ABRAS Monitoramento Semanal

Powered by NIQ

Publicação | Semana 42

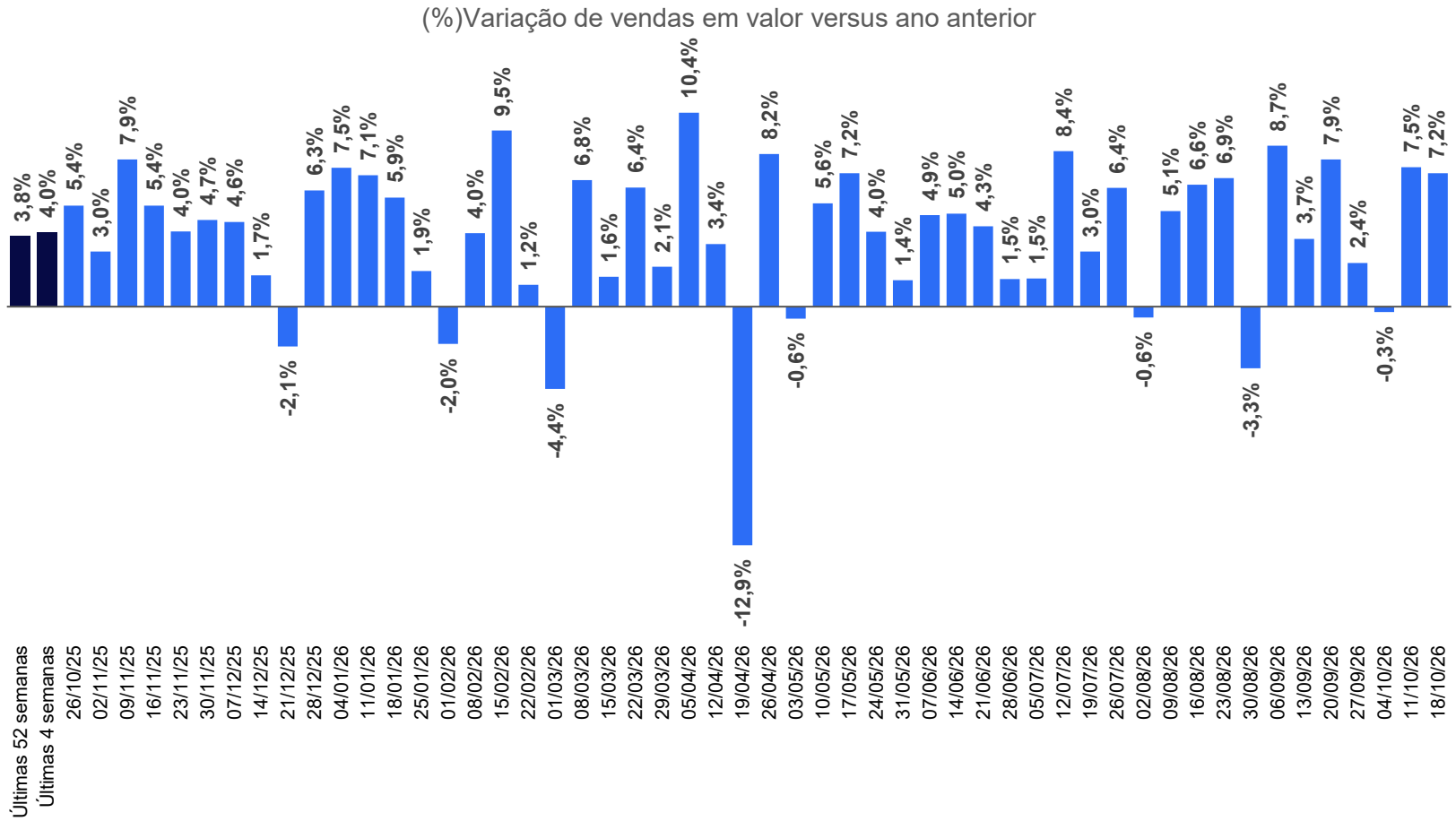
12/10/2026 a 18/10/2026

ABRAS ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE SUPERMERCADOS

NIQ

Evolução do consumo no varejo alimentar

Varejo alimentar mantém forte ritmo de crescimento e encerra a semana em 7,2%, acima da média das últimas 52 semanas

