

IMESC SEPE



ISSN 2595-217X

CO MÉR CIO

VAREJISTA

Publicação bimestral sobre o comportamento do comércio varejista restrito e ampliado maranhense e brasileiro, através da Pesquisa Mensal do Comércio (PMC) do IBGE. Tem como público público-alvo principalmente Secretarias de Estado, comerciantes, lojistas e terceiro setor.

WWW.IMESC.MA.GOV.BR

PERIODICIDADE: **BIMESTRAL**
DEZEMBRO 2021

GOVERNADOR DO ESTADO DO MARANHÃO

Flávio Dino de Castro e Costa

VICE-GOVERNADOR DO ESTADO DO MARANHÃO

Carlos Orleans Brandão Junior

SECRETÁRIO DE ESTADO DE PROGRAMAS ESTRATÉGICOS

Luis Fernando Silva

**PRESIDENTE DO INSTITUTO MARANHENSE DE ESTUDOS SOCIOECONÔMICOS E
CARTOGRÁFICOS**

Dionatan Silva Carvalho

DIRETOR DE ESTUDOS AMBIENTAIS E CARTOGRÁFICOS

Luiz Jorge Bezerra Dias

DIRETOR DE ESTUDOS E PESQUISAS

Hiroshi Matsumoto

DEPARTAMENTO DE ESTUDOS POPULACIONAIS E SOCIAIS

Talita de Sousa Nascimento

DEPARTAMENTO DE CONTAS REGIONAIS E FINANÇAS PÚBLICAS

Anderson Nunes Silva

DEPARTAMENTO DE ESTUDOS REGIONAIS E SETORIAIS

Rafael Thalysson Costa Silva

COORDENAÇÃO

Departamento de Estudos Regionais e Setoriais

ELABORAÇÃO

Cléa Nathanny Fonseca dos Santos

Leonardo Vinícius Cruz Moraes

REVISÃO DE LINGUAGEM

Carla Vitória Mendes

NORMALIZAÇÃO

Dyana Pereira

APRESENTAÇÃO

O Instituto Maranhense de Estudos Socioeconômicos e Cartográficos (IMESC) apresenta a Nota Bimestral de Conjuntura Econômica sobre o Comércio Varejista. Esta Nota propõe-se a fazer uma discussão acerca do comércio varejista nacional e estadual, baseando-se nos resultados da Pesquisa Mensal do Comércio (PMC) - IBGE¹, a partir do volume de vendas e sua evolução mensal e interanual.

Pela estrutura da pesquisa, a PMC não detalha as atividades do comércio varejista maranhense. Contudo, por meio da metodologia disponibilizada pelo IBGE, foi possível verificar o comportamento dessas atividades mediante outros indicadores, como a arrecadação do Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS) e o saldo de empregos formais do Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (CAGED).

¹ A Pesquisa Mensal de Comércio produz indicadores que permitem acompanhar o comportamento conjuntural do comércio varejista no País, investigando a receita bruta de revenda nas empresas formalmente constituídas, com 20 ou mais pessoas ocupadas, e cuja atividade principal é o comércio varejista.



ABRANGÊNCIA NACIONAL

O volume de vendas do comércio varejista restrito nacional caiu 0,1% em dezembro de 2021. Com o resultado, as vendas ficaram 2,3% abaixo do patamar pré-pandemia (fevereiro de 2020). Quando comparado ao mesmo mês do ano anterior, a queda foi de 2,9%.

Dentre as oito atividades do setor, três recuaram no mês, sendo o maior apresentado por “outros artigos de uso pessoal e doméstico” (-5,7%). Destaca-se que “combustíveis e lubrificantes” mostrou estabilidade (0,0%).

Em relação a dezembro de 2020, somente “artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos”

teve alta (7,8%), enquanto que “móveis e eletrodomésticos” registrou a maior queda (-17,6%).

Considerando o resultado do ano de 2021, o varejo restrito cresceu 1,4%, assinalando o quinto ano consecutivo de resultado positivo.

Na abertura de atividades do setor, quatro segmentos terminaram o ano com retração, sendo a maior queda registrada em “livros, jornais, revistas e papelaria” (-16,9%). Destaca-se a performance de “tecidos, vestuário e calçados” (13,8%), cuja alta no acumulado no ano foi a maior entre as atividades.

Tabela 1 - Brasil: Variação mês/mês anterior com ajuste sazonal (%), variação mensal (base: igual mês do ano anterior) (%) e variação acumulada no ano (base: igual período do ano anterior) do volume de vendas do comércio varejista restrito e ampliado por atividades. Índice base fixa (2014=100)

