



ABRAS

Monitoramento Semanal

Powered by **NIQ**



Publicação | Semana 27
29/06/2026 a 05/07/2026

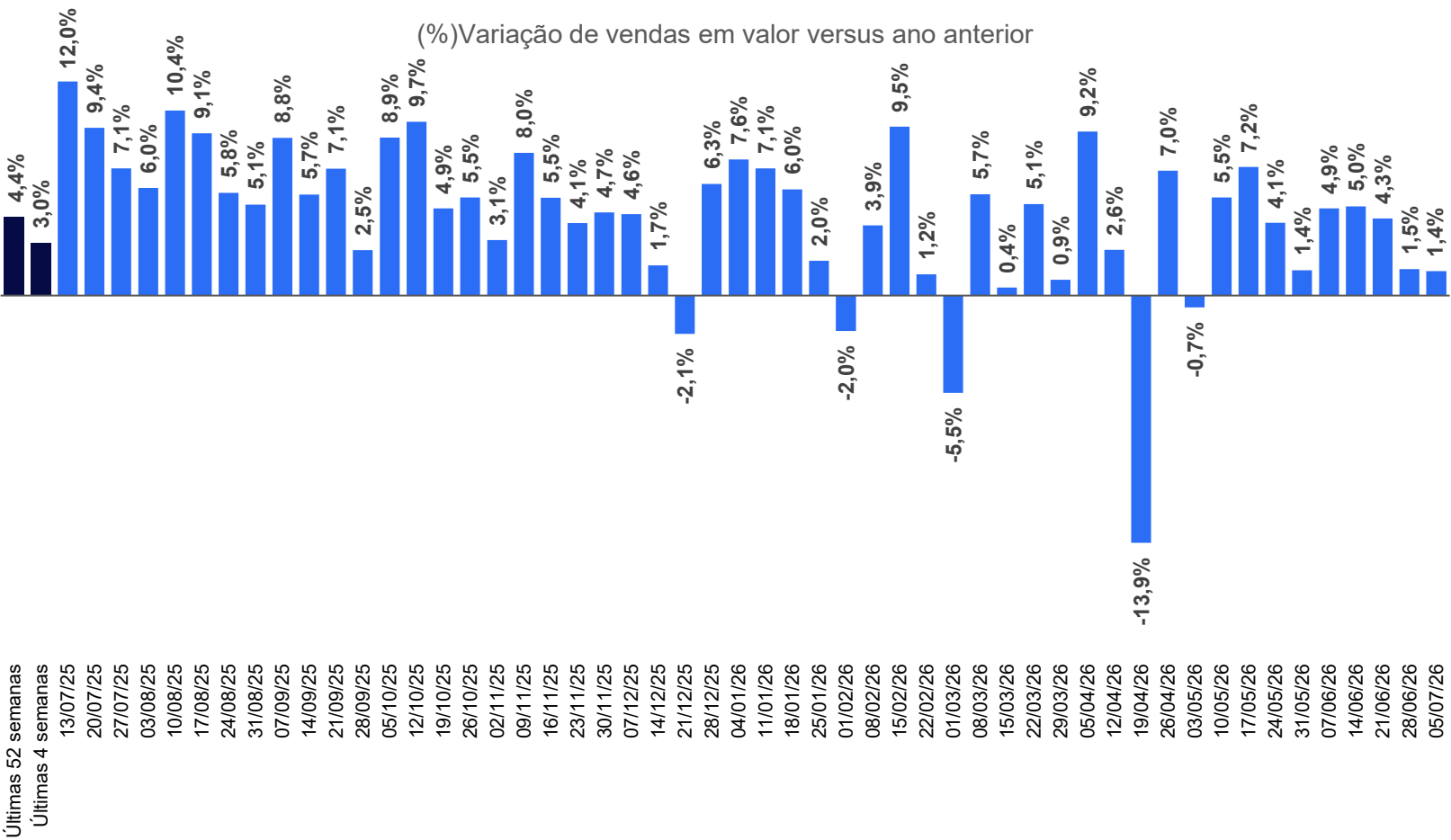
 **ABRAS** ASSOCIAÇÃO
BRASILEIRA DE
SUPERMERCADOS

NIQ



Evolução do consumo no varejo alimentar

Vendas da semana atual seguem em queda, representando um gap de 1,6pp vs as últimas 4 semanas.

