

REDES EM ALTA:

associativismo impulsiona o varejo alimentar

Com crescimento de 7,1% e avanço de eficiência, o modelo de redes e centrais de negócios reforça sua importância para o equilíbrio competitivo e a inovação no setor supermercadista

POR **RENATA RUIZ**

>> Nos últimos anos, o modelo de redes e centrais de negócios vem consolidando sua relevância no varejo alimentar. A força do associativismo, alicerçada em ganhos de escala e poder de negociação, sustenta um crescimento contínuo, agora confirmado pela 25ª Pesquisa Ranking de Redes e Associações de Negócios, elaborada pelo Departamento de Economia e Pesquisa da ABRAS.

De acordo com o levantamento, o faturamento bruto das redes alcançou R\$ 130 bilhões em 2024, ante R\$ 121,04 bilhões no ano anterior, uma variação de 7,1% na

Desempenho das
redes em 2024

R\$ 130
BILHÕES
4.521
LOJAS



Histórico da evolução das 30 Maiores

Dados físicos	2020	2021	2022	2023	2024
Faturamento bruto (em bilhões)	R\$ 48.780	R\$ 53.644	R\$ 60.422	R\$ 113.331	R\$ 127,84
Número de empresas associadas	1.077	1.167	1.078	1.537	2.192
Número de lojas	1.946	2.138	2.117	3.548	4.314
Número de check-outs	13.572	14.760	14.847	31.825	33.156
Área de vendas*	1.580	1.406	1.465	3.969	3.357
Número de funcionários	113.395	121.737	109.615	233.840	345.776

*Em milhões de m² - Fonte: Ranking das Redes/Centrais de Negócios ABRAS - SuperHiper



comparação com 2023. O número de lojas chegou a 4.521 unidades, avanço de 4%, e os check-outs somaram 34.117. A área total de vendas atingiu 3,5 milhões de m², reforçando a expansão da base física das redes em todo o País.

O índice de eficiência e produtividade também mostrou evolução: o faturamento bruto por metro quadrado avançou de R\$ 27.934 para R\$ 37.310. Por sua vez, o faturamento por loja passou de R\$ 27,9 bilhões para R\$ 28,8 bilhões, crescimento de 3%.

34.117
CHECK-OUTS
3,5
MILHÕES DE
M² ÁREA DE
VENDAS

Entre as 30 maiores redes, o faturamento totalizou R\$ 127,84 bilhões, ante R\$ 113,3 bilhões no ano anterior. O grupo reúne 4.314 lojas, 33.156 check-outs e 2.192 empresas associadas, evidenciando o fortalecimento de um formato cada vez mais decisivo para o equilíbrio competitivo do setor.

>>>

A expectativa para 2025 também é positiva: 85% das redes projetam crescimento, sendo 35% delas com alta acima de 11% e 50% estimando avanço moderado entre 5% e 10%. Apenas 15% esperam estabilidade, o que reforça a confiança do setor na consolidação do modelo associativista como caminho sustentável para competir com grandes grupos e atacarejos.

PERFIL DO ASSOCIATIVISMO

A edição de 2025 teve a participação de 42 redes, entre novas e recorrentes. O Sudeste concentra 48% delas, seguido do Nordeste (26%), do Sul (21%) e do Centro-Oeste (5%). Em termos de formato, as associadas se dividem entre lojas de vizinhança (45%), supermercados convencionais (44%), atacarejos (6%), conveniência (3%) e hipermercados (2%).

A estrutura logística mostra maturidade: 74% das redes possuem centro de distribuição (CD), enquanto 26% ainda não dispõem dessa infraestrutura.

A Redecen (Central de Redes de Negócios do Rio Grande do Sul), garantiu o 3º lugar com R\$ 11,8 bilhões em receita. A central reúne 17 empresas, entre elas Rede Bufon, Redefort, Rede Vivo, Unisuper, Righi Supermercados, Rede Super Sul, Rede Fort – PR, Rede Gaúcha, Supermercados Nicolini, Rede Multimercados, Rede Super Útil, Rede União, Rede Super Passo, Center Shop, Viezzler Supermercados, Paraíso Supermercados e Rede Ammpa.

A segunda posição ficou com a Rede São Paulo, com R\$ 18,2 bilhões, composta por grupos, como Confiança, Pague Menos, Jaú Serve, Lopes, Shibata, Comper e Proença.

