

Domenico Filho

Diretor de Atendimento ao Varejo - NielsenIQ Brasil



NielsenIQ



Ranking ABAD NielsenIQ 2026

Ano base: 2025

NielsenIQ

Sobre o Estudo

1 *Reporta informações do questionário aplicado pela ABAD aos atacadistas e distribuidores durante os meses de **Fevereiro e Março de 2026**.*

2 *Metodologia: **dados declarados**.*

3 *Números de respondentes: **768***

NielsenIQ



Agenda

1

*Cenário de Consumo
e Dinâmica de Canais*

2

*Retrato Canal
Atacadista e Distribuidor*

3

Expectativas para 2026



NielsenIQ

1

*Cenário de Consumo
e Dinâmica de Canais*

2

*Retrato Canal
Atacadista e Distribuidor*

3

Expectativas para 2026

O *consumo das famílias* desacelerou ao longo de 2025 impactado por juros, endividamento e inflação dos serviços, principalmente no último trimestre.

Expectativa para 2026 é que o consumo das famílias cresça cerca de +1,5%

PIB
+2,3%
4ºTRI com crescimento nulo



Desemprego
5,2%



Renda
+3,8%

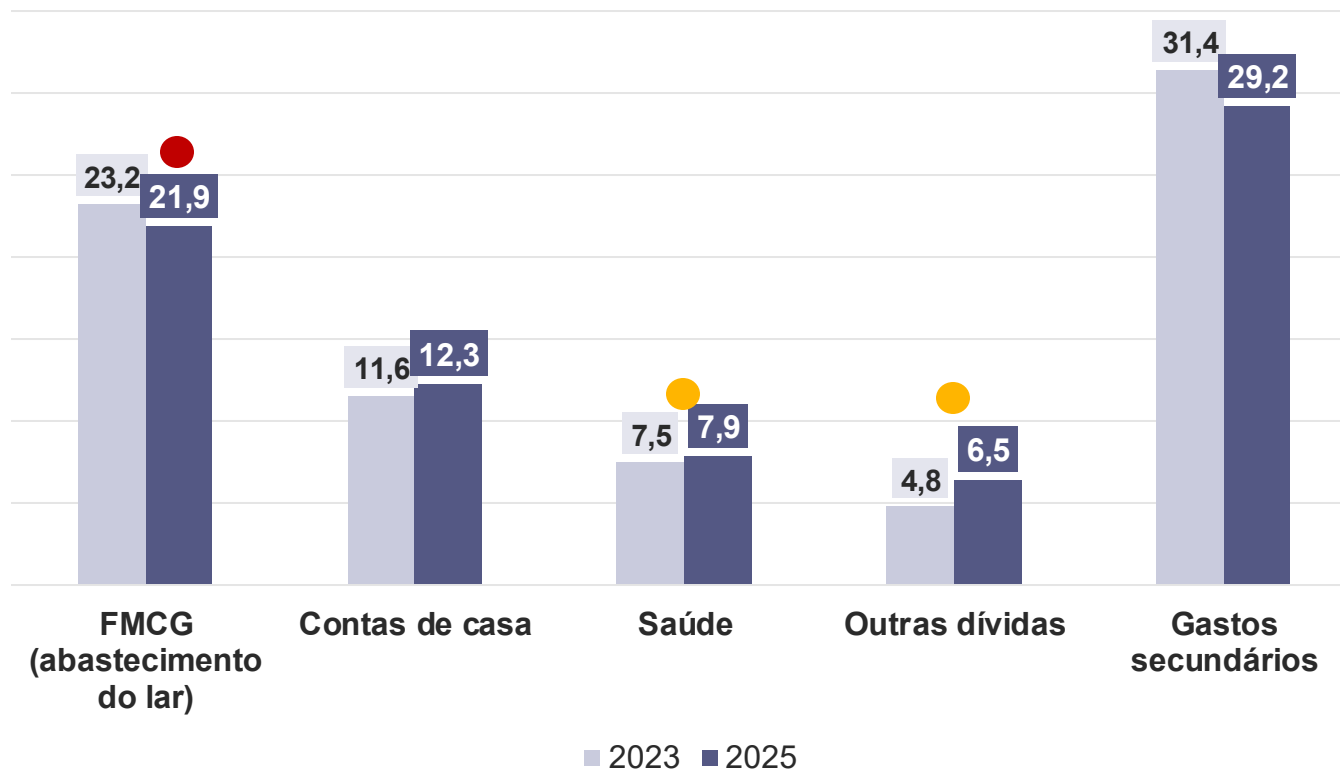


Consumo das Famílias
+1,3%

A matriz de gastos do brasileiro mudou e tem sobrado cada vez menos para o *abastecimento do lar*



DISTRIBUIÇÃO DOS GASTOS DO BRASILEIRO



Source: NIQ Homescan | Consumer 360 Brasil 2025 | Quanto, em média, a sua família gasta em cada uma dessas despesas?

Disputa generalizada pelo bolso do consumidor brasileiro nunca foi tão acirrada

Bem-estar e performance, plataformas de compras, entretenimento e apostas entram na equação

Tamanho dos Mercados Limitantes de Renda no Brasil

360 Bi
Jogos de Azar

85 Bi
Cross-Border

55 Bi
Uber

36 Bi
Streaming

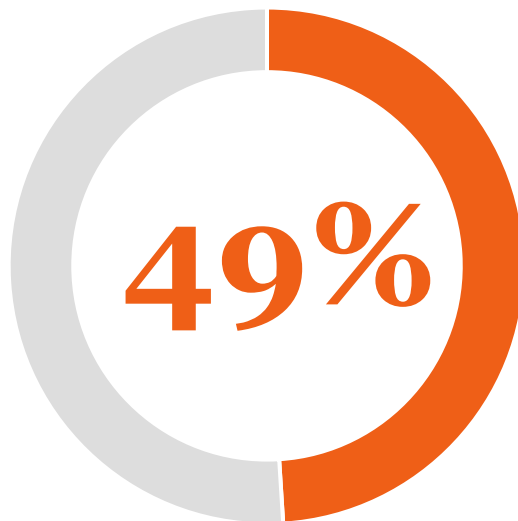
18 Bi
Academias

20 Bi
Emagrecedoras



26% dos lares declaram que participam regularmente de jogos e apostas

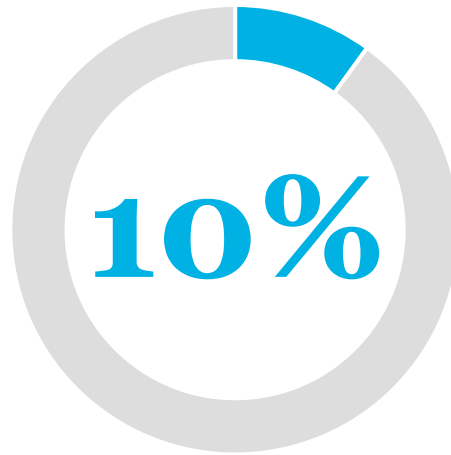
2x mais do que há um ano atrás



dos lares que apostam são motivados pela ideia *de aumento de renda*.

