# ABRAS Monitoramento Semanal

Powered by NIQ





Publicação | Semana 43

19/10/2026 a 25/10/2026

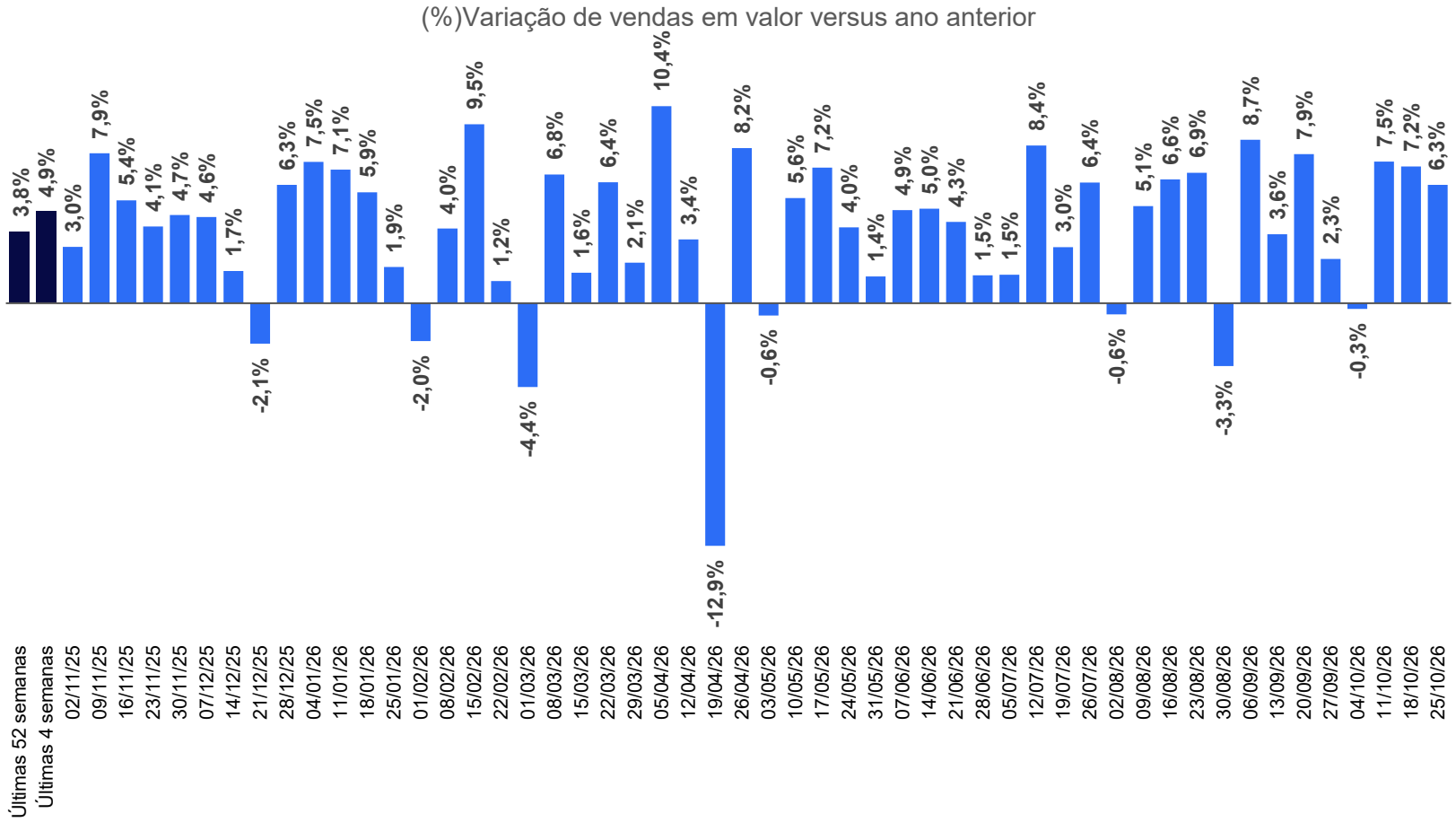
ABRAS ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE SUPERMERCADOS

NIQ



# Evolução do consumo no varejo alimentar

Varejo alimentar mantém crescimento robusto e encerra a semana em 6,3%, acima da média das últimas 52 semanas



