

O panorama mensal do varejo brasileiro

radar



R\$
1,4
trilhão

■ R\$ 1,4 trilhão: a força de um setor que superou desafios e cresceu acima do PIB.

Mesmo em um ano de consumo cauteloso, o varejo alimentar avançou 6,7%.

Uma leitura precisa e ágil que a Scanntech consolida a partir de 13,5 bilhões de tickets.



Panorama
de mercado

Varejo brasileiro inicia 2026 entre cautela, resiliência e avanço tecnológico



**Pedro
Fernandes**

Sócio McKinsey &
Company



Começando mais um ano no varejo brasileiro!

Aqui na McKinsey e na Scanntech passamos o mês de janeiro conversando com nossos clientes e parceiros no mercado, tentando sentir se o cenário difícil em que terminamos dezembro se perpetuaria em janeiro. Lembrando que, ao longo de 2025, gradativamente o volume de vendas em unidades foi caindo, chegando a cair -3,6% vs o ano anterior no último trimestre. Falamos muito ao longo do ano sobre as causas dessa retração - redução na renda disponível, menor temperatura afetando categorias relevantes como bebidas, e tendências de trade down.

Em janeiro, apesar de não termos evidência de mudanças nas causas estruturais, vimos um volume de vendas em unidades praticamente estável (0%). Os drivers dessa reversão de tendência foram, em canais, o melhor desempenho dos supermercados, que apresentaram crescimento de volume (+1,1%), com destaque para lojas de 5 a 9 checkouts (+2,3%), enquanto o atacarejo seguiu em queda; e em categorias, perecíveis, que cresceram em volume compensando quedas em mercearia, bebidas, perfumaria, limpeza e bazar.

Acreditamos que esses dois efeitos demonstram a resiliência de nichos do mercado onde o consumidor está disposto a pagar mais, e onde a demanda não se arrefece tão facilmente.

Perecíveis consistentemente aparecem em estudos como "key value items" (formadores de percepção de preço) e como elementos diferenciadores da proposta de valor de varejistas - ou seja, quem tem apostado em executar bem essa categoria, portanto, se beneficiou triplamente (melhor volume, melhor preço, melhor assimilação da sua proposta de valor pelo consumidor). Já as lojas menores - tanto formatos de conveniência em grandes cidades, como supermercados de cidades de menor porte - se beneficiam de preferências declaradas pelos consumidores em economizar seu tempo e em priorizar marcas locais.

Falamos muito com varejistas sobre como vencer nessa realidade de volumes incertos e de consumidores mais criteriosos, mas de muitas oportunidades para quem se posiciona assertivamente e executa bem. A palavra da moda, obviamente, é inteligência artificial - seja algoritmos para melhor entender sensibilidade a preço, seja a síntese de quantidades enormes dados para manter o pulso frequente sobre o mercado, sejam agentes para acelerar e automatizar decisões. Em janeiro encontrei muitos varejistas na NRF, nos EUA, onde IA foi exaustivamente discutida. Na prática, para este momento do Brasil, os varejistas e fornecedores que irão vencer vão gradativamente aumentar seu uso de tecnologia para ter insights melhores, aplicados mais granularmente, e mais rápido. Assim será possível navegar com um norte mais claro em meio a tantas mudanças acontecendo no nosso entorno



O que você
confere na edição
de Janeiro:

05	Canal Alimentar Janeiro de 2026 cresce em valor e estabilidade em unidades
16	Top Categorias por Região Quais foram as categorias destaques em cada região
19	Dinâmica por Cesta Quais categorias puxaram o resultado positivo e negativo.

Varejo alimentar inicia 2026 com estabilidade em unidades e crescimento em faturamento.

O varejo alimentar iniciou 2026 se recuperando de um dezembro muito difícil, registrando crescimento de 2,9% em faturamento e estabilidade nas unidades vendidas. O avanço em valor foi impulsionado principalmente por bebidas, como cervejas (+6,4%) e refrigerantes (+9,0%). Tivemos destaque para a cesta de perecíveis que cresce em unidades (+1,9%) compensando a retração observada nas demais cestas. A cesta foi impulsionada por FLV e principalmente pelas proteínas, com destaque para a carne bovina que cresce tanto em preço quanto em unidades concretizando um crescimento de faturamento de +12,5%.

Os supermercados lideraram o desempenho do período, com alta de 4,3% em valor e 1,1% em unidades, impulsionados principalmente pelos formatos menores, de até nove checkouts. Já o atacarejo seguiu impactado pela retração de 2,4% em unidades e recuo de 0,3% em faturamento, mesmo diante de um aumento de preços inferior à média do mercado. No recorte regional, quase todas as regiões avançaram em valor, com exceção do Norte, que recuou levemente. O destaque ficou para o Centro-Oeste (+5,8%), enquanto São Paulo e o eixo MG/ES/RJ apresentaram desempenho mais fraco, impactados pela queda no consumo.

Mercearia Básica foi a única cesta a registrar queda em valor (-9,8%), impactada principalmente por arroz, açúcar, leite e feijão. Mesmo com forte redução de preços, as unidades recuaram 0,6%, reforçando a mudança nos hábitos alimentares do brasileiro, já observada nos radares de 2025

A cesta de Bebidas também apresentou desempenho relevante, com crescimento de 6,8% em faturamento, impulsionado principalmente por cerveja e refrigerantes, as maiores categorias da cesta, que cresceram ancoradas em aumentos de preços. Em contrapartida, as unidades recuaram 1,3%, com queda de 4,0% nas unidades por ticket.

Em resumo, o faturamento avança sustentado por preço, enquanto unidades se mantêm estáveis. Entramos em 2026 em um ambiente de consumo mais seletivo e volumes ainda desafiadores, após um 2025 muito difícil.

2026 inicia lentamente mas com perspectivas mais favoráveis já que contará com alavancas positivas de demanda, como a Copa do Mundo e o ciclo eleitoral, que tendem a estimular o consumo.

Boa leitura e boas vendas!

Canal alimentar

- Performance total
- Análise por perfil de loja
- Desempenho por região
- Cesta a cesta

Impacto de Abertura e Fechamento de Loja

O resultado de crescimento de 4% em faturamento no universo de total lojas no período foi sustentado principalmente pelo crescimento de lojas inauguradas a partir de Janeiro de 2024. Estas lojas contribuíram com 2,4 % do total. Enquanto o universo de mesmas lojas contribuíram com 1,6%.



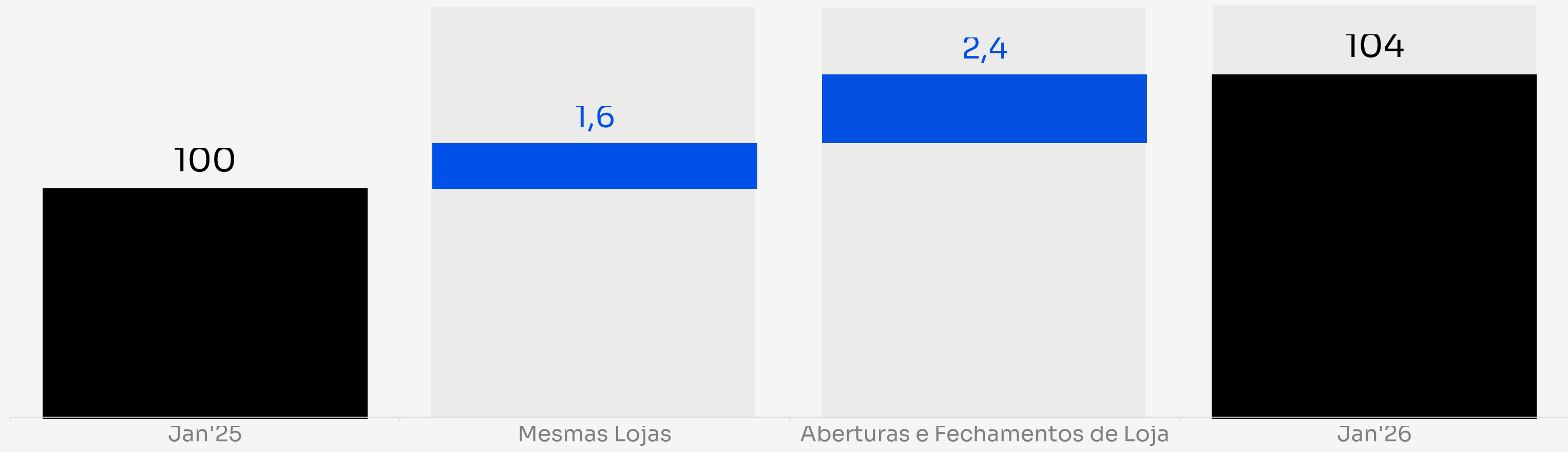
ANÁLISE DO TOTAL DE LOJAS

Índice de Contribuição para a Variação em Valor

(%) Jan'26 vs Jan'25

Positivo

Negativo



Variação para o faturamento

Independente do perfil de lojas, as inaugurações contribuem para um maior crescimento no faturamento quando comparado com mesmas lojas. .

O atacarejo é o único perfil de loja cuja base mesmas lojas retrai, mesmo que o crescimento total stores seja mais baixo do que o observado no varejo,.



