radar©
scanntech

ALÉM DA INFORMAÇÃO

Em parceria:

McKinsey & Company

Google

outubro'25

PUBLICADO EM: 05/11/2025

scanntech

scanntech em parceria com: McKinsey & Company

episódio especial

Varejo em Movimento

2025 em Perspectiva, 2026 em Ação

Confira, no dia 12 de Novembro, a análise inédita sobre o varejo alimentar em 2025 e as tendências que vão guiar 2026, em uma edição especial do ScannTalk em parceria com a McKinsey.

Priscila Ariani
Dir. Marketing Scanntech

Pedro Fernandes
Sócio McKinsey

12 de novembro, 9am

/Scanntechbrasil

Scanntech Brasil

O conteúdo ficará disponível em vídeo e áudio, para acessar quando quiser.

Quando o calor e a indulgência perdem força, o consumo desacelera

Em outubro de 2025, o varejo alimentar registrou avanço de 1,3% no faturamento em relação ao mesmo mês do ano anterior, acompanhado por queda de 3,6% nas vendas em unidades e menor ritmo de aumento de preços. Pelo terceiro mês consecutivo, o cenário foi moldado por dois fatores principais: o clima mais ameno e a redução do consumo de categorias indulgentes.

Diferentemente de 2024, marcado por um calor intenso e prolongado, 2025 apresentou temperaturas mais baixas em diversas regiões do país. O clima menos quente reduziu a demanda por itens com o consumo ligado ao calor como sorvete, bebidas refrescantes, sabonetes, protetor solar entre outros. Essas categorias, somadas às de perfil indulgente, como chocolates, biscoitos, balas, pirulitos e petiscos snacks, responderam por mais de 85% da retração em unidades no mês.

A cesta de Bebidas voltou a se destacar negativamente em outubro, com retração de 9,3% em unidades e queda de 2% no faturamento em relação ao mesmo período de 2024. Entre as categorias que retraíram em unidades, as bebidas alcoólicas, somando fermentados e destilados, concentraram mais de 37% da retração do varejo total, enquanto as não alcoólicas responderam por quase 18% da queda. Conectado à bebidas, outro tema relevante foi o impacto da crise do metanol, observado principalmente na Região Metropolitana de São Paulo. Na última semana de outubro, as vendas de Gin, Vodka e Whisky recuaram até 40% em unidades versus a semana comparável de 2024, enquanto o total de destilados registrou queda de 15,3% no mesmo período.

No que diz respeito aos itens ligados à indulgência em alimentos, como biscoitos, chocolates, petiscos snacks e balas e pirulitos, o movimento também foi de retração, com essas categorias contribuindo para quase 20% da queda do varejo total em unidades. O comportamento reforça a busca por uma alimentação mais saudáveis, onde indulgência alimentar retrai enquanto produtos com atributos relacionados à saudabilidade crescem. Vale ressaltar que nas categorias indulgentes crescem itens mais premium, indicando uma mentalidade de menos quantidade e melhor qualidade.

Apesar do cenário desafiador, nem tudo foi retração em outubro. A cesta de Lácteos registrou redução de preços mais acentuada, o que impulsionou o consumo, especialmente de itens discricionários, respondendo por cerca de 20% da contribuição positiva em unidades no resultado do período.

Na análise por formato de loja, os supermercados mostraram maior resistência resiliência no consumo, fechando o mês com queda de 3,1% em unidades e alta de 2,5% no faturamento, enquanto os atacarejos registraram queda de 4,3% em unidades e recuo de 1% na receita.

No recorte regional, o Norte voltou a apresentar o pior desempenho do país, sendo a única região que retrai tanto em unidades quanto em faturamento. Sul e Sudeste também registraram queda expressiva no consumo, influenciada principalmente por categorias sensíveis ao clima e itens de indulgência.

Para fabricantes e varejistas, o resultado de outubro reforça um sinal de alerta que se repete ao longo de 2025. A redução do fluxo em loja, aliada ao clima mais ameno e a um consumidor cada vez mais seletivo, evidencia a necessidade de ajustes rápidos em sortimento, precificação e promoções — sobretudo em períodos sazonais, nos quais pequenas variações de demanda podem alterar significativamente o desempenho das categorias.

PONTOS PARA FICAR NO SEU RADAR

PANORAMA DE MERCADO
Confira a análise oferecida por McKinsey
Página 04

CANAL ALIMENTAR
Perfomance total e o desempenho de categorias relacionadas ao calor, metanol, lácteos e indulgência
Página 06

CARNAVAL POR Google
Como as pessoas curtem o carnaval?
Página 29

CARNAVAL POR scanntech
Da água ao bronzeador: prepare-se para o Carnaval 2026 com os principais insights de 2025
Página 35

scann market
PETISCOS SNACKS: confira o estudo exclusivo de uma categoria prática para o consumo no carnaval
Página 46

PANORAMA DE MERCADO

Oferecido por:

McKinsey & Company

As tendências se consolidam

05 de novembro de 2025

Pedro Fernandes

Sócio McKinsey & Company

Atacarejo desacelera e a cesta de bebidas concentra mais da metade da queda em unidades

Outubro foi um mês onde o varejo brasileiro manteve a toada do ano: retração em volumes, compensada por aumento em preços. Neste último mês, o volume de vendas, em unidades, caiu em um patamar similar ao de setembro: -3,5%. Mas o aumento de preços médios foi menor, de 5% (comparado com 6-7% nos últimos meses).

Setembro havia sido bastante afetado pelo efeito temperatura – 2025 foi mais frio que a média, e 2024 tinha sido mais quente que a média. Esse "swing" afeta categorias importantes do varejo, como, por exemplo, bebidas. Em outubro, essa tendência continuou. Mais da metade da queda em unidades é explicada pela categoria de bebidas, que contribuiu para 54% da redução total.

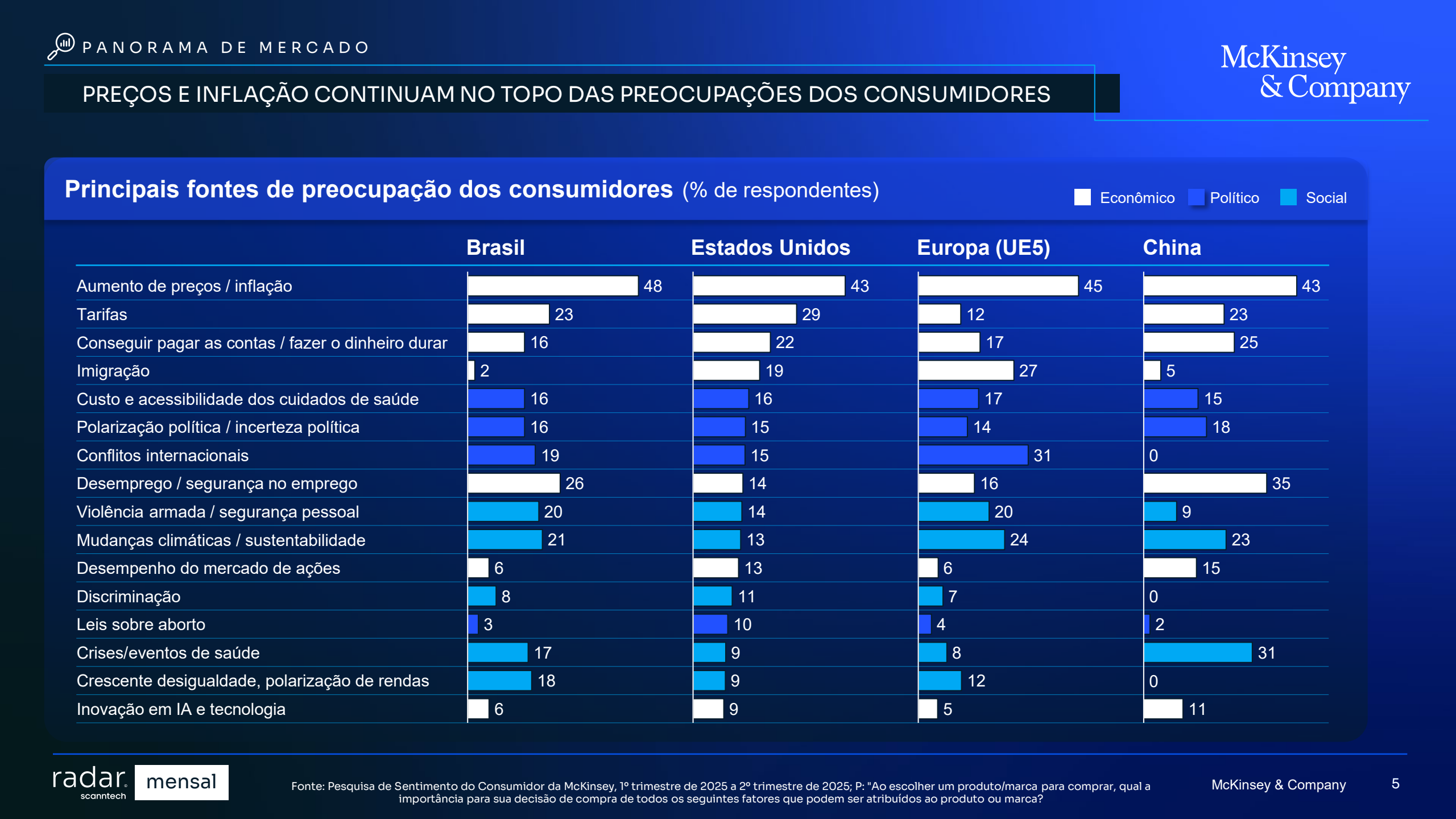
Ao ler as notícias do mês, poderia-se pensar que, além da temperatura, essa queda foi efeito da crise do metanol, que afetou o consumo de bebidas destiladas. No entanto, os dados da Scanntech mostram que a maior parte da contribuição para a redução de bebidas, na verdade, veio da categoria cervejas. Isso faz sentido pois, apesar de destilados ter observado uma queda percentualmente alta, é uma categoria significativamente menor; enquanto cervejas e refrigerantes, afetados por temperatura e por mudanças de hábitos de consumo, têm impacto desproporcional na cesta, mesmo com variações menores e que a de destilados.

Outra tendência que continuamos a ver é a desaceleração relativa do atacarejo – que caiu -4.3% em unidades, ou seja, mais que a média nacional. Conforme exploramos em meses anteriores, com aberturas de lojas e maior competição esse formato tem se aproximado de sua maturidade e tido dificuldade de alavancar as vendas mesmas lojas. Acreditamos que essa desaceleração é uma tendência que continuará no curto prazo.

Como os indicadores macroeconômicos principais do Brasil não estão tendo grandes variações – PIB, inflação, desemprego, juros tiveram variações normais nos últimos meses – a expectativa é que no final de 2025 e inicio de 2026 as grandes tendências que temos pontuado nos últimos meses no Radar se mantenham, e que variações eventuais sejam explicadas por sazonalidade ou fatores novos. Relembrando, além da desaceleração do atacarejo, também temos apontado a cautela do consumidor nas compras, o trade-down em categorias básicas contrastando com trade-up em categorias de indulgência, e o maior número de canais utilizados na jornada de compra. Essas tendências têm base em uma percepção do consumidor de que a renda disponível está comprimida (a despeito de indicadores macro até saudáveis), criando hábitos de consumo mais racionalizados..

PREÇOS E INFLAÇÃO CONTINUAM NO TOPO DAS PREOCUPAÇÕES DOS CONSUMIDORES

Principais fontes de preocupação dos consumidores (% de respondentes)



	Brasil	Estados Unidos	Europa (UE5)	China
Aumento de preços / inflação	48	43	45	43
Tarifas	23	29	12	23
Conseguir pagar as contas / fazer o dinheiro durar	16	22	17	25
Imigração	2	19	27	5
Custo e acessibilidade dos cuidados de saúde	16	16	17	15
Polarização política / incerteza política	16	15	14	18
Conflitos internacionais	19	15	31	0
Desemprego / segurança no emprego	26	14	16	35
Violência armada / segurança pessoal	20	14	20	9
Mudanças climáticas / sustentabilidade	21	13	24	23
Desempenho do mercado de ações	6	13	6	15
Discriminação	8	11	7	0
Leis sobre aborto	3	10	4	2
Crises/eventos de saúde	17	9	8	31
Crescente desigualdade, polarização de rendas	18	9	12	0
Inovação em IA e tecnologia	6	9	5	11

Fonte: Pesquisa de Sentimento do Consumidor da McKinsey, 1º trimestre de 2025 a 2º trimestre de 2025; P: "Ao escolher um produto/marca para comprar, qual a importância para sua decisão de compra de todos os seguintes fatores que podem ser atribuídos ao produto ou marca?

canal alimentar

Decomposição de Vendas

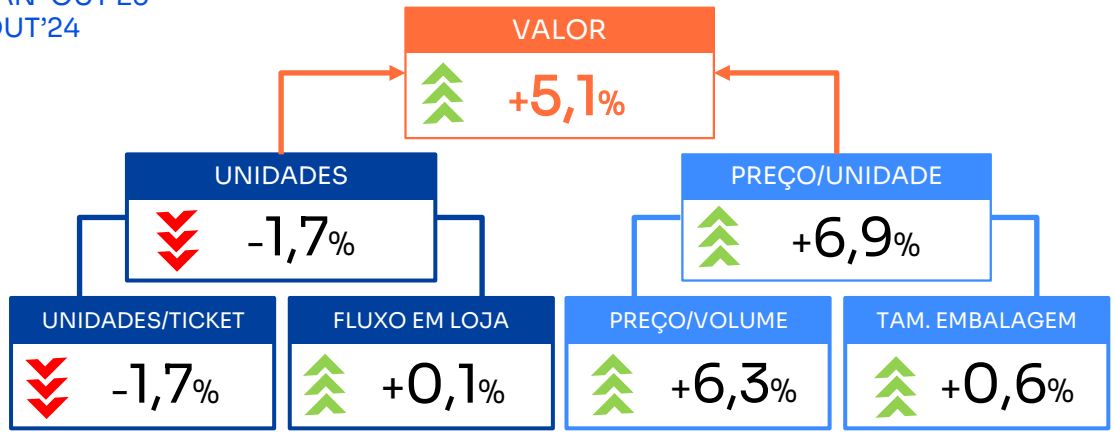
Outubro de 2025: crescimento moderado de faturamento, com retração do consumo e menor ritmo de aumento de preços

Em outubro, o varejo alimentar apresentou um avanço de 1,3% no faturamento na comparação com o mesmo mês do ano anterior, apesar de uma queda de 3,6% nas vendas em unidades, movimento influenciado principalmente pela redução no fluxo de consumidores dentro das lojas.

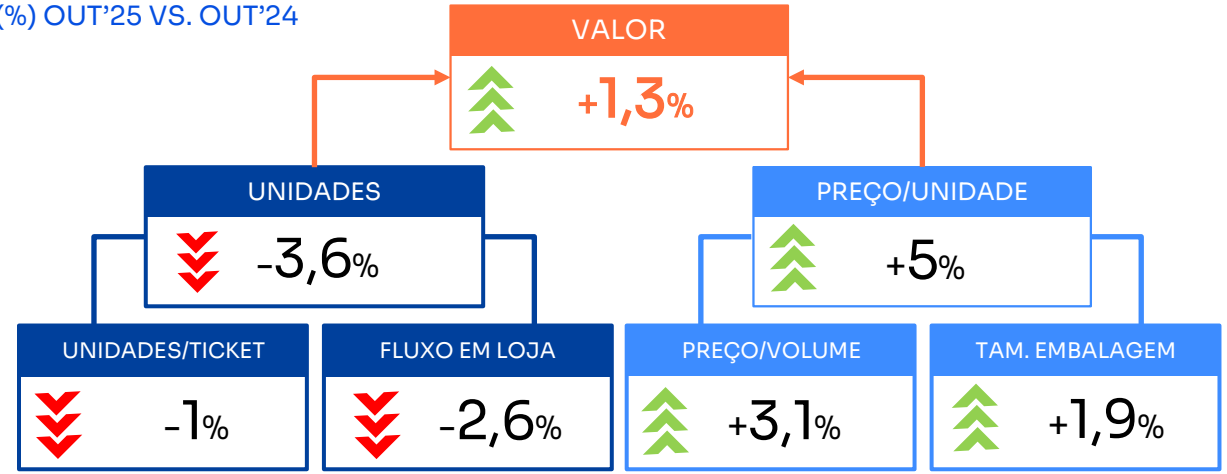
O resultado do mês pressionou o desempenho acumulado de 2025, ampliando a retração em **unidades para -1,7%.** A retração em unidades segura o crescimento em faturamento nominal em 5,1%, em linha com a inflação, sem crescimento real.

Categorias relacionadas ao calor, somadas às ligadas à indulgência, como chocolates, biscoitos, balas, pirulitos e petiscos snacks, responderam por mais de 90% da retração em unidades no mês de outubro de 2025

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



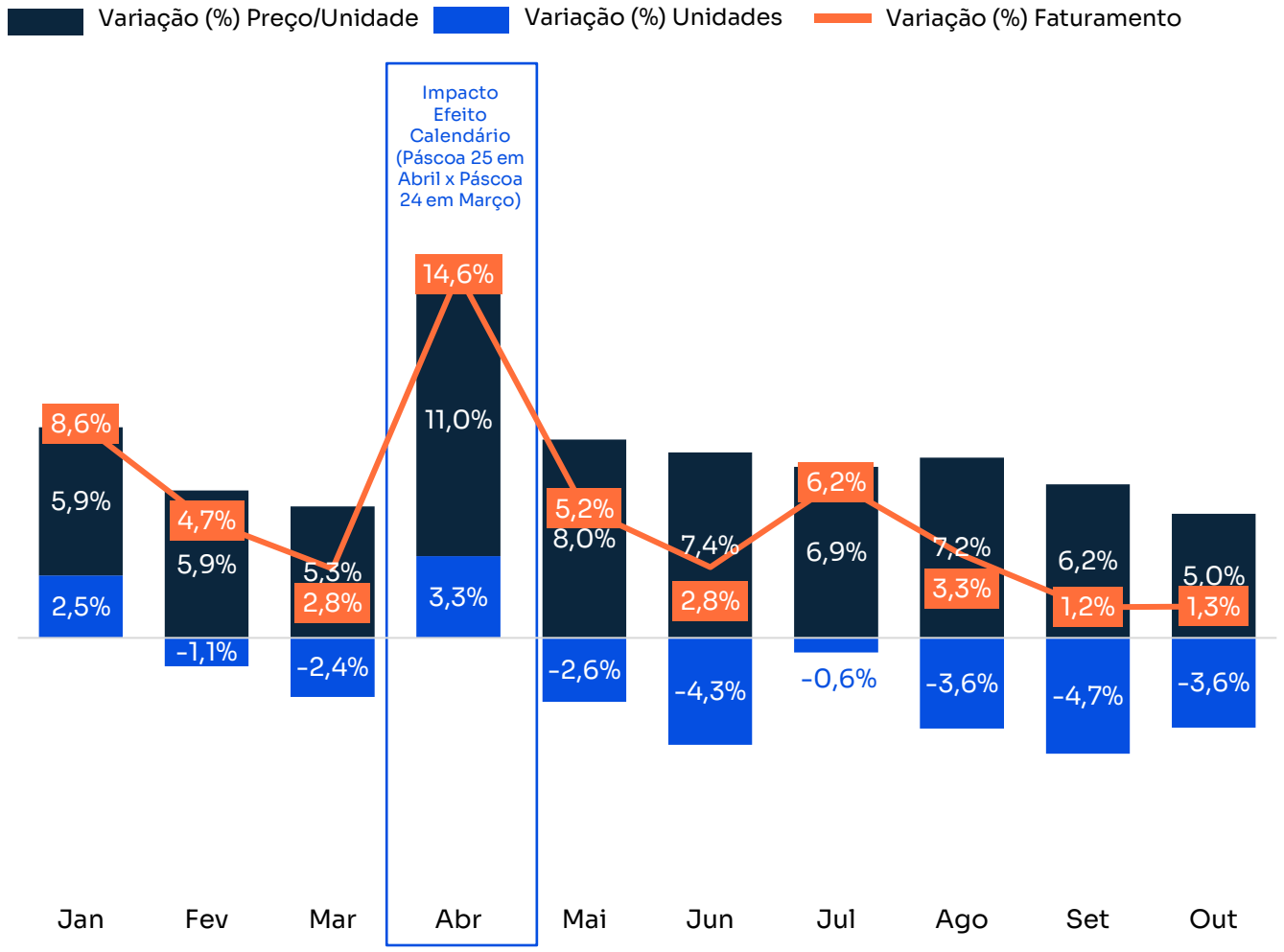
VAR. (%) OUT'25 VS. OUT'24



Fonte: Scanntech - Radar Scann Share | Dados Same Stores

Alavancas de Crescimento

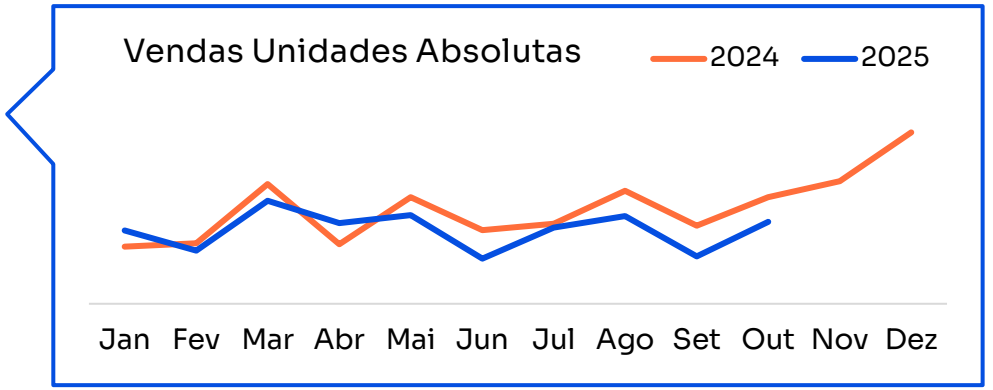
EVOLUÇÃO MENSAL



Impacto da Variação de Preço Médio, Unidades e Faturamento

Em outubro, observou-se uma retração menor em unidades em comparação a setembro, mas o faturamento não evoluiu na mesma proporção. Isso ocorreu porque o mês registrou o menor ritmo de reajuste de preços dos últimos oito meses, o que limitou o avanço da receita. No horizonte de longo prazo, outubro foi o segundo pior mês do ano em crescimento de faturamento, superando apenas o desempenho de setembro.

