

Há cerca de um ano a SA+ Conteúdo, braço da SA+ Ecossistema de Varejo, lançava o primeiro número do Varejo Alimentar em Contexto. De lá para cá, **acumulamos mais de 2.300 downloads dos relatórios lançados no ano passado**. Eles foram realizados por varejistas interessados em conhecer melhor a performance de seus pares, por indústrias e fornecedores de soluções com o intuito de se aprofundar na movimentação de seus clientes e por consultores e especialistas no mercado, que têm utilizado o relatório como fonte de análises.

Nesta edição, trazemos o ano fechado de 2024 para as empresas que têm capital aberto. **A partir deste início de 2025, contudo, o Cencosud decidiu não divulgar mais seus resultados trimestrais no Brasil**, reduzindo o número de empresas analisadas neste documento para quatro. Entretanto, o grande peso que essas companhias têm sobre as vendas do setor as mantêm como referência para os varejistas entenderem em qual nível estão os indicadores de suas empresas.

Confira a seguir como foi o ano passado para o setor e o comportamento das quatro empresas de capital aberto do varejo alimentar, bem como suas vendas acumuladas e performance média conjunta, expressa pelo indicador Index VA.

## Esses são os indicadores que você encontrará a seguir:

**1-** Panorama geral do setor (dados de mercado)

**2-** Indicadores das empresas e Index VA5 de cada um:

- Receita bruta consolidada
- Crescimento total x crescimento em mesmas lojas
- Margem Bruta
- Margem Ebitda
- Despesas com vendas, gerais e administrativas (SG&A)
- Lucro líquido

**3-** Indicadores das operações de atacarejo das empresas e Index VA5 de cada um:

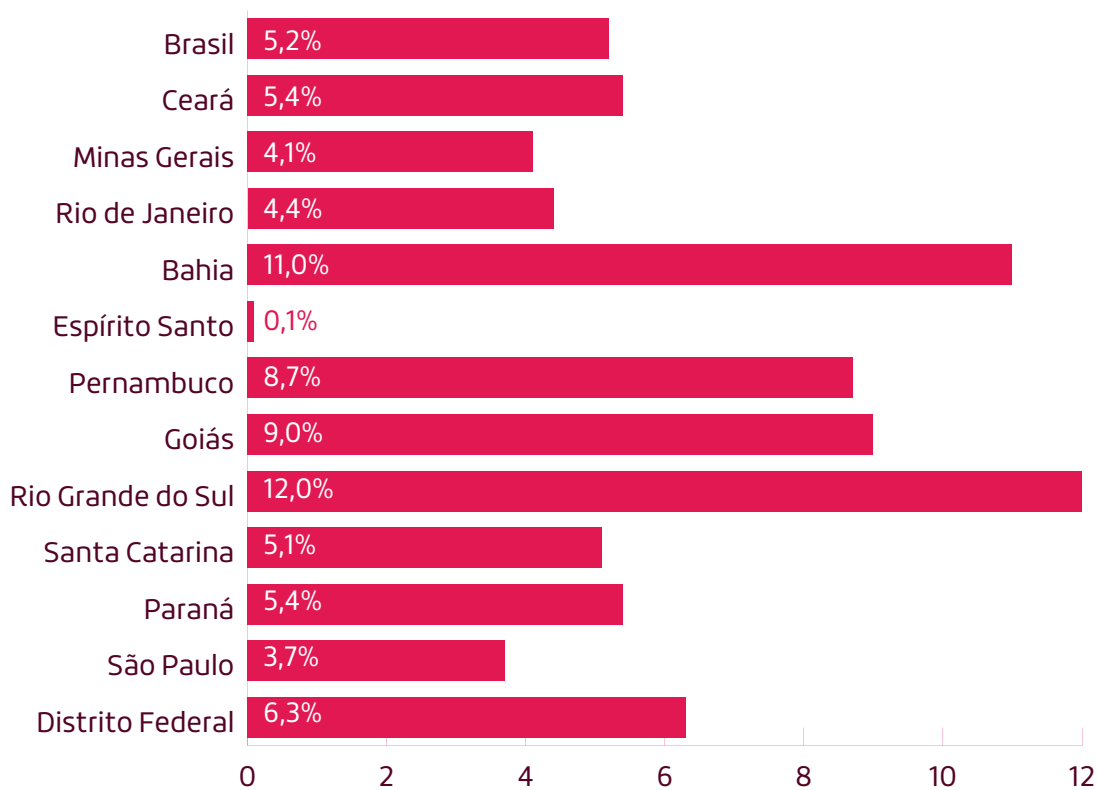
- Receita bruta do atacarejo
- Crescimento total x crescimento em mesmas lojas do formato

