

# RADAR SCANNTECH

YTD 2021 vs. YTD 2022

FEVEREIRO 2022

Canal Alimentar



## Fevereiro tem retomada do crescimento das vendas no canal alimentar

Aumento da frequência nas lojas e diminuição da queda nas vendas em unidades contribuiram

Depois de um **Jan'22** fraco, **Fev'22**, retoma maior crescimento de venda nominal em valor (+9,2%) e diminuiu a retração em unidades vendidas (-1,9%). No ano, as vendas em valor crescem (+6,2%) e caem em unidades (-4,1%) vs. ano anterior.

Entre os canais, destaque para **Supermercado 5-9** com maior crescimento em valor (+7,0%) e menor queda em unidades (-3,4%), ganhando participação de mercado, já o **Supermercado 10+** perde. **Atacarejo regional** se recupera no mês e fica com crescimento em linha com os demais canais.

As regiões **NORTE** (+9,1%), **CENTRO-OESTE** (+8,7%) e **SUL** (+7,6%) tem crescimento superior de vendas em valor no ano. Destaque para o **SUL** impulsionado pelo **Atacarejo regional** e o **CENTRO-OESTE** pelo **Supermercado. SÃO PAULO (Estado)** apresenta retomada de crescimento das vendas em valor no mês, mas ficaram abaixo de **JAN'22**. O **NORDESTE** tem pior desempenho do Brasil, puxado pela queda do **Atacarejo regional**.

Colabora para o crescimento no mês a maior **frequência nas lojas** (+3,3%). As **unidades por ticket** tem ligeira redução na retração em FEV'22 (-5,1%) vs. JAN'22 (-6,4%).

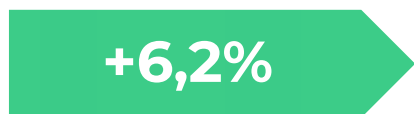
**Perecíveis** é a cesta com maior crescimento (+11,5%) no ano, com destaque no **Atacarejo regional**, com crescimento em valor (+13,6%) e unidades (+2,1%). **Bebidas** tem importante retomada de vendas em valor (+7,7%) e unidades (0,2%) no mês, puxado pelo consumo de bebidas no carnaval deste ano, onde no ano passado não houve esta alavanca de consumo. Entre as cestas, **Mercearia Básica** tem maior importância e apresenta **maior crescimento** no **Atacarejo regional** (+10,3%). Já **Mercearia**, tem maior participação e maior crescimento (+6,4%) no **Supermercado**.

Categorias de **Ovos, Chocolate, Pães de forma, Petiscos snacks** e **Suco pronto** contribuem para crescimento das vendas, enquanto **Cervejas** e categorias da cesta básica (**Arroz, Leite UHT e Feijão**), são quase a totalidade da contribuição de **negativa de vendas das top categorias** (70,4%).

## Evolução das vendas no Brasil

Total canais – YTD 21 vs. YTD 22

Depois de um **JAN'22** mais fraco, **FEV'22** mostra uma retomada das vendas, com crescimento nominal em valor **(+9,2%)** e redução da queda em unidades **(-1,9%)**.



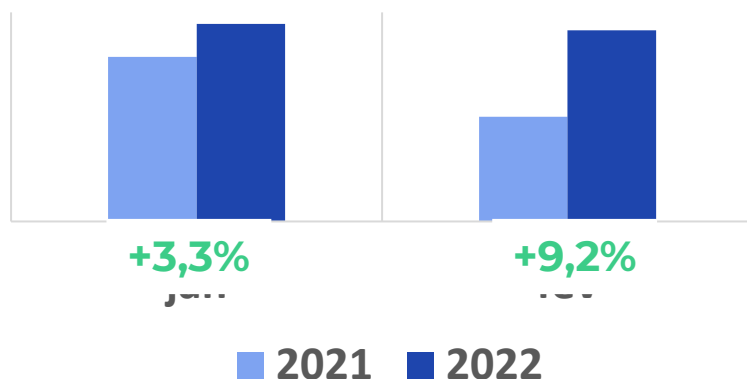
(Valor (R\$) – YTD'21 vs. YTD'22)

