



# Monitor Setorial **Varejo**

**Novembro de 2021**

DEPEC – Departamento de Pesquisas e Estudos  
Econômicos

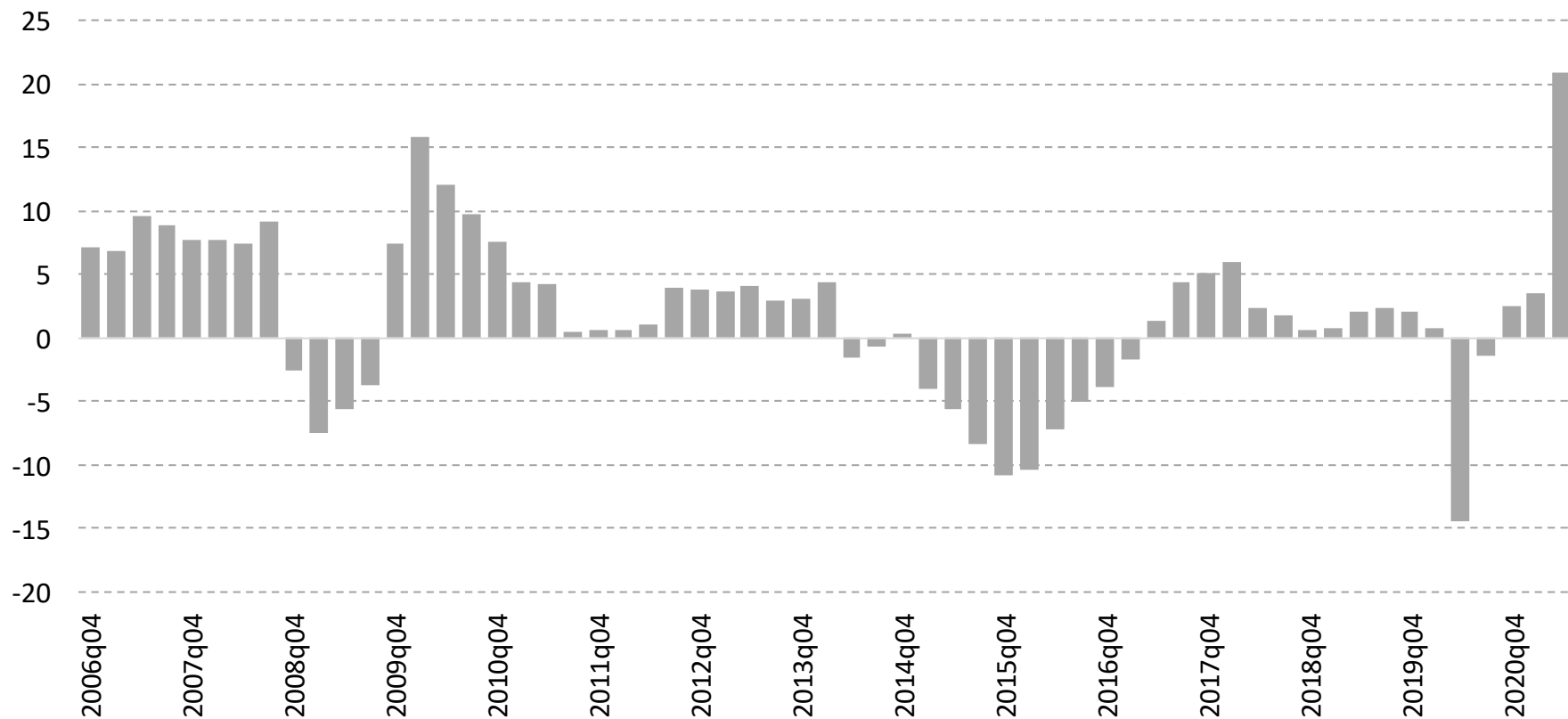
| Variação acumulada em 2020  |        |
|---|--------|
| Comércio  | -1,4%  |
| Combustíveis e lubrificantes  | -9,7%  |
| Hipermercados e supermercados   | 6,0%   |
| Tecidos, vestuário e calçados   | -22,5% |
| Móveis  | 11,9%  |
| Eletrodomésticos  | 10,0%  |
| Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos | 8,3%   |
| Livros, jornais, revistas e papelaria                                   | -30,7% |
| Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação     | -16,2% |
| Outros artigos de uso pessoal e doméstico                               | 2,4%   |
| Veículos, motocicletas, partes e peças                                  | -13,6% |
| Material de construção  | 10,8%  |

**O comércio varejista se destacou na retomada iniciada no ano passado.** As medidas de preservação de emprego e renda foram essenciais para a expansão do consumo de bens de primeira necessidade, em um primeiro momento, e de duráveis, em um segundo. Além disso, o setor conseguiu aumentar as vendas online durante o período de restrições de mobilidade. Em 2021, entretanto, o consumo de bens vem cedendo espaço para serviços, diante da reabertura da economia.

- **Duráveis:** as vendas de móveis e eletrodomésticos se recuperaram rapidamente, mas têm apresentado sinais de saturação neste semestre. No segmento de automóveis, adicionalmente, os desafios do lado da oferta, pela escassez global de semicondutores, deve continuar limitando a recuperação do setor nos próximos meses.
- **Semi e não duráveis:** vendas de vestuário e calçados, segmentos mais atrasados na recuperação, têm apresentado recuperação gradual incipiente, diante do maior grau de abertura da economia.
- **Materiais de construção:** o segmento foi um dos destaques da retomada, com alta demanda por produtos destinados a reformas. Neste semestre, as vendas estão desacelerando, mas seguem bem acima do patamar pré-pandemia.

