Valor ECONÔMICO
Publicado em 15/08/2023 - 05:58

Número de empresas do 'grupo do bilhão' no varejo bate recorde

Cenário Estudo mostra que 173 das 300 maiores cadeias faturam mais de R$ 1 bi, 17 a mais que em 2021

País tem mais redes de varejo bilionárias

Adriana Mattos
De São Paulo

O varejo brasileiro ainda não conseguiu engrenar uma recuperação sólida após a pandemia, mas isso não impediu que a lista das redes mais ricas do país só crescesse. É uma capacidade de expansão explicada, principalmente, pelo avanço das grandes cadeias regionais — parte delas familiares e com fundos como sócios — inclusive em áreas defendidas a todo custo pelas líderes nacionais.

A edição do principal ranking do setor no país, com as 300 maiores varejistas do Brasil em 2022, lançada em evento na noite de ontem pela *Sociedade Brasileira de* Varejo e Consumo (SBVC), mostra que, entre as redes com faturamento acima de R$ 1 bilhão — que chegou a um número recorde nesta pesquisa — há 17 a mais do que no ano anterior, somando 173.

Nos nove anos da publicação, essa é a segunda vez consecutiva em que mais da metade das 300 cadeias listadas fatura montante superior a esse patamar.

Para efeito de comparação, cinco edições atrás, em 2017, logo após a forte recessão que afetou duramente o consumo, eram 120 varejistas bilionárias, e hoje, mesmo após a crise da pandemia, são 173, 11% acima de 2021.

No grupo de "novas entrantes" com vendas acima desse patamar, e não identificadas nos levantamentos anteriores, estão marcas que foram ganhando escala nacional de forma mais recente — como a Usaflex, de calçados, e a PetLove, de produtos para animais de estimação, dos fundos Riverwood e Kamaroopin. Ainda há outras que exploram áreas do Centro-Sul brasileiro, e entre elas, está a Cassol, de material de construção, sediada em São José (SC), cujo Estado fechou o ano de 2022 com a menor taxa de desemprego do país.

Mas o destaque principal são as cadeias do segmento supermercadista, que lideram essa lista de novas bilionárias.

Quase a metade (84) das 173 redes mais ricas do país atuam nessa área. Pesa o fato de o varejo alimentar ser altamente pulverizado no Brasil e movimentar meio trilhão de reais, mais que outros segmentos, e com expansão mais estável.

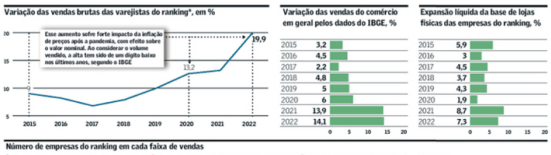
Já a participação das dez maiores varejistas, que lideram o ranking com boa folga, encolheu no faturamento total.

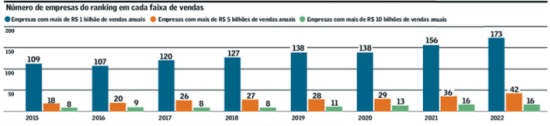
Com negócios do peso de Carrefour, Assaí e Magazine Luiza, os três primeiros do ranking (ver tabela), as dez líderes do setor atingiram R$ 400 bilhões em vendas brutas em 2022, equivalente a 38,25% do total, mas com um recuo na participação de 1,35 ponto percentual sobre a edição anterior.

De 2019 para cá, portanto antes da crise sanitária, a fatia das 10 maiores caiu quase dois pontos.

Carrinho de compras

Dados sobre o ranking das 300 maiores empresas do varejo brasileiro





Fonte: Ranking 300 Maiores do Varejo da SBVC. (*) Os números consideram as bases comparáveis de ano a ano. Para 2022, são 207 empresas comparáveis

São negócios que continuaram a crescer em receita, com marcas consolidadas em suas praças, porém as vendas de parte delas aumentou em ritmo menor que outras cadeias do segmento, o que leva à perda de fatia no total geral.

