



radar<sup>®</sup>  
scanntech

ALÉM DA  
INFORMAÇÃO

Em parceria:

McKinsey  
& Company

Google

dezembro'25

PUBLICADO EM: 07/01/2026

NOVO

# scann market 3.0

A maior amostra do varejo,  
agora ainda maior.

## O que era bom

- Cobertura de todo Brasil
- Quebras nível UF de todas as regiões
- Robustez na cobertura de marcas regionais
- Nível SKU de todas as marcas em todos os canais
- Maior acuracidade com processos inteligentes

## Ficou ainda melhor

- ✓ Maior amostra do varejo
- ✓ Mais **rápido e intuitivo**
- ✓ Extrações **dinâmicas e flexíveis**
- ✓ Com IA aplicada

Entre em contato e saiba mais



# Dezembro registra o pior resultado do ano: menor repasse de preços e maior retração em unidades resultam na primeira queda de faturamento de 2025

Em dezembro, a desaceleração do varejo alimentar se intensificou, com a maior queda de unidades do ano (-5,5%), explicada principalmente pela expressiva redução do fluxo em loja (-4,1%). Adicionalmente, o repasse de preços atingiu o menor patamar de 2025 (+3,2%), ampliando a pressão sobre o desempenho. Como resultado, apesar das quedas em volume já observadas nos meses anteriores, dezembro se consolidou como o único mês do ano a registrar retração também em faturamento (-2,5%).

As cestas de Mercearia e Bebidas Alcoólicas responderam por 55% da contração em unidades, enquanto Mercearia Básica e Perecíveis concentraram 92% da queda de faturamento. Em sentido oposto, Bebidas Não Alcoólicas foi a única cesta com contribuição positiva para o resultado.

Embora todas as cestas tenham fechado dezembro com retração em unidades, Perecíveis, Tabaco e Pet mantiveram desempenho superior às demais. Bebidas e Tabaco foram as únicas cestas a apresentar crescimento de faturamento no mês. Mercearia Básica, que ao longo do ano registrou um dos menores aumentos de preço, surpreendeu negativamente em dezembro ao apresentar retração de preços (-6,4%), resultando em uma queda expressiva de faturamento (-13,5%).

Na comparação entre dezembro e novembro de 2025, o desempenho permaneceu positivo, com avanço de +9,2% em faturamento e +4,4% em unidades. No entanto, essa expansão foi significativamente inferior à observada em 2024, quando o mesmo comparativo registrou crescimentos de +12,6% e +6,8%, respectivamente.

No recorte regional, a retração se intensificou no Norte, enquanto o Sul apresentou desaceleração relevante no aumento de preços, passando de uma média de +6% ao longo do ano para apenas +1,2%. O Sul manteve-se como a região com a menor retração

em unidades, enquanto o Nordeste — anteriormente em patamar semelhante ao do Sul — passou a registrar queda de -7,7%, configurando a segunda pior performance do país.

O período natalino (23-25/12) foi o único em que se apresentou crescimento de faturamento no mês, comparando 2025 versus 2024, com a menor retração de unidades. O dia 25 em si, apesar de ser um dia de muito pouca venda, em 2025 ele vendeu 60% mais unidades que em 2024.

## PERFORMANCE DE 2025 – ANO FECHADO

O varejo alimentar concluiu 2025 com avanço de +4,1% no faturamento, sustentado principalmente pelo aumento de +6,3% no preço por unidade. Esse resultado ocorreu apesar da queda de -2,1% nas unidades comercializadas, influenciada pela redução tanto das unidades por ticket quanto do fluxo em loja. No recorte por cestas, apenas Perecíveis, Pet e Tabaco apresentaram crescimento em unidades, enquanto as demais registraram retração ao longo do ano. De forma semelhante, somente Perecíveis e Tabaco alcançaram crescimento de faturamento acima da inflação.

Em base de mesmas lojas, os supermercados apresentaram desempenho superior ao atacarejo, com crescimento de +5,0% em faturamento, sustentado por uma variação de preços de +6,3% e por uma retração de unidades significativamente menor do que a observada no atacarejo (-1,2% versus -3,4%). Já no atacarejo, a pior performance em unidades foi impulsionada por quedas mais intensas tanto nas unidades por ticket quanto no fluxo em loja, limitando o crescimento do faturamento a +2,6%, patamar inferior à inflação do período.

Boa Leitura!

## PONTOS PARA FICAR NO SEU RADAR

### PANORAMA DE MERCADO

Confira a análise oferecida por McKinsey

Página 04

### Natal 25 NO CANAL ALIMENTAR

Veja a performance total e o desempenho de categorias nas últimas semanas de 2025.

Página 26

### O que desejam para próxima celebração? POR Google

O que as mães esperam para a próxima comemoração

Página 32

### Cesta de Dia das Mães POR radar. scanntech

Top categorias que impulsionaram a sazonalidade

Página 40

### Cuidados com o Capet scann market

Confira o estudo exclusivo da categoria destaque do dia das mães.

Página 52

## PANORAMA DE MERCADO

Oferecido por:

McKinsey  
& Company

### Sinais de alerta para o Varejo na virada de 2025



07 de Janeiro de 2026

**Pedro Fernandes**

Sócio McKinsey & Company

## O fim do ano revelou o que vinha se formando

**Chegamos ao final de 2025! E que final cheio de drama!**

Recapitulando.

Passamos o ano aqui no Radar vendo mês a mês uma gradual consolidação de tendências, principalmente:

- Queda gradual das vendas em volume de unidades, indo em linha com queda do sentimento do consumidor apesar de indicadores macroeconômicos estáveis (ex: baixo desemprego). Essa queda também foi explicada por estudos da pesquisa ConsumerWise da McKinsey, que mostram o consumidor brasileiro fazendo frequente trade down e escolha de embalagens de menor tamanho, em face a uma menor renda disponível. Também houve efeito em categorias grandes ligadas ao clima (como bebidas), dado que 2025 foi um ano mais frio que a média
- Compensação dessa queda de volume por repasses de preços - particularmente no primeiro semestre, por aumentos em commodities; mas, com a desaceleração da inflação, a contribuição de preços foi cada vez menor ao longo do ano

E consolidando essas tendências para fechar o ano... dezembro viu a maior queda de volume do ano (-5,5% vs 2024) e o menor crescimento de preços (+3,2%), resultando em queda do varejo em valor de -2,5% nos dados da Scanntech. Comparando com o ano total (-2,1% em unidades, +6,3% em preço, +4,1% em valor), claramente dezembro viu deterioração acelerada do varejo.

Também corroborando a tese de que o volume é relacionado a aperto na renda disponível, as regiões brasileiras com menor renda (Norte e Nordeste) tiveram queda de volume mais acentuada (-9% e -7,7%, respectivamente). A magnitude e concentração regional dessa queda sugere um efeito mais crônico, não apenas algo sazonal.

A entrada de 2026, portanto, é preocupante para os executivos de consumo e varejo que acabaram de finalizar seus orçamentos e metas para o ano. O consumidor entra o ano reticente, ressabiado, apertado; pesquisando bastante antes de decidir por uma compra (vimos que o número de canais utilizados por cada consumidor cresceu). A ver se a isenção de imposto de renda para pessoas de menor renda irá reverter esse cenário ao, em teoria, aumentar a renda disponível; mas, no curtíssimo prazo (1-2 meses), até “cair a ficha” da isenção, vemos poucas razões para a tendência se reverter. Nesse cenário, os executivos de consumo e varejo têm que focar no básico – para bens de consumo, saber qual o sortimento de maior giro, ter esses produtos disponíveis e no preço mais competitivo; para varejo, saber exatamente quais produtos criam percepção de valor e atraem consumidores, pois cada visita, cada cesta conta muito. É hora de, como sempre, mergulhar em dados para tomar essas decisões táticas, mas principalmente de agir rápido; [estar pronto para reagir caso o primeiro trimestre siga a tendência do fim de 2025](#).



radar<sup>®</sup>  
scantech

# canal alimentar

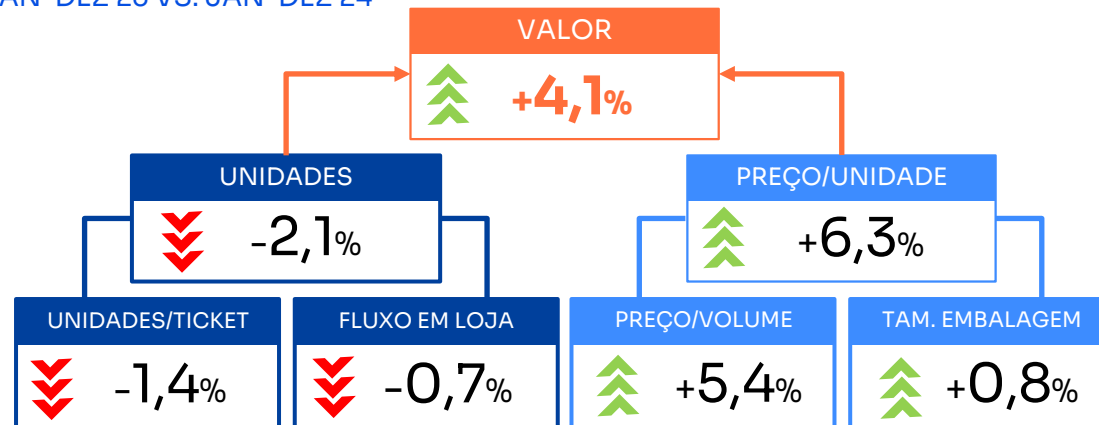
## Dezembro marca o primeiro mês do ano com queda de faturamento.

Em dezembro, o cenário de desaceleração do varejo alimentar se intensificou, com a maior retração de unidades do ano (-5,5%), principalmente em função da forte redução do fluxo em loja (-4,1%). Para agravar o resultado, o repasse de preços também foi o mais baixo do ano (+3,2%). Como consequência, embora ao longo dos meses anteriores já se observasse retração em unidades, dezembro encerrou o ano como o único mês a registrar queda também em faturamento (-2,5%).

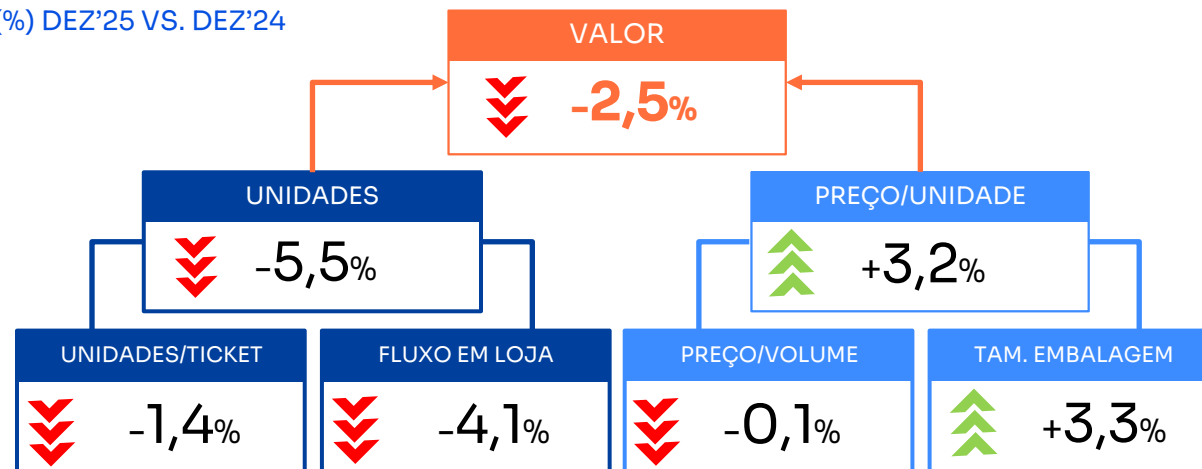
As cestas de Mercearia e Bebidas Alcoólicas concentraram 55% da retração de unidades, enquanto Mercearia Básica e Perecíveis responderam por 92% da queda de faturamento. Em contrapartida, Bebidas Não Alcoólicas foi a única cesta a contribuir positivamente para o resultado.

Em 2025, o varejo alimentar fechou o ano com crescimento de faturamento de +4,1%, sustentado pelo aumento de +6,3% no preço por unidade, apesar da retração de -2,1% nas unidades vendidas, com redução das unidades por ticket e do fluxo em loja.

VAR. (%) JAN-DEZ'25 VS. JAN-DEZ'24

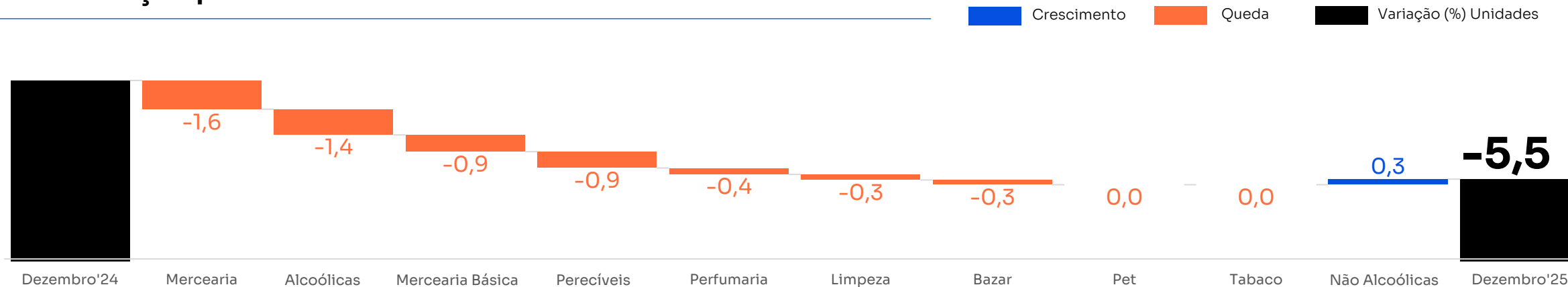


VAR. (%) DEZ'25 VS. DEZ'24



DEZ'25 VS DEZ'24

## Contribuição para o Resultado em Unidades



## Contribuição para o Resultado em Faturamento

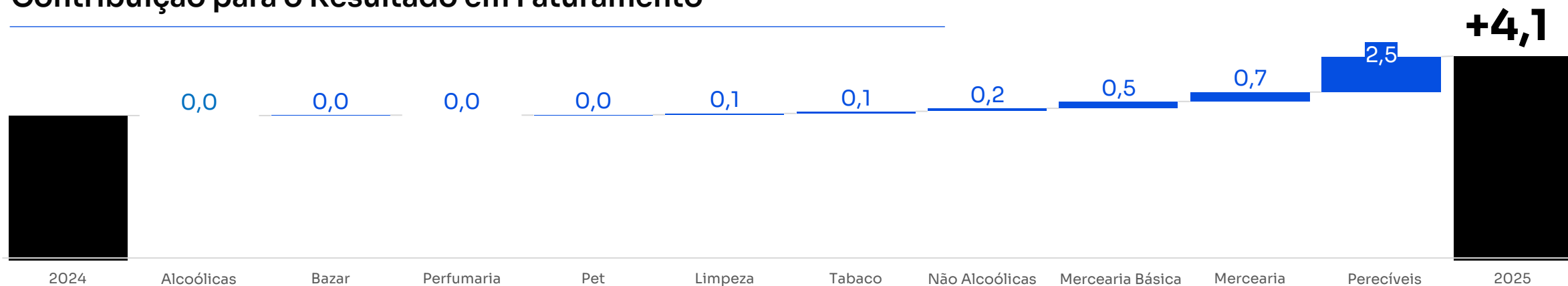


JAN-DEZ'25 VS. JAN-DEZ'24

## Contribuição para o Resultado em Unidades

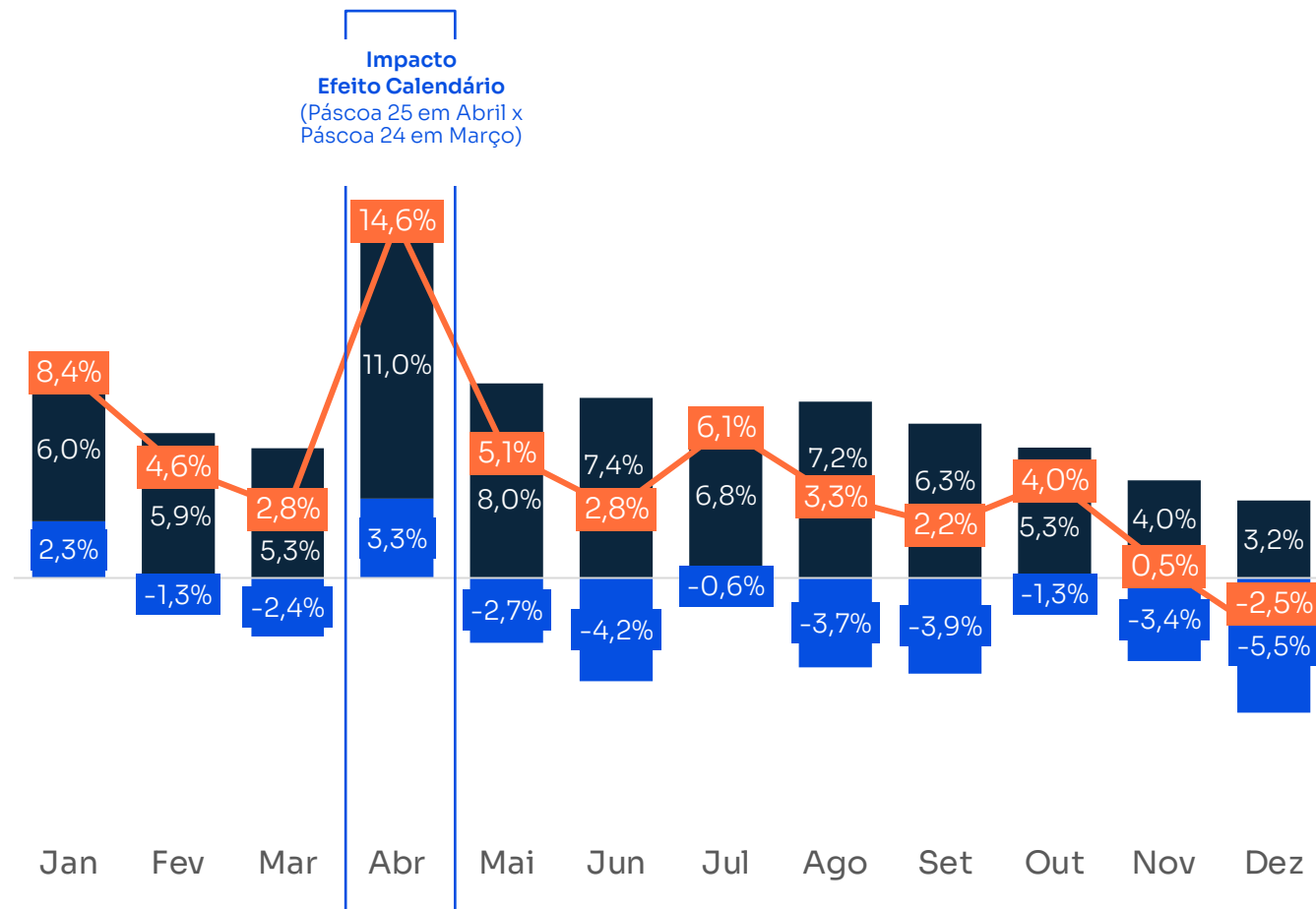


## Contribuição para o Resultado em Faturamento



## EVOLUÇÃO MENSAL

Variação (%) Preço/Unidade    Variação (%) Unidades    Variação (%) Faturamento



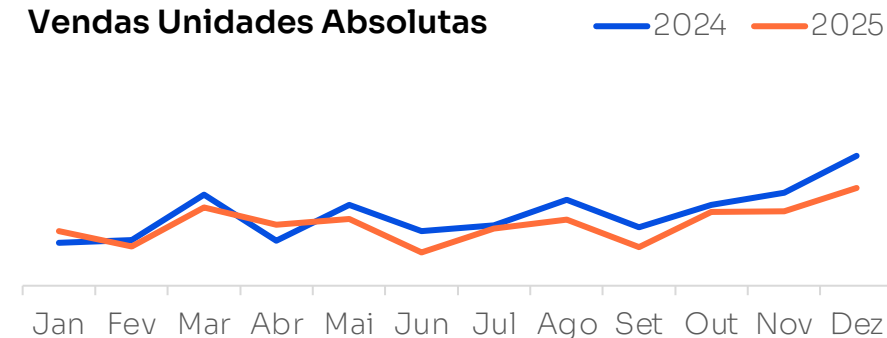
## Impacto da Variação de Preço Médio, Unidades e Faturamento

Em um ano de consumo consistentemente fraco, dezembro fecha como o pior mês do ano, mantendo a tendência de desaceleração de novembro, com o menor aumento de preços (+3,2%) e a maior retração de unidades no ano e preço médio por unidade (-5,5%).