**VARIAÇÃO TOTAL**  
Supermercado +  
Atacarejo regional

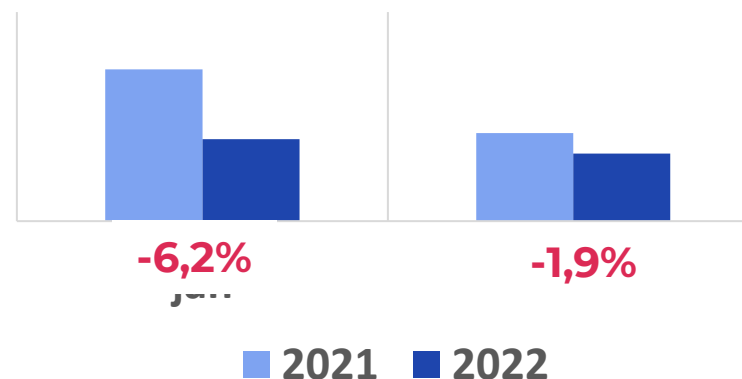


(Unidades – YTD'21 vs. YTD'22)

VENDA em VALOR (R\$)



VENDA em UNIDADES

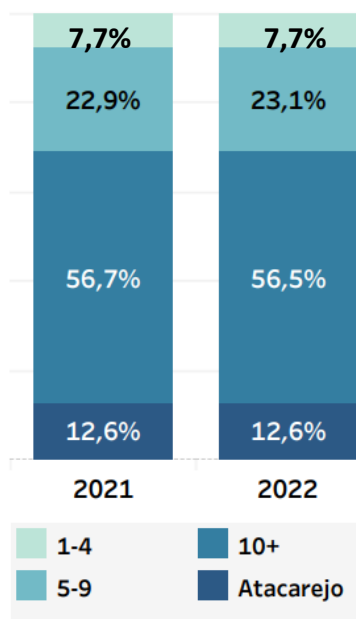


## Evolução das vendas no Brasil (canais)

Total canais – YTD 21 vs. YTD 22

**Supermercado 5-9** segue na liderança entre os canais, com maior crescimento nominal em valor e menor queda em unidades, ganhando participação de mercado. **Atacarejo Regional** retoma crescimento de vendas neste mês.

**PARTICIPAÇÃO% DOS CANAIS NAS VENDAS EM VALOR (R\$)**



**VARIAÇÃO% DOS CANAIS NAS VENDAS NO ANO**

CANAL		EM VALOR		EM UNIDADES
1-4	▲	6,3%	▼	-6,0%
5-9	▲	7,0%	▼	-3,4%
10+	▲	5,8%	▼	-4,0%
Atacarejo	▲	6,0%	▼	-4,6%

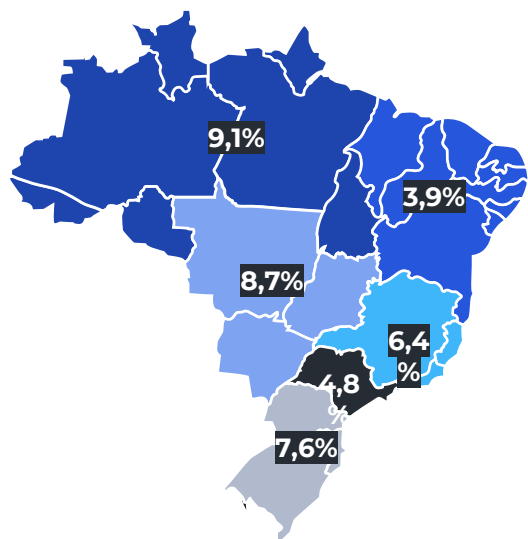
## Evolução das vendas no Brasil (regiões)

Total canais – YTD 21 vs. YTD 22

**NORTE, CENTRO-OESTE e SUL** tem crescimento superior de vendas em valor. Destaque para o **SUL** impulsionado pelo **Atacarejo regional** e **CENTRO-OESTE** pelo **Supermercado**. **SÃO PAULO (Estado)** apresenta retomada de crescimento das vendas em valor no mês, mas abaixo de **JAN'22**. O **NORDESTE** tem pior desempenho do Brasil, puxado pela queda do **Atacarejo regional**.

