

Perfil dos Shoppers:
Missão de compra e
produtos mais vendidos

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

ROCK ENCANTECH INSIGHTS

PRIMEIRO SEMESTRE 2026x2025

Inteligência de mercado e comportamento
de consumo no varejo alimentar

VISÃO POR CANAL

COMO FOI O PRIMEIRO SEMESTRE 2026

2026 X 2025	TOTAL ALIMENTAR	FIDELIZADOS	NÃO FIDELIZADOS
FATURAMENTO	0,6%	6,2%	-6,2%
QTD TICKETS	-0,7%	4,7%	-4,3%
TICKET MÉDIO	1,3%	1,5%	-2,0%
ITENS/CARRINHO	-0,3%	-0,1%	-3,3%
PREÇO MÉDIO	1,6%	1,6%	1,4%
QTD CLIENTES		4,3%	
FREQUÊNCIA		0,4%	
GASTO MÉDIO		1,9%	



VISÃO POR CANAL

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



EVOLUÇÃO MENSAL

DOS INDICADORES SUPER

1 A 4 CHECKOUTS

MÊS	FATURAMENTO	TICKET MÉDIO	ITENS NO CARRINHO	PREÇO MÉDIO
	ANO X ANO	ANO X ANO	ANO X ANO	ANO X ANO
JANEIRO	2,0%	3,4%	-0,8%	4,2%
FEVEREIRO	-0,9%	3,2%	-0,6%	3,9%
MARÇO	0,6%	0,8%	-3,3%	4,2%
ABRIL	2,5%	3,1%	1,8%	1,3%
MAIO	1,0%	4,8%	0,4%	4,3%
JUNHO	3,4%	3,2%	-0,9%	4,2%

MÊS	GASTO MÉDIO	FREQUÊNCIA
	ANO X ANO	ANO X ANO
JANEIRO	1,3%	-2,0%
FEVEREIRO	-1,5%	-4,0%
MARÇO	-1,8%	-1,9%
ABRIL	0,4%	-2,8%
MAIO	0,9%	-3,5%
JUNHO	2,2%	-0,25

EVOLUÇÃO MENSAL

DOS INDICADORES SUPER

5 A 9 CHECKOUTS

MÊS	FATURAMENTO	TICKET MÉDIO	ITENS NO CARRINHO	PREÇO MÉDIO
	ANO X ANO	ANO X ANO	ANO X ANO	ANO X ANO
JANEIRO	2,3%	3,1%	0,5%	2,6%
FEVEREIRO	0,1%	3,4%	0,7%	2,7%
MARÇO	0,8%	-0,8%	-3,7%	3,1%
ABRIL	4,3%	3,3%	0,8%	2,5%
MAIO	-0,1%	3,5%	-0,6%	4,1%
JUNHO	3,0%	3,2%	-1,6%	4,9%

MÊS	GASTO MÉDIO	FREQUÊNCIA
	ANO X ANO	ANO X ANO
JANEIRO	1,7%	-1,4%
FEVEREIRO	1,4%	-1,2%
MARÇO	-0,7%	-0,1%
ABRIL	1,8%	-0,8%
MAIO	2,0%	-0,7%
JUNHO	4,2%	1,9%

EVOLUÇÃO MENSAL

DOS INDICADORES SUPER

+ DE 10 CHECKOUTS

MÊS	FATURAMENTO	TICKET MÉDIO	ITENS NO CARRINHO	PREÇO MÉDIO
	ANO X ANO	ANO X ANO	ANO X ANO	ANO X ANO
JANEIRO	2,0%	2,1%	0,2%	1,8%
FEVEREIRO	0,3%	2,5%	0,3%	2,1%
MARÇO	1,3%	-0,2%	-2,6%	2,5%
ABRIL	3,0%	2,1%	1,5%	0,6%
MAIO	-0,4%	2,4%	-1,3%	3,7%
JUNHO	0,0%	2,4%	-1,5%	3,9%

MÊS	GASTO MÉDIO	FREQUÊNCIA
	ANO X ANO	ANO X ANO
JANEIRO	1,5%	-1,2%
FEVEREIRO	0,1%	-2,9%
MARÇO	-1,4%	-1,8%
ABRIL	-1,2%	-2,3%
MAIO	0,6%	-1,5%
JUNHO	1,2%	-0,7%

