

Geração de emprego e renda no complexo supermercadista brasileiro na década de 1990*

Umberto A. Sesso Filho[§]
Joaquim José Martins Guilhoto[¶]

RESUMO

Neste estudo é desenvolvida a metodologia e realizada a mensuração da importância do complexo supermercadista brasileiro para a geração de emprego e renda na economia brasileira na década de 1990. Para tanto, são construídas matrizes de insumo-produto para os anos de 1990, 1995 e 1999, nas quais o setor supermercadista é destacado do setor de comércio. Os resultados mostram que em 1999 o complexo supermercadista respondia por aproximadamente 6,1% do emprego na economia (3,8 milhões de pessoas ocupadas) e por de 5% do Produto Interno Bruto (R\$ 46,8 bilhões de 1999). O trabalho também apresenta os resultados desagregados setorialmente, de tal forma que é possível se ter conhecimento da interligação do setor supermercadista com os demais setores da economia e da importância desta ligação para geração de emprego e renda.

Palavras-chave: supermercado, emprego, PIB, insumo-produto, Brasil.

ABSTRACT

This paper develops the methodology and makes the estimation to measure the importance of the Brazilian supermarket complex to employment and income generation in the Brazilian economy in the 1990's. To do so, input-output matrices are constructed for the years of 1990, 1995 and 1999, where the supermarket sector is separated from the trade sector. The results show that the supermarket complex was responsible for approximately 6.1% of the total employment in the economy (3.8 million of occupied persons), and for 5% of Brazilian GDP (R\$ 46.8 billion in 1999). The study also shows the results disaggregated by economic sector, such that it is possible to know about importance of the links that the supermarket sector has with the other sector in the economy, in terms of employment and income generation.

Key words: supermarket, employment, GDP, input-output, Brazil.

JEL classification: C67, C81.

* Os autores agradecem os valiosos comentários de dois pareceristas anônimos.

§ Professor do Departamento de Economia do Centro de Estudos Sociais Aplicados (CESA) da Universidade Estadual de Londrina (UEL). e-mail: umasesso@uel.br

¶ Professor Titular da FEA-USP, Adjunct Professor do Regional Economics Applications Laboratory (REAL) da University of Illinois (EUA), e Pesquisador do CNPq. e-mail: guilhoto@usp.br

Recebido em fevereiro de 2003. Aceito em março de 2004.

1 Introdução

O supermercado foi introduzido no Brasil no início da década de 1950, mas apenas na segunda metade da década de 1960 este se tornou importante no varejo de alimentos, e no início da década seguinte passaria a comercializar a maior parte dos produtos adquiridos pela população brasileira, principalmente alimentos. (ABRAS, 1993 e Cyrillo, 1985).

Durante a década de 1980, o setor acompanhou a crise da economia brasileira, voltando a apresentar altas taxas de crescimento na segunda metade da década de 1990. Neste período distinguem-se duas fases, a primeira com altas taxas de inflação e diminuição da renda nacional e outra caracterizada pela estabilização da economia, na qual o setor supermercadista sofreu grandes transformações. As modificações do ambiente macroeconômico causaram o aumento da demanda, atraindo inúmeras novas empresas nacionais e estrangeiras para o setor. Dentro desta fase de grande crescimento, os supermercados passaram a utilizar novas tecnologias, destacando-se a automação comercial, transferência eletrônica de dados e as ferramentas da Resposta Eficiente ao Consumidor (ECR), as quais tornaram possível a diminuição de custos e crescimento das empresas. (Saab *et al.*, 2000a e Dib, 1997).

No fim da década de 1990 verificou-se um ciclo de fusões e aquisições que aumentou a concentração do setor, o maior poder de negociação das maiores empresas passou a pressionar fornecedores e pequenas firmas, levantando dúvidas sobre a sobrevivência da maioria das lojas independentes. Algumas pequenas firmas passaram a se unir em associações, buscando diminuição de custos de compra e distribuição e outras vantagens, como treinamento de funcionários e propaganda conjunta. (Saab *et al.*, 2000b).

O aumento do faturamento bruto e expansão do número de lojas de formato hipermercado e *supercenters* levaram o setor supermercadista a comercializar montantes cada vez maiores de artigos do vestuário, brinquedos, utensílios domésticos e outros itens não-alimentos além de aumentar sua participação no varejo de alimentos.

As transformações do setor supermercadista e a importante participação como elo final com o consumidor foram a motivação para o estudo, cujo objetivo é estimar o Produto Interno Bruto e número de pessoas ocupadas da cadeia de produção e distribuição dos supermercados, identificando os principais setores constituintes do sistema.

Considerando-se o período 1994/99 como o momento das grandes transformações do setor supermercadista, foram escolhidos os anos de 1990, 1995 e 1999 para a desagregação do setor Supermercados na matriz de insumo-produto do Brasil, o que permitiu men-

surar seu Produto Interno Bruto setorial. Além disso, foi desenvolvida uma nova proposta metodológica para analisar este setor específico, e que consiste basicamente em incorporar os valores básicos das mercadorias comercializadas em seus custos operacionais.

A seguir é apresentado um resumo das transformações pelas quais passou o setor supermercadista na década de 1990, posteriormente a metodologia da desagregação do setor na matriz de insumo-produto, nova proposta metodológica e cálculo do Produto Interno Bruto setorial. Os resultados da pesquisa abrangem os anos de 1990, 1995 e 1999, e para estes dois últimos anos foi também aplicada uma nova proposta metodológica de análise do varejo, sendo os resultados diferenciados pelos anos de 1995n e 1999n.

2 O setor supermercadista na década de 1990

O varejo de alimentos na década de 1990 foi marcado por diversas transformações, notadamente após 1994. As modificações do ambiente macroeconômico influenciaram o comportamento do consumidor e a demanda por alimentos, atraindo inúmeras novas empresas nacionais e estrangeiras. O uso de novas tecnologias por parte de varejistas e fornecedores, como automação comercial, transferência eletrônica de dados e ferramentas da chamada Resposta Eficiente ao Consumidor (ECR), tornou possível a diminuição de custos e crescimento das empresas varejistas. (Silva e Fama, 1999).

