Relatório
mensal

NOVA MÉTRICA DE INFLAÇÃO

Inflação Scanntech avança em outubro (0,51%), puxada pela Cesta Básica (+0,97%)

Página 15

CLAUDIA SCARPELIN
Pesquisadora da área de **Ovos**

THIAGO BERNARDINO
Pesquisador **Proteína Animal**

MARGARETE BOTEON
Pesquisadora da área de **FLV**

NATÁLIA GRIGOL
Pesquisadora resp. pela **Equipe de Leite**

O relatório mais rápido e completo do varejo.

radar



QUEM É REFERÊNCIA, ESTÁ NO RADAR

Pesquisadores do CEPEA traçam o cenário dos alimentos para ‘27

Verão de El Ñino: Carne bovina e hortaliças vão pesar mais no bolso do consumidor enquanto frango, suíno e ovos podem aliviar.

Página 04

scanntech

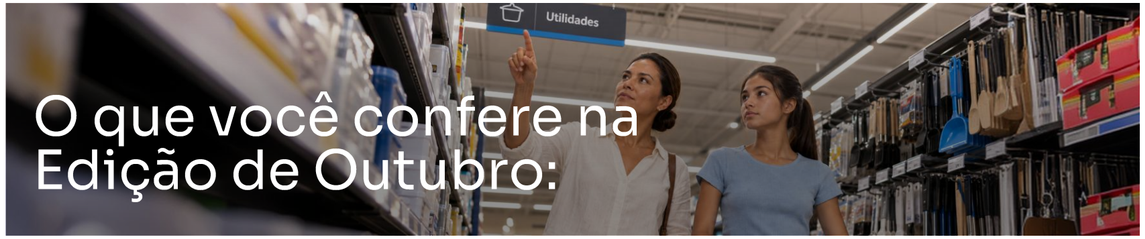
Em parceria:

cepea
CENTRO DE ESTUDOS AVANÇADOS EM ECONOMIA APLICADA - ESALQ/USP

USP

Edição de Outubro
Publicação: 6 de Novembro de ‘26

scanntech



O que você confere na Edição de Outubro:

04 Mercado em Foco com Pesquisadores da CEPEA USP

O estudo analisa como El Niño, oferta e custos de produção podem afetar proteínas, leite, ovos e hortaliças no verão 2026/27.

07 Canal Alimentar

Confira as principais movimentações do varejo alimentar no mês de Outubro

14 De olho no preço

Leitura mostra a oscilação da inflação e promoção no mês, com impactos distintos

19 Dinâmica por cesta

Quais categorias puxaram o resultado positivo e negativo.

24 EXCLUSIVO
Canal Perfumaria

Panorama do canal perfumaria e as tendências do mundo da beleza e cuidado pessoal.

radar

Outubro foi o melhor mês do ano, diversos fatores contribuíram para o resultado

Outubro foi o mês da retomada do varejo alimentar. O faturamento em mesmas lojas cresceu 6,4% vs. outubro de 2025, quase o dobro de setembro (+3,3%), e as unidades interromperam a queda, impulsionadas por mais renda disponível com o reajuste de 15% do Bolsa Família e a proibição das Bets. No entanto, o efeito calendário foi ainda mais relevante para o crescimento do mês. O pagamento de salários de novembro aconteceu ainda em outubro, antecipando o consumo do primeiro sábado de novembro para dia 31 de outubro.

O resultado ficou acima do acumulado do ano (+3,5%) e chegou a 9,6% em total lojas. As unidades saíram de uma queda de -2,2% em setembro para estabilidade (+0,1%), já que o consumidor levou mais itens por ticket (+1,2%) e compensou a queda de 1,1% no fluxo em loja. O consumo em volume também cresceu 0,6%.

O crescimento foi amplo entre as cestas. Perecíveis liderou (+9,5%), impulsionada por Legume (+36,3%), enquanto Bebidas (+7,8%), Limpeza (+7,3%) e Pet (+6,5%) também cresceram acima do canal. Em unidades, Pet registrou a maior alta (+9,2%), seguida de Limpeza (+1,6%) e Mercearia (+0,9%), e Energético cresceu 38,0% com o calor do mês.

Do lado detrator, Mercearia Básica recuou 1,4% no faturamento e 1,7% em unidades. Apesar disso, a cesta deixa de deflacionar.

Por região, o Centro-Oeste liderou (+8,3%), e entre os perfis de loja, Atacarejo e Super 10+ cresceram também em unidades.

A inflação Scanntech desacelerou para 0,51% vs. setembro, abaixo da alta de 0,91% do mês anterior, com Café (-2,4%) e Leite UHT (-1,8%) segurando o índice, porém a cesta básica subiu 0,97%, impulsionada por Tomate e Cebola. Nas promoções, o varejo ampliou o peso promocional (+1,0 p.p., para 26,8%) e a duração das ofertas (+2,7%), porém a venda incremental recuou 8,1 p.p.

No canal perfumaria, a queda de faturamento desacelerou de 9,9% para 5,2%. Cuidado do Cabelo, que responde por 55,8% do canal, registrou a menor queda (-1,3%), com altas de 10,9% em Coloração e de 8,6% em Água Oxigenada, enquanto Shampoo Infantil cresceu 2,6% no mês do Dia das Crianças.

Assim, outubro refletiu um varejo mais aquecido, com consumo estável, o que coloca o canal em boa posição para a alta sazonal de fim de ano. A retomada das unidades ainda precisa se confirmar nos próximos meses, já que o acumulado do ano segue em queda de -0,6%.

Boa leitura e boas vendas!

scanntech

da black friday ao verão

Como preparar sua operação para a alta temporada



14

TÁ NO AR

8 15 16 22 24

CLIQUE AQUI E ASSISTA JÁ NO YOUTUBE DA SCANNTECH BRASIL



Mercado em foco com

Time de Pesquisadores do CEPEA- USP

O impacto do El Niño nos alimentos no Verão 2026/27

Relatório mensal

Edição de Outubro
Publicação: 6 de Novembro de '26

A carne bovina e parte das hortaliças devem pesar mais no bolso do consumidor no verão 2026/27, entre novembro e março, mas a alta não será contínua nem igual para todos os produtos agropecuários. O El Niño, que deve seguir muito forte até o início de 2027, tende a trazer excesso de chuvas no Sul, estiagens no Centro-Norte e temperaturas elevadas em boa parte do país, afetando cada cadeia produtiva por mecanismos e prazos diferentes. No caso da carne, pesa a reversão do ciclo pecuário; nas hortaliças, a área menor e a produtividade sob risco. As carnes suína e de frango e os ovos tendem a seguir como alternativas mais competitivas do que a bovina, enquanto o leite deve conviver com maior volatilidade de preços.



Carne bovina:
Ciclo pecuário sustenta a alta

Por: Thiago Bernardino
Pesquisador Proteína Animal do Cepea/Esalq-USP

Na pecuária, o clima influencia o preço pelas pastagens. Chuvas regulares no Centro-Oeste e Sudeste (principalmente) favorecem o capim e o ganho de peso do animal, mas não garantem oferta imediata da carne para o consumidor final: com pasto melhor, o pecuarista pode reter os animais por mais tempo.

No Norte e no Nordeste, déficits hídricos podem comprometer a alimentação dos rebanhos. O clima também afeta a reprodução do rebanho, concentrada entre outubro e março, com reflexos na oferta de carne que podem durar meses ou até anos.

> "Carne bovina e hortaliças tendem a pressionar mais os preços; frango, suíno e ovos podem aliviar."

O fator decisivo para 2027, porém, vai além do clima. A pecuária entra em fase de reversão do ciclo, com maior retenção de fêmeas e menos animais para abate. Com a demanda internacional sustentando as cotações, a carne bovina tende a perder competitividade relativa no bolso do consumidor brasileiro.

Frango e suíno ganham espaço

As carnes suína e de frango têm ciclos produtivos mais curtos que a carne bovina. A tendência é que a produção de suínos cresça com ganhos de produtividade, e o frango se beneficia do ciclo curto, da rápida capacidade de ajuste e da eficiência da cadeia integrada. Com a oferta em crescimento, a tendência é de preços relativamente mais acessíveis que os da carne bovina, o que deve ampliar a participação das duas proteínas no consumo. Essa vantagem, porém, pode ser limitada por exportações mais aquecidas. Ambas, no entanto, são sensíveis ao calor, que reduz o consumo de ração e o ganho de peso, com reflexos na oferta em semanas no frango e em alguns meses na suinocultura.

O principal canal econômico, porém, está nos custos da alimentação dos animais com milho e farelo de soja, que representam parcela expressiva dos custos de produção: problemas climáticos nas regiões agrícolas pressionam o preço das rações, enquanto boas safras ajudam a preservar a competitividade dessas proteínas. Chuvas excessivas no Sul podem afetar lavouras e logística, e problemas no Centro-Oeste podem encarecer a ração em todo o país.
Se a carne bovina subir mais que as demais, parte das famílias, especialmente as de orçamento mais restrito, tende a migrar para o suíno e o frango.

O editorial do Radar mensal da Scanntech reúne contribuições de diferentes vozes relevantes do mercado, com liberdade para abordar temas de interesse de seus leitores. As opiniões, análises e propostas expressas nos artigos são de responsabilidade exclusiva de seus autores e não refletem, necessariamente, o posicionamento da empresa. A publicação desses conteúdos tem caráter exclusivamente editorial e não implica endosso, concordância ou posicionamento institucional da Scanntech, de seus administradores ou de suas empresas relacionadas.



Ovos seguem competitivos

Por: Claudia Scarpelin
Pesquisadora da área de Ovos do Cepea/Esalq-USP

O calor intenso reduz a produtividade das poedeiras e pode deixar as cascas mais finas e sujeitas a trincas, encurtando a vida útil.

