



# ABRAS

## Monitoramento Semanal

Powered by **NIQ**



Publicação | Semana 13  
23/03/2026 a 29/03/2026

 **ABRAS** ASSOCIAÇÃO  
BRASILEIRA DE  
SUPERMERCADOS

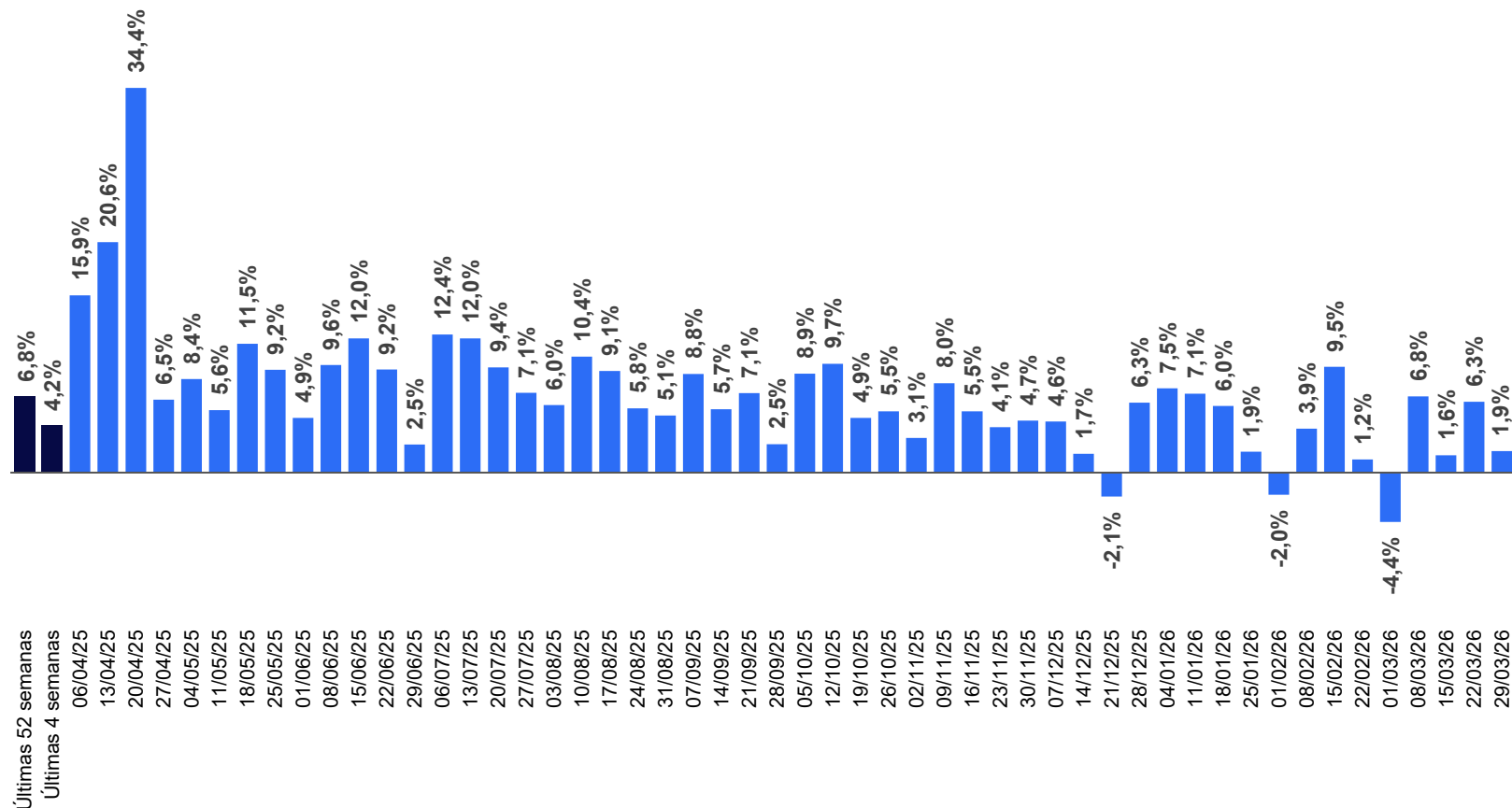
**NIQ**



# Evolução do consumo no varejo alimentar

A evolução do consumo na semana atual foi 2,3pp abaixo do resultado apresentado nas últimas 4 semanas