### VARIAÇÃO TOTAL em R\$ e UNIDADES - SUPERMERCADOS + ATACAREJO

#### VARIAÇÃO TOTAL CANAIS em VALOR



#### % VARIAÇÃO em VALOR (R\$)

	Supermercado	Atacarejo
NORTE	7,8%	13,8% ★
NORDESTE	4,5%	-1,4%
CENTRO OESTE	9,3% ★	4,8%
MG, ES, RJ	6,3%	8,2%
MET-SP	5,3%	3,7%
INT-SP	5,0%	4,0%
SUL	7,3%	9,6% ★

#### % VARIAÇÃO em UNIDADES

	Supermercado	Atacarejo
NORTE	-3,6%	8,3% ★
NORDESTE	-4,6%	-8,2%
CENTRO OESTE	-1,7%	-6,6%
MG, ES, RJ	-4,8%	-6,0%
MET-SP	-4,6%	-4,0%
INT-SP	-5,8%	-6,9%
SUL	-2,2%	-3,1%

## Frequência nas lojas, ticket médio e unidades por ticket

Total canais – YTD 21 vs. YTD 22

Tanto **Supermercado** quanto **Atacarejo Regional** retomam a **frequência nas lojas** em **FEV'22**, mas **unidades por ticket** ainda retraem em torno de **(-6%)**.



## Movimentações das principais cestas

Total canais – YTD 21 vs. YTD 22