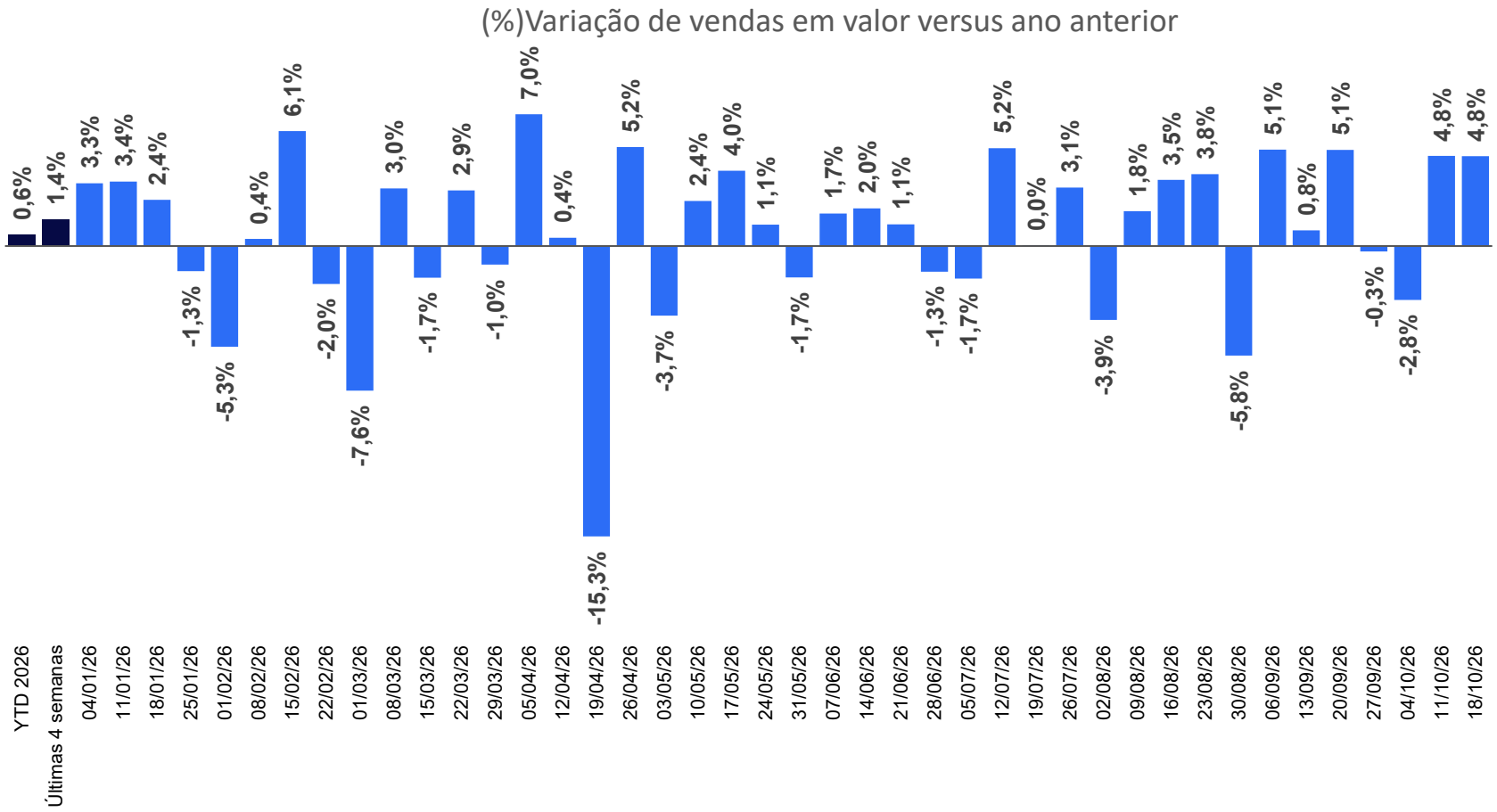


Fonte: NIQ Total Store – Mercado Autosserviços (hiper, Super Grande e Super Pequeno) + Atacarejo Brasil
Varejo Alimentar= Redes de supermercados colaboradoras do painel NIQ com lojas acima de 1.000m² ou redes com ao menos 4 lojas se menor de 1.000m²+ Atacarejos
Variação de vendas em valor da semana atual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

Vendas em mesmas lojas mantêm crescimento e encerram a semana em 4,8%, sustentando o resultado positivo do varejo alimentar