# PIB DO COMÉRCIO

Varição interanual, %



# ÍNDICE DE CONFIANÇA DO COMÉRCIO ICOM

Dessazonalizado, neutro = 100



# ÍNDICE DE CONFIANÇA DO CONSUMIDOR ICC

Dessazonalizado



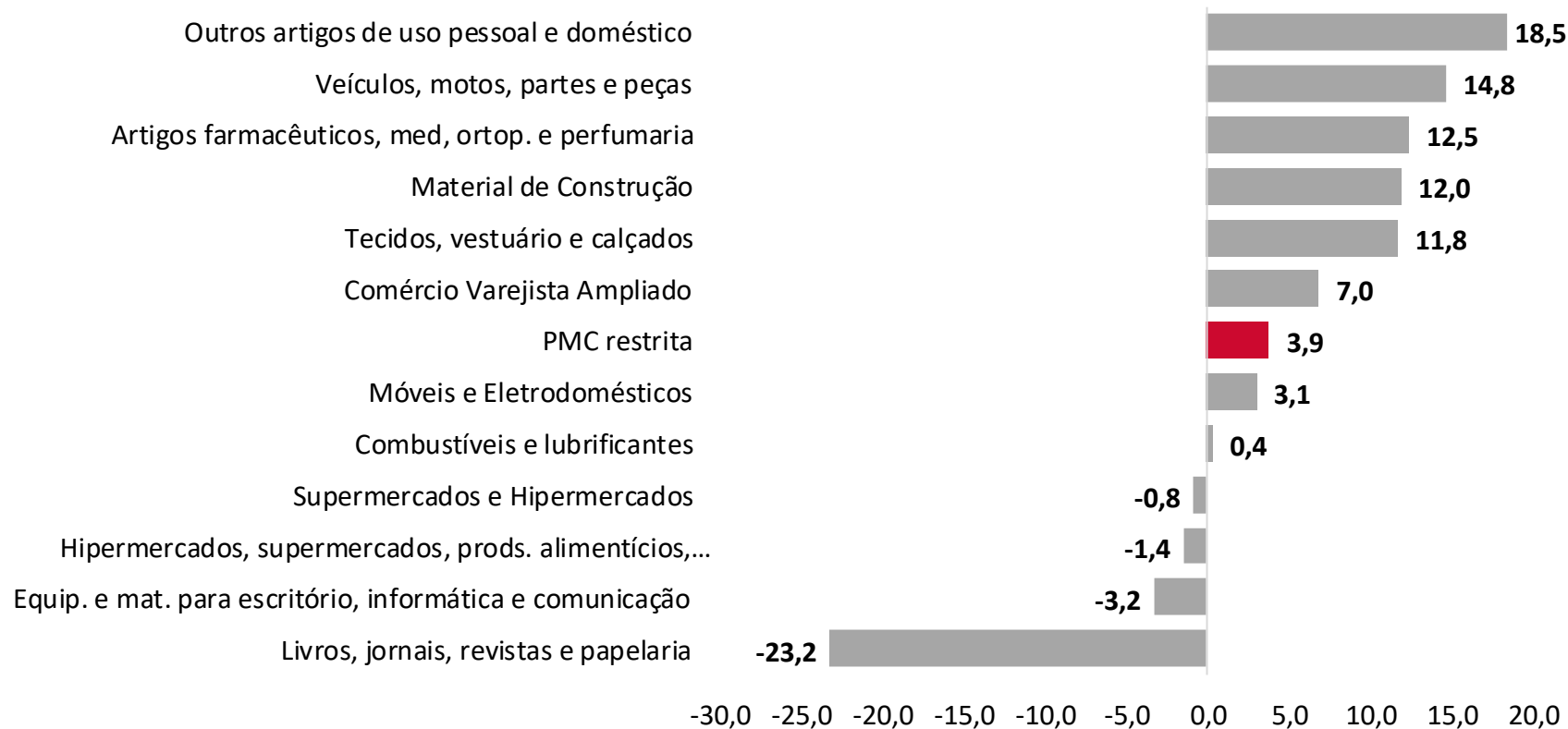
# VENDAS DO VAREJO

Ampliada, variação do volume em 12 meses, %



# PMC SETORIAL

Crescimento do volume em 12 meses, %





# PMC – COMBUSTÍVEIS E LUBRIFICANTES

Variação % do volume acumulada em 12 meses



# PMC – HIPER/SUPERMERCADOS, ALIMENTOS, BEBIDAS, FUMO

Variação % do volume acumulada em 12 meses



# PMC – PRODUTOS FARMACÊUTICOS

Variação % do volume acumulada em 12 meses



# PMC – TECIDOS, VESTUÁRIO E CALÇADOS

Variação % do volume acumulada em 12 meses



# PMC – MÓVEIS E ELETRODOMÉSTICOS

Variação % do volume acumulada em 12 meses



# PMC – LIVROS, JORNAIS, REVISTAS E PAPELARIA

Variação % do volume acumulada em 12 meses



# PMC – ESCRITÓRIO E INFORMÁTICA

Varição % do volume acumulada em 12 meses



# PMC – OUTROS ARTIGOS DE USO PESSOAL

Variação % do volume acumulada em 12 meses





# PMC – VEÍCULOS, MOTOS E PEÇAS

Variação % do volume acumulada em 12 meses



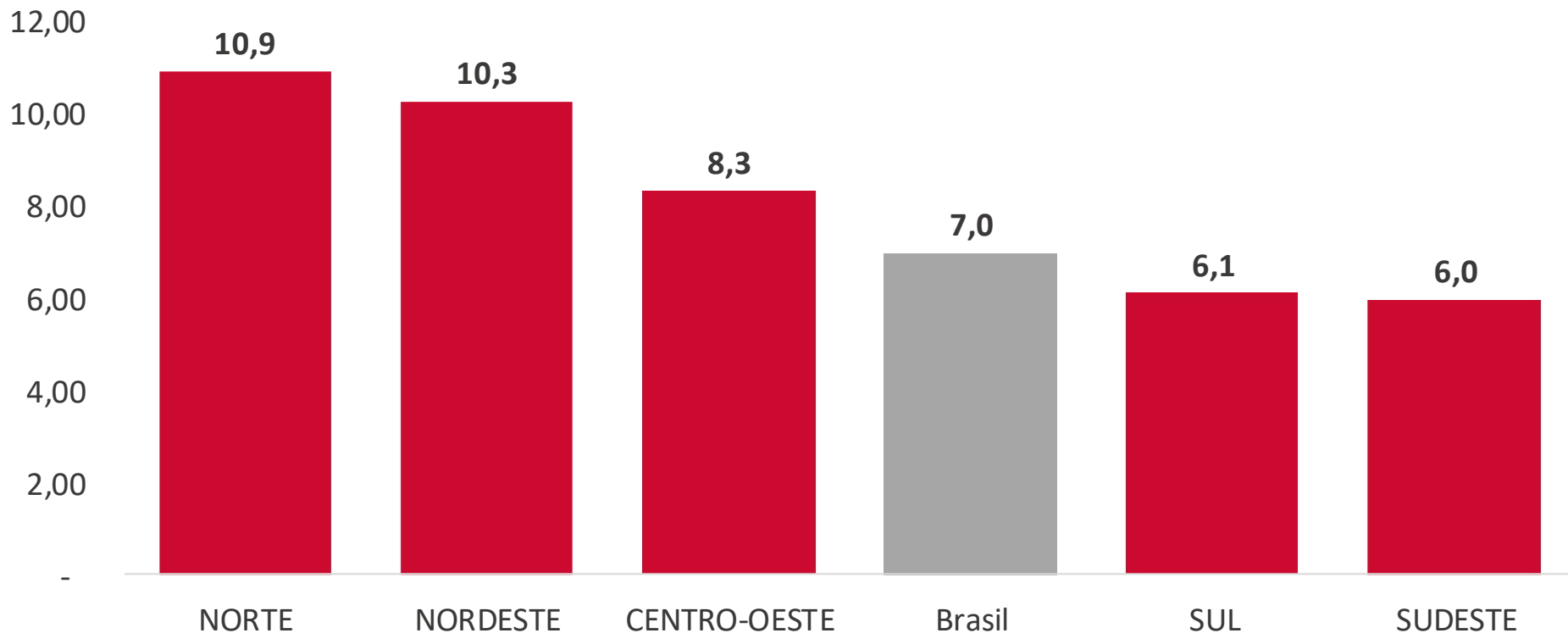
# PMC – MATERIAL DE CONSTRUÇÃO

Variação % do volume acumulada em 12 meses



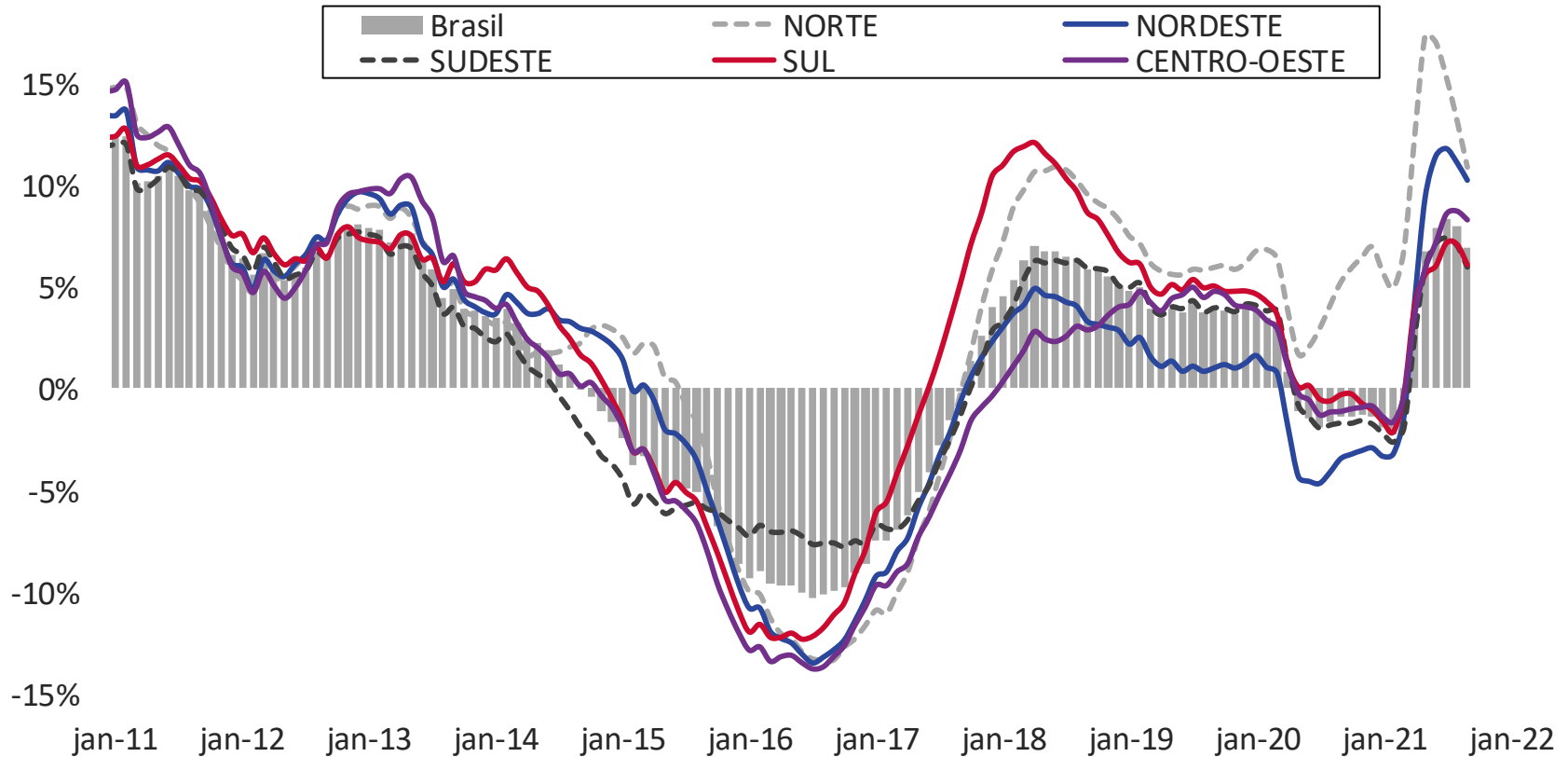
# COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO

Varição do volume acumulada em 12 meses, por região, Set/2021



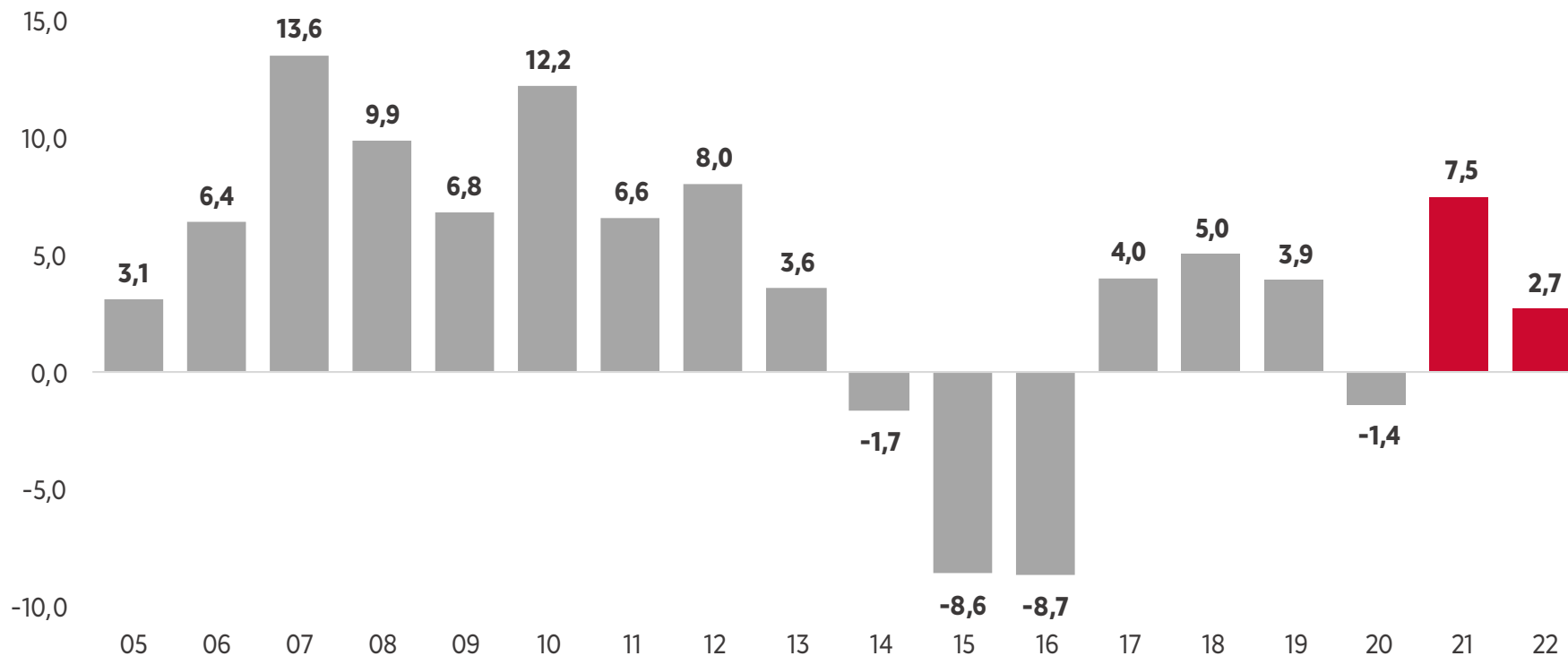
# COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO

Varição do volume acumulada em 12 meses, por região



# VOLUME VENDAS NO VAREJO AMPLIADO

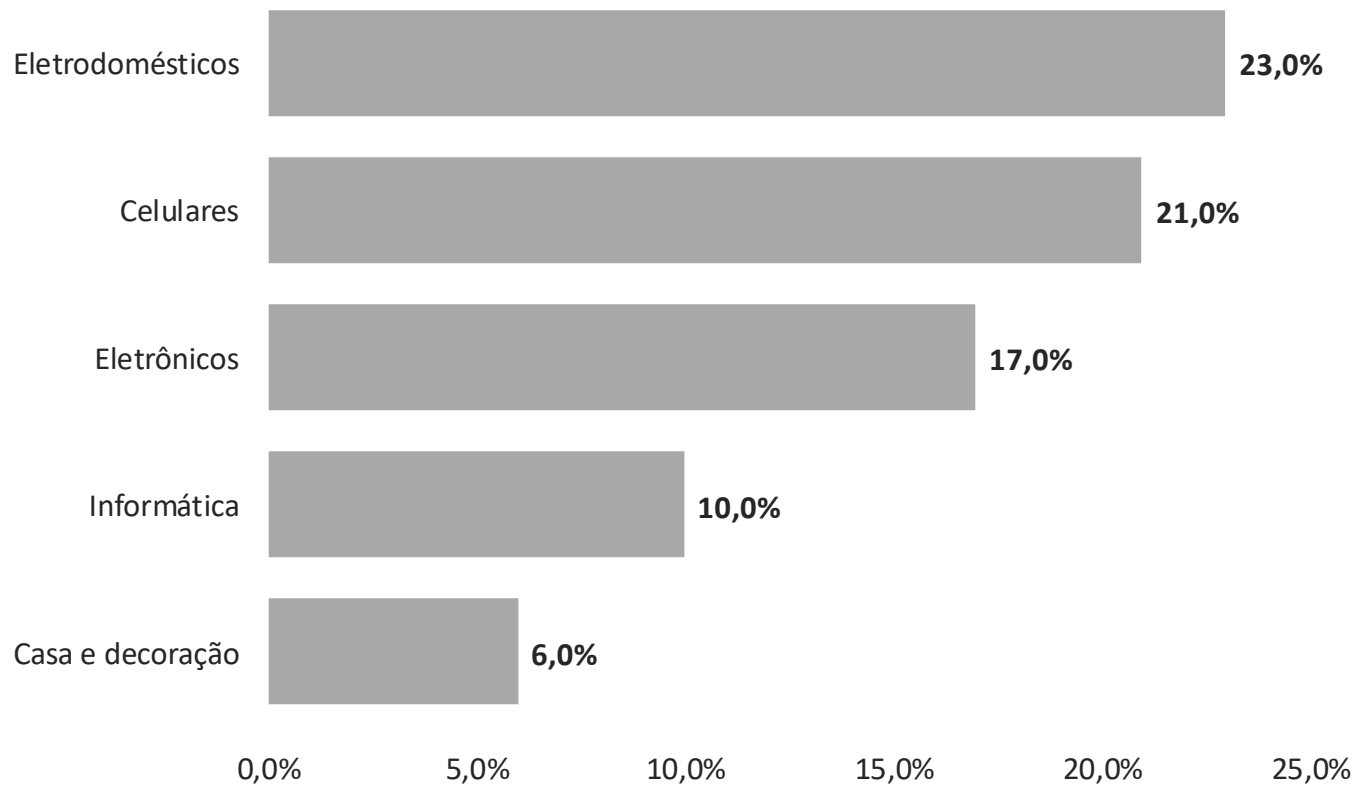
Incluindo veículos e material de construção



- Black friday brasileira movimentada R\$ 2,1 bilhões em 2017
- Black friday norte-americana movimento US\$ 2,7 bilhões, o equivalente a R\$ 10,8 bilhões