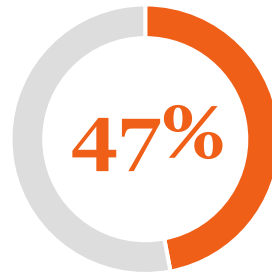
Tigrinho é a preferência em quase metade dos apostadores.

Dentre os apostadores que substituem os gastos, maior parte está em *alimentação e contas do lar*

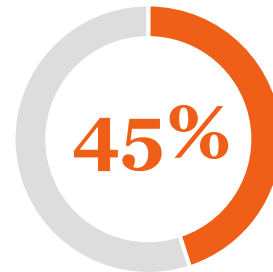


Já teve algum gasto em jogos de aposta que **substituiu outros gastos no lar**

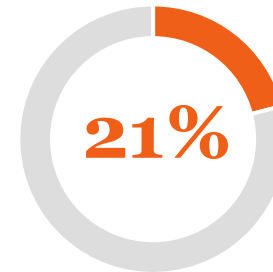
Categorias mais afetadas:



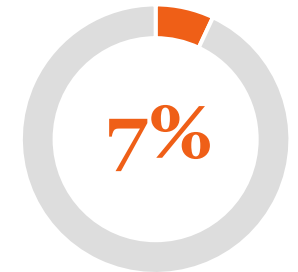
Alimentação



Contas



Lazer



Medicamentos

*Lares que jogam mais de uma vez por semana (27% do total) são os que **têm maior percentual de substituição de gastos (3x mais do que a média)***

Em 2026, **8** dos **10** itens *mais vendidos são emagrecedores*



➔ Itens

- MOUNJARO CANETA SOL.INJ. 5 MGX4X0.5 ML
- MOUNJARO CANETA SOL.INJ. 2.5 MGX4X0.5 ML
- MOUNJARO CANETA SOL.INJ. 7.5 MGX4X0.5 ML
- WEGOVY CANETA SOL.INJ. 2.4 MGX4X0.75=3 ML
- MOUNJARO CANETA SOL.INJ. 10 MGX4X0.5 ML
- WEGOVY CANETA SOL.INJ. 1 MGX4X0.75=3 ML
- OZEMPIC CANETA SOL.INJ. 1.34 MGX4X3 ML
- FORXIGA COMPR.S.REVEST. 10 MGX1X30
- GLIFAGE XR COMPR.S.L.P. 500 MGX1X30
- WEGOVY CANETA SOL.INJ. 1.7 MGX4X0.75=3 ML

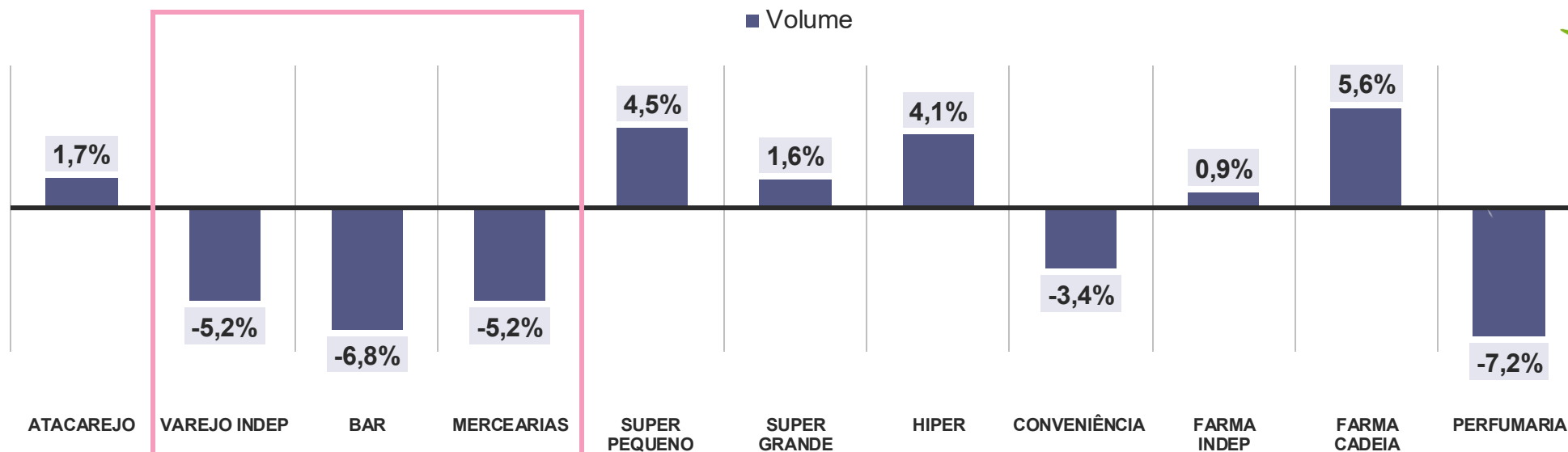
5% dos lares
fazem uso de
medicamentos injetáveis
outros 26% têm interesse

A **desaceleração do consumo** ocorre de forma assimétrica.

Canais mais dependentes, de público de menor renda, sente mais do que outros canais.