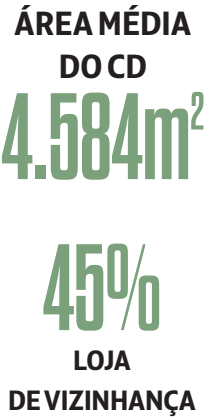
Na liderança, a R.B.S.M. Administração de Marcas S.A. – Rede Brasil se manteve no topo com R\$ 36 bilhões, reunindo empresas, como Arco-Mix, Peruzzo Supermercados,

Dados das redes em 2024

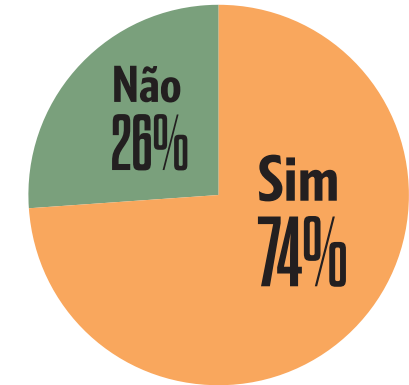
(Comparativo mesmas lojas)

	2023	2024	Variação 2024 vs 2023
Faturamento bruto (em bilhões)	R\$ 103,59	R\$ 118,24	14,1%
Número de lojas	3.584	3.744	4,5%
Número de check-outs	29.300	30.565	4,3%
Área de vendas*	3,78	3,06	-19,0%

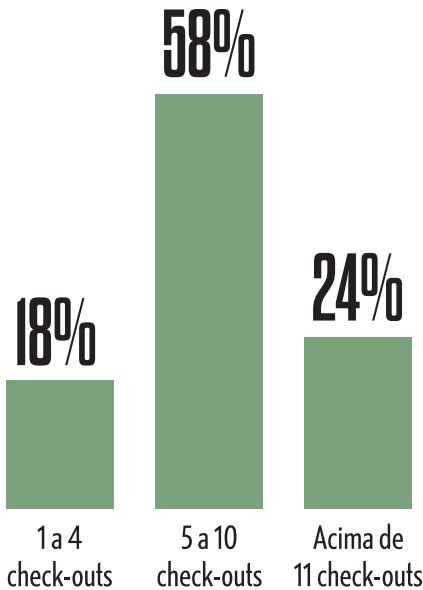
*Em milhões de m² - Fonte: Ranking das Redes/Centrais de Negócios ABRAS - SuperHiper