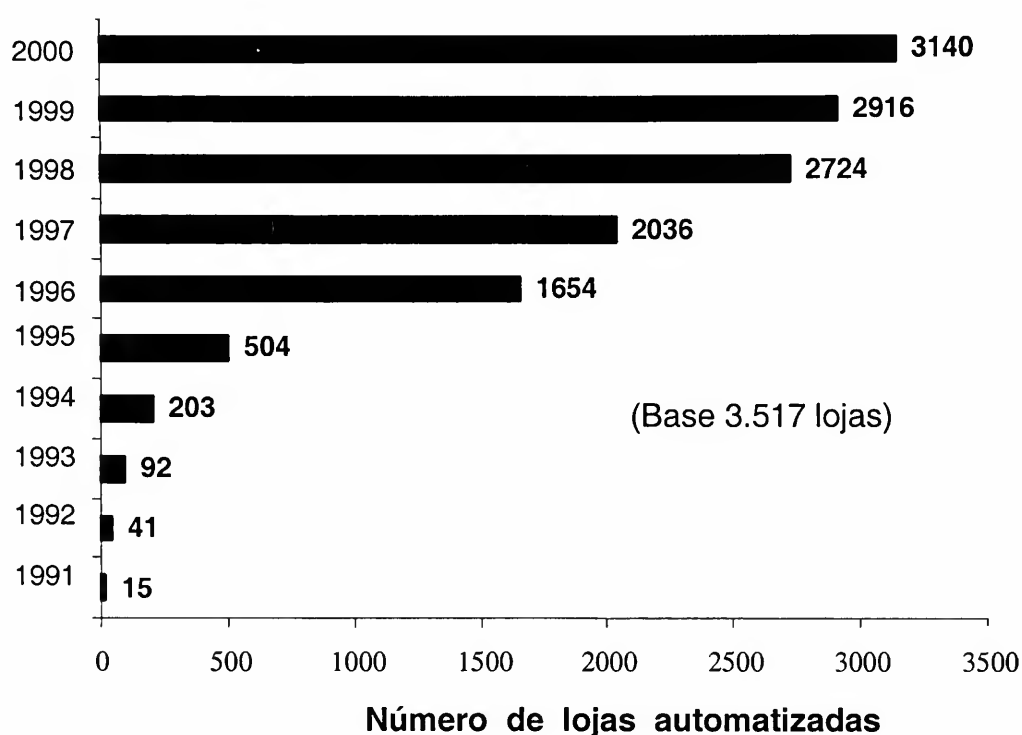
O ciclo de fusões e aquisições aumentou a concentração do setor e passou a preocupar as pequenas empresas, as quais são responsáveis pela maior parte do faturamento da indústria, o que levantou dúvidas sobre a sobrevivência da maioria das lojas independentes. As menores firmas passaram a se unir em associações em busca de diminuição de custos de compra e distribuição e outras vantagens, como treinamento de funcionários e propaganda conjunta. (Saab *et al.*, 2000b).

As transformações citadas promoveram a migração de poder de mercado da indústria para o varejo, pressionando as margens de comercialização dos fornecedores e obrigando-os a encontrar formas de diminuir seus custos de produção e distribuição. (Malta e Nascimento, 1999 e Lojudice, 2000).

As novas tecnologias ocasionaram um aumento de produtividade do setor, notadamente nos primeiros dois anos posteriores à implantação do Plano Real, podendo-se explicar

este aumento da produtividade por meio do aumento do consumo e automação comercial. A automação comercial se intensificou a partir do ano 1995, como ilustra a Figura 1. A Tabela 1 apresenta a evolução dos indicadores de desempenho durante a década de 1990. Nota-se que o indicador faturamento real por funcionário não apresentou melhoria quando comparado com os outros indicadores, como funcionários por área de vendas, por loja e por caixa. Os valores indicam que houve diminuição da necessidade por mão-de-obra, porém a produtividade do trabalho, medida por faturamento, por pessoa apresentou um decréscimo. (Silva e Fama, 2000).

Figura 1
Automação Comercial no Setor Supermercadista Brasileiro



Fonte: *SuperHiper* (2001).

Tabela 1
Dados Gerais e Indicadores de Produtividade do Trabalho
no Setor Supermercadista

Indicadores de produtividade/ ano	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Lojas	37.543	41.839	43.763	47.787	51.502	55.313	61.259	69.396
Faturamento bruto*	71,00	68,43	71,00	70,86	75,10	73,05	72,22	72,50
Empregos	650.000	655.200	625.000	655.000	666.752	670.086	701.622	710.743
Área (milhões m ²)	nd	nd	nd	12,00	12,70	13,10	14,30	15,30
Caixas	nd	nd	nd	123.170	125.867	135.914	143.705	156.022
Faturamento/funcionário**	0,11	0,10	0,11	0,11	0,11	0,11	0,10	0,10
Funcionários/loja	17,31	15,66	14,28	13,71	12,95	12,11	11,45	10,24
Funcionários/área***	nd	nd	nd	54,58	52,50	51,15	49,06	46,45
Funcionários/caixa	nd	nd	nd	5,32	5,30	4,93	4,88	4,56

* bilhões R\$ de 2001.

** milhões R\$/pessoa (valores deflacionados para o ano 2001).

*** área em milhares de metros quadrados.

nd = não disponível.

Fonte: Associação Brasileira de Supermercados (ABRAS).

Silva e Famá (1999) afirmam que após o ganho de produtividade obtido por meio da utilização de novas tecnologias nos anos de 1995 e 1996, principalmente com o uso de caixas automatizados, as grandes empresas passaram a direcionar para os ganhos de economias de escala, ocasionando um processo de fusões e aquisições nos anos posteriores. No entanto, durante a década de 1990 as redes de supermercados de menor porte passaram a se aproximar, em termos de desempenho em vendas, dos gigantes do setor em virtude das incorporações de empresas de porte médio e menos eficientes realizadas por firmas que tiveram grande crescimento por meio de fusões e aquisições, conforme comprovado por Sesso Filho (2001).

Apesar do aumento da importância do setor supermercadista como empregador, há grande dificuldade em encontrar pesquisas em profundidade acerca da sua capacidade de geração de empregos. O setor supermercadista superou substancialmente, em número de empregos diretos, o de diversas indústrias. Os dados contidos na Tabela 2 permitem com-

parar o setor supermercadista com outros dois setores importantes na economia brasileira: eletroeletrônicos e automotivo. Nota-se que o número de empregos diretos gerados é maior no setor supermercadista, e apresentou crescimento no período 1995-99, enquanto que nos setores de Equipamentos Eletrônicos e Indústria Automotiva o número de funcionários diminuiu substancialmente.

Tabela 2
Empregos Diretos de Setores da Economia Brasileira

Indústria/ano	1995	1996	1997	1998	1999
Setor supermercadista	655.200	625.000	655.000	666.752	670.086
Equipamentos eletrônicos	122.800	112.900	108.700	89.300	71.354
Indústria automotiva	87.900	79.200	81.800	65.400	56.340

Fonte: Contas Nacionais e Associação Brasileira de Supermercados (ABRAS).

