

Ranking

CIELO - SBVC

10ª Edição | 2024



UM ESTUDO COMPLETO SOBRE O SETOR

300

Maiores Empresas

Varejo Brasileiro

2024





Uma entidade aberta, sem fins lucrativos, multissetorial e com atuação complementar às demais entidades de classe do varejo. A SBVC foi constituída com o propósito de contribuir para o aumento da competitividade do varejo, trazendo conteúdos e estudos de mercado, promovendo networking entre executivos varejistas de todos os segmentos e apoiando ações sociais.



Ranking e Estudos Especiais



Pesquisas e Relatórios



Boletim com as principais notícias do varejo e snapshot



Promoção de relacionamento entre os diversos associados



Comissões de discussões de trabalhos



Realização e apoio em eventos nacionais e internacionais



Av. Paulista, 2.073

Bela vista

Conjunto Nacional Horsa I
3º andar - Sala 301

CEP:

01311-940

Informações

contato@sbvc.com.br

**ASSOCIAÇÃO GRATUITA PARA
EMPRESAS VAREJISTAS**

Agradecemos aos apoiadores do Ranking CIELO-SBVC



Apoio técnico:



Produção:



Impressão:



Patrocínio Master:



Realização:



História que se faz, futuro que se escreve

Esta é uma edição histórica. Há 10 anos, transformamos uma visão em realidade ao colocar no mercado o primeiro levantamento das então 250 maiores empresas do varejo brasileiro. Um estudo profundo que, desde o início, teve um grande impacto na forma como o varejo passou a ser visto.

Completar uma década de Ranking é motivo de orgulho. Com um time sólido na elaboração das análises (alguns deles conosco desde o primeiro momento), este estudo se manteve consistente e se transformou em uma crônica das transformações do nosso setor ao longo de 10 anos de inúmeros desafios.

O Ranking nasceu quando vivíamos o início de uma profunda crise econômica, acompanhou a retomada do varejo, vivenciou os impactos da pandemia, registrou os efeitos da transformação digital do setor e agora vê o varejo entrando em uma nova fase, em que fatores tão diversos quanto a Inteligência Artificial, o varejo *cross border* e as transformações socioeconômicas do País geram novos paradigmas, desafios e oportunidades.

Em uma década de cobertura e análise do varejo, o Ranking é uma clara demonstração da resiliência do setor. Em meio a fusões, aquisições e transformações, o setor vem evoluindo, amadurecendo e ganhando musculatura – sempre crescendo acima do PIB nacional e se mostrando cada vez mais relevante na sociedade.

Funcionando como um reflexo das transformações do setor, o Ranking também se transformou na última década. Análises conectadas às questões de diversidade e inclusão passaram a ser feitas de forma mais específica, enquanto o digital se tornou tão essencial para os negócios que aspectos como o avanço dos *marketplaces* e a presença do WhatsApp como canal de vendas passaram a ser consideradas. O mundo muda, o varejo se transforma – e o Ranking se molda para seguir relevante.



A importância do Ranking também se mostra por algo inédito. Esta é a primeira vez em que temos um parceiro assinando o estudo conosco. O Ranking CIELO-SBVC 300 Maiores Empresas do Varejo Brasileiro, principal referência em dados do setor que é o maior empregador privado do País, conta com a Cielo como parceira. Uma empresa presente no dia a dia do varejo, dos micro e pequenos empreendedores às maiores redes do setor, sempre trazendo inovação e tecnologia para aumentar a capacidade dos negócios de acompanhar a evolução do comportamento dos consumidores.

A parceria com a Cielo reflete o alinhamento de visões de longo prazo, focadas em aportar conhecimento para as empresas e contribuir de forma decisiva para a evolução do nosso mercado.

Uma missão que evolui a cada dia e que coloca o varejo na vanguarda das transformações da sociedade.

E que venha a próxima década de transformações do varejo nacional!

Eduardo Terra
Presidente da Sociedade Brasileira
de Varejo e Consumo - SBVC

POSICIONAMENTO DE MARCA

O posicionamento da sua marca deve estar alinhado com os valores dos seus consumidores, para que eles vejam a sua marca como parceira e integrada às suas vidas.

Como está o posicionamento de sua empresa?

O resultado é obtido através de um estudo realizado pela **AGP Pesquisas**, com insights de seu público-alvo.

Acesse nosso site conheça mais sobre nossas soluções.

agppesquisas.com.br



As principais entidades de varejo falam sobre o Ranking CIELO-SBVC



Edmundo Lima

Diretor Executivo da ABVTEX
Associação Brasileira do Varejo Têxtil

"Mais uma vez o Ranking CIELO-SBVC reflete a força e a representatividade do varejo brasileiro na economia e o apoio da entidade para o crescimento do setor. Na área de moda são mais de 2 milhões de empregos, incluindo indústria e varejo. Mas, a despeito de sua importância, o setor vem sofrendo os impactos da falta de isonomia tributária frente aos e-commerces internacionais. A ABVTEX tem protagonizado o combate a esta grave distorção ao lado de outras entidades, para que o varejo brasileiro possa competir em condições de igualdade frente a esta concorrência desleal. Confiamos na reversão deste cenário de total desequilíbrio entre os impostos cobrados da indústria e varejo das empresas atuantes no Brasil e das plataformas cross border, para que o setor volte a operar num cenário de justiça tributária e continue gerando empregos, renda e desenvolvimento."



Glauco Humai

Presidente da ABRASCE
Associação Brasileira de Shopping Centers

"O Ranking CIELO-SBVC é uma valiosa ferramenta para o setor de shopping centers, apoiando empreendedores e administradores desde a seleção de lojistas na composição do mix de seus empreendimentos, até a valorização de parcerias estratégicas que contribuem para a satisfação da experiência do seu público, aumentando sua atratividade e agregando valor ao ambiente como um todo."



João Galassi

Presidente da ABRAS
Associação Brasileira de Supermercados

"Conhecer e entender a dinâmica, a evolução das marcas e as forças motoras que movem o varejo é essencial. Nós, da ABRAS, reforçamos nosso papel em apresentar o retrato do varejo alimentar, através do Ranking ABRAS, no qual a pujança do setor atingiu, em seu último lançamento, R\$ 1 trilhão, contando com todos os tamanhos e modelos de negócios. Para nós, é uma honra que o Ranking ABRAS seja utilizado como parte importante dos estudos da SBVC para mostrar um retrato ampliado de todo o varejo, refletindo a capilaridade, a força e a realidade do varejo no Brasil."



Jorge Gonçalves Filho

Presidente do IDV
Instituto para Desenvolvimento do Varejo

"A 10ª edição do Ranking CIELO-SBVC 300 Maiores Empresas do Varejo Brasileiro oferece *insights* valiosos sobre o desempenho das principais empresas do setor e os fatores que contribuíram para seu sucesso. O comércio brasileiro continua a ser um dos pilares da economia, atingindo 12% do PIB nacional. O sucesso de boa parte das empresas do ranking não seria possível sem sua capacidade de adaptação à era digital. Investimentos em e-commerce, omnicanalidade e experiência do cliente on-line, certamente, foram cruciais para manter a relevância no mercado, acrescida da atuação em novas fronteiras com o uso da Inteligência Artificial, o encantamento das lojas físicas e o compromisso crescente dessas empresas com a responsabilidade social e a sustentabilidade. O varejo brasileiro continuará a prosperar, impulsionado por empresas visionárias, estratégias sólidas e uma compreensão profunda das necessidades dos consumidores e da capacidade de entender e se moldar aos cenários econômicos, cada dia mais desafiadores. Parabenizamos todas as empresas que fazem parte do Ranking CIELO-SBVC e desejamos que continuem a inspirar o setor, em linha com um dos princípios do IDV: o que vierem a realizar deverá ser "bom para o varejo e bom para o Brasil!"



José César da Costa

Presidente da CNDL
Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas

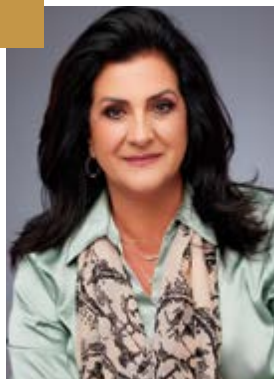
"O Ranking CIELO-SBVC 300 Maiores Empresas do Varejo Brasileiro é um importante e necessário panorama do setor. O ambiente de negócios no nosso país é complexo, assim como os obstáculos para manter uma empresa forte e estruturada. Por isso, é crucial compreender os desafios que limitam o crescimento das empresas de comércio e serviços e os caminhos para promover sua ampliação. A busca pelo desenvolvimento socioeconômico do país deve estar necessariamente alicerçada neste setor, que é o maior gerador de emprego e renda da nossa sociedade."


Maurício Salvador

Presidente da ABCOMM

Associação Brasileira de Comércio Eletrônico

"Parabéns à SBVC e à Cielo por essa décima edição do Ranking. Conteúdo relevante e atualizado para nos ajudar a entender como está composto o varejo brasileiro."


Neide Montesano

Presidente da ABMAPRO

Associação Brasileira de Marcas Próprias e Terceirização

"Após dez anos ininterruptos de pesquisas e estudos realizados sobre o competitivo mercado que contempla as empresas do varejo brasileiro, a SBVC acaba de conquistar mais uma vez, através de suas ações eficazes e competentes, a rubrica inquestionável de referência para o setor. A dimensão e a magnitude deste Estudo anual, que aponta o Ranking das Maiores Empresas Brasileiras do Varejo, são em última análise fundamentais para obtermos uma radiografia 'minuciosamente detalhada' - a redundância é proposital - deste importantíssimo e imprescindível segmento em nosso país. Nós da Abmapro, em nome de nossos associados, inspirados por este momento exitoso vivenciado pela SBVC, ancorado em uma década de ações desenvolvidas em prol deste Estudo Anual, aproveitamos a oportunidade para cumprimentar a entidade, através de seu Presidente, Eduardo Terra."


Sergio Mena Barreto

CEO da ABRAFARMA

Associação Brasileira de Farmácias

"Há quase 30 anos, as redes associadas à Abrafarma utilizam indicadores que são um poderoso instrumento de *benchmarking* setorial. O banco de dados da entidade, mantido pela FIA-USP, tem sido um instrumento impulsionador do crescimento sustentável das maiores redes de farmácias do Brasil. O Ranking CIELO-SBVC complementa essa visão, revelando-se importante referência comparativa com empresas de varejo de diversos segmentos, proporcionando avanços por meio de uma visão ampliada das melhores práticas desse importante setor da economia brasileira."



BTRRETAIL



A BTR Retail é uma consultoria especializada no mercado de varejo e consumo, dedicada a desenvolver executivos e líderes para conquistar resultados excepcionais e se destacar no mercado.

Nossas soluções personalizadas, que se alinham perfeitamente à linguagem e estratégia de cada cliente, promovem a transformação digital dos negócios e fortalecem a cultura de varejo, garantindo a efetiva aplicação da teoria na prática e impulsionando o sucesso empresarial.

PALESTRAS COM EDUARDO TERRA

- ◆ Inteligência Artificial no Varejo: Soluções e Aplicações
- ◆ Varejo do futuro: transformações, tendências e oportunidades
- ◆ A transformação digital no varejo e a disrupção dos negócios
- ◆ Insights NRF
- ◆ Israel: Inovação, ecossistemas digitais e Startups
- ◆ China: Inovação, ecossistemas digitais, pagamento e disrupção
- ◆ A revolução dos negócios em plataforma
- ◆ Ecossistemas, plataformas e marketplaces

CONSULTORIA

- ◆ Projeto: Cultura Digital no seu negócio
- ◆ Assessment: maturidade digital dos colaboradores
- ◆ Arquitetura de aprendizagem
- ◆ Desenvolvimento de programas e trilhas de aprendizagem

CURADORIA DE CONTEÚDO

- ◆ Curadoria e organização de conteúdo para convenções, eventos com clientes internos e externos
- ◆ Curadoria de Keynotes
- ◆ Desenho de programas para eventos nacionais e internacionais

EDUCAÇÃO CORPORATIVA

- ◆ Workshops
- ◆ Treinamentos
- ◆ Programas de Liderança





Ranking CIELO-SBVC:
Análises Gerais



Varejo brasileiro:
10 anos de transformações

4 Editorial
[História que se faz, futuro que se escreve](#)

6 [As principais entidades de varejo falam sobre o Ranking CIELO-SBVC](#)

12 [Varejo em conceitos e definições](#)

18 [Varejo brasileiro: uma retrospectiva](#)

28 Artigo
[Varejo é fácil: “é só comprar barato e vender barato”](#)

33 [Resiliência posta à prova](#)

34 [Top 5: um bom resumo do cenário](#)

36 [Do 6º ao 10º: crescimento, consolidação, correção](#)

38 [Uma visão setorial](#)

47 [Sumário Executivo: os destaques do Ranking CIELO-SBVC](#)

48 Metodologia
[Informações, análise e apresentação dos dados](#)

75 [Drogarias e Perfumarias: hora de acelerar](#)

76 [Eletrodomésticos: os desafios se intensificam](#)

78 [Foodservice: físico quanto digital](#)

80 [Lojas de departamentos: em uma encruzilhada](#)

81 [Materiais de Construção: nada de novo no front](#)

82 [Moda, Calçados e Artigos Esportivos: entre fusões e blusinhas](#)

84 [Óticas, Joias, Bijoux, Bolsas e Acessórios: forte crescimento](#)

86 [Supermercados e Hipermercados: um microcosmo do varejo](#)

92 [Outros segmentos: pé no acelerador](#)

94 [Ranking CIELO-SBVC: Análises Transversais](#)

95 [Maiores em número de lojas: capilaridade importa](#)



As 300 maiores empresas
do varejo brasileiro



Ranking CIELO-SBVC:
Análises por Segmento

98 [Maiores em faturamento por loja: território dos supermercados](#)

100 [Histórias de crescimento: as redes que mais abriram lojas](#)

104 [Pessoas: elas movem o varejo brasileiro](#)

106 [As que mais contratam: o varejo que cresce](#)

108 [Faturamento por funcionário: eficiência em foco](#)

112 [Mulheres no varejo: mudanças lentas](#)

116 [Pretos e Pardos: pluralidade na base](#)

122 [Acima de R\\$ 1 bilhão: já são quase 200](#)

128 [Varejistas de capital aberto: estabilidade](#)

130 [Governança: essencial para crescer](#)

134 [Maior crescimento de faturamento: para quem é super](#)

136 [Presença nacional: hora de adensar](#)

138 [Franquias: expansão sustentada](#)

140 [Varejo digital: a hora do omnichannel](#)

148 [Marketplaces: forças aceleradoras do varejo digital](#)

150 Artigo
[O varejo brasileiro e as grandes empresas](#)

154 Índice remissivo:
[Posição das empresas do Ranking CIELO-SBVC por ordem alfabética](#)



Varejo em conceitos e definições

Afinal, o que é Varejo?

O varejo é um dos setores mais importantes da economia brasileira, pois ocupa uma posição estratégica na distribuição de produtos e serviços e tem grande proximidade com os consumidores finais.

Embora seja até intuitivo entender o que é varejo, as definições trazidas pela literatura tradicional de marketing mostram que o tema é mais complexo do que parece.

Philip Kotler (2012, pág. 482) afirma que “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 relevante é a de Spohn (1977): “uma atividade comercial responsável por providenciar mercadorias e serviços desejados pelos consumidores”.

Consolidando essas definições e simplificando-as para a realidade brasileira, a equipe técnica da SBVC define o varejo como “**toda atividade econômica de venda de bens ou serviços para o consumidor final, ou seja, uma transação entre um CNPJ e um CPF**”.

Não é apenas na definição acadêmica que existem diferenças de interpretação a respeito do que é ou não varejo. Em mercados como os Estados Unidos e a Europa, o varejo é segmentado da seguinte forma:

1. Bens de Consumo (à exceção de carros e combustíveis);
2. Carros e Combustíveis;
3. Serviços oferecidos ao consumidor final.

Já no Brasil, o IBGE segmenta os dados do varejo de uma forma um pouco diferente:

1. Varejo Restrito (bens de consumo, menos automóveis e materiais de construção);
2. Varejo Ampliado (todos os bens de consumo, incluindo automóveis e materiais de construção);
3. Serviços em geral.

Neste Ranking, apresentamos as 300 maiores empresas do Varejo Ampliado, excluindo o setor de automóveis.

Varejo Restrito

O Varejo Restrito é classificado pelo IBGE como a venda de bens de consumo, excluindo materiais de construção e automóveis. De acordo com dados oficiais do IBGE, o Consumo das Famílias, principal referência do volume que o varejo movimenta no País, alcançou R\$ 6,9 trilhões em 2023, com um avanço de 3,1% sobre o ano anterior. O número indica uma aceleração do consumo, uma vez que, em 2021, o crescimento havia sido de 3,0% - embora sobre uma base deprimida pelos efeitos da pandemia (queda de 4,6% em 2020). Em 2023, o Consumo das Famílias representou cerca de 63,3% do Produto Interno Bruto (PIB), de R\$ 10,9 trilhões.

De acordo com estimativa elaborada pela SBVC, as vendas do varejo analisadas neste Ranking (Varejo Restrito, mais materiais de construção) chegaram a R\$ 2,23 trilhões em 2023, com um crescimento real de 1,6% em relação ao ano anterior, o equivalente a 20,6% do PIB brasileiro. Para estimarmos o valor agregado do varejo no PIB, usamos como referência a média da margem bruta do setor.

Partindo de uma Margem de Valor Agregado (MVA) média de 40%, o valor agregado do varejo restrito (acrescentando materiais de construção) corresponde a aproximadamente 8,24% do PIB nacional.

1,465
milhão

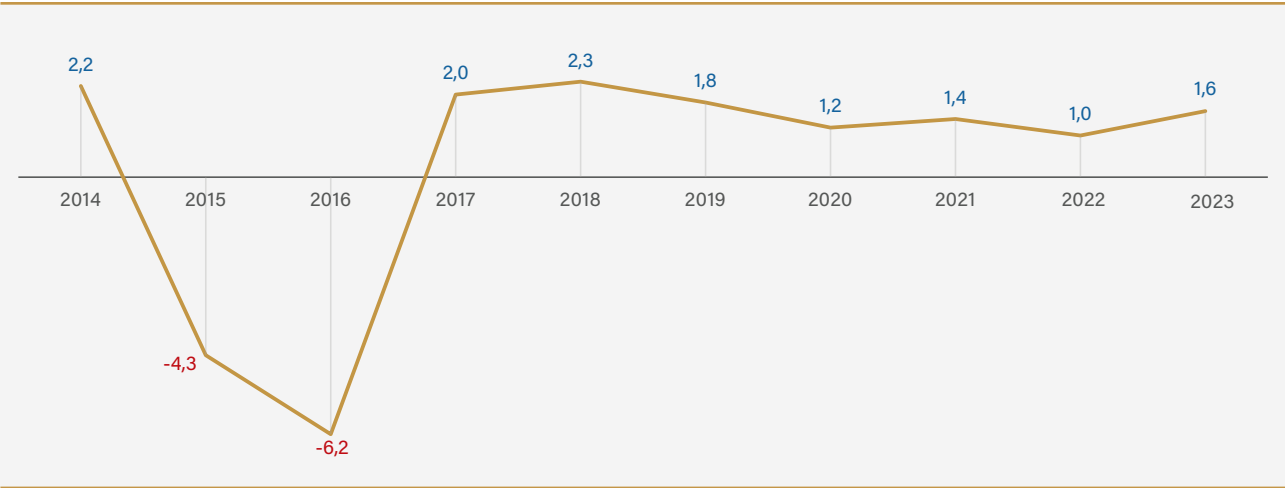
Foi o número de vagas geradas em toda a economia brasileira no ano de 2023

Nos últimos anos, a pandemia criou uma diferenciação importante entre o chamado Varejo Essencial (supermercados, farmácias e materiais de construção) e o Varejo Não-Essencial (os demais setores). Enquanto os primeiros puderam operar sem restrições durante a pandemia, os últimos precisaram baixar suas portas total ou parcialmente durante meses.

Esse cenário teve um forte impacto não apenas sobre as vendas, mas também sobre a aceleração da digitalização das empresas – uma vez que as lojas podiam continuar vendendo online e passaram a usar o PDV como *hubs* de distribuição. Ao mesmo tempo em que se manteve funcionando normalmente, o Varejo Essencial sentiu a necessidade de digitalizar suas operações, tanto para lidar com um cenário mais instável, como pela demanda do consumidor.

Com isso, em 2023 o Varejo Essencial gerou um volume de vendas da ordem de R\$ 1,26 bilhão, o equivalente a 56,5% das vendas do varejo avaliado neste Ranking.

Desempenho do Varejo Restrito | 2014 a 2023



Fonte: IBGE

O emprego no Varejo

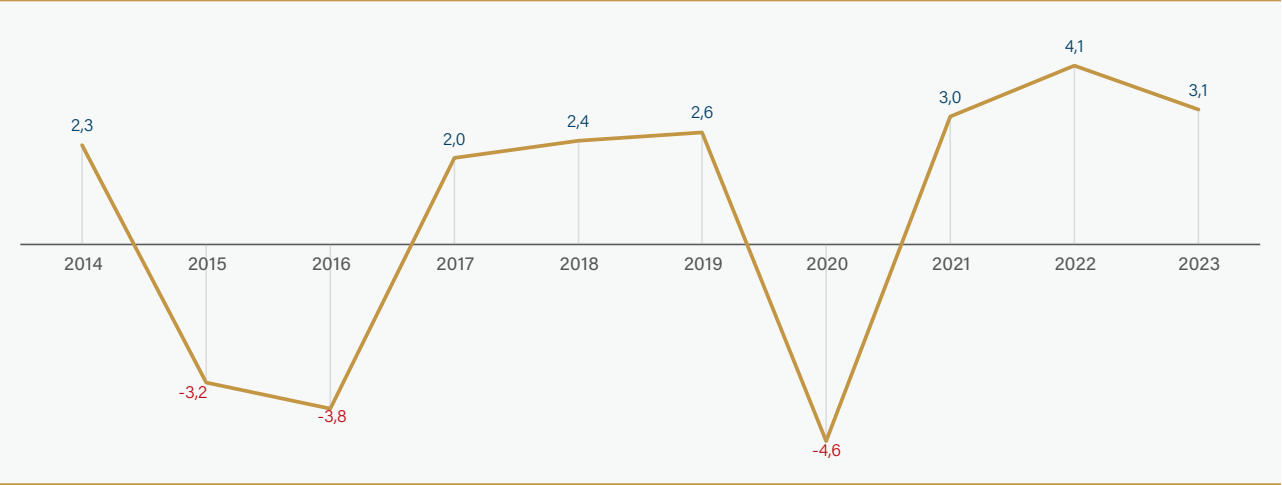
De acordo com o Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (Caged) do IBGE, o Brasil fechou o ano de 2023 com 37,9 milhões de trabalhadores com carteira assinada no país. O setor de comércio, organizado em atacado e varejo de mercadorias, soma 9,93 milhões de trabalhadores e emprega 26,2% dos trabalhadores 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.

Vale ressaltar que este número não inclui segmentos de serviços que poderiam ser enquadrados dentro de atividades varejistas, especialmente aqueles relacionados ao setor de franchising. Dessa forma, a participação do varejo na geração de empregos formais no Brasil é ainda mais importante, embora seja difícil indicar com precisão o tamanho dessa relevância.

A importância do varejo como base da economia formal aumenta ainda mais quando é considerado o contexto da geração de empregos no País. Em 2023, o Brasil teve um saldo positivo de 1,465 milhão de vagas em toda a economia brasileira, continuando a sequência positiva iniciada no ano anterior (geração de 2,014 milhões de vagas) e consolidando a reversão da perda de empregos durante a pandemia.

Apesar do aumento da geração de empregos, o cenário de envelhecimento da população, com

Evolução no consumo das famílias brasileiras | 2014 a 2023



Fonte: IBGE

aumento da média de idade e crescimento expressivo das gerações mais velhas, traz novos desafios. Nas últimas décadas, a População Economicamente Ativa (PEA) cresceu não apenas em termos absolutos, como também relativamente à população total do País, o que gerou um impulso extra para o desenvolvimento de toda a economia.

No varejo, que tem um grande contingente de trabalhadores em primeiro emprego, a chegada de uma mão de obra jovem em um cenário de mercado em expansão facilitou o desenvolvimento das empresas do setor nas décadas passadas. O envelhecimento da população e a redução do número de vagas disponíveis em toda a economia, por outro lado, têm sido acompanhados por uma mudança no perfil dos profissionais do setor.

O desenvolvimento do varejo online e a integração das operações online e offline aumentam a demanda por profissionais com formação mais voltada ao setor de tecnologia. No varejo físico, a automação dos pontos de venda (seja pelo desenvolvimento de lojas autônomas ou simplesmente pela aplicação mais intensa de tecnologia nos processos de negócios) faz com que o setor seja menos intensivo em pessoas.

Ao mesmo tempo, a redução da necessidade de expansão da rede de lojas físicas reduz a demanda por profissionais de vendas.

Essa combinação de fatores faz com que, paulatinamente, o varejo passe a buscar profissionais com um perfil mais técnico e em novas especialidades,

como Ciências da Computação, Engenharia, Matemática e Estatística.

Esse movimento trará impactos sobre a estrutura de custos das empresas e precisa ser acompanhado por uma revisão estratégica dos negócios, dos processos operacionais e do nível de automação das empresas.

Segundo a Pesquisa Nacional por Amostra Domiciliar (Pnad) do IBGE, o índice médio de desemprego no País, que alcançou 7,0% em 2014, avançou até 2020, quando chegou a 13,8% em meio às pressões da pandemia.

De lá para cá, vem recuando, com destaque para 2022 e 2023, quando, saindo de um patamar de 13,8%, o índice de desemprego recuou para um dígito (9,6%) e, no ano passado, alcançando 7,8% - o menor índice desde 2015.

Embora esteja saindo de um período de índices historicamente elevados, para que o desemprego continue a cair é necessário que a economia brasileira mantenha um ritmo de expansão mais vigoroso, apesar das instabilidades do mercado global e do papel notadamente de fornecedor de *commodities* que o País desempenha no comércio mundial.

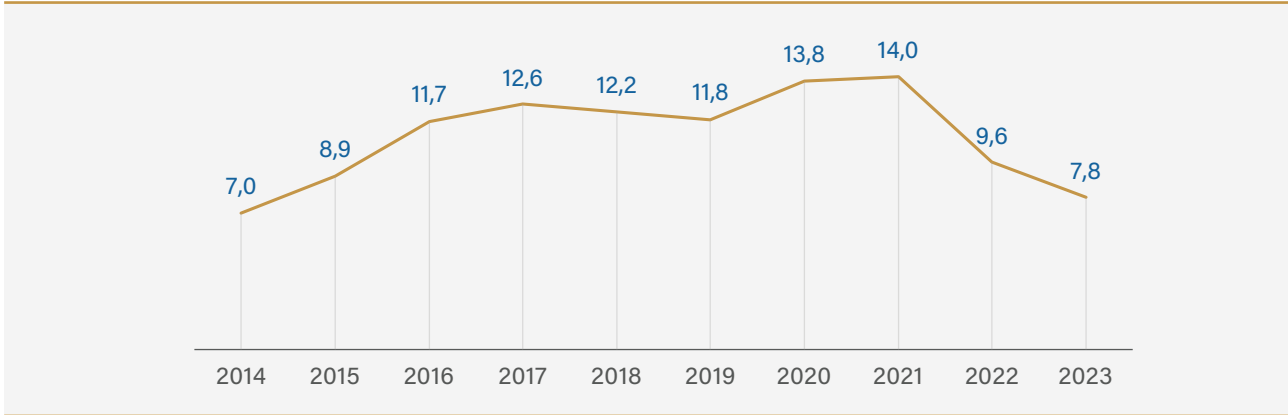
A mudança de governo no início de 2023, seguido logo na primeira semana pela invasão do Congresso brasileiro, criou um cenário em que as tensões políticas demoraram mais que o normal para se dissipar. Isso fez com que sinais mais claros de recuperação da

economia como um todo só começassem a surgir no segundo semestre, ainda sujeitas a um cenário global turbulento. A invasão da Ucrânia pela Rússia e a crise entre Israel e Hamas na Palestina aumentaram as instabilidades, ao mesmo tempo em que, localmente, o governo brasileiro trabalhava na aprovação de uma Reforma Tributária que desse novo fôlego à economia.

O ano foi encerrado com a reforma aprovada, mas com inúmeras questões ainda pendentes e que influenciam tanto as narrativas quanto o desempenho

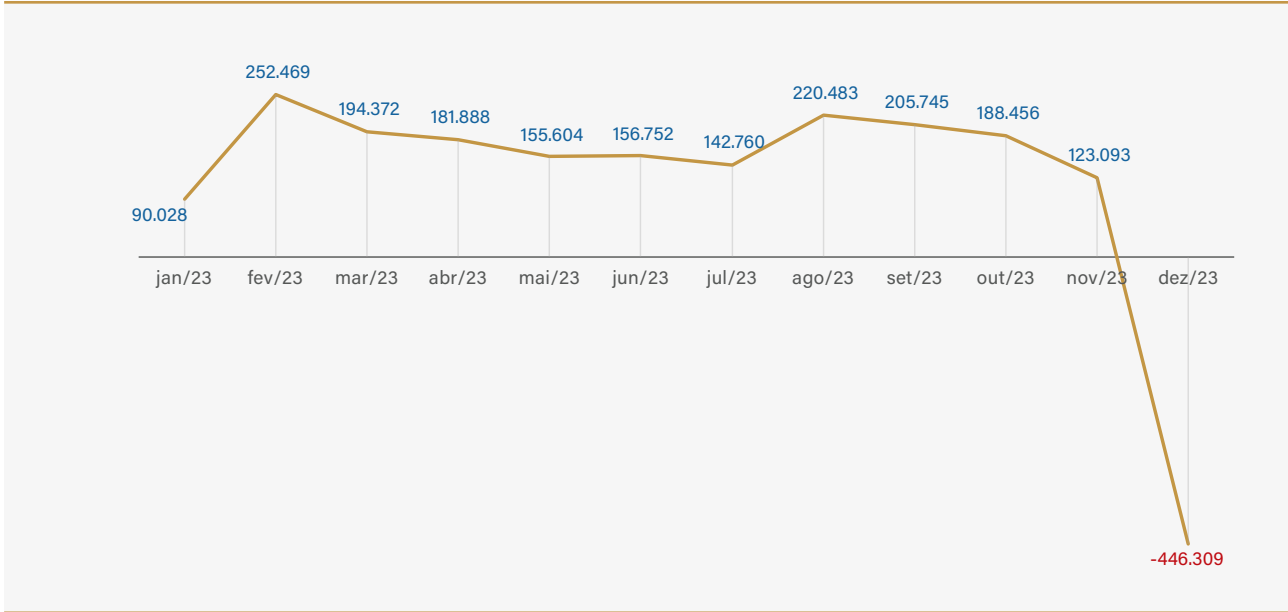
da economia real. Um bom exemplo é a taxaço sobre compras internacionais, em que a adesão ao Remessa Conforme e a cobrança do Imposto sobre Importa  o (de competência federal) em transa  es acima de US\$ 50 ficou distante de resolver a questão, pois continua havendo uma diferença de tratamento em rela  o a empresas nacionais (que são taxadas, em qualquer transa  o, em um ICMS mais elevado que os 17% das compras internacionais). Esse foi um tema de grande pol  mica no varejo em 2023 e continua tendo efeitos no dia a dia dos negócios. ■

  ndice médio de desemprego no país | 2014 a 2023



Fonte: IBGE

Saldo entre contrata  es e demissões em 2023



Fonte: CAGED

Lab. Varejo

EACH - USP

INTEGRANDO VAREJO, INDÚSTRIA E UNIVERSIDADE

O que   ?

Um espaço que reproduz o ambiente físico dos distintos segmentos do varejo e que permite o desenvolvimento de estudos por meio de pesquisas no âmbito das inova  es, das estratégias, do trade marketing, design e outras áreas do setor.    o local adequado para testar a teoria na prática.



Utiliza  o do espaço

- Estudos acad  micos e empresariais do Varejo;
- Programas de assessoria e treinamento in-company;
- Apoio na curadoria de conteúdos e visitas em eventos internacionais;
- Solu  es de integra  o entre a indústria e o Varejo;
- Pesquisas de PDV e implanta  o de novas tecnologias;
- Cursos, workshops e mentorias.



Prof. Dr. Francisco Alvarez
falvarez@usp.br
COORDENA  O



Prof. Dr. Marcos Luppe
mluppe@usp.br
COORDENA  O



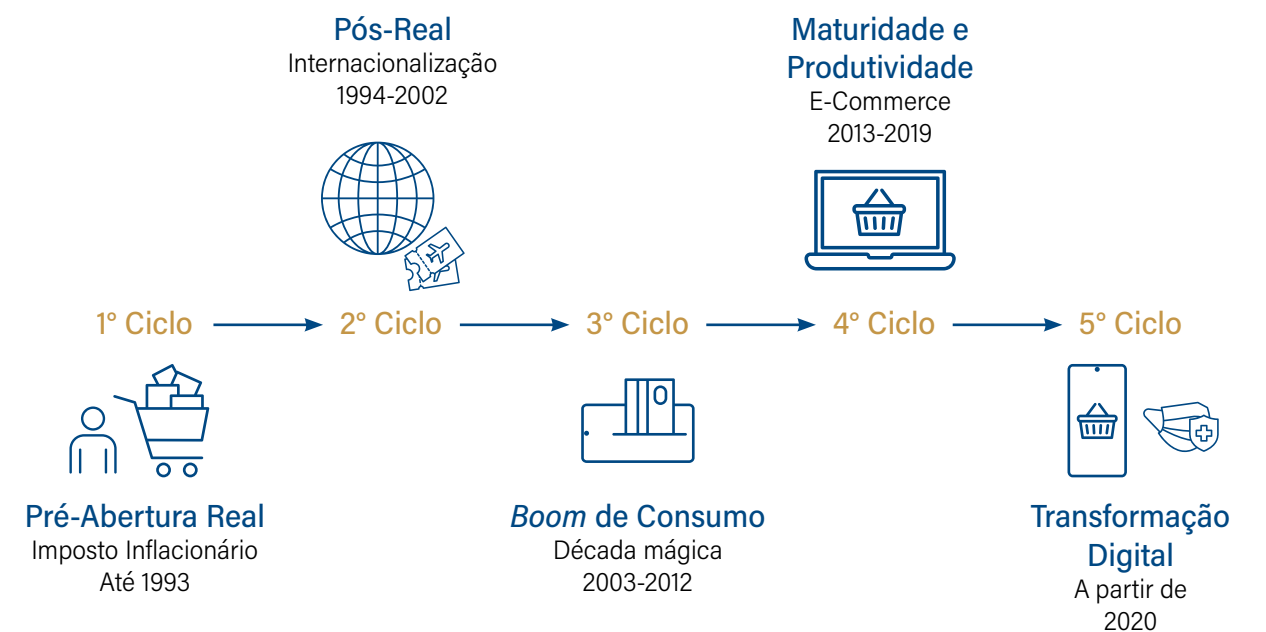


Varejo brasileiro: uma retrospectiva

De acordo com Alberto Serrentino (2016)¹, o varejo brasileiro progrediu em ciclos de evolução e transformação estrutural. A cada ciclo, o desempenho do setor, o ambiente econômico, as mudanças sociodemográficas e o mercado de crédito geraram a entrada de operadores internacionais, a incorporação de novas tecnologias e o desenvolvimento das relações com o mercado de investimentos. Com isso, ocorreram transformações estruturais no varejo, levando as empresas a desenvolver novas competências e amadurecer para enfrentar os desafios de cada ciclo.

Os ciclos de evolução do varejo foram fundamentais para o desenvolvimento de novas competências e amadurecimento do setor

Os cinco ciclos da evolução do varejo | 1993 até agora



¹Adaptado de SERRENTINO, Alberto. Varejo e Brasil: Reflexões Estratégicas. São Paulo, Varese Retail, 2a edição, 2016.

O primeiro ciclo: o varejo de 1993

Nesse período, a maioria dos consumidores brasileiros sofria pelo pesado “imposto inflacionário”, pela ausência de crédito amplo, pela falta de competição e ofertas limitadas. Para o varejo, as distorções de ambiente econômico faziam com que o sucesso do negócio dependesse mais das habilidades de administrar estoques, fluxo de caixa e produzir resultados financeiros do que da boa gestão comercial e operacional do negócio.

Na perspectiva do consumidor, a relação com o varejo em ambiente de inflação crônica, crédito limitado e informação pouco disponível fazia com que não houvesse tempo e condições de comparar e formar memória de preços ou de confrontar alternativas para tomar decisões de compras.

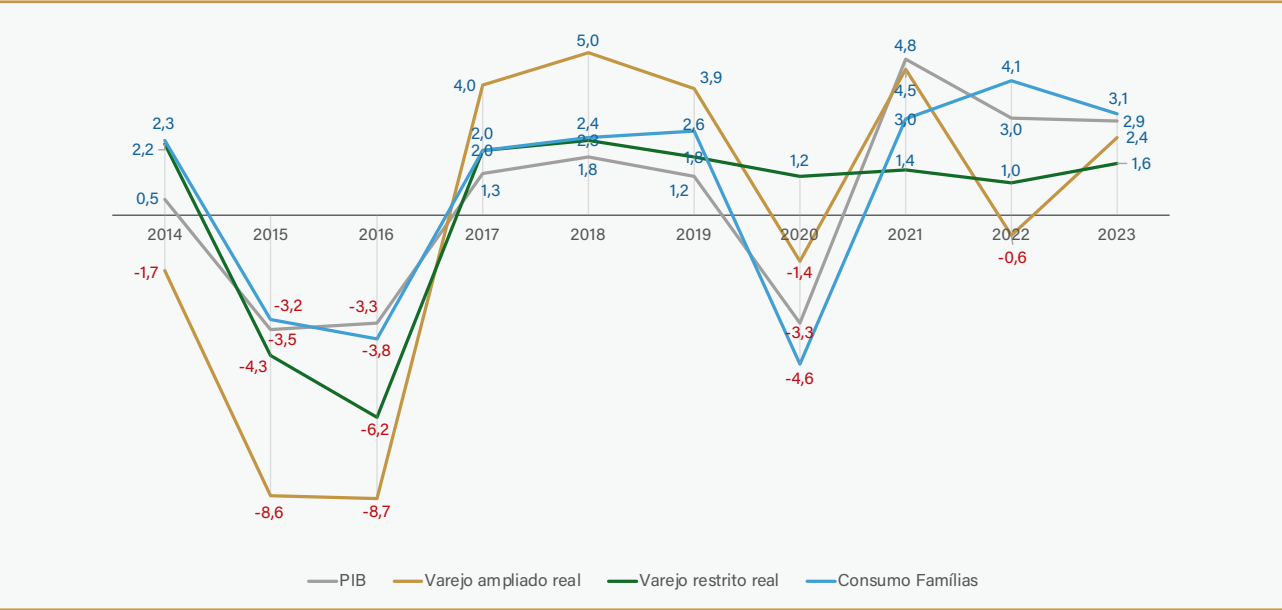
A partir do início da década de 1990, duas mudanças importantes impactaram o varejo: a abertura econômica permitiu a entrada de produtos e marcas e o controle da inflação após a implantação do Plano Real, estimulando a entrada de redes internacionais de varejo no Brasil.

O segundo ciclo: de 1994 a 2002

Apesar da abertura da economia e do controle da inflação crônica, o período foi marcado pela estabilidade de preços com instabilidade econômica, derivada de sucessivas crises internacionais, da crise do Real, que levou à maxidesvalorização de 1999, e do apagão de energia elétrica de 2001. Até o ciclo Pós-Real, o consumo das famílias tinha variação próxima ao comportamento do PIB e o varejo não tinha dinâmica própria de crescimento.

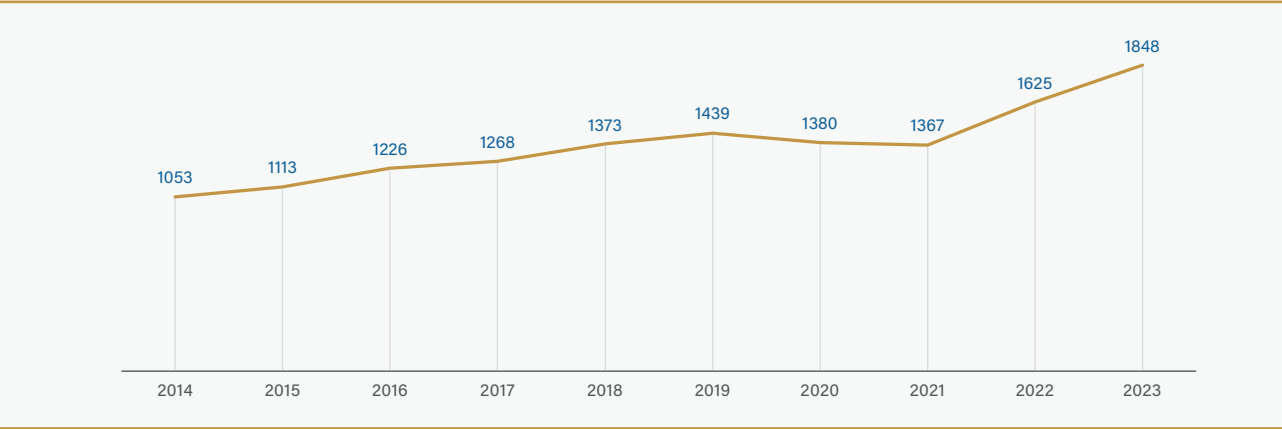
Esse ciclo foi marcado pelo início do comércio eletrônico e por movimentos de incorporação de tecnologia no varejo, além da sobrevalorização cambial, que motivou as empresas a abrir novas fontes de fornecimento. A gestão da cadeia de abastecimento e *supply chain* tornou-se mais desafiadora, com necessidade de gerenciar fornecedores em mercados distintos, lead times mais longos e mais complexidade no processo de abastecimento.

Evolução no PIB x Varejo no Brasil | 2014 - 2023



Fonte: BACEN, IBGE, IPEA (Elaboração Varese Retail)

Renda domiciliar per capita em reais - Brasil | 2014 - 2023



Fonte: IBGE

O terceiro ciclo: de 2003 a 2012

Esse período foi caracterizado pela conjunção de um ambiente externo favorável, com uma importante transformação econômica e social no Brasil, que gerou um período de grande crescimento e transformações estruturais no varejo.

A taxa de desemprego caiu de forma consistente e o salário-mínimo teve aumento real acumulado (acima da inflação) de 66% no período. Esse processo provocou transformação na pirâmide socioeconômica brasileira, com a migração de parcela relevante da população (caracterizada como “classe média emergente”) do nível de pobreza para dignidade.

A melhora no padrão de vida tangibilizou a transformação sociodemográfica e de hábitos de consumo no Brasil. No varejo, os segmentos que mais se beneficiaram desse “boom de consumo” foram os de eletroeletrônicos, móveis, telefonia e informática.

A gestão de crédito e produtos financeiros foi transferida por diversas empresas, parcial ou integralmente, para os grandes bancos comerciais. Com a progressiva ascensão social das classes de renda mais baixa, diversos bancos e financeiras viram oportunidade na aquisição de carteiras do varejo e de associações ou acordos que permitissem introduzir ou ampliar a venda de produtos financeiros em lojas. O crédito de consumo

destinado a pessoas físicas no Brasil passou de 5,8% para 14,6% do PIB entre 2003 e 2012.

Para o varejo, o terceiro ciclo foi um período marcado por foco em expansão, ou seja, abertura orgânica de novas lojas, implantação de novos canais, criação de novos formatos, entrada em novos mercados, diversificação de negócios, movimentos de fusões e aquisições e capitalização de empresas. Esse período deixou o varejo brasileiro maior, mais competitivo, internacionalizado, moderno e maduro.

O quarto ciclo: de 2013 a 2019

O País passou a conviver com a progressiva desaceleração, que chegou a níveis de retração do PIB, associada ao aumento da pressão inflacionária em um ambiente no qual o mercado de trabalho e o mercado imobiliário continuaram aquecidos até 2014.

Para o varejo, o novo ciclo abriu a necessidade de se buscar aumento de produtividade nas operações. Após uma década de forte crescimento e amadurecimento, esse ciclo trouxe desempenho desigual entre setores, mercados e empresas.

O ambiente externo mais instável e o menor vigor econômico desafiaram as empresas em sua capacidade de crescimento com lucratividade e rentabilidade.

Além de melhora operacional, houve continuidade no crescimento do comércio eletrônico e no desenvolvimento de iniciativas de integração de canais e modelos de negócio *omnichannel*. Em relação a novas tecnologias, avançou a capacidade de interagir com clientes por meio da mobilidade nas lojas, enquanto a comunicação e o relacionamento com os clientes se tornaram mais precisos e customizados.

O quinto ciclo: a partir de 2020

O ano de 2020 foi um divisor de águas para o varejo brasileiro. A crise do coronavírus acelerou um movimento de digitalização que já se desenhava, mas não era visto como urgente. Em questão de semanas, a transformação do varejo se tornou obrigatória.

As empresas tiveram de repensar estratégias e modelos de negócios para enfrentar as mudanças trazidas pelo digital e novos perfis de concorrência, que impactam comportamentos, relacionamento com marcas e processos de compra dos consumidores. A transformação digital dos negócios de varejo é uma reorientação completa do relacionamento das marcas com seus clientes, alterando a organização da estrutura, processos, pessoas e uso de tecnologia. É uma jornada que tem um início definido, mas não termina, uma vez que a inovação e o desenvolvimento dos negócios estão sempre em evolução.

Para que seja possível realizar a transformação digital do varejo, é preciso, em primeiro lugar, desafiar

a evolução da cultura das empresas. Varejistas com cultura forte e equipes engajadas têm maior capacidade de acelerar seus processos de inovação e avançar na agenda de transformação sem se perderem no caminho. Sistemas de valores, princípios e propósito são elementos poderosos para dar suporte aos processos de mudança. Ao mesmo tempo, é preciso enriquecer a cultura com novos elementos que permitam às empresas mudar, sem perder sua essência.

Nesse varejo, as lojas físicas assumiram um papel estratégico para as marcas e negócios. Um desafio para todas as empresas é repensar como a loja será capaz de gerar valor em novos modelos de negócio e como será medida a contribuição das lojas físicas para o resultado das empresas. O varejo orientado a clientes e dados precisa entender, a partir das jornadas dos clientes, quem está na loja, como chegou, o que fez antes, como e quando decide, onde processa as decisões e o que faz depois disso.

A loja física tem uma expectativa vigorosa, desde que seu papel seja ampliado e sua capacidade de geração e mensuração de valor sejam efetivamente aproveitadas. Negócios de varejo transformados são obcecados por clientes e dados, com estruturas e processos orientados a clientes, cultura fortalecida e pessoas engajadas.

Nos próximos anos, o varejo continuará a se digitalizar. Os 25 milhões de consumidores brasileiros que compraram online pela primeira vez em 2020 e 2021 perderam o medo do digital e mudaram seus hábitos. Nos segmentos em que o e-commerce já tinha penetração, sua presença se tornou ainda mais relevante. Estamos vivendo uma nova fase do varejo brasileiro: um varejo digitalizado e transformado. ■

Distribuição da população por classe e participação no Consumo - Brasil

	1995		2002		2013		2016		2018		2020		2023	
Classe	Domicílios	Consumo	Domicílios	Consumo	Domicílios	Consumo	Domicílios	Consumo	Domicílios	Consumo	Domicílios	Consumo	Domicílios	Consumo
A1	4,40%	23,20%	0,80%	7,10%	0,50%	3,90%	2,40%	13,40%	2,50%	13,40%	2,20%	12,50%	2,60%	14,60%
A2			3,80%	16,70%	4,10%	15,30%								
B1	15,80%	41,20%	6,40%	16,20%	10,20%	24,00%	4,89%	15,70%	4,90%	14,90%	4,80%	15,00%	5,00%	17,40%
B2			11,40%	18,60%	21,90%	24,50%	18,23%	27,20%	17,40%	25,60%	16,50%	24,70%	16,80%	24,80%
C1	26,30%	23,80%	30,60%	25,80%	26,30%	18,50%	23,09%	19,80%	22,40%	20,70%	21,30%	22,40%	21,20%	19,00%
C2			22,30%	9,40%	22,30%	9,40%	24,81%	13,80%	25,80%	15,80%	26,60%	14,80%	26,60%	14,10%
D	38,60%	9,90%	34,40%	13,50%	13,90%	4,20%	26,63%	10,10%	27,00%	9,60%	28,60%	10,70%	27,80%	10,00%
E	14,80%	1,90%	12,70%	2,20%	0,80%	0,20%								

Fonte: IPC Maps (Levantamento e elaboração Varese Retail)



Um panorama dos últimos dez anos

Temido nos anos 1980, eliminado nos anos 1990, esquecido nos anos 2000, o dragão da inflação deu as caras novamente. O IPCA, índice oficial de inflação calculado pelo IBGE, se manteve abaixo dos 5% após 2016, embora acima da meta definida pelo Banco Central, para explodir em 2021 devido à pandemia.

A inflação de dois dígitos teve um forte impacto na perda do poder de compra da população e só foi refreada para 5,78% em 2022 devido a três meses de deflação provocados pela desoneração dos combustíveis.

Em 2023, esse índice caiu para 4,6%, mesmo diante de fatores externos, como a continuidade da invasão da Ucrânia pela Rússia (e as pressões sobre *commodities* decorrentes disso) e a crise entre Israel e Palestina, bem como os efeitos climáticos, que têm mudado os padrões de chuvas e impactado a produção agrícola brasileira.

No início de 2024, as enchentes no Rio Grande do Sul, mostraram o quanto esse impacto climático pode ser dramático para a economia do País.

O ano de 2023 foi marcado pela redução da taxa de juros, a partir de uma Selic que, em agosto de 2022, chegou a níveis não vistos desde 2016. Aparentemente encerrado em maio de 2024, esse

ciclo viu a Selic baixar de 14,75% para 10,5% ao ano – ainda um índice elevado para quem busca rolar suas dívidas e, certamente, um fator a mais a pressionar as empresas varejistas.

Como esse cenário econômico impactou o varejo nos últimos anos? Um dos aspectos mais relevantes é o impulso à transformação das lojas físicas. Entre 2015 e 2017, em um ambiente de vendas em queda prolongada, com pouca expectativa de reversão no curto prazo, o caminho do varejo foi o de apertar os cintos e fechar pontos de venda para cortar custos.

No período, mais de 188 mil pontos comerciais baixaram as portas, de acordo com a Confederação Nacional do Comércio (CNC). As empresas precisaram adotar uma agenda de aumento de eficiência e produtividade, cortando custos, fechando lojas deficitárias e demitindo pessoal.

A tímida recuperação do ambiente macroeconômico entre 2017 e 2019 fez com que o cenário se mantivesse estável. Em 2020, a pandemia provocou um novo movimento de fechamento de pontos de venda.

A necessidade de baixar as portas para reforçar o isolamento social, sem o desenvolvimento de mecanismos eficazes de apoio aos lojistas por parte

Economia brasileira | 2014 a 2023

ANO	PIB (R\$ TRILHÕES)	CRESCIMENTO	POSIÇÃO NA ECONOMIA MUNDIAL	EVOLUÇÃO VAREJO RESTRITO	EVOLUÇÃO VAREJO AMPLIADO	INFLAÇÃO	TAXA DE DESEMPREGO	CARGA TRIBUTÁRIA
2014	5,8	0,5%	8º	2,2%	-1,7%	6,4%	7,0%	32,4%
2015	6,0	-3,5%	8º	-4,3%	-8,6%	10,7%	8,9%	33,7%
2016	6,3	-3,3%	7º	-6,2%	-8,7%	6,3%	11,7%	33,4%
2017	6,6	1,3%	9º	2,0%	4,0%	3,0%	12,6%	33,6%
2018	7,0	1,8%	9º	2,3%	5,0%	3,8%	12,2%	34,6%
2019	7,4	1,2%	9º	1,8%	3,9%	4,3%	11,8%	35,2%
2020	7,6	-3,3%	12º	1,2%	-1,4%	4,5%	13,8%	31,7%
2021	9,0	4,8%	13º	1,4%	4,5%	10,0%	14,0%	33,9%
2022	10,1	3,0%	12º	1,0%	-0,6%	5,8%	9,6%	33,7%
2023	10,9	2,9%	9º	1,6%	2,4%	4,6%	7,8%	32,4%

As empresas mudaram a vocação dos pontos de venda, que se tornam *hubs* logísticos para a última milha das vendas online

do governo, fez com que as empresas do setor tivessem mais um ano difícil. O fechamento de 75 mil pontos de venda atingiu de forma mais intensa as pequenas e médias empresas, com menos capacidade gerencial e financeira de lidar com os desafios da pandemia.

Foi somente em 2021, com o arrefecimento do isolamento social, que o varejo voltou a se recuperar. No ano, o salto foi de 204,4 mil estabelecimentos comerciais abertos, tanto por grandes varejistas quanto por operadores independentes.

Embora a expansão no ano passado tenha sido espetacular, em termos absolutos, o número de lojas no varejo brasileiro está abaixo dos patamares de 2015 – e, com a mudança radical no papel dos pontos de venda em um varejo mais digitalizado, é possível que demorem ainda mais para ultrapassar os níveis do início da década passada.

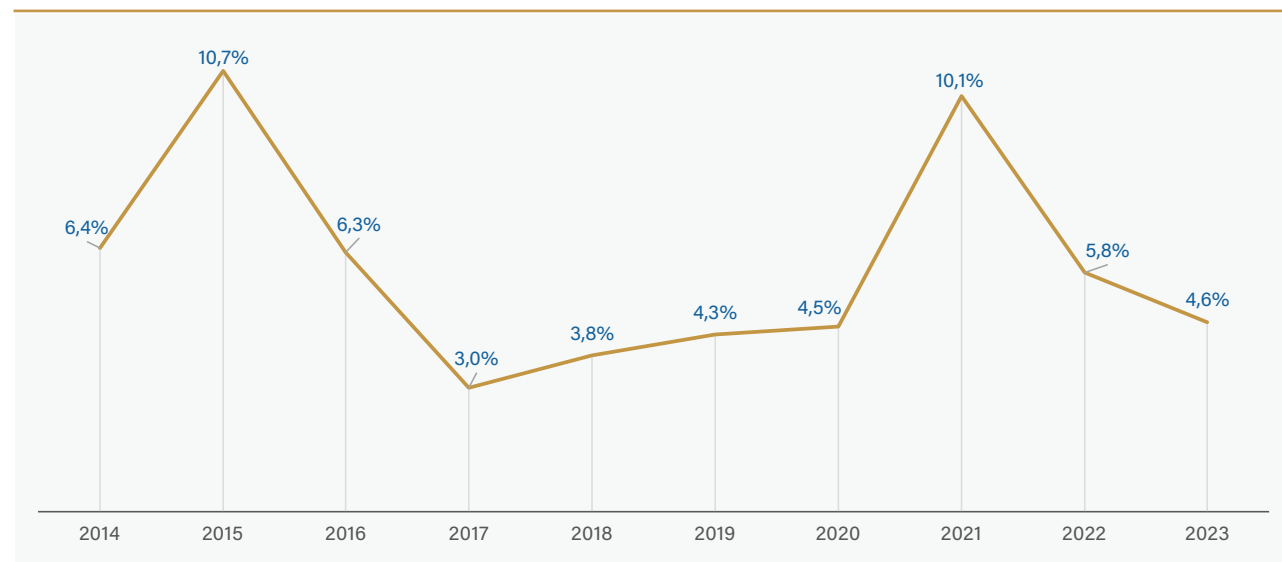
Com a taxa de juros nos patamares mais elevados dos últimos anos, o aumento dos custos e o consumo enfraquecido, o varejo passou 2022 e 2023 sendo bastante seletivo na sua expansão orgânica.

Formatos como o atacarejo mantiveram um ritmo forte de expansão, mas o pequeno varejo encontrou dificuldades e até mesmo a vacância nos shopping centers tem demorado a ceder – o que é um sintoma importante de um ambiente macroeconômico desafiador.

A crise deflagrada pelas inconsistências contábeis na Americanas fez com que o crédito ao varejo se tornasse escasso, forçando varejistas que já vinham de anos de desempenho fraco a partir para o fechamento de lojas e demissão de colaboradores para cortar custos.

A imprensa noticiou a “crise do varejo” incansavelmente, colocando em um mesmo cesto movimentos diferentes de empresas que vivem situações bastante diversas.

Inflação - IPCA | 2014 a 2023



Fonte: IBGE

Também é preciso levar em conta aspectos conjunturais do varejo, que, devido ao avanço das vendas online, tem procurado alternativas para rentabilizar seus pontos de venda.

Seja diminuindo o tamanho das lojas, seja transformando parte da área de vendas em estoque do e-commerce ou para operações de “clique e retire”, as empresas mudaram a vocação dos pontos de venda, que se tornam *hubs* logísticos para a última milha das vendas online.

Além disso, a busca dos consumidores por conveniência tem aumentado os investimentos em lojas de vizinhança, com menor área de vendas e menos intensiva em pessoas, o que inibe a contratação de pessoal.

Outro aspecto que será cada vez mais importante é o uso intensivo de tecnologia nas lojas físicas para ganhar produtividade e reduzir atrito na experiência de compra.

Pontos de venda com terminais de autoatendimento (*self checkout*) ou mesmo sem funcionários se tornam mais presentes, apontando para um futuro em que menos profissionais serão necessários para atendimento ao público, mas com

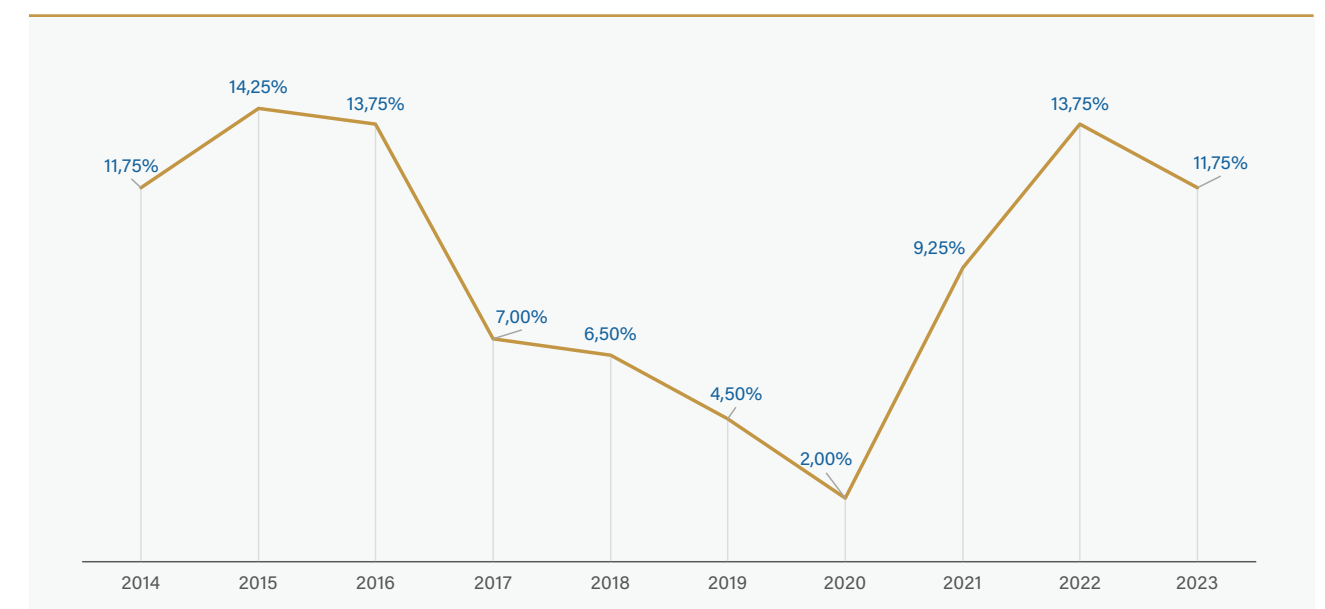
suporte tecnológico para conhecer o consumidor como nunca.

O varejo, que sempre foi um setor intensivo em mão de obra, vem se automatizando e, assim, reduzindo sua necessidade de pessoas em posições de “linha de frente”.

Por outro lado, a evolução do varejo demandará a contratação de profissionais com outras habilidades, especialmente ligadas à estatística, modelagem de dados e ciências da computação. ■

O uso de tecnologia será importante para ganhar produtividade e reduzir atrito na experiência de compra

Taxa SELIC | 2013 a 2023



Fonte: BCB



Ter um negócio é ter um desafio, é uma maratona que começa todo dia.

