

# radar

O hub de inteligência mais rápido e completo do varejo

SELEÇÃO DE PRODUTOS DE BLACK FRIDAY

DE OLHO NO CONSUMO por Google

Página 04

Página 18

# black friday

 **scann  
tech  
(IN)  
MOTION**



Acesse e saiba mais

O maior  
encontro de  
líderes da  
América Latina

**Maurício  
Martiniano**  
Head of Google  
Campus &  
Strategic Insights

**Ricardo  
Amorim**  
Economista e  
palestrante

**Pedro  
Fernandes**  
Sócio McKinsey

**05  
agosto**  
Distrito Anhembi  
São Paulo - Brasil

**Priscila  
Ariani**  
Diretora de  
Marketing  
Scanntech

**Adam  
Cheyer**  
Fundador da Siri

**Carles  
Puyol**  
Campeão Mundial pela Seleção  
da Espanha e pelo Barcelona FC

**David  
Simchi-Levi**  
Professor do MIT

**Soledad  
Fernandez**  
CTO Scanntech

# radar

O Hub de inteligência  
mais rápido e completo  
do varejo brasileiro.

Diversas perspectivas para você  
entender o varejo antes de todo mundo.

RELATÓRIOS DISPONÍVEIS NO HUB:

Radars Mensal: alimentar,  
perfumaria, shopper,  
pricing e estoques

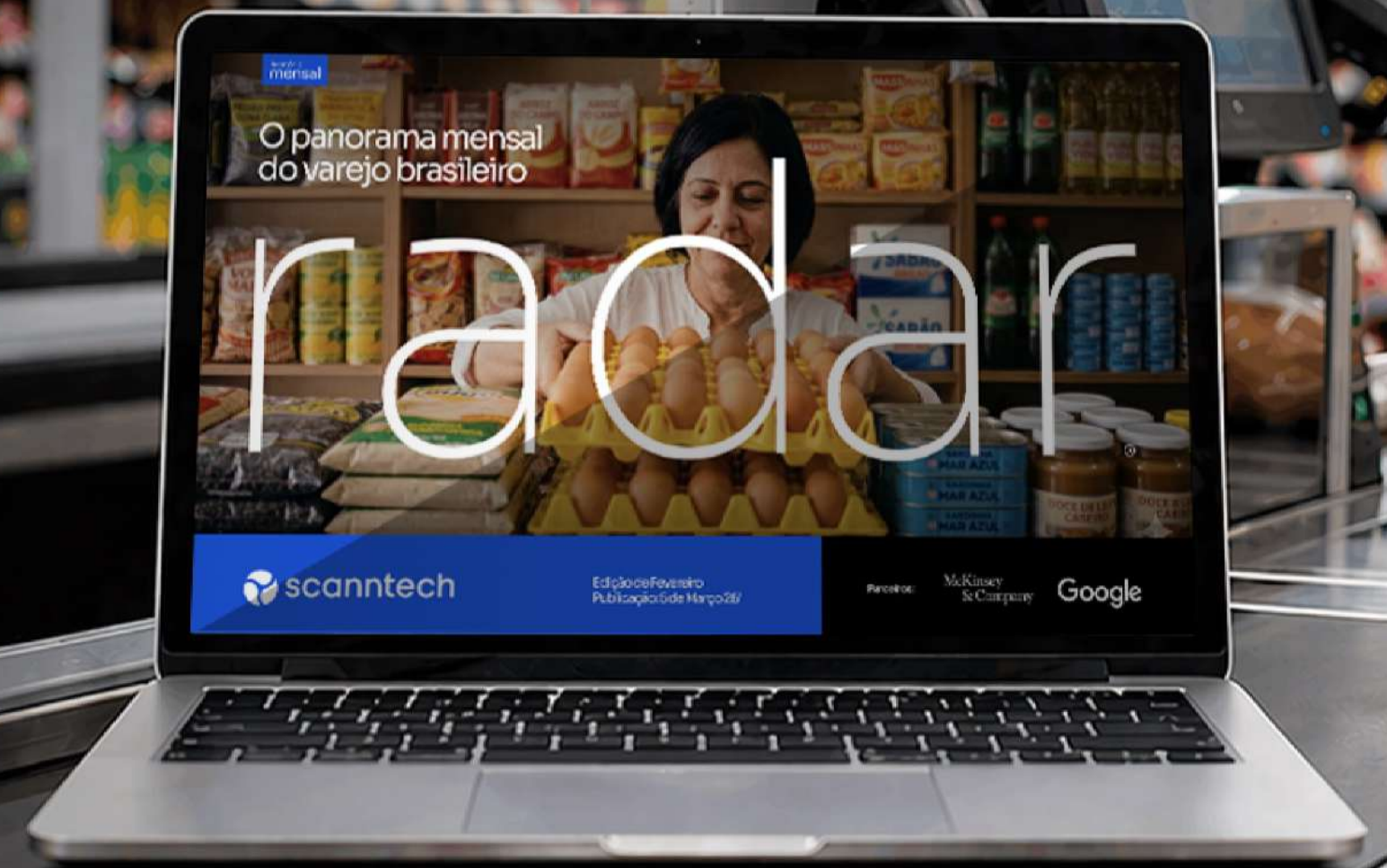
Radars Sazonal

PEÇA AO SEU ATENDIMENTO SCANNTech:

Radars Setorial 

Radars Vizinhança 

Radars Regional 



Acesse o Hub

BLACK  
FRIDAY

OFERTAS IMPERDÍVEIS!

CARNES  
COM ATÉ

30%

DE DESCONTO



## Performance das cestas na Black Friday

■ O período de novembro foi movimentado pela sazonalidade no país.

Com retração de -2% em faturamento na semana da data versus o ano anterior, a Black Friday de 2025 foi mais tímida. O resultado foi impactado pela maior retração de unidades vendidas.

Acompanhe os principais insights e se prepare para a Black Friday de 2026.

POR

radar

# Black Friday '25

Performance da sazonalidade

De olho no consumo

## Como performou a sazonalidade da Black Friday no varejo alimentar

A semana da Black Friday de 2025 registrou retração de -2% no faturamento, resultado da combinação entre queda nas unidades vendidas e um repasse moderado de preços (+1,8%).

No dia da Black Friday, apesar da redução de -4% no preço por unidade, o consumo também recuou (-1,2%), intensificando a queda no faturamento (-5,1%).

O movimento reforça uma tendência estrutural já observada ao longo de 2025: nos três meses que antecederam a data, as unidades vendidas no varejo já apresentavam queda média de -1,7%, indicando que o desempenho da Black Friday reflete — e não rompe — a dinâmica corrente do mercado.

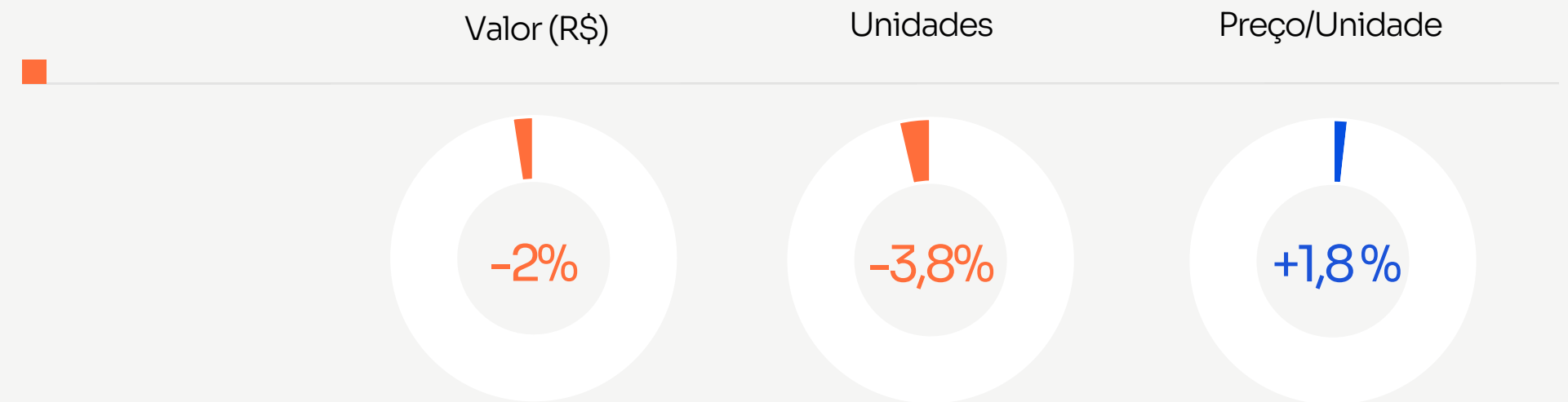
Para análise da performance da Black Friday, considerou-se dados de todas as categorias do Varejo Alimentar.

■ Positivo  
■ Negativo

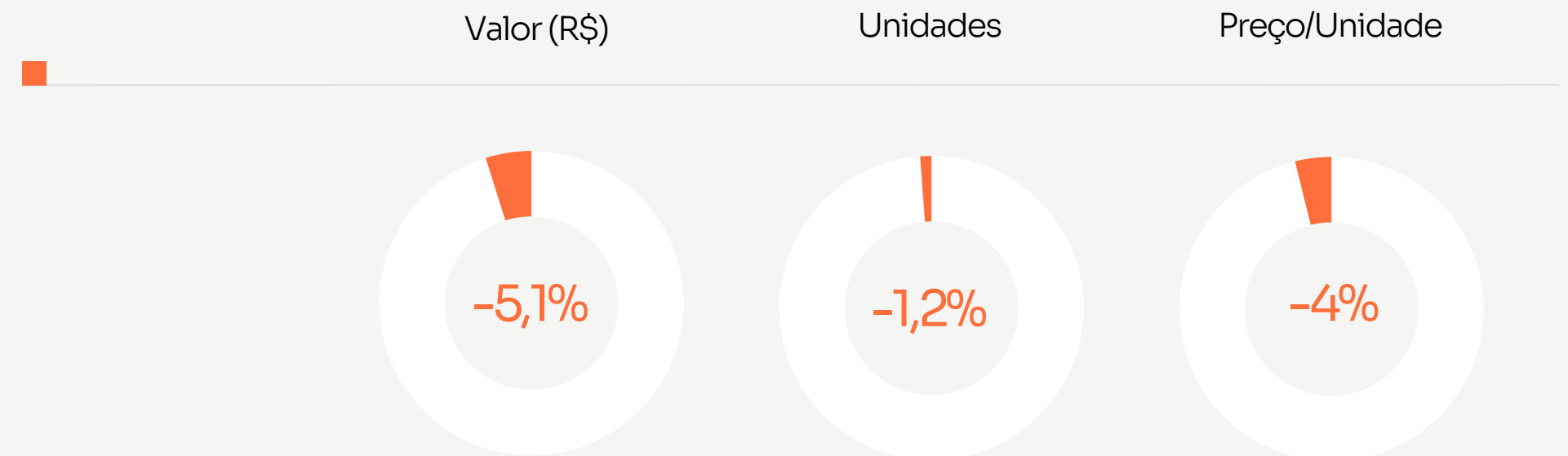
ANÁLISE DE MESMAS LOJAS

## Alavancas de Crescimento

Semana da Black Friday '25 vs '24



Dia da Black Friday '25 vs '24



Fonte: Scanntech - Radar Scann Share | Dados Same Stores - Semana da Black Friday '24: 25/11 ao 01/12 de 2024  
Semana da Black Friday '25: 24/11 ao 30/11 de 2025