CRESCIMENTO EM VOLUME (TON) ENTRE OS CANAIS 2025 vs 2024



Concentração por NSE

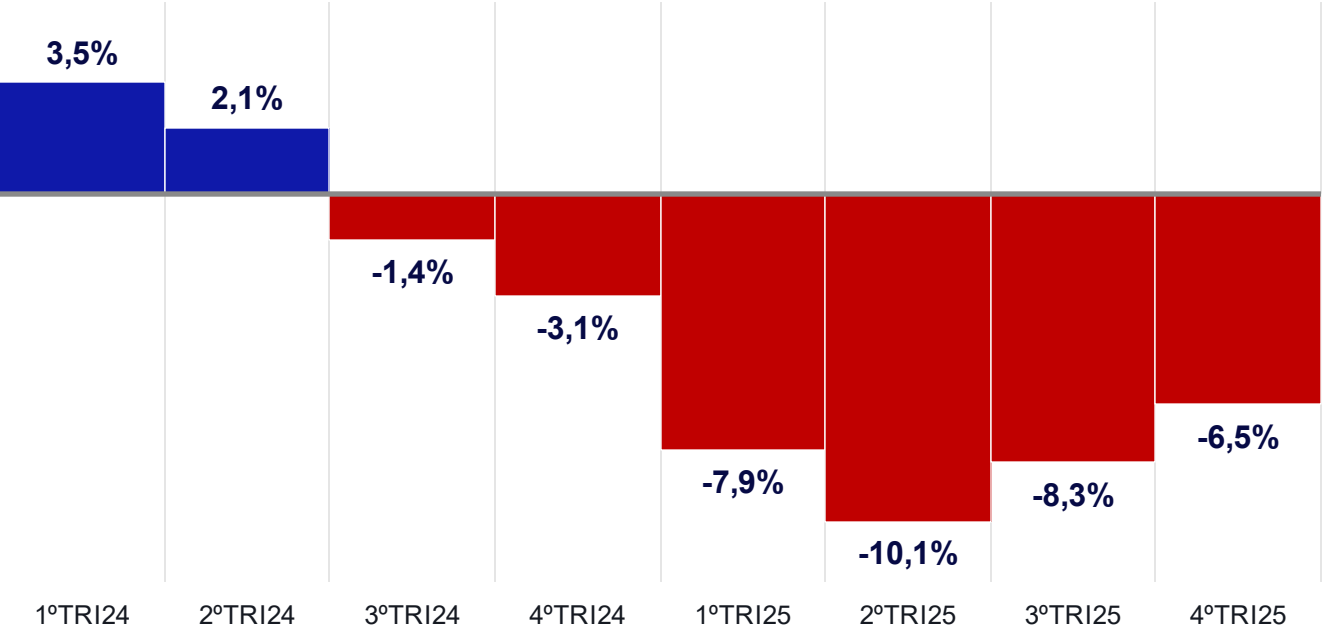


● NSE Alto

● NSE Baixo

Um dos fatores de desaceleração do consumo é a *redução de itens* no carrinho

%VARIÇÃO UNIDADES POR OCASIÃO – T. CANAIS BR VS ANO ANTERIOR



-8% no total canais
consumidor brasileiro leva cada
vez menos itens para casa.





NielsenIQ

1

*Cenário de Consumo
e Dinâmica de Canais*

2

*Retrato Canal
Atacadista e Distribuidor*

3

Expectativas para 2026

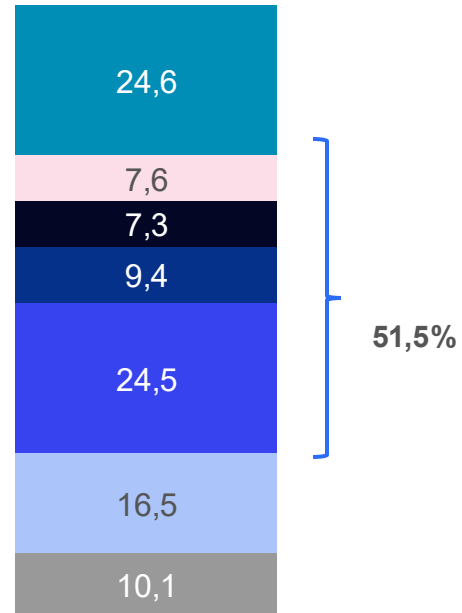
Mercado de Bens de Consumo de **Alto Giro**

Participação do Setor Atacadista

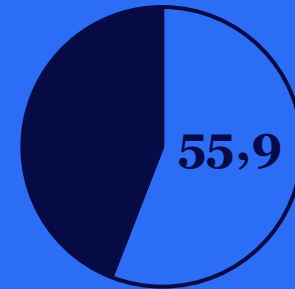
1,1 Tri
Mercado Consumo
(s/ C&C)

304,7 Bi
C&C

Importância (%)



- Hiper
- Super Gde.
- Super Peq.
- Tradicional
- Bar
- Horecas
- Farma/Cosm.



616,6 Bi

Canais	Cobertura do Atacado
Sup. Grande	40%
Sup. Pequeno	68%
Tradicional	95%
Bares	85%
Horecas	85%
Farma-Cosméticos	45%

Respondentes faturaram **R\$ 302,5 Bi** em 2025, **9,2%** a mais que o ano anterior

Perfil da sua empresa: informe dados relativos ao último dia do ano

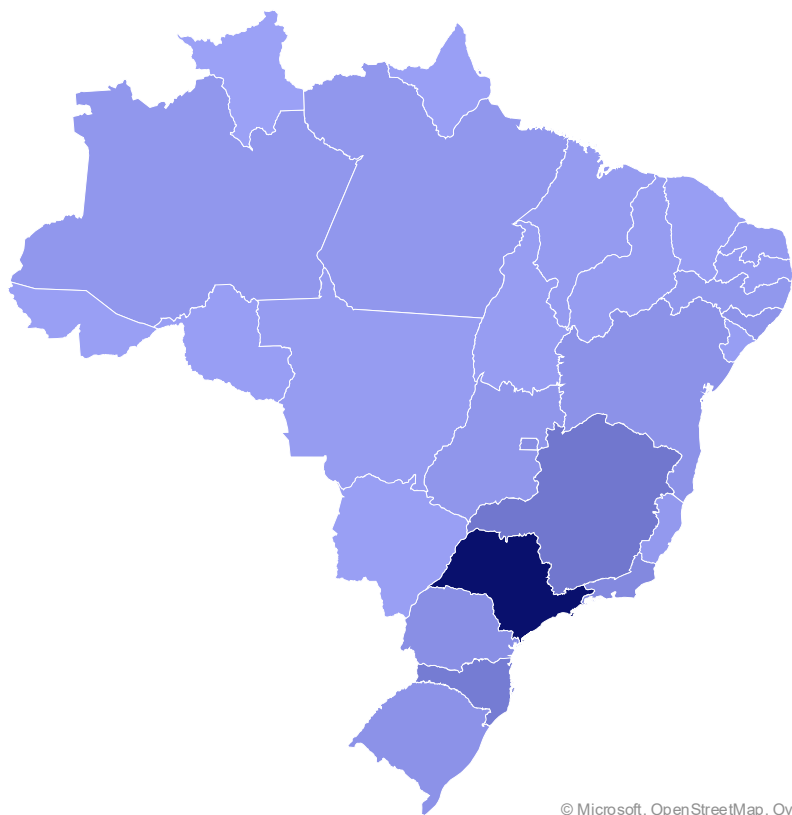
Ranking Geral	2024	2025	Variação
FATURAMENTO TOTAL (em bilhões de reais)	277,0	302,5	9,2%
RESPONDENTES	761	768	0,9%
ARMAZÉM (SECO+FRIGORÍFICO) (m2)	7.231.165	7.834.411	8,3%
ARMAZÉM (SECO) (m2)	6.397.606	6.751.369	5,5%
ARMAZÉM (FRIGORÍFICO) (m2)	833.559	1.083.042	29,9%
FUNCIONÁRIOS ADMINISTRATIVOS (excluindo vendedores CLT)	257.419	257.268	-0,1%
VENDEDORES DIRETOS (CLT)	27.422	28.203	2,8%
REPRESENTANTES COMERCIAIS / AUTÔNOMOS	37.343	37.286	-0,2%
FROTA PRÓPRIA	21.004	22.452	6,9%
FROTA TERCEIRIZADA	24.093	28.031	16,3%

