abras Essencial

ABRIL 2019
ANO 45 NÚMERO 513
www.abras.com.br

SUPERHIPER

CONTEÚDO QUE TRANSFORMA

Exclusiva
Rogério Marinho fala sobre a Nova Previdência Social

Dupla celebração
Evento revela os vencedores dos prêmios Líderes de Vendas e Lançamento do Ano



O peso das marcas líderes

Publicado há 20 anos por SuperHiper, o exclusivo Estudo Líderes de Vendas, elaborado pela Nielsen, revela as marcas mais vendidas em 150 categorias

GS1 Brasil

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE AUTOMAÇÃO

QUALIDADE DE DADOS

Perdendo tempo e dinheiro com problemas no cadastro de produtos? Confie em quem tem 35 anos de mercado e mais de **35 milhões de produtos** em uma única base.



- > Imagem
- > Peso
- > Medidas
- > Dados fiscais
- > Informações completas
- > Laudo do Código de Barras



Quando o assunto é informação de produtos, a GS1 Brasil é referência no mercado. E ainda conta com um time de especialistas que ajuda varejos e fornecedores a qualificarem sua base de dados de produtos.

Indique o Serviço de Qualidade de Dados para seus fornecedores e deixe o resto com a gente.

> atendimento@gs1br.org

Por João Sanzovo Neto



A união do varejo com os fornecedores é fundamental para que tenhamos melhor competitividade. Precisamos trabalhar juntos, em sintonia, para aproveitar melhor as oportunidades

A força da união

Esta edição de *SuperHiper* é tradicional e esperada por muitos empresários do varejo e da indústria, porque traz as marcas líderes de vendas, aquelas que contribuíram para deixar nossos negócios ainda mais competitivos. De todas as marcas lançadas durante o ano, mais da metade não sobrevive e se manter na preferência dos consumidores é uma grande vitória. Um trabalho árduo, que exige muita criatividade e perseverança, principalmente em cenários desafiadores, como passamos nos últimos anos.

A união do varejo com os fornecedores é fundamental para que tenhamos melhor competitividade. Precisamos trabalhar juntos, em sintonia, para aproveitar melhor as oportunidades. O trabalho colaborativo é o caminho para a evolução do nosso setor.

Falando na força da união, no último dia 27 de março relançamos a Frente Parlamentar de Comércio, Serviços e Empreendedorismo (FCS), em jantar que reuniu, em Brasília, centenas de políticos e empresários do setor, e contou com a presença do vice-presidente da República, Hamilton Mourão. Liderada pelo deputado Efraim Filho (DEM-PB), a Frente é resultado de muito trabalho de parlamentares compromissados com o desenvolvimento do País e que acreditam, assim como nós, na simplificação do ambiente de negócio como alavanca para o crescimento econômico do Brasil.

Criada em 2015, com forte apoio de um terço dos membros do Congresso Nacional e da União Nacional de Entidades do Comércio e Serviços (Unecs), a Frente passou por uma reformulação estrutural em 2019, com a chegada de novos parlamentares. Mas o objetivo continua o mesmo: o de auxiliar em projetos em prol do setor de comércio e serviços, que impulsionem o empreender e a geração de emprego e renda no Brasil. A FCS é a nossa voz no Congresso e precisa do apoio de todos.

Desde o início da nossa gestão, a união dos supermercadistas tem sido uma das nossas principais bandeiras. Pensando nisso, no dia 28 de março realizamos o *Abras no Congresso Nacional*, visita guiada ao plenário da Câmara e do Senado Federal, incluindo palestras com o objetivo de dividir com os presidentes e executivos das associações estaduais o trabalho que realizamos em Brasília.

Atualmente, existem mais de cinco mil projetos de lei em andamento, com temas que afetam o setor supermercadista. Cerca de 500 deles são acompanhados, diretamente, pelo nosso escritório na capital federal, com gestão junto às comissões e aos parlamentares.

Não temos medido esforços para ampliar nossos relacionamentos e a nossa força institucional. E o trabalho em conjunto com as 27 associações estaduais de supermercados é a chave para as nossas conquistas!





Bons relacionamentos geram bons negócios.
Esperamos você em 2020!

Convenção abras 2019



O consumidor transformando o varejo

Patrocinadores

DIAMANTE

CERVEJARIA ambev

GS1 Brasil — ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE AUTOMAÇÃO

Unilever

OURO

COCA-COLA BRASIL

GIOVANNA BABY

PRATA

BemBrasil — Alimentando bons momentos

pagseguro UOL

Reciclus

VIGOR

REALIZAÇÃO

abras Brasil

DIVULGAÇÃO OFICIAL

SUPERHIPER

APOIO INSTITUCIONAL

31º SUPER RIO EXPOFOOD



Obrigado!





Queremos expressar nossa gratidão a todos os varejistas e fornecedores que participaram de mais uma Convenção Abras, um evento que foi especialmente renovado para recebê-los.

O sucesso da Convenção Abras 2019 é fruto de sua confiança e parceria

Confira a cobertura completa na edição de maio de SUPERHIPER

Sumário

Capa 24

Estudo Líderes de Vendas chega à sua 20ª edição e revela as categorias de melhor performance, em nível Brasil e por regiões, em 150 categorias que integram seis cestas de consumo. A pesquisa é elaborada pela Nielsen, com exclusividade para *SuperHiper*. Na análise de abertura do estudo, os indicadores apontam que o desempenho do varejo de bens de consumo, no ano passado, manteve-se recessivo e os dados de volume comercializado e performance dos canais mantiveram-se próximos dos resultados registrados no período anterior

Alimentos 30
Alimentos Perecíveis 70
Bazar 90
Bebidas 114
Higiene e Beleza 140
Limpeza 154



Capa: Danilo Koch

Global - What's Up 13
O varejo no mundo
Loja 14
Novidades do varejo
Economia 170
Índices e análises
Abras & Estaduais 172
Ações institucionais
Agenda 178
Livros e calendário

Exclusiva 10

Rogério Marinho, secretário especial de Previdência e Trabalho, que participou da Convenção Abras 2019, defende que a Nova Previdência é um passo obrigatório na direção do equilíbrio fiscal e do desenvolvimento socioeconômico do País



Evento Duplo 16

Jantar promovido pela Abras premiou as marcas mais vendidas nos supermercados, de acordo com o 20º Estudo Líderes de Vendas da Nielsen, e os melhores lançamentos apurados pela GfK Brasil, que compõem a 41ª edição do Prêmio Lançamento do Ano



Perdas e Ganhos 168

A perda é a inimiga "número um" da lucratividade. Nesta edição, o Comitê Abras de Prevenção de Perdas e Desperdício de Alimentos compartilha referências e caminhos para combater as fontes de prejuízos para os supermercados



PAGSEGURO TEF:
CONCILIAÇÃO INTEGRADA E ALTA DISPONIBILIDADE

- TAXAS COMPETITIVAS PARA SEU NEGÓCIO
- FLEXIBILIDADE NOS PLANOS DE RECEBIMENTO, INCLUSIVE EM D+1
- OFERECE GRÁTIS OS PRINCIPAIS MODELOS DE PINPADS DO MERCADO



PAGSEGURO.COM.BR/TEF

pagseguro UOL TEF

Consulte condições em pagseguro.com.br/tef

Nota do editor

Por Roberto Nunes Filho

Vitrine das líderes há 20 anos

Caro leitor, a edição de abril de *SuperHiper* traz uma das pesquisas mais apreciadas pelo varejo e pela indústria: o Líderes de Vendas, elaborado pela Nielsen com exclusividade para a Abras. Trata-se da vigésima edição deste precioso estudo, que revela as cinco marcas preferidas dos consumidores brasileiros em 150 categorias amplamente comercializadas pelas lojas supermercadistas de todo o País.

Em resumo, o levantamento aponta as marcas líderes em nível Brasil e também aquelas que "puxaram a fila" em âmbito regional, considerando as chamadas sete áreas Nielsen. O grande objetivo deste projeto é auxiliar cada supermercadista na gestão do seu sortimento, de maneira que essa edição funcione como um verdadeiro guia sobre as reais preferências dos milhões de clientes que, diariamente, visitam as mais de 89 mil lojas do setor.

Assim, se a sua loja não vende algumas das marcas líderes destacadas nesta pesquisa ou, então, disponibiliza a elas um espaço que não condiz com o seu potencial de vendas, essa é uma ferramenta que pode lhe ajudar em uma eventual correção de rota. Afinal, é enorme a quantidade de produtos fornecida pelas indústrias de bens de consumo, cujo portfólio cresce a cada dia.

Essa bem-vinda dinâmica para o mercado consumidor, notoriamente, traz desafios para o varejista em relação à gestão do seu sortimento. Como novos SKUs chegam a todo instante nos supermercados e, como diz o jargão, as gôndolas das lojas não são elásticas, o jeito é definir e organizar o sortimento de maneira estratégica, com o respaldo de informações de qualidade e dados reais, como os compartilhados a seguir. Essa é a chave para priorizar o que o consumidor prefere e o que proporcionará resultados mais satisfatórios para o seu negócio.

As marcas líderes de vendas foram premiadas em um jantar promovido pela Abras no dia 20 de fevereiro, cuja cobertura também está destacada nesta edição. O referido evento, a propósito, também foi palco de outra tradicional premiação ofertada pela entidade: o Lançamento do Ano, apurado pela GfK Brasil e publicado por *SuperHiper* há longevos 41 anos. Essa pesquisa traz os lançamentos que mais agregaram ao autosserviço, sob a ótica dos próprios supermercadistas que são entrevistados pela GfK. Nesta edição, foram contemplados 12 segmentos de produtos e também a melhor campanha promocional.

Não deixe de conferir também a entrevista do secretário especial de Previdência e Trabalho, Rogério Marinho, que compareceu à 53ª Convenção Abras (*veja cobertura completa na próxima edição*) e falou dos desafios e do impacto que a reforma previdenciária proporcionará à economia brasileira.

Boa leitura!

Prezado leitor

SuperHiper tem um espaço aberto para você.
Mande suas sugestões, comentários e dúvidas para o e-mail redacaosh@abras.com.br ou ligue para (11) 3838-4523

EXPEDIENTE

REDAÇÃO

EDITOR
Roberto Nunes Filho
robertonunes@abras.com.br

REDAÇÃO/REVISÃO
Roberto Leite

EDITOR DE ARTE
Danilo Koch

ASSISTENTE DE ARTE
Fabio Queiroz

COMERCIAL/PUBLICIDADE

GERENTES COMERCIAIS
Alexandre Magno - (11) 98161-9972
alexandre@abras.com.br
Lilian Bizio - (11) 98122-0182
lilian@abras.com.br

REPRESENTANTES COMERCIAIS
SÃO PAULO
Bruno Moreira - (11) 96099-7207
bruno.moreira.abras@gmail.com
Davi Trevisan - (11) 98436-9732
davi_trevisan@uol.com.br
Graziela Barros - (11) 98349-2266
grazielabarros.abras@gmail.com
Salete Pukar - (11) 99685-5386
salete.abras@gmail.com

INTERIOR DE SÃO PAULO
Gerson Moura - (16) 3411-0863/(11) 98110-7995
gerson@ggmrepres.com.br

ASSISTENTES COMERCIAIS
Bruna Santos - (11) 3838-4545
comercial@abras.com.br
Raphael Chiummo - (11) 3838-4561
vendas@abras.com.br

REDAÇÃO/PUBLICIDADE
CORRESPONDÊNCIA

Avenida Diógenes Ribeiro de Lima, 2.872
Alto da Lapa - CEP: 05083-901 - São Paulo - SP
Telefone: (11) 3838-4500 - Fax: (11) 3837-9933

SUPERHIPER é o órgão de divulgação da Associação Brasileira de Supermercados (Abras), com tiragem de 33.000 exemplares. Registrada no DCDP do DPF sob o nº 1.394-P. 209/73. De acordo com as leis nºs 5.250 e 6.015, foi registrada sob o nº 58.489/82 no 4º Registro de Títulos e Documentos. Os artigos assinados são de inteira responsabilidade de seus autores e não refletem necessariamente a opinião da revista.

IMPRESSÃO - Coan Indústria Gráfica

Filiado ao IVC

JORNALISTA RESPONSÁVEL
Roberto Nunes Filho (MTB 61.534-SP)

ANER
www.aner.org.br

SUPERHIPER
Redação
Av. Diógenes Ribeiro de Lima, 2872 10º andar
CEP: 05083-901 São Paulo SP
Se preferir mande um e-mail para:
redacaosh@abras.com.br

Opt

for better

Opte para melhor

Opte por mais eficiência energética e menor impacto ambiental

Opteon™ XP40 é um fluido refrigerante que oferece excelente capacidade de refrigeração para os seus sistemas de congelados e resfriados, com até 12% de redução no consumo de energia, além de uma redução de 67% no potencial de aquecimento global, quando comparado ao fluido R-404A.

Saiba mais sobre os fluidos refrigerantes Opteon™

www.opteon.com.br

0800 110 728

Opteon™

©Copyright 2018. Opteon™ é uma marca registrada ou marca comercial da The Chemours Company FC, LLC. O logotipo da Chemours e Chemours™ são marcas da The Chemours Company, LLC.

*Dados de acordo com a norma AR5

Chemours™

Exclusiva

"Pelo Brasil no rumo que merece"

Por Wagner Hilário

O secretário especial de Previdência e Trabalho, Rogério Marinho, esteve presente na Convenção Abras 2019 e defendeu a proposta do governo para a reforma previdenciária. Segundo ele, a Nova Previdência é um passo obrigatório na direção do equilíbrio fiscal e do desenvolvimento socioeconômico do País

Atual secretário de Previdência do Brasil, pasta ligada ao Ministério da Economia, Rogério Marinho é economista de formação e tem uma longa e notável história na política nacional. De fevereiro de 2007 a janeiro de 2019, Marinho esteve deputado federal pelo PSDB do Rio Grande do Norte (RN).

Além das três eleições consecutivas, que atestam sua aprovação pelo eleitor potiguar por um longo período, Marinho foi (e tem sido) protagonista na defesa das reformas estruturantes, consideradas essenciais para a retomada do crescimento do País.

Um dos seus pilares é justamente o combate aos privilégios. Ela prevê, por exemplo, que quem ganha menos, contribuirá, como sempre deveria ter sido, com menos

Como relator da Reforma Trabalhista, Marinho foi fundamental para torná-la realidade no fim de 2017. Na época, sua aprovação deu, a economistas, investidores e empresários, a esperança de que o País iniciava as reformas que trariam consigo um novo ciclo de crescimento econômico.

Apesar de sua inegável importância, a Reforma Trabalhista, sozinha, não seria nem tem sido suficiente para realizar esse feito. Se o pior já passou, a economia do País ainda não encontrou a marcha ideal para chegar aonde precisa. Longe disso: seguimos patinando. Outras tantas reformas ainda se fazem necessária, em especial a da Previdência Social.

Embora não esteja no Congresso nessa legislatura, o histórico de Marinho, como parlamentar, foi fundamental para que o ministro da Economia do atual governo, Paulo Guedes, não tivesse dúvidas sobre a quem chamar para assumir a Secretaria Especial da Previdência do Brasil.

Durante a última Convenção Abras, realizada no Rio de Janeiro, entre os dias 19 e 21 de março, o secretário Rogério Marinho teve a oportunidade de mostrar a empresários supermercadistas de todo o Brasil a importância da Nova Previdência e os pilares sobre os quais ela foi concebida. A reportagem de *SuperHiper* ouviu o secretário a respeito e traz os principais pontos levantados por ele.

Muito se diz que a reforma aprofunda as desigualdades em vez de corrigi-las. O que o senhor tem a dizer a respeito?

A reforma, como proposta pelo governo, é uma das maiores ações de distribuição de renda que já se viu no País. Um dos seus pilares é, justamente, o combate aos privilégios. Ela prevê, por exemplo, que quem ganha menos, contribuirá, como sempre deveria ter sido, com menos. A alíquota [contribuição] para quem ganha menos de R$ 1.499 mil será de 7,5%, enquanto quem ganha acima do teto do STF, ou seja, mais de R$ 39 mil, pagará 22% de alíquota. Os servidores públicos terão um regime bastante semelhante aos profissionais da iniciativa privada. No novo regime, ricos e pobres se aposentarão com a mesma idade. Tão importante quanto tudo isso, a Nova Previdência vai contribuir enormemente para a nossa situação fiscal.



O Brasil precisa da Nova Previdência para voltar a ter um Estado que investe em infraestrutura e atende as principais necessidades dos cidadãos, que contribua para a livre iniciativa e para o desenvolvimento socioeconômico do País

Nicola Labate

Quanto se estima de economia, secretário?

Em dez anos, prevemos uma economia, ao País, de mais de R$ 1,164 trilhão. A Nova Previdência é mais um passo no sentido de nos livrar das âncoras sindicais que nos impendem de crescer. O Brasil precisa dessa reforma para voltar a ter um Estado que investe em infraestrutura e atende as principais necessidades dos cidadãos e, sobretudo, um Estado que, em vez de atrapalhar, contribua para a livre iniciativa, para trazer investimentos e ajudar no desenvolvimento socioeconômico do País. Da maneira como está, não é possível fazer nada, qualquer governo será apenas gestor de massa falida.

A sociedade precisa entender que há uma guerra narrativa e precisamos vencê-la, conscientizando a população sobre o que, de fato, a Nova Previdência nos proporcionará

O secretário diz que a Nova Previdência tem cinco pilares fundamentais, quais?

Combate às fraudes; combate a privilégios, ao qual já me referi; equidade; cobrança de dívidas e impacto fiscal. Estão todos conectados. Quando se combate as fraudes e cobram-se as dívidas, tem-se tremendo impacto fiscal e se melhora as condições de investimento do governo. Quando se combate privilégios e se busca a equidade, que é diferente de igualdade, porque leva em consideração as especificidades das diversas atividades laborais, está-se promovendo justiça social. A sociedade precisa entender isso. Há uma guerra narrativa e precisamos vencer, conscientizando a população sobre o que, de fato, a Nova Previdência nos proporcionará: é algo bem mais positivo do que negativo e, ao mesmo tempo, é a principal ação para resolver os gravíssimos problemas fiscais que temos.

O que se pode destacar do combate às fraudes?

Estudos feitos mostram que temos problemas graves de fraudes em benefícios previdenciários. São fraudes realizadas em aposentadorias rurais, por exemplo. Há, também, gasto excessivo com auxílio-reclusão. A Nova Previdência estabelece uma carência de 24 meses para o recebimento desse auxílio. O fato é que, com base nos estudos que a equipe do governo tem realizado, o combate às fraudes pode proporcionar ao Estado, em 12 meses, uma economia de R$ 9,8 bilhões.

Embora haja muitos pontos polêmicos, a equidade, seguramente, destaca-se. As pessoas têm dúvida sobre se, realmente, o tratamento será justo...

Pois é. Fala-se muito dos membros do Judiciário e dos militares. Acontece que, na Nova Previdência, todos terão de fazer sua parte: juízes, promotores e também os políticos. Desde o princípio, contudo, nós dissemos que é necessário considerar as especificidades das diferentes atividades laborais. Muito se fala dos militares, alega-se que será a classe que menos sacrifícios fará pela Nova Previdência, mas é fundamental entender que, na prática, um militar nunca se aposenta [vai para a Reserva]. Caso haja uma contingência, ele tem, por obrigação legal, servir ao País. Ainda assim, o tempo mínimo de atividade dos militares, antes de irem para a Reserva, passará de 30 para 35 anos com a mudança. Pensionistas, alunos de escolas de formação, cabos e soldados, que antes não contribuíam, com a Nova Previdência, terão de contribuir. Sem contar que haverá aumento na contribuição de militares ativos e inativos. [*O resultado dessas mudanças será uma economia de R$ 10,45 bilhões em dez anos, menos do que se previa na primeira versão da Nova Previdência, que, vale explicar, um mês depois de apresentada ao Congresso, o que aconteceu no dia 20 de fevereiro, passou por uma revisão. Na versão levada ao Congresso em fevereiro, estimava-se que com as mudanças nas aposentadorias dos militares, traria, ao País, uma economia de R$ 27 bilhões.*]

O secretário falou sobre o papel de distribuição de renda que a Nova Previdência tem e isso passa também pela cobrança das dívidas previdenciárias, que, na maioria das vezes, pertencem a grandes empresas. Como está essa questão?

Precisamos, novamente, analisar com calma os casos de devedores e estamos fazendo isso. Sem dúvida, é fundamental que as dívidas sejam pagas e a ideia, com a Nova Previdência e nesse governo, é não ser permissivo com os devedores contumazes. O projeto de lei apresentado ao Congresso fortalece o papel da Procuradoria Geral da Fazenda Nacional na cobrança desses devedores.

O secretário não se reelegeu para mais um mandato como deputado e comentou que o fato de ter sido relator da Reforma Trabalhista foi fundamental para o insucesso eleitoral. Agora, como secretário, defende mais uma pauta impopular. O que o move?

A possibilidade de colocar o Brasil no rumo que merece. Ao recobrarmos as condições de fazer frente às nossas obrigações, teremos condições de alçar um voo que país nenhum do mundo, hoje, pode alçar. Eu paguei o preço de ter sido o relator da Reforma Trabalhista, mas pagaria novamente, porque tenho convicção do que é melhor para o Brasil. É por isso que aceitei o convite do governo para conduzir os trabalhos pela aprovação da Nova Previdência. Estou aqui para contar a história correta nessa guerra de narrativas e os supermercadistas são de suma importância nessa disputa também. Esses empresários têm feito um grande trabalho pelo País há décadas. Precisamos dos supermercadistas para propagar a verdade e a necessidade de se fazer essa reforma.



Por Antonio Carlos Ascar
e-mail: aascar@uol.com.br
www.ascarassociados.com.br

Benchmarking
Delhaize inovando





Delhaize, a famosa cadeia de supermercados belga, se fundiu, em 2016, com a holandesa Ahold, criando uma das maiores redes de supermercado do mundo. Ela opera em 11 países, com 6.700 lojas, 370 mil colaboradores e vendas próximas de 70 bilhões de dólares. Essas são algumas de suas bandeiras: Ahold, Delhaize, Food Lion, Giant, Kash n'Karry e Proxy.

No ano passado, lançou um novo tipo de loja, o Fresh Atelier, que visa atrair novos tipos de clientes. O conceito parece bem simples. Enquanto os supermercados estão acostumados a serem criticados pelo fato de os produtos não serem frescos, este formato está tentando atrair esses insatisfeitos. As lojas do Fresh Atelier devem ser pequenas, com cerca de 100 metros quadrados, e estarem localizadas nas áreas centrais das cidades, para torná-las tão urbanas e acessíveis quanto possível. Elas terão uma área dedicada para preparar pratos, lanches e sucos. Delhaize garante que os pratos serão frescos e saudáveis. Você também pode encontrar máquinas de café e o salad bar.

Os clientes poderão economizar seu tempo, encomendando todos os produtos que os grandes supermercados oferecem e buscá-los no dia seguinte no Fresh Atelier.

Estarão abertas diariamente das 7h às 21h. Cerca de oito pessoas trabalharão em cada loja e os caixas serão self-checkouts. No começo de 2019, pretendem introduzir o pagamento via smartphone, já consagrado na rede Amazon Go.

Sua primeira loja foi inaugurada em outubro do ano passado, em Bruxelas, nas galerias Ravenstein. Uma segunda loja foi aberta em dezembro, em Leuven. A rede planeja montar 200 lojas em toda a Bélgica nos próximos três anos.

Em um comunicado, Xavier Piesvaux, CEO da Delhaize disse: "Com este novo formato, desejamos atender às necessidades dos consumidores nas áreas urbanas. Nosso foco é oferecer um ótimo e rápido serviço aos nossos clientes. É um exemplo de varejo instantâneo em que, pela primeira vez, o consumo *on-the-go*, bem como compras físicas de um supermercado e as on-line estão reunidas. Vocês todos já perceberam que o varejo está mudando rapidamente e a Delhaize quer assumir a liderança nessa revolução".

E por último, mas não menos importante

Fresco e rápido

Aqui está o coração do novo formato. Os clientes podem obter produtos e pratos prontos feitos na hora. Pode-se encontrar soluções para cada momento do dia: café da manhã, almoço, jantar ou apenas uma refeição rápida. A loja oferece sushi, sucos, feitos na hora, saladas, sopas, refeições quentes e lanches. O que você compra na loja definitivamente será consumido imediatamente ou dentro em duas ou três horas.



Para conhecimento, análise e comparação com nossos números, realidade e tendências. Informação resumida e livre. Fontes: Revistas LSA, Supermarket News, Distribuição Hoje, Progressive Grocer, Elsevier, Chain Store Guide, Food Chain Ásia, Speaks, Asian Retail Trade

Mercado 100% autônomo abre loja em São Paulo

O Zaitt, primeiro mercado 100% autônomo da América Latina, iniciou suas operações em São Paulo no dia 21 de março, no bairro do Itaim Bibi, e traz ao consumidor uma experiência totalmente respaldada pela tecnologia. Essa é a segunda loja da bandeira, sendo a primeira localizada em Espírito Santo.

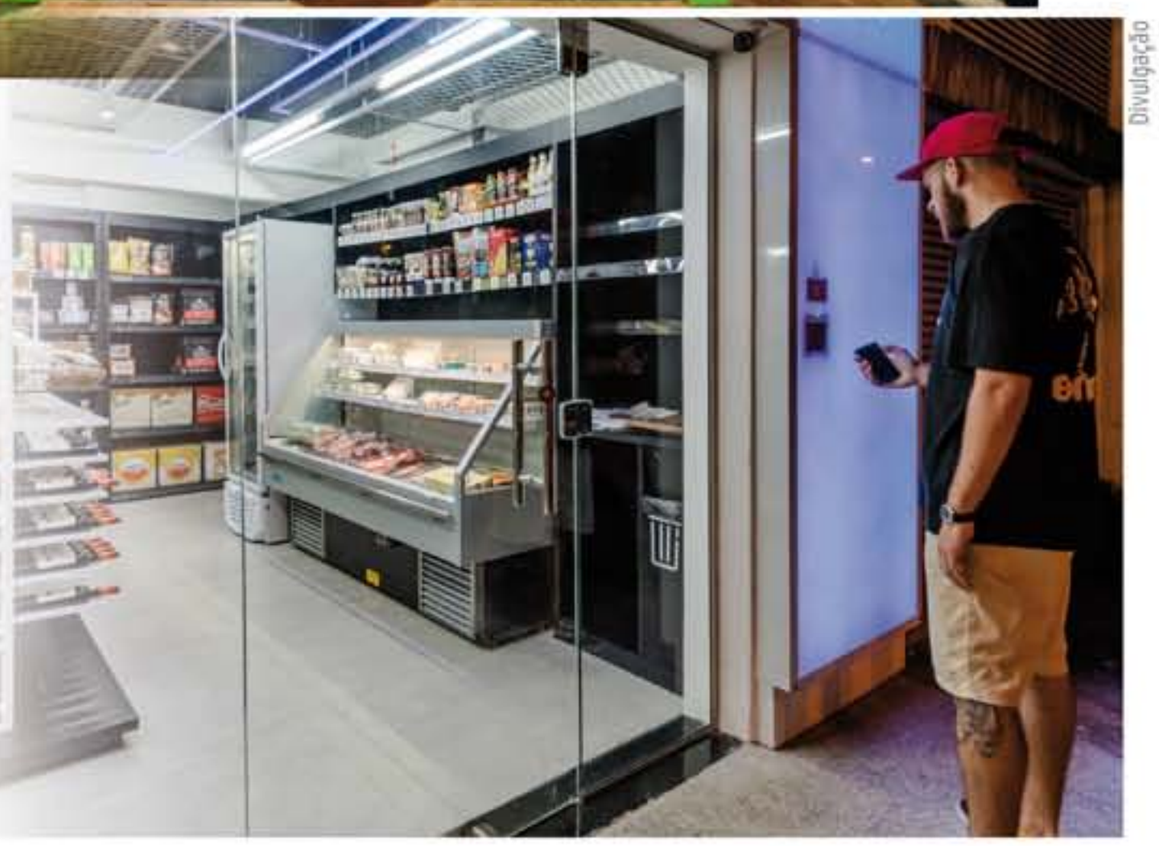
A "mágica" para o consumidor acontece por meio do aplicativo desenvolvido pela Zaitt, dotado de um sistema de pagamento que proporciona uma experiência sem a necessidade de caixas e filas. É o cliente que guia a sua própria jornada dentro do mercado, adicionando os produtos ao carrinho virtual e realizando a compra, tudo pelo app. Na Zaitt, os fornecedores da indústria são os responsáveis pela reposição dos estoques. Eles são avisados periodicamente sobre o fluxo de vendas e quando devem deixar à disposição uma nova remessa de produtos.

Para proporcionar uma experiência de compra com o menor atrito possível ao consumidor, a Zaitt conta 24 horas com a ajuda de muita tecnologia. Câmeras com sensores monitoram cada ação e reconhecem quem está no mercado em tempo real. Na Zaitt, o cliente está no centro da conversa, começando pela abertura e fechamento da porta sendo feitas por ele mesmo de duas formas: pela leitura via aplicativo do reconhecimento facial ou do QR Code no totem, ambos disponíveis ao lado da entrada.

Diferentemente da primeira unidade da Zaitt, em operação no Espírito Santo, que faz uso do formato Scan&Go com a leitura do QR Code do produto via aplicativo, no mercado de São Paulo, o cliente conta a tecnologia chamada RFID (Radio Frequency Identification). Trata-se de um sistema de identificação de produtos automático por meio de sinais de rádio. Por meio dele não é necessário o escaneamento produto por produto, eliminando qualquer atrito no processo de compra, sendo todos eles identificados na última etapa antes da saída do mercado.



Jotapê


Divulgação

Loja do Itaim Bibi proporciona experiência de compra sem a necessidade de filas. O cliente faz as compras pelo app

Com os produtos em mãos, para sair do mercado, o cliente escolhe, assim como na entrada, entre o reconhecimento facial e a leitura do QR Code para abrir a primeira porta. Quando essa porta se fecha, o cliente fica entre duas portas de vidro, momento no qual a radiofrequência entra em ação e identifica todos os itens presentes. Com a leitura finalizada, ele só confirma a compra total em uma tela que fica à sua frente e pronto, a segunda porta é liberada e o valor total é debitado automaticamente do cartão de crédito cadastrado.

Com foco em food service, snacks, bebidas, produtos de limpeza, higiene pessoal, orgânicos, dentre outros, incluindo produtos frescos e prontos para consumo além da possibilidade de preparação e consumo de alguns até mesmo dentro do mercado, a expectativa em relação ao início das operações é grande. "Pelo estilo de vida paulistano, que não para nunca e adora novidades, imaginamos uma aderência muito grande. O mercado será 24h e contará com um mix de produtos e serviços especialmente pensado para os moradores da cidade", conta Rodrigo Miranda, cofundador da Zaitt. A unidade traz o Carrefour como parceiro estratégico, que compartilha sua *expertise* e o suporte logístico e de abastecimento, sendo responsável por parte do sortimento de produtos que será oferecido aos clientes na loja de São Paulo.

Grupo Carrefour Brasil acelera transformação digital

Em movimento voltado a acelerar sua transformação digital e alcançar o objetivo de se tornar líder de mercado no segmento de e-commerce de alimentos, o Carrefour anunciou a criação de uma nova unidade de negócios: o Carrefour eBusiness Brasil (CeBB), que será liderado por Paula Cardoso, anteriormente no comando do Carrefour Soluções Financeiras. Como CEO do CeBB, Paula liderará a implantação de iniciativas disruptivas para acelerar a transformação digital dos negócios do Carrefour Brasil. Tais iniciativas deverão incluir, por exemplo, parcerias entre startups e o CeBB.

Um dos passos dados recentemente, anunciado no dia 5 de abril, foi o lançamento da assistente virtual Carina (Carrefour Inteligência Artificial). Focada em responder aos consumidores em nome dos negócios de varejo alimentar – supermercados, hipermercados e lojas de conveniência – e do Carrefour Soluções Financeiras, Carina tem como missão solucionar dúvidas e oferecer sugestões para os clientes com agilidade, cordialidade e clareza na informação, por meio de canais de voz e texto. "O uso da inteligência artificial no varejo está cada vez mais atrelado ao conhecimento do comportamento de compra dos consumidores para oferecer produtos de forma personalizada e assertiva. Com a Carina, aplicamos a IA também nessa interação cotidiana com os nossos clientes e de forma inédita no varejo alimentar", afirma Paula. "Compreendemos que é fundamental usar as ferramentas de digitalização para entregar uma experiência mais rápida, fluida e acolhedora aos nossos clientes", destaca.



Assistente virtual Carina, que irá solucionar dúvidas e oferecer sugestões aos clientes



Evento

Por Roberto Nunes Filho

O tapete vermelho da indústria brasileira

Em um mesmo evento, Abras revela as marcas favoritas dos consumidores, de acordo com o 20º Estudo Líderes de Vendas, e os produtos vencedores do 41º Prêmio Lançamento do Ano, eleitos por supermercadistas de todo o País

As marcas mais vendidas em 150 categorias e os lançamentos apontados pelo varejo como mais inovadores foram conhecidos e premiados no dia 20 de fevereiro, em jantar promovido pela Associação Brasileira de Supermercados (Abras), em São Paulo, que reuniu profissionais da indústria e do setor supermercadista. A solenidade marcou a união de duas tradicionais vitrines da indústria brasileira de bens de consumo: o Estudo Líderes de Vendas, realizado pela Nielsen, e o Prêmio Lançamento do Ano, organizado em parceria com a GfK Brasil.



Marco Aurélio Lima, da GfK Brasil: "A pesquisa Lançamento do Ano é um termômetro da inovação no varejo, pois aponta o real impacto dos novos produtos nos supermercados, sob a ótica dos próprios supermercadistas. Um produto, para ser vencedor do prêmio, tem que ser lançado, se manter no mercado, ter abrangência nacional, ser reconhecido como uma inovação e gerar negócios para as lojas do setor"





João Sanzovo Neto, da Abras: "Dois eventos, que antes aconteciam separados, agora, estão juntos, nos dando uma oportunidade única de prestigiar e homenagear, ao mesmo tempo, grandes empresas e marcas que trazem tanto valor aos nossos supermercados"

Fotos: Nicola Labate

Daniel Souza, da Nielsen: "As famílias ainda estão muito cautelosas na hora de consumir. Dos mais de 50 milhões de lares brasileiros, 75% deles foram afetados, de alguma maneira, pela crise nos últimos três anos. Por isso, o consumidor segue fazendo escolhas e visitando diversos canais com o objetivo de otimizar o seu orçamento"





"Dois eventos, que antes aconteciam separados, agora, estão juntos, nos dando uma oportunidade única de prestigiar e homenagear, ao mesmo tempo, grandes empresas e marcas que trazem tanto valor aos nossos supermercados", declarou o presidente da Abras, João Sanzovo Neto. No total, a pesquisa Líderes de Vendes, que está completando 20 anos, contemplou 80 fornecedores. Já a 41ª edição do Lançamento do Ano premiou 13 companhias.

As categorias que são alvo do estudo pertencem às cestas de alimentos, alimentos perecíveis, bazar, bebidas, higiene e beleza e limpeza

Em seu discurso, o presidente da Abras lembrou que mais da metade das marcas lançadas durante o ano não sobrevive. "Por isso, se manter na preferência dos consumidores e nas gôndolas dos supermercados é uma grande vitória", comemorou Sanzovo. "Também sabemos da dificuldade em criar produtos inovadores, que encantem nossos clientes e gerem valor para nossas lojas. Este é um trabalho árduo, que exige muita criatividade, investimento e perseverança, principalmente em cenários desafiadores, como o que passamos nos últimos anos. O reconhecimento de tamanho esforço é o motivo de estarmos aqui reunidos. Parabéns a todas as empresas vencedoras."

Sanzovo também aproveitou a oportunidade para falar da atual conjuntura do País, bem como dos sinais positivos que há para este ano. Conforme destacou, o novo governo tem gerado esperança e confiança no empresariado brasileiro. "Pelos nossos últimos encontros, temos motivos para acreditar que a nova política, com tendência liberal, focada nos cortes de gastos, na



Nesta edição, 80 companhias foram contempladas durante o evento realizado pela Abras. Representantes das empresas subiram ao palco para receber o troféu da premiação



diminuição da máquina pública e no empreendedorismo, dará aos empresários o apoio necessário para voltar a investir e gerar mais emprego e renda para o País."

Por fim, o supermercadista reforçou que a Abras tem trabalhado muito, com o apoio da União Nacional de Entidades do Comércio e Serviços (Unecs), para fortalecer sua atuação em Brasília e para acompanhar as mudanças geradas pela recente renovação do Congresso Nacional. "Importante lembrar que, atualmente, existem mais de cinco mil projetos de lei em andamento que impactam o nosso setor. Quinhentos deles são acompanhados diretamente pelo nosso escritório de Brasília, com gestão junto aos parlamentares."

A cerimônia de abertura do jantar também contou com os pronunciamentos do líder de Desenvolvimento de Negócios da Nielsen, Daniel Asp Souza, que trouxe um resumo do que aconteceu no varejo no ano passado e as perspectivas para 2019, e do diretor de Relacionamento da GfK Brasil, Marco Aurélio Lima, que apresentou a metodologia da pesquisa Lançamento do Ano.



20ª edição do Estudo Líderes de Vendas, apurado pela Nielsen, premiou as companhias que lideraram as vendas em 150 categorias comercializadas pelo setor supermercadista

Evento

Inovações sob a chancela do varejo

Confira os produtos vencedores da 41ª edição do Prêmio Lançamento do Ano, apurado pela GfK Brasil. Nesta edição, foram contemplados 12 segmentos de produtos e a melhor campanha promocional, tudo sob a ótica do varejo



Para o melhor amigo do homem

Na seção de bazar, a vencedora do prêmio foi a Sanremo, com o lançamento da linha de biscoitos, bifinhos e palitos Pet Toso, desenvolvida para cães de todos os portes. O presidente da Abras, João Sanzovo Neto, foi quem entregou o troféu para a coordenadora de Trade Marketing e Merchandising, Tais Fernandes.

Cerveja com frutas

A nova linha de cervejas frutadas da Colorado, da Ambev, foi a vencedora da categoria bebidas alcoólicas. A linha traz os rótulos Nassau (IPA, feita com caju), Eugênia (session IPA produzida com uvaia), Murica (cream ale com graviola) e Rosália (frutas vermelhas brasileiras). Quem recebeu a premiação foi o diretor de Trade Marketing da Ambev, Felipe Mesquita, entregue pelo presidente da Acats, Paulo César Lopes.



Laranja para todos os gostos



Na cesta de bebidas não alcoólicas, a tradicional marca Tang, da Mondelēz Brasil, foi a vencedora com o lançamento dos sabores Laranja Docinha e Laranja Citrus. A gerente de Produto, Mayara Pinheiro, recebeu a premiação pela conquista das mãos do presidente da Associação de Supermercados de Brasília (Asbra), Antonio Tadeu Peron.

Talento em recheios

Em guloseimas, a Garoto, tradicional fabricante de chocolates, apresentou três novos sabores da marca Talento: Morango, Torta de Maracujá e Cookies & Cream. Os lançamentos combinam o chocolate ao leite Talento com recheios exclusivos, que fazem a mistura entre cremosidade e crocância.



Suavidade para os bebês



A linha de fralda infantil Huggies Soft Touch, da Kimberly-Clark, foi o produto premiado na seção de higiene e beleza. Quem entregou a premiação ao gerente de Trade Marketing, Cristiano Valio, foi o vice-presidente da Abras, Fábio Queiróz.

Danoninho sem fronteiras

No segmento de laticínio-queijo, a vencedora foi a Danone, com o lançamento do Danoninho Para Levar. Com as mesmas características nutricionais do petit suisse da marca, o novo produto traz a possibilidade do consumo fora do lar, graças à sua embalagem. O diretor comercial, Wilson Simplini, recebeu a premiação das mãos do primeiro vice-presidente da Abras, João Galassi.





Amaciante vencedor

Na cesta de limpeza caseira, o amaciante concentrado da Unilever, Comfort Puro Relax, é a novidade que conferiu à companhia essa premiação. Quem subiu ao palco para receber o prêmio foi o gerente de Trade e Canal Direto, Daniel Ferraz, que foi entregue pelo vice-presidente da Abras, Valdemar Martins do Amaral.



Iogurte grego com pedaços

A linha Vigor Grego Pedaços foi apontada pelos supermercadistas como a principal inovação no segmento de laticínio-refrigerados nesta edição do prêmio. Disponível nos sabores Coco, Damasco e Cranberry, a linha traz generosos pedaços de frutas.

Cookie malhado

Em mercearia doce, o Lançamento do Ano foi entregue para a PepsiCo, pelo lançamento do Choco Toddy Cookie Malhado, que inovou ao mesclar gotas de chocolate brancas e gotas pretas em um único cookie.



Óleos especiais



Na seção de mercearia salgada, a vencedora foi a Bunge, com a marca Soya, que trouxe ao mercado três novas versões de óleos: girassol, canola e milho, em embalagens de 500ml, além da versão 900ml.

Toque de camarão

O Caldo Sazón Camarão, da Ajinomoto, isento de gordura e indicado para diversas receitas, foi o produto vencedor no segmento de mercearia-temperos. O vice-presidente da Abras, João Cláudio Nunes, foi o responsável por entregar a premiação, recebida pela gerente de Marketing, Letícia Pereira.





Praticidade com pouca caloria





Em pratos prontos, quem levou o prêmio foi a Friboi, com sua Carne Seca Desfiada. Comercializada em embalagem de 200 gramas, o produto já vem dessalgado, pronto para o consumo, não contém glúten e soma apenas 137 quilocalorias a cada 100 gramas. O diretor Henrique Batista recebeu a premiação do primeiro vice-presidente da Abras, João Galassi.

Melhor campanha promocional





Nesta edição do prêmio, a vencedora foi a Colgate-Palmolive, com a campanha Quem Cuida Ganha. Na ocasião, a gerente nacional de Trade Marketing, Fernanda Cintra, subiu ao palco para receber das mãos do presidente da Abras, João Sanzovo Neto, a premiação pela conquista.

Metodologia da pesquisa

Para a escolha dos produtos vencedores na premiação Lançamento do Ano são realizadas algumas etapas. Primeiramente, há um amplo levantamento junto à *SuperHiper* e com a própria indústria, de tudo o que foi lançado no ano anterior ao fechamento da pesquisa (2018). Em seguida, a GfK Brasil entra em contato com as fabricantes para checar se os produtos lançados se mantêm à venda nas lojas e se há o interesse em participar da premiação.

Feito isso, é iniciada uma segunda etapa. Nesta fase, há uma profunda triagem dos produtos, seguida por entrevistas realizadas com mais de 300 gerentes e diretores de lojas. O objetivo é apurar questões como:

- Se os produtos pesquisados são vistos como uma novidade
- Se as vendas são relevantes
- Se há notoriedade nacional
- Se há inovações que geram praticidade e outros benefícios aos consumidores.

É com base nas avaliações dos supermercadistas que se chega aos três produtos mais bem analisados, pertencentes nesta edição a 12 categorias. A partir daí, os finalistas passam por uma bancada da Abras, que identifica os produtos com maior apelo de inovação com base nas informações geradas pelas entrevistas. Os mesmos passos são percorridos para a escolha da melhor campanha promocional. Neste caso, observa-se se as ações colaboram para aumentar o volume de vendas, se geram fluxo de cliente e se causam repercussão positiva na imagem da loja.

Capa

Consumo à espera de dias melhores

Por Roberto Nunes Filho



No ano passado, o desempenho do varejo de bens de consumo manteve-se recessivo e muitos dos indicadores do autosserviço, como volume comercializado e performance dos canais, mantiveram-se próximos dos resultados registrados no período anterior

Em 2018, as vendas de bens de consumo industrializados, no autosserviço brasileiro, caíram pelo terceiro ano consecutivo. No ano passado, o volume comercializado pelo autosserviço, desconsiderando o canal *cash & carry*, teve retração de 2,9%, ante os 2,4% de queda registrada em 2017. Considerando todo o varejo alimentar, a retração consolidada foi de 2,8%.

Ao analisar o desempenho dos canais do varejo, especificamente os dedicados ao abastecimento dos lares, o supermercado teve mais um ano satisfatório e registrou, pela segunda vez, aumento no volume comercializado. Em 2018, o formato cresceu 3% em volume, resultado que supera em 0,7 ponto percentual a alta do ano anterior. Para fins de histórico, em 2016, as vendas neste canal haviam retraído 3,3%. Já o *cash & carry* segue colecionando altas de dois dígitos, com salto de 12,3% no volume comercializado.

No campo dos desempenhos negativos, observa-se que as mercearias seguem como o canal mais impactado, com queda de 7% em volume – praticamente o mesmo nível de retratação registrado no ano anterior. Lojas de vizinhança tiveram novo recuo, dessa vez de


TODA A LOJA
EM ATÉ
3x
sem juros*
NO CARTÃO CONDOR
Laticínios
Condor
Participe e economize ainda mais.
12
Caixa
11
Caixa
10
Caixa
Perfumaria
Londar

2,9%, e o canal hipermercado seguiu o movimento de queda mais acentuada, com retração de 6,3% no volume comercializado.

Desempenho das cestas

O modelo de cestas, com suas respectivas subcestas, seguidos pela Nielsen, visa seguir a ótica do consumidor, pautada no conceito de soluções de compras. Neste universo, a maior parte delas apresentou retração no ano passado, considerando o total autosserviço (*veja tabela*).

Válido observar que as cestas de alimentos e bebidas apresentaram queda mais acentuada em relação a 2017. Já as seções de bazar, higiene e beleza e limpeza registram desempenho mais satisfatório – essa última, inclusive, com saldo positivo em volume (1,7% ante -0,5%).

A cesta de bebidas, uma das mais representativas em termos de participação nas vendas, teve queda no

Desempenho por cestas no varejo (%)

	%Var. Volume	%Var. Valor Deflacionado	%Var. Preço Deflacionado	Importância
Total Cestas	**-2,8**	**-1,4**	**1,4**	**100,0**
Alimentos	**-1,6**	**-2,2**	**-0,6**	**38,3**
Café da manhã	-3,0	-2,0	1,0	32,4
Culinários	-2,6	-4,5	-2,0	30,6
Nutrição	2,6	-2,8	-5,3	5,5
Rápido preparo	0,2	-0,6	-0,8	2,7
Snack	0,1	0,2	0,1	28,8
Bazar	**1,5**	**0,8**	**-0,7**	**1,1**
Bebidas	**-5,2**	**-0,5**	**4,9**	**34,0**
Alcoólicas	-2,8	0,9	3,8	57,4
Não alcoólicas	-6,2	-2,4	4,1	42,6
Cigarro	-2,8	-1,8	1,1	5,5
Higiene e Beleza	**-1,8**	**-1,6**	**0,2**	**15,4**
Cuidados com beleza	-0,2	4,0	4,1	9,4
Cuidados para barba	-6,9	-4,3	2,8	4,6
Cuidados para bebês	-1,1	-1,9	-0,8	13,5
Cuidados para cabelos	-2,7	-2,7	0,0	23,7
Cuidados pessoais	-0,1	-2,7	-2,6	18,2
Higiene bucal	-3,3	-3,3	0,1	9,4
Higiênicos	-0,2	0,7	0,9	16,7
Saúde	-6,5	-2,5	4,3	4,6
Limpeza	**0,4**	**-0,3**	**-0,7**	**5,7**
Da casa	-0,3	-0,6	-0,3	47,9
De roupa	1,0	-0,1	-1,1	52,1

Vendas de bens de consumo no varejo tiveram retração pelo quarto ano consecutivo. Houve, no entanto, nova desaceleração na queda em relação ao período anterior

Fonte: Nielsen



volume comercializado de 3,1%, com destaque para o segmento de não alcoólicos, cuja retração foi de 4,5%. Do lado das bebidas alcoólicas, em compensação, houve um tímido saldo positivo, de 0,6%, reforçando o movimento de redução do consumo fora do lar.

Na cesta de alimentos, que retraiu 4,2% no autosserviço, as maiores retrações ficaram por conta dos chamados culinários e da subcesta café da manhã, que tiveram, respectivamente, quedas de 5,6% e de 2,7%. Por outro lado, os *snacks* e o segmento de nutrição, que negativaram em 2017, tiveram saldo positivo no ano passado, de 1% e 0,4%, respectivamente.

Em higiene e beleza, a retração ficou em 1,8%, o que significa que houve nova desaceleração na queda consolidada desta seção, visto que, em 2017, o recuo fora de 2,2% e, em 2016, a queda registrada havia sido de 5,9%. O resultado, em questão, indica que o consumidor voltou a lhe proporcionar alguns agrados, corroborando



Desempenho por cestas no autosserviço (%)

	%Var. Volume	%Var. Valor Deflacionado	%Var. Preço Deflacionado	Importância
Total Cestas	**-2,9**	**-0,7**	**2,2**	**100,0**
Alimentos	**-4,2**	**-1,6**	**2,8**	**52,5**
Café da manhã	-2,7	-1,4	1,3	34,0
Culinários	-5,6	-4,0	1,7	32,4
Nutrição	0,4	-4,8	-5,1	4,4
Rápido preparo	-0,2	-0,6	-0,3	3,2
Snack	1,0	1,9	0,9	26,0
Bazar	**0,7**	**0,7**	**0,0**	**1,5**
Bebidas	**-3,1**	**1,6**	**4,9**	**22,9**
Alcoólicas	0,6	3,5	2,9	50,8
Não alcoólicas	-4,5	-0,2	4,5	49,2
Cigarro	-1,3	0,8	2,1	2,8
Higiene e Beleza	**-1,8**	**-3,0**	**-1,2**	**12,0**
Cuidados com beleza	1,8	2,3	0,5	2,7
Cuidados para barba	-7,2	-4,8	2,6	5,2
Cuidados para bebês	-1,4	-5,0	-3,6	12,1
Cuidados para cabelos	-2,6	-3,1	-0,5	19,6
Cuidados pessoais	-5,4	-3,7	1,8	22,5
Higiene bucal	-3,2	-5,4	-2,3	12,3
Higiênicos	-1,9	0,4	2,3	24,4
Saúde	-8,6	-12,6	-4,4	1,1
Limpeza	**1,7**	**0,9**	**-0,8**	**8,3**
Da casa	1,1	0,1	-1,0	47,5
De roupa	2,6	1,6	-0,9	52,5

Pelo terceiro ano seguido, volume comercializado pelo autosserviço apresentou queda. Cestas de alimentos e bebidas apresentaram queda mais acentuada em relação a 2017

Fonte: Nielsen

Metodologia

Os dados disponíveis nesta reportagem inaugural seguem o posicionamento de mercado da Nielsen, tanto em termos de canais de vendas, quanto em divisão de cestas. No caso dos canais, o propósito é usar termos familiares aos atores do mercado. Dessa forma, "vizinhança" se refere aos supermercados com até 1.000 m², "supermercado", lojas com metragem entre 1.000 m² e 3.999 m² e, "hipermercado", demais lojas com 4.000 m² ou mais. Já no caso das cestas, a ideia é identificá-las pela ótica do cliente, ou seja, como soluções de compra.

Com relação às tabelas que virão a seguir, com o ranking das marcas, estas permitem a análise do comportamento de vendas de 150 categorias de produtos de alto giro, especificamente, no canal autosserviço. Este ranking de marcas exclui lojas de varejo tradicional (empório, padaria, mercearia e outros) bares, drogarias e o *cash & carry*, sendo definido pelo faturamento das marcas nas lojas de cadeias de autosserviços com predominância de cinco ou mais check-outs.



São analisadas as vendas consumadas em valor e não a intenção de compra dos clientes. Para detectar as líderes de vendas do setor, é utilizada a metodologia eletrônica de dados (Scantrack) da Nielsen, cuja apuração para produção das tabelas se deu no ciclo de um ano completo.

Desempenho por canais (%)

	%Var. Volume	%Var. Valor Deflacionado	%Var. Preço Deflacionado	Importância
Total Brasil	**-2,8**	**-1,4**	**1,4**	**100,0**
Tradicional	-7,0	-4,9	2,2	16,3
*AS vizinhança	-2,9	-2,4	0,5	32,1
*AS supermercado	3,0	3,4	0,5	21,0
*AS hipermercado	-6,3	-4,9	1,5	6,8
Farma cadeia	3,1	4,4	1,3	3,0
Farma independente	2,0	-0,4	-2,3	3,2
Perfumaria	-0,7	-1,4	-0,7	1,7
Bar	-5,7	-1,3	4,6	15,5
Cash & Carry	12,3	14,4	2,0	-

Entre os canais, o destaque foi o supermercado, que registrou crescimento de 3% no volume comercializado no ano passado. Seguindo tendência, hipermercados tiveram nova retração

Fonte: Nielsen *Autosserviço

a vocação autoindulgente deste segmento. A desaceleração da queda registrada no ano passado foi puxada pelas subcestas de cuidado com a beleza, cujo volume cresceu 1,8%, e de cuidado com bebês, que teve retração, mas bem inferior em relação ao ano anterior: -1,4%, em 2018, e -6,3% em 2017.

Por fim, considerando as seções de maior giro, a de limpeza apresentou melhora no consumo e conseguiu fechar o ano de 2018 com saldo positivo no volume comercializado, de 1,7%. Os segmentos de casa e roupa ficaram no azul. Já no campo do bazar, houve significativo avanço. Enquanto o volume vendido caiu 6,7% em 2017, as vendas desta seção, no ano passado, cresceram 0,7%.

Otimismo continua

A economia brasileira registrou novo crescimento no ano passado e, para 2019, as perspectivas do mercado financeiro são otimistas, que prevê crescimento em todos os fundamentos da economia.

Para este ano, o mercado prevê crescimento de 2,5% do PIB, inflação controlada, retorno dos investimentos e melhorias na criação de postos de trabalho. Tudo isso contribuirá para o consumo e será benéfico para a atividade supermercadista. A projeção inicial do setor é de 3% de crescimento neste ano.

A ENERGIA ESSENCIAL DOS SUPERMERCADOS







- ✓ Produtos congelados e refrigerados preservados na falta de energia;
- ✓ Economize no horário de ponta até 30% na conta de energia elétrica;
- ✓ Evite perdas nas vendas com as quedas de energia;
- ✓ Compre direto da fábrica através do Leasing, Finame ou Cartão BNDES.



A MAXI TRUST é líder no Brasil na fabricação de Grupos Geradores com motores SCANIA. Produzimos equipamentos nas potências de 40kVA à 1100kVA, abertos ou carenados, manuais, automáticos e usinas.

Vendas e assistência técnica em todo o território nacional.

CENTRAL NACIONAL DE VENDAS
0300-777-0982

ASSISTÊNCIA TÉCNICA / PEÇAS
0300-313-4040

MAXI TRUST
GRUPOS GERADORES

www.maxitrust.com.br

FABRICADO NO BRASIL

Por Tatiana Souto

Mais novidades, mais vendas





Os chocolates, novamente, se destacaram dentro da cesta de alimentos, de acordo com a Nielsen. Inovações provenientes da indústria foram um dos principais fatores

Além da relativa recuperação da economia do País em 2018, a disposição dos fabricantes em investir em lançamentos, principalmente na Páscoa, contribuiu para que o chocolate se destacasse no varejo no ano passado. Na cesta Alimentos, esse produto apresentou vendas 3,4% maiores em volume e 4,8% maiores em valor, em comparação com 2017, segundo pesquisa da Nielsen.

"Temos uma indústria consolidada, que tem oferecido inovações e produtos de qualidade, preparada para atender ao aumento de demanda", confirma o presidente da Associação Brasileira da Indústria de Chocolates, Amendoim e Balas (Abicab), Ubiracy Fonseca. A líder de Alimentos da Nielsen, Carolina Araújo, acrescenta que, de fato, os fabricantes que apresentaram novidades tiveram sucesso na estratégia. "O faturamento com lançamentos em 2018, no setor de chocolates, superou em 9,2% o total arrecadado com produtos de linha", cita.

Além disso, passado o período agudo da crise econômica, a população já aceita pagar mais por um produto de melhor qualidade, diz Carolina. Tanto que o preço médio

Participação das faixas de preço nas vendas (%)

Baixo	45,3
Médio	19,4
Alto	35,3

Fonte: Nielsen

Variação em (%)

Volume de vendas	3,4
Receita	4,8
Preço médio	1,4

Fonte: Nielsen

dos chocolates subiu 1,4% em 2018, ante 2017, para todas as categorias do doce e, especificamente para ovos de Páscoa, o valor arrecadado avançou 4,8%, ao passo que a quantidade vendida cresceu um pouco menos, 4,1%. A porcentagem dos consumidores que optaram por chocolates de maior preço em 2018 também foi significativa, alcançando 35,3% do total comercializado, em detrimento daqueles itens intermediários, que representaram 19,4% das vendas. Já a categoria de menor valor ainda atrai a maioria dos shoppers, com 45,3% do consumo.

A Páscoa, como em todos os anos, continua a ser o grande impulsionador de vendas, embora nas festas de fim de ano o chocolate também seja uma das opções de presente. A Abicab confirma o "poder" da Páscoa para o segmento: "Em 2018, esse período atraiu novos consumidores de chocolate. Foram mais de 37 milhões de lares que compraram ovos de Páscoa e produtos regulares, com um crescimento de 21,4% na base de compradores", conclui o presidente da Abicab.

Líderes de Vendas

Índice

Achocolatado em Pó 34
Açúcar Cristal 34
Açúcar Refinado 34
Adoçante Edulcorante 34
Arroz 34
Atum e Bonito 35
Azeite de Oliva 35
Azeitona 35
Biscoito Água e Sal 35
Biscoito Maria/Maisena 35
Biscoito Recheado 42
Biscoito Wafer 42
Bolo - Segmento Bolo 42
Bolo - Segmento Monoporção 42
Café Cappuccino 42
Café com Leite 43
Café em Pó 43
Caldo 43
Caramelos/Drops/Pastilhas 43
Catchup 43
Cereal em Barra 48
Cereal Matinal 48
Chá 48
Chocolate Bombom 48
Chocolate Tablete 48
Conserva Vegetal 49
Creme de Leite 49
Farinha de Trigo 49
Feijão 49
Fermento Químico 49
Fórmula Infantil 56
Geleia 56
Goma de Mascar 56
Leite com Sabor 56
Leite Condensado 56
Leite em Pó 57
Leite Longa Vida (Desnatado/Semidesnatado) 57
Leite Longa Vida - Integral 57
Maionese 57
Massa Alimentícia 57
Massa Instantânea 57
Mistura para Bolos/Doces e Salgados 62
Misturas para Gelatinas/Sobremesas 62
Molho para Salada 62
Molho Refogado 62
Óleo Composto 63
Óleo de Soja + (Algodão/Canola/Misto/Girassol/Milho/Arroz) 63
Pão Industrializado Outros Tipos (Bisnaga, Lanche e Outros) 63
Pão Industrializado Tipo Forma (Ingredientes Especiais) 63
Pão Industrializado Tipo Forma - Tradicional (Branco) 63
Peixe Enlatado 68
Prato Semipronto 68
Purê/Polpa de Tomate 68
Salgadinho Aperitivo/Batata 68
Sopa 68
Suplemento Nutricional 69
Tempero Industrializado 69
Torrada 69

finibr.com

Abriu, Sorriu

SURPREENDA SEUS CLIENTES COM **FINI!**
UMA MARCA INOVADORA COM
PRODUTOS DE **ALTO GIRO**.



LÍDER NA CATEGORIA*
com 90% de participação de mercado.

MIX COMPLETO
Portfólio adequado para seu negócio,
sortimento campeão de vendas.



Fini
Abriu, sorriu

*Fonte: Dados Nielsen Scanntrack | Volume e Valor acumulados de 2018 | Mercados TOTAL AS (ASWC&M) e TOTAL AS (ASWC&M) Regaliz | Considera a empresa de produtos diversos em todo o mundo.