Se a produção cair, os preços podem subir, mas esse efeito não necessariamente chega de imediato ao consumidor: depende do ritmo de vendas, dos estoques disponíveis e do repasse ao varejo.

A oferta interna deve seguir como um dos principais fatores de pressão de baixa sobre os preços em 2027.

Apesar do crescimento do consumo, a maior disponibilidade doméstica de ovos tem pressionado as cotações ao longo de 2026.

Para 2027, a expectativa do setor também é de avanço na produção, porém, em ritmo mais moderado.

Nesse cenário, a manutenção de preços competitivos pode favorecer a demanda por ovos frente a outras proteínas.



Leite: sazonalidade sob teste

Por: Natália Grigol
Pesquisadora resp. pela Equipe de Leite do Cepea/Esalq-USP

Em condições favoráveis, o verão tende a elevar a produção de leite no Sudeste, Centro-Oeste e Sul, devido à maior disponibilidade de pastagens. Porém, o El Niño pode reduzir a produção nas áreas afetadas. Assim, os preços ao produtor tendem a cair sazonalmente no verão, mas isso depende das condições climáticas regionais a cada ano.

No varejo, o repasse não é automático e varia conforme estoques, logística e sensibilidade do consumidor em cada lácteo. Mesmo que a oferta nacional e internacional de milho e soja aumente moderadamente em 2027, a demanda firme por grãos, as incertezas climáticas e o risco cambial podem limitar a queda dos preços dos grãos e aliviar pouco os custos do pecuarista.

A produção de leite deve continuar crescendo, mas em ritmo menor. Nesse cenário, aumenta o risco de maior volatilidade das cotações do leite cru e dos lácteos. Para o consumidor, o verão pode trazer algum alívio nos lácteos, caso o clima não comprometa a produção.



Hortaliças: verão de preços mais altos

Por: Margarete Boteon
Pesquisadora da área de FLV do Cepea/Esalq-USP

Nas hortaliças, o cenário mais provável para o verão 2026/27 é de preços mais elevados, a exemplo do que ocorre neste segundo semestre de 2026. Três fatores sustentam essa tendência.

O primeiro é a área: o Hortifruti/Cepea estima recuo de 6,5% na área das principais hortaliças em 2026/27, com destaque para a cebola e a batata.

O segundo é o endividamento: os prejuízos de 2025, os juros altos e o crédito restrito limitam a capacidade de investimento do produtor.

O terceiro é o clima: o El Niño deve seguir muito forte até o início de 2027, com chuvas acima da média no Sul, principalmente, o que compromete a produtividade e a qualidade e eleva os custos.

A tecnologia pode compensar parte da queda de área por meio de ganhos de produtividade, mas, com clima adverso, há pouco espaço para recuos prolongados de preço.

O que acompanhar em 2027:

Para o restante do ano, os sinais a observar são a regularidade das chuvas nas regiões de grãos, pastagens e hortaliças, os preços do milho e do farelo de soja, essenciais para a ração animal, e o câmbio, já que um real desvalorizado estimula as exportações e encarece os insumos, elevando o preço do produto final.

São esses sinais que vão definir o tamanho da conta do consumidor em 2027.

Quer acompanhar mais análises como essa?

Acesse a página oficial do **Centro de Estudos Avançados em Economia Aplicada da USP:**

Clique aqui

O editorial do Radar mensal da Scanntech reúne contribuições de diferentes vozes relevantes do mercado, com liberdade para abordar temas de interesse de seus leitores. As opiniões, análises e propostas expressas nos artigos são de responsabilidade exclusiva de seus autores e não refletem, necessariamente, o posicionamento da empresa. A publicação desses conteúdos tem caráter exclusivamente editorial e não implica endosso, concordância ou posicionamento institucional da Scanntech, de seus administradores ou de suas empresas relacionadas.

PESQUISA DE SATISFAÇÃO RADAR MENSAL

Conta pra gente: o que achou do Radar desse mês?

São 4 perguntas rápidas sobre esta edição. Suas respostas ajudam o time a decidir o que entra nas próximas.

Clique aqui para responder



scanntech

scanntech

radar

O relatório mais rápido e completo do varejo.

Edição de Outubro
Publicação: 6 de Novembro de '26

Canal alimentar

- Performance total
- Análise por perfil de loja
- Desempenho por região
- De olho no:
  - preço
  - estoque
- Dinâmica por cesta

ANÁLISE DE MESMAS LOJAS

Principais motores em faturamento

Out '26 Vs. Out '25



Fatores promotores do mês

Em outubro de 2026, o faturamento em mesmas lojas do canal alimentar registrou alta de 6,4% vs. outubro de 2025, acima do acumulado do ano (+3,5%). O resultado foi impulsionado pelo preço por unidade (+6,3%), enquanto as unidades ficaram estáveis (+0,1%). Perecíveis liderou o crescimento entre as cestas (+9,5%), impulsionada por Legume (+36,3%), com a alta de preço de Tomate e Cebola. Bebidas veio em seguida (+7,8%), com Energético em alta de 46,4%, enquanto Pet registrou a maior alta de unidades (+9,2%). Por região, o Centro-Oeste liderou (+8,3%).



Fatores detratores do mês

Mercearia Básica foi a principal cesta detratora do mês e registrou queda de 1,4% no faturamento, com recuo de 1,7% nas unidades e preço estável (+0,2%). O Café, item da cesta, registrou deflação mensal de 2,4% e perdeu eficiência promocional nos quatro perfis de loja. Na promoção, o peso promocional subiu 1,0 p.p., porém o uplift recuou 8,1 p.p., para 59,8%, com a maior queda no Atacarejo (-13,0 p.p.).

canal alimentar

Performance total
Análise por perfil de loja
Desempenho por região
De olho no preço
Dinâmica por cesta

ANÁLISE DE MESMAS LOJAS

Vetores que direcionam os resultados do mês





Calor

Outubro/26 apresentou temperaturas médias maiores em relação a outubro/25. No ano passado São Paulo teve recorde de temperaturas mínimas..

Inflação

Fatores climáticos, como precipitações no sul e sudeste do Brasil, fazem preços de Legume, como Tomate e Cebola dispararem em outubro, e como Batata, que já vinha apresentando preços altos.

Efeito Calendário

O pagamento dos salários de novembro aconteceu na sexta-feira, dia 30 de outubro, antecipando o consumo do primeiro sábado de novembro para o dia 31.

Consumo: Bets e Bolsa Família

O fim da Bets e o reajuste de 15% do valor do Bolsa Família foram fatores que favoreceram o aumento do consumo no mês.

Fonte: Scanntech - Scann Share | Dados Mesmas Lojas

Cenário Brasileiro: Efeito Calendário e Consumo

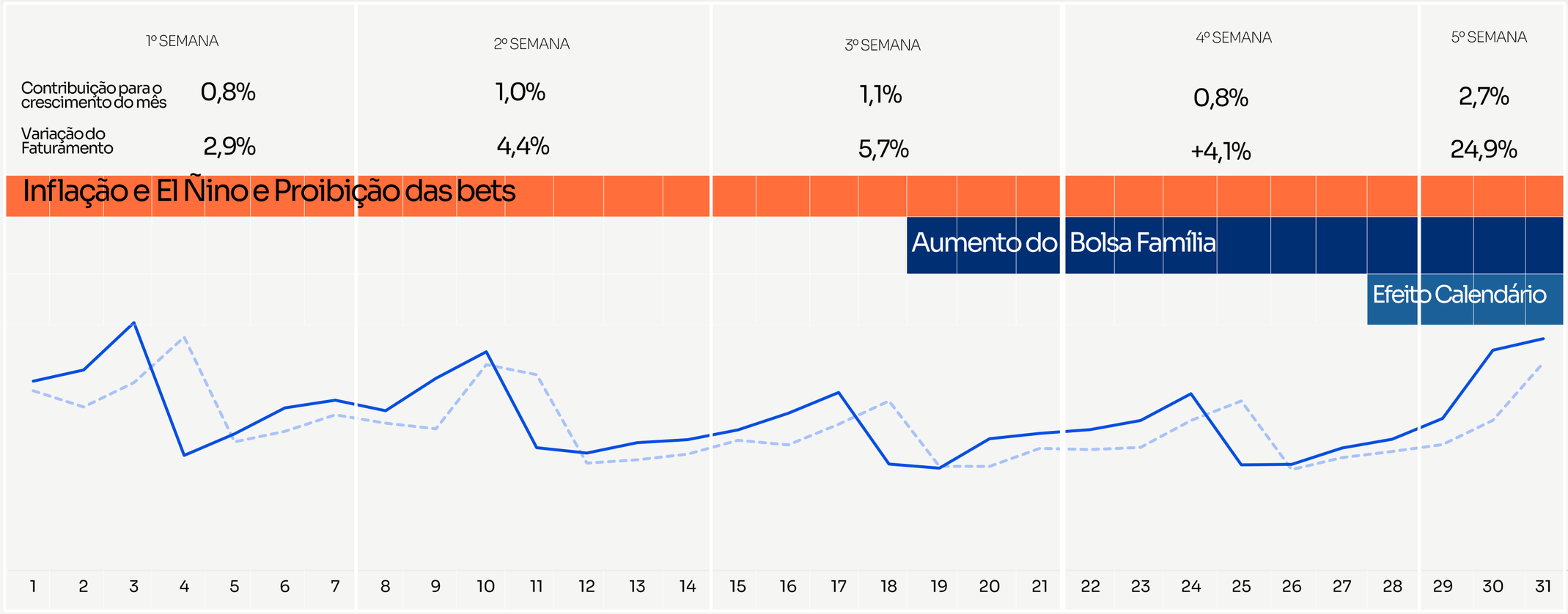
A última semana de outubro foi essencial para o resultado do mês, concentrando 3,1% dos 6,4% de crescimento do mês, aumentando 24,9% em faturamento vs o mesmo período do mês anterior: isso se dá por efeito calendário, uma vez que o pagamento do salário de novembro ocorreu no dia 30 de outubro, sexta-feira.

