



ESTUDO

O Papel do Varejo na Economia Brasileira

11ª Edição - 2024



SBVC

Sociedade Brasileira
de Varejo e Consumo

Sumário

Sobre o Estudo	03		
Cenário Brasileiro	04		
Conceituação do Varejo	09		
Representatividade do PIB	15		
Principais Estatísticas do Varejo	23		
Fatores de Influência no Consumo	28		
Emprego	30		
Crédito	38		
Confiança	44		
Renda	47		
Varejo Brasileiro e o CNAE	53		
Estatísticas do Varejo Brasileiro por setor	61		
		Franchising	63
		Shopping Centers	70
		E-commerce	81
		Hiper e Supermercados	89
		Materiais de Construção	93
		Farmácias e Drogarias	96
		Livrarias	99
		Bares e Restaurantes	103
		Perfumarias	107
		Pet Shop	112
		Conclusões	118
		Ficha Técnica	121



Sobre o Estudo

Este estudo foi desenvolvido para alinhar e estruturar conceitos, definições, classificações, estatísticas e números a respeito do varejo brasileiro, mostrar em detalhes um retrato do passado recente e analisar a situação atual do setor.

O varejo tem sido um setor protagonista no desenvolvimento do Brasil, sendo responsável por impulsionar o PIB nacional por diversos anos.

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

CENÁRIO BRASILEIRO





Cenário Brasileiro 2024

O ano de 2024 foi extremamente desafiador para o varejo brasileiro. A crise de crédito deflagrada logo no mês de janeiro pelos problemas contábeis das Lojas Americanas fez com que diversas empresas, já afetadas por anos de crescimento lento e mal posicionadas diante da transformação digital, não conseguissem renovar seus compromissos financeiros em um cenário de juros elevados. Para muitas delas, a recuperação judicial se tornou a alternativa possível para obter algum fôlego.

Ao mesmo tempo, o ano de 2024 teve também uma agenda de crescimento para o varejo brasileiro. Empresas bem posicionadas na transformação digital, com modelos de negócios enxutos e produtos com grande “fit” junto aos consumidores, encontraram muitas oportunidades de crescimento. Fusões e aquisições se aceleraram, gerando novas gigantes especialmente no setor de vestuário. As empresas preparadas para o atual momento, com baixo endividamento e estrutura de custos controlada, aproveitaram as oportunidades para crescer.



Cenário Brasileiro 2024

O discurso de “crise do varejo”, embora esteja presente em alguns players, não é a regra do varejo – os números comprovam. Como veremos neste estudo, o Varejo Restrito (bens de consumo, exceto automóveis e materiais de construção) fechou 2023 com uma expansão nominal de 4,1%, movimentando R\$ 2,23 trilhões e impactando por 20,45% do PIB brasileiro (que teve uma expansão de 2,9%). Desde 2016, o desempenho do varejo supera o da economia como um todo.

Um dos aspectos que reforçam a relevância do varejo brasileiro é o volume de empregos gerados pelo setor. Em 10 dos 12 meses de 2023, o varejo mais contratou do que demitiu, o que sinaliza a expansão dos negócios e a força empreendedora das empresas. O setor continua sendo um importante pilar do crescimento da economia nacional.



Cenário Brasileiro 2024

Durante o ano de 2023, as empresas de varejo precisaram “ajustar suas velas” para otimizar investimentos e aumentar sua produtividade. Mais uma vez, empresas mais avançadas na transformação digital de seus negócios estiveram em vantagem, uma vez que conseguiram aplicar os benefícios da automação para obter ganhos. O crescimento da Inteligência Artificial, seja como tema de discussão em eventos, seja com aplicações práticas do mundo do varejo, impulsiona ainda mais a corrida tecnológica do varejo.

Para que os resultados venham, porém, é preciso estar atento a aspectos estruturantes dos negócios. Contar com dados confiáveis, higienizados e organizados passa a fazer parte do “checklist básico” de todo negócio que pensa em se perpetuar. A diferença entre quem está fazendo certo e quem está ficando pelo caminho passa pela tecnologia, uma vez que ela ajuda a dirigir gastos, compras, investimentos e ações promocionais.

Na edição 2023 deste Estudo, dissemos que “cuidar do hoje passou a ser prioridade”, quando mencionamos a crise de crédito trazida pelo “episódio Americanas”. Cuidar do hoje é a realidade do varejo – uma realidade baseada no uso intensivo de dados.



Cenário Brasileiro 2024

Assim, não surpreende que o varejo viva um movimento de reavaliação de planos estratégicos. Repensar os negócios é essencial – mas executar os planos de ação é o que fará toda a diferença.

Por isso, este continua sendo um momento de grandes oportunidades para as empresas que estiverem mais estruturadas e conseguirem superar os atuais desafios. Nenhuma transformação acontece com um olhar focado nos números do trimestre. Por mais que o presente traga uma série de incertezas, não se pode perder de vista o que é importante para o consumidor. O sucesso nos negócios é consequência direta do foco nos clientes, que continua a estimular a transformação das empresas.

Eduardo Terra, Presidente da Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo (SBVC)

CONCEITUAÇÃO DO VAREJO



Conceituação do Varejo

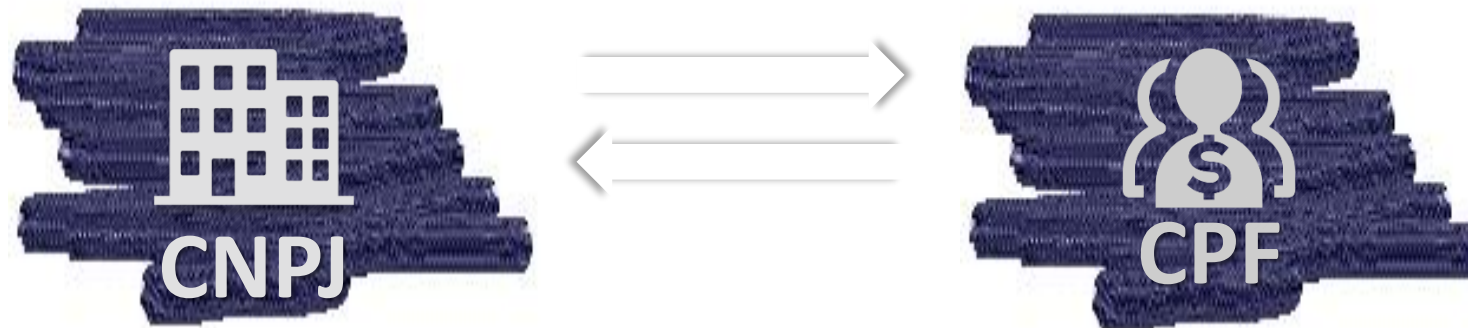
Considerado pela literatura mais tradicional de marketing como um canal de distribuição de produtos, o varejo ganhou destaque nas últimas décadas devido à sua posição estratégica na distribuição de produtos e serviços e à sua proximidade junto aos consumidores finais.

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



Simplificando, podemos definir o varejo como 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

Pesquisas e levantamentos realizados em diversos países mostram que a forma mais utilizada para uma primeira segmentação do varejo é a organização da atividade de venda de produtos e serviços em três grandes grupos:



Conceituação do Varejo

No Brasil o IBGE, em sua Pesquisa Mensal do Comércio (PMC), segmenta os dados do varejo nacional em dois grandes grupos:

Varejo Restrito*



Varejo Ampliado*

O Varejo Ampliado inclui, além de todo o Varejo Restrito, as concessionárias de veículos e as lojas de material de construção.

Essa, 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: varejo de bens, varejo de veículos e combustíveis, e varejo de serviços.

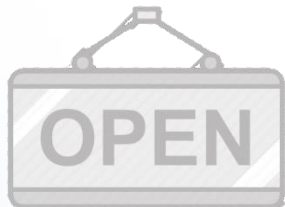
Conceituação do Varejo

COMÉRCIO VAREJISTA

- 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

COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO

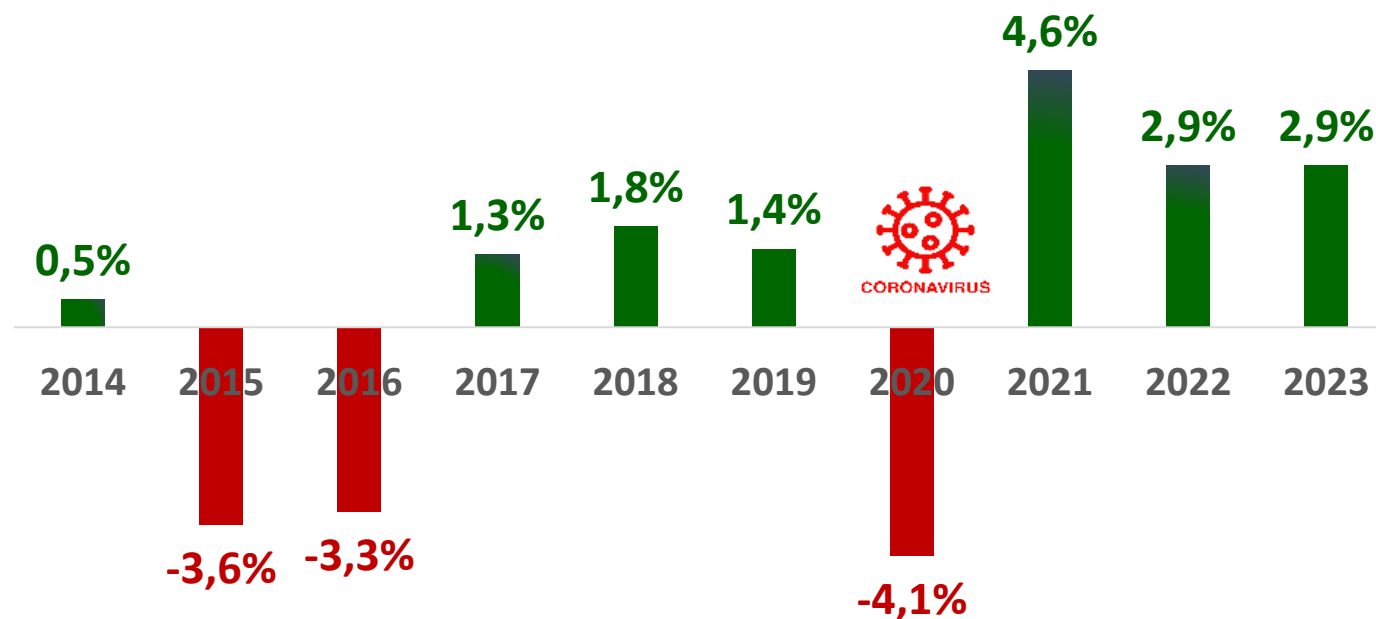
- 9 - Veículos e motos, partes e peças
- 10 - Material de construção



REPRESENTATIVIDADE DO VAREJO NO PIB



Crescimento do PIB ano a ano



Consumo das Famílias



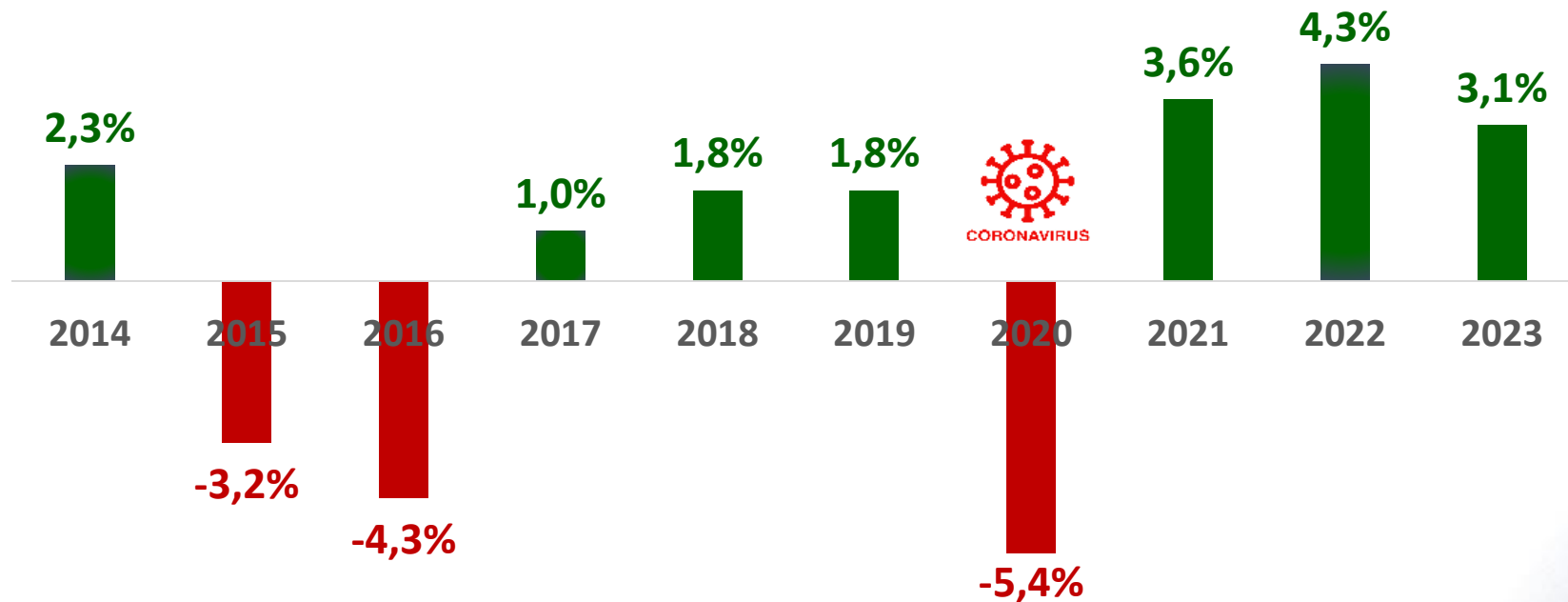
Pelos dados oficiais do IBGE, o Consumo das Famílias em 2023 alcançou R\$ 6,4 trilhões, com avanço de 3,1% sobre o ano anterior.

O Consumo das Famílias tem um impacto de aproximadamente 59% no PIB brasileiro de R\$ 10,9 trilhões, tendo como base os números do ano de 2023.

Evolução do Consumo das Famílias



O Consumo das Famílias é a principal referência do volume que o varejo movimentou no País. **O crescimento de 3,1% foi alcançado em 2023.**



Varejo Restrito



O Varejo Restrito* teve um impacto de 20,45% no PIB, com um volume de R\$ 2,23 trilhão e crescimento nominal de 4,1% em 2023.

Segundo a Pesquisa Mensal do Comércio (PMC) do IBGE, o volume de vendas no comércio varejista restrito teve um crescimento de 1,6% em 2023.



* Varejo de bens de consumo, incluindo materiais de construção, excluindo veículos.

Varejo Essencial



O Varejo Essencial é composto por lojas que comercializam produtos de uso indispensável, como supermercados, farmácias e material de construção.

O Varejo Essencial representa 56,5% do Varejo Restrito*, com um volume de aproximadamente R\$ 1,26 bilhão em 2023.



* Varejo de bens de consumo, incluindo materiais de construção, excluindo veículos.

Fonte: IBGE – Estimativas SBVC e Varejo Retail (Pet Shop não atualizado)

Varejo Ampliado



O Varejo Ampliado* teve 25,23% de impacto no PIB, com um volume de R\$ 2,75 trilhões e crescimento nominal de 5,3% em 2023.

Segundo a Pesquisa Mensal do Comércio (PMC) do IBGE, o crescimento do volume de vendas no comércio varejista ampliado em 2023 foi de 2,4%.



* Varejo de bens de consumo, incluindo veículos e materiais de construção

Representatividade do PIB



Para estimarmos o valor agregado do varejo no PIB brasileiro, é preciso 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 10,1% do PIB.



PRINCIPAIS ESTATÍSTICAS DO VAREJO BRASILEIRO



Panorama dos últimos 10 anos

Em 2023, o varejo brasileiro continuou a crescer, com um desempenho comparável ao do PIB nacional. O Varejo Restrito (bens de consumo, exceto automóveis e materiais de construção) fechou 2023 com uma expansão nominal de 4,1%, movimentando R\$ 2,23 trilhões e respondendo por 20,45% do PIB brasileiro (que teve uma expansão de 2,9%). Desde 2016, o desempenho do varejo supera o da economia como um todo.