# Black Friday '25

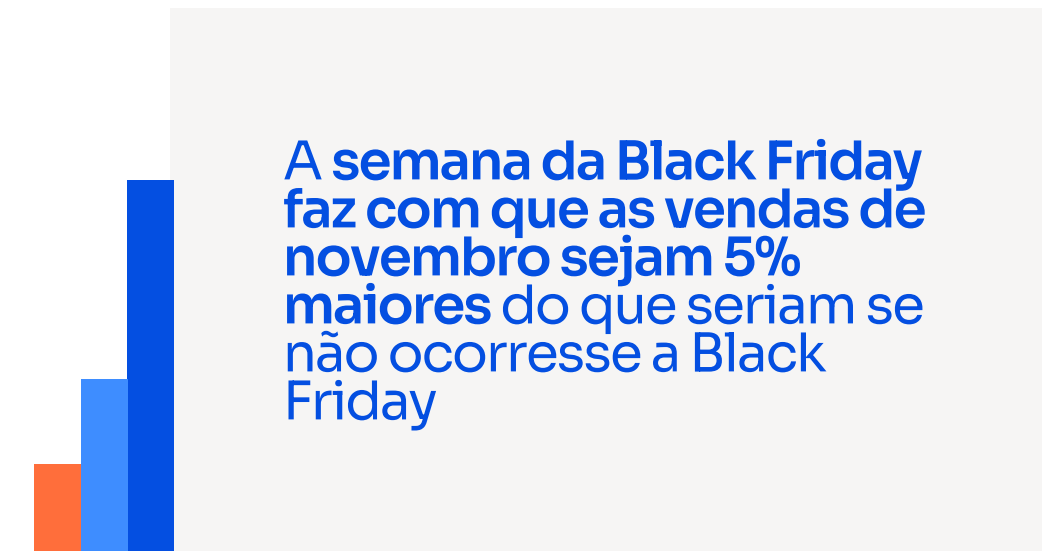
Performance da sazonalidade

De olho no consumo

## Evolução semanal

A semana da Black Friday foi a semana com maior representatividade em faturamento para o varejo alimentar durante o mês de novembro. No entanto, as semanas anteriores ganharam maior relevância versus o mesmo período do ano anterior.

Nas semanas que antecedem a Black Friday, o preço por unidade subiu entre +4,2% e +5,4% vs. o ano anterior — em linha com o observado nos meses anteriores. Já na semana do evento, a alta foi de +1,8%.



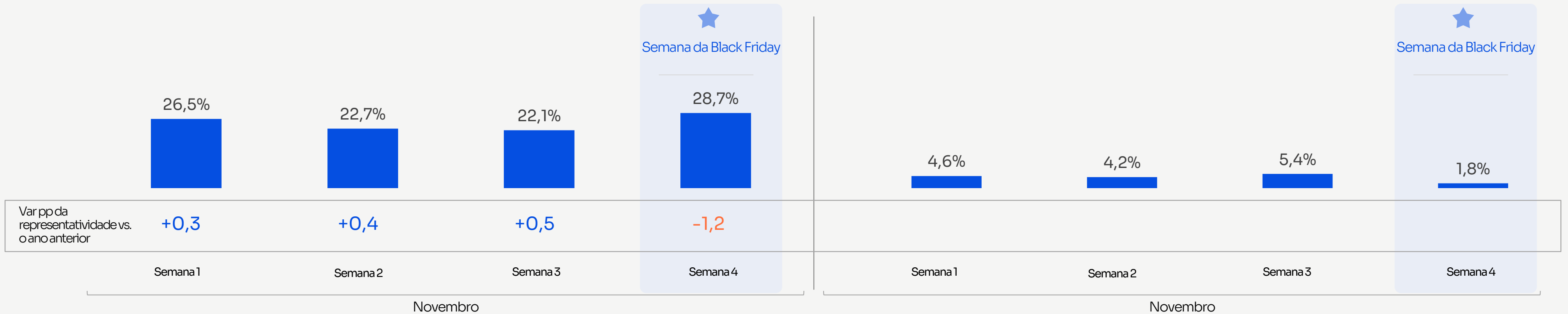
ANÁLISE DE MESMAS LOJAS

## Alavancas de Crescimento

Representatividade das Vendas em Valor (R\$) nas semanas do mês da Black Friday

Variação do Preço/Un nas semanas do mês da Black Friday

2024  
2025



# Black Friday '25

## Evolução diária

Performance da sazonalidade

De olho no consumo

O dia da Black Friday '25 registrou a maior queda de faturamento da janela vs. o ano anterior (-5,1%), com retração também nos dois dias seguintes (-1,5% e -3,5%). Já a véspera foi o único dia de destaque positivo (+2,5%).

Nos dias que cercam a Black Friday, o preço por unidade subiu entre +4% e +5,1% vs. o ano anterior — em linha com o observado nos meses anteriores. Já no dia do evento, houve retração de 4%, refletindo a intensidade promocional característica da data.

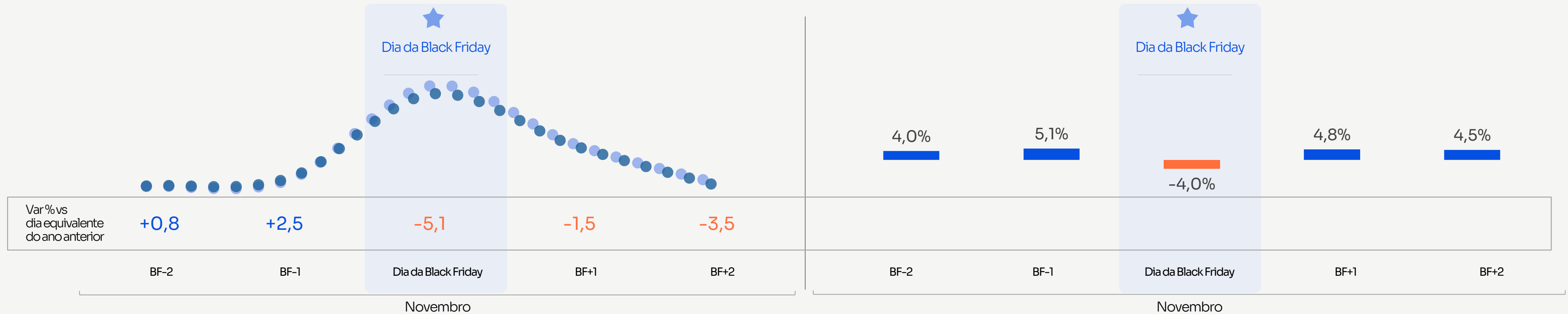
ANÁLISE DE MESMAS LOJAS

## Alavancas de Crescimento

Vendas em Valor (R\$) absolutas nos dias da semana da Black Friday

Variação do Preço/Un nos dias da semana da Black Friday

2024  
2025



## Performance das cestas na semana da Black Friday '25

Na Black Friday '25, os segmentos tiveram comportamentos similares na semana da data. A retração no faturamento e nas unidades vendidas atingiu todas as cestas avaliadas.

Alimentos, cesta mais relevante da semana em unidades, apresentou queda de -1,6% em valor e -2,7% em consumo.

Bebidas, também recuou: queda de -3,7% em valor e -6,6% em unidades, tendo um crescimento impulsionado exclusivamente por preço.

Nas demais cestas, Perfumaria, Limpeza e Eletro, de menor representatividade, também não sustentaram a performance em valor apesar do aumento nos preços.

■ Positivo  
■ Negativo

RADAR EXPLICA:

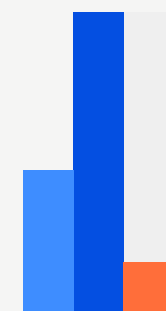
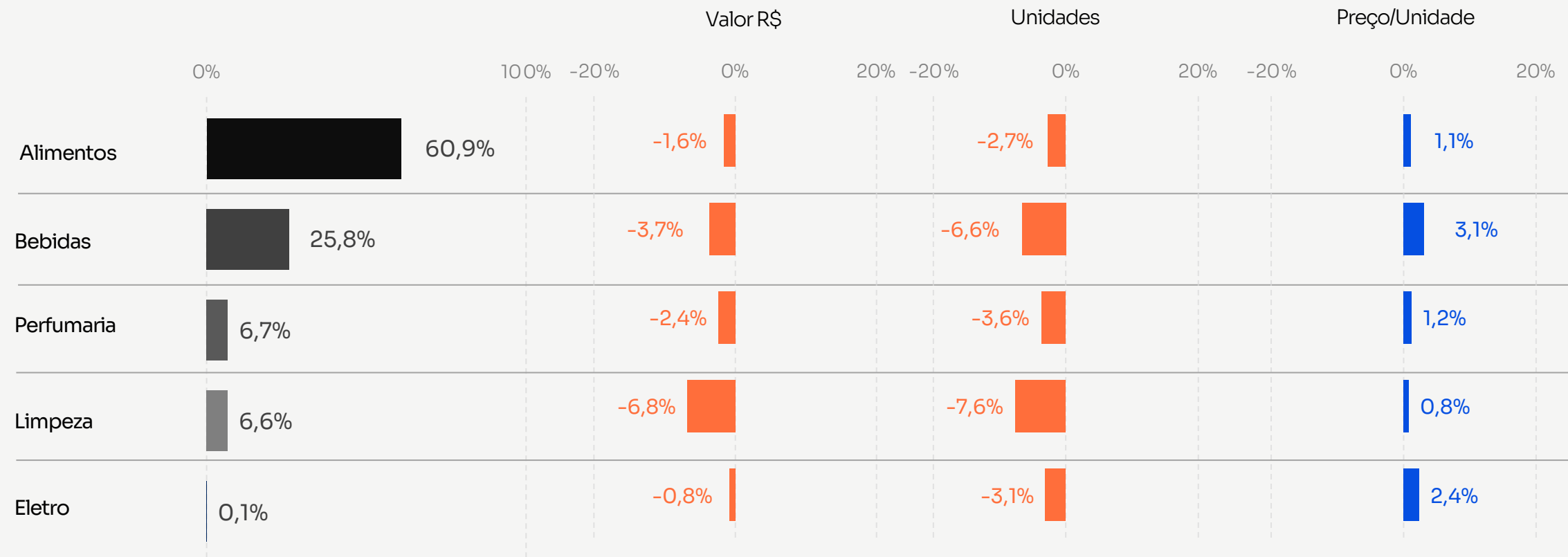
scann shopper

O mês de novembro '25 registrou uma queda de -7,9% na quantidade de tickets, além de um aumento de 3,6% no gasto médio versus novembro '24

## Performance das cestas na semana da Black Friday '25

Importância em Unidades na semana do Black Friday '25 \*

Variação (%) na semana da Black Friday '25 vs. '24



A retração no preço observada na cesta de Alimentos foi impulsionada especialmente pelas categorias de Leite, Farinha, Óleo e Arroz.

