

# radar<sup>©</sup>

scanntech

FEVEREIRO  
2025

DATA DA PUBLICAÇÃO  
11 DE MARÇO DE 2025

EM PARCERIA COM

McKinsey  
& Company





Com especialistas da área:



 **scanntech**

**Valeria Berlfein**  
DIRETORA DE SCANN SHOPPER



**ESPM**

**Marcelo Ermini, MSc**  
MESTRE



**L'ORÉAL**

**Ana Beatriz Rodrigues**  
HEAD DE SHOPPER INSIGHTS

## WEBINAR + E-BOOK

SHOPPER INSIGHTS

# Mais vendas e melhor experiência para o shopper

Tenha mais eficiência e **otimize seus resultados** sabendo onde e quando aplicar os dados do seu shopper

SAVE  
THE  
DATE

QUARTA-FEIRA

09/04

às  
14h

Faça o download do e-book e sua inscrição.  
Garanta sua presença!

[CLIQUE AQUI](#)

# Análise Macroeconômica

Desafios e  
oportunidades  
em um cenário  
volátil.

by **McKinsey  
& Company**

## Consumidores estão mais cautelosos, mas varejo segue resiliente



Por Pedro Fernandes, Partner da McKinsey & Company  
10 de Março de 2025

O cenário do ano de 2025 começou com dois fatores contrastantes no varejo brasileiro. Por um lado, o PIB cresceu 3,4% e o desemprego caiu em 2024, sugerindo melhora no poder de compra da população. Porém, o país seguiu com inflação persistente (4.8%) e com desvalorização frente ao dólar, levando o Banco Central a manter taxas de juro altas no início de 2025.

O “aperto” gerado por juros altos ajuda a explicar uma queda observada no nível de otimismo do consumidor brasileiro no início de 2025, de acordo com pesquisa da McKinsey. Dois grupos demográficos estão

particularmente menos confiantes: gerações mais jovens, provavelmente desacostumadas a lidar com inflação persistente; e pessoas de renda mais baixa, que têm visto sua renda disponível diminuir.

Essa combinação entre economia ainda “embalada” e consumidor “ressabiado” faz o varejo abrir 2025 crescendo em faturamento, mas não em unidades; e com oportunidades de expansão em diversas categorias. Para saber mais informações sobre o estudo da McKinsey, [Clique Aqui](#)

## Painel Econômico

### INFLAÇÃO

Projeção 2025 (Boletim Focus)

 **5,68%**

A projeção inflacionária vem sendo revisada para cima

### TAXA SELIC

Projeção 2025 (Boletim Focus)

 **15,0%**

O cenário de inflação coloca pressão no Banco Central para aumentar a taxa básica de juros

### TAXA DE DESEMPREGO

Período Jan a Dez. 2024

 **6,6%**

Em 2023, a taxa de desemprego no Brasil fechou em 7,8%





O ano de 2024 foi bissexto. Com um dia a menos em Fevereiro de 2025 vs. 2024, o consumo em unidades retrai em Fevereiro de 2025, mas o varejo alimentar mantém crescimento de +3,3% em faturamento.

Sem o efeito calendário, o resultado do mês ficaria em linha com Janeiro de 2025, apresentando crescimento em unidades e faturamento.

Em Fevereiro'25 o aumento de preços alavancou o crescimento do faturamento do varejo alimentar, que cresceu +3,3% em comparação com Fevereiro de 2024. Já as vendas unitárias, impactadas pelo efeito de um dia a menos no mês de Fevereiro'25 em comparação à Fevereiro'24, retraíram -2,6%. Sem o efeito calendário, o resultado do mês ficaria com um crescimento de +0,8% no consumo, em linha com Janeiro/25.

A região Leste (MG,ES,RJ) apresentou o melhor desempenho em faturamento e a menor queda em unidades no mês de fevereiro'25.

Entre as cestas, perecíveis foi a que mais contribuiu para o crescimento em faturamento do canal alimentar em fevereiro'25. O faturamento da cesta avançou +6,3% frente ao mesmo mês do ano anterior, impulsionado pelo aumento de preço de +6,6%. As categorias que mais contribuíram para o resultado positivo foram Ovo, Frango e logurte.

Café continua sendo o principal vilão do aumento de preços de mercearia básica. Em fevereiro'25, a categoria foi a maior responsável pelo aumento de preço da cesta.

#### ESTUDO ESPECIAL

No estudo especial deste mês, apresentamos o resultado do período da festa junina de 2024, destacando as principais categorias do período sazonal. O estudo visa contribuir com o planejamento do varejo alimentar para as vendas durante a festa junina de 2025.

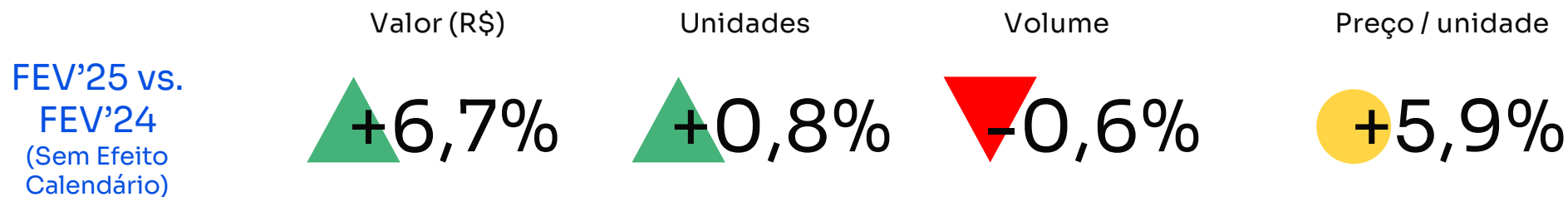
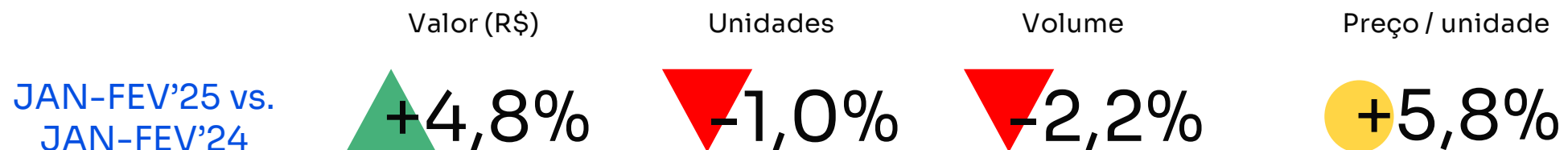
# Resultados do Mês de Fevereiro'25



# Evolução das vendas no Brasil

O aumento de preço contribuiu para o crescimento do faturamento no mês de Fevereiro'25. Já as **vendas unitárias**, impactadas pelo efeito calendário de um dia a menos em relação a Fevereiro'24 registraram queda.

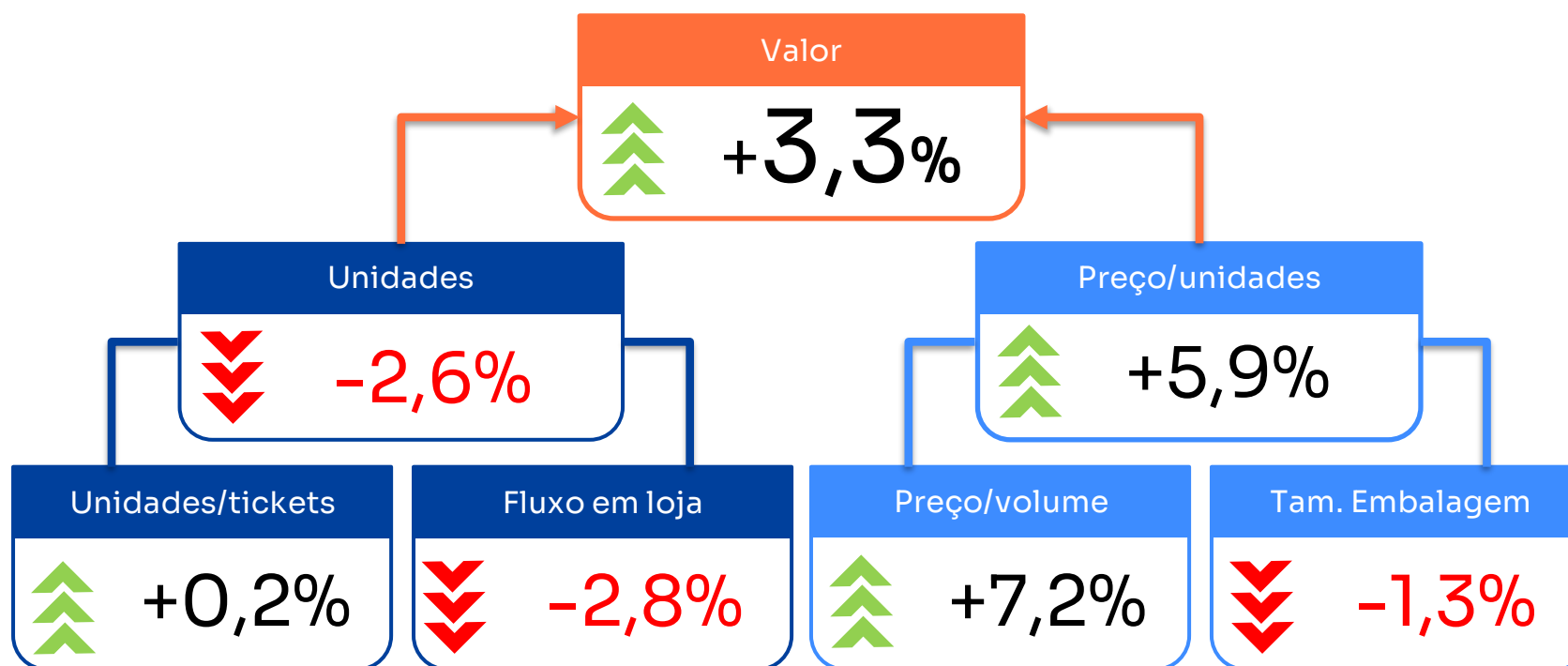
Sem o efeito calendário, o crescimento das vendas unitárias ficaria em torno de +0,8%, em linha com Janeiro'25.



# Decomposição das vendas

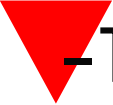




O aumento de preço foi a principal alavanca de crescimento em faturamento do varejo alimentar em Fevereiro'25.

Var. (%) Fev/25 vs. Fev/24



# Evolução das vendas por canal

Com maior repasse de preço, supermercados apresentaram melhor desempenho em faturamento no mês de Fevereiro'25.

		Valor (R\$)	Unidades	Preço / unidade
 SUPERMERCADOS	JAN-FEV'25 vs. JAN- FEV'24	 +4,8%	 -1,1%	 +5,9%
	FEV'25 vs. FEV'24	 +3,4%	 -2,7%	 +6,1%
		Valor (R\$)	Unidades	Preço / unidade
 ATACAREJOS REGIONAIS	JAN-FEV'25 vs. JAN-FEV'24	 +4,6%	 -0,2%	 +4,8%
	FEV'25 vs. FEV'24	 +2,6%	 -1,8%	 +4,4%













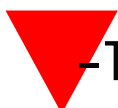

# Evolução das vendas por canal

Total  
Canal Alimentar



Supermercados de 1-4 check outs foram os que mais aumentaram preço, tendo a maior retração em unidades, enquanto atacarejo regional teve o menor aumento de preços e a menor queda em unidades.

## VARIAÇÃO% POR CANAL FEV'25 vs. FEV'24

Canal	Em valor	Em unidades	Em preço
1-4	 +2,8%	 -3,8%	 +6,6%
5-9	 +2,8%	 -3,5%	 +6,3%
10+	 +3,7%	 -2,2%	 +5,9%
Atacarejo Regional	 +2,6%	 -1,8%	 +4,4%

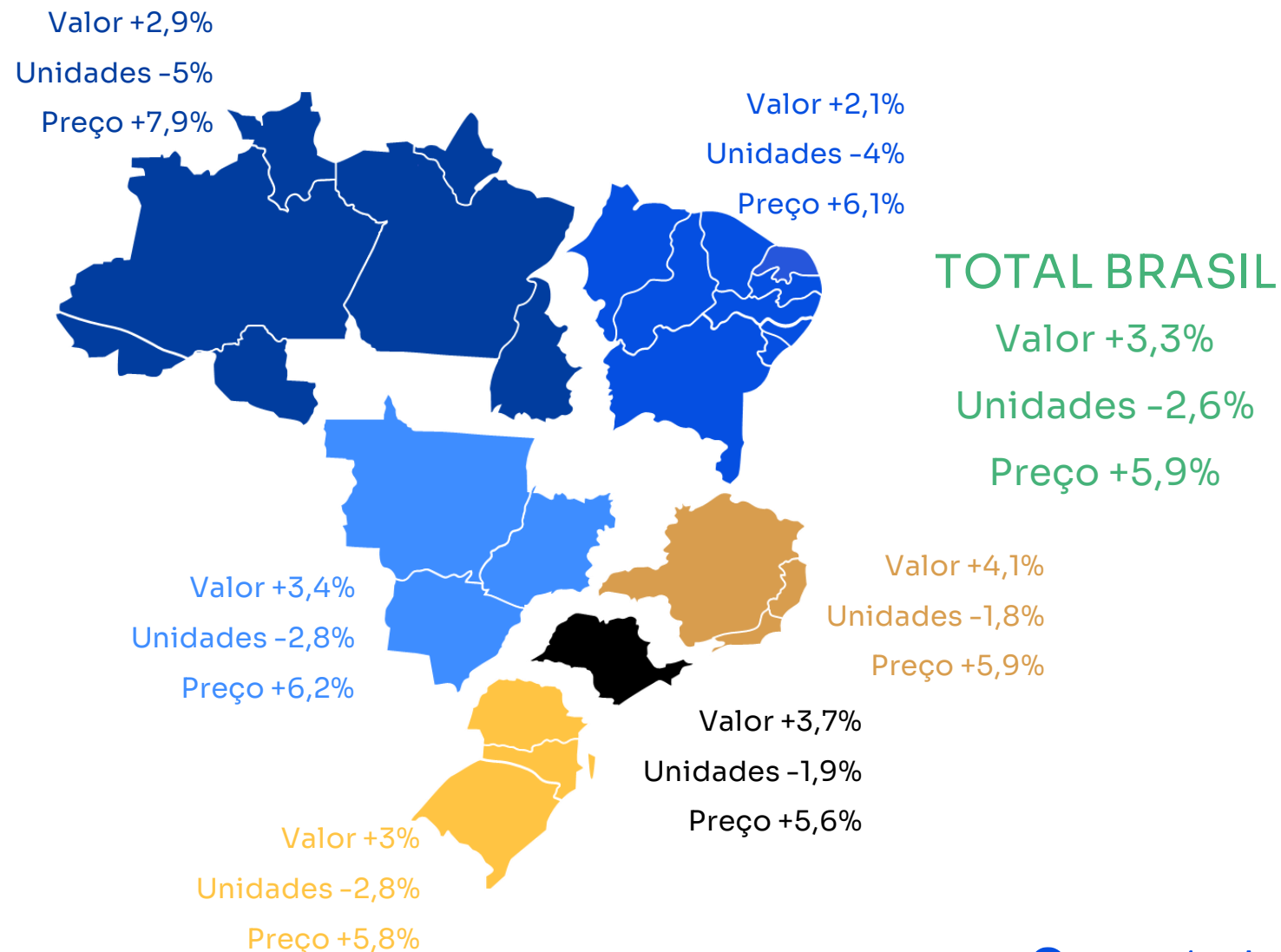
# Evolução das vendas por região

Com a menor queda em unidades, região Leste (MG+RJ+ES) entregou a melhor performance em faturamento.

Já o Norte, foi no sentido oposto, com a maior queda em unidades e o menor crescimento em faturamento.

## VARIAÇÃO DAS VENDAS TOTAL CANAIS

FEV'25 vs. FEV'24



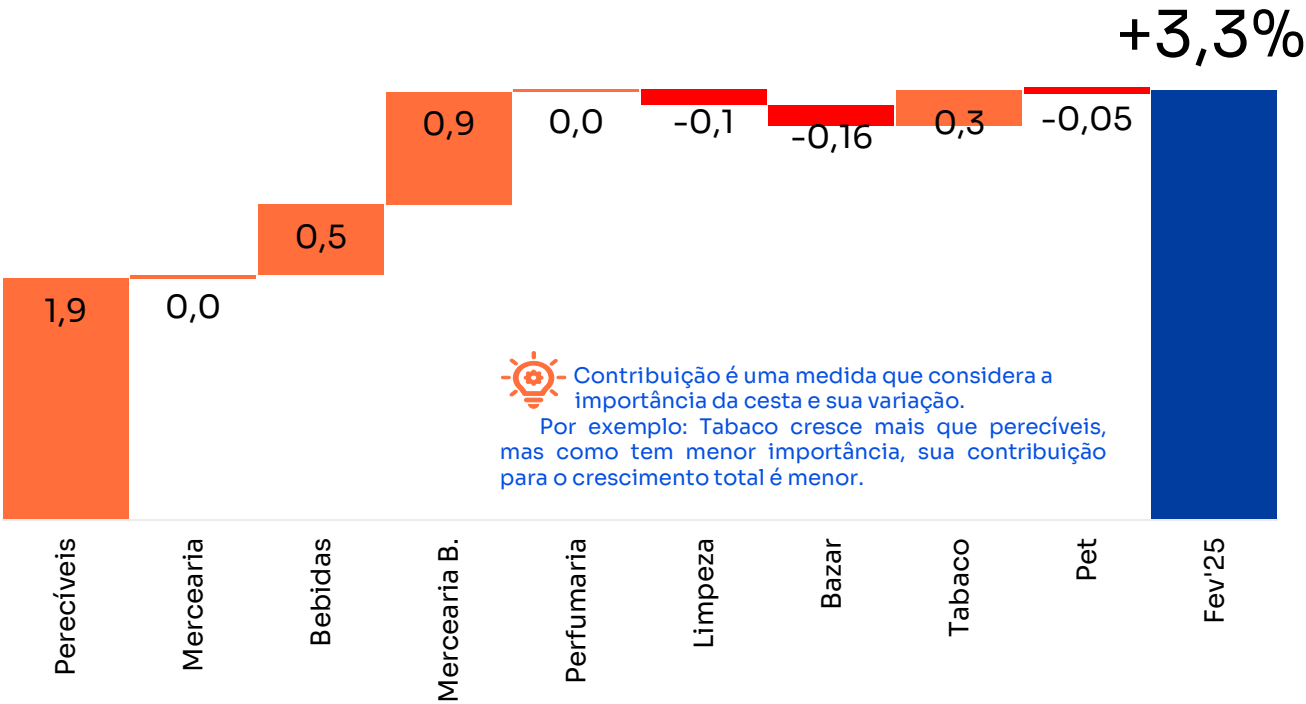
# Movimentação das cestas

Perecíveis foi a cesta que mais contribuiu para o crescimento em faturamento do varejo alimentar no mês de fevereiro'25. Mercearia básica ainda entrega grande aumento de preços, com aceleração do preço médio unitário em fevereiro'25 frente a janeiro'25.

## VARIAÇÃO EM R\$, UNIDADES E PREÇO (FEV'25 vs. FEV'24)

	R\$	Unidades	Preço
Perecíveis	+6,3%	-0,3%	+6,6%
Mercearia	+0,1%	-5,4%	+5,5%
Bebidas	+2,1%	-0,7%	+2,8%
Mercearia básica	+3,9%	-7,2%	+11,1%
Perfumaria	+0,2%	-4,7%	+4,9%
Limpeza	-1,1%	-3,6%	+2,5%
Bazar	-3,7%	-4,0%	+0,3%
Tabaco	+22,5%	+1,9%	+20,6%
Pet	-1,8%	+3,8%	-5,5%

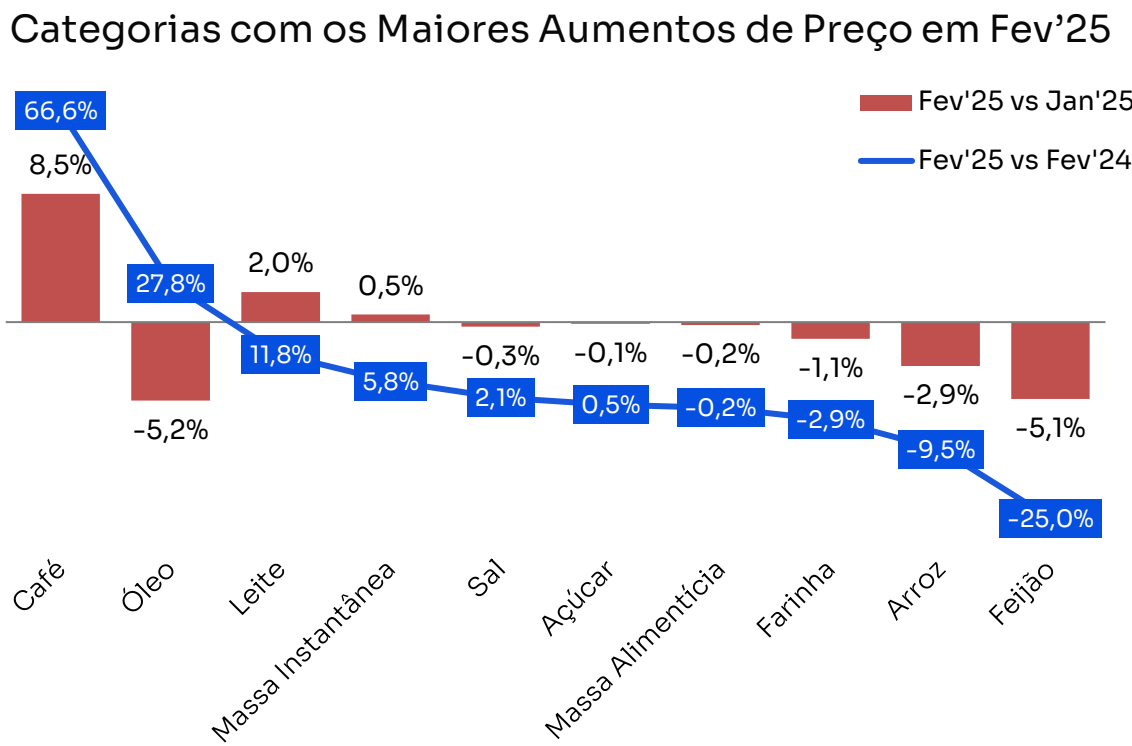
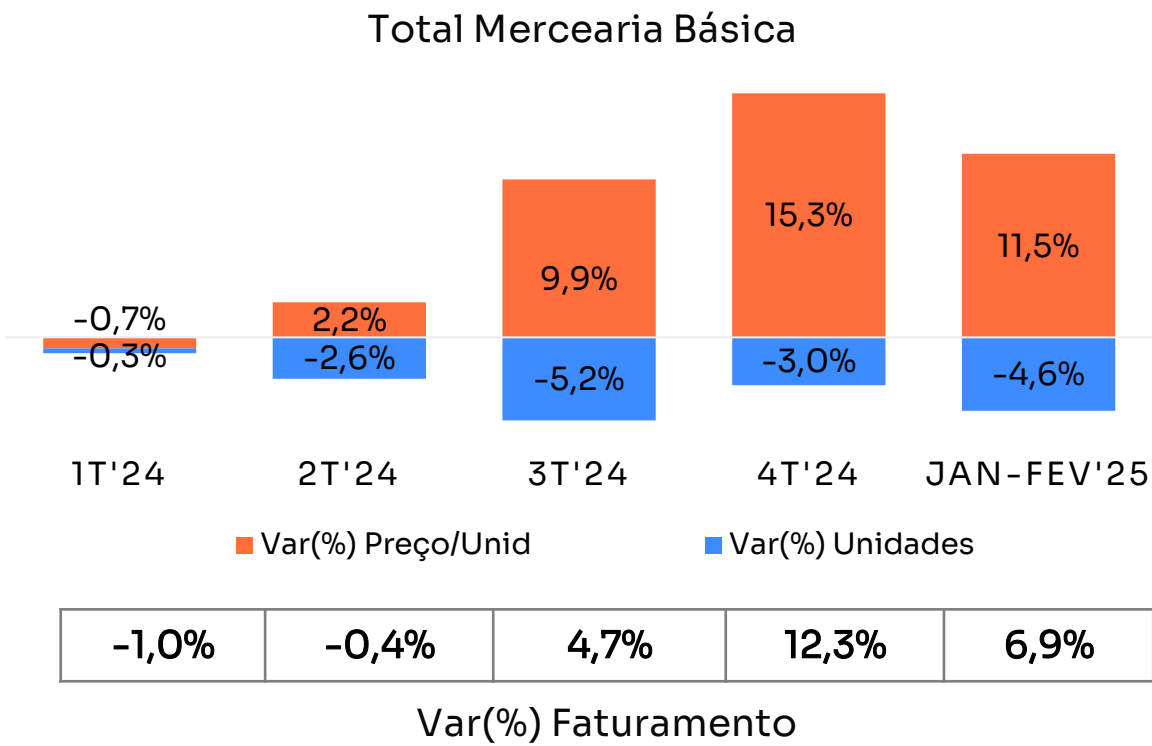
## CONTRIBUIÇÃO % DAS CESTAS (FEV'25 vs. FEV'24)



Apenas produtos com código de barra EAN originado pela indústria.

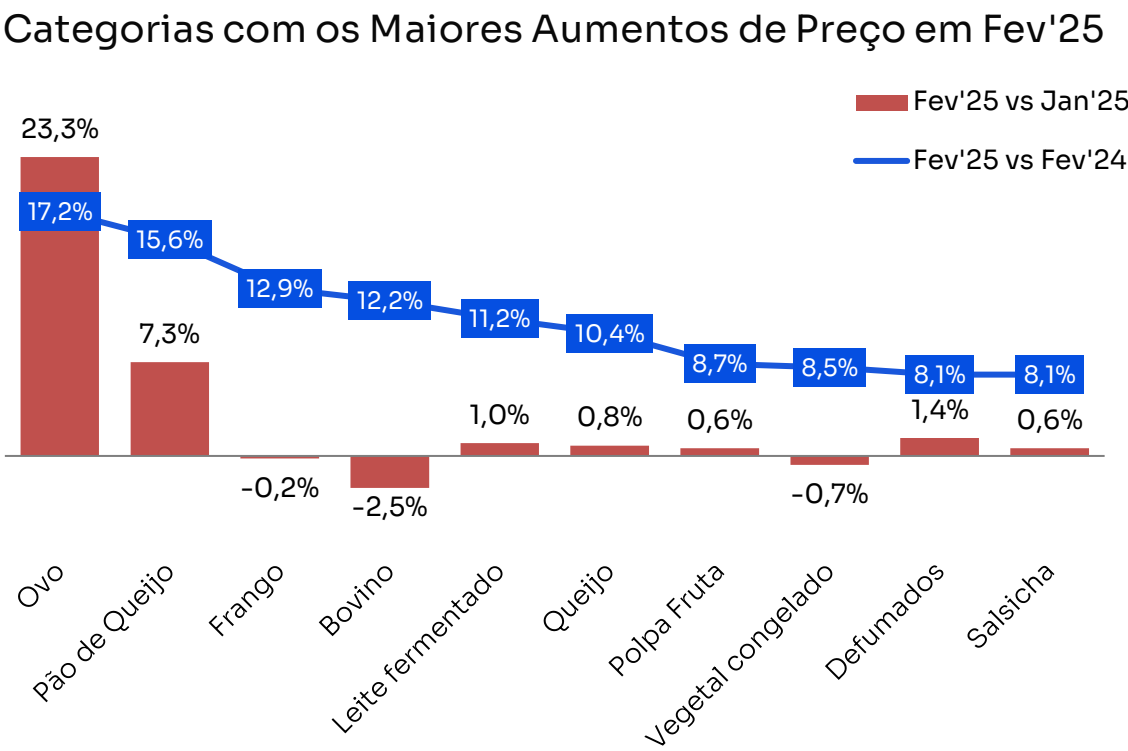
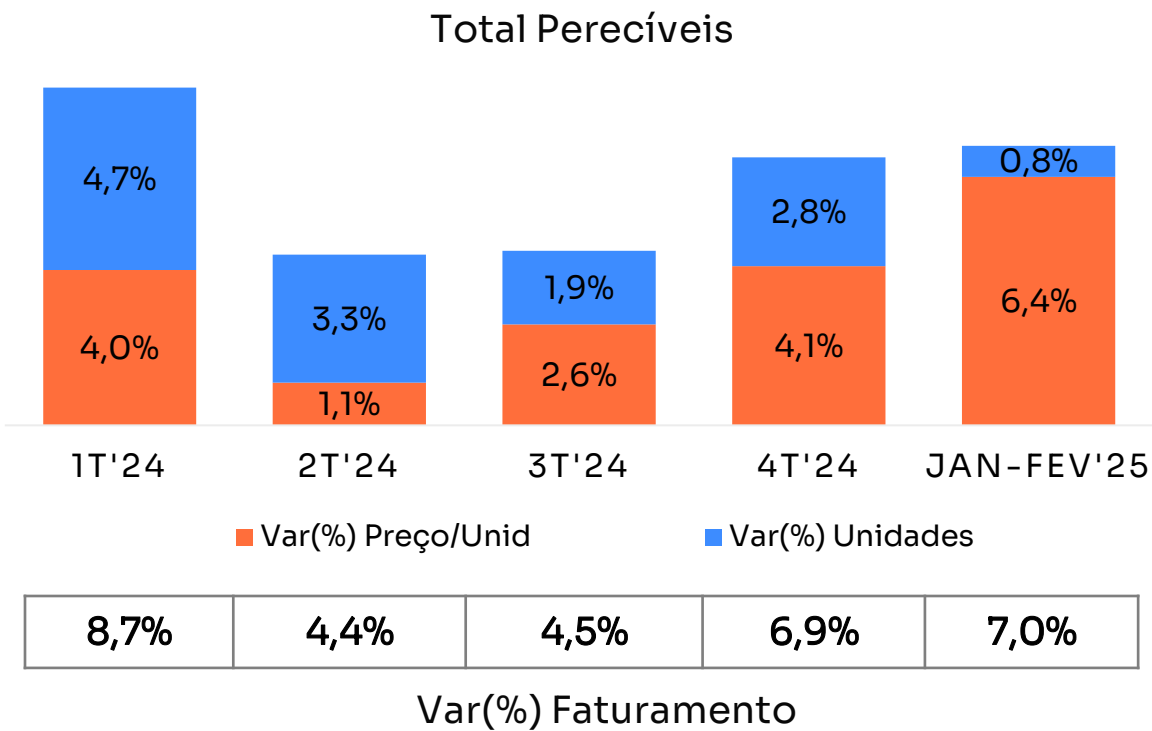
# Evolução dos Preços na Cesta de Mercearia Básica

Café continua sendo o principal vilão do aumento de preços de mercearia básica. Em Fevereiro'25, a categoria foi a maior responsável pelo aumento de preço da cesta, acumulando impressionantes 66,6% de aumento de preços em 12 meses. Já a queda das vendas unitárias na cesta de mercearia básica é puxado por categorias como leite e óleo, responsáveis por mais da metade da queda no período Jan-Fev'25.



# Evolução dos preços na cesta de Perecíveis

Em perecíveis, ovo, frango e carne bovina estão entre os principais responsáveis pelo aumento de preço da cesta no mês Fevereiro'25 vs. Fevereiro'24, mas frango e carne bovina apresentaram retração nos preços comparado à janeiro.





# Movimentações das categorias

Variação (%) das Vendas em Valor (R\$) das Categorias de Maior Contribuição para a Variação do Faturamento por Cesta.

## PERECÍVEIS

Fev'25 vs. Fev'24 % R\$

Total Cesta +6,3%

↑  
OVO +21,1%  
FRANGO IN NATURA +17,3%  
IOGURTE +10,1%

↓  
PEIXE -20,7%  
MARGARINA -4,3%  
BATATA CONGELADA -5,0%

## MERCEARIA

Fev'25 vs. Fev'24 % R\$

Total Cesta +0,1%

↑  
LEITE EM PÓ +8,8%  
PETISCO SNACK +4,3%  
LEITE CONDENSADO +7,2%

↓  
BISCOITO -3,4%  
OVO DE PASCOA -69,6%  
CHOCOLATE -1,7%

## MERCEARIA BÁSICA

Fev'25 vs. Fev'24 % R\$

Total Cesta +3,9%

↑  
CAFÉ +61,3%  
ÓLEO +16,6%  
LEITE +0,5%

↓  
ARROZ -15,7%  
FEIJÃO -27,0%  
AÇÚCAR -7,8%

# Movimentações das categorias

Variação (%) das Vendas em Valor (R\$) das Categorias de Maior Contribuição para a Variação do Faturamento por Cesta.

## BEBIDAS

Fev'25 vs. Fev'24 % R\$

Total Cesta +2,1%

REFRIGERANTE +10,9%  
ÁGUA +18,8%  
ENERGÉTICO +6,9%

SUCO -7,5%  
CERVEJA -0,7%  
MISTURA ALCOÓLICA -11,1%

## PERFUMARIA

Fev'25 vs. Fev'24 % R\$

Total Cesta +0,2%

KIT CAPILAR +18,7%  
TRATAMENTO CAPILAR +11,7%  
HIDRATANTE CORPORAL +19,8%

PAPEL HIGIÊNICO -4,3%  
SABONETE -5,8%  
REPELENTE -29,7%

## LIMPEZA

Fev'25 vs. Fev'24 % R\$

Total Cesta -1,1%

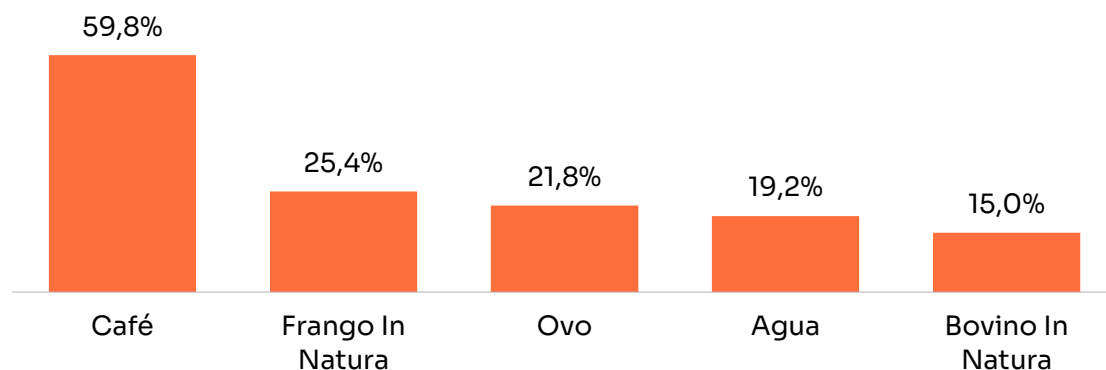
AMACIANTE +4,0%  
LIMPADOR +3,0%  
SACO PARA LIXO +4,6%

SABÃO -2,9%  
INSETICIDA -10,8%  
ÁLCOOL LIMPEZA -19,4%

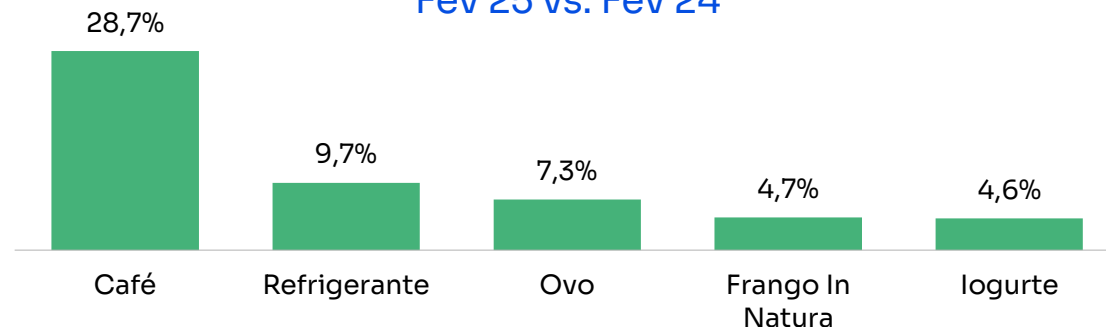
# Movimentações das categorias – SP/Leste



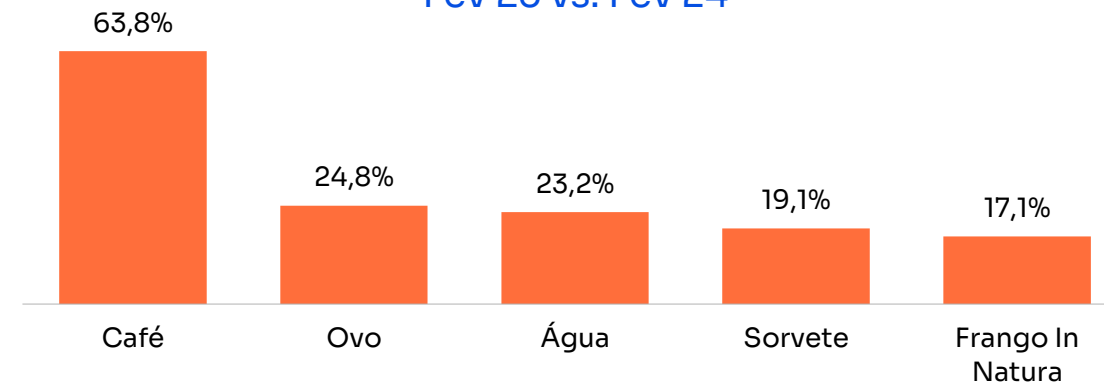
TOP 5 CATEGORIAS EM CRESCIMENTO  
(VENDAS EM R\$)\* SÃO PAULO  
Fev'25 vs. Fev'24



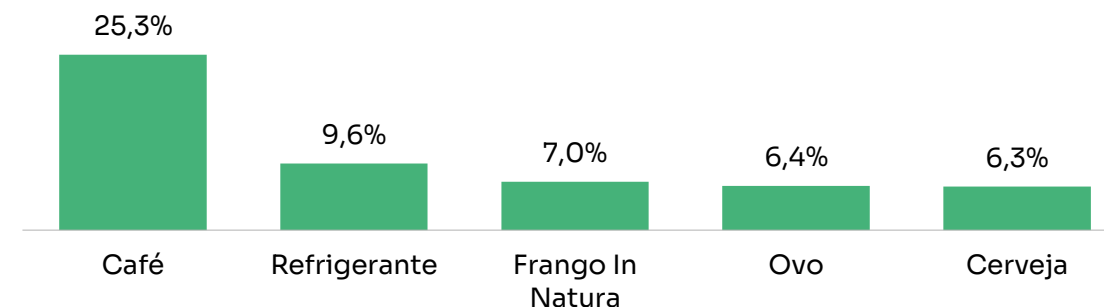
TOP 5 CATEGORIAS EM CONTRIBUIÇÃO  
(VENDAS EM R\$) SÃO PAULO  
Fev'25 vs. Fev'24



TOP 5 CATEGORIAS EM CRESCIMENTO  
(VENDAS EM R\$)\* MG,ES,RJ  
Fev'25 vs. Fev'24



TOP 5 CATEGORIAS EM CONTRIBUIÇÃO  
(VENDAS EM R\$) MG,ES,RJ  
Fev'25 vs. Fev'24

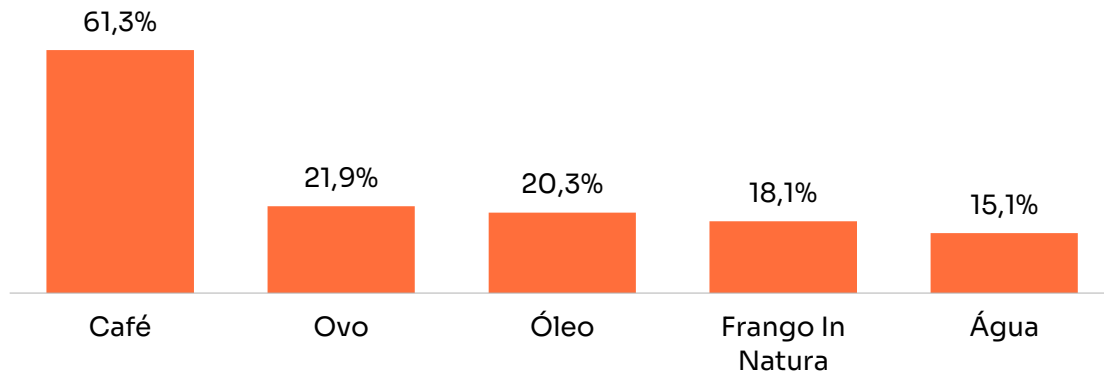


\*Foram consideradas apenas categorias de alta importância no canal alimentar

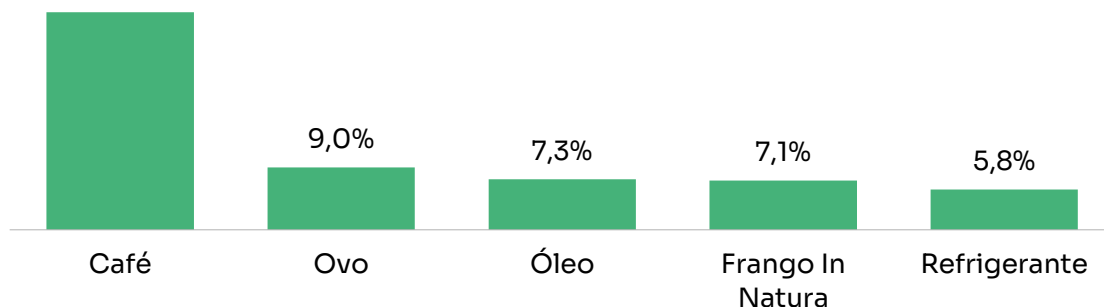
# Movimentações das categorias – Centro Oeste/Sul



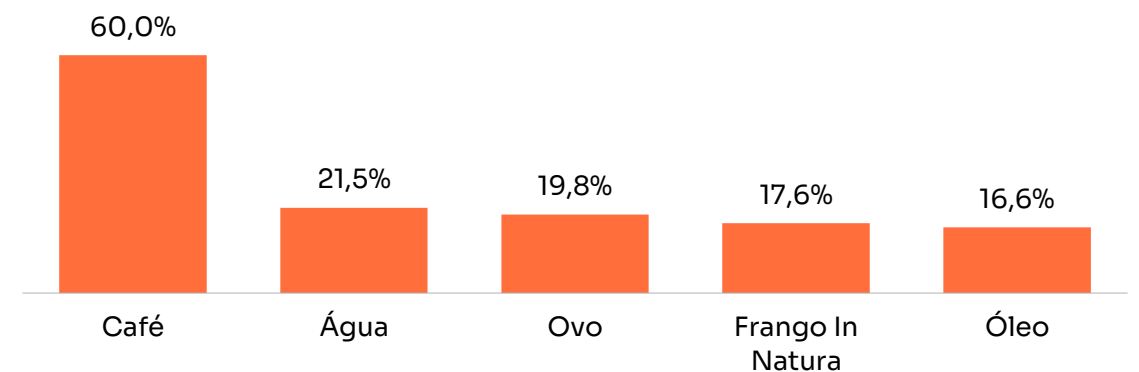
TOP 5 CATEGORIAS EM CRESCIMENTO  
(VENDAS EM R\$)\* CENTRO OESTE  
Fev'25 vs. Fev'24



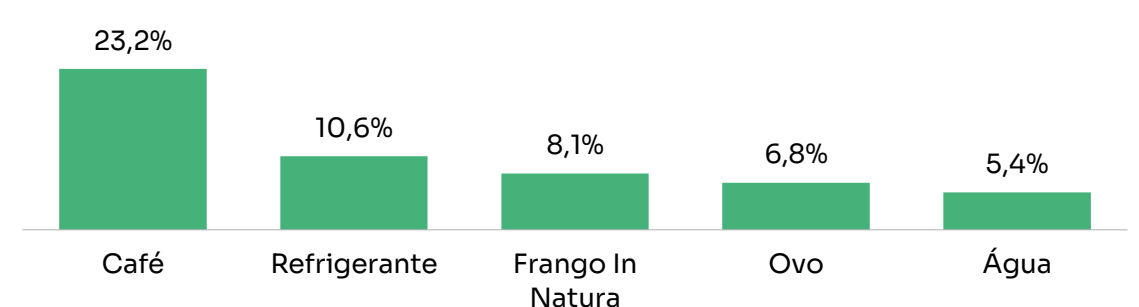
TOP 5 CATEGORIAS EM CONTRIBUIÇÃO  
(VENDAS EM R\$) CENTRO OESTE  
Fev'25 vs. Fev'24



TOP 5 CATEGORIAS EM CRESCIMENTO  
(VENDAS EM R\$)\* SUL  
Fev'25 vs. Fev'24



TOP 5 CATEGORIAS EM CONTRIBUIÇÃO  
(VENDAS EM R\$) SUL  
Fev'25 vs. Fev'24

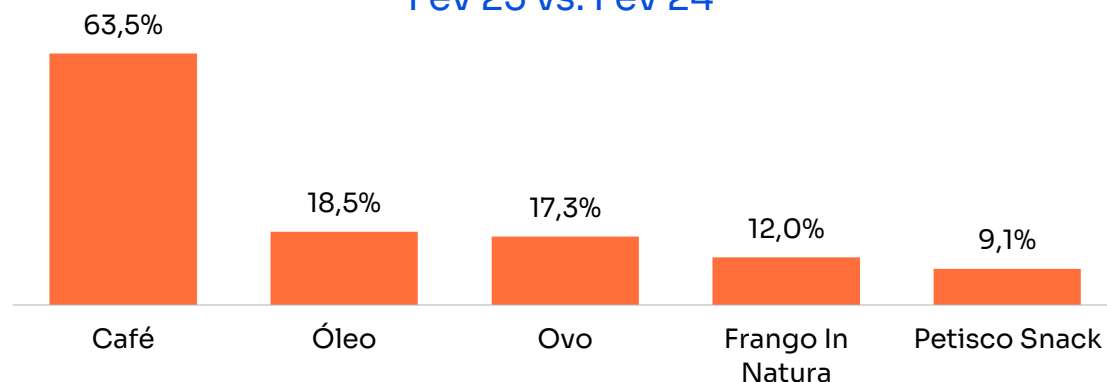


\*Foram consideradas apenas categorias de alta importância no canal alimentar

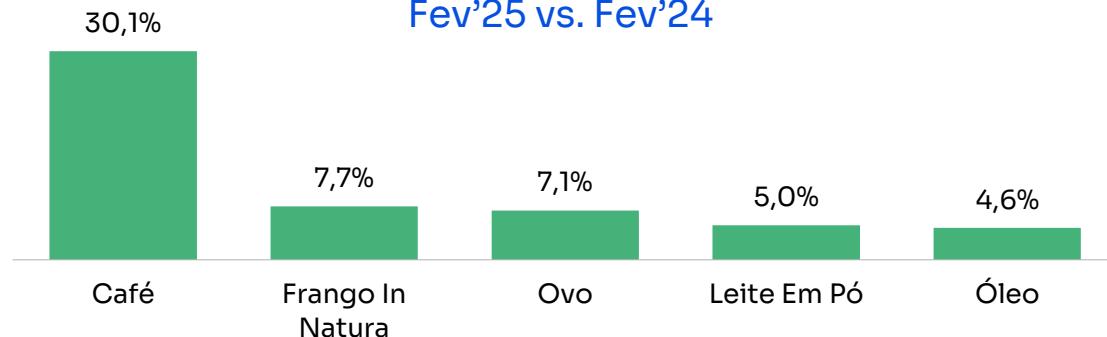
# Movimentações das categorias – Norte/Nordeste



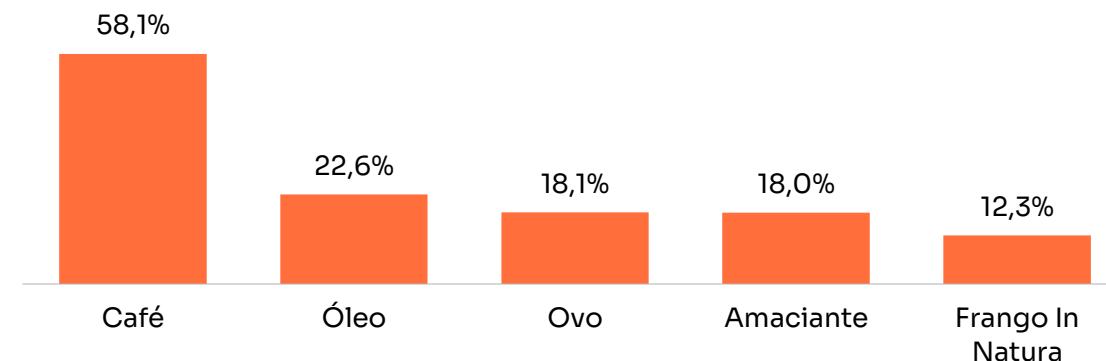
TOP 5 CATEGORIAS EM CRESCIMENTO  
(VENDAS EM R\$)\* NORDESTE  
Fev'25 vs. Fev'24



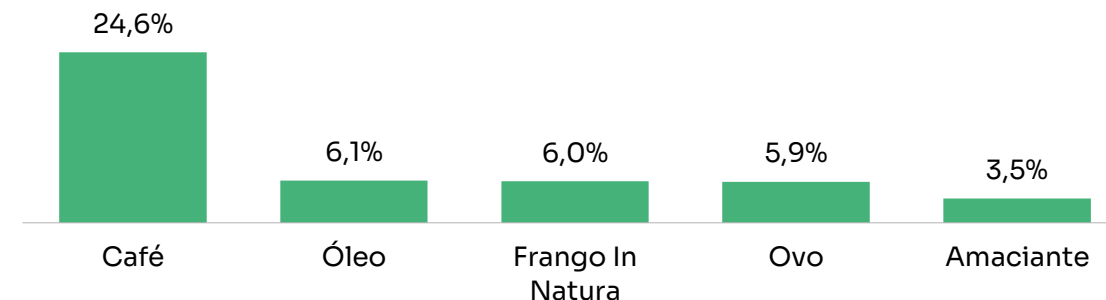
TOP 5 CATEGORIAS EM CONTRIBUIÇÃO  
(VENDAS EM R\$) NORDESTE  
Fev'25 vs. Fev'24



TOP 5 CATEGORIAS EM CRESCIMENTO  
(VENDAS EM R\$)\* NORTE  
Fev'25 vs. Fev'24



TOP 5 CATEGORIAS EM CONTRIBUIÇÃO  
(VENDAS EM R\$) NORTE  
Fev'25 vs. Fev'24



\*Foram consideradas apenas categorias de alta importância no canal alimentar



ESTUDO ESPECIAL

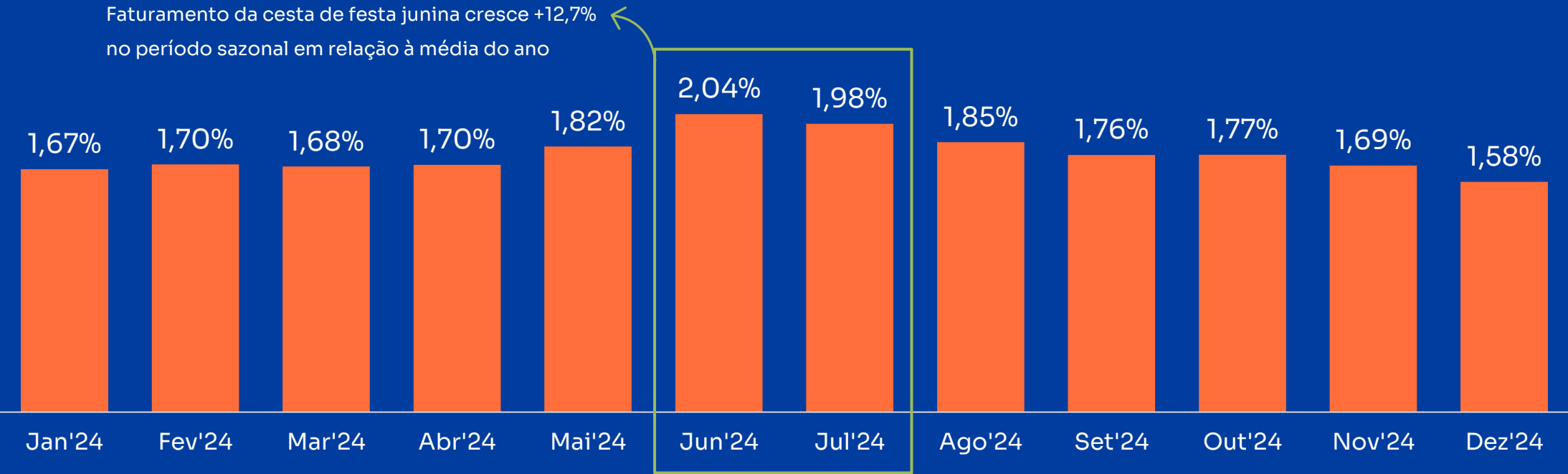
# Festa Junina

Já está na hora  
de se preparar!



# Faturamento da cesta de festa junina atinge seu pico nos meses de junho e julho

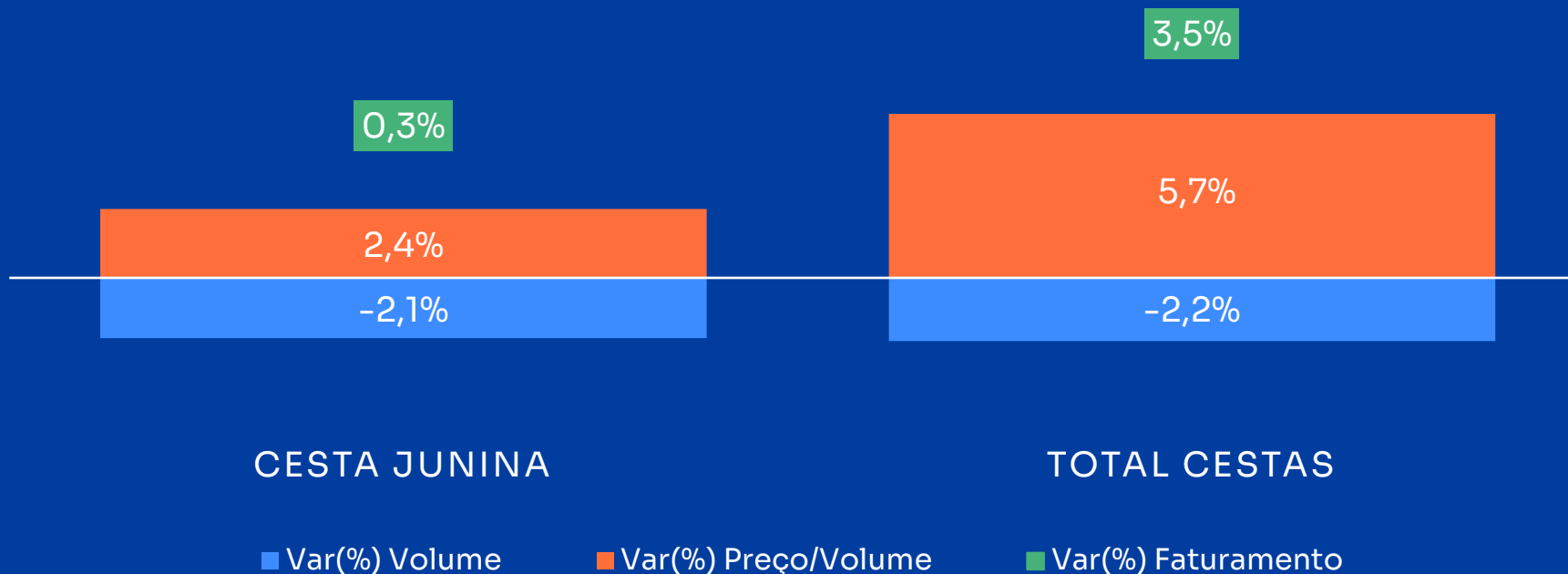
## Importância em Faturamento da Cesta de Festa Junina sobre o Varejo Alimentar (Em Faturamento)



Cesta de Festa Junina: amendoim, bolo, coco ralado, doce de leite, doce industrializado pronto, canjica, leite de coco, milho, milho para pipoca, mistura em pó para bolo, pão hot dog, pipoca, salsicha.

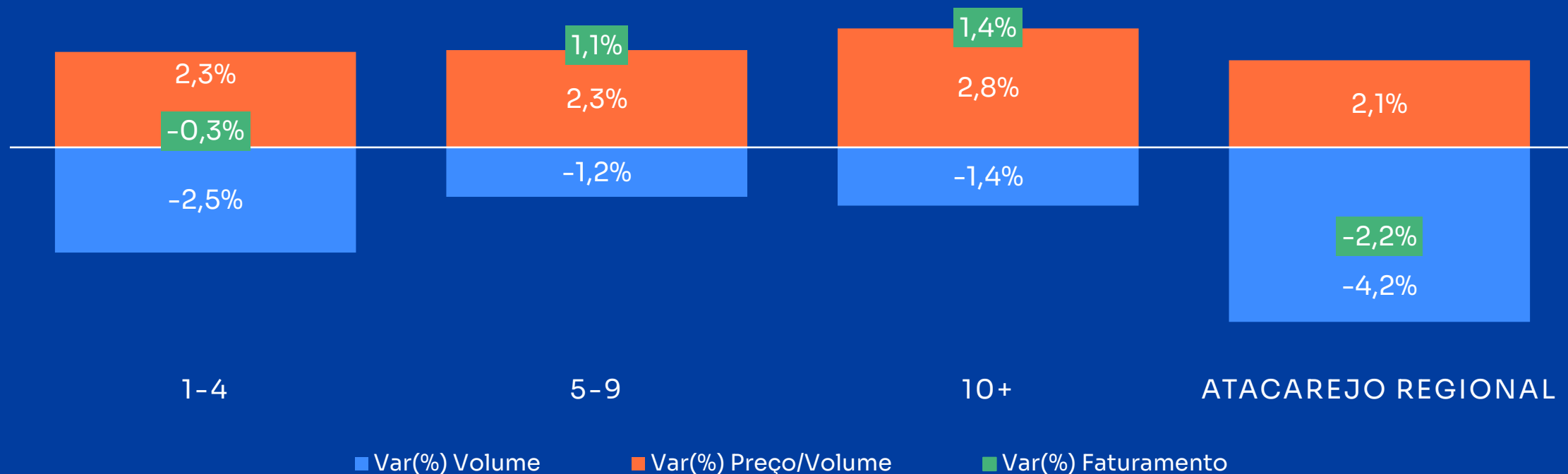
# Desempenho da cesta de festa junina ficou abaixo da média do varejo alimentar no período sazonal

## Desempenho da Cesta de Festa Junina no período sazonal (Festa Junina'24 vs. Festa Junina'23)

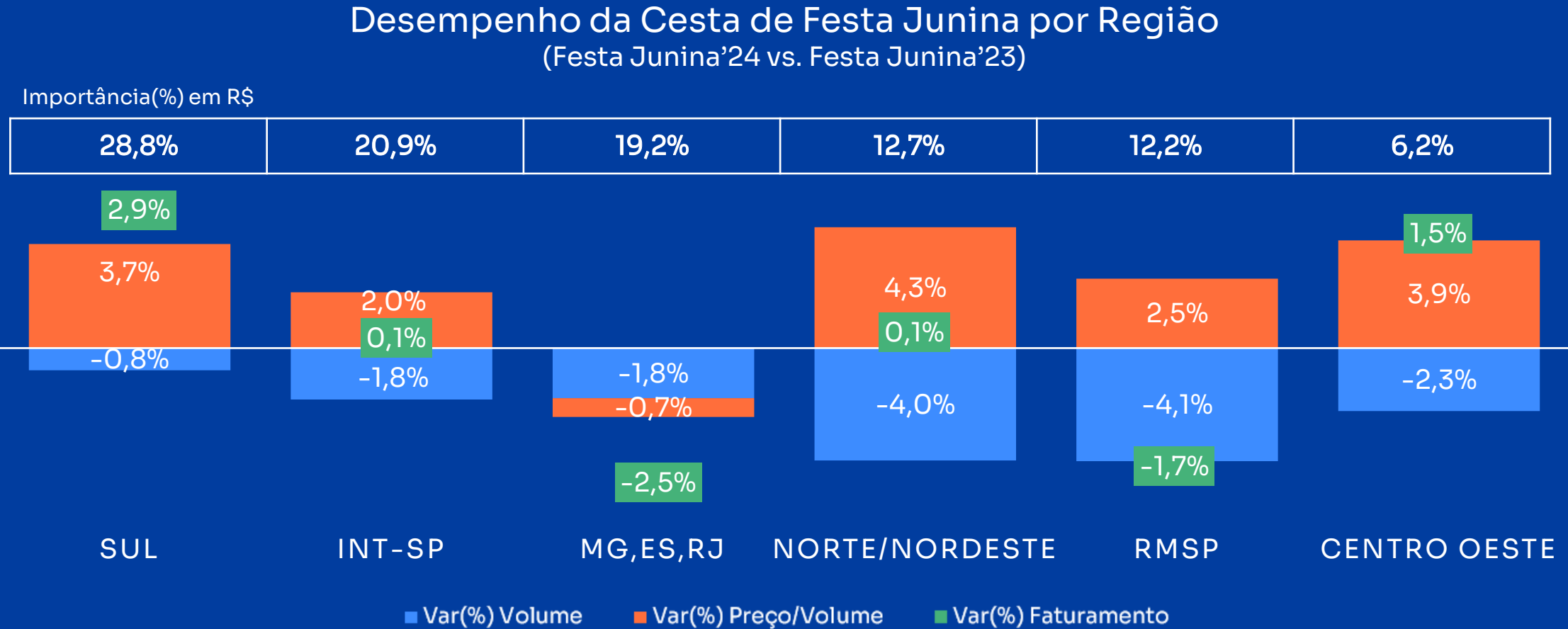


Consumo da cesta de festa junina retraiu em todos os canais, com destaque negativo para o atacarejo regional, em consumo e faturamento

### Desempenho da Cesta de Festa Junina por Canal (Festa Junina'24 vs. Festa Junina'23)



Menor queda em consumo, aliado ao aumento de preço, garantiu à região Sul o melhor desempenho em faturamento





Consumo de categorias tradicionais como doce industrializado pronto retraiu em 2024. Já o consumo de doce de leite foi o principal destaque positivo

Desempenho das Categorias de Festa Junina  
(Festa Junina 2024 vs Festa Junina 2023)

Cesta Junina	Importância(%) em R\$	Var(%) Faturamento	Var(%) Volume
Doce Indust. Pronto	19,2%	+2,5%	-4,3%
Bolo	12,7%	+4,9%	+1,4%
Milho	11,9%	-7,7%	-1,6%
Amendoim	11,9%	-3,8%	-7,0%
Salsicha	7,3%	+4,2%	+0,3%
Milho Para Pipoca	6,5%	-5,0%	-0,5%
Doce de Leite	6,4%	+15,0%	+13,1%

Cesta Junina	Importância(%) em R\$	Var(%) Faturamento	Var(%) Volume
Pipoca	5,7%	-0,5%	-3,2%
Mistura pó para bolo	5,7%	+0,2%	-8,3%
Canjica	3,5%	-6,7%	-0,9%
Coco Ralado	3,5%	-1,4%	-5,4%
Leite de Coco	3,0%	+0,3%	-2,8%
Pão Hot Dog	2,6%	+10,0%	+6,3%

Prepare-se com duas soluções  
incríveis que vão te dar mais  
eficiência e otimizar seus  
resultados

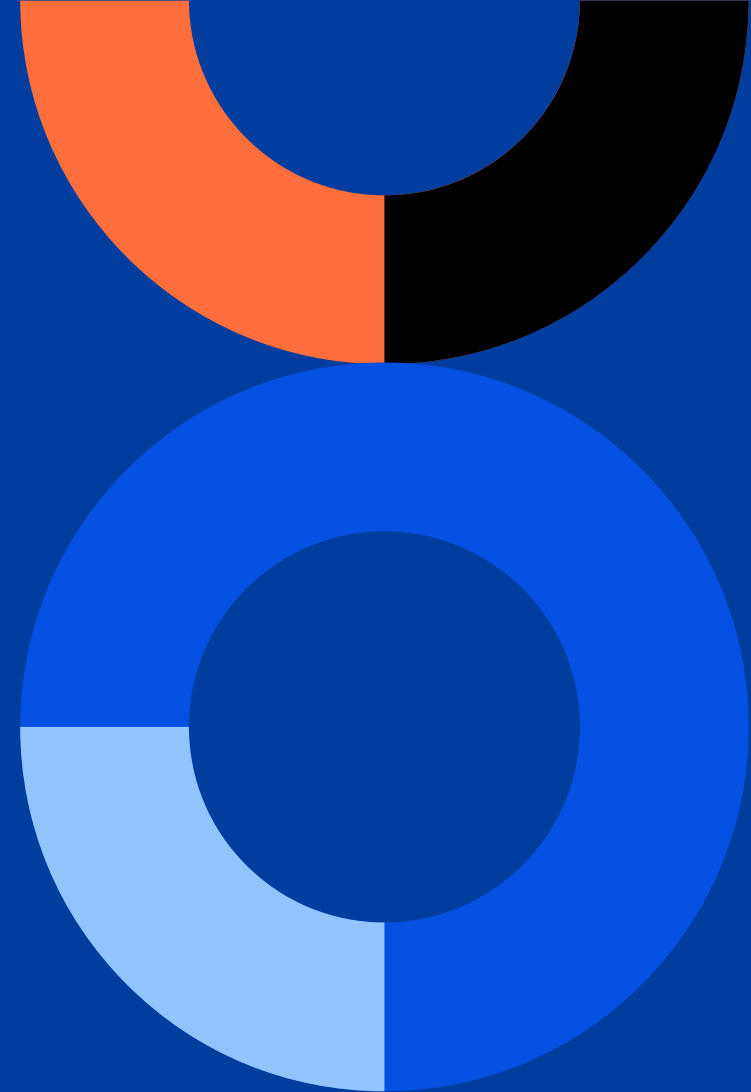


Ajuste suas ações sazonais  
com informação atualizada  
diariamente



Alavanque resultados e melhore  
a experiência do shopper com  
dados inteligentes.

ENTRE EM CONTATO E SAIBA MAIS



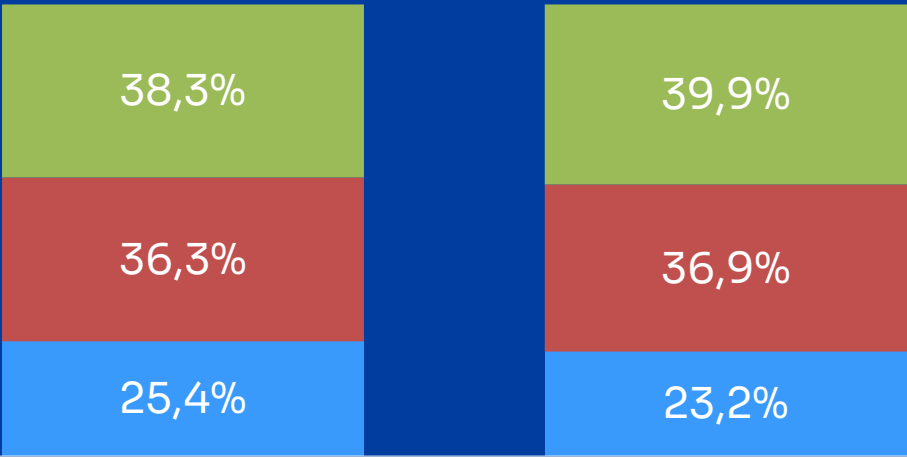
# Scann Shopper explica:

Doce Industrializado Pronto

Missão de compras de consumo imediato e de reposição se intensifica no período sazonal

Compra por abastecimento é maior nos atacarejos regionais, enquanto que nos supermercados consumo imediato tem a maior importância. No período sazonal, consumo imediato e de reposição de doce industrializado pronto se intensifica, especialmente nos atacarejos regionais.

Supermercados  
(Qtd% de Tickets por missão de compra)

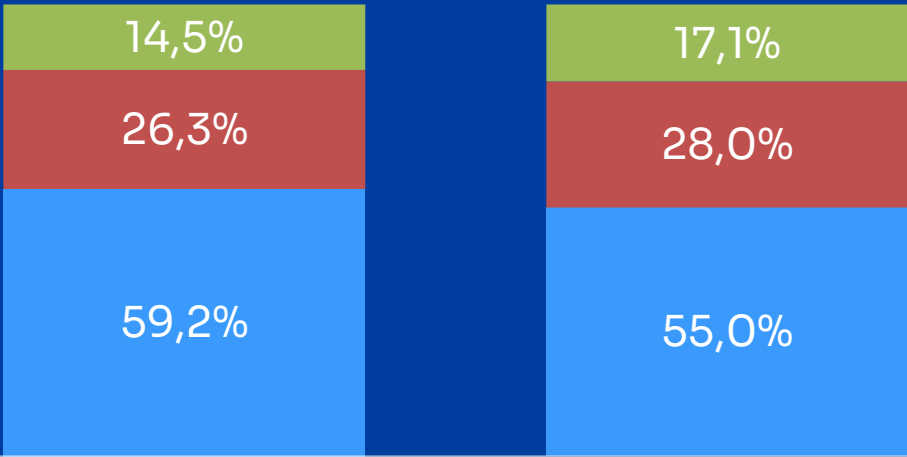


Jan-Mai'24

Jun-Jul'24

- Consumo imediato ou próximo (tickets com 1 a 5 itens)
- Reposição (tickets com 6 a 20 itens)
- Abastecimento (tickets com 21 itens ou mais)

Atacarejos Regionais  
(Qtd% de Tickets por missão de compra)



Jan-Mai'24

Jun-Jul'24

- Consumo imediato ou próximo (tickets com 1 a 5 itens)
- Reposição (tickets com 6 a 20 itens)
- Abastecimento (tickets com 21 itens ou mais)

Desvende o comportamento do shopper e transforme os dados de cada carrinho de compras em estratégias de vendas.



Com o ScannShopper, você tem os dados de comportamento dos seus compradores e garante estratégias de marketing, trade, pricing e vendas mais assertivas no ponto de venda.



## O que você irá encontrar:



Análises completas: Insights por canal, região e missão de compra.



Atualização mensal para você acompanhar tendências de consumo



Filtragem por missão de compra, dados segmentados por abastecimento, reposição e consumo imediato.



Acompanhe incidência em tickets, gasto médio, preço médio e unidades por ticket.

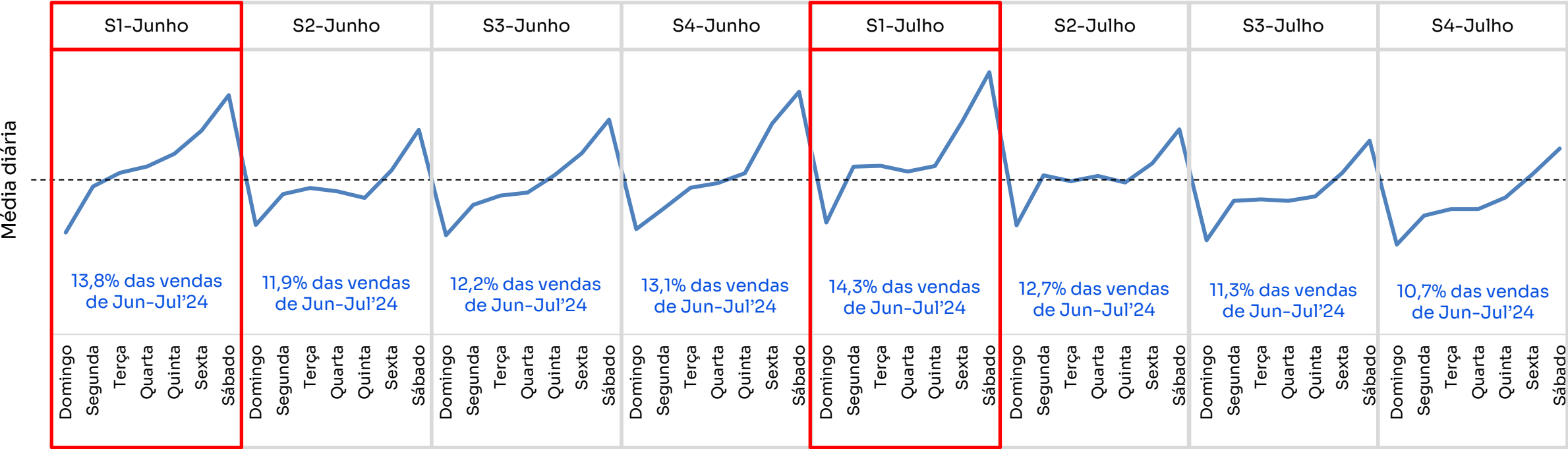


Clique e saiba mais

# Scann Season explica:

Primeira semana de junho e julho são as mais fortes no faturamento da cesta de festa junina e as duas últimas semanas de julho possuem a menor concentração de vendas da sazonalidade

Faturamento Diário da Cesta de Festa Junina  
(Junho e Julho de 2024)



Cesta de Festa Junina: amendoim, bolo, coco ralado, doce de leite, doce industrializado pronto, canjica, leite de coco, milho, milho para pipoca, mistura em pó para bolo, pão hot dog, pipoca, salsicha.



# Quer acompanhar suas vendas sazonais de perto e garantir uma performance ainda melhor? Conheça o Scann Season



Com o Scann Season, você tem acesso a insights valiosos atualizados diariamente, extraídos de uma base de dados precisa e granular, detalhada até o nível de loja e produto. Tome decisões ágeis e eficientes, baseadas em dados, e garanta o atingimento de suas metas nos períodos sazonais.



## O que você irá encontrar:



Visualização de dados de share, giro, distribuição, mix e preço até o nível SKU.



Informações atualizadas em D-2 (dois dias após a venda).



Filtros fáceis para segmentação por região, canal, loja, rede e estado.



Detecção de lojas que deixaram de vender seu produto e presença de portfólio por loja.



Clique e saiba mais



Quer saber mais  
sobre sua região  
ou categoria?

Acesse:

**Scanntech Analytics** ↗

