



## ESTUDO

# O Papel do Varejo na Economia Brasileira

Atualização - Junho/ 2018

<b>Introdução</b>	<b>03</b>
<b>Conceituação do Varejo</b>	<b>04</b>
<b>Representatividade do PIB</b>	<b>10</b>
<b>Principais Estatísticas do Varejo</b>	<b>16</b>
<b>Fatores de Influência no Consumo</b>	<b>22</b>
<b>Emprego</b>	<b>24</b>
<b>Crédito</b>	<b>31</b>
<b>Confiança</b>	<b>37</b>
<b>Renda</b>	<b>43</b>
<b>Varejo Brasileiro e o CNAE</b>	<b>53</b>
<b>Estatísticas do Varejo Brasileiro por setor</b>	<b>62</b>



<b>Franchising</b>	<b>64</b>
<b>Shopping Centers</b>	<b>73</b>
<b>Hiper e Supermercados</b>	<b>91</b>
<b>E-commerce</b>	<b>97</b>
<b>Materiais de Construção</b>	<b>106</b>
<b>Farmácias e Drogarias</b>	<b>110</b>
<b>Livrarias</b>	<b>115</b>
<b>Bares e Restaurantes</b>	<b>121</b>
<b>Perfumarias</b>	<b>127</b>
<b>Conclusões</b>	<b>132</b>
<b>Ficha Técnica</b>	<b>135</b>



Este estudo foi desenvolvido com o objetivo de alinhar e estruturar conceitos, definições, classificações, estatísticas e números a respeito do varejo brasileiro e mostrar, em detalhes, um retrato do passado recente do setor e uma análise da situação atual.

O varejo tem sido um setor protagonista no desenvolvimento do Brasil, apresentando durante uma década, um crescimento consistente e que impulsionou o PIB brasileiro.

Desde 2014, no entanto, em função do novo contexto econômico brasileiro, o setor passou por uma forte desaceleração e vem buscando discutir, junto aos diversos órgãos do poder executivo e legislativo, medidas e políticas que mantenham a força e a saúde do segmento.

As principais entidades que representam o varejo nacional contribuíram com a formulação dos conceitos, definições e classificações e trouxeram para este Estudo seus dados e estatísticas, para que, organizados, possamos ter um entendimento mais claro e detalhado do papel do varejo na economia brasileira.

**Este Estudo terá continuidade com a atualização constante dos dados e das informações de acordo com o cronograma de divulgação por parte dos órgãos oficiais de governo e das entidades do setor.**



# Conceituação do Varejo

---



# Conceituação do Varejo

Considerado como um canal de distribuição de produtos pela literatura mais tradicional de marketing, o varejo ganhou destaque nas últimas décadas, tendo em vista sua posição estratégica na distribuição de produtos e serviços e sua proximidade junto aos consumidores finais.

Para Kotler (2012, pág. 482), “o varejo inclui todas as atividades relativas à venda de bens e serviços diretamente ao consumidor final, para uso pessoal”.

Já Richter (1954) define o varejo como “o processo de compra de produtos em quantidade relativamente grande dos produtores atacadistas e outros fornecedores e posterior venda em quantidades menores ao consumidor final”.

Outra definição é trazida por Spohn (1977): “uma atividade comercial responsável por providenciar mercadorias e serviços desejados pelos consumidores”.

# Conceituação do Varejo



**CNPJ**



**CPF**

**O varejo é toda atividade econômica da venda de um bem ou um serviço para o consumidor final, ou seja, uma transação entre um CNPJ e um CPF.**

# Conceituação do Varejo

Conforme pesquisa e levantamento realizado em diversos países, a forma mais utilizada de uma primeira segmentação do varejo é organizar a atividade de venda de produtos e serviços em três grandes grupos\*:



**Varejo de bens de consumo em geral**



**Varejo de carros e combustíveis**



**Varejo de Serviços**

# Conceituação do Varejo no Brasil

No Brasil o IBGE, por meio de sua Pesquisa Mensal do Comércio, apresenta os dados do varejo nacional segmentados em dois grandes grupos:

**Varejo Restrito** **X** **Varejo Ampliado**

O varejo ampliado inclui, além de todo o varejo restrito, as concessionárias de veículos e lojas de material de construção.

**Esta, no entanto, não é a segmentação padrão utilizada em outros países, dificultando a comparação de dados e estatísticas.**

A segmentação mais utilizada é a apresentada anteriormente neste estudo: varejo de bens, varejo de veículos e combustíveis e varejo de serviços.



# Conceituação do Varejo no Brasil

<b>COMÉRCIO VAREJISTA</b>
1 - Combustíveis e lubrificantes*
2 - Hiper, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo
2.1 - Super e hipermercados
3 - Tecidos, vestuário e calçados
4 - Móveis e eletrodomésticos
4.1 - Móveis
4.2 - Eletrodomésticos
5 - Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria
6 - Livros, jornais, revistas e papelaria
7 - Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação
8 - Outros artigos de uso pessoal e doméstico
<b>COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO</b>
9 - Veículos e motos, partes e peças
10- Material de construção



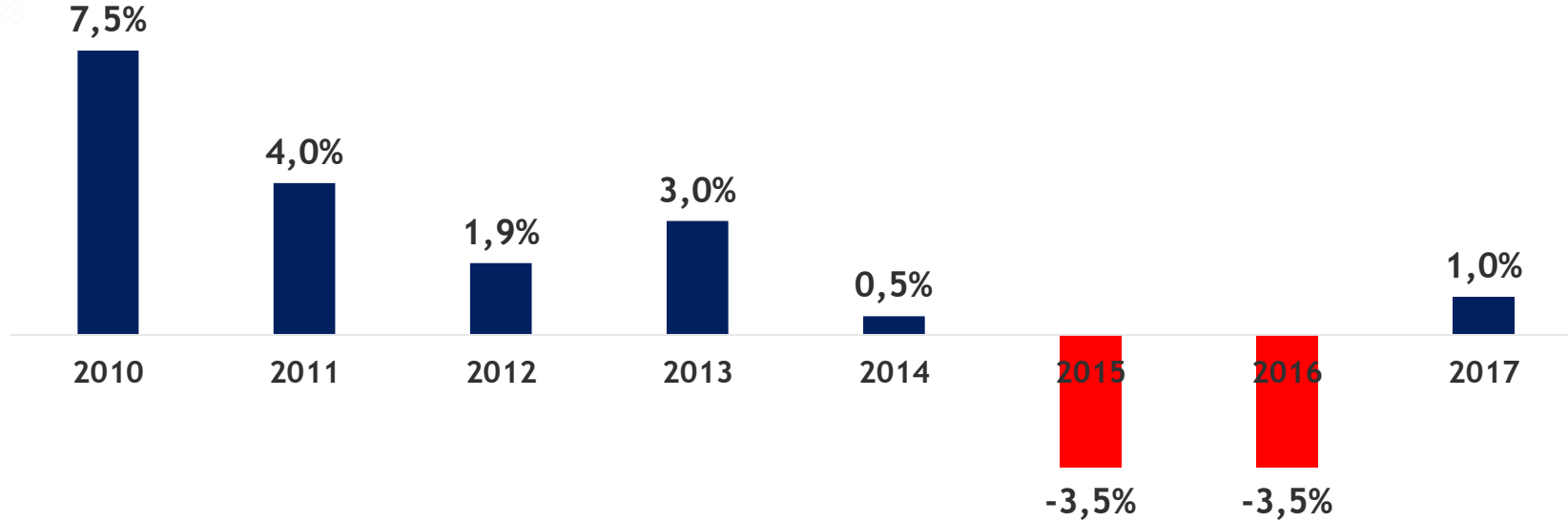
# Representatividade do PIB

---





A economia brasileira começou a se recuperar em 2017





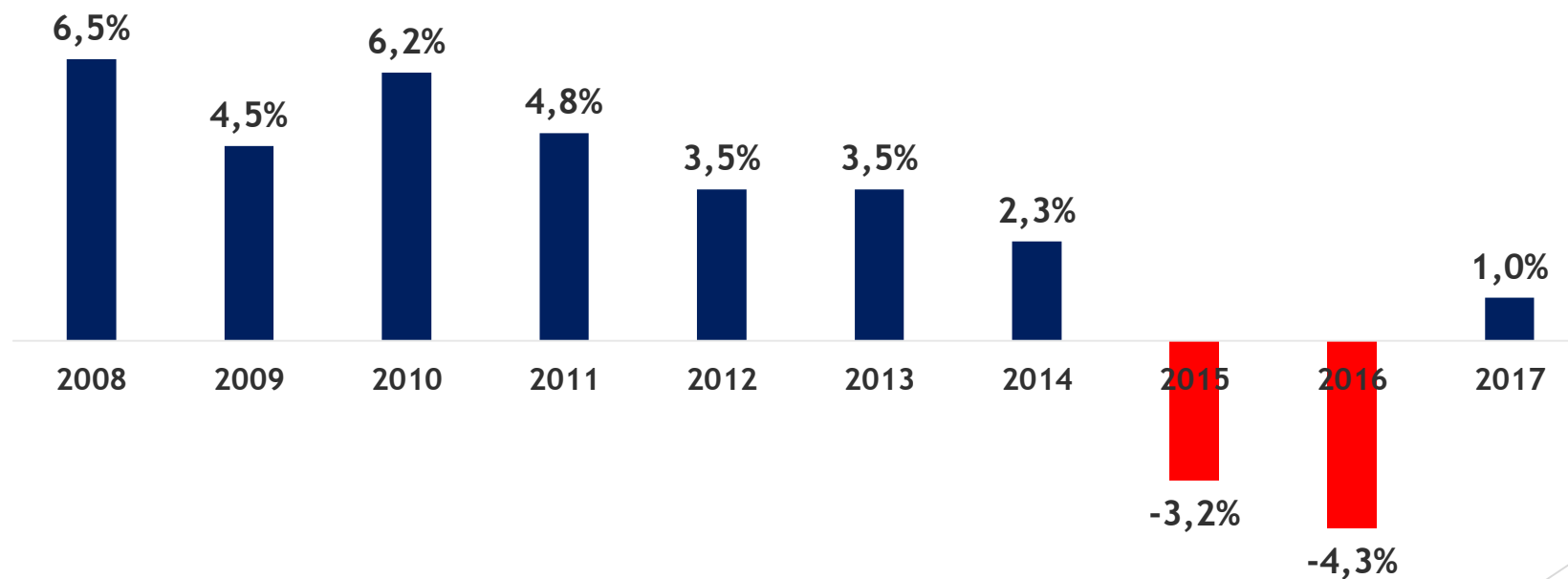
**Pelos dados oficiais do IBGE, o Consumo das famílias em 2017 foi de R\$ 4,18 trilhões, com crescimento de 1%.**

O consumo das famílias é a principal referência do volume que o varejo como um todo movimentava no país.

**O varejo tem um impacto de 63,4% no PIB de R\$ 6,6 trilhões, tendo como base os números do ano de 2017.**

# Evolução do consumo das famílias

Segundo o IBGE, esse crescimento pode ser explicado pela queda da inflação, pela melhora de indicadores como emprego e renda e pelo aumento do crédito.



# Varejo Restrito

O Varejo Restrito\* teve 20,25% de impacto no PIB com um volume de R\$ 1,34 trilhão e crescimento real de 2%.

Em 2015 e 2016, as vendas sofreram quedas de, respectivamente, 4,3% e 6,2%.



\* Varejo de bens de consumo, exceto carros e materiais de construção

# Representatividade do PIB



Para estimarmos o valor agregado do varejo no PIB brasileiro precisamos utilizar como referência uma média da margem bruta utilizada no setor. Partindo de uma Margem de Valor Agregado (MVA) média de 40%, o valor agregado do varejo corresponde a aproximadamente 8,1% do PIB no Brasil.



# Principais Estatísticas do Varejo Brasileiro





# Panorama do varejo brasileiro

## Primeira alta desde 2013

*O varejo teve no ano passado a primeira alta depois de 2013, quando o setor viu aumento nas vendas de 4,3%. Segundo Fábio Bentes, economista da CNC, o crescimento verificado em 2017 recupera praticamente um quinto das perdas provocadas pela crise econômica.*

*“Por trás dos resultados positivos de 2017, há, claramente, a contribuição positiva da menor taxa de inflação (+2,95%) desde a implantação do regime de metas em 1999. No comércio varejista, os preços dos bens de consumo duráveis e não duráveis registraram deflação em 2017 de -1,17% e -2,69%, respectivamente, de acordo com o IPCA”, afirmou o economista.*

*A evolução no faturamento também comprova, segundo a análise, o início do processo de recuperação do varejo no ano passado, tendência já confirmada pela recuperação parcial do emprego formal no setor (+26 mil vagas em 2017) e pela retomada da abertura líquida de lojas a partir de outubro de 2017.*

# Panorama dos últimos 10 anos

ANO	PIB (TRILHÕES)	CRESCIMENTO (%)	POSIÇÃO NA ECONOMIA MUNDIAL	VAREJO RESTRITO (%)	VAREJO AMPLIADO (%)	INFLAÇÃO (%)	TAXA DE DESEMPREGO (%)	CARGA TRIBUTÁRIA (%)
2007	2,661	6,10%	10º	9,70%	13,60%	4,46%	9,30%	33,8%
2008	3,032	5,20%	8º	9,10%	9,90%	5,90%	7,90%	33,5%
2009	3,143	(-)0,2%	8º	5,90%	6,80%	4,31%	8,10%	32,3%
2010	3,675	7,50%	7º	10,90%	12,20%	5,91%	6,70%	32,4%
2011	4,143	2,70%	6º	6,70%	6,60%	6,50%	6,00%	33,4%
2012	4,403	1,00%	7º	8,40%	8,00%	5,84%	5,50%	32,7%
2013	4,84	2,50%	7º	4,30%	3,60%	5,91%	5,40%	32,7%
2014	5,1	0,02%	8º	2,20%	(-)3,7%	7,14%	4,80%	32,4%
2015	5,9	(-)3,8%	8º	(-)4,3%	(-)17,8%	10,67%	6,80%	33,7%
2016	6,3	(-)3,6%	7º	(-)6,2%	(-)8,7%	6,3%	11,5%	33,4%
2017	6,6	1,00%	9º	2,00%	4,00%	2,95%	12,7%	32,4%

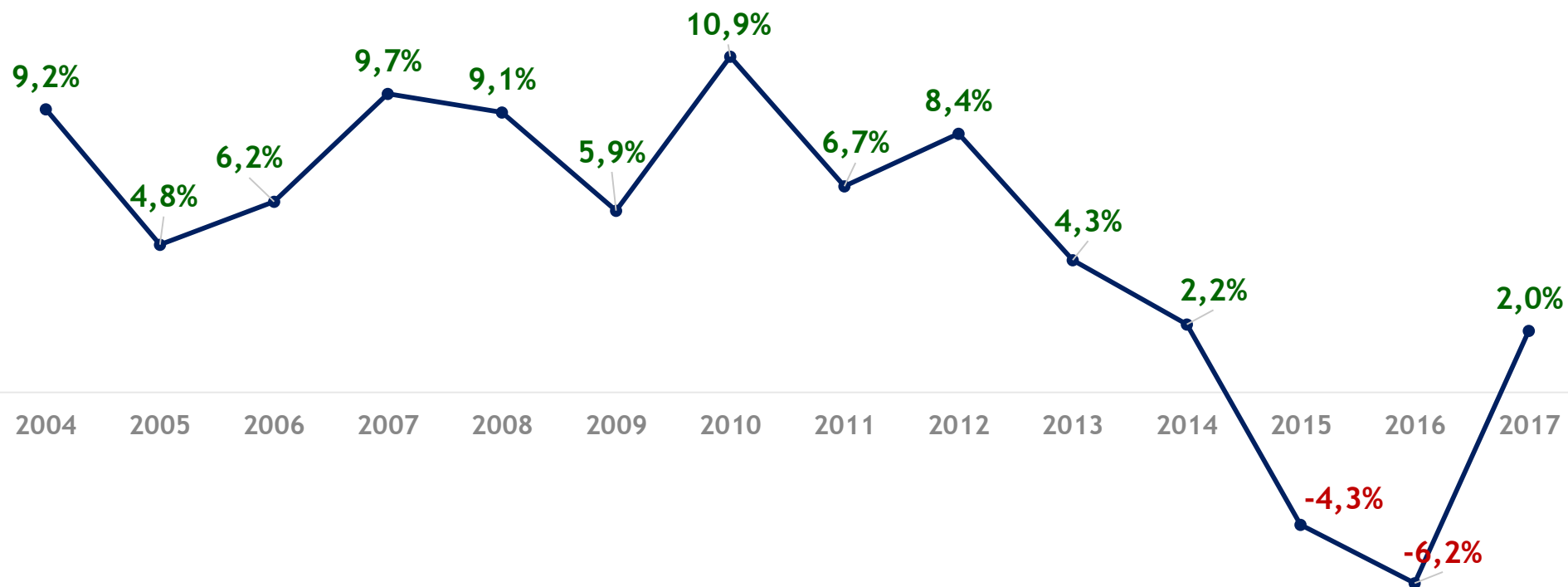
# Varejo restrito e ampliado

*A estimativa é de que o varejo restrito registre um crescimento de 3,2% em 2018, ao passo que o varejo ampliado, aquele que considera o varejo de material de construção e veículos, deve crescer 5%.*

*O desempenho de 2018 deve ser influenciado pelo maior ritmo de atividade econômica, segundo a CNC. O maior consumo das famílias em um ambiente de inflação ainda baixa e os juros menores deverão permitir que as vendas no varejo mantenham a tendência de alta.*

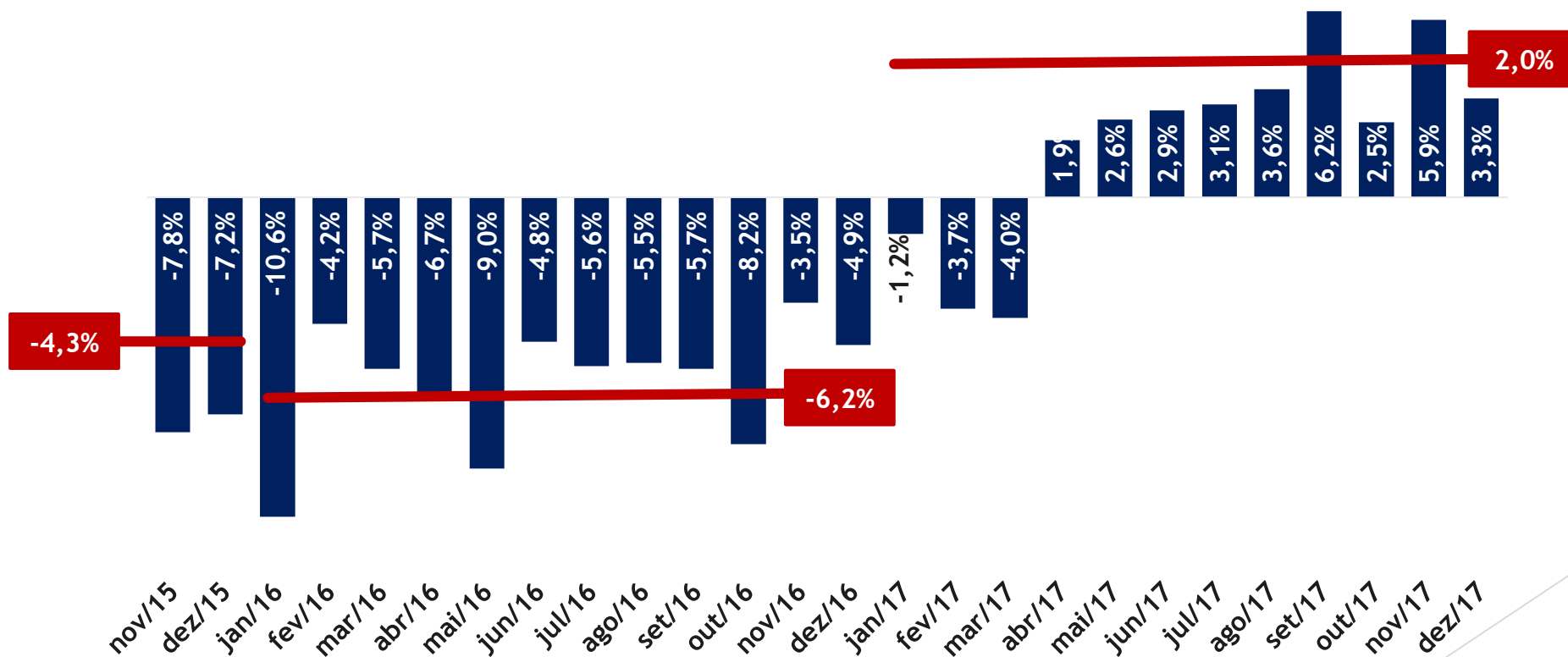
# Varejo Restrito – 2004 a 2017

## Evolução Anual



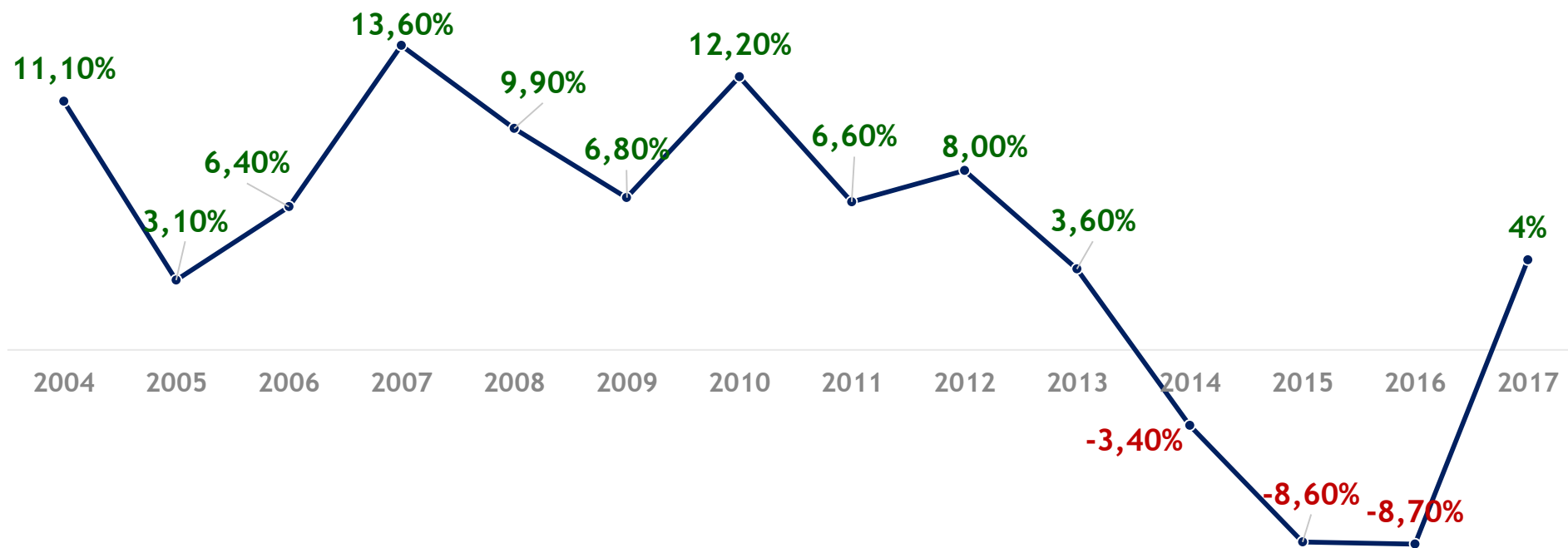
# Varejo Restrito – mensal

## Evolução do comércio varejista restrito e as médias anuais (%)



# Varejo Ampliado – 2004 a 2017

## Evolução Anual





# Fatores de Influência no Consumo

---

Renda, Crédito, Emprego e Confiança



# A economia e o varejo

Em todo o mundo existem quatro elementos determinantes para o crescimento e o desenvolvimento do setor de varejo: renda, emprego, crédito e confiança.