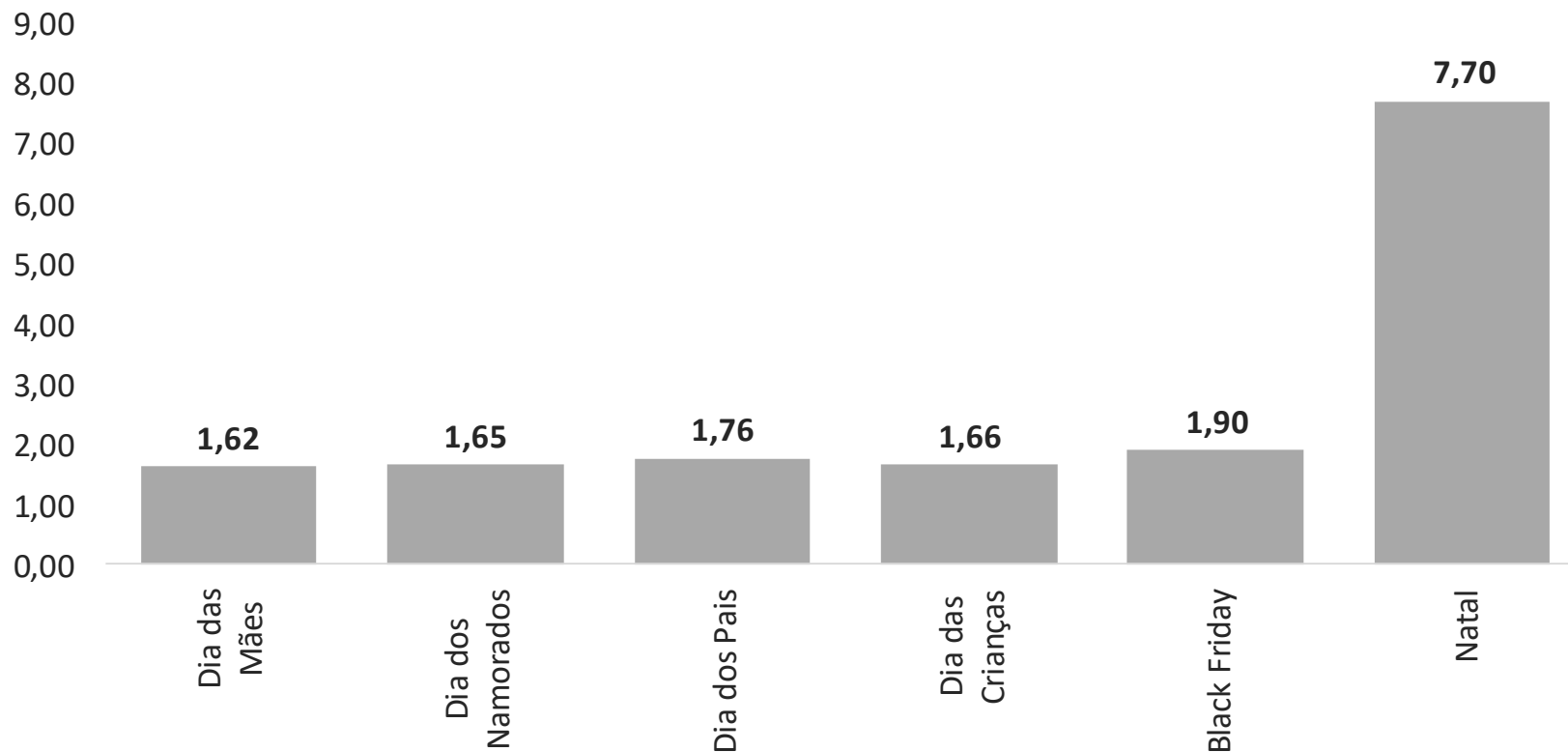
# PRINCIPAIS PRODUTOS COMERCIALIZADOS NA BLACK FRIDAY

2017



# SAZONALIDADE DO COMÉRCIO

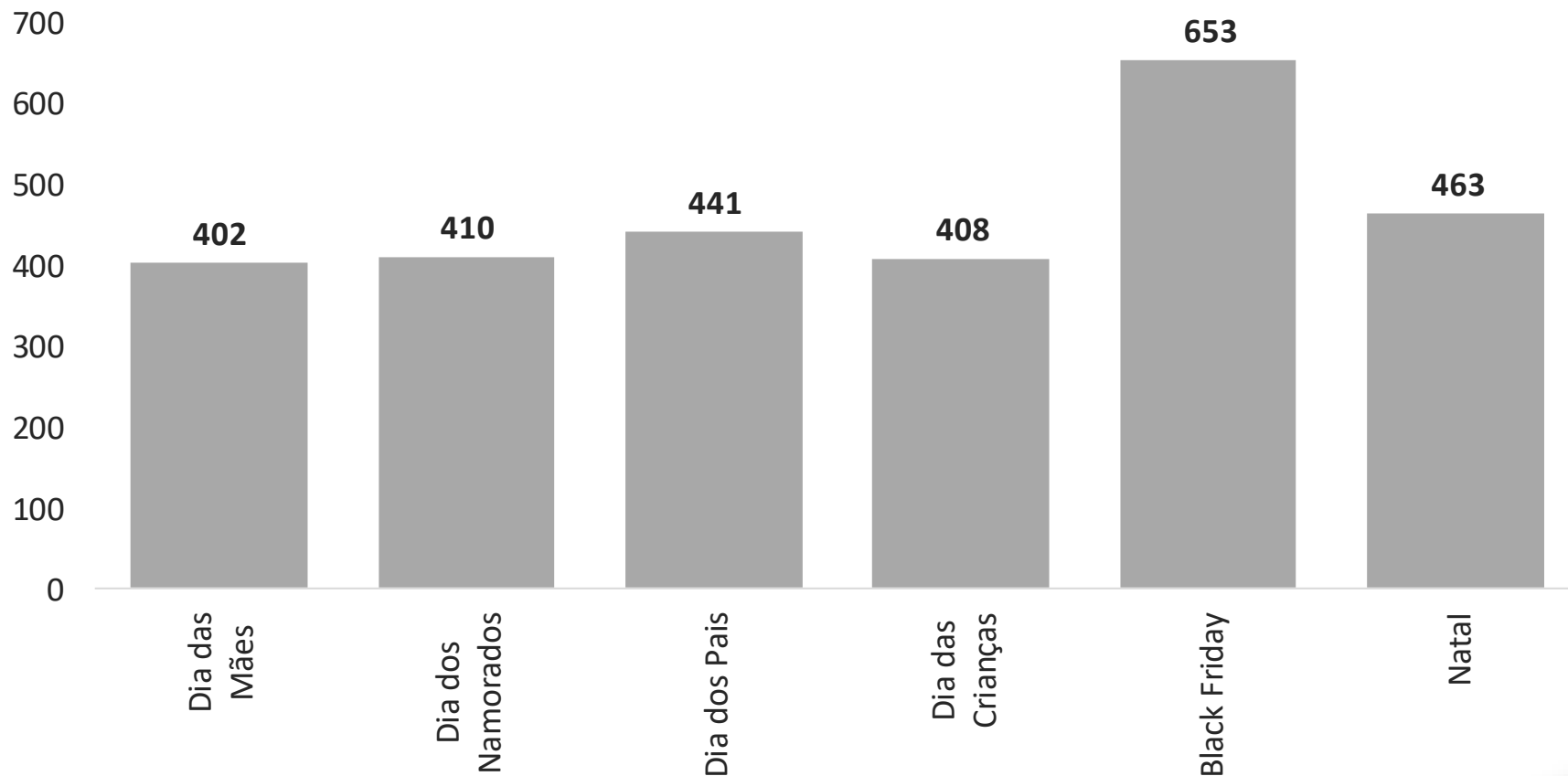
2016





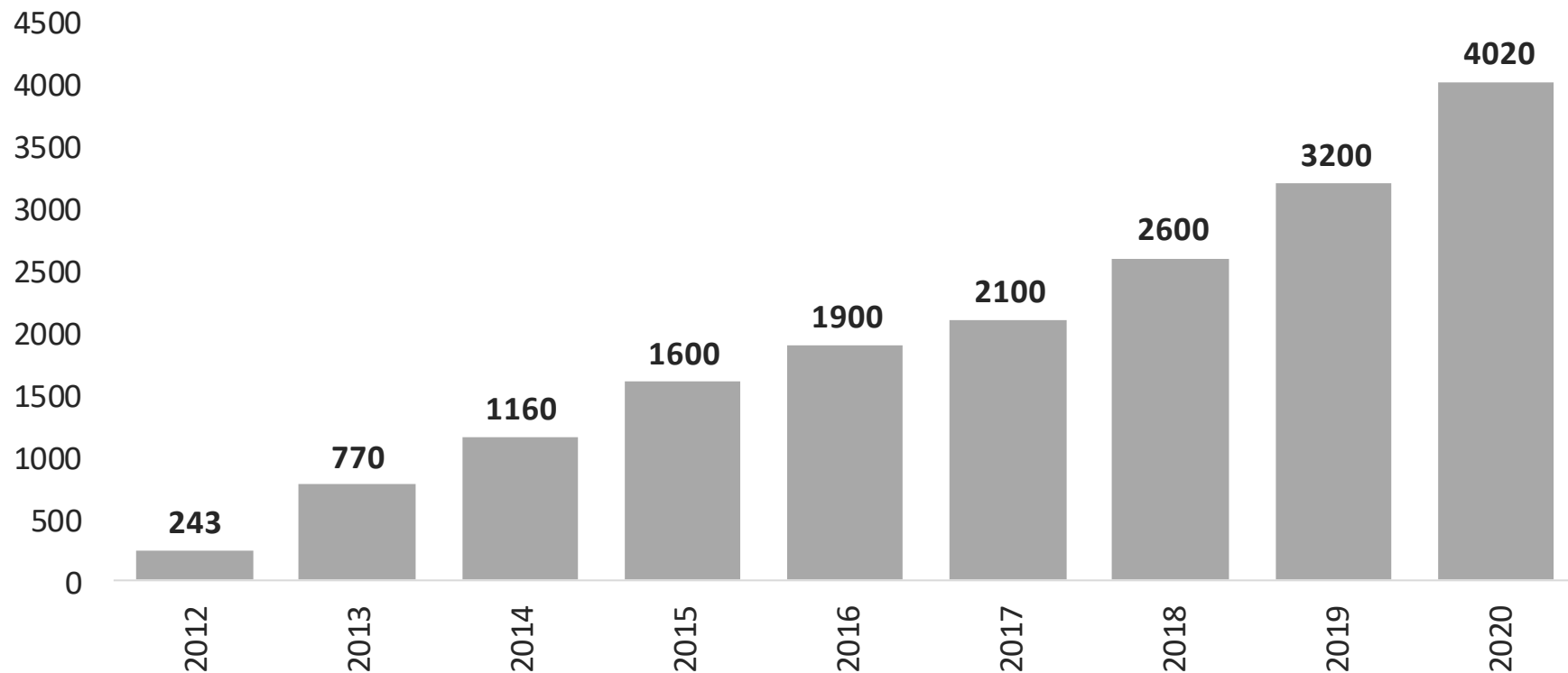
# SAZONALIDADE DO COMÉRCIO

Tiquete médio em R\$, 2016



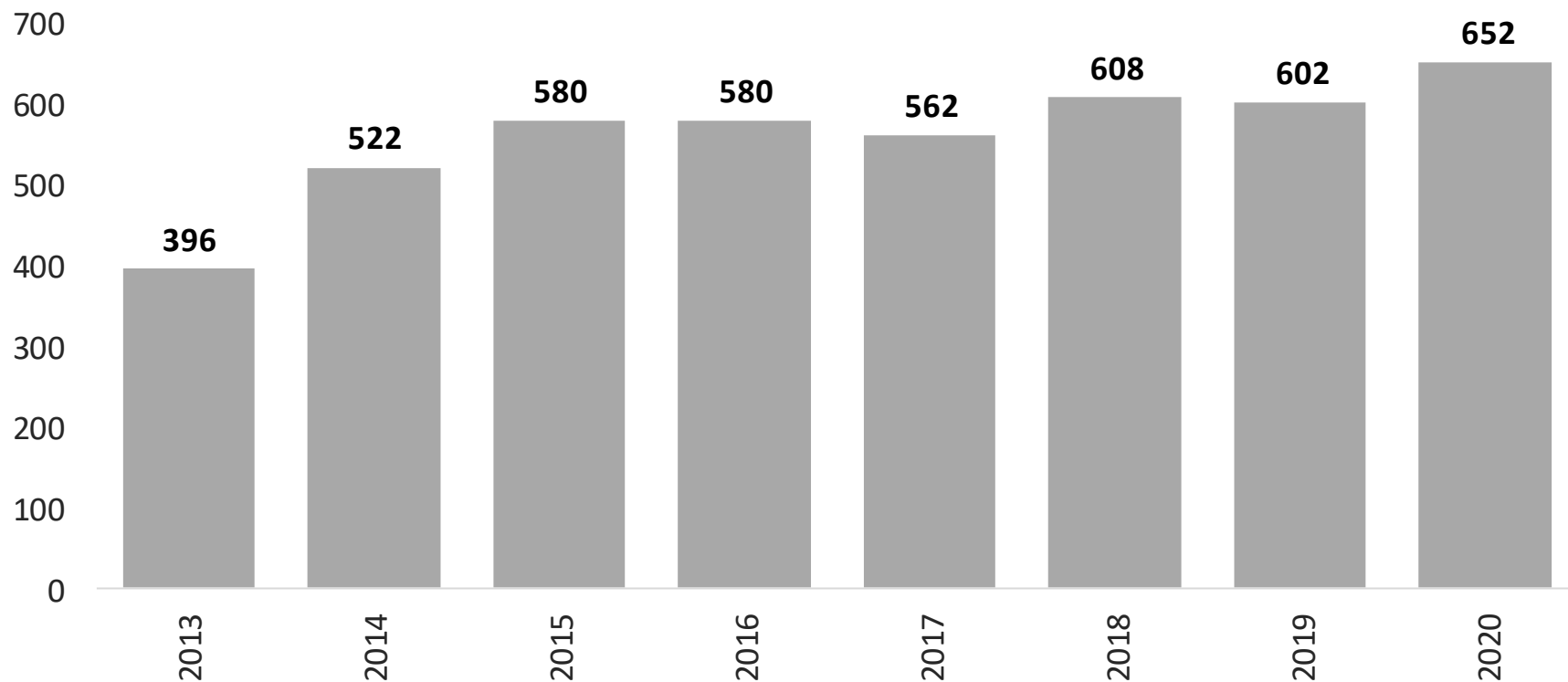