**4-** Indicadores das operações de varejo das empresas e Index VA5 de cada um:

- Receita bruta do canal
- Crescimento total x crescimento em mesmas lojas do segmento de varejo

## O setor no período

O Rio Grande do Sul foi o Estado no qual o varejo alimentar mais cresceu no ano passado, segundo a PMC (Pesquisa Mensal do Comércio), do IBGE, avançando 12% em volume de vendas. A Bahia vem na sequência, com alta de 11%. Em termos nacionais, o levantamento indicou um aumento de 5,2% para o setor em 2024.



Fonte: PMC/IBGE

## Desempenho das empresas

No acumulado do ano passado, as quatro empresas analisadas neste relatório somaram um faturamento de R\$ 257,6 bilhões – uma alta de 7,7% sobre 2023. Essa taxa é 2,5 pontos percentuais acima do crescimento registrado para o varejo alimentar pela PMC/IBGE.

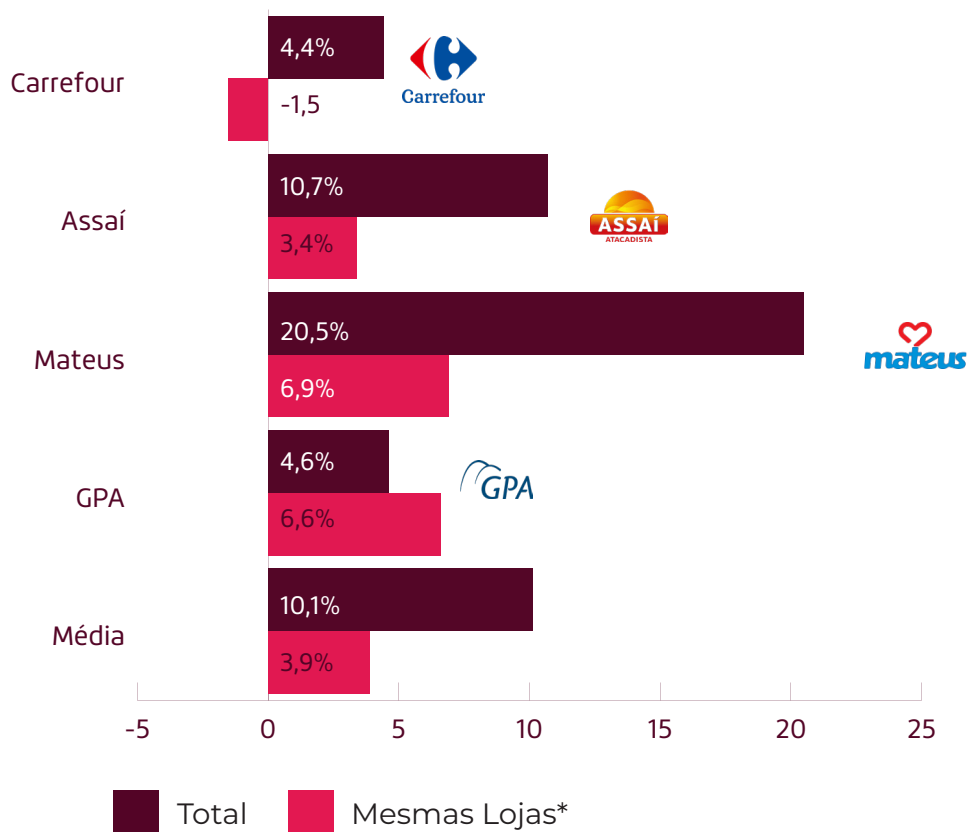
Individualmente, o Carrefour foi a empresa que mais sofreu no indicador mesmas lojas, com queda de 1,5%. Já as métricas de rentabilidade mantiveram-se desafiadoras ao longo do ano, como você acompanha a seguir.

