ABRAS Monitoramento Semanal

Powered by NIQ

Publicação | Semana 36

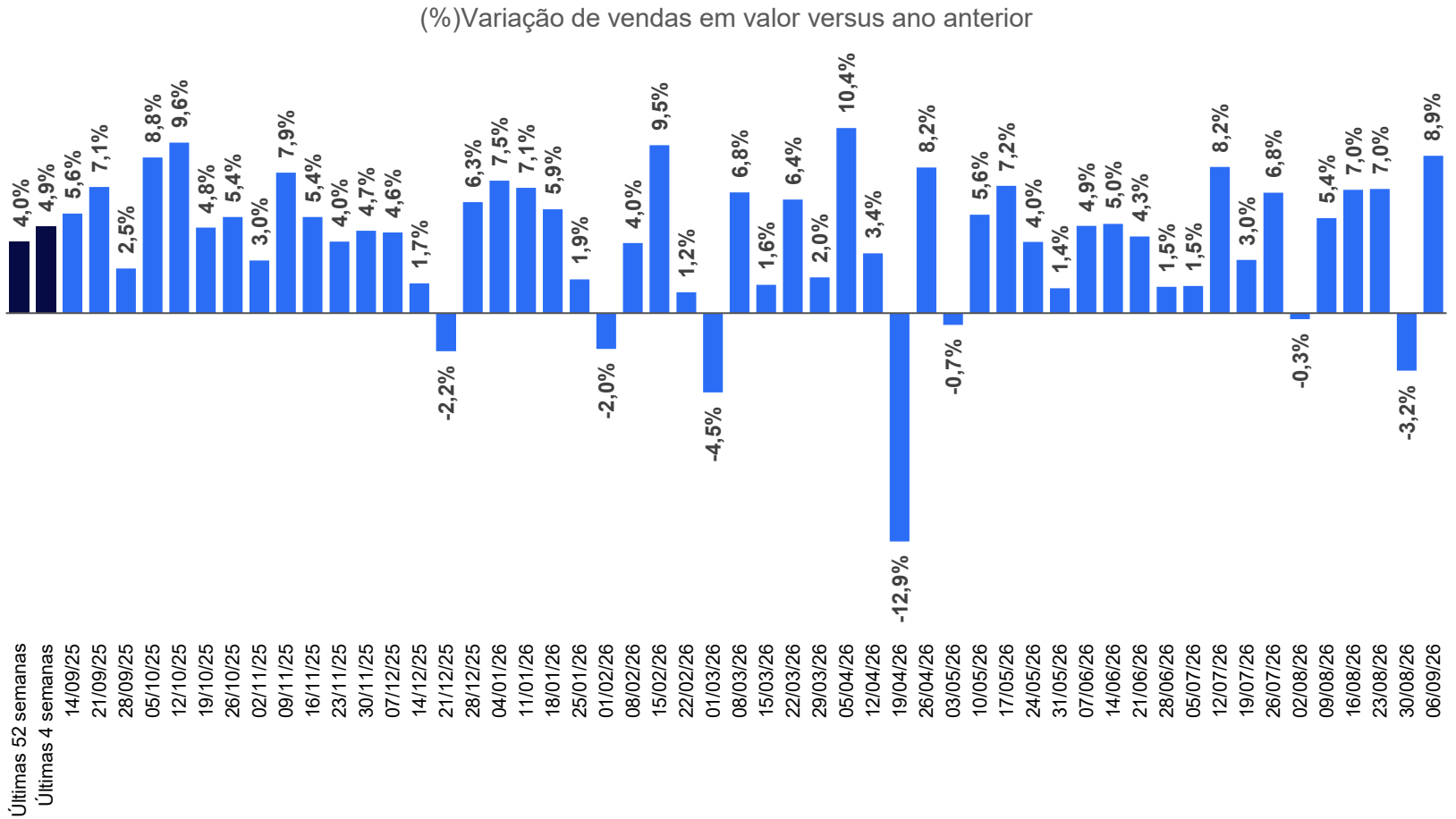
31/08/2026 a 06/09/2026

ABRAS ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE SUPERMERCADOS

NIQ

Evolução do consumo no varejo alimentar

Varejo alimentar tem desempenho de 8,9% na semana atual e supera o desempenho das últimas 52 semanas.

