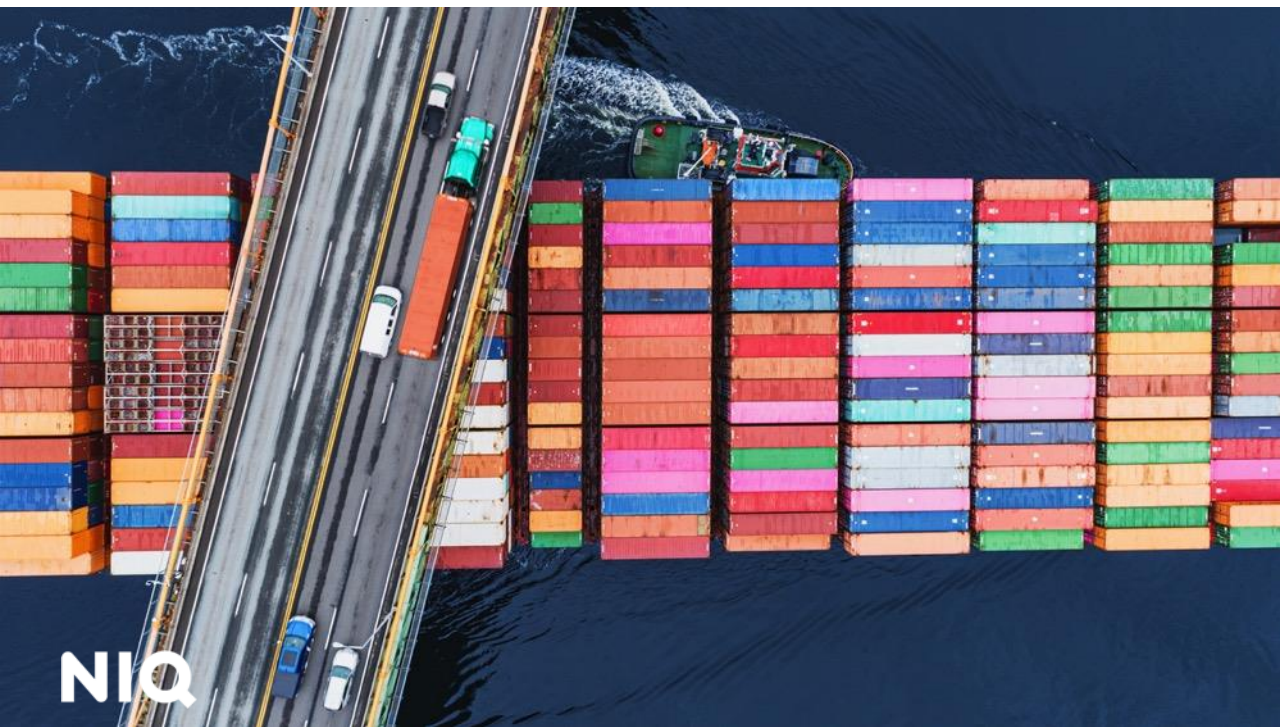


NIQ



Leitura completa e dados oficiais do Varejo e Atacarejo Brasileiro



Movimentações do Atacarejo no Brasil

Março 2025

NIQ

O Atacarejo é o maior canal do varejo alimentar

Maior canal em vendas de produtos alimentares

O crescimento **mais forte de 2024** do varejo alimentar

3 a cada 4 lares brasileiros compram anualmente

Detendo também o **maior aumento de lealdade** destes lares

Taxa de desemprego segue em melhores patamares históricos, mas cenário macroeconômico ainda segue desafiador ao consumidor



+2%

PIB

Projeção de crescimento do PIB para 2025



6,5%

DESEMPREGO

Taxa mantém trajetória de positiva, mas há um leve aumento no início do ano



4,56%

INFLAÇÃO

Inflação para alimentos está em 7,7%

1

Índice de Confiança

subiu pelo quarto mês consecutivo, atingindo **83,6**

2

SELIC

Taxa básica em **14,25%**

3

Endividamento

77% das famílias se encontram endividadadas

4

Salário Real

Salário Real é quase **5x menor** que o salário ideal

O cenário de consumo no Brasil se mostra favorável ao caminho de desenvolvimento do Atacarejo



