



ABRAS

Monitoramento Semanal

Powered by **NIQ**



Publicação | Semana 03
12/01/2026 a 18/01/2026

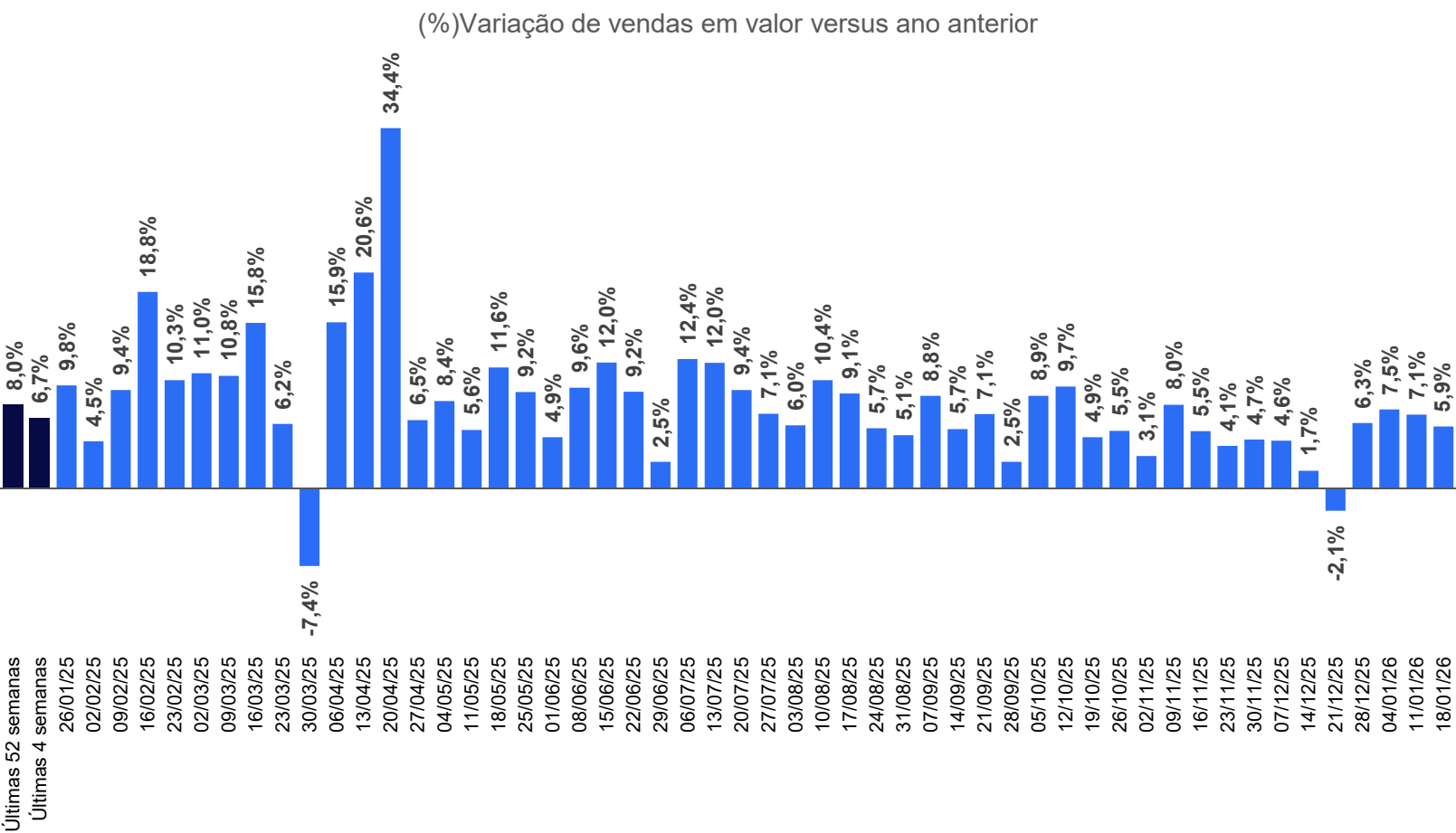
 **ABRAS** ASSOCIAÇÃO
BRASILEIRA DE
SUPERMERCADOS

NIQ



Evolução do consumo no varejo alimentar

Evolução do Varejo alimentar na semana atual fica abaixo da evolução observada nas últimas 52 semanas e 1,2pp abaixo da semana imediatamente anterior