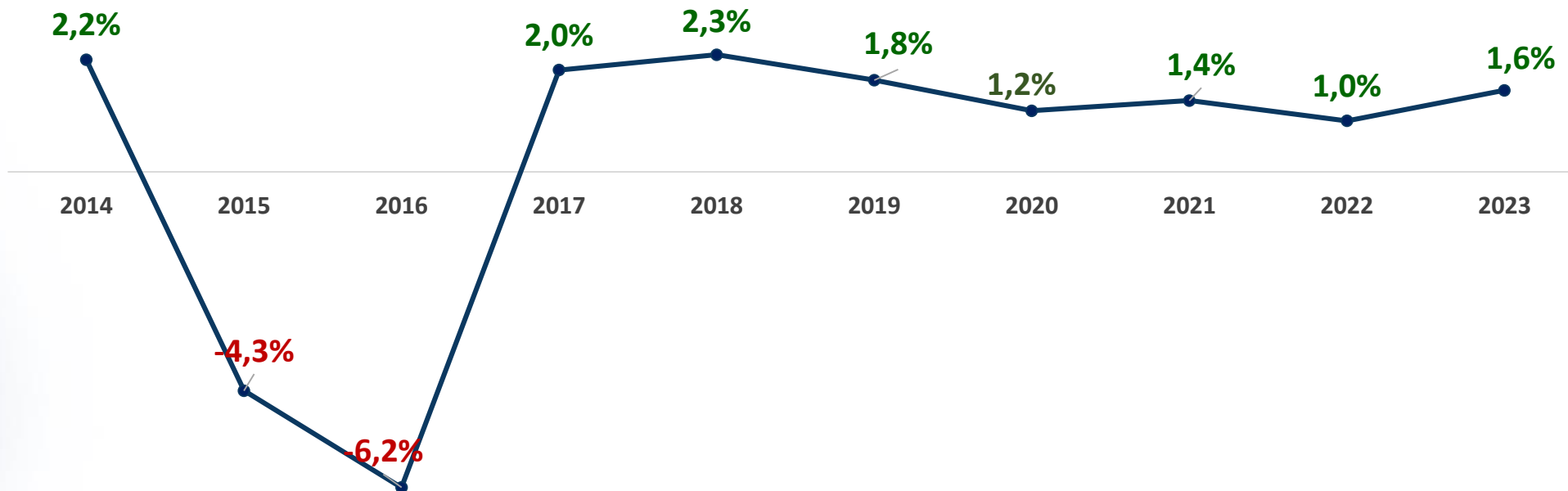
Um dos aspectos que reforçam a relevância do varejo brasileiro é o volume de empregos gerados pelo setor. Em 10 dos 12 meses de 2023, o varejo mais contratou do que demitiu, o que sinaliza a expansão dos negócios e a força empreendedora das empresas. No total, o setor gerou mais de 276 mil empregos com carteira assinada no ano passado, reforçando seu papel como um importante pilar do crescimento da economia nacional.

Panorama dos últimos 10 anos

ANO	PIB (TRILHÕES)	CRESCIMENTO (%)	POSIÇÃO NA ECONOMIA MUNDIAL	EVOLUÇÃO VAREJO RESTRITO (%)	EVOLUÇÃO VAREJO AMPLIADO (%)	INFLAÇÃO (%)	TAXA DE DESEMPREGO (%)	CARGA TRIBUTÁRIA (%)
2014	5,8	0,5%	8º	2,2%	-1,7%	6,4%	6,80%	32,4%
2015	6,0	-3,5%	8º	-4,3%	-8,6%	10,7%	8,50%	33,7%
2016	6,3	-3,3%	7º	-6,2%	-8,7%	6,3%	11,5%	33,4%
2017	6,6	1,3%	9º	2,0%	4,0%	3,0%	12,7%	33,6%
2018	7,0	1,8%	9º	2,3%	5,0%	3,8%	12,3%	34,6%
2019	7,4	1,2%	9º	1,8%	3,9%	4,3%	11,9%	35,2%
2020	7,5	-3,9%	12º	1,2%	-1,5%	4,5%	13,8%	31,7%
2021	8,7	4,6%	13º	1,4%	4,5%	10,0%	13,2%	33,9%
2022	9,9	2,9%	12º	1,0%	0,9%	5,8%	9,3%	33,7%
2023	10,9	2,9%	9º	1,6%	2,4%	4,6%	7,8%	32,4%

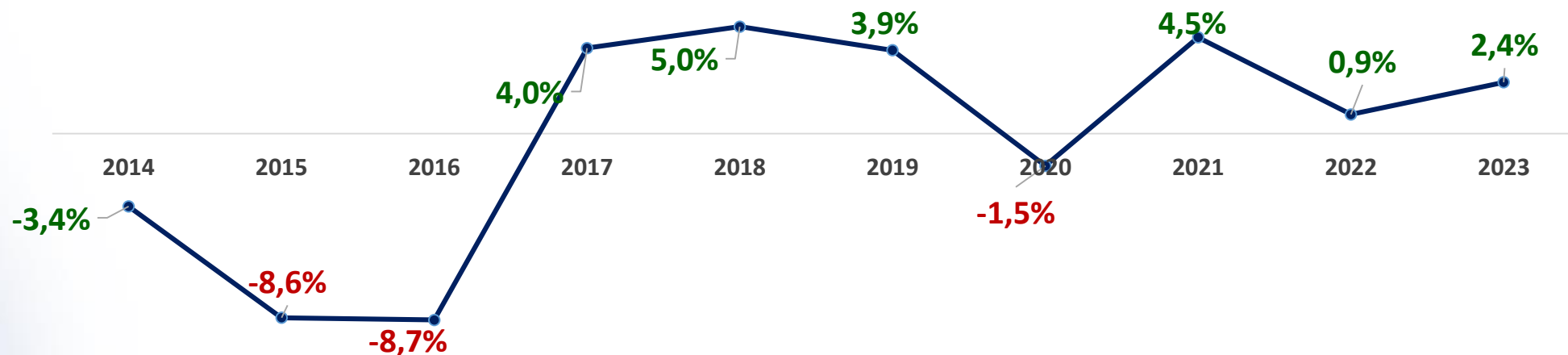
Varejo Restrito – 2014 a 2023

Evolução anual (Crescimento real)



Varejo Ampliado – 2014 a 2023

Evolução anual (Crescimento real)



FATORES DE INFLUÊNCIA NO CONSUMO



A Economia e o Varejo

Em todo o mundo existem quatro elementos determinantes para o crescimento e o desenvolvimento do 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 varejo brasileiro.

Fatores fundamentais

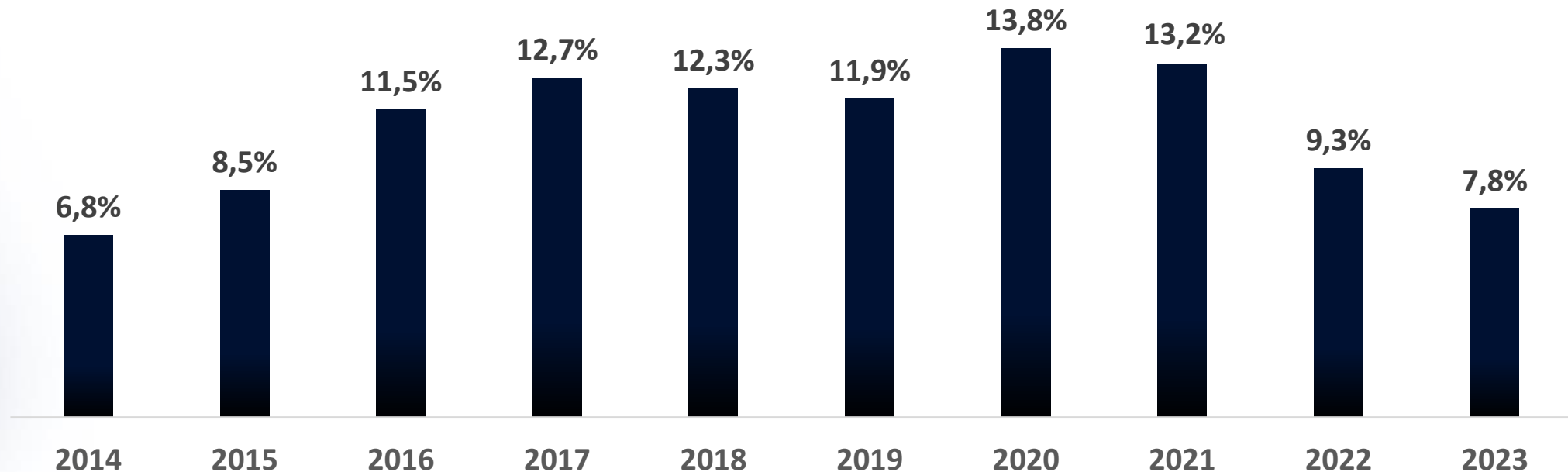


EMPREGO



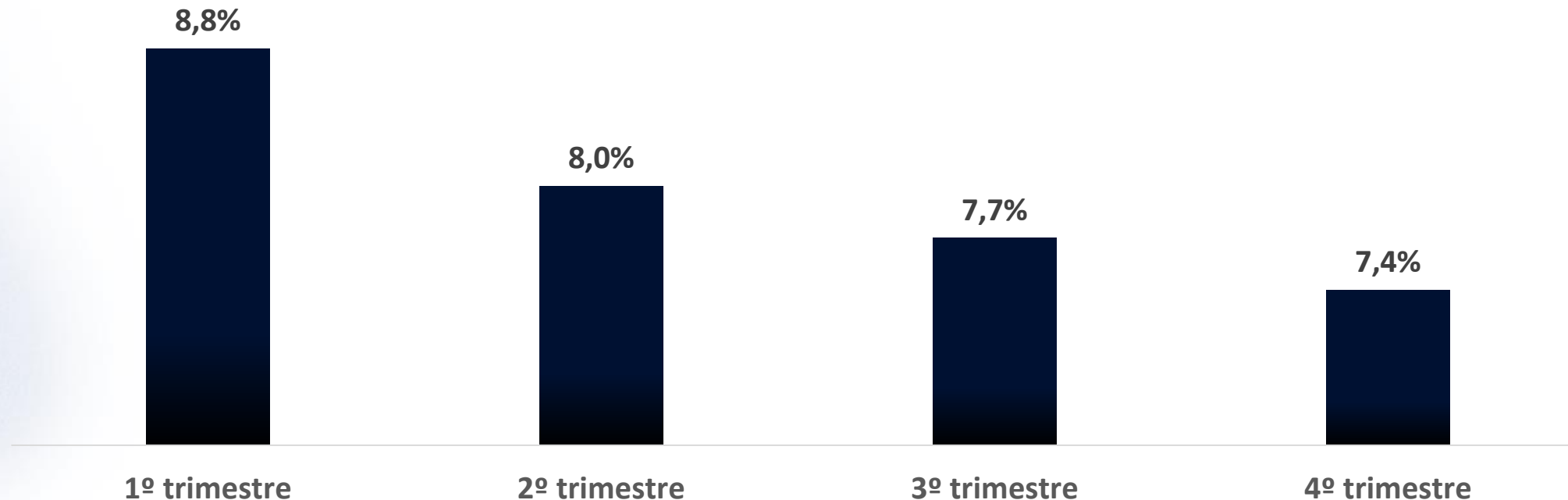
Evolução da taxa de desemprego

A taxa média anual de desemprego no Brasil fechou 2023 no menor índice desde 2016, com dois anos seguidos em um dígito.

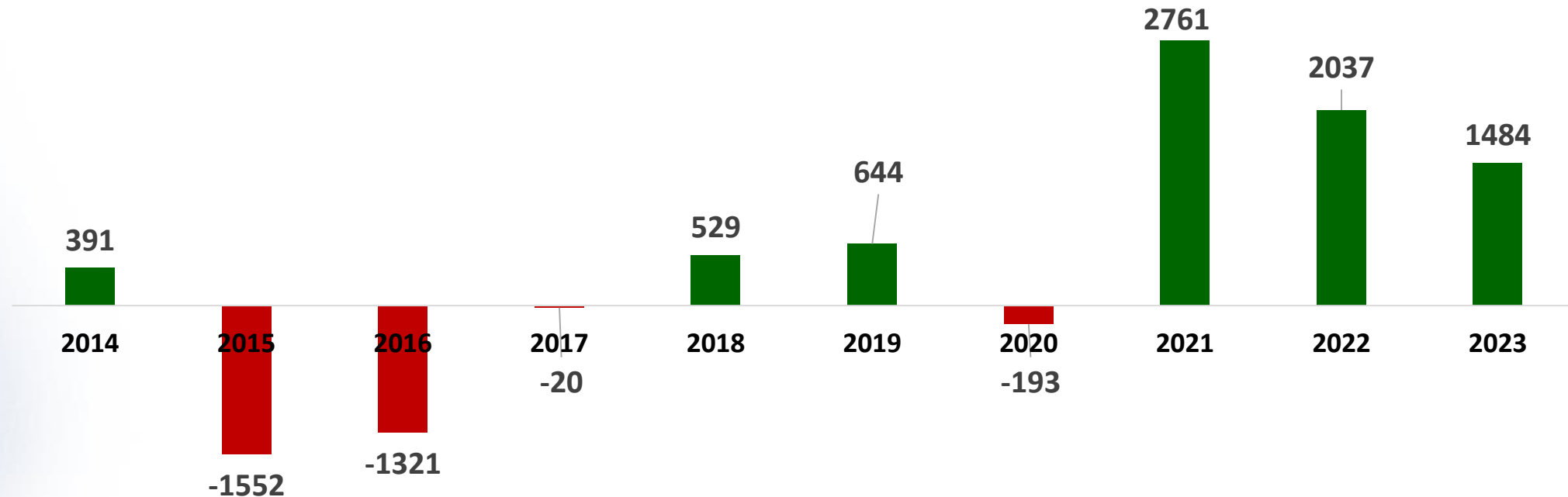


Evolução da taxa de desemprego

No 4º trimestre, houve crescimento de 1,1% na população ocupada, que chegou ao recorde de 101 milhões de pessoas, maior número da série histórica iniciada em 2012. No ano, o aumento foi de 1,6%, com mais 1,6 milhão de pessoas ocupadas.



Geração anual de postos de trabalho com carteira assinada (em milhares)



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

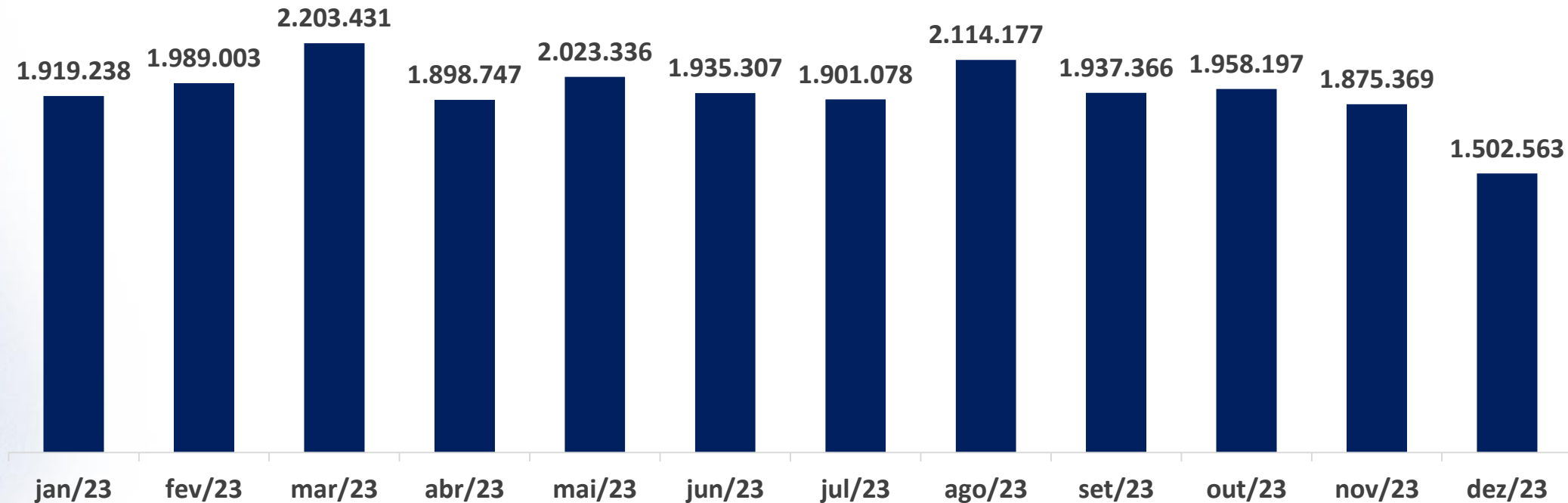
Unidade: Pessoa (Níveis Geográficos)

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

<https://www.gov.br/trabalho-e-emprego/pt-br/noticias-e-conteudo/2024/janeiro/emprego-formal-fecha-o-ano-com-geracao-de-1-483-598-postos-de-trabalho>

Empregos formais no Brasil

Empregados – admissões 2023



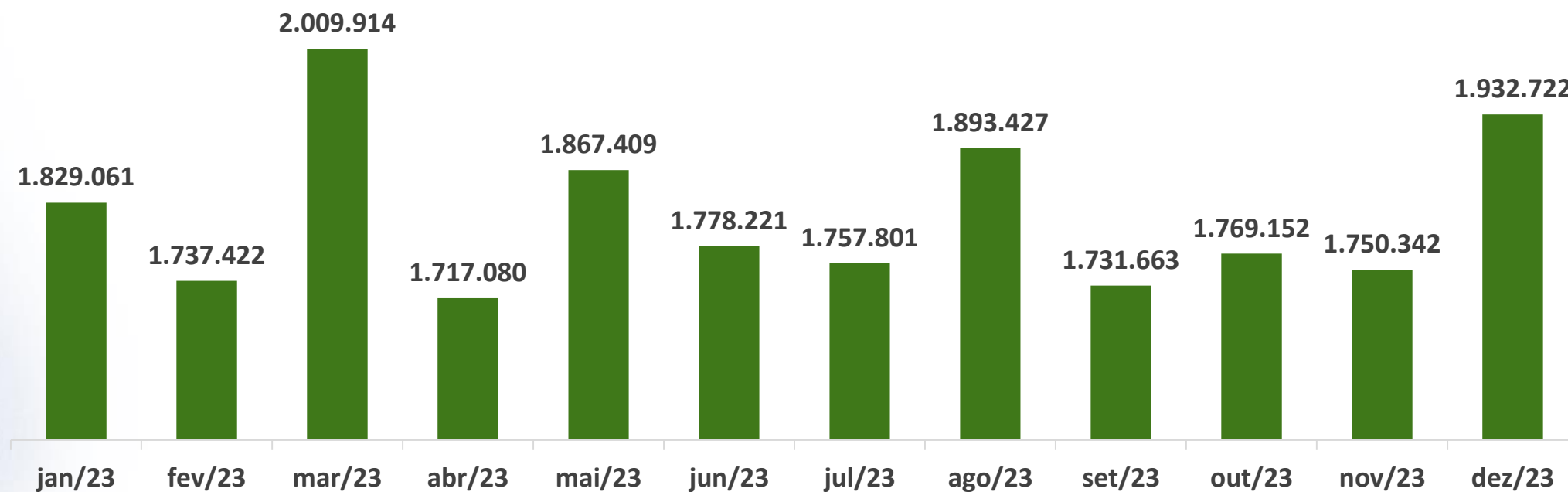
Fonte: Ministério do Trabalho e Emprego, Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (MTE/CAGED)

<http://pdet.mte.gov.br/novo-caged/novo-caged-2023/novo-caged-dezembro-2023> **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.

