

Perfil dos Shoppers:

Missão de compra e produtos mais vendidos

**Índice de fidelização
e engajamento (IFEV)**

ROCK ENCANTECH INSIGHTS

**PRIMEIRO
TRIMESTRE**
2026 VS 2025

Inteligência de mercado e comportamento
de consumo no varejo alimentar

PRINCIPAIS INDICADORES DO PRIMEIRO TRIMESTRE 2026X2025 NO VAREJO

(SUPERMERCADOS + ATACAREJO)

2026 X 2025	TOTAL ALIMENTAR	FIDELIZADOS	NÃO FIDELIZADOS
FATURAMENTO	-0,2%	5,3%	-6,6%
QTD TICKETS	-0,6%	4,3%	-3,8%
TICKET MÉDIO	0,4%	1,0%	-2,9%
ITENS/CARRINHO	-1,6%	-1,1%	-4,6%
PREÇO MÉDIO	2,1%	2,1%	1,8%
QTD CLIENTES		3,6%	
FREQUÊNCIA		0,6%	
GASTO MÉDIO		1,6%	



TOP 25 PRODUTOS

PRESENTES NO CARRINHO NO
PRIMEIRO TRIMESTRE 2026X2025

RANKING 2025	RANKING 2026	TOP 25 PRODUTOS	VAR. PREÇO MÉDIO 2026 X 2025
1	1	CERVEJA LATA ATÉ 550ML	10,2%
2	2	FLV	-5,5%
3	3	LEITE 1L	-16,3%
5	4	CARNES E AVES	2,0%
4	5	BISC. INDUSTRIALIZADOS	8,4%
6	6	ÁGUA MINERAL GARRAFA ATÉ 510ML	1,9%
7	7	ÓLEO SOJA	-2,6%
9	8	SABONETE	9,9%
10	9	CREME DE LEITE 200ML	-10,6%
11	10	DETERGENTE 500ML	2,2%
8	11	REFRESCO EM PÓ 8G A 35G	2,2%
13	12	SUCO CAIXINHA	-7,0%
12	13	MOLHO DE TOMATE 200G A 340G	4,2%

TOP 25 PRODUTOS

PRESENTES NO CARRINHO NO PRIMEIRO TRIMESTRE 2026X2025

RANKING 2025	RANKING 2026	TOP 25 PRODUTOS	VAR. PREÇO MÉDIO 2026 X 2025
18	14	BEBIDA LÁCTEA 200ML	0,5%
15	15	MAC. INSTANTÂNEO	8,5%
14	16	MACARRÃO 500G	0,3%
17	17	PÃES INDUSTRIALIZADOS	13,2%
16	18	LEITE CONDENSADO 395G	0,9%
20	19	FEIJÃO 1KG	7,3%
19	20	AÇÚCAR REF. 1KG	-11,8%
21	21	SALGADINHOS ATÉ 80G	3,5%
23	22	ARROZ 1KG	-36,7%
22	23	FLOCO DE MILHO	3,1%
24	24	CAFÉ EM PÓ	6,7%
30	25	MILHO VERDE	2,7%

ÍNDICE DE FIDELIZAÇÃO E ENGAJAMENTO DO VAREJO

O IFEV representa, a partir da análise do ticket médio, a diferença entre engajamento de compra do cliente fidelizado vs. cliente não fidelizado no mês e pode ser utilizado ainda como indicador de sucesso para os programas de relacionamento do varejo.

ANO	MÊS	1 A 4 CHECKOUTS	5 A 9 CHECKOUTS	10+ CHECKOUTS	SUPERMERCADOS (GERAL)	ATACAREJO
2025	JAN	91,7%	82,2%	93,0%	90,8%	109,6%
2025	FEV	84,5%	79,4%	90,5%	87,9%	106,2%
2025	MAR	86,6%	80,9%	95,0%	92,8%	107,5%
MÉDIA		87,5%	79,5%	91,8%	89,4%	107,8%

ANO	MÊS	1 A 4 CHECKOUTS	5 A 9 CHECKOUTS	10+ CHECKOUTS	SUPERMERCADOS (GERAL)	ATACAREJO
2026	JAN	90,8%	77,8%	77,8%	81,4%	106,8%
2026	FEV	90,2%	80,9%	80,3%	83,7%	103,0%
2026	MAR	90,2%	84,9%	82,5%	85,6%	97,2%
MÉDIA		90,4%	81,1%	79,9%	83,3%	102,2%