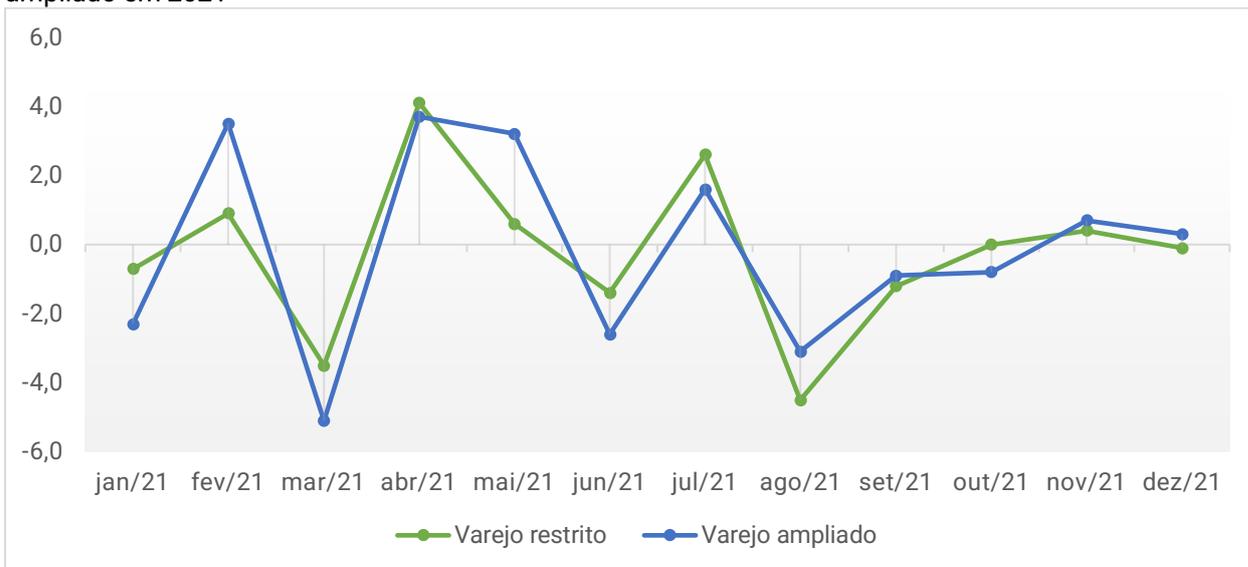
ATIVIDADES	Mensal	Interanual	Acumulado no ano
	DEZ	DEZ	JAN-DEZ
COMÉRCIO VAREJISTA RESTRITO	-0,1	-2,9	1,4
Combustíveis e lubrificantes	0,0	-6,1	0,3
Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	-0,4	-0,4	-2,6
Tecidos, vestuário e calçados	0,4	-0,5	13,8
Móveis e eletrodomésticos	0,4	-17,6	-7,0
Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	3,2	7,8	9,8
Livros, jornais, revistas e papelaria	2,4	-6,8	-16,9
Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-2,0	-6,6	-2,0
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-5,7	-6,0	12,7
COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO	0,3	-2,7	4,5
Veículos e motos, partes e peças	1,2	0,3	14,9
Material de construção	-1,4	-8,3	4,4

Fonte: IBGE – Pesquisa Mensal do Comércio

Quanto ao comércio varejista ampliado, o volume de vendas teve alta de 0,3% no mês de dezembro – ficando 1,3% aquém do nível pré-pandêmico – e crescimento de 4,5% em 2021, revertendo o resultado negativo de 2020. Em ambos períodos, o segmento “veículos e motos,

partes e peças” apresentou performance positiva contribuindo para o resultado do setor, haja vista a sua elevada participação (24,2%). Por outro lado, na comparação com dezembro de 2020, as vendas caíram 2,7%, resultado influenciado principalmente pelo segmento “material de construção” (-8,3%).

Gráfico 1 - Variação mensal (%) do volume de vendas do comércio varejista restrito e comércio varejista ampliado em 2021



Fonte: IBGE – Pesquisa Mensal do Comércio

Avaliando o comportamento do volume de vendas ao longo de 2021, tanto o varejo restrito quanto o ampliado se mostraram instáveis.

No que se refere ao varejo restrito, foram registradas seis quedas mensais, sendo a maior em agosto (-4,5%). Dentre as altas, o mês de abril obteve o melhor resultado (4,1%), principalmente por causa da depreciada base de comparação.

Destaca-se que o varejo restrito não conseguiu sustentar três altas consecutivas no ano.

Sob a perspectiva do volume de vendas do varejo ampliado, além de não apresentar mais que duas altas consecutivas, ainda mostrou três quedas em sequência. Assim como o varejo restrito, sua maior alta foi em abril (3,7%) e a maior queda em agosto (-3,1%).

Vendas online

O volume de vendas online terminou o ano com alta de 35,4%. No entanto, o mês de dezembro teve queda de 27,5% explicado pelo resultado de novembro, que teve o melhor desempenho para o mês na série

histórica, o que elevou a base de comparação. Destaca-se que em novembro ocorre a *Black Friday*², data comercial que aquece significativamente as vendas do comércio, principalmente o eletrônico.

Gráfico 2 - Brasil: Índice de vendas online (2017 = 100) e acumulado total (var. %)



Fonte: MCC-ENET

Ressalta-se também a alta no mês de março, ocorrida em meio à segunda onda de COVID-19, que trouxe consigo novamente a necessidade de isolamento social e medidas de biossegurança, as quais afetaram o funcionamento da atividade econômica

presencial, o que implica na alta de vendas online.

Os resultados de 2021 reforçam a consolidação do *e-commerce*, que se fortaleceu em 2020 durante a pandemia e que deve se manter como tendência em 2022.

² Data comercial ocorrida na última sexta-feira de novembro no qual os varejistas ofertam descontos e

realizam promoções marcando o início das vendas de fim de ano.