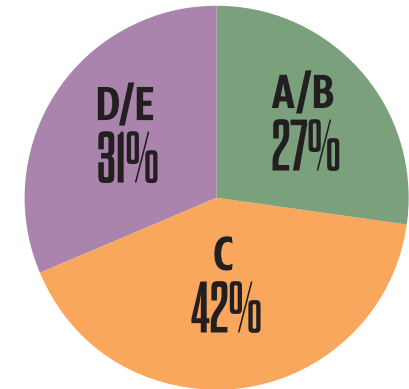
Possui CD



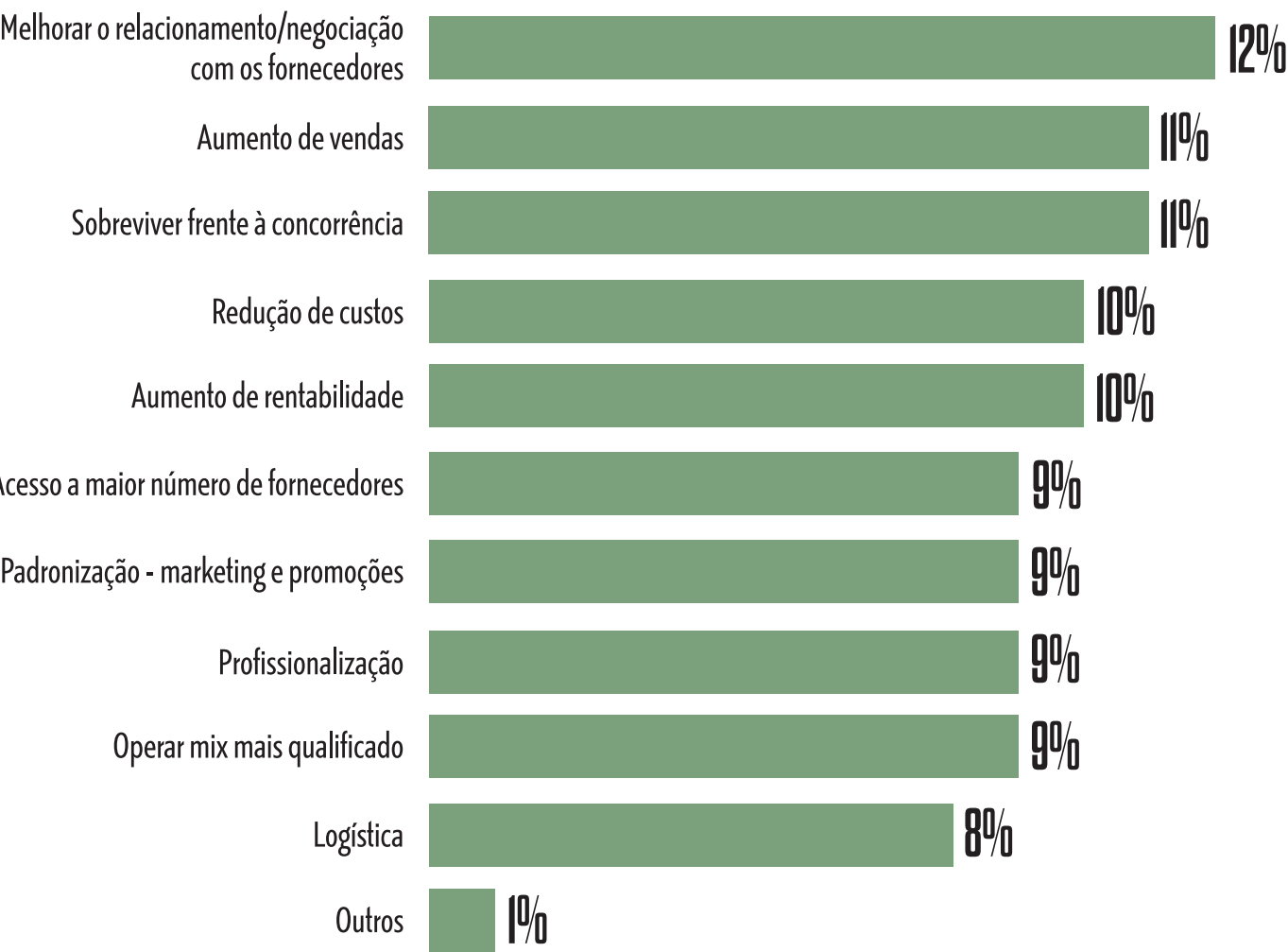
Check-outs



Estrato socioeconômico



Motivos para formação rede/associada



Índice de eficiência e produtividade das redes em 2024

Total Redes	Índice de eficiência nominal			Índice de produtividade		
	Fat. Bruto por m² (em R\$)	Fat. Bruto por loja (em R\$)	Fat. Bruto por check-out (em R\$)	M² por check-out	M² por loja	check-out por loja
5 maiores	44.358	35.685.326	4.147.361	93	804	9
10 maiores	41.061	34.151.303	4.007.156	98	832	9
20 maiores	38.906	31.110.740	3.887.345	100	800	8
30 maiores	38.076	29.633.660	3.855.727	101	778	8
Total geral	37.310	28.756.789	3.810.694	102	771	8

Arasuper, Mercadinhos São Luiz, Supernosso, Grupo Coutinho, Supermercados Nordeste, Bonanza Supermercados, Grupo Bahamas, Palato, Grupo Mundial Mix, Supermercado Fortaleza, Atacadão Atakarejo, Zona Sul, Coop, Tonin e Super Formosa.

EFICIÊNCIA E ESTRUTURA

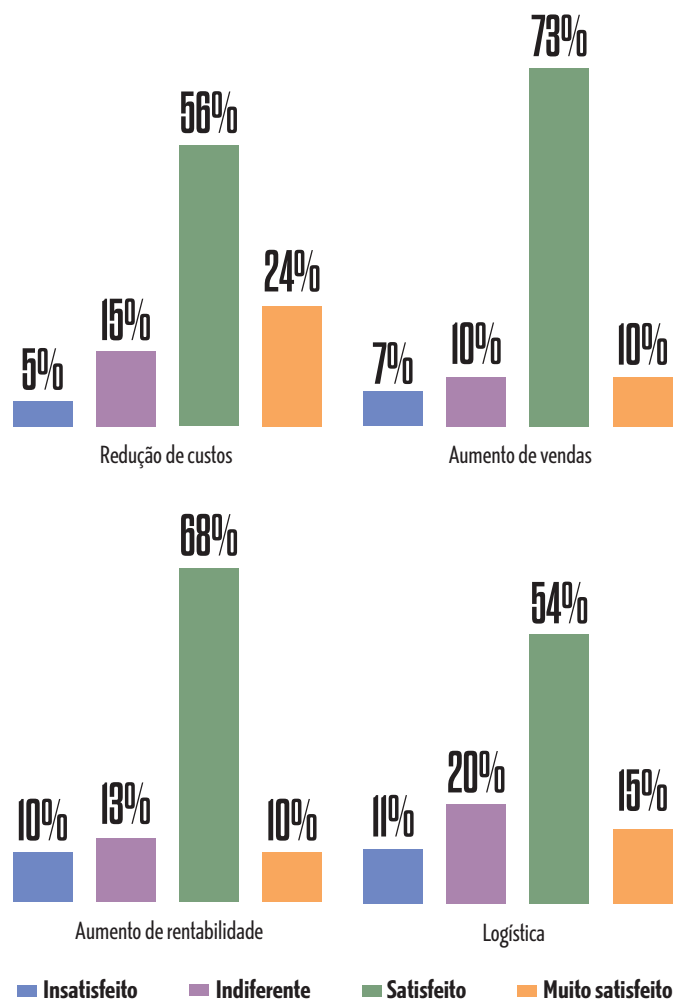
O perfil das redes participantes revela diversidade de porte: 24% têm