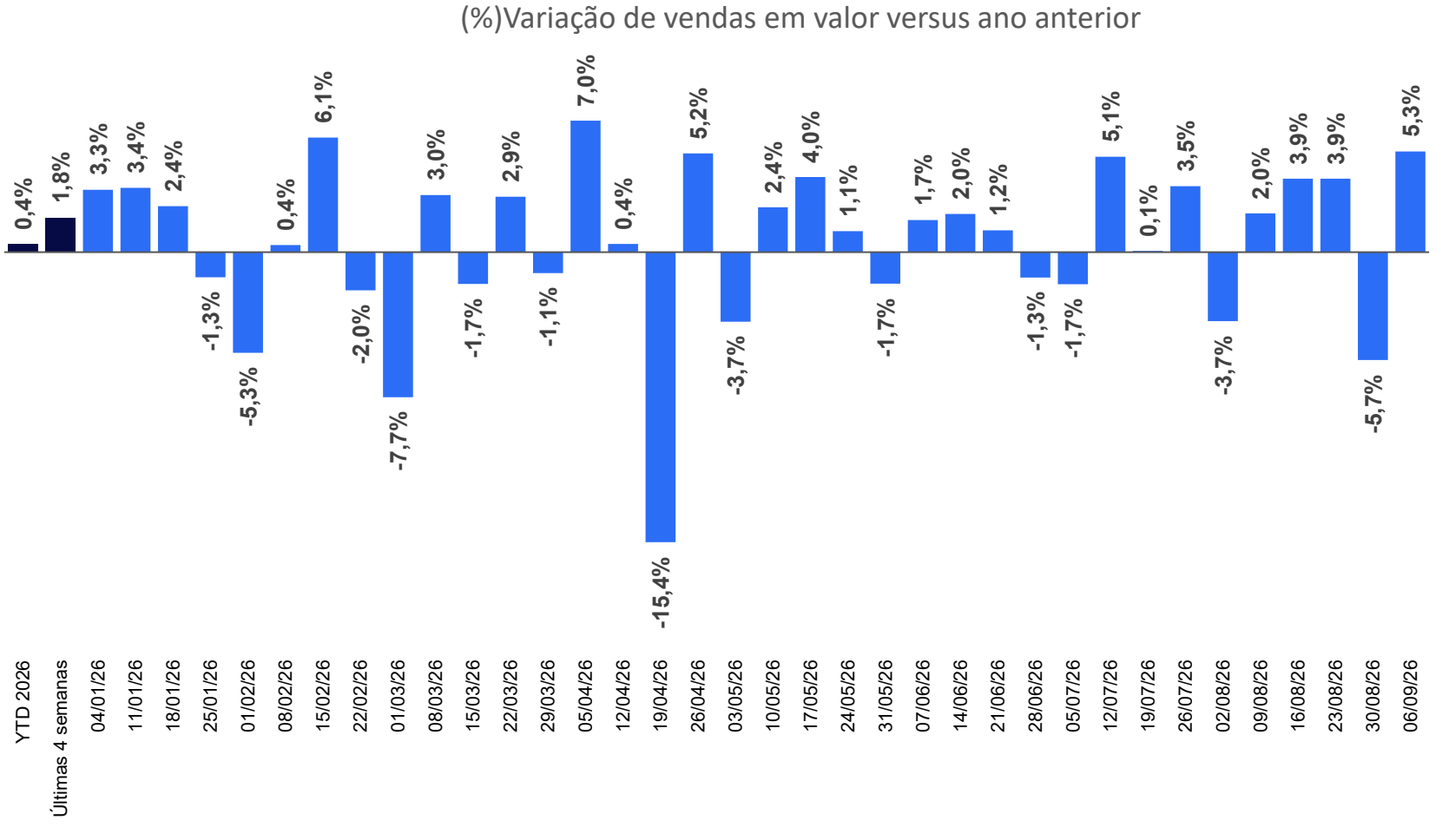


Fonte: NIQ Total Store – Mercado Autosserviços (hiper, Super Grande e Super Pequeno) + Atacarejo Brasil
Varejo Alimentar= Redes de supermercados colaboradoras do painel NIQ com lojas acima de 1.000m² ou redes com ao menos 4 lojas se menor de 1.000m²+ Atacarejos
Variação de vendas em valor da semana atual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

© 2023 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

Evolução do consumo no varejo alimentar

Mesmas lojas avançam 5,3% na semana, revertendo a retração observada na semana anterior