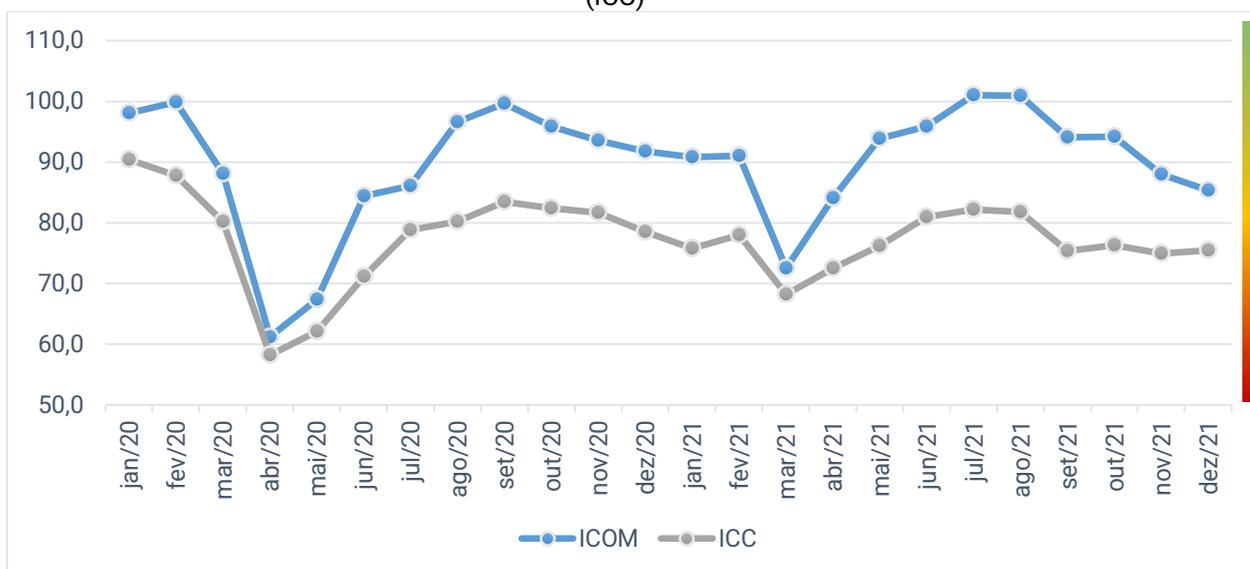
Confiança do comércio e do consumidor

O Índice de Confiança do Comércio (ICOM) atingiu 85,3 pontos em dezembro, marcando uma queda de 2,7 pontos em comparação a novembro. Em relação ao mesmo período do ano anterior, o índice recuou 6,4 pontos.

A confiança do comércio terminou 2021 no pessimismo, mostrando que o setor

não começou 2022 com boas perspectivas. Dentre as causas pode-se apontar o baixo desempenho do volume de vendas do comércio varejista nos últimos meses somado à persistência da inflação e ao encarecimento do crédito perante a continuidade do ciclo de alta da taxa básica de juros (SELIC).

Gráfico 3 - Brasil: Índice de Confiança do Comércio (ICOM) e Índice de Confiança do Consumidor (ICC)



Fonte: FGV-SONDA

No que se refere ao Índice de Confiança do Consumidor (ICC), o indicador chegou a 75,5 pontos em dezembro, uma leve alta de 0,6 pontos em comparação a novembro. Em relação ao mesmo período do ano anterior, o índice caiu 6,4 pontos.

Embora com alta de novembro para dezembro, a confiança do consumidor se

manteve no pessimismo, indicando que permanecerá assim nos primeiros meses de 2022. Pode-se citar como fatores a persistência do desemprego, a queda no rendimento mensal médio de trabalho e o patamar elevado do endividamento e inadimplência das famílias.

Endividamento e inadimplência

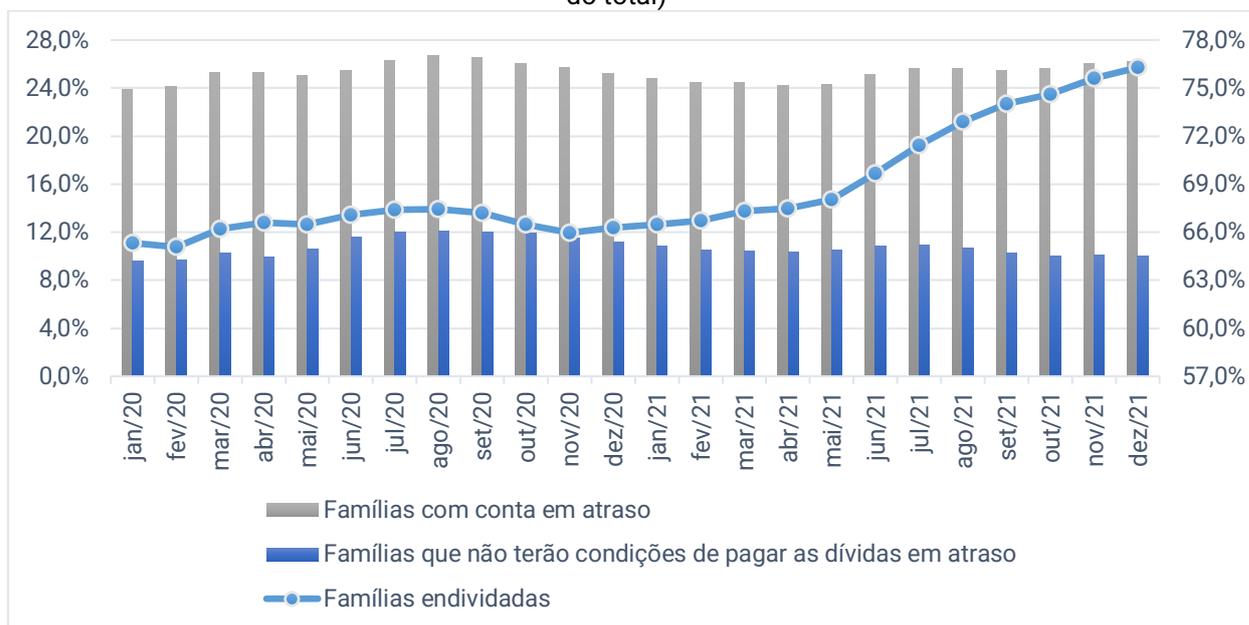
Em dezembro de 2021, 76,3% das famílias encontravam-se endividadas, assinalando uma alta mensal de 0,9% e o maior percentual desde o início da pesquisa em 2010.

O endividamento segue o comportamento de alta desde o período pré

pandemia (+17,2%), com crescimento também nas comparações do acumulado do ano (+14,8%) e no interanual (+15,1%).

O “cartão de crédito” seguiu como o principal tipo de dívida das famílias, correspondendo a 86,0% – o maior percentual da série histórica.