Há quase 30 anos, temos um olhar de cuidado e respeito com cada cliente. Seja qual for o tamanho do desafio, nós sempre buscamos a melhor solução para atender a todas as necessidades.

“Juntos pelo seu negócio” não é só uma frase bonita ao lado da nossa marca. É o que faz a gente ser a parceira ideal para todos os tipos de negócios.

Conte com a Cielo para facilitar a sua gestão e vender muito mais.

- _Pix na maquininha: mais segurança e dinheiro na conta.
- _E-commerce Cielo: vendas online com tecnologia e segurança.
- _Recebimento automático: suas vendas no crédito, à vista ou parceladas em 1 dia útil.
- _Inteligência de mercado: os dados mais completos do varejo disponíveis para você.

cielo

Juntos pelo seu negócio



Prof. Dr. Francisco J.S.M. Alvarez

CEPEV – Centro de Estudos e Pesquisas do Varejo - USP



Prof. Dr. Marcos R. Luppe

CEPEV – Centro de Estudos e Pesquisas do Varejo - USP

Durante muito tempo se entendeu que o varejo era uma atividade simples, o que levou inclusive à popularização do slogan “*location, location, location*”, que colocava a localização como os 3 principais fatores de sucesso da operação varejista. Daí derivaram algumas frases populares:

“Varejo é fácil: é só ter uma boa localização, comprar barato e vender barato.”

“Venda barato e abra as portas que os clientes virão.”

“Varejo é umbigo no balcão.”

Esse entendimento fez com que a presença do varejo na academia viesse tardiamente, pois os estudos de gestão se iniciaram e por muito tempo privilegiaram a indústria e os fatores produtivos, pressupondo que não havia muito a estudar no varejo.

Saindo em defesa dos estudiosos, isso aconteceu porque enquanto o mercado não foi competitivo, ou seja, faltavam produtos, o que em maior ou menor intensidade predominou até as últimas décadas do século passado, o grande problema era produzir e não vender.

A partir de final da década de 1980 esse panorama começa a mudar, com sobra de produtos e falta de clientes e a necessidade de entender o mercado a partir da compra e não mais da produção, ou seja, se concentrar no varejo. No Brasil esse período é particularmente caracterizado pela falência de vários grupos varejistas locais, e já no final do século, ícones do setor como Mappin e Mesbla também entram em processo de falência por deficiência de se adaptar às novas demandas de gestão.

Isso demonstrava que o varejo já não era algo fácil e que sua gestão é complexa, algo que persiste até os dias de hoje e que traz desafios contínuos.

Antes de tudo é preciso entender que varejo não é um negócio de produtos, mas sim de pessoas para pessoas, o que o atrela à evolução da sociedade. Nesse sentido, deve-se gerir o negócio não sob o ponto de vista racional de preço e produto, mas sob o aspecto emocional da experiência de compras.

Entendendo que o foco é nas pessoas, o grande desafio passa a ser superar o antagonismo das relações comerciais que orientaram a indústria e o varejo para uma integração que gere produtividade e agilidade no atendimento do único mercado existente: o de consumidores finais.

O foco não é mais no *sell in* e *sell out*, mas na integração e nos planos conjuntos de ação sobre o mercado. Algo que já é representado pelo Trade Marketing e pelo Gerenciamento de Categorias.

No desafio de entender essas novas relações de interação e conquista, a tecnologia permite que o consumidor se transforme em omniconsumidor, interagindo pelas lojas físicas e virtuais de forma

O foco não é mais no *sell in* e *sell out*, mas na integração e nos planos conjuntos de ação sobre o mercado

Varejo é fácil: “é só comprar barato e vender barato!”

A experiência e o “umbigo no balcão” ainda são válidos, mas não suficientes para garantir a sobrevivência do negócio

integrada para satisfazer sua missão de compra e a experiência de compra que busca naquele momento específico.

O conhecimento dos produtos, que era o grande desafio e até diferencial, passa a ser condição *sine qua non*. O domínio necessário passa a ser o conhecimento do consumidor e, mais ainda, em seu papel de shopper, que recebe a influência do ambiente do varejo (físico ou eletrônico) no processo de decisão de compras.

A experiência e o “umbigo no balcão” ainda são válidos, mas não mais suficientes para garantir a sobrevivência do negócio que precisa ser administrado por informações que alimentam a base de dados. Instrumentos de Inteligência Artificial irão permitir entender cada vez mais os comportamentos, tomar decisões mais apuradas e assertivas e orientar a gestão baseada na ciência de dados, porque a dificuldade será cada vez maior e a pressão exige decisões com mínimo de erros.

Finalmente, a tecnologia que permitiu o surgimento do varejo virtual agora abre as portas para a digitalização das operações do varejo físico, que se torna *phygital* e permite muito mais interação e rapidez nas respostas aos consumidores. Câmeras de fluxo nas lojas físicas, acompanhamento da jornada na área de vendas, etiquetas eletrônicas de precificação dinâmica, reconhecimento facial e acompanhamento em tempo real do detalhamento das vendas são alternativas que surgem todos os dias.

Essa dinâmica abre uma nova perspectiva de negócios aos varejistas com o *Retail Media*, que, bem estruturado e desenvolvido, nos próximos anos pode se tornar uma fonte de recursos significativa para o negócio, tanto sob o ponto de vista de mídia como de potencialização das vendas.

A utilização da Inteligência Artificial será um divisor de águas, desde que a inteligência humana esteja no comando. E talvez esse seja o desafio central para o futuro; o conhecimento, o aprendizado contínuo e o desenvolvimento da visão crítica que possa identificar o que é real frente às várias soluções mágicas que surgem a cada minuto.

O desafio está no conhecimento, em manter-se atualizado o tempo todo, em “aprender a aprender” para construir o futuro, integrando a indústria, o varejo, o setor de serviços e a universidade.

Quando a USP, no Campus Leste da Capital de São Paulo, lançou o Laboratório de Varejo, a pergunta recorrente foi “...mas o que vai se estudar no laboratório...” e acreditamos que não há mais dúvida que o varejo necessita de estudos contínuos, de avaliação e integração de todas as oportunidades que surgem e que influenciam a gestão – e por decorrência a existência – do varejo.

E a universidade pode exercer esse papel, integrando os conhecimentos e preparando os profissionais.

A grande massa de varejistas é constituída por empresas de porte médio e pequeno, que, muito mais do que preço baixo, necessitam de um conhecimento que possa ser aplicado e traga resultados, pois o dia a dia estressante do empreendedor do varejo não lhe deixa tempo para buscar o conhecimento necessário neste ambiente de mudanças. É preciso levar esse conhecimento até ele.

O título deste artigo precisa ser mudado: “O varejo é complexo – é necessário ter conhecimento e adequação contínua às inovações que continuarão vindo.

É algo que somente os que estiverem preparados poderão enfrentar”. Este é o grande desafio de um Laboratório de Varejo na universidade: integrar os diversos participantes do ecossistema e disseminar o conhecimento. ■

Ainda usando só intuição em suas Análises de Mercado?

*Seja preciso com nossos dados!
Conheça o GEOpop® Cognatis*

GEOpop®

O GEOpop® é a escolha dos maiores varejistas do país como a melhor base de dados para análises geomercadológicas.

Por que escolher o GEOpop® Cognatis?



Mais de 10 mil variáveis:

- Demográficos: População, Domicílio, Ciclo de Vida, Consumo etc.
- Mercadológicos: Trabalhadores, Empresas etc.
- Comportamental: Segmentação de acordo com o ciclo de vida.



Módulos Específicos por Setor: Adaptado para telecom, automotivo, farmacêutico e mais.



Diversos Níveis de Agregação: Desde Brasil até setor censitário ou trecho de rua.



Atualizada com o Censo 2022 e diversas fontes: Dados recentes para decisões precisas e informadas.



Disponibilidade via API: Integração flexível e segura com seus sistemas existentes.

Gere análises poderosas com dados confiáveis. Mantenha sua empresa competitiva com o GEOpop® Cognatis.



Entre em contato e solicite uma demonstração.



Tel. +55 11 3014.6200

WhatsApp (11) 99140-4672
vendas@cognatis.com.br

www.cognatis.com.br

Resiliência posta à prova

A décima edição do **Ranking CIELO-SBVC 300 Maiores Empresas do Varejo Brasileiro** consolida os fatos, conhecimentos e *insights* que marcaram um ano bastante desafiador para as empresas brasileiras.

As inseguranças políticas foram amainando ao longo do ano, depois de começarem de forma dramática com a invasão do Congresso em 8/1. O ambiente econômico foi aos poucos trazendo boas notícias, como o início da redução das taxas de juros e a bem-vinda discussão sobre a taxação das compras internacionais *cross border* – um tema que vem impactando o e-commerce nacional e, especialmente, as empresas de vestuário.

Por outro lado, as condições de crédito sofreram um grande abalo logo na segunda semana de janeiro, com impactos que perduraram durante os dois semestres seguintes.

A crise de crédito iniciada pela descoberta de problemas contábeis na Americanas, uma das maiores varejistas brasileiras, “fechou a torneira” para diversas empresas que já se encontravam em situação desconfortável, levando a uma série de movimentos de recuperação judicial.

Ao mesmo tempo em que é lamentável que empresas relevantes em seus setores, como Marisa, Tok&Stok, Polishop e Starbucks, enfrentem crises e percam espaço no mercado e na memória afetiva dos consumidores, também é preciso levar em conta que essas empresas já vinham apresentando sinais de problemas nos últimos anos – nesse sentido, a “crise do varejo” em 2023 apenas descortinou um cenário que já vinha acontecendo e, cedo ou tarde, acabaria cobrando seu preço.

Problemas de gestão, posicionamento de mercado desfavorável diante da concorrência e dificuldade em fazer a transformação digital dos negócios acontecer descolaram várias empresas do

50,6%

É a participação das 300 maiores no faturamento do Varejo Restrito brasileiro

contato com os consumidores. Em um mercado cada vez mais competitivo, como é o varejo brasileiro, as consequências são intensas.

Ao mesmo tempo em que indica, em seus números, o impacto de questões conjunturais, esta edição do Ranking CIELO-SBVC 300 Maiores Empresas do Varejo Brasileiro mostra que as oportunidades continuam existindo para quem tem feito “a lição de casa”. Empresas conectadas a seus clientes, com grande eficiência operacional e atenção à sua transformação digital, sem arroubos de crescimento a todo custo, continuaram ganhando espaço, solidificando sua presença e mostrando que o varejo é um jogo baseado em consistência e resiliência.

Dessa forma, entre as 300 maiores empresas não houve “crise do varejo”. Questões pontuais fizeram com que algumas varejistas perdessem muito terreno, enquanto a combinação entre crise de crédito e juros elevados fez com que o setor como um todo apresentasse uma desaceleração.

Empresas conectadas com seus clientes continuam ganhando espaço

Ranking CIELO-SBVC

Análises Gerais

Top 5: um bom resumo do cenário

As histórias das empresas que formam o Top 5 do varejo brasileiro, pelos seus índices de crescimento do faturamento e pela ausência de um *player* relevante, funcionam como um bom resumo do cenário do mercado.

Em primeiro lugar, vamos ao que não mudou: as 4 primeiras posições, como acontece há dois anos, pertencem ao Grupo Carrefour Brasil, Assaí, Magazine Luiza e Grupo Casas Bahia. O líder Carrefour alcançou R\$ 115,4 bilhões de faturamento, 7% mais que no ano anterior, e continua sendo a única varejista com 12 dígitos em vendas. A forte expansão de suas operações de atacarejo e clube de compras (Atacadão e Sam's Club) mais que compensou os resultados modestos das bandeiras de supermercado e reflete um caminho que vem sendo seguido por dezenas de supermercadistas no Brasil: abrir operações de atacarejo para aproveitar a oportunidade de crescimento que se apresenta atualmente.

Na vice-liderança, o Assaí apresentou um aumento de vendas de 34%, para R\$ 72,8 bilhões. Por ser uma varejista monoformato, o Assaí mostra muito claramente a força que o formato de atacarejo ganhou nos últimos anos, substituindo os hipermercados como uma opção acessível financeiramente para compras de grande volume. A empresa também se beneficia do atendimento ao segmento de transformadores do *foodservice* (lanchonetes, dogueiros, pizzarias etc.).

A terceira posição pertence ao Magazine Luiza, que, com um faturamento de R\$ 45,6 bilhões, teve um crescimento de apenas 2% em suas vendas em 2023. Pouco mais de um terço do faturamento vem de lojas físicas, fazendo com que a empresa, atualmente, seja um operador online com pontos de venda físicos, e não mais um varejista com operações digitais. Em 2023, a empresa deu continuidade ao processo de racionalização de sua presença física, diminuindo em 4% sua base de lojas, para 1.286 pontos de venda.

No quarto posto, o Grupo Casas Bahia alcançou um faturamento de R\$ 36,9 bilhões em 2023, 5% menos

11,2%

Foi a participação das 5 maiores varejistas brasileiras no total do Varejo Ampliado

que no ano anterior. A empresa se encontra em uma situação delicada, há anos fazendo rodadas de ações para captar recursos no mercado, reperfilando suas dívidas e fechando 5% de suas lojas físicas (a rede fechou o ano com 1.078 lojas). A varejista, que pediu recuperação extrajudicial no primeiro semestre de 2024, demonstra uma realidade dura para as empresas de setores muito dependentes de crédito, que sofrem demasiado em períodos de juros elevados.

A quinta posição pertence à líder do setor de Drogarias e Perfumarias. A RD Saúde é há anos uma das empresas de expansão orgânica mais agressiva, tendo inaugurado 270 lojas em 2023, fechado 19 unidades e aumentado sua base de pontos de venda em 9% na comparação anual.

A alta de 17% em seu faturamento, para R\$ 36,3 bilhões, mostra que a empresa encontrou outros caminhos de crescimento que vão além da abertura de lojas – especialmente a oferta de serviços de saúde nos pontos de venda e as operações digitais.

As 5 maiores varejistas brasileiras somaram em 2023 um faturamento de R\$ 307,1 bilhões, com um crescimento de 7,4% em relação ao Top 5 da edição anterior do Ranking. O desempenho ligeiramente abaixo da média das 300 empresas reflete os tempos complicados para as varejistas de eletroeletrônicos, muito mais do que algum movimento consistente de diminuição dos índices de concentração do mercado.

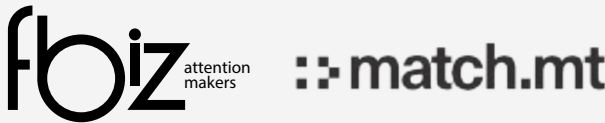
Atualmente, as 5 maiores varejistas detêm uma participação de 27,2% no faturamento das 300 maiores – 0,1 ponto percentual abaixo da edição anterior – e de 11,2% no faturamento total do Varejo Ampliado – alta de 0,3 ponto percentual. Depois de um “solução” no pós-pandemia, em que a concentração de mercado recuou para níveis da década passada, o varejo se mantém em níveis de consolidação acima de 2019. Uma tendência que reflete o amadurecimento, a governança e a estrutura de capital das líderes do setor.



O melhor é saber que o resultado disso é bom para você.

Fbiz e match no Ranking CIELO-SBVC
300 Maiores Empresas do Varejo Brasileiro 2024.

Somos mais de 400 pessoas focadas nas tendências e nos desafios do mercado de varejo. Fazemos parte do Grupo WPP e oferecemos experiências únicas por meio dos nossos serviços de marketing, unindo criatividade, tecnologia e gestão de mídia no Brasil.



BRANDING
DIGITAL PERFORMANCE
RETAIL MEDIA
DATA ANALYTICS
CRM
UX
CRO
ENRIQUECIMENTO DE DADOS
MARKETING DE INFLUÊNCIA

6º ao 10º: crescimento, consolidação, correção

Depois de passar por fortes mudanças na edição anterior do Ranking, o grupo das empresas entre a 6º e a 10º colocação teve outro ano de fortes emoções. A tônica foi de forte crescimento: 3 das 5 empresas tiveram expansão de dois dígitos em seu faturamento, com destaque para os 31% do Grupo Boticário, que assumiu a sexta posição – um posto acima do ano anterior. O top 10 é completado por Grupo Mateus, GPA, Natura & Co e Americanas. Um grupo com trajetórias bem diferentes, envolvendo crescimento, consolidação da estratégia e correção de rota.

Começando pelo crescimento: o Grupo Boticário, que alcançou um faturamento de R\$ 30,8 bilhões (medido no *sell out*, entendido como as vendas efetivamente feitas aos consumidores finais pela rede de lojas franqueadas), aumentou sua base de lojas em apenas 3%, com 107 lojas inauguradas em 2023. Se a rede vem crescendo pouco geograficamente, ela tem conseguido maximizar os resultados com a premiunização de seus produtos e pelo relacionamento com os clientes.

O programa de CRM, a integração *omnichannel* e o papel eficiente dos times de venda nas lojas ao promover o *cross selling* e o *up selling*, especialmente em datas comemorativas, mostra como é possível aliar tecnologia e calor humano para o sucesso do varejo.

R\$ 420 bilhões

É o faturamento das 10 maiores varejistas brasileiras

Na sequência vem o Grupo Mateus, que, com um faturamento de R\$ 25,3 bilhões e uma expansão anual de 24%, continua a crescer de forma consistente e acelerada. Desde 2021, a varejista aumentou suas vendas em 69%, se tornando o grande consolidador e líder inconteste no Norte/Nordeste. Mais uma vez, o aumento das vendas decorre em grande parte de uma expansão agressiva de lojas (11%, com 26 novos pontos de venda), mas, com mais destaque, pelo avanço da companhia no atacarejo – o grande *driver* de crescimento do varejo supermercadista nacional.

Na oitava colocação encontra-se o GPA Alimentar, que subiu duas posições em relação à edição anterior do Ranking e aliou crescimento e consolidação de sua nova estratégia de negócios. Ainda em um processo de *turnaround* depois de ter retornado à sua vocação original de varejista *premium* e de proximidade, a companhia teve um 2023 ainda mais positivo, com crescimento de 11% no faturamento (contra 7% no

Participação setorial no faturamento das 300 maiores empresas do varejo brasileiro | 2019 - 2023

SETOR	2019	2020	2021	2022	2023
Supermercados / hipermercados	50,3%	51,3%	50,1%	49,6%	52,8%
Drogarias e perfumarias	10,3%	12,9%	12,4%	12,4%	13,2%
Moda, calçados e artigos esportivos	10,6%	7,7%	8,2%	9,2%	8,2%
Eletrodomésticos	13,4%	14,5%	9,8%	8,7%	8,0%
Lojas de departamento	7,1%	6,2%	11,6%	10,8%	8,0%
Outros segmentos	2,1%	1,8%	2,0%	3,0%	3,9%
Foodservice	3,3%	2,5%	2,7%	3,6%	3,3%
Material de construção	2,2%	2,2%	2,4%	2,0%	1,9%
Óticas, joias, bijoux, bolsas e acessórios	0,8%	0,6%	0,6%	0,6%	0,7%



ano anterior), para R\$ 20,6 bilhões. O próximo passo da companhia, um dos símbolos do varejo brasileiro, é rentabilizar suas operações e gerar resultados consistentes na última linha do balanço.

Na nona colocação está a Natura & Co, que voltou ao posto onde se encontrava há dois anos. O faturamento de R\$ 18,7 bilhões reflete a venda das operações da The Body Shop e Aesop, com a consolidação de sua estratégia em torno das tradicionais marcas Natura e Avon. O crescimento de apenas 2% no ano reflete os esforços de ajuste das operações para consolidar a integração de processos, cultura e tecnologia, mas também mostra que, no atual momento, a empresa está posicionada como uma companhia madura.

A 10º colocada no Ranking são as Americanas, que, até o estouro do escândalo de mais de R\$ 40 bilhões no início de 2023, ocupava a 5º colocação, com um faturamento de R\$ 34,4 bilhões. As “inconsistências contábeis” nas operações de risco sacado fizeram com que a Americanas anunciasse um prejuízo de R\$ 19 bilhões na soma de 2021 e 2022 e revisasse seus números dos últimos anos. Na ausência de dados oficiais, mas com base em dados parciais divulgados pela companhia em junho de 2024, nesta edição do Ranking o faturamento da Americanas foi estimado pela SBVC em R\$ 17,4 bilhões.

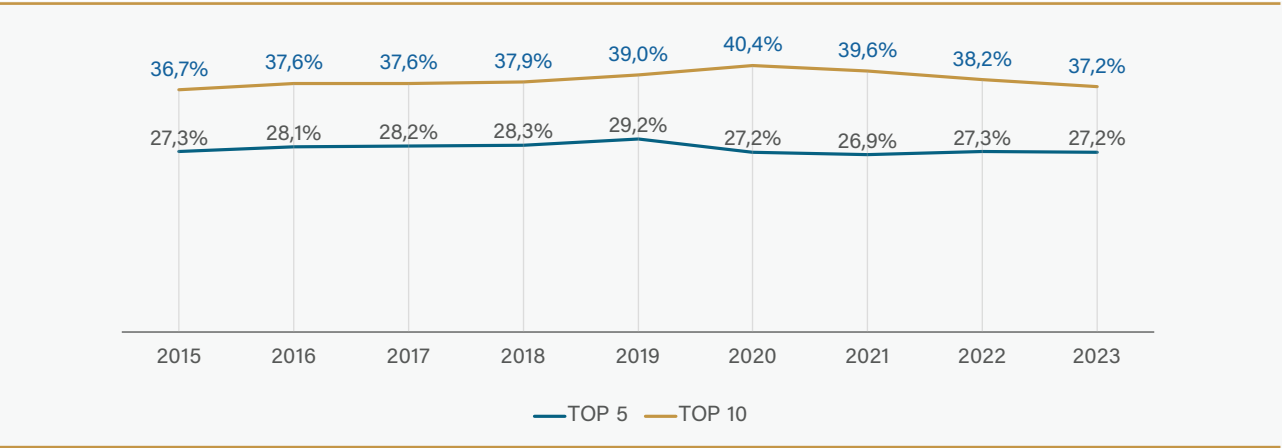
As 10 maiores varejistas brasileiras somaram em 2023 um faturamento de R\$ 420 bilhões, o equivalente a 37,2% das vendas totais das 300 maiores e 15,3% do faturamento total do Varejo Ampliado (0,15 ponto percentual mais que na edição anterior).

Na comparação com a edição passada do Ranking, o Top 10 diminuiu em 1 ponto percentual seu *share* no faturamento das 300 maiores, dando continuidade à tendência registrada no ano anterior. Desde 2021, as 10 maiores diminuíram sua participação no faturamento do Ranking em 2,35 pontos percentuais.

A participação das 10 maiores no faturamento total das 300 maiores varejistas brasileiras chegou ao seu máximo em 2020, com 40,4% - desde então, recuou 2,77 pontos. Vale lembrar que em 2020, no auge da pandemia, com o varejo considerado não-essencial de portas fechadas e fortes restrições à circulação de pessoas, setores como moda, *foodservice* e lojas de departamentos foram negativamente impactados, ao mesmo tempo em que supermercados e eletrodomésticos viram saltos na demanda. Com a normalização da vida e, mais recentemente, novos movimentos, como a expansão do atacarejo, a forte alta dos juros e a continuidade da digitalização da sociedade, os padrões de consumo da população mudaram visivelmente. Isso fez com que, por exemplo, empresas de porte médio crescessem mais rapidamente, especialmente supermercadistas regionais com operação de atacarejo e redes de Drogarias e Farmácias (em sua quase totalidade fora do Top 10).

Com resultado, a participação dos Supermercados no faturamento das 300 maiores do varejo brasileiro alcançou em 2023 o recorde de 52,8%, enquanto Eletrodomésticos continuam perdendo presença (de 13,4% para 8% em apenas 5 anos) e Drogarias e Perfumarias fizeram o caminho inverso (de 10,3% para 13,2% desde 2019).

Concentração entre as 300 maiores empresas do varejo brasileiro (%)



Uma visão setorial

Entre as 10 maiores varejistas brasileiras, nas últimas três edições do Ranking aparecem 4 supermercadistas (Carrefour, Assaí, Mateus e GPA Alimentar), 3 redes de Drogarias e Perfumarias (RD Saúde, Grupo Boticário e Natura & Co), 2 redes de lojas de departamentos (Magazine Luiza e Americanas) e 1 representante do setor de Eletrodomésticos (Grupo Casas Bahia). A mesma disposição, com as mesmas empresas, em organização ligeiramente diferente a cada ano.

Em um ano marcado pelo avanço do atacarejo, pelos juros altos e pelas restrições ao consumo de bens duráveis, varejistas dos segmentos mais essenciais avançaram no Ranking, tanto em quantidade quanto em representatividade sobre o faturamento das 300 maiores. O setor de Supermercados avançou de 152 para 157 representantes na edição deste ano, correspondendo a 52,8% das empresas e 52,3% do faturamento total do Ranking. É um setor que continua fazendo parte do dia a dia dos consumidores, independente do que aconteça: a cesta de compras pode mudar, as categorias de produtos podem variar, mas a ida ao supermercado continua ocorrendo.

É um setor que, em seu conjunto, tem uma forte presença de empresas regionais ou locais, de controle familiar, que, ao longo de décadas, construíram negócios com profunda identificação com os consumidores da cidade ou do bairro. Essas “fortalezas regionais” se fazem

presentes em todo o país, atendendo a demandas, costumes e preferências com grande variedade regional.

Nos últimos anos, as médias redes do setor têm profissionalizado sua gestão, a partir do desenvolvimento de estruturas de governança, ao mesmo tempo em que fundos de *private equity* passam a adquirir várias redes para aproveitar as oportunidades de ganho de performance que vêm com práticas mais modernas de gestão. Assim, é um mercado que continua a evoluir e se sofisticar.

O segundo segmento mais representado no Ranking CIELO-SBVC 300 Maiores Empresas do Varejo Brasileiro, em número de empresas, é o de Moda, Calçados e Artigos Esportivos, com 37 empresas – uma a menos que nas duas edições anteriores. Representando 12,3% das varejistas, mas apenas 8,2% do faturamento total das 300 maiores, é um segmento que continua distante da representatividade que tinha antes da pandemia (10,6%).

Existe uma resposta direta para esse novo patamar de participação do setor de Moda entre as 300 maiores: a concorrência com plataformas de *marketplace cross border*, como Shopee, Shein e AliExpress. Com preços absurdamente baixos e a prática constante de “criatividade fiscal” para aproveitar a permissão de envios sem impostos de produtos até US\$ 50 para fins pessoais, essas empresas têm uma presença bastante relevante no varejo brasileiro.

Participação setorial das 300 maiores - Número de empresas

SETOR	%	EMPRESAS
Supermercados / hipermercados	52,3%	157
Moda, calçados e artigos esportivos	12,3%	37
Eletrodomésticos	8,3%	25
Drogarias e perfumarias	7,3%	22
Foodservice	6,0%	18
Lojas de departamento	4,3%	13
Outros segmentos	3,7%	11
Material de construção	3,7%	11
Óticas, joias, bijoux, bolsas e acessórios	2,0%	6

Participação setorial das 300 maiores - em faturamento



A Shopee, por exemplo, movimentou em seu *marketplace* (vendas 3P) estimados R\$ 30 bilhões ao ano, enquanto a Shein alcançou R\$ 15 bilhões em 2023. Esses números seriam suficientes para colocar essas empresas, se as vendas fossem próprias (1P), na 6ª e 15ª posições entre as 300 maiores varejistas brasileiras.

Não é à toa que um dos grandes temas do varejo brasileiro em 2023 e 2024 tem sido a taxa de compras internacionais. O programa Remessa Conforme, do governo federal, propôs que, em troca de processos mais acelerados de processamento dos pedidos na alfândega, fosse cobrada uma taxa de importação acima dos US\$ 50, mais uma alíquota fixa de ICMS de 17%. Diante de negociações complexas que se arrastaram até 2024, a Câmara dos Deputados aprovou uma legislação cobrando 20% de Imposto de Importação (a “taxa das blusinhas”), que, no fechamento deste texto, dependia da sanção presidencial para entrar em vigor.

A cobrança de algum imposto deixa o campo de batalha menos desigual, mas continua fazendo com que produtos importados cheguem ao mercado brasileiro com menos taxas do que os itens fabricados localmente. Uma distorção importante e que continua dificultando a geração de empregos e renda no mercado nacional – ao mesmo tempo em que favorece grandes plataformas internacionais.

O terceiro segmento do varejo mais presente (em número de varejistas) é o de Eletrodomésticos. São 25 empresas, ou 8,3% do total, que correspondem a 8% do faturamento das 300 maiores. Em relação à edição anterior do Ranking, o setor perdeu 3 representantes, demonstrando que seu desempenho foi prejudicado por um ano de juros elevados e restrições ao crédito, que tornaram mais difícil para os consumidores comprar os produtos desejados em condições favoráveis.

Uma grande história de sucesso no varejo brasileiro é a evolução das redes de Drogarias e Perfumarias nos últimos anos. O setor, que representava pouco mais de 10% do faturamento das 300 maiores em 2019, alcançou nesta edição 13,2% de *share*, embora suas 22 representantes sejam apenas 7,3% das empresas apresentadas no Ranking. O envelhecimento da população (que irá se acelerar ainda mais ao longo desta década), a transformação das lojas em *hubs* de saúde com a oferta de serviços que vão da medição de pressão a vacinas, e os investimentos em transformação digital que fizeram as empresas estarem próximas dos clientes também no ambiente online são fatores essenciais para esse sucesso. ■

10X seu CX

Trabalhe com a
líder global em
conversational AI

E entenda porque estamos
crescendo mais de 10x no
Brasil esse ano

Empresas Líderes vencem com a Gupshup

- ✓ Construa sua estratégia conversacional
- ✓ Aumente a eficiência do seu CX
- ✓ Economize custos

ANUNCIE



360°
Perfil de Usuários

85%
De Leads PII Captados

+ 40%
de Leads Qualificados

CONVERSE



3X
De Crescimento nas Taxas de Interação

+ 40%
Na satisfação dos usuários (CSAT)

+ 24%
De Aumento nas Receitas

COMUNIQUE



55%
Na Redução de Custos

+ 57%
Taxa de Cliques (CTR)

4X
Na Melhoria de Conclusão de Metas



Reserva

empiricus

petlove



Oral Sin
Implantes

hapvida

C6 BANK

FALE CONOSCO





Varejo brasileiro: 10 anos de transformações

Em uma década, setor se fortalece e se molda a partir da evolução tecnológica e dos avanços nos meios de pagamento

Há 10 anos, quando a Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo (SBVC) apresentou ao mercado a primeira edição de seu Ranking das maiores empresas do setor, o Brasil era bem diferente. Bem menos digitalizado, menos ágil, menos inovador. Mas, nem por isso, menos desafiador.

Por ser um setor tão relevante da nossa economia, o varejo reflete significativamente os impactos positivos ou negativos de alterações nos padrões de renda, crédito, emprego e confiança dos consumidores e seus comportamentos de consumo. Com a digitalização dos negócios, essas alterações ganharam ainda mais velocidade, exigindo que o segmento esteja muito preparado para reagir às mudanças.

"O varejo é um catalisador de mudanças por definição. Mesmo empresas consolidadas no mercado precisam se reinventar todos os dias, pois o consumidor está sempre em evolução", analisa Estanis Bassols, CEO da Cielo. "E essa reinvenção constante só é viável para quem conta com parceiros que ajudam a decifrar o comportamento dos clientes e contribuem com inteligência para o dia a dia dos varejistas", acrescenta.



"O varejo é um catalisador de mudanças por definição"
Estanis Bassols,
CEO da Cielo

70,04%

Foi o crescimento do varejo entre 2014 e 2023

Fonte: ICVA-Cielo

Essa transformação contínua, ao mesmo tempo em que traz imensos desafios, traz grandes oportunidades. Dados do Índice Cielo do Varejo Ampliado (ICVA) mostram, por exemplo, que em 2019, as vendas do setor cresceram 6,4% em termos nominais, enquanto o PIB avançou 1,2%, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Em outras palavras, mesmo depois de uma grave crise econômica e uma recuperação apenas moderada, o segmento encontrou caminhos para crescer 5 vezes mais que a economia como um todo. Um sinal claro de resiliência.

Aceleração na jornada de pagamentos digitais

Outro exemplo importante foi a recuperação do setor após a pandemia. Tendo recuado 10,4% em 2020, segundo dados do ICVA, já em 2021 as vendas do varejo avançaram 12,7%, mostrando a agilidade e a criatividade do segmento para criar caminhos para chegar aos clientes. Esse foi um período fértil em inovações – e no mundo dos meios de pagamento, 2020 foi o ano da chegada do Pix, que levou a uma reinvenção do relacionamento com os consumidores.

O Pix coroou um processo de pagamentos digitais que já vinha sendo acelerado com o QR Code, o Link de Pagamentos, as carteiras digitais e o pagamento por aproximação. Assim, agilizou uma jornada de transformação que contribuiu para que o varejo, nos últimos quatro anos, se tornasse completamente diferente do que havia sido no passado.

Segundo dados da pesquisa Hábitos do Varejo, realizada pela Cielo em 2024, em vendas presenciais o Pix está empatado com o cartão de crédito (57%) como o meio de pagamento mais usado pelos consumidores. Já nas compras não presenciais, o Pix já aparece na liderança: 67%, contra 56% dos cartões de crédito.

29%

dos estabelecimentos de varejo processam o Pix nas próprias maquininhas de pagamento

Atualmente, 29% dos estabelecimentos processam o Pix nas próprias maquininhas, com um QR Code gerado no momento da compra. Aproximadamente 31% compartilham a chave Pix e 24% usam QR Code estático. O uso dessas duas últimas formas, consideradas menos seguras que o QR Code dinâmico, mostra que ainda existe um grande espaço para a evolução dos meios de pagamento. Especialmente se considerarmos que a adoção do Pix foi mais forte entre os consumidores mais jovens, que tendem a estar mais familiarizados com o uso de tecnologias digitais.

“A facilidade de realizar transações pelo celular em segundos deu um novo sentido à expressão ‘experiência do cliente,’ exigindo que todo o ecossistema varejista se adaptasse”, comenta Bassols. “E isso é muito positivo, pois oferece praticidade aos consumidores, amplia o uso de dados pelas empresas e permite que empresas criativas desenvolvam novas oportunidades de interação com os consumidores”, analisa.

A velocidade e a simplicidade oferecidas pelo Pix impulsionaram outros meios de pagamento, como os

links, a NFC e o *tap on phone*. Para atender à demanda do mercado, é necessário pensar nas mais variadas possibilidades e formas de pagamento, desenvolvendo recursos que facilitem a vida dos consumidores e promovam experiências de compras interessantes, positivas e que tragam praticidade para o dia a dia da população.

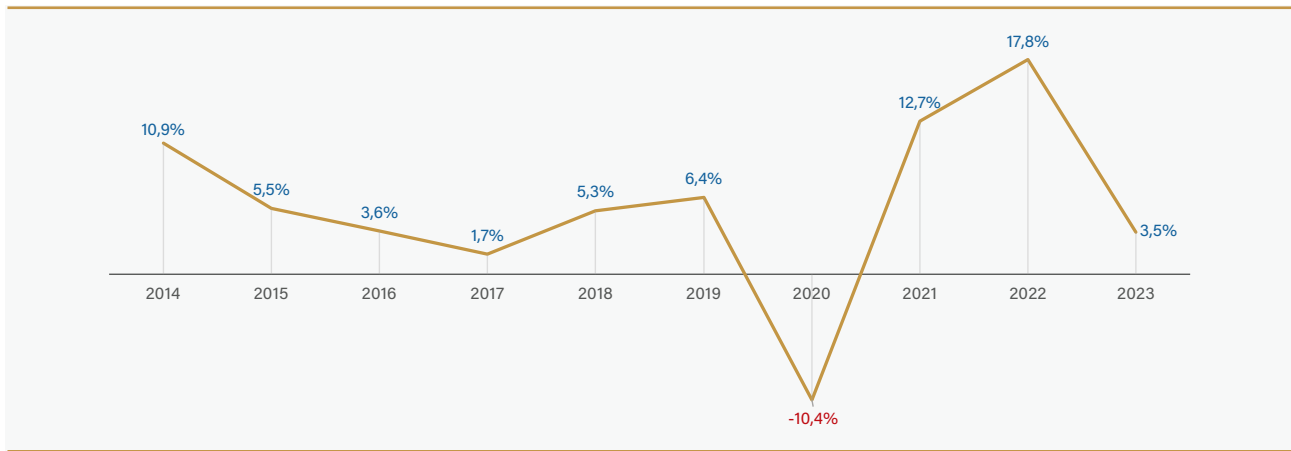
Uma década de grandes mudanças

Nessa jornada, o varejo se transforma. Dados deste Ranking CIELO-SBVC 300 Maiores Empresas do Varejo Brasileiro, que completa 10 anos de vida, mostram o tamanho da evolução do mercado – uma mudança que parece gradual, até que, olhada sob uma perspectiva de tempo ampliada, revela uma incrível transformação.

Na primeira edição do Ranking, as 250 maiores empresas somavam um faturamento de R\$ 457 bilhões (incluindo varejistas com faturamento estimado). Nesta décima edição, as Top 250 movimentaram estimados R\$ 1,101 trilhão. Um crescimento de 140,2%, contra uma inflação acumulada de 66,9% e um avanço de 70,04% do varejo, segundo o ICVA-Cielo.

A número 1 do Ranking avançou de R\$ 37,9 bilhões para R\$ 115,5 bilhões e hoje 184 varejistas faturam mais de R\$ 1 bilhão, quase o dobro das 95 empresas de 10 anos atrás. Uma evolução baseada no entendimento do comportamento dos clientes, no uso inteligente de tecnologia e em investimentos que geram retorno.

Evolução do ICVA Anual (em termos nominais) | 2014 a 2023



Fonte: ICVA-Cielo

Parceira na inovação do varejo brasileiro

Na última década, a Cielo trouxe uma série de soluções inovadoras que facilitam a vida dos comerciantes, melhoram processos e trazem aumento de vendas. Acompanhe a linha do tempo:



“Para a Cielo, é motivo de orgulho ser uma marca tão lembrada entre os grandes varejistas, tendo a confiança de diversas empresas presentes entre as 300 maiores do varejo. É um grupo de empresas resilientes, inovadoras e que encara o futuro com otimismo, o que nos estimula a oferecer produtos e serviços ainda melhores”, afirma Bassols.

Nessa jornada de transformação, a Cielo passou a ir muito além das tradicionais “maquininhas”: hoje, combina hardware, software e inteligência de mercado para ajudar lojistas, de qualquer porte, segmento e localidade, a entender melhor os consumidores e prestar um bom serviço a eles. Serviços como o Cielo Farol oferecem uma visão completa do negócio, com métricas de vendas, faturamento e clientes que trazem informações úteis para novas campanhas, ações de vendas, planejamento de compras e decisões estratégicas.

Esse é um caminho cada vez mais importante para o desenvolvimento das soluções de pagamento. “A tendência é a desmaterialização dos meios de pagamento. Ao mesmo tempo em que estaremos sempre presentes para viabilizar as transações, seremos uma etapa cada vez mais fluida de uma experiência de compra que pode interagir em qualquer meio físico ou digital, sem atritos”, afirma o executivo.

Dentro dessa visão, a maior riqueza está na capacidade de ajudar o varejo a utilizar as informações do negócio para otimizar seus investimentos, aumentar sua eficiência operacional e se tornar cada vez mais produtivo.

“As 300 maiores empresas do varejo brasileiro já estão trilhando esse caminho e mostram que os resultados são muito positivos. Ano após ano, este grupo cresce acima do PIB e do varejo como um todo, o que demonstra sua capacidade de inovação e de aumento de eficiência. Uma lição que, por meio de companhias como a Cielo, vai sendo disseminada para todo varejista, não importa seu tamanho ou setor de atuação”, completa Bassols. ■



As 300 maiores empresas do varejo brasileiro

Sumário executivo: os destaques do Ranking CIELO-SBVC

R\$ 1,129
trilhão

Foi o faturamento total das 300 maiores do varejo brasileiro em 2023

R\$ 307,1
bilhões

Faturamento das 5 maiores varejistas brasileiras em 2023

1,56
milhão

Foi o número de colaboradores das 300 maiores varejistas

27,2%

É a participação das 5 maiores varejistas brasileiras no faturamento das 300 maiores

25

É o número de redes com mais de 1.000 lojas entre as 300 maiores empresas do varejo brasileiro

61,3%

das 300 maiores varejistas faturam mais de R\$ 1 bilhão

43,7%

das 300 maiores têm um *marketplace* ou estão presentes em pelo menos uma plataforma

37,2%

Participação das 10 maiores varejistas brasileiras no faturamento das 300 maiores

72,3%

das 300 maiores do varejo brasileiro em 2023 têm e-commerce

76.455

Número de pontos de venda das 300 maiores varejistas

11,4%

É o crescimento de vendas das 216 empresas que divulgaram faturamento em 2022 e 2023

98

das 300 maiores do varejo brasileiro venderam pelo WhatsApp em 2023

7,9%

Foi o crescimento do faturamento total das 300 maiores em relação a 2022

5,7%

das 300 maiores varejistas fazem vendas *cross border* para outros países

12,84%

Foi o crescimento do faturamento das 10 maiores em relação a 2022



Metodologia

Informações, análise e apresentação dos dados

Para a confecção do Ranking CIELO-SBVC 300 Maiores Empresas do Varejo Brasileiro, a Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo (SBVC) 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.

O objetivo deste Ranking é retratar a representatividade das redes no varejo brasileiro. Com isso, os dados de algumas empresas podem divergir de números contábeis e/ ou publicados em balanços, em função da estrutura de canais.

Diversas empresas que atuam no varejo brasileiro operam por meio de redes de lojas próprias, redes de lojas franqueadas e distribuição para revendedores multimarcas (operações de atacado). Para efeito do Ranking, foram buscados ou estimados os dados referentes à venda no varejo de lojas de bandeiras proprietárias da empresa. Assim, no caso de empresas com distribuição em múltiplos canais, foram consideradas as vendas em lojas próprias, as vendas finais das lojas franqueadas e as vendas por comércio eletrônico, desconsiderando as vendas em atacado para lojas multimarcas.

As redes de "atacarejo" foram consideradas em função de sua crescente penetração, da representatividade como canal de vendas ao consumidor final e de seu crescente peso na receita de grandes grupos de varejo com atuação no Brasil.

Este estudo não é um relatório contábil e a sua emissão e conteúdo não constituem a certificação ou assecuração dos dados coletados, arquivados e publicados. Logo, os resultados do estudo destinam-se

a fornecer apenas um panorama do mercado varejista brasileiro e da representatividade das empresas que atuam no setor, a partir dos critérios e limitações expostos na metodologia descrita.

Critérios e premissas adotados

O Ranking CIELO-SBVC 300 Maiores Empresas do Varejo Brasileiro tem como variável-chave o faturamento bruto das empresas no exercício de 2023. As empresas foram classificadas por ordem decrescente, do 1º ao 300º lugar. Para empresas multinacionais com operação no Brasil, o critério adotado para classificação no ranking é o faturamento bruto gerado no território nacional. O crescimento das empresas apresentadas no estudo leva em consideração o percentual de variação do faturamento bruto em 2023 em relação a 2022.

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 outras). O número de lojas e funcionários de cada empresa listada foi levantado com base na quantidade de unidades abertas e colaboradores ativos em 31/12/2023.

Já o conceito de empresa multiformato é utilizado nos casos em que a empresa opera modelos diferentes de loja, seja em tamanho, mix de produtos, nível de serviço ou projeto arquitetônico.

Para a classificação das maiores varejistas, foi considerada a receita realizada diretamente pela empresa (1P – lojas próprias, *sell out* de lojas franqueadas, *sell out* de vendas diretas e e-commerce próprio). Não foram consideradas as receitas advindas de eventuais *sellers* de *marketplaces* operados pelas mesmas empresas.

Assim, a venda em lojas físicas (*sell out*) representa a venda advinda de lojas físicas próprias, *sell out* de lojas franqueadas e *sell out* de vendas diretas. Para os supermercados, foi considerada a venda reportada pelas empresas ou publicada em rankings / estudos de



Você consegue entender tudo o que os seus consumidores estão tentando dizer?



Leia o QR Code

#WeAreHagens

Hagens

associações setoriais, balanços contábeis ou publicações em veículos de notória reputação. Para empresas que reportaram o GMV Digital, esse número foi descontado da venda total.

O faturamento por loja considera a venda em lojas físicas (*sell out*), conforme definição acima.

Nos casos em que as informações foram fornecidas em dólares americanos (US\$), foi usado como fator de conversão o câmbio médio dólar/real de 2023, de R\$ 4,8407. Quando foi informada apenas a receita bruta, para obtermos a receita líquida da empresa utilizamos o mesmo coeficiente de anos anteriores para chegar ao valor de 2023.

Para a classificação dos maiores *marketplaces*, foi considerado o valor total transacionado nas plataformas (GMV Digital), somando-se a venda direta (1P) e a venda realizada por *sellers* (3P). O conceito de *Marketplace In* se refere à operação em plataforma proprietária de *marketplace*, enquanto o conceito de *Marketplace Out* considera a operação em plataforma de *marketplace* de terceiros, incluindo apps de entrega e *superapps*.

Em relação à estrutura de capital, quando as empresas com capital aberto no exterior possuem empresas de capital fechado no Brasil, essas foram consideradas neste estudo como empresas de capital fechado.

No caso de empresas de franquias ou com operação de atacado, o critério adotado foi informar o *sell out* informado ou estimado da rede, incluindo a venda realizada pelos franqueados. Desta forma, o ranking lista o faturamento gerado sempre na ponta das redes, o que retrata o real peso da empresa no varejo brasileiro.

Todos os documentos relacionados à coleta dos números estão arquivados na área de pesquisas da SBVC.

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 informações apresentadas para este estudo. ■

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

A numeração indicada abaixo está ao lado do nome das empresas no decorrer das tabelas deste Ranking.

1. Dados declaratórios fornecidos pelas empresas, formalmente recebidos e arquivados pela SBVC.
2. Dados publicados por entidades setoriais representativas. Exemplos: Rankings e estudos de associações como ABF, Abras e Abrafarma.
3. Balanços contábeis publicados pelas empresas. Nos casos em que é publicada apenas a Receita Líquida, adotamos o percentual de crescimento relativo à Receita Bruta do ano anterior, utilizando-o como referência para obter os números do ano-base.
4. Publicações (reportagens e artigos) em veículos de notória reputação.
5. Estimativas feitas pela equipe técnica da SBVC, empregando como critério a venda média por loja de redes e segmentos com perfil similar; ou o faturamento por loja divulgado pelas empresas em publicações setoriais, multiplicado pelo número de lojas da rede. No caso de empresas de e-commerce, é considerado o crescimento em relação ao ano anterior (0,7% entre 2023 e 2022, segundo Ebit | Nielsen). Essas empresas estão grafadas em itálico.

HiPartners
Capital & Work

Somos o primeiro Venture Capital brasileiro focado em Retail Techs

Inspiramos, transpiramos e investimos junto com aqueles que geram impacto e resultado no Varejo do Brasil.



Acesse o nosso site
hipartners.com.br

Nosso portfólio:

euentrego.

Data Intelligence

FO360

Precifica

bornlogic*

Looqbox

payface ʘ

aravita

FOOD
TO SAVE



Conheça o IPV
Índices de Performance
do Varejo

EMPRESA	Colocação em 2023	Colocação em 2022	BANDEIRAS/ MARCAS	SEGMENTO	VENDA 2023 (1P) EM R\$ MILHÕES	VENDA 2022 (1P) EM R\$ MILHÕES	CRESCIMENTO DE VENDAS %	Nº LOJAS 2023	Nº LOJAS 2022	VARIAÇÃO DO Nº DE LOJAS
GRUPO CARREFOUR BRASIL ¹	1	1	Atacadão, SAM's Club, Carrefour, Carrefour Bairro, Super bompreço, Nacional, Carrefour Express	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	115.458	108.052	7%	1.188	1.203	-1%
ASSAI ¹	2	2	Assaí Atacadista	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	72.800	54.500	34%	288	263	10%
MAGAZINE LUIZA ¹	3	3	Magazine Luiza, Consórcioluiza, Luizaseg, Luizacred, Época Cosméticos, Estante Virtual, Netshoes, Shoestock, Zattini, Kabum, Hubsales, Canaltech, Comschool, Steal the look, Jovem Nerd, Vip Commerce, Stog, Autoseg, Juni, Betta, Sode, Smarthint, Aiqfome, Hub Fintech, Tonolucro, Grandchef, Plus Delivery	Lojas de Departamento, Artigos do Lar e Mercadorias em Geral	45.591	44.712	2%	1.286	1.339	-4%
GRUPO CASAS BAHIA ¹	4	4	Casas Bahia, Ponto, Extra.com.br, Bartira, CNT, ASAPLog, banQi	Eletromóveis	36.919	39.026	-5%	1.078	1.133	-5%
RD SAÚDE ¹	5	6	Raia, Drogasil	Drogarias e Perfumarias	36.349	30.951	17%	2.953	2.702	9%
GRUPO BOTICÁRIO ¹	6	7	O Boticário, Eudora, Quem Disse, Berenice?, Vult, O.U.J., Dr. JONES, Tô.que.tô e TRUSS	Drogarias e Perfumarias	30.800	23.600	31%	3.834	3.727	3%
GRUPO MATEUS ³	7	9	Mix Atacarejo, Supermercado Mateus, Hiper Mateus, Eletro Mateus e Camião	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	25.328	20.428	24%	258	232	11%
GPA ALIMENTAR ¹	8	10	Pão de Açúcar, Mercado Extra, Compre Bem, Mini Extra, Minuto Pão de Açúcar, Pão de Açúcar Fresh, ClubeExtra.com e Pão de Açúcar. com.br, GPA Malls, Aliados / Marcas Próprias: Qualitá, Tæq e Club des Sommeliers	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	20.617	18.531	11%	767	735	4%
NATURA&Co ⁵	9	8	Natura, Avon, The Body Shop e Aesop	Drogarias e Perfumarias	18.715	18.372	2%	885	744	19%
AMERICANAS ⁵	10	5	Americanas, Ame, Shoptime, Submarino, Soub!, Hortifruti, Natural da Terra, Imaginarium, Puket, Mind, Lovebrands, Skoob e VEM Conveniência. Marketplace: Americanas Marketplace. Serviços Digitais: Sieve, Site Blindado, Sky Hub, B Seller e InfoPrice. Fulfillment: Americanas Entrega. Pagamentos: AME, Submarino Finance e Digital Finance. Banking e Serviços Financeiros: Banco Parati, Bit Capital e Nexxos.	Lojas de Departamento, Artigos do Lar e Mercadorias em Geral	17.448	n.d.	-	1.748	1.880	-7%
SUPERMERCADOS BH ²	11	13	Supermercados BH	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	17.388	14.012	24%	307	262	17%
LOJAS RENNER ¹	12	11	Lojas Renner, Ashua, Camicado, Youcom, Repassa, Realize e Uello	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	17.266	16.696	3%	673	672	0%
AMAZON ⁵	13	20	Amazon.com	Outros Segmentos	16.800	n.d.	-	e-Commerce	e-Commerce	-
MUFFATO ²	14	16	Super Muffato, Muffatto Max	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	15.658	12.044	30%	104	88	18%
DPSP ¹	15	14	Drogaria São Paulo, Pacheco	Drogarias e Perfumarias	14.800	13.500	10%	1.526	1.456	5%
GRUPO PEREIRA ²	16	17	Comper Supermercados e Fort Atacadista	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	13.196	11.224	18%	87	81	7%
HAVAN ¹	17	12	Havan	Lojas de Departamento, Artigos do Lar e Mercadorias em Geral	12.915	14.250	-9%	173	172	1%
MARTINS SMART SUPERMERCADOS ¹	18	26	Martins, Almais, Smart, Efacil, UMV	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	12.000	11.000	9%	520	580	-10%
PAGUE MENOS ¹	19	19	Farmácias Pague Menos e Extrafarma	Drogarias e Perfumarias	11.961	9.819	22%	1.632	1.646	-1%

1 a 5: A hierarquia adotada em relação às fontes de informações das empresas está indicada na página 50 deste Ranking



VENDA LOJAS FÍSICAS 2023 EM R\$ MILHÕES	FATURAMENTO POR LOJA EM R\$ MILHÕES	Nº DE LOJAS FRANQUEADAS 2023	Nº OPERAÇÃO DE LOJAS FÍSICAS FORA DO BRASIL 2023	VENDA DIRETA	Nº DE FUNCIONÁRIOS 2023	Nº DE FUNCIONÁRIOS EM 2022	VARIAÇÃO DO Nº DE FUNCIONÁRIOS	FATURAMENTO POR FUNCIONÁRIO EM R\$ MILHÕES	POSSUI CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO CONSTITUÍDO	ESTRUTURA DE CAPITAL	LISTADA	AUDITADA	CONTROLE NACIONAL	SEDE	ESTADOS DE ATUAÇÃO LOJAS FÍSICAS	Nº DE ESTADOS	CLIENTES ATIVOS	WHATSAPP	E-COMMERCE	MARKETPLACE
115.449	97	-	-	-	134.000	150.000	-11%	0,9	Sim, Estatutário	Aberto	Sim	Sim	Não	SP	AC - AL - AM - AP - BA - CE - DF - ES - GO - MA - MG - MT - MS - PA - PB - PE - PI - PR - RJ - RS - RO - RR - RS - SC - SE - SP - TO	27	n.d.	Sim	Sim	In/Out
66.500	231	-	-	-	80.350	76.236	5%	0,9	Sim, Estatutário	Aberto	Sim	Sim	Sim	RJ	AC - AL - AM - AP - BA - CE - DF - ES - GO - MA - MG - MT - MS - PA - PB - PE - PI - PR - RJ - RN - RO - RR - SE - SP - TO	25	35.000.000	-	Não	-
17.440	14	-	-	-	37.095	34.514	7%	12	Sim, Estatutário	Aberto	Sim	Sim	Sim	SP	AL - BA - CE - DF - GO - MA - MG - MS - MT - PA - PB - PE - PR - PI - RJ - RN - RS - SC - SE - SP	20	36.000.000	Sim	Sim	In
23.996	22	-	-	-	37.958	46.052	-18%	1,0	Sim, Estatutário	Aberto	Sim	Sim	Sim	SP	AL - AM - BA - CE - DF - ES - GO - MA - MT - MS - MG - PA - PB - PR - PE - PI - RJ - RN - RS - SC - SP - SE - TO	23	n.d.	Sim	Sim	In/Out
n.d.	-	-	-	-	57.691	53.446	8%	0,6	Sim, Estatutário	Aberto	Sim	Sim	Sim	SP	AC - AL - AM - AP - BA - CE - DF - ES - GO - MA - MG - MS - MT - PA - PB - PE - PI - PR - RJ - RN - RO - RR - RS - SC - SE - SP - TO	27	47600.000	Sim	Sim	In/Out
n.d.	-	3.340	238	Sim	18.452	14.957	23%	1,7	Sim, Consultivo	Fechado	-	-	Sim	PR	AC - AL - AM - AP - BA - CE - DF - ES - GO - MA - MG - MS - MT - PA - PB - PE - PI - PR - RJ - RN - RO - RR - RS - SC - SE - SP - TO	27	24.000.000	Sim	Sim	In/Out
30.246	117	-	-	-	57.391	45.335	27%	0,4	Sim	Aberto	Sim	-	Sim	MA	MA - PA - PI	3	n.d.	Não	Sim	-
18.717	24	-	-	-	39.908	37.699	6%	0,5	Sim, Estatutário	Aberto	Sim	Sim	Difuso	SP	AL - BA - CE - DF - GO - MG - MS - PB - PE - PI - PR - RJ - RN - SE - SP	15	29.000.000	Sim	Sim	In/Out
n.d.	-	773	-	Sim	n.d.	17.856	-	-	Sim	Aberto	Sim	Sim	Sim	SP	AC - AL - AM - AP - BA - CE - DF - ES - GO - MA - MG - MT - MS - PA - PB - PE - PI - PR - RJ - RS - RO - RR - RS - SC - SE - SP - TO	27	n.d.	Não	Sim	Out
n.d.	-	-	-	-	-	43.123	-	-	Sim	Aberto	Sim	Sim	Difuso	RJ	AC, AL, AP, AM, BA, CE, DF, ES, GO, MA, MT, MS, MG, PA, PB, PR, PE, PI, RJ, RN, RS, RO, RR, SC, SP, SE, TO	27	n.d.	Sim	Sim	In
17.388	57	-	-	-	34.794	29.191	19%	0,5	n.d.	Fechado	-	-	Sim	MG	MG	1	n.d.	-	Não	-
11.706	17	-	15	-	24.364	26.233	-7%	0,7	Sim, Estatutário	Aberto	Sim	Sim	Sim	RS	AC - AL - AM - AP - BA - CE - DF - ES - GO - MA - MG - MT - MS - PA - PB - PE - PI - PR - RJ - RS - RO - RR - RS - SC - SE - SP - TO	27	18.600.000	Sim	Sim	In/Out
n.d.	-	-	-	-	n.d.	n.d.	-	-	Sim	Aberto	Sim	-	Não	SP	-	-	n.d.	Não	Sim	In
15.658	151	-	-	-	21.405	18.418	16%	0,7	n.d.	Fechado	-	-	Sim	PR	MG - PR - SP	3	n.d.	Sim	Sim	Out
12.900	8	-	-	Sim	28.000	26.000	8%	0,5	Sim, Consultivo	Fechado	-	-	Sim	SP	BA - DF - ES - GO - MT - MG - PE - PR - RJ - SP	10	24.000.000	Sim	Sim	In/Out
13.196	152	-	-	-	14.200	12.830	11%	0,9	Sim	Fechado	-	-	Sim	SP	DF - MT - MS - SC - SP	5	n.d.	Não	Sim	Out
12.844	74	-	-	-	18.928	20.678	-8%	0,7	Sim, Estatutário	Fechado	-	-	Sim	SC	AC - AL - AM - BA - DF - ES - GO - MA - MG - MS - MT - PA - PB - PE - PI - PR - RJ - RO - RS - RN - SC - SP - SE - TO	24	2.534.222	Não	Sim	-
n.d.	-	-	-	-	5.036	5.279	-5%	2,4	Sim, Estatutário	Fechado	-	-	Sim	MG	AC - AL - AM - BA - CE - DF - ES - GO - MA - MG - MS - PA - PB - PE - PR - RJ - RS - RO - RR - SC - SE - SP	22	n.d.	Sim	Sim	-
10.534	6	-	-	-	25.445	25.701	-1%	0,5	Sim, Estatutário	Aberto	Sim	Sim	Sim	CE	AC - AL - AM - AP - BA - CE - DF - ES - GO - MA - MG - MS - MT - PA - PB - PE - PI - PR - RJ - RN - RO - RR - RS - SC - SE - SP - TO	27	20.300.000	Sim	Sim	Out

1 a 5: A hierarquia adotada em relação às fontes de informações das empresas está indicada na página 50 deste Ranking