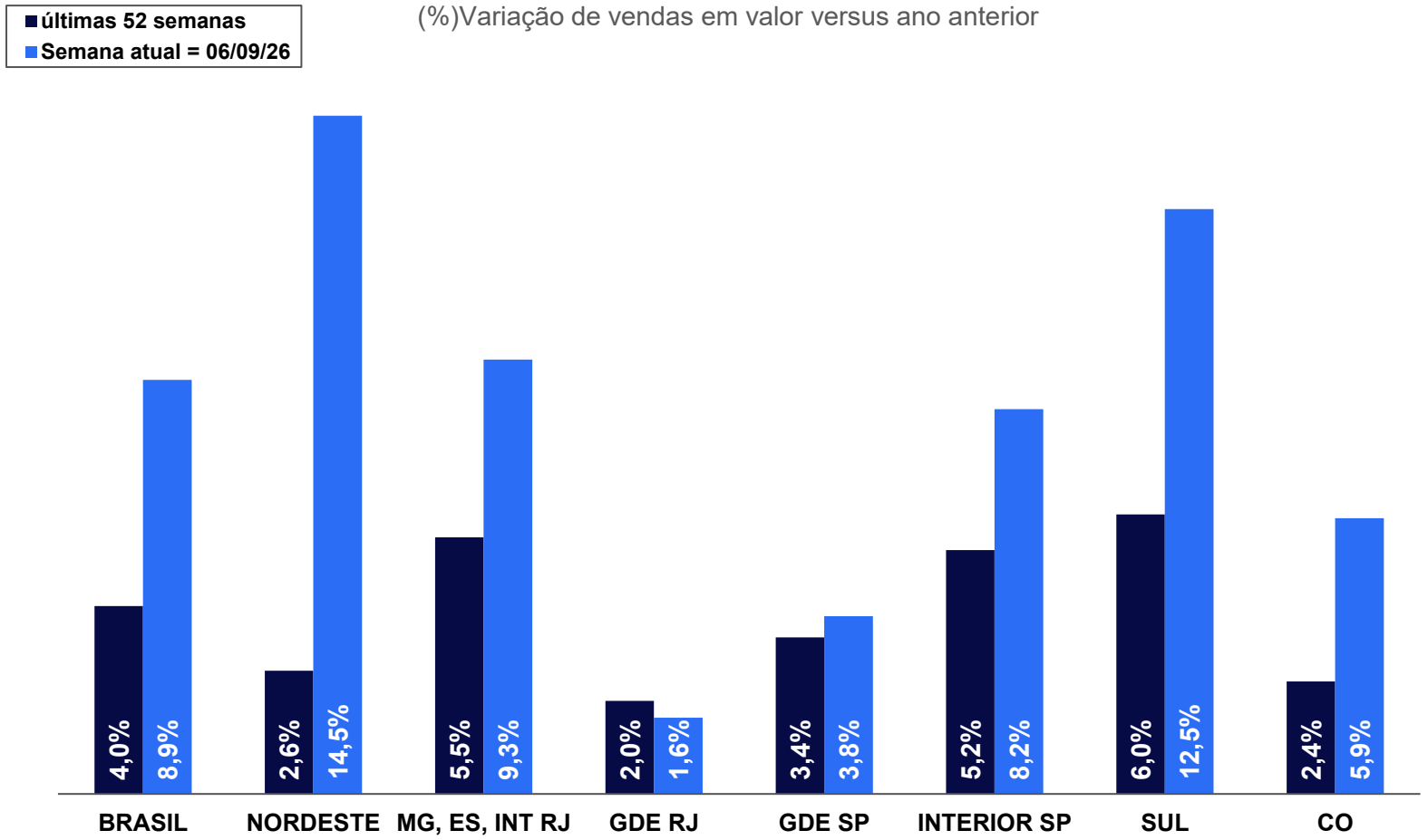


Fonte: NIQ Total Store – Mercado Autosserviços (hiper, Super Grande e Super Pequeno) + Atacarejo Brasil | Mesmas Lojas
Varejo Alimentar= Redes de supermercados colaboradoras do painel NIQ com lojas acima de 1.000m² ou redes com ao menos 4 lojas se menor de 1.000m²+ Atacarejos
Variação de vendas em valor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

© 2023 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

Desempenho do varejo alimentar nas regiões do Brasil

NE e Sul lideram o crescimento do varejo alimentar na semana, acima da média nacional