Gráfico 4 - Brasil: Percentual de famílias endividadas (% do total) e com conta em atraso no país (% do total)



Fonte: CNC – Confederação Nacional do Comércio

Das famílias endividadas, 26,2% possuíam conta em atraso, uma leve alta de 0,5% em comparação a novembro. Na passagem interanual, houve um aumento de 3,8%, enquanto que no pré-pandemia ocorreu uma variação de 8,7%. No ano, a inadimplência cresceu 5,7%.

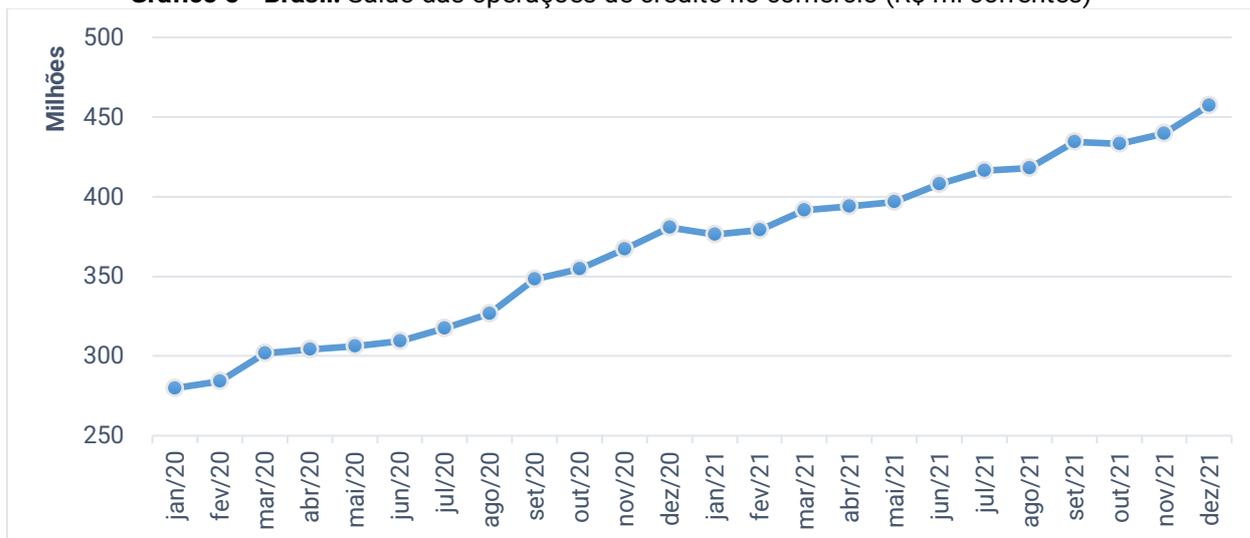
Dentre as famílias com conta em atraso, 10,0% não terão condições de pagar as dívidas. No entanto, o percentual foi inferior aos registrados no mês anterior e na comparação interanual (10,6%). Por outro lado, frente a fevereiro de 2020, o indicador mostrou alta de 3,5%.

Saldo das operações de crédito no comércio

O volume de crédito no Brasil correspondeu a R\$ 4,7 trilhões em 2021, representando um aumento de 16,5% em relação ao ano de 2020, segundo o Sistema Financeiro Nacional (SFN)³.

Do volume total de operações de crédito, somente o saldo relativo ao comércio atingiu R\$ 457,4 bilhões, um crescimento de 4,0% em relação ao mês de novembro e de 20,1% em relação a dezembro do ano anterior.

Gráfico 5 - Brasil: Saldo das operações de crédito no comércio (R\$ mi correntes)⁴



Fonte: Banco Central do Brasil

As dificuldades financeiras vividas pelas empresas, diante do cenário persistente da pandemia, continuaram a proporcionar o aumento da demanda por crédito, principalmente do setor comercial.

Apesar da alta dos juros e consequentemente encarecimento do crédito, tal mercado não tem sofrido forte interferência e segue atuando na preservação da atividade econômica, principalmente em meio à retomada.

³ Disponível em: https://www.bcb.gov.br/content/estatisticas/hist_estatisticasmonetariascredito/202201_Texto_de_estatisticas_monetarias_e_de_credito.pdf. Acesso em: 10/02/2022.

⁴ Refere-se ao saldo das operações de empréstimo, financiamento e arrendamento mercantil concedidas pelas instituições integrantes do Sistema Financeiro Nacional (SFN), exclusive agências e subsidiárias de bancos brasileiros no exterior. Inclui operações com recursos livres e direcionados.

RESTRITO



Mensal: -0,8%
Interanual: -6,9%
Acumulado no
ano: -1,9%



Saldo de empregos no
comércio em 2021:
10.783



Empresas
abertas do setor
em 2021: 24.174

ABRANGÊNCIA ESTADUAL

O volume de vendas do comércio varejista restrito maranhense caiu 0,8% em dezembro, fazendo com que o segundo semestre terminasse com todos os meses apresentando performance negativa. Além disso, o indicador ficou levemente abaixo do período pré-pandemia (fevereiro de 2020) em 0,6%.

Em comparação a dezembro de 2020, o recuo foi de 6,9%, sobretudo devido à

elevada base de comparação, considerando que dezembro de 2020 teve o melhor desempenho para o mês em toda a série histórica iniciada em 2000.

No acumulado no ano, o comércio varejista restrito maranhense recuou 1,9% em 2021. Ainda assim, o resultado não chegou a anular os ganhos do ano anterior, cujo crescimento foi de 7,7%, a maior taxa desde 2012.