EVOLUÇÃO MENSAL DE VENDAS



Fonte: Scanntech - Radar Scann Share | Dados Same Stores

Vetores que Direcionaram os Resultados do Mês

Categorias Relacionadas ao Calor

Metanol

Lácteos

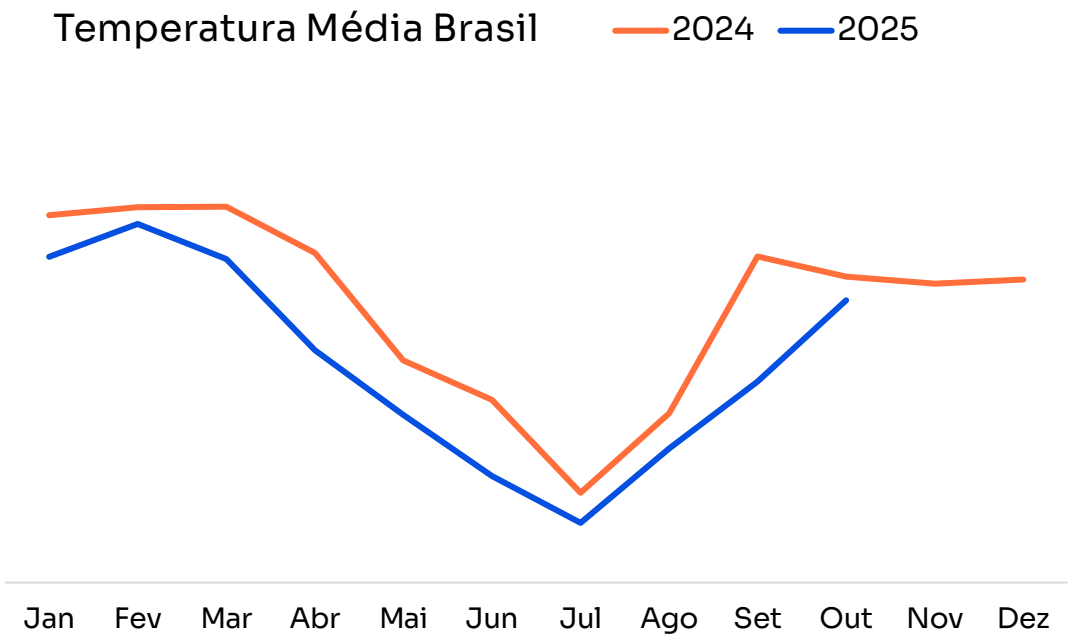
Cesta de Indulgência

Fonte: Scanntech - Radar Scann Share | Dados Same Stores

Impactos de Categorias Relacionadas ao Calor

Condições climáticas impactam o desempenho do mercado

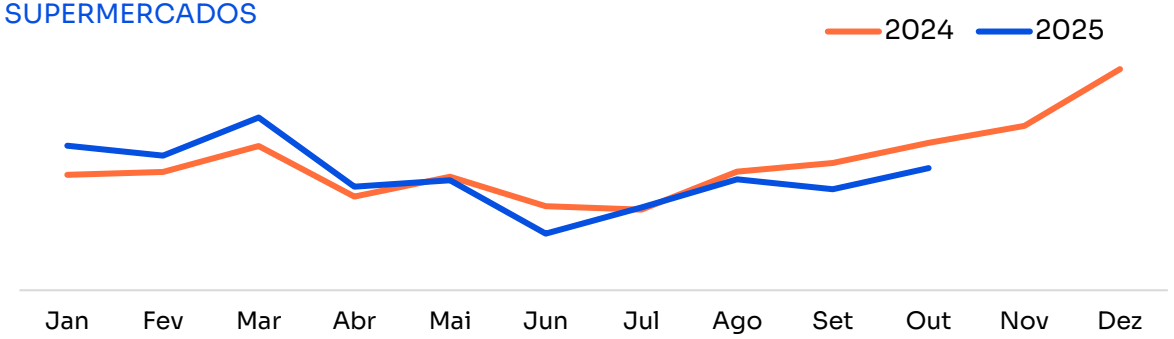
MÉDIA PONDERADA DAS PRINCIPAIS CAPITAIS



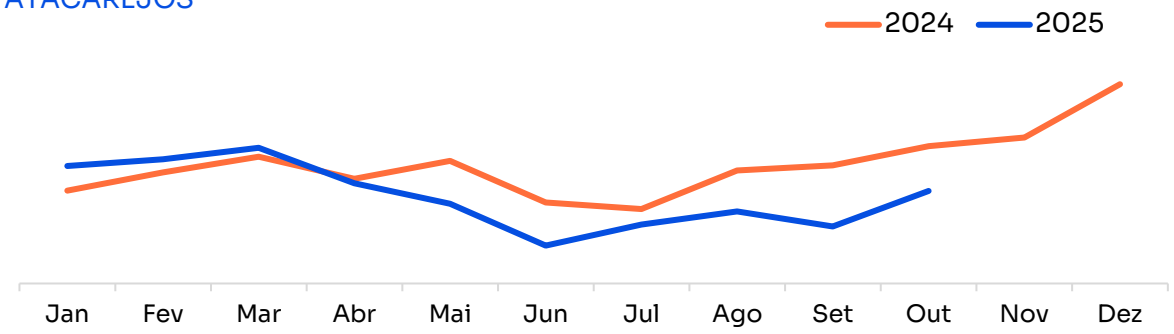
Apesar da elevação da temperatura média em relação a setembro, o clima seguiu mais ameno do que no mesmo período de 2024. Esse cenário, com temperaturas mais baixas, limitou o consumo e contribuiu para a retração da demanda em categorias relacionadas ao calor.

Vendas Unitárias: Categorias Relacionadas ao Calor

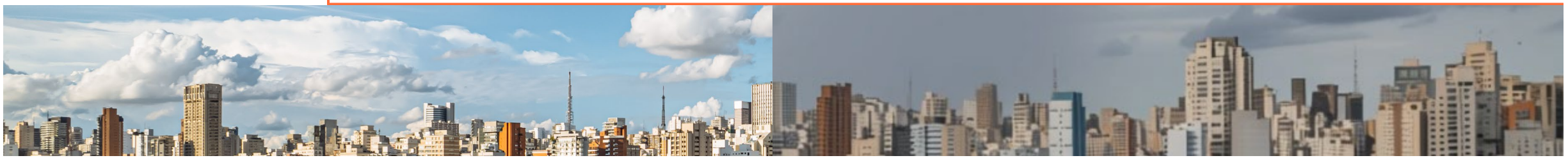
SUPERMERCADOS



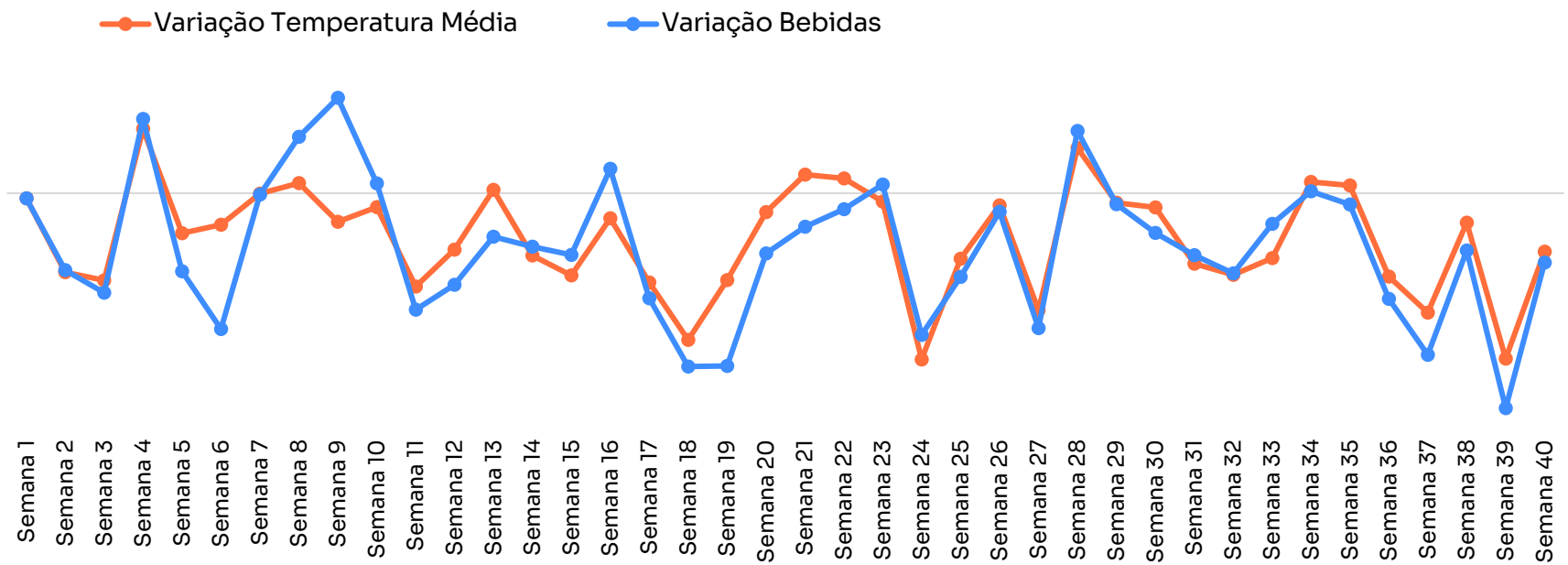
ATACAREJOS



Impactos de Categorias Relacionadas ao Calor



Var. (%) Volume de Bebidas x Var (%) da Temperatura



Fonte: Instituto Nacional de Meteorologia- INMET

A variação de temperatura exerce papel direto sobre o desempenho das categorias de bebidas.
Em períodos de maior calor, o consumo tende a se intensificar, impulsionando o volume vendido de itens mais sensíveis às condições climáticas. Já em meses de clima mais ameno ou frio, essa demanda costuma desacelerar, refletindo em retração de volumes.

Impacto do Metanol

Gin, Vodka e Uísque registram as maiores retrações na última semana em São Paulo.

VENDAS EM UNIDADES
Variação (%) vs. Período Comparativo de 2024

Total Destilados

	TOTAL BRASIL	MET-SP
19/out a 25/out	-10,6%	-15,3%
12/out a 18/out	-17,5%	-21,0%
05/out a 11/out	-18,9%	-15,6%
28/set a 04/out	-16,7%	-10,3%
JAN-AGO/25	-1,7%	-1,4%

VENDAS EM UNIDADES
Variação (%) vs. Período Comparativo de 2024

Gin, Vodka e Uísque

	TOTAL BRASIL	MET-SP
19/out a 25/out	-26,1%	-40,0%
12/out a 18/out	-26,7%	-26,4%
05/out a 11/out	-29,2%	-32,8%
28/set a 04/out	-21,2%	-23,8%
JAN-AGO/25	-3,2%	-5,2%

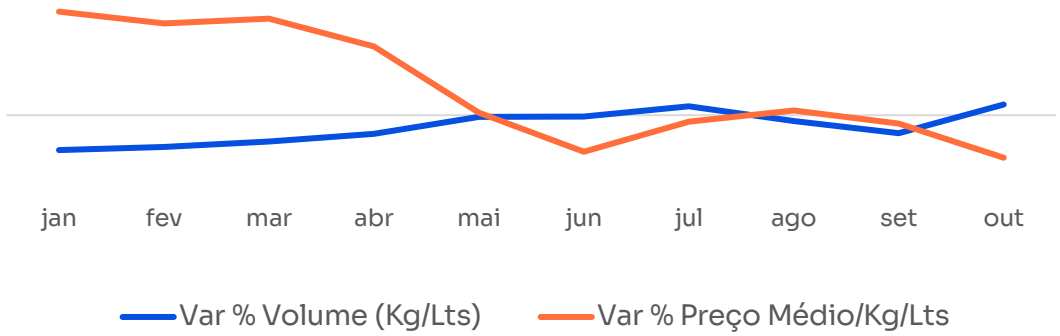
Fonte: Scanntech - Radar Scann Share | Dados Same Stores

Impacto Cesta de Lácteos

A cesta de Lácteos se consolidou como um dos principais motores positivos do varejo alimentar em outubro de 2025. Dentre as categorias que cresceram em outubro, 20% do aumento de unidades vieram de lácteos. As categorias lácteas discricionárias são as que mais crescem. No curto prazo, também houve avanço em volume em relação a setembro, reflexo de uma redução de preços mais acentuada, observada tanto nas categorias básicas quanto nas discricionárias do segmento.

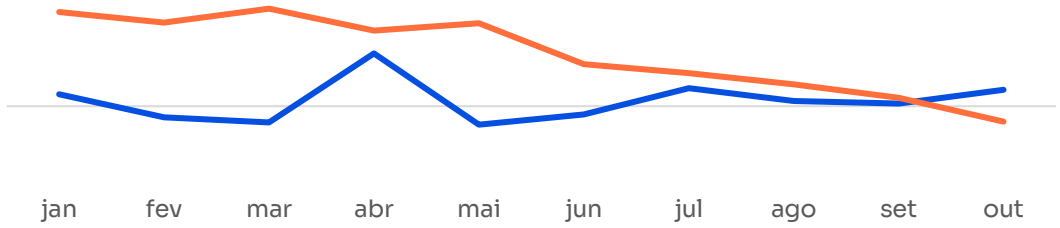
Var. (%) Volume Lácteos x Var. (%) Preço Médio

CATEGORIAS BÁSICAS*



+5,5%
em Volume x Set'25

CATEGORIAS DISCRICIONÁRIAS*



+4,9%
em Volume x Set'25

Top 10 Categorias em Contribuição (%) Positiva para o Resultado de Unidades do Varejo

OUT'25 VS. OUT'24

Água	15,8%
Lácteos discricionários	14,8%
Farinha	9,0%
Óleo	8,3%
Frango in natura	6,6%
Fruta in natura	4,8%
Lácteos básicos	4,6%
Lã de aço	3,4%
Massa alimentícia	3,3%
Sardinha enlatada	2,7%

Básicos: Leite Liquido e iogurte
Discricionários: Coalhada, Cream Cheese, Creme de Leite, Doce de Leite, Leite Condensado, Leite em Pó, Manteiga, Nata, Petit Suisse, Queijo e Requeijão

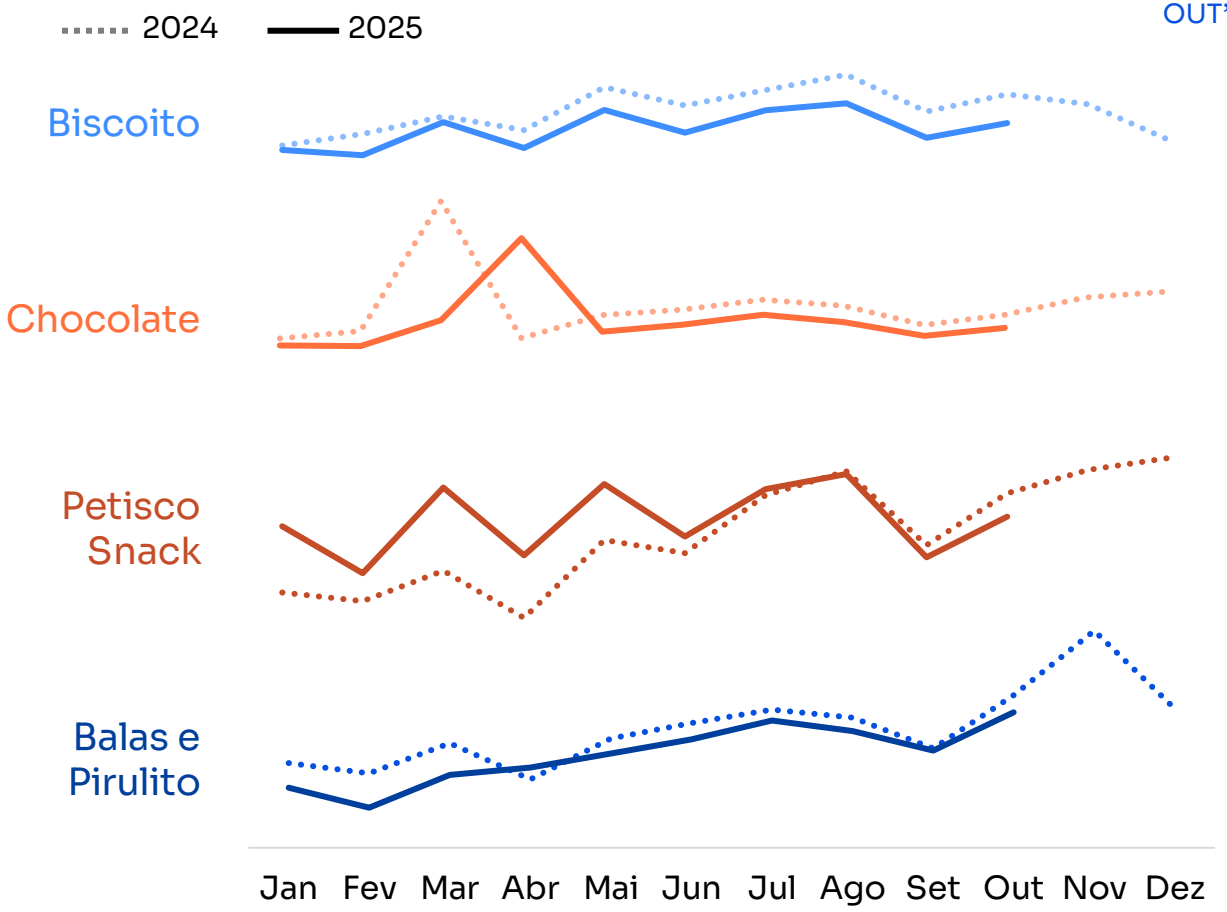
Fonte: Scanntech - Radar Scann Share | Dados Same Stores

Impacto Cesta de Indulgência

Biscoitos, Chocolates, Balas e Pirulitos vêm registrando retração no consumo ao longo de todo o ano de 2025 em relação a 2024. Em outubro, essa tendência se intensificou com um Halloween fraco, representando 30% da retração no mês das unidades destas categorias, retraindo 80% a mais do que as semanas anteriores