ANÁLISE DO TOTAL DE LOJAS

Jan'26 Vs. Jan'25
Valor. (%)

Total Varejo

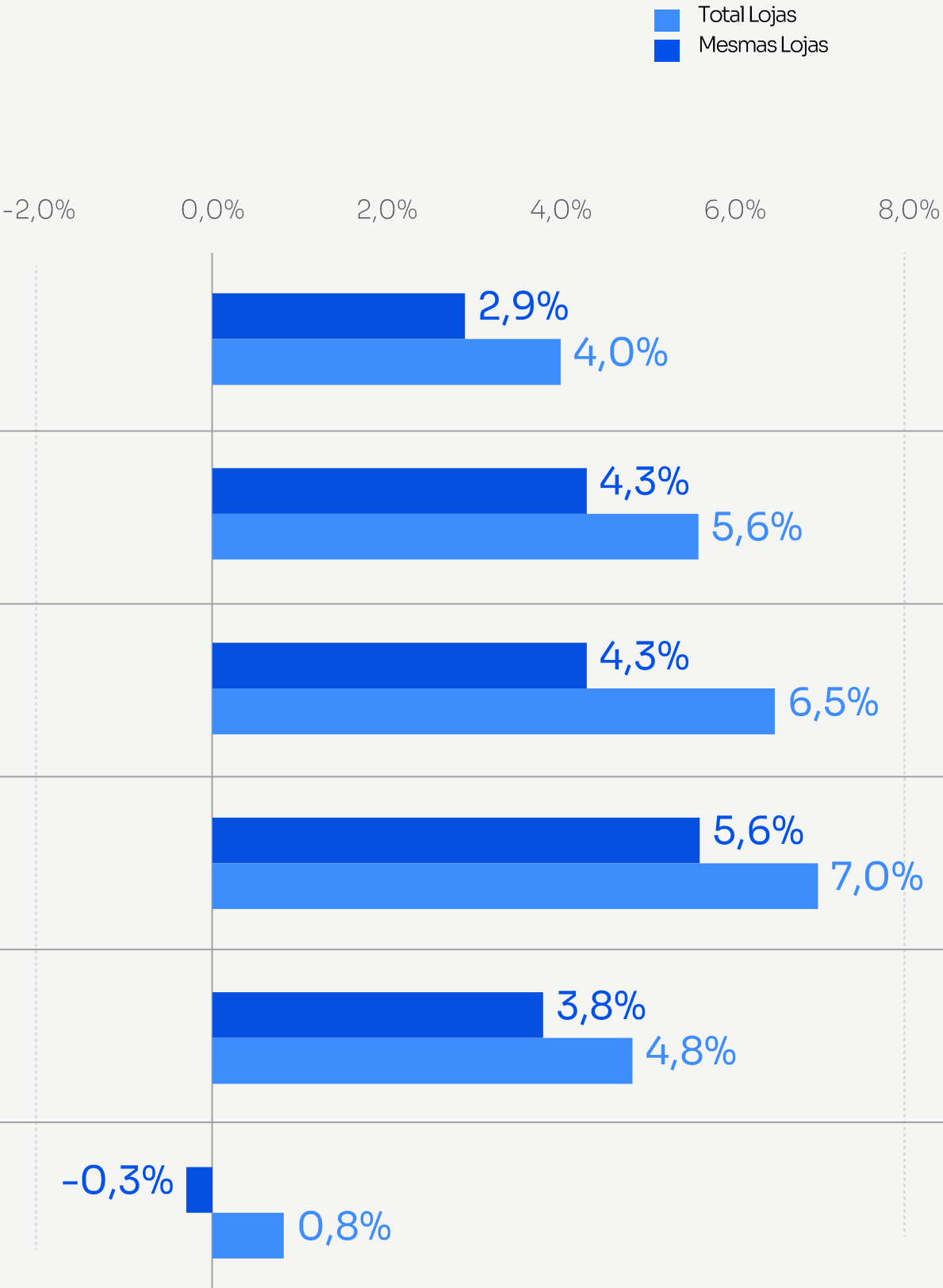
Total Supermercado

Super 1-4

Super 5-9

Super 10+

Atacarejo



canal alimentar

- Performancetotal
- Análise por perfil de loja
- Desempenho por região
- Cesta a cesta

Primeiro mês de 2026 registra crescimento em valor e sinaliza estabilização do consumo após 18 meses de queda

Em janeiro, o varejo alimentar apresenta sinais de retomada, com crescimento de +2,9% em faturamento, impulsionado integralmente pelo aumento de preços (+2,9%). Em unidades, o cenário foi de estabilidade, interrompendo uma sequência de meses de retração e marcando o aumento de unidades por ticket, que vinha caindo de forma consistente mês a mês.

Esse resultado sinaliza uma mudança gradual de tendência em relação ao fechamento do ano anterior, quando o setor enfrentou forte pressão sobre a demanda. Diferentemente de dezembro — marcado por queda acentuada de unidades e impacto relevante do menor fluxo em loja —, janeiro apresenta sinais iniciais de estabilização do consumo, ainda que em ritmo contido.

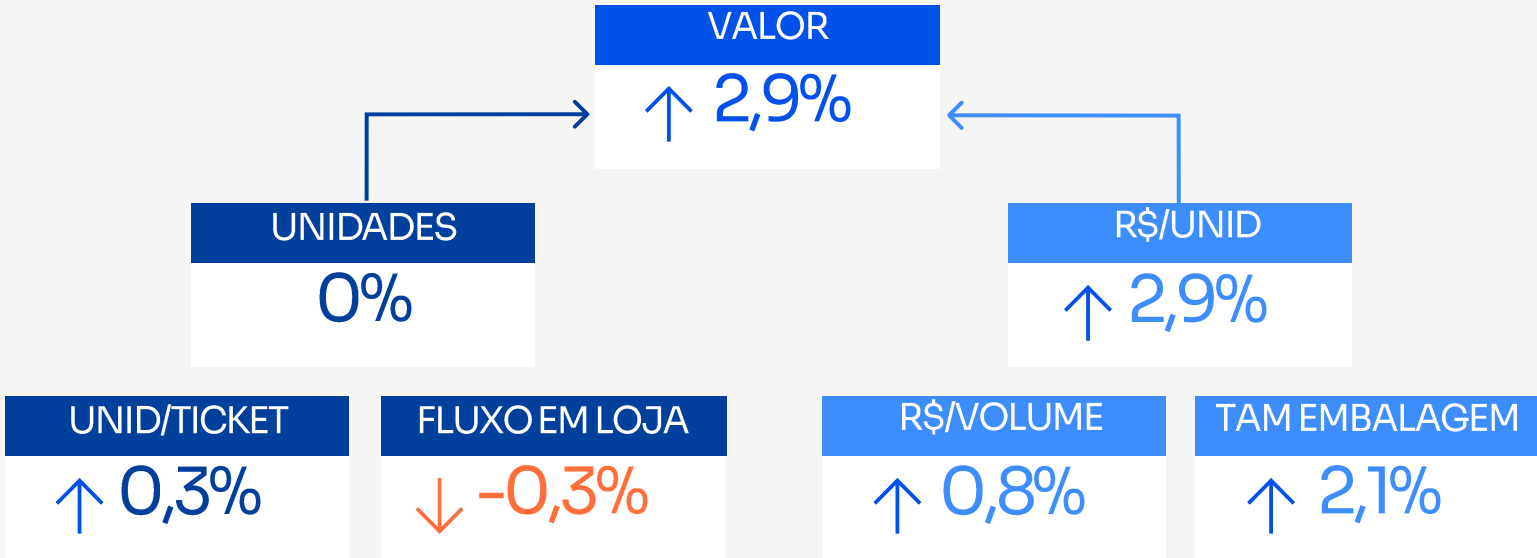
Em faturamento, o desempenho foi impulsionado principalmente por bebidas, como cerveja e refrigerantes, e também pela carne bovina. Já em unidades, o avanço foi sustentado pelas proteínas como carne bovina e frango e lácteos, como leite e queijo.

ANÁLISE DE MESMAS LOJAS



Decomposição de Vendas

Jan'26 Vs. Jan'25
Var. (%)



Principais motores de Janeiro

Em janeiro, o varejo apresentou crescimento em valor e estabilidade em unidades, impulsionado principalmente por bebidas , proteínas e lácteos.

Por outro lado, a retração em itens básicos como arroz, açúcar e feijão, além da queda em categorias indulgentes, reforça que o consumidor brasileiro segue mudando seus hábitos de consumo.



ANÁLISE DE MESMAS LOJAS

↑ Fatores promotores do mês

O desempenho positivo de janeiro, em termos de valor, foi sustentado principalmente principalmente por **cervejas (+6,4%) e refrigerantes (+9%)** e também **proteínas bovinas (+12,5%)**, que lideraram a contribuição em faturamento, sendo que as bebidas foram impulsionadas por aumento de preço.

Em paralelo, em termos de unidades, **frango (+5,8%) , leite líquido (+5,4%) e queijos (+8,2%)**, se destacaram em unidades, respondendo à rebaixa de preço, enquanto **carne bovina (+7,4%)** cresce mesmo com aumento de preços .

↓ Fatores detratores do mês

Apesar dos sinais pontuais de retomada, parte relevante do desempenho segue pressionada pela retração em valor de categorias essenciais. **Itens de mercearia básica como arroz (-36,4%) açúcar (-18,,5%) e feijão (-2,3%)** retraem tanto em preço quanto em unidades reforçando uma mudança no comportamento de consumo e de alimentação do brasileiro.

Já em unidades, também se observa retração em categorias associadas à **indulgência, como biscoitos (-3,3%) e chocolates (-9,9%)**, em linha com a tendência observada ao longo de todo o ano de 2025. Esse padrão sugere não apenas maior seletividade, mas também uma mudança gradual de prioridades no carrinho do consumidor.

Dinâmica por perfil de loja

O crescimento em faturamento mesmas lojas foi sustentado principalmente pelos supermercados, que avançaram +4,3% em valor e +1,1% em unidades, promovido principalmente pelo crescimento de 1,5% de unidades por ticket. O varejo apresentou alta de +3,2% no preço unitário, impulsionado tanto pelo aumento do preço por volume (+1,9%) quanto pelo crescimento do tamanho médio das embalagens (+1,3%).

Já os atacarejos retraem em faturamento (-0,3%) puxados fortemente por retração em unidades (-2,4%), promovida principalmente pela queda de -2,5% de unidades por ticket. Em preços, por sua vez, a variação foi menor do que nos supermercados, com aumento de +2,2%, sustentado majoritariamente pelo aumento do tamanho médio das embalagens,.

