

# RADAR SCANNTECH

JUNHO 2023

Canal Alimentar





Venha aprender, se inspirar, se transformar com palestrantes referências da indústria, do varejo e do mercado nacional e internacional:

# (IN)MOTION

Vem aí o maior  
evento em eficiência  
de dados da  
América Latina.

**8 AGO 2023**

Das 8:30 – 20:00  
SÃO PAULO

Pro Magno Centro de Eventos



## Uri Levine

Fundador do Waze,  
escritor do livro : Fall in  
love with the problem, not  
the solution: a handbook  
for entrepreneurs.



## Pascal Finette

Autor e ex executivo de  
**Google.org**, eBay e  
Mozilla, VP de Startup da  
**Singularity University**.



## Ricardo Amorim

**Economista mais  
influente** do Brasil,  
segundo a Forbes.

Google

McKinsey  
& Company

ambev



E muito mais...

**Garanta seu ingresso, vagas limitadas!**

# Preços continuam desacelerando e Cesta de Mercearia Básica registra redução de preços pelo segundo mês consecutivo

Em junho de 2023 os preços continuam em desaceleração em relação ao observado em maio. O cenário também apresentou uma melhora no que diz respeito às unidades vendidas. Ao contrário do que ocorreu o mês anterior, em junho ocorreu um aumento das vendas unitárias.

Pelo segundo mês consecutivo, a Cesta de Mercearia Básica registrou queda de preços quando comparado com o mesmo mês no ano passado. Mas agora em junho a queda foi bastante expressiva, de 7,1%. A cesta segue em retração no que se refere às unidades vendidas, porém, a retração desacelera em relação a maio.

Assim como no mês anterior, a cesta de bebidas segue em destaque pelo aumento de unidades vendidas e foi novamente a única a apresentar crescimento de vendas unitárias em junho'23 vs junho'22.

As maiores variações positivas em faturamento da cesta de Mercearia Básica em junho foram arroz, massas alimentícias e farinha de mandioca, em relação a jun'22. Óleo, leite e café moído, por outro lado, apresentaram as maiores retrações de faturamento.

Na cesta de Bebidas, cerveja, refrigerante e suco pronto foram as categorias que mais cresceram e os destaques negativos ficaram por conta de gin, vodca e whisky.

Foi nos Atacarejos Regionais que o preço da Mercearia Básica apresentou a maior redução e foi nos Supermercados que a venda de bebidas mais aumentou.

No geral, os Supermercados apresentaram importante recuperação em junho, com crescimento das vendas tanto em valor quanto em unidade. Já os Atacarejos Regionais se destacaram pelos menores repasses de preços. Entre os Supermercados, os menores aumentos ocorreram no canal 5 a 9.

No que diz respeito às regiões, o sul do país apresentou crescimento superior às demais, enquanto São Paulo, Centro Oeste e Norte, performaram abaixo da média nacional.

## ESTUDOS ESPECIAIS

No estudo especial, analisamos o desempenho da cesta junina e de produtos de inverno no mês de jun'23 e das categorias que compõem cada uma das cestas no que diz respeito à faturamento, unidades vendidas e preços.

Boa Leitura e Boas Vendas!

# Indicadores Econômicos

O Boletim Focus de 10 de Julho projeta inflação acumulada para o ano inteiro de 2023 de 4,95%, inferior, portanto, à previsão do mês passado que estava em 5,42% no dia 09 de junho. Em termos de expectativa de crescimento do PIB tivemos uma aceleração, que sai de 1,84% há 4 semanas para 2,19% em 10/Jul.

## INFLAÇÃO (IPCA)

### Índice Geral

### Alimentos no Domicílio

JUN'23			2021	2022	2023*
VAR. MENSAL	ACUMULADA NO ANO	ACUMULADA 12 MESES	TOTAL ANO		
▼ -0,08%	▼ 2,87%	▼ 3,16%	10,06%	5,79%	▼ 4,95%
▼ -1,07%	▼ 0,15%	▼ 2,88%	8,24%	13,23%	N.D.

Fonte: IBGE e Boletim Focus

\* Projeção em 10/Jul/2023. Expectativa de 9/Dez/2022 = 5,08%

## TX. DESEMPREGO

Fonte: IBGE

TRIMESTRE MAR – ABRIL - MAI 2022	TRIMESTRE FEV-MAR-ABR 2023	TRIMESTRE MAR – ABRIL – MAI 2023
9,8%	▼ 8,5%	▼ 8,3%

## PIB

Fonte: IBGE e Boletim Focus

• Projeção em 10/Jul/23.  
Expectativa de 09/Dez/2022 = 0,75%

		2021	2022	2023*
1T'23 vs. 1T'22	1T'23 – ACUMULADA NO ANO	TOTAL ANO		
▲ 4,0%	▲ 4,0%	6,0%	2,9%	▲ 2,19%

## CÂMBIO

Fonte: Banco Central

10/JUL/23	
USD/BRL: 4,87 ▼	EUR/BRL: 5,35 ▲

Nota: O Relatório Focus é uma publicação do Banco Central que reúne as expectativas do mercado em relação aos principais indicadores macroeconômicos (Preços, Atividade Econômica, Câmbio, Selic, entre outros). O relatório é atualizado toda 2ª considerando as projeções coletadas até a 6ª anterior à sua divulgação. O relatório traz, portanto, a evolução do comportamento semanal das projeções dos indicadores.