Na sequência deste Estudo apresentamos as estatísticas mais relevantes de cada um desses fatores que servem de referência para o entendimento do setor de varejo no Brasil.

**Fatores fundamentais**  
que determinam a propensão ao consumo:

Confiança  
do consumidor

+

Crédito

+

Emprego

+

Renda

**= Compra**



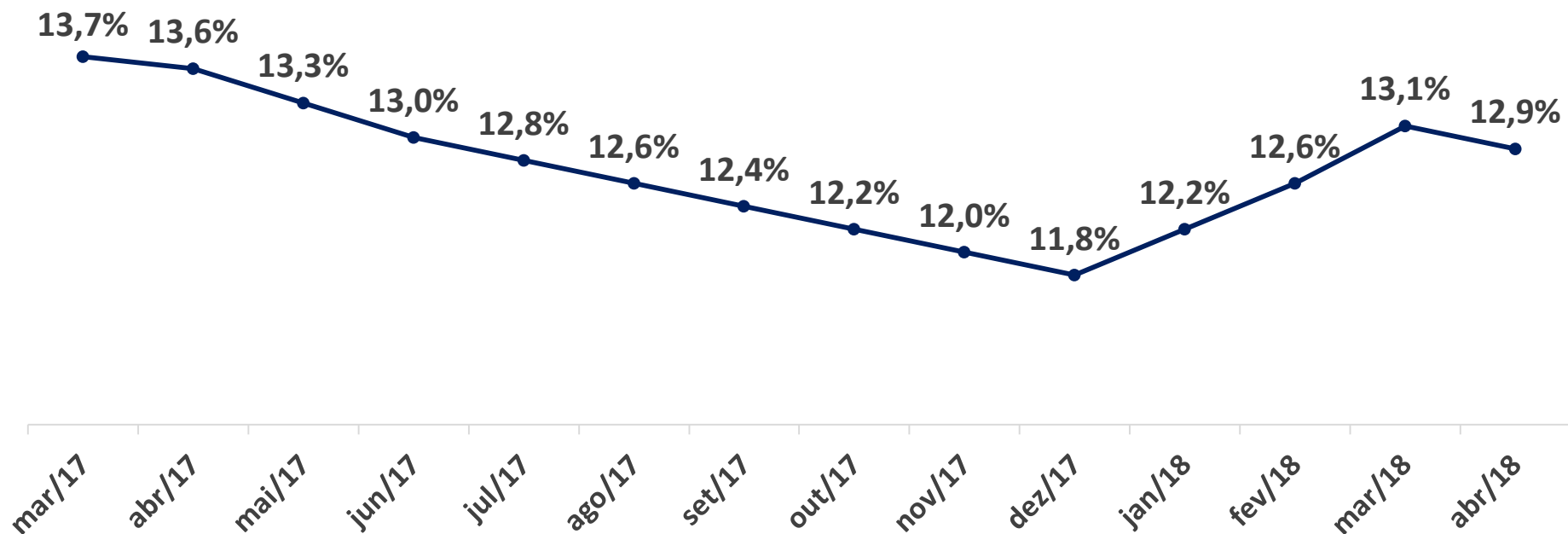


# Emprego

---

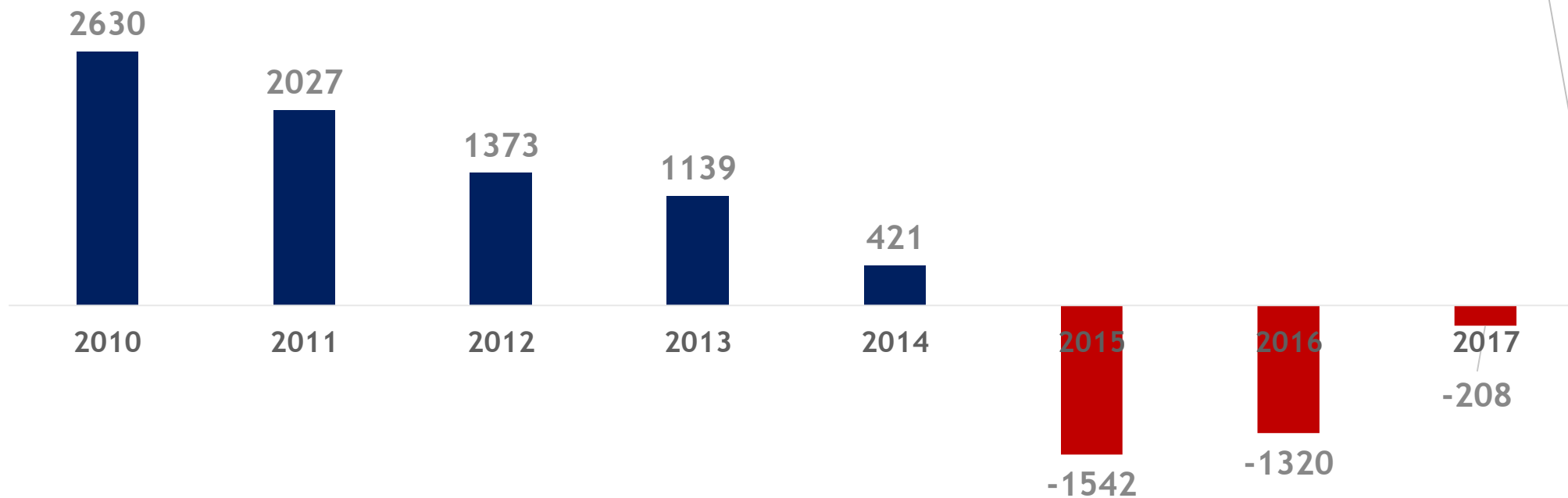


# Evolução da Taxa de Desemprego



Fonte: IBGE/PME  
Taxa de Desemprego (período de referência de 30 dias), das pessoas de 10 anos ou mais de idade, por Regiões Metropolitanas  
Frequência: Mensal

# Geração anual de postos de trabalho



## Em milhares

Fonte: Ministério do Trabalho e Emprego, Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (MTE/CAGED)

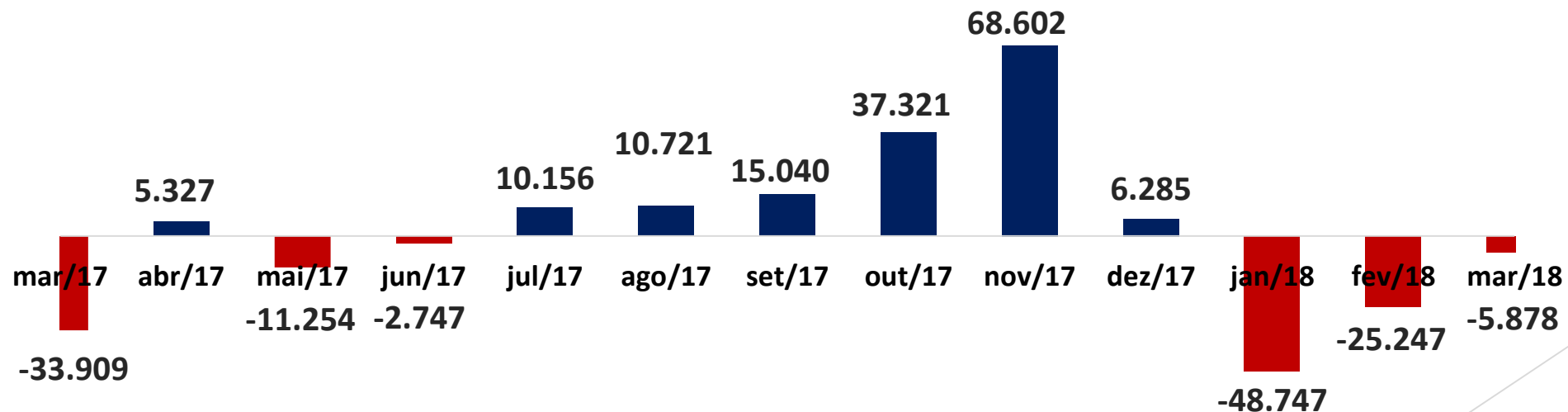
Unidade: Pessoa (Níveis Geográficos)

Comentário: O saldo refere-se ao total de admissões e dispensa de empregados, sob o regime da Consolidação das Leis do Trabalho - CLT.

# O emprego no comércio

De acordo com o IBGE, o setor de comércio, organizado em atacado e varejo de mercadorias, emprega **22,3%** dos trabalhadores formais brasileiros (incluindo o segmento de venda e reparação de veículos automotores e motocicletas), sendo o maior empregador brasileiro e se constituindo em um importante pilar da economia nacional.

## Saldo mensal de geração de empregos

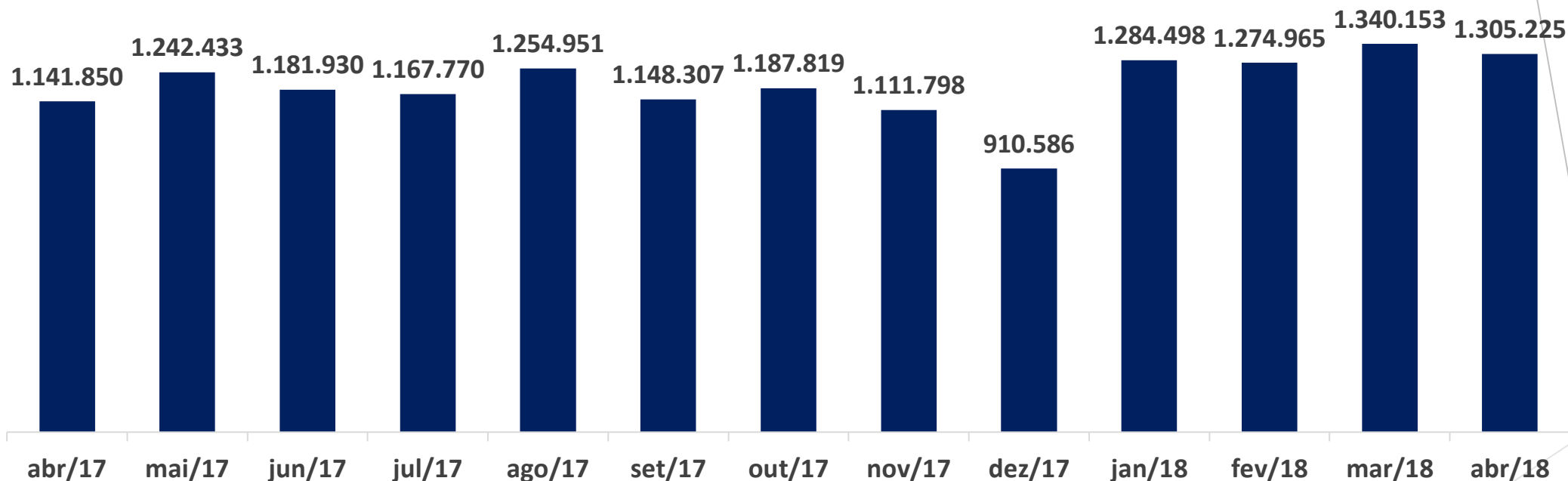


Fonte: Ministério do Trabalho e Emprego, Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (MTE/CAGED)

Unidade: Pessoa

Comentário: O saldo refere-se ao total de admissões e dispensa de empregados, sob o regime da Consolidação das Leis do Trabalho - CLT.

## Empregados - admissões

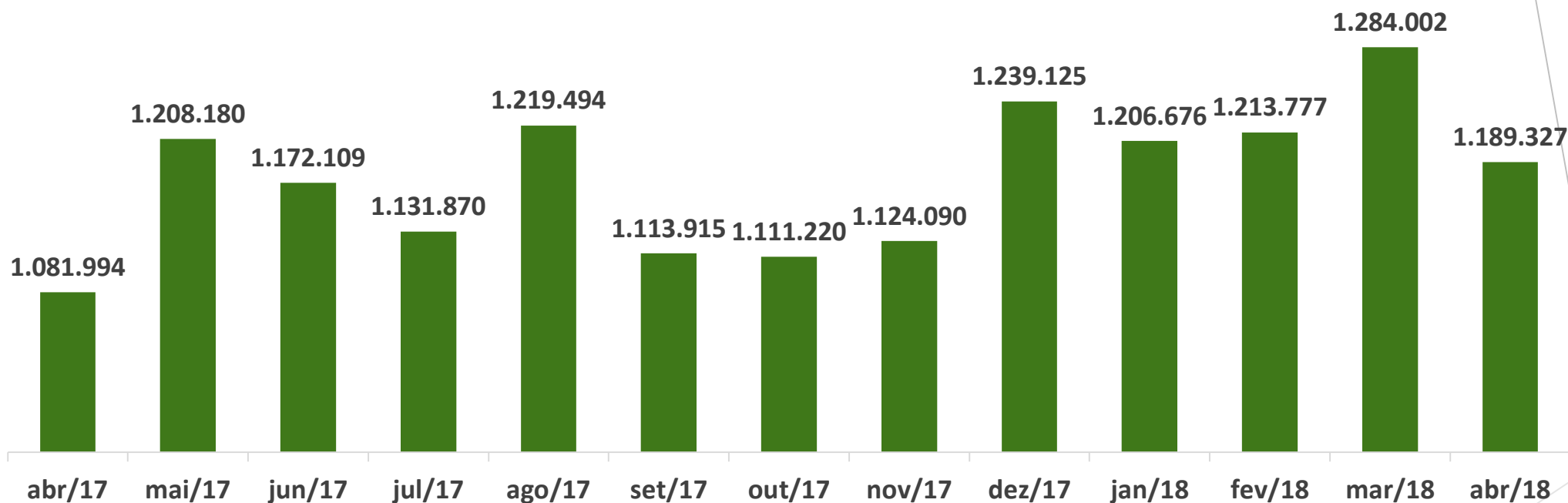


Fonte: Ministério do Trabalho e Emprego, Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (MTE/CAGED)

Unidade: Pessoa

Comentário: O saldo refere-se ao total de admissões e dispensa de empregados, sob o regime da Consolidação das Leis do Trabalho - CLT.

## Empregados - demissões

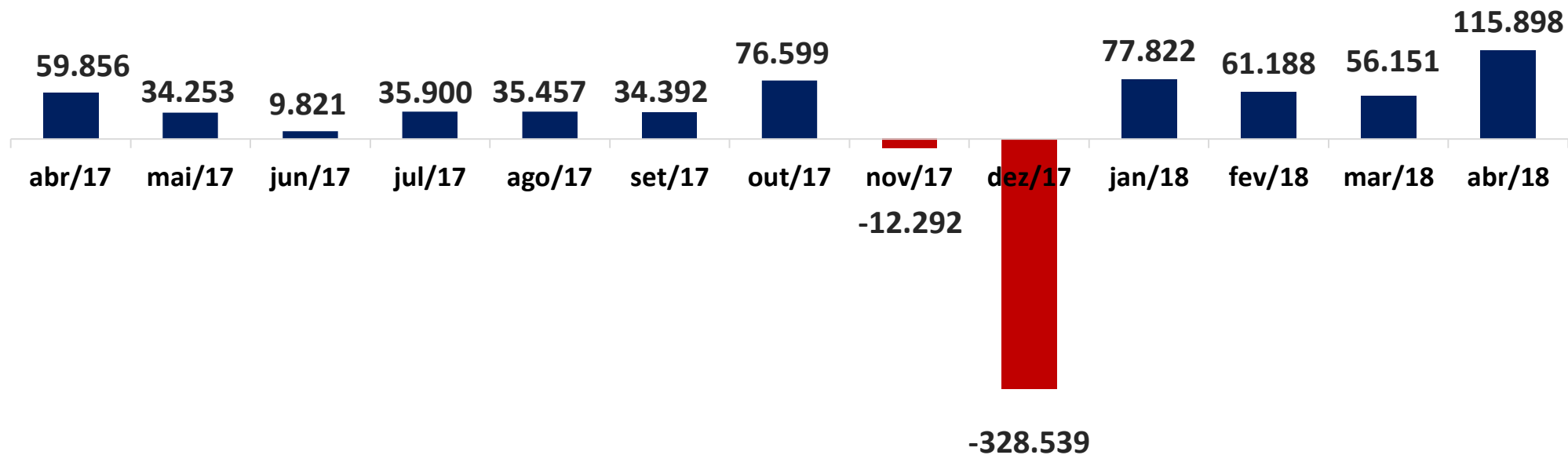


Fonte: Ministério do Trabalho e Emprego, Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (MTE/CAGED)

Unidade: Pessoa

Comentário: O saldo refere-se ao total de admissões e dispensa de empregados, sob o regime da Consolidação das Leis do Trabalho - CLT.

## Empregados - saldo



Fonte: Ministério do Trabalho e Emprego, Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (MTE/CAGED)  
<http://bi.mte.gov.br/eec/pages/consultas/evolucaoEmprego/consultaEvolucaoEmprego.xhtml#relatorioSetor>

Unidade: Pessoa

Comentário: O saldo refere-se ao total de admissões e dispensa de empregados, sob o regime da Consolidação das Leis do Trabalho - CLT.