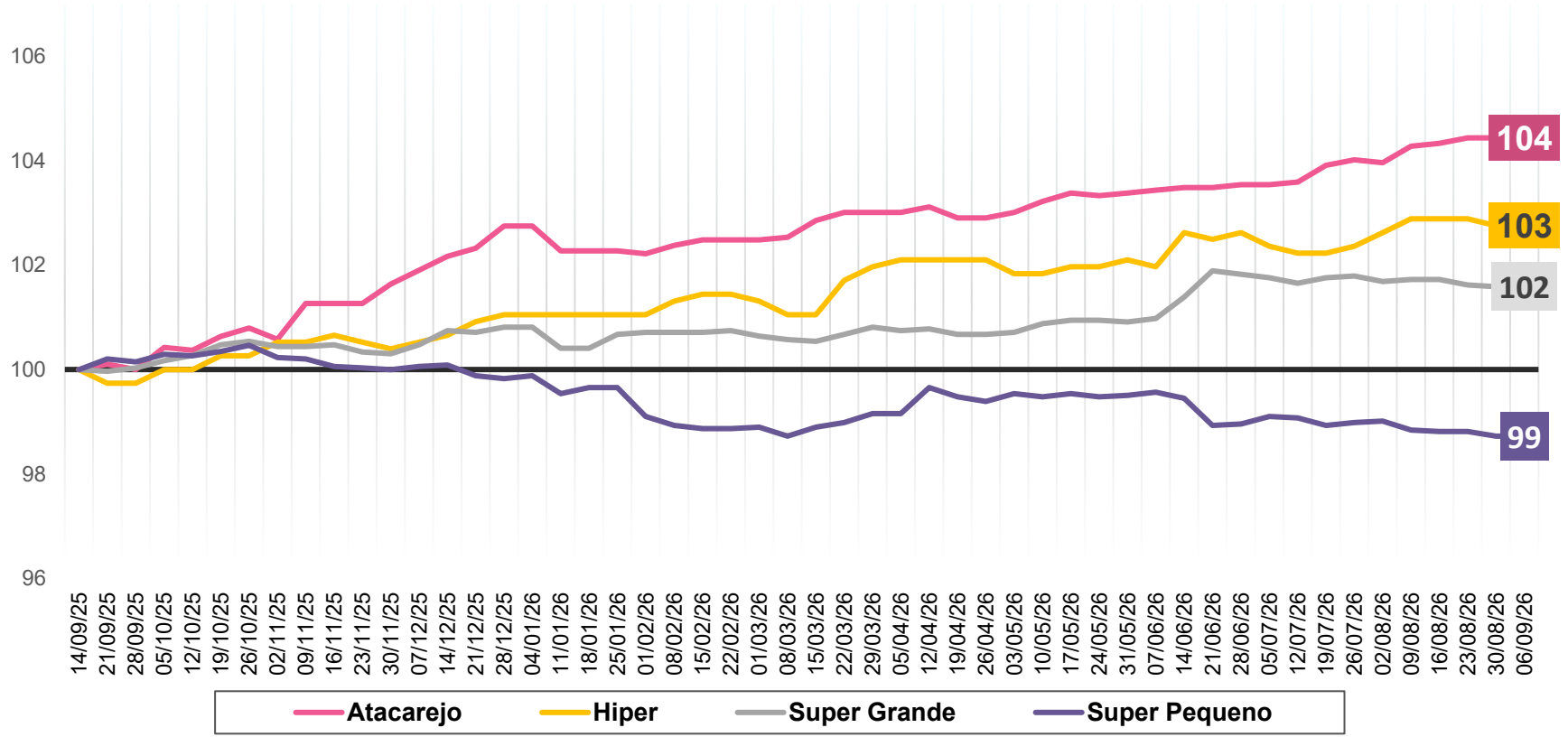
Fonte: NIQ Total Store – Mercado Autosserviços (hiper, Super Grande e Super Pequeno) + Atacarejo Brasil
Últimas 52 semanas móveis como parâmetro para medição do crescimento da semana atual
Varejo Alimentar= Redes de supermercados colaboradoras do painel NIQ com lojas acima de 1.000m² ou redes com ao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

© 2023 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

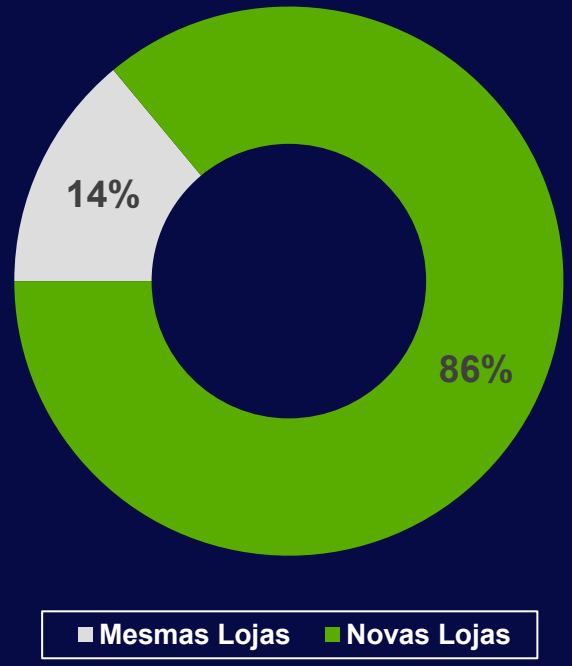
Evolução de lojas por tipos de canais do varejo alimentar