# Resultados do Mês

Executivos responsáveis:

Luana Ventura e Renann Candil



# Evolução das vendas no Brasil

Total canais

Com bastante desaceleração no aumento dos preços, Junho entrega crescimento positivo nas vendas de unidades, freando a retração observada no acumulado do ano. No entanto, o crescimento de vendas unitárias não é suficiente para compensar a redução de aumento e preços, reduzindo o crescimento em faturamento no mês quando comparado com o acumulado do ano.

## VARIAÇÃO TOTAL CANAIS (Supermercado + Atacarejo regional)

	Valor (R\$)	Unidades	Preço / unidade
YTD'23 vs. YTD'22	+8,9%	-0,3%	+9,2%
JUN'23 vs. JUN'22	+5,6%	+0,8%	+4,8%

# Evolução das vendas no Brasil

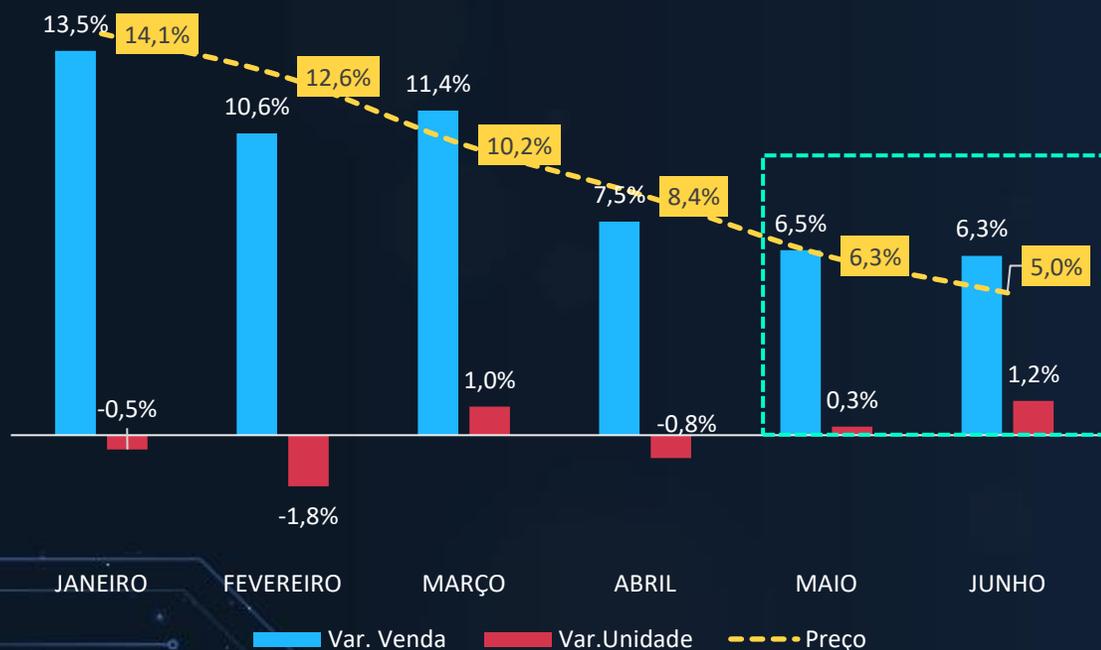
Total canais

Supermercado tem importante recuperação nas unidades vendidas em jun'23, sendo o melhor desempenho do ano. Já o Atacarejo regional tem sofrido mais nas vendas em unidades, mesmo com menores aumentos de preço, não conseguindo ter nenhum mês com crescimento de vendas unitárias e entregando crescimento de faturamento abaixo da inflação nos últimos 3 meses.