Alimentos

ACHOCOLATADO EM PÓ

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	NESCAU/NESTLÉ	TODDY/PEPSICO	OVOMALTINE/AB BRASIL	NESTLÉ/NESTLÉ	CHOCOLATTO/3CORAÇÕES	89,6
ÁREA 1	NESCAU/NESTLÉ	TODDY/PEPSICO	CHOCOLATTO/3CORAÇÕES	OVOMALTINE/AB BRASIL	NESTLÉ/NESTLÉ	86,4
ÁREA 2	NESCAU/NESTLÉ	TODDY/PEPSICO	CHOCOLATTO/3CORAÇÕES	OVOMALTINE/AB BRASIL	NESQUIK/NESTLÉ	87,6
ÁREA 3	NESCAU/NESTLÉ	TODDY/PEPSICO	OVOMALTINE/AB BRASIL	CHOCOLATTO/3CORAÇÕES	NESTLÉ/NESTLÉ	92,3
ÁREA 4	NESCAU/NESTLÉ	TODDY/PEPSICO	NESTLÉ/NESTLÉ	OVOMALTINE/AB BRASIL	CHOCOLATTO/3CORAÇÕES	90,7
ÁREA 5	NESCAU/NESTLÉ	TODDY/PEPSICO	NESTLÉ/NESTLÉ	OVOMALTINE/AB BRASIL	CHOCOLATTO/3CORAÇÕES	90,1
ÁREA 6	NESCAU/NESTLÉ	TODDY/PEPSICO	CHOCOLATTO/3CORAÇÕES	NESTLÉ/NESTLÉ	OVOMALTINE/AB BRASIL	89,7
ÁREA 7	NESCAU/NESTLÉ	TODDY/PEPSICO	CHOCOLATTO/3CORAÇÕES	NESTLÉ/NESTLÉ	OVOMALTINE/AB BRASIL	88,2

Por mais um ano, a Nestlé aparece consolidada na liderança. O índice de concentração das top 5 apresenta queda de 0,6 ponto percentual

AÇÚCAR CRISTAL

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	DELTA/DELTA SUCROENERGIA	GUARANI/GUARANI	UNIÃO/CAMIL	MASTERÇUCAR/WORLD BRASIL	NATIVE/NATURE ALIMENTOS	41,2
ÁREA 1	PINHEIRO CRISTAL/USINA SÃO JOSÉ DO PINHEIRO	PETRIBU/USINA PETRIBU	AGROVALLE/AGROVALLE	PINDORAMA/PINDORAMA	CAETÉ/CAETÉ	29,3
ÁREA 2	DELTA/DELTA SUCROENERGIA	MASTERÇUCAR/WORLD BRASIL	NUTRISUCAR/NUTRISUCAR	COLOMBO/USINA COLOMBO	SANTA ISABEL/SANTA ISABEL	72,7
ÁREA 3	UNIÃO/CAMIL	NATIVE/NATURE ALIMENTOS	GUARANI/GUARANI	CARAVELAS/GRUPO COLOMBO	COLOMBO/USINA COLOMBO	98,6
ÁREA 4	NATIVE/NATURE ALIMENTOS	UNIÃO/CAMIL	COLOMBO/USINA COLOMBO	GUARANI/GUARANI	CARAVELAS/GRUPO COLOMBO	91,2
ÁREA 5	GUARANI/GUARANI	UNIÃO/CAMIL	COLOMBO/USINA COLOMBO	COLONIAL/USINA COLOMBO S.A	NATIVE/NATURE ALIMENTOS	82,5
ÁREA 6	ALTO ALEGRE/USINA ALTO ALEGRE	D'OURO/D'OURO	GUARANI/GUARANI	UNIÃO/CAMIL	COLOMBO/USINA COLOMBO	68,6
ÁREA 7	DELTA/DELTA SUCROENERGIA	CRISTAL/CRISTAL ALIMENTOS	ESTRELA/ESTRELA	DOCE DIA/COPRODIA	PÉROLA/GRUPO PÉROLA	53,2

Açúcar Delta mantém a liderança. O destaque da categoria é a Guarani, que saltou da quinta posição para o segundo lugar

AÇÚCAR REFINADO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	UNIÃO/CAMIL	CARAVELAS/GRUPO COLOMBO	GUARANI/GUARANI	DA BARRA/CAMIL	ALTO ALEGRE/USINA ALTO ALEGRE	89,1
ÁREA 1	ESTRELA/ESTRELA	OLHO D'ÁGUA/USINA OLHO D'ÁGUA	UNIÃO/CAMIL	ALEGRE/USINA MONTE ALEGRE	BRANCA DE NEVE/COMABEL	81,8
ÁREA 2	CARAVELAS/GRUPO COLOMBO	UNIÃO/CAMIL	GUARANI/GUARANI	GLAÇUCAR/CAMIL	SANTA ISABEL/SANTA ISABEL	97,1
ÁREA 3	UNIÃO/CAMIL	GUARANI/GUARANI	CARAVELAS/GRUPO COLOMBO	NEVE/CAMIL	DA BARRA/CAMIL	98,9
ÁREA 4	UNIÃO/CAMIL	CARAVELAS/GRUPO COLOMBO	GUARANI/GUARANI	DA BARRA/CAMIL	ALTO ALEGRE/USINA ALTO ALEGRE	96,2
ÁREA 5	UNIÃO/CAMIL	CARAVELAS/GRUPO COLOMBO	GUARANI/GUARANI	DA BARRA/CAMIL	ALTO ALEGRE/USINA ALTO ALEGRE	93,8
ÁREA 6	CARAVELAS/GRUPO COLOMBO	UNIÃO/CAMIL	ALTO ALEGRE/USINA ALTO ALEGRE	GUARANI/GUARANI	DUÇULA/CAMIL	89,7
ÁREA 7	UNIÃO/CAMIL	CARAVELAS/GRUPO COLOMBO	GLAÇUCAR/CAMIL	DA BARRA/CAMIL	UNIÃO PREMIUM/CAMIL	88,5

União continua líder na categoria. Alto Alegre e Da Barra, que eram quarta e quinta colocadas, respectivamente, inverteram as posições

ADOÇANTE EDULCORANTE

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	ZERO-CAL/HYPERA PHARMA	LINEA/LINEA SUCRALOSE	MAGRO/LIGHTSWEET	UNIÃO/CAMIL	ADOCYL/HYPERA PHARMA	76,2
ÁREA 1	ZERO-CAL/HYPERA PHARMA	LINEA/LINEA SUCRALOSE	MAGRO/LIGHTSWEET	FINN/HYPERA PHARMA	ADOCYL/HYPERA PHARMA	72,6
ÁREA 2	ZERO-CAL/HYPERA PHARMA	LINEA/LINEA SUCRALOSE	MAGRO/LIGHTSWEET	WOLFS/KRILL IND.E COM.DE ALIM.	LOWÇUCAR/LIGHTSWEET	74,2
ÁREA 3	ZERO-CAL/HYPERA PHARMA	LINEA/LINEA SUCRALOSE	MAGRO/LIGHTSWEET	UNIÃO/CAMIL	ADOCYL/HYPERA PHARMA	81,9
ÁREA 4	ZERO-CAL/HYPERA PHARMA	LINEA/LINEA SUCRALOSE	UNIÃO/CAMIL	ADOCYL/HYPERA PHARMA	FINN/HYPERA PHARMA	87,4
ÁREA 5	ZERO-CAL/HYPERA PHARMA	LINEA/LINEA SUCRALOSE	ADOCYL/HYPERA PHARMA	UNIÃO/CAMIL	MAGRO/LIGHTSWEET	80,3
ÁREA 6	ZERO-CAL/HYPERA PHARMA	MAGRO/LIGHTSWEET	LINEA/LINEA SUCRALOSE	LOWÇUCAR/LIGHTSWEET	ADOCYL/HYPERA PHARMA	76,8
ÁREA 7	ZERO-CAL/HYPERA PHARMA	LINEA/LINEA SUCRALOSE	MAGRO/LIGHTSWEET	FINN/HYPERA PHARMA	LOWÇUCAR/LIGHTSWEET	79,9

Adocyl entra para o grupo das top 5 na quinta posição. Zero-Cal se mantém líder

ARROZ

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	CAMIL/CAMIL	TIO JOÃO/JOSAPAR	PRATO FINO/PIRAHY	NAMORADO/SLC ALIMENTOS	CARRETEIRO/CAMIL	34,7
ÁREA 1	TIO JOÃO/JOSAPAR	EMOÇÕES/NELSON WENDT	MEU BIJU/JOSAPAR	CAMIL/CAMIL	POP/CAMIL	38,1
ÁREA 2	PRATO FINO/PIRAHY	SEPE/COOP. TRITÍCOLA SEPEENSE	TIO JOÃO/JOSAPAR	CODIL/CODIL COOP.	TIA JU/TIA JU	43,3
ÁREA 3	TIO JOÃO/JOSAPAR	CARRETEIRO/CAMIL	OURO NOBRE/ENGENHO AM	PALMARES/ARROZEIRA PALMARES	CAMIL/CAMIL	55,0
ÁREA 4	CAMIL/CAMIL	PRATO FINO/PIRAHY	TIO JOÃO/JOSAPAR	NAMORADO/SLC ALIMENTOS	SOLITO/BRASÍLIA ALIMENTOS	67,2
ÁREA 5	CAMIL/CAMIL	EMPORIO SÃO JOÃO/CEREALISTA SÃO JOÃO	PRATO FINO/PIRAHY	BROTO LEGAL/BROTO LEGAL	TIO JOÃO/JOSAPAR	50,3
ÁREA 6	TIO JOÃO/JOSAPAR	BURITI/COOP. JURITI	PRATO FINO/PIRAHY	BLUE VILLE/SANTA LÚCIA	NAMORADO/SLC ALIMENTOS	40,7
ÁREA 7	CRISTAL/CRISTAL ALIMENTOS	TIO JOÃO/JOSAPAR	TIO JORGE/CDA ALIMENTOS	CAMIL/CAMIL	TIO URBANO/URBANO	53,0

Não houve alteração entre as cinco primeiras, com Camil na liderança. Índice de concentração caiu 1,9 ponto percentual

ATUM E BONITO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	GOMES DA COSTA/GDC	COQUEIRO/CAMIL	88/GDC	ROBINSON CRUSOE/ROBINSON CRUSOE	PESCADOR/CAMIL	93,2
ÁREA 1	GOMES DA COSTA/GDC	COQUEIRO/CAMIL	88/GDC	ROBINSON CRUSOE/ROBINSON CRUSOE	OROMAR/FIRST	97,8
ÁREA 2	GOMES DA COSTA/GDC	COQUEIRO/CAMIL	88/GDC	YELI/MABELIZE	FALANI/J.A. OLIVEIRA COSTA	93,9
ÁREA 3	GOMES DA COSTA/GDC	COQUEIRO/CAMIL	88/GDC	PESCADOR/CAMIL	BEIRA MAR/AMPEX	95,5
ÁREA 4	GOMES DA COSTA/GDC	COQUEIRO/CAMIL	ROBINSON CRUSOE/ROBINSON CRUSOE	88/GDC	BROTO LEGAL/BROTO LEGAL	96,5
ÁREA 5	GOMES DA COSTA/GDC	COQUEIRO/CAMIL	ROBINSON CRUSOE/ROBINSON CRUSOE	BROTO LEGAL/BROTO LEGAL	88/GDC	94,9
ÁREA 6	GOMES DA COSTA/GDC	COQUEIRO/CAMIL	88/GDC	ROBINSON CRUSOE/ROBINSON CRUSOE	PESCADOR/CAMIL	88,6
ÁREA 7	GOMES DA COSTA/GDC	COQUEIRO/CAMIL	88/GDC	BEIRA MAR/AMPEX	OROMAR/FIRST	94,7

Nenhuma alteração entre as cinco primeiras. Gomes da Costa mantém liderança

AZEITE DE OLIVA

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	GALLO/GALLO	ANDORINHA/SOVENA	BORGES/AZEITE BORGES	OLIVE/OLISUR	SERRATA/MANUEL SERRA	69,9
ÁREA 1	GALLO/GALLO	ANDORINHA/SOVENA	BORGES/AZEITE BORGES	SERRATA/MANUEL SERRA	COCINERO/CAMIL	72,6
ÁREA 2	GALLO/GALLO	ANDORINHA/SOVENA	BORGES/AZEITE BORGES	OLIVE/OLISUR	SERRATA/MANUEL SERRA	67,5
ÁREA 3	ANDORINHA/SOVENA	GALLO/GALLO	OLIVE/OLISUR	BORGES/AZEITE BORGES	SERRATA/MANUEL SERRA	76,9
ÁREA 4	GALLO/GALLO	ANDORINHA/SOVENA	BORGES/AZEITE BORGES	COCINERO/CAMIL	SERRATA/MANUEL SERRA	73,0
ÁREA 5	GALLO/GALLO	ANDORINHA/SOVENA	COCINERO/CAMIL	BORGES/AZEITE BORGES	FILLIPPO BERIO/FILLIPPO BERIO	71,6
ÁREA 6	ANDORINHA/SOVENA	GALLO/GALLO	BORGES/AZEITE BORGES	LA VIOLETERA/LA VIOLETERA	SERRATA/MANUEL SERRA	55,6
ÁREA 7	ANDORINHA/SOVENA	GALLO/GALLO	BORGES/AZEITE BORGES	FILLIPPO BERIO/FILLIPPO BERIO	SERRATA/MANUEL SERRA	71,1

Gallo continua líder e Olive entra nas top 5 na quarta colocação. Índice de concentração cresceu 10,4 pontos percentuais

AZEITONA

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	VALE FÉRTIL/VALE FÉRTIL	LA VIOLETERA/LA VIOLETERA	RIVOLI/RIVOLI	RAIOLA/IRMÃOS RAIOLA	PRAMESA/ANTARES BRASIL	59,6
ÁREA 1	LA VIOLETERA/LA VIOLETERA	VALE FÉRTIL/VALE FÉRTIL	TING/TING	RAIOLITA/IRMÃOS RAIOLA	RIVOLI/RIVOLI	58,5
ÁREA 2	VALE FÉRTIL/VALE FÉRTIL	TIO PACO/SANDELÉH ALIMENTOS	LA VIOLETERA/LA VIOLETERA	SABOROSA/SANDELÉH ALIMENTOS	FITALLI/COM. E REPRES. CECO	70,2
ÁREA 3	VALE FÉRTIL/VALE FÉRTIL	PRAMESA/ANTARES BRASIL	PROMESSA/ANTARES BRASIL	RIVOLI/RIVOLI	LA VIOLETERA/LA VIOLETERA	88,2
ÁREA 4	VALE FÉRTIL/VALE FÉRTIL	RAIOLA/IRMÃOS RAIOLA	LA VIOLETERA/LA VIOLETERA	RIVOLI/RIVOLI	RAIOLITA/IRMÃOS RAIOLA	72,1
ÁREA 5	VALE FÉRTIL/VALE FÉRTIL	LA VIOLETERA/LA VIOLETERA	RAIOLA/IRMÃOS RAIOLA	RIVOLI/RIVOLI	DIZA/DIZA	74,1
ÁREA 6	VALE FÉRTIL/VALE FÉRTIL	LA VIOLETERA/LA VIOLETERA	ZAELI/ZAELI	HEMMER/HEMMER ALIMENTOS	RIVOLI/RIVOLI	78,5
ÁREA 7	LA VIOLETERA/LA VIOLETERA	VALE FÉRTIL/VALE FÉRTIL	RAIOLA/IRMÃOS RAIOLA	CAMPO BELO/NACOM GOYA	TING/TING	56,0

Posição das cinco primeiras colocadas se mantém inalterada, com Vale Fértil na primeira colocação

BISCOITO ÁGUA E SAL

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	MARILAN/MARILAN	PIRAQUÊ/M. DIAS BRANCO	VITARELLA/M. DIAS BRANCO	RICHESTER/M. DIAS BRANCO	FORTALEZA/M. DIAS BRANCO	55,7
ÁREA 1	FORTALEZA/M. DIAS BRANCO	VITARELLA/M. DIAS BRANCO	PILAR/PILAR	MARILAN/MARILAN	RICHESTER/M. DIAS BRANCO	86,8
ÁREA 2	AYMORÉ/ARCOR	RICHESTER/M. DIAS BRANCO	PIRAQUÊ/M. DIAS BRANCO	MARILAN/MARILAN	BAUDUCCO/PANDURATA	78,2
ÁREA 3	PIRAQUÊ/M. DIAS BRANCO	RICHESTER/M. DIAS BRANCO	ADRIA/M. DIAS BRANCO	VITARELLA/M. DIAS BRANCO	BAUDUCCO/PANDURATA	82,8
ÁREA 4	ADRIA/M. DIAS BRANCO	MARILAN/MARILAN	TRIUNFO/ARCOR	PIRAQUÊ/M. DIAS BRANCO	BAUDUCCO/PANDURATA	73,1
ÁREA 5	MARILAN/MARILAN	TRIUNFO/ARCOR	ADRIA/M. DIAS BRANCO	PIRAQUÊ/M. DIAS BRANCO	BAUDUCCO/PANDURATA	73,1
ÁREA 6	ISABELA/M. DIAS BRANCO	MARILAN/MARILAN	PIRAQUÊ/M. DIAS BRANCO	PARATI/PARATI	ORQUÍDEA/ORQUÍDEA	78,4
ÁREA 7	FORTALEZA/M. DIAS BRANCO	VITARELLA/M. DIAS BRANCO	MARILAN/MARILAN	MABEL/PEPSICO	PIRAQUÊ/M. DIAS BRANCO	79,1

Marilan assume a liderança na categoria e Fortaleza estreia entre as cinco primeiras na quinta posição

BISCOITO MARIA/MAISENA

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	PIRAQUÊ/M. DIAS BRANCO	MARILAN/MARILAN	VITARELLA/M. DIAS BRANCO	BAUDUCCO/PANDURATA	RICHESTER/M. DIAS BRANCO	68,8
ÁREA 1	VITARELLA/M. DIAS BRANCO	FORTALEZA/M. DIAS BRANCO	PILAR/PILAR	MARILAN/MARILAN	ESTRELA/M. DIAS BRANCO	88,9
ÁREA 2	AYMORÉ/ARCOR	MARILAN/MARILAN	PIRAQUÊ/M. DIAS BRANCO	RICHESTER/M. DIAS BRANCO	BAUDUCCO/PANDURATA	87,0
ÁREA 3	PIRAQUÊ/M. DIAS BRANCO	VITARELLA/M. DIAS BRANCO	MARILAN/MARILAN	RICHESTER/M. DIAS BRANCO	ADRIA/M. DIAS BRANCO	91,4
ÁREA 4	MARILAN/MARILAN	VITARELLA/M. DIAS BRANCO	TOSTINES/NESTLÉ	BAUDUCCO/PANDURATA	TRIUNFO/ARCOR	79,2
ÁREA 5	MARILAN/MARILAN	TRIUNFO/ARCOR	ZABET/M. DIAS BRANCO	VITARELLA/M. DIAS BRANCO	BAUDUCCO/PANDURATA	82,4
ÁREA 6	MARILAN/MARILAN	ISABELA/M. DIAS BRANCO	PARATI/PARATI	ORQUÍDEA/ORQUÍDEA	NINFA/NINFA	81,5
ÁREA 7	MARILAN/MARILAN	FORTALEZA/M. DIAS BRANCO	VITARELLA/M. DIAS BRANCO	MABEL/PEPSICO	BAUDUCCO/PANDURATA	84,0

Piraquê se manteve em primeiro lugar e Bauducco chega à quarta colocação

Líderes de Vendas

Açúcar Cristal

BRASIL

1ª	DELTA/DELTA SUCROENERGIA
2ª	GUARANI/GUARANI
3ª	UNIÃO/CAMIL
4ª	MASTERÇUCAR/WORLD BRASIL
5ª	NATIVE/NATURE ALIMENTOS
Top 5	41,2%

	ÁREA 1 Nordeste	ÁREA 2 MG, ES, interior RJ	ÁREA 3 Grande Rio de Janeiro	ÁREA 4 Grande São Paulo
1ª	PINHEIRO CRISTAL/USINA S. J. DO PINHEIRO	DELTA/DELTA SUCROENERGIA	UNIÃO/CAMIL	NATIVE/NATURE ALIMENTOS
2ª	PETRIBU/USINA PETRIBU	MASTERÇUCAR/WORLD BRASIL	NATIVE/NATURE ALIMENTOS	UNIÃO/CAMIL
3ª	AGROVALLE/AGROVALLE	NUTRISUCAR/NUTRISUCAR	GUARANI/GUARANI	COLOMBO/USINA COLOMBO
4ª	PINDORAMA/PINDORAMA	COLOMBO/USINA COLOMBO	CARAVELAS/GRUPO COLOMBO	GUARANI/GUARANI
5ª	CAETÉ/CAETÉ	SANTA ISABEL/SANTA ISABEL	COLOMBO/USINA COLOMBO	CARAVELAS/GRUPO COLOMBO
Top 5	29,3%	72,7%	98,6%	91,2%

	ÁREA 5 Interior de São Paulo	ÁREA 6 PR, SC e RS	ÁREA 7 MS, GO e DF
1ª	GUARANI/GUARANI	ALTO ALEGRE/USINA ALTO ALEGRE	DELTA/DELTA SUCROENERGIA
2ª	UNIÃO/CAMIL	D'OURO/D'OURO	CRISTAL/CRISTAL ALIMENTOS
3ª	COLOMBO/USINA COLOMBO	GUARANI/GUARANI	ESTRELA/ESTRELA
4ª	COLONIAL/USINA COLOMBO	UNIÃO/CAMIL	DOCE DIA/COPRODIA
5ª	NATIVE/NATURE ALIMENTOS	COLOMBO/USINA COLOMBO	PÉROLA/GRUPO PÉROLA
Top 5	82,5%	68,6%	53,2%

deltasucroenergia.com.br
DeltasucroenergiaSA

Líder
em **compartilhar**
momentos

LÍDERES DE VENDAS * SUPERHIPER
2019
abras

CONSEGUIMOS MAIS UM TÍTULO

PORQUE FAZEMOS DA
SUA CASA O NOSSO LAR.
A nossa presença nos **doces momentos da sua família** nos inspira a querer ir sempre mais longe.

Delta SUCROENERGIA
Líder de vendas de açúcar cristal no Brasil.

Líderes de Vendas

Atum e Bonito

BRASIL

1ª	GOMES DA COSTA/GDC
2ª	COQUEIRO/CAMIL
3ª	88/GDC
4ª	ROBINSON CRUSOE/ROBINSON CRUSOE
5ª	PESCADOR/CAMIL
Top 5	93,2%

	ÁREA 1 Nordeste	ÁREA 2 MG, ES, interior RJ	ÁREA 3 Grande Rio de Janeiro	ÁREA 4 Grande São Paulo
1ª	GOMES DA COSTA/GDC	GOMES DA COSTA/GDC	GOMES DA COSTA/GDC	GOMES DA COSTA/GDC
2ª	COQUEIRO/CAMIL	COQUEIRO/CAMIL	COQUEIRO/CAMIL	COQUEIRO/CAMIL
3ª	88/GDC	88/GDC	88/GDC	ROBINSON CRUSOE/ROBINSON CRUSOE
4ª	ROBINSON CRUSOE/ROBINSON CRUSOE	YELI/MABELIZE	PESCADOR/CAMIL	88/GDC
5ª	OROMAR/FIRST	FALANI/J.A. OLIVEIRA COSTA	BEIRA MAR/AMPEX	BROTO LEGAL/BROTO LEGAL
Top 5	97,8%	93,9%	95,5%	96,5%

	ÁREA 5 Interior de São Paulo	ÁREA 6 PR, SC e RS	ÁREA 7 MS, GO e DF
1ª	GOMES DA COSTA/GDC	GOMES DA COSTA/GDC	GOMES DA COSTA/GDC
2ª	COQUEIRO/CAMIL	COQUEIRO/CAMIL	COQUEIRO/CAMIL
3ª	ROBINSON CRUSOE/ROBINSON CRUSOE	88/GDC	88/GDC
4ª	BROTO LEGAL/BROTO LEGAL	ROBINSON CRUSOE/ROBINSON CRUSOE	BEIRA MAR/AMPEX
5ª	88/GDC	PESCADOR/CAMIL	OROMAR/FIRST
Top 5	94,9%	88,6%	94,7%

Marca líder de vendas em Atum e Sardinha pelo estudo da ABRAS em parceria com a Nielsen.



T.BRASIL INA

Ranking	Marca
✓ 1°	GOMES DA COSTA
✓ 2°	Concorrência 1
✓ 3°	88
✓ 4°	Concorrência 2
✓ 5°	Concorrência 3
✓ Top 5	93,9%

ATUM



ÁRVORE DE DECISÃO



Gomes da Costa

Conheça todos os produtos Gomes da Costa, acesse:
gomesdacosta.com.br

Líderes de Vendas

Azeitona

BRASIL

1ª	VALE FÉRTIL/VALE FÉRTIL
2ª	LA VIOLETERA/LA VIOLETERA
3ª	RIVOLI/RIVOLI
4ª	RAIOLA/IRMÃOS RAIOLA
5ª	PRAMESA/ANTARES BRASIL
Top 5	59,6%

ÁREA 1

Nordeste

1ª	LA VIOLETERA/LA VIOLETERA
2ª	VALE FÉRTIL/VALE FÉRTIL
3ª	TING/TING
4ª	RAIOLITA/IRMÃOS RAIOLA
5ª	RIVOLI/RIVOLI
Top 5	58,5%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

1ª	VALE FÉRTIL/VALE FÉRTIL
2ª	TIO PACO/SANDELÉH ALIMENTOS
3ª	LA VIOLETERA/LA VIOLETERA
4ª	SABOROSA/SANDELÉH ALIMENTOS
5ª	FITALLI/COM. E REPRES. CECO
Top 5	70,2%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

1ª	VALE FÉRTIL/VALE FÉRTIL
2ª	PRAMESA/ANTARES BRASIL
3ª	PROMESSA/ANTARES BRASIL
4ª	RIVOLI/RIVOLI
5ª	LA VIOLETERA/LA VIOLETERA
Top 5	88,2%

ÁREA 4

Grande São Paulo

1ª	VALE FÉRTIL/VALE FÉRTIL
2ª	RAIOLA/IRMÃOS RAIOLA
3ª	LA VIOLETERA/LA VIOLETERA
4ª	RIVOLI/RIVOLI
5ª	RAIOLITA/IRMÃOS RAIOLA
Top 5	72,1%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

1ª	VALE FÉRTIL/VALE FÉRTIL
2ª	LA VIOLETERA/LA VIOLETERA
3ª	RAIOLA/IRMÃOS RAIOLA
4ª	RIVOLI/RIVOLI
5ª	DIZA/DIZA
Top 5	74,1%

ÁREA 6

PR, SC e RS

1ª	VALE FÉRTIL/VALE FÉRTIL
2ª	LA VIOLETERA/LA VIOLETERA
3ª	ZAELI/ZAELI
4ª	HEMMER/HEMMER ALIMENTOS
5ª	RIVOLI/RIVOLI
Top 5	78,5%

ÁREA 7

MS, GO e DF

1ª	LA VIOLETERA/LA VIOLETERA
2ª	VALE FÉRTIL/VALE FÉRTIL
3ª	RAIOLA/IRMÃOS RAIOLA
4ª	CAMPO BELO/NACOM GOYA
5ª	TING/TING
Top 5	56,0%

Vale Fértil

LÍDER DE VENDAS NATURALMENTE. 2016, 2017, 2018, 2019

PARECE ATÉ QUE ESTÁ VIRANDO ROTINA. GANHAR UM PRÊMIO JÁ É ALGO MARAVILHOSO, MAS SE MANTER NELE POR VÁRIOS ANOS É AINDA MAIS GRATIFICANTE. A VALE FÉRTIL AGRADECE À TODOS OS PARCEIROS, COLABORADORES E CLIENTES APAIXONADOS POR AZEITONAS, POR TORNAREM ESSE SONHO POSSÍVEL.

facebook.com/vale.fertil
instagram.com/vale_fertil

Alimentos

BISCOITO RECHEADO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	TRAKINAS/MONDELĒZ	PASSATEMPO/NESTLÉ	OREO/MONDELĒZ	BONO/NESTLÉ	MARILAN/MARILAN	48,1
ÁREA 1	RICHESTER/M. DIAS BRANCO	VITARELLA/M. DIAS BRANCO	OREO/MONDELĒZ	PASSATEMPO/NESTLÉ	BONO/NESTLÉ	72,5
ÁREA 2	AYMORÉ/ARCOR	PASSATEMPO/NESTLÉ	DANIX/ARCOR	MARILAN/MARILAN	OREO/MONDELĒZ	51,1
ÁREA 3	TRAKINAS/MONDELĒZ	PIRAQUÊ/M. DIAS BRANCO	ADRIA/M. DIAS BRANCO	PASSATEMPO/NESTLÉ	OREO/MONDELĒZ	68,7
ÁREA 4	TRAKINAS/MONDELĒZ	PASSATEMPO/NESTLÉ	OREO/MONDELĒZ	BONO/NESTLÉ	ADRIA/M. DIAS BRANCO	65,7
ÁREA 5	PASSATEMPO/NESTLÉ	TRAKINAS/MONDELĒZ	OREO/MONDELĒZ	BONO/NESTLÉ	MARILAN/MARILAN	60,7
ÁREA 6	TRAKINAS/MONDELĒZ	ISABELA/M. DIAS BRANCO	OREO/MONDELĒZ	PASSATEMPO/NESTLÉ	MARILAN/MARILAN	61,8
ÁREA 7	OREO/MONDELĒZ	PASSATEMPO/NESTLÉ	MARILAN/MARILAN	BONO/NESTLÉ	BAUDUCCO/PANDURATA	58,4

Única alteração nessa categoria foi a mudança de Bono da quinta para a quarta colocação. Trakinas continua na liderança

BISCOITO WAFER

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	BAUDUCCO/PANDURATA	AMANDITA/MONDELĒZ	MINUETO/PARATI	MARILAN/MARILAN	PIRAQUÊ/M. DIAS BRANCO	57,3
ÁREA 1	BAUDUCCO/PANDURATA	RICHESTER/M. DIAS BRANCO	VITARELLA/M. DIAS BRANCO	MARILAN/MARILAN	AMANDITA/MONDELĒZ	69,3
ÁREA 2	BAUDUCCO/PANDURATA	AYMORÉ/ARCOR	PIRAQUÊ/M. DIAS BRANCO	RICHESTER/M. DIAS BRANCO	MARILAN/MARILAN	62,5
ÁREA 3	BAUDUCCO/PANDURATA	MINUETO/PARATI	PIRAQUÊ/M. DIAS BRANCO	ITAMARATY/ITAMARATY	AMANDITA/MONDELĒZ	81,2
ÁREA 4	BAUDUCCO/PANDURATA	AMANDITA/MONDELĒZ	MARILAN/MARILAN	VISCONTI/PANDURATA	TRIUNFO/ARCOR	70,5
ÁREA 5	BAUDUCCO/PANDURATA	MARILAN/MARILAN	AMANDITA/MONDELĒZ	TRIUNFO/ARCOR	DADINHO/BONO	68,9
ÁREA 6	BAUDUCCO/PANDURATA	ISABELA/M. DIAS BRANCO	MINUETO/PARATI	AMANDITA/MONDELĒZ	ORQUÍDEA/ORQUÍDEA	69,7
ÁREA 7	BAUDUCCO/PANDURATA	AMANDITA/MONDELĒZ	RANCHEIRO/CAFÉ RANCHEIRO	VISCONTI/PANDURATA	MARILAN/MARILAN	65,5

Bauducco segue na dianteira do ranking. Minueto, da Parati, alcança o terceiro lugar

BOLO - SEGMENTO BOLO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	PANCO/PANCO	SEVEN BOYS/WICKBOLD	PULLMAN/BIMBO	CASA SUÍÇA/CASA SUÍÇA	CAFÉ DA MANHÃ/CASA SUÍÇA	61,1
ÁREA 1	ROMANA/BRAGA POMPEU	PANE VITA/PANE VITA	BOLO DA LUZ/BOLO DA LUZ	ROSIPAN/ROSIPAN PANIFICADORA	DUDAS/BRAGA POMPEU	76,1
ÁREA 2	SEVEN BOYS/WICKBOLD	PANCO/PANCO	CASA SUÍÇA/CASA SUÍÇA	PULLMAN/BIMBO	PLUS VITA/BIMBO	69,6
ÁREA 3	PANCO/PANCO	PLUS VITA/BIMBO	VILA DO PADEIRO/PANREAL ALIMENTOS	CASA SUÍÇA/CASA SUÍÇA	FIN ARTE/FIN ARTE ALIM.	74,0
ÁREA 4	PANCO/PANCO	SEVEN BOYS/WICKBOLD	PULLMAN/BIMBO	CASA SUÍÇA/CASA SUÍÇA	CAFÉ DA MANHÃ/CASA SUÍÇA	74,3
ÁREA 5	PANCO/PANCO	SEVEN BOYS/WICKBOLD	PULLMAN/BIMBO	CASA SUÍÇA/CASA SUÍÇA	CAFÉ DA MANHÃ/CASA SUÍÇA	73,6
ÁREA 6	PULLMAN/BIMBO	FESTVAL/CIA. BEAL DE ALIMENTOS	SEVEN BOYS/WICKBOLD	PANCO/PANCO	CASA SUÍÇA/CASA SUÍÇA	59,2
ÁREA 7	BEM DA ROÇA/TELMA BEZERRA	PULLMAN/BIMBO	CASA SUÍÇA/CASA SUÍÇA	SEVEN BOYS/WICKBOLD	CAFÉ DA MANHÃ/CASA SUÍÇA	77,9

Panco se mantém na liderança, com Seven Boys assumindo a segunda colocação. Café da Manhã, da Casa Suíça, entra no top 5

BOLO - SEGMENTO MONOPORÇÃO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	ANA MARIA/BIMBO	BAUDUCCO/PANDURATA	CASA SUÍÇA/CASA SUÍÇA	BEBEZINHO/PANCO	JACQUET/JACQUET	79,9
ÁREA 1	BAUDUCCO/PANDURATA	ANA MARIA/BIMBO	RICHESTER/M. DIAS BRANCO	PELAGGIO/M. DIAS BRANCO	JACQUET/JACQUET	83,4
ÁREA 2	BAUDUCCO/PANDURATA	ANA MARIA/BIMBO	CASA SUÍÇA/CASA SUÍÇA	JACQUET/JACQUET	BEBEZINHO/PANCO	90,4
ÁREA 3	ANA MARIA/BIMBO	BAUDUCCO/PANDURATA	BEBEZINHO/PANCO	PANCO/PANCO	JACQUET/JACQUET	91,1
ÁREA 4	ANA MARIA/BIMBO	BEBEZINHO/PANCO	BAUDUCCO/PANDURATA	CASA SUÍÇA/CASA SUÍÇA	JACQUET/JACQUET	77,6
ÁREA 5	ANA MARIA/BIMBO	BAUDUCCO/PANDURATA	BEBEZINHO/PANCO	CASA SUÍÇA/CASA SUÍÇA	PULLMAN/BIMBO	80,8
ÁREA 6	ANA MARIA/BIMBO	BAUDUCCO/PANDURATA	JACQUET/JACQUET	CASA SUÍÇA/CASA SUÍÇA	RENATA/SELMI	81,5
ÁREA 7	BAUDUCCO/PANDURATA	ANA MARIA/BIMBO	JACQUET/JACQUET	CASA SUÍÇA/CASA SUÍÇA	PULLMAN/BIMBO	80,8

Ana Maria segue na ponta no ranking; Casa Suíça aparece entre as cinco na terceira colocação e Jacquet estreia no quinto lugar. Índice de concentração cresce 11,6 pontos percentuais

CAFÉ CAPPUCCINO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	3CORAÇÕES/3CORAÇÕES	MELITTA/MELITTA	PILÃO/JDE	SANTA CLARA/3CORAÇÕES	NESCAFÉ/NESTLÉ	89,6
ÁREA 1	3CORAÇÕES/3CORAÇÕES	SANTA CLARA/3CORAÇÕES	MELITTA/MELITTA	NESCAFÉ/NESTLÉ	PILÃO/JDE	93,4
ÁREA 2	3CORAÇÕES/3CORAÇÕES	PILÃO/JDE	IGUAÇU/3CORAÇÕES	NESCAFÉ/NESTLÉ	MERIDIANO/CAFÉ MERIDIANO	95,5
ÁREA 3	3CORAÇÕES/3CORAÇÕES	PILÃO/JDE	MELITTA/MELITTA	PELÉ/JDE	NESCAFÉ/NESTLÉ	97,9
ÁREA 4	3CORAÇÕES/3CORAÇÕES	MELITTA/MELITTA	NESCAFÉ/NESTLÉ	PILÃO/JDE	PELÉ/JDE	94,5
ÁREA 5	3CORAÇÕES/3CORAÇÕES	MELITTA/MELITTA	NESCAFÉ/NESTLÉ	PILÃO/JDE	PELÉ/JDE	89,2
ÁREA 6	3CORAÇÕES/3CORAÇÕES	MELITTA/MELITTA	IGUAÇU/3CORAÇÕES	NESCAFÉ/NESTLÉ	PILÃO/JDE	94,8
ÁREA 7	3CORAÇÕES/3CORAÇÕES	CAFÉ BRASILEIRO/MITSUI	DO SÍTIO/DO SÍTIO	NESCAFÉ/NESTLÉ	RANCHEIRO/CAFÉ RANCHEIRO	90,4

A liderança nessa categoria continua com a 3corações; Pilão pula para o terceiro posto e Santa Clara ocupa a quarta colocação

CAFÉ COM LEITE

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	3CORAÇÕES/3CORAÇÕES	MELITTA/MELITTA	SANTA CLARA/3CORAÇÕES	NESCAFÉ/NESTLÉ	IGUAÇU/3CORAÇÕES	95,1
ÁREA 1	SANTA CLARA/3CORAÇÕES	3CORAÇÕES/3CORAÇÕES	NESCAFÉ/NESTLÉ	SÃO BRAZ/SÃO BRAZ	MELITTA/MELITTA	94,9
ÁREA 2	3CORAÇÕES/3CORAÇÕES	NESCAFÉ/NESTLÉ	IGUAÇU/3CORAÇÕES	MELITTA/MELITTA	MERIDIANO/CAFÉ MERIDIANO	99,5
ÁREA 3	3CORAÇÕES/3CORAÇÕES	NESCAFÉ/NESTLÉ	MELITTA/MELITTA	IGUAÇU/3CORAÇÕES	PELÉ/JDE	100,0
ÁREA 4	3CORAÇÕES/3CORAÇÕES	NESCAFÉ/NESTLÉ	MELITTA/MELITTA	PELÉ/JDE	IGUAÇU/3CORAÇÕES	99,9
ÁREA 5	3CORAÇÕES/3CORAÇÕES	MELITTA/MELITTA	NESCAFÉ/NESTLÉ	PELÉ/JDE	LA SANTE/LA SANTE	99,0
ÁREA 6	3CORAÇÕES/3CORAÇÕES	MELITTA/MELITTA	NESCAFÉ/NESTLÉ	IGUAÇU/3CORAÇÕES	LA SANTE/LA SANTE	99,8
ÁREA 7	3CORAÇÕES/3CORAÇÕES	NESCAFÉ/NESTLÉ	SANTA CLARA/3CORAÇÕES	MELITTA/MELITTA	IGUAÇU/3CORAÇÕES	100,0

3corações assegura a liderança mais uma vez. Melitta assume o segundo lugar e Iguaçu entra no top 5 na quinta colocação

CAFÉ EM PÓ

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	PILÃO/JDE	MELITTA/MELITTA	3CORAÇÕES/3CORAÇÕES	SANTA CLARA/3CORAÇÕES	PIMPINELA/3CORAÇÕES	61,0
ÁREA 1	SANTA CLARA/3CORAÇÕES	MARATÁ/MARATÁ	PILÃO/JDE	MELITTA/MELITTA	3CORAÇÕES/3CORAÇÕES	79,7
ÁREA 2	3CORAÇÕES/3CORAÇÕES	PILÃO/JDE	FORT/3CORAÇÕES	MELITTA/MELITTA	FINO GRÃO/3CORAÇÕES	59,8
ÁREA 3	PILÃO/JDE	PIMPINELA/3CORAÇÕES	MELITTA/MELITTA	EVOLUTTO/COOXUPÉ	3CORAÇÕES/3CORAÇÕES	90,9
ÁREA 4	PILÃO/JDE	3CORAÇÕES/3CORAÇÕES	MELITTA/MELITTA	PELÉ/JDE	CAFÉ BRASILEIRO/MITSUI	84,8
ÁREA 5	3CORAÇÕES/3CORAÇÕES	MELITTA/MELITTA	PILÃO/JDE	CABOCLO/JDE	CAFÉ BRASILEIRO/MITSUI	61,0
ÁREA 6	MELITTA/MELITTA	3CORAÇÕES/3CORAÇÕES	CABOCLO/JDE	DAMASCO/JDE	BOM JESUS/MELITTA	72,7
ÁREA 7	DO SÍTIO/DO SÍTIO	3CORAÇÕES/3CORAÇÕES	MELITTA/MELITTA	CAFÉ BRASILEIRO/MITSUI	EXPORT/CAFÉ EXPORT	55,9

Pilão continua o primeiro no ranking, com Santa Clara passando para a quarta posição e Pimpinela assumindo o quinto lugar

CALDO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	KNORR/UNILEVER	MAGGI/NESTLÉ	SAZON/AJINOMOTO	ARISCO/UNILEVER	KITANO/GENERAL MILLS	97,9
ÁREA 1	KNORR/UNILEVER	MAGGI/NESTLÉ	ARISCO/UNILEVER	SAZON/AJINOMOTO	KITANO/GENERAL MILLS	97,3
ÁREA 2	KNORR/UNILEVER	MAGGI/NESTLÉ	ARISCO/UNILEVER	SAZON/AJINOMOTO	KITANO/GENERAL MILLS	98,9
ÁREA 3	KNORR/UNILEVER	MAGGI/NESTLÉ	SAZON/AJINOMOTO	ARISCO/UNILEVER	KITANO/GENERAL MILLS	98,3
ÁREA 4	KNORR/UNILEVER	MAGGI/NESTLÉ	SAZON/AJINOMOTO	ARISCO/UNILEVER	KITANO/GENERAL MILLS	96,0
ÁREA 5	KNORR/UNILEVER	MAGGI/NESTLÉ	SAZON/AJINOMOTO	ARISCO/UNILEVER	KITANO/GENERAL MILLS	97,7
ÁREA 6	KNORR/UNILEVER	MAGGI/NESTLÉ	SAZON/AJINOMOTO	ARISCO/UNILEVER	KITANO/GENERAL MILLS	99,0
ÁREA 7	KNORR/UNILEVER	MAGGI/NESTLÉ	ARISCO/UNILEVER	SAZON/AJINOMOTO	KITANO/GENERAL MILLS	95,9

Nenhuma alteração entre os cinco primeiros colocados. Índice de concentração se manteve estável

CARAMELOS/DROPS/PASTILHAS

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	HALLS/MONDELEZ	MENTOS/PERFETTI VAN MELLE	BUTTER TOFFES/ARCOR	TIC-TAC/FERRERO	SKITTLES/MARS	94,4
ÁREA 1	MENTOS/PERFETTI VAN MELLE	HALLS/MONDELEZ	BUTTER TOFFES/ARCOR	TIC-TAC/FERRERO	SKITTLES/MARS	93,2
ÁREA 2	HALLS/MONDELEZ	BUTTER TOFFES/ARCOR	MENTOS/PERFETTI VAN MELLE	TIC-TAC/FERRERO	SKITTLES/MARS	88,8
ÁREA 3	BUTTER TOFFES/ARCOR	TIC-TAC/FERRERO	HALLS/MONDELEZ	MENTOS/PERFETTI VAN MELLE	SKITTLES/MARS	95,3
ÁREA 4	MENTOS/PERFETTI VAN MELLE	HALLS/MONDELEZ	BUTTER TOFFES/ARCOR	TIC-TAC/FERRERO	SKITTLES/MARS	95,8
ÁREA 5	HALLS/MONDELEZ	MENTOS/PERFETTI VAN MELLE	BUTTER TOFFES/ARCOR	TIC-TAC/FERRERO	SKITLES/MARS	95,2
ÁREA 6	HALLS/MONDELEZ	TIC-TAC/FERRERO	MENTOS/PERFETTI VAN MELLE	BUTTER TOFFES/ARCOR	SKITTLES/MARS	95,5
ÁREA 7	HALLS/MONDELEZ	MENTOS/PERFETTI VAN MELLE	BUTTER TOFFES/ARCOR	TIC-TAC/FERRERO	SKITTLES/MARS	93,9

Mudança na segunda e terceira colocação, que são ocupadas por Mentos e Butter Toffes, respectivamente. Halls segue em primeiro lugar

CATCHUP

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	HEINZ/KRAFT HEINZ	HELLMANN'S/UNILEVER	HEMMER/HEMMER ALIMENTOS	ARISCO/UNILEVER	PREDILECTA/PREDILECTA	71,6
ÁREA 1	HEINZ/KRAFT HEINZ	ARISCO/UNILEVER	TAMBAÚ/TAMBAÚ	HELLMANN'S/UNILEVER	PALMEIRON/PALMEIRON	78,0
ÁREA 2	HEINZ/KRAFT HEINZ	HELLMANN'S/UNILEVER	ARISCO/UNILEVER	COLONIAL/KARAMBI	PREDILECTA/PREDILECTA	72,6
ÁREA 3	HEINZ/KRAFT HEINZ	PREDILECTA/PREDILECTA	HELLMANN'S/UNILEVER	ARISCO/UNILEVER	HEMMER/HEMMER ALIMENTOS	73,0
ÁREA 4	HEINZ/KRAFT HEINZ	HELLMANN'S/UNILEVER	QUERO/KRAFT HEINZ	HEMMER/HEMMER ALIMENTOS	ARISCO/UNILEVER	84,2
ÁREA 5	HEINZ/KRAFT HEINZ	HELLMANN'S/UNILEVER	HEMMER/HEMMER ALIMENTOS	QUERO/KRAFT HEINZ	ARISCO/UNILEVER	79,8
ÁREA 6	HEMMER/HEMMER ALIMENTOS	HEINZ/KRAFT HEINZ	HELLMANN'S/UNILEVER	ODERICH/ODERICH	ARISCO/UNILEVER	81,8
ÁREA 7	HEINZ/KRAFT HEINZ	HELLMANN'S/UNILEVER	ARISCO/UNILEVER	HEMMER/HEMMER ALIMENTOS	QUERO/KRAFT HEINZ	84,1

Heinz mantém a liderança da categoria e Hemmer salta de da quinta para a terceira colocação

Líderes de Vendas

Biscoito Maria/Maisena

BRASIL

1ª	PIRAQUÊ/M. DIAS BRANCO
2ª	MARILAN/MARILAN
3ª	VITARELLA/M. DIAS BRANCO
4ª	BAUDUCCO/PANDURATA
5ª	RICHESTER/M. DIAS BRANCO
Top 5	68,8%

	ÁREA 1 Nordeste	ÁREA 2 MG, ES, interior RJ	ÁREA 3 Grande Rio de Janeiro	ÁREA 4 Grande São Paulo
1ª	VITARELLA/M. DIAS BRANCO	AYMORÉ/ARCOR	PIRAQUÊ/M. DIAS BRANCO	MARILAN/MARILAN
2ª	FORTALEZA/M. DIAS BRANCO	MARILAN/MARILAN	VITARELLA/M. DIAS BRANCO	VITARELLA/M. DIAS BRANCO
3ª	PILAR/PILAR	PIRAQUÊ/M. DIAS BRANCO	MARILAN/MARILAN	TOSTINES/NESTLÉ
4ª	MARILAN/MARILAN	RICHESTER/M. DIAS BRANCO	RICHESTER/M. DIAS BRANCO	BAUDUCCO/PANDURATA
5ª	ESTRELA/M. DIAS BRANCO	BAUDUCCO/PANDURATA	ADRIA/M. DIAS BRANCO	TRIUNFO/ARCOR
Top 5	88,9%	87,0%	91,4%	79,2%

	ÁREA 5 Interior de São Paulo	ÁREA 6 PR, SC e RS	ÁREA 7 MS, GO e DF
1ª	MARILAN/MARILAN	MARILAN/MARILAN	MARILAN/MARILAN
2ª	TRIUNFO/ARCOR	ISABELA/M. DIAS BRANCO	FORTALEZA/M. DIAS BRANCO
3ª	ZABET/M. DIAS BRANCO	PARATI/PARATI	VITARELLA/M. DIAS BRANCO
4ª	VITARELLA/M. DIAS BRANCO	ORQUÍDEA/ORQUÍDEA	MABEL/PEPSICO
5ª	BAUDUCCO/PANDURATA	NINFA/NINFA	BAUDUCCO/PANDURATA
Top 5	82,4%	81,5%	84,0%

piraquê

LÍDER 9 anos consecutivos na categoria maria e maizena

Fonte: Pesquisa Líderes de Vendas Nielsen 2018.



Líderes de Vendas

Bolo - Segmento Bolo

BRASIL

1ª	PANCO/PANCO
2ª	SEVEN BOYS/WICKBOLD
3ª	PULLMAN/BIMBO
4ª	CASA SUÍÇA/CASA SUÍÇA
5ª	CAFÉ DA MANHÃ/CASA SUÍÇA
Top 5	61,1%

	ÁREA 1 Nordeste	ÁREA 2 MG, ES, interior RJ	ÁREA 3 Grande Rio de Janeiro	ÁREA 4 Grande São Paulo
1ª	ROMANA/BRAGA POMPEU	SEVEN BOYS/WICKBOLD	PANCO/PANCO	PANCO/PANCO
2ª	PANE VITA/PANE VITA	PANCO/PANCO	PLUS VITA/BIMBO	SEVEN BOYS/WICKBOLD
3ª	BOLO DA LUZ/BOLO DA LUZ	CASA SUÍÇA/CASA SUÍÇA	VILA DO PADEIRO/PANREAL ALIMENTOS	PULLMAN/BIMBO
4ª	ROSIPAN/ROSIPAN PANIFICADORA	PULLMAN/BIMBO	CASA SUÍÇA/CASA SUÍÇA	CASA SUÍÇA/CASA SUÍÇA
5ª	DUDAS/BRAGA POMPEU	PLUS VITA/BIMBO	FIN ARTE/FIN ARTE ALIM.	CAFÉ DA MANHÃ/CASA SUÍÇA
Top 5	76,1%	69,6%	74,0%	74,3%

	ÁREA 5 Interior de São Paulo	ÁREA 6 PR, SC e RS	ÁREA 7 MS, GO e DF
1ª	PANCO/PANCO	PULLMAN/BIMBO	BEM DA ROÇA/TELMA BEZERRA
2ª	SEVEN BOYS/WICKBOLD	FESTVAL/CIA. BEAL DE ALIMENTOS	PULLMAN/BIMBO
3ª	PULLMAN/BIMBO	SEVEN BOYS/WICKBOLD	CASA SUÍÇA/CASA SUÍÇA
4ª	CASA SUÍÇA/CASA SUÍÇA	PANCO/PANCO	SEVEN BOYS/WICKBOLD
5ª	CAFÉ DA MANHÃ/CASA SUÍÇA	CASA SUÍÇA/CASA SUÍÇA	CAFÉ DA MANHÃ/CASA SUÍÇA
Top 5	73,6%	59,2%	77,9%

GARANTA JÁ A SUA FATIA DO BOLO QUE É SUCESSO DE VENDAS!

PANCO agradece

*Alto giro**

*Campeão de vendas da categoria**

300g
Excelente custo benefício

Disponível em 8 sabores

/pancooficial
www.panco.com.br

*Fonte: Nielsen Retail Index | Ano 2018 (Jan/Fev a Nov/Dez)
T. Área Panco: Estado SP + Estado RJ + Paraná | Categoria Bolos / Segmento Bolo.

Alimentos

CEREAL EM BARRA

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	NUTRY/NUTRIMENTAL	RITTER/RITTER	NESFIT/NESTLÉ	TRIO/UNITED MILLS	QUAKER/PEPSICO	72,7
ÁREA 1	NUTRY/NUTRIMENTAL	TRIO/UNITED MILLS	RITTER/RITTER	QUAKER/PEPSICO	HERSHEY'S CEREAL/HERSHEY'S	63,1
ÁREA 2	NUTRY/NUTRIMENTAL	NESFIT/NESTLÉ	RITTER/RITTER	TRIO/UNITED MILLS	QUAKER/PEPSICO	81,4
ÁREA 3	RITTER/RITTER	NUTRY/NUTRIMENTAL	NESFIT/NESTLÉ	SUCRILHOS/KELLOGG'S	QUAKER/PEPSICO	83,1
ÁREA 4	NUTRY/NUTRIMENTAL	NESFIT/NESTLÉ	SUCRILHOS/KELLOGG'S	QUAKER/PEPSICO	TRIO/UNITED MILLS	66,4
ÁREA 5	NESFIT/NESTLÉ	NUTRY/NUTRIMENTAL	TRIO/UNITED MILLS	HERSHEY'S CEREAL/HERSHEY'S	QUAKER/PEPSICO	71,4
ÁREA 6	RITTER/RITTER	NUTRY/NUTRIMENTAL	NESFIT/NESTLÉ	QUAKER/PEPSICO	SUCRILHOS/KELLOGG'S	81,5
ÁREA 7	NUTRY/NUTRIMENTAL	NESFIT/NESTLÉ	RITTER/RITTER	QUAKER/PEPSICO	TRIO/UNITED MILLS	77,6

Nenhuma alteração entre as cinco primeiras colocadas; Nutry se manteve na liderança

CEREAL MATINAL

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	SUCRILHOS/KELLOGG'S	NESCAU/NESTLÉ	NESTLÉ SNOW FLAKES/NESTLÉ	JASMINE GRAIN FLAKES/JASMINE	NESFIT/NESTLÉ	62,4
ÁREA 1	SUCRILHOS/KELLOGG'S	NESCAU/NESTLÉ	TIA SONIA/TIA SONIA	MÃE TERRA/UNILEVER	JASMINE GRAIN FLAKES/JASMINE	60,1
ÁREA 2	SUCRILHOS/KELLOGG'S	NESCAU/NESTLÉ	NESTLÉ SNOW FLAKES/NESTLÉ	NESFIT/NESTLÉ	SUPERBOM/KELLOGG'S	59,8
ÁREA 3	SUCRILHOS/KELLOGG'S	NESCAU/NESTLÉ	NESTLÉ SNOW FLAKES/NESTLÉ	JASMINE GRAIN FLAKES/JASMINE	NESFIT/NESTLÉ	65,2
ÁREA 4	SUCRILHOS/KELLOGG'S	NESCAU/NESTLÉ	NESFIT/NESTLÉ	MÃE TERRA/UNILEVER	NESTLÉ SNOW FLAKES/NESTLÉ	68,5
ÁREA 5	SUCRILHOS/KELLOGG'S	NESCAU/NESTLÉ	NESTLÉ SNOW FLAKES/NESTLÉ	MÃE TERRA/UNILEVER	NESFIT/NESTLÉ	67,0
ÁREA 6	SUCRILHOS/KELLOGG'S	NESCAU/NESTLÉ	JASMINE GRAIN FLAKES/JASMINE	NESTLÉ SNOW FLAKES/NESTLÉ	DA MAGRINHA/DA MAGRINHA	64,3
ÁREA 7	SUCRILHOS/KELLOGG'S	NESCAU/NESTLÉ	JASMINE GRAIN FLAKES/JASMINE	MÃE TERRA/UNILEVER	NESFIT/NESTLÉ	64,3

Sucrilhos, da Kellogg's, se mantém na ponta por mais um ano. Jasmine Grain Flakes ganha uma posição e agora ocupa a quarta colocação

CHÁ

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	LEÃO FUZE/LEÃO ALIMENTOS	DR. OETKER/DR. OETKER	TWININGS/AB BRASIL	MULTIERVAS/MOINHOS UNIDOS	PRENDA/PRENDA	77,4
ÁREA 1	DR. OETKER/DR. OETKER	MARATÁ/MARATÁ	LEÃO FUZE/LEÃO ALIMENTOS	LINTEA/REFINAÇÕES DE MILHO BRASIL	CASTELLARI/CASTELLARI	88,6
ÁREA 2	LEÃO FUZE/LEÃO ALIMENTOS	DR. OETKER/DR. OETKER	MULTIERVAS/MOINHOS UNIDOS	TWININGS/AB BRASIL	MATE REAL/MOINHOS UNIDOS	84,8
ÁREA 3	LEÃO FUZE/LEÃO ALIMENTOS	CHINEZINHO/VITALIS	DR. OETKER/DR. OETKER	TWININGS/AB BRASIL	MULTIERVAS/MOINHOS UNIDOS	83,8
ÁREA 4	LEÃO FUZE/LEÃO ALIMENTOS	DR. OETKER/DR. OETKER	TWININGS/AB BRASIL	LIPTON/UNILEVER	PRENDA/PRENDA	92,3
ÁREA 5	LEÃO FUZE/LEÃO ALIMENTOS	DR. OETKER/DR. OETKER	TWININGS/AB BRASIL	MULTIERVAS/MOINHOS UNIDOS	LIPTON/UNILEVER	89,8
ÁREA 6	LEÃO FUZE/LEÃO ALIMENTOS	DR. OETKER/DR. OETKER	BARÃO/BARÃO ERVA MATE	PRENDA/SCHUUR	TWININGS/AB BRASIL	73,8
ÁREA 7	LEÃO FUZE/LEÃO ALIMENTOS	DR. OETKER/DR. OETKER	TWININGS/AB BRASIL	LIPTON/UNILEVER	MULTIERVAS/MOINHOS UNIDOS	89,4

Leão Fuze confirma a liderança na pesquisa deste ano. Dr. Oetker conquista a vice-liderança; Twinings migra para a terceira posição, Multiervas ganha o quarto lugar e Prenda entra no top 5

CHOCOLATE BOMBOM

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	GAROTO/GAROTO	ESPECIALIDADES/NESTLÉ	LACTA FAVORITOS/MONDELĒZ	FERRERO ROCHER/FERRERO	SONHO DE VALSA/MONDELĒZ	84,5
ÁREA 1	GAROTO/GAROTO	ESPECIALIDADES/NESTLÉ	LACTA FAVORITOS/MONDELĒZ	SERENATA DE AMOR/GAROTO	FERRERO ROCHER/FERRERO	88,8
ÁREA 2	GAROTO/GAROTO	ESPECIALIDADES/NESTLÉ	LACTA FAVORITOS/MONDELĒZ	FERRERO ROCHER/FERRERO	SERENATA DE AMOR/GAROTO	88,1
ÁREA 3	GAROTO/GAROTO	ESPECIALIDADES/NESTLÉ	FERRERO ROCHER/FERRERO	LACTA FAVORITOS/MONDELĒZ	SERENATA DE AMOR/GAROTO	90,8
ÁREA 4	ESPECIALIDADES/NESTLÉ	LACTA FAVORITOS/MONDELĒZ	GAROTO/GAROTO	FERRERO ROCHER/FERRERO	SONHO DE VALSA/MONDELĒZ	86,3
ÁREA 5	ESPECIALIDADES/NESTLÉ	LACTA FAVORITOS/MONDELĒZ	GAROTO/GAROTO	FERRERO ROCHER/FERRERO	SONHO DE VALSA/MONDELĒZ	86,5
ÁREA 6	ESPECIALIDADES/NESTLÉ	LACTA FAVORITOS/MONDELĒZ	GAROTO/GAROTO	FERRERO ROCHER/FERRERO	OURO BRANCO/MONDELĒZ	79,1
ÁREA 7	GAROTO/GAROTO	ESPECIALIDADES/NESTLÉ	LACTA FAVORITOS/MONDELĒZ	FERRERO ROCHER/FERRERO	SONHO DE VALSA/MONDELĒZ	83,8

Todos os cinco primeiros mantiveram suas colocações, Garoto continua líder

CHOCOLATE TABLETE

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	HERSHEY'S/HERSHEY'S	GAROTO/GAROTO	LAKA/MONDELĒZ	LACTA/MONDELĒZ	NESTLÉ/NESTLÉ	51,1
ÁREA 1	GAROTO/GAROTO	HERSHEY'S/HERSHEY'S	LAKA/MONDELĒZ	DIAMANTE NEGRO/MONDELĒZ	LACTA/MONDELĒZ	56,9
ÁREA 2	GAROTO/GAROTO	HERSHEY'S/HERSHEY'S	LAKA/MONDELĒZ	LACTA/MONDELĒZ	TALENTO/GAROTO	53,7
ÁREA 3	GAROTO/GAROTO	HERSHEY'S/HERSHEY'S	NESTLÉ/NESTLÉ	LAKA/MONDELĒZ	LACTA/MONDELĒZ	55,2
ÁREA 4	HERSHEY'S/HERSHEY'S	LAKA/MONDELĒZ	LACTA/MONDELĒZ	NESTLÉ/NESTLÉ	GAROTO/GAROTO	50,1
ÁREA 5	HERSHEY'S/HERSHEY'S	LAKA/MONDELĒZ	LACTA/MONDELĒZ	NESTLÉ/NESTLÉ	GAROTO/GAROTO	50,9
ÁREA 6	GAROTO/GAROTO	HERSHEY'S/HERSHEY'S	NEUGEBAUER/NEUGEBAUER	LAKA/MONDELĒZ	LACTA/MONDELĒZ	49,2
ÁREA 7	HERSHEY'S/HERSHEY'S	LAKA/MONDELĒZ	GAROTO/GAROTO	LACTA/MONDELĒZ	DIAMANTE NEGRO/MONDELĒZ	54,8

Hershey's é o novo líder dessa categoria, que aponta chocolate Nestlé estreando no top 5 na quinta colocação

CONSERVA VEGETAL

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	QUERO/KRAFT HEINZ	PREDILECTA/PREDILECTA	BONDUELLE/BONDUELLE	FUGINI/FUGINI ALIMENTOS	HEMMER/HEMMER ALIMENTOS	65,5
ÁREA 1	QUERO/KRAFT HEINZ	FUGINI/FUGINI ALIMENTOS	GOIÁS VERDE/GOIÁS VERDE ALIM.	PREDILECTA/PREDILECTA	BONDUELLE/BONDUELLE	80,4
ÁREA 2	MINAS MAIS/PREDILECTA	PREDILECTA/PREDILECTA	QUERO/KRAFT HEINZ	FUGINI/FUGINI ALIMENTOS	BONDUELLE/BONDUELLE	78,7
ÁREA 3	QUERO/KRAFT HEINZ	PREDILECTA/PREDILECTA	OLÉ/CONSERVAS OLÉ	BONDUELLE/BONDUELLE	FUGINI/FUGINI ALIMENTOS	75,1
ÁREA 4	QUERO/KRAFT HEINZ	BONDUELLE/BONDUELLE	PREDILECTA/PREDILECTA	FUGINI/FUGINI ALIMENTOS	HEMMER/HEMMER ALIMENTOS	79,0
ÁREA 5	QUERO/KRAFT HEINZ	PREDILECTA/PREDILECTA	FUGINI/FUGINI ALIMENTOS	BONDUELLE/BONDUELLE	STELLA D'ORO/PREDILECTA	82,2
ÁREA 6	HEMMER/HEMMER ALIMENTOS	QUERO/KRAFT HEINZ	PREDILECTA/PREDILECTA	GOIÁS VERDE/GOIÁS VERDE ALIM.	ODERICH/ODERICH	53,3
ÁREA 7	QUERO/KRAFT HEINZ	PREDILECTA/PREDILECTA	FUGINI/FUGINI ALIMENTOS	BONDUELLE/BONDUELLE	HEMMER/HEMMER ALIMENTOS	67,6

Hemmer surge entre os top 5 na quinta posição; Quero assegura o primeiro lugar

CREME DE LEITE

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	NESTLÉ/NESTLÉ	PIRACANJUBA/LAT. BELA VISTA	ITAMBÉ/ITAMBÉ	ITALAC/GOIASMINAS	CAMPONESA/EMBARÉ	52,4
ÁREA 1	NESTLÉ/NESTLÉ	ITAMBÉ/ITAMBÉ	PIRACANJUBA/LAT. BELA VISTA	ITALAC/GOIASMINAS	BETÂNIA/CBL	65,5
ÁREA 2	ITAMBÉ/ITAMBÉ	CAMPONESA/EMBARÉ	PORTO ALEGRE/LAT. PORTO ALEGRE	NESTLÉ/NESTLÉ	PIRACANJUBA/LAT. BELA VISTA	59,8
ÁREA 3	NESTLÉ/NESTLÉ	PIRACANJUBA/LAT. BELA VISTA	CAMPONESA/EMBARÉ	GLÓRIA/NOVA MIX	ITAMBÉ/ITAMBÉ	65,4
ÁREA 4	NESTLÉ/NESTLÉ	PIRACANJUBA/LAT. BELA VISTA	ITAMBÉ/ITAMBÉ	ITALAC/GOIASMINAS	FAZENDA BELA VISTA/FAZENDA BELA VISTA	62,0
ÁREA 5	NESTLÉ/NESTLÉ	PIRACANJUBA/LAT. BELA VISTA	ITALAC/GOIASMINAS	ITAMBÉ/ITAMBÉ	JUSSARA/JUSSARA	59,9
ÁREA 6	TIROL/TIROL	NESTLÉ/NESTLÉ	FRIMESA/FRIMESA	PIRACANJUBA/LAT. BELA VISTA	GLÓRIA/NOVA MIX	58,5
ÁREA 7	PIRACANJUBA/LAT. BELA VISTA	ITAMBÉ/ITAMBÉ	NESTLÉ/NESTLÉ	ITALAC/GOIASMINAS	TIROL/TIROL	74,3

Nenhuma mudança entre os cinco primeiros colocados, Nestlé se mantém na liderança

FARINHA DE TRIGO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	DONA BENTA/J. MACÊDO	ROSA BRANCA/PREDILETO	BOA SORTE/J. MACÊDO	ANACONDA/ANACONDA	RENATA/SELMI	45,6
ÁREA 1	FINNA/M. DIAS BRANCO	DONA BENTA/J. MACÊDO	ROSA BRANCA/PREDILETO	SARANDI/PREDILETO	DONA MARIA/MOINHO CEARENSE	88,6
ÁREA 2	VILMA/VILMA	TRÊS COROAS/PENA BRANCA	DONA BENTA/J. MACÊDO	ROSA BRANCA/PREDILETO	REGINA/BUAIZ	64,0
ÁREA 3	BOA SORTE/J. MACÊDO	ROSA BRANCA/PREDILETO	DONA BENTA/J. MACÊDO	TRÊS COROAS/PENA BRANCA	GRANFINO/GRANFINO	92,0
ÁREA 4	DONA BENTA/J. MACÊDO	SOL/J. MACÊDO	RENATA/SELMI	ROSA BRANCA/PREDILETO	PRIMOR/BUNGE	89,9
ÁREA 5	DONA BENTA/J. MACÊDO	NITA/MOINHO ALIMENTOS	RENATA/SELMI	ROSA BRANCA/PREDILETO	VENTURELLI/MOINHOS GLOBO	78,4
ÁREA 6	ORQUÍDEA/TONDO	ANACONDA/ANACONDA	VENTURELLI/MOINHOS GLOBO	NORDESTE/NORDESTE	SOL/J. MACÊDO	62,1
ÁREA 7	SOL/J. MACÊDO	ROSA BRANCA/PREDILETO	VITORIOSA/MOINHO RÉGIO ALIMENTOS	CRISTAL/CRISTAL ALIMENTOS	DONA AMÉLIA/MOINHO CATARINENSE	50,1

Dona Benta segue na liderança. Anaconda aparece entre as cinco primeiras como quarta colocada

FEIJÃO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	KICALDO/GADKIN	MÁXIMO/URBANO	CAMIL/CAMIL	COMBRASIL/COMBRASIL	BROTO LEGAL/BROTO LEGAL	33,0
ÁREA 1	KICALDO/GADKIN	TURQUESA/OÁSIS	NOTA 10/COMERCIAL OLIVEIRA	BIJU/JOSAPAR	MANOLINHO/MANOLINHO	43,2
ÁREA 2	CODIL/CODIL ALIMENTOS	PINK/ALNUTRI ALIMENTOS	COMBRASIL/COMBRASIL	GALANTE/NUTRIBEL	TARUMÃ/TARUMÃ	41,8
ÁREA 3	MÁXIMO/URBANO	COMBRASIL/COMBRASIL	COPA/AGRO INDUSTRIAL QUIT. SUL	KICALDO/GADKIN	GRANFINO/GRANFINO	62,5
ÁREA 4	CAMIL/CAMIL	KICALDO/GADKIN	NENÊ/CORTESIA	BROTO LEGAL/BROTO LEGAL	CALDONOBRE/MM COM. IMP. EXP.	74,8
ÁREA 5	BROTO LEGAL/BROTO LEGAL	CAMIL/CAMIL	NENÊ/CORTESIA	ROSALITO/CEREALISTA ROSALITO	KICALDO/GADKIN	52,3
ÁREA 6	CALDO BOM/STIVAL	NAMORADO/SLC ALIMENTOS	PÉ VERMELHO/JMJ	PONTAROLLO/PONTAROLLO	GRÃO BRILHANTE/GRÃO BRILHANTE	48,5
ÁREA 7	KICALDO/GADKIN	DELÍCIA/RURAL	CRISTAL/ABIDINOEL RABELO	DACASA/PEQUI ALIMENTOS	TIO JORGE/CDA ALIMENTOS	40,7

Kicaldo assume a liderança da categoria e Máximo, a segunda colocação

FERMENTO QUÍMICO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	ROYAL/MONDELĒZ	DR. OETKER/DR. OETKER	DONA BENTA/J. MACÊDO	FLEISCHMANN/AB BRASIL	APTI/APTI	98,3
ÁREA 1	ROYAL/MONDELĒZ	DR. OETKER/DR. OETKER	DONA BENTA/J. MACÊDO	FLEISCHMANN/AB BRASIL	APTI/APTI	99,8
ÁREA 2	ROYAL/MONDELĒZ	DR. OETKER/DR. OETKER	FLEISCHMANN/AB BRASIL	DONA BENTA/J. MACÊDO	APTI/APTI	99,5
ÁREA 3	ROYAL/MONDELĒZ	DR. OETKER/DR. OETKER	DONA BENTA/J. MACÊDO	FLEISCHMANN/AB BRASIL	APTI/APTI	99,7
ÁREA 4	ROYAL/MONDELĒZ	DONA BENTA/J. MACÊDO	DR. OETKER/DR. OETKER	FLEISCHMANN/AB BRASIL	NITA/MOINHO PAULISTA	99,8
ÁREA 5	ROYAL/MONDELĒZ	DONA BENTA/J. MACÊDO	DR. OETKER/DR. OETKER	FLEISCHMANN/AB BRASIL	NITA/MOINHO PAULISTA	99,4
ÁREA 6	ROYAL/MONDELĒZ	DR. OETKER/DR. OETKER	FLEISCHMANN/AB BRASIL	MONOPOL/MONOPOL	DONA BENTA/J. MACÊDO	97,7
ÁREA 7	ROYAL/MONDELĒZ	DR. OETKER/DR. OETKER	FLEISCHMANN/AB BRASIL	APTI/APTI	DONA BENTA/J. MACÊDO	99,3

Apti entra para o top cinco na quinta colocação, demais posições seguem inalteradas

Líderes de Vendas

Café em Pó

BRASIL

1ª	PILÃO/JDE
2ª	MELITTA/MELITTA
3ª	3CORAÇÕES/3CORAÇÕES
4ª	SANTA CLARA/3CORAÇÕES
5ª	PIMPINELA/3CORAÇÕES
Top 5	61,0%

ÁREA 1

Nordeste

1ª	SANTA CLARA/3CORAÇÕES
2ª	MARATÁ/MARATÁ
3ª	PILÃO/JDE
4ª	MELITTA/MELITTA
5ª	3CORAÇÕES/3CORAÇÕES
Top 5	79,7%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

1ª	3CORAÇÕES/3CORAÇÕES
2ª	PILÃO/JDE
3ª	FORT/3CORAÇÕES
4ª	MELITTA/MELITTA
5ª	FINO GRÃO/3CORAÇÕES
Top 5	59,8%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

1ª	PILÃO/JDE
2ª	PIMPINELA/3CORAÇÕES
3ª	MELITTA/MELITTA
4ª	EVOLUTTO/COOXUPÉ
5ª	3CORAÇÕES/3CORAÇÕES
Top 5	90,9%

ÁREA 4

Grande São Paulo

1ª	PILÃO/JDE
2ª	3CORAÇÕES/3CORAÇÕES
3ª	MELITTA/MELITTA
4ª	PELÉ/JDE
5ª	CAFÉ BRASILEIRO/MITSUI
Top 5	84,8%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

1ª	3CORAÇÕES/3CORAÇÕES
2ª	MELITTA/MELITTA
3ª	PILÃO/JDE
4ª	CABOCLO/JDE
5ª	CAFÉ BRASILEIRO/MITSUI
Top 5	61,0%

ÁREA 6

PR, SC e RS

1ª	MELITTA/MELITTA
2ª	3CORAÇÕES/3CORAÇÕES
3ª	CABOCLO/JDE
4ª	DAMASCO/JDE
5ª	BOM JESUS/MELITTA
Top 5	72,7%

ÁREA 7

MS, GO e DF

1ª	DO SÍTIO/DO SÍTIO
2ª	3CORAÇÕES/3CORAÇÕES
3ª	MELITTA/MELITTA
4ª	CAFÉ BRASILEIRO/MITSUI
5ª	EXPORT/CAFÉ EXPORT
Top 5	55,9%

ABRE & FECHA COM ZÍPER

PILÃO

A MARCA CAMPEÃ EM VENDAS TAMBÉM É LÍDER EM INOVAÇÃO,

EXPERIMENTE PILÃO ABRE & FECHA.

O CAFÉ FORTE DO BRASIL.



IMAGENS MERAMENTE ILUSTRATIVAS.

MANTÉM TODO O AROMA E O SABOR.

SUBSTITUI O POTE. MANTER NA EMBALAGEM.

MAIS PRÁTICO DE USAR.