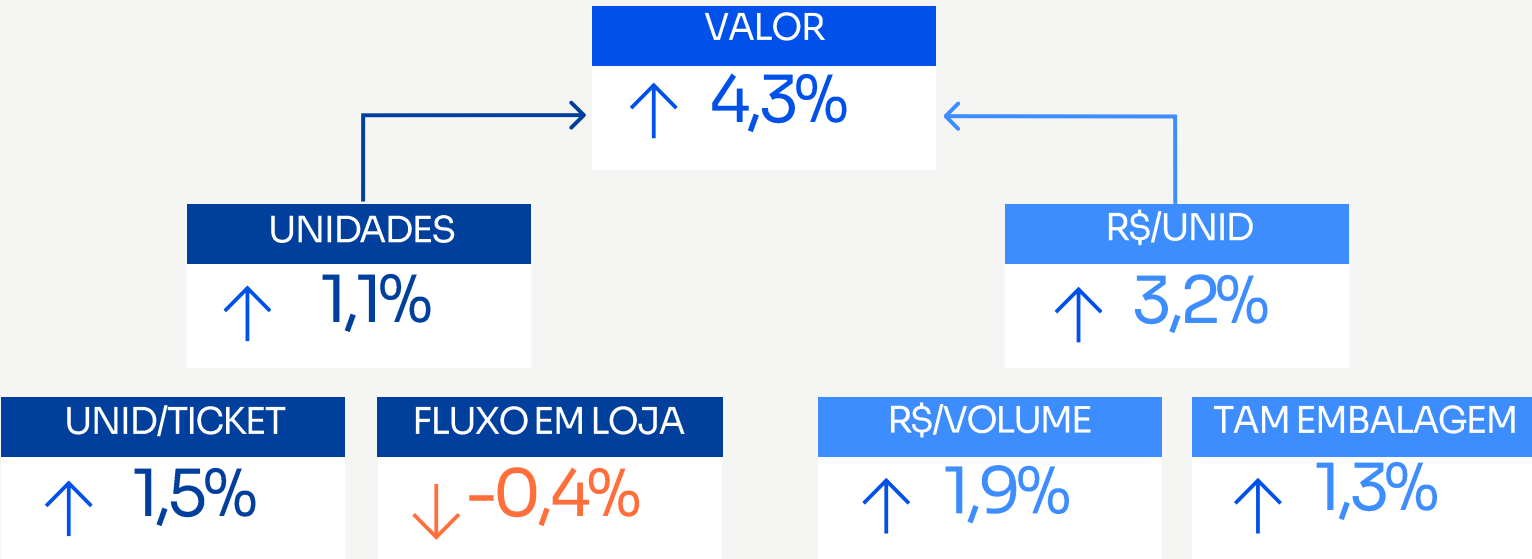
Esse cenário reforça o cenário de 2025, quando, em base de mesmas lojas, os supermercados já haviam apresentado desempenho superior, com crescimento de faturamento (+5,0%) apoiado por preços (+6,3%) e menor retração em unidades em relação aos atacarejos (-1,2% vs -3,4%).



ANÁLISE DE MESMAS LOJAS

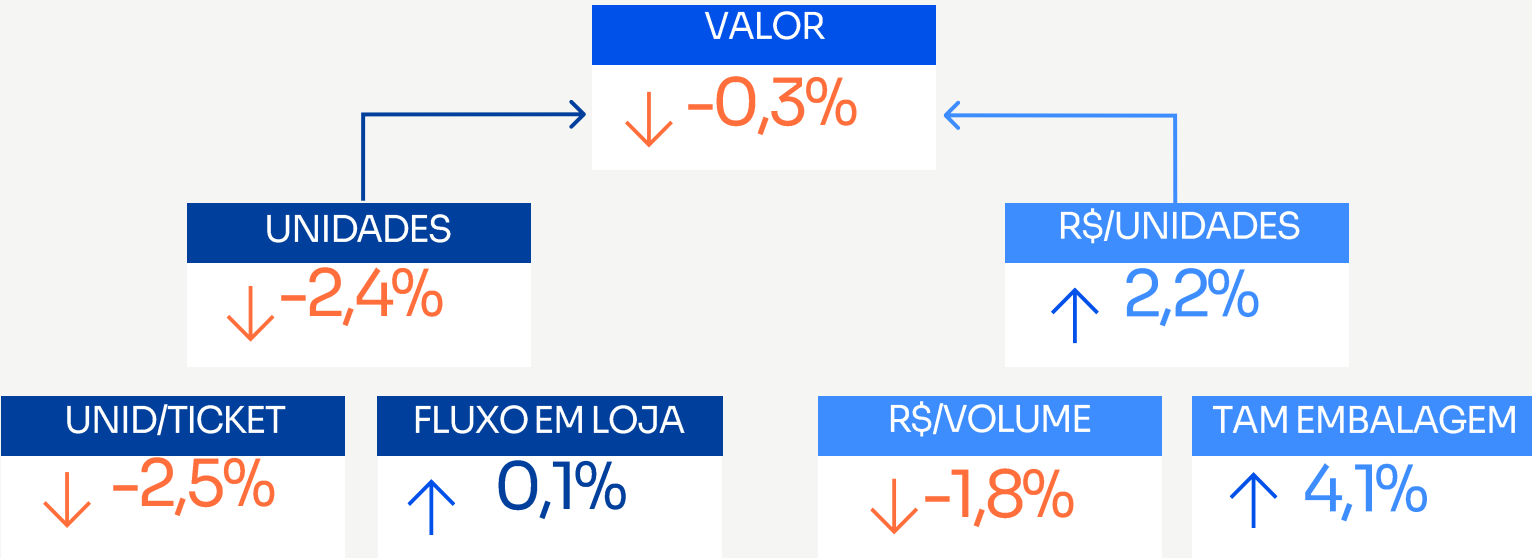
Supermercado

Jan'26 Vs. Jan'25
Var. (%)



Atacarejo

Jan'26 Vs. Jan'25
Var. (%)



Desempenho dos perfis de loja

O desempenho dos supermercados foi sustentado principalmente pelos formatos menores, que lideraram o crescimento em faturamento. O super de 1 a 4 checkouts avançou +4,3%, enquanto o de 5 a 9 checkouts cresceu +5,6%.

Em unidades o cenário é diferente. Enquanto 1 a 4 retrai -0,2%, os supermercados de 5 a 9 e de 10+ checkouts cresceram 2,3% e 0,8% respectivamente.

O atacarejo em mesmas lojas segue com retração em unidades (-2,4%) e, mesmo com aumento de preços de +2,2%, o canal retrai -0,3% em faturamento.



ANÁLISE DE MESMAS LOJAS

Jan'26 Vs. Jan'25
Var. (%)

Positivo
Negativo



Dinâmica por Região

Em janeiro, todas as regiões apresentaram crescimento em faturamento, com exceção do Norte que retraiu -0,1%. O destaque positivo fica com o Centro-Oeste, que avançou +5,8%, sustentado de forma equilibrada tanto pelo aumento de preços (+3,2%) quanto pela expansão das unidades vendidas (+2,6%).

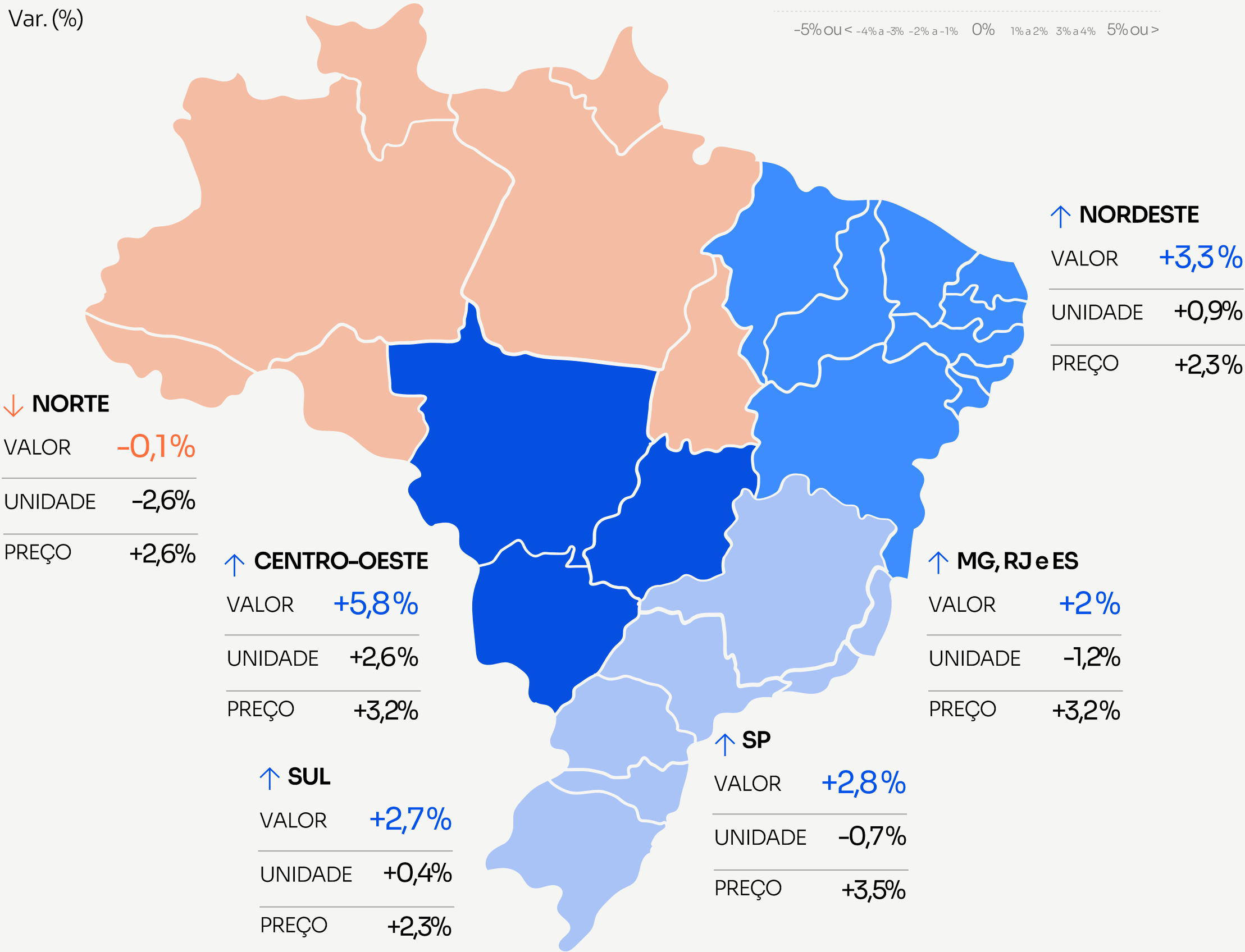
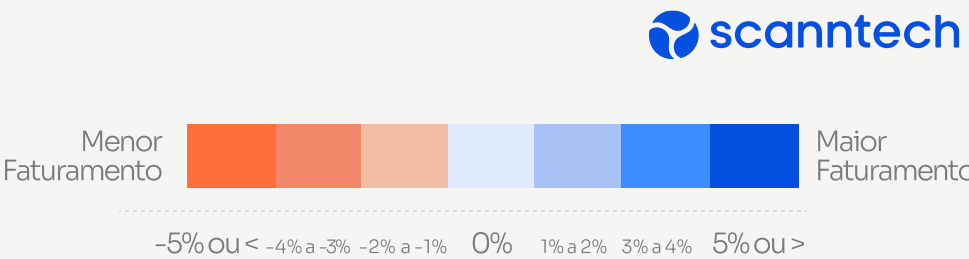
Por outro lado, São Paulo, Norte e MG/ES/RJ registraram queda em unidades (-0,7%, -1,2%, e -2,6%, respectivamente), o que limitou um maior avanço do faturamento.



