

**Banco do  
Nordeste**



O nosso negócio é o desenvolvimento

**ESCRITÓRIO TÉCNICO DE ESTUDOS  
ECONÔMICOS DO NORDESTE  
ETENE**

**INFORME SETORIAL**

**PANORAMA DO SETOR COMERCIAL NO  
BRASIL E NORDESTE**

**Março de 2010**

---

**Banco do  
Nordeste**



O nosso negócio é o desenvolvimento

## **ESCRITÓRIO TÉCNICO DE ESTUDOS ECONÔMICOS DO NORDESTE – ETENE**

### **Superintendente**

José Narciso Sobrinho

### **Ambiente de Estudos, Pesquisas e Avaliação – AEPA**

**Gerente:** Jânia Maria Pinho Souza

### **Célula de Estudos Macroeconômicos, Industriais e de Serviços**

**Gerente:** Airton Saboya Valente Júnior

### **Informes Setoriais da Indústria e Serviços**

**Coordenador:** Airton Saboya Valente Júnior

### **Informe Setorial – Panorama do Setor Comercial no Brasil e Nordeste**

**Autor:** Luciano Carvalho Vivas

## 1. INTRODUÇÃO

A atividade comercial, segundo a Pesquisa Anual do Comércio (PAC) do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), compreende a revenda de mercadorias, subdividindo-se em atividade intermediária na distribuição de mercadorias para outras empresas comerciais – comércio atacadista – e o elo final da cadeia de distribuição, onde ocorre a venda de mercadorias para os consumidores – comércio varejista (IBGE, 2007a).

Adicionalmente, o IBGE também considera outra classe comercial, a venda de veículos e peças, que se diferencia por envolver atividades tanto de atacado, quanto de varejo e, com frequência, oferecer serviços em seu âmbito.

Sob a ótica da participação no Produto Interno Bruto-PIB, o comércio<sup>1</sup> é a terceira atividade, atrás apenas da indústria de transformação e da administração pública em termos de valor adicionado bruto à produção, com participação de 13,2% em 2007 (IBGE, 2007b).

A PAC de 2007 dá conta, ainda, da existência de 1,7 milhões de estabelecimentos dedicados à revenda de mercadorias no Brasil, que seriam responsáveis pela ocupação de 8,4 milhões de pessoas<sup>2</sup> e pagamento de R\$ 73,9 bilhões em salários e retiradas pessoais. No mesmo ano, a preços correntes, as atividades comerciais obtiveram uma receita operacional líquida da ordem de R\$ 1,3 trilhão<sup>3</sup> (IBGE, 2007a).

O comércio atacadista é o segmento responsável pela maior parcela da receita operacional líquida<sup>4</sup> (43,8%), ao passo que o comércio varejista é responsável pela maior participação nos salários, retiradas e outras remunerações (64,7%) (IBGE, 2007a).

A Pesquisa Mensal do Comércio (PMC), também elaborada pelo IBGE, subdivide o comércio varejista em dez atividades principais<sup>5</sup>, destacando-se o comércio de alimentos e o comércio de veículos e motos, partes e peças, que nos últimos anos apresentaram substancial crescimento, em virtude da ampliação da renda, política de valorização do salário mínimo, ampliação da oferta de crédito e políticas específicas de redistribuição de renda.

Mesma pesquisa dá conta do recente crescimento generalizado do consumo, traduzido em ampliações sequenciais do volume de vendas desde 2004, 9,3%, seguido por 4,8% em 2005, 6,2% em 2006, 9,7% em 2007 e 9,1% em 2008. Mesmo no ano de maior influência da crise internacional (2009), o crescimento foi de 5,9%<sup>6</sup> (IBGE, 2010).

---

<sup>1</sup> Comércio e serviços de manutenção e reparação, considerada a participação das atividades econômicas no Valor Adicionado Bruto a preços básicos.

<sup>2</sup> O IBGE utiliza o conceito de pessoal ocupado, que corresponde ao número de pessoas efetivamente ocupadas em 31 de março, 30 de junho, 30 de setembro e 31 de dezembro de 2007, independentemente de terem ou não vínculo empregatício, desde que tenham sido remuneradas diretamente pela empresa.

<sup>3</sup> Corresponde às receitas brutas provenientes da exploração das atividades principais e secundárias exercidas pela empresa, com deduções dos impostos e contribuições (ICMS, IPI, ISS, PIS, COFINS etc.), das vendas canceladas, abatimentos e descontos incondicionais (IBGE, 2007a).