MELHOR FORMA DE EXPOR PILÃO ABRE & FECHA NA GÔNDOLA

1º EXPOR SEMPRE JUNTO A FAMÍLIA PILÃO

2º EXPOR ABRE & FECHA NA ALTURA DOS OLHOS

3º CONSIDERAR 30% DO ESPAÇO DA MARCA PILÃO PARA ABRE & FECHA

Líderes de Vendas

Farinha de Trigo

BRASIL

1ª	DONA BENTA/J. MACÊDO
2ª	ROSA BRANCA/PREDILETO
3ª	BOA SORTE/J. MACÊDO
4ª	ANACONDA/ANACONDA
5ª	RENATA/SELMI
Top 5	45,6%

	ÁREA 1 Nordeste	ÁREA 2 MG, ES, interior RJ	ÁREA 3 Grande Rio de Janeiro	ÁREA 4 Grande São Paulo
1ª	FINNA/M. DIAS BRANCO	VILMA/VILMA	BOA SORTE/J. MACÊDO	DONA BENTA/J. MACÊDO
2ª	DONA BENTA/J. MACÊDO	TRÊS COROAS/PENA BRANCA	ROSA BRANCA/PREDILETO	SOL/J. MACÊDO
3ª	ROSA BRANCA/PREDILETO	DONA BENTA/J. MACÊDO	DONA BENTA/J. MACÊDO	RENATA/SELMI
4ª	SARANDI/PREDILETO	ROSA BRANCA/PREDILETO	TRÊS COROAS/PENA BRANCA	ROSA BRANCA/PREDILETO
5ª	DONA MARIA/MOINHO CEARENSE	REGINA/BUAIZ	GRANFINO/GRANFINO	PRIMOR/BUNGE
Top 5	88,6%	64,0%	92,0%	89,9%

	ÁREA 5 Interior de São Paulo	ÁREA 6 PR, SC e RS	ÁREA 7 MS, GO e DF
1ª	DONA BENTA/J. MACÊDO	ORQUÍDEA/TONDO	SOL/J. MACÊDO
2ª	NITA/MOINHO ALIMENTOS	ANACONDA/ANACONDA	ROSA BRANCA/PREDILETO
3ª	RENATA/SELMI	VENTURELLI/MOINHOS GLOBO	VITORIOSA/MOINHO RÉGIO ALIMENTOS
4ª	ROSA BRANCA/PREDILETO	NORDESTE/NORDESTE	CRISTAL/CRISTAL ALIMENTOS
5ª	VENTURELLI/MOINHOS GLOBO	SOL/J. MACÊDO	DONA AMÉLIA/MOINHO CATARINENSE
Top 5	78,4%	62,1%	50,1%

Marcando gerações com receitas de carinho e liderança de vendas.

LÍDERES DE VENDAS • REVISTA SUPERHIPER
LÍDER 20 anos consecutivos
abras Brasil

20 Anos consecutivos
Eleita a melhor marca de farinha de trigo

Dona Benta
Receita de carinho



Líder na categoria de **mistura doméstica*** e referência em **massas e fermentos**

40 anos de tradição

Forte plano de Mídia para Apoiar suas vendas!

Digital **Campanha de TV** **MPDV**

Grande alavancador de vendas para o varejo



*Nielsen Retail Index (INA+C&C) Share Valor ND18 – Segmento bolos até 600g

J.Macêdo
O sabor de fazer bem feito

SAC: 0800 726 2020

Líderes de Vendas

Feijão

BRASIL

1ª	KICALDO/GADKIN
2ª	MÁXIMO/URBANO
3ª	CAMIL/CAMIL
4ª	COMBRASIL/COMBRASIL
5ª	BROTO LEGAL/BROTO LEGAL
Top 5	33,0%

	ÁREA 1 Nordeste	ÁREA 2 MG, ES, interior RJ	ÁREA 3 Grande Rio de Janeiro	ÁREA 4 Grande São Paulo
1ª	KICALDO/GADKIN	CODIL/CODIL ALIMENTOS	MÁXIMO/URBANO	CAMIL/CAMIL
2ª	TURQUESA/OÁSIS	PINK/ALNUTRI ALIMENTOS	COMBRASIL/COMBRASIL	KICALDO/GADKIN
3ª	NOTA 10/COMERCIAL OLIVEIRA	COMBRASIL/COMBRASIL	COPA/AGRO INDUSTRIAL QUIT. SUL	NENE/CORTESIA PRODS. ALIMS.
4ª	BIJU/JOSAPAR	GALANTE/NUTRIBEL	KICALDO/GADKIN	BROTO LEGAL/BROTO LEGAL
5ª	MANOLINHO/MANOLINHO	TARUMÃ/TARUMÃ	GRANFINO/GRANFINO	CALDONOBRE/MM COM. IMP. EXP.
Top 5	43,2%	41,8%	62,5%	74,8%

	ÁREA 5 Interior de São Paulo	ÁREA 6 PR, SC e RS	ÁREA 7 MS, GO e DF
1ª	BROTO LEGAL/BROTO LEGAL	CALDO BOM/STIVAL	KICALDO/GADKIN
2ª	CAMIL/CAMIL	NAMORADO/SLC ALIMENTOS	DELÍCIA/RURAL
3ª	NENÊ/CORTESIA	PÉ VERMELHO/JMJ	CRISTAL/ABIDINOEL RABELO
4ª	ROSALITO/CEREALISTA ROSALITO	PONTAROLLO/PONTAROLLO	DACASA/PEQUI ALIMENTOS
5ª	KICALDO/GADKIN	GRÃO BRILHANTE/GRÃO BRILHANTE	TIO JORGE/CDA ALIMENTOS
Top 5	52,3%	48,5%	40,7%

GANHAMOS O PRÊMIO ABRAS/NIELSEN LÍDERES DE VENDAS 2019 NA CATEGORIA FEIJÃO

NÓS DA KICALDO AGRADECEMOS MAIS UMA VEZ A SUA PREFERÊNCIA



Conheça também a nossa linha de grãos e as novas farinhas Kicaldo, com a qualidade número 1 que você já conhece.

Kicaldo

0800-555-1111 Kicaldo.com.br /kicaldoalimentos

Alimentos

FÓRMULA INFANTIL

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	NAN/NESTLÉ	APTAMIL/DANONE EARLY NUTRITION	NESTOGENO/NESTLÉ	MILUPA/DANONE EARLY NUTRITION	ENFAMIL/MEAD JOHNSON	100,0
ÁREA 1	NAN/NESTLÉ	NESTOGENO/NESTLÉ	APTAMIL/DANONE EARLY NUTRITION	MILUPA/DANONE EARLY NUTRITION	*Não Declarado	100,0
ÁREA 2	APTAMIL/DANONE EARLY NUTRITION	NAN/NESTLÉ	NESTOGENO/NESTLÉ	MILUPA/DANONE EARLY NUTRITION	ENFAMIL/MEAD JOHNSON	100,0
ÁREA 3	NAN/NESTLÉ	NESTOGENO/NESTLÉ	APTAMIL/DANONE EARLY NUTRITION	ENFAMIL/MEAD JOHNSON	MILUPA/DANONE EARLY NUTRITION	100,0
ÁREA 4	APTAMIL/DANONE EARLY NUTRITION	NAN/NESTLÉ	NESTOGENO/NESTLÉ	ENFAMIL/MEAD JOHNSON	MILUPA/DANONE EARLY NUTRITION	100,0
ÁREA 5	APTAMIL/DANONE EARLY NUTRITION	NAN/NESTLÉ	NESTOGENO/NESTLÉ	ENFAMIL/MEAD JOHNSON	MILUPA/DANONE EARLY NUTRITION	100,0
ÁREA 6	NAN/NESTLÉ	APTAMIL/DANONE EARLY NUTRITION	NESTOGENO/NESTLÉ	MILUPA/DANONE EARLY NUTRITION	ENFAMIL/MEAD JOHNSON	100,0
ÁREA 7	NAN/NESTLÉ	APTAMIL/DANONE EARLY NUTRITION	NESTOGENO/NESTLÉ	MILUPA/DANONE EARLY NUTRITION	ENFAMIL/MEAD JOHNSON	100,0

Classificação das marcas segue inalterada em relação à pesquisa anterior

GELEIA

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	QUEENSBERRY/HERO BRASIL	RITTER/RITTER	ST. DALFOUR/ST. DALFOUR	LINEA/LINEA SUCRALOSE	PREDILECTA/PREDILECTA	72,4
ÁREA 1	QUEENSBERRY/HERO BRASIL	LINEA/LINEA SUCRALOSE	PREDILECTA/PREDILECTA	VEGA/VEGA	ST. DALFOUR/ST. DALFOUR	82,8
ÁREA 2	QUEENSBERRY/HERO BRASIL	PREDILECTA/PREDILECTA	LINEA/LINEA SUCRALOSE	MENZ & GASSER/MENZ & GASSER	RITTER/RITTER	73,6
ÁREA 3	QUEENSBERRY/HERO BRASIL	RITTER/RITTER	ST. DALFOUR/ST. DALFOUR	PREDILECTA/PREDILECTA	LINEA/LINEA SUCRALOSE	78,6
ÁREA 4	QUEENSBERRY/HERO BRASIL	ST. DALFOUR/ST. DALFOUR	HOMEMADE/HOMEMADE	LINEA/LINEA SUCRALOSE	RITTER/RITTER	77,1
ÁREA 5	QUEENSBERRY/HERO BRASIL	ST. DALFOUR/ST. DALFOUR	HOMEMADE/HOMEMADE	LINEA/LINEA SUCRALOSE	PREDILECTA/PREDILECTA	75,2
ÁREA 6	QUEENSBERRY/HERO BRASIL	RITTER/RITTER	VEGA/VEGA	LINEA/LINEA SUCRALOSE	DANISH/SCANDIC FOOD	65,5
ÁREA 7	QUEENSBERRY/HERO BRASIL	ST. DALFOUR/ST. DALFOUR	PREDILECTA/PREDILECTA	HOMEMADE/HOMEMADE	LINEA/LINEA SUCRALOSE	84,6

Linea na quarta posição é a única mudança entre as cinco primeiras colocadas

GOMA DE MASCAR

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	TRIDENT/MONDELĒZ	MENTOS/PERFETTI VAN MELLE	FINI/SÁNCHEZ CANO	BOLETE/DORI	BUBBALOO/MONDELĒZ	94,3
ÁREA 1	TRIDENT/MONDELĒZ	MENTOS/PERFETTI VAN MELLE	FINI/SÁNCHEZ CANO	ICEKISS/CORY	BIG BIG/ARCOR	93,0
ÁREA 2	TRIDENT/MONDELĒZ	MENTOS/PERFETTI VAN MELLE	FINI/SÁNCHEZ CANO	BUBBALOO/MONDELĒZ	BOLETE/DORI	89,8
ÁREA 3	TRIDENT/MONDELĒZ	MENTOS/PERFETTI VAN MELLE	FINI/SÁNCHEZ CANO	BOLETE/DORI	BUBBALOO/MONDELĒZ	91,5
ÁREA 4	TRIDENT/MONDELĒZ	MENTOS/PERFETTI VAN MELLE	FINI/SÁNCHEZ CANO	BUBBALOO/MONDELĒZ	BOLETE/DORI	96,8
ÁREA 5	TRIDENT/MONDELĒZ	MENTOS/PERFETTI VAN MELLE	FINI/SÁNCHEZ CANO	BOLETE/DORI	BUBBALOO/MONDELĒZ	95,9
ÁREA 6	TRIDENT/MONDELĒZ	MENTOS/PERFETTI VAN MELLE	FINI/SÁNCHEZ CANO	BUBBALOO/MONDELĒZ	BOLETE/DORI	95,8
ÁREA 7	TRIDENT/MONDELĒZ	MENTOS/PERFETTI VAN MELLE	FINI/SÁNCHEZ CANO	BUBBALOO/MONDELĒZ	BOLETE/DORI	93,3

Bolete ganha uma posição e aparece em quarto lugar. Trident segue líder

LEITE COM SABOR

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	TODDYNHO/PEPSICO	NESCAU/NESTLÉ	PIRAKIDS/LAT. BELA VISTA	ITALAKINHO/GOIASMINAS	NESTON FAST/NESTLÉ	62,9
ÁREA 1	NESCAU/NESTLÉ	TODDYNHO/PEPSICO	MARATINHO/MARATÁ	DOURADINHO/ILPISA	PIRAKIDS/LAT. BELA VISTA	81,0
ÁREA 2	TODDYNHO/PEPSICO	IBITURUNA/COOP. VALE DO RIO DOCE	ITAMBÉ/ITAMBÉ	NESCAU/NESTLÉ	ITAMBYNHO/ITAMBÉ	61,0
ÁREA 3	TODDYNHO/PEPSICO	NESCAU/NESTLÉ	QUATÁ/QUATÁ ALIMENTOS	QUATAZINHO/QUATÁ ALIMENTOS	PIRAKIDS/LAT. BELA VISTA	75,0
ÁREA 4	TODDYNHO/PEPSICO	NESCAU/NESTLÉ	ITALAKINHO/GOIASMINAS	DANETTE/DANONE	PIRAKIDS/LAT. BELA VISTA	71,6
ÁREA 5	TODDYNHO/PEPSICO	NESCAU/NESTLÉ	ITALAKINHO/GOIASMINAS	DANETTE/DANONE	PIRAKIDS/LAT. BELA VISTA	69,5
ÁREA 6	TODDYNHO/PEPSICO	NESCAU/NESTLÉ	CHOCOMILK/LACTALIS	SHOWKINHO/LATICÍNIOS TIROL	TIROLZINHO/LATICÍNIOS TIROL	60,8
ÁREA 7	TODDYNHO/PEPSICO	NESCAU/NESTLÉ	PIRAKIDS/LAT. BELA VISTA	LEITBOM/LAT. BELA VISTA	ITALAKINHO/GOIASMINAS	72,1

Italakinho em quarto lugar e Neston Fast em quinto são as novidades nessa categoria

LEITE CONDENSADO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	MOÇA/NESTLÉ	ITALAC/GOIASMINAS	PIRACANJUBA/LAT. BELA VISTA	ITAMBÉ/ITAMBÉ	GLÓRIA/QUATÁ ALIMENTOS	80,4
ÁREA 1	MOÇA/NESTLÉ	ITALAC/GOIASMINAS	PIRACANJUBA/LAT. BELA VISTA	ITAMBÉ/ITAMBÉ	BETÂNIA/CBL	77,6
ÁREA 2	MOÇA/NESTLÉ	ITAMBÉ/ITAMBÉ	PIRACANJUBA/LAT. BELA VISTA	CAMPONESA/EMBARÉ	TRIÂNGULO MINEIRO/DOCE MINEIRO	73,4
ÁREA 3	MOÇA/NESTLÉ	ITALAC/GOIASMINAS	GLÓRIA/QUATÁ ALIMENTOS	PIRACANJUBA/LAT. BELA VISTA	ITAMBÉ/ITAMBÉ	94,7
ÁREA 4	MOÇA/NESTLÉ	ITALAC/GOIASMINAS	PIRACANJUBA/LAT. BELA VISTA	ITAMBÉ/ITAMBÉ	MOCOCA/MOCOCA	90,8
ÁREA 5	MOÇA/NESTLÉ	ITALAC/GOIASMINAS	PIRACANJUBA/LAT. BELA VISTA	ITAMBÉ/ITAMBÉ	MOCOCA/MOCOCA	90,5
ÁREA 6	MOÇA/NESTLÉ	PIRACANJUBA/LAT. BELA VISTA	ITALAC/GOIASMINAS	FRIMESA/FRIMESA	TIROL/LATICÍNIOS TIROL	77,8
ÁREA 7	PIRACANJUBA/LAT. BELA VISTA	MOÇA/NESTLÉ	ITAMBÉ/ITAMBÉ	ITALAC/GOIASMINAS	MOCOCA/MOCOCA	86,1

Marcas mantiveram as mesmas colocações em relação ao estudo anterior

Alimentos

LEITE EM PÓ

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	NINHO/NESTLÉ	ITAMBÉ/ITAMBÉ	MOLICO/NESTLÉ	PIRACANJUBA/LAT. BELA VISTA	GLÓRIA/QUATÁ ALIMENTOS	76,9
ÁREA 1	NINHO/NESTLÉ	ITAMBÉ/ITAMBÉ	PIRACANJUBA/LAT. BELA VISTA	CAMPONESA/EMBARÉ	IDEAL/NESTLÉ	79,9
ÁREA 2	NINHO/NESTLÉ	ITAMBÉ/ITAMBÉ	CAMPONESA/EMBARÉ	GLÓRIA/QUATÁ ALIMENTOS	MOLICO/NESTLÉ	85,1
ÁREA 3	NINHO/NESTLÉ	GLÓRIA/QUATÁ ALIMENTOS	MOLICO/NESTLÉ	AURORA/AURORA ALIMENTOS	ITAMBÉ/ITAMBÉ	86,3
ÁREA 4	NINHO/NESTLÉ	ITAMBÉ/ITAMBÉ	MOLICO/NESTLÉ	LA SERENISSIMA/LEITE SOL	MILNUTRI/DANONE	83,6
ÁREA 5	NINHO/NESTLÉ	ITAMBÉ/ITAMBÉ	MILNUTRI/DANONE	MOLICO/NESTLÉ	LA SERENISSIMA/LEITE SOL	84,2
ÁREA 6	NINHO/NESTLÉ	MOLICO/NESTLÉ	PIRACANJUBA/LAT. BELA VISTA	MILNUTRI/DANONE	ELEGÊ/LACTALIS	76,3
ÁREA 7	NINHO/NESTLÉ	ITAMBÉ/ITAMBÉ	PIRACANJUBA/LAT. BELA VISTA	MOLICO/NESTLÉ	ITALAC/GOIASMINAS	92,8

Única mudança na colocação das marcas é a entrada de Glória no quinto lugar

LEITE LONGA VIDA (DESNATADO - SEMIDESNATADO)

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	PIRACANJUBA/LAT. BELA VISTA	ITALAC/GOIASMINAS	MOLICO/NESTLÉ	TIROL/TIROL	NINHO/NESTLÉ	43,1
ÁREA 1	PIRACANJUBA/LAT. BELA VISTA	BETÂNIA/CBL	SABE/SABE ALIMENTOS	ITAMBÉ/ITAMBÉ	LEITBOM/LAT. BELA VISTA	69,7
ÁREA 2	ITAMBÉ/ITAMBÉ	CAMPONESA/EMBARÉ	ITALAC/GOIASMINAS	PIRACANJUBA/LAT. BELA VISTA	CEMIL/CEMIL	64,5
ÁREA 3	ELEGÊ/LACTALIS	MOLICO/NESTLÉ	PIRACANJUBA/LAT. BELA VISTA	NINHO/NESTLÉ	PARMALAT/LACTALIS	58,5
ÁREA 4	ITALAC/GOIASMINAS	PAULISTA/DANONE LÁCTEOS	MOLICO/NESTLÉ	PIRACANJUBA/LAT. BELA VISTA	NINHO/NESTLÉ	60,8
ÁREA 5	ITALAC/GOIASMINAS	PIRACANJUBA/LAT. BELA VISTA	JUSSARA/JUSSARA	SHEFA/SHEFA	MOLICO/NESTLÉ	60,4
ÁREA 6	TIROL/LATICÍNIOS TIROL	SANTA CLARA/SANTA CLARA	FRIMESA/FRIMESA	PIRACANJUBA/LAT. BELA VISTA	LÍDER/ARC	55,9
ÁREA 7	PIRACANJUBA/LAT. BELA VISTA	ITALAC/GOIASMINAS	LEITBOM/LAT. BELA VISTA	ITAMBÉ/ITAMBÉ	MOLICO/NESTLÉ	85,5

Marcas mantiveram as mesmas posições do estudo do ano anterior

LEITE LONGA VIDA - INTEGRAL

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	ITALAC/GOIASMINAS	TIROL/TIROL	PIRACANJUBA/LAT. BELA VISTA	JUSSARA/JUSSARA	NINHO/NESTLÉ	36,6
ÁREA 1	BETÂNIA/CBL	ELEGÊ/LACTALIS	PIRACANJUBA/LAT. BELA VISTA	JAGUARIBE/CBL	SABE/SABE ALIMENTOS	62,7
ÁREA 2	CAMPONESA/EMBARÉ	ITAMBÉ/ITAMBÉ	QUATÁ/QUATÁ ALIMENTOS	ITALAC/GOIASMINAS	PARMALAT/LACTALIS	54,1
ÁREA 3	ELEGÊ/LACTALIS	ITALAC/GOIASMINAS	QUATÁ/QUATÁ ALIMENTOS	NINHO/NESTLÉ	LECO/VIGOR	56,8
ÁREA 4	ITALAC/GOIASMINAS	PAULISTA/DANONE	PIRACANJUBA/LAT. BELA VISTA	JUSSARA/JUSSARA	NINHO/NESTLÉ	54,1
ÁREA 5	JUSSARA/JUSSARA	ITALAC/GOIASMINAS	PIRACANJUBA/LAT. BELA VISTA	SHEFA/SHEFA	LÍDER/ARC	59,4
ÁREA 6	TIROL/LATICÍNIOS TIROL	POLLY/COOP. CONFEPAR	SANTA CLARA/SANTA CLARA	LATVIDA/IND. DE ALIM. ESTRELA	LÍDER/ARC	65,3
ÁREA 7	ITALAC/GOIASMINAS	PIRACANJUBA/LAT. BELA VISTA	TIROL/LATICÍNIOS TIROL	COMPLEITE/COMPLEM	HABITUS/CEMIL	67,8

Piracanjuba e Jussara sobem uma posição e aparecem em terceiro e quarto lugar, respectivamente

MAIONESE

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	HELLMANN'S/UNILEVER	HEINZ/KRAFT HEINZ	ARISCO/UNILEVER	LIZA/CARGILL	SOYA/BUNGE	87,3
ÁREA 1	HELLMANN'S/UNILEVER	HEINZ/KRAFT HEINZ	ARISCO/UNILEVER	QUERO/KRAFT HEINZ	SOYA/BUNGE	86,7
ÁREA 2	HELLMANN'S/UNILEVER	HEINZ/KRAFT HEINZ	ARISCO/UNILEVER	LIZA/CARGILL	SOYA/BUNGE	88,7
ÁREA 3	HELLMANN'S/UNILEVER	ARISCO/UNILEVER	SOYA/BUNGE	HEINZ/KRAFT HEINZ	LIZA/CARGILL	88,1
ÁREA 4	HELLMANN'S/UNILEVER	HEINZ/KRAFT HEINZ	LIZA/CARGILL	ARISCO/UNILEVER	SOYA/BUNGE	91,5
ÁREA 5	HELLMANN'S/UNILEVER	HEINZ/KRAFT HEINZ	ARISCO/UNILEVER	LIZA/CARGILL	SOYA/BUNGE	90,3
ÁREA 6	HELLMANN'S/UNILEVER	HEINZ/KRAFT HEINZ	HEMMER/HEMMER ALIMENTOS	LIZA/CARGILL	ARISCO/UNILEVER	87,2
ÁREA 7	HELLMANN'S/UNILEVER	HEINZ/KRAFT HEINZ	HEMMER/HEMMER ALIMENTOS	SOYA/BUNGE	ARISCO/UNILEVER	88,0

Nenhuma alteração entre as cinco marcas líderes, Hellmann's mantém a dianteira

MASSA ALIMENTÍCIA

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	BARILLA/BARILLA	RENATA/SELMI	SANTA AMÁLIA/SANTA AMÁLIA	ADRIA/M. DIAS BRANCO	GALLO/SELMI	43,3
ÁREA 1	VITARELLA/M. DIAS BRANCO	FORTALEZA/M. DIAS BRANCO	ESTRELA/M. DIAS BRANCO	RICHESTER/M. DIAS BRANCO	BARILLA/BARILLA	59,9
ÁREA 2	SANTA AMÁLIA/SANTA AMÁLIA	VILMA/VILMA	BARILLA/BARILLA	GALLO/SELMI	PIRAQUÊ/M. DIAS BRANCO	75,2
ÁREA 3	ADRIA/M. DIAS BRANCO	PIRAQUÊ/M. DIAS BRANCO	ALDENTE/PIRAQUÊ	SANTA AMÁLIA/SANTA AMÁLIA	RENATA/SELMI	60,2
ÁREA 4	BARILLA/BARILLA	ADRIA/M. DIAS BRANCO	RENATA/SELMI	PETYBON/J. MACÊDO	DONA BENTA/J. MACÊDO	82,1
ÁREA 5	RENATA/SELMI	BASILAR/M. DIAS BRANCO	BARILLA/BARILLA	GALLO/SELMI	PETYBON/J. MACÊDO	68,1
ÁREA 6	ISABELA/M. DIAS BRANCO	GALLO/SELMI	BARILLA/BARILLA	RENATA/SELMI	ORQUÍDEA/TONDO	57,5
ÁREA 7	BARILLA/BARILLA	GALLO/SELMI	RENATA/SELMI	EMEGÊ/EMEGÊ	ADRIA/M. DIAS BRANCO	57,1

Sem mudanças na lista de classificação nacional das cinco primeiras do ranking

Líderes de Vendas

Leite Longa Vida Desnatado/Semidesnatado

BRASIL

1ª	PIRACANJUBA/LAT. BELA VISTA
2ª	ITALAC/GOIASMINAS
3ª	MOLICO/NESTLÉ
4ª	TIROL/TIROL
5ª	NINHO/NESTLÉ
Top 5	43,1%

	ÁREA 1 Nordeste	ÁREA 2 MG, ES, interior RJ	ÁREA 3 Grande Rio de Janeiro	ÁREA 4 Grande São Paulo
1ª	PIRACANJUBA/LAT. BELA VISTA	ITAMBÉ/ITAMBÉ	ELEGÊ/LACTALIS	ITALAC/GOIASMINAS
2ª	BETÂNIA/CBL	CAMPONESA/EMBARÉ	MOLICO/NESTLÉ	PAULISTA/DANONE LÁCTEOS
3ª	SABE/SABE ALIMENTOS	ITALAC/GOIASMINAS	PIRACANJUBA/LAT. BELA VISTA	MOLICO/NESTLÉ
4ª	ITAMBÉ/ITAMBÉ	PIRACANJUBA/LAT. BELA VISTA	NINHO/NESTLÉ	PIRACANJUBA/LAT. BELA VISTA
5ª	LEITBOM/LAT. BELA VISTA	CEMIL/CEMIL	PARMALAT/LACTALIS	NINHO/NESTLÉ
Top 5	69,7%	64,5%	58,5%	60,8%

	ÁREA 5 Interior de São Paulo	ÁREA 6 PR, SC e RS	ÁREA 7 MS, GO e DF
1ª	ITALAC/GOIASMINAS	TIROL/LATICÍNIOS TIROL	PIRACANJUBA/LAT. BELA VISTA
2ª	PIRACANJUBA/LAT. BELA VISTA	SANTA CLARA/SANTA CLARA	ITALAC/GOIASMINAS
3ª	JUSSARA/JUSSARA	FRIMESA/FRIMESA	LEITBOM/LAT. BELA VISTA
4ª	SHEFA/SHEFA	PIRACANJUBA/LAT. BELA VISTA	ITAMBÉ/ITAMBÉ
5ª	MOLICO/NESTLÉ	LÍDER/ARC	MOLICO/NESTLÉ
Top 5	60,4%	55,9%	85,5%

Quer saber quais os leites UHT mais vendidos em 2018?

Tá na mão

Piracanjuba®
desde 1955



Os leites mais vendidos do Brasil pela quarta vez consecutiva.

LÍDERES DE VENDAS ★ SUPERHIPER
2019
abras Brasil

O MINISTÉRIO DA SAÚDE INFORMA: O ALEITAMENTO MATERNO EVITA INFECÇÕES E ALERGIAS E É RECOMENDADO ATÉ OS 2 (DOIS) ANOS DE IDADE OU MAIS.

Líderes de Vendas

Massa Alimentícia

BRASIL

1ª	BARILLA/BARILLA
2ª	RENATA/SELMI
3ª	SANTA AMÁLIA/SANTA AMÁLIA
4ª	ADRIA/M. DIAS BRANCO
5ª	GALLO/SELMI
Top 5	43,3%

	ÁREA 1 Nordeste	ÁREA 2 MG, ES, interior RJ	ÁREA 3 Grande Rio de Janeiro	ÁREA 4 Grande São Paulo
1ª	VITARELLA/M. DIAS BRANCO	SANTA AMÁLIA/SANTA AMÁLIA	ADRIA/M. DIAS BRANCO	BARILLA/BARILLA
2ª	FORTALEZA/M. DIAS BRANCO	VILMA/VILMA	PIRAQUÊ/PIRAQUÊ	ADRIA/M. DIAS BRANCO
3ª	ESTRELA/M. DIAS BRANCO	BARILLA/BARILLA	ALDENTE/PIRAQUÊ	RENATA/SELMI
4ª	RICHESTER/M. DIAS BRANCO	GALLO/SELMI	SANTA AMÁLIA/SANTA AMÁLIA	PETYBON/J. MACÊDO
5ª	BARILLA/BARILLA	PIRAQUÊ/PIRAQUÊ	RENATA/SELMI	DONA BENTA/J. MACÊDO
Top 5	59,9%	75,2%	60,2%	82,1%

	ÁREA 5 Interior de São Paulo	ÁREA 6 PR, SC e RS	ÁREA 7 MS, GO e DF
1ª	RENATA/SELMI	ISABELA/M. DIAS BRANCO	BARILLA/BARILLA
2ª	BASILAR/M. DIAS BRANCO	GALLO/SELMI	GALLO/SELMI
3ª	BARILLA/BARILLA	BARILLA/BARILLA	RENATA/SELMI
4ª	GALLO/SELMI	RENATA/SELMI	EMEGÊ/EMEGÊ
5ª	PETYBON/J. MACÊDO	ORQUÍDEA/TONDO	ADRIA/M. DIAS BRANCO
Top 5	68,1%	57,5%	57,1%



Fundada em Parma, na Itália, e com mais de **140 anos de tradição,** a Barilla é o maior fabricante de massas do mundo.

No Brasil, a Barilla oferece a **linha importada de massa grano duro e molhos**, além da linha de massas com ovos produzida aqui no Brasil.

Escolha

Barilla

MASTERS OF PASTA

LÍDERES DE VENDAS ★ SUPERHIPER 2019 abras Brasil

/BarillaBR www.barilla.com.br /BarillaBR

Alimentos

MASSA INSTANTÂNEA

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	NISSIN/NISSIN FOODS	CUP NOODLES/NISSIN FOODS	T. DA MÔNICA/NISSIN FOODS	RENATA/SELMI	MAGGI/NESTLÉ	86,8
ÁREA 1	NISSIN/NISSIN FOODS	VITARELLA/M. DIAS BRANCO	CUP NOODLES/NISSIN FOODS	SANDELLA/GSA	T. DA MÔNICA/NISSIN FOODS	85,2
ÁREA 2	NISSIN/NISSIN FOODS	T. DA MÔNICA/NISSIN FOODS	CUP NOODLES/NISSIN FOODS	SANTA AMÁLIA/SANTA AMÁLIA	MAGGI/NESTLÉ	91,3
ÁREA 3	NISSIN/NISSIN FOODS	T. DA MÔNICA/NISSIN FOODS	CUP NOODLES/NISSIN FOODS	MAGGI/NESTLÉ	SANTA AMÁLIA/SANTA AMÁLIA	91,8
ÁREA 4	NISSIN/NISSIN FOODS	CUP NOODLES/NISSIN FOODS	T. DA MÔNICA/NISSIN FOODS	PANCO/LUA NOVA	RENATA/SELMI	94,8
ÁREA 5	NISSIN/NISSIN FOODS	T. DA MÔNICA/NISSIN FOODS	CUP NOODLES/NISSIN FOODS	RENATA/SELMI	MAGGI/NESTLÉ	92,7
ÁREA 6	NISSIN/NISSIN FOODS	CUP NOODLES/NISSIN FOODS	T. DA MÔNICA/NISSIN FOODS	ISABELA/M. DIAS BRANCO	RENATA/SELMI	90,0
ÁREA 7	NISSIN/NISSIN FOODS	CUP NOODLES/NISSIN FOODS	T. DA MÔNICA/NISSIN FOODS	SANDELLA/GSA	MARUCHAN/MITSUI	89,7

Cup Noodles assume a segunda colocação, Renata passou para o quarto lugar e Maggi entra na lista na quinta posição. Nissin mantém a ponta

MISTURA PARA BOLOS/DOCES E SALGADOS

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	FLEISCHMANN/AB BRASIL	DONA BENTA/J. MACÊDO	DR. OETKER/DR. OETKER	VILMA/VILMA	APTI/APTI	64,0
ÁREA 1	DONA BENTA/J. MACÊDO	FLEISCHMANN/AB BRASIL	FINNA/M. DIAS BRANCO	APTI/APTI	DR. OETKER/DR. OETKER	65,6
ÁREA 2	VILMA/VILMA	FLEISCHMANN/AB BRASIL	SANTA AMÁLIA/SANTA AMÁLIA	REGINA/BUAIZ	DONA BENTA/J. MACÊDO	89,1
ÁREA 3	DONA BENTA/J. MACÊDO	FLEISCHMANN/AB BRASIL	BOA SORTE/J. MACÊDO	REGINA/BUAIZ	DR. OETKER/DR. OETKER	74,8
ÁREA 4	DONA BENTA/J. MACÊDO	FLEISCHMANN/AB BRASIL	DR. OETKER/DR. OETKER	RENATA/SELMI	SOL/J. MACÊDO	83,4
ÁREA 5	DONA BENTA/J. MACÊDO	FLEISCHMANN/AB BRASIL	DR. OETKER/DR. OETKER	RENATA/SELMI	NITA COOK/MOINHO PAULISTA	84,1
ÁREA 6	FLEISCHMANN/AB BRASIL	APTI/APTI	ORQUÍDEA/TONDO	DR. OETKER/DR. OETKER	DONA BENTA/J. MACÊDO	78,0
ÁREA 7	FLEISCHMANN/AB BRASIL	DR. OETKER/DR. OETKER	RENATA/SELMI	APTI/APTI	DONA BENTA/J. MACÊDO	66,1

Dr. Oetker ganha uma posição e aparece em terceiro lugar no ranking e Apti surge entre as líderes na quinta colocação

MISTURAS PARA GELATINAS/SOBREMESAS

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	DR. OETKER/DR. OETKER	ROYAL/MONDELĒZ	SOL/J. MACÊDO	BRETZKE/BRETZKE	APTI/APTI	88,7
ÁREA 1	DR. OETKER/DR. OETKER	ROYAL/MONDELĒZ	LINEA/LINEA SUCRALOSE	SOL/J. MACÊDO	FLEISCHMANN/AB BRASIL	93,0
ÁREA 2	DR. OETKER/DR. OETKER	ROYAL/MONDELĒZ	SANTA AMÁLIA/SANTA AMÁLIA	LOWÇUCAR/LIGHTSWEET	BRETZKE/BRETZKE	86,0
ÁREA 3	ROYAL/MONDELĒZ	DR. OETKER/DR. OETKER	SOL/J. MACÊDO	BRETZKE/BRETZKE	LINEA/LINEA SUCRALOSE	94,3
ÁREA 4	DR. OETKER/DR. OETKER	ROYAL/MONDELĒZ	SOL/J. MACÊDO	FLEISCHMANN/AB BRASIL	APTI/APTI	93,5
ÁREA 5	DR. OETKER/DR. OETKER	ROYAL/MONDELĒZ	SOL/J. MACÊDO	LOWÇUCAR/LIGHTSWEET	APTI/APTI	92,0
ÁREA 6	DR. OETKER/DR. OETKER	ROYAL/MONDELĒZ	BRETZKE/BRETZKE	APTI/APTI	LOWÇUCAR/LIGHTSWEET	89,8
ÁREA 7	DR. OETKER/DR. OETKER	ROYAL/MONDELĒZ	APTI/APTI	FLEISCHMANN/AB BRASIL	SOL/J. MACÊDO	95,0

Bretzke entra para a lista das cinco líderes na quarta posição; Dr. Oetker segue em primeiro

MOLHO PARA SALADA

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	LIZA/CARGILL	MASTERFOODS/MARS	HELLMANN'S/UNILEVER	HEINZ/KRAFT HEINZ	CASTELO/CASTELO ALIMENTOS	82,8
ÁREA 1	MASTERFOODS/MARS	LIZA/CARGILL	HELLMANN'S/UNILEVER	HEINZ/KRAFT HEINZ	KENKO/SAKURA	93,2
ÁREA 2	LIZA/CARGILL	MASTERFOODS/MARS	HELLMANN'S/UNILEVER	HEINZ/KRAFT HEINZ	KENKO/SAKURA	79,0
ÁREA 3	LIZA/CARGILL	MASTERFOODS/MARS	GRANFINO/FOOD BRANDS	HEINZ/KRAFT HEINZ	CHINEZINHO/VITALIS	80,0
ÁREA 4	LIZA/CARGILL	MASTERFOODS/MARS	HEINZ/KRAFT HEINZ	HELLMANN'S/UNILEVER	KI SABOR/CERTA COML. DE ALIM.	90,5
ÁREA 5	LIZA/CARGILL	MASTERFOODS/MARS	HEINZ/KRAFT HEINZ	CASTELO/CASTELO ALIMENTOS	HELLMANN'S/UNILEVER	87,4
ÁREA 6	LIZA/CARGILL	MASTERFOODS/MARS	HELLMANN'S/UNILEVER	HEINZ/KRAFT HEINZ	KENKO/SAKURA	93,0
ÁREA 7	LIZA/CARGILL	HELLMANN'S/UNILEVER	MASTERFOODS/MARS	HEINZ/KRAFT HEINZ	CASTELO/CASTELO ALIMENTOS	91,4

Posições das cinco primeiras colocadas seguem as mesmas do estudo anterior

MOLHO REFOGADO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	POMAROLA/CARGILL	QUERO/KRAFT HEINZ	SALSARETTI/BUNGE	HEINZ/KRAFT HEINZ	FUGINI/FUGINI ALIMENTOS	56,8
ÁREA 1	MARATÁ/MARATÁ	QUERO/KRAFT HEINZ	POMAROLA/CARGILL	HEINZ/KRAFT HEINZ	TARANTELLA/CARGILL	54,1
ÁREA 2	POMAROLA/CARGILL	PREDILECTA/PREDILECTA	SALSARETTI/BUNGE	HEINZ/KRAFT HEINZ	PRAMESA/ANTARES BRASIL	59,3
ÁREA 3	PRAMESA/ANTARES BRASIL	POMAROLA/CARGILL	PREDILECTA/PREDILECTA	HEINZ/KRAFT HEINZ	SALSARETTI/BUNGE	75,4
ÁREA 4	POMAROLA/CARGILL	SALSARETTI/BUNGE	QUERO/KRAFT HEINZ	HEINZ/KRAFT HEINZ	FUGINI/FUGINI ALIMENTOS	71,9
ÁREA 5	FUGINI/FUGINI ALIMENTOS	SALSARETTI/BUNGE	QUERO/KRAFT HEINZ	POMAROLA/CARGILL	HEINZ/KRAFT HEINZ	67,8
ÁREA 6	POMAROLA/CARGILL	FUGINI/FUGINI ALIMENTOS	QUERO/KRAFT HEINZ	HEINZ/KRAFT HEINZ	PREDILECTA/PREDILECTA	59,0
ÁREA 7	POMAROLA/CARGILL	QUERO/KRAFT HEINZ	HEINZ/KRAFT HEINZ	SALSARETTI/BUNGE	FUGINI/FUGINI ALIMENTOS	60,6

Quero salta da quinta para a segunda colocação e Heinz estreia na lista em quarto lugar. Pomarola continua na liderança

ÓLEO COMPOSTO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	MARIA/CARGILL	OLIVIA/CARGILL	QUINTA DA SERRA/ANTARES BRASIL	ST ISABEL/NACOM GOYA	MALAGUENZA/OLIVENZA	64,0
ÁREA 1	MALAGUENZA/OLIVENZA	MARIA/CARGILL	OLIVIA/CARGILL	DON LEON/NACOM GOYA	SINHÁ/CARAMURU	72,6
ÁREA 2	OLIVIA/CARGILL	MARIA/CARGILL	ST ISABEL/NACOM GOYA	FAISÃO/OLI	DOM GAMEIRO/LA FAMIGLIA	68,5
ÁREA 3	QUINTA DA SERRA/ANTARES BRASIL	ST ISABEL/NACOM GOYA	QUINTA DO CAIS/BRAZ ÓLEO IND. COM.	MARIA/CARGILL	OLIVIA/CARGILL	65,6
ÁREA 4	MARIA/CARGILL	OLIVIA/CARGILL	OLINDA/EMBAVI	CARMELITA/VIGOR ALIMENTOS	FIGUEIRA DA FOZ/PALADAR	82,2
ÁREA 5	MARIA/CARGILL	OLIVIA/CARGILL	TRADIÇÃO/BRASFOODS COM. E DIST. DE PROD.	CARMELITA/REFINO DE ÓLEOS BRASIL	OLIVENZA/OLIVENZA	86,4
ÁREA 6	MARIA/CARGILL	OLIVIA/CARGILL	SINHÁ/CARAMURU	MALAGUENZA/OLIVENZA	OLIVENZA/OLIVENZA DISTRIB.IMP.DE ALIM.	78,3
ÁREA 7	MARIA/CARGILL	RIOLIVA/CLAP IND. DE ALIM.	OLIVIA/CARGILL	MALAGUENZA/OLIVENZA	OLIVENZA/OLIVENZA	72,5

Três novas marcas estreiam no ranking: Quinta da Serra surge na terceira posição, St. Isabel em quarto lugar e Malaguenza em quinto

ÓLEO DE SOJA + OUTROS (ALGODÃO/CANOLA/MISTO/GIRASSOL/MILHO/ARROZ)

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	LIZA/CARGILL	SOYA/BUNGE	LEVE/IMCOPA	CONCÓRDIA/ADM	COCAMAR/COCAMAR	75,1
ÁREA 1	SOYA/BUNGE	LIZA/CARGILL	CONCÓRDIA/ADM	SINHÁ/CARAMURU	PRIMOR/BUNGE	84,2
ÁREA 2	LIZA/CARGILL	SOYA/BUNGE	VELEIRO/CARGILL	LEVE/IMCOPA	CORCOVADO/ADM	64,2
ÁREA 3	SOYA/BUNGE	LEVE/IMCOPA	LIZA/CARGILL	PURILEV/CARGILL	CORCOVADO/ADM	87,2
ÁREA 4	LIZA/CARGILL	SOYA/BUNGE	LEVE/IMCOPA	CONCÓRDIA/ADM	SALADA/BUNGE	89,2
ÁREA 5	LIZA/CARGILL	SOYA/BUNGE	LEVE/IMCOPA	CONCÓRDIA/ADM	COCAMAR/COCAMAR	84,1
ÁREA 6	LEVE/IMCOPA	LIZA/CARGILL	COCAMAR/COCAMAR	SOYA/BUNGE	CONCÓRDIA/ADM	71,7
ÁREA 7	LIZA/CARGILL	SOYA/BUNGE	CONCÓRDIA/ADM	SALADA/BUNGE	VELEIRO/CARGILL	80,0

Soya conquista a liderança da categoria e Cocamar entra na lista na quinta colocação

PÃO INDUSTRIALIZADO OUTROS TIPOS (BISNAGA, LANCHE E OUTROS)

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	WICKBOLD/WICKBOLD	PULLMAN/BIMBO	PANCO/PANCO	SEVEN BOYS/WICKBOLD	PLUS VITA/BIMBO	67,7
ÁREA 1	PLUS VITA/BIMBO	LIMIAR/LIMIAR	PANE VITA/PANE VITA	NUTRELLA/BIMBO	ROMANA/BRAGA POMPEU	72,4
ÁREA 2	SEVEN BOYS/WICKBOLD	WICKBOLD/WICKBOLD	BALDINI/DANÚBIO	PLUS VITA/BIMBO	MILANI/LÍDER PÃES E BOLOS	53,0
ÁREA 3	PLUS VITA/BIMBO	WICKBOLD/WICKBOLD	PANCO/PANCO	SEVEN BOYS/WICKBOLD	NUTRELLA/BIMBO	81,2
ÁREA 4	WICKBOLD/WICKBOLD	PULLMAN/BIMBO	PANCO/PANCO	SEVEN BOYS/WICKBOLD	KIM/KIM	86,9
ÁREA 5	PULLMAN/BIMBO	WICKBOLD/WICKBOLD	PANCO/PANCO	SEVEN BOYS/WICKBOLD	NUTRELLA/BIMBO	87,3
ÁREA 6	WICKBOLD/WICKBOLD	SEVEN BOYS/WICKBOLD	PULLMAN/BIMBO	NUTRELLA/BIMBO	THABRULAI/PAD. CONF. HOSTIN	65,2
ÁREA 7	PULLMAN/BIMBO	WICKBOLD/WICKBOLD	SEVEN BOYS/WICKBOLD	NUTRELLA/BIMBO	TRIGOSTOSO/AEB IND. DE ALIMENTOS	81,9

Wickbold pula do terceiro para o primeiro lugar e Seven Boys passa da quinta para a quarta posição

PÃO INDUSTRIALIZADO TIPO FORMA - INGREDIENTES ESPECIAIS

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	WICKBOLD/WICKBOLD	PULLMAN/BIMBO	NUTRELLA/BIMBO	PLUS VITA/BIMBO	VISCONTI/PANDURATA	75,4
ÁREA 1	PLUS VITA/BIMBO	LIMIAR/LIMIAR	PANEVITA/PANE VITA	ROMANA/BRAGA POMPEU	NUTRELLA/BIMBO	83,4
ÁREA 2	WICKBOLD/WICKBOLD	NUTRELLA/BIMBO	VALE DO SOL/PANIFICAÇÃO TOCANTINS	BOA VIDA/PANIFICAÇÃO TOCANTINS	BALDINI/DANÚBIO	66,4
ÁREA 3	WICKBOLD/WICKBOLD	PLUS VITA/BIMBO	NUTRELLA/BIMBO	PANCO/PANCO	VISCONTI/PANDURATA	93,4
ÁREA 4	WICKBOLD/WICKBOLD	PULLMAN/BIMBO	NUTRELLA/BIMBO	PANCO/PANCO	VISCONTI/PANDURATA	93,0
ÁREA 5	WICKBOLD/WICKBOLD	PULLMAN/BIMBO	NUTRELLA/BIMBO	VISCONTI/PANDURATA	PANCO/PANCO	94,4
ÁREA 6	WICKBOLD/WICKBOLD	NUTRELLA/BIMBO	PULLMAN/BIMBO	SEVEN BOYS/WICKBOLD	THABRULAI/PAD. CONF. HOSTIN	77,6
ÁREA 7	WICKBOLD/WICKBOLD	PULLMAN/BIMBO	NUTRELLA/BIMBO	SEVEN BOYS/WICKBOLD	DI NAPOLI/DI NAPOLI	87,4

Pullman salta da quarta posição para o segundo posto; Plus Vita ganha a quarta colocação e Visconti entra na lista em quinto lugar

PÃO INDUSTRIALIZADO TIPO FORMA - TRADICIONAL (BRANCO)

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	PULLMAN/BIMBO	WICKBOLD/WICKBOLD	SEVEN BOYS/WICKBOLD	PANCO/PANCO	PLUS VITA/BIMBO	70,3
ÁREA 1	PLUS VITA/BIMBO	LIMIAR/LIMIAR	NUTRELLA/BIMBO	PANE VITA/PANE VITA	BELLA VITA/TUDO NOVO	72,5
ÁREA 2	SEVEN BOYS/WICKBOLD	BALDINI/DANÚBIO	WICKBOLD/WICKBOLD	PLUS VITA/BIMBO	LÍDER/LÍDER PÃES E BOLOS	58,1
ÁREA 3	PLUS VITA/BIMBO	PANCO/PANCO	SEVEN BOYS/WICKBOLD	WICKBOLD/WICKBOLD	ENERGIA/WICKBOLD	81,1
ÁREA 4	PULLMAN/BIMBO	PANCO/PANCO	WICKBOLD/WICKBOLD	SEVEN BOYS/WICKBOLD	KIM/KIM	91,7
ÁREA 5	PULLMAN/BIMBO	WICKBOLD/WICKBOLD	PANCO/PANCO	SEVEN BOYS/WICKBOLD	KIM/KIM	90,5
ÁREA 6	SEVEN BOYS/WICKBOLD	PULLMAN/BIMBO	WICKBOLD/WICKBOLD	FARIAS/FARIAS IND. E COM.	CHARLOTTE/CHARLOTTE	66,5
ÁREA 7	PULLMAN/BIMBO	SEVEN BOYS/WICKBOLD	WICKBOLD/WICKBOLD	NUTRELLA/BIMBO	SABORZITOS/FERREIRA E TABOSA	82,2

Wickbold assume a vice-liderança na categoria e Seven Boys chega à terceira posição. Pullman continua líder

Líderes de Vendas

Peixe Enlatado

BRASIL

1ª	GOMES DA COSTA/GDC
2ª	COQUEIRO/CAMIL
3ª	88/GDC
4ª	PESCADOR/CAMIL
5ª	PALMEIRA/COSTA MARINE
Top 5	93,9%

	ÁREA 1 Nordeste	ÁREA 2 MG, ES, interior RJ	ÁREA 3 Grande Rio de Janeiro	ÁREA 4 Grande São Paulo
1ª	COQUEIRO/CAMIL	GOMES DA COSTA/GDC	GOMES DA COSTA/GDC	GOMES DA COSTA/GDC
2ª	GOMES DA COSTA/GDC	COQUEIRO/CAMIL	COQUEIRO/CAMIL	COQUEIRO/CAMIL
3ª	PESCADOR/CAMIL	PALMEIRA/COSTA MARINE	PESCADOR/CAMIL	88/GDC
4ª	88/GDC	88/GDC	88/GDC	ROBINSON CRUSOE/ROBINSON CRUSOE
5ª	PALMEIRA/COSTA MARINE	NAVE/RUBI	PALMEIRA/COSTA MARINE	PESCADOR/CAMIL
Top 5	93,7%	94,1%	97,5%	97,1%

	ÁREA 5 Interior de São Paulo	ÁREA 6 PR, SC e RS	ÁREA 7 MS, GO e DF
1ª	GOMES DA COSTA/GDC	GOMES DA COSTA/GDC	GOMES DA COSTA/GDC
2ª	COQUEIRO/CAMIL	COQUEIRO/CAMIL	COQUEIRO/CAMIL
3ª	ROBINSON CRUSOE/ROBINSON CRUSOE	88/GDC	88/GDC
4ª	88/GDC	PESCADOR/CAMIL	PALMEIRA/COSTA MARINE
5ª	PESCADOR/CAMIL	ROBINSON CRUSOE/ROBINSON CRUSOE	PESCADOR/CAMIL
Top 5	97,6%	95,8%	96,8%

Gomes da Costa

LÍDERES DE VENDAS ★ SUPERHIPER
2019
abras Brasil

Não deixe faltar a marca líder de vendas na categoria de pescados.



T.BRASIL INA

Ranking	Marca
✓ 1º	GOMES DA COSTA
✓ 2º	Concorrência 1
✓ 3º	88
✓ 4º	Concorrência 2
✓ 5º	Concorrência 3
✓ Top 5	92,9%

SARDINHA



ÁRVORE DE DECISÃO



Sardinha e Atum é Gomes da Costa!

Alimentos

Líderes de Vendas

Tempero Industrializado

BRASIL

1ª	SAZON/AJINOMOTO
2ª	MAGGI/NESTLÉ
3ª	SABOR AMI/AJINOMOTO
4ª	KITANO/GENERAL MILLS
5ª	KNORR/UNILEVER
Top 5	67,3%

ÁREA 1

Nordeste

1ª	SAZON/AJINOMOTO
2ª	MAGGI/NESTLÉ
3ª	KITANO/GENERAL MILLS
4ª	ARISCO/UNILEVER
5ª	SABOR AMI/AJINOMOTO
Top 5	58,9%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

1ª	SAZON/AJINOMOTO
2ª	MAGGI/NESTLÉ
3ª	PIRATA/PIRATA
4ª	KITANO/GENERAL MILLS
5ª	SABOR AMI/AJINOMOTO
Top 5	69,8%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

1ª	SAZON/AJINOMOTO
2ª	MAGGI/NESTLÉ
3ª	CHINEZINHO/VITALIS
4ª	SABOR AMI/AJINOMOTO
5ª	KITANO/GENERAL MILLS
Top 5	67,5%

ÁREA 4

Grande São Paulo

1ª	SAZON/AJINOMOTO
2ª	MAGGI/NESTLÉ
3ª	SABOR AMI/AJINOMOTO
4ª	KITANO/GENERAL MILLS
5ª	KNORR/UNILEVER
Top 5	73,4%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

1ª	SAZON/AJINOMOTO
2ª	SABOR AMI/AJINOMOTO
3ª	MAGGI/NESTLÉ
4ª	KITANO/GENERAL MILLS
5ª	KNORR/UNILEVER
Top 5	71,5%

ÁREA 6

PR, SC e RS

1ª	SAZON/AJINOMOTO
2ª	SABOR AMI/AJINOMOTO
3ª	MAGGI/NESTLÉ
4ª	ARISCO/UNILEVER
5ª	KITANO/GENERAL MILLS
Top 5	65,6%

ÁREA 7

MS, GO e DF

1ª	SAZON/AJINOMOTO
2ª	SABOR AMI/AJINOMOTO
3ª	KITANO/GENERAL MILLS
4ª	MAGGI/NESTLÉ
5ª	ARISCO/UNILEVER
Top 5	65,2%

Alimente-se Bem, Viva Bem.

AJINOMOTO

Quando tem Sazón® tem amor.

Líder absoluto da categoria de Temperos



Tempero Sazón® tem 68%
do Market Share Valor

Fonte: Nielsen Retail Index, Categoria Tempero Industrializados
Segmento Mix + Menu, MOV JAN 2019, Total BR, todos canais

LÍDERES DE VENDAS ★ SUPERHIPER
2019
abras Brasil

Presente em 56%
dos lares brasileiros*

*Kantar Worldpanel – Móvel Jan'19 vs Móvel Jan'18 – T. Brasil.

facebook.com/sazonbrasil

www.sazon.com.br

Alimentos

PEIXE ENLATADO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	GOMES DA COSTA/GDC	COQUEIRO/CAMIL	88/GDC	PESCADOR/CAMIL	PALMEIRA/COSTA MARINE	93,9
ÁREA 1	COQUEIRO/CAMIL	GOMES DA COSTA/GDC	PESCADOR/CAMIL	88/GDC	PALMEIRA/COSTA MARINE	93,7
ÁREA 2	GOMES DA COSTA/GDC	COQUEIRO/CAMIL	PALMEIRA/COSTA MARINE	88/GDC	NAVE/RUBI	94,1
ÁREA 3	GOMES DA COSTA/GDC	COQUEIRO/CAMIL	PESCADOR/CAMIL	88/GDC	PALMEIRA/COSTA MARINE	97,5
ÁREA 4	GOMES DA COSTA/GDC	COQUEIRO/CAMIL	88/GDC	ROBINSON CRUSOE/ROBINSON CRUSOE	PESCADOR/CAMIL	97,1
ÁREA 5	GOMES DA COSTA/GDC	COQUEIRO/CAMIL	ROBINSON CRUSOE/ROBINSON CRUSOE	88/GDC	PESCADOR/CAMIL	97,6
ÁREA 6	GOMES DA COSTA/GDC	COQUEIRO/CAMIL	88/GDC	PESCADOR/CAMIL	ROBINSON CRUSOE/ROBINSON CRUSOE	95,8
ÁREA 7	GOMES DA COSTA/GDC	COQUEIRO/CAMIL	88/GDC	PALMEIRA/COSTA MARINE	PESCADOR/CAMIL	96,8

Gomes da Costa segue na liderança e Palmeira entra no ranking nacional em quinto lugar

PRATO SEMIPRONTO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	PASTABOX/SODEBO	MACARONI & CHEESE/KRAFT HEINZ	TROPEIRA/TROPEIRA ALIMENTOS	PASTAROTI/ANTAAR & SPA	CECCO/F.LLI DE CECCO	94,7
ÁREA 1	MACARONI & CHEESE/KRAFT HEINZ	PASTABOX/SODEBO	CECCO/F.LLI DE CECCO	PASTAROTI/ANTAAR & SPA	DR. OETKER/DR OETKER	99,7
ÁREA 2	TROPEIRA/TROPEIRA ALIMENTOS	PASTABOX/SODEBO	JOSELITO/BELOMASSA PROD. ALIM.	MACARONI & CHEESE/KRAFT HEINZ	DR. OETKER/DR OETKER	99,9
ÁREA 3	PASTABOX/SODEBO	MACARONI & CHEESE/KRAFT HEINZ	PASTAROTI/ANTAAR & SPA	CECCO/F.LLI DE CECCO	DR. OETKER/DR OETKER	100,0
ÁREA 4	PASTABOX/SODEBO	MACARONI & CHEESE/KRAFT HEINZ	PASTAROTI/ANTAAR & SPA	PAOLA DI VERONA/PAOLA DI VERONA	CALDO BOM/STIVAL	96,3
ÁREA 5	PASTABOX/SODEBO	MACARONI & CHEESE/KRAFT HEINZ	PASTAROTI/ANTAAR & SPA	CALDO BOM/STIVAL	CECCO/F.LLI DE CECCO	97,4
ÁREA 6	PASTABOX/SODEBO	MACARONI & CHEESE/KRAFT HEINZ	DA BOA/MDB IND. ALIMENTÍCIA	FIRMA ITALIA/FIRMA ITALIA S.P.A	CALDO BOM/STIVAL	98,7
ÁREA 7	PASTABOX/SODEBO	PASTAROTI/ANTAAR & SPA	CECCO/F.LLI DE CECCO	MACARONI & CHEESE/KRAFT HEINZ	DR. OETKER/DR OETKER	100,0

Pastabox, que era vice-líder, conquista o primeiro lugar

PURÊ/POLPA DE TOMATE

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	POMODORO/CARGILL	OLÉ/CONSERVAS OLÉ	PAGANINI/PAGANINI	POMAROLA/CARGILL	RAIOLA/IRMÃOS RAIOLA	46,1
ÁREA 1	PAGANINI/PAGANINI	POMODORO/CARGILL	QUERO/KRAFT HEINZ	POMAROLA/CARGILL	TARANTELLA/CARGILL	55,2
ÁREA 2	MASTROIANI/LA VIOLETERA	POMAROLA/CARGILL	OLÉ/CONSERVAS OLÉ	POMODORO/CARGILL	MUTTI/MUTTI	59,6
ÁREA 3	POMODORO/CARGILL	GRANORO/GRANORO	OLÉ/CONSERVAS OLÉ	PAGANINI/PAGANINI	RAIOLA/IRMÃOS RAIOLA	67,9
ÁREA 4	POMODORO/CARGILL	LA PASTINA/LA PASTINA	RAIOLA/IRMÃOS RAIOLA	POMAROLA/CARGILL	OLÉ/CONSERVAS OLÉ	60,9
ÁREA 5	POMODORO/CARGILL	OLÉ/CONSERVAS OLÉ	LA PASTINA/LA PASTINA	POMAROLA/CARGILL	RAIOLA/IRMÃOS RAIOLA	57,4
ÁREA 6	PAGANINI/PAGANINI	MASTROIANI/LA VIOLETERA	CIRIO/CIRIO	FIAMMA VESUVIANA/TURI E PARTNERS	MUTTI/MUTTI	50,9
ÁREA 7	LA PASTINA/LA PASTINA	VERO POMODORO/VERO POMODORO	PAGANINI/PAGANINI	POMAROLA/CARGILL	RAIOLA/IRMÃOS RAIOLA	42,7

Única alteração na classificação foi a entrada da Raiola na quinta posição, Pomodoro mantém a liderança

SALGADINHO APERITIVO/BATATA

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	YOKI/GENERAL MILLS	DORITOS/PEPSICO	CHEETOS/PEPSICO	RUFFLES/PEPSICO	FANDANGOS/PEPSICO	42,1
ÁREA 1	CHEETOS/PEPSICO	RUFFLES/PEPSICO	DORITOS/PEPSICO	YOKI/GENERAL MILLS	DORI/DORI	40,9
ÁREA 2	DORITOS/PEPSICO	CHEETOS/PEPSICO	YOKI/GENERAL MILLS	RUFFLES/PEPSICO	FANDANGOS/PEPSICO	34,1
ÁREA 3	YOKI/GENERAL MILLS	CHEETOS/PEPSICO	ELMA CHIPS/PEPSICO	RUFFLES/PEPSICO	DORITOS/PEPSICO	37,2
ÁREA 4	YOKI/GENERAL MILLS	DORITOS/PEPSICO	CHEETOS/PEPSICO	LAYS/PEPSICO	RUFFLES/PEPSICO	52,9
ÁREA 5	YOKI/GENERAL MILLS	DORITOS/PEPSICO	CHEETOS/PEPSICO	RUFFLES/PEPSICO	LAYS/PEPSICO	47,9
ÁREA 6	DORITOS/PEPSICO	CHEETOS/PEPSICO	YOKI/GENERAL MILLS	FANDANGOS/PEPSICO	RUFFLES/PEPSICO	42,4
ÁREA 7	DORITOS/PEPSICO	YOKI/GENERAL MILLS	CHEETOS/PEPSICO	PRINGLES/KELLOGG'S	RUFFLES/PEPSICO	43,8

Fandango é a novidade nessa categoria, na quinta posição, demais marcas mantêm classificação

SOPA

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	MAGGI/NESTLÉ	VONO/AJINOMOTO	KNORR/UNILEVER	KITANO/GENERAL MILLS	ARISCO/UNILEVER	93,3
ÁREA 1	MAGGI/NESTLÉ	VONO/AJINOMOTO	KITANO/GENERAL MILLS	KNORR/UNILEVER	ARISCO/UNILEVER	94,5
ÁREA 2	MAGGI/NESTLÉ	VONO/AJINOMOTO	KNORR/UNILEVER	KITANO/GENERAL MILLS	ARISCO/UNILEVER	95,5
ÁREA 3	MAGGI/NESTLÉ	KNORR/UNILEVER	VONO/AJINOMOTO	KITANO/GENERAL MILLS	ARISCO/UNILEVER	95,7
ÁREA 4	MAGGI/NESTLÉ	VONO/AJINOMOTO	KNORR/UNILEVER	KITANO/GENERAL MILLS	CAMPBELL'S/AURORA	92,0
ÁREA 5	MAGGI/NESTLÉ	VONO/AJINOMOTO	KNORR/UNILEVER	KITANO/GENERAL MILLS	ARISCO/UNILEVER	89,8
ÁREA 6	MAGGI/NESTLÉ	VONO/AJINOMOTO	KNORR/UNILEVER	KITANO/GENERAL MILLS	ARISCO/UNILEVER	95,7
ÁREA 7	MAGGI/NESTLÉ	VONO/AJINOMOTO	KNORR/UNILEVER	KITANO/GENERAL MILLS	ARISCO/UNILEVER	94,9

As cinco marcas mantiveram suas posições na classificação

SUPLEMENTO NUTRICIONAL

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	SUSTAGEN/RECKITT BENCKISER	NUTREN/NESTLÉ	SUSTAIN/DANONE EARLY NUTRITION	SUSTARE/OLVEBRA	NINHO/NESTLÉ	96,5
ÁREA 1	SUSTAGEN/RECKITT BENCKISER	NUTREN/NESTLÉ	SUSTAIN/DANONE EARLY NUTRITION	SUSTARE/OLVEBRA	ENSURE/ABBOT	97,1
ÁREA 2	SUSTAGEN/RECKITT BENCKISER	NUTREN/NESTLÉ	SUSTAIN/DANONE EARLY NUTRITION	SUSTARE/OLVEBRA	NOVO MILKE/OLVEBRA	94,7
ÁREA 3	SUSTAGEN/RECKITT BENCKISER	NUTREN/NESTLÉ	SUSTAIN/DANONE EARLY NUTRITION	SUSTARE/OLVEBRA	NOVO MILKE/OLVEBRA	99,3
ÁREA 4	SUSTAGEN/RECKITT BENCKISER	NUTREN/NESTLÉ	SUSTAIN/DANONE EARLY NUTRITION	NINHO/NESTLÉ	ENSURE/ABBOT	98,6
ÁREA 5	SUSTAGEN/RECKITT BENCKISER	NUTREN/NESTLÉ	SUSTAIN/DANONE EARLY NUTRITION	ENSURE/ABBOT	NINHO/NESTLÉ	97,9
ÁREA 6	SUSTAGEN/RECKITT BENCKISER	NUTREN/NESTLÉ	SUSTAIN/DANONE EARLY NUTRITION	NINHO/NESTLÉ	SUSTARE/OLVEBRA	99,3
ÁREA 7	NUTREN/NESTLÉ	SUSTAGEN/RECKITT BENCKISER	SUSTAIN/DANONE EARLY NUTRITION	NINHO/NESTLÉ	SUSTARE/OLVEBRA	100,0

Sustagen aparece mais uma vez na liderança, Ninho entra na lista em quinto lugar

TEMPERO INDUSTRIALIZADO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	SAZON/AJINOMOTO	MAGGI/NESTLÉ	SABOR AMI/AJINOMOTO	KITANO/GENERAL MILLS	KNORR/UNILEVER	67,3
ÁREA 1	SAZON/AJINOMOTO	MAGGI/NESTLÉ	KITANO/GENERAL MILLS	ARISCO/UNILEVER	SABOR AMI/AJINOMOTO	58,9
ÁREA 2	SAZON/AJINOMOTO	MAGGI/NESTLÉ	PIRATA/PIRATA	KITANO/GENERAL MILLS	SABOR AMI/AJINOMOTO	69,8
ÁREA 3	SAZON/AJINOMOTO	MAGGI/NESTLÉ	CHINEZINHO/VITALIS	SABOR AMI/AJINOMOTO	KITANO/GENERAL MILLS	67,5
ÁREA 4	SAZON/AJINOMOTO	MAGGI/NESTLÉ	SABOR AMI/AJINOMOTO	KITANO/GENERAL MILLS	KNORR/UNILEVER	73,4
ÁREA 5	SAZON/AJINOMOTO	SABOR AMI/AJINOMOTO	MAGGI/NESTLÉ	KITANO/GENERAL MILLS	KNORR/UNILEVER	71,5
ÁREA 6	SAZON/AJINOMOTO	SABOR AMI/AJINOMOTO	MAGGI/NESTLÉ	ARISCO/UNILEVER	KITANO/GENERAL MILLS	65,6
ÁREA 7	SAZON/AJINOMOTO	SABOR AMI/AJINOMOTO	KITANO/GENERAL MILLS	MAGGI/NESTLÉ	ARISCO/UNILEVER	65,2

Categoria não apresenta alteração entre as cinco primeiras

TORRADA

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	BAUDUCCO/PANDURATA	MAGIC TOAST/MARILAN	ADRIA/M.DIAS BRANCO	WICKBOLD/WICKBOLD	VISCONTI/PANDURATA	84,5
ÁREA 1	BAUDUCCO/PANDURATA	FORTALEZA/M.DIAS BRANCO	MAGIC TOAST/MARILAN	VITARELLA/M.DIAS BRANCO	VISCONTI/PANDURATA	91,0
ÁREA 2	BAUDUCCO/PANDURATA	MAGIC TOAST/MARILAN	VISCONTI/PANDURATA	WICKBOLD/WICKBOLD	ADRIA/M.DIAS BRANCO	95,3
ÁREA 3	BAUDUCCO/PANDURATA	MAGIC TOAST/MARILAN	ADRIA/M.DIAS BRANCO	VISCONTI/PANDURATA	WICKBOLD/WICKBOLD	85,5
ÁREA 4	BAUDUCCO/PANDURATA	MAGIC TOAST/MARILAN	ADRIA/M.DIAS BRANCO	WICKBOLD/WICKBOLD	VISCONTI/PANDURATA	87,5
ÁREA 5	BAUDUCCO/PANDURATA	MAGIC TOAST/MARILAN	ADRIA/M.DIAS BRANCO	WICKBOLD/WICKBOLD	VISCONTI/PANDURATA	91,9
ÁREA 6	BAUDUCCO/PANDURATA	ISABELA/M.DIAS BRANCO	MAGIC TOAST/MARILAN	VISCONTI/PANDURATA	WICKBOLD/WICKBOLD	92,3
ÁREA 7	BAUDUCCO/PANDURATA	MAGIC TOAST/MARILAN	ADRIA/M.DIAS BRANCO	VISCONTI/PANDURATA	WICKBOLD/WICKBOLD	93,0

Nenhuma mudança entre a primeira e a quinta colocada. Bauducco segue líder

FIQUE POR DENTRO
DO PROGRAMA RAMA!



rama
PROGRAMA DE RASTREABILIDADE E MONITORAMENTO DE ALIMENTOS
abras Brasil

Cobertura completa do Balanço Rama 2019

Na edição de maio da revista SUPERHIPER
CONTEÚDO QUE TRANSFORMA

Por Tatiana Souto

De olho no preço, sem abrir mão da qualidade

Pelo terceiro ano consecutivo a linguiça industrializada se destacou na cesta de alimentos perecíveis. Ligeira queda no preço médio favoreceu o desempenho



A queda de preços de um produto que já é acessível a todas as faixas de renda contribuiu para que a linguiça industrializada, novamente, se mantivesse como uma proteína animal cada vez mais consumida no País e fosse destaque na seção Alimentos Perecíveis. Em 2018, o preço da linguiça industrializada caiu, em média, 0,9% no varejo, conforme levantamento da Nielsen. Um dos fatores que explicam o recuo, informa o diretor-executivo da Associação Brasileira de Proteína Animal (ABPA), Ricardo Santin, foi a maior oferta interna de proteína animal em geral, em razão do embargo russo às carnes brasileiras. "Com a ausência da Rússia, exportamos menos e uma parcela do que seria enviado ao Leste Europeu ficou no mercado interno."