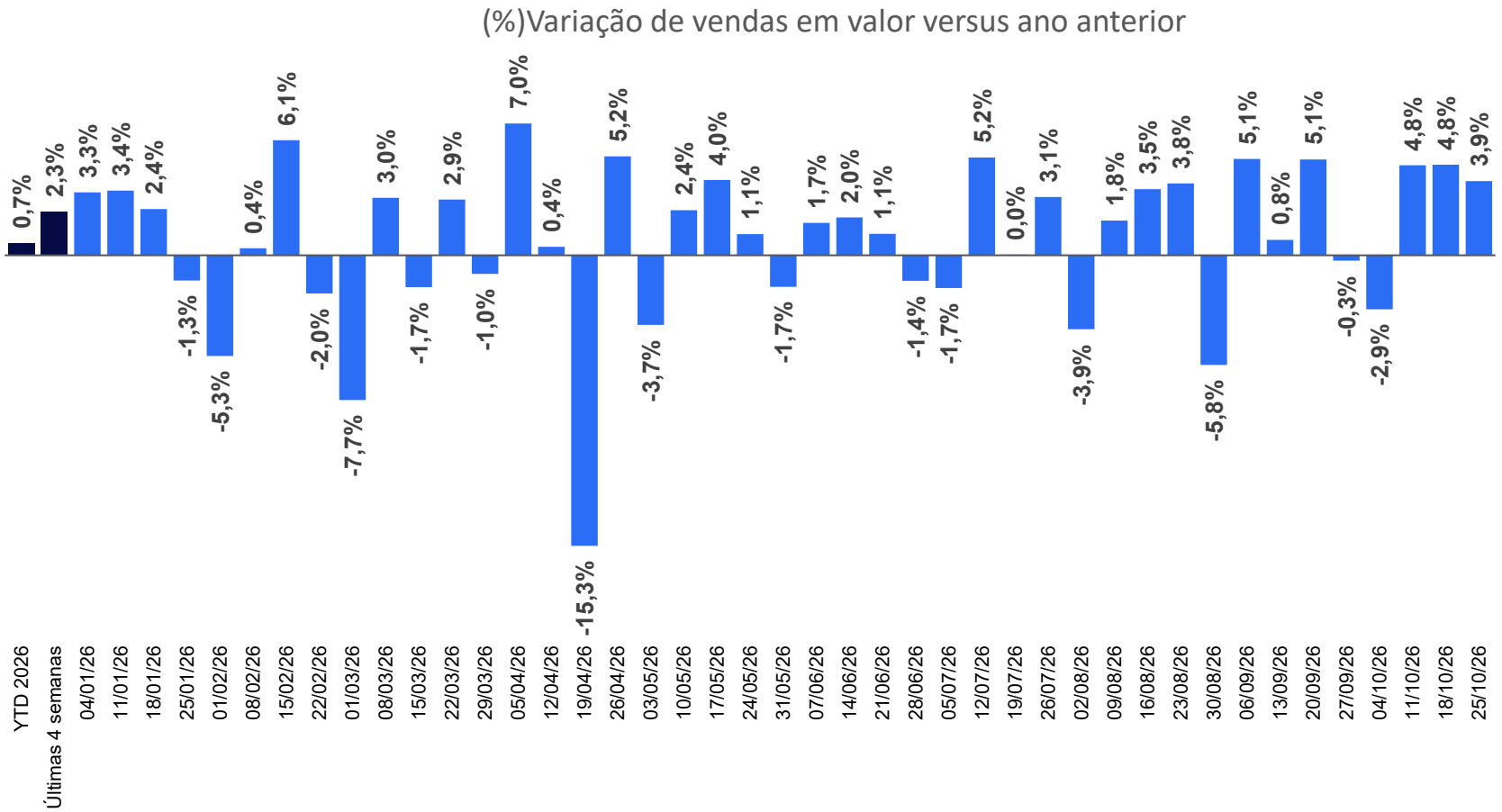

Fonte: NIQ Total Store – Mercado Autosserviços (hiper, Super Grande e Super Pequeno) + Atacarejo Brasil
Varejo Alimentar= Redes de supermercados colaboradoras do painel NIQ com lojas acima de 1.000m² ou redes com ao menos 4 lojas se menor de 1.000m²+ Atacarejos
Variação de vendas em valor da semana atual 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 permanecem positivas e encerram a semana em 3,9%, sustentando o crescimento do varejo alimentar