ANÁLISE DE MESMAS LOJAS

Performance por Região

Jan'26 Vs. Jan'25
Var. (%)



Variação de Cestas

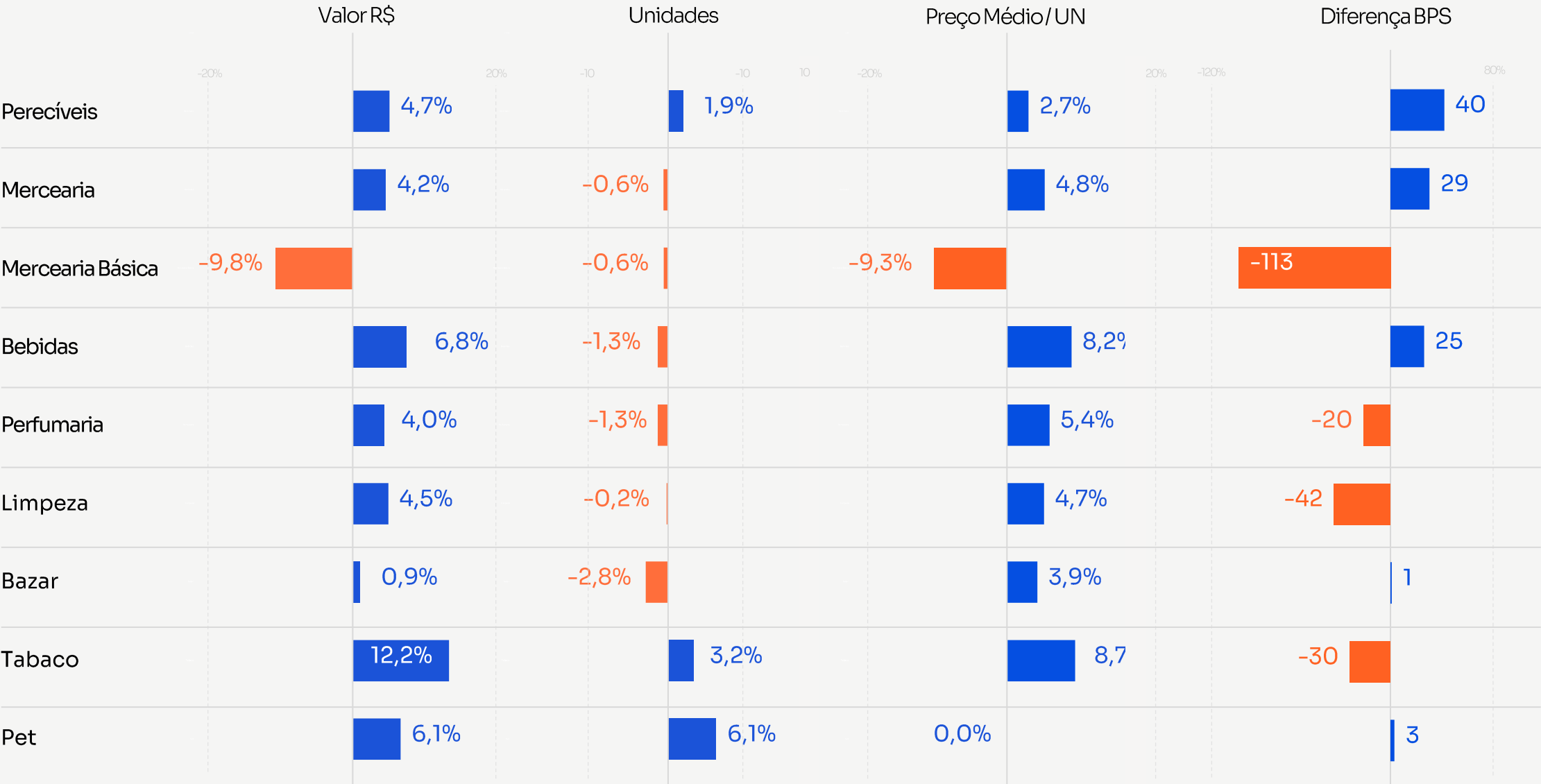
O crescimento em unidades foi sustentado principalmente pela cestas de Perecíveis, que avançou 1,9% com destaque para Proteínas e FLV, que compensaram a retração observada nas demais cestas mais importantes. Em contrapartida, cestas como Bebidas, Perfumaria (-1,3% para ambas) e as Mercearias (-0,6%) registraram queda.

Apenas a Merceria Básica apresentou retração em valor com queda de -9,8%, reflexo direto da forte queda de preços (-9,3%) que não se traduziu em aumento de unidades, que retraiu -0,6%

Cesta de Merceria Básica é a que apresenta maior retração em presença de tickets em loja, puxado principalmente por arroz, feijão e açúcar.

ANÁLISE DE MESMAS LOJAS

Jan'26 Vs. Jan'25
Var. (%)



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



Mercearia Básica

Mercearia Básica foi o principal vetor negativo do período, em termos de faturamento em janeiro. A queda foi fortemente concentrada em categorias chave para o abastecimento dos lares, com destaque para Arroz (−36,4%), Açúcar (−18,5%) e Leite (−16,3%).

Em unidades, o comportamento varia e enquanto categorias como Leite, Farinha e Sal apresentaram desempenho positivo, outras, como Açúcar, Café e Massa Instantânea seguiram em queda.

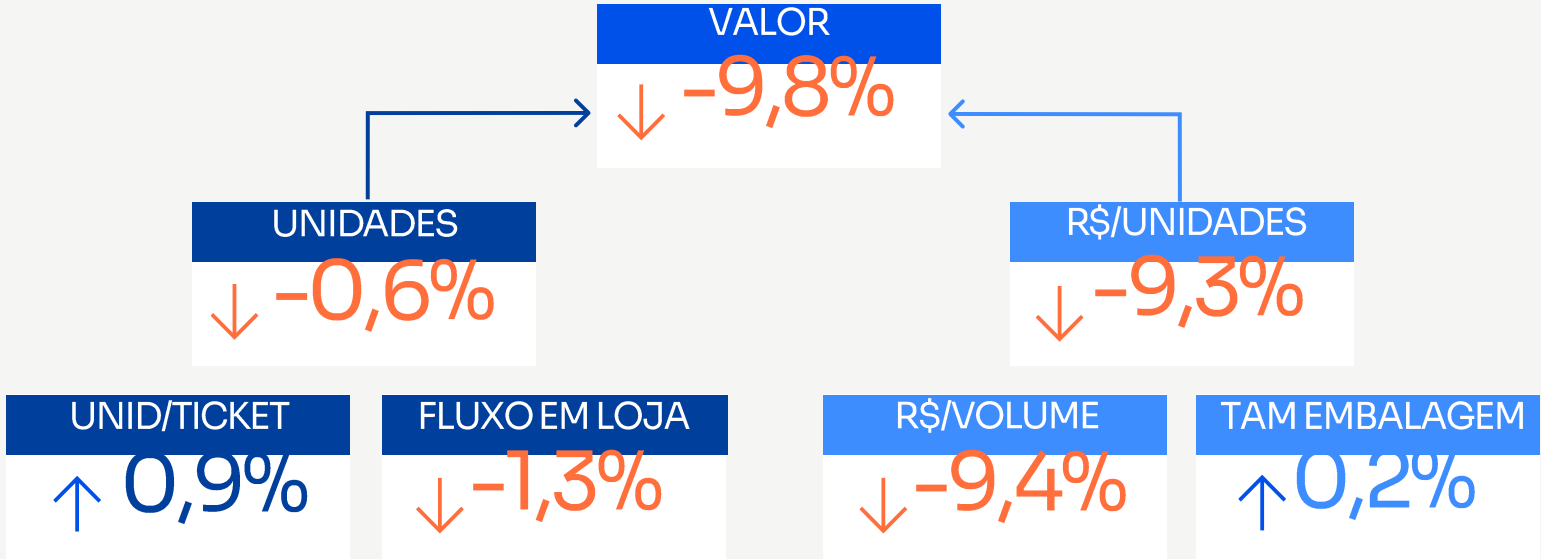
A forte retração em faturamento foi amplificada por uma queda expressiva de preços (−9,3%), puxada principalmente pela redução do preço por volume (−9,4%).

Esse cenário reforça a mudança no hábito alimentar do brasileiro que já vinha sendo observada nos radares de 2025.

Categorias em Destaque

Jan'26 Vs. Jan'25

Var. (%)



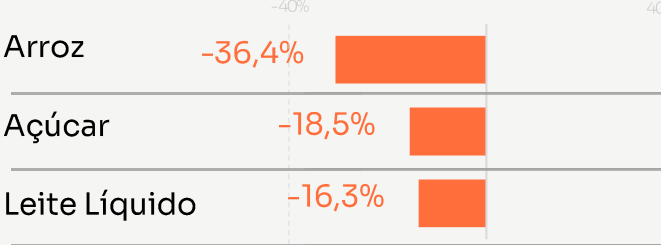
Maiores variações da cesta

Em valor

Positivas



Negativas



Em unidade

Positivas



Negativas



Bebidas

A cesta de Bebidas apresentou desempenho positivo em janeiro crescendo +6,8% em valor. Esse avanço foi impulsionado especialmente por cerveja e refrigerante que são as maiores categorias em valor e cresceram com base em aumento de preço. No entanto, olhando as maiores variações, destacam-se as bebidas alcoólicas destiladas como conhaque (+39,5%), aperitivos (+26,0%) e misturas alcoólicas (+20%).

