

abras[®]
Essencial

OUTUBRO 2019
ANO 44 NÚMERO 519
www.abras.com.br

SUPERHIPER

CONTEÚDO QUE TRANSFORMA

MEU FORNECEDOR

Guia oficial 2019

de fornecedores do setor supermercadista

Exclusivo estudo da Kantar revela as indústrias que estão mais presentes nos lares brasileiros, em escala nacional e regional, com base no consumo de categorias bastante relevantes para o varejo

MISSÃO TÉCNICA GS1 BRASIL - PORTUGAL



Tendências

Referências

Tecnologias

Networking

Insights

Inspiração

**Uma experiência única para aprimorar
ainda mais os seus negócios.**

2 a 9 de novembro de 2019

A GS1 Brasil convida você para conhecer de perto o que há de mais recente em transformação digital, indústria 4.0 e Internet das Coisas (IoT). Uma experiência única para profissionais que buscam conhecimento, networking e inovação.

- ▶ **Portugal: hub de inovação e tecnologia**
- ▶ **Web Summit: a maior conferência de tecnologia do mundo com foco em startups e inovação.**
- ▶ **Experiência: grandes empresas portuguesas como Heineken, El Corte Inglés, COTEC, Grupo Luis Simões, etc.**

Solicite mais informações:
comercial@gs1br.org
www.gs1br.org/missaointernacional



ASSOCIAÇÃO
BRASILEIRA
DE AUTOMAÇÃO



É hora de rever as estratégias, treinar os colaboradores e se certificar de que a loja está pronta para gerar grandes experiências

Não podemos perder nenhuma chance!

Abras tem na propagação do conhecimento a principal ferramenta para auxiliar os profissionais do setor e os empresários supermercadistas no desenvolvimento e na evolução do autosserviço. Por isso, esta edição é tão significativa para nós porque, além da nossa tradicional publicação, estamos trazendo a 9ª *SuperHiper Meu Fornecedor*, pesquisa exclusiva da Kantar com informações valiosas para quem busca conhecer as indústrias líderes de vendas das principais cestas de produtos e a penetração das categorias nos lares brasileiros.

Neste mês, também estamos divulgando a 19ª Pesquisa de Rede e Associações de Negócios, elaborada pelo Departamento de Economia e Pesquisa da Abras, para auxiliar o pequeno supermercadista a entender melhor o ambiente em que está inserido e vislumbrar a força do associativismo e da profissionalização na qualidade dos serviços prestados ao consumidor.

Falando em qualidade, já estamos caminhando para a reta final de 2019, e com grandes datas para o comércio varejista se aproximando: Black Friday, Natal e Réveillon. Sem dúvida, as maiores oportunidades de vendas do ano. É hora de rever as estratégias, treinar os colaboradores, e se certificar de que a loja está pronta para gerar grandes experiências. Não podemos perder nenhuma chance!

Finalmente, parece que o Brasil está saindo “da UTI”. A economia começou a reagir, o crédito à pessoa física aumentou, a inflação segue estável, e os juros caindo. O setor supermercadista tem mantido vendas positivas, e com números acima da nossa projeção de 3% de crescimento para 2019. Os empresários do autosserviço estão mais otimistas, de acordo com o Índice de Confiança do Supermercadista, elaborado pela Abras em parceria com a GfK. Depois de uma queda, o indicador voltou a apresentar crescimento. A pesquisa de agosto registrou 55,6 pontos (numa escala de 0 a 100). Na avaliação divulgada em junho, o índice estava em 54,9 pontos. Dentre o principal motivo citado pelos supermercadistas está o cenário econômico, que aos poucos tem mostrado sinais de recuperação.

Embora a taxa de desemprego ainda continue elevada e parte da população endividada, temos começado a enxergar uma “luz no fim do túnel”, e como costume falar, espero que não seja a da locomotiva!

O avanço da reforma da Previdência no Senado é uma das melhores notícias para o País, que necessita de soluções urgentes para diminuir o déficit fiscal. O terreno está sendo preparado...Temos motivos para acreditar que uma nova era, mais empreendedora e próspera, está chegando. Que os próximos meses confirmem esse otimismo.

Hi

Capa

32

A nona edição do Guia *SuperHiper Meu Fornecedor*, elaborado pela Kantar, apresenta um cenário realista sobre os fabricantes de categorias de alto giro das principais cestas de produtos vendidas pelo autosserviço, além de importantes informações e dados atualizados para facilitar o contato do supermercadista com centenas de indústrias

Metodologia

Entenda as informações e a classificação das empresas listadas na publicação *Meu Fornecedor*

34

Alimentos

As vendas da indústria brasileira de alimentos registraram crescimento no primeiro semestre. Saldo dos últimos 12 meses também é positivo

36

Refrigerados

Apelo à praticidade segue dando bons resultados à cesta. Desempenho no primeiro semestre de 2019 foi positivo

64

Bebidas

Conceitos como saudabilidade e premiunização seguem influenciando as movimentações na cesta de bebidas

82

Higiene & Beleza

Até julho, a receita da indústria de cuidados pessoais registrou crescimento. Porém, volume de produção apresentou retração

94

Limpeza

Amaciante, produtos multiúso e de limpeza perfumada são os destaques da cesta

113

Bazar

Numerosa população de animais de estimação segue impulsionando o crescimento da indústria de produtos para pets

128

Ranking de Redes 20

O 19º estudo sobre Redes e Associações de Negócios, da Abras, aponta crescimento em seus principais dados. Além do faturamento, que chegou a R\$ 46,1 bilhões, quantidade de lojas, check-outs e área de vendas teve expansão



Capa: Danilo Koch

Loja
Novidades do varejo 8

Global - What's Up
O varejo no mundo 14

Economia
Índices e análises 140

Abras & Estaduais
Ações institucionais 144

Mercado
Fornecedores e conjuntura 152

Agenda
Livros e calendário 154

Sazonal 16

Já é Natal para os supermercados brasileiros e o momento de fechar boas negociações com a indústria e planejar ações que inspirem os consumidores



Perdas e Ganhos 150

O potencial do método Coso para o gerenciamento de perdas no varejo e obtenção de maior lucratividade

POLENGUINHO

KIDS

NOVO

CHEGOU A LINHA POLENGUINHO KIDS!



**NÃO REFRIGERADO.
IDEAL PARA LANCHEIRAS.**



**COM BENEFÍCIOS DO CÁLCIO
E PROTEÍNAS DO LEITE*.**



**FEITO COM POLPA
NATURAL DE FRUTAS.**



**REDUZIDO EM
GORDURAS TOTAIS**.**

POR QUE VENDER POLENGUINHO KIDS?

O mercado de alimentos infantis apresentou taxas de mais de 45% de crescimento nos últimos anos (Euromonitor, 2018).

40% das compras dos pais são influenciadas pelas crianças (Nielsen, 2016).

FAÇA SEU PEDIDO E PREPARE-SE PARA VENDER MUITO.

São Paulo 0800 165 411

Rio de Janeiro (21) 2195 1608/09

Sul - Porto Alegre (51) 3441 3858

Nordeste - Recife (81) 3326 4034

*O conteúdo total da embalagem (68g) equivale a 1 copo de 200ml de leite em cálcio e proteínas. Este produto não substitui o consumo de leite.

**Redução comparada com o Polenguinho Tradicional. Este não é um alimento baixo ou reduzido em calorias.

As mais conectadas com o seu cliente

Essa é uma edição que nos traz uma satisfação extra em compartilhá-la com o setor supermercadista brasileiro, que tanto trabalha para driblar os contratempos e intempéries do caminho e para acompanhar as constantes mudanças que acontecem de forma cada vez mais aceleradas.

Nela, trazemos a nona edição do Guia Meu Fornecedor, cujas informações são provenientes da Kantar e disponibilizadas, com exclusividade, para *SuperHiper*. Trata-se de uma publicação "de cabeceira" do gestor do autosserviço e que já se consolidou como uma ferramenta para a definição de estratégias e correção de rotas.

O estudo tem como missão revelar quais são as indústrias que mais estão presentes nos lares brasileiros, considerando as 65 categorias que são alvo desta edição, pertencentes às cestas de alimentos, refrigerados, bebidas, higiene e beleza, limpeza e bazar. Em resumo, revelamos quais são as cinco empresas que lideram, em nível nacional, a preferência dos consumidores em cada uma dessas categorias, bem como as líderes por região, considerando sete áreas monitoradas pela Kantar.

Ou seja, nas próximas páginas, caro leitor, você terá a oportunidade de conhecer as indústrias que, de forma consistente, estão conseguindo se conectar, verdadeiramente, com os 28 milhões de consumidores

que visitam as lojas do autosserviço todos os dias. Assim, os profissionais do varejo alimentar têm em mãos um grande recurso para saber o que não pode faltar em suas gôndolas e, desta forma, aperfeiçoar o sortimento das suas lojas.

Os destaques desta edição não param por aí. Estamos trazendo também a tradicional pesquisa Ranking de Redes e Associações de Negócios, elaborada pela Abras, que neste ano chega à sua 19ª edição. A seguir, o leitor poderá conferir que este modelo de associativismo ganhou força, o que demonstra que o setor vem, cada vez mais, se organizando, se profissionalizando e, conseqüentemente, prestando melhor serviço para a sociedade. Além da receita movimentada pelas empresas que operam neste modelo de negócio, o estudo também revela diversos dados relativos a este mercado.

Por fim, não podemos deixar de lembrar que já é Natal para as lojas do setor. Aproveite, ao máximo, essa oportunidade para fechar o ano com chave de ouro. Capriche nas negociações, estratégias de vendas e na ambientação das suas lojas. Para lhe ajudar nesta bem-vinda missão, trouxemos uma reportagem com algumas boas referências. Boa leitura e bons negócios sempre!

Boa leitura!

Hi

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

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
Alessandra Ortega - (11) 99108-7601
alessandra.ortega@a2inovation.com.br
Bruno Moreira - (11) 96099-7207
bruno.moreira.abras@gmail.com
Davi Trevisan - (11) 98436-9732
davi_trevisan@uol.com.br
Lucas Vantini - 11 95242-6940
abras.lucasvantini@gmail.com
Selma Cardoso - 11 9 9656-8806
selmacardoso@terra.com.br

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

ASSISTENTE COMERCIAL
Danielli Souza - (11) 3838-4545
comercial@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). 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

JORNALISTA RESPONSÁVEL
Roberto Nunes Filho (MTB 61.534-SP)

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



MAGNATI

POR QUE MOBILIZAR CAPITAL SE VOCÊ PODE LUCRAR?