Novas lojas respondem por 14% do crescimento do varejo alimentar nas últimas 52 semanas

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)

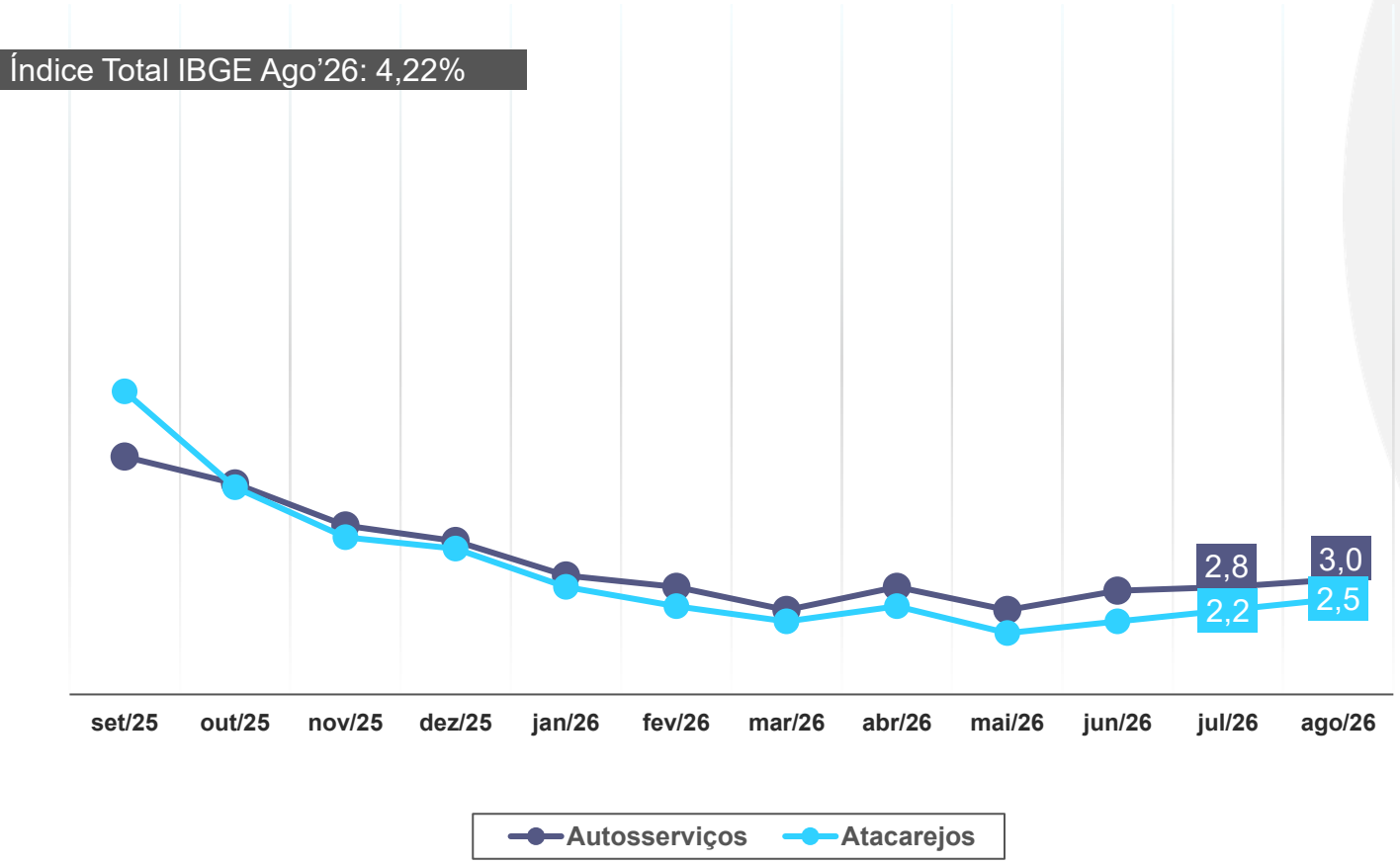


Fonte: NIQ Total Store – índice do número de lojas: é calculado sobre o número de lojas existentes de cada canal na mesma semana do ano anterior. Acima de 100 cresce a quantidade de lojas, abaixo de 100 há fechamento de lojas
Divisão dos formatos de lojas de acordo com a metragem da área de venda. Super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

Canais de AS e C&C apresentam maior índice de inflação acumulada dos últimos 6 meses. IPCA apresenta deflação de 0,22pp em relação ao período anterior.