# Black Friday '25

Performance da sazonalidade

De olho no consumo

## Performance dos produtos em Alimentos

Dentre as categorias da cesta de Alimentos, Café apresenta a melhor performance na Black Friday '25, com avanço de +23,2% em faturamento, apesar da leve retração em unidades (-1,7%) — crescimento puxado por preço.

Já Chocolate e Bala/Pirulito, categorias que mais ganham relevância na data (+1,7 e +1,2 p.p.), tiveram seus resultados pressionados pela forte queda em unidades (-16,7% e -15,6%), levando o faturamento a -12,9% e -6,2%.

Arroz registrou a maior retração em valor (-34,1%) com unidades estáveis (-1,0%), indicando queda significativa de preço sem resposta em volume



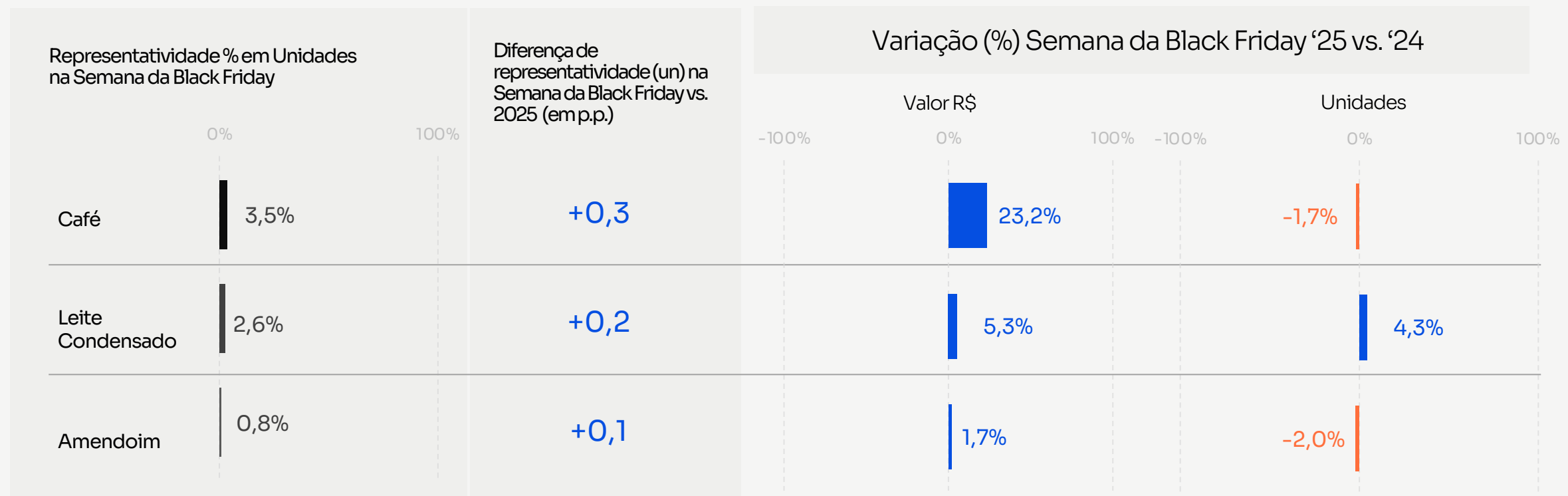
■ Positivo  
■ Negativo

Edição de Maio  
Publicação: 8 de Junho de '26

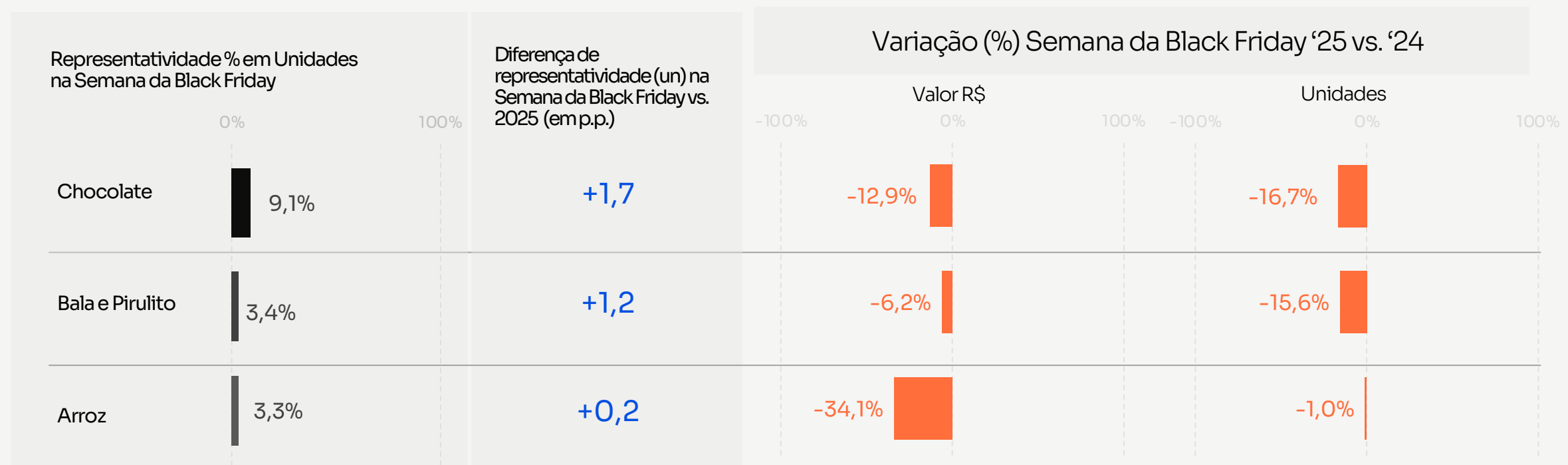
ANÁLISE DE MESMAS LOJAS

## Performance da cesta de Alimentos na Black Friday '25

TOP-3 em representatividade com melhor performance em R\$



TOP-3 em representatividade com pior performance em R\$



Fonte: Scanntech - Radar Scann Share | Dados Same Stores - Semana da Black Friday '24: 25/11 ao 01/12 de 2024  
Semana da Black Friday '25: 24/11 ao 30/11 de 2025

# Black Friday '25

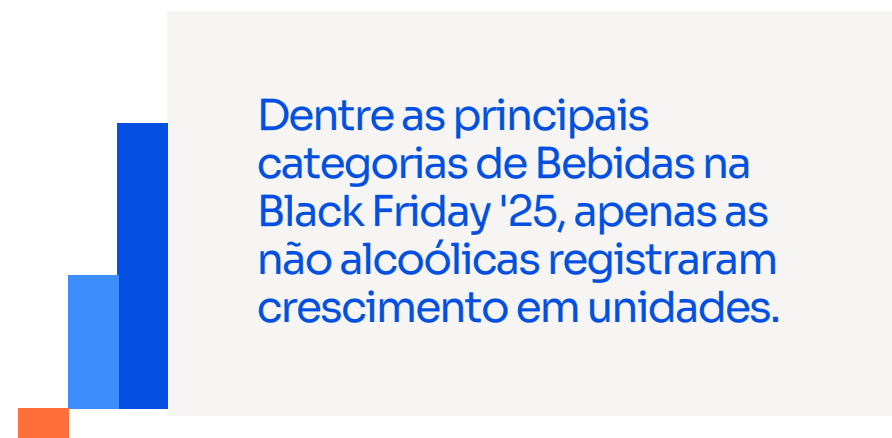
Performance da sazonalidade

De olho no consumo

## Performance dos produtos em Bebidas

Refrigerante (26,6%) e Água (13,1%), categorias de alta representatividade em Bebidas, ganharam força na Black Friday '25. Água se destacou pela performance em unidades (+7,5%) e Refrigerante teve crescimento mais equilibrado entre preço e volume (+4,4% em valor).

Por outro lado, Cerveja, categoria mais representativa da cesta (36,7%), foi a principal detratora durante a sazonalidade, com retração de -13,2% em unidades e -4,8% em valor.