Ainda há fatores específicos, que variam de rede a rede, como reestruturações e desaceleração de negócios (caso da Natura&Co, afetada pela Avon Brasil), e operações impactadas por uma demanda que se contraiu mais do que para concorrentes regionais (caso de Magazine Luiza e Casas Bahia).

Enquanto a rede Novo Mundo, cadeia de eletrônicos sediada em Goiânia, região do agronegócio brasileiro, cresceu 12% em 2022, a Via, dona da Casas Bahia, praticamente não cresceu e o Magalu apurou alta de 5%.

"Há empresas surgindo como fenômenos regionais, como a Torra Torra [de moda para classe C] e a Caedu [também de vestuário]. É claro que elas não vivem numa redoma de vidro e precisam enfrentar os períodos de crise, mas as redes locais, principalmente no alimentar, se destacam pela qualidade na execução, porque conhecem profundamente o cliente regional, e são mais conservadoras em relação à alavancagem", disse Alberto Serrentino, vice-presidente da SBVC e fundador da Varese Retail.

Para Eduardo Terra, presidente da SBVC, chama a atenção o aumento na quantidade de varejistas com vendas acima de R$ 5 bilhões e de R$ 10 bilhões ao ano. Nesse primeiro grupo, o volume de empresas cresceu 133% no intervalo de 2015 a 2022, e no segundo, houve avanço de 125%.

Só no ano passado, sobre 2021, a quantidade de empresas no primeiro grupo subiu 17%, e no segundo grupo, 12,5%.

"Essa turma representa o extrato do varejo que mais cresce, mais que algumas gigantes e mais do que o comércio médio e pequeno. Isso acontece porque eles já têm o tamanho ideal para ter escala importante nas negociações com a indústria, que têm interesse no crescimento dessas companhias. E parcela deles já tem uma estrutura digital interessante, e sem a complexidade tributária de operar em todos os Estados", afirma Terra.

Entre esses grupos bilionários, 84 são supermercadistas (48,5% do total, 0,4 ponto acima da edição anterior). São nove companhias do segmento a mais na lista. Moda aparece em segundo lugar, com 20 empresas no grupo, quatro a mais que na edição anterior.

Na ponta contrária, redes de eletroeletrônicos e móveis, altamente dependentes de crédito, amargaram o efeito da alta nas taxas de juros entre 2021 e 2022, que derrubou vendas. O segmento voltou ao patamar de 14 empresas verificado em 2020. O mercado de perfumarias e drogarias, com 16 cadeias, não teve mudanças.

A diretoria da SBVC lembra que as vantagens estratégicas das grandes cadeias — como acesso a capital mais barato e a diferentes linhas em períodos de recursos escassos, e a capacidade de negociação com a indústria pela alta escala dos negócios — continuam sendo fundamentais para o crescimento. Esses fatores tiveram efeito relevante nos resultados dos últimos anos de crise no consumo.

Ainda segundo o levantamento, houve uma alta de 19,9%, em termos nominais, nas vendas das 207 empresas que divulgaram o faturamento de 2022 e 2021 (dados comparáveis no período). A taxa está acima da alta nominal de 14% do varejo, segundo dados do IBGE.

Ao se considerar todas as 300 do ranking, o faturamento de R$ 1,046 trilhão responde por 10,56% do PIB brasileiro e 4% de dos empregos com carteira assinada.

Além disso, 2,3% das 300 maiores em 2022 estão listadas em bolsa e só 15 do total têm lojas físicas fora do Brasil — sinal da baixíssima internacionalização do setor.

Das 300 empresas do estudo, 227 divulgaram suas quantidades de lojas nos últimos dois anos e encerraram 2022 com 62,9 mil unidades, alta de 7% na base total.

No entanto, houve aceleração das inaugurações de franquias, que exigem menor desembolso de caixa dos grupos em período de aumento do custo de capital, como em 2021 e 2022. Entre as dez redes que mais abriram lojas, seis operam com franquias. Além disso, o número total de lojas ainda está abaixo do patamar de 2015

A SBVC elaborou o relatório com o auxílio do Centro de Estudos e Pesquisas do Varejo (CEPEV), da EACH/USP. Os dados foram obtidos com as próprias empresas, nas entidades setoriais, em balanços contábeis, publicações em veículos (dados oficiais), e em casos específicos, com base em estimativas feitas pelos técnicos da SBVC.