Participação das faixas de preço nas vendas (em %)

Baixo	9
Médio	90,4
Alto	0,5

Fonte: Nielsen

Além disso, apesar do início de recuperação econômica em 2018, no quesito proteína animal o consumidor ainda tem feito "*trade down*", ou seja, a troca de um artigo de maior valor por outro de menor valor. "A linguiça sempre se beneficia disso. Ela substitui a carne vermelha, por ser mais barata", confirma a líder de Alimentos da Nielsen, Carolina Araújo. Em 2018, as vendas de linguiças industrializadas cresceram 2,2% em volume e 1,3% em valor no varejo. Mesmo pagando menos, o consumidor ainda preferiu colocar na sua cesta um produto de valor intermediário, que representou 90,4% das vendas. A categoria de baixo preço ficou com 9% do total vendido e a de maior valor, com ínfimos 0,5%, números que indicam que, apesar de pagar menos, o consumidor ainda quer qualidade.

Carolina diz, ainda, que embora a queda de preço tenha sido determinante para manter a categoria linguiça



Variação (em %)

Volume de vendas	2,2
Receita	1,3
Preço médio	-0,9

Fonte: Nielsen

industrializada em destaque, o aumento de vendas se deu também porque o setor de proteína animal, como um todo, avançou em 2018. "A comercialização ainda não chegou ao patamar de 2014, mas vem aumentando", diz Carolina. "É importante observar que, durante a crise, a linguiça industrializada foi um artigo cujas vendas não cederam e, agora, com o início de recuperação na economia, deve continuar crescendo junto com todas as outras carnes."

Índice

Batata Congelada 72
Hambúrguer Congelado 72
Iogurte Funcional 72
Iogurte Grego 73
Iogurte Líquido 73
Iogurte Polpa/Natural 73
Margarina Diet/Light 82
Margarina Regular 82
Massas Refrigeradas + Pizzas 82
Pão de Queijo 82
Petit Suisse 82
Queijos Cremosos 83
Requeijão 83
Sobremesa Pronta Gelificada 83
Sorvetes Impulso + Doméstico 83
Vegetal Congelado 83

Alimentos Perecíveis

BATATA CONGELADA

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	MCCAIN/MCCAIN	MAIS BATATA/BEM BRASIL	UAI/BEM BRASIL	LAR/COOP. AGROIND. LAR	EASY FRIES/GOLDEN FOODS	62,3
ÁREA 1	MCCAIN/MCCAIN	UAI/BEM BRASIL	MAIS BATATA/BEM BRASIL	PERDIGÃO/BRF	EASY FRIES/GOLDEN FOODS	76,0
ÁREA 2	MAIS BATATA/BEM BRASIL	UAI/BEM BRASIL	BEM BRASIL/BEM BRASIL	PERDIGÃO/BRF	MCCAIN/MCCAIN	72,7
ÁREA 3	MCCAIN/MCCAIN	EASY FRIES/GOLDEN FOODS	QUALITY FRIES/GOLDEN FOODS	BEM BATATA/BEM BRASIL	MAIS BATATA/BEM BRASIL	59,5
ÁREA 4	MCCAIN/MCCAIN	LAR/COOP. AGROIND. LAR	UAI/BEM BRASIL	SERYA/SERYA ALIMENTOS	MAIS BATATA/BEM BRASIL	82,8
ÁREA 5	MCCAIN/MCCAIN	MAIS BATATA/BEM BRASIL	AURORA/AURORA	BINT/MCCAIN	UAI/BEM BRASIL	75,6
ÁREA 6	MCCAIN/MCCAIN	LAR/COOP. AGROIND. LAR	UAI/BEM BRASIL	MAIS BATATA/BEM BRASIL	COPACOL/COPACOL	74,3
ÁREA 7	COPACOL/COPACOL	MCCAIN/MCCAIN	MAIS BATATA/BEM BRASIL	UAI/BEM BRASIL	PERDIGÃO/BRF	81,6

Batatas Uai, em terceiro lugar, e Easy Fries, que estreia na quinta colocação, são as novidades na lista

HAMBÚRGUER CONGELADO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	SEARA/SEARA	PERDIGÃO/BRF	SADIA/BRF	PIF PAF/RIO BRANCO ALIMENTOS	AURORA/AURORA	81,9
ÁREA 1	SEARA/SEARA	PERDIGÃO/BRF	SADIA/BRF	REZENDE/SEARA	FRISA/FRISA	93,6
ÁREA 2	PIF PAF/RIO BRANCO ALIMENTOS	PERDIGÃO/BRF	SEARA/SEARA	SADIA/BRF	REZENDE/SEARA	68,3
ÁREA 3	SEARA/SEARA	PERDIGÃO/BRF	SADIA/BRF	GRÃ FILÉ/FRISA	AURORA/AURORA	94,4
ÁREA 4	SEARA/SEARA	SADIA/BRF	PERDIGÃO/BRF	AURORA/AURORA	REZENDE/SEARA	87,5
ÁREA 5	SEARA/SEARA	SADIA/BRF	PERDIGÃO/BRF	AURORA/AURORA	FRIMESA/FRIMESA	83,8
ÁREA 6	SEARA/SEARA	PERDIGÃO/BRF	FRIMESA/FRIMESA	SADIA/BRF	AURORA/AURORA	92,0
ÁREA 7	SEARA/SEARA	PERDIGÃO/BRF	REZENDE/SEARA	SADIA/BRF	AURORA/AURORA	94,2

Perdigão sobe uma posição e agora é o segundo colocado. Seara se mantém líder

IOGURTE FUNCIONAL

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	ACTIVIA/DANONE LÁCTEOS	CHAMYTO GO/NESTLÉ	MOLICO/NESTLÉ	NATURIS/LACTALIS	PIÁ ESSENCE/PIÁ	99,7
ÁREA 1	ACTIVIA/DANONE LÁCTEOS	CHAMYTO GO/NESTLÉ	MOLICO/NESTLÉ	NATURIS/LACTALIS	CHAMYTO/NESTLÉ	100,0
ÁREA 2	ACTIVIA/DANONE LÁCTEOS	CHAMYTO GO/NESTLÉ	MOLICO/NESTLÉ	NATURIS/LACTALIS	CHAMYTO/NESTLÉ	100,0
ÁREA 3	ACTIVIA/DANONE LÁCTEOS	MOLICO/NESTLÉ	CHAMYTO GO/NESTLÉ	NATURIS/LACTALIS	CHAMYTO/NESTLÉ	100,0
ÁREA 4	ACTIVIA/DANONE LÁCTEOS	MOLICO/NESTLÉ	CHAMYTO GO/NESTLÉ	NATURIS/LACTALIS	CHAMYTO/NESTLÉ	100,0
ÁREA 5	ACTIVIA/DANONE LÁCTEOS	CHAMYTO GO/NESTLÉ	MOLICO/NESTLÉ	NATURIS/LACTALIS	CHAMYTO/NESTLÉ	100,0
ÁREA 6	ACTIVIA/DANONE LÁCTEOS	CHAMYTO GO/NESTLÉ	PIÁ ESSENCE/PIÁ	NATURIS/LACTALIS	MOLICO/NESTLÉ	99,1
ÁREA 7	ACTIVIA/DANONE LÁCTEOS	CHAMYTO GO/NESTLÉ	MOLICO/NESTLÉ	NATURIS/LACTALIS	CHAMYTO/NESTLÉ	100,0

A novidade da categoria é a estreia de Chamyto Go entre as cinco primeiras na segunda posição. Activia se mantém em primeiro

A edição de cabeceira do supermercadista brasileiro

A segunda edição da **Plataforma SH para Gestão de Sortimento,** que circulará em maio de 2019, desvenda por completo o autosserviço nacional

Entre em contato:
comercial@abras.com.br - (11) 3838-4545

Ranking Abras 2019

IOGURTE GREGO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	VIGOR GREGO/VIGOR	DANONE GREGO/DANONE LÁCTEOS	NESTLÉ GREGO/NESTLÉ	BATAVO GREGO/LACTALIS	ITAMBÉ/ITAMBÉ	91,5
ÁREA 1	NESTLÉ GREGO/NESTLÉ	DANONE GREGO/DANONE LÁCTEOS	VIGOR GREGO/VIGOR	BETÂNIA/CBL	BATAVO GREGO/LACTALIS	93,1
ÁREA 2	VIGOR GREGO/VIGOR	DANONE GREGO/DANONE LÁCTEOS	ITAMBÉ/ITAMBÉ	NESTLÉ GREGO/NESTLÉ	APRECIARE/TREVO	90,6
ÁREA 3	VIGOR GREGO/VIGOR	DANONE GREGO/DANONE LÁCTEOS	NESTLÉ GREGO/NESTLÉ	BATAVO GREGO/LACTALIS	YORGUS/O. A. WILHELMS	91,6
ÁREA 4	VIGOR GREGO/VIGOR	DANONE GREGO/DANONE LÁCTEOS	NESTLÉ GREGO/NESTLÉ	BATAVO GREGO/LACTALIS	YORGUS/O. A. WILHELMS	96,3
ÁREA 5	VIGOR GREGO/VIGOR	NESTLÉ GREGO/NESTLÉ	DANONE GREGO/DANONE LÁCTEOS	BATAVO GREGO/LACTALIS	YORGUS/O. A. WILHELMS	95,1
ÁREA 6	VIGOR GREGO/VIGOR	DANONE GREGO/DANONE LÁCTEOS	NESTLÉ GREGO/NESTLÉ	BATAVO GREGO/LACTALIS	CAROLINA/LATIC. CAROLINA	93,5
ÁREA 7	VIGOR GREGO/VIGOR	DANONE GREGO/DANONE LÁCTEOS	NESTLÉ GREGO/NESTLÉ	ITAMBÉ/ITAMBÉ	BATAVO GREGO/LACTALIS	94,5

Batavo Grego passa da quinta para a quarta posição. Vigor Grego continua em primeiro lugar

IOGURTE LÍQUIDO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	DANONE/DANONE LÁCTEOS	ITAMBÉ/ITAMBÉ	PAULISTA/DANONE LÁCTEOS	DANONINHO/DANONE LÁCTEOS	VIGOR/VIGOR	46,9
ÁREA 1	DANONE/DANONE LÁCTEOS	BETÂNIA/CBL	DANONINHO/DANONE LÁCTEOS	NESTLÉ/NESTLÉ	VERDE CAMPO WHEY/VERDE CAMPO	46,9
ÁREA 2	ITAMBÉ/ITAMBÉ	DANONE/DANONE LÁCTEOS	VERDE CAMPO WHEY/VERDE CAMPO	PAULISTA/DANONE LÁCTEOS	DANONINHO/DANONE LÁCTEOS	54,8
ÁREA 3	DANONE/DANONE LÁCTEOS	ITAMBÉ/ITAMBÉ	PAULISTA/DANONE LÁCTEOS	VERDE CAMPO WHEY/VERDE CAMPO	VERDE CAMPO/VERDE CAMPO	57,5
ÁREA 4	DANONE/DANONE LÁCTEOS	PAULISTA/DANONE LÁCTEOS	VIGOR/VIGOR	DANONINHO/DANONE LÁCTEOS	VERDE CAMPO WHEY/VERDE CAMPO	57,3
ÁREA 5	DANONE/DANONE LÁCTEOS	PAULISTA/DANONE LÁCTEOS	VIGOR/VIGOR	DANONINHO/DANONE LÁCTEOS	ITAMBÉ/ITAMBÉ	53,8
ÁREA 6	DANONE/DANONE LÁCTEOS	PIÁ/PIÁ	FRIMESA/FRIMESA	VERDE CAMPO WHEY/VERDE CAMPO	BATAVO/LACTALIS	42,9
ÁREA 7	DANONE/DANONE LÁCTEOS	ITAMBÉ/ITAMBÉ	VIGOR/VIGOR	DANONINHO/DANONE LÁCTEOS	BATAVO/LACTALIS	55,8

Itambé entra na lista das cinco primeiras na segunda colocação. Danone é a primeira colocada

IOGURTE POLPA/NATURAL

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	BATAVO/LACTALIS	NESTLÉ/NESTLÉ	ITAMBÉ/ITAMBÉ	PAULISTA/DANONE LÁCTEOS	VIGOR/VIGOR	52,9
ÁREA 1	NINHO/NESTLÉ	NESTLÉ/NESTLÉ	BETÂNIA/CBL	DANONINHO/DANONE LÁCTEOS	PAULISTA/DANONE LÁCTEOS	57,0
ÁREA 2	ITAMBÉ/ITAMBÉ	PAULISTA/DANONE LÁCTEOS	DANONE/DANONE LÁCTEOS	VIGOR/VIGOR	TREVINHO/TREVO	57,6
ÁREA 3	ITAMBÉ/ITAMBÉ	NINHO/NESTLÉ	PAULISTA/DANONE LÁCTEOS	BATAVO/LACTALIS	NESTLÉ/NESTLÉ	57,6
ÁREA 4	PAULISTA/DANONE LÁCTEOS	BATAVO/LACTALIS	NESTLÉ/NESTLÉ	VIGOR/VIGOR	MIX VIGOR/VIGOR	70,8
ÁREA 5	BATAVO/LACTALIS	NESTLÉ/NESTLÉ	PAULISTA/DANONE LÁCTEOS	VIGOR/VIGOR	MIX VIGOR/VIGOR	69,1
ÁREA 6	BATAVO/LACTALIS	VIGOR/VIGOR	FRIMESA/FRIMESA	NESTLÉ/NESTLÉ	NINHO/NESTLÉ	61,2
ÁREA 7	ITAMBÉ/ITAMBÉ	BATAVO/LACTALIS	PAULISTA/DANONE LÁCTEOS	NESTLÉ/NESTLÉ	CANTO DE MINAS/CANTO DE MINAS	56,6

Batavo ganha uma posição e agora lidera a categoria; Nestlé salta do quarto para o segundo lugar

Raio X

exclusivo do setor que apresenta as **500 maiores empresas** supermercadistas

Confiável

dados auditados pela **Nielsen**



Reserve já

o seu **espaço** na revista que é consultada o ano inteiro

Alimentos Perecíveis

Líderes de Vendas

Batata Congelada

BRASIL

1ª	MCCAIN/MCCAIN
2ª	MAIS BATATA/BEM BRASIL
3ª	UAI/BEM BRASIL
4ª	LAR/COOP. AGROIND. LAR
5ª	EASY FRIES/GOLDEN FOODS
Top 5	62,3%

	ÁREA 1	ÁREA 2	ÁREA 3	ÁREA 4
	Nordeste	MG, ES, interior RJ	Grande Rio de Janeiro	Grande São Paulo
1ª	MCCAIN/MCCAIN	MAIS BATATA/BEM BRASIL	MCCAIN/MCCAIN	MCCAIN/MCCAIN
2ª	UAI/BEM BRASIL	UAI/BEM BRASIL	EASY FRIES/GOLDEN FOODS	LAR/COOP. AGROIND. LAR
3ª	MAIS BATATA/BEM BRASIL	BEM BRASIL/BEM BRASIL	QUALITY FRIES/GOLDEN FOODS	UAI/BEM BRASIL
4ª	PERDIGÃO/BRF	PERDIGÃO/BRF	BEM BATATA/BEM BRASIL	SERYA/SERYA ALIMENTOS
5ª	EASY FRIES/GOLDEN FOODS	MCCAIN/MCCAIN	MAIS BATATA/BEM BRASIL	MAIS BATATA/BEM BRASIL
Top 5	76,0%	72,7%	59,5%	82,8%

	ÁREA 5	ÁREA 6	ÁREA 7
	Interior de São Paulo	PR, SC e RS	MS, GO e DF
1ª	MCCAIN/MCCAIN	MCCAIN/MCCAIN	COPACOL/COPACOL
2ª	MAIS BATATA/BEM BRASIL	LAR/COOP. AGROIND. LAR	MCCAIN/MCCAIN
3ª	AURORA/AURORA	UAI/BEM BRASIL	MAIS BATATA/BEM BRASIL
4ª	BINT/MCCAIN	MAIS BATATA/BEM BRASIL	UAI/BEM BRASIL
5ª	UAI/BEM BRASIL	COPACOL/COPACOL	PERDIGÃO/BRF
Top 5	75,6%	74,3%	81,6%

Batata Doce pré-frita

É DO BRASIL.

LANÇAMENTO

UMA DOCE ALIADA DA SAÚDE!



Preparo rápido, prático e fácil.

bembrasilalimentos
batatas_bem_brasil
bembrasilmidia
bembrasil.ind.br

BemBrasil
Alimentando bons momentos

Líderes de Vendas

Hambúrguer Congelado

BRASIL

1ª	SEARA/SEARA
2ª	PERDIGÃO/BRF
3ª	SADIA/BRF
4ª	PIF PAF/RIO BRANCO ALIMENTOS
5ª	AURORA/AURORA
Top 5	81,9%

ÁREA 1

Nordeste

1ª	SEARA/SEARA
2ª	PERDIGÃO/BRF
3ª	SADIA/BRF
4ª	REZENDE/SEARA
5ª	FRISA/FRISA
Top 5	93,6%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

1ª	PIF PAF/RIO BRANCO ALIMENTOS
2ª	PERDIGÃO/BRF
3ª	SEARA/SEARA
4ª	SADIA/BRF
5ª	REZENDE/SEARA
Top 5	68,3%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

1ª	SEARA/SEARA
2ª	PERDIGÃO/BRF
3ª	SADIA/BRF
4ª	GRÃ FILÉ/FRISA
5ª	AURORA/AURORA
Top 5	94,4%

ÁREA 4

Grande São Paulo

1ª	SEARA/SEARA
2ª	SADIA/BRF
3ª	PERDIGÃO/BRF
4ª	AURORA/AURORA
5ª	REZENDE/SEARA
Top 5	87,5%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

1ª	SEARA/SEARA
2ª	SADIA/BRF
3ª	PERDIGÃO/BRF
4ª	AURORA/AURORA
5ª	FRIMESA/FRIMESA
Top 5	83,8%

ÁREA 6

PR, SC e RS

1ª	SEARA/SEARA
2ª	PERDIGÃO/BRF
3ª	FRIMESA/FRIMESA
4ª	SADIA/BRF
5ª	AURORA/AURORA
Top 5	92,0%

ÁREA 7

MS, GO e DF

1ª	SEARA/SEARA
2ª	PERDIGÃO/BRF
3ª	REZENDE/SEARA
4ª	SADIA/BRF
5ª	AURORA/AURORA
Top 5	94,2%

CONHEÇA O

TEXAS® BURGER

UNITÁRIO

Seara

SABOR BACON

E PRONTO PARA GRELHAR.

54% de penetração, a maior entre as categorias de congelados.*

75% do mercado de Hambúrguer Granel está concentrado no Nordeste, Minas Gerais e Sul.*



60% do mercado concentrado no AS*

E mais: preparamos ações 360° para atrair ainda mais fluxo!

ABASTEÇA SUA LOJA.



Fonte: Retail Index Nielsen e Kantar.

SÓ A **SEARA** TEM O Q DE **QUALIDADE.**

www.seara.com.br

Alimentos Perecíveis

Líderes de Vendas

Iogurte Grego

BRASIL

1ª	VIGOR GREGO/VIGOR
2ª	DANONE GREGO/DANONE LÁCTEOS
3ª	NESTLÉ GREGO/NESTLÉ
4ª	BATAVO GREGO/LACTALIS
5ª	ITAMBÉ/ITAMBÉ
Top 5	91,5%

	ÁREA 1 Nordeste	ÁREA 2 MG, ES, interior RJ	ÁREA 3 Grande Rio de Janeiro	ÁREA 4 Grande São Paulo
1ª	NESTLÉ GREGO/NESTLÉ	VIGOR GREGO/VIGOR	VIGOR GREGO/VIGOR	VIGOR GREGO/VIGOR
2ª	DANONE GREGO/DANONE LÁCTEOS	DANONE GREGO/DANONE LÁCTEOS	DANONE GREGO/DANONE LÁCTEOS	DANONE GREGO/DANONE LÁCTEOS
3ª	VIGOR GREGO/VIGOR	ITAMBÉ/ITAMBÉ	NESTLÉ GREGO/NESTLÉ	NESTLÉ GREGO/NESTLÉ
4ª	BETÂNIA/CBL	NESTLÉ GREGO/NESTLÉ	BATAVO GREGO/LACTALIS	BATAVO GREGO/LACTALIS
5ª	BATAVO GREGO/LACTALIS	APRECIARE/TREVO	YORGUS/O. A. WILHELMS	YORGUS/O. A. WILHELMS
Top 5	93,1%	90,6%	91,6%	96,3%

	ÁREA 5 Interior de São Paulo	ÁREA 6 PR, SC e RS	ÁREA 7 MS, GO e DF
1ª	VIGOR GREGO/VIGOR	VIGOR GREGO/VIGOR	VIGOR GREGO/VIGOR
2ª	NESTLÉ GREGO/NESTLÉ	DANONE GREGO/DANONE LÁCTEOS	DANONE GREGO/DANONE LÁCTEOS
3ª	DANONE GREGO/DANONE LÁCTEOS	NESTLÉ GREGO/NESTLÉ	NESTLÉ GREGO/NESTLÉ
4ª	BATAVO GREGO/LACTALIS	BATAVO GREGO/LACTALIS	ITAMBÉ/ITAMBÉ
5ª	YORGUS/O. A. WILHELMS	CAROLINA/LATIC. CAROLINA	BATAVO GREGO/LACTALIS
Top 5	95,1%	93,5%	94,5%

apreciare

A linha de iogurtes que seu cliente quer e sua loja precisa.

Entenda porque a linha de iogurtes Apreciare grego não pode faltar na sua loja:

- **Apreciare é pura inovação. Foi pioneira ao lançar a categoria de iogurtes Grego no Brasil;**
- **Cria sabores e versões que estão sempre alinhados com as tendências de consumo;**
- **Preza pela qualidade nutricional de cada produto, mas não abre mão do sabor;**
- **Tem produtos Zero Lactose, Zero Gorduras e Zero Adição de Açúcares.**

Os produtos Apreciare estão alinhados com as tendências de mercado. Não por acaso, a marca está entre as 5 Líderes de Vendas na Área 2 (Sudeste e Centro Oeste), de acordo com a Nielsen.

Se você busca agradar seu cliente, tenha a linha Apreciare em sua loja e prepare-se para boas vendas.

Apreciare ajuda você a ter uma boa fatia desse grande mercado:

- O Brasil é o **5º maior mercado** de alimentos e bebidas saudáveis do planeta *(Revista Pequenas Empresas & Grandes Negócios)*;
- **30%** dos lares brasileiros têm alguma pessoa com algum tipo de alergia alimentar ou intolerância à lactose *(Nielsen)*;
- O Brasil está entre os mercados que **mais cresce** no consumo de lácteos *(Milk Point)*;
- **Quatro em cada cinco** brasileiros estão dispostos a gastar mais para obter um alimento saudável *(Milk Point)*.

AMPLO



31 2107.7100 • apreciare.com.br • /apreciarebr

CONHEÇA NOSSA LINHA COMPLETA DE PRODUTOS FUNCIONAIS!

Líderes de Vendas

Margarina Diet/Light

BRASIL

1ª	QUALY/BRF
2ª	DORIANA/SEARA
3ª	DELÍCIA/BUNGE
4ª	COAMO/COOAMO
5ª	AMORELA/M. DIAS BRANCO
Top 5	100,0%

	ÁREA 1 Nordeste	ÁREA 2 MG, ES, interior RJ	ÁREA 3 Grande Rio de Janeiro	ÁREA 4 Grande São Paulo
1ª	QUALY/BRF	QUALY/BRF	QUALY/BRF	QUALY/BRF
2ª	DELÍCIA/BUNGE	DORIANA/SEARA	DELÍCIA/BUNGE	DORIANA/SEARA
3ª	AMORELA/M. DIAS BRANCO	DELÍCIA/BUNGE	DORIANA/SEARA	DELÍCIA/BUNGE
4ª	DORIANA/SEARA	*Não declarado	PIRAQUÊ/PIRAQUÊ	COAMO/COOAMO
5ª	*Não declarado	*Não declarado	*Não declarado	*Não declarado
Top 5	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

	ÁREA 5 Interior de São Paulo	ÁREA 6 PR, SC e RS	ÁREA 7 MS, GO e DF
1ª	QUALY/BRF	QUALY/BRF	QUALY/BRF
2ª	DORIANA/SEARA	DORIANA/SEARA	DORIANA/SEARA
3ª	DELÍCIA/BUNGE	DELÍCIA/BUNGE	DELÍCIA/BUNGE
4ª	COAMO/COOAMO	COAMO/COOAMO	COAMO/COOAMO
5ª	*Não declarado	*Não declarado	*Não declarado
Top 5	100,0%	100,0%	100,0%

Saúde na mesa do seu cliente.



Você sabia que nossas manteigas possuem vários benefícios para a saúde do seu cliente?

- ✓ Previne infecções fúngicas;
- ✓ É rica em antioxidantes;
- ✓ Previne doenças, como coágulos e tumores;
- ✓ Possui Vitaminas A, E, B12 e K2;
- ✓ Possui ácido butírico que é excelente para o intestino;
- ✓ Reduz riscos de obesidade e é deliciosa!

Nosso produto é feito com o mais puro creme do leite.
Ofereça saúde para seus clientes, ofereça manteigas do Laticínios Passa Quatro.

Estamos presentes no mercado com as marcas:

Sabor da Nata · Bela Nata · Bela Mineira · linda mineira – Passa Quatro - MG

LATICÍNIOS PASSA QUATRO

35 | 3371 3077 **www.laticiniospassaquatro.com.br**

Alimentos Perecíveis

MARGARINA DIET/LIGHT

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	QUALY/BRF	DORIANA/SEARA	DELÍCIA/BUNGE	COAMO/COOAMO	AMORELA/M. DIAS BRANCO	100,0
ÁREA 1	QUALY/BRF	DELÍCIA/BUNGE	AMORELA/M. DIAS BRANCO	DORIANA/SEARA	*Não declarado	100,0
ÁREA 2	QUALY/BRF	DORIANA/SEARA	DELÍCIA/BUNGE	*Não declarado	*Não declarado	100,0
ÁREA 3	QUALY/BRF	DELÍCIA/BUNGE	DORIANA/SEARA	PIRAQUÊ/PIRAQUÊ	*Não declarado	100,0
ÁREA 4	QUALY/BRF	DORIANA/SEARA	DELÍCIA/BUNGE	COAMO/COOAMO	*Não declarado	100,0
ÁREA 5	QUALY/BRF	DORIANA/SEARA	DELÍCIA/BUNGE	COAMO/COOAMO	*Não declarado	100,0
ÁREA 6	QUALY/BRF	DORIANA/SEARA	DELÍCIA/BUNGE	COAMO/COOAMO	*Não declarado	100,0
ÁREA 7	QUALY/BRF	DORIANA/SEARA	DELÍCIA/BUNGE	COAMO/COOAMO	*Não declarado	100,0

Colocação das cinco primeiras colocadas não tem alteração. Qualy segue líder

MARGARINA REGULAR

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	QUALY/BRF	BECEL/UNILEVER	DELÍCIA/BUNGE	VIGOR/VIGOR	DORIANA/SEARA	82,0
ÁREA 1	QUALY/BRF	PRIMOR/BUNGE	DELINE/BRF	DELÍCIA/BUNGE	BECEL/UNILEVER	85,9
ÁREA 2	QUALY/BRF	DELÍCIA/BUNGE	CLAYBOM/BRF	VIGOR/VIGOR	DORIANA/SEARA	94,4
ÁREA 3	QUALY/BRF	CLAYBOM/BRF	BECEL/UNILEVER	DELÍCIA/BUNGE	VIGOR/VIGOR	95,1
ÁREA 4	QUALY/BRF	VIGOR/VIGOR	BECEL/UNILEVER	DELÍCIA/BUNGE	DORIANA/SEARA	86,6
ÁREA 5	QUALY/BRF	DORIANA/SEARA	VIGOR/VIGOR	DELÍCIA/BUNGE	BECEL/UNILEVER	87,8
ÁREA 6	QUALY/BRF	BECEL/UNILEVER	DORIANA/SEARA	VIGOR/VIGOR	DELÍCIA/BUNGE	84,6
ÁREA 7	QUALY/BRF	DELÍCIA/BUNGE	DORIANA/SEARA	CLAYBOM/BRF	BECEL/UNILEVER	93,2

Margarina Vigor chega à quarta colocação, com Qualy na liderança

MASSAS REFRIGERADAS+PIZZAS

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	SADIA/BRF	SEARA/SEARA	MASSA LEVE/SEARA	MEZZANI/MEZZANI	NÁPOLES/NÁPOLES	63,1
ÁREA 1	SADIA/BRF	SEARA/SEARA	MASSA LEVE/SEARA	REZENDE/SEARA	MEZZANI/MEZZANI	83,6
ÁREA 2	SADIA/BRF	PIF PAF/RIO BRANCO ALIMENTOS	JOSELITO/BELOMASSA	SEARA/SEARA	MASSA LEVE/SEARA	57,7
ÁREA 3	SADIA/BRF	NÁPOLES/NÁPOLES	SEARA/SEARA	MASSA LEVE/SEARA	MEZZANI/MEZZANI	73,2
ÁREA 4	SADIA/BRF	MASSA LEVE/SEARA	MEZZANI/MEZZANI	RANA/PASTIFÍCIO RANA SPA	SEARA/SEARA	74,3
ÁREA 5	MEZZANI/MEZZANI	SADIA/BRF	MASSA LEVE/SEARA	SEARA/SEARA	RANA/PASTIFÍCIO RANA SPA	72,0
ÁREA 6	SADIA/BRF	SEARA/SEARA	ROMANHA/ROMANHA	PAVIOLI/PAVIOLI	ROMENA/MASSAS ROMENA	58,2
ÁREA 7	SADIA/BRF	SEARA/SEARA	MASSA LEVE/SEARA	MEZZANI/MEZZANI	GERMANA/GERMANA	77,8

Nenhuma alteração na classificação das marcas líderes; Sadia assegura o primeiro lugar

PÃO DE QUEIJO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	FORNO DE MINAS/FORNO DE MINAS	MASSA LEVE/SEARA	SÃO GERALDO/FORNO DE MINAS	CATUPIRY/CATUPIRY	SABOR & MINAS/MINNAS ALIMENTOS	75,5
ÁREA 1	FORNO DE MINAS/FORNO DE MINAS	GOSTO MINEIRO/GOSTO MINEIRO	MASSA LEVE/SEARA	SÃO GERALDO/FORNO DE MINAS	CATUPIRY/CATUPIRY	80,7
ÁREA 2	FORNO DE MINAS/FORNO DE MINAS	SÃO GERALDO/FORNO DE MINAS	PIF PAF/RIO BRANCO ALIMENTOS	SEU NINICO/SEU NINICO	REI DE MINAS/REI DE MINAS	79,1
ÁREA 3	FORNO DE MINAS/FORNO DE MINAS	SÃO GERALDO/FORNO DE MINAS	BARÃO DE MINAS/BARÃO DE MINAS	MASSA LEVE/SEARA	CATUPIRY/CATUPIRY	88,4
ÁREA 4	FORNO DE MINAS/FORNO DE MINAS	MASSA LEVE/SEARA	SABOR & MINAS/MINNAS ALIMENTOS	CATUPIRY/CATUPIRY	ZIN PÃO/ZIN PÃO	89,1
ÁREA 5	FORNO DE MINAS/FORNO DE MINAS	MASSA LEVE/SEARA	CATUPIRY/CATUPIRY	SABOR & MINAS/MINNAS ALIMENTOS	SÃO GERALDO/FORNO DE MINAS	85,9
ÁREA 6	FORNO DE MINAS/FORNO DE MINAS	MASSA LEVE/SEARA	SÃO GERALDO/FORNO DE MINAS	QUINTA MINEIRA/QUINTA MINEIRA	MINEIRINHO/MINEIRINHO	74,8
ÁREA 7	FORNO DE MINAS/FORNO DE MINAS	SÃO GERALDO/FORNO DE MINAS	PÃO E ARTE/PÃO E ARTE	RAINHA/RAINHA	OURO FINO/OURO FINO	81,5

A marca Catupiry estreia na lista das cinco primeiras colocadas na quarta posição. Forno de Minas lidera

PETIT SUISSE

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	DANONINHO/DANONE LÁCTEOS	CHAMBINHO/NESTLÉ	VIGORZINHO/VIGOR	ELEGÊ/LACTALIS	ITAMBEZINHO/ITAMBÉ	89,2
ÁREA 1	DANONINHO/DANONE LÁCTEOS	CHAMBINHO/NESTLÉ	NINHO/NESTLÉ	ELEGÊ/LACTALIS	VIGORZINHO/VIGOR	93,8
ÁREA 2	DANONINHO/DANONE LÁCTEOS	ITAMBEZINHO/ITAMBÉ	VIGORZINHO/VIGOR	TREVINHO/TREVO	CHAMBINHO/NESTLÉ	91,0
ÁREA 3	DANONINHO/DANONE LÁCTEOS	ELEGÊ/LACTALIS	VIGORZINHO/VIGOR	CHAMBINHO/NESTLÉ	ITAMBEZINHO/ITAMBÉ	95,4
ÁREA 4	DANONINHO/DANONE LÁCTEOS	CHAMBINHO/NESTLÉ	VIGORZINHO/VIGOR	ELEGÊ/LACTALIS	BATAVINHO/LACTALIS	95,9
ÁREA 5	DANONINHO/DANONE LÁCTEOS	CHAMBINHO/NESTLÉ	VIGORZINHO/VIGOR	BATAVINHO/LACTALIS	ELEGÊ/LACTALIS	93,6
ÁREA 6	DANONINHO/DANONE LÁCTEOS	VIGORZINHO/VIGOR	BATAVINHO/LACTALIS	FRIMINHO/FRIMESA	CHAMBINHO/NESTLÉ	87,5
ÁREA 7	DANONINHO/DANONE LÁCTEOS	CHAMBINHO/NESTLÉ	ITAMBEZINHO/ITAMBÉ	VIGORZINHO/VIGOR	ELEGÊ/LACTALIS	90,1

Danoninho continua à frente nessa categoria que tem a estreia de Elegê na quarta posição

QUEIJOS CREMOSOS

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	TIROLEZ/TIROLEZ	POLENGHI/POLENGHI	LACFREE/VERDE CAMPO	DANÚBIO/VIGOR	VERDE CAMPO/VERDE CAMPO	64,8
ÁREA 1	POLENGHI/POLENGHI	TIROLEZ/TIROLEZ	LACFREE/VERDE CAMPO	QUATÁ/NOVA MIX	DANÚBIO/VIGOR	69,3
ÁREA 2	PORTO ALEGRE/PORTO ALEGRE	LACFREE/VERDE CAMPO	TIROLEZ/TIROLEZ	ENTRE RIOS/CAYUABA AGROINDL.	POLENGHI/POLENGHI	71,9
ÁREA 3	LACFREE/VERDE CAMPO	VERDE CAMPO/VERDE CAMPO	ECILA/ALHAMBRA	TIROLEZ/TIROLEZ	DANÚBIO/VIGOR	68,4
ÁREA 4	TIROLEZ/TIROLEZ	POLENGHI/POLENGHI	QUATÁ/QUATÁ ALIMENTOS	DANÚBIO/VIGOR	LACFREE/VERDE CAMPO	74,0
ÁREA 5	TIROLEZ/TIROLEZ	POLENGHI/POLENGHI	DANÚBIO/VIGOR	QUATÁ/QUATÁ ALIMENTOS	LACFREE/VERDE CAMPO	75,0
ÁREA 6	TIROLEZ/TIROLEZ	LACFREE/VERDE CAMPO	DANÚBIO/VIGOR	POLENGHI/POLENGHI	VERDE CAMPO/VERDE CAMPO	71,5
ÁREA 7	POLENGHI/POLENGHI	CANTO DE MINAS/CANTO DE MINAS	TIROLEZ/TIROLEZ	LACFREE/VERDE CAMPO	DANÚBIO/VIGOR	72,8

Todas as marcas mantiveram as mesmas colocações da pesquisa passada

REQUEIJÃO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	VIGOR/VIGOR	CATUPIRY/CATUPIRY	ITAMBÉ/ITAMBÉ	NESTLÉ/NESTLÉ	TIROLEZ/TIROLEZ	50,6
ÁREA 1	CATUPIRY/CATUPIRY	VIGOR/VIGOR	BETÂNIA/CBL	NESTLÉ/NESTLÉ	DANONE/DANONE LÁCTEOS	51,1
ÁREA 2	PORTO ALEGRE/PORTO ALEGRE	ITAMBÉ/ITAMBÉ	VIGOR/VIGOR	CATUPIRY/CATUPIRY	NESTLÉ/NESTLÉ	57,3
ÁREA 3	VIGOR/VIGOR	CATUPIRY/CATUPIRY	ITAMBÉ/ITAMBÉ	ELEGÊ/LACTALIS	DANÚBIO/VIGOR	65,6
ÁREA 4	VIGOR/VIGOR	CATUPIRY/CATUPIRY	TIROLEZ/TIROLEZ	DANÚBIO/VIGOR	DANONE/DANONE LÁCTEOS	71,5
ÁREA 5	VIGOR/VIGOR	CATUPIRY/CATUPIRY	TIROLEZ/TIROLEZ	NESTLÉ/NESTLÉ	DANÚBIO/VIGOR	69,3
ÁREA 6	TIROL/TIROL	VIGOR/VIGOR	CATUPIRY/CATUPIRY	NESTLÉ/NESTLÉ	TIROLEZ/TIROLEZ	50,4
ÁREA 7	ITAMBÉ/ITAMBÉ	VIGOR/VIGOR	CANTO DE MINAS/CANTO DE MINAS	CATUPIRY/CATUPIRY	DANÚBIO/VIGOR	63,3

Três alterações na lista das cinco: Itambé ganha uma posição e é quarta colocada; Nestlé entra em quarto lugar e Tirolez estreia na quinta colocação

SOBREMESA PRONTA GELIFICADA

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	DANETTE/DANONE LÁCTEOS	CHANDELLE/NESTLÉ	BATAVO/LACTALIS	BATAVO CREAMY/LACTALIS	VIGOR/VIGOR	91,7
ÁREA 1	CHANDELLE/NESTLÉ	DANETTE/DANONE LÁCTEOS	BATAVO/LACTALIS	MOÇA/NESTLÉ	BATAVO CREAMY/LACTALIS	96,4
ÁREA 2	DANETTE/DANONE LÁCTEOS	CHANDELLE/NESTLÉ	VIGOR/VIGOR	BATAVO CREAMY/LACTALIS	BATAVO/LACTALIS	95,2
ÁREA 3	DANETTE/DANONE LÁCTEOS	CHANDELLE/NESTLÉ	BATAVO/LACTALIS	BATAVO CREAMY/LACTALIS	BATAVINHO/LACTALIS	89,9
ÁREA 4	DANETTE/DANONE LÁCTEOS	CHANDELLE/NESTLÉ	BATAVO/LACTALIS	VIGOR/VIGOR	BATAVO CREAMY/LACTALIS	93,5
ÁREA 5	DANETTE/DANONE LÁCTEOS	CHANDELLE/NESTLÉ	BATAVO/LACTALIS	VIGOR/VIGOR	BATAVO CREAMY/LACTALIS	93,6
ÁREA 6	DANETTE/DANONE LÁCTEOS	CHANDELLE/NESTLÉ	BATAVO/LACTALIS	BATAVO CREAMY/LACTALIS	FRIMESA/FRIMESA	88,9
ÁREA 7	DANETTE/DANONE LÁCTEOS	CHANDELLE/NESTLÉ	BATAVO/LACTALIS	BATAVO CREAMY/LACTALIS	VIGOR/VIGOR	95,4

Vigor, que entra na quinta posição, é a única novidade nessa categoria, que tem Danette na liderança

SORVETES IMPULSO+DOMÉSTICO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	KIBON/UNILEVER	NESTLÉ/FRONERI	NOBRELLI/FRONERI	JUNDIÁ/JUNDIÁ	HÄAGEN DAZS/GENERAL MILLS	73,1
ÁREA 1	KIBON/UNILEVER	ZECAS/ZECAS	NOBRELLI/FRONERI	NESTLÉ/FRONERI	FIKA FRIO/FRUTS	76,1
ÁREA 2	KIBON/UNILEVER	NESTLÉ/FRONERI	NOBRELLI/FRONERI	CREME MEL/CREME MEL	GAROTO/FRONERI	85,1
ÁREA 3	KIBON/UNILEVER	NESTLÉ/FRONERI	NOBRELLI/FRONERI	HÄAGEN DAZS/GENERAL MILLS	BEN JERRYS/UNILEVER	83,0
ÁREA 4	KIBON/UNILEVER	NESTLÉ/FRONERI	JUNDIÁ/JUNDIÁ	HÄAGEN DAZS/GENERAL MILLS	NOBRELLI/FRONERI	78,2
ÁREA 5	KIBON/UNILEVER	NESTLÉ/FRONERI	JUNDIÁ/JUNDIÁ	NOBRELLI/FRONERI	HÄAGEN DAZS/GENERAL MILLS	79,4
ÁREA 6	KIBON/UNILEVER	NESTLÉ/FRONERI	NOBRELLI/FRONERI	PAVILOCHE/PAVINATO	GELONI/GELONI	74,0
ÁREA 7	KIBON/UNILEVER	NESTLÉ/FRONERI	CREME MEL/CREME MEL	NOBRELLI/FRONERI	HÄAGEN DAZS/GENERAL MILLS	77,4

Nobrelli entra na lista das cinco primeiras em terceiro lugar, Kibon se mantém na primeira posição

VEGETAL CONGELADO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	D'AUCY/D'AUCY	BONDUELLE/BONDUELLE	SEARA/SEARA	PRATIGEL/PRATIGEL	PIF PAF/RIO BRANCO ALIMENTOS	68,5
ÁREA 1	D'AUCY/D'AUCY	SEARA/SEARA	MACAXEIRA DE PAU/M.F.S FREITAS	BONDUELLE/BONDUELLE	DEMARCHI/DEMARCHI	93,0
ÁREA 2	PIF PAF/RIO BRANCO ALIMENTOS	D'AUCY/D'AUCY	BONDUELLE/BONDUELLE	SEARA/SEARA	ARAXÁ/ARAXÁ	85,1
ÁREA 3	D'AUCY/D'AUCY	BONDUELLE/BONDUELLE	CAC/PRATIGEL	DA ROÇA/DA ROÇA	PRATIGEL/PRATIGEL	82,1
ÁREA 4	D'AUCY/D'AUCY	PRATIGEL/PRATIGEL	BONDUELLE/BONDUELLE	CAC/PRATIGEL	SEARA/SEARA	88,4
ÁREA 5	D'AUCY/D'AUCY	PRATIGEL/PRATIGEL	SEARA/SEARA	CAC/PRATIGEL	DEMARCHI/DEMARCHI	81,7
ÁREA 6	D'AUCY/D'AUCY	COPACOL/COPACOL	GRANO/GRANO	VERD FÁCIL/VERD FÁCIL	SEARA/SEARA	67,6
ÁREA 7	D'AUCY/D'AUCY	COPACOL/COPACOL	KI-COZINHA/KI-COZINHA	SEARA/SEARA	BONDUELLE/BONDUELLE	62,9

Pratigel pula uma posição e agora é a quarta colocada. D'aucy se firma como líder

Líderes de Vendas

Pão de Queijo

BRASIL

1ª	FORNO DE MINAS/FORNO DE MINAS
2ª	MASSA LEVE/SEARA
3ª	SÃO GERALDO/FORNO DE MINAS
4ª	CATUPIRY/CATUPIRY
5ª	SABOR & MINAS/MINNAS ALIMENTOS
Top 5	75,5%

	ÁREA 1 Nordeste	ÁREA 2 MG, ES, interior RJ	ÁREA 3 Grande Rio de Janeiro	ÁREA 4 Grande São Paulo
1ª	FORNO DE MINAS/FORNO DE MINAS	FORNO DE MINAS/FORNO DE MINAS	FORNO DE MINAS/FORNO DE MINAS	FORNO DE MINAS/FORNO DE MINAS
2ª	GOSTO MINEIRO/GOSTO MINEIRO	SÃO GERALDO/FORNO DE MINAS	SÃO GERALDO/FORNO DE MINAS	MASSA LEVE/SEARA
3ª	MASSA LEVE/SEARA	PIF PAF/RIO BRANCO ALIMENTOS	BARÃO DE MINAS/BARÃO DE MINAS	SABOR & MINAS/MINNAS ALIMENTOS
4ª	SÃO GERALDO/FORNO DE MINAS	SEU NINICO/SEU NINICO	MASSA LEVE/SEARA	CATUPIRY/CATUPIRY
5ª	CATUPIRY/CATUPIRY	REI DE MINAS/REI DE MINAS	CATUPIRY/CATUPIRY	ZIN PÃO/ZIN PÃO
Top 5	80,7%	79,1%	88,4%	89,1%

	ÁREA 5 Interior de São Paulo	ÁREA 6 PR, SC e RS	ÁREA 7 MS, GO e DF
1ª	FORNO DE MINAS/FORNO DE MINAS	FORNO DE MINAS/FORNO DE MINAS	FORNO DE MINAS/FORNO DE MINAS
2ª	MASSA LEVE/SEARA	MASSA LEVE/SEARA	SÃO GERALDO/FORNO DE MINAS
3ª	CATUPIRY/CATUPIRY	SÃO GERALDO/FORNO DE MINAS	PÃO E ARTE/PÃO E ARTE
4ª	SABOR & MINAS/MINNAS ALIMENTOS	QUINTA MINEIRA/QUINTA MINEIRA	RAINHA/RAINHA
5ª	SÃO GERALDO/FORNO DE MINAS	MINEIRINHO/MINEIRINHO	OURO FINO/OURO FINO
Top 5	85,9%	74,8%	81,5%

Sabor & Minas

Pão de Queijo

Líderes de Vendas ★ Superhiper 2019 abras



Confira toda a linha no site.

Uma receita perfeita.
Feita com ingredientes de 1ª linha,
conquistando os clientes pelo verdadeiro
sabor do pão de queijo de Minas.

☎ 11 4577-9900

contato@saboreminas.com.br

saboreminas.com.br

Alimentos Perecíveis

Líderes de Vendas

Requeijão

BRASIL

1ª	VIGOR/VIGOR
2ª	CATUPIRY/CATUPIRY
3ª	ITAMBÉ/ITAMBÉ
4ª	NESTLÉ/NESTLÉ
5ª	TIROLEZ/TIROLEZ
Top 5	50,6%

ÁREA 1

Nordeste

1ª	CATUPIRY/CATUPIRY
2ª	VIGOR/VIGOR
3ª	BETÂNIA/CBL
4ª	NESTLÉ/NESTLÉ
5ª	DANONE/DANONE LÁCTEOS
Top 5	51,1%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

1ª	PORTO ALEGRE/PORTO ALEGRE
2ª	ITAMBÉ/ITAMBÉ
3ª	VIGOR/VIGOR
4ª	CATUPIRY/CATUPIRY
5ª	NESTLÉ/NESTLÉ
Top 5	57,3%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

1ª	VIGOR/VIGOR
2ª	CATUPIRY/CATUPIRY
3ª	ITAMBÉ/ITAMBÉ
4ª	ELEGÊ/LACTALIS
5ª	DANÚBIO/VIGOR
Top 5	65,6%

ÁREA 4

Grande São Paulo

1ª	VIGOR/VIGOR
2ª	CATUPIRY/CATUPIRY
3ª	TIROLEZ/TIROLEZ
4ª	DANÚBIO/VIGOR
5ª	DANONE/DANONE LÁCTEOS
Top 5	71,5%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

1ª	VIGOR/VIGOR
2ª	CATUPIRY/CATUPIRY
3ª	TIROLEZ/TIROLEZ
4ª	NESTLÉ/NESTLÉ
5ª	DANÚBIO/VIGOR
Top 5	69,3%

ÁREA 6

PR, SC e RS

1ª	TIROL/TIROL
2ª	VIGOR/VIGOR
3ª	CATUPIRY/CATUPIRY
4ª	NESTLÉ/NESTLÉ
5ª	TIROLEZ/TIROLEZ
Top 5	50,4%

ÁREA 7

MS, GO e DF

1ª	ITAMBÉ/ITAMBÉ
2ª	VIGOR/VIGOR
3ª	CANTO DE MINAS/CANTO DE MINAS
4ª	CATUPIRY/CATUPIRY
5ª	DANÚBIO/VIGOR
Top 5	63,3

Laticínios Porto Alegre

O sabor do essencial

Pela 7ª vez eleito o preferido dos consumidores.

Segundo pesquisa da Nielsen na àrea II,
correspondente aos estados de MG, ES e interior do RJ.



Não deixe faltar o líder de vendas na sua gôndola.

Em breve os produtos Laticínios Porto Alegre terão novas embalagens com a mesma qualidade que você conhece e confia.

0800 039 1439

laticiniosportoalegre.com.br

/laticinios-porto-alegre

/portoalegrelaticinios

/laticiniosportoalegre

Alimentos Perecíveis

Líderes de Vendas

Vegetal Congelado

BRASIL

1ª	D'AUCY/D'AUCY
2ª	BONDUELLE/BONDUELLE
3ª	SEARA/SEARA
4ª	PRATIGEL/PRATIGEL
5ª	PIF PAF/RIO BRANCO ALIMENTOS
Top 5	68,5%

	ÁREA 1 Nordeste	ÁREA 2 MG, ES, interior RJ	ÁREA 3 Grande Rio de Janeiro	ÁREA 4 Grande São Paulo
1ª	D'AUCY/D'AUCY	PIF PAF/RIO BRANCO ALIMENTOS	D'AUCY/D'AUCY	D'AUCY/D'AUCY
2ª	SEARA/SEARA	D'AUCY/D'AUCY	BONDUELLE/BONDUELLE	PRATIGEL/PRATIGEL
3ª	MACAXEIRA DE PAU/M.F.S FREITAS	BONDUELLE/BONDUELLE	CAC/PRATIGEL	BONDUELLE/BONDUELLE
4ª	BONDUELLE/BONDUELLE	SEARA/SEARA	DA ROÇA/DA ROÇA	CAC/PRATIGEL
5ª	DEMARCHI/DEMARCHI	ARAXÁ/ARAXÁ	PRATIGEL/PRATIGEL	SEARA/SEARA
Top 5	93,0%	85,1%	82,1%	88,4%

	ÁREA 5 Interior de São Paulo	ÁREA 6 PR, SC e RS	ÁREA 7 MS, GO e DF
1ª	D'AUCY/D'AUCY	D'AUCY/D'AUCY	D'AUCY/D'AUCY
2ª	PRATIGEL/PRATIGEL	COPACOL/COPACOL	COPACOL/COPACOL
3ª	SEARA/SEARA	GRANO/GRANO	KI-COZINHA/KI-COZINHA
4ª	CAC/PRATIGEL	VERD FÁCIL/VERD FÁCIL	SEARA/SEARA
5ª	DEMARCHI/DEMARCHI	SEARA/SEARA	BONDUELLE/BONDUELLE
Top 5	81,7%	67,6%	62,9%

Pelo 8° ano

consecutivo, a marca preferida dos consumidores.

d'aucy®

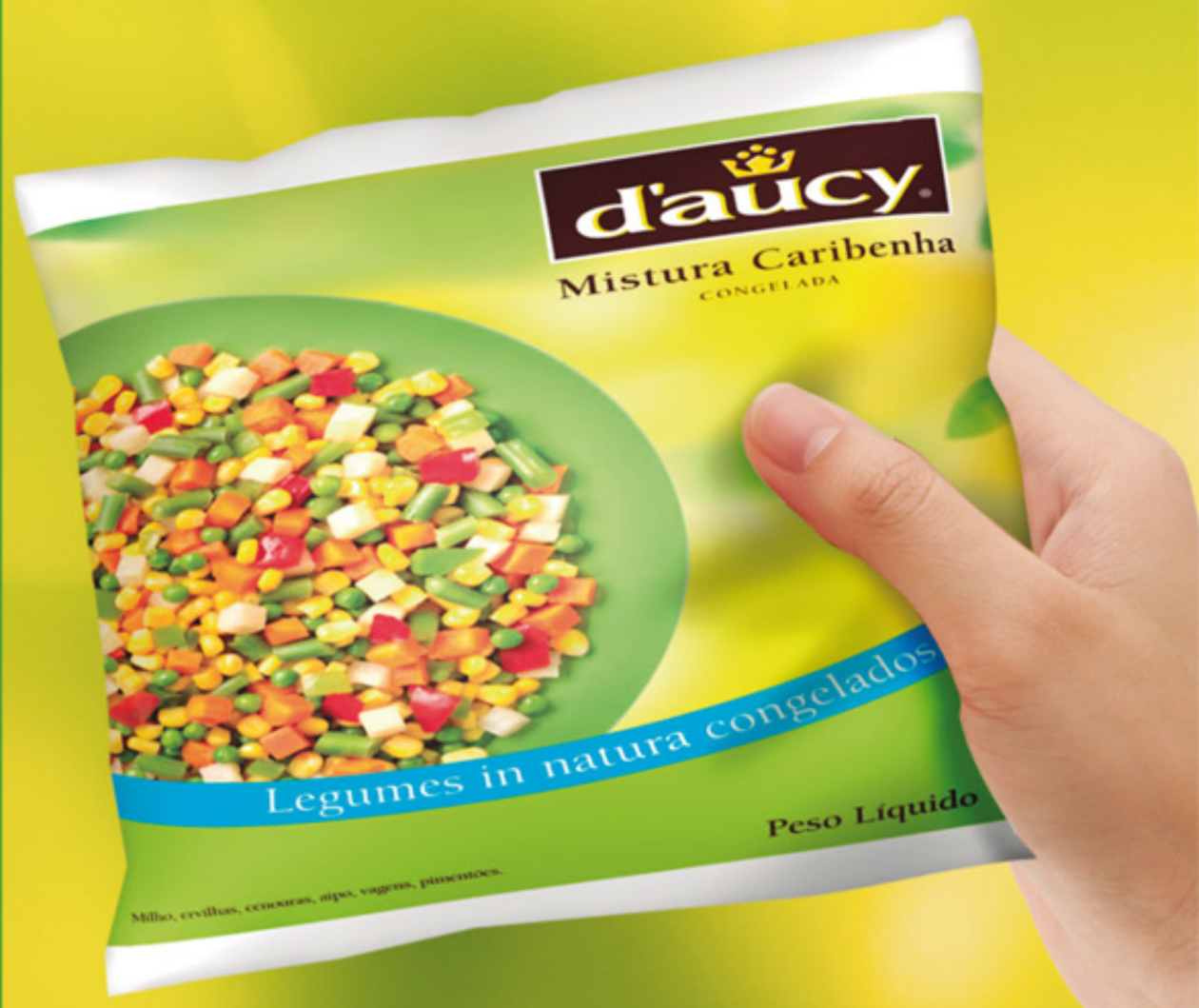
GREENYARD

O congelado que aquece suas vendas

BENEFÍCIOS AO TRADE

- Melhor equipe de Merchadising
- Maior portólio da categoria
- Rentabilidade
- Materiais de PDV exclusivos
- Workshops com consumidores
- Inovação





LÍDERES DE VENDAS ★ SUPERHIPER
2019
abras Brasil

Aguardamos você na APAS 2019

Estande 257 - Rua RE, Pavilhão azul

Site oficial:

www.daucy.com.br

Telefone:

(11)3096-3535

Por Tatiana Souto

Os cães pelo Brasil agradecem

No ano passado, a categoria de alimento para cães se destacou na seção de bazar, por registrar novo crescimento de vendas em volume e em valor



Alimentos para cães, principalmente rações, já podem ser considerados um item essencial, e não mais supérfluo, para as famílias brasileiras que adotaram um pet. Tanto que, novamente, esse artigo ganhou o prêmio destaque na cesta Bazar pela Nielsen. A tendência predominante no varejo, entretanto, ainda é a compra de produtos mais baratos, em detrimento dos de maior valor. Na pesquisa Nielsen, nota-se que, no ano passado, os alimentos "low price" representaram importantes 63,1% das vendas totais. Na sequência, estão os de preço maior, 24,9%, e os medianos, 12%. Além disso, o preço médio de rações para cães cedeu 1,2% em 2018. Juntos, esses fatores contribuíram para impulsionar as vendas, que cresceram 2,5% em volume e 1,3% em valor.

Para o presidente-executivo da Associação Brasileira da Indústria de Produtos para Animais de Estimação (Abinpet), José Edson Galvão de França, hoje em dia alimentos para cães e "pet food", em geral, viraram uma "necessidade diária", diferentemente das vacinas ou medicamentos, por exemplo, "que são extremamente importantes, mas representam gastos eventuais", esclarece. "Os tutores [donos de animais] continuam preocupados com o bem-estar dos seus pets, não renunciando à compra de alimentos, em detrimento de outros itens próprios para animais no mix do varejo."

De todo modo, França reconhece que, apesar de os consumidores já terem incorporado na cesta de compras o alimento industrializado para seus pets, estão optando por rações mais em conta. "E, nessas horas, a pesquisa por preços pode apontar, justamente, os supermercados como a oferta mais atraente", diz o representante da Abinpet, acrescentando que o crescimento de vendas de alimentos para cães neste canal (os supermercados) se dê por isso.

Variação (em %)

Volume de vendas	2,5
Receita	1,3
Preço médio	-1,2

Fonte: Nielsen

Mas é nos pet shops físicos que ocorre a maior parte da comercialização, com 80,9% de preferência do público, conforme dados de 2017 da Abinpet. Além disso, a busca por produtos mais baratos também tem forçado o setor a encolher suas margens de lucro, baixando preços. "O mercado baixa os preços para obter maior volume de vendas."

França chama a atenção, ainda, sobre o avanço das vendas on-line, pela internet, dentro do varejo especializado. "Em 2017, esse número representou 2,7% do faturamento total", diz. "Acreditamos que esse número tenha crescido no ano passado."

Participação das faixas de preço nas vendas (em %)

Baixo	63,1
Médio	12
Alto	24,9

Fonte: Nielsen



Líderes de Vendas

Índice

Alimento para Cães 94

Alimento para Gatos 94

Cera Automotiva 94

Cola 94

Envoltório para Alimentos 94

Filtro de Papel 106

Guardanapo de Papel 106

Instrumento de Escrita (caneta, lapiseira, lápis preto, lápis de cor, etc.) 106

Lâmpada 106

Mamadeira 106

Pilha/Bateria 107

Produtos para Autos 107

Toalha de Papel 107

Vassoura 107

Assadeiras e Bandejas

Papel Assalight

Papel Alumínio



LOGÍSTICA E ATENDIMENTO EM TODO BRASIL

PORTFÓLIO COMPLETO E INOVADOR

CRESCIMENTO ANO A ANO

AMPLIE SEU MIX

Tenha mais rentabilidade na linha bazar



TopFornecedores 2019

Líderes de Vendas ★ Superhiper 2019 abras

A marca preferida pelos brasileiros.

Categorias 2019

Capitão de categorias.

Conheça os novos produtos da Wyda Embalagens para sua linha de descartáveis.
Tenha mais rentabilidade com o portfólio inovador e alto giro nas vendas.

