



ABRAS

Monitoramento Semanal

Powered by **NIQ**



Publicação | Semana 10
03/03/2025 a 09/03/2025

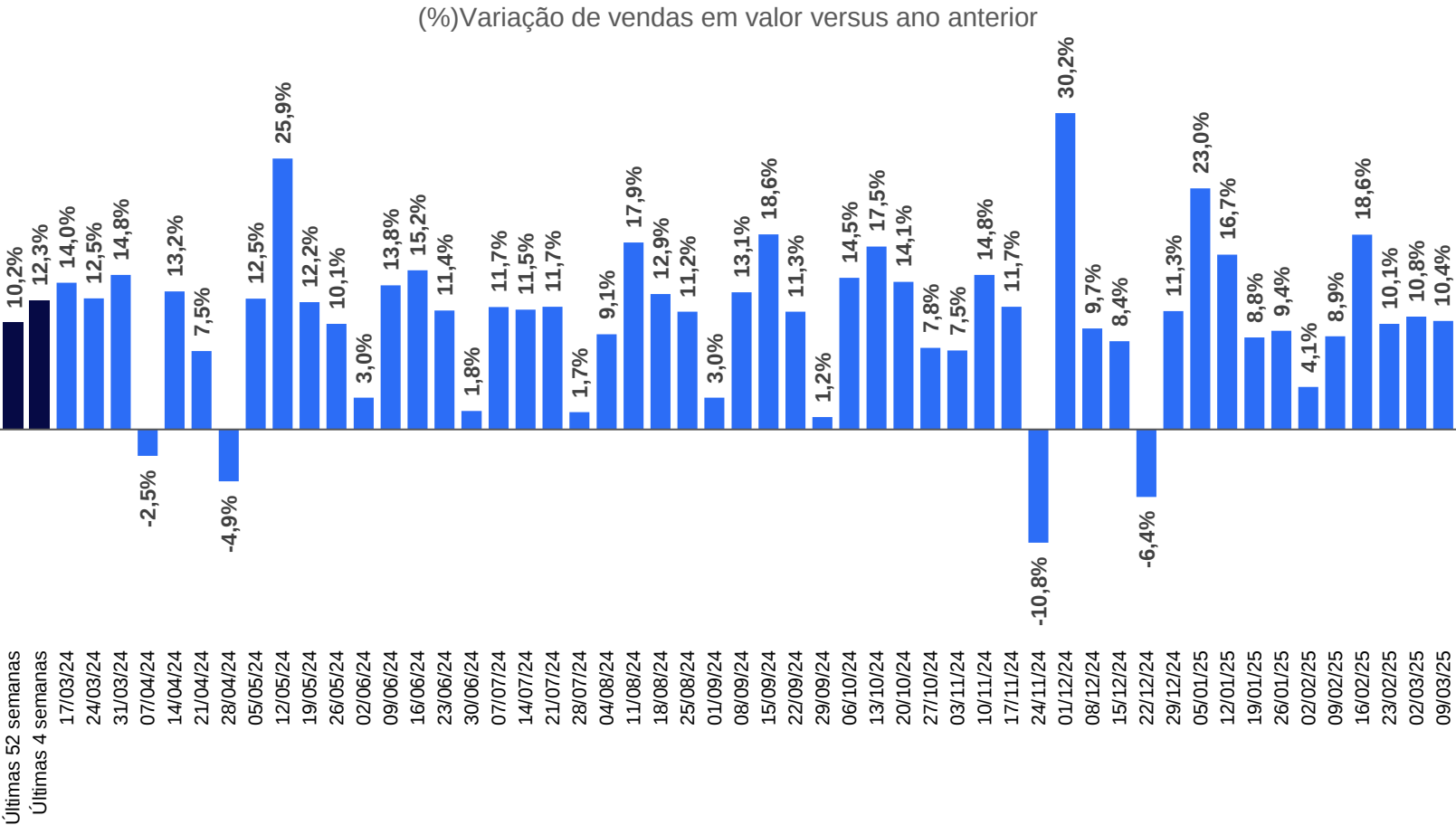
 **ABRAS** ASSOCIAÇÃO
BRASILEIRA DE
SUPERMERCADOS

NIQ



Evolução do consumo no varejo alimentar

Semana do carnaval cresce em linha com as últimas 52 semanas e segue pela terceira semana consecutiva com patamar de 10%