# Crédito

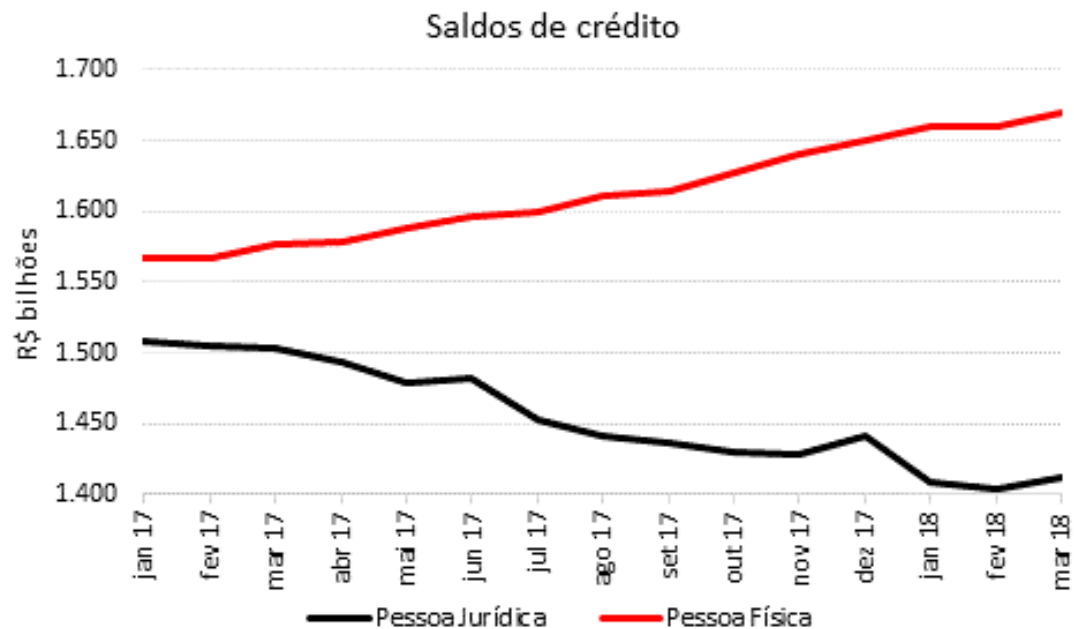
---





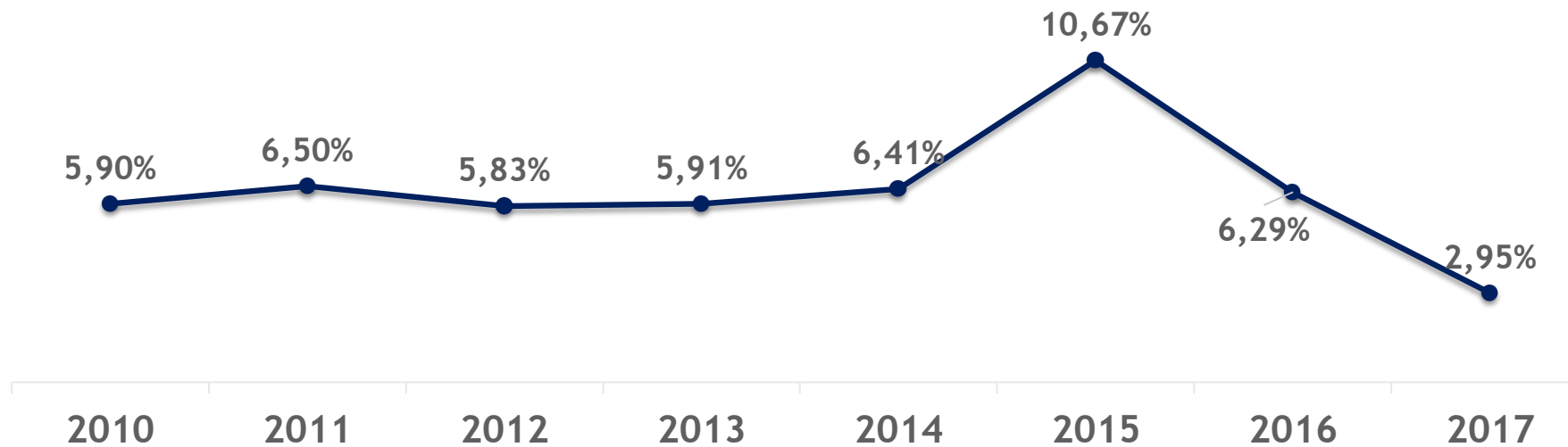
# Operações de Crédito

*O saldo das operações de crédito do sistema financeiro atingiu R\$ 3,1 trilhões em março/18, com expansão de 0,6% no mês. Em 12 meses, esse saldo teve variação de 0,1%, com comportamentos distintos para pessoas físicas (crescimento de 5,9%) e pessoas jurídicas (redução de 6%). A relação crédito/PIB atingiu 46,6%.*



# Evolução da taxa anual de inflação no Brasil

## Inflação - IPCA



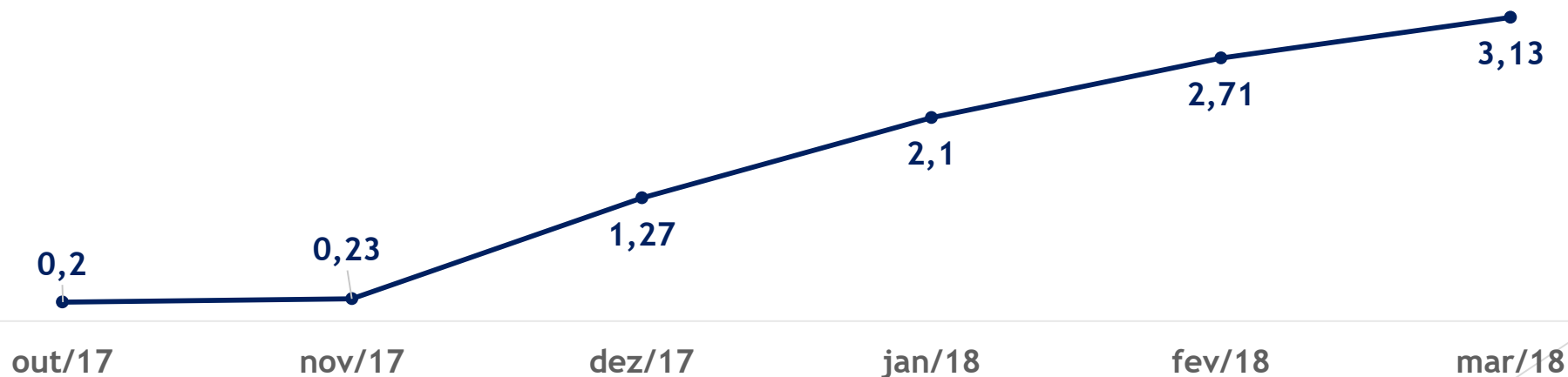
# Juros para o consumidor

LINHA DE CRÉDITO	Taxa Média abril/2018
Juros do comércio	5,35% a.m.
Cartão de crédito	12,39% a.m.
Cheque especial	12,09% a.m.
CDC - bancos - financiamento de automóveis	1,91% a.m.
Empréstimo pessoal - bancos	4,08% a.m.
Empréstimo pessoal - financeiras	7,36% a.m.

# Inadimplência pessoa física

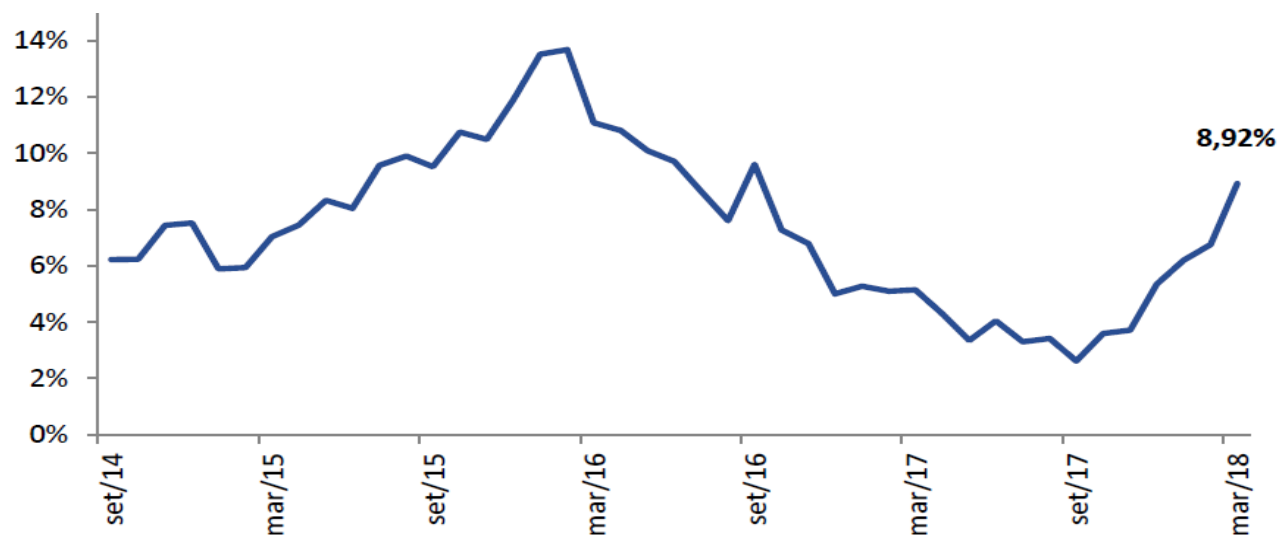
*Em termos absolutos, aproximadamente 62,1 milhões de brasileiros encerraram o primeiro trimestre de 2018 com restrições no CPF para fazer compras a prazo ou obter empréstimos e financiamentos, por exemplo. Os dados foram apurados pelo Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil) e pela Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL).*

Número de devedores - variação anual (%)



# Inadimplência pessoa jurídica

*O número de empresas com contas em atraso e registradas nos cadastros de devedores cresceu 8,92% em março de 2018, na comparação com o mesmo mês do ano passado. O crescimento foi puxado pela região Sudeste, com crescimento de 15,26% no número de empresas inadimplentes. Nas demais regiões também houve crescimento, mas em patamares menores e em tendência de desaceleração: alta de 3,56% no Sul, 2,35% no Centro-Oeste, 2,33% no Nordeste e 1,23% no Norte.*





# Confiança

---



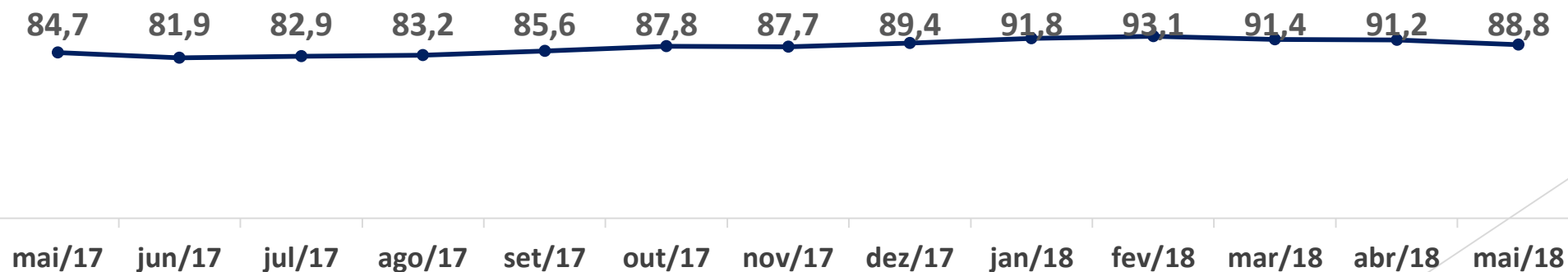
*A Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC) e a Fundação Getulio Vargas apontaram em fevereiro um crescimento dos índices de confiança.*

*O Índice de Confiança do Empresário do Comércio (Icec), da CNC, subiu 3,3% em relação a janeiro, para 113,2 pontos. Na FGV, o indicador de confiança do varejista atingiu em fevereiro o ponto mais alto dos últimos quatro anos – 95,5 pontos em uma escala que vai de 0 a 200.*

# Índice de Confiança de Serviços

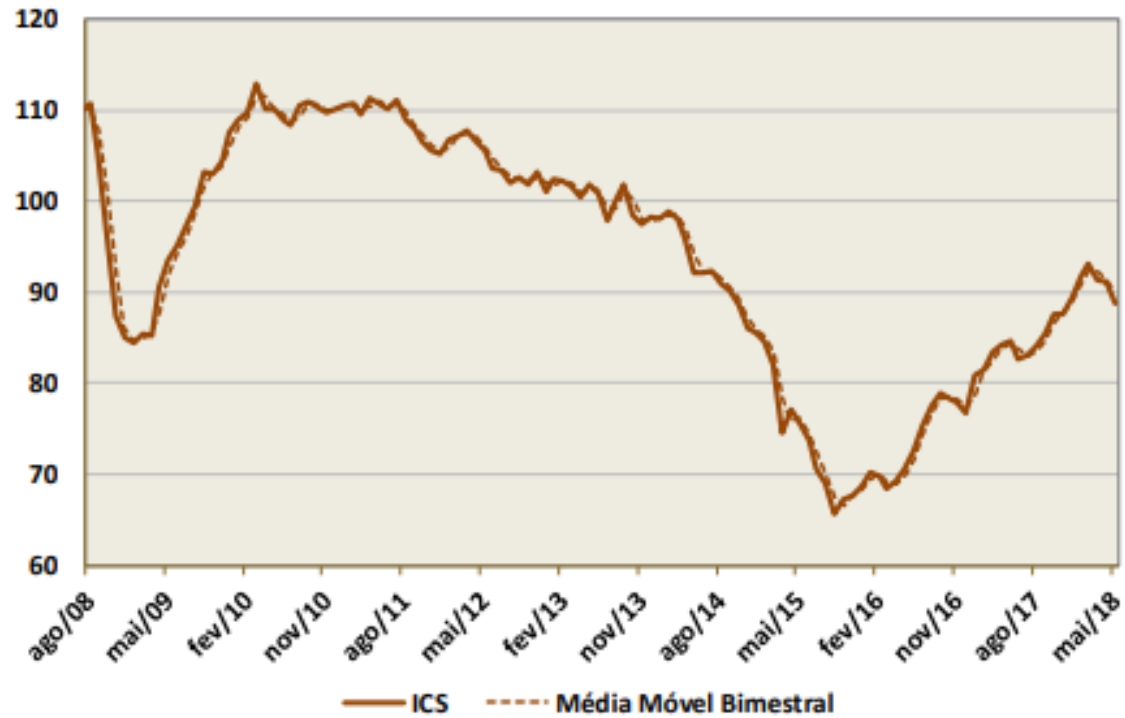
*“Os indicadores de maio sinalizam, sobretudo, um movimento de ajuste nas expectativas empresariais. A frustração com a moderação no ritmo de atividade corrente e a influência do cenário de incerteza que marca o processo eleitoral, vêm resultando numa contínua calibragem nas expectativas do setor. Novamente, é a leitura das empresas sobre os negócios nos próximos seis meses o aspecto que mais pressiona a queda na curva de confiança. Esses resultados reforçam a perspectiva de continuidade da trajetória de tímida recuperação do setor” analisa Silvio Sales, consultor da FGV IBRE.*

## Dessazonalizado





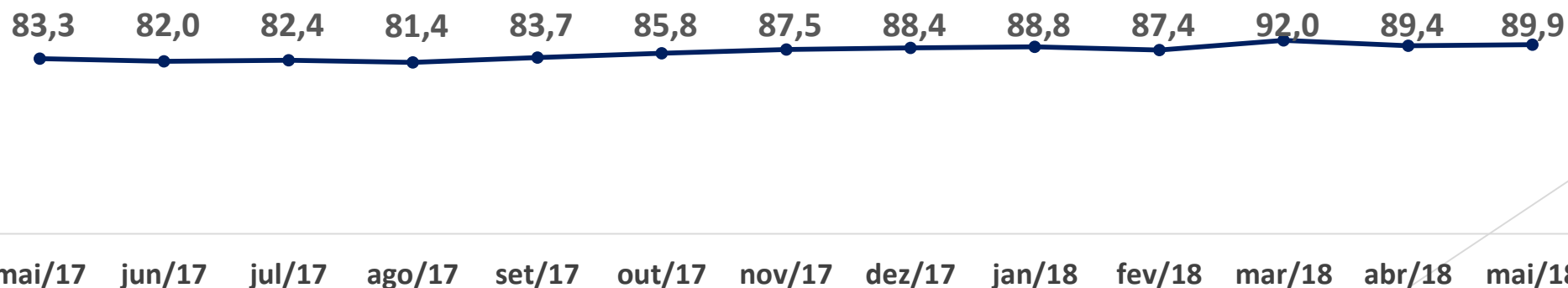
**Índice de Confiança de Serviços**  
(Dados de ago/08 a Mai/18, dessazonalizados)



# Índice de Confiança do Consumidor

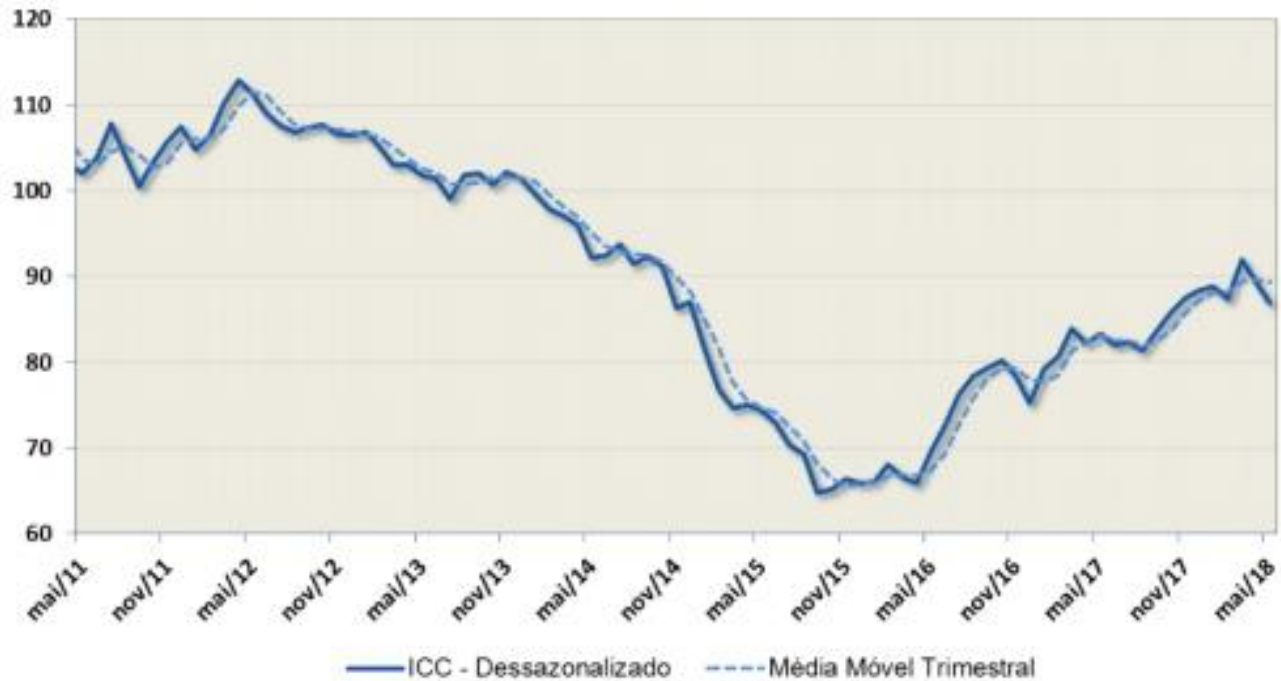
*“A confiança dos consumidores cai pelo segundo mês consecutivo retornando a níveis observados no último trimestre de 2017. A perda de otimismo atinge consumidores de todas as classes de renda e capitais e parece estar bastante relacionado às piores avaliações em relação às perspectivas para o emprego nos próximos meses”, afirma Viviane Seda Bittencourt, Coordenadora da Sondagem do Consumidor*

## Dessazonalizado



# Índice de Confiança do Consumidor

**Índice de Confiança do Consumidor**  
(Dados de mai/11 a mai/18, dessazonalizados)





# Renda

---



## Distribuição da população por classe e participação no Consumo - Brasil

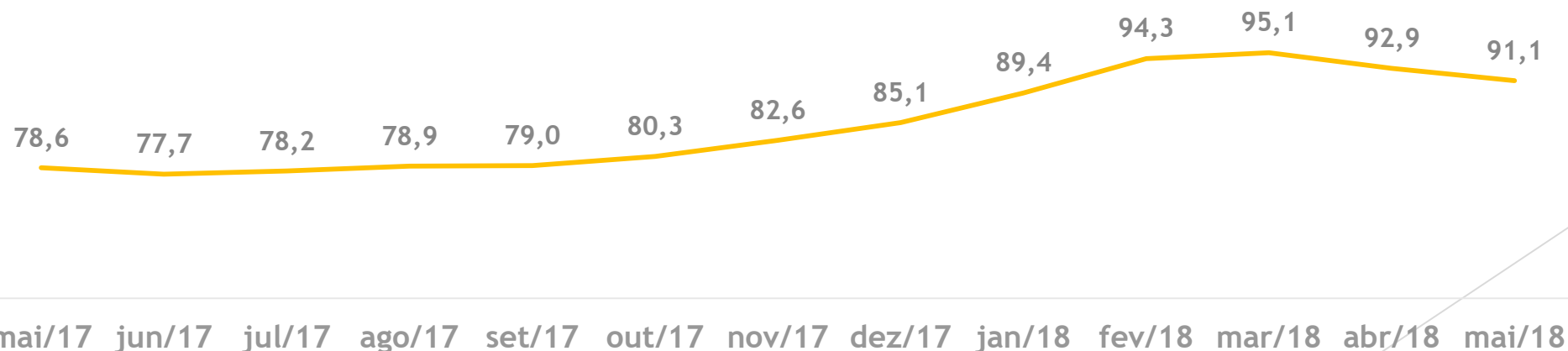
	1995		2002		2013		2016		2018	
	% Domicílios	% Consumo	% Domicílios	% Consumo	% Domicílios	% Consumo	% Domicílios	% Consumo	% Domicílios	% Consumo
A1	4,40%	23,18%	0,75%	7,06%	0,50%	3,90%	2,35%	13,38%	2,5%	13,4%
A2			3,82%	16,71%	4,10%	15,30%				
B1	15,80%	41,17%	6,35%	16,16%	10,20%	24,00%	4,89%	15,73%	4,9%	14,9%
B2			11,41%	18,59%	21,90%	24,50%				
C1	26,34%	23,82%	30,56%	25,77%	26,30%	18,50%	23,09%	19,81%	22,4%	20,7%
C2					22,30%	9,40%				
D	38,61%	9,92%	34,40%	13,49%	13,90%	4,20%	26,63%	10,14%	27,0%	9,6%
E	14,85%	1,91%	12,72%	2,22%	0,79%	0,20%				