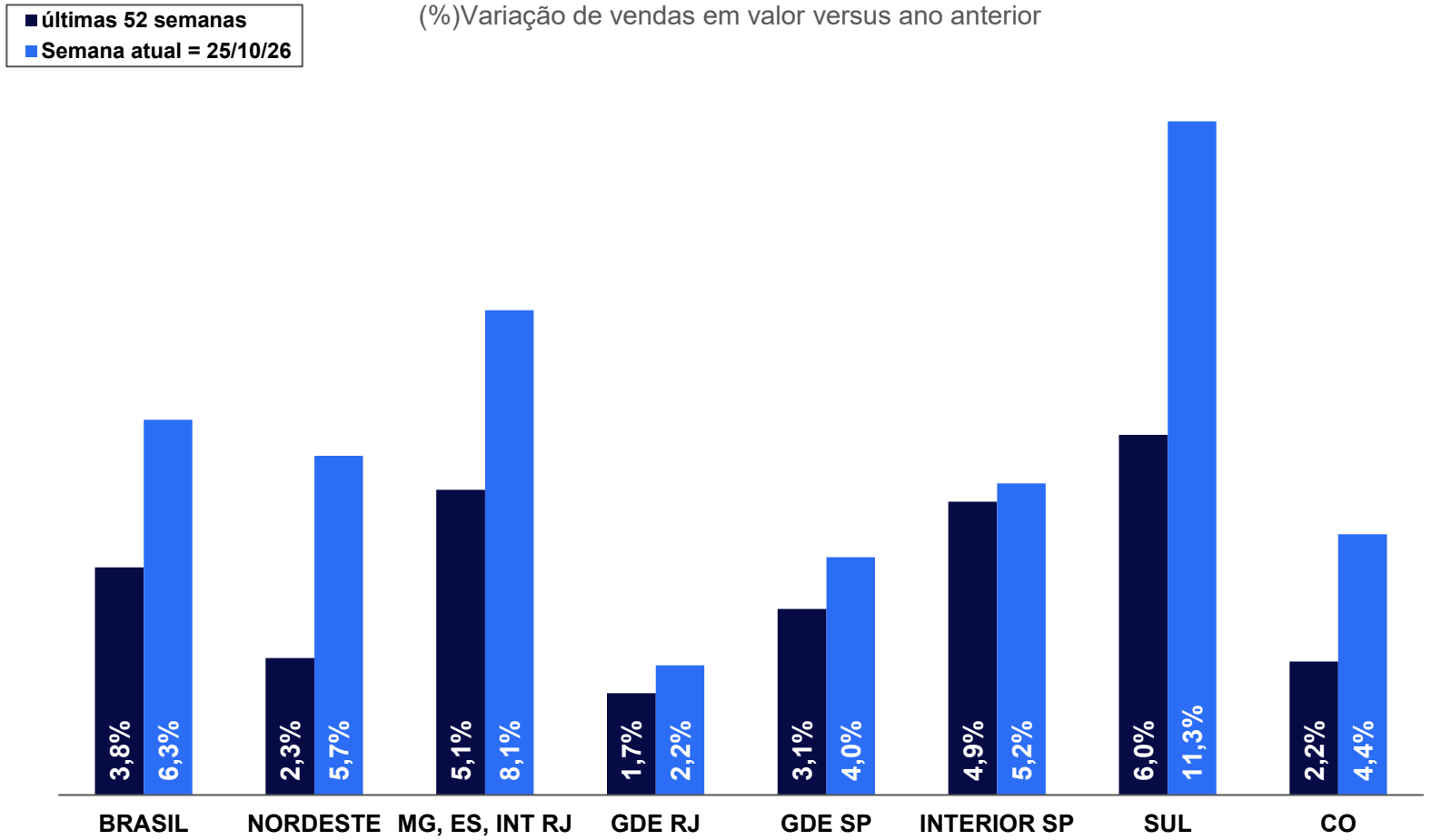

Fonte: NIQ Total Store – Mercado Autosserviços (hiper, Super Grande e Super Pequeno) + Atacarejo Brasil | Mesmas Lojas
Varejo Alimentar= Redes de supermercados colaboradoras do painel NIQ com lojas acima de 1.000m² ou redes com ao menos 4 lojas se menor de 1.000m²+ Atacarejos
Variação de vendas em valor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

