ESTUDO

O Papel do Varejo na Economia Brasileira

Atualização 2020

SBVC

Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo

Sumário

Sobre o Estudo	03
Impacto Covid-19 na economia	04
Conceituação do Varejo	08
Representatividade do PIB	14
Principais Estatísticas do Varejo	23
Fatores de Influência no Consumo	29
Emprego	31
Crédito	41
Confiança	55
Renda	60
Varejo Brasileiro e o CNAE	65
Estatísticas do Varejo Brasileiro por setor	74
Franchising	78
Shopping Centers	85
E-commerce	98
Hiper e Supermercados	110
Materiais de Construção	116
Farmácias e Drogarias	121
Livrarias	128
Bares e Restaurantes	132
Perfumarias	140
Pet Shop	146
Conclusões	151
Ficha Técnica	157

Sobre o Estudo

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 e uma análise da situação atual do setor.

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 passou a discutir, junto aos diversos órgãos do poder executivo e legislativo, medidas e políticas que mantenham a força e a saúde do segmento. A crise do Coronavírus, a partir de março de 2020, trouxe novos desafios, que também serão discutidos neste Estudo.

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.

Legenda:
(ícone aparecerá ao longo do Estudo)

Informações atualizadas devido ao Covid-19

O impacto do Covid-19 na economia

Considerando os impactos de oferta e demanda advindos da desaceleração econômica e as restrições na circulação de pessoas e fechamento de lojas que não comercializam produtos essenciais, os segmentos mais impactados operacionalmente foram os de eletroeletrônicos e vestuário. Para Supermercados e Farmácias, por outro lado, o impacto é baixo, principalmente pela demanda por alimentos básicos, medicamentos e itens de higiene.

Prevenção e efeito sobre a saúde
Farmacêuticos **+112%**
Higiene Pessoal **+15%**
Suplementos **+17%**

Efeito de estoque:
Arroz **+33%**
Macarrão **+25%**
Enlatados Animais **+29%**

Conforme relatório divulgado pela Ebit/Nielsen, já podemos notar mudanças no comportamento do consumidor, que impactam o desempenho das lojas:

MUDANÇAS NOS HÁBITOS DOS CONSUMIDORES

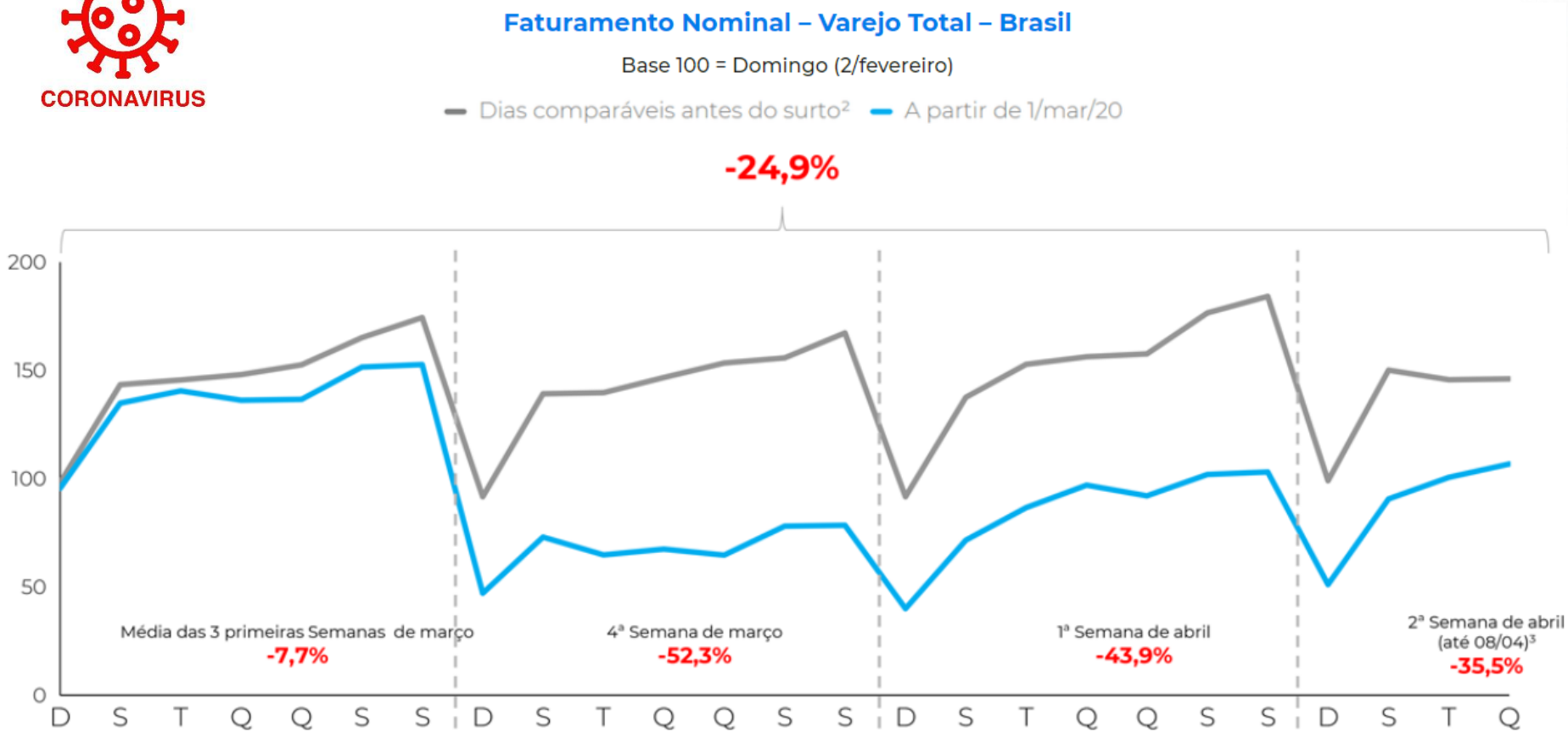
CORONAVIRUS

Cresce o interesse por produtos para a manutenção geral da saúde e bem-estar	Dar prioridade aos produtos essenciais para a contenção do vírus, saúde e segurança pública	Armazenamento de alimentos e uma vasta gama de produtos de saúde	Aumento das compras online e diminuição das visitas às lojas	Viagens de compras restritas, preocupações com o aumento do preço	Pessoas retornam às rotinas diárias, mas operam com cautela renovada sobre a saúde

Fonte: Ebit/ Nielsen online Sales
https://www.nielsen.com/br/pt/insights/article/2020/como-o-brasileiro-se-prepara-para-vida-restritiva-imposta-pela-covid-19/

O impacto do Covid-19 na economia

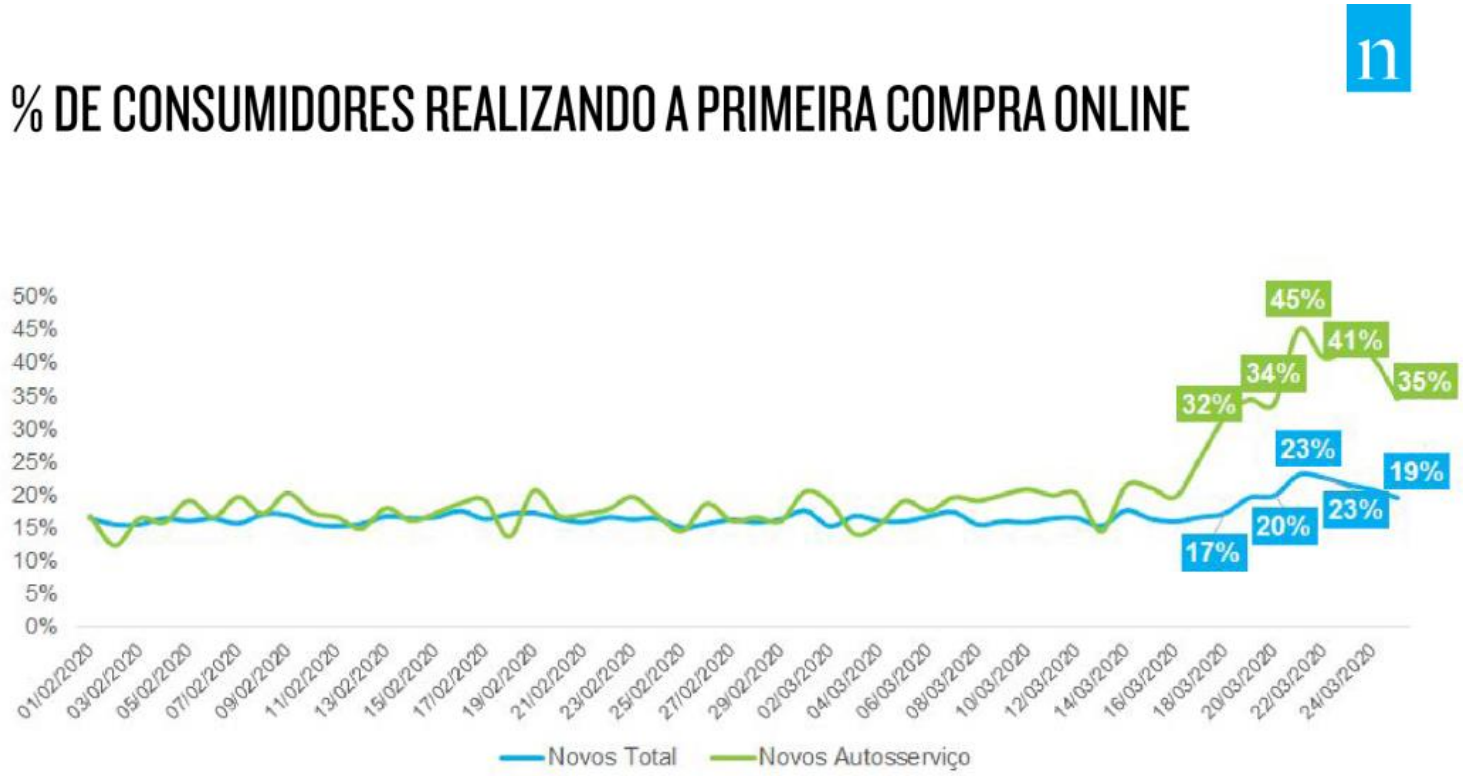
DESDE O INÍCIO DO SURTO DE COVID-19[1], O VAREJO TOTAL NO BRASIL APRESENTOU QUEDA DE 24,9%, COM UMA DESACELERAÇÃO DO RITMO DE QUEDA NA PRIMEIRA SEMANA DE ABRIL



Fonte: Cielo | ICVA - Índice Cielo do Varejo Ampliado
1) Período de 01/mar/20 a 08/abr/20.

O impacto do Covid-19 na economia

Além disso, a empresa que souber utilizar o momento de crise para implementar ações de transformação digital em seu modelo de negócio terá vantagens competitivas perante o mercado. Podemos notar um forte aumento das vendas no comércio eletrônico:



Fonte: Ebit | Nielsen Online Sales - Período: 01 de Jan. 2020 a 25 de Março de 2020.

Copyright © 2020 The Nielsen Company (US), LLC. All Rights Reserved

CORONAVIRUS

Fonte: Ebit/ Nielsen online Sales
https://www.nielsen.com/br/pt/insights/article/2020/como-o-brasileiro-se-prepara-para-vida-restritiva-imposta-pela-covid-19/

O impacto do Covid-19 na economia

Ações do Governo frente aos efeitos negativos a curto prazo do coronavírus sobre a economia brasileira:

1) Auxílio imediato à população mais vulnerável (R$ 83,4 bilhões)

- Antecipação da segunda parcela do 13º de aposentados e pensionistas do INSS para maio
- Junção dos valores do Pis/Pasep com o FGTS para permitir novos saques
- Antecipação do abono salarial para junho
- Reforço ao programa Bolsa Família, com inclusão de mais de 1 milhão de pessoas

2) Manutenção de empregos (R$ 59,4 bilhões)

- Diferimento de FGTS e Simples Nacional por três meses
- Redução de 50% nas contribuições do Sistema S por três meses
- Crédito extra do PROGER / FAT para Micro e Pequenas Empresas

3) Combate à pandemia (R$ 4,5 bilhões)

- Destinação do saldo do fundo do DPVAT para o SUS.

Fonte: https://conteudos.xpi.com.br/economia/relatorios/anuncio-do-governo-tem-alcance-limitado/

SBVC
Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo

CONCEITUAÇÃO DO VAREJO

Conceituação do Varejo

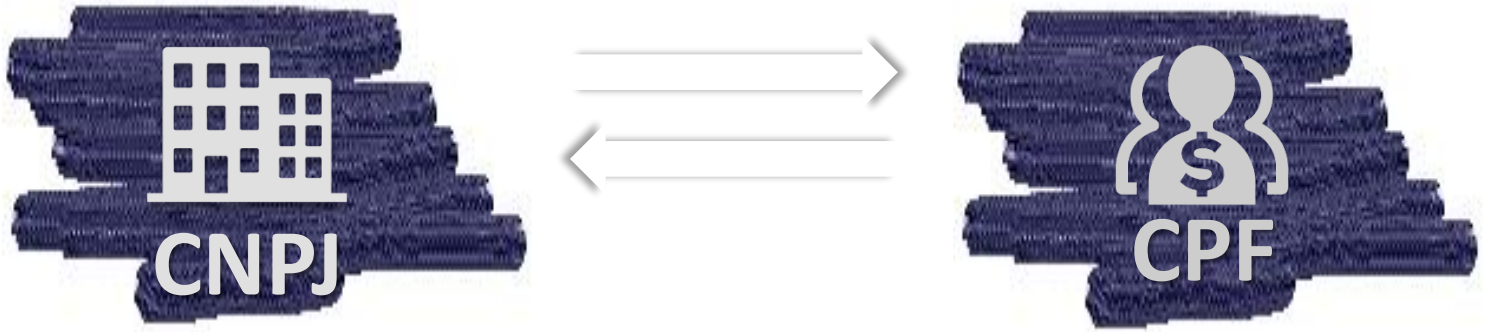
Considerado como um canal de distribuição de produtos pela literatura mais tradicional de marketing, o varejo ganhou destaque nas últimas décadas, devido à sua posição estratégica na distribuição de produtos e serviços e à sua proximidade junto aos consumidores finais.

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



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 pela SBVC

Conforme pesquisas e levantamento realizados em diversos países, 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*:

Varejo de bens de consumo em geral

Varejo de carros e combustíveis

Varejo de Serviços

*Dados serão detalhados nos próximos slides

Conceituação do Varejo no Brasil

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***

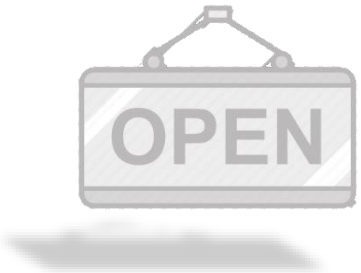
O Varejo Ampliado inclui, além de todo o varejo restrito, as concessionárias de veículos e as lojas de material de construção.

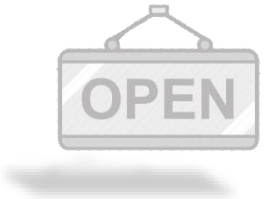
Essa, no entanto, não é a segmentação padrão utilizada em outros países, dificultando a comparação de dados e estatísticas.

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

*Dados serão detalhados nos próximos slides

Conceituação do Varejo no Brasil





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

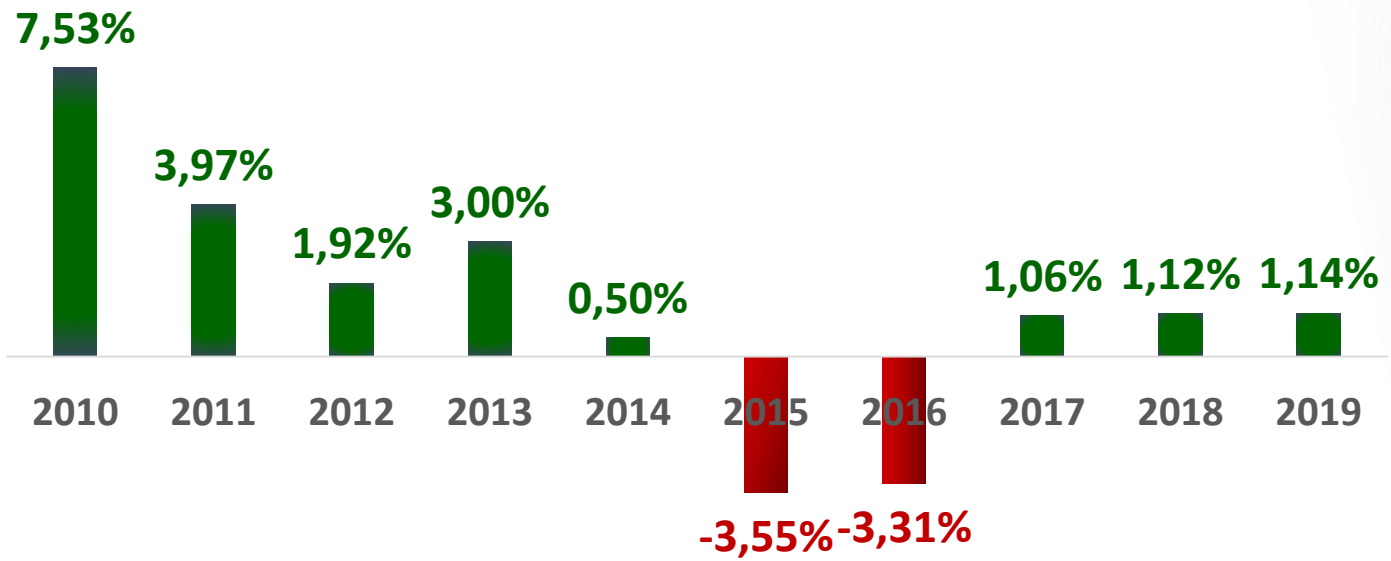
10 - Material de construção

*Categoria não considerada como Comércio Varejista Restrito

REPRESENTATIVIDADE DO VAREJO NO PIB

Evolução do PIB

A economia brasileira vem se recuperando nos últimos anos



CORONAVIRUS

Fonte: https://www.ibge.gov.br/explica/pib.php
https://infograficos.gazetadopovo.com.br/economia/pib-do-brasil/
https://exame.abril.com.br/economia/consultoria-ve-pib-do-brasil-caindo-3-em-2020-devido-a-pandemia/

Consumo das Famílias

Pelos dados oficiais do IBGE, o Consumo das Famílias em 2019 foi de R$ 4,75 trilhões, com crescimento de 1,8% sobre o ano anterior.

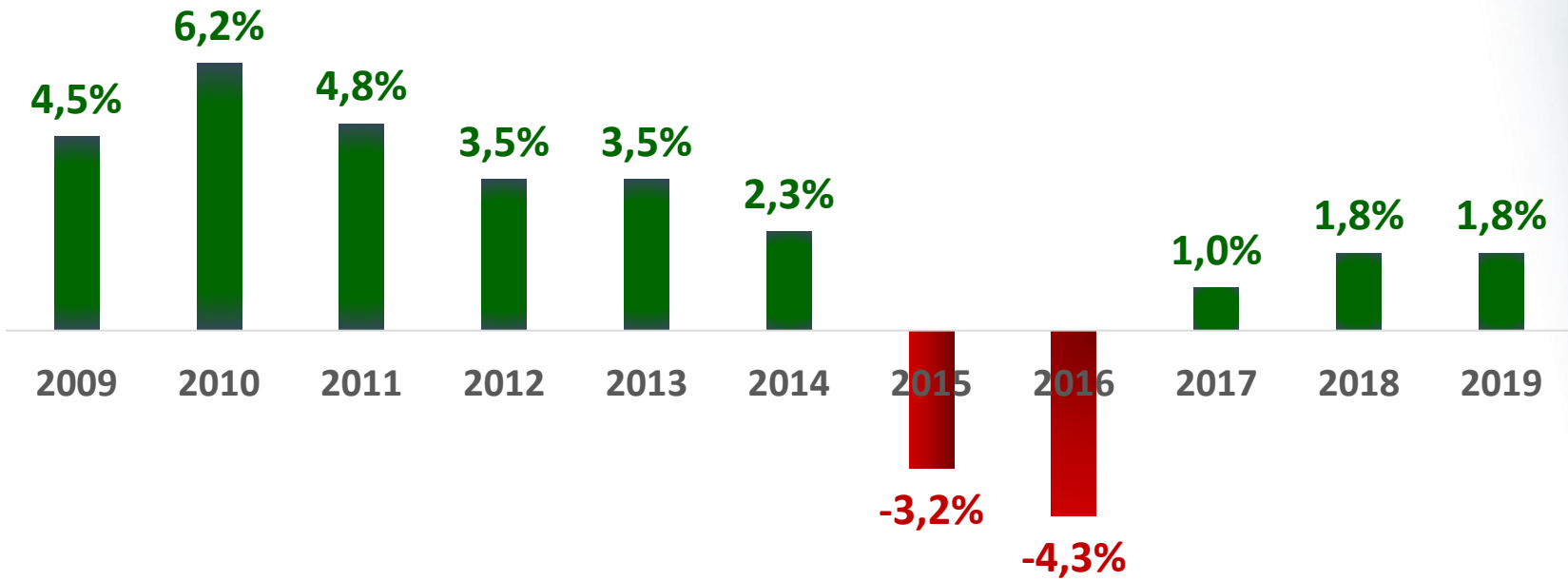
O Consumo das Famílias é a principal referência do volume que o varejo como um todo movimenta no País.

O Consumo das Famílias tem um impacto de 65% no PIB de R$ 7,3 trilhões, tendo como base os números do ano de 2019.

Fonte: https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2020-03/consumo-das-familias-e-grande-motor-da-economia-diz-ibge
https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2020-03/pib-fecha-2019-com-crescimento-de-11-em-relacao-2018

Evolução do Consumo das Famílias

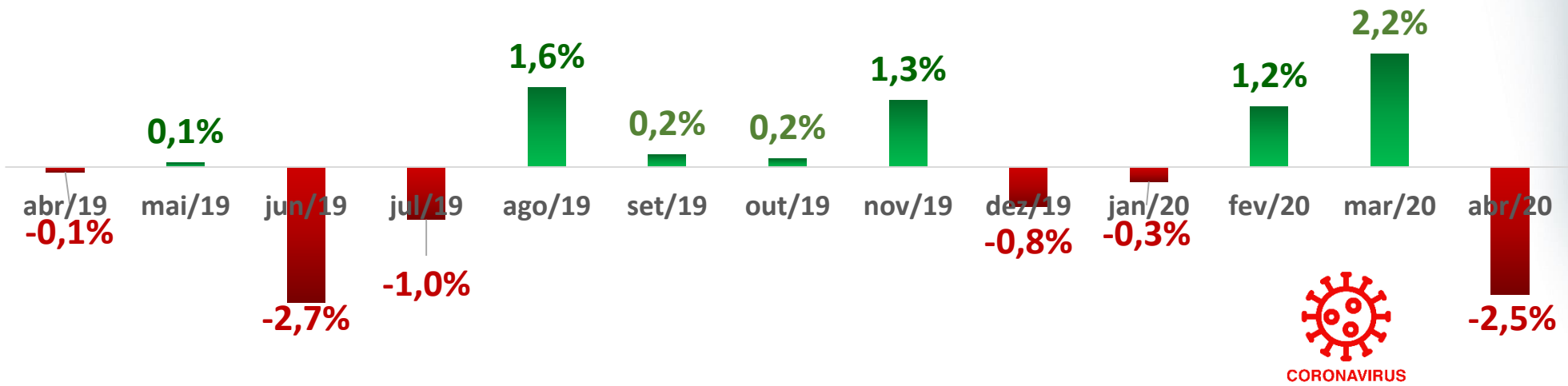
Segundo o IBGE, o crescimento pode ser explicado pela queda da inflação, pela melhora de indicadores como emprego e renda e pelo aumento do crédito.



Fonte: IBGE

Intenção do Consumo das Famílias

"O presidente da CNC, José Roberto Tadros, destaca que a pesquisa deste mês identificou a preocupação dos brasileiros com os impactos "desta crise sem precedentes". "As famílias começaram a se revelar mais alertas em relação ao consumo, em 2020. Essa insatisfação na expectativa de consumir em abril está ancorada na incerteza das consequências que a situação atual pode provocar nos indicadores econômicos deste ano."



Fonte: http://cnc.org.br/editorias/economia/noticias/intencao-de-consumo-das-familias-sente-efeitos-do-coronavirus-e-piora

Varejo Restrito

O Varejo Restrito* teve 19,24% de impacto no PIB, com um volume de R$ 1,4 trilhão e crescimento real de 1,8% em 2019.

Após duas quedas em 2015 (-4,3%) e 2016 (-6,2%), nos anos de 2017 (2,0%), 2018 (2,3%) e 2019 (1,8%) houve crescimento real nas vendas.

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

Fonte: https://dcomercio.com.br/categoria/economia/em-2019-vendas-do-comercio-varejista-crescem-1-8

Varejo Essencial

O Varejo Essencial é composto por lojas que comercializam produtos de uso essencial, como: supermercados, farmácias, *pet shops* e material de construção.

O Varejo Essencial representa aproximadamente 41% do Varejo Restrito, com um volume de aproximadamente R$ 580 bilhões em 2018.

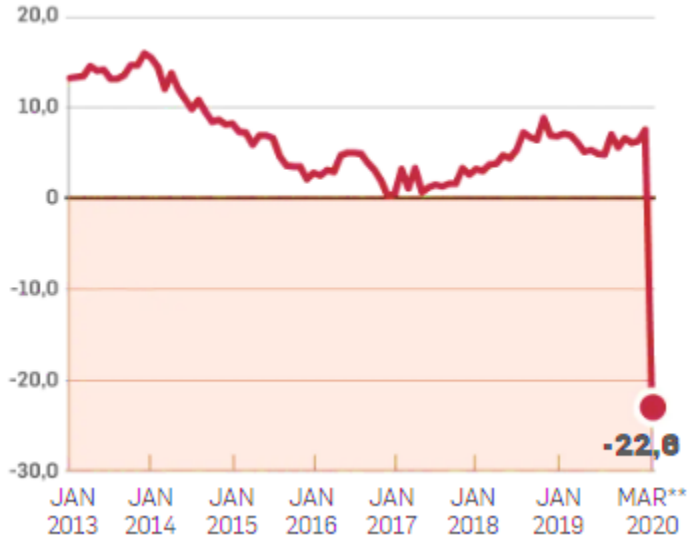
Varejo Ampliado

O Varejo Ampliado* teve 26,20% de impacto no PIB, com um volume de R$ 1,91 trilhão e crescimento real de 3,9% em 2019.

CORONAVIRUS

Faturamento do varejo cai 22,6%

Variação do ICVA[1]
Variação do mês anteigual mês do ano anterior em %



Após duas quedas em 2015 (-8,6%) e 2016 (-8,7%), nos anos de 2017 (4,0%), 2018 (5,0%) e 2019 (3,9%) houve crescimento real nas vendas.