# EVOLUÇÃO DO FATURAMENTO – BLACK FRIDAY

Milhões de R\$



# EVOLUÇÃO DO TIQUETE MÉDIO – BLACK FRIDAY

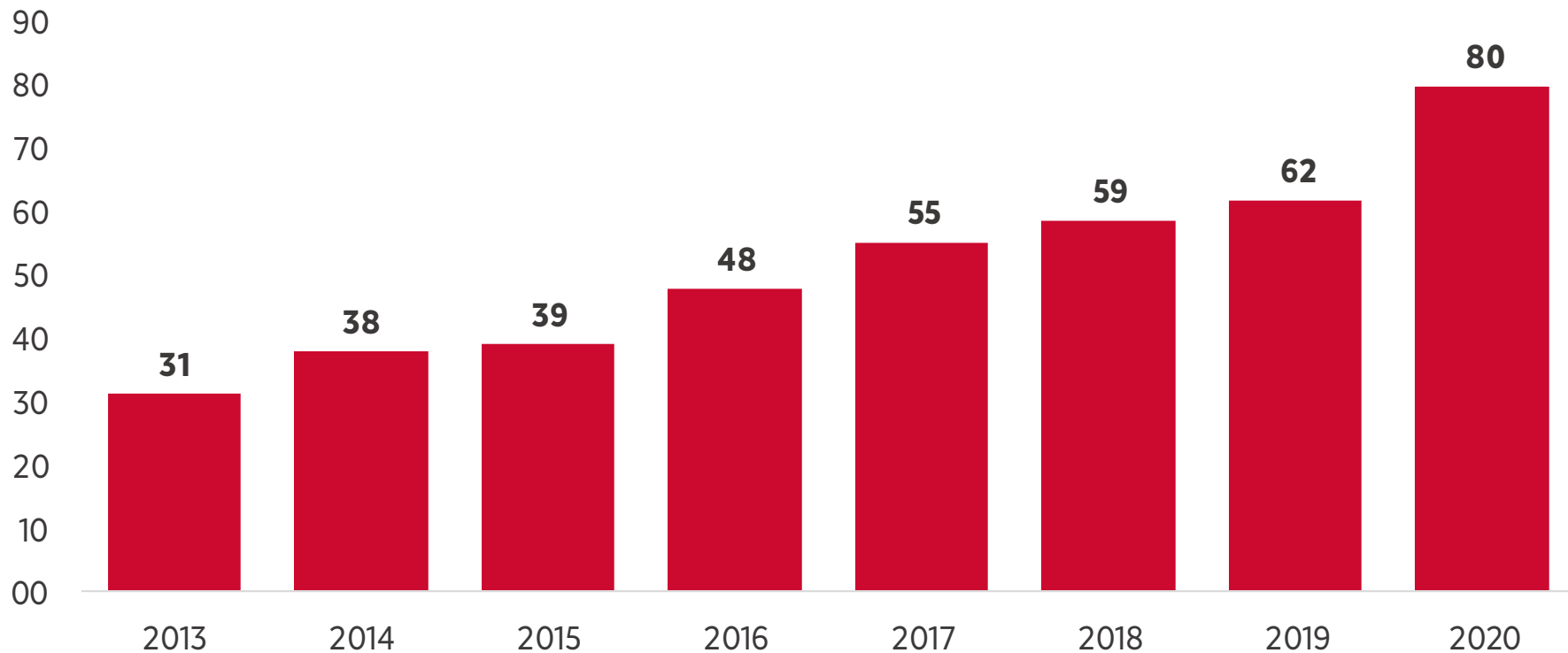
Milhões de R\$



# E-commerce

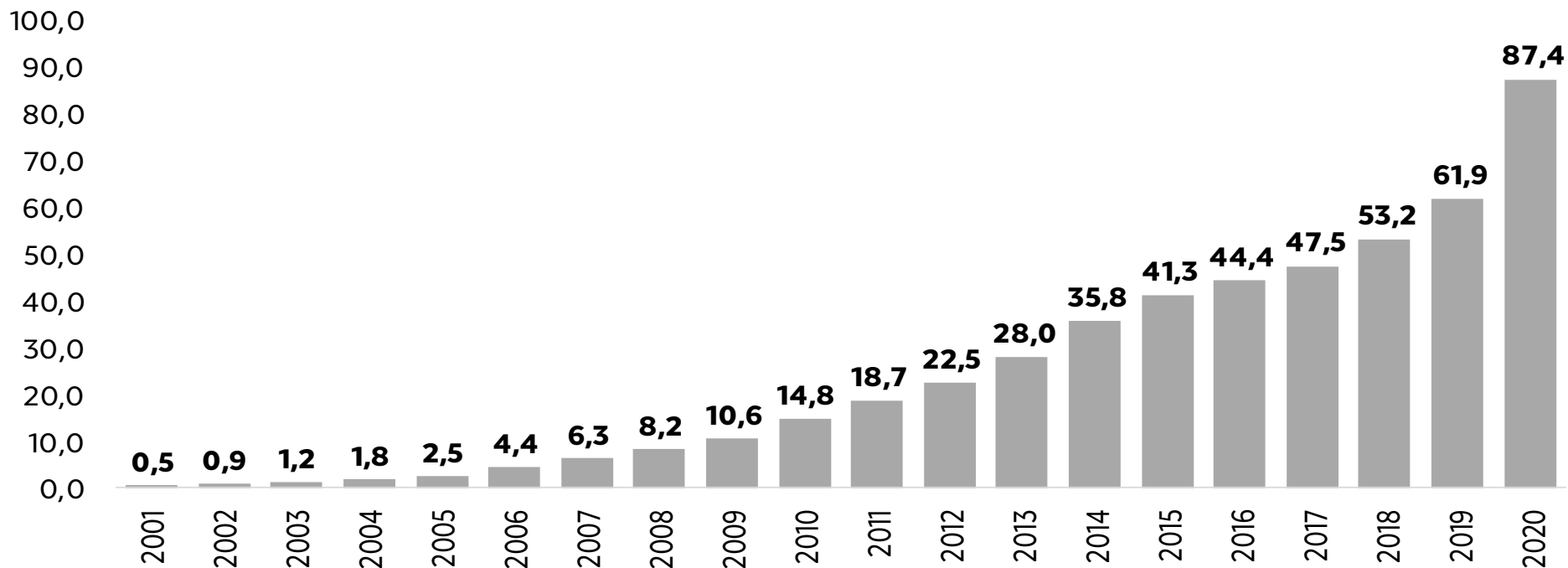
# NÚMERO DE CONSUMIDORES NO E-COMMERCE

Em milhões de pessoas