(%)Variação de vendas em valor versus ano anterior



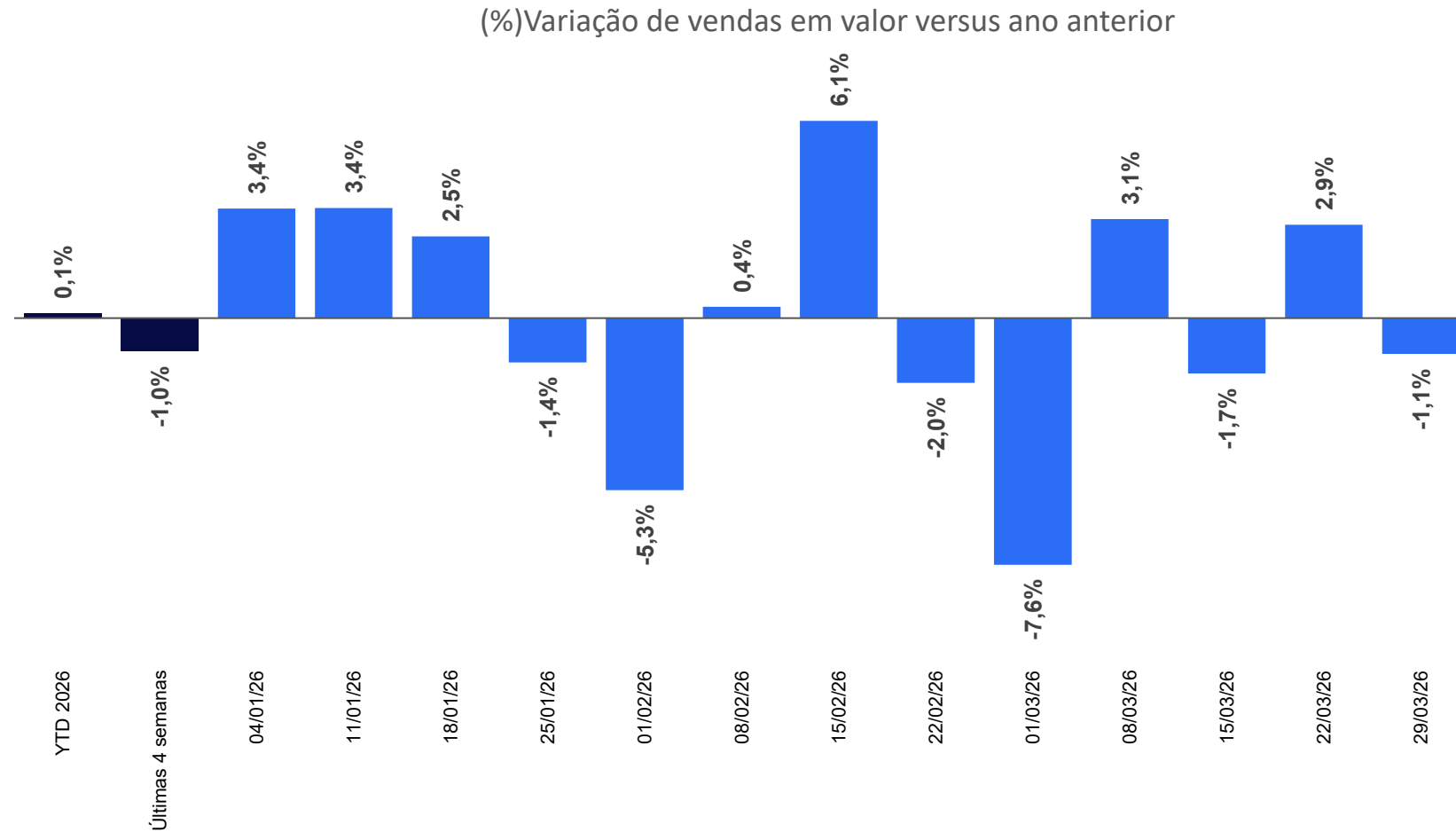
Fonte: NIQ Total Store – Mercado Autosserviços (hiper, Super Grande e Super Pequeno) + Atacarejo Brasil

Varejo Alimentar= Redes de supermercados colaboradoras do painel NIQ com lojas acima de 1.000m<sup>2</sup> ou redes com ao menos 4 lojas se menor de 1.000m<sup>2</sup>+ 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



## Evolução do consumo no varejo alimentar

Evolução do consumo em mesmas lojas apresenta desempenho negativo no período atual em relação ao ano anterior