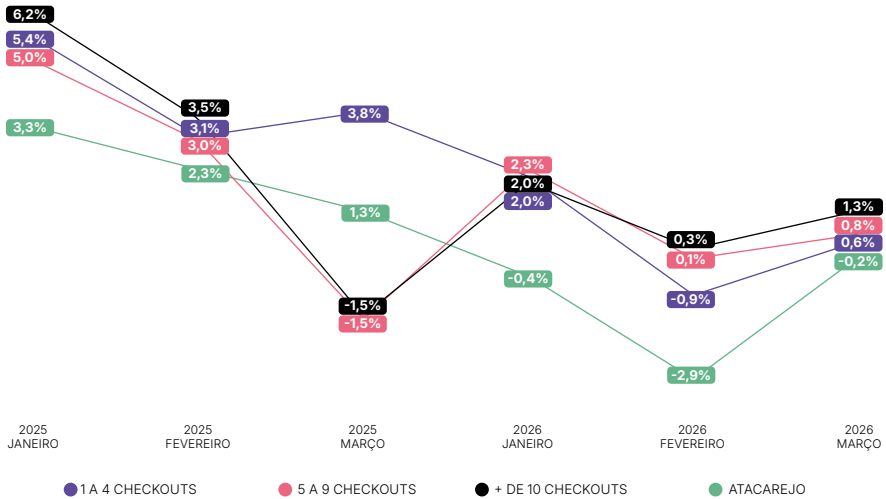
VISÃO POR CANAL

2026 X 2025	1 A 4 CHECKOUTS	5 A 9 CHECKOUTS	10+ CHECKOUTS	SUPERMERCADOS (GERAL)	ATACAREJO
FATURAMENTO	0,6%	1,1%	1,2%	1,2%	-1,0%
QTD TICKETS	-1,8%	-0,7%	-0,2%	-0,3%	1,0%
TICKET MÉDIO	2,4%	1,8%	1,4%	1,5%	0,0%
ITENS/CARRINHO	-1,6%	-1,0%	-0,8%	-0,8%	-1,8%
PREÇO MÉDIO	4,1%	2,8%	2,1%	2,2%	1,8%
QTD CLIENTES	2,6%	1,8%	2,5%	2,4%	4,9%
FREQUÊNCIA	-2,6%	-0,8%	-1,9%	-1,8%	5,0%
GASTO MÉDIO	-0,8%	0,6%	-0,0%	0,1%	2,0%