O setor supermercadista passou, ao longo dos anos, a aumentar as vendas de diversos tipos de produtos não alimentícios, em especial em lojas de área de vendas acima de 5.000 m², para as quais parte substancial do faturamento é obtida com a venda destes produtos. A Tabela 3 apresenta dados sobre a participação de cada grupo de produtos (seções) no faturamento bruto dos supermercados, segundo os dados resultantes de pesquisa da Associação Brasileira de Supermercados, abrangendo empresas que são responsáveis por aproximadamente 57% do faturamento do setor. Nota-se que a maior parte das vendas é proveniente da comercialização de alimentos *in natura* ou industrializados. Porém, cresce a participação de itens não-alimentos, como eletrônicos e utensílios domésticos (bazar), devido à abertura de lojas com área de vendas acima de cinco mil metros quadrados, as quais comercializam um grande número de produtos não-alimentícios.

Tabela 3
Participação das Seções de Produtos no Faturamento Total do Setor Supermercadista em 2000/2001

Seções	2000	2001
Mercearia seca	21%	21,1%
Mercearia líquida	14,9	11,9
Frios e laticínios	13,6	13,2
Higiene e perfumaria	7,6	7,6
Açougue	6,9	7,4
Bazar	6,9	7,0
Eletroeletrônicos	6,9	7,0
Limpeza	6,7	6,8
Hortifruti	6,3	6,8
Congelados	3,3	4,0
Padaria	2,6	2,9
Têxtil	2,5	2,9
Peixaria	0,8	0,9
Outros		0,6
Faturamento bruto nominal	R\$ 67,6 bilhões	R\$ 72,5 bilhões

Fonte: *SuperHiper*, maio de 2001, p. 25 e *SuperHiper*, maio de 2002, p. 29.

3 Metodologia

Neste seção é apresentada, primeiramente, a teoria geral de insumo-produto que serviu de base para as estimativas realizadas neste trabalho, sendo que na subseção seguinte é apresentada a metodologia utilizada na mensuração da importância do complexo supermercadista na geração de emprego e renda. As subseções 3.3 e 3.4 tratam de aspectos metodológicos relativos a como o setor supermercadista foi considerado e tratado dentro da matrizes de insumo-produto construídas para a condução do estudo aqui apresentado.

3.1 Teoria insumo-produto

As relações entre os componentes da matriz de insumo-produto podem ser apresentadas em forma matricial, como:

$$AX + Y = X \quad (1)$$

Onde:

X e Y são vetores colunas de ordem $(n \times 1)$;

A é a matriz de coeficientes técnicos, de ordem $(n \times n)$;

X vetor do valor bruto da produção, de ordem $(n \times 1)$;

Y vetor da demanda final total, de ordem $(n \times n)$.

De acordo com Miller e Blair (1985), as variações na demanda final, Y , são determinadas exogenamente, e a produção total, X , pode ser obtida da seguinte forma:

$$X = (I - A)^{-1}Y \quad (2)$$

onde $(I - A)^{-1}$ é a matriz de coeficientes técnicos de insumos diretos e indiretos, ou a matriz inversa de Leontief, que capta os efeitos diretos e indiretos das modificações exógenas da demanda final sobre a produção dos n setores. Especificamente, a matriz mostra os requisitos diretos e indiretos da produção total do setor i necessários para produzir uma unidade de demanda final do setor j . (Miller e Blair, 1985).

3.2 Produto interno bruto setorial

A técnica de insumo-produto foi desenvolvida objetivando analisar as relações entre os setores produtivos e de consumo de uma economia nacional, permitindo uma análise sistêmica e integrada do fluxo do produto. Seguindo a proposta de Furtuoso *et al.*, (1998), e detalhada em Guilhoto *et al.* (2000), o procedimento adotado para a estimativa do PIB setorial utiliza as informações disponíveis nas tabelas de insumo-produto referentes aos valores adquiridos pelos supermercados (produtos e serviços).

A cadeia de produção e distribuição de produtos e serviços na qual os Supermercados participam como elo final será dividida em três grupos de setores:

- a. Fornecedores de produtos,
- b. Setor supermercadista, e
- c. Serviços.

Apresentam-se, a seguir, as definições necessárias ao entendimento da derivação da metodologia a ser utilizada na estimação do emprego e renda gerados pelo complexo supermercadista.

Os preços de mercado, ou consumidor (PC), são constituídos dos seguintes componentes, segundo metodologia apresentada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística para a construção da matriz de insumo-produto para o Brasil (IBGE, 2002):

1. Preço básico (PB)
2. Margem de Comércio (MGC)
3. Margem de Transporte (MGT)
4. Impostos Indiretos Líquidos (IIL)

Assim, têm-se as seguintes relações:

$$\text{Oferta Global (OG)} = \text{Oferta Nacional (ON)} + \text{Oferta Internacional (OI)}$$

$$\text{PB} = \text{PC} - \text{MGC} - \text{MGT} - \text{IIL}$$

$$\text{Oferta Nacional a Preço Básico (ONPB)} = \text{OGPC} - \text{OI} - \text{MGC} - \text{MGT} - \text{IIL}$$

O Valor Adicionado a Preços Básicos (VA_{PB}) e o Valor Adicionado a Custo de Fatores (VA_{CF}) são definidos como:

$$VA_{PB} = \text{Valor da Produção} - \text{Consumo Intermediário}$$

ou,

$$VA_{PB} = \text{Remuneração dos Assalariados} + \text{Impostos sobre a Atividade} - \text{Subsídios à Atividade} + \text{Excedente Operacional Bruto}$$

$$VA_{CF} = \text{Remuneração dos Assalariados} + \text{Excedente Operacional Bruto}$$

Com base nas definições acima é possível proceder-se à derivação metodológica da mensuração do complexo supermercadista.

O primeiro agregado de atividades é constituído por setores fornecedores de produtos para o setor supermercadista. O segundo agregado é o próprio setor supermercadista, e o terceiro agregado de atividades compreende as atividades de serviços prestados à cadeia.

O Valor Adicionado a preços de mercado é obtido pela soma do valor adicionado a preços básicos aos impostos indiretos líquidos, subsídios sobre produtos e subtração da *dummy* financeira,¹ resultando na seguinte expressão:

$$VA_{PM} = VA_{PB} + IIL - DuF \quad (3)$$

Onde:

VA_{PM} = Valor adicionado a preços de mercado,

VA_{PB} = Valor adicionado a preços básicos,

IIL = Impostos indiretos líquidos,

DuF = *Dummy* financeira.

Para o cálculo do PIB do Agregado I (Fornecedores de produtos) são utilizadas as informações disponíveis nas tabelas de insumo-produto referentes aos valores dos insumos adquiridos pelo setor supermercadista.² As colunas com os valores dos insumos são multiplicadas pelos respectivos coeficientes de valor adicionado (CVA_j). Para obter os Coefi-

1 A *dummy* financeira é um artifício metodológico adotado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística para considerar na Tabela de Uso o valor total dos juros pagos pelos setores, por seus empréstimos do setor Instituições Financeiras, pois o Banco Central não possui dados sobre a distribuição dos valores pagos pelos empréstimos tomados pelos quarenta e dois setores que fazem parte da matriz de insumo-produto. A *dummy* financeira é o produto do setor Instituições Financeiras referente aos valores dos juros pagos a esta atividade.