*Faz parte de grupo listado no exterior

EMPRESA	Colocação em 2023	Colocação em 2022	BANDEIRAS/ MARCAS	SEGMENTO	VENDA 2023 (1P) EM R\$ MILHÕES	VENDA 2022 (1P) EM R\$ MILHÕES	CRESCIMENTO DE VENDAS %	Nº LOJAS 2023	Nº LOJAS 2022	VARIAÇÃO DO Nº DE LOJAS
CENCOSUD BRASIL ¹	20	18	Bretas, Gbarbosa, Giga, Mercantil, Perini, Prezunic, Spid	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	11.181	11.116	1%	383	372	3%
MART MINAS ²	21	22	Mart Minas	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	9.437	8.322	13%	81	70	16%
MÓVEIS GAZIN ¹	22	28	Gazin	Eletrodomésticos	8.610	7.227	19%	340	325	5%
REDE SUPERMARKET ⁴	23		Rede Supermarket	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	8.500	n.d.	-	134	n.d.	-
LEROY MERLIN ¹	24	23	Leroy Merlin, Oramax	Material de Construção	8.487	8.005	6%	52	48	8%
RIACHUELO ³	25	24	Riachuelo, Casa Riachuelo, Carter's	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	8.404	8.022	5%	411	396	4%
C&A ¹	26	25	Mindese7, ACE, Clock House, Palomino, Baby Club, Suncoast, Yessica, Miss Fifteen, Basics C&A, Design Íntimo, Angelo Lútrico	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	8.352	7.712	8%	334	332	1%
McDONALD'S ARCOS DORADOS ³	27	15	McDonald's	Foodservice	8.235	7.374	12%	1.130	1.085	4%
ORTOBOM ⁴	28	21	Ortobom	Eletrodomésticos	8.072	8.600	-6%	2.380	2.373	0%
KOCH HIPERMERCADO ²	29	33	Koch Hipermercado	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	7.997	6.429	24%	64	54	19%
EPA SUPERMERCADOS DMA DISTRIBUIDORA ²	30	27	Epa Supermercados	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	7.994	7.661	4%	149	185	-19%
COMPANHIA ZAFFARI ²	31	30	Zaffari, Bourbon	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	7.660	6.950	10%	40	39	3%
LOJAS CEM ⁴	32	34	Lojas Cem	Eletrodomésticos	7.000	6.300	11%	306	300	2%
GRUPO SBF ³	33	32	Centauro, Fisia (Nike)	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	6.997	5.919	18%	269	265	2%
TENDA ATACADO SA ¹	34	31	Tenda Atacado	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	6.972	6.545	7%	43	43	0%
GRUPO JC COSTA ATACADÃO ²	35	36	Costa Atacadão, Base atacadista	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	6.808	6.017	13%	14	13	8%
FARMÁCIA SÃO JOÃO ¹	36	41	São João	Drogarias e Perfumarias	6.596	5.407	22%	1.098	979	12%
FAST SHOP ⁵	37	35	Fast Shop, A2U	Eletrodomésticos	6.096	n.d.	-	85	87	-2%
SAVEGNAGO SUPERMERCADOS ¹	38	40	Savegnago Supermercados, Savegnago Prático, Paulistão Atacadista, Prático, Auto Posto Savegnago	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	6.092	5.528	10%	71	67	6%
CONDOR SUPER CENTER ⁵	39	38	Supermercados Condor, Hipermercado Condor	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	5.546	n.d.	-	57	57	0%
SUPERMERCADOS GUANABARA RJ ⁵	40	42	Supermercados Guanabara	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	5.320	n.d.	-	27	26	4%
BURGER KING ZAMP ¹	41	54	Burger King, Popeyes	Foodservice	5.214	4.808	8%	1.039	990	5%
SONDA SUPERMERCADOS ²	42	44	Sonda Supermercados	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	5.159	4.672	10%	45	44	2%
PERNAMBUCANAS ¹	43	43	Pernambucanas	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	5.151	4.936	4%	509	500	2%
CACAU SHOW ¹	44	52	Cacau Show, Brigaderia	Outros Segmentos	5.104	4.022	27%	4.217	3.739	13%
GRUPO DIA A DIA ²	45	47	Atacadão Dia a Dia	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	5.103	4.477	14%	26	26	0%
DIA% ²	46	37	Dia Maxi, Dia %, Dia Market	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	4.871	5.683	-14%	590	610	-3%
AREZZO&Co ³	47	51	Arezzo, Schutz, Anacapri, Alexandre Birman, Fever, Alme, Vans, Reserva, Baw, Troc, Carol Bassi, Paris Texas, Vicenza	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	4.854	4.188	16%	1.052	1.002	5%

1 a 5: A hierarquia adotada em relação às fontes de informações das empresas está indicada na página 50 deste Ranking



VENDA LOJAS FÍSICAS 2023 EM R\$ MILHÕES	FATURAMENTO POR LOJA EM R\$ MILHÕES	Nº DE LOJAS FRANQUEADAS 2023	Nº Operação de Lojas Físicas FORA DO BRASIL 2023	VENDA DIRETA	Nº DE FUNCIONÁRIOS 2023	Nº DE FUNCIONÁRIOS EM 2022	VARIAÇÃO DO Nº DE FUNCIONÁRIOS	FATURAMENTO POR FUNCIONÁRIO EM R\$ MILHÕES	POSSUI CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO CONSTITUÍDO	ESTRUTURA DE CAPITAL	LISTADA	AUDITADA	CONTROLE NACIONAL	SEDE	ESTADOS DE ATUAÇÃO LOJAS FÍSICAS	Nº DE ESTADOS	CLIENTES ATIVOS	WHATSAPP	E-COMMERCE	MARKETPLACE
10.918	29	-	-	-	18.502	19.367	-4%	0,6	Sim, Estatutário	Aberto	Não	Sim	Não	SP	AL - BA - CE - GO - MG - PE - RJ - SE - SP	9	n.d.	Sim	Sim	Out
9.437	117	-	-	-	14.972	13.134	14%	0,6	n.d.	Fechado	-	-	Sim	MG	MG	1	n.d.	-	Não	-
8.302	24	-	-	-	10.612	9.926	7%	0,8	Sim, Consultivo	Fechado	-	Sim	Sim	PR	AM - GO - MG - MS - PA - PR - RO - TO - AC	9	1.398.774	Sim	Sim	Out
1.910	14	-	-	-	20.000	n.d.	-	0,4	n.d.	Fechado	-	-	Sim	RJ	RJ	1	n.d.	Sim	Sim	Out
7.770	149	-	-	-	9.892	10.409	-5%	0,9	Sim, Consultivo	Fechado	-	-	Não	SP	AL - BA - CE - DF - ES - GO - MS - MG - PR - RJ - RN - RS - SC - SP	13	20.578.681	Sim	Sim	Out/ In
n.d.	-	-	-	-	28.247	31.155	-9%	0,3	Sim	Aberto	Sim	Sim	Sim	SP	AC - AL - AM - AP - BA - CE - DF - ES - GO - MA - MG - MS - MT - PA - PR - PI - PR - RJ - RN - RO - RR - RS - SC - SE - SP - TO	26	n.d.	Sim	Sim	In
6.797	20	-	-	Sim	15.381	16.005	-4%	0,5	Sim, Estatutário	Aberto	Sim	Sim	Não	SP	AC - AL - AM - AP - BA - CE - DF - ES - GO - MA - MG - MS - MT - PR - PB - PA - PE - PI - RN - RS - RR - RJ - RO - SC - SE - SP	27	17670.321	Sim	Sim	In
n.d.	7	n.d.	-	-	n.d.	37975	-	-	Sim	Fechado	-	-	Não	SP	AL - AM - BA - CE - DF - ES - GO - MA - MG - MS - MT - PA - PB - PE - PI - PR - RJ - RN - RO - RS - SC - SE - SP - TO	24	n.d.	Não	Sim	In/Out
8.072	3	2.380	-	-	n.d.	n.d.	-	-	Sim	Fechado	-	-	Sim	RJ	AC - AL - AM - AP - BA - CE - DF - ES - GO - MA - MG - MS - MT - PA - PB - PE - PI - PR - RJ - RN - RO - RR - RS - SC - SE - SP - TO	27	n.d.	Não	Sim	-
7.997	125	-	-	-	9.818	7.934	24%	0,8	n.d.	Fechado	-	-	Sim	SC	SC	1	n.d.	Não	Sim	-
7.994	54	-	-	-	14.732	17.724	-17%	0,5	n.d.	Fechado	-	-	Sim	MG	MG - ES	2	n.d.	-	Não	-
7.660	192	-	-	-	12.120	11.799	3%	0,6	Não	Fechado	-	-	Sim	RS	RS - SP	2	n.d.	-	Não	-
7.000	23	-	-	-	n.d.	12.300	-	-	n.d.	Fechado	-	-	Sim	SP	SP - RJ - MG - PR	4	15.000.000	-	Não	-
4.716	18	-	-	-	n.d.	10.000	-	-	Sim	Aberto	Sim	Sim	Sim	SP	AC - AL - AM - AP - BA - CE - ES - DF - GO - MA - MS - MG - MT - PA - PB - PR - PE - PI - RJ - RN - RS - RO - RR - SC - SP - SE - TO	27	n.d.	-	Sim	In/Out
6.972	162	-	5	Sim	8.200	7.562	8%	0,9	Sim, Estatutário	Fechado	-	-	Sim	SP	SP	1	2.680.000	Sim	Sim	In
6.808	486	-	-	-	7048	6.382	10%	1,0	n.d.	Fechado	-	-	Sim	DF	DF	1	n.d.	-	Não	-
6.385	6	-	-	-	19.975	16.716	19%	0,3	Sim, Consultivo	Fechado	-	-	Sim	RS	RS - SC - PR	3	n.d.	Sim	Sim	Out
n.d.	-	-	-	-	n.d.	3.915	-	-	-	Fechado	-	-	Sim	SP	BA - CE - DF - ES - GO - MG - PB - PE - PR - RJ - RS - SP	12	n.d.	Sim	Sim	In
6.030	85	-	-	-	12.499	11.527	8%	0,5	Sim, Estatutário	Fechado	-	-	Sim	SP	SP	1	1.347.216	Não	Sim	Out
5.546	97	-	-	-	n.d.	14.250	-	-	-	Fechado	-	-	Sim	PR	PR - SC	2	n.d.	Não	Sim	Out
5.320	197	-	-	-	n.d.	n.d.	-	-	-	Fechado	-	-	Sim	RJ	RJ	1	n.d.	-	Não	-
4.205	4	261	-	-	16.627	16.000	4%	0,3	Sim, Estatutário	Aberto	Sim	Sim	Sim	SP	AC - AL - AM - AP - BA - CE - DF - ES - GO - MA - MG - MT - MS - PA - PB - PE - PI - PR - RJ - RS - RO - RR - RS - SC - SE - SP - TO	27	12.790.049	Não	Sim	Out
5.159	115	-	-	-	8.316	8.089	3%	0,6	n.d.	Fechado	-	-	Sim	SP	SP	1	n.d.	Não	Sim	-
n.d.	-	-	-	Sim	14.019	15.497	-10%	0,4	Sim, Consultivo	Fechado	-	-	Sim	SP	AL - BA - DF - ES - GO - MG - MS - MG - PR - PE - RJ - RS - SC - SP - SE - TO	16	3.225.768	Sim	Sim	Out
4.981	1	4.395	-	Sim	16.743	16.441	2%	0,3	Sim, Consultivo	Fechado	-	-	Sim	SP	AC - AL - AM - AP - BA - CE - DF - ES - GO - MA - MG - MS - MT - PA - PB - PE - PI - PR - RJ - RN - RO - RR - RS - SC - SE - SP - TO	27	30.000.000	Sim	Sim	Out
5.103	196	-	-	-	6.751	6.291	7%	0,8	n.d.	Fechado	-	-	Sim	DF	DF	1	n.d.	-	Não	-
4.871	8	-	-	-	5.894	8.500	-31%	0,8	Sim	Fechado	-	-	Não	SP	MG - SP - RS	3	n.d.	Não	Sim	Out
3.557	3	n.d.	n.d.	Sim	n.d.	7450	-	-	Sim	Aberto	Sim	Sim	Sim	MG	AC - AL - AM - AP - BA - CE - DF - ES - GO - MA - MG - MS - MT - PA - PB - PE - PI - PR - RJ - RN - RO - RR - RS - SC - SE - SP - TO	27	n.d.	Sim	Sim	In

1 a 5: A hierarquia adotada em relação às fontes de informações das empresas está indicada na página 50 deste Ranking

EMPRESA	Coloção em 2023	Coloção em 2022	BANDEIRAS/ MARCAS	SEGMENTO	VENDA 2023 (IP) em R\$ MILHÕES	VENDA 2022 (IP) em R\$ MILHÕES	CRESCIMENTO DE VENDAS %	Nº LOJAS 2023	Nº LOJAS 2022	VARIAÇÃO DO Nº DE LOJAS
PLURIX ¹	48	56	Grupo Avenida, Grupo Boa (Boa, Dom Olívio), Grupo SuperPão (SuperPão, CompreMais)	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	4.707	4.138	14%	98	79	24%
SUPERMERCADO MUNDIAL ⁵	49	45	Supermercado Mundial	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	4.679	n.d.	-	20	20	0%
LÍDER SUPERMERCADOS ²	50	50	Supermercado Líder, Magazan, Farmalíder, Castanheira Shopping Center, Supermercado Nazaré	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	4.644	4.323	7%	29	27	7%
NOVO ATACAREJO ²	51	71	Novo Atacarejo	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	4.634	3.110	49%	27	18	50%
iGUI PISCINAS ⁴	52	97	iGUI	Outros Segmentos	4.500	n.d.	-	800	n.d.	-
ABC ATACADO E VAREJO ADIÇÃO DISTRIBUIÇÃO EXPRESS ²	53		ABC atacado e varejo	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	4.487	n.d.	-	72	n.d.	-
GFG LARÁM - DAFITI ⁵	54	49	Dafiti, Kanui, Tricae	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	4.440	n.d.	-	e-Commerce	e-Commerce	-
COMERCIAL ZAFFARI ²	55	63	Comercial Zaffari	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	4.402	3.485	26%	40	34	18%
PANVEL FARMÁCIAS ¹	56	57	Panvel Farmácias	Drogarias e Perfumarias	4.367	3.908	12%	600	556	8%
ATAKAREJO ²	57	60	Atakarejo	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	4.310	3.701	16%	30	28	7%
AMIGÃO SUPERMERCADOS GRUPO AMIGÃO ²	58	53	Amigão Supermercados, Stock Atacadista	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	4.207	4.015	5%	71	70	1%
GRUPO SUPERNOSSE ²	59	61	Super Nosso, Super Nosso em Casa, Apoio Mineiro	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	4.143	3.691	12%	57	55	4%
SUPERMERCADOS ABC ⁵	60	55	Supermercados ABC	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	4.135	n.d.	-	70	65	8%
SUPERMERCADO BAHAMAS ²	61	59	Supermercados Bahamas	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	4.013	3.761	7%	77	74	4%
ROLDÃO ²	62	48	Roldão	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	3.897	4.449	-12%	40	41	-2%
DROGARIA ARAÚJO ¹	63	69	Araujo, Mió	Drogarias e Perfumarias	3.801	3.267	16%	310	288	8%
PETZ ¹	64	66	Petz, ZeeDog, Seres, Cansei de Ser Gato, Adote Petz, Petix e Cão Cidadão	Outros Segmentos	3.787	3.367	12%	246	218	13%
ARMAZÉM PARAÍBA GRUPO CLAUDINO ⁴	65	39	Armazém Paraíba	Lojas de Departamento, Artigos do Lar e Mercadorias em Geral	3.763	3.500	8%	500	n.d.	-
GIASSI ¹	66	65	Giassi Supermercados e Combo	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	3.758	3.389	11%	23	21	10%
BEMOL ¹	67	64	Bemol, Bemol Farma, Bemol Serviços Financeiros e Bemol Digital	Eletrodomésticos	3.718	3.394	10%	81	80	1%
COMERCIAL ESPERANÇA ²	68	66	Comercial Esperança	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	3.598	3344	8%	23	21	10%
ANGELONI SUPERMERCADOS ¹	69	68	Angeloni, Super A	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	3.517	3.240	9%	35	35	0%
SPANI COMERCIAL ZARAGOZA ²	70	58	Spani	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	3.517	3.819	-8%	40	37	8%
GRUPO SOMA ³	71	46	Animale, Farm, NV, Hering, Cris Barros, Maria Filó, Foxton, Fábula, Dzarm	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	3.487	3.139	11%	1.068	1.094	-2%
KALUNGA ³	72	75	Kalunga	Outros Segmentos	3.300	3.218	3%	225	221	2%
PAGUE MENOS SUPERMERCADOS ²	73	79	Supermercado Pague Menos	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	3.259	2.776	17%	35	33	6%
COBASI ¹	74	82	Cobasi, Pet Fácil, Mundo Pet	Outros Segmentos	3.092	2.595	19%	230	186	24%
GRUPO HERVAL ⁴	75	110	Lojas Taqi, iPlace, Vou Levar, Herval Móveis e Colchões, Uultis	Lojas de Departamento, Artigos do Lar e Mercadorias em Geral	3.000	n.d.	-	225	n.d.	-
OUTBACK BLOOMING BRANDS ⁴	76	76	Outback Steakhouse, Abraccio, Aussie Grill	Foodservice	2.989	2.833	5%	173	154	12%
CLAMED FARMÁCIAS ⁵	77	74	Drogaria Catarinense, Preço Popular, Proformula, Farmagora	Drogarias e Perfumarias	2.986	n.d.	-	600	n.d.	-
VILLEFORT CEMA CENTRAL MINEIRA ATACADISTA ²	78	80	VilleFort Atacarejo	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	2.902	2.672	9%	30	29	3%

1 a 5: A hierarquia adotada em relação às fontes de informações das empresas está indicada na página 50 deste Ranking



VENDA LOJAS FÍSICAS 2023 em R\$ MILHÕES	FATURAMENTO POR LOJA em R\$ MILHÕES	Nº DE LOJAS FRANQUEADAS 2023	Nº DE LOJAS FÍSICAS FORA DO BRASIL 2023	VENDA DIRETA	Nº DE FUNCIONÁRIOS 2023	Nº DE FUNCIONÁRIOS em 2022	VARIAÇÃO DO Nº DE FUNCIONÁRIOS	FATURAMENTO POR FUNCIONÁRIO em R\$ MILHÕES	POSSUI CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO CONSTITUÍDO	ESTRUTURA DE CAPITAL	LISTADA	AUDITADA	CONTROLE NACIONAL	SEGE	ESTADOS DE ATUAÇÃO LOJAS FÍSICAS	Nº DE ESTADOS	CLIENTES ATIVOS	WHATSAPP	E-COMMERCE	MARKETPLACE
4.687	48	-	-	-	10.945	8.614	27%	0,4	Sim, Estatutário	Fechado	-	-	Sim	SP	PR - SC - SP	3	53.956.295	Sim	Sim	Out
4.679	234	-	-	-	n.d.	9.905	-	-	-	Fechado	-	-	Sim	RJ	RJ	1	n.d.	-	Não	-
4.644	160	-	-	-	15.999	15.038	6%	0,3	n.d.	Fechado	-	-	Sim	PA	PA	1	n.d.	Não	Sim	Out
4.634	172	-	-	-	7.389	6.000	23%	0,6	n.d.	Fechado	-	-	Sim	PE	PE	1	n.d.	-	Não	-
-	6	n.d.	223	-	n.d.	n.d.	-	-	n.d.	Fechado	-	-	Sim	RS	AC - AL - AM - AP - BA - CE - DF - ES - GO - MA - MT - MS - MG - PA - PB - PR - PI - RJ - RN - RS - RO - RR - SC - SP - SE - TO	26	n.d.	-	Não	-
4.487	-	-	-	-	7.329	n.d.	-	0,6	n.d.	Fechado	-	-	Sim	MG	MG	1	n.d.	Não	Sim	-
-	-	-	-	-	n.d.	n.d.	-	-	-	Fechado	-	-	Não	SP	-	-	n.d.	Não	Sim	In
4.402	110	-	-	-	5.561	4.593	21%	0,8	n.d.	Fechado	-	-	Sim	RS	RS	1	n.d.	Não	Sim	-
4.803	8	-	-	-	10.284	9.300	11%	0,4	Sim, Estatutário	Aberto	Sim	Sim	Sim	RS	PR - RS - SC - SP	4	4.847.000	Sim	Sim	In/Out
4.310	144	-	-	-	6.098	5.891	4%	0,7	n.d.	Fechado	-	-	Sim	BA	BA	1	n.d.	-	Não	-
4.207	59	-	-	-	9.242	9.454	-2%	0,5	Sim	Fechado	-	-	Não	PR	SP - PR - MS	3	n.d.	Não	Sim	-
4.143	73	-	-	-	6.870	7.186	-4%	0,6	Não	Fechado	-	-	Sim	MG	MG	1	n.d.	Sim	Sim	Out
4.135	59	-	-	-	7.000	8.100	-14%	0,6	-	Fechado	-	-	Sim	MG	MG	1	n.d.	Não	Sim	-
4.013	52	-	-	-	7.720	8.438	-9%	0,5	n.d.	Fechado	-	-	Sim	MG	MG	1	n.d.	-	Não	-
3.897	97	-	-	-	4.399	5.068	-13%	0,9	Sim	Fechado	-	-	Sim	SP	SP	1	n.d.	Sim	Não	-
3.335	11	-	-	-	10.358	9.639	7%	0,4	Não	Fechado	-	-	Sim	MG	MG	1	5.605.195	Sim	Sim	Out
2.189	9	-	-	Sim	7.282	7.313	0%	0,5	Sim, Estatutário	Aberto	Sim	Sim	Sim	SP	AL - AM - BA - CE - DF - ES - GO - MA - MG - MS - MT - PA - PE - PR - PI - RJ - RN - RS - RO - SC - SP - SE - TO	23	2.700.000	Sim	Sim	Out
-	-	-	-	-	8.200	n.d.	-	-	n.d.	Fechado	-	-	Sim	PI	BA - PI - MA - CE - PE - TO - PA	7	n.d.	Não	Sim	-
3.753	163	-	-	-	7.177	7.180	0%	0,5	Sim, Estatutário	Fechado	-	-	Sim	SC	SC	1	n.d.	-	Sim	-
3.223	40	-	-	-	4.138	4.189	-1%	0,9	Sim, Estatutário	Fechado	-	-	Sim	AM	AM - RO - RR - AC	4	3.828.000	Sim	Sim	In
3.598	156	-	-	-	4.156	3.794	10%	0,9	n.d.	Fechado	-	-	Sim	SP	SP	1	n.d.	-	Não	-
3.208	92	-	-	-	8.432	8.285	2%	0,4	Não	Fechado	-	-	Sim	SC	SC - PR	2	n.d.	Sim	Sim	In/Out
3.517	88	-	-	-	4.380	4.720	-7%	0,8	n.d.	Fechado	-	-	Sim	SP	SP - RJ	2	n.d.	Não	Sim	-
2.075	2	671	n.d.	-	14.000	14.006	0%	0,2	Sim	Aberto	Sim	Sim	Sim	RJ	AC - AL - AM - AP - BA - CE - DF - ES - GO - MA - MG - MS - MT - PA - PB - PE - PI - PR - RJ - RN - RO - RR - RS - SC - SE - SP - TO	27	5.900.000	Sim	Sim	In/Out
15	0	-	-	-	4.800	4.873	-1%	0,7	Sim, Estatutário	Fechado	-	-	Sim	SP	AL - BA - CE - DF - ES - GO - MA - MT - MG - PA - PB - PE - PI - PR - RJ - RN - RO - RS - SC - SE - SP	21	n.d.	Não	Sim	Out
3.259	93	-	-	-	7.390	6.925	7%	0,4	n.d.	Fechado	-	-	Sim	SP	SP	1	n.d.	Não	Sim	-
2.894	13	-	-	-	n.d.	5.832	-	-	Sim, Estatutário	Fechado	-	-	Sim	SP	AL - BA - CE - DF - ES - GO - MT - MG - PA - PB - PR - PE - RJ - RN - RS - SC - SP - SE - TO	19	n.d.	Sim	Sim	Out
-	-	-	-	-	6.300	6.525	-3%	0,5	n.d.	Fechado	-	-	Sim	RS	AC - AL - AM - AP - BA - CE - DF - ES - GO - MA - MG - MS - MT - PA - PB - PE - PI - PR - RJ - RN - RO - RR - RS - SC - SE - SP - TO	27	n.d.	Sim	Sim	-
2.989	17	-	-	-	n.d.	10.403	-	-	Sim	Aberto	Sim	Sim	Não	SP	AL - BA - CE - DF - ES - GO - MA - MT - MS - MG - PA - PR - PE - RJ - RN - RS - SC - SP	18	n.d.	Não	Sim	Out
n.d.	-	-	-	-	n.d.	7.000	-	-	Não	Fechado	-	-	Sim	SC	BA - PR - SC - RS - SP - MS	6	n.d.	Não	Sim	Out
2.902	97	-	-	-	4.282	4.205	2%	0,7	n.d.	Fechado	-	-	Sim	MG	MG	1	n.d.	-	Não	-

1 a 5: A hierarquia adotada em relação às fontes de informações das empresas está indicada na página 50 deste Ranking

EMPRESA	Colocação em 2023	Colocação em 2022	Bandeiras/ Marcas	Segmento	Venda 2023 (IP) em R\$ Milhões	Venda 2022 (IP) em R\$ Milhões	Crescimento de vendas %	Nº Lojas 2023	Nº Lojas 2022	Variação do nº de Lojas
Oba Hortifruti ³	79	83	Oba Hortifruti, Oba Farm	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	2.887	2.539	14%	71	72	-1%
Nagumo ⁵	80	77	Supermercados Nagumo, Mixter, Nagumo Delivery, Nagumo Smart	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	2.809	n.d.	-	52	53	-2%
Vivara ³	81	88	Vivara, Life by Vivara	Óticas, Jóias, Bijoux, Bolsas e Acessórios	2.788	2.300	21%	390	336	16%
Drogaria Nissei ¹	82	86	Drogaria Nissei	Drogarias e Perfumarias	2.692	2.330	16%	385	350	10%
Grupo CVLB Casa & Videon / Le Biscuit ¹	83	124	Casa & Vídeo Brasil, Lojas Le Biscuit	Lojas de Departamento, Artigos do Lar e Mercadorias em Geral	2.668	2.589	3%	350	357	-2%
Unidasul ²	84	87	Rissul, Macromix, Unidasul	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	2.661	2.302	16%	47	46	2%
Coop - Cooperativa de Consumo ²	85	78	Coop Supermercado, Farmácia Coop	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	2.659	2.806	-5%	34	31	10%
Lojas Colombo ¹	86	85	Lojas Colombo, Crediare	Eletrodomésticos	2.637	2.387	10%	310	292	6%
Mundial Mix ²	87	81	Supermercado Imperatriz, Brasil Atacadista	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	2.631	2.583	2%	31	33	-6%
Jad Zogheib e Cia ²	88	93	Confiança Supermercados	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	2.577	2.165	19%	15	14	7%
RealMar Distribuidora ²	89	94	Extrabom	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	2.508	2.153	16%	45	43	5%
Eletrozema ⁴	90	91	Eletrozema	Eletrodomésticos	2.500	2.200	14%	468	468	0%
Santa Lolla ⁴	91		Santa Lolla	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	2.500	2.200	14%	305	n.d.	-
Tauste Supermercados ²	92		Tauste Supermercados	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	2.489	n.d.	-	9	n.d.	-
Supermercado Tático ²	93		Supermercado Tatico	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	2.483	n.d.	-	15	n.d.	-
Habib ⁵ ⁵	94	100	Habib ⁵ s, Ragazzo, BOX 30, Picanha Grill	Foodservice	2.355	n.d.	-	600	533	13%
Madero ⁵	95	104	Madero Steak House, Madero Container, Jeronimo	Foodservice	2.277	n.d.	-	276	275	0%
Big Box Supermercados ²	96	99	Big Box Supermercados	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	2.245	2.047	10%	43	38	13%
Super Adega ²	97	89	Super Adega	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	2.240	2.234	0%	6	6	0%
Drogaria Venâncio ⁵	98	89	Drogaria Venâncio	Drogarias e Perfumarias	2.200	n.d.	-	115	108	6%
Telhanorte Saint-Gobain ⁵	99	95	Telhanorte, Tumelero	Material de Construção	2.180	n.d.	-	69	66	5%
Cia. Beal Alimentos ²	100	111	Super Beal, Festival	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	2.141	1.848	16%	23	23	0%
Marisa Lojas ³	101	73	Marisa	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	2.133	3.013	-29%	243	334	-27%
Rede Graal ⁴	102		Barbacoa (Brasil), Pinguin, América, Badaró, Gato que ri, Duo cuochi, Rancho Português, Rancho 53	Foodservice	2.125	n.d.	-	61	51	20%
Drogal ⁵	103	122	Drogal	Drogarias e Perfumarias	2.123	n.d.	-	346	291	19%
Farmácia Indiana ⁵	104	114	Farmácia Indiana	Drogarias e Perfumarias	2.110	n.d.	-	222	99	124%
Barbosa Supermercados ²	105	119	Barbosa Supermercados	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	2.106	1.647	28%	35	32	9%
Lojas Torra ¹	106	112	Torra	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	2.089	1.823	15%	79	76	4%
Grupo Nös ⁵	107	121	Select, Oxox	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	2.079	n.d.	-	1.626	1.426	14%
Supermercados Zona Sul ⁵	108	102	Supermercados Zona Sul, Mega Box	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	2.051	n.d.	-	42	46	-9%
AM PM ²	109	107	AM PM Mini Market	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	2.040	1.930	6%	1.540	1.598	-4%
Zara Brasil ⁵	110	92	Zara, Zara Home	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	2.012	n.d.	-	43	49	-12%

1 a 5: A hierarquia adotada em relação às fontes de informações das empresas está indicada na página 50 deste Ranking

Venda Lojas Físicas 2023 em R\$ Milhões	Faturamento por Loja em R\$ Milhões	Nº de Lojas franquizadas 2023	Nº de Operações de Lojas Físicas fora do Brasil 2023	Venda Direta	Nº de Funcionários 2023	Nº de Funcionários em 2022	Variação do nº de Funcionários	Faturamento por Funcionário em R\$ Milhões	Possui Conselho de Administração Constituído	Estrutura de Capital	Listada	Auditoria	Controle Nacional	SEGE	Estados de Atuação Lojas Físicas	Nº de Estados	Clientes Ativos	WhatsApp	E-Commerce	Marketplace
2.731	38	-	-	-	7000	7000	0%	0,4	n.d.	Aberto	Não	-	Sim	SP	SP - MG - DF	3	n.d.	Não	Sim	Out
2.809	54	-	-	-	n.d.	8.000	-	-	Não	Fechado	-	-	Sim	SP	SP - RJ	2	n.d.	-	Não	-
2.333	6	-	-	-	n.d.	4.457	-	-	Sim, Estatutário	Aberto	Sim	Sim	Sim	SP	AC - AL - AP - AM - BA - CE - DF - ES - GO - MA - MT - MS - MG - PA - PR - PB - PE - PI - RJ - RN - RS - RO - SC - SP - SE - TO	26	2.000.000	-	Sim	-
2.370	6	-	-	-	6.892	6.444	7%	0,4	Sim, Estatutário	Aberto	Não	Sim	Sim	PR	SC - PR - SP	3	4.651.176	Sim	Sim	Out
2.383	7	10	-	-	4.634	5.301	-13%	0,6	Sim, Estatutário	Aberto	Sim	Sim	Sim	RJ	AL - BA - CE - ES - GO - MA - MG - PA - PB - PE - PI - RJ - RN - RS - SP - SE	15	6.218.920	Sim	Sim	In/Out
2.661	57	-	-	-	5.552	5.368	3%	0,5	n.d.	Fechado	-	-	Sim	RS	RS	1	n.d.	Não	Sim	-
2.659	78	-	-	-	5.301	5.235	1%	0,5	n.d.	Fechado	-	-	Sim	SP	SP	1	n.d.	Não	Sim	Out
2.133	7	-	-	-	4.311	4.156	4%	0,6	Sim, Estatutário	Fechado	-	-	Sim	RS	MS - RS - PR - SC	4	1.791.000	Sim	Sim	In/Out
2.631	85	-	-	-	4.064	4.622	-12%	0,6	n.d.	Fechado	-	-	Sim	SC	SC	1	n.d.	-	Não	-
2.577	172	-	-	-	4.774	4.343	10%	0,5	n.d.	Fechado	-	-	Sim	SP	SP	1	n.d.	Não	Sim	-
2.508	56	-	-	-	6.833	6.000	14%	0,4	n.d.	Fechado	-	-	Sim	ES	ES	1	n.d.	Não	Sim	Out
n.d.	-	-	-	-	5.100	5.100	0%	0,5	Sim	Fechado	-	-	Sim	MG	BA - ES - GO - MG - MS - SP	6	n.d.	Sim	Sim	Out
-	-	305	-	-	n.d.	n.d.	-	-	n.d.	Fechado	-	-	Sim	SP	AC - AL - AM - AP - BA - CE - DF - ES - GO - MA - MG - MS - MT - PA - PB - PE - PI - PR - RJ - RN - RO - RR - RS - SC - SE - SP - TO	27	n.d.	Não	Sim	n.d.
2.489	277	-	-	-	4.294	n.d.	-	0,6	n.d.	Fechado	-	-	Sim	SP	SP	1	n.d.	Não	Sim	-
2.483	-	-	-	-	3.180	n.d.	-	0,8	n.d.	Fechado	-	-	Sim	DF	DF - GO	2	n.d.	Sim	Não	-
n.d.	-	n.d.	-	-	17.000	11.399	49%	0,1	Não	Fechado	-	-	Sim	SP	AL - AM - BA - CE - DF - GO - MG - MS - PA - PB - PE - PR - RJ - RN - RS - SC - SP	17	n.d.	Não	Sim	Out
2.277	8	n.d.	-	-	7.400	n.d.	-	-	Sim, Estatutário	Aberto	Não	-	Sim	PR	BA - CE - DF - ES - GO - MT - MS - MG - PA - PR - PE - RJ - RN - RS - SC - SE - SP - TO	18	n.d.	Não	Sim	Out
2.245	52	-	-	-	5.317	4.498	18%	0,4	n.d.	Fechado	-	-	Sim	DF	DF	1	n.d.	Não	Sim	-
2.240	373	-	-	-	1.390	1.624	-14%	1,6	n.d.	Fechado	-	-	Sim	DF	DF	1	n.d.	-	Sim	-
n.d.	-	-	-	-	n.d.	4.644	-	-	-	Fechado	-	-	Sim	RJ	RJ	1	n.d.	Sim	Sim	-
n.d.	-	-	-	-	2.903	3.207	-9%	0,8	Não	Fechado	-	-	Não	SP	MG - PR - RS - SP	4	n.d.	Sim	Sim	Out
2.141	93	-	-	-	4.824	4.419	9%	0,4	n.d.	Fechado	-	-	Sim	PR	PR	1	n.d.	-	Não	Out
1.971	8	-	-	-	n.d.	n.d.	-	-	Sim	Aberto	Sim	Sim	Sim	SP	AC - AL - AM - AP - BA - CE - DF - ES - GO - MA - MT - MS - MG - PA - PB - PR - PI - RJ - RN - RS - RO - RR - SC - SP - SE - TO	27	n.d.	Sim	Sim	In/Out
2.125	35	-	-	-	14.500	n.d.	-	0,1	n.d.	Fechado	-	-	Sim	SP	SC - SP - RJ - MG - RS	5	n.d.	-	Não	-
n.d.	-	-	-	-	n.d.	n.d.	-	-	-	Fechado	-	-	Sim	SP	SP	1	n.d.	Não	Sim	Out
n.d.	-	-	-	-	n.d.	1.881	-	-	Não	Fechado	-	-	Sim	MG	BA - MG - ES	3	n.d.	Sim	Sim	Out
2.106	60	-	-	-	5.106	4.310	18%	0,4	n.d.	Fechado	-	-	Sim	SP	SP	1	n.d.	Não	Sim	Out
2.064	26	-	-	-	n.d.	6.100	-	-	Não	Fechado	-	-	Sim	SP	AL - AM - BA - CE - MG - PA - PB - PR - PE - RJ - RS - RR - SE - SP - SC	15	n.d.	Não	Sim	Out
n.d.	-	-	-	-	n.d.	n.d.	-	-	Sim	Fechado	-	-	Difuso	SP	AC - AL - AM - AP - BA - CE - DF - ES - GO - MA - MG - MS - MT - PA - PB - PE - PI - PR - RJ - RN - RO - RR - RS - SC - SE - SP - TO	27	n.d.	-	Não	Out
2.051	49	-	-	-	n.d.	6.500	-	-	-	Fechado	-	-	Sim	RJ	RJ	1	n.d.	Sim	Sim	Out
2.040	1	-	-	-	1.114	7.575	-85%	1,8	n.d.	Aberto	n.d.	n.d.	Sim	RJ	AC - AL - AM - AP - BA - CE - DF - ES - GO - MA - MG - MS - MT - PA - PB - PE - PI - PR - RJ - RN - RO - RS - SC - SE - SP - TO	27	n.d.	Sim	Sim	Out
n.d.	-	-	-	-	n.d.	n.d.	-	-	-	Fechado	-	-	Não	SP	AM - AL - AP - BA - CE - DF - ES - GO - MA - MS - MT - MG - PR - PE - RJ - RS - SC - SP - PI	19	n.d.	Não	Sim	-

1 a 5: A hierarquia adotada em relação às fontes de informações das empresas está indicada na página 50 deste Ranking

EMPRESA	Colocação em 2023	Colocação em 2022	BANDEIRAS/ MARCAS	SEGMENTO	VENDA 2023 (IP) EM R\$ MILHÕES	VENDA 2022 (IP) EM R\$ MILHÕES	CRESCIMENTO DE VENDAS %	Nº LOJAS 2023	Nº LOJAS 2022	VARIÇÃO DO Nº DE LOJAS
ESSILORLUXOTTICA ¹	111	108	Óticas Carol, GrandVision, Ray-ban, Sunglass Hut, Oakley	Óticas, Jóias, Bijoux, Bolsas e Acessórios	2.007	1.900	6%	1.624	1.606	1%
QUERO QUERO ¹	112	105	Lojas Quero Quero	Material de Construção	1.983	1.961	1%	552	529	4%
IMC INTERNATIONAL MEAL COMPANY ALIMENTAÇÃO ⁵	113	70	Frango Assado, Pizza Hut, KFC, Viena, RACatering, Olive Garden, Batata Inglesa	Foodservice	1.981	n.d.	-	601	553	9%
GRUPO VIA VENETO ⁵	114	101	Via Veneto,Brooksfield, Brooksfield Donna, Harry´s	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	1.962	n.d.	-	253	274	-8%
PASSARELA SUPERMERCADOS ²	115	142	Passarela Supermercados, Languiru Supermercados	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1.920	1.339	43%	16	13	23%
SODIMAC BRASIL ¹	116	103	Sodimac Homecenter/ Constructor, Sodimac Dico e Dico	Material de Construção	1.900	2.000	-5%	54	55	-2%
SUPERMERCADOS NORDESTÃO ²	117	109	Supermercado Nordestao e Superfacil Atacado	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1.864	1.889	-1%	12	12	0%
REDE D1000 ³	118	129	Drogasmil, Farmalife, Tamoio, Rosário	Drogarias e Perfumarias	1.835	1.558	18%	240	218	10%
RiHAPPY/PBKids ¹	119	98	Ri Happy, PB Kids, New Toys	Outros Segmentos	1.834	2.029	-10%	295	315	-6%
LOJAS BECKER ⁵	120	106	Lojas Becker	Eletrodomésteis	1.833	n.d.	-	242	240	1%
SUPERMERCADO CAVICCHIOLI ²	121	127	Supermercados São Vicente	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1.801	1.597	13%	23	22	5%
SUPERMERCADO JAÚ SERVE ²	122	120	Jaú Serve	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1.774	1.641	8%	41	40	2%
COVABRA SUPERMERCADOS ²	123	131	Covabra Supermercados	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1.735	1.513	15%	19	18	6%
DECATHLON ⁵	124	116	Decathlon	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	1.711	n.d.	-	49	53	-8%
BFFC ¹	125	128	Bob's e Yoggi - Franqueada: KFC e Pizza Hut	Foodservice	1.700	1.600	6%	1.087	1.081	1%
C&C ⁴	126	126	Casa&Construção	Material de Construção	1.650	1.600	3%	22	36	-39%
SUPERMERCADOS IRMÃOS LOPES ²	127	115	Lopes Supermercados e Raiz	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1.645	1.710	-4%	33	33	0%
IMEC SUPERMERCADOS ²	128	135	Imec Supermercados	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1.643	1.462	12%	29	28	4%
VEM BR MANIA ¹	129	136	BR Mania	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1.630	1.427	14%	1.323	1.240	7%
SUPERMERCADOS ALVORADA ²	130	140	Supermercados Alvorada	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1.629	1.376	18%	31	27	15%
COCO BAMBU ⁵	131	130	Coco Bambu, Vasto	Foodservice	1.627	n.d.	-	71	70	1%
GRUPO TRIGO ¹	132	138	Spoletto, China in Box, Gendai, Koni, Lebonton, Gurumê, 2V e Asa Açai	Foodservice	1.624	1.434	13%	619	630	-2%
FUJIOKA ⁵	133	133	Dormer, Fujioka	Eletrodomésteis	1.613	n.d.	-	52	35	49%
R CARVALHO SUPERMERCADO ²	134	144	Carvalho Supermercado, Carvalho Júnior, Carvalho Mercadoão, Carvalho Atacado, Cariri Center	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1.569	1.337	17%	41	40	2%
SUBWAY ⁵	135	113	Subway	Foodservice	1.511	n.d.	-	1.574	1.861	-15%
PORTOBELLO SHOP ¹	136	134	Portobello Shop	Material de Construção	1.500	1.400	7%	158	147	7%
FARMA CONDE ¹	137	152	Farma Conde	Drogarias e Perfumarias	1.498	1.301	15%	360	382	-6%

1 a 5: A hierarquia adotada em relação às fontes de informações das empresas está indicada na página 50 deste Ranking



Venda Lojas Fisicas 2023 em R\$ Milhões	Faturamento por Loja em R\$ Milhões	Nº de Lojas Franqueadas 2023	Nº de Operações de Lojas Fisicas fora do Brasil 2023	Venda Direta	Nº de Funcionários 2023	Nº de Funcionários em 2022	Varição do nº de Funcionários	Faturamento por Funcionário em R\$ Milhões	Possui Conselho de Administração Constituído	Estrutura de Capital	Listada	Auditada	Controle Nacional	SEGE	Estados de Atuação Lojas Fisicas	Nº de Estados	Clientes Ativos	WhatsApp	E-Commerce	Marketplace
2.007	1	1.461	-	-	6.706	5.919	13%	0,3	Não	Fechado	-	-	Difuso	SP	AC - AL - AM - AP - BA - CE - DF - ES - GO - MA - MG - MT - MS - PA - PB - PE - PI - PR - RJ - RS - RO - RR - RS - SC - SE - SP - TO	27	n.d.	Não	Sim	-
n.d.	-	-	-	-	8.400	8.200	2%	0,2	Sim, Estatutário	Aberto	Sim	Sim	Difuso	RS	MS - PR - RS - SC - SP	5	n.d.	Sim	Sim	Out
n.d.	-	264	n.d.	-	n.d.	7.435	-	-	Sim, Estatutário	Aberto	Sim	Sim	Sim	SP	AC - AL - AM - AP - BA - CE - DF - ES - GO - MA - MT - MS - MG - PA - PB - PR - PE - PI - RJ - RN - RS - RO - RR - SC - SP - SE - TO	27	n.d.	Sim	Sim	Out
n.d.	-	n.d.	-	-	n.d.	n.d.	-	-	-	Fechado	-	-	Sim	SP	AM - BA - CE - DF - ES - GO - MA - MT - MG - PA - PR - PB - PE - PI - RJ - RN - RS - SC - SP - SE - TO	21	n.d.	Sim	Sim	-
1.920	120	-	-	-	2.622	2.222	18%	0,7	n.d.	Fechado	-	-	Sim	SC	SC	1	n.d.	-	Não	-
n.d.	-	-	-	-	3.200	3.400	-6%	0,6	Sim, Estatutário	Fechado	-	-	Não	SP	SP	1	n.d.	Sim	Sim	Out
1.864	155	-	-	-	3.754	3.809	-1%	0,5	Sim	Fechado	-	-	Sim	RN	RN	1	n.d.	Não	Sim	Out
1.748	7	-	-	-	4.168	3.768	11%	0,4	Sim	Aberto	Sim	Sim	Sim	RJ	DF - MT - RJ	3	2.500.000	Sim	Sim	Out
1.721	6	96	-	-	2.794	3.414	-18%	0,7	Sim, Estatutário	Fechado	-	-	Difuso	SP	AC - AL - AP - AM - BA - CE - DF - ES - GO - MA - MT - MS - MG - PA - PR - PB - PE - PI - RJ - RN - RS - RO - RR - SC - SP - SE - TO	27	2.800.000	Sim	Sim	In/Out
n.d.	-	-	-	-	n.d.	4.080	-	-	-	Fechado	-	-	Sim	RS	RS - SC - PR	3	n.d.	Não	Sim	-
1.801	78	-	-	-	3.361	3.304	2%	0,5	n.d.	Fechado	-	-	Sim	SP	SP	1	n.d.	Não	Sim	-
1.774	43	-	-	-	4.145	4.091	1%	0,4	n.d.	Fechado	-	-	Sim	SP	SP	1	n.d.	Não	Sim	-
1.735	91	-	-	-	3.393	3.240	5%	0,5	n.d.	Fechado	-	-	Sim	SP	SP	1	n.d.	Não	Sim	-
n.d.	-	-	-	-	n.d.	n.d.	-	-	-	Fechado	-	-	Não	SP	SP - ES - PR - SC - DF - MG - GO - RS - RJ - CE - BA - PE	12	n.d.	Sim	Sim	-
1.354	1	1087	-	-	2.576	2.800	-8%	0,7	Sim, Consultivo	Fechado	-	-	Sim	RJ	AC - AL - AM - AP - BA - CE - ES - DF - GO - MA - MS - MG - MT - PA - PB - PR - PE - PI - RJ - RN - RS - RO - RR - SC - SP - SE - TO	27	2.000.000	Sim	Sim	Out
-	-	-	-	-	n.d.	2.000	-	-	Sim	Fechado	-	-	Sim	SP	RJ - SP	2	n.d.	Sim	Sim	Out
1.645	50	-	-	-	2.867	3.154	-9%	0,6	Sim	Fechado	-	-	Sim	SP	SP	1	n.d.	-	Não	-
1.643	57	-	-	-	3.215	2.946	9%	0,5	n.d.	Fechado	-	-	Sim	RS	RS	1	n.d.	Não	Sim	Out
1.630	1	-	-	-	6.615	6.200	7%	0,2	Não	Fechado	-	-	Sim	RJ	AC - AL - AM - BA - CE - DF - ES - GO - MA - MT - MS - MG - PA - PB - PR - PE - PI - RJ - RN - RS - RO - RR - SC - SP - SE - TO	26	57.776.672	-	Não	-
1.629	53	-	-	-	4.669	4.309	8%	0,3	n.d.	Fechado	-	-	Sim	RJ	RJ	1	n.d.	Não	Sim	-
n.d.	-	-	n.d.	-	n.d.	n.d.	-	-	-	Fechado	-	-	Sim	CE	AM - BA - CE - DF - ES - GO - MA - MT - MG - PE - PI - PR - RS - RJ - SC - SP	16	n.d.	Não	Sim	Out
1.624	3	619	-	-	n.d.	n.d.	-	-	Sim, Consultivo	Fechado	-	-	Sim	RJ	AC - AL - AM - AP - BA - CE - DF - ES - GO - MA - MS - MG - MT - PA - PB - PR - PE - PI - RJ - RN - RS - RO - RR - SC - SE - SP	26	n.d.	Sim	Sim	Out
n.d.	-	-	-	-	2.800	n.d.	-	0,6	-	Fechado	-	-	Sim	GO	GO - DF - MG	3	n.d.	Sim	Sim	-
1.569	38	-	-	-	3.737	3.573	5%	0,4	n.d.	Fechado	-	-	Sim	PI	PI	1	n.d.	Não	Sim	-
n.d.	-	n.d.	-	-	n.d.	n.d.	-	-	-	Fechado	-	-	Não	PR	AC - AL - AM - AP - BA - CE - DF - ES - GO - MA - MG - MS - MT - PA - PB - PE - PI - PR - RJ - RN - RO - RR - RS - SC - SE - SP - TO	27	n.d.	Não	Sim	Out
1.500	9	128	-	-	1.335	989	35%	1,1	Sim, Estatutário	Aberto	Sim	Sim	Sim	SC	AC - AL - AP - AM - BA - CE - DF - ES - GO - MA - MT - MS - MG - PA - PR - PB - PE - PI - RJ - RN - RS - RO - RR - SC - SP - SE - TO	27	5.867	Sim	Não	-
3.085	9	42	-	-	4.865	5.096	-5%	0,3	Sim, Estatutário	Fechado	-	-	Sim	SP	MG - SP	2	30.028.916	Sim	Sim	Out

1 a 5: A hierarquia adotada em relação às fontes de informações das empresas está indicada na página 50 deste Ranking

EMPRESA	Colocação em 2023	Colocação em 2022	BANDEIRAS/ MARCAS	SEGMENTO	VENDA 2023 (1P) EM R\$ MILHÕES	VENDA 2022 (1P) EM R\$ MILHÕES	CRESCIMENTO DE VENDAS %	Nº LOJAS 2023	Nº LOJAS 2022	VARIAÇÃO DO Nº DE LOJAS
TOK STOK ⁵	138	125	Tok Stok	Lojas de Departamento, Artigos do Lar e Mercadorias em Geral	1.492	n.d.	-	51	68	-25%
GRUPO CRM ¹	139	96	Kopenhagen, Brasil Cacau e KopKoffe	Outros Segmentos	1.466	1.313	12%	1.083	974	11%
FORMOSA SUPERMERCADOS ²	140	137	Super Formosa, Formosa Mix, Formosa Motos Yamaha, Formosa Farma, Formosa Postos, Formosa Pneus	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1.458	1.408	4%	4	4	0%
SUPERMERCADO QUEIROZ ²	141	147	Supermercado Queiroz	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1.434	1.291	11%	29	27	7%
SUPER BOM ²	142	180	SuperBom	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1.429	956	49%	24	16	50%
ASUN SUPERMERCADOS ²	143	149	Asun Supermercados	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1.416	1.271	11%	40	40	0%
SUPERMERCADO COMETA ²	144	154	Supermercado Cometa	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1.413	1.195	18%	38	33	15%
LOJAS LEBES ¹	145	139	Lojas Lebes, New Free-Indústria Fashion, Lebes Financeira, Lebes FIDC, Lebes Cobrança, Intechlog	Lojas de Departamento, Artigos do Lar e Mercadorias em Geral	1.400	1.377	2%	350	374	-6%
PROENÇA SUPERMERCADOS ²	146	150	Proença Supermercados	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1.380	1.251	10%	19	19	0%
PRIVALIA ¹	147	117	Privalia	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	1.379	1.226	12%	e-Commerce	e-Commerce	-
SHIBATA ⁵	148	143	Shibata Supermercados	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1.374	n.d.	-	30	29	3%
MERCADINHOS SÃO LUIZ ²	149	155	Mercadinhos São Luiz	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1.349	1.164	16%	24	23	4%
DAVO SUPERMERCADOS ¹	150	145	Davo Hiper, Davo Farma, Posto Davo, Cartao Confiança, Poupaki	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1.344	1.325	1%	13	13	0%
DELMORO SUPERMERCADOS ²	151	151	Delmoro Supermercados	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1.339	1.235	8%	15	15	0%
SUPERMERCADO JACOMAR	152		Supermercado Jacomar	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1.326	n.d.	-	18	n.d.	-
VERDEMAR ²	153	156	Verdemar	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1.324	1.153	15%	16	16	0%
UNISSUL ⁵	154	148	Unissul Supermercados	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1.302	n.d.	-	31	29	7%
ARASUPER ²	155		Arasuper	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1.276	1.138	12%	15	14	7%
LEVEROS ¹	156		Leveros, Profiz	Eletrodomésticos	1.271	993	28%	5	7	-29%
GRUPO ST MARCHE ²	157	170	St. Marché, Empório Santa Maria	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1.241	1.000	24%	33	33	0%
ABEVÊ SUPERMERCADOS ²	158	165	Abevê Supermercados	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1.233	1.048	18%	25	25	0%
MASTER SUPERMERCADOS MASTER A.T. S. SUPERMERCADOS ²	159	187	Master Supermercados	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1.217	880	38%	17	14	21%
NOVO MUNDO ¹	160	146	Novo Mundo	Eletrodomésticos	1.206	1.300	-7%	148	152	-3%
CHAMA SUPERMERCADOS ²	161	157	Chama Supermercados	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1.205	1.152	5%	15	15	0%
LOJAS AVENIDA ⁴	162	153	Lojas Avenida, Giovanna e CLUB+	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	1.200	1.200	0%	160	140	14%
CASSOL ⁵	163	160	Cassol Centerlar	Material de Construção	1.200	n.d.	-	32	26	23%
REDE TOTAL ¹	164		Drogaria Total, Total Popular	Drogarias e Perfumarias	1.200	975	23%	616	538	14%
TRACK & FIELD ¹	165	169	Track & Field	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	1.194	1.000	19%	359	331	8%
PETLOVE ⁴	166	161	PetLove	Outros Segmentos	1.183	1.100	8%	11	e-Commerce	-
ÓTICAS DINIZ ⁵	167	172	Óticas Diniz e DNZ EyeWear	Óticas, Jóias, Bijoux, Bolsas e Acessórios	1.181	n.d.	-	1.207	1.206	0%

1 a 5: A hierarquia adotada em relação às fontes de informações das empresas está indicada na página 50 deste Ranking



VENDA LOJAS FÍSICAS 2023 EM R\$ MILHÕES	FATURAMENTO POR LOJA EM R\$ MILHÕES	Nº DE LOJAS FRANQUEADAS 2023	Nº OPERAÇÃO DE LOJAS FÍSICAS FORA DO BRASIL 2023	VENDA DIRETA	Nº DE FUNCIONÁRIOS 2023	Nº DE FUNCIONÁRIOS EM 2022	VARIAÇÃO DO Nº DE FUNCIONÁRIOS	FATURAMENTO POR FUNCIONÁRIO EM R\$ MILHÕES	POSSUI CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO CONSTITUÍDO	ESTRUTURA DE CAPITAL	LISTADA	AUDITADA	CONTROLE NACIONAL	SERIE	ESTADOS DE ATUAÇÃO LOJAS FÍSICAS	Nº DE ESTADOS	CLIENTES ATIVOS	WHATSAPP	E-COMMERCE	MARKETPLACE
n.d.	-	-	-	-	n.d.	n.d.	-	-	Sim	Fechado	-	-	Sim	SP	AL - AM - BA - CE - DF - ES - GO - MA - MG - MS - MT - PA - PB - PE - PI - PR - RJ - RN - RS - SC - SE - SP	22	n.d.	Sim	Sim	-
1.403	1	1.013	-	Sim	1.726	1.624	6%	0,8	Sim, Estatutário	Fechado	-	-	Sim	SP	AC - AL - AM - BA - CE - DF - ES - GO - MA - MG - MS - MT - PA - PB - PE - PI - PR - RJ - RN - RO - RR - RS - SC - SE - SP - TO	27	2.200.000	Sim	Sim	Out
1.458	365	-	-	-	3.058	3.493	-12%	0,5	n.d.	Fechado	-	-	Sim	PA	PA	1	n.d.	-	Não	-
1.434	49	-	-	-	2.630	2.632	0%	0,5	n.d.	Fechado	-	-	Sim	RN	CE - PB - RN	3	n.d.	Não	Sim	-
1.429	60	-	-	-	4.192	2.462	70%	0,3	n.d.	Fechado	-	-	Sim	RJ	RJ	1	n.d.	Não	Sim	Out
1.416	35	-	-	-	3.499	3.215	9%	0,4	n.d.	Fechado	-	-	Sim	RS	RS	1	n.d.	Não	Sim	Out
1.413	37	-	-	-	3.316	3.020	10%	0,4	n.d.	Fechado	-	-	Sim	CE	CE	1	n.d.	-	Não	-
1.353	4	-	-	-	3.000	3.250	-8%	0,5	Sim, Consultivo	Fechado	-	-	Sim	RS	PR - RS - SC	3	1.000.000	Sim	Sim	In/Out
1.380	73	-	-	-	2.951	2.767	7%	0,5	n.d.	Fechado	-	-	Sim	SP	SP	1	n.d.	Não	Sim	-
-	-	-	-	-	342	425	-20%	4,0	Sim, Estatutário	Fechado	-	-	Não	SP	-	-	n.d.	Não	Sim	In
1.374	46	-	-	-	n.d.	n.d.	-	-	-	Fechado	-	-	Sim	SP	SP	1	n.d.	-	Não	-
1.349	56	-	-	-	2.323	2.168	7%	0,6	n.d.	Fechado	-	-	Sim	CE	CE	1	n.d.	Não	Sim	-
1.344	103	-	-	-	3.100	3.101	0%	0,4	Sim, Consultivo	Fechado	-	-	Sim	SP	SP	1	74.105	Não	Sim	Out
1.339	89	-	-	-	2.746	2.705	2%	0,5	n.d.	Fechado	-	-	Sim	MT	MT	1	n.d.	-	Não	Out
1.326	74	-	-	-	2.851	n.d.	-	0,5	n.d.	Fechado	-	-	Sim	PR	PR	1	n.d.	-	Não	-
1.324	83	-	-	-	4.300	4.537	-5%	0,3	n.d.	Fechado	-	-	Sim	MG	MG	1	n.d.	Não	Sim	Out
n.d.	-	-	-	-	n.d.	3.016	-	-	-	Fechado	-	-	Sim	MG	MG	1	n.d.	-	Não	-
1.276	85	-	-	-	2.899	2.719	7%	0,4	n.d.	Fechado	-	-	Sim	AC	AC - RO	2	n.d.	-	Sim	-
346	69	-	-	-	357	385	-7%	3,6	Sim, Estatutário	Fechado			Sim	SP	BA - CE - SC - SP	4	61.000	Sim	Sim	Out
1.241	38	-	-	-	2.226	n.d.	-	0,6	n.d.	Fechado	-	-	Sim	SP	SP	1	n.d.	Não	Sim	Out
1.233	49	-	-	-	1.594	1.467	9%	0,8	n.d.	Fechado	-	-	Sim	MS	MS	1	n.d.	Não	Sim	-
1.217	72	-	-	-	1.524	1.863	-18%	0,8	n.d.	Fechado	-	-	Sim	RS	RS - SP	2	n.d.	Não	Sim	-
850	6	-	-	-	2.135	2.683	-20%	0,6	Sim, Consultivo	Fechado	-	-	Sim	GO	AM - BA - DF - GO - MA - MT - PA - RR - TO	9	1.042.646	Sim	Sim	In/Out
1.205	80	-	-	-	2.457	2.388	3%	0,5	n.d.	Fechado	-	-	Sim	SP	SP	1	n.d.	Sim	Sim	Out
-	-	-	-	-	3.000	n.d.	-	-	Sim	Fechado	-	-	Sim	MT	MG - ES - AC - BA - MA - GO - MS - MT - PA - TO - RO	11	n.d.	Não	Sim	In
n.d.	-			Sim	n.d.	2.415	-	-	Sim	Fechado	-	-	Sim	SC	SC - PR - RS	3	n.d.	Sim	Sim	In/Out
1.200	2	-	-	-	6.300	5.450	16%	0,2	Sim, Estatutário	Fechado	-	-	Sim	SP	MG - PR - SP	3	1.828.658	Sim	Não	-
1.103	3	313	1	Sim	n.d.	1.467	-	-	Sim, Estatutário	Aberto	Sim	Sim	Sim	SP	AL - AC - AM - BA - CE - DF - ES - GO - MA - MG - MS - MT - PA - PB - PE - PI - PR - RJ - RN - RS - SC - SE - SP	25	n.d.	Sim	Sim	Out
n.d.	-	-	-	-	1.400	n.d.	-	0,8	n.d.	Fechado	-	-	Sim	SP	-	-	n.d.	Sim	Sim	In
n.d.	-	n.d.	-	-	n.d.	9.648	-	-	Sim	Fechado	-	-	Sim	SP	AC - AL - AM - AP - BA - CE - DF - ES - GO - MA - MG - MS - MT - PA - PB - PE - PI - PR - RJ - RN - RO - RR - RS - SC - SE - SP - TO	27	n.d.	Não	Sim	-

1 a 5: A hierarquia adotada em relação às fontes de informações das empresas está indicada na página 50 deste Ranking