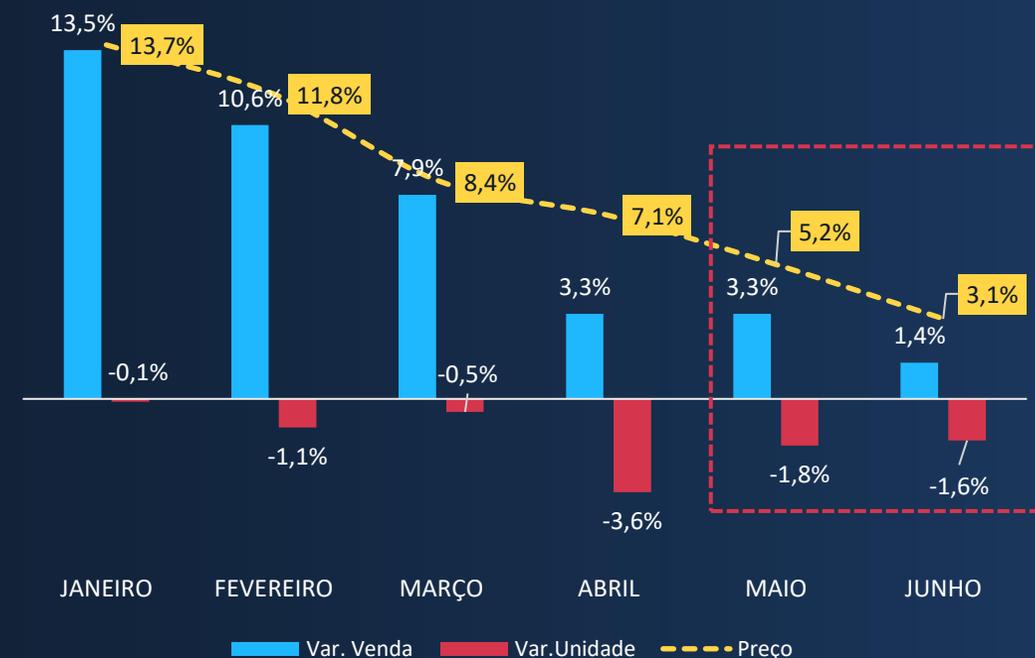
IPCA acumulado 12 meses



## SUPERMERCADO



## ATACAREJO REGIONAL



# Evolução das vendas entre canais

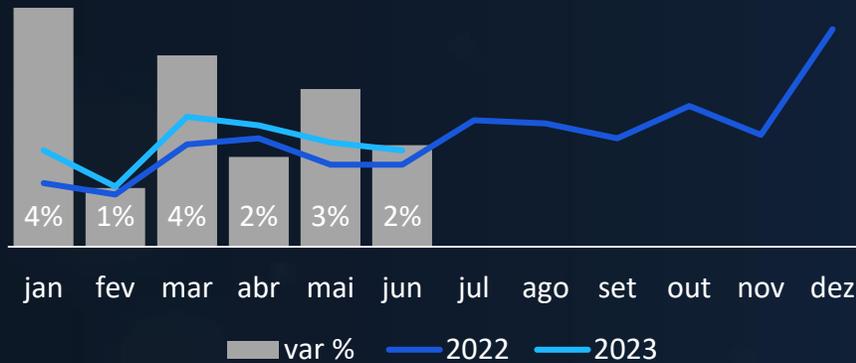
Total canais

Com estabilidade na recuperação do fluxo em loja, o principal detrator do volume nos atacarejos regionais nos últimos meses têm sido sua dificuldade de diminuir a retração das unidades por ticket, enquanto os supermercados vêm consistentemente reduzindo o gap de unidades por ticket versus o ano passado.

## Fluxo em loja (YTD)

Atacarejo Regional

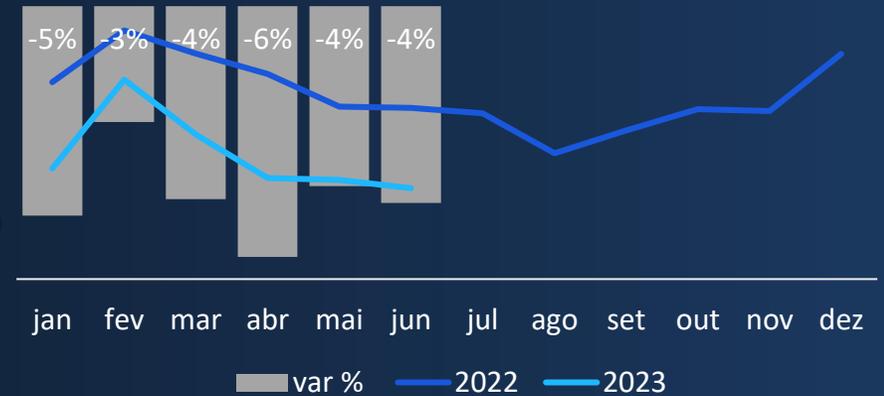
+3,0%



## Unidades por Ticket (YTD)

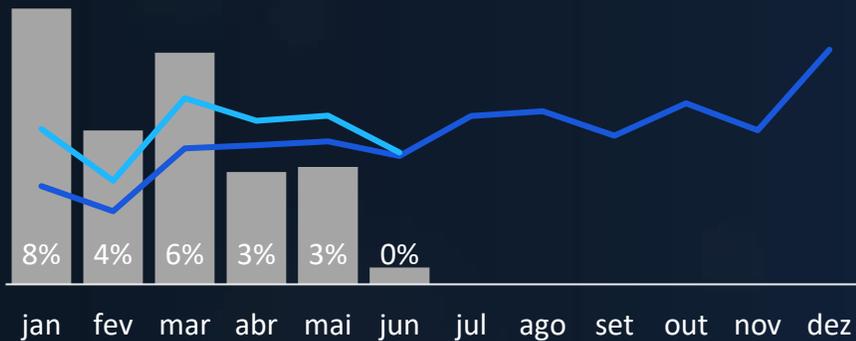
Atacarejo Regional

-4,5%



Supermercado

+4,7%



Supermercado

-4,5%

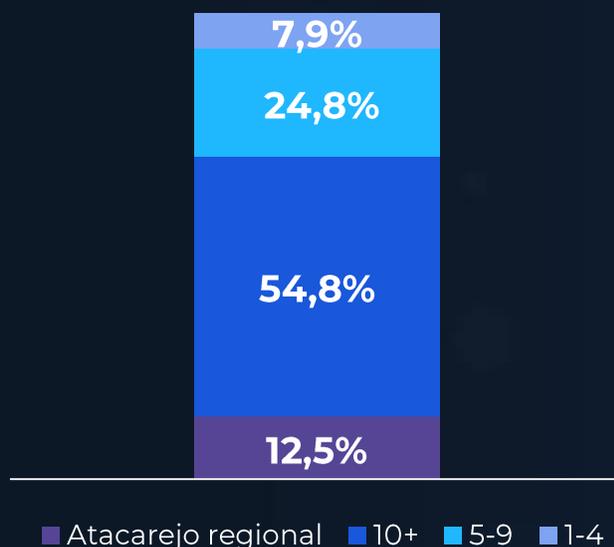


# Evolução das vendas no Brasil (canais)

Total canais – Jun'23 vs. Jun'22

Os canais de Supermercado mostram mais resiliência e crescem tanto em valor como em unidades. Enquanto o Atacarejo regional segue em retração nas unidades vendidas e com pouco crescimento em valor com menor repasse de preço.

