

## **ESTUDO ANALISA DESEMPENHO DO VAREJO DURANTE A MAIOR CRISE DO SETOR**

*SBVC divulga pelo 3º ano análise das “300 Maiores Empresas do Varejo Brasileiro”*

**São Paulo, agosto de 2017** – A **SBVC (Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo)** anuncia o lançamento da terceira edição anual consecutiva da análise e ranking “300 Maiores Empresas do Varejo Brasileiro”. A edição 2017 é fruto de uma coleta de dados ainda mais completa, com análises profundas sobre o comportamento das 300 maiores redes de varejo do Brasil durante o período da maior crise do setor, nos anos de 2015 e 2016. O estudo foi realizado pela **SBVC (Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo)**, com o apoio técnico das empresas **BTR, Varese** e o **Centro de Estudo e Pesquisa do Varejo (CEPEV – USP)**.

O cenário das 300 maiores varejistas brasileiras mostra um crescimento acima da média do varejo como um todo. O varejo entendeu que era preciso otimizar seus recursos para lidar com um cenário fortemente recessivo. As empresas mudaram seus processos e estruturas de negócios para fazer mais com menos”, afirma Eduardo Terra, presidente da Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo (SBVC) e idealizador do Ranking. “Esse processo minucioso de analisar cada ponto de venda e buscar continuamente a eficiência e a melhoria dos processos está criando empresas mais fortes e ainda mais resilientes. Um grande valor para o futuro”, completa.

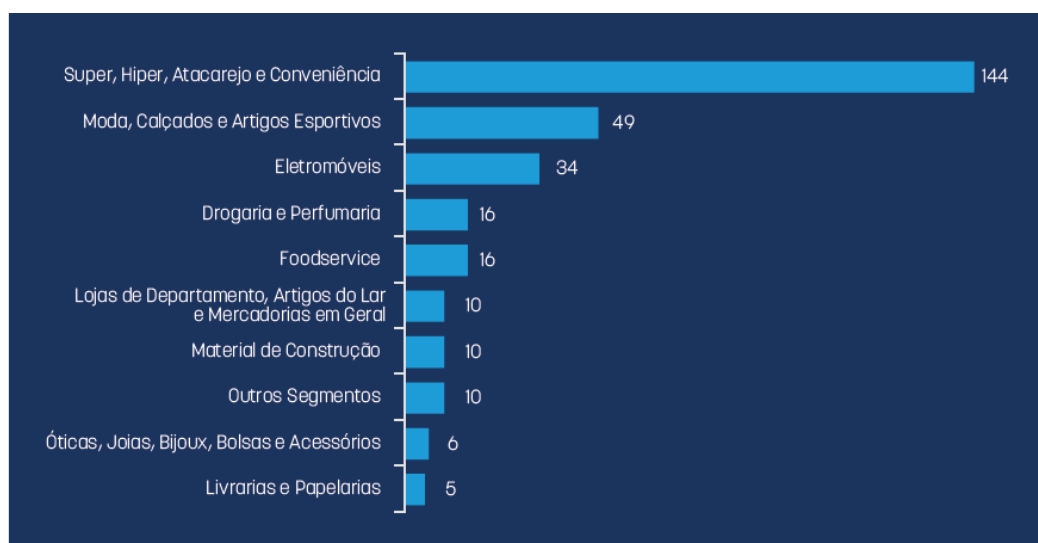
Em relação às vendas, 82% das empresas tiveram aumento nominal, contra 15,2% que apresentaram queda em 2016. “O varejo brasileiro não parou, apesar da forte crise que provocou queda de consumo e perda de confiança. Os dados tornam-se ainda mais representativos com a análise dos 50 maiores grupos empresariais, que representam 27% do varejo no Brasil: eles alcançaram crescimento de vendas de 9,5%, expansão de base de lojas de 7,8% e aumento de quadro de funcionários de 1,7%”, declara Alberto Serrentino fundador da Varese Retail e vice-presidente e conselheiro da SBVC.