### Receita Bruta consolidada

Em bilhões de R\$ - N<sup>os</sup> arredondados

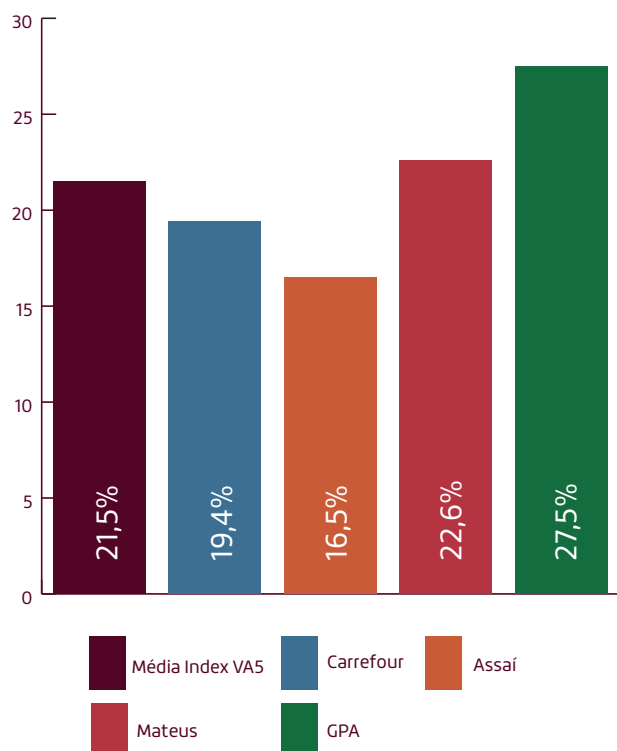
Carrefour	120.594.000.000
Assaí	80.570.000.000
Mateus	36.352.000.000
GPA	20.048.000.000
Total Index VA5	<b>257.564.000.000</b>

## Crescimento total x Crescimento em mesmas lojas\*

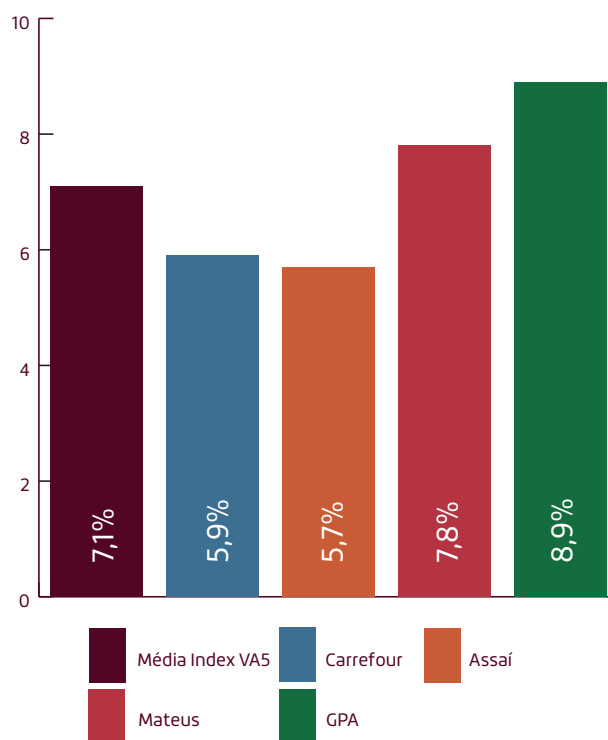


\*Mesmas lojas são as unidades em funcionamento há um ano ou mais - Dados incluem operação de postos e efeito calendário  
GPA: média de vendas em mesmas lojas dos 4 trimestres de 2024