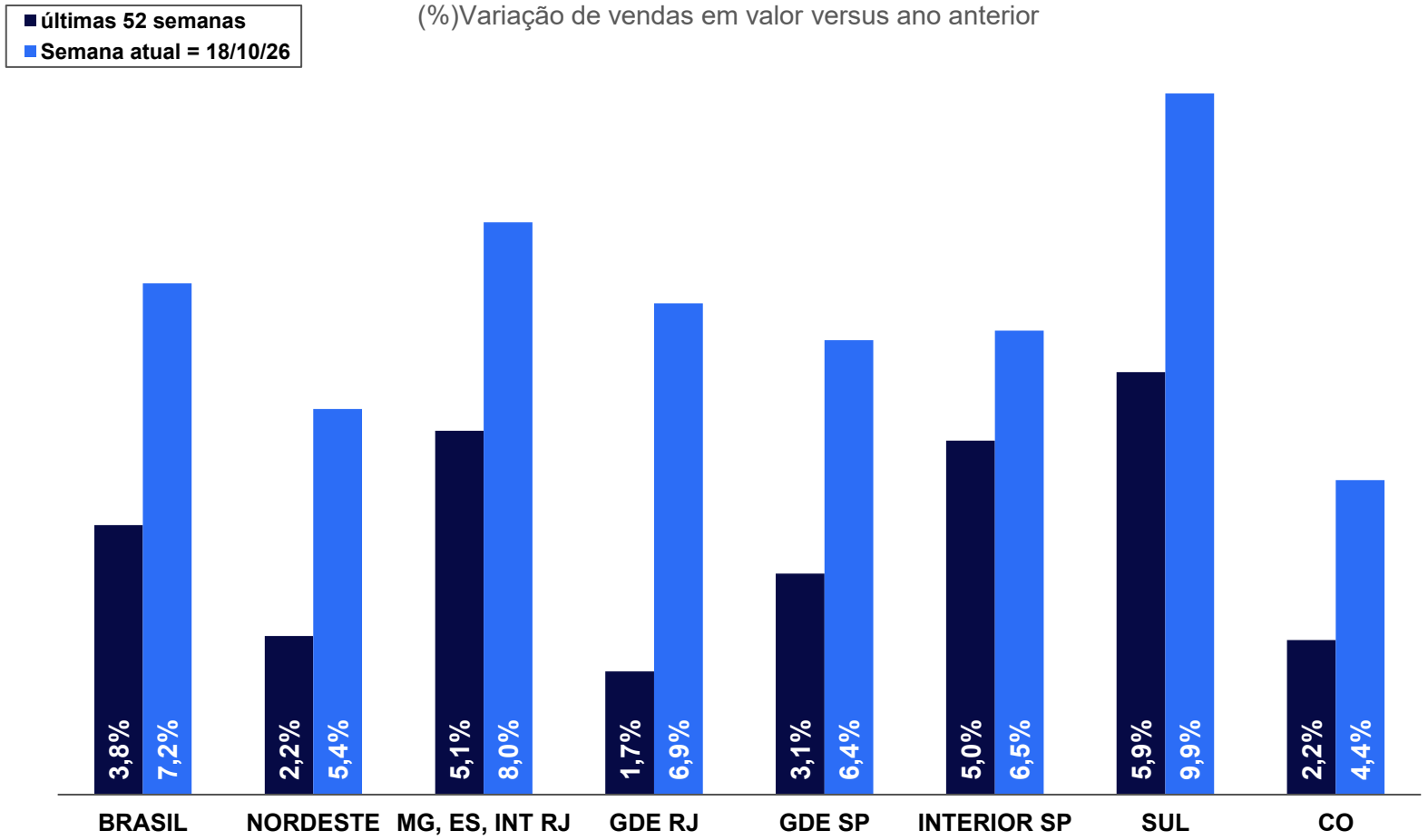


Fonte: NIQ Total Store – Mercado Autosserviços (hiper, Super Grande e Super Pequeno) + Atacarejo Brasil | Mesmas Lojas
Varejo Alimentar= Redes de supermercados colaboradoras do painel NIQ com lojas acima de 1.000m² ou redes com ao menos 4 lojas se menor de 1.000m²+ Atacarejos
Variação de vendas em valor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

Todas as regiões avançam acima da média das últimas 52 semanas, com destaque para Sul próximo de 10% de crescimento na semana