2 A relação dos diversos setores considerados no estudo é apresentada na Tabela 6.

cientes do Valor Adicionado por setor (CVA_i) divide-se o Valor Adicionado a Preços de Mercado (VA_{PMi}) pela Produção do Setor (X_i), ou seja:

$$CVA_i = \frac{VA_{PMi}}{X_i} \quad (4)$$

O coeficiente de valor agregado é multiplicado pelo valor do insumo do setor i adquirido pelos supermercados:

$$PIB_I = \sum_{i=1}^n z_i \times CVA_i \quad (5)$$

Onde:

PIB_I = Produto Interno Bruto do Agregado I,

$i = 1, 2, \dots, 33$ (setores do modelo de insumo-produto fornecedores de produtos),

z_i = valor total do insumo do setor i destinado ao setor supermercadista,

CVA_i = coeficiente do valor adicionado do setor i .

Para o Agregado II (próprio setor supermercadista) considera-se no cálculo o valor adicionado gerado pelos Supermercados. Tem-se que:

$$PIB_{II} = VA_{PM} \quad (6)$$

Onde:

PIB_{II} = Produto Interno Bruto do Agregado II.

O Agregado III compreende os setores de Transportes, Comércio (exceto Supermercados) e Serviços. Levando-se em consideração que o setor supermercadista é o elo final com o consumidor, estes setores fornecem serviços à cadeia produtiva. O tratamento dado para este conjunto de setores é determinar a participação da demanda final do setor supermercadista na demanda final global (coeficiente) e multiplicar o coeficiente pelo total do valor agregado dos serviços excluídos os Supermercados:

$$PIB_{III} = \sum_{i=1}^n VA_i \times \frac{DF_s}{DFG} \quad (7)$$

Onde:

PIB_{III} = Produto Interno Bruto do Agregado III,

$i = 1, 2, \dots, 9$ (setores do modelo de insumo-produto fornecedores serviços),

VA_i = valor agregado dos setores de serviços, excluindo supermercados,

DFs = demanda final dos supermercados,

DFG = demanda final global da economia.

O PIB setorial dos Supermercados é dado por:

$$PIB_{Supermercados} = PIB_I + PIB_{II} + PIB_{III} \quad (8)$$

Pode-se mensurar o pessoal ocupado na produção dos bens e serviços utilizados na cadeia produtiva que inclui o setor supermercadista como o elo final, procedimento este que é similar ao cálculo do Produto Interno Bruto setorial para o agregado I:

$$PO_I = \sum_{i=1}^n z_i \times CPO_i \quad (9)$$

Onde:

PO = pessoal ocupado em cada Agregado de atividades (I, II e III),

$i = 1, 2, \dots, 33$ setores fornecedores de produtos,

z_i = valor total do insumo do setor i destinado ao setor supermercadista,

CPO_i = coeficiente do pessoal ocupado do setor i .

Para obter os Coeficientes do Pessoal Ocupado por setor (CPO_i) divide-se o Número de pessoas ocupadas no setor i (PO_i) pela Produção do Setor i (X_i), ou seja:

$$CPO_i = \frac{PO_i}{X_i} \quad (10)$$

Para o setor de supermercados é contabilizado o total de postos de trabalho, obtendo-se, assim, PO_{III} . O número de postos de trabalho gerados nos setores de serviços é calculado de forma similar ao valor agregado:

$$PO_{III} = \sum_{i=1}^n PO_i \times \frac{DF_s}{DFG} \quad (11)$$

Onde:

PO_{III} = Pessoal Ocupado do Agregado III,

$i = 1, 2, \dots, 9$ (setores do modelo de insumo-produto fornecedores serviços),

VA_i = valor agregado dos setores de serviços, excluindo supermercados,

DF_s = demanda final dos supermercados,

DFG = demanda final global da economia.

O número total de postos de trabalho da cadeia é calculado como sendo:

$$PO_{Supermercados} = PO_I + PO_{II} + PO_{III} \quad (12)$$

Utilizando os resultados do PIB dos Agregados e o número de pessoas ocupadas calcula-se o valor agregado por trabalhador, que pode ser considerada uma medida de produtividade do trabalho:

$$PT_A = \frac{PIB_A}{PO_A} \quad (13)$$

Onde:

PT_A = Produtividade do trabalho no Agregado A (I, II e III),

PIB_A = Produto Interno Bruto no Agregado A,

PO_A = Pessoal ocupado no Agregado A.

3.3 Desagregação do setor supermercadista

O setor 34-Comércio, presente na matriz de insumo-produto do Brasil, engloba as atividades de atacado e varejo, incluindo ampla gama de negócios, inclusive as lojas pertencentes ao setor supermercadista. Para cálculo do PIB setorial dos supermercados tornou-se necessário desagregar o setor 35-Supermercados do setor original 34-Comércio dentro da matriz de insumo-produto nacional dos anos de 1990, 1995 e 1999. Os dados para realizar esta desagregação foram obtidos em publicações do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), denominadas Pesquisa Anual do Comércio dos anos de 1990, 1995, 1997 e 1999. Para o ano de 1995 foram utilizados dados das publicações de 1995 e 1997, pois as pesquisas dos anos anteriores não traziam detalhes de alguns custos operacionais importantes dos supermercados. Também foram coletados dados na Associação Brasileira de Supermercados (ABRAS) e em suas publicações (revista *SuperHiper*, maio de 2001), completando o banco de dados necessário para a desagregação. É importante observar que a matriz de 1999 foi estimada por metodologia proposta em Guilhoto e Seso Filho (2004).

O setor supermercadista foi desagregado considerando o critério de que o setor 35-Supermercados produz exclusivamente dois produtos: Margem de comércio e Serviços Prestados às Famílias. Esta definição é baseada na natureza da atividade varejista, dado que o setor supermercadista constitui uma atividade de prestação de serviços, distribuindo produtos para o consumidor final e, em muitos casos, beneficiando e transformando bens. Podem ser citados os itens comercializados na padaria, confeitaria e no açougue, bens para os quais o varejista adiciona valor com o processamento, porém sem pagar o Imposto sobre produtos industrializados (IPI), constituindo, pois, prestação de serviços.