Com 7 respondentes a mais do que o ano anterior, há pulverização de atuação nas regiões.

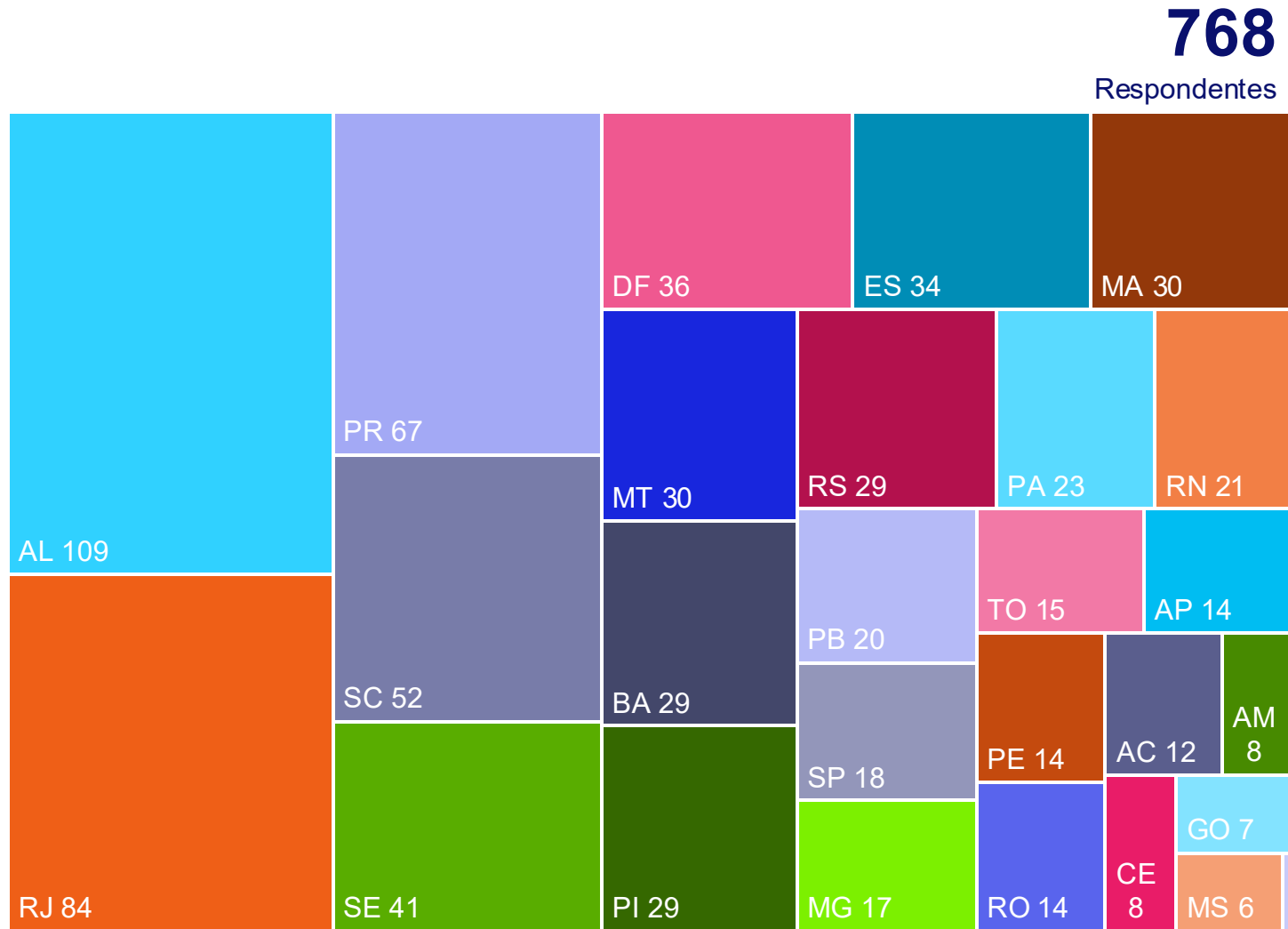
Destaques respondentes: AL, RJ e PR

Dados da Matriz: Estado

SP, MG e SC concentram a maior parte do faturamento e juntos representam **52,3%** do setor