No comparativo de Dezembro vs. Novembro de 2025, o desempenho foi positivo, com +9,2% em faturamento e +4,4% em unidades, contudo essa dinâmica foi significativamente menos expansiva que a observada em 2024, quando a mesma relação registrou +12,6% e +6,8%, respectivamente.

## EVOLUÇÃO MENSAL DE VENDAS

### Vendas Unidades Absolutas



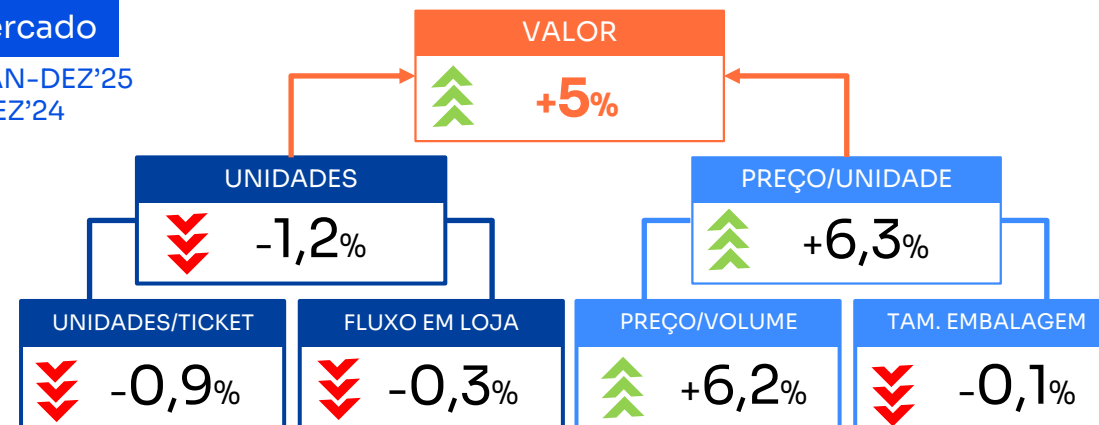
## Dinâmica por Canal

No fechamento de 2025, em base de mesmas lojas, os supermercados apresentaram desempenho superior ao do atacarejo, com crescimento de +5,0% em faturamento realizado por +6,3% de variação de preços somada à uma retração significativamente menor em unidades do que a observada nos atacarejos (-1,2% vs -3,4% respectivamente).

A pior performance do atacarejo em unidades é puxada por maior retração tanto nas unidades por ticket quanto no fluxo em loja, o que resultou em um crescimento de faturamento de +2,6%, crescendo abaixo da inflação.

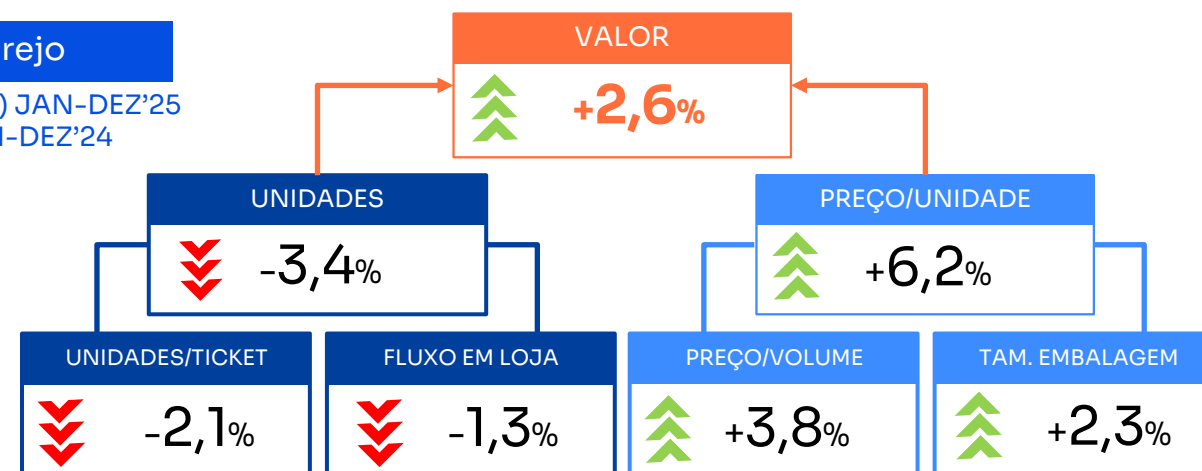
### Supermercado

VAR. (%) JAN-DEZ'25  
VS. JAN-DEZ'24

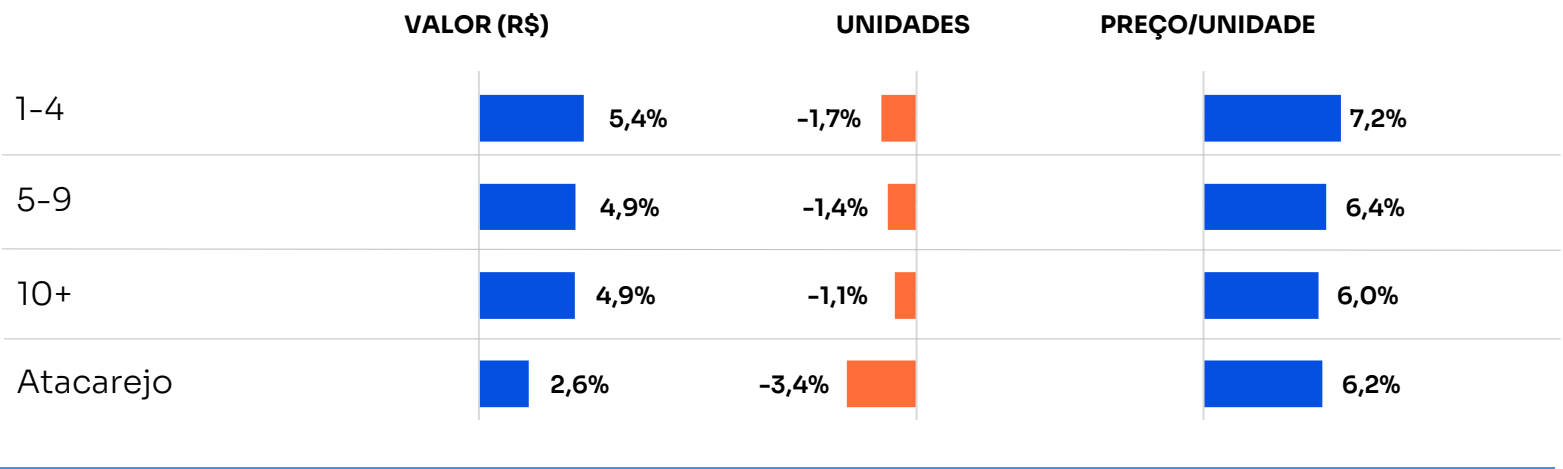


### Atacarejo

VAR. (%) JAN-DEZ'25  
VS. JAN-DEZ'24



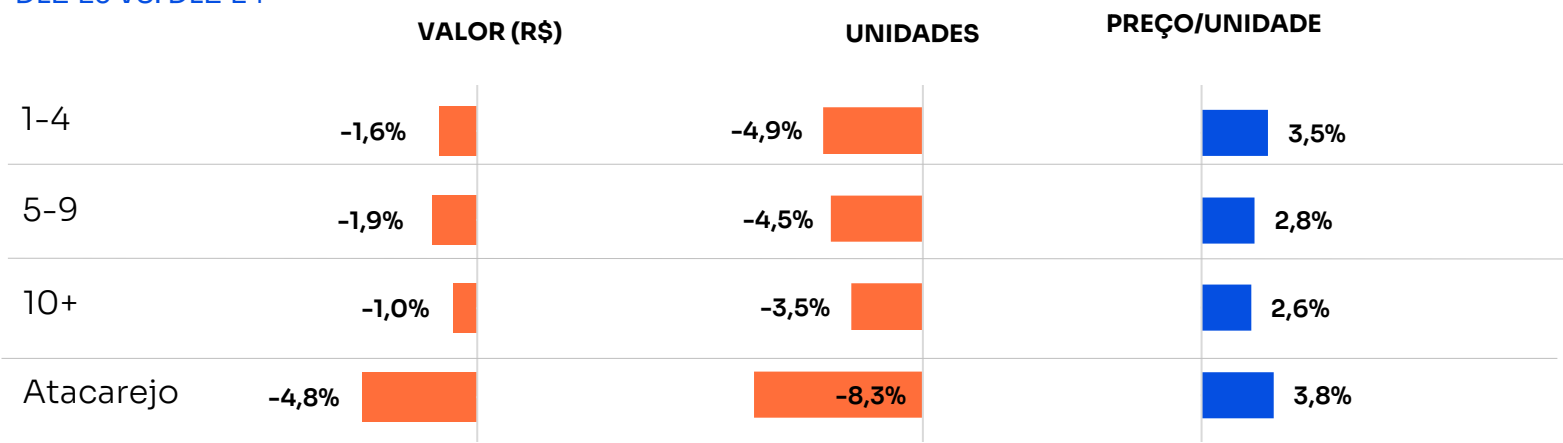
VAR. (%) JAN-DEZ'25 VS. JAN-DEZ'24



Em 2025, todos os canais registraram retração em unidades e crescimento em faturamento . Todos os formatos do varejo com performance mais próxima, enquanto o atacarejo entrega performance mais negativa.

Em dezembro de 2025, o desempenho dos formatos e dos indicadores enfraquecem de forma generalizada, mantendo a vantagem do varejo em relação ao atacarejo.

DEZ'25 VS. DEZ'24



## Dinâmica por Região Ano de 2025

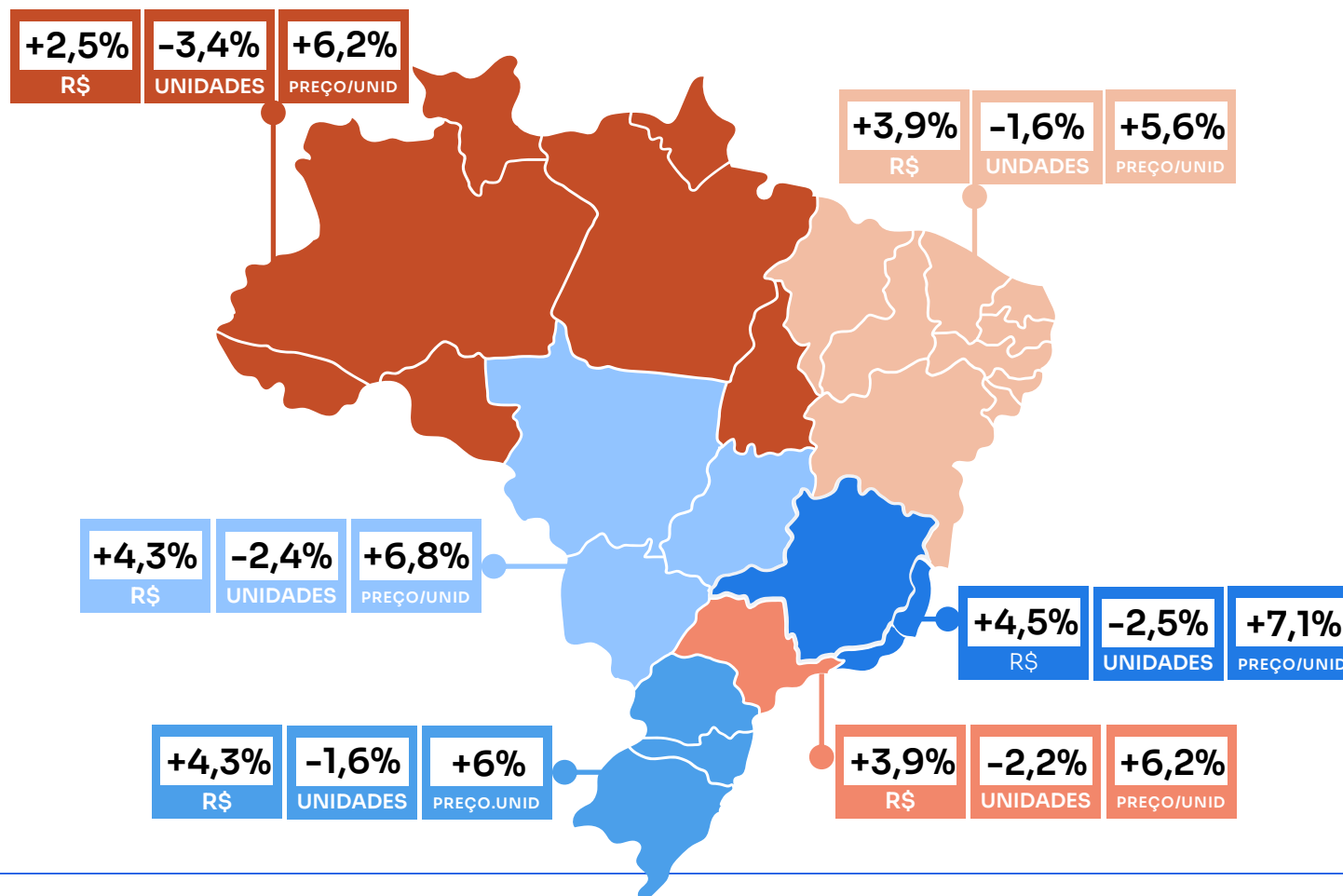
Em 2025, todas as regiões do país registraram retração em unidades, ainda que em intensidades distintas, com o Norte apresentando o recuo mais acentuado.

Em termos de faturamento, o agrupamento MG+RJ+ES apresentou o melhor desempenho, seguido pelas regiões Sul e Centro-Oeste.

JAN-DEZ'25 VS. JAN-DEZ'24

### Faturamento e Unidades

Pior performance faturamento Melhor performance faturamento



## Dinâmica por Região Dezembro 2025

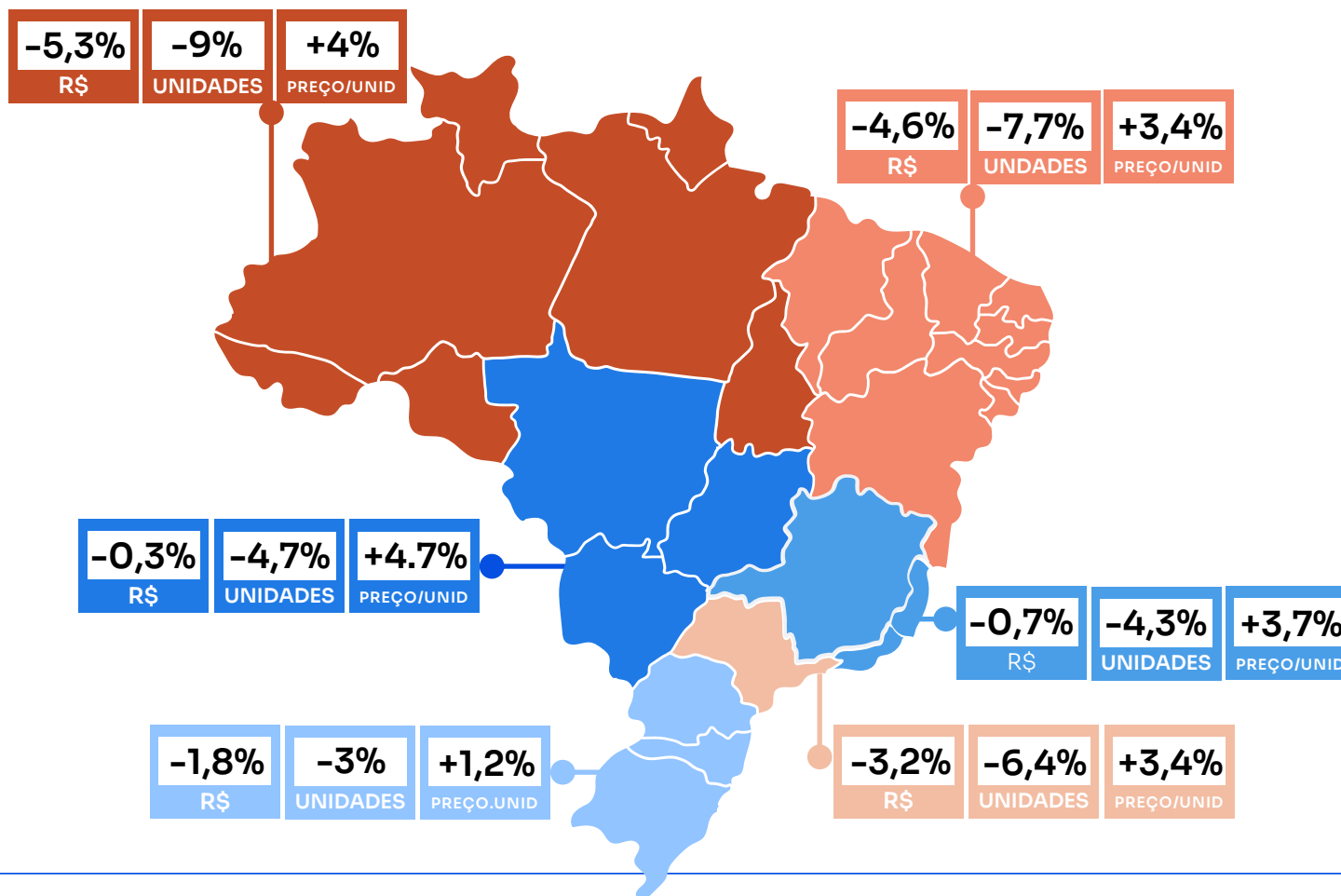
Em dezembro, acentua-se a retração da região Norte, enquanto o Sul desacelera o aumento de preço, saindo de uma média de +6% no total do ano para apenas +1,2%.

