

Este número do relatório Varejo Alimentar em Contexto traz os principais indicadores do setor no **1º semestre de 2025**. Uma das conclusões é que a **margem bruta permanece com evolução constante entre o varejo regional e as três empresas de capital aberto**, que divulgam seus dados a cada três meses – Assaí, Grupo Mateus e GPA.

Criado pela SA+ Ecosistema de Varejo, este documento oferece um compilado das principais métricas do varejo alimentar assim como o **Index VA5**, que representa a média ou o acumulado das informações. Outro destaque é a inclusão do varejo regional, sendo que este é **o único relatório do mercado com referências de desempenho de redes regionais**.

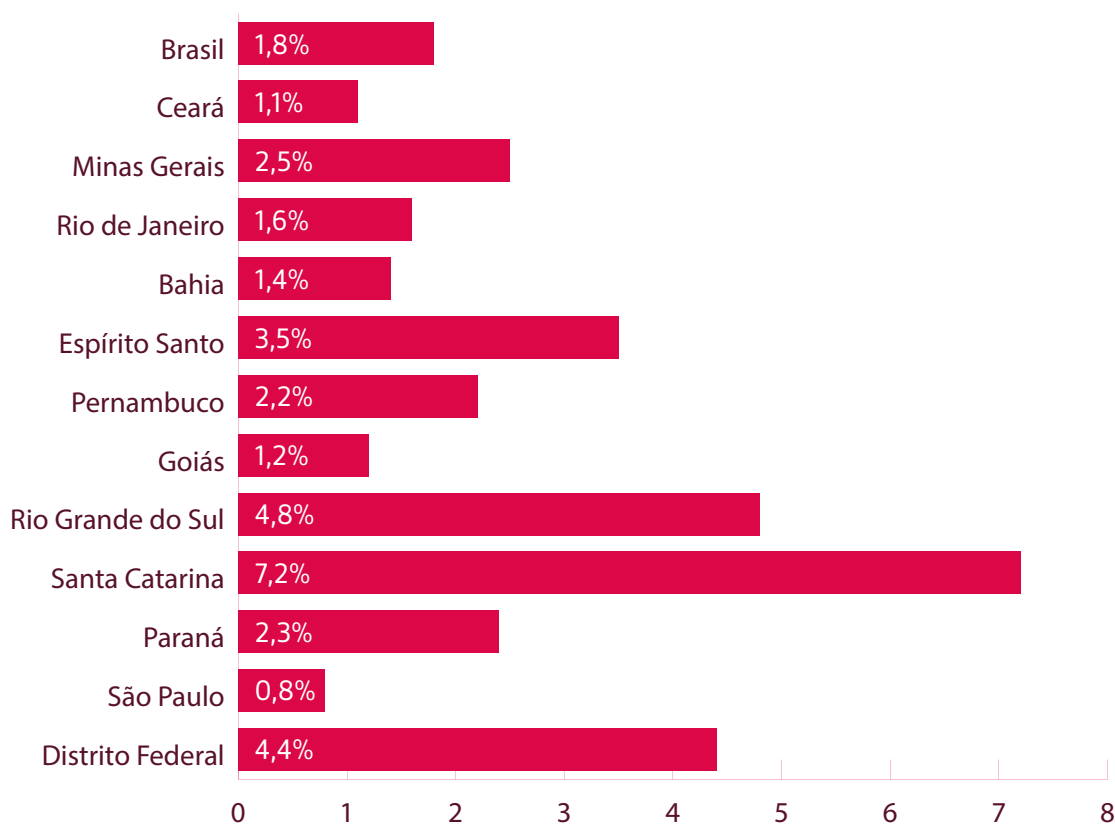
Dez varejistas regionais concordaram em contribuir com seus dados de performance sob a condição de gerarmos indicadores médios, mas não abrimos números individualmente. Dessa forma, conseguimos trazer uma referência mais segmentada para os supermercadistas e não apenas os dados das empresas de capital aberto.

IMPORTANTE: a partir deste número do Varejo Alimentar em Contexto, não contamos mais com os dados do Carrefour Brasil, que fechou seu capital no País. Portanto, não há mais a obrigatoriedade de a companhia divulgar seus resultados trimestralmente. Por esse motivo, a somatória das receitas neste relatório foi impactada, já que a empresa é a maior em faturamento do País no varejo.

Confira a seguir indicadores que você só encontra aqui, compilados pela SA+ Conteúdo, braço da SA+ Ecosistema de varejo.