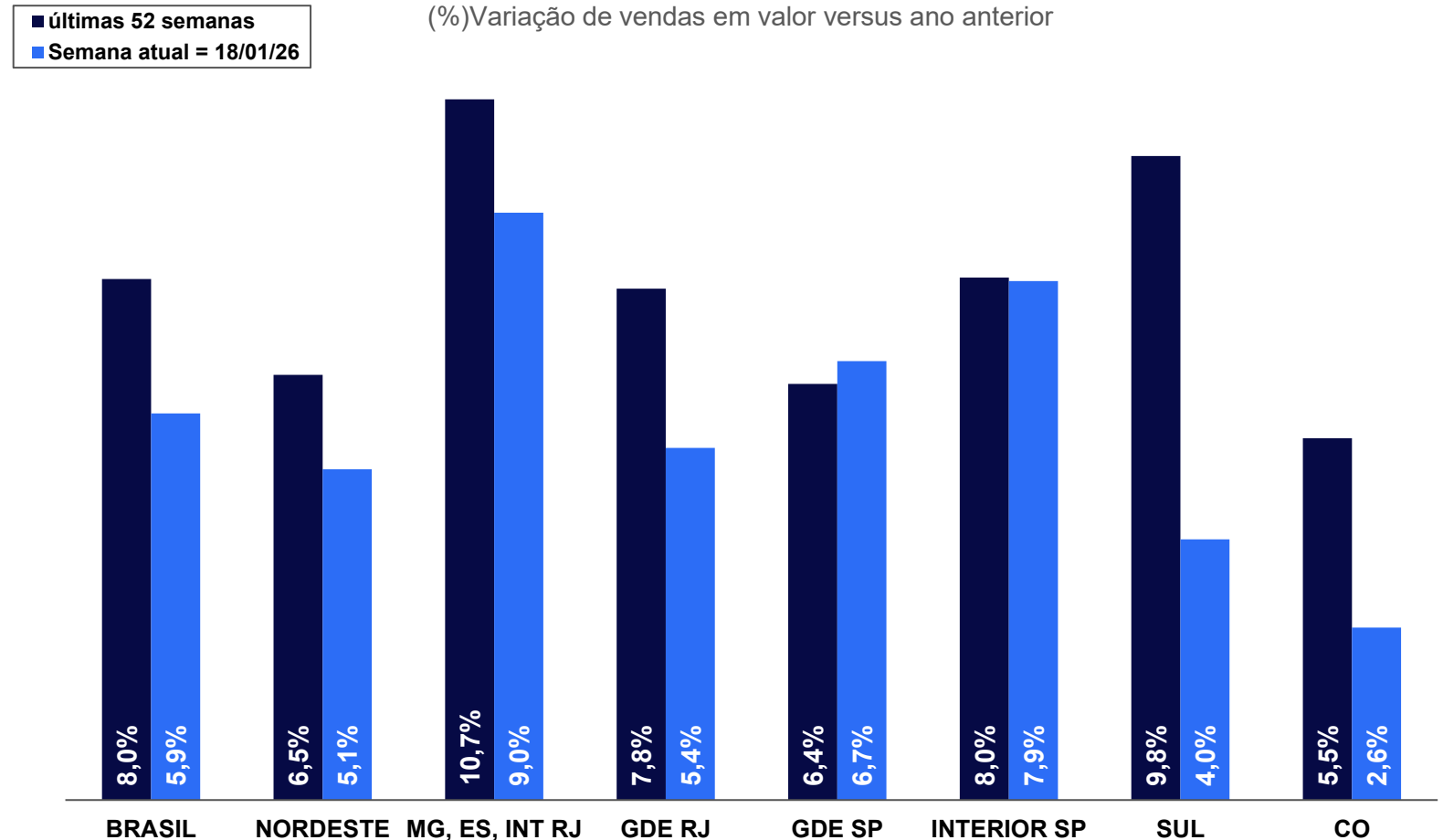


Fonte: NIQ Total Store – Mercado Autosserviços (hiper, Super Grande e Super Pequeno) + Atacarejo Brasil
Varejo Alimentar= Redes de supermercados colaboradoras do painel NIQ com lojas acima de 1.000m² ou redes com ao menos 4 lojas se menor de 1.000m²+ Atacarejos
Variação de vendas em valor da semana atual versus mesma semana do ano anterior, das últimas 52 semanas acumuladas e das últimas 4 semanas acumuladas