O Sul se manteve como a região de menor retração de unidades, enquanto o Nordeste que estava empatado com o Sul agora retrai -7,7% sendo a segunda pior performance do país.

DEZ '25 VS. DEZ '24

### Faturamento e Unidades

Pior performance faturamento Melhor performance faturamento



VARIAÇÃO

JAN-DEZ '25 VS. JAN-DEZ '24

	VALOR (R\$)	UNIDADES	PREÇO MÉDIO/UNID	INCIDÊNCIA DIFERENÇA BPS*
Perecíveis	6,4%	1,3%	5,1%	42
Mercearia	3,8%	-3,0%	7,0%	-21
Mercearia Básica	3,8%	-1,3%	5,2%	-36
Bebidas	1,6%	-4,2%	6,0%	-43
Perfumaria	0,1%	-5,6%	6,0%	29
Limpeza	1,7%	-3,1%	5,0%	-21
Bazar	-1,2%	-5,5%	4,5%	-21
Tabaco	21,0%	2,6%	18,0%	1
Pet	2,7%	3,7%	-0,9%	10

## Desempenho das Cestas

Em 2025, apenas as cestas de Perecíveis, Pet e Tabaco registraram crescimento em unidades, enquanto todas as demais apresentaram retração no período. Similarmente, apenas perecíveis e Tabaco crescem faturamento acima dos níveis de inflação.

Mesmo retraindo em unidades vendidas, **perfumaria** consegue ganhar incidência, estando mais presente nos tickets de 25

scann shopper

explica:

\*INCIDÊNCIA É a presença % no total de tickets, 1 bps equivale a 0,01%, regularmente usado para indicadores cujas variações são pequenas.  
Período utilizado JAN-NOV'25

VARIAÇÃO  
DEZ '25 VS. DEZ '24

	VALOR (R\$)	UNIDADES	PREÇO MÉDIO/UNID	INCIDÊNCIA DIFERENÇA BPS*
Perecíveis	-1,8%	-3,4%	1,7%	30
Mercearia	-2,4%	-6,8%	4,8%	-44
Mercearia Básica	-13,5%	-7,6%	-6,4%	-72
Bebidas	1,9%	-4,8%	7,0%	-4
Perfumaria	-1,5%	-7,3%	6,3%	-20
Limpeza	-0,9%	-6,4%	5,9%	-53
Bazar	-4,7%	-8,7%	4,3%	3
Tabaco	7,6%	-0,1%	7,7%	-42
Pet	-0,9%	-0,2%	-0,7%	-3

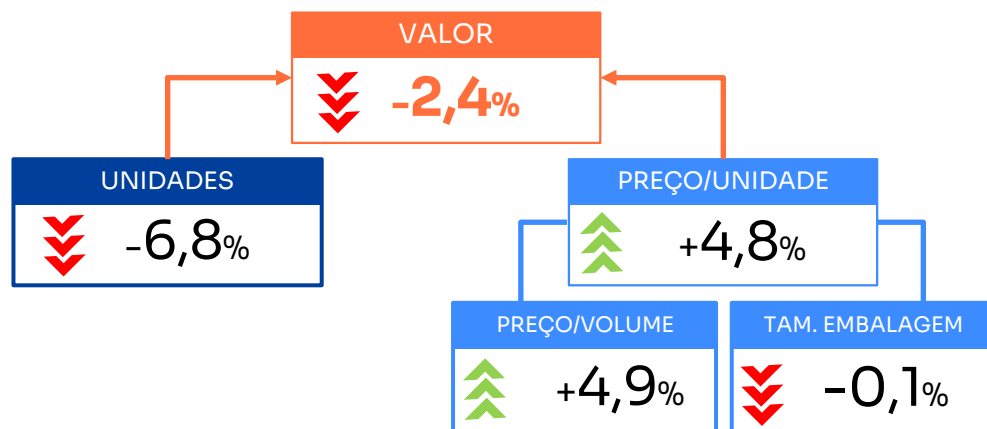
Apesar de todas as cestas fecharem dezembro com retração em unidades, Perecíveis, Tabaco e Pet, mantém uma performance superior às demais.

Bebidas e Tabaco foram as únicas cestas a apresentar crescimento em faturamento.

Mercearia básica que no ano entregou um dos menores aumentos de preços, surpreende em dezembro, com retração de preços em -6,4%, retraindo o faturamento expressivamente (-13,5%).

\*INCIDÊNCIA É a presença % no total de tickets, 1 bps equivale a 0,01%, regularmente usado para indicadores cujas variações são pequenas.  
Período utilizado NOV'25

DEZ '25 VS. DEZ '24



A cesta de Mercearia foi o principal vetor da retração de unidades em dezembro de 2025. O segmento registrou queda de -6,8% em unidades, respondendo por 30% da retração total do varejo alimentar no mês. Mesmo com aumento de +4,8% no preço médio por unidade — acima dos +3,2% observados no total do mercado — o faturamento da cesta recuou -2,4%, evidenciando que mesmo com aumento de preços não foi suficiente para compensar a queda em consumo.

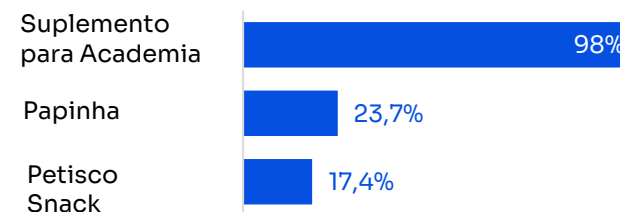
Dentro da cesta, Chocolate e Biscoito, categorias que já vinham pressionando negativamente o desempenho ao longo do ano, mantiveram trajetória de queda e figuraram entre os principais destaques negativos de dezembro, ao lado de atomatados.

## PERFORMANCE

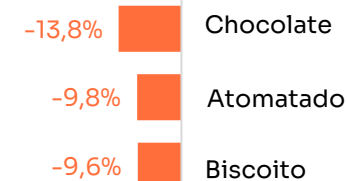
### Categorias em Destaque

#### MAIORES CONTRIBUIÇÕES PARA FATURAMENTO DA CESTA

##### Positiva (+)

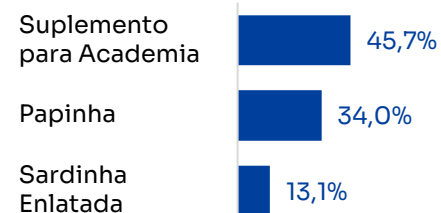


##### (-) Negativa

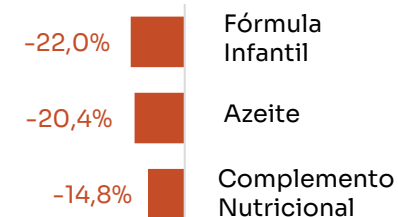


#### MAIORES VARIAÇÕES NO FATURAMENTO DA CESTA

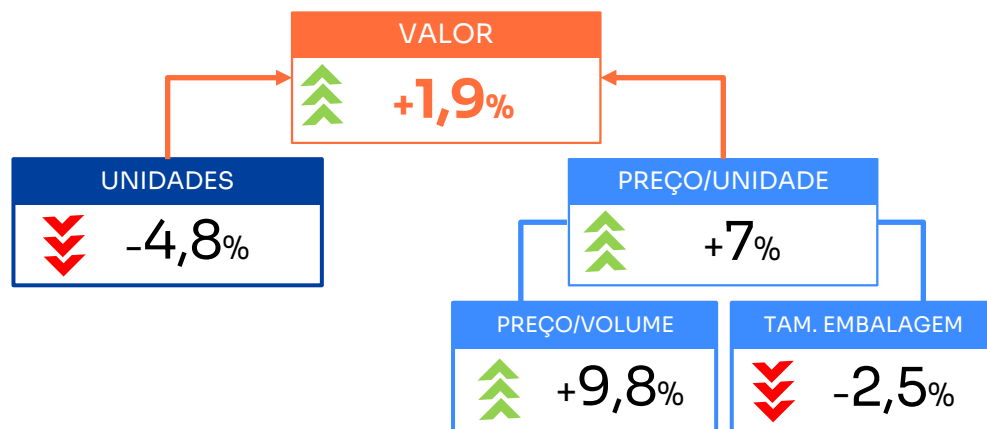
##### Crescimento



##### Retração



DEZ '25 VS. DEZ '24



Já a cesta de Bebidas, que vinha sendo o principal vetor de retração de unidades nos últimos meses — atuando como a principal vilã do consumo — apresentou, em dezembro de 2025, uma mudança de dinâmica. No mês, a retração de unidades ficou abaixo da média do mercado (-4,8%, frente a -5,5% do total das cestas).

Em termos de faturamento, a cesta cresceu +1,9%, sustentada pelo aumento do preço médio por unidade, puxado principalmente pelo aumento de preço por volume, mesmo em um contexto ainda desafiador para o consumo.

Além disso, em linha com as tendências mais recentes, as categorias de Não Alcoólicos, como Água, Água de Coco e Chá Pronto, foram os principais destaques positivos do mês, crescendo em faturamento e sustentando a recuperação da cesta em dezembro de 2025.

## PERFORMANCE

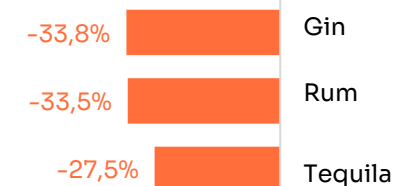
### Categorias em Destaque

#### MAIORES CONTRIBUIÇÕES PARA FATURAMENTO DA CESTA

##### Positiva (+)



##### (-) Negativa

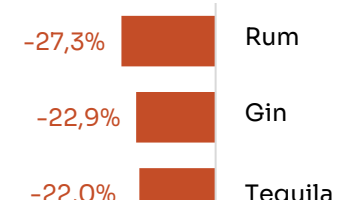


#### MAIORES VARIAÇÕES NO FATURAMENTO DA CESTA

##### Crescimento



##### Retração



## Categorias de Maior Variação (%) do Faturamento (R\$)

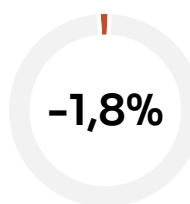
Variação por Cesta.

DEZ'25 VS. DEZ'24

Variação % Positiva Variação % Negativa

### PERECÍVEIS

TOTAL CESTA



Padaria



-17,0%

Sobremesa para Preparar

Geladinho



-8,7%

Bacalhau

Tortilha Massa

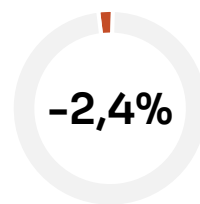


-8,5%

Salsicha

### MERCEARIA

TOTAL CESTA



Suplemento para academia



-22,0%

Fórmula Infantil

Papinha



-20,4%

Azeite

Sardinha Enlatada

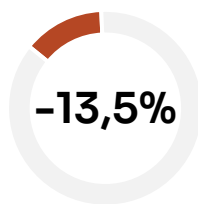


-14,8%

Complemento Nutricional

### MERCEARIA BÁSICA

TOTAL CESTA



Café



-40,6%

Arroz

Sal



-21,2%

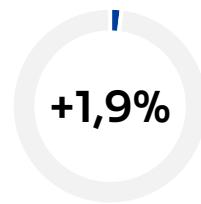
Açúcar

-20,9%

Leite Líquido

### BEBIDAS

TOTAL CESTA



Água



-27,3%

Rum

Chá Pronto



-22,9%

Gin

Conhaque



-22,0%

Tequila

## Categorias de Maior Variação (%) do Faturamento (R\$)

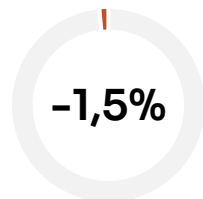
Variação por Cesta.

DEZ'25 VS. DEZ'24

Variação % Positiva Variação % Negativa

### PERFUMARIA

TOTAL CESTA

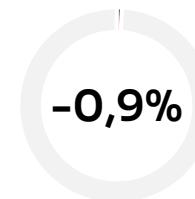


Fragrância	23,6%
Hidratante para Banho	22,7%
Protetor Solar	20,6%

-39,5%	Hidratante Labial
-30,8%	Bronzeador Corporal
-21,0%	Absorvente Higiénico

### LIMPEZA

TOTAL CESTA

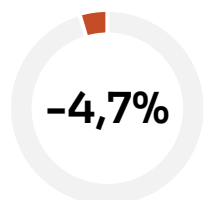


Detergente de Máquina de Lava-Louças	15,7%
Saponáceo	14,0%
Lã de Aço	7,3%

-15,1%	Esfregão
-8,1%	Alvejante e Tira Mancha
-6,8%	Álcool de Limpeza

### BAZAR

TOTAL CESTA

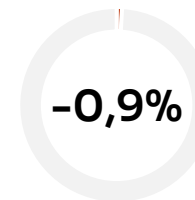


Tesoura	14,8%
Agenda	14,7%
Mochila	7,1%

-62,5%	Bloco de Notas
-37,0%	Lápis de Cor
-32,8%	Pincel

### PET

TOTAL CESTA



Petisco Gato	11,8%
Acessórios para Pet	9,0%
Ração Seca Gato	7,2%

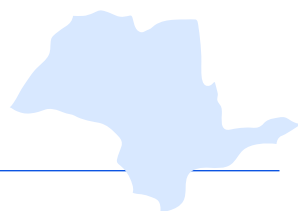
-47,6%	Vestuário Pet
-41,4%	Desinfetante Pet
-20,7%	Alimento Natural Cão

## Top 5 Categorias Com Variações Mais Importantes em Vendas (R\$)

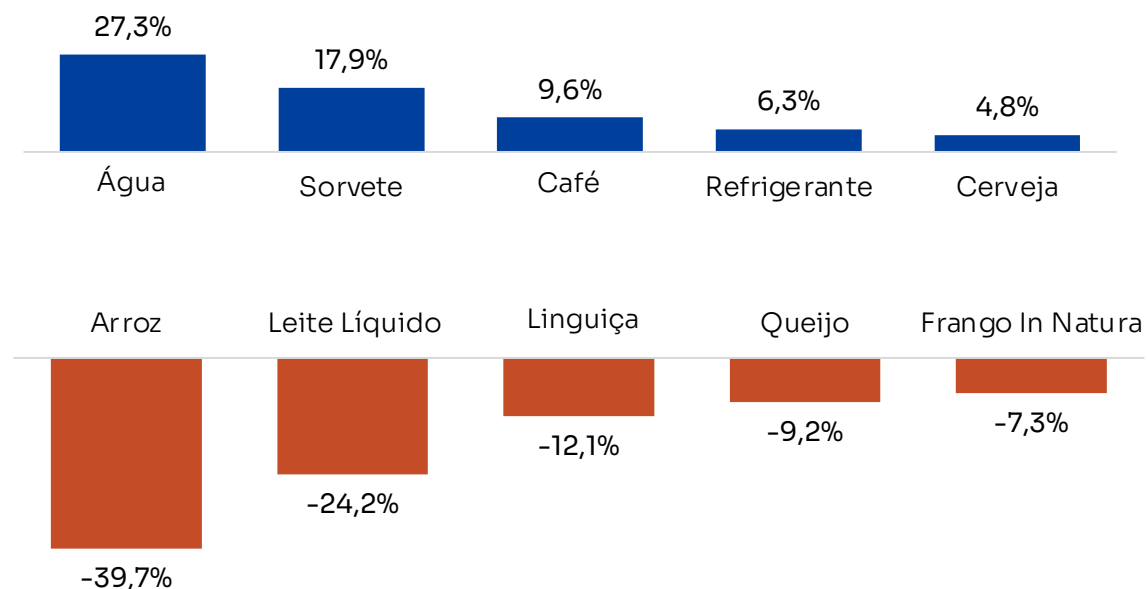
VARIAÇÕES MAIS IMPORTANTES % EM VENDAS (R\$)  
DEZ'25 VS. DEZ'24

Região Sudeste

**Estado de São Paulo**

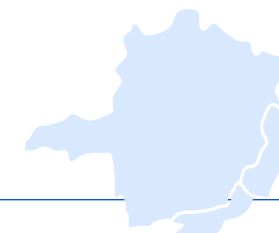


■ Crescimento (VENDAS EM R\$) ■ Retração (VENDAS EM R\$)