*Cesta de Indulgência: Chocolate, Biscoito, Balas e Pirulito e Petisco Snack

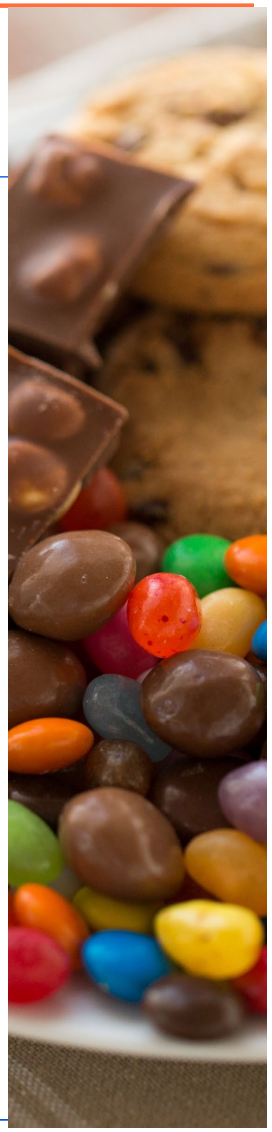
Vendas Unidades | Cesta de Indulgência*



Contribuição (%) Negativa para o Resultado de Unidades do Varejo

OUT'25 VS. OUT'24

- Biscoito: -9,1%
- Chocolate: -8,3%
- Petisco Snack: -1,1%
- Balas e Pirulito: -1,0%



Fonte: Scanntech - Radar Scann Share | Dados Same Stores

Alavancas de Crescimento

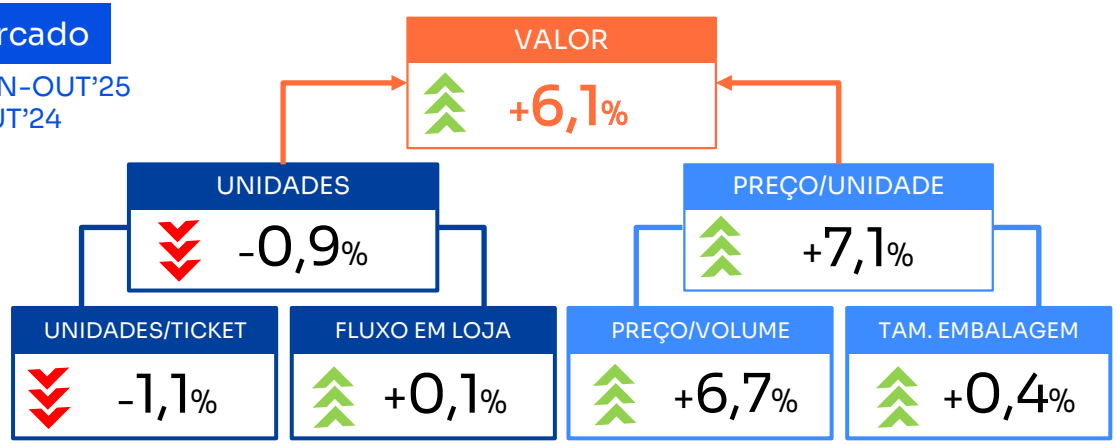
Dinâmica por Canal

Na análise por canal, os supermercados foram os que melhor resistiram à retração, fechando o acumulado do ano com queda de 0,9% em unidades e crescimento de 6,1% em faturamento. O cenário foi distinto nos atacarejos, que mostraram maior sensibilidade: retraíram 3,4% em unidades e cresceram 3,2% em valor. Em ambos os canais, a redução no volume vendido está diretamente associada à diminuição do número de unidades por ticket e ao menor desempenho das cestas de alcoólicos, não alcoólicos e mercearia, que seguem exercendo pressão sobre o consumo.

Assim como nos meses anteriores, a queda das bebidas no atacarejo em outubro de 2025 demonstra maior sensibilidade à redução das temperaturas, já que é o canal que abastece pequenas lojas, ambulantes e comerciantes de bairro, que são canais de venda de impulso que mais recebem o consumo imediato turbinado pelo calor.

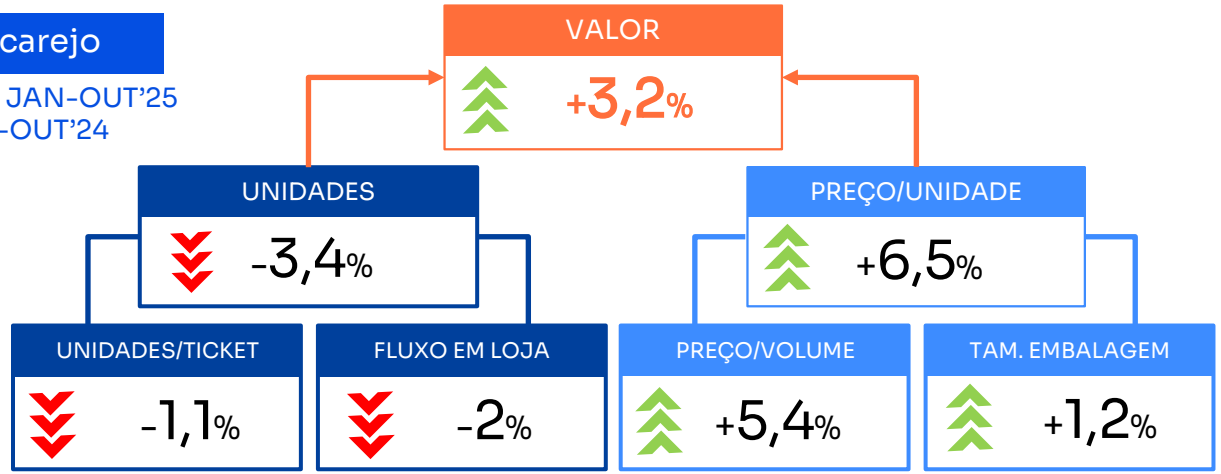
Supermercado

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



Atacarejo

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

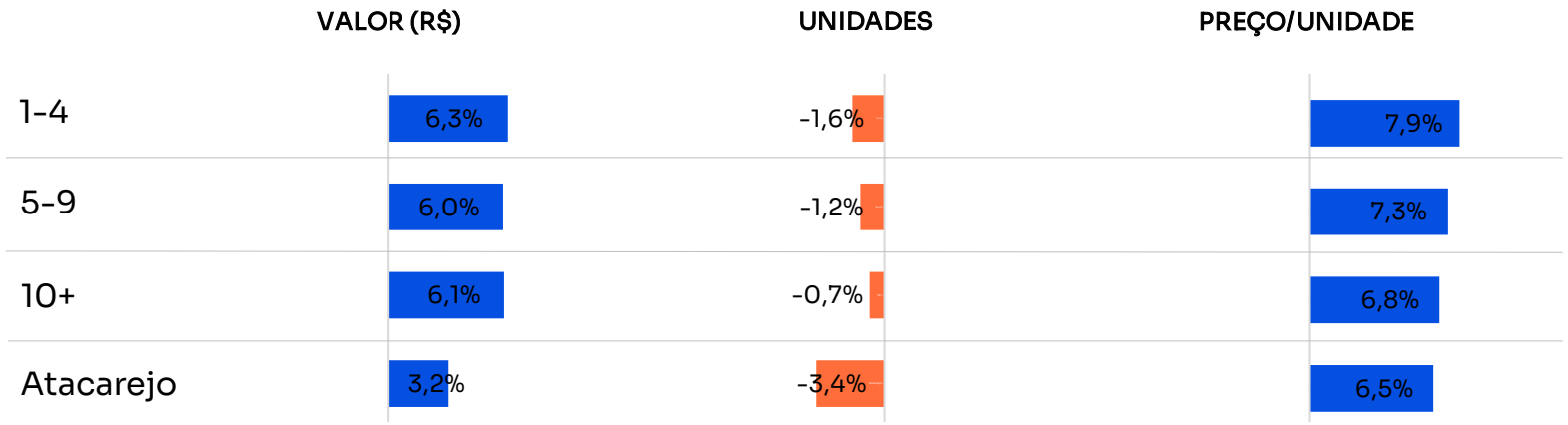


Fonte: Scanntech - Radar Scann Share | Dados Same Stores

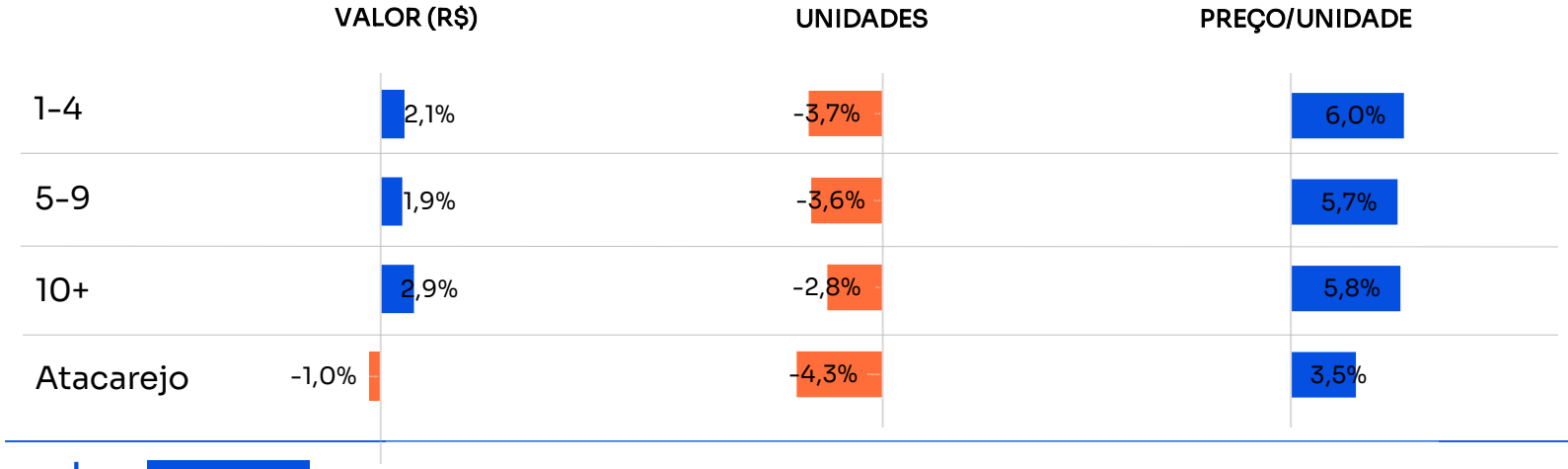
CANAL ALIMENTAR

Desempenho dos Canais

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



OUT'25 VS. OUT'24



No comparativo mês a mês de outubro, considerando as mesmas lojas, os atacarejos seguem liderando a retração no volume vendido, com queda de 4,3% em unidades e redução de 1% no faturamento. Nos demais canais, o recuo em unidades foi mais moderado, enquanto o faturamento permaneceu positivo, sustentado por um maior aumento no preço médio.

Fonte: Scanntech - Radar Scann Share | Dados Same Stores

Performance das Regiões

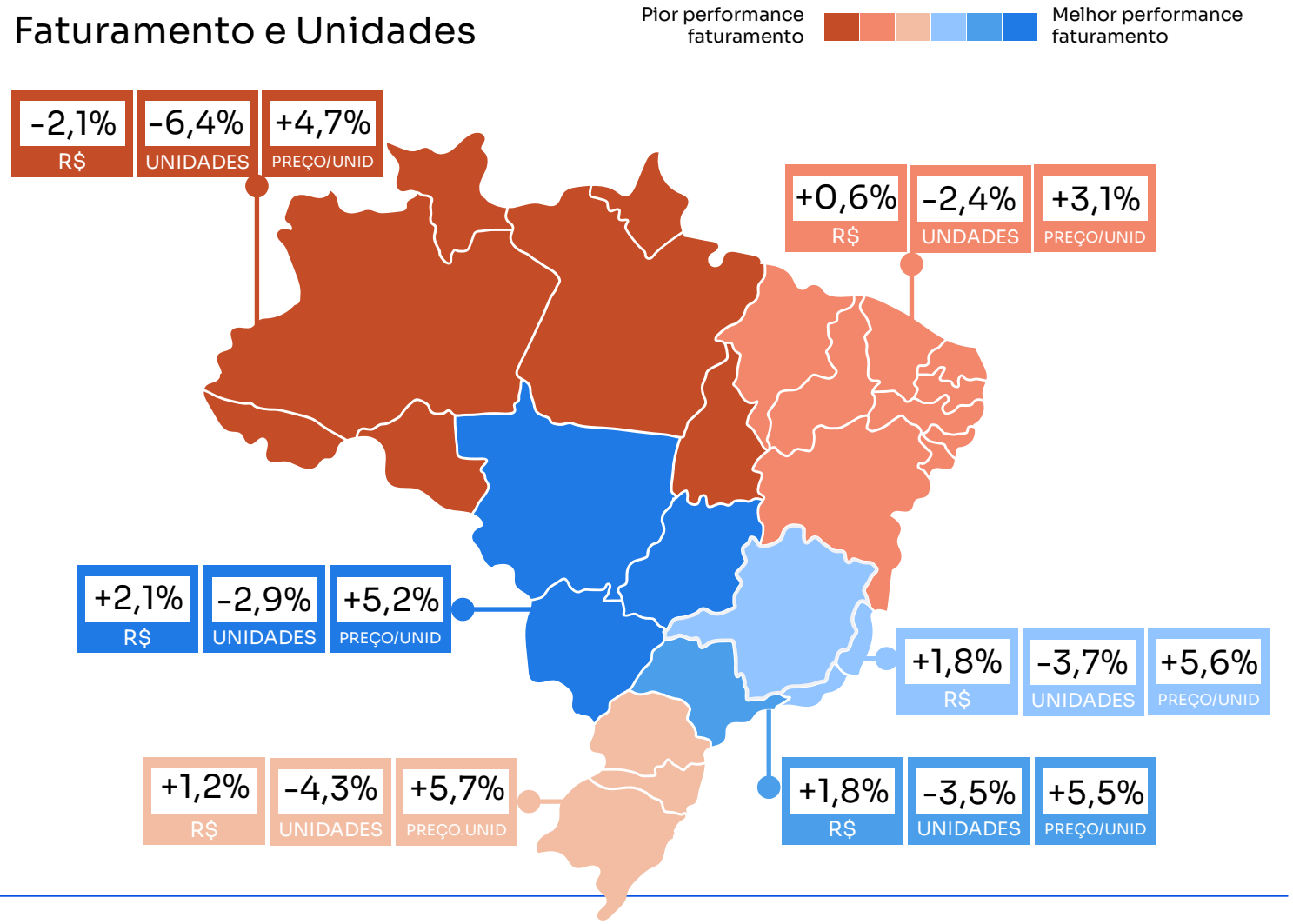
Dinâmica por Região

Todas as regiões do país registraram queda em unidades, embora com intensidades distintas. Norte e Sul apresentaram os recuos mais expressivos, de -6,4% e -4,3%, respectivamente No faturamento, porém, o cenário foi mais equilibrado: enquanto a maior parte das regiões manteve crescimento em receita, o Norte voltou a registrar retração, de -2,1%, acumulando o segundo mês consecutivo de queda e destoando do desempenho positivo do total Brasil no comparativo anual.

No Norte, a queda em consumo é liderada pela cesta de bebidas (Cerveja, Suco e Refrigerante). Já no Sul, Cerveja, Chocolates e Biscoitos são os principais vetores da retração em consumo.