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

Fonte: IBGE/ FecomércioSP
Fonte: CIELO - https://economia.estadao.com.br/noticias/geral,varejo-fechado-ruas-vazias-e-consumo-menor-de-energia-mostram-pais-parado,70003260543
[1]ÍNDICE CIELODO VAREJO AMPLIADO QUE ESTIMA O FATURAMENTO NOMINAL DO COMÉRCIO VAREJISTA SEM DESCONTAR A INFLAÇÃO
**PERÍODO DE 9/3 A ¼ DE 2020 ANTE 11/3 A ¾ DE 2019

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 11,5% do PIB.**

SBVC
Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo

PRINCIPAIS ESTATÍSTICAS DO VAREJO BRASILEIRO

Panorama do Varejo Brasileiro

Para Eduardo Terra, Presidente da Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo (SBVC), os últimos anos talvez tenham sido os mais dramáticos da economia brasileira. Os chamados "anos de ouro" ficaram para trás e já se fala em "nova década perdida", comparando com os anos 80. Para o varejo, porém, a mensagem é de resiliência, eficiência, produtividade e transformação. Sim, empresas menos preparadas ficaram pelo caminho, como é natural em um período como esses últimos cinco anos. Por outro lado, temos o privilégio de testemunhar o nascimento de um novo varejo no Brasil. Com a crise do Covid-19, as mudanças serão ainda mais impactantes.

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 (%)
2010	3,7	7,53%	7º	10,9%	12,2%	5,91%	6,70%	32,4%
2011	4,1	3,97%	6º	6,7%	6,6%	6,50%	6,00%	33,4%
2012	4,4	1,92%	7º	8,4%	8,0%	5,84%	5,50%	32,7%
2013	4,8	3,00%	7º	4,3%	3,6%	5,91%	5,40%	32,7%
2014	5,1	0,50%	8º	2,2%	-3,7%	7,14%	4,80%	32,4%
2015	5,9	-3,55%	8º	-4,3%	-8,6%	10,67%	6,80%	33,7%
2016	6,3	-3,31%	7º	-6,2%	-8,7%	6,30%	11,5%	33,4%
2017	6,6	1,06%	9º	2,0%	4,0%	2,95%	12,7%	33,6%
2018	6,8	1,12%	9º	2,3%	5,0%	3,75%	12,3%	34,6%
2019	7,3	1,14%	9º	1,8%	3,9%	4,31%	11,9%	35,2%

Fonte: https://infograficos.gazetadopovo.com.br/economia/pib-do-brasil/
https://dcomercio.com.br/categoria/economia/em-2019-vendas-do-comercio-varejista-crescem-1-8
https://g1.globo.com/economia/noticia/2020/01/10/inflacao-oficial-fecha-2019-em-431percent.ghtml
https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2020-01/taxa-de-desemprego-no-pais-fecha-2019-em-119
https://www.jornaldocomercio.com/_conteudo/cadernos/jc_contabilidade/2020/03/729609-estudo-aponta-carga-tributaria-recorde-em-2019.html
https://economia.uol.com.br/noticias/estadao-conteudo/2020/02/12/vendas-do-varejo-restrito-estao-37-abaixo-do-pico-de-outubro-de-2014-diz-ibge.htm

Varejo Restrito e Ampliado

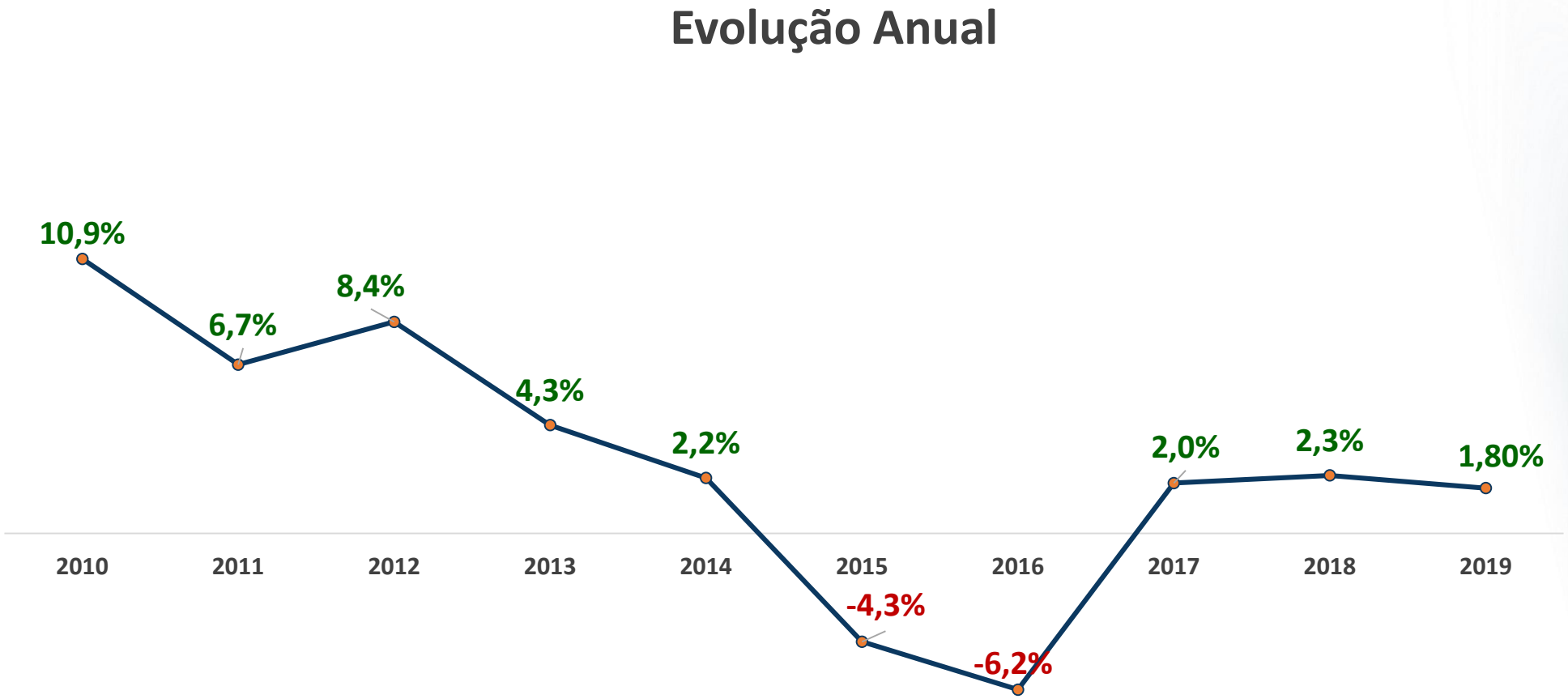
Coronavírus já fez comércio perder R$ 53,3 bilhões até o momento, indica CNC

Segundo estudo da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC), as perdas diretas impostas ao comércio pela crise do coronavírus devem chegar a R$ 53,3 bilhões nesta terça-feira, dia 7 de abril, em dez unidades da Federação: Amazonas, Ceará, Distrito Federal, Espírito Santo, Minas Gerais, Pernambuco, Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul, Santa Catarina e São Paulo (responsáveis por 72,5% do volume de vendas do varejo nacional). O valor representa uma retração de 46,1% no faturamento do setor, em comparação com o mesmo período do ano passado.

"Diante deste cenário, a CNC não apresentará projeções com base na pesquisa do IBGE, como faz normalmente."

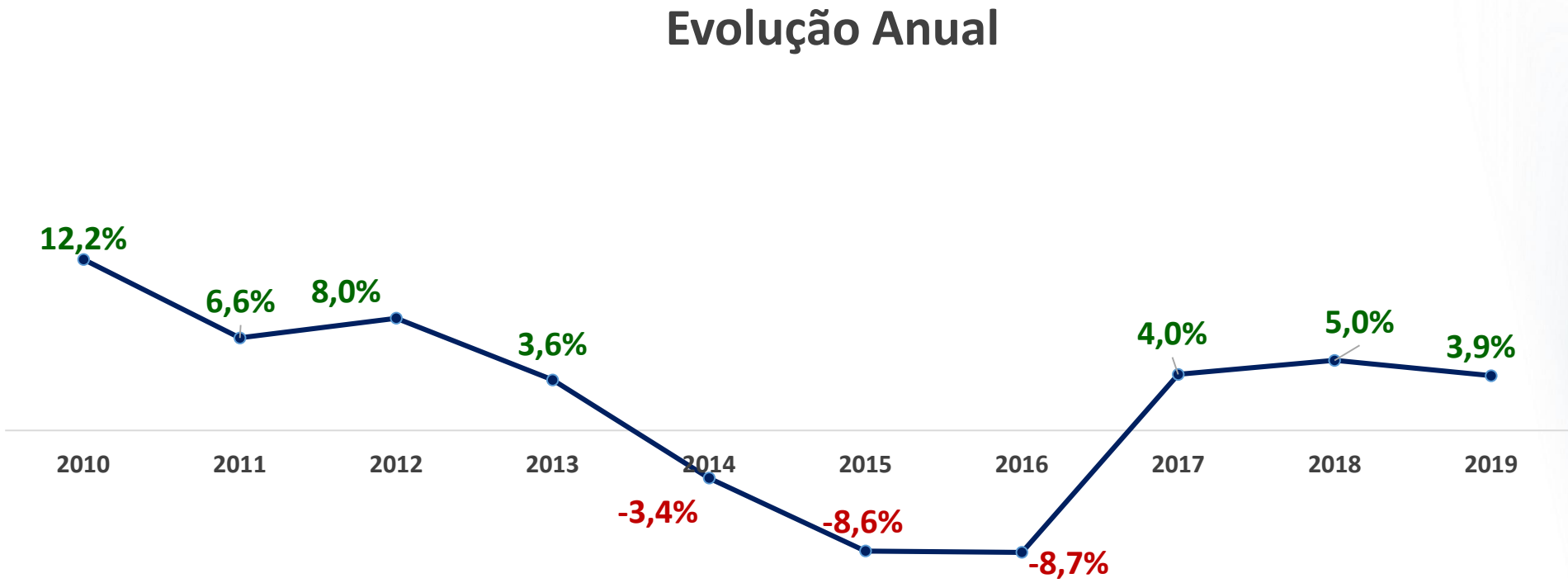
Fonte: http://cnc.org.br/editorias/economia/noticias/coronavirus-ja-fez-comercio-perder-r-533-bilhoes-ate-o-momento-indica

Varejo Restrito – 2010 a 2019



Fonte: IBGE pesquisa mensal do comércio

Varejo Ampliado – 2010 a 2019



Fonte: IBGE pesquisa mensal do comércio

SBVC
Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo

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

que determinam a propensão ao consumo:

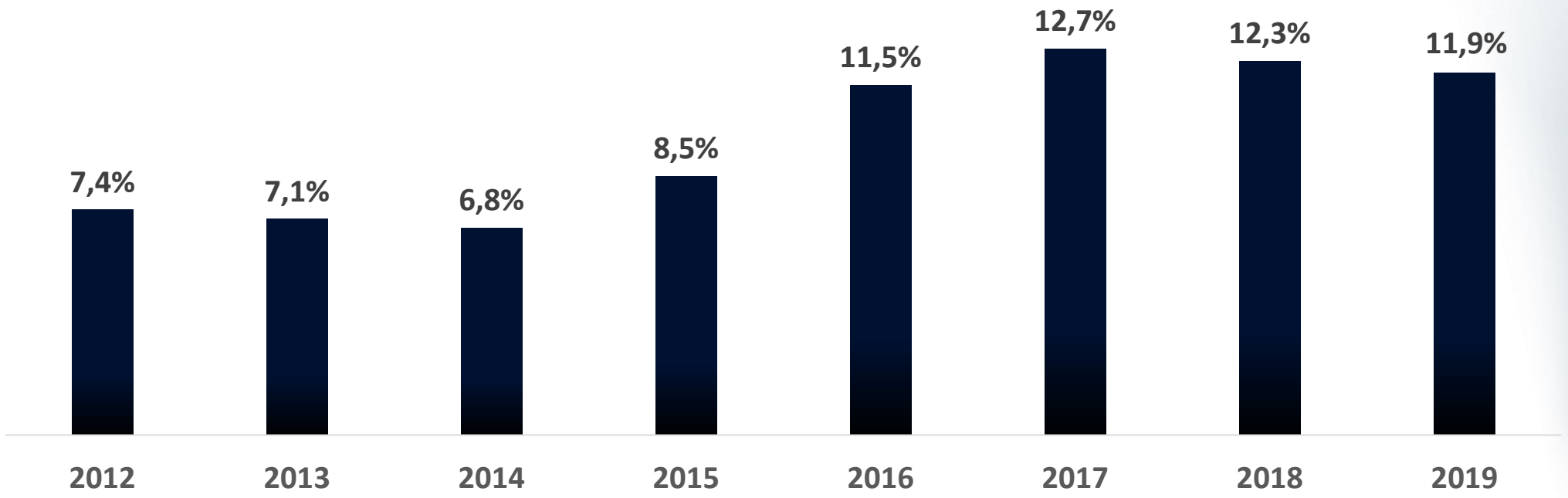
Confiança do consumidor + **Crédito** + **Emprego** + **Renda**

= Consumo

EMPREGO

Evolução da taxa de desemprego

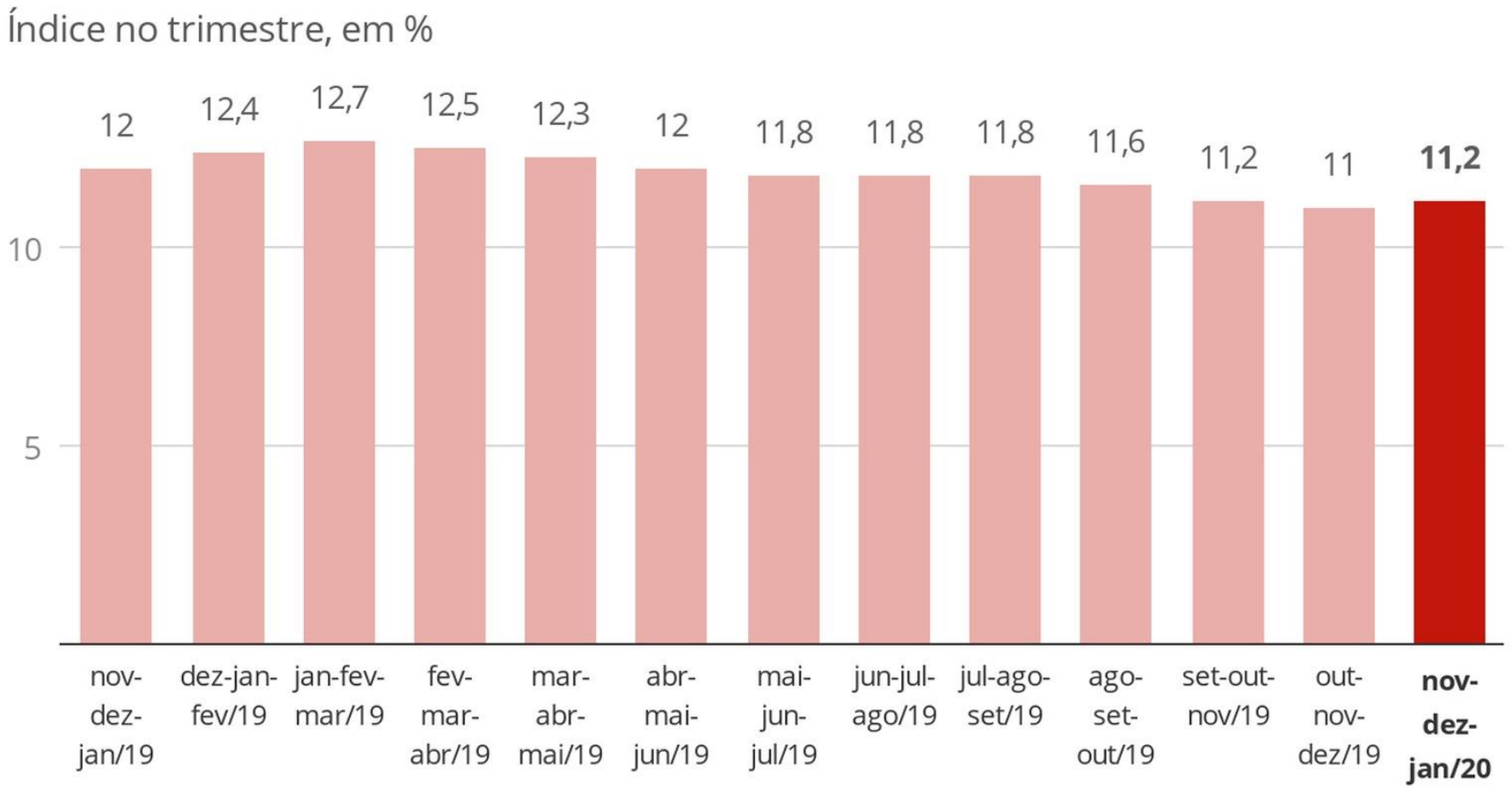
Segundo o IBGE, o maior destaque em relação aos três meses anteriores (julho a setembro/ 2019) foi o aumento de 1,8% no contingente de empregados no setor privado com carteira assinada, que atingiu 33,7 milhões de pessoas. Na mesma comparação, o número de trabalhadores sem carteira assinada ficou estável, em 11,9 milhões.



Fonte: IBGE
https://g1.globo.com/economia/noticia/2020/01/31/desemprego-fica-em-11percent-em-dezembro-diz-ibge.ghtml

Evolução da taxa de desemprego

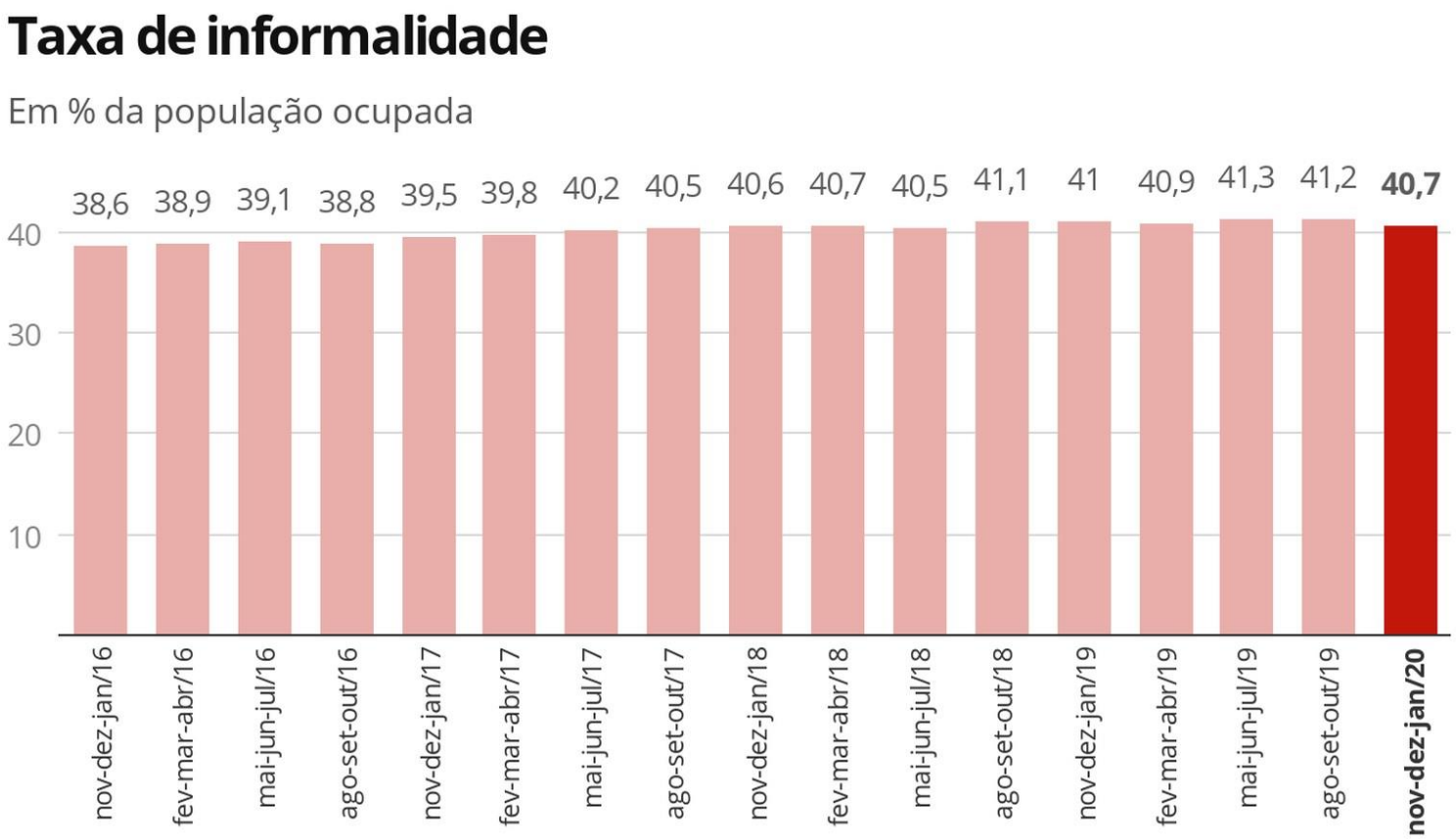
Em relação ao trimestre encerrado em janeiro de 2019, quando a taxa foi de 12%, houve queda de 0,8 ponto percentual. Já em relação ao trimestre encerrado em outubro, o recuo foi de 0,4 ponto percentual.



Fonte: IBGE
https://g1.globo.com/economia/noticia/2020/02/28/desemprego-fica-em-112percent-em-janeiro-e-atinge-119-milhoes-diz-ibge.ghtml

Taxa de informalidade

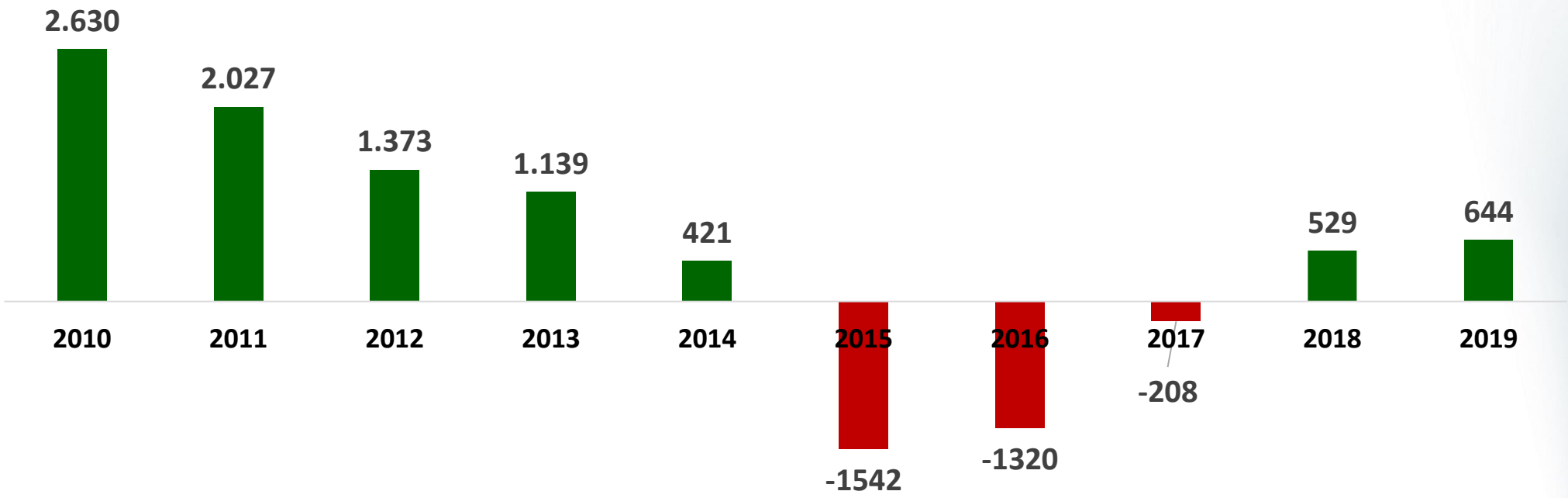
É a soma dos trabalhadores sem carteira, trabalhadores domésticos sem carteira, empregadores sem CNPJ, conta própria sem CNPJ e trabalhadores familiares auxiliares. Em 2019 essa taxa ficou em 41,1% da população ocupada. O número equivale a 38,4 milhões de pessoas, o maior desde 2016.



Fonte: IBGE
https://g1.globo.com/economia/noticia/2020/01/31/desemprego-fica-em-11percent-em-dezembro-diz-ibge.ghtml

Geração anual de postos de trabalho

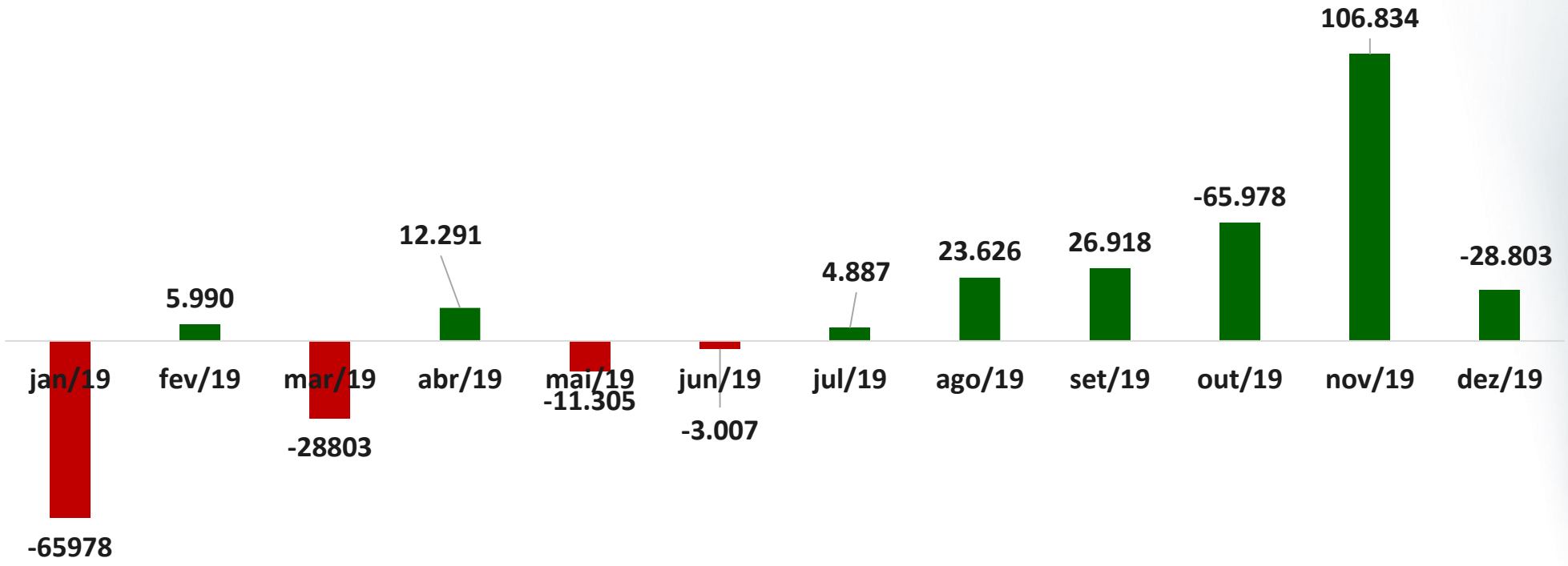
(em milhares)



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.

