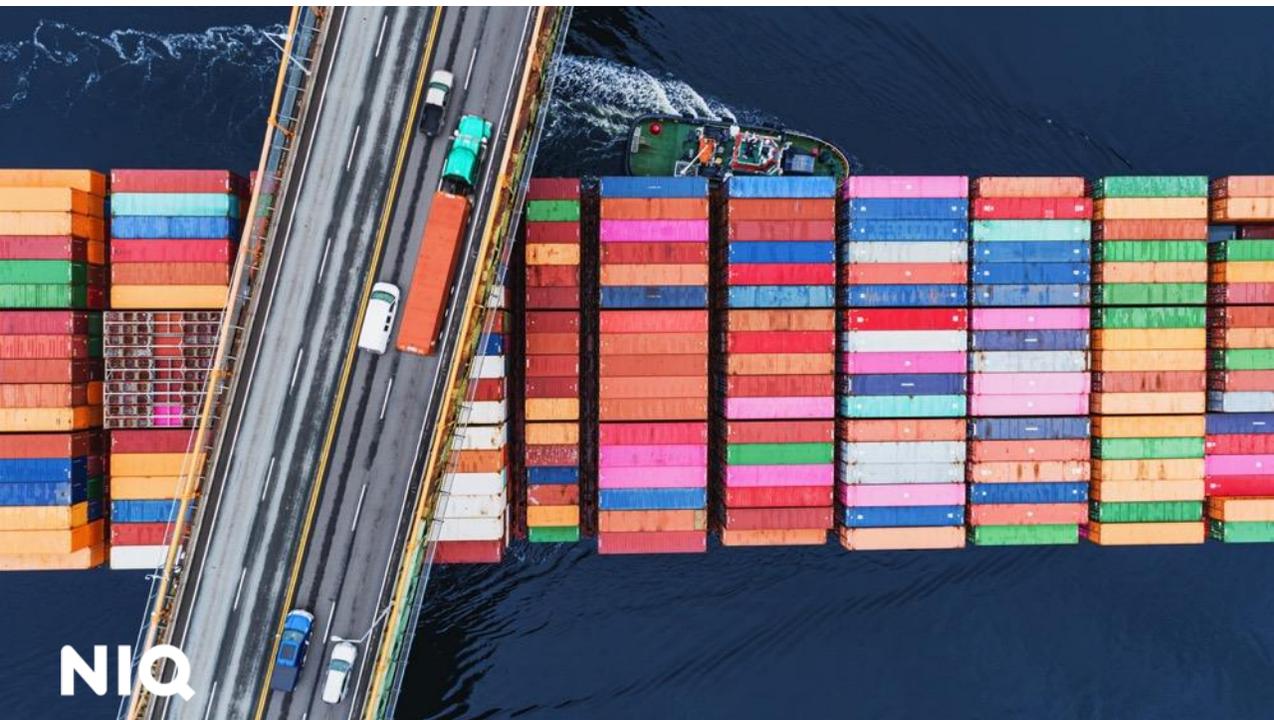


# NIQ



## 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%**

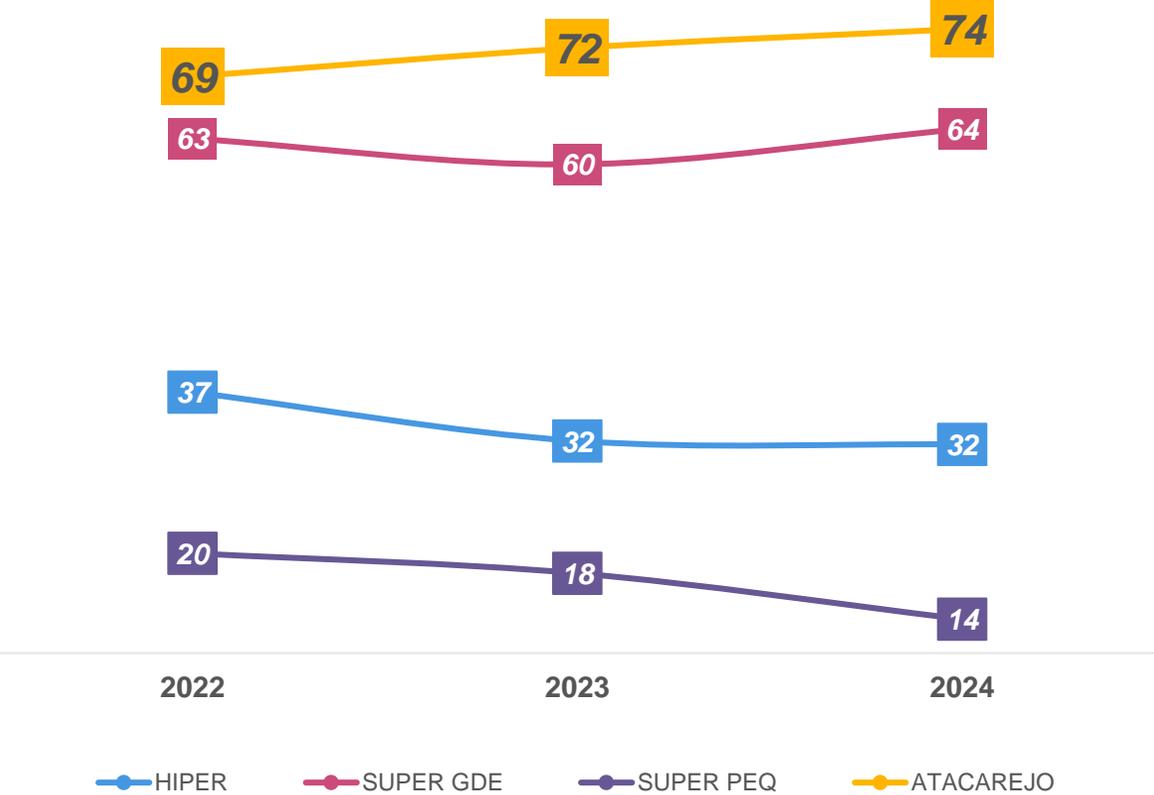