Em unidades o cenário ainda é de retração (-1,3%), puxado principalmente pela redução de -4% em unidades por ticket, seguindo a tendência observada em 2025. Enquanto bebidas não alcoólicas e funcionais, como chá pronto e energético crescem, alcoólicos como gin, tequila e rum puxam a cesta para baixo.

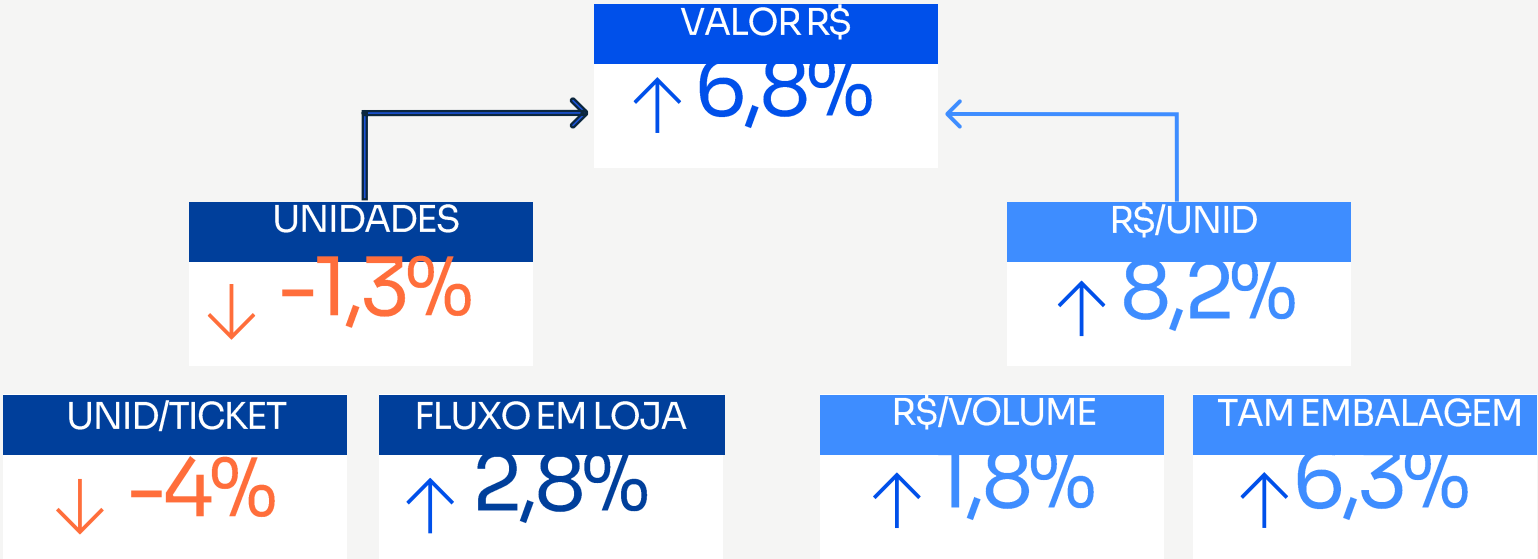


ANÁLISE DE MESMAS LOJAS

Categorias em Destaque

Jan'26 Vs. Jan'25

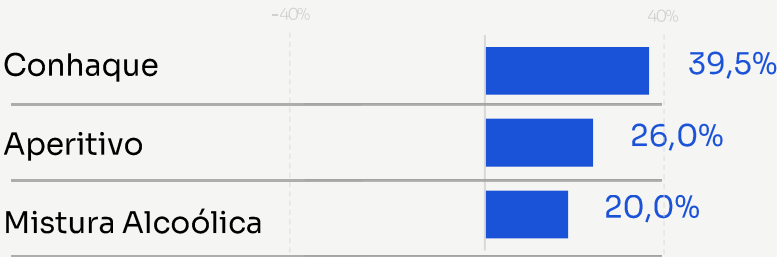
Var. (%)



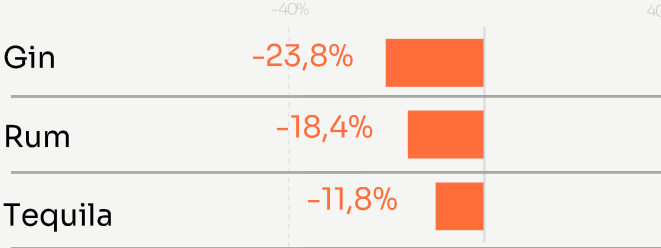
Maiores variações da cesta

Em valor

↑ Positivas



↓ Negativas

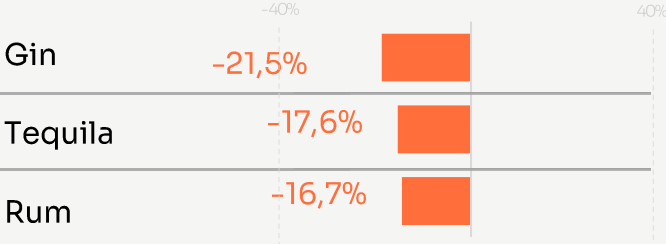


Em unidade

↑



↓



Top 5 categorias por região

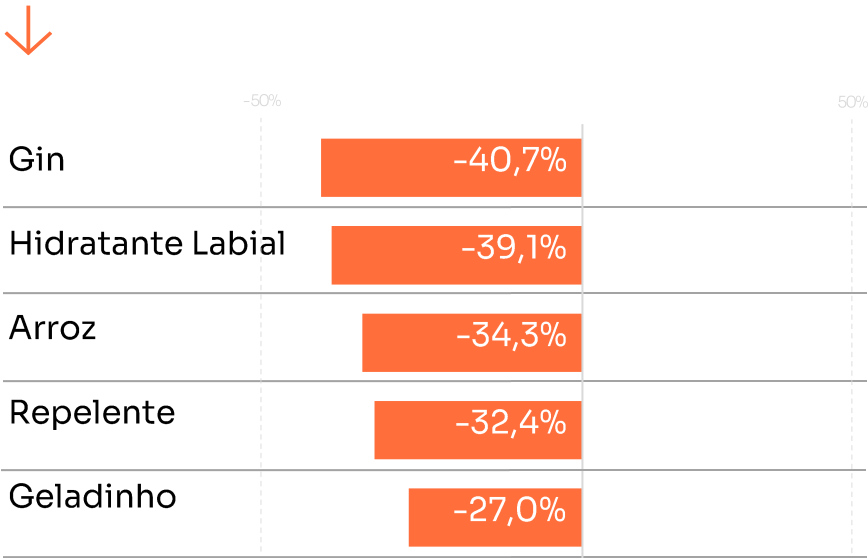
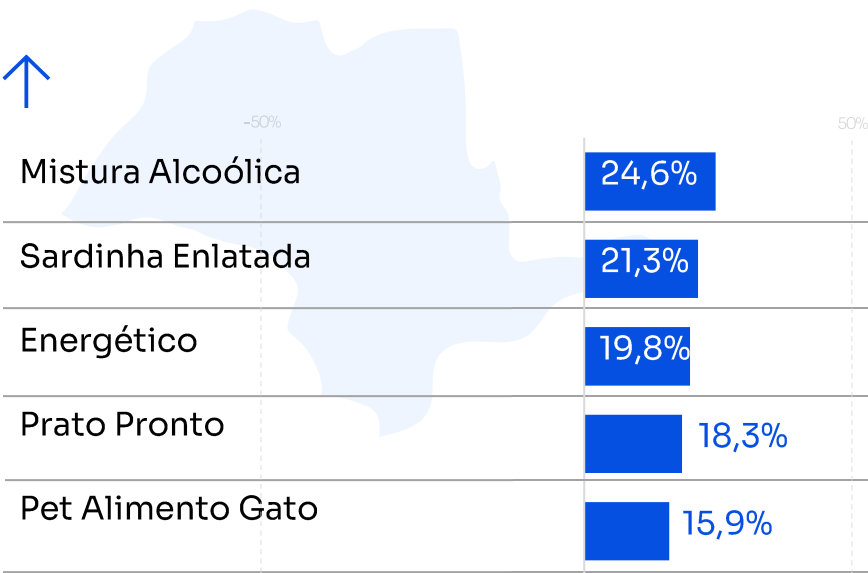
top 5
categorias
por região