# Intenção de consumo das famílias

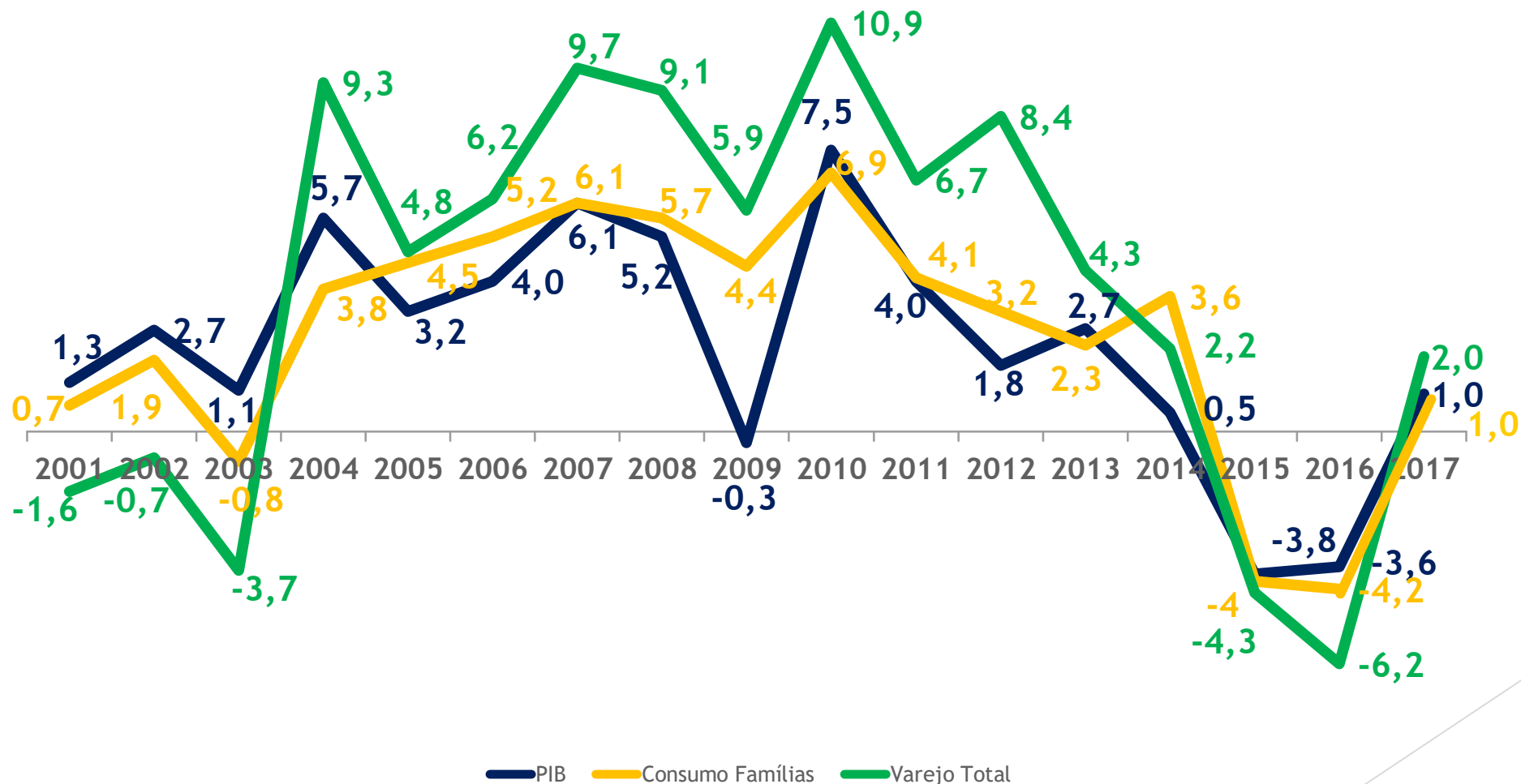
## *Intenção de consumo cai pela segunda vez consecutiva em maio*

*“O Índice de Intenção de Consumo das Famílias (ICF) chegou aos 91,8, pontos em maio, queda de 1,1% em relação a abril, quando registrou 92,9 pontos. Na comparação com o mesmo período do ano passado, houve elevação de 16,8%, quando marcava 78,6 pontos.*

*A assessoria econômica da Federação destaca que, apesar da segunda retração seguida, não há indícios suficientes para acreditar numa reversão de tendência do ICF. Inflação e juros estão em queda, e a geração de emprego vem acontecendo a passos lentos.”*

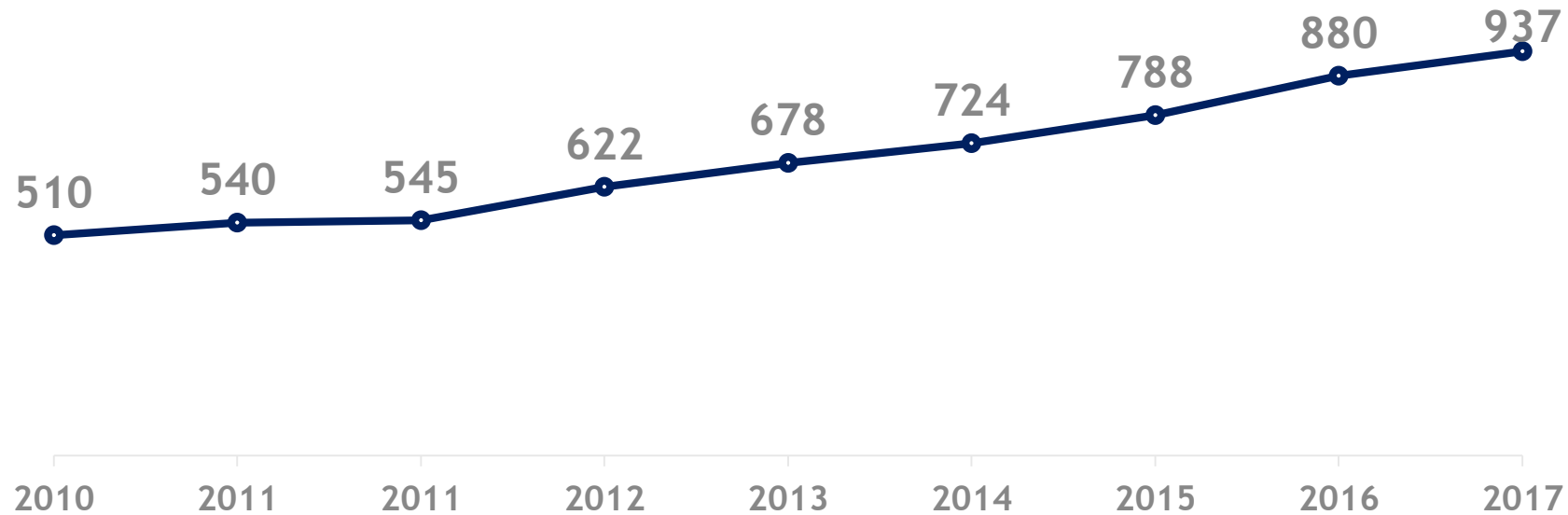


# PIB X Consumo das famílias X Varejo total



# Reajuste do salário mínimo

Piso Salarial Nacional (Salário Mínimo) - em Reais

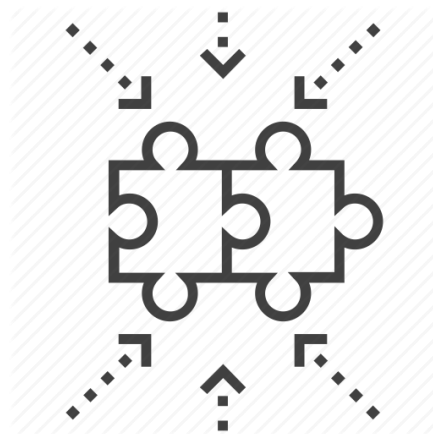






# O varejo brasileiro e o CNAE

---



# O que é o CNAE?

A Classificação Nacional de Atividades Econômicas - CNAE (pronúncia "quinái") é a classificação oficial adotada pelo Sistema Estatístico Nacional do Brasil e pelos órgãos federais, estaduais e municipais gestores de registros administrativos e demais instituições do Brasil. Com base na resolução do presidente do IBGE nº 054, de 19 de dezembro de 1994, publicada no Diário Oficial da União nº 244, em 26 de dezembro 1994, é adotada desde 1995 pelo Sistema Estatístico Nacional e órgãos da administração federal.

A CNAE é o instrumento de padronização nacional dos códigos de atividade econômica e dos critérios de enquadramento utilizados pelos diversos órgãos da Administração Tributária do Brasil.

Essa classificação aplica-se a empresas privadas ou públicas, estabelecimentos agrícolas, organismos públicos e privados, instituições sem fins lucrativos e agentes autônomos (pessoas físicas).

Dentro da relação dos diversos CNAEs, o varejo é representado e organizado de acordo com a relação apresentada na sequência deste estudo.

# Códigos de varejo presentes no CNAE

Carros	
CNAE Fiscal	Descrição
4530-7/03	Comércio a varejo de peças e acessórios novos para veículos automotores
4530-7/04	Comércio a varejo de peças e acessórios usados para veículos automotores
4530-7/05	Comércio a varejo de pneumáticos e câmaras de ar
4541-2/03	Comércio a varejo de motocicletas e motonetas próprias
4541-2/04	Comércio a varejo de motocicletas e motonetas usadas
4541-2/05	Comércio a varejo de peças e acessórios para motocicletas e motonetas
4542-1/02	Comércio sob consignação de motocicletas e motonetas

# Códigos de varejo presentes no CNAE

<b>Serviços</b>	
<b>CNAE Fiscal</b>	<b>Descrição</b>
5223-1/00	Estacionamento de veículos
5510-8/02	Apart-hotéis
5611-2/01	Restaurantes e similares
5611-2/02	Bares e outros estabelecimentos especializados em servir bebidas
5611-2/03	Lanchonetes, casas de chá, de sucos e similares
5612-1/00	Serviços ambulantes de alimentação

# Códigos de varejo presentes no CNAE

Bens	
CNAE Fiscal	Descrição
4711-3/01	Comércio varejista em geral, com predominância de produtos alimentícios - hipermercados
4711-3/02	Comércio varejista em geral, com predominância de produtos alimentícios - supermercados
4712-1/00	Comércio varejista de mercadorias em geral, com predominância de produtos alimentícios - minimercados, mercearias e armazéns
4713-0/01	Lojas de departamentos ou magazines
4713-0/02	Lojas de variedades, exceto lojas de departamentos ou magazines
4713-0/03	Lojas Duty free de aeroportos internacionais
4721-1/01	Padaria e confeitaria com predominância de produção própria
4721-1/02	Padaria e confeitaria com predominância de revenda
4721-1/03	Comércio varejista de laticínios e frios
4721-1/04	Comércio varejista de doces, balas, bombons e semelhantes
4722-9/01	Comércio varejista de carnes - açougues
4722-9/02	Peixaria
4723-7/00	Comércio varejista de bebidas
4724-5/00	Comércio varejista de hortifrutigranjeiros
4729-6/01	Tabacaria
4729-6/99	Comércio varejista de produtos alimentícios em geral ou especializado em produtos alimentícios não especificados anteriormente
4731-8/00	Comércio varejista de combustíveis para veículos automotores
4732-6/00	Comércio varejista de lubrificantes
4741-5/00	Comércio varejista de tintas e materiais para pintura
4742-3/00	Comércio varejista de material elétrico
4743-1/00	Comércio varejista de vidros
4744-0/01	Comércio varejista de ferragens e ferramentas
4744-0/02	Comércio varejista de madeira e artefatos

# Códigos de varejo presentes no CNAE

Bens	
CNAE Fiscal	Descrição
4744-0/03	Comércio varejista de materiais hidráulicos
4744-0/04	Comércio varejista de cal, areia, pedra, britada, tijolos e telhas
4744-0/05	Comércio varejista de materiais de construção não especificados anteriormente
4744-0/99	Comércio varejista de materiais de construção em geral
4751-2/00	Comércio varejista especializado de equipamentos e suprimentos de informática
4752-1/00	Comércio varejista especializado de equipamentos de telefonia e comunicação
4753-9/00	Comércio varejista especializado de eletrodomésticos e equipamentos de áudio e vídeo
4754-7/01	Comércio varejista de móveis
4754-7/02	Comércio varejista de artigos de colchoaria
4754-7/03	Comércio varejista de artigos de iluminação
4755-5/01	Comércio varejista de tecidos
4755-5/02	Comércio varejista de artigos de armarinho
4755-5/03	Comércio varejista de artigos de cama, mesa e banho
4756-3/00	Comércio varejista especializado de instrumentos musicais e acessórios
4757-1/00	Comércio varejista especializado de peças e acessórios para aparelhos eletrônicos para uso doméstico, exceto informática e comunicação
4759-8/01	Comércio varejista de artigos de tapeçaria, cortinas e persianas
4759-8/99	Comércio varejista de outros artigos de uso doméstico não especificados anteriormente
4761-0/01	Comércio varejista de livros
4761-0/02	Comércio varejista de jornais e revistas
4761-0/03	Comércio varejista de artigos de papelaria
4762-8/00	Comércio varejista de discos, CDs, DVDs, e fitas
4763-6/01	Comércio varejista de brinquedos e artigos recreativos
4763-6/02	Comércio varejista de artigos esportivos

# Códigos de varejo presentes no CNAE

Bens	
CNAE Fiscal	Descrição
4763-6/03	Comércio varejista de bicicletas e triciclos; peças e acessórios
4763-6/04	Comércio varejista de artigos de caça, pesca e camping
4763-6/05	Comércio varejista de embarcações e outros veículos recreativos; peças e acessórios
4771-7/01	Comércio varejista de produtos farmacêuticos, sem manipulação de fórmulas
4771-7/02	Comércio varejista de produtos farmacêuticos, com manipulação de fórmulas
4771-7/03	Comércio varejista de produtos farmacêuticos homeopáticos
4771-7/04	Comércio varejista de medicamentos veterinários
4772-5/00	Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal
4773-3/00	Comércio varejista de artigos médicos e ortopédicos
4774-1/00	Comércio varejista de artigos de óptica
4781-4/00	Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios
4782-2/01	Comércio varejista de calçados
4782-2/02	Comércio varejista de artigos de viagem
4783-1/01	Comércio varejista de artigos de joalheria
4783-1/02	Comércio varejista de artigos de relojoaria
4784-9/00	Comércio varejista de gás liquefeito de petróleo (GLP)
4785-7/01	Comércio varejista de antiguidades
4785-7/99	Comércio varejista de outros artigos usados
4789-0/01	Comércio varejista de souvenirs, bijuterias e artesanatos
4789-0/02	Comércio varejista de plantas e flores naturais
4789-0/03	Comércio varejista de objetos de arte
4789-0/04	Comércio varejista de animais vivos e de artigos e alimentos para animais de estimação
4789-0/05	Comércio varejista de produtos saneantes domissanitários

# Códigos de varejo presentes no CNAE

Bens	
CNAE Fiscal	Descrição
4789-0/06	Comércio varejista de fogos de artifício e artigos pirotécnicos
4789-0/07	Comércio varejista de materiais de escritório
4789-0/08	Comércio varejista de artigos fotográficos e para filmagem
4789-0/09	Comércio varejista de armas e munições
4789-0/99	Comércio varejista de outros produtos não especificados anteriormente



# Análise crítica do modelo atual dos CNAES

A Classificação Nacional de Atividades Econômicas - CNAE tem como papel estabelecer um critério oficial das diversas atividades que uma empresa de varejo pode exercer.

No entanto, a evolução das relações de consumo, o surgimento de novos canais e formatos de varejo (como o comércio eletrônico) e novas categorias de produtos frutos da inovação da economia fazem com que os critérios de classificação atual estejam desatualizados. Esta desatualização resulta em um enquadramento equivocado de muitas atividades e empresas de varejo, gerando problemas e remetendo a equívocos na tributação e nas regras de funcionamento.



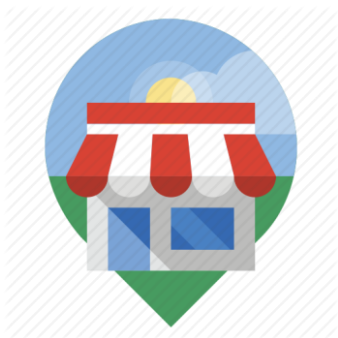
# Estatísticas do varejo brasileiro por segmento



# O varejo e seus segmentos

O varejo brasileiro é representado por diversas entidades que fazem seus levantamentos e divulgam suas estatísticas.

A seguir, este Estudo apresenta as estatísticas das principais entidades do varejo brasileiro por segmento representado.



- Franchising
- Shopping Centers
- Hiper e Supermercados
- E-commerce
- Material de Construção
- Farmácias e Drogarias
- Livrarias
- Bares e restaurantes
- Perfumarias



# Franchising

---

Entidade responsável:



# Dados e Estatísticas do Franchising



## Associação Brasileira de Franchising

- Entidade sem fins lucrativos, criada em julho de 1987.
- Hoje, a ABF possui mais de 1000 associados, divididos entre franqueadores, franqueados e colaboradores que, nos últimos anos, vêm organizando e participando de diversas ações para o desenvolvimento do sistema no Brasil.
- Representada também por uma Seccional no Rio de Janeiro, a ABF conta com o apoio de regionais no Rio Grande do Sul, interior de São Paulo e Minas Gerais.
- Sua missão é divulgar, defender e promover o desenvolvimento técnico e institucional deste moderno sistema de negócios.

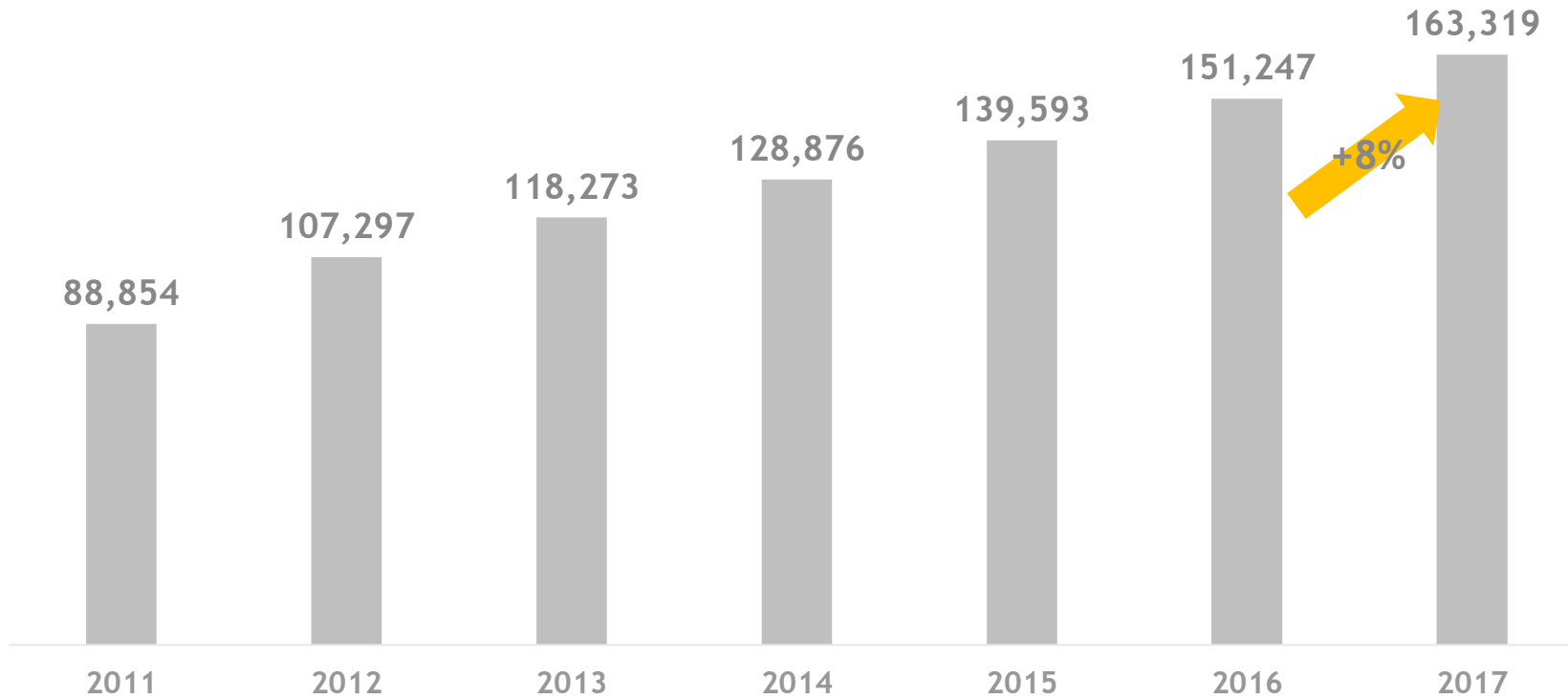
# Dados e Estatísticas do Franchising

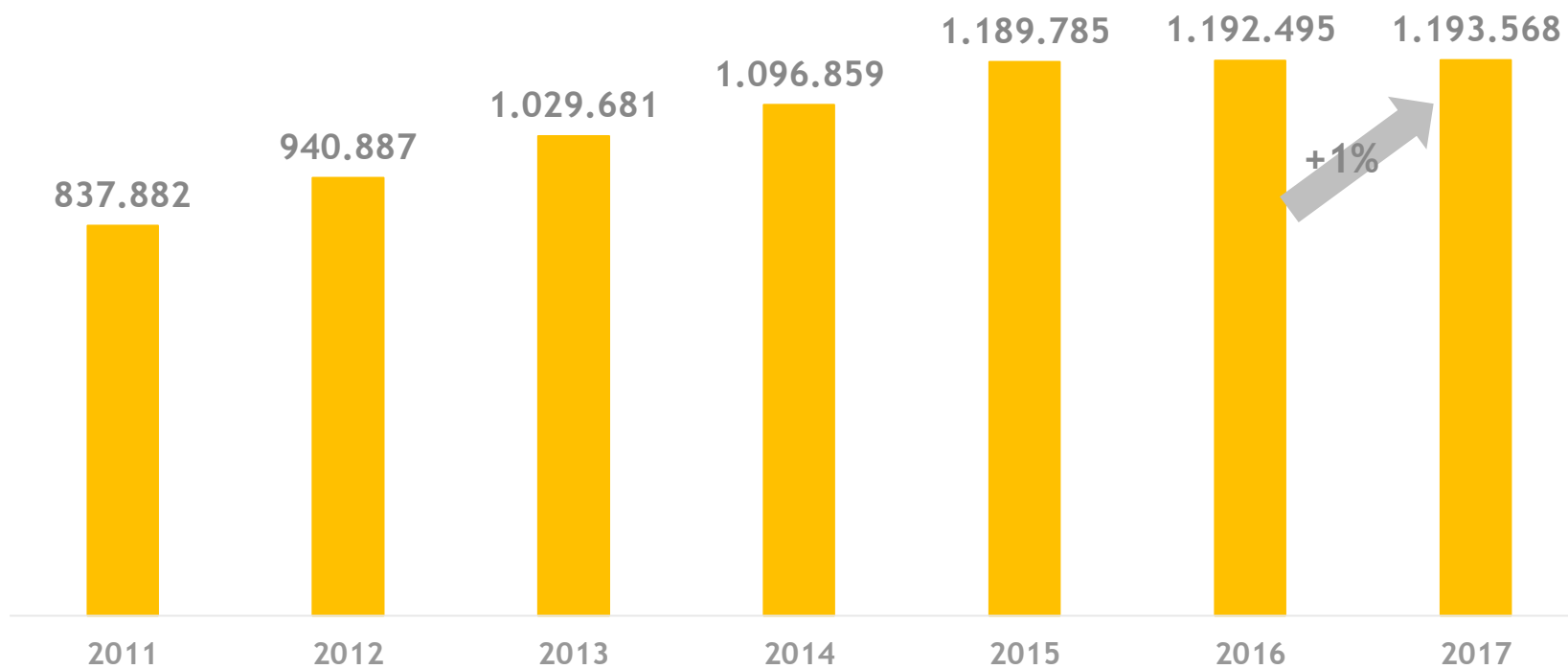
*“Após inovações, faturamento das franquias cresce 8% em 2017, diz ABF*