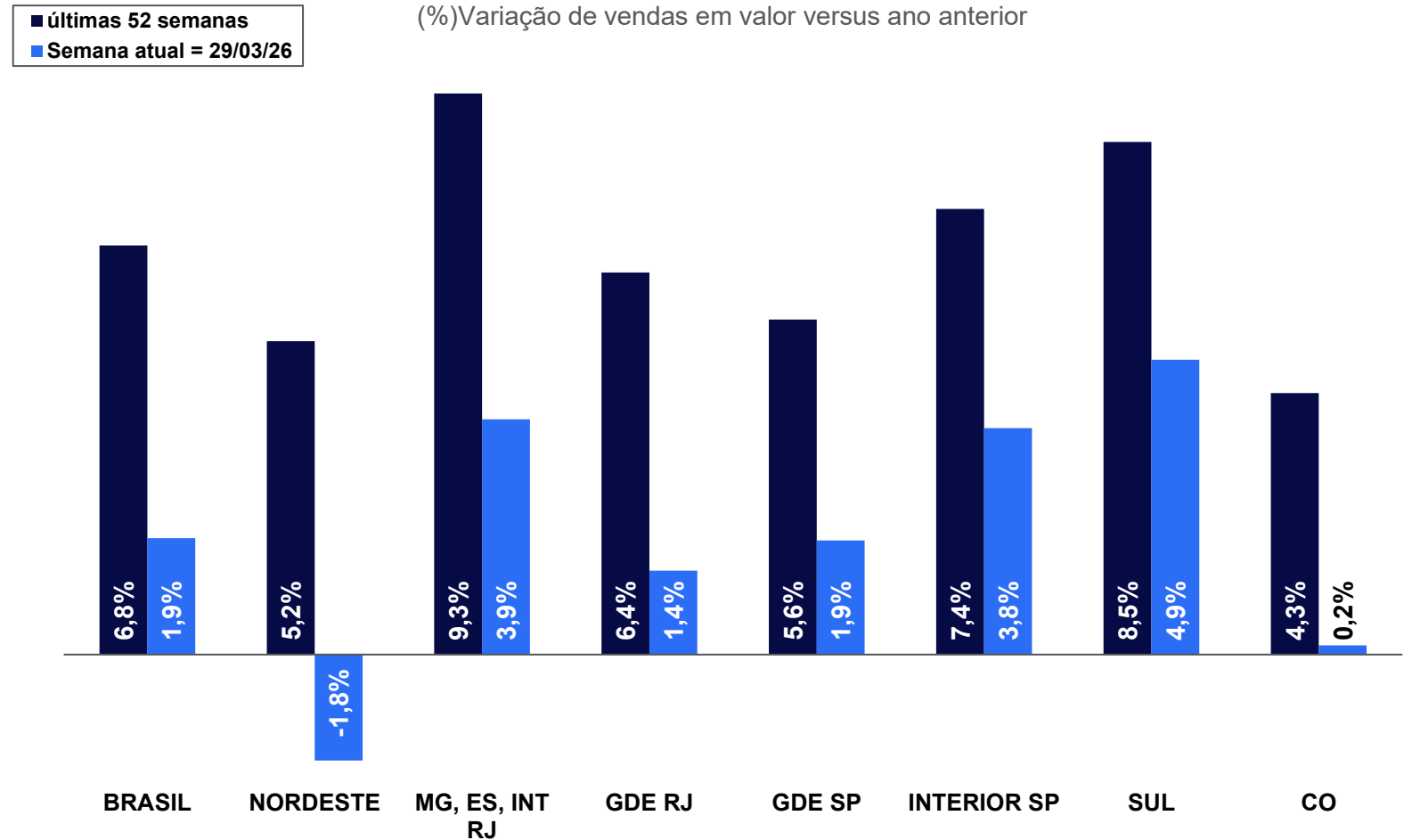


Fonte: NIQ Total Store – Mercado Autosserviços (hiper, Super Grande e Super Pequeno) + Atacarejo Brasil | Mesmas Lojas  
Varejo Alimentar= Redes de supermercados colaboradoras do painel NIQ com lojas acima de 1.000m<sup>2</sup> ou redes com ao menos 4 lojas se menor de 1.000m<sup>2</sup>+ Atacarejos  
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

Nordeste é a única região a ter contribuição negativa no desempenho do varejo alimentar no período atual