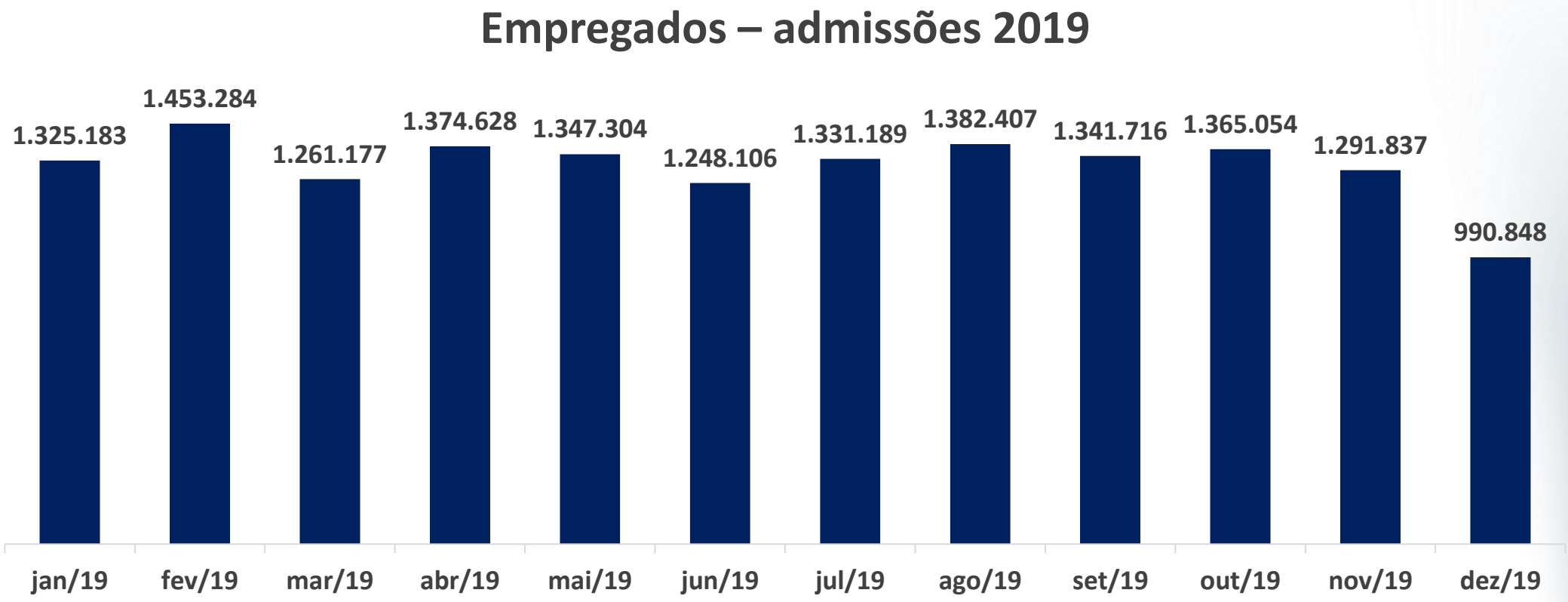
O emprego no comércio

De acordo com o IBGE, são 33 milhões de trabalhadores com carteira assinada no país. No setor de comércio, organizado em atacado e varejo de mercadorias, somam 8,5 milhões de trabalhadores, que emprega cerca de 26% 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.



Fonte: IBGE
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.
https://opiniao.estadao.com.br/noticias/editorial-economico,efeito-instantaneo-da-crise-sobre-o-varejo,70003275471

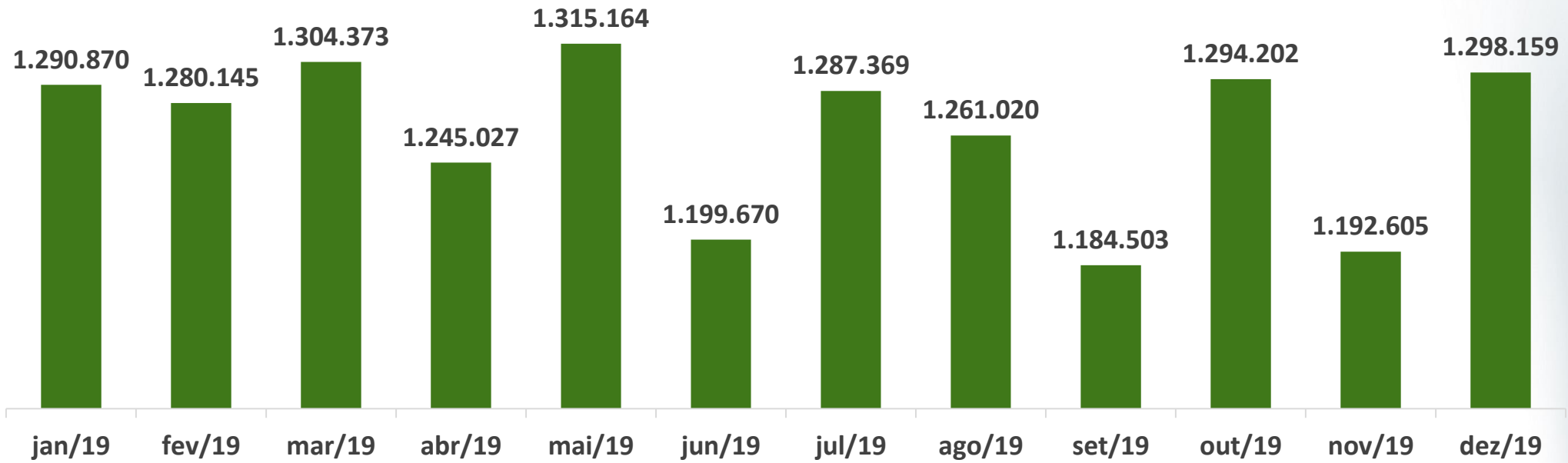
Empregos no Brasil



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.

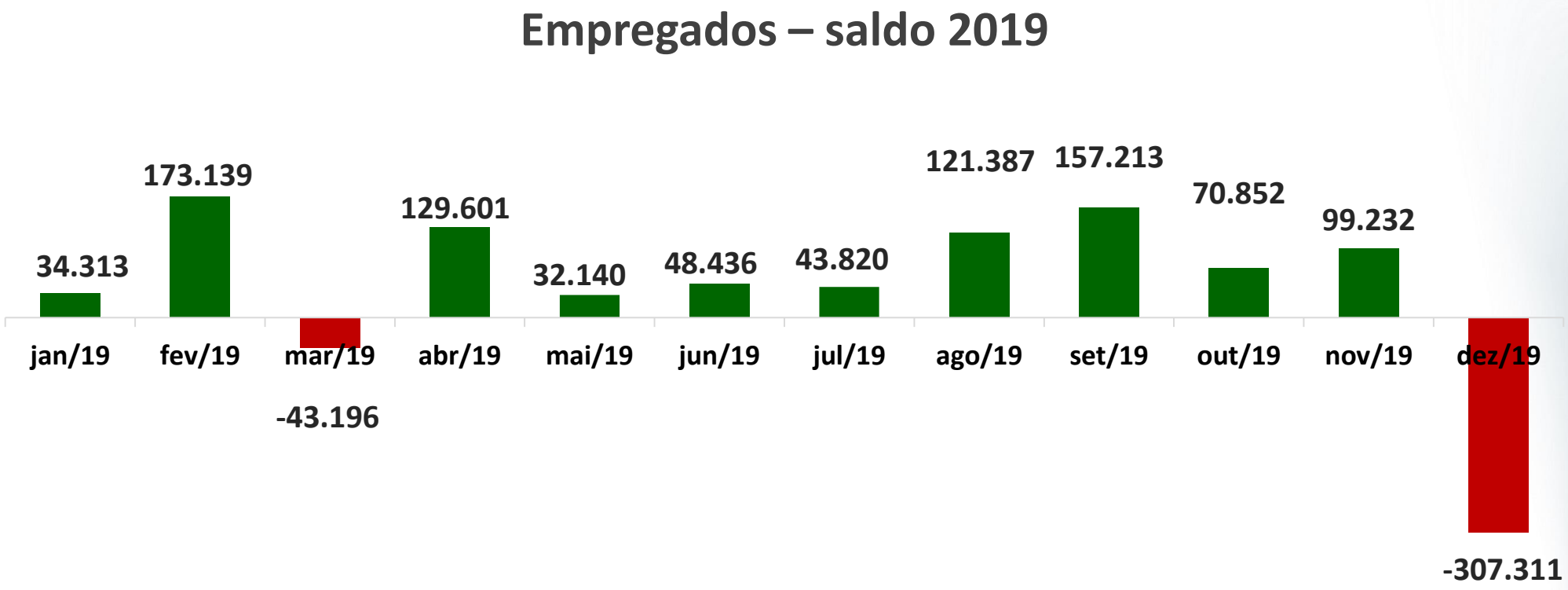
Empregos no Brasil

Empregados – demissões 2019



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.

Empregos no Brasil



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.

O emprego no Brasil: o impacto do Covid-19

O Brasil tem cerca de 40 milhões de trabalhadores sem carteira assinada e aproximadamente 12 milhões de desempregados. A estimativa é que a crise econômica provocada pelo coronavírus adicione, ao menos, mais 2 milhões de pessoas aos desempregados.

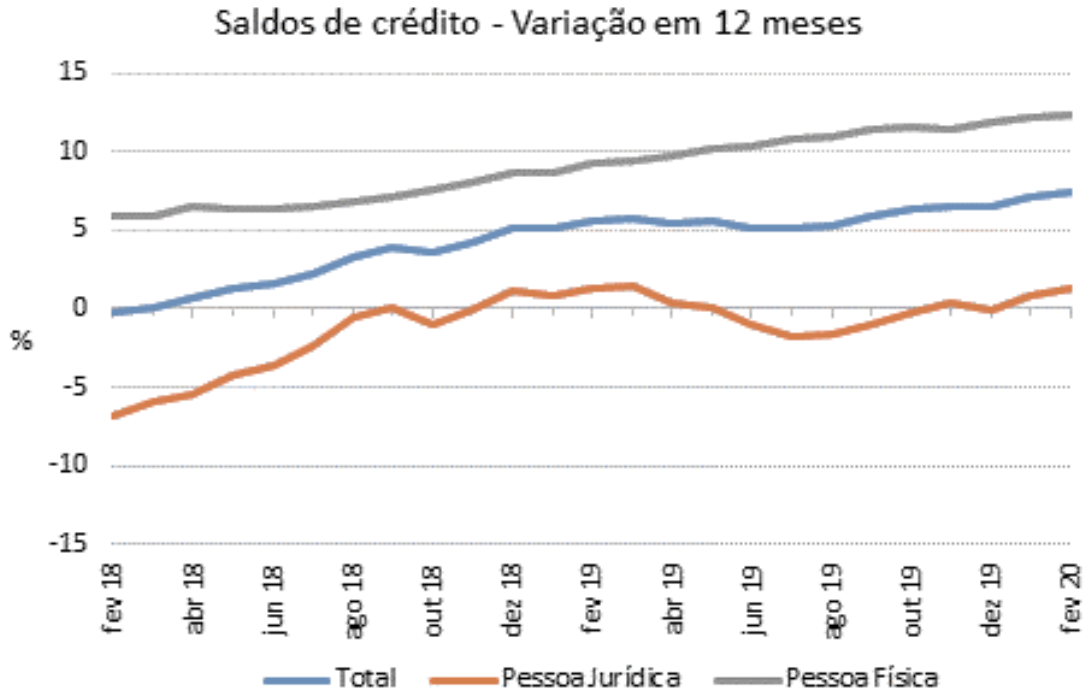
"*O coronavírus coloca o Brasil diante de uma dura e cruel realidade, ao combinar os piores indicadores sociais em um mesmo local e na mesma hora. E é neste momento que o Estado tem papel fundamental para reduzir esse impacto e cumprir sua responsabilidade constitucional, tanto na redução da pobreza e das desigualdades quanto na garantia à vida da população*", afirma Katia Maia, diretora executiva da Oxfam Brasil, em comunicado.

Fonte: Agência Brasil
https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2020-04/coronavirus-pode-levar-500-milhoes-de-pessoas-para-pobreza

CRÉDITO

Operações de Crédito

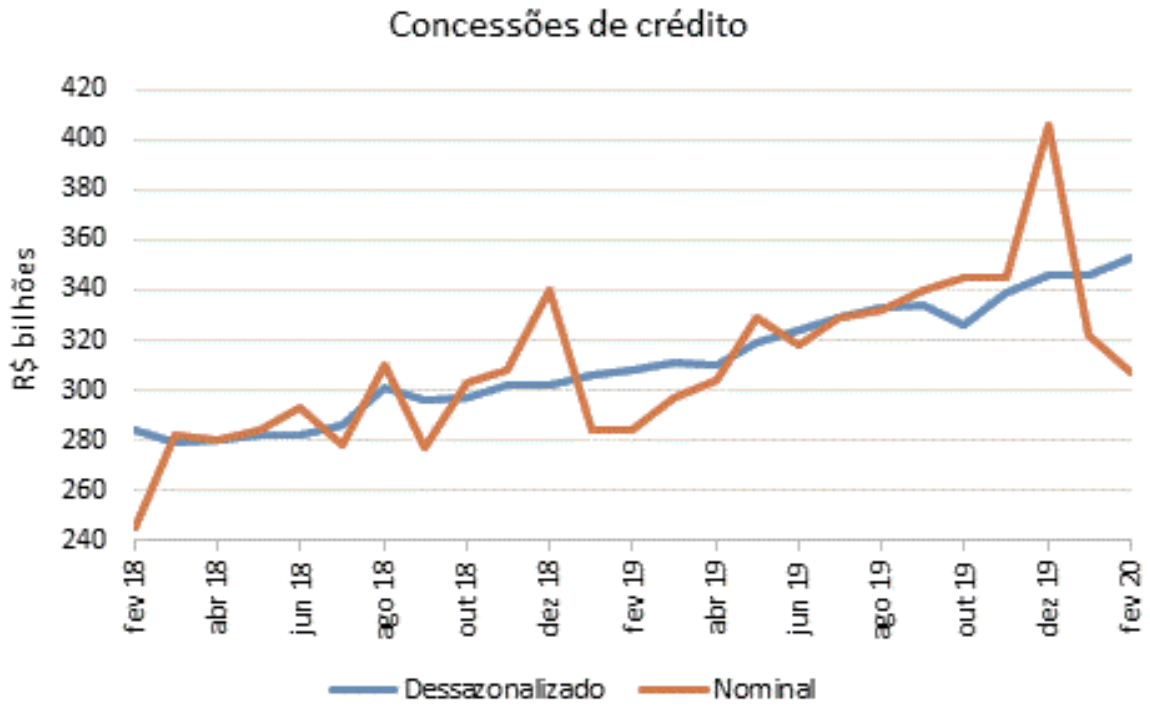
O crédito ampliado a empresas e famílias somou R$ 5,9 trilhões (80,2% do PIB), com crescimento de 1,5% no mês e de 12,9% em doze meses. A variação mensal foi influenciada pelo efeito da depreciação cambial na dívida externa, que aumentou 5,1%, enquanto os empréstimos e financiamentos expandiram-se 0,5% e os instrumentos do mercado de capitais (títulos privados mais securitizados) decresceram 0,3%. Na comparação interanual, o mercado de capitais doméstico mantém a expansão mais relevante: 28,1%.



Fonte: BCB https://www.bcb.gov.br/estatisticas/estatisticasmonetariascredito

Concessões de Crédito

As concessões totais de crédito somaram R$ 307 bilhões em fevereiro/2020, com queda de 4,8% no mês, influenciadas por quatro dias úteis a menos que janeiro. Na série ajustada sazonalmente, houve aumento de 2,1%, com variação de 2,6% em pessoas jurídicas e de -0,2% em pessoas físicas. No acumulado do ano, comparado com o mesmo período do ano anterior, as concessões totais cresceram 10,8%, com expansões de 11,3% no crédito às famílias e de 10,2% no crédito às empresas.



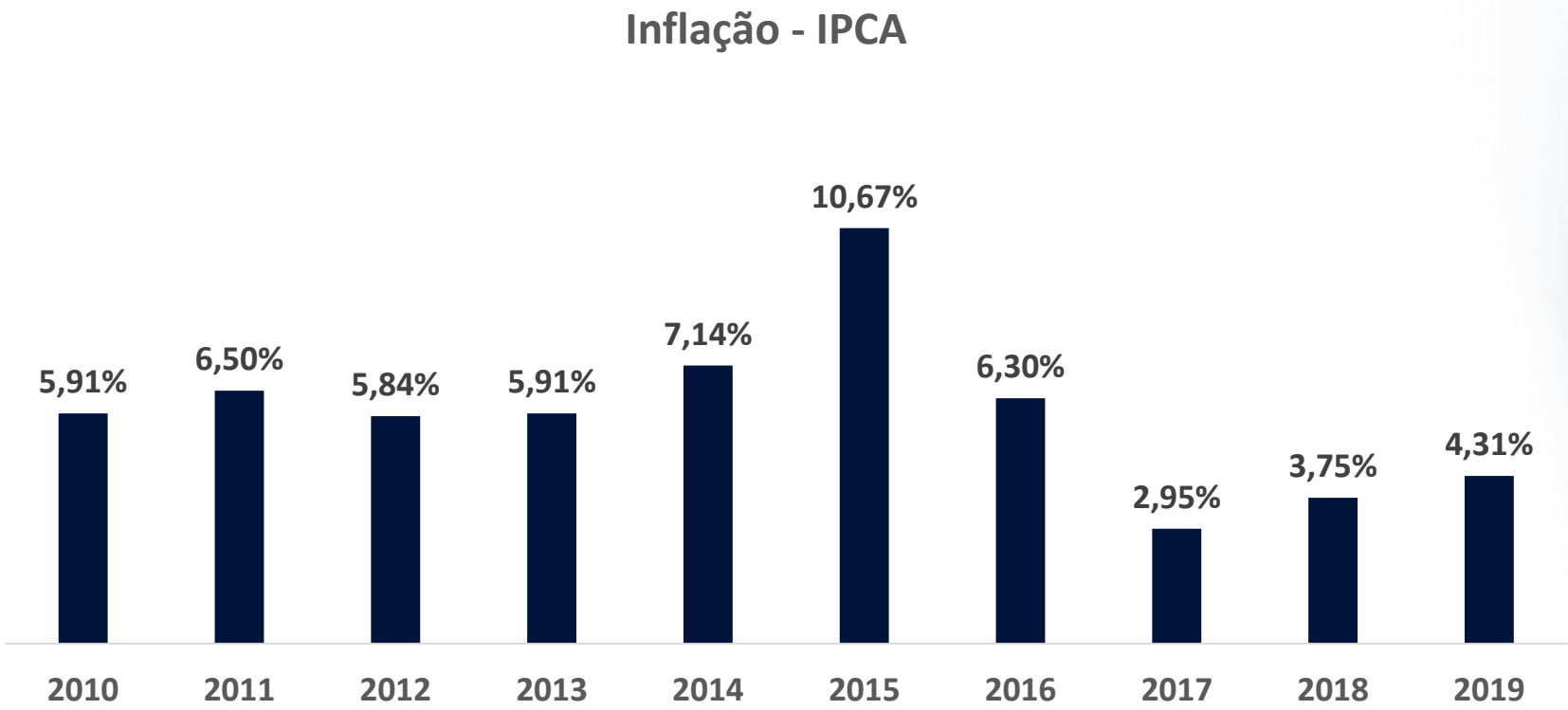
Fonte: BCB https://www.bcb.gov.br/estatisticas/estatisticasmonetariascredito

ICC e taxas de juros de crédito livre

O Indicador de Custo do Crédito (ICC), que mede o custo médio de todo o crédito do Sistema Financeiro Nacional, situou-se em 20,3% a.a., registrando estabilidade em fevereiro/2020 (+0,1 p.p.) e redução de -0,7 p.p. na comparação interanual. No crédito livre não rotativo, o ICC permaneceu estável no mês (-0,1 p.p.) e recuou 2,3 p.p. em relação a fevereiro de 2019, alcançando 26,9%. O spread geral do ICC situou-se em 14,5 p.p., permanecendo estável em relação a janeiro (+0,1 p.p.) e aumentando 0,3 p.p. em doze meses.

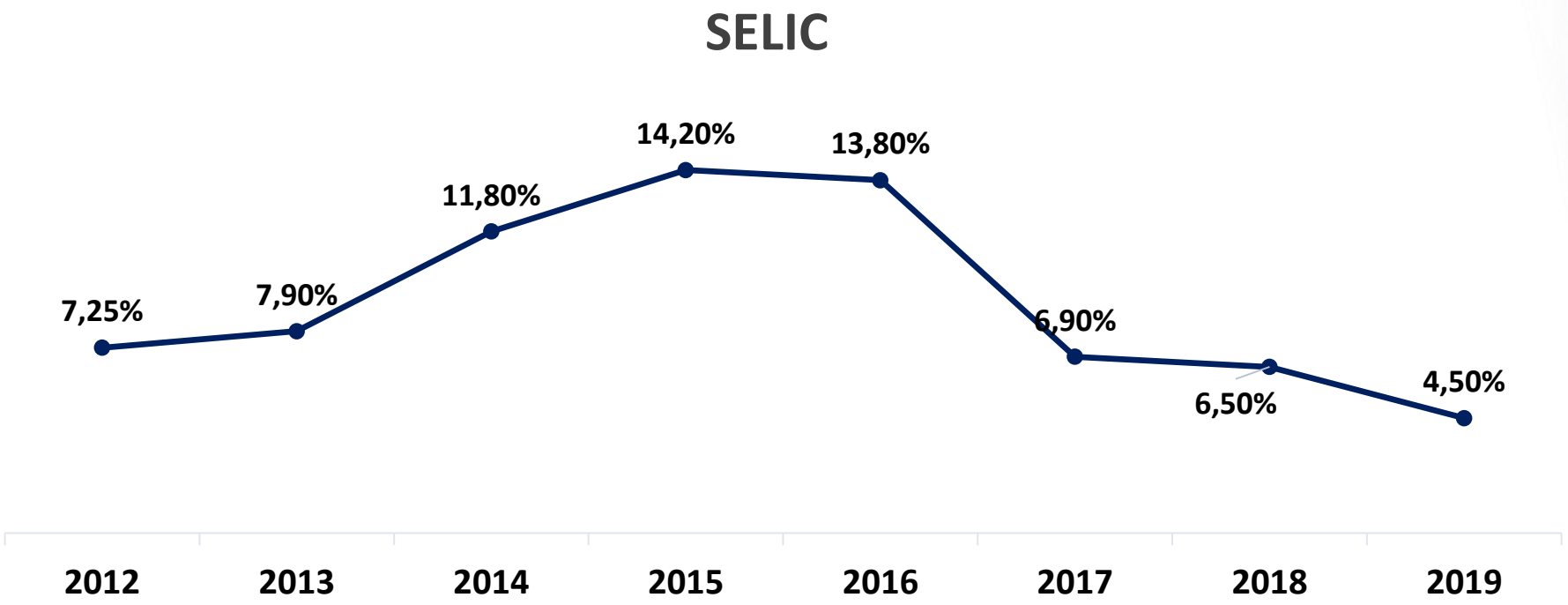
Fonte: BCB https://www.bcb.gov.br/estatisticas/estatisticasmonetariascredito

Evolução da taxa anual de inflação



Fonte: IBGE
https://www.ibge.gov.br/estatisticas/economicas/precos-e-custos/9256-indice-nacional-de-precos-ao-consumidor-amplo.html?t=series-historicas&utm_source=landing&utm_medium=explica&utm_campaign=inflacao#plano-real-mes

Evolução da taxa Selic anual



Fonte: BCB - https://www.bcb.gov.br/controleinflacao/taxaselic

Juros para o consumidor

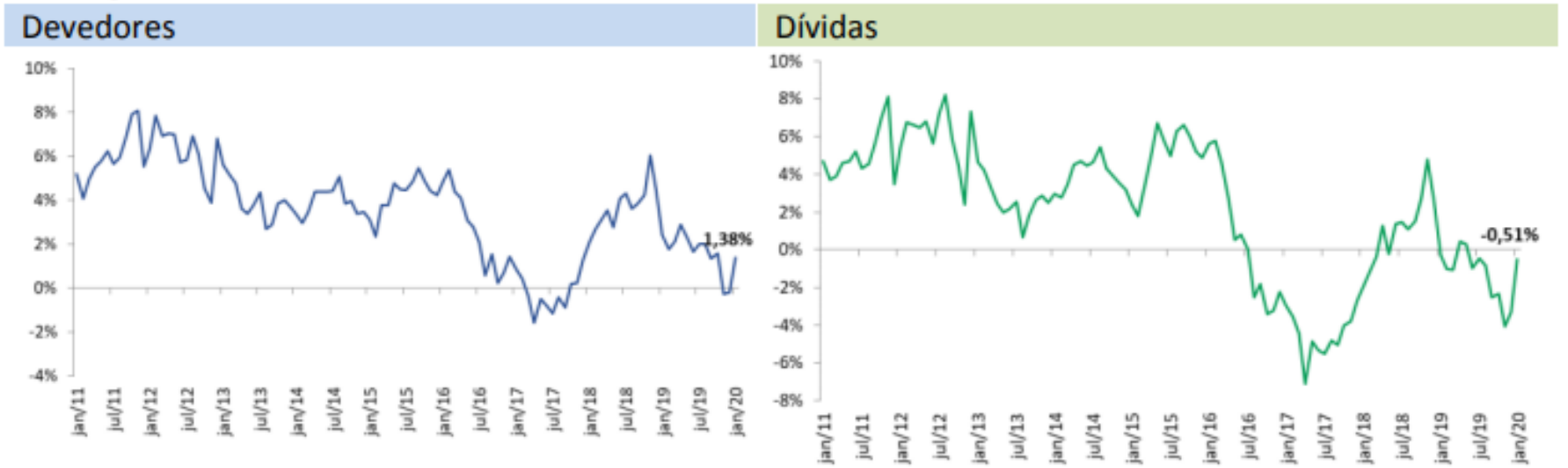
LINHA DE CRÉDITO	Taxa Média Março/2020
Juros do comércio	4,78% a.m.
Cartão de crédito	11,28% a.m.
Cheque especial	7,33% a.m.
CDC - bancos - financiamento de automóveis	1,42% a.m.
Empréstimo pessoal - bancos	3,34% a.m.
Empréstimo pessoal - financeiras	6,41% a.m.

Fonte: ANEFA - http://www.anefac.org/pesquisa-de-juros

Inadimplência pessoa física

Em janeiro, na comparação com o mesmo mês do ano passado, houve alta de 1,38%.

