



Inteligência que move o mercado.

*O Full ViewTM
dos consumidores.*



Evento
Full View 2026

**A versão curta de
uma longa história**

As 5 forças por trás da queda de volume

NielsenIQ Brasil

Maio 2026

Full ViewTM 2026:

A versão curta de uma
longa história

As 5 forças por trás da queda de volume

Cenário

A desaceleração do volume vai além de um recorte nacional. Em 2025, uma nova onda de inflação reforça um novo patamar de preços e, combinada a desafios estruturais, acelera essa tendência.

O impacto é transversal.

A forma como o brasileiro organiza seu consumo se redefine.

As 5 forças

O **endividamento** segue comprimindo a renda, enquanto **estratégias de economia** se consolidam no “básico”.

O **consumo fora do lar** perde tração e, ao mesmo tempo, o **e-commerce** deixa de ser vetor marginal e passa a estruturar a jornada.

Em paralelo a tudo isso, novos gastos surgem. **Trade up e a indulgência seguem presentes**

Impactos e Estratégias

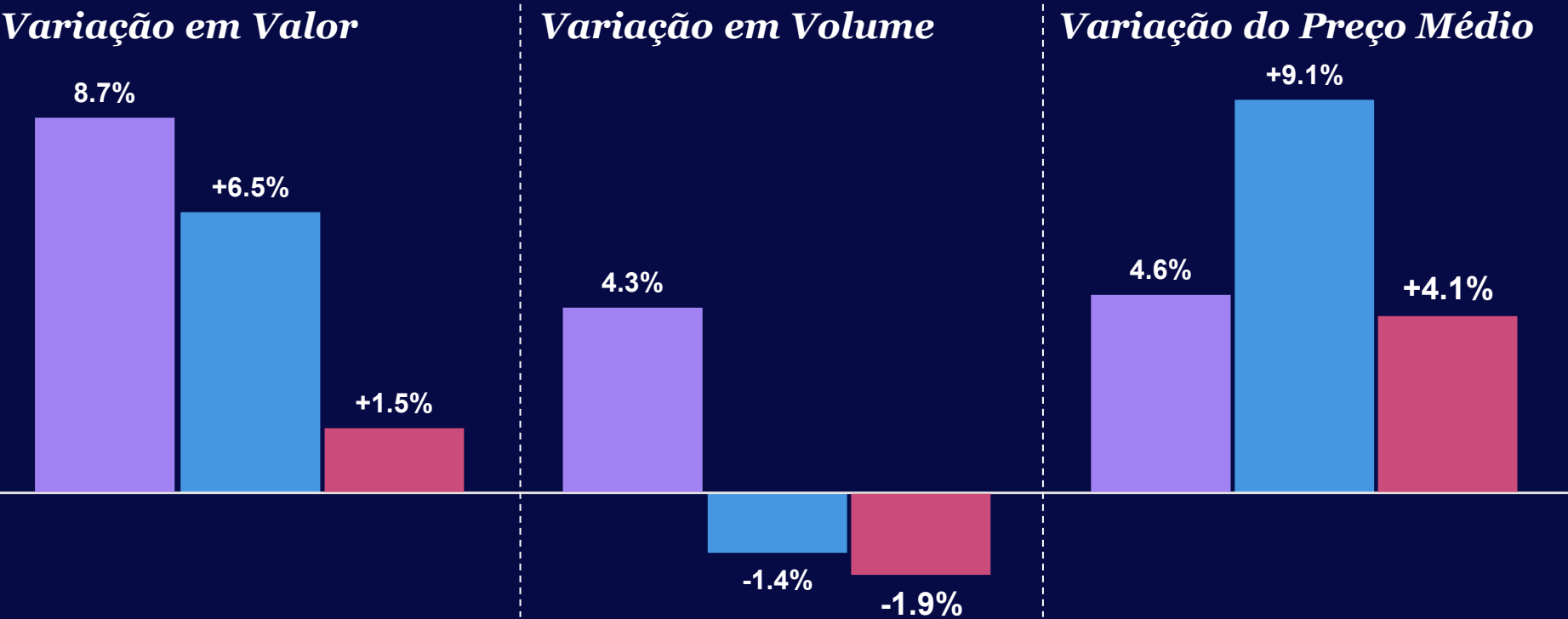
A pressão de preços mantém o **consumidor racional**, priorizando controle de gastos e reduzindo fidelidade.

A batalha deixa de ser apenas pelo carrinho de compra do consumidor e outras forças passam a compor a equação de orçamento familiar.

Desaceleração do volume ocorreu de forma generalizada ao longo dos últimos anos no Brasil

Em 2026 há um cenário onde, além do desafio de volume, teremos o desafio do valor

Variação de Vendas e Preço para T. Cesta NIQ em 2024, 2025 e 1º Trimestre de 2026 (vs Ano Anterior)



Total 2024

20%

das categorias
retraíram em volume
entre 2024 e 2023

Total 2025

50%

das categorias
retraíram em volume
entre 2025 e 2024

1º Tri. 2026

70%

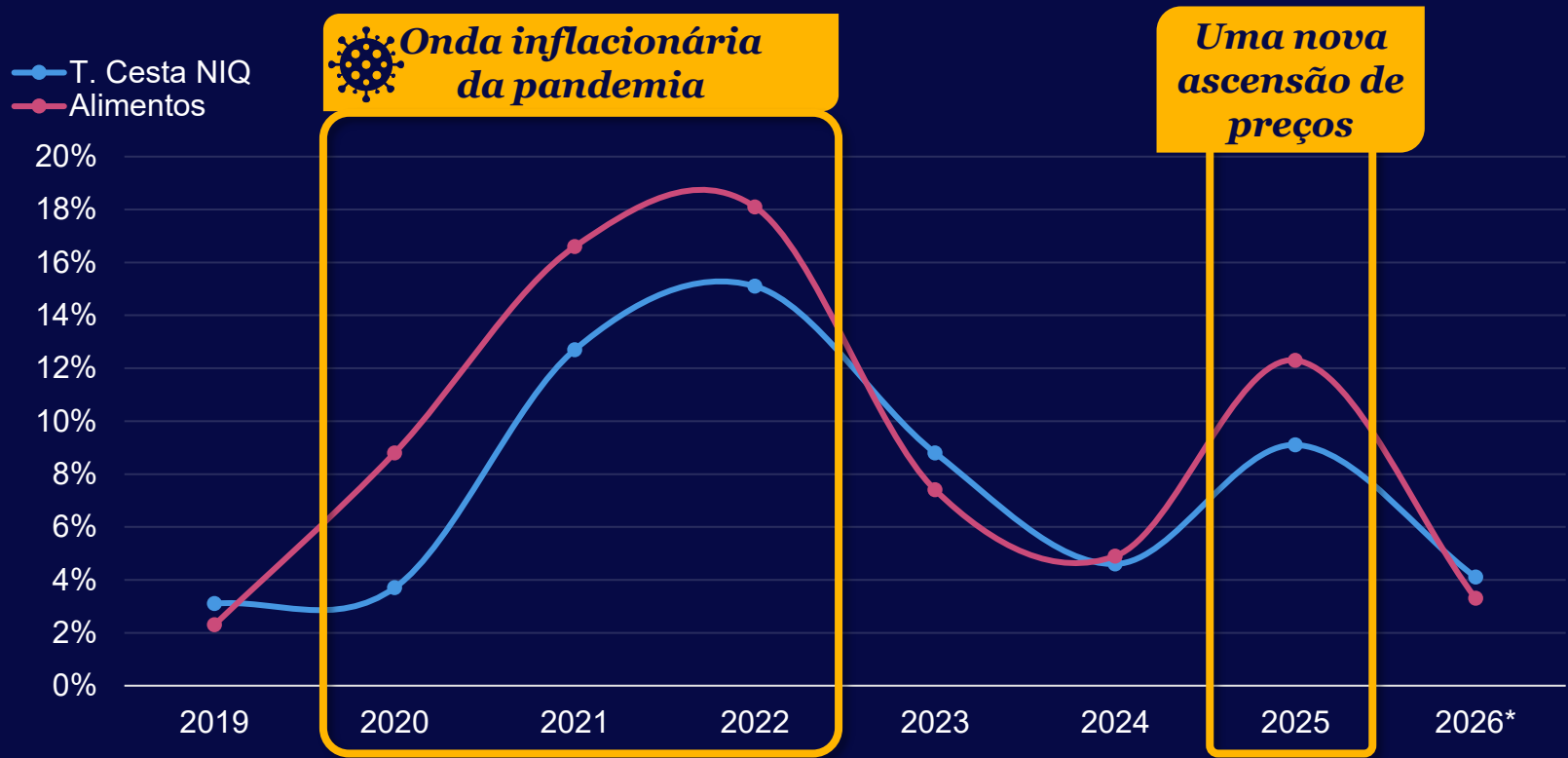
das categorias
retraíram em volume
entre 2026 e 2025*

Fonte: NIQ Monitor 2024, Monitor 2025 e Monitor 2026 | Variação de Vendas Valor, Variação de Volume Ponderada e Variação de Preço Volume Ponderada | Total Brasil | *2026 vs 2025 até 1º Trimestre

Após choques de preços da pandemia, 2025 foi marcado por nova ascensão dos preços

Na prática, não é uma nova onda de inflação. É um novo patamar estabelecido.

Variação Ponderada do Preço Médio Volume para a Cesta NIQ e Alimentos ao longo do tempo (%)



Café em pó e grãos

+248%

de aumento de preço volume entre 2025 e 2019



Óleo & Azeite

+118%

de aumento de preço volume entre 2025 e 2019



Arroz

+78%

de aumento de preço volume entre 2025 e 2019

Fonte: NIQ Monitor 2019 – 2026 | Variação Ponderada de Preço Médio Volume | Total Brasil | Total Canais

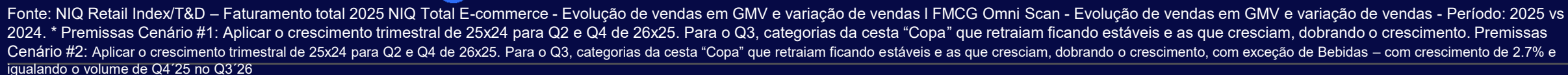
2025 começa com crescimento e 2026, com retração

Variação do Volume da Cesta NIQ:

-1,4% (2025 vs 2024)

-1,4%*

-0.8%*



Com impacto transversal da ascensão dos preços, a retração de volume foi consequência da combinação de *5 forças estruturais*

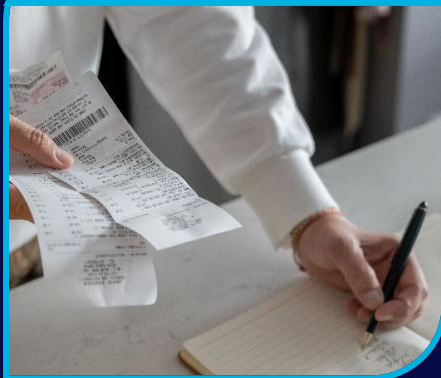
Uma nova ascensão dos preços

Variação do Volume da Cesta NIQ: -1,4% (2025 vs 2024)

Endividamento e custo de vida elevado



Estratégias de economia em alta



Um novo equilíbrio dentro e fora do lar



E-commerce e um consumidor conectado



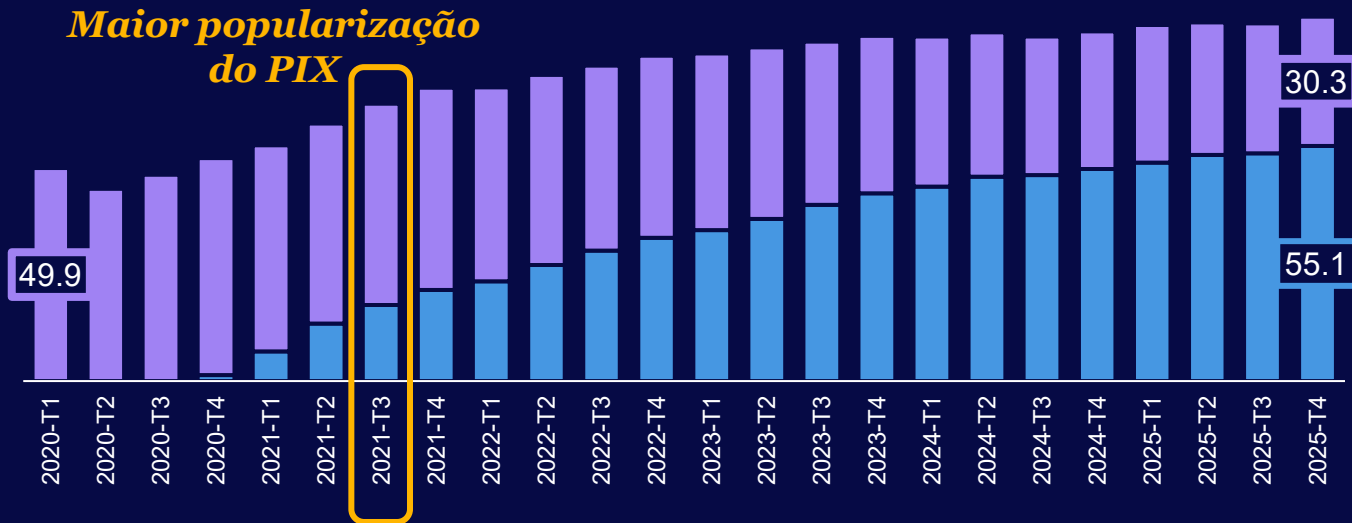
Novos gastos e repriorização



A popularização do PIX e endividamento das famílias cresceram juntos

Importância do PIX + Cartões no volume de transações

■ Pix ■ Cartões (Crédito + Débito + Pré-Pago)



Brasileiros têm **mais de um cartão de crédito por pessoa**, atingindo 253,8 milhões de cartões ativos¹



Canal **telefone celular** ultrapassa **89% de importância nas transações** em 2025



Cenário **reduz a “fricção psicológica do gasto”** e amplia o **sobreconsumo nas classes mais vulneráveis**

Evolução do endividamento das famílias



Correlação de 0,95 entre PIX+Cartões e endividamento

Fonte: Estatísticas dos meios de pagamento - Banco Central do Brasil (BCB) | ¹ Segundo semestre de 2025 - Notícia Banco Central do Brasil

Adversidades forjam um consumidor mais seletivo e estratégico nas suas decisões

Com redução do consumo, melhor planejamento da ocasião de compra e escolhas mais convenientes



Planejamento prévio e compras fragmentadas



80%

dos consumidores declaram planejar suas compras previamente

30%

dos consumidores declaram realizar suas compras semanalmente

(eram 27% em 2024)



Contenção de gastos e prioridades



48%

das categorias **perderam penetração em lares¹** em 2025 vs 2024

60%

das categorias sofreram **queda da taxa de compra¹** em 2025 vs 2024



Escolhas estratégicas para um bolso restrito



Canal



Embalagem



Preço

Fonte: NielsenIQ Retail Pulse 2025 | Percentual dos consumidores que planejam suas compras e frequência das principais compras.
NielsenIQ Homescan | Penetração e Taxa de Compra Volume para 52 categorias | Total Brasil | Total Canais | 2025 vs 2024 | ¹Redução da Penetração nos lares maior que 0,5p.p. e Redução % da Taxa de Compra Volume maior que 1%.

Consumidor mais cauteloso e seletivo, redefinindo não só o que consome, mas também como e onde consome



Lares com renda entre **R\$3.500 e R\$7.800** são os que mais diminuem saídas



Nordeste representa 1/4 da **redução de gastos com alimentação fora do lar**



As saídas para lazer também diminuem



Por outro lado, cresce busca por praticidade e lazer dentro do lar

Beneficiados por diminuição da alimentação fora do lar

%Var. Unidade 2025 Vs 2024



Panela de Arroz
14%



Microondas
65%



Lava-Louças
136%

Beneficiados por diminuição do lazer fora do lar

%Var. Valor 2025 Vs 2024



Consoles de Games
39%



Monitores
62%



Caixas de som
29%

Crescimento e maior penetração do online revelam migração real de parte do consumo

Canal Internet

3,1M

Lares realizam
compras na
Internet
(5,1 pp penetração)
4º maior canal em
ganho de penetração



88% já
compram bens de
consumo rápido
pela Internet¹



64% deixam
de comprar no
varejo físico para
comprar no online¹

Fonte: Homescan – Total Tickets MOV'Q1 2026 vs 2025 | ¹ NIQ | Pesquisa de intenção de compra e Top Of Mind | Período: 2º Trimestre de 2026

12

A disputa agora é pelo share do bolso do consumidor, não “apenas” pelo share de mercado

Grande alocação da renda com contas básicas apertam cada vez mais gastos com FMCG

Alocação da Renda Mensal do Brasileiro Renda Média: R\$ 3.613



T. Brasil

Gastos Básicos:
71% | R\$ 2.5k

Secundários: 29% | R\$ 1k

NSE Baixo

Renda Média:
R\$ 2.424

Gastos Básicos:
75% | R\$ 1.8k

Secundários: 25% | R\$ 600

Fonte: NIQ Homescan | Consumer 360 Brasil 2025 | Quanto, em média, a sua família gasta em cada uma dessas despesas?

A queda de volume foi consequência de uma profunda recalibração do consumo

Tensão

Orçamento das famílias segue comprimido

A combinação entre inflação acumulada, juros elevados e endividamento reduziu qualquer sensação de folga financeira dos brasileiros, direcionando a queda de volume.

Adaptação

Consumidor recalibra as decisões

Economia não é mais uma reação, mas sim uma estratégia permanente. O básico cada vez mais básico e um “premium” com preços mais baixos são alternativas que ganham força.

Valor

Crescer exige maior justificativa de valor

Preço explica a escolha. Valor explica a preferência: relevância, percepção de benefício e conexão tornam-se mais decisivos. O desafio está em conquistar espaço dentro do orçamento total, e não dentro da categoria.



Inteligência que move o mercado.

*O Full ViewTM
dos consumidores.*