ECONOMIZE ATÉ **70%** LOCANDO EQUIPAMENTOS E SOFTWARES

Câmeras e Sistemas de Monitoramento, Computadores de alta performance, Servidores, Notebooks, Desktops, Impressoras, Tablets, Celulares, Softwares e Soluções em TI.



TOTENS

IMPRESSORAS A LASER

Mais Tecnologia e Produtividade Para o seu Negócio.

PDVS

IMPRESSORAS CÓDIGO DE BARRAS



Entregamos em todo o Brasil
www.magnati.com.br

(31) 2585-1234 | BELO HORIZONTE
(41) 2101-1609 | CURITIBA
(11) 3593-8562 | SÃO PAULO

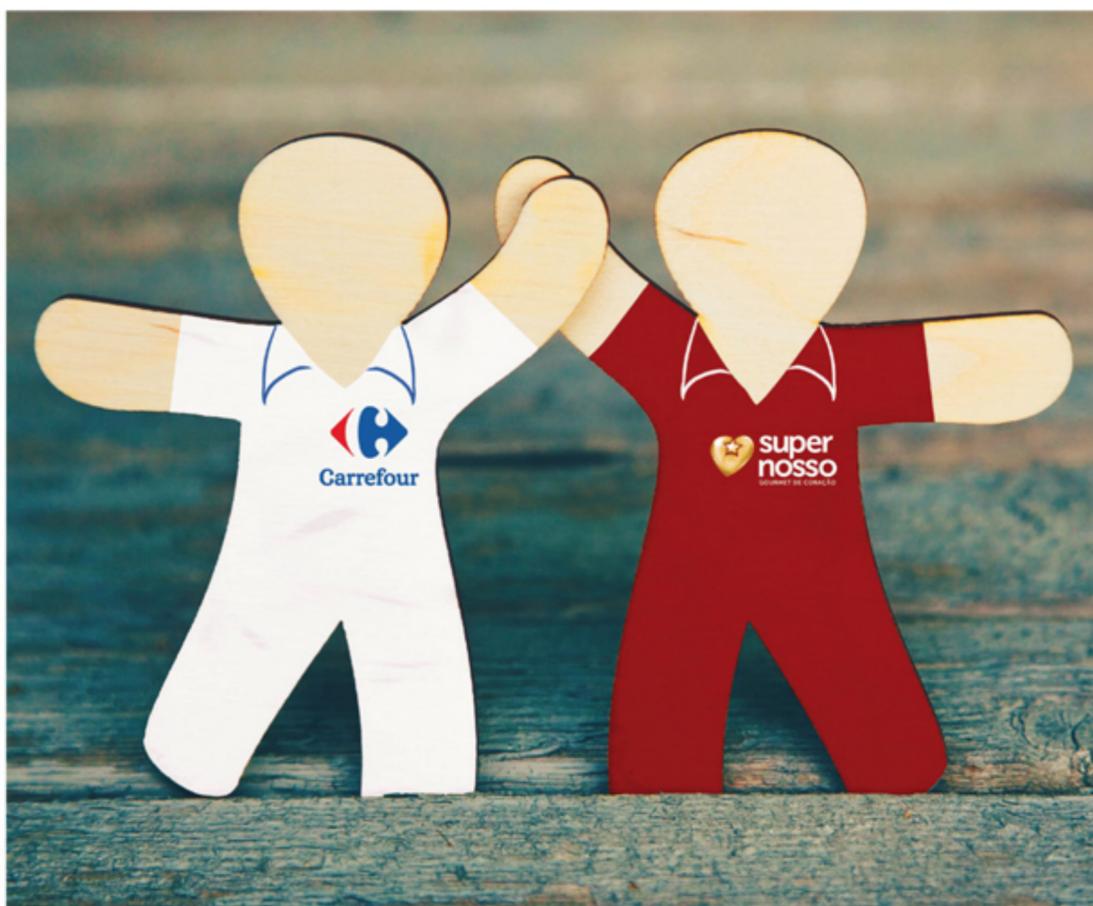
MAGNATI

Conhecimento global com o melhor da experiência local

Com o objetivo de criar uma operação de varejo conjunta com foco na regionalização, o Grupo Carrefour Brasil e o Grupo Super Nosso anunciaram, no dia 9 de outubro, uma parceria estratégica em Minas Gerais. Desta forma, com base no modelo de negócio firmado entre as partes, as 17 unidades da bandeira Carrefour Bairro, localizadas na Região Metropolitana de Belo Horizonte, passarão a operar com a bandeira Super Nosso. A parceria permitirá às redes unirem suas expertises, levando aos consumidores mineiros uma experiência de compra diferenciada e que atenda às suas preferências locais.

Essa é a primeira parceria do Grupo Carrefour Brasil neste modelo, no qual os supermercados Carrefour Bairro migrarão para a bandeira regional ao longo de um ano. Toda a gestão das unidades seguirá os padrões de operação da rede local mineira. Aliada a isso, a força global do Carrefour permitirá ao parceiro regional ganhar de *expertise* adicional em soluções inovadoras. A migração das bandeiras acontecerá após o cumprimento de condições precedentes, incluindo a aprovação do Conselho Administrativo de Defesa Econômica (Cade).

“Quando unimos nosso know-how ao de um parceiro estratégico, aprimoramos ainda mais o relacionamento com nossos clientes e potencializamos nossas forças em conjunto. É o melhor



do conhecimento global aliado ao melhor da experiência local”, aponta o CEO de Varejo do Grupo Carrefour Brasil, Luis Moreno. “A parceria com o Super Nosso faz parte da nossa estratégia de expansão regional e trará ainda mais ganho de sinergia para os nossos negócios, assim como um profundo conhecimento acerca do hábito do consumidor mineiro e mais proximidade com nossos clientes”, completa o executivo.

Para o CEO do Grupo Super Nosso, Euler Nejm, a parceria com o Carrefour é uma realização, pois significa o reconhecimento internacional do valor da marca

e da qualidade de sua gestão. “Somos uma empresa consolidada no mercado regional. Nossa credibilidade foi construída com muito trabalho, honestidade, inovação e, principalmente, foco na satisfação do cliente. Acreditamos muito no sucesso dessa parceria, em que a marca Super Nosso, praticamente, irá dobrar o número de lojas e mais bairros serão atendidos com a nossa qualidade. Conhecemos as exigências do público mineiro e somaremos aos nossos diferenciais as novidades que o know-how do Grupo Carrefour agregará à nossa gestão, sem perder a essência regional.”

Mais do Carrefour: novo CD começa a operar

O Grupo Carrefour Brasil inaugurou um novo centro de distribuição (CD) destinado para sua operação logística de eletroeletrônicos para os canais físicos e e-commerce. Localizada em Cajamar (SP), a operação tem 64 mil m² e capacidade para armazenar mais de 300 mil itens. O investimento em um novo CD ocorre em um momento de expansão da em-

presa no segmento de e-commerce, que segue registrando importante crescimento, bem como na consolidação de sinergias entre os canais físico e on-line. No segundo trimestre deste ano, as vendas próprias do e-commerce alimentar e não alimentar do Carrefour registraram crescimento de 51% ante o mesmo período do ano passado. A nova estrutura irá

centralizar toda a operação logística, que antes funcionava em Embu das Artes (SP), e parte no centro de distribuição de Osasco. O local terá 300% a mais de capacidade para enviar pedidos diariamente para todo o Brasil, entre eles eletrônicos, ferramentas, artigos infantis, casa e decoração, cultura e entretenimento, perfumaria entre outros.



VOCÊ SABIA QUE O VAREJO TEM POTENCIAL DE CRESCER R\$ 27 BILHÕES, SENDO +87% EM HIGIENE E BELEZA? PARA ISSO, PRECISAMOS FOCAR 3 ESTRATÉGIAS: AUMENTO DE PENETRAÇÃO, FREQUÊNCIA E TICKET MÉDIO. MAS COMO FAZER ISSO?

A P&G pode ajudá-lo! Estudamos e pesquisamos muito sobre o tema e preparamos 7 passos para desenvolver categorias: Layout de Loja, Sortimento, Layout de Gôndola, Visibilidade, Promoções, Lançamentos e CRM/e-commerce.

Nesta edição, vamos focar **Visibilidade**, que é o quarto passo de desenvolvimento de categorias.

Materiais de loja aumentam significativamente as vendas. Vamos mostrar 4 dicas que levam a entender a estratégia vencedora na execução de pontos extras.

1 DEDIQUE ALGUNS PONTOS EXTRAS PARA LANÇAMENTOS.

O consumidor brasileiro é extremamente aberto à experimentação de novos produtos e isso é uma tendência que vem aumentando, seja pelas influências de mídias sociais, seja pelo volume de novidades que o atingem diariamente. Isso é interessante pois o produto novo ainda não é sensível a preço e, além disso, há a possibilidade de fidelizar o consumidor, já que 76% dos consumidores voltam a comprar o produto na loja onde o encontraram pela primeira vez.



2 DEDIQUE ALGUNS PONTOS EXTRAS PARA CATEGORIAS COM BAIXA FREQUÊNCIA DE COMPRA.

Categorias de baixa frequência (aquelas que os consumidores compram poucas vezes no ano) são menos sensíveis a preço e geralmente são categorias de compra não planejada. A dupla exposição dessas categorias (gôndola + ponto extra) em áreas de movimento pode aumentar significativamente as vendas. Por exemplo, a exposição de escova e creme dental infantil pode aumentar em 48% as vendas do segmento.



3 ONDE TEM PROMOÇÃO, UTILIZE AS ADJACÊNCIAS PARA RECOMPOR MARGEM.

Oferecer a solução completa de uma categoria pode impulsionar, em até 50%, as vendas. Ao lado das promoções, devemos focar segmentos que aumentam a rentabilidade da categoria e que sejam complementares. Por exemplo, no caso de fraldas, colocar o segmento de lençinhos umedecidos exposto em conjunto pode aumentar as vendas da categoria.



4 UTILIZE O PONTO EXTRA PARA SINALIZAR UMA CATEGORIA.

95% das escolhas do consumidor são feitas de forma inconsciente. Quanto mais tempo o consumidor passa procurando um produto, maior é a probabilidade de ele desistir da compra. Sendo assim, quanto mais fácil for para o consumidor se localizar dentro da loja, menos esforço ele precisará e melhor será a experiência de compra. Nós fizemos uma pesquisa em parceria com a Kantar e vimos que navegação e organização são os aspectos mais valorizados pelos consumidores. Por isso, devemos usar os pontos extras de forma estratégica, para guiar o consumidor dentro da loja – ou seja, colocando no ponto extra a categoria que sinaliza o que há no corredor.