Variação Anual



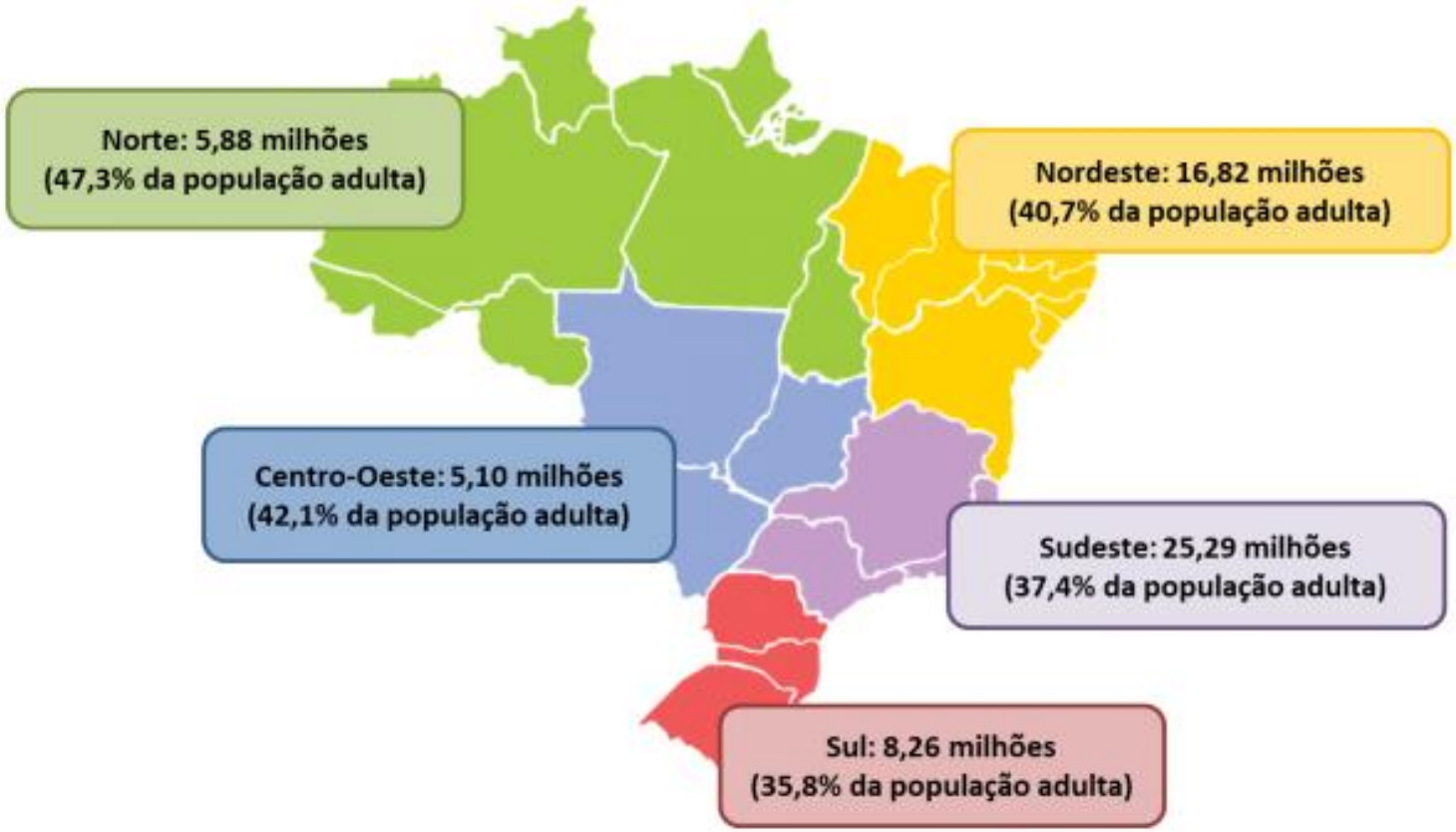
Considerando a evolução do número de dívidas por setor credor, destacam-se as dívidas com o setor de Comunicação, que apresentaram recuo de 9,95% após fortes altas no início da crise econômica.

Na outra direção, as dívidas com o setor de Água e Luz apresentaram um crescimento de 9,28%. Em termos de participação, o setor credor que concentra a maior parte de dívidas é o de bancos, com 52,71% do total. **Já o comércio aparece com 17,45%** e o setor de comunicações com 11,96%. O agrupamento de Água e Luz aparece com 9,86%.

Fonte: CNDL – SPC Brasil

Inadimplência pessoa física

A estimativa do total de inadimplentes mostra que, em janeiro de 2020, o total de consumidores negativados chegou a 61,3 milhões, o equivalente a 39,2% da população adulta. Em termos regionais, o maior percentual de inadimplentes está na região Norte, onde 47,3% da população adulta está incluída no cadastro de devedores. Por outro lado, na região Sul, o total de negativados equivale a 35,8% da população adulta.

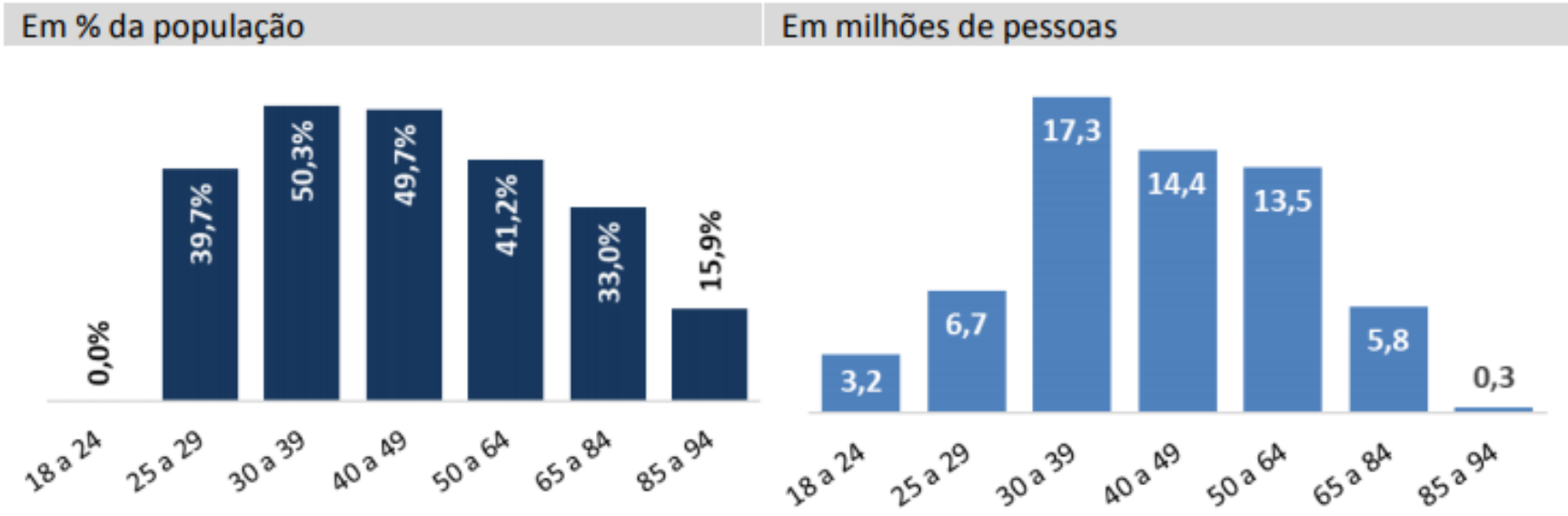


Fonte: CNDL – SPC Brasil

Inadimplência pessoa física

Na análise por faixa etária, a maior concentração de inadimplentes está no intervalo entre 30 e 39 anos. São 17,3 milhões de pessoas registradas no cadastro de devedores, o equivalente a 50% da população nesta faixa etária.

Estimativa de inadimplentes por faixa etária



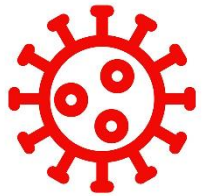
Fonte: CNDL – SPC Brasil

Inadimplência pessoa física

“NÚMERO DE FAMÍLIAS ENDIVIDADAS BATE RECORDE EM ABRIL, APONTA CNC”

“O número de famílias com dívidas em cheque pré-datado, cartão de crédito, cheque especial, carnê de loja, empréstimo pessoal, prestação de carro e seguro bateu novo recorde em abril, alcançando **66,6%** ,o que representa o maior percentual desde o início da realização da Pesquisa de Endividamento e Inadimplência do Consumidor (Peic), em janeiro de 2010. Essa foi a primeira pesquisa realizada após o início da pandemia de coronavírus no Brasil. A coleta dos dados ocorreu entre 20 de março e 5 de abril.

José Roberto Tadros, presidente da CNC, explica que a renovação da alta do endividamento se baseou na ampliação do crédito ao consumidor. “*A crise com a Covid-19 impõe ao governo a adoção de medidas de estímulo ao crédito, na tentativa de manter algum poder de compra dos consumidores. A queda expressiva dos juros e da inflação reduz, respectivamente, o custo do crédito e a pressão sobre a renda, incentivando o endividamento”,* explica Tadros, reforçando a importância de se viabilizarem prazos mais longos para os pagamentos ou alongamentos das dívidas, além da busca por iniciativas mais eficazes para mitigar o risco de crédito. “Assim, os consumidores poderão quitar suas contas em dia sem maiores dificuldades, afastando a piora nos indicadores de inadimplência nos meses à frente.”



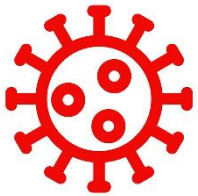
Fonte: CNC
http://www.revistaanamaco.com.br/numero-de-familias-endividadas-bate-recorde-em-abril-aponta-cnc

Inadimplência pessoa física

“CÂMARA APROVA PROJETO QUE SUSPENDE POR 90 DIAS INCLUSÃO DE PESSOAS EM CADASTRO DE DEVEDORES”

“Dois projetos de lei apresentados à Câmara dos Deputados pretendem impedir a inscrição de consumidores em cadastros de maus pagadores durante a pandemia de Covid-19 no Brasil. O objetivo das propostas é manter o acesso ao crédito enquanto persistir a necessidade de isolamento social, que compromete a atividade produtiva e, consequentemente, a renda de trabalhadores e de empresas.”

“Segundo a proposta, nenhum inadimplente deve ser incluído nas listas por três meses. O prazo é retroativo e começou a valer partir de 20 de março. Com isso, as inscrições que foram feitas neste período devem ser invalidadas.”

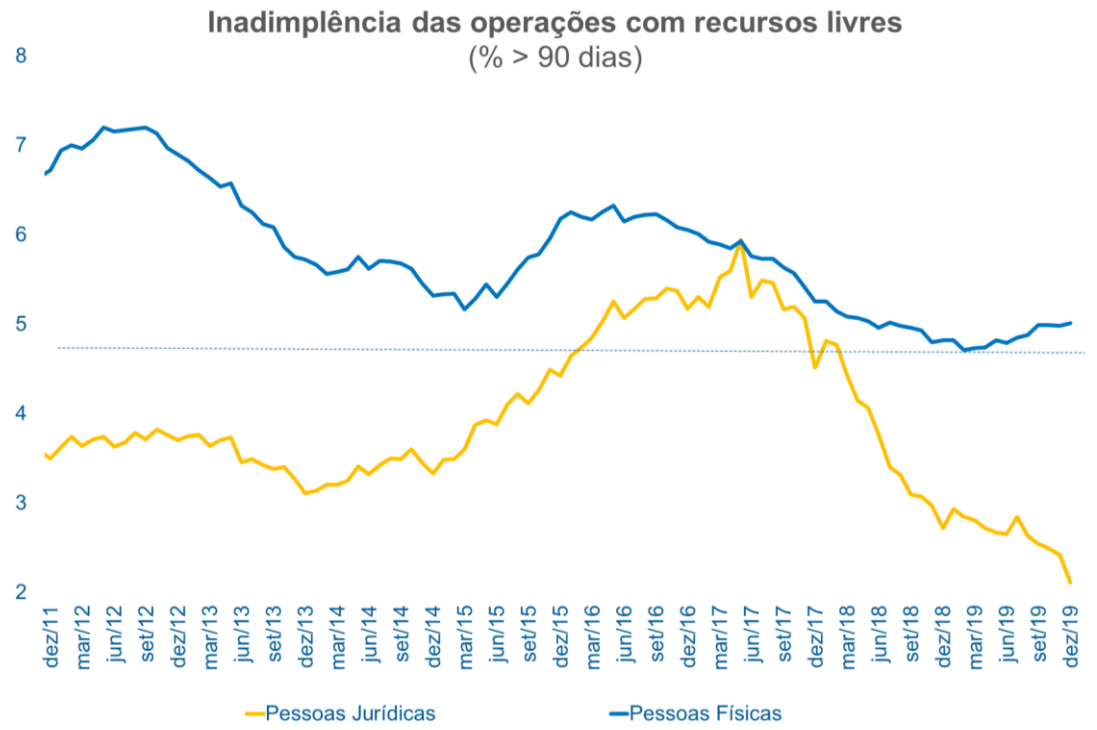


Fonte: Agência Câmara de Notícias
https://valorinveste.globo.com/produtos/credito/noticia/2020/04/09/cmara-aprova-projeto-que-suspende-por-90-dias-incluso-de-pessoas-em-cadastro-de-devedores.ghtml

Inadimplência pessoa jurídica

Números do Banco Central mostram que, entre 2014 e 2017, a inadimplência das empresas deu seu maior salto já registrado, passando de 3,1% em dezembro de 2013 para 5,9% em maio de 2017, em um crescimento ininterrupto, chegando a ultrapassar a inadimplência dos consumidores, algo inédito até então. Mas desde maio de 2017 o indicador engatou uma rápida queda e fechou dezembro de 2019 em 2,1%, o menor valor da série histórica.

Inadimplência das empresas em mínima histórica



Fonte: Banco Central – Boa Vista Serviços

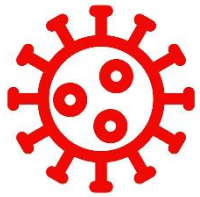
Inadimplência pessoa física e jurídica

AS CONDIÇÕES DE CRÉDITO DE PESSOAS FÍSICAS E JURÍDICAS ESTÃO MAIS SÓLIDAS, COM EMPRESAS MENOS ENDIVIDADAS.

A situação, porém, ainda requer atenção, pois a crise trará consequências negativas para o fluxo financeiro das empresas e isso poderá acarretar uma situação mais restritiva no mercado de crédito.

Apesar de bancos centrais e governos terem sido ágeis em propor medidas de estímulo à economia, hoje existe menos espaço para cortes de juros (juros estão próximos de zero) e para a implementação de políticas fiscais (muitos países estão muito endividados).

As economias sofrem agora choques abruptos de oferta e demanda quase sincronizados. Inicialmente, o mercado trabalhava com a hipótese de recuperação em "V", isso é, haveria uma queda abrupta da atividade econômica, seguida de uma recuperação igualmente rápida. A deterioração do cenário econômico, porém, tem elevado a cautela dos investidores quanto à velocidade dessa recuperação.



Fonte: https://conteudos.xpi.com.br/acoes/analises-fundamentalistas/relatorios/os-impactos-do-coronavirus-para-as-empresas/

SBVC
Sociedade Brasileira
de Varejo e Consumo

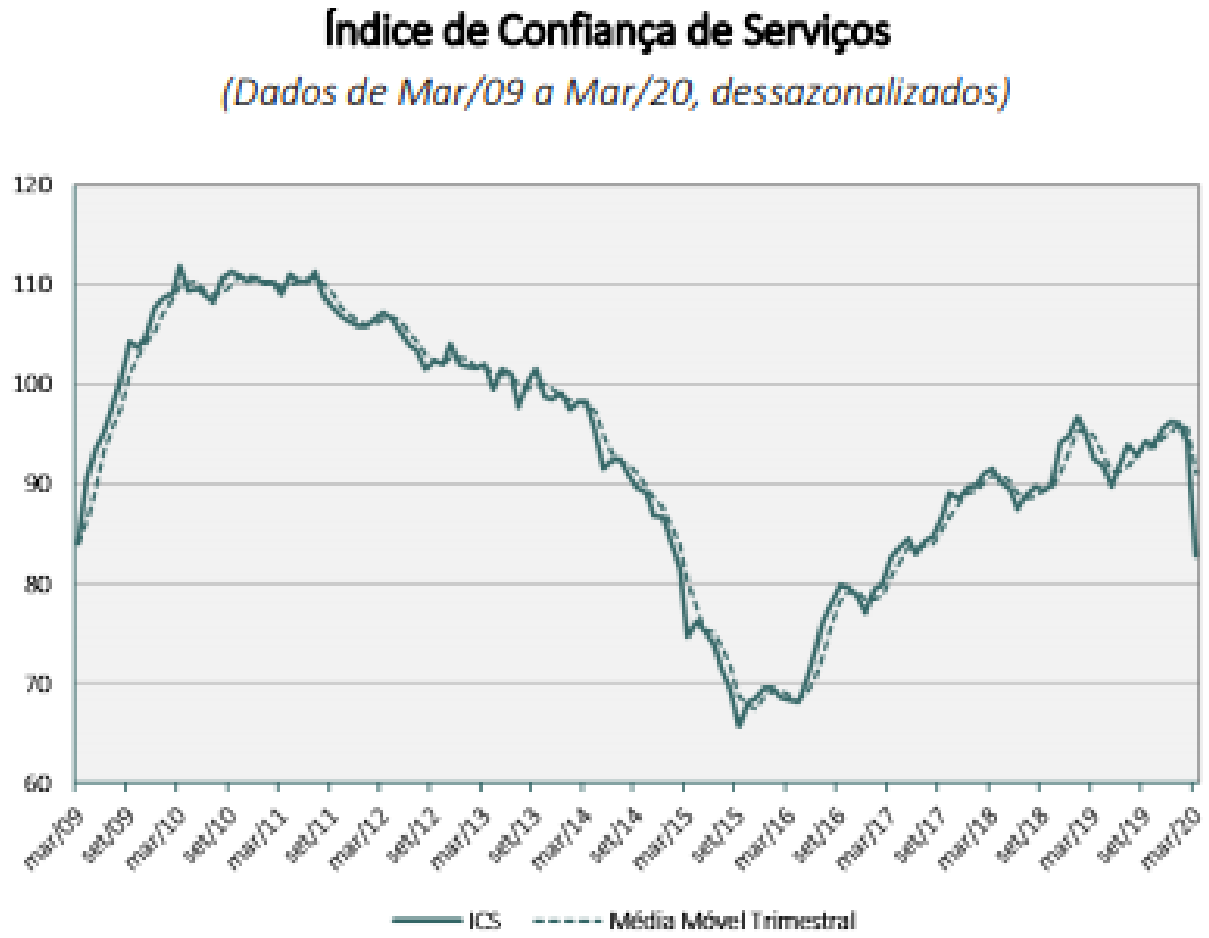
CONFIANÇA

Índice de Confiança de Serviços

"A confiança de serviços, que já vinha apresentando resultados fracos nos primeiros meses do ano, despencou sob impacto do coronavírus. O resultado já mostra que, mesmo em março, o setor enfrentou dificuldades e o volume de serviços foi afetado. Mas o recuo realmente expressivo foi registrado nas expectativas dos empresários, sugerindo que o setor está muito assustado com este momento de muita incerteza e projeta mais dificuldades ainda para os negócios nos próximos meses", avaliou Rodolpho Tobler, economista da FGV IBRE.

Fonte: FGV - IBRE

Índice de Confiança de Serviços



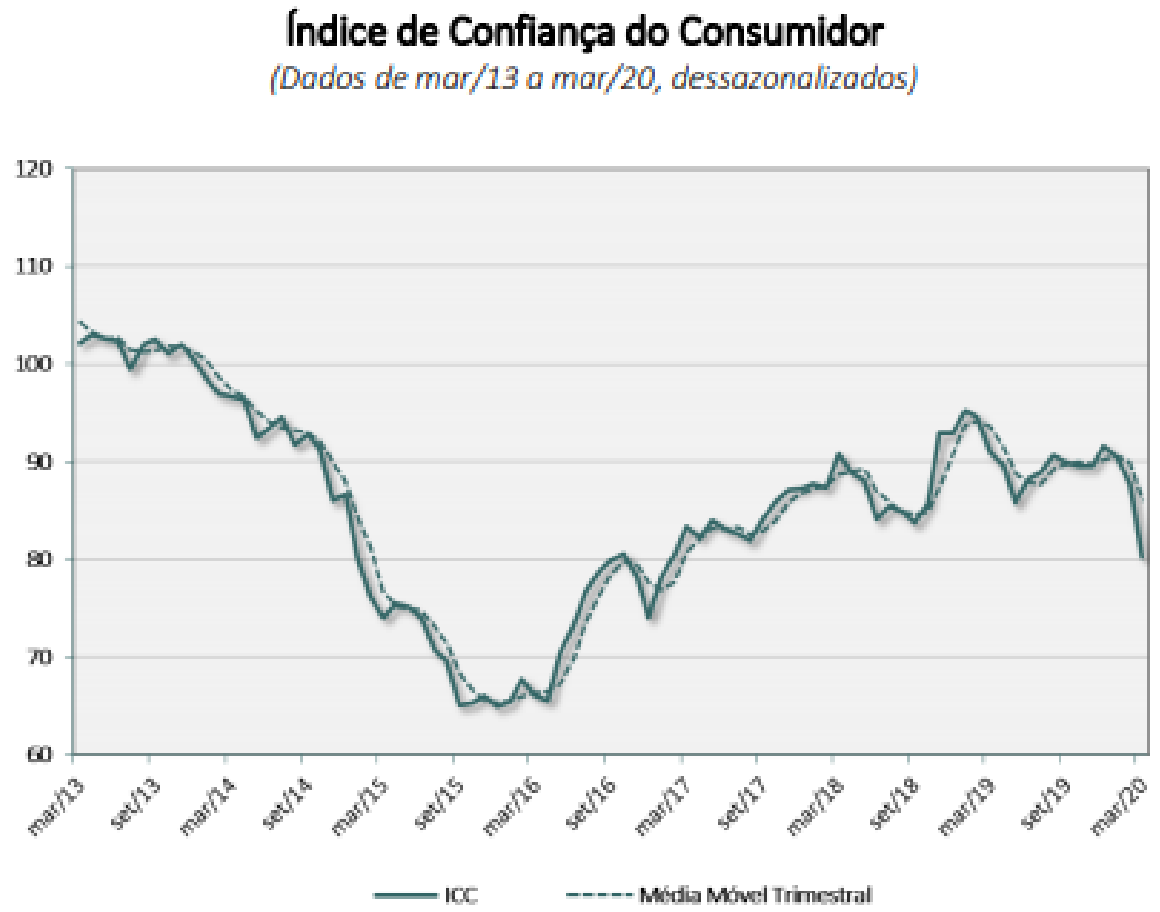
Fonte: FGV - IBRE

Índice de Confiança do Consumidor

"A queda na confiança dos consumidores, que já vinha ocorrendo nos dois meses anteriores, aprofundou-se em março, sob influência da pandemia de coronavírus. Apesar de dois terços da coleta de dados para esta edição terem ocorrido antes das medidas de restrição, já é possível notar um impacto expressivo nas expectativas. Rio de Janeiro foi a capital que registrou a maior queda na confiança, enquanto os paulistas já perceberam a piora da situação atual, possivelmente em função do maior número de casos e por seu imenso parque fabril. O cenário para os próximos meses é preocupante, com forte impacto econômico e social. Embora seja difícil imaginar alguma recuperação da confiança no horizonte visível, esperamos que o sucesso das medidas de isolamento para reduzir a disseminação do vírus possam ao menos conter parte do desânimo que virá com a queda do PIB e o aumento do desemprego", afirma Viviane Seda Bittencourt, Coordenadora das Sondagens.

Fonte: FGV - IBRE

Índice de Confiança do Consumidor



Fonte: FGV - IBRE

SBVC
Sociedade Brasileira
de Varejo e Consumo

RENDA

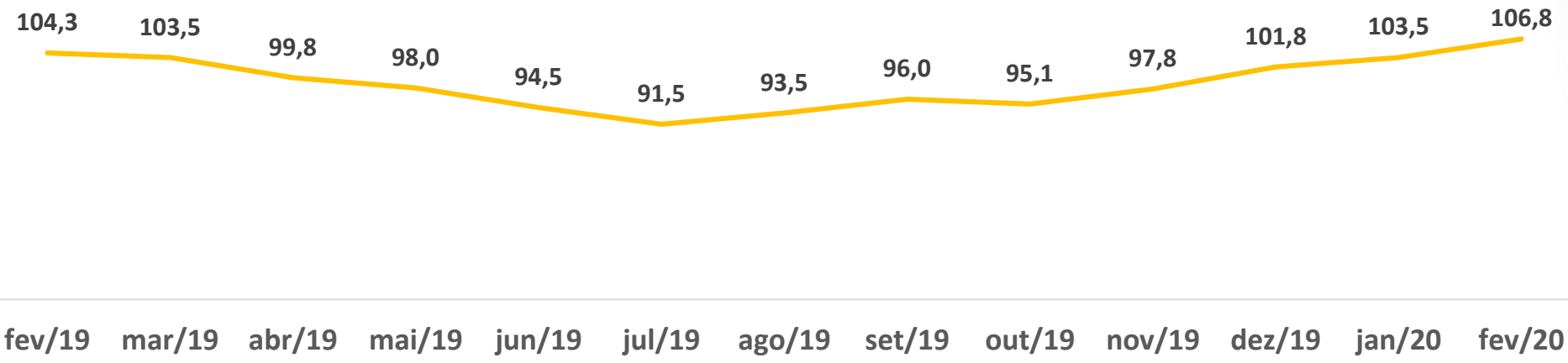
Distribuição da população por classe e participação no Consumo - Brasil

	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%	18,23%	27,18%	17,4%	25,6%
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%	24,81%	13,76%	25,8%	15,8%
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%				

Fonte: Ipc Maps (Levantamento e elaboração Varese Retail)

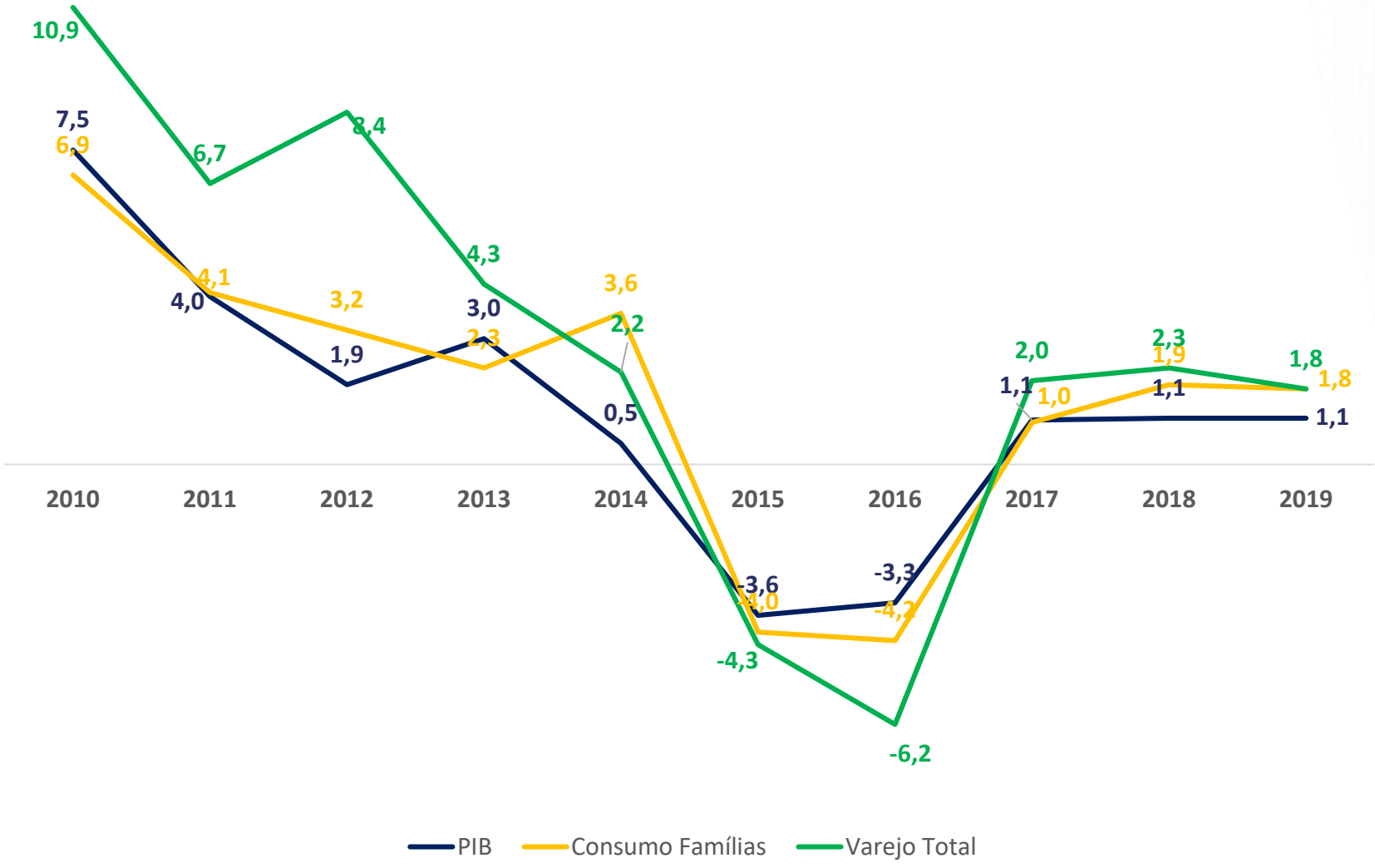
Intenção de consumo das famílias

O Índice de Consumo das Famílias (ICF) registrou a quarta alta seguida (3,2%), de 103,5 pontos em janeiro para 106,8 pontos em fevereiro. Em comparação com o mesmo período do ano passado, houve elevação de 2,3%.