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

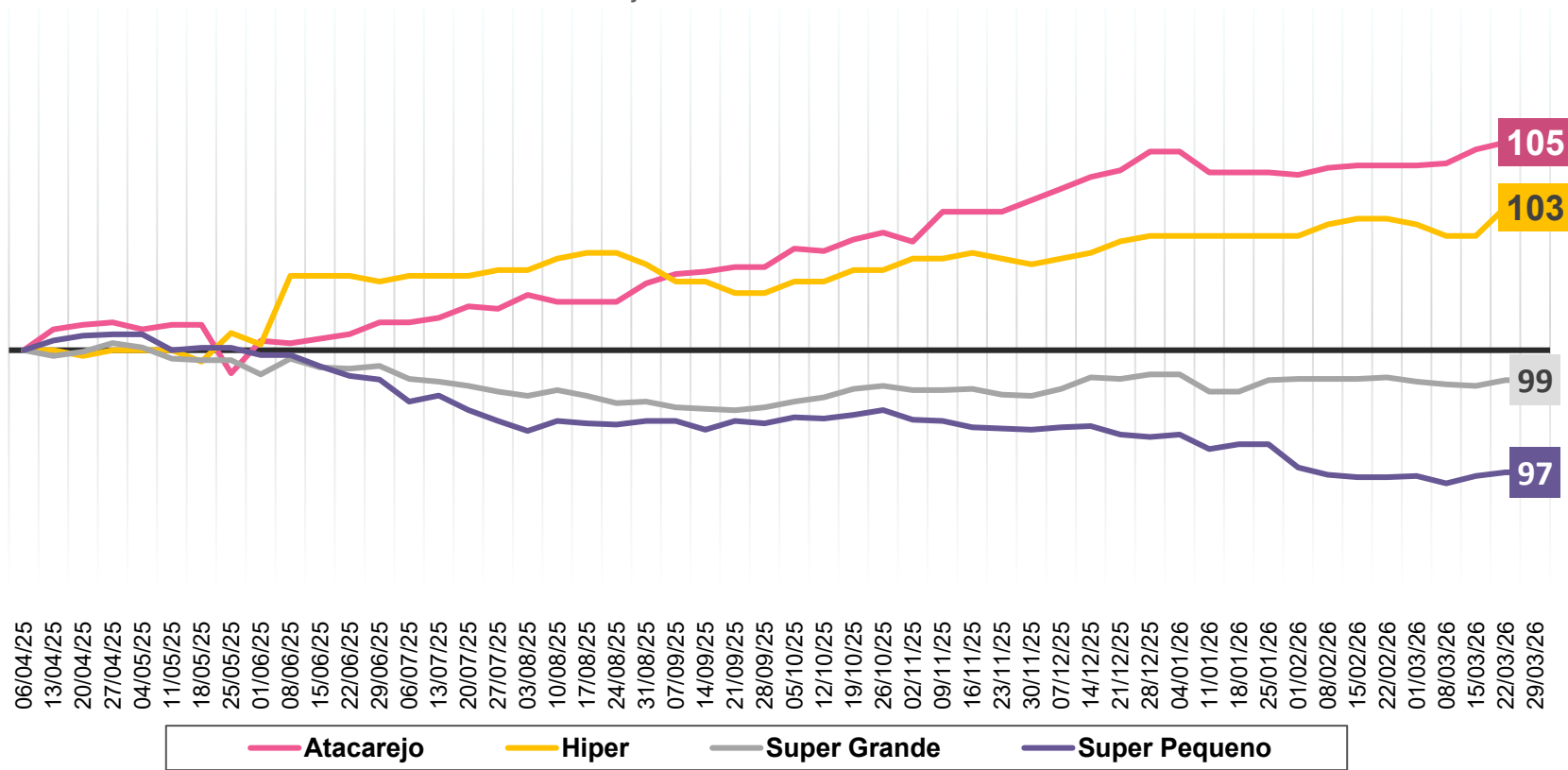
Últimas 52 semanas móveis como parâmetro para medição do crescimento da semana atual

Varejo Alimentar= Redes de supermercados colaboradoras do painel NIQ com lojas acima de 1.000m<sup>2</sup> ou redes com ao menos 4 lojas se menor de 1.000m<sup>2</sup>+ Atacarejos

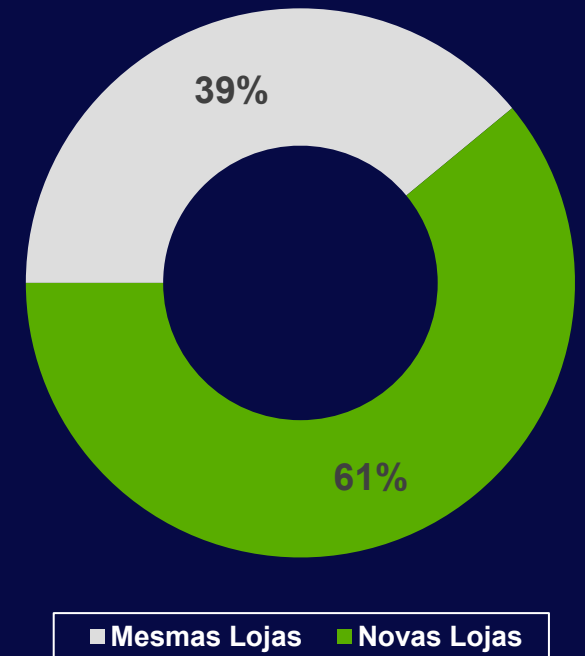
# Evolução de lojas por tipos de canais do varejo alimentar