Supermercados BH estreia no atacarejo



Com mais de 200 lojas, a rede Supermercados BH acaba de estreiar no segmento de atacarejo. No final de setembro, a companhia inaugurou seu primeiro *cash & carry* na cidade de Januária. Elaborada para atender a demanda crescente da região, a nova unidade tem cerca de 4.700 m² e 18 check-outs

e suprirá, além de Januária, as cidades adjacentes.

Os setores de padaria, açougue e hortifrúti são destaques na nova estrutura, que conta ainda com produtos das mais variadas linhas, com seções de limpeza, higiene pessoal, alimentação, bazar, *bonbonnière*, bebidas, pet shop e

perfumaria. A unidade possui ainda um amplo estacionamento totalmente sinalizado, que acomoda até 180 vagas de veículos e motos. E para aqueles que preferem fazer suas compras a distância, será oferecido o serviço de televendas. A nova loja gerou cerca de 150 empregos diretos na localidade.

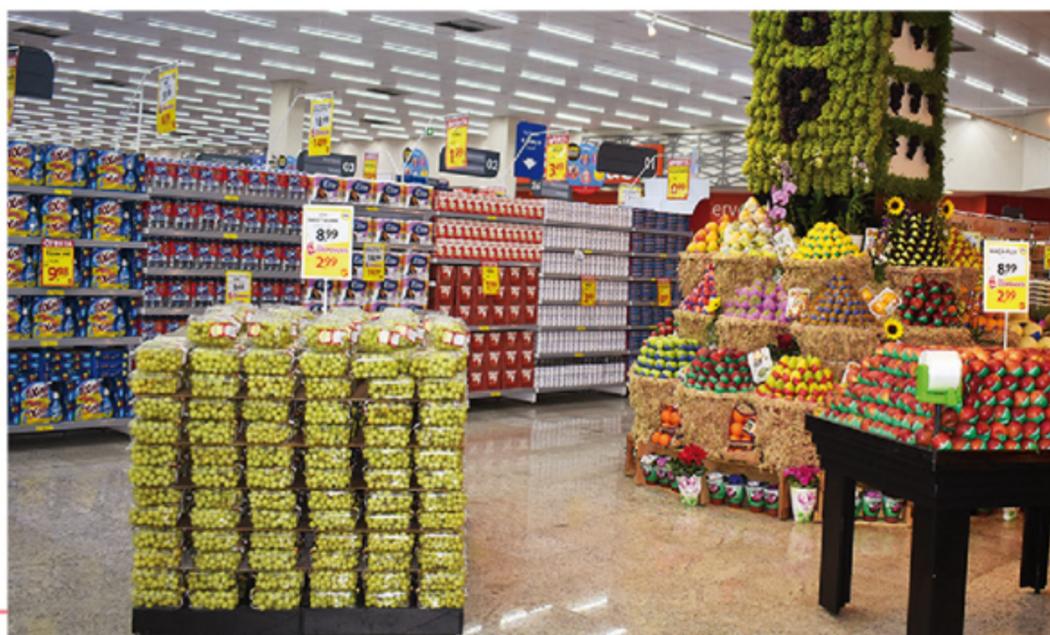
Coop cresce e mira expansão

Nos primeiros sete meses do ano, a paulista Cooperativa de Consumo (Coop) registrou crescimento real de 2% no conceito mesmas lojas de supermercado e 1,5% no negócio farma, além de ganho de *share* nas dez praças onde mantém unidades. Com base nesses resultados, a Coop abrirá mais dois supermercados até o final do primeiro semestre de 2020, conforme informou o presidente-executivo Marcio Valle.

“No momento, a Coop está envolvida com dois grandes projetos estruturantes que visam dar mais efetividade e agilidade na adaptação das mudanças do mercado, priorizando sempre

a tecnologia, processos e pessoas. Até o final deste ano, lançaremos um aplicativo para os cooperados e o projeto de *branding*, que estamos finalizando, deverá alinhar todos os

nossos negócios (supermercado, drogaria e posto de combustível) numa comunicação mais clara, harmoniosa e efetiva com nosso público”, explica Marcio Valle.



A Limpeza é Fundamental para o Sucesso de seus Negócios!

A Bralimpia Equipamentos fabrica uma ampla linha de produtos para a limpeza de pisos, paredes e superfícies diversas. Além dos coletores produzidos com máxima qualidade e inovação para a separação e descarte de resíduos.

Conquiste resultados superiores na limpeza de sua empresa, com redução de custos, alta produtividade dos colaboradores e sustentabilidade.

Padrão de qualidade excelente para o Brasil e o mundo!



Carros de Limpeza



Cestos e Coletores



Placas Sinalizadoras



Limpeza Seca e Úmida

Baldes Esprededores

Inauguração Centro de Distribuição - EUA
Para otimizar a exportação de seus produtos para as Américas do Norte e Central, a Bralimpia iniciou as operações de seu Centro de Distribuição na cidade de Winter Garden - Flórida.



• Saiba mais em:

www.bralimpia.com.br



Minuto Pão de Açúcar inaugura mais uma loja em Santos

A rede Minuto Pão de Açúcar inaugurou, no final de setembro, sua terceira loja na cidade de Santos, no litoral de São Paulo. A abertura marca a continuidade do plano de expansão da bandeira, que prevê a inauguração de até 15 unidades ainda em 2019. A nova loja possui 250 m² de área de vendas e oferecerá mais de seis mil produtos, com destaque para as categorias de vinhos, queijos, cervejas especiais, pães e saudáveis.

O Minuto Pão de Açúcar oferece mais agilidade e praticidade nas compras do dia a dia e atende à crescente demanda dos consumidores por lojas mais próximas de sua residência ou



local de trabalho, seja para repor rapidamente a despensa ou para um momento especial. A nova unidade funcionará de segunda-feira a sábado, das 7h às 22h, e aos domingos e

feriados, das 8h às 20h. Serão aceitas diferentes formas de pagamento, como cartões de crédito e débito das principais bandeiras, dinheiro e vales alimentação e refeição.

Mais um Combo Atacadista em operação



A cidade de Palhoça, na Grande Florianópolis, acaba de receber mais um investimento da Rede Giassi Supermercados: o Combo Atacadista. O novo empreendimento tem foco em negociações de quantidades maiores, tanto para o consumidor final, quanto para comerciantes, no modelo conhecido popularmente como atacarejo. O Combo Palhoça tem 4,7 mil metros quadrados de área de vendas e 298 vagas de estacionamento. O mix de produtos inclui mais de oito mil itens com grande variedade de marcas e preços competitivos. Além dos tamanhos comuns nos supermercados e da

venda por unidade para atender o cliente que deseja abastecer a casa, serão comercializadas embalagens com volumes maiores destinadas a transformadores, restaurantes, pizzarias, lanchonetes e pequenos comerciantes que atuam como revendedores, como os minimercados. Para agilizar o atendimento, 29 check-outs, entre eles quatro caixas de autoatendimento, estão à disposição dos clientes.

No local também estão instaladas nove lojas de apoio para oferecer serviços complementares ao consumidor, como lotérica, restaurante, barbearia, chaveiro e farmácia. O diretor-presidente do

Giassi, Zefiro Giassi, explica que o desejo de construir mais um empreendimento na região é antigo. "Já temos um supermercado em Palhoça e desde que adquirimos esse imóvel, há cerca de cinco anos, pensávamos em oferecer mais uma opção para o cliente. Definimos que a melhor oportunidade seria a instalação de uma loja do Combo. É uma região muito populosa, numa localização que tende a ter crescimento cada vez mais significativo", complementa o empreendedor. Esta é a segunda loja do canal atacadista do Giassi. A primeira foi instalada, em 2018, em Araranguá.



INOVAÇÃO COM A QUALIDADE MAGUARY ISSO É #BEEEMFRUITSHOOT

-  Fruit Shoot possui a qualidade e confiança da marca Maguary;
-  Em sucos prontos para beber o segmento infantil é o segundo mais importante;
-  Desenvolvimento do mercado por formatos exclusivos e lançamentos diferenciados;
-  A inovação de Fruit Shoot 150ml já vendeu mais de 1 milhão de litros em 3 meses.



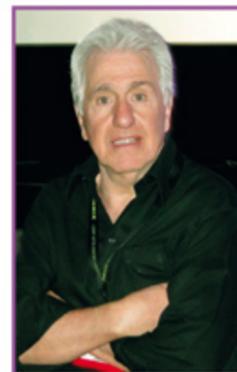
Global What's Up?

O que os outros estão fazendo
O que acontece no nosso mundo

Benchmarking Top 10 do e-commerce

Por Antonio Carlos Ascar

e-mail: aascar@uol.com.br
www.ascarassociados.com.br



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



Ranking	Vendas 2018 (milhões)	Crescimento sobre 2017 (em %)
1 Amazon	8.200	12,5
2 Walmart	2.840	10,1
3 Kroger	1.510	66
4 Ahold	1.170	2,6
5 HelloFresh	956	41
6 Costco	881	12
7 FreshDirect	668	3,8
8 Blue Apron	667	24,2
9 Albertsons	592	4,9
10 Target	423	28,9

Os vendedores de alimentação dos Estados Unidos que operam vendas on-line estão acelerando. Querem atender mais consumidores e de uma forma mais eficiente. E estão conseguindo. Conheça os dez maiores vendedores on-line, suas vendas no ano passado (em milhões

de dólares) e como cresceram percentualmente.

Esses bons crescimentos estão apoiados em ações como: entrega da compra no mesmo dia, retirar na loja próxima, oferta de mais marca própria, foco maior no crescimento on-line do que em novas lojas,

inovações digitais, aumento da área de abrangência e aumento do número de itens à venda. As metas de crescimento são tão ambiciosas que as projeções futuras levam o Walmart a prever crescimento no e-commerce deste ano de 40% e de 35% em 2020.

Biológico, ecológico e orgânico

Produtos biológicos, ecológicos ou orgânicos são cada vez mais procurados na Espanha. Apesar de terem definições um pouco diferentes, na verdade são próximos em oferecer qualidade aos consumidores e baseados em sustentabilidade e no respeito ao homem. Sendo da pecuária ou agricultura, são produzidos da forma mais natural possível. É um sistema de produção que respeita muito o meio ambiente, sem agrotóxicos, fertilizantes sintéticos e, conseqüentemente, produz alimentos mais saudáveis. Recente pesquisa na Espanha mostrou porque estão ficando cada vez mais populares.

Esses são os principais motivos que levam os consumidores a comprá-los:

- 57% buscam por saúde e menos enfermidades
- 26% compram para proteger o meio ambiente
- 12% porque querem estar na moda
- 6% querem qualidade e um sabor mais natural.



Frases a ponderar

"Devo ser uma rainha autocrata: esta é minha tarefa. E o bom Deus me perdoará: esta é a tarefa Dele". Catarina, Czariana da Rússia no século 18.