O setor no período

O varejo alimentar de Santa Catarina permanece com evolução superior aos demais estados. Para se ter uma ideia, a região teve um aumento de 7,2% no volume de vendas, o que representa o quádruplo da média nacional, segundo a PMC (Pesquisa Mensal do Comércio), do IBGE. Em seguida aparecem o Rio Grande do Sul e o Distrito Federal com avanços de 4,8% e 4,4%, respectivamente. No movimento contrário, São Paulo, Ceará, Goiás e Bahia evoluem de forma mais contida e abaixo da média do Brasil.



Fonte: PMC/IBGE

Desempenho das empresas

No acumulado do semestre, as três empresas analisadas mais as redes regionais que responderam à pesquisa da SA+ somaram um faturamento de R\$ 78,8 bilhões. Individualmente, o Grupo Mateus teve o maior

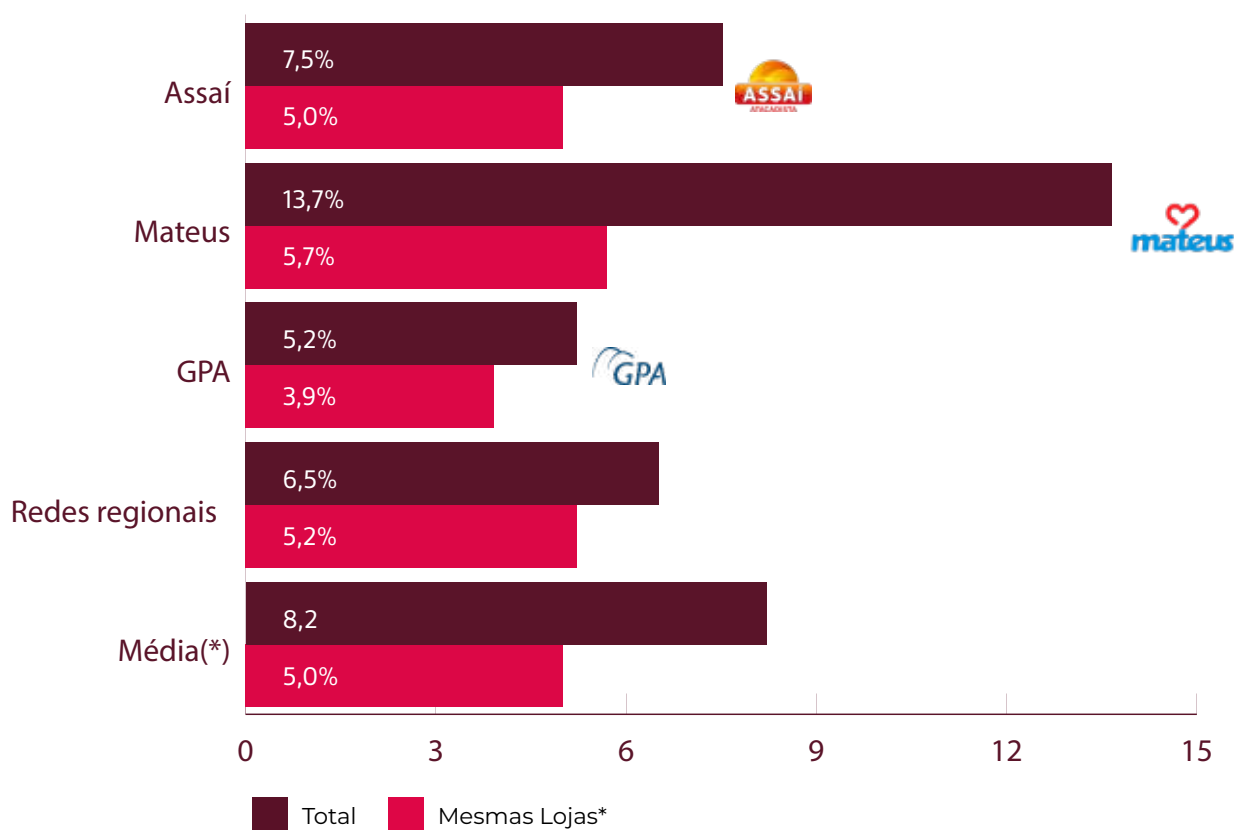
crescimento total (13,7%) e em mesmas lojas (5,7%) do período. Já o GPA apresentou as menores taxas de evolução, com crescimento total (5,2%) e de mesmas lojas (3,9%).