>>>

2025	2024	Razão Social	Uf	Faturamento Bruto 2024	Nº De Empresas
1	1	R.B.S.M. Administração de Marcas S.A.	SP	R\$ 36.026.742.000,00	16
2	2	Rede São Paulo Supermercados Associados Ltda.	SP	R\$ 18.247.855.000,00	7
3	-	Central de Redes de Negócios do Rio Grande do Sul - Redecen	RS	R\$ 11.768.646.984,00	483
4	3	União de Redes Brasil	SP	R\$ 10.691.125.271,00	12
5	5	Martins Comércio e Serviços Distribuição S.A.	MG	R\$ 10.302.140.000,00	450
Total 5 Maiores				R\$ 87.036.509.255,00	968
6	7	Associação Rede Premium de Supermercados	SC	R\$ 4.487.497.133,00	12
7	6	Associação Hipervalor Varejista	MG	R\$ 4.320.780.000,00	7
8	10	Intelmarketing Ltda.	MG	R\$ 3.021.594.980,00	212
9	8	Uniforça Distribuidora de Alimentos Ltda.	CE	R\$ 2.980.000.000,00	33
10	9	C.C.B. Central de Compras do Brasil Ltda.	ES	R\$ 2.520.000.000,00	38
Total 10 Maiores				R\$ 104.366.381.368,00	1.270
11	20	Rede Integrada Comércio de Produtos Alimentícios	CE	R\$ 2.412.183.531,00	50
12	14	Rede Super Ltda.	RS	R\$ 2.286.000.000,00	31
13	12	Comercial de Alimentos Parceria Ltda.	CE	R\$ 2.060.900.000,00	22
14	13	Bom Dia Comercial de Alimentos e Logística Ltda.	PR	R\$ 1.898.101.642,01	14
15	15	Associação Superejista de Minas Gerais	MG	R\$ 1.728.000.000,00	120
16	29	Associação Rede de Supermercados Unidos de Francisco Beltrão	PR	R\$ 1.500.000.000,00	118
17	17	R.N. Super Central de Compras Redemais	RN	R\$ 1.450.903.000,00	8
18	21	Associação Gaúcha de Mercados	RS	R\$ 1.286.340.000,00	170
19	22	Rede Ilustre Supermercados	MG	R\$ 1.150.251.003,00	45
20	24	Associação de Supermercado do Litoral Paulista	SP	R\$ 1.037.272.717,00	20
Total 20 Maiores				R\$ 121.176.333.261,01	1.868
21	26	Associação Supermais de Varejo	MG	R\$ 1.004.721.859,00	15
22	27	Associação Rede Super Econômica de Supermercados do M.S.	MS	R\$ 1.004.384.879,53	17
23	31	Compre Clube Supermercados - Faj Trade	RN	R\$ 863.400.000,00	40
24	34	Rede da Gente Gaúcha Comércio de Gêneros Alimentícios Ltda.	RS	R\$ 660.726.040,00	75
25	33	Rede Paraíba de Supermercados	PB	R\$ 650.765.967,80	24
26	35	Assim - Sind. Associações Superm. Independente de São José do Rio Preto e Região	SP	R\$ 590.000.000,00	18
27	38	Associação de Empresas do Setor de Gêneros Alimentícios do R.S.	RS	R\$ 490.614.794,50	18
28	32	Rede Bignordeste Supermercados	PB	R\$ 480.000.000,00	41
29	42	Serve Mais Atacadista S.A.	MT	R\$ 480.000.000,00	16
30	40	Rede Útil de Supermercados	RS	R\$ 439.525.000,00	60
Total 30 Maiores				R\$ 127.840.471.801,84	2.192
31	39	Mixbahia S.A.	BA	R\$ 410.182.160,96	22
32	43	Associação de Supermercados Rede Show	ES	R\$ 396.000.000,00	25
33	44	Associação das Empresas Supermercadistas de Assis e Região	SP	R\$ 391.530.000,00	11
34	47	Cergran Central de Supermercado Rio Grande	MG	R\$ 300.000.000,00	23
35	48	Associação Rede Gente Econômica de Supermercados	PB	R\$ 180.000.000,00	21
36	49	Associação dos Supermercadistas da Região Oeste Potiguar	RN	R\$ 168.962.618,00	17
37	52	Rede Forte Distribuidora de Produtos Alimentícios Ltda.	SP	R\$ 110.795.534,00	4
38	53	Associação Rede Via Real de Supermercados	MG	R\$ 108.000.000,00	11
39	57	Associação de Supermercados Unicompre	RN	R\$ 55.000.000,00	15
40	59	Associação das Empresas Supermercadistas de Dracena e Região - ASDR	SP	R\$ 25.000.000,00	11
41	11	Associação Varejista do Estado do Rio de Janeiro	RJ	R\$ 20.000.000,00	20
42	54	Rede Terra de Supermercados	ES	R\$ 3.500.000,00	10
Total Geral				R\$ 130.009.442.114,80	2.382