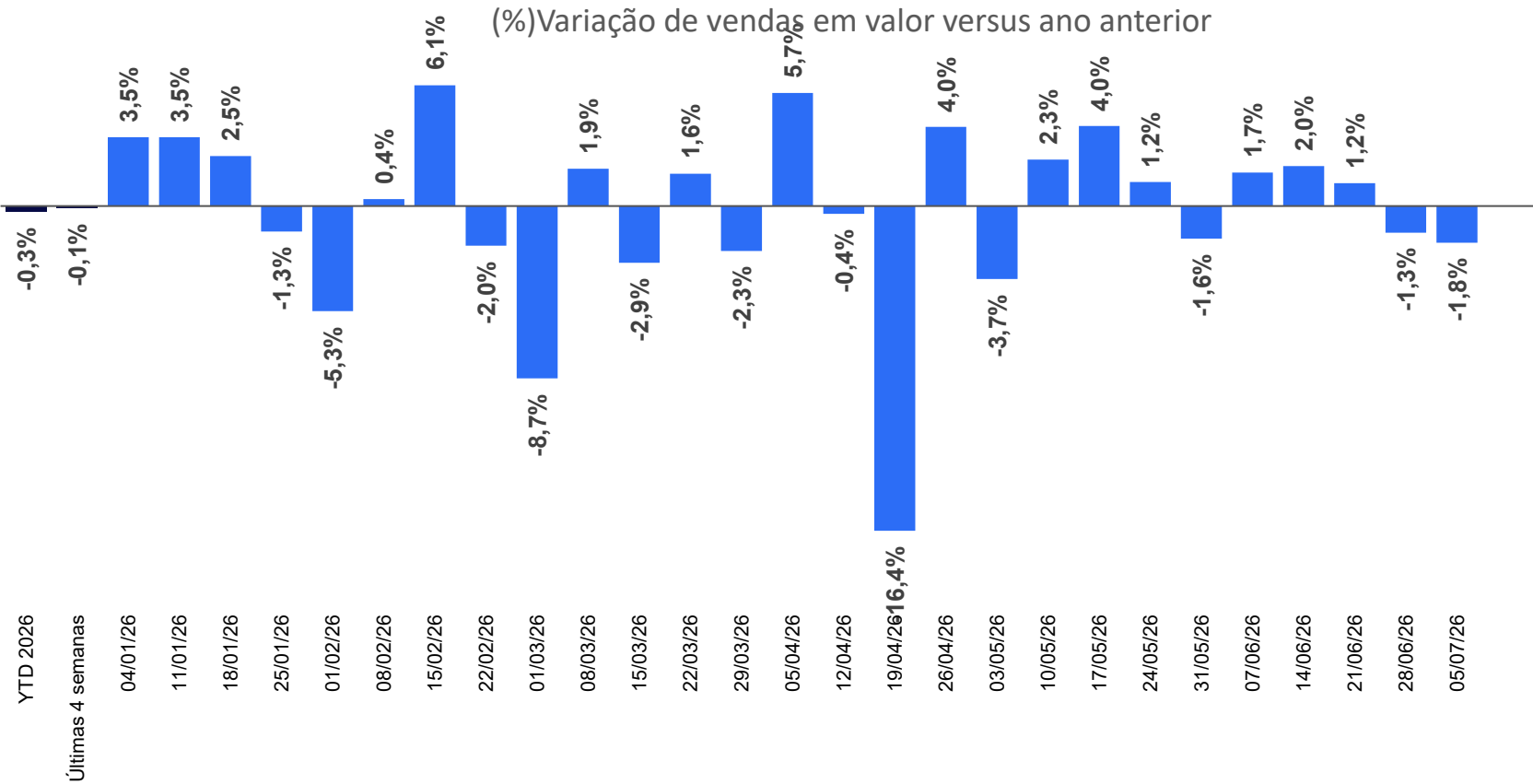


Fonte: NIQ Total Store – Mercado Autosserviços (hiper, Super Grande e Super Pequeno) + Atacarejo Brasil
Varejo Alimentar= Redes de supermercados colaboradoras do painel NIQ com lojas acima de 1.000m² ou redes com ao menos 4 lojas se menor de 1.000m²+ Atacarejos
Variação de vendas em valor da semana atual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



Evolução do consumo no varejo alimentar

Na visão mesmas lojas, o cenário de retração segue pela segunda semana consecutiva.