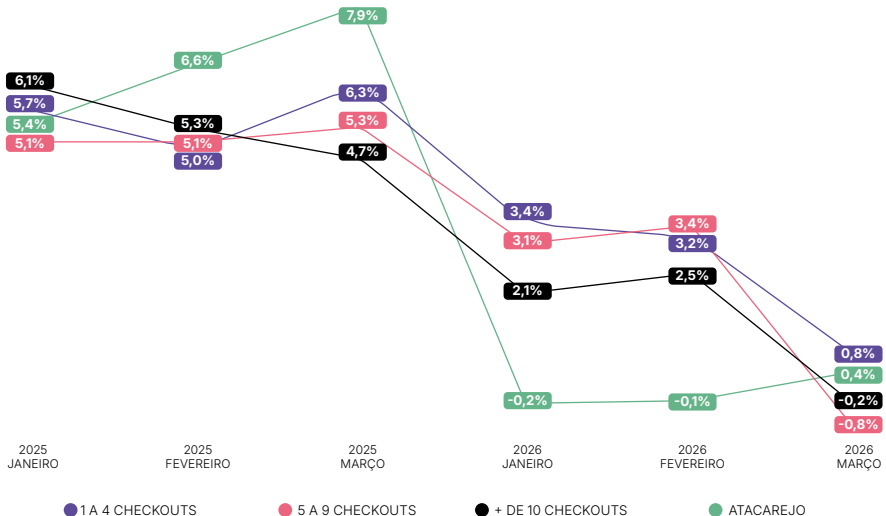
FATURAMENTO

VARIAÇÃO EM RELAÇÃO AO ANO ANTERIOR



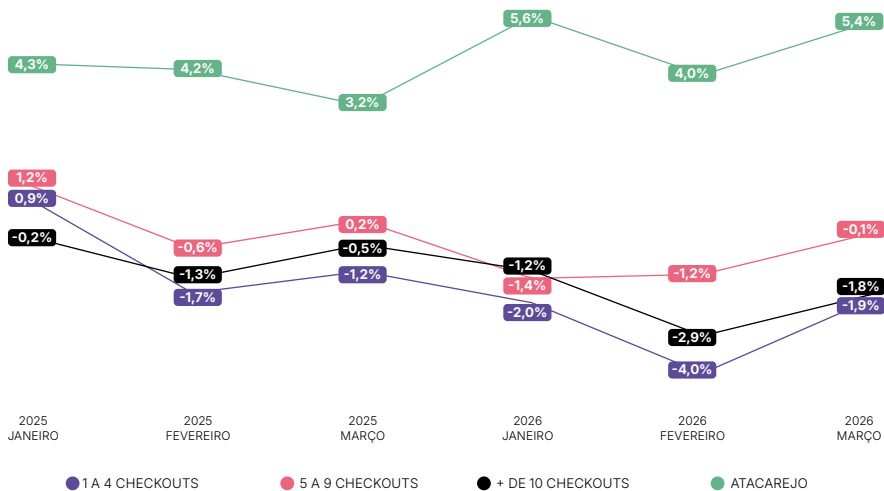
TICKET MÉDIO

VARIAÇÃO EM RELAÇÃO AO ANO ANTERIOR



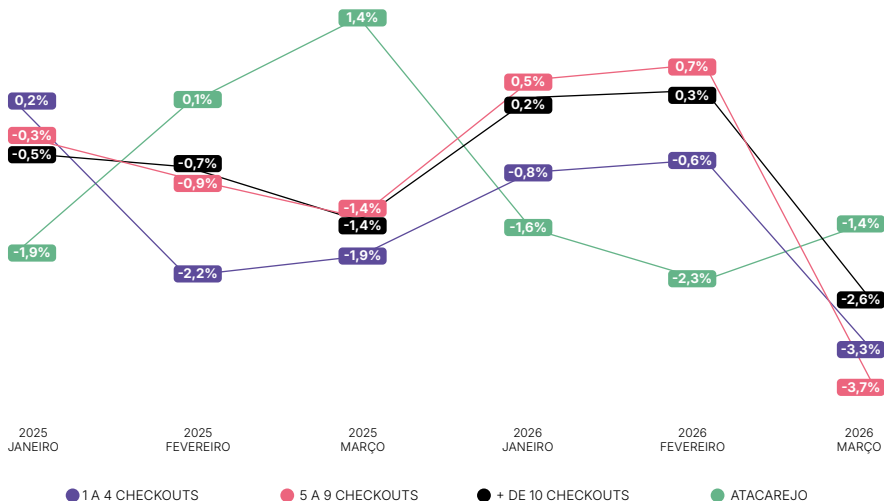
FREQUÊNCIA

VARIAÇÃO EM RELAÇÃO AO ANO ANTERIOR



ITENS NO CARRINHO

VARIAÇÃO EM RELAÇÃO AO ANO ANTERIOR



MISSÃO DE COMPRA

1 A 4 CHECKOUTS

MISSÃO DE COMPRA	MISSÃO 2025	MISSÃO 2026	VARIAÇÃO (P.P.)	PART. FATURAMENTO 2025	PART. FATURAMENTO 2026	VARIAÇÃO FATURAMENTO
EMERGÊNCIA	62,97%	62,67%	-0,30	27,56%	27,30%	-0,26
CONVENIÊNCIA	29,01%	29,24%	0,24	37,68%	37,99%	0,31
REPOSIÇÃO	6,03%	6,09%	0,06	19,13%	19,23%	0,10
ABASTECIMENTO	2,00%	2,00%	0,00	15,63%	15,48%	-0,15

MISSÃO DE COMPRA

5 A 9 CHECKOUTS

MISSÃO DE COMPRA	MISSÃO 2025	MISSÃO 2026	VARIAÇÃO (P.P.)	PART. FATURAMENTO 2025	PART. FATURAMENTO 2026	VARIAÇÃO FATURAMENTO
EMERGÊNCIA	54,78%	54,76%	-0,02	20,39%	20,75%	0,36
CONVENIÊNCIA	32,03%	32,19%	0,16	32,57%	32,80%	0,23
REPOSIÇÃO	8,94%	8,88%	-0,05	21,15%	21,04%	-0,10
ABASTECIMENTO	4,26%	4,17%	-0,08	25,89%	25,41%	-0,48

MISSÃO DE COMPRA

10+ CHECKOUTS

MISSÃO DE COMPRA	MISSÃO 2025	MISSÃO 2026	VARIAÇÃO (P.P.)	PART. FATURAMENTO 2025	PART. FATURAMENTO 2026	VARIAÇÃO FATURAMENTO
EMERGÊNCIA	47,54%	47,56%	0,02	14,72%	14,70%	-0,01
CONVENIÊNCIA	33,41%	33,60%	0,19	27,56%	27,93%	0,36
REPOSIÇÃO	11,90%	11,83%	-0,07	22,68%	22,69%	0,01
ABASTECIMENTO	7,15%	7,02%	-0,13	35,04%	34,68%	-0,36