Todas as cestas crescem em valor, mas retraem em unidades, exceto **Tabaco. Perecíveis** é destaque, seguido por **PET**. Depois de um **JAN'22** fraco, **Bebidas** retoma crescimento em valor e diminui queda em unidades, puxado pelo consumo de bebidas no carnaval deste ano, onde no ano passado não houve esta alavanca de consumo.

Varição em R\$ e Unidades – YTD'21 vs. YTD'22

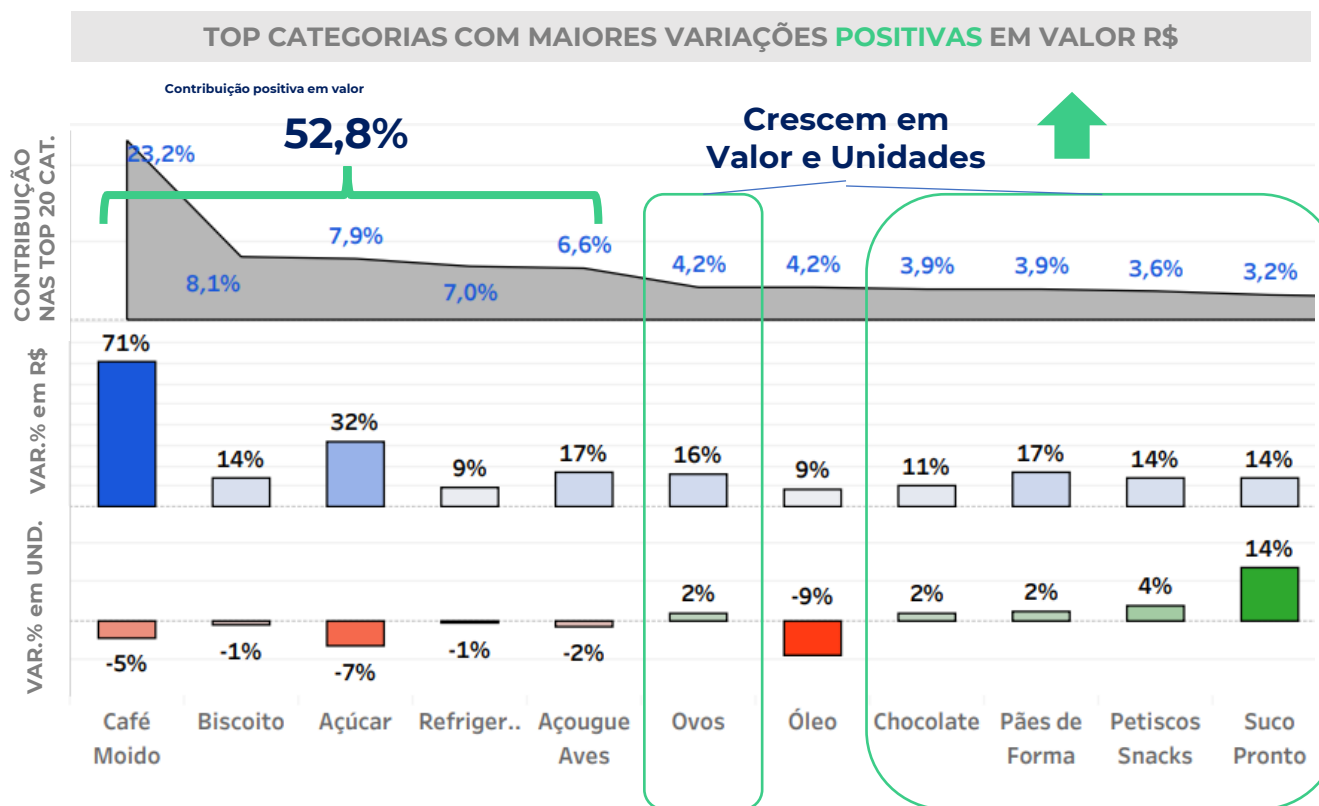
CESTAS	TODOS OS CANAIS		ATACAREJO REGIONAL		SUPERMERCADO	
	R\$	UND	R\$	UND	R\$	UND
MERCEARIA	+6,2%	-2,5%	+4,5%	-4,5%	+6,4%	-2,1%
MERCEARIA BÁSICA	+6,6%	-5,8%	+10,3%	-2,6%	+5,9%	-6,3%
PERECÍVEIS	+11,5%	-1,3%	+13,6%	+2,1%	+11,2%	-1,7%
BEBIDAS	+0,3%	-6,3%	-0,1%	-8,3%	+0,4%	-5,9%
PERFUMARIA	+3,5%	-5,9%	+3,4%	-5,8%	+3,5%	-5,9%
LIMPEZA	+6,7%	-7,6%	+6,1%	-8,5%	+6,8%	-7,4%
BAZAR	+3,0%	-4,2%	+2,9%	-1,3%	+3,1%	-4,7%
PET	+11,0%	-2,8%	+14,8%	-3,9%	+10,4%	-2,7%
TABACO	+7,5%	+4,8%	+13,2%	+25,7%	+6,7%	+3,9%