EVOLUÇÃO MENSAL

DOS INDICADORES SUPER ATACAREJOS

MÊS	FATURAMENTO	TICKET MÉDIO	ITENS NO CARRINHO	PREÇO MÉDIO
	ANO X ANO	ANO X ANO	ANO X ANO	ANO X ANO
JANEIRO	-0,4%	-0,2%	-1,6%	1,4%
FEVEREIRO	-2,9%	-0,1%	-2,3%	2,2%
MARÇO	0,2%	0,4%	-1,4%	1,9%
ABRIL	2,6%	2,5%	4,1%	-1,6%
MAIO	0,8%	0,4%	-0,4%	0,8%
JUNHO	1,1%	1,9%	-0,3%	2,2%

MÊS	GASTO MÉDIO	FREQUÊNCIA
	ANO X ANO	ANO X ANO
JANEIRO	2,8%	5,6%
FEVEREIRO	1,5%	4,0%
MARÇO	1,8%	5,4%
ABRIL	3,7%	5,2%
MAIO	1,4%	5,2%
JUNHO	-1,1%	3,9%

TOP 25 PRODUTOS

PRESENTES NO CARRINHO

PRIMEIRO TRIMESTRE 2026 X PRIMEIRO TRIMESTRE 2025

RANKING 2025	RANKING 2026	TOP 25 PRODUTOS	VAR. PREÇO MÉDIO 2026 X 2025
1	1	CERVEJA LATA ATÉ 550ML	6,8%
2	2	FLV	-2,4%
3	3	LEITE 1L	-4,2%
5	4	CARNES E AVES	1,2%
4	5	BISC. INDUSTRIALIZADOS	7,1%
6	6	ÓLEO SOJA	-1,8%
7	7	ÁGUA MINERAL GARRAFA ATÉ 510ML	2,5%
8	8	CREME DE LEITE 200ML	-12,0%
10	9	DETERGENTE 500ML	2,6%
12	10	SABONETE	20,9%
11	11	MOLHO DE TOMATE 200G A 340G	0,0%
14	12	SUCO CAIXINHA	-14,0%
9	13	REFRESCO EM PÓ 8G A 35G	3,0%

TOP 25 PRODUTOS

PRESENTES NO CARRINHO

PRIMEIRO TRIMESTRE 2026 X PRIMEIRO TRIMESTRE 2025

RANKING 2025	RANKING 2026	TOP 25 PRODUTOS	VAR. PREÇO MÉDIO 2026 X 2025
15	14	LEITE CONDENSADO 395G	-1,3%
16	15	BEBIDA LÁCTEA 200ML	4,4%
13	16	MAC. INSTANTÂNEO	3,7%
17	17	MACARRÃO 500G	-1,8%
18	18	PÃES INDUSTRIALIZADOS	8,3%
19	19	AÇÚCAR REF. 1KG	-18,8%
20	20	FEIJÃO 1KG	19,5%
21	21	FLOCO DE MILHO	-0,3%
23	22	ARROZ 1KG	-27,0%
24	23	FRIOS KG	11,3%
22	24	SALGADINHOS ATÉ 80G	11,6%
25	25	CAFÉ EMPÓ	-4,5%

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	63,93%	63,96%	0,03	28,47%	28,76%	0,29
CONVENIÊNCIA	28,47%	28,48%	0,00	37,92%	38,00%	0,08
REPOSIÇÃO	5,74%	5,73%	-0,01	18,75%	18,66%	-0,09
ABASTECIMENTO	1,85%	1,83%	-0,02	14,86%	14,58%	-0,28

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	56,02%	56,07%	0,06	21,12%	21,54%	0,42
CONVENIÊNCIA	31,48%	31,61%	0,13	32,88%	33,19%	0,31
REPOSIÇÃO	8,50%	8,42%	-0,08	20,79%	20,67%	-0,12
ABASTECIMENTO	4,00%	3,89%	-0,11	25,21%	24,60%	-0,61

MISSÃO DE COMPRA

10+ CHECKOUTS

MISSÃO DE COMPRA	MISSÃO 2025	MISSÃO 2026	VARIAÇÃO (P.P.)	PART. FATURAMENTO 2025	PART. FATURAMENTO 2026	VARIAÇÃO FATURAMENTO
EMERGÊNCIA	48,81%	48,82%	0,00	15,26%	15,23%	-0,04
CONVENIÊNCIA	32,87%	33,07%	0,20	27,72%	28,10%	0,37
REPOSIÇÃO	11,41%	11,35%	-0,06	22,28%	22,33%	0,05
ABASTECIMENTO	6,90%	6,76%	-0,14	34,73%	34,35%	-0,38