WYDA®

www wyda.com.br

wydaoficial

wydaembalagens

wydabroficial

ALIMENTO PARA CÃES

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	PEDIGREE/MARS BRASIL	DOG CHOW/NESTLÉ	KELDOG/KELCO	HERÓI/MOGIANA	ALPO/NESTLÉ	67,0
ÁREA 1	PEDIGREE/MARS BRASIL	DOG CHOW/NESTLÉ	HERÓI/MOGIANA	FARO/MOGIANA	SABOR E VIDA/MOGIANA	75,4
ÁREA 2	PEDIGREE/MARS BRASIL	KYNUS/BRASWEY	DOG CHOW/NESTLÉ	TUFÃO/INPROVETER	DOMUS/ADIMAX	64,1
ÁREA 3	PEDIGREE/MARS BRASIL	DOG CHOW/NESTLÉ	GRANCÃO/GRAN	HERÓI/MOGIANA	CHAMP/MARS BRASIL	76,9
ÁREA 4	PEDIGREE/MARS BRASIL	DOG CHOW/NESTLÉ	BAW WAW/GRUPO RAÇÕES REIS	KELDOG/KELCO	ALPO/NESTLÉ	79,9
ÁREA 5	PEDIGREE/MARS BRASIL	DOG CHOW/NESTLÉ	KELDOG/KELCO	BAW WAW/GRUPO RAÇÕES REIS	HERÓI/MOGIANA	74,5
ÁREA 6	PEDIGREE/MARS BRASIL	DOG CHOW/NESTLÉ	ALPO/NESTLÉ	KELDOG/KELCO	SABOR E VIDA/MOGIANA	66,3
ÁREA 7	PEDIGREE/MARS BRASIL	DOG CHOW/NESTLÉ	DOMUS/ADIMAX	FARO/MOGIANA	THOR/MATSUDA	67,7

Keldog avança em vendas e pula para a terceira posição; Alpo entra para a lista das cinco

ALIMENTO PARA GATOS

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	WHISKAS/MARS BRASIL	FRISKIES/NESTLÉ	SABOR E VIDA/MOGIANA	DREAMIES/MARS BRASIL	TOP CAT/MOGIANA	88,3
ÁREA 1	WHISKAS/MARS BRASIL	FRISKIES/NESTLÉ	SABOR E VIDA/MOGIANA	TOP CAT/MOGIANA	PITUKATS/LUPUS	90,8
ÁREA 2	WHISKAS/MARS BRASIL	FRISKIES/NESTLÉ	SABOR E VIDA/MOGIANA	BARÃO/VITAMINAS RAÇÕES	DREAMIES/MARS BRASIL	86,7
ÁREA 3	WHISKAS/MARS BRASIL	FRISKIES/NESTLÉ	SABOR E VIDA/MOGIANA	GRAN CAT/GRANFINO	DREAMIES/MARS BRASIL	94,8
ÁREA 4	WHISKAS/MARS BRASIL	FRISKIES/NESTLÉ	SABOR E VIDA/MOGIANA	DREAMIES/MARS BRASIL	CAT CHOW/NESTLÉ PURINA	90,9
ÁREA 5	WHISKAS/MARS BRASIL	FRISKIES/NESTLÉ	SABOR E VIDA/MOGIANA	DREAMIES/MARS BRASIL	KITEKAT/MARS BRASIL	90,3
ÁREA 6	WHISKAS/MARS BRASIL	FRISKIES/NESTLÉ	SABOR E VIDA/MOGIANA	MONELLO/NUTRIRE	DREAMIES/MARS BRASIL	87,3
ÁREA 7	WHISKAS/MARS BRASIL	FRISKIES/NESTLÉ	SABOR E VIDA/MOGIANA	VITA MAX/MATSUDA	DREAMIES/MARS BRASIL	85,5

Dreamies aparece entre as cinco primeiras em quarto lugar

CERA AUTOMOTIVA

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	GRAND PRIX/CERAS JOHNSON	PROAUTO/WINDAUTO	CARNÚ/CERAS JOHNSON	RODABRILL/INTERBRILHO	3M/3M	80,1
ÁREA 1	PROAUTO/WINDAUTO	GRAND PRIX/CERAS JOHNSON	CARNÚ/CERAS JOHNSON	3M/3M	RODABRILL/INTERBRILHO	86,5
ÁREA 2	GRAND PRIX/CERAS JOHNSON	RODABRILL/INTERBRILHO	PROAUTO/WINDAUTO	CARNÚ/CERAS JOHNSON	KHARIS/KHARIS	82,2
ÁREA 3	PROAUTO/WINDAUTO	GRAND PRIX/CERAS JOHNSON	CARNÚ/CERAS JOHNSON	RODABRILL/INTERBRILHO	3M/3M	88,5
ÁREA 4	GRAND PRIX/CERAS JOHNSON	PROAUTO/WINDAUTO	RODABRILL/INTERBRILHO	CARNÚ/CERAS JOHNSON	3M/3M	77,0
ÁREA 5	GRAND PRIX/CERAS JOHNSON	PROAUTO/WINDAUTO	CARNÚ/CERAS JOHNSON	RODABRILL/INTERBRILHO	3M/3M	76,0
ÁREA 6	GRAND PRIX/CERAS JOHNSON	PROAUTO/WINDAUTO	CARNÚ/CERAS JOHNSON	FREE WAY/SUPER CLEAN	RODABRILL/INTERBRILHO	82,0
ÁREA 7	PROAUTO/WINDAUTO	GRAND PRIX/CERAS JOHNSON	RODABRILL/INTERBRILHO	CARNÚ/CERAS JOHNSON	3M/3M	80,4

Nenhuma mudança na classificação das cinco primeiras. Grand Prix mantém a primeira posição

COLA

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	LOCTITE/HENKEL	THREE BOND/THREE BOND	BIC/BIC	DUREPOXI/HENKEL	SCOTH/3M	75,9
ÁREA 1	LOCTITE/HENKEL	BIC/BIC	THREE BOND/THREE BOND	DUREPOXI/HENKEL	ARTEMAXI/ARTE MAXI	66,1
ÁREA 2	LOCTITE/HENKEL	BIC/BIC	DUREPOXI/HENKEL	QUALIFY/VMP PAPÉIS	SCOTH/3M	79,9
ÁREA 3	LOCTITE/HENKEL	SCOTH/3M	BIC/BIC	QUALIFY/VMP PAPÉIS	DUREPOXI/HENKEL	87,3
ÁREA 4	LOCTITE/HENKEL	THREE BOND/THREE BOND	SCOTH/3M	DUREPOXI/HENKEL	PRITT TENAZ/HENKEL	82,0
ÁREA 5	LOCTITE/HENKEL	THREE BOND/THREE BOND	DUREPOXI/HENKEL	BIC/BIC	PRITT TENAZ/HENKEL	82,4
ÁREA 6	LOCTITE/HENKEL	BIC/BIC	DUREPOXI/HENKEL	PRITT TENAZ/HENKEL	SCOTH/3M	77,8
ÁREA 7	LOCTITE/HENKEL	BIC/BIC	SCOTH/3M	PRITT TENAZ/HENKEL	DUREPOXI/HENKEL	76,3

Bic, com crescimento nas vendas, passa para a terceira colocação

ENVOLTÓRIO PARA ALIMENTOS

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	WYDA/WYDA	FREEZER ROLL/DOVER-ROLL	BOREDA/BOREDA	NATURAL/WYDA	ALUMILESTE/ALUMILESTE	49,2
ÁREA 1	WYDA/WYDA	FREEZER ROLL/DOVER-ROLL	ALUMILESTE/ALUMILESTE	KIKO/KIKO IND. E COM.	PRATSY/ALUMILESTE	61,3
ÁREA 2	BOREDA/BOREDA	WYDA/WYDA	FREEZER ROLL/DOVER-ROLL	NATURAL/WYDA	PRATSY/ALUMILESTE	61,7
ÁREA 3	WYDA/WYDA	PRA VIAGEM/MEJOL COM. E DIST.	ROLITTO/KENTINHA	KIKO/KIKO IND. E COM.	ALUMILESTE/ALUMILESTE	54,7
ÁREA 4	WYDA/WYDA	NATURAL/WYDA	COZINHA PRATICA/MULT USOS	FREEZER ROLL/DOVER-ROLL	ROLLOMINIO/MULT USOS	61,4
ÁREA 5	WYDA/WYDA	NATURAL/WYDA	FREEZER ROLL/DOVER-ROLL	LUMIPAM/LUMIPAM	ALUMILESTE/ALUMILESTE	70,9
ÁREA 6	WYDA/WYDA	ROYAL PACK/HS	PLADIL/PLADIL EMBS. E ALIM.	GIOPAK/GIOCA IND. COM.	COZINHA PRÁTICA/MULT USOS	51,4
ÁREA 7	WYDA/WYDA	FREEZER ROLL/DOVER-ROLL	COZINHA PRÁTICA/MULT USOS	NATURAL/WYDA	PRATSY/ALUMILESTE	54,7

Freezer Roll conquista a segunda posição da categoria; Natural e Alumileste ingressam na lista das líderes

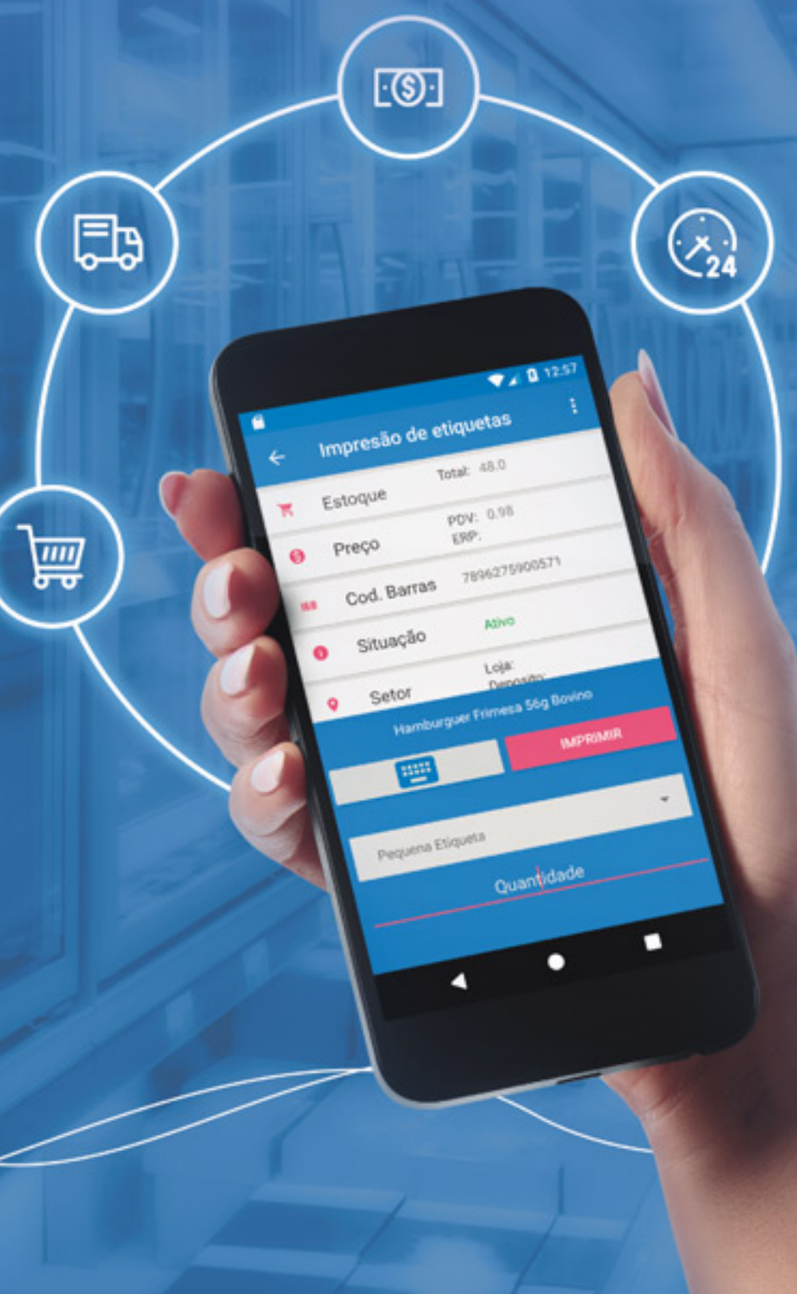
Para crescer no varejo, não basta acompanhar tendências. É preciso estar à frente delas.

RP Info. Os mais modernos sistemas para o seu negócio.

Quem conhece o varejo sabe: todo dia é preciso **inovar** para estar à frente da concorrência. É por isso que a RP Info produz os sistemas mais modernos, robustos e inteligentes para lojas de todos os tamanhos, de redes de supermercados a pequenos comércios locais.

Conheça nossos produtos e faça como nossos mais de **1.800 clientes**, lidere as tendências do seu mercado.

rpinfo.com.br



INFO

Siga Cred

GESTÃO DE CRÉDITO PARA SUPERMERCADOS

Cartão modalidade **FINANCIADORA**

Cartão modalidade **ADMINISTRADORA**



Saque Fácil

SIGA CRED

DINHEIRO RÁPIDO para seus clientes.

LUCRO GARANTIDO para sua lo

www.sigacred.com.br

Líderes de Vendas

Cola

BRASIL

1ª	LOCTITE/HENKEL
2ª	THREE BOND/THREE BOND
3ª	BIC/BIC
4ª	DUREPOXI/HENKEL
5ª	SCOTH/3M
Top 5	75,9%

	ÁREA 1 Nordeste	ÁREA 2 MG, ES, interior RJ	ÁREA 3 Grande Rio de Janeiro	ÁREA 4 Grande São Paulo
1ª	LOCTITE/HENKEL	LOCTITE/HENKEL	LOCTITE/HENKEL	LOCTITE/HENKEL
2ª	BIC/BIC	BIC/BIC	SCOTH/3M	THREE BOND/THREE BOND
3ª	THREE BOND/THREE BOND	DUREPOXI/HENKEL	BIC/BIC	SCOTH/3M
4ª	DUREPOXI/HENKEL	QUALIFY/VMP PAPÉIS	QUALIFY/VMP PAPÉIS	DUREPOXI/HENKEL
5ª	ARTEMAXI/ARTE MAXI	SCOTH/3M	DUREPOXI/HENKEL	PRITT TENAZ/HENKEL
Top 5	66,1%	79,9%	87,3%	82,0%

	ÁREA 5 Interior de São Paulo	ÁREA 6 PR, SC e RS	ÁREA 7 MS, GO e DF
1ª	LOCTITE/HENKEL	LOCTITE/HENKEL	LOCTITE/HENKEL
2ª	THREE BOND/THREE BOND	BIC/BIC	BIC/BIC
3ª	DUREPOXI/HENKEL	DUREPOXI/HENKEL	SCOTH/3M
4ª	BIC/BIC	PRITT TENAZ/HENKEL	PRITT TENAZ/HENKEL
5ª	PRITT TENAZ/HENKEL	SCOTH/3M	DUREPOXI/HENKEL
Top 5	82,4%	77,8%	76,3%

LOCTITE®

Super Bonder®



A marca mais lembrada e vendida
em colas instantâneas agradece a parceria.

Henkel

Líderes de Vendas

Envoltório para Alimentos

BRASIL

1ª	WYDA/WYDA
2ª	FREEZER ROLL/DOVER-ROLL
3ª	BOREDA/BOREDA
4ª	NATURAL/WYDA
5ª	ALUMILESTE/ALUMILESTE
Top 5	49,2%

	ÁREA 1	ÁREA 2	ÁREA 3	ÁREA 4
	Nordeste	MG, ES, interior RJ	Grande Rio de Janeiro	Grande São Paulo
1ª	WYDA/WYDA	BOREDA/BOREDA	WYDA/WYDA	WYDA/WYDA
2ª	FREEZER ROLL/DOVER-ROLL	WYDA/WYDA	PRA VIAGEM/MEJOL COM. E DIST.	NATURAL/WYDA
3ª	ALUMILESTE/ALUMILESTE	FREEZER ROLL/DOVER-ROLL	ROLITTO/KENTINHA	COZINHA PRATICA/MULT USOS
4ª	KIKO/KIKO IND. E COM.	NATURAL/WYDA	KIKO/KIKO IND. E COM.	FREEZER ROLL/DOVER-ROLL
5ª	PRATSY/ALUMILESTE	PRATSY/ALUMILESTE	ALUMILESTE/ALUMILESTE	ROLLOMINIO/MULT USOS
Top 5	61,3%	61,7%	54,7%	61,4%

	ÁREA 5	ÁREA 6	ÁREA 7
	Interior de São Paulo	PR, SC e RS	MS, GO e DF
1ª	WYDA/WYDA	WYDA/WYDA	WYDA/WYDA
2ª	NATURAL/WYDA	ROYAL PACK/HS	FREEZER ROLL/DOVER-ROLL
3ª	FREEZER ROLL/DOVER-ROLL	PLADIL/PLADIL EMBS. E ALIM.	COZINHA PRÁTICA/MULT USOS
4ª	LUMIPAM/LUMIPAM	GIOPAK/GIOCA IND. COM.	NATURAL/WYDA
5ª	ALUMILESTE/ALUMILESTE	COZINHA PRÁTICA/MULT USOS	PRATSY/ALUMILESTE
Top 5	70,9%	51,4%	54,7%







Em cozinhas práticas não pode faltar Lumipam

Filme de Poliéster
Sacos Herméticos
Pano Multiuso

www.lumipam.com.br contato@lumipam.com.br

lumipam

Líderes de Vendas

Filtro de papel

BRASIL

1ª	MELITTA/MELITTA
2ª	3CORAÇÕES/3CORAÇÕES
3ª	BRIGITTA/MELITTA
4ª	PIMPINELA/3CORAÇÕES
5ª	JOVITA/MELITTA
Top 5	88,4%

ÁREA 1

Nordeste

1ª	MELITTA/MELITTA
2ª	SANTA CLARA/3CORAÇÕES
3ª	3CORAÇÕES/3CORAÇÕES
4ª	ANADRI/MARIA DE OLIVEIRA DE JESUS
5ª	SÃO BRAZ/SÃO BRAZ
Top 5	90,9%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

1ª	3CORAÇÕES/3CORAÇÕES
2ª	MELITTA/MELITTA
3ª	JOVITA/MELITTA
4ª	PIMPINELA/3CORAÇÕES
5ª	MERIDIANO/CAFÉ MERIDIANO
Top 5	76,4%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

1ª	MELITTA/MELITTA
2ª	PIMPINELA/3CORAÇÕES
3ª	BRIGITTA/MELITTA
4ª	3CORAÇÕES/3CORAÇÕES
5ª	ITAMARATY/ITAMARATY
Top 5	95,2%

ÁREA 4

Grande São Paulo

1ª	MELITTA/MELITTA
2ª	3CORAÇÕES/3CORAÇÕES
3ª	JOVITA/MELITTA
4ª	BRIGITTA/MELITTA
5ª	MÉTODO LAR/MÉTODO
Top 5	97,1%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

1ª	MELITTA/MELITTA
2ª	3CORAÇÕES/3CORAÇÕES
3ª	BRIGITTA/MELITTA
4ª	JOVITA/MELITTA
5ª	CANECÃO/CAFÉ CANECÃO
Top 5	91,8%

ÁREA 6

PR, SC e RS

1ª	MELITTA/MELITTA
2ª	BRIGITTA/MELITTA
3ª	3CORAÇÕES/3CORAÇÕES
4ª	ITAMARATY/ITAMARATY
5ª	JANDAIÁ/CAFÉ JANDAIÁ
Top 5	96,9%

ÁREA 7

MS, GO e DF

1ª	MELITTA/MELITTA
2ª	3CORAÇÕES/3CORAÇÕES
3ª	JOVITA/MELITTA
4ª	EXPORT/CAFÉ EXPORT
5ª	BRIGITTA/MELITTA
Top 5	90,5%

LIDERANÇA ABSOLUTA NA CATEGORIA



O ÚNICO COM MICROFUROS







PARA SENTIR MAIS A VIDA!

SÓ A MELITTA® TEM A EXCLUSIVA TECNOLOGIA DE MICROFUROS.

Eles são pequenos furos na trama do papel, feitos na quantidade e no tamanho exatos para extrair mais rápido todo o aroma e sabor do café.

FILTROS MELITTA®. PARA VOCÊ SENTIR MAIS A VIDA.

Líderes de Vendas

Lâmpada

BRASIL

1ª	OUROLUX/ELETROMEGA
2ª	TASCHIBRA/BRASILUX
3ª	FLC/FLC
4ª	OSRAM/OSRAM
5ª	KIAN/BRASILUX
Top 5	72,2%

	ÁREA 1 Nordeste	ÁREA 2 MG, ES, interior RJ	ÁREA 3 Grande Rio de Janeiro	ÁREA 4 Grande São Paulo
1ª	OUROLUX/ELETROMEGA	FLC/FLC	TASCHIBRA/BRASILUX	OUROLUX/ELETROMEGA
2ª	NEOTRON/IMPOLUZ	OSRAM/OSRAM	FLC/FLC	FLC/FLC
3ª	FLC/FLC	OUROLUX/ELETROMEGA	OSRAM/OSRAM	OSRAM/OSRAM
4ª	TASCHIBRA/BRASILUX	TASCHIBRA/BRASILUX	RAYOVAC/SPECTRUN BRANDS	PHILIPS/PHILIPS
5ª	OSRAM/OSRAM	AVANT/INTERLUX	KIAN/BRASILUX	TASCHIBRA/BRASILUX
Top 5	67,2%	81,9%	75,9%	85,3%

	ÁREA 5 Interior de São Paulo	ÁREA 6 PR, SC e RS	ÁREA 7 MS, GO e DF
1ª	OUROLUX/ELETROMEGA	TASCHIBRA/BRASILUX	OUROLUX/ELETROMEGA
2ª	TASCHIBRA/BRASILUX	OUROLUX/ELETROMEGA	FLC/FLC
3ª	FLC/FLC	FLC/FLC	TASCHIBRA/BRASILUX
4ª	KIAN/BRASILUX	FOXLUX/FOXLUX	OSRAM/OSRAM
5ª	FOXLUX/FOXLUX	PHILIPS/PHILIPS	PHILIPS/PHILIPS
Top 5	75,2%	77,8%	86,5%

OUROLUX É A MARCA MAIS VENDIDA DO BRASIL.

LÍDERES DE VENDAS ★ SUPERHIPER
2019
abras Brasil



A linha bazar vende mais porque a **Ourolux** oferece produtos com tecnologia, inovação e com alto valor agregado, gerando maior faturamento.

NÍVEL DE SERVIÇO 100%

O MAIOR ESTOQUE DO BRASIL

A LINHA MAIS COMPLETA PARA O SEGMENTO

(11) 2172-1000

ourolux.com.br

OUROLUX®

A MARCA LÍDER

Líderes de Vendas

Mamadeira

BRASIL

1ª	LILLO/LILLO
2ª	KUKA/KUKA
3ª	NEOPAN/NEOPAN
4ª	FIONA/LILLO
5ª	BABY GO/DERMIWIL
Top 5	88,2%

ÁREA 1

Nordeste

1ª	LILLO/LILLO
2ª	KUKA/KUKA
3ª	NEOPAN/NEOPAN
4ª	FIONA/LILLO
5ª	LOLLY/LOLLY BABY
Top 5	91,0%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

1ª	KUKA/KUKA
2ª	LILLO/LILLO
3ª	NEOPAN/NEOPAN
4ª	FIONA/LILLO
5ª	BABY GO/DERMIWIL
Top 5	94,5%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

1ª	LILLO/LILLO
2ª	KUKA/KUKA
3ª	LOLLY/LOLLY BABY
4ª	NEOPAN/NEOPAN
5ª	BABY GO/DERMIWIL
Top 5	80,2%

ÁREA 4

Grande São Paulo

1ª	LILLO/LILLO
2ª	NEOPAN/NEOPAN
3ª	KUKA/KUKA
4ª	BABY GO/DERMIWIL
5ª	FIONA/LILLO
Top 5	87,0%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

1ª	KUKA/KUKA
2ª	NEOPAN/NEOPAN
3ª	LILLO/LILLO
4ª	BABY GO/DERMIWIL
5ª	FIONA/LILLO
Top 5	86,2%

ÁREA 6

PR, SC e RS

1ª	KUKA/KUKA
2ª	LILLO/LILLO
3ª	NEOPAN/NEOPAN
4ª	FIONA/LILLO
5ª	BABY GO/DERMIWIL
Top 5	91,3%

ÁREA 7

MS, GO e DF

1ª	LILLO/LILLO
2ª	KUKA/KUKA
3ª	NEOPAN/NEOPAN
4ª	FIONA/LILLO
5ª	BABY GO/DERMIWIL
Top 5	89,9%

lillo

SUA VIDA MUDA, A LILLO ACOMPANHA.



LÍDERES DE VENDAS ★ SUPERHIPER
2019
abras Brasil

Líder na categoria de Mamadeiras pelo 4º ano consecutivo!*

Não deixe faltar Lillo em suas gôndolas.
Produtos campeões em vendas, com alto giro e garantia de lucro

- Sucesso de vendas
- Garantia de rentabilidade
- Ótimo custo x benefício
- Presença em diversas categorias mães e bebês
- Referência de mercado em puericultura leve
- A Lillo é líder em lembrança de marca

0800 025 4415 | www.lillo.com.br | /lillodobrasil | /lillodobrasil

*Fonte: AC Nielsen – Scantrack – Líder de Vendas - Ano 2018.

Bazar

FILTRO DE PAPEL

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	MELITTA/MELITTA	3CORAÇÕES/3CORAÇÕES	BRIGITTA/MELITTA	PIMPINELA/3CORAÇÕES	JOVITA/MELITTA	88,4
ÁREA 1	MELITTA/MELITTA	SANTA CLARA/3CORAÇÕES	3CORAÇÕES/3CORAÇÕES	ANADRI/MARIA DE OLIVEIRA DE JESUS	SÃO BRAZ/SÃO BRAZ	90,9
ÁREA 2	3CORAÇÕES/3CORAÇÕES	MELITTA/MELITTA	JOVITA/MELITTA	PIMPINELA/3CORAÇÕES	MERIDIANO/CAFÉ MERIDIANO	76,4
ÁREA 3	MELITTA/MELITTA	PIMPINELA/3CORAÇÕES	BRIGITTA/MELITTA	3CORAÇÕES/3CORAÇÕES	ITAMARATY/ITAMARATY	95,2
ÁREA 4	MELITTA/MELITTA	3CORAÇÕES/3CORAÇÕES	JOVITA/MELITTA	BRIGITTA/MELITTA	MÉTODO LAR/MÉTODO	97,1
ÁREA 5	MELITTA/MELITTA	3CORAÇÕES/3CORAÇÕES	BRIGITTA/MELITTA	JOVITA/MELITTA	CANECÃO/CAFÉ CANECÃO	91,8
ÁREA 6	MELITTA/MELITTA	BRIGITTA/MELITTA	3CORAÇÕES/3CORAÇÕES	ITAMARATY/ITAMARATY	JANDÁIA/CAFÉ JANDÁIA	96,9
ÁREA 7	MELITTA/MELITTA	3CORAÇÕES/3CORAÇÕES	JOVITA/MELITTA	EXPORT/CAFÉ EXPORT	BRIGITTA/MELITTA	90,5

Não houve alteração na classificação das cinco primeiras

GUARDANAPO DE PAPEL

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	KITCHEN/CMPC MELHORAMENTOS	GRAND HOTEL/KIMBERLY-CLARK	COQUETEL/CARTA FABRIL	SCOTT/KIMBERLY-CLARK	SNOB/SANTHER	56,9
ÁREA 1	NAPS/FACEPA	GRAND HOTEL/KIMBERLY-CLARK	SCALA/FACEPA	LEVE/ONDUNORTE	KITCHEN/CMPC MELHORAMENTOS	72,7
ÁREA 2	COQUETEL/CARTA FABRIL	SANTEPEL/SANTHER	BH/MILI	GRAND HOTEL/KIMBERLY-CLARK	SNOB/SANTHER	61,3
ÁREA 3	COQUETEL/CARTA FABRIL	KITCHEN/CMPC MELHORAMENTOS	GRAND HOTEL/KIMBERLY-CLARK	BOB/CVG	SNOB/SANTHER	74,7
ÁREA 4	KITCHEN/CMPC MELHORAMENTOS	GRAND HOTEL/KIMBERLY-CLARK	LIPS/CMPC MELHORAMENTOS	SCOTT/KIMBERLY-CLARK	SNOB/SANTHER	78,7
ÁREA 5	KITCHEN/CMPC MELHORAMENTOS	GRAND HOTEL/KIMBERLY-CLARK	SCOTT/KIMBERLY-CLARK	LIPS/CMPC MELHORAMENTOS	SNOB/SANTHER	68,3
ÁREA 6	MILI/MILI	SNOB/SANTHER	KITCHEN/CMPC MELHORAMENTOS	LIPS/CMPC MELHORAMENTOS	GRAND HOTEL/KIMBERLY-CLARK	59,2
ÁREA 7	GRAND HOTEL/KIMBERLY-CLARK	SCOTT/KIMBERLY-CLARK	COQUETEL/CARTA FABRIL	KITCHEN/CMPC MELHORAMENTOS	LIPS/CMPC MELHORAMENTOS	75,8

Com bons resultados nas vendas, Coquetel avança da quinta para a terceira posição; Scott ingressa na lista das cinco em quarto lugar

INSTRUMENTO DE ESCRITA(CANETA, LAPISEIRA, LÁPIS PRETO, LÁPIS DE COR, ETC.)

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	BIC/BIC	FABER-CASTELL/FABER-CASTELL	MOLIN/MOLIN DO BRASIL	TRIS/SUMMIT	COMPACTOR/COMPACTOR	93,0
ÁREA 1	BIC/BIC	FABER-CASTELL/FABER-CASTELL	MOLIN/MOLIN DO BRASIL	TRIS/SUMMIT	COMPACTOR/COMPACTOR	92,4
ÁREA 2	BIC/BIC	FABER-CASTELL/FABER-CASTELL	MOLIN/MOLIN DO BRASIL	TRIS/SUMMIT	VMP/VMP	93,5
ÁREA 3	BIC/BIC	FABER-CASTELL/FABER-CASTELL	MOLIN/MOLIN DO BRASIL	TRIS/SUMMIT	VMP/VMP	95,4
ÁREA 4	BIC/BIC	FABER-CASTELL/FABER-CASTELL	MOLIN/MOLIN DO BRASIL	TRIS/SUMMIT	MAPED/DESART	94,4
ÁREA 5	BIC/BIC	FABER-CASTELL/FABER-CASTELL	MOLIN/MOLIN DO BRASIL	TRIS/SUMMIT	MAPED/DESART	95,0
ÁREA 6	BIC/BIC	FABER-CASTELL/FABER-CASTELL	MOLIN/MOLIN DO BRASIL	TRIS/SUMMIT	CIS/SERTIC	93,9
ÁREA 7	BIC/BIC	FABER-CASTELL/FABER-CASTELL	MOLIN/MOLIN DO BRASIL	TRIS/SUMMIT	VMP/VMP	95,0

Todas as marcas asseguram suas posições no estudo atual

LÂMPADA

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	OUROLUX/ELETROMEGA	TASCHIBRA/BRASILUX	FLC/FLC	OSRAM/OSRAM	KIAN/BRASILUX	72,2
ÁREA 1	OUROLUX/ELETROMEGA	NEOTRON/IMPOLUZ	FLC/FLC	TASCHIBRA/BRASILUX	OSRAM/OSRAM	67,2
ÁREA 2	FLC/FLC	OSRAM/OSRAM	OUROLUX/ELETROMEGA	TASCHIBRA/BRASILUX	AVANT/INTERLUX	81,9
ÁREA 3	TASCHIBRA/BRASILUX	FLC/FLC	OSRAM/OSRAM	RAYOVAC/SPECTRUN BRANDS	KIAN/BRASILUX	75,9
ÁREA 4	OUROLUX/ELETROMEGA	FLC/FLC	OSRAM/OSRAM	PHILIPS/PHILIPS	TASCHIBRA/BRASILUX	85,3
ÁREA 5	OUROLUX/ELETROMEGA	TASCHIBRA/BRASILUX	FLC/FLC	KIAN/BRASILUX	FOXLUX/FOXLUX	75,2
ÁREA 6	TASCHIBRA/BRASILUX	OUROLUX/ELETROMEGA	FLC/FLC	FOXLUX/FOXLUX	PHILIPS/PHILIPS	77,8
ÁREA 7	OUROLUX/ELETROMEGA	FLC/FLC	TASCHIBRA/BRASILUX	OSRAM/OSRAM	PHILIPS/PHILIPS	86,5

Ourolux conquista a liderança da categoria e Taschibra pula duas casas e assume a vice-liderança

MAMADEIRA

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	LILLO/LILLO	KUKA/KUKA	NEOPAN/NEOPAN	FIONA/LILLO	BABY GO/DERMIWIL	88,2
ÁREA 1	LILLO/LILLO	KUKA/KUKA	NEOPAN/NEOPAN	FIONA/LILLO	LOLLY/LOLLY BABY	91,0
ÁREA 2	KUKA/KUKA	LILLO/LILLO	NEOPAN/NEOPAN	FIONA/LILLO	BABY GO/DERMIWIL	94,5
ÁREA 3	LILLO/LILLO	KUKA/KUKA	LOLLY/LOLLY BABY	NEOPAN/NEOPAN	BABY GO/DERMIWIL	80,2
ÁREA 4	LILLO/LILLO	NEOPAN/NEOPAN	KUKA/KUKA	BABY GO/DERMIWIL	FIONA/LILLO	87,0
ÁREA 5	KUKA/KUKA	NEOPAN/NEOPAN	LILLO/LILLO	BABY GO/DERMIWIL	FIONA/LILLO	86,2
ÁREA 6	KUKA/KUKA	LILLO/LILLO	NEOPAN/NEOPAN	FIONA/LILLO	BABY GO/DERMIWIL	91,3
ÁREA 7	LILLO/LILLO	KUKA/KUKA	NEOPAN/NEOPAN	FIONA/LILLO	BABY GO/DERMIWIL	89,9

Nenhuma mudança entre as cinco líderes

PILHA/BATERIA

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	DURACELL/SPECTRUM BRANDS	RAYOVAC/RAYOVAC	PANASONIC/PANASONIC	EVEREADY/ENERGIZER	ALFACELL/YINS	95,6
ÁREA 1	DURACELL/SPECTRUM BRANDS	PANASONIC/PANASONIC	RAYOVAC/RAYOVAC	ELGIN/ELGIN	EVEREADY/ENERGIZER	96,6
ÁREA 2	DURACELL/SPECTRUM BRANDS	RAYOVAC/RAYOVAC	PANASONIC/PANASONIC	EVEREADY/ENERGIZER	ENERGIZER/ENERGIZER	94,8
ÁREA 3	DURACELL/SPECTRUM BRANDS	RAYOVAC/RAYOVAC	PANASONIC/PANASONIC	ALFACELL/YINS	EVEREADY/ENERGIZER	96,7
ÁREA 4	DURACELL/SPECTRUM BRANDS	RAYOVAC/RAYOVAC	PANASONIC/PANASONIC	EVEREADY/ENERGIZER	ELGIN/ELGIN	96,5
ÁREA 5	DURACELL/SPECTRUM BRANDS	RAYOVAC/RAYOVAC	PANASONIC/PANASONIC	QUANTUM/SPECTRUM BRANDS	ELGIN/ELGIN	97,7
ÁREA 6	DURACELL/SPECTRUM BRANDS	PANASONIC/PANASONIC	RAYOVAC/RAYOVAC	ACDELCO/POWERMAX	ELGIN/ELGIN	98,8
ÁREA 7	DURACELL/SPECTRUM BRANDS	RAYOVAC/RAYOVAC	PANASONIC/PANASONIC	EVEREADY/ENERGIZER	ELGIN/ELGIN	97,6

Alfacell aparece entre as top 5 como quinta colocada

PRODUTOS PARA AUTO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	PROAUTO/WINDAUTO	RODABRILL/INTERBRILHO	BUCAS/INTERBRILHO	GRAND PRIX/CERAS JOHNSON	CARNÚ/CERAS JOHNSON	75,7
ÁREA 1	PROAUTO/WINDAUTO	RODABRILL/INTERBRILHO	CARNÚ/CERAS JOHNSON	BUCAS/INTERBRILHO	GRAND PRIX/CERAS JOHNSON	83,1
ÁREA 2	RODABRILL/INTERBRILHO	PROAUTO/WINDAUTO IND.COM	COCKPIT/INTERBRILHO	BUCAS/INTERBRILHO	GRAND PRIX/CERAS JOHNSON	85,0
ÁREA 3	PROAUTO/WINDAUTO	RODABRILL/INTERBRILHO	BUCAS/INTERBRILHO	CARNÚ/CERAS JOHNSON	GRAND PRIX/CERAS JOHNSON	77,2
ÁREA 4	PROAUTO/WINDAUTO	RODABRILL/INTERBRILHO	BUCAS/INTERBRILHO	GRAND PRIX/CERAS JOHNSON	CARNÚ/CERAS JOHNSON	73,1
ÁREA 5	PROAUTO/WINDAUTO	RODABRILL/INTERBRILHO	GRAND PRIX/CERAS JOHNSON	BUCAS/INTERBRILHO	MONZA/PÉROLA	70,0
ÁREA 6	PROAUTO/WINDAUTO	RODABRILL/INTERBRILHO	JIMO SILICONE/JIMO QUÍMICA	BRILHOLAC/BRILHOLAC	BUCAS/INTERBRILHO	74,4
ÁREA 7	PROAUTO/WINDAUTO	RODABRILL/INTERBRILHO	BUCAS/INTERBRILHO	CARNÚ/CERAS JOHNSON	3M/3M	78,8

Bucas aumenta sua representatividade nas vendas e alcança a terceira posição

TOALHA DE PAPEL

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	KITCHEN/CMPC MELHORAMENTOS	SNOB/SANTHER	SOCIAL CLEAN/CARTA FABRIL	SNACK/CMPC MELHORAMENTOS	COQUETEL/CARTA FABRIL	62,5
ÁREA 1	SCALA/FACEPA	SNOB/SANTHER	KITCHEN/CMPC MELHORAMENTOS	LEVE/ONDUNORTE	SNACK/CMPC MELHORAMENTOS	80,7
ÁREA 2	SNOB/SANTHER	SOCIAL CLEAN/CARTA FABRIL	KITCHEN/CMPC MELHORAMENTOS	MILI/MILI	COQUETEL/CARTA FABRIL	73,9
ÁREA 3	SOCIAL CLEAN/CARTA FABRIL	COQUETEL/CARTA FABRIL	KITCHEN/CMPC MELHORAMENTOS	SNOB/SANTHER	SCALA/FACEPA	79,9
ÁREA 4	KITCHEN/CMPC MELHORAMENTOS	SNOB/SANTHER	SNACK/CMPC MELHORAMENTOS	YURI/MANIKRAFT	MASCOT/MANIKRAFT	79,9
ÁREA 5	KITCHEN/CMPC MELHORAMENTOS	SNOB/SANTHER	SNACK/CMPC MELHORAMENTOS	MILI/MILI	YURI/MANIKRAFT	63,0
ÁREA 6	SNOB/SANTHER	MILI/MILI	KITCHEN/CMPC MELHORAMENTOS	SNACK/CMPC MELHORAMENTOS	MAXIM/SEPAC	67,8
ÁREA 7	SNOB/SANTHER	SOCIAL CLEAN/CARTA FABRIL	KITCHEN/CMPC MELHORAMENTOS	COQUETEL/CARTA FABRIL	SNACK/CMPC MELHORAMENTOS	74,4

Com bons resultados nas vendas, Kitchen conquista o primeiro lugar

VASSOURA

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	NOVIÇA/BETTANIN	CONDOR/CONDOR	PHENIX/SANTA MARIA	LIMPPANO/LIMPPANO	BRILHUS/BETTANIN	70,9
ÁREA 1	CONDOR/CONDOR	NOVIÇA/BETTANIN	PHENIX/SANTA MARIA	PIAÇALUX/SANTA MARIA	BRILHUS/BETTANIN	85,0
ÁREA 2	NOVIÇA/BETTANIN	PUREZITTA/VASSOURAS PUREZITTA	CONDOR/CONDOR	LIMPPANO/LIMPPANO	ROSSI/A. W. ROSSI	68,4
ÁREA 3	NOVIÇA/BETTANIN	LIMPPANO/LIMPPANO	ROSSI/A. W. ROSSI	CONDOR/CONDOR	CARDOSO/IND. COM. CARDOSO & FILHO	62,9
ÁREA 4	NOVIÇA/BETTANIN	CONDOR/CONDOR	PHENIX/SANTA MARIA	PIAÇALUX/SANTA MARIA	BRILHUS/BETTANIN	75,8
ÁREA 5	NOVIÇA/BETTANIN	PHENIX/SANTA MARIA	CONDOR/CONDOR	BRILHUS/BETTANIN	BETTANIN/BETTANIN	74,8
ÁREA 6	NOVIÇA/BETTANIN	CONDOR/CONDOR	SUPRA/SUPRA	BRILHUS/BETTANIN	PHENIX/SANTA MARIA	94,2
ÁREA 7	CONDOR/CONDOR	NOVIÇA/BETTANIN	PHENIX/SANTA MARIA	BRILHUS/BETTANIN	LIMPPANO/LIMPPANO	79,6

Classificação das cinco líderes se manteve a mesma da pesquisa anterior

abras Brasil

PBR



Líderes de Vendas

Pilha/Bateria

BRASIL

1ª	DURACELL/SPECTRUM BRANDS
2ª	RAYOVAC/RAYOVAC
3ª	PANASONIC/PANASONIC
4ª	EVEREADY/ENERGIZER
5ª	ALFACELL/YINS
Top 5	95,6%

	ÁREA 1 Nordeste	ÁREA 2 MG, ES, interior RJ	ÁREA 3 Grande Rio de Janeiro	ÁREA 4 Grande São Paulo
1ª	DURACELL/SPECTRUM BRANDS	DURACELL/SPECTRUM BRANDS	DURACELL/SPECTRUM BRANDS	DURACELL/SPECTRUM BRANDS
2ª	PANASONIC/PANASONIC	RAYOVAC/RAYOVAC	RAYOVAC/RAYOVAC	RAYOVAC/RAYOVAC
3ª	RAYOVAC/RAYOVAC	PANASONIC/PANASONIC	PANASONIC/PANASONIC	PANASONIC/PANASONIC
4ª	ELGIN/ELGIN	EVEREADY/ENERGIZER	ALFACELL/YINS	EVEREADY/ENERGIZER
5ª	EVEREADY/ENERGIZER	ENERGIZER/ENERGIZER	EVEREADY/ENERGIZER	ELGIN/ELGIN
Top 5	96,6%	94,8%	96,7%	96,5%

	ÁREA 5 Interior de São Paulo	ÁREA 6 PR, SC e RS	ÁREA 7 MS, GO e DF
1ª	DURACELL/SPECTRUM BRANDS	DURACELL/SPECTRUM BRANDS	DURACELL/SPECTRUM BRANDS
2ª	RAYOVAC/RAYOVAC	PANASONIC/PANASONIC	RAYOVAC/RAYOVAC
3ª	PANASONIC/PANASONIC	RAYOVAC/RAYOVAC	PANASONIC/PANASONIC
4ª	QUANTUM/SPECTRUM BRANDS	ACDELCO/POWERMAX	EVEREADY/ENERGIZER
5ª	ELGIN/ELGIN	ELGIN/ELGIN	ELGIN/ELGIN
Top 5	97,7%	98,8%	97,6%

Panasonic

LINHA DE PILHAS PANASONIC. ENERGIA PRA QUEM VENDE. CREDIBILIDADE PRA QUEM COMPRA.



AS PILHAS ALCALINAS REPRESENTAM:**

VOLUME DE VENDAS	DO VALOR TOTAL
35%	63%

ONDE AS PESSOAS COSTUMAM COMPRAR PILHAS NO ESTABELECIMENTO?

A CHECKSTAND
B FRENTE DO CAIXA
C PONTO NATURAL
D PONTO PROMOCIONAL

GARANTA MAIOR RENTABILIDADE PARA A CATEGORIA NA SUA LOJA!

EXPOSIÇÃO REAL:





ALCALINA

ALCALINA PREMIUM

COMUM

CRIADO PRA VOCÊ FAZER ⊕

*Em comparação à pilha Panasonic comum de zinco. **Fonte: Nielsen.

nbs

Líderes de Vendas

Produtos para Auto

BRASIL

1ª	PROAUTO/WINDAUTO
2ª	RODABRILL/INTERBRILHO
3ª	BUCAS/INTERBRILHO
4ª	GRAND PRIX/CERAS JOHNSON
5ª	CARNÚ/CERAS JOHNSON
Top 5	75,7%

ÁREA 1

Nordeste

1ª	PROAUTO/WINDAUTO
2ª	RODABRILL/INTERBRILHO
3ª	CARNÚ/CERAS JOHNSON
4ª	BUCAS/INTERBRILHO
5ª	GRAND PRIX/CERAS JOHNSON
Top 5	83,1%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

1ª	RODABRILL/INTERBRILHO
2ª	PROAUTO/WINDAUTO IND.COM
3ª	COCKPIT/INTERBRILHO
4ª	BUCAS/INTERBRILHO
5ª	GRAND PRIX/CERAS JOHNSON
Top 5	85,0%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

1ª	PROAUTO/WINDAUTO
2ª	RODABRILL/INTERBRILHO
3ª	BUCAS/INTERBRILHO
4ª	CARNÚ/CERAS JOHNSON
5ª	GRAND PRIX/CERAS JOHNSON
Top 5	77,2%

ÁREA 4

Grande São Paulo

1ª	PROAUTO/WINDAUTO
2ª	RODABRILL/INTERBRILHO
3ª	BUCAS/INTERBRILHO
4ª	GRAND PRIX/CERAS JOHNSON
5ª	CARNÚ/CERAS JOHNSON
Top 5	73,1%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

1ª	PROAUTO/WINDAUTO
2ª	RODABRILL/INTERBRILHO
3ª	GRAND PRIX/CERAS JOHNSON
4ª	BUCAS/INTERBRILHO
5ª	MONZA/PÉROLA
Top 5	70,0%

ÁREA 6

PR, SC e RS

1ª	PROAUTO/WINDAUTO
2ª	RODABRILL/INTERBRILHO
3ª	JIMO SILICONE/JIMO QUÍMICA
4ª	BRILHOLAC/BRILHOLAC
5ª	BUCAS/INTERBRILHO
Top 5	74,4%

ÁREA 7

MS, GO e DF

1ª	PROAUTO/WINDAUTO
2ª	RODABRILL/INTERBRILHO
3ª	BUCAS/INTERBRILHO
4ª	CARNÚ/CERAS JOHNSON
5ª	3M/3M
Top 5	78,8%

PROAUTO, LÍDER PELO 8º ANO CONSECUTIVO

CONQUISTAMOS
A PREFERÊNCIA DO CONSUMIDOR
E QUEM LUCRA COM ISSO
É VOCÊ!

/proauto @proauto /proauto
www.proauto.com.br

PROAUTO
Soluções Inteligentes

LÍDERES DE VENDAS ★ SUPERHIPER 2019 abras

TENHA PROCÃO EM SUA GÔNDOLA.
MARCA VICE-LÍDER NO MERCADO PET.
WWW.PROCAO.IND.BR
/procao @procao /procao

PROCÃO
Seu pet, nosso mundo.

Líderes de Vendas

Vassoura

BRASIL

1ª	NOVIÇA/BETTANIN
2ª	CONDOR/CONDOR
3ª	PHENIX/SANTA MARIA
4ª	LIMPPANO/LIMPPANO
5ª	BRILHUS/BETTANIN
Top 5	70,9%

ÁREA 1

Nordeste

1ª	CONDOR/CONDOR
2ª	NOVIÇA/BETTANIN
3ª	PHENIX/SANTA MARIA
4ª	PIAÇALUX/SANTA MARIA
5ª	BRILHUS/BETTANIN
Top 5	85,0%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

1ª	NOVIÇA/BETTANIN
2ª	PUREZITTA/VASSOURAS PUREZITTA
3ª	CONDOR/CONDOR
4ª	LIMPPANO/LIMPPANO
5ª	ROSSI/A. W. ROSSI
Top 5	68,4%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

1ª	NOVIÇA/BETTANIN
2ª	LIMPPANO/LIMPPANO
3ª	ROSSI/A. W. ROSSI
4ª	CONDOR/CONDOR
5ª	CARDOSO/IND. COM. CARDOSO & FILHO
Top 5	62,9%

ÁREA 4

Grande São Paulo

1ª	NOVIÇA/BETTANIN
2ª	CONDOR/CONDOR
3ª	PHENIX/SANTA MARIA
4ª	PIAÇALUX/SANTA MARIA
5ª	BRILHUS/BETTANIN
Top 5	75,8%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

1ª	NOVIÇA/BETTANIN
2ª	PHENIX/SANTA MARIA
3ª	CONDOR/CONDOR
4ª	BRILHUS/BETTANIN
5ª	BETTANIN/BETTANIN
Top 5	74,8%

ÁREA 6

PR, SC e RS

1ª	NOVIÇA/BETTANIN
2ª	CONDOR/CONDOR
3ª	SUPRA/SUPRA
4ª	BRILHUS/BETTANIN
5ª	PHENIX/SANTA MARIA
Top 5	94,2%

ÁREA 7

MS, GO e DF

1ª	CONDOR/CONDOR
2ª	NOVIÇA/BETTANIN
3ª	PHENIX/SANTA MARIA
4ª	BRILHUS/BETTANIN
5ª	LIMPPANO/LIMPPANO
Top 5	79,6%

NOVIÇA LÍDER DE VENDAS NO BRASIL*

UM NOVO CONCEITO EM VASSOURAS

+ BELEZA
+ ROBUSTEZ
+ TECNOLOGIA

UMA NOVIÇA PARA CADA CANTO DA SUA CASA



Noviça Max
Cerdas com tecnologia Multiuso DUO**, ideal para a varrição de grandes áreas.

Noviça Ideal Cantos Certa
Cerdas com tecnologia Multiuso DUO**, oferece maior alcance aos cantos durante a limpeza dos ambientes.

Noviça Original
Cerdas em leque com tecnologia Multiuso DUO**, oferece maior poder de varrição.

Acompanhe nossas redes sociais:

BettaninOficial bettaninoficial

BETTANIN uma empresa InBetta

NOVIÇA
Sua casa mais bonita todo dia.

*Nielsen, período de janeiro a dezembro de 2018. **Exclusiva tecnologia Multiuso DUO que garante máxima eficiência às vassouras multiuso em ambientes internos e externos. Com plumagem densa, traz dois tipos de cerdas. Cerdas firmes para limpeza de sujeiras mais incrustadas. Cerdas macias para limpeza de pelos, pó e farelos.

Bebidas

Por Tatiana Souto

Mais suco nos lares brasileiros

Categoria de sucos prontos volta a ganhar espaço e se destaca na cesta de bebidas. Alta no volume comercializado foi de quase 4%

Enquanto a categoria de bebidas não alcoólicas, como um todo, teve queda de vendas em 2018, um item de peso, o de sucos prontos, não só se recuperou como cresceu 3,9% em volume comercializado, com faturamento 2,3% maior ante o ano anterior, demonstra a Nielsen.

Embora energéticos e água-de-coco também tenham ganhado espaço, os sucos prontos se situam em terceiro lugar no ranking de bebidas não alcoólicas, atrás apenas de refrigerantes e água engarrafada, explica o líder de Indústria da Nielsen, Thiago Torelli. "Por isso o merecido destaque." Ele avalia que a categoria de sucos prontos voltou a ganhar relevância na cesta de compra dos domicílios. "Na época mais aguda da crise, ela tinha perdido espaço para os sucos naturais não industrializados", explica. "Naquele período, o consumidor optou por perder a praticidade e espremeu a laranja em casa."

Além do relativo maior poder aquisitivo do consumidor, o que contribuiu para a expansão da categoria foi o menor preço médio (recuo de 1,5%) e um ganho de fatias de mercado entre outros tipos de sucos – concentrados,



Participação das faixas de preço nas vendas (em %)

Baixo	42,9
Médio	34,6
Alto	22,5

Fonte: Nielsen

Índice

Água de Coco 116
Água Mineral com/sem Gás 116
Aguardente de Cana (Cachaça) 116
Bebidas à Base de Soja 116
Cerveja 116
Chá Pronto para Consumo 117
Conhaque 117
Energético 117
Isotônico 117
Refrigerante 117
Sidra e Filtrado 128
Suco Concentrado 128
Suco em Pó 128
Suco Pronto para Consumo 128
Vinho Importado 128
Vinho Nacional 129
Vodca 129
Whisky 129

em pó e naturais. Torelli diz que, no ano passado, 81% dos domicílios do País fizeram ao menos uma compra de suco pronto. "Este percentual só perde para o suco em pó, que atingiu 86% em 2018", diz. Os atacarejos também foram essenciais para ampliar as vendas, diz o analista, em função do preço atrativo.

A Associação Brasileira das Indústrias de Refrigerantes e Bebidas Não Alcoólicas (Abir) acrescenta que, em 2018, houve crescimento no consumo de sucos integrais (100%) e redução no de néctares (que contêm entre 30% e 60% de suco natural). Sob este aspecto, Torelli diz que o que acontece é o "efeito ampulheta", no qual linhas de maior e menor preço se destacam em vendas, enquanto as de preço intermediário ficam "estranguladas".

"As vendas de sucos prontos premium cresceram 26% em volume em 2018, ante 2017", cita Torelli. "Já as bebidas mistas, de valor menor, avançaram 24%", continua. "Por outro lado, os néctares, intermediários, recuaram 16% na comercialização." Para Torelli, isso acontece porque o consumidor consegue perceber maior valor agregado nos sucos premium e aceita pagar um valor um pouco maior. Em relação ao total de vendas de cada categoria, a Nielsen apurou que, no ano passado, 42,9% dos consumidores optaram em comprar sucos prontos de baixo preço; 34,6% os de preço mediano e 22,5% os de maior valor.

Variação (em %)

Volume de vendas	3,9
Receita	2,3
Preço médio	-1,5

Fonte: Nielsen

Bebidas

ÁGUA DE COCO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	KERO COCO/PEPSICO	DUCOCO/DUCOCO	SOCOCO/SOCOCO	OBRIGADO/FRYSK	MAIS COCO/SOCOCO	85,4
ÁREA 1	AQUA COCO/D.D. GASPAR	SOCOCO/SOCOCO	NATUCOCO/NATUCOCO	OBRIGADO/FRYSK	MAIS COCO/SOCOCO	65,7
ÁREA 2	KERO COCO/PEPSICO	DUCOCO/DUCOCO	SOCOCO/SOCOCO	MAIS COCO/SOCOCO	OBRIGADO/FRYSK	85,8
ÁREA 3	KERO COCO/PEPSICO	DUCOCO/DUCOCO	OBRIGADO/FRYSK	SOCOCO/SOCOCO	DO BEM/CODAP BRASIL	86,7
ÁREA 4	KERO COCO/PEPSICO	DUCOCO/DUCOCO	SOCOCO/SOCOCO	OBRIGADO/FRYSK	MAIS COCO/SOCOCO	92,3
ÁREA 5	KERO COCO/PEPSICO	DUCOCO/DUCOCO	OBRIGADO/FRYSK	SOCOCO/SOCOCO	MAIS COCO/SOCOCO	83,8
ÁREA 6	KERO COCO/PEPSICO	SOCOCO/SOCOCO	OBRIGADO/FRYSK	DUCOCO/DUCOCO	MAIS COCO/SOCOCO	85,4
ÁREA 7	DUCOCO/DUCOCO	KERO COCO/PEPSICO	SOCOCO/SOCOCO	OBRIGADO/FRYSK	MAIS COCO/SOCOCO	86,4

Ducoco avança da quarta para a segunda colocação, Kero Coco segue líder

ÁGUA MINERAL COM/SEM GÁS

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	CRYSTAL/COCA-COLA	BONAFONT/DANONE ÁGUAS	MINALBA/MINALBA	NESTLÉ AQUAREL-PUREZA VITAL/MINALBA	SÃO LOURENÇO/MINALBA	63,6
ÁREA 1	CRYSTAL/COCA-COLA	INDAIÁ/MINALBA	MINALBA/MINALBA	SCHIN/HEINEKEN	NATURAGUÁ/NATURAGUÁ	83,8
ÁREA 2	CRYSTAL/COCA-COLA	SÃO LOURENÇO/MINALBA	MINALBA/MINALBA BRASIL	IGARAPÉ/IGARAPÉ	PEDRA AZUL/PEDRA AZUL	67,9
ÁREA 3	MINALBA/MINALBA	BONAFONT/DANONE ÁGUAS	PETROPOLIS/MINALBA BRASIL	CRYSTAL/COCA-COLA	SÃO LOURENÇO/MINALBA	71,8
ÁREA 4	BONAFONT/DANONE ÁGUAS	CRYSTAL/COCA-COLA	MINALBA/MINALBA BRASIL	NESTLÉ AQUAREL-PUREZA VITAL/MINALBA	SÃO LOURENÇO/MINALBA	89,5
ÁREA 5	CRYSTAL/COCA-COLA	BONAFONT/DANONE ÁGUAS	MINALBA/MINALBA BRASIL	NESTLÉ AQUAREL-PUREZA VITAL/MINALBA	SÃO LOURENÇO/MINALBA	82,1
ÁREA 6	CRYSTAL/COCA-COLA	OURO FINO/OURO FINO	IMPERATRIZ/IMPERATRIZ	DA PEDRA/BEBIDAS FRUKI	SANTA RITA/SANTA RITA	58,0
ÁREA 7	CRYSTAL/COCA-COLA	LA PRIORI/VITAGUÁ	INDAIÁ/MINALBA	MINALBA/MINALBA	PURÍSSIMA/VITÓRIA RÉGIA	62,1

São Lourenço entra para a lista das cinco primeiras na quinta posição, Crystal se mantém em primeiro

AGUARDENTE DE CANA

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	PIRASSUNUNGA 51/MÜLLER	VELHO BARREIRO/TATUZINHO	YPIÓCA/DIAGEO	PITÚ/ENGARRAFAMENTO PITÚ	SALINAS/HELENO FERNANDES	62,1
ÁREA 1	YPIÓCA/DIAGEO	PITÚ/ENGARRAFAMENTO PITÚ	PIRASSUNUNGA 51/MÜLLER	SAGATIBA/CAMPARI	SALINAS/HELENO FERNANDES	72,8
ÁREA 2	PIRASSUNUNGA 51/MÜLLER	SALINAS/HELENO FERNANDES	YPIÓCA/DIAGEO	SELETA/SELETA	CANINHA 21/PIRASSUNUNGA	45,9
ÁREA 3	PIRASSUNUNGA 51/MÜLLER	PARIS/BEBIDAS PARIS	YPIÓCA/DIAGEO	VELHO BARREIRO/TATUZINHO	SAGATIBA/CAMPARI	67,6
ÁREA 4	PIRASSUNUNGA 51/MÜLLER	VELHO BARREIRO/TATUZINHO	YPIÓCA/DIAGEO	SÃO FRANCISCO/PERNOD RICARD	SAGATIBA/CAMPARI	67,9
ÁREA 5	PIRASSUNUNGA 51/MÜLLER	VELHO BARREIRO/TATUZINHO	YPIÓCA/DIAGEO	SÃO FRANCISCO/PERNOD RICARD	SAGATIBA/CAMPARI	70,0
ÁREA 6	VELHO BARREIRO/TATUZINHO	PIRASSUNUNGA 51/MÜLLER	YPIÓCA/DIAGEO	7 CAMPOS DE PIRACICABA/BOITUVA	JAMEL/MISSIATO	82,6
ÁREA 7	PIRASSUNUNGA 51/MÜLLER	JAMEL/MISSIATO	VELHO BARREIRO/TATUZINHO	YPIÓCA/DIAGEO	CAMELINHO/MISSIATO	58,6

Velho Barreiro assume a vice-liderança e Salinas entra para o ranking das líderes

BEBIDA À BASE DE SOJA

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	ADES/COCA-COLA	MAIS VITA/GENERAL MILLS	MUPY/AGRO NIPPO	PURITY/COCAMAR	BATAVO NATURIS/LACTALIS	94,9
ÁREA 1	ADES/COCA-COLA	MAIS VITA/GENERAL MILLS	SOYOS/WOW NUTRITION	BATAVO NATURIS/LACTALIS	ISOURCE/NESTLÉ	99,7
ÁREA 2	ADES/COCA-COLA	MAIS VITA/GENERAL MILLS	SOYOS/WOW NUTRITION	BATAVO NATURIS/LACTALIS	PURITY/COCAMAR	99,7
ÁREA 3	ADES/COCA-COLA	MAIS VITA/GENERAL MILLS	BATAVO NATURIS/LACTALIS	SOYOS/WOW NUTRITION	PURITY/COCAMAR	100,0
ÁREA 4	ADES/COCA-COLA	MAIS VITA/GENERAL MILLS	MUPY/AGRO NIPPO	SOYOS/WOW NUTRITION	BATAVO NATURIS/LACTALIS	96,0
ÁREA 5	ADES/COCA-COLA	MAIS VITA/GENERAL MILLS	PURITY/COCAMAR	MUPY/AGRO NIPPO	JUSSARA/JUSSARA	93,5
ÁREA 6	ADES/COCA-COLA	PURITY/COCAMAR	SOYOS/WOW	BATAVO NATURIS/LACTALIS	MAIS VITA/GENERAL MILLS	97,3
ÁREA 7	ADES/COCA-COLA	MAIS VITA/GENERAL MILLS	BATAVO NATURIS/LACTALIS	PURITY/COCAMAR	SOYOS/WOW NUTRITION	99,4

Mupy estreia entre as cinco primeiras em terceiro lugar, Ades continua na liderança

CERVEJA

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	SKOL PILSEN/AMBEV	BRAHMA CHOPP/AMBEV	BUDWEISER/AMBEV	HEINEKEN/HEINEKEN	ITAIPAVA PILSEN/GRUPO PETRÓPOLIS	54,1
ÁREA 1	SKOL PILSEN/AMBEV	BRAHMA CHOPP/AMBEV	HEINEKEN/HEINEKEN	ITAIPAVA PILSEN/GRUPO PETRÓPOLIS	BUDWEISER/AMBEV	63,7
ÁREA 2	BRAHMA CHOPP/AMBEV	SKOL PILSEN/AMBEV	HEINEKEN/HEINEKEN	BUDWEISER/AMBEV	KAISER PILSEN/HEINEKEN	56,6
ÁREA 3	ANTARCTICA PILSEN/AMBEV	BRAHMA CHOPP/AMBEV	ITAIPAVA PILSEN/GRUPO PETRÓPOLIS	SKOL PILSEN/AMBEV	BUDWEISER/AMBEV	67,1
ÁREA 4	SKOL PILSEN/AMBEV	HEINEKEN/HEINEKEN	BUDWEISER/AMBEV	ITAIPAVA PILSEN/GRUPO PETRÓPOLIS	AMSTEL/HEINEKEN	61,6
ÁREA 5	SKOL PILSEN/AMBEV	BRAHMA CHOPP/AMBEV	HEINEKEN/HEINEKEN	BUDWEISER/AMBEV	ANTARCTICA SUB ZERO/AMBEV	58,0
ÁREA 6	BRAHMA CHOPP/AMBEV	SKOL PILSEN/AMBEV	BUDWEISER/AMBEV	POLAR EXPORT/AMBEV	HEINEKEN/HEINEKEN	50,4
ÁREA 7	SKOL PILSEN/AMBEV	BUDWEISER/AMBEV	ANTARCTICA PILSEN/AMBEV	HEINEKEN/HEINEKEN	BRAHMA CHOPP/AMBEV	59,7

Budweiser cresce em vendas e chega à terceira posição. Heineken entra na lista em quarto lugar

CHÁ PRONTO PARA CONSUMO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	MATTE LEÃO/COCA-COLA	LIPTON/AMBEV	LEÃO FUZE/COCA-COLA	FEEL GOOD/WOW NUTRITION	LEÃO ICE TEA/COCA-COLA	88,1
ÁREA 1	LEÃO FUZE/COCA-COLA	LEÃO ICE TEA/COCA-COLA	LIPTON/AMBEV	MATTE LEÃO/COCA-COLA	FEEL GOOD/WOW NUTRITION	87,2
ÁREA 2	LEÃO FUZE/COCA-COLA	MATTE LEÃO/COCA-COLA	LIPTON/AMBEV	FEEL GOOD/WOW NUTRITION	REI DO MATE/REI DO MATE	88,0
ÁREA 3	MATTE LEÃO/COCA-COLA	LIPTON/AMBEV	LEÃO FUZE/COCA-COLA	REI DO MATE/REI DO MATE	DO BEM/AMBEV	94,7
ÁREA 4	LIPTON/AMBEV	FEEL GOOD/WOW NUTRITION	LEÃO FUZE/COCA-COLA	MATTE LEÃO/COCA-COLA	LIV/TECNOJUICE	87,0
ÁREA 5	LIPTON/AMBEV	FEEL GOOD/WOW NUTRITION	LEÃO FUZE/COCA-COLA	MATTE LEÃO/COCA-COLA	LIV/TECNOJUICE	86,5
ÁREA 6	LIPTON/AMBEV	LEÃO FUZE/COCA-COLA	MATTE LEÃO/COCA-COLA	FEEL GOOD/WOW NUTRITION	CINI/HUGO CINI	87,7
ÁREA 7	LEÃO FUZE/COCA-COLA	MATTE LEÃO/COCA-COLA	LIPTON/AMBEV	FEEL GOOD/WOW NUTRITION	DO BEM/AMBEV	90,5

Lipton avança para a segunda colocação e Leão Ice Tea aparece entre as cinco primeiras

CONHAQUE

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	DREHER/CAMPARI	DOMECQ/PERNOD RICARD	PRESIDENTE/SALTON	SÃO JOÃO DA BARRA/THOQUINO	DOMUS/MÜLLER	93,1
ÁREA 1	SÃO JOÃO DA BARRA/THOQUINO	DREHER/CAMPARI	DOMECQ/PERNOD RICARD	PRESIDENTE/SALTON	DOMUS/MÜLLER	95,1
ÁREA 2	PRESIDENTE/SALTON	DREHER/CAMPARI	DOMECQ/PERNOD RICARD	SÃO JOÃO DA BARRA/THOQUINO	DEMOCRATA/HILTON NAVES ARAUJO	93,6
ÁREA 3	DREHER/CAMPARI	DOMECQ/PERNOD RICARD	PRESIDENTE/SALTON	DOMUS/MÜLLER	SÃO JOÃO DA BARRA/THOQUINO	92,7
ÁREA 4	DREHER/CAMPARI	DOMECQ/PERNOD RICARD	DOMUS/MÜLLER	PRESIDENTE/SALTON	OSBORNE/MIOLO	93,4
ÁREA 5	DREHER/CAMPARI	DOMECQ/PERNOD RICARD	PRESIDENTE/SALTON	DOMUS/MÜLLER	SÃO JOÃO DA BARRA/THOQUINO	92,5
ÁREA 6	DREHER/CAMPARI	PRESIDENTE/SALTON	DOMECQ/PERNOD RICARD	SÃO JOÃO DA BARRA/THOQUINO	DOMUS/MÜLLER	94,4
ÁREA 7	PRESIDENTE/VINHOS SALTON	DREHER/CAMPARI	DOMECQ/PERNOD RICARD	DOMUS/MÜLLER	SÃO JOÃO DA BARRA/THOQUINO	95,8

São João da Barra migra da quinta para a quarta posição

ENERGÉTICO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	RED BULL/RED BULL	MONSTER/MONSTER ENERGY	FUSION/AMBEV	BURN/COCA-COLA	TNT/GRUPO PETRÓPOLIS	81,5
ÁREA 1	RED BULL/RED BULL	MONSTER/MONSTER ENERGY	FUSION/AMBEV	NIGHT POWER/MINALBA	BURN/COCA-COLA	85,7
ÁREA 2	RED BULL/RED BULL	MONSTER/MONSTER ENERGY	FUSION/AMBEV	BURN/COCA-COLA	TNT/GRUPO PETRÓPOLIS	77,1
ÁREA 3	RED BULL/RED BULL	MONSTER/MONSTER ENERGY	FUSION/AMBEV	MINOTAURO/UNIDRINKS	220V/NEW AGE	79,6
ÁREA 4	RED BULL/RED BULL	MONSTER/MONSTER ENERGY	FUSION/AMBEV	BURN/COCA-COLA	TSUNAMI/HORIZONTE	88,4
ÁREA 5	RED BULL/RED BULL	MONSTER/MONSTER ENERGY	FUSION/AMBEV	FLYING HORSE/GLOBALBEV	BURN/COCA-COLA	85,9
ÁREA 6	RED BULL/RED BULL	MONSTER/MONSTER ENERGY	FUSION/AMBEV	BALY/VINÍCOLA GRASSI	BURN/COCA-COLA	83,8
ÁREA 7	RED BULL/RED BULL	MONSTER/MONSTER ENERGY	FUSION/AMBEV	EXTRA POWER/GLOBALBEV	BURN/COCA-COLA	86,0

Categoria não registra nenhuma mudança na classificação

ISOTÔNICO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	GATORADE/AMBEV	I9/COCA-COLA	POWERADE/COCA-COLA	IRONAGE/GRUPO PETRÓPOLIS	ENERGIL SPORT/ULTRAPAN	99,5
ÁREA 1	GATORADE/AMBEV	POWERADE/COCA-COLA	I9/COCA-COLA	*Não declarado	*Não declarado	100,0
ÁREA 2	GATORADE/AMBEV	I9/COCA-COLA	POWERADE/COCA-COLA	IRONAGE/GRUPO PETRÓPOLIS	*Não declarado	98,1
ÁREA 3	GATORADE/AMBEV	I9/COCA-COLA	POWERADE/COCA-COLA	IRONAGE/GRUPO PETRÓPOLIS	*Não declarado	100,0
ÁREA 4	GATORADE/AMBEV	I9/COCA-COLA	POWERADE/COCA-COLA	IRONAGE/GRUPO PETRÓPOLIS	*Não declarado	100,0
ÁREA 5	GATORADE/AMBEV	I9/COCA-COLA	POWERADE/COCA-COLA	IRONAGE/GRUPO PETRÓPOLIS	ENERGIL SPORT/ULTRAPAN	99,9
ÁREA 6	GATORADE/AMBEV	I9/COCA-COLA	POWERADE/COCA-COLA	*Não declarado	*Não declarado	99,3
ÁREA 7	GATORADE/AMBEV	I9/COCA-COLA	POWERADE/COCA-COLA	IRONAGE/GRUPO PETRÓPOLIS	*Não declarado	100,0

Marcas mantêm inalteradas suas posições

REFRIGERANTE

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	COCA COLA/COCA-COLA	ANTARCTICA/AMBEV	FANTA/COCA-COLA	PEPSI/PEPSICO	H2OH/AMBEV	82,5
ÁREA 1	COCA COLA/COCA-COLA	ANTARCTICA/AMBEV	FANTA/COCA-COLA	PEPSI/PEPSICO	KUAT/COCA-COLA	84,9
ÁREA 2	COCA COLA/COCA-COLA	ANTARCTICA/AMBEV	FANTA/COCA-COLA	PEPSI/PEPSICO	KUAT/COCA-COLA	82,3
ÁREA 3	COCA COLA/COCA-COLA	ANTARCTICA/AMBEV	FANTA/COCA-COLA	PEPSI/PEPSICO	SPRITE/COCA-COLA	88,6
ÁREA 4	COCA COLA/COCA-COLA	ANTARCTICA/AMBEV	FANTA/COCA-COLA	ITUBAÍNA/HEINEKEN	PEPSI/PEPSICO	84,5
ÁREA 5	COCA COLA/COCA-COLA	ANTARCTICA/AMBEV	FANTA/COCA-COLA	PEPSI/PEPSICO	ITUBAÍNA/HEINEKEN	81,3
ÁREA 6	COCA COLA/COCA-COLA	ANTARCTICA/AMBEV	PEPSI/PEPSICO	FANTA/COCA-COLA	SPRITE/COCA-COLA	81,9
ÁREA 7	COCA COLA/COCA-COLA	ANTARCTICA/AMBEV	FANTA/COCA-COLA	H2OH/AMBEV	PEPSI/PEPSICO	86,4

Única mudança entre as líderes foi a entrada da H2O na quinta colocação

Líderes de Vendas

Água Mineral com/sem Gás

BRASIL

1ª CRYSTAL/COCA-COLA
2ª BONAFONT/DANONE ÁGUAS
3ª MINALBA/MINALBA
4ª NESTLÉ AQUAREL-PUREZA VITAL/MINALBA
5ª SÃO LOURENÇO/MINALBA
Top 5 63,6%

	Nordeste	MG, ES, interior RJ	Grande Rio de Janeiro	Grande São Paulo
1ª	CRYSTAL/COCA-COLA	CRYSTAL/COCA-COLA	MINALBA/MINALBA	BONAFONT/DANONE ÁGUAS
2ª	INDAIÁ/MINALBA	SÃO LOURENÇO/MINALBA	BONAFONT/DANONE ÁGUAS	CRYSTAL/COCA-COLA
3ª	MINALBA/MINALBA	MINALBA/MINALBA BRASIL	PETROPOLIS/MINALBA BRASIL	MINALBA/MINALBA BRASIL
4ª	SCHIN/HEINEKEN	IGARAPÉ/IGARAPÉ	CRYSTAL/COCA-COLA	NESTLÉ AQUAREL-PUREZA VITAL/MINALBA
5ª	NATURAGUÁ/NATURAGUÁ	PEDRA AZUL/PEDRA AZUL	SÃO LOURENÇO/MINALBA	SÃO LOURENÇO/MINALBA
Top 5	83,8%	67,9%	71,8%	89,5%

	ÁREA 5 Interior de São Paulo	ÁREA 6 PR, SC e RS	ÁREA 7 MS, GO e DF
1ª	CRYSTAL/COCA-COLA	CRYSTAL/COCA-COLA	CRYSTAL/COCA-COLA
2ª	BONAFONT/DANONE ÁGUAS	OURO FINO/OURO FINO	LA PRIORI/VITAGUÁ
3ª	MINALBA/MINALBA BRASIL	IMPERATRIZ/IMPERATRIZ	INDAIÁ/MINALBA
4ª	NESTLÉ AQUAREL-PUREZA VITAL/MINALBA	DA PEDRA/BEBIDAS FRUKI	MINALBA/MINALBA
5ª	SÃO LOURENÇO/MINALBA	SANTA RITA/SANTA RITA	PURÍSSIMA/VITÓRIA RÉGIA
Top 5	82,1%	58,0%	62,1%

PARA QUEM
LEVA NA BIKE.