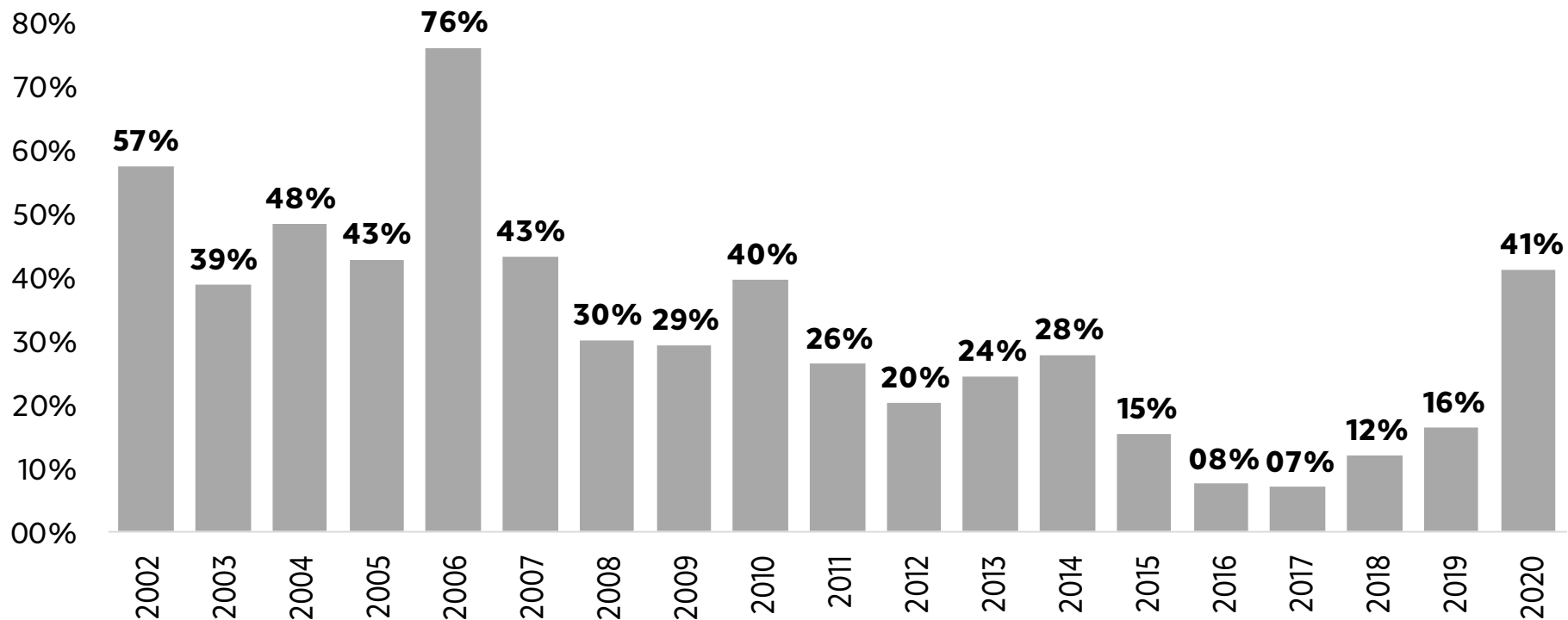
# FATURAMENTO NOMINAL DO E-COMMERCE

Bilhões de R\$



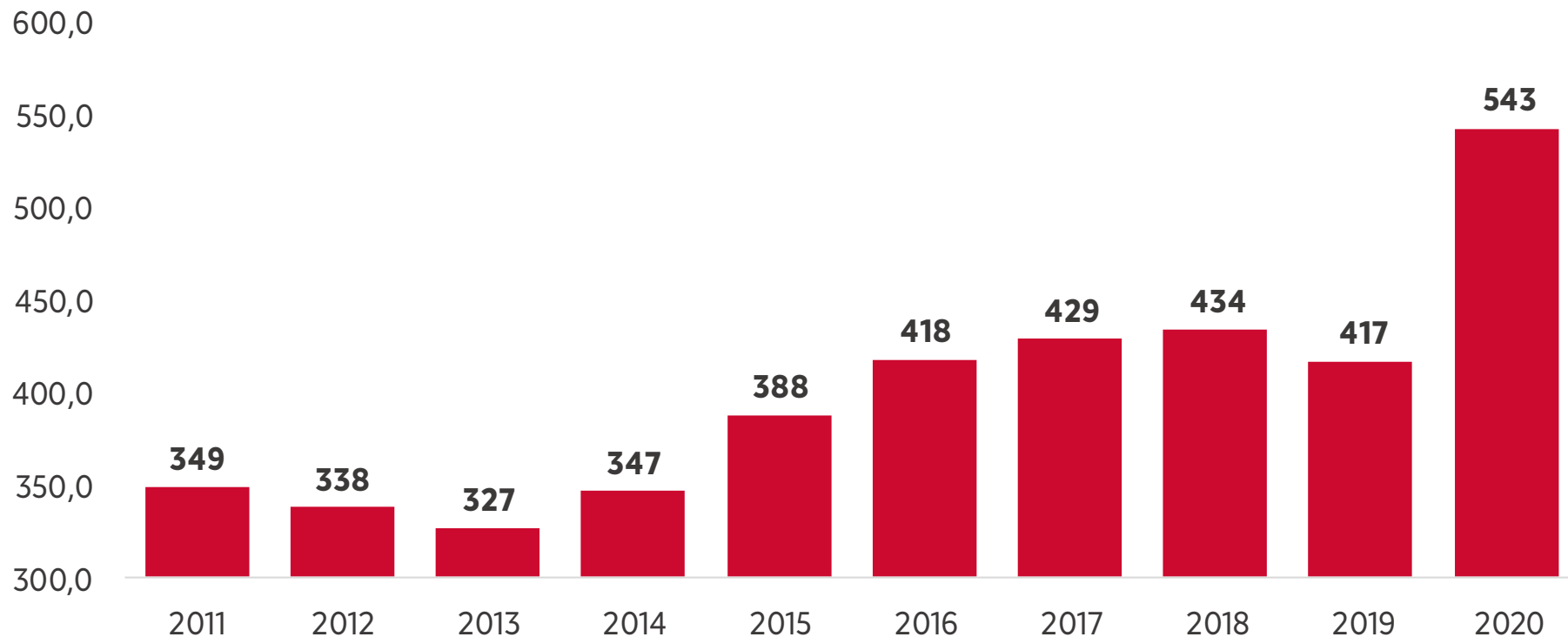
# FATURAMENTO NOMINAL DO E-COMMERCE

Varição %



# TICKET MÉDIO NO E-COMMERCE

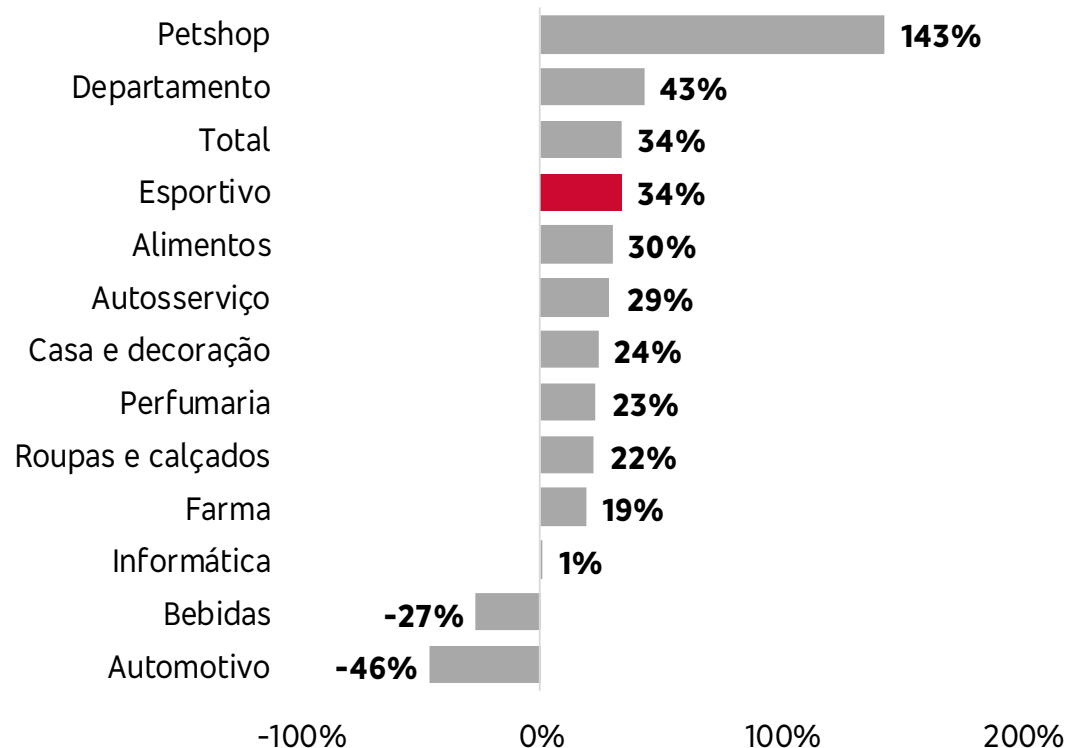
Em R\$





# PRODUTOS MAIS VENDIDOS NO E-COMMERCE

2020