Desempenho do varejo alimentar nas regiões do Brasil

Todas as regiões contribuem positivamente para o desempenho do Varejo, com Gde SP contribuindo acima do observado nas últimas 52 semanas



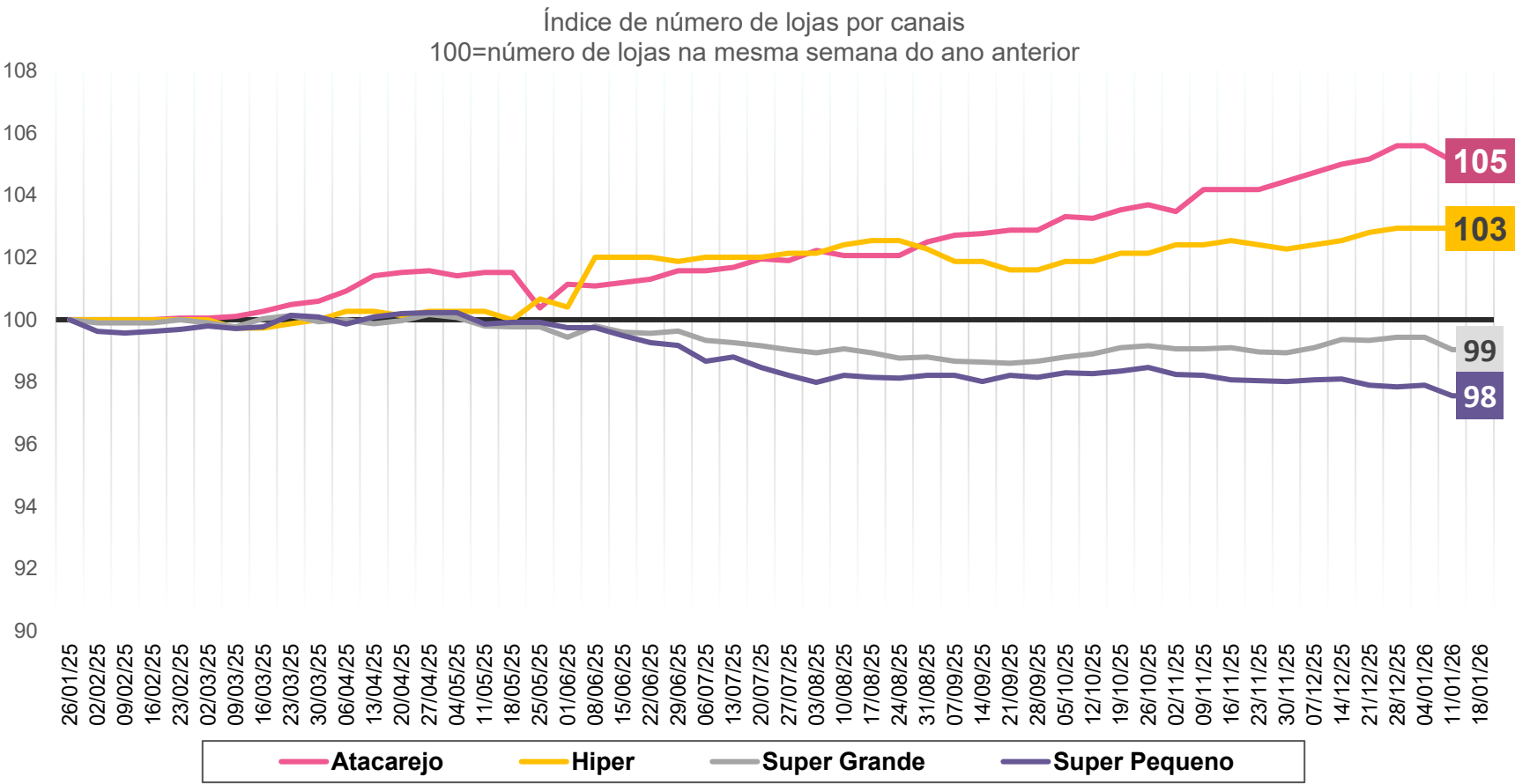
Fonte: NIQ Total Store – Mercado Autosserviços (hiper, Super Grande e Super Pequeno) + Atacarejo Brasil