OUT '25 VS. OUT '24

Faturamento e Unidades



Fonte: Scanntech - Radar Scann Share | Dados Same Stores

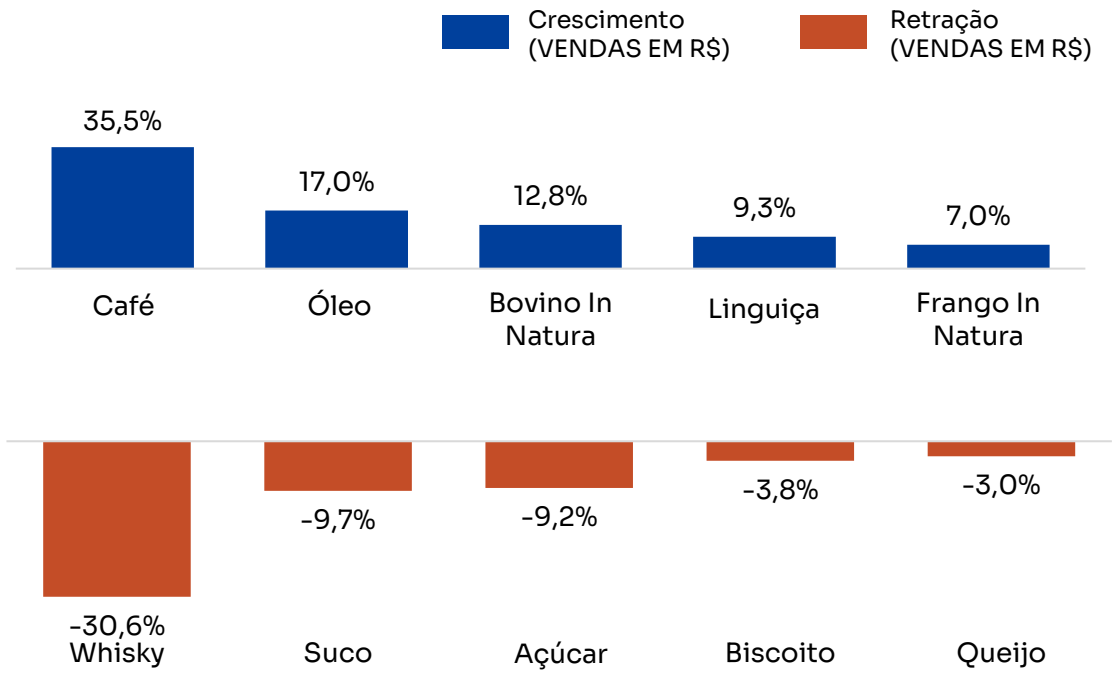
CANAL ALIMENTAR

Top 5 Categorias em Contribuição Para a Variação do Faturamento

VARIAÇÃO % R$
OUT'25 VS. OUT'24

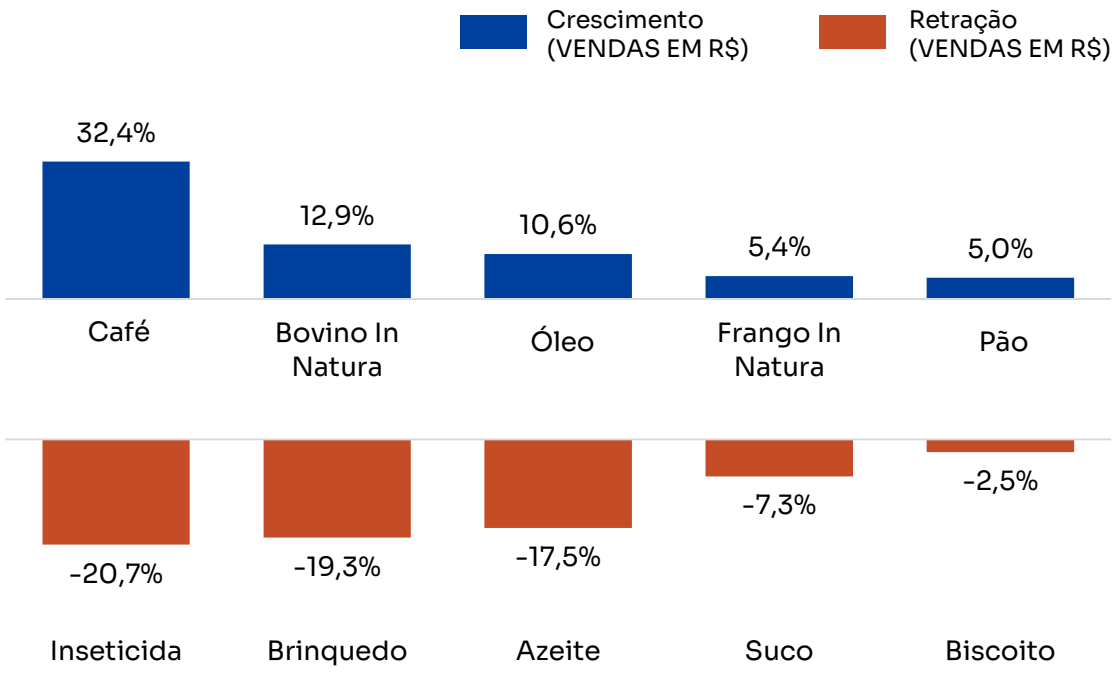
Região Sudeste

Estado de São Paulo



Região Sudeste

Estados de Minas Gerais, Rio de Janeiro e Espírito Santo



Fonte: Scanntech - Radar Scann Share | Dados Same Stores

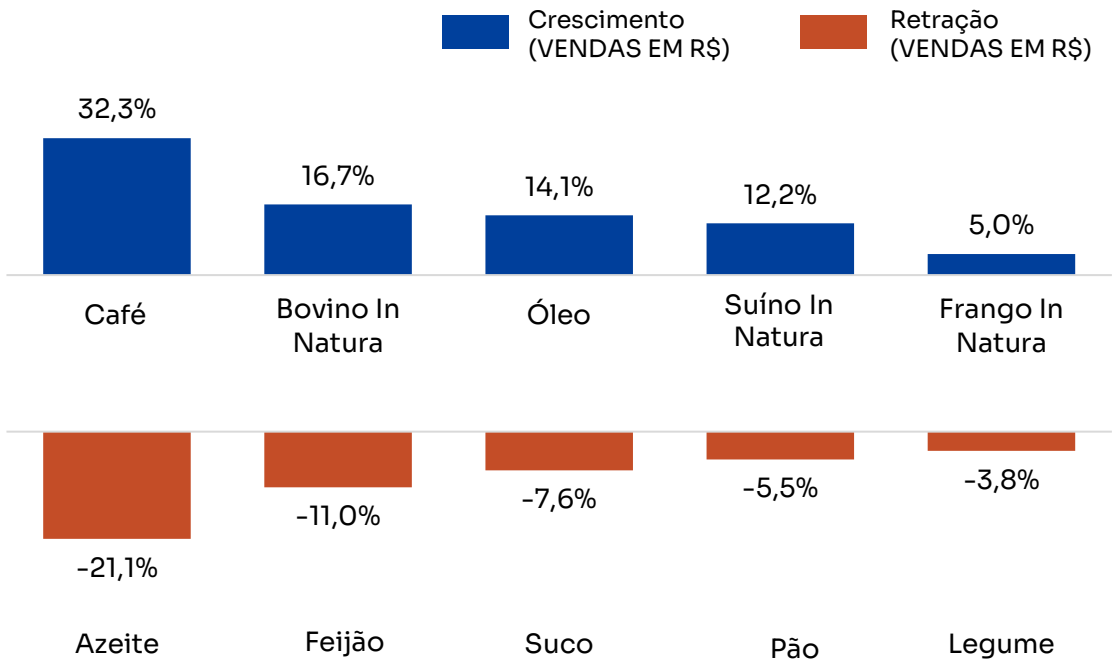
CANAL ALIMENTAR

Top 5 Categorias em Contribuição Para a Variação do Faturamento

VARIAÇÃO % R$
OUT'25 VS. OUT'24

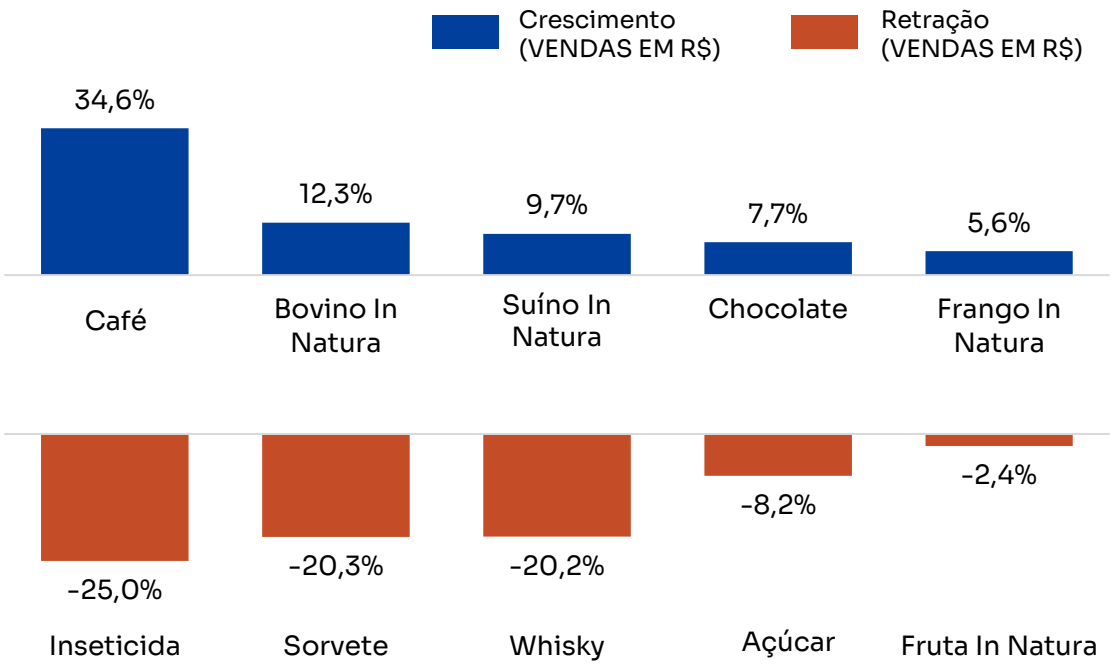
Região Centro Oeste

Estados de Goiás, Mato Grosso e Mato Grosso do Sul



Região Sul

Estados de Paraná, Rio Grande do Sul e Santa Catarina



Fonte: Scanntech - Radar Scann Share | Dados Same Stores

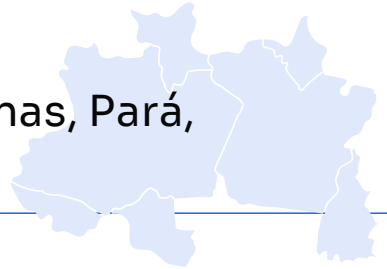
CANAL ALIMENTAR

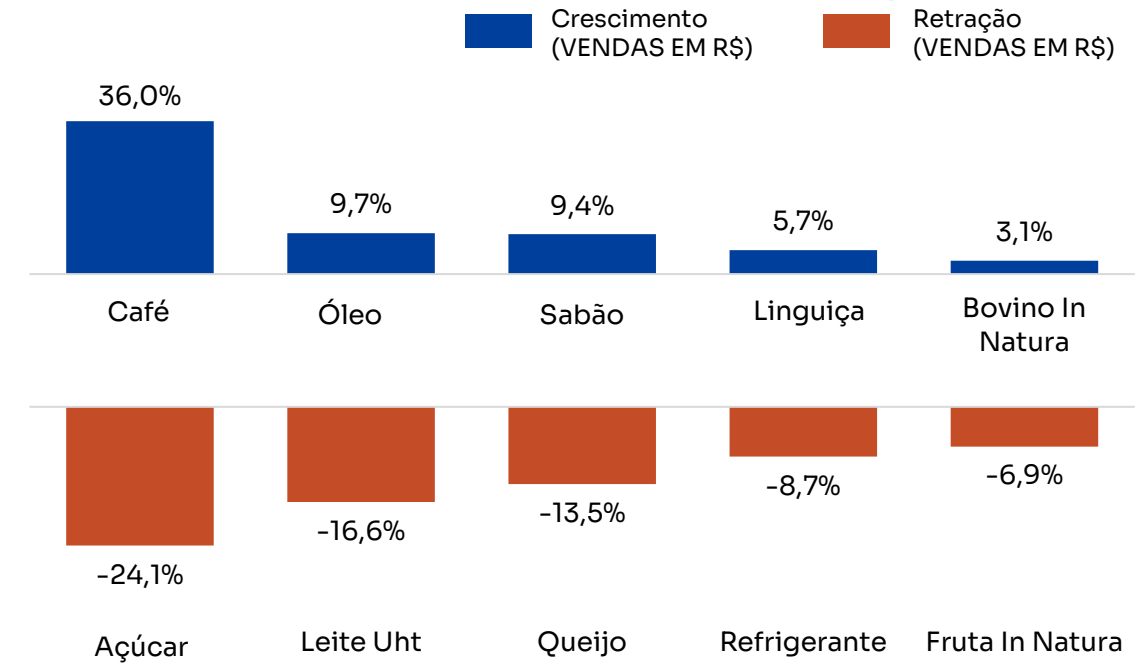
Top 5 Categorias em Contribuição Para a Variação do Faturamento

VARIAÇÃO % R$
OUT'25 VS. OUT'24

Região Norte

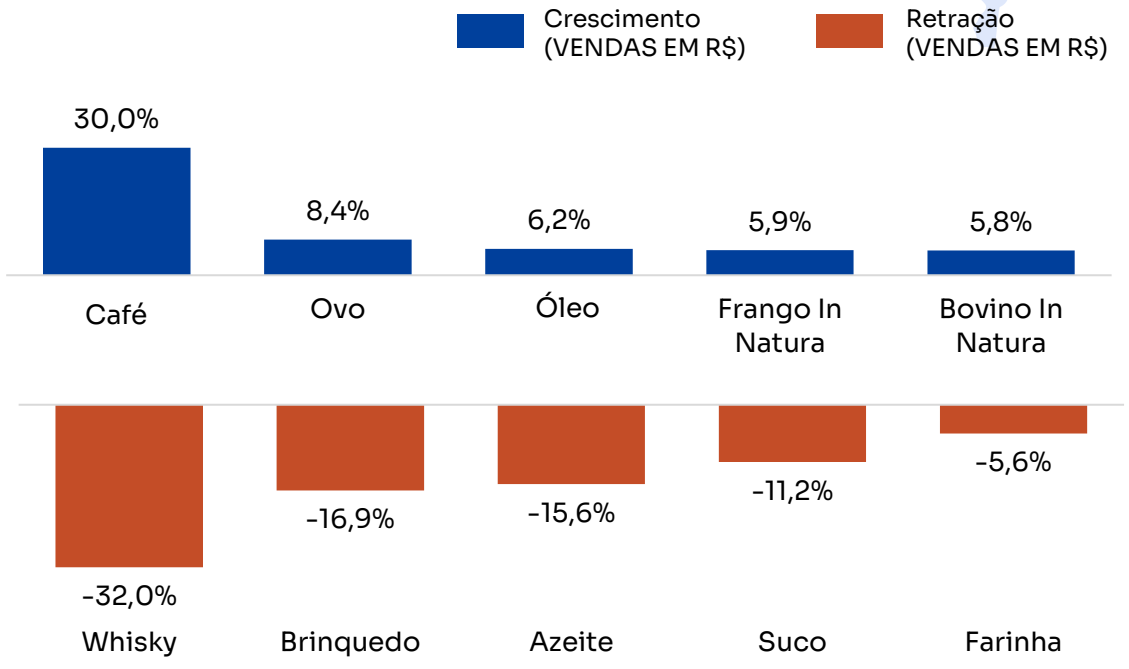
Estados de Acre, Amapá, Amazonas, Pará, Rondônia, Roraima e Tocantins





Região Nordeste

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

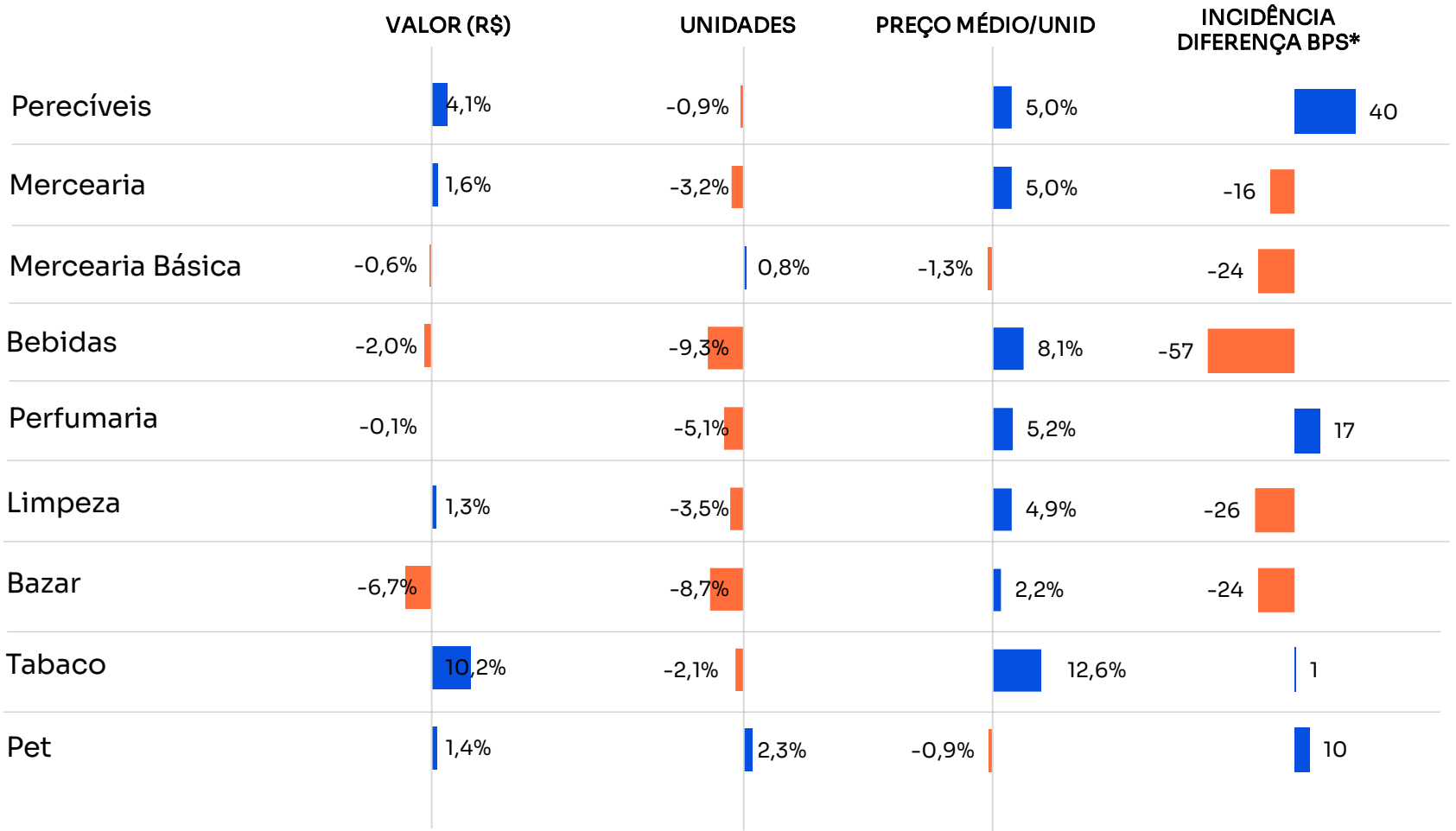


Fonte: Scanntech - Radar Scann Share | Dados Same Stores

CANAL ALIMENTAR

Desempenho das Cestas

VARIAÇÃO
OUT '25 VS. OUT '24



Apenas as cestas de Pet e Mercearia Básica registraram crescimento em unidades em outubro de 2025, enquanto todas as demais apresentaram retração no período.

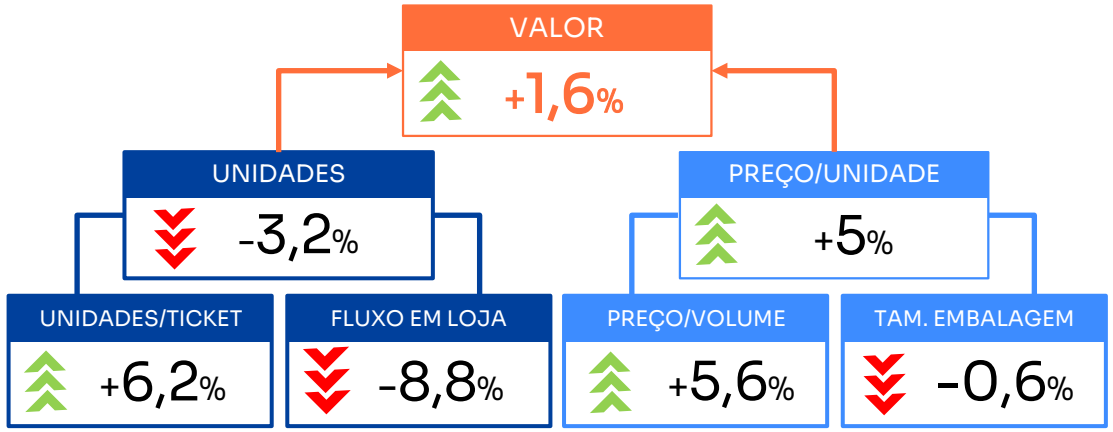
Bebidas é a cesta que apresenta maior retração de presença de tickets no acumulado do ano, puxado por Cervejas, Sucos e Refrigerantes

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-SET'25

Fonte: Scanntech - Radar Scann Share | Dados Same Stores

OUT '25 VS. OUT '24

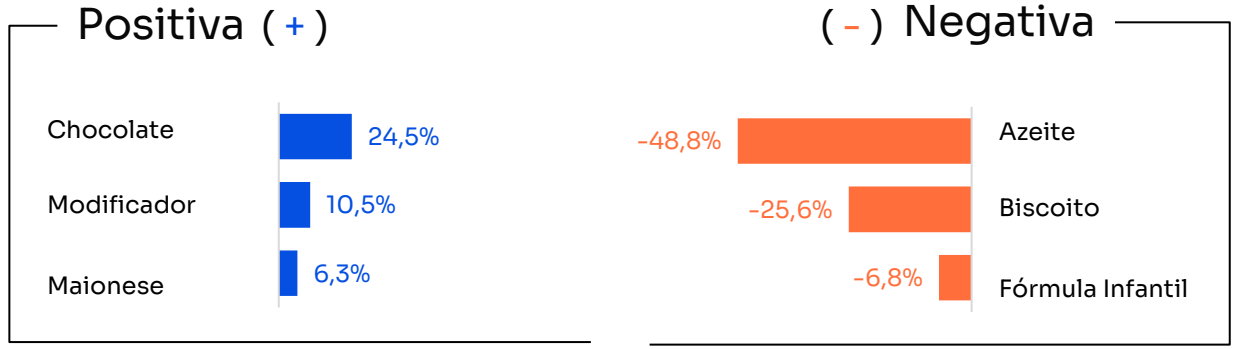


A cesta de Mercearia apresentou retração em unidades, mas manteve crescimento em faturamento, sustentado pelo aumento do preço médio. Um ponto de atenção é a redução no fluxo de loja acompanhado de aumento de unidades por ticket, o que indica um consumo mais concentrado por compra.