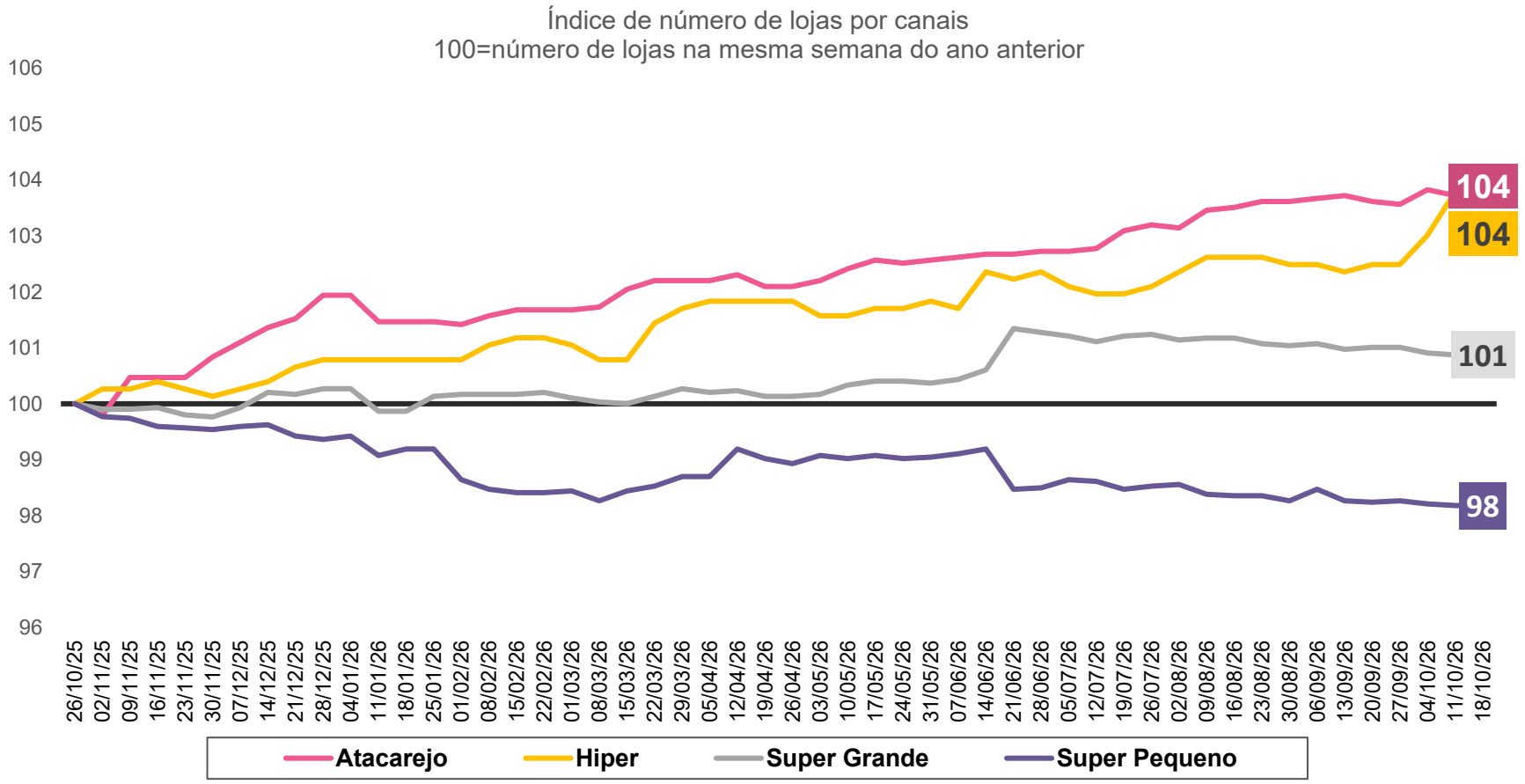


Fonte: NIQ Total Store – Mercado Autosserviços (hiper, Super Grande e Super Pequeno) + Atacarejo Brasil
Últimas 52 semanas móveis como parâmetro para medição do crescimento da semana atual
Varejo Alimentar= Redes de supermercados colaboradoras do painel NIQ com lojas acima de 1.000m² ou redes com ao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

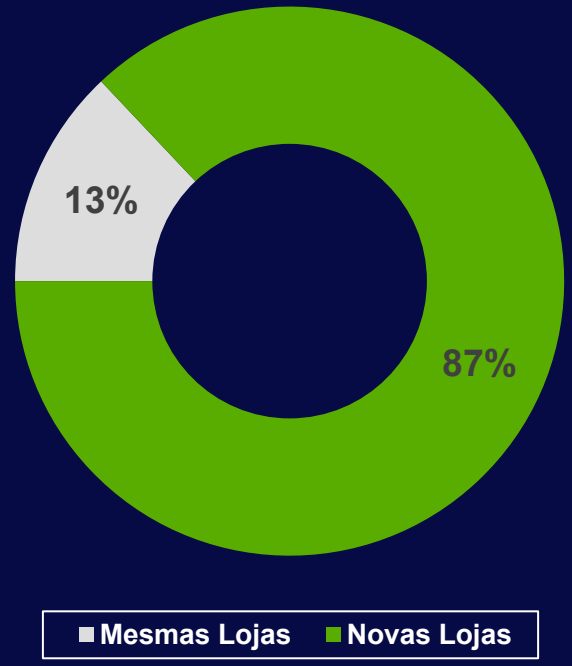
© 2023 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