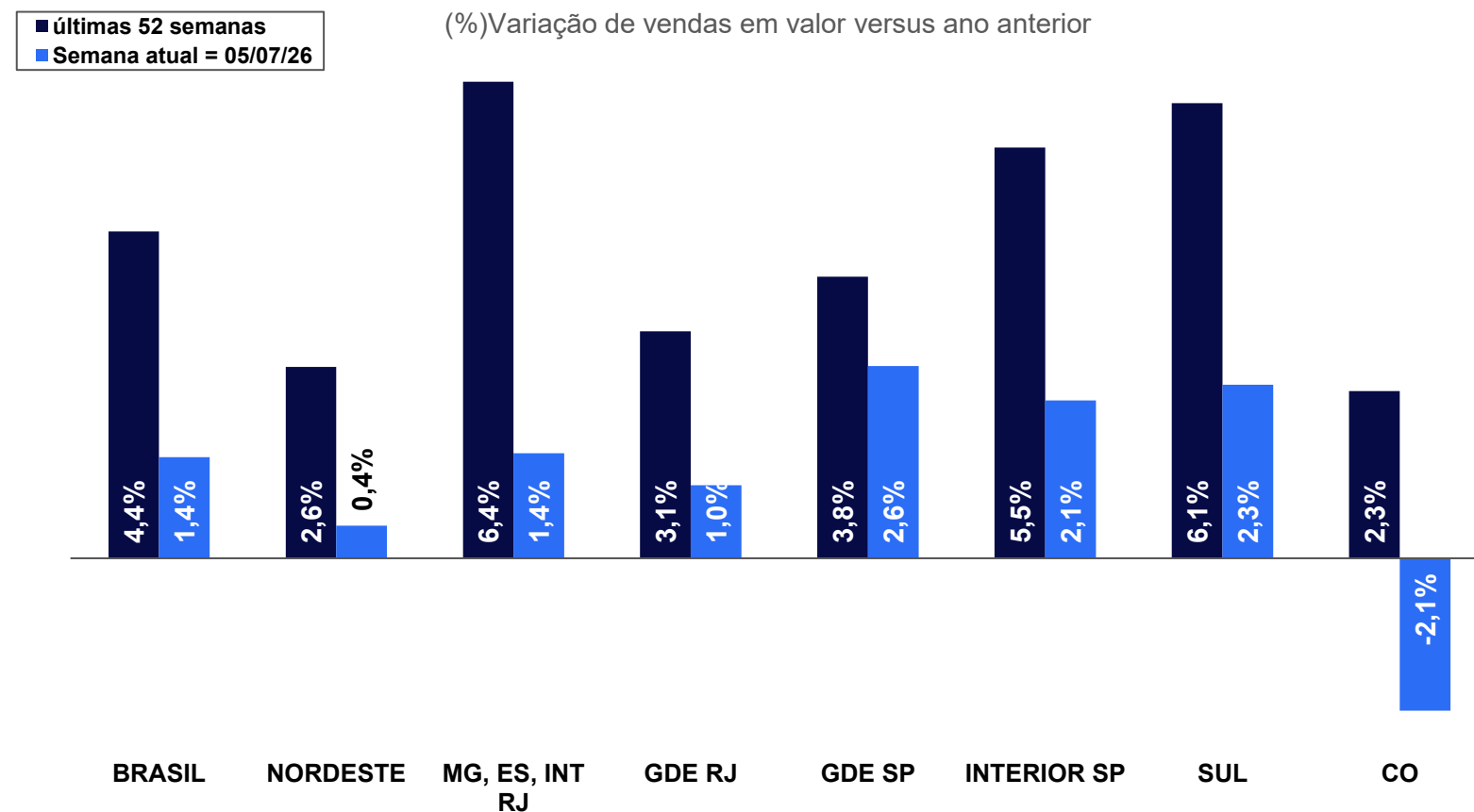


Fonte: NIQ Total Store – Mercado Autoserviços (hiper, Super Grande e Super Pequeno) + Atacarejo Brasil | Mesmas Lojas
Varejo Alimentar= Redes de supermercados colaboradoras do painel NIQ com lojas acima de 1.000m² ou redes com ao menos 4 lojas se menor de 1.000m²+ Atacarejos