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

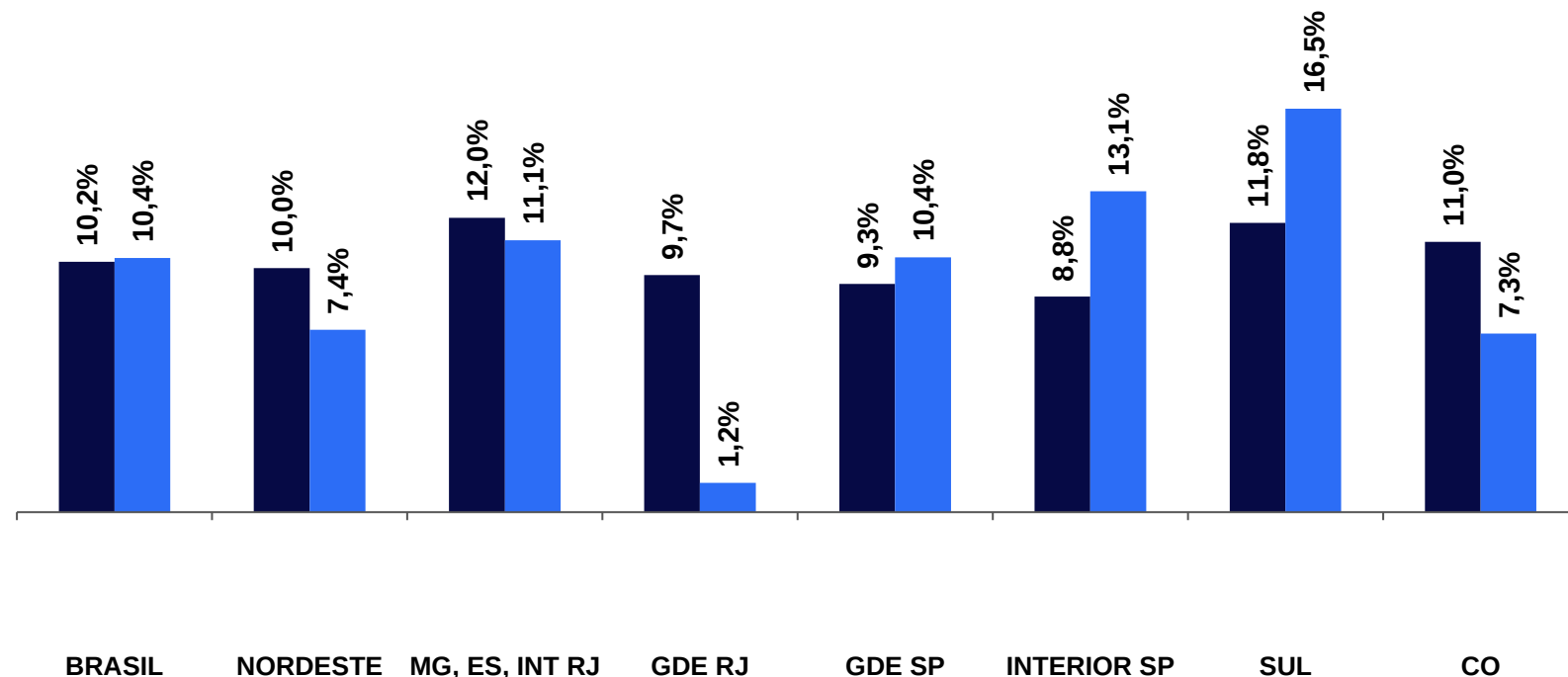


Desempenho do varejo alimentar nas regiões do Brasil

Região Sul é maior destaque de crescimento nesta semana, seguido de Interior de SP e MG+ES+IntRJ

■ últimas 52 semanas
■ Semana atual = 09/03/25

(%)Variação de vendas em valor versus ano anterior



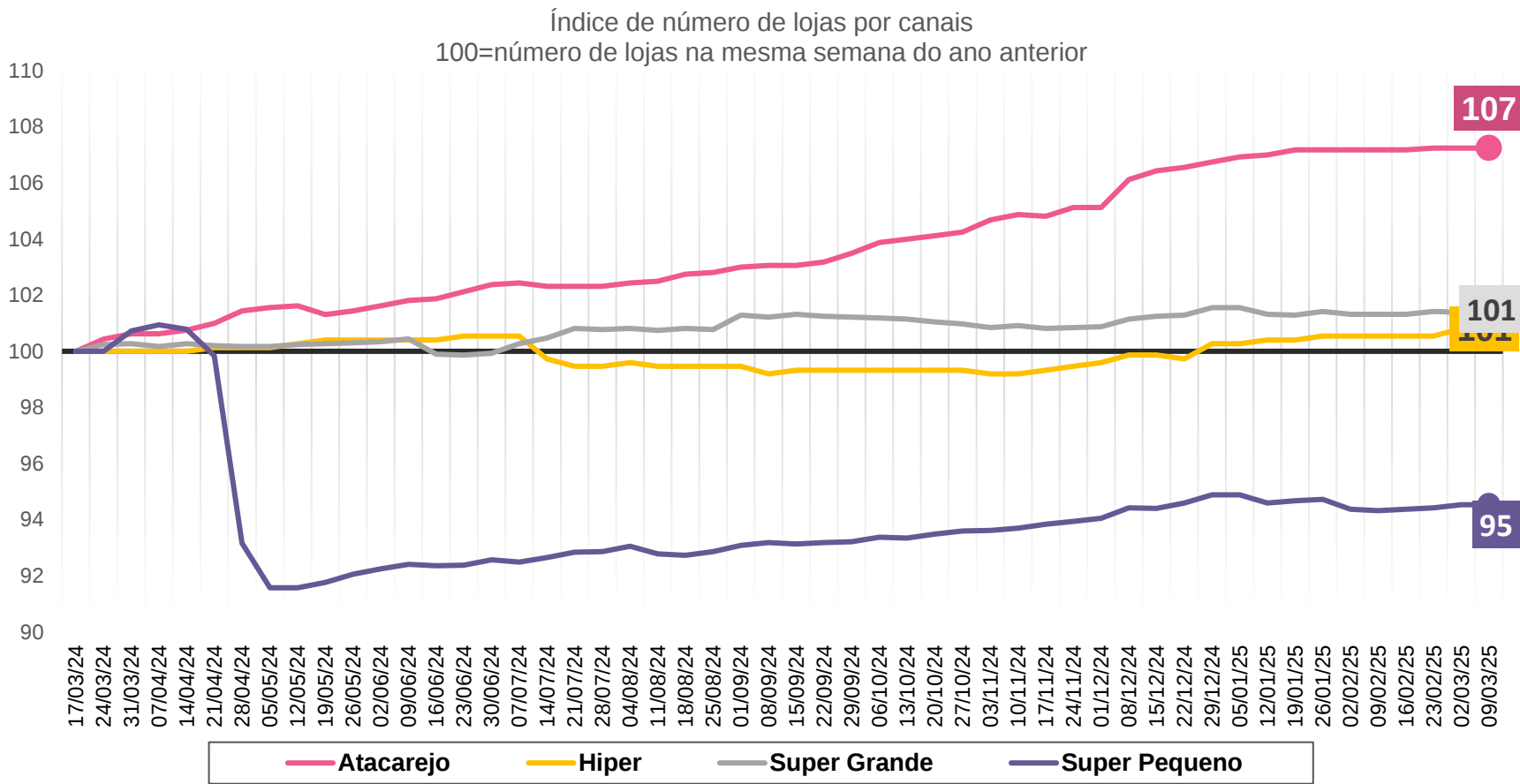
Fonte: NIQ Total Store – Mercado Autosserviços (hiper, Super Grande e Super Pequeno) + Atacarejo Brasil