Evolução de lojas por tipos de canais do varejo alimentar

Novas lojas seguem impulsionando o varejo alimentar e respondem por 87% do crescimento acumulado



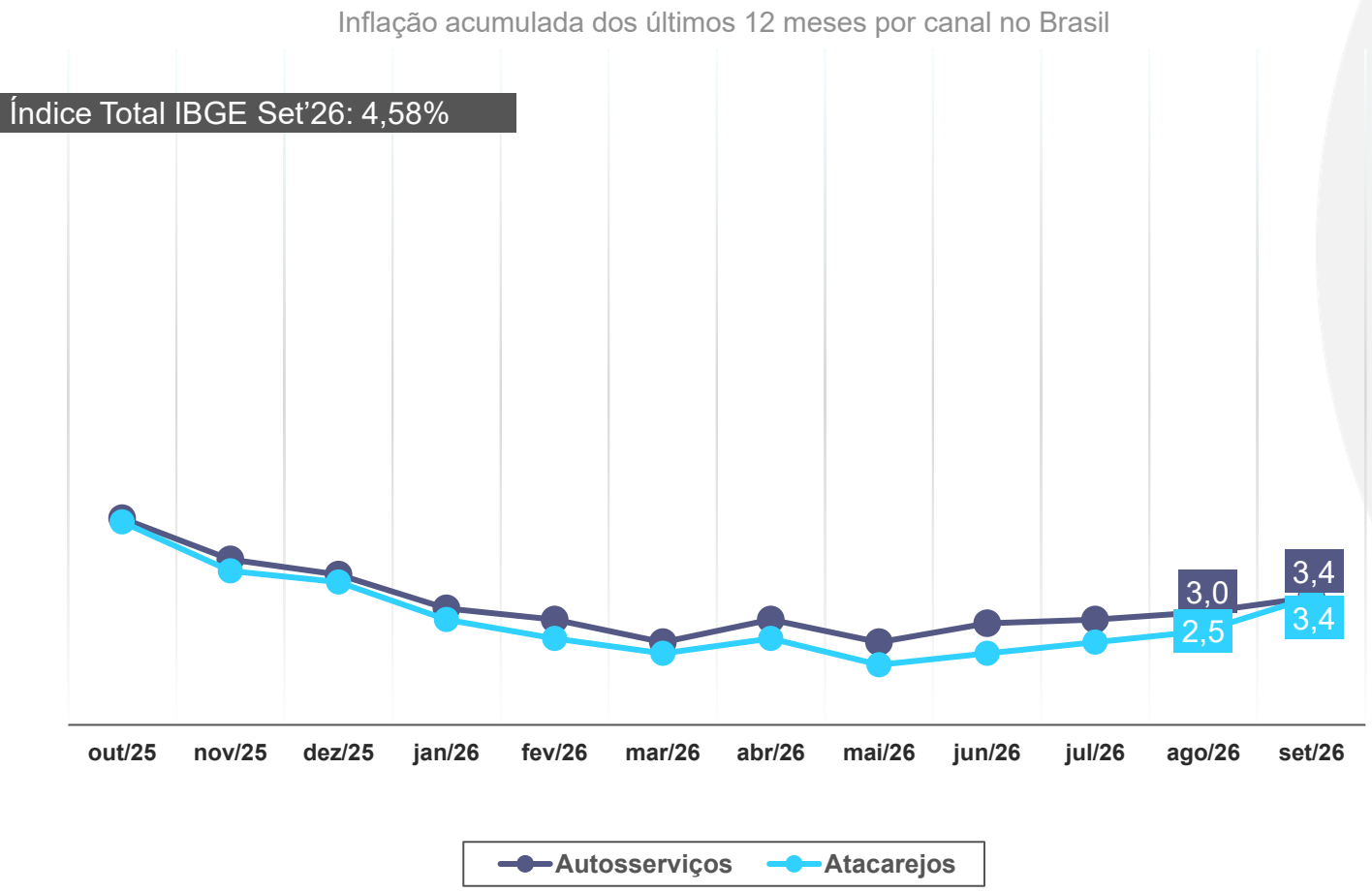
Representatividade das mesmas lojas e novas lojas no crescimento do varejo alimentar (últimas 52 semanas)



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 dos canais de AS e C&C continuam a apresentar aumento no período atual. IPCA apresenta aumento de 0,36pp em relação ao período anterior.