7 a cada 10 consumidores conhecem o preço dos itens que compram regularmente

78%

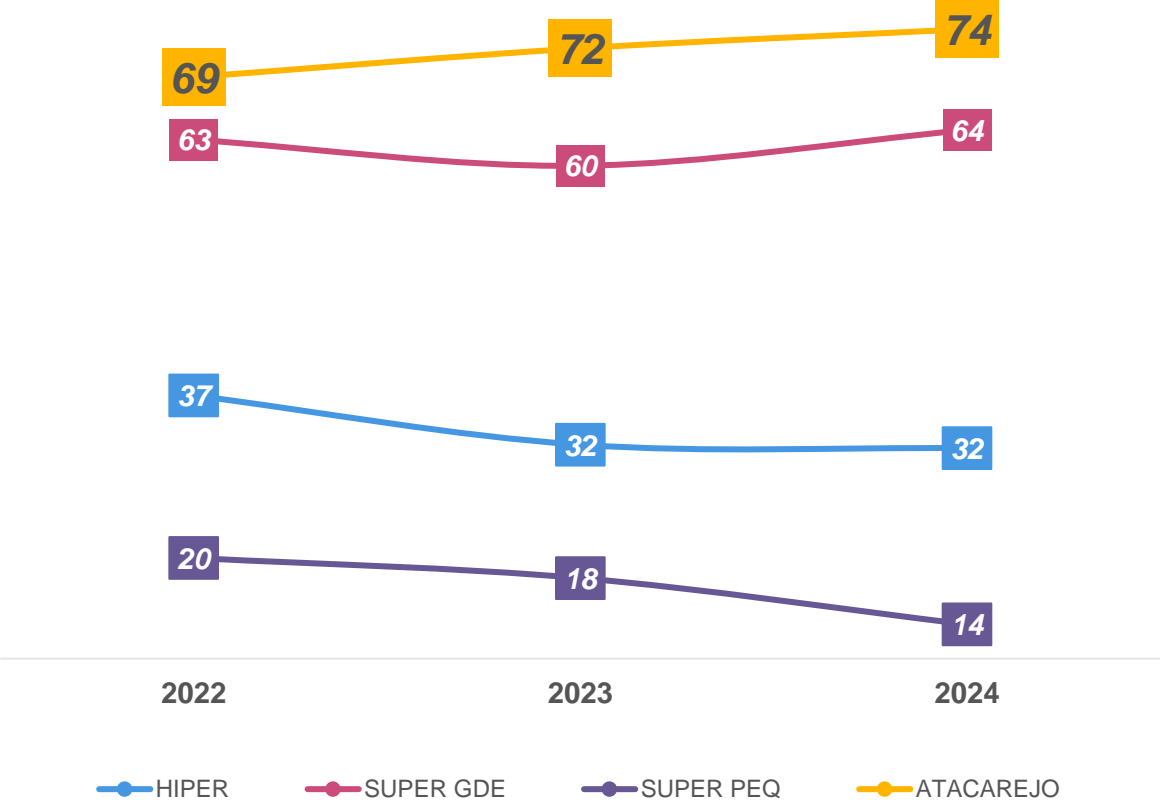
Fazem um esforço extra para comprar pelo menor preço