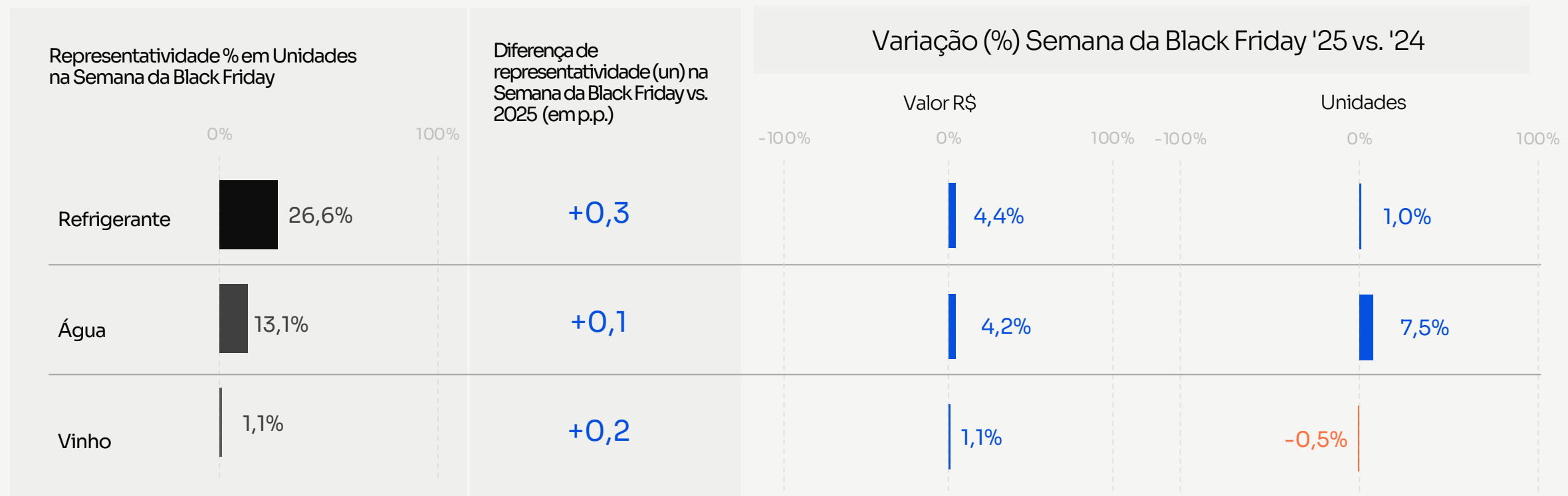


■ Positivo  
■ Negativo

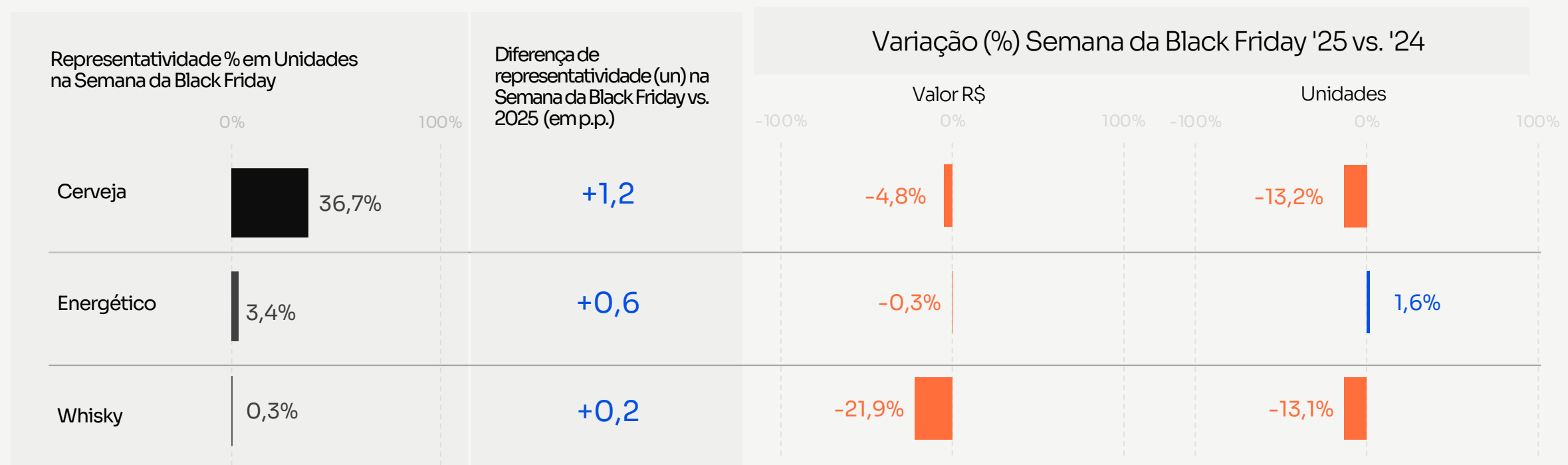
ANÁLISE DE MESMAS LOJAS

## Performance da cesta de Bebidas na Black Friday '25

TOP-3 em representatividade com melhor performance em R\$



TOP-3 em representatividade com pior performance em R\$



# Black Friday '25

Performance da sazonalidade

De olho no consumo

## Performance dos produtos em Perfumaria

Entre os destaques de maior crescimento em faturamento, as três principais categorias avançaram em valor apesar de unidades estáveis ou em retração — sinalizando que o crescimento foi puxado por preço.

Kit Capilar, principal destaque em representatividade da sazonalidade (26,6%), cresceu +1,9% em valor mesmo com queda de -3,1% em unidades. Lenço Higiênico teve a melhor performance em valor (+5,1%), com unidades estáveis (0,0%).

Do lado das maiores quedas, Desodorantes foi pressionada pela forte retração em unidades (-11,3%), levando o faturamento a -10,8%



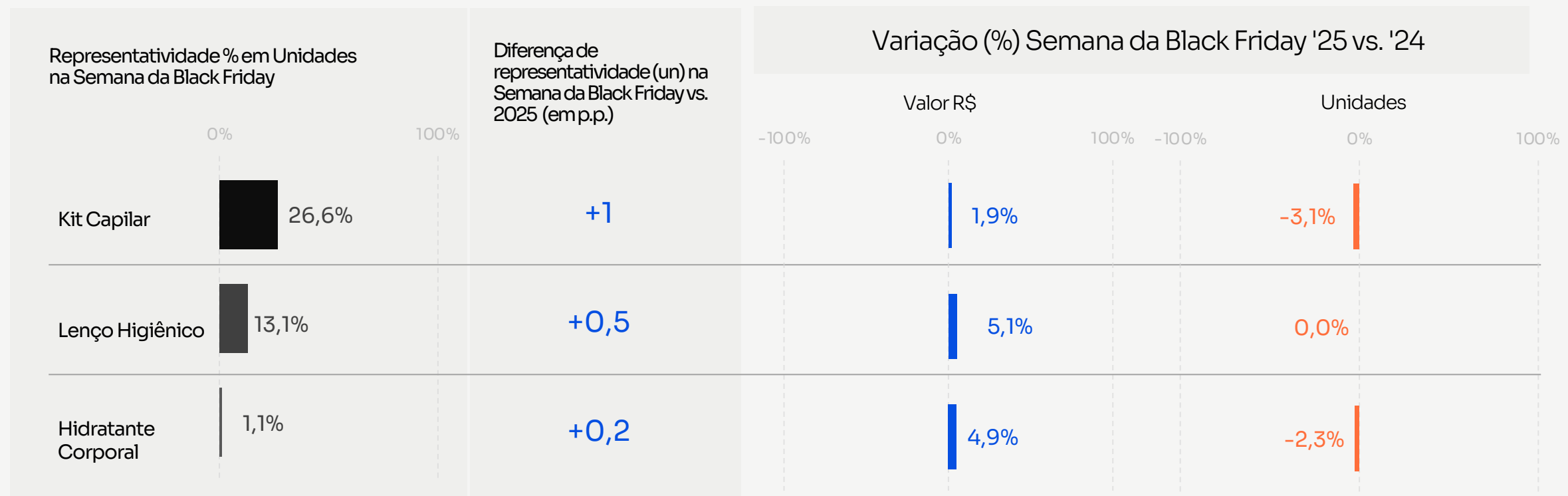
■ Positivo  
■ Negativo

Edição de Maio  
Publicação: 8 de Junho de '26

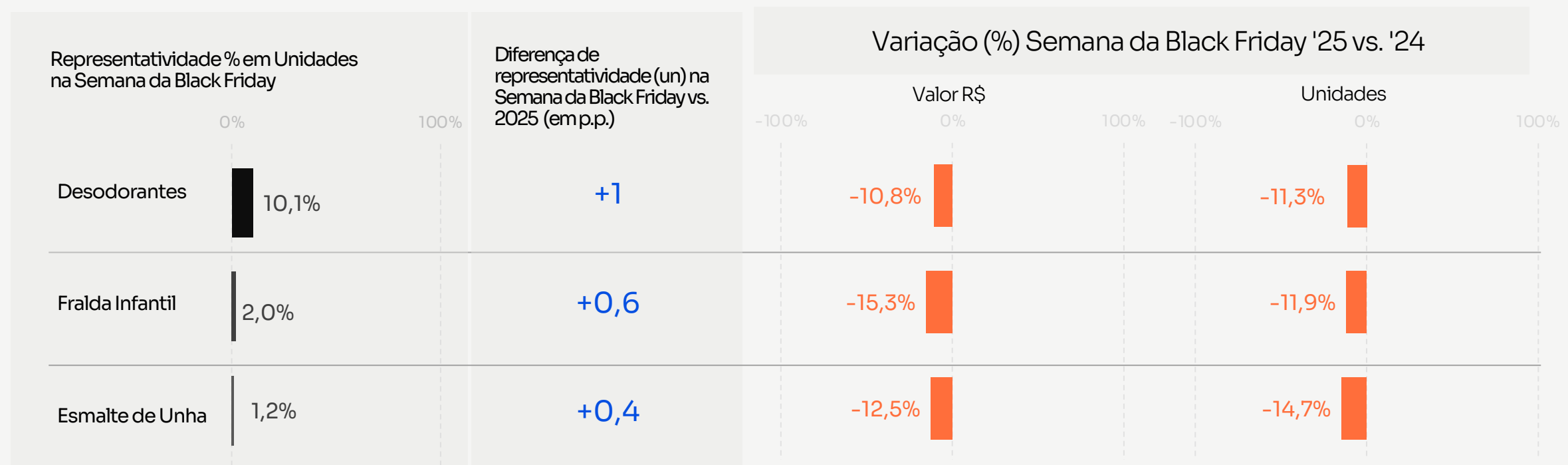
ANÁLISE DE MESMAS LOJAS

## Performance da cesta de Perfumaria na Black Friday '25

TOP-3 em representatividade com melhor performance em R\$



TOP-3 em representatividade com pior performance em R\$



Fonte: Scantech - Radar Scann Share | Dados Same Stores - Semana da Black Friday '24: 25/11 ao 01/12 de 2024  
Semana da Black Friday '25: 24/11 ao 30/11 de 2025

## Performance dos produtos em Limpeza

Água Sanitária, segunda categoria que mais ganha representatividade na Black Friday '25 (+1,0 p.p.) versus a média do ano, avançou em unidades (+5,9%) e impulsionou o faturamento (+0,7%) apesar da retração de preço. Lã de Aço foi o destaque positivo da cesta, com forte crescimento em valor (+19,5%) e unidades (+16,5%).