MISSÃO DE COMPRA

ATACAREJO

MISSÃO DE COMPRA	MISSÃO 2025	MISSÃO 2026	VARIAÇÃO (P.P.)	PART. FATURAMENTO 2025	PART. FATURAMENTO 2026	VARIAÇÃO FATURAMENTO
EMERGÊNCIA	36,80%	37,34%	0,55	14,29%	15,46%	1,17
CONVENIÊNCIA	28,17%	28,42%	0,25	15,99%	16,10%	0,11
REPOSIÇÃO	16,21%	16,07%	-0,13	18,47%	18,33%	-0,14
ABASTECIMENTO	18,83%	18,16%	-0,67	51,24%	50,11%	-1,14

ÍNDICE DE FIDELIZAÇÃO E ENGAJAMENTO DO VAREJO

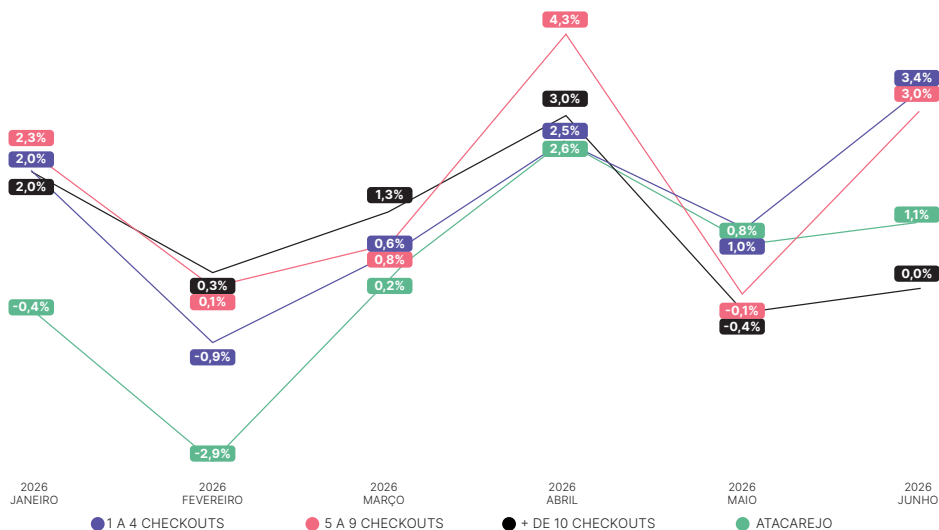
O IFEV representa, a partir da análise do ticket médio, a diferença entre engajamento de compra do cliente fidelizado vs. cliente não fidelizado no mês e pode ser utilizado ainda como indicador de sucesso para os programas de relacionamento do varejo.

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%
2025	ABR	83,2%	81,8%	93,1%	92,9%	107,1%
2025	MAI	84,2%	81,7%	87,3%	89,5%	105,0%
2025	JUN	83,8%	79,9%	78,9%	81,6%	106,7%
2026	FEV	90,2%	80,9%	80,3%	83,7%	103,0%
MÉDIA		85,4%	80,6%	87,0%	87,6%	106,2%

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%
2026	ABR	88,8%	84,6%	77,6%	81,1%	95,9%
2026	MAI	83,5%	86,7%	82,9%	86,2%	100,1%
2026	JUN	83,3%	83,5%	76,0%	79,5%	102,7%
MÉDIA		87,8%	83,2%	79,4%	82,8%	100,6%