39%

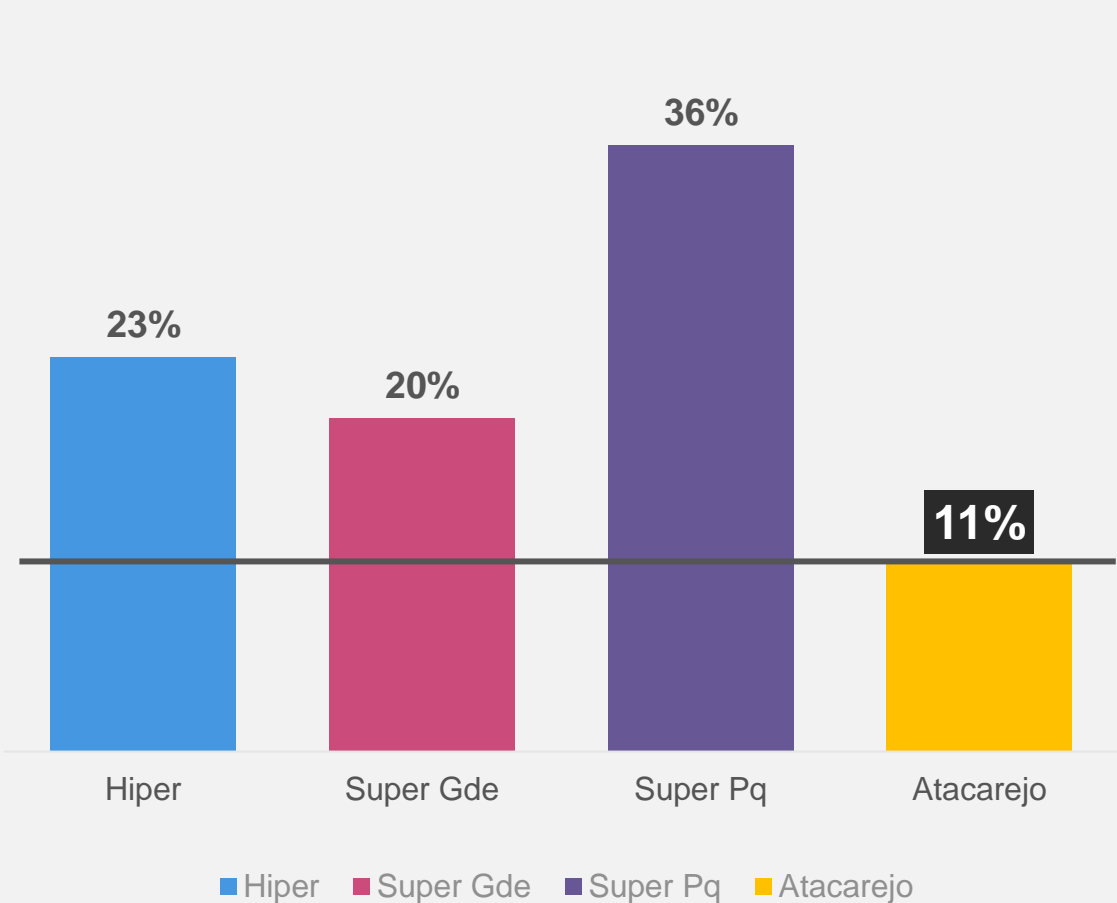
Mudam de Loja para comprar pelo menor preço

Atacarejo continua aumentando sua presença nos lares brasileiros, com recorde de patamar de penetração e com mais consumidores regulares

Penetração / Canais



% de lares que só compraram 1 vez no canal



Source: NielsenIQ Homescan | Total Tickets | 2024 vs 2023

Aumentando os pontos de contato com o consumidor, convertendo não só em vendas mas também em qualidade destas interações

Frequência e Lealdade

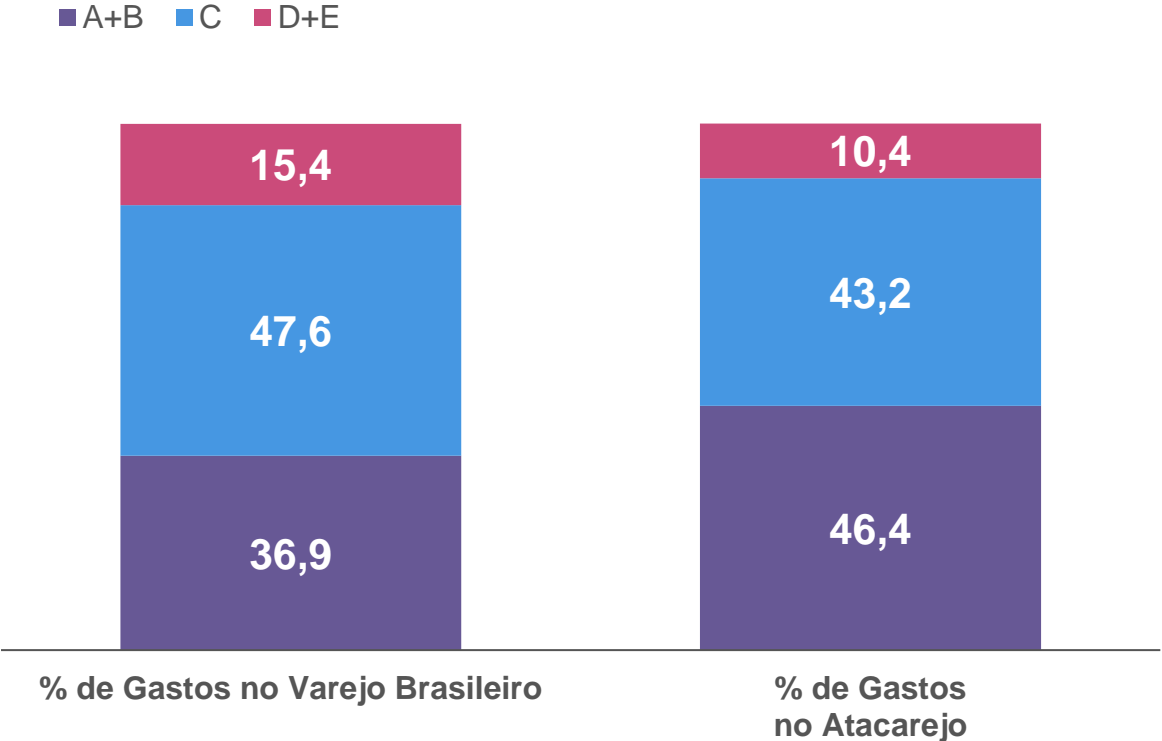
	Número de vezes que comprou no ano		Lealdade	
	2023	2024	2023	2024
Atacarejo	16	20	26	29
Hiper	13	14	13	13
Super Gde	19	21	13	14
Super Pq	10	11	5	5

