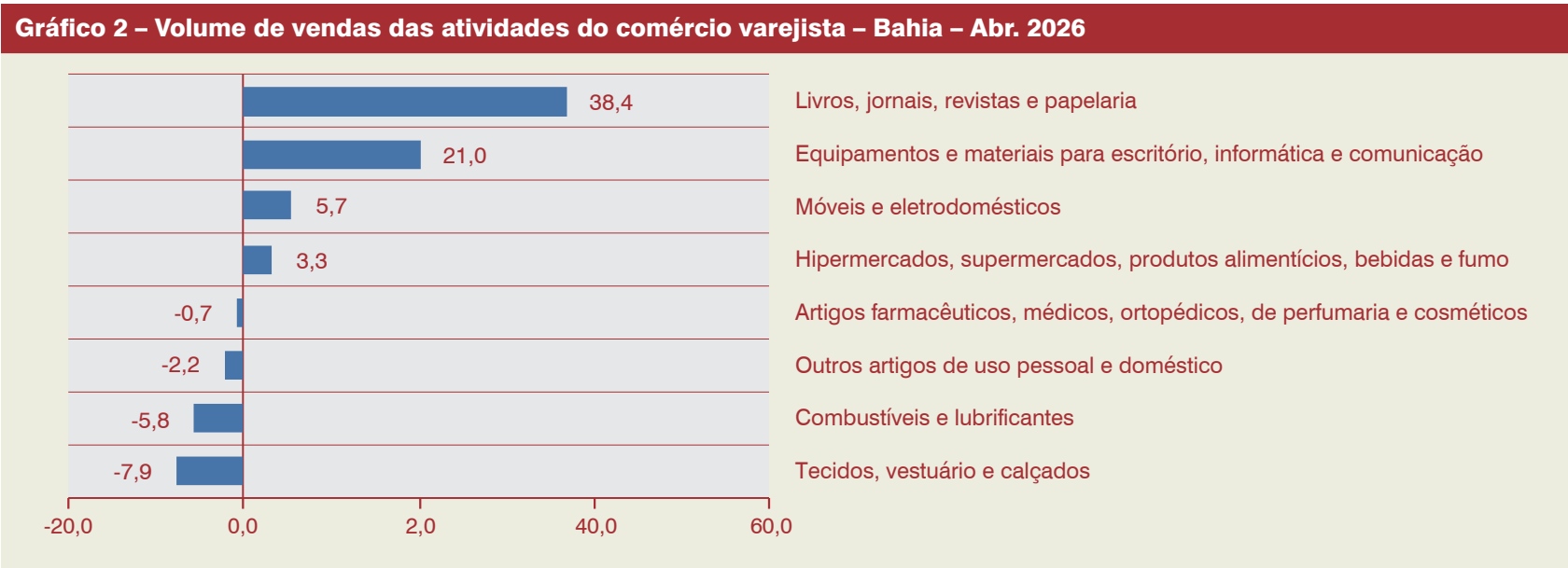
Gráfico 1 – Volume de vendas do comércio varejista – Bahia – Abr. 2025-abr. 2026



Fonte: IBGE/PMC.
Elaboração: SEI/CAC.

ANÁLISE DE DESEMPENHO DO VAREJO POR RAMO DE ATIVIDADE

Por atividade, os dados mensais do comércio varejista baiano, em abril, revelaram que quatro dos oito segmentos que compõem o indicador do volume de vendas registraram comportamento positivo. A expansão nas vendas foi verificada nos segmentos de *Livros, jornais, revistas e papelaria* (38,4%), *Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação* (21,0%), *Móveis e eletrodomésticos* (5,7%) e *Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* (3,3%). Enquanto *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos* (-0,7%), *Outros artigos de uso pessoal e doméstico* (-2,2%), *Combustíveis e lubrificantes* (-5,8%) e *Tecidos, vestuário e calçados* (-7,9%) registraram taxas negativas (Gráfico 2).