ANÁLISE DE MESMAS LOJAS

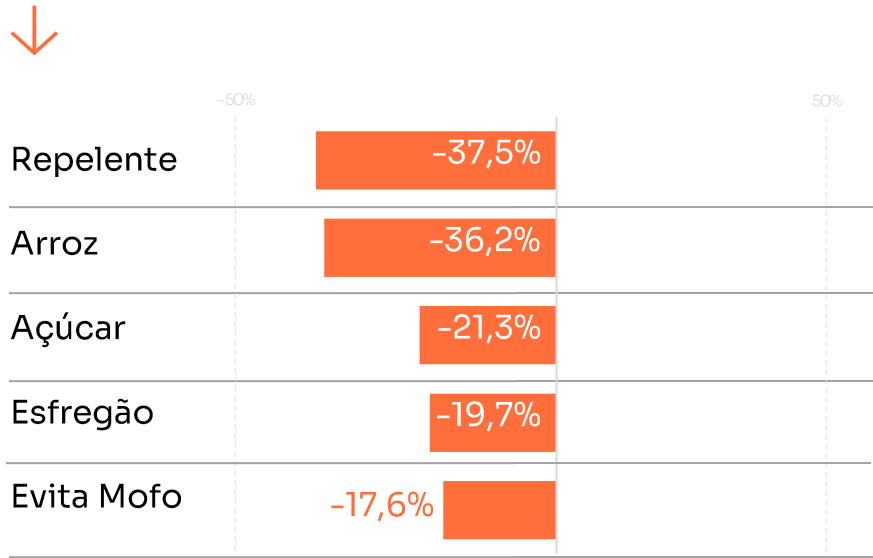
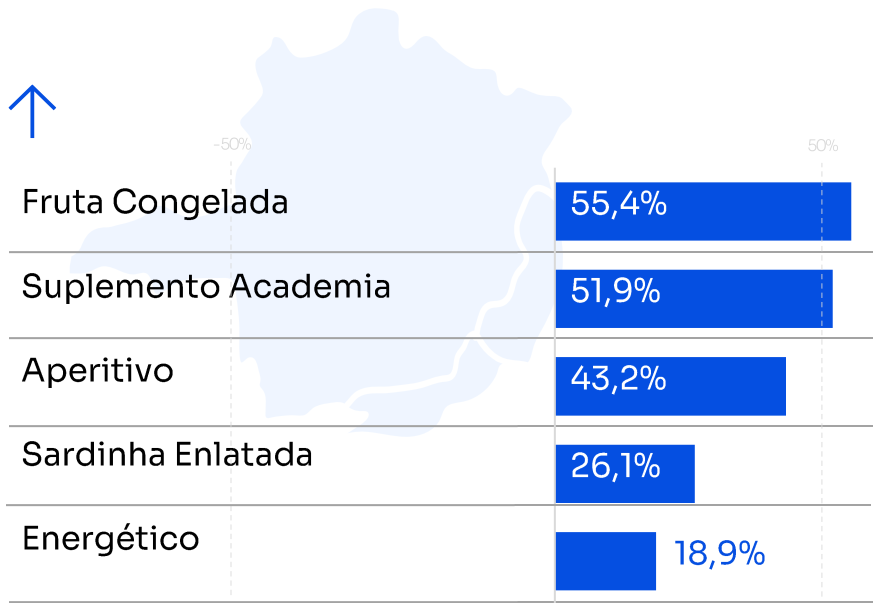
Top 5 categorias com maiores
variações em valor*

Variações mais importantes em valor Jan'26 Vs. Jan'25

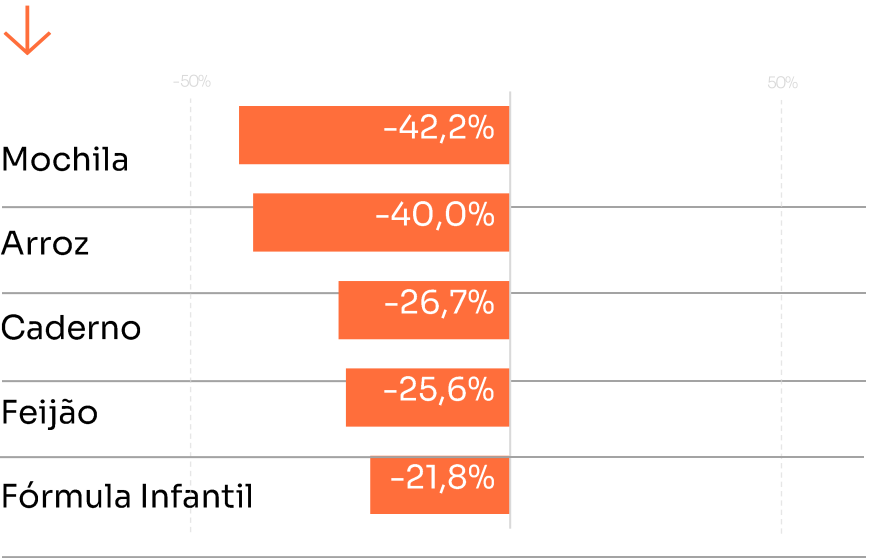
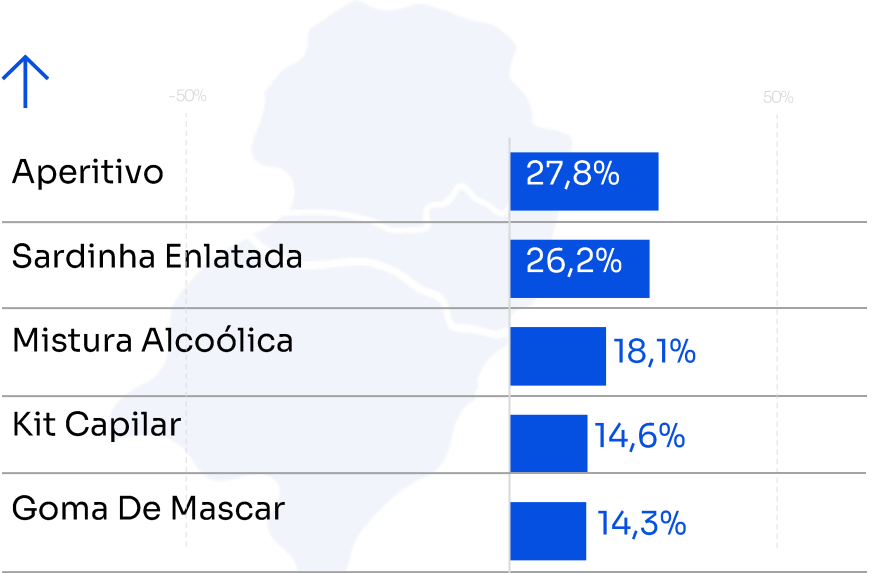
SP