<sup>4</sup> Corresponde às receitas brutas provenientes da exploração das atividades principais e secundárias exercidas pela empresa, com deduções dos impostos e contribuições (ICMS, IPI, ISS, PIS, COFINS etc.), das vendas canceladas, abatimentos e descontos incondicionais.

<sup>5</sup> Combustíveis e lubrificantes, hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo, tecidos, vestuário e calçados, móveis e eletrodomésticos, artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos, livros, jornais, revistas e papelaria, equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação, outros artigos de uso pessoal e doméstico, veículos e motos, partes e peças e material de construção (tendo sido as duas últimas atividades inseridas mais recentemente na pesquisa).

<sup>6</sup> Comércio varejista não ampliado, desconsiderando o comércio de veículos e de materiais de construção, atividades incluídas nas pesquisas mensais a partir de janeiro de 2004.

A importância do comércio não se restringe ao fato deste concentrar parcela importante dos empregos e contribuir substancialmente para a formação do valor adicionado. A atividade varejista, por exemplo, é a esfera, ou momento em que o consumidor chancela o valor dos produtos, cabendo a esta o papel de coordenadora de cadeias de valor, incentivando elevação da qualidade e da competitividade dos fornecedores, criando formas de relacionamento com o consumidor e estimulando o desenvolvimento de novos canais de venda (COSTA, GUIDOLIN e NUNES, 2010).

Busca-se assim, dada a relevância do comércio para a economia: apresentar informações básicas sobre o mesmo em relação a emprego, subdivisões mais importantes e quantidade de estabelecimentos (características do setor comercial); apresentar informações regionalizadas (panorama do setor comercial no Brasil e Nordeste); e tecer considerações finais sobre o setor comercial.

## **2. CARACTERÍSTICAS DO SETOR COMERCIAL**

A despeito da classificação do IBGE, a atividade comercial envolve um conjunto diversificado de agentes que atuam de forma primária ou complementar no processo de distribuição de mercadorias.

De acordo com Parente (2000), algumas instituições atuam diretamente no canal de comercialização, sendo classificadas como primárias, tomam posse dos bens e os movimentam ao longo do canal de marketing. São os fabricantes, atacadistas, varejistas e consumidores.

Já as atividades comerciais auxiliares são exercidas pelos agentes com o intuito de facilitar o fluxo de mercadorias. É caso das empresas de transporte, armazenagem, seguradoras, firmas de propaganda, empresas de financiamento de vendas e de pesquisa de mercado. Estas empresas permitem aos empresários do setor manter o foco na sua atividade principal. A própria atividade comercial, como desdobramento da especialização de atividades econômicas, retira da indústria a responsabilidade de atender aos pedidos pulverizados oriundos de diversos clientes.

Segundo o IBGE, a atividade varejista é responsável pela maior quantidade de estabelecimentos do setor. Os estabelecimentos varejistas (1,3 milhão) correspondem a 84,4% do total, sendo o comércio de veículos, peças e motocicletas o segundo colocado em termos de participação, com 8,7%. No período de cinco anos (2003 a 2007), poucas alterações ocorreram em termos de participação relativa das divisões comerciais (atacado, varejo e comércio de veículos e motos).

Considerada a mão-de-obra, total de ocupados, a participação do comércio varejista se reduz, embora sua primazia sobre os outros ramos comerciais se mantenha.

Ao longo de cinco pesquisas, a participação do comércio varejista na mão-de-obra do setor apresentou pequenas variações, de 75,3% em 2005, a 76,0% em 2006. Situação semelhante à do comércio atacadista, segundo colocado e que responde por 15,2% da mão-de-obra, considerado o último levantamento do IBGE (2007). O comércio de veículos manteve, por sua vez, participação abaixo de dez pontos percentuais entre os levantamentos de 2003 e 2007.

Segundo a RAIS<sup>7</sup>, as atividades atacadista e varejista respondem pelo equivalente a 39,9% de todos os estabelecimentos registrados (subsetores da RAIS). Dados históricos – considerada mesma base no período de 1995 a 2007 – apontam para ampliação da participação destes estabelecimentos em toda a economia.

Do ponto de vista da mão-de-obra, observa-se que o setor detém o segundo maior volume de vínculos formais, 18,2%, ficando atrás apenas da administração pública. Neste sentido também se observa crescimento da importância do setor para o mercado de trabalho, dada a ampliação da sua participação ao longo dos últimos 12 anos (1995 a 2007, dados da RAIS).