Receita Bruta consolidada

Em bilhões de R\$ - N^{os} arredondados

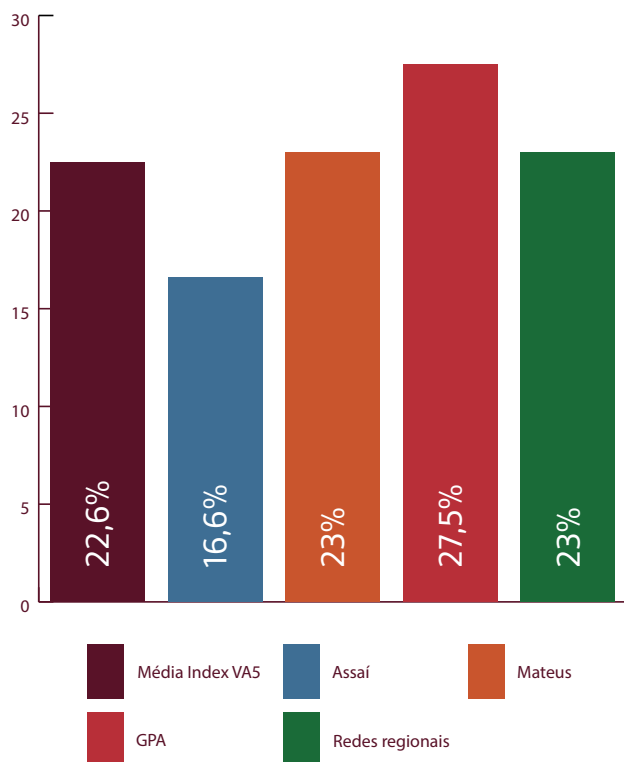
Assaí	41.170.000.000
Mateus	19.361.000.000
GPA	10.158.000.000
Redes regionais	8.143.900.000
<i>Total</i>	<i>78.832.900.000</i>

Crescimento total x Crescimento em mesmas lojas*

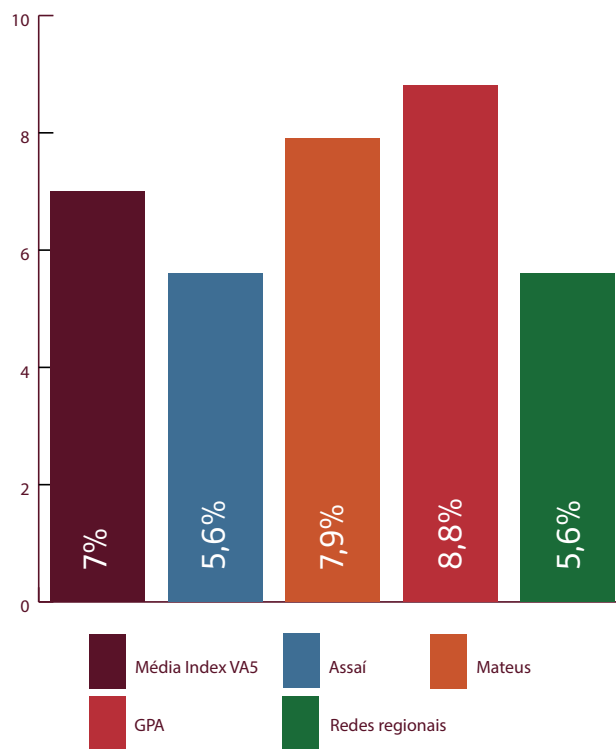


*Mesmas lojas são as unidades em funcionamento há um ano ou mais – esses dados incluem operação de postos e efeito calendário, com exceção do Grupo Mateus, que apresenta os dados sem o ajuste do efeito calendário.