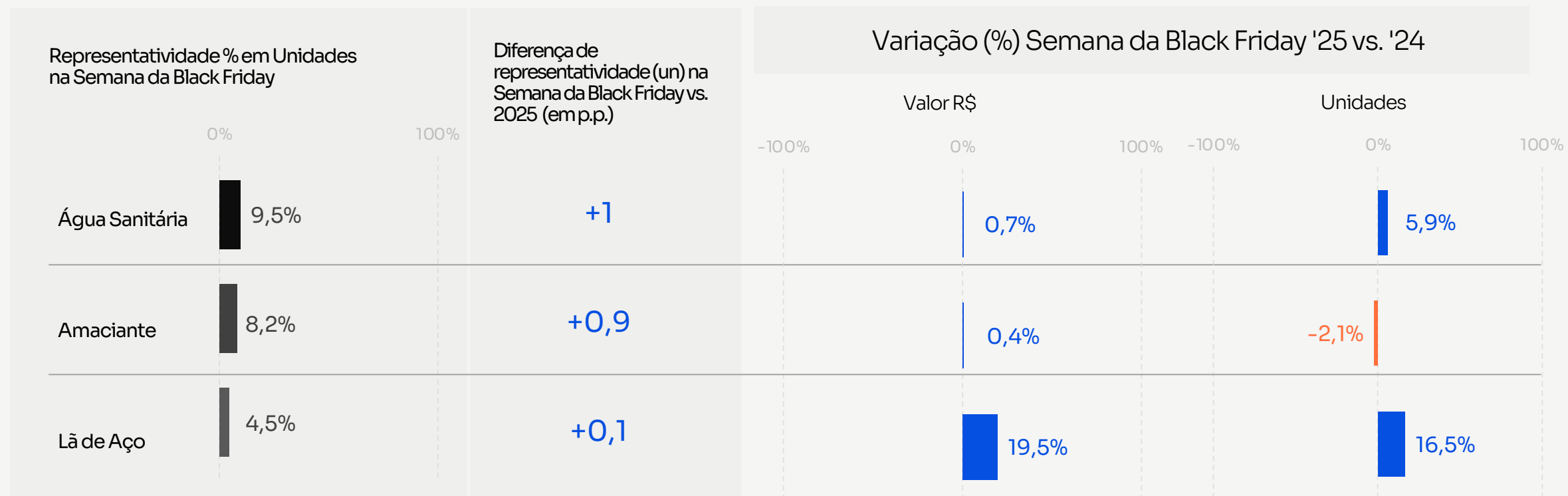
Sabão — maior ganho de representatividade da cesta (+1,4 p.p.), sofreu retração de faturamento (-1,9%) e unidades (-3,3%). Inseticida registrou a maior queda absoluta (-28,7% em valor e -28,4% em unidades).



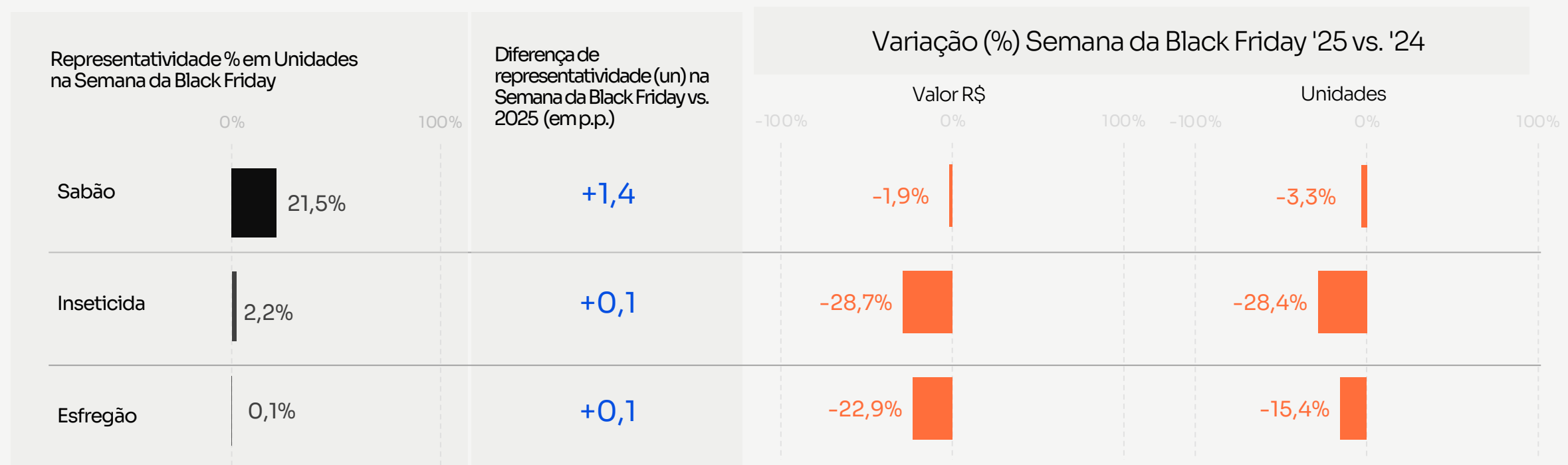
■ Positivo  
■ Negativo

## Performance da cesta de Limpeza na Black Friday '25

### + TOP-3 em representatividade com melhor performance em R\$



### - TOP-3 em representatividade com pior performance em R\$



## Performance dos produtos em Eletro

Na Black Friday '25, três das quatro categorias destacadas em Eletro apresentaram alta no faturamento: Eletrodomésticos (Refrigerador, Ar-Condicionado), Eletroeletrônico de Uso Pessoal (Secador de Cabelo, Máquina de Barbear) e Dispositivo de Áudio e Vídeo (TV, Aparelhos de Som). As duas primeiras lideraram também em unidades (+33,9% e +17,1%), enquanto Áudio e Vídeo cresceram apenas em valor (+9,7%), com leve queda em unidades (-1,5%).

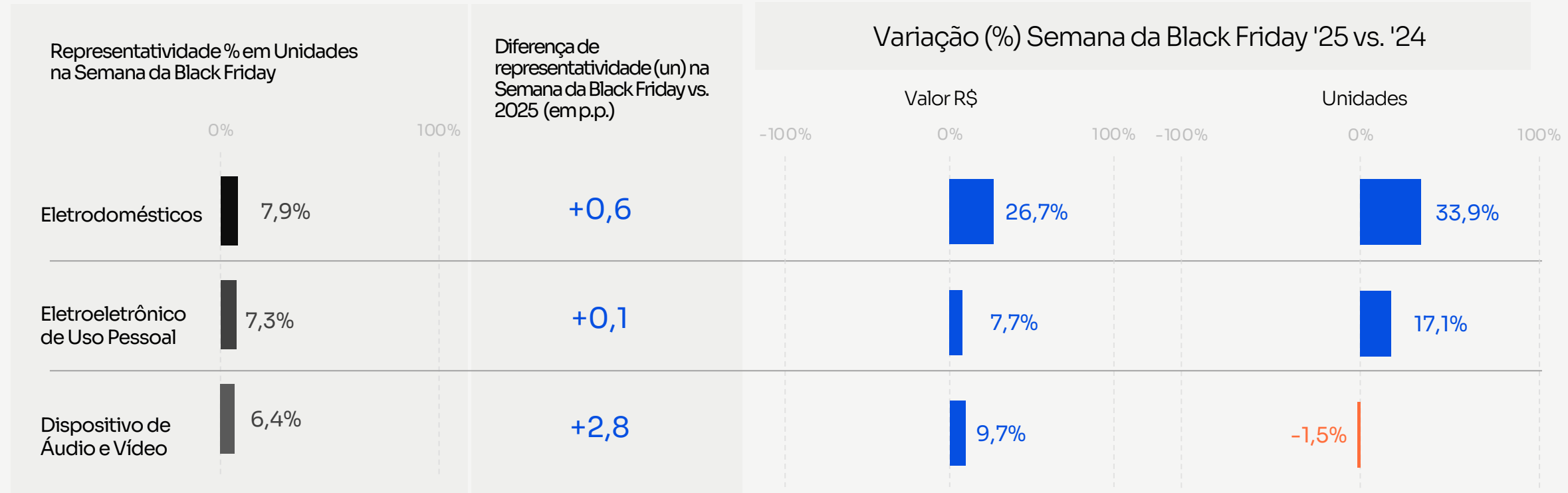
Pequeno Doméstico (Ventilador, Air Fryer), categoria mais representativa da cesta (59,2%), foi a única exceção: faturamento em -20,3% e unidades em -7,6%, refletindo tanto menor procura quanto queda de preços mais intensa.

Por ser se tratar de uma cesta com baixa representatividade no canal alimentar, pequenas variações nas métricas de Eletro podem resultar em variações percentuais altas.

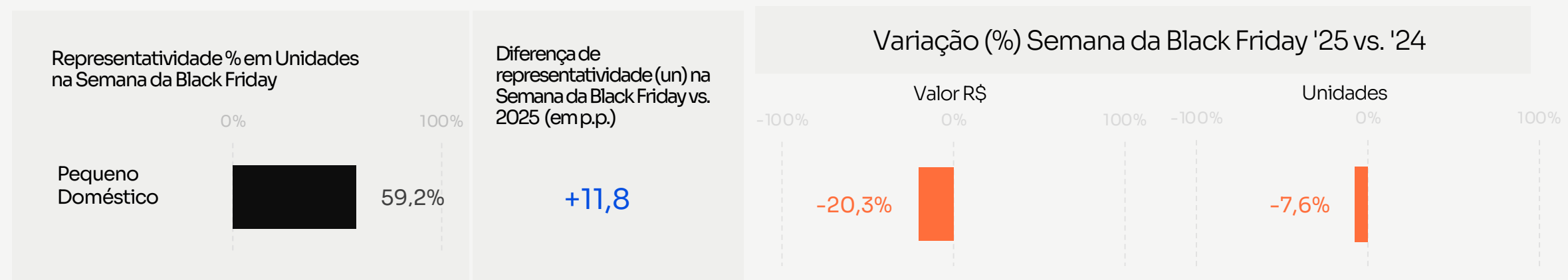
■ Positivo  
■ Negativo

## Performance da cesta de Eletro na Black Friday '25

TOP-3 em representatividade com melhor performance em R\$



TOP-3 em representatividade com pior performance em R\$



# Black Friday '25

Performance da sazonalidade

De olho no consumo

## Perecíveis é a cesta com mais categorias em contribuição de faturamento

Café lidera a contribuição para o crescimento do faturamento na Black Friday '25 (21,7%), movimento impulsionado pelo aumento de preços na categoria.

Perecíveis se destaca como a cesta com maior diversidade de categorias contribuindo positivamente — 8 das 15 — com destaque para Bovino In Natura (11,6%), Queijo (8,8%) e Fruta in Natura (5,4%). O movimento reforça a tendência de busca por proteínas e alimentos frescos durante a sazonalidade.

Em sequência, Eletro contribui com 3 categorias (Eletrodoméstico 2,8%, Áudio e Vídeo 1,6%, Comemorativo 1,2%), refletindo o apetite por bens duráveis típico da data.