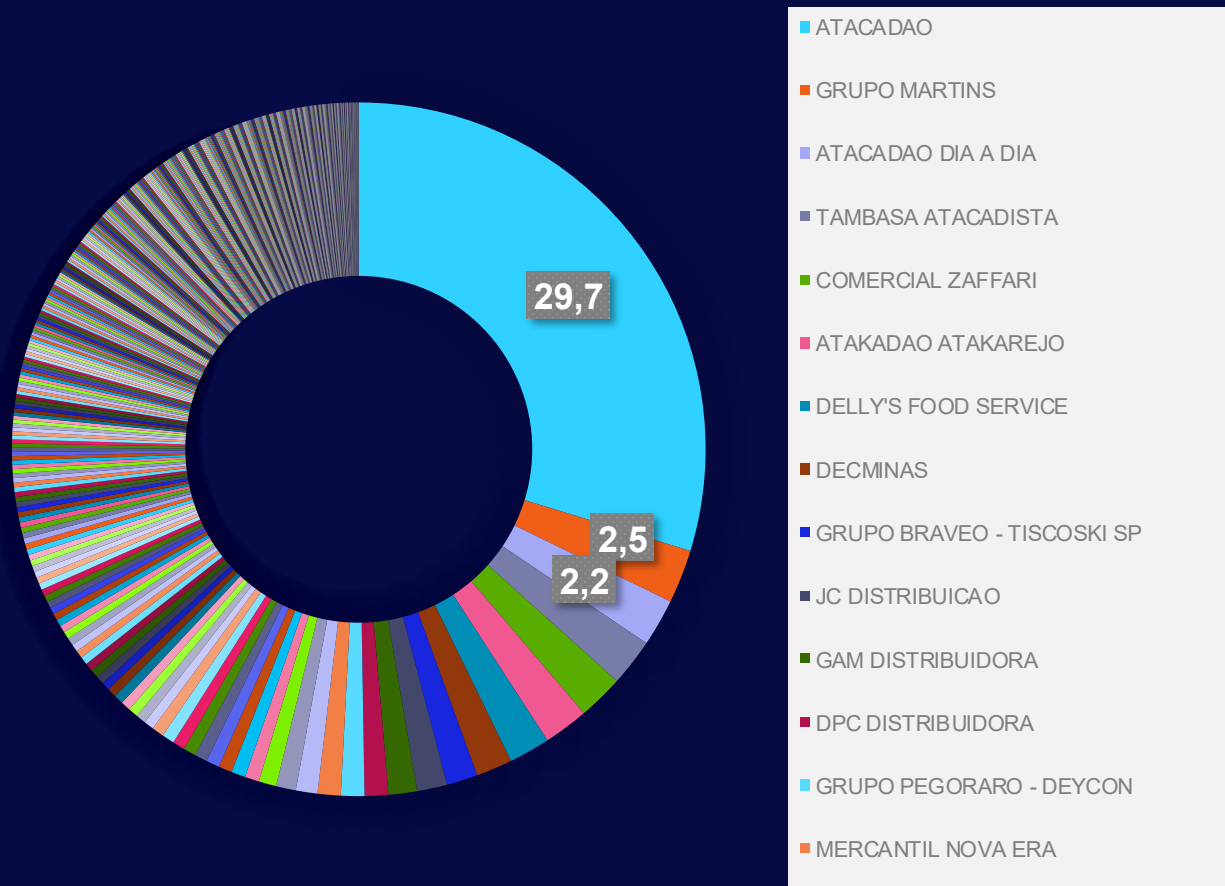
Da plataforma Bing
© Microsoft, OpenStreetMap, Overture Maps Foundation



50% do faturamento é feito por 13 atacadistas

Indique o faturamento bruto total dos dois últimos anos de todas as suas empresas que operam exclusivamente como atacadistas e distribuidores: Ano 2025

Participação em faturamento dos respondentes



Número de respondentes por quartil de faturamento

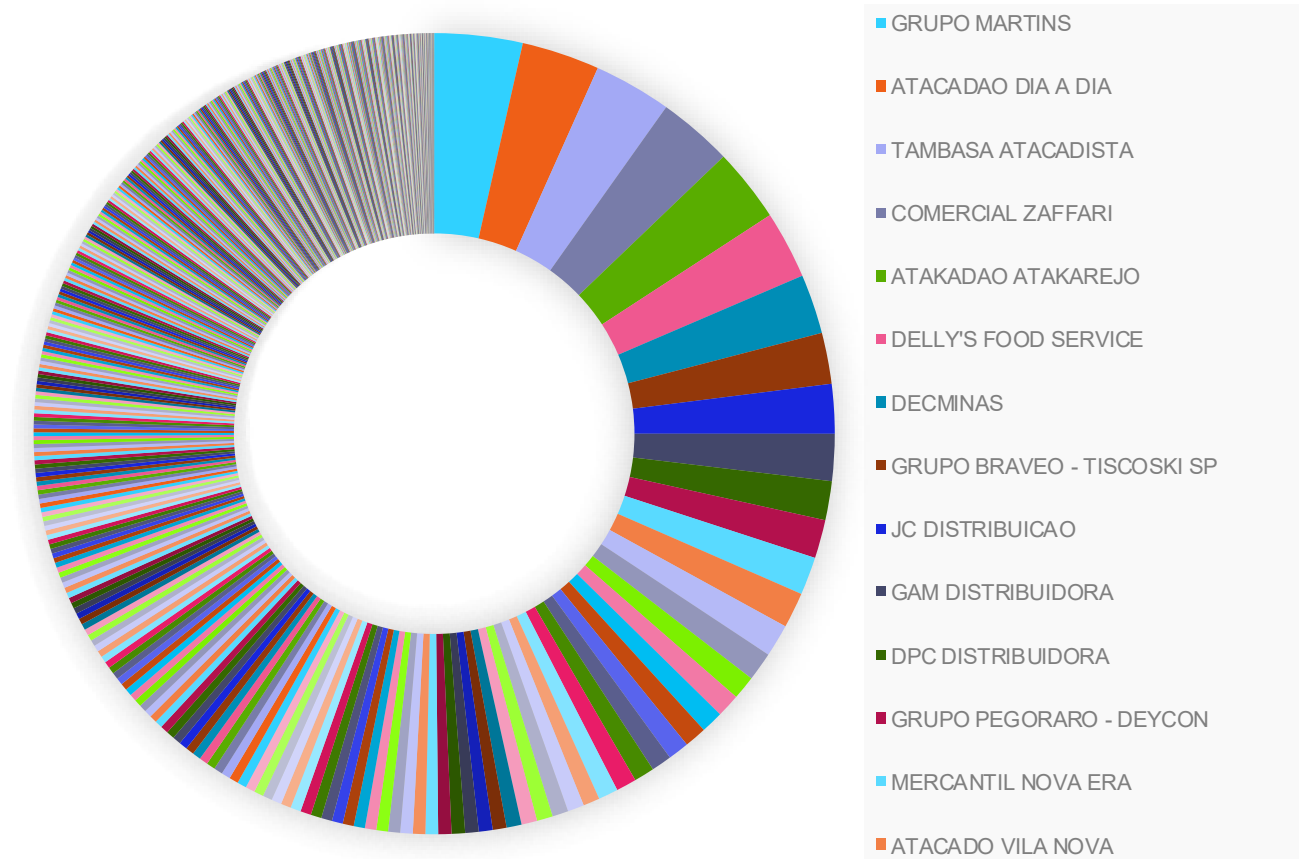


Atacadão faz 30% do faturamento dos respondentes, por isso iremos excluí-lo em algumas análises.