Nº De Lojas	Nº De Check-Outs	Área De Vendas(M²)	Nº De Funcionários
530	7.775	955.640	68.355
212	3.694	-	36.300
777	3.552	427.757	21.514
470	3.715	353.748	23.162
450	2.250	225.000	16.750
2.439	20.986	1.962.145	166.081
68	992	141.090	6.595
119	1.236	139.000	11.644
255	1.326	180.540	7.589
103	1.030	81.300	8.700
72	475	37.677	97.677
3.056	26.045	2.541.752	298.286
97	495	54.500	3.515
65	540	68.181	3.355
74	722	67.991	6.482
52	498	46.786	2.637
120	802	84.000	5.940
133	665	80.000	3.600
32	306	22.024	2.582
184	516	68.899	2.205
44	300	52.000	3.000
38	283	28.441	2.032
3.895	31.172	3.114.574	333.634
35	298	31.357	2.350
46	258	30.852	1.648
40	203	31.530	1.073
82	286	44.389	1.240
33	196	13.521	1.246
33	177	15.421	1.050
29	173	18.140	750
41	105	12.000	1.100
16	102	14.800	1.020
64	186	30.895	665
4.314	33.156	3.357.479	345.776
22	121	10.000	812
27	154	16.199	988
13	110	22.000	798
23	90	10.390	572
23	95	7.548	380
17	82	6.630	405
12	56	5.897	287
13	51	7.000	250
15	34	5.000	122
11	50	-	243
21	86	10.400	630
10	32	26.000	60
4.521	34.117	3.484.543	351.323

Grau de satisfação dos ganhos obtidos pelos associados



mais de 11 check-outs, 58% operam entre cinco e dez e 18% possuem até quatro. Entre as respondentes, 74% contam com CD, cuja área média é de 4.584 m².

Os dados mostram também diferenciais de eficiência entre as maiores redes: as cinco líderes apresentaram faturamento médio por metro quadrado de R\$ 44.358, acima da média geral das 30 maiores (R\$ 38.076).

O faturamento médio por loja, nas cinco maiores, foi de R\$ 35,7 milhões, com cerca de nove check-outs por unidade, revelando uma operação mais enxuta e produtiva. Esses números refletem um padrão de gestão mais integrado e eficiente, característica das redes que mais crescem.

A maioria atua sob bandeira única (50%), e 98% não estão ligadas a franquias nem a atacadistas.

>>>

Em termos jurídicos, 74% das redes são sem fins lucrativos, já 91% das lojas associadas e 54% CDs seguem o modelo de Ltda. A tributação pelo lucro real predomina: 61% das redes e 96% das lojas associadas.

Para manutenção, 45% cobram mensalidade, 22% utilizam bonificação de fornecedores e outros 22% se financiam por lucratividade em negociações.

MARCAS PRÓPRIAS GANHAM ESPAÇO

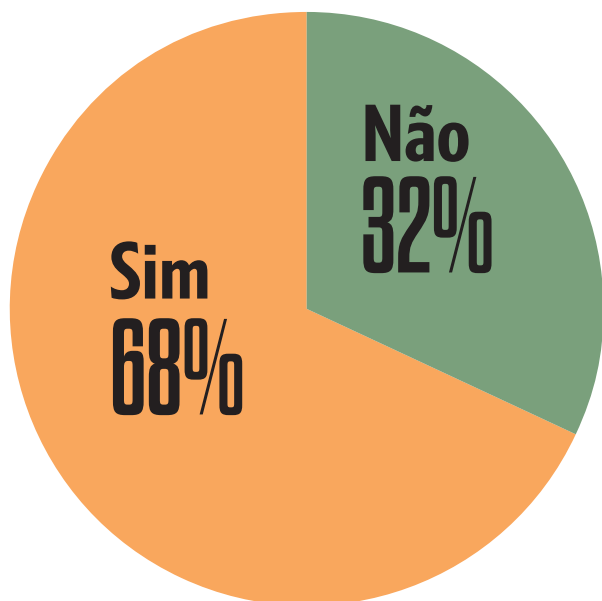
O avanço de private labels também chama atenção: 58% das redes já trabalham com produtos de marca exclusiva, enquanto 18% pretendem adotar essa estratégia.

O movimento reflete uma busca crescente por diferenciação, fidelização do cliente e melhoria das margens de rentabilidade, tendência que se alinha à profissionalização das redes e à aproximação do modelo de gestão dos grandes grupos varejistas.