Inflação acumulada dos últimos 12 meses por canal no Brasil



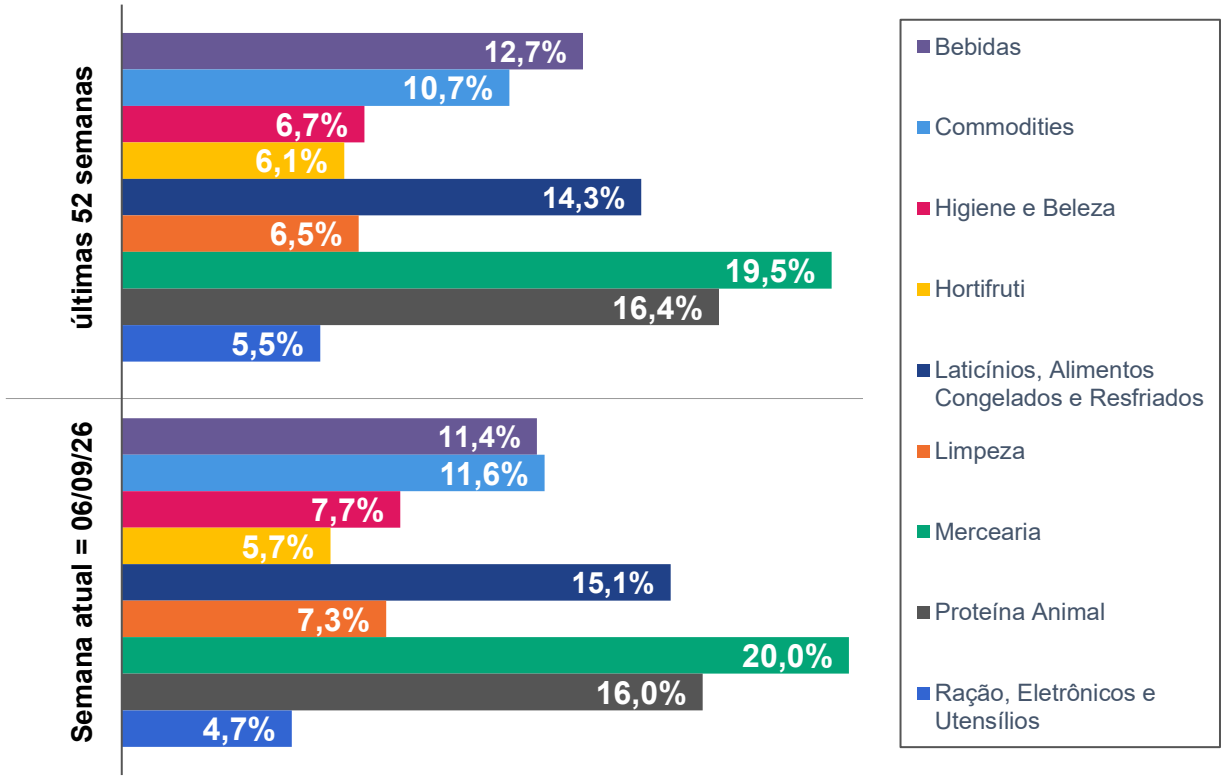
Fonte: NIQ Total Store – Inflação acumulada de 12 meses em cada período. Considera-se apenas itens em comum do período atual versus o mesmo período do ano anterior. Retira-se o efeito "mix" na composição do indicador