Tabela 2 - Maranhão: Variação mês/mês anterior com ajuste sazonal (%), variação mensal (base: igual mês do ano anterior) (%) e variação acumulada no ano (base: igual período do ano anterior) do volume de vendas do comércio varejista restrito e ampliado por atividades. Índice base fixa (2014 =100)

Varejo Restrito			
U.F.	Mensal	Interanual	Acumulado no ano
	DEZ	DEZ	JAN-DEZ
Brasil	-0,1	-2,9	1,4
Maranhão	-0,8	-6,9	-1,9
Varejo Ampliado			
U.F.	Mensal	Interanual	Acumulado no ano
	DEZ	DEZ	JAN-DEZ
Brasil	0,3	-2,7	4,5
Maranhão	-1,0	-7,1	2,2

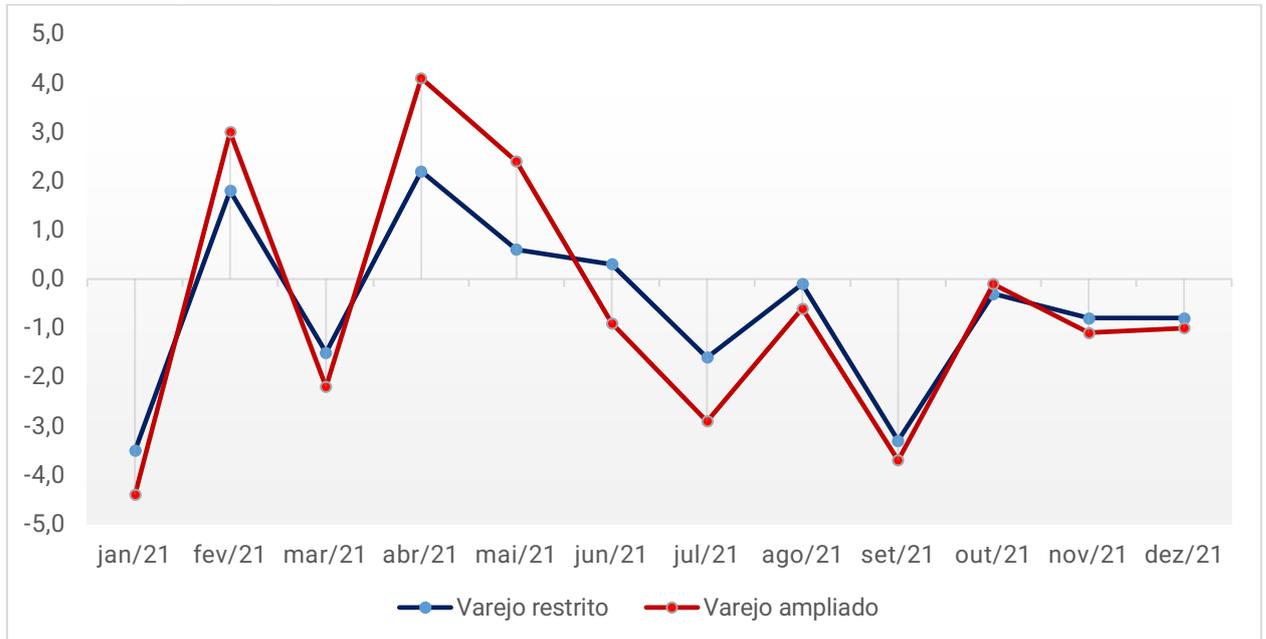
Fonte: IBGE – Pesquisa Mensal de Comércio

Referente ao comércio varejista ampliado, o volume de vendas recuou 1,0% em dezembro. Assim como no caso do varejo restrito, todos os meses do segundo semestre tiveram queda em relação ao mês anterior no varejo ampliado, sendo que o ciclo de quedas se iniciou em junho. Porém, o indicador obteve boa performance quando comparado ao período pré pandemia, com alta de 1,4%.

Em relação ao ano anterior, a queda foi de 7,1%, explicado pelo forte desempenho do mês de referência, que assim como no varejo restrito também foi o melhor dezembro de toda a série.

Mesmo com as perdas ao longo do ano, em 2021 o comércio varejista ampliado maranhense cresceu 2,2%, registrando o quinto ano consecutivo sem retração no volume de vendas.

Gráfico 6 - Maranhão: Variação mensal (%) do volume de vendas do comércio varejista restrito e comércio varejista ampliado



Fonte: IBGE – Pesquisa Mensal de Comércio

Considerando o comportamento do volume de vendas ao longo de 2021, o comércio varejista restrito estadual iniciou o ano com uma queda mensal de 3,5%, que viria a ser a maior de 2021. Depois disso, o volume de vendas caiu novamente 1,5% em março, porém, o maior revés se deu no segundo semestre, que em todos os meses houve queda no volume de vendas.

As vendas em dezembro ficaram levemente abaixo do patamar pré-pandemia

com 0,8%, mostrando que o varejo restrito está próximo do nível anterior à crise sanitária mesmo com as perdas ocorridas ao longo do ano.

Da mesma forma, o comércio varejista ampliado estadual também sofreu uma sequência de revés, a qual teve início em junho. Diferentemente do varejo restrito, o varejo ampliado ficou 2,4% acima do patamar pré-pandemia.