O canal tem o maior avanço vs alimentares em **número de compras no ano**

E, além disso, trazendo visitas que resultam em **maior lealdade**

Source: NielsenIQ Homescan | Total Tickets | 2024 vs 2023

Apesar de NSE Alto ainda representar mais ao Atacarejo, canal avança no atendimento a mais lares brasileiros, com D+E tem o maior aumento em gastos, por conta de ticket médio



	GASTO MÉDIO	TICKET MÉDIO	FREQUÊNCIA
A+B	+17,4%	+9,1%	+7,6%
C	+16,1%	+7,7%	+7,8%
D+E	+17,5%	+9,9%	+6,9%

Fonte: NielsenIQ Homescan | Total Tickets | 2024 vs 2023 | % da População de acordo com critério Brasil (ABEP)

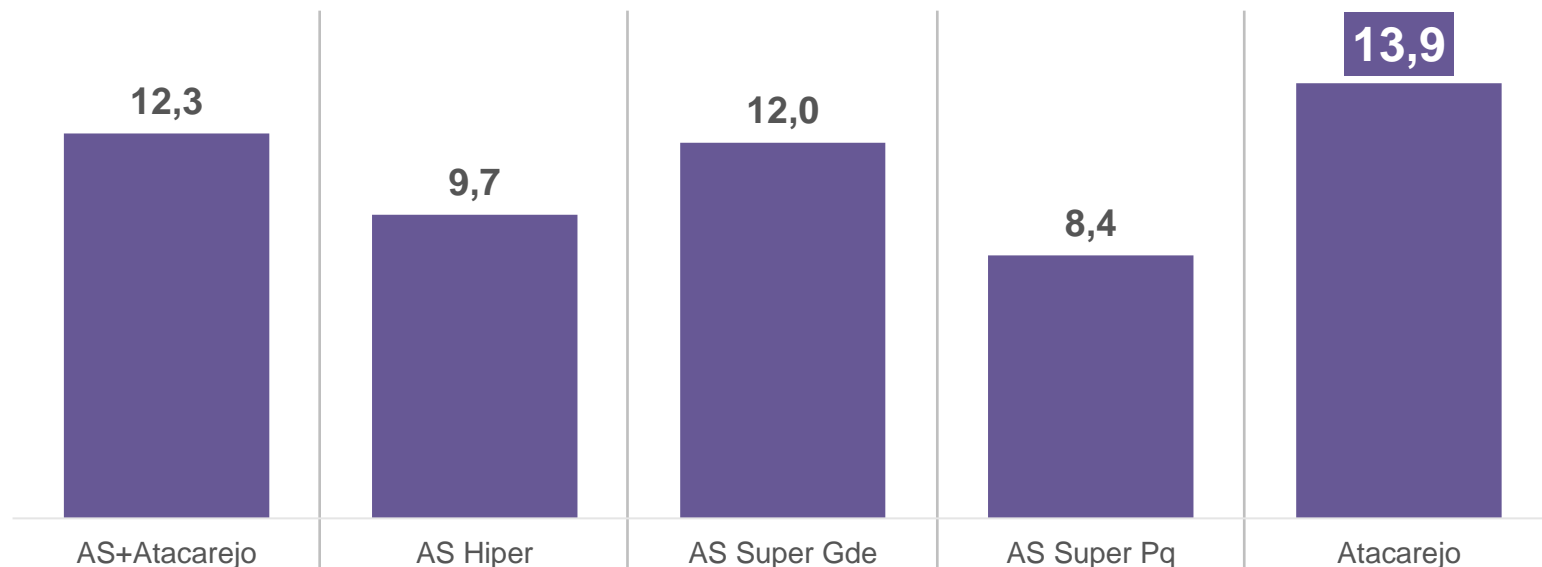
Atacarejo tem o maior crescimento no varejo alimentar em 2025