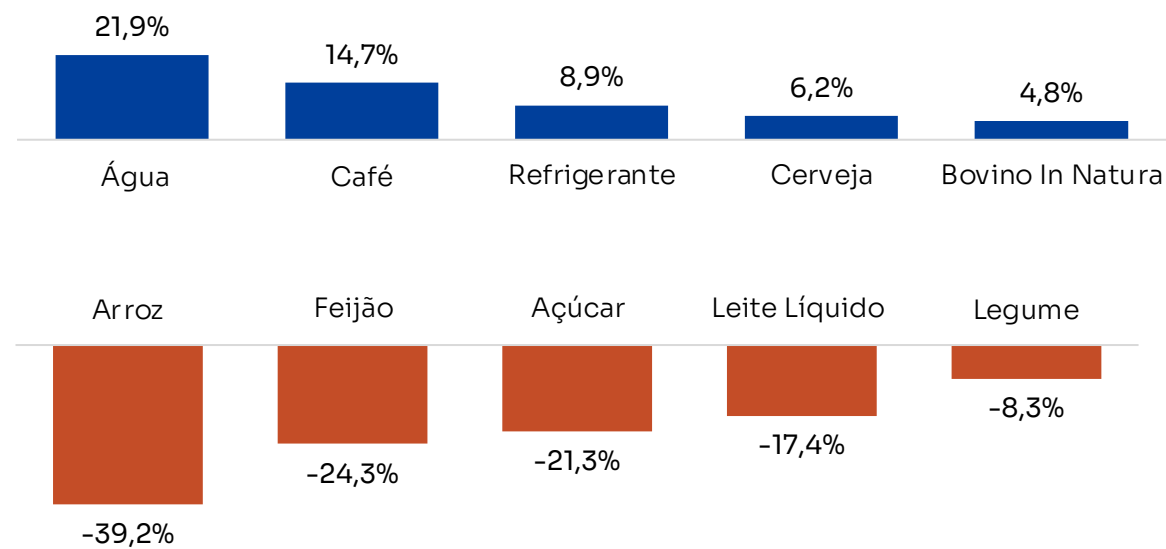


Região Sudeste

**Estados de Minas Gerais, Rio de Janeiro e Espírito Santo**



■ Crescimento (VENDAS EM R\$) ■ Retração (VENDAS EM R\$)

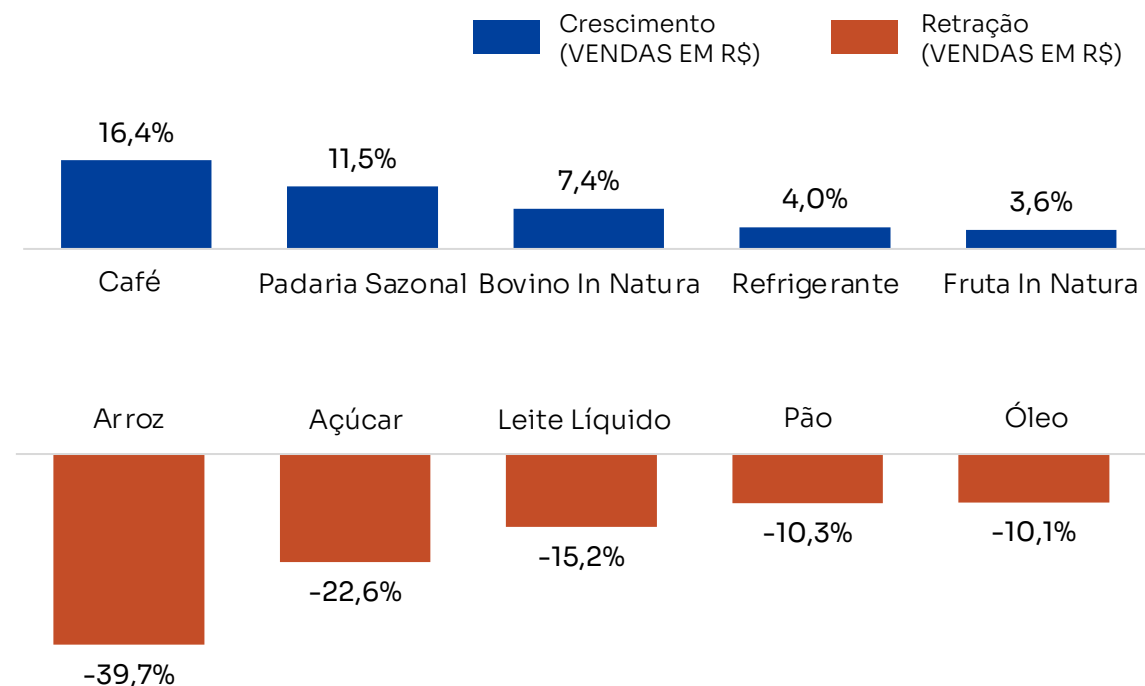
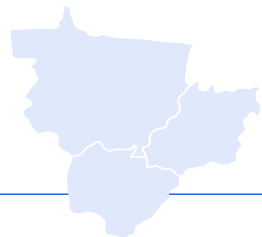


## Top 5 Categorias Com Variações Mais Importantes em Vendas (R\$)

VARIAÇÕES MAIS IMPORTANTES % EM VENDAS (R\$)  
DEZ'25 VS. DEZ'24

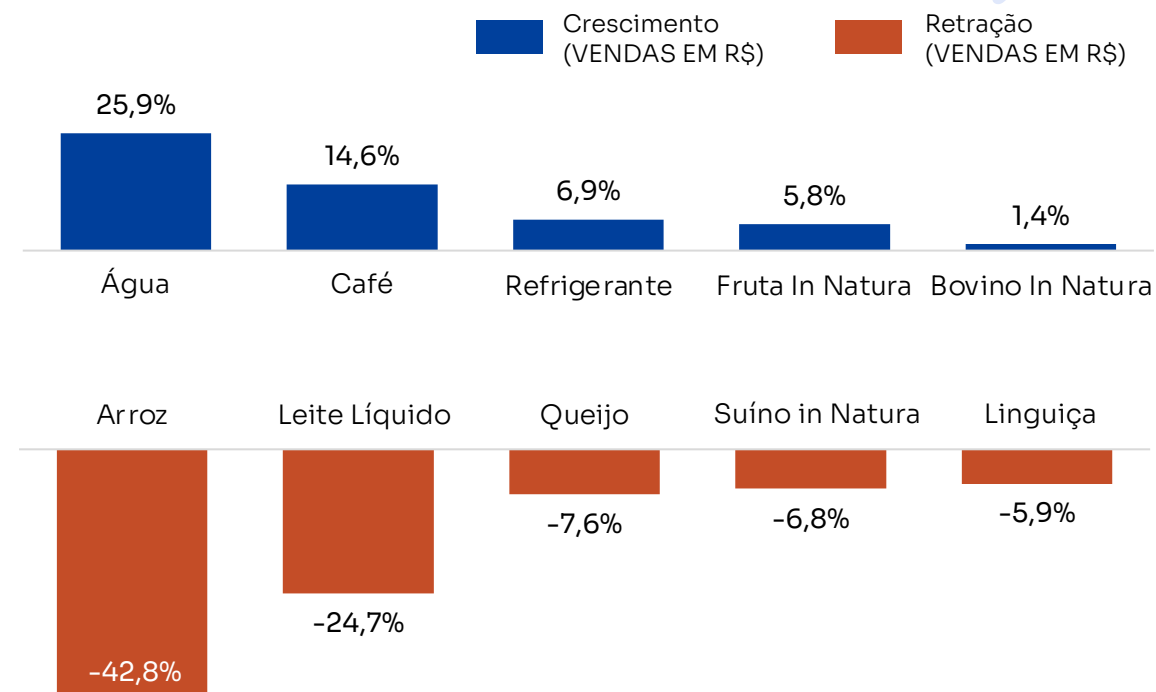
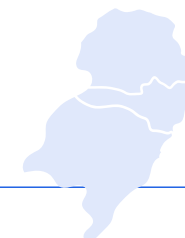
Região Centro Oeste

Estados de Goiás, Mato Grosso e Mato Grosso do Sul



Região Sul

Estados de Paraná, Rio Grande do Sul e Santa Catarina

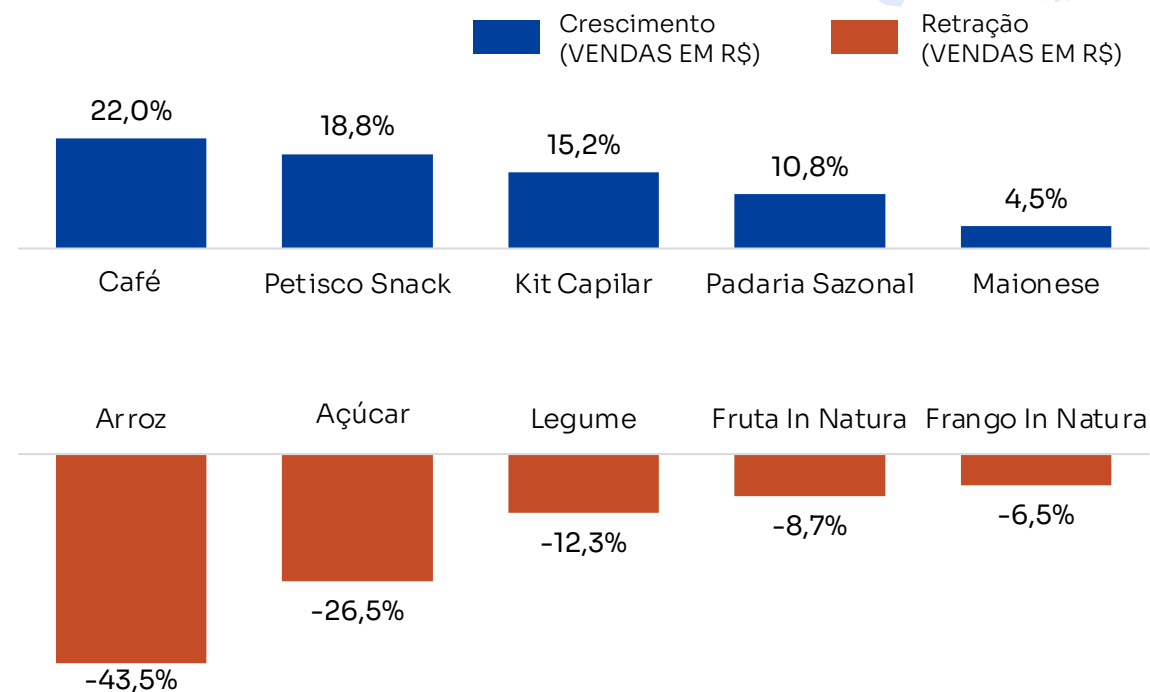


## Top 5 Categorias Com Variações Mais Importantes em Vendas (R\$)

VARIAÇÕES MAIS IMPORTANTES % EM VENDAS (R\$)  
DEZ'25 VS. DEZ'24

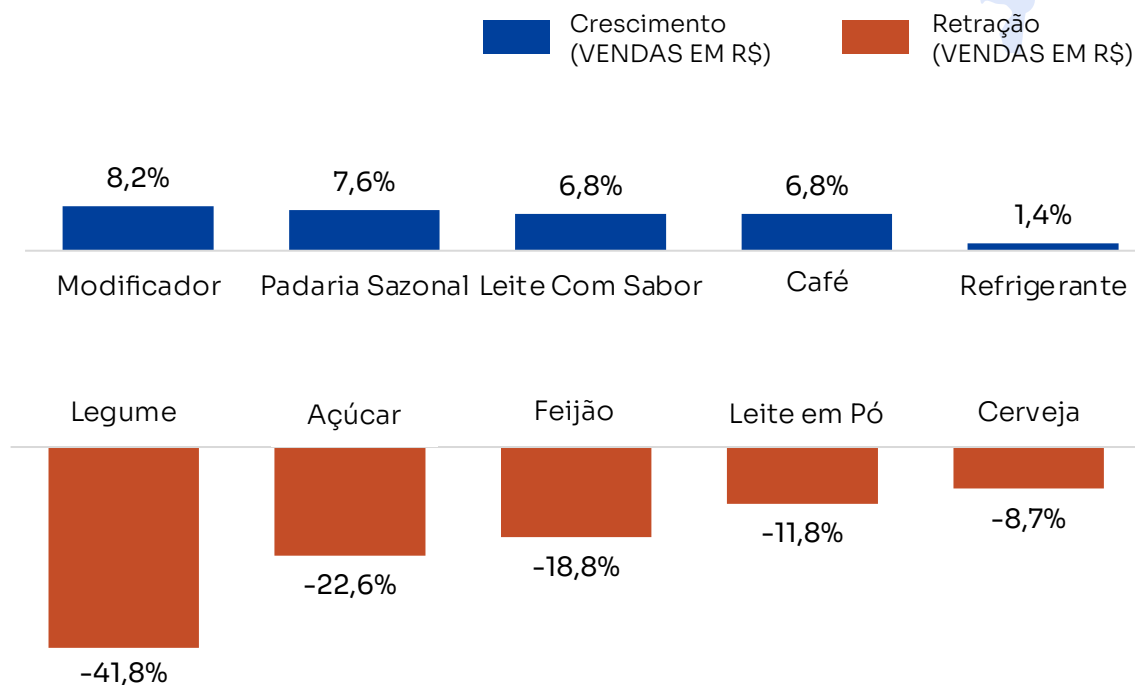
Região Norte

**Estados de Acre, Amapá, Amazonas, Pará, Rondônia, Roraima e Tocantins**



Região Nordeste

**Estados de Maranhão, Piauí, Ceará, Rio Grande do Norte, Paraíba, Pernambuco, Alagoas, Sergipe e Bahia**



EM FOCO

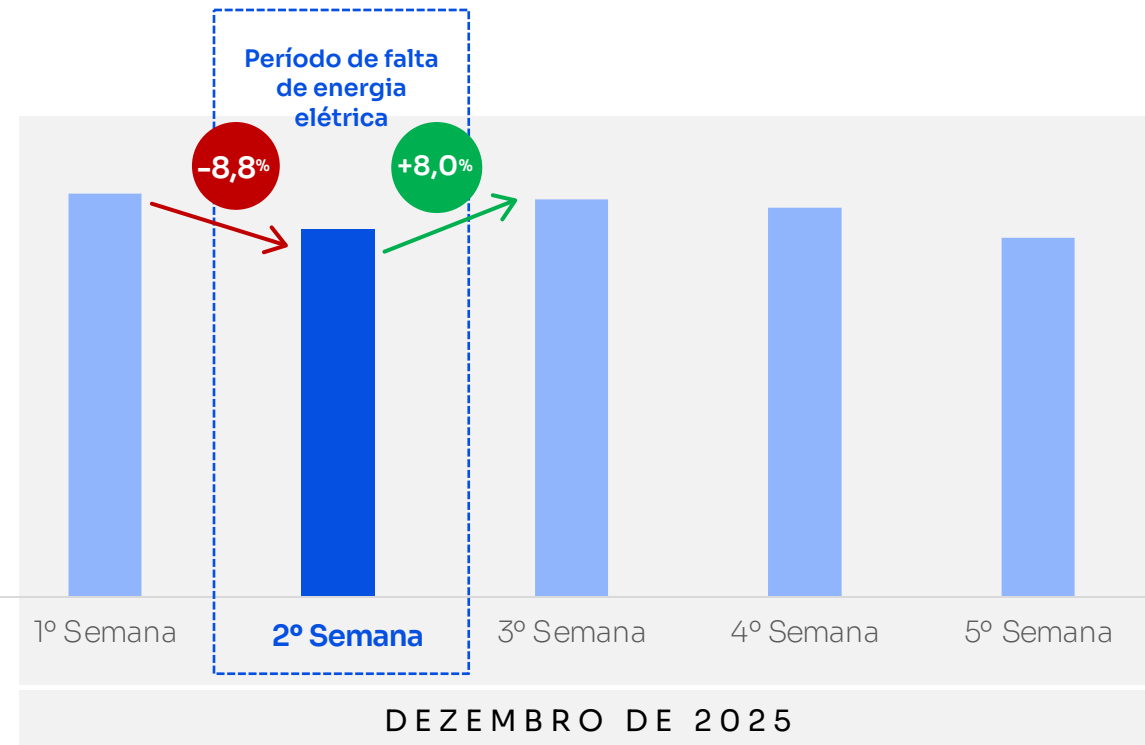
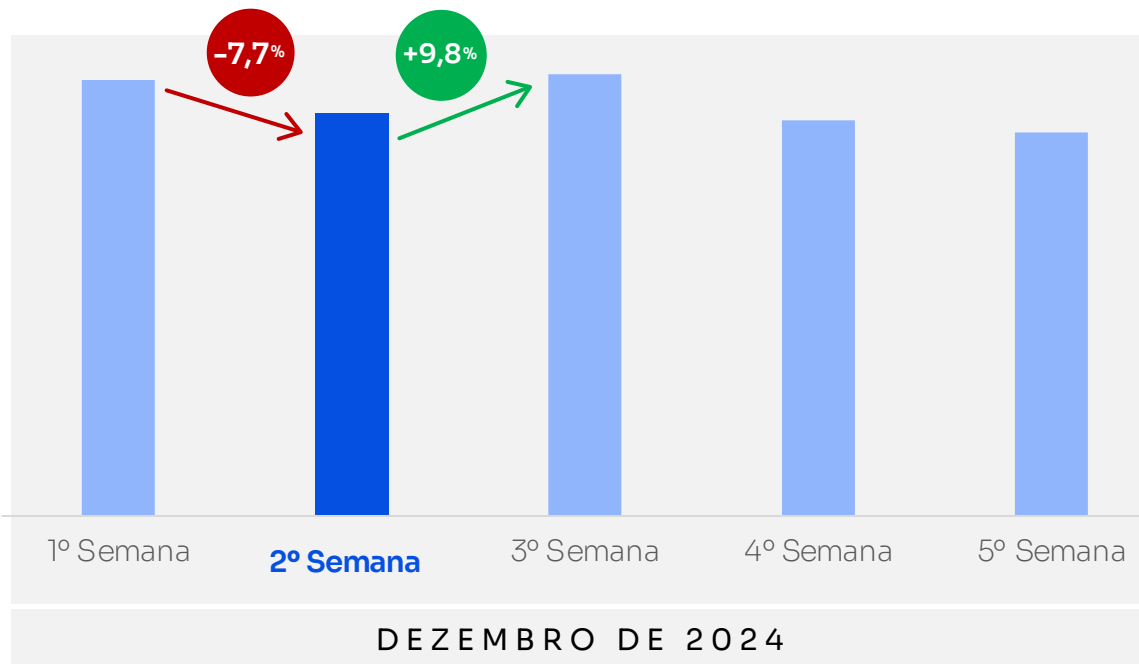
# Apagão em SP

Veja como o desabastecimento de energia devido a uma forte ventania em dezembro afetou a maior capital do país.

**Em dezembro de 2025, a região metropolitana de São Paulo passou por um longo período sem energia elétrica devido à passagem de um tornado extratropical. Muitas casas ficaram sem energia elétrica entre os dias 10/12 e 15/12, correspondendo à 2ª semana e ao primeiro dia da 3ª semana do mês**

Analizando o impacto da falta de energia elétrica a nível total mercado, com todas as categorias, já é possível perceber que a queda de volume entre a 1ª e 2ª semana do mês foi maior em 2025 do que em 2024 por 1,1p.p. E a recuperação da 2ª para 3ª semana também ficou prejudicada, crescendo 1,8p.p. a menos que no ano anterior.