O quadro remuneratório, entretanto, não é dos mais favoráveis na atividade. Os comércios atacadista e varejista detiveram, em 2007 e em 2008, respectivamente, a décima segunda e vigésima terceira remunerações dentre vinte e cinco atividades listadas em relatório da RAIS. Comparadas as variações das remunerações (2008 a 2007), o varejo obteve o sexto e atacado, o décimo segundo acréscimo, dentre vinte e cinco atividades (RAIS, 2010b).

Ainda segundo a RAIS, os estabelecimentos de menor porte possuem a maior quantidade de trabalhadores do setor. Os que possuem até 19 pessoas em seus quadros respondem por mais da metade dos vínculos formais, 56,8%, sendo no varejo mais acentuada a relevância destas empresas, considerando que neste ramo as de menor porte são responsáveis por 60,7% dos vínculos.

Percebe-se modificação mais sensível analisando outra variável, a receita operacional líquida. O atacado que responde por 43,8% do total, teve seu percentual de participação reduzido de 46,0% para 43,8%, assim como o comércio varejista, cujo percentual reduziu-se de 42,3% para 41,1%. O comércio de veículos foi a única divisão que apresentou crescimento de sua participação no total, de 11,7% para 15,1%.

Algumas classes comerciais, componentes do varejo possuem acentuada relevância. Hipermercados e supermercados representam apenas 0,8% das empresas varejistas, mas correspondem a 12,6% do pessoal ocupado no varejo e 22,5% da receita operacional líquida, o mais elevado peso dentre as atividades varejistas<sup>8</sup>.

Combustíveis e lubrificantes representam a segunda maior receita operacional líquida (21,8%), sendo responsável por 4,8% do pessoal e 2,2% das empresas.

Material de construção, ferragens, ferramentas manuais e produtos metalúrgicos; vidros, espelhos e vitrais; tintas e madeiras é a terceira atividade comercial em termos de receita líquida operacional, 8,9%, embora obtenha participação maior na quantidade de empresas (11,1%) e no total do pessoal (11,6%).

---

<sup>7</sup> Relação Anual de Informações Sociais, abrange os trabalhadores com vínculo empregatício, celetistas, estatutários (servidores públicos não regidos pela CLT), avulsos e por prazo determinado.

<sup>8</sup> Dados do Sidra (IBGE), observando o número de empresas, pessoal e receita operacional líquida de dezessete atividades comerciais: hipermercados e supermercados, outros tipos de comércio não especializados com predominância de produtos alimentícios, comércio não especializado sem predominância de produtos alimentícios, produtos alimentícios, bebidas e fumo, tecidos e artigos de armarinho, artigos do vestuário e complementos, calçados, artigos de couro e viagem, produtos farmacêuticos, médicos, veterinários, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos, máquinas e aparelhos de uso doméstico e pessoal, discos, instrumentos musicais, etc., móveis, artigos de iluminação e outros artigos de residência, material de construção, ferragens, ferramentas manuais e produtos metalúrgicos; vidros, espelhos e vitrais; tintas e madeiras, equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação, livros, jornais, revistas e papelaria, gás liquefeito de petróleo (GLP), outros produtos, comércio de artigos usados, combustíveis e lubrificantes.

No comércio atacadista, combustíveis e lubrificantes representa quase um terço da receita operacional líquida (29,5%). A participação relativa deste segmento, em termos de mão-de-obra é menor, 3,5%, assim como na quantidade de empresas (1,8%)<sup>9</sup>.

Produtos alimentícios, bebidas e fumo representa o segundo maior segmento do setor atacadista em termos de receita operacional líquida (16,1%), possuindo relevância mais acentuada quando analisados o total de pessoas empregadas no atacado (26,7%) e a quantidade de empresas (28,2%).

O comércio de mercadorias em geral<sup>10</sup> é o terceiro ramo do comércio atacadista em termos de receita operacional líquida (13,1%) e em termos de empresas (9,1%), sendo o segundo quando analisado o pessoal ocupado (13,9%).

Considerados os dados de 1996 até 2007, notam-se algumas modificações. O crescimento da informatização e do acesso das famílias a computadores e telefones celulares foi acompanhado pela elevação substancial do número de estabelecimentos voltados à venda destes produtos, o maior crescimento dentre todas as classes comerciais (15.313 para 65.616).