## Sul mantém liderança no crescimento regional e supera 11% de avanço na semana atual



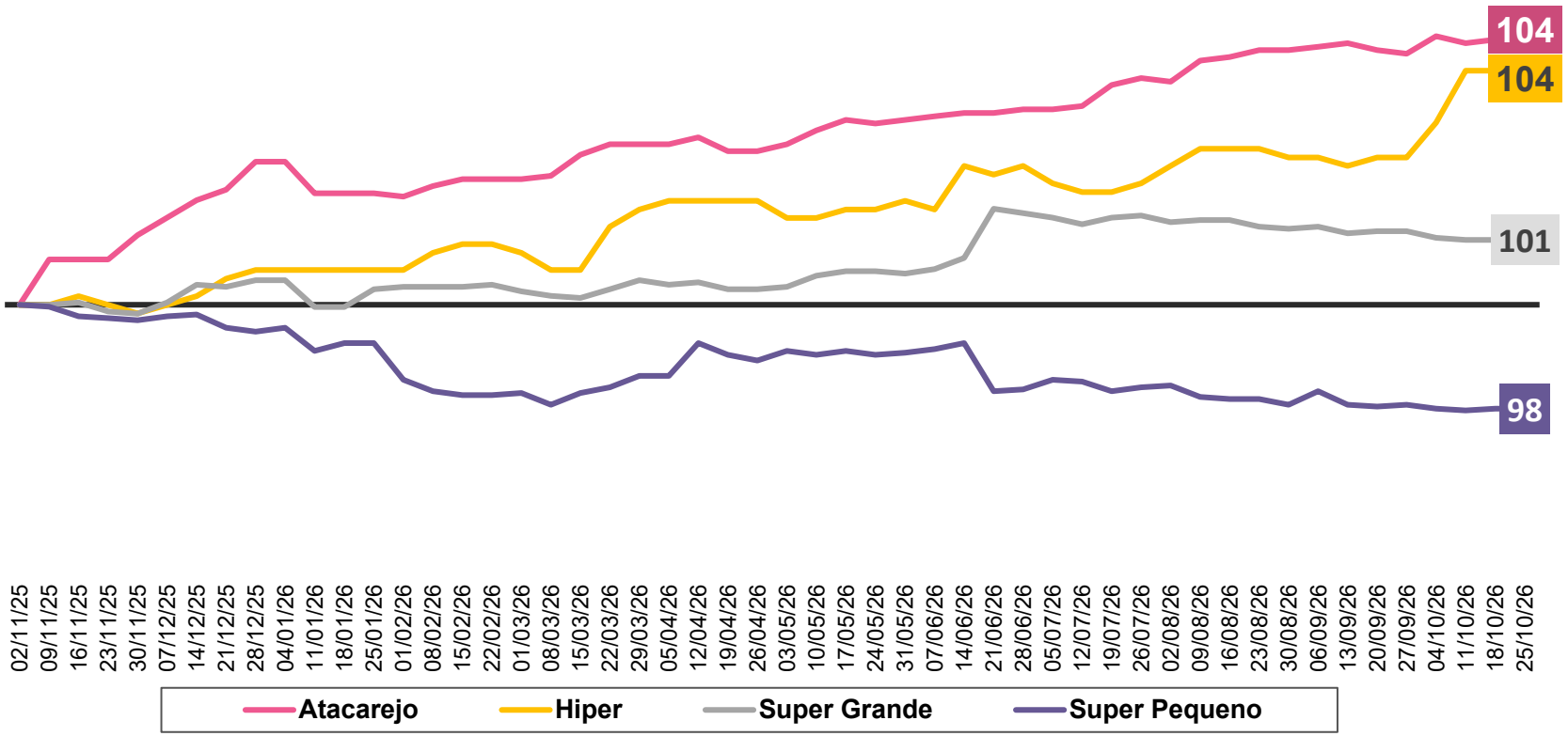

Fonte: NIQ Total Store – Mercado Autosserviços (hiper, Super Grande e Super Pequeno) + Atacarejo Brasil
Últimas 52 semanas móveis como parâmetro para medição do crescimento da semana atual
Varejo Alimentar= Redes de supermercados colaboradoras do painel NIQ com lojas acima de 1.000m² ou redes com ao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

© 2023 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

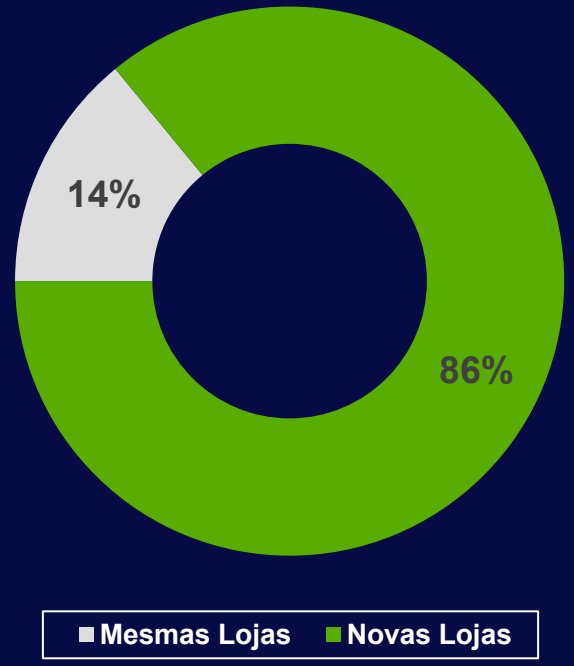
# Evolução de lojas por tipos de canais do varejo alimentar