RJ, MG e ES



SUL



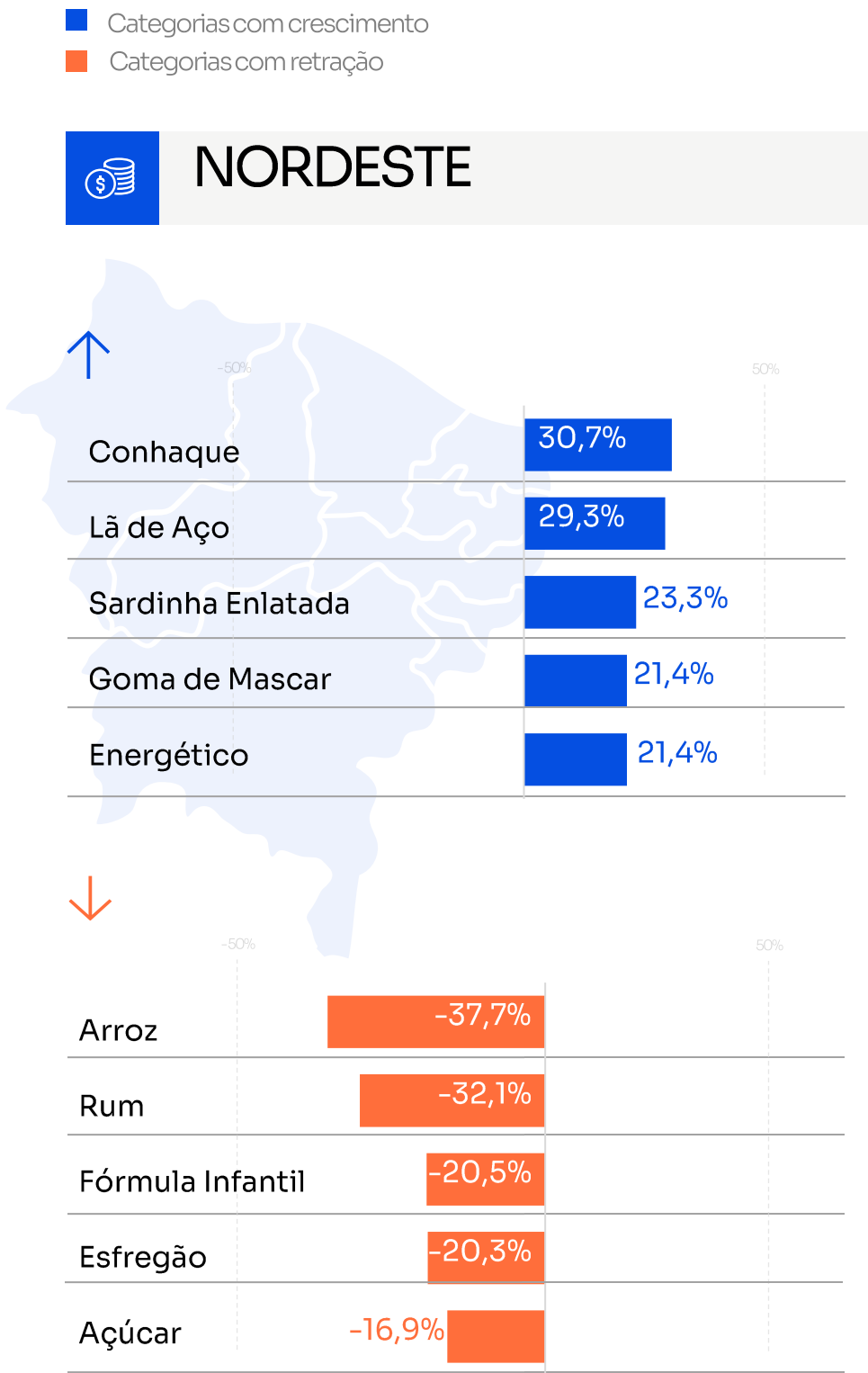
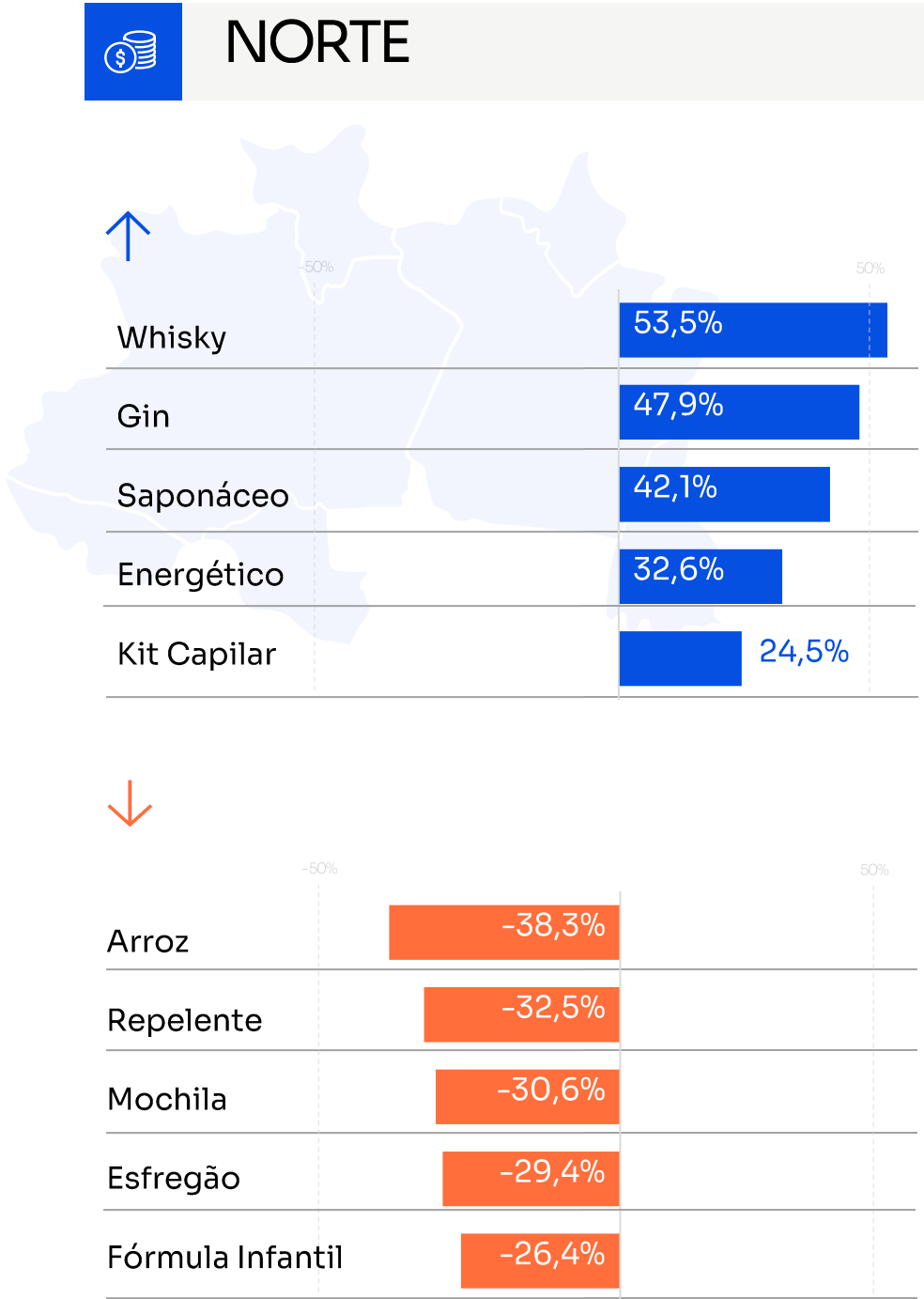
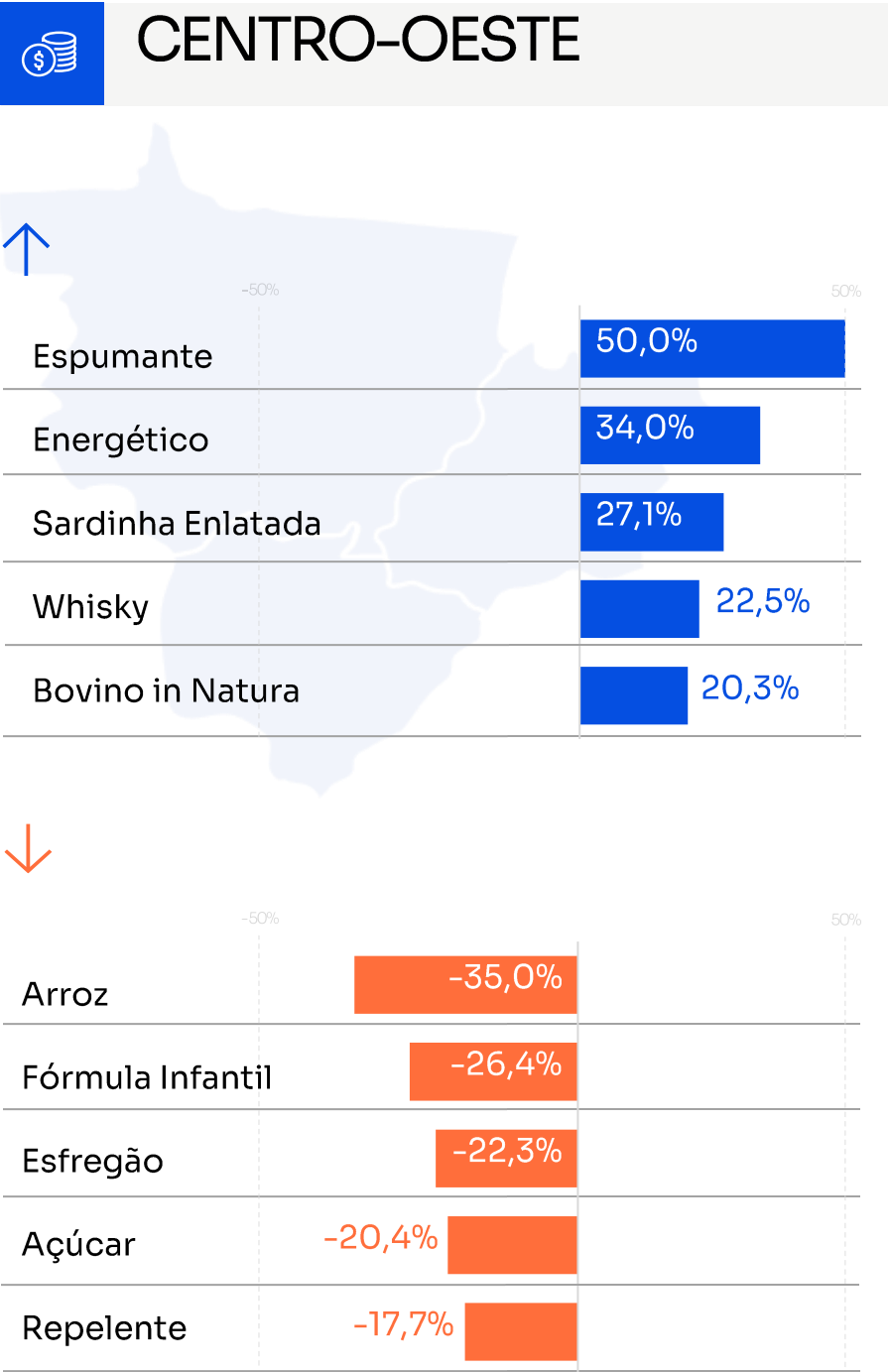
■ Categorias com crescimento
■ Categorias com retração

