

Pílulas de Conhecimento

TIRA LIMO



Inteligência de Mercado e Performance
de 2025 para 2026

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 categoria de **Tira Limo** no primeiro bimestre de 2026 apresenta uma inversão estratégica importante na liderança dos canais de venda.

O **Supermercado** registrou um salto expressivo, crescendo de 38,2% para **44,6%** de participação, consolidando-se como o principal destino do shopper para esse segmento. Em movimento oposto, o **Cash & Carry (Atacarejo)**, que liderava no período anterior, recuou para **43,6%**.

O **Hipermercado** apresentou a queda mais acentuada da categoria, reduzindo sua fatia de 9,6% para **6,8%**. Por outro lado, canais de vizinhança e conveniência mostraram fôlego: o **Minimercado** cresceu para **3,4%** e o canal **Hortifruti** avançou para **1,0%**, evidenciando que o consumidor está mais disposto a adquirir itens de limpeza especializada em missões de compra rápidas.



Canal de Vendas	Jan a Fev 2025	Jan a Fev 2026
Supermercado	38,2%	44,6%
Cash Carry	47,4%	43,6%
Hipermercado	9,6%	6,8%
Minimercado	3,2%	3,4%
Hortifruti	0,7%	1,0%
Loja de Desconto	0,5%	0,5%
Outros Canais	0,4%	0,1%

Fonte: Varejo 360 – Participação das vendas em R\$ por canal de vendas no estado de São Paulo. Entre os anos de 2025 e 2026. 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**

No primeiro bimestre de 2026, a categoria de **Tira Limo** registrou uma mudança expressiva na dinâmica tecnológica entre as soluções oferecidas.

Embora o segmento **Com Cloro** mantenha a liderança absoluta com **84,2%** de share, houve um recuo notável de mais de 10 pontos percentuais em comparação aos 94,9% registrados em 2025.

Esse espaço foi integralmente capturado pela família **Tradicional**, que triplicou sua participação no mercado paulista, saltando de 5,1% para **15,8%**.

Essa movimentação indica uma forte tendência de diversificação do mix e uma abertura do shopper para fórmulas que vão além do cloro.

Tipo	Jan a Fev 2025	Jan a Fev 2026
Com Cloro	94,9%	84,2%
Tradicional	5,1%	15,8%



Fonte: Varejo 360 – Participação das Vendas em R\$ por família de produtos no estado de São Paulo. Entre os anos de 2025 e 2026. Margem de erro de 1pp (para mais ou para menos) com intervalo de confiança de 95%.



web JASPER



Varejo 360
O BAIXO 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 **Tira Limo** apresenta uma preferência consolidada pelo **Frasco Squeeze**, que apesar de uma leve retração, mantém a liderança com **51,8%** de share.

O grande destaque positivo do período foi o **Frasco Gatilho**, que expandiu sua participação de 23,6% para **27,7%**, evidenciando a busca do shopper por praticidade e precisão na aplicação.

O formato **Pouch** apresentou estabilidade com **15,0%**, enquanto o **Frasco Refil** registrou um recuo, caindo para **3,5%**.

Esse cenário reforça que, embora o Squeeze ainda concentre o maior volume, o Gatilho se consolida como o motor de crescimento em valor no PDV paulista.

Tipo	Jan a Fev 2025	Jan a Fev 2026
Frasco Squeeze	53,5%	51,8%
Frasco Gatilho	23,6%	27,7%
Pouch	15,6%	15,0%
Frasco Refil	4,8%	3,5%
Outros Tipos	2,5%	2,0%



Fonte: Varejo 360 – Participação das Vendas em R\$ por tipo de uso no estado de São Paulo. Entre os anos de 2025 e 2026. 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**

A marca **Veja** mantém a liderança isolada na categoria de **Tira Limo**, embora tenha registrado uma retração, caindo de 45,6% para **42,2%** de share no primeiro bimestre de 2026.

O grande destaque do período é a **Cif**, que apresentou um crescimento expressivo de quase 7 pontos percentuais, saltando para **21,1%** de participação. A **Ypê** sustenta a terceira posição com estabilidade (**11,6%**), seguida pela **Mr Músculo**, que recuou para **9,5%**.

O mercado paulista demonstra uma altíssima concentração, com as quatro principais marcas detendo juntas mais de **84%** do faturamento.

Entre as marcas emergentes, a **Member's Mark** registrou o avanço mais relevante, atingindo **2,4%** de share, enquanto marcas tradicionais como Azulim e Limpol enfrentaram retrações em suas fatias de mercado.

Marca	Jan a Fev 2025	Jan a Fev 2026	Marca	Jan a Fev 2025	Jan a Fev 2026
Veja	45,6%	42,2%	Qualitá	1,1%	0,9%
Cif	14,5%	21,1%	Limpol	1,5%	0,7%
Ypê	11,7%	11,6%	UAU	0,3%	0,6%
Mr Músculo	10,5%	9,5%	Dia	0,8%	0,6%
Azulim	6,0%	5,2%	Reax	0,8%	0,5%
Member's Mark	1,6%	2,4%	Agi Fácil	0,3%	0,3%
Super Candida	1,5%	1,4%	Carrefour Essential	0,4%	0,3%
Luar	1,4%	1,4%	Outras Marcas	2,1%	1,3%



web JASPER



Para mais informações, visite

varejo360.com | webjasper.com.br

Pílulas de Conhecimento

A categoria de Tira Limo movimentou **R\$ 76,55 milhões** no Estado de São Paulo, registrando uma retração de **3,3%** no faturamento.

Esse desempenho evidencia que, mesmo em um cenário de desafios e retração, a precisão na leitura dos dados é o que separa a estagnação do crescimento real e da captura de novas oportunidades de mercado.

Vendas	Milhões R\$
Vendas 2023 / Estado de SP	R\$ 79,1398 Mi
Vendas 2024 / Estado de SP	R\$ 76,5508 Mi
Variação 2024/2023	-3,3%



web JASPER



Varejo 360
O RAIO X DE SEU NEGÓCIO

Para mais informações, visite

varejo360.com | webjasper.com.br

Pílulas de Conhecimento

Este levantamento é fruto da parceria entre a **Web Jasper** e a **Varejo 360**, unindo inteligência estratégica e dados granulares para oferecer uma visão clara das movimentações de mercado.

Ter acesso a esses indicadores é fundamental para embasar decisões comerciais e garantir que a estratégia de gôndola esteja alinhada ao comportamento do shopper.



COMPARTILHE

essa pesquisa e compartilhe com o time!



web JASPER



Varejo 360
O RAIO X DE SEU NEGÓCIO

Para mais informações, visite

varejo360.com | webjasper.com.br