Empregos formais no Brasil

Empregados – demissões 2023



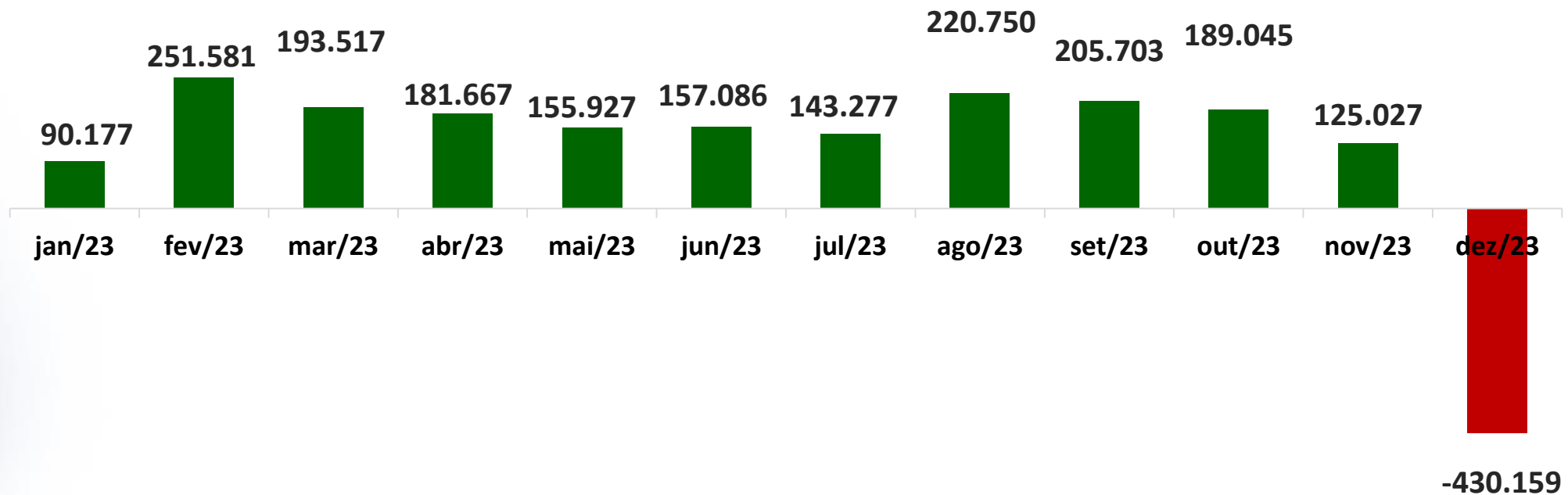
Fonte: Ministério do Trabalho e Emprego, Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (MTE/CAGED)

<http://pdet.mte.gov.br/novo-caged/novo-caged-2023/novo-caged-dezembro-2023> 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.

Empregos formais no Brasil

Empregados – saldo 2023



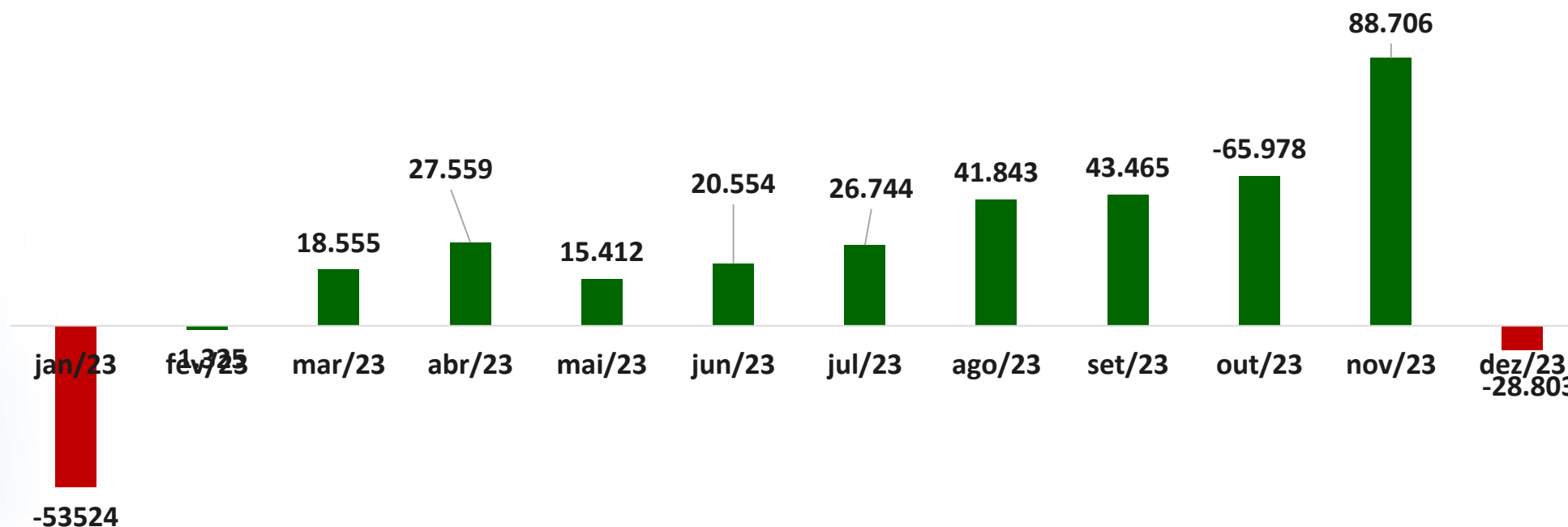
Fonte: Ministério do Trabalho e Emprego, Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (MTE/CAGED)

<http://pdet.mte.gov.br/novo-caged/novo-caged-2023/novo-caged-dezembro-2023> **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.

O emprego no comércio

O segundo maior crescimento do emprego formal ocorreu no Comércio, com um saldo de 276.528 postos de trabalho (+2,9%), explicado pela forte aceleração do setor no quarto trimestre. O Comércio Varejista de Mercadorias em geral / Supermercados gerou 39.042 vagas e o segmento de Minimercados, 13.967. Outro destaque é o Comércio de Combustíveis para Veículos, que gerou 15.002 postos no ano.



Fonte: Caged/IBGE

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

<http://pdet.mte.gov.br/novo-caged/novo-caged-2023/novo-caged-dezembro-2023>

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.

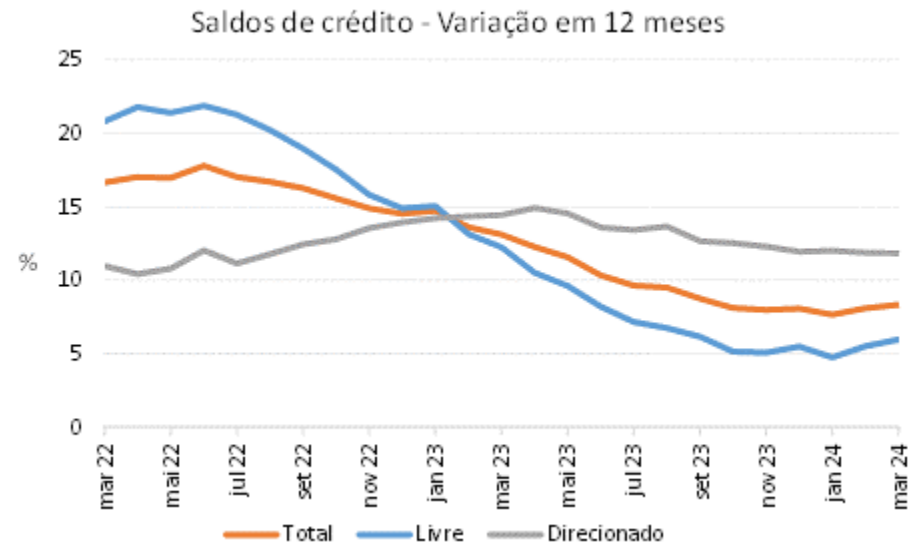
<https://opinioao.estadao.com.br/noticias/editorial-economico,efeito-instantaneo-da-crise-sobre-o-varejo,70003275471>

CRÉDITO



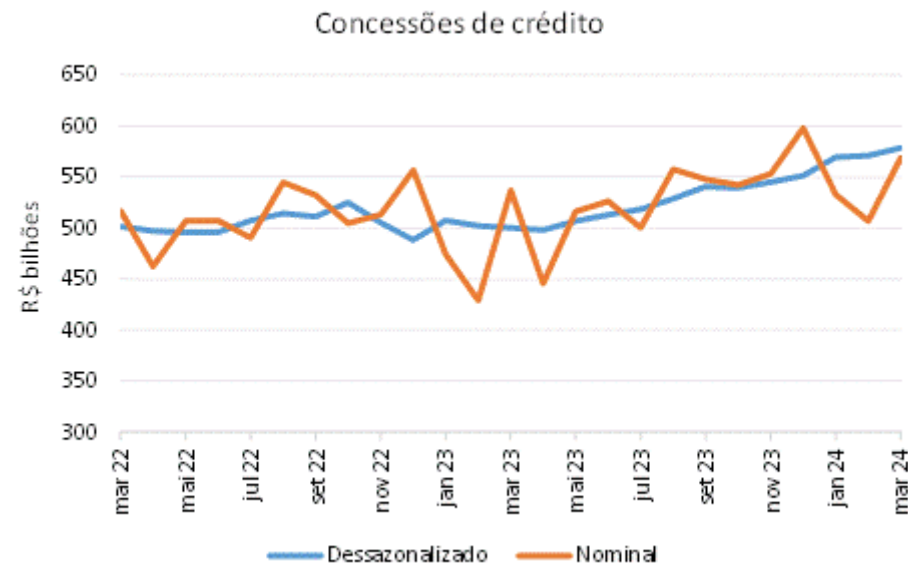
Operações de Crédito

Em março/24, o saldo do crédito ampliado ao setor não financeiro alcançou R\$ 16,5 trilhões (149,8% do PIB), aumentando 1,1% no mês, devido à elevação de 1,2% dos saldos dos empréstimos do sistema financeiro nacional (SFN), de 0,8% dos títulos de dívida e de 1,7% da dívida externa. Na comparação anual, o crédito ampliado cresceu 10,0%, destacando-se as elevações dos títulos de dívida, 13,3%, e da carteira de empréstimos do SFN (8,1%).

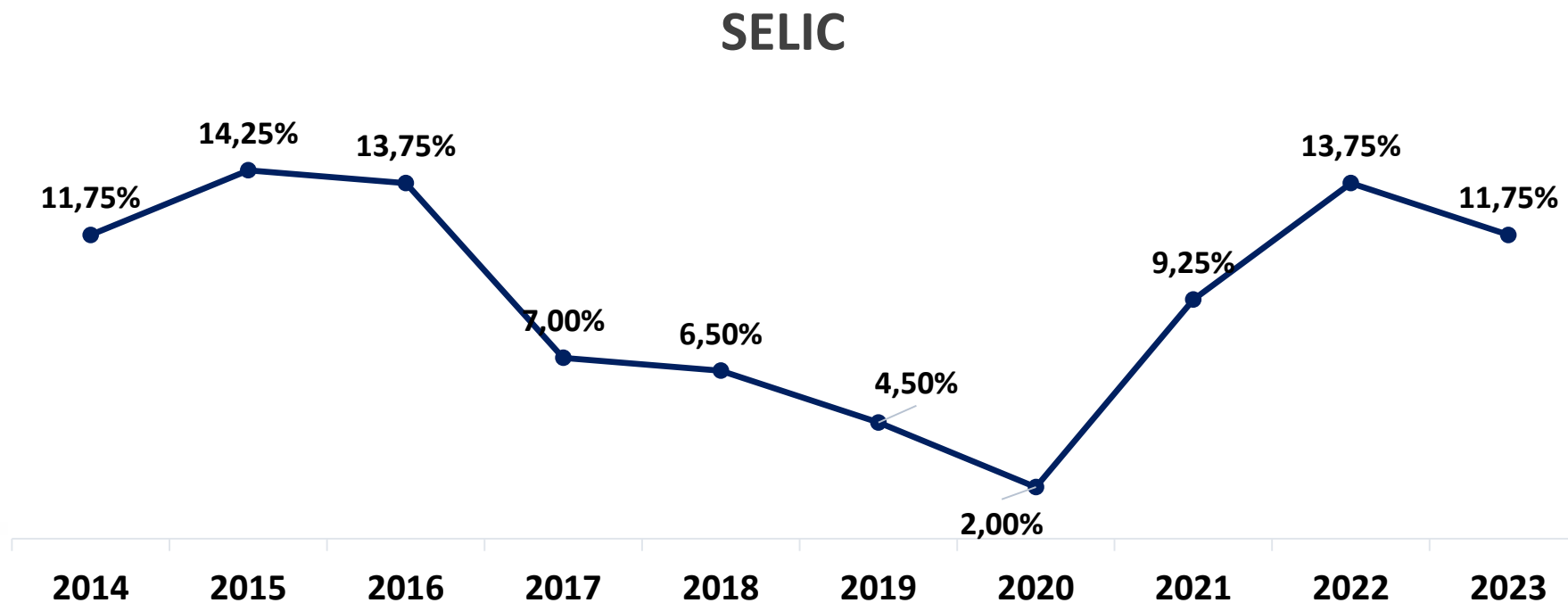


Concessões de Crédito

As concessões nominais de crédito somaram R\$ 568,9 bilhões em março/24. Nas séries sazonalmente ajustadas, as concessões totais aumentaram 1,3% no mês, com avanço de 1,9% nas operações realizadas com empresas e redução de 0,3% nas pactuadas com as famílias. Nos 12 meses até março de 2024, as concessões nominais avançaram 5,6%, com alta de 2,4% nas operações realizadas com pessoas jurídicas e 8,2% naquelas com pessoas físicas. As concessões médias diárias em março cresceram 6,6% em relação ao mês anterior, com alta de 17,2% para as empresas e queda de 1,3% para as famílias.



Evolução da taxa Selic anual



Juros para o consumidor

LINHA DE CRÉDITO	Taxa Média ao mês Abril/2024
Juros do comércio	5,22%
Cartão de crédito	14,44%
Cheque especial	7,69%
CDC - bancos - financiamento de automóveis	1,88%
Empréstimo pessoal - bancos	3,76%
Empréstimo pessoal - financeiras	6,88%
TAXA MÉDIA	6,65%

Inadimplência pessoa física

A inadimplência da carteira de crédito total do SFN situou-se em 3,2% em março, assinalando estabilidade no mês e em doze meses (-0,1 p.p.). Por segmento, a inadimplência variou -0,1 p.p. tanto nas operações com empresas quanto com as famílias. Em 12 meses, a inadimplência teve alta de 0,4 p.p. nas operações para o segmento empresarial e redução de mesma intensidade nas realizadas com as famílias.