O número de estabelecimentos voltados para o comércio de motocicletas, peças e acessórios, dada a popularização deste tipo de veículo, também experimentou elevação substancial no período, de 4.705 para 15.315.

Noutro extremo estão as classes cujos números de estabelecimentos obtiveram crescimentos abaixo da média, ou mesmo declínio no período.

Produtos alimentícios, bebidas e fumo, que inclui as padarias, comércio de frios, balas, bombons, açougues e o comércio varejista de bebidas apresentou um crescimento de apenas 2,2% no número de estabelecimentos, num possível reflexo da diversificação de produtos oferecidos pelos hipermercados e supermercados (concorrência), bem como a elevação do número de estabelecimentos desta última atividade. Nota-se, inclusive, que os hipermercados têm passado a comercializar produtos de informática e de telefonia, mudança importante, principalmente para as empresas voltadas à comercialização de produtos deste gênero.

Neste sentido, nota-se tendência das empresas comerciais em diversificar o conjunto de produtos, ou mesmo de serviços, oferecidos em um mesmo ponto comercial, como no caso de lojas de conveniências combinadas com locadoras, ou mesmo farmácias, lotéricas, ou lanchonetes localizadas no interior de hipermercados e supermercados.

O comércio não especializado sem predominância de produtos alimentícios foi a única atividade no mesmo período em que houve decréscimo do número de estabelecimentos. No ano de 1996 existiam 5.805 estabelecimentos que agrupavam lojas de departamentos, lojas de variedades e *duty free* de aeroportos. Passados onze anos, este número caiu para 4.103, um

---

<sup>9</sup> Dados do Sidra (IBGE), observando número de empresas, pessoal e receita operacional líquida de dezessete atividades comerciais: produtos agropecuários in natura e produtos alimentícios para animais, produtos alimentícios, bebidas e fumo, fios têxteis, tecidos, artefatos de tecidos e de armarinho, artigos de vestuário e complementos, calçados, eletrodomésticos e outros equipamentos de uso pessoal e doméstico, produtos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, odontológicos e veterinários, artigos de escritório e de papelaria; papel, papelão e seus artefatos; livros, jornais e outras publicações, outros artigos de uso pessoal e doméstico, combustíveis e lubrificantes, produtos extrativos de origem mineral, madeira, material de construção, ferragens, etc., produtos químicos, adubos e fertilizantes, resíduos e sucatas, outros produtos, comércio de máquinas, aparelhos e equipamentos de uso agropecuário, comercial, industrial e para fins profissionais e comércio de mercadorias em geral.

<sup>10</sup> Inclui o comércio de diversos produtos de plástico, exceto para uso doméstico, em veículos e embalagens, o comércio de peças e acessórios para aparelhos de uso doméstico e pessoal, elétricos e eletrônicos e o comércio atacadista realizado por comerciantes no mesmo local em que comercializam mercadorias variadas, sem especialização (IBGE, 2007).

declínio em termos percentuais de 29,3%. Há de se frisar, no entanto, que o pessoal ocupado aumentou no mesmo período em 46,1%<sup>11</sup>.

Em relação ao porte da firmas é importante observar que as maiores, com mais de 500 empregados, concentram substancial parcela da receita operacional líquida do setor varejista (29,1%) e do setor atacadista (36,9%), principalmente tendo em vista que, no caso do comércio varejista, essas empresas são responsáveis por 14,3% do pessoal ocupado e 1,2% dos estabelecimentos e, no caso do comércio atacadista, 2,8% dos estabelecimentos e 16,2% do pessoal ocupado (IBGE, 2010).

Noutro extremo, estão as empresas com até 19 pessoas, concentrando relevante parcela dos estabelecimentos existentes e do pessoal ocupado.

No comércio varejista, 95,5% das firmas possuem até 19 pessoas. Empresas deste porte são responsáveis por 68,6% das pessoas ocupadas do varejo, detendo 47,4% da receita operacional líquida. No comércio atacadista, empresas semelhantes respondem por uma parcela menor do pessoal do setor, 37,0%, e apesar de abarcarem 81,2% dos estabelecimentos, respondem por 18,4% da receita operacional líquida do setor.