MISSÃO DE COMPRA

ATACAREJO

MISSÃO DE COMPRA	MISSÃO 2025	MISSÃO 2026	VARIAÇÃO (P.P.)	PART. FATURAMENTO 2025	PART. FATURAMENTO 2026	VARIAÇÃO FATURAMENTO
EMERGÊNCIA	35,79%	36,25%	0,46	13,54%	14,70%	1,16
CONVENIÊNCIA	27,92%	28,18%	0,26	15,59%	15,64%	0,05
REPOSIÇÃO	16,58%	16,46%	-0,12	18,50%	18,32%	-0,18
ABASTECIMENTO	19,71%	19,10%	-0,60	52,37%	51,34%	-1,03

EVOLUÇÃO MENSAL

DOS INDICADORES SUPER

1 A 4 CHECKOUTS

EVOLUÇÃO MENSAL	FATURAMENTO	TICKET MÉDIO	ITENS NO CARRINHO
	ANO X ANO	ANO X ANO	ANO X ANO
JAN./26	2,0%	3,4%	-0,8%
FEV./26	-0,9%	3,2%	-0,6%
MAR./26	0,6%	0,8%	-3,3%

EVOLUÇÃO MENSAL	PREÇO MÉDIO	GASTO MÉDIO	FREQUÊNCIA
	ANO X ANO	ANO X ANO	ANO X ANO
JAN./26	4,2%	1,3%	-2,0%
FEV./26	3,9%	-1,5%	-4,0%
MAR./26	4,2%	-1,8%	-1,9%



EVOLUÇÃO MENSAL

DOS INDICADORES SUPER 5 A 9 CHECKOUTS

EVOLUÇÃO MENSAL

FATURAMENTO

ANO X ANO

2,3%

0,1%

0,8%

TICKET MÉDIO

ANO X ANO

3,1%

3,4%

-0,8%

ITENS NO CARRINHO

ANO X ANO

0,5%

0,7%

-3,7%

JAN./26

FEV./26

MAR./26

EVOLUÇÃO MENSAL

PREÇO MÉDIO

ANO X ANO

2,6%

2,7%

3,1%

GASTO MÉDIO

ANO X ANO

1,7%

1,4%

-0,7%

FREQUÊNCIA

ANO X ANO

-1,4%

-1,2%

-0,1%

JAN./26

FEV./26

MAR./26



EVOLUÇÃO MENSAL

DOS INDICADORES SUPER

+10 CHECKOUTS

EVOLUÇÃO MENSAL	FATURAMENTO	TICKET MÉDIO	ITENS NO CARRINHO
	ANO X ANO	ANO X ANO	ANO X ANO
JAN./26	2,0%	2,1%	0,2%
FEV./26	0,3%	2,5%	0,3%
MAR./26	1,3%	-0,2%	-2,6%

EVOLUÇÃO MENSAL	PREÇO MÉDIO	GASTO MÉDIO	FREQUÊNCIA
	ANO X ANO	ANO X ANO	ANO X ANO
JAN./26	1,8%	1,5%	-1,2%
FEV./26	2,1%	0,1%	-2,9%
MAR./26	2,5%	-1,4%	-1,8%