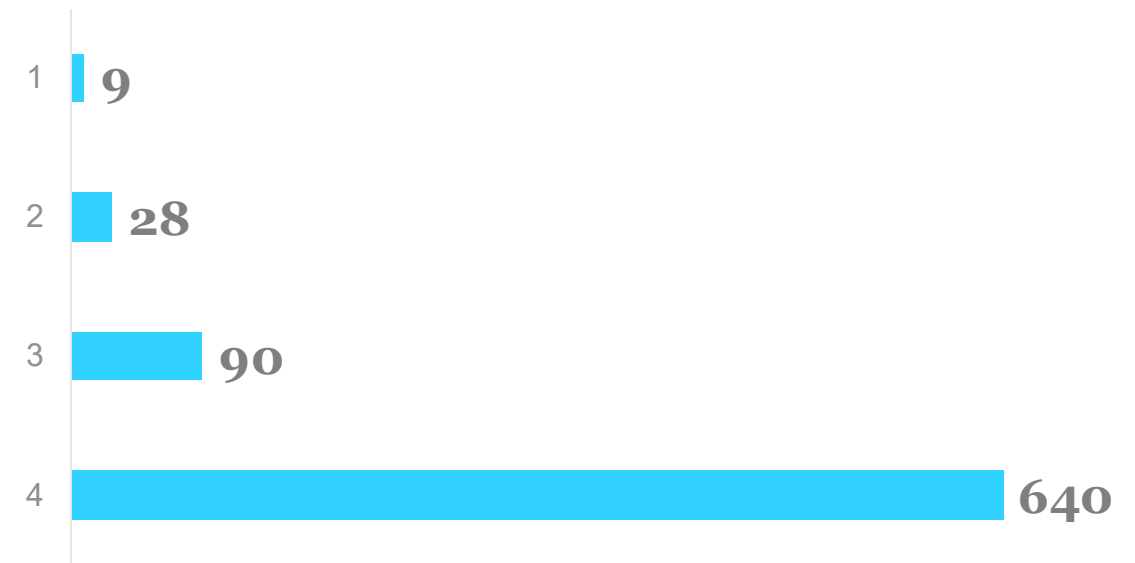
Desconsiderando o maior player, **37 atacadistas** respondem por **50% do faturamento***

Indique o faturamento bruto total dos dois últimos anos de todas as suas empresas que operam exclusivamente como atacadistas e distribuidores: Ano 2025

Participação em faturamento dos respondentes



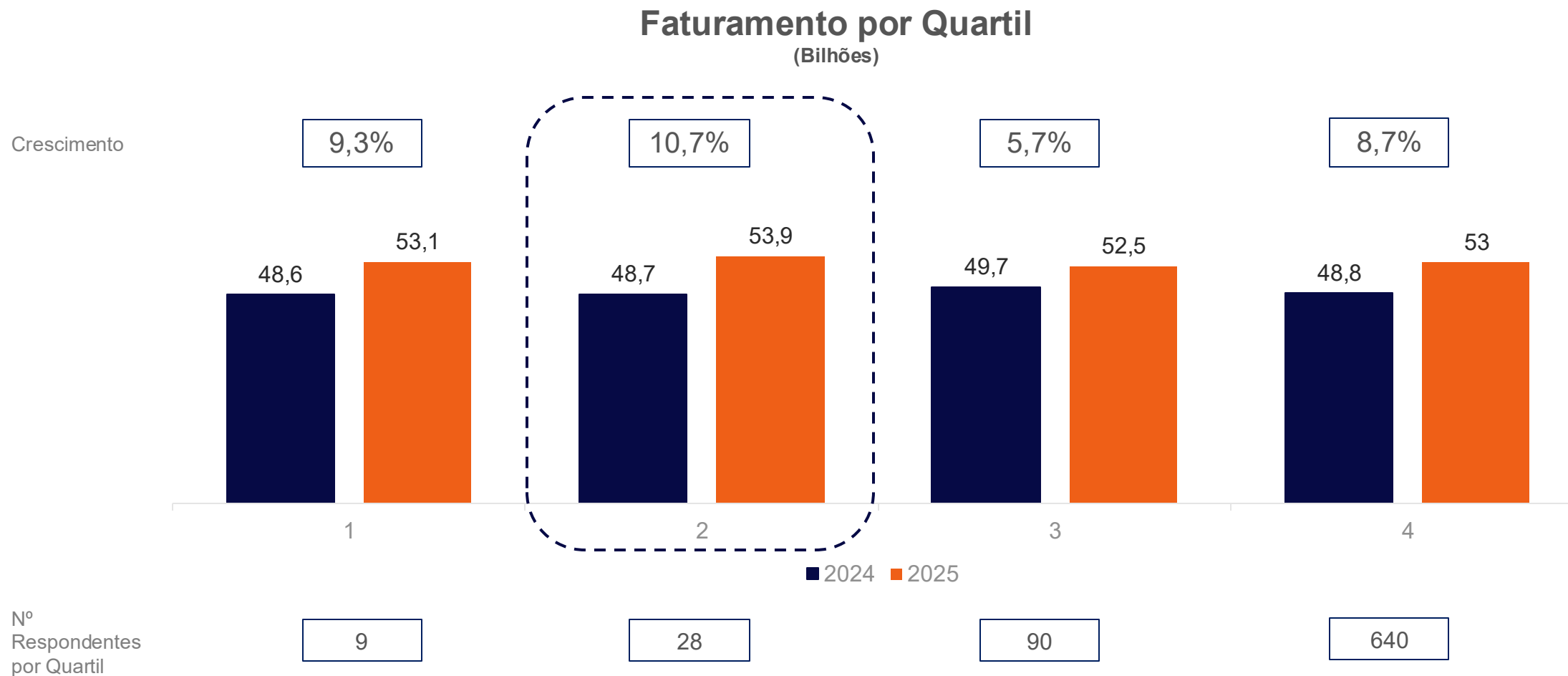
Número de respondentes por quartil de faturamento



***Sem Atacadão**

Maior *crecimento* vs 2024 aconteceu no 2º quartil

Indique o faturamento bruto total dos dois últimos anos de todas as suas empresas que operam exclusivamente como atacadistas e distribuidores: Ano 2025 e 2024