No crédito com recursos livres, a inadimplência situou-se em 4,5% da carteira, recuo de 0,1 p.p. no mês e avanço de 0,1 p.p. em 12 meses. Na carteira de crédito livre a pessoas jurídicas, a inadimplência declinou 0,1 p.p. e aumentou 0,8 p.p. em 12 meses, atingindo 3,2%. Por outro lado, na carteira de pessoas físicas, a inadimplência chegou a 5,4%, com reduções de 0,1 p.p. no mês e de 0,6 p.p. sobre março de 2023.

O endividamento das famílias ficou em 47,9% em fevereiro, queda de 0,1 p.p. no mês e de 0,8 p.p. em 12 meses. O comprometimento de renda permaneceu em 25,7% em fevereiro, mantendo-se estável no mês e revelando queda de 1,7 p.p. em 12 meses.

Crédito com Recursos Livres

	Taxas médias de juros (% a.a.)		Variações mensais (p.p.)		
	fev/24	mar/24	Efeito Taxa	Efeito Saldo	Total
Pessoa Física	52,6	53,4	0,7	0,1	0,8
Pessoa Jurídica	21,4	20,9	-0,3	-0,2	-0,5
Total	40,3	40,5	0,3	-0,1	0,2

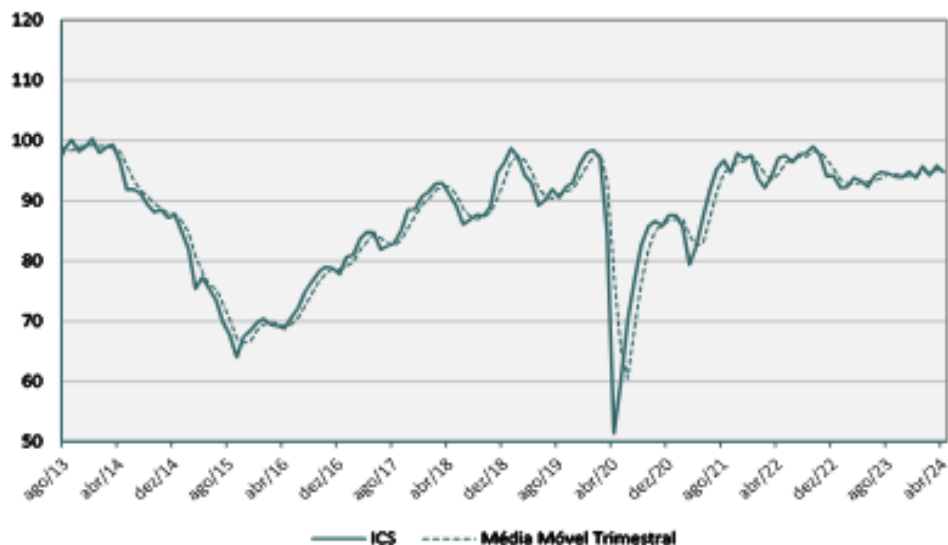
CONFIANÇA



Índice de Confiança de Serviços

Índice de Confiança de Serviços

(Dados de Ago/13 a Abr/24, dessazonalizados)

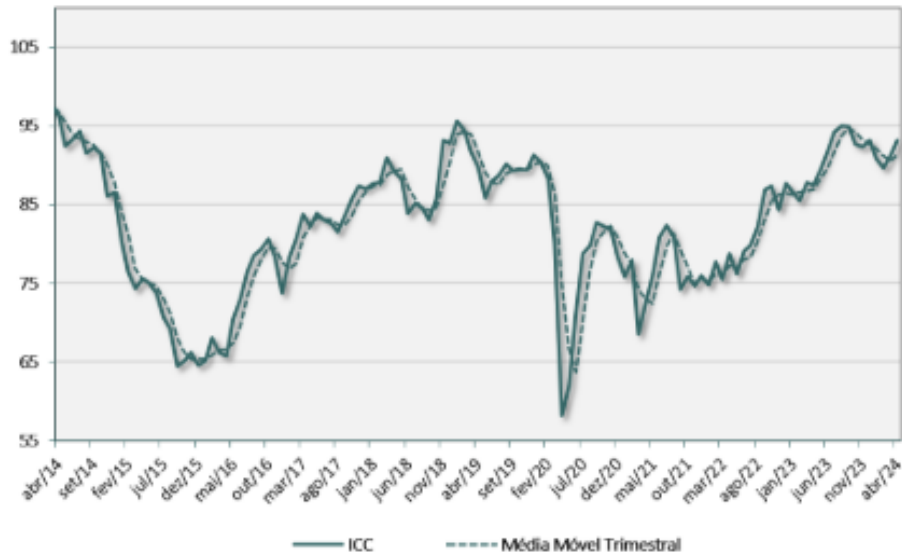


O Índice de Confiança de Serviços (ICS) do FGV IBRE caiu 1,0 ponto em abril/24, para 94,8 pontos. Em médias móveis trimestrais, o índice variou -0,3 ponto.

“O segundo trimestre começa com piora da confiança de serviços. O resultado de abril mantém a percepção dos últimos meses de perda de fôlego do setor sobre a situação atual. Os resultados negativos em relação ao futuro ocorrem de forma heterogênea entre os segmentos e começam a dar sinais de que o setor de serviços não deve observar uma forte retomada nesse primeiro semestre. O cenário macroeconômico de manutenção da queda na taxa de juros, controle de inflação e melhores resultados no emprego e na renda pode representar um caminho positivo para recuperação da confiança do setor, que vem enfrentando dificuldades”, avaliou Stéfano Pacini, economista do FGV IBRE.

Índice de Confiança do Consumidor

Índice de Confiança do Consumidor
(Dados de abr/14 a abr/24, dessazonalizados)



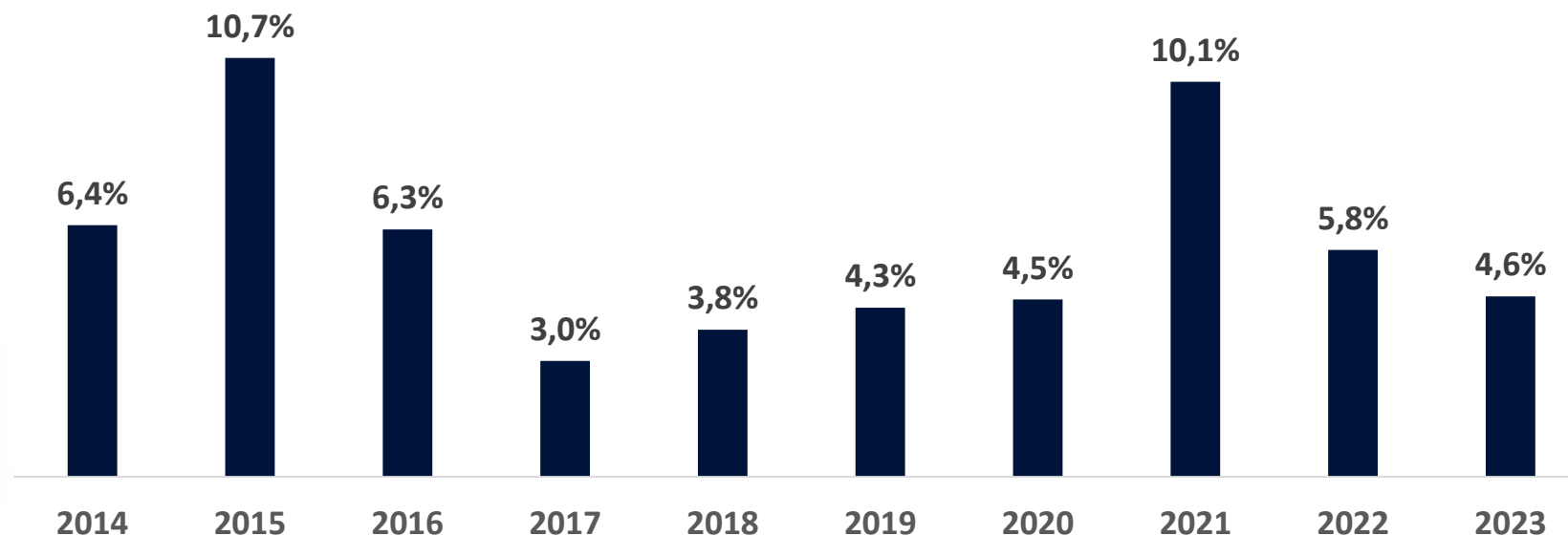
O Índice de Confiança do Consumidor (ICC) do FGV IBRE subiu 1,9 ponto em abril/24, para 93,2 pontos. Em médias móveis trimestrais, o índice avança em 0,8 ponto, para 91,4 pontos, após seis quedas consecutivas. *“A melhora da confiança no mês foi influenciada, principalmente, pelas expectativas para o futuro, enquanto a percepção sobre a situação atual ficou praticamente constante entre março e abril. Entre as faixas de renda, a alta da confiança ocorreu nas faixas mais baixas, com maior magnitude na faixa 1 (renda de até R\$ 2.100,00). A segunda alta consecutiva sugere uma possível reversão da desaceleração iniciada no último trimestre do ano passado, com o indicador de situação financeira futura sendo o principal impulsionador dessa melhora. No entanto, com as limitações financeiras que muitas famílias enfrentam, ainda é cedo para confirmar uma tendência mais clara de recuperação da confiança nos próximos meses”*, afirma Anna Carolina Gouveia, economista do FGV IBRE.

RENDA



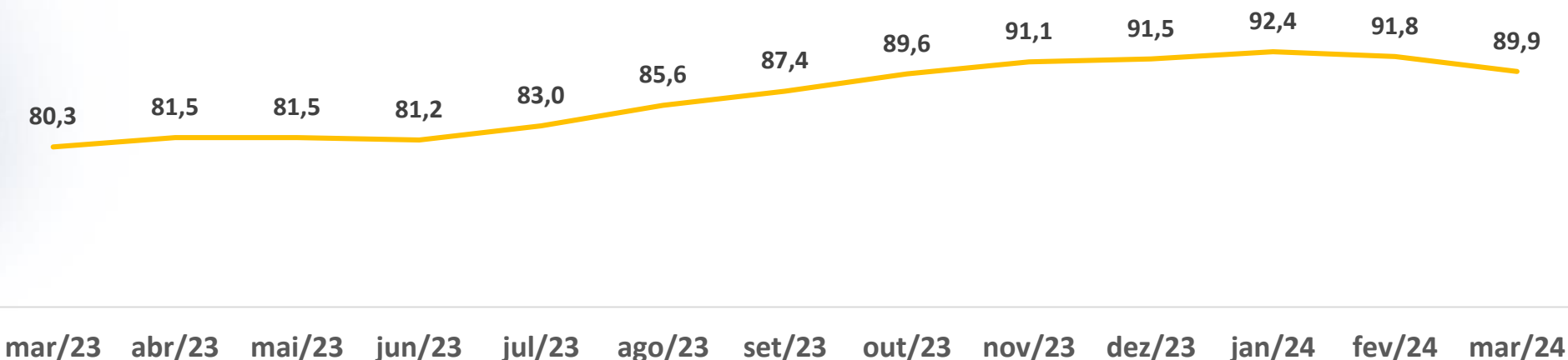
Evolução da taxa anual de inflação

Inflação - IPCA

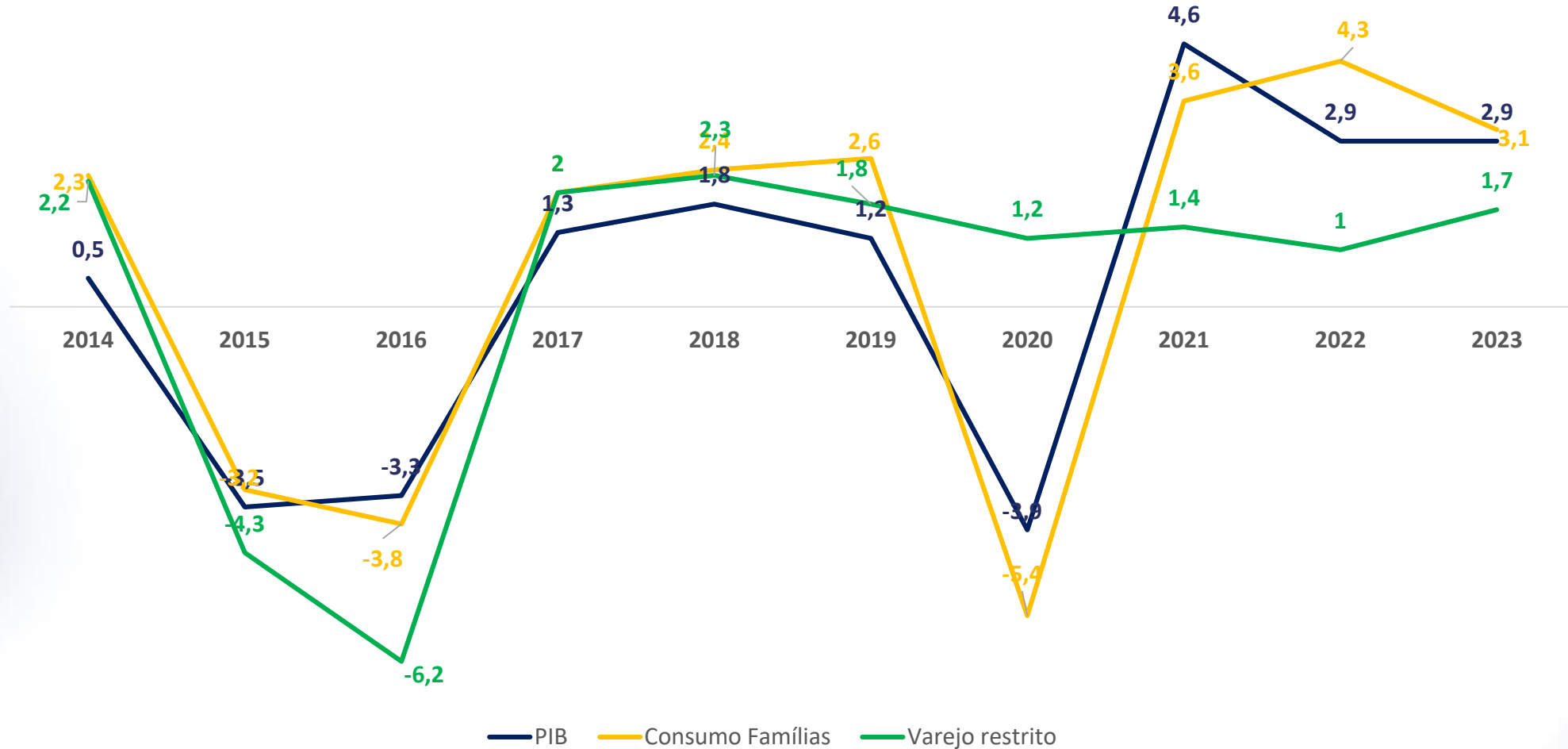


Intenção de consumo das famílias

A Intenção de Consumo das Famílias (ICF) recuou -0,8% em março/24, descontados efeitos sazonais, no quarto resultado negativo consecutivo e o mais intenso do período, com todos os componentes seguindo esse movimento de queda. Houve recuperação em relação aos anos anteriores, mas o ritmo vem desacelerando e teve a menor taxa desde março de 2022. Essa tendência de baixa está atrelada ao perfil do mercado de crédito, que é amplamente utilizado para as famílias manterem seu padrão de consumo. As melhores taxas de juros para as pessoas físicas, alcançando o menor patamar em janeiro deste ano desde junho de 2022 (52,4%), estão sendo acompanhadas pela menor inadimplência dos consumidores (5,5%), retornando ao nível de julho de 2022.