### **3. PANORAMA DO SETOR COMERCIAL NO BRASIL E NORDESTE**

A listagem dos 250 maiores varejistas globais, elaborada pela Consultoria Deloitte, fornece uma ideia do grau de concentração da atividade varejista. A Europa responde por 38,4% das firmas, os Estados Unidos vêm logo em seguida, 33,6%, a Ásia e Pacífico correspondem a 18,0%, América Latina, 4,0%, Canadá, 3,6%, e África e Oriente Médio, 2,4% (Deloitte, 2010).

Esta concentração se agrava quando consideradas as vendas por regiões e países. A Europa responde por 42,3% do total, os Estados Unidos detêm 41,2%, Ásia e Pacífico por 11,5%, Canadá 2,4%, América Latina 1,7% e África e Oriente Médio 0,8%.

Dos dez maiores varejistas, nenhum está localizado fora da Europa ou Estados Unidos. Os varejistas brasileiros melhor posicionados ocupam a 92<sup>a</sup> posição, Grupo Pão-de-Açúcar, 131<sup>a</sup> posição, Casas Bahia, e 200<sup>a</sup> posição, Lojas Americanas (Tabela 1).

---

<sup>11</sup> Somente na década de 1990, dois grandes magazines encerraram suas atividades, a Mesbla e o Mappin.

Tabela 1 - Principais Varejista no Mundo, Posição Relativa, Nome da Companhia, País de Origem, Vendas e Número de Países em que Atua

Posição no Ranking	Nome da Companhia	País de Origem	Vendas (em milhões de US\$)	Quantidade de Países em que Opera
1	Wal-mart Stores, Inc.	EUA	401,2	15
2	Carrefour S.A.	França	128,0	36
3	Metro AG	Alemanha	99,0	32
4	Tesco plc	Reino Unido	96,2	13
5	Schwarz Unternehmens Treuhand KG	Alemanha	76,9	24
6	The Kroger Company	EUA	76,0	1
7	The Home Depot, Inc.	EUA	71,3	7
8	Costco Wholesale Corp.	EUA	71,0	8
9	Aldi GmbH & Company oHG	Alemanha	66,1	18
10	Target Corp.	EUA	62,9	1
92	Grupo Pão de Açúcar	Brasil	10,0	1
131	Casas Bahia	Brasil	6,5	1
200	Lojas Americanas	Brasil	3,9	1

Fonte: (DELOITTE, 2010). Elaboração ETENE.

As firmas listadas no relatório da Deloitte atuaram em média em 6,9 países, número que se eleva para 15,5 quando consideradas apenas as dez maiores.

As três firmas brasileiras constantes na lista de 2010 atuam somente no mercado interno brasileiro e o volume de vendas da melhor colocada não alcança a média do levantamento em questão (US\$ 10 bilhões), representando o equivalente a menos de 3,0% das vendas da primeira colocada da lista.

Reflexos das iniciativas de expansão das empresas estrangeiras e dos processos de estabilização e abertura da economia brasileira, que acirraram a concorrência e reduziram os ganhos inflacionários das empresas, podem ser notados ao se analisar a lista dos dez maiores varejistas do mercado brasileiro<sup>12</sup>.

No ano de 1995, das dez maiores empresas varejistas, sete eram de controle brasileiro. Em 2008, este número reduziu-se para seis. No mesmo intervalo de tempo a participação das empresas brasileiras no total das vendas (dez maiores) reduziu-se de 54,0% para 39,1%, enquanto a participação das empresas estrangeiras elevou-se de 28,8% para 44,6%.

Outro ponto importante é a confirmação da relevância do comércio de alimentos para o varejo brasileiro. Das dez maiores, as três principais firmas, que concentram mais de 60,0% das vendas, atuam basicamente no ramo alimentício.

Movimento inverso registrou-se no comércio atacadista pois, no período entre 1995 e 2008, observou-se crescimento da participação das empresas de controle brasileiro no total das vendas das dez maiores<sup>13</sup>. Este resultado pode ser atribuído, particularmente, na ampliação das vendas da estatal brasileira Petrobrás Distribuidora, cujo crescimento no período foi da ordem de 144,2%, ante 62,7% do somatório das vendas dos dez maiores atacadistas.

<sup>12</sup> Fonte: Exame - Maiores e Melhores (<http://portalexame.abril.com.br/>), considerando vendas em reais convertidas em dólares, conforme a cotação de dezembro de 2008 (2,3370 reais por dólar).

<sup>13</sup> Fonte: Exame - Maiores e Melhores (<http://portalexame.abril.com.br/>), considerando vendas em reais convertidas em dólares, conforme a cotação de dezembro de 2008 (2,3370 reais por dólar).