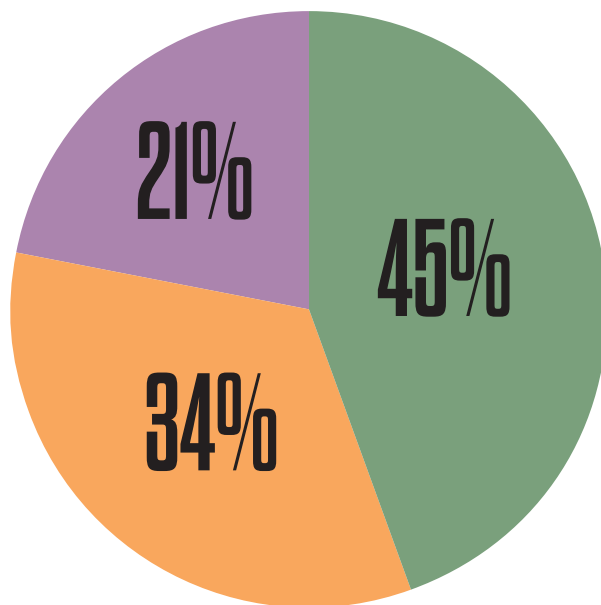
PRINCIPAIS DESAFIOS

Apesar da consolidação, o setor ainda enfrenta obstáculos relevantes. O principal é a perda de poder de negociação com a indústria, pressionada pelo crescimento dos atacarejos, que

Realiza treinamento com os funcionários



Vantagens de associação a uma rede



■ Plano de negócio correto

■ Aumento do mix de produtos

■ Outros

concentram grandes volumes de compra e mix diversificado.

Entre as dificuldades relatadas, aparecem também questões logísticas, como atrasos de entrega e rupturas de estoque, além de problemas de engajamento regional, especialmente entre redes com atuação nacional, que enfrentam desafios de padronização e alinhamento entre filiados.

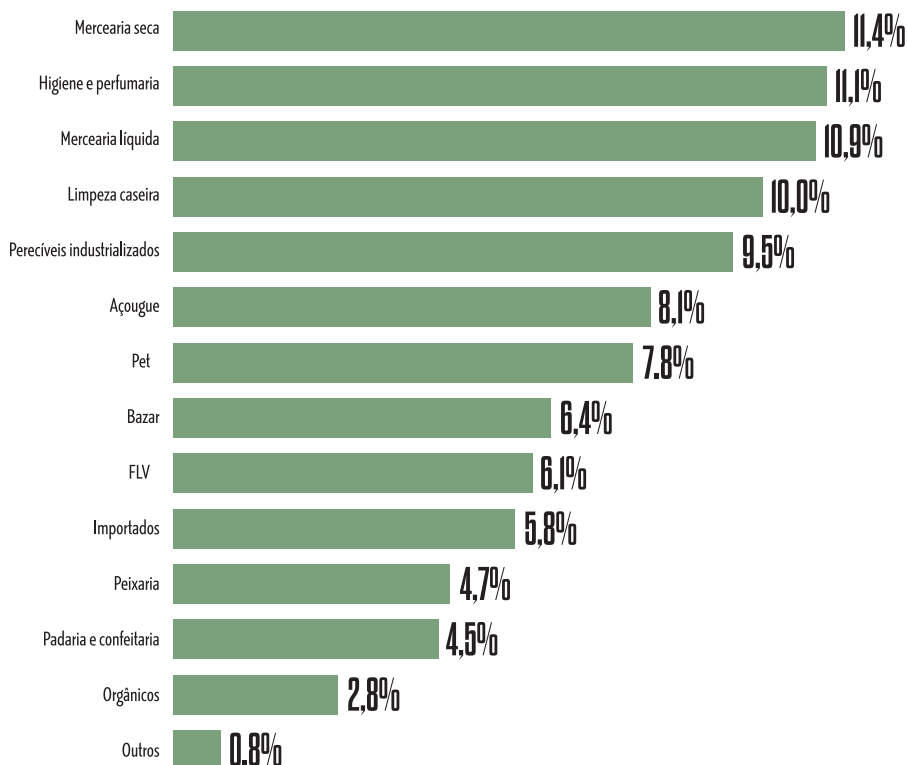
Outros desafios citados incluem:

- Maior comprometimento dos sócios
- Aderência das demais áreas
- Comunicação e atualização tecnológica
- Concorrência com atacadistas
- Deslealdade de fornecedores
- Falta de união e cultura cooperativista
- Dificuldade de contratação de mão de obra