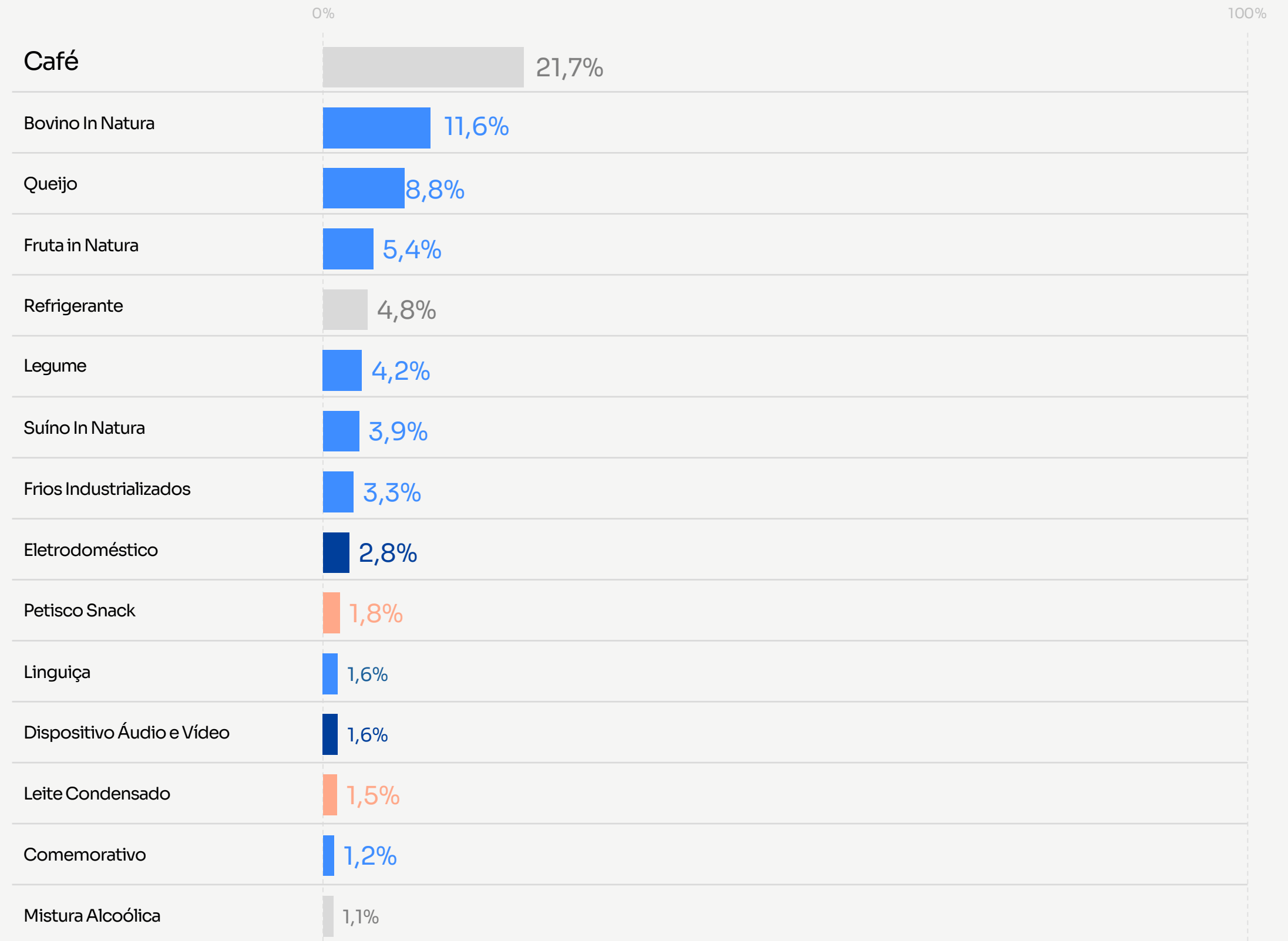
Em Bebidas, Mistura Alcoólica (1,1%) se destaca como categoria que ganha relevância, refletindo novas formas de socialização.

- Perecíveis
- Mercearia
- Eletro
- Outros

ANÁLISE DE MESMAS LOJAS

## Top 15 Categorias com maior contribuição para o aumento do Faturamento

Variação (%) Semana da Black Friday '25 vs. '24



Fonte: Scanntech - Radar Scann Share | Dados Same Stores - Semana da Black Friday '24: 25/11 ao 01/12 de 2024  
Semana da Black Friday '25: 24/11 ao 30/11 de 2025

# Black Friday '25

Performance da sazonalidade

De olho no consumo

**Cenário desafiador: Apesar de descontos maiores e vigência mais longa, o consumo recuou 1,8% frente à Black Friday '24.**

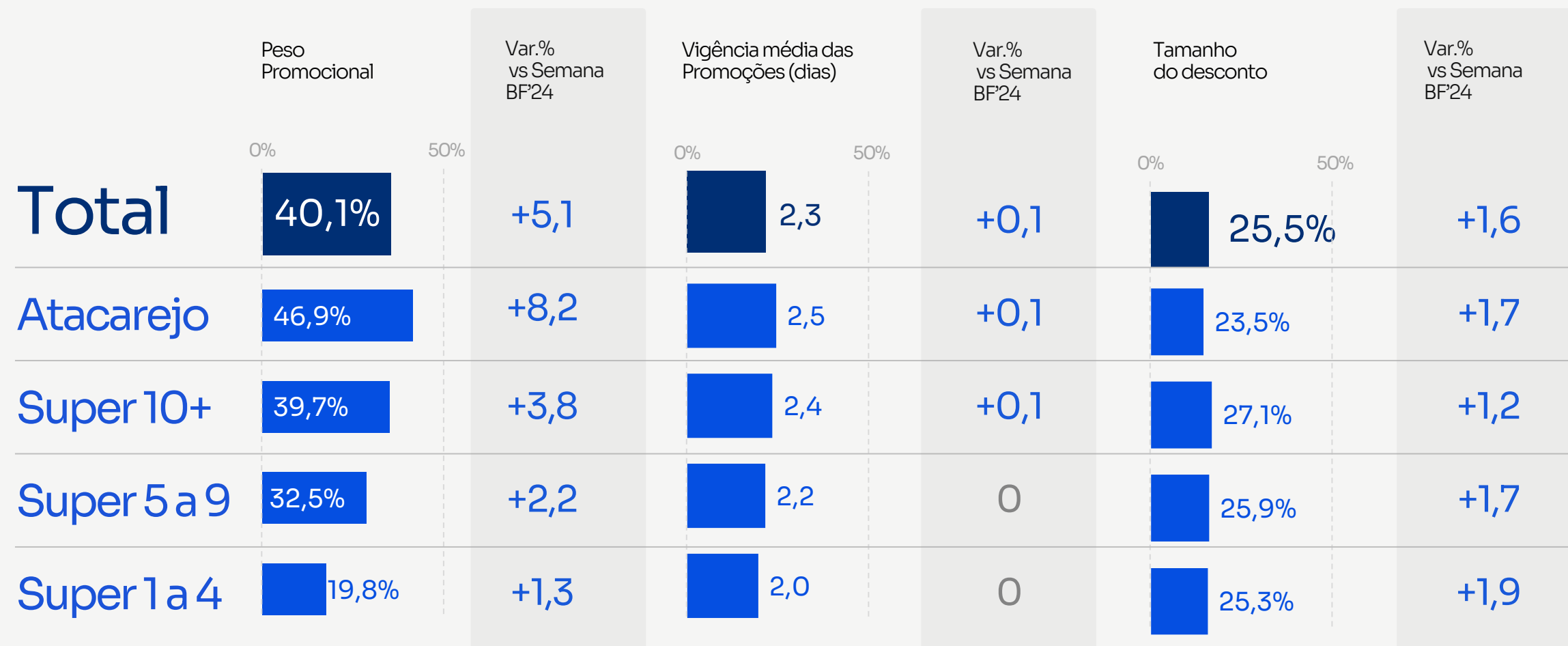
Todos os canais aplicaram descontos superiores aos da Black Friday '24, com Super 10+ e Atacarejo registrando leve alta na vigência média das promoções.

Em Peso Promocional, o Atacarejo lidera, mesmo praticando o menor tamanho de desconto entre os canais. Já o Super 10+ apresenta os maiores descontos.

Uma leitura exclusiva 

ANÁLISE DE MESMAS LOJAS

## + Performance promocional dos canais na semana da Black Friday



Para comparação: em Maio '26, o peso promocional foi de 26,2% e o tamanho do desconto, 19,7% (13,9 p.p. e 5,8 p.p. abaixo da semana da Black Friday '25)

# Black Friday '25

Performance da sazonalidade

De olho no consumo

## Categorias de Mercadoria dominam o ranking de maior peso promocional em Alimentos e Bebidas na Black Friday '25

Leite Líquido e Ovo lideram o peso promocional na semana da Black Friday '25, com 64,4% e 58,7% de participação, respectivamente, e a maior vigência média entre as cinco categorias analisadas — 3,5 e 3,8 dias.

Todas as cinco categorias avançaram em peso promocional e tamanho médio do desconto frente à Black Friday '24, com destaque para o Arroz, que registrou o maior incremento no tamanho do desconto: +8,5 p.p.

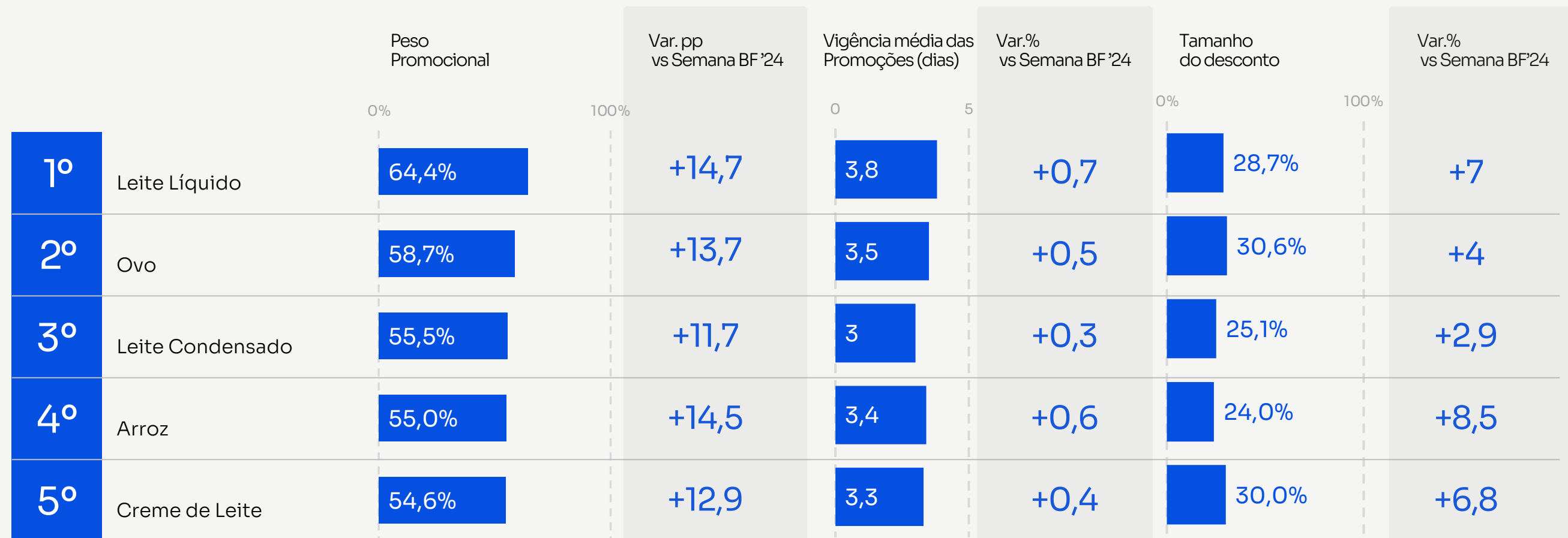
A leitura reforça que produtos essenciais de mercearia concentraram o esforço promocional no período.