PARA QUEM
LEVA NA LANCHEIRA.





WMcCANN | COCA-COLA BRASIL

PARA QUEM
LEVA SEMPRE.



PARA QUEM
TEM EM CASA.



A COCA-COLA BRASIL É PARA TODOS.



COCA-COLA BRASIL

Bebidas

Líderes de Vendas

Aguardente de Cana

BRASIL

1ª	PIRASSUNUNGA 51/MÜLLER
2ª	VELHO BARREIRO/TATUZINHO
3ª	YPIÓCA/DIAGEO
4ª	PITÚ/ENGARRAFAMENTO PITÚ
5ª	SALINAS/HELENO FERNANDES
Top 5	62,1%

ÁREA 1

Nordeste

1ª	YPIÓCA/DIAGEO
2ª	PITÚ/ENGARRAFAMENTO PITÚ
3ª	PIRASSUNUNGA 51/MÜLLER
4ª	SAGATIBA/CAMPARI
5ª	SALINAS/HELENO FERNANDES
Top 5	72,8%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

1ª	PIRASSUNUNGA 51/MÜLLER
2ª	SALINAS/HELENO FERNANDES
3ª	YPIÓCA/DIAGEO
4ª	SELETA/SELETA
5ª	CANINHA 21/PIRASSUNUNGA
Top 5	45,9%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

1ª	PIRASSUNUNGA 51/MÜLLER
2ª	PARIS/BEBIDAS PARIS
3ª	YPIÓCA/DIAGEO
4ª	VELHO BARREIRO/TATUZINHO
5ª	SAGATIBA/CAMPARI
Top 5	67,6%

ÁREA 4

Grande São Paulo

1ª	PIRASSUNUNGA 51/MÜLLER
2ª	VELHO BARREIRO/TATUZINHO
3ª	YPIÓCA/DIAGEO
4ª	SÃO FRANCISCO/PERNOD RICARD
5ª	SAGATIBA/CAMPARI
Top 5	67,9%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

1ª	PIRASSUNUNGA 51/MÜLLER
2ª	VELHO BARREIRO/TATUZINHO
3ª	YPIÓCA/DIAGEO
4ª	SÃO FRANCISCO/PERNOD RICARD
5ª	SAGATIBA/CAMPARI
Top 5	70,0%

ÁREA 6

PR, SC e RS

1ª	VELHO BARREIRO/TATUZINHO
2ª	PIRASSUNUNGA 51/MÜLLER
3ª	YPIÓCA/DIAGEO
4ª	7 CAMPOS DE PIRACICABA/BOITUVA
5ª	JAMEL/MISSIATO
Top 5	82,6%

ÁREA 7

MS, GO e DF

1ª	PIRASSUNUNGA 51/MÜLLER
2ª	JAMEL/MISSIATO
3ª	VELHO BARREIRO/TATUZINHO
4ª	YPIÓCA/DIAGEO
5ª	CAMELINHO/MISSIATO
Top 5	58,6%

MAIS UMA VEZ LIDER DE VENDAS.

MAIS UMA GARRAFA MAIS UMA GARRAFA MAIS UMA GARRAFA



APRECIE COM MODERAÇÃO

VENDA E CONSUMO PROIBIDOS PARA MENORES DE 18 ANOS.

MARIA SÃO PAULO

Líderes de Vendas

Bebida à Base de Soja

BRASIL

1ª	ADES/COCA-COLA
2ª	MAIS VITA/GENERAL MILLS
3ª	MUPY/AGRO NIPPO
4ª	PURITY/COCAMAR
5ª	BATAVO NATURIS/LACTALIS
Top 5	94,9%

ÁREA 1

Nordeste

1ª	ADES/COCA-COLA
2ª	MAIS VITA/GENERAL MILLS
3ª	SOYOS/WOW NUTRITION
4ª	BATAVO NATURIS/LACTALIS
5ª	ISOURCE/NESTLÉ
Top 5	99,7%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

1ª	ADES/COCA-COLA
2ª	MAIS VITA/GENERAL MILLS
3ª	SOYOS/WOW NUTRITION
4ª	BATAVO NATURIS/LACTALIS
5ª	PURITY/COCAMAR
Top 5	99,7%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

1ª	ADES/COCA-COLA
2ª	MAIS VITA/GENERAL MILLS
3ª	BATAVO NATURIS/LACTALIS
4ª	SOYOS/WOW NUTRITION
5ª	PURITY/COCAMAR
Top 5	100,0%

ÁREA 4

Grande São Paulo

1ª	ADES/COCA-COLA
2ª	MAIS VITA/GENERAL MILLS
3ª	MUPY/AGRO NIPPO
4ª	SOYOS/WOW NUTRITION
5ª	BATAVO NATURIS/LACTALIS
Top 5	96,0%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

1ª	ADES/COCA-COLA
2ª	MAIS VITA/GENERAL MILLS
3ª	PURITY/COCAMAR
4ª	MUPY/AGRO NIPPO
5ª	JUSSARA/JUSSARA
Top 5	93,5%

ÁREA 6

PR, SC e RS

1ª	ADES/COCA-COLA
2ª	PURITY/COCAMAR
3ª	SOYOS/WOW
4ª	BATAVO NATURIS/LACTALIS
5ª	MAIS VITA/GENERAL MILLS
Top 5	97,3%

ÁREA 7

MS, GO e DF

1ª	ADES/COCA-COLA
2ª	MAIS VITA/GENERAL MILLS
3ª	BATAVO NATURIS/LACTALIS
4ª	PURITY/COCAMAR
5ª	SOYOS/WOW NUTRITION
Top 5	99,4%

Para quem reúne a família. Para quem fica sozinho. Para quem sai pra correr.
Para quem deita na rede. Para quem é de praia. Para quem é de serra.
Para ele. Para ela. Para você. **A Coca-Cola Brasil é para todos.**



COCA-COLA BRASIL



COCA-COLA BRASIL

W/McCANN | COCA-COLA BRASIL

Líderes de Vendas

Chá Pronto para Consumo

BRASIL

1ª	MATTE LEÃO/COCA-COLA
2ª	LIPTON/AMBEV
3ª	LEÃO FUZE/COCA-COLA
4ª	FEEL GOOD/WOW NUTRITION
5ª	LEÃO ICE TEA/COCA-COLA
Top 5	88,1%

	ÁREA 1 Nordeste	ÁREA 2 MG, ES, interior RJ	ÁREA 3 Grande Rio de Janeiro	ÁREA 4 Grande São Paulo
1ª	LEÃO FUZE/COCA-COLA	LEÃO FUZE/COCA-COLA	MATTE LEÃO/COCA-COLA	LIPTON/AMBEV
2ª	LEÃO ICE TEA/COCA-COLA	MATTE LEÃO/COCA-COLA	LIPTON/AMBEV	FEEL GOOD/WOW NUTRITION
3ª	LIPTON/AMBEV	LIPTON/AMBEV	LEÃO FUZE/COCA-COLA	LEÃO FUZE/COCA-COLA
4ª	MATTE LEÃO/COCA-COLA	FEEL GOOD/WOW NUTRITION	REI DO MATE/REI DO MATE	MATTE LEÃO/COCA-COLA
5ª	FEEL GOOD/WOW NUTRITION	REI DO MATE/REI DO MATE	DO BEM/AMBEV	LIV/TECNOJUICE
Top 5	87,2%	88,0%	94,7	87,0%

	ÁREA 5 Interior de São Paulo	ÁREA 6 PR, SC e RS	ÁREA 7 MS, GO e DF
1ª	LIPTON/AMBEV	LIPTON/AMBEV	LEÃO FUZE/COCA-COLA
2ª	FEEL GOOD/WOW NUTRITION	LEÃO FUZE/COCA-COLA	MATTE LEÃO/COCA-COLA
3ª	LEÃO FUZE/COCA-COLA	MATTE LEÃO/COCA-COLA	LIPTON/AMBEV
4ª	MATTE LEÃO/COCA-COLA	FEEL GOOD/WOW NUTRITION	FEEL GOOD/WOW NUTRITION
5ª	LIV/TECNOJUICE	CINI/HUGO CINI	DO BEM/AMBEV
Top 5	86,5%	87,7%	90,5%

PARA QUEM
SAI DO COMUM.



PARA QUEM
SAI DE DIA.



WMcCANN | COCA-COLA BRASIL

PARA QUEM
NÃO SAI DA ACADEMIA.



PARA QUEM
SAI DE NOITE.



A COCA-COLA BRASIL É PARA TODOS.



COCA-COLA BRASIL

Bebidas

Líderes de Vendas

Refrigerante

BRASIL

1ª	COCA COLA/COCA-COLA
2ª	ANTARCTICA/AMBEV
3ª	FANTA/COCA-COLA
4ª	PEPSI/PEPSICO
5ª	H2OH/AMBEV
Top 5	82,5%

	ÁREA 1 Nordeste	ÁREA 2 MG, ES, interior RJ	ÁREA 3 Grande Rio de Janeiro	ÁREA 4 Grande São Paulo
1ª	COCA COLA/COCA-COLA	COCA COLA/COCA-COLA	COCA COLA/COCA-COLA	COCA COLA/COCA-COLA
2ª	ANTARCTICA/AMBEV	ANTARCTICA/AMBEV	ANTARCTICA/AMBEV	ANTARCTICA/AMBEV
3ª	FANTA/COCA-COLA	FANTA/COCA-COLA	FANTA/COCA-COLA	FANTA/COCA-COLA
4ª	PEPSI/PEPSICO	PEPSI/PEPSICO	PEPSI/PEPSICO	ITUBAÍNA/HEINEKEN
5ª	KUAT/COCA-COLA	KUAT/COCA-COLA	SPRITE/COCA-COLA	PEPSI/PEPSICO
Top 5	84,9%	82,3%	88,6%	84,5%

	ÁREA 5 Interior de São Paulo	ÁREA 6 PR, SC e RS	ÁREA 7 MS, GO e DF
1ª	COCA COLA/COCA-COLA	COCA COLA/COCA-COLA	COCA COLA/COCA-COLA
2ª	ANTARCTICA/AMBEV	ANTARCTICA/AMBEV	ANTARCTICA/AMBEV
3ª	FANTA/COCA-COLA	PEPSI/PEPSICO	FANTA/COCA-COLA
4ª	PEPSI/PEPSICO	FANTA/COCA-COLA	H2OH/AMBEV
5ª	ITUBAÍNA/HEINEKEN	SPRITE/COCA-COLA	PEPSI/PEPSICO
Top 5	81,3%	81,9%	86,4%

Para quem reúne a família. Para quem fica sozinho. Para quem sai pra correr.
Para quem deita na rede. Para quem é de praia. Para quem é de serra.
Para ele. Para ela. Para você. **A Coca-Cola Brasil é para todos.**



COCA-COLA BRASIL



COCA-COLA BRASIL

W/McCANN | COCA-COLA BRASIL

Bebidas

SIDRA E FILTRADO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	CERESER/CRS	CELEBRATE/CRS	ESPUMA DE PRATA/PETERLONGO	LÍDER/LÍDER PASSARIN	PULLMAN/VINÍCOLA AMÁLIA	87,3
ÁREA 1	CERESER/CRS	CELEBRATE/CRS	CRISTAL/LÍDER PASSARIN	LÍDER/LÍDER PASSARIN	PULLMAN/VINÍCOLA AMÁLIA	80,4
ÁREA 2	CERESER/CRS	CELEBRATE/CRS	LÍDER/LÍDER PASSARIN	ESPUMA DE PRATA/PETERLONGO	PULLMAN/VINÍCOLA AMÁLIA	92,0
ÁREA 3	CERESER/CRS	LÍDER/LÍDER PASSARIN	CELEBRATE/CRS	ESPUMA DE PRATA/PETERLONGO	PULLMAN/VINÍCOLA AMÁLIA	84,4
ÁREA 4	CERESER/CRS	LÍDER/LÍDER PASSARIN	PULLMAN/VINÍCOLA AMÁLIA	ESPUMA DE PRATA/PETERLONGO	CELEBRATE/CRS	94,6
ÁREA 5	CERESER/CRS	ESPUMA DE PRATA/PETERLONGO	CELEBRATE/CRS	LÍDER/LÍDER PASSARIN	PULLMAN/VINÍCOLA AMÁLIA	95,6
ÁREA 6	CERESER/CRS	ESPUMA DE PRATA/PETERLONGO	LÍDER/LÍDER PASSARIN	CELEBRATE/CRS	PULLMAN/VINÍCOLA AMÁLIA	74,5
ÁREA 7	CERESER/CRS	LÍDER/LÍDER PASSARIN	CELEBRATE/CRS	ESPUMA DE PRATA/PETERLONGO	PULLMAN/VINÍCOLA AMÁLIA	93,1

Celebrate salta do quarto para o segundo lugar. Pullman assume a quinta posição

SUCO CONCENTRADO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	MAGUARY/EBBA	BELA ISCHIA/BELA ISCHIA	DAFRUTA/EBBA	CURUMATAN/CURUMATAN	IMBIARA/IMBIARA	84,9
ÁREA 1	PALMEIRON/ASA	DAFRUTA/EBBA	MAGUARY/EBBA	JANDAIA/JANDAIA	PINDORAMA/COOP. PINDORAMA	87,1
ÁREA 2	BELA ISCHIA/BELA ISCHIA	DAFRUTA/EBBA	MAGUARY/EBBA	IMBIARA/IMBIARA	CURUMATAN/CURUMATAN	93,3
ÁREA 3	BELA ISCHIA/BELA ISCHIA	CURUMATAN/CURUMATAN	IMBIARA/IMBIARA	MAGUARY/EBBA	DAFRUTA/EBBA	83,7
ÁREA 4	MAGUARY/EBBA	DAFRUTA/EBBA	SERIGY/VIEIRA SAMPAIO	TANJAL/GLOBAL BEBIDAS	IMBIARA/IMBIARA	94,7
ÁREA 5	MAGUARY/EBBA	DAFRUTA/EBBA	SERIGY/VIEIRA SAMPAIO	TANJAL/GLOBAL BEBIDAS	FRUTESCO/NUTRI SUCO	91,7
ÁREA 6	MAGUARY/EBBA	SERIGY/VIEIRA SAMPAIO	DAFRUTA/EBBA	IMBIARA/IMBIARA	TANJAL/GLOBAL BEBIDAS	98,6
ÁREA 7	MAGUARY/EBBA	DAFRUTA/EBBA	BELA ISCHIA/BELA ISCHIA	SERIGY/VIEIRA SAMPAIO	TANJAL/GLOBAL BEBIDAS	95,0

Classificação das marcas segue a mesma do estudo do ano anterior

SUCO EM PÓ

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	TANG/MONDELĒZ	MID/AJINOMOTO	FRISCO/GRUPO 3CORAÇÕES	CLIGHT/MONDELĒZ	TRINK/PARATI	84,4
ÁREA 1	TANG/MONDELĒZ	FRISCO/GRUPO 3CORAÇÕES	MARATA/MARATA	REFRESKANT/GSA	MID/AJINOMOTO	81,2
ÁREA 2	TANG/MONDELĒZ	VILMA/VILMA	FRISCO/GRUPO 3CORAÇÕES	FRESH/MONDELĒZ	MID/AJINOMOTO	76,8
ÁREA 3	TANG/MONDELĒZ	FRISCO/GRUPO 3CORAÇÕES	TRINK/PARATI	CLIGHT/MONDELĒZ	FRESH/MONDELĒZ	91,2
ÁREA 4	TANG/MONDELĒZ	MID/AJINOMOTO	CLIGHT/MONDELĒZ	FRISCO/GRUPO 3CORAÇÕES	FIT/AJINOMOTO	96,1
ÁREA 5	TANG/MONDELĒZ	MID/AJINOMOTO	CLIGHT/MONDELĒZ	FRISCO/GRUPO 3CORAÇÕES	FRESH/MONDELĒZ	92,6
ÁREA 6	TANG/MONDELĒZ	CLIGHT/MONDELĒZ	TRINK/PARATI	FRISCO/GRUPO 3CORAÇÕES	MID/AJINOMOTO	91,5
ÁREA 7	TANG/MONDELĒZ	FRISCO/GRUPO 3CORAÇÕES	MID/AJINOMOTO	CLIGHT/MONDELĒZ	FRESH/MONDELĒZ	91,6

Frisco ganha uma posição e é o terceiro colocado; Trink estreia entre as líderes

SUCO PRONTO PARA CONSUMO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	DEL VALLE/COCA-COLA	NATURAL ONE/NATURAL ONE	MAGUARY/EBBA	AURORA/AURORA	DO BEM/AMBEV	48,2
ÁREA 1	DEL VALLE/COCA-COLA	NATURAL ONE/NATURAL ONE	MARATA/MARATA	AURORA/AURORA	DAFRUTA/EBBA	58,3
ÁREA 2	DEL VALLE/COCA-COLA	TIAL/TIAL	ALIANÇA/VINÍCOLA ALIANÇA	MAGUARY/EBBA	BELA ISCHIA/BELA ISCHIA	49,0
ÁREA 3	DEL VALLE/COCA-COLA	DAFRUTA/EBBA	DO BEM/AMBEV	NATURAL ONE/NATURAL ONE	BELA ISCHIA/BELA ISCHIA	51,4
ÁREA 4	NATURAL ONE/NATURAL ONE	DEL VALLE/COCA-COLA	MAGUARY/EBBA	DO BEM/AMBEV CIA	AURORA/AURORA	62,7
ÁREA 5	DEL VALLE/COCA-COLA	NATURAL ONE/NATURAL ONE	MAGUARY/EBBA	AURORA/AURORA	PRATS/AGRO PRATINHA	56,6
ÁREA 6	DEL VALLE/COCA-COLA	PRATS/AGRO PRATINHA	SUQ/COM.DE FRUTAS PIONEIRA SUL	ALIANÇA/VINÍCOLA ALIANÇA	NATURAL ONE/NATURAL ONE	44,5
ÁREA 7	DEL VALLE/COCA-COLA	NATURAL ONE/NATURAL ONE	PRATS/AGRO PRATINHA	ADORALLE/ADORALLE	ALIANÇA/VINÍCOLA ALIANÇA	52,9

Com bons resultados nas vendas, Natural One chega à vice-liderança; Do Bem entra para a lista das cinco

VINHO IMPORTADO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	RESERVADO/CONCHA Y TORO	TRES MEDALLAS/SANTA RITA	120/SANTA RITA	SANTA HELENA RES./INTERFOOD	SANTA CAROLINA RES./CASA FLORA	15,8
ÁREA 1	TRES MEDALLAS/SANTA RITA	RESERVADO/CONCHA Y TORO	120/SANTA RITA	SANTA HELENA RES./INTERFOOD	CASAL GARCIA/AVELADA	20,7
ÁREA 2	DONA DOMINGA/VINA CASA SILVA	RESERVADO/CONCHA Y TORO	TRES MEDALLAS/SANTA RITA	CASAL MENDES/ALIANÇA	CASILLERO DEL DIABLO RES./CONCHA Y TORO	12,8
ÁREA 3	RESERVADO/CONCHA Y TORO	DONA DOMINGA/VINA CASA SILVA	TRES MEDALLAS/SANTA RITA	SANTA CAROLINA RES./CASA FLORA	120/SANTA RITA	14,5
ÁREA 4	TRES MEDALLAS/SANTA RITA	120/SANTA RITA	SANTA HELENA RES./INTERFOOD	RESERVADO/CONCHA Y TORO	TRAPICHE/INTERFOOD	19,4
ÁREA 5	TRES MEDALLAS/SANTA RITA	RESERVADO/CONCHA Y TORO	120/SANTA RITA	SANTA HELENA RES./INTERFOOD	SANTA CAROLINA RES./CASA FLORA	20,4
ÁREA 6	RESERVADO/CONCHA Y TORO	CASILLERO DEL DIABLO RES./CONCHA Y TORO	SANTA CAROLINA RES./CASA FLORA	TARAPACA COSECHA/TARAPACA	TENTA VARIETAL/MAIPO	15,9
ÁREA 7	TRES MEDALLAS/SANTA RITA	120/SANTA RITA	RESERVADO/CONCHA Y TORO	SANTA CAROLINA RES./CASA FLORA	CHILENSIS/VIA WINES	21,5

Santa Carolina Reservado assume a quinta colocação. Reservado mantém a liderança

VINHO NACIONAL

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	PÉRGOLA/VINÍCOLA CAMPESTRE	QUINTA DO MORGADO/FANTE	SALTON/SALTON	CHALISE/SALTON	GALIOTTO/VINÍCOLA GALIOTTO	31,7
ÁREA 1	QUINTA DO MORGADO/FANTE	PÉRGOLA/VINÍCOLA CAMPESTRE	CHALISE/SALTON	GALIOTTO/VINÍCOLA GALIOTTO	SALTON/SALTON	62,5
ÁREA 2	PÉRGOLA/VINÍCOLA CAMPESTRE	DEL GRANO/VINÍCOLA IRMÃOS BASSO	CANÇÃO/ANTONIO BASSO & FILHO	GALIOTTO/VINÍCOLA GALIOTTO	CAMPO LARGO/CAMPO LARGO	50,1
ÁREA 3	PÉRGOLA/VINÍCOLA CAMPESTRE	GALIOTTO/VINÍCOLA GALIOTTO	CANTINA DA SERRA/RODRIGUES E SILVA	7 IRMÃOS/SOCIED. FLORENSE DE BEBIDAS	DOM BOSCO/CRS	49,2
ÁREA 4	GÓES/VITIVINÍCOLA GÓES	CHALISE/SALTON	SALTON/SALTON	COUNTRY WINE/AURORA	SANGUE DE BOI/AURORA	38,7
ÁREA 5	GÓES/VITIVINÍCOLA GÓES	CHALISE/SALTON	DOM BOSCO/CRS	SALTON/SALTON	COUNTRY WINE/AURORA	32,7
ÁREA 6	CAMPO LARGO/CAMPO LARGO	SALTON/VINHOS SALTON	JOTA PE/VINICOLA PERINI	CHALISE/VINHOS SALTON	SAINT GERMAIN/COOP VINICOLA AURORA	32,7
ÁREA 7	PÉRGOLA/VINÍCOLA CAMPESTRE	CAMPO LARGO/CAMPO LARGO	SAINT GERMAIN/AURORA	MIORANZA/VINÍCOLA MIORANZA	CHALISE/SALTON	45,5

O vinho Galiotto entra na lista na quinta posição

VODCA

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	SMIRNOFF/DIAGEO	ABSOLUT/PERNOD RICARD	ORLOFF/PERNOD RICARD	ASKOV/ASTECA	NATASHA/BACARDI MARTINI	65,0
ÁREA 1	SMIRNOFF/DIAGEO	ABSOLUT/PERNOD RICARD	SLOVA/BEBIDAS COROA	ORLOFF/PERNOD RICARD	SKYY/CAMPARI	73,2
ÁREA 2	ORLOFF/PERNOD RICARD	SMIRNOFF/DIAGEO	ABSOLUT/PERNOD RICARD	BALALAIKAPIRASSUNUNGA	KRISKOF/HILTON NAVES ARAUJO	73,6
ÁREA 3	SMIRNOFF/DIAGEO	ABSOLUT/PERNOD RICARD	KOVAK/THOQUINO	ORLOFF/PERNOD RICARD	SKYY/CAMPARI	68,2
ÁREA 4	SMIRNOFF/DIAGEO	ASKOV/BEBIDAS ASTECA	ABSOLUT/PERNOD RICARD	ORLOFF/PERNOD RICARD	SKYY/CAMPARI	69,8
ÁREA 5	SMIRNOFF/DIAGEO	ASKOV/BEBIDAS ASTECA	ORLOFF/PERNOD RICARD	ABSOLUT/PERNOD RICARD	BALALAIKA/PIRASSUNUNGA	71,6
ÁREA 6	SMIRNOFF/DIAGEO	NATASHA/BACARDI MARTINI	ORLOFF/PERNOD RICARD	ABSOLUT/PERNOD RICARD	RAJSKA/FANTE	69,2
ÁREA 7	SMIRNOFF/DIAGEO	ORLOFF/PERNOD RICARD	ABSOLUT/PERNOD RICARD	BAMBOA/REFRIKO	SKYY/CAMPARI	70,9

Vendas da Absolut crescem e a marca se torna vice-líder. Askov entra na lista na quarta colocação

WHISKY

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	JOHNNIE WALKER/DIAGEO	BLACK & WHITE/DIAGEO	OLD PARR/DIAGEO	BALLANTINE'S/PERNOD RICARD	JACK DANIEL'S/BROWN FORMAN	64,5
ÁREA 1	BLACK & WHITE/DIAGEO	OLD PARR/DIAGEO	JOHNNIE WALKER/DIAGEO	PASSPORT/PERNOD RICARD	BALLANTINE'S/PERNOD RICARD	77,5
ÁREA 2	JOHNNIE WALKER/DIAGEO	BALLANTINE'S/PERNOD RICARD	WHITE HORSE/DIAGEO	JACK DANIEL'S/BROWN FORMAN	CHIVAS REGAL/PERNOD RICARD	72,7
ÁREA 3	JOHNNIE WALKER/DIAGEO	BALLANTINE'S/PERNOD RICARD	GRANT'S/GRANT'S	CHIVAS REGAL/PERNOD RICARD	TEACHER'S/BACARDI MARTINI	72,3
ÁREA 4	JOHNNIE WALKER/DIAGEO	JACK DANIEL'S/BROWN FORMAN	BALLANTINE'S/PERNOD RICARD	CHIVAS REGAL/PERNOD RICARD	WHITE HORSE/DIAGEO	69,9
ÁREA 5	JOHNNIE WALKER/DIAGEO	BALLANTINE'S/PERNOD RICARD	JACK DANIEL'S/BROWN FORMAN	CHIVAS REGAL/PERNOD RICARD	WHITE HORSE/DIAGEO	67,1
ÁREA 6	JOHNNIE WALKER/DIAGEO	PASSPORT/PERNOD RICARD	NATU NOBILIS/PERNOD RICARD	JACK DANIEL'S/BROWN FORMAN	BALLANTINE'S/PERNOD RICARD	61,2
ÁREA 7	JOHNNIE WALKER/DIAGEO	OLD PARR/DIAGEO	CHIVAS REGAL/PERNOD RICARD	BALLANTINE'S/PERNOD RICARD	WHITE HORSE/DIAGEO	73,4

Ballantine's passa a fazer parte das cinco primeiras, assume o quarto lugar

A quarta edição da **Plataforma SH para Gestão de Sortimento**, que circulará em maio de 2019, é o guia oficial dos fornecedores do setor supermercadista, apurado pela Kantar. Ranking dos fabricantes por presença de marcas nos lares; participação dos fornecedores por região; gasto médio e frequência de compra anual



Entre em contato:
comercial@abras.com.br
(11) 3838-4545

Bebidas

Líderes de Vendas

Suco Concentrado

BRASIL

1ª	MAGUARY/EBBA
2ª	BELA ISCHIA/BELA ISCHIA
3ª	DAFRUTA/EBBA
4ª	CURUMATAN/CURUMATAN
5ª	IMBIARA/IMBIARA
Top 5	84,9%

ÁREA 1

Nordeste

1ª	PALMEIRON/ASA
2ª	DAFRUTA/EBBA
3ª	MAGUARY/EBBA
4ª	JANDAIA/JANDAIA
5ª	PINDORAMA/COOP. PINDORAMA
Top 5	87,1%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

1ª	BELA ISCHIA/BELA ISCHIA
2ª	DAFRUTA/EBBA
3ª	MAGUARY/EBBA
4ª	IMBIARA/IMBIARA
5ª	CURUMATAN/CURUMATAN
Top 5	93,3%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

1ª	BELA ISCHIA/BELA ISCHIA
2ª	CURUMATAN/CURUMATAN
3ª	IMBIARA/IMBIARA
4ª	MAGUARY/EBBA
5ª	DAFRUTA/EBBA
Top 5	83,7%

ÁREA 4

Grande São Paulo

1ª	MAGUARY/EBBA
2ª	DAFRUTA/EBBA
3ª	SERIGY/VIEIRA SAMPAIO
4ª	TANJAL/GLOBAL BEBIDAS
5ª	IMBIARA/IMBIARA
Top 5	94,7%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

1ª	MAGUARY/EBBA
2ª	DAFRUTA/EBBA
3ª	SERIGY/VIEIRA SAMPAIO
4ª	TANJAL/GLOBAL BEBIDAS
5ª	FRUTESCO/NUTRI SUCO
Top 5	91,7%

ÁREA 6

PR, SC e RS

1ª	MAGUARY/EBBA
2ª	SERIGY/VIEIRA SAMPAIO
3ª	DAFRUTA/EBBA
4ª	IMBIARA/IMBIARA
5ª	TANJAL/GLOBAL BEBIDAS
Top 5	98,6%

ÁREA 7

MS, GO e DF

1ª	MAGUARY/EBBA
2ª	DAFRUTA/EBBA
3ª	BELA ISCHIA/BELA ISCHIA
4ª	SERIGY/VIEIRA SAMPAIO
5ª	TANJAL/GLOBAL BEBIDAS
Top 5	95,0%

PRESENTE NA SUA MESA TODOS OS DIAS, MAGUARY
É **LÍDER DE VENDAS** MAIS UMA VEZ!

COM MAIS DE **60 ANOS** NO MERCADO, A MAGUARY FAZ PARTE
DA VIDA DOS BRASILEIROS E HÁ **18 ANOS** CONSECUTIVOS
É O SUCO CONCENTRADO LÍDER DE VENDAS!

LÍDERES DE VENDAS ★ SUPERHIPER
2019
abras

FAZENDO PARTE DOS Momentos DA SUA FAMÍLIA



Líderes de Vendas

Suco em Pó

BRASIL

1ª	TANG/MONDELĒZ
2ª	MID/AJINOMOTO
3ª	FRISCO/GRUPO 3CORAÇÕES
4ª	CLIGHT/MONDELĒZ
5ª	TRINK/PARATI
Top 5	84,4%

ÁREA 1

Nordeste

1ª	TANG/MONDELĒZ
2ª	FRISCO/GRUPO 3CORAÇÕES
3ª	MARATA/MARATA
4ª	REFRESKANT/GSA
5ª	MID/AJINOMOTO
Top 5	81,2%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

1ª	TANG/MONDELĒZ
2ª	VILMA/VILMA
3ª	FRISCO/GRUPO 3CORAÇÕES
4ª	FRESH/MONDELĒZ
5ª	MID/AJINOMOTO
Top 5	76,8%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

1ª	TANG/MONDELĒZ
2ª	FRISCO/GRUPO 3CORAÇÕES
3ª	TRINK/PARATI
4ª	CLIGHT/MONDELĒZ
5ª	FRESH/MONDELĒZ
Top 5	91,2%

ÁREA 4

Grande São Paulo

1ª	TANG/MONDELĒZ
2ª	MID/AJINOMOTO
3ª	CLIGHT/MONDELĒZ
4ª	FRISCO/GRUPO 3CORAÇÕES
5ª	FIT/AJINOMOTO
Top 5	96,1%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

1ª	TANG/MONDELĒZ
2ª	MID/AJINOMOTO
3ª	CLIGHT/MONDELĒZ
4ª	FRISCO/GRUPO 3CORAÇÕES
5ª	FRESH/MONDELĒZ
Top 5	92,6

ÁREA 6

PR, SC e RS

1ª	TANG/MONDELĒZ
2ª	CLIGHT/MONDELĒZ
3ª	TRINK/PARATI
4ª	FRISCO/GRUPO 3CORAÇÕES
5ª	MID/AJINOMOTO
Top 5	91,5%

ÁREA 7

MS, GO e DF

1ª	TANG/MONDELĒZ
2ª	FRISCO/GRUPO 3CORAÇÕES
3ª	MID/AJINOMOTO
4ª	CLIGHT/MONDELĒZ
5ª	FRESH/MONDELĒZ
Top 5	91,6%

Alimente-se Bem, Viva Bem.

AJINOMOTO

O BOM É DIVIDIR

GOSTINHO DA FRUTA.
FONTE DE VITAMINA C.

MID®

Incremente suas vendas com o sucesso da linha MID®!



Parte das vendas revertida para a ONG Ampara Animal

Top 6 sabores MID®

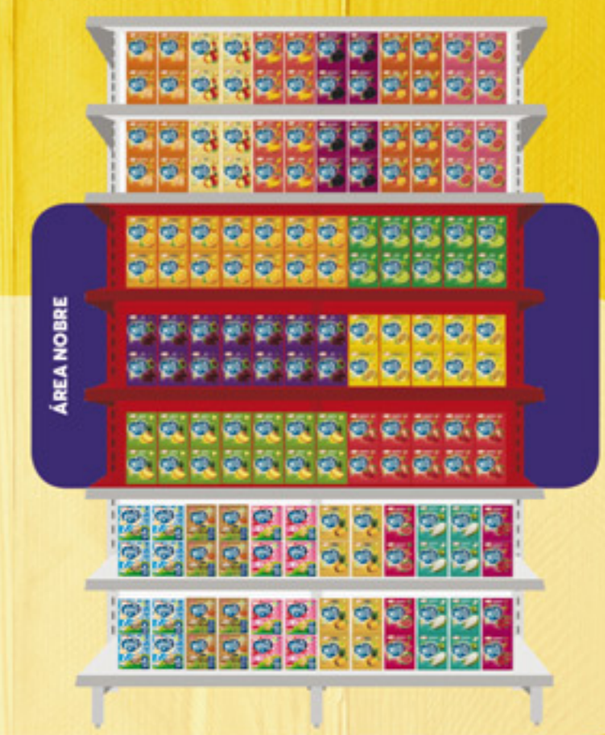
Mercado de refrescos em pó está presente em **89% dos lares** (18 milhões de lares)*

MID® entrega o sabor natural da fruta e é rico em **Vitamina C**

Portfolio completo contando com **19 SKUs**

Execução: mix e planograma por canal

- **Área nobre**
  Foque em prateleiras situadas na altura dos olhos do shopper, destacando preferencialmente os TOP 6 sabores de MID®.
- **Cross merchanding**
  Aproveite para vender também em área de biscoitos, salgadinhos, creme de leite, leite condensado, água e água com gás.



Fontes: [1] Nilsen Retail Index | Share Valor, Vendas Em Valor| MOV 19 (JAN'19)| AS HIPERMERCADO, T. BRASIL | [2] Kantar Worldpanel, Ano Móvel (Jan'19)

Bebidas

Líderes de Vendas

Suco Pronto para Consumo

BRASIL

1ª	DEL VALLE/COCA-COLA
2ª	NATURAL ONE/NATURAL ONE
3ª	MAGUARY/EBBA
4ª	AURORA/AURORA
5ª	DO BEM/AMBEV
Top 5	48,2%

	ÁREA 1 Nordeste	ÁREA 2 MG, ES, interior RJ	ÁREA 3 Grande Rio de Janeiro	ÁREA 4 Grande São Paulo
1ª	DEL VALLE/COCA-COLA	DEL VALLE/COCA-COLA	DEL VALLE/COCA-COLA	NATURAL ONE/NATURAL ONE
2ª	NATURAL ONE/NATURAL ONE	TIAL/TIAL	DAFRUTA/EBBA	DEL VALLE/COCA-COLA
3ª	MARATA/MARATA	ALIANÇA/VINÍCOLA ALIANÇA	DO BEM/AMBEV	MAGUARY/EBBA
4ª	AURORA/AURORA	MAGUARY/EBBA	NATURAL ONE/NATURAL ONE	DO BEM/AMBEV CIA
5ª	DAFRUTA/EBBA	BELA ISCHIA/BELA ISCHIA	BELA ISCHIA/BELA ISCHIA	AURORA/AURORA
Top 5	58,3%	49,0%	51,4%	62,7%

	ÁREA 5 Interior de São Paulo	ÁREA 6 PR, SC e RS	ÁREA 7 MS, GO e DF
1ª	DEL VALLE/COCA-COLA	DEL VALLE/COCA-COLA	DEL VALLE/COCA-COLA
2ª	NATURAL ONE/NATURAL ONE	PRATS/AGRO PRATINHA	NATURAL ONE/NATURAL ONE
3ª	MAGUARY/EBBA	SUQ/COM. DE FRUTAS PIONEIRA SUL	PRATS/AGRO PRATINHA
4ª	AURORA/AURORA	ALIANÇA/VINÍCOLA ALIANÇA	ADORALLE/ADORALLE
5ª	PRATS/AGRO PRATINHA	NATURAL ONE/NATURAL ONE	ALIANÇA/VINÍCOLA ALIANÇA
Top 5	56,6%	44,5%	52,9%

PARA QUEM
LEVA NA BIKE.



PARA QUEM
LEVA NA LANCHEIRA.





WMcCANN | COCA-COLA BRASIL

PARA QUEM
LEVA SEMPRE.



PARA QUEM
TEM EM CASA.



A COCA-COLA BRASIL É PARA TODOS.



COCA-COLA BRASIL

Bebidas

Líderes de Vendas

Vinho Importado

BRASIL

1ª	RESERVADO/CONCHA Y TORO
2ª	TRES MEDALLAS/SANTA RITA
3ª	120/SANTA RITA
4ª	SANTA HELENA RES./INTERFOOD
5ª	SANTA CAROLINA RES./CASA FLORA
Top 5	15,8%

	ÁREA 1 Nordeste	ÁREA 2 MG, ES, interior RJ	ÁREA 3 Grande Rio de Janeiro	ÁREA 4 Grande São Paulo
1ª	TRES MEDALLAS/SANTA RITA	DONA DOMINGA/VINA CASA SILVA	RESERVADO/CONCHA Y TORO	TRES MEDALLAS/SANTA RITA
2ª	RESERVADO/CONCHA Y TORO	RESERVADO/CONCHA Y TORO	DONA DOMINGA/VINA CASA SILVA	120/SANTA RITA
3ª	120/SANTA RITA	TRES MEDALLAS/SANTA RITA	TRES MEDALLAS/SANTA RITA	SANTA HELENA RES./INTERFOOD
4ª	SANTA HELENA RES./INTERFOOD	CASAL MENDES/ALIANÇA	SANTA CAROLINA RES./CASA FLORA	RESERVADO/CONCHA Y TORO
5ª	CASAL GARCIA/AVELADA	CASILLERO DEL DIABLO RES./CONCHA Y TORO	120/SANTA RITA	TRAPICHE/INTERFOOD
Top 5	20,7%	12,8%	14,5%	19,4%

	ÁREA 5 Interior de São Paulo	ÁREA 6 PR, SC e RS	ÁREA 7 MS, GO e DF
1ª	TRES MEDALLAS/SANTA RITA	RESERVADO/CONCHA Y TORO	TRES MEDALLAS/SANTA RITA
2ª	RESERVADO/CONCHA Y TORO	CASILLERO DEL DIABLO RES./CONCHA Y TORO	120/SANTA RITA
3ª	120/SANTA RITA	SANTA CAROLINA RES./CASA FLORA	RESERVADO/CONCHA Y TORO
4ª	SANTA HELENA RES./INTERFOOD	TARAPACA COSECHA/TARAPACA	SANTA CAROLINA RES./CASA FLORA
5ª	SANTA CAROLINA RES./CASA FLORA	TENTA VARIETAL/MAIPO	CHILENSIS/VIA WINES
Top 5	20,4%	15,9%	21,5%

RESERVADO
CONCHA Y TORO

GARANTA SUAS VENDAS COM A MARCA DE VINHO IMPORTADO MAIS VENDIDA DO BRASIL.



MARCA DE VINHOS:

+ ADMIRADA DA AMÉRICA DO SUL (DRINKS INTERNATIONAL DE 2019)

+ LEMBRADA PELOS SUPERMERCADISTAS (SUPERMERCADO MODERNO 2016 E 2017)

+ VENDIDA NO BRASIL NOS ANOS DE 2015, 2016 E 2018, SEGUNDO A ABRAS*

+ DE 130 ANOS DE TRADIÇÃO

*ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE SUPERMERCADOS.

SE BEBER, NÃO DIRIJA. VENDA E CONSUMO PROIBIDOS PARA MENORES DE 18 ANOS.

CONCHA Y TORO
DESDE 1883

Bebidas

Líderes de Vendas

Vinho Nacional

BRASIL

1ª	PÉRGOLA/VINÍCOLA CAMPESTRE
2ª	QUINTA DO MORGADO/FANTE
3ª	SALTON/SALTON
4ª	CHALISE/SALTON
5ª	GALIOTTO/VINÍCOLA GALIOTTO
Top 5	31,7%

ÁREA 1

Nordeste

1ª	QUINTA DO MORGADO/FANTE
2ª	PÉRGOLA/VINÍCOLA CAMPESTRE
3ª	CHALISE/SALTON
4ª	GALIOTTO/VINÍCOLA GALIOTTO
5ª	SALTON/SALTON
Top 5	62,5%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

1ª	PÉRGOLA/VINÍCOLA CAMPESTRE
2ª	DEL GRANO/VINÍCOLA IRMÃOS BASSO
3ª	CANÇÃO/ANTONIO BASSO & FILHO
4ª	GALIOTTO/VINÍCOLA GALIOTTO
5ª	CAMPO LARGO/CAMPO LARGO
Top 5	50,1%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

1ª	PÉRGOLA/VINÍCOLA CAMPESTRE
2ª	GALIOTTO/VINÍCOLA GALIOTTO
3ª	CANTINA DA SERRA/RODRIGUES E SILVA
4ª	7 IRMÃOS/SOCIED. FLORENSE DE BEBIDAS
5ª	DOM BOSCO/CRS
Top 5	49,2%

ÁREA 4

Grande São Paulo

1ª	GÓES/VITIVINÍCOLA GÓES
2ª	CHALISE/SALTON
3ª	SALTON/SALTON
4ª	COUNTRY WINE/AURORA
5ª	SANGUE DE BOI/AURORA
Top 5	38,7%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

1ª	GÓES/VITIVINÍCOLA GÓES
2ª	CHALISE/SALTON
3ª	DOM BOSCO/CRS
4ª	SALTON/SALTON
5ª	COUNTRY WINE/AURORA
Top 5	32,7%

ÁREA 6

PR, SC e RS

1ª	CAMPO LARGO/CAMPO LARGO
2ª	SALTON/VINHOS SALTON
3ª	JOTA PE/VINICOLA PERINI
4ª	CHALISE/VINHOS SALTON
5ª	SAINT GERMAIN/AURORA
Top 5	32,7%

ÁREA 7

MS, GO e DF

1ª	PÉRGOLA/VINÍCOLA CAMPESTRE
2ª	CAMPO LARGO/CAMPO LARGO S/A
3ª	SAINT GERMAIN/AURORA
4ª	MIORANZA/VINÍCOLA MIORANZA
5ª	CHALISE/SALTON
Top 5	45,5%

VINÍCOLA
CAMPESTRE

O vinho mais vendido do Brasil!

Pelo 5º ano consecutivo!

nielsen





APRECIE COM MODERAÇÃO



(54) 3235.1700 | @vinicolacampestre
vinicolacampestre.com.br | visite nossa loja virtual

dharma comunicacao.com.br

Por Tatiana Souto

Muito além da hidratação

Em um ano em que a cesta de higiene e beleza, como um todo, retraiu em vendas, a categoria de creme para a pele seguiu na contramão e cresceu em volume, além de registrar expressiva alta de 11% em receita



Participação das faixas de preço nas vendas (em %)

Baixo	84,4
Médio	0,2
Alto	15,4

Fonte: Nielsen

Especialização e maior valor agregado são as palavras-chave para explicar o grande salto de faturamento no varejo de cremes para pele, o destaque dentro da seção de Higiene e Beleza. Conforme a Nielsen, em 2018, as vendas deste produto cresceram razoáveis 2,9% em volume e expressivos 11,1% em faturamento.

Variação (em %)

Volume de vendas	2,9
Receita	11,1
Preço médio	8

Fonte: Nielsen

Além disso, o preço médio, em um ano mal saído da crise econômica, avançou 8%. A líder da Indústria de Higiene, Beleza e Limpeza da Nielsen, Margareth Utimura, nota, ainda, que a cesta de higiene e beleza (que inclui, além dos cremes, produtos para cabelos e sabonetes, entre outros) caiu 1,6% em vendas no ano passado em relação a 2017, tornando, mais ainda, os cremes de pele um produto de grande destaque.

O que explica, afinal, o excelente desempenho desse tipo de cosmético em 2018 é o fato de ele incorporar, cada vez mais, um benefício extra do que só aquele original, de hidratar a pele, diz Margareth Utimura. "Agora esses cremes vêm com agentes anti-idade, firmadores de pele, clareadores", exemplifica. Além dessas vantagens, os preços, embora ainda altos, estão cada vez mais próximos dos de um hidratante comum, relata a líder da Nielsen. "O consumidor compara e vê que vale a pena levar um creme que também oferece antienvelhecimento e clareamento da pele pelo dobro do preço do que um produto que só hidrata. Antes, a diferença de valores era pelo menos cinco vezes maior", diz ela.

Tanto que tem sido possível adquirir produtos "low price" com maior facilidade, conforme pesquisa da Nielsen. Em 2018, 84,4% dos cremes para pele comercializados no varejo se situavam nessa faixa. Os medianos representaram ínfimos 0,2% e os premium,

Índice

Absorvente Higiênico – Externo 142
Absorvente Higiênico – Protetor Diário 142
Antisséptico Bucal 142
Aparelho de Barbear (Sistema) 142
Bronzeador/Bloqueador Solar 142
Condicionador 144
Creme de Barbear 144
Creme Dental 144
Creme para Assadura 144
Creme para o Corpo 144
Creme para Pentear 145
Creme para Pontas/Tratamento 145
Curativo Antisséptico 145
Depilatórios 145
Desodorante 145
Escova de Dentes 148
Esmalte para Unha 148
Fio e Fita Dental 148
Fralda Descartável Geriátrica 149
Fralda Infantil 149
Haste Flexível 149
Lâmina de Barbear (Descartável) 152
Lenço Umedecido 152
Papel Higiênico – Folha Dupla 152
Papel Higiênico – Folha Simples 152
Preservativo Masculino/Feminino 152
Repelente 153
Sabonete Líquido 153
Sabonete Sólido 153
Tintura para Cabelo 153
Xampu 153

15,4%. Outro fator de impulso nas vendas foi a incorporação de promotores de venda no varejo, para explicar as propriedades de cada creme ao consumidor, lembra Margareth Utimura.

A Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (Abihpec) reconhece a especialização crescente do setor, com produtos mais voltados a vários tipos de pele, idade e sexo e, consequentemente, o avanço das vendas. Por isso, a meta é sempre inovar. "O consumidor entende que ter uma aparência saudável é essencial para as pessoas que buscam qualidade de vida", diz a entidade.

Higiene e Beleza

ABSORVENTE HIGIÊNICO - EXTERNO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	INTIMUS/KIMBERLY-CLARK	SEMPRE LIVRE/J&J	ALWAYS/P&G	SYM/SANTHER	DIANA/CARTA FABRIL	97,4
ÁREA 1	SEMPRE LIVRE/J&J	INTIMUS/KIMBERLY-CLARK	ALWAYS/P&G	NATURALMENTE/EVER GREEN	DELICACY/SERGYENE	95,5
ÁREA 2	INTIMUS/KIMBERLY-CLARK	ALWAYS/P&G	SEMPRE LIVRE/J&J	SYM/SANTHER	DIANA/CARTA FABRIL	95,5
ÁREA 3	ALWAYS/P&G	INTIMUS/KIMBERLY-CLARK	SEMPRE LIVRE/J&J	DIANA/CARTA FABRIL	SYM/SANTHER	97,5
ÁREA 4	INTIMUS/KIMBERLY-CLARK	SEMPRE LIVRE/J&J	ALWAYS/P&G	SYM/SANTHER	NATURALMENTE/EVER GREEN	99,4
ÁREA 5	INTIMUS/KIMBERLY-CLARK	SEMPRE LIVRE/J&J	ALWAYS/P&G	SYM/SANTHER	MILI/MILI	99,6
ÁREA 6	INTIMUS/KIMBERLY-CLARK	SEMPRE LIVRE/J&J	ALWAYS/P&G	SYM/SANTHER	MILI/MILI	99,0
ÁREA 7	INTIMUS/KIMBERLY-CLARK	SEMPRE LIVRE/J&J	ALWAYS/P&G	SYM/SANTHER	DIANA/CARTA FABRIL	98,7

Classificação das cinco primeiras se manteve inalterada em relação ao estudo anterior

ABSORVENTE HIGIÊNICO - PROTETOR DIÁRIO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	CAREFREE/J&J	INTIMUS/KIMBERLY-CLARK	ALWAYS/P&G	SYM/SANTHER	NATURALMENTE/EVER GREEN	99,2
ÁREA 1	CAREFREE/J&J	INTIMUS/KIMBERLY-CLARK	ALWAYS/P&G	DELICACY/SERGYENE	SYM/SANTHER	98,8
ÁREA 2	CAREFREE/J&J	INTIMUS/KIMBERLY-CLARK	ALWAYS/P&G	MILI/MILI	SYM/SANTHER	98,9
ÁREA 3	CAREFREE/J&J	INTIMUS/KIMBERLY-CLARK	ALWAYS/P&G	SYM/SANTHER	SILHOUETTE DISCRET/YORK	99,3
ÁREA 4	CAREFREE/J&J	INTIMUS/KIMBERLY-CLARK	ALWAYS/P&G	NATURALMENTE/EVER GREEN	SYM/SANTHER	99,8
ÁREA 5	CAREFREE/J&J	INTIMUS/KIMBERLY-CLARK	ALWAYS/P&G	SYM/SANTHER	NATURALMENTE/EVER GREEN	100,0
ÁREA 6	CAREFREE/J&J	INTIMUS/KIMBERLY-CLARK	ALWAYS/P&G	SYM/SANTHER	COTTON BABY/HIGIE PLUS	99,8
ÁREA 7	CAREFREE/J&J	INTIMUS/KIMBERLY-CLARK	ALWAYS/P&G	SYM/SANTHER	NATURALMENTE/EVER GREEN	99,7

Nenhuma mudança entre as marcas líderes. Carefree segue na ponta

ANTISSÉPTICO BUCAL

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	LISTERINE/J&J	COLGATE/COLGATE-PALMOLIVE	ORAL-B/P&G	LUMINOUS WHITE/COLGATE-PALMOLIVE	CEPACOL/SANOFI-AVENTIS	96,8
ÁREA 1	COLGATE/COLGATE-PALMOLIVE	LISTERINE/J&J	ORAL-B/P&G	LUMINOUS WHITE/COLGATE-PALMOLIVE	CEPACOL/SANOFI-AVENTIS	96,0
ÁREA 2	LISTERINE/J&J	COLGATE/COLGATE-PALMOLIVE	ORAL-B/P&G	CEPACOL/SANOFI-AVENTIS	CONTENTE/SUAVETEX	92,6
ÁREA 3	LISTERINE/J&J	COLGATE/COLGATE-PALMOLIVE	ORAL-B/P&G	LUMINOUS WHITE/COLGATE-PALMOLIVE	CEPACOL/SANOFI-AVENTIS	97,3
ÁREA 4	LISTERINE/J&J	COLGATE/COLGATE-PALMOLIVE	LUMINOUS WHITE/COLGATE-PALMOLIVE	ORAL-B/P&G	CEPACOL/SANOFI-AVENTIS	97,2
ÁREA 5	LISTERINE/J&J	COLGATE/COLGATE-PALMOLIVE	LUMINOUS WHITE/COLGATE-PALMOLIVE	ORAL-B/P&G	CEPACOL/SANOFI-AVENTIS	97,9
ÁREA 6	COLGATE/COLGATE-PALMOLIVE	LISTERINE/J&J	LUMINOUS WHITE/COLGATE-PALMOLIVE	ORAL-B/P&G	SENSODYNE/GLAXOSMITHKLINE	98,4
ÁREA 7	LISTERINE/J&J	COLGATE/COLGATE-PALMOLIVE	LUMINOUS WHITE/COLGATE-PALMOLIVE	ORAL-B/P&G	CEPACOL/SANOFI-AVENTIS	96,3

Não houve alteração entre as top 5; Listerine continua líder

APARELHO DE BARBEAR (SISTEMA)

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	MACH 3/P&G	VENUS/P&G	PROGLIDE/P&G	PROSHIELD/P&G	SENSOR/P&G	97,0
ÁREA 1	MACH 3/P&G	VENUS/P&G	PROGLIDE/P&G	PROSHIELD/P&G	BODY/P&G	97,7
ÁREA 2	MACH 3/P&G	VENUS/P&G	PROGLIDE/P&G	SENSOR/P&G	PROSHIELD/P&G	97,5
ÁREA 3	MACH 3/P&G	VENUS/P&G	BODY/P&G	PROGLIDE/P&G	FUSION/P&G	97,8
ÁREA 4	MACH 3/P&G	VENUS/P&G	PROGLIDE/P&G	PROSHIELD/P&G	SENSOR/P&G	97,6
ÁREA 5	MACH 3/P&G	VENUS/P&G	PROGLIDE/P&G	SENSOR/P&G	PROSHIELD/P&G	97,7
ÁREA 6	MACH 3/P&G	VENUS/P&G	PROSHIELD/P&G	PROGLIDE/P&G	SENSOR/P&G	97,7
ÁREA 7	MACH 3/P&G	VENUS/P&G	PROGLIDE/P&G	PROSHIELD/P&G	SENSOR/P&G	97,5

Destaque para Mach 3 que estreia na categoria conquistando a primeira posição. Proglide e Proshield também entram na lista na terceira e quarta colocação, respectivamente

BRONZEADOR/BLOQUEADOR SOLAR

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	NIVEA/BEIERSDORF	SUNDOWN/J&J	CENOURA E BRONZE/COTY	SOLAR EXPERTISE/L'ORÉAL	NEUTROGENA/J&J	93,8
ÁREA 1	SUNDOWN/J&J	NIVEA/BEIERSDORF	SOLAR EXPERTISE/L'ORÉAL	CENOURA E BRONZE/COTY	NEUTROGENA/J&J	96,3
ÁREA 2	SUNDOWN/J&J	NIVEA/BEIERSDORF	SOLAR EXPERTISE/L'ORÉAL	CENOURA E BRONZE/COTY	NEUTROGENA/J&J	88,6
ÁREA 3	NIVEA/BEIERSDORF	SUNDOWN/J&J	SOLAR EXPERTISE/L'ORÉAL	CENOURA E BRONZE/COTY	NEUTROGENA/J&J	93,5
ÁREA 4	NIVEA/BEIERSDORF	SUNDOWN/J&J	CENOURA E BRONZE/COTY	SOLAR EXPERTISE/L'ORÉAL	NEUTROGENA/J&J	90,6
ÁREA 5	SUNDOWN/J&J	NIVEA/BEIERSDORF	CENOURA E BRONZE/COTY	SOLAR EXPERTISE/L'ORÉAL	NEUTROGENA/J&J	93,8
ÁREA 6	NIVEA/BEIERSDORF	SUNDOWN/J&J	CENOURA E BRONZE/COTY	SOLAR EXPERTISE/L'ORÉAL	NEUTROGENA/J&J	95,5
ÁREA 7	NIVEA/BEIERSDORF	SUNDOWN/J&J	SOLAR EXPERTISE/L'ORÉAL	CENOURA E BRONZE/COTY	NEUTROGENA/J&J	97,8

Cenoura e Bronze passa da quarta para a terceira colocação. Nivea segue líder

LANÇAMENTOS UNILEVER

NOVO REXONA CLINICAL AEROSOL

3X MAIS PROTEÇÃO

VS ANTITRANSPIRANTES COMUNS



NOVO

Dove care ON DAY 2

Cabelos lindos e cuidados, mesmo quando você não lava



Shampoo a seco
Não deixa resíduos visíveis.

Creme de Pentear
Use sem molhar o cabelo.

Spray Revitalizador
Renova o movimento, sem pesar.

NOVO

TRESemmé USED BY PROFESSIONALS

DAY 2 /uso entre/ /lavagens/

PROLONGUE SEU LOOK ENTRE UMA LAVAGEM E OUTRA



SHAMPOOS A SECO 75ML
2 EM 1 & ORIGINAL
Não deixa resíduos visíveis.

SPRAY REVITALIZADOR 125ML
TUDO EM 1
Renova o movimento, sem pesar.