Fonte: http://www.fecomercio.com.br/pesquisas/indice/icf

PIB X Consumo das Famílias X Varejo total



Fonte: IBGE

HOUVE REVISAO DOS DADOS Fonte: 7326 - Produto Interno Bruto - Taxa de variação real no ano: https://www3.bcb.gov.br/sgspub/consultarvalores/consultarValoresSeries.do?method=consultarValores

Reajuste do salário mínimo

Fonte: Decreto nº 8.948/2016

SBVC
Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo

O VAREJO BRASILEIRO E A CNAE

O que é a 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 n° 054 do presidente do IBGE, de 19 de dezembro de 1994, publicada no Diário Oficial da União nº 244, em 26 de dezembro de 1994, é adotada desde 1995 pelo Sistema Estatístico Nacional e pelos 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 das diversas CNAEs, o varejo é representado e organizado de acordo com a relação apresentada na sequência deste estudo.

Fonte: IBGE

Códigos de varejo presentes na 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

Fonte: http://www.fazenda.sp.gov.br/download/cnae/tabela_cnae_2_0.pdf

Códigos de varejo presentes na CNAE

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

Fonte: http://www.fazenda.sp.gov.br/download/cnae/tabela_cnae_2_0.pdf

Códigos de varejo presentes na 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

Fonte: http://www.fazenda.sp.gov.br/download/cnae/tabela_cnae_2_0.pdf

Códigos de varejo presentes na 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

Fonte: http://www.fazenda.sp.gov.br/download/cnae/tabela_cnae_2_0.pdf

Códigos de varejo presentes na 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 souvenires, 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

Fonte: http://www.fazenda.sp.gov.br/download/cnae/tabela_cnae_2_0.pdf

Códigos de varejo presentes na 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

Fonte: http://www.fazenda.sp.gov.br/download/cnae/tabela_cnae_2_0.pdf

Análise crítica do 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 equivocado de muitas atividades e empresas de varejo, gerando problemas e provocando equívocos na tributação e nas regras de funcionamento.

SBVC
Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo

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

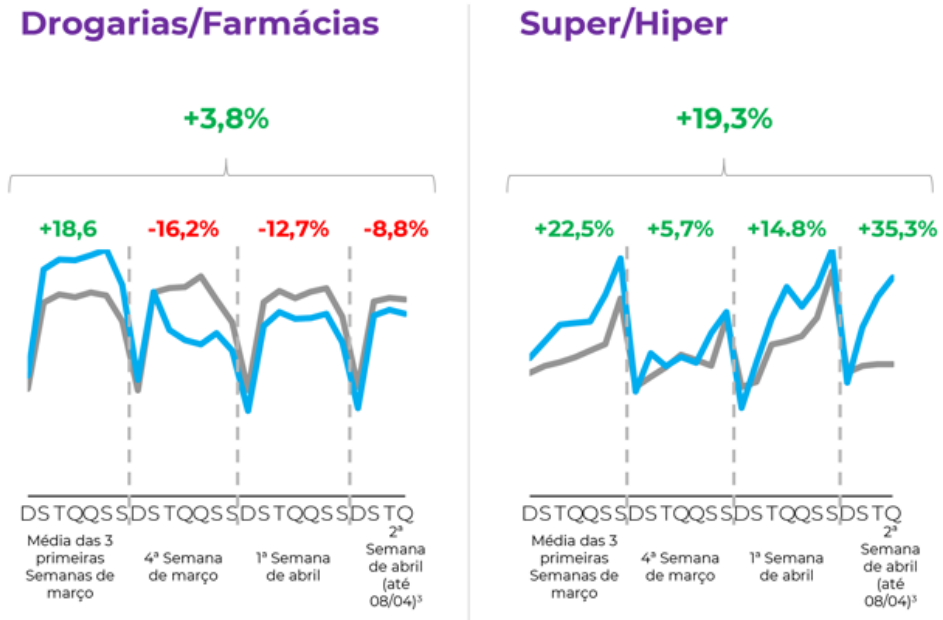
O varejo e seus segmentos

NA ANÁLISE POR GRUPOS DE SETORES, BENS NÃO DURÁVEIS CONTINUAM ATENUANDO O IMPACTO NO PERÍODO[1] E BENS DURÁVEIS APRESENTARAM QUEDA LEVEMENTE MENOR NA ÚLTIMA SEMANA

No bloco de **Bens Não Duráveis** , destaca-se o setor de Supermercados e Hipermercados, com 19,3% de crescimento no período acumulado[1]

Faturamento Nominal – Setores de Bens Não Duráveis – Brasil

Base 100 = Domingo (2/fevereiro)



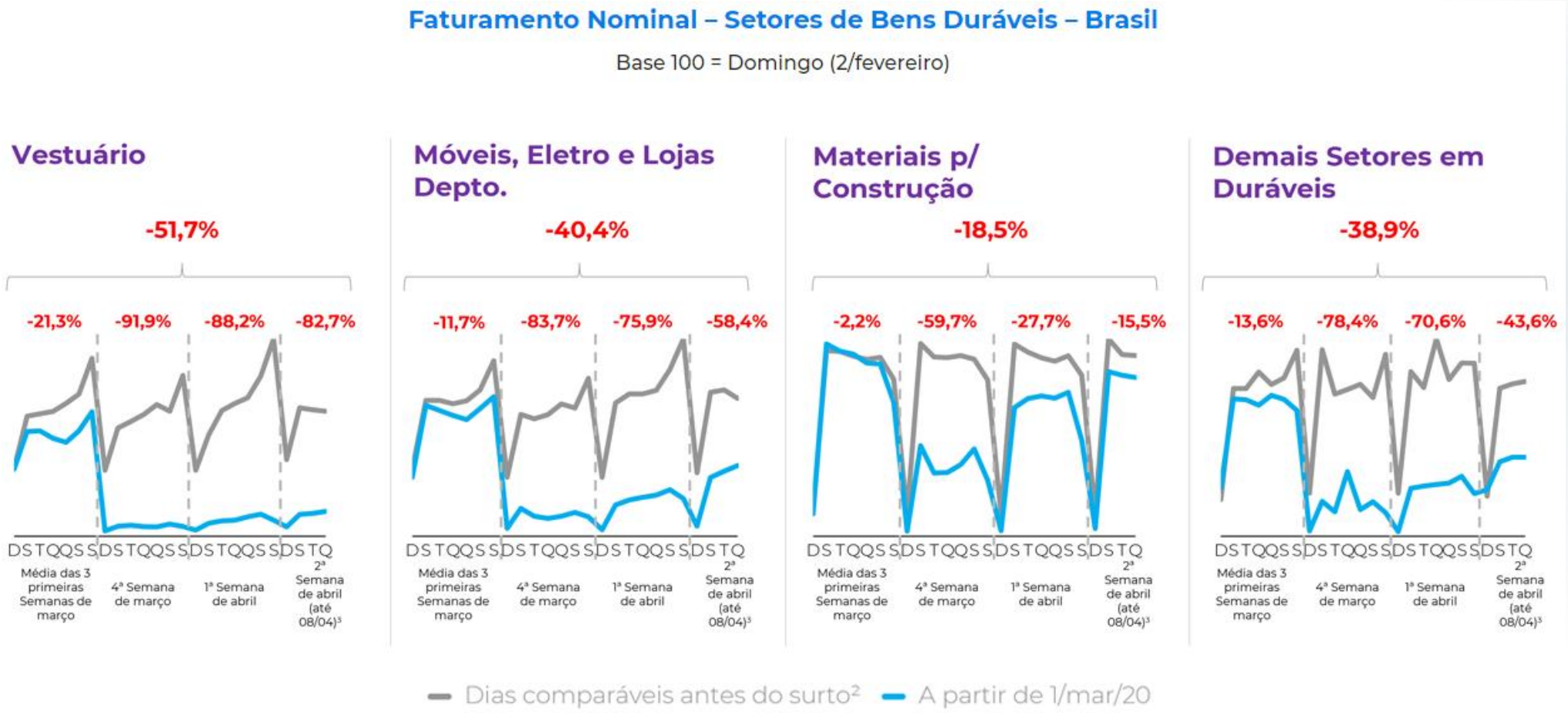
CORONAVIRUS

Fonte: Cielo | ICVA - Índice Cielo do Varejo Ampliado
1) Período de 01/mar/20 a 08/abr/20.

O varejo e seus segmentos

CORONAVIRUS

Já para o bloco de **Bens Duráveis**, destaca-se a queda de 51,7% no setor de Vestuário no período acumulado[1]



Fonte: Cielo | ICVA - Índice Cielo do Varejo Ampliado
1) Período de 01/mar/20 a 08/abr/20.

SBVC
Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo

FRANCHISING

Entidade responsável:

ABF ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE FRANCHISING

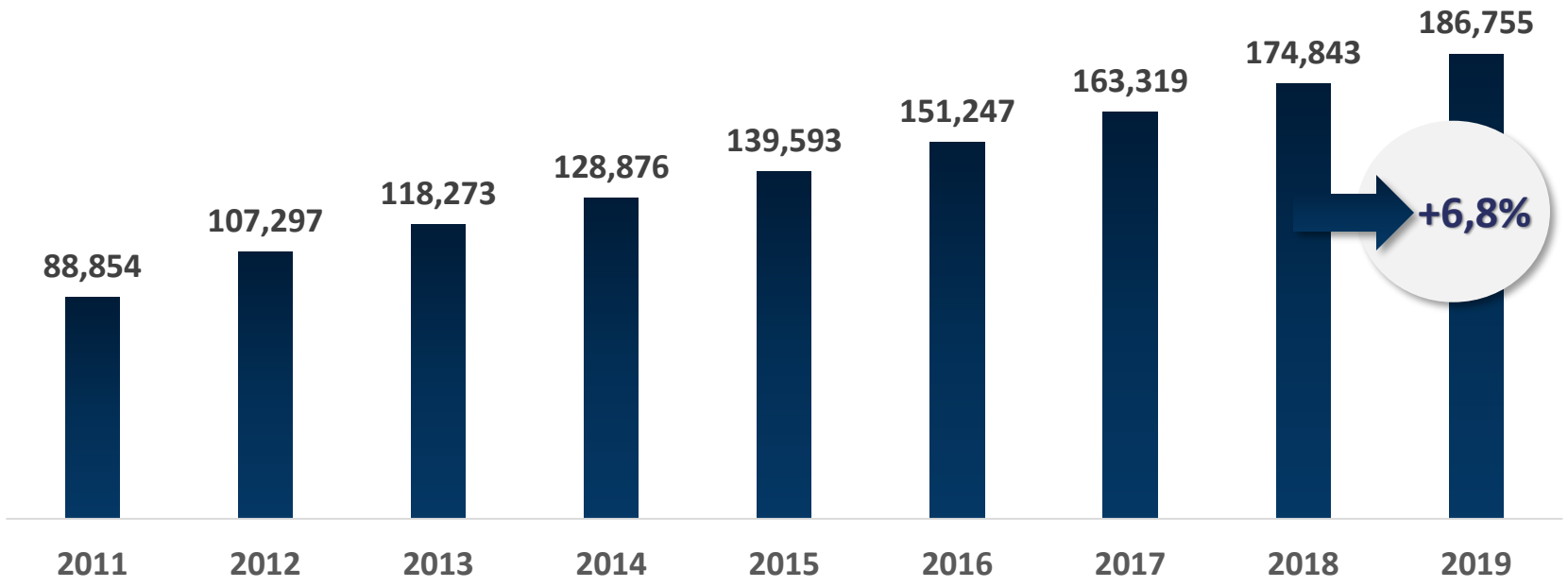
Dados e Estatísticas do Franchising

Associação Brasileira de Franchising

- Entidade sem fins lucrativos, criada em julho de 1987.
- Hoje, a ABF possui mais de 1.000 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.

Faturamento do setor (em R$ bilhões)

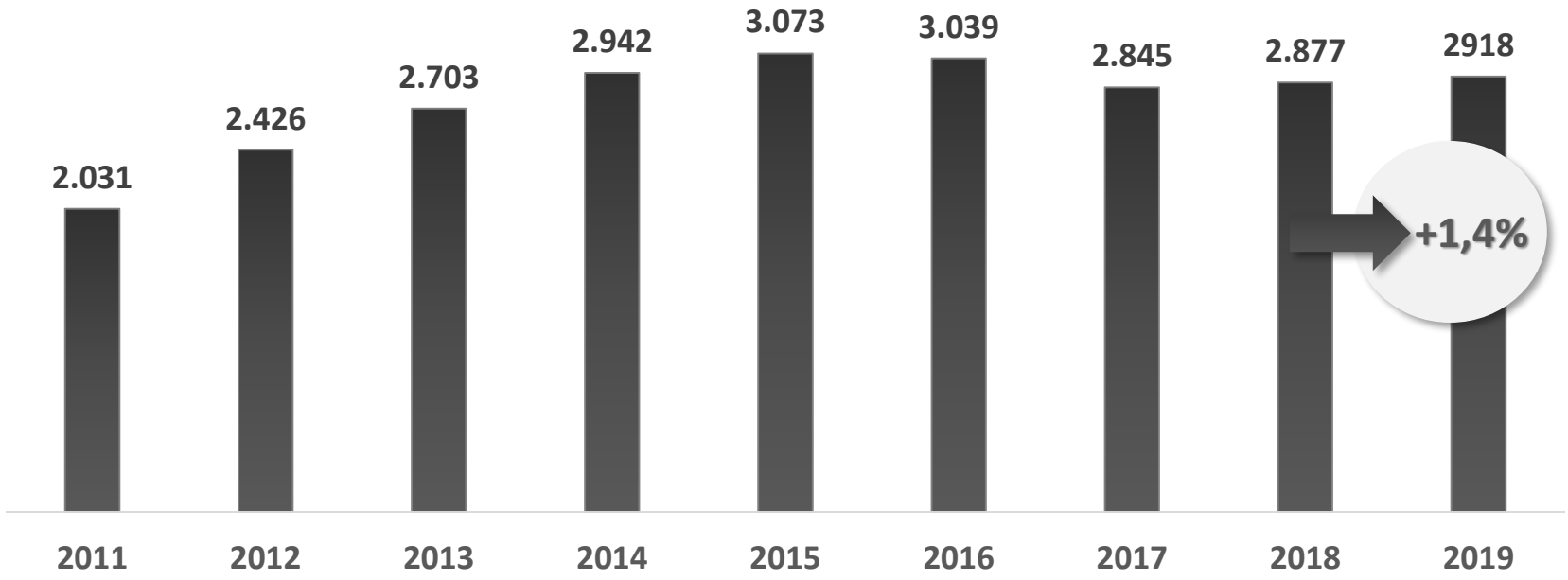
Setor demonstra consistência e estabilidade mesmo diante de crescimento econômico moderado. A recuperação da construção civil, a crescente demanda por comunicação e a melhora nos índices de confiança do empresário influenciaram o resultado.



Fonte: ABF

Número de redes

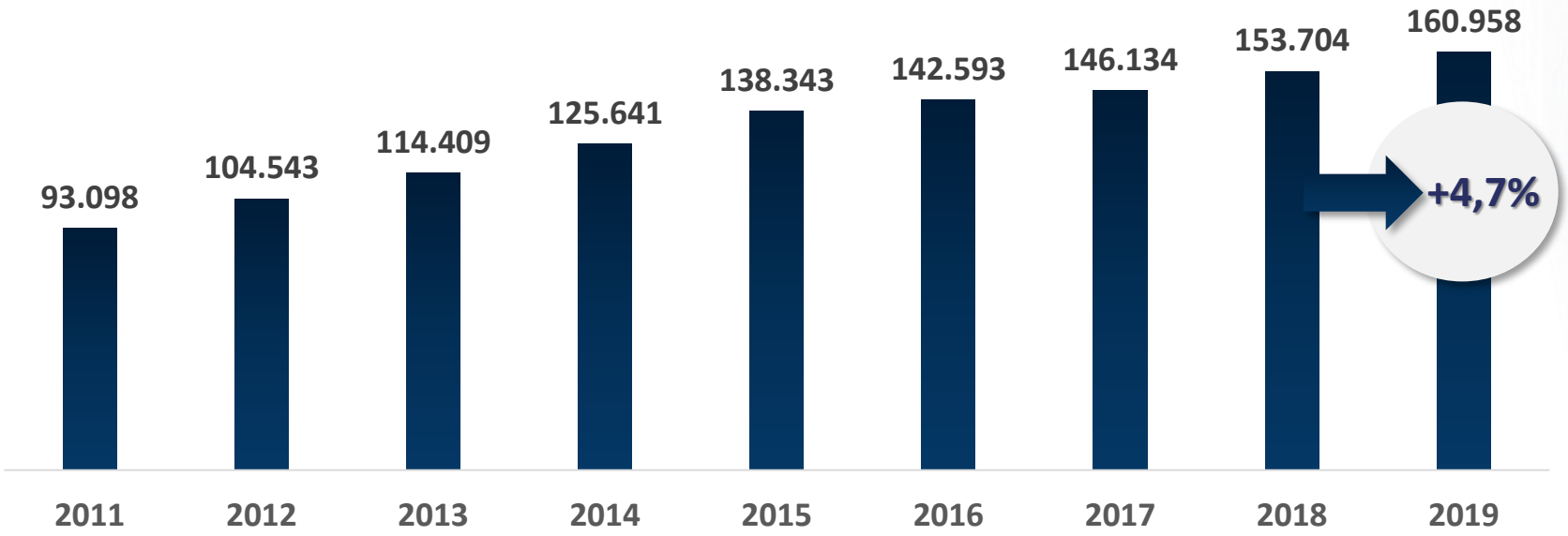
O número de redes cresceu em razão do número de novas marcas dos segmentos de Serviços, Outros Negócios e Alimentação.



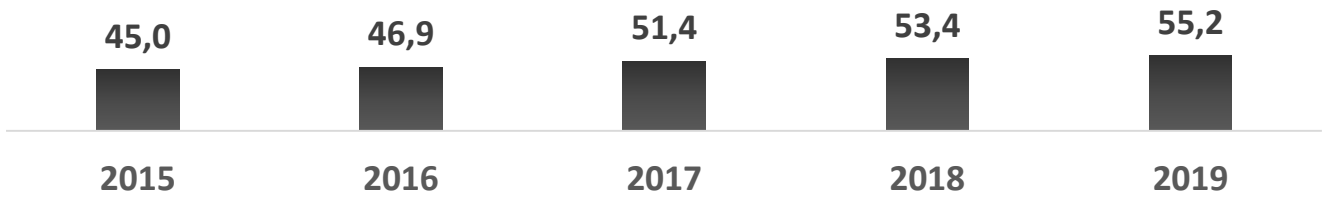
Fonte: ABF

Unidades

Novos marcas atuando no mercado, desenvolvendo novos formatos e modelos de negócios



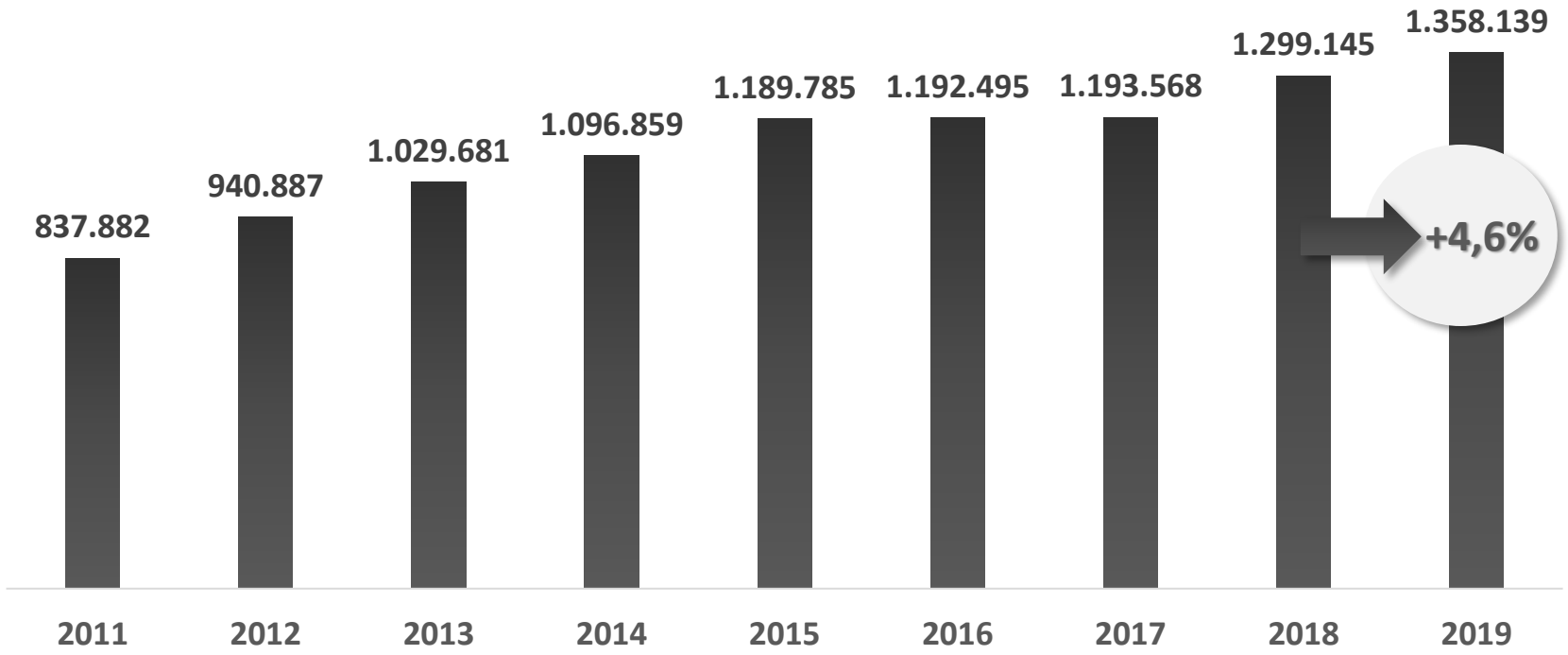
Média de unidades por rede:



Fonte: ABF

Empregos

Abertura de novas redes e expansão no número de unidades colaboraram para o aumento na geração de empregos diretos.



Fonte: ABF

Variação por segmento - faturamento e unidades

Segmento	Fat. 2018 (R$ bilhões)	Fat. 2019 (R$ bilhões)	% Var Faturamento	% Var Unidades
Alimentação	45,827	48.399	5,6%	2,6%
Casa e Construção	10,020	11.019	10,0%	10,5%
Comunicação, Informática e Eletrônicos	5,485	6.034	10,0%	15,5%
Entretenimento e Lazer	2,437	2.568	5,4%	3,6%
Hotelaria e Turismo	12,632	13.286	5,2%	5,3%
Limpeza e Conservação	1,386	1.451	4,7%	3,9%
Moda	22,931	24.228	5,7%	1,8%
Saúde, Beleza e Bem Estar	31,907	34.214	7,2%	4,0%
Serviços Automotivos	5,894	6.316	7,2%	1,2%
Serviços e Outros Negócios	24,924	27.001	8,3%	9,8%
Serviços Educacionais	11,400	12.239	7,4%	1,0%
TOTAL	174,843	186.755	6,8%	4,7%

Fonte: ABF

SBVC
Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo

SHOPPING CENTERS

Entidade responsável:

ABRASCE
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE SHOPPING CENTERS

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 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

577 SHOPPINGS NO TERRITÓRIO NACIONAL

- R$ 192,8 BILHÕES DE FATURAMENTO (EM 2019)
- 105.592 LOJAS
- 19 SHOPPINGS A INAUGURAR (EM 2020)
- 1,102 MILHÃO DE EMPREGOS GERADOS
- 502 MILHÕES VISITANTES/ MÊS

Fonte: ABRASCE

Números do setor

DEZEMBRO/2018

Número Total de Shoppings	**563**
A Inaugurar em 2019	15
Área Bruta Locável (em milhões de m²)	16,322
Vagas para Carros	942.801
Total de Lojas	104.928
Salas de Cinema	2.836
Empregos Gerados	1.085.040

DEZEMBRO/2019

Número Total de Shoppings	**577**
A Inaugurar em 2020	19
Área Bruta Locável (em milhões de m²)	16
Vagas para Carros	979.397
Total de Lojas	105.592
Salas de Cinema	2.900
Empregos Gerados	1.102.171

Fonte: ABRASCE

Números regionais

REGIÃO	Nº DE SHOPPINGS	% DO TOTAL	ABL (m^2)
Norte	26	4%	876.781
Nordeste	96	17%	3.039.471
Centro-Oeste	59	10%	1.450.499
Sudeste	300	52%	9.018.087
Sul	96	17%	2.373.099
Total	**577**	**100%**	**16.757.937**

Fonte: ABRASCE

Números estaduais

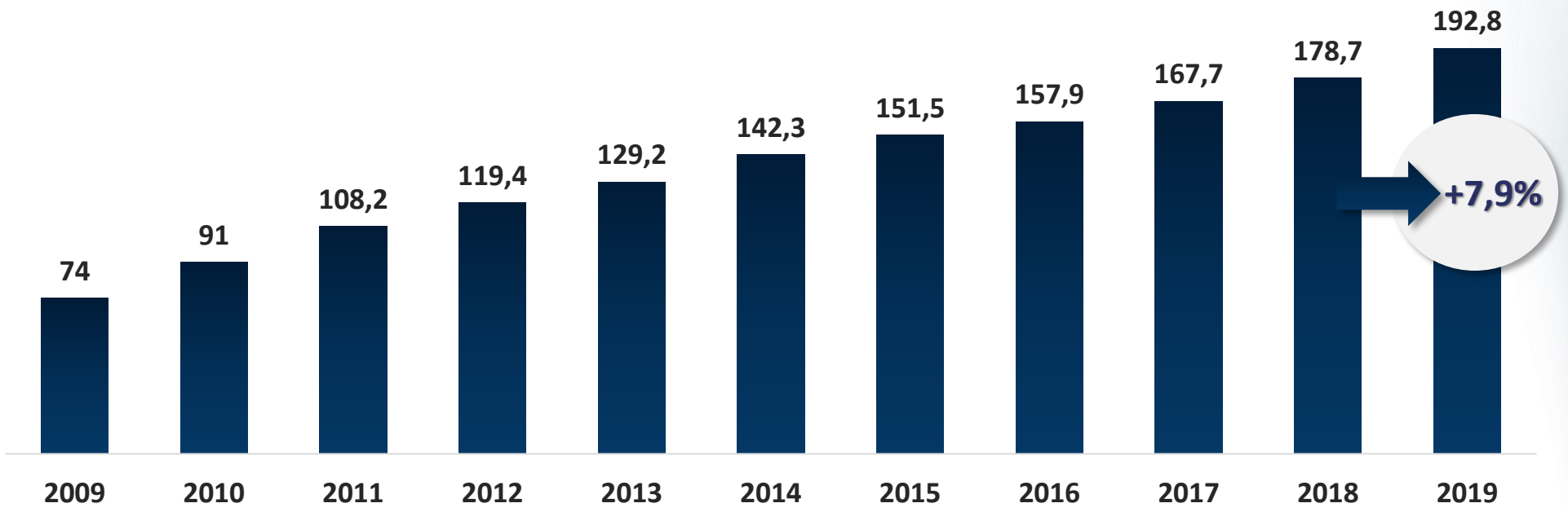
ESTADOS	N° DE SHOPPINGS	N° DE SHOPPINGS ESTIMADO P/ O FINAL DE 2020	ABL TOTAL EM OPERAÇÃO (m^2)
SP	182	185	5.616.484
RJ	66	668	1.932.104
MG	43	43	1.171.144
RS	37	37	857.242
PR	36	40	888.354
SC	23	23	627.503
GO	26	28	637.781
BA	21	22	627.993
DF	20	20	450.541
CE	18	18	516.032
PE	19	23	666.472
AM	10	10	330.179
ES	9	9	298.355
PA	8	8	312.218