© 2023 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

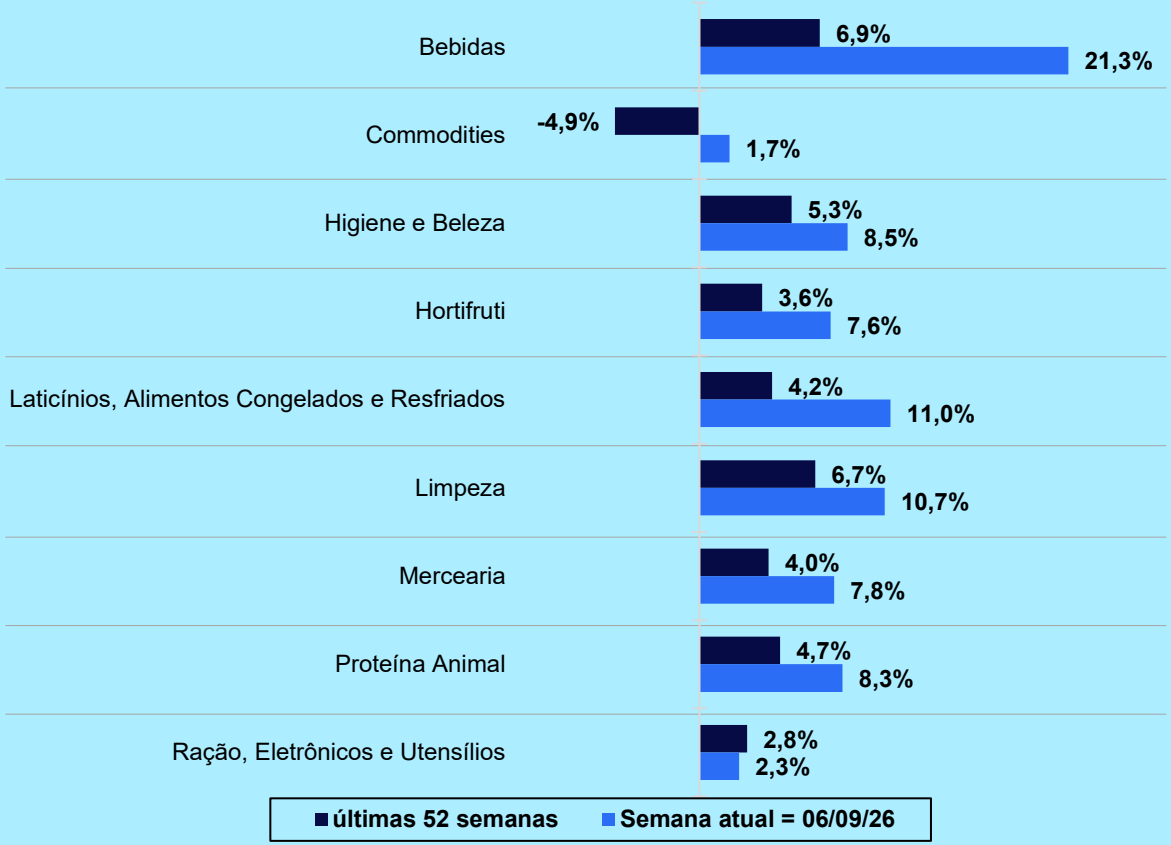
Desempenho das cestas de produtos no Varejo Alimentar

Maioria das cestas na semana atual supera a importância nas vendas das últimas 52 semanas