Você sabia que...

Há sempre duas visões sobre tudo: "A distância entre o Brasil e a Europa não é de 12.000 quilômetros. É de apenas uma noite mal dormida num avião."

Marco A. Vianna

O melhor da nossa família
para a sua loja!



GRANDE VARIEDADE
DE PRODUTOS



MAIOR VISIBILIDADE
NO PDV



QUALIDADE RECONHECIDA
PELO CONSUMIDOR

Celebre suas vendas
com a linha de produtos
Boas Festas Aurora.



imagens ilustrativas.





Já é Natal para os supermercados

Como estão os preparativos do seu negócio para uma das temporadas de vendas mais importantes para o autosserviço? Já é hora de fechar boas negociações com a indústria, pensar na ambientação das lojas e planejar ações que inspirem os consumidores. Dedique especial atenção às possibilidades do cross merchandising, técnica que muito ajuda nas compras por impulso e no aumento do tíquete médio dos itens mais procurados para as festas natalinas



Sim, já é Natal para o varejo brasileiro! Trata-se do melhor período do ano para elevar as vendas e fechar o ciclo com “chave de ouro”. Mas, você está preparado para atrair, encantar, reter e satisfazer o consumidor dentro da sua loja nas semanas e dias que antecedem as festas natalinas e de fim de ano?

Concretizar todas essas etapas não é tão simples como parece. As aves natalinas, os espumantes e os panetones são itens tradicionais que, obrigatoriamente, devem marcar presença nas suas gôndolas. Só que eles também estarão expostos nas prateleiras de todos os seus concorrentes. Vale lembrar que o varejo está cada vez mais competitivo em qualquer data do ano.

Então, o que fazer para que o consumidor passe pelo seu check-out e não do seu vizinho? O varejista,

portanto, precisa pensar em estratégias pontuais, como faz durante o ano todo, para movimentar as lojas e potencializar os resultados nos meses de novembro e dezembro. E isso só será possível com a colaboração dos fornecedores. Sempre é uma via de mão dupla.

A especialista em varejo e sócia-fundadora da Connect

Shopper, Fátima Merlin, não tem dúvida que a colaboração entre supermercadistas e indústria poderá gerar melhor resultado para o cliente final. “O consumidor está mais seletivo e exigente. Ele se tornou muito mais mixador, ou seja, ele frequenta diferentes canais para suprir suas necessidades. Com o bolso mais apertado, ele racionaliza suas compras para não abrir mão do que deseja”

exemplo, ele racionaliza suas compras para não abrir mão do que deseja”, afirma Merlin.

Embora o gosto e o perfil do consumidor venham mudando a cada ano, na mesa natalina da maioria dos

“O consumidor está mais seletivo e exigente. Ele se tornou muito mais mixador, ou seja, ele frequenta diferentes canais para suprir suas necessidades. Com o bolso mais apertado, ele racionaliza suas compras para não abrir mão do que deseja”

Sazonal

brasileiros não faltam os itens sazonais, como as carnes (peru, tender, pernil e lombo), as bebidas (espumantes, cervejas, vinhos e sucos) e os panetones. Porém, não é porque esses produtos evocam imediatamente o imaginário natalino que eles estão na cabeça do consumidor na hora da compra. Merlin chama a atenção para essa questão. "Como não são produtos comprados regularmente, devemos desenvolver ações para chamar a atenção do cliente e inspirá-los a desejar, querer e comprar. Por isso, atenção à ambientação e à todas as ações a serem desenvolvidas de marketing e merchandising no ponto de venda, incluindo as promoções e ofertas. É muito positivo e essencial ambientar a loja, ou seja, "vestir" a loja com o tema da época. A ambientação traz uma experiência positiva no shopper", explica a especialista.



Luzia Goldbeck, da BRF: "Para uma ampla exposição no ponto de venda dos principais produtos natalinos, a estratégia é explorar os atributos de sabor e praticidade, que são importantes e considerados fundamentais na organização da exposição no ponto de venda"

supermercados. A gerente-executiva de Marketing de Congelados e Comemorativos da BRF, Luzia Goldbeck, conta que a empresa realizou junto aos varejistas um cross merchandising da categoria chamada de Comemorativos da BRF com os panetones da Bauducco. De acordo com a executiva, o consumidor tinha a opção do kit natalino da Sadia e também outro kit natalino, no qual o shopper também comprava o panetone. "A parceria foi um sucesso e estamos avaliando a possibilidade de repetir neste ano", comenta a porta-voz.

Para o Natal de 2019, a Sadia lança três cortes suínos temperados e prontos para o preparo: Copa Lombo, Alcatra e Filé Mignon, que podem ser encontrados no ponto de venda a partir de novembro, em embalagens exclusivas e temáticas. Outro protagonista da marca, o peru, estará disponível

Cruzamento rentável

Uma das ferramentas que têm se mostrado eficaz para ampliar a visibilidade dos produtos e incrementar as vendas nos pontos de venda é o cross merchandising. Como o próprio nome diz, é uma técnica que tem o objetivo de cruzar produtos de categorias diferentes, mas que tenham entre si relação direta de consumo. A ideia principal desta ação é gerar no consumidor o interesse de compra de um item quando ele estiver comprando outro.

Foi exatamente isso que a BRF, dona das marcas Sadia e Perdigo, fez no Natal do ano passado nos

"Como [os itens natalinos] não são produtos comprados regularmente, devemos desenvolver ações para chamar a atenção do cliente e inspirá-los a desejar, querer e comprar. Por isso, atenção à ambientação e a todas as ações a serem desenvolvidas de marketing e merchandising"

Dicas para um cross merchandising de sucesso

Como em tudo no varejo, preparação e organização são fundamentais. A exposição cruzada de produtos não deve ser feita de maneira aleatória, apenas com base na percepção do varejista. Vale planejar e percorrer os passos a seguir, sugeridos pela especialista em varejo, Fátima Merlin.

Conheça a fundo o shopper: quem ele é, como ele se comporta, o que ele compra, suas necessidades e motivações, satisfação, razão da escolha e tudo que considera essencial para o desenvolvimento de estratégias e táticas que o inspire a comprar e voltar. Sabendo quem é seu consumidor, você saberá quais produtos são mais indicados para o cross merchandising.

Planeje com antecedência e precisão as compras: ter sobras ou rupturas são os piores cenários. O varejista precisa se preparar para o aumento da demanda dos itens padrões e, sobretudo, dos produtos específicos da época. E, principalmente, aqueles que farão parte da estratégia de cross. Imagine se a ação for um sucesso nos primeiros dias de vendas e você não tem estoque para os muitos outros dias até a chegada do Natal.

vel para diferentes gostos: Peru Fácil, Peru Temperado Tradicional e o Peru Temperado sabor Manteiga e Ervas. Já a Perdigão destacará o chester em versões: Tradicional; Azeite e ervas; Assa Fácil e ao pesto.

Luzia ressalta que, para uma ampla exposição no ponto de venda dos principais produtos natalinos, a estratégia é explorar os atributos de sabor e praticidade, que são importantes e considerados fundamentais na organização da exposição no ponto de venda. “Estamos otimistas, pois o Natal é uma data muito importante para o brasileiro, que não abre mão de festejar com a família em torno da tradicional ceia”, complementa Goldbeck.

O cross merchandising também foi uma ferramenta valiosa no Natal do ano passado para a paulista Cooperativa de Consumo (Coop), com 32 lojas na Grande SP e interior paulista. Segundo o gerente de Desenvolvimento Comercial da varejista, Marcel Amati, a técnica foi aplicada além das famosas carnes. De olho nos diferentes perfis de consumidores, eles apostaram também em alguns produtos importados e correlatos para fazer a exposição cruzada. “Montamos mesas com massas e molhos. Os queijos especiais foram colocados estrategicamente próximos aos vinhos. Os azeites também ficaram próximos destes itens porque identificamos a relação de consumo. E os nossos panetones Coop tomaram as pontas de gôndola distribuídas na seção de mercearia”, explica o executivo.

Amati conta que a Coop obteve bons resultados de vendas no Natal do ano passado e avisa que para



Marcel Amati, da Coop: “Para as festividades deste ano já fechamos grandes negociações com nossos fornecedores parceiros, visando ter o melhor sortimento com preço competitivo. E, claro, visando também ter o produto exposto na loja para evitar rupturas”

as festividades deste ano já fechou “grandes negociações com nossos fornecedores parceiros, visando ter o melhor sortimento com preço competitivo. E, claro, visando também ter o produto exposto na loja para evitar rupturas”.

Quem também está de olho na possibilidade de fazer cross merchandising nos supermercados é a Seara Alimentos. De acordo com a companhia, expor suas carnes natalinas ao lado de farofas, molhos e até assadeiras pode ser uma boa estratégia para proporcionar uma solução completa para a ceia de Natal dentro do ponto de venda.

A marca vai oferecer aos varejistas a linha de Comemorativos, com foco nos Suínos Recheados Assa Fácil e Molhos.

São eles: Copa lombo recheada com farofa de bacon e azeitonas e Panceta recheada com ervas e tomate. Outra novidade é a linha de Molhos, que já chega pronta para o consumo, basta aquecer. Os três sabores são: Figo ao Balsâmico (para tender e pernil), Pêssego (para peru) e Maçã (para pernil).

Diante dessas e outras experiências natalinas, Fátima Merlin reforça que qualquer ação promocional, se bem planejada e executada, oferece ganhos para o shopper, o varejo e os fabricantes. “O cross, sem dúvida, é uma ferramenta excelente para, inclusive, aumentar o tíquete médio. Na época de Natal, o varejista pode explorar soluções para uma ceia mais econômica, por exemplo, juntando alimentos e bebidas com itens de bazar como taças, pratos, saca-rolhas”, sugere a especialista.

Avalie as tendências: os lançamentos não podem ficar de fora da sua loja. Neste ponto, os fornecedores podem ajudar com ideias de estratégias das categorias, os drivers de crescimento, entre outros.

Execute com eficiência: ambientação, os serviços, a equipe, criatividade e eficiência são palavras de ordem. Garanta que o cliente encontre, de fato, o que procura. Produto certo, disponível (sem ruptura), bem exposto e sinalizado.

Pense no fluxo: nesta época o fluxo aumenta substancialmente, portanto, avalie se sua loja está preparada

para receber quantidade adicional de pessoas. Considere a necessidade de alterar layout, aumentar número de equipamentos, dos expositores, alterar a dinâmica de reposição. Importante pensar estrategicamente em qual espaço mais adequado fará a ação de cross merchandising levando em conta essas variáveis.

Seja criativo e surpreenda: para se diferenciar dos concorrentes, tente oferecer alguns produtos diferenciados, exclusivos, personalizáveis no seu cross merchandising. Dê alternativas aos seus shoppers.