ESTADOS	N° DE SHOPPINGS	N° DE SHOPPINGS ESTIMADO P/ O FINAL DE 2020	ABL TOTAL EM OPERAÇÃO (m2)
MA	11	11	277.828
RN	7	7	171.168
MT	6	7	189.838
PB	6	8	248.705
MS	7	7	172.339
AL	4	4	152.498
SE	5	5	233.498
PI	5	5	145.276
TO	2	2	46.531
RR	2	2	65.925
AP	2	2	50.133
RO	1	1	43.600
AC	1	1	28.195
Total	577	596	16.757.937

Fonte: ABRASCE

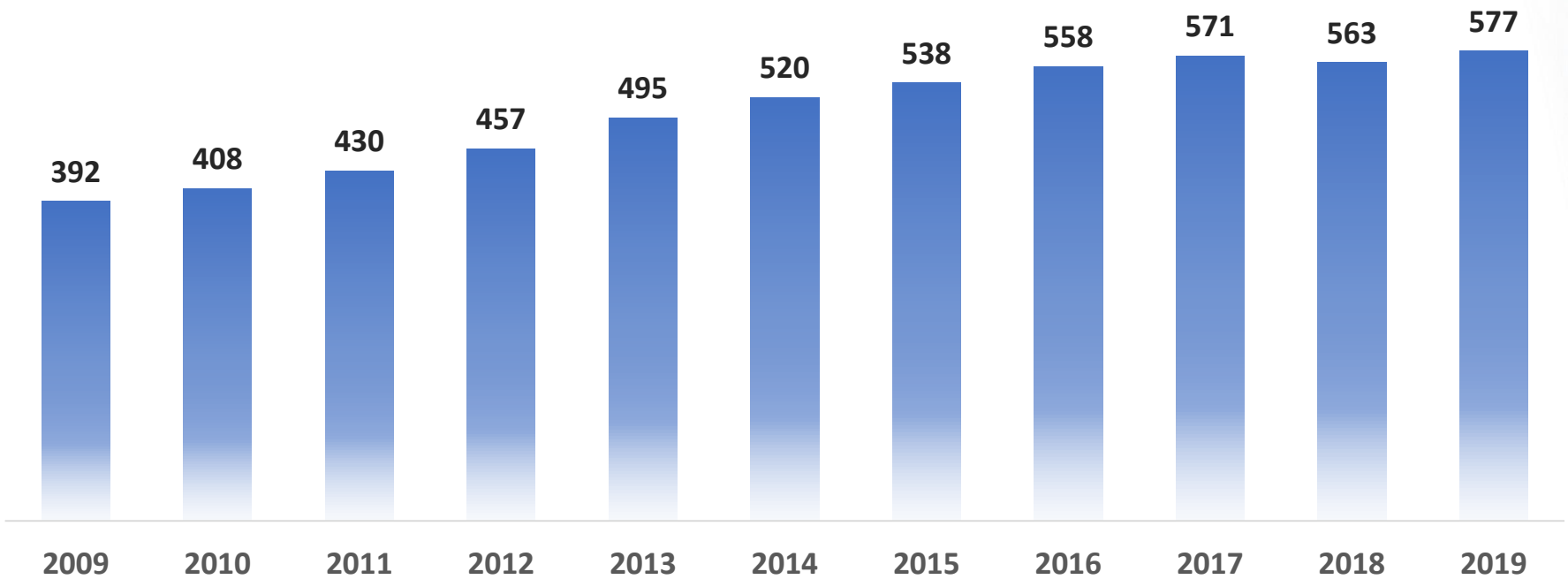
Faturamento

(em R$ bilhões/ano)



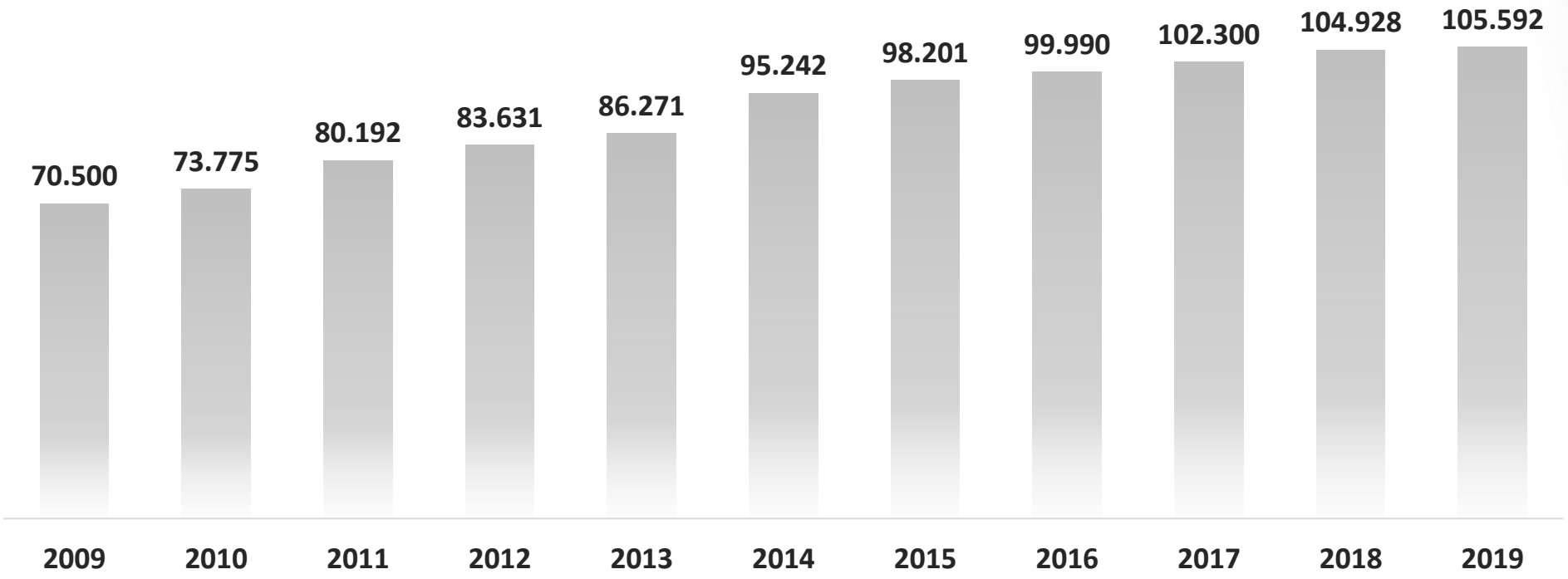
Fonte: ABRASCE

Número de shoppings



Fonte: ABRASCE

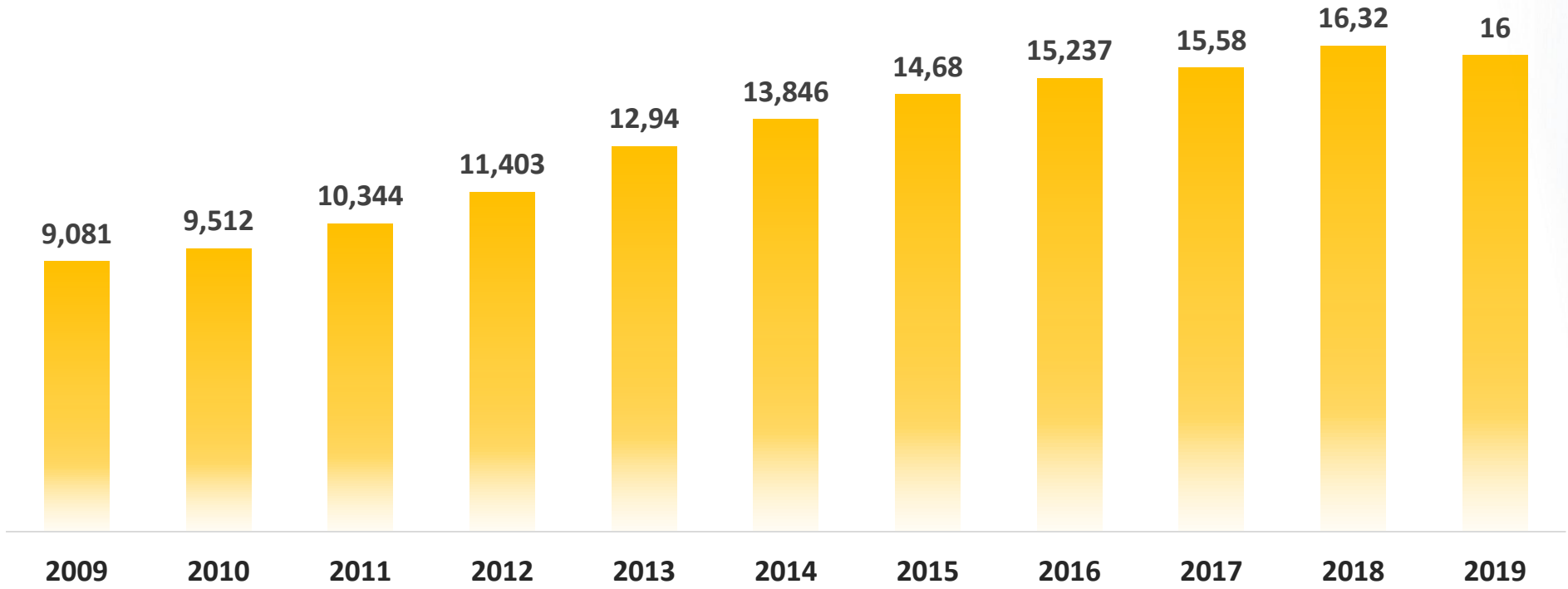
Número de Lojas



Fonte: ABRASCE

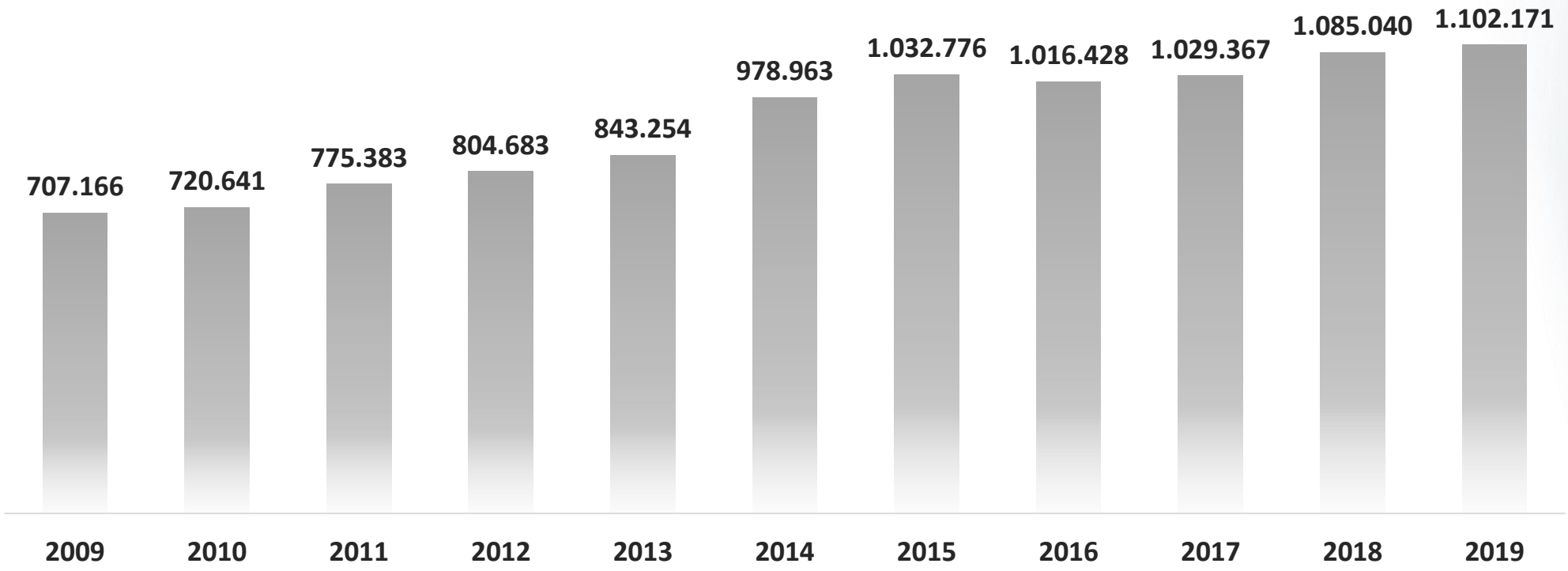
Evolução do setor – ABL

(milhões m²)



Fonte: ABRASCE

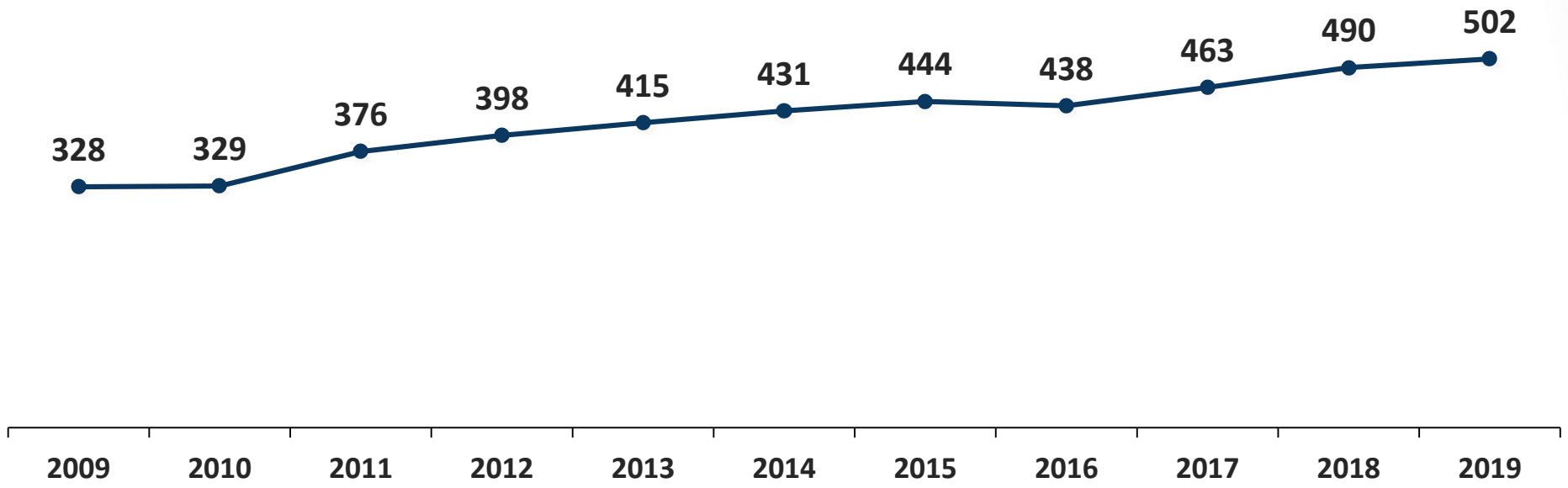
Empregos diretos



Fonte: ABRASCE

Tráfego de pessoas

(milhões visitas/mês)



Fonte: ABRASCE

Impacto do Covid-19 nos shoppings

95% dos shoppings no Brasil foram afetados pelo coronavírus, diz associação.

A Associação Brasileira de Shopping Centers afirma que 550 shoppings no Brasil estão sendo impactados por decretos que recomendam fechamento dos espaços.

Mesmo antes dos decretos restringindo a abertura dos estabelecimentos, o movimento nos shoppings já vinha caindo em torno de 25% no fim de semana dos dias 14 e 15 de março.

Os shoppings serão mantidos fechados pelo menos até dia 30 de abril.

Fonte: ABRASCE
https://exame.abril.com.br/negocios/95-dos-shoppings-brasileiros-foram-afetados-por-coronavirus-diz-associacao/

SBVC
Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo

E-COMMERCE

Entidade responsável: ABCOMM
associação brasileira de comércio eletrônico

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 vindas 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

Comércio eletrônico avança 16,3% em 2019 e registra faturamento de R$ 61,9 bilhões no Brasil

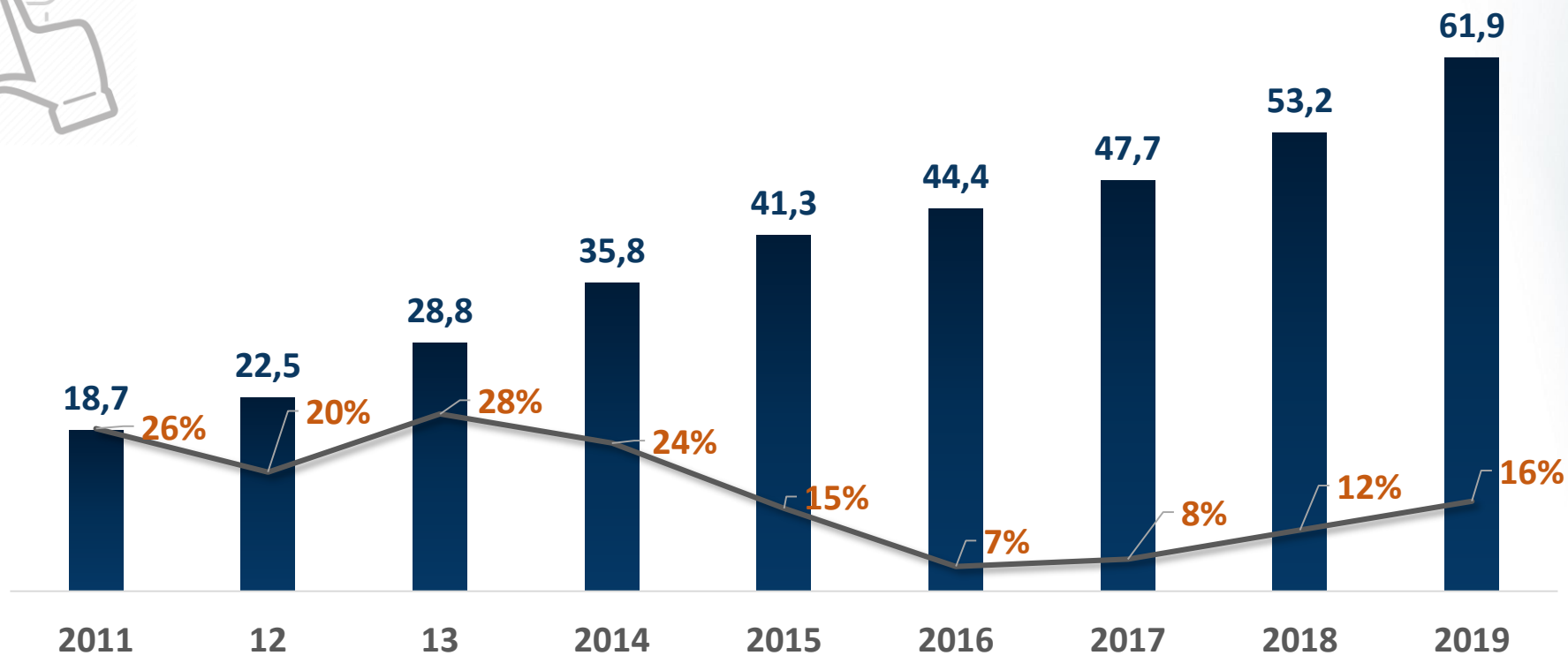
A expectativa de crescimento do setor em 2019 era de 15%, segundo projeção do Webshoppers 40, estudo sobre comércio eletrônico brasileiro realizado pela empresa. Porém, Roberto Butragueño, diretor de atendimento ao varejo e e-commerce da Nielsen Brasil, avalia que ela foi maior do que o esperado devido à recuperação da economia brasileira no segundo semestre e à maior quantidade de produtos disponíveis. “O grande sortimento de produtos, principalmente em *marketplaces*, abriu a possibilidade para os consumidores adquirirem itens que antes não estavam disponíveis online. Ou seja, hoje eles contam com mais opções de compra e têm mais facilidade de encontrar esses produtos”, completa.

Fonte: https://www.meioemensagem.com.br/home/marketing/2020/02/21/e-commerce-cresce-alem-do-esperado-aponta-ebit-nielsen.html

Dados e Estatísticas do E-commerce

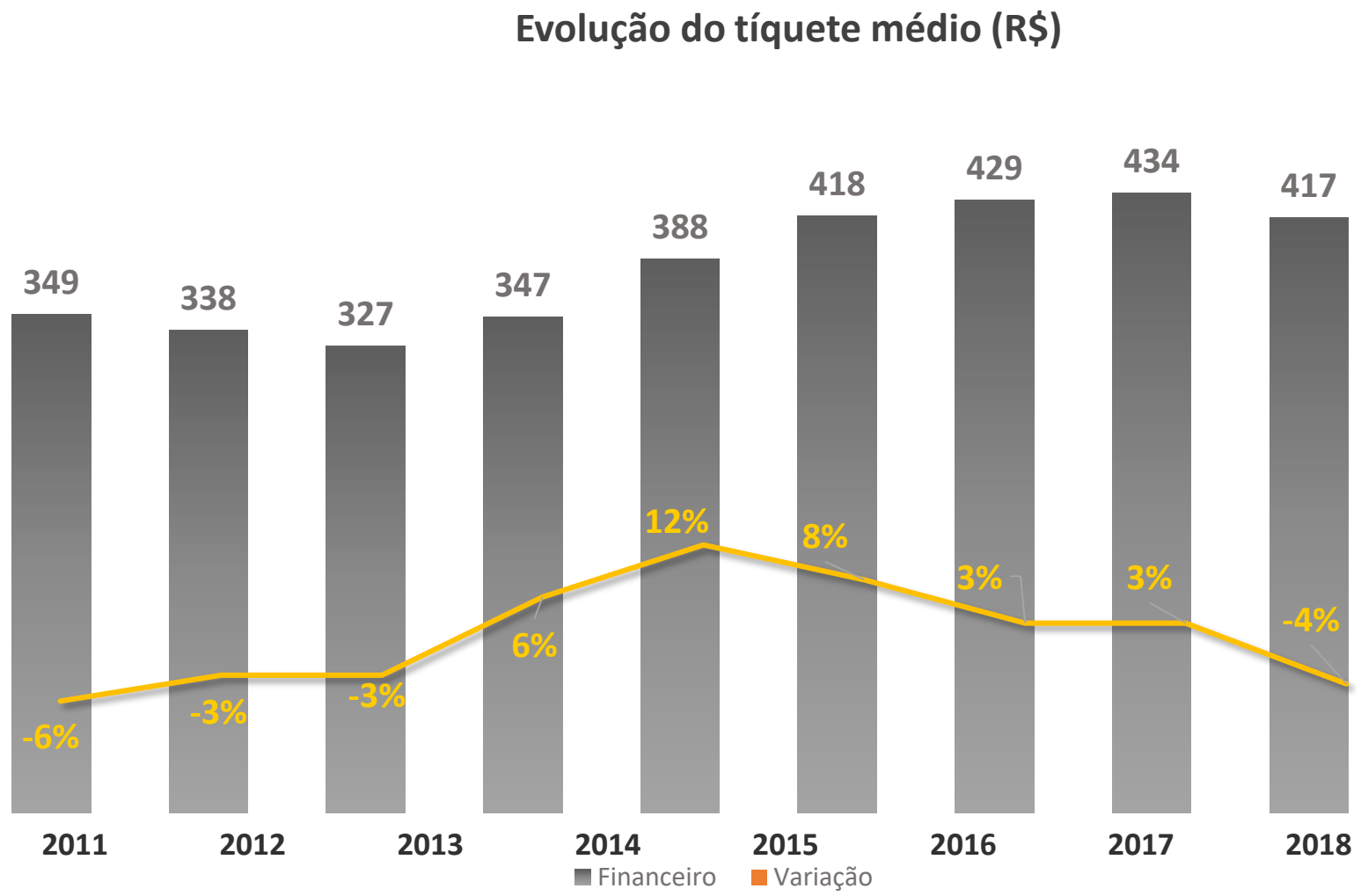
O e-Commerce brasileiro representou 4,4% do Varejo Restrito em 2019.

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



Fonte: Ebit/ Nielsen – Webshoppers 41
https://www.meioemensagem.com.br/home/marketing/2020/02/21/e-commerce-cresce-alem-do-esperado-aponta-ebit-nielsen.html

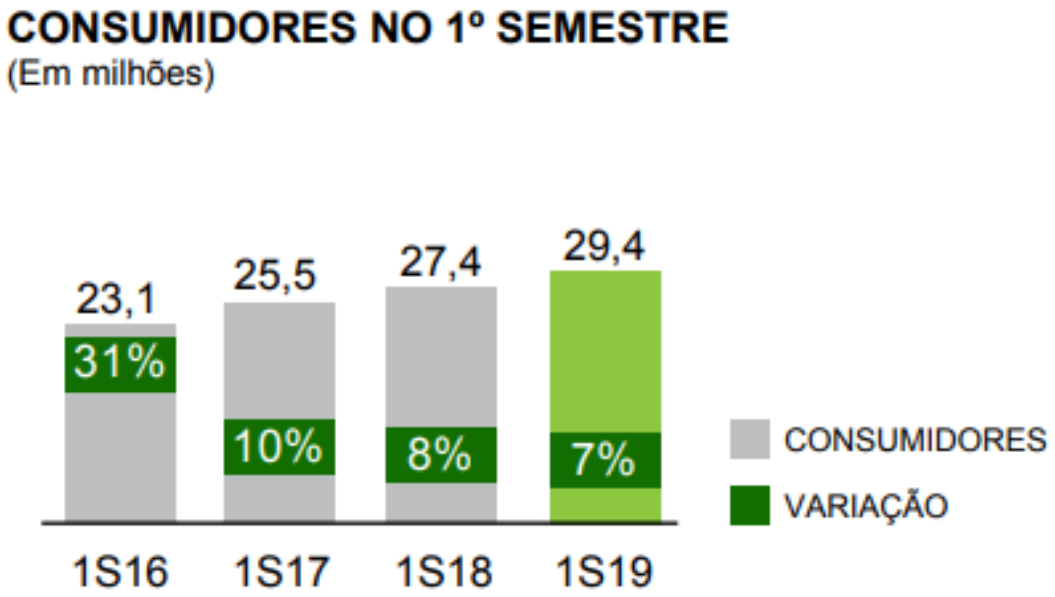
Dados e Estatísticas do E-commerce



Fonte: Ebit/ Nielsen – Webshoppers 41

Dados e Estatísticas do E-commerce

18,1% dos consumidores fizeram sua compra online pela primeira vez em 2019.



