



minuto  
VAREJO

Patrícia Comunello  
patriciacomunello@jornaldocomercio.com.br

## Mercado 'super' aquecido em lojas e modelos

**Setor registra mais atacarejos, pontos de vizinhança e fim de bandeira**

O mundo dos supermercados gaúchos está especialmente movimentado em 2025. São novas unidades, com construção em diversas cidades, negociações de pontos e saída de cena de um clássico das bandeiras.

O grupo Carrefour implementa neste ano a retirada das operações do Nacional, com fechamento

de lojas, transferência de pontos a outras empresas e foco nas três marcas — hipermercado Carrefour, Atacadão e Sam's Club. O efeito? Abre espaço para marcas nativas de bairro ou vizinhança entrarem em novas áreas.

Os atacarejos ainda mantêm o aquecimento, com grupos líderes e até menos representativos ampliando no segmento. O formato ocupou espaço que, no passado, era de hipermercados, com custo mais elevado. Já os tradicionais supermercados ganham mais pontos



Mais de 140 jovens visitaram loja do Stok Center, na Capital, para conhecer o modelo dias antes da Expoagas

entre consumidores, que querem a facilidade de lojas mais perto de onde moram.

A saída de cena do Nacional sem um novo player que imediatamente assumira os pontos expôs a demanda. Os moradores cobram e mostram urgência em ter o "super" pertinho de onde moram de

volta. É essa dinâmica de mercado que também atrai atenção de varejistas do setor, o que foi comprovado pela terceira edição do giro que o Agas Jovem promoveu, dias antes da Expoagas, para que supermercadistas sucessores de empresas em diversas regiões conhecessem marcas gaúchas.

Neste ano, a visita foi à filial do Stok Center, da Comercial Zaffari, na Zona Norte de Porto Alegre. Mais de 140 jovens de 11 estados tiveram contato com o modelo, além de interações e palestras sobre gestão, desenvolvimento e operação de lojas em atividade na Vila Ventura.

## Na gôndola: entenda o que está acontecendo no cenário gaúcho

O mercado gaúcho está aquecido, tanto por decisões de redes que estão enxugando e mudando estratégia — Grupo Carrefour, com bandeira Nacional —, como por expansão com um mix entre atacarejos (segmento de volume e preço) e vizinhança — diversas grifes do Rio Grande do Sul e de Santa Catarina. A seguir, os principais destaques para situar leitores sobre o cenário supermercadista:

► **Nacional sai de cena e abre portas para outros:** o fim da bandeira que já passou por muitos donos é o fato do ano do setor. As 39 lojas que estavam sob comando do Carrefour foram paulatinamente sendo fechadas, entre Porto Alegre e Interior. O grupo Nicolini, de Bagé, arrematou 11 filiais e começou a migrar para seu modelo. Também ficaram com pontos o Viezzer, em São Leopoldo, Supermercados Kern, em Novo Hamburgo, Curitibaanos, em Cachoeirinha, e Madi, em Gravataí. Na Capital, o Gauchão Supermercados assumiu o ponto no bairro Santana e fechará outra unidade próxima para concentrar na operação. A maioria das filiais, entre grandes da Capital, ainda está indefinida.

► **Atacarejos em alta, ainda:** a multiplicação de lojas do formato mantém a aceleração dos anos recentes. O Rio Grande do Sul protagoniza a última fronteira de expansão do modelo, que já se consolidou



Fim da bandeira Nacional, que já passou por muitos donos, é o fato do ano do setor no Rio Grande do Sul

em outros estados e regiões. Por isso, vê-se grupos gaúchos e também de vizinhos catarinenses abrindo lojas e projetando novas no futuro. As implantações seguem com números que chamam a atenção, tanto puxados por grandes do setor como médios e até pequenos. Por que chamam a atenção? O custo do investimento é o maior desafio. Os juros de mercado seguem em alta (precificados por uma Selic

que voltou a patamares recordes, com recuo só em 2026, o que torna a alocação de capital, mesmo próprio, com custo maior — o próprio pode render mais ficando em aplicação financeira do que imobilizado em prédio). Mas as redes veem mercado e espaço para abrir unidades. O Comercial Zaffari, segundo do setor, deve fechar o ano com oito novas lojas do Stok Center. A meta do grupo é chegar a 60 lojas

(entre 51 atacarejos e nove supermercados) até 2027. O Grupo Zaffari, primeiro do setor, também tem mais Cestto, seu atacarejo, vindo: Viamão, Canoas, Novo Hamburgo e São Paulo. De fora, grupo Pereira e Passarela têm lojas em plano. Passarela abriu em Canoas este ano. Pereira deve ter em Novo Hamburgo. O Unidasul terá mais cinco lojas do Macromix até 2027 — Cachoeirinha, Santo Antônio da Patrulha,

Dois Irmãos, Porto Alegre e Gramado. O Imec, da bandeira Desco, também amplia. Vai ter a terceira unidade em Porto Alegre. Nome regional, o Max Center terá mais dois Jumbo, ambos em Porto Alegre. No Interior, a rede rio-grandina Guanabara aumentou a família de GBmix e projeta mais uma unidade. O Unisuper criou bandeira do formato e migrou supermercado para o tipo de loja, no pós-enchente.

► **Supermercados de vizinhança de volta:** conveniência e experiência são duas palavrinhas que andam juntas no varejo e explicam por que lojas de autosserviço de porte menor e dentro do conceito de vizinhança ganham mais e mais espaço e estão na lista de roteiro de compras de consumidores. A abertura de unidades abrange diferentes redes. O Zaffari vem com novas unidades por meio de seus empreendimentos — Bourbon Carlos Gomes e Cidade Nilo (onde foi Nacional, no bairro Bela Vista). Unidasul terá novos Rissul em Canoas, Parobé, Esteio e Porto Alegre (duas). Bandeiras com raiz de bairro expandem, como o Keppler, da Capital, que ganhou o Prix, na Zona Norte. De Santa Catarina, o Bistek projeta mais lojas, duas delas em terrenos na Capital (ex-Nacional da Profásio Alves) e em Novo Hamburgo. O Passarela também abre supermercados, como em Santa Cruz do Sul.