*Fazem um esforço extra para comprar pelo menor preço*

**39%**

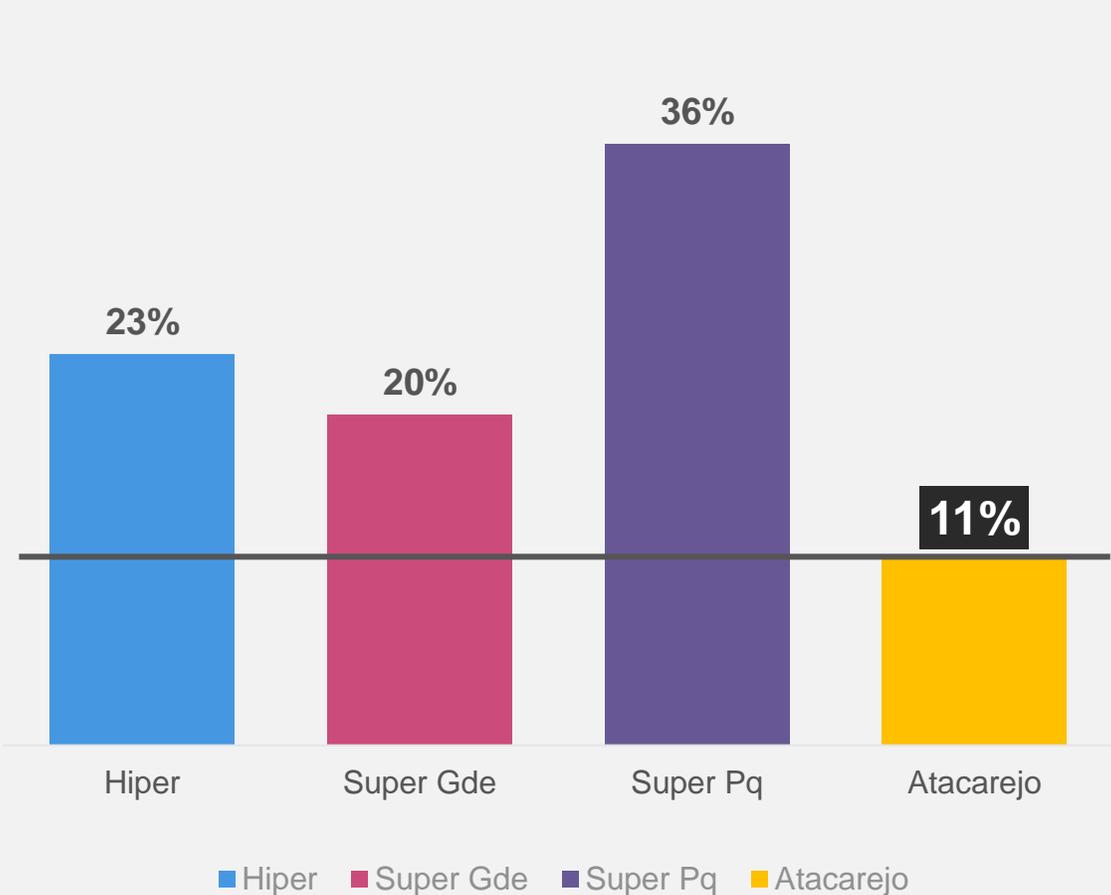
*Mudam de Loja para comprar pelo menor preço*