Se não fosse pelo efeito calendário, o mês teria crescido apenas 4,2%, enquanto as unidades teriam caido -0,9%. Além disso, a proibição das Bets a partir do dia 25 de setembro, juntamente com o aumento de 15% no valor do Bolsa Família, efetivado dia 19 de outubro, também promoveram o consumo no mês.

ANÁLISE DE MESMAS LOJAS

Evolução do Faturamento

Out '26 vs. Out ' 25



Fonte: Scanntech - Scann Share | Dados Mesmas Lojas

Melhor resultado do ano: em outubro, unidades ficam estáveis, depois de meses em queda

No acumulado do ano, o faturamento em mesmas lojas avança +3,5%, sustentado basicamente pelo preço por unidade (+4,1%), já que as unidades vendidas recuam 0,6%. Esse aumento de preço reflete tanto a variação do preço por volume (+2,9%) quanto o crescimento do tamanho médio das embalagens (+1,1%), o que mantém o volume levemente positivo no período (+0,5%).

Em outubro, o faturamento ganha ainda mais força e chega a +6,4%, com o preço por unidades acelerando para +6,3%.

As unidades deixam de cair e fecham o mês em estabilidade (+0,1%): o fluxo em loja segue em queda (-1,1%), mas é compensado pela quantidade de unidade por ticket (+1,2%).

O aumento de preço vem quase todo do preço por volume (+5,7%), e o aumento do volume por embalagem mantém o volume vendido levemente positivo (+0,6%).

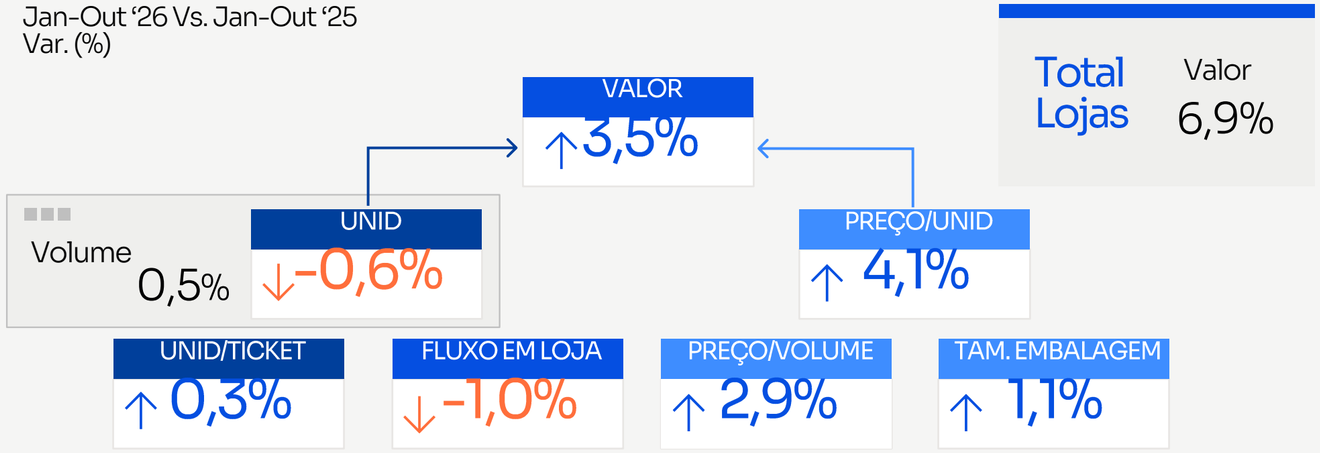
Em mesmas lojas, o canal alimentar cresce +6,4% em outubro'26 e 3,5% no acumulado do ano. No **total lojas**, o crescimento é +9,6% no mês e +6,9% no ano.

scanntech

Decomposição de Vendas em Mesmas Lojas

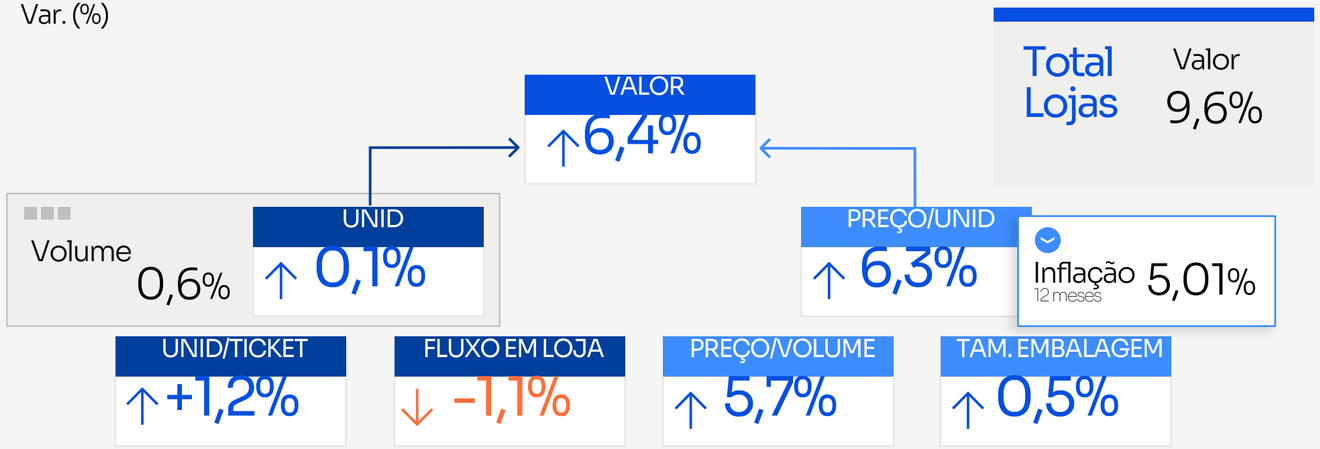
Acumulado do Ano

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



Resultado do Mês

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



Fonte: Scanntech - Scann Share | Dados Mesmas Lojas

Desempenho por perfil de loja

No acumulado do ano, todos os formatos crescem em faturamento apoiados em preço e todos retraem em unidades, com quedas que vão de 0,3% no Super 10+ a 1,3% no Super 1-4.

O Atacarejo tem o menor aumento de preço entre os formatos (+2,4%), o que limita seu crescimento em valor a +1,4%.

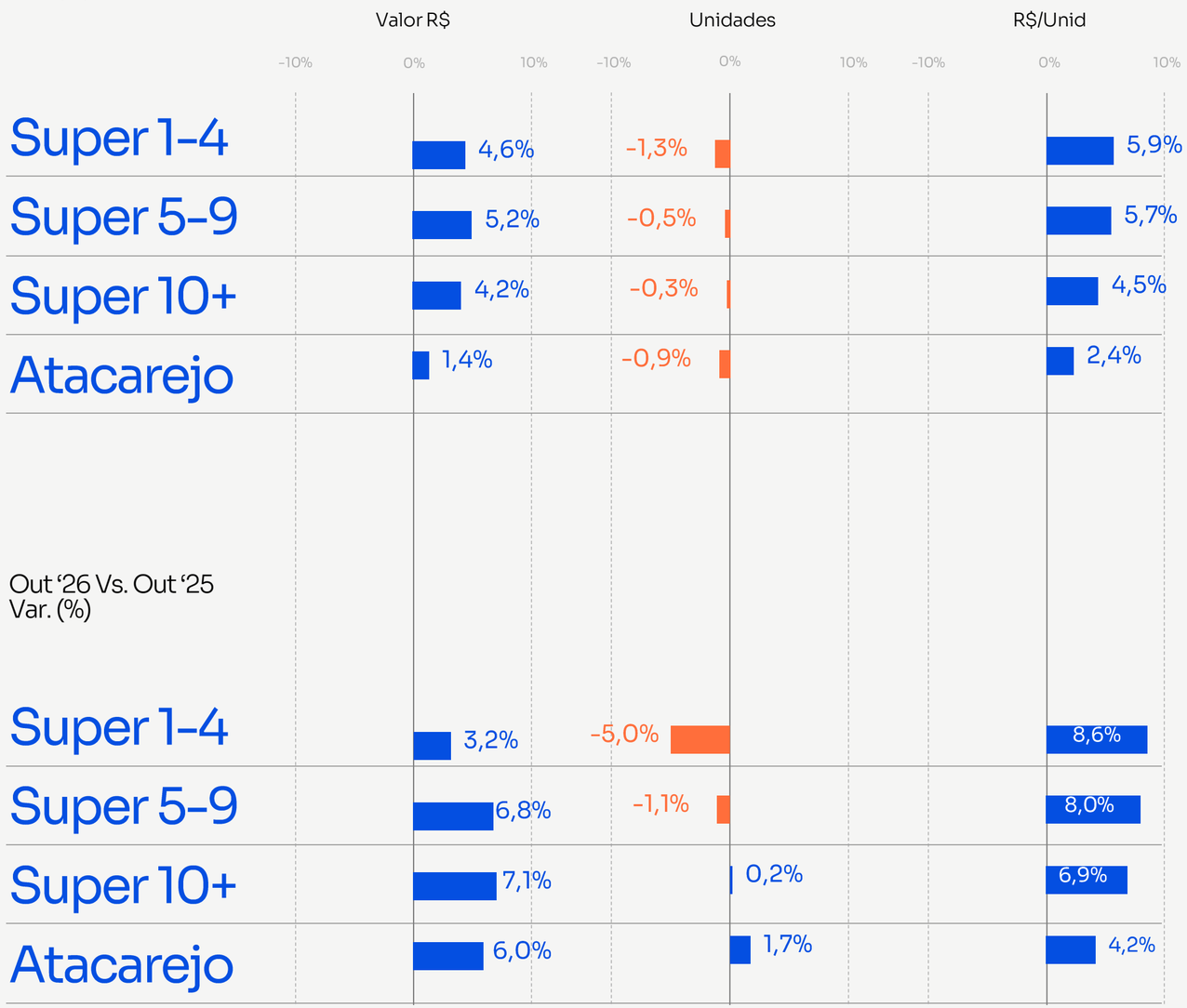
Em outubro, o cenário muda. O aumento de preço acelera em todos os formatos frente ao acumulado, e o faturamento cresce entre +3,2% e +7,1%.