PIB X Consumo das Famílias X Varejo restrito



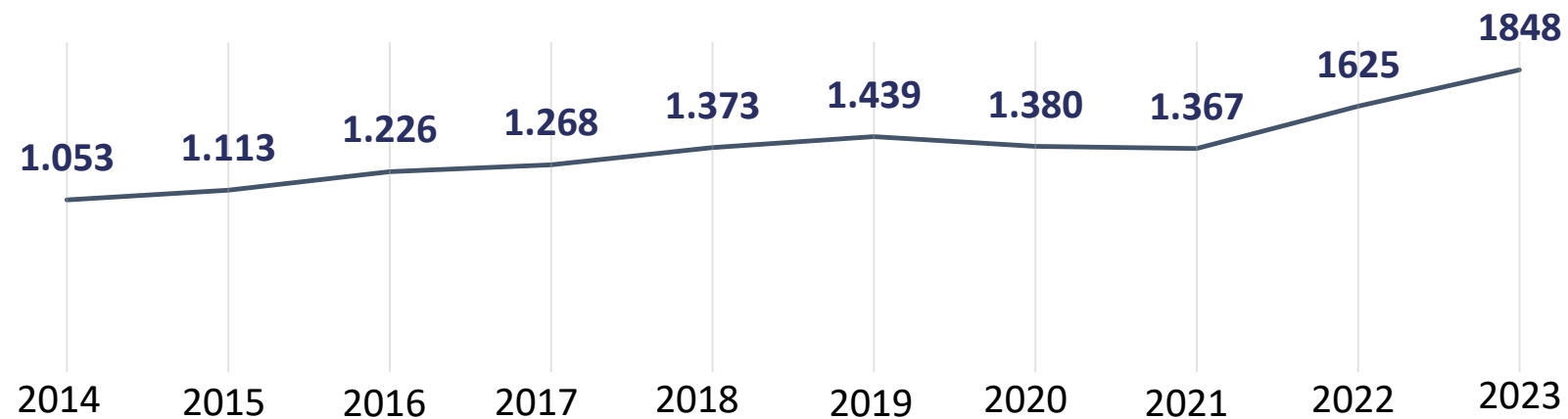
Salário mínimo

Piso Salarial Nacional (Salário Mínimo) – em R\$



Renda *per capita*

Dados do IBGE mostra que a renda domiciliar *per capita* no Brasil passou de R\$ 1.367 para R\$ 1.625 em 2022, um aumento de quase 19% e o maior valor da série histórica.



O VAREJO BRASILEIRO E A CNAE



O que é a CNAE?

A **Classificação Nacional de Atividades Econômicas - CNAE** (pronúncia "quináe") é a classificação oficial adotada desde 1995 pelo Sistema Estatístico Nacional do Brasil e pelos órgãos federais, estaduais e municipais gestores de registros administrativos e demais instituições do Brasil.

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).

O varejo é representado e organizado na CNAE de acordo com a relação apresentada na sequência deste estudo.

Códigos de varejo - 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

Serviços	
CNAE Fiscal	Descrição
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 - 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 <i>duty free</i> 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 - 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 - 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 - 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

Uma crítica ao modelo atual das 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, fizeram com que os critérios de classificação atual ficassem desatualizados.

Isso resulta em um enquadramento incorreto de muitas atividades e empresas de varejo, gerando problemas e provocando 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 levantamentos setoriais e divulgam suas estatísticas.

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

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



FRANCHISING



Entidade responsável:



Dados e Estatísticas do Franchising

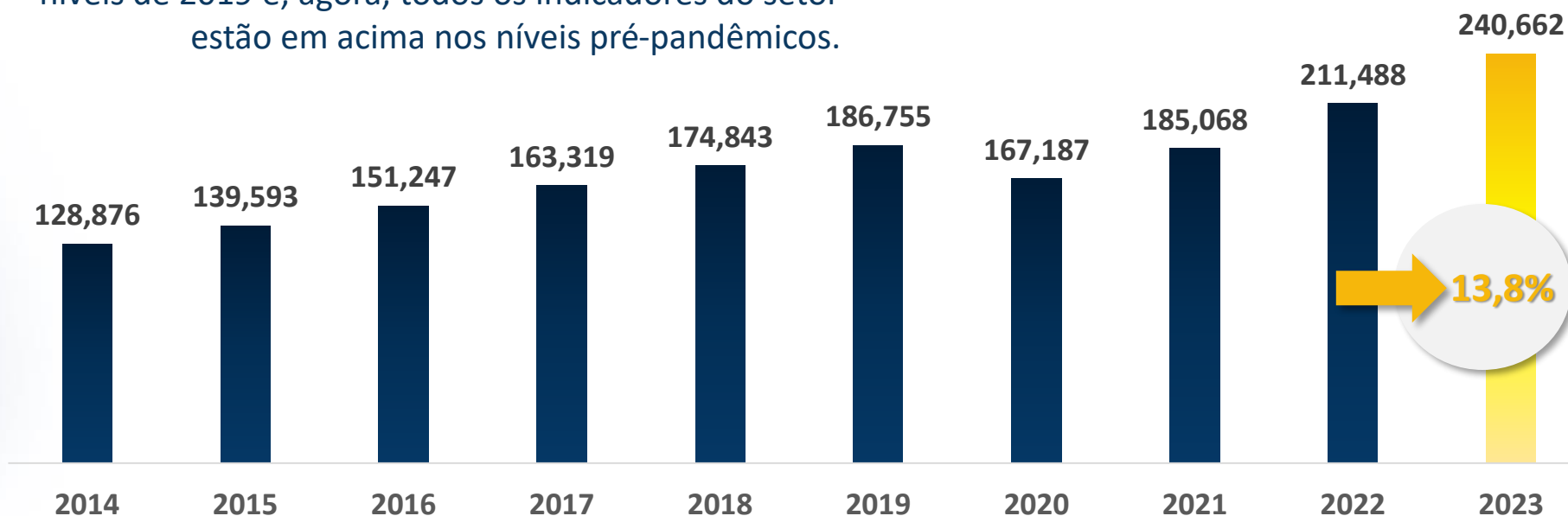


Associação Brasileira de Franchising

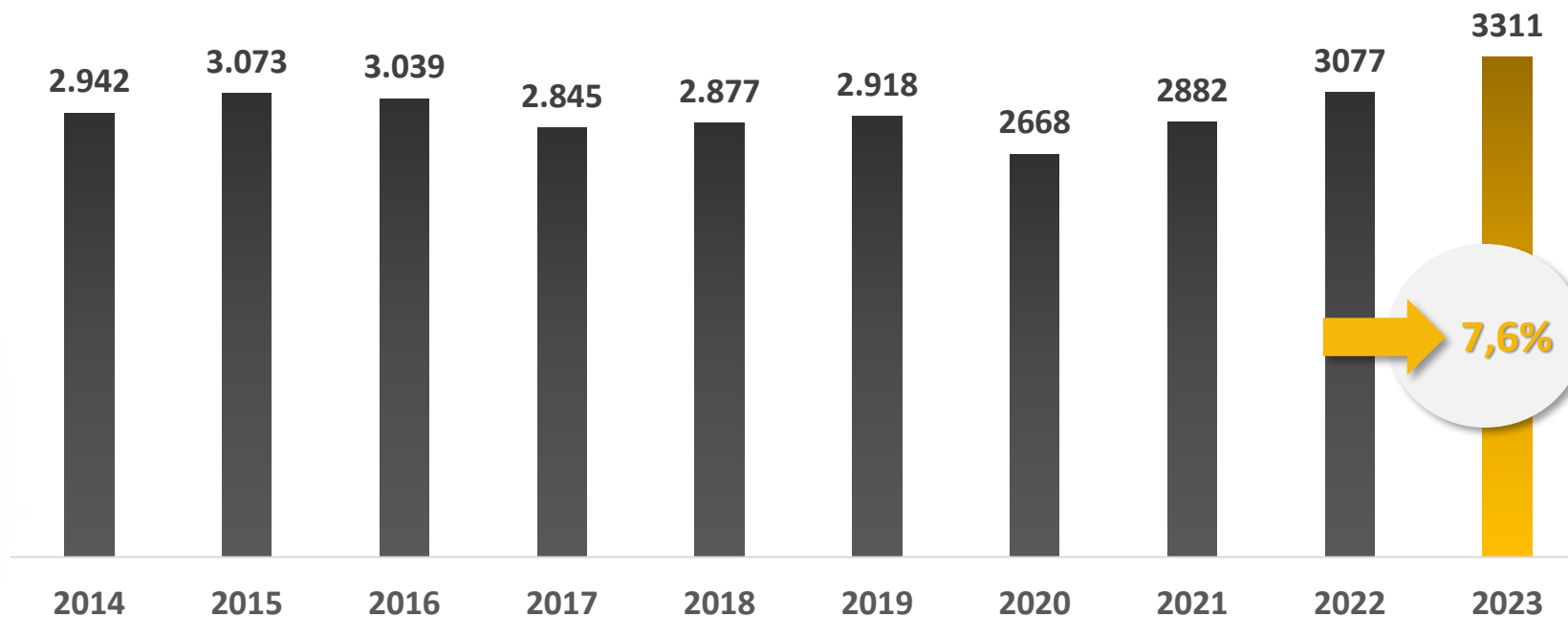
- Entidade sem fins lucrativos criada em julho de 1987, possui atualmente mais de 1.000 associados, entre franqueadores, franqueados e colaboradores, que, nos últimos anos, vêm organizando e participando de diversas ações para o desenvolvimento do sistema no Brasil.
- Representada também por uma Seccional 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 desse sistema de negócios.

Faturamento do setor (em R\$ bilhões)

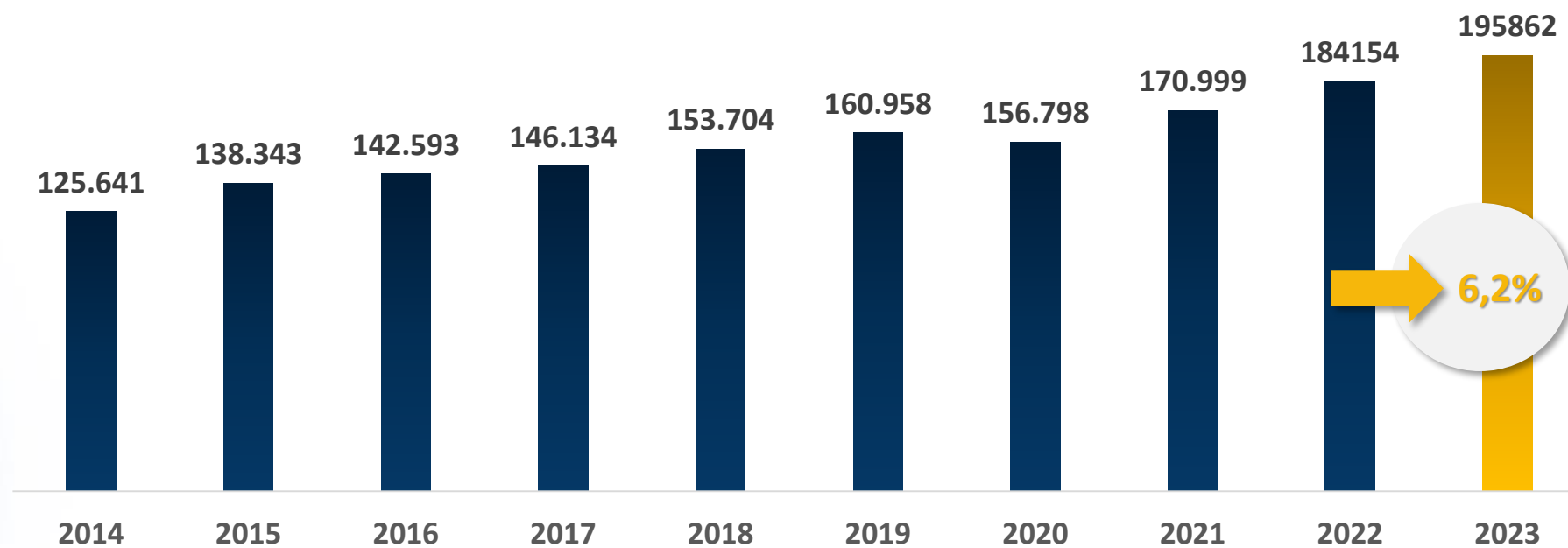
O modelo de franquias se mostrou resiliente, rapidamente recuperando o fôlego após os efeitos da pandemia em 2020. Já no ano seguinte o faturamento ficou próximo dos níveis de 2019 e, agora, todos os indicadores do setor estão em acima nos níveis pré-pandêmicos.



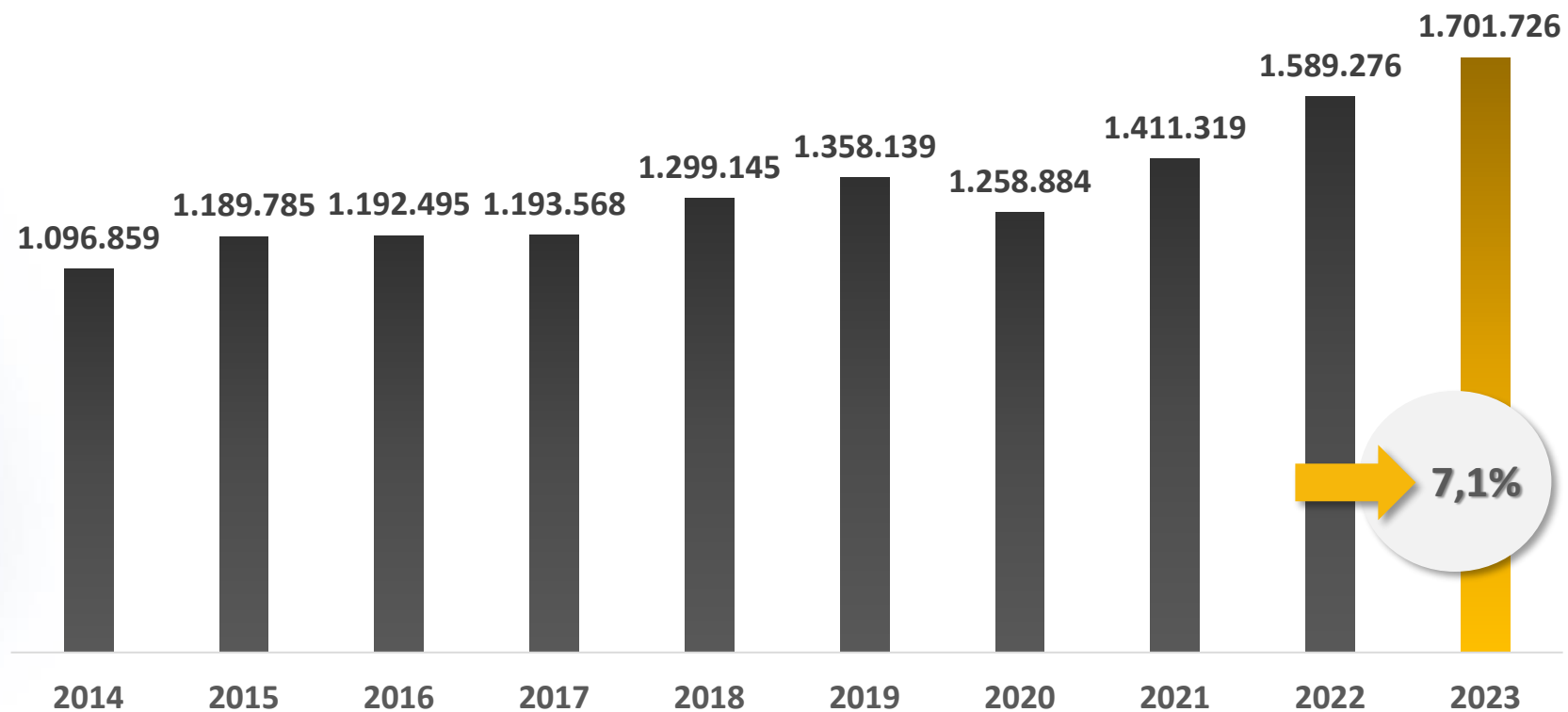
Número de redes franquizadas



Unidades em operação

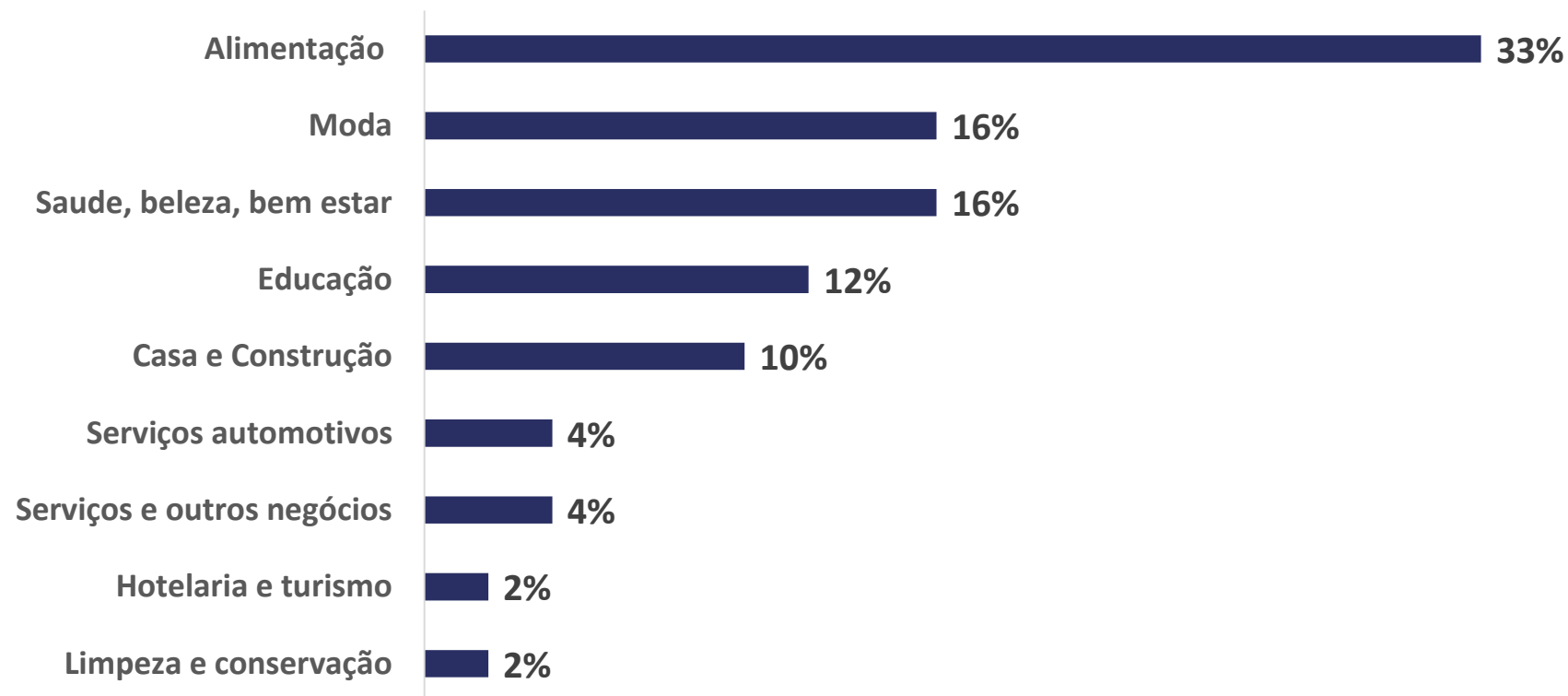


Empregos no setor de Franchising



Representatividade por segmento

(50 maiores)



SHOPPING CENTERS



Entidade responsável:



Shopping Centers



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 mais de 400 associados, 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 e segurança, contribui para o progresso e a valorização do entorno, movimentando a economia, traz arrecadação ao poder público e, acima de tudo, gera empregos.