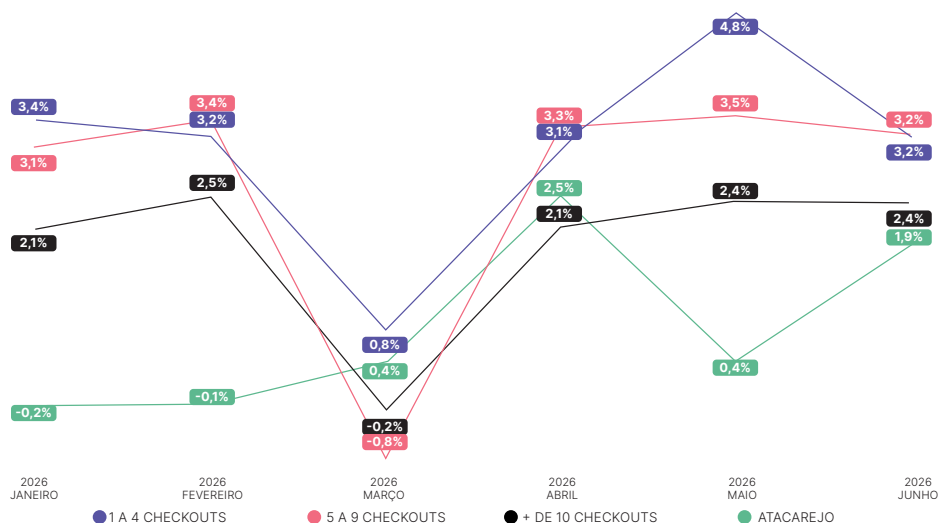
FATURAMENTO

VARIAÇÃO ANO ANTERIOR



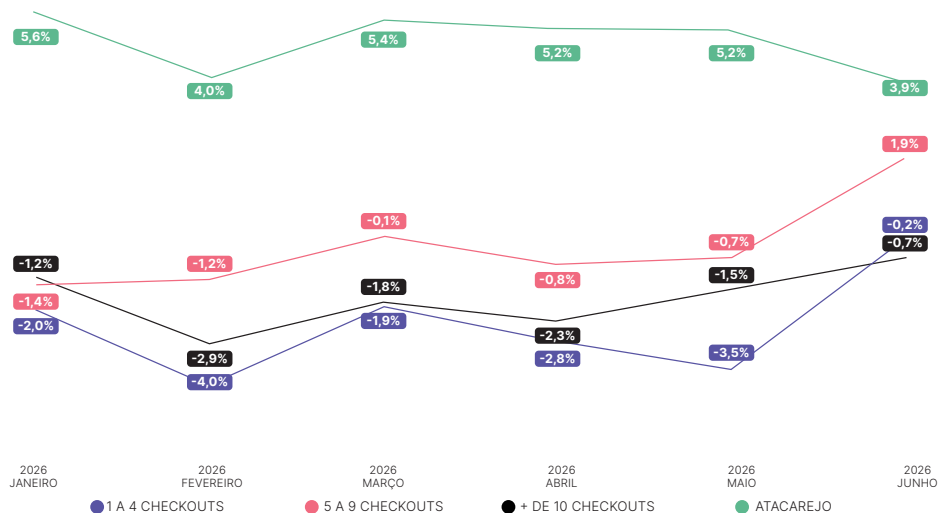
TICKET MÉDIO

VARIAÇÃO ANO ANTERIOR



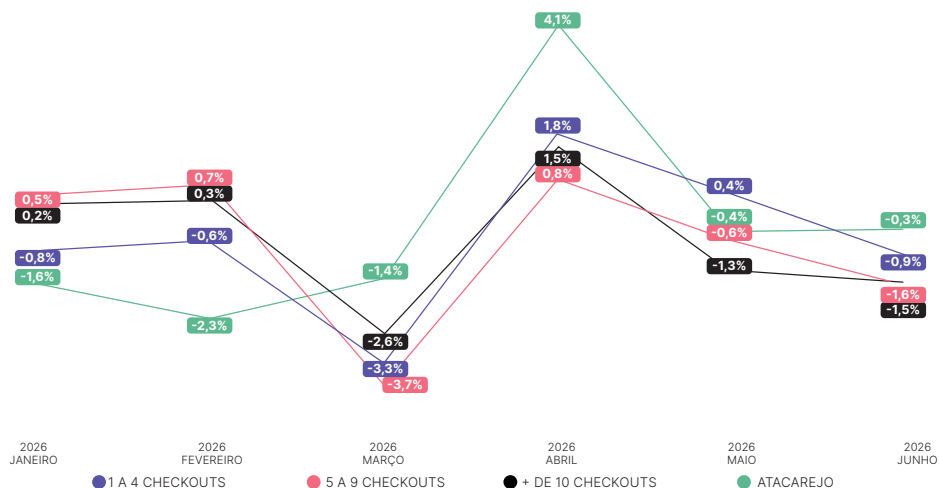
FREQUÊNCIA

VARIAÇÃO ANO ANTERIOR



ITENS NO CARRINHO

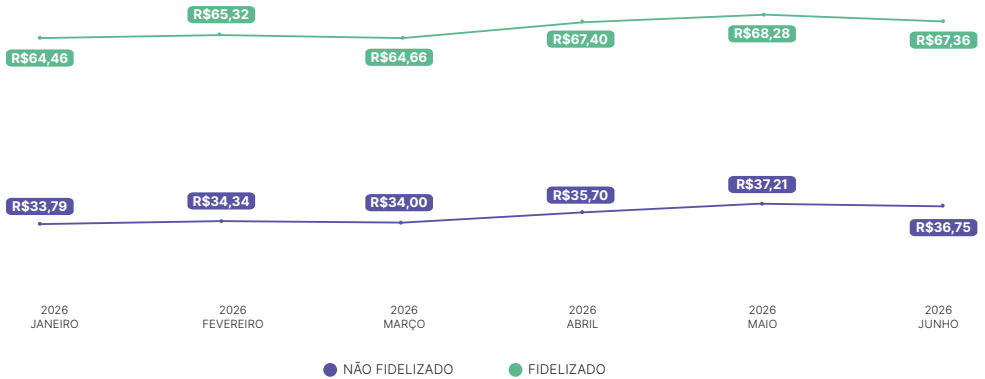
VARIAÇÃO ANO ANTERIOR



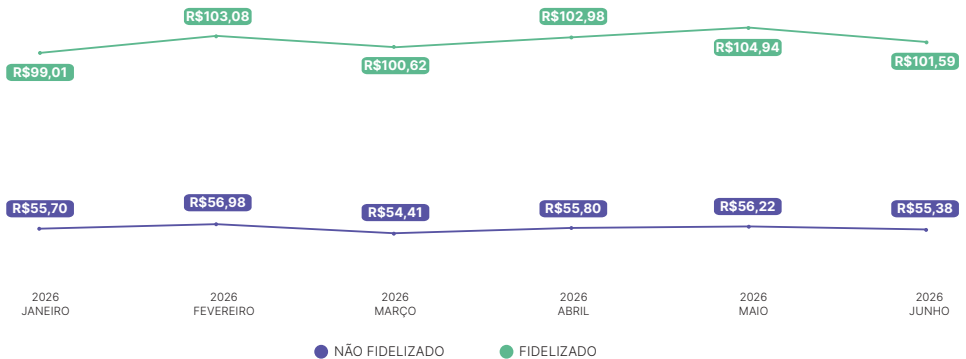
TICKET MÉDIO

FIDELIZADOS X NÃO FIDELIZADOS

1 A 4 CHECKOUTS



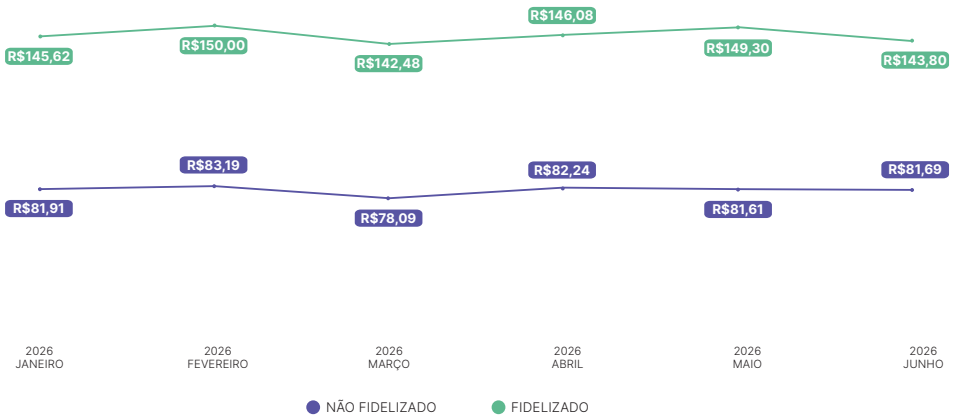
5 A 9 CHECKOUTS



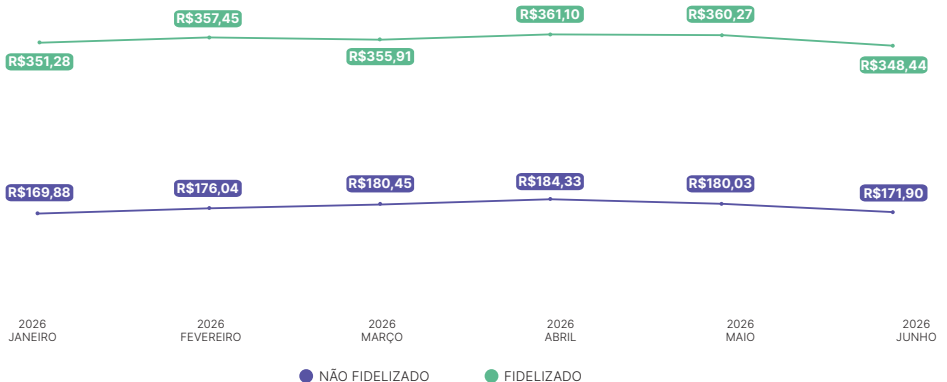
TICKET MÉDIO

FIDELIZADOS X NÃO FIDELIZADOS

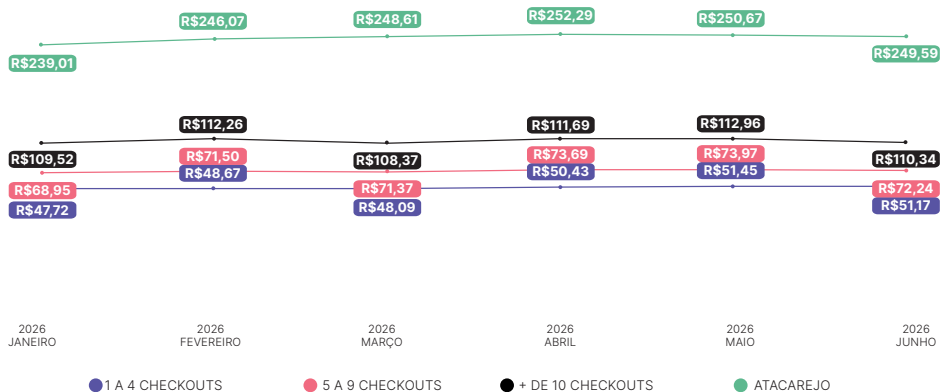
+ DE 10 CHECKOUTS



ATACAREJO



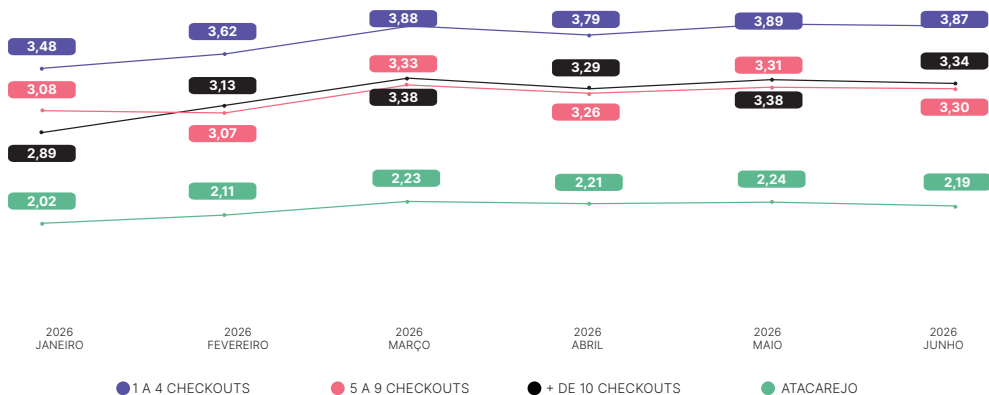
TICKET MÉDIO NOS CANAIS



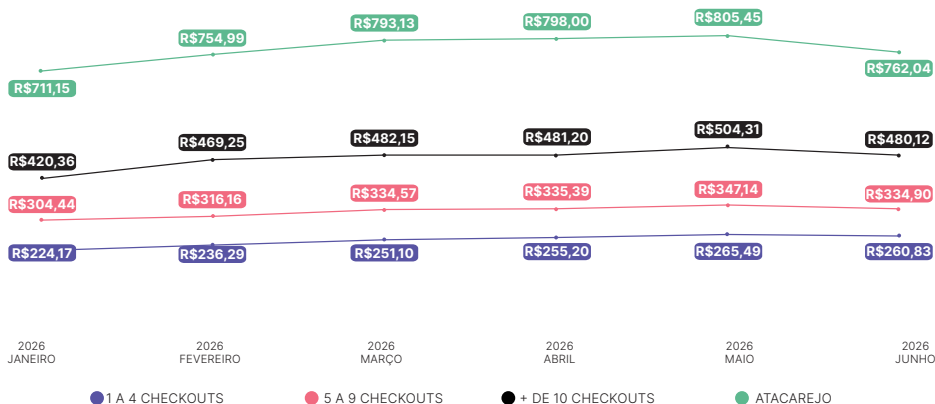
ITENS NO CARRINHO NOS CANAIS



FREQUÊNCIA NOS CANAIS

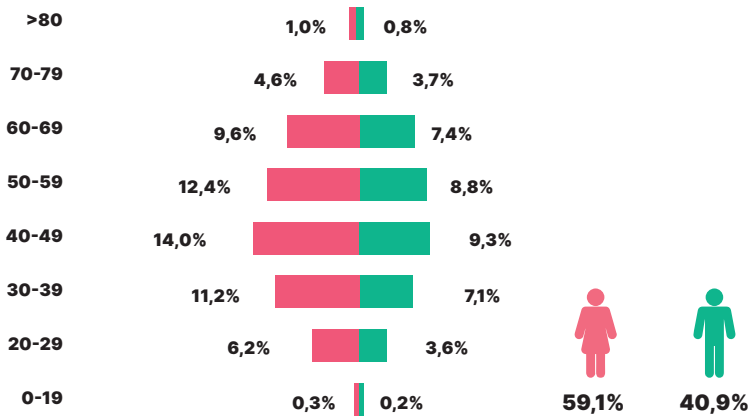