3.4 Nova proposta metodológica

O setor 34-Comércio na metodologia das Contas Nacionais é considerado como uma atividade constituída de intermediários, os quais simplesmente repassam seus produtos na exata forma que os receberam e auferem Margem de comércio (produto das atividades de comércio). (IBGE, 2002). A limitação para esta abordagem é calcular os indicadores econômicos baseados em teoria de insumo-produto e estabelecidos em valores que correspondem a um aumento de produção em termos de Margem de comércio, não levando em consideração os efeitos secundários da aquisição dos produtos comercializados, mas apenas os custos operacionais básicos do comércio. Para superar esta limitação, e analisar em profundidade a influência do setor supermercadista na economia brasileira, foi desenvolvida uma nova metodologia, incorporando os valores das mercadorias comercializa-

das pelos supermercados em seus custos operacionais. A metodologia baseada em critérios das Contas Nacionais foi denominada “metodologia tradicional”, e a nova metodologia de “nova proposta metodológica”

A incorporação dos valores a preços básicos das mercadorias comercializadas pelos supermercados tornará possível mensurar o impacto, sobre a economia, do aumento das vendas do setor supermercadista (denominada nova proposta metodológica) e não somente do aumento de seus custos operacionais (chamada metodologia tradicional).

Os valores a preços de consumidor foram obtidos na Associação Brasileira de Supermercados (*SuperHiper*, maio de 2001), e a partir dos dados da própria matriz de insumo-produto foram obtidos os valores a preços básicos, impostos e margens de transporte e comercialização dos produtos comercializados pelo setor supermercadista no ano de 1999.

A aplicação da nova proposta metodológica para o ano de 1995 foi realizada obtendo-se os valores, a preços de consumidor, das mercadorias comercializadas pelos supermercados calculados utilizando-se taxas de crescimento da produção no período 1995/99. Foram igualmente calculadas as participações dos supermercados na comercialização de cada grupo de produtos para o ano de 1999 (abrangidos pelas Contas Nacionais), e estas foram utilizadas para o cálculo de sua participação na comercialização dos mesmos em 1995, mas considerando os decréscimos determinados pela menor produção dos bens daquele ano.

Para o ano de 1990, a desagregação foi realizada pela metodologia denominada tradicional, não sendo possível a aplicação da nova proposta metodológica devido à falta de dados confiáveis. Para diferenciar os resultados dos indicadores econômicos calculados por meio das matrizes elaboradas utilizando as duas metodologias foi adicionada a letra “n” (nova metodologia) após o ano para o qual foram obtidos os indicadores.

Os valores a preços básicos das mercadorias comercializadas pelos supermercados assim como os impostos referentes ao processo de comercialização nos anos de 1995 e 1999 foram calculados utilizando informações obtidas na Associação Brasileira de Supermercados (ABRAS) e das próprias matrizes de insumo-produto. Os valores a preços básicos das mercadorias foram obtidos nas publicações da ABRAS (revista *SuperHiper*) e as alíquotas de impostos, margens de comércio e transporte foram obtidas a partir dos dados da matriz de insumo-produto, tornando possível o cálculo dos valores a preços básicos das mercadorias. Os valores dos preços das mercadorias, margens de comércio e

transporte e impostos foram de R\$ 50,5 bilhões em 1999 e de R\$ 32,6 bilhões em 1995, valores nominais.

O deflacionamento dos valores foi realizado utilizando os deflatores implícitos setoriais disponibilizados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Os valores do Produto Interno Bruto são apresentados em reais (R\$) de 1999.

4 Resultados e discussão

O Produto Interno Bruto setorial (PIB setorial), segundo a metodologia apresentada no referencial teórico, engloba não somente o valor agregado do próprio setor, mas também o valor agregado de produtos e serviços destinados aos supermercados por setores fornecedores de bens e serviços. Os valores do PIB setorial dos supermercados para os anos de 1990, 1995 e 1999, calculados utilizando a metodologia tradicional, constam da Tabela 4. As matrizes de insumo-produto que possuem o setor supermercadista desagregado pela nova proposta metodológica foram utilizadas para calcular o PIB setorial dos anos de 1995 e 1999, e os resultados estão resumidos na Tabela 5.

Tabela 4
Produto Interno Bruto do Setor Supermercadista, Pessoal Ocupado e Valor Agregado por Trabalhador, Obtidos com as Matrizes de Insumo-Produto, com o Setor Supermercadista Desagregado pela Metodologia Tradicional

Segmentos	1990			1995			1999		
	VA*	Pessoal ocupado	Valor agregado por trabalhador **	VA	Pessoal Ocupado	Valor agregado por trabalhador	VA	Pessoal ocupado	Valor agregado por trabalhador
Fornecedores	169,55	10.968	15,46	425,86	15.178	28,06	325,726	10.886	29,92
Supermercados	2.540,40	460.000	5,52	4.676,13	655.200	7,14	3.301,88	670.000	4,93
Serviços	3.142,04	213.248	14,73	4.558,30	314.551	14,49	3.639,01	246.990	14,73
Total	5.851,98	684.216	8,55	9.660,30	984.929	9,81	7.266,62	927.876	7,83

* valor agregado em milhões de reais de 1999.

** valor em milhares de reais de 1999/trabalhador.

Tabela 5
Produto Interno Bruto do Setor, Pessoal Ocupado e Valor Agregado por Trabalhador, Obtidos com as Matrizes da Nova Proposta Metodológica

Segmentos	1995n			1999n		
	Valor agregado*	Pessoal Ocupado	Valor agregado por trabalhador**	Valor agregado	Pessoal ocupado	Valor agregado por trabalhador
Fornecedores	11.552,35	1.066.733	10,83	13.347,62	1.118.510	11,93
Supermercados	4.676,12	655.200	7,14	3.301,88	670.000	4,93
Serviços	28.860,79	1.991.571	14,49	30.125,18	2.044.682	14,73
Total	45.089,26	3.713.504	12,14	46.774,68	3.833.192	12,20

* valor em milhares de reais de 1999.

** valor em milhares de reais de 1999/trabalhador.

A metodologia apresentada no referencial teórico torna possível analisar a participação do conjunto de fornecedores do setor supermercadista no PIB setorial. Os fornecedores dos produtos vendidos aos supermercados eram responsáveis por aproximadamente 3% do valor agregado em 1990, 4,5% em 1995 e 1999, de acordo com os valores constantes da Tabela 4. Valores diferentes são encontrados quando o PIB é calculado utilizando as matrizes de insumo-produto que possuem o setor desagregado. De acordo com a nova proposta metodológica, os fornecedores dos supermercados respondem por cerca de 26% do PIB setorial em 1995 e 29% em 1999. Os resultados da nova metodologia ilustram o conceito de que o conjunto de firmas que constituem o grupo de fornecedores passa a englobar empresas que têm seus produtos revendidos pelos supermercados, principalmente indústrias alimentícias, e também do setor 1-Agropecuária, que vende sua produção como matéria-prima à indústria de alimentos e diretamente ao varejo (produtos *in natura* ou com mínimo beneficiamento).

É importante observar que o Produto Interno Bruto do setor supermercadista aumenta na nova proposta metodológica, pois são considerados os valores das mercadorias comercializadas pelos mesmos, valores estes que a metodologia tradicional não contabiliza. Portanto, na metodologia tradicional o PIB setorial é subestimado, e quando se considera o valor agregado das mercadorias comercializadas, o PIB torna-se maior.