## Novas lojas seguem impulsionando o varejo alimentar e respondem por 86% do crescimento acumulado

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



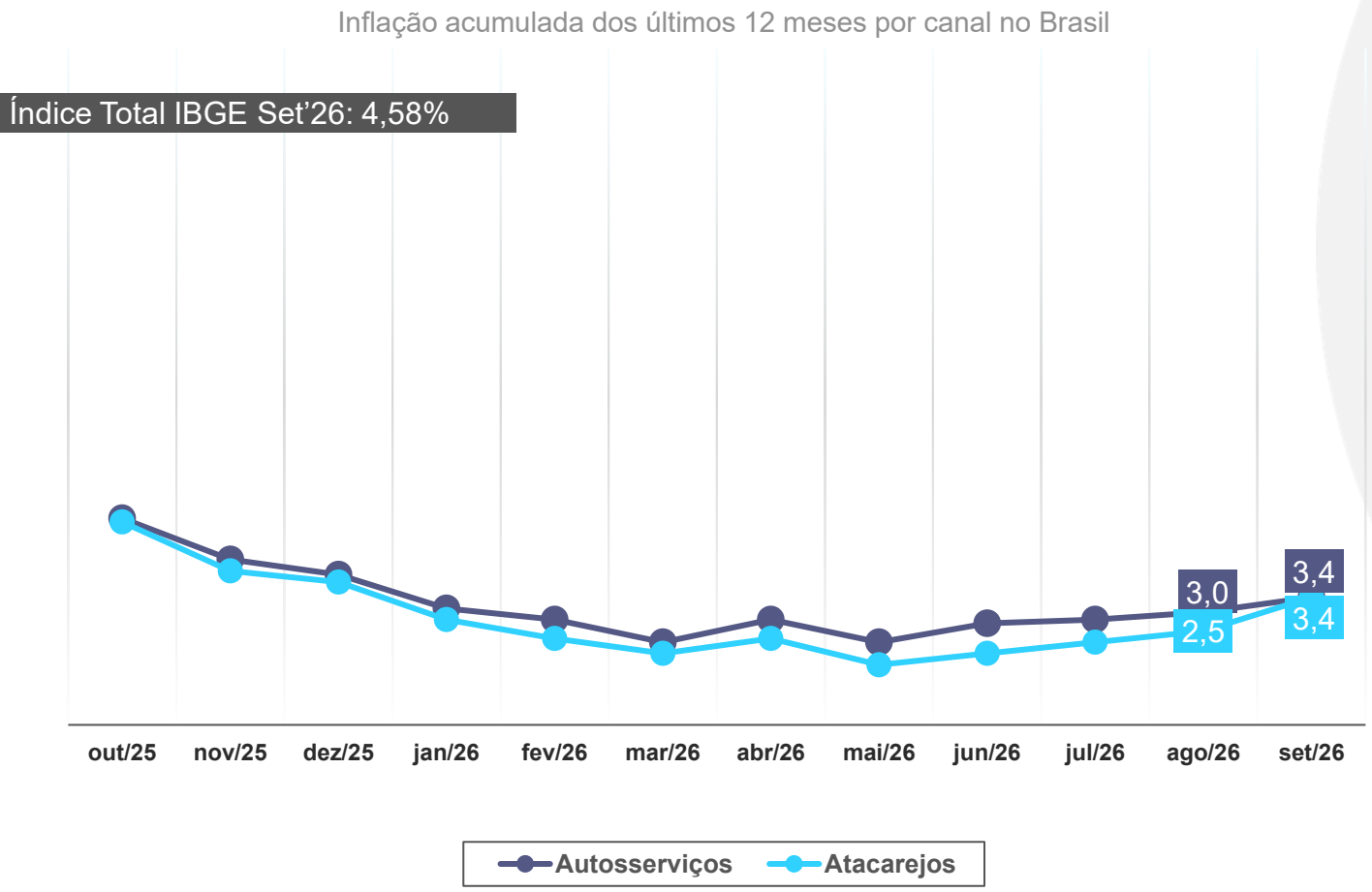

**Representatividade das mesmas lojas e novas lojas no crescimento do varejo alimentar (últimas 52 semanas)**




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 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.