Canal fechou 2024 também com o maior crescimento, com +12,9%

Importância % em Valor



Varição % de Vendas Valor - 2025

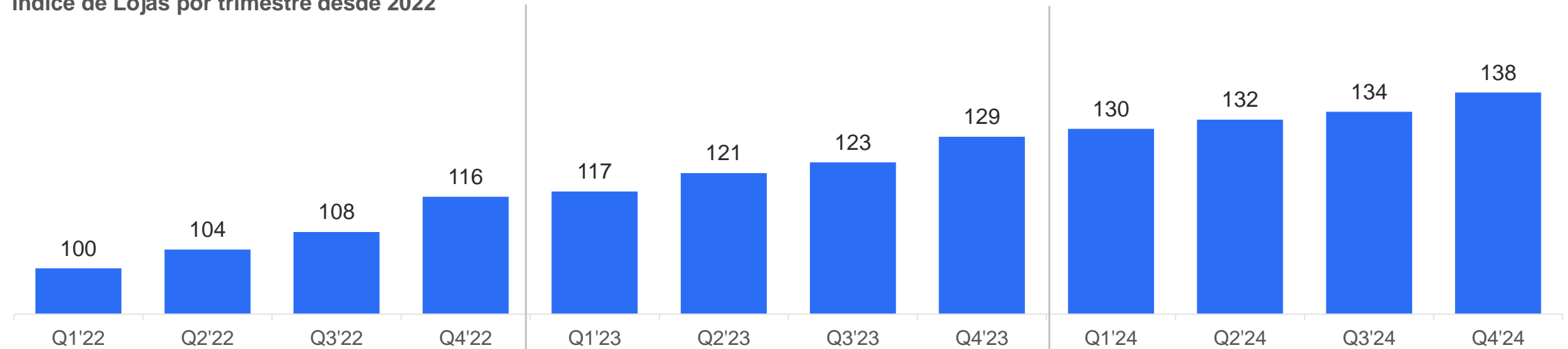


Fonte: NIQ Total Store – Mercado moderno: AS e Atacarejo | Jan+Fev 25 vs 24

Com o crescimento e amadurecimento do canal, o ritmo de abertura se torna menos intenso