Uma leitura exclusiva



ANÁLISE DE MESMAS LOJAS

### + Top Categorias de Alimentos e Bebidas com maior peso promocional na semana da Black Friday '25



# Black Friday '25

Performance da sazonalidade

De olho no consumo

## Bazar e Eletro intensificam promoção e ditam o ritmo da Black Friday '25 em Não Alimentos

Todas as categorias avançaram em peso promocional frente à Black Friday '24, com destaque para Móvel Cozinha (+20,9 p.p.) e Acessório Eletro/Info (+13,2 p.p.).

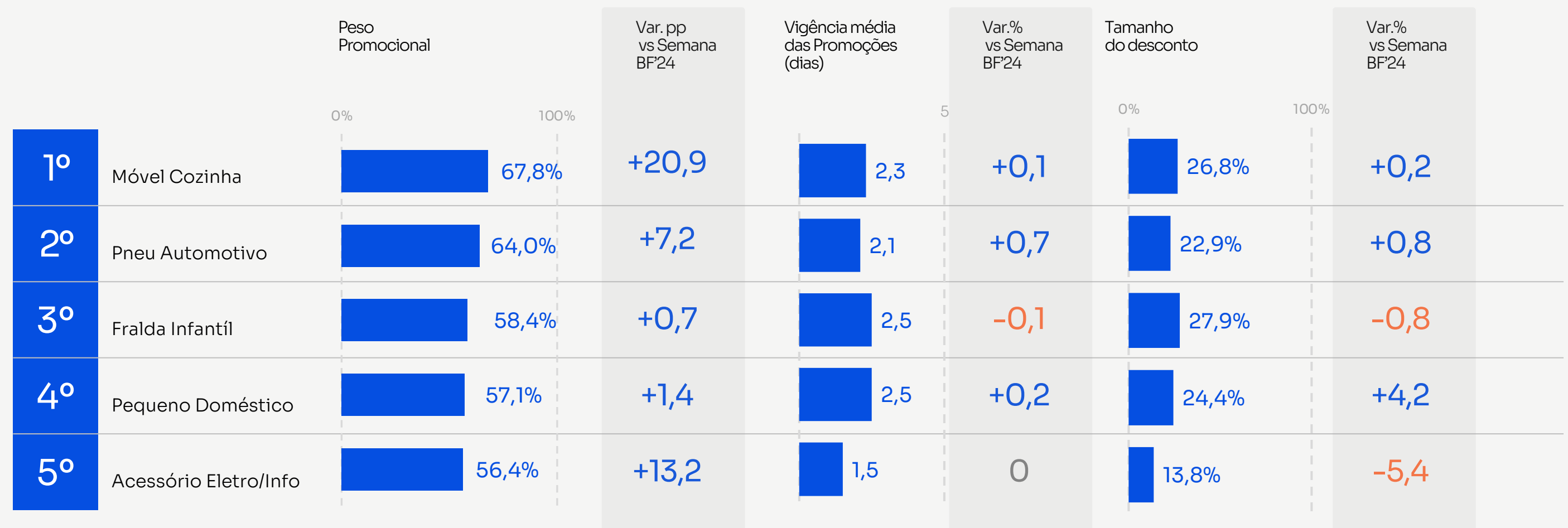
Diferentemente de Alimentos e Bebidas, o esforço promocional se concentrou em produtos específicos, com descontos mais agressivos e vigência mais curta — uma estratégia de impacto direto no consumidor.

Uma leitura exclusiva



ANÁLISE DE MESMAS LOJAS

### + Top Categorias de Não Alimentos/Bebidas com maior peso promocional na semana da Black Friday '25



## De olho no consumo

No estudo oferecido pelo Google desse mês, analisamos como o brasileiro enxerga a Black Friday, através do consumo e jornada de compra.

A sazonalidade é vista como um dos momentos mais populares para realizar compras no Brasil.

A maioria dos brasileiros que compraram itens durante a sazonalidade afirmam que devem repetir o comportamento no ano seguinte.

Consumidor estratégico: maioria dos consumidores aproveitam a sazonalidade para realizar compras de final de ano.

POR

Google



# Promoção divide o consumidor entre planejamento e impulso

Mesmo com uma postura mais planejada, o consumidor ainda é altamente sensível à oportunidade. A promoção não apenas atrai quem já estava decidido a comprar, mas também acelera decisões e pode mudar o comportamento no ponto de venda.

ESTUDO ESPECIAL

Fonte: Google Offerwise jul/2025 n=2000

## Consumo estratégico



**64%** se consideram consumidores planejados

**65%** afirmam que, embora acompanhem várias datas promocionais, só compram o que estava em seus planos

## Consumo impulsivo



**53%** admitem tomar decisões de forma mais rápida para não perder uma oferta

**47%** se consideram mais impulsivos durante períodos de promoção





## Black Friday só tem uma

A data dos maiores descontos do ano



## Dia do Consumidor

vs.

## Black Friday

**51%** conhece a sazonalidade

**47%** pesquisou sobre

**15%** já comprou durante o período

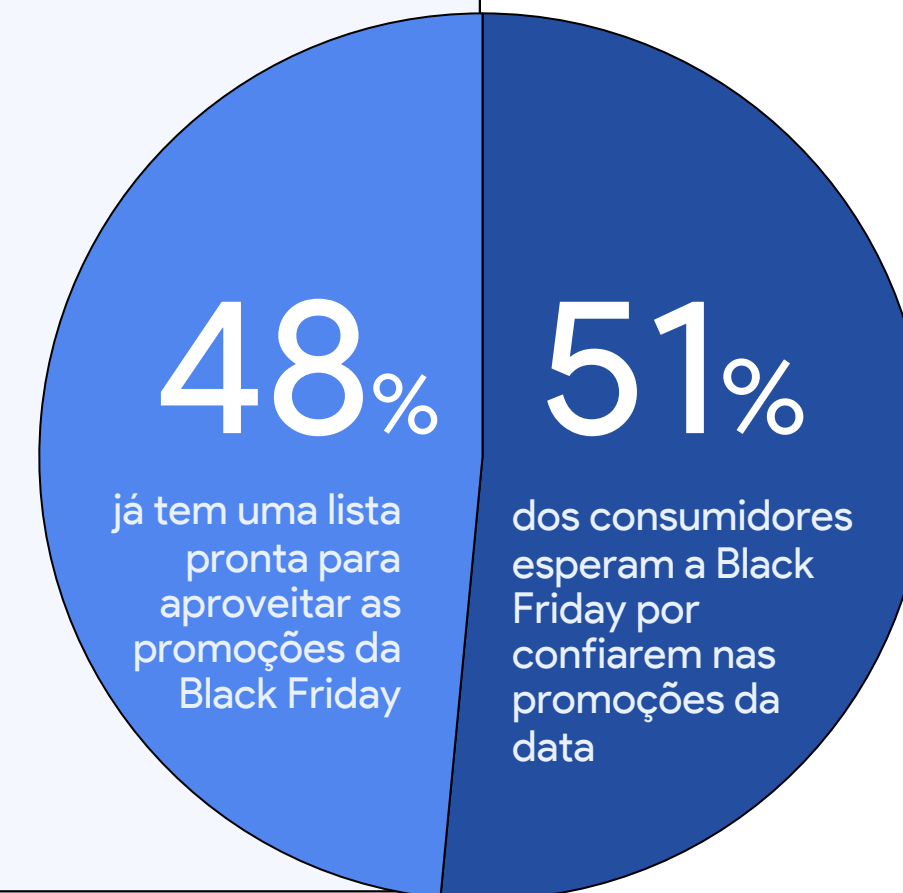
**29%** de conversão em compras

**89%** conhece a sazonalidade

**82%** pesquisou sobre

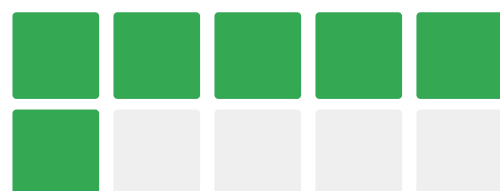
**67%** já comprou durante o período

**75%** de conversão em compras



## Black Friday é a data dos maiores descontos no ano

Entre os consumidores **6 em cada 10** brasileiros pretendem comprar na Black Friday