*No total, as receitas de todo o franchising nacional somaram cerca de R\$ 163 bilhões, frente a R\$ 151 bilhões registrados em 2016. Para a entidade, o principal motivo para que o setor avançasse mesmo em um ano economicamente complexo, como foi o ano passado, foi a busca de inovações por parte das franqueadoras.*

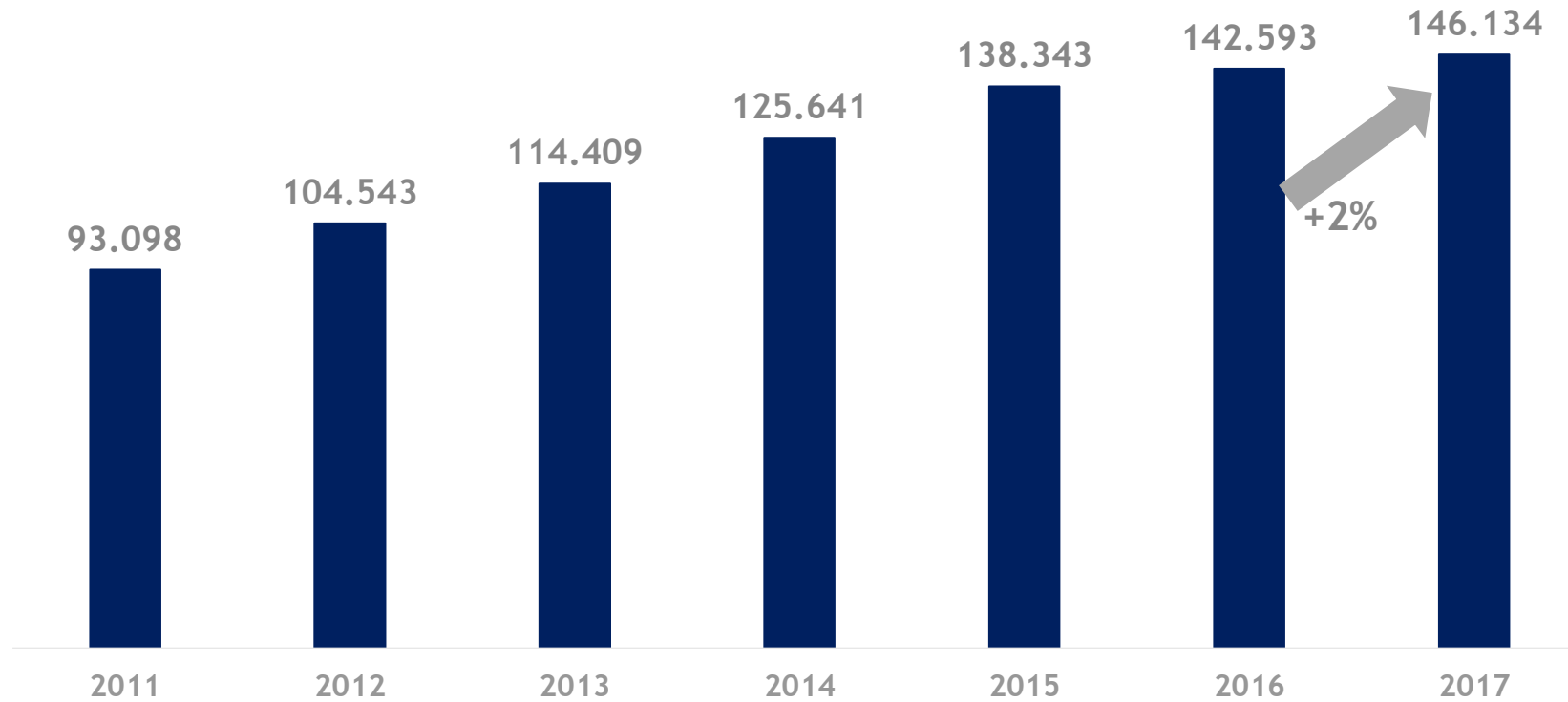
*O franchising seguiu na contramão da economia também na geração de empregos em 2017. De acordo com a ABF, as franquias foram responsáveis pela criação de mais de 1,2 milhão de vagas diretas no mercado de trabalho durante o ano passado. O número representa um acréscimo de 1% na comparação com 2016. “*

# Evolução do faturamento (em R\$ bilhões)

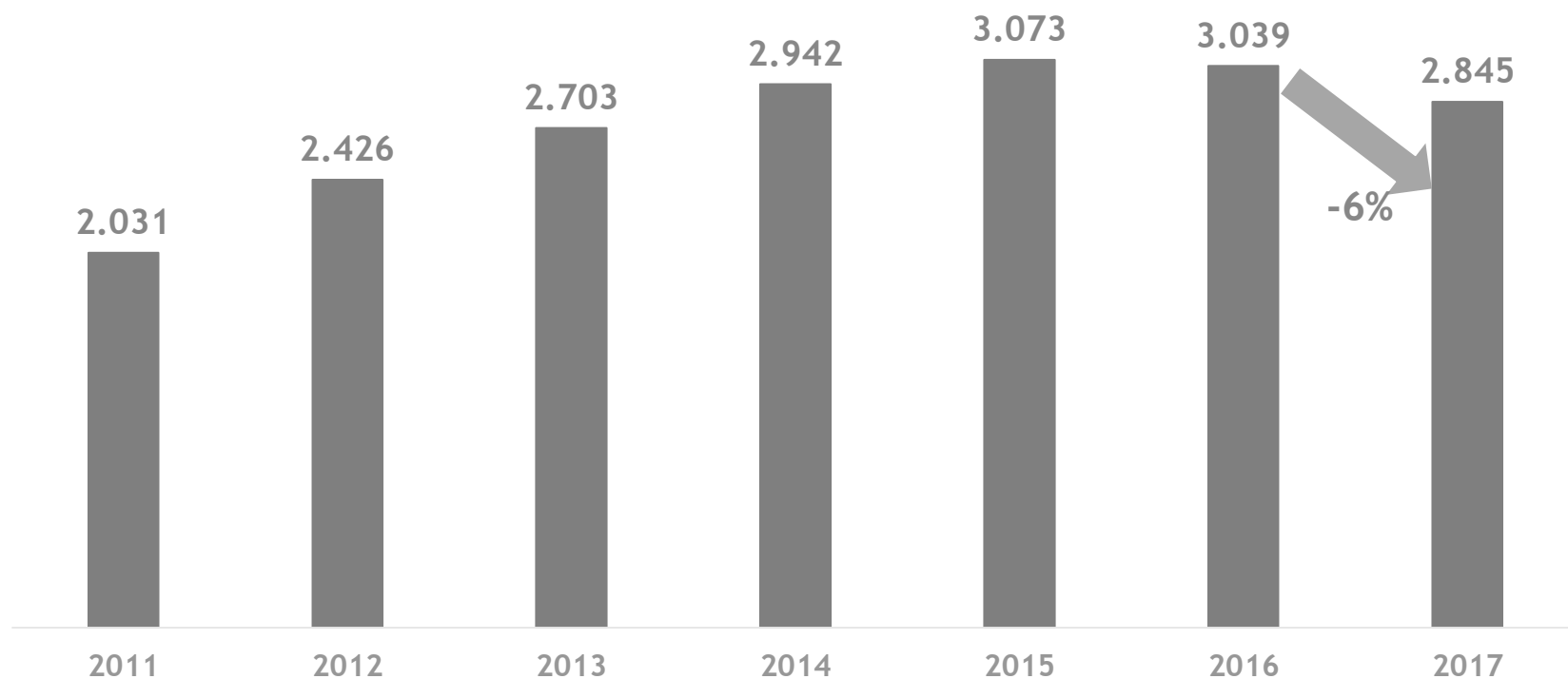








# Número de Redes



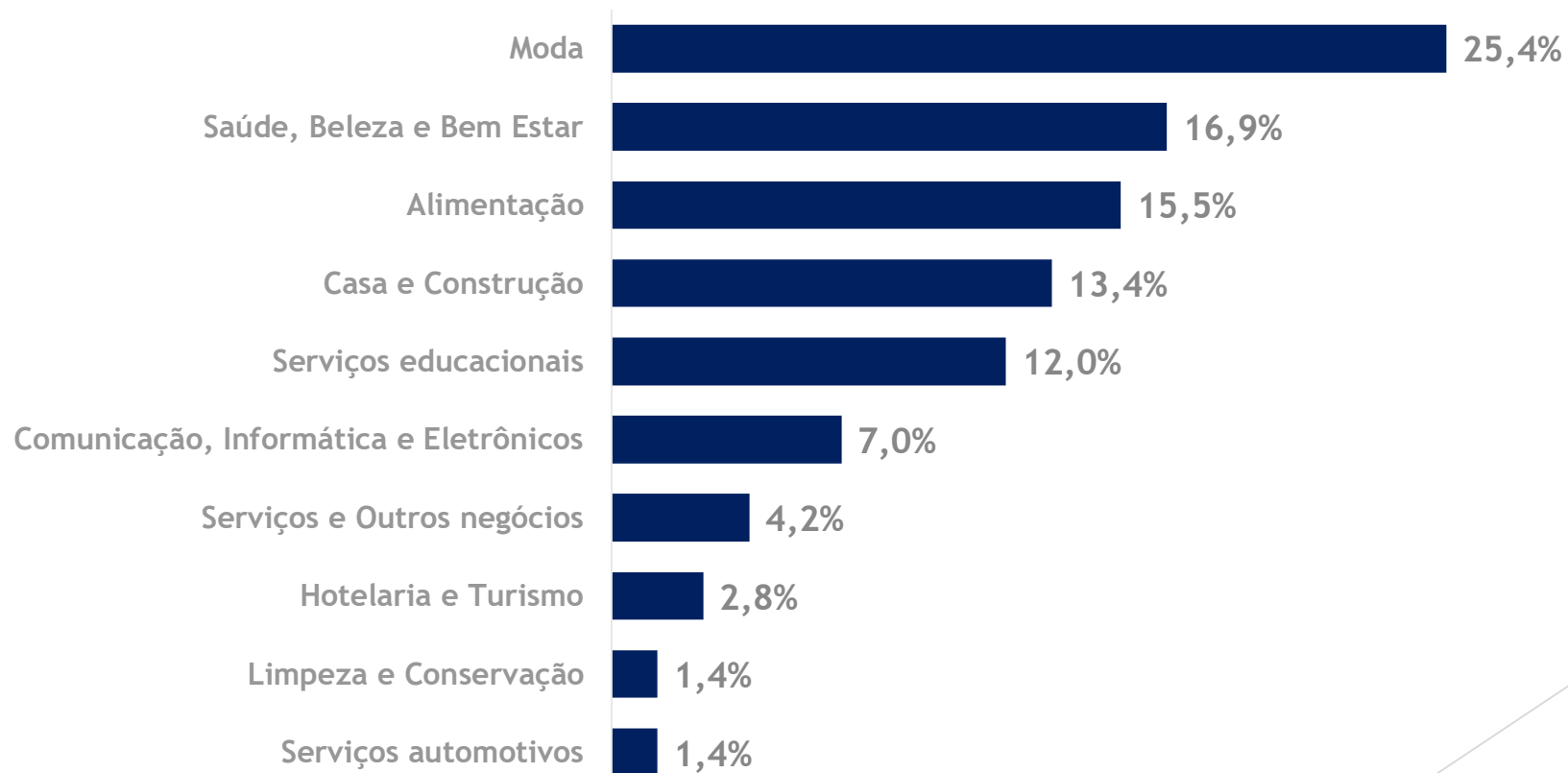
# Varição por segmento - faturamento e unidades

Segmento	2016*	2017*	%Var Faturamento	%Var Unidades
Alimentação	40,391	42,816	6%	3,1%
Casa e Construção	8,545	9,228	8%	5,9%
Comunicação, Informática e Eletrônicos	4,736	5,103	7,8%	-6,4%
Entretenimento e Lazer	2,085	2,162	3,7%	3,6%
Hotelaria e Turismo	10,254	11,251	9,7%	17,6%
Limpeza e Conservação	1,275	1,354	6,2%	7%
Moda	20,445	21,868	7%	-0,1%
Saúde, Beleza e Bem Estar	26,775	30,021	12,1%	3,3%
Servilhos Automotivos	5,745	5,756	5,1%	4,1%
Serviços e Outros Negócios	20,998	22,921	9,2%	1,4%
Serviços Educacionais	10,268	10,839	5,6%	2,5%
<b>TOTAL</b>	<b>151,247</b>	<b>163,319</b>	<b>8%</b>	<b>2,4%</b>

**142 Redes** de franquias  
brasileiras com atuação  
no exterior, em 100 países

**129 Redes** possuem  
operações no exterior  
em 62 países

**18 Redes** exportam/  
distribuem produtos em  
mercados estrangeiros





# Shopping centers

---

Entidade responsável:





## Associação Brasileira de Shopping Centers

- Principal entidade representativa do setor no país.
- Atua desde 1976 com o compromisso de fomentar, fortalecer e colaborar com o desenvolvimento e crescimento do setor no Brasil.
- A entidade possui em seu quadro de associados mais de 400 colaboradores, divididos entre shopping centers, empreendedores, fornecedores de produtos, varejistas e prestadores de serviços.

Mais do que um negócio imobiliário e um formato de varejo, o Shopping Center desempenha no Brasil um papel fundamental para o crescimento das comunidades: alia praticidade à segurança, contribui para o progresso e a valorização do entorno, movimenta a economia, traz arrecadação ao poder público e, acima de tudo, gera empregos.

# O varejo de shopping no Brasil

## PANORAMA DO SETOR

**571 SHOPPINGS** NO TERRITÓRIO NACIONAL

 R\$ 167,75 BILHÕES DE FATURAMENTO

 102.300 LOJAS

 23 SHOPPINGS A INAUGURAR  
(Inauguração 2018)

 1,029 MILHÃO DE EMPREGOS GERADOS

# O varejo de shopping no Brasil

## SITUAÇÃO ATUAL DO SETOR

*“As vendas nos shopping centers do País no primeiro trimestre de 2018 cresceram 4,3% em relação ao mesmo período de 2017, de acordo com dados divulgados pela Associação Brasileira de Shopping Centers (Abrasce).”*





# O varejo de shopping no Brasil

## *Perspectivas para 2018*

*A Abrasce espera que o setor cresça em volume de vendas entre 5,5% e 6% em 2018. A associação tem as datas de inauguração de 23 novos estabelecimentos marcadas para este ano. Em 2017, a expectativa de abertura de 19 estabelecimentos não se concretizou, ficando em 12 unidades em todo o país.*

*A expectativa é de que a maior parte das inaugurações aconteça fora das capitais. O interior do país ultrapassou, em 2014, as capitais como destino preferencial dos shoppings centers. Hoje, 54% dos 571 estabelecimentos estão em cidades que não são capitais. Dos 23 shoppings esperados para este ano, 17 são em regiões litorâneas ou nos interiores dos estados. “Isso não significa saturação das capitais, mas, no momento, o interior oferece melhores condições em relação a custo de terrenos, de locação e de aceitação do público”, explica Glauco Humai, presidente da Abrasce.*

Brasil – Agosto/2017



Brasil – Dezembro/2017

Número Total de Shoppings	562
A inaugurar em 2017	13
Área Bruta Locável (em milhões de m <sup>2</sup> )	15,341
Vagas para Carros	888,236
Total de Lojas	100.672
Lojas Âncora	3.020
Megalojas	2.013
Lojas de Serviços	7.047
Lojas Satélites + Alimentação	87.584
Salas de Cinema	2.725
Empregos Gerados	1.023.359

Número Total de Shoppings	571
A Inaugurar em 2018 <sup>(1)</sup>	23
Área Bruta Locável (em milhões de m <sup>2</sup> )	15,580
Vagas para Carros	897.506
Total de Lojas	102.300
Lojas Âncora	2.817
Megalojas	2.082
Lojas Conveniência	7.208
Lojas Satélite + Alimentação	87.635
Salas de Cinema	2.760
Empregos Gerados	1.029.367

REGIÃO	Nº DE SHOPPINGS	% DO TOTAL	ABL (m2)
Norte	27	5%	826.407
Nordeste	86	17%	2.642.840
Centro-Oeste	56	8%	1.300.029
Sudeste	304	55%	8.575.745
Sul	98	14%	2.235.359
<b>Total</b>	<b>571</b>	<b>100%</b>	<b>15.580.379</b>

# Números dos Estados

ESTADOS	Nº DE SHOPPINGS	Nº DE SHOPPINGS ESTIMADO P/ O FINAL DE 2017	ABL TOTAL EM OPERAÇÃO (m2)
SP	182	184	5.384.249
RJ	66	68	1.751.792
MG	47	48	1.152.549
RS	39	41	870.758
PR	33	37	747.404
SC	26	26	617.196
GO	26	28	573.578
BA	22	23	556.271
DF	20	20	425.066
CE	18	18	524.928
PE	15	18	544.660
AM	10	10	324.353
ES	9	9	287.155
PA	9	10	284.039
MA	9	9	239.281
RN	7	7	166.635
MT	6	7	169.214
PB	5	6	205.586
MS	4	5	132.171

ESTADOS	Nº DE SHOPPINGS	Nº DE SHOPPINGS ESTIMADO P/ O FINAL DE 2017	ABL TOTAL EM OPERAÇÃO (m2)
AL	4	4	150.819
SE	3	4	130.599
PI	3	4	124.060
TO	2	2	39.842
RR	2	2	55.844
AP	2	2	50.133
RO	1	1	44.000
AC	1	1	28.195

<b>Total</b>	<b>571</b>	<b>594</b>	<b>15.580.379</b>
--------------	------------	------------	-------------------

# Números nas Capitais

CIDADES	Nº DE SHOPPINGS	Nº DE SHOPPINGS ESTIMADO P/ O FINAL DE 2017	ABL TOTAL EM OPERAÇÃO (m2)
SÃO PAULO	54	54	1.997.769
RIO DE JANEIRO	39	39	1.245.438
BELO HORIZONTE	20	20	469.437
PORTO ALEGRE	15	15	433.107
CURITIBA	14	14	307.110
FLORIANÓPOLIS	3	3	78.699
GOIÂNIA	13	14	321.064
SALVADOR	11	11	380.262
BRASÍLIA	21	21	423.951
FORTALEZA	14	14	453.343
RECIFE	6	6	291.465
MANAUS	10	10	324.353
VITÓRIA	2	2	45.956
BELÉM	5	5	197.725

CIDADES	Nº DE SHOPPINGS	Nº DE SHOPPINGS ESTIMADO P/ O FINAL DE 2017	ABL TOTAL EM OPERAÇÃO (m2)
NATAL	6	6	144.847
CUIABÁ	3	3	99.615
SÃO LUÍS	5	6	158.456
JOÃO PESSOA	4	4	175.000
CAMPO GRANDE	4	4	132.760
MACEIÓ	3	3	120.053
ARACAJU	2	2	89.321
TERESINA	2	2	114.318
PALMAS	2	2	39.842
BOA VISTA	2	2	55.408
MACAPÁ	2	2	50.133
PORTO VELHO	1	1	44.000
RIO BRANCO	1	1	28.195