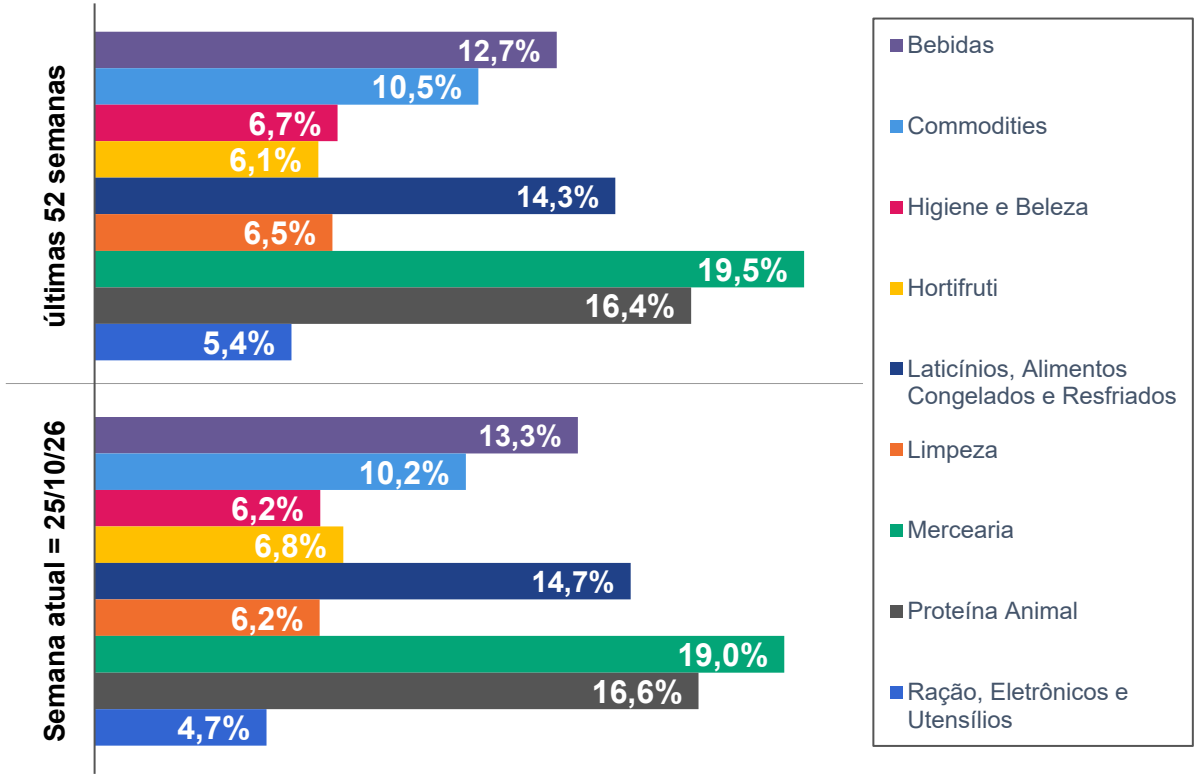

Fonte: NIQ Total Store – Inflação acumulada de 12 meses em cada período. Considera-se apenas itens em comum do período atual versus o mesmo período do ano anterior. Retira-se o efeito "mix" na composição do indicador