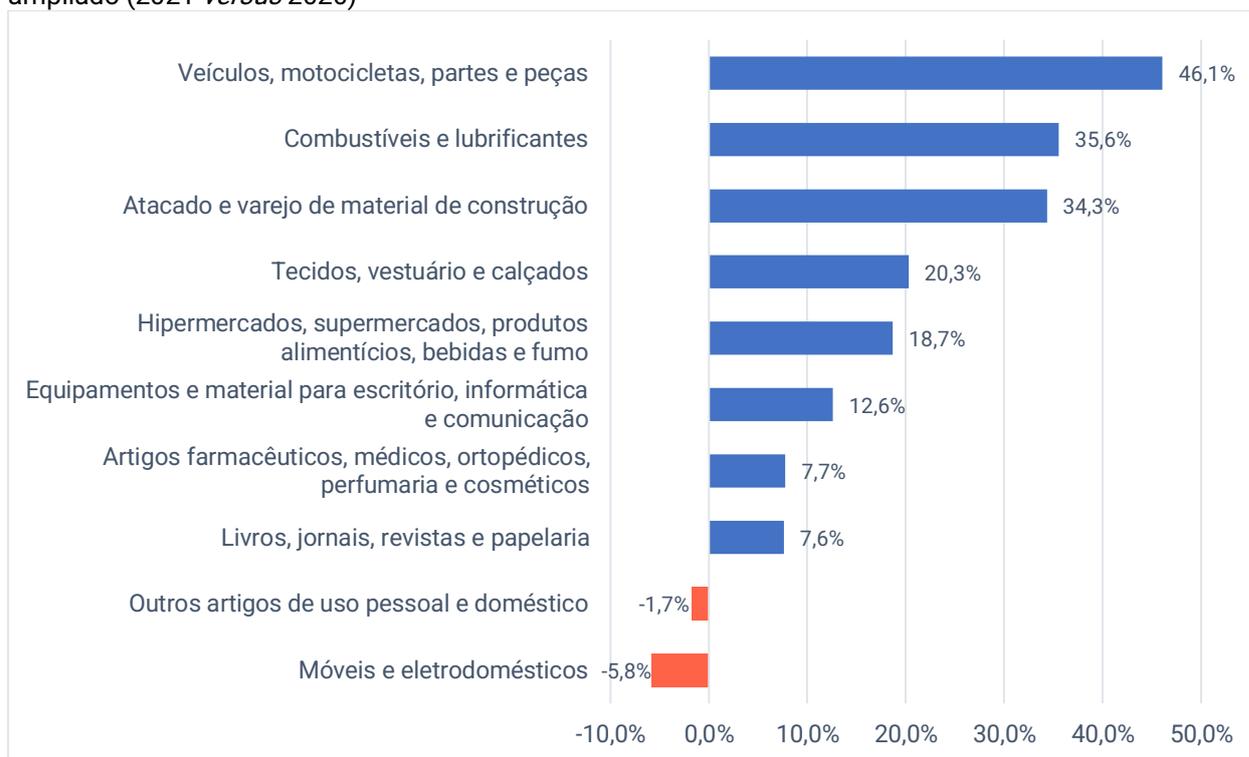
Arrecadação

Como a PMC não traz o detalhamento por atividades, utilizou-se os dados de arrecadação como *proxy* das vendas por segmento do comércio varejista ampliado.

A atividade “veículos, motocicletas, partes e peças” foi a que teve o maior

aumento na geração de receitas para o estado em 2021, com um crescimento de 46,1%. Em seguida, “combustíveis e lubrificantes” apresentou alta de 35,6%, e “atacado e varejo de material de construção” apresentou avanço de 34,3%.

Gráfico 7 - Maranhão: Variação (%) na arrecadação de ICMS⁵ por atividade do comércio varejista ampliado (2021 *versus* 2020)



Fonte: SEFAZ-MA

Dentre as dez atividades, somente duas tiveram queda na arrecadação de ICMS na comparação interanual: “outros artigos de uso pessoal e doméstico” (-1,7%), e “móveis

e eletrodomésticos” (-5,8%). O desempenho das atividades permite entender o resultado negativo do varejo restrito estadual.

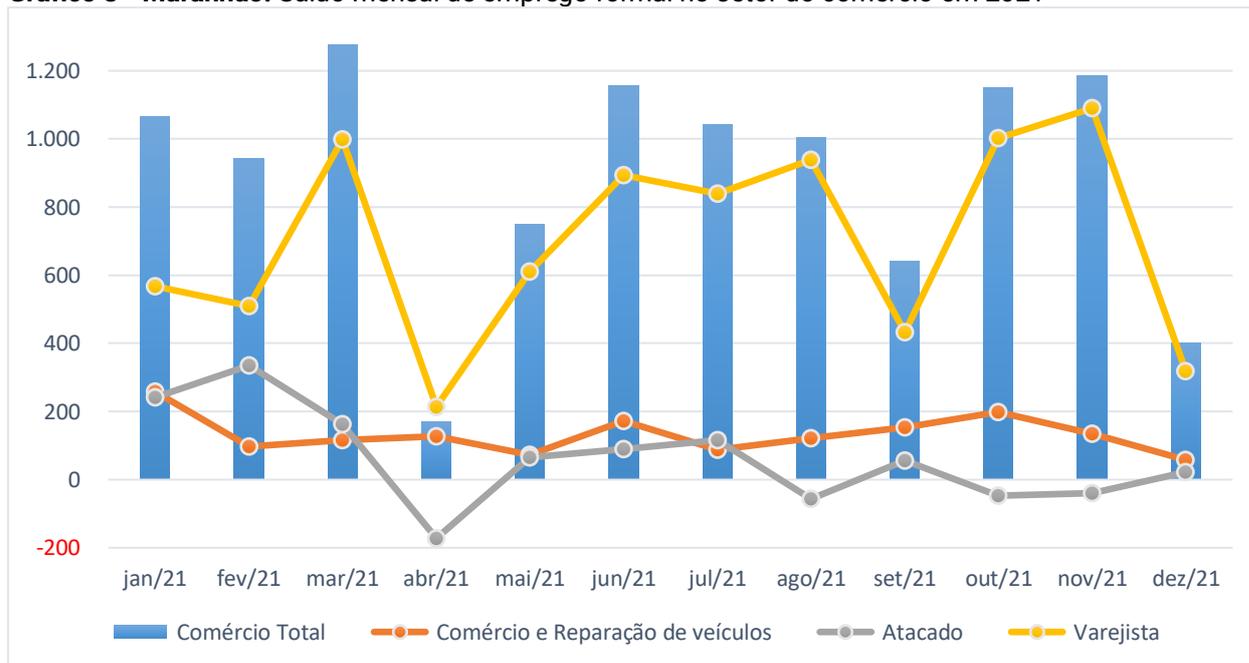
⁵ Dados sujeitos à alterações.