O Atacarejo ganha 6% mais lojas em 2024

Índice de Lojas por trimestre desde 2022



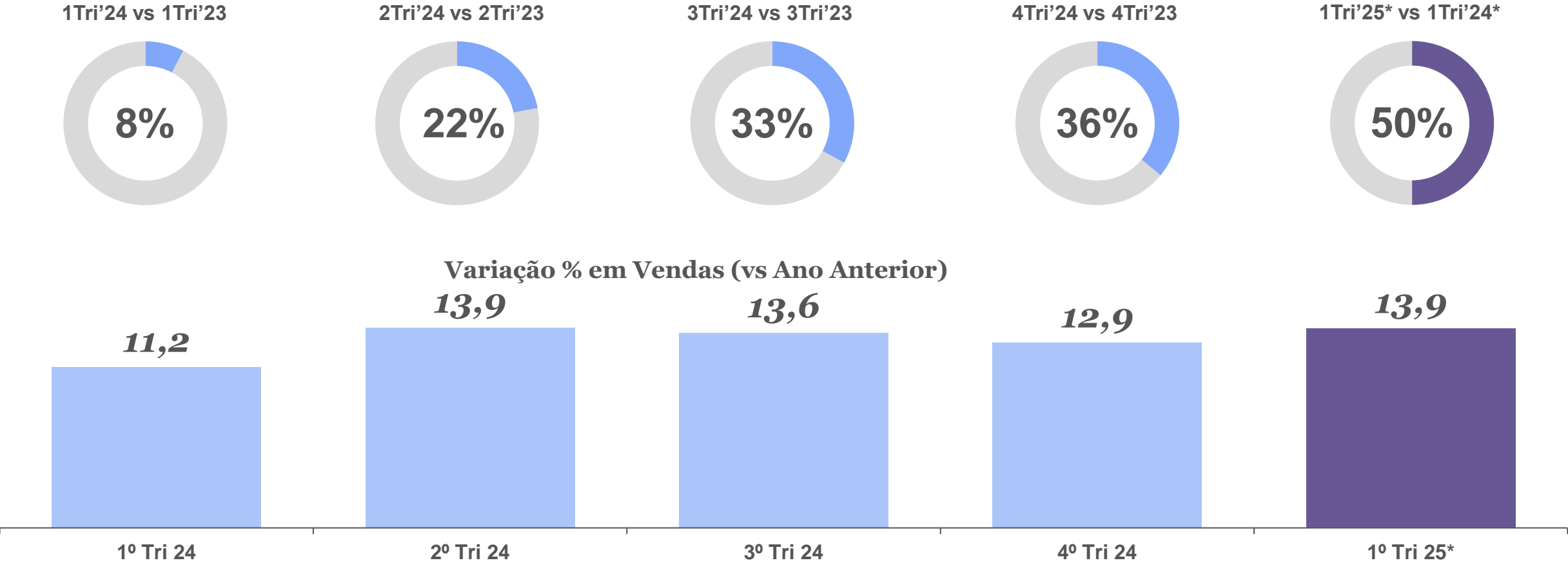
Crescimento de lojas por ano



Fonte: NIQ Total Store | Mercado moderno: AS, C&C e Farma Cadeia | 2024 vs 2023

Menos dependente da expansão para manter o ritmo de crescimento, metade do desempenho do Atacarejo provém de lojas maduras

Contribuição das mesmas lojas para o crescimento



Fonte: TSR Item | Total Brasil Atacarejo Evolução da contribuição de mesmas lojas vs total por trimestres

* Jan+Fev de 2025 e 2024

Mais de 39%

do crescimento do Atacarejo ocorre via
Perecíveis Frescos (açougue, padaria,
frios, etc)

Seguido de Commodities (21,6%) e Bebidas (12,4%)

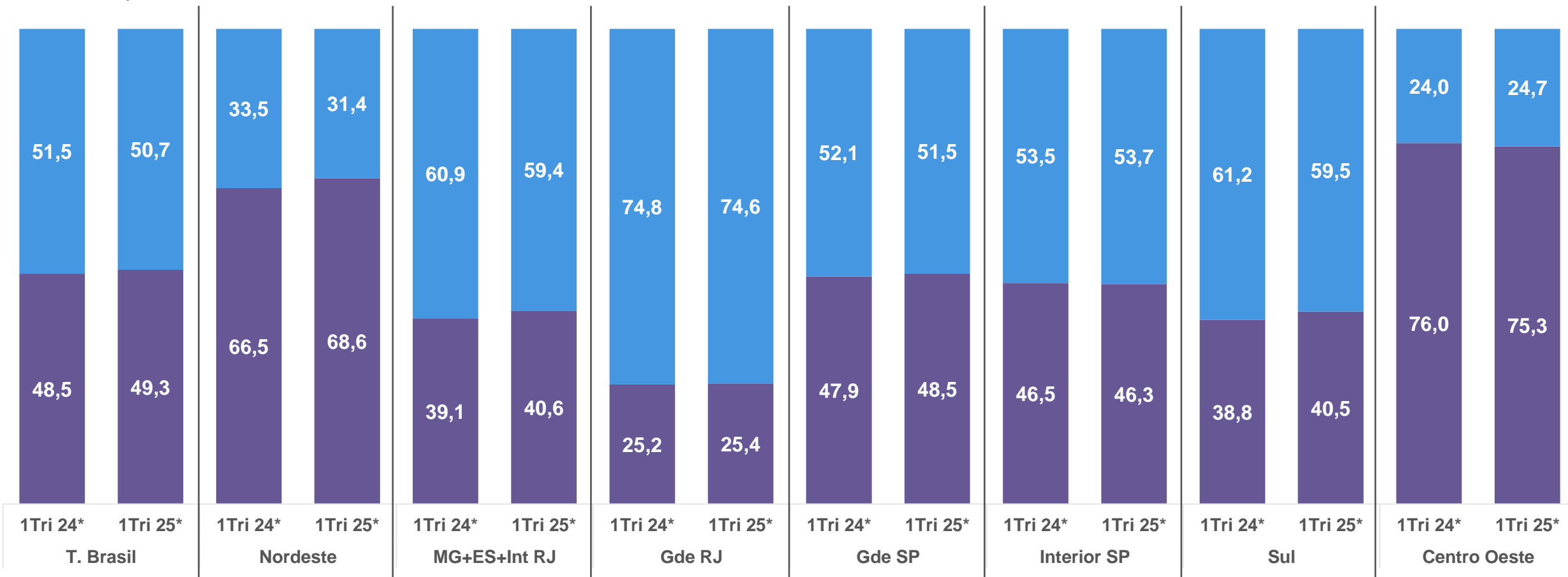
O movimento, somado ao aumento de
frequência e lealdade, *aproxima ainda
mais o canal do consumidor*