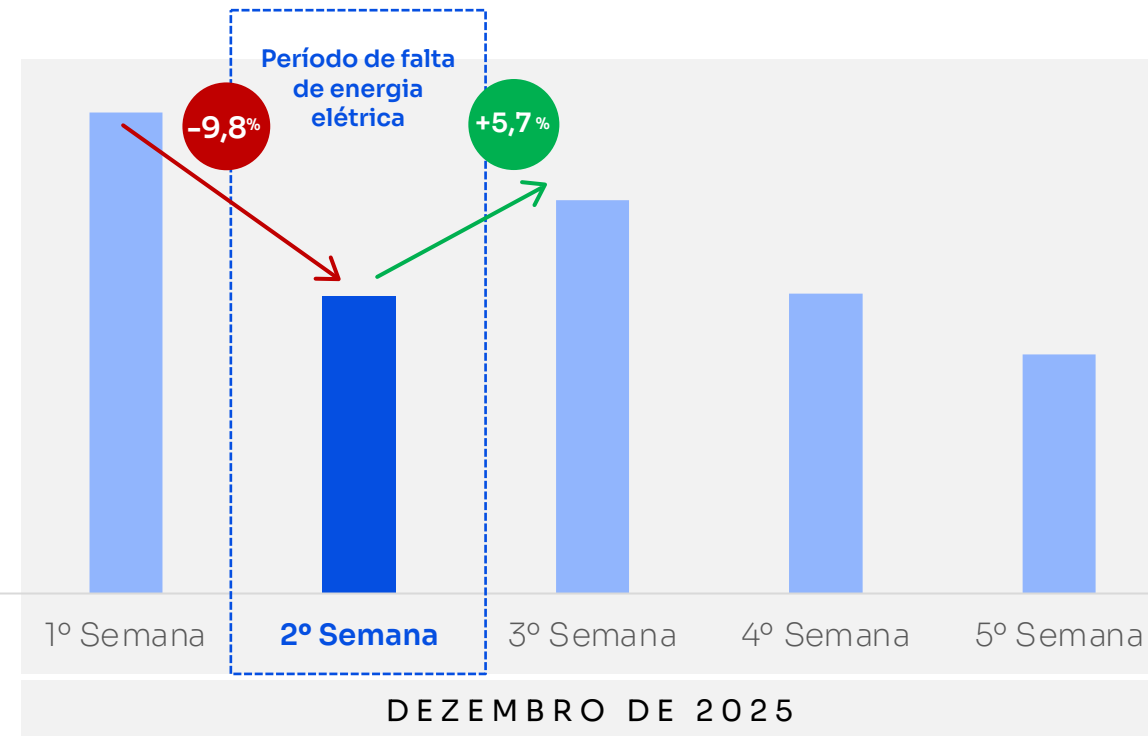
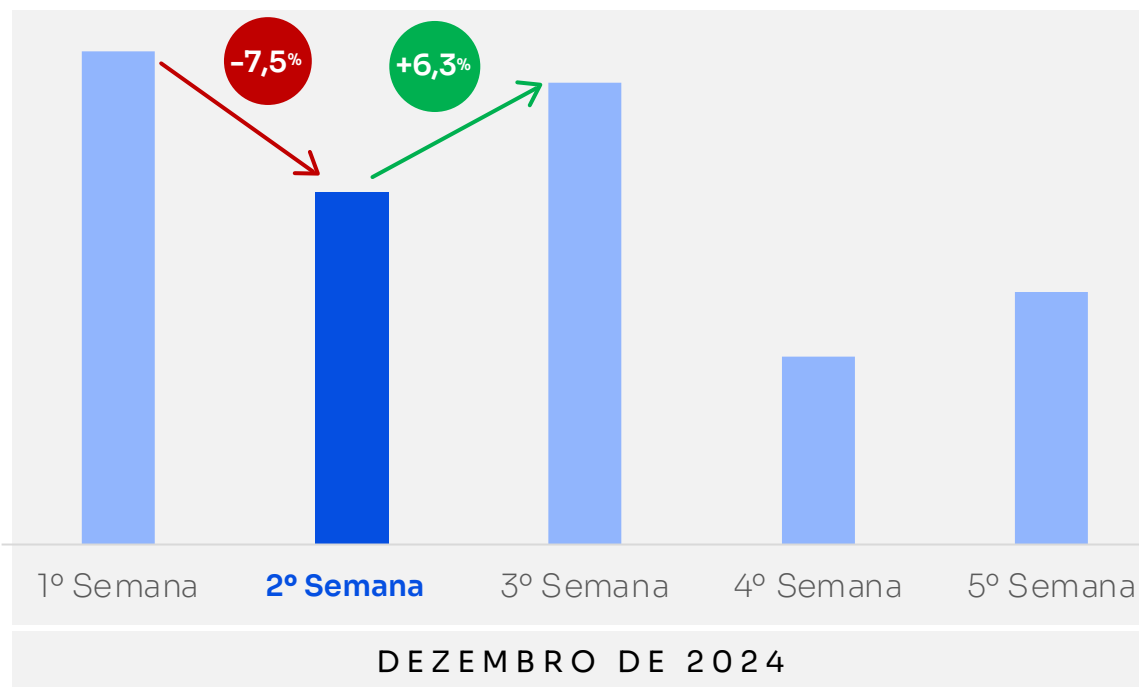
#### TOTAL CATEGORIAS – SP REGIÃO METROPOLITANA



## A cesta de Perecíveis é impactada de modo mais forte do que o total das vendas.

A retração que em 2024 foi de -7,5% entre a 1ª e 2ª semana, em 2025 foi de -9,8%, cerca de 2,3p.p. a menos. E a retomada de volume na 3ª semana também ficou prejudicada, crescendo 1,0p.p. a menos que no ano anterior.

### PERECÍVEIS – SP REGIÃO METROPOLITANA



EM FOCO

# Natal 25'

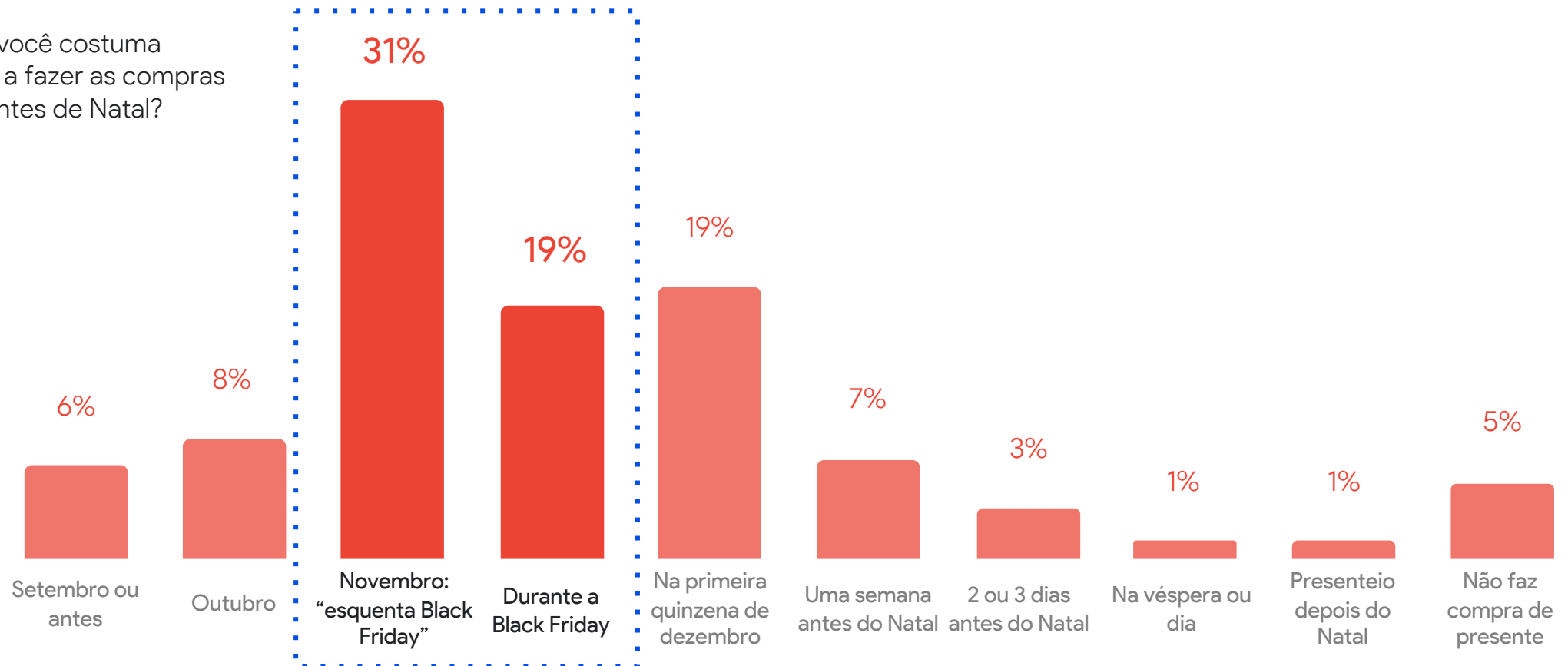
Acompanhe os resultados  
do período Natalino no  
varejo brasileiro

Dados rápidos e precisos do Natal 25'



Segundo pesquisa do Google, **50%** das pessoas planejam começar as compras de Natal durante o **período da Black Friday**

Quando você costuma começar a fazer as compras de presentes de Natal?



**1 A 22 DE DEZEMBRO**

Unid: -6%

**23 a 25**

Unid: -1,5%

**26 a 31**

Unid: -3,1%

Sábado

Sábado

Sábado

Domingo

A retração observada em dezembro é puxada principalmente pelo início do mês, antes das festas, marcado como o período de pior performance.

O período natalino foi o único em que se apresentou crescimento de faturamento em 2025 vs 2024, com a menor retração de unidades. O dia 25 em si, apesar de ser um dia de muito pouca venda, em 2025 ele vendeu 60% mais unidades que em 2024.

Em 2025, apesar de boa performance no dia 30 e 31, o sábado (27) foi bem abaixo do sábado correspondente de 2024 (28), o que prejudicou a performance da semana.

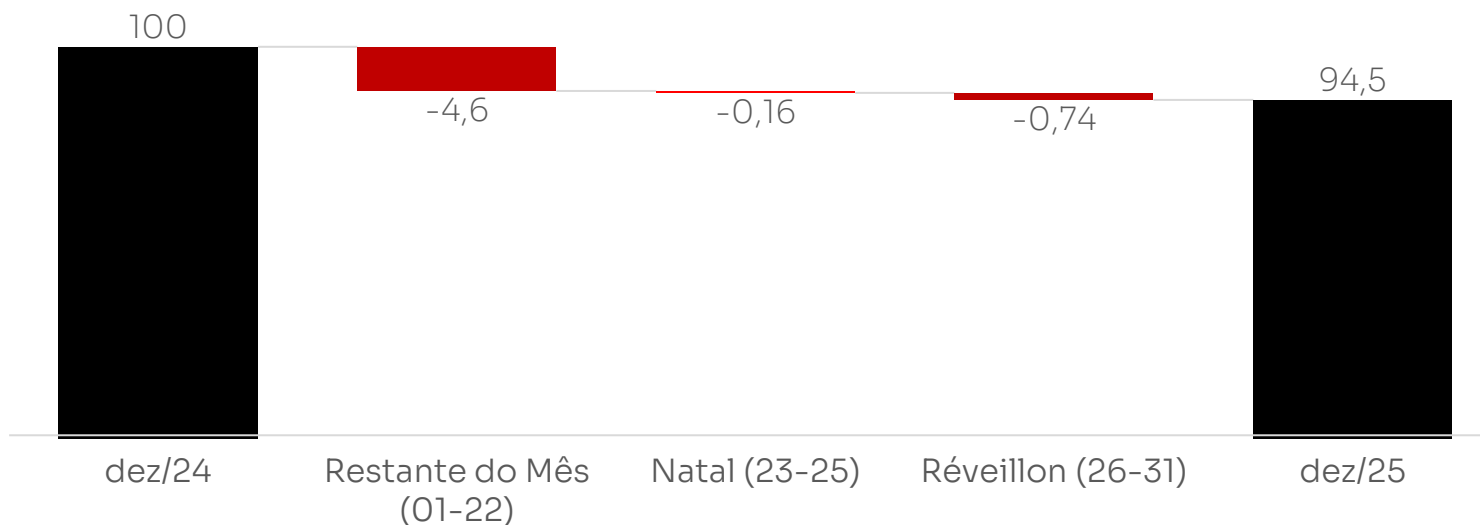
## NATAL 25'

## Alavancas de Crescimento

**Em 2025, o mês de dezembro performou abaixo de 2024 não devido aos dias mais relacionados às festividades, mas sim, devido à tendência de queda observada ao longo de todo o ano**

Os dias com mais demanda de categorias relacionadas ao Natal, do dia 23 a 25, tiveram a menor contribuição para a retração do mês, seguido do período pós natal. O que de fato mexeu o ponteiro foi o acumulado dos demais dias dos mês, que desde o dia primeiro já estava abaixo do ano anterior

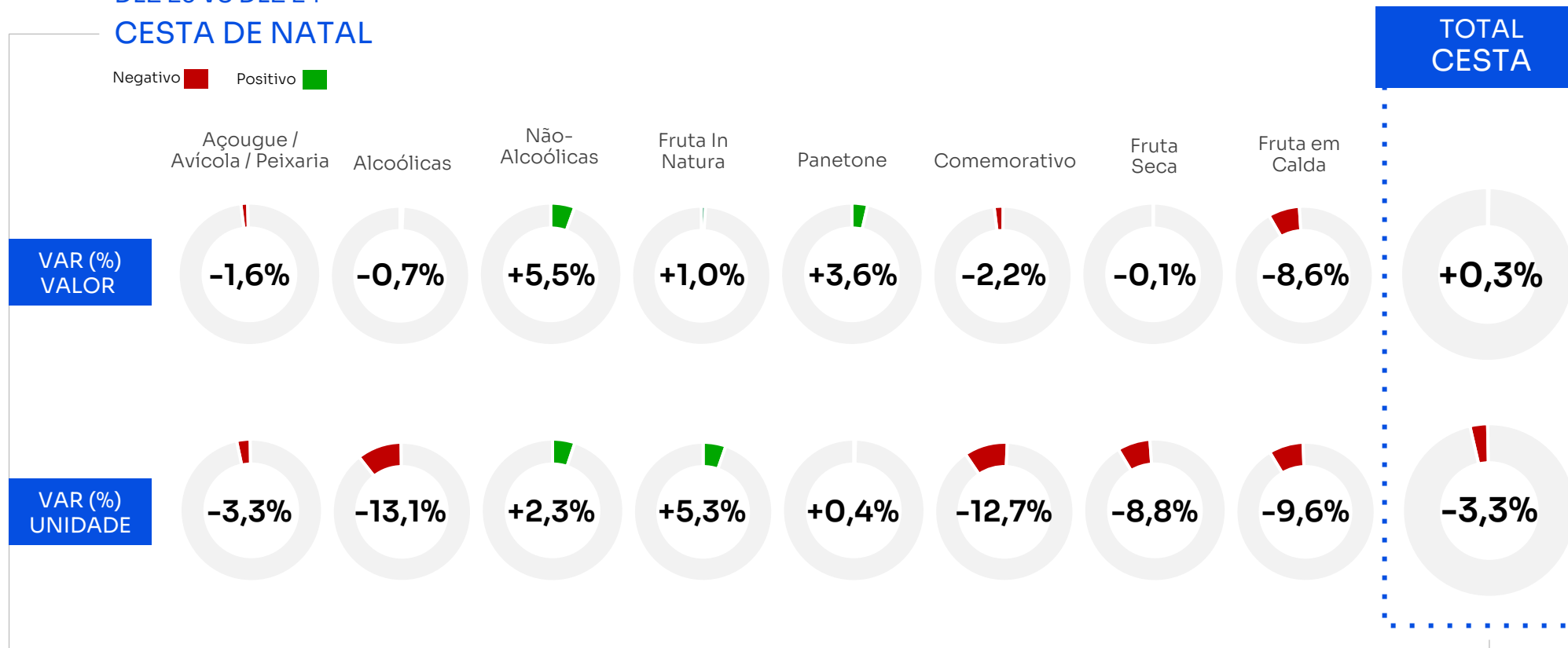
## CONTRIBUIÇÃO DE QUEDA DO UNIDADE DO MÊS DE DEZEMBRO



## Performance das Principais Categorias da Cesta de Natal

DEZ'25 VS DEZ'24  
CESTA DE NATAL

Negativo ■ Positivo ■



ESTUDOS ESPECIAIS

# Dia das Mães 25'

Confira os estudos especiais do dia das mães e programe-se para 2026.

O que desejam  
para próxima  
celebração?

POR **Google**

Cesta de  
Dia das Mães

POR **radar**  
scanntech

Cuidados  
com Cabelo

POR **scann**  
market

ESTUDO ESPECIAL

OFERECIDO POR Google

Dia das Mães

O que  
desejam para  
a próxima  
celebração?

O que desejam para a próxima celebração?

As mães não querem muito. O que elas realmente desejam é **criar memórias duradouras e valorizar o tempo passado com aqueles que amam.**



### Elementos de Celebração

Os principais elementos de celebração, aqueles que de fato tornam o dia especial, são igualmente significativos para todos os perfis de mães.

1. Estar em Família
2. Uma refeição especial
3. Experiências Significativas

## O que desejam para a próxima celebração?

### Uma refeição especial

Uma celebração em volta da mesa. Uma comidinha com afeto, com um toque especial.

Há uma forte preferência por refeições em família, seja em casa ou em restaurantes.

A refeição, ou melhor a comida, entra como um símbolo de união e compartilhamento, uma forma de carinho (fazer o prato preferido) e de despertar emoções (com receitas afetivas).

#### Como

Almoço especial, seja em casa ou em um restaurante 'novo', 'diferente'

**6 entre 10** pessoas dizem que a refeição será feita em casa com a família, **3 entre 10** que irão à restaurantes

“

Com toda minha família, e meus filhos. Gostaria MUITO de passear, ir num restaurante legal. Um restaurante diferente, alguma coisa que não fiz ou fui antes. Gostaria de comer uma tábua de picanha com fritas, ou um peixe bem delicioso e um suco bem gelado.