EVOLUÇÃO MENSAL

DOS INDICADORES SUPER ATACAREJO

EVOLUÇÃO MENSAL

FATURAMENTO

ANO X ANO

TICKET MÉDIO

ANO X ANO

ITENS NO CARRINHO

ANO X ANO

JAN./26

-0,4%

-0,2%

-1,6%

FEV./26

-2,9%

-0,1%

-2,3%

MAR./26

0,2%

0,4%

-1,4%

EVOLUÇÃO MENSAL

PREÇO MÉDIO

ANO X ANO

GASTO MÉDIO

ANO X ANO

FREQUÊNCIA

ANO X ANO

JAN./26

1,4%

2,8%

5,6%

FEV./26

2,2%

1,5%

4,0%

MAR./26

1,9%

1,8%

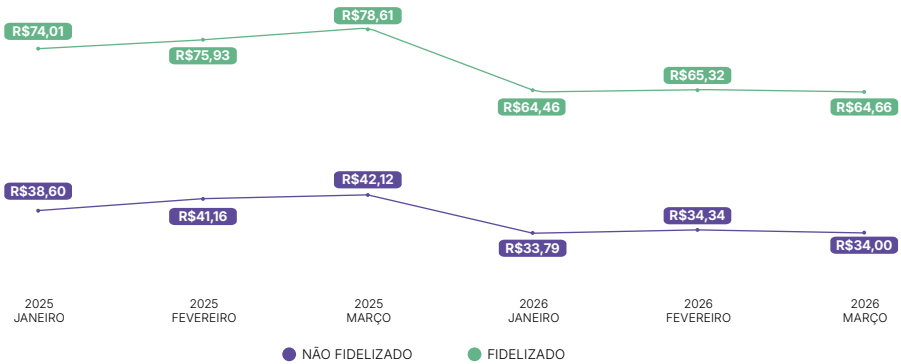
5,4%



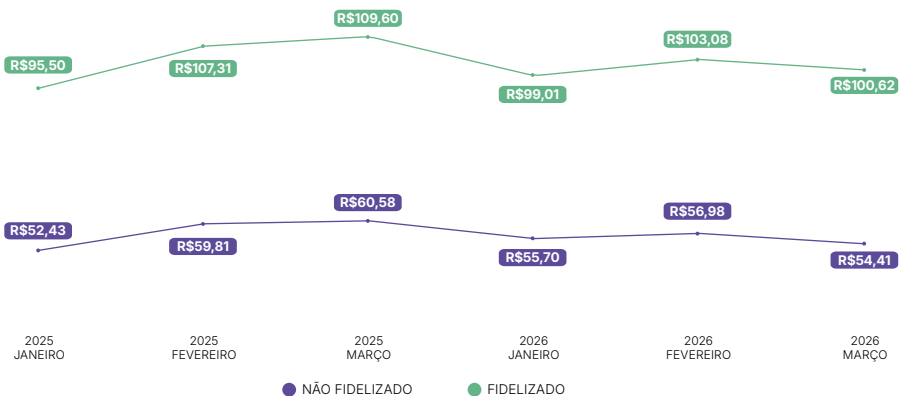
TICKET MÉDIO

CLIENTES FIDELIZADOS X NÃO FIDELIZADOS