Representatividade de Novas Lojas teve evolução de 2pp em relação à semana imediatamente anterior

Índice de número de lojas por canais  
100=número de lojas na mesma semana do ano anterior



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



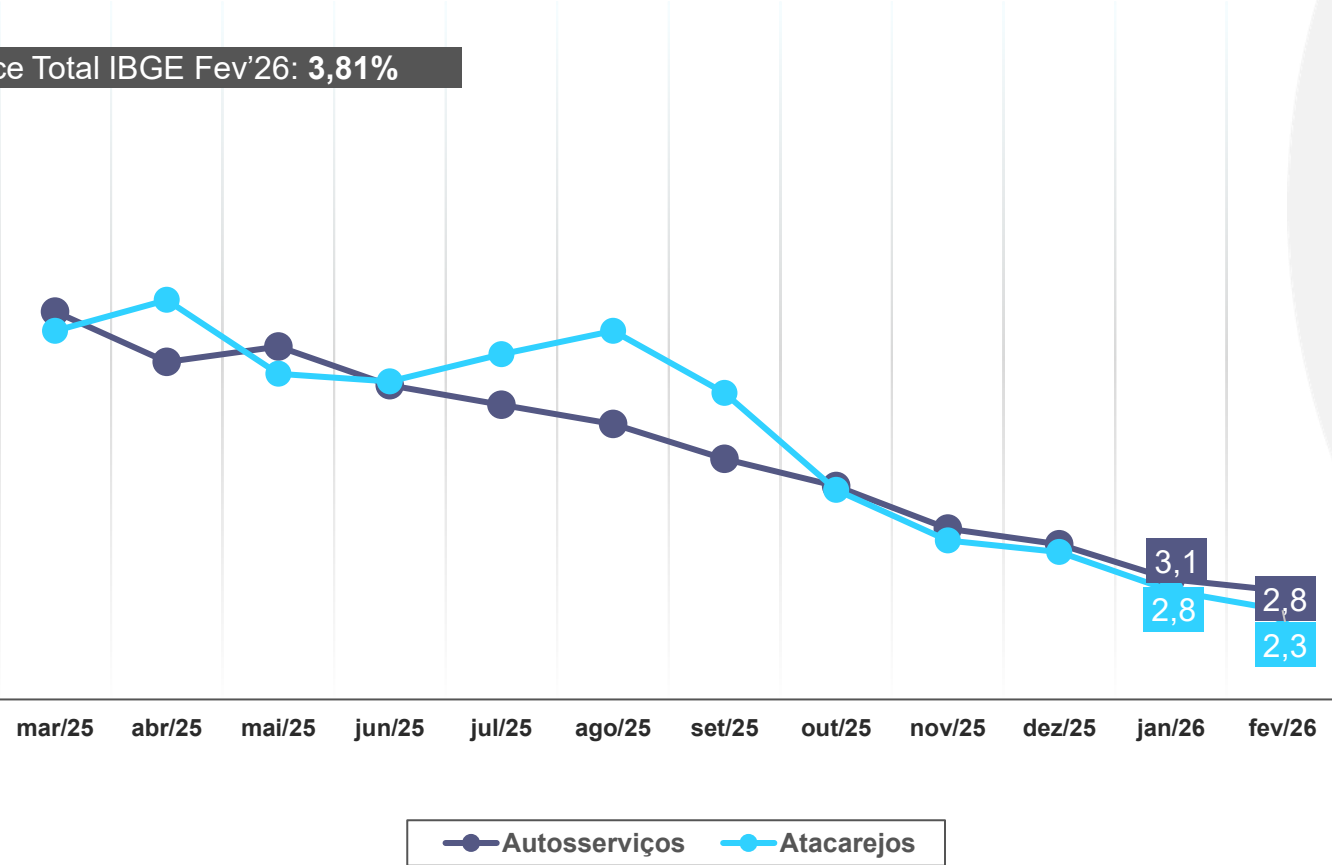
Fonte: NIQ Total Store – índice do número de lojas: é calculado sobre o número de lojas existentes de cada canal na mesma semana do ano anterior. Acima de 100 cresce a quantidade de lojas, abaixo de 100 há fechamento de lojas  
Divisão dos formatos de lojas de acordo com a metragem da área de venda.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

Inflação acumulada continua a apresentar queda em Fevereiro de 2026. IPCA também apresentou queda no período atual.