Últimas 52 semanas móveis como parâmetro para medição do crescimento da semana atual

Varejo Alimentar= Redes de supermercados colaboradoras do painel NIQ com lojas acima de 1.000m² ou redes com ao menos 4 lojas se menor de 1.000m²+ Atacarejos

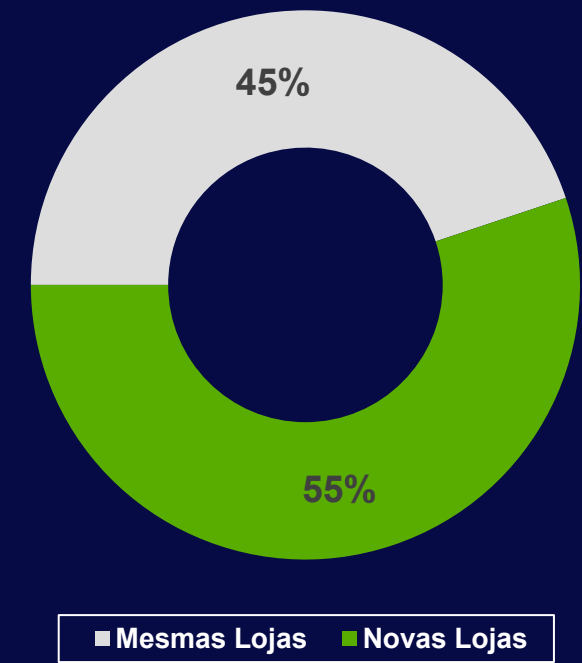
Evolução de lojas por tipos de canais do varejo alimentar

Evolução de Super Grande cai em 1pp em relação à semana imediatamente anterior.
Representatividade de Mesmas e Novas lojas se mantem estável



Fonte: NIQ Total Store – índice do número de lojas: é calculado sobre o número de lojas existentes de cada canal na mesma semana do ano anterior. Acima de 100 cresce a quantidade de lojas, abaixo de 100 há fechamento de lojas
Divisão dos formatos de lojas de acordo com a metragem da área de venda. Super Pequeno: lojas com até 1.000m². Super Grande: de 1.000m² a 2500m². Hiper: acima de 2.500m²
%Contribuição das novas lojas: do crescimento do Varejo Alimentar qual a participação das novas lojas no ano acumulado

Representatividade das mesmas lojas e novas lojas no crescimento do varejo alimentar (últimas 52 semanas)