GOSTO MÉDIO NOS CANAIS

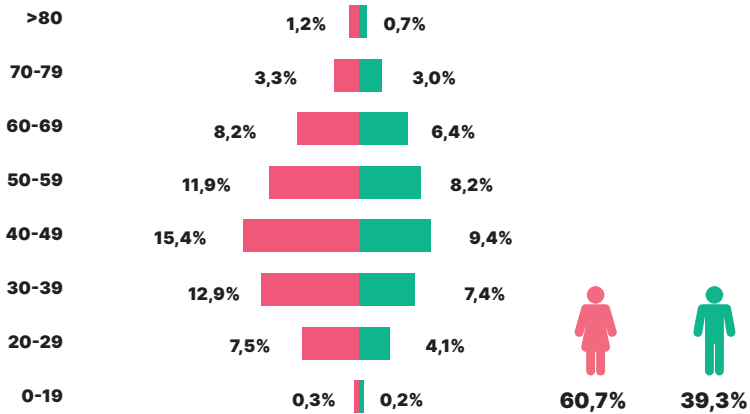


PERFIL DOS SHOPPERS

1 A 4 CHECKOUTS

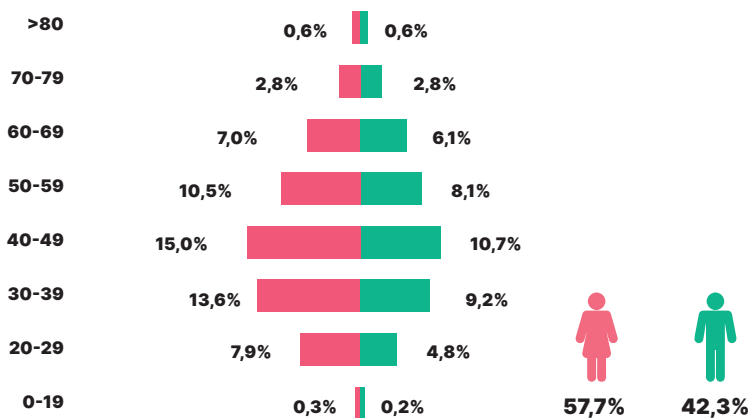


5 A 9 CHECKOUTS



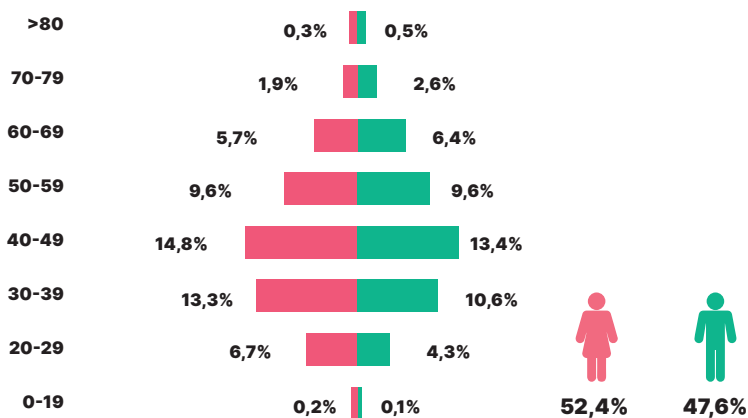
PERFIL DOS SHOPPERS

10+ CHECKOUTS

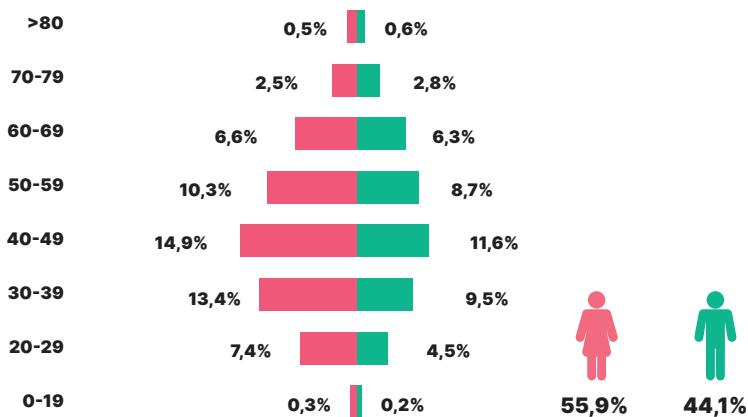


PERFIL DOS SHOPPERS

ATACAREJO

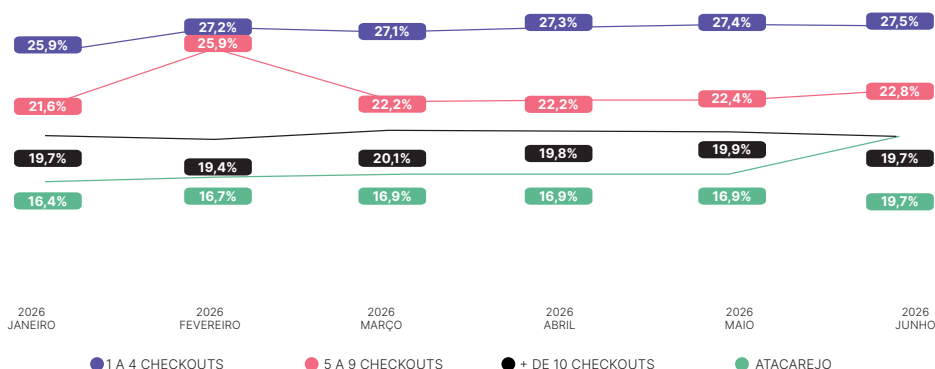


GERAL (SUPERMERCADOS + ATACAREJO)



PERFIL DOS SHOPPERS

VENDAS PARA O PÚBLICO ACIMA DE 60 ANOS



CONCLUSÃO

O primeiro semestre de 2026 do varejo alimentar apresenta crescimento de 0,6% no faturamento em relação ao mesmo período de 2025. O resultado é sustentado principalmente pelo aumento de 1,6% no preço médio, que impulsiona o ticket médio em 1,3%. Em contrapartida, a redução de 0,7% na quantidade de tickets e de 0,3% nos itens por carrinho evidencia um comportamento de compra mais cauteloso, resultando em um cenário de estabilidade no faturamento.

