

Pílulas de Conhecimento

MARGARINA



O salto de 10% no faturamento e a consolidação da liderança absoluta no varejo

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

A dinâmica dos canais de venda para a categoria de margarina em São Paulo revela um fortalecimento notável do Cash & Carry, que agora concentra **40,1%** das vendas totais.

Embora o canal Supermercado preserve a liderança com **49,6%**, a perda de participação para o atacarejo indica um shopper que busca otimizar o desembolso em categorias de alto giro e uso cotidiano.

Canais de vizinhança, como o Minimercado, apresentaram um leve recuo para **4,9%**, sugerindo que a compra da margarina está cada vez mais atrelada ao abastecimento planejado em grandes formatos.

Canal de Vendas	2024	2025
Supermercado	50,6%	49,6%
Cash Carry	38,6%	40,1%
Minimercado	5,5%	4,9%
Hipermercado	4,4%	4,2%
Hortifruti	0,5%	0,6%
Bomboniere	0,2%	0,1%
Demais Canais	0,2%	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

O mix da categoria permanece altamente concentrado na família Margarina, que detém **91,1%** de participação.

O destaque estratégico do período foi o avanço do Creme Vegetal, que cresceu para **4,7%** de share, superando o Mix de Margarina com Manteiga (**3,7%**).

Este movimento indica uma leve inclinação do consumidor para subsegmentos que podem oferecer percepções distintas de saudabilidade ou saudabilidade e custo-benefício, embora o núcleo da categoria permaneça estável.

Tipo	2024	2025
Margarina Creme	91,8%	91,1%
Vegetal	3,7%	4,7%
Mix Margarina c/ Manteiga	3,9%	3,7%
Margarina Food Service	0,6%	0,5%
Outros Formatos	0,0%	0,0%



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**

A categoria de margarinas é definida pela tradição: o tipo Tradicional detém **93,0%** das vendas e segue em crescimento estável.

Opções saborizadas e variações funcionais como Diet/Light/Zero mantêm participações marginais (4,2% e 1,1%, respectivamente), demonstrando que o shopper prioriza a versatilidade do produto clássico para o uso culinário e de mesa, com baixa abertura para experimentações fora do padrão consolidado.

Tipo	2024	2025
Tradicional	92,9%	93,0%
Saborizada	4,5%	4,2%
Diet / Light / Zero	0,9%	1,1%
Aerada	0,8%	1,0%
Culinária	0,8%	0,7%
Multigrãos	0,1%	0,0%
Outros Sabores	0,0%	0,0%



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**

O cenário competitivo reforça a hegemonia da marca Qualy, que não apenas lidera, como também foi a que mais ganhou share, atingindo **46,1%** do mercado.

No segundo escalão, a Dorianana mantém estabilidade com **17,2%**, enquanto a Delícia enfrenta desafios significativos de retenção, caindo para **12,5%**.

O crescimento da Becel para **4,7%** sinaliza uma oportunidade crescente para marcas que ocupam nichos específicos de valor agregado, mesmo em um mercado tão concentrado.

Marca	2024	2025	Marca	2024	2025
Qualy	43,3%	46,1%	Teixeira	0,9%	0,8%
Dorianana	16,9%	17,2%	Delicata	0,8%	0,5%
Delícia	15,2%	12,5%	Delícia Toque de Chef	0,3%	0,3%
Claybom	8,3%	8,7%	Qualy Vita	0,2%	0,3%
Becel	3,6%	4,7%	Delícia Supreme	0,3%	0,3%
Vigor	5,1%	4,3%	Dualis	0,2%	0,1%
Cremosy	2,6%	2,2%	Sofiteli	0,1%	0,1%
Leco	1,2%	1,1%	Outras Marcas	1,0%	0,9%



web JASPER



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

Pílulas de Conhecimento

A categoria de Margarina em SP movimentou R\$ **1,922 bilhão em 2025**, com um crescimento expressivo de 10,0% no faturamento.

Vendas	Bilhões R\$
Vendas 2023 / Estado de SP	R\$ 1,748 Bi
Vendas 2024 / Estado de SP	R\$ 1,922 Bi
Variação 2023/2024	10%



web JASPER



Varejo 360
O RAIO X DE SEU NEGÓCIO

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

Pílulas de Conhecimento

O mercado demonstra uma consolidação agressiva da marca Qualy e uma transferência de volume para o canal Cash & Carry.

Esse conteúdo é uma parceria entre a Web Jasper e a Varejo 360 Inteligência e Pesquisa de Mercado.



COMPARTILHE

e use esses dados como base para revisar o mix e fortalecer sua estratégia na categoria



web JASPER



Varejo 360
O RAIO X DE SEU NEGÓCIO

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