Variação de vendas em valor 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

Crescimento da semana atual, em todas as regiões, se mantém distante da performance das últimas 52 semanas.



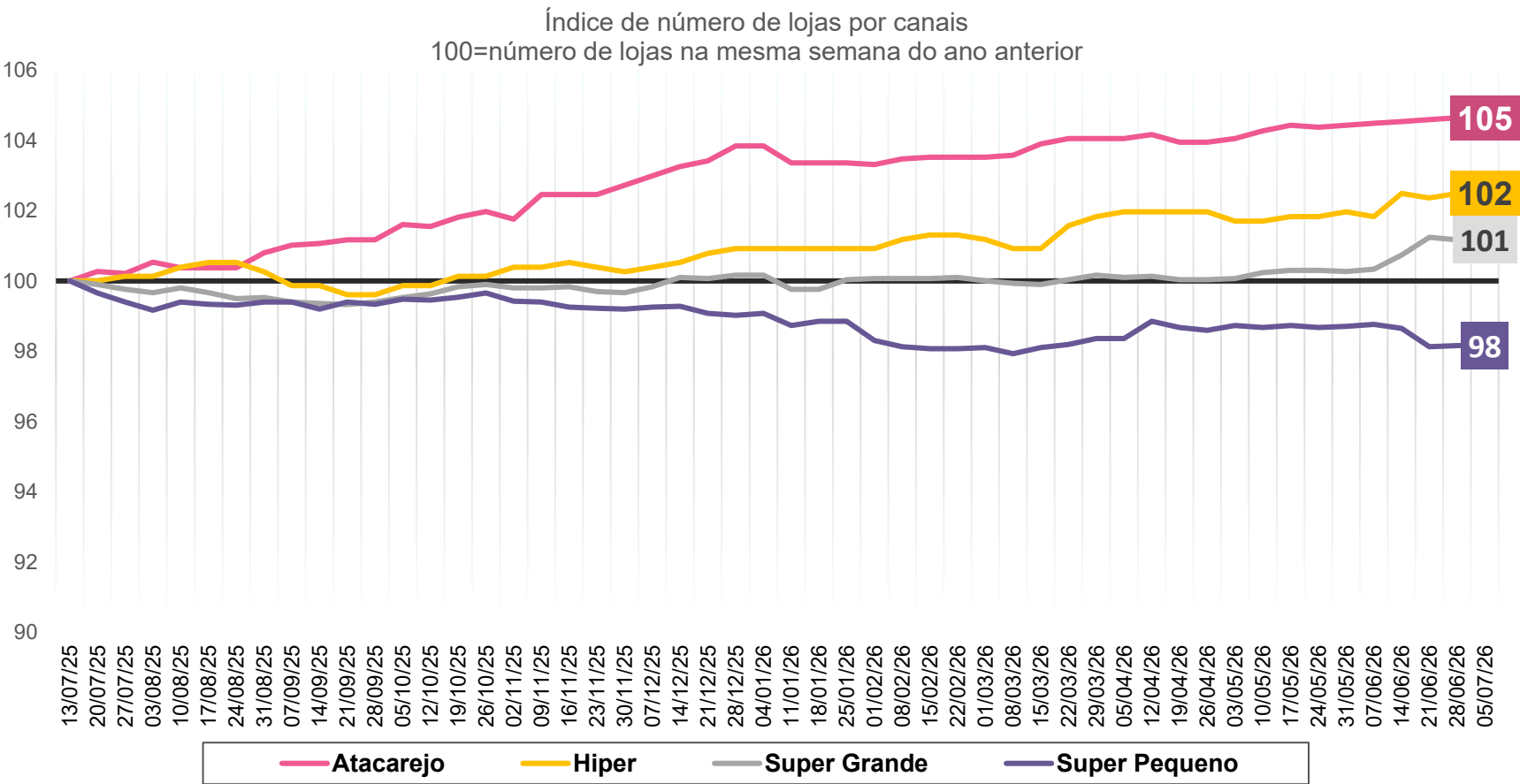
Fonte: NIQ Total Store – Mercado Autosserviços (hiper, Super Grande e Super Pequeno) + Atacarejo Brasil

