

**Pílulas de Conhecimento**

# MACARRÃO INSTANTÂNEO



**Tendências do Mercado de Macarrão Instantâneo:  
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](http://varejo360.com) | [webjasper.com.br](http://webjasper.com.br)



# Pílulas de Conhecimento

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

Os **supermercados** seguem como principal canal, apesar de pequena perda de participação, refletindo um cenário de consumo maduro e altamente rotineiro.

O **Cash Carry** ganha espaço e se consolida como o segundo canal mais relevante, indicando um shopper cada vez mais orientado a **preço, volume e reposição frequente**. Minimercados e hipermercados apresentam leve retração, enquanto canais menores seguem com participação residual.

O comportamento predominante aponta para um consumo funcional, associado à conveniência, custo acessível e rapidez no preparo.

Canal de Vendas	2024 Jan/Nov	2025 Jan/Nov
Supermercado	50,2%	49,2%
Cash Carry	38,0%	39,2%
Minimercado	6,3%	5,8%
Hipermercado	3,9%	3,8%
Hortifruti	0,5%	0,6%
Tradicional Outros	0,5%	0,4%
Demais Canais	0,6%	0,1%



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](http://varejo360.com) | [webjasper.com.br](http://webjasper.com.br)

# Pílulas de Conhecimento

## Participação das Vendas em R\$ por FAMÍLIA DE PRODUTOS

O formato **pacote** permanece absolutamente dominante na categoria e mantém sua participação estável, reforçando o papel do macarrão instantâneo como item de reposição básica e consumo recorrente.

O formato **copo** apresenta leve crescimento, refletindo ocasiões de consumo fora do lar, maior conveniência e apelo ao público jovem e urbano. Já os **kits de sabores** mantêm relevância, associados à compra em volume e variedade.

Tipo	2024 Jan/Nov	2025 Jan/Nov
Pacote	76,8%	76,8%
Copo	17,3%	17,5%
Kit Sabores	5,9%	5,7%



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](http://varejo360.com) | [webjasper.com.br](http://webjasper.com.br)



# Pílulas de Conhecimento

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

Os sabores tradicionais seguem liderando o consumo, com destaque para **Galinha Caipira, Carne e Galinha/Frango**, que continuam sendo a base do giro da categoria. Esses sabores reforçam o caráter funcional e familiar do produto.

Ao mesmo tempo, observa-se avanço de sabores como **Bolonhesa/Tomate, Cortes/Churrasco e Queijo**, indicando maior abertura do shopper à variedade dentro de um consumo ainda essencialmente prático.

Kits com múltiplas unidades ganham relevância pontual, enquanto sabores menos tradicionais perdem espaço, mostrando um consumidor que valoriza previsibilidade, mas aceita novidades quando bem posicionadas.

Tipo	2024 Jan/Nov	2025 Jan/Nov	Tipo	2024 Jan/Nov	2025 Jan/Nov
Galinha Caipira	32,2%	31,6%	Kit com 4 unidades	3,3%	2,6%
Carne	17,9%	17,6%	Queijo	2,2%	2,5%
Bolonhesa/Tomate	10,3%	12,4%	Legumes	2,2%	2,3%
Galinha/Frango	11,6%	11,4%	Bacon/Calabresa	0,9%	1,0%
Cortes/Churrasco	4,1%	4,6%	Outros Sabores	12,9%	11,1%
Kit com 6 unidades	2,4%	2,9%			

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](http://varejo360.com) | [webjasper.com.br](http://webjasper.com.br)



# Pílulas de Conhecimento

## Participação das Vendas em R\$ por MARCA

O mercado de macarrão instantâneo segue **altamente concentrado**, com Nissin ampliando ainda mais sua liderança e superando a marca de 50% de participação. O desempenho reforça a força da marca em distribuição, portfólio e fidelidade do shopper.

**Cup Noodles** cresce e se consolida como a segunda força da categoria, sustentada pelo formato copo e pelo apelo de conveniência. **Panco** apresenta retração, enquanto **Renata e Nissin Talharim** ganham espaço, indicando movimentações estratégicas dentro do portfólio de massas rápidas.

Marcas como **Adria e Apti** avançam gradualmente, enquanto o grupo de **outras marcas** perde participação, sinalizando um mercado cada vez mais concentrado nos grandes players.

Marca	2024 Jan/Nov	2025 Jan/Nov	Marca	2024 Jan/Nov	2025 Jan/Nov
Nissin	52,1%	53,6%	Marata	0,8%	0,5%
Cup Noodles	13,4%	14,3%	Joia	0,6%	0,5%
Panco	14,5%	12,2%	Maruchan	0,5%	0,3%
Renata	5,2%	4,5%	Nongshim	0,2%	0,2%
Nissin Talharim	3,3%	4,2%	Carrefour	0,4%	0,2%
Adria	2,4%	3,0%	Liane	0,1%	0,2%
Apti	2,7%	2,9%	Nagumo	0,1%	0,2%
Qualita	0,5%	0,5%	Outras marcas	3,4%	2,7%



web JASPER



Varejo 360  
O RAIO X DE SEU NEGÓCIO

Para mais informações, visite  
[varejo360.com](http://varejo360.com) | [webjasper.com.br](http://webjasper.com.br)

# Pílulas de Conhecimento

A categoria de Macarrão Instantâneo segue como um pilar do varejo alimentar paulista, mantendo estabilidade e alcançando cerca de **R\$ 1,59 bilhão** em vendas no período analisado.

Vendas	Bilhões R\$
Vendas 2023 / Estado de SP	R\$ 1,591 Bi
Vendas 2024 / Estado de SP	R\$ 1,590 Bi
Variação 2023/2024	-0,1%



web JASPER



Varejo 360  
O RAIO-X DE SEU NEGÓCIO

Para mais informações, visite  
[varejo360.com](http://varejo360.com) | [webjasper.com.br](http://webjasper.com.br)



# Pílulas de Conhecimento

Os dados revelam um comportamento de consumo maduro, com mudanças sutis nos canais, embalagens e sabores, que ajudam varejistas e fornecedores a tomarem decisões mais estratégicas no PDV, com foco em sortimento, preço 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 orientar decisões mais inteligentes no ponto de venda.**



web JASPER



Varejo 360  
O RAIO X DE SEU NEGÓCIO

Para mais informações, visite  
[varejo360.com](http://varejo360.com) | [webjasper.com.br](http://webjasper.com.br)