Super 1-4 tem o maior reajuste de preço do mês (+8,6%) e a maior retração de unidades (-5,0%), o que limita seu crescimento em valor a +3,2%, o menor entre os formatos. Super 5-9 (+6,8%) também recua em unidades (-1,1%), com preço de +8,0%.

Já Super 10+ (+7,1%) e Atacarejo (+6,0%) conseguem crescer em unidades (+0,2% e +1,7%, respectivamente), com aumentos de preço mais moderados (+6,9% e +4,2%).

Acumulado do Ano

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



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

Fonte: Scanntech - Scann Share | Dados Mesmas Lojas

Crescimento
Queda

Edição de Outubro
Publicação: 6 de Novembro de '26

Dinâmica por Região

Em outubro, todas as seis regiões crescem em faturamento, e quatro delas também crescem em consumo. O Centro-Oeste lidera o faturamento do mês, com alta de 8,3%, sustentada pelo maior aumento de preço do país (+7,7%) e por unidades em leve alta (+0,6%).

Sul (+8,2%) e Norte (+8,0%) vêm logo atrás, com crescimento nas duas frentes: o Sul com preço de +6,9% e unidades em +1,2%, e o Norte com preço de +6,8% e unidades em +1,1%.

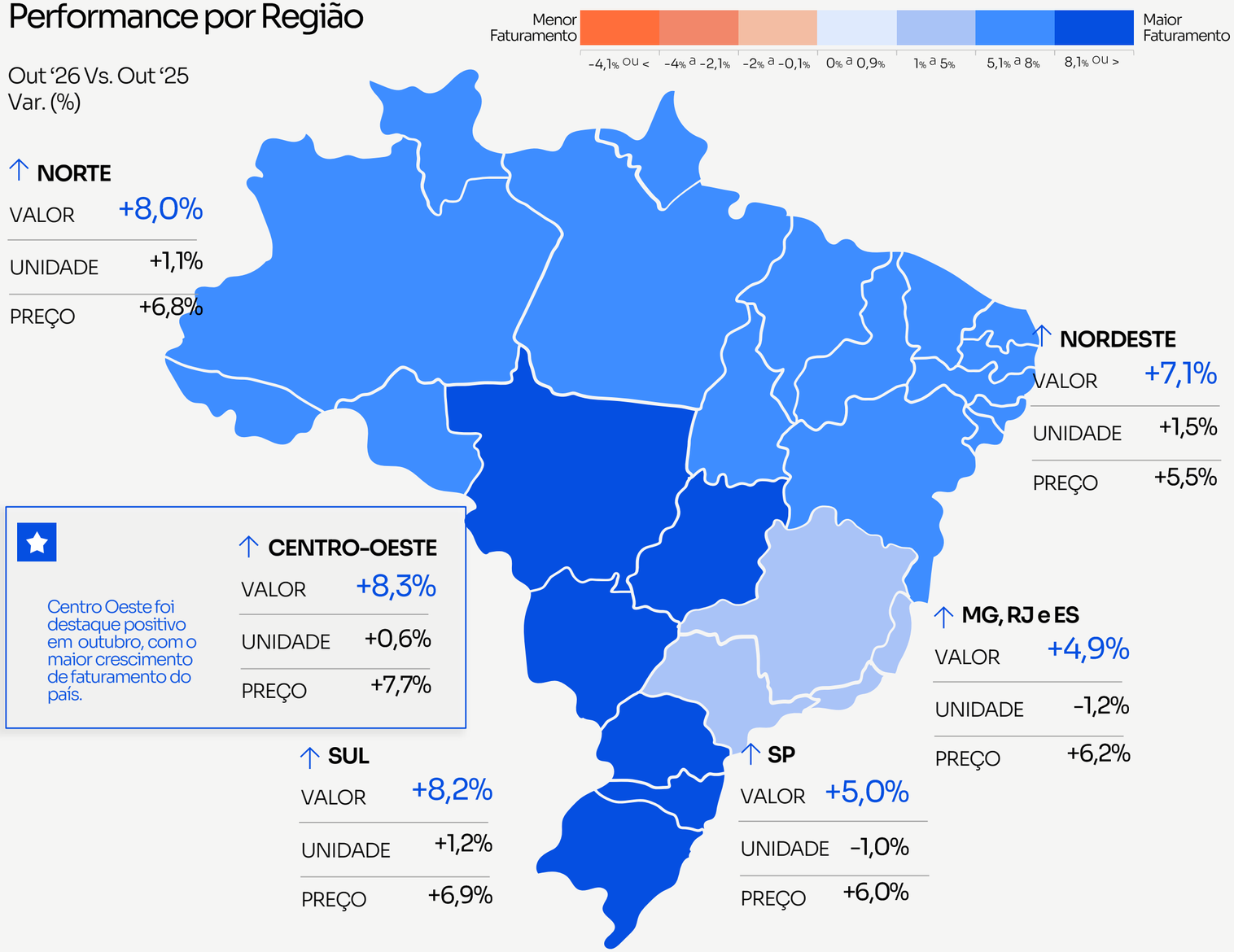
O Nordeste (+7,1%) também avança em valor, com a maior alta de unidades entre as regiões (+1,5%) e preço de +5,5%.

SP (+5,0%) e MG, RJ e ES (+4,9%) apresentam os menores crescimentos em valor do país e são as únicas regiões que seguem com queda em unidades (-1,0% e -1,2%), mesmo com aumentos de preço de +6,0% e +6,2%.

scanntech

Performance por Região

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



Fonte: Scanntech - Scann Share | Dados Mesmas Lojas

scanntech

radar

O relatório mais rápido e completo do varejo.

Edição de Outubro
Publicação: 6 de Novembro de '26

De olho no preço

por scann pricing

- Inflação Scanntech Vs. Preço Médio
- Promoção por canal

canal alimentar

Performance total
Análise por perfil de loja
Desempenho por região
De olho no preço
Dinâmica por cesta

Inflação Scanntech

Out '26 - Var. (%) vs. Mês Anterior

↑ Variação de preço médio	+0,17%
↑ Inflação Scanntech	+0,51%
↑ Inflação FMCG	+0,23%
↑ Inflação Cesta Básica	+0,97%

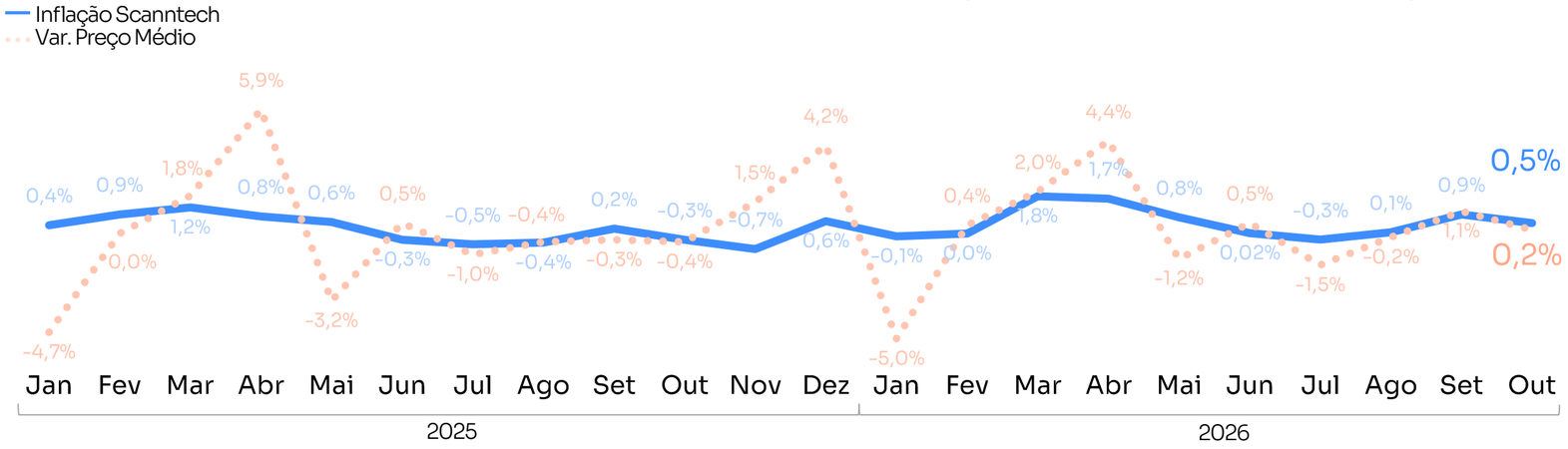
Em outubro, a inflação Scanntech registrou alta de 0,51% vs. setembro, e o preço médio subiu 0,17%. A diferença de 0,34 p.p. refletiu o mix comprado. A cesta básica subiu 0,97%, quatro vezes a alta do FMCG (+0,23%), impulsionada por Arroz (+4,2%), Tomate (+21,5%) e Bovino (+2,6%). Assim, a alta do mês se concentrou nos itens da cesta básica.