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

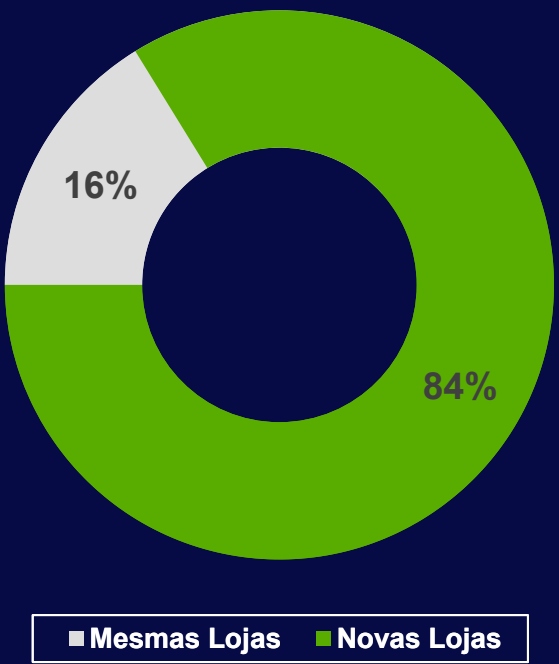
Varejo Alimentar= Redes de supermercados colaboradoras do painel NIQ com lojas acima de 1.000m² ou redes com ao menos 4 lojas se menor de 1.000m²+ Atacarejos

Evolução de lojas por tipos de canais do varejo alimentar

Representatividade de crescimento de novas lojas por canal fica flat em relação a semana anterior.