Inflação acumulada dos últimos 12 meses por canal no Brasil

Índice Total IBGE Fev'26: 3,81%

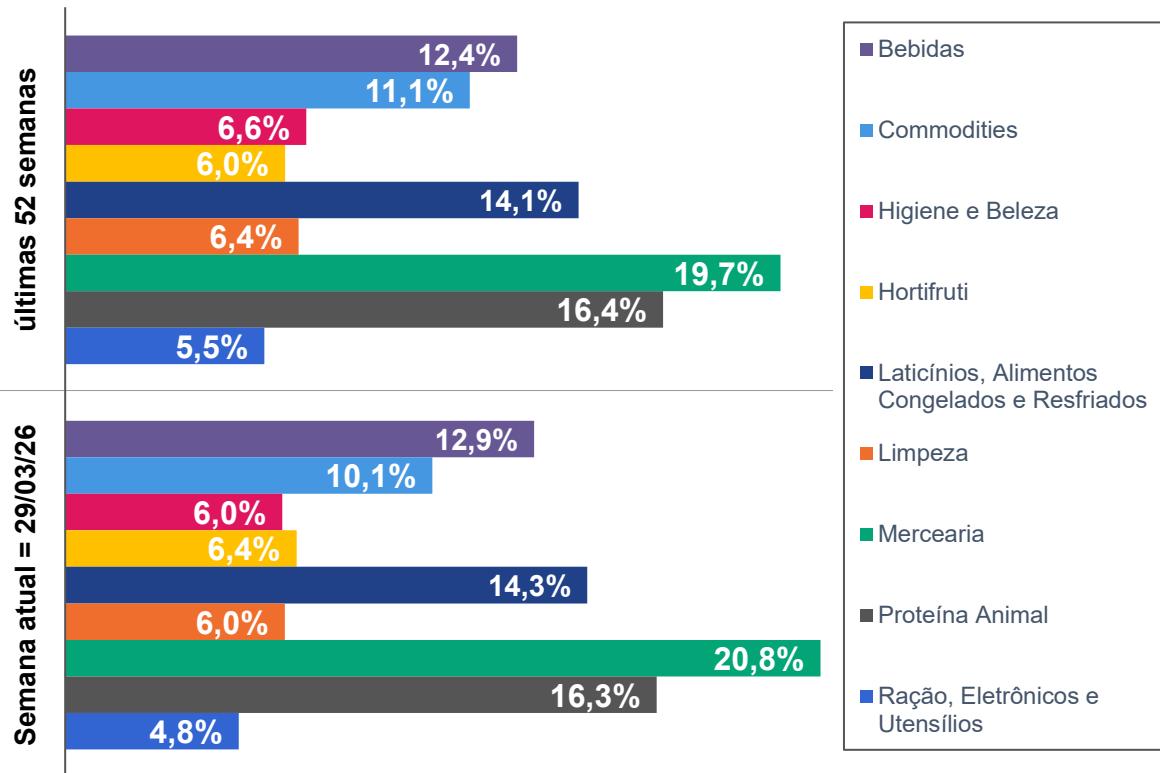


Fonte: NIQ Total Store – Inflação acumulada de 12 meses em cada período. Considera-se apenas itens em comum do período atual versus o mesmo período do ano anterior. Retira-se o efeito “mix” na composição do indicador