A união que segue dando lucro

Em sua 19ª edição, o estudo Ranking de Redes e Associações de Negócios, da Abras, detalha o perfil e os resultados deste modelo de gestão, que vem se fortalecendo a cada ano. No ano passado, o crescimento real deste mercado foi de 6,4%

Tecnologia (%)

Redes que possuem sistemas de automação comercial integrados com as lojas

2017	2018
39,5	43,3

Logística (%)

Redes que possuem centro de distribuição

71,2

Área média dos depósitos

3.602 m²

O faturamento conjunto das empresas supermercadistas, que se reúnem sob o modelo de redes e associações de negócios, registrou novo crescimento no exercício de 2018, de acordo com a 19ª Pesquisa Ranking de Redes e Associações de Negócios, elaborada anualmente pela Abras.

No ano passado, a receita bruta desse mercado teve um aumento nominal de 10,3%, passando de R\$ 41,8 bilhões para R\$ 46,1 bilhões. Em termos reais, descontando os efeitos da inflação, o salto foi de 6,4%. Trata-se, portanto, de um crescimento real mais expressivo do que o verificado em 2017, quando o segmento avançou 3,1%. O valor, em questão, provém de uma projeção realizada

pelo Departamento de Economia e Pesquisa da Abras, com base no faturamento total do setor supermercadista e no desempenho das empresas declarantes do Ranking de Redes e Associações de Negócios (*veja a seguir*).

Outros indicadores de desempenho, naturalmente, também avançaram de maneira mais expressiva. A quantidade de lojas operadas pelas empresas associadas às redes de negócios chegou a 4.014 unidades, o que corresponde a um salto de 3,7% no total de estabelecimentos. Consequentemente, o número de check-outs também cresceu, passando de 21.007 para 22.618 – aumento de 7,7%. Outro indicador que demonstra a evolução desse mercado é o total da área de vendas,



Dados Históricos - considera todos os modelos de redes*

	2016	2017	2018	Varição % 2017 x 2018
Faturamento bruto	R\$ 39.227	R\$ 41.825	R\$ 46.120	10,3
Número de lojas	3.847	3.870	4.014	3,7
Número de check-outs	20.026	21.007	22.618	7,7
Área de vendas**	2,44	2,63	2,81	7,0

*Dados estimados **em milhões de m²

Possuem supervisores para avaliar lojas (%)

2017	2018
45	47

Origem das receitas (%)

Mensalidade	Bonificação das empresas	Lucratividade na negociação
74,6	50,7	35,8

Bandeira única (%)

2017	2018
56	58

Participação dos tipos de lojas nas redes (%)

	2017	2018
1-4 check-outs	38,1	35,7
5-10 check-outs	44,2	43,9
Acima de 11 check-outs	17,7	20,4

que saltou 7%, passando de 2,63 milhões de m² para 2,81 milhões de m².

“Esse resultado demonstra que as redes de negócios estão, continuamente, se organizando e aperfeiçoando a gestão e operação de suas lojas”, avalia o superintendente

da Abras, Marcio Milan. “A cada ano, este mercado torna-se mais maduro e forte, o que chama a atenção das indústrias e viabiliza mais sinergia e melhores negociações.”

Para o fechamento de 2019, a maior parte das declarantes (61,4%) estimam que o faturamento conjunto das redes de negócios crescerá entre 4% à 10%.

Os destaques das top 5

Considerando apenas o universo das redes de negócios que declararam suas informações para essa pesquisa e que, portanto, compõem este presente ranking, observa-se que as cinco maiores redes, conjuntamente, registram

Ranking de redes

2019	2018	Razão Social	UF	Faturamento Bruto	Nº de Empresas
1	1	Saerj - Supermercados Associados do Estado do Rio de Janeiro	RJ	4.600.187.000,00	26
2	2	Uniforça Distribuidora, Importadora e Exportadora de Mercadorias em Geral Ltda.	CE	1.660.700.000,00	30
3	3	Associação das Empresas Supermercadas do Nordeste - Rede Nordeste	RN	1.519.450.628,00	5
4	4	Associação Rede Premium de Supermercados	SC	1.498.500.000,00	14
5	6	Rede Super Ltda.	RS	1.257.362.224,00	35
Total 5 maiores				10.536.199.852,00	110
6	5	CCB Central de Compras do Brasil Ltda.	ES	1.200.366.714,00	48
7	-	Associação Hipervalor Varejista	MG	1.200.000.000,00	5
8	7	Mix Ideal Atacado e Distribuidora de Alimentos Ltda.	BA	1.102.670.320,00	2
9	10	Multi Show Supermercados Associados	ES	1.000.000.000,00	48
10	14	Comercial de Alimentos Parceria Ltda.	CE	926.984.835,00	22
Total 10 maiores				15.966.221.721,00	235
11	9	Associação Supervarejista de Minas Gerais	MG	890.000.000,00	73
12	13	Associação Londrinense de Empresários Supermercadas	PR	802.441.920,00	22
13	11	Bom Dia Comercial de Alimentos e Logística Ltda.	PR	742.569.705,00	12
14	12	Associação de Supermercado do Litoral Paulista	SP	694.984.826,00	20
15	16	Unisuper S/A	RS	685.753.590,00	43
16	17	Associação dos Supermercadas da Região de Londrina	PR	681.142.000,00	37
17	18	Intelmarketing Ltda.	MG	667.556.489,00	97
18	-	Associação de Varejistas Unidos do Estado do Rio de Janeiro	RJ	660.000.000,00	14
19	21	Associação Rede de Compras para Supermercados de São Paulo	SP	612.000.000,00	40
20	20	Rede Bom Lugar Associação dos Supermercados de Sorocaba e Região	SP	611.156.580,00	35
Total 20 maiores				23.013.826.831,00	628
21	19	Rede Grande Sul de Supermercados Associados Ltda.	RS	595.054.916,00	33
22	24	Rede Ilustre Supermercados	MG	588.710.520,00	37
23	22	Associação Rede Super Econômica de Supermercados do MS	MS	566.068.759,00	20
24	23	RN Super Central de Compras Redemais	RN	551.414.089,00	10
25	26	Associação Gaúcha de Mercados	RS	496.608.000,00	176
26	34	Associação de Supermercados Rede Show	ES	483.520.428,00	20
27	25	Associação Supermais de Varejo	MG	472.109.113,00	12
28	27	Associação Varejista do Estado do Rio Grande do Norte	RN	395.000.000,00	24
29	30	Distribuidora Redepas Com. Atacadistas de Produtos para Superm. Ltda.	SP	360.000.000,00	14
30	31	Uniredes S/A	SP	360.000.000,00	12
Total 30 maiores				27.882.312.656,00	986
31	32	Associação dos Supermercados Independentes Rede Opa	MG	360.000.000,00	26
32	28	Rede Aliança de Supermercados	SC	352.220.436,00	44
33	35	Rede Útil de Supermercados	RS	351.870.000,00	56
34	-	Assin Associação dos Supermercados Independentes de São José do Rio Preto e Região	SP	325.800.000,00	31
35	39	Associação Super Legal de Supermercados da Paraíba	PB	298.000.000,00	25
36	40	Rede da Gente Gaúcha Com. de Gên. Alim. Ltda.	RS	276.982.045,00	45
37	41	Associação de Empresas do Setor de Gêneros Alimentícios do RS	RS	252.687.776,00	15
38	53	Faj Trade Corporation Ltda.	RN	247.200.000,00	23
39	38	Associação Max Rede	CE	222.825.000,00	11
40	47	Rede Bignordeste Supermercados	PB	183.000.000,00	23
41	51	Associação das Empresas Supermercadas de Assis e Região	SP	179.800.000,00	11
42	57	Associação Rede Gente Econômica de Supermercados	PB	178.164.614,00	20
43	52	Cergran Central de Supermercado Rio Grande	MG	155.000.000,00	20
44	55	União de Pequenos & Médios Supermercadas do Norte do ES	ES	128.517.278,00	25
45	56	Rede 10 Distr. Atacadista de Produtos Alimentícios Ltda.	SP	125.840.000,00	14
46	49	Rede de Supermercados Independentes Giroforte	MG	110.020.898,00	16
47	58	Associação dos Supermercadas da Região Oeste Potiguar	RN	104.050.592,00	17
48	61	Rede 7 de Supermercados	BA	100.000.000,00	11
49	60	Associação Super Rede de Supermercados	MS	98.460.000,00	14
50	63	Rede Forte Dist. de Produtos Alimentícios Ltda.	SP	87.712.877,00	5
Total 50 maiores				32.020.464.172,00	1.438

Nº de Lojas	Nº de Check-outs	Área de Vendas (m²)	Nº de Funcionários
106	1.482	114.747	16.110
60	600	50.000	5.300
57	748	67.609	4.819
55	745	83.500	4.960
68	461	51.747	3.002
346	4.036	367.603	34.191
94	700	80.000	5.000
46	454	50.000	4.690
24	276	22.278	2.504
83	500	50.000	3.200
51	514	43.203	3.912
644	6.480	613.084	53.497
78	480	46.000	3.290
52	416	39.990	1.815
39	346	33.537	1.546
36	290	30.600	2.119
43	294	29.400	2.168
40	362	60.300	2.200
112	389	47.193	1.989
35	268	29.000	2.000
40	307	25.862	2.081
35	272	22.000	1.700
1.154	9.904	976.966	74.405
33	254	27.620	1.630
43	177	22.000	1.400
38	236	28.610	1.646
21	206	16.050	1.648
176	437	53.419	1.603
20	152	13.188	829
20	194	21.134	1.924
24	200	15.234	1.359
23	150	15.000	1.100
27	158	17.000	850
1.579	12.068	1.206.221	88.394
32	175	18.500	1.290
50	325	37.580	1.004
58	199	24.339	695
31	158	15.800	800
35	190	17.000	980
45	212	24.934	534
24	129	12.000	632
23	101	11.850	517
22	226	19.365	1.660
24	93	7.350	365
11	90	15.000	650
20	76	6.891	316
20	88	10.500	572
25	108	14.230	548
16	75	6.600	342
18	68	8.044	407
17	62	6.250	242
14	60	6.000	300
18	65	8.450	298
11	54	5.597	233
2.093	14.622	1.482.501	100.779

Produtos comprados através das redes (%)

	Direto da Indústria	Via Distribuidor	Atacado
Mercearia líquida	52,1	34,1	13,8
Mercearia seca	60,7	26,2	13,1
Padaria e confeitaria	44,5	44,7	10,8
Perecíveis industrializados	61,6	30,6	7,8
Peixaria	40,0	52,6	7,4
Açougue	66,5	28,5	5,0
Comida pronta	61,0	36,8	2,2
FLV	38,8	52,3	8,9
Limpeza caseira	62,7	23,8	13,6
Higiene e perfumaria	50,1	34,6	15,3
Bazar	41,2	43,8	15,0
Pet	41,5	42,4	16,1
Orgânicos	39,4	56,3	4,3

um ganho de receita de 12,8% – passou de 9,33 bilhões para R\$ 10,53 bilhões no ano passado.