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

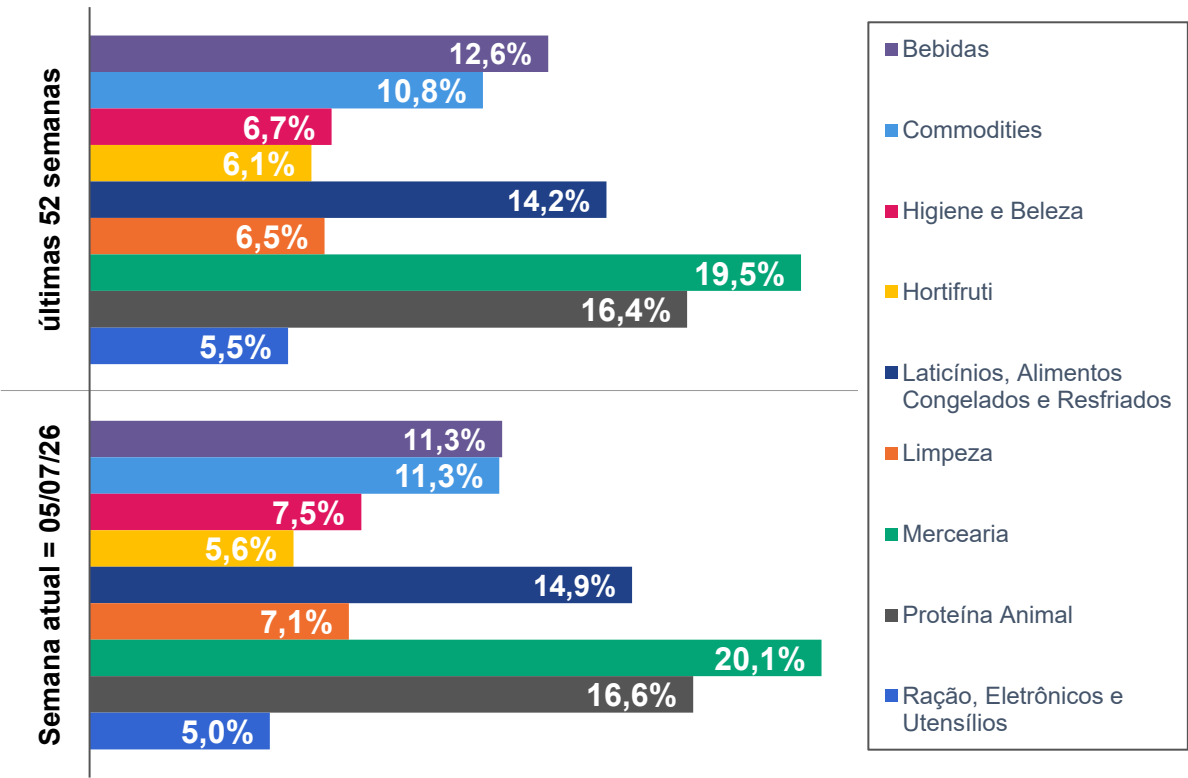


Fonte: NIQ Total Store – índice do número de lojas: é calculado sobre o número de lojas existentes de cada canal na mesma semana do ano anterior. Acima de 100 cresce a quantidade de lojas, abaixo de 100 há fechamento de lojas
Divisão dos formatos de lojas de acordo com a metragem da área de venda. Super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

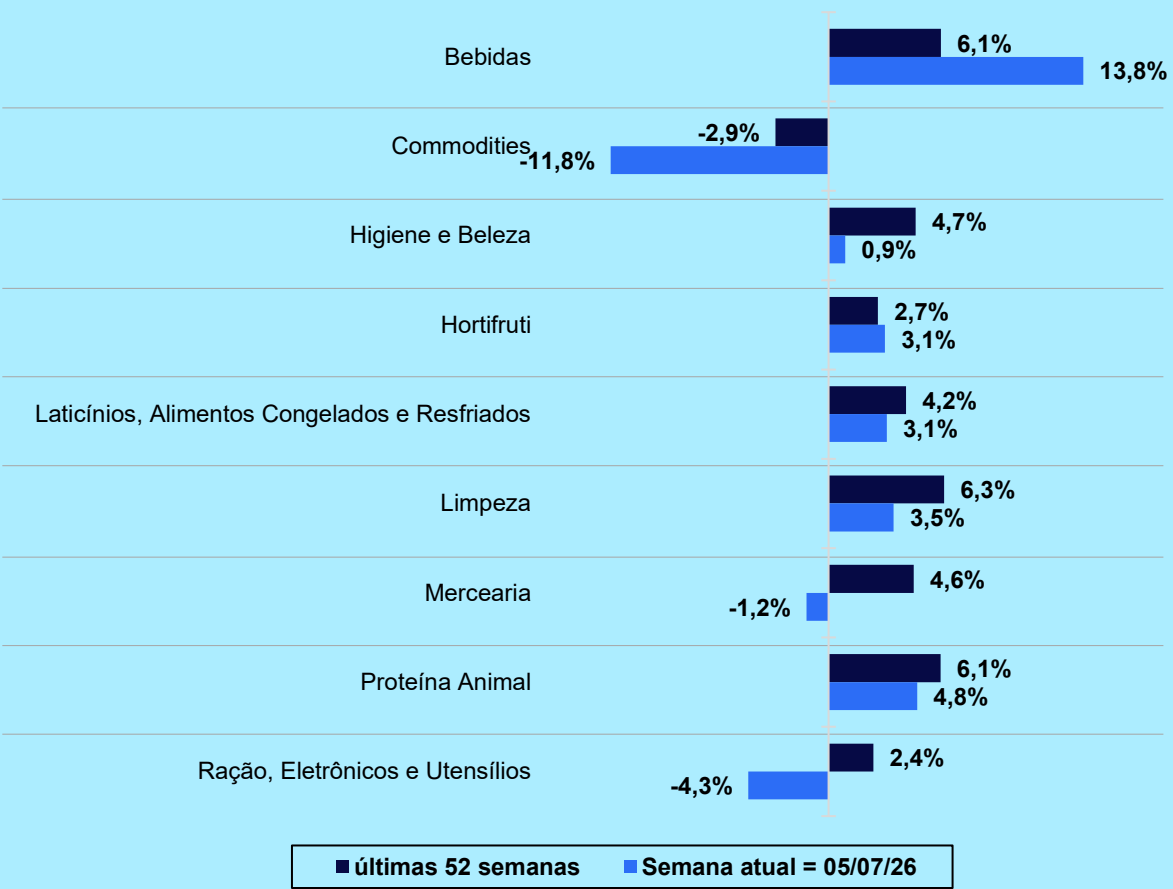
Desempenho das cestas de produtos no Varejo Alimentar