© 2023 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

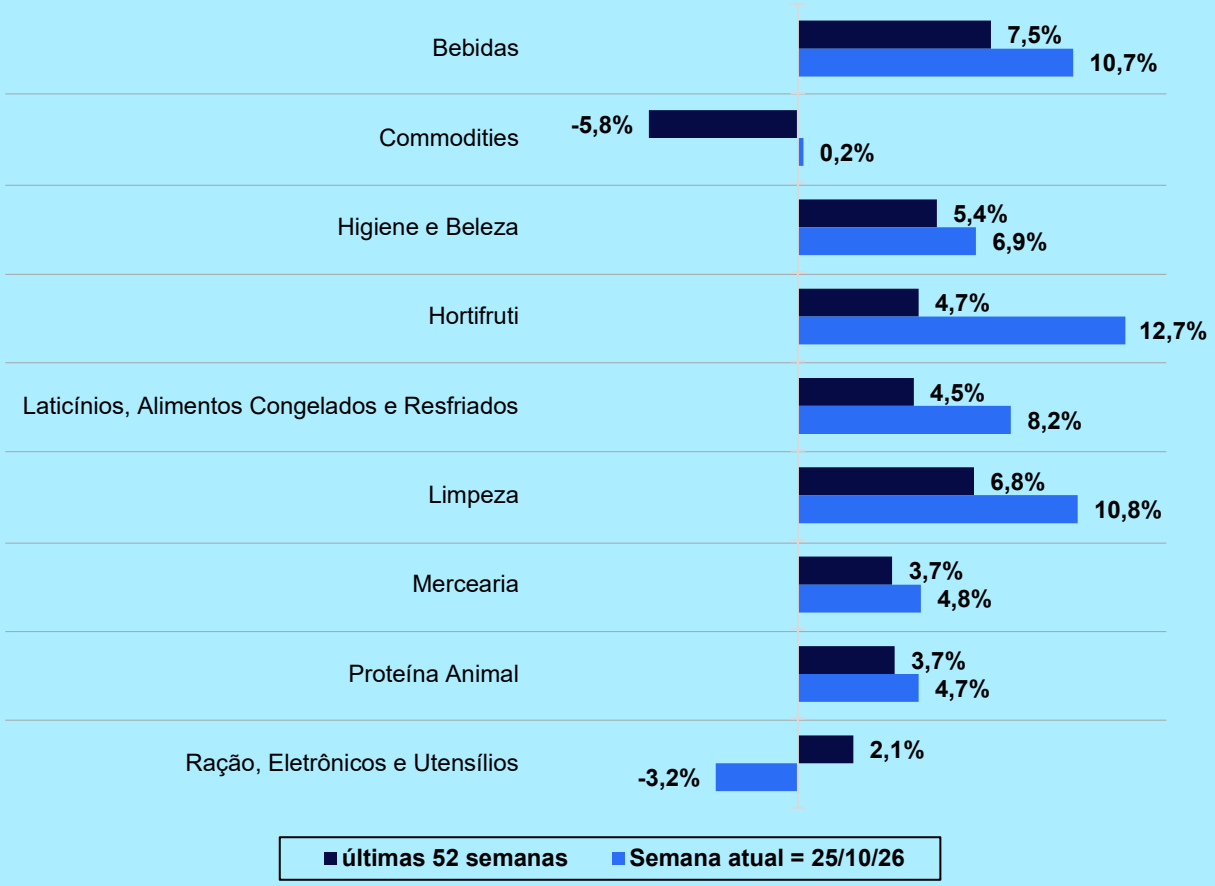
# Desempenho das cestas de produtos no Varejo Alimentar