## PARTICIPAÇÃO % POR CANAL EM VALOR (R\$) – JUN 2023



## VARIAÇÃO% POR CANAL JUN 2023 x JUN 2022

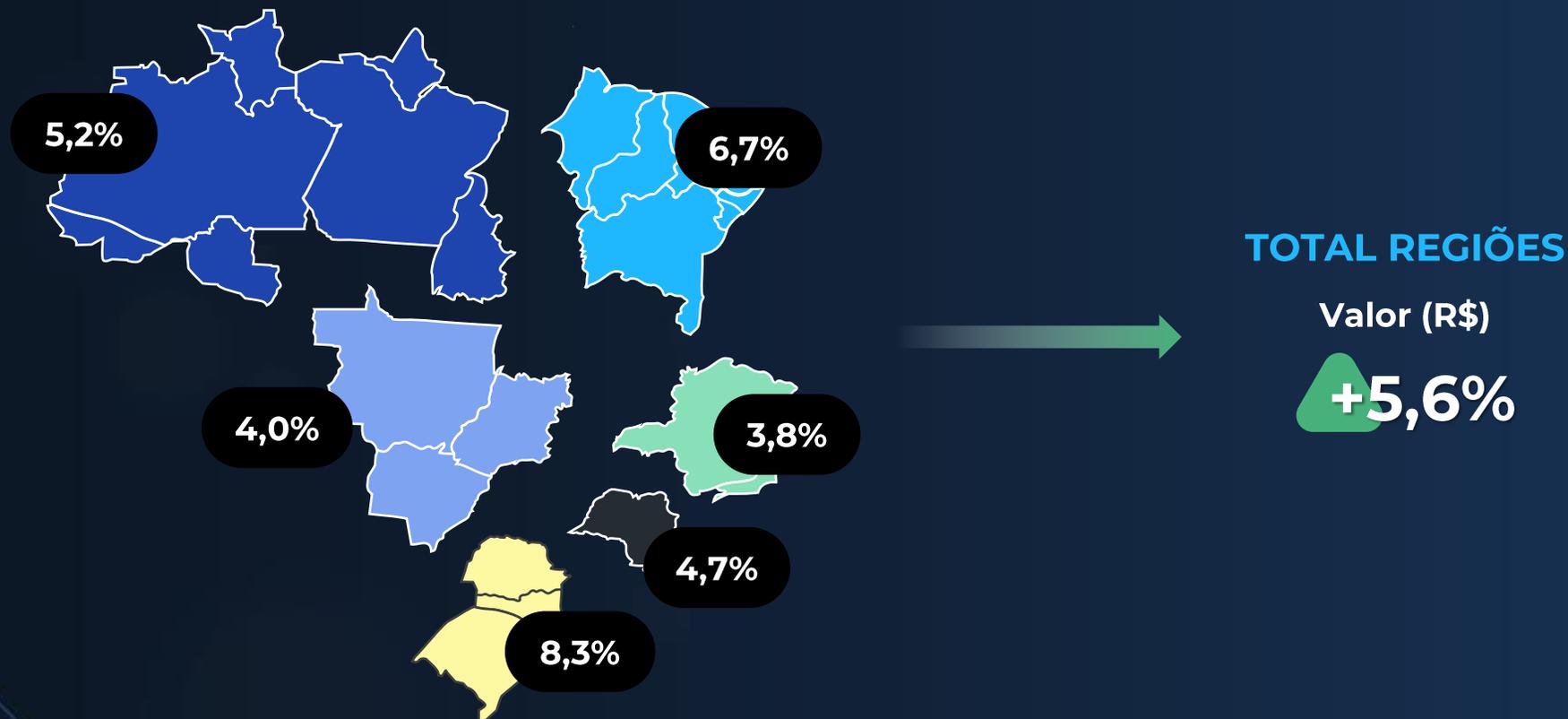
CANAL	EM VALOR	EM UND	EM PREÇO
1-4	+6,0%	+0,4%	+5,5%
5-9	+5,9%	+1,4%	+4,5%
10+	+6,5%	+1,2%	+5,2%
Atacarejo Regional	+1,4%	-1,6%	+3,1%

# Evolução das vendas no Brasil (regiões)

Total canais – Jun'23 vs. Jun'22

Região Sul segue com crescimento consideravelmente superior às demais regiões do Brasil. Enquanto São Paulo, Centro-Oeste e Norte ficaram abaixo da média nacional em crescimento valor.

## VARIAÇÃO DAS VENDAS EM VALOR NOMINAL POR REGIÃO - TOTAL CANAIS Jun'23 vs. Jun'22



# Movimentações das cestas

Total canais – Jun'23 vs. Jun'22

Cesta de Bebidas se destaca, impulsionada pelo aumento de vendas em unidades em ambos os canais. Mercearia Básica, mesmo com preço em queda, segue caindo em unidades vendidas, principalmente no Atacarejo regional.