Unilever

Higiene e Beleza

CONDICIONADOR

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	PANTENE/P&G	DOVE/UNILEVER	ÉLSEVE/L'ORÉAL	SEDA/UNILEVER	TRESEMMÉ/UNILEVER	68,0
ÁREA 1	PANTENE/P&G	DOVE/UNILEVER	ÉLSEVE/L'ORÉAL	SEDA/UNILEVER	TRESEMMÉ/UNILEVER	65,9
ÁREA 2	PANTENE/P&G	SEDA/UNILEVER	DOVE/UNILEVER	ÉLSEVE/L'ORÉAL	TRESEMMÉ/UNILEVER	67,0
ÁREA 3	PANTENE/P&G	DOVE/UNILEVER	ÉLSEVE/L'ORÉAL	SEDA/UNILEVER	TRESEMMÉ/UNILEVER	63,5
ÁREA 4	PANTENE/P&G	DOVE/UNILEVER	SEDA/UNILEVER	ÉLSEVE/L'ORÉAL	TRESEMMÉ/UNILEVER	70,2
ÁREA 5	PANTENE/P&G	DOVE/UNILEVER	ÉLSEVE/L'ORÉAL	SEDA/UNILEVER	TRESEMMÉ/UNILEVER	70,0
ÁREA 6	PANTENE/P&G	DOVE/UNILEVER	ÉLSEVE/L'ORÉAL	SEDA/UNILEVER	TRESEMMÉ/UNILEVER	68,8
ÁREA 7	PANTENE/P&G	DOVE/UNILEVER	SEDA/UNILEVER	TRESEMMÉ/UNILEVER	ÉLSEVE/L'ORÉAL	72,0

Élseve registra crescimento nas vendas e pula do quarto para o terceiro lugar

CREME DE BARBEAR

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	BOZZANO/COTY	NIVEA/BEIERSDORF	GILLETTE/P&G	PRESTOBARBA/P&G	BIC/BIC	99,2
ÁREA 1	BOZZANO/COTY	GILLETTE/P&G	NIVEA/BEIERSDORF	BIC/BIC	PRESTOBARBA/P&G	99,4
ÁREA 2	BOZZANO/COTY	GILLETTE/P&G	NIVEA/BEIERSDORF	PRESTOBARBA/P&G	BIC/BIC	98,4
ÁREA 3	BOZZANO/COTY	NIVEA/BEIERSDORF	GILLETTE/P&G	BIC/BIC	PRESTOBARBA/P&G	98,3
ÁREA 4	BOZZANO/COTY	NIVEA/BEIERSDORF	GILLETTE/P&G	PRESTOBARBA/P&G	BIC/BIC	99,4
ÁREA 5	BOZZANO/COTY	GILLETTE/P&G	NIVEA/BEIERSDORF	PRESTOBARBA/P&G	BIC/BIC	99,7
ÁREA 6	BOZZANO/COTY	GILLETTE/P&G	NIVEA/BEIERSDORF	PRESTOBARBA/P&G	BIC/BIC	99,2
ÁREA 7	BOZZANO/COTY	NIVEA/BEIERSDORF	GILLETTE/P&G	BIC/BIC	PRESTOBARBA/P&G	99,2

Bozzano conquista o primeiro lugar na categoria; Nivea avança para a segunda colocação e Prestobarba pula para a quarta posição

CREME DENTAL

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	COLGATE/COLGATE-PALMOLIVE	SORRISO/COLGATE-PALMOLIVE	ORAL-B/P&G	CLOSE-UP/UNILEVER	SENSODYNE/GLAXOSMITHKLINE	97,3
ÁREA 1	COLGATE/COLGATE-PALMOLIVE	SORRISO/COLGATE-PALMOLIVE	ORAL-B/P&G	CLOSE-UP/UNILEVER	EVEN/RAIMUNDO DA FONTE	94,5
ÁREA 2	COLGATE/COLGATE-PALMOLIVE	SORRISO/COLGATE-PALMOLIVE	ORAL-B/P&G	CLOSE-UP/UNILEVER	SENSODYNE/GLAXOSMITHKLINE	97,7
ÁREA 3	COLGATE/COLGATE-PALMOLIVE	SORRISO/COLGATE-PALMOLIVE	ORAL-B/P&G	CLOSE-UP/UNILEVER	SENSODYNE/GLAXOSMITHKLINE	97,8
ÁREA 4	COLGATE/COLGATE-PALMOLIVE	ORAL-B/P&G	SORRISO/COLGATE-PALMOLIVE	CLOSE-UP/UNILEVER	SENSODYNE/GLAXOSMITHKLINE	97,7
ÁREA 5	COLGATE/COLGATE-PALMOLIVE	SORRISO/COLGATE-PALMOLIVE	ORAL-B/P&G	CLOSE-UP/UNILEVER	SENSODYNE/GLAXOSMITHKLINE	98,3
ÁREA 6	COLGATE/COLGATE-PALMOLIVE	SORRISO/COLGATE-PALMOLIVE	CLOSE-UP/UNILEVER	ORAL-B/P&G	SENSODYNE/GLAXOSMITHKLINE	97,8
ÁREA 7	COLGATE/COLGATE-PALMOLIVE	SORRISO/COLGATE-PALMOLIVE	CLOSE-UP/UNILEVER	ORAL-B/P&G	SENSODYNE/GLAXOSMITHKLINE	97,2

Nenhuma mudança na classificação das cinco primeiras. Colgate continua líder

CREME PARA ASSADURA

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	HIPOGLÓS/J&J	T. DA MÔNICA/KIMBERLY-CLARK	TURMA DA XUXINHA/BARUEL	DESITIN/J&J	HUGGIES/KIMBERLY-CLARK	80,5
ÁREA 1	TURMA DA XUXINHA/BARUEL	HIPOGLÓS/J&J	T. DA MÔNICA/KIMBERLY-CLARK	DESITIN/J&J	HUGGIES/KIMBERLY-CLARK	83,8
ÁREA 2	T. DA MÔNICA/KIMBERLY-CLARK	HIPOGLÓS/J&J	HUGGIES/KIMBERLY-CLARK	BABYGLÓS/KLEY HERTZ	DESITIN/J&J	73,8
ÁREA 3	HIPOGLÓS/J&J	T. DA MÔNICA/KIMBERLY-CLARK	TURMA DA XUXINHA/BARUEL	TRÁ LÁ LÁ/PHISALIA	HUGGIES/KIMBERLY-CLARK	92,2
ÁREA 4	HIPOGLÓS/J&J	T. DA MÔNICA/KIMBERLY-CLARK	DESITIN/J&J	BEPANTOL/BAYER	TURMA DA XUXINHA/BARUEL	74,7
ÁREA 5	T. DA MÔNICA/KIMBERLY-CLARK	HIPOGLÓS/J&J	DESITIN/J&J	DOVE/UNILEVER	HUGGIES/KIMBERLY-CLARK	79,5
ÁREA 6	T. DA MÔNICA/KIMBERLY-CLARK	HIPOGLÓS/J&J	HUGGIES/KIMBERLY-CLARK	DESITIN/J&J	DOVE/UNILEVER	89,7
ÁREA 7	T. DA MÔNICA/KIMBERLY-CLARK	HIPOGLÓS/J&J	DESITIN/J&J	HUGGIES/KIMBERLY-CLARK	DOVE/UNILEVER	88,6

Turma da Xuxinha cresce em vendas, ganha uma posição e chega à terceira colocação

CREME PARA O CORPO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	NIVEA/BEIERSDORF	PAIXÃO/COTY	JOHNSON'S/J&J	MONANGE/COTY	HIDRAMAIS/BIOCAP	82,9
ÁREA 1	PAIXÃO/COTY	NIVEA/BEIERSDORF	MONANGE/COTY	JOHNSON'S/J&J	HIDRAMAIS/BIOCAP	88,1
ÁREA 2	NIVEA/BEIERSDORF	PAIXÃO/COTY	MONANGE/COTY	JOHNSON'S/J&J	HIDRAMAIS/BIOCAP	83,5
ÁREA 3	NIVEA/BEIERSDORF	PAIXÃO/COTY	MONANGE/COTY	JOHNSON'S/J&J	HIDRAMAIS/BIOCAP	81,9
ÁREA 4	NIVEA/BEIERSDORF	PAIXÃO/COTY	JOHNSON'S/J&J	MONANGE/COTY	NEUTROGENA/J&J	78,2
ÁREA 5	NIVEA/BEIERSDORF	PAIXÃO/COTY	JOHNSON'S/J&J	MONANGE/COTY	VASENOL/UNILEVER	79,9
ÁREA 6	NIVEA/BEIERSDORF	PAIXÃO/COTY	JOHNSON'S/J&J	MONANGE/COTY	VASENOL/UNILEVER	83,8
ÁREA 7	NIVEA/BEIERSDORF	PAIXÃO/COTY	JOHNSON'S/J&J	MONANGE/COTY	HIDRAMAIS/BIOCAP	87,8

Marcas repetem a mesma colocação da pesquisa do ano anterior

CREME PARA PENTEAR

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	SEDA/UNILEVER	ÉLSEVE/L'ORÉAL	PANTENE/P&G	TRESEMMÉ/UNILEVER	NIELY/NIELY	65,1
ÁREA 1	SEDA/UNILEVER	ÉLSEVE/L'ORÉAL	PANTENE/P&G	NIELY/NIELY	NOVEX/EMBELLEZE	67,4
ÁREA 2	SEDA/UNILEVER	PANTENE/P&G	ÉLSEVE/L'ORÉAL	TRESEMMÉ/UNILEVER	SALON LINE/DEVINTEX COSMÉTICOS	65,2
ÁREA 3	SEDA/UNILEVER	KERAFORM/SKAFE	NOVEX/EMBELLEZE	ÉLSEVE/L'ORÉAL	PANTENE/P&G	69,0
ÁREA 4	SEDA/UNILEVER	ÉLSEVE/L'ORÉAL	PANTENE/P&G	TRESEMMÉ/UNILEVER	DOVE/UNILEVER	73,2
ÁREA 5	SEDA/UNILEVER	ÉLSEVE/L'ORÉAL	PANTENE/P&G	TRESEMMÉ/UNILEVER	NIELY/NIELY	70,8
ÁREA 6	SEDA/UNILEVER	ÉLSEVE/L'ORÉAL	PANTENE/P&G	TRESEMMÉ/UNILEVER	NIELY/NIELY	75,0
ÁREA 7	SEDA/UNILEVER	ÉLSEVE/L'ORÉAL	PANTENE/P&G	NIELY/NIELY	TRESEMMÉ/UNILEVER	74,8

Niely entra para a lista das cinco líderes no quinto lugar, as demais posições seguem inalteradas

CREME PARA PONTAS/TRATAMENTO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	PANTENE/P&G	NOVEX/EMBELLEZE	NIELY/NIELY	ÉLSEVE/L'ORÉAL	TRESEMMÉ/UNILEVER	67,7
ÁREA 1	PANTENE/P&G	NIELY/NIELY	NOVEX/EMBELLEZE	ÉLSEVE/L'ORÉAL	TRESEMMÉ/UNILEVER	71,2
ÁREA 2	PANTENE/P&G	NOVEX/EMBELLEZE	KANECHOM/SNC	NIELY/NIELY	ÉLSEVE/L'ORÉAL	59,5
ÁREA 3	NOVEX/EMBELLEZE	PANTENE/P&G	ÉLSEVE/L'ORÉAL	NIELY/NIELY	KERAFORM/SKAFE	77,7
ÁREA 4	PANTENE/P&G	ÉLSEVE/L'ORÉAL	NOVEX/EMBELLEZE	NIELY/NIELY	TRESEMMÉ/UNILEVER	66,7
ÁREA 5	PANTENE/P&G	NOVEX/EMBELLEZE	ÉLSEVE/L'ORÉAL	NIELY/NIELY	SKALA/SKALA	64,6
ÁREA 6	PANTENE/P&G	NIELY/NIELY	ÉLSEVE/L'ORÉAL	NOVEX/EMBELLEZE	TRESEMMÉ/UNILEVER	65,2
ÁREA 7	PANTENE/P&G	NIELY/NIELY	NOVEX/EMBELLEZE	ÉLSEVE/L'ORÉAL	TRESEMMÉ/UNILEVER	75,6

Niely, que entrou na lista na pesquisa anterior, sobe mais uma posição e chega ao terceiro posto

CURATIVO ANTISSÉPTICO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	BAND-AID/J&J	CREMER/CREMER	SALVELOX/NATURES	NEXCARE/3M	BAN SEPT/HIGIE TOPP	96,1
ÁREA 1	BAND-AID/J&J	BAN SEPT/HIGIE TOPP	CREMER/CREMER	SALVELOX/NATURES	NEXCARE/3M	92,9
ÁREA 2	BAND-AID/J&J	CREMER/CREMER	SALVELOX/NATURES	NEXCARE/3M	BAN SEPT/HIGIE TOPP	98,9
ÁREA 3	BAND-AID/J&J	CREMER/CREMER	NEXCARE/3M	KURA KORTE/COTY	BAN SEPT/HIGIE TOPP	90,8
ÁREA 4	BAND-AID/J&J	SALVELOX/NATURES	CREMER/CREMER	NEXCARE/3M	BAN SEPT/HIGIE TOPP	98,4
ÁREA 5	BAND-AID/J&J	SALVELOX/NATURES	CREMER/CREMER	BAN SEPT/HIGIE TOPP	NEXCARE/3M	98,7
ÁREA 6	BAND-AID/J&J	CREMER/CREMER	SALVELOX/NATURES	NEXCARE/3M	KURA KORTE/COTY	94,0
ÁREA 7	BAND-AID/J&J	SALVELOX/NATURES	NEXCARE/3M	CREMER/CREMER	KURA KORTE/COTY	99,1

Salvelox e Nexcare crescem em vendas e avançam uma posição: terceira e quarta colocadas. Ban Sept entra na lista das top 5

DEPILATÓRIO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	VEET/RECKITT BENCKISER	DEPI ROLL/DEPI ROLL	DEPILSAM/HELCLA	DEPIMIEL/DEPIMIEL	DEPIL BELLA/BIOCLEAN	98,1
ÁREA 1	VEET/RECKITT BENCKISER	DEPI ROLL/DEPI ROLL	DEPILSAM/DEPILSAM	IPHIGENY/MARIA EFIGÊNIA NUNES	PELO E PELE/PELO E PELE	96,9
ÁREA 2	DEPI ROLL/DEPI ROLL	VEET/RECKITT BENCKISER	DEPIL BELLA/BIOCLEAN	DEPILSAM/DEPILSAM	DEPIFLAX/MAYSTAR COSM.	99,9
ÁREA 3	VEET/RECKITT BENCKISER	DEPI ROLL/DEPI ROLL	DEPILSAM/DEPILSAM	*Não declarado	*Não declarado	100,0
ÁREA 4	VEET/RECKITT BENCKISER	DEPILSAM/DEPILSAM	DEPI ROLL/DEPI ROLL	*Não declarado	*Não declarado	100,0
ÁREA 5	VEET/RECKITT BENCKISER	DEPI ROLL/DEPI ROLL	DEPILSAM/DEPILSAM	FLORES E VEGETAIS/COSM. FLORES E VEGETAIS	DEPIL SHOWER/MARY HILL PERFUMES	99,9
ÁREA 6	VEET/RECKITT BENCKISER	DEPI ROLL/DEPI ROLL	DEPIMIEL/DEPIMIEL	DEPIL BELLA/BIOCLEAN	NUPIL/MOLQUIOR IND. E COM. EXP.	99,0
ÁREA 7	VEET/RECKITT BENCKISER	DEPILSAM/DEPILSAM	DEPI ROLL/DEPI ROLL	*Não declarado	*Não declarado	100,0

Depil Bella é a novidade na lista das cinco primeiras, entra na quinta posição

DESODORANTE

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	REXONA/UNILEVER	NIVEA/BEIERSDORF	DOVE/UNILEVER	MONANGE/COTY	SUAVE/UNILEVER	82,7
ÁREA 1	REXONA/UNILEVER	MONANGE/COTY	NIVEA/BEIERSDORF	DOVE/UNILEVER	SUAVE/UNILEVER	85,4
ÁREA 2	REXONA/UNILEVER	NIVEA/BEIERSDORF	MONANGE/COTY	DOVE/UNILEVER	SUAVE/UNILEVER	79,1
ÁREA 3	REXONA/UNILEVER	NIVEA/BEIERSDORF	DOVE/UNILEVER	MONANGE/COTY	SUAVE/UNILEVER	85,3
ÁREA 4	REXONA/UNILEVER	NIVEA/BEIERSDORF	DOVE/UNILEVER	MONANGE/COTY	AXE REGULAR/UNILEVER	83,6
ÁREA 5	REXONA/UNILEVER	DOVE/UNILEVER	NIVEA/BEIERSDORF	MONANGE/COTY	AXE REGULAR/UNILEVER	82,2
ÁREA 6	REXONA/UNILEVER	NIVEA/BEIERSDORF	DOVE/UNILEVER	MONANGE/COTY	AXE REGULAR/UNILEVER	82,8
ÁREA 7	REXONA/UNILEVER	NIVEA/BEIERSDORF	MONANGE/COTY	DOVE/UNILEVER	SUAVE/UNILEVER	80,2

Suave entra na lista na quinta colocação, as outras marcas não mudaram sua classificação

Líderes de Vendas

Papel Higiênico - Folha Dupla

BRASIL

1ª	NEVE/KIMBERLY-CLARK
2ª	PERSONAL/SANTHER
3ª	ELITE/CMPC MELHORAMENTOS
4ª	DELUXE COTTON/CARTA FABRIL
5ª	DUETTO/SEPAC
Top 5	71,2%

ÁREA 1

Nordeste

1ª	LE BLANC/FACEPA
2ª	NEVE/KIMBERLY-CLARK
3ª	PERSONAL/SANTHER
4ª	ELITE/CMPC MELHORAMENTOS
5ª	ALPINO/ONDUNORTE
Top 5	78,6%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

1ª	DELUXE COTTON/CARTA FABRIL
2ª	NEVE/KIMBERLY-CLARK
3ª	PERSONAL/SANTHER
4ª	CARINHO/COPAPA
5ª	MILI/MILI
Top 5	74,7%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

1ª	DELUXE COTTON/CARTA FABRIL
2ª	ELITE/CMPC MELHORAMENTOS
3ª	NEVE/KIMBERLY-CLARK
4ª	CARINHO/COPAPA
5ª	PERSONAL/SANTHER
Top 5	83,6%

ÁREA 4

Grande São Paulo

1ª	NEVE/KIMBERLY-CLARK
2ª	PERSONAL/SANTHER
3ª	ELITE/CMPC MELHORAMENTOS
4ª	MIRAFIORI/MANIKRAFT
5ª	MILI/MILI
Top 5	85,0%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

1ª	NEVE/KIMBERLY-CLARK
2ª	PERSONAL/SANTHER
3ª	ELITE/CMPC MELHORAMENTOS
4ª	DUETTO/SEPAC
5ª	MILI/MILI
Top 5	82,2%

ÁREA 6

PR, SC e RS

1ª	DUETTO/SEPAC
2ª	PERSONAL/SANTHER
3ª	NEVE/KIMBERLY-CLARK
4ª	MILI/MILI
5ª	ELITE/CMPC MELHORAMENTOS
Top 5	87,1%

ÁREA 7

MS, GO e DF

1ª	NEVE/KIMBERLY-CLARK
2ª	PERSONAL/SANTHER
3ª	DELUXE COTTON/CARTA FABRIL
4ª	MILI/MILI
5ª	DUETTO/SEPAC
Top 5	81,5%

mkt - Sepac

O papel que é **macio e resistente** ao mesmo tempo. *Impulsione suas vendas!*

SEPAC

Michel Teló e Thais Fersoza

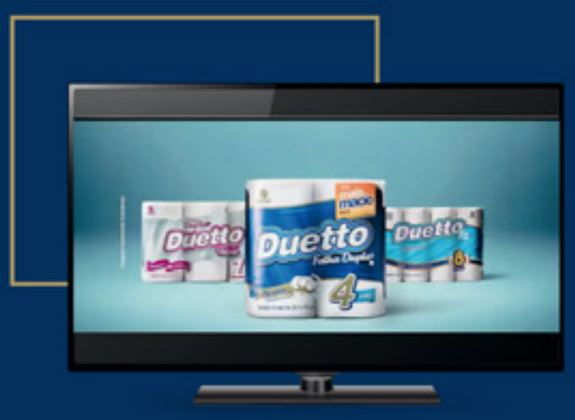
O papel higiênico Duetto é reconhecido pela maciez, resistência e incrível suavidade de sua folha dupla. Produzido com matérias-primas de alto nível e tecnologia de última geração, oferece mais qualidade para o consumidor. **É sucesso garantido na gôndola.**



Fluxo da loja

DICAS PARA MELHOR EXPOSIÇÃO

- Exposição **verticalizada**
- **60%** do espaço para o segmento de papel higiênico - **folhas duplas**
- Exposição em **pontos extras**







Investimento em Comunicação: mídia eletrônica, impressa e digital

Materiais de PDV

/ gruposepac www.sepac.com.br

/ papelduetto www.papelduetto.com.br

Higiene e Beleza

ESCOVA DE DENTES

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	COLGATE/COLGATE-PALMOLIVE	ORAL-B/P&G	SORRISO/COLGATE-PALMOLIVE	J&J REACH/J&J	CONDOR/CONDOR	86,5
ÁREA 1	ORAL-B/P&G	COLGATE/COLGATE-PALMOLIVE	CONDOR/CONDOR	SORRISO/COLGATE-PALMOLIVE	J&J REACH/J&J	83,9
ÁREA 2	COLGATE/COLGATE-PALMOLIVE	ORAL-B/P&G	SORRISO/COLGATE-PALMOLIVE	J&J REACH/J&J	CONDOR/CONDOR	84,6
ÁREA 3	COLGATE/COLGATE-PALMOLIVE	ORAL-B/P&G	SORRISO/COLGATE-PALMOLIVE	J&J REACH/J&J	DENTAL CLEAN/RABBIT	87,5
ÁREA 4	ORAL-B/P&G	COLGATE/COLGATE-PALMOLIVE	J&J REACH/J&J	SORRISO/COLGATE-PALMOLIVE	CONDOR/CONDOR	87,3
ÁREA 5	COLGATE/COLGATE-PALMOLIVE	ORAL-B/P&G	SORRISO/COLGATE-PALMOLIVE	J&J REACH/J&J	CONDOR/CONDOR	88,0
ÁREA 6	COLGATE/COLGATE-PALMOLIVE	ORAL-B/P&G	CONDOR/CONDOR	SORRISO/COLGATE-PALMOLIVE	J&J REACH/J&J	89,7
ÁREA 7	COLGATE/COLGATE-PALMOLIVE	ORAL-B/P&G	J&J REACH/J&J	SORRISO/COLGATE-PALMOLIVE	CONDOR/CONDOR	82,5

Colgate assume a liderança da categoria. Índice de concentração cai um ponto percentual e fica em 86,5%

ESMALTE PARA UNHA

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	RISQUÉ/COTY	IMPALA/AVAMILLER	COLORAMA/COLORAMA	BEAUTY COLOR/BONYPLUS	LAPOGE/LAPOGE	97,6
ÁREA 1	RISQUÉ/COTY	IMPALA/AVAMILLER	COLORAMA/COLORAMA	BEAUTY COLOR/BONYPLUS	LAPOGE/LAPOGE	98,7
ÁREA 2	RISQUÉ/COTY	IMPALA/AVAMILLER	COLORAMA/COLORAMA	BEAUTY COLOR/BONYPLUS	LAPOGE/LAPOGE	99,1
ÁREA 3	RISQUÉ/COTY	IMPALA/AVAMILLER	COLORAMA/COLORAMA	SANDY/AVAMILLER	LAPOGE/LAPOGE	98,6
ÁREA 4	RISQUÉ/COTY	IMPALA/AVAMILLER	COLORAMA/COLORAMA	SANDY/AVAMILLER	LAPOGE/LAPOGE	98,2
ÁREA 5	RISQUÉ/COTY	COLORAMA/COLORAMA	IMPALA/AVAMILLER	DAILUS/PUELLA COSMÉTICOS	VULT/VULT	94,5
ÁREA 6	RISQUÉ/COTY	IMPALA/AVAMILLER	COLORAMA/COLORAMA	BEAUTY COLOR/BONYPLUS	LAPOGE/LAPOGE	98,6
ÁREA 7	RISQUÉ/COTY	IMPALA/AVAMILLER	COLORAMA/COLORAMA	BEAUTY COLOR/BONYPLUS	LAPOGE/LAPOGE	97,9

Lapoge estreia entre as cinco primeiras em quinto lugar; índice de concentração cresce 2,9 ponto percentual e chega a 97,6%

FIO E FITA DENTAL

	1º	2º	3º Top 5 (%)			
BRASIL	REACH/J&J	COLGATE/COLGATE-PALMOLIVE	ORAL-B/P&G	SANIFILL/FACILIT	DENTAL CLEAN/RABBIT	93,6
ÁREA 1	REACH/J&J	COLGATE/COLGATE-PALMOLIVE	ORAL-B/P&G	SANIFILL/FACILIT	DENTAL CLEAN/RABBIT	93,4
ÁREA 2	REACH/J&J	COLGATE/COLGATE-PALMOLIVE	ORAL-B/P&G	SANIFILL/FACILIT	HILLO/HILLO	89,1
ÁREA 3	REACH/J&J	COLGATE/COLGATE-PALMOLIVE	SANIFILL/FACILIT	ORAL-B/P&G	FIO DENT/FIO DENT	93,1
ÁREA 4	REACH/J&J	COLGATE/COLGATE-PALMOLIVE	ORAL-B/P&G	SANIFILL/FACILIT	DENTAL CLEAN/RABBIT	96,7
ÁREA 5	REACH/J&J	COLGATE/COLGATE-PALMOLIVE	ORAL-B/P&G	SANIFILL/FACILIT	DENTICS/IND COM E REPRES POLI PRODUCTS	96,3
ÁREA 6	REACH/J&J	COLGATE/COLGATE-PALMOLIVE	SANIFILL/FACILIT LTDA	ORAL-B/P&G	CONDOR/CONDOR	98,6
ÁREA 7	REACH/J&J	COLGATE/COLGATE-PALMOLIVE	SANIFILL/FACILIT	ORAL-B/P&G	TOP Z/NATURES FARMAC	95,2

Oral-B ganha uma posição e chega à terceira colocação; Dental Clean aparece na lista em quinto lugar

O termômetro de vendas para o seu negócio

A terceira edição da **Plataforma SH para Gestão de Sortimento**, que circulará em junho de 2019, revela o comportamento dos shoppers em dezenas de categorias

Entre em contato:
comercial@abras.com.br - (11) 3838-4545

ORIGINAL
CONSUMIDORES E CATEGORIAS
XI ESTUDO GC ABRAS SUPERHIPER

FRALDA DESCARTÁVEL GERIÁTRICA

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	PLENITUD/KIMBERLY-CLARK	BIGFRAL/ONTEX	TENA/SCA DO BRASIL	ADULTCARE/TOPFRAL	COTIDIAN/MELHORAMENTOS - PROTISA	74,3
ÁREA 1	BIGFRAL/ONTEX	PLENITUD/KIMBERLY-CLARK	TENA/SCA DO BRASIL	NATURAL MASTER/EVER GREEN	MOVIMENT/ONTEX	73,5
ÁREA 2	PLENITUD/KIMBERLY-CLARK	BIGFRAL/ONTEX	BEM ESTAR/CARTA FABRIL	MILI VITA/MILI	COTIDIAN/MELHORAMENTOS - PROTISA	84,5
ÁREA 3	ADULTCARE/TOPFRAL	PLENITUD/KIMBERLY-CLARK	COTIDIAN/MELHORAMENTOS - PROTISA	BIGFRAL/ONTEX	TENA/SCA DO BRASIL	89,1
ÁREA 4	PLENITUD/KIMBERLY-CLARK	TENA/SCA DO BRASIL	BIGFRAL/ONTEX	SUAVIDADE/DIGUINHO	MOVIMENT/ONTEX	85,0
ÁREA 5	PLENITUD/KIMBERLY-CLARK	BIGFRAL/ONTEX	TENA/SCA DO BRASIL	SUAVIDADE/DIGUINHO	COTIDIAN/MELHORAMENTOS - PROTISA	85,3
ÁREA 6	PLENITUD/KIMBERLY-CLARK	BIGFRAL/ONTEX	MILI VITA/MILI	MOVIMENT/ONTEX	TENA/SCA DO BRASIL	89,2
ÁREA 7	PLENITUD/KIMBERLY-CLARK	BIGFRAL/ONTEX	TENA/SCA DO BRASIL	MOVIMENT/ONTEX	COTIDIAN/MELHORAMENTOS - PROTISA	94,4

Adultcare registra crescimento nas vendas e ganha um posto e conquista a quarta posição

FRALDA INFANTIL

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	PAMPERS/P&G	HUGGIES/KIMBERLY-CLARK	CREMER/ONTEX	BABYSEC/CMPC MELHORAMENTOS	PERSONAL/SANTHER	87,2
ÁREA 1	PAMPERS/P&G	CREMER/ONTEX	HUGGIES/KIMBERLY-CLARK	PERSONAL/SANTHER	MAMYPOKO/UNICHARM	90,5
ÁREA 2	HUGGIES/KIMBERLY-CLARK	PAMPERS/P&G	PERSONAL/SANTHER	CREMER/ONTEX	BABYSEC/CMPC MELHORAMENTOS	87,2
ÁREA 3	PAMPERS/P&G	HUGGIES/KIMBERLY-CLARK	BABYSEC/CMPC MELHORAMENTOS	BABY LOONEY TUNES/CARTA FABRIL	PERSONAL/SANTHER	93,8
ÁREA 4	PAMPERS/P&G	HUGGIES/KIMBERLY-CLARK	POM POM/ONTEX	CREMER/ONTEX	BABYSEC/CMPC MELHORAMENTOS	92,7
ÁREA 5	PAMPERS/P&G	HUGGIES/KIMBERLY-CLARK	POM POM/ONTEX	CREMER/ONTEX	BABYSEC/CMPC MELHORAMENTOS	92,9
ÁREA 6	PAMPERS/P&G	HUGGIES/KIMBERLY-CLARK	CREMER/ONTEX	MILI/MILI	POM POM/ONTEX	95,4
ÁREA 7	PAMPERS/P&G	HUGGIES/KIMBERLY-CLARK	CREMER/ONTEX	POM POM/ONTEX	MAMYPOKO/UNICHARM	91,7

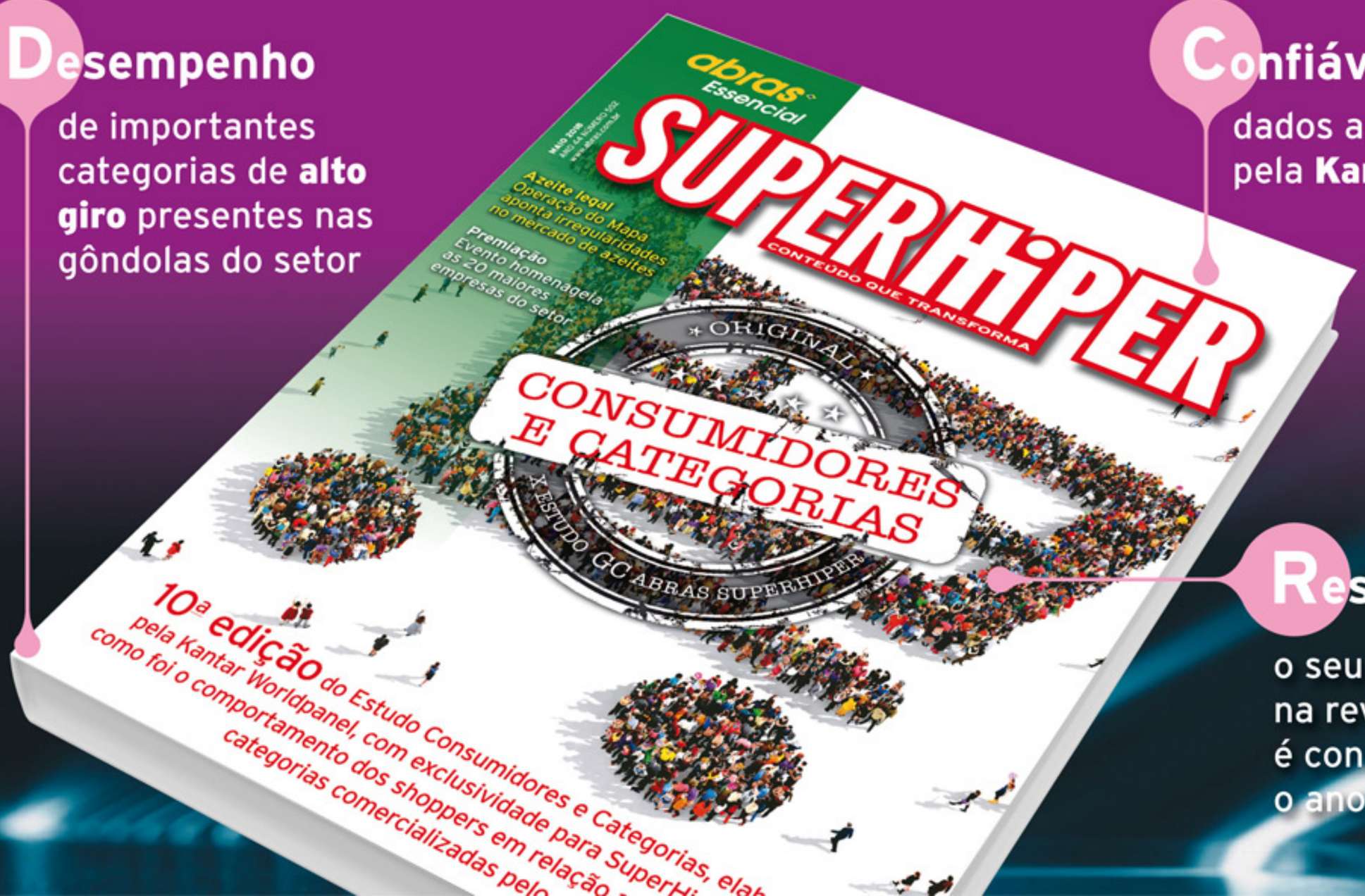
A novidade na categoria é a entrada da Baby Sec entre as líderes na quarta colocação

HASTE FLEXÍVEL

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	COTONETES/J&J	TOPZ/TOPZ	COTTON BABY/HIGIE PLUS	PALINETES/COTY	COTTON LINE/HIGIE TOPP	90,1
ÁREA 1	COTONETES/J&J	TOPZ/TOPZ	COTTON LINE/HIGIE TOPP	PALINETES/COTY	BELLA/FLEXICOTTON	91,8
ÁREA 2	COTONETES/J&J	TOPZ/TOPZ	PALINETES/COTY	MILI/MILI	T. DA MÔNICA/KIMBERLY-CLARK	88,6
ÁREA 3	COTONETES/J&J	COTTON BABY/HIGIE PLUS	PALINETES/COTY	JOHNSON'S/J&J	TOPZ/TOPZ	95,5
ÁREA 4	COTONETES/J&J	TOPZ/TOPZ	COTTON LINE/HIGIE TOPP	PALINETES/COTY	T. DA MÔNICA/KIMBERLY-CLARK	95,2
ÁREA 5	COTONETES/J&J	TOPZ/TOPZ	PALINETES/COTY	COTONELA/COTONELA	BELLA/FLEXICOTTON	92,1
ÁREA 6	COTONETES/J&J	COTTON BABY/HIGIE PLUS	TOPZ/TOPZ	BELLA/FLEXICOTTON	PALINETES/COTY	92,4
ÁREA 7	COTONETES/J&J	TOPZ/TOPZ	PALINETES/COTY	T. DA MÔNICA/KIMBERLY-CLARK	COTONELA/COTONELA	94,0

Topz e Cotton Baby avançam uma posição e agora são vice-líder e terceira colocada, respectivamente. Cotton Line estreia entre as cinco na quinta posição

Desempenho
de importantes categorias de **alto giro** presentes nas gôndolas do setor



Confiável
dados apurados pela **Kantar**

Reserve já
o seu **espaço** na revista que é consultada o ano inteiro

Líderes de Vendas

Papel Higiênico - Folha Simples

BRASIL

1ª	MILI/MILI
2ª	PERSONAL/SANTHER
3ª	PALOMA/SEPAC
4ª	FLORAL/FACEPA
5ª	BOB/CVG
Top 5	58,9%

ÁREA 1

Nordeste

1ª	FLORAL/FACEPA
2ª	ROSE/ONDUNORTE
3ª	PERSONAL/SANTHER
4ª	LEVE/ONDUNORTE
5ª	NOVO/ONDUNORTE
Top 5	76,7%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

1ª	MILI/MILI
2ª	BOB/VG
3ª	SUBLIME/CMPC MELHORAMENTOS
4ª	PERSONAL/SANTHER
5ª	CARINHO/COPAPA
Top 5	83,0%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

1ª	LEBLON/CARTA FABRIL
2ª	DELUXE/CARTA FABRIL
3ª	PERSONAL/SANTHER
4ª	PALOMA/SEPAC
5ª	SUBLIME/CMPC MELHORAMENTOS
Top 5	72,2%

ÁREA 4

Grande São Paulo

1ª	PERSONAL/SANTHER
2ª	SUBLIME/CMPC MELHORAMENTOS
3ª	PRIMAVERA/MANIKRAFT
4ª	PALOMA/SEPAC
5ª	DAMA/DAMAPEL
Top 5	55,4%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

1ª	MILI/MILI
2ª	PALOMA/SEPAC
3ª	PERSONAL/SANTHER
4ª	CAMERATTA/MILI
5ª	UNI SOFT/MARCA PRÓPRIA
Top 5	69,3%

ÁREA 6

PR, SC e RS

1ª	MILI/MILI
2ª	PALOMA/SEPAC
3ª	BOB/CVG
4ª	PERSONAL/SANTHER
5ª	FOFINHO/CANOINHAS
Top 5	84,0%

ÁREA 7

MS, GO e DF

1ª	MILI/MILI
2ª	PERSONAL/SANTHER
3ª	UNI SOFT/MARCA PRÓPRIA
4ª	LEBLON/CARTA FABRIL
5ª	BOB/CVG
Top 5	80,4%

Mili

A **MAIOR INDÚSTRIA DE PAPEL TISSUE** DO BRASIL



O **PAPEL HIGIÊNICO** FOLHA SIMPLES **MAIS VENDIDO DO BRASIL** PELO **SÉTIMO** ANO **CONSECUTIVO!**

Conheça também o **FOLHA DUPLA**

www.mili.com.br

/oficial_mili /milioficial

Higiene e Beleza

LÂMINA DE BARBEAR (DESCARTÁVEL)

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	PRESTOBARBA/P&G	BIC TRIPLE BLADE/BIC	GILLETTE OFF BRAND/P&G	BIC TWIN BLADE/BIC	VENUS/P&G	89,0
ÁREA 1	PRESTOBARBA/P&G	GILLETTE OFF BRAND/P&G	BIC TRIPLE BLADE/BIC	BIC SINGLE BLADE/BIC	BIC TWIN BLADE/BIC	87,7
ÁREA 2	PRESTOBARBA/P&G	BIC TRIPLE BLADE/BIC	VICEROY/VICEROY	GILLETTE OFF BRAND/P&G	BIC SINGLE BLADE/BIC	86,9
ÁREA 3	PRESTOBARBA/P&G	GILLETTE OFF BRAND/P&G	BIC TRIPLE BLADE/BIC	BIC TWIN BLADE/BIC	VENUS/P&G	91,1
ÁREA 4	PRESTOBARBA/P&G	BIC TRIPLE BLADE/BIC	VENUS/P&G	BIC SOLEIL/BIC	BIC TWIN BLADE/BIC	92,8
ÁREA 5	PRESTOBARBA/P&G	BIC TRIPLE BLADE/BIC	GILLETTE OFF BRAND/P&G	VENUS/P&G	BIC TWIN BLADE/BIC	91,7
ÁREA 6	PRESTOBARBA/P&G	BIC TRIPLE BLADE/BIC	GILLETTE OFF BRAND/P&G	VENUS/P&G	BIC SOLEIL/BIC	91,1
ÁREA 7	PRESTOBARBA/P&G	BIC TRIPLE BLADE/BIC	BIC TWIN BLADE/BIC	BIC SOLEIL/BIC	BIC SINGLE BLADE/BIC	89,6

Bic Triple Blade, em segundo lugar, Gillette Off Brand, em terceiro, e Bic Twin Blade são as novidades na categoria

LENÇO UMEDECIDO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	HUGGIES/KIMBERLY-CLARK	PAMPERS/P&G	JOHNSON'S BABY/J&J	BABY WIPES/KIMBERLY-CLARK	NATURAL BABY WIPES/EVER GREEN	78,3
ÁREA 1	HUGGIES/KIMBERLY-CLARK	PAMPERS/P&G	JOHNSON'S BABY/J&J	BABY WIPES/KIMBERLY-CLARK	CREMER/ONTEX	86,0
ÁREA 2	HUGGIES/KIMBERLY-CLARK	PAMPERS/P&G	BABY WIPES/KIMBERLY-CLARK	JOHNSON'S BABY/J&J	LOOPING/DAVISO	77,8
ÁREA 3	HUGGIES/KIMBERLY-CLARK	PAMPERS/P&G	BABY LOONEY TUNES/CARTA FABRIL	LOOPING/DAVISO	JOHNSON'S BABY/J&J	86,4
ÁREA 4	HUGGIES/KIMBERLY-CLARK	PAMPERS/P&G	JOHNSON'S BABY/J&J	NATURAL BABY WIPES/EVER GREEN	BABY WIPES/KIMBERLY-CLARK	84,4
ÁREA 5	HUGGIES/KIMBERLY-CLARK	PAMPERS/P&G	JOHNSON'S BABY/J&J	BABY WIPES/KIMBERLY-CLARK	NATURAL BABY WIPES/EVER GREEN	85,5
ÁREA 6	HUGGIES/KIMBERLY-CLARK	PAMPERS/P&G	JOHNSON'S BABY/J&J	BABY WIPES/KIMBERLY-CLARK	COTTON BABY/HIGIE PLUS	80,1
ÁREA 7	HUGGIES/KIMBERLY-CLARK	PAMPERS/P&G	JOHNSON'S BABY/J&J	BABY WIPES/KIMBERLY-CLARK	DOVE/UNILEVER	87,3

Baby Wipes entra nas top 5 na quarta posição, as demais marcas mantiveram a colocação. O índice de concentração diminui 6,6 pontos percentuais e fica em 78,3%

PAPEL HIGIÊNICO - FOLHA DUPLA

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	NEVE/KIMBERLY-CLARK	PERSONAL/SANTHER	ELITE/CMPC MELHORAMENTOS	DELUXE COTTON/CARTA FABRIL	DUETTO/SEPAC	71,2
ÁREA 1	LE BLANC/FACEPA	NEVE/KIMBERLY-CLARK	PERSONAL/SANTHER	ELITE/CMPC MELHORAMENTOS	ALPINO/ONDUNORTE	78,6
ÁREA 2	DELUXE COTTON/CARTA FABRIL	NEVE/KIMBERLY-CLARK	PERSONAL/SANTHER	CARINHO/COPAPA	MILI/MILI	74,7
ÁREA 3	DELUXE COTTON/CARTA FABRIL	ELITE/CMPC MELHORAMENTOS	NEVE/KIMBERLY-CLARK	CARINHO/COPAPA	PERSONAL/SANTHER	83,6
ÁREA 4	NEVE/KIMBERLY-CLARK	PERSONAL/SANTHER	ELITE/CMPC MELHORAMENTOS	MIRAFIORI/MANIKRAFT	MILI/MILI	85,0
ÁREA 5	NEVE/KIMBERLY-CLARK	PERSONAL/SANTHER	ELITE/CMPC MELHORAMENTOS	DUETTO/SEPAC	MILI/MILI	82,2
ÁREA 6	DUETTO/SEPAC	PERSONAL/SANTHER	NEVE/KIMBERLY-CLARK	MILI/MILI	ELITE/CMPC MELHORAMENTOS	87,1
ÁREA 7	NEVE/KIMBERLY-CLARK	PERSONAL/SANTHER	DELUXE COTTON/CARTA FABRIL	MILI/MILI	DUETTO/SEPAC	81,5

Elite estreia na lista das líderes em terceiro lugar; índice de concentração ficou em 71,2%, queda de 6,1 pontos percentuais

PAPEL HIGIÊNICO - FOLHA SIMPLES

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	MILI/MILI	PERSONAL/SANTHER	PALOMA/SEPAC	FLORAL/FACEPA	BOB/CVG	58,9
ÁREA 1	FLORAL/FACEPA	ROSE/ONDUNORTE	PERSONAL/SANTHER	LEVE/ONDUNORTE	NOVO/ONDUNORTE	76,7
ÁREA 2	MILI/MILI	BOB/CVG	SUBLIME/CMPC MELHORAMENTOS	PERSONAL/SANTHER	CARINHO/COPAPA	83,0
ÁREA 3	LEBLON/CARTA FABRIL	DELUXE/CARTA FABRIL	PERSONAL/SANTHER	PALOMA/SEPAC	SUBLIME/CMPC MELHORAMENTOS	72,2
ÁREA 4	PERSONAL/SANTHER	SUBLIME/CMPC MELHORAMENTOS	PRIMAVERA/MANIKRAFT	PALOMA/SEPAC	DAMA/DAMAPEL	55,4
ÁREA 5	MILI/MILI	PALOMA/SEPAC	PERSONAL/SANTHER	CAMERATTA/MILI	UNI SOFT/MARCA PRÓPRIA	69,3
ÁREA 6	MILI/MILI	PALOMA/SEPAC	BOB/CVG	PERSONAL/SANTHER	FOFINHO/CANOINHAS	84,0
ÁREA 7	MILI/MILI	PERSONAL/SANTHER	UNI SOFT/MARCA PRÓPRIA	LEBLON/CARTA FABRIL	BOB/CVG	80,4

Única mudança entre as cinco líderes é a entrada da marca Bob na quinta posição

PRESERVATIVO MASCULINO/FEMININO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	JONTEX/RECKITT BENCKISER	PRUDENCE/DKT DO BRASIL	OLLA/RECKITT BENCKISER	BLOWTEX/BLOWTEX	SKYN/BLOWTEX	96,7
ÁREA 1	JONTEX/RECKITT BENCKISER	PRUDENCE/DKT DO BRASIL	OLLA/RECKITT BENCKISER	BLOWTEX/BLOWTEX	DUREX/RECKITT BENCKISER	96,2
ÁREA 2	JONTEX/RECKITT BENCKISER	PRUDENCE/DKT DO BRASIL	OLLA/RECKITT BENCKISER	BLOWTEX/BLOWTEX	DUREX/RECKITT BENCKISER	89,2
ÁREA 3	JONTEX/RECKITT BENCKISER	OLLA/RECKITT BENCKISER	PRUDENCE/DKT DO BRASIL	SKYN/BLOWTEX	BLOWTEX/BLOWTEX	97,1
ÁREA 4	OLLA/RECKITT BENCKISER	JONTEX/RECKITT BENCKISER	PRUDENCE/DKT DO BRASIL	BLOWTEX/BLOWTEX	SKYN/BLOWTEX	97,4
ÁREA 5	OLLA/RECKITT BENCKISER	JONTEX/RECKITT BENCKISER	PRUDENCE/DKT DO BRASIL	BLOWTEX/BLOWTEX	DUREX/RECKITT BENCKISER	97,6
ÁREA 6	PRUDENCE/DKT DO BRASIL	JONTEX/RECKITT BENCKISER	OLLA/RECKITT BENCKISER	SKYN/BLOWTEX	BLOWTEX/BLOWTEX	99,6
ÁREA 7	JONTEX/RECKITT BENCKISER	PRUDENCE/DKT DO BRASIL	OLLA/RECKITT BENCKISER	BLOWTEX/BLOWTEX	SKYN/BLOWTEX	97,0

Prudence ganha uma posição e assume a vice-liderança; Blowtex entra na lista no quinto lugar

REPELENTE

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	OFF/SC JOHNSON	SUPER REPELEX/RECKITT BENCKISER	SBP/RECKITT BENCKISER	JONHSON'S BABY/J&J	NO INSET/FLORA	96,4
ÁREA 1	OFF/SC JOHNSON	SUPER REPELEX/RECKITT BENCKISER	SBP/RECKITT BENCKISER	JONHSON'S BABY/J&J	BARUEL/BARUEL	97,1
ÁREA 2	OFF/SC JOHNSON	SUPER REPELEX/RECKITT BENCKISER	SBP/RECKITT BENCKISER	JONHSON'S BABY/J&J	MOSKITOFF/MOSKITOFF	93,5
ÁREA 3	OFF/SC JOHNSON	SUPER REPELEX/RECKITT BENCKISER	SBP/RECKITT BENCKISER	JONHSON'S BABY/J&J	BARUEL/BARUEL	95,9
ÁREA 4	OFF/SC JOHNSON	SUPER REPELEX/RECKITT BENCKISER	SBP/RECKITT BENCKISER	JONHSON'S BABY/J&J	BARUEL/BARUEL	97,7
ÁREA 5	OFF/SC JOHNSON	SUPER REPELEX/RECKITT BENCKISER	SBP/RECKITT BENCKISER	JONHSON'S BABY/J&J	BARUEL/BARUEL	98,2
ÁREA 6	OFF/SC JOHNSON	SUPER REPELEX/RECKITT BENCKISER	SBP/RECKITT BENCKISER	NO INSET/FLORA	JONHSON'S BABY/J&J	97,8
ÁREA 7	OFF/SC JOHNSON	SUPER REPELEX/RECKITT BENCKISER	SBP/RECKITT BENCKISER	JONHSON'S BABY/J&J	BARUEL/BARUEL	98,4

No Inset aparece no ranking das cinco líderes como quinta colocada

SABONETE LÍQUIDO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	PROTEX/COLGATE-PALMOLIVE	LUX/UNILEVER	GRANADO/CASA GRANADO	JOHNSON'S BABY/J&J	PALMOLIVE/COLGATE-PALMOLIVE	61,7
ÁREA 1	PROTEX/COLGATE-PALMOLIVE	LUX/UNILEVER	JOHNSON'S BABY/J&J	PALMOLIVE/COLGATE-PALMOLIVE	GRANADO/CASA GRANADO	64,2
ÁREA 2	PROTEX/COLGATE-PALMOLIVE	LUX/UNILEVER	DOVE/UNILEVER	JOHNSON'S BABY/J&J	FIORUCCI/GREENWOOD	48,3
ÁREA 3	GRANADO/CASA GRANADO	PROTEX/COLGATE-PALMOLIVE	LUX/UNILEVER	PALMOLIVE/COLGATE-PALMOLIVE	JOHNSON'S BABY/J&J	72,3
ÁREA 4	PROTEX/COLGATE-PALMOLIVE	LUX/UNILEVER	DOVE/UNILEVER	JOHNSON'S BABY/J&J	PALMOLIVE/COLGATE-PALMOLIVE	66,0
ÁREA 5	PROTEX/COLGATE-PALMOLIVE	LUX/UNILEVER	JOHNSON'S BABY/J&J	PALMOLIVE/COLGATE-PALMOLIVE	DOVE/UNILEVER	67,2
ÁREA 6	LUX/UNILEVER	PROTEX/COLGATE-PALMOLIVE	PALMOLIVE/COLGATE-PALMOLIVE	DOVE/UNILEVER	JOHNSON'S BABY/J&J	53,0
ÁREA 7	PROTEX/COLGATE-PALMOLIVE	LUX/UNILEVER	DOVE/UNILEVER	JOHNSON'S BABY/J&J	PALMOLIVE/COLGATE-PALMOLIVE	62,0

Alteração na quinta colocação das cinco primeiras, que agora é ocupada por Palmolive

SABONETE SÓLIDO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	DOVE/UNILEVER	PROTEX/COLGATE-PALMOLIVE	PALMOLIVE/COLGATE-PALMOLIVE	NIVEA/BEIERSDORF	LUX/UNILEVER	62,1
ÁREA 1	PROTEX/COLGATE-PALMOLIVE	DOVE/UNILEVER	EVEN/RAYMUNDO DA FONTE	PALMOLIVE/COLGATE-PALMOLIVE	NIVEA/BEIERSDORF	62,6
ÁREA 2	DOVE/UNILEVER	PROTEX/COLGATE-PALMOLIVE	PALMOLIVE/COLGATE-PALMOLIVE	FRANCIS/FLORA	LUX/UNILEVER	59,5
ÁREA 3	PROTEX/COLGATE-PALMOLIVE	DOVE/UNILEVER	NIVEA/BEIERSDORF	PALMOLIVE/COLGATE-PALMOLIVE	FRANCIS/FLORA	55,2
ÁREA 4	DOVE/UNILEVER	PROTEX/COLGATE-PALMOLIVE	NIVEA/BEIERSDORF	PALMOLIVE/COLGATE-PALMOLIVE	LUX/UNILEVER	66,1
ÁREA 5	DOVE/UNILEVER	PROTEX/COLGATE-PALMOLIVE	PALMOLIVE/COLGATE-PALMOLIVE	NIVEA/BEIERSDORF	LUX/UNILEVER	66,6
ÁREA 6	DOVE/UNILEVER	PROTEX/COLGATE-PALMOLIVE	NIVEA/BEIERSDORF	PALMOLIVE/COLGATE-PALMOLIVE	LUX/UNILEVER	68,6
ÁREA 7	DOVE/UNILEVER	PROTEX/COLGATE-PALMOLIVE	NIVEA/BEIERSDORF	PALMOLIVE/COLGATE-PALMOLIVE	LUX/UNILEVER	63,6

Nivea aumenta sua representatividade nas vendas e conquista a quarta posição

TINTURA PARA CABELO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	IMEDIA/L'ORÉAL	KOLESTON/COTY	COR E TON/NIELY	BIOCOLOR/COTY	CASTING CREME GLOSS/L'ORÉAL	68,1
ÁREA 1	IMEDIA/L'ORÉAL	KOLESTON/COTY	COR E TON/NIELY	CASTING CREME GLOSS/L'ORÉAL	BIOCOLOR/COTY	69,0
ÁREA 2	IMEDIA/L'ORÉAL	KOLESTON/COTY	BIOCOLOR/COTY	COR E TON/NIELY	CASTING CREME GLOSS/L'ORÉAL	71,5
ÁREA 3	IMEDIA/L'ORÉAL	MAXTON/EMBELLEZE	KOLESTON/COTY	COR E TON/NIELY	CASTING CREME GLOSS/L'ORÉAL	79,4
ÁREA 4	IMEDIA/L'ORÉAL	KOLESTON/COTY	COR E TON/NIELY	BIOCOLOR/COTY	CASTING CREME GLOSS/L'ORÉAL	71,4
ÁREA 5	IMEDIA/L'ORÉAL	KOLESTON/COTY	COR E TON/NIELY	BIOCOLOR/COTY	CASTING CREME GLOSS/L'ORÉAL	70,6
ÁREA 6	KOLESTON/COTY	IMEDIA/L'ORÉAL	COR E TON/NIELY	BIOCOLOR/COTY	BEAUTY COLOR/BONYPLUS	65,0
ÁREA 7	KOLESTON/COTY	IMEDIA/L'ORÉAL	COR E TON/NIELY	BIOCOLOR/COTY	CASTING CREME GLOSS/L'ORÉAL	70,1

Não houve alteração entre as marcas líderes da categoria

XAMPU

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	PANTENE/P&G	DOVE/UNILEVER	CLEAR/UNILEVER	ÉLSEVE/L'ORÉAL	SEDA/UNILEVER	58,3
ÁREA 1	PANTENE/P&G	CLEAR/UNILEVER	DOVE/UNILEVER	ÉLSEVE/L'ORÉAL	TRESEMMÉ/UNILEVER	57,5
ÁREA 2	PANTENE/P&G	SEDA/UNILEVER	DOVE/UNILEVER	TRESEMMÉ/UNILEVER	CLEAR/UNILEVER	58,6
ÁREA 3	PANTENE/P&G	DOVE/UNILEVER	CLEAR/UNILEVER	ÉLSEVE/L'ORÉAL	TRESEMMÉ/UNILEVER	56,3
ÁREA 4	PANTENE/P&G	DOVE/UNILEVER	CLEAR/UNILEVER	SEDA/UNILEVER	ÉLSEVE/L'ORÉAL	60,1
ÁREA 5	PANTENE/P&G	DOVE/UNILEVER	ÉLSEVE/L'ORÉAL	CLEAR/UNILEVER	SEDA/UNILEVER	60,7
ÁREA 6	PANTENE/P&G	DOVE/UNILEVER	CLEAR/UNILEVER	ÉLSEVE/L'ORÉAL	SEDA/UNILEVER	57,1
ÁREA 7	PANTENE/P&G	DOVE/UNILEVER	TRESEMMÉ/UNILEVER	SEDA/UNILEVER	ÉLSEVE/L'ORÉAL	61,

Clear sobe um posto e ganha a terceira colocação e Seda entra na lista no quinto lugar

Limpeza

Por Tatiana Souto

Amaciantes na linha de frente

Inovações alavancam a categoria de amaciante para a roupa, que se destacou dentro da seção de limpeza. Versão concentrada vem ganhando espaço



Tradicionalmente, o brasileiro gosta de cuidar bem de suas roupas. Assim, à medida que surgem novidades em produtos para o segmento, elas são logo incorporadas, a fim de deixar as peças mais limpas, confortáveis, macias e perfumadas. Nesse cenário é que entram os amaciantes para roupas, destaque em 2018 na cesta de Limpeza, na avaliação da Nielsen. A líder da Indústria de Higiene, Beleza e Limpeza da Nielsen, Margareth Utimura, relata que, de alguns anos para cá, as maiores novidades no segmento de limpeza de roupas têm surgido na linha de amaciantes e, em 2018, isso não foi diferente. "A performance do sabão para lavar roupa tem ficado semelhante entre todas as marcas. Já os amaciantes se sobressaíram", justifica ela, citando como exemplos produtos em cápsulas, concentrados e com formulações mais eficazes.

No ano passado, as vendas de amaciantes no varejo cresceram 2,4% em volume, ante 2017, e 2,7% em valor, mesmo com preço médio 0,3% maior, apurou a Nielsen. Amaciantes mais caros representaram 18,5% das vendas e os medianos, apenas 3,6%. Na opinião do diretor-executivo da Associação Brasileira das Indústrias de Produtos de Limpeza e Afins (Abipla), Paulo Engler, o fenômeno dos atacarejos e das marcas próprias das redes de supermercados contribuem para a predominância de vendas de produtos mais baratos. Além disso, "em tempos de retração econômica é evidente que preço é determinante em certos produtos".

Os amaciantes se sobressaem mais quando se compara seu desempenho com a cesta de produtos de limpeza em 2018, que cresceu 0,4% em volume, mas caiu 0,3% em valor, diz Margareth Utimura. "Quando separamos o desempenho da cesta entre produtos para casa e para roupas, os que crescem são os voltados a roupas, enquanto artigos de limpeza para casa ficam estáveis em vendas", diz a líder da Nielsen, que complementa: "E, dentro das roupas, o amaciante se sobressai, principalmente os concentrados." Ela adverte, entretanto, que os concentrados não são, necessariamente, os mais caros. "A mensagem que o consumidor passa é que ele já percebeu que o amaciante concentrado rende mais do que o diluído", diz. "Além disso, o produto perfumado também é importante. Não se trata mais de item supérfluo."

Variação (em %)

Volume de vendas	2,4
Receita	2,7
Preço médio	0,3

Fonte: Nielsen



Participação das faixas de preço nas vendas (em %)

Baixo	78
Médio	3,6
Alto	18,5

Fonte: Nielsen

Índice

Alvejante com Cloro e sem Cloro 156
Amaciante de Roupa 156
Concentrado de Limpeza 156
Desinfetante 156
Desodorizador Sanitário 156
Detergente Líquido 162
Esponja Sintética para Limpeza Caseira 162
Inseticidas (era+líq+elet+isc+esp+gas) 162
Limpador com Brilho 162
Limpa-Vidros 162
Purificador de Ar 163
Sabão/Detergente em Pó 163
Sabão/Detergente Líquido para Roupas 163

Limpeza

ALVEJANTE COM CLORO E SEM CLORO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	VANISH/RECKITT BENCKISER	Q'BOA/ANHEMBI	YPÊ/QUÍMICA AMPARO	BRILUX/RAYMUNDO DA FONTE	SUPER CÂNDIDA/ANHEMBI	63,0
ÁREA 1	VANISH/RECKITT BENCKISER	BRILUX/RAYMUNDO DA FONTE	OLIMPO/RAYMUNDO DA FONTE	DRAGÃO/INTERLÂNDIA	YPÊ/QUÍMICA AMPARO	68,3
ÁREA 2	VANISH/RECKITT BENCKISER	YPÊ/QUÍMICA AMPARO	SANTA CLARA/SUPER GLOBO QUÍMICA	Q'BOA/ANHEMBI	OMO/UNILEVER	58,9
ÁREA 3	VANISH/RECKITT BENCKISER	BRILUX/RAYMUNDO DA FONTE	SUPER GLOBO/SUPER GLOBO	YPÊ/QUÍMICA AMPARO	PRO WATER/PRO WATER	79,3
ÁREA 4	VANISH/RECKITT BENCKISER	SUPER CÂNDIDA/ANHEMBI	YPÊ/QUÍMICA AMPARO	CANDURA/IPLASA	OMO/UNILEVER	81,4
ÁREA 5	VANISH/RECKITT BENCKISER	YPÊ/QUÍMICA AMPARO	SUPER CÂNDIDA/ANHEMBI	CANDURA/IPLASA	Q'BOA/ANHEMBI	67,5
ÁREA 6	Q'BOA/ANHEMBI	VANISH/RECKITT BENCKISER	YPÊ/QUÍMICA AMPARO	GIRANDO SOL/GIRANDO SOL	DA ILHA/DA ILHA	83,2
ÁREA 7	VANISH/RECKITT BENCKISER	Q'BOA/ANHEMBI	YPÊ/QUÍMICA AMPARO	ZUPP/ZUPPANI	BRILHANTE/UNILEVER	84,3

Brilux entra na lista das líderes na quarta posição

AMACIANTE DE ROUPA

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	COMFORT/UNILEVER	DOWNY/P&G	YPÊ/QUÍMICA AMPARO	MON BIJOU/BOMBRIL	BABY SOFT/GTEX	81,4
ÁREA 1	DOWNY/P&G	COMFORT/UNILEVER	SONHO/RAYMUNDO DA FONTE	YPÊ/QUÍMICA AMPARO	FOFO/UNILEVER	83,7
ÁREA 2	COMFORT/UNILEVER	DOWNY/P&G	YPÊ/QUÍMICA AMPARO	BABY SOFT/GTEX	MON BIJOU/BOMBRIL	78,4
ÁREA 3	COMFORT/UNILEVER	DOWNY/P&G	YPÊ/QUÍMICA AMPARO	MON BIJOU/BOMBRIL	FOFO/UNILEVER	79,4
ÁREA 4	COMFORT/UNILEVER	DOWNY/P&G	YPÊ/QUÍMICA AMPARO	MON BIJOU/BOMBRIL	BABY SOFT/GTEX	91,2
ÁREA 5	COMFORT/UNILEVER	DOWNY/P&G	YPÊ/QUÍMICA AMPARO	BABY SOFT/GTEX	MON BIJOU/BOMBRIL	87,4
ÁREA 6	DOWNY/P&G	COMFORT/UNILEVER	YPÊ/QUÍMICA AMPARO	GIRANDO SOL/GIRANDO SOL	MON BIJOU/BOMBRIL	84,0
ÁREA 7	COMFORT/UNILEVER	YPÊ/QUÍMICA AMPARO	DOWNY/P&G	MON BIJOU/BOMBRIL	MINUANO/FLORA	86,9

Única mudança entre as cinco primeiras foi a entrada de Baby Soft em quinto lugar

CONCENTRADO DE LIMPEZA

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	VEJA/RECKITT BENCKISER	CASA & PERFUME/K&M	AJAX/COLGATE-PALMOLIVE	UAU/CERA INGLEZA	VIM/UNILEVER	81,0
ÁREA 1	VEJA/RECKITT BENCKISER	CASA & PERFUME/K&M	AJAX/COLGATE-PALMOLIVE	MR MÚSCULO/SC JOHNSON	YPÊ/QUÍMICA AMPARO	83,5
ÁREA 2	VEJA/RECKITT BENCKISER	UAU/CERA INGLEZA	CASA & PERFUME/K&M	AZULIM/START QUÍMICA	AJAX/COLGATE-PALMOLIVE	78,1
ÁREA 3	VEJA/RECKITT BENCKISER	UAU/CERA INGLEZA	CASA & PERFUME/K&M	VIM/UNILEVER	YPÊ/QUÍMICA AMPARO	85,0
ÁREA 4	VEJA/RECKITT BENCKISER	AJAX/COLGATE-PALMOLIVE	CASA & PERFUME/K&M	VIM/UNILEVER	MR MÚSCULO/SC JOHNSON	88,2
ÁREA 5	VEJA/RECKITT BENCKISER	CASA & PERFUME/K&M	AJAX/COLGATE-PALMOLIVE	YPÊ/QUÍMICA AMPARO	MR MÚSCULO/SC JOHNSON	83,9
ÁREA 6	VEJA/RECKITT BENCKISER	AJAX/COLGATE-PALMOLIVE	CASA & PERFUME/K&M	YPÊ/QUÍMICA AMPARO	MR MÚSCULO/SC JOHNSON	85,0
ÁREA 7	VEJA/RECKITT BENCKISER	AJAX/COLGATE-PALMOLIVE	UAU/CERA INGLEZA	CASA & PERFUME/K&M	MR MÚSCULO/SC JOHNSON	83,0

UAU cresce em vendas e passa para a quarta colocação

DESINFETANTE

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	PINHO SOL/COLGATE-PALMOLIVE	LYSOFORM/SC JOHNSON	KALIPTO/BOMBRIL	PINHO BRIL/BOMBRIL	SANOL/TOTAL QUÍMICA	52,0
ÁREA 1	PINHO SOL/COLGATE-PALMOLIVE	KALIPTO/BOMBRIL	AZULIM/START QUÍMICA	URCA/GTEX	PINHO BRIL/BOMBRIL	55,2
ÁREA 2	PINHO SOL/COLGATE-PALMOLIVE	LYSOFORM/SC JOHNSON	BATUTA/CERA INGLEZA	PINHO BRIL/BOMBRIL	BAK YPÊ/QUÍMICA AMPARO	46,8
ÁREA 3	PINHO SOL/COLGATE-PALMOLIVE	LYSOFORM/SC JOHNSON	URCA/GTEX	PINHO BRIL/BOMBRIL	BIG SOFT/ALMEIDA PROD. HIG. E LIMP.	54,4
ÁREA 4	PINHO SOL/COLGATE-PALMOLIVE	LYSOFORM/SC JOHNSON	SANOL/TOTAL QUÍMICA	BÚFALO/BÚFALO	PINHO BRIL/BOMBRIL	71,5
ÁREA 5	PINHO SOL/COLGATE-PALMOLIVE	SANOL/TOTAL QUÍMICA	LYSOFORM/SC JOHNSON	BÚFALO/BÚFALO	PINHO BRIL/BOMBRIL	62,3
ÁREA 6	PINHO SOL/COLGATE-PALMOLIVE	GIRANDO SOL/GIRANDO SOL	KALIPTO/BOMBRIL	PINHO BRIL/BOMBRIL	CLEAN PLUS/SUPER CLEAN	60,9
ÁREA 7	PINHO SOL/COLGATE-PALMOLIVE	LYSOFORM/SC JOHNSON	ZUPP/ZUPPANI	PINHO BRIL/BOMBRIL	KALIPTO/BOMBRIL	53,7

Com maior participação nas vendas, Lysoform avança duas casas e assume a segunda posição

DESODORIZADOR SANITÁRIO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	PATO/SC JOHNSON	HARPIC/RECKITT BENCKISER	DESODOR/INQUISA	GLADE/SC JOHNSON	LIMPPANO INSPIRA/LIMPPANO	79,8
ÁREA 1	PATO/SC JOHNSON	HARPIC/RECKITT BENCKISER	GLADE/SC JOHNSON	LIMPPANO INSPIRA/LIMPPANO	DESODOR/INQUISA	85,5
ÁREA 2	PATO/SC JOHNSON	HARPIC/RECKITT BENCKISER	LIMPPANO INSPIRA/LIMPPANO	DESODOR/INQUISA	GLADE/SC JOHNSON	73,6
ÁREA 3	DESODOR/INQUISA	PATO/SC JOHNSON	HARPIC/RECKITT BENCKISER	LIMPPANO INSPIRA/LIMPPANO	GLADE/SC JOHNSON	77,8
ÁREA 4	PATO/SC JOHNSON	HARPIC/RECKITT BENCKISER	LIPEX/ATREVIDA	GLADE/SC JOHNSON	MR MÚSCULO/SC JOHNSON	92,9
ÁREA 5	PATO/SC JOHNSON	HARPIC/RECKITT BENCKISER	LIPEX/ATREVIDA	GLADE/SC JOHNSON	MR MÚSCULO/SC JOHNSON	90,9
ÁREA 6	PATO/SC JOHNSON	HARPIC/RECKITT BENCKISER	GLADE/SC JOHNSON	DESOFLOR/DETERLIMP	MR MÚSCULO/SC JOHNSON	87,9
ÁREA 7	PATO/SC JOHNSON	HARPIC/RECKITT BENCKISER	MR MÚSCULO/SC JOHNSON	GLADE/SC JOHNSON	LIMPPANO INSPIRA/LIMPPANO	85,2

Desodor cresce em vendas e salta do quinto para o terceiro lugar; Limppano ingressa na lista

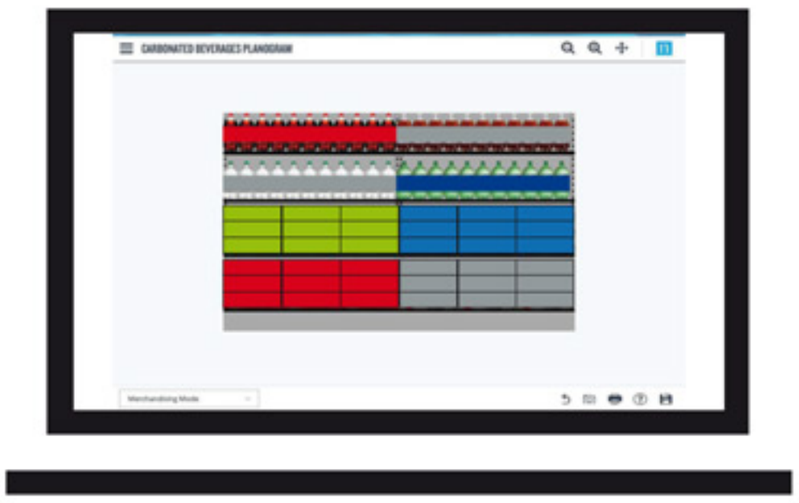
DO COMPUTADOR À GÔNDOLA

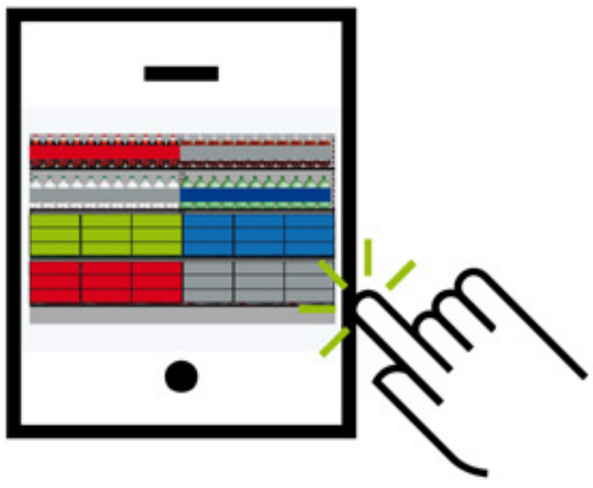
DESENVOLVA SEU PLANOGRAMA DE MANEIRA MAIS RÁPIDA COM A NIELSEN

EM APENAS 3 PASSOS:

COMPARTILHE

Crie e publique planogramas em tempo real



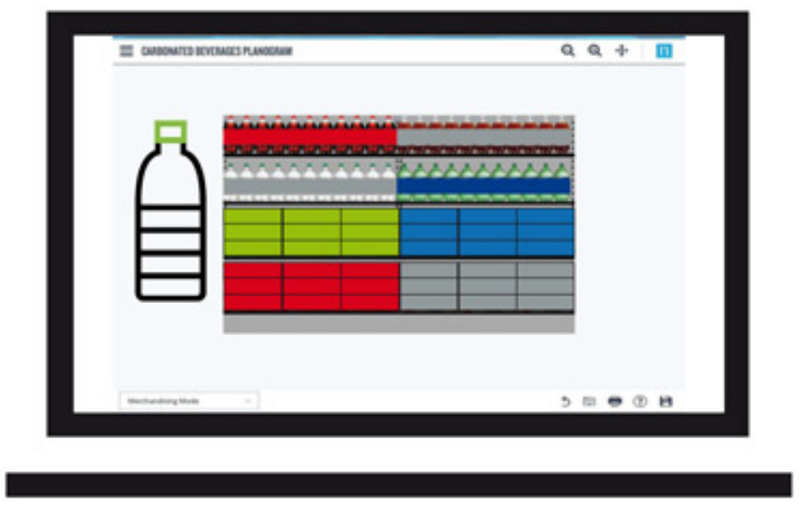


IMPLEMENTAÇÃO

Envie os planogramas em tempo real para as lojas, permitindo feedbacks do planejamento e execução

ACOMPANHE

Mensure a execução e o desempenho de vendas nas lojas, comparando ao planejamento



Nielsen Mobile Shelf Planner: analise sua gôndola com eficiência e qualidade, pensando em como melhorar seu faturamento.

SAIBA MAIS SOBRE A SOLUÇÃO. ENTRE EM CONTATO PELO E-MAIL: BRAZIL.ASO@NIELSEN.COM

/NielsenBrazil /Nielsen /nielsenbrasil nielsen.com/br/pt

Copyright © 2019 The Nielsen Company (US), LLC. All Rights Reserved.

Líderes de Vendas

Concentrado de Limpeza

BRASIL

1ª	VEJA/RECKITT BENCKISER
2ª	CASA & PERFUME/K&M
3ª	AJAX/COLGATE-PALMOLIVE
4ª	UAU/CERA INGLEZA
5ª	VIM/UNILEVER
Top 5	81,0%

ÁREA 1

Nordeste

1ª	VEJA/RECKITT BENCKISER
2ª	CASA & PERFUME/K&M
3ª	AJAX/COLGATE-PALMOLIVE
4ª	MR MÚSCULO/SC JOHNSON
5ª	YPÊ/QUÍMICA AMPARO
Top 5	83,5%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

1ª	VEJA/RECKITT BENCKISER
2ª	UAU/CERA INGLEZA
3ª	CASA & PERFUME/K&M
4ª	AZULIM/START QUÍMICA
5ª	AJAX/COLGATE-PALMOLIVE
Top 5	78,1%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

1ª	VEJA/RECKITT BENCKISER
2ª	UAU/CERA INGLEZA
3ª	CASA & PERFUME/K&M
4ª	VIM/UNILEVER
5ª	YPÊ/QUÍMICA AMPARO
Top 5	85,0%

ÁREA 4

Grande São Paulo

1ª	VEJA/RECKITT BENCKISER
2ª	AJAX/COLGATE-PALMOLIVE
3ª	CASA & PERFUME/K&M
4ª	VIM/UNILEVER
5ª	MR MÚSCULO/SC JOHNSON
Top 5	88,2%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

1ª	VEJA/RECKITT BENCKISER
2ª	CASA & PERFUME/K&M
3ª	AJAX/COLGATE-PALMOLIVE
4ª	YPÊ/QUÍMICA AMPARO
5ª	MR MÚSCULO/SC JOHNSON
Top 5	83,9%

ÁREA 6

PR, SC e RS

1ª	VEJA/RECKITT BENCKISER
2ª	AJAX/COLGATE-PALMOLIVE
3ª	CASA & PERFUME/K&M
4ª	YPÊ/QUÍMICA AMPARO
5ª	MR MÚSCULO/SC JOHNSON
Top 5	85,0%

ÁREA 7

MS, GO e DF

1ª	VEJA/RECKITT BENCKISER
2ª	AJAX/COLGATE-PALMOLIVE
3ª	UAU/CERA INGLEZA
4ª	CASA & PERFUME/K&M
5ª	MR MÚSCULO/SC JOHNSON
Top 5	83,0%

VENDAS
GOIÂNIA/GO - 62 3636-2017
UBERLÂNDIA/MG - 34 3292 6191

A MARCA QUE É REFERÊNCIA EM QUALIDADE E RENTABILIDADE,
AGORA TAMBÉM É **DESTAQUE NA CATEGORIA LIMPADORES.**

AZULIM TEM O MAIOR MIX DO MERCADO
E TAMBÉM É UMA DAS MARCAS
COM MAIOR FORÇA NO PDV.