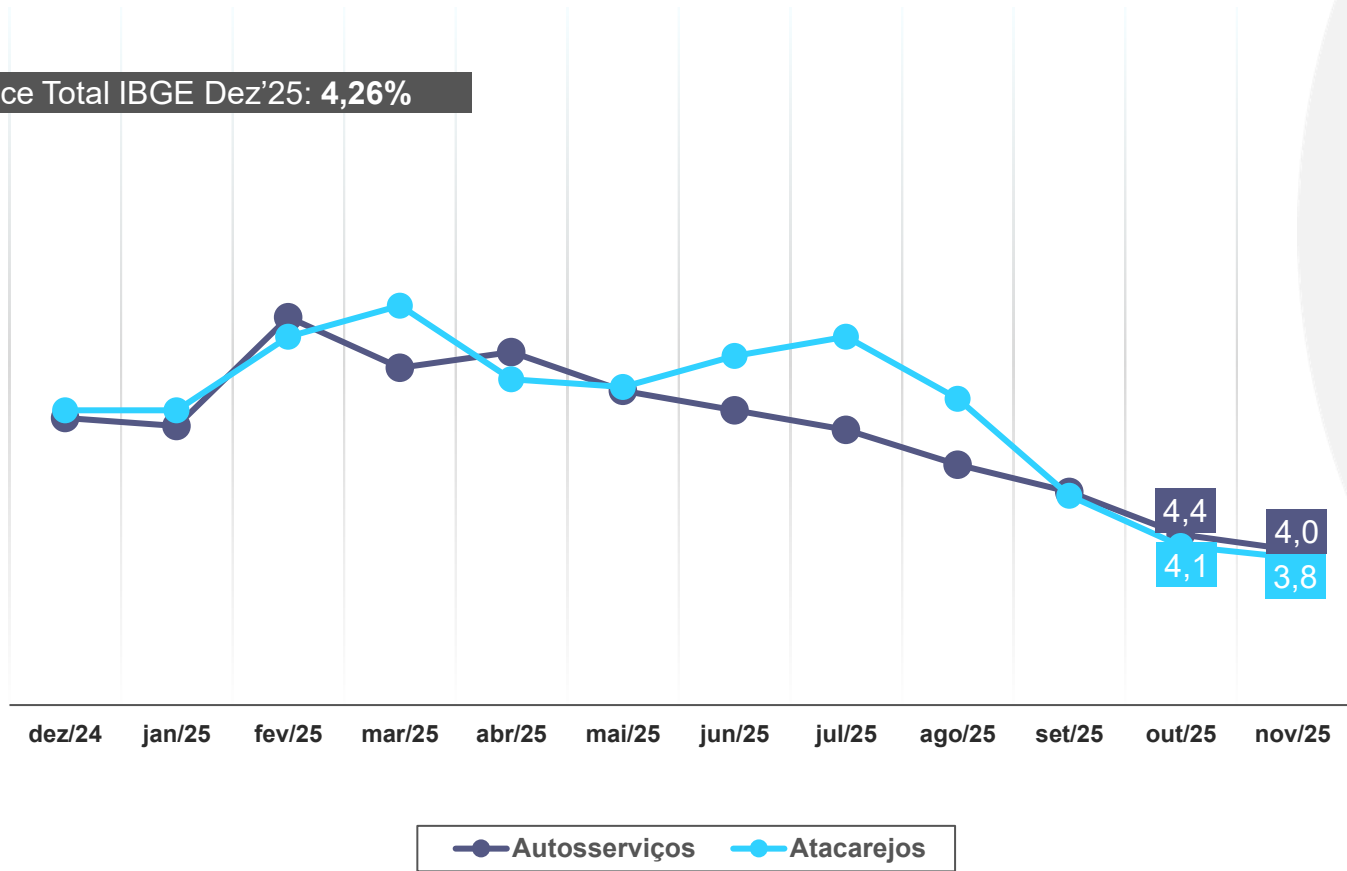


Influência da inflação nos preços ao consumidor

Inflação acumulada de Novembro em AS e C&C apresenta queda em relação ao apresentado em Outubro