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	3,1	6,1	0,6	3,5	3,6
1 - Combustíveis e lubrificantes	11,5	3,4	-5,8	4,5	4,5
2 - Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	3,5	5,2	3,3	4,1	3,3
2.1 - Hipermercados e supermercados	5,9	6,0	4,3	5,5	5,3
3 - Tecidos, vestuário e calçados	-24,1	-5,3	-7,9	-13,4	-7,5
4 - Móveis e eletrodomésticos	6,0	12,8	5,7	6,0	5,5
4.1 - Móveis	3,2	8,7	4,3	1,2	-0,4
4.2 - Eletrodomésticos	8,6	17,0	7,4	10,2	11,1
5 - Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria	0,6	7,3	-0,7	2,6	6,2
6 - Equipamentos e material de escritório, informática e comunicação	-19,0	58,7	21,0	3,3	45,1
7 - Livros, jornais, revistas e papelaria	-19,5	-3,9	38,4	-4,5	-10,3
8 - Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-4,2	18,5	-2,2	4,9	1,9
Atacado selecionado e outros(4)	2,5	11,6	1,3	4,3	2,4
9 - Veículos, motocicletas, partes e peças	-9,6	22,7	3,0	-1,0	0,8
10 - Materiais de construção	-5,1	13,3	-8,6	-0,6	-1,1
11 - Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo	19,5	24,9	8,5	17,7	0,6

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.

No que diz respeito aos subgrupos, verifica-se que as vendas de *Eletrodomésticos, Móveis e Hipermercados e supermercados* cresceram 7,4%, 4,3% e 4,3%, respectivamente, (Tabela 1).

Na análise das atividades, observa-se que o aumento verificado nas vendas, na comparação ao ano de 2025, foi resultado do comportamento prioritariamente dos segmentos de *Hiper, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo*, seguido por *Móveis e eletrodomésticos*.

Dentre as contribuições negativas, na comparação mensal, destaca-se o comportamento de *Combustíveis e lubrificantes e Outros artigos de uso pessoal e doméstico* por conta dos impactos da guerra no Oriente Médio, e da influência dos feriados de abril, Semana Santa e Tiradentes, que alteraram o calendário de compras. No caso da Semana Santa, que ocorreu no período de 29 março a 5 de abril em 2026, quando comparado a 2025 (13 de abril a 20 de abril), as compras dos produtos típicos do período foram antecipadas ainda em março, como no caso a compra de ovos de Páscoa, produto que costuma influenciar as vendas nas lojas de departamentos contempladas pelos segmentos de *Outros artigos de uso pessoal e doméstico*.

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 1,8% em relação ao mês imediatamente anterior. Na comparação a igual mês do ano de 2025, o crescimento foi de 1,3%, resultado que levou ao aumento de 2,4% no acumulado dos últimos 12 meses.

Nesse âmbito da análise, ainda em relação ao ano passado, observou-se que o indicador no varejo ampliado foi influenciado positivamente pelo comportamento das vendas no varejo restrito, mas também por duas das três atividades que compõem o varejo ampliado, principalmente pela atividade de *Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo* (8,5%), seguida por *Veículos, motocicletas, partes e peças* (3,0%). Ao passo que *Materiais de construção* recuou suas vendas em -8,6%.

Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo foi influenciado pelo comportamento dos preços e pelo estímulo das compras de produtos voltados para a comemoração da Semana Santa. Quanto a *Veículos, motocicletas, partes e peças*, segundo dados da Fenabreve, em abril, as vendas de veículos automotores alcançaram a taxa de 17,2%. O programa federal “Carro Sustentável” teve importante papel no crescimento dessas vendas, dado à política que reduziu ou zerou o IPI para veículos compactos, econômicos e menos poluentes produzidos no Brasil, a intensificação da concorrência entre montadoras, especialmente as chinesas, como BYD e GWM, e ao crescimento das vendas de veículos elétricos e híbridos. Já *Materiais de construção* foi influenciado pela pressão dos preços.

GOVERNO DO ESTADO DA BAHIA Jerônimo Rodrigues	COORDENAÇÃO DE DISSEMINAÇÃO DE INFORMAÇÕES Marília Reis
SECRETARIA DO PLANEJAMENTO Cláudio Ramos Peixoto	EDITORIA-GERAL Elisabete Cristina Teixeira Barretto Guanaís
SUPERINTENDÊNCIA DE ESTUDOS ECONÔMICOS E SOCIAIS DA BAHIA José Acácio Ferreira	COORDENAÇÃO DE PRODUÇÃO EDITORIAL EDITORIA DE ARTE Ludmila Nagamatsu
DIRETORIA DE INDICADORES E ESTATÍSTICAS Armando Affonso de Castro Neto	PROJETO GRÁFICO Vinícius Luz Assunção
COORDENAÇÃO DE ACOMPANHAMENTO CONJUNTURAL Arthur Souza Cruz	REVISÃO ORTOGRÁFICA 2Designers
ELABORAÇÃO TÉCNICA Elissandra Britto	EDITORAÇÃO 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