Destaque para a entrada da gaúcha Rede Super no grupo das cinco maiores, graças ao aumento de 11% em sua receita, que totalizou R\$ 1,26 bilhão. Com isso, inverteu de posição com a Central de Compras do Brasil (CCB), sediada no Espírito Santo.

Seções impulsionadas nas lojas dos associados nos primeiros 12 meses (%)

Mercearia líquida	24,5
Mercearia seca	23,7
Padaria e confeitaria	14,8
Perecíveis industrializados	29,6
Peixaria	16,0
Açougue	22,5
Comida pronta	12,2
FLV	28,8
Limpeza caseira	19,8
Higiene e perfumaria	24,0
Bazar	17,9
Pet	26,1
Orgânicos	3,7
Importados	14,4
Outros	10,0

Ranking de redes

2019	2018	Razão Social	UF	Faturamento Bruto	Nº de Empresas
51	64	Associação de Supermercadas do Seridó	RN	82.408.387,00	20
52	-	Associação dos Mercadinhos e Supermercados do Vale Jaguaribe	CE	72.000.000,00	28
53	65	Rede Amiga de Supermercados	GO	68.660.390,00	6
54	69	Associação dos Supermercados da Região Noroeste do RS	RS	45.491.098,00	12
55	70	Associação Rede Mais Supermercados	ES	36.840.000,00	11
56	72	Associação dos Mercadinhos do Sertão Central	CE	31.200.000,00	13
57	71	Associação de Supermercados Unicompre	RN	14.000.000,00	11
58	73	Lajedo de Supermercadas - Rede Lajedo de Supermercados	RN	11.431.749,00	10
59	74	Associação dos Mercantis Iguatuenses	CE	7.200.000,00	7
60	75	Associação Central de Compras da Região de Concórdia	SC	5.284.504,00	16
TOTAL GERAL SEM ATACADOS				32.394.980.300,00	1.572
Rede ligada a atacadistas / Outros					
Smart Varejos Ltda			MG	R\$ 8.500.000.000	470
RBSM Administração de Marcas S/A - Rede Brasil			SP	R\$ 17.903.155.380	16
TOTAL GERAL COM ATACADOS E OUTROS				R\$ 58.798.135.680	2.058
Central de Redes - Megarredes					
União de Redes Brasil - UniBrasil			SP	R\$ 6.547.965.737	156
Central de Redes de Negócios do Rio Grande do Sul - Redecen			RS	R\$ 6.101.329.515	484

Na dianteira do ranking, novamente, está a rede Supermercados Associados do Estado do Rio de Janeiro (Saerj), que atua sob a bandeira Supermarket. Em 2018, seu ganho em faturamento foi de 9,7%, passando de R\$ 4,19 bilhões para R\$ 4,60 bilhões. Conforme avalia o seu presidente, Manuel Ferreira Barreiro, este crescimento é fruto da abertura de novas lojas, oito no total, além da modernização de outras unidades, por meio de reforma e aquisição de equipamentos.

“Outros fatores, logicamente, contribuíram para o nosso crescimento e para a manutenção da nossa liderança. Buscamos, continuamente, melhorar o atendimento das lojas e temos chegado a bons acordos com os fornecedores, em termos de preço e volume. Isso nos ajuda a oferecer promoções vantajosas para os clientes. Os investimentos em comunicação também colaboraram com este resultado”, afirma Barreiro. “Seguiremos investindo nessas frentes e,

para 2020, contaremos com, minimamente, mais seis lojas”, revela.

No caso da rede Saerj, também é notório o aumento no quadro profissional das empresas a ela associadas. No ano passado, a rede gerou 1.538 novos postos de trabalho.

Completam o grupo das top 5 a rede Uniforça (CE), que registrou receita de R\$ 1,66 bilhão, Rede Nordeste (RN), que faturou R\$ 1,52 bilhão, a catarinense Rede Premium de Supermercados (R\$ 1,50 bilhão) e, como já dito, a gaúcha Rede Super (R\$ 1,26 bilhão).

As 50 maiores

As 50 maiores redes participantes da pesquisa faturaram, conjuntamente, R\$ 32 bilhões, o que significa um crescimento de 6,6% no período. Neste grupo, especialmente na “base da pirâmide”, por causa da proximidade

Ganhos já obtidos pelos associados das redes (%)

	2017	2018
1º	Sobreviver à concorrência (59,3)	Aumento das vendas (60,0)
2º	Aumento das vendas (55,3)	Melhoria no relacionamento com o fornecedor (57,1)
3º	Melhoria no relacionamento com o fornecedor (52,6)	Sobreviver à concorrência (54,5)
4º	Aumento da rentabilidade (47,9)	Aumento da rentabilidade (51,9)
5º	Acesso a mais fornecedores (45,3)	Acesso a mais fornecedores (36,4)

Nº de Lojas	Nº de Check-outs	Área de Vendas (m²)	Nº de Funcionários
20	73	8.000	400
28	180	5.000	450
6	36	2.550	258
12	28	5.794	151
11	31	4.060	114
13	30	3.000	215
11	25	5.000	75
10	31	4.503	120
7	10	1.047	20
16	16	4.800	64
2.227	15.082	1.526.255	102.646
692	4.152	545.197	21.806
358	4.975	630.000	51.000
3.277	24.209	2.701.452	175.452
362	2.853	311.171	20.464
620	2.996	339.774	17.635

que as redes têm em faturamento, é sempre comum uma numerosa inversão de posições de um ano para o outro.

Porém, algumas redes sempre se destacam nessa escalada por conquistarem muitas posições no ranking. Nesta edição, os principais destaques são as redes Faj Trade Corporation (38ª), do Rio Grande do Norte, e Associação Rede Gente Econômica de Supermercados (42ª), da Paraíba. Ambas saltaram 15 posições.

A Rede 7 Supermercados (48ª), da Bahia, e a paulista Rede Forte (50ª) também chamam a atenção neste estudo por terem conquistado 13 posições. Ou seja, nenhuma destas quatro redes de negócios estava listada no grupo das 50 maiores no estudo publicado no ano anterior.

Megarredes e outros formatos

Há diferentes modelos de redes de negócios e este estudo busca ser o mais abrangente. Além das chamadas associa-

Ações tomadas em relação à segurança alimentar (%)

Boas práticas de operação	67,2
Programas de treinamento	64,2
Implantação de programas de rastreabilidade de FLV	19,4
Utiliza cursos da Escola Nacional de Supermercados 	13,4
.....	
Dos que citaram que utilizam os cursos da Escola Nacional de Supermercados	
Curso de perdas	78
Curso de Perdas FLV	89

ções convencionais, que compõem a base deste estudo, há modelos alternativos, como o de "redes das redes", que consiste na união de várias centrais de negócios em outra central, e redes operadas por empresas atacadistas, caso da Rede Smart, do Martins.

Entre as redes das redes, a RedeCen (Central de Redes de Supermercados do Rio Grande do Sul), faturou R\$ 6,10 bilhões, contra uma receita contabilizada de R\$ 5,71 bilhões no período anterior. Em 2018, a megarede abarcou 620 lojas, que operam 2.996 check-outs e possuem uma área de vendas total de 339,8 mil m².

Outra megarede, a paulista UniBrasil, que possui apenas dois anos de atividades, fechou o exercício anterior com faturamento de R\$ 6,54 bilhões, ante os R\$ 6,33 bilhões obtidos em 2017 – alta de 3,3%. No total, a UniBrasil congrega 362 lojas, que operam 2.853 check-outs e possuem uma área de vendas total de 311,1 mil m².

No campo das atacadistas, a Rede Smart, do grupo

Motivos pelos quais os supermercados se associam a uma rede (%)

	2017	2018
1º	Aumentar as vendas (77,3)	Aumentar as vendas (78,2)
2º	Melhorar o relacionamento com o fornecedor (77,3)	Sobreviver à concorrência (73,7)
3º	Sobreviver à concorrência (67,1)	Melhorar o relacionamento com o fornecedor (73,2)
4º	Aumentar a rentabilidade (64,9)	Aumentar a rentabilidade (66,1)

Padronização das lojas (%)

Considerando as redes que operam com bandeira única

	2017	2018
Sacola de compra	88,3	91,3
Materiais promocionais	90,9	89,4
Fachadas	83,1	82,5
Uniformes	79,2	82,4

Martins, voltou a crescer após um processo de reformulação e depuração em seu quadro associativo, que resultou, em 2017, numa significativa redução de receita, empresas, lojas, check-outs e área de vendas. No ano passado, o faturamento saltou 18%, passando de R\$ 7,2 bilhões, para R\$ 8,5 bilhões.

Principais problemas enfrentados em 2018 (%)

Negociações paralelas	58,2
Falta de cooperação e comprometimento	55,2
Unificação/padronização do mix	55,2
Questões culturais	53,7
Dificuldade de relacionamento com grandes fornecedores	43,3
Burocracias legais	38,8
Ruptura dos tabloides	26,9
Integração de processos de compras	26,9
Unificação/padronização das promoções	23,9
Outros	1,5

Metodologia

A Pesquisa de Redes e Associações de Negócios da Abras é elaborada pelo Departamento de Economia e Pesquisa da entidade com base nas informações cedidas pelos respondentes. Os dados são apurados e checados pelos profissionais da Abras. Porém, a veracidade e a qualidade das informações são de responsabilidade das redes.

A pesquisa, neste ano, contou com a participação de 60 centrais de negócios e foi apurada entre os meses de agosto e setembro de 2019.