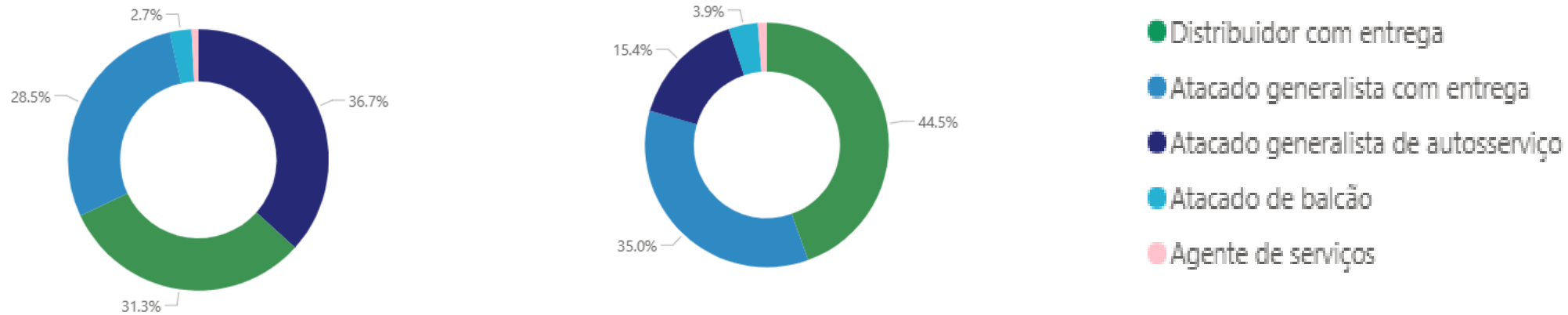


**Sem Atacadão*

Atacado generalista de autosserviço detêm **36,7%** do faturamento e sem Atacadão, Distribuidor com entrega representa **44,5%** do faturamento

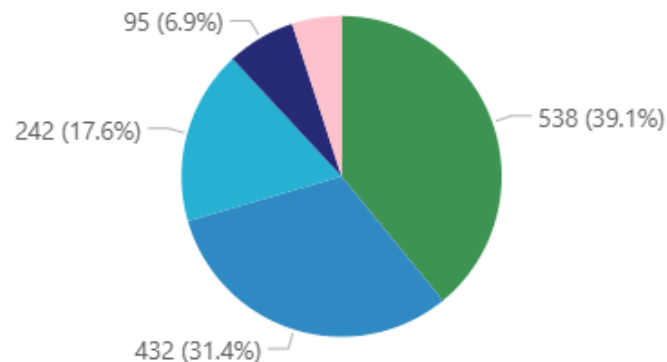
Maior parte dos distribuidores identificam seus negócios no formato distribuidor com entrega, evidenciando algum acordo de exclusividade com a indústria.

Modelo de Operação: Participação em Faturamento



*Sem Atacadão

Número e % de respondentes considerando seus diferentes tipos de negócios:



- 70,1% (538) dos respondentes afirmam atuar no modelo **Distribuidor com entrega**
- 56,3% (432) afirmam atuar no modelo **Atacado generalista com entrega**
- 31,5% (242) afirmam atuar no modelo **Atacado de balcão**
- 12,4% (95) afirmam atuar no modelo **Atacado de generalista de autosserviço**
- 9,0% (69) afirmam atuar no modelo **Agente de serviços**

Maiores empregadores são majoritariamente Atacadistas de AS

Perfil da sua empresa: informe dados relativos ao último dia do ano: Total de funcionários na empresa (administrativos, operacionais e outros, excluindo os vendedores); Total de R.C.A. (representante comercial autônomo).

TOP 10 – Funcionários (exceto vendedores)

Empresa	Funcionários
ATACADAO	74224
ATAKADAO ATAKAREJO	10458
ATACADAO DIA A DIA	8699
MERCANTIL NOVA ERA	4985
DELLY'S FOOD SERVICE	4295
TAMBASA ATACADISTA	4045
GRUPO MARTINS	3825
GUIBON FOODS	3556
GRUPO BRAVEO - TISCOSKI	2876
MERCURIO ALIMENTOS S/A	2683
Total	119 646

ou **46,2%** do total de funcionários

TOP 10 – Representantes Comerciais Autônomos R.C.A

Empresa	Funcionários
TAMBASA ATACADISTA	4818
GRUPO MARTINS	4501
ATACADAO	1961
DPC DISTRIBUIDORA	1253
DELLY'S FOOD SERVICE	1176
ESTRELA DISTRIBUICAO	968
GRUPO BRAVEO - TISCOSKI	856
JC DISTRIBUICAO	810
ATACADO VILA NOVA	601
DAG DISTRIBUIDOR ARMAZEM GUARANY	599
Total	17 543

ou **47,0%** do total de funcionários

Atacadistas com vendedores CLT

Perfil da sua empresa: informe dados relativos ao último dia do ano:
Total de vendedores CLT; Quantidade de veículos próprios.

TOP 10 – Vendedores CLT

Empresa	Funcionários
GRUPO BRAVEO - TISCOSKI	963
GRUPO PEGORARO - DEYCON	839
DELLY'S FOOD SERVICE	750
CARAJAS HOME CENTER	600
COMPARE DISTRIBUIDORA	579
FRIBAL	445
NORDECE	440
RIOGRANDENSE DISTRIBUIDORA	394
COBRA ROLAMENTOS	380
SOGAMAX	352
Total	5 742

