

ESPONJAS DE LIMPEZA



**Tendências do Mercado de Esponjas de Limpeza:
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 mercado de Esponjas de Limpeza segue concentrado nos canais de autosserviço, com o Cash Carry ampliando sua liderança de **46,3% para 48,7%**. Supermercados recuam levemente, embora continuem relevantes com mais de 42% das vendas.

Hipermercados e Minimercados perdem participação, enquanto Hortifruti e Loja de Desconto permanecem estáveis com fatias pequenas.

O shopper está cada vez mais orientado ao preço por unidade e ao rendimento por pacote, o que fortalece o Cash Carry como principal canal da categoria. A leve queda de Supermercados indica uma migração natural para canais onde o custo-benefício é mais evidente, especialmente para produtos de reposição frequente como esponjas.

Canal de Vendas	2024 JAN-OUT	2025 JAN-OUT
Cash Carry	46,3%	48,7%
Supermercado	44,5%	42,9%
Hipermercado	4,4%	4,3%
Minimercado	3,8%	2,9%
Hortifruti	0,4%	0,5%
Loja de Desconto	0,2%	0,2%
Outros canais	0,5%	0,5%



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

A família **Multiuso** segue dominante, representando mais de 60% da categoria, mesmo com leve queda em relação ao ano anterior. **Superfície Delicada** cresce de forma importante, aproximando-se de 22% da categoria e refletindo maior atenção do shopper a superfícies sensíveis e produtos que não arranham.

Esponjas Pesadas mantêm relevância, enquanto famílias menores como Mágica, Para Banheiro e Fibras de Limpeza permanecem estáveis. O movimento geral mostra que o shopper está equilibrando desempenho com preservação de superfícies, buscando esponjas que combinem eficiência e cuidado.

Tipo de Cerdas	2024 JAN-OUT	2025 JAN-OUT
Multiuso	63,5%	60,5%
Superfície Delicada	17,5%	21,8%
Pesada	16,8%	15,9%
Mágica	1,0%	0,8%
Para Banheiro	0,5%	0,5%
Fibras de Limpeza	0,5%	0,4%
Para Grelhas	0,2%	0,2%



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



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

Pílulas de Conhecimento

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

A subfamília **Comum** permanece dominante e concentra a maior parte do volume da categoria. Mesmo com uma leve retração, ela ainda representa a principal escolha do shopper, especialmente pela relação custo-benefício e pelo uso universal.

Em paralelo, a subfamília **Não Risca** cresce e ganha relevância, impulsionada pela busca por produtos mais delicados para panelas, superfícies antiaderentes e itens que exigem preservação.

Subfamílias menores como Antibacteriana, Salva Unhas e opções com cabo ou refil mantêm presença estável.

Tipo de uso	2024 JAN-OUT	2025 JAN-OUT
Comum	79,6%	75,7%
Não Risca	17,9%	22,2%
Antibacteriana	1,2%	1,0%
Salva Unhas	1,1%	1,0%
Com Cabo ou Refil	0,1%	0,0%
Outros Tipos	0,1%	0,1%



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



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

Pílulas de Conhecimento

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

As três principais marcas da categoria — **Scotch-Brite, Esfrebom e Ypê** — seguem liderando o mercado, com Scotch-Brite mantendo a primeira posição mesmo após leve retração.

A diferença entre a líder e a segunda colocada permanece significativa: **Scotch-Brite ainda vende quase três vezes mais do que Esfrebom.**

A Bombril, referência na categoria de lã de aço, um substituto relevante das esponjas sintéticas em limpezas específicas, registra avanço em participação.

Esfrebom cresce e reduz levemente essa distância, enquanto Ypê avança e se fortalece como opção competitiva dentro da categoria.

Marca	2024 JAN-OUT	2025 JAN-OUT	Marca	2024 JAN-OUT	2025 JAN-OUT
Scotch Brite	40,2%	38,2%	Alklin	1,9%	3,3%
Esfrebom	12,5%	13,1%	Tinindo	3,8%	3,0%
YPE	7,5%	8,7%	Wish	2,5%	2,1%
Bombril	6,3%	6,9%	Qualita	1,4%	1,7%
Limppano	5,9%	5,7%	Brilhex	1,1%	1,3%
Esfrelux	3,9%	3,7%	Assolan	0,9%	0,9%
Condor	3,6%	3,6%	Select	0,6%	0,6%
Brilhus	4,0%	3,5%	Outras marcas	4,0%	3,8 %

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 Esponjas de Limpeza continua movimentando o varejo paulista, registrando crescimento de **3,1%** e alcançando **R\$ 420,14 milhões** no período analisado.

Vendas

Milhões R\$

Vendas 2023 / Estado de SP

R\$407,347

Vendas 2024 / Estado de SP

R\$420,142

Variação 2023/2024

3,1%



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

Leve esses dados para o time comercial e use-os para aprimorar execução e sortimento.



web JASPER



Varejo 360
O RAIO-X DE SEU NEGÓCIO

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