”

F, 28, Rio de Janeiro, RJ - Mãe de primeira viagem



BELEZA

## Como se preparam para as celebrações?

### Preparação pessoal

As mães se preparam para o Dia das Mães com uma combinação de **organização, autocuidado, momentos de reflexão e celebração em família.**

**3 em cada 10** mulheres declaram fazer alguma **preparação especial**

A preparação pode incluir unha, maquiagem, cabelo ou looks específicos para o dia



BELEZA

# Como se preparam para as celebrações?

## Rituais de Beleza

No seu dia, devem estar como merecem se sentir.

## Momentos de relaxamento

Descansar para poder aproveitar

Muitas mães dedicam tempo para cuidar de si mesmas antes do dia, realizando tratamentos de beleza como cortes de cabelo, manicure e pedicure. Elas valorizam a autoestima e se sentem especiais ao se arrumarem para a ocasião.

Algumas mães aproveitam a oportunidade para tirar um tempo para si, como tomar banhos relaxantes com sais de ervas ou agendar massagens. Esse autocuidado é visto como essencial para se sentirem bem e aproveitarem o dia.

“Meu “ritual” que me faz se sentir mais especial é de beleza. Toda a preparação começa no psicológico com a auto estima elevada, depois um bom banho relaxante esfoliando a pele pensando em como será especial o dia em família. Depois passo meus produtos de beleza como um belo hidratante, um óleo essencial, um body splash para depois colocar um vestido longo e se orgulhar de si mesma quando olhar e gostar do que vê no espelho”

F, 37, Niterói, RJ - Mãe de adulto

“Não abro mão de me cuidar, sei que devemos nos cuidar sempre, mas quando nos tornamos mãe, nem sempre temos este tempo, mas para um dia tão especial para nós como este, merecemos né, procuro tomar o famoso banho premium rs, e aproveitar o momento para relaxar, para sair bonitona e feliz, amo fazer uma hidratação no cabelo, pintar as unhas e pra finalizar escolher um look bem bonito e confortável, para aproveitar o dia com que amo”

F, 29, Campinas, SP - Mãe de Primeira Viagem

“Não abro mão de me cuidar, sei que devemos nos cuidar sempre, mas quando nos tornamos mãe, nem sempre temos este tempo, mas para um dia tão especial para nós como este, merecemos né, procuro tomar o famoso banho premium rs, e aproveitar o momento para relaxar, para sair bonitona e feliz, amo fazer uma hidratação no cabelo, pintar as unhas e pra finalizar escolher um look bem bonito e confortável, para aproveitar o dia com que amo”

F, 21, Santa Cruz, RJ- Mãe de Primeira Viagem

“Gosto muito de me sentir bonita e cheirosa. Por isso, um dia antes do dia das mães, gostaria de agendar uma massagem para ficar bem relaxada, fazer as unhas e me cuidar. Gostaria que fosse um dia relaxante, pois quando estamos bem com nós mesmo, nosso dia automaticamente fica bom”

F, 23, Rio de Janeiro, RJ - Mãe de Primeira Viagem

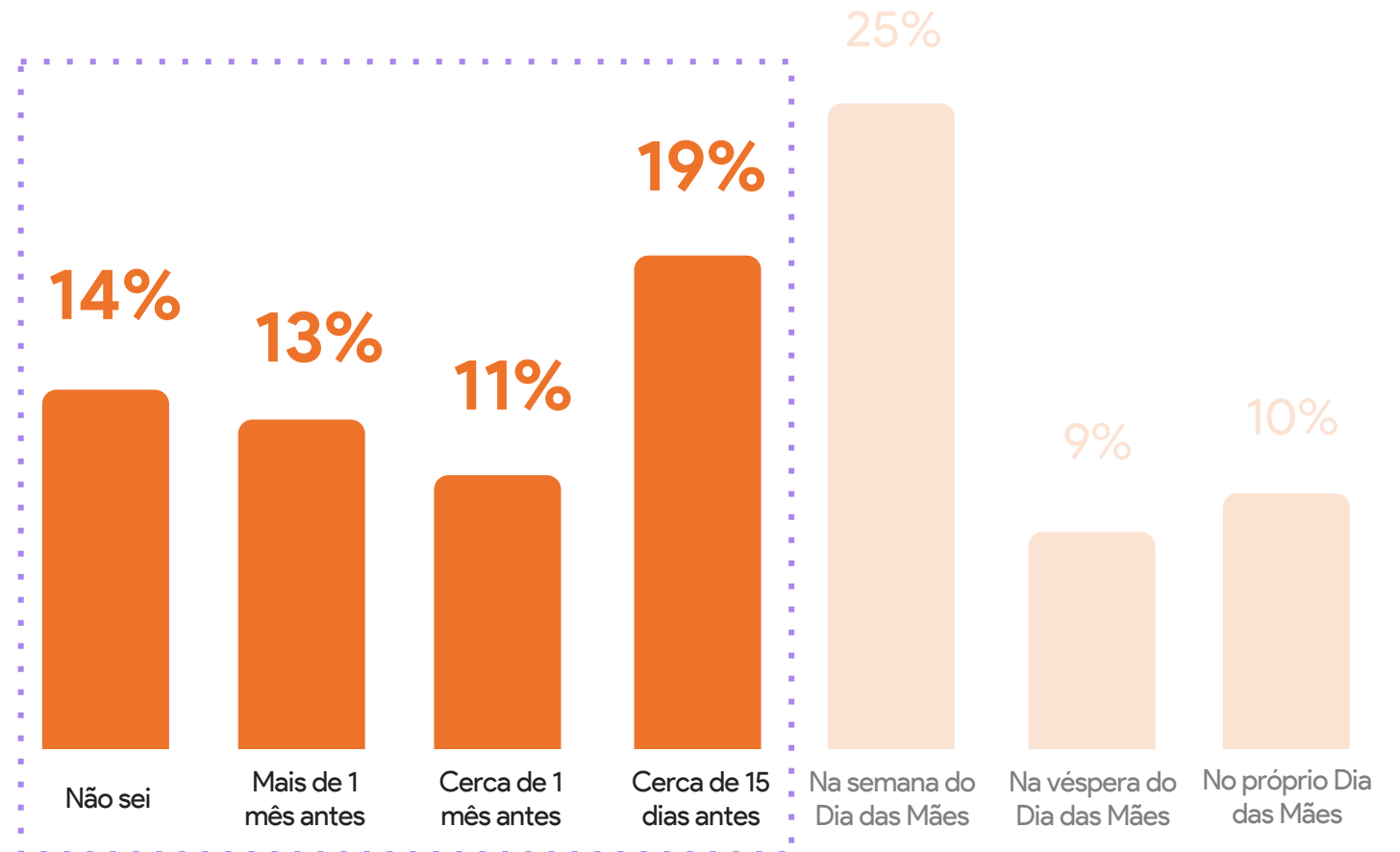
VAREJO

## O momento do presente

**6 entre 10** pessoas planejam comprar o presente até 15 dias antes da data

Incentivar antecedência vai ser importante em 2025, **especialmente pelo calendário com dois feriados** prolongados antes da data, este fato pode diminuir o planejamento da compra e o dinheiro disponível para o presente

Quanto tempo antes você comprou/pretende comprar o presente para o Dia das Mães esse ano?

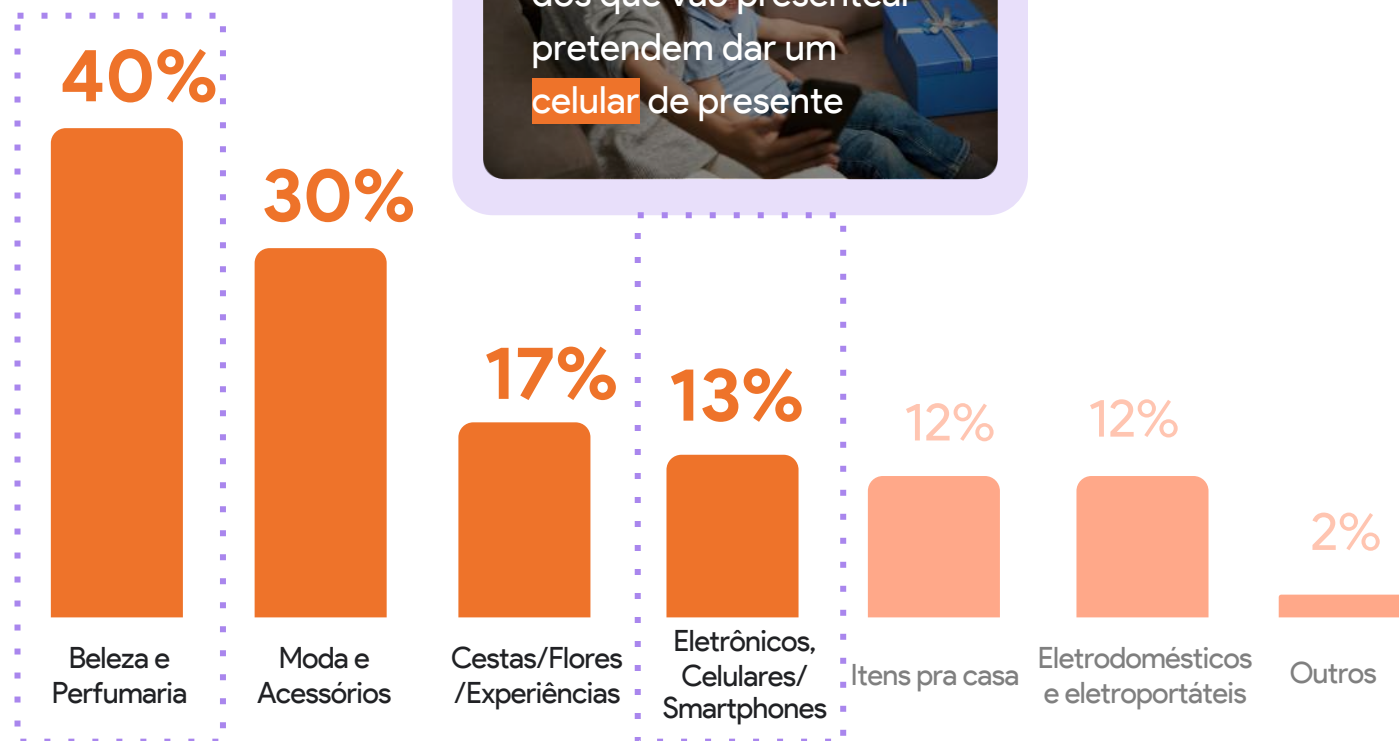


VAREJO

## O momento do presente

Quais categorias de produtos você pretende comprar/já comprou para presentear no Dia das Mães de 2025?

7 entre 10 pessoas escolhem Beleza e Moda como presente



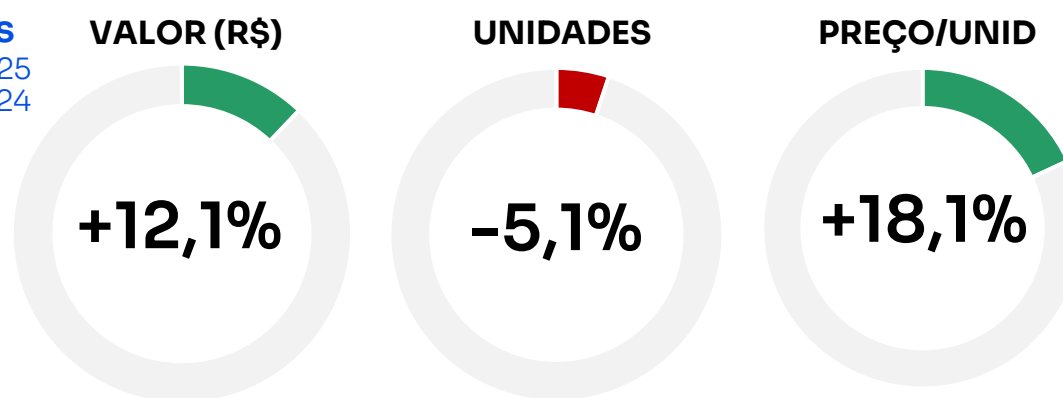
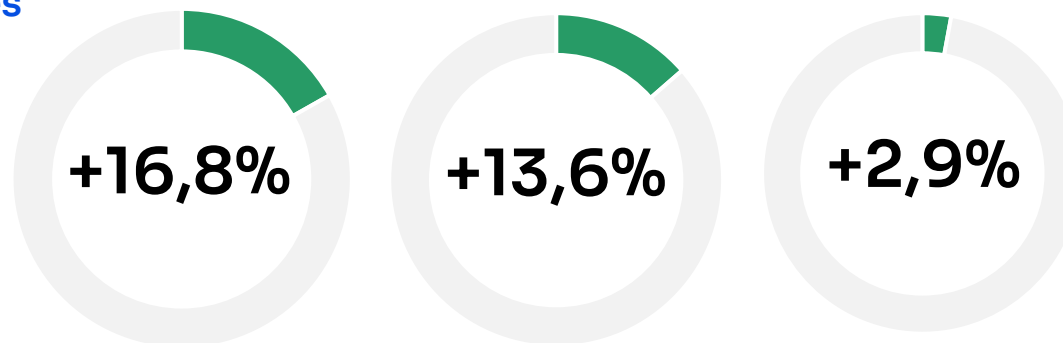
ESTUDO ESPECIAL | DIA DAS MÃES 25'

# Cesta de Dia das Mães

Acompanhe os resultados da cesta  
no varejo e programa-se para 2026

POR radar<sup>®</sup>  
scanntech

## Dia das Mães 2025

**Cesta de Dia das Mães**  
SEMANA DO DIA DAS MÃES'25  
VS SEMANA DIA DAS MÃES'24**Cesta de Dia das Mães**  
DIA DAS MÃES'25 VS  
VS MÉDIA MAIO'25

Na semana do Dia das Mães de 2025, o faturamento superou o de 2024, mesmo diante da forte retração em unidades, sustentado principalmente pela elevação do preço médio da cesta. Em relação à média de maio, observa-se crescimento relevante do consumo (+13,6%), reforçando o papel da sazonalidade.

\*Cesta de Dia das Mães: Acessório Cozinha, Acessório Eletro, Acessório para Cosmética, Bijuteria, Bovino in Natura, Cama Mesa e Banho, Condicionador, Cerveja, Creme de Avelã, Creme de Leite, Cuidados com o Banho, Cuidados com o Corpo, Dispositivo Áudio e Vídeo, Eletrodoméstico, Eletrônico Pessoal, Esfoliante Corporal, Esmalte de Unha, Finalizador Capilar, Flor, Fondue, Frango in Natura, Hidrante Corporal, Kit Capilar, Kit Manicure, Leite Condensado, Linguiça, Livro, Maionese, Maquiagens, Massa Alimentícia, Móvel Sala, Nécessaire, Perfume Pequeno Doméstico, Refrigerante, Relaxante Corporal, Secantes e Hidratantes, Shampoo, Sobremesa Pronta, Suco, Suíno in Natura, Tratamento Capilar, Tratamento Facial, Vestuário e Vinho

CESTA DE DIA DAS MÃES

Alavancas de Crescimento

Dia das Mães 2025

VENDAS EM VALOR (R\$) ABSOLUTAS 2024 2025



VAR % VS ANO ANTERIOR

3 Semanas Antes do Dia das Mães	2 Semanas Antes do Dia das Mães	1 Semana Antes do Dia das Mães	SEMANA DO DIA DAS MÃES	1 Semana Depois do Dia das Mães	2 Semanas Depois do Dia das Mães	3 Semanas Depois do Dia das Mães
+18,6%	+7,2%	+11,0%	+12,1%	+13,9%	+10,3%	+3,5%

VENDAS EM UNIDADES ABSOLUTAS



VAR % VS ANO ANTERIOR

3 Semanas Antes do Dia das Mães	2 Semanas Antes do Dia das Mães	1 Semana Antes do Dia das Mães	SEMANA DO DIA DAS MÃES	1 Semana Depois do Dia das Mães	2 Semanas Depois do Dia das Mães	3 Semanas Depois do Dia das Mães
+11,0%	-7,0%	-5,8%	-5,1%	-1,0%	-2,5%	-6,8%

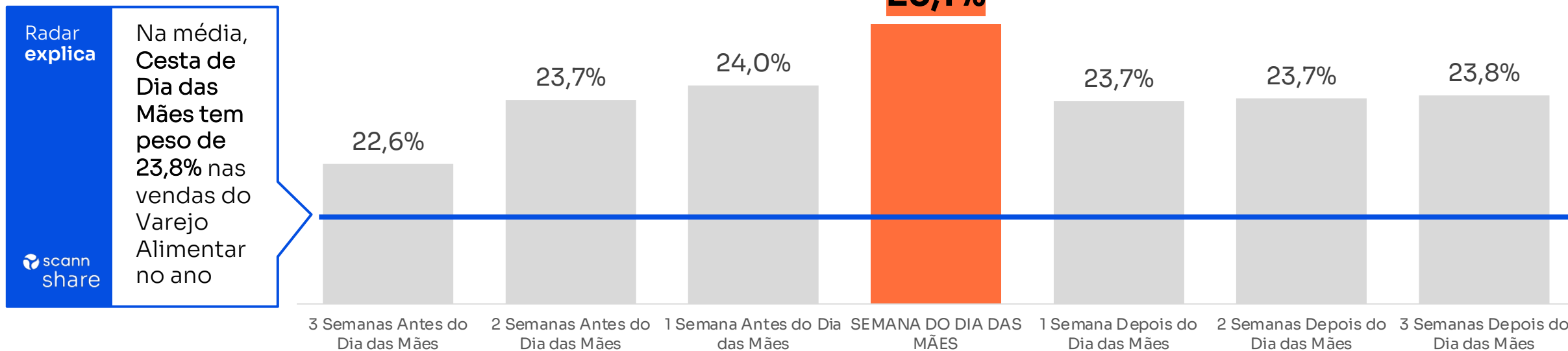
Em 2025, a Cesta de Dia das Mães apresentou crescimento de faturamento em relação a 2024 ao longo de todo o período pré, durante e imediatamente após a sazonalidade. No entanto, o impacto sazonal se dissipa rapidamente, com uma clara desaceleração a partir da segunda semana após a data comemorativa.