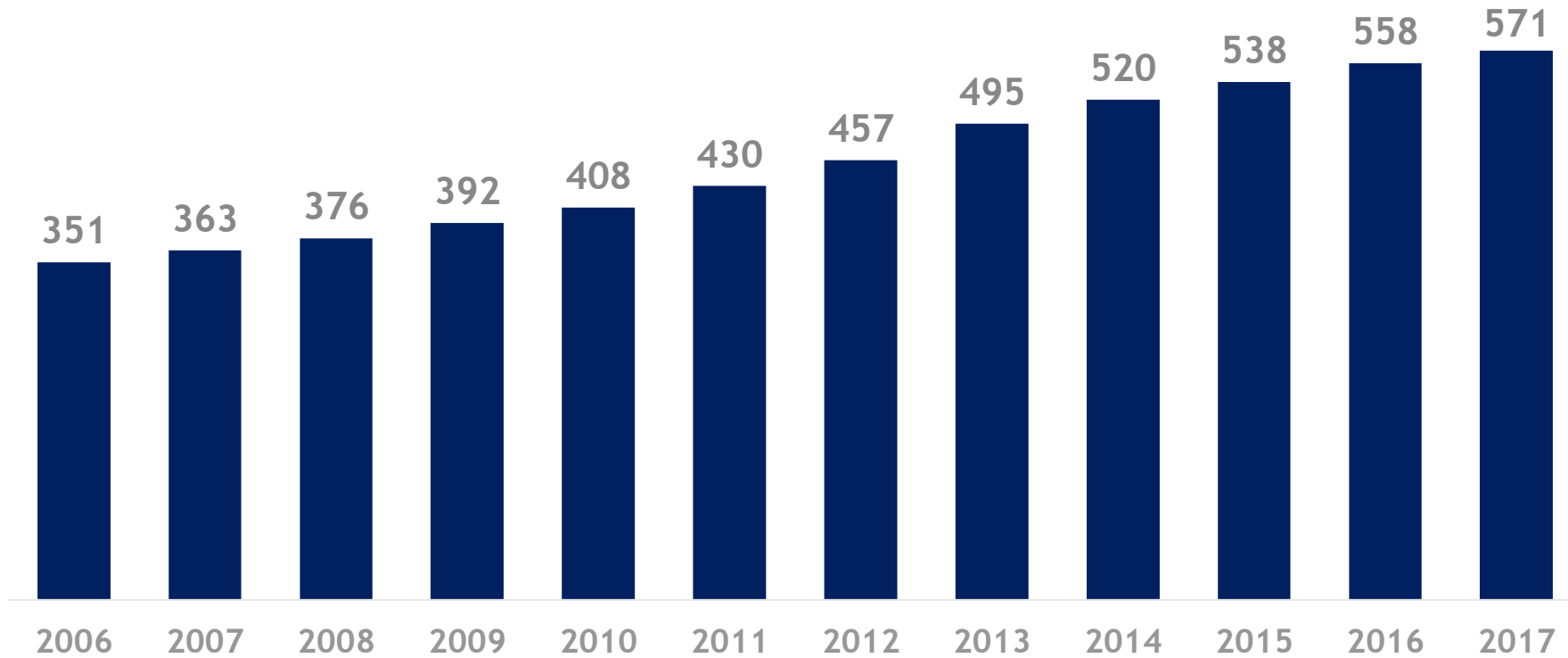
<b>Total</b>	<b>263</b>	<b>266</b>	<b>8.221.626</b>
--------------	------------	------------	------------------

# 10 municípios com mais shoppings no Brasil

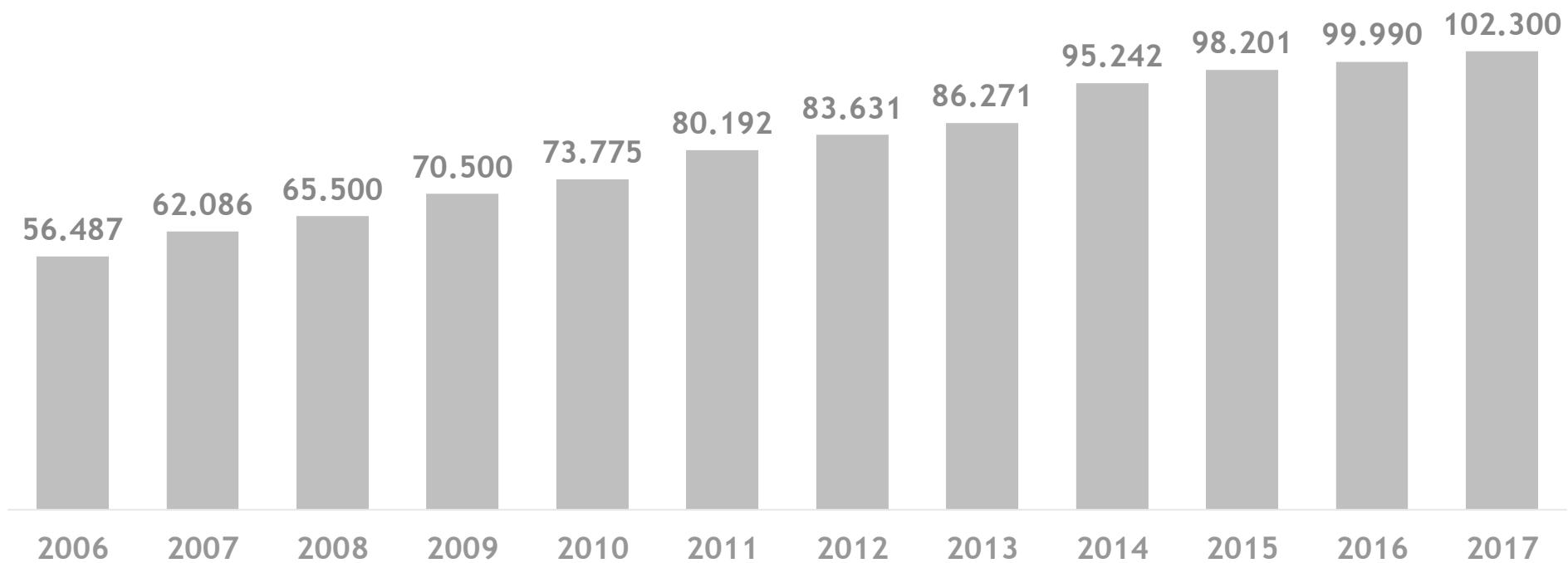


46% dos shoppings centers estão localizados em capitais brasileiras e 54% em outras cidades.

# Número de shoppings

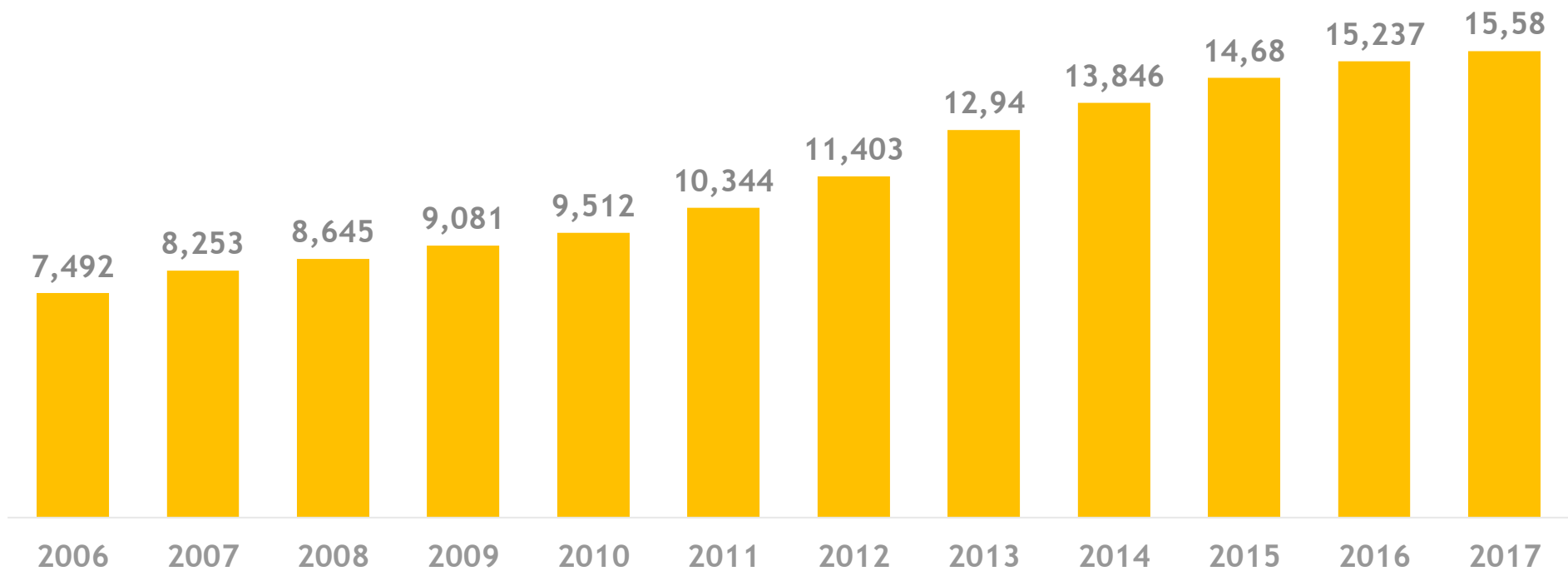


# Número de Lojas

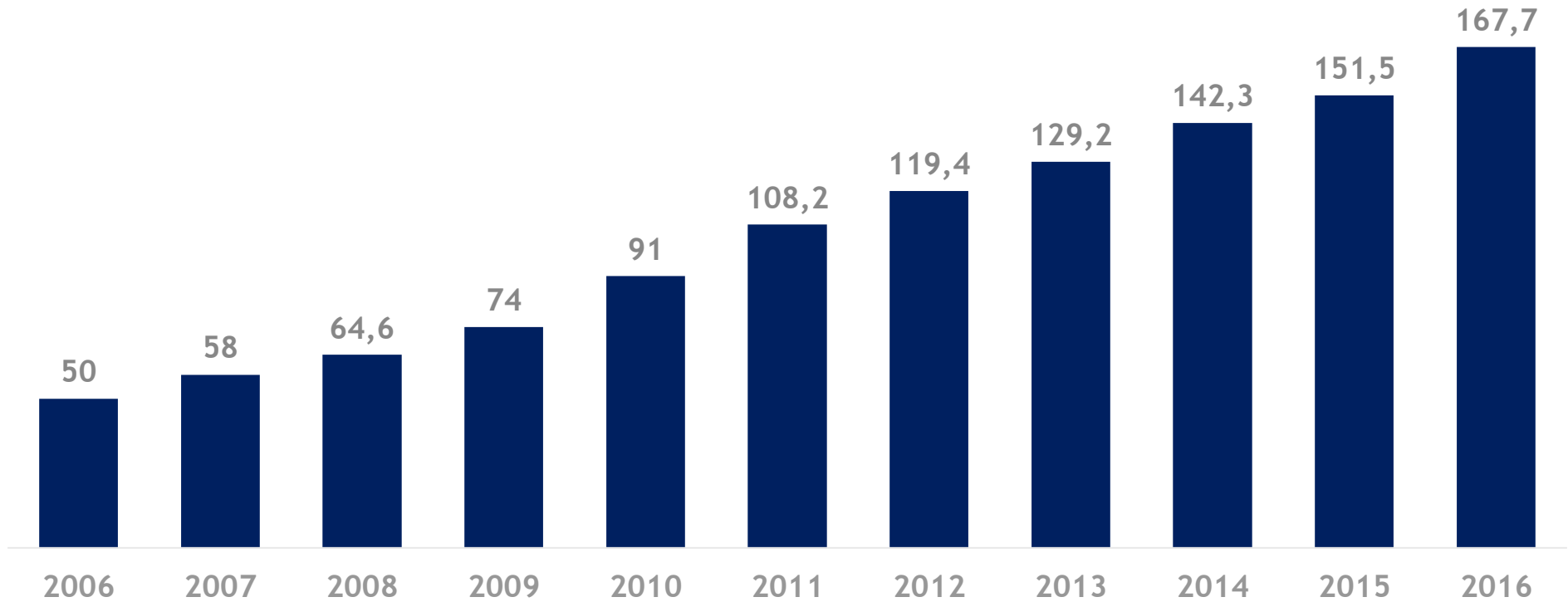




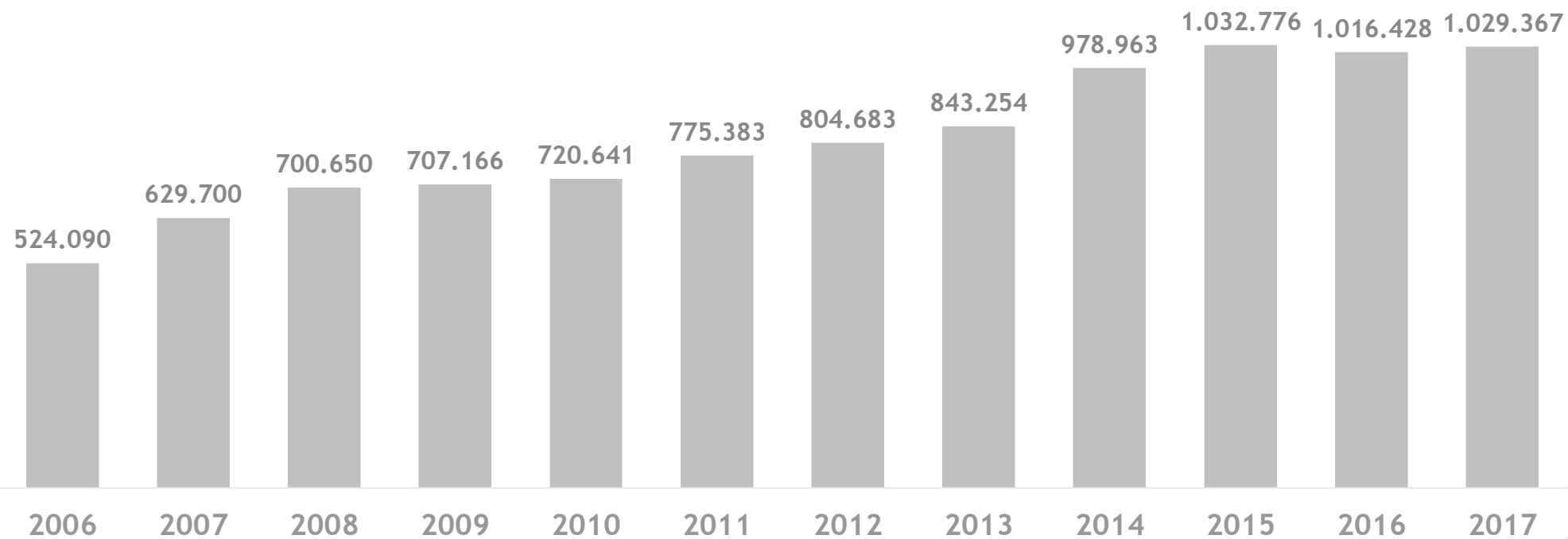
# Evolução do setor – ABL (milhões m<sup>2</sup>)



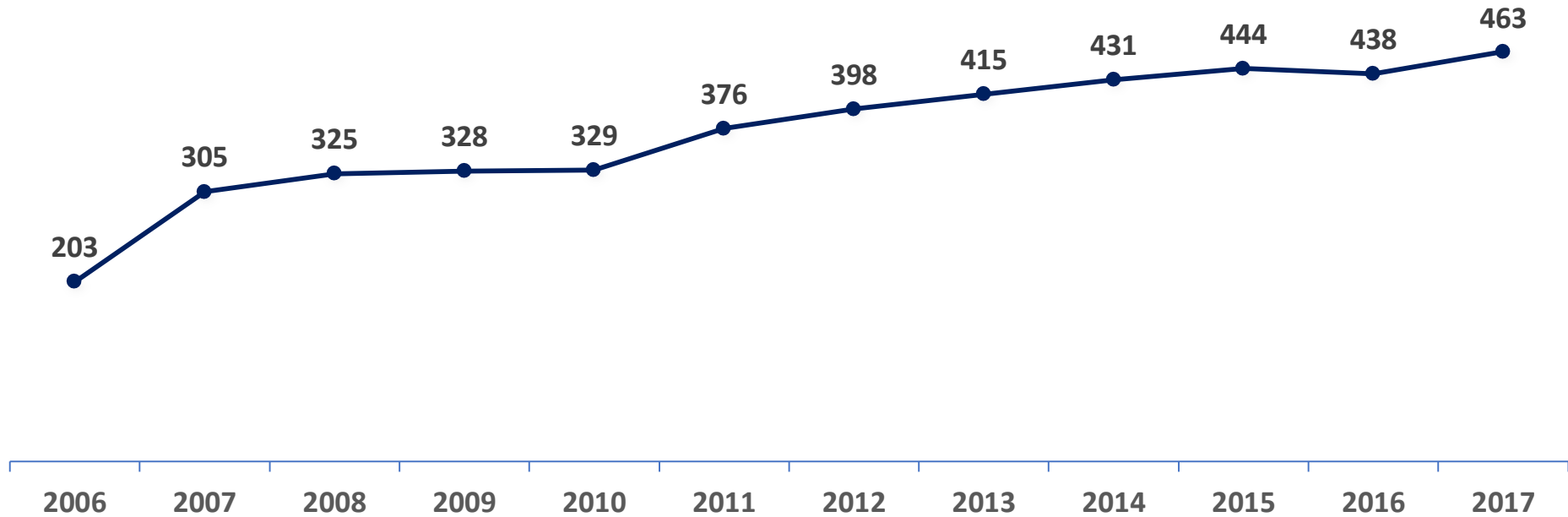
# Faturamento (em R\$ bilhões/ano)



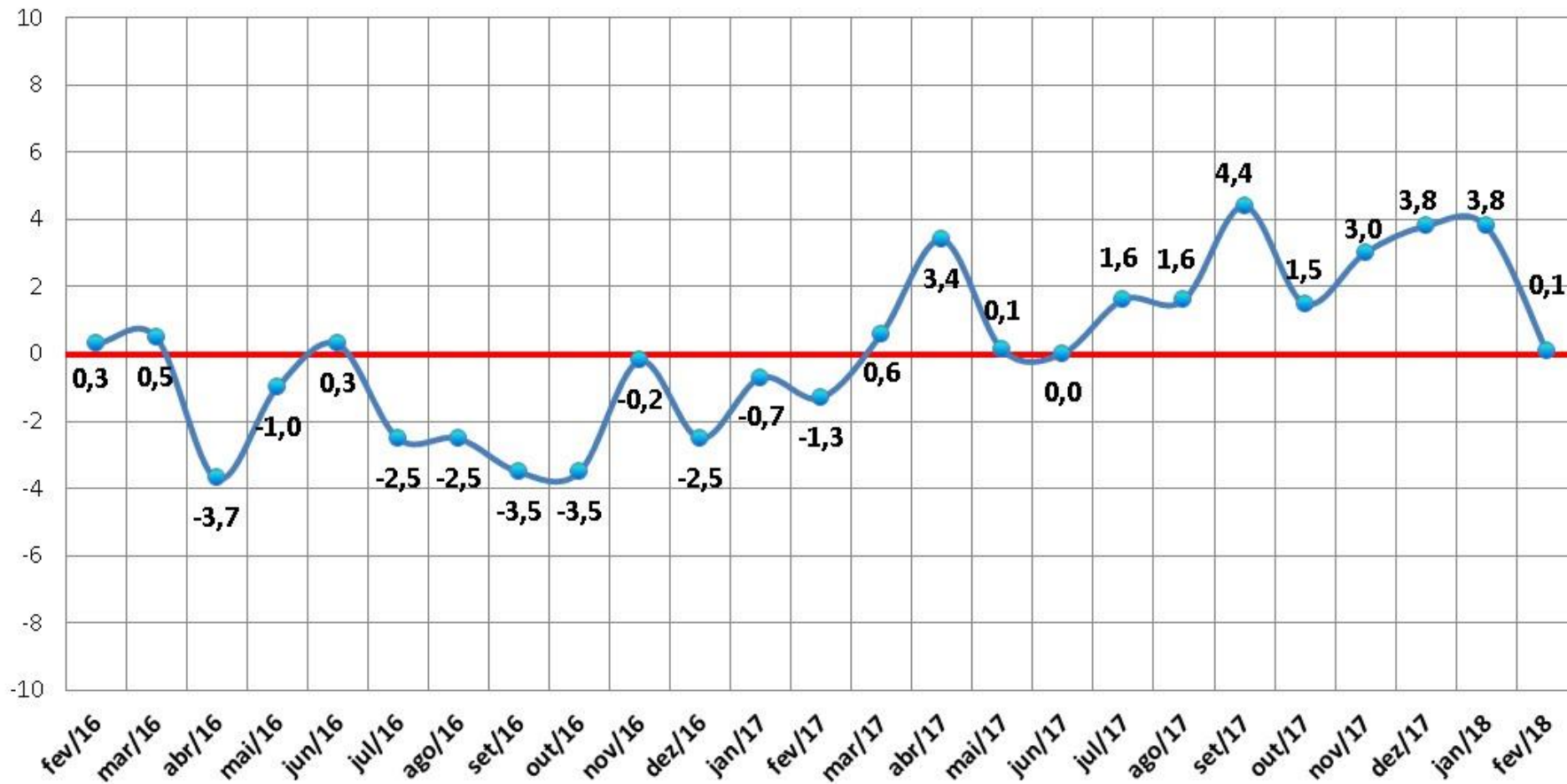
# Empregos diretos



# Tráfego de pessoas (milhões visitas/mês)



**Varição mensal do fluxo em shopping**  
Mesmo período do ano anterior(%)



## Área e número de lojas desocupadas atualmente nos shoppings brasileiros

Inauguração	Área vaga	Lojas vagas	Vacância média (no. de lojas)
Até 2012	452 mil m <sup>2</sup>	5.400	7,9%
2013 a 2017	600 mil m <sup>2</sup>	7.150	41%
<b>Total</b>	<b>1.052</b>	<b>12.550</b>	<b>15%</b>

*“Segundo o Ibope, os segmentos que mais fecharam lojas de 2017 para 2018 foram vestuário, artigos esportivos, joalheria e relojoaria e calçados. As que abriram mais lojas no mesmo período analisado foram serviços, alimentação, presentes e artigos para casa e lazer.”*



# Hiper e Supermercados

---

Entidade responsável:





## Associação Brasileira de Supermercados

- É uma entidade dinâmica e moderna, que atua firme em sua missão de representar, defender, integrar, impulsionar e desenvolver o setor supermercadista no País.
- Criada em 11 de novembro de 1968, ao longo de seus mais de 45 anos a entidade criou uma ampla rede de relacionamento com a sociedade, com órgãos de governo e diversas instituições nacionais e internacionais, agindo de forma participativa com as 27 Associação Estaduais filiadas, sempre com foco na evolução das lojas; no estímulo ao saudável intercâmbio com os fornecedores; além do esforço dirigido ao melhor atendimento aos consumidores e à evolução do mercado de consumo no País.
- Com sede em São Paulo (SP) e escritório em Brasília (DF), representa o setor de autosserviço no Brasil, que responde por cerca de **6% do Produto Interno Bruto (PIB)** do País.