O levantamento fornece ao mercado dois perfis

“Esse resultado demonstra que as redes de negócios estão, continuamente, se organizando e aperfeiçoando a gestão e operação de suas lojas. A cada ano, este mercado torna-se mais maduro e forte, o que chama a atenção das indústrias e viabiliza mais sinergia e melhores negociações”

Márcio Milan, superintendente da Abras



Nesta edição, o estudo conta com o retorno da Rede Brasil de Supermercados, que havia participado da pesquisa de redes de negócios apenas em 2011. Após este hiato, nota-se a evolução que a rede teve nesse período. Naquela ocasião, a receita declarada havia sido de R\$ 13,5

Pagamento à indústria e entrega para associados

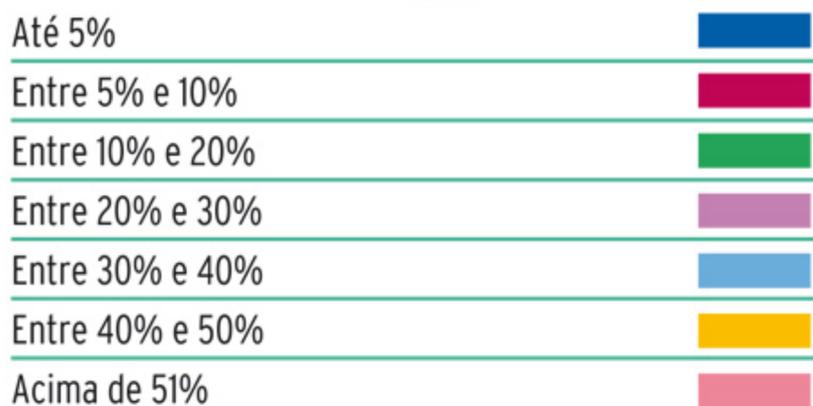
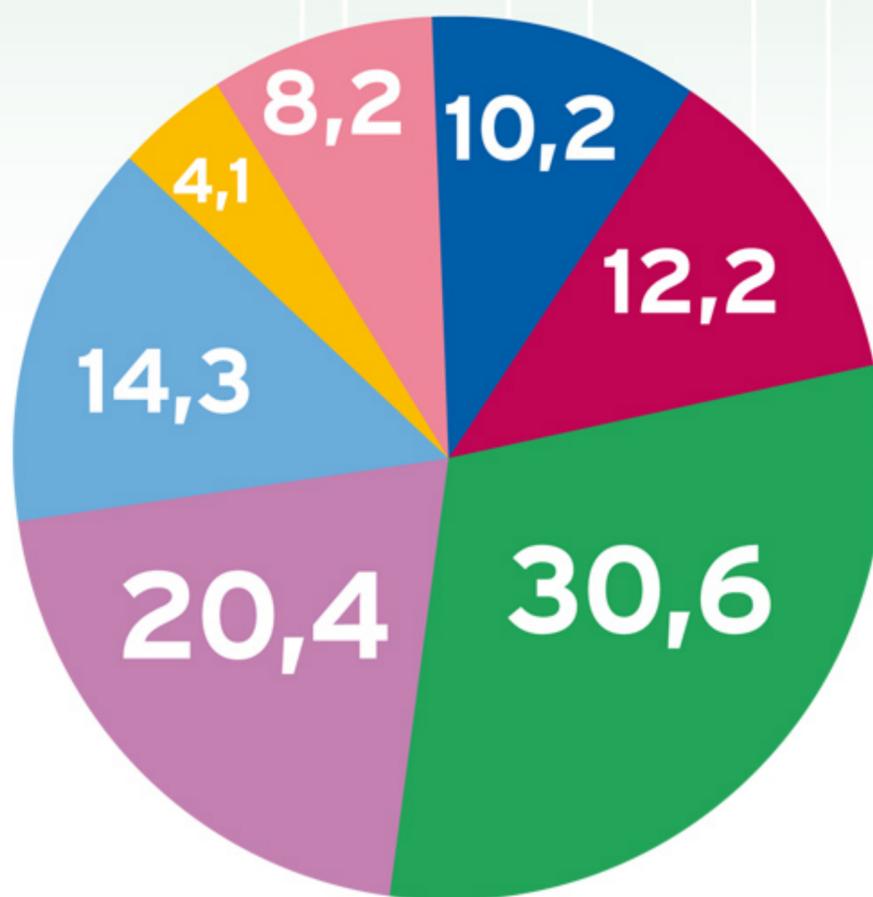
Pagamento centralizado	51,8%
Entrega direto ao associado	48,7%
Entregas via centro de distribuição	33,9%

Meios de pagamento (%)

	2017	2018
Dinheiro	40,5	40,9
Cheque à vista	1,2	1,1
Cheque pré-datado	2,3	0,9
Cartão de crédito próprio	7,3	8,1
Cartão de crédito de terceiros	25,5	22,6
Cartão de débito	17,8	19,1
Tíquete alimentação	3,8	4,4
Convênio desconto na folha	0,7	0,4
Outros	0,9	2,5

bilhões. Já no ano passado, o faturamento foi de R\$ 17,9 bilhões. Ou seja, em sete anos, a Rede Brasil deu um salto de 32,6% no montante movimentado. Na tabela do ranking das redes, seus números estão listados separadamente, apenas para efeito de conservação da base histórica.

Incremento no faturamento ao ingressar em uma rede de negócios (%)



do Ranking das Redes e Associações de Negócios e que também estão presentes em outros elementos gráficos ao longo da reportagem.

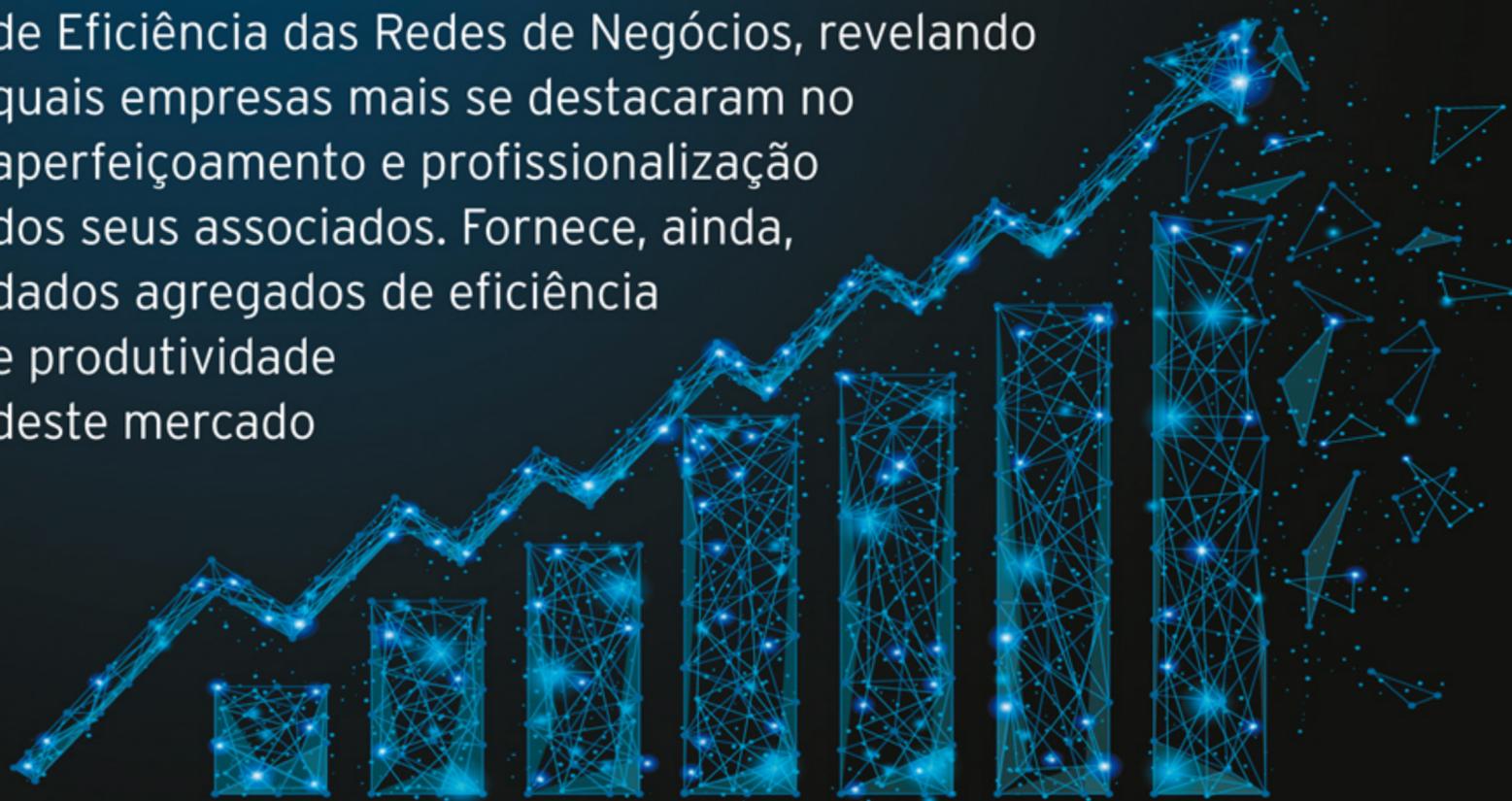
As atualizações monetárias dos valores são determinadas utilizando como deflator o Índice de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA-IBGE), (IPCA médio, mesmo utilizado no Ranking Abras). Para a preparação do Ranking de Redes, toma-se como base apenas o faturamento que as redes/associações atingiram no ano anterior.

Ao final da tabela do ranking, o leitor também tem acesso às informações agregadas de mais duas

empresas: a Rede Smart, administrada pela atacadista Martins, e a Rede Brasil de Supermercados. Elas estão listadas separadamente apenas com o objetivo de manter a base histórica. Este critério será revisado na próxima edição do estudo. E como ocorre todos os anos, também na tabela do ranking das redes, são consideradas, isoladamente, apenas para efeito de conhecimento do setor, a rede Uni-Brasil e a RedeCen, associações que congregam várias outras associações, muitas das quais já estão contempladas entre as respondentes.

O termômetro da melhoria contínua

Estudo da Abras também traz o Ranking de Eficiência das Redes de Negócios, revelando quais empresas mais se destacaram no aperfeiçoamento e profissionalização dos seus associados. Fornece, ainda, dados agregados de eficiência e produtividade deste mercado



Índice de eficiência médio das redes do Ranking (R\$)

	2014	2015	2016	2017	2018	Variação % 2017 x 2018
Fat/loja	10.158.681	11.058.901	12.044.439	12.990.199	14.546.466	12,0
Fat/check-out	1.763.244	1.836.538	2.035.809	2.079.882	2.147.923	3,3
Fat/m ²	16.597	17.668	19.117	19.109	21.225	11,1

As redes declarantes do 19º Ranking de Redes e Associações de Negócios alcançaram, no ano passado, percentuais positivos em praticamente todos os indicadores, tanto em eficiência, quanto em produtividade (veja as tabelas).

Para conceber o Ranking das Redes Mais Eficientes, em 2018, a Abras levou em consideração a variação de quatro subíndices (faturamento por loja, por check-out, por área de venda e por funcionário) de 2017 para 2018. O Índice de Eficiência, portanto, é uma síntese de todas essas variações

e expressa o trabalho de profissionalização e depuração das associações realizado no último exercício.