Além de avançar, mesmo em regiões com forte presença, existe espaço para se desenvolver regionalmente

Importância em valor dos canais (%)

■ Atacarejo ■ AS



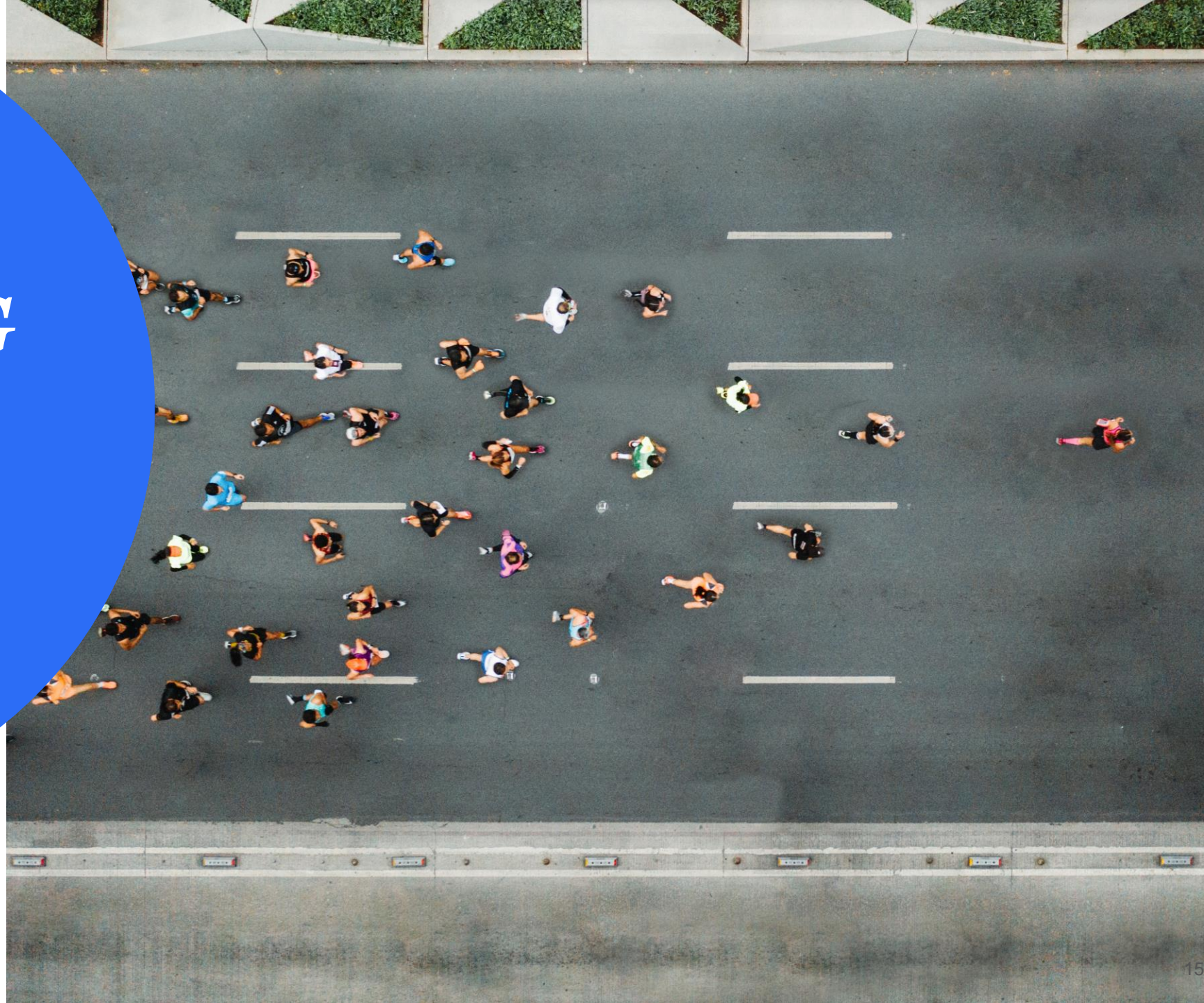
Fonte: NIQ Total Store | AS e Atacarejo | Importância em vendas valor