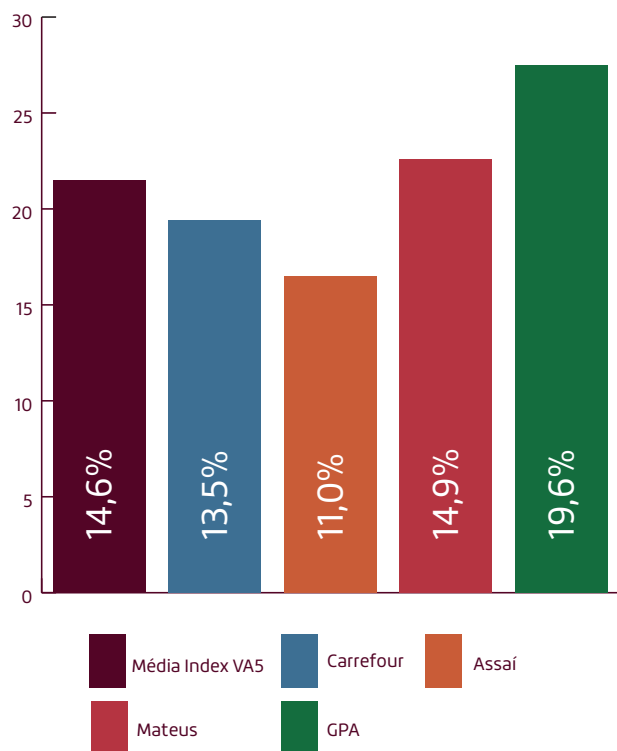
## Margem Bruta



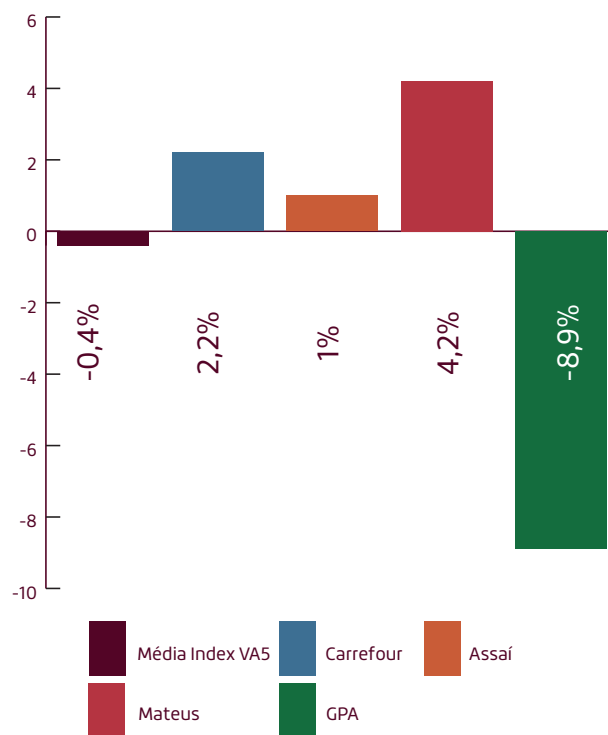
## Margem Ebitda



## Despesas com vendas, gerais e administrativas (SG&A)



## Lucro líquido

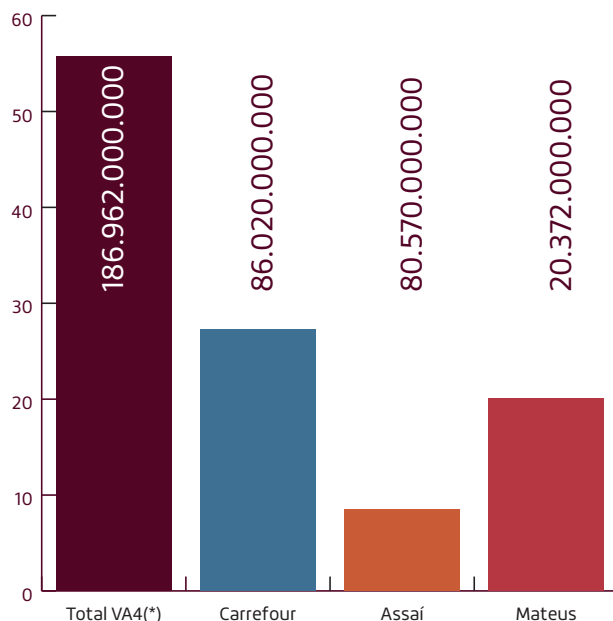


## Atacarejo

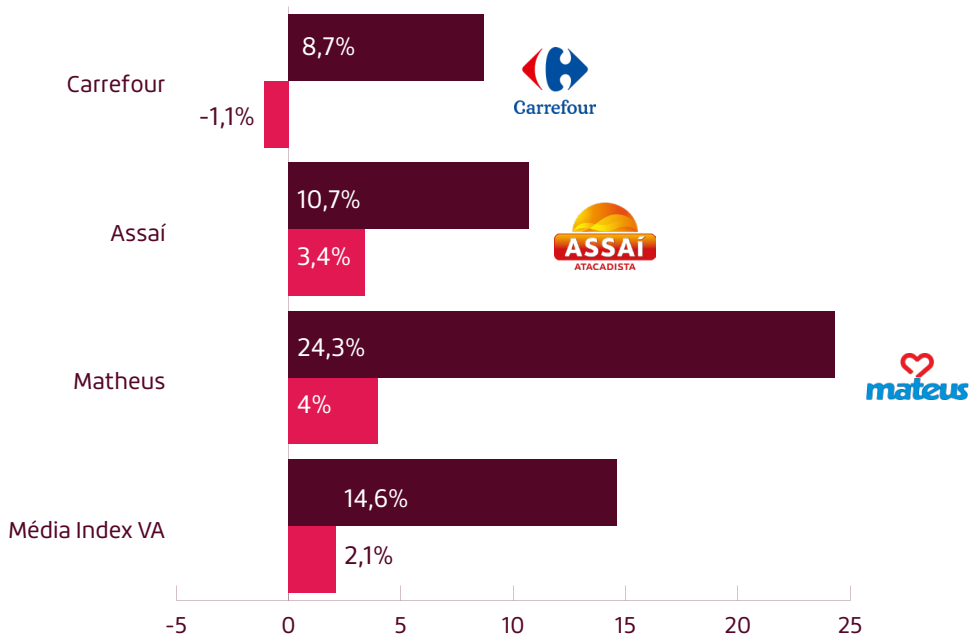
As três operações de cash & carry foco do Varejo Alimentar em Contexto tiveram um crescimento médio total de quase 15%, mais uma vez proveniente sobretudo de expansão. No conceito mesmas lojas, entretanto, o avanço médio foi de apenas 2,1%. Esse indicador foi puxado para baixo pelo Carrefour (bandeira Atacadão), que retraiu 1,1%.

## Receita Bruta

Em bilhões de R\$ - N<sup>os</sup> arredondados



## Crescimento total x Crescimento em mesmas lojas\*



■ Total ■ Mesmas Lojas\*

\*Exclui GPA, pois não tem operação de Atacarejo  
 Bandeira de atacarejo do Carrefour é Atacadão; do Grupo Mateus é Mix Mateus  
 \*Dados incluem operação de postos e efeito calendário