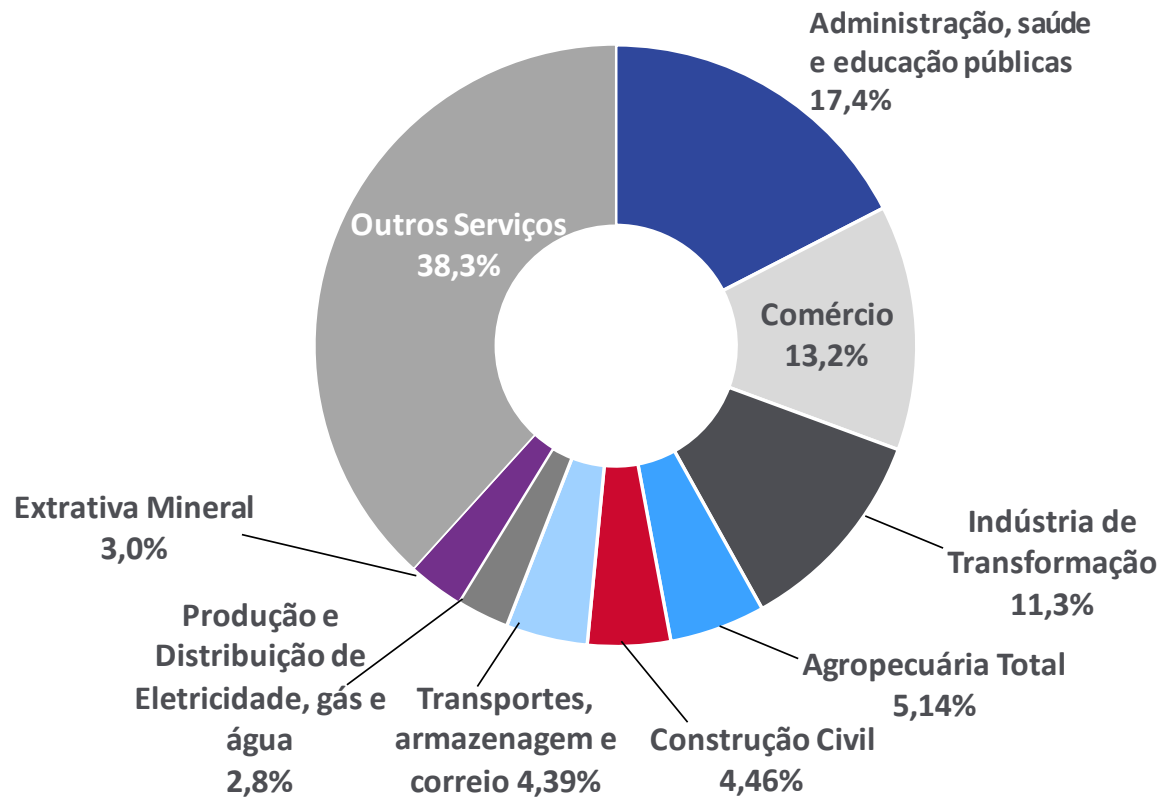


**Autosserviço:** lojas on-line com predominância na venda de alimentos, bebidas e produtos de limpeza para casa. Exemplo: hipermercados e supermercados

# Perfil Setorial

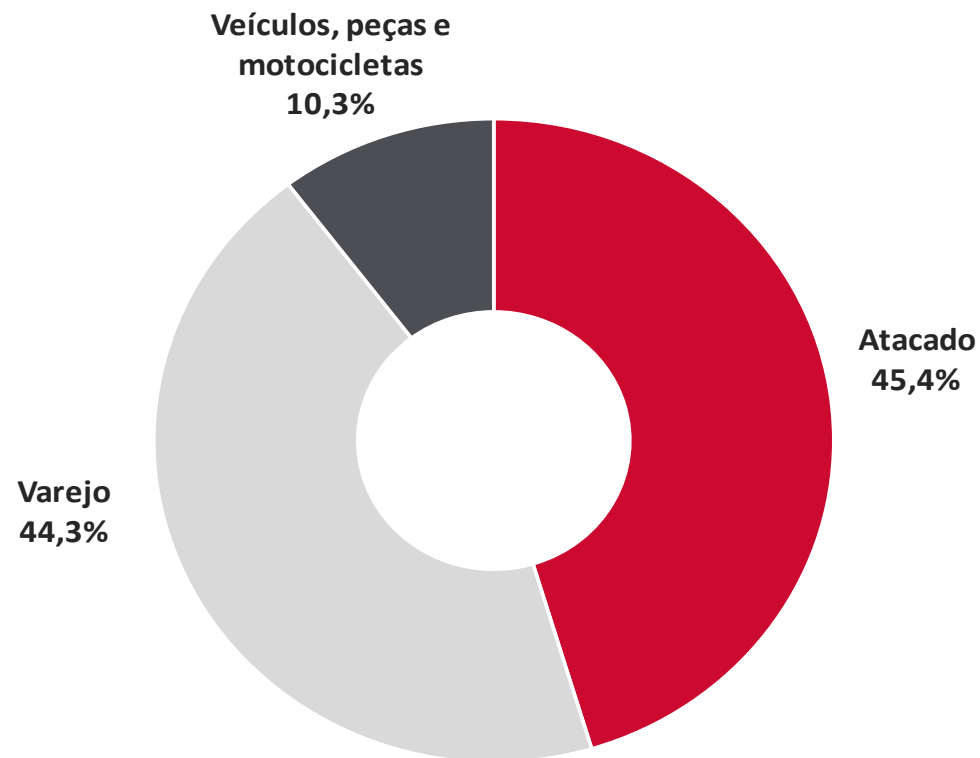
**O comércio responde por quase 13% do PIB brasileiro**