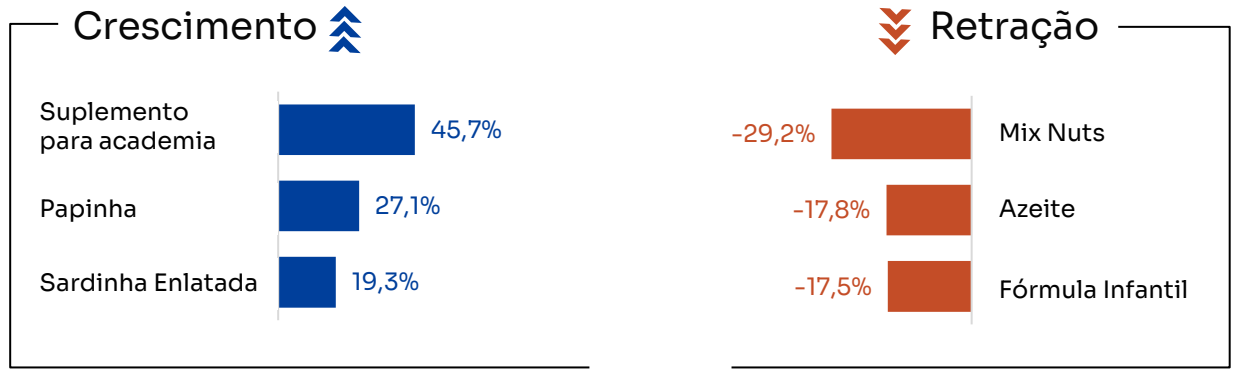
PERFORMANCE

Categorias em Destaque

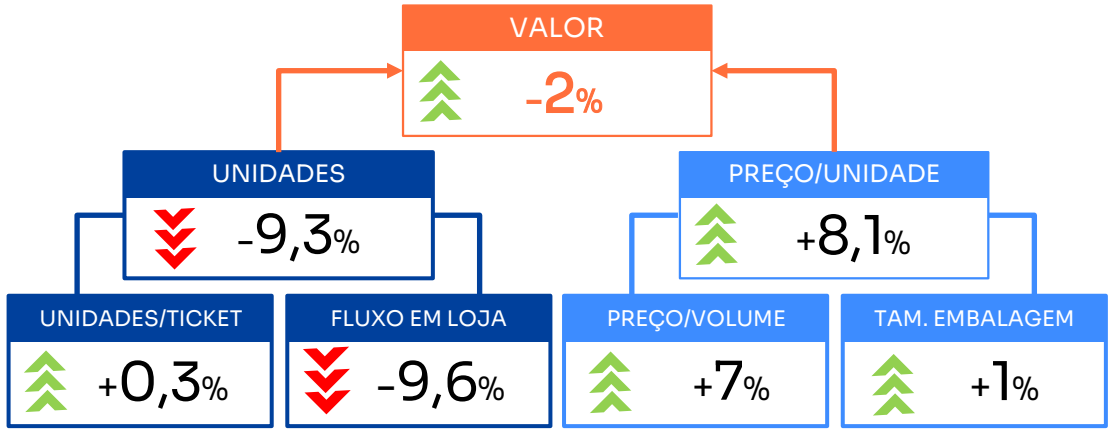
MAIORES CONTRIBUIÇÕES PARA FATURAMENTO DA CESTA



MAIORES VARIAÇÕES NO FATURAMENTO DA CESTA



OUT '25 VS. OUT '24



A cesta de Bebidas foi a principal responsável pela retração em unidades em outubro, influenciada principalmente por Cerveja, Suco e Refrigerante, que juntas responderam por mais de 90% da queda total do segmento. Apesar do recuo em unidades, Refrigerante registrou crescimento em faturamento, impulsionado pelo aumento do preço médio.

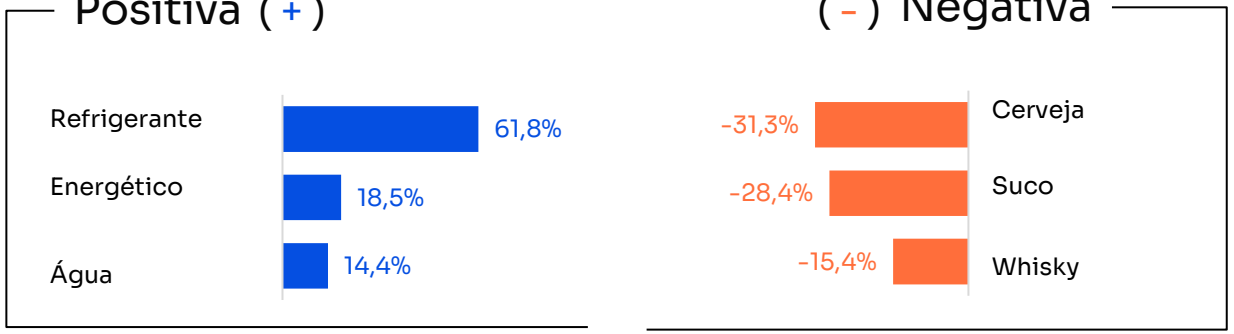
Radar explica:

Refrigerante, Energético e Isotônicos crescem via versões **Zero Açúcar**, enquanto **Cerveja** cresce via versões com **Baixa Caloria e Zero Álcool**

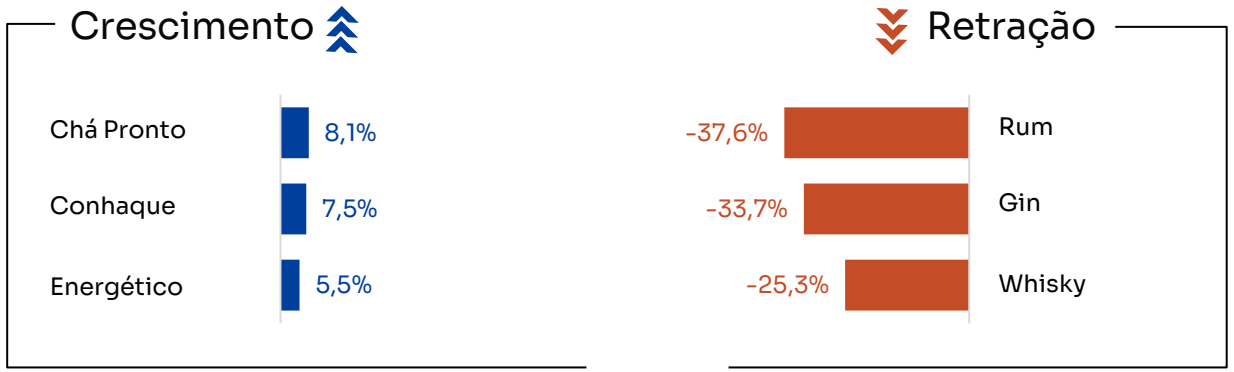
PERFORMANCE

Categorias em Destaque

MAIORES CONTRIBUIÇÕES PARA FATURAMENTO DA CESTA



MAIORES VARIAÇÕES NO FATURAMENTO DA CESTA



Fonte: Scanntech - Radar Scann Share | Dados Same Stores

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

Variação por Cesta.

OUT '25 VS. OUT '24

Variação % Positiva | Variação % Negativa

PERECÍVEIS

TOTAL CESTA

+4,1%

Frutas Congeladas	25,5%	-14,5%	Proteína Vegetal
Prato Pronto	22,2%	-14,5%	Bacalhau
Tortilha Massa	13,6%	-12,8%	Geladinho

MERCEARIA

TOTAL CESTA

+1,6%

Suplemento para academia	45,7%	-29,2%	Mix Nuts
Papinha	27,1%	-17,8%	Azeite
Sardinha Enlatada	19,3%	-17,5%	Fórmula Infantil

MERCEARIA BÁSICA

TOTAL CESTA

-0,6%

Café	36,1%	-33,5%	Arroz
Óleo	15,4%	-14,9%	Feijão
Sal	3,7%	-10,2%	Açúcar

BEBIDAS

TOTAL CESTA

-2%

Chá Pronto	8,1%	-37,6%	Rum
Conhaque	7,5%	-33,7%	Gin
Energético	5,5%	-25,3%	Whisky

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

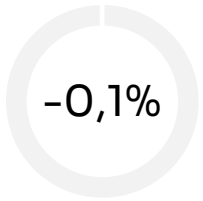
Variação por Cesta.

OUT '25 VS. OUT '24

Variação % Positiva | Variação % Negativa

PERFUMARIA

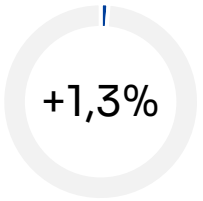
TOTAL CESTA



Hidratante para Banho	27,2%	-60,9%	Depilação
Talco	25,3%	-55,5%	Bronzeador Corporal
Kit Manicure	20,9%	-37,4%	Kit Maquiagem

LIMPEZA

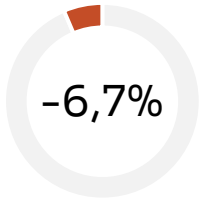
TOTAL CESTA



Lã de Aço	11,9%	-15,1%	Balde Plástico
Pá	7,7%	-14,7%	Inseticida
Saponáceo	6,0%	-13,7%	Esfregão

BAZAR

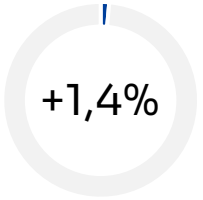
TOTAL CESTA



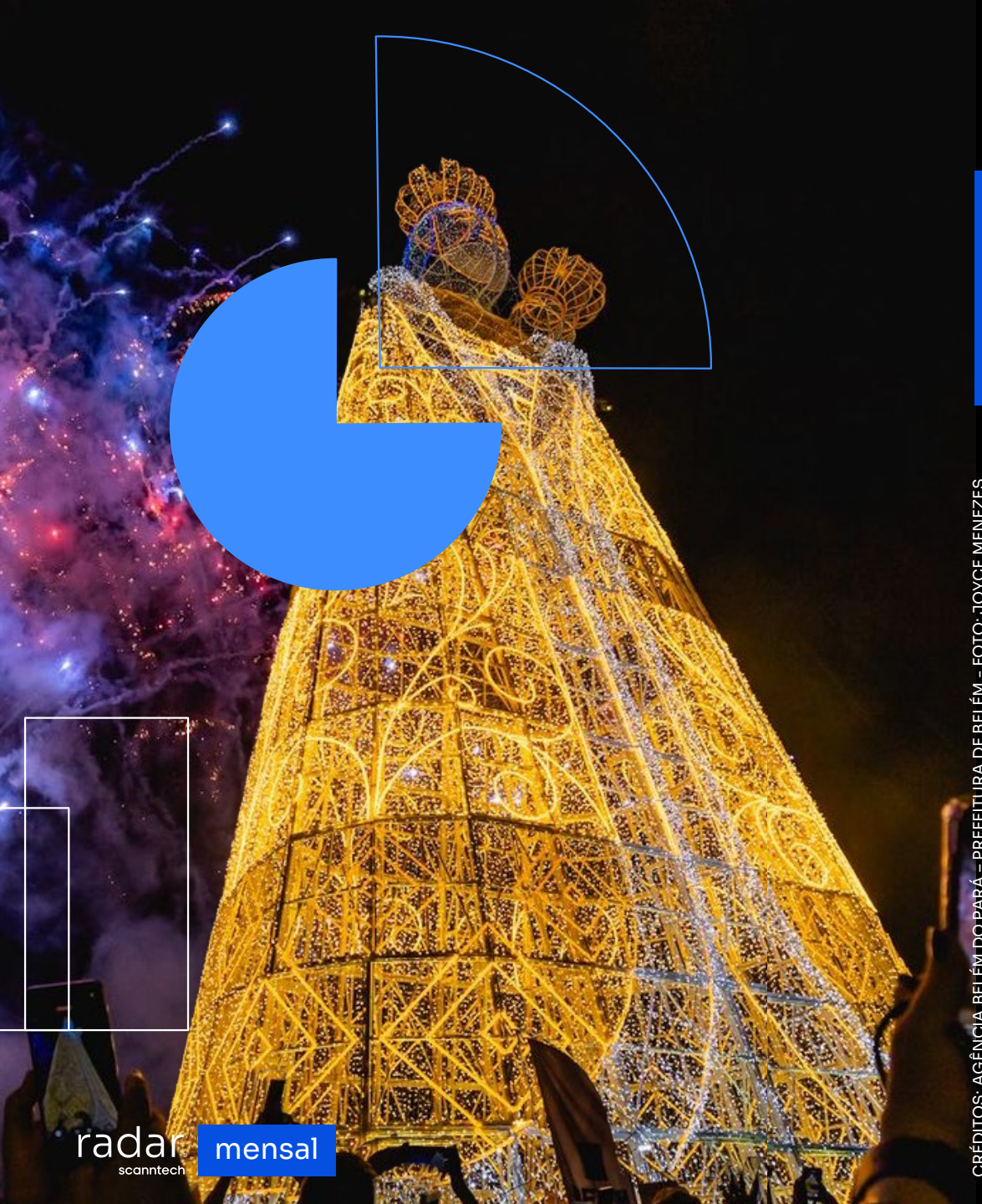
Tesoura	84,7%	-52,8%	Bloco de Notas
Artigo de Decoração	30,7%	-26,2%	Acessório p/ Camping
Agenda	26,8%	-22,4%	Pincel

PET

TOTAL CESTA



Ração Seca Gato	10,9%	-55,5%	Vestuário Pet
Petisco Gato	8,6%	-44,4%	Casa e Cama Pet
Ração Úmida Gato	6,6%	-34,1%	Acessório Pet Outros



CRÉDITOS: AGÊNCIA BELÉM DO PARÁ – PREFEITURA DE BELÉM - FOTO: JOYCE MENEZES

radar scanntech

EM FOCO

Círio de Nazaré

Veja como uma das maiores procissões católicas do mundo movimentou o varejo do Belém do Pará em Outubro

Região Norte.

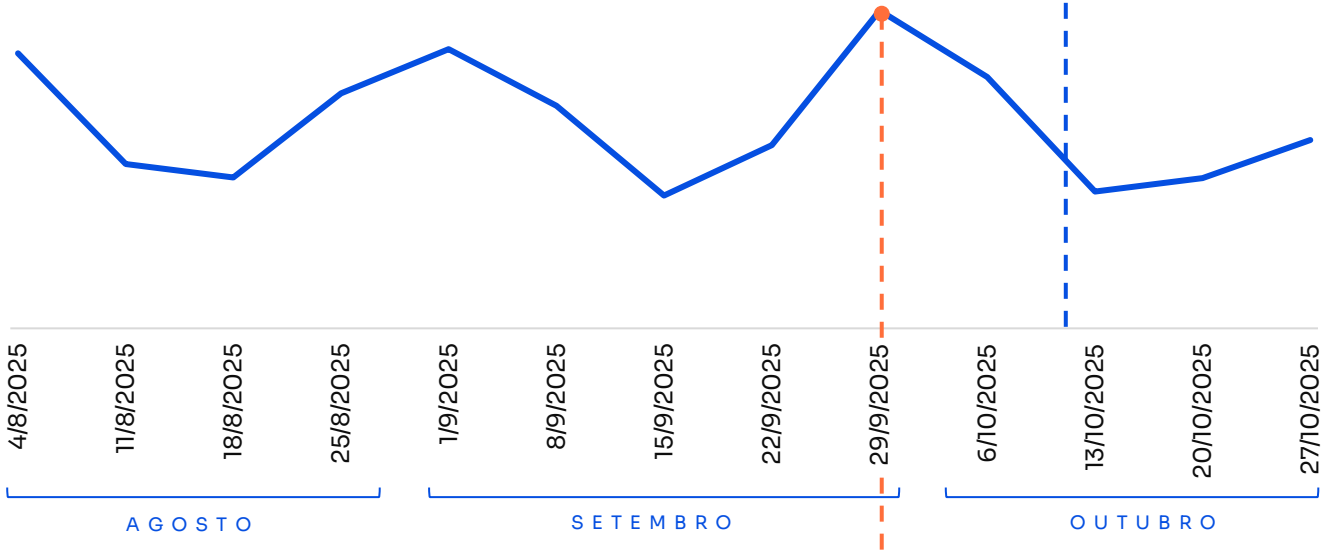
Uma leitura exclusiva scanntech

CÍRIO DE NAZARÉ

Círio de Nazaré em Belém – PA

EVOLUÇÃO SEMANAL DE VENDAS
UNIDADES | NORTE

Realizado sempre no segundo domingo de outubro, o Círio de Nazaré ocorreu no dia **12 de outubro**.



Consumidor nortista se adianta à comemoração religiosa e compra na semana anterior à festividade

Primeira semana do outubro vendeu 19% mais do que média do mês

Categorias associadas à festividade e às receitas típicas, como Maniçoba, Pato ou Frango no Tucupi e Arroz Paraense, foram os principais motores de crescimento em unidades na Região Metropolitana de Belém em outubro de 2025.

OUT'25 VS. SET'25

Top categorias em variação % de unidades Região metropolitana de Belém

COMEMORATIVOS	+500%
DECORAÇÃO	+140%
VELA	+46%
ACESSÓRIO P/ FESTAS	+45%
SUÍNOS E LINGUIÇAS	+25%
ARROZ	+20%
FRUTOS DO MAR	+10%

Fonte: Scanntech - Radar Scann Share | Dados Same Stores

ESTUDOS ESPECIAIS

Carnaval 25’

Confira os estudos especiais e programa-se para época mais festiva do ano

Como as pessoas **curtem o carnaval**

POR Google

Cesta de **carnaval**

POR scanntech

Petisco **snack**

POR scann market

radar scanntech mensal

QUE O CARNAVAL É IMPORTANTE PARA O BRASILEIRO TODO MUNDO JÁ SABE.

COMO AS PESSOAS CURTEM ESSA DATA?

OS 3 PRINCIPAIS TERRITÓRIOS DE CONTEMPLAÇÃO DO CARNAVAL:

Parte celebra o Carnaval na folia.

Uma parte que não curte um agito intenso e grandes aglomerações, mas que busca se divertir de outras formas.

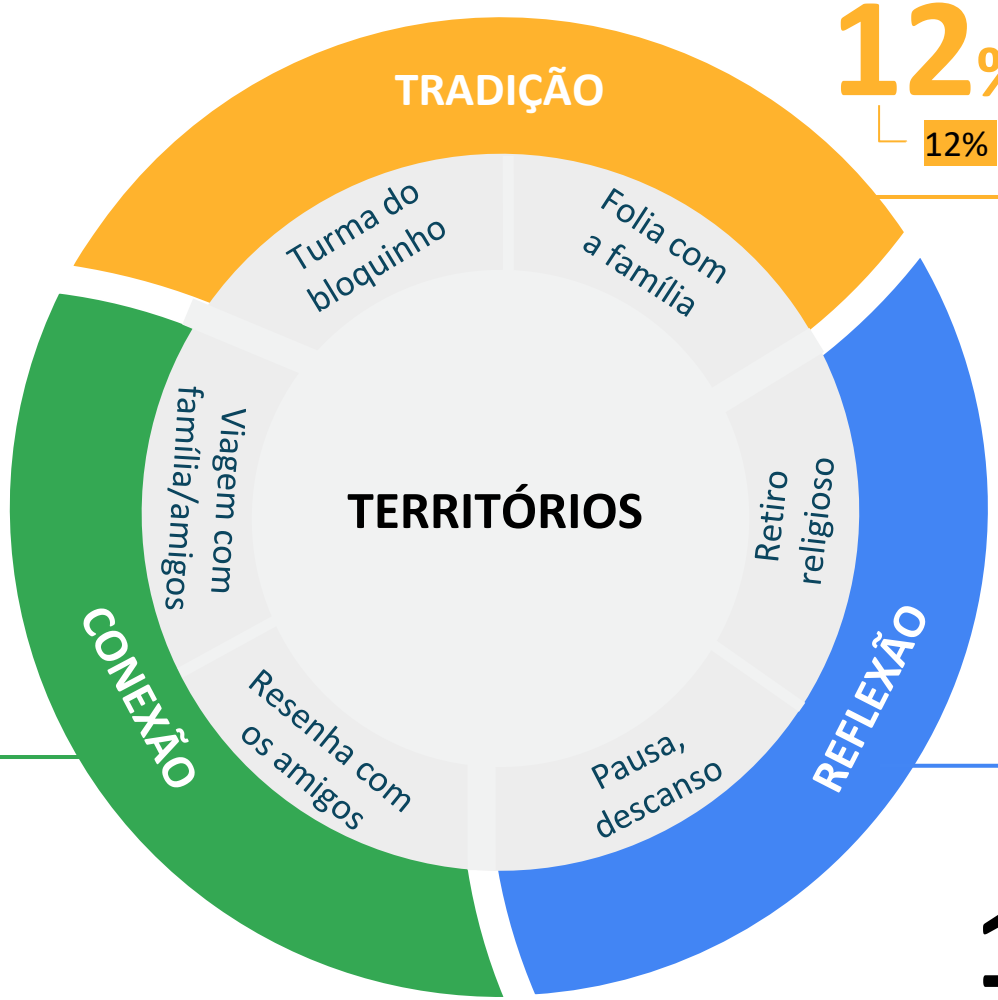
A maioria dos respondentes que usa os 3,4 dias para um momento de reflexão.

Fonte: Pesquisa Vento , qualitativa, 28 pessoas, Nacional

COMO AS PESSOAS CURTEM O CARNAVAL?