## Hortifruti, Limpeza e Bebidas lideram o crescimento entre as cestas na semana atual

(%)Importância das cestas nas vendas




(%)Variação de vendas em valor versus ano anterior

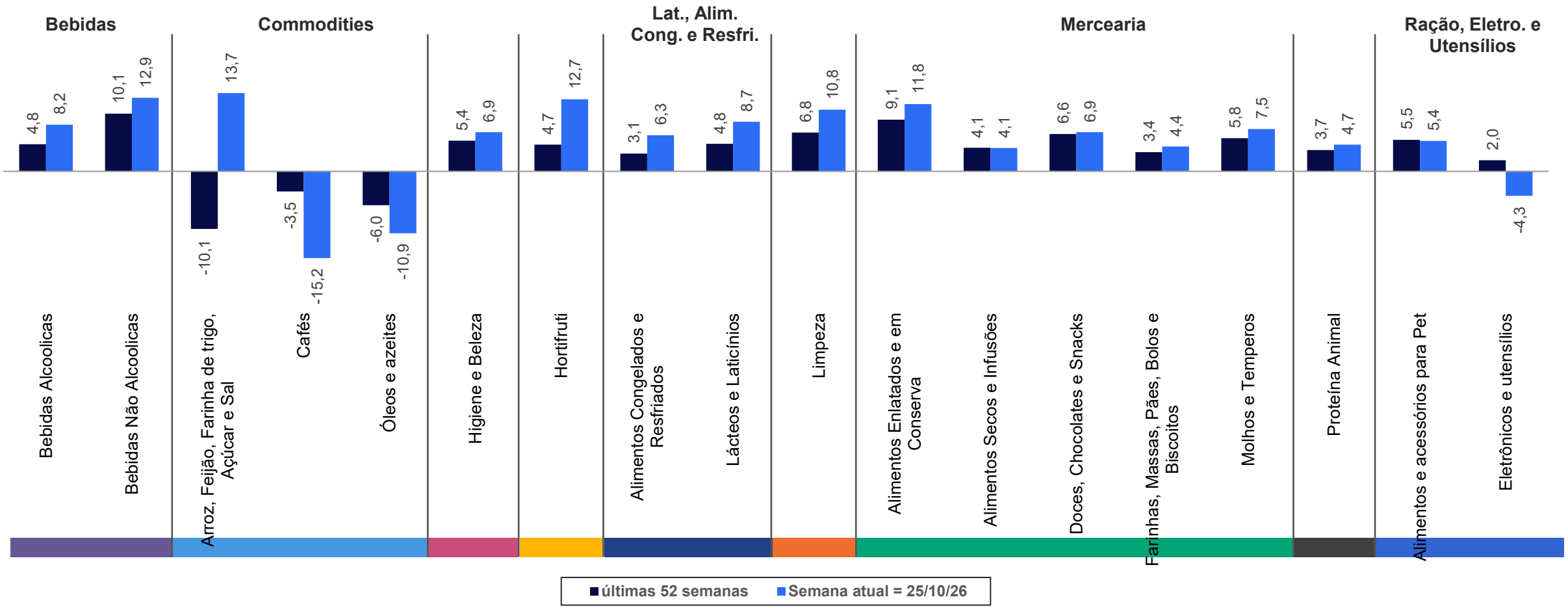



Fonte: NIQ Total Store – Mercado Autosserviços (hiper, Super Grande e Super Pequeno) + Atacarejo Brasil
Variação de vendas em valor da semana atual versus mesma semana do ano anterior e do acumulado do ano atual versus o acumulado anterior

# Desempenho das cestas de produtos no Varejo Alimentar

## Arroz+Feijão+Açúcar&Sal, Bebidas Não Alcoólicas e Hortifruti registram os maiores crescimentos da semana

(%)Variação de vendas em valor versus ano anterior



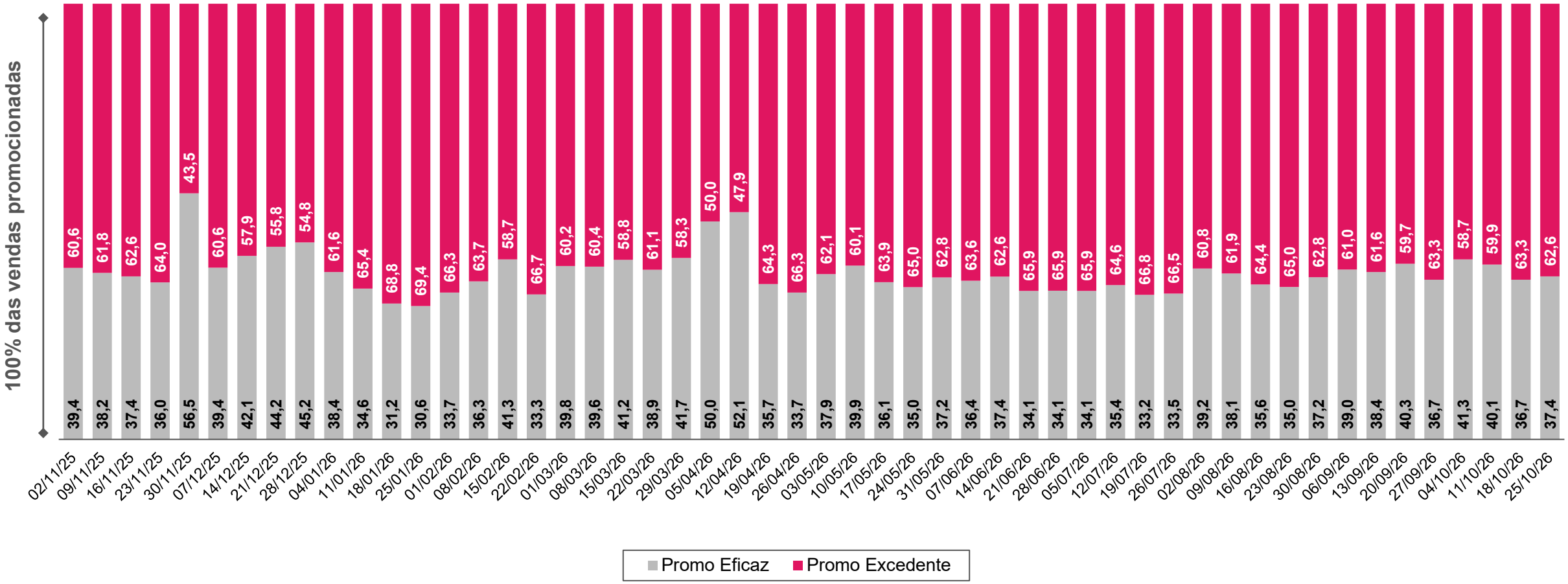

Fonte: NIQ Total Store – Mercado Autosserviços (hiper, Super Grande e Super Pequeno) + Atacarejo Brasil
Últimas 52 semanas móveis como parâmetro para medição do crescimento da semana atual
Varejo Alimentar= Redes de supermercados colaboradoras do painel NIQ com lojas acima de 1.000m² ou redes com ao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

© 2023 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

# Oportunidade de otimização das promoções ao consumidor

## Efetividade promocional avança para 37,4% na semana atual após retração observada na semana 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

© 2023 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

# ABRAS Monitoramento Semanal

Powered by NIQ

ABRAS ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE SUPERMERCADOS

NIQ