Inflação acumulada dos últimos 12 meses por canal no Brasil

Índice Total IBGE Dez'25: 4,26%

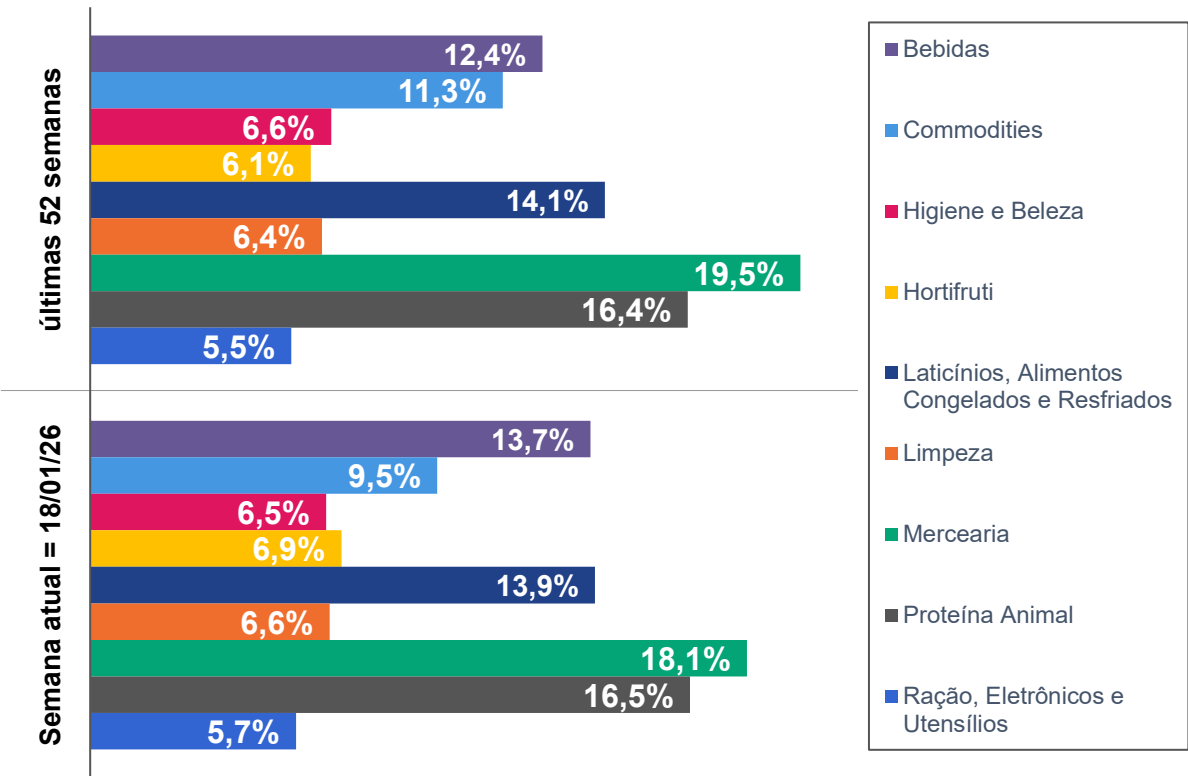


Fonte: NIQ Total Store – Inflação acumulada de 12 meses em cada período. Considera-se apenas itens em comum do período atual versus o mesmo período do ano anterior. Retira-se o efeito “mix” na composição do indicador

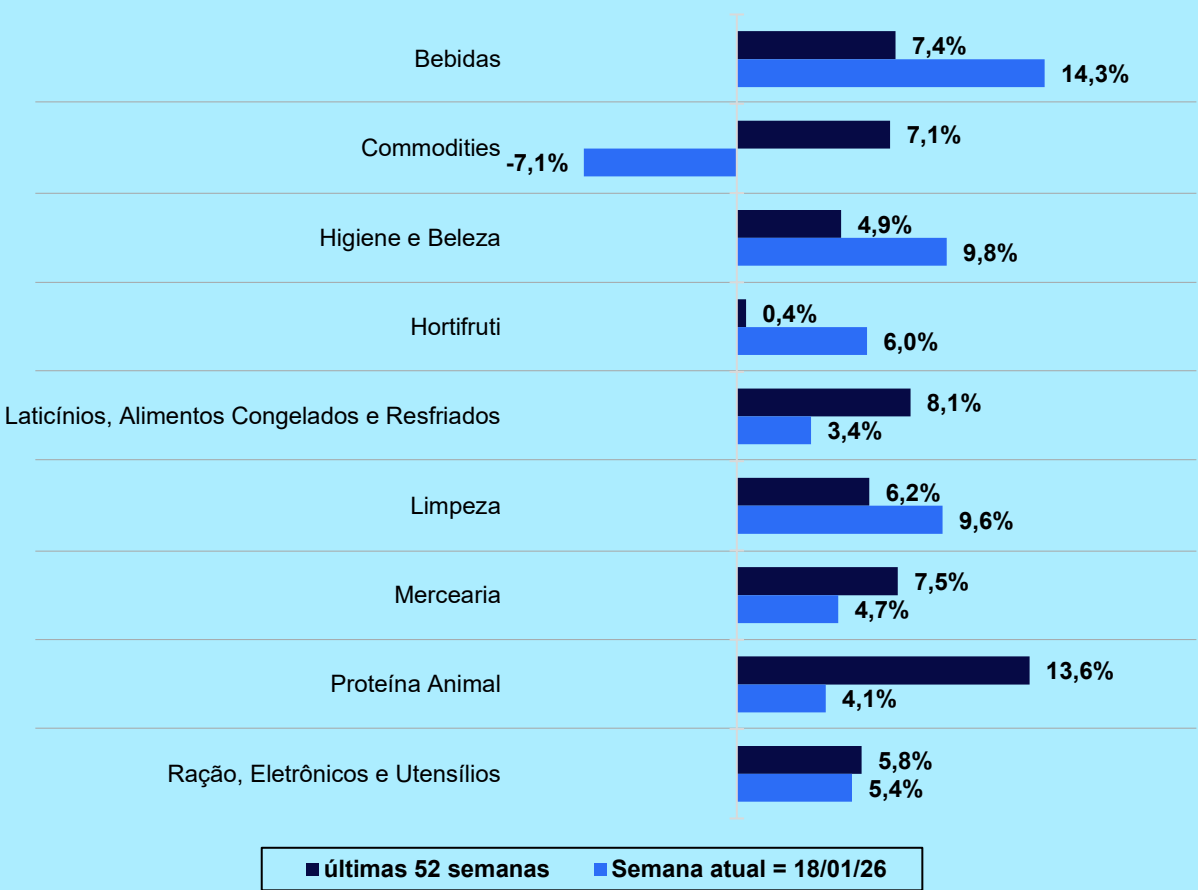
Desempenho das cestas de produtos no Varejo Alimentar