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

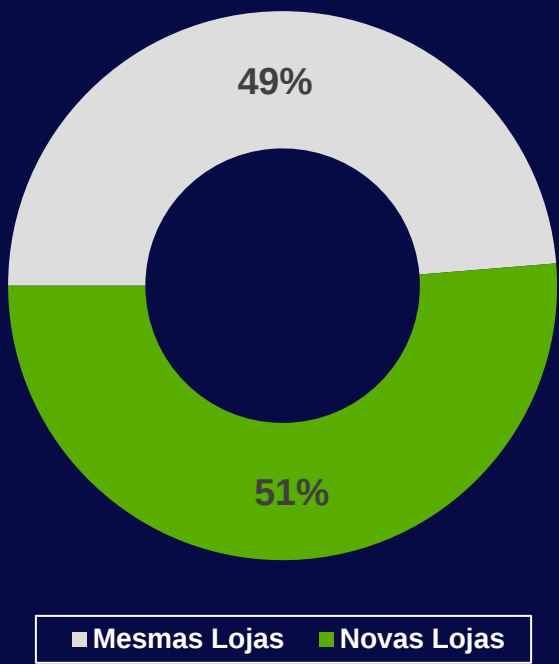
Varejo Alimentar= Redes de supermercados colaboradoras do painel NIQ com lojas acima de 1.000m² ou redes com ao menos 4 lojas se menor de 1.000m²+ Atacarejos

Evolução de lojas por tipos de canais do varejo alimentar

Chega a 51% a representatividade de novas lojas para o crescimento do Varejo Alimentar



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



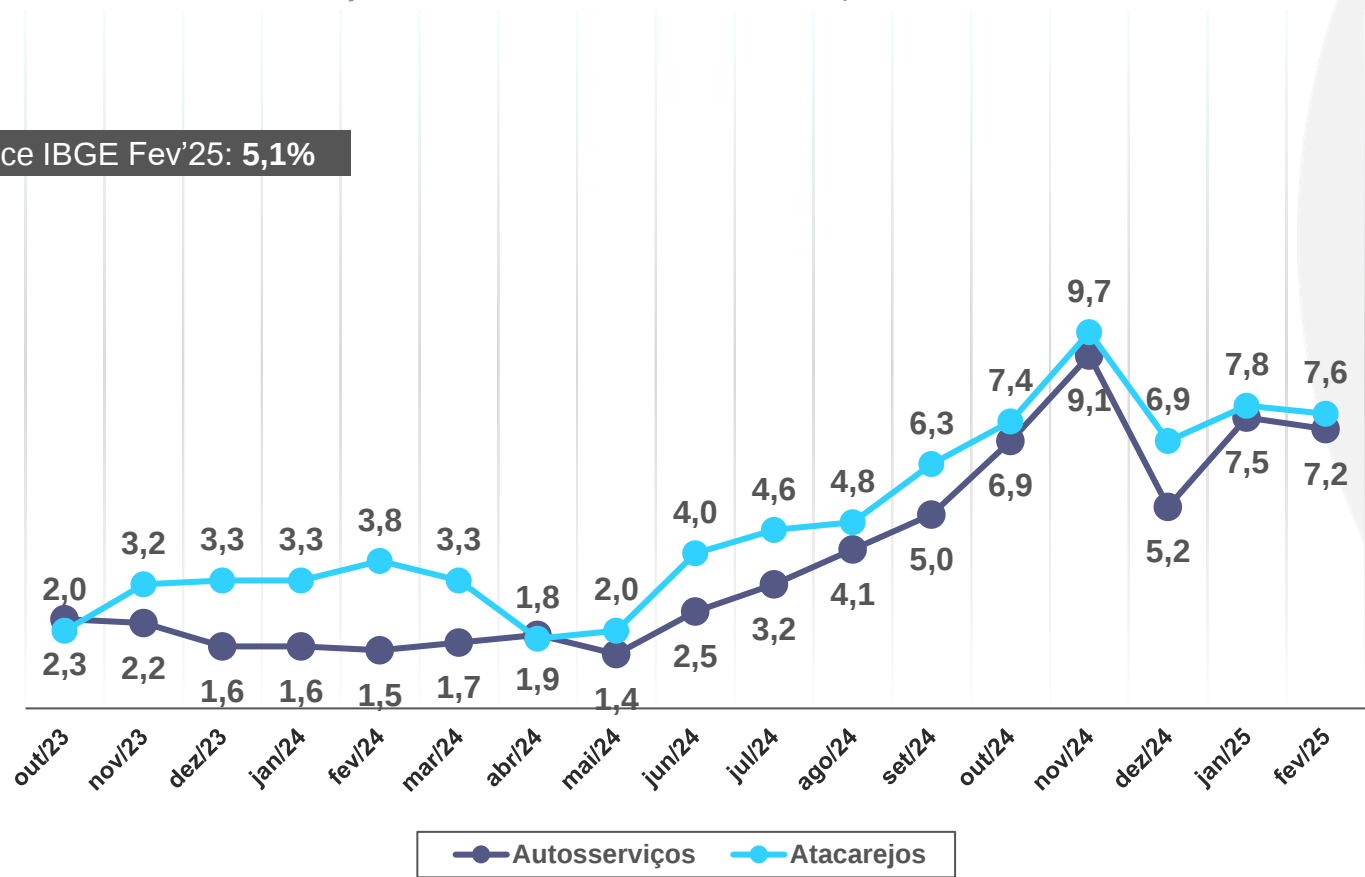
Fonte: NIQ Total Store – índice do número de lojas: é calculado sobre o número de lojas existentes de cada canal na mesma semana do ano anterior. Acima de 100 cresce a quantidade de lojas, abaixo de 100 há fechamento de lojas
Divisão dos formatos de lojas de acordo com a metragem da área de venda. Super 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