Pode-se perceber que as maiores empresas atuam no ramo do comércio atacadista de combustíveis e lubrificantes, restando a duas empresas a distribuição de outras mercadorias.

Três variáveis possibilitam avaliar a forma de distribuição da atividade comercial no espaço brasileiro: receita, nível de ocupação e quantidade de estabelecimentos<sup>14</sup>. No caso da primeira variável, observa-se que a receita comercial das empresas tende a obedecer à mesma distribuição do PIB.

As empresas do Sudeste foram responsáveis por 54,1% deste valor (Tabela 2), guardando proporção, portanto, com a participação desta Região no PIB do País em 2007 (56,4%) (IBGE, 2007b).

A segunda região, em termos de participação na receita bruta de revenda, foi o Sul, percentual de 19,8%, seguido pelo Nordeste cujas empresas respondem por 14,1% da receita bruta de revenda.

		2003	2004	2005	2006	2007	Crescimento 2000/2007 (%)
<b>Brasil</b>	<b>Receita</b>	719.774.241	734.295.937	821.070.984	911.472.138	1.015.216.433	41,0
	<b>%</b>	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	-
<b>Norte</b>	<b>Receita</b>	21.431.317	22.613.122	26.701.241	29.975.564	34.143.802	59,3
	<b>%</b>	3,0	3,1	3,3	3,3	3,4	-
<b>Nordeste</b>	<b>Receita</b>	91.750.128	96.099.918	111.098.499	125.662.155	143.377.451	56,3
	<b>%</b>	12,7	13,1	13,5	13,8	14,1	-
<b>Sudeste</b>	<b>Receita</b>	389.470.472	393.588.513	444.208.683	496.808.758	547.312.890	40,5
	<b>%</b>	54,1	53,6	54,1	54,5	53,9	-
<b>Sul</b>	<b>Receita</b>	154.757.701	156.015.102	167.716.393	179.691.706	201.134.754	30,0
	<b>%</b>	21,5	21,2	20,4	19,7	19,8	-
<b>Centro-Oeste</b>	<b>Receita</b>	62.364.623	65.979.282	71.346.169	79.333.956	89.247.536	43,1
	<b>%</b>	8,7	9,0	8,7	8,7	8,8	-

Fonte: IBGE, 2010, Elaboração ETENE.

\*Corresponde à receita proveniente da atividade comercial exercida pela empresa, sem deduções dos impostos e contribuições (ICMS, IPI, ISS, PIS, COFINS, etc.), das vendas canceladas, abatimentos e descontos incondicionais relativos à comercialização de mercadorias (PAC, 2007a). Valores de 2004 a 2007 corrigidos pelo IPCA.

Embora as posições relativas das regiões, classificadas de acordo o tamanho de suas participações, não tenham se alterado no período de 2003 a 2007, percebe-se ampliação das participações do Norte e do Nordeste na receita bruta total, tendo em conta as notáveis ampliações de receita ocorridas nestas regiões.

O Norte apresentou crescimento de 59,3%, enquanto sua participação cresceu de 3,0% para 3,4% da receita. No Nordeste, um crescimento de 56,3% colaborou para ampliar a participação da receita da Região de 12,7% para 14,1%.

<sup>14</sup> A situação do mercado de trabalho neste setor pode ser avaliada por duas fontes: as informações da PAC do IBGE, que fazem referência à ocupação e a RAIS, que trata do emprego formal e serve para acompanhar movimentos estruturais do mercado de trabalho. Cabe ressaltar que os dados da RAIS fornecem uma aproximação da real situação do mercado de trabalho, considerando o fato de que 20,0% dos assalariados do setor não desfrutaram de garantias trabalhistas (DIEESE, 2009).

Em relação ao número de estabelecimentos, nota-se uma distribuição semelhante à do PIB (Tabela 3). A evolução do número de estabelecimentos acompanhou o crescimento da receita bruta no mesmo período<sup>15</sup>.