**\*Cesta de Dia das Mães:** Acessório Cozinha, Acessório Eletro, Acessório para Cosmética, Bijuteria, Bovino in Natura, Cama Mesa e Banho, Condicionador, Cerveja, Creme de Avelã, Creme de Leite, Cuidados com o Banho, Cuidados com o Corpo, Dispositivo Audio e Vídeo, Eletrodoméstico, Eletrônico Pessoal, Esfoliante Corporal, Esmalte de Unha, Finalizador Capilar, Flor, Fondue, Frango in Natura, Hidrante Corporal, Kit Capilar, Kit Manicure, Leite Condensado, Linguça, Livro, Maionese, Maquiagens, Massa Alimentícia, Móvel Sala, Necessaire, Perfume Pequeno Doméstico, Refrigerante, Relaxante Corporal, Secantes e Hidratantes, Shampoo, Sobremesa Pronta, Suco, Suino in Natura, Tratamento Capilar, Tratamento Facial, Vestuário e Vinho

EM FATURAMENTO (R\$)

## Importância da Cesta de Dia das Mães no Varejo Alimentar Total

A Cesta de Dia das Mães ampliou sua representatividade no varejo alimentar nas semanas que antecederam a data comemorativa, alcançando um pico de 25,1% de participação na semana da celebração. Após esse ápice, observa-se um retorno aos patamares médios do ano.



## Dia das Mães 2025

## Supermercado

## Cesta de Dia das Mães

DIA DAS MÃES'25 VS  
DIA DAS MÃES'24

VALOR (R\$)

+13%

UNIDADES

-4,2%

PREÇO/UNID

+18%

## Atacarejo

## Cesta de Dia das Mães

DIA DAS MÃES'25 VS  
DIA DAS MÃES'24

+9,8%

-7%

+18,1%

Durante a sazonalidade, os supermercados se destacaram pelo maior crescimento de faturamento e menor retração em unidades, sustentados por um aumento expressivo de +18% no preço por unidade. Em contraste, os atacarejos apresentaram um avanço mais contido em valor (+9,8%) e uma retração mais acentuada em unidades (-7%).

**\*Cesta de Dia das Mães:** Acessório Cozinha, Acessório Eletro, Acessório para Cosmética, Bijuteria, Bovino in Natura, Cama Mesa e Banho, Condicionador, Cerveja, Creme de Avelã, Creme de Leite, Cuidados com o Banho, Cuidados com o Corpo, Dispositivo Áudio e Vídeo, Eletrodoméstico, Eletrônico Pessoal, Esfoliante Corporal, Esmalte de Unha, Finalizador Capilar, Flor, Fondue, Frango in Natura, Hidrante Corporal, Kit Capilar, Kit Manicure, Leite Condensado, Linguça, Livro, Maionese, Maquiagens, Massa Alimentícia, Móvel Sala, Nécessaire, Perfume Pequeno Doméstico, Refrigerante, Relaxante Corporal, Secantes e Hidratantes, Shampoo, Sobremesa Pronta, Suco, Suíno in Natura, Tratamento Capilar, Tratamento Facial, Vestuário e Vinho

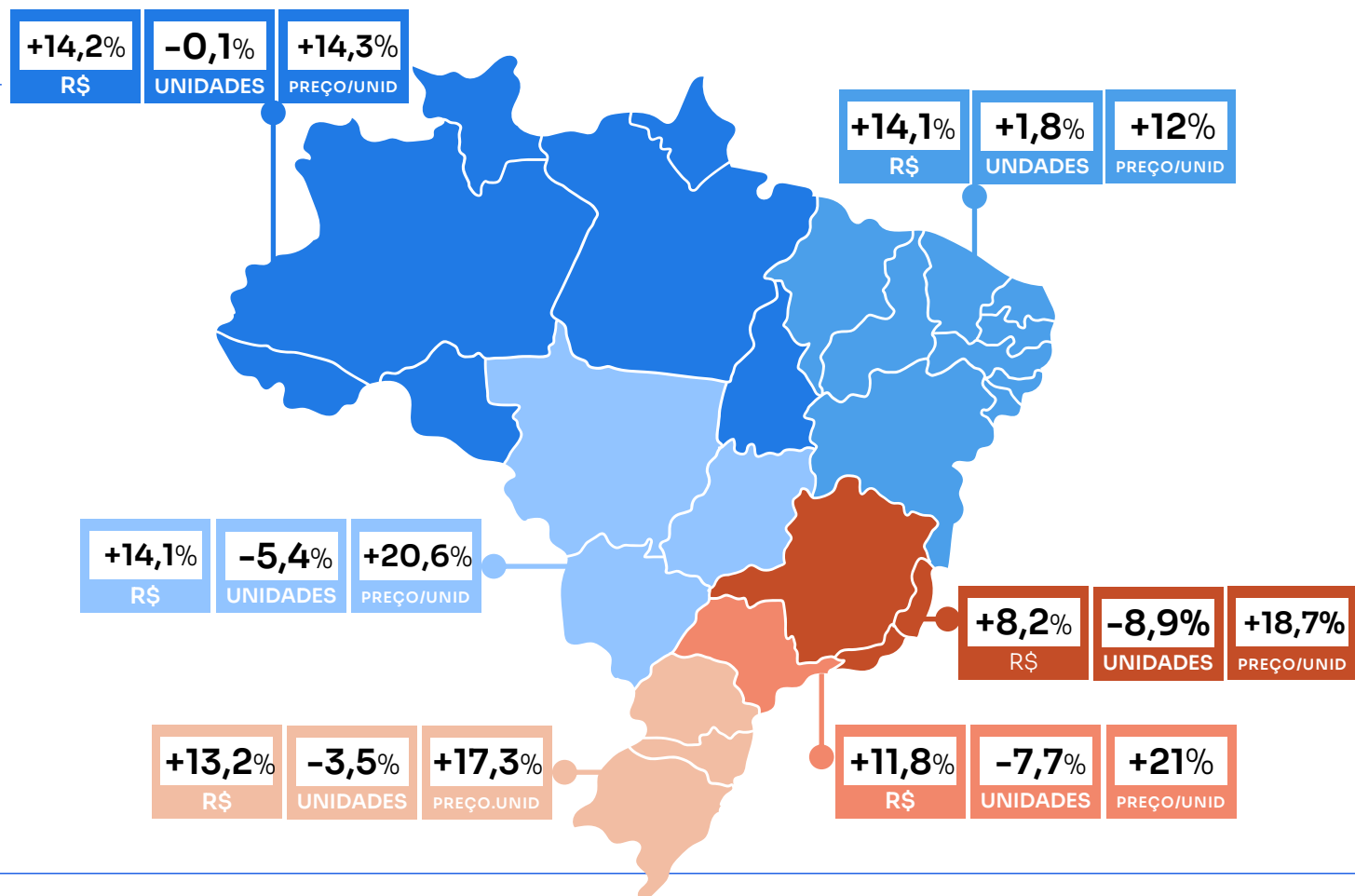
# Apenas o Nordeste registrou crescimento em unidades na semana do Dia das Mães

Na celebração todas as regiões apresentaram crescimento de faturamento, sustentado pelo avanço expressivo do preço médio por unidade. Em unidades, apenas o Nordeste registra crescimento e se destaca positivamente, enquanto Sudeste e São Paulo figuram como destaques negativos, com retrações de -8,9% e -7,7% em unidades, respectivamente.

**\*Cesta de Dia das Mães:** Acessório Cozinha, Acessório Eletro, Acessório para Cosmética, Bijuteria, Bovino in Natura, Cama Mesa e Banho, Condicionador, Cerveja, Creme de Avelã, Creme de Leite, Cuidados com o Banho, Cuidados com o Corpo, Dispositivo Audio e Vídeo, Eletrodoméstico, Eletrônico Pessoal, Esfoliante Corporal, Esmalte de Unha, Finalizador Capilar, Flor, Fondue, Frango in Natura, Hidrante Corporal, Kit Capilar, Kit Manicure, Leite Condensado, Linguiça, Livro, Maionese, Maquiagens, Massa Alimentícia, Móvel Sala, Nécessaire, Perfume Pequeno Doméstico, Refrigerante, Relaxante Corporal, Secantes e Hidratantes, Shampoo, Sobremesa Pronta, Suco, Suíno in Natura, Tratamento Capilar, Tratamento Facial, Vestuário e Vinho

DIA DAS MÃES'25 VS DIA DAS MÃES'24

## Faturamento e Unidades

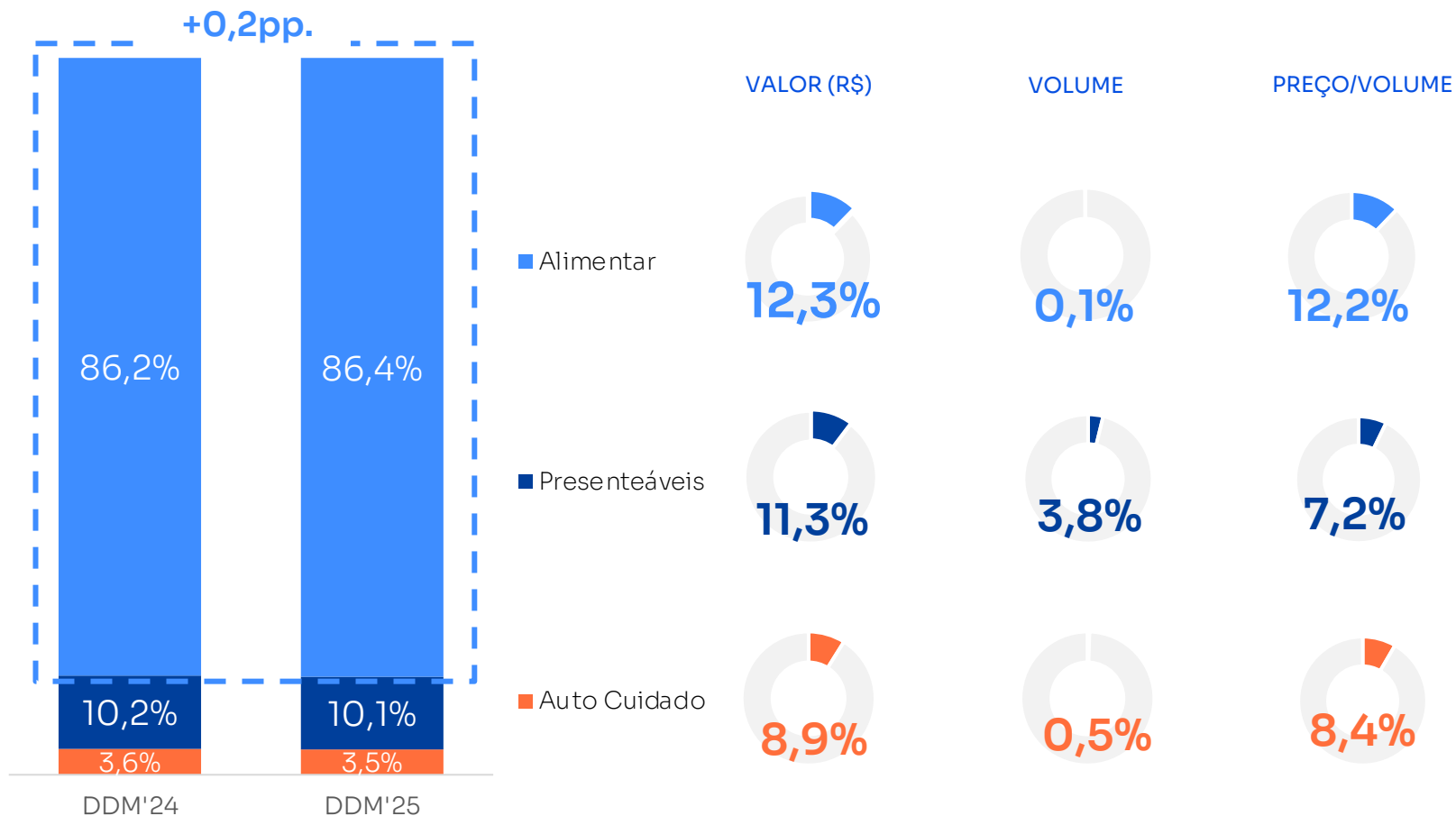


## CESTA DE DIA DAS MÃES

## Performance dos Segmentos

DIA DAS MÃES'25 VS DIA DAS MÃES'24 VALOR (R\$)

## Importância % (R\$) dos Segmentos na Cesta de Dia das Mães



Todos os segmentos de cestas associados ao Dia das Mães — consumo no almoço em casa, autocuidado e itens presenteáveis — registraram crescimento em volume, com maior destaque para os presenteáveis, impulsionados por um menor repasse de preços em relação aos demais. Por outro lado, a cesta alimentar ampliou sua participação no faturamento durante a sazonalidade, refletindo aumentos mais elevados no preço médio.

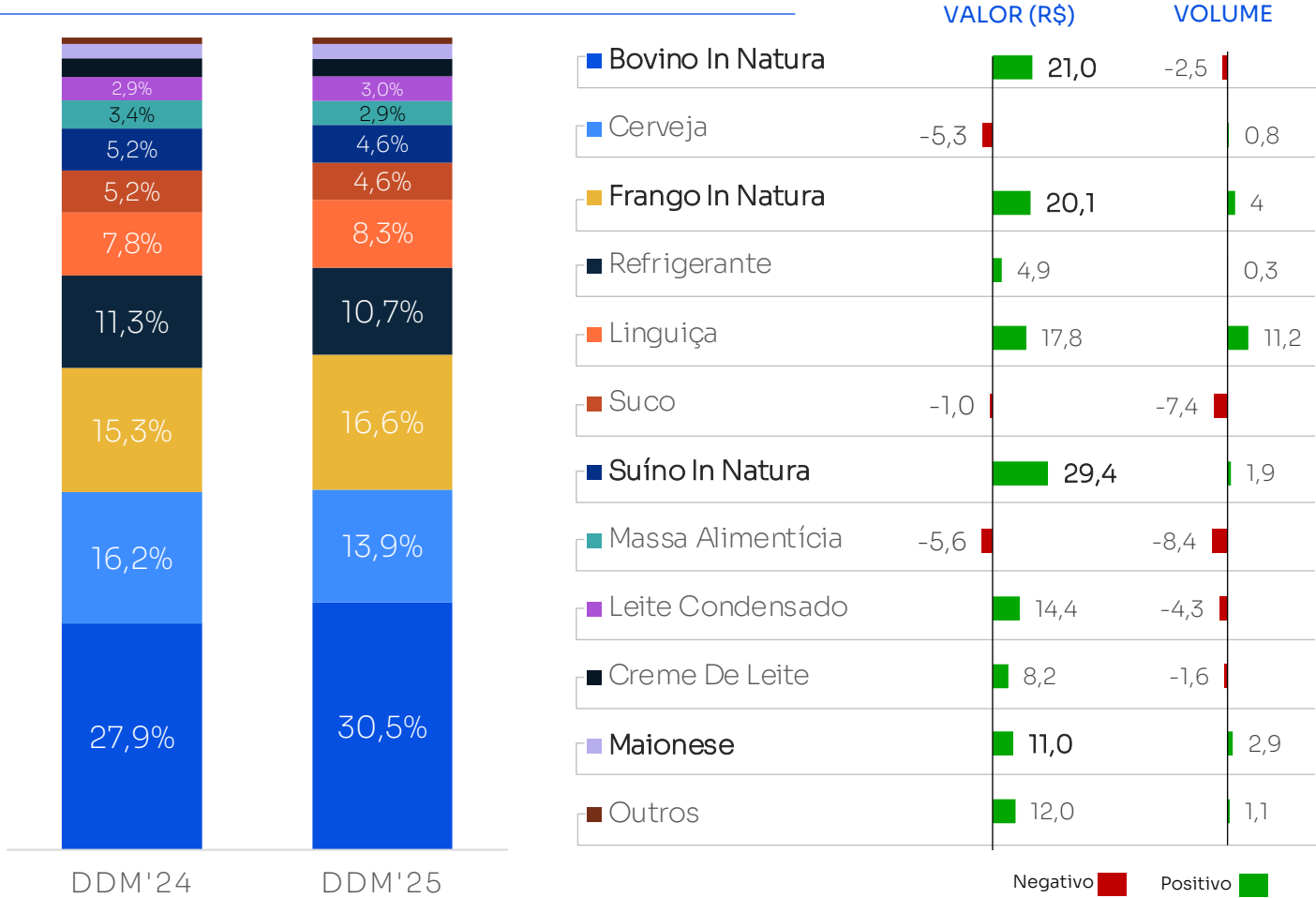
**\*Alimentar:** Bovino in Natura, Cerveja, Creme de Avelã, Creme de Leite, Fondue, Frango in Natura, Leite Condensado, Linguíça, Maionese, Massa Alimentícia, Refrigerante, Sobremesa Pronta, Suco e Suino in Natura.

**\*Auto Cuidado:** Condicionador, Cuidados com o Banho, Cuidados com o Corpo, Esfoliante Corporal, Esmalte de Unha, Finalizador Capilar, Hidrante Corporal, Kit Capilar, Relaxante Corporal, Secantes e Hidratantes, Shampoo, Tratamento Capilar e Tratamento Facial.

**\*Presenteáveis:** Acessório Cozinha, Acessório Eletro, Acessório para Cosmética, Bijuteria, Cama Mesa e Banho, Dispositivo Áudio e Vídeo, Eletrodoméstico, Eletrônico Pessoal, Flor, Kit Manicure, Livro, Maquiagens, Móvel Sala, Nécessaire, Perfume, Pequeno Doméstico, Vestuário e Vinho.