Importância em valor – YTD'22

ATACAREJO REGIONAL	SUPERMERCADO
20,0%	20,9%
20,4%	17,4%
19,6%	20,6%
18,2%	18,1%
8,4%	8,9%
8,9%	8,6%
2,9%	3,9%
1,0%	0,9%
0,7%	0,8%

# Movimentações das categorias (positivas)

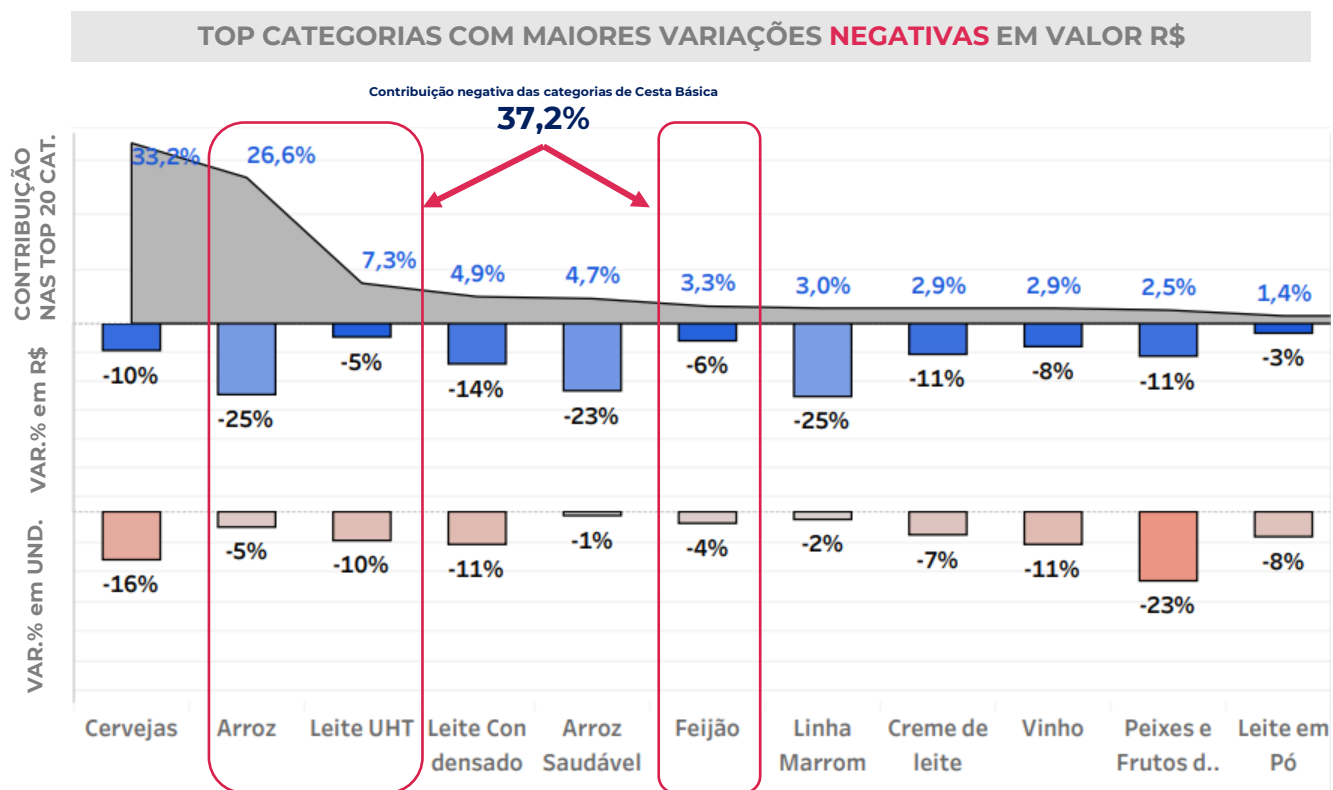
Total canais – YTD 21 vs. YTD 22





## Movimentações das categorias (negativas)

Total canais – YTD 21 vs. YTD 22



## Categorias em Destaque

Total canais – YTD 21 vs. YTD 22

Algumas categorias **crecem acima da média** e são destaques no ano

### HIDRATAÇÃO



ISOTÔNICOS **+31%**  
 ÁGUA **+24%**  
 SUCO PRONTO **+13%**  
 ÁGUA DE COCO **+13%**

### DIA A DIA



CAFÉ MOÍDO **+70%**  
 MISTURA PÃES **+45%**  
 BOLOS **+27%**  
 FRUTAS IN NATURA **+16%**

### CASA E LIMPEZA



DETERG. MÁQ. LAVAR LOUÇAS **+97%**  
 ACESSÓRIOS CAMPING **+33%**  
 BALDE PLÁSTICO **+28%**

### DOCES



PIRULITO **+39%**  
 PÃO DE MEL **+23%**  
 SORVETE PALITO **+23%**  
 CAMELOS MASTIGÁVEIS **+21%**

### SAUDABILIDADE



CEREAIS BARRA SAUDÁVEL **+46%**  
 CASTANHA SAUDÁVEL **+45%**  
 SUPLEMENTOS ACADEMIA **+43%**

### MATERIAL ESCOLAR



CADERNO **+77%**  
 MOCHILAS **+55%**  
 FOLHA SULFITE **+24%**

## Aspectos Metodológicos

**Universo:** painel com +24.000 pontos de vendas em todo o país. Foco em Supermercados nacionais e regionais e Atacarejos regionais, representando 84% e 41% do faturamento reportado de 2020 destes canais, respectivamente.

**Categorias:** +300 categorias de produtos analisadas, divididas em +10 cestas: Bazar, Bebidas, Limpeza, Mercearia, Mercearia Básica, Perecíveis, Perfumaria, Pet, Tabaco e Têxtil.

**Cálculo de Contribuição:** Considerado apenas os skus que possuem código de barras original dos fabricantes.

**Tickets:** processam mais de 700 milhões de tickets ao mês.

**Períodos:** abertura acumulada do ano, mensal e semanal. As variações dizem respeito ao mesmo período do ano anterior.

### Variáveis:

Consumo: vendas em valor nominal (reais) e unidades (mesmas lojas)

Importância: representatividade de vendas em valor (reais)

Ticket médio: em valor (reais por ticket) / quantidade de ticket

QUER SABER MAIS SOBRE  
SUA REGIÃO?

Acesse:

**SCANNTECH ANALYTICS**