top 5
categorias
por região

ANÁLISE DE MESMAS LOJAS

Top 5 categorias com maiores
variações em valor*

Variações mais importantes em valor Jan'26 Vs. Jan'25



Dinâmica por cesta

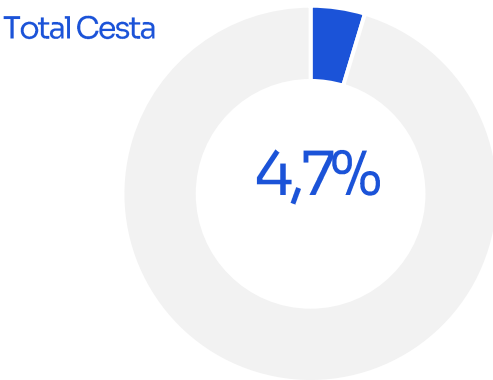
ANÁLISE DE MESMAS LOJAS

Categorias de maior variação (%) de valor

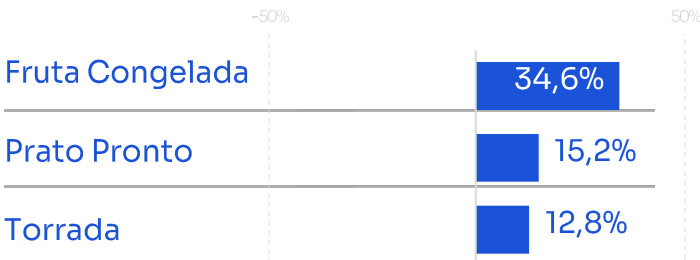
Variação por cesta Jan'26 Vs. Jan'25

■ Categorias com crescimento
■ Categorias com retração

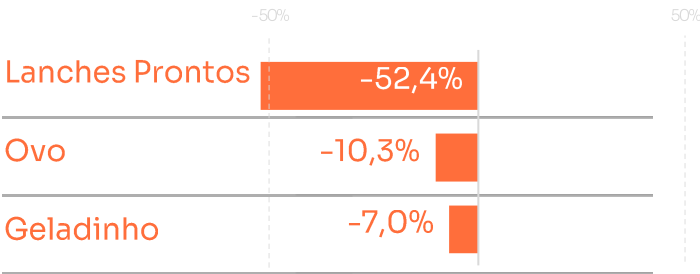
 Perecíveis



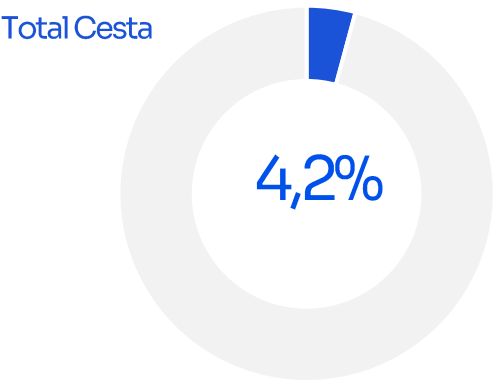
↑ **Maiores**



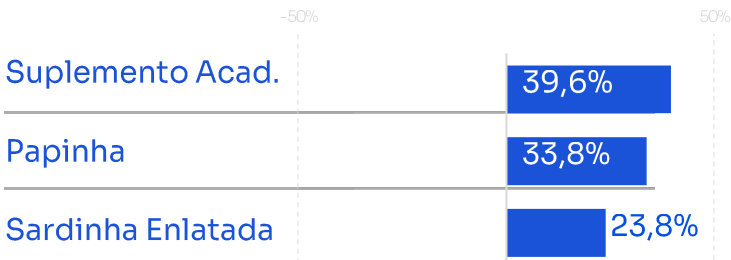
↓ **Menores**



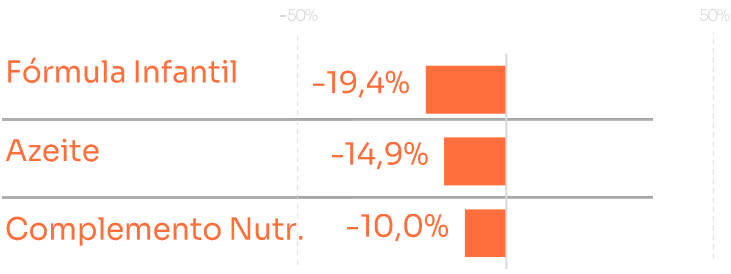
 Mercearia



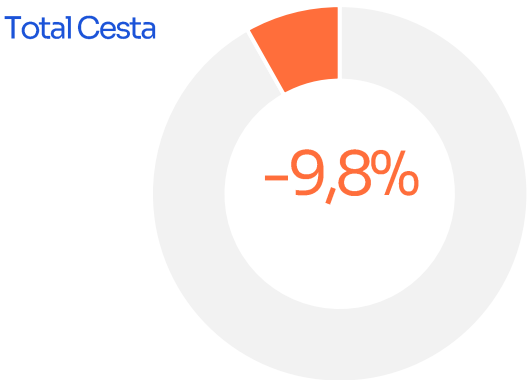
↑



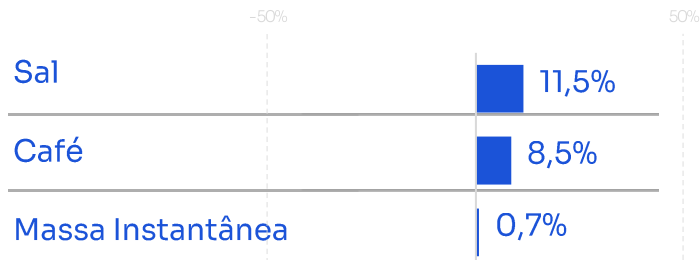
↓



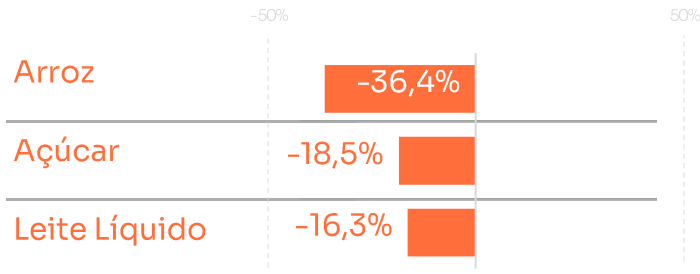
 Mercearia Básica



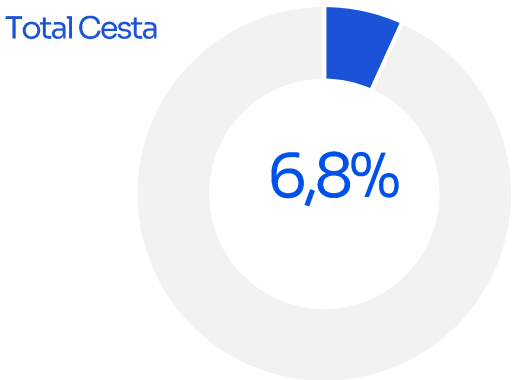
↑



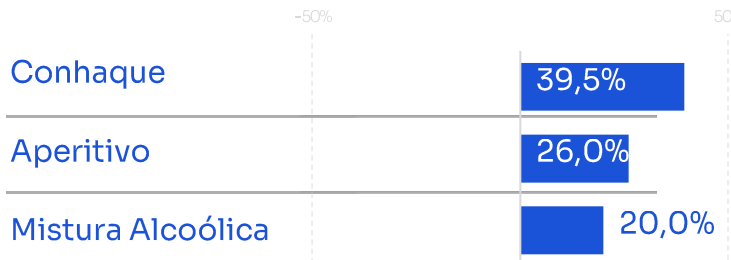
↓



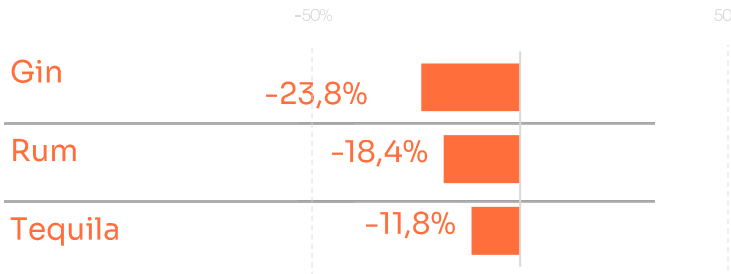
 Bebidas



↑



↓



ANÁLISE DE MESMAS LOJAS

Categorias de maior variação (%) de valor

Variação por cesta Jan'26 Vs. Jan'25

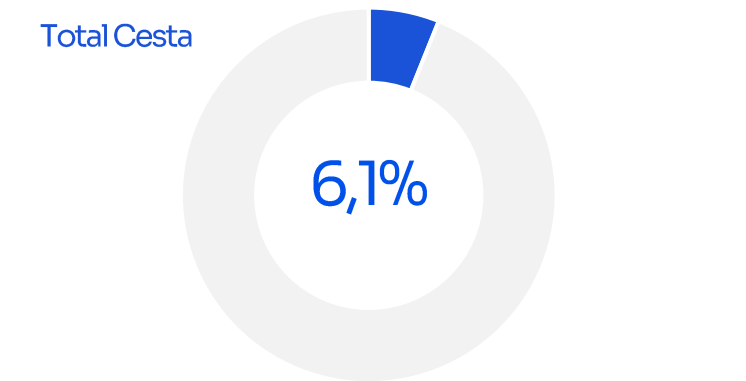
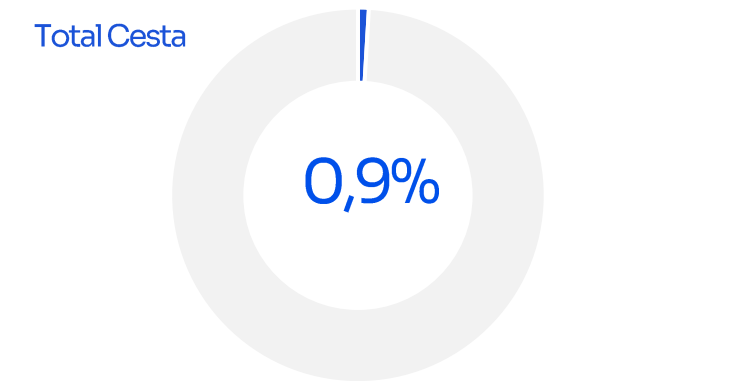
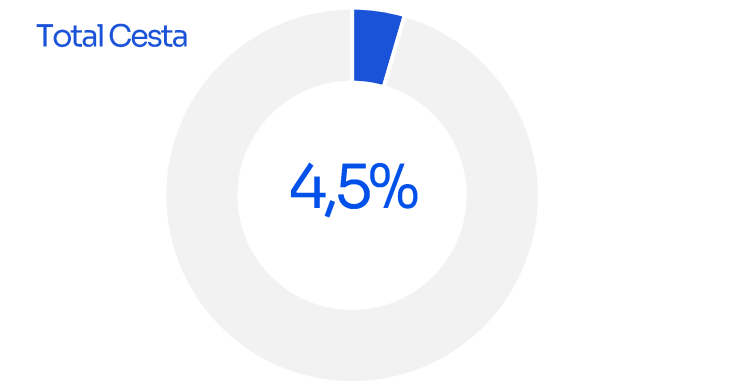
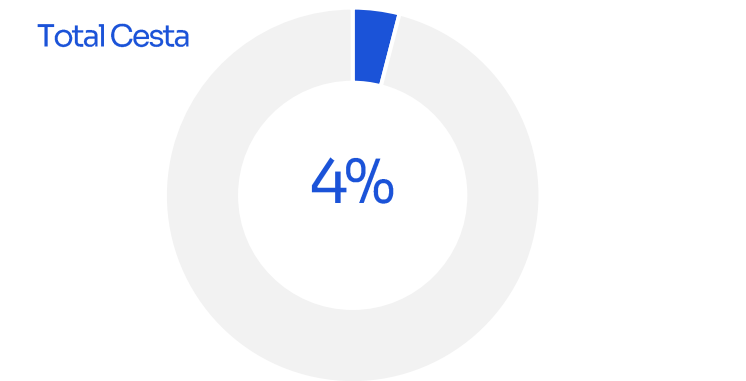
■ Categorias com crescimento
■ Categorias com retração

Perfumaria

Limpeza

Bazar

PET



↑ Maiores

Fragrância	24,1%
Kit Capilar	16,3%
Tratamento Facial	15,1%

↑

Lã de Aço	17,7%
Desengordurante	12,7%
Saponáceo	11,9%

↑

Acendedor	13,8%
Canetinha Hidrog.	13,4%
Tesoura	10,6%

↑

Petisco Gato	23,7%
Ração Seca Gato	16,1%
Ração Úmida Gato	12,3%

↓ Menores

Bronzeador Corporal	-38,6%
Hidratante Labial	-31,5%
Repelente	-23,0%

↓

Esfregão	-13,6%
Lustra Sapato	-5,5%
Evita Mofo	-5,5%

↓

Bloco De Notas	-52,3%
Lápis de Cor	-26,8%
Pincel	-23,4%

↓

Desinfetante Pet	-42,9%
Vestuário Pet	-38,4%
Acessoóio Pet	-28,6%

NOVIDADE

Conheça o Hub de Conteúdo do Radar

Agora você encontra todas as edições do Radar Mensal e do novo Radar Sazonal em um único lugar.

Baixe agora as últimas edições:

Radar Mensal
Janeiro



Radar Sazonal
Carnaval



Radar Sazonal
Festa Junina



Radar Sazonal
Dia das Mães



Acesse o HUB e baixe os relatórios

Panorama mensal
do varejo brasileiro

Edição de Janeiro
Publicação: 5 de Fevereiro '26

Agradecemos
a leitura

Receba o Radar por WhatsApp

Clique aqui

Quer saber mais
sobre a sua região ou categoria?

Entre em contato