# 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

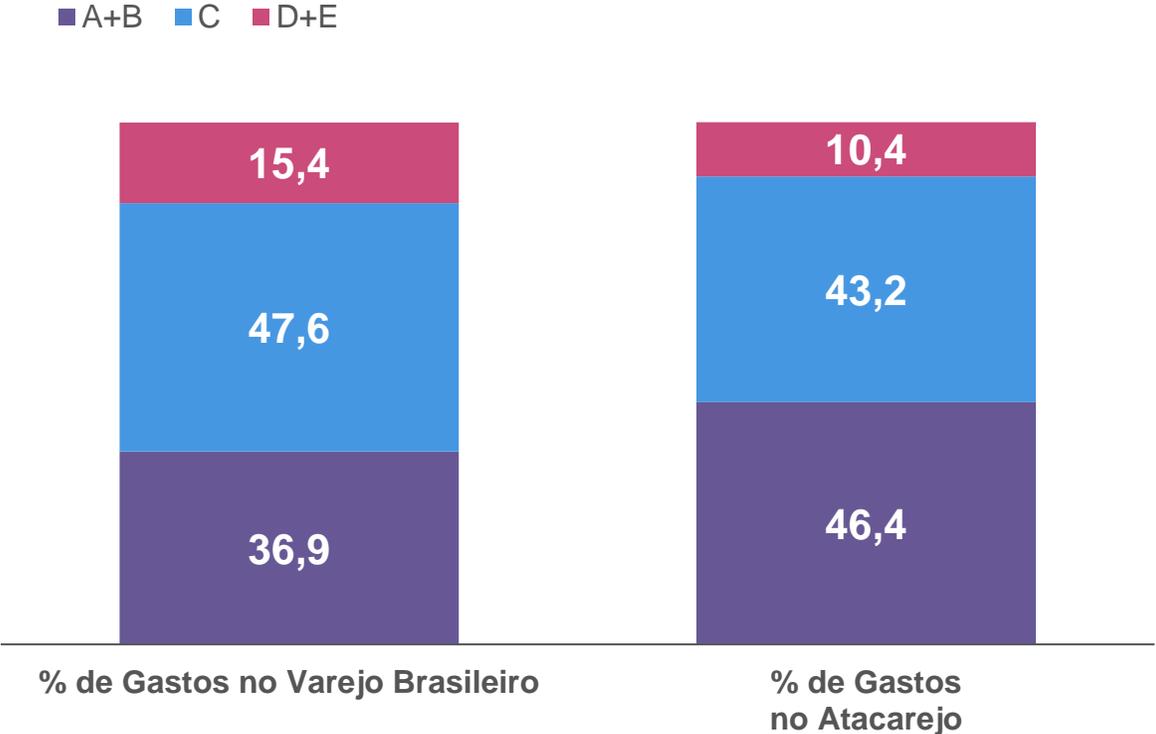
|                  | Número de vezes que comprou no ano |           | Lealdade |           |
|------------------|------------------------------------|-----------|----------|-----------|
|                  | 2023                               | 2024      | 2023     | 2024      |
| <b>Atacarejo</b> | 16                                 | <b>20</b> | 26       | <b>29</b> |
| 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 |
|------------|-------------|--------------|------------|
| <b>A+B</b> | +17,4%      | +9,1%        | +7,6%      |
| <b>C</b>   | +16,1%      | +7,7%        | +7,8%      |
| <b>D+E</b> | +17,5%      | +9,9%        | +6,9%      |