Influência da inflação nos preços ao consumidor

Após queda em dezembro de 2024, inflação acumulada do Varejo Alimentar volta a subir e fica acima do índice oficial

Inflação acumulada dos últimos 12 meses por canal no Brasil

Índice IBGE Fev'25: 5,1%

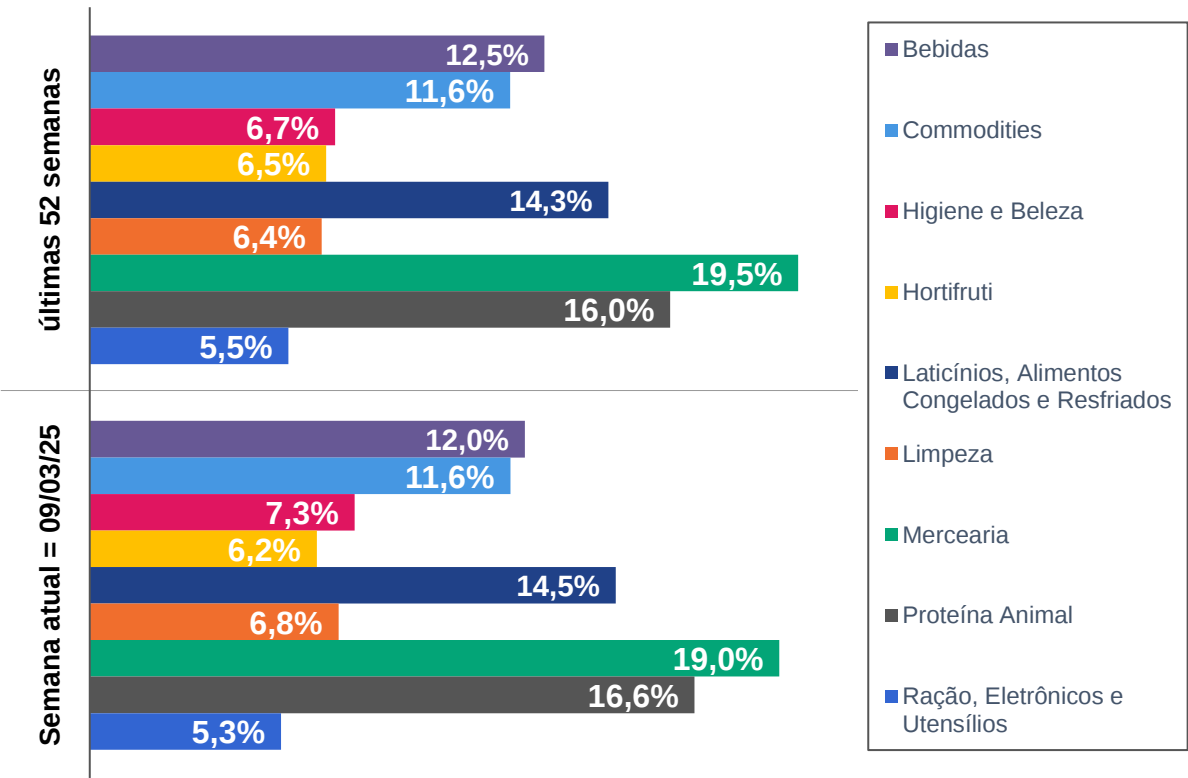


Fonte: NIQ Total Store – Inflação acumulada de 12 meses em cada período. Considera-se apenas itens em comum do período atual versus o mesmo período do ano anterior. Retira-se o efeito “mix” na composição do indicador