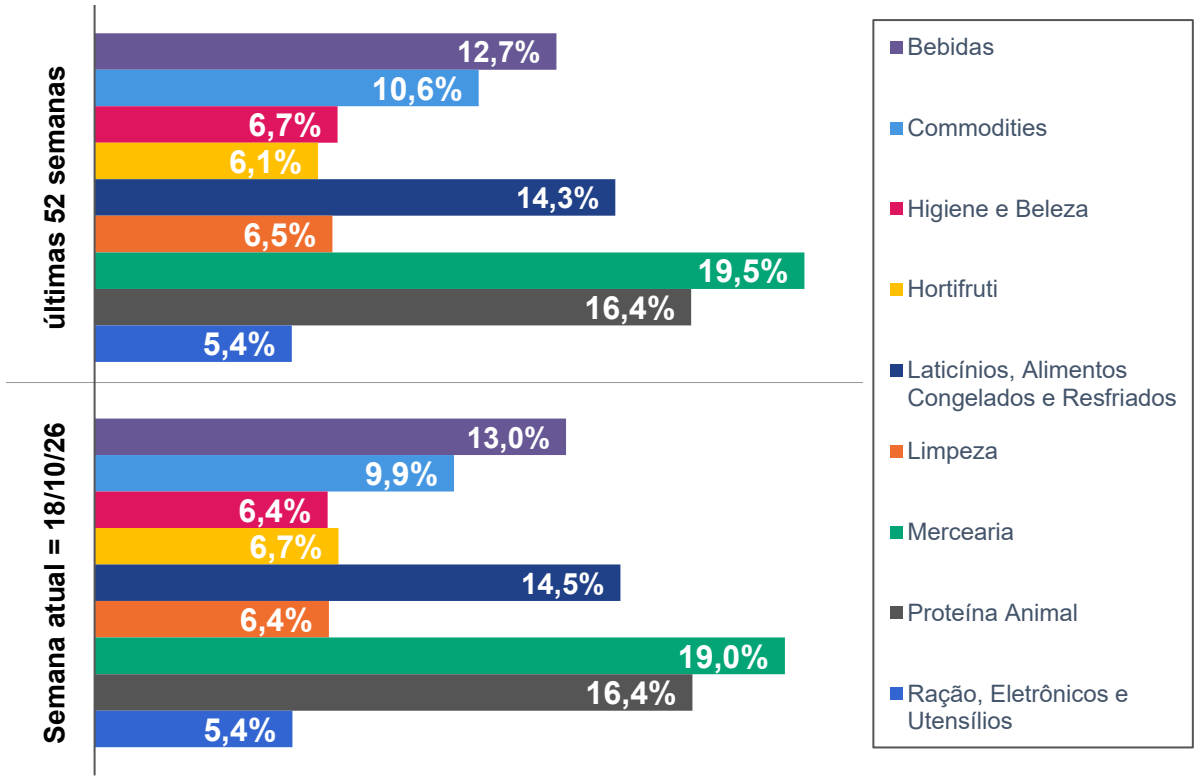
Fonte: NIQ Total Store – Inflação acumulada de 12 meses em cada período. Considera-se apenas itens em comum do período atual versus o mesmo período do ano anterior. Retira-se o efeito "mix" na composição do indicador