Em valor, cestas de Bebidas, Hortifruti, superam o crescimento na semana 27 vs o desempenho das últimas 52 semanas.

(%)Importância das cestas nas vendas



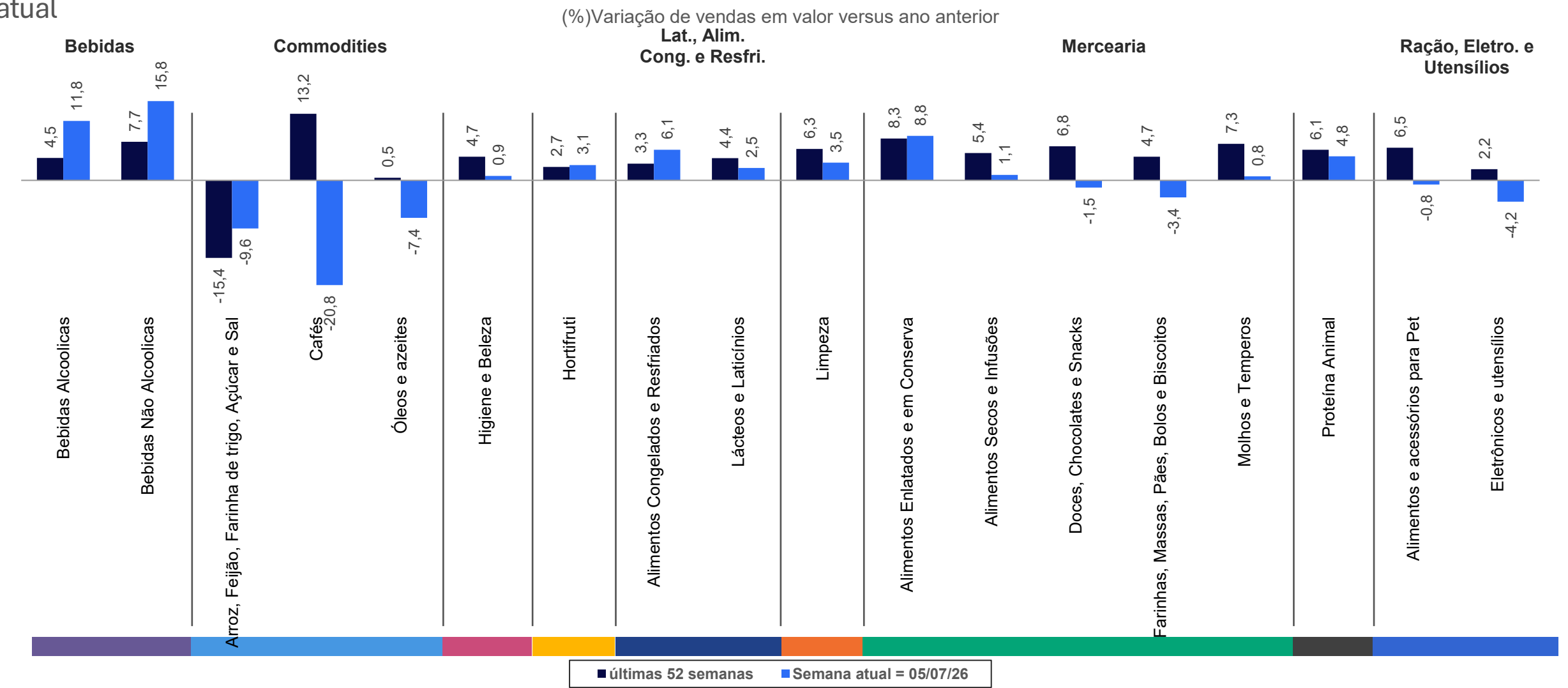
(%)Variação de vendas em valor versus ano anterior