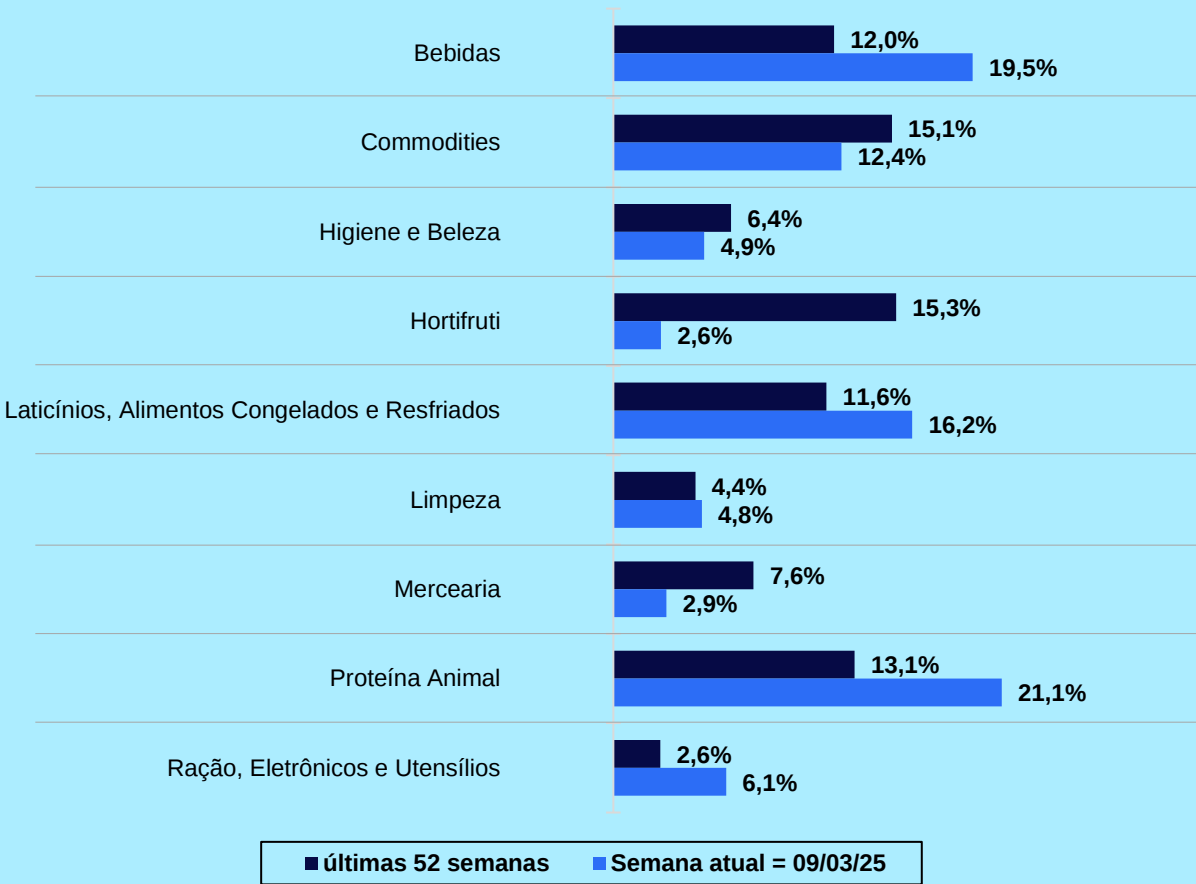
Desempenho das cestas de produtos no Varejo Alimentar

Todas as cestas contribuem positivamente com a performance, com destaque para Bebidas e Proteína Animal