Google

DENTRO DESSES 3 TERRITÓRIOS HÁ **DIFERENTES VERTENTES DE CELEBRAÇÃO** DE ACORDO COM A FASE DE VIDA DE CADA UM:



12% TRADIÇÃO
- 12% Blocos, Festas e Desfiles

32% CONEXÃO
- 17% Viagem
- 19% Resenha com Amigos

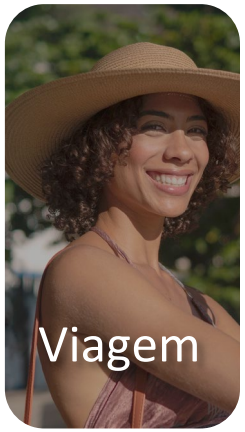
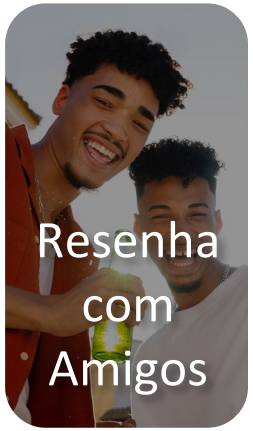
52% REFLEXÃO
- 9% Retiro
- 46% Pausa, descanso

17% Vai Trabalhar normalmente

Fonte: Pesquisa Vento , qualitativa, 28 pessoas, Nacional | Fonte: Google Survey: 1200 respondentes, Nacional, 18+, Jan/2025, Pergunta: Pensando no próximo carnaval (2025), quais das atividades abaixo você planeja realizar? (Múltipla Escolha)C

Território da Conexão

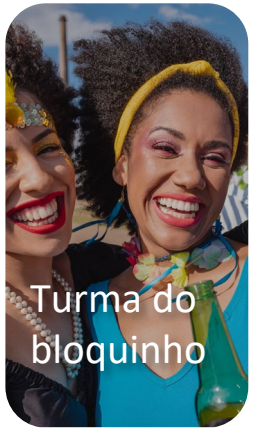
Categorias Consumidas

	BEBIDAS	ALIMENTAÇÃO	BELEZA	CUIDADOS PESSOAS	CUIDADOS COM A SAÚDE	CUIDADOS COM A CASA
 Viagem	Refrigerantes, isotônicos, água, chá gelado, vinhos	Comidas para todos os momentos do dia: iogurtes e leites vegetais / chocolate e bolacha / embutidos (como peito de peru) ou churrasco (linguiça e frango). Comidinhas de família, nostálgicas	Citam mais hidratantes e protetores solares. Falam também sobre embalagens com tamanho para viagem.	Protetor solar com bastante durabilidade.	Sabonete, higiene bucal, Complexo vitamínico	Não tem muitos cuidados com a casa nesse período.
 Resenha com Amigos	Cervejas, gin, cachaça (caipirinha), vinhos, espumantes	Churrasco: entra com força! Aqui já citam marcas de carne mais caras e diferenciadas que no momento de folia. Delivery: esfihas (fáceis de comer) e pizza	Citam mais maquiagem básica e perfumes, sem muita produção.	A preferência é por marcas que **protegem mas também hidratam**	Sabonete, higiene bucal.	Costumam reforçar a limpeza com **multiusos, desinfetantes** e perfumadores de ambiente.

Fonte: Pesquisa Vento , qualitativa, 28 pessoas, Nacional

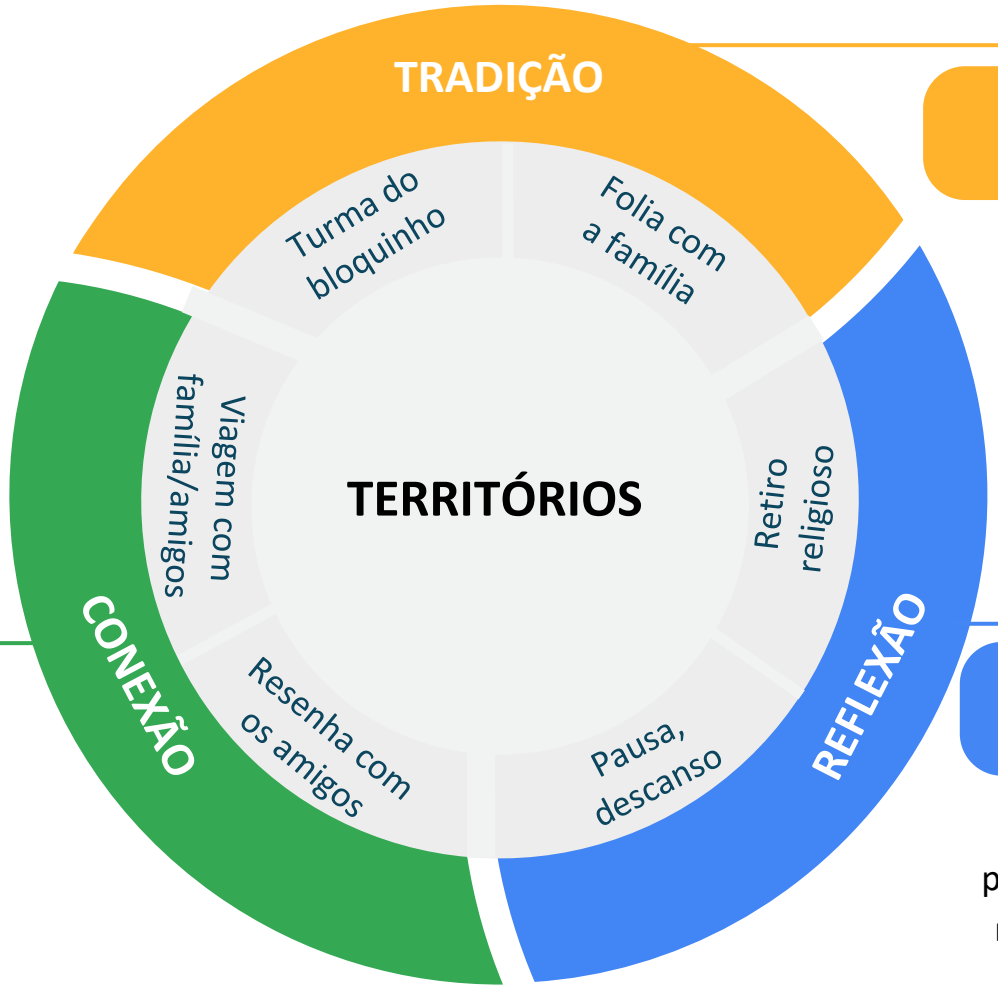
Território da Tradição

Categorias Consumidas

	BEBIDAS	ALIMENTAÇÃO	BELEZA	CUIDADOS PESSOAS	CUIDADOS COM A SAÚDE	CUIDADOS COM A CASA
 Turma do bloquinho	Priorizam **marcas mais acessíveis** e diversificam menos ase bebidas alcóolicas, tomam basicamente cerveja.	Não há muito pique para cozinhar para chegam em casa exaustos da folia. Comidas **rápidas e práticas** são sempre a melhor opção.	A preferência é pela **durabilidade**, como produtos com fixação e batons de **longa duração**. **Depilação/barba**: lâminas descartáveis, creme de barbear e gel pós barba.	Alguns citam protetor solar em bastão, prático para usar em maquiagem, **não deixando a pele oleosa**.	**Sabonete, higiene bucal.** Poucos falam sobre medidas preventivas, mas falam de **complexos vitamínicos, água e preservativos.** **Kit ressaca:** ressaca + dor de cabeça + dor muscular	Não tem cuidados com a casa nesse período.
Folia com a família	Cerveja ainda é mais citada, mas aqui a qualidade é uma prioridade, **marcas mais premium.**	Aqui as **carnes de churrasco** reinam! As comemorações que acontecem em casa permitem uma refeição mais estruturada, mas sem perder a praticidade de servir, devido a grande quantidade de pessoas.	A preferência aqui também é por **tons vibrantes e brilhos.**	A preferência é por **marcas que protegem mas também hidratam.**	**Sabonete, higiene bucal.** **Kit ressaca**	Costumam reforçar a limpeza com **multiusos, desinfetantes** e perfumadores de ambiente.

Fonte: Pesquisa Vento , qualitativa, 28 pessoas, Nacional

OS 3 PRINCIPAIS INSIGHTS:



Viver uma

EXPERIÊNCIA

Viver a tradição e experimentar as tendências do momento.

Promover o

AUTOCUIDADO

Dar mais atenção para si e para as pessoas que valoriza e não consegue na correria do dia a dia

Estreitar os laços de

AFETO

Trabalhar a conexão com pessoas próximas e se sentir feliz.

Fonte: Pesquisa Vento , qualitativa, 28 pessoas, Nacional | Fonte: Google Survey: 1200 respondentes, Nacional, 18+, Jan/2025, Pergunta: Pensando no próximo carnaval (2025), quais das atividades abaixo você planeja realizar? (Múltipla Escolha)C

radar scanntech

ESTUDO ESPECIAL

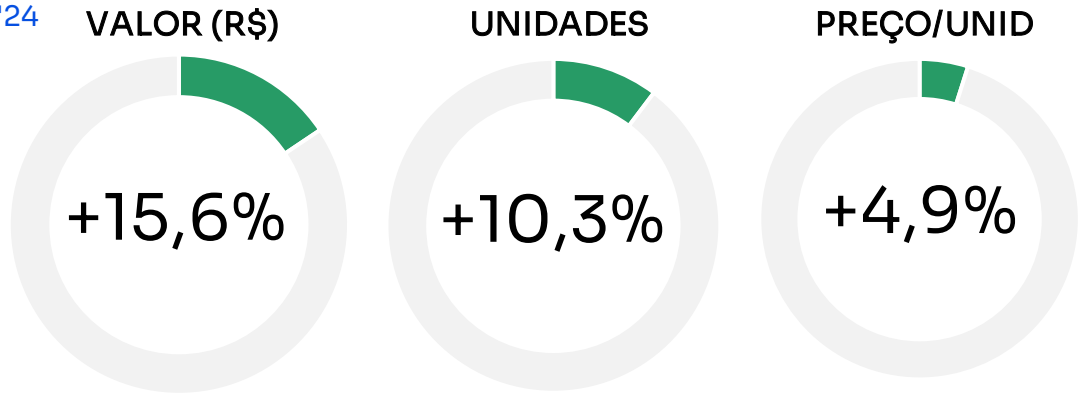
Cesta de Carnaval

Acompanhe os resultados da cesta e programa-se para 2026

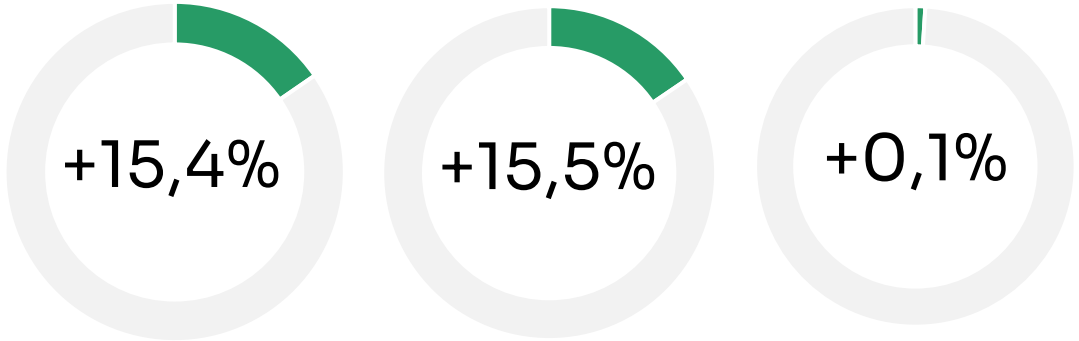
POR scanntech

Carnaval 2025

Cesta de Carnaval
Carnaval'25 vs Carnaval'24



Cesta de Carnaval
Média Carnaval'25 vs
Média Março'25



Carnaval'24: 05/02/2024-19/02/2025 |
Carnaval'25: 25/02/2025-10/03/2025

A Cesta de Carnaval (*) apresentou um desempenho expressivo em relação ao ano anterior, impulsionado pelo crescimento no volume de unidades vendidas. Na comparação mensal, o resultado também foi positivo, evidenciando que o Carnaval ultrapassa a sazonalidade e se consolida como um importante impulsionador de vendas. O período revelou um consumidor mais engajado, disposto a celebrar e consumir, reforçando o Carnaval como uma das principais datas do calendário, capaz de dinamizar categorias, ampliar o fluxo nas lojas e aquecer o setor como um todo.

*Cesta de Carnaval: Água, Água de Coco, Aperitivo, Bala e Pirulito, Bovino In Natura, Bronzeador Corporal, Cachaça, Cerveja, Conhaque, Energético, Espumante, Frango In Natura, Geladinho, Gelo, Gin, Goma de Mascar, Isotônico, Licor, Linguiça, Maquiagem Boca, Mistura Alcoólica, Pão, Pão de Alho, Petisco Snack, Pigmento Capilar, Pós-Sol, Preservativo, Protetor Solar, Refrigerante, Rum, Saquê, Sorvete, Suco, Suíno In Natura, Tequila, Vermouth, Vodka, Whisky.

Carnaval 2025

Supermercado

Cesta de Carnaval
Carnaval'25 vs Carnaval'24

VALOR (R$)	UNIDADES	PREÇO/UNID
+15,8%	+9,7%	+5,6%

Atacarejo

Cesta de Carnaval
Carnaval'25 vs Carnaval'24

+15,2%	+11,5%	+3,4%

Carnaval'24: 05/02/2024-19/02/2025 |
Carnaval'25: 25/02/2025-10/03/2025

Na análise por canal, o supermercado mantém maior crescimento das vendas em valor. Por outro lado, o atacarejo se destaca em volume de unidades vendidas, impulsionado por uma estratégia de preços mais competitiva e pelo perfil de compras voltado ao abastecimento, que inclui pequenos comerciantes e ambulantes.

*Cesta de Carnaval: Água, Água de Coco, Aperitivo, Bala e Pirulito, Bovino In Natura, Bronzeador Corporal, Cachaça, Cerveja, Conhaque, Energético, Espumante, Frango In Natura, Geladinho, Gelo, Gin, Goma de Mascar, Isotônico, Licor, Linguiça, Maquiagem Boca, Mistura Alcoólica, Pão, Pão de Alho, Petisco Snack, Pigmento Capilar, Pós-Sol, Preservativo, Protetor Solar, Refrigerante, Rum, Saquê, Sorvete, Suco, Suíno In Natura, Tequila, Vermouth, Vodka, Whisky.

CESTA DE CARNAVAL

Performance das Regiões

Motores distintos impulsionam o crescimento regional no Carnaval

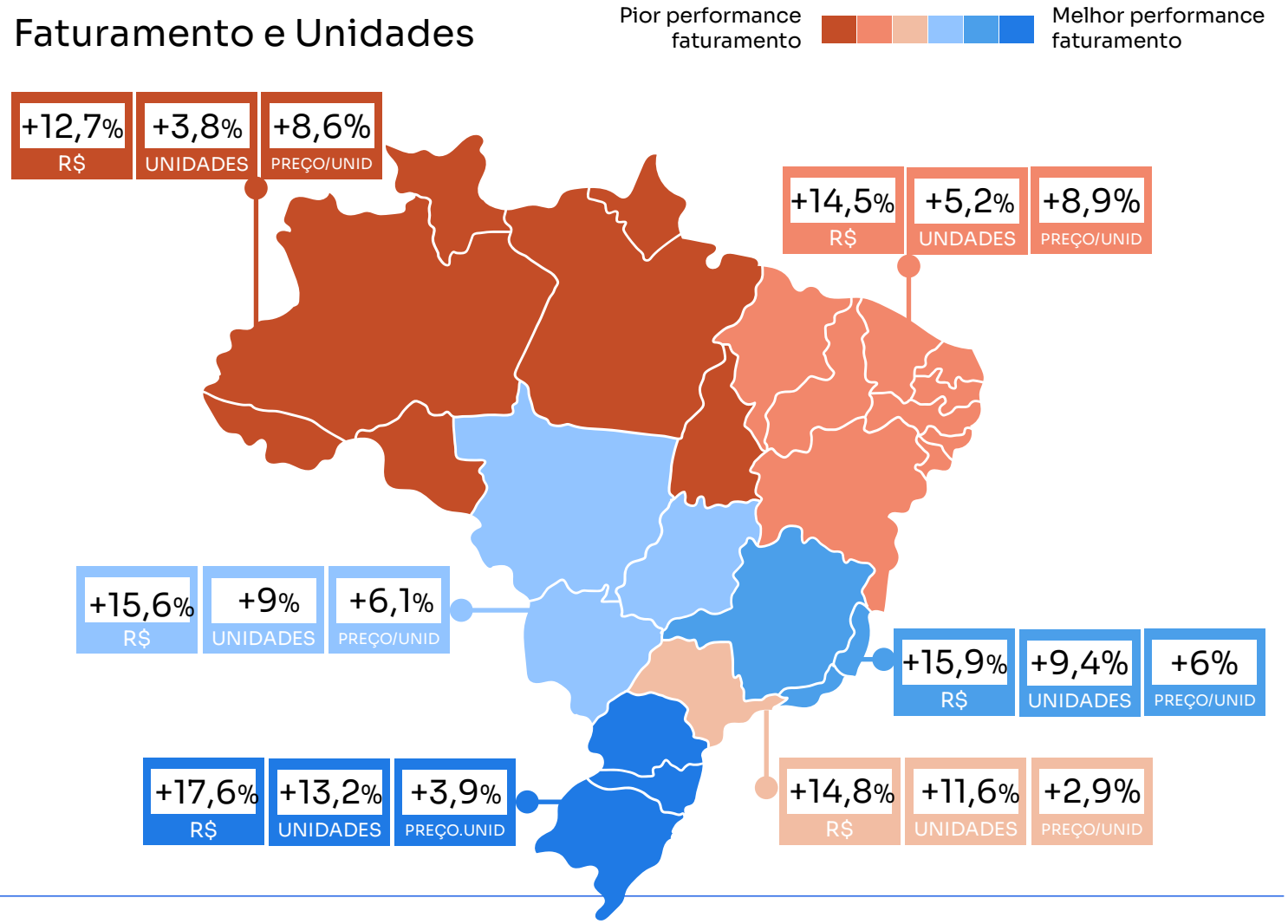
Nas regiões Sul, Sudeste e Centro-Oeste, o crescimento em unidades vendidas foi o principal motor do aumento de faturamento, evidenciando um consumo mais ativo e a expansão do volume de compras. Já nas regiões Norte e Nordeste, o resultado positivo é sustentado principalmente pelo reajuste de preços, embora as vendas em volume também apresentem avanço

*Cesta de Carnaval: Água, Água de Coco, Aperitivo, Bala e Pirulito, Bovino In Natura, Bronzeador Corporal, Cachaça, Cerveja, Conhaque, Energético, Espumante, Frango In Natura, Geladinho, Gelo, Gin, Goma de Mascar, Isotônico, Licor, Linguiça, Maquiagem Boca, Mistura Alcoólica, Pão, Pão de Alho, Petisco Snack, Pigmento Capilar, Pós-Sol, Preservativo, Protetor Solar, Refrigerante, Rum, Saquê, Sorvete, Suco, Suíno In Natura, Tequila, Vermouth, Vodka, Whisky.