Na visão dos professores Francisco Alvarez e Marcos Luppe, ambos do CEPEV, continua a existir um ambiente difícil para as redes, mesmo passada a pandemia, o que vem obrigando as cadeias a manter "princípios de manutenção e sobrevivência financeira".

A queda da taxa básica (Selic) deve melhorar esse cenário, na visão da diretoria da SBVC, mas isso deve ocorrer ao longo de 2024.

"O controle do giro de estoque deve ser contínuo e produtos sem venda devem ser liquidados para gerar fluxo de caixa. Em outras palavras, troque dinheiro ruim por dinheiro bom", dizem eles em artigo do estudo. "A compra deve considerar prioritariamente o giro do estoque, em vez de aumentar os volumes em busca de descontos maiores. Favoreça parcerias com fornecedores para melhorar o giro", recomendam.

As bilionárias do setor

As maiores por faixa de faturamento em 2022

Entre R$ 10 bilhões e R$ 110 bilhões	
Grupo Carrefour (inclui Atacadão)	108
Assaí	59,6
Magazine Luiza	44,7
Via	39
Americanas	34,4

Entre R$ 5 bilhões e R$ 9,99 bilhões	
Pague Menos (inclui Extrafarma)	9,8
Amazon	9,4
Ortobom	8,6
Mart Minas	8,3
Leroy Merlin	8

Entre R$ 1 bilhão e R$ 4,99 bilhões	
Pernambucanas	4,9
Sonda Supermercados	4,6
Supermercado Mundial	4,6
Soma	4,6
Grupo Dia a Dia (Atacadão Dia a Dia)	4,4

Abaixo de R$ 1 bilhão, em R$ milhões	
Supermercado São Roque	989
Le Biscuit	988
Lojas Koerich	981
Inbrands	976
Rede Mix Supermercados	970

Fonte: Ranking 300 Maiores do Varejo da SBVC

Shein estreia na lista como 29ª maior varejista

De São Paulo

Uma das varejistas estrangeiras que mais vêm incomodando as redes nacionais nos últimos anos, a chinesa Shein avança sobre o mercado brasileiro e entrou pela primeira vez no ranking geral das 300 maiores do setor numa posição já de destaque.

A companhia alcançou a 29ª colocação geral em 2022, à frente de redes tradicionais como Zaffari, Centauro, Lojas Cem e Pernambucanas.

Os dados da SBVC se baseiam em projeções de relatórios de equipes de analistas de bancos, que publicaram estimativas para a receita da Shein — de R$ 7 bilhões a R$ 8 bilhões, a depender da projeção. A companhia não informa dados no Brasil.

"Com um mix de produtos de baixo valor unitário, um marketing digital agressivo e aproveitando brechas legais para reduzir sua carga tributária, a empresa cresceu 250% em 2022", informa o relatório da SBVC. Bancos fizeram projeções de receita e não do "GMV", indicador que soma valores movimentados por todos os vendedores das plataformas on-line.

A Riachuelo, concorrente direta da Shein, aparece na 24ª posição, atrás da C&A, em 25º lugar. A Amazon ocupa a 20ª colocação, com base em projeções.

A Renner, líder em moda no país, ocupa a 11ª posição e a Marisa está na 73ª colocação.

Plataforma on-line com foco na venda de moda, a Shein teria alcançado vendas de R$ 8 bilhões no ano passado, segundo estimativas da área de análise do BTG Pactual, com base em informações coletadas em fontes como Similarweb, empresa global de pesquisa e de dados. *(AM)*

Veículo: Impresso -> Jornal -> Jornal Valor Econômico - São Paulo/SP

Seção: Empresas **Caderno:** B **Pagina:** 6

Copyright © Clipclap 2026.