Entre os canais, os supermercados registram o melhor desempenho, com crescimento de 1,1% no faturamento. A movimentação acompanha a tendência observada no mercado, porém com aumento mais expressivo do preço médio, de 2,6%, e do ticket médio, de 1,9%, refletindo em quedas de 0,8% na quantidade de tickets e de 0,6% nos itens por carrinho. Os supermercados de proximidade, com 1 a 4 checkouts e de 5 a 9 checkouts, destacam-se com altas de 3,7% e 3,4% no preço médio, respectivamente, e crescimento de 1,4% e 1,7% no faturamento. O atacarejo apresenta comportamento semelhante, porém com menor pressão inflacionária. O preço médio cresce 1,1%, o ticket médio avança 0,8% e a redução de 0,6% na quantidade de tickets e de 0,3% nos itens por carrinho resulta em crescimento de 0,3% no faturamento.

Embora datas sazonais importantes, como a Páscoa e as Festas Juninas, impulsionem o consumo ao longo do primeiro semestre, o desempenho do varejo alimentar continua sendo determinado principalmente pelos produtos de abastecimento do dia a dia. Entre os 25 itens mais vendidos no período, as maiores reduções de preço são observadas no arroz de 1 kg, com queda de 27,0%, açúcar refinado de 1 kg, 18,8%, suco de caixinha, 14,0%, e creme de leite de 200 ml, 12,0%. Já as maiores altas concentram-se no sabonete, com aumento de 20,9%, feijão de 1 kg, 19,5%, salgadinhos de até 80 g, 11,6%, e frios vendidos por quilo, 11,3%.

O comportamento do semestre reforça que, além do preço, o conhecimento do shopper é um dos principais diferenciais para o varejo. Em todos os canais, os clientes fidelizados apresentam desempenho superior aos não fidelizados, evidenciado também pelo IFEV acima de 100%, resultado do maior engajamento proporcionado pelos programas de relacionamento. Integrar dados, inteligência de mercado e benefícios personalizados fortalece esse relacionamento, aumenta a recorrência de compra e amplia o potencial de consumo.



**Foram analisadas 750 milhões
de transações de vendas para essa edição.**

The background is a solid dark navy blue. It is decorated with several large, stylized geometric shapes in the corners. In the top-left, there's a yellow-outlined shape. In the top-right, there's a pink-outlined shape. In the bottom-left, there's a solid blue shape. In the bottom-right, there's a pink-outlined shape. The central logo is white and yellow.

ROCK.
ENCANTECH

rockencantech.com.br