Importância de todas as cestas continua a apresentar resultado positivo nesta semana, com destaque para as cestas de Bebidas, Hortifruti e Limpeza, que superaram a importância para o Varejo das últimas 52 semanas

(%)Importância das cestas nas vendas



(%)Variação de vendas em valor versus ano anterior

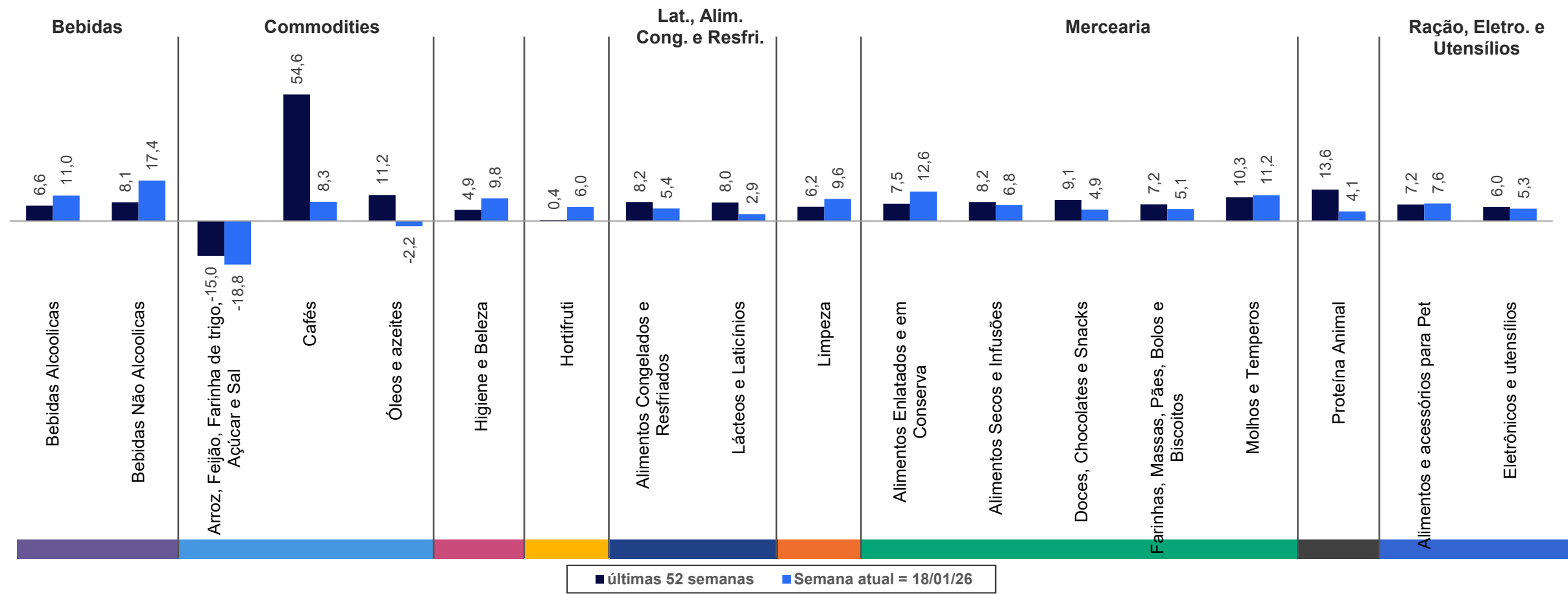


Fonte: NIQ Total Store – Mercado Autosserviços (hiper, Super Grande e Super Pequeno) + Atacarejo Brasil
Variação de vendas em valor da semana atual versus mesma semana do ano anterior e do acumulado do ano atual versus o acumulado anterior

Desempenho das cestas de produtos no Varejo Alimentar

Commodities é a única cesta a apresentar desempenho negativo na semana atual, mas continua a apresentar diminuição na retração semana a semana.