O próprio setor supermercadista contribui para o valor agregado de seus produtos e serviços. As participações do setor no Produto Interno Bruto da cadeia de comercialização são de aproximadamente 43% em 1990, 48% em 1995 e 45% em 1999, consideran-

do-se os valores calculados pela metodologia tradicional. Nota-se que houve queda significativa do valor absoluto entre 1995 e 1999, principalmente devido à diminuição do salário médio pago pelo setor supermercadista e do lucro líquido (Excedente Operacional Bruto).

As participações do setor supermercadista no PIB setorial utilizando a nova proposta metodológica são relativamente menores: cerca de 10% em 1995n e 7% em 1999n. Nota-se que os resultados obtidos para as duas metodologias indicam a diminuição da contribuição do próprio setor para o PIB setorial, tanto em valores absolutos como em participação (%). O setor serviços emprega mão-de-obra de menor qualificação que os outros setores da economia, o trabalhador do referido setor foi o que sofreu mais fortemente as conseqüências de altas taxas de desemprego do período, o que veio ocasionar a diminuição da média dos salários pagos aos funcionários dos supermercados, que se tornou menor que o salário médio do setor comércio. Além disso, o Excedente Operacional Bruto, que se aproxima das denominações contábeis de Lucro Líquido e Remuneração aos proprietários (donos do capital), apresentou significativa queda neste período, principalmente devido à maior concorrência no setor. O Excedente Operacional Bruto (EOB) do setor supermercadista passou de aproximadamente R\$ 2,5 bilhões em 1995 para R\$ 1,25 bilhões em 1999 (valores de 1999), de acordo com dados da Pesquisa Anual de Comércio (IBGE) e da Associação Brasileira de Supermercados (ABRAS). A consolidação de empresas também pode ser apontada como um fator que contribuiu para a diminuição do PIB setorial, pois as economias de escala incluem menor necessidade de mão-de-obra e diminuição do valor total das remunerações, que é um componente do Excedente Operacional Bruto.

A metodologia de cálculo do PIB setorial torna possível determinar o número de postos de trabalho existentes dentro do sistema de produção e distribuição dos supermercados, empregos que dependem direta e indiretamente da atividade do setor supermercadista. Também foi calculado o valor agregado por trabalhador dentro dos três elos do sistema, e foi medido em milhares de reais por trabalhador (valores deflacionados para 1999).

Os resultados obtidos para o número total de empregos do sistema de produção e distribuição dentro do qual os supermercados fazem parte, cálculos estes que foram realizados com as matrizes de insumo-produto para o período (metodologia tradicional), são de aproximadamente 680 mil empregos em 1990, 980 mil em 1995 e 930 mil em 1999. As matrizes de insumo-produto que possuem o setor 35-Supermercados construído pela nova proposta metodológica foram utilizadas para calcular os valores 3,7 milhões de pos-

tos de trabalho em 1995 e 3,8 milhões de empregos em 1999, o que corresponde a 6,1% do pessoal ocupado na economia. Os setores aos quais pertencem estes postos de trabalho e a influência da produção do setor supermercadista sobre o emprego em cada setor da economia serão determinados e discutidos posteriormente.

A análise detalhada dos valores obtidos pela nova metodologia, e resumidos na Tabela 5, indica que a maior parte dos empregos da cadeia de distribuição dos supermercados se concentra nos setores prestadores de serviços (cerca de 54% em 1995 e 53% em 1999). Em segundo lugar em número de postos de trabalho está o próprio setor supermercadista, com aproximadamente 655 mil pessoas em 1995, ou seja, 18% do total de postos de trabalho, e 670 mil em 1999, representando 17% do total de empregos. Os setores fornecedores de bens utilizados tanto para consumo nas empresas supermercadistas como para revenda possuem cerca de 1.060 mil pessoas ocupadas em 1995, representando 28% do total, e 1.120 mil em 1999, ou 30% do total.

O valor agregado por trabalhador é consideravelmente menor no setor supermercadista que nos outros elos do sistema. Além disso, o valor obtido para o setor supermercadista diminuiu e o das empresas que prestam serviços ao sistema variou pouco no período 1990/99. No caso dos setores fornecedores de serviços, os valores indicam que estas são atividades que empregam um número cada vez maior de pessoas, recebendo trabalhadores da indústria e agropecuária. Contudo, o resultado final é a diminuição do valor agregado por trabalhador nestas atividades, levando a um menor nível de salário.

O valor agregado por trabalhador no setor supermercadista diminuiu no período analisado, resultado este que diverge dos valores da Tabela 1, que considera a produtividade da mão-de-obra medida como pessoas ocupadas por loja, caixa e área de vendas (m^2). A análise dos diferentes indicadores da Tabela 1 permite observar que houve um aumento da produtividade do trabalho nas lojas pertencentes ao setor, mas que este ganho de eficiência não resultou em aumento de salário, que é um dos componentes do valor agregado. Portanto, o valor agregado por trabalhador diminuiu como resultado da queda de lucros e salários, componentes do próprio valor agregado. Quando são analisados os indicadores de produtividade do trabalho em unidades físicas (não-monetárias), nota-se que houve implementação de tecnologias poupadoras de mão-de-obra e aumento de sua produtividade. O número de trabalhadores por loja, área de vendas e caixas diminuiu como consequência da automação comercial de frente e de retaguarda, além do fluxo eletrônico de informações entre lojas, matriz e fornecedores. Deve-se considerar também o aumento do tamanho médio das lojas, que resulta em menor número de pessoas por espaço, fator este que decorre principalmente da abertura de supermercados mais amplos, superlojas, hiper-

mercados e da transformação de lojas de um ou dois caixas (pequenas empresas) em supermercados compactos.

Os resultados da pesquisa levam à conclusão que o valor do PIB setorial dos supermercados é derivado principalmente dos serviços prestados ao sistema e, em menor escala, dos fornecedores de produtos aos supermercados, os quais são constituídos por ampla gama de indústrias de produtos alimentícios e não-alimentícios e da própria agropecuária. Portanto, pode-se afirmar que os produtos comercializados pelos supermercados possuem alto valor agregado em serviços e processamento, característica que foi reforçada no período 1995/99, pois a contribuição dos fornecedores e prestadores de serviços para o PIB setorial dos supermercados aumentou em valor absoluto e relativo.

A nova metodologia proposta para analisar o setor supermercadista permite obter resultados mais realistas acerca da contribuição da atividade no sistema econômico, pois leva em consideração as aquisições de produtos e serviços pelos supermercados e não apenas seus custos operacionais básicos. A Associação Brasileira de Supermercados (ABRAS) estima em aproximadamente 6,1% (média do período) a participação dos supermercados no Produto Interno Bruto do Brasil no período 1995/99, valor obtido pela razão entre faturamento bruto do setor e o Produto Interno Bruto do País. Os resultados da pesquisa apresentam valores da ordem de 5,0% do PIB para 1995 e 4,8% em 1999, números mais próximos dos valores apresentados pela ABRAS quando comparados aos resultados do PIB setorial obtidos utilizando as matrizes de insumo-produto da metodologia tradicional, que representam 1,2% do Produto Interno Bruto nacional em 1995 e 0,9% em 1999.