(%)Importância das cestas nas vendas



(%)Variação de vendas em valor versus ano anterior

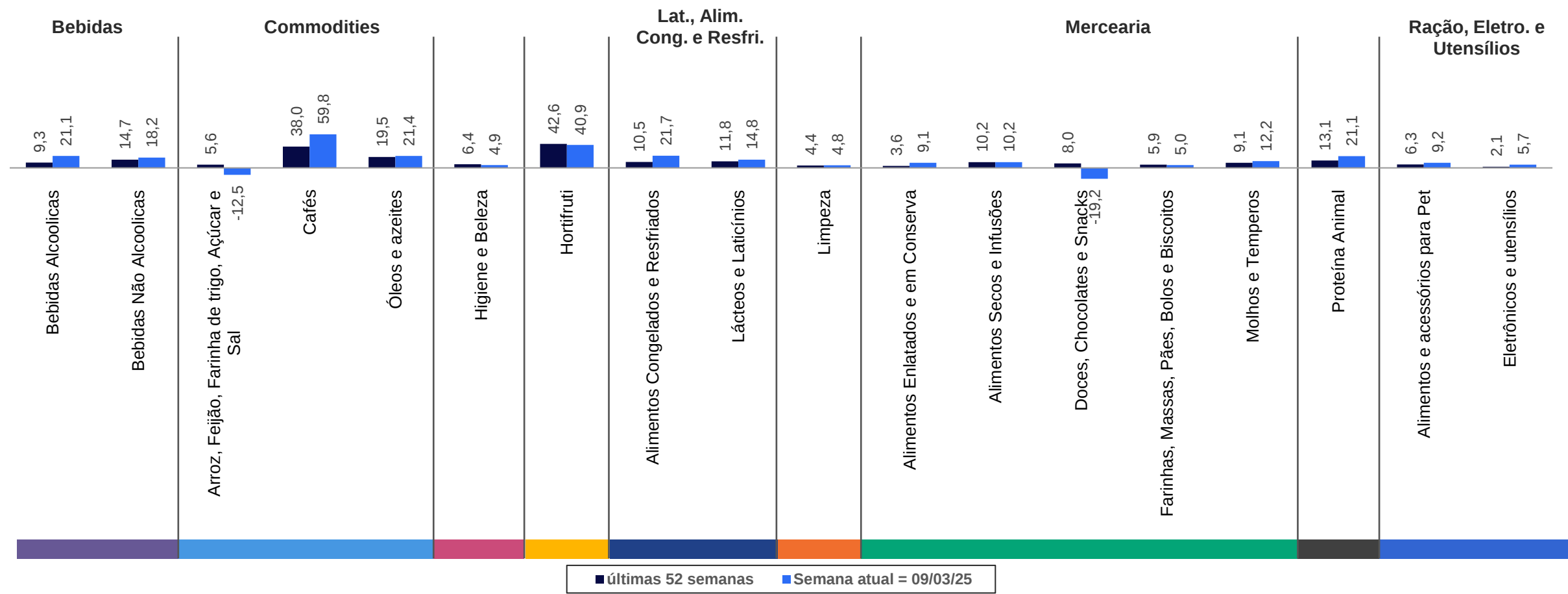


Fonte: NIQ Total Store – Mercado Autosserviços (hiper, Super Grande e Super Pequeno) + Atacarejo Brasil
Variação de vendas em valor da semana atual versus mesma semana do ano anterior e do acumulado do ano atual versus o acumulado anterior

Desempenho das cestas de produtos no Varejo Alimentar

Cafes, Hortifruti e Óleos e Azeites são categorias com maior crescimento nesta semana

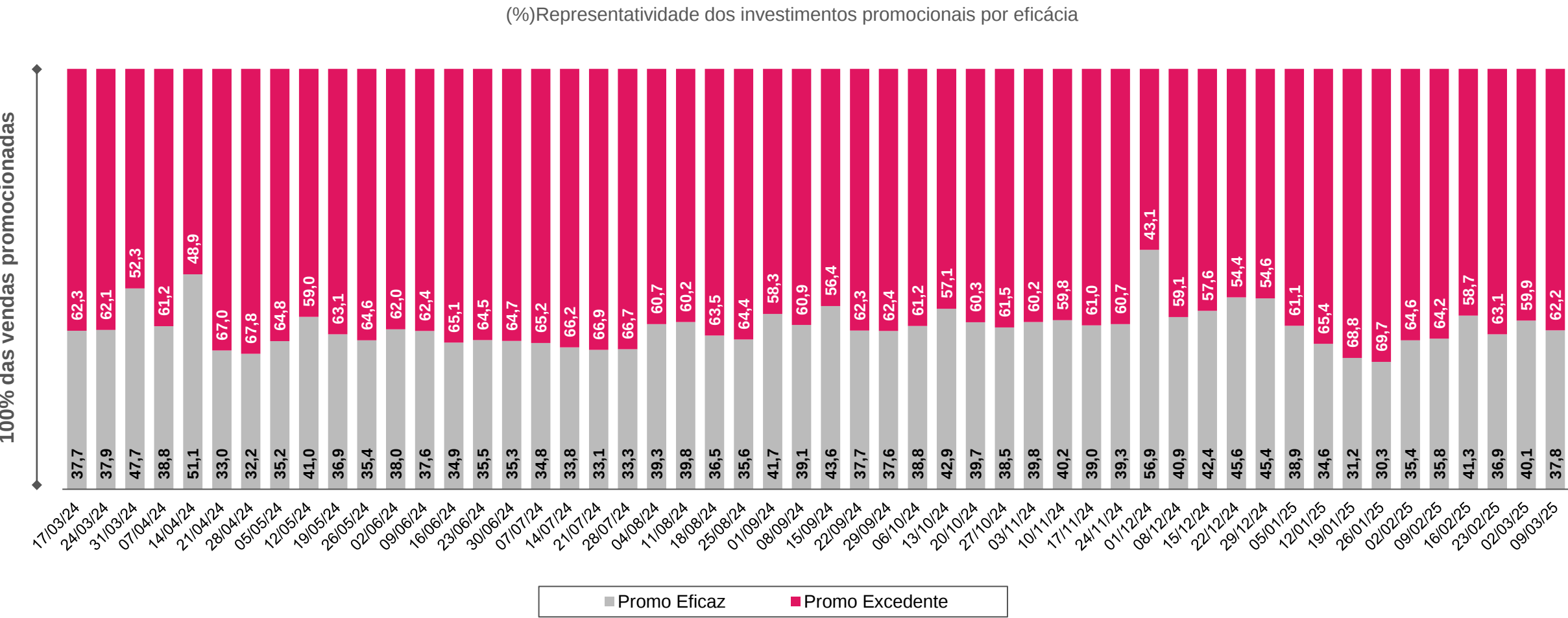
(%)Variação de vendas em valor versus ano anterior



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

Cai quase 3pp a eficiência promocional na semana do carnaval, tendo 62% de promoção excedente