CORONAVIRUS

Com o Covid-19, esses números tendem a aumentar, pois o número de novos consumidores que ainda não compravam online passa a comprar e esse público vivencia novas experiências, passando a comprar mais pelo comércio eletrônico.

Fonte: Ebit/ Nielsen – Webshoppers 40

Dados e Estatísticas do E-commerce

“Número de lojas online cresce 37% em um ano e chega a quase 1 milhão de sites.

Após dois anos de crescimento moderado, o e-commerce brasileiro registrou seu maior avanço desde 2014, com um salto de 37,59% em número de lojas online.

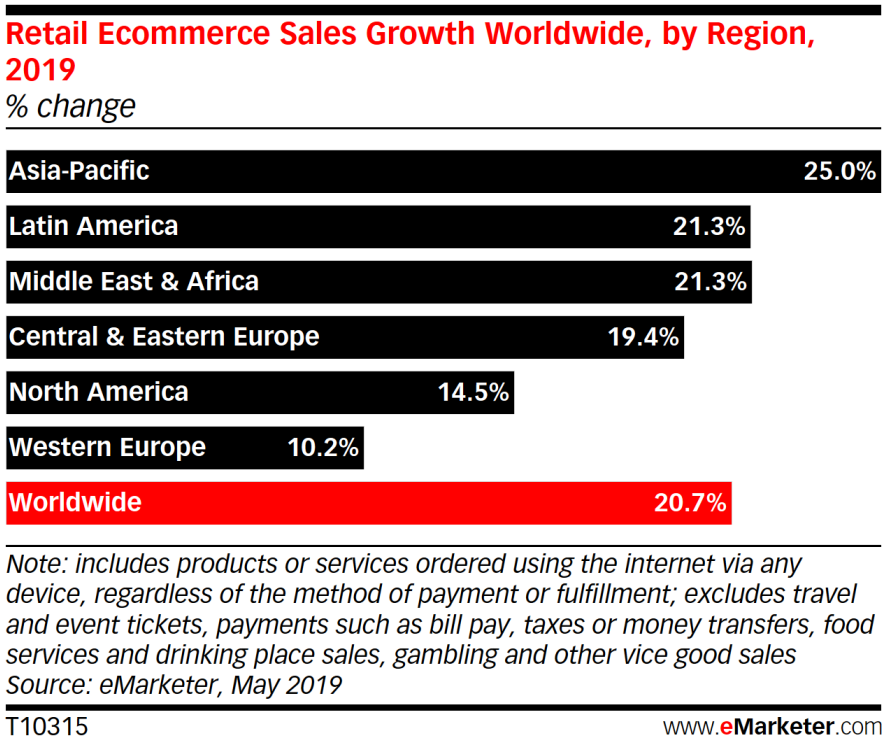
Hoje, o país soma **930 mil sites** dedicados ao comércio eletrônico, segundo dados do levantamento divulgado recentemente pelo BigData Corp em parceria com o PayPal Brasil.”

Fonte: https://www.ecommercebrasil.com.br/noticias/numero-lojas-online-cresce-quase-1-milhao-sites/

Dados e Estatísticas do E-commerce no MUNDO

"Mesmo com o esfriamento da economia de consumo da China, a Ásia-Pacífico ainda liderará a taxa de crescimento do comércio eletrônico global em 2019. Esperamos que a região registre um crescimento de 25,0% para US $ 2,271 trilhões, representando 64,3% dos gastos globais com comércio eletrônico.

A **América Latina** e o Oriente Médio/ África experimentarão taxas de crescimento idênticas de 21,3% em relação ao ano anterior, superando ligeiramente a média global, enquanto a América do Norte (até 14,5%) e a Europa Ocidental (até 10,2%) são os retardatários."

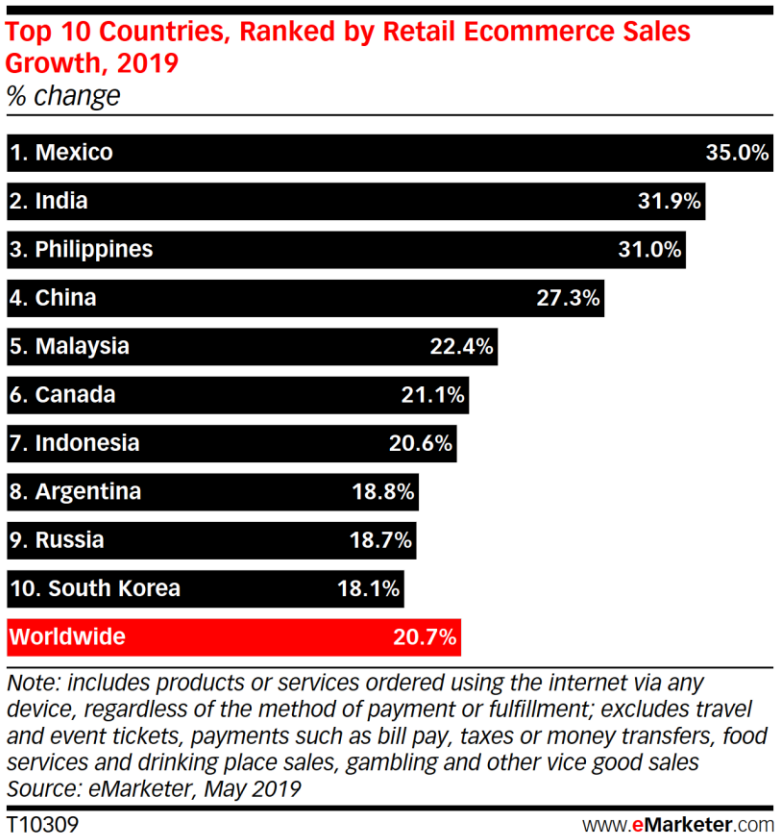


Fonte: Emarketer
https://www.emarketer.com/content/global-ecommerce-2019

Dados e Estatísticas do E-commerce no MUNDO

"Seis dos dez principais países de comércio eletrônico que mais crescem em 2019 fazem parte da Ásia-Pacífico, liderada pela Índia e pelas Filipinas com mais de 30% de crescimento e também pela China, Malásia, Indonésia e Coréia do Sul.

A **América Latina** possui o mercado global de comércio eletrônico que mais cresce - o México com 35,0%. Regiões ainda mais maduras, como América do Norte (Canadá, crescimento de 21,1%) e Europa (Rússia, crescimento de 18,7%), ficaram entre as 10 melhores."



Em 2019, as vendas de comércio eletrônico representaram 14% de todas as vendas no varejo em todo o mundo. (Fonte: Statista)

Fonte: Emarketer
https://www.emarketer.com/content/global-ecommerce-2019

Dados e Estatísticas do E-commerce no MUNDO

Top 10 Countries, Ranked by Retail Ecommerce Sales, 2018 & 2019

billions and % change

	2018	2019	% change
1. China*	$1,520.10	$1,934.78	27.3%
2. US	$514.84	$586.92	14.0%
3. UK	$127.98	$141.93	10.9%
4. Japan	$110.96	$115.40	4.0%
5. South Korea	$87.60	$103.48	18.1%
6. Germany	$75.93	$81.85	7.8%
7. France	$62.27	$69.43	11.5%
8. Canada	$41.12	$49.80	21.1%
9. India	$34.91	$46.05	31.9%
10. Russia	$22.68	$26.92	18.7%

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;
**excludes Hong Kong*
Source: eMarketer, May 2019

T10308 www.eMarketer.com

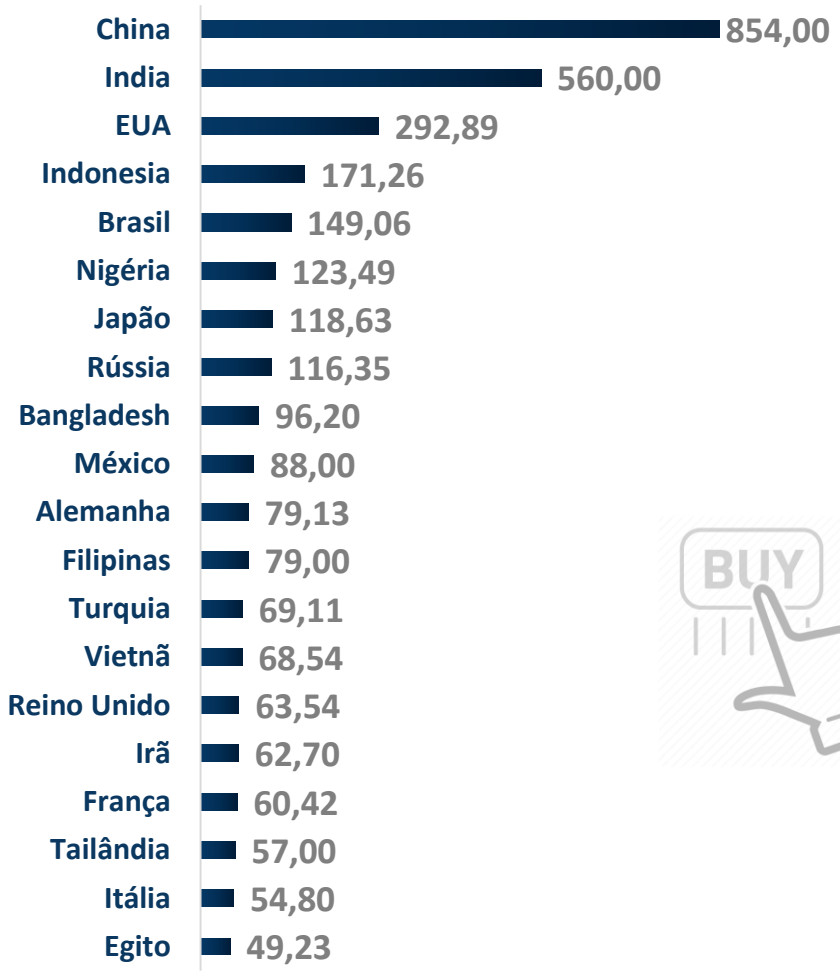
Em 2019, o principal mercado global de comércio eletrônico é a China, com US$ 1,935 trilhão em vendas – mais de três vezes maior que os EUA, com US$ 586,92 bilhões.

A China superou os EUA em vendas de comércio eletrônico pela primeira vez em 2013. Desde então, aumentou rapidamente a margem. Por si só, a China representa 54,7% do mercado global de comércio eletrônico, uma participação que é quase o dobro dos próximos cinco países juntos.

Fonte: Emarketer
https://www.emarketer.com/content/global-ecommerce-2019

Dados e Estatísticas do E-commerce no MUNDO

Países com mais números de usuários de internet no mundo – em milhões:
(Dados de Junho/2019)



Segundo Statista: “Há 4,13 bilhões de usuários de Internet em todo o mundo. Considerando que o número de seres humanos que vivem na Terra atualmente é estimado em cerca de 8,5 bilhões, isso significa que mais de 41% da população mundial está interconectada pela Internet. Existem, no entanto, grandes diferenças na distribuição de usuários de acordo com a região. O leste da Ásia abriga 923 milhões de usuários de internet, enquanto as regiões africana e do Oriente Médio apresentam números mais baixos.”

Fonte: Statista
https://www.statista.com/statistics/262966/number-of-internet-users-in-selected-countries/

Impacto do Covid-19 no E-commerce

Em meio à pandemia do coronavírus, setores de comercialização de produtos essenciais tiveram crescimento em suas vendas online.

- **Supermercados online**: crescimento de 25% de usuários;
- **Farmácias online**: 17% de crescimento.

Isso sinaliza uma grande mudança nos hábitos de consumo das pessoas, que estão migrando para o e-commerce.

Além disso, serviços como *streaming* de filmes e séries, TV paga, plataformas de EaD (Ensino a distância) e empresas de transporte para *delivery* também se beneficiam com o momento.

Fonte: Opinion Box
https://www.terra.com.br/noticias/dino/pesquisas-mostram-o-impacto-da-covid-19-nos-habitos-de-compra-e-consumo-dos-brasileiros-em-2020,84b54830b94ad2376bd9bd6c7e9ff6f6l7ttsasz.html

SBVC
Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo

HIPER E SUPERMERCADOS

Entidade responsável: abras
Associação Brasileira de Supermercados

Hiper e Supermercados

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 desenvolveu 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 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 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.

Fonte: Redação Portal ABRAS

Dados e estatísticas de Hiper e Supermercados

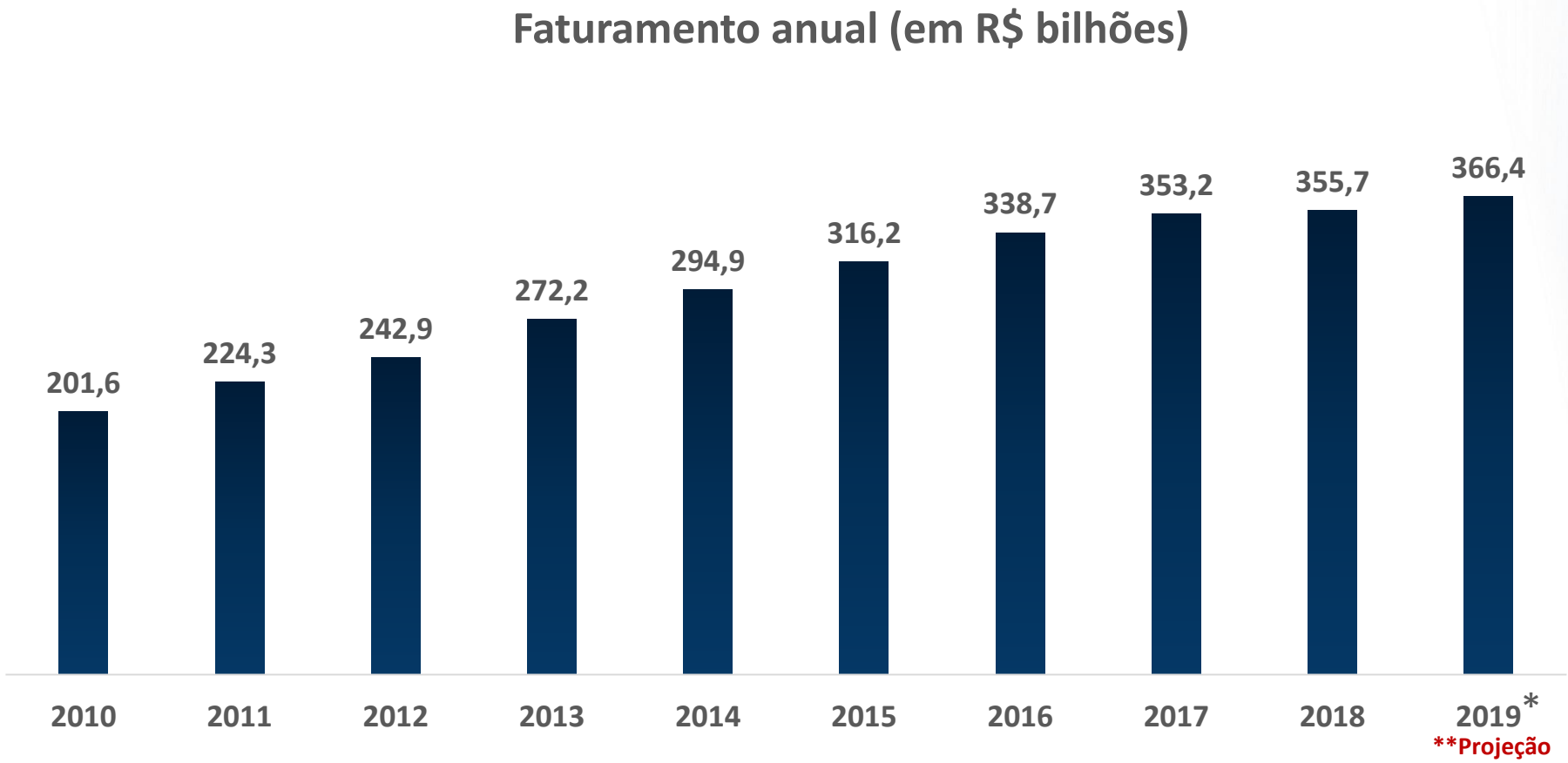
“De janeiro a outubro de 2019, o setor supermercadista apresentou crescimento real de 3,48% na comparação anual.

De acordo com o presidente da associação, João Sanzovo Neto, o resultado no acumulado do ano já sinaliza que o fechamento de vendas de 2019 deverá superar a projeção inicial do setor supermercadista. **A projeção* da Abras para o ano é de crescimento de 3%.**

O consumo das famílias acelerou no segundo semestre, principalmente pelo aumento do crédito à pessoa física. A liberação do saque imediato do Fundo de Garantia do Tempo de serviço (FGTS) e das cotas do Pis/Pasep também ajudaram no aumento do consumo.”

Fonte: https://veja.abril.com.br/economia/vendas-de-supermercados-do-brasil-crescem-578-em-um-ano/
*Ranking ABRAS previsão de lançamento em maio/2020

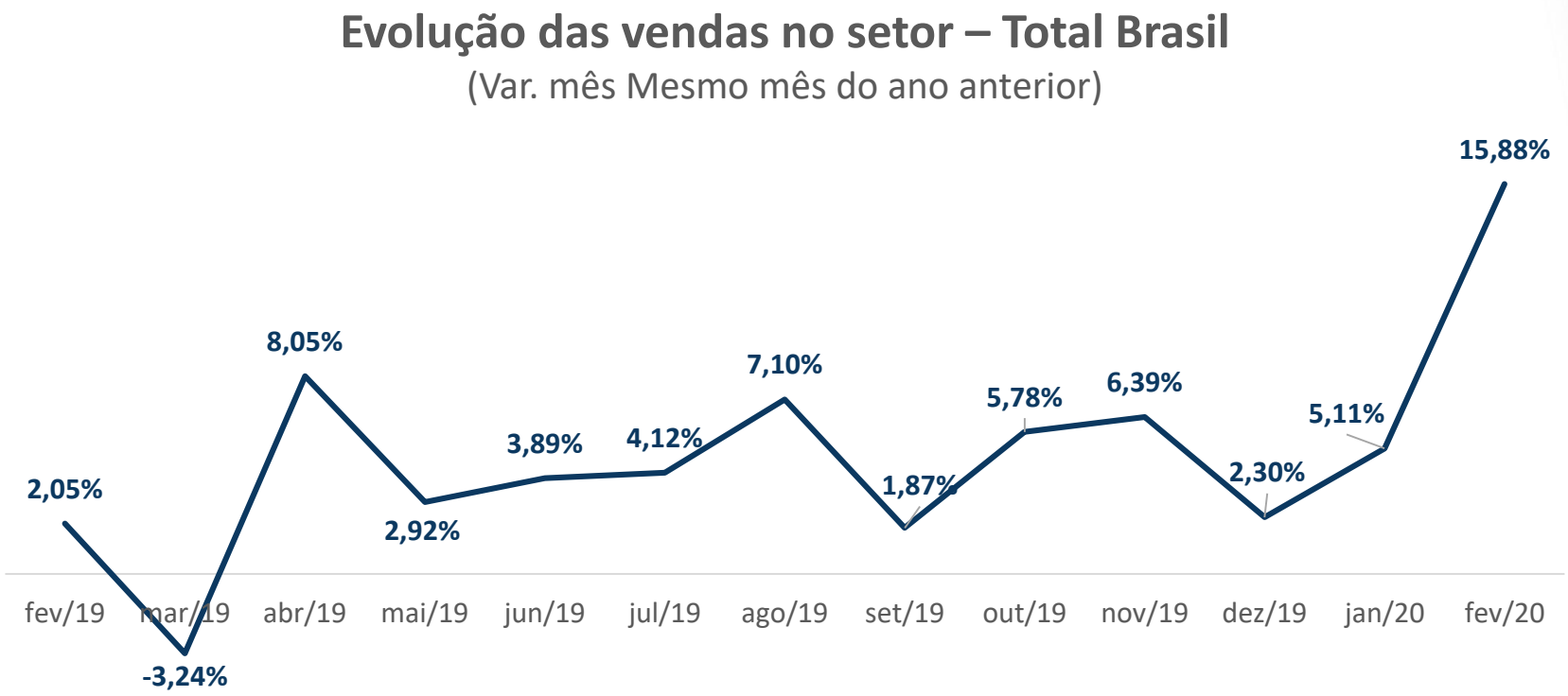
Dados e estatísticas de Hiper e Supermercados



Fonte: 42ª edição Ranking ABRAS
*Ranking ABRAS previsão de lançamento em maio/2020
Fonte: **https://veja.abril.com.br/economia/vendas-de-supermercados-do-brasil-crescem-578-em-um-ano/

Dados e estatísticas de Hiper e Supermercados

"Em fevereiro/2020, as vendas do setor supermercadista em valores reais, deflacionadas pelo IPCA/IBGE, apresentaram crescimento real de 15,88% em relação ao mesmo mês de 2019. Essa alta foi influenciada pelo período de Carnaval, por um dia a mais no mês e pela composição de cinco sábados. Em 2019 o Carnaval aconteceu no início de março."



Fonte: ABRAS
https://www.abras.com.br/economia-e-pesquisa/indice-de-vendas/indice-do-mes/

Impacto do Covid-19 nos supermercados

De 24 de fevereiro (pouco antes da confirmação do primeiro caso da doença no País) até 18 de março (uma semana após a Organização Mundial da Saúde declarar o Covid-19 uma pandemia), houve um **avanço de 80% nas compras de supermercados** (que envolvem alimentos, bebidas, higiene e limpeza).

Isso tudo na comparação com um período semelhante de 2019 – de 25 de fevereiro a 20 de março. Em ambos os casos, são 24 dias, 15 dos quais úteis, já descontando o Carnaval.

Fonte: relatório da Associação Brasileira de Comércio Eletrônico (ABComm), em parceria com o Movimento Compre & Confie
https://www.istoedinheiro.com.br/coronavirus-faz-disparar-a-venda-de-farmacias-e-supermercados-na-internet/

MATERIAIS DE CONSTRUÇÃO

Entidade responsável:

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.

Fonte: ANAMACO

Materiais de Construção

Dados sobre o setor em 2019:

- FATURAMENTO 2019: R$140 BILHÕES
- CRESCIMENTO: 5%

Fonte: ANAMACO
https://blogtudodenovo.com/varejo-de-material-de-construcao-tem-crescimento-de-5-e-faturamento-de-140-bilhoes-de-reais-em-2019/

Impacto do Covid-19 em materiais de construção

Devido ao coronavírus, as vendas do setor em março caíram 50% em comparação com o mesmo mês do ano passado. Ao fim de 2019, a expectativa era fechar este ano com crescimento de 8,5%, mas por causa da pandemia tudo mudou. “Se a gente conseguir equilibrar a situação e voltar a abrir as lojas em julho, no máximo o setor vai empatar com 2019. Isso porque muitas reformas residenciais planejadas para agora, mas que foram adiadas, poderão ser retomadas no segundo semestre, minimizando perdas”, observa Waldir Abreu, superintendente da Anamaco.

Fonte: https://www.istoedinheiro.com.br/pequenos-reparos-grandes-negocios/

Impacto do Covid-19 em materiais de construção

OPORTUNIDADE:

"O que esta pandemia está fazendo é aumentar a penetração do e-commerce em setores nos quais ele quase não existia, como o varejo de materiais de construção e de supermercados", afirma Eduardo Terra, presidente da Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo (SBVC). Terra explica que a penetração do e-commerce é de 4,5% no Brasil e poderia chegar a 8% em dois ou três anos. "Por causa do coronavírus, deveremos antecipar essa previsão para este ano."

Outra consequência é o aumento do número de lojas que investirão em canais de vendas, segundo análise do superintendente da Anamaco, Waldir Abreu. "Quem sobreviver terá uma relação mais ativa com o cliente, vai investir em outros canais de venda para não ficar esperando a pessoa entrar na loja", diz."

Fonte: https://www.istoedinheiro.com.br/pequenos-reparos-grandes-negocios/

FARMÁCIAS E DROGARIAS
(MEDICAMENTOS, COSMÉTICOS E HIGIENE PESSOAL)

Entidade responsável:

Mercado Farmacêutico

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. Elas, a exemplo das empresas paulistanas, sentiam a necessidade da criação de uma entidade representativa própria.

Fonte: ABRAFARMA

Mercado Farmacêutico

As vendas nas farmácias do País subiram 11,14% em 2019, para R$ 53,46 bilhões.

"As 23 redes afiliadas à Associação Brasileira de Redes de Farmácias e Drogarias (Abrafarma) movimentaram **R$ 53,46 bilhões** em 2019, um **aumento de 11,14%** sobre 2018. É o melhor desempenho do grande varejo farmacêutico desde 2015. Os dados foram compilados pela Fundação Instituto de Administração da Universidade de São Paulo (FIA-USP). As empresas associadas detêm um *market share* de 44% do setor, mesmo representando pouco mais de 10% das 78 mil farmácias em operação no País."

Fonte: FIA/ USP
https://guiadafarmacia.com.br/redes-da-abrafarma-tem-maior-crescimento-desde-2015/

Mercado Farmacêutico

Os números atuais dão a dimensão da força desse ramo de negócios no Brasil, um dos campeões mundiais no consumo *per capita* de cosméticos. “A situação reflete especialmente o aumento dos gastos do público feminino, que representa 70% dos consumidores no grande varejo farmacêutico”, afirma Sergio Mena Barreto, presidente da Abrafarma. “Além disso, vale destacar que os preços dos não-medicamentos não sofrem interferência ou controle do governo.”

Fonte: ABRAFARMA
https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/economia/2019/06/06/internas_economia,760579/mercado-de-cosmeticos-cresce-apesar-da-crise.shtml

Mercado Farmacêutico

A venda dos medicamentos isentos de prescrição (MIPs) e os chamados não-medicamentos (itens de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos) exerceram maior influência na *performance*. A venda de não-medicamentos teve alta de 11,11%, para R$ 17,13 bilhões, enquanto a comercialização dos MIPs avançou 20,82%, totalizando R$ 9,12 bilhões. A venda geral de medicamentos chegou a R$ 36,32 bilhões, um incremento de 11,15% em relação a 2018.

Os genéricos movimentaram R$ 6,06 bilhões, com evolução de 10,38%. Ao todo, mais de 2,68 bilhões de unidades foram comercializadas e o volume de atendimentos ultrapassou 974 milhões. O número de funcionários e colaboradores nas farmácias passou de 129 mil para 133 mil, dos quais 24,5 mil são farmacêuticos. Os profissionais estão distribuídos nas 7.974 lojas em todos os Estados brasileiros e no Distrito Federal. O número de estabelecimentos que operam 24 horas cresceu 11%, passando de 853 para 947.

Fonte: FIA/ USP
https://guiadafarmacia.com.br/redes-da-abrafarma-tem-maior-crescimento-desde-2015/

Mercado Farmacêutico

	2018	2019	Variação
Vendas	R$ 48.102.627.713	R$ 53.462.134.554	11,14%
Vendas de medicamentos	R$ 32.676.559.219	R$ 36.322.856.148	11,15%
Vendas de MIPs/OTCs	R$ 7.552.906.872	R$ 9.125.059.208	20,82%
Vendas de genéricos	R$ 5.492.711.351	R$ 6.062.856.871	10,38%
Vendas de não medicamentos	R$ 15.426.068.494	R$ 17.139.278.406	11,11%
Unidades totais vendidas	2.490.856.975	2.682.489.218	7,69%
Atendimentos	923.711.526	974.732.313	5,52%
Colaboradores	129.968	133.561	2,76%
Total de lojas	7.620	7.974	4,64%

Fonte: FIA/ USP
https://guiadafarmacia.com.br/redes-da-abrafarma-tem-maior-crescimento-desde-2015/

Impacto do Covid-19 nas farmácias

Desde o dia 24 de fevereiro (pouco antes da confirmação do primeiro caso da doença no País) até o dia 18 de março (uma semana após a Organização Mundial da Saúde declarar a covid-19 uma pandemia), houve um aumento de 111% nas compras online da categoria Saúde (que inclui medicamentos e itens de farmácia), alta de 83% em Beleza e Perfumaria (que engloba itens de higiene pessoal).