## VARIAÇÃO EM R\$, UNIDADES e PREÇO

### TODOS OS CANAIS

CESTAS	R\$	UND	PREÇO
MERCEARIA	10,1%	-0,1%	10,2%
PERECIVEIS	7,6%	-0,6%	8,3%
MERCEARIA BASICA	-8,3%	-1,3%	-7,1%
BEBIDAS	12,2%	3,6%	8,4%
PERFUMARIA	11,0%	-0,5%	11,6%
LIMPEZA	9,0%	-0,1%	9,0%
PET	0,1%	4,4%	-4,1%
TABACO	9,3%	10,2%	-0,8%

- EM BAIXA

### SUPERMERCADO

**-0,5%** **-6,7%**  
(em unidades) (em preço)

### ATACAREJO REGIONAL

**-5,6%** **-8,6%**  
(em unidades) (em preço)

+ EM ALTA

### SUPERMERCADO

**+3,9%** **+8,7%**  
(em unidades) (em preço)

### ATACAREJO REGIONAL

**+1,6%** **+6,3%**  
(em unidades) (em preço)

# Movimentações das categorias

Variação (%) Jun'23 vs. Jun'22 - Em R\$ das categorias de maior contribuição positiva ou negativa para cada cesta

## MERCEARIA

Jun'23 vs. Jun'22    % R\$    % Unid.

**Total Cesta**    **10,1%**    **-0,1%**

**Chocolate**    15,4%    4,7%

**Biscoito**    6,9%    -2,9%

**Petiscos Snacks**    14,1%    0,5%

**Mistura para Pães**    -25,6%    -22,6%

**Biscoitos Saudáveis**    -4,1%    -19,1%

**Pipoca para Micro-ondas**    -5,3%    -22,2%

## PERECÍVEIS

Jun'23 vs. Jun'22    % R\$    % Unid.

**Total Cesta**    **7,6%**    **-0,6%**

**Ovos**    28,8%    2,0%

**Iogurte**    9,3%    -2,7%

**Pães de Forma**    7,9%    -1,9%

**Margarina**    -4,4%    -5,4%

**Empanado Steaks**    -9,3%    -9,1%

**Hambúrguer**    -4,3%    -6,4%

## MERCEARIA BÁSICA

Jun'23 vs. Jun'22    % R\$    % Unid.

**Total Cesta**    **-8,3%**    **-1,3%**

**Arroz**    13,3%    1,3%

**Massas Alimentícias**    9,5%    4,0%

**Farinha de Mandioca**    30,8%    0,6%

**Óleo**    -40,9%    0,9%

**Leite**    -11,2%    -0,8%

**Café Moído**    -12,0%    -4,4%

# Movimentações das categorias

Varição (%) Jun'23 vs. Jun'22 - Em R\$ das categorias de maior contribuição positiva ou negativa para cada cesta

## BEBIDAS

Jun'23 vs. Jun'22    % R\$    % Unid.

**Total Cesta**    **12,2%**    **3,6%**

**Cervejas**    12,7%    2,3%

**Refrigerantes**    13,9%    3,5%

**Suco Pronto**    18,3%    5,9%

**Gin**    -11,8%    -8,1%

**Whisky**    -0,8%    -1,3%

**Vodka**    -1,5%    1,9%

## PERFUMARIA

Jun'23 vs. Jun'22    % R\$    % Unid.

**Total Cesta**    **11,0%**    **-0,5%**

**Papel Higiênico**    9,0%    -1,1%

**Desodorante**    16,9%    6,1%

**Sabonete Sólido**    12,9%    -0,3%

**Álcool Antisséptico**    -43,3%    -43,6%

**Acessórios para Cosmética**    -15,1%    -10,1%

**Talco Infantil**    -6,5%    -15,3%

## LIMPEZA

Jun'23 vs. Jun'22    % R\$    % Unid.