(%)Importância das cestas nas vendas



(%)Variação de vendas em valor versus ano anterior

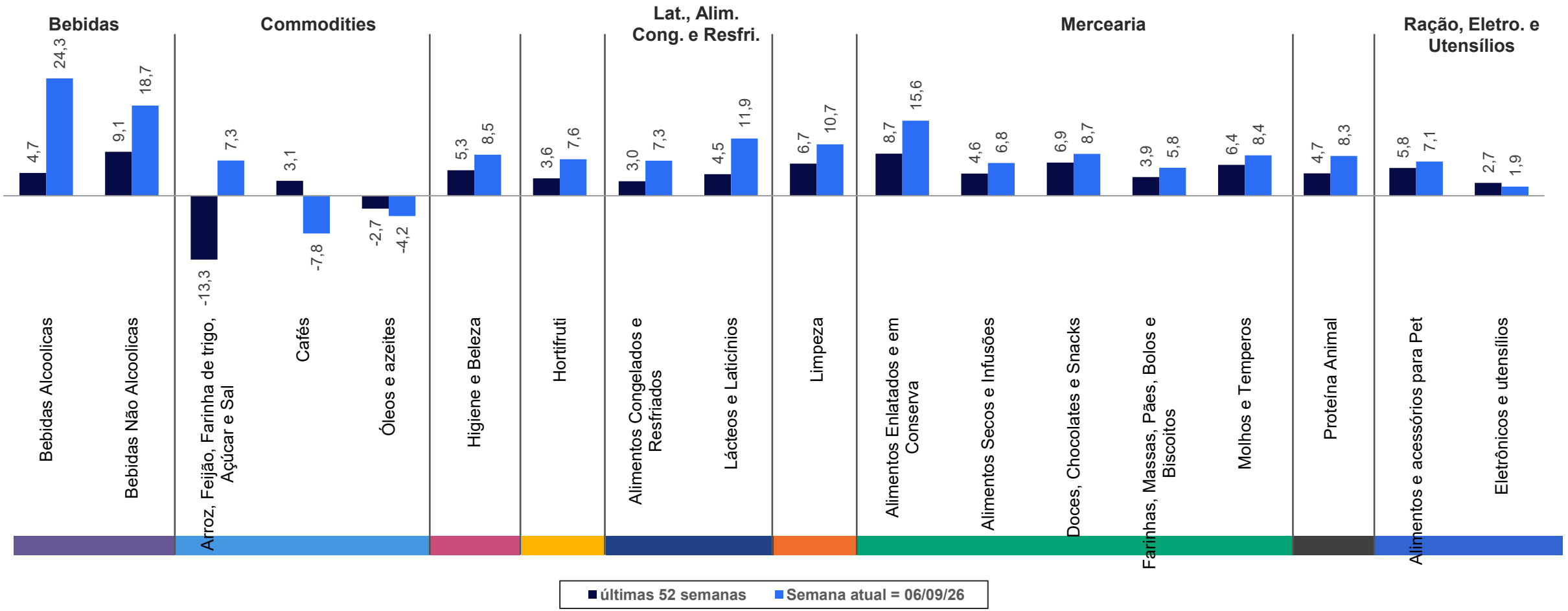


Fonte: NIQ Total Store – Mercado Autosserviços (hiper, Super Grande e Super Pequeno) + Atacarejo Brasil
Variação de vendas em valor da semana atual versus mesma semana do ano anterior e do acumulado do ano atual versus o acumulado anterior

Desempenho das cestas de produtos no Varejo Alimentar

Cesta de Commodities é a única a apresentar retração nas vendas em valor na semana atual

(%)Variação de vendas em valor versus ano anterior



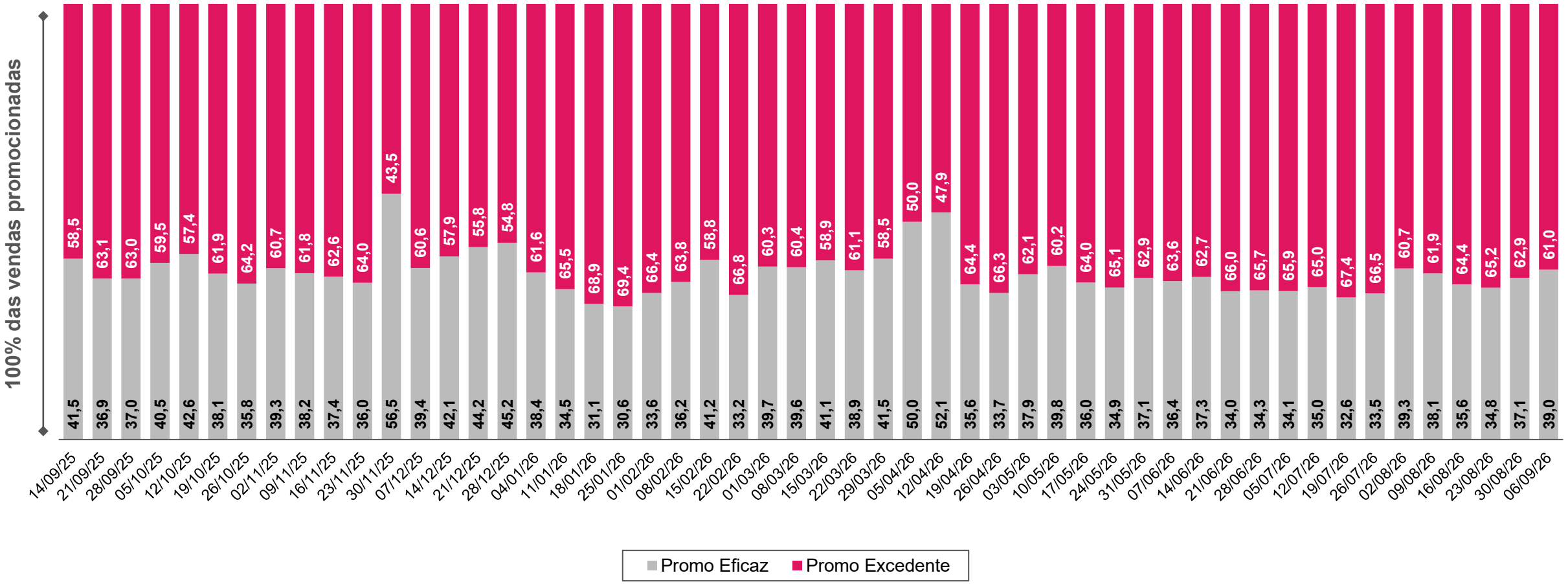
Fonte: NIQ Total Store – Mercado Autosserviços (hiper, Super Grande e Super Pequeno) + Atacarejo Brasil
Últimas 52 semanas móveis como parâmetro para medição do crescimento da semana atual
Varejo Alimentar= Redes de supermercados colaboradoras do painel NIQ com lojas acima de 1.000m² ou redes com ao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

© 2023 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

Oportunidade de otimização das promoções ao consumidor

Efetividade promocional continua a apresentar evolução na semana atual

(%)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

© 2023 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

ABRAS Monitoramento Semanal

Powered by NIQ

ABRAS ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE SUPERMERCADOS

NIQ