**Tabela 3 - Número de Estabelecimentos, Participações (%) e Crescimento, conforme Regiões, 2000 - 2007**

		2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	Crescimento 2000/2007 (%)
Brasil	Estabelecimentos	832.453	883.036	935.293	979.110	1.028.016	1.081.948	1.126.294	1.173.362	41,0
	%	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	-
Norte	Estabelecimentos	27.533	29.797	32.375	34.662	37.934	40.954	43.224	45.875	66,6
	%	3,3	3,4	3,5	3,5	3,7	3,8	3,8	3,9	-
Nordeste	Estabelecimentos	123.075	131.719	142.147	151.854	161.394	171.254	181.977	191.974	56,0
	%	14,8	14,9	15,2	15,5	15,7	15,8	16,2	16,4	-
Sudeste	Estabelecimentos	443.395	465.229	487.529	503.471	521.431	544.337	561.812	581.733	31,2
	%	53,3	52,7	52,1	51,4	50,7	50,3	49,9	49,6	-
Sul	Estabelecimentos	176.756	189.267	200.714	211.201	223.782	236.764	247.960	258.154	46,1
	%	21,2	21,4	21,5	21,6	21,8	21,9	22,0	22,0	-
Centro-Oeste	Estabelecimentos	61.694	67.024	72.528	77.922	83.475	88.639	91.321	95.626	55,0
	%	7,4	7,6	7,8	8,0	8,1	8,2	8,1	8,1	-

Fonte: BRASIL, 2010a. Elaboração: ETENE.

Destacam-se as regiões Norte e Nordeste que apresentaram ampliação substancial no número de empresas no mesmo período, 66,6% e 56,0%, respectivamente.

O Norte, seguido do Centro-oeste e do Nordeste, obteve proeminência na ampliação do número de vínculos formais no mesmo período (Tabela 4).

Cabe ressaltar que a quantidade de vínculos, Brasil e regiões tomadas isoladamente, apresentou crescimento mais intenso se comparado ao da quantidade de estabelecimentos, indicando crescimento do número médio de funcionários por estabelecimento<sup>16</sup>.

**Tabela 4 - Empregos Formais, Crescimento e Participação % das Regiões no Total Nacional, 2000-2007**

		2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	Crescimento 2000/2007 (%)
Brasil	Vínculos	4.251.762	4.487.004	4.826.533	5.119.479	5.587.263	6.005.189	6.330.341	6.840.915	60,9
	%	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	-
Norte	Vínculos	166.527	182.005	204.692	222.152	253.400	277.171	300.988	331.286	98,9
	%	3,9	4,1	4,2	4,3	4,5	4,6	4,8	4,8	-
Nordeste	Vínculos	628.678	647.113	712.138	756.623	827.756	900.872	974.741	1.056.809	68,1
	%	14,8	14,4	14,8	14,8	14,8	15,0	15,4	15,4	-
Sudeste	Vínculos	2.357.821	2.478.691	2.631.827	2.762.142	2.991.497	3.219.031	3.373.426	3.642.707	54,5
	%	55,5	55,2	54,5	54,0	53,5	53,6	53,3	53,2	-
Sul	Vínculos	784.255	840.610	903.394	966.685	1.058.104	1.127.636	1.182.776	1.271.439	62,1
	%	18,4	18,7	18,7	18,9	18,9	18,8	18,7	18,6	-
Centro-Oeste	Vínculos	314.481	338.585	374.482	411.877	456.506	480.479	498.410	538.674	71,3
	%	7,4	7,5	7,8	8,0	8,2	8,0	7,9	7,9	-

Fonte: BRASIL, 2010a. Elaboração: ETENE.

<sup>15</sup> O número de estabelecimentos e sua distribuição no território nacional podem ser mensurados e avaliados tanto pela Pesquisa Anual do Comércio, do IBGE (dados de 2003 a 2007), quanto pela Relação Anual de Informações Sociais, cujo período de abrangência é mais elevada. O período mais amplo demandou, portanto, dados da RAIS.

<sup>16</sup> Analisando um período de tempo maior (1995 a 2007), em todas as regiões houve declínio do número médio de funcionários por estabelecimento, seguido de um crescimento generalizado. Do início do período (1995) até meados da década (2000), houve crescimento mais acentuado do número de estabelecimentos. A partir daí, há indícios de consolidação das firmas, com crescimento mais acentuado dos empregos e, portanto, do número médio de funcionários.

#### 4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O comércio brasileiro experimentou nos últimos anos acentuado crescimento quando analisados os dados conjunturais do setor, a exemplo das Pesquisas Mensais do Comércio e das Pesquisas Anuais do Comércio (ambas do IBGE). Registre-se ainda a evolução observada na qualidade dos bens produzidos, relacionamento com os consumidores e fornecedores e a organização interna das empresas comerciais. A expansão da atividade comercial tem sido expressiva no Nordeste.