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

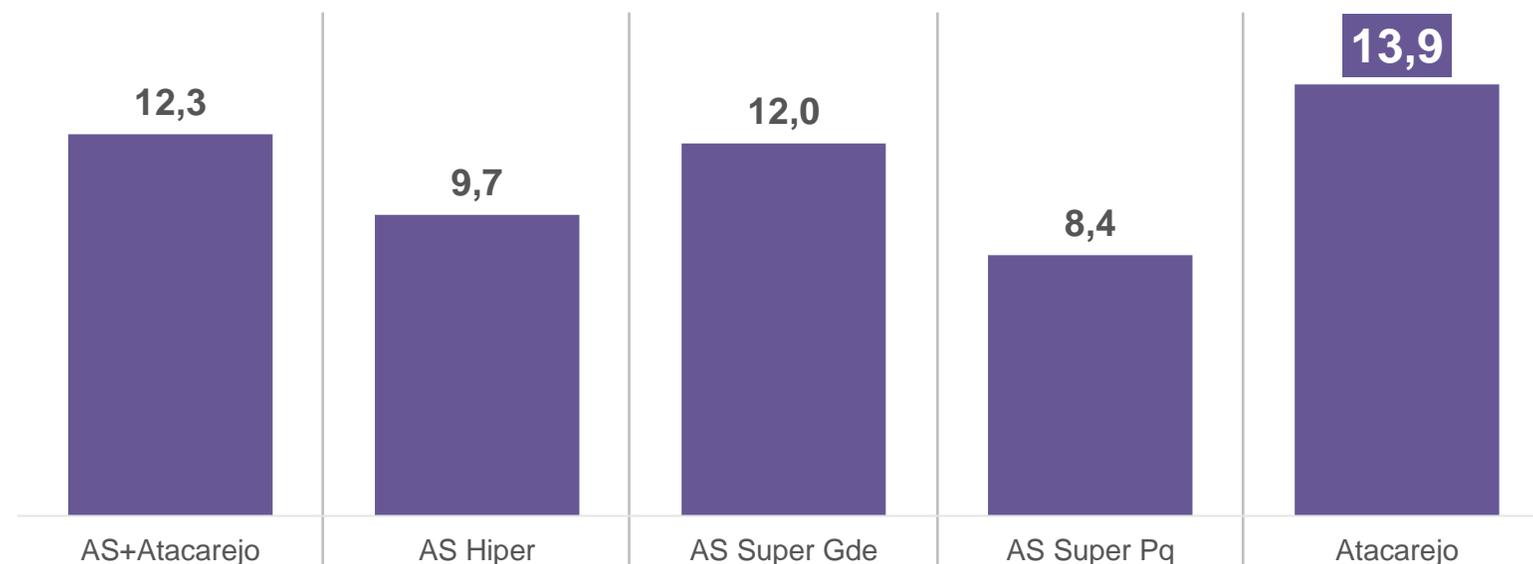
# Atacarejo tem o maior crescimento no varejo alimentar em 2025