**Total Cesta**    **9,0%**    **-0,1%**

**Sabão em Pó**    11,5%    -2,0%

**Amaciantes**    12,4%    3,2%

**Sabão Líquido**    17,5%    8,8%

**Álcool Limpeza**    -21,0%    -14,5%

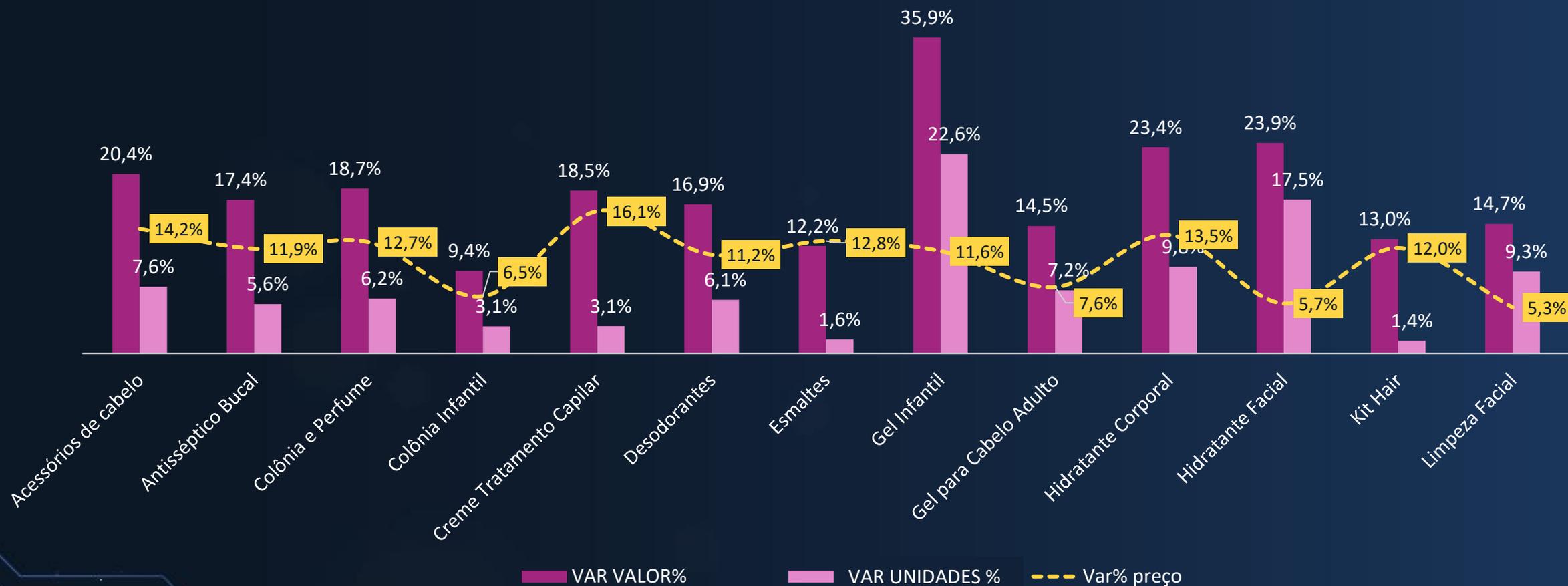
**Evita Mofo**    -3,5%    -13,1%

**Pás**    -1,9%    -5,7%

# Cuidado pessoal com crescimento no inverno

Total canais – Jun'23 vs. Jun'22

As categorias de cuidados pessoais, cresceram no canal alimentar tanto em valor quanto em unidades, mesmo com repasse de preços muito maior do que a média total de todas as outras categorias, que foi de +4,8%.



# Estudo Especial

## Cesta de Inverno e Juninos

Executiva responsável:

Crys Ribeiro



# Evolução das vendas no Brasil

Total canais

Cestas Sazonais de Inverno e Junino crescem menos que o total das cestas. Juninos retrai em unidades, com maior variação de preços que cesta de Inverno.

## VARIAÇÃO TOTAL CANAIS (Supermercado + Atacarejo regional) Jun'23 vs. Jun'22

	Valor (R\$)	Unidades	Preço / unidade
<b>T. Cestas</b>	<b>+5,8%</b>	<b>+0,9%</b>	<b>+4,8%</b>
	Valor (R\$)	Unidades	Preço / unidade
<b>Cesta Inverno</b>	<b>+3,8%</b>	<b>+0,7%</b>	<b>+3,1%</b>
	Valor (R\$)	Unidades	Preço / unidade
<b>Cesta Junino</b>	<b>+3,2%</b>	<b>-1,1%</b>	<b>+4,3%</b>

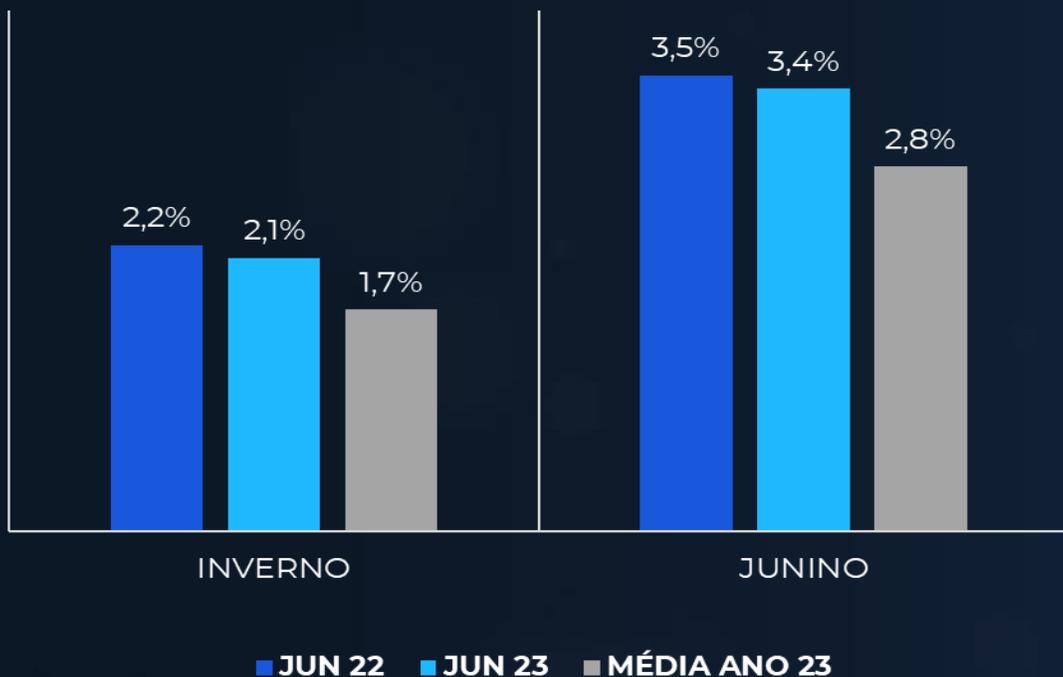
Cesta de Inverno: café capsulas, café com leite, capuccino, chá em sache, conhaque, ducha chuveiro, garrafas térmicas, hidratante corporal, hidratante facial, lâmpadas, mel, queijos, sopas, vinho.