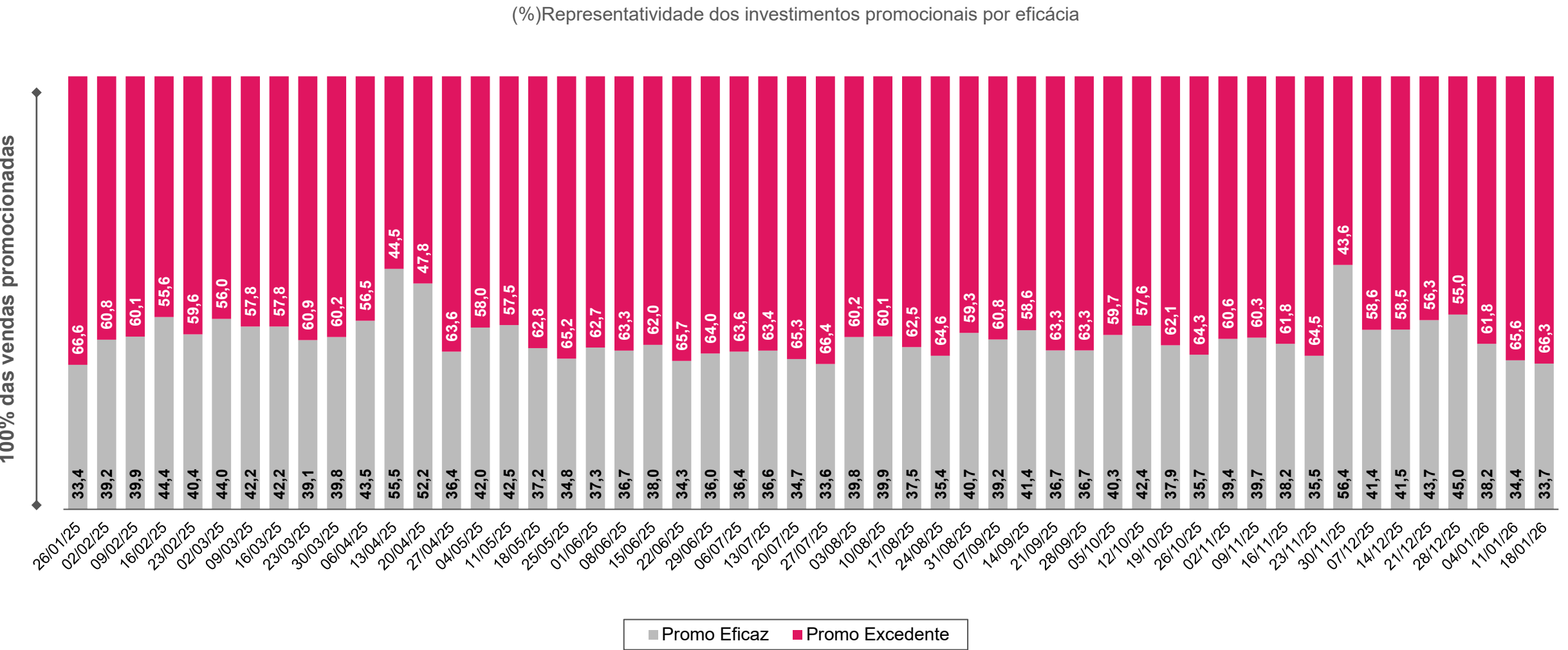
(%)Variação de vendas em valor versus ano anterior



Fonte: NIQ Total Store – Mercado Autosserviços (hiper, Super Grande e Super Pequeno) + Atacarejo Brasil
Últimas 52 semanas móveis como parâmetro para medição do crescimento da semana atual
Varejo Alimentar= Redes de supermercados colaboradoras do painel NIQ com lojas acima de 1.000m² ou redes com ao menos 4 lojas se menor de 1.000m²+ Atacarejos

Oportunidade de otimização das promoções ao consumidor

Efetividade promocional na semana atual teve retração de 0,7pp em relação a semana imediatamente anterior



Fonte: NIQ Total Store – Mercado: Autosserviços (Hiper, Super Grande e Super Pequeno) + Atacarejo Brasil
Cálculo de eficácia promocional. Considera-se a venda promocional (redução de preços) que não trouxeram incremental de vendas



ABRAS

Monitoramento Semanal

Powered by **NIQ**



ABRAS ASSOCIAÇÃO
BRASILEIRA DE
SUPERMERCADOS

NIQ