Panorama do setor

639 SHOPPING NO TERRITÓRIO NACIONAL

 **R\$ 194,7 BILHÕES DE FATURAMENTO em 2023**
R\$ 191,8 BILHÕES DE FATURAMENTO (EM 2020)

 **121.010 LOJAS**

 **18 SHOPPING A INAUGURAR (PROJEÇÃO 2024)**

 **1,063 MILHÃO DE EMPREGOS GERADOS**

 **462 MILHÕES VISITANTES / MÊS**

72

Números do setor

DEZEMBRO/2022

Número Total de Shoppings	628
A inaugurar em 2023	15
Área Bruta Locável (em milhões de m ²)	17,3
Vagas para Carros	1.037.369
Total de Lojas	115.817
Salas de Cinema	3.051
Empregos Gerados	1.040.000

DEZEMBRO/2023

Número Total de Shoppings	639
A inaugurar em 2024	18
Área Bruta Locável (em milhões de m ²)	17,8
Vagas para Carros	1.056.633
Total de Lojas	121.010
Salas de Cinema	3.073
Empregos Gerados	1.063.000

Números regionais

REGIÃO	Nº DE SHOPPINGS	% DO TOTAL	ABL (m ²)
Norte	30	5%	967.649
Nordeste	109	18%	3.219.104
Centro-Oeste	69	9%	1.564.869
Sudeste	324	53%	9.508.409
Sul	107	15%	2.577.266



TOTAL

639

100%

17.837.297

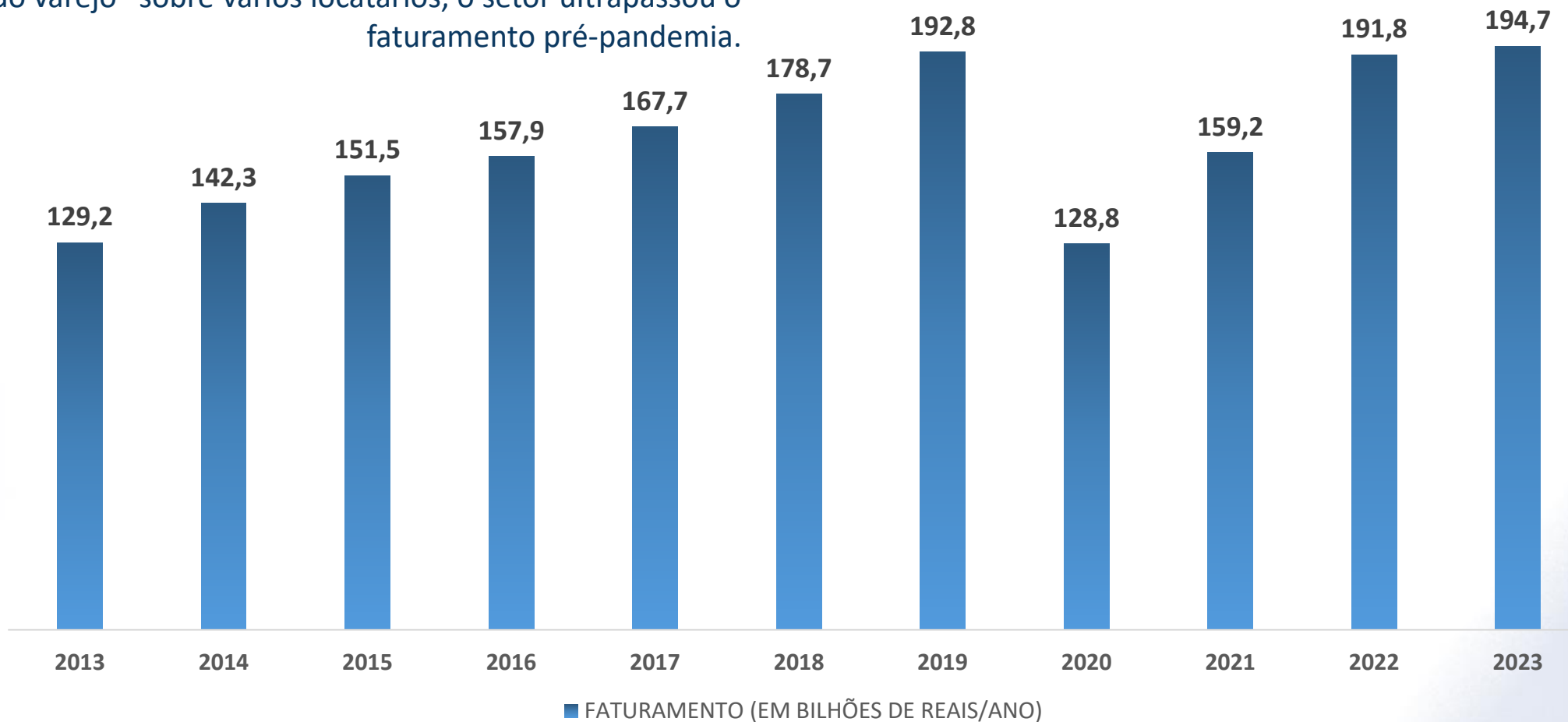
ESTADOS	Nº DE SHOPPINGS	Nº DE NOVOS SHOPPINGS ESTIMADO P/ O FINAL DE 2024	ABL TOTAL EM OPERAÇÃO (m²)
AC	1	0	28.801
AL	5	0	175.591
AM	11	0	353.466
AP	2	0	50.437
BA	23	0	677.625
CE	22	0	599.858
DF	23	0	488.965
ES	12	1	345.365
GO	32	0	676.259
MA	11	0	284.665
MG	48	1	1.254.911
MS	6	0	166.651
MT	8	0	232.994
PA	10	0	341.321

ESTADOS	Nº DE SHOPPINGS	Nº DE NOVOS SHOPPINGS ESTIMADO P/ O FINAL DE 2024	ABL TOTAL EM OPERAÇÃO (m²)
PB	9	0	278.741
PE	21	0	657.444
PI	5	0	136.570
PR	40	3	1.008.431
RJ	71	1	1.986.200
RN	8	0	187.402
RO	1	1	64.152
RR	2	0	42.452
RS	40	1	910.658
SC	27	0	658.177
SE	5	2	221.210
SP	193	7	5.921.933
TO	3	1	87.019
Total	639	18	17.837.297

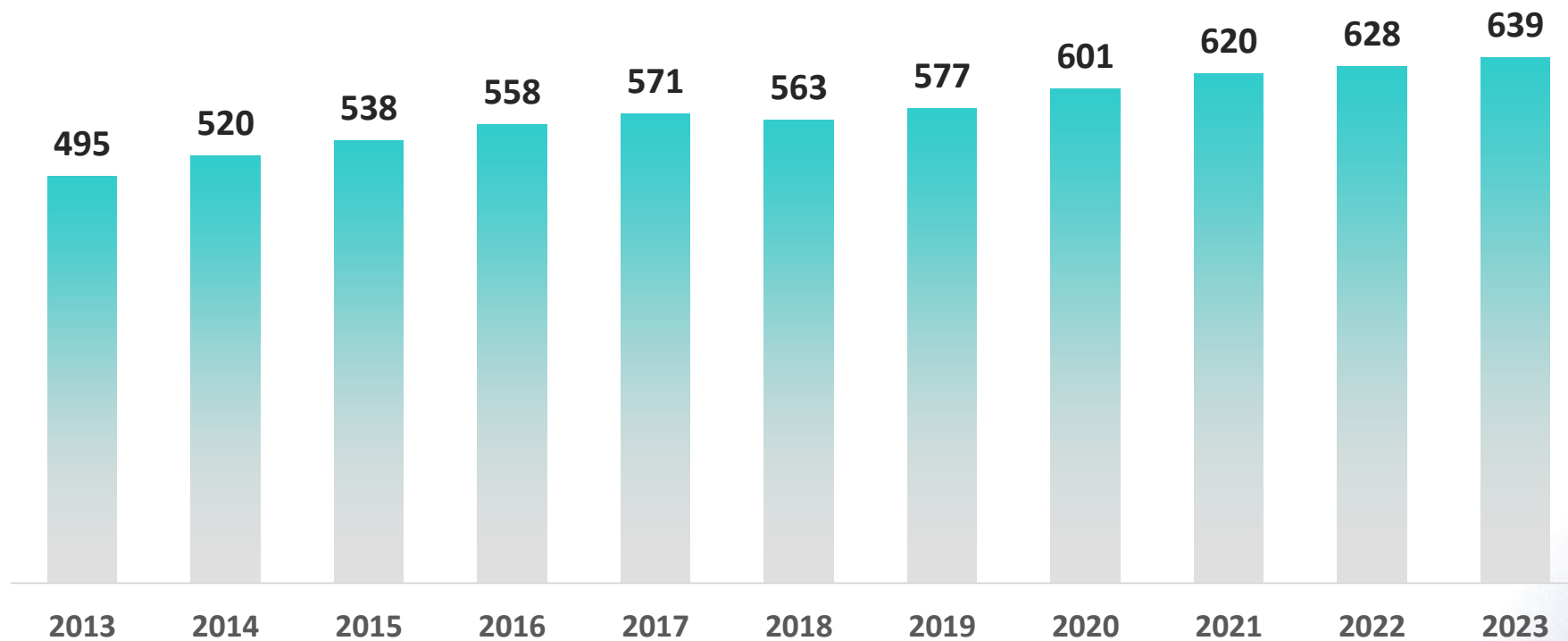
Faturamento

(em R\$ bilhões/ano)

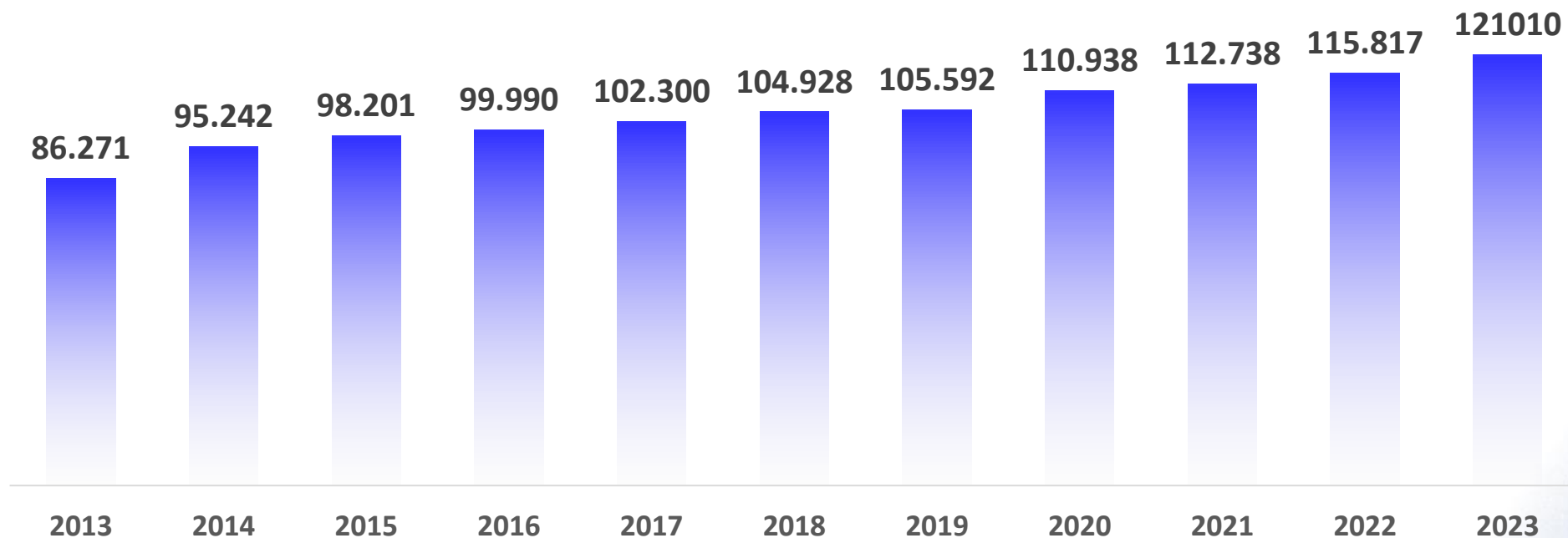
Depois de ser profundamente impactado na pandemia, o setor de shopping centres veio gradualmente se recuperando. Em 2023, mesmo com os efeitos da “crise do varejo” sobre vários locatários, o setor ultrapassou o faturamento pré-pandemia.