Carnaval'24: 05/02/2024-19/02/2025 |
Carnaval'25: 25/02/2025-10/03/2025

CARNAVAL'25 VS CARNAVAL'24

Faturamento e Unidades



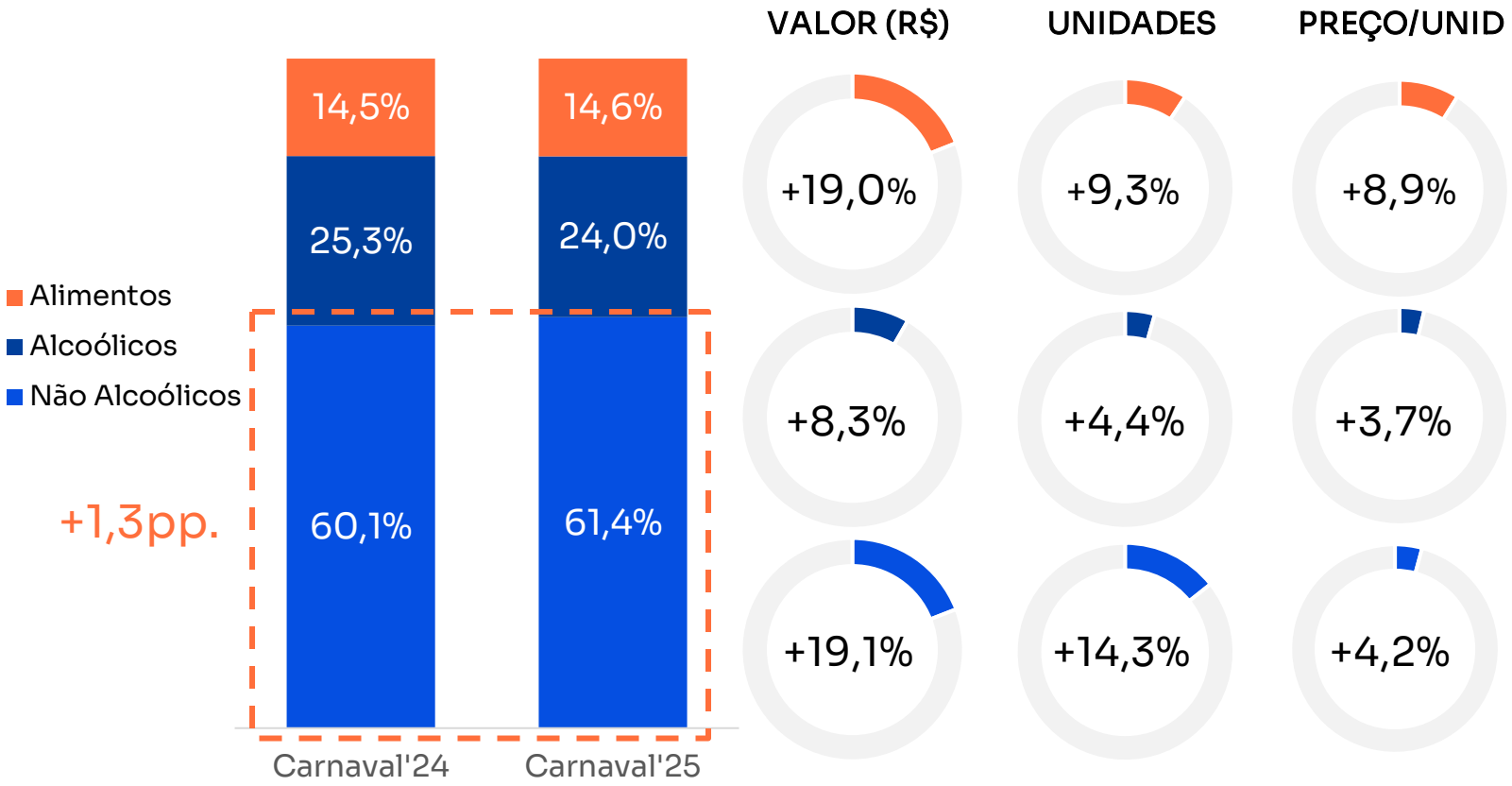
Fonte: Scanntech - Radar Scann Share | Dados Same Stores

CESTA DE CARNAVAL

Performance dos Segmentos

CARNAVAL'25 VS CARNAVAL'24
VOLUME (Kg/L)

Importância (%) dos Segmentos na Cesta de Carnaval



As bebidas não alcoólicas foram o grande destaque da folia em 2025, ampliando sua participação na cesta e apresentando crescimento acima da média em faturamento e unidades vendidas. Com desempenho mais que o dobro do registrado pelas bebidas alcoólicas, o segmento reforça uma mudança no comportamento do consumidor, que busca hidratação e refrescância, e não apenas celebração com álcool. Esse movimento reflete uma tendência de equilíbrio entre indulgência e bem-estar, já observada em outras sazonalidades.

*Cesta de Carnaval: Água, Água de Coco, Aperitivo, Bala e Pirulito, Bovino In Natura, Bronzeador Corporal, Cachaça, Cerveja, Conhaque, Energético, Espumante, Frango In Natura, Geladinho, Gelo, Gin, Goma de Mascar, Isotônico, Licor, Linguiça, Maquiagem Boca, Mistura Alcoólica, Pão, Pão de Alho, Petisco Snack, Pigmento Capilar, Pós-Sol, Preservativo, Protetor Solar, Refrigerante, Rum, Saquê, Sorvete, Suco, Suíno In Natura, Tequila, Vermouth, Vodka, Whisky.

Carnaval'24: 05/02/2024-19/02/2025 |
Carnaval'25: 25/02/2025-10/03/2025

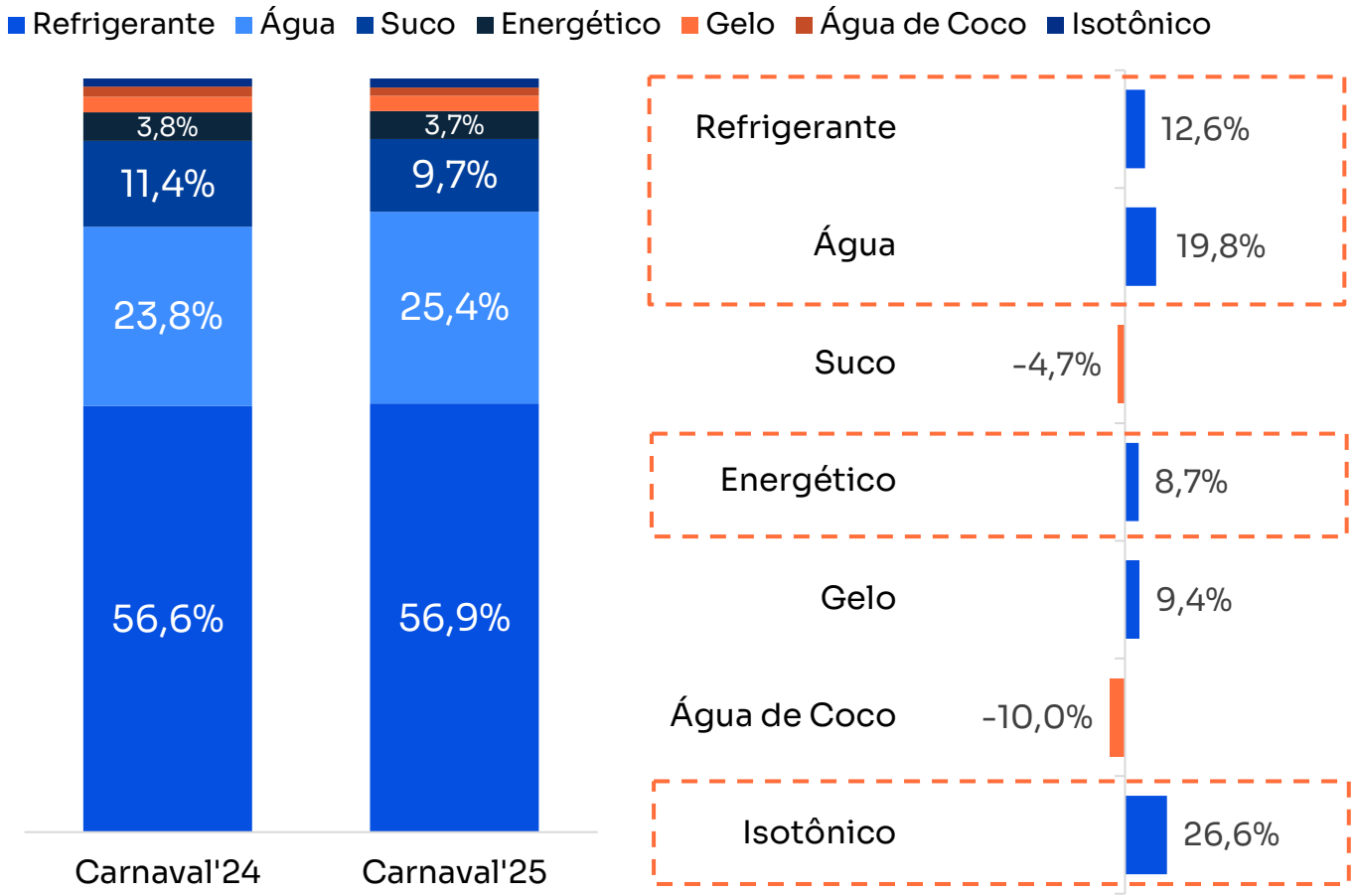
Fonte: Scanntech - Radar Scann Share | Dados Same Stores

CESTA DE CARNAVAL

Segmento de Não Alcoólicos

CARNAVAL'25 VS CARNAVAL'24 | VOLUME (L)

Importância (%) e Variação das Vendas



Destaque

	VALOR (R$)	VOLUME
Refrigerante s/Açúcar	+64,6%	+52,7%

Petisco Snack é a categoria número 1 da Cesta de Carnaval que mais aparece nos tíquetes de Refrigerante.

scann shopper explica

Os segmentos de **refrigerante e água** ampliaram seu protagonismo no Carnaval de 2025 e, em conjunto com **energéticos e isotônicos, registraram os maiores crescimentos em volume**. Esse movimento evidencia um consumidor que busca equilíbrio, celebrando, mas sem abrir mão da hidratação, do bem-estar e de escolhas mais conscientes. O destaque vai para o **refrigerante sem açúcar**, que consolida uma tendência clara de consumo: o público deseja manter a indulgência, mas dentro de uma rotina mais saudável e equilibrada, reforçando o avanço das opções com menor teor de açúcar e foco em bem-estar.

*Cesta de Carnaval: Água, Água de Coco, Aperitivo, Bala e Pirulito, Bovino In Natura, Bronzeador Corporal, Cachaça, Cerveja, Conhaque, Energético, Espumante, Frango In Natura, Geladinho, Gelo, Gin, Goma de Mascar, Isotônico, Licor, Linguiça, Maquiagem Boca, Mistura Alcoólica, Pão, Pão de Alho, Petisco Snack, Pigmento Capilar, Pós-Sol, Preservativo, Protetor Solar, Refrigerante, Rum, Saquê, Sorvete, Suco, Suíno In Natura, Tequila, Vermouth, Vodka, Whisky.

Carnaval'24: 05/02/2024-19/02/2025
Carnaval'25: 25/02/2025-10/03/2025

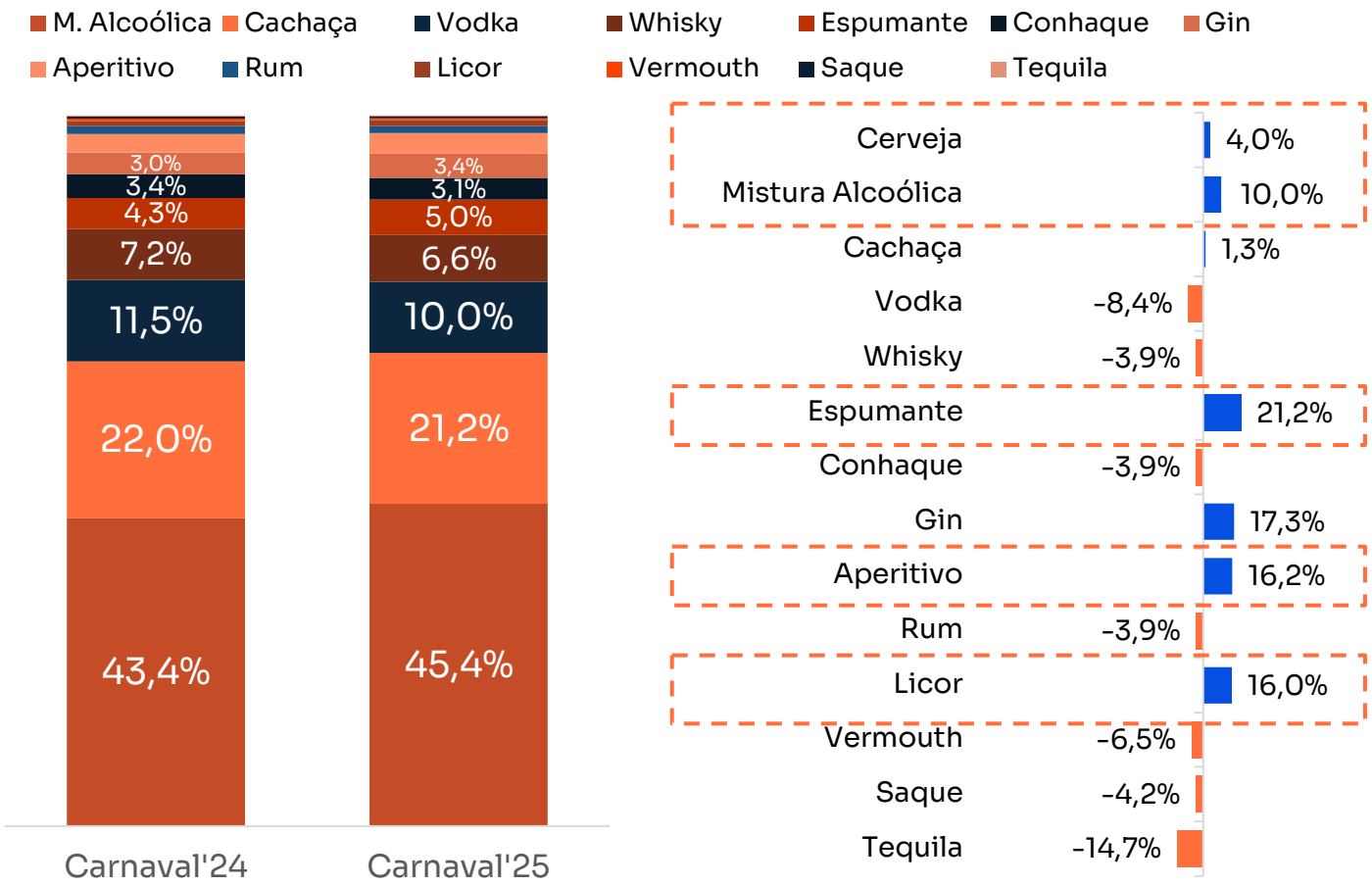
Fonte: Scanntech - Radar Scann Share | Dados Same Stores

CESTA DE CARNAVAL

Segmento de Alcoólicos

CARNAVAL'25 VS CARNAVAL'24 | VOLUME (L)

Importância (%) e Variação das Vendas (Sem Cerveja)



Destaque

	VALOR (R$)	VOLUME
Cerveja s/ Álcool	+35,7%	+30,4%

A cerveja, principal categoria de bebidas alcoólicas e responsável por mais de 91% do volume de vendas desse segmento na Cesta de Carnaval, registrou crescimento em volume, com **destaque para o avanço da cerveja sem álcool**, reforçando o movimento de equilíbrio no consumo.

Além disso, o aumento das vendas em **misturas alcoólicas, aperitivos, espumantes e licores** evidencia um comportamento em transformação, com consumidores explorando **novas formas de socialização** e ampliando o repertório de consumo festivo. Esses produtos unem sabor, leveza e conveniência, acompanhando a tendência de um Carnaval mais diverso, equilibrado e dinâmico nas escolhas de bebidas.

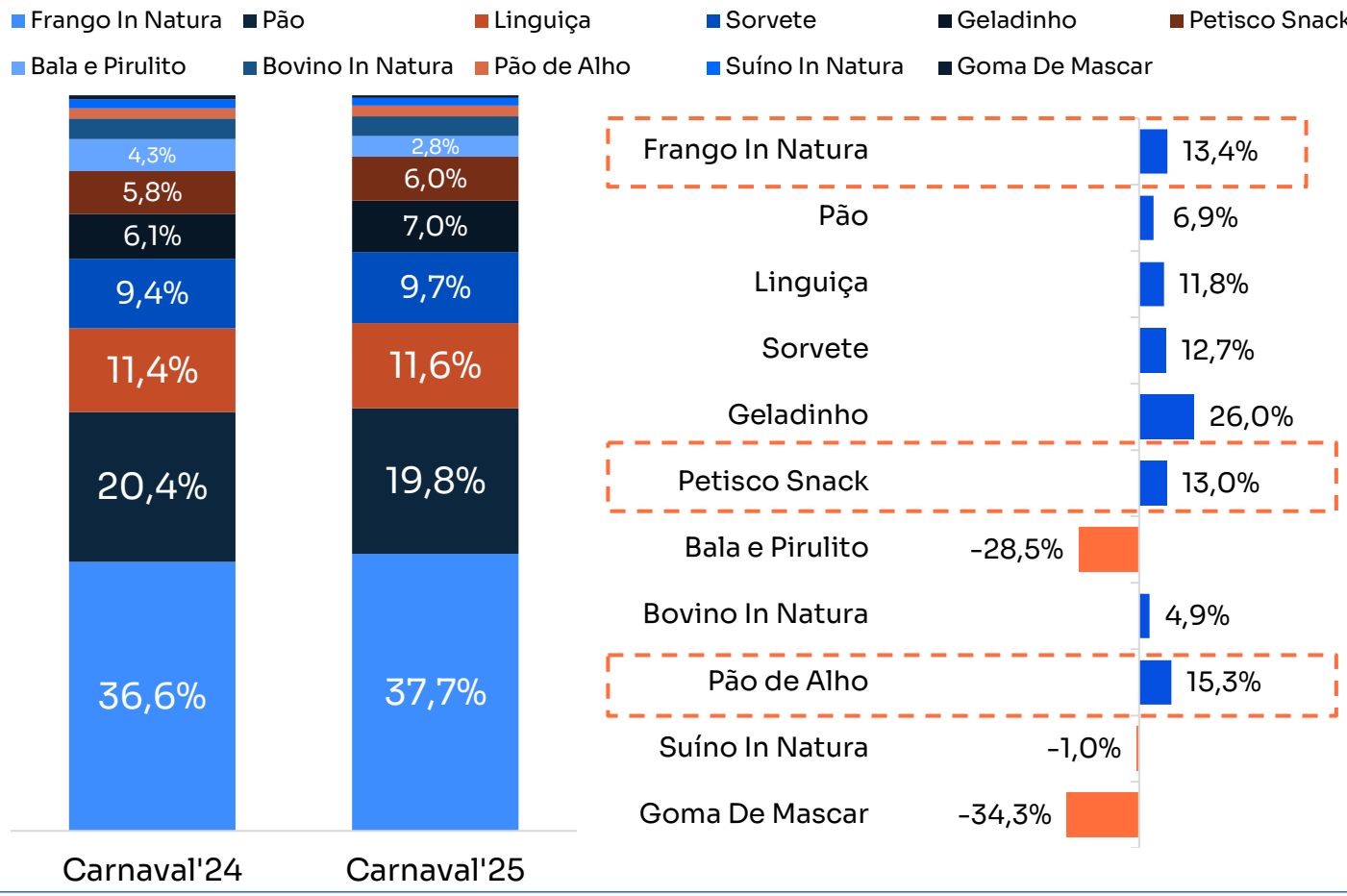
*Cesta de Carnaval: Água, Água de Coco, Aperitivo, Bala e Pirulito, Bovino In Natura, Bronzeador Corporal, Cachaça, Cerveja, Conhaque, Energético, Espumante, Frango In Natura, Geladinho, Gelo, Gin, Goma de Mascar, Isotônico, Licor, Linguiça, Maquiagem Boca, Mistura Alcoólica, Pão, Pão de Alho, Petisco Snack, Pigmento Capilar, Pós-Sol, Preservativo, Protetor Solar, Refrigerante, Rum, Saquê, Sorvete, Suco, Suíno In Natura, Tequila, Vermouth, Vodka, Whisky.

Carnaval'24: 05/02/2024-19/02/2025
Carnaval'25: 25/02/2025-10/03/2025

Fonte: Scanntech - Radar Scann Share | Dados Same Stores

CARNAVAL'25 VS CARNAVAL'24 | VOLUME (L)

Importância (%) e Variação das Vendas



A categoria de **Frango In Natura**, que já se destacava em representatividade no Carnaval de 2024, ganhou ainda mais força em 2025, impulsionada pelo aumento nas vendas em volume. Além dela, **linguiça, bovino in natura, pão de alho e pão** também apresentaram crescimento, evidenciando o **forte vínculo dessas categorias ao churrasco, um dos principais hábitos de consumo durante o período festivo.**

Outro destaque é a categoria de **petiscos/snacks, que reforça o movimento de busca por alternativas práticas e de consumo imediato**, adequadas tanto a encontros informais quanto a celebrações fora de casa.

Por outro lado, bala e pirulito e goma de mascar registraram retração em volume, o que pode refletir mudanças nos hábitos de consumo durante o Carnaval.