No estudo, foram mapeadas empresas nacionais de todos os segmentos de varejo com faturamento acima de R\$ 216 milhões/ano e 107 gigantes com faturamento anual acima de R\$ 1 bilhão. A soma do faturamento das 300 maiores empresas em 2016 foi de R\$ 562,136 bilhões, o que representa 40% do total do varejo nacional de bens e consumo (exceto automóveis e combustíveis), de acordo com o IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Considerando as 236 empresas que divulgaram seus faturamentos brutos em 2015 e 2016, o crescimento anual foi de 8,6%, quase o dobro dos 4,5% do varejo como um todo (PMC-IBGE).

A coleta de dados é feita com base em balanços divulgados, dados declaratórios, dados de entidades setoriais e estimativas. De acordo com o estudo, a SBVC concluiu que o varejo brasileiro é formado por empresas de médio porte: 191 das 300 empresas faturam entre R\$ 216 milhões e R\$ 1 bilhão. Das 300, 133 varejistas, embora com redes estruturadas, ainda estão presentes em apenas um Estado. 171 estão presentes em até três Estados e somente 85 em mais de 10, o que revela um mercado ainda regionalizado.

Da amostra, 33 tem de capital aberto; 65 possuem conselho de administração; 41 são redes de franquias, 251 contam com mais de 10 lojas e 12 empresas possuem mais de mil pontos de venda. O setor mais representativo (144 marcas) no ranking dos 300 maiores do Brasil é o composto por supermercadistas e seus variados formatos: supermercado, hipermercado, atacarejo e lojas de conveniência.

### **EMPRESAS POR RAMO DE ATIVIDADE ENTRE AS 300 MAIORES**



O “top 5” do varejo brasileiro responde por 28,06% do faturamento da amostra, índice ligeiramente superior aos 27,3% registrados na edição anterior do estudo.

Entre as 10 maiores empresas do varejo brasileiro estão os quatro maiores supermercadistas, duas varejistas de eletrodomésticos, duas do ramo de drogarias e perfumarias e duas de departamentos (sendo uma delas exclusivamente online).

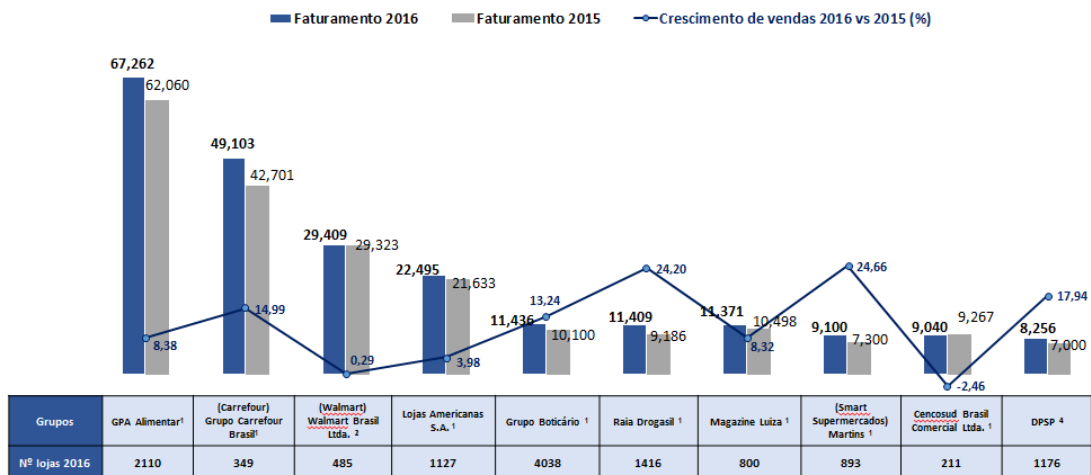
O “Top 10” em faturamento por loja foi liderado pelos supermercadistas Andorinha (SP), Bergamini (SP) e Macro Atacadão Treichel (RS), que alcançaram excelência na oferta de produtos e serviços para os micromercados onde atuam.