Programa do Ratinho
sbt

MPDVs · RÁDIO · INTERNET · TV · REVISTAS

Limpeza

Líderes de Vendas

Desinfetante

BRASIL

1ª	PINHO SOL/COLGATE-PALMOLIVE
2ª	LYSOFORM/SC JOHNSON
3ª	KALIPTO/BOMBRIL
4ª	PINHO BRIL/BOMBRIL
5ª	SANOL/TOTAL QUÍMICA
Top 5	52,0%

ÁREA 1

Nordeste

1ª	PINHO SOL/COLGATE-PALMOLIVE
2ª	KALIPTO/BOMBRIL
3ª	AZULIM/START QUÍMICA
4ª	URCA/GTEX
5ª	PINHO BRIL/BOMBRIL
Top 5	55,2%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

1ª	PINHO SOL/COLGATE-PALMOLIVE
2ª	LYSOFORM/SC JOHNSON
3ª	BATUTA/CERA INGLEZA
4ª	PINHO BRIL/BOMBRIL
5ª	BAK YPÊ/QUÍMICA AMPARO
Top 5	46,8%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

1ª	PINHO SOL/COLGATE-PALMOLIVE
2ª	LYSOFORM/SC JOHNSON
3ª	URCA/GTEX
4ª	PINHO BRIL/BOMBRIL
5ª	BIG SOFT/ALMEIDA PROD. HIG. E LIMP.
Top 5	54,4%

ÁREA 4

Grande São Paulo

1ª	PINHO SOL/COLGATE-PALMOLIVE
2ª	LYSOFORM/SC JOHNSON
3ª	SANOL/TOTAL QUÍMICA
4ª	BÚFALO/BÚFALO
5ª	PINHO BRIL/BOMBRIL
Top 5	71,5%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

1ª	PINHO SOL/COLGATE-PALMOLIVE
2ª	SANOL/TOTAL QUÍMICA
3ª	LYSOFORM/SC JOHNSON
4ª	BÚFALO/BÚFALO
5ª	PINHO BRIL/BOMBRIL
Top 5	62,3%

ÁREA 6

PR, SC e RS

1ª	PINHO SOL/COLGATE-PALMOLIVE
2ª	GIRANDO SOL/GIRANDO SOL
3ª	KALIPTO/BOMBRIL
4ª	PINHO BRIL/BOMBRIL
5ª	CLEAN PLUS/SUPER CLEAN
Top 5	60,9%

ÁREA 7

MS, GO e DF

1ª	PINHO SOL/COLGATE-PALMOLIVE
2ª	LYSOFORM/SC JOHNSON
3ª	ZUPP/ZUPPANI
4ª	PINHO BRIL/BOMBRIL
5ª	KALIPTO/BOMBRIL
Top 5	53,7%

VENDAS
GOIÂNIA/GO - 62 3636-2017
UBERLÂNDIA/MG - 34 3292 6191

Start

AZULIM



A MARCA QUE É REFERÊNCIA EM QUALIDADE E RENTABILIDADE,
AGORA TAMBÉM É **DESTAQUE NA CATEGORIA DESINFETANTES.**

AZULIM TEM O MAIOR MIX DO MERCADO
E TAMBÉM É UMA DAS MARCAS
COM MAIOR FORÇA NO PDV.



Programa do RATINHO
sbt

MPDVs · RÁDIO · INTERNET · TV · REVISTAS

Limpeza

DETERGENTE LÍQUIDO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	YPÊ/QUÍMICA AMPARO	LIMPOL/BOMBRIL	MINUANO/FLORA	BRILHANTE/UNILEVER	LISA/LISATEC	91,8
ÁREA 1	YPÊ/QUÍMICA AMPARO	LIMPOL/BOMBRIL	LISA/LISATEC	BRILUX/RAYMUNDO DA FONTE	ATOL/QUÍMICA AMPARO	83,1
ÁREA 2	YPÊ/QUÍMICA AMPARO	LIMPOL/BOMBRIL	MINUANO/FLORA	TEIÚ/TEIÚ	BRILHANTE/UNILEVER	95,9
ÁREA 3	YPÊ/QUÍMICA AMPARO	LIMPOL/BOMBRIL	MINUANO/FLORA	BRILHANTE/UNILEVER	BARRA/ZIMBRA	95,9
ÁREA 4	YPÊ/QUÍMICA AMPARO	LIMPOL/BOMBRIL	MINUANO/FLORA	BRILHANTE/UNILEVER	SOBEL/SOBEL	99,0
ÁREA 5	YPÊ/QUÍMICA AMPARO	LIMPOL/BOMBRIL	MINUANO/FLORA	BRILHANTE/UNILEVER	TRIEX/3X	97,2
ÁREA 6	YPÊ/QUÍMICA AMPARO	LIMPOL/BOMBRIL	MINUANO/FLORA	GIRANDO SOL/GIRANDO SOL	GOTA LIMPA/BERTOLINI GIONGO	97,8
ÁREA 7	YPÊ/QUÍMICA AMPARO	MINUANO/FLORA	LIMPOL/BOMBRIL	ZUPP/ZUPPANI	GIRANDO SOL/GIRANDO SOL	88,9

Brilhante e Lisa se colocam entre as cinco líderes na quarta e quinta colocação, respectivamente

ESPONJA SINTÉTICA PARA LIMPEZA CASEIRA

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	SCOTCH BRITE/3M	ESFREBOM/BETTANIN	LIMPPANO/LIMPPANO	BOMBRIL/BOMBRIL	PONJITA/3M	74,8
ÁREA 1	SCOTCH BRITE/3M	ESFREBOM/BETTANIN	LIMPPANO/LIMPPANO	BOMBRIL/BOMBRIL	TININDO/3M	72,4
ÁREA 2	SCOTCH BRITE/3M	LIMPPANO/LIMPPANO	ESFREBOM/BETTANIN	ALKLIN/SCHWANKE	BRILHUS/BETTANIN	67,2
ÁREA 3	SCOTCH BRITE/3M	LIMPPANO/LIMPPANO	ESFREBOM/BETTANIN	BOMBRIL/BOMBRIL	ALKLIN/SCHWANKE	74,4
ÁREA 4	SCOTCH BRITE/3M	ESFREBOM/BETTANIN	BOMBRIL/BOMBRIL	LIMPPANO/LIMPPANO	PONJITA/3M	81,9
ÁREA 5	SCOTCH BRITE/3M	ESFREBOM/BETTANIN	LIMPPANO/LIMPPANO	PONJITA/3M	BOMBRIL/BOMBRIL	76,0
ÁREA 6	SCOTCH BRITE/3M	ESFREBOM/BETTANIN	LIMPPANO/LIMPPANO	PONJITA/3M	BRILHUS/BETTANIN	82,8
ÁREA 7	SCOTCH BRITE/3M	ESFREBOM/BETTANIN	LIMPPANO/LIMPPANO	PONJITA/3M	BOMBRIL/BOMBRIL	74,2

Bombril ganha uma posição e agora é a quarta colocada

INSETICIDAS

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	SBP/RECKITT BENCKISER	RAID/SC JOHNSON	BAYGON/SC JOHNSON	MORTEIN/RECKITT BENCKISER	MATINSET/FLORA	94,5
ÁREA 1	SBP/RECKITT BENCKISER	BAYGON/SC JOHNSON	RAID/SC JOHNSON	MORTEIN/RECKITT BENCKISER	BARATOL/CHEMONE	94,0
ÁREA 2	SBP/RECKITT BENCKISER	RAID/SC JOHNSON	BAYGON/SC JOHNSON	MATINSET/FLORA	MORTEIN/RECKITT BENCKISER	95,6
ÁREA 3	SBP/RECKITT BENCKISER	RAID/SC JOHNSON	BAYGON/SC JOHNSON	MORTEIN/RECKITT BENCKISER	STRAIK/DEXTER	94,6
ÁREA 4	SBP/RECKITT BENCKISER	RAID/SC JOHNSON	BAYGON/SC JOHNSON	MORTEIN/RECKITT BENCKISER	FORMIL/FORMIL	98,0
ÁREA 5	SBP/RECKITT BENCKISER	RAID/SC JOHNSON	BAYGON/SC JOHNSON	MORTEIN/RECKITT BENCKISER	DETEFON/RECKITT BENCKISER	97,4
ÁREA 6	SBP/RECKITT BENCKISER	RAID/SC JOHNSON	MATINSET/FLORA	MORTEIN/RECKITT BENCKISER	BAYGON/SC JOHNSON	92,2
ÁREA 7	SBP/RECKITT BENCKISER	RAID/SC JOHNSON	BAYGON/SC JOHNSON	MORTEIN/RECKITT BENCKISER	KELLDRIN/KELLDRIN	95,6

Nenhuma mudança entre as cinco primeiras, SBP se mantém líder

LIMPA-VIDROS

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	VEJA/RECKITT BENCKISER	CIF/UNILEVER	MR MÚSCULO/SC JOHNSON	PRATICE/BOMBRIL	BRILUX/RAYMUNDO DA FONTE	82,6
ÁREA 1	VEJA/RECKITT BENCKISER	BRILUX/RAYMUNDO DA FONTE	CIF/UNILEVER	MR MÚSCULO/SC JOHNSON	PRATICE/BOMBRIL	91,6
ÁREA 2	VEJA/RECKITT BENCKISER	UAU/CERA INGLEZA	CIF/UNILEVER	AZULIM/START QUÍMICA	MR MÚSCULO/SC JOHNSON	87,8
ÁREA 3	VEJA/RECKITT BENCKISER	BARRA/ZIMBRA	CIF/UNILEVER	PRATICE/BOMBRIL	ZAP CLEAN/SIM SOCIEDADE INDUSTRIAL	84,0
ÁREA 4	VEJA/RECKITT BENCKISER	CIF/UNILEVER	MR MÚSCULO/SC JOHNSON	PRATICE/BOMBRIL	CASA & PERFUME/K&M	96,0
ÁREA 5	VEJA/RECKITT BENCKISER	CIF/UNILEVER	MR MÚSCULO/SC JOHNSON	PRATICE/BOMBRIL	CASA & PERFUME/K&M	93,6
ÁREA 6	VEJA/RECKITT BENCKISER	CIF/UNILEVER	MR MÚSCULO/SC JOHNSON	PRATICE/BOMBRIL	JIMO/JIMO QUÍMICA	88,8
ÁREA 7	VEJA/RECKITT BENCKISER	CIF/UNILEVER	MR MÚSCULO/SC JOHNSON	PRATICE/BOMBRIL	UAU/CERA INGLEZA	89,0

Não houve alteração na classificação; Veja continua em primeiro lugar

LIMPADOR COM BRILHO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	DESTAC/RECKITT BENCKISER	BRAVO/SC JOHNSON	BRILHO FÁCIL/K&M	FACILLE/CRIVIALLI	BRILUX/RAYMUNDO DA FONTE	96,9
ÁREA 1	DESTAC/RECKITT BENCKISER	BRAVO/SC JOHNSON	BRILHO FÁCIL/K&M	BRILUX/RAYMUNDO DA FONTE	FACILLE/CRIVIALLI	98,1
ÁREA 2	DESTAC/RECKITT BENCKISER	BRAVO/SC JOHNSON	BRILHO FÁCIL/K&M	FACILLE/CRIVIALLI	*Não declarado	95,5
ÁREA 3	DESTAC/RECKITT BENCKISER	BRAVO/SC JOHNSON	BRILHO FÁCIL/K&M	*Não declarado	*Não declarado	98,9
ÁREA 4	DESTAC/RECKITT BENCKISER	BRAVO/SC JOHNSON	BRILHO FÁCIL/K&M	BÚFALO/BÚFALO	FACILLE/CRIVIALLI	95,4
ÁREA 5	DESTAC/RECKITT BENCKISER	BRAVO/SC JOHNSON	BRILHO FÁCIL/K&M	FACILLE/CRIVIALLI	BÚFALO/BÚFALO	96,6
ÁREA 6	DESTAC/RECKITT BENCKISER	BRAVO/SC JOHNSON	FACILLE/CRIVIALLI	BRILHO FÁCIL/K&M	BRILHOLAC/GLOBO	98,0
ÁREA 7	DESTAC/RECKITT BENCKISER	BRAVO/SC JOHNSON	BRILHO FÁCIL/K&M	FACILLE/CRIVIALLI	LIMP ZUPP/ZUPPANI	96,4

Brilho Fácil, em terceiro lugar, e Brilux em quinto são as novidades na categoria. Destac mantém a liderança

PURIFICADOR DE AR

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	GLADE/SC JOHNSON	BOM AR/RECKITT BENCKISER	SECAR/SIM SOCIEDADE INDUSTRIAL	MON BIJOU/BOMBRIL	FREE WAY/CRIVIALLI	97,3
ÁREA 1	GLADE/SC JOHNSON	BOM AR/RECKITT BENCKISER	MON BIJOU/BOMBRIL	SECAR/SIM SOCIEDADE INDUSTRIAL	FREE WAY/CRIVIALLI	97,9
ÁREA 2	GLADE/SC JOHNSON	BOM AR/RECKITT BENCKISER	MON BIJOU/BOMBRIL	SECAR/SIM SOCIEDADE INDUSTRIAL	AQUA FRUTA/MENEGHETTI	96,9
ÁREA 3	GLADE/SC JOHNSON	BOM AR/RECKITT BENCKISER	SECAR/SIM SOCIEDADE INDUSTRIAL	MON BIJOU/BOMBRIL	AQUA FRUTA/MENEGHETTI	95,7
ÁREA 4	GLADE/SC JOHNSON	BOM AR/RECKITT BENCKISER	SECAR/SIM SOCIEDADE INDUSTRIAL	MON BIJOU/BOMBRIL	RENOVAR/RENOVAR	98,0
ÁREA 5	GLADE/SC JOHNSON	BOM AR/RECKITT BENCKISER	SECAR/SIM SOCIEDADE INDUSTRIAL	MON BIJOU/BOMBRIL	FREE WAY/CRIVIALLI	97,6
ÁREA 6	GLADE/SC JOHNSON	BOM AR/RECKITT BENCKISER	MON BIJOU/BOMBRIL	FREE WAY/CRIVIALLI	SECAR/SIM SOCIEDADE INDUSTRIAL	97,3
ÁREA 7	GLADE/SC JOHNSON	BOM AR/RECKITT BENCKISER	SECAR/SIM SOCIEDADE INDUSTRIAL	MON BIJOU/BOMBRIL	FREE WAY/CRIVIALLI	97,8

Free Way entra na lista das cinco primeiras na quinta posição. Gleid se firma na ponta

SABÃO/DETERGENTE EM PÓ

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	OMO/UNILEVER	YPÊ/QUÍMICA AMPARO	BRILHANTE/UNILEVER	SURF CAMPEIRO/UNILEVER	ALA/UNILEVER	94,2
ÁREA 1	OMO/UNILEVER	YPÊ/QUÍMICA AMPARO	BRILHANTE/UNILEVER	ALA/UNILEVER	BEM TE VI/ASA	92,6
ÁREA 2	OMO/UNILEVER	YPÊ/QUÍMICA AMPARO	BRILHANTE/UNILEVER	SURF CAMPEIRO/UNILEVER	COQUEL/K&M	96,8
ÁREA 3	OMO/UNILEVER	YPÊ/QUÍMICA AMPARO	SURF CAMPEIRO/UNILEVER	BRILHANTE/UNILEVER	INVICTO/ASA	98,3
ÁREA 4	OMO/UNILEVER	BRILHANTE/UNILEVER	YPÊ/QUÍMICA AMPARO	SURF CAMPEIRO/UNILEVER	ASSIM/FLORA	97,7
ÁREA 5	OMO/UNILEVER	YPÊ/QUÍMICA AMPARO	BRILHANTE/UNILEVER	SURF CAMPEIRO/UNILEVER	ASSIM/FLORA	97,8
ÁREA 6	OMO/UNILEVER	BRILHANTE/UNILEVER	YPÊ/QUÍMICA AMPARO	SURF CAMPEIRO/UNILEVER	GIRANDO SOL/GIRANDO SOL	97,6
ÁREA 7	OMO/UNILEVER	YPÊ/QUÍMICA AMPARO	BRILHANTE/UNILEVER	SURF CAMPEIRO/UNILEVER	ASSIM/FLORA	97,6

Ypê avança uma posição e assume a segunda colocação

SABÃO/DETERGENTE LÍQUIDO PARA ROUPAS

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	OMO/UNILEVER	ARIEL/P&G	BRILHANTE/UNILEVER	YPÊ/QUÍMICA AMPARO	OLA/COLGATE-PALMOLIVE	89,2
ÁREA 1	OMO/UNILEVER	ARIEL/P&G	BRILHANTE/UNILEVER	YPÊ/QUÍMICA AMPARO	BRILUX/RAYMUNDO DA FONTE	86,5
ÁREA 2	OMO/UNILEVER	BRILHANTE/UNILEVER	ARIEL/P&G	YPÊ/QUÍMICA AMPARO	OLA/COLGATE-PALMOLIVE	85,6
ÁREA 3	OMO/UNILEVER	ARIEL/P&G	BRILHANTE/UNILEVER	YPÊ/QUÍMICA AMPARO	OLA/COLGATE-PALMOLIVE	85,9
ÁREA 4	OMO/UNILEVER	ARIEL/P&G	BRILHANTE/UNILEVER	OLA/COLGATE-PALMOLIVE	YPÊ/QUÍMICA AMPARO	92,6
ÁREA 5	OMO/UNILEVER	ARIEL/P&G	BRILHANTE/UNILEVER	OLA/COLGATE-PALMOLIVE	YPÊ/QUÍMICA AMPARO	92,3
ÁREA 6	OMO/UNILEVER	ARIEL/P&G	BRILHANTE/UNILEVER	YPÊ/QUÍMICA AMPARO	OLA/COLGATE-PALMOLIVE	90,3
ÁREA 7	OMO/UNILEVER	ARIEL/P&G	BRILHANTE/UNILEVER	OLA/COLGATE-PALMOLIVE	YPÊ/QUÍMICA AMPARO	93,6

Ypê aumenta sua participação nas vendas e ganha a quarta posição

ESCOLA NACIONAL DE SUPERMERCADOS

A Escola tem como missão promover a Educação Profissional e a pesquisa para o desenvolvimento de competências e habilidades dos profissionais do setor supermercadista

305.444 Alunos cadastrados

524.160 Usuários cadastrados no portal

19 Cursos

VISITE O SITE E SAIBA MAIS:

www.escolaabras.com.br

ESCOLA NACIONAL DE SUPERMERCADOS
Centro de Referência em Treinamento
abras Brasil

abras Educação

Líderes de Vendas

Esponja Sintética para Limpeza Caseira

BRASIL

1ª	SCOTCH BRITE/3M
2ª	ESFREBOM/BETTANIN
3ª	LIMPPANO/LIMPPANO
4ª	BOMBRIL/BOMBRIL
5ª	PONJITA/3M
Top 5	74,8%

ÁREA 1

Nordeste

1ª	SCOTCH BRITE/3M
2ª	ESFREBOM/BETTANIN
3ª	LIMPPANO/LIMPPANO
4ª	BOMBRIL/BOMBRIL
5ª	TININDO/3M
Top 5	72,4%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

1ª	SCOTCH BRITE/3M
2ª	LIMPPANO/LIMPPANO
3ª	ESFREBOM/BETTANIN
4ª	ALKLIN/SCHWANKE
5ª	BRILHUS/BETTANIN
Top 5	67,2%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

1ª	SCOTCH BRITE/3M
2ª	LIMPPANO/LIMPPANO
3ª	ESFREBOM/BETTANIN
4ª	BOMBRIL/BOMBRIL
5ª	ALKLIN/SCHWANKE
Top 5	74,4%

ÁREA 4

Grande São Paulo

1ª	SCOTCH BRITE/3M
2ª	ESFREBOM/BETTANIN
3ª	BOMBRIL/BOMBRIL
4ª	LIMPPANO/LIMPPANO
5ª	PONJITA/3M
Top 5	81,9%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

1ª	SCOTCH BRITE/3M
2ª	ESFREBOM/BETTANIN
3ª	LIMPPANO/LIMPPANO
4ª	PONJITA/3M
5ª	BOMBRIL/BOMBRIL
Top 5	76,0%

ÁREA 6

PR, SC e RS

1ª	SCOTCH BRITE/3M
2ª	ESFREBOM/BETTANIN
3ª	LIMPPANO/LIMPPANO
4ª	PONJITA/3M
5ª	BRILHUS/BETTANIN
Top 5	82,8%

ÁREA 7

MS, GO e DF

1ª	SCOTCH BRITE/3M
2ª	ESFREBOM/BETTANIN
3ª	LIMPPANO/LIMPPANO
4ª	PONJITA/3M
5ª	BOMBRIL/BOMBRIL
Top 5	74,2%

heads.

Scotch-Brite

A número 1 na categoria Esponjas de Limpeza.



Maior durabilidade: **até 4 semanas.**

Maior cuidado: **limpa qualquer superfície sem riscar.**

8 em cada 10 consumidores confirmam: **limpa muito mais rápido.**

Esponjas Scotch-Brite: líderes em todas as regiões do Brasil.

Segundo **pesquisa Nielsen,** as esponjas Scotch-Brite têm a **liderança no mercado nacional.**
Mais uma prova de que os compradores reconhecem e valorizam a qualidade,
durabilidade e eficiência de nossos produtos.

Fale com a 3M

0800-0132333
www.3M.com.br
falecoma3M@mmm.com

3M

Limpeza

Líderes de Vendas

Limpa-Vidros

BRASIL

1ª	VEJA/RECKITT BENCKISER
2ª	CIF/UNILEVER
3ª	MR MÚSCULO/SC JOHNSON
4ª	PRATICE/BOMBRIL
5ª	BRILUX/RAYMUNDO DA FONTE
Top 5	82,6%

ÁREA 1

Nordeste

1ª	VEJA/RECKITT BENCKISER
2ª	BRILUX/RAYMUNDO DA FONTE
3ª	CIF/UNILEVER
4ª	MR MÚSCULO/SC JOHNSON
5ª	PRATICE/BOMBRIL
Top 5	91,6%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

1ª	VEJA/RECKITT BENCKISER
2ª	UAU/CERA INGLEZA
3ª	CIF/UNILEVER
4ª	AZULIM/START QUÍMICA
5ª	MR MÚSCULO/SC JOHNSON
Top 5	87,8%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

1ª	VEJA/RECKITT BENCKISER
2ª	BARRA/ZIMBRA
3ª	CIF/UNILEVER
4ª	PRATICE/BOMBRIL
5ª	ZAP CLEAN/SIM SOCIEDADE INDUSTRIAL
Top 5	84,0%

ÁREA 4

Grande São Paulo

1ª	VEJA/RECKITT BENCKISER
2ª	CIF/UNILEVER
3ª	MR MÚSCULO/SC JOHNSON
4ª	PRATICE/BOMBRIL
5ª	CASA & PERFUME/K&M
Top 5	96,0%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

1ª	VEJA/RECKITT BENCKISER
2ª	CIF/UNILEVER
3ª	MR MÚSCULO/SC JOHNSON
4ª	PRATICE/BOMBRIL
5ª	CASA & PERFUME/K&M
Top 5	93,6%

ÁREA 6

PR, SC e RS

1ª	VEJA/RECKITT BENCKISER
2ª	CIF/UNILEVER
3ª	MR MÚSCULO/SC JOHNSON
4ª	PRATICE/BOMBRIL
5ª	JIMO/JIMO QUÍMICA
Top 5	88,8%

ÁREA 7

MS, GO e DF

1ª	VEJA/RECKITT BENCKISER
2ª	CIF/UNILEVER
3ª	MR MÚSCULO/SC JOHNSON
4ª	PRATICE/BOMBRIL
5ª	UAU/CERA INGLEZA
Top 5	89,0%

VENDAS
GOIÂNIA/GO - 62 3636-2017
UBERLÂNDIA/MG - 34 3292 6191

Start



A MARCA QUE É REFERÊNCIA EM QUALIDADE E RENTABILIDADE,
AGORA TAMBÉM É **DESTAQUE NA CATEGORIA LIMPA VIDROS.**

AZULIM TEM O MAIOR MIX DO MERCADO
E TAMBÉM É UMA DAS MARCAS
COM MAIOR FORÇA NO PDV.



Programa do RATINHO
sbt

MPDVs · RÁDIO · INTERNET · TV · REVISTAS

Perdas e

GANHOS

Por Roberto Nunes Filho



Controle as perdas para aumentar sua lucratividade

Cada item perdido corresponde a uma quantia que sairá do bolso do supermercadista. Confira importantes referências compartilhadas pelo Comitê Abras de Prevenção de Perdas e Desperdício de Alimentos para transformar as perdas em lucros

Pagar por um produto que não foi vendido. Esse desfecho, nada lógico, resume bem o significado que as perdas têm para os supermercados.

Em outras palavras, cada perda representa um produto que esteve em posse do supermercadista, seja na área de vendas, no estoque ou no centro de distribuição, mas que não foi vendido e, ainda por cima, deverá ser pago ao fornecedor, juntamente com os impostos. Ou seja, é pagar por algo que não deu lucro e que ainda compromete a margem do varejista.

A lucratividade é essencial para a saúde de cada loja supermercadista e deve ser buscada de maneira sistemática e consistente. Afinal, sua obtenção só é possível após a quitação de todos os custos envolvidos na operação, sendo as perdas uma despesa bastante onerosa, que compromete o lucro operacional e ainda gera prejuízo, e uma das principais fontes de ruptura nas lojas. Portanto, uma lucratividade satisfatória depende, inteiramente, da redução das perdas.

O universo em torno da prevenção de perdas é muito grande, repleto de práticas e processos que devem funcionar com regularidade. Um bom ponto de partida para os supermercados, conforme orienta o Comitê Abras de Prevenção de Perdas e Desperdício de Alimentos, é empregar grande foco na gestão do estoque, zelando por

5 grandes fatores de perdas e desperdícios

Fique atento às portas de entrada das perdas e desperdícios. Confira as principais delas.

1. **Estoques:** quantidade de produtos incompatível com a demanda
2. **Excesso** de processamento e manuseio que não agregam valor ao produto
3. **Movimentações** desnecessárias de produtos
4. **Defeitos** e avarias causadas por movimentações, acondicionamento e manuseio
5. **Rotatividade da equipe:** gera perda de conhecimento



um controle sistemático e um sortimento enxuto para giro rápido, de modo a viabilizar a redução de avarias e de vencimentos de produtos – dois dos principais fatores de perdas no varejo. De acordo com o grupo, processos bem definidos e a capacitação dos colaboradores das áreas operacional e de compras são fundamentais para combater essas fontes de prejuízo.

Outra recomendação do comitê é, literalmente, prevenir o desperdício de alimentos por meio de iniciativas de aproveitamento de produtos (FLV) em condição de consumo. Exemplos dessas práticas são o reembalamento de produtos avariados ou soltos (como as bananas, alho, etc.) e o oferecimento de frutas porcionadas/fatiadas para que suas partes boas sejam aproveitadas, evitando o descarte completo destes vegetais.

Outra demanda essencial para controlar as perdas e melhorar o lucro do negócio é a mensuração, via relatórios de gestão, registro de perdas e indicadores. Afinal, como diz o próprio jargão compartilhado entre os profissionais de prevenção de perdas, quem não conhece, não controla e quem não controla, não melhora. Por isso, vale explorar com afinco os necessários inventários, sejam eles o geral, parcial ou rotativo.

A definição e o monitoramento constante de indicadores também merece um capítulo à parte, segundo o comitê. Por meio deles, é possível identificar os gargalos e elaborar planos de ação que guiem as decisões e passos das lideranças das empresas, do time de prevenção de perdas e da base operacional, afinal, todos que fazem parte do processo devem saber onde acontece a perda e o que é preciso fazer para preveni-la. Hi

10 passos para maximizar os lucros

1. **Envolvimento da presidência** nos assuntos relacionados às perdas
2. **Treinamentos** constantes
3. **Transmitir** a todos os colaboradores a cultura da empresa
4. **Definição** de rotinas e processos
5. **Apoio de checklist** na execução dos processos
6. **Definição** de indicadores e relatórios
7. **Mensurar** sempre os resultados
8. **Elaborar** planos de ação para corrigir gargalos
9. **Executar** os planos de ação com consistência
10. **Monitorar** cada processo

Por Clarice Dias

Indústria brasileira: o motor de arranque do País

Responsável por 22% do Produto Interno Bruto (PIB), 49% das exportações, 67% dos investimentos em pesquisa e desenvolvimento do setor privado, 32% dos tributos federais e 25% da arrecadação previdenciária, a indústria contribui com R$ 1,3 trilhão para a economia brasileira

Segundo publicação da pesquisa da Confederação Nacional da Indústria (CNI), divulgada em março de 2019, a participação da indústria no PIB subiu de 21% para 22%. Este crescimento ocorreu em virtude da expansão da indústria extrativa e do segmento de serviços industriais de utilidade pública (eletricidade e gás, água, esgoto e descontaminação).

A participação da indústria extrativa no PIB aumentou de 1,7% para 3%, entre 2017 e 2018. Já a indústria do segmento de serviços industriais de utilidade pública subiu de 2,6% para 2,8%.

Mesmo registrando queda na participação do PIB, a indústria da transformação, um dos subsetores industriais, permanece sendo um dos principais subsetores que impulsionam a economia brasileira. Este segmento representa 11% do PIB, contribui com R$ 660 bilhões para a economia brasileira e responde por 36% das exportações brasileiras.

Poderosa fonte geradora de crescimento para o País, a cada R$ 1,00 produzido na indústria, são gerados R$ 2,40 na economia. Importante destacar que, nos demais setores, o valor gerado é inferior, sendo R$ 1,66 na agricultura e R$ 1,49 no comércio e serviços. O poder multiplicador da indústria é maior porque o segmento compra de muitos setores para fabricar produtos. Desta forma, o aumento da produção da indústria estimula a produção dos demais setores da cadeia.

Quanto à geração de empregos, a participação da indústria no mercado formal atinge 20% e emprega 9,4 milhões de trabalhadores brasileiros. Estes possuem os melhores salários, comparando com outros segmentos. Um trabalhador do ramo industrial com ensino superior completo tem um salário médio de R$ 7.734,00, enquanto a média Brasil para os demais segmentos atinge R$ 5.676,00.

Quando falamos dos trabalhadores com ensino médio, utilizando a mesma base de comparação, na indústria, estes recebem, em média, R$ 2.359,00, enquanto em nível Brasil, este valor atinge R$ 2.073,00.

Índices	Mar/18	Abr/18	Mai/18	Jun/18	Jul/18	Ago/18	Set/18	Out/18	Nov/18	Dez/18	Jan/19	Fev/19
abras Brasil INV Abras*												
Mês x mês anterior	17,23	-12,61	3,46	-0,70	1,12	1,35	-0,05	0,45	5,36	21,13	-22,07	-5,12
Mês x mesmo mês ano anterior	12,12	-5,84	4,71	3,37	0,30	3,64	0,47	1,58	3,33	3,93	2,95	6,18
Acumulado do ano YTD	2,28	1,75	1,92	2,00	1,91	1,99	1,92	1,90	1,97	2,07	2,95	6,59
GfK Abrasmercado GfK												
Mês x mês anterior	-0,92	0,39	1,07	2,70	1,55	-1,26	0,39	0,78	-0,52	0,92	-0,03	2,12
Mês x mesmo mês ano anterior	-5,74	-6,30	-4,78	-1,55	1,64	2,12	3,07	3,83	3,81	3,72	3,21	7,35
Acumulado do ano YTD	-2,27	-1,89	-0,84	1,84	3,42	2,25	2,51	3,31	2,77	3,72	-0,03	2,09
Regional (mês x mês anterior)												
Norte	-0,61	1,87	1,25	-1,59	6,65	-0,25	-0,52	-2,25	-1,61	-0,95	-0,94	3,29
Sul	-1,29	0,52	2,51	3,05	-0,14	-2,03	-0,7	1,74	-0,4	0,98	-0,06	0,80
Sudeste	-0,93	-0,66	1,38	6,70	0,52	-2,26	-0,30	1,61	-1,12	1,36	0,93	2,58
Centro-Oeste	-0,41	1,45	-0,68	3,65	0,35	-0,17	2,35	1,71	-1,07	2,31	-0,24	2,27
Nordeste	-1,32	-1,54	0,54	2,48	-0,07	-1,61	1,62	1,61	1,93	1,17	0,25	1,76
GfK ICS (Abras/GfK)												
Índice de Confiança do Supermercadista	51,2		46,9		50,1		57,7		61,5		58,7	
KANTAR WORLDPANEL												
Índice Tíquete Médio (%) mês a mês anterior	-4,0	-5,0.	-1,3	0,3	6,5	-1,8	2,0	-1,4	0,5	8,1	N.D.	N.D.
Idas ao PDV (p. p.) mês a mês anterior	0,0	-1,9	3,4	1,0	0,0	0,0	-0,2	0,0	0,5	0,0	N.D.	N.D.
Neogrid nielsen												
Ruptura (%)	10,4	10,0	9,6	10,9	10,2	10,2	9,8	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.

Fonte: Departamento de Economia e Pesquisa da Abras *Deflacionado pelo IPCA

Indicadores do autosserviço

Em fevereiro, as vendas reais do autosserviço apresentaram queda de -5,12% na comparação com o mês de janeiro e alta de 2,05% em relação ao mesmo mês do ano de 2018, de acordo com o Índice Nacional de Vendas, apurado pela Associação Brasileira de Supermercados (Abras). No resultado acumulado do ano, as vendas apresentaram crescimento de 2,51% na comparação com o mesmo período do ano anterior. Os índices já estão deflacionados pelo IPCA do IBGE.

Em valores nominais, as vendas do setor apresentaram queda de -4,71% em relação ao mês anterior e, quando comparadas a fevereiro do ano passado, alta de 6,18%. No acumulado do ano o setor registra alta de 6,59%. Mesmo apresentando leve queda em relação a janeiro, o resultado acumulado é o melhor registrado para o mês nos últimos cinco anos.

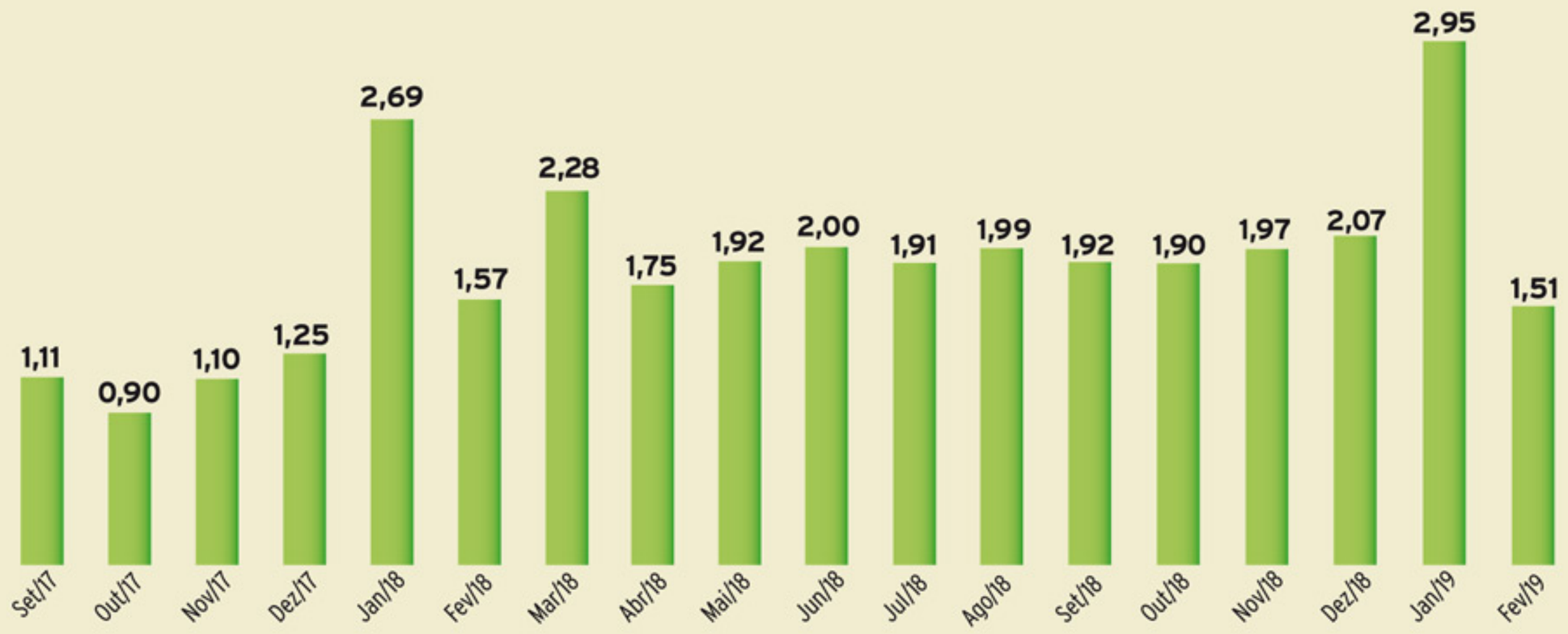
"A queda no acumulado de fevereiro em relação a janeiro já era esperada. O segundo mês do ano tem menos dias úteis e também não conta com a sazonalidade das férias como janeiro. A economia ainda segue em ritmo lento e o desemprego continua com taxa elevada, de 12,4%, de acordo com o IBGE, e isso impacta no consumo da população, que tem ponderado seus gastos. Mesmo assim, nosso resultado segue em linha com o que projetamos para o ano, de 3% de crescimento nas vendas", destaca o presidente da Associação Brasileira de Supermercados (Abras), João Sanzovo Neto.

Inflação – Em fevereiro, o Abrasmercado, cesta de 35 produtos de largo consumo pesquisada pela GfK em mais de 900 estabelecimentos de autosserviço, espalhados por todo o País, apresentou alta de 2,12% em relação a janeiro. Na comparação com o mesmo mês do ano anterior, o indicador Abrasmercado apresentou alta de 7,35%, passando de R$ 442,88 para R$ 475,44. Em fevereiro de 2018, o Abrasmercado assinalava uma queda de -1,82% em relação ao mês anterior e acumulava queda de -6,27% na comparação com fevereiro passado.

Maiores variações no mês – Os produtos com as maiores altas em fevereiro, na comparação com o mês anterior, foram o feijão, com 48,38%, a batata, com 32,83%, o leite longa vida, com 6,69%, e a farinha de mandioca, com 6,89%. O feijão teve alta nos preços em todas as regiões, sendo que a maior foi registrada na Região Centro-Oeste, onde variou 66,52%. A batata teve a sua maior alta, de 43,97%, na Região Sudeste. Já o leite longa vida apresentou maior variação, de 10,47%, na mesma na região.

Do outro lado, os produtos com as maiores quedas foram o tomate (-6,59%), o frango congelado (-1,80%), o arroz (-1,67%) e a cebola (-1,64%). O tomate teve queda em quatro das regiões. Sua maior queda (-11,25%) foi na Região Sudeste. Já o frango congelado teve a maior queda (-4,63%) na Região Sul.

Evolução do Índice de Vendas Abras (acumulado %)



Brasília

Abras promove visita das associações estaduais ao Congresso Nacional

Objetivo foi conhecer um pouco mais do dia a dia do Congresso e do trabalho da entidade na defesa do setor



Fotos: Divulgação

A Associação Brasileira de Supermercados (Abras) realizou, no dia 28 de março, o evento *Abras no Congresso Nacional*, encontro que consistiu em uma visita guiada do presidente João Sanzovo Neto e de presidentes e executivos das associações estaduais ao plenário da Câmara dos Deputados e do Senado Federal.

A ação também incluiu palestras com especialistas jurídicos sobre projetos de lei, compliance e o sistema político atual, que aconteceu na sala da Comissão de Defesa dos Direitos da Pessoa Idosa, e contou com a participação dos deputados federais Efraim Filho (DEM-PB) – que também é presidente da Frente Parlamentar do Comércio, Serviços e Empreendedorismo (FCS), Domingos Sávio (PSDB-MG), Rosana Valle (PSB-SP), Hercilio Coelho Diniz (MDB-MG), João Roma (PRB-BA) e Átila Lira (PSB-PI).



Presidente Sanzovo falou da importância de conhecer a história do Congresso e saber detalhes dos processos de trabalho

João Sanzovo abriu o evento destacando a importância de proporcionar aos presidentes e executivos das estaduais a oportunidade de conhecer um pouco mais do dia a dia do Congresso e do trabalho da Abras na defesa do setor, por meio do escritório de Brasília, coordenado pelo diretor de Relações Institucionais, Alexandre Seabra. "É uma



Presidente do ABDI, Augusto Ferreira, e João Sanzovo assinaram Acordo de Cooperação Técnica visando o desenvolvimento de ações em prol do setor

honra recebê-los aqui e trazer mais conhecimentos a todos. Eu, como ex-prefeito, já visitei várias vezes essa Casa, mas nunca dessa maneira, com a oportunidade de conhecer a história do Congresso e saber dos detalhes dos processos de trabalho."

Em seu discurso, Efraim Filho parabenizou o presidente João Sanzovo pela iniciativa de reunir os supermercadistas no Congresso Nacional e destacou a relevância do associativismo para o desenvolvimento dos estados brasileiros. "Os empresários do setor de comércio e serviços sofrem com burocracias em excesso e tributações desnecessárias que, muitas vezes, os impedem de expandir seus negócios e de gerar mais empregos. Aos poucos, estamos mudando a cultura de desvalorização do empresariado, que é quem empreende, paga imposto e trabalha, e a Frente FCS nasceu com essa concepção, mas precisa de um trabalho de base com cada estado, por isso, essa visita é tão importante, pois possibilita a valorização dos parlamentares que defendem o setor."

Domingos Sávio falou da necessidade de simplificação do ambiente empresarial do Brasil, citando como exemplo a aprovação, em 2017, do decreto que reconheceu a atividade supermercadista como essencial. "Participei ativamente desse processo e vi a dificuldade que foi de simplesmente atualizar uma legislação que já estava ultrapassada. Os empresários precisam de mais apoio para empreender."

Na ocasião, os supermercadistas contaram ainda com apresentações do Conselheiro da União Nacional de Entidades do Comércio e Serviços (Unecs), Honório Pinheiro, do advogado Walter Moura, do ex-advogado-geral da União, Fábio Osório, do gerente sênior de Relações Institucionais da Odebrecht, Murilo Mori, e do sócio gestor da Action Relações Governamentais, João Henrique Hummel.

Cooperação para inovar

Após a visita ao Congresso, os supermercadistas participaram de um almoço no restaurante Coco Bambu. Na oportunidade, o presidente da Abras, João Sanzovo Neto, e o presidente da Agência Brasileira de Desenvolvimento Industrial (ABDI), Luiz Augusto Ferreira, assinaram Acordo de Cooperação Técnica visando o desenvolvimento de ações em prol do setor, que inclui medidas que impulsionem o processo de inovação entre varejo e indústria.

abras Brasil

DIRETOR-PRESIDENTE
João Sanzovo Neto (Rede Jaú Serve - SP)

DIRETORES VICE-PRESIDENTES
João Galassi (S. Galassi - SP)
Antonio Cesa Longo (Super Apolo - RS)
Carlos Ely (Walmart Brasil - SP)
Carlos Rodrigues Limão (Supermercado Amazonia Ltda - PA)
Fabio Rossi de Queiroz (Associação de Supermercados do Estado do Rio de Janeiro)
João Carlos Coutinho Devens (Com. Devens - ES)
João Claudio Nunes (Rede Mix - BA)
Maria de Fatima de Jesus (Supermercado Quartetto - TO)
Mário Habka (Supermercados Big Box - DF)
Mauricio Ungari (Cencosud Brasil - SE)
Paulo Pompilio (Grupo Pão de Açúcar - SP)
Pedro Joanir Zonta (Condor - PR)
Roberto Longo Pinho Moreno (Sonda - SP)
Ronaldo dos Santos (Supermercado Covabra - SP)
Valdemar Martins do Amaral (Supermercado ABC - MG)

CONSELHO CONSULTIVO
Fernando Teruó Yamada, presidente (Y. Yamada - PA)
Sussumu Honda, vice-presidente (Supermercados Ricoy - SP)
João Carlos de Oliveira, vice-presidente (GS1 Brasil)
José Humberto Pires de Araújo, vice-presidente (JPA Participações - DF)
Levy Nogueira, vice-presidente (DMA - MG)
Adeilton Feliciano do Prado (Supermercado Pag Poko - MS)
Pedro Celso Gonçalves (Supermercado Enxuto - SP)
Stephane Engelhard (Carrefour - SP)

SUPERINTENDENTE
Marcio Milan

GERENTE DE RELACIONAMENTO COM AS ESTADUAIS
Silvana Souza
e-mail: silvana@abras.com.br

SUPERVISORA GERAL ADMINISTRATIVO FINANCEIRO
Adriana Santos
e-mail: adrianasantos@abras.com.br

EDITOR
Roberto Nunes Filho
e-mail: robertonunes@abras.com.br

GERENTE COMERCIAL
Maurício Menezes
e-mail: mauricio@abras.com.br

ASSESSORA DE COMUNICAÇÃO
Natália Lima
e-mail: natalia@abras.com.br

ESCRITÓRIO EM BRASÍLIA
Diretor: Alexandre Seabra Resende
e-mal: abrasdf@abras.com.br
SCN Quadra 2, Bloco D,
Edifício Liberty Mall - Sala 808 - Asa Norte
CEP: 70712-903 - Brasília (DF)
Tel.: (61) 3327-1960 - Fax: (61) 3327-1962

DIRETOR JURÍDICO (COORDENADOR DO COMITÊ JURÍDICO DA ABRAS)
Nicolau Frederes
e-mail: nfrederes@terra.com.br

INSTITUTO HISTÓRICO E CULTURAL DOS SUPERMERCADOS NO BRASIL
e-mail: institutohistorico@abras.com.br

SÓCIOS-COLABORADORES
ABBT, ACDA, Casas Guanabara, Carrefour, Cargill, Cencosud, DMA, Grupo Pão de Açúcar, Walmart, Zona Sul

SEDE EM SÃO PAULO
Avenida Diógenes Ribeiro de Lima, 2.872
Alto da Iapa - CEP: 05083-901 - Fax: (11) 3837-9933
www.abras.com.br

Unecs

Frente Parlamentar do Comércio e Serviços é relançada em Brasília

Cerimônia, que contou com a presença do vice-presidente da República, Hamilton Mourão, marcou a posse da nova diretoria da Frente FCS



Fotos: Divulgação

Parlamentares e empresários supermercadistas prestigiaram a cerimônia, que teve como destaque a reforma previdenciária, entre outros temas econômicos

Em uma noite de muita representatividade e sintonia entre os setores público e privado, a diretoria da Frente Parlamentar do Comércio Serviços e Empreendedorismo (FCS) tomou posse, em cerimônia realizada no dia 27 de fevereiro, no Clube Naval, em Brasília. Além do vice-presidente da República, Hamilton Mourão, do presidente da Associação Brasileira de Supermercados (Abras), João Sanzovo Neto, e dos demais integrantes da União Nacional de Entidades do Comércio e Serviços (Unecs), centenas de parlamentares prestigiaram a cerimônia, que teve como grande destaque a reforma previdenciária. O evento também contou com empresários supermercadistas de diversas regiões do País.

Empossado como presidente da Frente FCS para o segundo mandato, o deputado Efraim Filho (DEM/PB) fez um discurso muito enfático, de crítica ao sistema brasileiro que muito onera e pouco encoraja o trabalho do setor que mais gera emprego e que mais tem participação no PIB do País. "O setor de comércio e serviços



Efraim Filho foi empossado para seu segundo mandato da Frente FCS

tinha uma participação muito tímida no parlamento e agora, ao lado da Unecs, vem compor o trabalho da nossa frente, unindo setor produtivo e parlamento para construir a agenda do governo e, acima de tudo, a agenda do Brasil", destacou.

Sobre a reforma da Previdência, o presidente da Frente reiterou as várias batalhas que existem em torno da discussão, mas destacou o que chamou de "guerra da comunicação", afirmando ser o passo mais importante para a conquista da reforma. "É preciso mostrar para a população que o modelo injusto é o que temos atualmente. Quando dizemos não à nova Previdência, dizemos sim à desigualdade", enfatizou. "E apesar de os holofotes estarem todos voltados à Previdência, existem outros temas de microeconomia que são importantíssimos, como o Cadastro Positivo e a redução do *spread* bancário, por exemplo", continuou Efraim Filho.

Além da diretoria empossada na noite de ontem, a Frente já possui como membros 210 deputados e 17 senadores até o momento. O presidente da Unecs e da Confederação das Associações Comerciais e Empresariais do Brasil (CACB), George Pinheiro, disse não ser exagero afirmar que a FCS e a Unecs formam uma importante parceria público-privada. "Somos a voz dos empresários e a Frente é a ponte que transforma nossos pleitos em decisões e projetos. É uma honra estar presidindo a

Unecs nesse momento em que o País se transforma e busca equilíbrio, que começa com a reforma da Previdência", afirmou. Pinheiro declarou total apoio à reforma, por ser ambiciosa e atacar privilégios diretamente, e citou a importância da luta para que o projeto inicial da Nova Previdência seja mantido. "Sabemos que haverá uma desidratação do projeto e esperamos que o impacto fiscal não seja menor de R$ 600 bilhões", disse.



João Sanzovo (Abras) e o vice-presidente Mourão, que afirmou que o sistema liberal é o único que pode reverter o atual cenário

Entre os pleitos já assumidos pela Frente, destaca-se, por exemplo, a aprovação da reforma Trabalhista, em 2017. À época, o presidente da FCS era o então deputado Rogério Marinho, que foi, também, o relator do projeto na Câmara dos Deputados. Hoje secretário especial de Previdência e Trabalho do Ministério da Economia, Marinho citou no evento o sonho coletivo de um país desburocratizado, moderno e que dê aos empresários condições de empreender. "O empreendedor brasileiro é um herói, porque, apesar de tudo, ele persiste, é resiliente e, pouco a pouco, vai vencendo os obstáculos que lhe são postos pelo próprio Estado, que não o enxerga como um gerador de empregos, mas como um predador que precisa ser caçado", criticou.

Marinho disse que o governo de Jair Bolsonaro se comporta de forma contrária ao sistema, trabalhando pela liberdade do empreendedorismo. "Estamos começando com a Previdência, mas a partir desse alicerce teremos condições de instalar a fundação de um Brasil Novo, com um sistema tributário menos asfixiante, em um país enxuto e que sirva à sociedade. O DNA dos parlamentares que fazem parte dessa frente e dos empresários que sombreiam essa luta está impregnado nas mudanças que ocorreram e que ocorrerão a partir dessas evoluções", destacou.

O diretor de Administração e Finanças do Sebrae, Carlos Melles, iniciou sua fala dando destaque à lei geral da micro e pequena empresa, que trouxe diversos ganhos ao empreendedorismo brasileiro, principalmente no que diz respeito à tributação e à fiscalização. "As mudanças no País começaram com a reforma Trabalhista e tenho certeza de que vamos avançar muito com a previdenciária", disse. Para encerrar a cerimônia, o vice-presidente da República, Hamilton Mourão, usou sua fala não apenas para desejar sucesso aos parlamentares, mas para afirmar que o mundo passa por uma verdadeira crise e que o sistema liberal é o único que pode reverter o cenário. "Não temos dúvida que praticando os princípios da democracia liberal nós vamos levar o País à frente", disse, otimista. Assim como os outros oradores da noite, Mourão enumerou razões para que a reforma previdenciária saia do papel o quanto antes e citou a importância de os poderes Executivo, Legislativo e Judiciário se unirem por este fim. "Temos um contrato social que não cabe mais no orçamento. Cabe a nós, juntos, buscarmos uma solução. Nosso governo apresentou uma. Nós fomos eleitos para mudar os rumos do País e temos que compreender a grandeza da nossa missão", continuou.

Conheça a nova diretoria da FCS

Presidente: Efraim Filho (DEM/PB)
VP da Câmara dos Deputados: Domingos Sávio (PSDB/MG)
VP do Senado Federal: Izalci Lucas (PSDB/DF)
VP da Região Norte: Alan Rick (DEM/AC)
2º VP da Região Nordeste: João Roma (PRB/BA)
2º VP da Região Centro-Oeste: Bia Kicis (PRP/DF)
2º VP da Região Sudeste: Vitor Lippi (PSDB/SP)
2º VP da Região Sul: Luiz Nishimori (PR/PR)
Secretário-Geral: Laércio Oliveira (PP/SE)
1º Secretário: Flávio Bolsonaro (PSL/RJ)
2º Secretário: Marco Bertaiolli (PSD/SP)
3º Secretário: Átila Lira (PSB/PI)
4º Secretário: Luís Miranda (DEM/DF)
Articulação Política na Câmara: Emanuelzinho (PTB/MT)
Articulação Política no Senado: Marco Rogério (DEM/RO)
Coordenação de Assuntos Tributários: Rodrigo Coelho (PSB/SC)
Coordenação de Assuntos Trabalhistas: Glaustin da Fokus (PSC/GO)
Coordenação de Desregulamentação: Vinicius Poit (NOVO/SP)
Coordenação de Relação com o Consumidor: Osires Damaso (PSC/TO)
Coordenação de Empreendedorismo: Lourival Gomes (PSL/RJ)
Coordenação de Tecnologia e Comunicação: Joice Hasselmann (PSL/SP)
Coordenação do Turismo: Herculano Passos (MDB/SP)

Rio de Janeiro

A semana em que o RJ virou a capital nacional dos novos negócios

Super Rio Expofood reforçou sua vocação de gerar conhecimento e oportunidades para o setor



Com o tema "Conexões Humanas, Profissionais e Tecnológicas", a 31ª Super Rio Expofood, que aconteceu integrada à 53ª Convenção Abras (*veja cobertura completa na edição de maio*), reuniu visitantes de todo o País, oferecendo oportunidades de negócios para supermercadistas e centenas de indústrias de bens de consumo, além de contemplar também os setores de panificação, hotelaria, franchising, conveniência, bares e restaurantes.

O evento, realizado pela Associação de Supermercados do Estado do Rio de Janeiro (Asserj) entre os dias 19 e 21 de março, no Riocentro (RJ), promoveu quase 100 horas de conteúdo e mais de 100 painéis durante três dias, por meio da SRE Conference, novidade na edição deste ano, que discutiu as principais tendências para o setor. Toda essa mobilização, viabilizou a geração de, aproximadamente, oito mil empregos diretos e indiretos.

Além de viabilizar muito relacionamento de qualidade e fomentar novos negócios, a Super Rio Expofood também não deixou de lado seu compromisso socioambiental. Em parceria com a ONG One by One e com a iniciativa Mesa Brasil do Sesc-RJ, a feira promoveu, mais uma vez, uma ação para destinar os alimentos expostos no evento que seriam descartados. Todos os expositores foram convidados a doar os alimentos no último dia. No total, foram doados cerca de 280 kg de alimentos. Entre eles, frutas, pães, biscoitos, massas, verduras e garrafas de água.



"A Super Rio Expofood movimenta a economia do estado e arrecada investimentos, fomenta o turismo de negócios e lazer e aproxima supermercadistas, bares, restaurantes, hotéis e padarias de seus fornecedores, refletindo no bolso do consumidor"
Fábio Queiróz, presidente da Associação de Supermercados do Estado do Rio de Janeiro (Asserj)

Alinhada com a tendência mundial de sustentabilidade e redução de lixo, esta edição também teve como novidade a redução do impacto ambiental na cidade com a gestão integrada de resíduos, em parceria com a Boomerang Soluções Ambientais. Os resíduos gerados no evento foram descartados de forma sustentável: reciclagem, compostagem, aterro, descarte de óleo de cozinha, entre outros.

A 73ª Convenção da Associação Brasileira da Indústria de Panificação e Confeitaria (Abip) também aconteceu integrada ao evento. A Convenção movimentou lideranças e empresários do segmento de panificação e confeitaria. Na ocasião foram lançados o "Pão do Rio" (Bunge) e o "Pão de Açúcar" (Rosa Branca), e foram promovidos *talk shows* com alternativas para o setor de panificação.

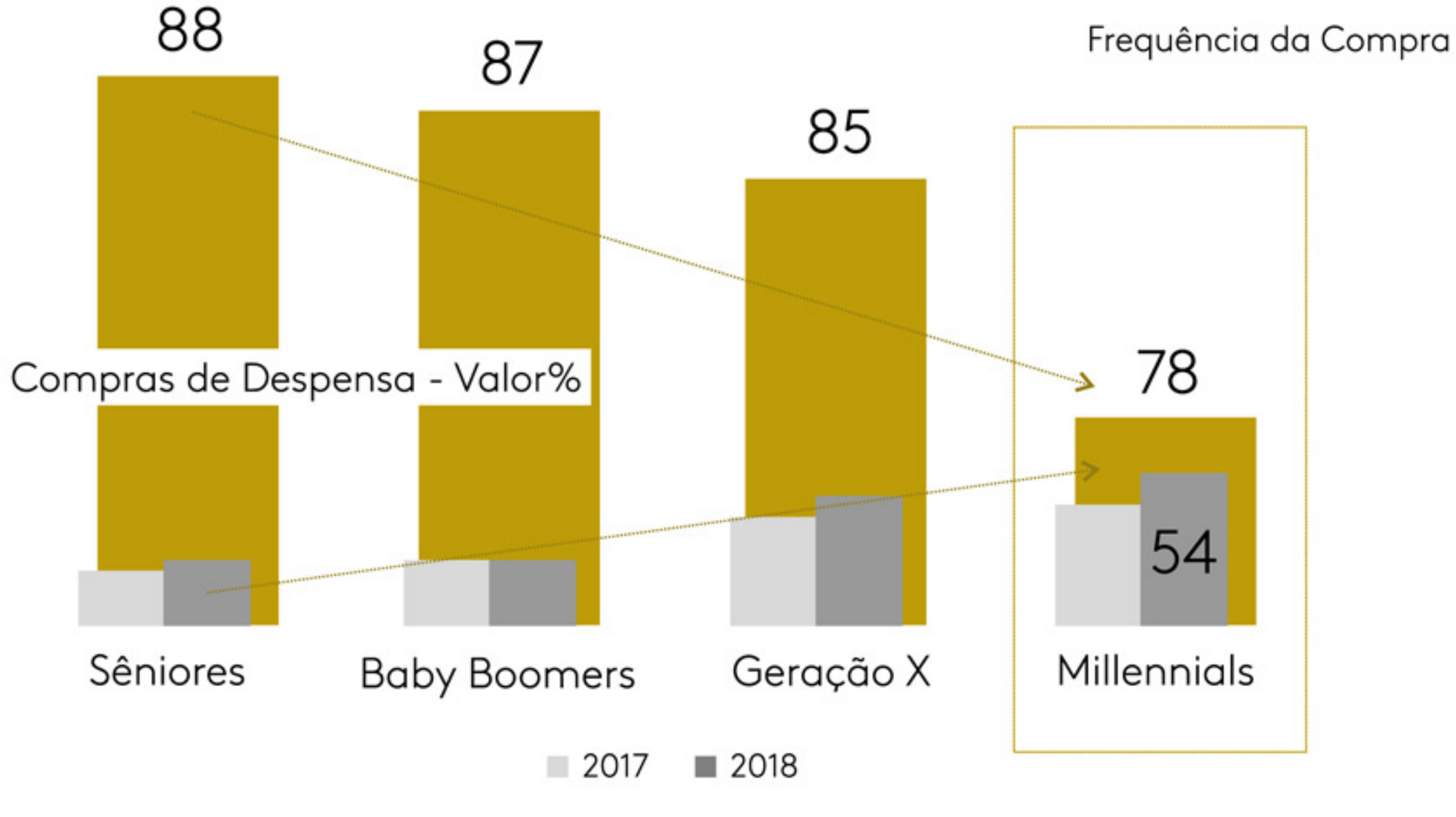
A Super Rio Expofood, a partir da próxima edição, irá se chamar SRE Trade Show. Inovação, Tendências e Conexões.



APROVEITAR CADA OPORTUNIDADE DE CONVERTER UMA VISITA AO PONTO DE VENDA É CHAVE!

SUA LOJA ESTÁ PREPARADA PARA A NOVA GERAÇÃO?

Você sabia que Millennials são os que menos visitam os pontos de venda?
Porém, são destaque em compras de abastecimento.



- São mais conectados e querem economizar tempo para compras no varejo;
- 10x menos compras em média vs consumidores mais maduros;
- Potencialize ao máximo essa visita: sortimento, atributos, conheça seu shopper!

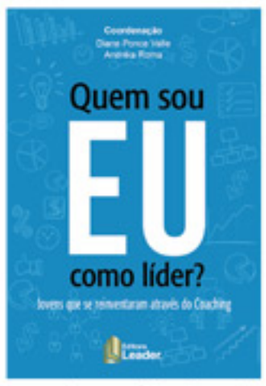
Gostaria de saber mais sobre as gerações de consumidores?
Entre em contato: 11 4133 9700 | info.br@kantarworldpanel.com

KANTAR

livros

Quem sou eu como líder

Coordenação: Diane Ponce Valle e Andréia Roma
Editora Leader



A Editora Leader lança mais um livro de sua coleção dedicada ao coaching e suas várias aplicações, com o objetivo de impulsionar o autoconhecimento e a transformação de pessoas de todas as idades e atividades. No livro *Quem sou eu como líder*, dez jovens relatam como o Coaching, aplicado junto com a metodologia Extended Disc, fez com que eles se encontrassem, conhecessem a si mesmos, se reinventassem e se tornassem líderes de suas vidas, tanto pessoal quanto profissionalmente. Cada capítulo apresenta desafios, dificuldades, sonhos, barreiras ultrapassadas, e enfim a escolha do melhor caminho para sua carreira. Os relatos são um testemunho de que com os recursos adequados é possível se reinventar e conquistar os objetivos pretendidos. O livro é indicado para que, através das experiências desses dez jovens, outros possam ter um posicionamento diferente, uma visão diferente da vida e vejam que o coaching pode apoiar qualquer pessoa a criar no presente uma ponte ao futuro, que os levará até seu objetivo, explica as coordenadoras. A obra foi idealizada por Andréia Roma, CEO e diretora de projetos da Editora Leader, ao lado de Diane Ponce Valle, *life coach* responsável pelo atendimento a esses jovens.

Avalie o que importa

Autor: John Doerr
Editora: Alta Books



O lendário capitalista de risco, John Doerr, revela no livro *Avalie o que importa* como o sistema de Objetivos e Resultados-chaves (OKRs) ajudou gigantes da tecnologia, como Intel e Google, a alcançarem um crescimento exponencial – e como ele pode ajudar qualquer organização a prosperar. Nesse sistema, os objetivos definem o que se busca alcançar e os resultados-chave são como esses objetivos, de prioridade máxima, serão atingidos com ações específicas e mensuráveis dentro de um prazo definido. As metas são transparentes para toda a organização, do porteiro ao CEO. Os benefícios são profundos. Os OKRs concentram esforços e promovem a coordenação. Eles mantêm os funcionários no caminho certo, unificam e fortalecem toda a empresa. Por consequência, os OKRs aumentam a satisfação no local de trabalho e aumentam a retenção. *Avalie o que importa* compartilha uma ampla gama de estudos de caso, com narradores, incluindo Bono e Bill Gates, para demonstrar o foco, a agilidade e o crescimento que os OKRs têm estimulado nas grandes organizações. "Este livro ajudará uma nova geração de líderes a capturar a mesma energia", aposta Doerr.

Agenda

MAIO 2019

Jantar Ranking Abras 2019
5 - Espaço Fecomercio - São Paulo - SP
Realização: Abras (11) 3838-4500

35ª Apas - Cong. de Gestão e Feira Intern. de Neg. em Supermercados
6 a 9 - Expo Center Norte - São Paulo - SP
Realização: Apas (11) 3647-5000

JUNHO 2019

ExpoEcos MT 2019
4 a 6 - C. de Eventos do Pantanal - Cuiabá - MT
Realização: Asmat (65) 3637-3364

32ª ExpoSuper 2019
25 a 27 - Complexo Expoville - Joinville - SC
Realização: Acats (48) 3223-0174

JULHO 2019

SuperBahia 2019 – 10ª Feira e Convenção Baiana de Supermercados, Atacados e Dist.
16 a 18 - Arena Fonte Nova - Salvador - BA - Realização: Abase (71) 3444-2888

Índice de anunciantes

3M 165
Ajinomoto ..... 67 e 133
Barilla 61
Bem Brasil 75
Bettanin 113
Chemours 9
Cia Müller 121
Coca-Cola ..... 119, 123, 125, 127 e 135
D'aucy 89
Delta 37
Ebba 131
Fini 33
Gomes da Costa ..... 39 e 65
Grupo Fava ..... 3ª capa
GS1 ..... 2ª capa
Henkel 97
J.Macêdo 53
JDE 51
Kantar Worldpanel 177
Kicaldo 55
Laticínios Passa Quatro 81
Laticínios Porto Alegre 87
Lillo 105
Lumipam ..... 4ª capa e 99
M. Dias Branco 45
Maxi Trust 29
Mellita 101
Mili 151
Nielsen 157
Ourolux 103
PagSeguro 7
Paletrans 15
Panasonic 109
Panco 47
Piracanjuba 59
RP Info 95
Sabor & Minas 85
Seara 77
Sepac 147
Start Química ..... 159, 161 e 167
Trevo Lácteos 79
Unilever 143
Vale Fértil 41
VCT 137
Vinícola Campestre 139
Windauto 111
Wyda 93

DA FAZENDA AO PONTO DE VENDA

Inovação e qualidade em cada etapa para trazer à sua loja, frutas mais **duráveis**, mais **saudáveis** e **saborosas**.

BANANAS 100% rastreadas

15kg

FRUIT LOGISTICA Innovation Award

SISTEMA DE CLIMATIZAÇÃO PREMIADO NA FRUIT LOGISTICA BERLIM 2019, GARANTEM:

- MAIOR SHELF LIFE
- MAIOR BRIX
- MENOR ACIDEZ
- MELHOR DIGESTIBILIDADE
- COLORAÇÃO MAIS UNIFORME

FRUTAS fava

USDA ORGANIC

BR-BIO-122 BRAZIL AGRICULTURE

IBD SP738

PRODUTO ORGÂNICO BRASIL CERTIFICAÇÃO POR AUDITORIA

pma MEMBER

frutasfava.com.br

11 4584-9584

Filme e Sacos de Poliéster Lumipam

Os assados ficam ainda mais bonitos e saborosos.

Ideal para assar carnes, peixes e aves.

www.lumipam.com.br contato@lumipam.com.br

lumipam