Positivo
Negativo

Mensal vs. Preço Médio

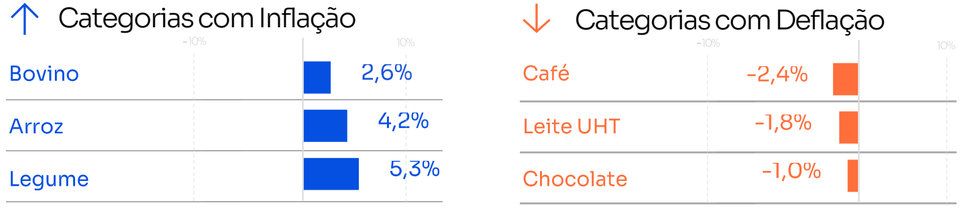
Jan '25 a Out '26 - Var. (%) vs. Mês Anterior

A inflação Scanntech registrou alta mensal de 0,51% em outubro, abaixo da alta de 0,91% em setembro. O preço médio também desacelerou, de 1,1% em setembro para 0,17% em outubro. Do lado da deflação, Café (-2,4%), Leite UHT (-1,8%) e Chocolate (-1,0%) foram as categorias que mais contribuíram para segurar o índice.



Inflação das categorias que mais contribuem para a Inflação Mensal Total

Out '26 - Var. (%) vs. Mês Anterior



A alta de Legume (+5,3%) foi puxada por Tomate (+21,5%), Cebola (+16,1%) e Pimentão (+23,9%), e só não foi maior porque Batata in natura (–6,9%) e Cenoura (–17,0%) caíram versus setembro de 2026.

Fonte: Scanntech - Inflação Scanntech – Cesta de Bens de Consumo considerando 100% do canal alimentar (embalados e pesáveis). Inflação FMCG – Cesta de Bens de Consumo embalados. Inflação Cesta Básica – Cesta de Bens de consumo essenciais do canal alimentar: Açúcar, Arroz, Bovino, Café, Farinha, Feijão, Banana, Batata, Tomate, Leite Líquido, Manteiga, Óleo, Pão

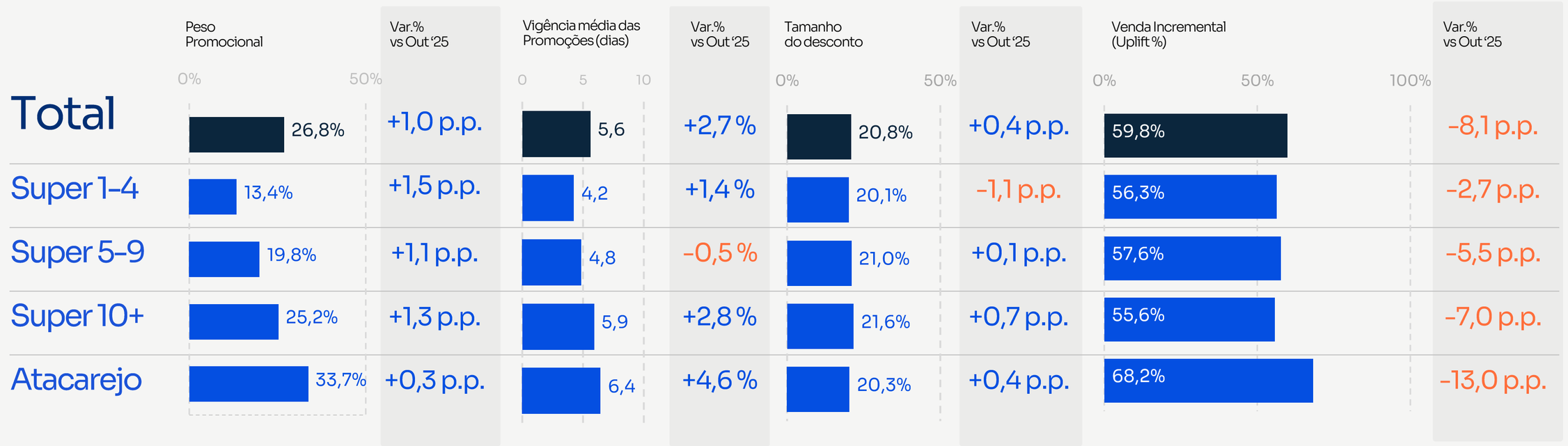
Promoções ganham peso, mas a venda incremental recua 8,1 p.p.

Em outubro de 2026, o peso promocional do canal alimentar registrou alta de 1,0 p.p. vs. outubro de 2025 e chegou a 26,8%, com vigência média de 5,6 dias (+2,7%). O peso subiu em todos os perfis de loja, porém o uplift recuou 8,1 p.p., para 59,8%, com quedas de 2,7 p.p. no Super 1-4 a 13,0 p.p. no Atacarejo. A forte retração das vendas incrementais no Atacarejo se dá por conta de uma base atípica e muito alta em outubro de 2025.

ANÁLISE DE MESMAS LOJAS

Desempenho promocional por perfil de loja

Out '26



Positivo
Negativo

Fonte: Scanntech - Scann Promo - Bens de consumo embalados que representam mais de 90% no canal alimentar

Arroz ganha eficiência promocional em todos os formatos, enquanto Café perde em todos.

O Arroz foi a categoria mais consistente no ganho de eficiência promocional. Liderou o ranking no Super 1-4, no Super 5-9 e no Super 10+ e ficou em 2º no Atacarejo, atrás de Bovino in natura. O Café fez o movimento oposto e registrou a maior perda de eficiência nos quatro perfis de loja. Entre as demais categorias, o Leite Líquido também ganhou eficiência em três perfis de loja, enquanto Refrigerante, Feijão, Energético e Legume apareceram como destaques pontuais. Do lado negativo, o Óleo perdeu eficiência no Super 1-4 e no Atacarejo, e Chocolate e Cerveja repetiram a perda no Super 5-9 e no Super 10+. Margarina, no Super 1-4, e Farinha, no Atacarejo, completam o grupo.

ANÁLISE DE MESMAS LOJAS

O que significa variar a performance promocional?

A eficiência de uma promoção não depende apenas das vendas incrementais, mas **do equilíbrio entre incremento e profundidade do desconto aplicado**.

Variar performance promocional **significa aumentar o retorno do investimento.**

Categorias que mais variaram a performance promocional*

Out '26 Vs. Out '25

Super 1-4

Positivo	
1º	Arroz
2º	Refrigerante
3º	Leite Líquido
Negativo	
1º	Café
2º	Margarina
3º	Óleo

Super 5-9

Positivo	
1º	Arroz
2º	Leite Líquido
3º	Feijão
Negativo	
1º	Café
2º	Chocolate
3º	Cerveja

Super 10+

Positivo	
1º	Arroz
2º	Energético
3º	Leite Líquido
Negativo	
1º	Café
2º	Chocolate
3º	Cerveja

Atacarejo

Positivo	
1º	Bovino In Natura
2º	Arroz
3º	Legume
Negativo	
1º	Café
2º	Óleo
3º	Farinha

Crescimento
Queda

Fonte: Scanntech – Scann Promo – Bens de consumo embalados que representam mais de 90% no canal alimentar.
* variar performance promocional significa aumentar o retorno do investimento.

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:

- Radar Mensal: alimentar, perfumaria, shopper, pricing e estoques
- Radar Sazonal

PEÇA AO SEU ATENDIMENTO SCANNTECH:

- Radar Setorial
- Radar Vizinhança
- Radar Regional

Acesse o Hub



scanntech

radar

O relatório mais rápido e completo do varejo.

Edição de Outubro
Publicação: 6 de Novembro de '26



Dinâmica por cesta

Variação de Cestas

Quatro das oito cestas registraram alta de faturamento acima do total do canal (+6,4%) vs. outubro de 2025. Perecíveis liderou o crescimento (+9,5%), impulsionada pelo maior aumento de preço por unidade entre as cestas (+9,0%), seguida de Bebidas (+7,8%) e Limpeza (+7,3%).

Pet seguiu o caminho oposto e cresceu 6,5%, impulsionado pela maior alta de unidades do mês (+9,2%), mesmo com o preço por unidade em queda de 2,5%.

Do lado negativo, Mercearia Básica registrou queda de 1,4% no faturamento, com recuo de 1,7% nas unidades e preço estável (+0,2%), enquanto Bazar recuou 1,8%, com queda em preço e em unidades.

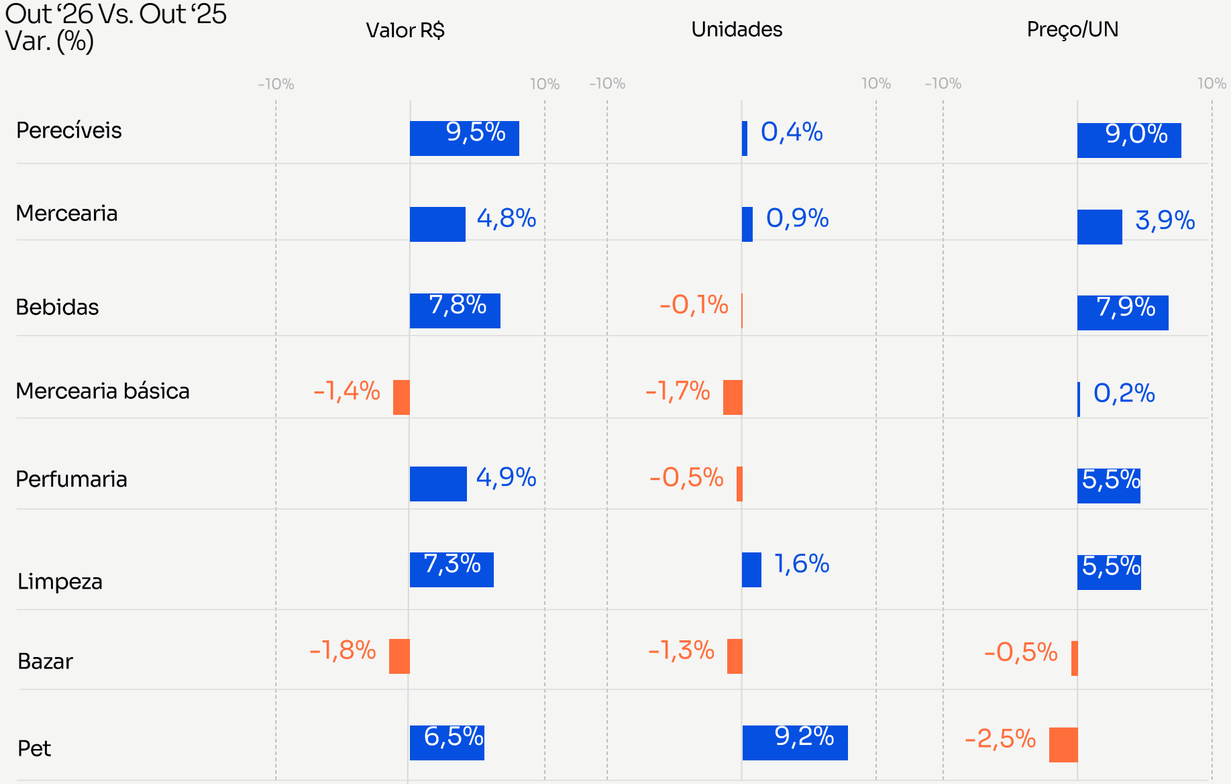
Assim, o crescimento das cestas refletiu principalmente o aumento de preço.