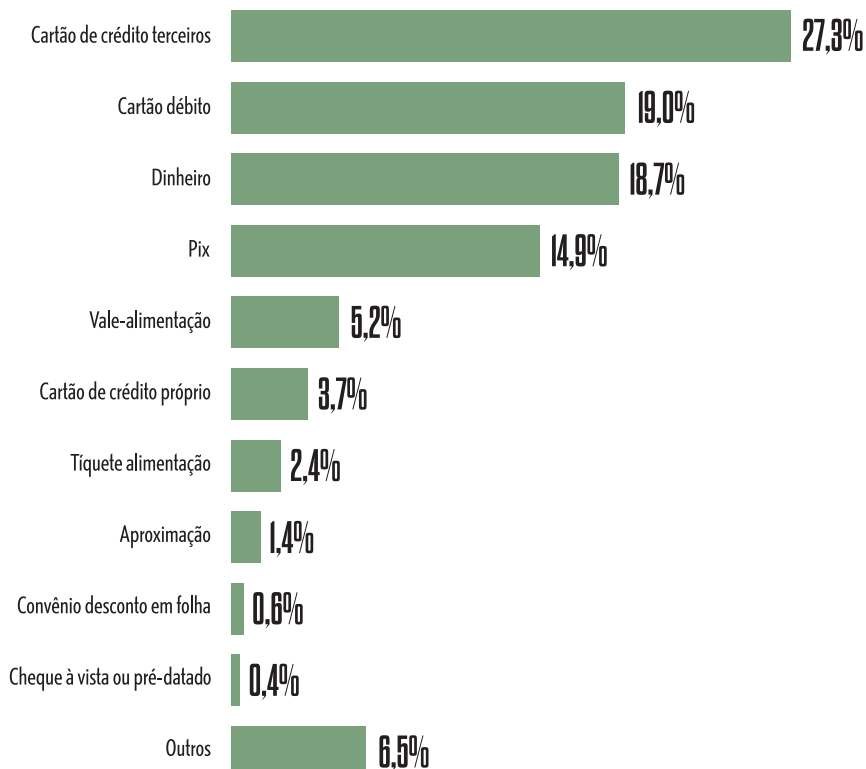
CONCLUSÕES E TENDÊNCIAS

Mesmo com os entraves, as redes destacam benefícios concretos do associativismo: melhor poder de negociação, redução de custos, aumento das vendas e acesso ampliado

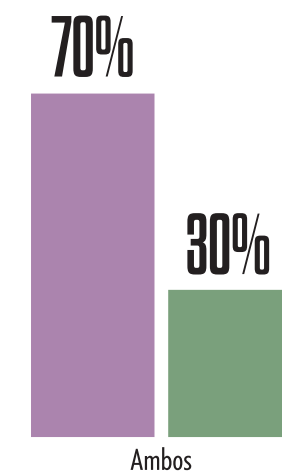
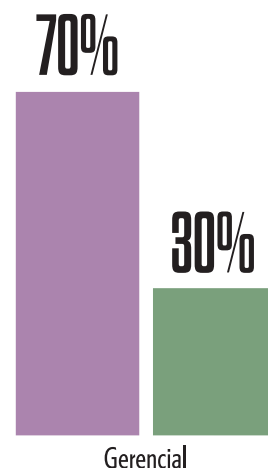
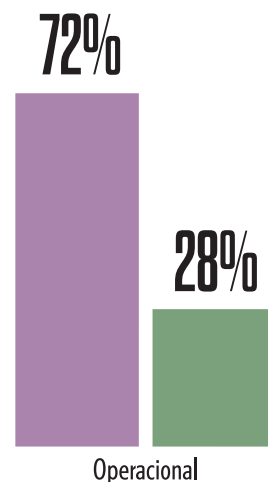
Produtos comprados por meio das redes



Forma de pagamento



Treinamento com os funcionários



— Total — Parcial

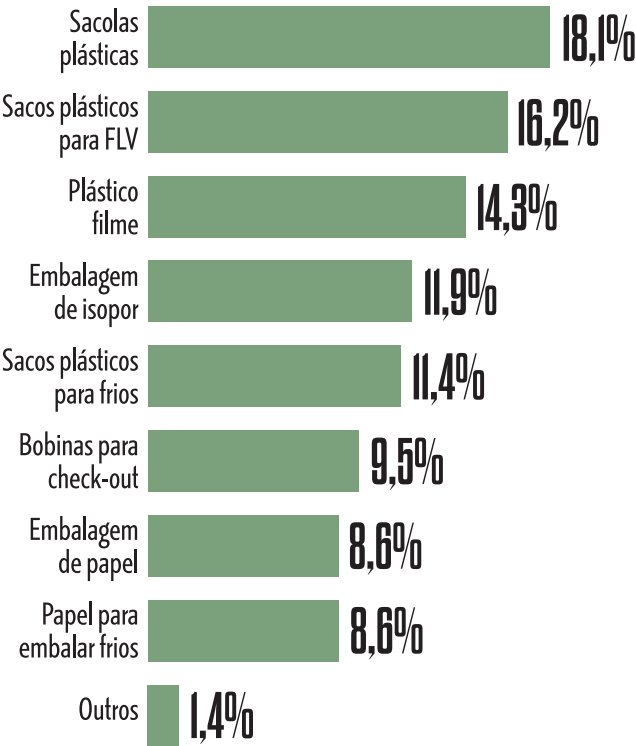
>>>

a fornecedores. Em um ambiente de competição acirrada, esses fatores têm sido diferenciais para sustentar margens e ampliar participação de mercado.