© 2023 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

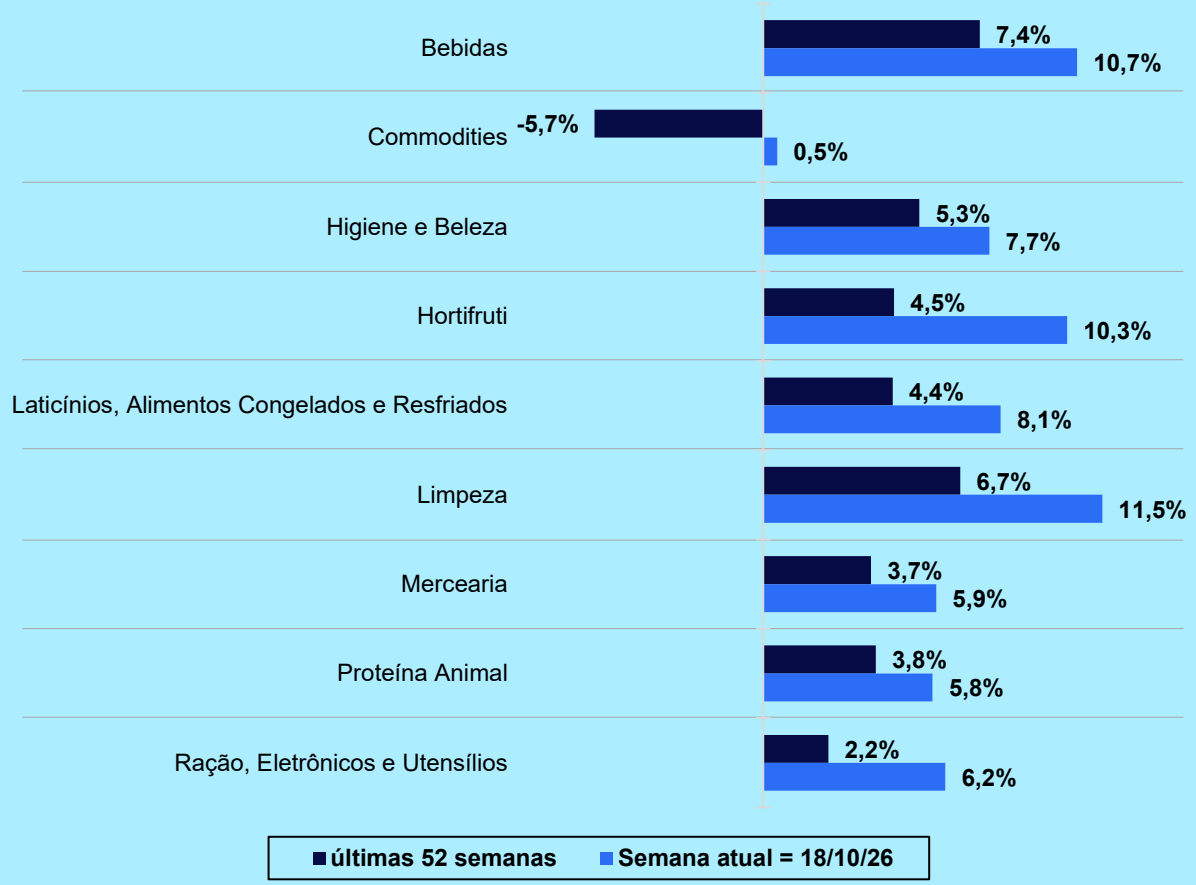
Desempenho das cestas de produtos no Varejo Alimentar

Todas as cestas apresentam crescimento na semana, com destaque para Limpeza, Bebidas e Hortifruti

(%)Importância das cestas nas vendas



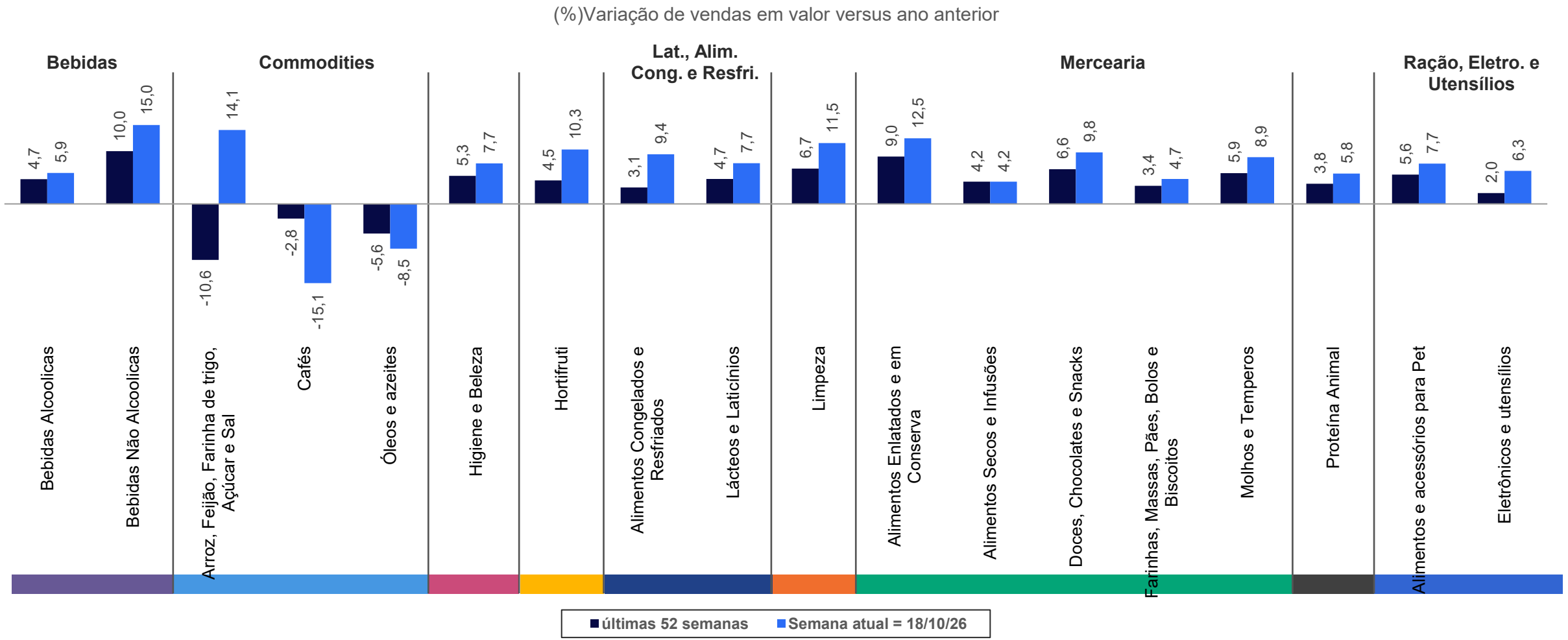
(%)Variação de vendas em valor versus ano anterior