Perecíveis, Mercearia, Limpeza e Pet foram as cestas com crescimento tanto em unidades quanto em faturamento.

Positivo
Negativo

Resultado do mês

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





Fonte: Scanntech - Scann Share | Dados Mesmas Lojas

Perecíveis

Em outubro de 2026, o faturamento de Perecíveis registrou alta de 9,5% vs. outubro de 2025, acima do total do canal (+6,4%). O resultado foi impulsionado pelo preço por unidade (+9,0%), que veio quase todo do preço por kg/L (+8,6%), enquanto as unidades tiveram leve alta de 0,4%.

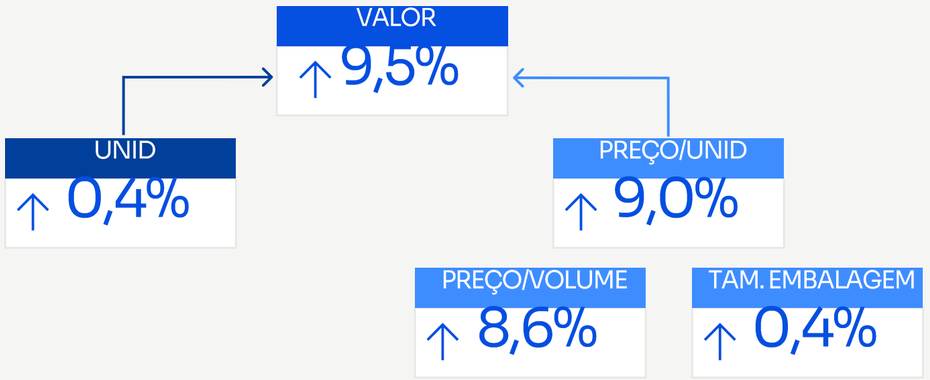
Legume é o maior destaque em valor, com alta de 36,3% vs outubro'25, puxado principalmente pelo aumento de preço de Tomate (+85%), Cebola (202%) e Batata (58%), influenciado por fatores climáticos.

Bovino in natura (+19,3%) e Queijo (+13,5%) também contribuem positivamente em valor. Em unidades, Suíno in natura lidera, com alta de 20,7%, seguido por Frango in natura (+6,1%) e Fruta in natura (+5,1%).

Do lado negativo, Salsicha (-8,3%), Margarina (-6,2%) e Linguiça (-3,6%) são os principais detratores em valor. Em unidades, as maiores perdas estão em Margarina (-8,4%), Legume (-7,8%) e Iogurte (-4,9%).

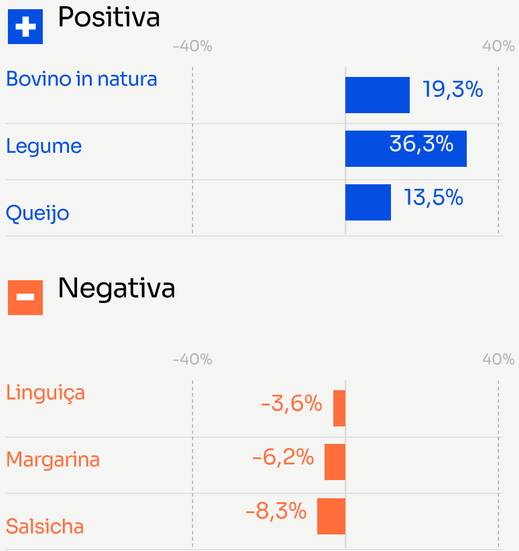
Categorias em Destaque

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

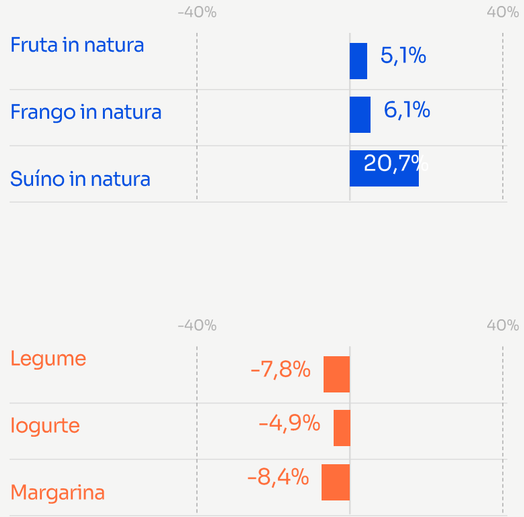


Var. (%) das categorias com maior contribuição

Em valor



Em unidades



Fonte: Scanntech - Radar Scann Share | Dados Same Stores

Bebidas

Em outubro de 2026, o faturamento de Bebidas registrou alta de 7,8% vs. outubro de 2025, acima do total do canal (+6,4%). O resultado foi impulsionado pelo preço por unidade (+7,9%), que combinou o aumento do preço por litro (+5,3%) e as embalagens maiores (+2,5%), enquanto as unidades ficaram estáveis (-0,1%).

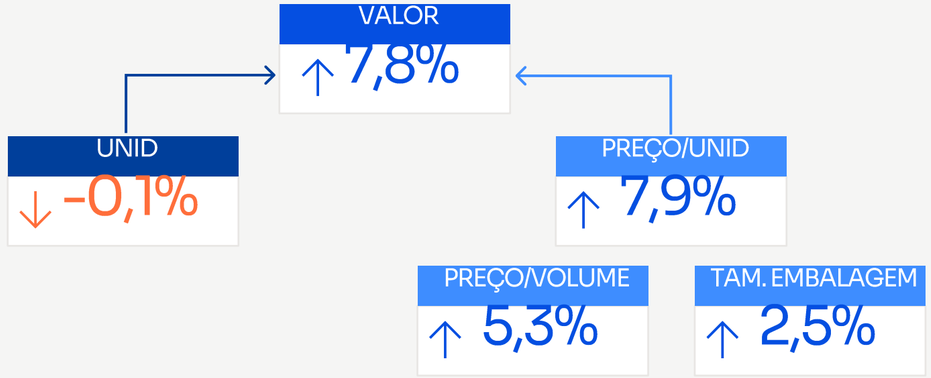
Energético liderou o crescimento em valor (+46,4%) e em unidades (+38,0%), enquanto Cachaça registrou a maior queda em valor (-10,4%) e Suco, a maior queda em unidades (-7,5%).

A Cerveja, maior categoria da cesta, cresceu 3,7% em valor apenas por preço, já que as unidades recuaram 4,4%.

Assim, a alta de Bebidas refletiu preço e embalagens maiores, e não aumento de consumo, já que os ganhos de unidades em Energético e Água não compensaram a queda da Cerveja.

Categorias em Destaque

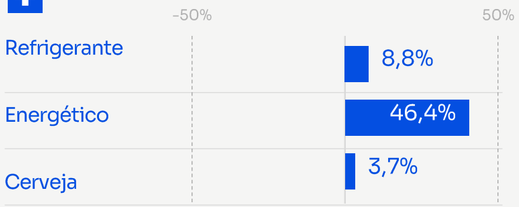
Out '26 Vs. Out '25
Var. (%)



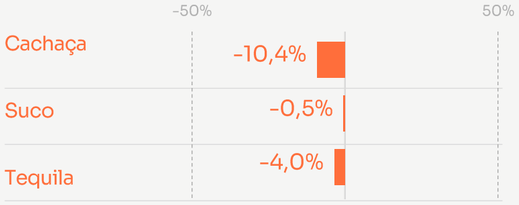
Var. (%) das categorias com maior contribuição

Em valor

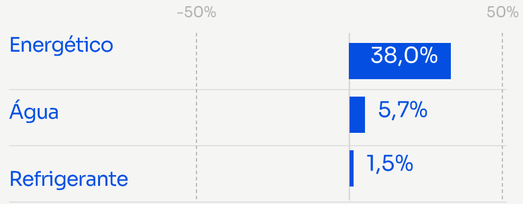
Positiva

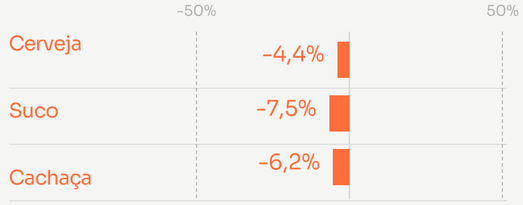


Negativa



Em unidades





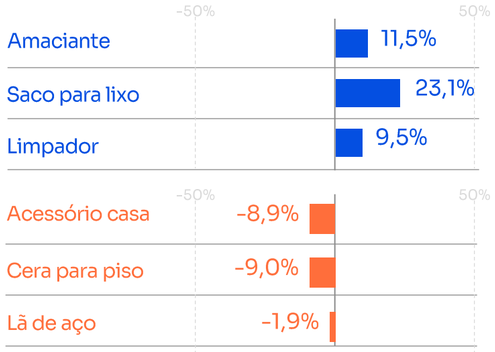
Fonte: Scanntech - Radar Scann Share | Dados Same Stores