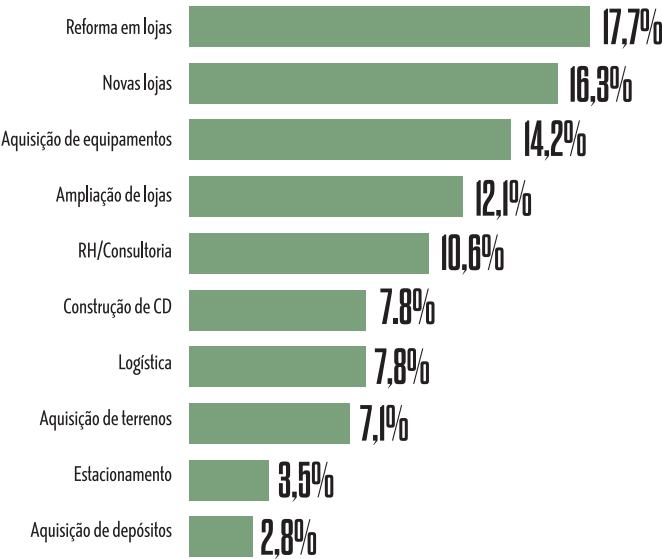
Outros dados da pesquisa reforçam esse cenário:

- Crescimento de 7,1% no faturamento entre 2023 e 2024
- 44% das lojas no formato supermercado convencional
- 58% das redes trabalham com marcas próprias e 18% planejam adotar

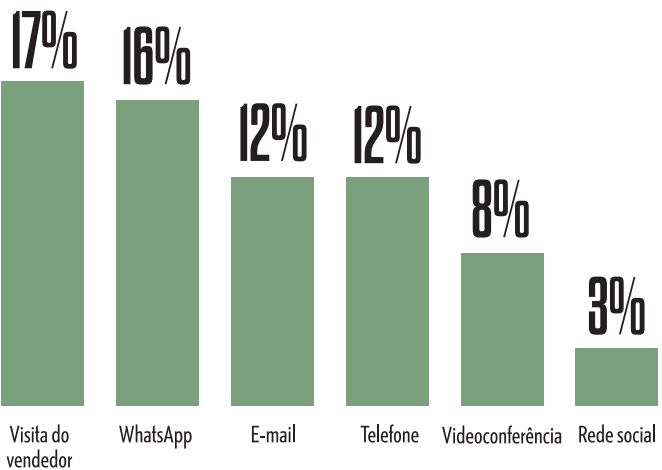
Insumos comprados pela rede



Investimentos realizados em 2024



Comunicação com o fornecedor




Histórico do índice de eficiência e produtividade do total das redes

Índice de Eficiência das Redes	2020	2021	2022	2023	2024
Fat. bruto por m² (em R\$)	26.116	31.902	36.967	27.934	37.310
Fat. bruto por loja (em R\$)	18.414.427	20.483.691	24.240.582	27.920.172	28.756.789
Fat. bruto por check-out (em R\$)	3.063.982	3.234.830	3.755.413	3.452.789	3.810.694
Índice de Produtividade das Redes	2020	2021	2022	2023	2024
M² por check-out	117	101	102	124	102
M² por loja	705	642	656	1.000	771
Check-out por loja	6	6	6	8	8

- Produtos para mercearia seca representa 11,4%, seguida por higiene e perfumaria (11,1%), são os mais comprados

- Cartão de crédito de terceiros (27,3%), débito (19%) e dinheiro (18,7%) são os principais meios de pagamento

- Visitas de vendedores (17%) e WhatsApp (16%) são os canais mais usados na comunicação com fornecedores

Em um cenário desafiador, as redes demonstram maturidade e capacidade de adaptação. A combinação de eficiência operacional, investimento em diferenciação e fortalecimento das relações com fornecedores deve impulsionar ainda mais o avanço do associativismo no varejo alimentar brasileiro nos próximos anos. 

Metodologia

A Pesquisa de Redes e Centrais de Negócios da ABRAS é conduzida pelo Departamento de Economia e Pesquisa da entidade, com base nas informações enviadas pelas redes participantes, verificadas e compiladas pelos técnicos da associação.

Nesta edição, 42 centrais participaram, com dados coletados entre setembro e outubro de 2025.

Para garantir a consistência histórica, a ABRAS compara as mesmas redes participantes entre os anos – no caso, 2024 e 2023 – e calcula o resultado global a partir do crescimento individual.

O ranking considera o faturamento bruto do ano anterior e, se houver empate, utiliza como critério de desempate o menor número de empresas e lojas.

Em 2025, o estudo também unificou empresas com perfil atacadista, totalizando 42 redes respondentes.

Participação de marcas próprias no mix da rede