Este ano, o GPA se manteve em 1º lugar no ranking dos grandes grupos, apresentando um faturamento de R\$ 67,26 bilhões, o equivalente a 11,97% do faturamento das 300 analisadas. Já, o Carrefour Brasil está no topo da lista como a maior empresa de varejo do País (marca individual) com faturamento de R\$ 49,103 bilhões, 349 lojas e mais 80 mil funcionários. Já o

Supermercado Alvorada (MG) aumentou seu faturamento bruto em 74,63%, o que o colocou na liderança na lista das 10 empresas que mais cresceram no último ano.

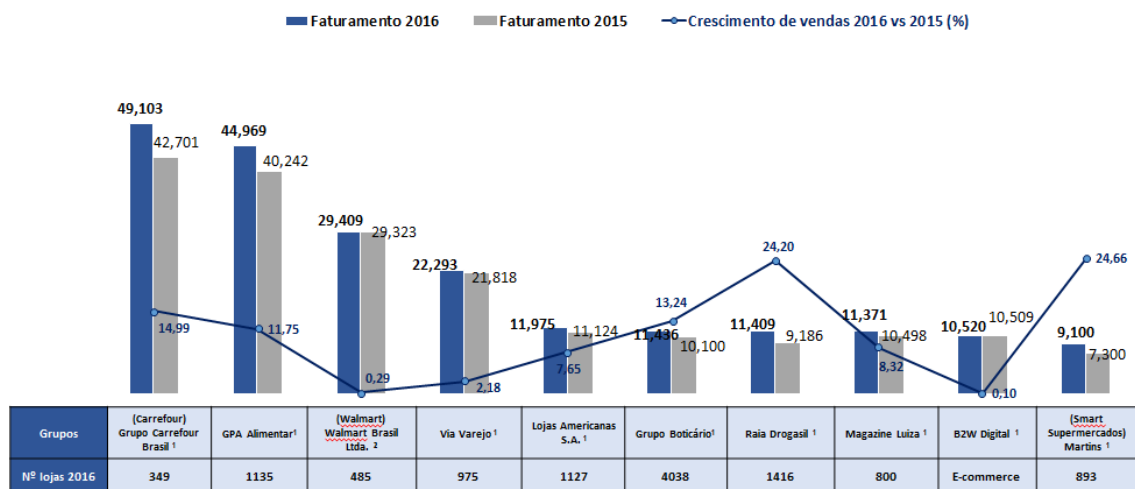
## OS 10 MAIORES GRUPOS

OS 10 MAIORES GRUPOS – R\$ (EM BILHÕES)



## AS 10 MAIORES EMPRESAS

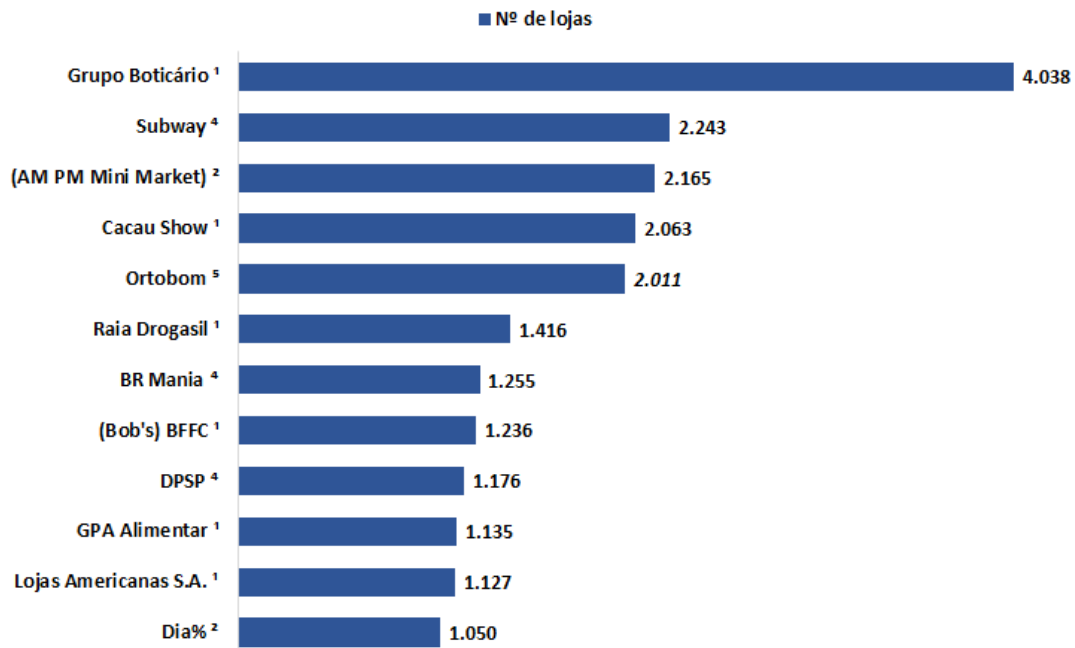
AS 10 MAIORES EMPRESAS – R\$ (EM BILHÕES)