1 A 4 CHECKOUTS

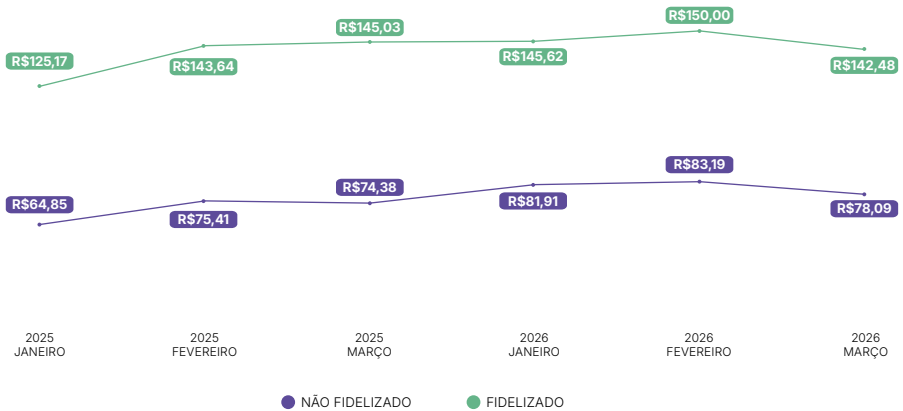


5 A 9 CHECKOUTS

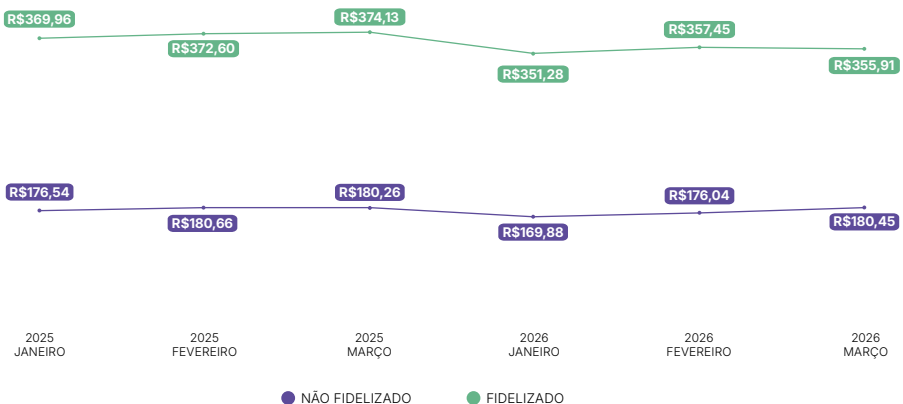


TICKET MÉDIO

CLIENTES FIDELIZADOS X NÃO FIDELIZADOS + DE 10 CHECKOUTS

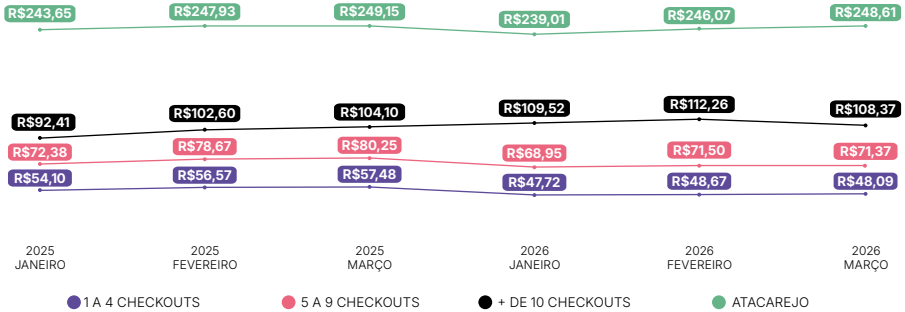


ATACAREJO

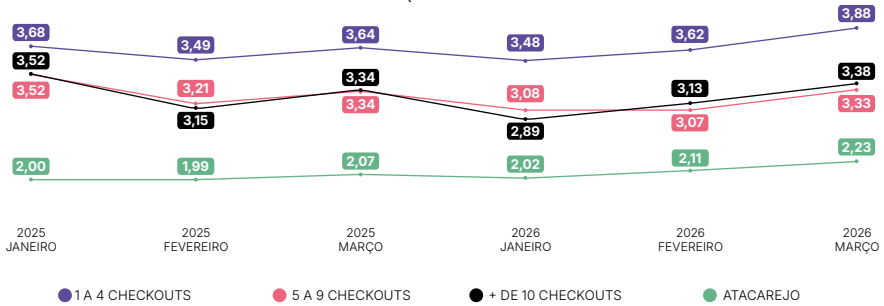


INDICADORES POR CANAL

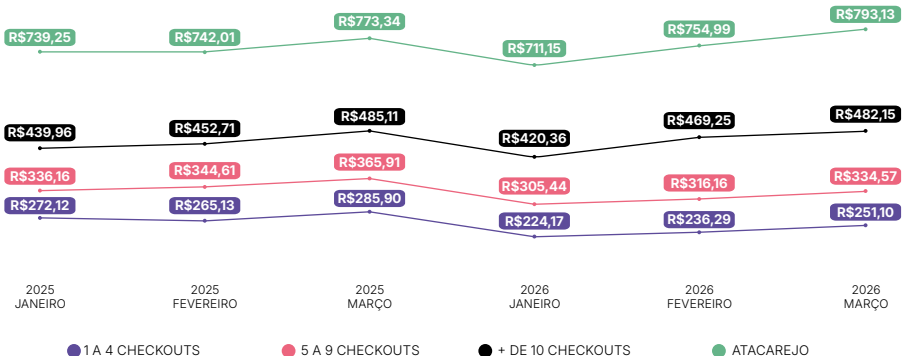
TICKET MÉDIO



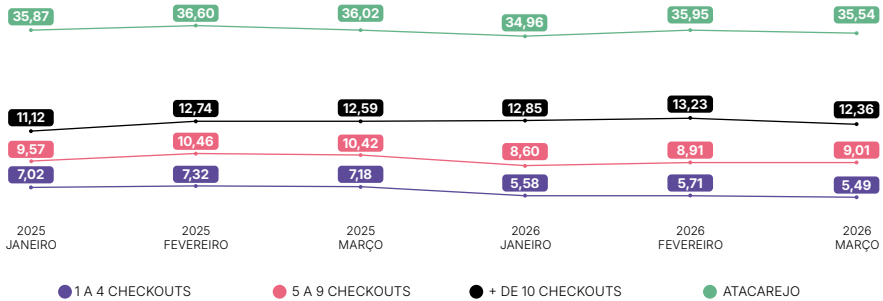
FREQUÊNCIA



GASTO MÉDIO

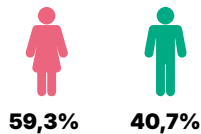
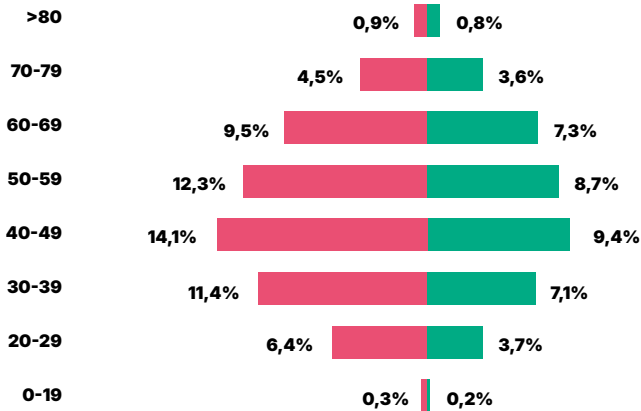