* Jan+Fev de 2025 e 2024

4º RANKING ABAAS

Edição 2025

NIQ



Notas Metodológicas

Os dados são divulgados pelos associados ABAAS

Os valores serão referentes a 2024

Os associados terão a opção a opção de divulgar o faturamento total – considerando todo o seu negócio de varejo, ou apenas a bandeira de Atacarejo

Além dos respondentes do ranking, a ABAAS fez a projeção de vendas considerando o todos os participantes da associação



Ranking em números

25 associados ABAAS representam:

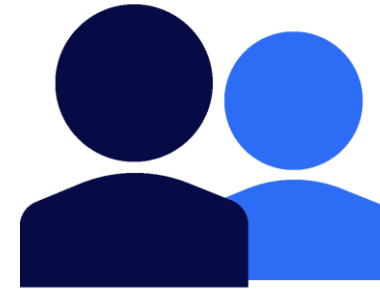


R 340 bilhões

~3% do PIB nacional

+13%

vs 2023



405 mil

empregos diretos

+10%

vs 2023



2151

lojas

+5%

vs 2023

4º Ranking ABAAS

Posição	Associado	Faturamento 2024 em R\$ bilhão	Número de lojas	Funcionários
1	ATACADÃO	86,0	379	76.728
2	ASSAÍ	80,6	302	87.201
3	MATEUS	36,4	272	60.622
4	IRMÃOS MUFFATO SA	17,4	106	22.124
5	GRUPO PEREIRA	15,3	96	18.665
6	MART MINAS ATACADO E VAREJO & DOM ATACADISTA	11,4	86	16.171
7	CENCOSUD	11,2	233	17.942
8	GRUPO KOCH SA	10,3	80	12.436
9	TENDA	7,4	45	8.748
10	COSTA ATACADAO/GRUPO JC	7,3	15	7.883
11	ATACADO DIA A DIA	6,0	30	8.534
12	NOVO ATACAREJO	5,8	35	8.628
13	COMERCIAL ZAFFARI	5,8	46	7.445
14	SUPER NOSSO + APOIO MINEIRO	4,7	60	8.247
15	BAHAMAS	4,3	84	7.643
16	SPANI	4,2	42	4.647
17	COMERCIAL ESPERANÇA	3,9	23	4.060
18	VILLEFORT	3,3	34	4.882
19	MUNDIALMIX GRUPO	2,7	32	4.507
20	SUPER ADEGA	2,4	7	1.525
21	GRUPO MERCANTIL NOVA ERA LTDA	2,4	25	3.908
22	AKKI ATACADISTA	1,2	7	892

TOTAL Projetado

R\$ 339,6

2.151

405.407

Prêmio ABAAS NielsenIQ de Performance no Atacarejo

NIQ



O objetivo deste prêmio é reconhecer as indústrias com a melhor performance no canal

Os quatro critérios usados na premiação:

	Competitividade	Importância	Participação	Ganho de participação
Peso do critério	40%	20%	20%	20%
Atacarejo	92,8	-	49,9%	+1,4pp
Fornecedor X	90,4	2,7%	51,7%	+3,9pp

Aplicação dos critérios para cada estado, considerando também o canal Farma para elaboração do ranking nacional



NIQ

NIQ