Número de shoppings

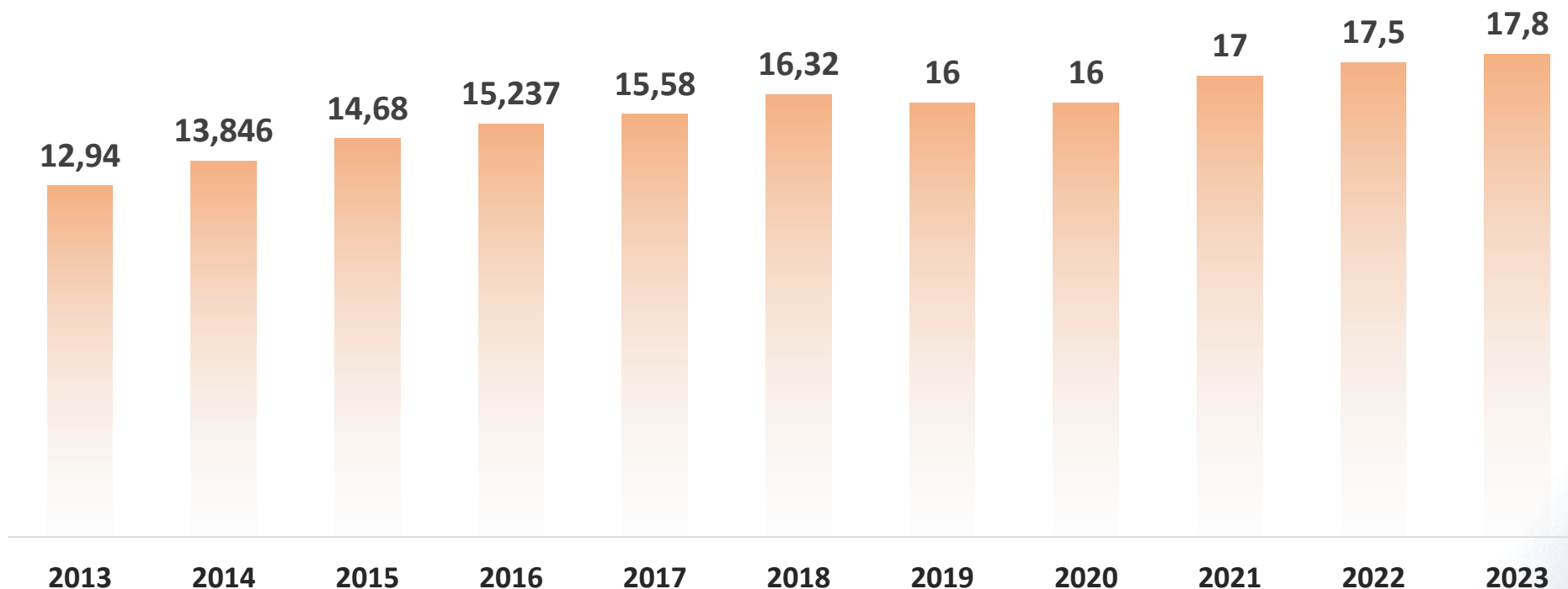


Número de lojas

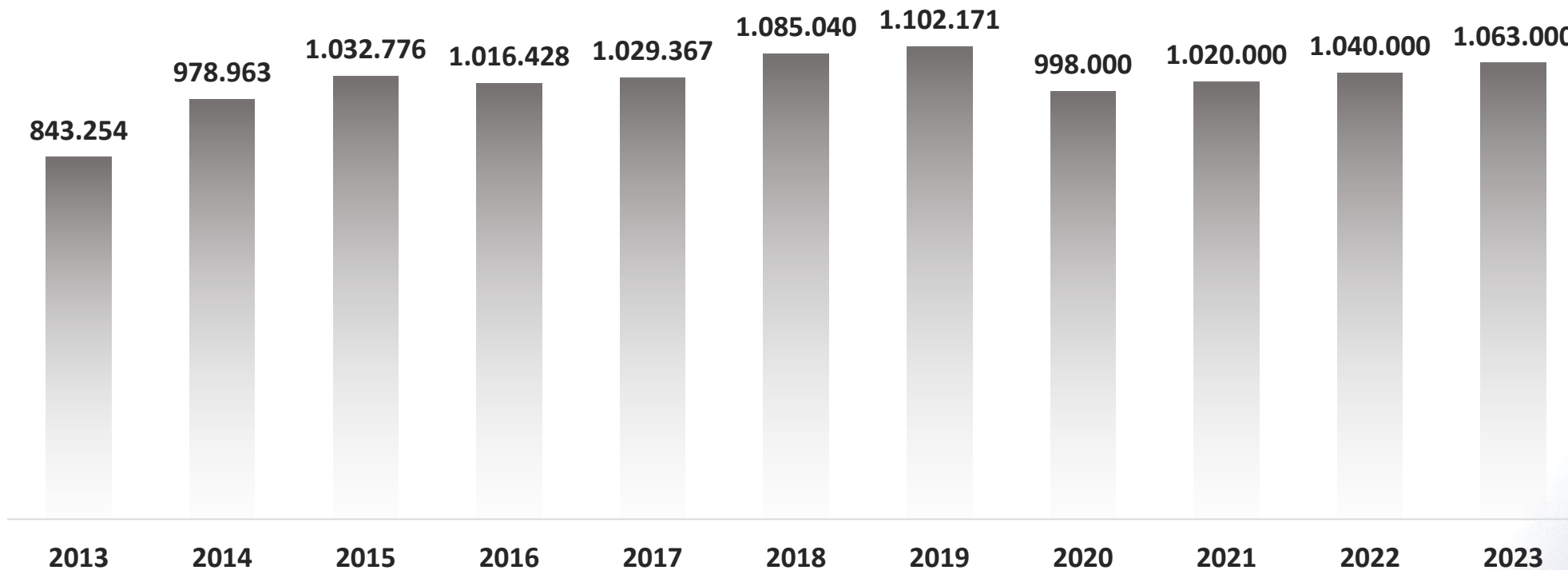


Evolução do setor

ABL (milhões m²)



Empregos diretos gerados



E-COMMERCE



E-commerce



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 vindos às discussões.



Empresa que mede a relevância das lojas virtuais brasileiras, avaliando se elas, de fato, são confiáveis. Esse sistema de avaliação permite aos lojistas, inclusive, entender as mudanças de hábitos no perfil do consumidor. A plataforma oferece um selo de credibilidade, que pode ser inserido na loja virtual, atestando que ela cumpre com o que promete.

E-commerce

A pandemia de COVID-19, iniciada no final de 2019 e se estendendo pelos anos subsequentes, acelerou de maneira sem precedentes a adoção do e-commerce em todo o mundo, incluindo o Brasil.

Negócios que nunca haviam considerado a venda online viram-se obrigados a migrar para o digital para sobreviver, enquanto consumidores, confinados em suas casas, voltaram-se para as compras online por necessidade e conveniência.

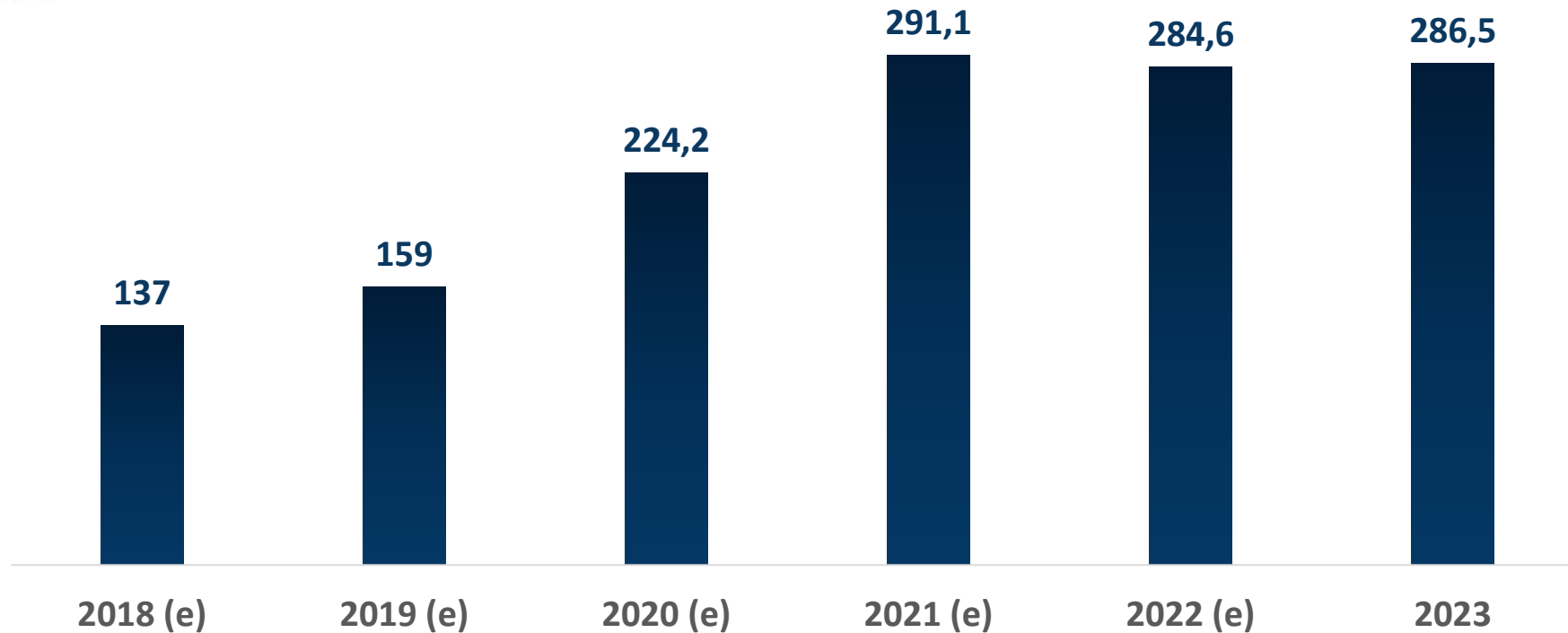
Essa mudança abrupta resultou em um boom do e-commerce, com o setor registrando crescimentos recordes em 2020 e 2021. O tíquete médio aumentou, assim como a diversidade de produtos oferecidos online, abrangendo desde supermercados até farmácias e restaurantes.

À medida que avançamos pela década de 2020, o foco se volta para a inovação e a expansão. A inteligência artificial e o aprendizado de máquina estão começando a personalizar a experiência de compra online de maneiras que antes eram impossíveis, recomendando produtos de forma mais precisa e melhorando o atendimento ao cliente com chatbots eficientes.

Dados e Estatísticas do E-commerce



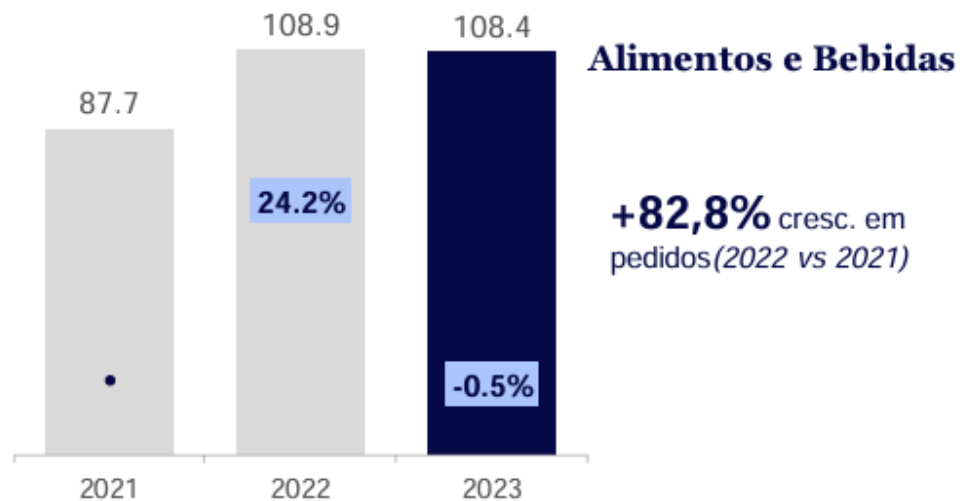
Total de Faturamento no E-commerce (em R\$ bilhões)



Dados e Estatísticas do E-commerce



Evolução de Shoppers ativos no e-commerce



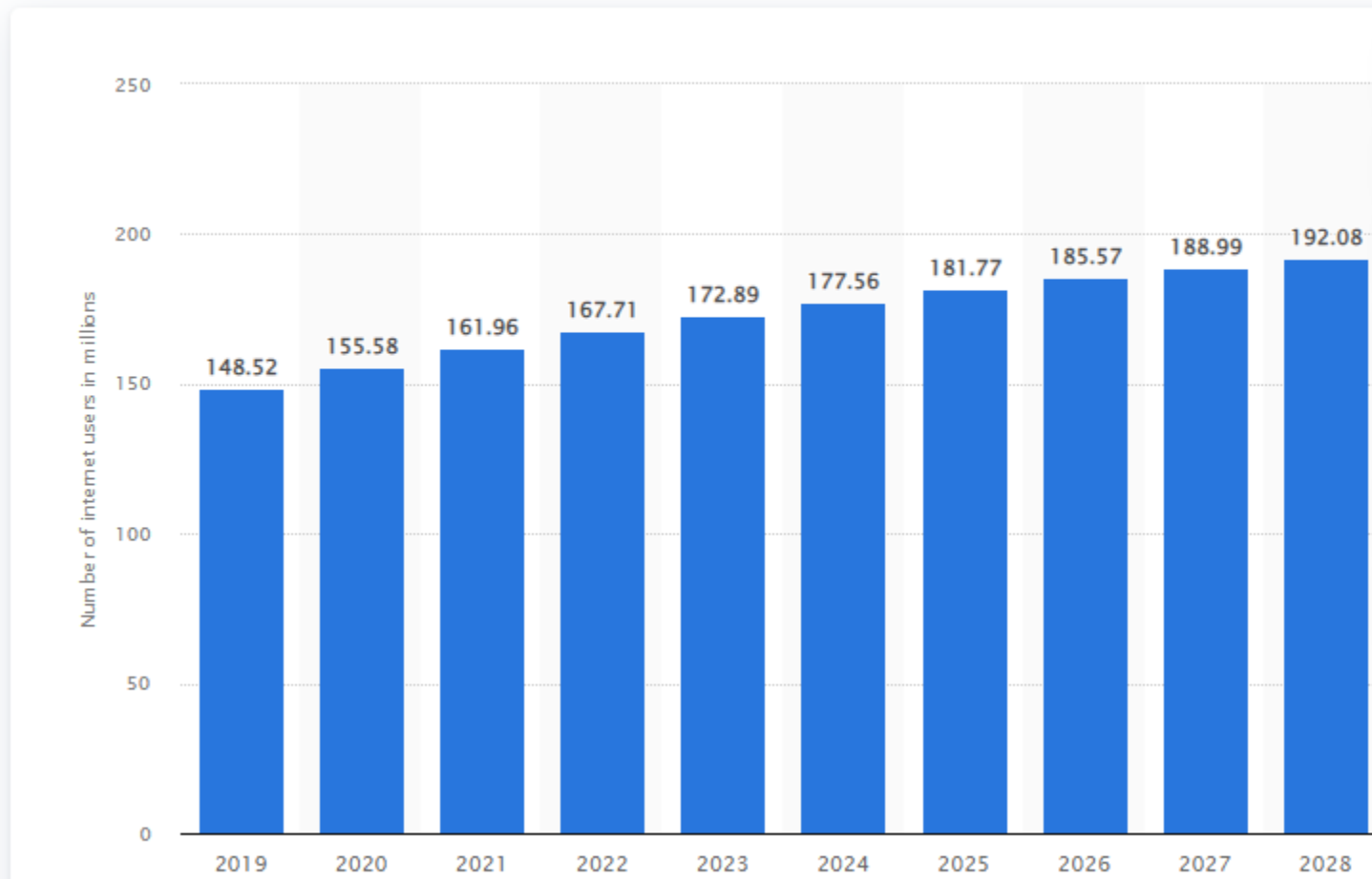
Intenção de compra – Alimentos e Bebidas

Categoria	Intenção de Compra
Alimentos e Bebidas	100%
Cosméticos e Perfumaria	62,3%
Moda e Acessórios	55,4%
Casa e Decoração	51,8%
Saúde	50,8%
Eletrônicos	45,6%
Eletrodomésticos	45,3%
Informática	42,7%
Construção e Ferramentas	34,6%
Esporte e Lazer	31,1%
Telefonia	28,2%
Bebês e Cia	17,2%

O setor de Alimentos foi um grande destaque, registrando aumento de 26,2% no faturamento, refletindo uma mudança nos hábitos de consumo online e no nível de maturidade do canal no país.

Dados e Estatísticas do E-commerce - Brasil

Número de usuários de internet de 2019 a 2028 (milhões)



Dados e Estatísticas do E-commerce - mundo

Top 10 países que mais cresceram em 2022:

Top 10 Countries, Ranked by Retail Ecommerce Sales Growth, 2022

% change

1. Philippines	25.9%
2. India	25.5%
3. Indonesia	23.0%
4. Brazil	22.2%
5. Vietnam	19.0%
6. Argentina	18.6%
7. Malaysia	18.3%
8. Thailand	18.0%
9. Mexico	18.0%
10. US	15.9%

Note: includes products or services ordered using the internet via any device, regardless of the method of payment or fulfillment; excludes travel and event tickets, payments such as bill pay, taxes or money transfers, food services and drinking place sales, gambling and other vice good sales

Source: eMarketer, Jan 2022

272411

eMarketer | InsiderIntelligence.com

Dados e Estatísticas do E-commerce - mundo

Países com mais usuários de internet no mundo – em milhões: (Janeiro/2023)

Em janeiro de 2023, a China ocupava o primeiro lugar entre os países com maior número de usuários de Internet no mundo. O país mais populoso do mundo tinha 1,05 bilhão de utilizadores de Internet, mais do que o triplo dos Estados Unidos, terceiro classificado, com 311 milhões de utilizadores de Internet. O Brasil ocupa a 5ª colocação nesse ranking.



HIPER E SUPERMERCADOS



Hiper e Supermercados



Associação Brasileira de Supermercados

- A Abras é uma entidade 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 50 anos desenvolveu uma ampla rede de relacionamento com a sociedade, órgãos de governo e diversas instituições nacionais e internacionais, agindo de forma participativa com as 27 Associações Estaduais filiadas, sempre com foco na evolução das lojas, no estímulo ao saudável intercâmbio com os fornecedores e no esforço dirigido ao melhor atendimento aos consumidores e à evolução do mercado de consumo brasileiro.
- Com sede em São Paulo (SP) e escritório em Brasília (DF), representa o setor de autosserviço, que responde por mais de **9% do Produto Interno Bruto (PIB)** nacional.

Dados e estatísticas de Hiper e Supermercados

Em 2023, o setor supermercadista alcançou um faturamento de R\$ 1 trilhão, considerando a operação de todos os seus formatos e canais de distribuição (supermercado, hipermercado, atacarejo, mercado de vizinhança e e-commerce). O resultado registrado no ano passado representa 9,18% do Produto Interno Bruto (PIB) nacional. Um desempenho obtido a partir da operação de um universo de estabelecimentos que também cresceu, chegando a um total de 94.706 lojas.