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

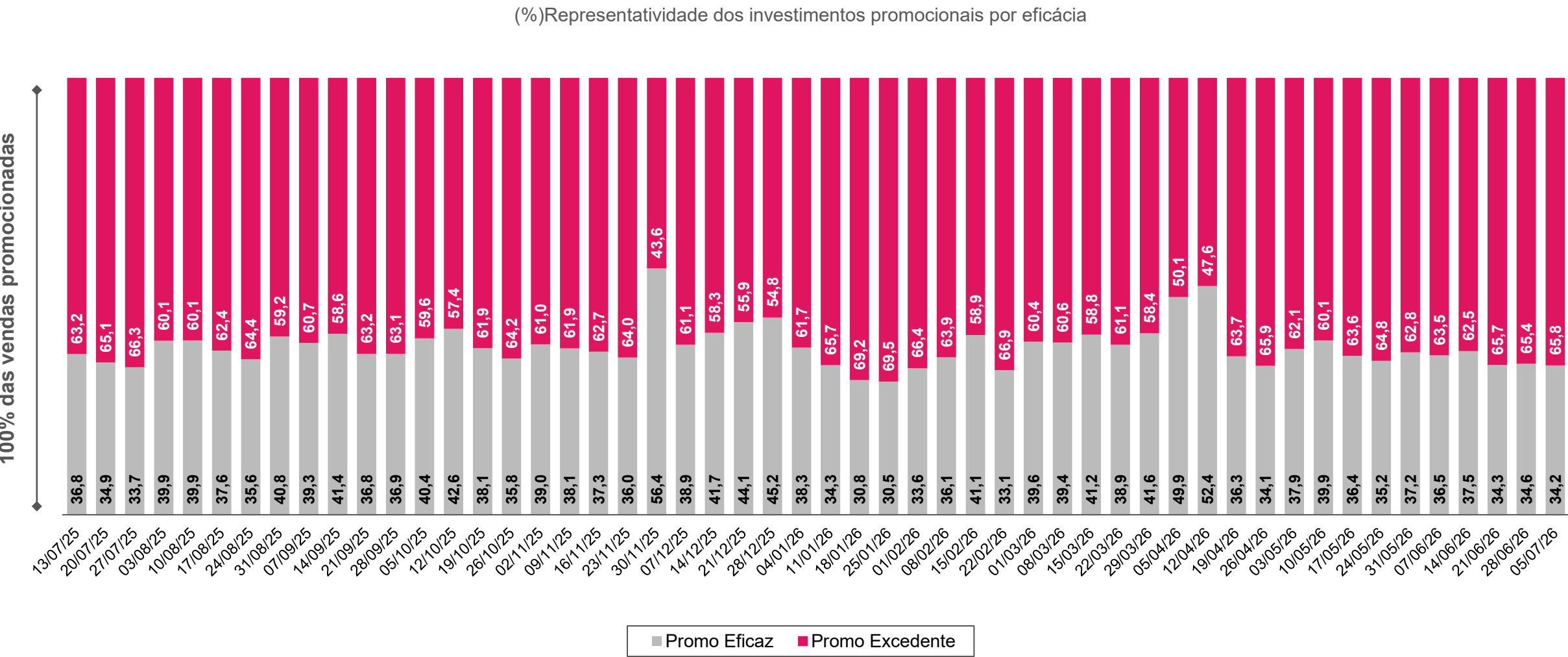
Commodities, Mercearia e Ração/Eletrô e Utensílios são as únicas cestas a apresentar retração no desempenho na semana atual



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 1.000m² ou redes com ao menos 4 lojas se menor de 1.000m²+ Atacarejos

Oportunidade de otimização das promoções ao consumidor

Efetividade Promocional retrai em 0,4pp em relação à 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