ANÁLISE DE MESMAS LOJAS

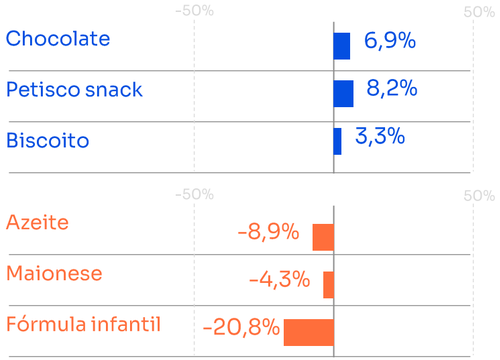
Var. (%) em valor das categorias com maior contribuição

Variação por cesta Out '26 Vs. Out '25

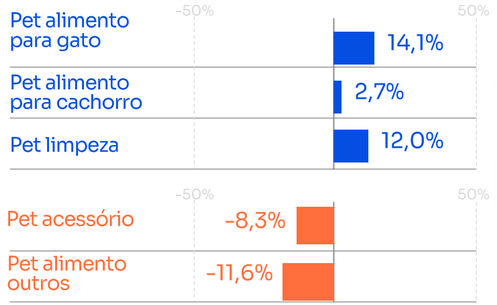
Limpeza



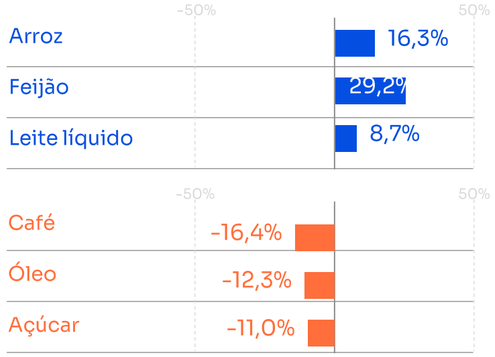
Mercearia



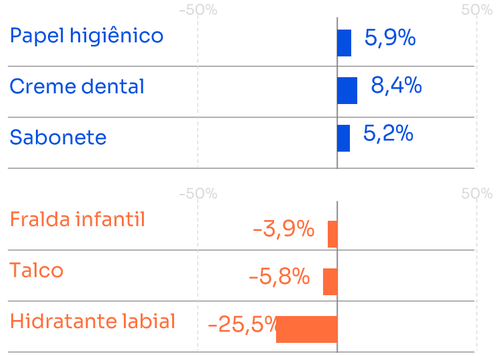
Pet



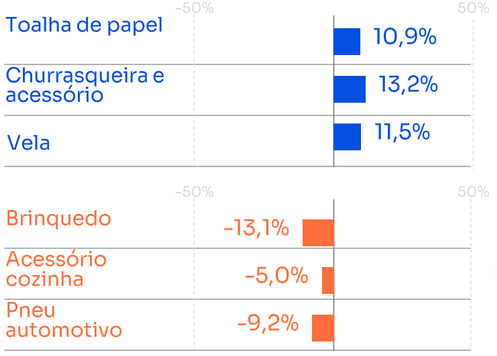
Mercearia básica



Perfumaria



Bazar





Positivo
Negativo

Fonte: Scanntech - Scann Share | Dados Mesmas Lojas

scanntech

radar

O relatório mais rápido e completo do varejo.

Edição de Outubro
Publicação: 6 de Novembro de '26

Canal perfumaria

- Performance total
- Contribuição das categorias
- Categorias em destaque

Variação de Cestas

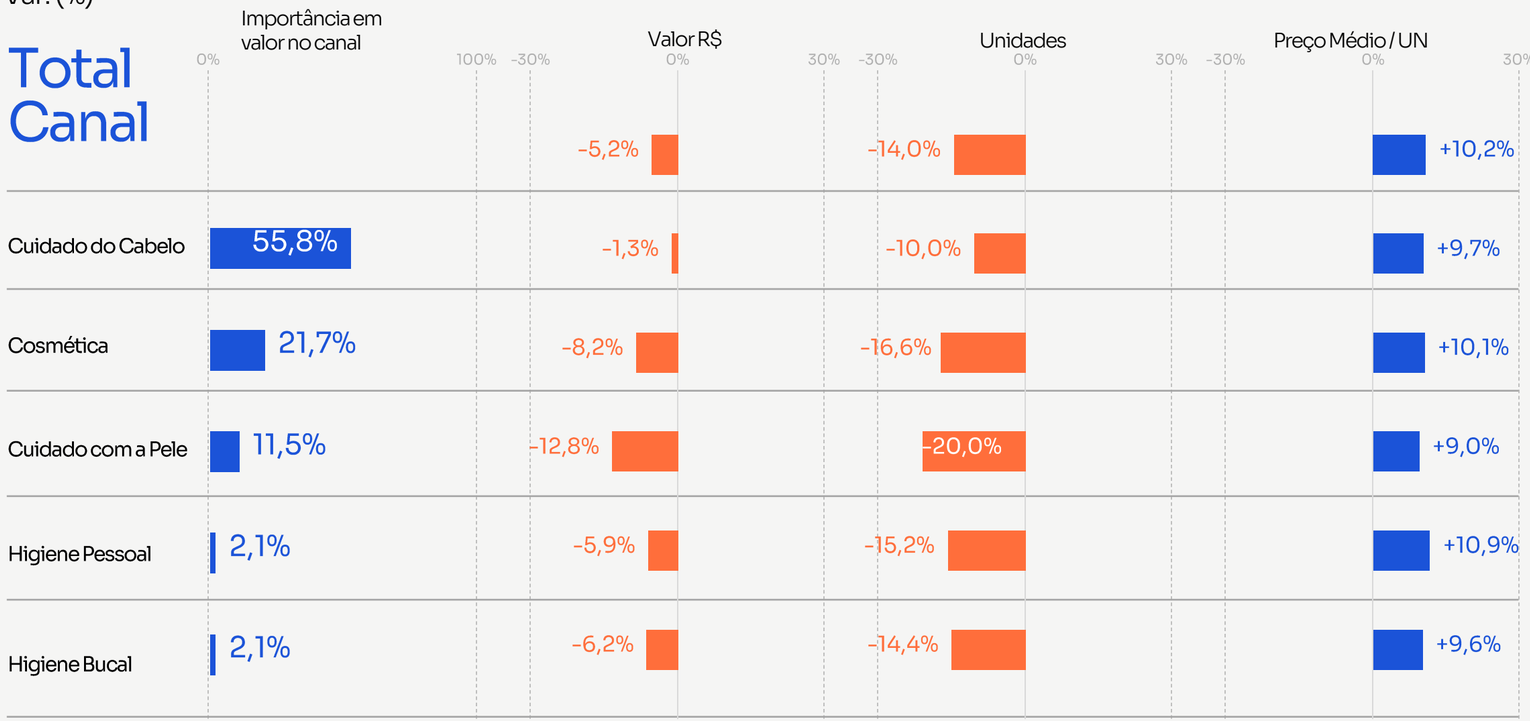
Em outubro de 2026, o faturamento do canal perfumaria registrou queda de 5,2% vs. outubro de 2025, menor que a queda de setembro (-9,9%). As unidades recuaram 14,0%, porém o preço por unidade subiu 10,2% e compensou parte da perda.

Cuidado do Cabelo, principal cesta do canal (55,8% das vendas), registrou a menor queda (-1,3%), já que o aumento de preço (+9,7%) quase compensou a queda de 10,0% nas unidades. Cuidado com a Pele foi o extremo oposto e liderou a queda em valor (-12,8%), impulsionada pela maior queda em unidades (-20,0%).

Assim, o resultado refletiu o aumento de preço, presente em todas as cestas (entre +9,0% e +10,9%), e não a recuperação do consumo, já que todas as cestas registraram queda de pelo menos 10% em unidades.

ANÁLISE DE MESMAS LOJAS

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





Positivo
Negativo

Relatório mensal

Edição de Outubro
Publicação: 6 de Novembro de '26

Fonte: Scanntech - Scann Share Perfumaria | Dados Mesmas Lojas

canal perfumaria

Performance total

Contribuição das categorias

Categoria em destaque

Contribuição para o resultado em valor

Em outubro de 2026, as categorias de coloração lideraram a contribuição positiva em valor vs. outubro de 2025, com alta de 10,9% em Coloração e de 8,6% em Água Oxigenada. Colônia Infantil registrou a maior alta entre as categorias em destaque (+15,6%), no mês do Dia das Crianças.

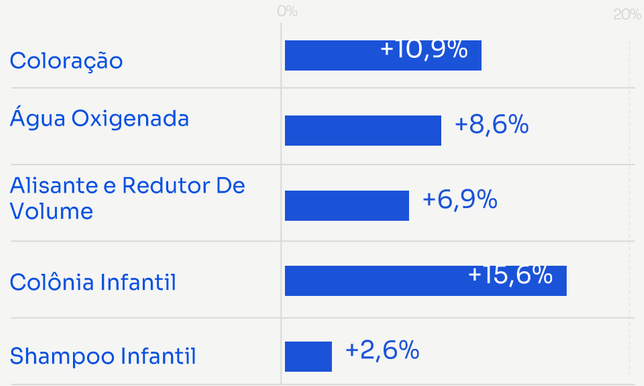
Do lado negativo, Maquiagem Boca registrou a maior queda em valor (-20,1%), seguida por Kit Capilar (-9,8%), enquanto Finalizador Capilar (-2,3%) e Tratamento Capilar (-3,3%) também recuaram. Três das cinco maiores quedas estão em cuidado com o cabelo e tratamento, o que ajuda a explicar o peso desses itens no resultado negativo do canal no mês.