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 Não Alcoólicas, Arroz/Feijão/Açúcar e Conservas lideram o crescimento entre as categorias do varejo alimentar.



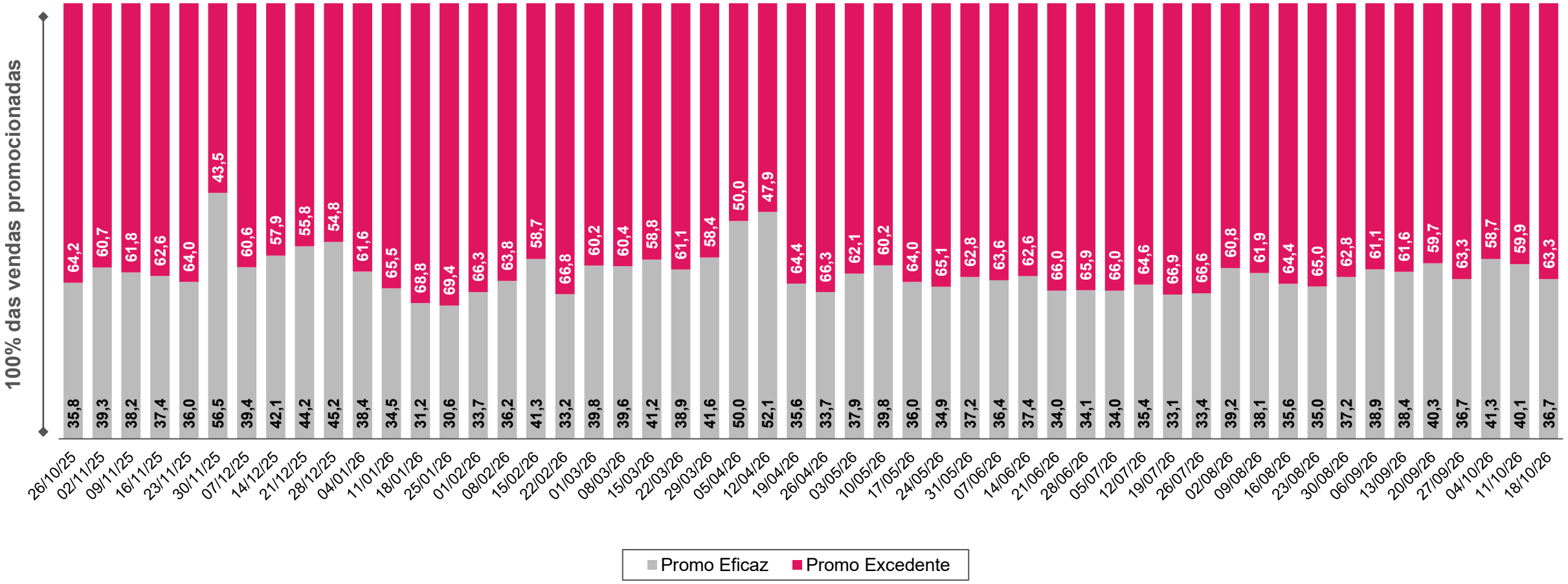
Fonte: NIQ Total Store – Mercado Autosserviços (hiper, Super Grande e Super Pequeno) + Atacarejo Brasil
Últimas 52 semanas móveis como parâmetro para medição do crescimento da semana atual
Varejo Alimentar= Redes de supermercados colaboradoras do painel NIQ com lojas acima de 1.000m² ou redes com ao 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 recua para 36,7% na semana atual após superar 40% nas semanas anteriores

(%)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