Isso tudo em comparação a um período semelhante de 2019 – de 25 de fevereiro a 20 de março. Em ambos os casos, são 24 dias, 15 dos quais úteis, já descontando o Carnaval.

Fonte: relatório da Associação Brasileira de Comércio Eletrônico (ABComm), em parceria com o Movimento Compre & Confie
https://www.istoedinheiro.com.br/coronavirus-faz-disparar-a-venda-de-farmacias-e-supermercados-na-internet/

LIVRARIAS

Entidade responsável:

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 de 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 mercado livreiro faturou R$ 1,75 bilhão em 2019, 6,21% menos que no ano anterior, quando as vendas somaram R$ 1,87 bilhão.

- O setor também apresentou retração em volume. O número de unidades vendidas diminuiu 6,35%, saindo de 44,3 milhões em 2018 para 41,5 milhões no ano passado.

Fonte: Painel do Varejo de Livros no Brasil, pesquisa feita pela Nielsen e divulgada pelo Snel, o sindicato dos editores de livros.
https://g1.globo.com/economia/noticia/2020/01/13/mercado-de-livros-termina-2019-com-queda-em-receita-e-volume.ghtml

Livrarias

2019		2020	Variação
2.943.703	**VOLUME**	2.823.411	**-4,09%**
R$134.607.420,41	**VALOR**	R$128.629.582,15	**-4,44%**
130.757	**ISBN**	130.103	**-0,50%**
R$45,73	**PREÇO MÉDIO**	R$45,56	**-0,37%**
15,57%	**DESCONTO MÉDIO**	16,84%	**1,27 p.p.**

Fonte: Painel do Varejo de Livros no Brasil, pesquisa feita pela Nielsen e divulgada pelo Snel, o sindicato dos editores de livros. - – Período 03: 2019 (25/02/2019 a 24/03/2019) x 2020 (24/02/2020 a 22/03/2020
https://snel.org.br/wp/wp-content/uploads/2020/04/Painel_do_Varejo_de_Livros_no_Brasil_-_3T.pdf

SBVC
Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo

BARES E RESTAURANTES

Entidade responsável:

ANR
Associação Nacional de Restaurantes

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 um milhão de negócios e gera seis 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 gasto dos brasileiros com alimentos (POF IBGE 2017-2018).

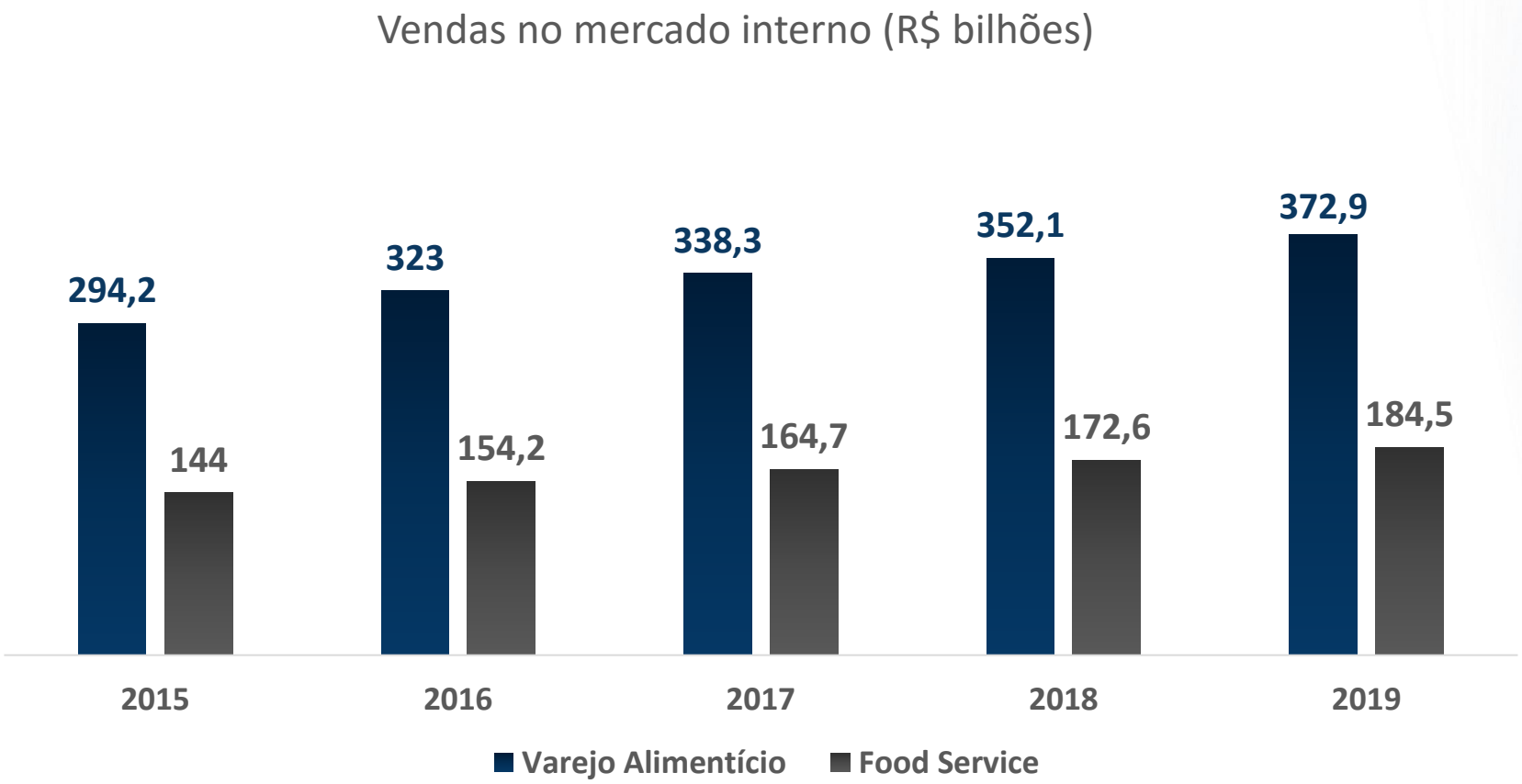
Fonte: ANR

Indústria de Alimentação em Números

O consumo total de alimentos processados e bebidas no Brasil em todos os canais de distribuição (varejo e *foodservice*) **cresceu 6,2% em 2019** (4,3% em 2018). O *foodservice* (alimentação preparada fora do lar) cresceu 6,9%, enquanto o mercado varejista cresceu 5,9%. A indústria brasileira de alimentos e bebidas fechou 2019 com faturamento de R$ 699,9 bilhões, 6,7% mais que no ano anterior.

Fonte: https://epocanegocios.globo.com/Brasil/noticia/2020/02/epoca-negocios-industria-de-alimentos-fecha-2019-com-alta-de-7-no-faturamento-de-r-6999-bi.html

Indústria de Alimentação em Números



Fonte: https://www.abia.org.br/cfs2019/mercado.html
https://epocanegocios.globo.com/Brasil/noticia/2020/02/epoca-negocios-industria-de-alimentos-fecha-2019-com-alta-de-7-no-faturamento-de-r-6999-bi.html

Impacto do Covid-19 no Foodservice

Ações de distanciamento social

A recomendação da Abrasel neste momento é que os estabelecimentos se antecipem e diminuam em 30% a capacidade de atendimento no salão e coloquem uma distância de um metro entre cadeiras de mesas diferentes, ou dois metros entre as mesas. A Abrasel também conversa com o setor público e privado para que seja implantada a ideia de escalonar o horário de almoço nas empresas de todos os portes, de modo que os restaurantes possam atender a todos mesmo com a redução de 30% na capacidade de atendimento."

Recomendação para São Paulo:

Devem ficar fechados ao público bares, cafés, restaurantes, casas noturnas, shopping centers, galerias e estabelecimentos congêneres, academias e centros de ginástica, espaços para festas, casamentos, shows e eventos, além de escolas públicas ou privadas. A recomendação é de que a circulação de pessoas em todo o estado de São Paulo se limite às necessidades imediatas de alimentação, cuidados de saúde e atividades essenciais.

CADA ESTADO POSSUI AÇÕES ESPECÍFICAS DE DISTACIAMENTO SOCIAL.

Fonte: https://abrasel.com.br/coronavirus/
https://noticias.r7.com/sao-paulo/bares-e-restaurantes-so-poderao-funcionar-por-delivery-em-sp-22032020
https://agenciabrasil.ebc.com.br/saude/noticia/2020-03/veja-medidas-que-cada-estado-esta-adotando-para-combater-covid-19

Impacto do Covid-19 no Foodservice

Em entrevista à Agência Brasil, Paulo Solmucci, presidente da Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (Abrasel), afirmou que o setor já havia começado a sentir os impactos do coronavírus, mas que o recuo ainda não chegava a 15%. “Entendemos que a queda de faturamento acontecerá, e acreditamos que vai se estabilizar em torno de 30%”, disse em meados de março.

“O setor de alimentação como um todo, por aglomerar grande quantidade de pessoas, possivelmente sentirá ainda mais os efeitos dessa queda do crescimento econômico”, afirma André Martins de Almeida, doutor em economia aplicada e professor da Universidade Santo Amaro.

CORONAVIRUS

Fonte: https://www.foodservicenews.com.br/covid-19-x-food-service/

Impacto do Covid-19 no Foodservice

DELIVERY

A eficiência das marcas auxiliou para que o setor de alimentação fora do lar gerasse um bom resultado, impulsionado por investimentos em inovação, seja no processo de operação ou em ações de comunicação. O grande impulso no setor pode ser explicados também pelas novas **plataformas de *delivery*** e pela capilaridade das operações, que facilitam a logística de acesso ao consumidor. Intimamente ligado à tecnologia, o setor de *delivery* precisa estar sempre atento às novidades para otimizar processos e melhorar a experiência de quem pede comida em casa ou no trabalho.

Um levantamento feito pelo Sebrae reforça a preferência dos consumidores por locais que ofereçam entrega em domicílio. Metade dos restaurantes e lanchonetes atendidos pela instituição em todo o País oferecem o serviço, sem terceirização, para dar mais comodidade ao cliente. Ainda segundo a pesquisa, 12% deles não possuem loja física, trabalhando exclusivamente por meio de entregas, sem portas abertas para a rua.

Fonte: https://abrasel.com.br/noticias/noticias/delivery-movimenta-r-11-bilhoes-por-ano-enquanto-franquias-de-alimentacao-diversificam-a-oferta-de-produtos/

Impacto do Covid-19 no Foodservice

DELIVERY

Já de acordo com uma pesquisa da Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (ABRASEL), o crescimento do número de pedidos via aplicativo gira em torno de R$ 1 bilhão a cada mês. O número, que em média tem um aumento de 12%, faz com que o setor no Brasil movimente em torno de R$ 11 bilhões a cada 12 meses.

CORONAVIRUS

Fonte: https://abrasel.com.br/noticias/noticias/delivery-movimenta-r-11-bilhoes-por-ano-enquanto-franquias-de-alimentacao-diversificam-a-oferta-de-produtos/

SBVC
Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo

PERFUMARIAS

Entidade responsável:

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

Perfumarias

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.

Fonte: ABIHPEC

Perfumarias

O presidente executivo da Abihpec, João Carlos Basilio, disse que a indústria teve em 2019 um ano “difícil” e “sem crescimento na massa salarial”. Observou que a concorrência das grandes marcas com as pequenas está ficando mais acirrada e as recém-chegadas continuam ganhando mercado.

Em 2019, as vendas tiveram crescimento real de 0,69%.

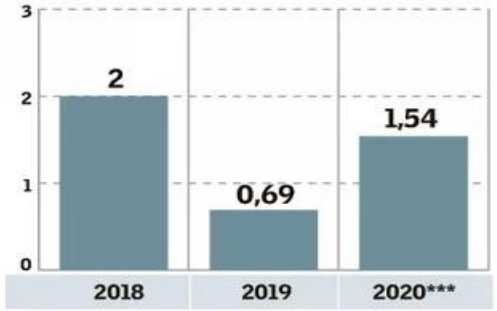
Fonte: https://guiadafarmacia.com.br/vendas-de-higiene-e-beleza-desaceleram/
https://valorinveste.globo.com/mercados/brasil-e-politica/noticia/2020/04/16/venda-de-produto-de-higiene-e-beleza-cai-ate-15percent.ghtml

Perfumarias

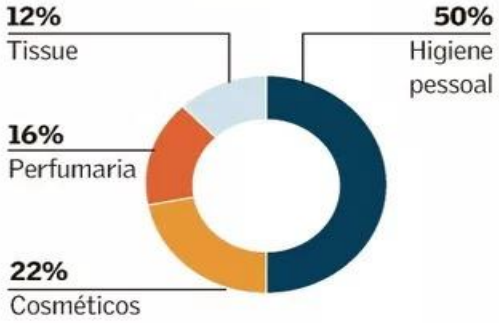
Limpo e perfumado

Variação das vendas de produtos de higiene e beleza em 2019, até out. *

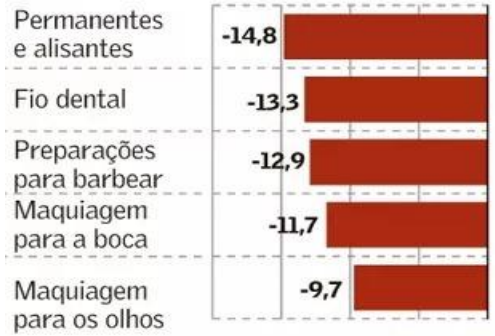
Expansão real das vendas em relação ao ano anterior ** - %



A fatia de cada segmento nas vendas totais



As quedas de vendas mais expressivas em 2019 *



Os maiores aumentos de vendas em 2019 * - %

Fonte: Abihpec; *Vendas da indústria livres de impostos; **Deflacionado pelo IPCA/IBGE; ***Projeção da Abihpec.
Observação: em 2019, a pesquisa passou a incluir novas categorias de produtos, para ampliar a representatividade do levantamento

Fonte: https://guiadafarmacia.com.br/vendas-de-higiene-e-beleza-desaceleram/

Perfumarias

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.

Fonte: Beauty Fair Panorama Perfumarias 2018 – Euromonitor
http://www.valor.com.br/empresas/5456961/natura-ultrapassa-unilever-e-lidera-mercado-de-beleza-no-brasil

Impacto do Covid-19 nas perfumarias

As vendas das fabricantes de produtos de higiene pessoal, perfumes e cosméticos **caíram de 10% a 15% em março**, em base anual, devido às lojas fechadas e à menor atividade das revendedoras nos diversos Estados que decretaram quarentena para frear a proliferação do Covid-19. A estimativa é da Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal e Cosméticos (Abihpec).

Em janeiro, a entidade estimava um crescimento de 1,54% nas vendas para 2020, já descontada a inflação prevista para o período. O atual cenário vai impactar negativamente o desempenho, mas como não há previsibilidade para o fim da crise causada pela pandemia, é prematuro prever o impacto negativo.

Os canais de franquias e as vendas diretas têm mais representatividade nas vendas de cosméticos e perfumes, enquanto supermercados, farmácias e perfumarias têm mais peso em itens de higiene pessoal.

Fonte: https://valorinveste.globo.com/mercados/brasil-e-politica/noticia/2020/04/16/venda-de-produto-de-higiene-e-beleza-cai-ate-15percent.ghtml

SBVC
Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo

PETSHOP

Entidade responsável: ABINPET
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE PRODUTOS PARA ANIMAIS DE ESTIMAÇÃO

Pet Shops

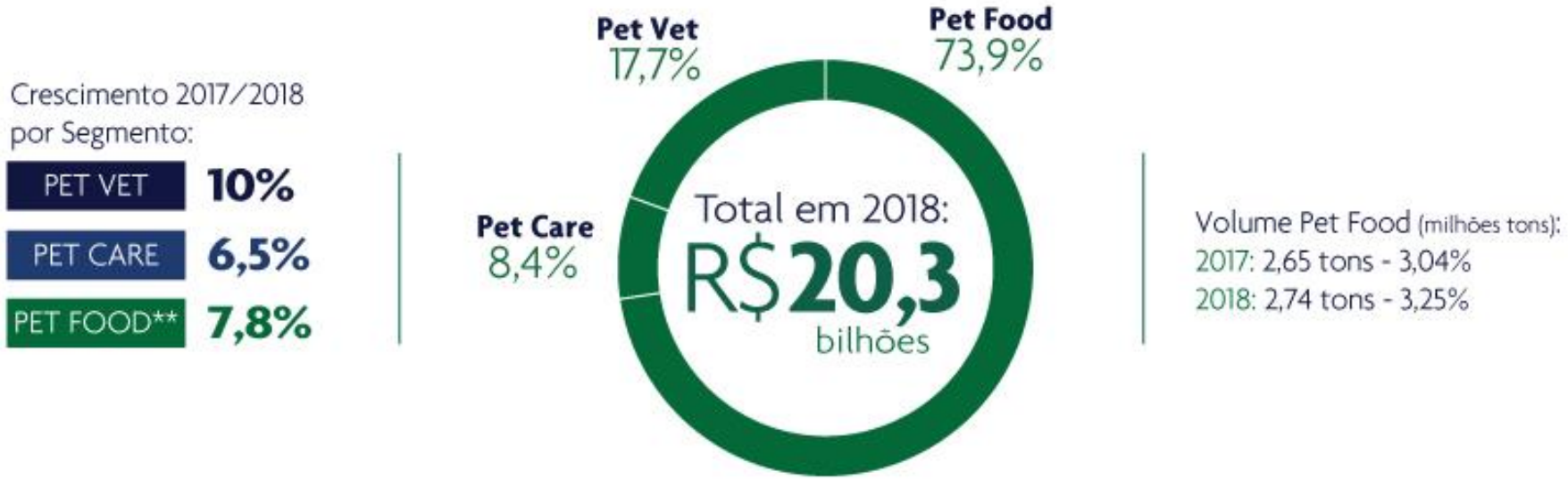
Associação Brasileira da Indústria de Produtos para Animais de Estimação

- Com 35 anos de atuação e experiência no setor de produtos para animais de estimação (pet), 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 três décadas de esforço.
- Passando por um aperfeiçoamento ao decorrer dos anos, a Abinpet acompanhou a evolução do mercado, se reinventou, mudou de nome e identidade visual e obteve várias conquistas. Hoje, a associação congrega as indústrias dos segmentos de Pet Food (alimento completo), Pet Care (equipamentos, acessórios, e produtos para higiene e beleza), Pet Vet (medicamentos veterinários) e Ingredientes. E, ainda, realiza diversos trabalhos nas áreas de comunicação, promoção de exportações, inteligência de mercado, técnica regulatória, jurídica e de governança.

Fonte: ABINPET

Pet Shops

Faturamento do mercado Pet – Brasileiro 2018



Fonte: ABINPET
http://abinpet.org.br/mercado/

Pet Shops

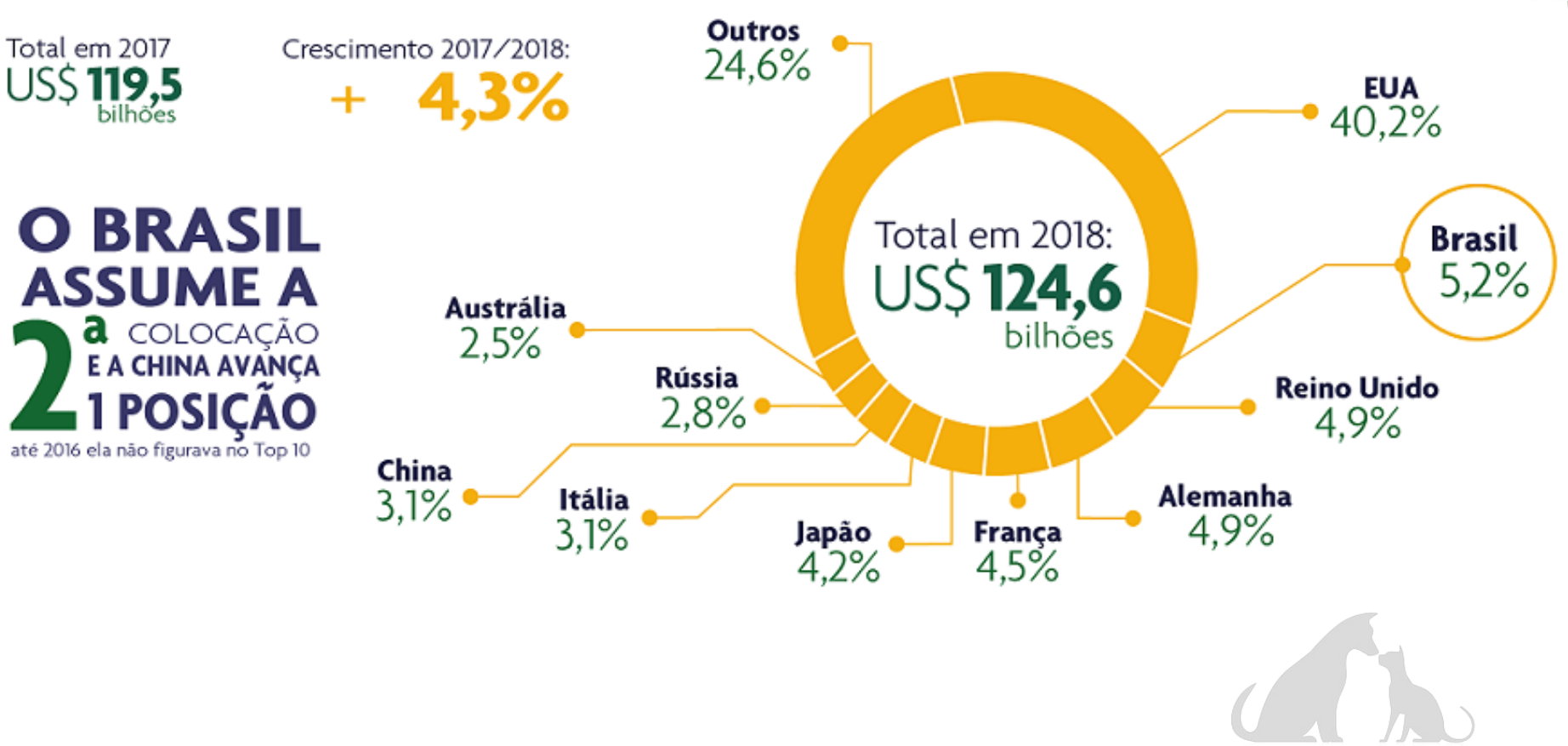
População de Animais de estimação no Brasil

Crescimento acumulado 2013-2018	Cães	Gatos	Peixes	Aves	Répteis e Pequenos Mamíferos	Média Geral
	3,8%	8,1%	6,1%	5,0%	5,7%	5,2%

Fonte: ABINPET
http://abinpet.org.br/mercado/

Pet Shops

Faturamento - mercado mundial - 2018



Fonte: ABINPET
http://abinpet.org.br/mercado/

CONCLUSÕES

Conclusões

O cenário atual do varejo (abril de 2020) é completamente diferente daquele do encerramento de 2019. O ano terminou com uma aceleração do desempenho do varejo no segundo semestre, gerando a expectativa de um 2020 mais positivo, na esteira de possíveis reformas e de um cenário econômico mais favorável.

Essas expectativas foram lançadas por terra com a epidemia do coronavírus, que afetou os negócios em todo o mundo e criou um cenário em que é impossível, no momento da conclusão deste Estudo, realizar previsões sólidas a respeito do desempenho da economia e do varejo neste ano.

O que é possível prever é um novo ciclo de desafios, inicialmente ligados à continuidade dos negócios e, na saída da crise, à capacidade de reativação dos negócios e das cadeias de distribuição. Aliado a isso, as mudanças de comportamento do consumidor, com o aumento da digitalização das compras, e a transformação digital das empresas, apontam para uma expansão ainda mais acelerada do e-commerce ao longo do ano.

Conclusões

Com toda crise surgem oportunidades. Empresas que estejam estruturadas para aproveitar os espaços deixados por quem não teve fôlego para passar por este momento difícil irão crescer mais rápido. As empresas que aproveitaram este momento para intensificar a transformação digital de seus negócios e mudaram suas culturas para se tornarem mais ágeis e flexíveis terão um desempenho ainda melhor.

Cada vez mais, é preciso estar estruturado, com uma gestão profissionalizada, bom planejamento e execução impecável. É preciso investir em eficiência e produtividade para alcançar resultados superiores.

Por mais que o cenário pós-Covid ainda não esteja claro, o varejo continuará contratando, abrindo lojas, ampliando suas vendas e contribuindo para o crescimento da economia.

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.

Conclusões – Impacto Covid-19

"O grande impacto negativo para o varejo são as lojas fechadas. O varejo brasileiro, classificado como varejo restrito (formado por todas modalidades, exceto automóveis e construção) fatura R$ 1,4 trilhão. Somente 37% do total é considerado varejo essencial, que são supermercados, farmácias, pet shops, *que estão abertos. Então, há um impacto negativo brutal de um varejo com 63% fechado já há algumas semanas e com uma previsão de mais tempo fechado. Provavelmente vamos ter dois terços do varejo fechado por pelo menos, na minha visão, uns dois meses. Na reabertura, vai demorar para voltarmos à normalidade."*

(Eduardo Terra, presidente da SBVC)

"Já o impacto positivo, e que vai ser percebido depois, é a aceleração da digitalização. Temos falado que é uma transformação digital que levaria 5 anos e acontecerá em 5 meses. Por necessidade, as empresas estão mudando muito mais rápido do que mudariam normalmente. Isso é positivo. Há também um impacto positivo a curto prazo para alguns varejos essenciais, que em março venderam um pouco mais do que o esperado, mas em geral o impacto é negativo." afirma Terra.

CORONAVIRUS

Fonte: https://negocios.eptv.com.br/break/paginasazuis/NOT,0,0,1505019,o+varejo+e+o+covid+19.aspx#.XpiqMeZVEtU.whatsapp

Conclusões – Impacto Covid-19

"Meu grande conselho para os lideres é: muita racionalidade. Tudo o que estamos passando tira muito da nossa racionalidade, mexe muito com nossas emoções e precisamos da racionalidade para a tomada das corretas decisões. Minha primeira dica tem sido esta: trazer o time para junto, pois é o momento que precisamos das pessoas. Fazer exercícios constantes para decisões, pois a incerteza é a palavra que mais se usa, a cada dois ou três dias o cenário tem mudado. Temos que ter esse exercício de olhar o cenário, tomar decisão, olhar o cenário, tomar decisão... É fundamental conduzir dessa maneira", comenta Eduardo Terra.

Fonte: https://negocios.eptv.com.br/break/paginasazuis/NOT,0,0,1505019,o+varejo+e+o+covid+19.aspx#.XpiqMeZVEtU.whatsapp

Ficha Técnica

Eduardo Terra – Diretor-Presidente da SBVC e sócio da BTR Educação e Consultoria

Alberto Serrentino – Vice-Presidente e Conselheiro Deliberativo da SBVC e Fundador da Varese Retail

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

Ronald Nossig – Vice-Presidente e Conselheiro Deliberativo da SBVC, Sócio da BTR Educação e Consultoria e Co-Fundador do OasisLab

Maria Odete Alves – Gerente Executiva da SBVC

Fernanda Besnosoff – Coordenadora de Pesquisas e Estudos da SBVC

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