EMPRESA	Coloção em 2023	Coloção em 2022	BANDEIRAS/ MARCAS	SEGMENTO	VENDA 2023 (1P) EN RS MILHÕES	VENDA 2022 (1P) EN RS MILHÕES	CRESCIMENTO DE VENDAS %	Nº LOJAS 2023	Nº LOJAS 2022	VARIAÇÃO DO Nº DE LOJAS
LUPO ¹	168	158	Lupo, Scala	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	1.178	1.141	3%	610	572	7%
SUPERMERCADO SÃO ROQUE ²	169	174	Supermercado São Roque	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1.157	989	17%	21	22	-5%
ÂNCORA DISTRIBUIDORA ²	170	166	Rede Âncora	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1.150	1.028	12%	18	16	13%
VESTE ³	171	179	Le Lis, Dudalina, John John, Bobô, Individual	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	1.117	1.043	7%	179	188	-5%
AKKI ATACADISTA ²	172		Akki Atacadista	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1.112	1012	10%	7	7	0%
CALCENTER STUDIO Z ¹	173	164	STZ, OUZE	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	1.107	1.060	4%	102	104	-2%
ROYAL SUPERMERCADOS ²	174	181	Royal Supermercados	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1.078	937	15%	12	12	0%
CAEDU ¹	175	204	Caedu	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	1.075	950	13%	82	69	19%
SUPERMERCADO DA FAMÍLIA ²	176	185	Supermercado da Família	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1.040	912	14%	20	20	0%
PERUZZO SUPERMERCADOS ²	177	186	Peruzzo Supermercado	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1.020	882	16%	24	21	14%
MERCADO MÓVEIS ⁴	178	171	Lojas MM	Eletromóveis	1.018	n.d.	-	200	199	1%
USAFLEX ¹	179	167	Usaflex	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	1.015	1.005	1%	315	275	15%
PREÇO BAIXO MEIO A MEIO ²	180	224	Preço Baixo Meio a Meio	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1.011	700	44%	7	3	133%
REDE MIX SUPERMERCADOS RMIX PARTICIPAÇÕES ²	181	178	Rede Mix Supermercados	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1.008	970	4%	17	17	0%
LUIZ TONIN ATACADISTA E SUPERMERCADOS ²	182	168	Tonin Supermercados	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1.006	1.002	0%	20	19	5%
REDE VIVO SUPERMERCADOS LIBRAGA, BRANDÃO & CIA ²	183	191	Rede Vivo Supermercados	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1.001	850	18%	37	33	12%
FARMAIS ⁴	184		Farmais	Drogarias e Perfumarias	1.000	870	15%	225	225	0%
HIGA PRODUTOS ALIMENTÍCIOS ²	185	183	Higa Atacado	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	983	931	6%	3	3	0%
ALPARGATAS ¹	186	195	Havaianas	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	964	838	15%	586	571	3%
SUPER LUNA ²	187	203	SuperLuna Supermercados	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	951	787	21%	22	22	0%
ARAMIS ¹	188	275	Aramis, Urban Performance	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	946	803	18%	121	107	13%
INBRANDS ⁵	189	177	Ellus, Richards, VR, 2nd Floor, VRK, Mandi, Salinas, Alexandre Hercovitch, Tommy, Sellaria Richards, Bobstore	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	938	n.d.	-	306	n.d.	-
LOJAS POMPEIA E GANG GRUPO LINS FERRÃO ¹	190	184	Lojas Pompéia, Gang	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	933	943	-1%	141	138	2%
GIRAFFAS ⁴	191	200	Giraffas	Foodservice	930	804	16%	409	380	8%
TRIMAIS SUPERMERCADOS ²	192	189	Trimaís Supermercados	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	929	873	6%	2	2	0%
GRUPO GRAZZIOTIN ³	193	182	Lojas Grazziotin, Tottal, Pormenos, Franco Giorgi e GZT	Lojas de Departamento, Artigos do Lar e Mercadorias em Geral	915	916	0%	349	347	1%
MADERA MADERA ⁵	194	141	Madeira Madeira, madeiramadeira.com.br	Lojas de Departamento, Artigos do Lar e Mercadorias em Geral	913	n.d.	-	51	n.d.	-
SUPERMERCADO PORECATU ²	195	196	Supermercado Porecatu	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	913	823	11%	9	9	0%
OSCAR CALÇADOS ⁵	196	194	Oscar, Oscar Tênis, Jô Calçados, Carioca, Constantino, Scarlen, Stockk Show, Aby's	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	901	n.d.	-	65	63	3%

1 a 5: A hierarquia adotada em relação às fontes de informações das empresas está indicada na página 50 deste Ranking



VENDA LOJAS FÍSICAS 2023 EN RS MILHÕES	FATURAMENTO POR LOJA EN RS MILHÕES	Nº DE LOJAS FRANQUEADAS 2023	Nº OPERAÇÃO DE LOJAS FÍSICAS FORA DO BRASIL 2023	VENDA DIRETA	Nº DE FUNCIONÁRIOS 2023	Nº DE FUNCIONÁRIOS EN 2022	VARIAÇÃO DO Nº DE FUNCIONÁRIOS	FATURAMENTO POR FUNCIONÁRIO EN RS MILHÕES	POSSUI CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO CONSTITUÍDO	ESTRUTURA DE CAPITAL	LISTADA	AUDITADA	CONTROLE NACIONAL	SERIE	ESTADOS DE ATUAÇÃO LOJAS FÍSICAS	Nº DE ESTADOS	CLIENTES ATIVOS	WHATSAPP	E-COMMERCE	MARKETPLACE
1.164	2	607	33	-	3.424	2.746	25%	0,3	Sim, Estatutário	Aberto	Não	Sim	Sim	SP	AC - AL - AM - AP - BA - CE - DF - ES - GO - MA - MT - MS - MG - PA - PB - PR - PE - PI - RJ - RN - RS - RO - RR - SC - SP - SE - TO	27	n.d.	Sim	Sim	Out
1.157	55	-	-	-	2.839	2.712	5%	0,4	n.d.	Fechado	-	-	Sim	SP	SP	1	n.d.	Não	Sim	-
1.150	64	-	-	-	2.517	2.111	19%	0,5	n.d.	Fechado	-	-	Sim	CE	CE	1	n.d.	-	Não	-
823	5	-	-	-	n.d.	n.d.	-	-	Sim	Aberto	Sim	Sim	Sim	SP	AL - AM - BA - CE - ES - GO - MA - MG - MS - MT - PA - PB - PE - PI - PR - RJ - RN - RS - SC - SE - SP - TO - DF	23	571.200	Não	Sim	-
1112	159	-	-	-	881	865	2%	1,3	n.d.	Fechado	-	-	Sim	SP	SP	1	n.d.	-	-	-
1.053	10	-	-	-	n.d.	2.331	-	-	Sim, Consultivo	Fechado	-	-	Sim	SC	AC - AP - AM - BA - CE - MA - MT - MS - PA - PB - PR - PE - RO - RR - SC - TO	16	n.d.	Sim	Sim	Out
1.078	90	-	-	-	2.065	2.200	-6%	0,5	n.d.	Fechado	-	-	Sim	RJ	RJ	1	n.d.	-	Não	-
862	11	-	-	Sim	2.307	2.080	11%	0,5	Sim	Fechado	-	-	Sim	SP	DF - GO - MG - RS - SP	5	648.023	Sim	Sim	Out
1.040	52	-	-	-	2.100	1.892	11%	0,5	n.d.	Fechado	-	-	Sim	PE	PE	1	n.d.	-	Não	-
1.020	43	-	-	-	2.634	2.252	17%	0,4	n.d.	Fechado	-	-	Sim	RS	RS	1	n.d.	Não	Sim	-
n.d.	-	-	-	-	2.500	2.000	25%	0,4	Sim	Fechado	-	-	Sim	PR	MS - PR - SC - SP	4	n.d.	Sim	Sim	In/Out
568	2	315	28	-	1.789	1.595	12%	0,6	Sim, Estatutário	Fechado	-	-	Sim	RS	AC - AL - AM - AP - BA - CE - DF - ES - GO - MA - MG - MS - MT - PA - PB - PE - PI - PR - RJ - RN - RO - RR - RS - SC - SE - SP - TO	27	1.013.366	Sim	Sim	Out
1.011	144	-	-	-	1.827	1.092	67%	0,6	n.d.	Fechado	-	-	Sim	PA	PA	1	n.d.	-	Não	-
1.008	59	-	-	-	2.047	2.320	-12%	0,5	n.d.	Fechado	-	-	Sim	BA	BA	1	n.d.	-	Não	-
1.006	50	-	-	-	1.992	2.175	-8%	0,5	n.d.	Fechado	-	-	Sim	MG	MG-SP	2	n.d.	Não	Sim	-
1.001	27	-	-	-	2.197	1.796	22%	0,5	n.d.	Fechado	-	-	Sim	RS	RS	1	n.d.	-	Não	-
-	-	-	-	-	n.d.	n.d.	-	-	n.d.	Fechado	-	-	Sim	SP	SP - MG - MS - PR - SC	5	n.d.	Sim	Sim	In
983	328	-	-	-	987	972	2%	1,0	n.d.	Fechado	-	-	Sim	SP	SP	1	n.d.	-	Não	-
899	2	580	457	-	11.975	16.135	-26%	0,1	Sim, Estatutário	Aberto	Sim	Sim	Sim	SP	AC - AL - AM - AP - BA - CE - DF - ES - GO - MA - MG - MS - MT - PA - PB - PE - PI - PR - RJ - RN - RO - RR - RS - SC - SE - SP - TO	27	11.541.738	Sim	Sim	Out
951	43	-	-	-	2.250	2.152	5%	0,4	n.d.	Fechado	-	-	Sim	MG	MG	1	n.d.	Não	Sim	-
895	7	74	-	-	1012	867	17%	0,9	Sim, Estatutário	Fechado	-	-	Sim	SP	AC - AL - AM - AP - BA - CE - DF - ES - GO - MA - MG - MS - MT - PA - PB - PE - PI - PR - RJ - RN - RO - RR - RS - SC - SE - SP - TO	27	481.031	Sim	Sim	In/Out
n.d.	-	n.d.	n.d.	-	n.d.	n.d.	-	-	Sim	Aberto	Sim	Sim	Sim	SP	AL - AM - BA - CE - DF - ES - GO - MA - MG - MS - MT - PA - PB - PE - PI - PR - RJ - RN - RS - SC - SE - SP	22	n.d.	Não	Sim	-
914	6	-	-	-	3.650	3.572	2%	0,3	Não	Fechado	-	-	Sim	RS	RS - SC	2	409.730	Sim	Sim	-
930	2	n.d.	-	-	n.d.	10.640	-	-	Sim	Fechado	-	-	Sim	DF	AC - AL - AM - AP - BA - CE - ES - DF - GO - MA - MS - MG - MT - PA - PB - PR - PE - PI - RJ - RN - RS - RO - RR - SC - SP - SE - TO	27	n.d.	Não	Sim	Out
929	465	-	-	-	1.560	1.586	-2%	0,6	n.d.	Fechado	-	-	Sim	SP	SP	1	n.d.	Não	Sim	Out
915	3	-	-	-	2.816	2.827	0%	0,3	Sim, Estatutário	Aberto	Sim	Sim	Sim	RS	SC - PR - RS	3	n.d.	Sim	Sim	In
n.d.	-	-	-	-	n.d.	n.d.	-	-	-	Fechado	-	-	Sim	PR	SP - MG - RS - PR - GO - SC - ES - PE - RJ - BA - RN - DF	12	n.d.	Sim	Sim	In
913	101	-	-	-	1.649	1.597	3%	0,6	n.d.	Fechado	-	-	Sim	SP	SP	1	n.d.	Não	Sim	-
n.d.	-	-	-	-	n.d.	1.500	-	-	-	Fechado	-	-	Sim	SC	SC	1	n.d.	Não	Sim	-

1 a 5: A hierarquia adotada em relação às fontes de informações das empresas está indicada na página 50 deste Ranking

EMPRESA	Colocação em 2023	Colocação em 2022	BANDEIRAS/ MARCAS	SEGMENTO	VENDA 2023 (IP) EN R\$ MILHÕES	VENDA 2022 (IP) EN R\$ MILHÕES	CRESCIMENTO DE VENDAS %	Nº LOJAS 2023	Nº LOJAS 2022	VARIAÇÃO DO Nº DE LOJAS
ANDORINHA HIPER CENTER ¹	197	198	Andorinha Hipermercado e Andorinha Shopping	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	898	851	6%	1	1	0%
HIPERMERCADO BERGAMINI ⁵	198	188	Hipermercado Bergamini	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	897	n.d.	-	2	2	0%
HIPERIDEAL ²	199	211	Hiperideal	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	893	770	16%	23	22	5%
REDEPHARMA ¹	200		Drogaria Drogavista LTDA, Nelfarma Com Prod Químicos LTDA	Drogarias e Perfumarias	890	798	12%	89	80	11%
LOJAS KOERICH ⁵	201	176	Lojas Koerich	Eletrodomésteis	886	n.d.	-	117	122	-4%
CHILLI BEANS ¹	202	197	Chilli Beans, Óticas Chilli Beans, Eco Chilli	Óticas, Jóias, Bijoux, Bolsas e Acessórios	884	815	8%	1.163	1.020	14%
REDE TOP SUPERMERCADOS ²	203	193	Rede Top Supermercados	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	882	840	5%	27	26	4%
GRUPO AMC ⁵	204	190	Colcci, Colcci Fitness, CLC Colcci, Forum, Isy, Lab86, Lcecci, Oasis, Open, Skazi, Sclub, Sommer, Tufi Duek, Triton	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	875	n.d.	-	693	693	0%
DROGARIAS GLOBO ⁵	205	212	Drogarias Globo	Drogarias e Perfumarias	870	n.d.	-	135	114	18%
HALIPAR ¹	206	202	Griletto, Montana, Jin Jin e Croasonho	Foodservice	859	796	8%	378	383	-1%
BEM MAIS SUPERMERCADOS GOMES PAIXÃO & CIA. ²	207	199	Bem Mais Supermercados	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	855	804	6%	12	12	0%
SMAC SUPERMERCADOS ²	208		SMC Supermercados	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	854	n.d.	-	15	n.d.	-
BALAROTI ⁵	209	192	Balaroti	Material de Construção	850	n.d.	-	31	31	0%
OGGI SORVETES ⁴	210		Oggi Sorvetes	Foodservice	850	n.d.	-	1.000	n.d.	-
CARVALHO SUPERSHOP ²	211	216	Carvalho Supershop e Carvalho Mecedão	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	847	730	16%	25	25	0%
HIROTA FOOD SUPERMERCADOS ¹	212	207	Hirota Food Supermercados, Hirota Food Express e Hirota em casa	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	842	775	9%	157	48	227%
SUPERMERCADO VIANENSE ²	213	209	Supermercados Vianense	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	842	773	9%	19	19	0%
BESNI ¹	214	206	Besni	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	836	789	6%	38	38	0%
SUPERMERCADO GUANABARA RS ²	215	215	Supermercado Guanabara	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	835	730	14%	10	10	0%
SUPERMERCADOS ARCHER ²	216	210	Supermercados Archer	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	826	772	7%	12	12	0%
M.N SUPERMERCADOS ²	217	227	M.N. Supermercados	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	817	690	18%	31	29	7%
JOANIN ²	218	208	Joanin	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	806	774	4%	25	25	0%
ZINZANE ⁵	219	201	Zinzane	Moda, Calçados e artigos Esportivos	805	n.d.	-	175	155	13%
CARMEN STEFFENS ⁵	220	205	Carmen Steffens	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	799	n.d.	-	464	464	0%
SUPERMERCADO PIRES ²	221	221	Supermercado Pires	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	793	715	11%	31	28	11%
SUPERMERCADO IQUEGAMI ²	222	223	Supermercado Iquegami	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	787	707	11%	18	17	6%
GRUPO AFEEET ¹	223	217	Authentic Feet, Artwalk, Magic Feet	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	777	728	7%	208	200	4%
SHOULDER ⁴	224	289	Shoulder, Oriba	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	770	592	30%	77	67	15%
REDEMAC ⁴	225	213	Redemac	Material de Construção	750	n.d.	-	78	108	-28%
TODIMO ⁵	226	225	Todimo	Material de Construção	737	n.d.	-	33	30	10%

1 a 5: A hierarquia adotada em relação às fontes de informações das empresas está indicada na página 50 deste Ranking



Venda Lojas Fisicas 2023 EN R\$ MILHÕES	FATURAMENTO POR LOJA EN R\$ MILHÕES	Nº DE LOJAS FRANQUEADAS 2023	Nº OPERAÇÃO DE LOJAS FISICAS FORA DO BRASIL 2023	VENDA DIRETA	Nº DE FUNCIONÁRIOS 2023	Nº DE FUNCIONÁRIOS EN 2022	VARIAÇÃO DO Nº DE FUNCIONÁRIOS	FATURAMENTO POR FUNCIONÁRIO EN R\$ MILHÕES	POSSUI CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO CONSTITUÍDO	ESTRUTURA DE CAPITAL	LISTADA	AUDITADA	CONTROLE NACIONAL	SEGE	ESTADOS DE ATUAÇÃO LOJAS FISICAS	Nº DE ESTADOS	CLIENTES ATIVOS	WHATSAPP	E-COMMERCE	MARKETPLACE
874	874	-	-	-	1.264	1.258	0%	0,7	Sim, Consultivo	Fechado	-	-	Sim	SP	SP	1	n.d.	Não	Sim	Out
897	449	-	-	-	n.d.	n.d.	-	-	-	Fechado	-	-	Sim	SP	SP	1	n.d.	Não	Sim	-
893	39	-	-	-	3.084	2.125	45%	0,3	n.d.	Fechado	-	-	Sim	BA	BA	1	n.d.	Não	Sim	-
890	10	-	-	-	1.200	1.068	12%	0,7	Não	Fechado	-	-	Sim	PB	PB - PE - RN	3	678.921	Sim	Não	-
n.d.	-	-	-	-	n.d.	1.708	-	-	-	Fechado	-	-	Sim	SC	SC	1	n.d.	Não	Sim	In
839,5	1	1.163	63	-	4.976	4.636	7%	0,2	Não	Fechado	-	-	Sim	SP	AC - AL - AP - AM - BA - CE - DF - ES - GO - MA - MT - MS - MG - PA - PR - PB - PE - PI - RJ - RN - RS - RO - RR - SC - SP - SE - TO	27	n.d.	Sim	Sim	Out
882	33	-	-	-	1.805	1.858	-3%	0,5	n.d.	Fechado	-	-	Sim	SC	SC	1	n.d.	-	Não	-
n.d.	-	n.d.	-	-	n.d.	1.600	-	-	-	Fechado	-	-	Sim	SC	AL - AM - BA - CE - DF - ES - GO - MA - MG - MT - PA - PR - PB - PI - PB - RJ - RN - RO - RS - SC - SE - SP - TO	23	n.d.	Não	Sim	-
n.d.	-	-	-	-	n.d.	n.d.	-	-	-	Fechado	-	-	Sim	PI	BA - MA - PB - PI - RN	5	n.d.	Não	Sim	-
859	2	378	-	-	6.120	5.990	2%	0,1	Sim, Estatutário	Fechado	-	-	Sim	SP	AL - AM - BA - DF - ES - GO - MA - MT - MS - MG - PR - PB - PE - PI - RJ - RS - RO - SC - SP - TO	20	1.415.000	-	Não	Out
855	71	-	-	-	1.658	1.800	-8%	0,5	n.d.	Fechado	-	-	Sim	PB	PB	1	n.d.	-	Não	-
854	57	-	-	-	2.052	n.d.	-	0,4	n.d.	Fechado	-	-	Sim	SP	SP	1	n.d.	-	Sim	-
n.d.	-	-	-	-	n.d.	2.635	-	-	-	Fechado	-	-	Sim	PR	PR - SC	2	n.d.	Não	Sim	-
0,85	0	1.000	-	-	n.d.	n.d.	-	-	n.d.	Fechado	-	-	Sim	SP	BA - DF - ES - GO - MG - MS - MT - PR - RJ - SC - SP	12	N.D.	Não	Não	-
847	34	-	-	-	2.025	2.016	0%	0,4	n.d.	Fechado	-	-	Sim	PI	PI	1	n.d.	Não	Sim	-
820	5	-	-	-	2.320	2.200	5%	0,4	Sim, Consultivo	Fechado	-	-	Sim	SP	SP	1	500.000	Não	Sim	Out
842	44	-	-	-	2.340	2.437	-4%	0,4	n.d.	Fechado	-	-	Sim	RJ	RJ	1	n.d.	-	Não	-
832	22	-	-	-	n.d.	n.d.	-	-	Sim, Consultivo	Fechado	-	-	Sim	SP	SP	1	5.115.102	Não	Sim	Out
835	84	-	-	-	2.300	2.079	11%	0,4	n.d.	Fechado	-	-	Sim	RS	RS	1	n.d.	-	Não	-
826	69	-	-	-	1.151	1.140	1%	0,7	n.d.	Fechado	-	-	Sim	SC	SC	1	n.d.	-	Não	-
817	26	-	-	-	2.384	1.720	39%	0,3	n.d.	Fechado	-	-	Sim	MG	MG	1	n.d.	-	Não	-
806	32	-	-	-	2.175	2.090	4%	0,4	n.d.	Fechado	-	-	Sim	SP	SP	1	n.d.	Não	Sim	Out
n.d.	-	-	-	-	n.d.	n.d.	-	-	-	Fechado	-	-	Sim	RJ	AC - AL - AM - BA - CE - DF - ES - GO - MA - MG - MS - MT - PA - PB - PE - PR - RJ - RN - RO - RR - SC - SP	22	n.d.	Sim	Sim	In
n.d.	-	n.d.	-	-	n.d.	3.712	-	-	-	Fechado	-	-	Sim	SP	SP - RS - RJ	3	n.d.	Não	Sim	-
793	26	-	-	-	2.140	1.840	16%	0,4	n.d.	Fechado	-	-	Sim	MS	MS	1	n.d.	Não	Sim	-
787	44	-	-	-	2.100	1.851	13%	0,4	n.d.	Fechado	-	-	Sim	SP	SP	1	n.d.	-	Não	-
652,8	4	166	-	-	1.800	1.600	13%	0,4	Não	Fechado	-	-	Sim	SP	AM - DF - ES - GO - MA - MT - MS - MG - PB - PR - PE - PI - RJ - RS - RO - SC - SP - TO	18	n.d.	Não	Sim	Out
770	10	-	-	-	400	n.d.	-	1,9	n.d.	Fechado	-	-	Sim	SP	AL - BA - CE - DF - ES - GO - MT - MS - MG - PR - PB - PE - PA - RN - RS - RJ - SC - SP	18	n.d.	Sim	Sim	-
-	-	-	-	-	n.d.	n.d.	-	-	n.d.	Fechado	-	-	Sim	RS	RS	1	n.d.	Não	Sim	-
n.d.	-	-	-	-	n.d.	1.470	-	-	Sim	Fechado	-	-	Sim	MT	MS - MT - PR	3	n.d.	Não	Sim	-

1 a 5: A hierarquia adotada em relação às fontes de informações das empresas está indicada na página 50 deste Ranking

EMPRESA	Colocação em 2023	Colocação em 2022	BANDEIRAS/ MARCAS	SEGMENTO	VENDA 2023 (1P) em R\$ MILHÕES	VENDA 2022 (1P) em R\$ MILHÕES	CRESCIMENTO DE VENDAS %	Nº LOJAS 2023	Nº LOJAS 2022	VARIAÇÃO DO Nº DE LOJAS
SUPER BARÃO ²	227		Super Barão	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	731	691	6%	27	26	4%
MOBLY ³	228	230	Mobly, Guldí, Keva, LEX	Eletromóveis	728	663	10%	19	19	0%
SEJA ECONOMICO ²	229		Seja Economico	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	725	n.d.	-	5	n.d.	-
CHIQUINHO SORVETES ⁵	230	240	Chiquinho Sorvetes	Foodservice	720	n.d.	-	750	707	6%
DI SANTINNI ¹	231	247	Di Santinni	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	706	660	7%	139	129	8%
SUPERMERCADOS MAMBO ⁵	232	218	Supermercados Mambo, Giga Atacado	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	704	n.d.	-	9	10	-10%
NOSSE ATACAREJO ²	233		Nosso Atacarejo	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	704	n.d.	-	5	n.d.	-
SUPERMERCADO PEPÃO ²	234		Supermercado Pepão	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	700	n.d.	-	37	n.d.	-
BERLANDA ¹	235	226	Berlanda, Utiliza	Eletromóveis	691	691	0%	193	185	4%
HIPER COMPRAS ATACADO ²	236		Hiper compras atacado	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	688	n.d.	-	15	n.d.	-
VERONA SUPERMERCADOS ²	237	232	Verona Supermercados	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	687	660	4%	15	17	-12%
CASA ALVORADA MAGLIONI RIBEIRO & CIA ²	238	242	Casa Alvorada	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	686	609	13%	18	17	6%
NOVO MIX ATACADO DE ALIMENTOS ²	239	235	Novo Mix Supermercados	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	682	644	6%	21	21	0%
AMMO ⁵	240	222	Casa Moysés, MMartan, ARTEX, Santista Decora e Persono	Lojas de Departamento, Artigos do Lar e Mercadorias em Geral	680	n.d.	-	230	240	-4%
SUPERVIZA SUPERMERCADOS ²	241	286	Superviza Supermercados	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	679	435	56%	6	5	20%
WINE.COM ⁵	242	233	Wine.com	Outros Segmentos	665	n.d.	-	17	17	0%
RF ATACADISTA ²	243		RF Atacado de alimentos	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	662	n.d.	-	41	n.d.	-
SEPHORA ⁵	244	229	Sephora	Drogarias e Perfumarias	661	n.d.	-	36	30	20%
BOM VIZINHO BOM VIZINHO DISTRIBUIDORA DE ALIMENTOS ²	245	253	Pinheiro Supermercado	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	660	573	15%	23	18	28%
GRUPO TAPAJÓS ⁵	246	219	Santo Remédio, Farmácia FlexFarma, FarmaBem	Drogarias e Perfumarias	658	n.d.	-	110	n.d.	-
ARMARINHOS FERNANDO ⁵	247	246	Armarinhos Fernando	Eletromóveis	651	n.d.	-	17	16	6%
MERCADÃO DOS ÓCULOS ⁴	248		Mercadão dos Óculos	Óticas, Jóias, Bijoux, Bolsas e Acessórios	650	465	40%	700	n.d.	-
SIPOLATTI ⁵	249	236	Sipolatti	Eletromóveis	644	n.d.	-	46	46	0%
FARMÁCIA PERMANENTE ⁵	250	234	Farmácia Permanente	Drogarias e Perfumarias	640	n.d.	-	139	141	-1%
SODIÊ DOCE ⁴	251	255	Sodiê Doces	Foodservice	640	560	14%	359	350	3%
ZENIR MÓVEIS E ELETROS ¹	252	268	Zenir Móveis e Eletros	Eletromóveis	638	526	21%	58	57	2%
JOLI ¹	253	249	Joli	Material de Construção	633	583	9%	22	22	0%
ESKALA ⁵	254	237	Eskala	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	632	n.d.	-	39	30	30%
LIVRARIA LEITURA ⁴	255	269	Livraria Leitura BH	Outros Segmentos	629	524	20%	115	99	16%
HSTERN ⁵	256	254	H.Stern	Óticas, Jóias, Bijoux, Bolsas e Acessórios	626	n.d.	-	39	38	3%

1 a 5: A hierarquia adotada em relação às fontes de informações das empresas está indicada na página 50 deste Ranking



VENDA LOJAS FÍSICAS 2023 em R\$ MILHÕES	FATURAMENTO POR LOJA em R\$ MILHÕES	Nº DE LOJAS FRANQUEADAS 2023	Nº OPERAÇÃO DE LOJAS FÍSICAS FORA DO BRASIL 2023	VENDA DIRETA	Nº DE FUNCIONÁRIOS 2023	Nº DE FUNCIONÁRIOS em 2022	VARIAÇÃO DO Nº DE FUNCIONÁRIOS	FATURAMENTO POR FUNCIONÁRIO em R\$ MILHÕES	POSSUI CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO CONSTITUÍDO	ESTRUTURA DE CAPITAL	LISTADA	AUDITADA	CONTROLE NACIONAL	SEDE	ESTADOS DE ATUAÇÃO LOJAS FÍSICAS	Nº DE ESTADOS	CIENTES ATIVOS	WHATSAPP	E-COMMERCE	MARKETPLACE
731	27	-	-	-	1.722	1.643	5%	0,4	n.d.	Fechado	-	-	Sim	GO	GO	1	n.d.	-	Não	-
263	14	-	-	-	n.d.	812	-	-	Sim, Estatutário	Aberto	Sim	Sim	Não	SP	AC - AL - AP - AM - BA - CE - DF - ES - GO - MA - MT - MS - MG - PA - PR - PB - PE - PI - RJ - RN - RS - RO - RR - SC - SP - SE - TO	27	n.d.	Não	Sim	In/Out
725	145	-	-	-	1.324	n.d.	-	0,5	n.d.	Fechado	-	-	Sim	PA	PA	1	n.d.	-	Não	-
n.d.	-	-	n.d.	-	n.d.	5.656	-	-	Não	Fechado	-	-	Sim	SP	AC - AL - AP - AM - BA - CE - DF - ES - GO - MA - MT - MS - MG - PA - PR - PB - PE - PI - RJ - RN - RS - RO - RR - SC - SP - SE - TO	27	n.d.	-	Não	Out
703	5	80	-	-	n.d.	2.351	-	-	Não	Fechado	-	-	Sim	SP	AC - AL - AM - BA - CE - GO - MA - PA - PB - PR - PE - PI - RJ - RN - RS - RR - RO - SP - SE	19	2.600.000	Sim	Sim	Out
704	78	-	-	-	n.d.	1.440	-	-	Sim	Fechado	-	-	Sim	SP	SP	1	n.d.	Não	Sim	Out
704	141	-	-	-	1.099	n.d.	-	0,6	n.d.	Fechado	-	-	Sim	RN	RN	1	n.d.	-	Não	-
700	19	-	-	-	1.400	n.d.	-	0,5	n.d.	Fechado	-	-	Sim	RJ	RJ	1	n.d.	-	Não	-
636	3	-	-	-	1.402	1.380	2%	0,5	Não	Fechado	-	-	Sim	SC	SC - RS	2	n.d.	Sim	Sim	In/Out
688	46	-	-	-	763	n.d.	-	0,9	n.d.	Fechado	-	-	Sim	BA	BA	1	n.d.	-	Não	-
687	46	-	-	-	1.500	1.900	-21%	0,5	n.d.	Fechado	-	-	Sim	PR	PR	1	n.d.	-	Não	-
686	38	-	-	-	1.673	1.545	8%	0,4	n.d.	Fechado	-	-	Sim	MG	MG	1	n.d.	-	Não	-
682	32	-	-	-	1.463	1.617	-10%	0,5	n.d.	Fechado	-	-	Sim	BA	BA	1	n.d.	-	Não	-
n.d.	-	n.d.	-	-	n.d.	942	-	-	Sim	Aberto	Sim	Sim	Sim	SP	AC - AL - AM - AP - BA - CE - DF - ES - GO - MA - MG - MS - MT - PA - PB - PE - PI - PR - RJ - RN - RO - RR - RS - SC - SE - SP - TO	27	1.400.000	Sim	Sim	Out
679	113	-	-	-	1.145	850	35%	0,6	n.d.	Fechado	-	-	Sim	SC	SC	1	n.d.	-	Não	-
n.d.	-	-	-	-	n.d.	n.d.	-	-	-	Fechado	-	-	Sim	SP	MG - SP - RS - PR	4	n.d.	Não	Sim	-
662	16	-	-	-	1.315	n.d.	-	0,5	n.d.	Fechado	-	-	Sim	BA	BA	1	n.d.	-	Não	-
n.d.	-	-	-	-	n.d.	n.d.	-	-	-	Fechado	-	-	Não	SP	BA - DF - ES - GO - MG - PR - RJ - RS - SC - SP	10	n.d.	Não	Sim	-
660	29	-	-	-	2.172	1.842	18%	0,3	n.d.	Fechado	-	-	Sim	CE	CE	1	n.d.	Não	Sim	-
n.d.	-	-	-	-	1.000	1.000	0%	0,7	-	Fechado	-	-	Sim	AM	AC - AM - RO - RR	4	n.d.	Não	Sim	-
n.d.	-	-	-	-	n.d.	n.d.	-	-	-	Fechado	-	-	Sim	SP	SP	1	n.d.	-	Não	-
-	-	700	-	-	n.d.	n.d.	-	-	n.d.	Fechado	-	-	Sim	SP	AC - AL - AM - AP - BA - CE - DF - ES - GO - MA - MG - MS - MT - PA - PB - PI - PR - RJ - RO - RS - SC - SP - TO	23	n.d.	Sim	Sim	-
n.d.	-	-	-	-	n.d.	3.726	-	-	-	Fechado	-	-	Sim	ES	ES	1	n.d.	Não	Sim	In
n.d.	-	-	-	-	n.d.	1.833	-	-	-	Fechado	-	-	Sim	AL	AL - BA - PE - PB - RN	5	n.d.	Não	Sim	-
640	2	359	-	-	n.d.	n.d.	-	-	n.d.	Fechado	-	-	Sim	SP	SP - MG - ES - SC - PR - MS - GO - DF - BA - AL	10	n.d.	Não	Sim	-
	0	-	-	-	2.025	1.912	6%	0,3	Não	Fechado	-	-	Sim	CE	CE	1	n.d.	Não	Sim	-
617	28	-	-	-	1.085	1.048	4%	0,6	Não	Fechado	-	-	Sim	SP	SP	1	1.433.630	Sim	Sim	-
n.d.	-	-	-	-	n.d.	870	-	-	-	Fechado	-	-	Sim	SP	GO - MG - RJ - SP	4	n.d.	Sim	Sim	-
	0	-	-	-	n.d.	2.277	-	-	n.d.	Fechado	-	-	Sim	MG	MG - DF - RJ - SP - GO - MS - MA - BA - CE - PB - AL - PE - RO - PA - RN - PI - TO - AM - AP	19	n.d.	Não	Sim	In
n.d.	-	-	-	-	n.d.	n.d.	-	-	-	Fechado	-	-	Sim	SP	SP - RJ - CE - BA - PE - AM - PA - GO - MG - MS - PR - SC - RS	13	n.d.	Não	Sim	-

1 a 5: A hierarquia adotada em relação às fontes de informações das empresas está indicada na página 50 deste Ranking

EMPRESA	Coloção em 2023	Coloção em 2022	BANDEIRAS/ MARCAS	SEGMENTO	VENDA 2023 (1P) EN R\$ MILHÕES	VENDA 2022 (1P) EN R\$ MILHÕES	CRESCIMENTO DE VENDAS %	Nº LOJAS 2023	Nº LOJAS 2022	VARIAÇÃO DO Nº DE LOJAS
SUPERMERCADO DELTA MAX ²	257	265	Delta Supermercados	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	625	536	17%	11	11	0%
UNISUPER ²	258		Unisuper	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	621	n.d.	-	23	n.d.	-
ATACADO JOINVILLE ²	259	238	Atacado Joinville	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	616	632	-3%	6	6	0%
QUARTETTO SUPERMERCADOS ²	260	257	Quartetto Supermercados	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	613	555	10%	13	13	0%
SIMPATIA SUPERMERCADOS ²	261	256	Rede Simpatia Supermercados	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	609	557	9%	13	13	0%
OSMAR NICOLINI SUPERMERCADOS ²	262	288	Super Nicolini	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	608	431	41%	16	10	60%
COFESA COMERCIAL FERREIRA SANTOS ²	263	270	Cofesa Supermercado	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	605	514	18%	10	10	0%
MAGAZINE LILIANI ¹	264	251	Liliani	Eletromóveis	604	576	5%	77	77	0%
BAGAGGIO ¹	265	273	Bagaggio	Outros Segmentos	604	503	20%	188	150	25%
SUPERMERCADO BERNARDÃO ²	266	266	Supermercado Bernardão	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	604	535	13%	11	10	10%
CENTERBOX SUPERMERCADOS ²	267	263	Centerbox Supermercados	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	604	539	12%	16	14	14%
IMPÉRIO MÓVEIS E ELETRO ⁴	268	220	Império Móveis e Eletro	Eletromóveis	602	n.d.	-	40	50	-20%
SUPERMERCADOS CAMPEÃO ²	269		Supermercados Campeão	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	600	n.d.	-	29	n.d.	-
RIGHI COM. ALIM. ²	270	267	Righi Supermercados	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	598	526	14%	14	13	8%
LAGOA SUPERMERCADO ²	271	239	Lagoa Supermercado	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	598	629	-5%	16	16	0%
DOMINOS ⁵	272	241	Domino's	Foodservice	598	n.d.	-	300	n.d.	-
COMERCIAL REIS SUPERMERCADO ²	273		Comercial Reis Supermercado	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	594	n.d.	-	20	n.d.	-
LOJAS GUAIBIM ¹	274	248	Lojas Guaibim, Casa + Fácil	Eletromóveis	590	584	1%	78	81	-4%
ATACADISTA MEGA ²	275		Atacadista Mega	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	575	473	22%	7	5	40%
PARANÁ SUPERMERCADOS ²	276	260	Paraná Supermercados	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	567	546	4%	10	10	0%
SUPERMERCADO BAKLIZI ²	277	252	Supermercado Baklizi	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	566	576	-2%	14	14	0%
MARABRAZ ⁵	278	258	Lojas Marabraz	Eletromóveis	565	n.d.	-	125	125	0%
C. VALE C. VALE COOPERATIVA AGRINDUSTRIAL ²	279	284	C. Vale Supermercados	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	555	443	25%	10	10	0%
MACAVI ⁵	280	244	Macavi	Eletromóveis	553	n.d.	-	73	n.d.	-
ENXUTO SUPERMERCADOS ²	281	243	Enxuto Supermercados	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	551	600	-8%	6	6	0%
MANIA DE CHURRASCO ⁴	282		Mania de Churrasco	Foodservice	526	430	22%	101	100	1%
FLEX ATACAREJO ²	283		Flex Atacarejo	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	525	n.d.	-	10	n.d.	-
REDE PLUS SUPERMERCADOS ²	284		Rede Plus Supermercados	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	524	n.d.	-	15	n.d.	-
INTERCONTINENTAL ²	285	250	Inter Supermercados	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	523	582	-10%	20	20	0%
MULTILOJA ⁵	286	272	Multiloja	Eletromóveis	523	n.d.	-	69	66	5%
SUPERMERCADOS CASA DO SABÃO - ATLAS DE IGUAÇU DISTRIBUIDORA DE ALIMENTOS ²	287	278	Supermercados Casa do Sabão	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	517	476	9%	20	18	11%
VISSIMO GROUP ¹	288	261	Grand Cru, Evino	Outros Segmentos	516	544	-5%	143	138	4%

1 a 5: A hierarquia adotada em relação às fontes de informações das empresas está indicada na página 50 deste Ranking



VENDA LOJAS FÍSICAS 2023 EN R\$ MILHÕES	FATURAMENTO POR LOJA EN R\$ MILHÕES	Nº DE LOJAS FRANQUEADAS 2023	Nº OPERAÇÃO DE LOJAS FÍSICAS FORA DO BRASIL 2023	VENDA DIRETA	Nº DE FUNCIONÁRIOS 2023	Nº DE FUNCIONÁRIOS EN 2022	VARIAÇÃO DO Nº DE FUNCIONÁRIOS	FATURAMENTO POR FUNCIONÁRIO EN R\$ MILHÕES	POSSUI CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO CONSTITUÍDO	ESTRUTURA DE CAPITAL	LISTADA	AUDITADA	CONTROLE NACIONAL	SERIE	ESTADOS DE ATUAÇÃO LOJAS FÍSICAS	Nº DE ESTADOS	CLIENTES ATIVOS	WHATSAPP	E-COMMERCE	MARKETPLACE
625	57	-	- -	1.179	1.453	-19%	0,5	n.d.	Fechado	-	-	Sim	SP		SP	1	n.d.	Não	Sim	-
621	27	-	- -	1.243	n.d.	-	0,5	n.d.	Fechado	-	-	Sim	RS		RS	1	n.d.	-	Não	-
616	103	-	- -	590	735	-20%	1,0	n.d.	Fechado	-	-	Sim	SC		SC	1	n.d.	-	Não	-
613	47	-	- -	1.287	1.332	-3%	0,5	n.d.	Fechado	-	-	Sim	TO		TO	1	n.d.	-	Não	-
609	47	-	- -	1.325	1.338	-1%	0,5	n.d.	Fechado	-	-	Sim	SP		SP	1	n.d.	-	Não	-
608	38	-	- -	1.807	1.281	41%	0,3	n.d.	Fechado	-	-	Sim	RS		RS	1	n.d.	Não	Sim	-
605	61	-	- -	1.260	1.244	1%	0,5	n.d.	Fechado	-	-	Sim	SP		SP - PR	2	n.d.	Não	Sim	-
604	8	-	- -	1.950	1.967	-1%	0,3	Sim, Consultivo	Fechado	-	Sim	Sim	MA		CE - MA - PA - PI - TO	5	n.d.	-	Não	-
517	3	70	- -	1.228	853	44%	0,5	Sim, Estatutário	Fechado	-	-	Sim	RJ		AL - AM - BA - CE - DF - ES - GO - MA - MT - MS - MG - PA - PB - PR - PE - PI - RJ - RN - RS - SC - SE - SP - TO	23	3.234.211	Sim	Sim	-
604	55	-	- -	1.450	1.400	4%	0,4	n.d.	Fechado	-	-	Sim	MG		MG	1	n.d.	Não	Sim	-
604	38	-	- -	1.854	1.889	-2%	0,3	n.d.	Fechado	-	-	Sim	CE		CE	1	n.d.	Não	Sim	-
n.d.	-	-	- -	n.d.	n.d.	-	- -		Fechado	-	-	Sim	PE		PE - PB - AL - CE	4	n.d.	Sim	Sim	In
600	21	-	- -	2.150	n.d.	-	0,3	n.d.	Fechado	-	-	Sim	RJ		RJ	1	n.d.	-	Não	-
598	43	-	- -	1.363	1.294	5%	0,4	n.d.	Fechado	-	-	Sim	RS		RS	1	n.d.	-	Não	-
598	37	-	- -	1.540	1.598	-4%	0,4	n.d.	Fechado	-	-	Sim	CE		CE	1	n.d.	Não	Sim	-
n.d.	-	-	n.d.	n.d.	1.500	-	- -		Fechado	-	-	Difuso	SP		AM - RO - PA - CE - PB - PE - AL - BA - MG - GO - MS - MT - RJ - RN - RS - RO - RR - SC - SP - SE - TO	17	n.d.	-	Sim	Out
594	30	-	- -	2.200	n.d.	-	0,3	n.d.	Fechado	-	-	Sim	GO		GO	1	n.d.	-	Não	-
570	7	-	- -	1.263	1.302	-3%	0,5	Não	Fechado	-	-	Sim	BA		BA	1	2.731.611	Sim	Sim	Out
575	82	-	- -	816	670	22%	0,7	n.d.	Fechado	-	-	Sim	MS		MS	1	n.d.	-	Sim	-
567	57	-	- -	1.308	1.422	-8%	0,4	n.d.	Fechado	-	-	Sim	PR		PR	1	n.d.	Não	Sim	-
566	40	-	- -	1.582	1.674	-5%	0,4	n.d.	Fechado	-	-	Sim	RS		RS	1	n.d.	Sim	Sim	-
n.d.	-	-	- -	n.d.	1.320	-	- -		Fechado	-	-	Sim	SP		AC - AL - AP - AM - BA - CE - DF - ES - GO - MA - MT - MS - MG - PA - PR - PB - PE - PI - RJ - RN - RS - RO - RR - SC - SP - SE - TO	27	n.d.	Não	Sim	-
555	56	-	- -	1.092	980	11%	0,5	n.d.	Fechado	-	-	Sim	PR		PR	1	n.d.	-	Não	-
n.d.	-	-	- -	n.d.	500	-	- -		Fechado	-	-	Sim	CE		CE - PI	1	n.d.	-	Não	-
551	92	-	- -	1.009	1.394	-28%	0,5	n.d.	Fechado	-	-	Sim	SP		SP	1	n.d.	Não	Sim	-
526	5	76	- -	n.d.	n.d.	-	-	n.d.	Fechado	-	-	Sim	SP		DF - GO - PR - RJ - SC - SP	6	n.d.	Não	Não	Out
525	53	-	- -	865	n.d.	-	0,6	n.d.	Fechado	-	-	Sim	SP		SP	1	n.d.	-	Não	-
524	35	-	- -	1.280	n.d.	-	0,4	n.d.	Fechado	-	-	Sim	SP		SP	1	n.d.	-	Sim	-
523	26	-	- -	1.759	1.901	-7%	0,3	n.d.	Fechado	-	-	Sim	RJ		RJ	1	n.d.	Sim	Não	-
n.d.	-	-	- -	1.500	1.188	26%	0,3	-	Fechado	-	-	Sim	PR		PR - SC	2	n.d.	Sim	Sim	In
517	26	-	- -	902	993	-9%	0,6	n.d.	Fechado	-	-	Sim	RJ		RJ	1	n.d.	-	Não	-
264	2	120	- -	489	556	-12%	1,1	Sim, Estatutário	Fechado	-	-	Sim	SP		AL - AP - AM - BA - CE - DF - ES - GO - MA - MT - MS - MG - PA - PB - PR - PE - PI - RJ - RN - RS - SC - SP - SE - TO	24	1.251.512	Sim	Sim	Out

1 a 5: A hierarquia adotada em relação às fontes de informações das empresas está indicada na página 50 deste Ranking

EMPRESA	Colocação em 2023	Colocação em 2022	BANDEIRAS/ MARCAS	SEGMENTO	VENDA 2023 (1P) em R\$ MILHÕES	VENDA 2022 (1P) em R\$ MILHÕES	CRESCIMENTO DE VENDAS %	Nº LOJAS 2023	Nº LOJAS 2022	VARIAÇÃO DO Nº DE LOJAS
IRANI SUPERMERCADOS ²	289	277	Irani Supermercados	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	514	478	8%	4	4	0%
BONANZA SUPERMERCADO ²	290	283	Bonanza Supermercado	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	511	446	15%	24	23	4%
MELISSA GRENDENE ⁵	291	276	Melissa	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	504	481	5%	414	401	3%
WORLD TENNIS ⁵	292	271	World Tennis, World Tennis Classic, Futebol Super Store	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	501	n.d.	-	260	260	0%
SUPERMERCADOS COTRIPAL ²	293	282	Supermercados Cotripal	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	489	452	8%	8	8	0%
CASA RENA ²	294	290	Casa Rena Supermercados	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	485	422	15%	15	14	7%
HIPERMERCADO DAL POZZO ²	295	279	Hipermercado Dal Pozzo	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	480	474	1%	3	6	-50%
SAKASHITA SUPERMERCADOS ²	296		Sakashita Supermercados	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	478	50	856%	9	1	800%
FARIAS SUPERMERCADOS ²	297	285	Farias Supermercados	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	471	440	7%	7	7	0%
SUPERMERCADO VERAN ²	298		Supermercado Veran	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	470	n.d.	-	13	n.d.	-
DINIZ SUPERMERCADOS ²	299		Diniz Supermercados	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	461	394	-	9	9	0%
SUPERMERCADO MORANGUINHO ²	300	295	Supermercado Moranguinho	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	460	408	13%	15	11	36%

1 a 5: A hierarquia adotada em relação às fontes de informações das empresas está indicada na página 50 deste Ranking



VENDA LOJAS FÍSICAS 2023 EM R\$ MILHÕES	FATURAMENTO POR LOJA EM R\$ MILHÕES	Nº DE LOJAS FRANQUEADAS 2023	Nº OPERAÇÃO DE LOJAS FÍSICAS FORA DO BRASIL 2023	VENDA DIRETA	Nº DE FUNCIONÁRIOS 2023	Nº DE FUNCIONÁRIOS EM 2022	VARIAÇÃO DO Nº DE FUNCIONÁRIOS	FATURAMENTO POR FUNCIONÁRIO EM R\$ MILHÕES	POSSUI CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO CONSTITUÍDO	ESTRUTURA DE CAPITAL	LISTADA	AUDITADA	CONTROLE NACIONAL	SEDE	ESTADOS DE ATUAÇÃO LOJAS FÍSICAS	Nº DE ESTADOS	CLIENTES ATIVOS	WHATSAPP	E-COMMERCE	MARKETPLACE
514	129	-	-	-	1.170	1.196	-2%	0,4	n.d.	Fechado	-	-	Sim	PR	PR	1	n.d.	-	Não	-
511	21	-	-	-	1.269	1.296	-2%	0,4	n.d.	Fechado	-	-	Sim	PE	PE	1	n.d.	Não	Sim	-
n.d.	-	n.d.	n.d.	-	n.d.	n.d.	-	-	Sim	Aberto	Sim	Sim	Sim	RS	AC - AL - AM - AP - BA - CE - DF - ES - GO - MA - MG - MS - MT - PA - PB - PE - PI - PR - RJ - RN - RO - RR - RS - SC - SE - SP - TO	27	n.d.	Não	Sim	Out
n.d.	-	n.d.	-	-	n.d.	n.d.	-	-	-	Fechado	-	-	Sim	SP	AM - PA - RR - MT - MS - GO - DF - BA - MG - RJ - SP - PR - SC - RS - AL - PE - PA - RN - CE	19	n.d.	Não	Sim	In
489	61	-	-	-	1.084	1.034	5%	0,5	n.d.	Fechado	-	-	Sim	RS	RS	1	n.d.	-	Não	-
485	32	-	-	-	1.564	1.400	12%	0,3	n.d.	Fechado	-	-	Sim	MG	MG	1	n.d.	Não	Sim	-
480	160	-	-	-	544	560	-3%	0,9	n.d.	Fechado	-	-	Sim	PR	PR	1	n.d.	Sim	Não	-
478	53	-	-	-	750	n.d.	-	0,6	n.d.	Fechado	-	-	Sim	SP	SP	1	n.d.	-	Sim	-
471	67	-	-	-	881	894	-1%	0,5	n.d.	Fechado	-	-	Sim	PB	PB	1	n.d.	-	Não	-
470	36	-	-	-	1.300	n.d.	-	0,4	n.d.	Fechado	-	-	Sim	SP	SP	1	n.d.	-	Sim	-
461	51	-	-	-	981	859	14%	0,5	n.d.	Fechado	-	-	Sim	CE	CE	1	n.d.	-	Sim	-
460	31	-	-	-	1.600	1.200	33%	0,3	n.d.	Fechado	-	-	Sim	CE	CE	1	n.d.	-	Não	-

1 a 5: A hierarquia adotada em relação às fontes de informações das empresas está indicada na página 50 deste Ranking



Ranking CIELO-SBVC

Análise por segmento

Drogarias e Perfumarias: hora de acelerar

O setor de Drogarias e Perfumarias vem experimentando nos últimos anos um ciclo de crescimento ininterrupto. Em 2019, as vendas das empresas do segmento neste Ranking (incluindo estimativas) somavam R\$ 72,8 bilhões. Em 2023, esse número saltou para R\$ 148,7 bilhões – uma expansão de 104,3% em 5 anos.

As 13 redes de Drogarias e Perfumarias que divulgaram seus faturamentos em 2022 e 2023 (excluindo estimativas) tiveram um faturamento bruto de R\$ 117,8 bilhões no ano passado, 19,8% mais que no exercício anterior. Esse crescimento, substancialmente superior aos 13,5% do setor farmacêutico segundo o IBGE, foi impulsionado pelo crescimento de 31% do Grupo Boticário e os 22% de expansão de Pague Menos e Farmácia São João. Vale destacar, porém, que para Drogarias e Farmácias, o momento é de forte crescimento: nenhuma das redes que apresentaram seus números dos dois últimos anos teve expansão abaixo de 10%.

Interessante notar que, à exceção do Grupo Boticário, da Natura e, em grau mais limitado, da Farma Conde (42 de 360 pontos de venda), esse é um setor que baseia sua expansão orgânica em seus recursos próprios. Isso torna ainda mais impressionante o ritmo de abertura de lojas de algumas das maiores empresas do setor, como RD Saúde (270 unidades), Farmácia São João (119) e DPSP (109). São empresas que têm conseguido identificar oportunidades de expansão, rentabilizar os pontos de venda e ter disciplina financeira para continuar a manter um ritmo intenso de crescimento.

Com 22 empresas neste Ranking (uma a mais que no ano anterior), o setor de Drogarias e Perfumarias representa 7,3% do número de companhias apresentadas no estudo, mas responde por 13,2% do faturamento total das 300 maiores (0,8 ponto percentual mais que na edição anterior). Seu faturamento total de R\$ 148,7 bilhões, bastante concentrado nas 5 maiores do segmento (*share*

Drogarias e Perfumarias | de 1 a 22

Posição Geral	Posição Segmento	Empresa	Venda (1P) em R\$ Milhões	Nº Lojas 2023	Funcionários 2023	E-commerce	Marketplace
5	1	RD Saúde ¹	36.349	2.953	57.691	Sim	In/Out
6	2	Grupo Boticário ¹	30.800	3.834	18.452	Sim	In/Out
9	3	Natura & Co ⁵	18.715	885	n.d.	Sim	Out
15	4	DPSP ¹	14.800	1.526	28.000	Sim	In/Out
19	5	Pague Menos ¹	11.961	1.632	25.445	Sim	Out
36	6	Farmácia São João ¹	6.596	1.098	19.975	Sim	Out
56	7	Panvel Farmácias ¹	4.367	600	10.284	Sim	In/Out
63	8	Drogaria Araújo ¹	3.801	310	10.358	Sim	Out
77	9	Clamed Farmácias ⁵	2.986	600	n.d.	Sim	Out
82	10	Drogaria Nissei ¹	2.692	385	6.892	Sim	Out
98	11	Drogaria Venâncio ⁵	2.200	115	n.d.	Sim	-
103	12	Drogal ⁵	2.123	346	n.d.	Sim	Out
104	13	Farmácia Indiana ⁵	2.110	222	n.d.	Sim	Out
118	14	Rede D1000 ³	1.835	240	4.168	Sim	Out
137	15	Farma Conde ¹	1.498	360	4.865	Sim	Out
164	16	Rede Total ¹	1.200	616	6.300	Não	-
184	17	Farmais ⁴	1.000	225	n.d.	Sim	In
200	18	Redepharma ¹	890	89	1.200	Não	-
205	19	Drogarias Globo ⁵	870	135	n.d.	Sim	-
244	20	Sephora ⁵	661	36	n.d.	Sim	-
246	21	Grupo Tapajós ⁵	658	110	1.000	Sim	-
250	22	Farmácia Permanente ^o	640	139	n.d.	Sim	-

1 a 5: A hierarquia adotada em relação às fontes de informações das empresas está indicada na página 50 deste Ranking

de 75,7%), evidencia uma das principais características do segmento: a presença de algumas poucas empresas de alcance nacional e diversas companhias com muita força regional. Apenas 4 das 22 empresas estão nos 27 estados e, excluindo-as, a média é de presença em 4 Unidades da Federação.

Vale destacar a digitalização do setor. Das 22 empresas, 20 vendem online e 15 oferecem o WhatsApp como um canal de vendas. contam com um e-commerce – as 8 que divulgaram o faturamento de suas operações online movimentaram R\$ 7,9 bilhões, 54,9% mais que em 2022. O grande destaque é o crescimento de 57% do canal online da RD Saúde, para R\$ 5,1 bilhões – o que colocaria o e-commerce, sozinho, na 7ª colocação em seu setor e no top 50 do varejo nacional. Os números mostram que

o digital vem se apresentando, cada vez mais, como um canal de vendas relevante para o setor. Mais que isso, o segmento se beneficia de sua característica de proximidade para utilizar o *ship from store* e o “clique e retire” como ferramentas importantes em uma estratégia omnicanal. O uso das lojas físicas como *hubs* de distribuição de produtos se torna uma forma de ampliar os momentos de contato junto aos clientes e solucionar situações de urgência – em que um atendimento rápido e eficiente gera confiança e impulsiona a fidelização dos consumidores.

Além disso, 5 delas operam *marketplaces* e 15 fazem parte de alguma plataforma de vendas digitais (incluindo 4 que possuem suas próprias plataformas): o varejo de Drogarias e Perfumarias está atento às principais tendências de digitalização dos canais de venda.



Eletrodomésticos: os desafios se intensificam

No setor de Eletrodomésticos, o cenário é oposto ao das Drogarias e Perfumarias. Em vez de um ciclo virtuoso de expansão e abertura de lojas, as empresas deste segmento têm diminuído sua importância relativa ao grupo das 300 maiores. As 25 varejistas (três a menos que na edição anterior) somam um faturamento de R\$ 90,2 bilhões, fazendo com que o setor represente 8,3% das empresas e 8,0% do faturamento total. Nos últimos 5 anos, o segmento perdeu 5,4 pontos percentuais de participação entre as 300 maiores.

As 14 redes de Eletrodomésticos que divulgaram seus faturamentos em 2022 e 2023 (excluindo estimativas) tiveram um faturamento bruto de R\$ 75,2 bilhões – um crescimento nominal de 1,0% na comparação anual. O desempenho é superior ao 0,1% de expansão do varejo de Eletroeletrônicos e Móveis medido pelo IBGE em 2023, mostrando que o cenário de estagnação vale para todos, dentro ou fora do grupo das maiores empresas do Brasil.

Em um momento de juros elevados, durante todo o ano na casa de dois dígitos (e mesmo excluindo a inflação em pontos extremamente altos), os consumidores tendem a adiar a compra de

R\$ 75,2
bilhões

Foi o faturamento das
14 redes de Eletrodomésticos
com números comparáveis
em 2022 e 2023

bens duráveis, que dependem essencialmente das condições de crédito. O crescimento das vendas, nesse caso, depende muito mais da capacidade de gestão do que de um “vento a favor” da economia.

Mesmo assim, algumas empresas conseguiram se destacar em 2023. A Leveros foi a empresa de maior crescimento, com 28% de expansão. A seguir estão Zenir (21%) e Móveis Gazin (19%).

Eletrodomésticos | de 1 a 25

Posição Geral	Posição Segmento	Empresa	Venda (1P) em R\$ milhões	Nº Lojas 2023	Funcionários 2023	E-commerce	Marketplace
4	1	Grupo Casas Bahia ¹	36.919	1.078	37.958	Sim	In/Out
22	2	Móveis Gazin ¹	8.610	340	10.612	Sim	Out
28	3	Ortobom ⁴	8.072	2.380	n.d.	Sim	-
32	4	Lojas Cem ⁴	7.000	306	n.d.	Não	-
37	5	Fast Shop ⁵	6.096	85	n.d.	Sim	In
67	6	Bemol ¹	3.718	81	4.138	Sim	In
86	7	Lojas Colombo ¹	2.637	310	4.311	Sim	In/Out
90	8	Eletrozema ⁴	2.500	468	5.100	Sim	Out
120	9	Lojas Becker ⁵	1.833	242	n.d.	Sim	-
133	10	Fujjoka ⁵	1.613	52	2.800	Sim	-
156	11	Leveros ¹	1.271	5	357	Sim	Out
160	12	Novo Mundo ¹	1.206	148	2.135	Sim	In/Out
178	13	Mercado Móveis ⁴	1.018	200	2.500	Sim	In/Out
201	14	Lojas Koerich ⁵	886	117	n.d.	Sim	In
228	15	Mobly ³	728	19	n.d.	Sim	In/Out
235	16	Berlanda ¹	691	193	1.402	Sim	In/Out
247	17	Armarinhos Fernando ⁵	651	17	n.d.	Não	-
249	18	Sipolatti ⁵	644	46	n.d.	Sim	In
252	19	Zenir Móveis e Eletros ¹	638	58	2.025	Sim	-
264	20	Magazine Liliani ¹	604	77	1.950	Não	-
268	21	Império Móveis e Eletro ⁴	602	40	n.d.	Sim	In
274	22	Lojas Guaibim ¹	590	78	1.263	Sim	Out
278	23	Marabraz ⁵	565	125	n.d.	Sim	-
280	24	Macavi ⁵	553	73	n.d.	Não	-
286	25	Multiloja ⁵	523	69	1.500	Sim	In

1 a 5: A hierarquia adotada em relação às fontes de informações das empresas está indicada na página 50 deste Ranking

O Grupo Casas Bahia, líder do setor, porém, apresentou um recuo de 5% em suas vendas, reduzindo o faturamento do segmento em mais de R\$ 2 bilhões. Em meio a um reposicionamento estratégico e ao reperfilamento de suas dívidas (um processo consolidado em 2024 com o pedido de recuperação extrajudicial), a companhia vem buscando alternativas para fazer uma necessária correção de rota.

Hoje, o setor de Eletrodomésticos conta com 4 varejistas de ampla presença nacional (Casas Bahia, Ortobom, Mobly e Marabraz). No mais, é o território dos varejistas regionais, com presença em um ou poucos estados do Brasil: as outras 21 varejistas estão, em média, em 3,8 estados – e 10 delas estão abaixo dessa média.

Esse é um setor bastante engajado digitalmente. Das 25 empresas, 21 contam com e-commerce e 16 vendem por meio de *marketplaces* (próprios ou de terceiros). Além disso, 14 vendem por meio do WhatsApp, mostrando que o uso do aplicativo de mensagens não conhece barreiras de produto ou perfil de consumidor.