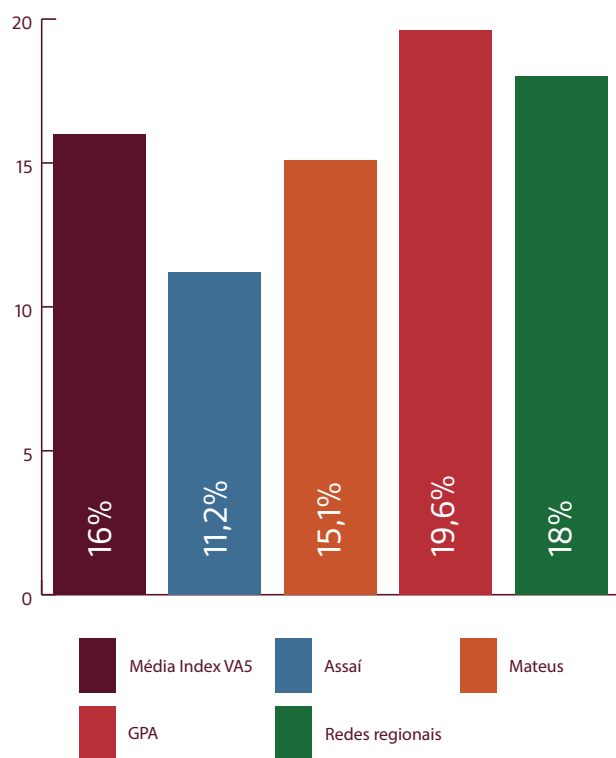
Margem Bruta



Margem Ebitda



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



Lucro líquido

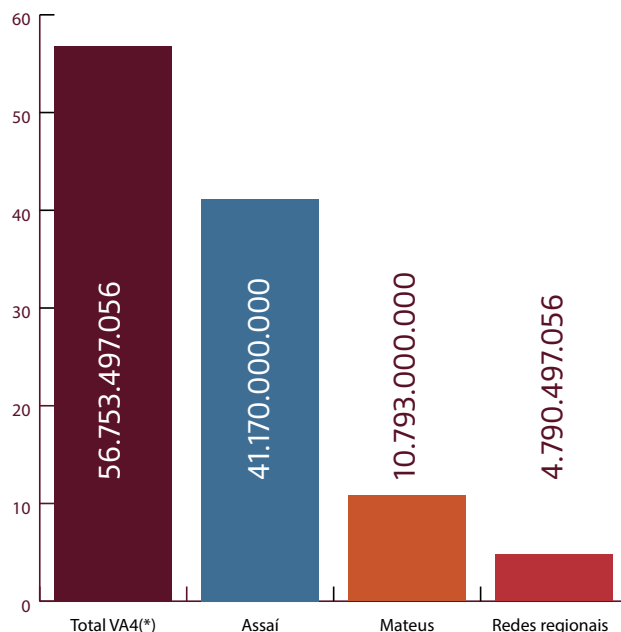


Atacarejo

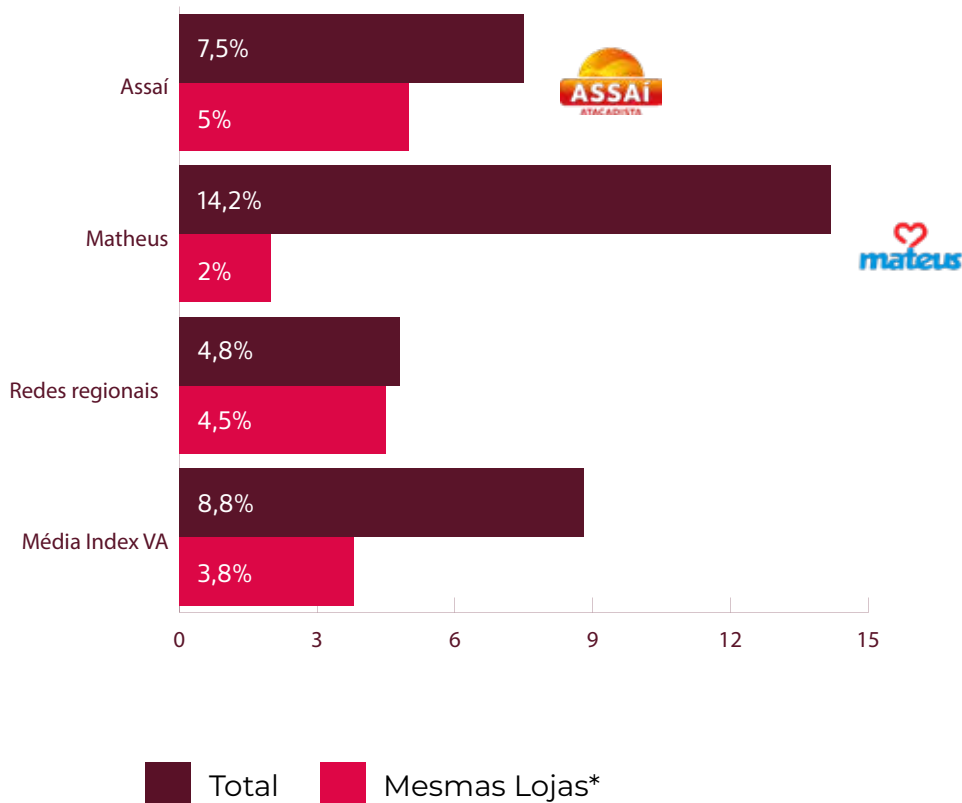
As operações de cash & carry foco do Varejo Alimentar em Contexto somaram uma média de R\$ 56,7 bilhões. O Mix Mateus, impactou a média positivamente, com um aumento de 14,2%. Em mesmas lojas, as redes regionais e o Assaí foram as responsáveis por aumentar a média, com evoluções de 4,5% e 5%, respectivamente.