*Cesta de Carnaval: Água, Água de Coco, Aperitivo, Bala e Pirulito, Bovino In Natura, Bronzeador Corporal, Cachaça, Cerveja, Conhaque, Energético, Espumante, Frango In Natura, Geladinho, Gelo, Gin, Goma de Mascar, Isotônico, Licor, Linguiça, Maquiagem Boca, Mistura Alcoólica, Pão, Pão de Alho, Petisco Snack, Pigmento Capilar, Pós-Sol, Preservativo, Protetor Solar, Refrigerante, Rum, Saquê, Sorvete, Suco, Suíno In Natura, Tequila, Vermouth, Vodka, Whisky.

Carnaval'24: 05/02/2024-19/02/2025
Carnaval'25: 25/02/2025-10/03/2025

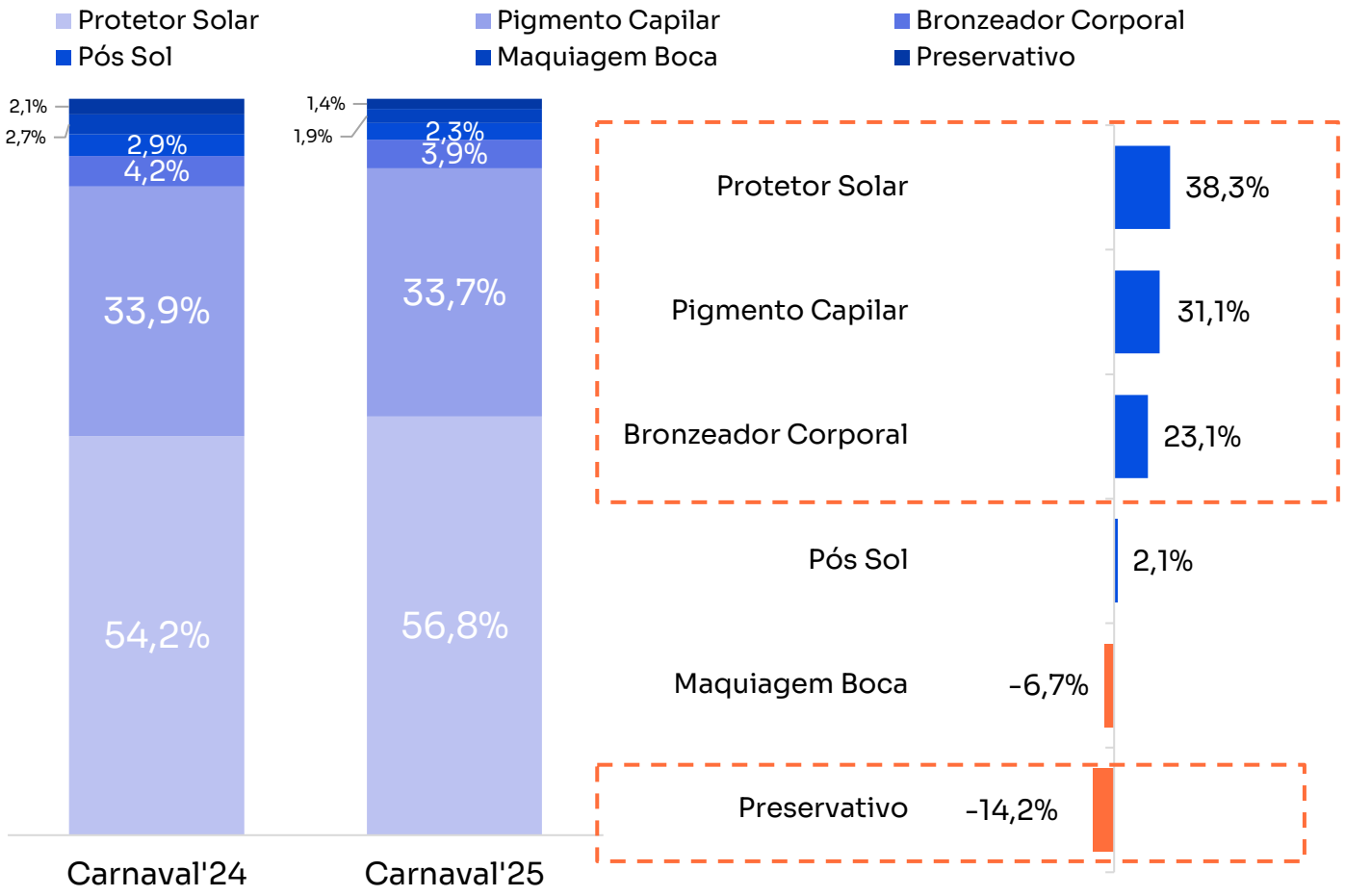
Fonte: Scanntech - Radar Scann Share | Dados Same Stores

CESTA DE CARNAVAL

Segmento de Cuidados Pessoais e Beleza

CARNAVAL'25 VS CARNAVAL'24 | VOLUME (L)

Importância (%) e Variação das Vendas



O Protetor Solar manteve sua liderança absoluta na cesta, com alta de +38,3% em volume, refletindo tanto o aumento das temperaturas quanto o maior tempo de exposição ao ar livre durante o período festivo. Esse resultado reforça o papel do autocuidado e da proteção como comportamentos consolidados no consumidor brasileiro.

Outro destaque foi o Pigmento Capilar, com crescimento de +31,1%, sinalizando a busca por autoexpressão e estilo, especialmente em festas, blocos e eventos. Na mesma direção, o Bronzeador Corporal avançou +23,1%, evidenciando o desejo de realçar a aparência e intensificar o visual de verão.

Por outro lado, a retração dos preservativos pode refletir mudanças no perfil de consumo e canais de compra, com parte da demanda migrando para ambientes fora do varejo alimentar.

*Cesta de Carnaval: Água, Água de Coco, Aperitivo, Bala e Pirulito, Bovino In Natura, Bronzeador Corporal, Cachaça, Cerveja, Conhaque, Energético, Espumante, Frango In Natura, Geladinho, Gelo, Gin, Goma de Mascar, Isotônico, Licor, Linguiça, Maquiagem Boca, Mistura Alcoólica, Pão, Pão de Alho, Petisco Snack, Pigmento Capilar, Pós-Sol, Preservativo, Protetor Solar, Refrigerante, Rum, Saquê, Sorvete, Suco, Suíno In Natura, Tequila, Vermouth, Vodka, Whisky.

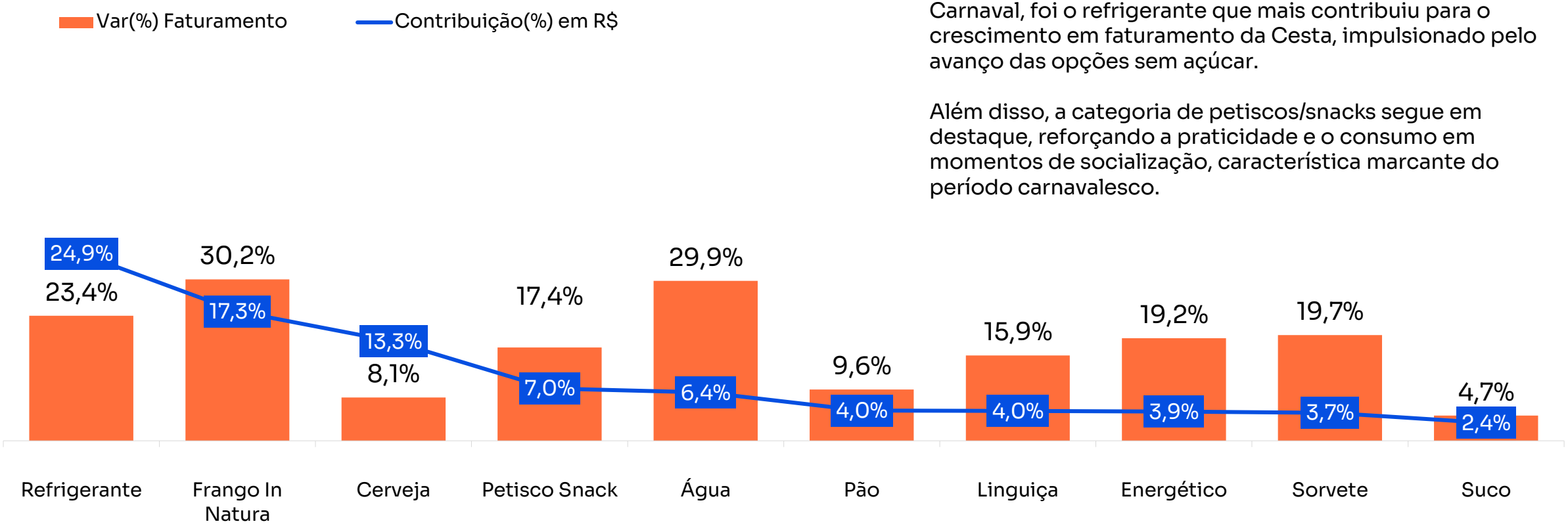
Carnaval'24: 05/02/2024-19/02/2025
Carnaval'25: 25/02/2025-10/03/2025

Fonte: Scanntech - Radar Scann Share | Dados Same Stores

Categorias em Destaque na Sazonalidade

CARNAVAL'25 VS CARNAVAL'24 FATURAMENTO (R$)

Top 10 Categorias Impulsionadoras das Vendas



Embora a cerveja seja tradicionalmente o símbolo do Carnaval, foi o refrigerante que mais contribuiu para o crescimento em faturamento da Cesta, impulsionado pelo avanço das opções sem açúcar.

Além disso, a categoria de petiscos/snacks segue em destaque, reforçando a praticidade e o consumo em momentos de socialização, característica marcante do período carnavalesco.

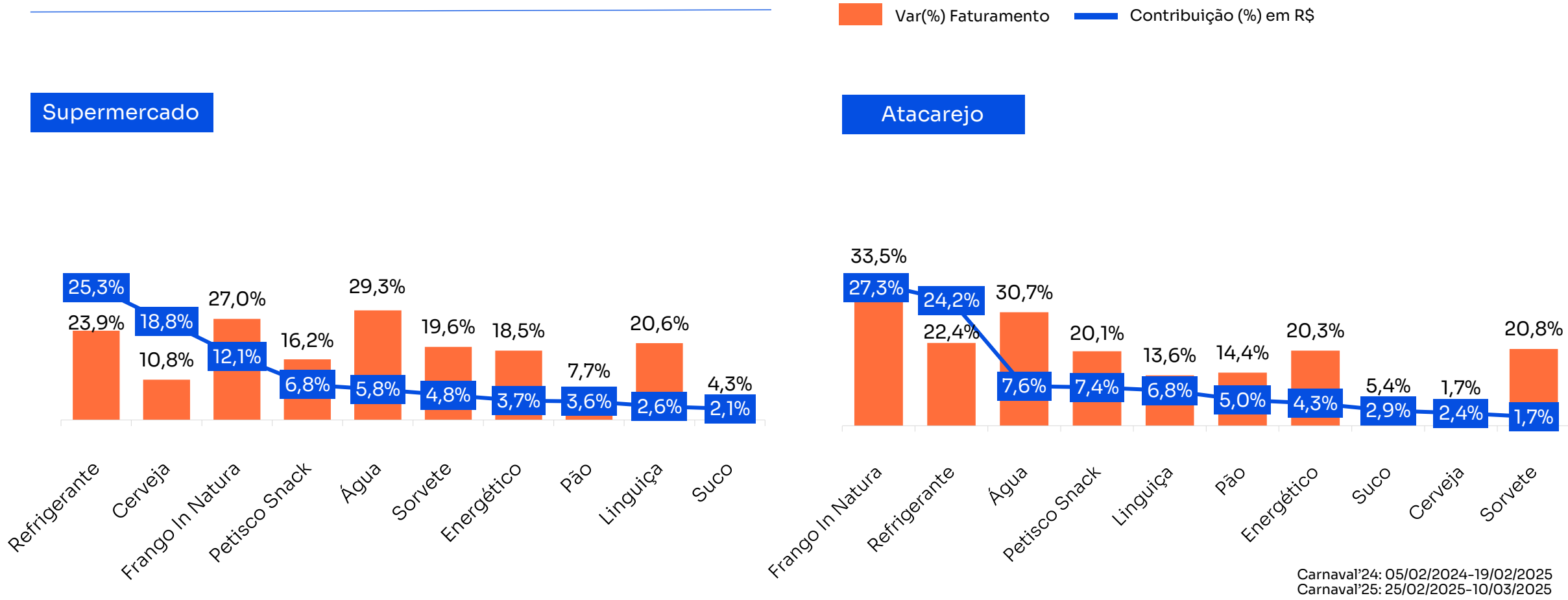
Carnaval'24: 05/02/2024-19/02/2025
Carnaval'25: 25/02/2025-10/03/2025

CESTA DE CARNAVAL

Categorias em Destaque na Sazonalidade

CARNAVAL'25 VS CARNAVAL'24 FATURAMENTO (R$)

Top 10 Categorias Impulsionadoras das Vendas



Carnaval'24: 05/02/2024-19/02/2025
Carnaval'25: 25/02/2025-10/03/2025

Fonte: Scanntech - Radar Scann Share | Dados Same Stores

radar scanntech

ESTUDO ESPECIAL

scann market

O maior retrato do varejo alimentar do Brasil.

PETISCO SNACK

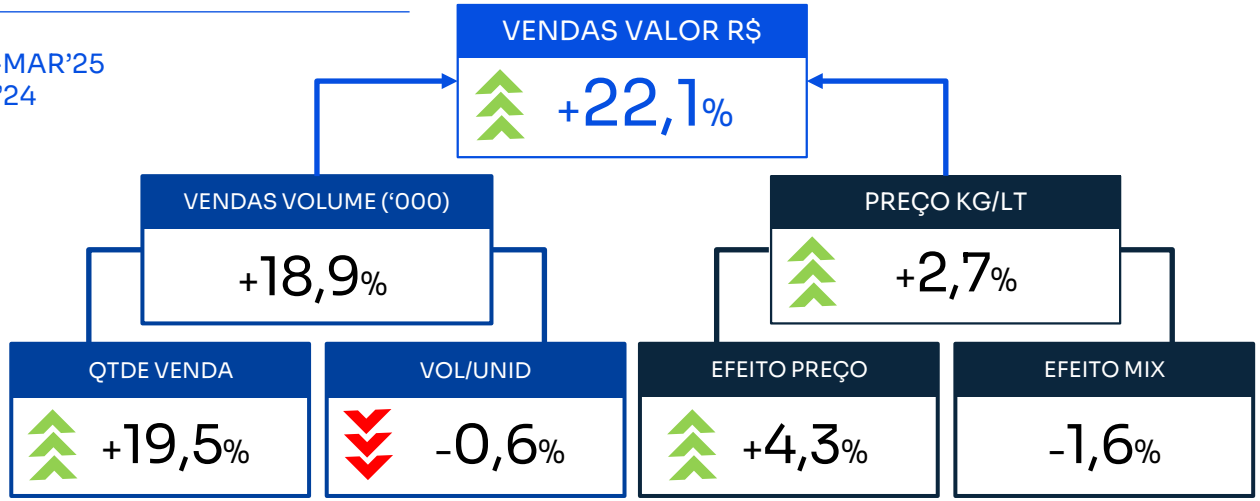
radar scanntech mensal

scann market

Petiscos ganham força no Carnaval, impulsionados pelo aumento no volume de vendas

Petisco Snack

VAR. (%) FEV-MAR'25
VS. FEV-MAR'24



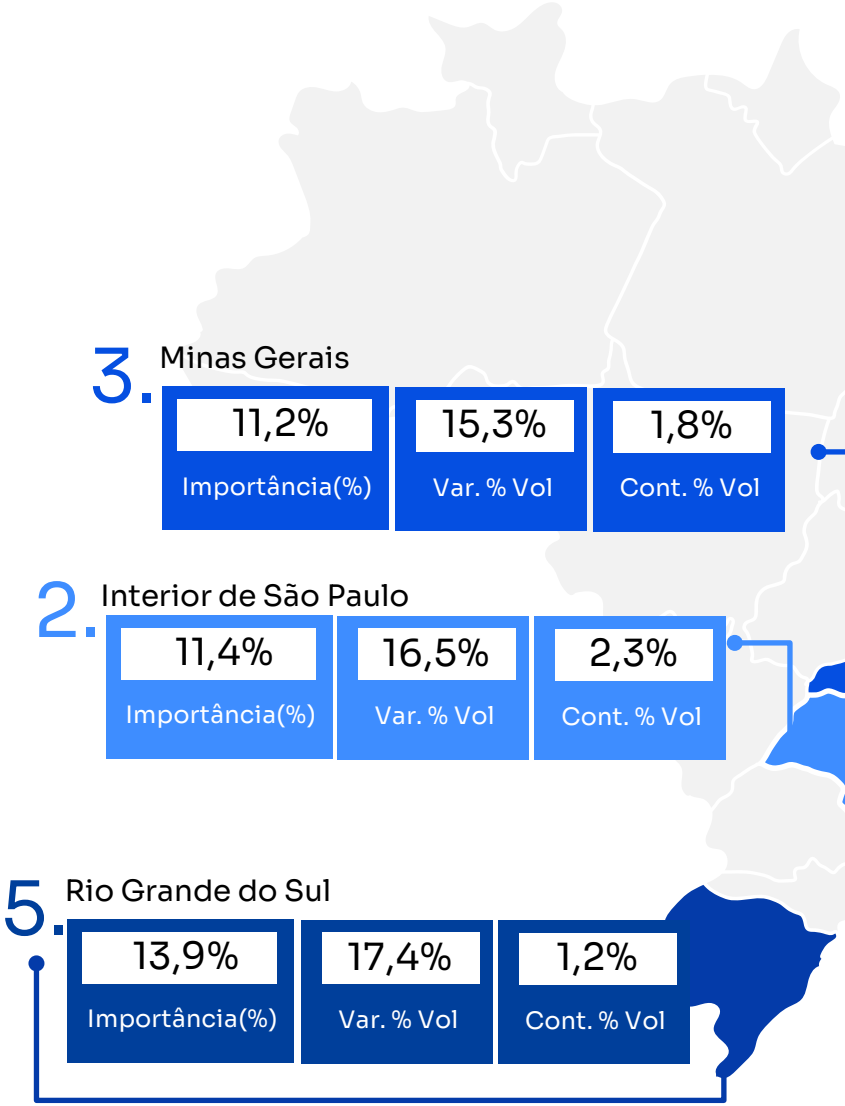
Fonte: ScannMarket 2.0 | Petisco Snack | Setembro 2025

scann market

Com destaque para o estado de São Paulo, que lidera o crescimento da categoria.

PETISCOS SNACKS

TOP 5 Regiões – Importância em Volume



Total Brasil

13,9%	18,9%	18,9%
Importância(%)	Var. % Vol	Cont. % Vol

3. Minas Gerais

11,2%	15,3%	1,8%
Importância(%)	Var. % Vol	Cont. % Vol

4. Rio de Janeiro

6,9%	26,8%	2,8%
Importância(%)	Var. % Vol	Cont. % Vol

2. Interior de São Paulo

11,4%	16,5%	2,3%
Importância(%)	Var. % Vol	Cont. % Vol

1. Reg. Metropolitana de São Paulo

13,7%	27,1%	3,5%
Importância(%)	Var. % Vol	Cont. % Vol

5. Rio Grande do Sul

13,9%	17,4%	1,2%
Importância(%)	Var. % Vol	Cont. % Vol

Fonte: ScannMarket 2.0 | Refrigerante Zero Açúcar | Agosto 2025

scann market

A categoria cresce impulsionada pela maior presença e distribuição de embalagens menores, que favorecem o consumo individual e por impulso.

Tamanhos de Embalagem	Importância %	Var.% Volume	Cont.% Volume
até 200g	81,8	16,9%	14,1%
201-400g	8,4	25,2%	2,0%
401-800g	3,4	-7,6%	-0,3%
801-1200g	3,6	135,8%	2,5%
acima de 1201g	2,7	26,0%	0,7%

Dos top 5 itens da categoria, 3 tem embalagem até 120g e contribuem com 4% do resultado em volume de Petisco Snack (+18,9%).
Itens com maiores crescimentos possuem embalagens de 120g e 160g.

Fonte: ScannMarket 2.0 | Petisco Snack | Setembro 2025

scanntech

Agradecemos a leitura

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

scanntech.com

radar
scanntech

Quer saber mais sobre sua região ou categoria?

Fale conosco