Dessas empresas, apenas 8 divulgaram o faturamento de sua operação de e-commerce 1P, somando R\$ 15,5 bilhões em vendas e um declínio de 12,9% sobre os R\$ 17,8 bilhões de 2022. O Grupo Casas Bahia respondeu pela quase totalidade dessa diferença, mostrando o quanto o ano de 2023 foi difícil para a maior varejista de Eletrodomésticos do País.

Foodservice: tão físico quanto digital

O *Foodservice* é o terreno do franchising neste Ranking. Das 18 varejistas do segmento entre as 300 maiores do varejo brasileiro, 13 atuam no modelo de franquias. Isso acontece pela possibilidade de crescimento das redes por meio do investimento de operadores locais, que se aliam às franquias para aproveitar os benefícios do *know-how* dos franqueadores.

Dessa forma, as redes de *Foodservice* também têm uma forte presença nacional. As 18 empresas do Ranking somam 10.528 lojas, em uma média de 584,9 lojas por rede – e 5 redes contam com mais de 1.000 pontos de venda. Em 2023, as 18 empresas do setor somaram um faturamento bruto de R\$ 36,8 bilhões, representando 3,3% do faturamento total das 300 maiores. Embora tenha representado um ligeiro recuo de participação em relação aos 3,6% da edição anterior deste Ranking, esse *share* iguala o de 2019, segundo maior da série dos 10 anos deste estudo. Considerando apenas as empresas com faturamentos não estimados e que divulgaram seus números de 2022 e 2023, todas apresentaram crescimento em seu faturamento, em uma faixa que vai de 5% a 22%. Essa visão, porém, esconde mudanças interessantes no setor.

O crescimento das operações digitais, com operadores que atuam no *delivery* e/ou com bandeiras 100% virtuais, mostra que a presença física não é mais condição essencial para que o *Foodservice* se desenvolva. A transformação digital do setor é nítida, tanto nos aspectos mais visíveis das lojas, como a sinalização e o uso de terminais *touch screen* de auto-atendimento, quanto na retaguarda, com o uso de sistemas para melhorar a eficiência do uso de ingredientes, reduzir desperdícios e melhorar a integração com as plataformas de *delivery*.

Com isso, a tônica de 2023 foi de crescimento modesto na base de lojas. O caso do Grupo Trigo é sintomático do novo momento do setor: o crescimento de 13% em seu faturamento bruto veio apesar de uma queda de 2% na base de lojas. *Dark kitchens* e o aumento do faturamento a partir do *delivery* trazem um paradigma diferente para o *Foodservice* brasileiro. Outro número que mostra a relevância do digital no *Foodservice* é o fato de que 83,3% das empresas do setor presentes no Ranking atuam em *marketplaces*, seja em estruturas próprias ou (o que é a regra) em plataformas de terceiros (o chamado *Marketplace Out*). Esse talvez seja o efeito mais duradouro das transformações trazidas pela pandemia no varejo.

Foodservice | de 1 a 18

Posição Geral	Posição Segmento	EMPRESA	VENDA (1P) EM R\$ MILHÕES	Nº LOJAS 2023	FUNCIONÁRIOS 2023	E-COMMERCE	MARKETPLACE
27	1	McDonald's Arcos Dorados ³	8.235	1.130	n.d. Sim		In/Out
41	2	Burger King Zamp ¹	5.214	1.039	16.627 Sim		Out
76	3	Outback Blooming Brands ⁴	2.989	173	n.d. Sim		Out
94	4	Habib 's ⁵	2.355	600	17.000 Sim		Out
95	5	Madero ⁵	2.277	276	7.400 Sim		Out
102	6	Rede Graal ⁴	2.125	61	14.500 Não		-
113	7	IMC International Meal Company Alimentação ⁵	1.981	601	n.d. Sim		Out
125	8	BFFC ¹	1.700	1.087	2.576 Sim		Out
131	9	Coco Bambu ⁵	1.627	71	n.d. Sim		Out
132	10	Grupo Trigo ¹	1.624	619	n.d. Sim		Out
135	11	Subway ⁵	1.511	1.574	n.d. Sim		Out
191	12	Giraffas ⁴	930	409	n.d. Sim		Out
206	13	Halipar ¹	859	378	6.120 Não		Out
210	14	Oggi Sorvetes ⁴	850	1.000	n.d. Não		-
230	15	Chiquinho Sorvetes ⁵	720	750	n.d. Não		Out
251	16	Sodiê Doces ⁴	640	359	n.d. Sim		-
272	17	Domino's ⁵	598	300	n.d. Sim		Out
282	18	Mania de Churrasco ⁴	526	101	n.d. Não		Out

1 a 5: A hierarquia adotada em relação às fontes de informações das empresas está indicada na página 50 deste Ranking



Sua empresa é única.
Seu conteúdo também precisa ser.

Para seus projetos de comunicação e Content Marketing, conte com quem é parceiro da SBVC desde 2016 na construção deste Ranking.

käfer
contentstudio

Fale com a gente
contato@kaferstudio.com.br | kaferstudio.com.br

Lojas de Departamentos: em uma encruzilhada

Um grupo de 11 empresas (eram 15 na edição passada do Ranking) que soma R\$ 90,8 bilhões em faturamento. Com 3,7% das empresas e 8,0% do faturamento das 300 maiores, o setor de Lojas de Departamentos foi diretamente impactado pela crise das Americanas, que fez a participação do segmento encolher 2,8 pontos percentuais no último ano.

Como se não bastasse, apenas uma das empresas do segmento que divulgaram seu faturamento dos últimos dois anos (o Armazém Paraíba, com 8% de alta) apresentou um crescimento acima da inflação – as outras 5 empresas que revelaram seus números ficaram

entre -9% (Havan) e +3% (Grupo CVLB – Casa & Vídeo / Le Biscuit). É um setor que, ao basear seu crescimento em investimentos próprios ou no financiamento a partir do mercado financeiro, foi diretamente impactado pelos juros altos e pela “seca” do mercado de crédito privado após o “episódio Americanas” em janeiro de 2023.

Da mesma forma, o ano de 2023 foi de ajustes na base de lojas das empresas, que ficou entre um recuo de 25% (Tok & Stok) e um crescimento de 1% (Havan e Grazziotin). Mesmo na líder Magazine Luiza, o foco esteve em racionalizar a base de lojas físicas e expandir as operações *omnichannel*, fazendo dos pontos de venda verdadeiros *hubs* de distribuição para o e-commerce.

Em um setor no qual todas as empresas apresentadas no Ranking têm atuação online, impulsionar o *omnichannel* e a presença em *marketplaces* (7 das 11 empresas) têm se mostrado caminhos necessários para a reinvenção do setor. Sob esse prisma, o ano de 2023 representou um freio de arrumação importante. Resta saber o quanto o ciclo de redução dos juros em 2024 (ainda que interrompido em níveis elevados) poderá trazer algum respiro para as empresas do setor.

R\$ 90,8 bilhões

É o quanto faturam as redes de lojas de departamentos listadas neste Ranking

Lojas de Departamentos | de 1 a 11

Posição Geral	Posição Segmento	Empresa	Venda (1P) em R\$ milhões	Nº Lojas 2023	Funcionários 2023	E-commerce	Marketplace
3	1	Magazine Luiza ¹	45.591	1.286	37.095	Sim	In
13	2	Americanas ⁵	16.700	1.748	-	Sim	In
17	3	Havan ¹	12.915	173	18.928	Sim	-
65	4	Armazém Paraíba Grupo Claudino ⁴	3.763	500	8.200	Sim	-
75	5	Grupo Herval ⁴	3.000	225	6.300	Sim	-
83	6	Grupo CVLB Casa & Vídeo/ Le Biscuit ¹	2.668	350	4.634	Sim	In/Out
138	7	Tok Stok ⁶	1.492	51	n.d.	Sim	-
145	8	Lojas Lebes ¹	1.400	350	3.000	Sim	In/Out
193	9	Grupo Grazziotin ³	915	349	2.816	Sim	In
194	10	Madeira Madeira ⁵	913	51	n.d.	Sim	In
240	11	Ammo ⁵	680	230	n.d.	Sim	Out

1 a 5: A hierarquia adotada em relação às fontes de informações das empresas está indicada na página 50 deste Ranking

Material de Construção: nada de novo no front

Com 11 empresas neste Ranking, que somam um faturamento de R\$ 21,9 bilhões e representam 1,9% do faturamento total das 300 maiores varejistas brasileiras, o setor de Material de Construção é um dos que mais sofreram com o impacto das altas taxas de juros e das restrições ao crédito na economia em 2023. Depois de alcançar uma participação de 2,4% no faturamento das 300 maiores do varejo em 2021, na esteira da corrida por reformas na pandemia, o setor passou a crescer abaixo da média, perdendo *share* gradativamente. Hoje, sua participação de 1,9% é a menos dos últimos 5 anos.

Também se trata de um setor com mudanças lentas. Há décadas esse é um dos segmentos mais pulverizados do varejo brasileiro, com milhares de pequenas lojas vendendo material básico (muitas delas de maneira quase informal), e algumas redes que oferecem um mix mais amplo e produtos de maior valor agregado.

A polarização entre grandes *home centers* e pequenos depósitos de bairro, porém, não é suficiente para gerar concentração de mercado, uma vez que o faturamento das 11 empresas deste Ranking significa pouco mais de 10% dos R\$ 202,8 bilhões movimentados pelo setor em 2023, segundo dados da Anamaco. Esse cenário parece estabilizado. Em 2023, considerando apenas as empresas com faturamento não estimado, o varejo de Material de

R\$ 21,9 bilhões

É o faturamento das 11 redes de Material de Construção deste Ranking

Construção listado neste Ranking teve um crescimento nominal de 3,9%. Assim, não surpreende que o setor tenha apenas uma representante entre as 25 maiores varejistas nacionais – a Leroy Merlin, na 24ª posição. Mais ainda, apenas uma das 11 redes de materiais de construção não perdeu posições no Ranking em relação à edição anterior (a C&C manteve a 126ª colocação).

Uma característica importante que as empresas de Material de Construção deste Ranking compartilham é seu alto volume de vendas por loja, que faz com que redes com pouco mais de 20 pontos de venda físicos consigam se fazer presentes no Ranking. Apenas duas das 11 redes contam com mais de 100 lojas: a Quero-Quero, com 552 unidades espalhadas em pequenas

Material de Construção | de 1 a 11

Posição Geral	Posição Segmento	Empresa	Venda (1P) em R\$ milhões	Nº Lojas 2023	Funcionários 2023	E-commerce	Marketplace
24	1	Leroy Merlin ¹	8.487	52	9.892	Sim	Out/ In
99	2	Telhanorte Saint-Gobain ⁵	2.180	69	2.903	Sim	Out
112	3	Quero Quero ¹	1.983	552	8.400	Sim	Out
116	4	Sodimac Brasil ¹	1.900	54	3.200	Sim	Out
126	5	C&C ⁴	1.650	22	n.d.	Sim	Out
136	6	Portobello Shop ¹	1.500	158	1.335	Não	-
163	7	Cassol ⁵	1.200	32	n.d.	Sim	In/Out
209	8	Balaroti ⁶	850	31	n.d.	Sim	-
225	9	Redemac ⁴	750	78	n.d.	Sim	-
226	10	Todimo ⁵	737	33	n.d.	Sim	-
253	11	Joli ¹	633	22	1.085	Sim	-

1 a 5: A hierarquia adotada em relação às fontes de informações das empresas está indicada na página 50 deste Ranking

cidades do interior da região Sul, e a Portobello Shop, com 158 lojas.

Outro ponto em que o setor de Materiais de Construção se diferencia dos demais deste Ranking é pela baixa presença de empresas de capital aberto: apenas duas das 11 representantes do segmento (Quero-Quero e Portobello Shop). Três das 4 maiores do segmento, porém, são de controle estrangeiro e

suas controladoras têm capital aberto em seus países de origem.

O segmento de Material de Construção é formado por empresas regionais e uma presença modesta do e-commerce, devido às especificidades de uma jornada de compras longa e cheia de detalhes técnicos. Com isso, apenas 6 empresas estão presentes em *Marketplaces*.

Moda, Calçados e Artigos Esportivos: entre fusões e blusinhas

Retornando ao *share* das 300 maiores que tinha em 2021 (8,2% do faturamento total das 300 empresas), o setor de Moda, Calçados e Artigos Esportivos foi um dos protagonistas do varejo ao longo do ano passado. O faturamento das 37 empresas que compõem esta edição alcançou R\$ 92,5 bilhões e o segmento foi profundamente impactado pelas compras *cross border*. A polêmica da “taxa das blusinhas” e o início do programa Remessa Conforme marcaram o ano – e mostram que os desafios que o setor enfrenta têm escala global.

Outro tema que marcou o ano foi a consolidação do setor. A fusão entre Arezzo & Co e Grupo Soma forma uma nova gigante, que passa a duelar pelo pódio do setor. Nesta edição as empresas ainda aparecem separadas, mas, com a aprovação da transação em 2024, a companhia unificada aparecerá na próxima edição do Ranking como um único *player* – uma verdadeira casa de marcas.

Uma análise do desempenho das varejistas de Moda, Calçados e Artigos Esportivos ao longo de 2023 revela duas histórias bem diferentes. De um lado, empresas focadas no segmento *premium*, de uma forma geral, se mostraram mais resilientes, navegando bem pelo ambiente de competição internacional e limitações de renda e crédito da população para obter índices de crescimento da ordem de dois dígitos. É o caso, entre outras, de da Arezzo & Co (+16%), do

Grupo Soma (+11%), da Santa Lolla (+14%), da Privalia (+12%) e da Track & Field (+19%) – em todos os casos, com um crescimento substancial em mesmas lojas, mostrando um aumento de produtividade que decorre, em grande parte, da digitalização dos seus negócios.

Por outro lado, empresas com apelo mais popular sofrem impacto direto dos *marketplaces* asiáticos, como Shein, Shopee e AliExpress. Nesses casos, a taxação das encomendas se torna ainda mais urgente, uma vez que a concorrência é sentida de forma intensa. Em parte, isso explica o desempenho mais modesto de empresas como C&A (+8%), Riachuelo (5%), Pernambucanas (4%) e Lojas Avenida (0%). A grande história negativa é o declínio de 29% nas receitas das Lojas Marisa, que precisou buscar novos aportes dos controladores e tem sido a empresa mais prejudicada pela concorrência asiática.

Das 37 varejistas do segmento, 12 estão listadas em Bolsa – o que, ao mesmo tempo em que oferece grande possibilidade de acesso a recursos em condições mais favoráveis, coloca esses grupos no escrutínio direto do mercado.

Por essa razão, a agenda ESG assume uma importância ainda maior, seja no cuidado com a contratação de fornecedores, nas condições de trabalho ao longo da cadeia ou na redução da pegada de carbono.

Moda, Calçados e Artigos Esportivos | de 1 a 37

Posição Geral	Posição Segmento	Empresa	Venda (1P) em R\$ Milhões	Nº Lojas 2023	Funcionários 2023	E-Commerce	Marketplace
12	1	Lojas Renner ¹	17.266	673	24.364	Sim	In/Out
25	2	Riachuelo ³	8.404	411	28.247	Sim	In
26	3	C&A ¹	8.352	334	15.381	Sim	In
33	4	Grupo SBF ³	6.997	269	n.d.	Sim	In/Out
43	5	Pernambucanas ¹	5.151	509	14.019	Sim	Out
47	6	Arezzo&Co ³	4.854	1.052	n.d.	Sim	In
54	7	GFG LatAm - Dafiti ⁵	4.440	e-Commerce	n.d.	Sim	In
71	8	Grupo SOMA ³	3.487	1.068	14.000	Sim	In/Out
91	9	Santa Lolla ⁴	2.500	305	n.d.	Sim	n.d.
101	10	Marisa Lojas ³	2.133	243	n.d.	Sim	In/Out
106	11	Lojas Torra ¹	2.089	79	n.d.	Sim	Out
110	12	Zara Brasil ⁵	2.012	43	n.d.	Sim	-
114	13	Grupo Via Veneto ⁵	1.962	253	n.d.	Sim	-
124	14	Decathlon ⁵	1.711	49	n.d.	Sim	-
147	15	Privalia ¹	1.379	e-Commerce	342	Sim	In
162	16	Lojas Avenida ⁴	1.200	160	3.000	Sim	In
165	17	Track & Field ¹	1.194	359	n.d.	Sim	Out
168	18	Lupo ¹	1.178	610	3.424	Sim	Out
171	19	Veste ³	1.117	179	n.d.	Sim	-
173	20	Calcenter Studio Z ¹	1.107	102	n.d.	Sim	Out
175	21	Caedu ¹	1.075	82	2.307	Sim	Out
179	22	Usaflex ¹	1.015	315	1.789	Sim	Out
186	23	Alpargatas ¹	964	586	11.975	Sim	Out
188	24	Aramis ¹	946	121	1.012	Sim	In/Out
189	25	Inbrands ⁵	938	306	n.d.	Sim	-
190	26	Lojas Pompéia e Gang Grupo Lins Ferrão ¹	933	141	3.650	Sim	-
196	27	Oscar Calçados ⁵	901	65	n.d.	Sim	-
204	28	Grupo AMC ⁵	875	693	n.d.	Sim	-
214	29	Besni ¹	836	38	n.d.	Sim	Out
219	30	Zinzane ⁵	805	175	n.d.	Sim	In
220	31	Carmen Steffens ⁵	799	464	n.d.	Sim	-
223	32	Grupo Afeet ¹	777	208	1.800	Sim	Out
224	33	Shoulder ⁴	770	77	400	Sim	-
231	34	Di Santinni ¹	706	139	n.d.	Sim	Out
254	35	Eskala ⁵	632	39	n.d.	Sim	-
291	36	Melissa Grendene ⁵	504	414	n.d.	Sim	Out
292	37	World Tennis ⁵	501	260	n.d.	Sim	In

1 a 5: A hierarquia adotada em relação às fontes de informações das empresas está indicada na página 50 deste Ranking

Óticas, joias, bijoux, bolsas e acessórios: forte crescimento

Um mercado composto, neste Ranking, por 6 empresas, que somam R\$ 8,13 bilhões e correspondem a 0,7% das vendas das 300 maiores do varejo brasileiro, o setor de Óticas, joias, bijoux, bolsas e acessórios é representado por 2 redes de joias e 4 de óticas, que têm uma presença nacional estimulada pelo modelo de franquias. É um setor de capital fechado (à exceção da líder Vivara) e controle nacional (exceto o grupo EssilorLuxottica), com forte presença no e-commerce (todas elas vendem online), mas que, salvo a Chilli Beans, não optou pelo modelo de *marketplaces*.

Trata-se de um dos segmentos com crescimento mais robusto do varejo nacional. Entre 2022 e 2023, as empresas do setor que divulgaram seus números tiveram uma expansão de 15,5% - resultado que fica

Trata-se de um dos segmentos com crescimento mais robusto do varejo nacional

15,5%

Foi o crescimento do faturamento do setor de Óticas, Joias, Bijoux, Bolsas e Acessórios neste Ranking

aquém apenas das Drogarias e Farmácias, e bem acima da média de 11,4% das empresas do Ranking que divulgaram seus resultados. É um setor que continua se beneficiando da renda discricionária da população de renda mais elevada, ao mesmo tempo em que é vista como bem essencial pela grande parcela da população com alguma necessidade de uso de lentes corretivas.

Esse é um mercado de poucas redes e uma forte pulverização: é normal, especialmente em joias, encontrar uma infinidade de operadores independentes e poucas redes. No setor de óticas, o modelo de franquias ajudou a impulsionar a presença nacional dos grandes *players*, criando um mercado mais consolidado – mas ainda assim com amplas oportunidades para pequenos negócios.

Óticas, joias, bijoux, bolsas e acessórios | de 1 a 6

Posição Geral	Posição Segmento	EMPRESA	VENDA (1P) EM R\$ MILHÕES	Nº LOJAS 2023	FUNCIONÁRIOS 2023	E-COMMERCE	MARKETPLACE
81	1	Vivara ³	2.788	390	n.d.	Sim	-
111	2	EssilorLuxottica ¹	2.007	1.624	6.706	Sim	-
167	3	Óticas Diniz ⁵	1.181	1.207	n.d.	Sim	-
202	4	Chilli Beans ¹	884	1.163	4.976	Sim	Out
248	5	Mercadão dos Óculos ⁴	650	700	n.d.	Sim	-
256	6	Hstern ⁵	626	39	n.d.	Sim	-

1 a 5: A hierarquia adotada em relação às fontes de informações das empresas está indicada na página 50 deste Ranking



Você está acompanhando as transformações no setor de Consumo & Varejo?

A KPMG no Brasil conta com um time de especialistas que apoia as empresas do setor de consumo e varejo em toda a jornada de transformação. De maneira abrangente e integrada, atuamos conectando processos, tecnologia, pessoas, governança e estratégia, para melhorar a experiência do cliente, gerar valor e manter a competitividade em um cenário dinâmico e altamente desafiador.



Saiba mais em kpmg.com.br

kpmg.com.br
f in X @ /kpmgbrasil

© 2024 KPMG Assessores Ltda., uma sociedade simples brasileira, de responsabilidade limitada e firma-membro da organização global KPMG de firmas-membro independentes licenciadas da KPMG International Limited, uma empresa inglesa privada de responsabilidade limitada. Todos os direitos reservados.

O nome KPMG e o seu logotipo são marcas utilizadas sob licença pelas firmas-membro independentes da organização global KPMG.

Supermercados e hipermercados: um microcosmo do varejo

Os supermercados são o segmento mais relevante do varejo brasileiro – e de longe. Das 300 maiores empresas do setor no país, 157 são supermercadistas, literalmente de uma ponta à outra do Ranking. A listagem começa com o Carrefour, líder com R\$ 115,4 bilhões em faturamento, e termina nos Supermercados Moranguinho, 300º colocado com um faturamento de R\$ 460 milhões.

Parece natural, então, que o desempenho dos Supermercados tenha um impacto enorme nos resultados do Ranking CIELO-SBVC. Com uma expansão de 13,9% no faturamento das 129 empresas que divulgaram seus números dos últimos dois anos (e excluindo estimativas), o setor cresceu acima da média das 300 maiores (11,4%, excluindo estimativas, em um total de 216 varejistas).

Os supermercados mantiveram 4 representantes no Top 10 do varejo, têm 9 entre as 20 primeiras (o Grupo Martins, 26º colocado no ano passado, se integrou a esse grupo) e 25 entre as 50 maiores (a Plurix, 56ª colocada na edição passada, entrou no Top 50). Entre as 250 restantes, 132 são redes de supermercados. Isso mostra que, ao mesmo tempo em que a presença no topo do Ranking é muito significativa, as redes de médio porte fazem o setor ser muito bem representado entre as maiores do país.

Por isso, o setor supermercadista é um microcosmo do varejo brasileiro, em seus desafios, potencialidades, fortalezas e ameaças. Ao mesmo tempo em que existem grupos de um porte imenso, com presença multirregional, dezenas de redes neste Ranking contam com lojas em poucas cidades (ou mesmo em um único município), mas são verdadeiras gigantes nesses mercados.

A diversidade de formatos também ajuda a montar esse mosaico do varejo. Três das 6 redes presentes em mais de 20 estados do País são operadores de lojas de conveniência em postos de combustíveis (AM/PM, Grupo Nós e Vem Conveniência), utilizando a expansão por franquias para ganhar capilaridade.

A quarta é o grupo Martins, cuja Rede Smart atua em um sistema associativista, em que operadores locais

aderem à rede. As outras duas empresas (Carrefour e Assaí) o fazem a partir do modelo de atacarejo, a grande história de sucesso dos supermercados nos últimos anos.

Ao mesmo tempo em que é pujante, o setor de supermercados (e por extensão o varejo) tem grandes oportunidades para crescer ainda mais. Apenas 7 das 157 empresas têm capital aberto, sendo que 4 estão diretamente na Bolsa e a AM/PM integra um grupo com ações no mercado. E não é coincidência que as empresas com ações na Bolsa sejam as maiores do setor: Carrefour, Assaí, Mateus e GPA têm acesso a capital mais barato por meio da emissão de ações e, por contarem com uma governança mais clara, conseguem obter melhores condições de crédito que a média das empresas.

Ainda assim, o varejo médio/grande mostra um grande potencial. O movimento da Plurix, do grupo Pátria, de adquirir redes regionais, realizar grandes melhorias de eficiência e prepará-las para um movimento de saída (via investidores estratégicos ou, quem sabe, um IPO), é um exemplo de consolidação que vem se acelerando. Redes de até R\$ 52 bilhões de faturamento são um alvo para a atuação de fundos de investimento.

Ao mesmo tempo, nem tudo são flores. A derrocada do Dia%, que aparece neste Ranking na 46ª posição, com faturamento de R\$ 4,87 bilhões, e

R\$ 596,7 bilhões

Foi o faturamento dos Supermercados e Hipermercados neste Ranking

que em 2024 anunciou sua saída do País depois de uma década perdendo dinheiro, mostra que o setor de supermercados é para os fortes. É preciso ter muito conhecimento de mercado e disciplina para operar um negócio em que a margem está nos centavos e qualquer investimento precisa ser feito de forma absolutamente pragmática.

O que nos leva à questão da transformação digital do varejo. Sua faceta mais evidente (a presença digital) foi resolvida durante a pandemia, em que o setor acelerou suas operações de e-commerce e fechou parcerias com *marketplaces* para alcançar clientes receosos de sair de casa. Ao mesmo tempo, ser lucrativo no mundo digital na venda de itens de baixo valor

é um desafio constante – e ainda não equacionado. Certamente é isso que faz com que apenas 87 das 157 empresas (55,4%) tenham e-commerce e somente 36 (22,9%) estejam em *marketplaces*.

Na retaguarda, porém, a jornada de transformação digital do varejo se mostra mais avançada. Seja por investimentos próprios, pela migração para a nuvem e/ou por parcerias com startups, os supermercados avançam na captura de ganhos de eficiência e produtividade em áreas como o desperdício de alimentos, a previsão de demanda e a logística – que se refletem no piso de loja oferecendo uma melhor experiência para os consumidores e, então, aumentando as vendas e resultados.

Supermercados e Hipermercados | de 1 a 25

Posição Geral	Posição Segmento	Empresa	Venda (1P) em R\$ milhões	Nº Lojas 2023	Funcionários 2023	E-commerce	Marketplace
1	1	Grupo Carrefour Brasil ¹	115.458	1.188	134.000	Sim	In/Out
2	2	Assaí ¹	72.800	288	80.350	Não	-
7	3	Grupo Mateus ³	25.328	258	57.391	Sim	-
8	4	GPA Alimentar ¹	20.617	767	39.908	Sim	In/Out
11	5	Supermercados BH ²	17.388	307	34.794	Não	-
14	6	Muffato ²	15.658	104	21.405	Sim	Out
16	7	Grupo Pereira ²	13.196	87	14.200	Sim	Out
18	8	Martins Smart Supermercados ¹	12.000	520	5.036	Sim	-
20	9	Cencosud Brasil ¹	11.181	383	18.502	Sim	Out
21	10	Mart Minas ²	9.437	81	14.972	Não	-
23	11	Rede Supermarket ⁴	8.500	134	20.000	Sim	Out
29	12	Koch Hipermercado ²	7.997	64	9.818	Sim	-
30	13	Epa Supermercados DMA Distribuidora ²	7.994	149	14.732	Não	-
31	14	Companhia Zaffari ²	7.660	40	12.120	Não	-
34	15	Tenda Atacado SA ¹	6.972	43	8.200	Sim	In
35	16	Grupo JC Costa Atacadão ²	6.808	14	7.048	Não	-
38	17	Savegnago Supermercados ¹	6.092	71	12.499	Sim	Out
39	18	Condor Super Center ⁵	5.546	57	n.d.	Sim	Out
40	19	Supermercados Guanabara RJ ⁵	5.320	27	n.d.	Não	-
42	20	Sonda Supermercados ²	5.159	45	8.316	Sim	-
45	21	Grupo Dia a Dia ²	5.103	26	6.751	Não	-
46	22	Dia% ²	4.871	590	5.894	Sim	Out
48	23	Plurix ¹	4.707	98	10.945	Sim	Out
49	24	Supermercado Mundial ⁵	4.679	20	n.d.	Não	-
50	25	Líder Supermercados ²	4.644	29	15.999	Sim	Out

1 a 5: A hierarquia adotada em relação às fontes de informações das empresas está indicada na página 50 deste Ranking

Supermercados e Hipermercados | de 26 a 69

Posição Geral	Posição Segmento	Empresa	Venda (1P) em R\$ milhões	Nº Lojas 2023	Funcionários 2023	E-commerce	Marketplace
51	26	Novo Atacarejo ²	4.634	27	7.389	Não	-
53	27	ABC atacado e varejo Adição Distribuição Express ²	4.487	72	7.329	Sim	-
55	28	Comercial Zaffari ²	4.402	40	5.561	Sim	-
57	29	Atakarejo ²	4.310	30	6.098	Não	-
58	30	Amigão Supermercados Grupo Amigão ²	4.207	71	9.242	Sim	-
59	31	Grupo Supernosso ²	4.143	57	6.870	Sim	Out
60	32	Supermercados ABC ⁵	4.135	70	7.000	Sim	-
61	33	Supermercado Bahamas ²	4.013	77	7.720	Não	-
62	34	Roldão ²	3.897	40	4.399	Não	-
66	35	Giassi ¹	3.758	23	7.777	Sim	-
68	36	Comercial Esperança ²	3.598	23	4.156	Não	-
69	37	Angeloni Supermercados ¹	3.517	35	8.432	Sim	In/Out
70	38	Spani Comercial Zaragoza ²	3.517	40	4.380	Sim	-
73	39	Pague Menos Supermercados ²	3.259	35	7.390	Sim	-
78	40	Villefort Cema Central Mineira Atacadista ²	2.902	30	4.282	Não	-
79	41	Oba Hortifruti ³	2.887	71	7.000	Sim	Out
80	42	Nagumo ⁵	2.809	52	n.d.	Não	-
84	43	Unidasul ²	2.661	47	5.552	Sim	-
85	44	Coop - Cooperativa de Consumo ²	2.659	34	5.301	Sim	Out
87	45	Mundial Mix ²	2.631	31	4.064	Não	-
88	46	Jad Zogheib e Cia ²	2.577	15	4.774	Sim	-
89	47	RealMar Distribuidora ²	2.508	45	6.833	Sim	Out
92	48	Tauste Supermercados ²	2.489	9	4.294	Sim	-
93	49	Supermercado Tatico ²	2.483	15	3.180	Não	-
96	50	Big Box Supermercados ²	2.245	43	5.317	Sim	-
97	51	Super Adega ²	2.240	6	1.390	Sim	-
100	52	Cia. Beal Alimentos ²	2.141	23	4.824	Não	Out
105	53	Barbosa Supermercados ²	2.106	35	5.106	Sim	Out
107	54	Grupo Nós ⁵	2.079	1.626	n.d.	Não	Out
108	55	Supermercados Zona Sul ⁵	2.051	42	n.d.	Sim	Out
109	56	AM PM ²	2.040	1.540	1.114	Sim	Out
115	57	Passarela Supermercados ²	1.920	16	2.622	Não	-
117	58	Supermercados Nordesteão ²	1.864	12	3.754	Sim	Out
121	59	Supermercado Cavicchiolli ²	1.801	23	3.361	Sim	-
122	60	Supermercado Jaú Serve ²	1.774	41	4.145	Sim	-
123	61	Covabra Supermercados ²	1.735	19	3.393	Sim	-
127	62	Supermercados Irmãos Lopes ²	1.645	33	2.867	Não	-
128	63	Imec Supermercados ²	1.643	29	3.215	Sim	Out
129	64	VEM BR Mania ¹	1.630	1.323	6.615	Não	-
130	65	Supermercados Alvorada ²	1.629	31	4.669	Sim	-
134	66	R Carvalho Supermercado ²	1.569	41	3.737	Sim	-
140	67	Formosa Supermercados ²	1.458	4	3.058	Não	-
141	68	Supermercado Queiroz ²	1.434	29	2.630	Sim	-
142	69	Super Bom ²	1.429	24	4.192	Sim	Out

1 a 5: A hierarquia adotada em relação às fontes de informações das empresas está indicada na página 50 deste Ranking



Supermercados e Hipermercados | de 70 a 113

Posição Geral	Posição Segmento	Empresa	Venda (1P) em R\$ milhões	Nº Lojas 2023	Funcionários 2023	E-commerce	Marketplace
143	70	Asun Supermercados ²	1.416	40	3.499	Sim	Out
144	71	Supermercado Cometa ²	1.413	38	3.316	Não	-
146	72	Proença Supermercados ²	1.380	19	2.951	Sim	-
148	73	Shibata ⁵	1.374	30	n.d.	Não	-
149	74	Mercadinhos São Luiz ²	1.349	24	2.323	Sim	-
150	75	Davo Supermercados ¹	1.344	13	3.100	Sim	Out
151	76	Delmoro Supermercados ²	1.339	15	2.746	Não	Out
152	77	Supermercado Jacomar	1.326	18	2.851	Não	-
153	78	Verdemar ²	1.324	16	4.300	Sim	Out
154	79	Unissul ⁵	1.302	31	n.d.	Não	-
155	80	Arasuper ²	1.276	15	2.899	Sim	-
157	81	Grupo St Marche ²	1.241	33	2.226	Sim	Out
158	82	Abevê Supermercados ²	1.233	25	1.594	Sim	-
159	83	Master Supermercados Master A. T. S. Supermercados ²	1.217	17	1.524	Sim	-
161	84	Chama Supermercados ²	1.205	15	2.457	Sim	Out
169	85	Supermercado São Roque ²	1.157	21	2.839	Sim	-
170	86	Âncora Distribuidora ²	1.150	18	2.517	Não	-
172	87	Akki Atacadista ²	1.112	7	881	-	-
174	88	Royal Supermercados ²	1.078	12	2.065	Não	-
176	89	Supermercado da Família ²	1.040	20	2.100	Não	-
177	90	Peruzzo Supermercados ²	1.020	24	2.634	Sim	-
180	91	Preço Baixo Meio a Meio ²	1.011	7	1.827	Não	-
181	92	Rede Mix Supermercados Rmix Participações ²	1.008	17	2.047	Não	-
182	93	Luiz Tonin Atacadista e Supermercados ²	1.006	20	1.992	Sim	-
183	94	Rede Vivo Supermercados Libraga, Brandão & Cia ²	1.001	37	2.197	Não	-
185	95	Higa Produtos Alimentícios ²	983	3	987	Não	-
187	96	Super Luna ²	951	22	2.250	Sim	-
192	97	Trimaís Supermercados ²	929	2	1.560	Sim	Out
195	98	Supermercado Porecatu ²	913	9	1.649	Sim	-
197	99	Andorinha Hiper Center ¹	898	1	1.264	Sim	Out
198	100	Hipermercado Bergamini ⁵	897	2	n.d.	Sim	-
199	101	Hiperideal ²	893	23	3.084	Sim	-
203	102	Rede Top Supermercados ²	882	27	1.805	Não	-
207	103	Bem Mais Supermercados Gomes Paixão & Cia. ²	855	12	1.658	Não	-
208	104	SMAC Supermercados ²	854	15	2052	Sim	-
211	105	Carvalho Supershop ²	847	25	2.025	Sim	-
213	106	Supermercado Vianense ²	842	19	2.340	Não	-
212	107	Hirota Food Supermercados ¹	842	157	2.320	Sim	Out
215	108	Supermercado Guanabara RS ²	835	10	2.300	Não	-
216	109	Supermercados Archer ²	826	12	1.151	Não	-
217	110	M.N Supermercados ²	817	31	2.384	Não	-
218	111	Joanin ²	806	25	2.175	Sim	Out
221	112	Supermercado Pires ²	793	31	2.140	Sim	-
222	113	Supermercado Iquegami ²	787	18	2.100	Não	-

1 a 5: A hierarquia adotada em relação às fontes de informações das empresas está indicada na página 50 deste Ranking

Supermercados e Hipermercados | de 114 a 157

Posição Geral	Posição Segmento	EMPRESA	VENDA (1P) EM R\$ MILHÕES	Nº LOJAS 2023	FUNCIONÁRIOS 2023	E-COMMERCE	MARKETPLACE
227	114	Super Barão ²	731	27	1.722	Não	-
229	115	Seja Economico ²	725	5	1.324	Não	-
232	116	Supermercados Mambo ⁵	704	9	n.d.	Sim	Out
233	117	Nosso Atacarejo ²	704	5	1.099	Não	-
234	118	Supermercado Pepão ²	700	37	1.400	Não	-
236	119	Hiper Compras Atacado ²	688	15	763	Não	-
237	120	Verona Supermercados ²	687	15	1.500	Não	-
238	121	Casa Alvorada Maglioni Ribeiro & Cia ²	686	18	1.673	Não	-
239	122	Novo Mix Atacado de Alimentos ²	682	21	1.463	Não	-
241	123	Superviza Supermercados ²	679	6	1.145	Não	-
243	124	RF Atacadista ²	662	41	1.315	Não	-
245	125	Bom Vizinho Distribuidora de Alimentos ²	660	23	2.172	Sim	-
257	126	Supermercado Delta Max ²	625	11	1.179	Sim	-
258	127	Unisuper ²	621	23	1.243	Não	-
259	128	Atacado Joinville ²	616	6	590	Não	-
260	129	Quartetto Supermercados ²	613	13	1.287	Não	-
261	130	Simpatia Supermercados ²	609	13	1.325	Não	-
262	131	Osmar Nicolini Supermercados ²	608	16	1.807	Sim	-
263	132	Cofesa Comercial Ferreira Santos ²	605	10	1.260	Sim	-
266	133	Supermercado Bernardão ²	604	11	1.450	Sim	-
267	134	Centerbox Supermercados ²	604	16	1.854	Sim	-
269	135	Supermercados Campeão ²	600	29	2.150	Não	-
270	136	Righi Com. Alim. ²	598	14	1.363	Não	-
271	137	Lagoa Supermercado ²	598	16	1.540	Sim	-
273	138	Comercial Reis Supermercado ²	594	20	2.200	Não	-
275	139	Atacadista Mega ²	575	7	816	Sim	-
276	140	Paraná Supermercados ²	567	10	1.308	Sim	-
277	141	Supermercado Baklizi ²	566	14	1.582	Sim	-
279	142	C. Vale Cooperativa Agroindustrial ²	555	10	1.092	Não	-
281	143	Enxuto Supermercados ²	551	6	1.009	Sim	-
283	144	Flex Atacarejo ²	525	10	865	Não	-
284	145	Rede Plus Supermercados ²	524	15	1.280	Sim	-
285	146	Intercontinental ²	523	20	1.759	Não	-
287	147	Supermercados Casa do Sabão - Atlas de Iguaçu Distr. de Alimentos ²	517	20	902	Não	-
289	148	Irani Supermercados ²	514	4	1.170	Não	-
290	149	Bonanza Supermercado ²	511	24	1.269	Sim	-
293	150	Supermercados Cotripal ²	489	8	1.084	Não	-
294	151	Casa Rena ²	485	15	1.564	Sim	-
295	152	Hipermercado Dal Pozzo ²	480	3	544	Não	-
296	153	Sakashita Supermercados ²	478	9	750	Sim	-
297	154	Farias Supermercados ²	471	7	881	Não	-
298	155	Supermercado Veran ²	470	13	1.300	Sim	-
299	156	Diniz Supermercados ²	461	9	981	Sim	-
300	157	Supermercado Moranguinho ²	460	15	1.600	Não	-

1 a 5: A hierarquia adotada em relação às fontes de informações das empresas está indicada na página 50 deste Ranking



informação alavancando a estratégia

A **informação qualificada** é fundamental para a busca do elevado desempenho estratégico! É preciso identificar todos os mecanismos que movem o consumo, da dinâmica do mercado ao comportamento do consumidor.

A Lytics quer apoiar a sua empresa na tomada de decisões, consolidando os processos e estruturas de Inteligência de Mercado e Comercial que vão orientar a melhor performance e desempenho, com base na informação de maior valor.

Consulte-nos e decida seus caminhos com mais segurança e informação.



A **Lytics** é parceira da SBVC e produz mensalmente o **Snapshot Varejo**. Acesse **sbvc.com.br**, cadastre-se e faça o seu **download**.



Gestão da Informação

 www.lytics.com.br

 info@lytics.com.br

 +55 11 99689-1612

■ SUMÁRIO ■

300 MAIORES EMPRESAS DO VAREJO BRASILEIRO

Outros segmentos: pé no acelerador

Por definição, “Outros” é um grupo heterogêneo de varejistas. São 13 empresas (mesma quantidade do ano passado), que vão da venda de produtos para pets a livrarias, passando pelo varejo de vinhos e brinquedos. Elas somaram R\$ 43,5 bilhões em faturamento (incluindo empresas com valores estimados), o equivalente a 3,9% do faturamento das 300 maiores do varejo brasileiro.

Trata-se de um segmento que segue a tônica de crescimento já percebida nas edições anteriores deste Ranking. Desta vez, considerando apenas empresas com faturamento não estimado e que divulgaram os dados de 2022 e 2023 (10 varejistas), o crescimento foi de 12%, ligeiramente acima da média de 11,4% (considerando as 216 empresas com valores não estimados) do varejo como um todo.

São empresas com crescimento expressivo, mas suportado principalmente pelo crescimento orgânico das operações. A grande exceção é a Cacau Show, que ampliou suas vendas em 27% enquanto sua base de lojas tinha uma alta de 13%. Um caso de eficiência operacional suportado principalmente pela ampliação e premiunização de seu mix de produtos.

Outro caso que chama a atenção é o da dupla de redes de produtos para animais de estimação. Depois

12%

Foi o crescimento das empresas do segmento que divulgaram seus números dos últimos 2 anos

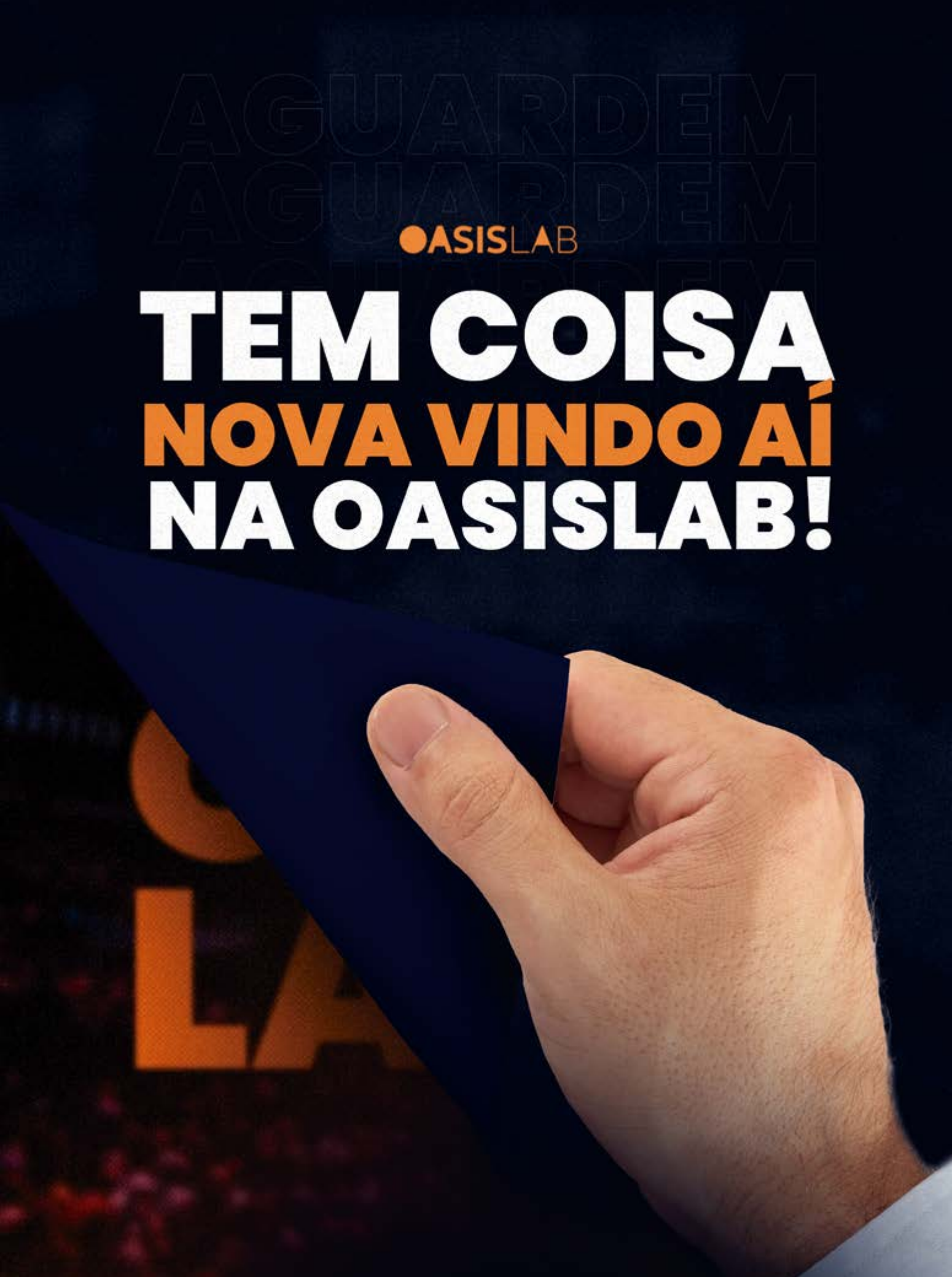
de ampliarem suas bases de lojas em 30% e 27%, respectivamente, na edição passada do Ranking, Petz e Cobasi continuaram crescendo forte, com 13% e 24% mais pontos de venda. Com a fusão das duas empresas, anunciada em 2024, esse é um cenário que irá mudar, tanto pela necessidade de alinhamento das operações quanto por eventuais restrições dos órgãos de defesa econômica.

Vale destacar que 12 das 13 empresas do grupo dos “Outros” têm e-commerce, sendo que a presença em *marketplaces* também é relevante: 10 varejistas vendem em plataformas próprias e/ou de terceiros. Além disso, 8 das 13 empresas têm o WhatsApp como um canal de vendas, apontando para a busca pela construção de relacionamentos mais próximos com seus clientes. ■

Outros Segmentos | de 1 a 13

Posição Geral	Posição Segmento	EMPRESA	VENDA (1P) EM R\$ MILHÕES	Nº LOJAS 2023	FUNCIONÁRIOS 2023	E-COMMERCE	MARKETPLACE
12	1	Amazon ⁵	16.800	e-commerce	n.d.	Sim	In
44	2	Cacau Show ¹	5.104	4.217	16.743	Sim	Out
52	3	iGUI Piscinas ⁴	4.500	800	n.d.	Não	-
64	4	Petz ¹	3.787	246	7.282	Sim	Out
72	5	Kalunga ³	3.300	225	4.800	Sim	Out
74	6	Cobasi ¹	3.092	230	n.d.	Sim	Out
119	7	RiHappy/PBKids ¹	1.834	295	2.794	Sim	In/Out
139	8	Grupo CRM ¹	1.466	1.083	1.726	Sim	Out
166	9	PetLove ⁴	1.183	11	1.400	Sim	In
242	10	Wine.com ⁵	665	17	n.d.	Sim	-
255	11	Livraria Leitura ⁴	629	115	n.d.	Sim	In
265	12	Bagaggio ¹	604	188	1.228	Sim	-
288	13	Vissimo Group ¹	516	143	489	Sim	Out

1 a 5: A hierarquia adotada em relação às fontes de informações das empresas está indicada na página 50 deste Ranking





Ranking CIELO-SBVC: Análises transversais

Maiores em número de lojas: capilaridade importa

O número de lojas de uma rede de varejo não é uma medida exata de saúde financeira, mas demonstra uma capacidade relevante de atender às necessidades de consumidores nas mais diversas regiões do país. Uma empresa com uma presença geográfica mais ampla tende a diluir seus custos fixos e, com isso, se torna mais competitiva.

Além disso, uma ampla presença física estimula as vendas online, seja por que as lojas funcionam como *outdoors* das marcas, seja porque, em uma estratégia *omnichannel*, passam a ser usadas como ponto de retirada de compras online ("clique e retire") e/ou como o ponto inicial da logística de última milha (*ship from store*).

Muitas vezes, esse movimento faz com que o varejo perceba que pode alcançar o mercado sem tanta presença física, fazendo com que redes diminuam seu ritmo de crescimento para focar nos esforços de integração de canais. Mas esse, certamente, não é o caso das maiores varejistas brasileiras em número de lojas: com forte presença no modelo de franchising, são negócios que têm na capilaridade a chave para seus bons resultados.

É o que explica o fato de 26 das 50 varejistas brasileiras com maior quantidade de lojas físicas atuarem no sistema de franquias. Esse é um modelo de negócios que permitiu que redes locais ganhassem abrangência

nacional: 7 das 10 maiores utilizam o franchising como alavanca de expansão. Das 3 exceções, 2 são redes de drogarias e 1 é a Americanas: em todos os casos, empresas com formatos de loja padronizados, de pequena superfície, altamente produtivos e replicáveis, o que facilita a expansão dos negócios em áreas urbanas.

Além disso, a omnicanalidade não eliminou a importância de contar com cada vez mais lojas físicas: nesta edição do Ranking, 25 redes contam com mil pontos de venda ou mais – 1 empresa mais que na edição anterior. Dessas 25 empresas, 5 atuam no *Foodservice*; 5 são Drogarias e Perfumarias; 4 são Super/Hiper/Conveniência; 3 são redes de Óticas, Joias, Bijoux, Bolsas e Acessórios; 2 são redes de Eletrodomésticos; 2 são Lojas de Departamentos; 2 redes de Moda, Calçados e Artigos Esportivos; e 2 estão em Outros segmentos.

Vale a pena notar que 6 das 10 maiores varejistas em faturamento possuem mais de mil lojas, mostrando que a expansão física e o volume de vendas têm uma forte conexão. Ainda assim, nos próximos anos, a tendência é que haja um aumento de faturamento superior ao aumento da base de lojas do varejo. Uma tendência já percebida em 2023: enquanto as vendas do varejo, excluindo lojas com faturamento estimado, avançaram 11,4% (base de 216 varejistas), o número de lojas teve uma expansão de apenas 3,6% (em uma base de 267 empresas).

Maiores em número de lojas | de 1 a 10

Posição Geral	Posição Segmento	Empresa	Segmento	Nº Lojas 2023
44	1	Cacau Show ¹	Outros Segmentos	4.217
6	2	Grupo Boticário ¹	Drogarias e Perfumarias	3.834
5	3	RD Saúde ¹	Drogarias e Perfumarias	2.953
28	4	Ortobom ⁴	Eletrodomésticos	2.380
13	5	Americanas ⁵	Lojas de Depto, Artigos do Lar e Merc em Geral	1.748
19	6	Pague Menos ¹	Drogarias e Perfumarias	1.632
107	7	Grupo Nós ⁵	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1.626
111	8	EssilorLuxottica ¹	Óticas, Jóias, Bijoux, Bolsas e Acessórios	1.624
135	9	Subway ⁵	Foodservice	1.574
109	10	AM PM ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1.540

1 a 5: A hierarquia adotada em relação às fontes de informações das empresas está indicada na página 50 deste Ranking

Maiores em número de lojas | de 11 a 50

Posição Geral	Posição Segmento	EMPRESA	SEGMENTO	Nº LOJAS 2023
15	11	DPSP ¹	Drogarias e Perfumarias	1.526
129	12	VEM BR Mania ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1.323
3	13	Magazine Luiza ¹	Lojas de Depto, Artigos do Lar e Merc em Geral	1.286
167	14	Óticas Diniz ⁵	Óticas, Jóias, Bijoux, Bolsas e Acessórios	1.207
1	15	Grupo Carrefour Brasil ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1.188
202	16	Chilli Beans ¹	Óticas, Jóias, Bijoux, Bolsas e Acessórios	1.163
27	17	McDonald's Arcos Dorados ³	Foodservice	1.130
36	18	Farmácia São João ¹	Drogarias e Perfumarias	1.098
125	19	BFFC ¹	Foodservice	1.087
139	20	Grupo CRM ¹	Outros Segmentos	1.083
4	21	Grupo Casas Bahia ¹	Eletrodomésticos	1.078
71	22	Grupo SOMA ³	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	1.068
47	23	Arezzo&Co ³	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	1.052
41	24	Burger King Zamp ¹	Foodservice	1.039
210	25	Oggi Sorvetes ⁴	Foodservice	1.000
9	26	Natura&Co ⁵	Drogarias e Perfumarias	885
52	27	iGUi Piscinas ⁴	Outros Segmentos	800
8	28	GPA Alimentar ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	767
230	29	Chiquinho Sorvetes ⁵	Foodservice	750
248	30	Mercadão dos Óculos ⁴	Óticas, Jóias, Bijoux, Bolsas e Acessórios	700
204	31	Grupo AMC ⁵	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	693
12	32	Lojas Renner ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	673
132	33	Grupo Trigo ¹	Foodservice	619
164	34	Rede Total ¹	Drogarias e Perfumarias	616
168	35	Lupo ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	610
113	36	IMC International Meal Company Alimentação ⁵	Foodservice	601
56	37	Panvel Farmácias ¹	Drogarias e Perfumarias	600
77	38	Clamed Farmácias ⁵	Drogarias e Perfumarias	600
94	39	Habib's ⁵	Foodservice	600
46	40	Dia% ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	590
186	41	Alpargatas ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	586
112	42	Quero Quero ¹	Material de Construção	552
18	43	Martins Smart Supermercados ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	520
43	44	Pernambucanas ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	509
65	45	Armazém Paraíba Grupo Claudino ⁴	Lojas de Depto, Artigos do Lar e Merc em Geral	500
90	46	Eletrozema ⁴	Eletrodomésticos	468
220	47	Carmen Steffens ⁵	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	464
291	48	Melissa Grendene ⁵	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	414
25	49	Riachuelo ³	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	411
191	50	Giraffas ⁴	Foodservice	409

1 a 5: A hierarquia adotada em relação às fontes de informações das empresas está indicada na página 50 deste Ranking

Saiba o que o consumidor pensa sobre o seu PDV

Mais de **3 milhões de usuários** no app em **4,7 mil municípios do Brasil** aptos a receberem a missão de ir até o seu estabelecimento comercial conferir informações.

Com a metodologia de pesquisa do **PiniOn**, validar espaços físicos deixa de ser um desafio logístico. **Colete rápido, alcance longe e visualize fácil.**

- ✓ Entenda a percepção do público
- ✓ Confira estratégias de trade marketing
- ✓ Valide dados em pontos de interesse
- ✓ Valide estratégias de distribuição
- ✓ Mensure experiências presenciais

Posicione-se à frente da concorrência.

Dados que ninguém alcança a uma missão de você.

www.pinion.app





Maiores em faturamento por loja: território dos supermercados

Falar em faturamento bruto por loja é falar em supermercados: 49 das 50 maiores em faturamento por loja pertencem a esse setor. A explicação é simples: a combinação de grande superfície e grande giro de produtos leva a um volume expressivo de faturamento por ponto de venda – embora as margens sejam apertadas. A única não-supermercadista no top 50 é frequentadora assídua desta lista: trata-se da Leroy Merlin, 22ª colocada, que, em seus *home centers*, segue o conceito de grande superfície e alto volume de vendas.

Nesta edição do Ranking, não houve mudanças entre as 3 maiores redes em faturamento por loja. Como já ocorre há anos, a lista é encabeçada pela paulistana Andorinha, que, com um único ponto de vendas na zona norte de São Paulo, movimenta R\$ 874 milhões (há dois anos, eram R\$ 753 milhões, o que significa um crescimento total de 16,1% no faturamento por loja). A seguir, vêm Grupo JC e Trimaís, com faturamento de R\$ 486 milhões e R\$ 465 milhões por ponto de venda, respectivamente.

As campeãs em faturamento por loja são empresas que não aparecem entre as líderes nacionais – entre as 10 maiores nesse recorte, 4 estão além da 140ª colocação no Ranking geral e outras 5 além da 30ª colocação.

São empresas que têm um profundo conhecimento dos hábitos de consumo do público de suas regiões, já que criaram, durante décadas, um relacionamento muito qualificado com seu público. Por conhecerem muito bem seus clientes, têm conseguido blindar seus mercados

R\$ 875 milhões

É quanto a rede Andorinha fatura em sua única loja

contra a expansão da concorrência e identificar pontos de geração de valor em suas propostas de negócios.

Com isso, o espaço para grandes redes no ranking de faturamento por loja é bem menor. A exceção é o Assaí, segundo maior varejista brasileiro e, novamente, o 8º em faturamento por loja, com vendas de R\$ 231 milhões (1,76% mais que na edição anterior). O Grupo Mateus, 7º maior varejista nacional, é o 30º em vendas por loja, enquanto o Carrefour, maior do País em faturamento, está na 39ª posição na lista de faturamento por loja.

A expansão das grandes nesse recorte é impulsionada pelo formato de atacarejo, que tem se mostrado muito mais rentável do que os tradicionais hipermercados e vêm sendo adotados por supermercados de grande e médio porte em todo o País. Com o cenário ainda favorável a operações varejistas com foco em valor, é de se esperar que esse formato continue muito relevante para a expansão do varejo.

Maiores em faturamento por loja | de 1 a 8

Posição Geral	Posição Segmento	Empresa	Segmento	Nº Lojas 2023	Venda Lojas Físicas 2023 em R\$ milhões	Faturamento por Loja em R\$ milhões
197	1	Andorinha Hiper Center ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1	874	874
35	2	Grupo JC Costa Atacadão ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	14	6.808	486
192	3	Trimaís Supermercados ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	2	929	465
97	4	Super Adega ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	6	2.240	373
140	5	Formosa Supermercados ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	4	1.458	365
185	6	Higa Produtos Alimentícios ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	3	983	328
92	7	Tauste Supermercados ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	9	2.489	277
2	8	Assaí ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	288	66.500	231

1 a 3: Para esta análise foram utilizados apenas as fontes de informação 1, 2 e 3, conforme Metodologia na página 50 deste Ranking

Maiores em faturamento por loja | de 9 a 50

Posição Geral	Posição Segmento	Empresa	Segmento	Nº Lojas 2023	Venda Lojas Físicas 2023 em R\$ milhões	Faturamento por Loja em R\$ milhões
45	9	Grupo Dia a Dia ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	26	5.103	196
31	10	Companhia Zaffari ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	40	7.660	192
88	11	Jad Zogheib e Cia ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	15	2.577	172
51	12	Novo Atacarejo ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	27	4.634	172
66	13	Giassi ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	23	3.753	163
34	14	Tenda Atacado SA ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	43	6.972	162
50	15	Líder Supermercados ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	29	4.644	160
295	16	Hipermercado Dal Pozzo ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	3	480	160
172	17	Akki Atacadista ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	7	1112	159
68	18	Comercial Esperança ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	23	3.598	156
117	19	Supermercados Nordeste ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	12	1.864	155
16	20	Grupo Pereira ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	87	13.196	152
14	21	Muffato ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	104	15.658	151
24	22	Leroy Merlin ¹	Material de Construção	52	7.770	149
229	23	Seja Economico ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	5	725	145
180	24	Preço Baixo Meio a Meio ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	7	1.011	144
57	25	Atakarejo ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	30	4.310	144
233	26	Nosso Atacarejo ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	5	704	141
289	27	Irani Supermercados ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	4	514	129
29	28	Koch Hipermercado ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	64	7.997	125
115	29	Passarela Supermercados ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	16	1.920	120
7	30	Grupo Mateus ³	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	258	30.246	117
21	31	Mart Minas ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	81	9.437	117
42	32	Sonda Supermercados ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	45	5.159	115
241	33	Superviza Supermercados ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	6	679	113
55	34	Comercial Zaffari ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	40	4.402	110
150	35	Davo Supermercados ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	13	1.344	103
259	36	Atacado Joinville ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	6	616	103
195	37	Supermercado Porecatu ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	9	913	101
62	38	Roldão ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	40	3.897	97
1	39	Grupo Carrefour Brasil ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1.188	115.449	97
78	40	Villefort Cema Central Mineira Atacadista ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	30	2.902	97
73	41	Pague Menos Supermercados ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	35	3.259	93
100	42	Cia. Beal Alimentos ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	23	2.141	93
281	43	Enxuto Supermercados ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	6	551	92
69	44	Angeloni Supermercados ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	35	3.208	92
123	45	Covabra Supermercados ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	19	1.735	91
174	46	Royal Supermercados ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	12	1.078	90
151	47	Delmoro Supermercados ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	15	1.339	89
70	48	Spani Comercial Zaragoza ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	40	3.517	88
155	49	Arasuper ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	15	1.276	85
38	50	Savegnago Supermercados ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	71	6.030	85

1 a 3: Para esta análise foram utilizados apenas as fontes de informação 1, 2 e 3, conforme Metodologia na página 50 deste Ranking

Histórias de crescimento: as redes que mais abriram lojas

Das 300 empresas listadas neste Ranking, 267 divulgaram suas quantidades de lojas nos últimos dois anos e não são e-commerces puros, o que possibilita comparações diretas. Essas varejistas fecharam 2023 com 70.998 lojas e crescimento de 3,6% na base de lojas. Por mais que a narrativa nos meios de comunicação tenha reforçado a “crise do varejo” ao longo de todo o ano, as 300 maiores empresas continuaram a ampliar sua presença física, ao mesmo tempo em que aceleram as operações digitais.