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

## Importância % em Valor



## Varição % de Vendas Valor - 2025

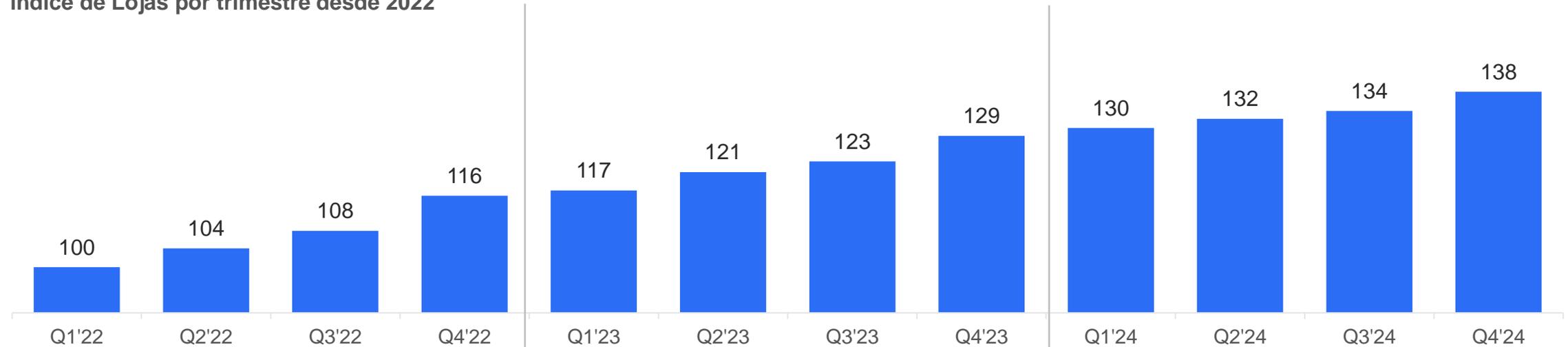


Fonte: NIQ Total Store – Mercado moderno: AS e Atacarejo | Jan+Fev 25 vs 24

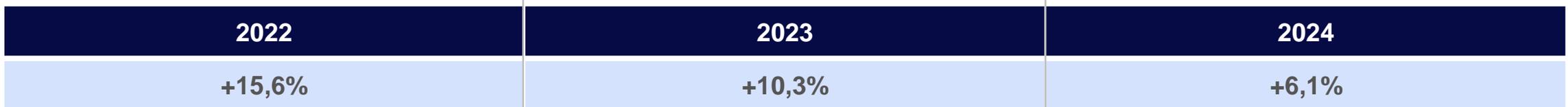
# Com o crescimento e amadurecimento do canal, o ritmo de abertura se torna menos intenso

O Atacarejo ganha 6% mais lojas em 2024

Índice de Lojas por trimestre desde 2022



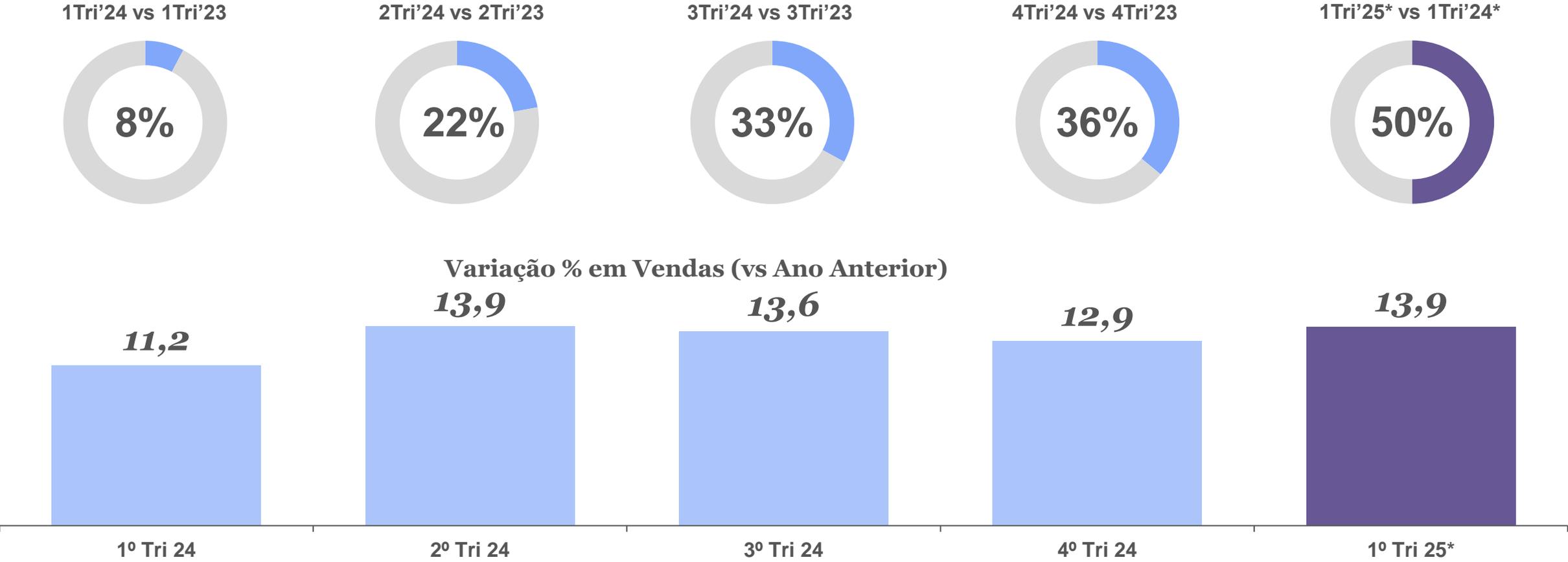
Crescimento de lojas por ano



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%)