ANÁLISE DE MESMAS LOJAS

Var. (%) das categorias que mais contribuem

Out'26 Vs. Out'25
em Valor R$

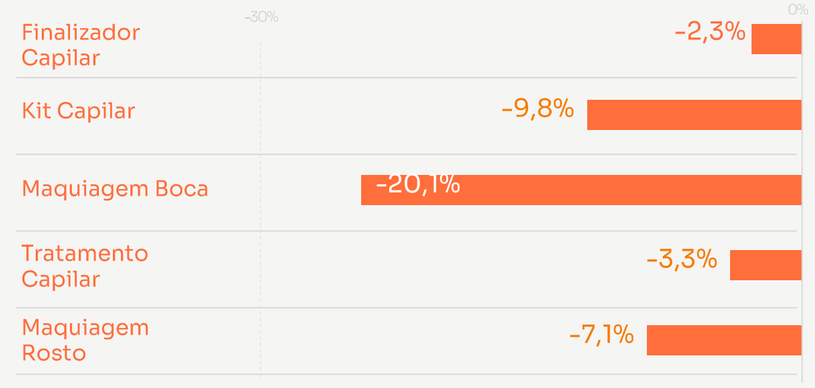
Positivas



Var. (%) das categorias que menos contribuem

Out'26 Vs. Out'25
em Valor R$

Negativas



Fonte: Scanntech - Scann Share Perfumaria | Dados Mesmas Lojas.

Performance da Cesta Infantil

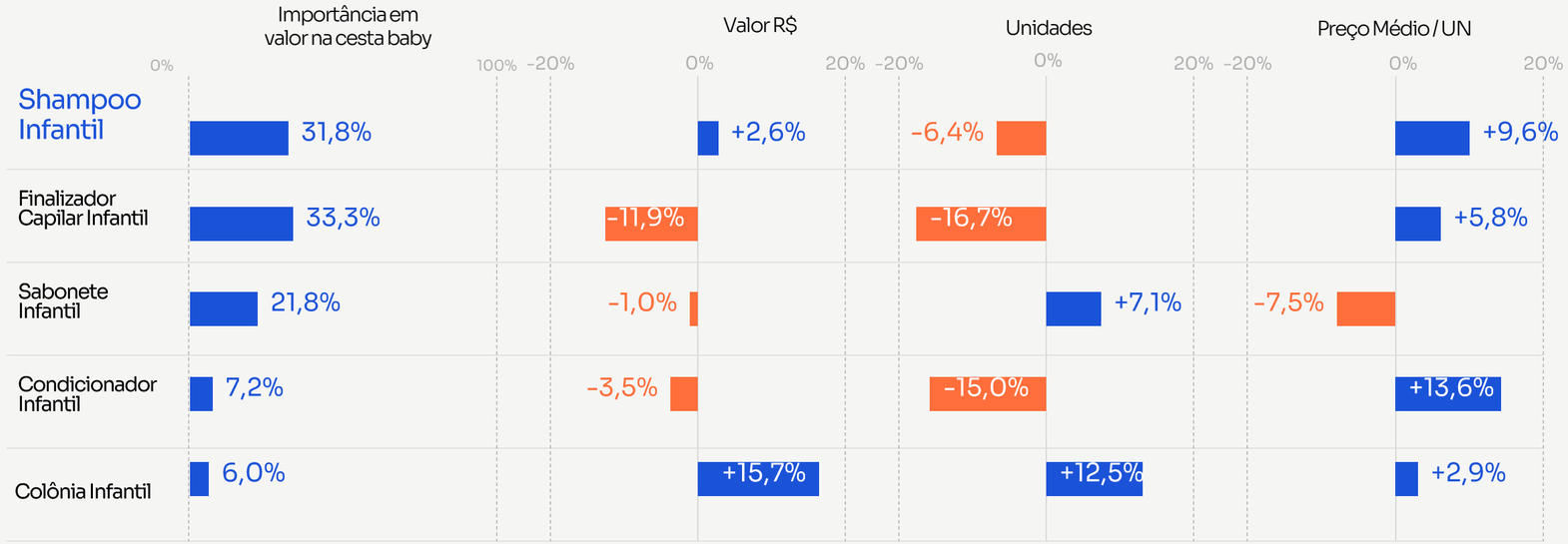
Shampoo Infantil foi destaque positivo do canal Perfumaria em outubro, com +2,6% em valor, enquanto outras categorias infantis, com exceção de Colônia Infantil, retraíram em faturamento.

Já em unidades, Sabonete Infantil e Colônia Infantil apresentaram aumento de consumo.



ANÁLISE DE MESMAS LOJAS

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



O Canal Perfumaria chegou no radar da Scanntech

Uma nova leitura para transformar dados em oportunidades para indústrias e varejistas.

Chame nosso time de atendimento:



Positivo
Negativo

Fonte: Scanntech - Scann Share Perfumaria | Dados Mesmas Lojas

Performance dos segmentos de finalizador capilar

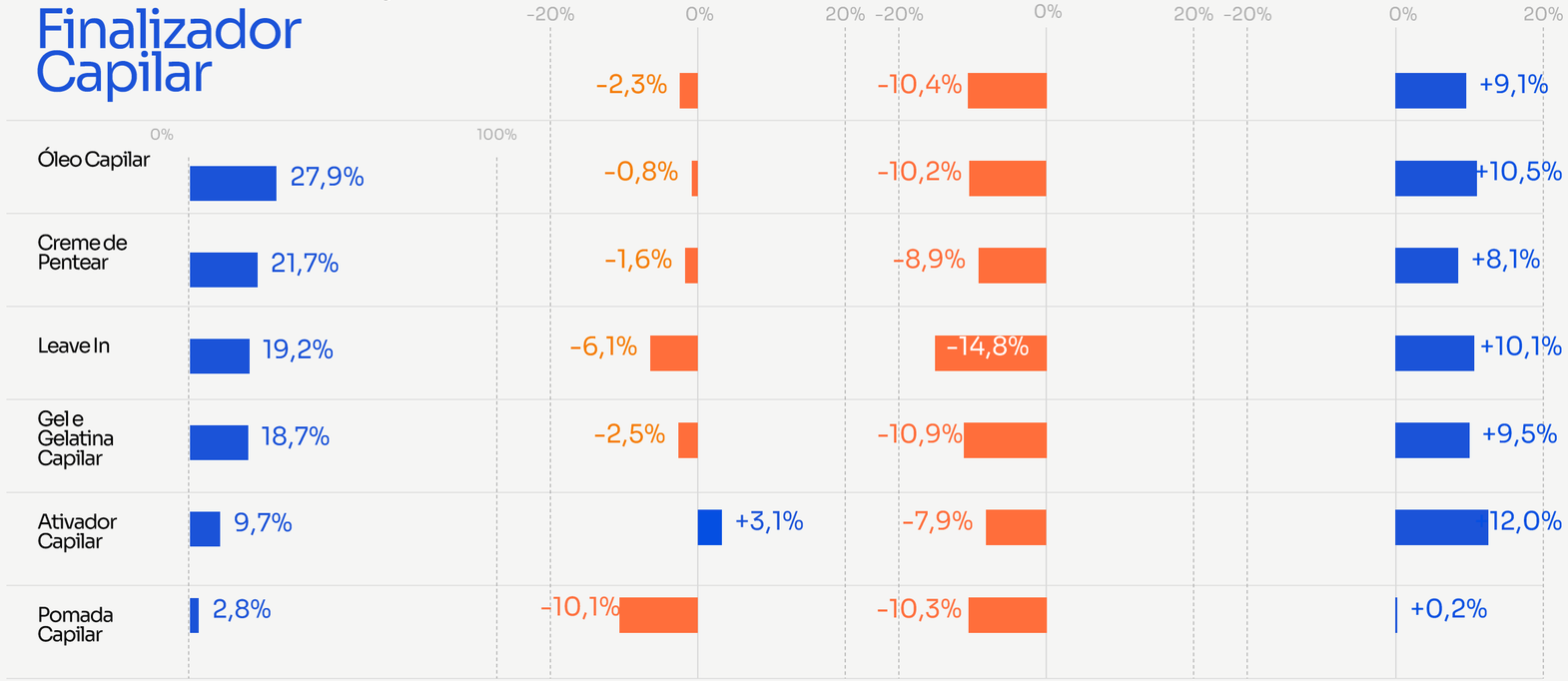
Em outubro de 2026, Finalizador Capilar registrou queda de 2,3% em valor vs. outubro de 2025, já que as unidades recuaram 10,4% e o aumento do preço por unidade (+9,1%) compensou apenas parte da perda. Ativador Capilar foi a única categoria em alta (+3,1%), enquanto Leave In, com 19,2% da categoria, liderou a queda em unidades (-14,8%).



ANÁLISE DE MESMAS LOJAS

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

Finalizador Capilar

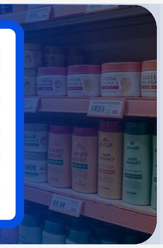


Positivo
Negativo

O Canal Perfumaria chegou no radar da Scanntech

Uma nova leitura para transformar dados em oportunidades para indústrias e varejistas.

Chame nosso time de atendimento:



Fonte: Scanntech - Scann Share Perfumaria | Dados Mesmas Lojas

scanntech

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

Setembro

com análise de Ricardo Amorim, Economista e palestrante



Radar Sazonal

Carnaval ‘26



Confira os estudos sazonais exclusivos com

Google

Estudo de Volta às Aulas

Na ponta do lápis



Estudo de Natal e Ano Novo

Então é Natal



Estudo de Verão

Consumo em altas temperaturas



Estudo de Black Friday

De olho no consumo



Acesse o HUB e baixe os relatórios

radar

O relatório mais rápido e completo do varejo.

Edição de Outubro
Publicação: 6 de Novembro de ‘26

Agradecemos a leitura

Receba o Radar por WhatsApp

Inscreva-se

Quer saber mais sobre a sua região ou categoria?

Entre em contato

scanntech.com