A expansão é facilitada pelo sistema de franchising, mas não é condição necessária para um crescimento acelerado. Tanto que, entre as 20 que mais abriram pontos de venda em 2023, 13 operam franquias, incluindo a Cacau Show, que, com 548 novas unidades, se manteve na liderança em número de lojas abertas. A empresa saltou de 3.739 pontos de venda para 4.217, abrindo praticamente o dobro do número de lojas da segunda colocada.

A vice-líder em expansão orgânica também é figurinha carimbada: a RD Saúde, com 270 novas unidades, mantém há anos um ritmo de mais de 200 novos pontos de venda a cada 12 meses, indicando que continua havendo espaço para a expansão das farmácias. O setor de Drogarias e Perfumarias aparece no top 20 de expansão orgânica com outras 5 empresas, mostrando que a RD Saúde não é um caso isolado.

De modo geral, existem duas alternativas para contar com um ritmo de mais de 40 novas lojas por ano (o que

permitiu entrar no top 20 de crescimento este ano). A primeira é ter capacidade de investimento e estar em um segmento que se apresenta com oportunidades de expansão. É o que acontece com as redes que estão nesta lista e ficam entre as 20 primeiras do Ranking em faturamento – redes de Drogarias e Perfumarias (especialmente as drogarias) e os Supermercados estão nesta lista (principalmente por meio do atacarejo). São segmentos considerados essenciais e que, em uma economia com crédito restrito e caro, têm a vantagem de depender essencialmente da renda da população e do fato de serem segmentos de consumo inadiável.

A segunda possibilidade, praticada por empresas que se colocam fora do top 20 em faturamento, é o crescimento por meio de franquias. Um modelo de negócios democrático, que abraça empreendedores com diferentes níveis de capacidade de investimento, e cria as bases para a construção de redes de porte nacional.

Desa forma, o varejo continua crescendo, aproveitando oportunidades de mercado e explorando novas possibilidades. Vale ressaltar, porém, que não se trata apenas da abertura de lojas: esses novos pontos de venda são bem diferentes das lojas físicas de outros momentos. A digitalização dos negócios tem feito com que as lojas se transformem para atender novas jornadas de compra, passando a atuar como centrais logísticas, pontos de experiência, centros de convivência, pontos de coleta de dados e, especialmente, locais de relacionamento com o consumidor.

As 20 maiores em expansão orgânica | de 1 a 5

Posição Geral	Posição Segmento	Empresa	Segmento	Nº Lojas 2023	Nº Lojas 2022	Expansão Orgânica em Nº de Loja
44	1	Cacau Show ¹	Outros Segmentos	4.217	3.739	548
5	2	RD Saúde ¹	Drogarias e Perfumarias	2.953	2.702	270
139	3	Grupo CRM ¹	Outros Segmentos	1.083	974	164
129	4	VEM BR Mania ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1.323	1.240	137
202	5	Chilli Beans ¹	Óticas, Jóias, Bijoux, Bolsas e Acessórios	1.163	1.020	133

1 a 5: A hierarquia adotada em relação às fontes de informações das empresas está indicada na página 50 deste Ranking

As 20 maiores em expansão orgânica | de 6 a 20

Posição Geral	Posição Segmento	Empresa	Segmento	Nº Lojas 2023	Nº Lojas 2022	Expansão Orgânica em Nº de Loja
36	6	Farmácia São João ¹	Drogarias e Perfumarias	1.098	979	119
15	7	DPSP ¹	Drogarias e Perfumarias	1.526	1.456	109
6	8	Grupo Boticário ¹	Drogarias e Perfumarias	3.834	3.727	107
125	9	BFFC ¹	Foodservice	1.087	1.081	86
111	10	EssilorLuxottica ¹	Óticas, Jóias, Bijoux, Bolsas e Acessórios	1.624	1.606	75
41	11	Burger King Zamp ¹	Foodservice	1.039	990	74
186	12	Alpargatas ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	586	571	67
8	13	GPA Alimentar ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	767	735	61
56	14	Parvel Farmácias ¹	Drogarias e Perfumarias	600	556	57
81	15	Vivara ³	Óticas, Jóias, Bijoux, Bolsas e Acessórios	390	336	57
179	16	Usaflex ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	315	275	46
1	17	Grupo Carrefour Brasil ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1.188	1.203	44
137	18	Farma Conde ¹	Drogarias e Perfumarias	360	382	43
265	19	Bagaggio ¹	Outros Segmentos	188	150	42
168	20	Lupo ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	610	572	41

1 a 5: A hierarquia adotada em relação às fontes de informações das empresas está indicada na página 50 deste Ranking

Maiores em expansão total de lojas | de 1 a 8

Posição Geral	Posição Segmento	Empresa	Segmento	Nº Lojas 2023	Nº Lojas 2022	Expansão Total em Nº de Lojas
52	1	Cacau Show ¹	Outros Segmentos	3.758	2.842	916
19	2	Pague Menos ¹	Drogarias e Perfumarias	1.646	1.165	481
1	3	Grupo Carrefour Brasil ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1.203	779	424
21	4	Ortobom ⁴	Eletrodomésticos	2.373	2.078	295
6	5	RD Saúde ¹	Drogarias e Perfumarias	2.702	2.494	208
132	6	Farmácias Associadas ¹	Drogarias e Perfumarias	1.200	1.000	200
197	7	Chilli Beans ¹	Óticas, Jóias, Bijoux, Bolsas e Acessórios	1.020	881	139
96	8	Grupo CRM ⁴	Outros Segmentos	1.035	900	135
139	9	Lojas Lebes ¹	Lojas de Depto, Artigos do Lar e Merc em Geral	374	243	131
172	10	Óticas Diniz ⁴	Óticas, Jóias, Bijoux, Bolsas e Acessórios	1.206	1.117	89
240	11	Chiquinho Sorvetes ⁴	Foodservice	707	624	83
41	12	Farmácia São João ¹	Drogarias e Perfumarias	979	898	81
74	13	Clamed Farmácias - Drogaria Catarinense ⁴	Drogarias e Perfumarias	612	537	75
136	14	VEM ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1.302	1.228	74
195	15	Alpargatas ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	574	500	74
51	16	Arezzo&Co ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	1.002	930	72
105	17	Quero-Quero ³	Material de Construção	529	465	64
276	18	Melissa - Grendene ⁵	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	401	340	61
84	19	Polishop ⁴	Lojas de Depto, Artigos do Lar e Merc em Geral	300	247	53
2	20	Assaí ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	263	212	51

1 a 5: A hierarquia adotada em relação às fontes de informações das empresas está indicada na página 50 deste Ranking

Entendemos que a manutenção dos nossos negócios depende dos serviços fornecidos pela natureza, e para nos mantermos sustentáveis é fundamental apoiar iniciativas de conservação do meio ambiente. Uma das ações mais significativas neste sentido foi a adoção, em 2003, de uma mata de araucárias no município da Lapa (PR), chamada Mata do Uru reserva florestal de 129,6 ha.



DESENVOLVIMENTO SUSTENTABILIDADE ENGAJAMENTO



O compromisso ESG para a **Posigraf**, é uma estratégia fundamental para os negócios e para o futuro das novas gerações. Por isso dedicamos nosso foco para a melhoria contínua dos processos, o desenvolvimento de nossos colaboradores e a conservação da biodiversidade.

NOSSAS CERTIFICAÇÕES



SELOS E PARCEIROS



imprimir

É EVOLUIR, CONSTRUIR, CRIAR E REINVENTAR.

Com a **Posigraf** seus impressos vão mais longe.

somos a **maior gráfica da**
américa latina
com 52 mil m² de área construída

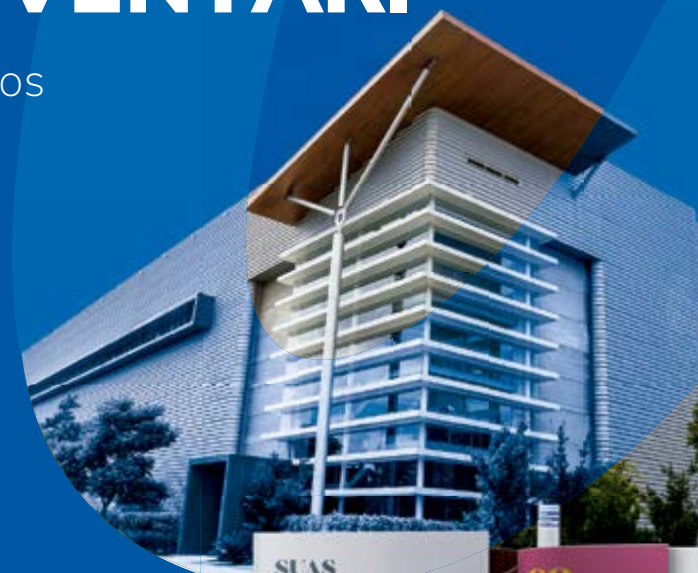
atuando a + **de 50** anos

+ **de 100** milhões
de impressos por ano

+ **de 170** prêmios
nacionais e internacionais

+ **de 800** colaboradores

“Os maiores varejistas
são nossos clientes.”



/posigraf



41 3212-5400



POSIGRAF

Pessoas: elas movem o varejo brasileiro

O crescimento do e-commerce nos últimos 5 anos é notável e a atenção dada a tecnologias como Inteligência Artificial e lojas autônomas podem levar a acreditar que tem havido um movimento intenso de diminuição da força de trabalho no varejo.

Nada mais enganoso: as 300 maiores do varejo brasileiro crescem, ganham musculatura e contratam cada vez mais. Afinal de contas, as pessoas continuam movendo o varejo brasileiro.

Além da necessidade de contar com colaboradores nas funções de atendimento direto ao cliente nas lojas físicas, a necessidade de novas competências para lidar com a transformação digital e as oportunidades de crescimento encontradas pelas melhores empresas do setor fazem com que o varejo continue a ser um grande gerador de empregos.

Considerando 193 empresas da listagem de 300 do Ranking que divulgaram seus números de colaboradores, houve um aumento de 1,1% na base de funcionários entre 2022 e 2023, para 1,46 milhão de pessoas.

Dessas, 113 (58,5%) aumentaram sua base de colaboradores no último ano, enquanto 69 (35,8%) diminuíram sua folha de pagamento.

Uma redução que está muito mais relacionada a desafios operacionais e à necessidade de fechamento de pontos de venda do que a uma automação excessiva das lojas físicas.

Pessoas | de 1 a 6

Posição Geral	Posição Segmento	Empresa	Segmento	Nº de Funcionários
1	1	Grupo Carrefour Brasil ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	134.000
2	2	Assaí ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	80.350
5	3	RD Saúde ¹	Drogarias e Perfumarias	57.691
7	4	Grupo Mateus ³	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	57.391
8	5	GPA Alimentar ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	39.908
4	6	Grupo Casas Bahia ¹	Eletrodomésticos	37.958

1 a 5: A hierarquia adotada em relação às fontes de informações das empresas está indicada na página 50 deste Ranking

Pessoas | de 7 a 53

Posição Geral	Posição Segmento	Empresa	Segmento	Nº de Funcionários
3	7	Magazine Luiza ¹	Lojas de Depto, Artigos do Lar e Merc em Geral	37.095
11	8	Supermercados BH ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	34.794
25	9	Riachuelo ³	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	28.247
15	10	DPSP ¹	Drogarias e Perfumarias	28.000
19	11	Pague Menos ¹	Drogarias e Perfumarias	25.445
12	12	Lojas Renner ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	24.364
14	13	Muffato ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	21.405
23	14	Rede Supermarket ⁴	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	20.000
36	15	Farmácia São João ¹	Drogarias e Perfumarias	19.975
17	16	Havan ¹	Lojas de Depto, Artigos do Lar e Merc em Geral	18.928
20	17	Cencosud Brasil ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	18.502
6	18	Grupo Boticário ¹	Drogarias e Perfumarias	18.452
94	19	Habib 's ⁵	Foodservice	17.000
44	20	Cacau Show ¹	Outros Segmentos	16.743
41	21	Burger King Zamp ¹	Foodservice	16.627
50	22	Líder Supermercados ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	15.999
26	23	C&A ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	15.381
21	24	Mart Minas ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	14.972
30	25	Epa Supermercados DMA Distribuidora ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	14.732
102	26	Rede Graal ⁴	Foodservice	14.500
16	27	Grupo Pereira ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	14.200
43	28	Pernambucanas ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	14.019
71	29	Grupo SOMA ³	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	14.000
38	30	Savegnago Supermercados ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	12.499
31	31	Companhia Zaffari ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	12.120
186	32	Alpargatas ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	11.975
48	33	Plurix ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	10.945
22	34	Móveis Gazin ¹	Eletrodomésticos	10.612
63	35	Drogaria Araújo ¹	Drogarias e Perfumarias	10.358
56	36	Panvel Farmácias ¹	Drogarias e Perfumarias	10.284
24	37	Leroy Merlin ¹	Material de Construção	9.892
29	38	Koch Hipermercado ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	9.818
58	39	Amigão Supermercados Grupo Amigão ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	9.242
69	40	Angeloni Supermercados ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	8.432
112	41	Quero Quero ¹	Material de Construção	8.400
42	42	Sonda Supermercados ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	8.316
34	43	Tenda Atacado SA ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	8.200
65	44	Armazém Paraíba Grupo Claudino ⁴	Lojas de Depto, Artigos do Lar e Merc em Geral	8.200
61	45	Supermercado Bahamas ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	7.720
95	46	Madero ⁵	Foodservice	7.400
73	47	Pague Menos Supermercados ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	7.390
51	48	Novo Atacarejo ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	7.389
53	49	ABC atacado e varejo Adição Distribuição Express ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	7.329
64	50	Petz ¹	Outros Segmentos	7.282

1 a 5: A hierarquia adotada em relação às fontes de informações das empresas está indicada na página 50 deste Ranking

As que mais contratam: o varejo que cresce

O varejo é, tradicionalmente, o ponto de partida de milhões de pessoas no mercado de trabalho. Maior empregador privado do país, segue sendo um local de oportunidades mesmo quando o mercado como um todo não está em momentos tão positivos.

O colaborador do varejo vem se tornando gradativamente menos um “executador de tarefas” e mais um “agente de satisfação do cliente”. Mas não é só isso: o perfil do trabalhador do varejo vem mudando com a digitalização dos negócios. Funções em desenvolvimento de software, ciência de dados e estatística, para citar alguns exemplos, hoje fazem parte do dia a dia do grande varejo – que tem massa crítica para contar com equipes internas de tecnologia e inovação. Não é só na frente de loja que oportunidades de trabalho aparecem.

Entretanto, esse cenário positivo não está igualmente distribuído. Como dissemos no tópico anterior, 69 das 300 varejistas reduziram o número de colaboradores (7 mais que na edição passada deste Ranking), um movimento impulsionado pela necessidade de racionalizar a operação, fechar pontos de venda deficitários e, em vários casos, mudar a estratégia do negócio para se manter em operação. Diante do ambiente de juros altos e crédito restrito vivido em 2023, empresas que já mostravam sinais de dificuldade se viram em problemas.

Das 50 empresas que mais aumentaram percentualmente sua base de colaboradores, 36 estão no setor de supermercados, mostrando que continua havendo um forte impulso macroeconômico para o crescimento desse segmento. A abertura de oportunidades para o atacarejo tem levado os supermercados a contratar com mais intensidade.

As que mais contratam | de 1 a 5

Posição Geral	Posição Segmento	EMPRESA	SEGMENTO	FUNCIONÁRIOS 2023	FUNCIONÁRIOS 2022	VARIAÇÃO DO Nº DE FUNCIONÁRIOS
142	1	Super Bom ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	4.192	2.462	70%
180	2	Preço Baixo Meio a Meio ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1.827	1.092	67%
199	3	Hiperideal ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	3.084	2.125	45%
265	4	Bagaggio ¹	Outros Segmentos	1.228	853	44%
262	5	Osmar Nicolini Supermercados ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1.807	1.281	41%

1 a 3: Para esta análise foram utilizados apenas as fontes de informação 1, 2 e 3, conforme Metodologia na página 50 deste Ranking

As que mais contratam | de 6 a 50

Posição Geral	Posição Segmento	EMPRESA	SEGMENTO	FUNCIONÁRIOS 2023	FUNCIONÁRIOS 2022	VARIAÇÃO DO Nº DE FUNCIONÁRIOS
217	6	M.N Supermercados ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	2.384	1.720	39%
136	7	Portobello Shop ¹	Material de Construção	1.335	989	35%
241	8	Superviza Supermercados ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1145	850	35%
300	9	Supermercado Moranguinho ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1.600	1.200	33%
48	10	Plurix ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	10.945	8.614	27%
7	11	Grupo Mateus ³	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	57.391	45.335	27%
168	12	Lupo ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	3.424	2.746	25%
29	13	Koch Hipermercado ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	9.818	7.934	24%
6	14	Grupo Boticário ¹	Drogarias e Perfumarias	18.452	14.957	23%
51	15	Novo Atacarejo ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	7.389	6.000	23%
183	16	Rede Vivo Supermercados Libraga, Brandão & Cia ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	2.197	1.796	22%
275	17	Atacadista Mega ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	816	670	22%
55	18	Comercial Zaffari ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	5.561	4.593	21%
36	19	Farmácia São João ¹	Drogarias e Perfumarias	19.975	16.716	19%
170	20	Âncora Distribuidora ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	2.517	2.111	19%
11	21	Supermercados BH ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	34.794	29.191	19%
105	22	Barbosa Supermercados ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	5.106	4.310	18%
96	23	Big Box Supermercados ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	5.317	4.498	18%
115	24	Passarela Supermercados ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	2.622	2.222	18%
245	25	Bom Vizinho Distribuidora de Alimentos ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	2.172	1.842	18%
177	26	Peruzzo Supermercados ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	2.634	2.252	17%
188	27	Aramis ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	1.012	867	17%
221	28	Supermercado Pires ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	2.140	1.840	16%
14	29	Muffato ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	21.405	18.418	16%
164	30	Rede Total ¹	Drogarias e Perfumarias	6.300	5.450	16%
299	31	Diniz Supermercados ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	981	859	14%
21	32	Mart Minas ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	14.972	13.134	14%
89	33	RealMar Distribuidora ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	6.833	6.000	14%
222	34	Supermercado Iquegami ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	2.100	1.851	13%
111	35	EssilorLuxottica ¹	Óticas, Jóias, Bijoux, Bolsas e Acessórios	6.706	5.919	13%
223	36	Grupo Afeet ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	1.800	1.600	13%
200	37	Redepharma ¹	Drogarias e Perfumarias	1.200	1.068	12%
179	38	Usaflex ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	1.789	1.595	12%
294	39	Casa Rena ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1.564	1.400	12%
279	40	C. Vale Cooperativa Agroindustrial ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1.092	980	11%
176	41	Supermercado da Família ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	2.100	1.892	11%
175	42	Caedu ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	2.307	2.080	11%
16	43	Grupo Pereira ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	14.200	12.830	11%
215	44	Supermercado Guanabara RS ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	2.300	2.079	11%
118	45	Rede D1000 ³	Drogarias e Perfumarias	4.168	3.768	11%
56	46	Panvel Farmácias ¹	Drogarias e Perfumarias	10.284	9.300	11%
35	47	Grupo JC Costa Atacadão ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	7.048	6.382	10%
88	48	Jad Zogheib e Cia ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	4.774	4.343	10%
144	49	Supermercado Cometa ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	3.316	3.020	10%
68	50	Comercial Esperança ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	4.156	3.794	10%

1 a 3: Para esta análise foram utilizados apenas as fontes de informação 1, 2 e 3, conforme Metodologia na página 50 deste Ranking

Faturamento por funcionário: eficiência em foco

Não é nenhuma surpresa que o setor de Supermercados domine o Ranking de faturamento por funcionário, uma vez que são lojas de grande volume de vendas no modelo de autosserviço. Nesse sentido, a novidade é a ampliação da quantidade de empresas de 29 para 32 na última edição, refletindo uma intensificação das vendas no atacarejo.

Mas essa não é a única história a ser contada. Afinal de contas, as duas líderes em eficiência são de outros segmentos. A liderança em faturamento por funcionário pertence à Privalia, varejista online de Moda, Calçados e Artigos Esportivos, com R\$ 4,0 milhões por colaborador por ano. A seguir, vem a Leveros, de Eletrodomésticos, com R\$ 3,6 milhões. O pódio deste ano (e primeira empresa de Supermercados) é a Smart Supermercados, do Grupo Martins, com R\$ 2,4 milhões em faturamento por colaborador.

A comparação com os dados da edição anterior do Ranking mostra uma profunda aceleração na captura de eficiência operacional pelas empresas do varejo. A Portobello Shop, de Materiais de Construção, foi a líder no ano passado, com R\$ 2,1 milhões – que a deixariam na 4ª posição neste Ranking.

A macroeconomia impulsiona o varejo a buscar oportunidades de ganho operacional. Em um cenário mais reativo, é preciso revisar processos, investir em tecnologias que gerem resultados no curto prazo e promover investimentos em formatos de negócios e modelos operacionais que diminuam os custos e

R\$ 4,0 milhões

É o faturamento por funcionário da Privalia, líder nacional neste quesito

aumentem as receitas. Para os supermercados, essa equação atende pelo nome de atacarejo – e vem sendo o motor da evolução do segmento no mercado brasileiro.

Vale um alerta importante: em eficiência operacional, tamanho não é desculpa para deixar de fazer o que precisa ser feito. Prova disso é que 5 das 10 maiores em faturamento estão entre as 50 maiores em faturamento por funcionário. Dessas, 2 estão nas últimas 2 edições do Ranking entre as 10 primeiras: Grupo Boticário e Magazine Luiza – empresas que aliam vendas digitais, relacionamento com o cliente e alta eficiência nas operações dos pontos de venda. A operação do e-commerce, a presença em *marketplaces*, a prática do *social selling*, as vendas por aplicativos e o uso do WhatsApp como canal de vendas são práticas adotadas por ambas as empresas e demonstram um caminho importante de aumento de produtividade das equipes de venda com uso intensivo de tecnologia.

Faturamento por funcionário | de 1 a 6

Posição Geral	Posição Segmento	EMPRESA	SEGMENTO	VENDA 2023 (1P) EM R\$ MILHÕES	FUNCIONÁRIOS 2023	FATURAMENTO POR FUNCIONÁRIO EM R\$ MILHÕES
147	1	Privalia ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	1.379	342	4,0
156	2	Leveros ¹	Eletrodomésticos	1.271	357	3,6
18	3	Martins Smart Supermercados ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	12.000	5.036	2,4
109	4	AM PM ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	2.040	1.114	1,8
6	5	Grupo Boticário ¹	Drogarias e Perfumarias	30.800	18.452	1,7
97	6	Super Adegas ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	2.240	1.390	1,6

1 a 3: Para esta análise foram utilizados apenas as fontes de informação 1, 2 e 3, conforme Metodologia na página 50 deste Ranking

Como você monitora sua marca?



Com a pesquisa contínua, você acompanha a imagem da sua marca, os territórios que ela e as marcas concorrentes se apropriam, a satisfação dos clientes e os resultados das ações de marketing ao longo do tempo.

O Instituto QualiBest apresenta o QTracking: um produto inovador com dashboard intuitivo, que entrega insights rápidos e descomplicados.



Acompanhamento Contínuo

Monitore sua marca, e a de seus concorrentes, e faça comparativos entre períodos.



Flexibilidade e Autonomia

Configure análises, filtros e segmentações com facilidade.



Velocidade de Entrega

Receba resultados em até 2 dias após a conclusão do campo, a partir da 2ª onda.



Usuários Ilimitados

Compartilhe os resultados com todo o seu time.

Traga seu desafio de pesquisa e comece a ter resultados.

www.institutoqualibest.com.br

Fale com os nossos especialistas pelo WhatsApp, acessando o QR Code



Faturamento por funcionário | de 7 a 50

Posição Geral	Posição Segmento	EMPRESA	SEGMENTO	VENDA 2023 (1P) EM R\$ MILHÕES	FUNCIONÁRIOS 2023	FATURAMENTO POR FUNCIONÁRIO EM R\$ MILHÕES
172	7	Akki Atacadista ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1.112	881	1,3
3	8	Magazine Luiza ¹	Lojas de Depto, Artigos do Lar e Merc em Geral	45.591	37095	1,2
136	9	Portobello Shop ¹	Material de Construção	1.500	1.335	1,1
288	10	Vissimo Group ¹	Outros Segmentos	516	489	1,1
259	11	Atacado Joinville ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	616	590	1,0
185	12	Higa Produtos Alimentícios ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	983	987	1,0
4	13	Grupo Casas Bahia ¹	Eletromóveis	36.919	37958	1,0
35	14	Grupo JC Costa Atacado ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	6.808	7048	1,0
188	15	Aramis ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	946	1.012	0,9
16	16	Grupo Pereira ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	13.196	14.200	0,9
2	17	Assaí ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	72.800	80.350	0,9
236	18	Hiper Compras Atacado ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	688	763	0,9
67	19	Bemol ¹	Eletromóveis	3.718	4.138	0,9
62	20	Roldão ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	3.897	4.399	0,9
295	21	Hipermercado Dal Pozzo ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	480	544	0,9
68	22	Comercial Esperança ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	3.598	4.156	0,9
1	23	Grupo Carrefour Brasil ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	115.458	134.000	0,9
24	24	Leroy Merlin ¹	Material de Construção	8.487	9.892	0,9
34	25	Tênda Atacado SA ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	6.972	8.200	0,9
139	26	Grupo CRM ¹	Outros Segmentos	1.466	1.726	0,8
46	27	Dia% ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	4.871	5.894	0,8
29	28	Koch Hipermercado ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	7.997	9.818	0,8
22	29	Móveis Gazin ¹	Eletromóveis	8.610	10.612	0,8
70	30	Spani Comercial Zaragoza ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	3.517	4.380	0,8
159	31	Master Supermercados Master A. T. S. ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1.217	1.524	0,8
55	32	Comercial Zaffari ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	4.402	5.561	0,8
93	33	Supermercado Tatiko ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	2.483	3.180	0,8
158	34	Abevê Supermercados ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1.233	1.594	0,8
45	35	Grupo Dia a Dia ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	5.103	6.751	0,8
200	36	Redepharma ¹	Drogarias e Perfumarias	890	1.200	0,7
115	37	Passarela Supermercados ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1.920	2.622	0,7
14	38	Muffato ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	15.658	21.405	0,7
216	39	Supermercados Archer ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	826	1.151	0,7
197	40	Andorinha Hiper Center ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	898	1.264	0,7
12	41	Lojas Renner ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	17.266	24.364	0,7
57	42	Atacarejo ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	4.310	6.098	0,7
275	43	Atacadista Mega ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	575	816	0,7
72	44	Kalunga ³	Outros Segmentos	3.300	4.800	0,7
17	45	Havan ¹	Lojas de Depto, Artigos do Lar e Merc em Geral	12.915	18.928	0,7
78	46	Villefort Cema Central Mineira Atacadista ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	2.902	4.282	0,7
125	47	BFFC ¹	Foodservice	1.700	2.576	0,7
119	48	RiHappy/PBKids ¹	Outros Segmentos	1.834	2.794	0,7
87	49	Mundial Mix ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	2.631	4.064	0,6
233	50	Nosso Atacarejo ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	704	1.099	0,6

1 a 3: Para esta análise foram utilizados apenas as fontes de informação 1, 2 e 3, conforme Metodologia na página 50 deste Ranking



TECNOLOGIA AVANÇADA PARA UMA LOGÍSTICA SEM FRONTEIRAS.

Transforme suas entregas com roteirização, gestão e automação. Mais eficiência, economia e visibilidade para sua operação.





Realize entregas mais rápidas



Automatize sua operação com IA



Tenha mais visibilidade



Reduza a emissão de CO2

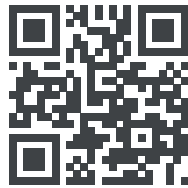


Acompanhe metas e métricas



Reduza custos

DESCUBRA MAIS!

routeasy.com.br

Mulheres no varejo: mudanças lentas

A análise da presença feminina nas empresas de varejo é uma das demonstrações do quanto a sociedade mudou na última década. Há 10 anos, esse era um tema latente, mas ignorado pela maioria das empresas (em qualquer setor da economia). Hoje, a força das discussões sobre Diversidade, Equidade & Inclusão (DE&I) torna esse ponto obrigatório nas avaliações sobre o desenvolvimento do varejo brasileiro.

Assim, pela terceira edição consecutiva, o Ranking CIELO-SBVC mede e analisa a presença feminina nas empresas do setor. E essa é uma análise que se desdobra em 3 vetores: a presença feminina no quadro de colaboradores das empresas, o percentual de mulheres em cargos de liderança e o percentual no Conselho de Administração das varejistas.

Comparando os dados desta edição com os da edição passada, vemos uma presença feminina relevante no varejo brasileiro – o que traz ganhos para a criatividade dos negócios e sua capacidade de entendimento das demandas, desejos e necessidades de públicos diversificados. Entre as 64 empresas que divulgaram seus dados de presença feminina este ano, a participação das mulheres na força de trabalho é de 54,6% - 449 mil colaboradoras entre 821,8 mil profissionais. O número está em linha com os 56,2% da edição anterior (base de 71 empresas) e os 55,7% do Ranking 2022 (base de 54 empresas). A Lupo é a tricampeã em presença feminina no varejo, com 94%

de funcionárias (mesmo índice do ano passado). A vice-campeã é novamente a Vivara, com 89% (2 p.p. de avanço), seguida por Grupo Lins Ferrão (Lojas Pompeia e Gang – 76%), Caedu (75%) e Pernambucanas (74%). Quatro dessas 5 empresas estão no varejo de Moda, Calçados e Artigos Esportivos. O setor mais representado nesta lista é o de Supermercados, com 13 empresas, seguido por Moda e Drogarias/Perfumarias, ambos com 11 representantes.

Segundo o IBGE, a participação feminina na população brasileira é de 52% - o número é superado ou igualado por 39 empresas, ou 59,1% das empresas que abriram esse dado. Já no que se refere à presença feminina em cargos de liderança, também existe uma presença significativa em várias empresas. Na Usaflex, por exemplo, 90% da liderança é formada por mulheres. Na Farmácia São João, 70%, seguida por Panvel (68%), RD Saúde (67%) e C&A (66%). Das empresas que divulgaram esse dado, 30 (49,2%) têm mais de 50% de mulheres na liderança – um índice semelhante ao da edição passada do Ranking.

No funil que se mostra a presença feminina no varejo, a base da pirâmide é ampla, se afunila na liderança e se torna ainda mais exclusiva nos Conselhos de Administração. Das 60 empresas com dados abertos nesse sentido, somente 3 têm 50% ou mais de presença feminina e 13 têm 30% ou mais – uma ligeira involução em relação aos dados de 2022, mas um avanço significativo sobre 2021. Números que mostram que as questões de igualdade feminina ainda continuarão na pauta por bastante tempo.

Mulheres no varejo: as 10 maiores em presença no Conselho (%)

Posição Geral	Posição Segmento	Empresa	Segmento	Possui Conselho de Administração Constituído	% Mulheres no Conselho
81	1	Vivara ³	Óticas, Jóias, Bijoux, Bolsas e Acessórios	Sim, Estatutário	60%
66	2	Giassi ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	Sim, Estatutário	50%
197	3	Andorinha Hiper Center ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	Sim, Consultivo	50%
3	4	Magazine Luiza ¹	Lojas de Depto, Artigos do Lar e Merc em Geral	Sim, Estatutário	43%
1	5	Grupo Carrefour Brasil ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	Sim, Estatutário	42%
26	6	C&A ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	Sim, Estatutário	40%
265	7	Bagaggio ¹	Outros Segmentos	Sim, Estatutário	40%
19	8	Pague Menos ¹	Drogarias e Perfumarias	Sim, Estatutário	38%
6	9	Grupo Boticário ¹	Drogarias e Perfumarias	Sim, Consultivo	36%
139	10	Grupo CRM ¹	Outros Segmentos	Sim, Estatutário	33%

1 a 5: A hierarquia adotada em relação às fontes de informações das empresas está indicada na página 50 deste Ranking

Mulheres no varejo: ordem por funcionárias (%) | de 1 a 50

Posição Geral	Posição Segmento	Empresa	Segmento	Funcionários 2023	% de Funcionárias
168	1	Lupo ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	3.424	94%
81	2	Vivara ³	Óticas, Jóias, Bijoux, Bolsas e Acessórios	n.d.	89%
190	3	Lojas Pompéia e Gang Grupo Lins Ferrão ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	3.650	76%
175	4	Caedu ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	2.307	75%
43	5	Pernambucanas ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	14.019	74%
36	6	Farmácia São João ¹	Drogarias e Perfumarias	19.975	73%
56	7	Panvel Farmácias ¹	Drogarias e Perfumarias	10.284	70%
82	8	Drogaria Nissei ¹	Drogarias e Perfumarias	6.892	70%
150	9	Davo Supermercados ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	3.100	70%
17	10	Havan ¹	Lojas de Depto, Artigos do Lar e Merc em Geral	18.928	69%
119	11	RiHappy/PBKids ¹	Outros Segmentos	2.794	68%
26	12	C&A ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	15.381	67%
12	13	Lojas Renner ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	24.364	65%
125	14	BFFC ¹	Foodservice	2.576	65%
139	15	Grupo CRM ¹	Outros Segmentos	1.726	65%
179	16	Usaflex ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	1.789	65%
212	17	Hirota Food Supermercados ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	2.320	65%
44	18	Cacau Show ¹	Outros Segmentos	16.743	64%
5	19	RD Saúde ¹	Drogarias e Perfumarias	57.691	63%
137	20	Farma Conde ¹	Drogarias e Perfumarias	4.865	62%
206	21	Halipar ¹	Foodservice	6.120	62%
147	22	Privalia ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	342	61%
63	23	Drogaria Araújo ¹	Drogarias e Perfumarias	10.358	60%
265	24	Bagaggio ¹	Outros Segmentos	1.228	60%
145	25	Lojas Lebes ¹	Lojas de Depto, Artigos do Lar e Merc em Geral	3.000	60%
6	26	Grupo Boticário ¹	Drogarias e Perfumarias	18.452	60%
15	27	DPSP ¹	Drogarias e Perfumarias	28.000	60%
19	28	Pague Menos ¹	Drogarias e Perfumarias	25.445	60%
235	29	Berlanda ¹	Eletrodomésticos	1.402	60%
173	30	Calcenter Studio Z ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	n.d.	58%
41	31	Burger King Zamp ¹	Foodservice	16.627	55%
200	32	Redepharma ¹	Drogarias e Perfumarias	1.200	55%
64	33	Petz ¹	Outros Segmentos	7.282	54%
66	34	Giassi ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	7.177	54%
86	35	Lojas Colombo ¹	Eletrodomésticos	4.311	54%
83	36	Grupo CVLB Casa & Vídeo/ Le Biscuit ¹	Lojas de Depto, Artigos do Lar e Merc em Geral	4.634	53%
8	37	GPA Alimentar ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	39.908	52%
112	38	Quero Quero ¹	Material de Construção	8.400	52%
136	39	Portobello Shop ¹	Material de Construção	1.335	52%
1	40	Grupo Carrefour Brasil ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	134.000	51%
48	41	Plurix ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	10.945	51%
38	42	Savegnago Supermercados ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	12.499	50%
111	43	EssilorLuxottica ¹	Óticas, Jóias, Bijoux, Bolsas e Acessórios	6.706	50%
20	44	Cencosud Brasil ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	18.502	49%
69	45	Angeloni Supermercados ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	8.432	49%
288	46	Vissimo Group ¹	Outros Segmentos	489	49%
2	47	Assai ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	80.350	49%
188	48	Aramis ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	1.012	48%
252	49	Zenir Móveis e Eletros ¹	Eletrodomésticos	2.025	48%
3	50	Magazine Luiza ¹	Lojas de Depto, Artigos do Lar e Merc em Geral	37.095	46%

1 a 5: A hierarquia adotada em relação às fontes de informações das empresas está indicada na página 50 deste Ranking

Mulheres no varejo: ordem por funcionárias (%) | de 51 a 66

Posição Geral	Posição Segmento	Empresa	Segmento	Funcionários 2023	% de Funcionárias
274	51	Lojas Guaibim ¹	Eletromóveis	1.263	46%
4	52	Grupo Casas Bahia ¹	Eletromóveis	37.958	46%
156	53	Leveros ¹	Eletromóveis	357	45%
34	54	Tenda Atacado SA ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	8.200	44%
24	55	Leroy Merlin ¹	Material de Construção	9.892	44%
160	56	Novo Mundo ¹	Eletromóveis	2.135	44%
253	57	Joli ¹	Material de Construção	1.085	42%
22	58	Móveis Gazin ¹	Eletromóveis	10.612	40%
67	59	Bemol ¹	Eletromóveis	4.138	40%
197	60	Andorinha Hiper Center ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1.264	40%
129	61	VEM BR Mania ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	6.615	40%
164	62	Rede Total ¹	Drogarias e Perfumarias	6.300	39%
99	63	Telhanorte Saint-Gobain ⁵	Material de Construção	2.903	39%
264	64	Magazine Liliani ¹	Eletromóveis	1.950	36%
186	65	Alpargatas ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	11.975	29%
18	66	Martins Smart Supermercados ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	5.036	23%

1 a 5: A hierarquia adotada em relação às fontes de informações das empresas está indicada na página 50 deste Ranking

Mulheres no varejo: ordem por liderança (%) | de 1 a 24

Posição Geral	Posição Segmento	Empresa	Segmento	Funcionários 2023	% de Funcionária	% de Mulheres nos Cargos de Liderança
179	1	Usaflex ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	1.789	65%	90%
36	2	Farmácia São João ¹	Drogarias e Perfumarias	19.975	73%	70%
56	3	Panvel Farmácias ¹	Drogarias e Perfumarias	10.284	70%	68%
5	4	RD Saúde ¹	Drogarias e Perfumarias	57.691	63%	67%
26	5	C&A ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	15.381	67%	66%
265	6	Bagaggio ¹	Outros Segmentos	1.228	60%	65%
15	7	DPSP ¹	Drogarias e Perfumarias	28.000	60%	64%
17	8	Havan ¹	Lojas de Depto, Artigos do Lar e Merc em Geral	18.928	69%	64%
44	9	Cacau Show ¹	Outros Segmentos	16.743	64%	64%
43	10	Pernambucanas ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	14.019	74%	63%
19	11	Pague Menos ¹	Drogarias e Perfumarias	25.445	60%	63%
190	12	Lojas Pompéia e Gang Grupo Lins Ferrão ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	3.650	76%	62%
82	13	Drogaria Nissei ¹	Drogarias e Perfumarias	6.892	70%	62%
12	14	Lojas Renner ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	24.364	65%	62%
83	15	Grupo CVLB Casa & Vídeo/ Le Biscuit ¹	Lojas de Depto, Artigos do Lar e Merc em Geral	4.634	53%	61%
206	16	Halipar ¹	Foodservice	6.120	62%	60%
136	17	Portobello Shop ¹	Material de Construção	1.335	52%	57%
6	18	Grupo Boticário ¹	Drogarias e Perfumarias	18.452	60%	56%
139	19	Grupo CRM ¹	Outros Segmentos	1.726	65%	53%
41	20	Burger King Zamp ¹	Foodservice	16.627	55%	52%
137	21	Farma Conde ¹	Drogarias e Perfumarias	4.865	62%	52%
173	22	Calcenter Studio Z ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	n.d.	58%	51%
175	23	Caedu ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	2.307	75%	50%
147	24	Privalia ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	342	61%	50%

1 a 5: A hierarquia adotada em relação às fontes de informações das empresas está indicada na página 50 deste Ranking



Mulheres no varejo: ordem por liderança (%) | de 25 a 66

Posição Geral	Posição Segmento	Empresa	Segmento	Funcionários 2023	% de Funcionária	% de Mulheres nos Cargos de Liderança
235	25	Berlanda ¹	Eletromóveis	1.402	60%	50%
200	26	Redepharma ¹	Drogarias e Perfumarias	1.200	55%	50%
288	27	Vissimo Group ¹	Outros Segmentos	489	49%	50%
119	28	RiHappy/PBKids ¹	Outros Segmentos	2.794	68%	49%
2	29	Assaí ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	80.350	49%	49%
69	30	Angeloni Supermercados ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	8.432	49%	47%
150	31	Davo Supermercados ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	3.100	70%	45%
64	32	Petz ¹	Outros Segmentos	7.282	54%	45%
111	33	EssilorLuxottica ¹	Óticas, Jóias, Bijoux, Bolsas e Acessórios	6.706	50%	43%
8	34	GPA Alimentar ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	39.908	52%	41%
86	35	Lojas Colombo ¹	Eletromóveis	4.311	54%	40%
188	36	Aramis ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	1.012	48%	39%
3	37	Magazine Luiza ¹	Lojas de Depto, Artigos do Lar e Merc em Geral	37.095	46%	38%
66	38	Giassi ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	7.177	54%	37%
1	39	Grupo Carrefour Brasil ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	134.000	51%	36%
38	40	Savegnago Supermercados ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	12.499	50%	36%
20	41	Cencosud Brasil ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	18.502	49%	34%
212	42	Hirota Food Supermercados ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	2.320	65%	30%
125	43	BFFC ¹	Foodservice	2.576	65%	25%
48	44	Plurix ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	10.945	51%	17%
63	23	Drogaria Araújo ¹	Drogarias e Perfumarias	10.358	60%	11%
274	51	Lojas Guaibim ¹	Eletromóveis	1.263	46%	36%
4	52	Grupo Casas Bahia ¹	Eletromóveis	37.958	46%	33%
156	53	Leveros ¹	Eletromóveis	357	45%	39%
34	54	Tenda Atacado SA ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	8.200	44%	-
24	55	Leroy Merlin ¹	Material de Construção	9.892	44%	44%
160	56	Novo Mundo ¹	Eletromóveis	2.135	44%	46%
253	57	Joli ¹	Material de Construção	1.085	42%	52%
22	58	Móveis Gazin ¹	Eletromóveis	10.612	40%	3%
67	59	Bemol ¹	Eletromóveis	4.138	40%	52%
197	60	Andorinha Hiper Center ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1.264	40%	29%
129	61	VEM BR Mania ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	6.615	40%	30%
164	62	Rede Total ¹	Drogarias e Perfumarias	6.300	39%	35%
99	63	Telhanorte Saint-Gobain ⁵	Material de Construção	2.903	39%	37%
264	64	Magazine Liliani ¹	Eletromóveis	1.950	36%	1%
186	65	Alpargatas ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	11.975	29%	40%
18	66	Martins Smart Supermercados ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	5.036	23%	2%

1 a 5: A hierarquia adotada em relação às fontes de informações das empresas está indicada na página 50 deste Ranking

Pretos e pardos: pluralidade na base

Assim como acontece no caso da presença feminina, também é importante abrir espaço para profissionais e lideranças pretas e pardas. Em uma sociedade profundamente desigual, é de se esperar uma presença limitada de pessoas pretas e pardas nos cargos executivos – um reflexo de um sistema econômico e educacional que restringe as oportunidades da população de baixa renda.

Pelo segundo ano, o Ranking CIELO-SBVC apresenta uma análise da diversidade das empresas a partir da presença de colaboradores pretos e pardos. Várias empresas varejistas têm mostrado ser um exemplo de diversidade e pelas oportunidades dadas para que pretos e pardos avancem a cargos de liderança.

A grande referência, nesse sentido, são as Lojas Guaibim (também líder no ano passado), com 93% de profissionais pretos e pardos e 94% da liderança. A empresa se destaca como um caso de inclusão que vale a pena conhecer de perto. Entre as empresas com mais participação de profissionais pretos e pardos, a Joli (81%) encontra-se na segunda posição, Alpargatas (74%), Grupo CVLB (Casa & Video / Le Biscuit, com 73%) e RiHappy / PBKids, também com 73%.

Entre as 20 varejistas com maior participação de pretos e pardos estão empresas dos mais diversos setores, o que é um aspecto positivo. Considerando as 52 varejistas que apresentaram seus números para este

3,6%

das varejistas que divulgaram essa informação têm 30% ou mais de participação de pretos e pardos no Conselho

ano, 53,8% têm mais de 50% de funcionários pretos e pardos, enquanto 86,5% têm mais de 30%. Esses índices são semelhantes aos da edição passada.

Nos cargos de liderança, como seria de se esperar, os números se tornam mais seletivos. De 51 empresas que divulgaram seus dados, 54,9% contam com 30% ou mais líderes pretos e pardos, e 27,5% apresentam mais de 50%.

Esses números representam uma alta de 4 e 3 pontos percentuais, respectivamente, em relação à edição anterior. Já nos Conselhos de Administração, apenas 3,6% de 56 empresas contam com 30% ou mais de participação de pretos e pardos – um índice semelhante ao da edição passada.

Os dados mostram claramente que, embora o varejo cumpra um papel importante de inclusão, ainda há um longo caminho a ser percorrido.

Pretos e Pardos: as maiores em presença no Conselho (%)

Posição Geral	Posição Segmento	EMPRESA	SEGMENTO	POSSUI CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO CONSTITUÍDO	% DE PRETOS E PARDOS NO CONSELHO
214	1	Besni ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	Sim, Consultivo	50%
164	2	Rede Total ¹	Drogarias e Perfumarias	Sim, Estatutário	43%
150	3	Davo Supermercados ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	Sim, Consultivo	25%
160	4	Novo Mundo ¹	Eletrodomésticos	Sim, Consultivo	20%
2	5	Assaí ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	Sim, Estatutário	11%
19	6	Pague Menos ¹	Drogarias e Perfumarias	Sim, Estatutário	11%
1	7	Grupo Carrefour Brasil ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	Sim, Estatutário	8%

1 a 5: A hierarquia adotada em relação às fontes de informações das empresas está indicada na página 50 deste Ranking

O seu negócio concedendo crédito inteligente e mais próximo dos clientes.

Atuamos para conectar empresas e consumidores com soluções financeiras inovadoras que ampliam vendas e promovem uma maior fidelização.

Uma rede de serviços inteligentes e integrados que atende mais 70 players líderes de mercado e impacta milhares de pessoas todos os dias há mais de 20 anos.



Seu ponto de conexão com o futuro.

 rpe.tech

 @rpe.tech





Pretos e Pardos: ordem de liderança (%) | de 1 a 40

Posição Geral	Posição Segmento	EMPRESA	SEGMENTO	FUNCIONÁRIOS 2023	% DE FUNCIONÁRIOS PRETOS E PARDOS	% PRETOS E PARDOS NOS CARGOS DE LIDERANÇA
274	1	Lojas Guaibim ¹	Eletromóveis	1.263	93%	94%
119	2	RiHappy/PBKids ¹	Outros Segmentos	2.794	73%	73%
67	3	Bemol ¹	Eletromóveis	4.138	70%	70%
83	4	Grupo CVLB Casa & Vídeo/ Le Biscuit ¹	Lojas de Depto, Artigos do Lar e Merc em Geral	4.634	73%	66%
253	5	Joli ¹	Material de Construção	1.085	81%	65%
41	6	Burger King Zamp ¹	Foodservice	16.627	50%	59%
19	7	Pague Menos ¹	Drogarias e Perfumarias	25.445	68%	57%
137	8	Farma Conde ¹	Drogarias e Perfumarias	4.865	44%	57%
200	9	Redepharma ¹	Drogarias e Perfumarias	1.200	71%	56%
160	10	Novo Mundo ¹	Eletromóveis	2.135	72%	55%
206	11	Halipar ¹	Foodservice	6.120	58%	55%
175	12	Caedu ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	2.307	56%	55%
173	13	Calcenter Studio Z ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	n.d.	52%	51%
20	14	Cencosud Brasil ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	18.502	65%	50%
8	15	GPA Alimentar ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	39.908	63%	49%
5	16	RD Saúde ¹	Drogarias e Perfumarias	57.691	55%	46%
2	17	Assaí ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	80.350	66%	44%
1	18	Grupo Carrefour Brasil ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	134.000	59%	43%
64	19	Petz ¹	Outros Segmentos	7.282	55%	42%
265	20	Bagaggio ¹	Outros Segmentos	1.228	52%	40%
12	21	Lojas Renner ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	24.364	50%	36%
3	22	Magazine Luiza ¹	Lojas de Depto, Artigos do Lar e Merc em Geral	37.095	46%	35%
4	23	Grupo Casas Bahia ¹	Eletromóveis	37.958	45%	34%
38	24	Savegnago Supermercados ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	12.499	44%	32%
197	25	Andorinha Hiper Center ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1.264	47%	31%
15	26	DPSP ¹	Drogarias e Perfumarias	28.000	60%	30%
99	27	Telhanorte Saint-Gobain ⁵	Material de Construção	2.903	40%	30%
164	28	Rede Total ¹	Drogarias e Perfumarias	6.300	54%	30%
188	29	Aramis ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	1.012	51%	29%
66	30	Glassi ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	7.177	37%	29%
26	31	C&A ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	15.381	58%	27%
6	32	Grupo Boticário ¹	Drogarias e Perfumarias	18.452	46%	26%
24	33	Leroy Merlin ¹	Material de Construção	9.892	45%	26%
48	34	Plurix ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	10.945	39%	24%
156	35	Leveros ¹	Eletromóveis	357	41%	22%
129	36	VEM BR Mania ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	6.615	30%	20%
125	37	BFFC ¹	Foodservice	2.576	45%	12%
212	38	Hirota Food Supermercados ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	2.320	45%	12%
150	39	Davo Supermercados ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	3.100	40%	11%
56	40	Panvel Farmácias ¹	Drogarias e Perfumarias	10.284	29%	11%

1 a 5: A hierarquia adotada em relação às fontes de informações das empresas está indicada na página 50 deste Ranking

Honrados pela oportunidade de apoiar juridicamente a Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo desde sua constituição, vimos parabenizá-los pela publicação do Ranking CIELO-SBVC em 2024, e pelo relevante trabalho de análise e estudos sobre a transformação do Varejo nacional!



Tubino Varella
Sociedade
de Advogados

- Contratos Comerciais
- Societário empresarial
- Fusões, Aquisições e Reorganizações Societárias
- Governança Corporativa, Conselhos, Compliance, ESG + DE&I
- Planejamento Tributário e Contencioso Fiscal
- Direito do Consumidor e Responsabilidade Civil
- Propriedade Intelectual, Tecnologia e Inovação
- e-Commerce e Transformação Digital
- LGPD e Cibersegurança
- Família e Sucessões
- Holdings e Planejamento Sucessório
- Assessoria Trabalhista, Preventiva e Contencioso

São Paulo | SP
Rua Bandeira Paulista, 726
18º andar – Cjs. 185/186
The Flag Corporate Center
CEP 04532-002

+55 11 98122-3579

tubino@tvsa.com.br

tvsa.com.br

[tvsa](#)

Pretos e Pardos: ordem de liderança (%) | de 41 a 51

Posição Geral	Posição Segmento	Empresa	Segmento	Funcionários 2023	% de Funcionários Pretos e Pardos	% Pretos e Pardos nos Cargos de Liderança
82	41	Drogaria Nissei ¹	Drogarias e Perfumarias	6.892	28%	11%
190	42	Lojas Pompéia e Gang Grupo Lins Ferrão ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	3.650	16%	10%
86	43	Lojas Colombo ¹	Eletrodomésticos	4.311	18%	9%
43	44	Pernambucanas ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	14.019	51%	8%
111	45	EssilorLuxottica ¹	Óticas, Jóias, Bijoux, Bolsas e Acessórios	6.706	15%	7%
186	46	Alpargatas ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	11.975	74%	5%
18	47	Martins Smart Supermercados ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	5.036	50%	5%
44	48	Cacau Show ¹	Outros Segmentos	16.743	63%	4%
179	49	Usaflex ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	1.789	7%	4%
22	50	Móveis Gazin ¹	Eletrodomésticos	10.612	46%	2%
235	51	Berlanda ¹	Eletrodomésticos	1.402	1%	1%

1 a 5: A hierarquia adotada em relação às fontes de informações das empresas está indicada na página 50 deste Ranking

Pretos e Pardos: ordem de funcionários (%) | de 1 a 22

Posição Geral	Posição Segmento	Empresa	Segmento	Funcionários 2023	% Funcionários Pretos e Pardos
274	1	Lojas Guaibim ¹	Eletrodomésticos	1.263	93%
253	2	Joli ¹	Material de Construção	1.085	81%
186	3	Alpargatas ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	11.975	74%
83	4	Grupo CVLB Casa & Vídeo/ Le Biscuit ¹	Lojas de Depto, Artigos do Lar e Merc em Geral	4.634	73%
119	5	RiHappy/PBKids ¹	Outros Segmentos	2.794	73%
160	6	Novo Mundo ¹	Eletrodomésticos	2.135	72%
200	7	Redepharma ¹	Drogarias e Perfumarias	1.200	71%
67	8	Bemol ¹	Eletrodomésticos	4.138	70%
19	9	Pague Menos ¹	Drogarias e Perfumarias	25.445	68%
2	10	Assai ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	80.350	66%
20	11	Cencosud Brasil ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	18.502	65%
8	12	GPA Alimentar ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	39.908	63%
44	13	Cacau Show ¹	Outros Segmentos	16.743	63%
15	14	DPSP ¹	Drogarias e Perfumarias	28.000	60%
1	15	Grupo Carrefour Brasil ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	134.000	59%
26	16	C&A ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	15.381	58%
206	17	Halipar ¹	Foodservice	6.120	58%
175	18	Caedu ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	2.307	56%
5	19	RD Saúde ¹	Drogarias e Perfumarias	57.691	55%
64	20	Petz ¹	Outros Segmentos	7.282	55%
164	21	Rede Total ¹	Drogarias e Perfumarias	6.300	54%
265	22	Bagaggio ¹	Outros Segmentos	1.228	52%

1 a 5: A hierarquia adotada em relação às fontes de informações das empresas está indicada na página 50 deste Ranking



Pretos e Pardos: ordem de funcionários (%) | de 23 a 52

Posição Geral	Posição Segmento	Empresa	Segmento	Funcionários 2023	% Funcionários Pretos e Pardos
173	23	Calcenter Studio Z ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	n.d.	52%
43	24	Pernambucanas ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	14.019	51%
188	25	Aramis ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	1.012	51%
12	26	Lojas Renner ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	24.364	50%
41	27	Burger King Zamp ¹	Foodservice	16.627	50%
18	28	Martins Smart Supermercados ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	5.036	50%
197	29	Andorinha Hiper Center ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1.264	47%
3	30	Magazine Luiza ¹	Lojas de Depto, Artigos do Lar e Merc em Geral	37.095	46%
6	31	Grupo Boticário ¹	Drogarias e Perfumarias	18.452	46%
22	32	Móveis Gazin ¹	Eletrodomésticos	10.612	46%
4	33	Grupo Casas Bahia ¹	Eletrodomésticos	37.958	45%
24	34	Leroy Merlin ¹	Material de Construção	9.892	45%
125	35	BFFC ¹	Foodservice	2.576	45%
212	36	Hirota Food Supermercados ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	2.320	45%
38	37	Savegnago Supermercados ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	12.499	44%
137	38	Farma Conde ¹	Drogarias e Perfumarias	4.865	44%
147	39	Privalia ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	342	41%
156	40	Leveros ¹	Eletrodomésticos	357	41%
99	41	Telhanorte Saint-Gobain ⁵	Material de Construção	2.903	40%
150	42	Davo Supermercados ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	3.100	40%
48	43	Plurix ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	10.945	39%
66	44	Giassi ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	7.177	37%
129	45	VEM BR Mania ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	6.615	30%
56	46	Panvel Farmácias ¹	Drogarias e Perfumarias	10.284	29%
82	47	Drogaria Nissei ¹	Drogarias e Perfumarias	6.892	28%
86	48	Lojas Colombo ¹	Eletrodomésticos	4.311	18%
190	49	Lojas Pompéia e Gang Grupo Lins Ferrão ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	3.650	16%
111	50	EssilorLuxottica ¹	Óticas, Jóias, Bijoux, Bolsas e Acessórios	6.706	15%
179	51	Usaflex ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	1.789	7%
235	52	Berlanda ¹	Eletrodomésticos	1.402	1%

1 a 5: A hierarquia adotada em relação às fontes de informações das empresas está indicada na página 50 deste Ranking

Acima de R\$ 1 bilhão: já são quase 200

A cada ano, o “Clube do Bilhão” do varejo brasileiro se amplia, em um reflexo da evolução constante das empresas. Nesta edição do Ranking, são 184 empresas, 11 a mais que na edição anterior. Nos últimos 3 anos, 45 varejistas passaram a integrar o Clube, mostrando que o setor continua gerando inovação, ganhando eficiência, se tornando mais produtivo e se mostrando resiliente para superar os obstáculos do mercado e da economia.

Das 184 empresas com mais de R\$ 1 bilhão em faturamento bruto anual, 94 são supermercadistas. Com 51,1% do total de empresas, essa é a primeira vez que os supermercados são mais da metade das varejistas bilionárias. Em 2023, 10 redes do setor ultrapassaram a marca do bilhão. Um movimento esperado em um ano em que o varejo essencial mais uma vez se destacou.

94

das varejistas bilionárias do Ranking estão no setor de supermercados

O setor de Moda passou a ter 22 empresas entre as bilionárias, 2 mais que na edição anterior. Drogarias e Perfumarias contam com 17 empresas acima de R\$ 1 bilhão (+1), enquanto os Eletrodomésticos agora têm 13 varejistas nesse grupo – 1 menos que no ano passado e 4 menos que há 2 anos. Uma demonstração inequívoca do período difícil que o setor enfrenta.

