

Pílulas de Conhecimento

CHÁ PRONTO



**Tendências do Mercado de Chá Pronto:
o que mudou no comportamento do shopper em 2025**

Vem descobrir ➔



web JASPER



Varejo 360
O RAIO-X DE SEU NEGÓCIO

Para mais informações, visite
varejo360.com | webjasper.com.br

Pílulas de Conhecimento

Participação das Vendas em R\$ por **CANAL DE VENDAS**

O consumo de Chá Pronto no estado de São Paulo segue concentrado nos canais de autosserviço em 2025. Supermercados ampliaram levemente sua liderança, passando de **45,6% para 45,8%**, enquanto o Cash Carry cresceu de 27,3% para 29,8% e se tornou o canal com o avanço mais significativo. Em contrapartida, Hipermercados e Minimercados registraram retração, reduzindo sua participação nas decisões de compra do shopper.

O shopper busca conveniência, preço competitivo e embalagens econômicas — comportamento que favorece Supermercados e principalmente o Cash Carry. **O aumento do Hortifruti (3,1% -> 3,4%)** indica maior interesse em produtos com apelo natural, enquanto a queda de “Outros Canais” demonstra menor pulverização da compra.

O comportamento predominante aponta para um shopper mais racional, migrando para canais que combinam variedade, preços menores e embalagens maiores, com destaque para o forte avanço do Cash Carry.

Canal de Vendas	2024 JAN-OUT	2025 JAN-OUT
Supermercado	44,6%	45,8%
Cash Carry	27,3%	29,8%
Hipermercado	10,6%	9,2%
Minimercado	9,2%	8,4%
Hortifruti	3,1%	3,4%
Outros canais	4,2%	3,4%



Fonte: Varejo 360 – Participação das vendas em R\$ por canal de vendas no estado de São Paulo. Entre os anos de 2024 e 2025. Margem de erro de 1pp (para mais ou para menos) com intervalo de confiança de 95%.



web JASPER



Varejo 360
O RAIO-X DE SEU NEGÓCIO

Para mais informações, visite

varejo360.com | webjasper.com.br

Pílulas de Conhecimento

Participação das Vendas em R\$ por FAMÍLIA DE PRODUTOS

Chá Preto continua sendo a maior família, porém perde força (**44,7% -> 39,1%**). Chá Verde avança para 20,9%, refletindo a procura por benefícios funcionais. Mate recua de 21,7% para 19,9%, e Gasificados crescem de forma expressiva (2,6% -> 4,3%). Hibisco também mostra avanço relevante, assim como “Outros Tipos”, que sobe de 2,4% para 3,9%.

O shopper está buscando opções mais leves, funcionais e diversificadas, o que explica o crescimento das famílias Verde, Gasificada e Hibisco, ao mesmo tempo em que o tradicional Chá Preto perde espaço.

Tipo de Cerdas	2024 JAN-OUT	2025 JAN-OUT
Preto	44,7%	39,1%
Verde	17,3%	20,9%
Mate	21,7%	19,9%
Branco	9,3%	9,0%
Gaseificado	2,6%	4,3%
Hibisco	2,0%	2,9%
Outros Tipos	2,4%	3,9%



Fonte: Varejo 360 – Participação das Vendas em R\$ por família de produtos no estado de São Paulo. Entre os anos de 2024 e 2025. Margem de erro de 1pp (para mais ou para menos) com intervalo de confiança de 95%.



web JASPER



Varejo 360
O RAIO X DE SEU NEGÓCIO

Para mais informações, visite
varejo360.com | webjasper.com.br

Pílulas de Conhecimento

Participação das Vendas em R\$ por **SUB-FAMÍLIA DE PRODUTOS**

PET segue dominante, porém perde participação de forma mais acentuada (**76,1% -> 70,6%**). Caixas Cartonadas mantêm forte crescimento, saltando de 18,6% para 23,1%, consolidando-se como o principal formato alternativo. Latas também crescem (3,2% -> 4,8%), enquanto Vidro recua drasticamente (**11,0% -> 1,1%**) – um dos maiores movimentos da categoria.

Tipo de uso	2024 JAN-OUT	2025 JAN-OUT
Pet	76,1%	70,6%
Caixa Cartonada	18,6%	23,1%
Lata	3,2%	4,8%
Vidro	11,0%	1,1%
Outros Tipos	-8,9%	0,4%



Fonte: Varejo 360 – Participação das Vendas em R\$ por tipo de uso no estado de São Paulo. Entre os anos de 2024 e 2025. Margem de erro de 1pp (para mais ou para menos) com intervalo de confiança de 95%.



web JASPER



Varejo 360
O RAIO X DE SEU NEGÓCIO

Para mais informações, visite
varejo360.com | webjasper.com.br

Pílulas de Conhecimento

Participação das Vendas em R\$ por **MARCA**

Leão Fuze segue líder, mas perde participação (**39,7% -> 35,5%**), enquanto Matte Leão permanece relativamente estável.

O maior destaque é YAI, **que dobra sua participação** e empata com Leão tradicional em 12,6%, revelando um comportamento do shopper aberto a marcas emergentes com proposta premium e funcional.

Natural Tea cresce, Lipton recua, e marcas como Baer Mate, Qualitá e Campo Largo apresentam movimentos positivos. A categoria se torna mais pulverizada – com marcas menores ganhando espaço em embalagens cartonadas e latas.

MARCA	2024 JAN-OUT	2025 JAN-OUT	MARCA	2024 JAN-OUT	2025 JAN-OUT
Leão Fuze	39,7%	35,5%	Baer Mate	0,5%	0,6%
Matte Leão	16,3%	16,1%	Rei do Mate	0,3%	0,4%
Leão	12,1%	12,6%	Gold	0,2%	0,4%
Yai	6,4%	12,6%	Life Mix	0,6%	0,4%
Lipton	8,5%	7,8%	Poder da Terra	0,2%	0,3%
Natural Tea	7,0%	7,4%	Villa Piva	0,3%	0,2%
Feel Good	4,4%	2,7%	Outras marcas	2,2%	1,2 %
Campo Largo	0,8%	1,1%			

Fonte: Varejo 360 – Participação das vendas em R\$ por marca no estado de São Paulo. Entre os anos 2024 e 2025. Margem de erro de 1pp (para mais ou para menos) com intervalo de confiança de 95%.



web JASPER



Para mais informações, visite
varejo360.com | webjasper.com.br

Pílulas de Conhecimento

A categoria de Chá Pronto continua movimentando o varejo paulista, registrando crescimento de **31,7%** e alcançando **R\$ 340,39 milhões** no período analisado.

Vendas	Milhões R\$
Vendas 2023 / Estado de SP	R\$258,517
Vendas 2024 / Estado de SP	R\$340,388
Variação 2023/2024	31,7%



web JASPER



Varejo 360
O RAIO-X DE SEU NEGÓCIO

Para mais informações, visite
varejo360.com | webjasper.com.br

Pílulas de Conhecimento

Os dados revelam mudanças claras no comportamento do shopper, desde o canal de compra até preferências por formatos e marcas. Essas informações ajudam varejistas e fornecedores a tomarem decisões mais estratégicas no PDV, com foco em sortimento, precificação e execução. Esse conteúdo é uma parceria entre a Web Jasper e a Varejo 360 Inteligência e Pesquisa de Mercado.



COMPARTILHE

**com o time e use esses dados para
direcionar decisões mais inteligentes no
ponto de venda.**



web JASPER



Varejo 360
O RAIO-X DE SEU NEGÓCIO

Para mais informações, visite
varejo360.com | webjasper.com.br