O segundo setor com maior presença representativa no Ranking foi o de Moda, Calçados e Artigos esportivos com 49 empresas. Delas, 12 tem capital aberto e juntas faturam R\$ 28,48 bilhões, o que corresponde a 46,62% das vendas do setor no estudo.

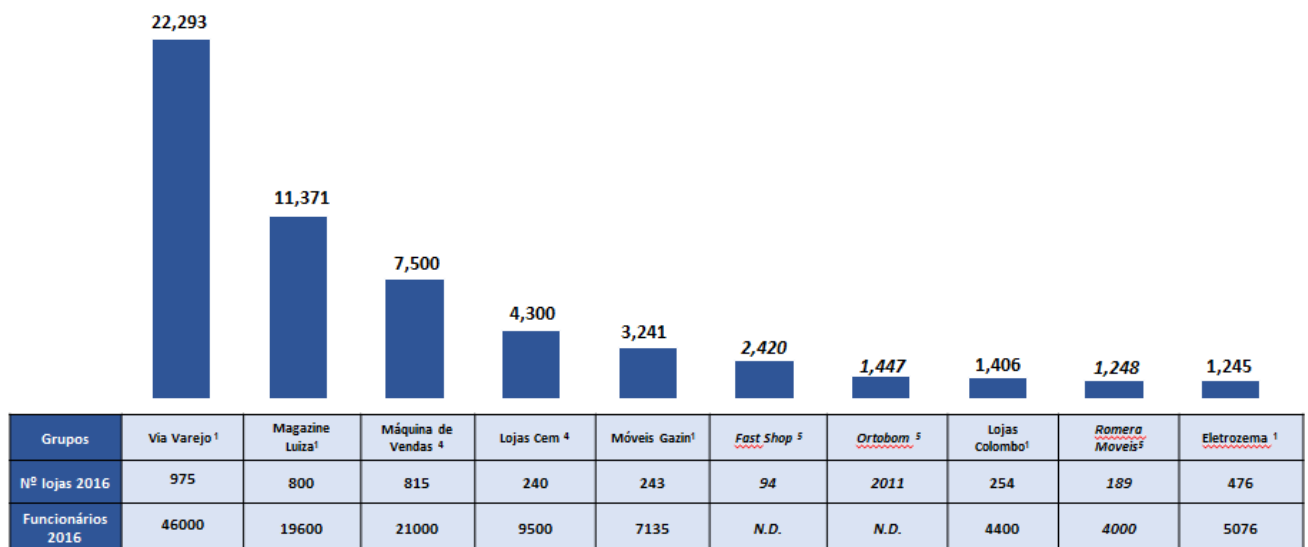
Já em número de lojas, o Boticário é a empresa com mais lojas no Brasil (4.038), seguida por Subway (2.243), AM/PM (2.165), Cacau Show (2.063) e Ortobom (2.011). “Vale ressaltar que as marcas mais capilarizadas atuam no modelo de franchising, que tem a expansão como DNA”, explica Eduardo Terra.