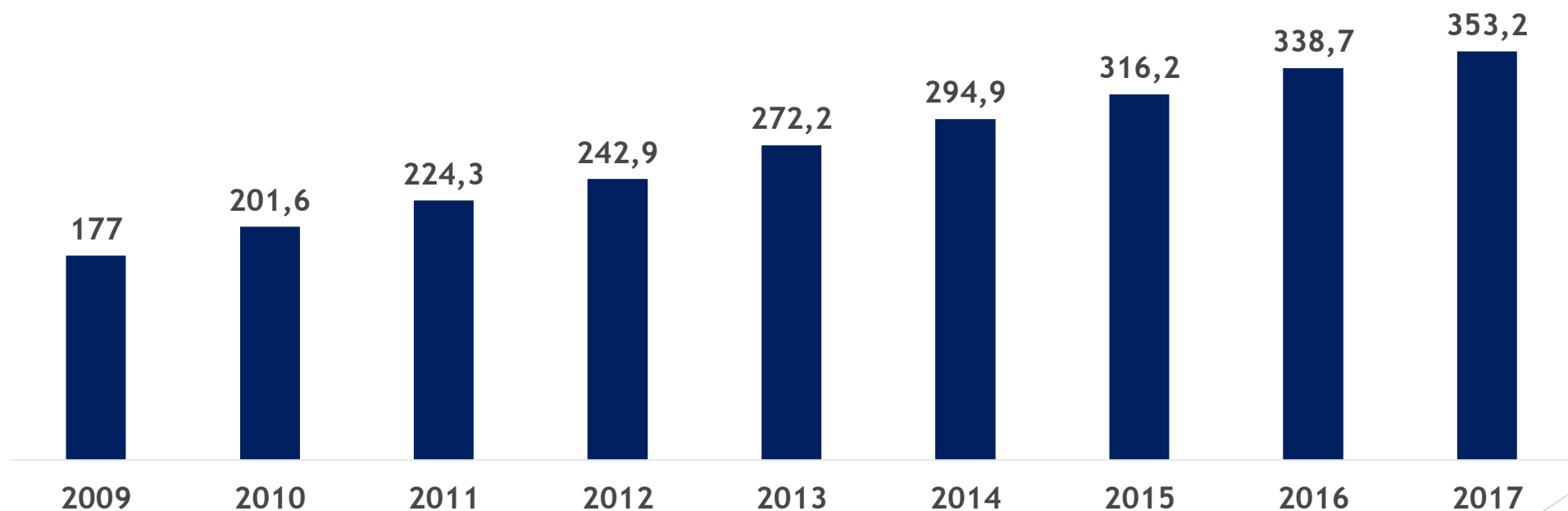
## Ano da virada!

**Faturamento de R\$ 353,2 bilhões em 2017**

**Crescimento de receita de 4,3% em termos nominais (0,8% em termos reais).**

**O resultado registrado em 2017 pelo setor representa 5,4% do PIB.**

Faturamento anual (em R\$ bilhões nominais)



# Ranking dos maiores supermercadistas

CLASS 2018	CLASS 2017	RAZÃO SOCIAL	SEDE	FATURAMENTO BRUTO EM 2017 (R\$)
1	1	CARREFOUR COMERCIO INDUSTRIA LTDA	SP	49.653.000.000
2	2	GPA	SP	48.439.791.828
3	3	WALMART BRASIL LTDA	SP	28.187.051.659
4	4	CENCOSUD BRASIL COMERCIAL LTDA	SP	8.535.696.719
5	5	IRMAOS MUFFATO & CIA LTDA	PR	6.012.523.152
<b>TOTAL 5 MAIORES</b>				<b>140.828.063.358</b>
6	8	SDB COMERCIO DE ALIMENTOS LTDA	SP	5.770.156.270
7	7	SUPERMERCADOS BH COMERCIO DE ALIMENTOS LTDA	MG	5.474.026.917
8	6	COMPANHIA ZAFFARI COMERCIO E INDÚSTRIA	RS	5.200.000.000
9	9	SONDA SUPERMERCADOS EXPORTACAO E IMPORTACAO SA	SP	3.371.899.566
10	10	DMA DISTRIBUIDORA S/A	MG	3.356.067.550
<b>TOTAL 10 MAIORES</b>				<b>164.000.213.661</b>
11	12	SAVEGNAGO-SUPERMERCADOS LTDA	SP	2.923.410.549
12	13	LIDER COMERCIO E INDÚSTRIA LTDA	PA	2.730.887.111
13	11	A ANGELONI CIA LTDA	SC	2.626.396.870
14	21	MART MINAS DISTRIBUICAO LTDA	MG	2.226.910.505
15	14	COOP - COOPERATIVA DE CONSUMO	SP	2.209.532.732
16	16	SUPERMERCADO BAHAMAS S/A	MG	2.194.184.601
17	19	COMERCIAL ZARAGOZA IMP. EXP. LTDA	SP	2.157.638.740
18	18	AM/PM COMESTÍVEIS LTDA	RJ	2.147.834.034
19	15	MULTI FORMATO DISTRIBUIDORA S/A	MG	2.143.908.694
20	17	COMPANHIA SULAMERICANA DE DISTRIBUICAO	PR	2.115.090.083
<b>TOTAL 20 MAIORES</b>				<b>187.476.007.580</b>

# Dados e estatísticas de Hiper e Supermercados

A pesquisa destaca ainda que o setor fechou 2017 com:



89.368 lojas  
+0,4% taxa de variação



1,822 milhão de funcionários diretos  
+1,1% taxa de variação



21,94 milhões de m<sup>2</sup> de área de vendas  
+0,9% taxa de variação



223.715 *check outs*  
-0,6% taxa de variação



# E-commerce

---

Entidade responsável:





## Associação Brasileira de Comércio Eletrônico

- Surgiu da necessidade do setor em ter uma voz ativa junto às instituições governamentais. Empresas de varejo e prestadores de serviços nas áreas de tecnologia da informação, mídia e meios de pagamento são bem vindas às discussões.
- Reúne representantes de lojas virtuais e empresas nas áreas de Tecnologia da Informação, organização de eventos, portais de notícias e serviços de marketing para trocar experiências e abrir espaço para que micro e pequenas empresas tenham participação nas discussões sobre o mercado digital brasileiro.
- A ABComm defende os interesses dos empresários digitais junto aos órgãos públicos.

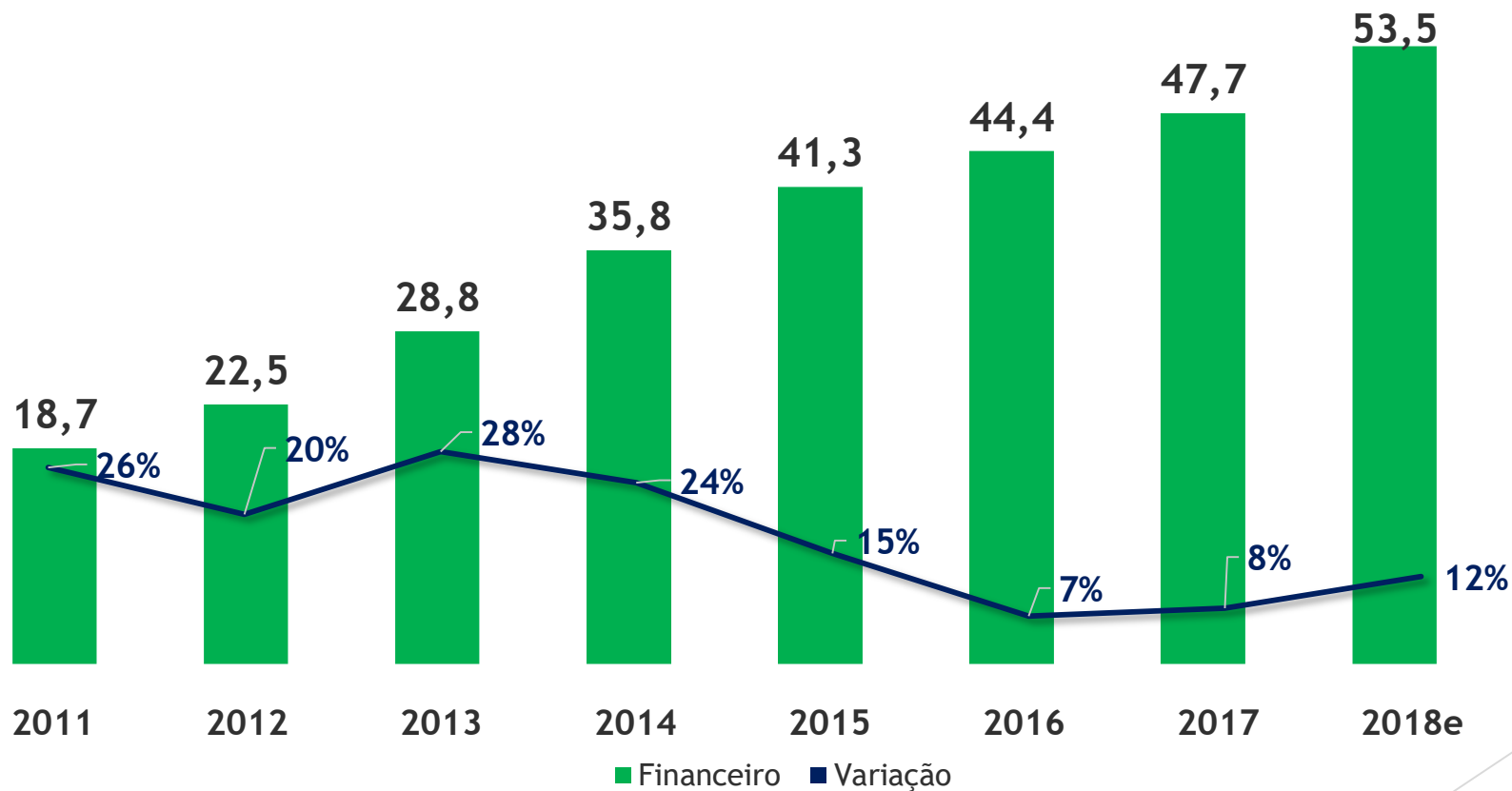
## *Avaliação do e-commerce brasileiro*

*“O ano de 2017 foi mais um ano especial para o e-commerce brasileiro. O setor cresceu, na contramão da crise, que já mostrou indicadores positivos, como redução no desemprego e inflação. Os bons sinais de que a economia brasileira voltará a crescer devem ser comemorados, claro. Os indicadores do varejo, principalmente do último trimestre do ano, também deixaram o mercado mais animado para 2018. Independente de tantas notícias boas, vemos também que ainda há muito trabalho a ser feito. A infraestrutura logística do país parou no século passado. Tantos problemas trouxeram muitas oportunidades, aquisições e fusões nesse setor ainda devem continuar no próximo ano, além do surgimento e consolidação de diversas “Logtechs”, startups que trazem tecnologias disruptivas para o setor logístico e que ainda vão dar muito o que falar nesse setor.”*

*Maurício Salvador – Presidente ABComm*

# Dados e Estatísticas do E-commerce

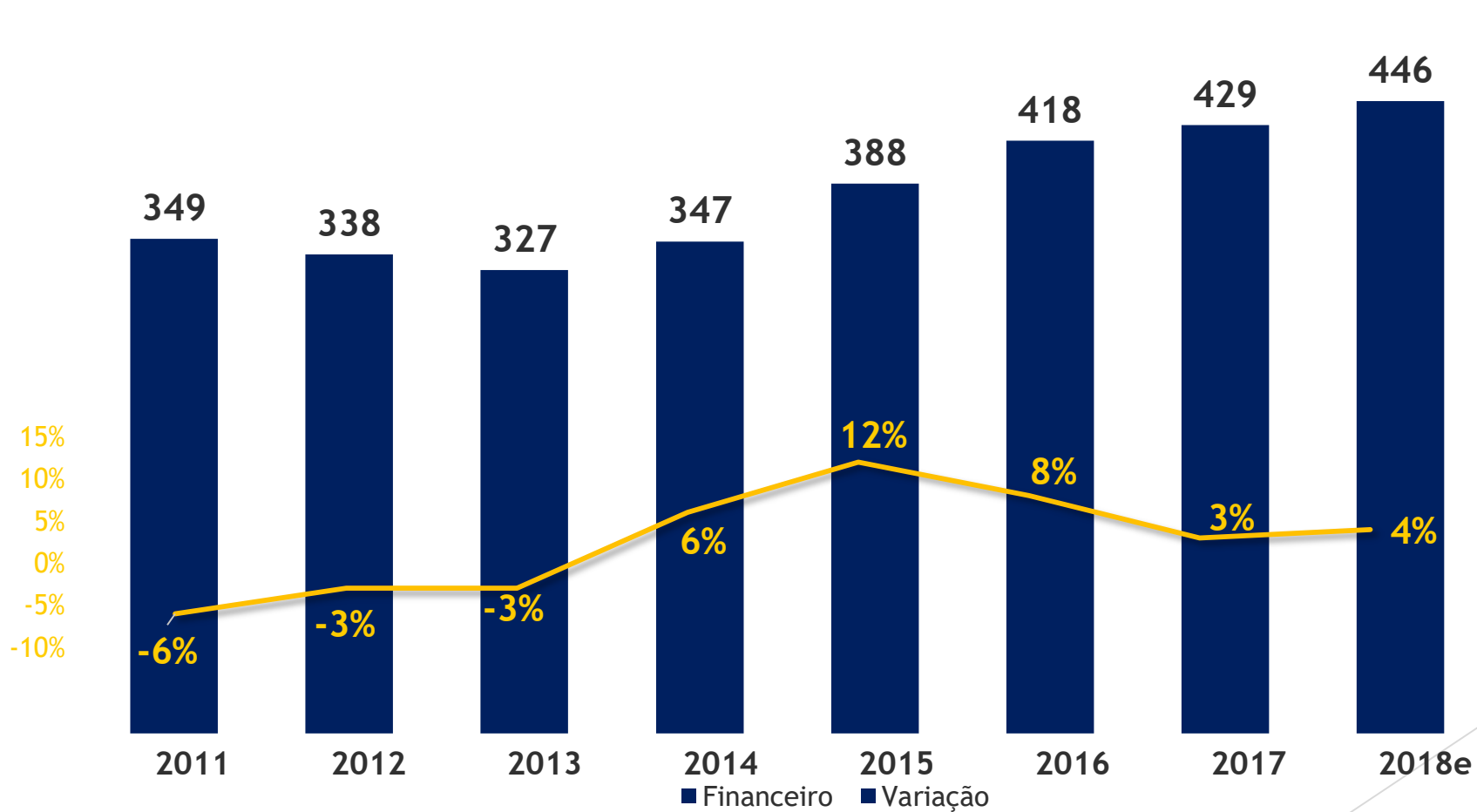
Total de Faturamento no E-commerce (em R\$ bilhões)





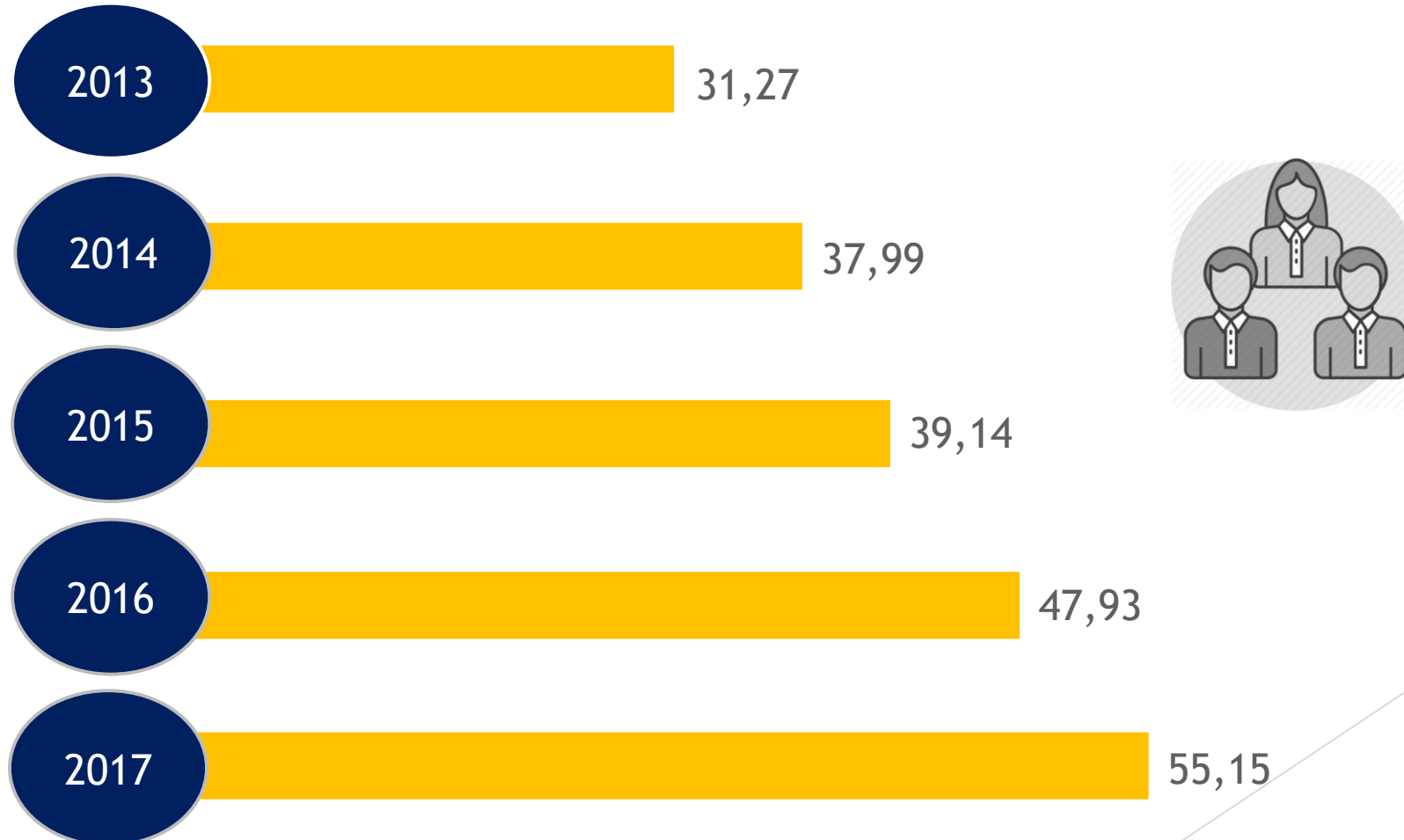
# Dados e Estatísticas do E-commerce

Evolução do tíquete médio (R\$)