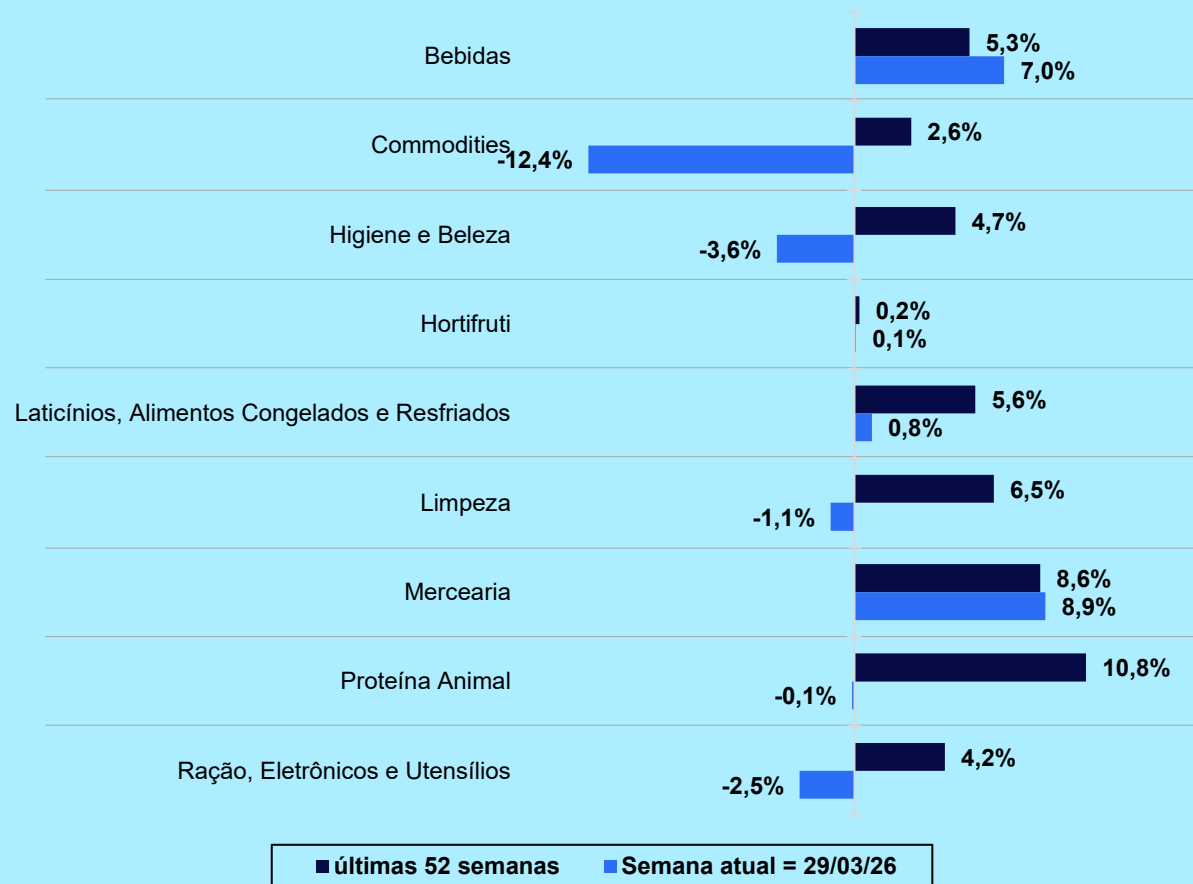
# Desempenho das cestas de produtos no Varejo Alimentar

Importância das cestas de Bebidas, Hortifruti, Laticínios e Mercearia na semana atual tem importância acima do observado nas últimas 52 semanas