### SELETO GRUPO DE VAREJISTAS COM MAIS DE MIL UNIDADES



No setor de Eletrodomésticos, a edição 2017 do Ranking apresenta 34 empresas, que somam um faturamento bruto de R\$ 71,08 bilhões, o equivalente a 12,64% das vendas totais das maiores empresas do varejo brasileiro.

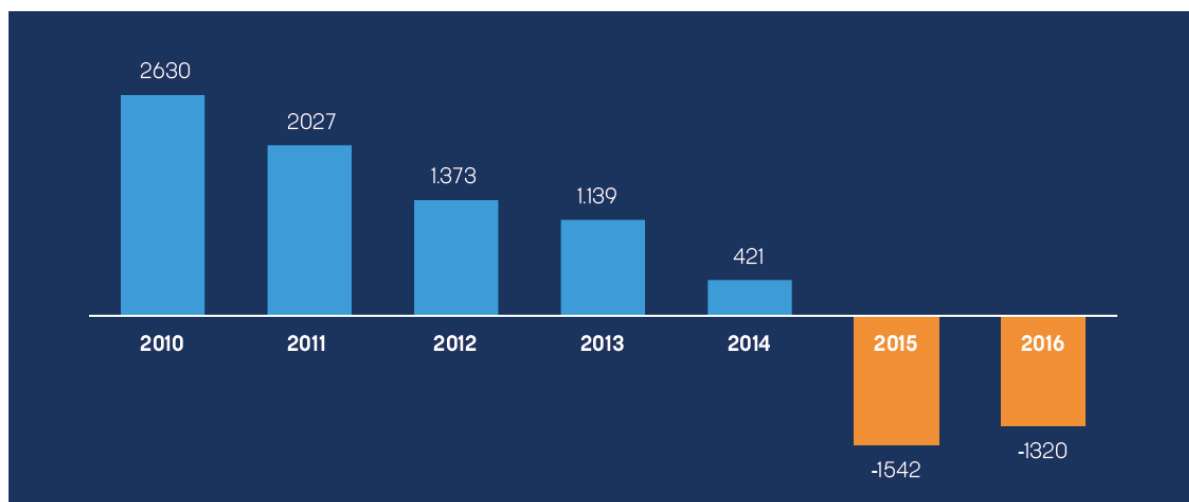
#### “Top 10” do setor de Eletrodomésticos



#### Empregabilidade

O GPA Alimentar foi identificado como o maior empregador do varejo nacional com a admissão em 2016 de 91 mil funcionários. Os cinco maiores empregadores da lista somam 332.021 colaboradores, ou 21,15% do total das 300 empresas, que juntas, empregaram 1,57 milhão de pessoas. “Um dos setores que mais emprega no Brasil, também se viu obrigado a dispensar”, explica Eduardo Terra.

### GERAÇÃO ANUAL DE POSTOS DE TRABALHO -EM MILHARES



Fonte: CAGED

### E-commerce

O estudo desse ano mostra que há um elevado número de empresas que ainda não possuem operação de e-commerce. “Os consumidores estão se movimentando mais rápido do que o varejo. Quase 80% da população economicamente ativa já compra online no Brasil”, afirma Alberto Serrentino. “O varejo ainda está engatinhando no processo da transformação digital”.

Das 300 maiores somente 119 (40%) vendem online. Apenas 18 das 144 maiores redes de supermercados (12%) e 4 das 12 maiores de *food service* (25%) possuem operação de e-commerce. Mesmo nos segmentos de varejo não alimentar, que apresentam maior índice de presença digital, apenas 97 das 140 empresas (69%) praticam o comércio eletrônico.

Por outro lado, o e-commerce mostra-se uma operação eficiente, liderando, ao lado das franquias, o ranking de vendas por funcionários, com 7 dos 10 primeiros colocados.

Lançamento Oficial do Ranking “300 Maiores Empresas do Varejo Brasileiro”



**Local:** Livraria Cultura – Espaço Arena - 3º piso - Shopping Iguatemi – São Paulo  
Av. Brigadeiro Faria Lima, 2232

**Data/horário:** 10 de agosto, quinta-feira, das 19h às 22h

O evento contará com a presença confirmada de grandes nomes do setor varejista.