Emprego formal

Em dezembro de 2021, o comércio maranhense abriu 400 postos de trabalho conforme o Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (CAGED). Desse total, a maioria das admissões foram provenientes do grupamento “varejista” (319).

Menciona-se a sazonalidade das contratações de fim de ano, as quais costumam ocorrer em maior quantidade nos meses de outubro e novembro, reduzindo a quantidade de admissões no setor de comércio em dezembro.

Gráfico 8 - Maranhão: Saldo mensal de emprego formal no setor do comércio em 2021



Fonte: Cadastro Geral de Desempregos (CAGED)

Ao se considerar o acumulado no ano, o comércio maranhense gerou mais de 10,7 mil vagas, o dobro das vagas criadas em 2020. Contribuiu com o resultado o grupamento “varejista”, que criou 8,4 mil novos postos de trabalho.

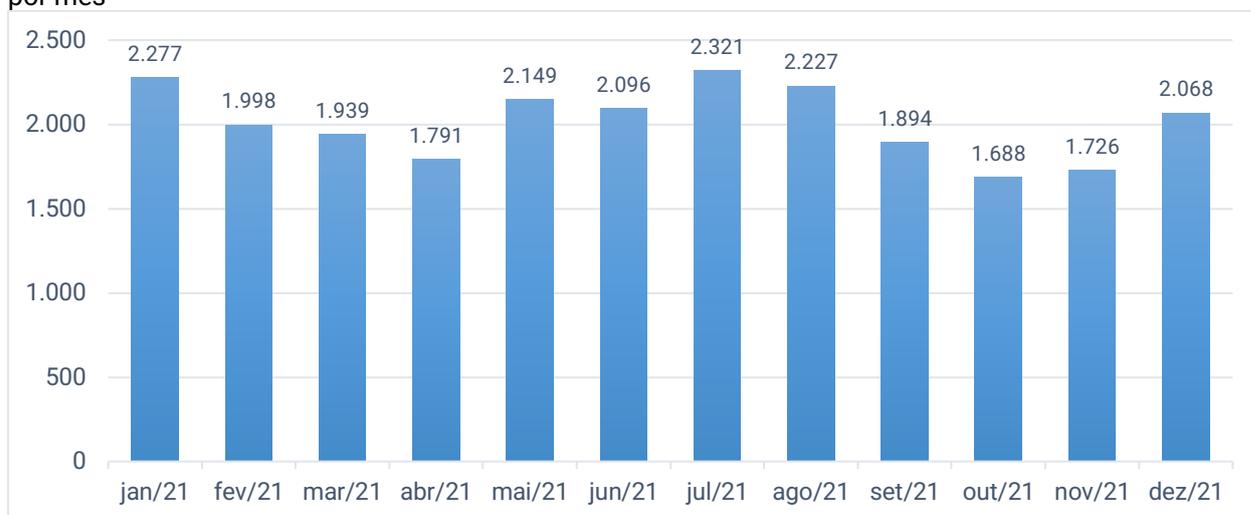
Faz-se importante destacar que o estoque de empregos formais (estatutário e celetistas) em todo o comércio maranhense foi de 164,7 mil, o que corresponde à participação de 30,0% entre todos os setores.

Empresas

No ano de 2021, foram abertas no Maranhão 24,1 mil empresas no setor do comércio, um crescimento de 14,0% em relação ao ano de 2020. Somente no mês de dezembro houve um aumento de 19,8% em relação a novembro e um crescimento de 29,8% em relação ao mesmo mês do ano de 2020.

Em todo o estado existem 188,9 mil empresas do setor com operações ativas, sendo que desse total, 43,0% são do porte de microempresas (ME). Por outro lado, em relação ao total de novas empresas abertas em 2021, 69,0% são microempreendedores individuais (MEI).

Gráfico 9 - Maranhão: Quantidade de empresas do setor de comércio abertas no Maranhão em 2021 por mês



Fonte: JUCEMA

Neste ano foram realizadas importantes ações com o objetivo de mitigar os efeitos da pandemia e estimular a abertura de novos negócios. Por meio do Governo do Estado foi implementada a segunda etapa de isenção da taxa para abertura de empresas realizada na Junta

Comercial do Maranhão (JUCEMA)⁶. No que se refere à atuação do Governo Federal, além da instituição das linhas de crédito do PRONAMPE⁷, foram incluídas medidas que também simplificaram a abertura de empresas, como a dispensa de alvarás e licenças para atividades de baixo risco⁸.

⁶ Disponível em: <https://www.portalcontnews.com.br/taxa-zero-para-abertura-de-empresas-tem-inicio-no-maranhao-2/>. Acesso em: 10/02/2022.

⁷ Programa Nacional de Apoio às Microempresas e Empresas de Pequeno Porte.

⁸ Disponível em: <https://www.camara.leg.br/noticias/776918-camara-aprova-mp-que-simplifica-abertura-e-funcionamento-de-empresas/>. Acesso em: 10/02/2022.

Emplacamento de veículos novos

Os dados de emplacamentos de veículos da Federação Nacional da Distribuição de Veículos Automotores (FENABRAVE) mostram que em dezembro o total de emplacamentos no Maranhão foi de 7.506 unidades (Tabela 3), o que representa um aumento de 1,4% em relação a novembro.