ITENS NO CARRINHO



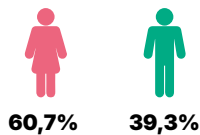
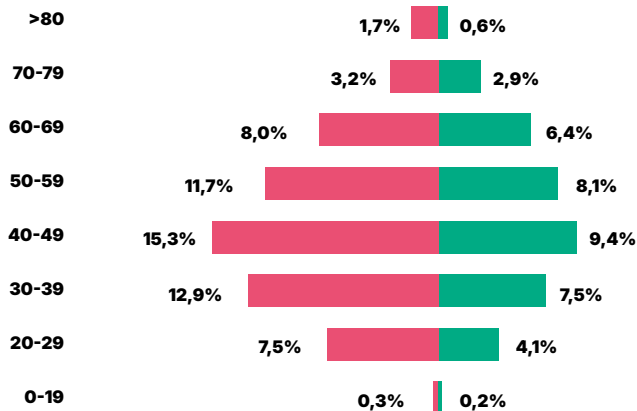
PERFIL DOS SHOPPERS 2026

1 A 4 CHECKOUTS



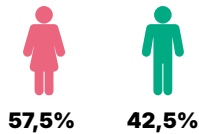
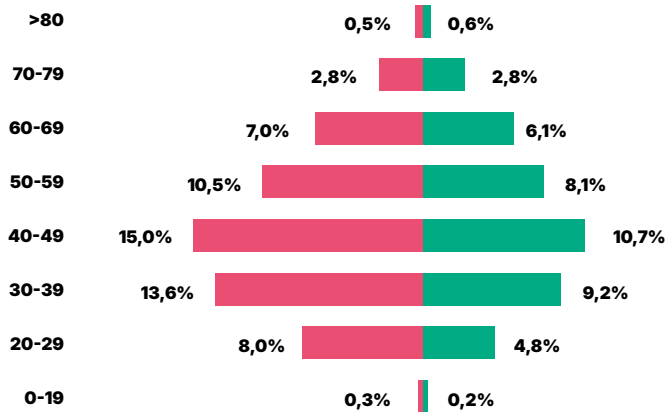
PERFIL DOS SHOPPERS 2026

5 A 9 CHECKOUTS



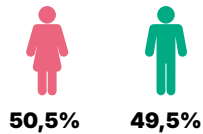
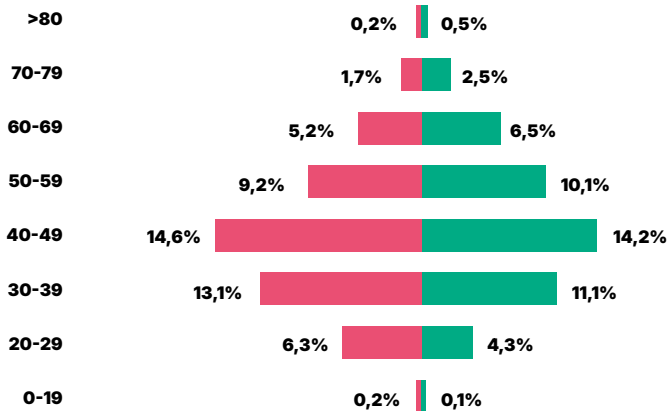
PERFIL DOS SHOPPERS 2026

10+ CHECKOUTS



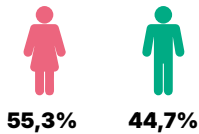
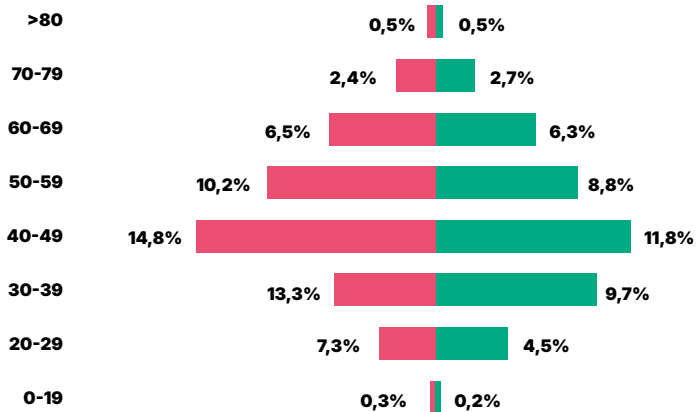
PERFIL DOS SHOPPERS 2026