(%) Importância das cestas nas vendas



(%) Variação de vendas em valor versus ano anterior

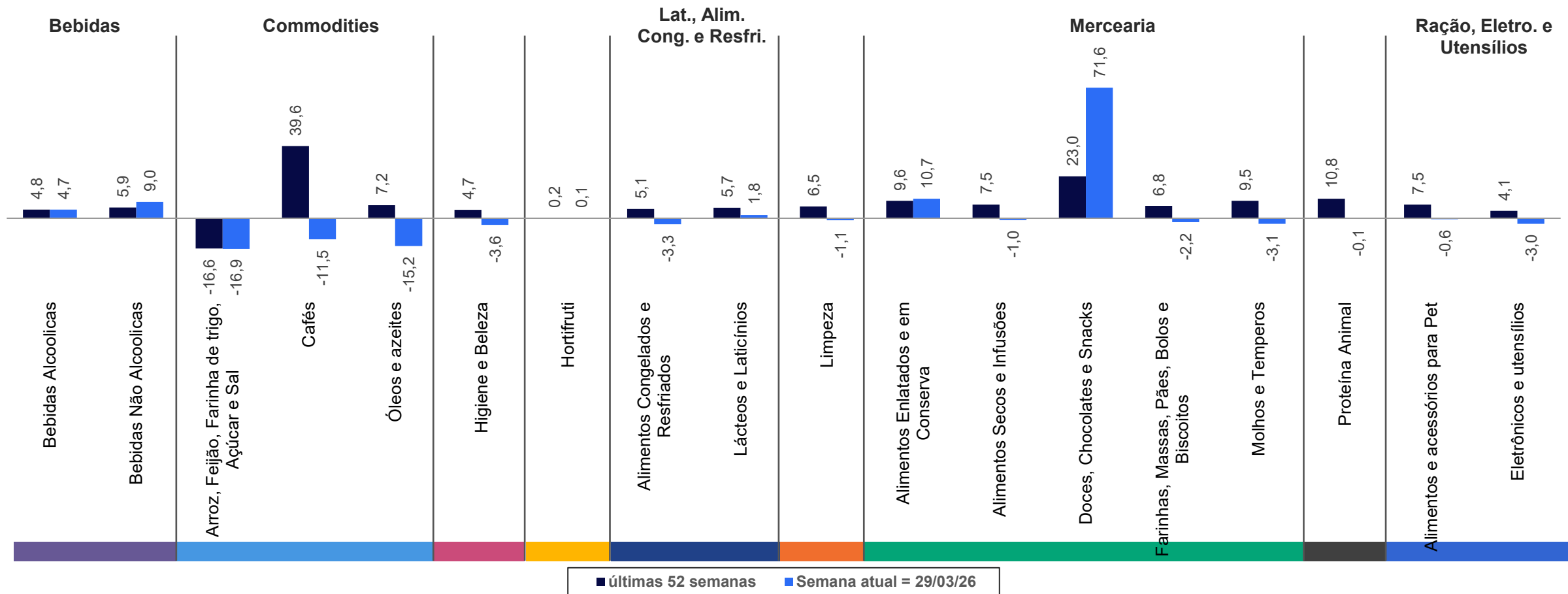


Fonte: NIQ Total Store – Mercado Autosserviços (hiper, Super Grande e Super Pequeno) + Atacarejo Brasil  
 Variação de vendas em valor da semana atual versus mesma semana do ano anterior e do acumulado do ano atual versus o acumulado anterior

# Desempenho das cestas de produtos no Varejo Alimentar

Bebidas e Hortifruti são as únicas cestas na semana atual a não apresentar contribuição negativa no varejo alimentar

(%)Variação de vendas em valor versus ano anterior



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

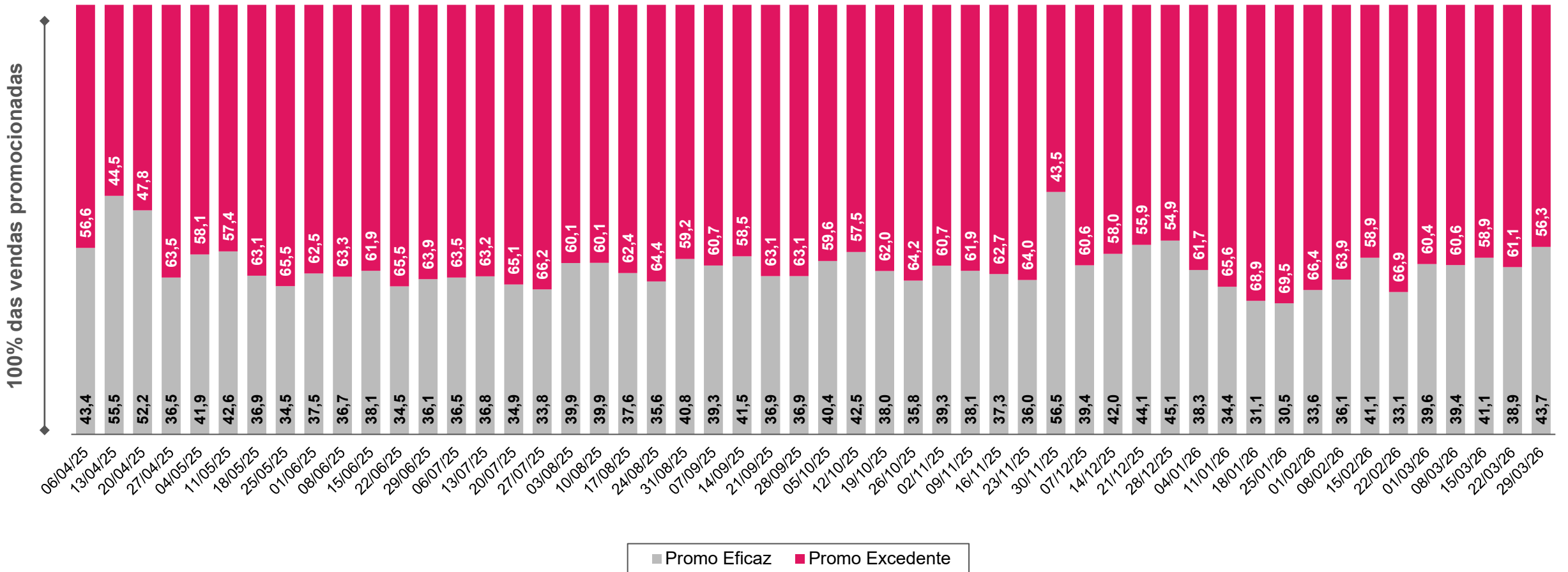
Últimas 52 semanas móveis como parâmetro para medição do crescimento da semana atual

Varejo Alimentar= Redes de supermercados colaboradoras do painel NIQ com lojas acima de 1.000m<sup>2</sup> ou redes com ao menos 4 lojas se menor de 1.000m<sup>2</sup>+ Atacarejos

# Oportunidade de otimização das promoções ao consumidor

Efetividade promocional da semana atual foi 4,8pp acima da semana imediatamente anterior

(%)Representatividade dos investimentos promocionais por eficácia



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**