DIA DAS MÃES'25 VS DIA DAS MÃES'24 VALOR (R\$)

Importância (%) e Variação das Vendas



Negativo

Positivo

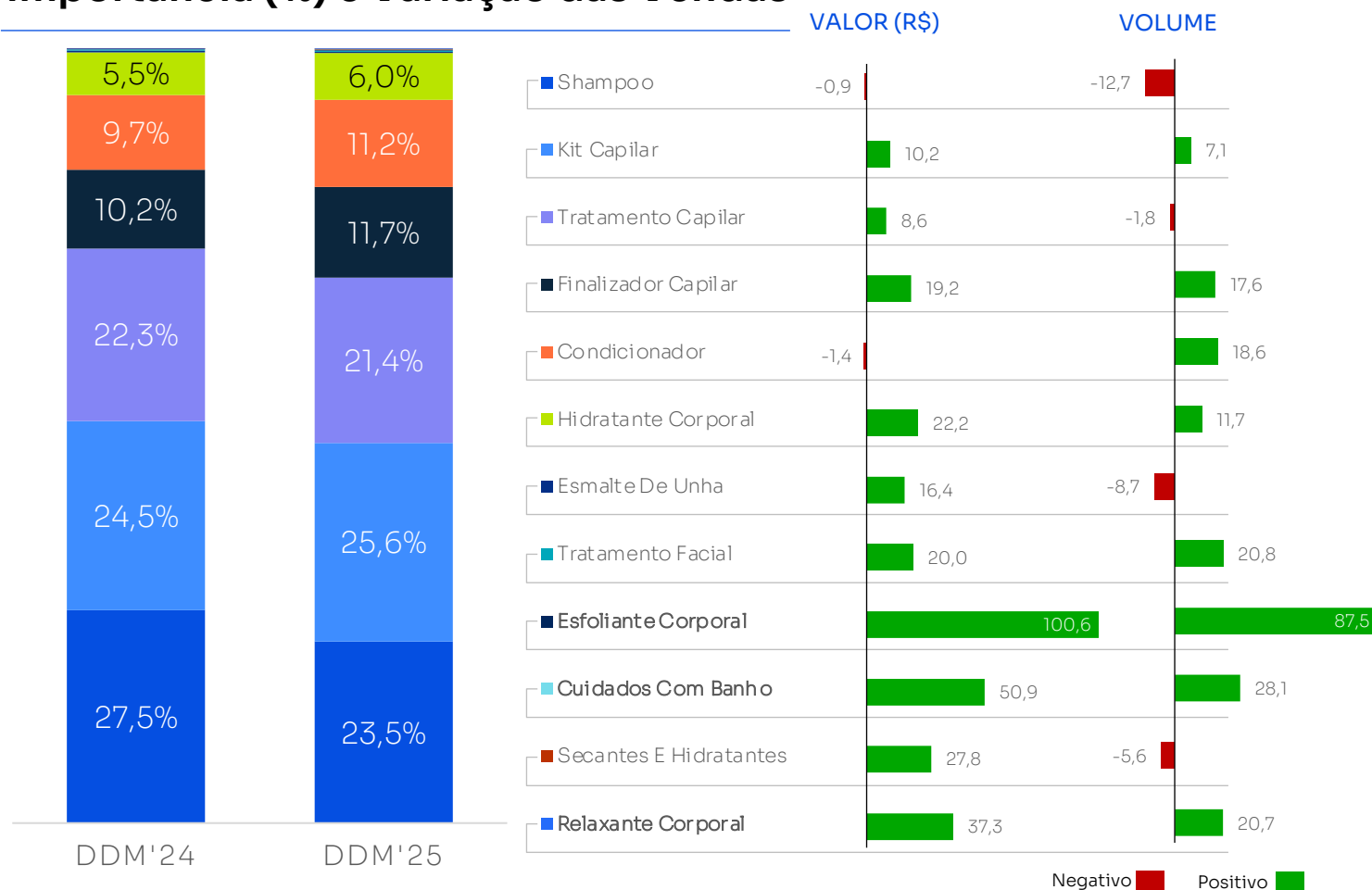
Entre as categorias associadas à comemoração em casa e aos ingredientes do almoço da celebração, observa-se um movimento consistente de crescimento das categorias que compõem a cesta de churrasco, com destaque para proteínas animais e maionese, que ampliam sua relevância no período.

Em contrapartida, categorias como sucos, cervejas e massas alimentícias perdem espaço no mix e registram retração de faturamento na comparação com o Dia das Mães de 2024.

\*Alimentar: Bovino in Natura, Cerveja, Creme de Avelã, Creme de Leite, Fondue, Frango in Natura, Leite Condensado, Linguiça, Maionese, Massa Alimentícia, Refrigerante, Sobremesa Pronta, Suco e Suíno in Natura.

DIA DAS MÃES'25 VS DIA DAS MÃES'24 VALOR (R\$)

## Importância (%) e Variação das Vendas



Na cesta de segmentos de autocuidado, observa-se um aumento expressivo de faturamento nas categorias diretamente associadas a esse momento, evidenciando que a sazonalidade vai além da comemoração em família e da troca de presentes.

O desempenho reforça que o Dia das Mães também atua como um gatilho relevante para o fortalecimento das rotinas de autocuidado, impulsionando categorias ligadas ao bem-estar, ao cuidado pessoal e à valorização do tempo individual.

**\*Auto Cuidado:** Condicionador, Cuidados com o Banho, Esfoliante Corporal, Esmalte de Unha, Finalizador Capilar, Hidrante Corporal, Kit Capilar, Relaxante Corporal, Secantes e Hidratantes, Shampoo, Tratamento Capilar e Tratamento Facial.

DIA DAS MÃES'25 VS DIA DAS MÃES'24 VALOR (R\$)

Importância (%) e Variação das Vendas



Entre os segmentos de itens presenteáveis, observa-se um crescimento na preferência do consumidor brasileiro por eletroeletrônicos, flores, vinhos e perfumes. Esse movimento indica a valorização de presentes percebidos como mais sofisticados ou associados a experiências.

**\*Presenteáveis:** Acessório Cozinha, Acessório Eletro, Acessório para Cosmética, Bijuteria, Cama Mesa e Banho, Dispositivo Audio e Vídeo, Eletrodoméstico, Eletrônico Pessoal, Flor, Kit Manicure, Livro, Maquiagens, Móvel Sala, Nécessaire, Perfume, Pequeno Doméstico, Vestuário e Vinho

## CESTA DE DIA DAS MÃES

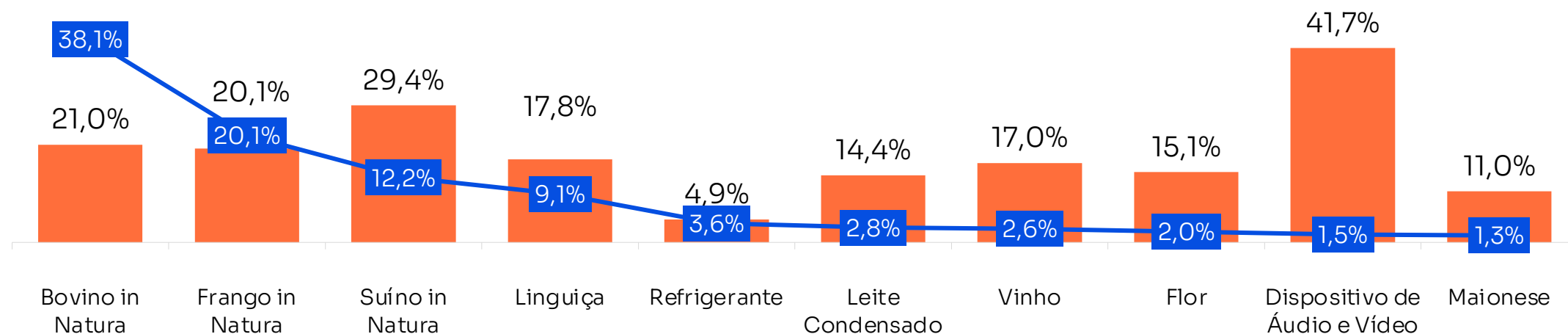
## Categorias em Destaque na Sazonalidade

DIA DAS MÃES'25 VS DIA DAS MÃES'24 | FATURAMENTO (R\$)

## Top 10 Categorias Impulsionadoras das Vendas

Var(%) Faturamento

Contribuição(%) em R\$



O crescimento do faturamento é majoritariamente impulsionado por categorias associadas ao churrasco, com destaque para as proteínas animais, que respondem por cerca de 80% da expansão da Cesta de Dia das Mães.

Em paralelo, itens presenteáveis como vinhos, flores e dispositivos de áudio e vídeo ganham relevância, consolidando-se como escolhas recorrentes dos consumidores para a data no varejo alimentar.

## CESTA DE DIA DAS MÃES

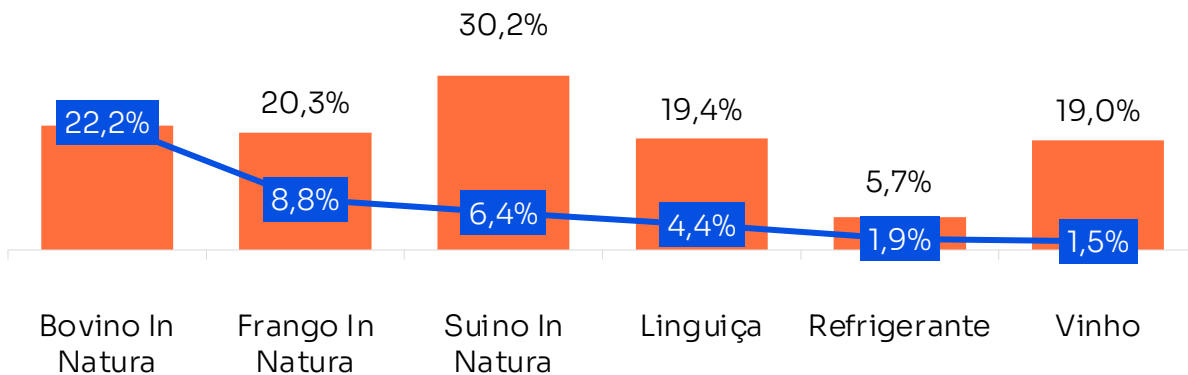
## Categorias em Destaque na Sazonalidade

DIA DAS MÃES'25 VS DIA DAS MÃES'24 | FATURAMENTO (R\$)

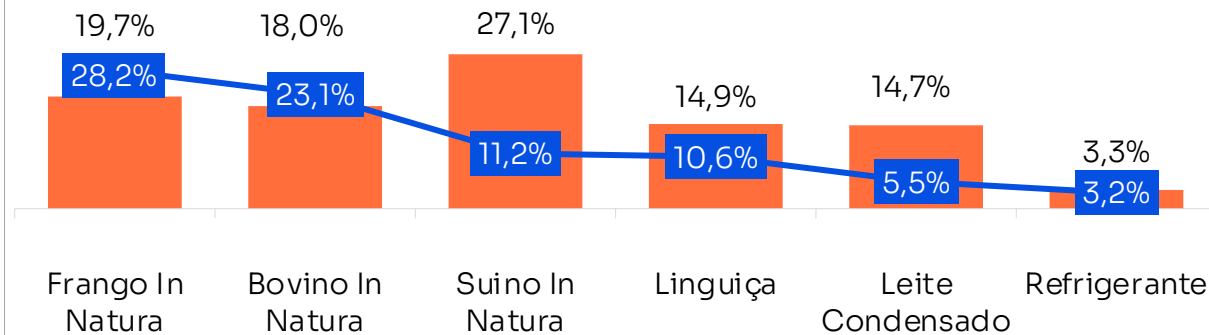
### Top 6 Categorias Impulsionadoras das Vendas

Var(%) Faturamento    Contribuição (%) em R\$

#### Supermercado



#### Atacarejo



ESTUDO ESPECIAL | DIA DAS MÃES 25'

# scann market

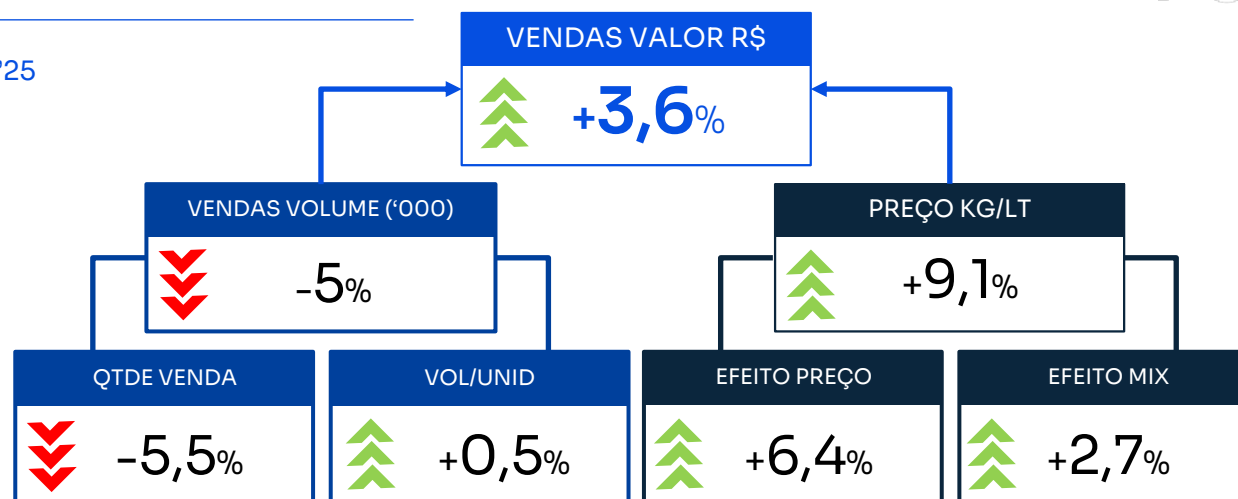
O maior retrato do varejo  
alimentar do Brasil.

CUIDADOS COM O CABELO

A categoria de Cuidados com o Cabelo registrou crescimento de faturamento em maio de 2025 em relação a 2024, impulsionado principalmente pelo aumento do preço médio por litro.

## Cuidados com o Cabelo

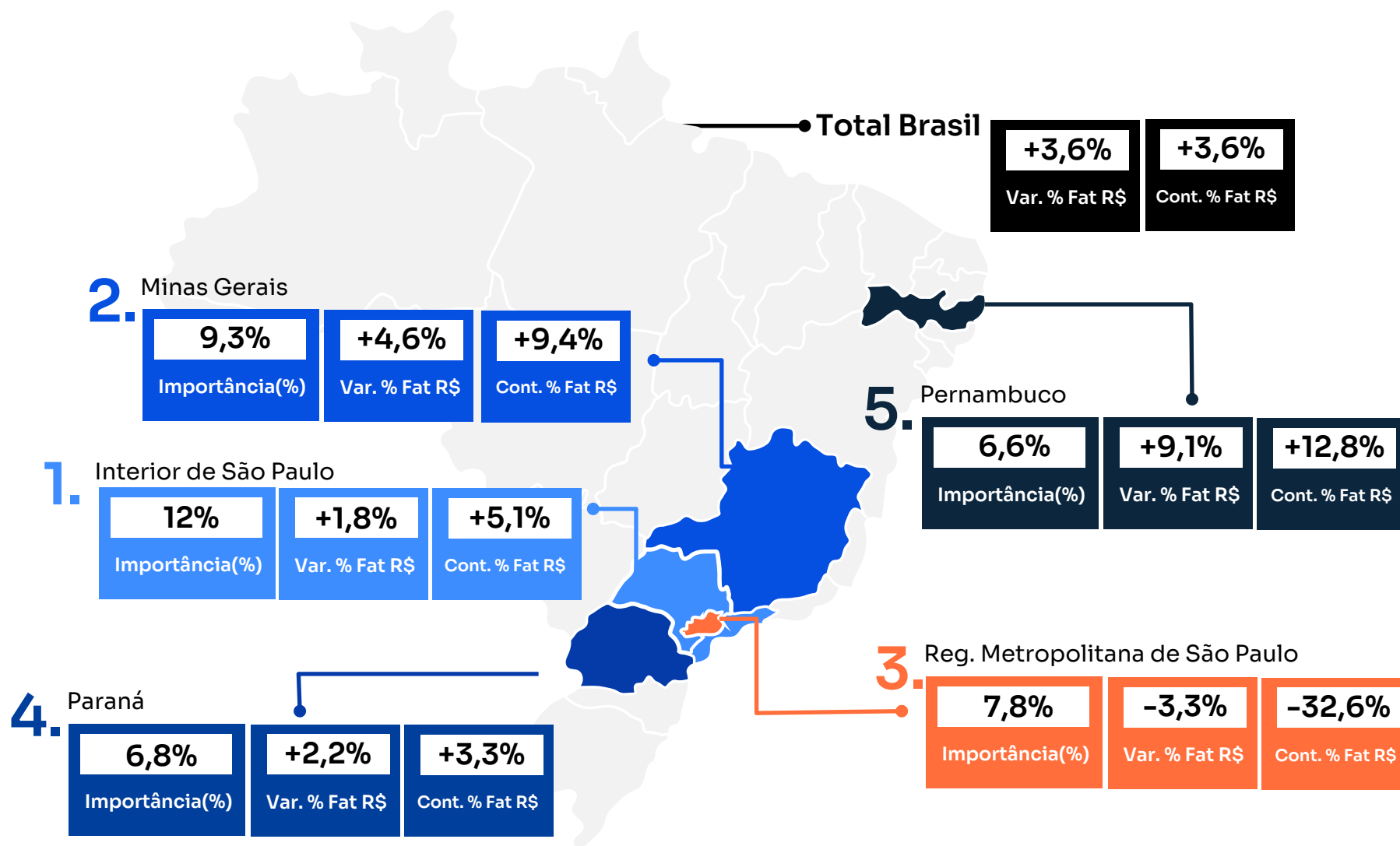
VAR. (%) MAI'25  
VS. MAI'24



O desempenho regional indica crescimento de faturamento nas principais regiões da categoria, com exceção de São Paulo, enquanto Pernambuco se destaca com uma variação positiva de 9,1%.



## CUIDADOS COM O CABELO

## TOP 5 Regiões – Importância em Faturamento R\$



O crescimento de Cuidados com o Cabelo é puxado por Kit Capilar, Condicionador e Finalizadores, que avançam em faturamento e ampliam sua participação dentro de Cuidados com o Cabelo.

CUIDADOS COM O CABELO  
VAR. (%) MAI'25 VS. MAI'24 | FATURAMENTO R\$

Categoria	Importância %	Var.% Faturamento	Cont.% Faturamento
Shampoo	32 	-1,5%	-57,5%
Kit Capilar	21,7	+11,9%	+53,1%
Condicionador	16,8	+10,1%	+35,6%
Tratamento	14,7 	-2,4%	-42,5%
Finalizador	14,7	+3,4%	+11,2%

Entre os 5 itens com maior crescimento na categoria, 3 pertencem ao segmento de Finalizadores Capilares, reforçando a tendência de consumo de produtos complementares à rotina de cuidados com o cabelo.

BRASIL  
TOP 5 MARCAS

1. L'ORÉAL  
PARIS  
ELSEVE

2.  seda

3. PANTENE

4.  salon  
line  
Transforme-se em você

5. Dove



# Agradecemos a leitura

Fique ligado para mais insights sobre o varejo brasileiro. Siga a Scanntech!



▶ [scanntech.com](https://scanntech.com)



radar<sup>®</sup>  
scanntech

Quer saber mais  
sobre sua região ou  
categoria?

Fale conosco ↗