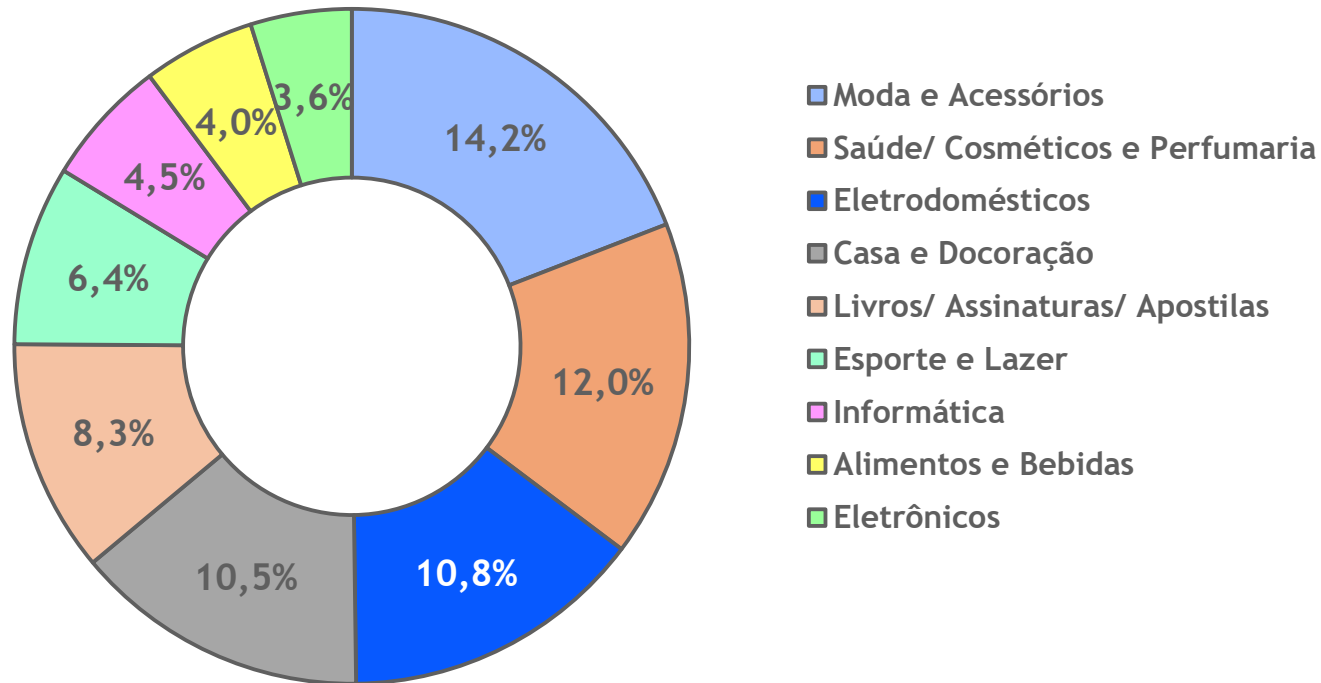


# Dados e Estatísticas do E-commerce

Evolução dos e-consumidores ativos (em milhões)

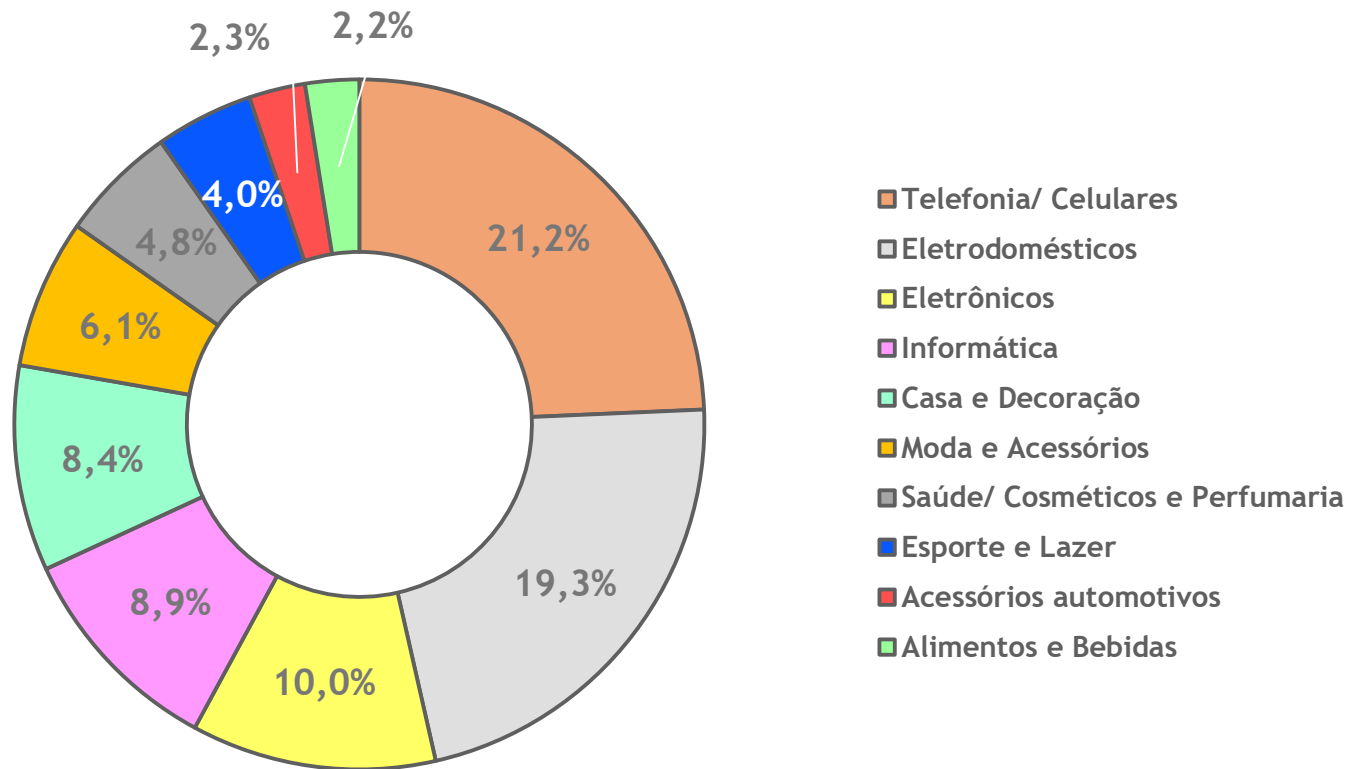


Categorias mais vendidas em volume de pedidos



# Dados e Estatísticas do E-commerce

Categorias mais vendidas em volume financeiro



# 10 maiores mercados do mundo



1. China
2. EUA
3. Reino Unido
4. Japão
5. Alemanha
6. França
7. Coreia do Sul
8. Canadá
9. Rússia
10. Brasil



# Materiais de Construção

---

Entidade responsável:





## Associação Nacional dos Comerciantes de Material de Construção

- Fundada em dezembro de 1984, a Anamaco é uma entidade de classe, sem fins lucrativos, que funciona como interface entre os órgãos governamentais e as Acomacs e Fecomacs, demais entidades, fabricantes e comerciantes de material de construção.
- O papel da entidade é desenvolver ações junto ao poder público, apresentando sugestões e projetos que têm por objetivo aumentar as vendas de material de construção, promovendo o desenvolvimento do setor e do país como um todo.
- O presidente da entidade, Cláudio Elias Conz, é membro do Conselho Curador do FGTS, do Conselho de Desenvolvimento Econômico e Social da Presidência da República e do Grupo de Avanço da Competitividade.

# Dados e estatísticas de Materiais de Construção

*As vendas de material de construção no varejo cresceram 6% em 2017 na comparação com o ano anterior, segundo pesquisa da Associação Nacional dos Comerciantes de Material de Construção (Anamaco).*

*O faturamento anual do setor ficou em R\$ 114,5 bilhões.*





# Dados e estatísticas de Materiais de Construção

*“Segundo o presidente da associação, Cláudio Conz, este foi um ano de recuperação, mas com percalços. A expectativa da Anamaco é que o setor cresça 8,5% em 2018, influenciado pela redução da taxa de juros, da inflação e pelo aumento do emprego.*

*“O consumidor está mais confiante e os números mostram que há uma retomada de obras. Justamente por isso, estamos otimistas de que 2018 será um ano de crescimento e desenvolvimento para a nossa cadeia produtiva”, completou Cláudio Conz.”*





# Farmácias e Drogarias

---

(Medicamentos, Cosméticos e Higiene Pessoal)

Entidade responsável:





## Associação Brasileira de Redes de Farmácias e Drogarias

- Fundada em 21 de outubro de 1991 por redes de farmácias paulistanas.
- Na época, o segmento percebeu que não dispunha de uma entidade que defendesse seus interesses e posições, não só no plano municipal, como no estadual e no federal, e que, se não se organizasse, estaria sempre fora de consultas nas deliberações e determinações legais que restringiriam, cada vez mais, a sua capacidade de atuação.
- A partir dessa constatação, as principais redes de São Paulo criaram a ABRAFARMA, que já no início de suas atividades contava com a participação de algumas das maiores redes de drogarias do País, que, a exemplo das empresas paulistanas, sentiam, também, a necessidade da criação de uma entidade representativa própria.

*As vendas de farmácias do país subiram quase 9% em  
2017, para R\$ 44,4 bilhões*

*O crescimento foi impulsionado pela venda de remédios de  
prescrição médica, disse Abrafarma em comunicado. O comércio de  
medicamentos totalizou R\$ 30,23 bilhões, aumento de 9,34% sobre  
um ano antes.*



*“A recuperação da economia e a retomada do consumo das famílias marcará novamente uma alta na demanda por itens de bem-estar e conveniência, contribuindo para aumentar a participação das associadas com avanços de dois dígitos”, afirmou o presidente-executivo da Abrafarma, Sergio Mena Barreto.*



*Segundo a Abrafarma, em 2017  
o número de lojas aumentou 7,05%,  
passando de 6.763 pontos de venda para 7.240 unidades.*





# Livrarias

---

Entidade responsável:





## Associação Nacional de Livrarias

- É uma associação de classe, sem fins lucrativos, que congrega livrarias associadas. Fundada em 5 de maio de 1978, a ANL busca incentivar o crescimento do mercado livreiro ao apoiar e incentivar a cultura e a leitura no país.
- A ANL atua na união da categoria de livreiros e na defesa dos seus interesses comerciais e institucionais, participando do campo político junto ao Ministério da Cultura e de demais órgãos governamentais aos quais está habilitada a participar como Entidade do Setor; e de inúmeras associações e entidades de toda a cadeia de produção do livro-editorial, gráfico, distribuição e livreiro.



# Mercado de livros no Brasil

## Faturamento 2017:

R\$ 1,706 bilhão (crescimento de 6,15%)

42,3 milhões de exemplares vendidos (crescimento de 4,55%)



# Mercado de livros no Brasil

*Nos três primeiros meses de 2018, o faturamento do mercado livreiro superou em 14,28% o mesmo período do ano passado, atingindo R\$ 588,1 milhões. Durante o trimestre, 12 milhões de livros foram comercializados, uma alta de 8,76%.*

*As vendas em número de exemplares foram o grande destaque, com crescimento de 17,75% em relação ao mesmo período em 2017. Além disso, superaram o volume identificado em janeiro deste ano, época que concentra a venda de livros didáticos.*

*Especificamente em março, as vendas alcançaram 4,22 milhões de exemplares (alta de 17,7%) e faturamento de R\$ 180,4 milhões (crescimento de 18,98%). A SNEL acredita que o Dia Internacional da Mulher tenha colaborado com o bom desempenho, bem como a realização da semana do consumidor.*

*O canal de vendas Livrarias se consolida, representando 92% das vendas de livros.*

*Sobre os livros físicos e e-books, o físico ainda domina amplamente, representando 99,9% das vendas, porém os e-books merecem destaque, apresentando um crescimento significativo de três dígitos ano a ano."*

*Categorias de livros em destaque: HQ, Autoajuda, Turismo/Lazer/Culinárias, Religiões/Crenças/Esoterismo e Autoajuda.*

**13º** posição do Brasil no ranking mundial dos maiores mercados de livros.

**70%** das livrarias brasileiras são de pequeno porte.



**R\$ 37,74** é o tíquete médio nas livrarias do país.

**27,54%** é o desconto médio dado aos livros, em relação ao preço de capa.



# Bares e Restaurantes

---

Entidade responsável:





## Associação Nacional de Restaurantes

- Representa empresários do setor de *foodservice* brasileiro – restaurantes, redes de franquia, redes de alimentação, bares, cafés e quiosques – em suas relações com os poderes públicos, entidades de trabalhadores e junto à sociedade em geral.
- A entidade foi criada em 1990, inicialmente como Associação Paulista de Restaurantes (Aprest). Sempre focada na promoção de ações para o desenvolvimento do setor, em pouco tempo obteve uma série de importantes conquistas para os seus associados, principalmente junto ao Governo do Estado, e tornou-se referência para associações e governos de outros estados. Por sugestão de entidades regionais e contando com o apoio de restaurantes de todo o país, em 2007 a Aprest transformou-se na associação nacional do setor.

*“O mercado de foodservice (Alimentação Fora do Lar) cresceu 3% em 2016, alcançando faturamento de **R\$ 184 bilhões**.”*

*Apesar do crescimento, houve queda na quantidade de transações do setor (-4%). O crescimento foi sustentado pelo aumento no tíquete médio, de 8% no período.*



*Pesquisa realizada pelo Instituto Foodservice Brasil – IFB identificou ainda que o tíquete médio gasto com alimentação fora do lar foi de R\$ 13, um acréscimo de 8%. Em relação à faixa etária, a maior parte dos compradores (30%) possui entre 18 e 34 anos, seguido pelas faixas de 35 a 49 (26%), 50 anos ou mais (20%) e menores de 18 anos (18%). A classe A é a mais presente, com 50% de penetração, seguida pela B com 38% e 19% para C/D.*

# Indústria de Alimentação em Números

*De acordo com o Brasil Food Trends 2020 (FIESP/ Ibope), estima-se que 53% dos cidadãos urbanos têm pelo menos um almoço fora de casa por semana e 18% o fazem pelo menos cinco vezes.*

*Qualidade, sabor e apresentação dos alimentos desempenham papel fundamental na escolha dos consumidores brasileiros.*



# Indústria de Alimentação em Números

CONCEITO	UNIDADE	FONTE	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017p
<b>POPULAÇÃO</b>										
	Milhões de hab.	IBGE	195,5	197,4	199,2	201,0	202,8	204,5	206,1	207,7
<b>PIB Brasileiro</b>										
PIB (Preços Correntes)	R\$ Bi	IBGE	3.886	4.376	4.815	5.332	5.779	6.001	6.267	6.560
PIB Var% Real			7,5	4,0	1,9	3,0	0,5	-3,5	-3,5	1,0
PIB (Preços Correntes)	US\$ Bi	IBGE	2.210	2.614	2.464	2.468	2.455	1.796	1.797	2.055
<b>PIB Brasileiro per Capita</b>										
PIB Per Capita (Preços Correntes)	R\$/ano	IBGE	19.878	22.171	24.165	26.520	28.498	29.347	30.407	31.587
PIB Var% Real			6,5	3,0	1,0	2,1	-0,4	-4,3	-4,2	0,2
<b>R\$/US\$ Comercial venda média anual</b>		<b>BACEN</b>	1,76	1,67	1,95	2,16	2,35	3,33	3,49	3,19
<b>VALOR DA PRODUÇÃO INDUSTRIAL</b>										
Indústria de Transformação	R\$ Bi	IBGE/ PIA	1.696	1.907	2.060	2.416	2.530	2.504	2.420	2.594
<b>Indústria da Alimentação (Produtos Alimentares + Bebidas)</b>										
Faturamento (líquido de impostos indiretos)	R\$ Bi		330,6	383,3	431,8	484,7	529,9	562,0	614,31	642,61
Relação Fat./PIB	%	ABIA	8,5	8,8	9,0	9,1	9,2	9,4	9,8	9,8
Participação na Ind. de Transformação	%		19,5	20,1	21,0	20,1	20,9	22,4	25,4	24,8
<b>Indústria de Bebidas</b>										
Faturamento Líquido (líquido de impostos indiretos)	R\$ Bi	ABIA	56,0	66,8	78,0	90,1	101,2	109,1	117,0	121,9
<b>Indústria de Produtos Alimentares</b>										
Faturamento Líquido (líquido de impostos indiretos)	R\$ Bi	ABIA	274,6	316,5	353,9	394,6	428,7	452,8	497,3	520,7
<b>Indústria de Produtos Alimentares - Principais Setores (Faturamento Líquido a Preços Correntes)</b>										
Derivados de Carne			66,0	79,1	88,7	100,8	115,6	129,1	133,1	137,6
Beneficia/o de Café, Chá e Cereais			35,9	40,6	46,9	52,8	56,9	56,7	67,6	69,8
Açúcares			37,7	42,2	41,9	40,9	38,3	36,6	46,6	47,7
Laticínios			33,1	38,1	42,2	50,1	55,2	58,9	67,5	70,2
Óleos e Gorduras			29,3	34,5	40,9	42,3	44,7	47,7	49,2	51,7
Derivados de Trigo			19,9	21,4	23,5	26,8	29,5	31,6	33,6	36,9
Derivados de Frutas e Vegetais			15,6	18,2	20,4	23,7	25,8	26,3	30,3	32,0
Diversos (salgadinhos, sorvetes, temperos e leved.)			17,7	20,5	24,2	28,7	31,5	33,1	34,6	38,0
Chocolate, Cacau e Balas			10,5	11,5	12,4	13,1	13,4	13,7	14,5	15,2
Desidratados e Superg. (pratos prontos, massas, veg. cong.)			6,5	7,4	9,5	11,3	13,2	14,5	15,4	16,2
Conservas de Pescados			2,5	2,9	3,4	4,0	4,6	4,6	5,0	5,3



# Perfumarias

---

Entidade responsável:





## Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos

- Foi fundada em 9 de março de 1995, como entidade privada sem fins lucrativos, com a finalidade principal de congregar as indústrias nacionais do setor, instaladas em todo o país e de todos os portes, promovendo e defendendo seus legítimos interesses, com vistas ao desenvolvimento econômico que representam.
- A ABIHPEC tem como missão apoiar, desenvolver, estimular e criar ações e instrumentos que contribuam para o progresso da indústria brasileira de HPPC, além de representar seus associados em todos os níveis, em âmbito nacional e internacional, buscando desenvolver a competitividade, credibilidade, ética e a evolução contínua das empresas do setor.

*“O faturamento do setor em 2017 alcançou R\$ 106,320 bilhões,  
crescimento de 3,2% em relação ao ano anterior.*

*Para 2018, a previsão deflacionada é de expansão de 3,8%.”*

Pesquisa da Euromonitor International constata que, apesar da quantidade de perfumarias no mercado, ainda há espaço para crescimento.



19 mil perfumarias multimarcas,



das quais 88% ocupam até 200 metros quadrados de área de vendas.



Produtos para cabelo são os responsáveis por 70% das vendas

**Shampoo e condicionador**  
**37%**

**Coloração**  
**33%**

Número médio de clientes por dia



**Sudeste**  
**145**

**Sul**  
**135**

**Norte/ Nordeste**  
**110**

**Centro-Oeste**  
**90**

## Tíquete médio



**Sudeste**  
**R\$ 75,00**

**Norte/ Nordeste**  
**R\$ 75,00**

**Sul**  
**R\$ 60,00**

**Centro-Oeste**  
**R\$ 55,00**



2 é o número médio de *check outs* por loja em todas as regiões



# Conclusões

---



Os fundamentos, dados e análises deste Estudo buscam apresentar as principais estatísticas do setor no Brasil e, por meio delas, demonstrar o tamanho e a relevância do setor para a economia do país.

É fundamental que um segmento que emprega um em cada cinco trabalhadores brasileiros e que impacta dois terços do PIB do país seja cada vez mais estudado e analisado, para que toda sua cadeia de valor e os diversos órgãos dos poderes Executivo e Legislativo possam conhecer e compreender mais profundamente esse setor tão importante da economia do Brasil.

A partir deste Estudo, o compromisso das principais entidades do varejo brasileiro é dar continuidade a iniciativas, independentes ou conjuntas, de estudar, analisar e debater o setor com a sociedade e o governo brasileiro.



*“Para a gente recuperar aqueles 20% de perdas da crise (de 2014 a 2016) vai levar um certo tempo, mas o varejo já deu um passo à frente”, pondera Fábio Bentes, economista da CNC.\**

*“A baixa inflação, a queda da taxa Selic, a melhora dos índices de confiança do consumidor e do empresariado e a retomada do crescimento do varejo e da atividade industrial nos permitem projetar um desempenho mais positivo do setor em 2018”, afirma Altino Cristofolletti, presidente da ABF. \*\**

*“Estamos otimistas, vemos que a confiança dos consumidores e empresários está retomando”, disse João Sanzovo Neto, presidente da Abras. \*\*\**



Este Estudo mostra o cenário atual, que caracteriza um novo ciclo para o setor e desafia as empresas a continuar o seu processo de expansão, perseguindo simultaneamente mais eficiência e competitividade.

Oportunidades existem em todos os setores, para empresas que se estruturarem, profissionalizem sua gestão, planejem bem e executem com perfeição.

Por mais que o fim da crise venha sendo adiado, especialmente pelo clima político que dificulta a realização das reformas necessárias para que o País se modernize, o varejo continua contratando, abrindo lojas, ampliando suas vendas e contribuindo para o crescimento da economia.



**Eduardo Terra** – Presidente da SBVC e sócio da BTR Educação e Consultoria

**Alberto Serrentino** – Vice-presidente e Conselheiro Deliberativo da SBVC, Fundador da Varese Retail

**Hélio Biagi** – Presidente do Conselho Deliberativo da SBVC e sócio da BTR Educação e Consultoria

**Ronald Nossig** – Vice-Presidente de Parcerias e Novos Negócios da SBVC

**Maria Odete Alves** – Gerente Executiva da SBVC

**Fernanda Besnosoff** – Coordenadora de Pesquisas e Estudos da SBVC

**Renato Müller** - Cofundador da Käfer Content Studio e Jornalista especializado em varejo

**Fábia Pires** – Sócia Diretora da Varese Retail

**Igor Pires** – Consultor da Varese Retail