Cesta Junino: Açougues bovinos, açougues outros, amendoim, amido de milho, cachaça, doces industrializados prontos, farinha de milho, farinha de trigo, farofa, grãos outros, Milho para pipoca, Mistura Pós Bolos, pão de hot dog, pão de queijo, pipoca para microondas, vinho.

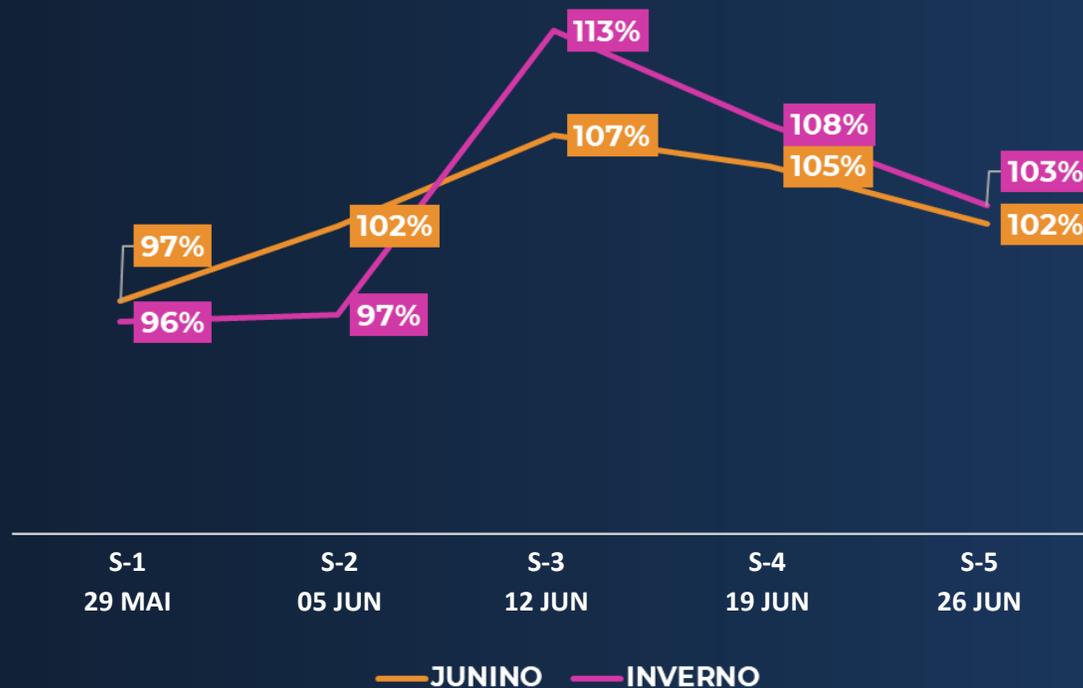
Cestas sazonais mantêm participação no total das vendas similar aos patamares de 2022. No geral, a cesta de Juninos é mais relevante que a de inverno.

Inverno e Junino iniciam mais lentos em 2023. Semana de 12 Jun, que coincide com o dia dos namorados, é a semana mais forte para os Sazonais, principalmente Inverno.

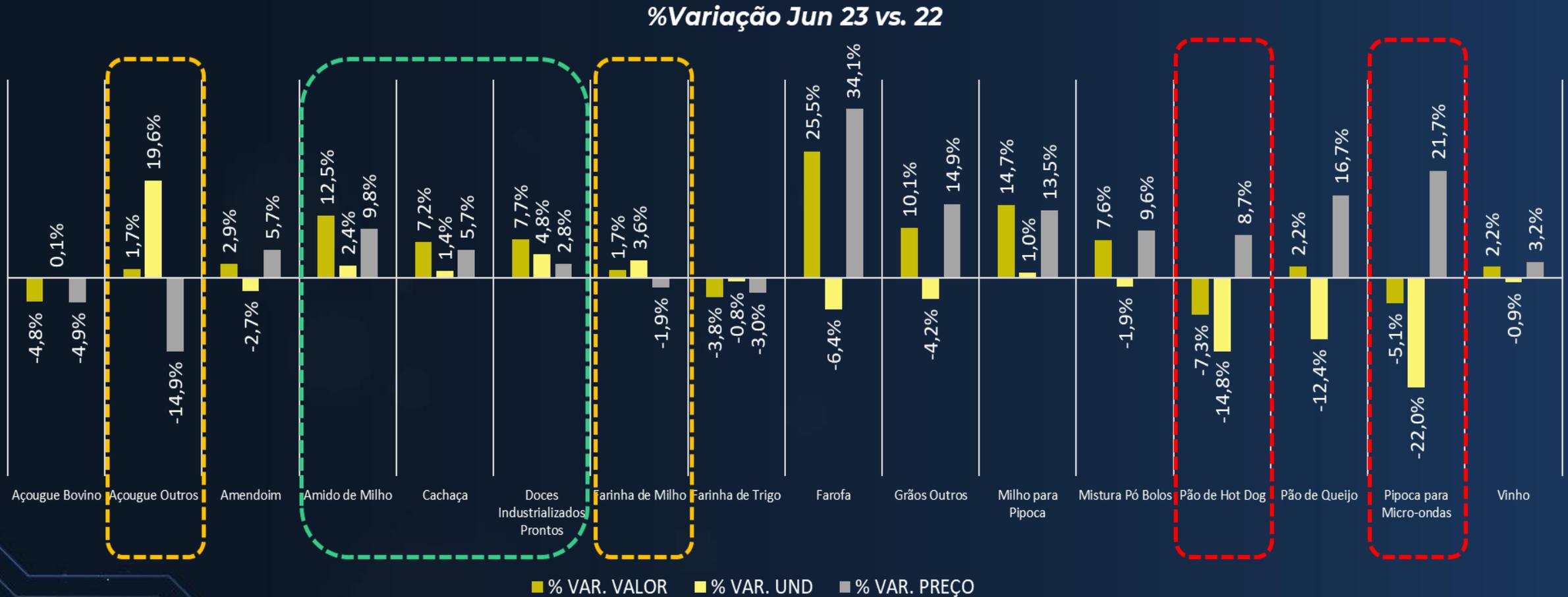
% Participação – R\$ Sazonais no Total Cestas