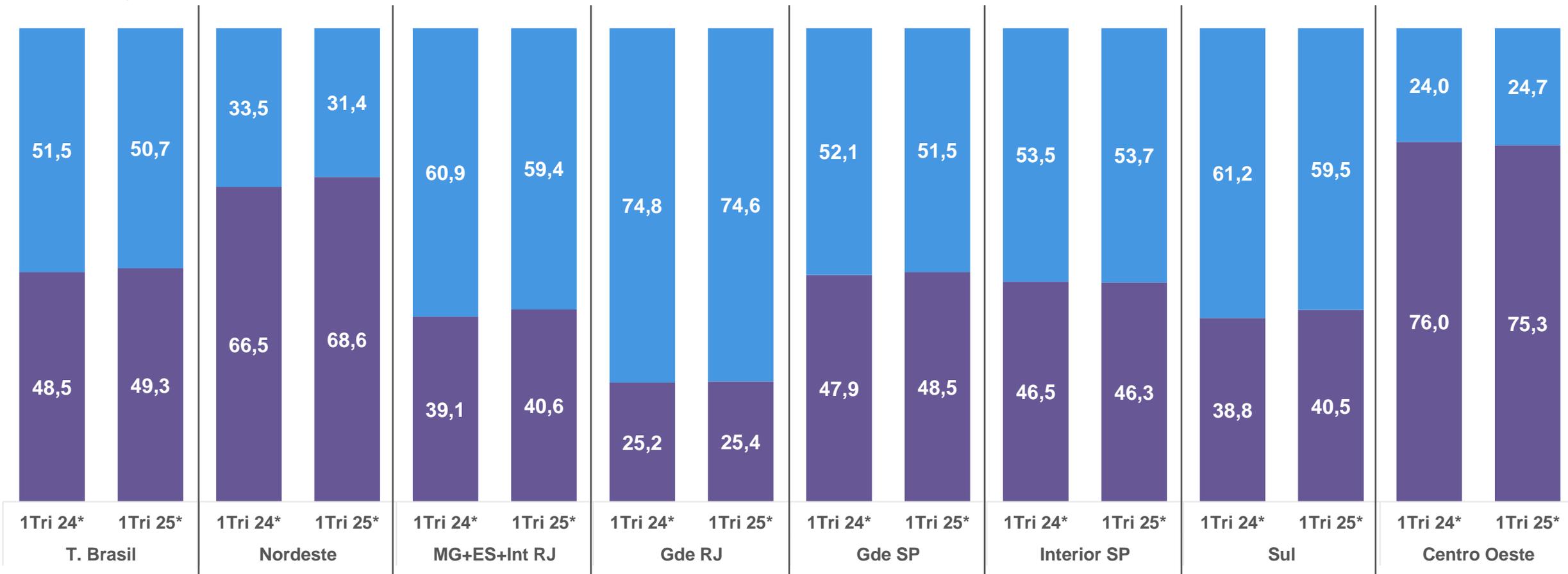
O movimento, somado ao aumento de  
frequência e lealdade, *aproxima ainda  
mais o canal do consumidor*



# 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:

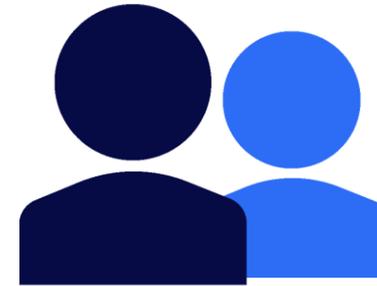


**R 340 bilhões**

~3% do PIB nacional

**+13%**

vs 2023

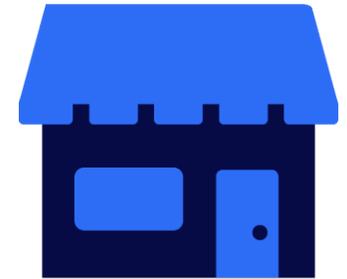


**405 mil**

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 |
|-------------------------|-----------------|-------------|--------------|-----------------------|
| <b>Peso do critério</b> | 40%             | 20%         | 20%          | 20%                   |
| <b>Atacarejo</b>        | <b>92,8</b>     | <b>-</b>    | <b>49,9%</b> | <b>+1,4pp</b>         |
| 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**