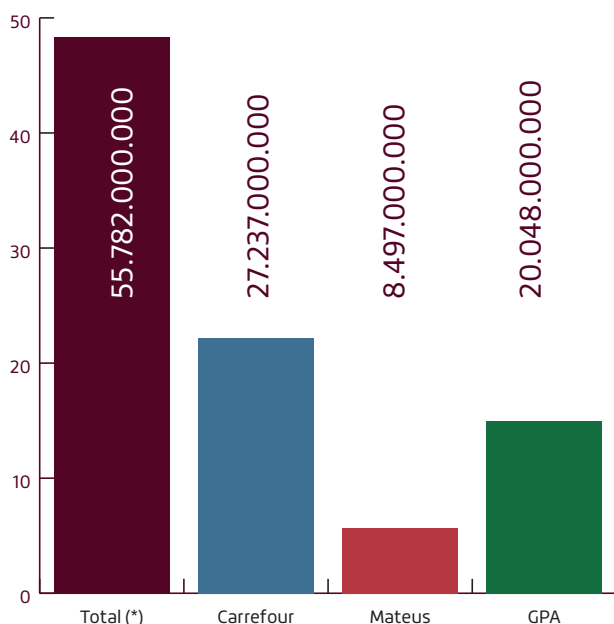
## Varejo

O Carrefour voltou a registrar queda na operação de varejo, desta vez de 9,4% nas vendas totais. A empresa continua se desfazendo de lojas e realizando conversões para outros formatos no ano passado. Também houve retração de 3,4%

nas unidades do segmento abertas há mais de um ano. Já os supermercados do Grupo Mateus foram os que tiveram maior índice de crescimento total, enquanto o GPA se destacou em mesmas lojas.

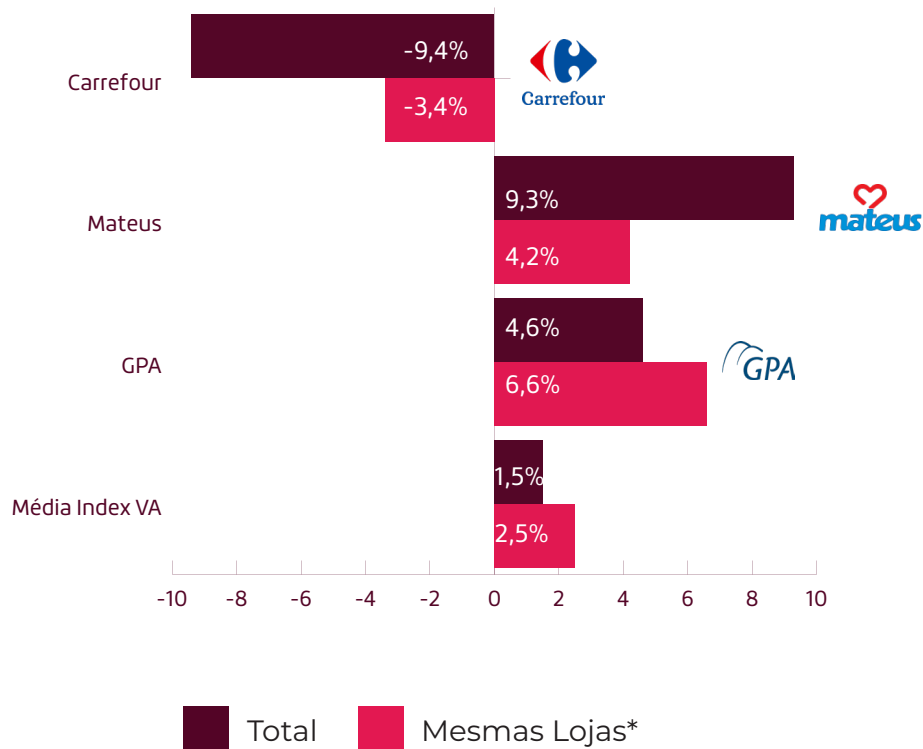
## Receita Bruta

Em bilhões de R\$ - N<sup>os</sup> arredondados



\*Exclui Assaí, pois não tem operação de varejo

## Crescimento total x Crescimento em mesmas lojas\*



Exclui Assaí, pois não tem operação de varejo - Dados incluem operação de postos e efeito calendário  
GPA: Média de vendas em mesmas lojas dos 4 trimestres de 2024