### **Metodologia**

**A SBVC – Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo** organizou um grupo de trabalho composto por especialistas em varejo. Esse grupo produziu uma extensa relação de empresas atuantes no setor de varejo brasileiro, abrangendo empresas com operações em âmbito local, regional e nacional, cujo faturamento estaria potencialmente colocado entre as maiores 300 empresas de varejo brasileiro. As empresas identificadas foram segmentadas de acordo com os principais ramos de atuação, procurando ratificar e/ou retificar a lista original, a partir de informações de entidades e associações setoriais, quando existentes e com informações publicamente disponibilizadas.

**A hierarquia adotada em relação às fontes de informações das empresas para o Ranking foi a seguinte:**

- 1) Dados declaratórios fornecidos pelas empresas, formalmente recebidos e arquivados pela SBVC
- 2) Dados publicados por entidades setoriais representativas
- 3) Balanços contábeis publicados pelas empresas
- 4) Publicações em veículos de grande circulação
- 5) Estimativas feitas pela equipe técnica da SBVC, empregando como critério a venda média por loja de redes e segmento e perfil similar, ou o faturamento por loja divulgado pelas empresas em publicações setoriais, multiplicado pelo número de lojas da rede

O Ranking tem como variável-tronco o faturamento bruto das empresas no exercício de 2016. As empresas foram classificadas por ordem decrescente, do 1º ao 300º lugar. Para empresas multinacionais com operação no Brasil, o critério adotado para efeito de classificação no ranking foi o faturamento bruto gerado no Brasil. O crescimento das empresas apresentado no estudo levou em consideração o percentual de variação do faturamento bruto em 2016 em relação a 2015. Também foram listados os 50 maiores grupos varejistas, que consolidam empresas diferentes pertencentes a um mesmo grupo econômico. O conceito de varejista multibandeira pressupõe o uso de duas ou mais marcas ou da variação de uma mesma marca com extensão de nome ou bandeira (tais como Plus e Express, dentre outros). O número de lojas e funcionários de cada empresa listada foi levantado com base na quantidade de unidades abertas e colaboradores ativos em 31/12/2016.

A SBVC efetuou a coleta de dados/ informações, arquivamento, apresentação e definição dos critérios e das premissas adotadas com o auxílio do CEPEV - Centro de Estudos e Pesquisas do Varejo – da EACH/USP, na revisão do cumprimento das premissas da SBVC descritas acima durante o processo de elaboração do estudo. O material gerado deste estudo não constitui uma auditoria das demonstrações financeiras ou de quaisquer das informações apresentadas para este estudo.

**Sobre a SBVC** - Fundada em 29 de maio de 2014, a Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo (SBVC) é uma organização sem fins lucrativos, aberta, multissetorial e com atuação complementar às demais entidades de classe do varejo. Sua missão é contribuir para o aumento da competitividade do varejo, por meio de conteúdos e estudos de mercado, promovendo networking entre executivos do varejo de todos os segmentos. A entidade tem como objetivo defender os interesses do segmento e promover ações sociais. A SBVC é sustentada por quatro pilares fundamentais: Conteúdo, Relacionamento, Responsabilidade Social e Apoio Técnico.

#### **Informações à Imprensa**

DFREIRE Comunicação e Negócios

(11) 5105 7171 – [www.dfreire.com.br](http://www.dfreire.com.br)

Camila Callegarette – [camila@dfreire.com.br](mailto:camila@dfreire.com.br)

José Luiz Chaves – [joseluiz@dfreire.com.br](mailto:joseluiz@dfreire.com.br)

# RANKING



**UM ESTUDO COMPLETO SOBRE O SETOR**





**Alberto Serrentino**

Fundador da Varese Retail  
e vice-presidente e  
conselheiro da SBVC.



**Eduardo Terra**

Presidente da Sociedade  
Brasileira de Varejo e  
Consumo (SBVC) e  
idealizador do Ranking.