 **R\$ 1 TRILHÃO DE FATURAMENTO em 2023**



94.706 LOJAS

- 9 milhões de colaboradores diretos e indiretos
- 40 milhões de consumidores/ diários
- 400 mil check-outs

Dados e estatísticas de Hiper e Supermercados

“Todos os anos, a Abras apresenta uma pesquisa sobre o consumo nos lares brasileiros. No ano passado, nossa expectativa era de que o setor de supermercados registrasse crescimento de 2,5% e conseguimos alcançar a marca de 2,9%. Esperamos que, em 2024, essa mesma meta de crescimento se cumpra. No ano passado, o setor de supermercados investiu mais de R\$ 30 bilhões novas lojas e reformas e empregamos mais de 3 milhões de colaboradores, de forma direta ou indireta. Como desafio temos, sobretudo, a questão de mão-de-obra e de contratações, que acaba nos impactando. Precisamos de mão-de-obra especializada e de estímulo à formação de profissionais que possam atuar em todas as áreas da cadeia de supermercados.”

João Galassi, presidente da Associação Brasileira de Supermercados (Abras)

MATERIAIS DE CONSTRUÇÃO





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 materiais 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.

Materiais de Construção

O setor em 2023:

- FATURAMENTO: R\$ 202,8 bilhões
- EVOLUÇÃO 2023 x 2022: -2,2%



O ano passado foi de queda no faturamento para a indústria de materiais de construção, embora em escala menor do que em 2022. O índice Abrammat, elaborado pela FGV para a Associação Brasileira da Indústria de Materiais de Construção, indica que, no acumulado de 2023, os materiais de base tiveram alta de 0,9% no faturamento, enquanto os de acabamento puxaram o resultado do ano para baixo, com queda de 6,8%.

FARMÁCIAS E DROGARIAS

(MEDICAMENTOS, COSMÉTICOS E HIGIENE PESSOAL)



Entidade responsável:



Associação Brasileira de Redes de Farmácias e Drogarias

- Foi fundada em 21 de outubro de 1991 por redes de farmácias paulistas que perceberam que o segmento não dispunha de uma entidade que defendesse seus interesses e posições, não só no plano municipal, como no estadual e no federal. As empresas concluíram que, se o setor 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. Elas, a exemplo das empresas paulistas, sentiam a necessidade da criação de uma entidade representativa própria.

O varejo farmacêutico continua a ter índices de crescimento bastante representativos, na casa dos dois dígitos.

O setor em 2023:

- FATURAMENTO 2023: R\$ 91,3 bilhões
- CRESCIMENTO 2023 x 2022: 13,5%



Os principais nomes do varejo farmacêutico nacional geraram vendas de R\$ 91,3 bilhões em 2023, uma evolução de 13,5% sobre o ano anterior. O número é medido pela Associação Brasileira de Redes de Farmácias e Drogarias (Abrafarma), que também faz o ranqueamento das redes por faturamento e número de lojas. Segundo os dados de 2023, a RD Saúde (Raia Drogasil) segue na liderança de ambas as listas.

LIVRARIAS





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 demais órgãos governamentais aos quais está habilitada a participar como entidade representativa 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

O ano de 2023 para o varejo de livros no Brasil foi de declínio, segundo o Painel do Varejo de Livros no Brasil, pesquisa realizada pela Nielsen BookScan e divulgada pelo Sindicato Nacional dos Editores de Livro (SNEL). O painel registrou um volume de livros 7,13% menor que em 2022, mas com um faturamento apenas 0,78% menor.



O setor em 2023:

- FATURAMENTO 2022: R\$ 2,525 milhões
- CRESCIMENTO 2023 x 2022: -0,78%

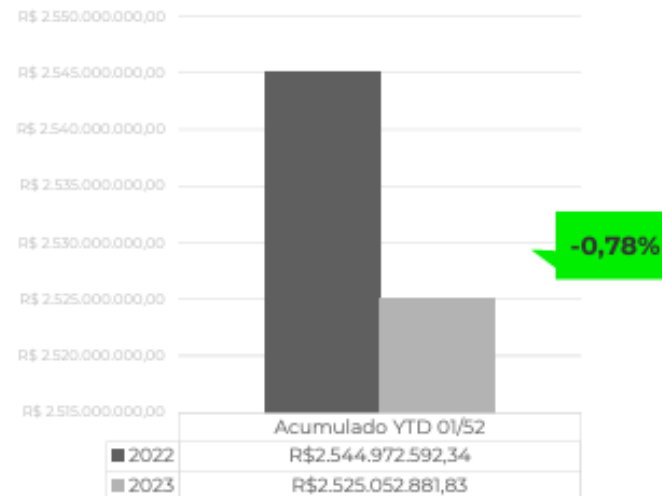
Resultado da crise enfrentada pelos principais players do setor e da digitalização da sociedade, que impulsiona o consumo de streaming, games e outras fontes de entretenimento.

Nielsen BookScan

Faturamento e Volume – 2023 x 2022

Ano de 2023 fecha em declínio tanto em volume quanto em valor

Valor



Volume



T. Mercado – Acumulado WK01 / WK52: 2022 (03/01/2022 a 01/01/2023) x 2023 (02/01 a 31/12/2023)
Fonte: Nielsen BookData | Nielsen BookScan

© 2021 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

BARES E RESTAURANTES





Associação Brasileira de Bares e Restaurantes

- A Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (Abrasel) é uma organização de cunho associativo empresarial que tem como missão representar e desenvolver o setor de alimentação fora do lar (AFL), facilitando o empreender e melhorando a qualidade de vida no País.
- Com bares e restaurantes presentes nos 5.570 municípios brasileiros, o setor congrega 1 milhão de negócios e gera 6 milhões de empregos diretos em todo o Brasil, representando atualmente 2,7% do PIB nacional. Somado a isso, o hábito de comer fora de casa é crescente no País e, no último levantamento feito pelo IBGE, correspondia a 32,8% de todo o gasto dos brasileiros com alimentos (POF IBGE 2017-2018).

Bares e Restaurantes

Pesquisa da Abrasel realizada em março/24 acendeu um sinal de alerta para o setor de bares e restaurantes no ano. Ainda lutando para se livrar de dívidas acumuladas, 31% das empresas operaram no vermelho em fevereiro – o pior índice desde março do ano passado.

Além disso, outros 38% dos estabelecimentos trabalharam em equilíbrio e 31% tiveram lucro, o que representa uma queda de 4 pontos percentuais em relação à pesquisa anterior.

Ainda segundo a pesquisa, três dos principais fatores responsáveis pelo desempenho negativo das empresas que operaram em prejuízo foram a queda das vendas no mês (76%), a redução do número de clientes (66%) e o custo de alimentos e bebidas (42%).

Quanto à inflação no setor, os estabelecimentos seguem com dificuldades de ajustar os preços do cardápio acima do índice geral: 19% reajustaram o cardápio abaixo da inflação; 35% reajustaram somente para acompanhar a inflação; 37% não conseguiram reajustar os preços e apenas 9% reajustaram acima do índice.



Bares e Restaurantes

"Os números recentes revelados pela pesquisa são preocupantes para o setor de bares e restaurantes. Com 31% das empresas operando no vermelho, enfrentamos desafios significativos. Em janeiro houve queda nas vendas, com ligeira recuperação em fevereiro por causa do carnaval, mas que não foi percebida como uma retomada pelos estabelecimentos", diz Paulo Solmucci, presidente-executivo da Abrasel.

"Além disso, a dificuldade em ajustar os preços do cardápio para recuperar perdas é um desafio adicional, junto com o alto endividamento, já que quase 40% do setor tem dívidas atrasadas", continua Solmucci.



PERFUMARIAS



Entidade responsável:

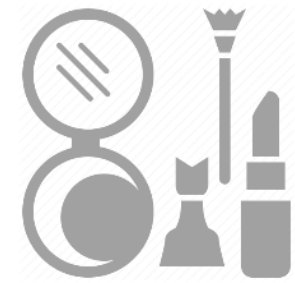


Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos

- 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.

Perfumarias

- Brasil 4º Maior mercado consumidor do mundo (US\$26,9 bilhões*)
- 2º Mercado no ranking global de países que mais lançam produtos anualmente (1º EUA)*
- 7,0% Retração real em 2022 (ex-factory)
- 2º Maior mercado em fragrâncias, produtos masculinos e desodorantes*
- Importações representaram apenas 5,9% do total de vendas ex-factory do Setor de HPPC em 2022.



Perfumarias

O Brasil no Mundo

- DADOS AO CONSUMIDOR - 2022

CLASSIFICAÇÃO DO BRASIL POR CATEGORIA

- 2º FRAGRÂNCIAS
PRODUTOS MASCULINOS
DESODORANTES
- 3º PRODUTOS INFANTIS
PROTEÇÃO SOLAR
HIGIENE ORAL ↑
- 4º CUIDADOS COM O CABELO
PRODUTOS PARA BANHO ↑
- 6º MAQUIAGEM ↑
- 8º CUIDADOS COM A PELE
- 10º DEPILATÓRIOS

US\$ MILHÕES

TOP 10
MERCADO CONSUMIDOR

1º	Estados Unidos	20,7% US\$ 110.671
2º	China	14,7% US\$ 78.937
3º	Japão	5,5% US\$ 29.687
4º	Brasil	5,0% US\$ 26.880
5º	Alemanha	3,7% US\$ 19.749
6º	Reino Unido	3,2% US\$ 17.590
7º	Índia	2,9% US\$ 15.689
8º	França	2,8% US\$ 14.806
9º	Coreia do Sul	2,4% US\$ 12.800
10º	Itália	2,2% US\$ 11.917





- O efeito matricial mostra a relevância de um setor ao longo da cadeia produtiva
 - Adição de valor nos demais setores
 - Inter-relações setoriais
- Alta capacidade de geração de renda (multiplicador de massa salarial)
- Alta capacidade de arrecadação (vista no multiplicador de impostos)

Impacto socioeconômico do setor de HPPC

R\$ 1 bilhão a mais no setor de HPPC geram na economia brasileira:

	 VALOR ADICIONADO (R\$)	 OCUPAÇÃO (unidades formais, por 1 ano)	 IMPOSTOS (R\$)	 SALÁRIOS (R\$)
 HPPC	1,3 bilhão	25 mil empregos	591 milhões	509 milhões
Como comparação, mesmo aumento na agropecuária ou na indústria gera:				
 AGROPECUÁRIA	1,2 bilhão	41 mil empregos	157 milhões	321 milhões
 INDÚSTRIA	1,3 bilhão	26 mil empregos	346 milhões	484 milhões

PET SHOP



Entidade responsável:



Associação Brasileira da Indústria de Produtos para Animais de Estimação

- Com mais de 40 anos de atuação e experiência, a Associação Brasileira da Indústria de Produtos para Animais de Estimação (Abinpet) tem uma rica história. Desde a sua fundação em 1980, quando ainda era a Associação Nacional dos Fabricantes de Ração (Anfar), a entidade tem trabalhado em prol do progresso do setor e, hoje, comemora os resultados alcançados durante mais de quatro décadas de esforço.
- Passando por um aperfeiçoamento ao decorrer dos anos, hoje a Abinpet congrega as indústrias dos segmentos de *Pet Food* (alimentos completos), *Pet Care* (equipamentos, acessórios e produtos para higiene e beleza), *Pet Vet* (medicamentos veterinários) e Ingredientes. Realiza, ainda, diversos trabalhos nas áreas de comunicação, promoção de exportações, inteligência de mercado, técnica regulatória, jurídica e governança.

Pet Shops

De acordo com projeção da Abinpet, a indústria brasileira de produtos para animais de estimação registrou um faturamento 11,65% maior em 2023 em relação ao ano anterior. A projeção atual tem como base o 3º trimestre de 2023.

O total de R\$ 46,8 bilhões inclui a produção industrial, mas não o varejo e serviços pet.

Pet food representou 78% do faturamento, com R\$ 36,8 bilhões. Em seguida, vêm os produtos veterinários (*pet vet*), com R\$ 6,8 bilhões, e produtos de higiene e bem-estar (*pet care*), com R\$ 3,09 bilhões.

Em 2023, foram produzidas cerca de 4 milhões de toneladas de pet food em território nacional.



Pet Shops

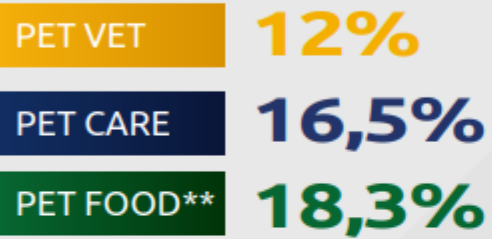


Faturamento

FATURAMENTO INDÚSTRIA PET
(FOOD, ACESSÓRIOS E MEDICAMENTOS)
2022 (JAN A DEZ)

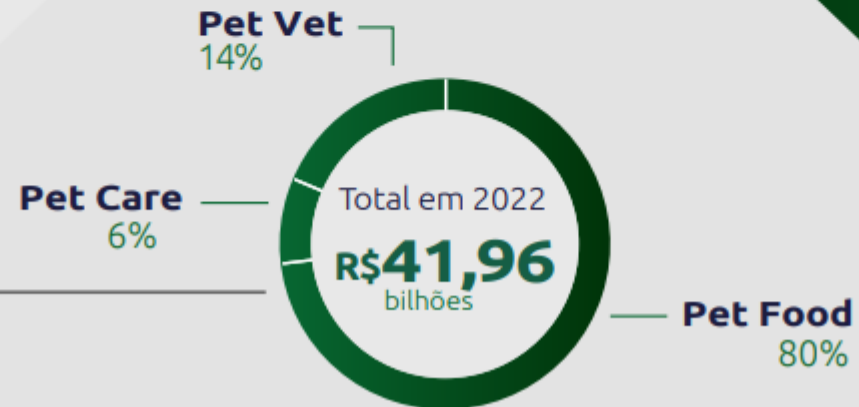


Crescimento 2021/2022
por Segmento:



Volume Pet Food
(milhões tons):
2021/2022:
3,9tons = +7,5%

Fonte/Elaboração: Abinpet



Pet Shops





O BRASIL OCUPA A 6ª COLOCAÇÃO E A CHINA SE MANTÉM NA 2ª COLOCAÇÃO

até 2016 ela não figurava no Top 10



CONCLUSÕES



Conclusões

Toda crise gera oportunidades para quem está preparado – e o Brasil é um país historicamente repleto de turbulências. As empresas que estiverem estruturadas para aproveitar os espaços e as transformações de comportamento irão crescer mais rápido.

Em um ambiente de negócios que deixou para trás o período de pandemia, mas vê novas turbulências constantemente e enfrenta desafios relacionados ao ambiente competitivo, tributário e legal, o varejo vivenciou nos últimos anos uma profunda mudança nos hábitos e comportamentos dos consumidores. Mudanças aceleradas pela transformação digital dos negócios, pela aceleração do uso de tecnologias e pela necessidade de evolução contante. Agilidade, flexibilidade e adaptabilidade são mais importantes do que nunca.

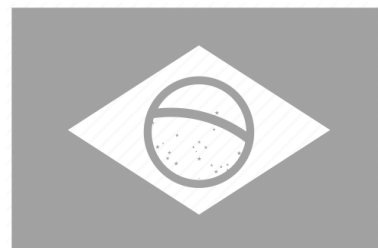
Para continuar a crescer, o varejo precisa estar cada vez mais estruturado, com uma gestão profissionalizada, bom planejamento e execução impecável. Eficiência e produtividade são essenciais – o que passa, necessariamente, pela preparação dos profissionais e pela adoção de tecnologia nas lojas e no ambiente de retaguarda.



Conclusões

Os fundamentos, dados e análises deste Estudo apresentam as principais estatísticas de cada segmento do varejo brasileiro, o que permite demonstrar o tamanho e a relevância do setor para a economia do País. É fundamental que um segmento que emprega mais de 20% dos trabalhadores formais brasileiros e que impacta cerca de 60% do PIB seja cada vez mais estudado e analisado, para que toda sua cadeia de valor seja conhecida e compreendida.

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



Ficha Técnica

Realização SBVC:

Eduardo Terra – Diretor-Presidente da SBVC e sócio da BTR Retail

Fernanda Besnosoff – Coordenadora de Pesquisas e Estudos da SBVC

Renato Müller – Co-Fundador da Käfer Content Studio e Jornalista especializado em varejo

Diretoria SBVC:

Eduardo Terra – Diretor-Presidente da SBVC e sócio da BTR Retail

Hélio Biagi – Presidente do Conselho Deliberativo da SBVC, Sócio da BTR Retail e Co-Fundador do OasisLab

Maria Odete Alves – Gerente Executiva da SBVC