A predominância do varejo alimentar está explicitada tanto na lista das maiores firmas que atuam no mercado interno, quanto em sua participação no total da receita operacional líquida. Não por acaso, os recentes movimentos de fusão e aquisição, que têm ganhado destaque, ocorreram justamente no varejo alimentar.

As diferentes participações, considerando o porte das firmas, em termos de estabelecimentos, emprego e receita fornecem indícios de que o porte é um fator que influencia na eficiência das firmas comerciais, muito embora haja, para realizar tal afirmativa, a necessidade de estudos mais aprofundados.

As recentes transformações tecnológicas e utilização no comércio reforçam a necessidade de estudos adicionais, considerados os impactos que a tecnologia da informação exerce no varejo físico e na comercialização através de lojas virtuais.

A construção de uma agenda de estudos sobre o setor, portanto, é justificável devido à sua relevância econômica e possibilidades de enfoque e temática variados.

#### REFERÊNCIAS

BANCO CENTRAL. **Calculadora do Cidadão**: correção de valores (IPCA-E/IBGE). Disponível em: <[www.bcb.gov.br](http://www.bcb.gov.br)>. Acesso 25 fev. 2010

BRASIL. Ministério do Trabalho e Emprego. **RAIS**. Disponível em: <<http://anuariorais.caged.gov.br/>>. Acesso em: 20 jan. 2010a.

\_\_\_\_\_. Ministério do Trabalho e Emprego. **Brasil – evolução do emprego formal, do período de 2003 a 2008, segundo a RAIS**, Disponível em: <<http://www.mtb.gov.br/rais/2008/>>. Acesso em: 20 jan. 2010b.

COSTA, A.; GUIDOLIN, S.; NUNES, B. **Conectando Indústria e Consumidor**: desafios do varejo brasileiro no mercado global. Disponível em: <[http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/bndes/bndes\\_pt/Institucional/Publicacoes/Consulta\\_Expressa/Tipo/BNDES\\_Setorial/200909\\_01.html](http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/bndes/bndes_pt/Institucional/Publicacoes/Consulta_Expressa/Tipo/BNDES_Setorial/200909_01.html)>. Acesso em 16 fev. 2010.

DELLOITTE. **Emerging from the downturn**: Global Power of Retailing 2010. Disponível em: <[http://www.deloitte.com/assets/Dcom-Global/Local%20Assets/Documents/Consumer%20Business/dtt\\_globalpowersofretailing2010.pdf](http://www.deloitte.com/assets/Dcom-Global/Local%20Assets/Documents/Consumer%20Business/dtt_globalpowersofretailing2010.pdf)>. Acesso em: 14 fev. 2010.

DIEESE. **A Informalidade no Comércio**, 2009. Disponível em:  
<<http://www.dieese.org.br/esp/boletimTrabalhoComercio4.pdf>  
>. Acesso em: 14 fev. 2010.

IBGE. **Pesquisa anual de comércio**, 2007a. Disponível em: <[www.ibge.gov.br](http://www.ibge.gov.br)>. Acesso em:  
14 fev. 2010.

\_\_\_\_\_. **Contas Regionais – 2003 – 2007**: tabelas completas, 2007b. Disponível em:  
<[http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/contasregionais/2003\\_2007/defaulttabzip.shtm](http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/contasregionais/2003_2007/defaulttabzip.shtm)>. Acesso em: 14 fev. 2010.

\_\_\_\_\_. **SIDRA: Pesquisa Anual do Comércio**. Disponível em:  
<<http://www.sidra.ibge.gov.br>>. Acesso em: 14 fev. 2010.

\_\_\_\_\_. **SIDRA: Índice de volume de vendas no comércio varejista**. Disponível em:  
<<http://www.sidra.ibge.gov.br>>. Acesso em: 14 fev. 2010.

MARQUI, A.; GUIRRO, A.; MERLO, E. **Vantagens Decorrentes da Formação de Associações de Compras**: um estudo de caso. REA, Franca, v. 03, n. 5, p. 3, jul./dez. 2004. Disponível em: <[http://www.facef.br/rea/edicao05/ed05\\_art04.pdf](http://www.facef.br/rea/edicao05/ed05_art04.pdf)>. Acesso em 20 fev. 2010

PARENTE, J., **Varejo no Brasil**: gestão e estratégia. São Paulo, Atlas, 2000.