Faturamento acima de R\$ 1 bilhão | de 1 a 18

Posição Geral	Empresa	Segmento	Venda 2023 (1P) em R\$ milhões	Nº Lojas 2023	Funcionários 2023
1	Grupo Carrefour Brasil ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	115.458	1.188	134.000
2	Assaí ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	72.800	288	80.350
3	Magazine Luiza ¹	Lojas de Depto, Artigos do Lar e Merc em Geral	45.591	1.286	37.095
4	Grupo Casas Bahia ¹	Eletrodomésticos	36.919	1.078	37.958
5	RD Saúde ¹	Drogarias e Perfumarias	36.349	2.953	57.691
6	Grupo Boticário ¹	Drogarias e Perfumarias	30.800	3.834	18.452
7	Grupo Mateus ³	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	25.328	258	57.391
8	GPA Alimentar ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	20.617	767	39.908
9	Natura&Co ⁵	Drogarias e Perfumarias	18.715	885	n.d.
10	Americanas ⁵	Lojas de Depto, Artigos do Lar e Merc em Geral	17.448	1.748	-
11	Supermercados BH ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	17.388	307	34.794
12	Lojas Renner ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	17.266	673	24.364
13	Amazon ⁵	Outros Segmentos	16.800	e-Commerce	n.d.
14	Muffato ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	15.658	104	21.405
15	DPSP ¹	Drogarias e Perfumarias	14.800	1526	28.000
16	Grupo Pereira ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	13.196	87	14.200
17	Havan ¹	Lojas de Depto, Artigos do Lar e Merc em Geral	12.915	173	18.928
18	Martins Smart Supermercados ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	12.000	520	5.036

1 a 5: A hierarquia adotada em relação às fontes de informações das empresas está indicada na página 50 deste Ranking

Faturamento acima de R\$ 1 bilhão | de 19 a 60

Posição Geral	Empresa	Segmento	Venda 2023 (1P) em R\$ milhões	Nº Lojas 2023	Funcionários 2023
19	Pague Menos ¹	Drogarias e Perfumarias	11.961	1.632	25.445
20	Cencosud Brasil ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	11.181	383	18.502
21	Mart Minas ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	9.437	81	14.972
22	Móveis Gazin ¹	Eletrodomésticos	8.610	340	10.612
23	Rede Supermarket ⁴	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	8.500	134	20.000
24	Leroy Merlin ¹	Material de Construção	8.487	52	9.892
25	Riachuelo ³	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	8.404	411	28.247
26	C&A ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	8.352	334	15.381
27	McDonald's Arcos Dorados ³	Foodservice	8.235	1.130	n.d.
28	Ortobom ⁴	Eletrodomésticos	8.072	2.380	n.d.
29	Koch Hipermercado ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	7.997	64	9.818
30	Epa Supermercados DMA Distribuidora ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	7.994	149	14.732
31	Companhia Zaffari ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	7.660	40	12.120
32	Lojas Cem ⁴	Eletrodomésticos	7.000	306	n.d.
33	Grupo SBF ³	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	6.997	269	n.d.
34	Tenda Atacado SA ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	6.972	43	8.200
35	Grupo JC Costa Atacadão ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	6.808	14	7.048
36	Farmácia São João ¹	Drogarias e Perfumarias	6.596	1.098	19.975
37	Fast Shop ⁵	Eletrodomésticos	6.096	85	n.d.
38	Savegnago Supermercados ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	6.092	71	12.499
39	Condor Super Center ⁵	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	5.546	57	n.d.
40	Supermercados Guanabara RJ ⁵	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	5.320	27	n.d.
41	Burger King Zamp ¹	Foodservice	5.214	1.039	16.627
42	Sonda Supermercados ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	5.159	45	8.316
43	Pernambucanas ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	5.151	509	14.019
44	Cacau Show ¹	Outros Segmentos	5.104	4.217	16.743
45	Grupo Dia a Dia ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	5.103	26	6.751
46	Dia% ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	4.871	590	5.894
47	Arezzo&Co ³	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	4.854	1.052	n.d.
48	Plurix ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	4.707	98	10.945
49	Supermercado Mundial ⁵	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	4.679	20	n.d.
50	Líder Supermercados ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	4.644	29	15.999
51	Novo Atacarejo ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	4.634	27	7.389
52	iGui Piscinas ⁴	Outros Segmentos	4.500	800	n.d.
53	ABC atacado e varejo Adição Distribuição Express ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	4.487	72	7329
54	GFG LatAm - Dafiti ⁵	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	4.440	e-Commerce	n.d.
55	Comercial Zaffari ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	4.402	40	5.561
56	Panvel Farmácias ¹	Drogarias e Perfumarias	4.367	600	10.284
57	Atacarejo ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	4.310	30	6.098
58	Amigão Supermercados Grupo Amigão ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	4.207	71	9.242
59	Grupo Supernosso ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	4.143	57	6.870
60	Supermercados ABC ⁵	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	4.135	70	7.000

1 a 5: A hierarquia adotada em relação às fontes de informações das empresas está indicada na página 50 deste Ranking

Faturamento acima de R\$ 1 bilhão | de 61 a 102

Posição Geral	Empresa	Segmento	Venda 2023 (1P) em R\$ milhões	Nº Lojas 2023	Funcionários 2023
61	Supermercado Bahamas ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	4.013	77	7.720
62	Roldão ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	3.897	40	4.399
63	Drogaria Araújo ¹	Drogarias e Perfumarias	3.801	310	10.358
64	Petz ¹	Outros Segmentos	3.787	246	7.282
65	Armazém Paraíba Grupo Claudino ⁴	Lojas de Depto, Artigos do Lar e Merc em Geral	3.763	500	8.200
66	Giassi ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	3.758	23	7.177
67	Bemol ¹	Eletromóveis	3.718	81	4.138
68	Comercial Esperança ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	3.598	23	4.156
69	Angeloni Supermercados ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	3.517	35	8.432
70	Spani Comercial Zaragoza ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	3.517	40	4.380
71	Grupo SOMA ³	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	3.487	1.068	14.000
72	Kalunga ³	Outros Segmentos	3.300	225	4.800
73	Pague Menos Supermercados ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	3.259	35	7.390
74	Cobasi ¹	Outros Segmentos	3.092	230	n.d.
75	Grupo Herval ⁴	Lojas de Depto, Artigos do Lar e Merc em Geral	3.000	225	6.300
76	Outback Blooming Brands ⁴	Foodservice	2.989	173	n.d.
77	Clamed Farmácias ⁵	Drogarias e Perfumarias	2.986	600	n.d.
78	Villefort Cema Central Mineira Atacadista ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	2.902	30	4.282
79	Oba Hortifruti ³	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	2.887	71	7.000
80	Nagumo ⁵	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	2.809	52	n.d.
81	Vivara ³	Óticas, Jóias, Bijoux, Bolsas e Acessórios	2.788	390	n.d.
82	Drogaria Nissei ¹	Drogarias e Perfumarias	2.692	385	6.892
83	Grupo CVLB Casa & Vídeo/ Le Biscuit ¹	Lojas de Depto, Artigos do Lar e Merc em Geral	2.668	350	4.634
84	Unidasul ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	2.661	47	5.552
85	Coop - Cooperativa de Consumo ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	2.659	34	5.301
86	Lojas Colombo ¹	Eletromóveis	2.637	310	4.311
87	Mundial Mix ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	2.631	31	4.064
88	Jad Zogheib e Cia ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	2.577	15	4.774
89	RealMar Distribuidora ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	2.508	45	6.833
91	Santa Lolla ⁴	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	2.500	305	n.d.
90	Eletrozema ⁴	Eletromóveis	2.500	468	5.100
92	Tauste Supermercados ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	2.489	9	4.294
93	Supermercado Tatiko ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	2.483	15	3.180
94	Habib ´s ⁵	Foodservice	2.355	600	17.000
95	Madero ⁵	Foodservice	2.277	276	7.400
96	Big Box Supermercados ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	2.245	43	5.317
97	Super Adega ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	2.240	6	1.390
98	Drogaria Venâncio ⁵	Drogarias e Perfumarias	2.200	115	n.d.
99	Telhanorte Saint-Gobain ⁵	Material de Construção	2.180	69	2.903
100	Cia. Beal Alimentos ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	2.141	23	4.824
101	Marisa Lojas ³	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	2.133	243	n.d.
102	Rede Graal ⁴	Foodservice	2.125	61	14.500

1 a 5: A hierarquia adotada em relação às fontes de informações das empresas está indicada na página 50 deste Ranking



Faturamento acima de R\$ 1 bilhão | de 103 a 144

Posição Geral	Empresa	Segmento	Venda 2023 (1P) em R\$ milhões	Nº Lojas 2023	Funcionários 2023
103	Drogal ⁵	Drogarias e Perfumarias	2.123	346	n.d.
104	Farmácia Indiana ⁵	Drogarias e Perfumarias	2.110	222	n.d.
105	Barbosa Supermercados ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	2.106	35	5.106
106	Lojas Torra ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	2.089	79	n.d.
107	Grupo Nós ⁵	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	2.079	1.626	n.d.
108	Supermercados Zona Sul ⁵	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	2.051	42	n.d.
109	AM PM ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	2.040	1540	1.114
110	Zara Brasil ⁵	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	2.012	43	n.d.
111	EssilorLuxottica ¹	Óticas, Jóias, Bijoux, Bolsas e Acessórios	2.007	1624	6.706
112	Quero Quero ¹	Material de Construção	1.983	552	8.400
113	IMC International Meal Company Alimentação ⁵	Foodservice	1.981	601	n.d.
114	Grupo Via Veneto ⁵	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	1.962	253	n.d.
115	Passarela Supermercados ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1.920	16	2.622
116	Sodimac Brasil ¹	Material de Construção	1.900	54	3.200
117	Supermercados Nordeste ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1.864	12	3.754
118	Rede D1000 ³	Drogarias e Perfumarias	1.835	240	4.168
119	RiHappy/PBKids ¹	Outros Segmentos	1.834	295	2.794
120	Lojas Becker ⁵	Eletromóveis	1.833	242	n.d.
121	Supermercado Cavicchioli ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1.801	23	3.361
122	Supermercado Jáú Serve ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1.774	41	4.145
123	Covabra Supermercados ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1.735	19	3.393
124	Decathlon ⁵	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	1.711	49	n.d.
125	BFFC ¹	Foodservice	1.700	1.087	2.576
126	C&C ⁴	Material de Construção	1.650	22	n.d.
127	Supermercados Irmãos Lopes ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1.645	33	2.867
128	Imec Supermercados ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1.643	29	3.215
129	VEM BR Mania ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1.630	1.323	6.615
130	Supermercados Alvorada ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1.629	31	4.669
131	Coco Bambu ⁵	Foodservice	1.627	71	n.d.
132	Grupo Trigo ¹	Foodservice	1.624	619	n.d.
133	Fujioka ⁵	Eletromóveis	1.613	52	2.800
134	R Carvalho Supermercado ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1.569	41	3.737
135	Subway ⁵	Foodservice	1.511	1.574	n.d.
136	Portobello Shop ¹	Material de Construção	1.500	158	1.335
137	Farma Conde ¹	Drogarias e Perfumarias	1.498	360	4.865
138	Tok Stok ⁵	Lojas de Depto, Artigos do Lar e Merc em Geral	1.492	51	n.d.
139	Grupo CRM ¹	Outros Segmentos	1.466	1.083	1.726
140	Formosa Supermercados ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1.458	4	3.058
141	Supermercado Queiroz ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1.434	29	2.630
142	Super Bom ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1.429	24	4.192
143	Asun Supermercados ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1.416	40	3.499
144	Supermercado Cometa ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1.413	38	3.316

1 a 5: A hierarquia adotada em relação às fontes de informações das empresas está indicada na página 50 deste Ranking

Faturamento acima de R\$ 1 bilhão | de 145 a 184

Posição Geral	EMPRESA	SEGMENTO	VENDA 2023 (1P) EM R\$ MILHÕES	Nº LOJAS 2023	FUNCIONÁRIOS 2023
145	Lojas Lebes ¹	Lojas de Depto, Artigos do Lar e Merc em Geral	1.400	350	3.000
146	Proença Supermercados ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1.380	19	2.951
147	Privalia ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	1.379	e-Commerce	342
148	Shibata ⁵	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1.374	30	n.d.
149	Mercadinhos São Luiz ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1.349	24	2.323
150	Davo Supermercados ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1.344	13	3.100
151	Delmoro Supermercados ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1.339	15	2.746
152	Supermercado Jacomar	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1.326	18	2.851
153	Verdemar ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1.324	16	4.300
154	Unissul ⁵	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1.302	31	n.d.
155	Arasuper ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1.276	15	2.899
156	Leveros ¹	Eletrodomésticos	1.271	5	357
157	Grupo St Marche ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1.241	33	2.226
158	Abevê Supermercados ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1.233	25	1.594
159	Master Supermercados Master A. T. S. Supermercados ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1.217	17	1.524
160	Novo Mundo ¹	Eletrodomésticos	1.206	148	2.135
161	Chama Supermercados ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1.205	15	2.457
163	Cassol ⁵	Material de Construção	1.200	32	n.d.
164	Rede Total ¹	Drogarias e Perfumarias	1.200	616	6.300
162	Lojas Avenida ⁴	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	1.200	160	3.000
165	Track & Field ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	1.194	359	n.d.
166	PetLove ⁴	Outros Segmentos	1.183	11	1.400
167	Óticas Diniz ⁵	Óticas, Jóias, Bijoux, Bolsas e Acessórios	1.181	1.207	n.d.
168	Lupo ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	1.178	610	3.424
169	Supermercado São Roque ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1.157	21	2.839
170	Âncora Distribuidora ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1.150	18	2.517
171	Veste ³	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	1.117	179	n.d.
172	Akki Atacadista ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1.112	7	881
173	Calcenter Studio Z ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	1.107	102	n.d.
174	Royal Supermercados ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1.078	12	2.065
175	Caedu ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	1.075	82	2.307
176	Supermercado da Família ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1.040	20	2.100
177	Peruzzo Supermercados ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1.020	24	2.634
178	Mercado Móveis ⁴	Eletrodomésticos	1.018	200	2.500
179	Usaflex ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	1.015	315	1.789
180	Preço Baixo Meio a Meio ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1.011	7	1.827
181	Rede Mix Supermercados Rmix Participações ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1.008	17	2.047
182	Luiz Tonin Atacadista e Supermercados ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1.006	20	1.992
183	Rede Vivo Supermercados Libraga, Brandão & Cia ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1.001	37	2.197
184	Farmais ⁴	Drogarias e Perfumarias	1.000	225	n.d.

1 a 5: A hierarquia adotada em relação às fontes de informações das empresas está indicada na página 50 deste Ranking

PENSAR SIMPLES
EM AMBIENTE
COMPLEXO:
ESSE É O
FUTURO DO
VAREJO.



Entender as mudanças do varejo, decodificar os maiores desafios da transformação digital e aperfeiçoar seus modelos de negócios com simplicidade, foco e inovação. Essa é a proposta da Varese Retail, uma boutique de estratégia de varejo criada com o objetivo de ajudar a sua empresa a se preparar para o futuro.

Aponte seu celular para o anúncio e saiba mais sobre a Varese Retail.

10 ANOS



VARESE
retail strategy

vareseretail.com.br

Varejistas de capital aberto: estabilidade

Nos últimos anos, o número de varejistas de capital aberto entre as 300 maiores tem sido constante. Nesta edição, continuamos com as 42 empresas da edição anterior. Com o fechamento da janela de IPOs desde o segundo semestre de 2021, mudanças relevantes entre as varejistas de capital aberto são mais difíceis – a alternativa são fusões e aquisições, que acontecem pontualmente (como no caso de Arezzo&Co com Grupo Soma).

O ponto mais importante em relação às empresas de capital aberto é o salto de qualidade. Varejistas nessa condição têm níveis mais elevados de governança corporativa e, com isso, conseguem acessar recursos em condições melhores – via estruturas como debêntures, CRIs e outros.

Isso não significa, necessariamente, mais transparência. O caso Americanas, desenvolvido ao longo de décadas e finalmente revelado em janeiro de 2023, mostra que mesmo entre empresas que divulgam trimestralmente seus números é preciso estar sempre atento às práticas de negócios, pois existem possibilidades de esconder práticas irregulares. O lado positivo da crise enfrentada pelo varejo após a revelação das “inconsistências contábeis” tem sido a busca por um reforço às estruturas de governança.

Este ano marcou a quebra de um movimento histórico. Na última década, o padrão era que as varejistas de capital aberto presentes no Ranking crescessem acima da média das 300 empresas, ganhando *share*. Em 2023, porém, as 42 empresas de capital aberto apresentadas neste Ranking representaram 46,7% do faturamento total das 300 maiores do varejo, em um ligeiro declínio sobre a edição anterior. Esse grupo de 42 empresas faturou R\$ 527,9 bilhões, apenas 5,4% de crescimento. Um resultado prejudicado pelo desempenho ruim do varejo de Eletromóveis e pela revisão dos números das Americanas – mas ainda assim bastante relevante em um horizonte mais amplo: na edição 2020 do Ranking (com dados de 2019), as varejistas de capital aberto representavam 40,99% do faturamento total das 300 maiores.

A presença das empresas de capital aberto também é um indicativo da profissionalização do setor e dos caminhos adotados para a expansão dos negócios.

47,7%

É o percentual das vendas das empresas de capital aberto no total do faturamento das 300 maiores

O segmento de Moda, com 13 empresas, é tradicionalmente o que possui maior presença de empresas de capital aberto no varejo brasileiro – esse tem sido um recurso historicamente comprovado de reforço à expansão das empresas e de consolidação de mercado.

Já o setor em que as empresas de capital aberto apresentam maior faturamento é o de Supermercados, que possui sete empresas, incluindo duas líderes Carrefour e Assaí e mais duas no top 10 (Mateus e GPA Alimentar). As varejistas de capital aberto nesse segmento somam R\$ 250,3 bilhões em faturamento, 12,6% mais que na edição anterior, e equivalem a 47,4% do faturamento das empresas de capital aberto presentes no Ranking.

Se temos 42 empresas de capital aberto, fica claro que a regra ainda são empresas sem essas características. Há 258 varejistas com capital fechado, somando um faturamento bruto de R\$ 601,1 bilhões, ou 53,3% do total das 300 empresas do Ranking. Em um processo gradual, as empresas de capital fechado têm reduzido sua participação de mercado, uma vez que suas concorrentes com acesso a recursos mais fartos e baratos se tornam mais competitivas.

Entre as dez maiores do varejo, apenas uma tem capital fechado (o Grupo Boticário); entre as 20 maiores, esse número sobe para 7 (eram 10 há 4 edições). O topo do Ranking é formado por empresas de capital aberto, enquanto abaixo de R\$ 10 bilhões em faturamento anual predominam estruturas mais tradicionais de capital, especialmente no setor de supermercados.

Varejistas de capital aberto | de 1 a 42

Posição Geral	Posição Segmento	EMPRESA	ESTRUTURA DE CAPITAL	LISTADA	AUDITADA	CONTROLE NACIONAL
1	1	Grupo Carrefour Brasil ¹	Aberto	Sim	Sim	Não
2	2	Assaí ¹	Aberto	Sim	Sim	Sim
3	3	Magazine Luiza ¹	Aberto	Sim	Sim	Sim
4	4	Grupo Casas Bahia ¹	Aberto	Sim	Sim	Sim
5	5	RD Saúde ¹	Aberto	Sim	Sim	Sim
7	6	Grupo Mateus ³	Aberto	Sim	-	Sim
8	7	GPA Alimentar ¹	Aberto	Sim	Sim	Difuso
9	8	Natura&Co ⁵	Aberto	Sim	Sim	Sim
10	11	Americanas ⁵	Aberto	Sim	Sim	Difuso
12	9	Lojas Renner ¹	Aberto	Sim	Sim	Sim
13	10	Amazon ⁵	Aberto	Sim	-	Não
19	12	Pague Menos ¹	Aberto	Sim	Sim	Sim
20	13	Cencosud Brasil ¹	Aberto	Não	Sim	Não
25	14	Riachuelo ³	Aberto	Sim	Sim	Sim
26	15	C&A ¹	Aberto	Sim	Sim	Não
33	16	Grupo SBF ³	Aberto	Sim	Sim	Sim
41	17	Burger King Zamp ¹	Aberto	Sim	Sim	Sim
47	18	Arezzo&Co ³	Aberto	Sim	Sim	Sim
56	19	Panvel Farmácias ¹	Aberto	Sim	Sim	Sim
64	20	Petz ¹	Aberto	Sim	Sim	Sim
71	21	Grupo SOMA ³	Aberto	Sim	Sim	Sim
76	22	Outback Blooming Brands ⁴	Aberto	Sim	Sim	Não
79	23	Oba Hortifruti ³	Aberto	Não	-	Sim
81	24	Vivara ³	Aberto	Sim	Sim	Sim
82	25	Drogaria Nissei ¹	Aberto	Não	Sim	Sim
83	26	Grupo CVLB Casa & Vídeo/ Le Biscuit ¹	Aberto	Sim	Sim	Sim
95	27	Madero ⁵	Aberto	Não	-	Sim
101	28	Marisa Lojas ³	Aberto	Sim	Sim	Sim
109	29	AM PM ²	Aberto	n.d.	n.d.	Sim
112	30	Quero Quero ¹	Aberto	Sim	Sim	Difuso
113	31	IMC International Meal Company Alimentação ⁵	Aberto	Sim	Sim	Sim
118	32	Rede D1000 ³	Aberto	Sim	Sim	Sim
136	33	Portobello Shop ¹	Aberto	Sim	Sim	Sim
165	34	Track & Field ¹	Aberto	Sim	Sim	Sim
168	35	Lupo ¹	Aberto	Não	Sim	Sim
171	36	Veste ³	Aberto	Sim	Sim	Sim
186	37	Alpargatas ¹	Aberto	Sim	Sim	Sim
189	38	Inbrands ⁵	Aberto	Sim	Sim	Sim
193	39	Grupo Grazziotin ³	Aberto	Sim	Sim	Sim
228	40	Mobly ³	Aberto	Sim	Sim	Não
240	41	Ammo ⁵	Aberto	Sim	Sim	Sim
291	42	Melissa Grendene ⁵	Aberto	Sim	Sim	Sim

1 a 5: A hierarquia adotada em relação às fontes de informações das empresas está indicada na página 50 deste Ranking
* Faz parte de grupo listado no exterior



Governança: essencial para crescer

Ter um Conselho de Administração e uma estrutura de governança bem estabelecida é, hoje, condição essencial para a construção de negócios de maior porte. Atualmente, 99 das 300 maiores empresas do varejo brasileiro contam com Conselho de Administração – antes da pandemia eram 70, o que demonstra o quanto o setor avançou para ter um olhar mais amplo sobre os negócios e se tornar mais resiliente diante de um mercado mais volátil, complexo e inesperado.

Naturalmente, a presença de Conselhos de Administração é maior no topo do Ranking. As 10 maiores empresas, e 18 das 20 primeiras colocadas, contam com essa estrutura de governança em vigor. Dessas empresas, 13 abriram seu capital, mostrando que o desenvolvimento do *board* é parte do *roadmap* para o IPO. Embora responda por quase um terço das varejistas listadas no Ranking, o grupo de empresas com Conselhos de Administração soma R\$ 749,5 bilhões, ou 66,4% do total das 300 maiores.

A constituição de Conselhos de Administração e de estruturas mais sólidas de governança é

um movimento inevitável de um varejo cada vez mais profissionalizado e preparado para lidar com as incertezas de um mundo em acelerada transformação. Conselhos de Administração oferecem múltiplas visões sobre o mercado, facilitam o entendimento das mudanças e tendências, e ajudam a propor soluções inovadoras para os problemas atuais. Além disso, comitês e outras estruturas de governança criam um conjunto de regras mais sólidas e separam as esferas do patrimônio familiar, da participação societária e do negócio, o que oferece uma gestão mais eficiente dos recursos e dos papéis de cada sócio e executivo.

Os setores em que há mais empresas com Conselho de Administração estabelecido são os de Supermercados e Moda, ambos com 21 representantes. Enquanto os supermercados têm tido um crescimento da governança das redes regionais, mesmo sem ter a abertura de capital no horizonte, no varejo de Moda a governança é vista há muito tempo como um passo para parcerias com fundos de investimento e abertura de capital na Bolsa de Valores.

Governança | de 1 a 13

Posição Geral	Posição Segmento	Empresa	Segmento	Possui Conselho de Administração Constituído	% Mulheres no Conselho	% de Pretos e Pardos no Conselho
1	1	Grupo Carrefour Brasil ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	Sim, Estatutário	42%	8%
2	2	Assaí ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	Sim, Estatutário	22%	11%
3	3	Magazine Luiza ¹	Lojas de Depto, Artigos do Lar e Merc em Geral	Sim, Estatutário	43%	0%
4	4	Grupo Casas Bahia ¹	Eletromóveis	Sim, Estatutário	20%	0%
5	5	RD Saúde ¹	Drogarias e Perfumarias	Sim, Estatutário	27%	0%
6	6	Grupo Boticário ¹	Drogarias e Perfumarias	Sim, Consultivo	36%	0%
7	7	Grupo Mateus ³	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	Sim	-	-
8	8	GPA Alimentar ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	Sim, Estatutário	0%	0%
9	9	Natura&Co ⁵	Drogarias e Perfumarias	Sim	n.d.	n.d.
10	10	Americanas ⁵	Lojas de Depto, Artigos do Lar e Merc em Geral	Sim	n.d.	n.d.
12	11	Lojas Renner ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	Sim, Estatutário	25%	0%
13	12	Amazon ⁵	Outros Segmentos	Sim	n.d.	n.d.
15	13	DPSP ¹	Drogarias e Perfumarias	Sim, Consultivo	25%	0%
16	14	Grupo Pereira ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	Sim	-	-
17	15	Havan ¹	Lojas de Depto, Artigos do Lar e Merc em Geral	Sim, Estatutário	0%	0%
18	16	Martins Smart Supermercados ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	Sim, Estatutário	0%	0%
19	17	Pague Menos ¹	Drogarias e Perfumarias	Sim, Estatutário	38%	11%
20	18	Cencosud Brasil ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	Sim, Estatutário	20%	-
22	19	Móveis Gazin ¹	Eletromóveis	Sim, Consultivo	1%	0%
24	20	Leroy Merlin ¹	Material de Construção	Sim, Consultivo	0%	0%

1 a 5: A hierarquia adotada em relação às fontes de informações das empresas está indicada na página 50 deste Ranking

Governança | de 14 a 58

Posição Geral	Posição Segmento	Empresa	Segmento	Possui Conselho de Administração Constituído	% Mulheres no Conselho	% de Pretos e Pardos no Conselho
25	21	Riachuelo ³	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	Sim	n.d.	n.d.
26	22	C&A ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	Sim, Estatutário	40%	0%
27	23	McDonald's Arcos Dorados ³	Foodservice	Sim	n.d.	n.d.
28	24	Ortobom ⁴	Eletromóveis	Sim	n.d.	n.d.
33	25	Grupo SBF ³	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	Sim	n.d.	n.d.
34	26	Tenda Atacado SA ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	Sim, Estatutário	0%	0%
36	27	Farmácia São João ¹	Drogarias e Perfumarias	Sim, Consultivo	0%	0%
38	28	Savegnago Supermercados ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	Sim, Estatutário	22%	0%
41	29	Burger King Zamp ¹	Foodservice	Sim, Estatutário	0%	0%
43	30	Pernambucanas ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	Sim, Consultivo	17%	0%
44	31	Cacau Show ¹	Outros Segmentos	Sim, Consultivo	0%	0%
46	32	Dia% ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	Sim	-	-
47	33	Arezzo&Co ³	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	Sim	n.d.	n.d.
48	34	Plurix ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	Sim, Estatutário	0%	0%
56	35	Panvel Farmácias ¹	Drogarias e Perfumarias	Sim, Estatutário	17%	0%
58	36	Amigão Supermercados Grupo Amigão ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	Sim	-	-
62	37	Roldão ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	Sim	-	-
64	38	Petz ¹	Outros Segmentos	Sim, Estatutário	29%	0%
66	39	Giassi ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	Sim, Estatutário	50%	0%
67	40	Bemol ¹	Eletromóveis	Sim, Estatutário	11%	0%
71	41	Grupo SOMA ³	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	Sim	n.d.	n.d.
72	42	Kalunga ³	Outros Segmentos	Sim, Estatutário	n.d.	n.d.
74	43	Cobasi ¹	Outros Segmentos	Sim, Estatutário	0%	0%
76	44	Outback Blooming Brands ⁴	Foodservice	Sim	n.d.	n.d.
81	45	Vivara ³	Óticas, Jóias, Bijoux, Bolsas e Acessórios	Sim, Estatutário	60%	n.d.
82	46	Drogaria Nissei ¹	Drogarias e Perfumarias	Sim, Estatutário	20%	0%
83	47	Grupo CVLB Casa & Vídeo/ Le Biscuit ¹	Lojas de Depto, Artigos do Lar e Merc em Geral	Sim, Estatutário	0%	0%
86	48	Lojas Colombo ¹	Eletromóveis	Sim, Estatutário	25%	0%
90	49	Eletrozema ⁴	Eletromóveis	Sim	n.d.	n.d.
95	50	Madero ⁵	Foodservice	Sim, Estatutário	22%	-
101	51	Marisa Lojas ³	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	Sim	n.d.	n.d.
107	52	Grupo Nós ⁵	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	Sim	n.d.	n.d.
112	53	Quero Quero ¹	Material de Construção	Sim, Estatutário	14%	0%
113	54	IMC International Meal Company Alimentação ⁵	Foodservice	Sim, Estatutário	n.d.	n.d.
116	55	Sodimac Brasil ¹	Material de Construção	Sim, Estatutário	-	-
117	56	Supermercados Nordeste ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	Sim	-	-
118	57	Rede D1000 ³	Drogarias e Perfumarias	Sim	n.d.	n.d.
119	58	RiHappy/PBKids ¹	Outros Segmentos	Sim, Estatutário	0%	0%
125	59	BFFC ¹	Foodservice	Sim, Consultivo	0%	0%
126	60	C&C ⁴	Material de Construção	Sim	n.d.	n.d.
127	61	Supermercados Irmãos Lopes ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	Sim	-	-
132	62	Grupo Trigo ¹	Foodservice	Sim, Consultivo	20%	0%
136	63	Portobello Shop ¹	Material de Construção	Sim, Estatutário	14%	0%
137	64	Farma Conde ¹	Drogarias e Perfumarias	Sim, Estatutário	0%	0%
138	65	Tok Stok ⁵	Lojas de Depto, Artigos do Lar e Merc em Geral	Sim	-	-
139	66	Grupo CRM ¹	Outros Segmentos	Sim, Estatutário	33%	0%
145	67	Lojas Lebes ¹	Lojas de Depto, Artigos do Lar e Merc em Geral	Sim, Consultivo	20%	0%
147	68	Privalia ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	Sim, Estatutário	30%	0%
150	69	Davo Supermercados ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	Sim, Consultivo	0%	25%
156	70	Leveros ¹	Eletromóveis	Sim, Estatutário	0%	0%
160	71	Novo Mundo ¹	Eletromóveis	Sim, Consultivo	20%	20%
163	72	Cassol ⁵	Material de Construção	Sim	-	-
164	73	Rede Total ¹	Drogarias e Perfumarias	Sim, Estatutário	30%	43%

1 a 5: A hierarquia adotada em relação às fontes de informações das empresas está indicada na página 50 deste Ranking

Governança | de 59 a 99

Posição Geral	Posição Segmento	Empresa	Segmento	Possui Conselho de Administração Constituído	% Mulheres no Conselho	% de Pretos e Pardos no Conselho
162	74	Lojas Avenida ⁴	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	Sim	n.d.	n.d.
165	75	Track & Field ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	Sim, Estatutário	17%	0%
167	76	Óticas Diniz ⁵	Óticas, Jóias, Bijoux, Bolsas e Acessórios	Sim	-	-
168	77	Lupo ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	Sim, Estatutário	17%	-
171	78	Veste ³	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	Sim	n.d.	n.d.
173	79	Calcenter Studio Z ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	Sim, Consultivo	0%	0%
175	80	Caedu ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	Sim	25%	0%
178	81	Mercado Móveis ⁴	Eletrodomésticos	Sim	-	-
179	82	Usaflex ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	Sim, Estatutário	0%	0%
186	83	Alpargatas ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	Sim, Estatutário	13%	0%
188	84	Aramis ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	Sim, Estatutário	0%	0%
189	85	Inbrands ⁵	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	Sim	n.d.	n.d.
191	86	Giraffas ⁴	Foodservice	Sim	n.d.	n.d.
193	87	Grupo Grazziotin ³	Lojas de Depto, Artigos do Lar e Merc em Geral	Sim, Estatutário	30%	0%
197	88	Andorinha Hiper Center ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	Sim, Consultivo	50%	0%
206	89	Halipar ¹	Foodservice	Sim, Estatutário	0%	0%
212	90	Hirota Food Supermercados ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	Sim, Consultivo	20%	0%
214	91	Besni ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	Sim, Consultivo	16%	50%
226	92	Todimó ⁵	Material de Construção	Sim	-	-
228	93	Mobly ³	Eletrodomésticos	Sim, Estatutário	n.d.	n.d.
232	94	Supermercados Mambo ⁵	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	Sim	-	-
240	95	Ammo ⁵	Lojas de Depto, Artigos do Lar e Merc em Geral	Sim	-	-
264	96	Magazine Liliani ¹	Eletrodomésticos	Sim, Consultivo	-	-
265	97	Bagaggio ¹	Outros Segmentos	Sim, Estatutário	40%	0%
288	98	Vissimo Group ¹	Outros Segmentos	Sim, Estatutário	15%	0%
291	99	Melissa Grendene ⁵	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	Sim	n.d.	n.d.

1 a 5: A hierarquia adotada em relação às fontes de informações das empresas está indicada na página 50 deste Ranking



Maior crescimento de faturamento: para quem é super

Em um dado que resume o que foi o ano de 2023 para o varejo brasileiro, as 9 empresas que tiveram o maior crescimento percentual de faturamento são redes de supermercados. Depois de uma edição atípica em 2022, em que o setor de Moda dominou a tabela das empresas que mais cresceram no ano anterior (pelo represamento de vendas durante a pandemia), o cenário das 2 edições mais recentes do Ranking tem os supermercados como o segmento mais presente entre os varejistas líderes em expansão.

Desta vez, 33 das 50 que mais avançaram são supermercadistas. Com mais 7 redes de Drogarias e Perfumarias nessa lista, fica claro que as oportunidades de crescimento acelerado se concentraram em segmentos muito específicos, de consumo básico. Percebendo o momento macroeconômico dos últimos 2 anos, as supermercadistas aceleraram a expansão de seus formatos de atacarejo, que se converteram no grande *driver* de crescimento do setor.

Se os supermercados ganharam muita presença entre as que mais cresceram, o setor de Moda perdeu espaço, com apenas 3

varejistas entre as 50 que mais cresceram (eram 11 na edição anterior).

Vale ressaltar que algumas empresas frequentam há anos a lista das que mais crescem. Um bom exemplo é a Koch Supermercados, que completou 5 anos seguidos entre as 20 que mais crescem (17ª neste ano, 9ª na edição passada, 16ª na anterior, e 1º e 2º lugar nos dois anos anteriores).

Encontrando no atacarejo uma importante alavanca de crescimento, a empresa continua a se expandir e ganhar relevância na região sul do País. Uma receita que vem sendo empregada por dezenas de supermercadistas.

33

das 50 empresas que mais avançaram são do segmento de supermercados

Maiores crescimentos em faturamento | de 1 a 9

Posição Geral	Posição Segmento	Empresa	Segmento	Venda 2023 (1P) em R\$ milhões	Venda 2022 (1P) em R\$ milhões	Crescimento de vendas
296	1	Sakashita Supermercados ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	478	50	856%
241	2	Superviza Supermercados ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	679	435	56%
142	3	Super Bom ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1.429	956	49%
51	4	Novo Atacarejo ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	4.634	3.110	49%
180	5	Preço Baixo Meio a Meio ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1.011	700	44%
115	6	Passarela Supermercados ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1.920	1.339	43%
262	7	Osmar Nicolini Supermercados ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	608	431	41%
159	8	Master Supermercados Master A. T. S. Supermercados ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1.217	880	38%
2	9	Assaí ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	72.800	54.500	34%

1 a 3: Para esta análise foram utilizados apenas as fontes de informação 1, 2 e 3, conforme Metodologia na página 50 deste Ranking

Maiores crescimentos em faturamento | de 10 a 50

Posição Geral	Posição Segmento	Empresa	Segmento	Venda 2023 (1P) em R\$ milhões	Venda 2022 (1P) em R\$ milhões	Crescimento de vendas
6	10	Grupo Boticário ¹	Drogarias e Perfumarias	30.800	23.600	31%
14	11	Muffato ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	15.658	12.044	30%
156	12	Leveros ¹	Eletrodomésticos	1.271	993	28%
105	13	Barbosa Supermercados ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	2.106	1.647	28%
44	14	Cacau Show ¹	Outros Segmentos	5.104	4.022	27%
55	15	Comercial Zaffari ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	4.402	3.485	26%
279	16	C. Vale C. Vale Coop. Agroindustrial ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	555	443	25%
29	17	Koch Hipermercado ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	7.997	6.429	24%
157	18	Grupo St Marche ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1.241	1.000	24%
11	19	Supermercados BH ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	17.388	14.012	24%
7	20	Grupo Mateus ³	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	25.328	20.428	24%
164	21	Rede Total ¹	Drogarias e Perfumarias	1.200	975	23%
36	22	Farmácia São João ¹	Drogarias e Perfumarias	6.596	5.407	22%
19	23	Pague Menos ¹	Drogarias e Perfumarias	11.961	9.819	22%
275	24	Atacadista Mega ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	575	473	22%
252	25	Zenir Móveis e Eletros ¹	Eletrodomésticos	638	526	21%
81	26	Vivara ³	Óticas, Jóias, Bijoux, Bolsas e Acessórios	2.788	2.300	21%
187	27	Super Luna ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	951	787	21%
265	28	Bagaggio ¹	Outros Segmentos	604	503	20%
165	29	Track & Field ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	1.194	1.000	19%
74	30	Cobasi ¹	Outros Segmentos	3.092	2.595	19%
22	31	Móveis Gazin ¹	Eletrodomésticos	8.610	7.227	19%
88	32	Jad Zogheib e Cia ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	2.577	2.165	19%
217	33	M.N Supermercados ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	817	690	18%
130	34	Supermercados Alvorada ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1.629	1.376	18%
144	35	Supermercado Cometa ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1.413	1.195	18%
33	36	Grupo SBF ³	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	6.997	5.919	18%
188	37	Aramis ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	946	803	18%
118	38	Rede D1000 ³	Drogarias e Perfumarias	1.835	1.558	18%
183	39	Rede Vivo Supermercados Libraga, Brandão & Cia ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1.001	850	18%
263	40	Cofesa Comercial Ferreira Santos ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	605	514	18%
158	41	Abevê Supermercados ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1.233	1.048	18%
16	42	Grupo Pereira ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	13.196	11.224	18%
5	43	RD Saúde ¹	Drogarias e Perfumarias	36.349	30.951	17%
73	44	Pague Menos Supermercados ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	3.259	2.776	17%
134	45	R Carvalho Supermercado ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1.569	1.337	17%
169	46	Supermercado São Roque ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	1.157	989	17%
257	47	Supermercado Delta Max ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	625	536	17%
89	48	RealMar Distribuidora ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	2.508	2.153	16%
57	49	Atakarejo ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	4.310	3.701	16%
63	50	Drogaria Araújo ¹	Drogarias e Perfumarias	3.801	3.267	16%

1 a 3: Para esta análise foram utilizados apenas as fontes de informação 1, 2 e 3, conforme Metodologia na página 50 deste Ranking

Presença nacional: hora de adensar

Paulatinamente, o varejo se torna um negócio mais nacional. Se há uma década pouquíssimas redes fora do modelo de franquias tinham presença em todas as regiões do País, hoje esse cenário é bem diferente. As 50 empresas deste Ranking com maior capilaridade geográfica (presença em número de estados brasileiros) estão em pelo menos 23 Unidades da Federação, 62 empresas estão em pelo menos 20 estados e 79 estão em mais da metade do país (sem considerar os varejistas 100% online, que, por definição, atuam em todo o País).

Esses números são semelhantes aos das duas edições anteriores deste Ranking, uma vez que, no passado recente, o foco do varejo tem sido no aproveitamento de oportunidades existentes e na consolidação de suas fortalezas. Assim, faz muito mais sentido adensar a presença nas regiões onde as empresas já estão presentes do que abrir novas fronteiras e aumentar as incertezas do negócio.

Presença em número de estados | de 1 a 17

Posição Geral	Posição Segmento	Empresa	Segmento	Sede	Estados de Atuação Lojas Físicas	Nº de Estados
1	1	Grupo Carrefour Brasil ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	SP	AC - AL - AM - AP - BA - CE - DF - ES - GO - MA - MG - MT - MS - PA - PB - PE - PI - PR - RJ - RN - RO - RR - RS - SC - SE - SP - TO	27
5	2	RD Saúde ¹	Drogarias e Perfumarias	SP	AC - AL - AM - AP - BA - CE - DF - ES - GO - MA - MG - MS - MT - PA - PB - PE - PI - PR - RJ - RN - RO - RR - RS - SC - SE - SP - TO	27
6	3	Grupo Boticário ¹	Drogarias e Perfumarias	PR	AC - AL - AM - AP - BA - CE - DF - ES - GO - MA - MG - MS - MT - PA - PB - PE - PI - PR - RJ - RN - RO - RR - RS - SC - SE - SP - TO	27
9	4	Natura&Co ⁵	Drogarias e Perfumarias	SP	AC - AL - AM - AP - BA - CE - DF - ES - GO - MA - MG - MT - MS - PA - PB - PE - PI - PR - RJ - RN - RO - RR - RS - SC - SE - SP - TO	27
10	5	Americanas ⁵	Lojas de Depto, Artigos do Lar e Merc em Geral	RJ	AC, AL, AP, AM, BA, CE, DF, ES, GO, MA, MT, MS, MG, PA, PB, PR, PE, PI, RJ, RN, RS, RO, RR, SC, SP, SE, TO	27
12	6	Lojas Renner ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	RS	AC - AL - AM - AP - BA - CE - DF - ES - GO - MA - MG - MT - MS - PA - PB - PE - PI - PR - RJ - RS - RO - RR - RS - SC - SE - SP - TO	27
19	7	Pague Menos ¹	Drogarias e Perfumarias	CE	AC - AL - AM - AP - BA - CE - DF - ES - GO - MA - MG - MS - MT - PA - PB - PE - PI - PR - RJ - RN - RO - RR - RS - SC - SE - SP - TO	27
26	8	C&A ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	SP	AC - AL - AM - AP - BA - CE - DF - ES - GO - MA - MG - MS - MT - PR - PB - PA - PE - PI - RN - RS - RR - RJ - RO - SC - SE - SP	27
28	9	Ortobom ⁴	Eletromóveis	RJ	AC - AL - AM - AP - BA - CE - DF - ES - GO - MA - MG - MS - MT - PA - PB - PE - PI - PR - RJ - RN - RO - RR - RS - SC - SE - SP - TO	27
33	10	Grupo SBF ³	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	SP	AC - AL - AM - AP - BA - CE - ES - DF - GO - MA - MS - MG - MT - PA - PB - PR - PE - PI - RJ - RN - RS - RO - RR - SC - SP - SE - TO	27
41	11	Burger King Zamp ¹	Foodservice	SP	AC - AL - AM - AP - BA - CE - DF - ES - GO - MA - MG - MT - MS - PA - PB - PE - PI - PR - RJ - RS - RO - RR - RS - SC - SE - SP - TO	27
44	12	Cacau Show ¹	Outros Segmentos	SP	AC - AL - AM - AP - BA - CE - DF - ES - GO - MA - MG - MS - MT - PA - PB - PE - PI - PR - RJ - RN - RO - RR - RS - SC - SE - SP - TO	27
47	13	Arezzo&Co ³	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	MG	AC - AL - AM - AP - BA - CE - DF - ES - GO - MA - MG - MS - MT - PA - PB - PE - PI - PR - RJ - RN - RO - RR - RS - SC - SE - SP - TO	27
71	14	Grupo SOMA ³	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	RJ	AC - AL - AM - AP - BA - CE - DF - ES - GO - MA - MG - MS - MT - PA - PB - PE - PI - PR - RJ - RN - RO - RR - RS - SC - SE - SP - TO	27
75	15	Grupo Herval ⁴	Lojas de Depto, Artigos do Lar e Merc em Geral	RS	AC - AL - AM - AP - BA - CE - DF - ES - GO - MA - MG - MS - MT - PA - PB - PE - PI - PR - RJ - RN - RO - RR - RS - SC - SE - SP - TO	27
91	16	Santa Lolla ⁴	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	SP	AC - AL - AM - AP - BA - CE - DF - ES - GO - MA - MG - MS - MT - PA - PB - PE - PI - PR - RJ - RN - RO - RR - RS - SC - SE - SP - TO	27
101	17	Marisa Lojas ³	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	SP	AC - AL - AM - AP - BA - CE - DF - ES - GO - MA - MT - MS - MG - PA - PB - PR - PI - RJ - RN - RS - RO - RR - SC - SP - SE - TO	27

1 a 5: A hierarquia adotada em relação às fontes de informações das empresas está indicada na página 50 deste Ranking

Presença em número de estados | de 18 a 50

Posição Geral	Posição Segmento	Empresa	Segmento	Sede	Estados de Atuação Lojas Físicas	Nº de Estados
107	18	Grupo Nós ⁵	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	SP	AC - AL - AM - AP - BA - CE - DF - ES - GO - MA - MG - MS - MT - PA - PB - PE - PI - PR - RJ - RN - RO - RR - RS - SC - SE - SP - TO	27
109	19	AM PM ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	RJ	AC - AL - AM - AP - BA - CE - DF - ES - GO - MA - MG - MS - MT - PA - PB - PE - PI - PR - RJ - RN - RO - RS - SC - SE - SP - TO	27
111	20	EssilorLuxottica ¹	Óticas, Jóias, Bijoux, Bolsas e Acessórios	SP	AC - AL - AM - AP - BA - CE - DF - ES - GO - MA - MG - MT - MS - PA - PB - PE - PI - PR - RJ - RS - RO - RR - RS - SC - SE - SP - TO	27
113	21	IMC International Meal Company Alimentação ⁵	Foodservice	SP	AC - AL - AM - AP - BA - CE - DF - ES - GO - MA - MT - MS - MG - PA - PB - PR - PE - PI - RJ - RN - RS - RO - RR - RS - SC - SP - SE - TO	27
119	22	RiHappy/PBKids ¹	Outros Segmentos	SP	AC - AL - AP - AM - BA - CE - DF - ES - GO - MA - MT - MS - MG - PA - PR - PB - PE - PI - RJ - RN - RS - RO - RR - SC - SP - SE - TO	27
125	23	BFFC ¹	Foodservice	RJ	AC - AL - AM - AP - BA - CE - ES - DF - GO - MA - MS - MG - MT - PA - PB - PR - PE - PI - RJ - RN - RS - RO - RR - SC - SP - SE - TO	27
135	24	Subway ⁵	Foodservice	PR	AC - AL - AM - AP - BA - CE - DF - ES - GO - MA - MG - MS - MT - PA - PB - PE - PI - PR - RJ - RN - RO - RR - RS - SC - SE - SP - TO	27
136	25	Portobello Shop ¹	Material de Construção	SC	AC - AL - AP - AM - BA - CE - DF - ES - GO - MA - MT - MS - MG - PA - PR - PB - PE - PI - RJ - RN - RS - RO - RR - SC - SP - SE - TO	27
139	26	Grupo CRM ¹	Outros Segmentos	SP	AC - AL - AM - BA - CE - DF - ES - GO - MA - MG - MS - MT - PA - PB - PE - PI - PR - RJ - RN - RO - RR - RS - SC - SE - SP - TO	27
167	27	Óticas Diniz ⁵	Óticas, Jóias, Bijoux, Bolsas e Acessórios	SP	AC - AL - AM - AP - BA - CE - DF - ES - GO - MA - MG - MS - MT - PA - PB - PE - PI - PR - RJ - RN - RO - RR - RS - SC - SE - SP - TO	27
168	28	Lupo ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	SP	AC - AL - AM - AP - BA - CE - DF - ES - GO - MA - MT - MS - MG - PA - PB - PR - PE - PI - RJ - RN - RS - RO - RR - SC - SP - SE - TO	27
179	29	Usaflex ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	RS	AC - AL - AM - AP - BA - CE - DF - ES - GO - MA - MG - MS - MT - PA - PB - PE - PI - PR - RJ - RN - RO - RR - RS - SC - SE - SP - TO	27
186	30	Alpargatas ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	SP	AC - AL - AM - AP - BA - CE - DF - ES - GO - MA - MG - MS - MT - PA - PB - PE - PI - PR - RJ - RN - RO - RR - RS - SC - SE - SP - TO	27
188	31	Aramis ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	SP	AC - AL - AM - AP - BA - CE - DF - ES - GO - MA - MG - MS - MT - PA - PB - PE - PI - PR - RJ - RN - RO - RR - RS - SC - SE - SP - TO	27
191	32	Giraffas ⁴	Foodservice	DF	AC - AL - AM - AP - BA - CE - ES - DF - GO - MA - MS - MG - MT - PA - PB - PR - PE - PI - RJ - RN - RS - RO - RR - SC - SP - SE - TO	27
202	33	Chilli Beans ¹	Óticas, Jóias, Bijoux, Bolsas e Acessórios	SP	AC - AL - AP - AM - BA - CE - DF - ES - GO - MA - MT - MS - MG - PA - PR - PB - PE - PI - RJ - RN - RS - RO - RR - SC - SP - SE - TO	27
228	34	Mobly ³	Eletromóveis	SP	AC - AL - AP - AM - BA - CE - DF - ES - GO - MA - MT - MS - MG - PA - PR - PB - PE - PI - RJ - RN - RS - RO - RR - SC - SP - SE - TO	27
230	35	Chiquinho Sorvetes ⁵	Foodservice	SP	AC - AL - AP - AM - BA - CE - DF - ES - GO - MA - MT - MS - MG - PA - PR - PB - PE - PI - RJ - RN - RS - RO - RR - RS - SC - SP - SE - TO	27
240	36	Ammo ⁵	Lojas de Depto, Artigos do Lar e Merc em Geral	SP	AC - AL - AM - AP - BA - CE - DF - ES - GO - MA - MG - MS - MT - PA - PB - PE - PI - PR - RJ - RN - RO - RR - RS - SC - SE - SP - TO	27
278	37	Marabraz ⁵	Eletromóveis	SP	AC - AL - AP - AM - BA - CE - DF - ES - GO - MA - MT - MS - MG - PA - PR - PB - PE - PI - RJ - RN - RS - RO - RR - RS - SC - SP - SE - TO	27
291	38	Melissa Grendene ⁵	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	RS	AC - AL - AM - AP - BA - CE - DF - ES - GO - MA - MG - MS - MT - PA - PB - PE - PI - PR - RJ - RN - RO - RR - RS - SC - SE - SP - TO	27
25	39	Riachuelo ³	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	SP	AC - AL - AM - AP - BA - CE - DF - ES - GO - MA - MG - MS - MT - PA - PR - PI - PR - RJ - RN - RO - RR - RS - SC - SE - SP - TO	26
52	40	iGUi Piscinas ⁴	Outros Segmentos	RS	AC - AL - AM - AP - BA - CE - DF - ES - GO - MA - MT - MS - MG - PA - PB - PR - PI - RJ - RN - RS - RO - RR - SC - SP - SE - TO	26
81	41	Vivara ³	Óticas, Jóias, Bijoux, Bolsas e Acessórios	SP	AC - AL - AP - AM - BA - CE - DF - ES - GO - MA - MT - MS - MG - PA - PR - PB - PE - PI - RJ - RN - RS - RO - SC - SP - SE - TO	26
129	42	VEM BR Mania ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	RJ	AC - AL - AM - BA - CE - DF - ES - GO - MA - MT - MS - MG - PA - PB - PR - PE - PI - RJ - RN - RS - RO - RR - RS - SC - SP - SE - TO	26
132	43	Grupo Trigo ¹	Foodservice	RJ	AC - AL - AM - AP - BA - CE - DF - ES - GO - MA - MS - MG - MT - PA - PB - PR - PE - PI - RJ - RN - RS - RO - RR - SC - SE - SP	26
2	44	Assaí ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	RJ	AC - AL - AM - AP - BA - CE - DF - ES - GO - MA - MG - MT - MS - PA - PB - PE - PI - PR - RJ - RN - RO - RR - SE - SP - TO	25
165	45	Track & Field ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	SP	AL - AC - AM - BA - CE - DF - ES - GO - MA - MG - MS - MT - PA - PB - PE - PI - PR - RJ - RN - RS - SC - SE - SP	25
17	46	Havan ¹	Lojas de Depto, Artigos do Lar e Merc em Geral	SC	AC - AL - AM - BA - DF - ES - GO - MA - MG - MS - MT - PA - PB - PE - PI - PR - RJ - RO - RS - RN - SC - SP - SE - TO	24
27	47	McDonald's Arcos Dorados ³	Foodservice	SP	AL - AM - BA - CE - DF - ES - GO - MA - MG - MS - MT - PA - PB - PE - PI - PR - RJ - RN - RO - RS - SC - SE - SP - TO	24
288	48	Vissimo Group ¹	Outros Segmentos	SP	AL - AP - AM - BA - CE - DF - ES - GO - MA - MT - MS - MG - PA - PB - PR - PE - PI - RJ - RN - RS - SC - SP - SE - TO	24
4	49	Grupo Casas Bahia ¹	Eletromóveis	SP	AL - AM - BA - CE - DF - ES - GO - MA - MT - MS - MG - PA - PB - PR - PE - PI - RJ - RN - RS - SC - SP - SE - TO	23
64	50	Petz ¹	Outros Segmentos	SP	AL - AM - BA - CE - DF - ES - GO - MA - MG - MS - MT - PA - PE - PR - PI - RJ - RN - RS - RO - SC - SP - SE - TO	23

1 a 5: A hierarquia adotada em relação às fontes de informações das empresas está indicada na página 50 deste Ranking

Franquias: expansão sustentada

A força do franchising no mercado brasileiro é tão grande que o modelo merece uma análise separada. Esse é um modelo de negócios com um papel muito relevante no desenvolvimento das redes e na expansão das marcas de varejo no País. Nesta edição do Ranking, 46 empresas contam com operações de franquia (ainda que esse modelo não seja o único a ser adotado ou não seja a principal forma de desenvolvimento de negócios), representando 15,3% das 300 maiores varejistas brasileiras.

Uma análise da lista das principais operações de franquias do País mostra que esse é um modelo de negócios democrático, em que é possível desenvolver operações relevantes nos mais variados segmentos, para alcançar perfis de público bem diversificados.

O mais importante é a lógica da adoção desse modelo de negócios: redução da necessidade de investimentos próprios e, ao mesmo tempo, aproveitamento de oportunidades de crescimento

46
das 300 maiores varejistas
contam com operações
de franquia

em mercados específicos com operadores com expertise local.

O grupo das dez maiores redes de franquias fechou 2023 com um total estimado de 17.973 pontos de venda.

O modelo de franchising se mostra como um caminho que proporciona um crescimento mais sustentável, mitigando riscos e ampliando oportunidades de evolução.

Maiores redes de franquias | de 1 a 12

Posição Geral	Posição Segmento	Empresa	Segmento	Nº Lojas 2023	Nº de Lojas Franqueadas 2023
44	1	Cacau Show ¹	Outros Segmentos	4.217	4.395
6	2	Grupo Boticário ¹	Drogarias e Perfumarias	3.834	3.340
28	3	Ortobom ⁴	Eletrodomésticos	2.380	2.380
111	4	EssilorLuxottica ¹	Óticas, Jóias, Bijoux, Bolsas e Acessórios	1.624	1.461
202	5	Chilli Beans ¹	Óticas, Jóias, Bijoux, Bolsas e Acessórios	1.163	1.163
125	6	BFFC ¹	Foodservice	1.087	1.087
139	7	Grupo CRM ¹	Outros Segmentos	1.083	1.013
210	8	Oggi Sorvetes ⁴	Foodservice	1.000	1.000
9	9	Natura&Co ⁵	Drogarias e Perfumarias	885	773
248	10	Mercadão dos Óculos ⁴	Óticas, Jóias, Bijoux, Bolsas e Acessórios	700	700
71	11	Grupo SOMA ³	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	1.068	671
132	12	Grupo Trigo ¹	Foodservice	619	619

1 a 5: A hierarquia adotada em relação às fontes de informações das empresas está indicada na página 50 deste Ranking

Maiores redes de franquias | de 13 a 51

Posição Geral	Posição Segmento	Empresa	Segmento	Nº Lojas 2023	Nº de Lojas Franqueadas 2023
168	13	Lupo ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	610	607
186	14	Alpargatas ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	586	580
206	15	Halipar ¹	Foodservice	378	378
251	16	Sodiê Doces ⁴	Foodservice	359	359
179	17	Usaflex ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	315	315
165	18	Track & Field ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	359	313
91	19	Santa Lolla ⁴	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	305	305
113	20	IMC International Meal Company Alimentação ⁵	Foodservice	601	264
41	21	Burger King Zamp ¹	Foodservice	1.039	261
223	22	Grupo Afeet ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	208	166
136	23	Portobello Shop ¹	Material de Construção	158	128
288	24	Vissimo Group ¹	Outros Segmentos	143	120
119	25	RiHappy/PBKids ¹	Outros Segmentos	295	96
231	26	Di Santinni ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	139	80
282	27	Mania de Churrasco ⁴	Foodservice	101	76
188	28	Aramis ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	121	74
265	29	Bagaggio ¹	Outros Segmentos	188	70
137	30	Farma Conde ¹	Drogarias e Perfumarias	360	42
83	31	Grupo CVLB Casa & Vídeo/ Le Biscuit ¹	Lojas de Depto, Artigos do Lar e Merc em Geral	350	10
27	32	McDonald's Arcos Dorados ³	Foodservice	1.130	n.d.
47	33	Arezzo&Co ³	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	1.052	n.d.
52	34	iGui Piscinas ⁴	Outros Segmentos	800	n.d.
94	35	Habib ´s ⁵	Foodservice	600	n.d.
95	36	Madero ⁵	Foodservice	276	n.d.
114	37	Grupo Via Veneto ⁵	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	253	n.d.
135	38	Subway ⁵	Foodservice	1.574	n.d.
167	39	Óticas Diniz ⁵	Óticas, Jóias, Bijoux, Bolsas e Acessórios	1.207	n.d.
189	40	Inbrands ⁵	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	306	n.d.
191	41	Giraffas ⁴	Foodservice	409	n.d.
204	42	Grupo AMC ⁵	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	693	n.d.
220	43	Carmen Steffens ⁵	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	464	n.d.
240	44	Ammo ⁵	Lojas de Depto, Artigos do Lar e Merc em Geral	230	n.d.
291	45	Melissa Grendene ⁵	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	414	n.d.
292	46	World Tennis ⁵	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	260	n.d.

1 a 5: A hierarquia adotada em relação às fontes de informações das empresas está indicada na página 50 deste Ranking

Varejo digital: a hora do omnichannel

Uma das grandes histórias do varejo brasileiro nos últimos anos é a digitalização das empresas. Redes sociais, e-commerce, aplicativos e WhatsApp se tornaram parte da jornada de compra dos consumidores, em um movimento sem retorno e que faz parte da agenda de transformação dos negócios das 300 maiores varejistas brasileiras.

Para as empresas deste Ranking, está claro que o investimento em canais digitais e sua integração à experiência de compra da loja física é um passo necessário – e para a maioria das empresas, parte do dia a dia. Nos últimos 5 anos, acompanhar o comportamento digital e *omnichannel* dos clientes passou a ser fundamental para as empresas entenderem melhor seu público e identificarem oportunidades de crescimento.

A consequência desse movimento é que o e-commerce, hoje, é visto como natural no universo das 300 maiores varejistas brasileiras. Atualmente, 217 das empresas listadas neste Ranking contam com uma operação de e-commerce (eram 162 antes da pandemia). Estar online já não é diferencial, e sim parte do negócio e uma condição necessária para estar próximo dos clientes.

Em todos os setores do varejo, a maior parte das varejistas listadas no Ranking possui um e-commerce

93,6%
das varejistas de não-alimentos
entre as 300 maiores vendem
por meios digitais

ativo. O setor onde ainda existe campo inexplorado é o de Supermercados, em que apenas 87 das 157 varejistas (55,4%) possuem um e-commerce em operação. Nos demais segmentos, 117 de 125 empresas (93,6%) têm presença online.

Esses números, porém, contam apenas parte da história. Um aspecto mais recente dessa evolução são os *marketplaces*, sobre os quais falaremos mais adiante. Outro ponto que ganhou muita relevância durante a pandemia é o WhatsApp como um canal de vendas: atualmente, 98 das 214 varejistas que declararam dados usam o “Zap” para vender. O varejo entendeu que é preciso ir atrás dos clientes para vender – esperar o consumidor ir até a loja significa dar oportunidade para que a concorrência chegue primeiro.

Entre os 10 maiores e-commerces (vendas 1P) do varejo brasileiro estão 9 empresas que nasceram

Presença do e-commerce no varejo brasileiro em 2023

SETOR	QUANTIDADE	% DAS EMPRESAS DO SETOR	% DAS EMPRESAS DO RANKING
Supermercados / hipermercados	87	55,4%	29,0%
Moda, calçados e artigos esportivos	37	100,0%	12,3%
Eletrodomésticos	21	84,0%	7,0%
Drogarias e perfumarias	20	90,9%	6,7%
Foodservice	13	72,2%	4,3%
Outros Segmentos	12	92,3%	4,0%
Lojas de departamento	11	100,0%	3,7%
Material de construção	10	90,9%	3,3%
Óticas, joias, bijoux, bolsas e acessórios	6	100,0%	2,0%



no mundo físico. São varejistas que derrubaram as barreiras entre online e offline e, hoje, têm uma parcela significativa de seu faturamento vindo de canais digitais. Para essas empresas, que usam suas estruturas de lojas físicas como *hubs* logísticos, a diferenciação entre físico e digital nem é mais tão relevante assim – o que importa é atender bem o cliente.