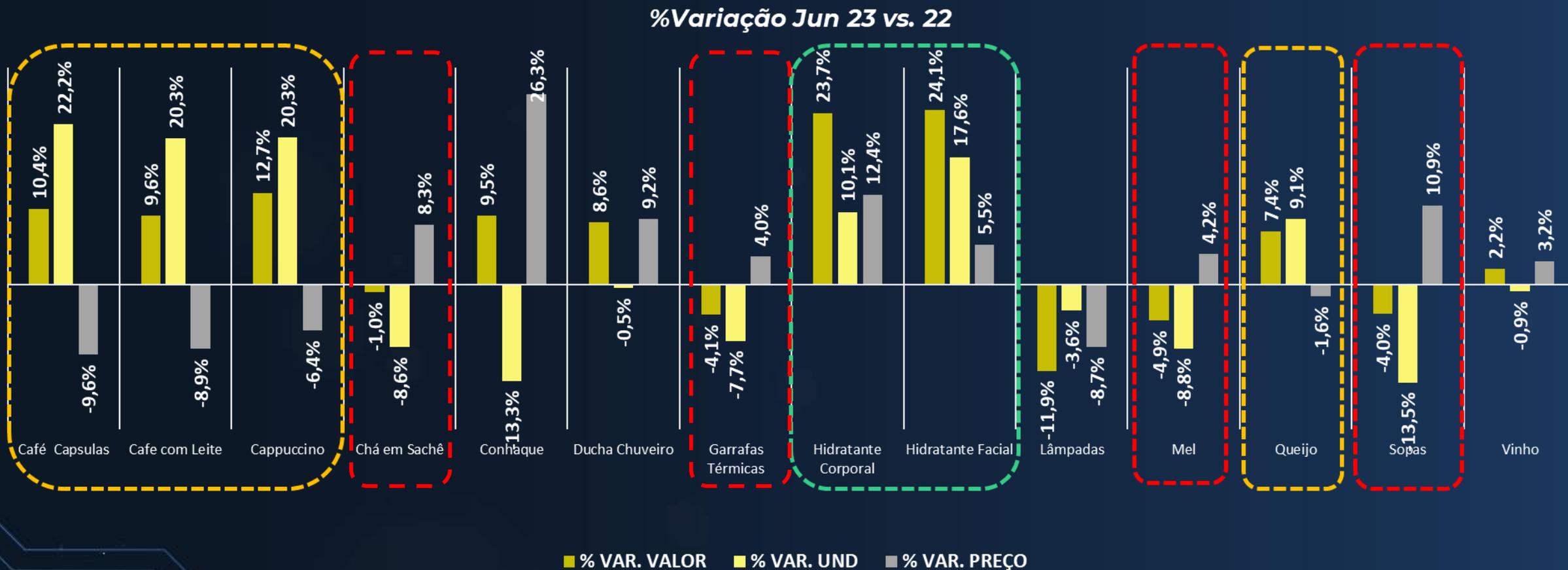
Índice de Venda – R\$ (Jun 23 x 22)



**JUNINOS:** Doces Industrializados Prontos, Cachaça e Amido de Milho crescem tanto em valor quanto em unidades. Açougue Outros (espetinhos) e Farinha de Milho seguram crescimento em valor, mesmo com diminuição de preços, enquanto Pão de Hot Dog e Pipoca para micro-ondas retraem em valor e unidades, embora apresentem aumento de preços.



**INVERNO:** Café cápsula, Café com leite, Cappuccino e Queijo crescem em valor e principalmente em unidades, impactados pela queda de preços. Hidratantes também crescem em valor e unidades. Mel, Sopas, Chá em sachê e Garrafas térmicas retraem em valor e unidades.



QUER SABER MAIS SOBRE SUA  
REGIÃO OU CATEGORIA?

Acesse:

**SCANNTECH ANALYTICS**