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

Cestas Sazonais

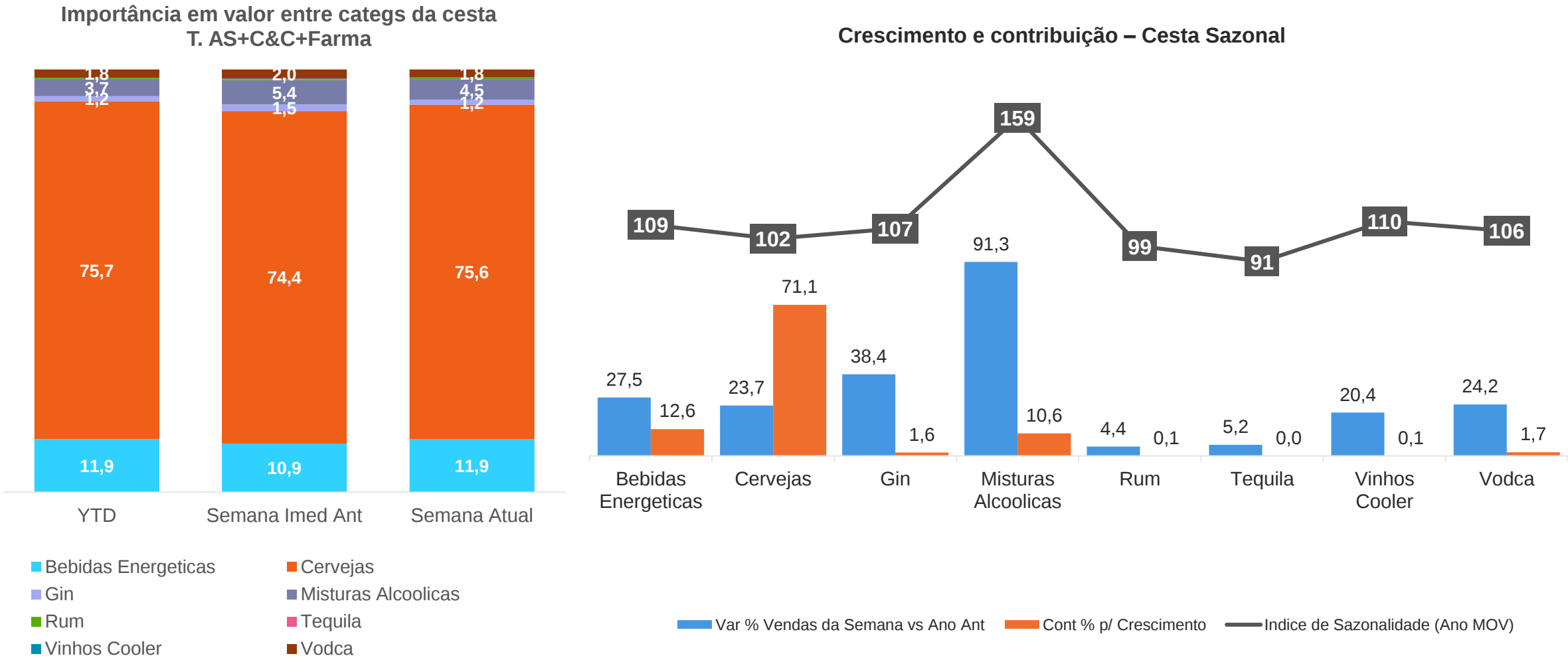
Carnaval e Verão



NIQ

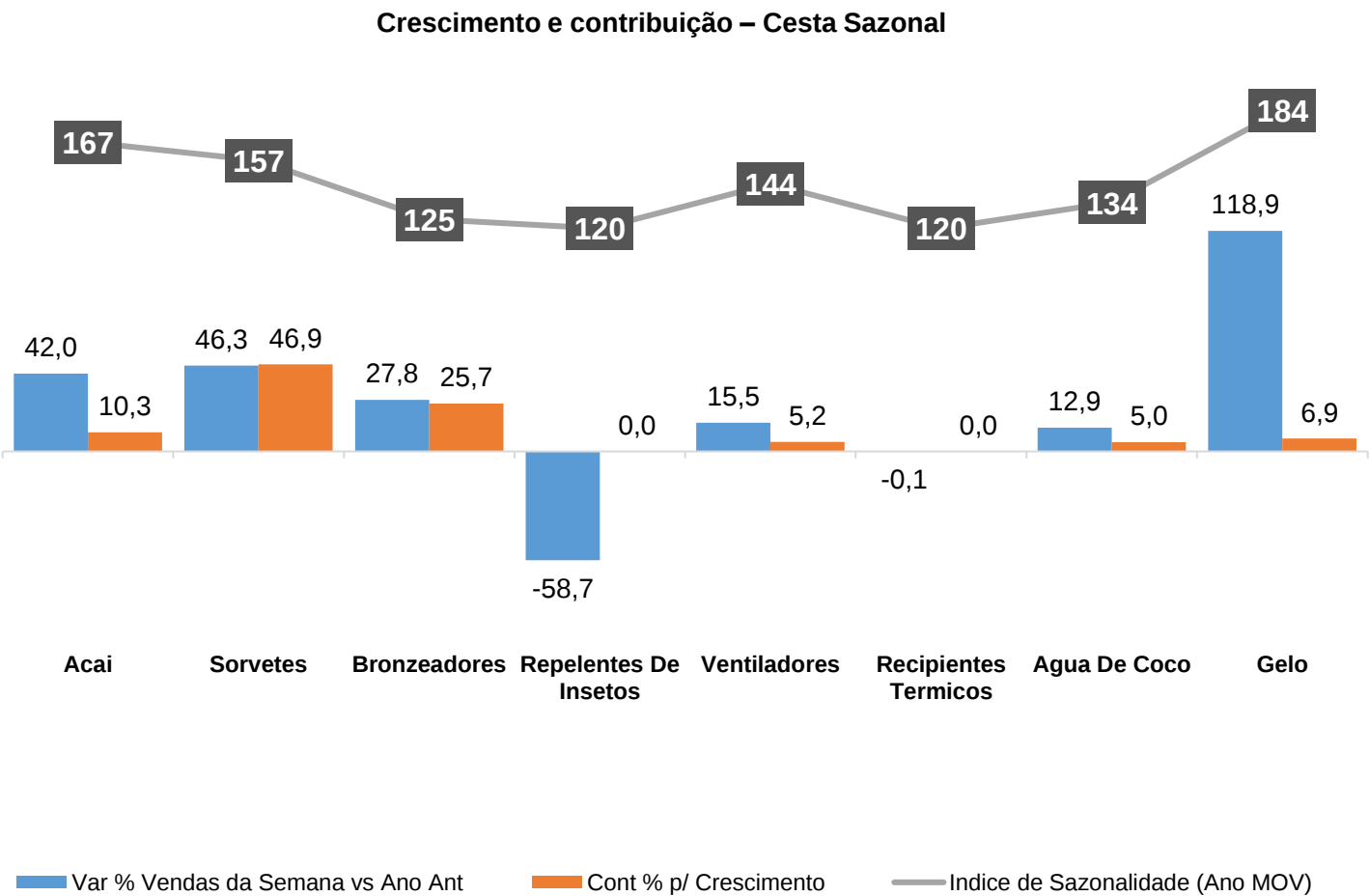
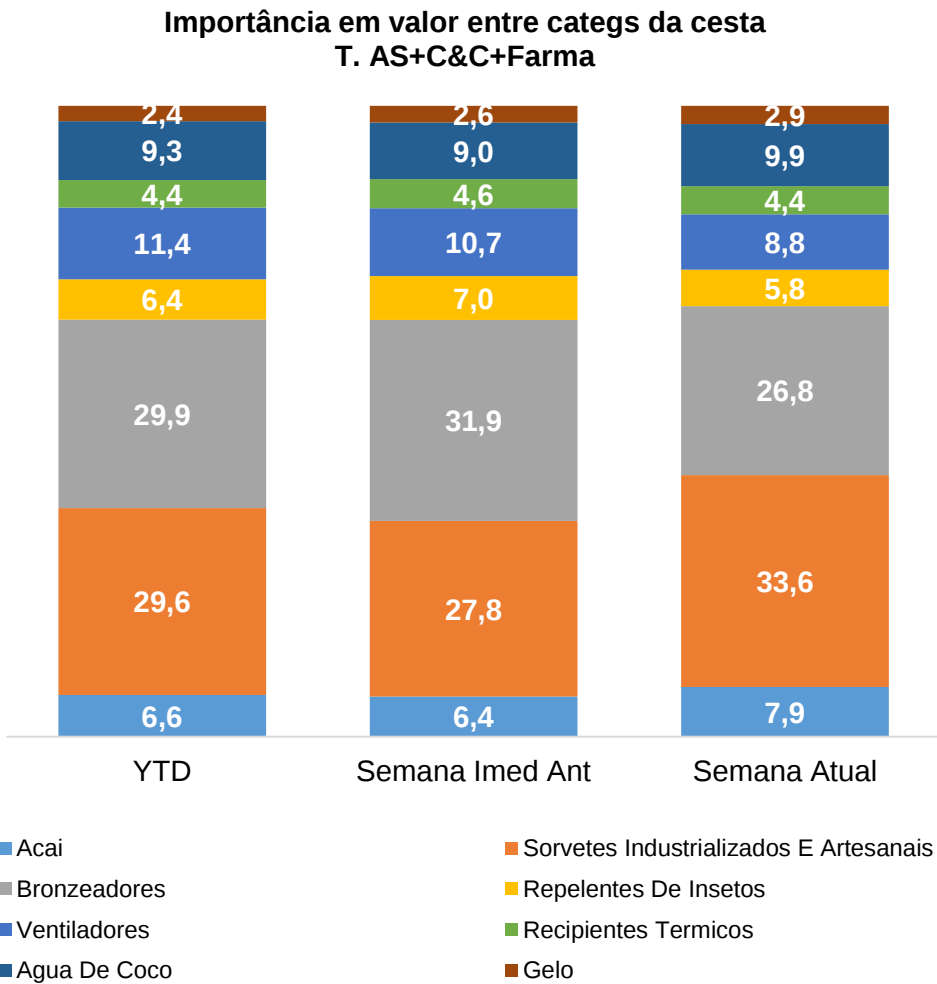
Misturas Alcoólicas novamente é destaque no Carnaval, sendo a categoria mais aquecida

Performance das Categorias – *Cesta Carnaval* - Semana atual vs mesma semana do ano anterior



Enquanto Sorvetes foi o maior destaque da semana na cesta Verão

Performance das Categorias – *Cesta Verão* - Semana atual vs mesma semana do ano anterior





ABRAS

Monitoramento Semanal

Powered by **NIQ**



ABRAS ASSOCIAÇÃO
BRASILEIRA DE
SUPERMERCADOS

NIQ