ATACAREJO

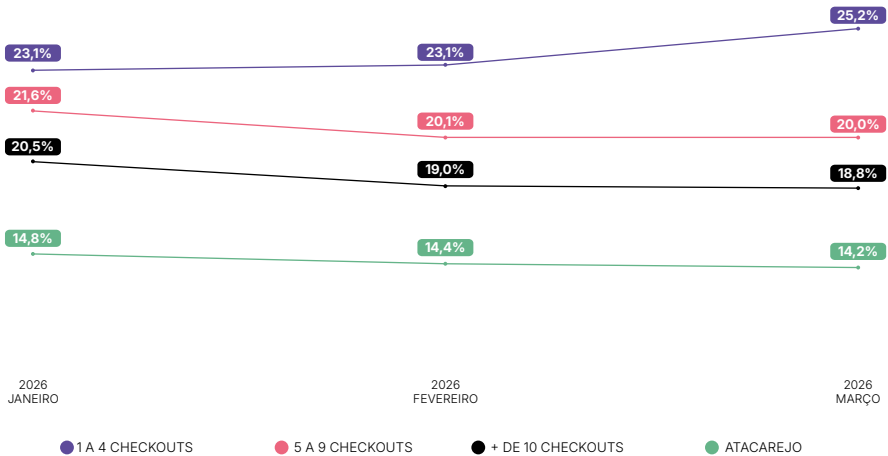


PERFIL DOS SHOPPERS 2026

GERAL (SUPERMERCADOS+ATACAREJO)



VENDAS PARA O PÚBLICO ACIMA DE 60 ANOS



CONCLUSÃO

O primeiro trimestre de 2026 apresenta um cenário de estabilidade no varejo alimentar quando comparado ao mesmo período de 2025, com uma suave queda de -0,2% no faturamento, sustentado principalmente pelo aumento do preço médio, mesmo diante de um contexto de retração no volume de compras e na frequência. Esse movimento reforça um consumo mais cauteloso, em que o shopper mantém o abastecimento, mas com maior controle sobre quantidade e recorrência.

Entre os canais, os supermercados, especialmente os de médio (5 a 9 checkouts) e grande porte (mais de 10 checkouts), apresentam melhor desempenho no período, com crescimento consistente de faturamento impulsionado pelo ticket médio. Já o atacarejo demonstra maior sensibilidade ao cenário, com retração no início do trimestre e recuperação mais lenta ao longo dos meses, refletindo um shopper mais pressionado e focado em otimização de gastos.

O comportamento dos clientes fidelizados segue como destaque positivo, apresentando maior nível de engajamento e ticket médio superior em relação aos não fidelizados. Esse resultado reforça a importância das estratégias de relacionamento e benefícios como alavancas relevantes para sustentação de resultado, especialmente em um cenário de consumo mais seletivo.

Na análise dos produtos mais presentes no carrinho, observa-se a manutenção de itens essenciais e de alto giro, com destaque para alimentos básicos, bebidas e itens de mercearia. Ao mesmo tempo, a dinâmica de preços segue impactando diretamente o comportamento de compra, com quedas relevantes em categorias importantes como leite, arroz e açúcar, e aumentos em itens industrializados e de conveniência, refletindo um cenário ainda pressionado por custos e ajustes de mercado.

A leitura mensal ajuda a explicar parte desse comportamento. Janeiro e fevereiro ainda sentem os efeitos do alto consumo de dezembro, principal período sazonal do varejo alimentar, além do impacto das despesas extras típicas do início do ano, como impostos, matrículas e material escolar, que reduzem o poder de compra das

famílias. Já março apresenta uma leve melhora, impulsionada pela antecipação de compras relacionadas à Páscoa, que em 2026 ocorre no início de abril, favorecendo o abastecimento ainda no final do trimestre.

De forma geral, o período reforça um consumidor mais racional, que ajusta seu padrão de consumo sem abrir mão do abastecimento essencial. Para o varejista, o desafio segue sendo equilibrar preço, sortimento e estratégia de relacionamento, garantindo relevância na jornada de compra e capturando oportunidades mesmo em um cenário de maior seletividade.

**Foram analisadas 370 milhões
de transações de vendas para essa edição.**





ROCK.
ENCANTECH

rockencantech.com.br