**O comércio varejista é responsável por mais de 40% do comércio geral**



# SEGMENTAÇÃO POR RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA

2015

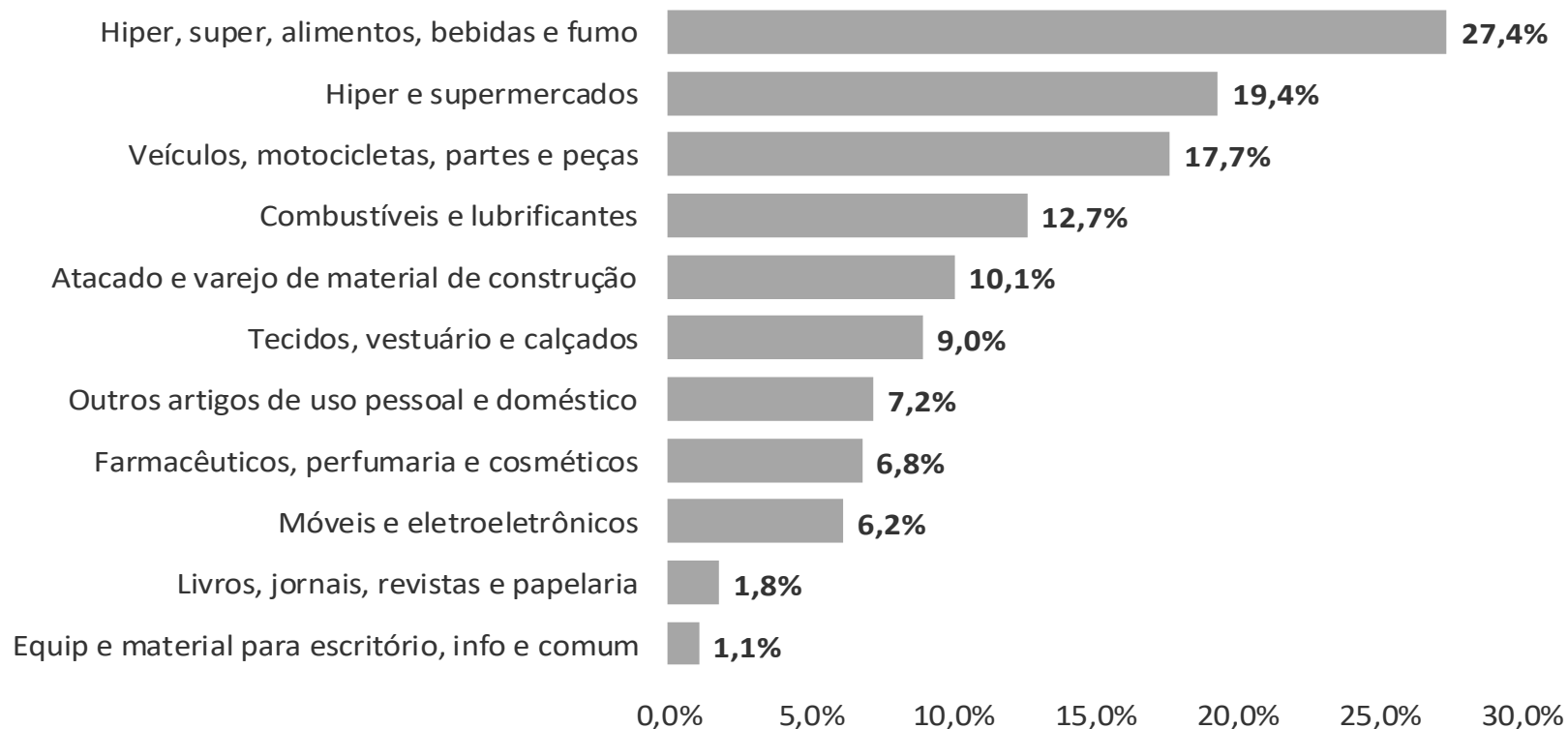


- **Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo** – a demanda desse segmento é sensível ao nível de preços, de renda e emprego;
- **Veículos** – o nível de demanda desse segmento depende do nível de renda, taxa de juros e condições e prazos dos financiamentos;
- **Combustíveis e lubrificantes** – a demanda desse segmento é derivada do nível de atividade econômica, renda, emprego e nível de preços;
- **Construção** – a demanda dependente de variação de preços, nível de renda, taxa de juros e condições e prazos dos financiamentos;
- **Eletroeletrônicos e móveis** – o nível de demanda desse segmento é sensível à variação de preços, nível de renda, taxa de juros e condições e prazos dos financiamentos;
- **Tecidos, vestuário e calçados** – o nível de demanda desse segmento também é sensível ao nível de preços e nível de renda da população;
- **Livros, jornais, revistas e papelaria** – esse segmento é dependente de renda e emprego e do nível de preços;
- **Artigos farmacêuticos, médicos e de perfumaria e cosméticos** – segmento sensível a renda e emprego e nível de preços;
- **Equipamentos para escritório e informática** – o nível de demanda desse segmento é sensível à variação de preços, nível de renda, taxa de juros e condições e prazos dos financiamentos;
- **Outros artigos de uso pessoal e doméstico** – considera vendas de GLP (gás liquefeito de petróleo) e o comércio realizado em lojas não especializadas que não tenham predominância de alimentos.

**Cerca de 27% do comércio varejista é de produtos não duráveis, representados pelo comércio em hiper e supermercados e em lojas especializadas de alimentos, bebidas e fumo.**

# RECEITA BRUTA DE REVENDA DO COMÉRCIO VAREJISTA

Por tipo de produto comercializado, compatível com a PMC ampliada, 2015





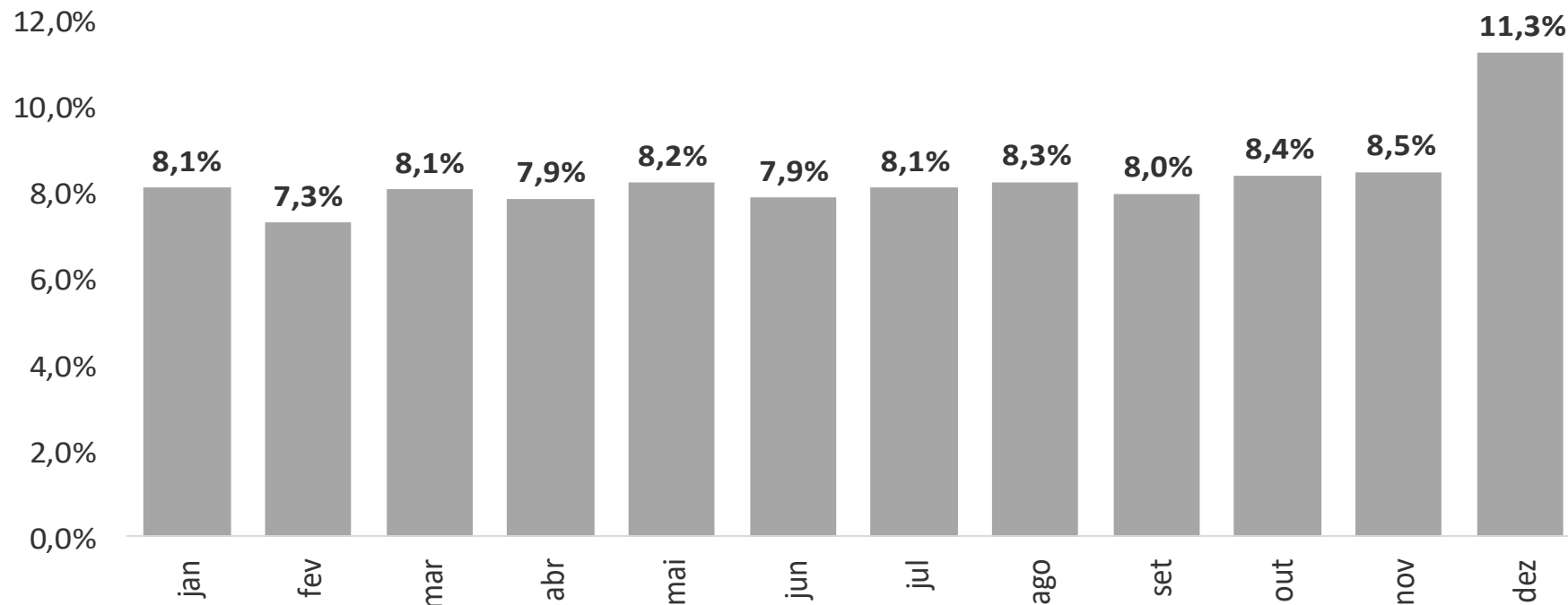
# Sazonalidade

- MAIO – DIA DAS MÃES
- JUNHO – DIA DOS NAMORADOS
- AGOSTO – DIA DOS PAIS
- OUTUBRO – DIA DAS CRIANÇAS
- NOVEMBRO – BLACK FRIDAY
- DEZEMBRO – NATAL E ANO NOVO

- Normalmente, nos meses de férias (janeiro e julho), há menor nível de atividade do comércio nas regiões metropolitanas e maior atividade nas regiões turísticas;
- Geralmente, durante o 1º trimestre do ano, o nível de atividade no comércio é baixo, pois nesse período há concentração de pagamentos como IPTU e IPVA, o que comprime a renda da população. Nesse período, as lojas costumam fazer a reposição dos estoques.

# SAZONALIDADE DAS VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA

2000 - 2018



# Fatores de risco

- O comércio varejista é um dos primeiros a sentir os impactos causados por mudanças na conjuntura econômica. As vendas do setor são dependentes de variáveis como: nível de renda do consumidor, nível de emprego, juros, condições e prazos de financiamento ao consumidor;
- Concorrência acirrada e, com exceção das grandes redes, os varejistas possuem baixo poder de negociação com fornecedores;
- Inadimplência do consumidor.
- Informalidade do setor: os altos impostos e encargos trabalhistas induzem empresas a sonegarem impostos e utilizarem trabalhadores informais. De acordo com o Instituto de Desenvolvimento do Varejo (IDV), os custos para as empresas informais chegam a ser 40% inferiores aos das empresas formais;
- O IDV também afirma que cerca de 50% dos varejistas trabalham de maneira informal e que o segmento de vestuário é o que apresenta maior informalidade (pode chegar a 60%). Esse aspecto também torna difícil a precisão de dados.

# DEPEC-BRADESCO

[www.economiaemdia.com.br](http://www.economiaemdia.com.br)

O DEPEC – BRADESCO não se responsabiliza por quaisquer atos/decisões tomadas com base nas informações disponibilizadas por suas publicações e projeções. Todos os dados ou opiniões dos informativos aqui presentes são rigorosamente apurados e elaborados por profissionais plenamente qualificados, mas não devem ser tomados, em nenhuma hipótese, como base, balizamento, guia ou norma para qualquer documento, avaliações, julgamentos ou tomadas de decisões, sejam de natureza formal ou informal. Desse modo, ressaltamos que todas as consequências ou responsabilidades pelo uso de quaisquer dados ou análises desta publicação são assumidas exclusivamente pelo usuário, eximindo o BRADESCO de todas as ações decorrentes do uso deste material. Lembramos ainda que o acesso a essas informações implica a total aceitação deste termo de responsabilidade e uso.