Receita Bruta

Em bilhões de R\$ - N°s arredondados



Crescimento total x Crescimento em mesmas lojas*



*Exclui GPA, pois não tem operação de atacarejo – Bandeira de atacarejo do Carrefour é Atacadão e do Grupo Mateus é Mix Mateus.

*Dados incluem operação de postos e efeito calendário, com exceção do Grupo Mateus

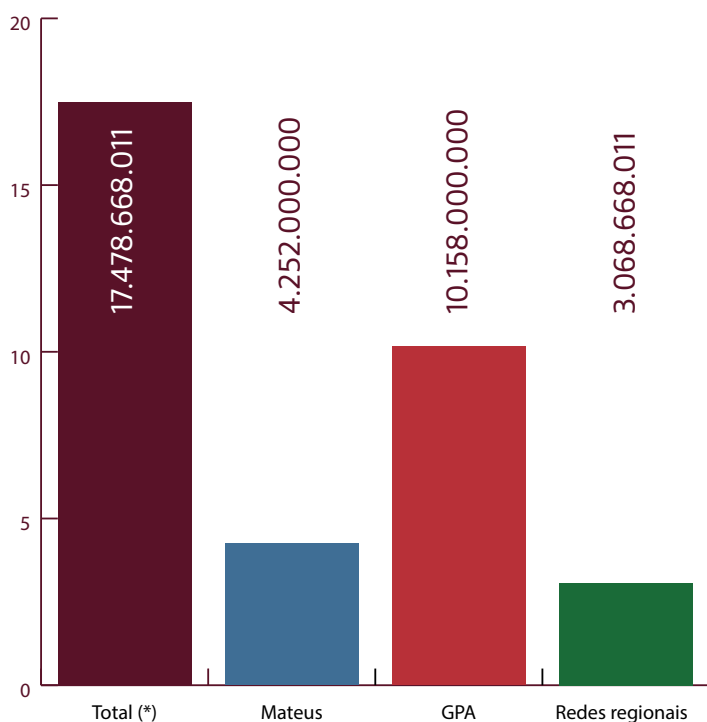
Varejo

As bandeiras de supermercado acumularam uma receita bruta de R\$ 17,4 bilhões no semestre. As redes regionais foram o grande destaque de crescimento médio total e em mesmas lojas,

com avanços 7,8% e 5,2%, respectivamente. Já os supermercados do Grupo Mateus foram os que tiveram o menor índice de crescimento total (4%), e em lojas abertas há mais de um ano (1,2%).

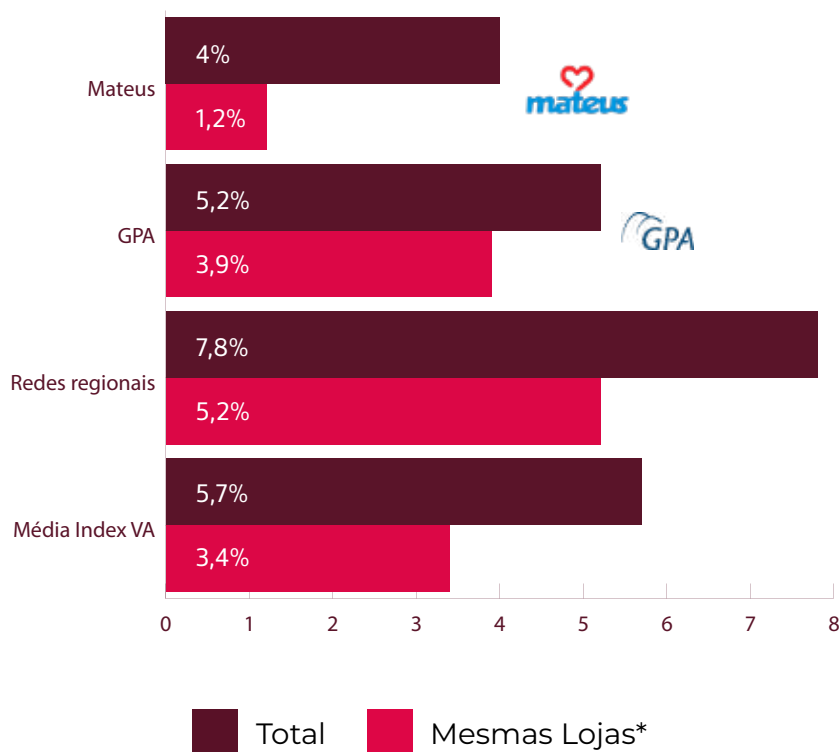
Receita Bruta

Em bilhões de R\$ - N^{os} 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, com exceção do Grupo Mateus, que apresenta os dados sem o ajuste do efeito calendário.