O Produto Interno Bruto do setor supermercadista (Tabela 5) aumentou de R\$ 45,1 bilhões em 1995 para R\$ 46,8 bilhões em 1999, em valores do ano de 1999, representando um crescimento de 3,8% do PIB setorial entre 1995/99, enquanto o valor agregado do setor 34-Comércio (incluindo supermercados) apresentou um decréscimo de aproximadamente 0,2% no período. É importante mencionar que a variação do valor agregado do comércio no ano de 1998 foi fortemente negativa (-5,14%) relativamente ao ano anterior, o que influenciou o desempenho na segunda metade da década de 1990. Assim, o setor supermercadista teve um melhor desempenho que o Comércio em geral no período 1995/99.

A Tabela 6 apresenta a contribuição de cada setor da economia que participa do PIB setorial do setor 35-Supermercados, número de pessoas ocupadas e valor agregado por trabalhador. Os resultados são referentes ao ano de 1999 com o setor supermercadista desagregado pela nova proposta metodológica. Observa-se que o próprio setor 35-Super-

mercados contribui com pequena parcela do montante de R\$ 46,1 bilhões do Produto Interno Bruto setorial (existem setores, como 36-Transportes e 40-Serviços prestados às empresas, que têm participações maiores). Além disso, para cada posto de trabalho no setor supermercadista, há pelo menos mais quatro trabalhadores em outros setores da economia para atender à sua demanda final.

Os resultados resumidos na Tabela 6 mostram que a maior contribuição para o PIB setorial dos supermercados é do setor 36-Transportes, com aproximadamente R\$ 8 bilhões. Este setor também emprega oitocentos e sessenta mil pessoas para atender ao sistema de produção e comercialização, que possui o setor supermercadista como equipamento de distribuição para o consumidor final. Na classificação dos setores mais importantes para a cadeia encontram-se: 36-Transportes, 40-Serviços prestados às empresas, 1-Agropecuária, 34-Comércio, 40-Administração pública, 30-Outros produtos alimentares e 25-Beneficiamento de produtos vegetais. Para atender ao sistema, o setor 36-Transportes emprega um número de pessoas maior que o próprio setor 35-Supermercados, e a atividade 1-Agropecuária emprega cerca de seiscentas mil pessoas, valor próximo dos seiscentos e setenta mil postos de trabalho do setor supermercadista no ano de 1999.

Os resultados para valor adicionado por trabalhador apresentam uma variação muito grande entre os setores da economia. No setor 1-Agropecuária, cada trabalhador gerou, ao longo do ano de 1999, cerca de R\$ 4,9 mil em remunerações aos empregados, lucro e pagamentos aos donos do capital, enquanto que no setor 17-Refino de petróleo o valor agregado por trabalhador foi de aproximadamente R\$ 577 mil por trabalhador.

Os resultados desagregados do Produto Interno Bruto do setor supermercadista mostram a importância deste para as diferentes atividades econômicas, incluindo transportes, comércio, agropecuária e indústria de alimentos. É um sistema complexo, que emprega cerca de três milhões e oitocentas mil pessoas e gera aproximadamente 5% da renda do País (ano de 1999).

Tabela 6
Participação dos setores no Produto Interno Bruto (PIB Setorial), Pessoal Ocupado e Valor Agregado por Trabalhador no Sistema do Setor 35-Supermercados em 1999
(Resultados da Nova Proposta Metodológica)

Setor	Valor agregado		Pessoal ocupado		Valor agregado por trabalhador (R\$/mil/pessoa)	
	Valor (R\$ mil)	%	Valor	%		
1	Agropecuária	2.954.868	6,3	602.725	15,7	4,9
2	Extrativa Mineral	4.259	0,0	204	0,0	20,9
3	Petróleo e gás	109	0,0	0	0,0	252,0
4	Minerais não-metálicos	86.130	0,2	4.296	0,1	20,0
5	Siderurgia	1.597	0,0	14	0,0	111,4
6	Metalurgia de não-ferrosos	20.738	0,0	322	0,0	64,3
7	Outros Produtos Metalúrgicos	124.053	0,3	9.295	0,2	13,3
8	Máquinas e Equipamentos	68.322	0,1	1.524	0,0	44,8
9	Material Elétrico	209.339	0,4	6.667	0,2	31,4
10	Equipamentos Eletrônicos	354.538	0,8	6.434	0,2	55,1
11	Automóveis, caminhões e ônibus	1.090	0,0	14	0,0	76,6
12	Peças e outros veículos	3.920	0,0	130	0,0	30,2
13	Madeira e Mobiliário	21.772	0,0	2.596	0,1	8,4
14	Celulose, Papel e Gráfica	663.616	1,4	30.997	0,8	21,4
15	Indústria da Borracha	205	0,0	4	0,0	53,2
16	Elementos Químicos	9.020	0,0	68	0,0	132,9
17	Refino de Petróleo	15.489	0,0	27	0,0	577,1
18	Químicos Diversos	60.492	0,1	1.168	0,0	51,8
19	Farmacêuticos e Veterinários	1.601.257	3,4	23.932	0,6	66,9
20	Artigos Plásticos	81.123	0,2	4.763	0,1	17,0
21	Indústria Têxtil	51.989	0,1	2.724	0,1	19,1
22	Artigos do Vestuário	246.694	0,5	91.532	2,4	2,7
23	Calçados	77.513	0,2	10.348	0,3	7,5
24	Indústria do Café	268.324	0,6	6.698	0,2	40,1

(continua)

Tabela 6

(continuação)

Setor		Valor agregado		Pessoal ocupado		Valor agregado por trabalhador (R\$/mil/pessoa)
		Valor (R\$ mil)	%	Valor	%	
25	Beneficiamento de Produtos Vegetais	1.569.174	3,4	69.099	1,8	22,7
26	Abate de Animais	678.953	1,5	34.559	0,9	19,6
27	Indústria de Laticínios	856.989	1,8	23.236	0,6	36,9
28	Fabricação de Açúcar	146.969	0,3	6.435	0,2	22,8
29	Fabricação de Óleos Vegetais	354.715	0,8	3.282	0,1	108,1
30	Outros Produtos Alimentares	2.396.853	5,1	153.707	4,0	15,6
31	Indústrias Diversas	231.829	0,5	17.526	0,5	13,2
32	Serviços Industriais de Utilidade Pública	116.982	0,3	873	0,0	134,1
33	Construção Civil	68.698	0,1	3.311	0,1	20,7
34	Comércio	2.425.561	5,2	388.712	10,1	6,2
35	Supermercados	3.301.881	7,1	670.000	17,5	4,9
36	Transportes	8.026.971	17,2	861.457	22,5	9,3
37	Comunicações	2.694.075	5,8	21.553	0,6	125,0
38	Instituições Financeiras	2.814.979	6,0	39.043	1,0	72,1
39	Serviços Prestados às Famílias	509.766	1,1	98.032	2,6	5,2
40	Serviços Prestados às Empresas	5.917.651	12,7	455.204	11,9	13,0
41	Aluguel de Imóveis	3.483.936	7,4	7.972	0,2	437,0
42	Administração Pública	4.252.239	9,1	172.715	4,5	24,6
43	Serviços Privados não-mercantis	0	0,0	0	0,0	0,0
Totais		46.774.680	100	3.833.197	100	12,2