Esse é o caso, por exemplo, da líder Magazine Luiza. A empresa é a maior operadora 1P do mercado brasileiro, com um faturamento digital de R\$ 27,5 bilhões em 2023. O Magalu é hoje uma empresa digital que possui uma rede de quase 1.300 lojas físicas.

Vale destacar 2 empresas que ampliam a narrativa tradicional de que o e-commerce é o destino primário de compras de bens duráveis. A 4ª maior operação online 1P brasileira é o Carrefour, com R\$ 6,7 bilhões em faturamento e um crescimento de 54% na comparação anual. A partir de uma operação de supermercados – um negócio de valor unitário nem sempre interessante para o e-commerce e com margens muito apertadas – a empresa vem construindo um negócio digital que amplia o engajamento dos clientes e multiplica as oportunidades de relacionamento dos consumidores com a marca.

O segundo caso é o da RD Saúde, 5º maior *player* 1P do Brasil e líder no setor de Drogarias e Perfumarias. A empresa movimentou R\$ 5,1 bilhões em 2023, com um crescimento de 57% na comparação anual. A ampliação de seu negócio para um hub de saúde, a conveniência da entrega em questão de minutos na vizinhança das lojas e a forte integração *omnichannel* do negócio reforçam as oportunidades de expansão do negócio.

Os casos do Magalu, Carrefour e RD Saúde mostram que a influência do digital sobre os negócios vai muito além da presença (ou ausência) de um e-commerce. Em um mundo cada vez mais centrado nos smartphones, todas as etapas do relacionamento dos consumidores com as marcas se digitalizam cada vez mais. A fronteira entre online e offline é cada vez mais fluida e as jornadas de compra dos clientes são *omnichannel*, migrando do digital para o físico (e vice-versa) ao gosto do consumidor. Para acompanhar esse movimento, as empresas precisaram digitalizar processos, visões de negócios e estruturas de gestão. Para as 300 maiores, isso se traduz em um varejo mais ágil, flexível, produtivo e eficiente.

Varejo Digital | de 1 a 15

Posição Geral	Posição Segmento	EMPRESA	SEGMENTO	VENDAS VIA WHATSAPP	CROSS BORDER DO BRASIL p/ OUTROS PAÍSES	E-COMMERCE	VENDAS DO E-COMMERCE 1P 2023 EM R\$ MILHÕES	VENDAS DO E-COMMERCE 1P 2022 EM R\$ MILHÕES	CRESCIMENTO E-COMMERCE 1P 2023 x 2022
3	1	Magazine Luiza ¹	Lojas de Depto, Artigos do Lar e Merc em Geral	Sim	Não	Sim	27575	27940	-1%
13	2	Amazon ⁵	Outros Segmentos	Não	Sim	Sim	16.800	n.d.	-
4	3	Grupo Casas Bahia ¹	Eletrodomésticos	Sim	Não	Sim	12.923	15.207	-15%
1	4	Grupo Carrefour Brasil ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	Sim	Não	Sim	6.712	4.356	54%
5	5	RD Saúde ¹	Drogarias e Perfumarias	Sim	Não	Sim	5.077	3.223	57%
10	6	Americanas ⁵	Lojas de Depto, Artigos do Lar e Merc em Geral	Sim	Não	Sim	2.600	n.d.	-
33	7	Grupo SBF ³	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	-	Não	Sim	2.281	1.888	21%
12	8	Lojas Renner ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	Sim	Não	Sim	1.955	1.873	4%
26	9	C&A ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	Sim	Não	Sim	1.538	1.129	36%
64	10	Petz ¹	Outros Segmentos	Sim	Não	Sim	1.470	1.220	20%
19	11	Pague Menos ¹	Drogarias e Perfumarias	Sim	Não	Sim	1.427	981	46%
71	12	Grupo SOMA ³	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	Sim	Não	Sim	1.412	1.249	13%
147	13	Privalia ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	Não	Não	Sim	1.349	1.226	10%
47	14	Arezzo&Co ³	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	Sim	Sim	Sim	1.297	1.100	18%
74	15	Cobasi ¹	Outros Segmentos	Sim	Não	Sim	1.065	781	36%

1 a 5: A hierarquia adotada em relação às fontes de informações das empresas está indicada na página 50 deste Ranking

Varejo Digital | de 16 a 59

Posição Geral	Posição Segmento	Empresa	Segmento	Vendas via WhatsApp	Cross Border do Brasil p/ outros países	E-commerce	Vendas do E-commerce 1p 2023 em R\$ milhões	Vendas do E-commerce 1p 2022 em R\$ milhões	Crescimento E-commerce 1p 2023 x 2022
41	16	Burger King Zamp ¹	Foodservice	Não	Não	Sim	1.009	791	28%
156	17	Leveros ¹	Eletrodomésticos	Sim	Não	Sim	924	772	20%
150	18	Davo Supermercados ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	Não	Não	Sim	802	70	1.046%
24	19	Leroy Merlin ¹	Material de Construção	Sim	Não	Sim	743	644	15%
132	20	Grupo Trigo ¹	Foodservice	Sim	Não	Sim	633	581	9%
56	21	Panvel Farmácias ¹	Drogarias e Perfumarias	Sim	Não	Sim	518	354	46%
67	22	Bemol ¹	Eletrodomésticos	Sim	Não	Sim	495	440	12%
63	23	Drogaria Araújo ¹	Drogarias e Perfumarias	Sim	Não	Sim	465	276	68%
81	24	Vivara ³	Óticas, Jóias, Bijoux, Bolsas e Acessórios	-	Não	Sim	439	306	43%
86	25	Lojas Colombo ¹	Eletrodomésticos	Sim	Não	Sim	414	435	-5%
125	26	BFFC ¹	Foodservice	Sim	Não	Sim	346	210	65%
95	27	Madero ⁵	Foodservice	Não	Sim	Sim	337	n.d.	n.d.
160	28	Novo Mundo ¹	Eletrodomésticos	Sim	Não	Sim	316	330	-4%
69	29	Angeloni Supermercados ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	Sim	Não	Sim	309	295	5%
83	30	Grupo CVLB Casa & Vídeo/ Le Biscuit [†]	Lojas de Depto, Artigos do Lar e Merc em Geral	Sim	Não	Sim	285	238	20%
228	31	Mobly ³	Eletrodomésticos	Não	Não	Sim	270	314	-14%
20	32	Cencosud Brasil ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	Sim	Não	Sim	263	238	10%
288	33	Vissimo Group ¹	Outros Segmentos	Sim	Não	Sim	252	280	-10%
36	34	Farmácia São João ¹	Drogarias e Perfumarias	Sim	Não	Sim	209	157	34%
171	35	Veste ³	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	Não	Não	Sim	205	165	24%
179	36	Usaflex ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	Sim	Não	Sim	180	93	94%
22	37	Móveis Gazin ¹	Eletrodomésticos	Sim	Não	Sim	157	263	-40%
79	38	Oba Hortifruti ³	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	Não	Não	Sim	156	135	16%
44	39	Cacau Show ¹	Outros Segmentos	Sim	Não	Sim	147	115	28%
223	40	Grupo Afeet ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	Não	Não	Sim	126	75	67%
119	41	RiHappy/PBKids ¹	Outros Segmentos	Sim	Não	Sim	113	123	-8%
291	42	Melissa Grendene ⁵	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	Não	Sim	Sim	96	69	38%
165	43	Track & Field ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	Sim	Não	Sim	90	72	-
265	44	Bagaggio ¹	Outros Segmentos	Sim	Não	Sim	87	71	23%
118	45	Rede DIOO ³	Drogarias e Perfumarias	Sim	Não	Sim	87	83	4%
17	46	Havan ¹	Lojas de Depto, Artigos do Lar e Merc em Geral	Não	Não	Sim	71	321	-78%
186	47	Alpargatas ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	Sim	Sim	Sim	65	49	33%
139	48	Grupo CRM ¹	Outros Segmentos	Sim	Não	Sim	63	60	4%
82	49	Drogaria Nissei ¹	Drogarias e Perfumarias	Sim	Não	Sim	63	54	17%
38	50	Savegnago Supermercados ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	Não	Não	Sim	62	58	8%
173	51	Calcenter Studio Z ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	Sim	Não	Sim	54	57	94%
188	52	Aramis ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	Sim	Não	Sim	51	41	26%
202	53	Chilli Beans ¹	Óticas, Jóias, Bijoux, Bolsas e Acessórios	Sim	Não	Sim	45	40	12%
137	54	Farma Conde ¹	Drogarias e Perfumarias	Sim	Não	Sim	25	16	58%
197	55	Andorinha Hiper Center ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	Não	Não	Sim	24	9	169%
212	56	Hirota Food Supermercados ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	Não	Não	Sim	21	19	11%
48	57	Plurix ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	Sim	Não	Sim	20	-	-
145	58	Lojas Lebes ¹	Lojas de Depto, Artigos do Lar e Merc em Geral	Sim	Não	Sim	19	8	140%
190	59	Lojas Pompéia e Gang Grupo Lins Ferrão ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	Sim	Não	Sim	19	17	12%

1 a 5: A hierarquia adotada em relação às fontes de informações das empresas está indicada na página 50 deste Ranking



Varejo Digital | de 60 a 105

Posição Geral	Posição Segmento	Empresa	Segmento	Vendas via WhatsApp	Cross Border do Brasil p/ outros países	E-commerce	Vendas do E-commerce 1p 2023 em R\$ milhões	Vendas do E-commerce 1p 2022 em R\$ milhões	Crescimento E-commerce 1p 2023 x 2022
274	60	Lojas Guaibim ¹	Eletrodomésticos	Sim	Não	Sim	17	14	21%
253	61	Joli ¹	Material de Construção	Sim	Não	Sim	16	4	357%
168	62	Lupo ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	Sim	Não	Sim	14	13	10%
175	63	Caedu ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	Sim	Não	Sim	9	6	65%
214	64	Besni ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	Não	Não	Sim	4	4	8%
231	65	Di Santinni ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	Sim	Não	Sim	3	2,4	25%
6	66	Grupo Boticário ¹	Drogarias e Perfumarias	Sim	Sim	Sim	n.d.	n.d.	-
7	67	Grupo Mateus ³	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	Não	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
8	68	GPA Alimentar ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	Sim	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
9	69	Natura&Co ⁵	Drogarias e Perfumarias	Não	Sim	Sim	n.d.	n.d.	-
14	70	Muffato ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	Sim	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
15	71	DPSP ¹	Drogarias e Perfumarias	Sim	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
16	72	Grupo Pereira ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	Não	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
18	73	Martins Smart Supermercados ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	Sim	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
23	74	Rede Supermarket ⁴	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	Sim	-	Sim	n.d.	n.d.	-
25	75	Riachuelo ³	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	Sim	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
27	76	McDonald's Arcos Dorados ³	Foodservice	Não	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
28	77	Ortobom ⁴	Eletrodomésticos	Não	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
29	78	Koch Hipermercado ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	Não	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
34	79	Tenda Atacado SA ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	Sim	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
37	80	Fast Shop ⁵	Eletrodomésticos	Sim	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
39	81	Condor Super Center ⁵	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	Não	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
42	82	Sonda Supermercados ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	Não	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
43	83	Pernambucanas ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	Sim	Não	Sim	n.d.	1.031	-
46	84	Dia% ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	Não	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
50	85	Líder Supermercados ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	Não	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
53	86	ABC atacado e varejo Adição Distribuição Express ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	Não	-	Sim	n.d.	n.d.	-
54	87	GFG LatAm - Dafiti ⁵	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	Não	Sim	Sim	n.d.	n.d.	-
55	88	Comercial Zaffari ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	Não	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
58	89	Amigão Supermercados Grupo Amigão ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	Não	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
59	90	Grupo Supernosso ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	Sim	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
60	91	Supermercados ABC ⁵	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	Não	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
65	92	Armazém Paraíba Grupo Claudino ⁴	Lojas de Depto, Artigos do Lar e Merc em Geral	Não	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
66	93	Giassi ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	-	-	Sim	n.d.	-	-
70	94	Spani Comercial Zaragoza ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	Não	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
72	95	Kalunga ³	Outros Segmentos	Não	Não	Sim	n.d.	566	-
73	96	Pague Menos Supermercados ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	Não	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
75	97	Grupo Herval ⁴	Lojas de Depto, Artigos do Lar e Merc em Geral	Sim	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
76	98	Outback Blooming Brands ⁴	Foodservice	Não	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
77	99	Clamed Farmácias ⁵	Drogarias e Perfumarias	Não	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
84	100	Unidasul ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	Não	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
85	101	Coop - Cooperativa de Consumo ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	Não	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
88	102	Jad Zogheib e Cia ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	Não	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
89	103	RealMar Distribuidora ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	Não	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
91	104	Santa Lolla ⁴	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	Não	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
90	105	Eletrozema ⁴	Eletrodomésticos	Sim	Não	Sim	n.d.	87	-

1 a 5: A hierarquia adotada em relação às fontes de informações das empresas está indicada na página 50 deste Ranking

Varejo Digital | de 106 a 151

Posição Geral	Posição Segmento	EMPRESA	SEGMENTO	Vendas via WhatsApp	Cross Border do Brasil p/ outros países	E-Commerce	Vendas do E-Commerce 1p 2023 em R\$ milhões	Vendas do E-Commerce 1p 2022 em R\$ milhões	Crescimento E-Commerce 1p 2023 x 2022
92	106	Tauste Supermercados ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	Não	-	Sim	n.d.	n.d.	-
94	107	Habib ´s ⁵	Foodservice	Não	Não	Sim	n.d.	479	-
96	108	Big Box Supermercados ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	Não	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
97	109	Super Adega ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	-	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
98	110	Drogaria Venâncio ⁵	Drogarias e Perfumarias	Sim	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
99	111	Telhanorte Saint-Gobain ⁵	Material de Construção	Sim	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
101	112	Marisa Lojas ³	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	Sim	Não	Sim	n.d.	256	-
103	113	Drogal ⁵	Drogarias e Perfumarias	Não	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
104	114	Farmácia Indiana ⁵	Drogarias e Perfumarias	Sim	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
105	115	Barbosa Supermercados ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	Não	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
106	116	Lojas Torra ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	Não	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
108	117	Supermercados Zona Sul ⁵	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	Sim	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
109	118	AM PM ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	Sim	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
110	119	Zara Brasil ⁵	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	Não	Sim	Sim	n.d.	n.d.	-
111	120	EssilorLuxottica ¹	Óticas, Jóias, Bijoux, Bolsas e Acessórios	Não	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
112	121	Quero Quero ¹	Material de Construção	Sim	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
113	122	IMC International Meal Company Alimentação ⁵	Foodservice	Sim	Não	Sim	n.d.	376	-
114	123	Grupo Via Veneto ⁵	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	Sim	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
116	124	Sodimac Brasil ¹	Material de Construção	Sim	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
117	125	Supermercados Nordestão ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	Não	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
120	126	Lojas Becker ⁵	Eletrodomésticos	Não	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
121	127	Supermercado Cavicchiolli ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	Não	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
122	128	Supermercado Jaú Serve ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	Não	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
123	129	Covabra Supermercados ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	Não	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
124	130	Decathlon ⁵	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	Sim	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
126	131	C&C ⁴	Material de Construção	Sim	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
128	132	Imec Supermercados ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	Não	Sim	Sim	n.d.	n.d.	-
130	133	Supermercados Alvorada ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	Não	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
131	134	Coco Bambu ⁵	Foodservice	Não	Sim	Sim	n.d.	n.d.	-
133	135	Fujioka ⁵	Eletrodomésticos	Sim	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
134	136	R Carvalho Supermercado ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	Não	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
135	137	Subway ⁵	Foodservice	Não	Sim	Sim	n.d.	n.d.	-
138	138	Tok Stok ⁵	Lojas de Depto, Artigos do Lar e Merc em Geral	Sim	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
141	139	Supermercado Queiroz ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	Não	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
142	140	Super Bom ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	Não	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
143	141	Asun Supermercados ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	Não	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
146	142	Proença Supermercados ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	Não	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
149	143	Mercadinhos São Luiz ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	Não	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
153	144	Verdemar ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	Não	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
155	145	Arasuper ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	-	-	Sim	n.d.	n.d.	-
157	146	Grupo St Marche ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	Não	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
158	147	AbeVê Supermercados ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	Não	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
159	148	Master Supermercados Master A. T. S. Supermercados ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	Não	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
161	149	Chama Supermercados ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	Sim	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
163	150	Cassol ⁵	Material de Construção	Sim	Não	Sim	n.d.	47	-
162	151	Lojas Avenida ⁴	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	Não	Não	Sim	n.d.	n.d.	-

1 a 5: A hierarquia adotada em relação às fontes de informações das empresas está indicada na página 50 deste Ranking



Varejo Digital | de 152 a 196

Posição Geral	Posição Segmento	EMPRESA	SEGMENTO	Vendas via WhatsApp	Cross Border do Brasil p/ outros países	E-Commerce	Vendas do E-Commerce 1p 2023 em R\$ milhões	Vendas do E-Commerce 1p 2022 em R\$ milhões	Crescimento E-Commerce 1p 2023 x 2022
166	152	PetLove ⁴	Outros Segmentos	Sim	Não	Sim	n.d.	1.100	-
167	153	Óticas Diniz ⁵	Óticas, Jóias, Bijoux, Bolsas e Acessórios	Não	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
169	154	Supermercado São Roque ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	Não	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
177	155	Peruzzo Supermercados ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	Não	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
178	156	Mercado Móveis ⁴	Eletrodomésticos	Sim	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
182	157	Luiz Tonin Atacadista e Supermercados ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	Não	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
184	158	Farmais ⁴	Drogarias e Perfumarias	Sim	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
187	159	Super Luna ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	Não	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
189	160	Inbrands ⁵	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	Não	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
191	161	Giraffas ⁴	Foodservice	Não	Sim	Sim	n.d.	n.d.	-
192	162	Trimais Supermercados ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	Não	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
193	163	Grupo Grazziotin ³	Lojas de Depto, Artigos do Lar e Merc em Geral	Sim	Não	Sim	n.d.	-	-
194	164	Madeira Madeira ⁵	Lojas de Depto, Artigos do Lar e Merc em Geral	Sim	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
195	165	Supermercado Porecatu ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	Não	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
196	166	Oscar Calçados ⁵	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	Não	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
198	167	Hipermercado Bergamini ⁵	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	Não	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
199	168	Hiperideal ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	Não	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
201	169	Lojas Koerich ⁵	Eletrodomésticos	Não	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
204	170	Grupo AMC ⁵	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	Não	n.d.	Sim	n.d.	n.d.	-
205	171	Drogarias Globo ⁵	Drogarias e Perfumarias	Não	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
208	172	SMAC Supermercados ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	-	-	Sim	n.d.	n.d.	-
209	173	Balaroti ⁵	Material de Construção	Não	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
211	174	Carvalho Supershop ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	Não	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
218	175	Joanin ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	Não	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
219	176	Zinzane ⁵	Moda, Calçados e artigos Esportivos	Sim	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
220	177	Carmen Steffens ⁵	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	Não	Sim	Sim	n.d.	n.d.	-
221	178	Supermercado Pires ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	Não	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
224	179	Shoulder ⁴	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	Sim	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
225	180	Redemac ⁴	Material de Construção	Não	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
226	181	Todimo ⁵	Material de Construção	Não	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
232	182	Supermercados Mambo ⁵	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	Não	Sim	Sim	n.d.	n.d.	-
235	183	Berlanda ¹	Eletrodomésticos	Sim	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
240	184	Ammo ⁵	Lojas de Depto, Artigos do Lar e Merc em Geral	Sim	Não	Sim	n.d.	201	-
242	185	Wine.com ⁵	Outros Segmentos	Não	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
244	186	Sephora ⁵	Drogarias e Perfumarias	Não	Sim	Sim	n.d.	n.d.	-
245	187	Bom Vizinho Distribuidora de Alimentos ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	Não	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
246	188	Grupo Tapajós ⁵	Drogarias e Perfumarias	Não	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
248	189	Mercadão dos Óculos ⁴	Óticas, Jóias, Bijoux, Bolsas e Acessórios	Sim	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
249	190	Sipolatti ⁵	Eletrodomésticos	Não	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
250	191	Farmácia Permanente ⁵	Drogarias e Perfumarias	Não	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
251	192	Sodiê Doces ⁴	Foodservice	Não	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
252	193	Zenir Móveis e Eletros ¹	Eletrodomésticos	Não	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
254	194	Eskala ⁵	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	Sim	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
255	195	Livraria Leitura ⁴	Outros Segmentos	Não	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
256	196	Hstern ⁵	Óticas, Jóias, Bijoux, Bolsas e Acessórios	Não	n.d.	Sim	n.d.	n.d.	-

1 a 5: A hierarquia adotada em relação às fontes de informações das empresas está indicada na página 50 deste Ranking

Varejo Digital | de 196 a 217

Posição Geral	Posição Segmento	EMPRESA	SEGMENTO	VENDAS VIA WHATSAPP	CROSS BORDER DO BRASIL P/ OUTROS PAÍSES	E-COMMERCE	VENDAS DO E-COMMERCE 1º 2023 EM R\$ MILHÕES	VENDAS DO E-COMMERCE 1º 2022 EM R\$ MILHÕES	CRESCIMENTO E-COMMERCE 1º 2023 x 2022
257	197	Supermercado Delta Max ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	Não	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
262	198	Osmar Nicolini Supermercados ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	Não	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
263	199	Cofesa Comercial Ferreira Santos ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	Não	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
266	200	Supermercado Bernardão ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	Não	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
267	201	Centerbox Supermercados ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	Não	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
268	202	Império Móveis e Eletro ⁴	Eletrodomésticos	Sim	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
272	203	Domino's ⁵	Foodservice	-	Sim	Sim	n.d.	n.d.	-
271	204	Lagoa Supermercado ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	Não	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
275	205	Atacadista Mega ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	-	-	Sim	n.d.	n.d.	-
276	206	Paraná Supermercados ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	Não	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
277	207	Supermercado Baklizi ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	Sim	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
278	208	Marabraz ⁵	Eletrodomésticos	Não	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
281	209	Enxuto Supermercados ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	Não	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
284	210	Rede Plus Supermercados ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	-	-	Sim	n.d.	n.d.	-
286	211	Multiloja ⁵	Eletrodomésticos	Sim	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
290	212	Bonanza Supermercado ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	Não	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
292	213	World Tennis ⁵	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	Não	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
294	214	Casa Rena ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	Não	Não	Sim	n.d.	n.d.	-
296	215	Sakashita Supermercados ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	-	-	Sim	n.d.	n.d.	-
298	216	Supermercado Veran ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	-	-	Sim	n.d.	n.d.	-
299	217	Diniz Supermercados ²	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	-	-	Sim	n.d.	n.d.	-

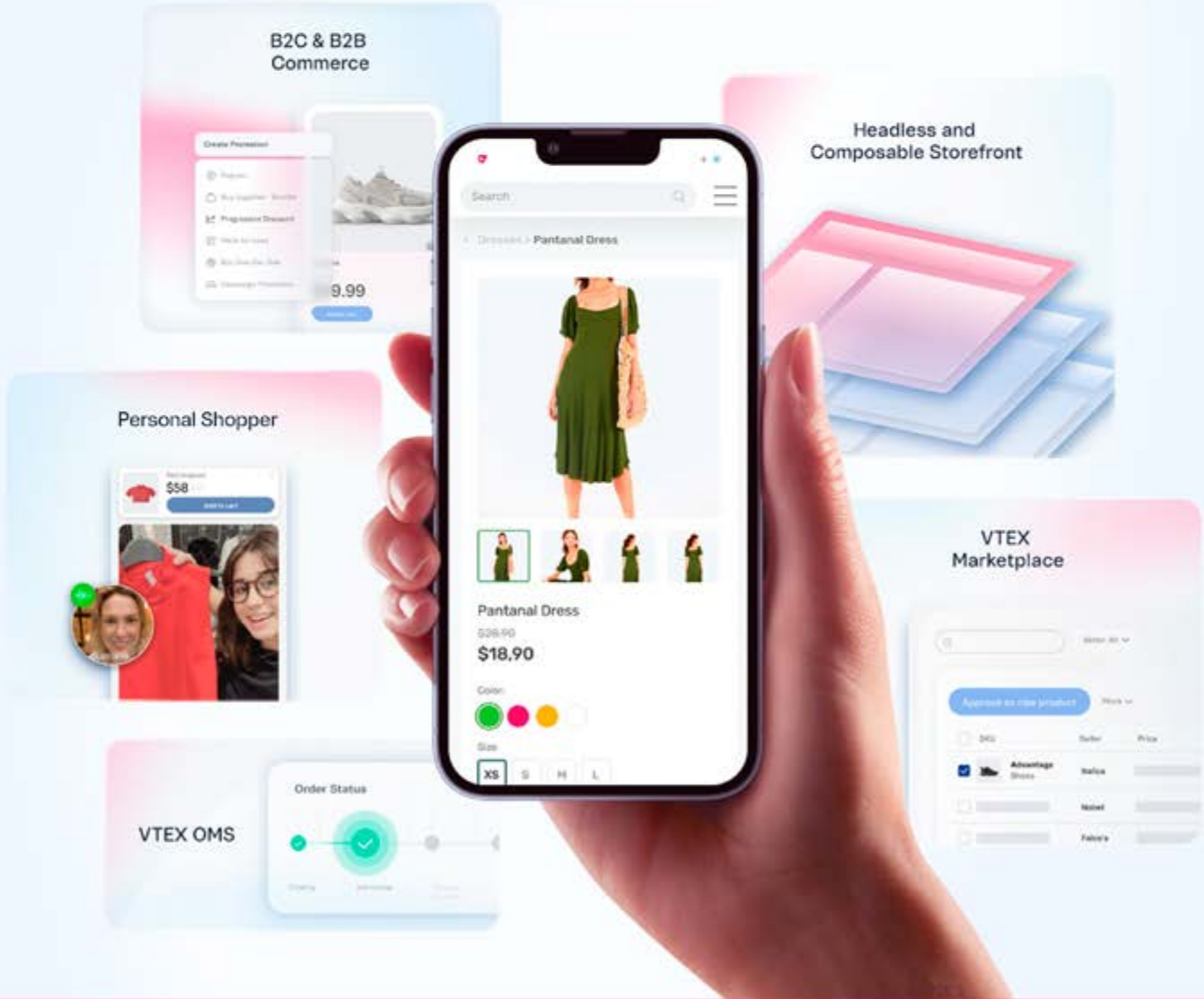
1 a 5: A hierarquia adotada em relação às fontes de informações das empresas está indicada na página 50 deste Ranking



The Composable and Complete Commerce Platform

Está na hora de escolher **eficiência** quando o assunto é investimento em comércio digital

Entregue a melhor experiência para seus clientes e reduza os custos de manutenção de plataforma com a VTEX. Tenha liberdade para testar e inovar enquanto a VTEX cuida do que é essencial para o seu negócio.



Junte-se a Carrefour, Colgate, Motorola, Sony e Stanley Black & Decker e migre para a plataforma composable e completa da VTEX.

visite vtex.com

Marketplaces: forças aceleradoras do varejo digital

Os *marketplaces* são fundamentais na jornada de digitalização do varejo brasileiro. Nos últimos anos, eles se transformaram em uma alavanca de expansão dos negócios até mesmo para marcas que possuem suas próprias plataformas digitais, ao mesmo tempo em que funcionam como um caminho de expansão e aquisição de novos clientes para marcas ainda sem tanta força no ambiente online.

Os *marketplaces* são, em todo o mundo, uma das forças aceleradoras do varejo digital. Para os varejistas, trata é uma grande oportunidade. Quem tem escala para se tornar uma plataforma, como Mercado Livre, Magazine Luiza e Casas Bahia, passa a oferecer produtos de terceiros e se transforma em um operador digital relevante. Os demais (e até mesmo essas empresas, se for importante estrategicamente) aderem a *marketplaces* para ampliar sua presença digital, reduzir o Custo de Aquisição de Clientes (CAC) e alcançar mais clientes.

A expansão dos *marketplaces* faz dessas empresas grandes consolidadores de mercado, que abrem novas frentes de faturamento a partir da oferta de serviços agregados. Essa estratégia descreve muito bem o Mercado Livre, principal *marketplace* em operação no Brasil, com um GMV de R\$ 107,9 bilhões em 2023. A empresa

transformou sua divisão de pagamentos (Mercado Pago) e sua área logística (Mercado Envios) em impulsionadores da plataforma de vendas, em um modelo sinérgico de operação.

A vice-líder é o Magazine Luiza, com um GMV de R\$ 45,6 bilhões e um conceito de “plataforma integrada” para oferecer um pacote de soluções de marketing, publicidade, logística e meios de pagamento.

Mas é preciso destacar o “elefante na sala.” Grandes *marketplaces* internacionais, como Shopee e Shein, se tornaram paraísos de consumo para os brasileiros, mas geraram uma saraivada de críticas por práticas como o envio de encomendas para clientes como se fossem correspondências entre consumidores finais (isentas de impostos). Na prática, essa situação cria um tsunami de encomendas na alfândega brasileira e uma condição concorrencial desigual para os *players* brasileiros.

As discussões sobre o programa Remessa Conforme e a aprovação, em 2024, da lei taxando compras internacionais abaixo de US\$ 50 mostram o quanto o tema se mostra espinhoso para o varejo brasileiro – e o quanto o sistema legislativo precisa se ajustar para lidar com transformações rápidas no panorama concorrencial.

Marketplaces | de 1 a 9

Posição Geral	Posição Segmento	EMPRESA	SEGMENTO	MARKETPLACE	GMV Digital 2023 em R\$ Milhões	GMV Digital 2022 em R\$ Milhões	Crescimento GMV Digital 2023 x 2022	Venda de Sellers no Marketplace in 2023 em R\$ Milhões	Venda de Sellers no Marketplace in 2022 em R\$ Milhões	Crescimento Venda de Sellers no Marketplace in 2023
-	1	Mercado Livre ⁵	Outros Segmentos	In	107.900	n.d.	-	n.d.	n.d.	-
3	2	Magazine Luiza ¹	Lojas de Depto, Artigos do Lar e Merc em Geral	In	45.617	43.389	5%	18.041	15.449	17%
-	3	Shopee ⁵	Outros Segmentos	In	30.000	n.d.	-	30.000	n.d.	-
13	4	Amazon ⁵	Outros Segmentos	In	25.000	n.d.	-	8.200	n.d.	-
4	5	Grupo Casas Bahia ¹	Eletromóveis	In/Out	21.599	23.029	-6%	5.831	5.352	9%
-	6	Shein ⁴	Outros Segmentos	In	15.000	10.000	-	n.d.	n.d.	-
10	7	Americanas ⁵	Lojas de Depto, Artigos do Lar e Merc em Geral	In	10.100	n.d.	-	7.500	n.d.	-
1	8	Grupo Carrefour Brasil ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	In/Out	8.997	6.414	40%	2.285	2.058	11%
5	9	RD Saúde ¹	Drogarias e Perfumarias	In/Out	5.077	3.223	57%	n.d.	n.d.	-

1 a 5: A hierarquia adotada em relação às fontes de informações das empresas está indicada na página 50 deste Ranking

Marketplaces | de 10 a 50

Posição Geral	Posição Segmento	EMPRESA	SEGMENTO	MARKETPLACE	GMV Digital 2023 em R\$ Milhões	GMV Digital 2022 em R\$ Milhões	Crescimento GMV Digital 2023 x 2022	Venda de Sellers no Marketplace in 2023 em R\$ Milhões	Venda de Sellers no Marketplace in 2022 em R\$ Milhões	Crescimento Venda de Sellers no Marketplace in 2023
33	10	Grupo SBF ³	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	In/Out	2.281	1.888	21%	n.d.	n.d.	-
12	11	Lojas Renner ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	In/Out	2.220	2.047	8%	264	174	52%
8	12	GPA Alimentar ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	In/Out	1.900	1.645	16%	n.d.	n.d.	-
15	13	DPSP ¹	Drogarias e Perfumarias	In/Out	1.900	1.000	90%	n.d.	n.d.	-
26	14	C&A ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	In	1.601	1.171	37%	63	42	50%
71	15	Grupo SOMA ³	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	In/Out	1.412	1.249	13%	n.d.	n.d.	-
147	16	Privalia ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	In	1.379	1.226	12%	31	0	-
47	17	Arezzo&Co ³	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	In	1.297	2.400	-46%	n.d.	n.d.	-
24	18	Leroy Merlin ¹	Material de Construção	In/Out	1.068	921	16%	326	277	18%
56	19	Panvel Farmácias ¹	Drogarias e Perfumarias	In/Out	858	618	39%	366	31	1095%
67	20	Bemol ¹	Eletromóveis	In	545	469	16%	50	28	79%
86	21	Lojas Colombo ¹	Eletromóveis	In/Out	504	482	5%	90	47	89%
228	22	Mobly ³	Eletromóveis	In/Out	465	581	-20%	195	267	-27%
160	23	Novo Mundo ¹	Eletromóveis	In/Out	356	391	-9%	40	60	-33%
83	24	Grupo CVLB Casa & Vídeo/ Le Biscuit ¹	Lojas de Depto, Artigos do Lar e Merc em Geral	In/Out	351	274	28%	66	36	82%
69	25	Angeloni Supermercados ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	In/Out	330	306	8%	21	11	100%
119	26	RiHappy/PBKids ¹	Outros Segmentos	In/Out	158	168	-6%	45	46	-2%
188	27	Aramis ¹	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	In/Out	64	58	10%	13	17	-27%
145	28	Lojas Lebes ¹	Lojas de Depto, Artigos do Lar e Merc em Geral	In/Out	47	20	135%	n.d.	n.d.	-
235	29	Berlanda ¹	Eletromóveis	In/Out	17	39	-57%	n.d.	n.d.	-
6	30	Grupo Boticário ¹	Drogarias e Perfumarias	In/Out	n.d.	n.d.	-	n.d.	n.d.	-
25	31	Riachuelo ³	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	In	n.d.	760	-	n.d.	n.d.	-
27	32	McDonald's Arcos Dorados ³	Foodservice	In/Out	n.d.	n.d.	-	n.d.	n.d.	-
34	33	Tenda Atacado SA ¹	Super, Hiper, Atacarejo e Conveniência	In	n.d.	n.d.	-	n.d.	n.d.	-
37	34	Fast Shop ⁵	Eletromóveis	In	n.d.	n.d.	-	n.d.	n.d.	-
54	35	GFG LatAm - Dafiti ⁵	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	In	n.d.	4.409	-	n.d.	n.d.	-
101	36	Marisa Lojas ³	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	In/Out	n.d.	n.d.	-	n.d.	n.d.	-
163	37	Cassol ⁵	Material de Construção	In/Out	n.d.	83	-	n.d.	5	-
162	38	Lojas Avenida ⁴	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	In	n.d.	n.d.	-	n.d.	n.d.	-
166	39	PetLove ⁴	Outros Segmentos	In	n.d.	1.100	-	n.d.	n.d.	-
178	40	Mercado Móveis ⁴	Eletromóveis	In/Out	n.d.	n.d.	-	n.d.	n.d.	-
184	41	Farmais ⁴	Drogarias e Perfumarias	In	n.d.	n.d.	-	n.d.	n.d.	-
193	42	Grupo Grazziotin ³	Lojas de Depto, Artigos do Lar e Merc em Geral	In	n.d.	-	-	n.d.	-	-
194	43	Madeira Madeira ⁵	Lojas de Depto, Artigos do Lar e Merc em Geral	In	n.d.	n.d.	-	n.d.	n.d.	-
201	44	Lojas Koerich ⁵	Eletromóveis	In	n.d.	n.d.	-	n.d.	n.d.	-
219	45	Zinzane ⁵	Moda, Calçados e artigos Esportivos	In	n.d.	n.d.	-	n.d.	n.d.	-
249	46	Sipolatti ⁵	Eletromóveis	In	n.d.	n.d.	-	n.d.	n.d.	-
255	47	Livraria Leitura ⁴	Outros Segmentos	In	n.d.	n.d.	-	n.d.	n.d.	-
268	48	Império Móveis e Eletro ⁴	Eletromóveis	In	n.d.	n.d.	-	n.d.	n.d.	-
286	49	Multiloja ⁵	Eletromóveis	In	n.d.	n.d.	-	n.d.	n.d.	-
292	50	World Tennis ⁵	Moda, Calçados e Artigos Esportivos	In	n.d.	n.d.	-	n.d.	n.d.	-

1 a 5: A hierarquia adotada em relação às fontes de informações das empresas está indicada na página 50 deste Ranking



O varejo brasileiro e as grandes empresas



Alberto Serrentino

Fundador da Varese Retail, Vice-presidente e conselheiro da SBVC.
Consultor, conselheiro de empresas, autor, palestrante internacional e
Top Retail Expert 2024

O Ranking CIELO-SBVC 300 Maiores Empresas do Varejo Brasileiro chegou à sua 10ª edição, tendo sido a primeira edição em 2015 voltada às 250 maiores do setor. A perspectiva, em ciclo relativamente longo e marcado por grandes desafios e transformações no varejo brasileiro, traz análises que revelam elementos estruturais e conjunturais das maiores empresas de nosso varejo, que representam 50,5% do setor. Fechamos a edição 2024, com dados referentes ao ano de 2023, listando empresas com faturamento anual superior a R\$ 460 milhões. Dentre as 300 ranqueadas neste estudo da Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo (SBVC), com patrocínio da Cielo, há 184 empresas com faturamento anual superior a R\$ 1 bilhão, 25 com mais de 1.000 lojas em operação no País, 37 com mais de 10 mil funcionários, 42 de capital aberto e 36 listadas na Bolsa. Além disso, são apresentados os principais operadores de e-commerce e *marketplaces* com operação no Brasil.

Economia e varejo

O ano de 2023 foi desafiador para o varejo, mas teve melhoras graduais ao longo do ano. A inflação carregada de 2022 e que levou à subida nos juros manteve trajetória de queda; entretanto, a taxa Selic só começou a ser reduzida no 2º semestre, o que manteve os juros reais muito elevados, com contração e alto custo de crédito, afetando a liquidez e a demanda para o varejo.

De outro lado, o mercado de trabalho mostrou evolução positiva, com geração de quase 1,5 milhão de empregos formais, queda na taxa de desemprego ao menor patamar desde 2015 e aumento de renda e massa salarial, que chegaram a níveis superiores aos do período pré-pandemia.

O varejo teve mais um ano de baixo crescimento, com aumento real das vendas de 1,6%. Isso marca um longo ciclo de nove anos difíceis para o setor, que viveu o pior biênio da história recente em 2015-2016, com quedas reais de 4,3% e 6,2%, respectivamente; a partir de 2017 houve crescimento moderado em todos os anos, oscilando entre 1% e 2,3%.

Em 2023, o destaque ficou com os segmentos ligados a bens de alto giro: supermercados e drogarias. O segmento de eletroeletrônicos e móveis teve o primeiro crescimento após dois anos de forte queda e o segmento de materiais de construção teve mais um ano negativo.

Desempenho de vendas

Desde a primeira edição do Ranking, publicada em 2015, os dados revelam que as maiores empresas do varejo brasileiro crescem acima da média do setor. Em 2023, dados comparáveis de 216 empresas do Ranking

CIELO-SBVC mostram aumento nominal de vendas de 11,4%, contra 4,1% do crescimento nominal do varejo pelos dados do IBGE.

Em todos os segmentos, o desempenho das maiores empresas ranqueadas foi superior ao crescimento médio do segmento como um todo. Das empresas com dados comparáveis, 78,2% cresceram acima da inflação no ano passado. Em todas as 10 edições do Ranking o crescimento das maiores empresas foi superior ao do varejo como um todo.

Expansão, emprego e produtividade

O varejo enfrentou um período de pandemia, seguido de dois anos com juros elevados que pressionaram caixa e liquidez, obrigando as empresas a racionalizar a alocação de capital, controlar as despesas e promover esforços de desalavancagem para reduzir o impacto do aumento de despesas financeiras. Diversas empresas fizeram reduções em seus investimentos. Apesar disso, se manteve o aumento de base de lojas das empresas listadas no ranking, tanto por meio de abertura orgânica de novas lojas como por aquisições.

Em amostra de 267 empresas do Ranking CIELO-SBVC, houve aumento médio de 3,6% na base de lojas em 2023. Em 58% dessas empresas houve aumento de base de lojas no ano passado, 25,1% mantiveram a base e 16,5% tiveram redução no número de lojas, com diferenças setoriais: os destaques positivos foram drogarias/perfumarias (+7,3%), óticas/bijoux/bolsas/acessórios (+5,2%) e Supermercados (+4,6%); o destaque negativo veio de lojas de departamento/artigos do lar (-5%); Eletrodomésticos, Materiais de construção e Foodservice mantiveram a base de lojas.

O grande varejo vem mantendo a expansão do parque de lojas desde a primeira edição do Ranking. O saldo líquido apurado na base de empresas foi positivo nos 9 últimos anos, incluindo os dois anos de profunda crise econômica – 2015 e 2016 e o ano de explosão da pandemia – 2020.

Em relação ao número de funcionários, para a base de 193 empresas houve aumento de apenas 1,1%. Em 35,8% delas houve redução e 6% mantiveram o quadro. Isso reforça a agenda de austeridade, o foco em produtividade e a racionalização por parte do varejo. A venda por funcionário aumentou 10% sobre 2022, considerando um grupo de 185 empresas.

13%

das maiores empresas de varejo operam nos 27 estados do País

Concentração e Regionalismo

Os dados do Ranking revelam e confirmam, a cada edição, características estruturais do varejo brasileiro. O mercado brasileiro é complexo e apresenta elevados graus de concentração demográfica e geográfica. A consequência disso para o varejo se dá no baixo nível de concentração geral e no peso relevante do varejo regional. As 10 maiores empresas de varejo do Brasil detêm somente 19% do mercado, enquanto as 50 maiores somam 34% e as 100 maiores, apenas 41%. Apesar dos diversos movimentos de expansão orgânica, entradas de empresas internacionais, fusões e aquisições, o grau de concentração no varejo brasileiro cresce lentamente e a série histórica do Ranking revela que a participação das 10 maiores empresas sobre o total das 300 maiores aumentou pouco entre 2015 e 2023, tendo passado de 16% para 19% em 2023.

Em relação à dispersão regional, 48% das empresas só possuem operação em um estado e 67% em até 5 estados. Somente 13% das maiores empresas de varejo do Brasil operam nos 27 estados do País. Apesar de existirem diversas redes com presença nacional, o varejo brasileiro ainda é dominado por empresas de atuação regional – outro indicador no qual a série histórica do Ranking reforça uma característica estrutural do varejo brasileiro. O grau de regionalismo não vem mudando significativamente nos últimos 9 anos.

Aceleração digital

A pandemia provocou um salto na maturidade digital dos consumidores e uma forte aceleração digital do varejo no biênio 2020-2021. O cenário econômico dos dois anos seguintes, com baixo crescimento, pressão inflacionária, juros elevados e contração de crédito, obrigou o varejo a uma agenda de disciplina financeira, com controle de despesas e investimentos e busca por lucratividade e geração operacional de caixa.

Isso levou as empresas a mudar o foco nas vendas digitais, de uma agenda de crescimento para uma de lucratividade, via melhora de margens, redução de subsídios a fretes e parcelamento sem juros. O comércio eletrônico teve crescimento nominal de 0,7% em 2023, segundo dados da NielsenIQ (para inflação de 4,6%), com penetração digital de 12,8% e base de 108 milhões de compradores online.

O legado de aceleração digital da pandemia foi incorporado às práticas do varejo. Na base de empresas do ranking, 72% vendem online, com índice de 94% para empresas de segmentos não alimentares. No Ranking de 2016, com dados referentes a 2015, a penetração era de 37% no total e 69% em não-alimentar.

Apesar da desaceleração nas vendas online, a aceleração digital do varejo brasileiro não perdeu força. O foco das empresas está em integrar canais, otimizar processos, capturar valor nos dados e melhorar a experiência do cliente. Exemplo disso é a disseminação no uso do WhatsApp como canal de venda, fenômeno que emergiu durante a pandemia. Em amostra de 214 empresas, 46% realizam vendas, número que sobe para 65% nos segmentos não-alimentares, com destaque para 73% das empresas de materiais de construção e 68% em drogarias e perfumarias.

Marketplaces

Apesar da desaceleração no crescimento do ecommerce nos últimos dois anos, os grandes *marketplaces* continuam ampliando escala, relevância e domínio nas vendas digitais. As seis maiores plataformas – Mercado Livre, Magazine Luiza, Shopee, Amazon, Casas Bahia e Shein – movimentaram 85,5% das vendas online realizadas no Brasil no ano passado.

As empresas estão aderindo às plataformas como *sellers*, com 108 delas já operando em *marketplaces* de terceiros (*marketplace out*).

Diversidade

As pautas ligadas a diversidade, equidade e inclusão vêm ganhando foco por parte das empresas e passaram a ser vistas como elementos importantes de engajamento de clientes e colaboradores e de criação de ambiente favorável à inovação.

Há 3 anos começamos a coletar dados sobre a participação das mulheres no quadro total e em posições

de liderança e conselho das empresas do Ranking e há dois anos estamos levantando dados sobre participação de pretos e pardos.

Apesar de amostras limitadas (64 empresas que forneceram dados sobre participação de mulheres e 51 empresas sobre pretos e pardos), as empresas de varejo apresentam elevados índices gerais de diversidade. A participação feminina representa 55% dos colaboradores, mesma participação de pretos e pardos, para as empresas que reportaram os números.

O grau de diversidade vem crescendo em níveis de liderança e conselhos, com diferenças relevantes: 88% das empresas possuem mais de 30% de cargos de liderança ocupados por mulheres e 49% têm mais de 50%. Para membros do conselho, 22% das empresas possuem mais de 30% das posições ocupadas por mulheres e 5%, mais de 50%. No caso de pretos e pardos a distância é maior: 55% das empresas têm mais de 30% dos cargos de liderança ocupados por pretos e pardos e 28% têm mais de 50%.

O varejo apresenta um elevado grau de diversidade em suas estruturas, mas precisa criar incentivos para ampliar a diversidade em todos os níveis das organizações.

Conclusões

Portanto, os dados do Ranking CIELO-SBVC 300 Maiores Empresas do Varejo Brasileiro 2024 revelam a força e a resiliência das grandes empresas do varejo brasileiro. Apesar do longo ciclo de baixo crescimento do varejo, as maiores empresas vêm conseguindo manter a expansão das vendas e da base de lojas, com aumento de produtividade. As vendas digitais se diversificam e os *marketplaces* ganham relevância. Características estruturais do mercado brasileiro, como baixa concentração e regionalismo, se confirmam. O ambiente econômico apresenta elementos positivos no mercado de trabalho e confiança dos consumidores, mas tem desafios ligados às ainda elevadas taxas de juros e restrições a crédito.

As empresas de varejo têm que enfrentar os desafios de manter disciplina na execução e capturar oportunidades trazidas pela digitalização, adoção de Inteligência Artificial para otimização de processos e captura de valor na relação com clientes pelos dados e melhora na experiência e relacionamento. ■

Posição das empresas do Ranking CIELO-SBVC por ordem alfabética

EMPRESA	Posição
ABC atacado e varejo Adição Distribuição Express ²	53
Abevê Supermercados ²	158
Akki Atacadista ²	172
Alpargatas ¹	186
AM PM ²	109
Amazon ⁵	13
Americanas ⁵	10
Amigão Supermercados Grupo Amigão ²	58
Ammo ⁵	240
Âncora Distribuidora ²	170
Andorinha Hiper Center ¹	197
Angeloni Supermercados ¹	69
Aramis ¹	188
Arasuper ²	155
Arezzo&Co ³	47
Amarinhos Fernando ⁵	247
Armazém Paraíba Grupo Claudino ⁴	65
Assaí ¹	2
Asun Supermercados ²	143
Atacadista Mega ²	275
Atacado Joinville ²	259
Atakarejo ²	57
Bagaggio ¹	265
Balaroti ⁵	209
Barbosa Supermercados ²	105
Bem Mais Supermercados Gomes Paixão & Cia. ²	207
Bemol ¹	67
Berlanda ¹	235
Besni ¹	214
BFFC ¹	125
Big Box Supermercados ²	96
Bom Vizinho Bom Vizinho Distribuidora de Alimentos ²	245
Bonanza Supermercado ²	290
Burger King Zamp ¹	41
C. Vale C. Vale Cooperativa Agroindustrial ²	279
C&A ¹	26
C&C ⁴	126
Cacau Show ¹	44
Caedu ¹	175
Calcenter Studio Z ¹	173
Carmen Steffens ⁵	220
Carvalho Supershop ²	211
Casa Alvorada Maglioni Ribeiro & Cia ²	238
Casa Rena ²	294
Cassol ⁵	163
Cencosud Brasil ¹	20
Centerbox Supermercados ²	267

EMPRESA	Posição
Chama Supermercados ²	161
Chilli Beans ¹	202
Chiquinho Sorvetes ⁵	230
Cia. Beal Alimentos ²	100
Clamed Farmácias ⁵	77
Cobasi ¹	74
Coco Bambu ⁵	131
Cofesa Comercial Ferreira Santos ²	263
Comercial Esperança ²	68
Comercial Reis Supermercado ²	273
Comercial Zaffari ²	55
Companhia Zaffari ²	31
Grupo Pereira ²	16
Condor Super Center ⁵	39
Coop - Cooperativa de Consumo ²	85
Covabra Supermercados ²	123
Davo Supermercados ¹	150
Decathlon ⁵	124
Delmoro Supermercados ²	151
Di Santinni ¹	231
Dia% ²	46
Diniz Supermercados ²	299
Domino's ⁵	272
DPSP ¹	15
Drogal ⁵	103
Drogaria Araújo ¹	63
Drogaria Nissei ¹	82
Drogaria Venâncio ⁵	98
Drogarias Globo ⁵	205
Eletrozema ⁴	90
Enxuto Supermercados ²	281
Epa Supermercados DMA Distribuidora ²	30
Eskala ⁵	254
EssilorLuxottica ¹	111
Farias Supermercados ²	297
Farma Conde ¹	137
Farmácia Indiana ⁵	104
Farmácia Permanente ⁵	250
Farmácia São João ¹	36
Farmais ⁴	184
Fast Shop ⁵	37
Flex Atacarejo ²	283
Formosa Supermercados ²	140
Fujioka ⁵	133
GFG LatAm - Dafiti ⁵	54
Giassi ¹	66
Giraffas ⁴	191
GPA Alimentar ¹	8

EMPRESA	Posição
Grupo Afeet ¹	223
Grupo AMC ⁵	204
Grupo Boticário ¹	6
Grupo Carrefour Brasil ¹	1
Grupo Casas Bahia ¹	4
Grupo CRM ¹	139
Grupo CVLB Casa & Vídeo/ Le Biscuit ¹	83
Grupo Dia a Dia ²	45
Grupo Grazziotin ³	193
Grupo Herval ⁴	75
Grupo JC Costa Atacadão ²	35
Grupo Mateus ³	7
Grupo Nós ⁵	107
Grupo SBF ³	33
Grupo SOMA ³	71
Grupo St Marche ²	157
Grupo Tapajós ⁵	246
Grupo Trigo ¹	132
Grupo Via Veneto ⁵	114
Habib's ⁵	94
Halipar ¹	206
Havan ¹	17
Higa Produtos Alimentícios ²	185
Hiper Compras Atacado ²	236
Hiperideal Serrana Empreendimentos e Participações ²	199
Hipermercado Bergamini ⁵	198
Hipermercado Dal Pozzo ²	295
Hirota Food Supermercados ¹	212
Hstern ⁵	256
iGUI Piscinas ⁴	52
IMC International Meal Company Alimentação ⁵	113
Imec Supermercados ²	128
Império Móveis e Eletro ⁴	268
Inbrands ⁵	189
Intercontinental ²	285
Irani Supermercados ²	289
Jad Zogheib e Cia ²	88
Joanin ²	218
Joli ¹	253
Kalunga ³	72
Koch Hipermercado ²	29
Lagoa Supermercado ²	271
Leroy Merlin ¹	24
Leveros ¹	156
Líder Supermercados ²	50
Livraria Leitura ⁴	255
Lojas Avenida ⁴	162

wake

A sua jornada digital de **ponta a ponta**

Tudo interligado em um só lugar!

wake

// commerce

Planeje ações e tenha a garantia de que o seu e-commerce tenha a **melhor performance.**

wake

// experience

Gere comunicações únicas com inteligência comportamental em múltiplos canais em toda a **jornada de consumo.**

wake

// creators

Escolha o **influenciador ideal**, baseado em um Data Lake de mais de 10 anos, que combine com a sua audiência.



wake.tech

Para quem **pensa grande e quer ir além**

EMPRESA	Posição
Lojas Becker ⁵	120
Lojas Cem ⁴	32
Lojas Colombo ¹	86
Lojas Gualbim ¹	274
Lojas Koerich ⁵	201
Lojas Lebes ¹	145
Lojas Pompéia e Gang Grupo Lins Ferrão ¹	190
Lojas Renner ¹	12
Lojas Torra ¹	106
Luiz Tonin Atacadista e Supermercados ²	182
Lupo ¹	168
MN Supermercados ²	217
Macavi ⁵	280
Madeira Madeira ⁵	194
Madero ⁵	95
Magazine Liliani ¹	264
Magazine Luiza ¹	3
Mania de Churrasco ⁴	282
Marabraz ⁵	278
Marisa Lojas ³	101
Mart Minas ²	21
Martins Smart Supermercados ¹	18
Master Supermercados Master A. T. S. Supermercados ²	159
McDonald's Arcos Dorados ³	27
Melissa Grendene ⁵	291
Mercadão dos Óculos ⁴	248
Mercadinhos São Luiz ²	149
Mercado Móveis ⁴	178
Mobly ³	228
Móveis Gazin ¹	22
Muffato ²	14
Multiloja ⁵	286
Mundial Mix ²	87
Nagumo ⁵	80
Natura&Co ⁵	9
Nosso Atacarejo ²	233
Novo Atacarejo ²	51
Novo Mix Atacado de Alimentos ²	239
Novo Mundo ¹	160
Oba Hortifruti ³	79
Oggi Sorvetes ⁴	210
Ortobom ⁴	28
Oscar Calçados ⁵	196
Osmar Nicolini Supermercados ²	262
Óticas Diniz ⁵	167
Outback Steakhouse ⁴	76
Pague Menos ¹	19
Pague Menos Supermercados ²	73
Parvel Farmácias ¹	56
Paraná Supermercados ²	276
Passarela Supermercados ²	115
Pernambucanas ¹	43
Peruzzo Supermercados ²	177
PetLove ⁴	166

EMPRESA	Posição
Petz ¹	64
Plurix ¹	48
Portobello Shop ¹	136
Preço Baixo Meio a Meio ²	180
Privalia ¹	147
Proença Supermercados ²	146
Quartetto Supermercados ²	260
Quero Quero ¹	112
R Carvalho Supermercado ²	134
RD Saúde ¹	5
RealMar Distribuidora ²	89
Rede D1000 ³	118
Rede Graal ⁴	102
Rede Mix Supermercados Rmix Participações ²	181
Rede Plus Supermercados ²	284
Rede Supermarket ⁴	23
Rede Top Supermercados ²	203
Rede Total ¹	164
Rede Vivo Supermercados Libraga, Brandão & Cia ²	183
Redemac ⁴	225
Redepharma ¹	200
RIF Atacadista ²	243
Riachuelo ³	25
Righi Com. Alim. ²	270
RiHappy/PBKids ¹	119
Roldão ²	62
Royal Supermercados ²	174
Sakashita Supermercados ²	296
Santa Lolla ⁴	91
Savegnago Supermercados ¹	38
Seja Economico ²	229
Sephora ⁵	244
Shibata ⁵	148
Shoulder ⁴	224
Simpatia Supermercados ²	261
Sipolatti ⁵	249
SMAC Supermercados ²	208
Sodiê Doces ⁴	251
Sodimac Brasil ¹	116
Sonda Supermercados ²	42
Spani Comercial Zaragoza ²	70
Subway ⁵	135
Super Adega ²	97
Super Barão ²	227
Super Bom ²	142
Super Luna ²	187
Grupo Supemosso ²	59
Supermercado Cavicchiolli ²	121
Supermercado Bahamas ²	61
Supermercado Baklizi ²	277
Supermercado Bernardão ²	266
Supermercado Cometa ²	144
Supermercado da Família ²	176
Supermercado Delta Max ²	257

EMPRESA	Posição
Supermercado Guanabara RS ²	215
Supermercado Iquegami ²	222
Supermercado Jacomar	152
Supermercado Jaú Serve ²	122
Supermercado Moranguinho ²	300
Supermercado Mundial ⁵	49
Supermercado Pepão ²	234
Supermercado Pires ²	221
Supermercado Porecatu ²	195
Supermercado Queiroz ²	141
Supermercado São Roque ²	169
Supermercado Tático ²	93
Supermercado Veran ²	298
Supermercado Vianense ²	213
Supermercados ABC ⁵	60
Supermercados Alvorada ²	130
Supermercados Archer ²	216
Supermercados BH ²	11
Supermercados Campeão ²	269
Supermercados Casa do Sabão Atlas de Iguaçu Distribuidora de Alimentos ²	287
Supermercados Cotripal ²	293
Supermercados Guanabara RJ ⁵	40
Supermercados Irmãos Lopes ²	127
Supermercados Mambo ⁵	232
Supermercados Nordesteão ²	117
Supermercados Zona Sul ⁵	108
Superviza Supermercados ²	241
Tauste Supermercados ²	92
Telhanorte Saint-Gobain ⁵	99
Tenda Atacado SA ¹	34
Todimo ⁵	226
Tok Stok ⁵	138
Track & Field ¹	165
Trímaís Supermercados ²	192
Unidasul ²	84
Unissul ⁵	154
Unisuper ²	258
Usaflex ¹	179
VEM BR Mania ¹	129
Verdemar ²	153
Verona Supermercados ²	237
Veste ³	171
Villefort Cerna Central Mineira Atacadista ²	78
Vissimo Group ¹	288
Vivara ³	81
Wine.com ⁵	242
World Tennis ⁵	292
Zara Brasil ⁵	110
Zenir Móveis e Eletros ¹	252
Zinzane ⁵	219



SE ESTÁ DIFÍCIL PARA NÓS,
IMAGINE PARA ELES!

O Sertão Nordestino é hoje a região do país com maior vulnerabilidade para enfrentar os efeitos da pandemia. Milhares de pessoas, neste momento, enfrentam a fome, a sede e falta total de estrutura de saúde em povoados isolados.

AJUDE. DOE.
amigosdobem.org



Utilize o QR code
para fazer sua doação



Ranking CIELO-SBVC
Periodicidade: Anual

Equipe Técnica

Eduardo Terra

Diretor-Presidente da SBVC e
Sócio da BTR Retail

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 Retail e Co-Fundador do OasisLab

Maria Odete Alves

Gerente Executiva da SBVC

Fernanda Besnosoff

Coordenadora de Estudos e
Pesquisas da SBVC

Igor Pires

Consultor Sênior
Varese Retail

Marcos Luppe

Professor Doutor na EACH-USP e Coordenador
da CEPEV-EACH/USP

Francisco Alvarez

Professor Doutor na EACH-USP e Coordenador
da CEPEV-EACH/USP

Renato Müller

Co-Fundador da Käfer Content Studio e Jornalista
especializado em varejo e tecnologia

Käfer Content Studio

Edição, redação e revisão: Renato Müller
Criação e diagramação: Diana Müller

Impressão



POSIGRAF

(41) 3212-5400 | 0800-7225451
R Sen. Accioly Filho, 500
CEP 81310-000 - Curitiba/PR



Conheça a Worthix



A primeira plataforma de
alinhamento de valor do cliente
do mundo.

Prepare-se para uma mudança de paradigma! A nossa IA tem uma
habilidade única para rastrear o que significa "valor" para os
clientes, além de identificar as oportunidades ocultas dentro da
sua empresa.

- Consolidamos mais 1.8M de conversas reais com os clientes;
- Nossa IA descobre automaticamente o que seus clientes valorizam;
- Determine o impacto do valor do cliente em seus KPIs;
- Revelamos valores tangíveis e intangíveis que impactam as
decisões dos seus clientes;
- CEOs e CMOs das maiores empresas do mundo usam Worthix.

**Junte-se às marcas líderes que estão alinhando o valor do cliente
na sua estratégia.**

Solicite uma demo, temos um time especializado no mercado
brasileiro e LATAM.

 worthix.com



Ranking CIELO-SBVC 300 Maiores Empresas do Varejo Brasileiro 2024

Apoio técnico:



Produção:



Impressão:

