

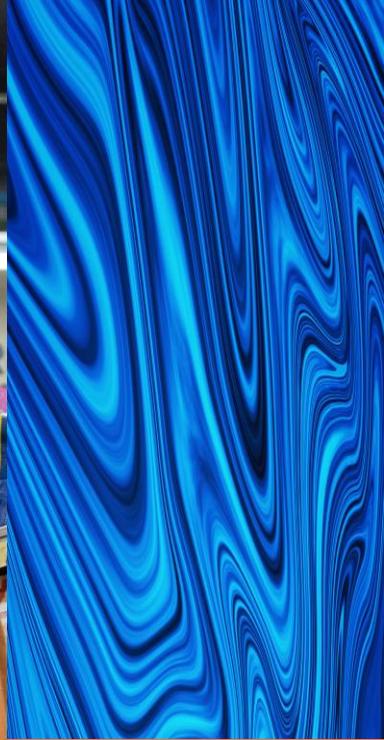
radar.[®] scannotech

FEVEREIRO
2025

DATA DA PUBLICAÇÃO
11 DE MARÇO DE 2025

EM PARCERIA COM

McKinsey
& Company





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

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

SAVE
THE
DATE

QUARTA-FEIRA
09/04

ás
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, retrairam -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

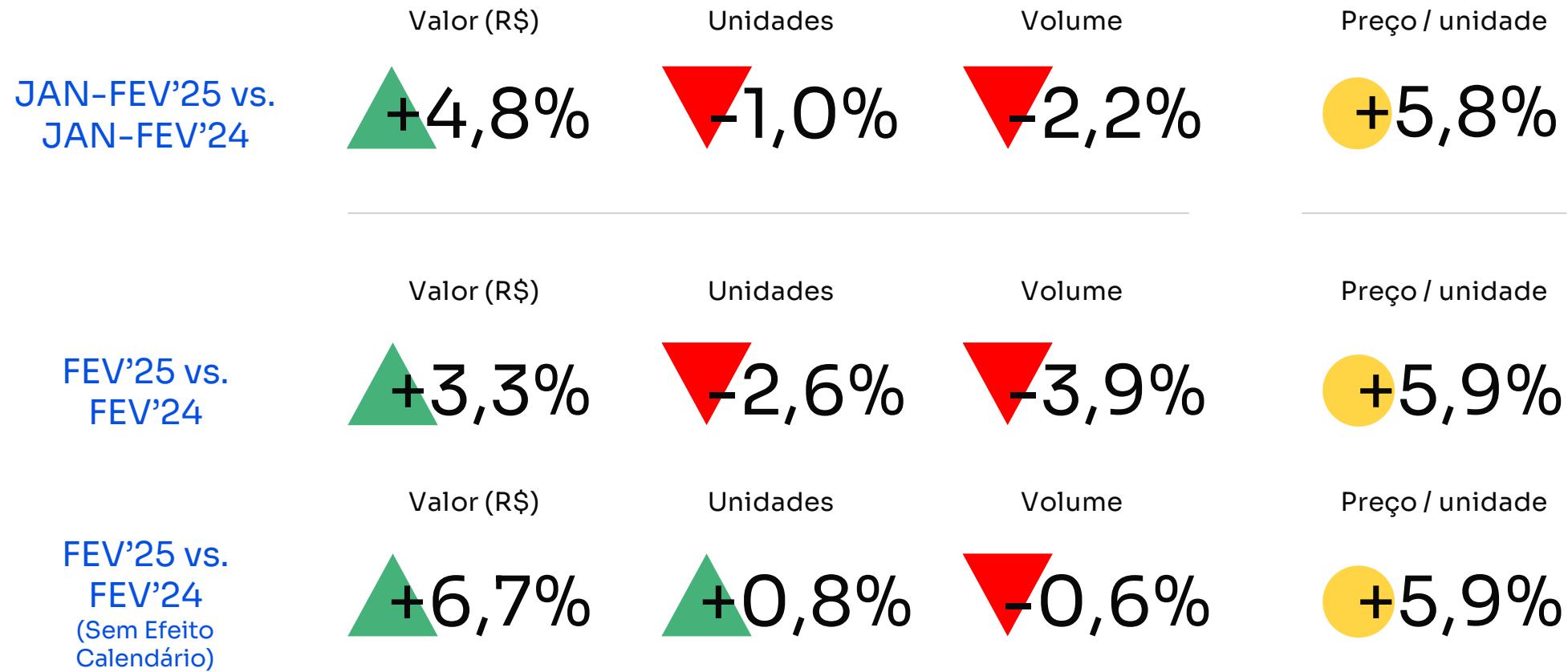


Evolução das vendas no Brasil

Total
Canal Alimentar



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.



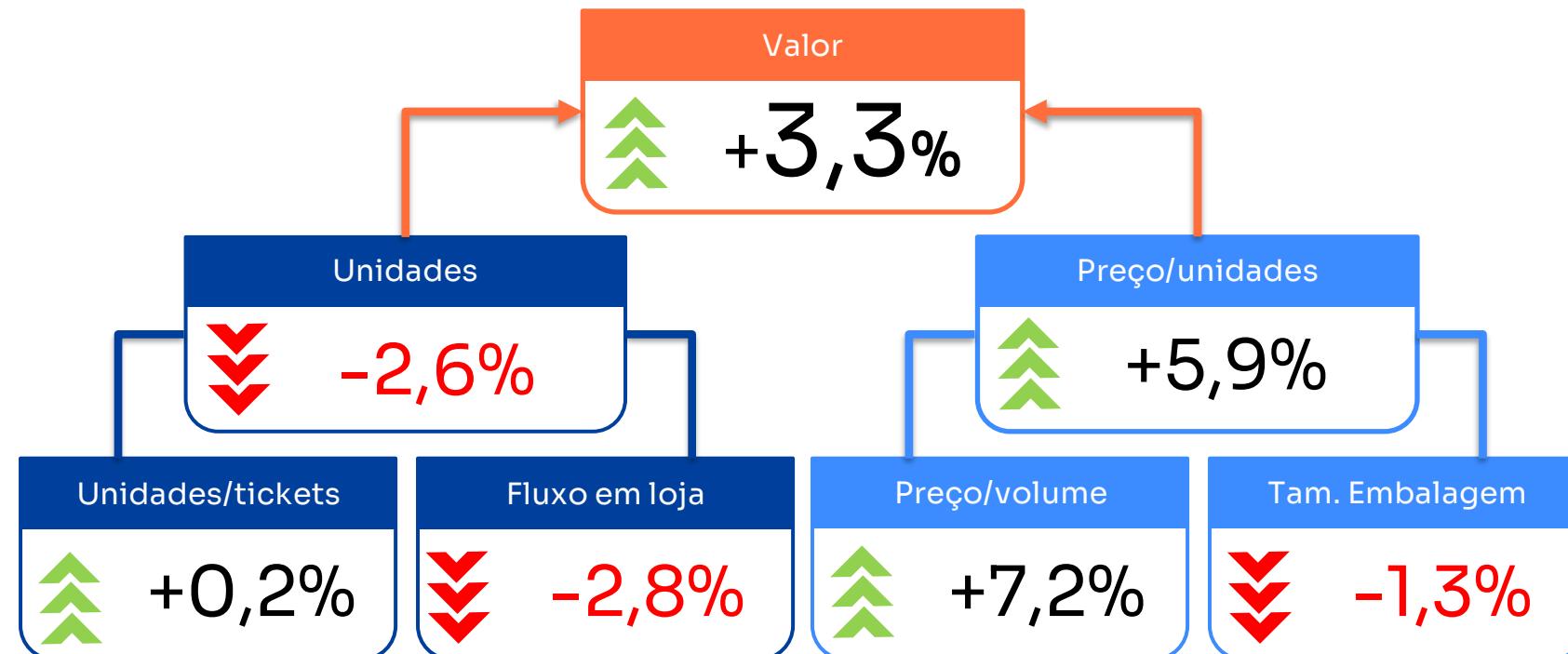
Decomposição das vendas

Total
Canal Alimentar



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

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



Evolução das vendas por canal

Total
Canal Alimentar



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



SUPERMERCADOS

JAN-FEV'25 vs.
JAN-FEV'24

Valor (R\$)
▲ +4,8%

FEV'25 vs.
FEV'24
Valor (R\$)
▲ +3,4%

Unidades
▼ -1,1%

Unidades
▼ -2,7%

Preço / unidade
● +5,9%

Preço / unidade
● +6,1%



ATACAREJOS REGIONAIS

JAN-FEV'25 vs.
JAN-FEV'24

Valor (R\$)
▲ +4,6%

FEV'25 vs.
FEV'24
Valor (R\$)
▲ +2,6%

Unidades
▼ -0,2%

Unidades
▼ -1,8%

Preço / unidade
● +4,8%

Preço / unidade
● +4,4%

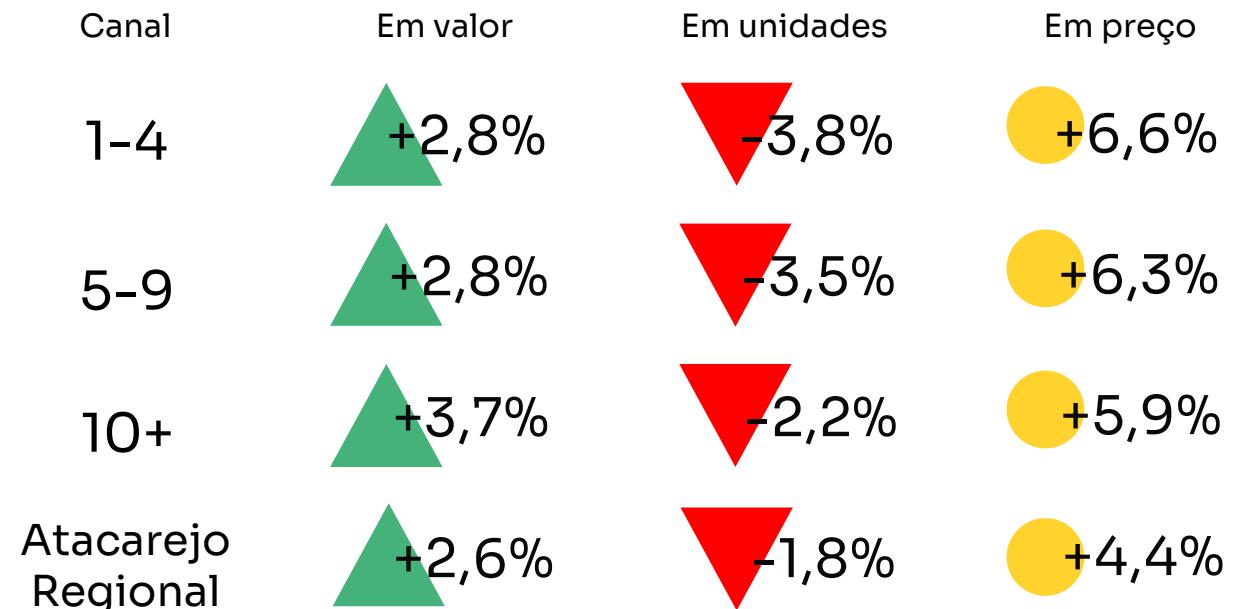
Evolução das vendas por canal

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



Evolução das vendas por região

Total
Canal Alimentar

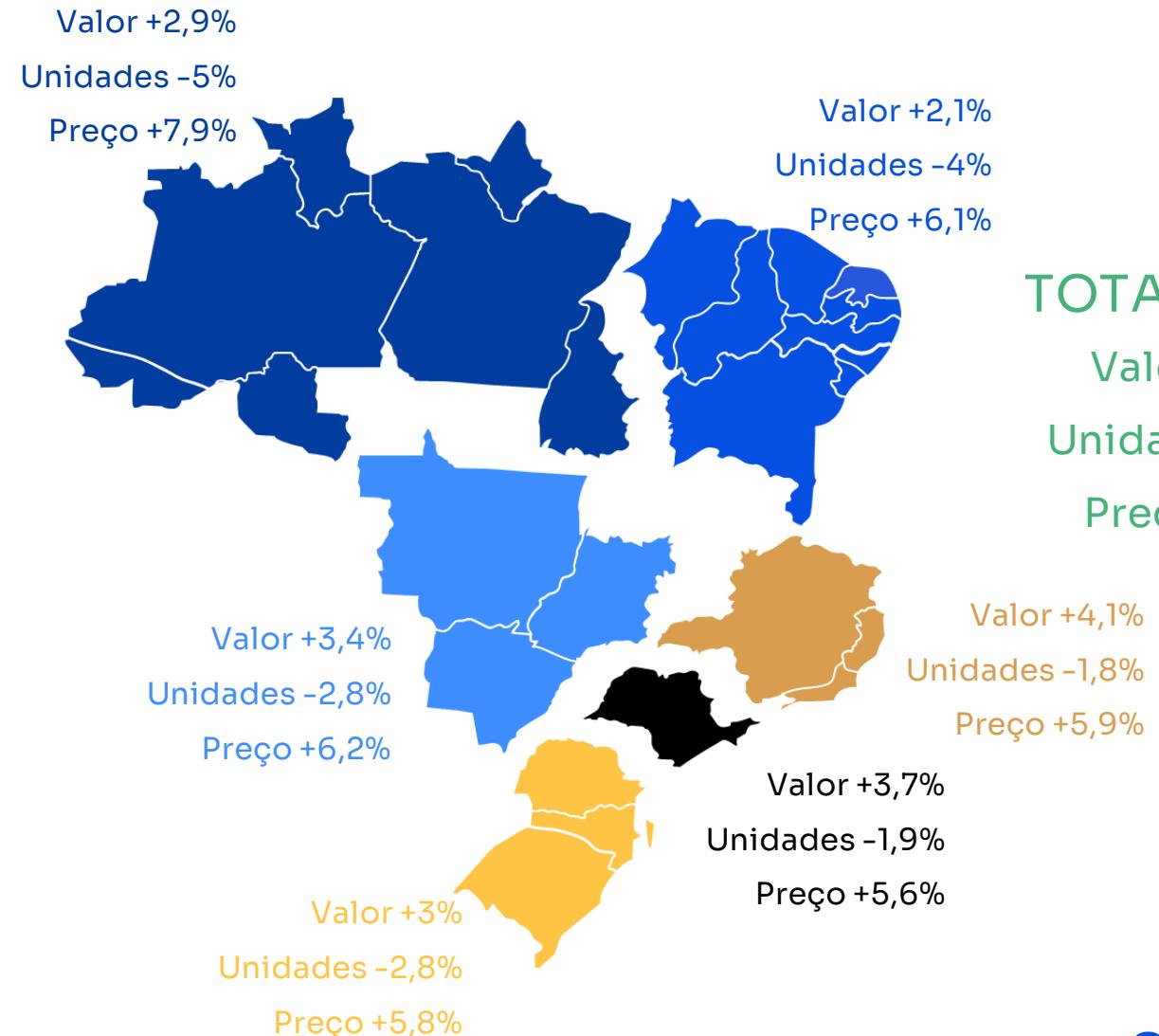


Com a menor queda em unidades, região Leste (MG+RJ+ES) entregou a melhor performance em faturamento.

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



TOTAL BRASIL

Valor +3,3%

Unidades -2,6%

Preço +5,9%

Movimentação das cestas

Total
Canal Alimentar

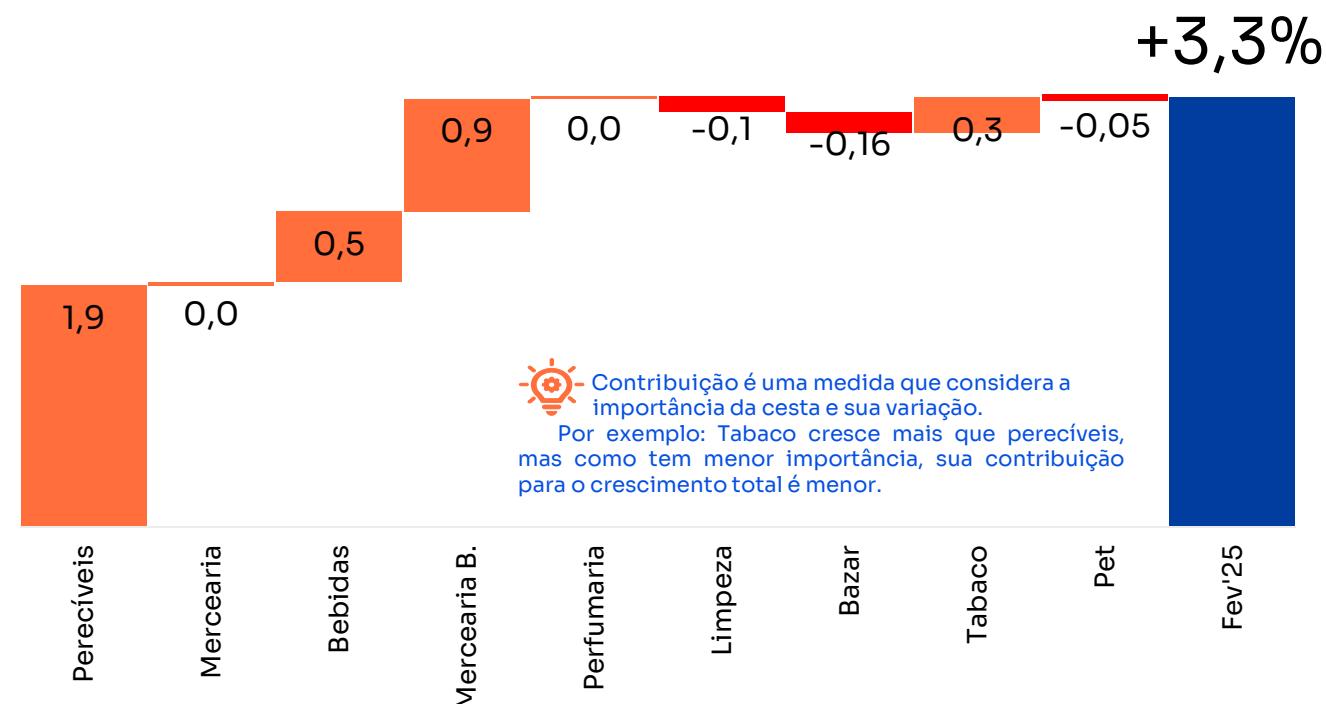


Perecíveis foi a cesta que mais contribuiu para o crescimento em faturamento do varejo alimentar no mês de fevereiro'25. Mercearia básica ainda entrega grande aumento de preços, com aceleração do preço médio unitário em fevereiro'25 frente a janeiro'25.

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.

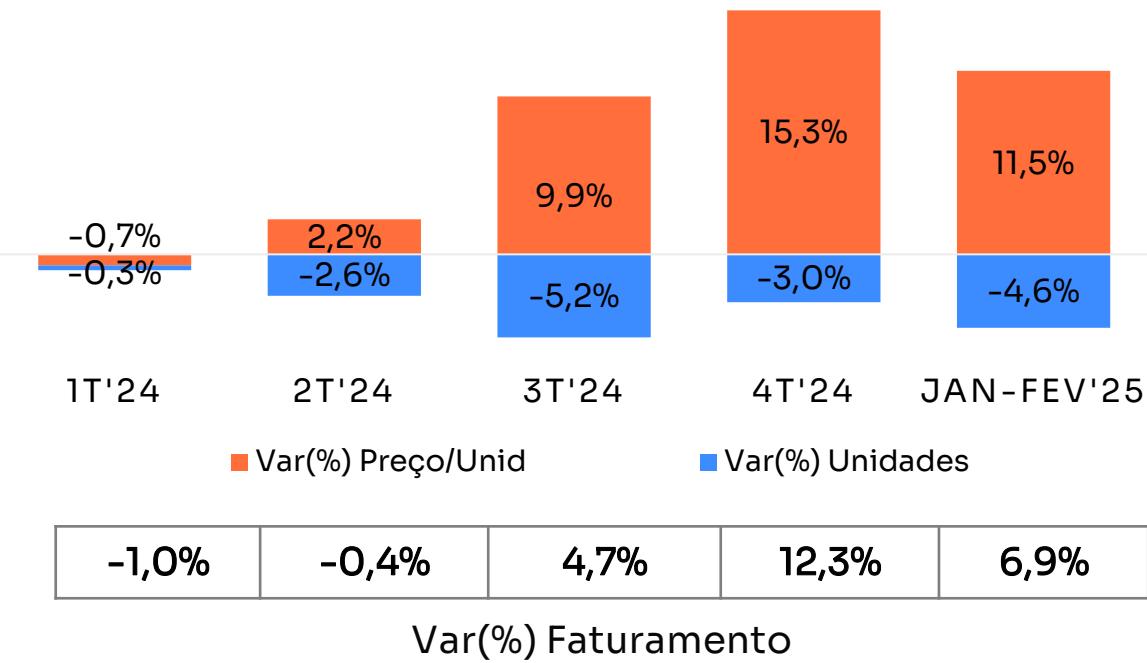
Evolução dos Preços na Cesta de Mercearia Básica

Total
Canal Alimentar

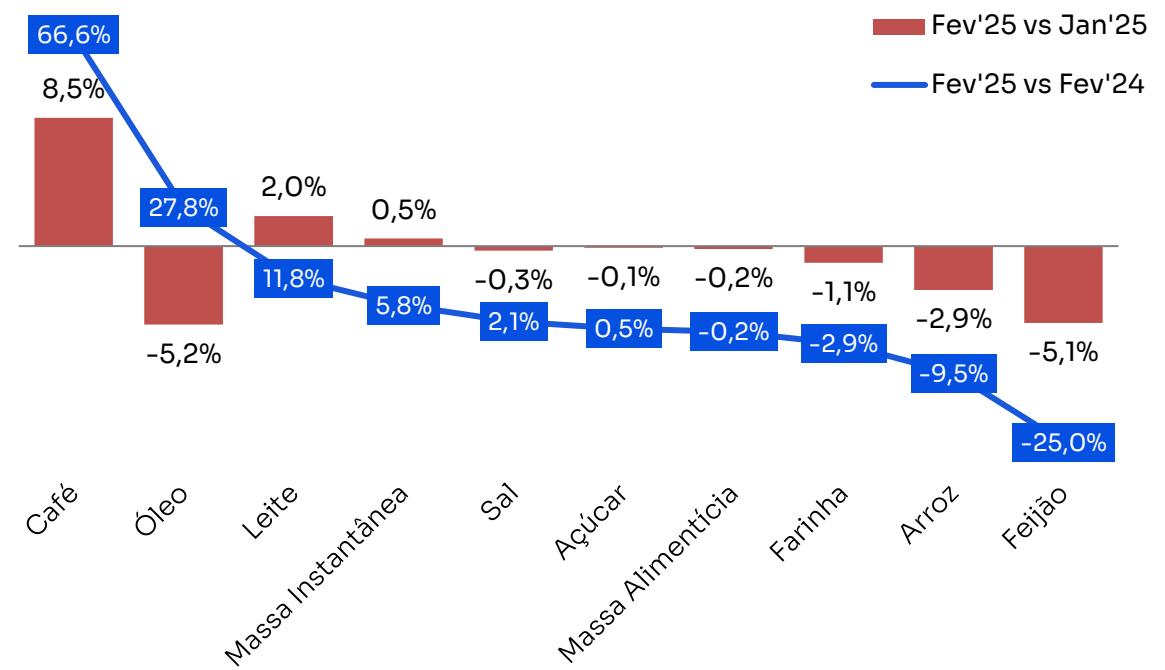


Café continua sendo o principal vilão do aumento de preços de mercearia básica. Em Fevereiro'25, a categoria foi a maior responsável pelo aumento de preço da cesta, acumulando impressionantes 66,6% de aumento de preços em 12 meses. Já a queda das vendas unitárias na cesta de mercearia básica é puxado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

Total Mercearia Básica



Categorias com os Maiores Aumentos de Preço em Fev'25



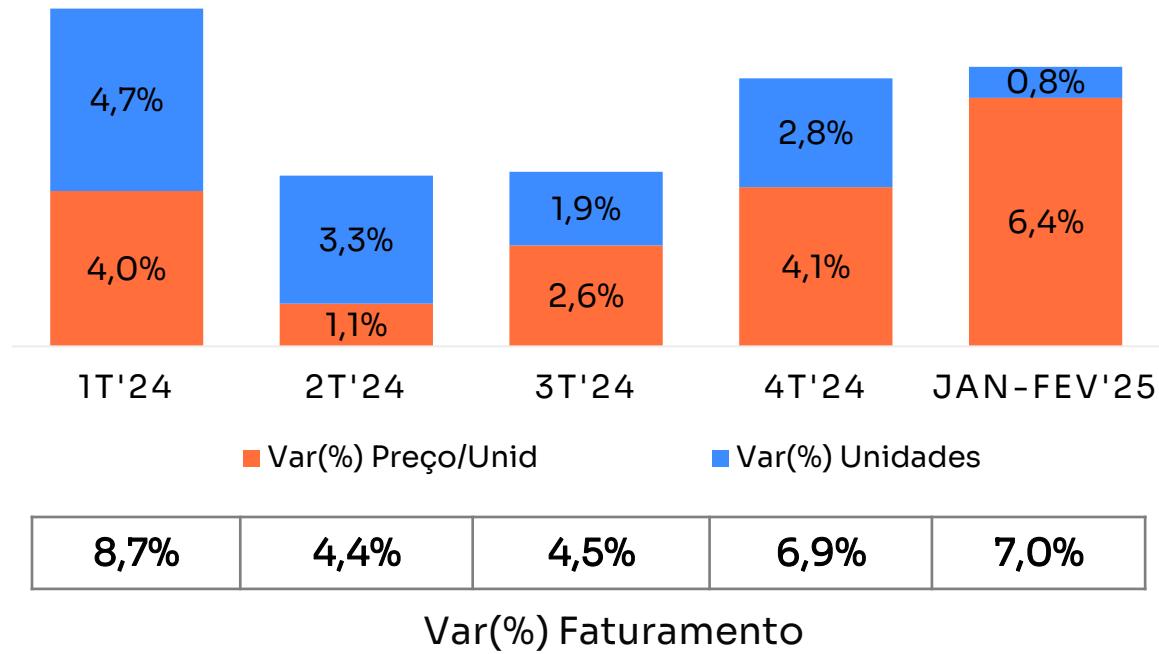
Evolução dos preços na cesta de Perecíveis

Total
Canal Alimentar

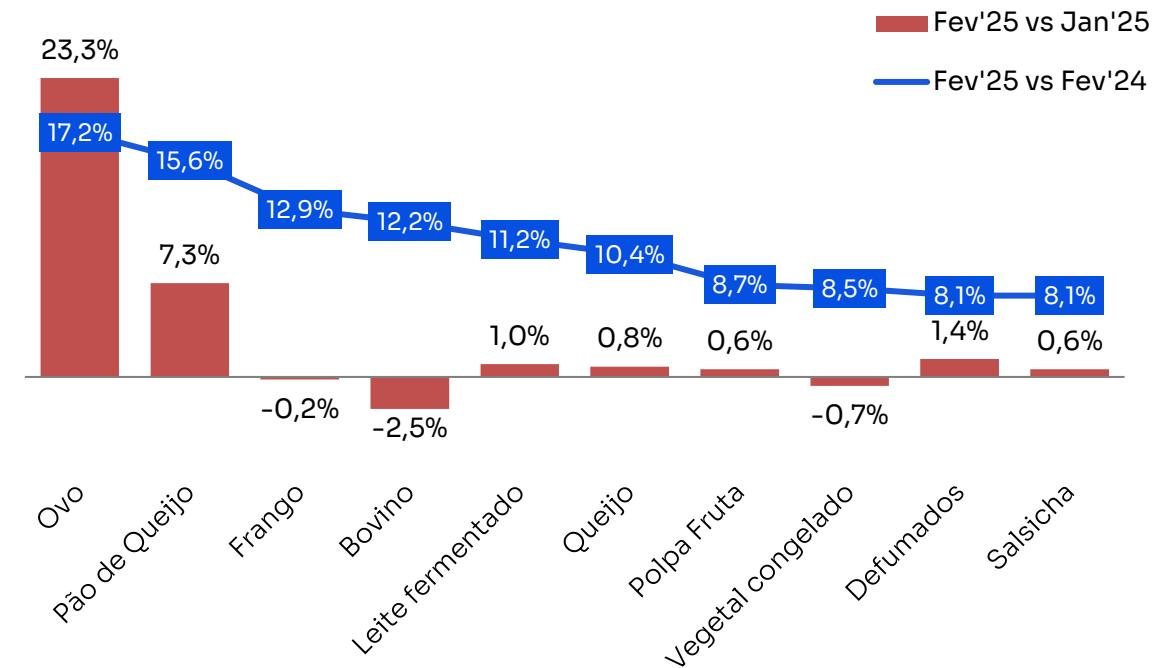


Em perecíveis, ovo, frango e carne bovina estão entre os principais responsáveis pelo aumento de preço da cesta no mês Fevereiro'25 vs. Fevereiro'24, mas frango e carne bovina apresentaram retração nos preços comparado à janeiro.

Total Perecíveis



Categorias com os Maiores Aumentos de Preço em Fev'25



Movimentações das categorias

Total
Canal Alimentar



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

Total
Canal Alimentar



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%

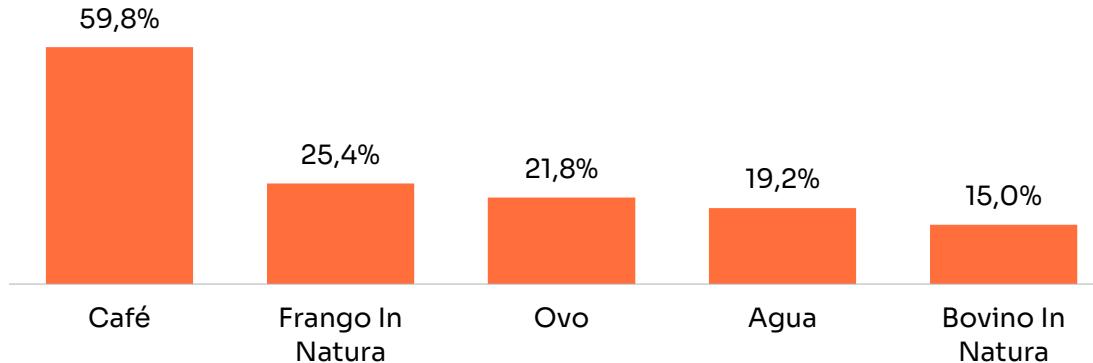
SABÃO: (sabão em pasta, sabão em pedra, sabão líquido e sabão em pó)

Movimentações das categorias – SP/Leste

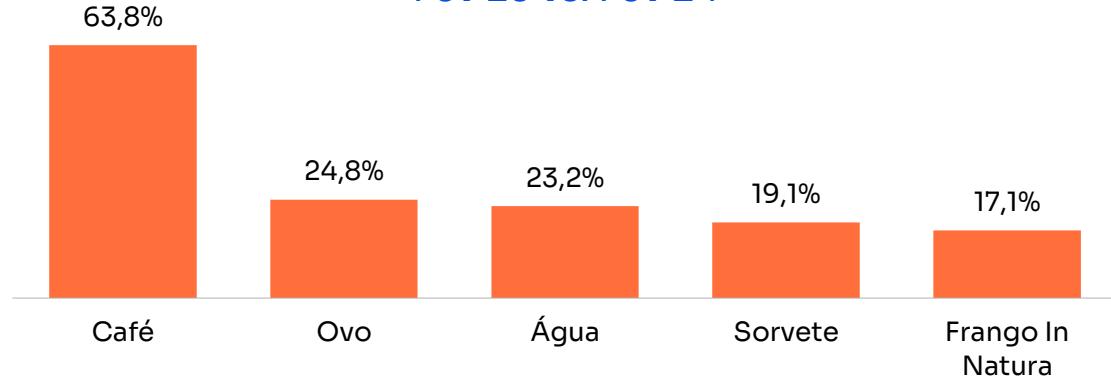
Total
Canal Alimentar



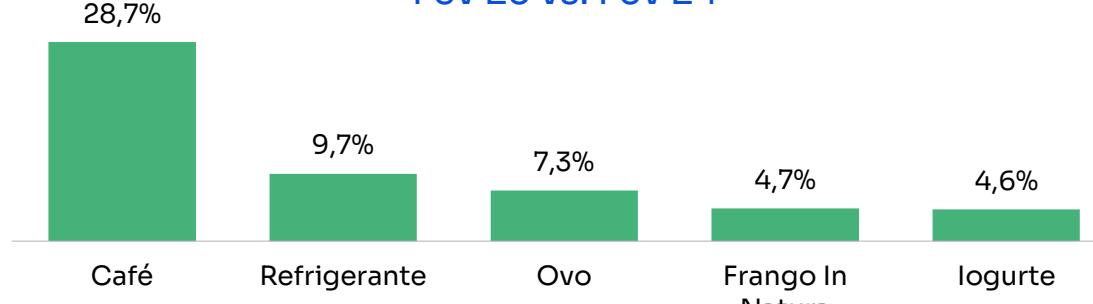
TOP 5 CATEGORIAS EM CRESCIMENTO (VENDAS EM R\$)* SÃO PAULO Fev'25 vs. Fev'24



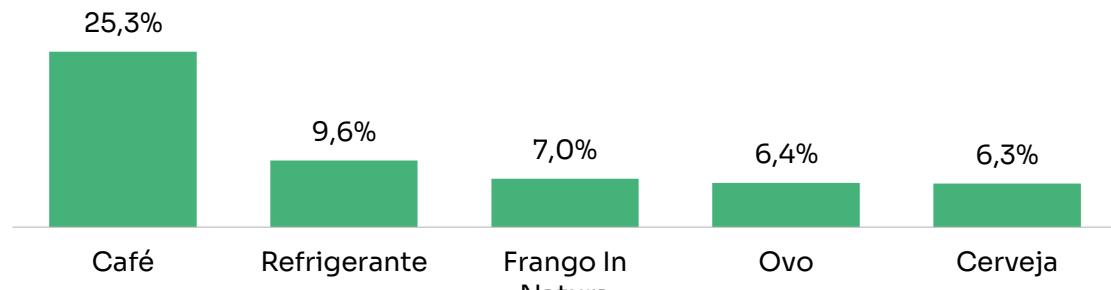
TOP 5 CATEGORIAS EM CRESCIMENTO (VENDAS EM R\$)* MG,ES,RJ Fev'25 vs. Fev'24



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



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



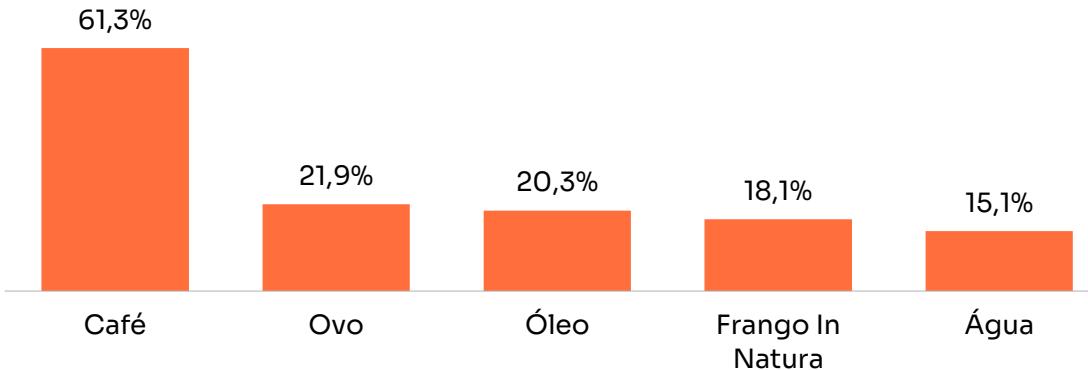
*Foram consideradas apenas categorias de alta importância no canal alimentar

Movimentações das categorias – Centro Oeste/Sul

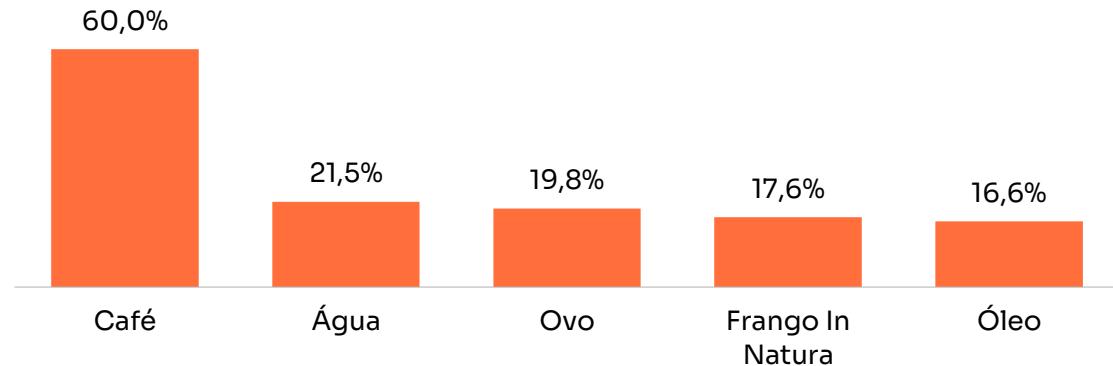
Total
Canal Alimentar



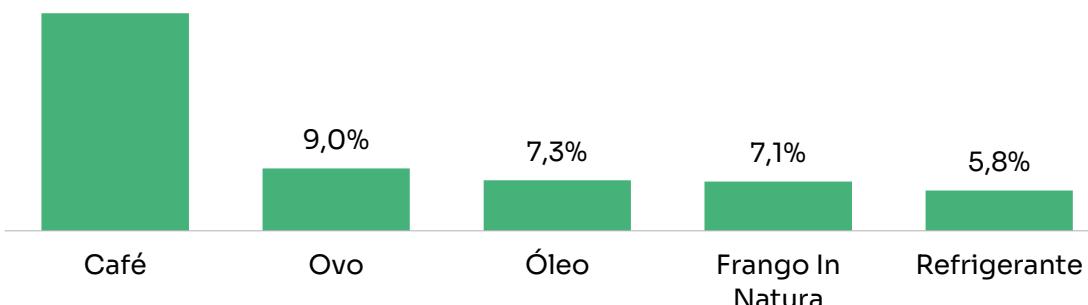
TOP 5 CATEGORIAS EM CRESCIMENTO (VENDAS EM R\$)* CENTRO OESTE Fev'25 vs. Fev'24



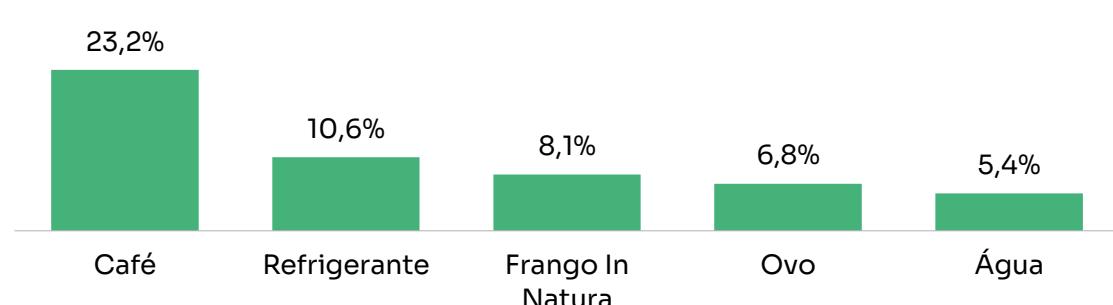
TOP 5 CATEGORIAS EM CRESCIMENTO (VENDAS EM R\$)* SUL Fev'25 vs. Fev'24



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



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



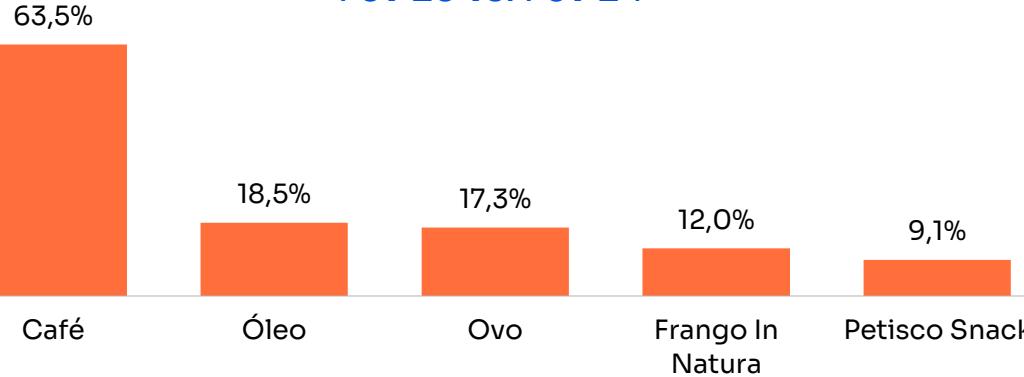
*Foram consideradas apenas categorias de alta importância no canal alimentar

Movimentações das categorias – Norte/Nordeste

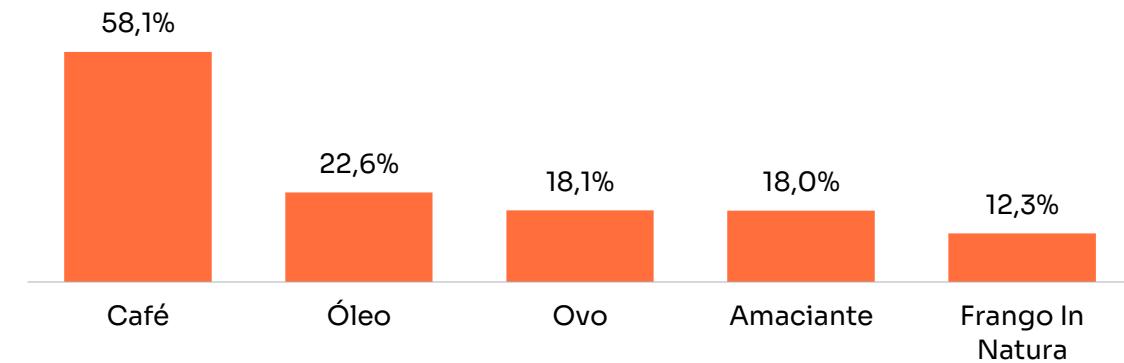
Total
Canal Alimentar



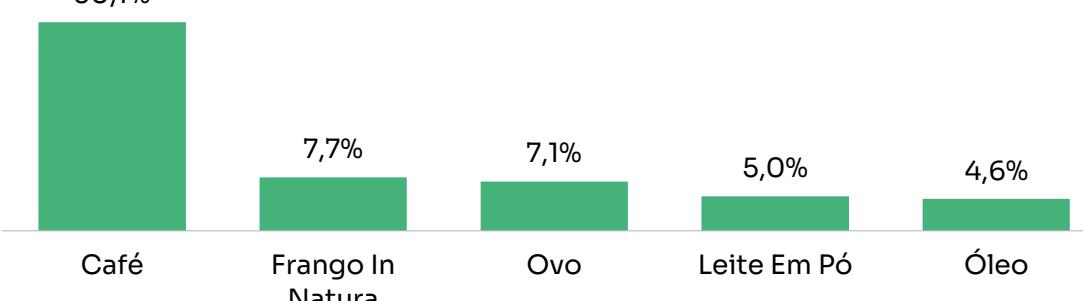
TOP 5 CATEGORIAS EM CRESCIMENTO (VENDAS EM R\$)* NORDESTE Fev'25 vs. Fev'24



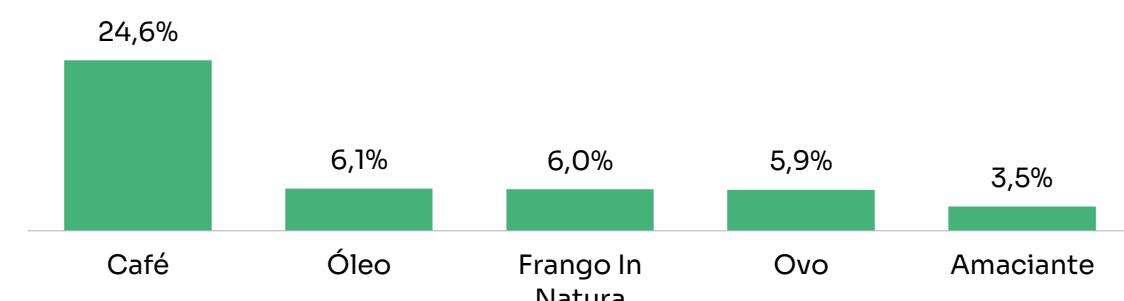
TOP 5 CATEGORIAS EM CRESCIMENTO (VENDAS EM R\$)* NORTE Fev'25 vs. Fev'24



TOP 5 CATEGORIAS EM CONTRIBUIÇÃO (VENDAS EM R\$) NORDESTE 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

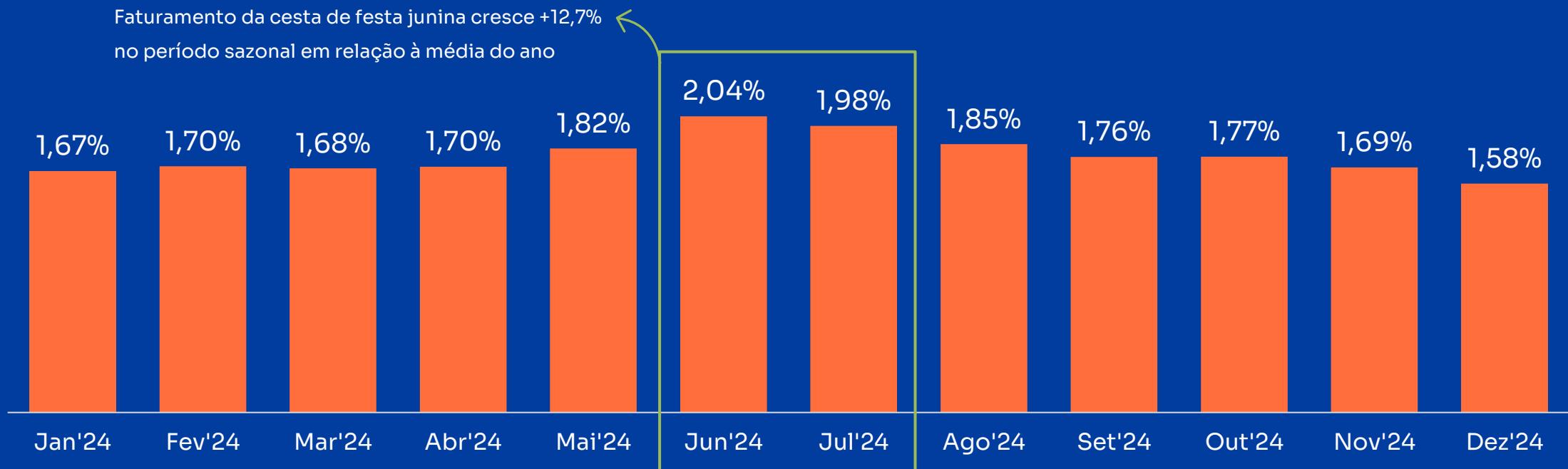
ESTUDO ESPECIAL

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)

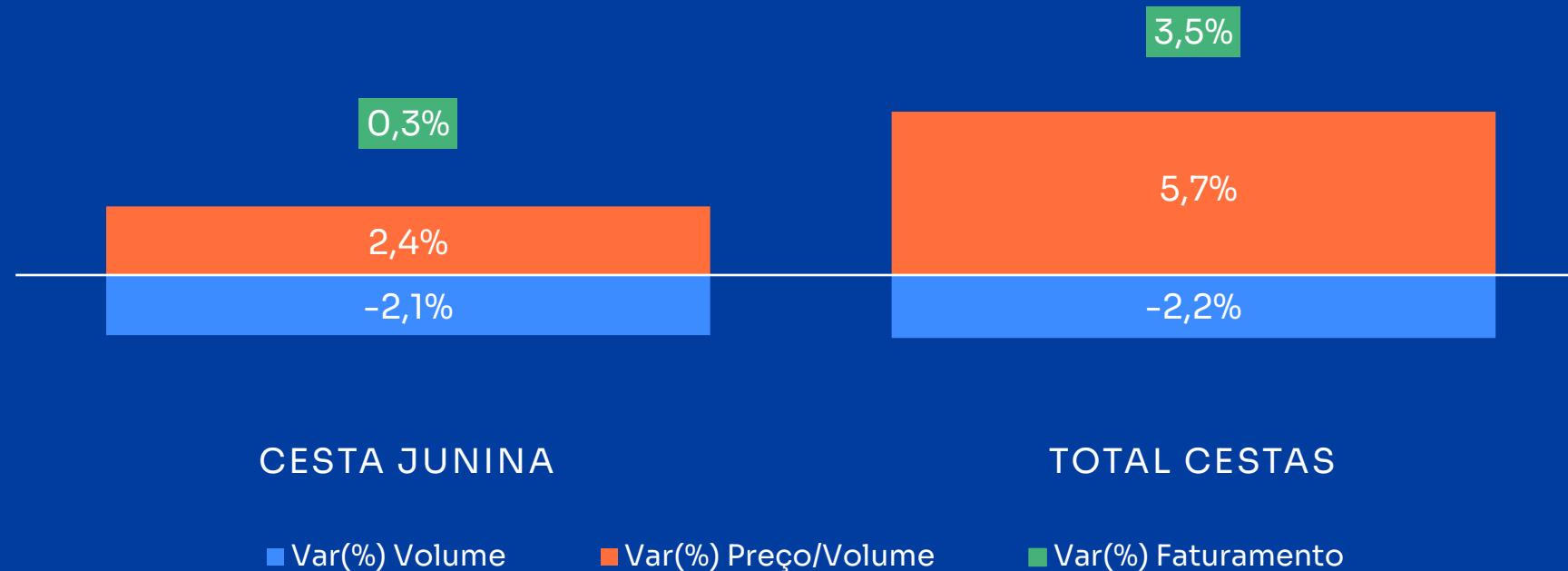


Cesta de Festa Junina: amendoim, bolo, coco ralado, doce de leite, doce industrializado pronto, canjica, leite de coco, milho, milho para pipoca, mistura em pó para bolo, pão hot dog, pipoca, salsicha.

Informação confidencial e de uso exclusivo da Scanntech | scanntech.com

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)

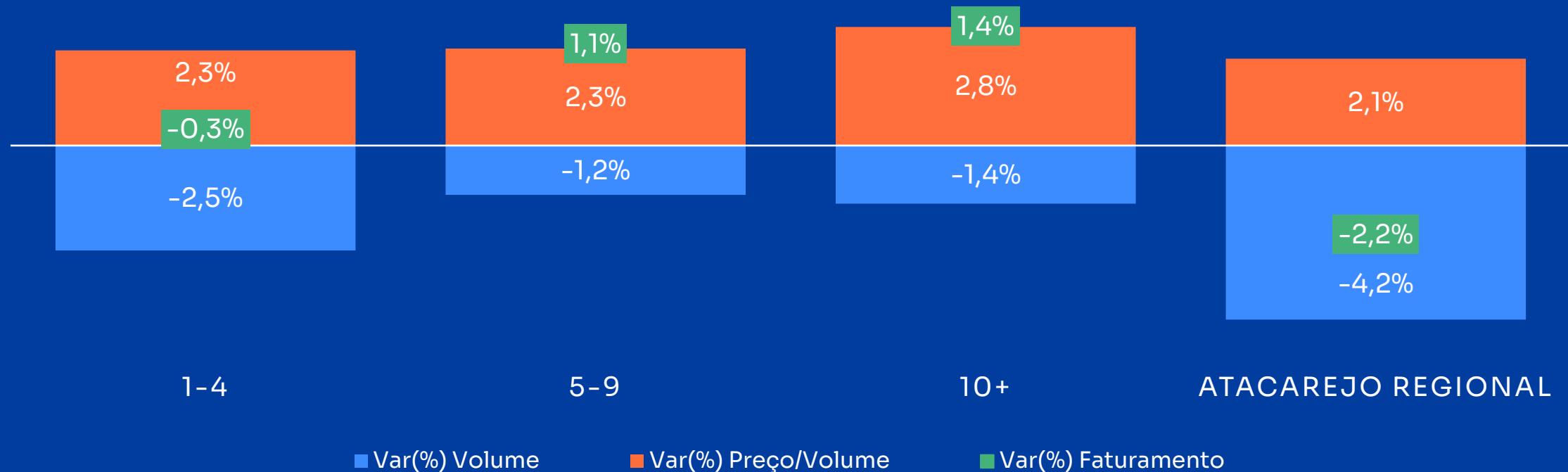


Festa Junina: Junho-Julho

Informação confidencial e de uso exclusivo da Scanntech | scanntech.com

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)



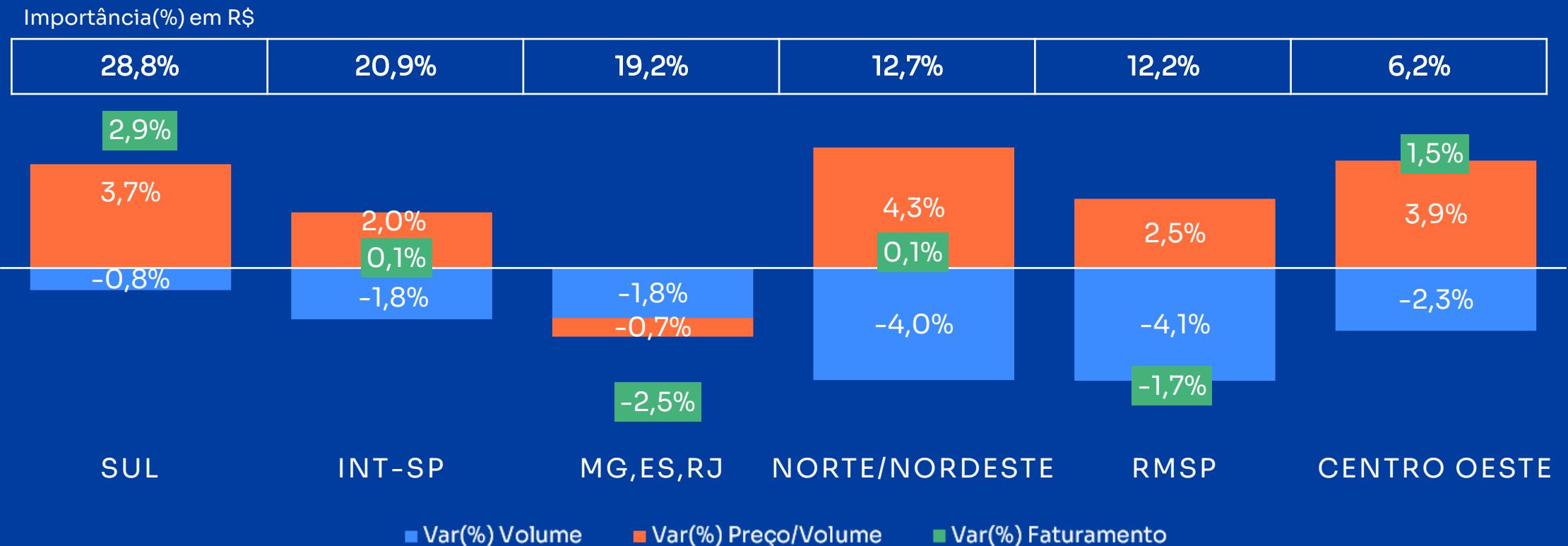
Festa Junina: Junho-Julho

Informação confidencial e de uso exclusivo da Scanntech | scanntech.com

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

Desempenho da Cesta de Festa Junina por Região

(Festa Junina'24 vs. Festa Junina'23)



Festa Junina: Junho-Julho

Informação confidencial e de uso exclusivo da Scanntech | scanntech.com

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%

Festa Junina: Junho-Julho

Informação confidencial e de uso exclusivo da Scanntech | scanntech.com

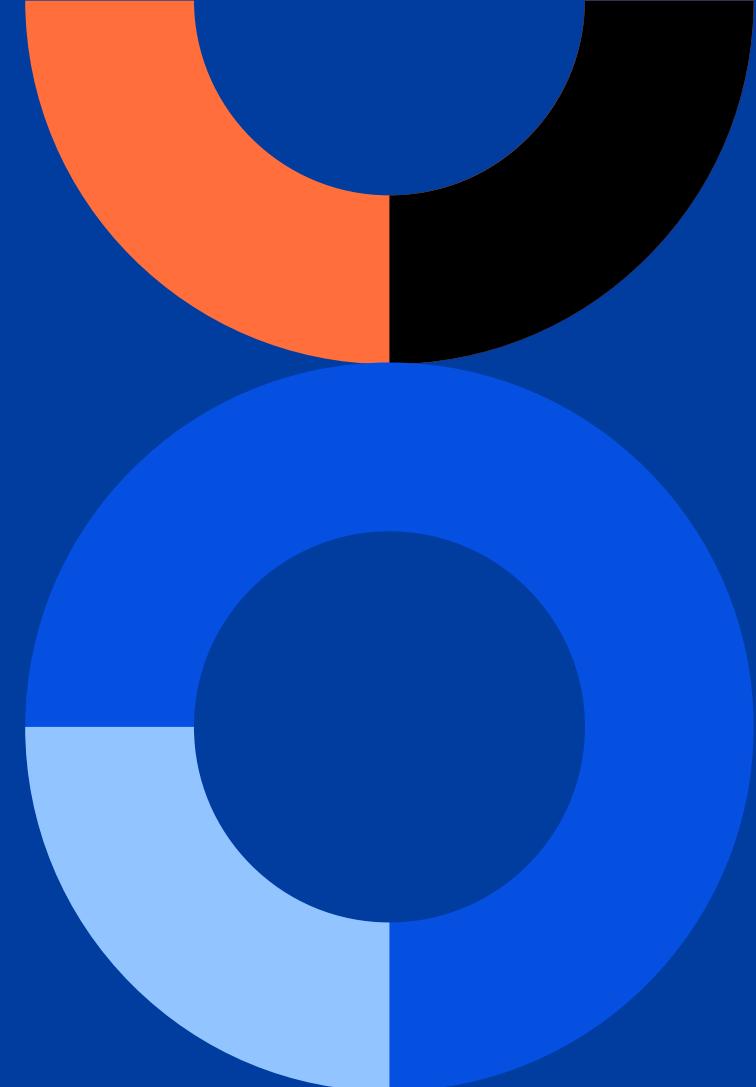
Prepare-se com duas soluções incríveis que vão te dar mais eficiência e otimizar seus resultados



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

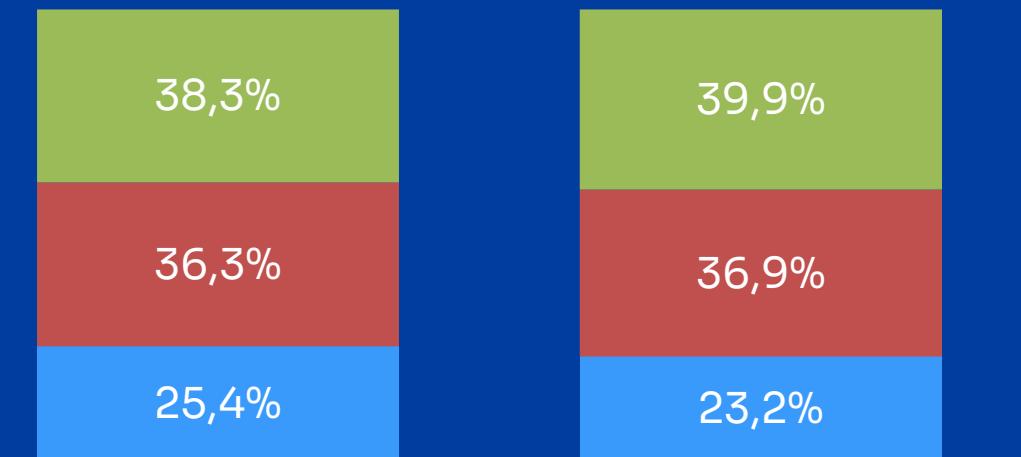
Scann Shopper explica:

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.

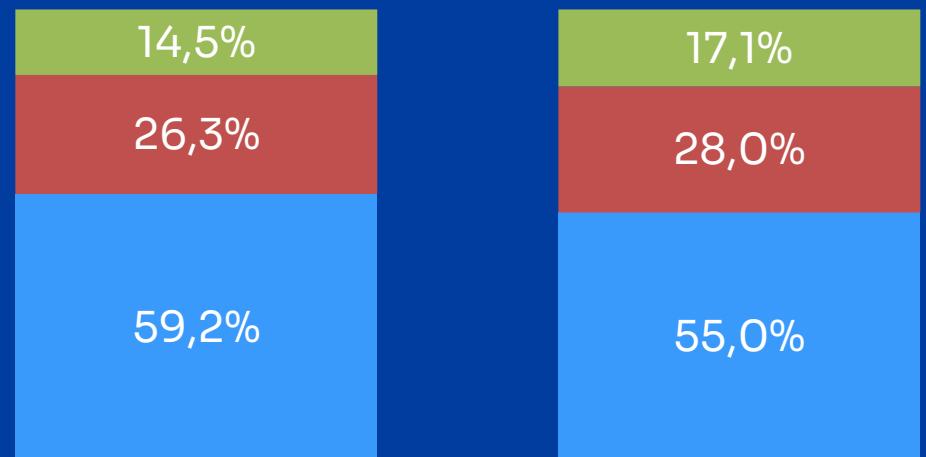
Supermercados
(Qtd% de Tickets por missão de compra)



Jan-Mai'24

- 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

- 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.

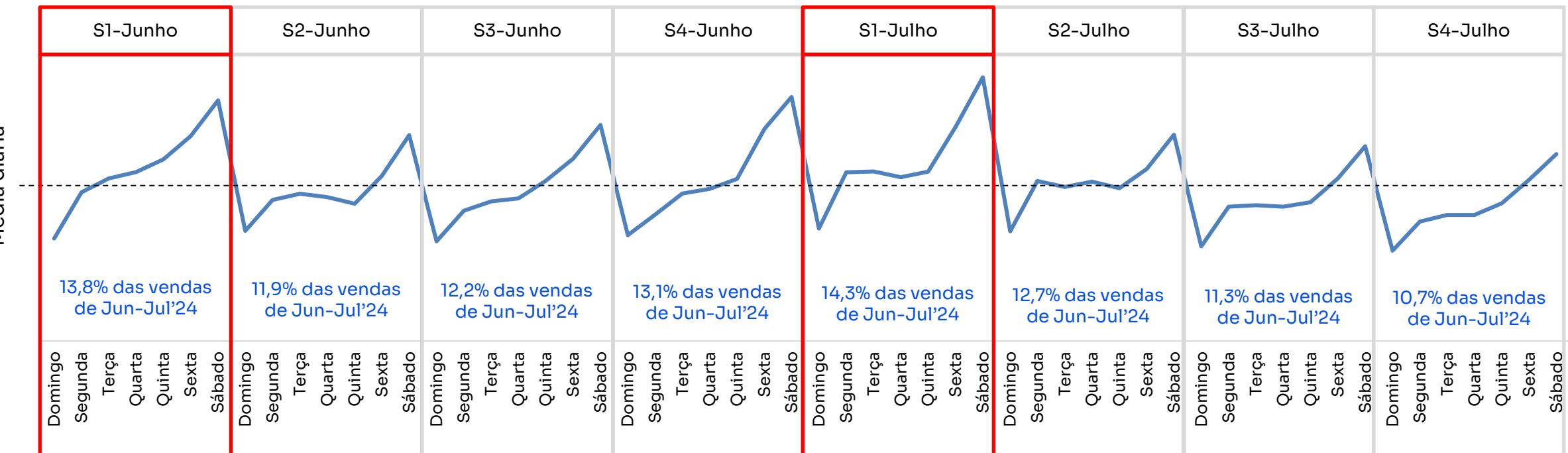


[Clique e saiba mais](#)

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



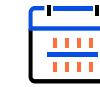
Com o Scann Season, você tem acesso a insights valiosos atualizados diariamente, extraídos de uma base de dados precisa e granular, detalhada até o nível de loja e produto. Tome decisões ágeis e eficientes, baseadas em dados, e garanta o atingimento de suas metas nos períodos sazonais.



O que você irá encontrar:



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



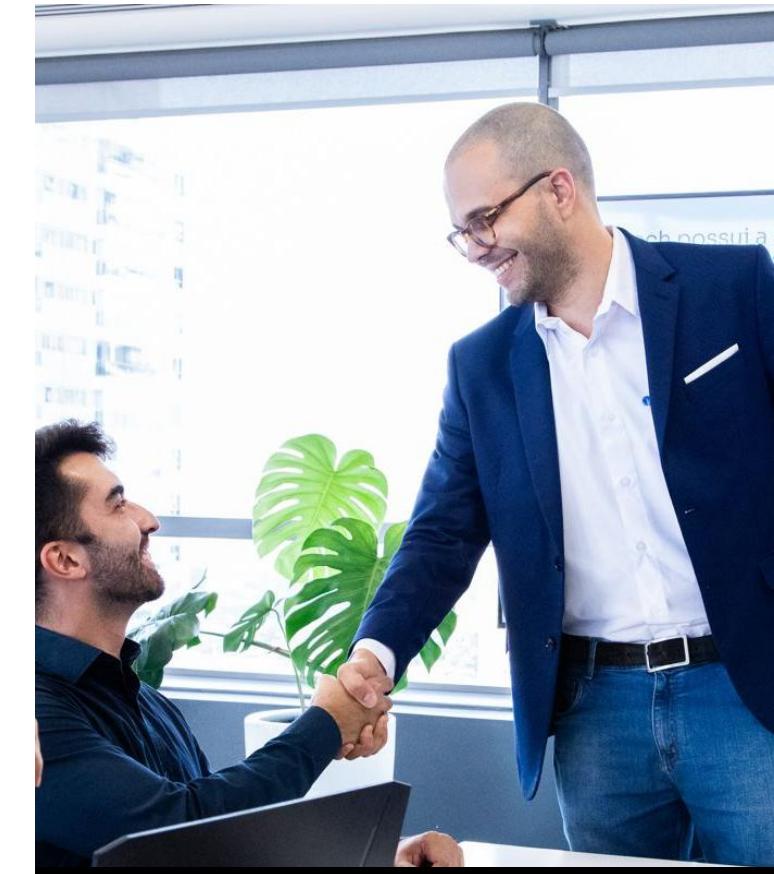
Informações atualizadas em D-2 (dois dias após a venda).



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 ↗

