

Pílulas de Conhecimento

AMENDOIM APERITIVO



**Amendoim Aperitivo acelera no varejo paulista
e consolida líderes de mercado**

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 **amendoim aperitivo** cresce 9,1% no período e mantém forte concentração nos dois principais canais: **Cash Carry (38,3%) e Supermercado (36,5%)**.

O atacarejo segue líder, ainda que com leve ajuste de participação, reforçando o perfil de compra para abastecimento e maior volume.

Supermercados permanecem muito próximos, mostrando estabilidade e relevância para compras de reposição e consumo imediato. Lojas de desconto ganham espaço, enquanto bomboniere e minimercado apresentam leve retração.

O comportamento indica uma categoria ligada tanto ao consumo doméstico quanto a ocasiões de conveniência e impulso.

Canal de Vendas	2024 Jan/Nov	2025 Jan/Nov
Cash Carry	38,7%	38,3%
Supermercado	36,7%	36,5%
Bomboniere	8,5%	8,2%
Loja de Desconto	5,7%	6,3%
Minimercado	5,6%	5,3%
Hipermercado	3,5%	3,6%
Demais Canais	1,3%	1,8%



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 mostra leve avanço do **amendoim japonês**, que passa a liderar com 30,8% de participação.

O tipo **ovinho** mantém estabilidade, enquanto o **crocante** e o **torrado** apresentam leve ajuste.

O shopper demonstra preferência por texturas mais marcantes e produtos com maior percepção de indulgência, ao mesmo tempo em que mantém fidelidade aos formatos tradicionais. A categoria equilibra tradição e variedade, sem grandes rupturas no comportamento.

Tipo	2024 Jan/Nov	2025 Jan/Nov
Japonês	29,2%	30,8%
Ovinho	24,1%	24,4%
Crocante	24,2%	23,4%
Torrado	18,3%	16,8%
Frito	4,0%	4,3%
Outros Tipos	0,2%	0,3%



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**

O **tradicional** amplia liderança e já concentra 67,5% das vendas, reforçando que o consumo ainda é fortemente orientado por hábito.

Opções como com **sal sem pele e temperado** mantêm relevância, enquanto variações mais específicas, como picante ou saborizado, apresentam menor participação.

O shopper prioriza familiaridade e previsibilidade, com menor experimentação dentro da categoria.

Tipo	2024 Jan/Nov	2025 Jan/Nov
Tradicional	65,0%	67,5%
Com sal sem pele	13,4%	13,1%
Temperado	11,8%	11,4%
Temperado picante	3,3%	2,9%
Sem sal sem pele	1,9%	1,8%
Com sal com pele	1,7%	1,7%
Saborizado	2,1%	0,7%
Sem sal com pele	0,7%	0,7%
Outros sabores	0,1%	0,2%



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 BAIXO X DE SEU NEGÓCIO

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

Pílulas de Conhecimento

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

A liderança permanece consolidada com **Elma Chips (27,2%)**, ampliando ligeiramente sua participação. **Yoki (16,4%)** mantém estabilidade na segunda posição, enquanto **Dori (12,6%)** cresce e reforça presença entre as principais marcas.

Pettiz apresenta retração, enquanto marcas médias mantêm estabilidade. O bloco de **outras marcas representa 11,8%**, indicando um mercado relevante, mas ainda concentrado nos grandes players.

O cenário mostra uma categoria com liderança forte, mas espaço competitivo no segundo e terceiro escalões.

Marca	2024 Jan/Nov	2025 Jan/Nov	Marca	2024 Jan/Nov	2025 Jan/Nov
Elma Chips	26,1%	27,2%	Hitt Nuts	1,7%	1,6%
Yoki	16,4%	16,4%	Kuky	1,1%	1,1%
Dori	11,9%	12,6%	Kari Kari	1,0%	1,0%
Pettiz	11,6%	9,4%	Frunut	0,7%	1,0%
Mendorato	5,6%	5,7%	Vó Délia	0,8%	0,8%
Crokissimo	5,4%	4,9%	Chiang	0,8%	0,8%
Amendupa	2,4%	2,5%	Felipe	0,8%	0,8%
Amindus	2,4%	2,5%	Outros Marcas	11,4%	11,8%



web JASPER



Varejo 360
O BAIXO X DE SEU NEGÓCIO

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

Pílulas de Conhecimento

A categoria de amendoim aperitivo movimentou **R\$ 784,2 milhões em 2025**, registrando crescimento de **9,1%** no período analisado.

Vendas

Milhões R\$

Vendas 2023 / Estado de SP R\$ 718,941 Mi

Vendas 2024 / Estado de SP R\$ 784,228 Mi

Variação 2023/2024 9,1%



web JASPER



Varejo 360
O BAIXO DE SEU NEGÓCIO

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

Pílulas de Conhecimento

Os dados mostram uma categoria concentrada, com liderança consolidada, preferência por sabores tradicionais e forte presença no atacarejo. Esses movimentos ajudam varejistas e fornecedores a ajustarem sortimento, exposição e estratégia de preço com mais precisão no ponto de venda.

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