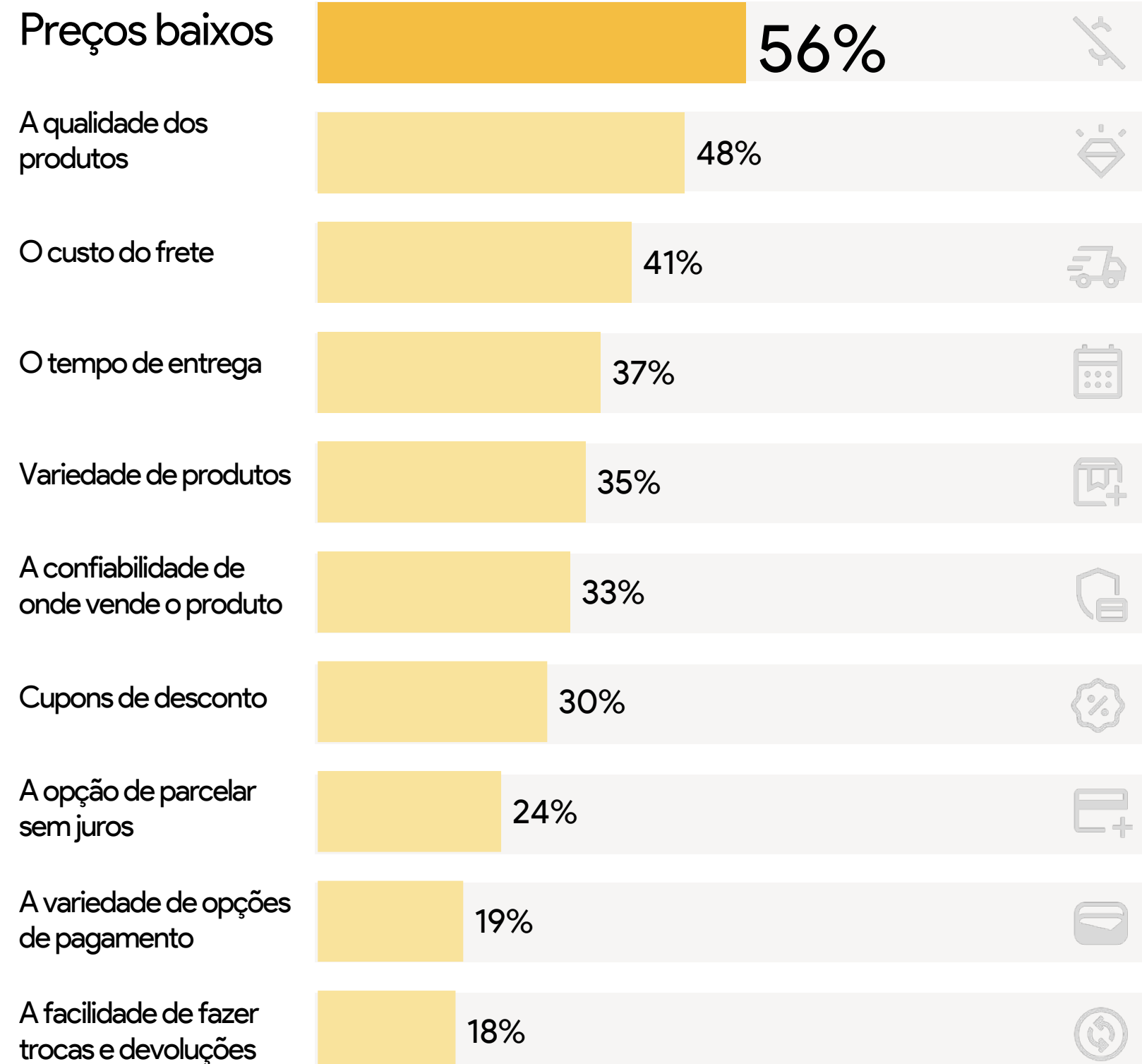
### Replay

**81%** das pessoas que compraram em 2024 **querem comprar neste ano**

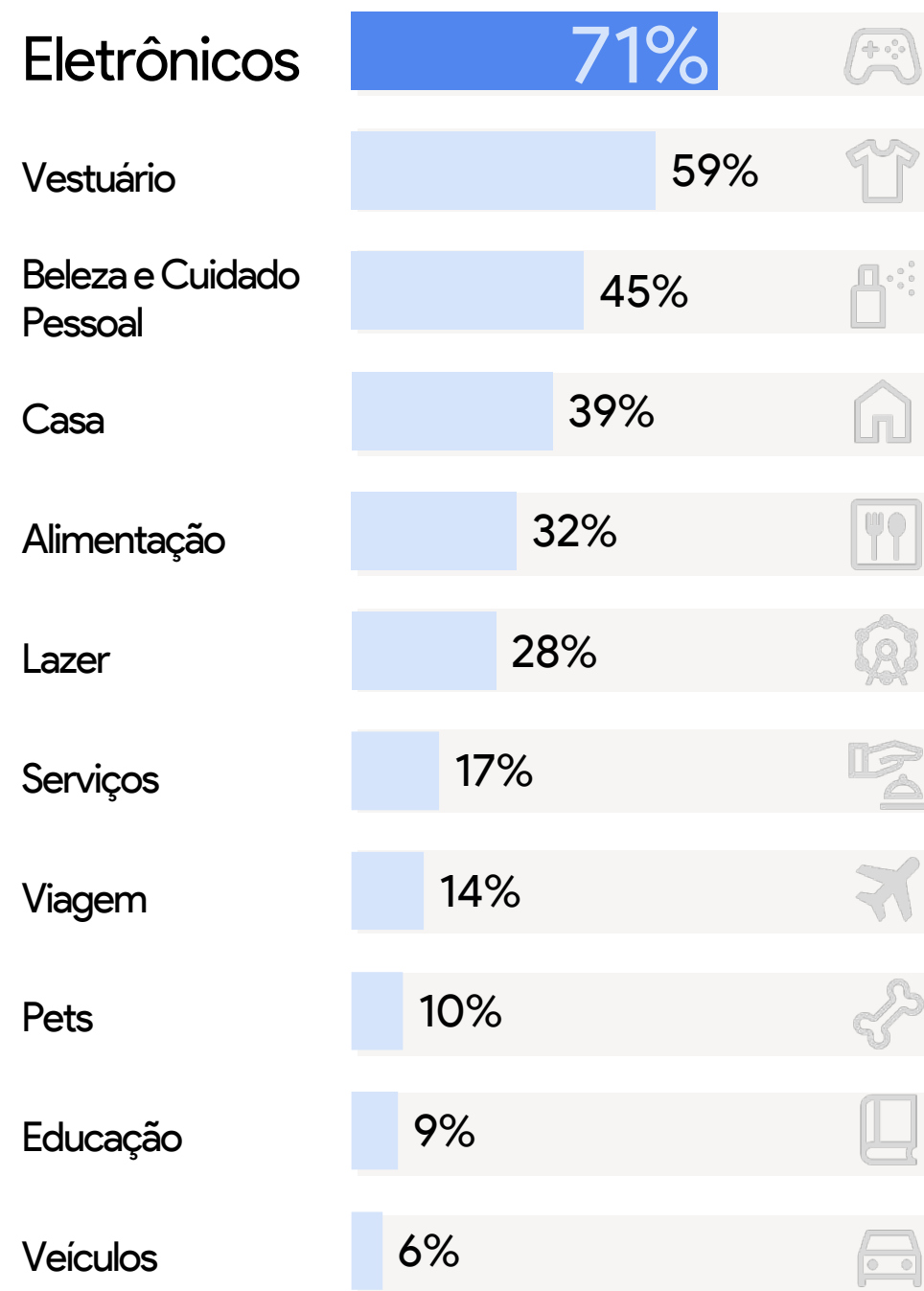
ESTUDO ESPECIAL

Fonte: Google Offerwise jul/2025 n=2000

O que é importante para escolher onde comprar na Black Friday?

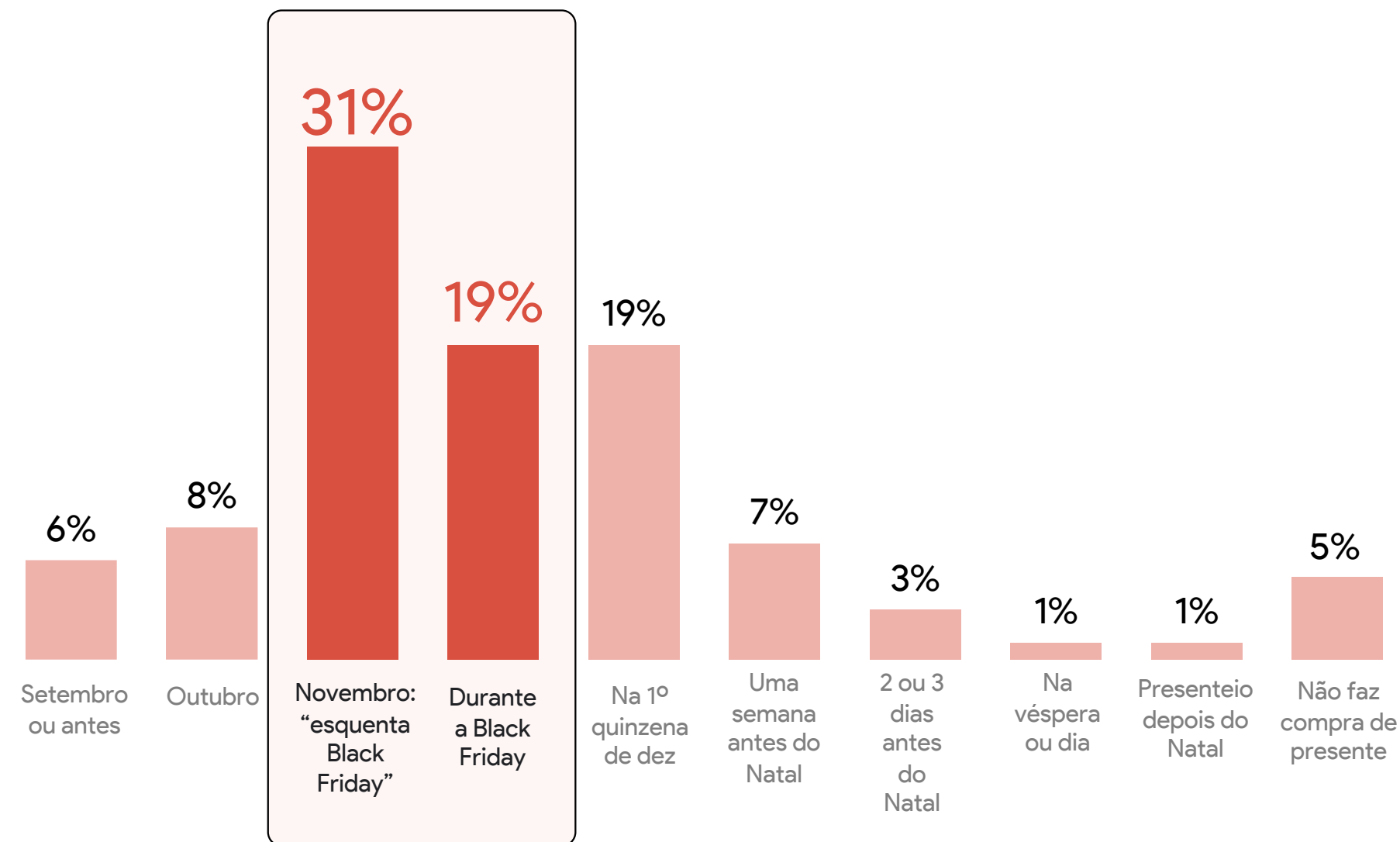


## Eletrônicos seguem líderes na intenção da Black Friday



Segundo a 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?



Fonte: Google e Offerwise, Brasil, Classe ABC, 18+, N=2000

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.

Confira as últimas edições:

Radar Mensal  
**Maio**

com Alberto Serrentino  
Fundador da Varese Retail



Radar Sazonal  
**Dia das Crianças**



Radar Sazonal  
**Dia dos Pais**



Radar Sazonal  
**Inverno '25**



Acesse o HUB e baixe os relatórios

Performance e Insights das principais datas do ano

Aumento de preço mantém estável crescimento de faturamento em Maio: Perecíveis, Mercearia e Bazar lideram crescimento  
Veja no Radar Mensal:



Agradecemos a leitura

Receba o Radar por WhatsApp

Clique aqui



Quer saber mais sobre a sua região ou categoria?

Entre em contato

Performance total

Análise por perfil de loja

Desempenho por região

Seleção de produtos

Baixar o Radar Mensal