5 Comentários finais

Os resultados da pesquisa mostram detalhes acerca da importância do setor supermercadista como o elo final de um sistema de produção e distribuição que inclui a agropecuária, a indústria e os serviços. Os produtos comercializados pelos supermercados possuem grande participação em valor agregado de serviços, bem como a maior parte dos

empregos gerados para suprir o sistema pertence aos setores Comércio, Transportes, Supermercados e Serviços prestados às empresas.

O setor supermercadista no Brasil apresenta grande potencial de crescimento e aumento da participação na comercialização, não apenas de alimentos, principalmente *in natura*, mas também de itens não-alimentos, como eletroeletrônicos e vestuário por meio do maior número de lojas de formato hipermercado. A consolidação das maiores empresas do setor e adoção de novas tecnologias entre as lojas da rede de lojas e com seus fornecedores terá efeitos importantes sobre a geração de emprego, renda e produção da economia, justificando novas pesquisas sobre o setor supermercadista. A desagregação do setor supermercadista na matriz de insumo-produto torna possível o cálculo de indicadores econômicos, como os multiplicadores de emprego, renda, produção e os índices de ligações intersetoriais, o que permite realizar uma análise detalhada da atividade e sua influência sobre os outros setores da economia.

Propostas para novos trabalhos são a desagregação de outros subsetores do setor Comércio como o Atacado e Varejo de combustíveis, o que permite analisar, com maior profundidade, as atividades econômicas que apresentam crescente importância na economia em termos de produção e número de pessoas ocupadas durante os últimos anos. O setor Comércio dentro da matriz insumo-produto do Brasil inclui setores com características muito diferentes, como é o caso dos supermercados, varejo de combustíveis, varejo de veículos e atacado. Portanto, pelo fato de apresentar alto grau de agregação, o referido setor dificulta identificar a evolução da geração de empregos, renda, produção e outros indicadores econômicos de seus subsetores.

Referências bibliográficas

- Associação Brasileira de Supermercados (ABRAS). *40 anos de supermercados no Brasil*. São Paulo: Associação Brasileira de Supermercados, 1993. 186p.
- Cyrillo, D. C. *O papel dos supermercados no varejo de alimentos*. São Paulo: Instituto de Pesquisas Econômicas, 1987. 198p.
- Dib, J. A. Efficient consumer response (ECR): uma estratégia para o varejo de bens de consumo de massa. *Revista de Administração*, v. 23, n. 2, p. 14-22, abril/junho 1997.

Furtuoso, M. C. O.; Barros, G. S. C.; Guilhoto, J. J. M. O produto interno bruto do complexo agroindustrial brasileiro. *Revista de Economia e Sociologia Rural*, v. 36, n. 3, p. 9-31, jul/set. 1998.

Guilhoto, J. J. M.; Sesso Filho, U. A. Estimação da matriz insumo-produto a partir de dados preliminares das contas nacionais. *Economia Aplicada*, 2004. Em processo de aprovação final.

Guilhoto, J. J. M.; Furtuoso, M. C. O.; Barros, G. S. C. *O Agronegócio na economia brasileira (1994-1999)*. Texto para discussão apresentado à Confederação Nacional da Agricultura (CNA). Piracicaba: Centro de Estudos Avançados em Economia Aplicada, setembro de 2000. 112p.

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). *Sistemas de Contas Nacionais: Brasil, 1998-2000*. Rio de Janeiro: IBGE, 2002. 201p.

_____. *Contas Nacionais: Brasil, 1994*. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br> (20/05/2002).

_____. *Contas Nacionais: Brasil, 1995*. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br> (20/05/2002).

_____. *Contas Nacionais: Brasil, 1990*. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br> (20/05/2002).

Lojudice, M. Oligopólio ganha 'franja' no varejo. *Jornal Valor*. Caderno Empresas, São Paulo, 08 de setembro de 2000. p. B-3.

Malta, C. B.; Nascimento, S. Varejo vai à forra contra a indústria. *Gazeta Mercantil*. Artigo de Capa, São Paulo, 18 de julho de 1999. p. A-1.

Miller, R. E.; Blair, P. D. *Input-output analysis: foundations and extensions*. Englewood Cliffs: New Jersey: Prentice-Hall Inc., 1985. 464p.

Pesquisa Anual do Comércio 1999. Rio de Janeiro: IBGE, v. 11, 2000. 126p.

Pesquisa Anual do Comércio 1997. Rio de Janeiro: IBGE, v. 9, 1998. 106p.

Pesquisa Anual do Comércio 1995. Rio de Janeiro: IBGE, v. 7, 1996. 43p.

Pesquisa Anual do Comércio 1990. Rio de Janeiro: IBGE, v. 1, 1992. 143p.

Saab, W. G. L.; Gimenez, L. C. P.; Ribeiro, R. M. *Supermercado no Brasil: o movimento das grandes empresas*. Brasília: BNDES, dezembro de 2000a. Gerência Setorial de Comércio e Serviços, número 22. 22p.

_____. *Supermercado no Brasil: o movimento das empresas menores*. Brasília: BNDES, dezembro de 2000b. Gerência Setorial de Comércio e Serviços, número 24. 20p.

Sesso Filho, U.A. Crescimento e desempenho de redes de supermercados na década de 90. *In*: Angelo, C. F.; Silveira, J. A. G. (orgs.), *Varejo competitivo*. São Paulo: Atlas, 2001a. cap.1, p. 21-44.

Silva, G. M. de O.; Famá, R. O recente movimento de fusões e aquisições no setor de supermercados: possíveis causas e conseqüências. *In*: Seminários em Administração, Jr. I, São Paulo, 1999. *Anais*. São Paulo: Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade-Universidade de São Paulo, 1999.

SuperHiper. Revista da Associação Brasileira de Supermercados. São Paulo, 1974.

_____. Revista da Associação Brasileira de Supermercados. São Paulo, ano 27, número 309, maio de 2001. 218p.

_____. Revista da Associação Brasileira de Supermercados. São Paulo, ano 28, número 320, maio de 2002. 202p.