A variação positiva no mês é resultado do crescimento das vendas de veículos do grupo "A+B" em 4,3%, principalmente em relação ao segmento "comercial leve" que obteve um aumento de 8,9%. Também houve um crescimento no emplacamento de ônibus e motos de 97,7% e 5,7%, respectivamente.

Tabela 3 - Maranhão: Total de emplacamentos de veículos por categoria e variação no mês, no acumulado no ano e variação (%) mensal e interanual

Segmentos	Novembro	Dezembro	Variação	Janeiro-Dezembro		Variação
	2021		%	2020	2021	%
(A) Auto	1.934	1.988	2,8%	22.933	22.931	0,0%
(B) Comercial Leve	607	661	8,9%	5.885	5.883	0,0%
(A+B)	2.541	2.649	4,3%	28.818	28.814	0,0%
(C) Caminhão	205	161	-21,5%	1.415	1.410	-0,4%
(D) Ônibus	43	85	97,7%	191	191	0,0%
(C+D)	248	246	-0,8%	1.606	1.601	-0,3%
(E) Moto	4.184	4.422	5,7%	41.775	41.773	0,0%
(F) Implemento Rodoviário	303	92	-69,6%	919	920	0,1%
Outros	127	97	-23,6%	1.284	1.282	-0,2%
Total	7.403	7.506	1,4%	74.402	74.390	0,0%

Fonte: FENABRAVE – Federação Nacional da Distribuição de Veículos Automotores

No acumulado de 2021, a venda total de veículos, motos e implementos rodoviários foi de 74.390 unidades, sem variação significativa quando comparado ao ano de 2020. Desse total, 56,2% correspondem aos emplacamentos de "motos", enquanto 30,8% correspondem ao de "auto".

Ainda diante do cenário de pandemia, o ano de 2021 foi marcado pela falta de insumos e componentes eletrônicos afetando a oferta de veículos⁹. Além disso, o aumento da taxa de juros que impacta os financiamentos e a alta de combustíveis podem ter contribuído para frear o crescimento da venda de veículos novos.

⁹ Disponível em: <https://www.infomoney.com.br/minhas-financas/falta-de-chips-para-producao-de-veiculos-pode-se-estender-ate-2023/>. Acesso em: 10/02/2022.

Análise e perspectiva

O resultado anual do comércio varejista nacional teve pouco impacto da pandemia, embora no primeiro trimestre tenham ocorrido algumas perdas em decorrência da segunda onda de COVID-19. Entretanto, nos meses que se seguiram, um dos principais motivos que impediram um maior crescimento do setor foi a inflação, que terminou o ano com 10,06% (acima da meta de 3,75%). Soma-se a isso, a queda na renda média do trabalho, que no terceiro trimestre de 2021 recuou para o menor valor desde 2012. Destaca-se também que o ano de 2020 contou com diversos estímulos econômicos, os quais ajudaram a aquecer o setor, elevando assim, a base de comparação.

No âmbito estadual, o comércio varejista sofreu da mesma forma que o nacional com o aumento dos preços. Na capital São Luís a inflação terminou a 9,91%, também acima da meta. Uma das atividades afetadas pela alta dos preços foi “móveis e eletrodomésticos” – o terceiro maior peso no conceito restrito, que menos gerou a arrecadação de ICMS, indicando um recuo nas vendas do segmento. Além disso, o resultado do varejo restrito estadual também foi afetado pela elevada base de comparação em 2020.

Por outro lado, as atividades “veículos e motos, partes e peças” e “material de construção” – segundo e terceiro maior peso no conceito ampliado respectivamente – podem ter ajudado o varejo ampliado no ano, pois ambas ficaram respectivamente em primeiro e terceiro lugar das atividades que mais contribuíram para a arrecadação de ICMS. Em relação à “material de construção”, menciona-se que o Governo Estadual havia gasto aproximadamente R\$ 640,1 milhões em urbanismo até o terceiro trimestre de 2021¹⁰, o que também pode ter contribuído para alavancar o segmento.

Para 2022, a Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC) projeta um crescimento de 0,9% nas vendas do varejo¹¹. A inflação deve seguir como principal obstáculo ao comércio, pois diminui o poder de compra dos consumidores e aumenta os custos para o empresário do comércio. Outro empecilho para o setor refere-se ao patamar elevado do endividamento das famílias, que reduz a parcela da renda destinada ao consumo. Relacionado a isso, cita-se o encarecimento do crédito, que prejudica tanto os consumidores como os comerciantes e que deve continuar a trajetória diante da continuidade do ciclo de altas da taxa SELIC.

Por outro lado, há a expectativa de recuperação do mercado de trabalho: em 2021, o Brasil teve saldo líquido de 2,7 milhões de empregos formais, enquanto que no Maranhão o saldo líquido foi de 40.605 vagas, o 9º melhor desempenho do Brasil e o 2º do Nordeste¹². Outro fator que pode ajudar o setor é o Auxílio Brasil – novo programa de transferência de renda do Governo Federal e substituto do Bolsa Família – que deverá injetar mais R\$ 59,2 bilhões na economia por meio do consumo¹³.

¹⁰ Disponível em: <http://imesc.ma.gov.br/portal/Post/view/boletim-conjuntura/513>. Acesso em: 15/02/2022.

¹¹ Disponível em: <https://www.portaldocomercio.org.br/publicacoes/analise-cnc-pesquisa-mensal-de-servicos-pms-dezembro-de-2021/413784>. Acesso em: 11/02/2022.

¹² Disponível em: <http://imesc.ma.gov.br/portal/Post/view/mercado-de-trabalho/518>. Acesso em: 15/02/2022.

¹³ Disponível em: <https://www.portaldocomercio.org.br/publicacoes/auxilio-brasil-impacto-o-consumo-e-economia/410698>. Acesso em: 11/02/2022.