ou **20,4%** do total de vendedores CLT





NielsenIQ

1

*Cenário de Consumo
e Dinâmica de Canais*

2

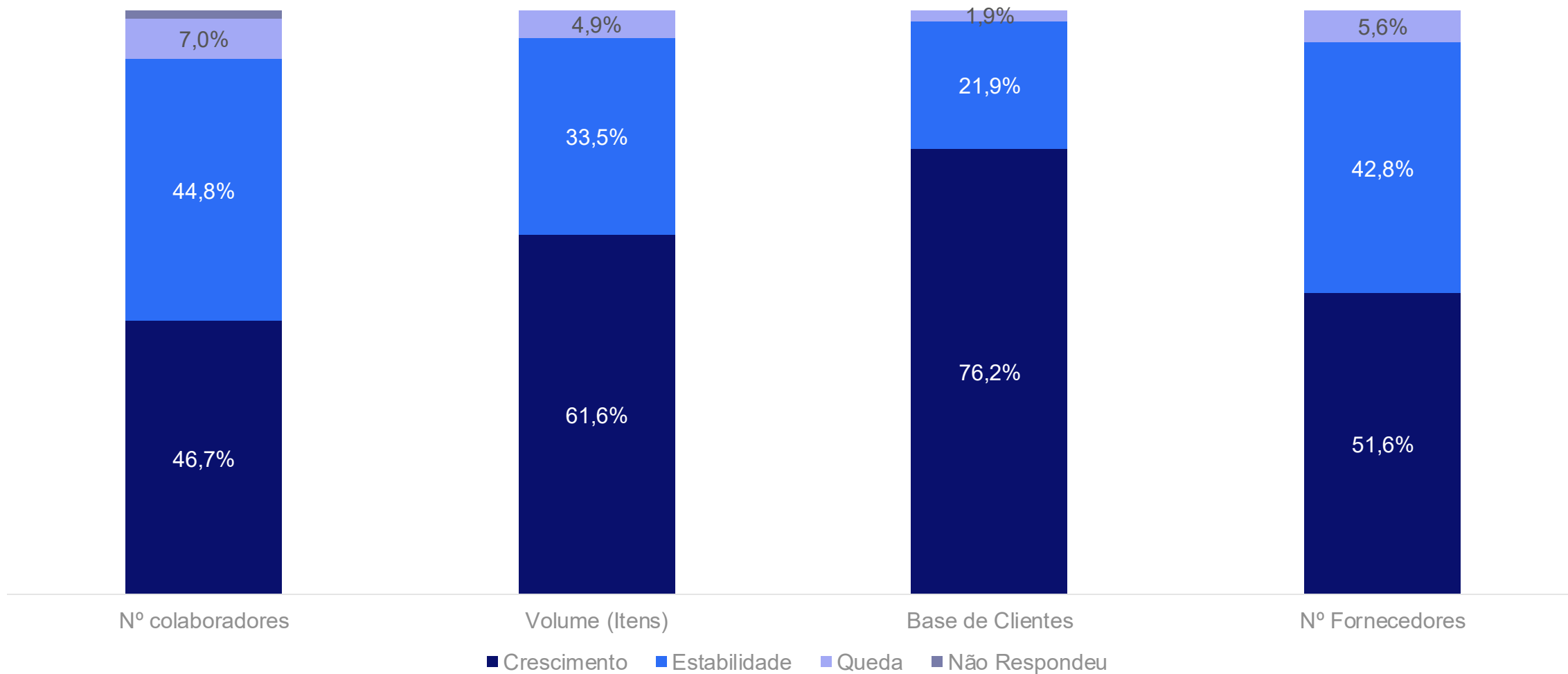
*Retrato Canal
Atacadista e Distribuidor*

3

Expectativas para 2026

Respondentes seguem otimistas para 2026, com maiores patamares para crescimento nos quatro principais pilares

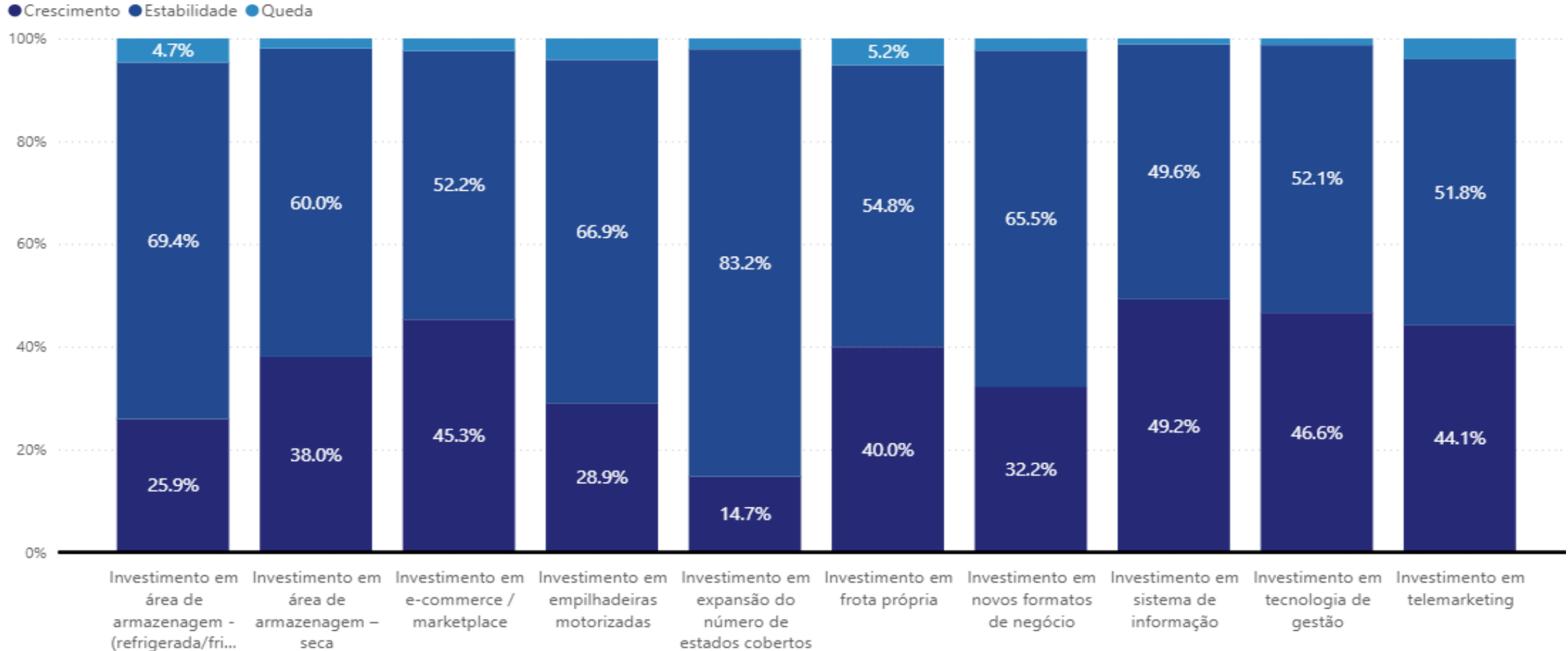
Marque as suas expectativas para o ano de 2026 sobre os itens abaixo



Sistema de informação continua sendo a maior expectativa de investimento para 2026, seguido de tecnologia

Marque as suas expectativas para o ano de 2026 sobre os itens abaixo.

Expectativas de investimento para 2026 em número de respondentes (%)



Obrigado!

Domenico Filho

Diretor de Atendimento ao Varejo - NielsenIQ Brasil



domenico.filho@nielseniq.com



NielsenIQ