Nesta edição da pesquisa, quem encabeça a relação das redes mais eficientes é a Multi Show Supermercados, oriunda do Espírito Santo. Listada na nona posição do Ranking por faturamento – uma posição acima em relação ao estudo anterior – a associação movimentou exato R\$ 1 bilhão no ano passado, ante os R\$ 750 milhões contabilizados em 2017.

Índice de produtividade médio das redes do Ranking

	2014	2015	2016	2017	2018	Variação % 2017 x 2018
Check-out/loja	5,8	6,0	5,9	6,3	6,8	8,4
M ² /loja	612,1	625,9	630,0	679,8	685,3	0,8
M ² /check-out	106,2	104,0	106,5	108,8	101,2	-7,0



ALELO

É TUDO ISSO.

Pensando em como seu estabelecimento comercial pode crescer? Conte com a nossa parceria. Temos produtos e serviços para o seu negócio ter mais visibilidade, clientes e vendas, além de facilitar sua gestão. Gostou?

Descubra todas as nossas soluções em

alelo.com.br



Inteligência que conecta
pessoas e negócios

Ranking das 50 redes mais eficientes

	2019	2018	Razão Social	UF	Varição do faturamento por loja	Var. do faturamento por check-out
1	9	10	Multi Show Supermercados Associados	ES	15,3	73,6
2	10	14	Comercial de Alimentos Parceria Ltda.	CE	45,7	39,3
3	26	34	Associação de Supermercados Rede Show	ES	42,9	35,7
4	56	72	Associação dos Mercadinhos do Sertão Central	CE	18,2	-14,3
5	31	32	Associação dos Supermercados Independentes Rede Opa	MG	23,1	29,6
6	58	73	Lajedo de Supermercadistas - Rede Lajedo de Supermercados	RN	11,1	40,9
7	51	64	Associação de Supermercadistas do Seridó	RN	5,3	12,3
8	3	3	Associação das Empresas Supermercadistas do Nordeste - Rede Nordeste	RN	11,8	11,6
9	4	4	Associação Rede Premium de Supermercados	SC	22,2	17,3
10	35	39	Associação Super Legal de Supermercados da Paraíba	PB	16,7	18,8
11	33	35	Rede Útil de Supermercados	RS	3,6	14,4
12	38	53	Faj Trade Corporation Ltda.	RN	4,5	16,1
13	1	1	Saerj - Supermercados Associados do Estado do Rio de Janeiro	RJ	8,2	9,7
14	11	9	Associação Supervarejista de Minas Gerais	MG	11,4	11,6
15	45	56	Rede 10 Dist. Atacadista de Prod. Alim. Ltda.	SP	6,7	7,1
16	30	31	Unirede S/A	SP	8,0	5,3
17	12	13	Associação Londrinense de Empresários Supermercadistas	PR	8,3	7,5
18	25	26	Associação Gaúcha de Mercados	RS	4,8	7,9
19	2	2	Uniforça Distribuidora, Importadora e Exportadora de Mercadorias em Geral Ltda.	CE	7,1	7,1
20	39	38	Associação Max Rede	CE	-4,3	-4,2
21	54	69	Associação dos Supermercados da Região Noroeste do RS	RS	0,0	-3,4
22	24	23	RN Super Central de Compras Redemais	RN	5,0	5,6
23	17	18	Intelmarketing Ltda.	MG	5,7	4,9
24	36	40	Rede da Gente Gaúcha Com. de Gên. Alim. Ltda.	RS	7,1	3,4
25	5	6	Rede Super Ltda.	RS	1,5	2,7
26	37	41	Associação de Empresas do Setor de Gêneros Alimentícios do RS	RS	9,1	4,0
27	20	20	Rede Bom Lugar Associação dos Supermercados de Sorocaba e Região	SP	0,0	0,0
28	22	24	Rede Ilustre Supermercados	MG	2,4	2,9
29	21	19	Rede Grande Sul de Supermercados Associados Ltda.	RS	-13,2	17,1
30	6	5	CCB Central de Compras do Brasil Ltda.	ES	1,1	0,0
31	23	22	Associação Rede Super Econômica de Supermercados do MS	MS	2,7	0,4
32	15	16	Unisuper S/A	RS	0,0	2,4
33	8	7	Mix Ideal Atacado e Distribuidora de Alimentos Ltda.	BA	9,1	8,2
34	41	51	Associação das Empresas Supermercadistas de Assis e Região	SP	0,0	0,0
35	27	25	Associação Supermais de Varejo	MG	0,0	9,0
36	28	27	Associação Varejista do Estado do Rio Grande do Norte	RN	-4,0	0,0
37	44	55	União de Pequenos & Médios Supermercadistas do Norte do ES	ES	-3,8	0,0
38	42	57	Associação Rede Gente Econômica de Supermercados	PB	0,0	0,0
39	43	52	Cergran Central de Supermercado Rio Grande	MG	0,0	0,0
40	60	75	Associação Central de Compras da Região de Concórdia	SC	0,0	0,0
41	16	17	Associação dos Supermercadistas da Região de Londrina	PR	-11,1	1,1
42	14	12	Associação de Supermercado do Litoral Paulista	SP	-2,7	0,0
43	13	11	Bom Dia Comercial de Alimentos e Logística Ltda.	PR	0,0	0,0
44	53	65	Rede Amiga de Supermercados	GO	0,0	2,9
45	19	21	Associação Rede de Compras para Supermercados de São Paulo	SP	-11,1	-1,6
46	47	58	Associação dos Supermercadistas da Região Oeste Potiguar	RN	0,0	0,0
47	29	30	Dist. Redepas Com. Atacad. de Prod. para Supermercados Ltda.	SP	-4,2	2,0
48	40	47	Rede Bignordeste Supermercados	PB	-4,0	-7,0
49	50	63	Rede Forte Dist. de Produtos Alimentícios Ltda.	SP	0,0	-3,6
50	49	60	Associação Super Rede de Supermercados	MS	-5,3	-9,7



Varição do faturamento por m ²	Varição do faturamento por funcionário	Índice de eficiência
19,0	52,4	40,1
33,0	23,6	35,4
28,9	28,9	34,1
33,3	79,2	29,1
28,0	30,3	27,8
6,6	48,1	26,7
33,3	33,3	21,1
28,0	24,2	18,9
17,6	12,7	17,5
15,6	3,2	13,6
8,8	18,8	11,4
7,2	16,7	11,1
14,9	10,6	10,8
4,9	11,9	10,0
10,0	14,0	9,5
9,7	9,7	8,2
6,5	10,1	8,1
7,4	12,0	8,0
11,1	6,0	7,8
0,1	38,3	7,5
0,1	29,1	6,4
4,1	10,7	6,4
4,9	4,9	5,1
4,2	4,1	4,7
5,1	8,4	4,4
1,9	2,4	4,4
10,0	6,3	4,1
4,8	3,7	3,4
4,3	5,2	3,4
2,6	6,4	2,5
3,9	1,9	2,2
3,1	2,9	2,1
-11,9	2,5	2,0
17,6	-9,7	2,0
-7,6	2,9	1,1
1,6	4,5	0,5
1,3	3,0	0,1
0,0	0,0	0,0
0,0	0,0	0,0
0,0	0,0	0,0
8,5	0,7	-0,2
0,0	1,2	-0,4
0,0	-1,9	-0,5
0,0	-7,5	-1,2
-1,9	7,8	-1,7
4,2	-12,9	-2,2
-2,9	-8,3	-3,3
-2,0	-3,9	-4,2
0,0	-27,4	-7,7
-7,7	-8,9	-7,9

Trata-se de um expressivo salto de 33,3%, que nitidamente expressa um trabalho de reorganização da rede, que passou a concentrar menos empresa, de 72 para 48, mas que potencializou outros indicadores. No caso do total de lojas, passou de 72 para 83 unidades, o que ajuda a explicar o salto na receita e na quantidade de check-outs, que passou de 288 para 500 caixas. A rede também obteve avanços no total da área de vendas, de 42 mil m² para 50 mil m², e na quantidade de funcionários cujo incremento foi de 1.100 colaboradores, chegando a um quadro total de 3.200 pessoas. Por tudo isso, o Índice de Eficiência da rede Multi Show foi de 40,1 pontos.

Entre as mais eficientes, a cearense Comercial de Alimentos Parceria aparece na segunda posição, com 35,4 pontos neste índice. Também não é por menos: a rede conquistou quatro posições, passando da 14^a colocação e entrando no grupo das dez maiores centrais de negócios, graças ao crescimento de 35% em seu faturamento. Este passou de R\$ 687 milhões para R\$ 926,9 milhões em 2018.

No caso da Parceria, a rede passou a reunir cinco novas empresas supermercadistas, o que lhe conferiu aumento nos demais indicadores de desempenho. A oferta de lojas passou de 35 para 51 unidades. A quantidade de check-outs evoluiu de 369 para 514 caixas. Já o total da área de vendas operado saltou de 32,4 mil m² para 43,2 mil m². No quadro profissional, este ganhou um incremento de 747 funcionários.

Completando o pódio das redes mais eficientes, em 2018, está a Associação de Supermercados Rede Show, também do Espírito Santo, cujo índice ficou em 34,1%. Em 2018, a rede escalou oito posições, saltando da 34^a para a 26^a colocação. No caso dela, o ganho em receita foi de 52,8%, passando de um faturamento de R\$ 316,4 milhões para R\$ 483,5 milhões. A quantidade de empresas supermercadistas associadas à Rede Show cresceu em quatro unidades, assim como na quantidade de lojas. Em check-outs, o ganho foi de 40 unidades e o total de área de vendas cresceu em 2,95 mil m². Já o quadro profissional passou de 643 para 829 colaboradores.

Dados gerais

A pesquisa revela que, no universo das redes participantes da pesquisa, o faturamento por loja cresceu 12%, passando de R\$ 12,9 milhões para R\$ 14,5 milhões, o que demonstra o progresso que as associações de negócios estão fomentando nas empresas supermercadistas ligadas a elas. Ainda no campo da eficiência, o faturamento por check-out também fechou o ano com saldo positivo, passando de R\$ 2,079 milhões para R\$ 2,147 milhões – alta de 3,3%. Já no faturamento por metro quadrado, o grupo de redes declarantes cresceu 11,1%.

O índice de produtividade, por sua vez, mostra que as redes tiveram um ganho de 8,4% na relação de check-out por loja e de 0,8% no indicador de metro quadrado por loja. Apenas a relação de metro quadrado por check-out sofreu retração de 7%.



Direto das casas dos

SuperHiper Meu fornecedor chega à sua nona edição trazendo dados estratégicos e exclusivos para facilitar o contato do supermercadista com centenas de indústrias que estão nas preferências dos consumidores

O Guia Meu Fornecedor traz, pelo nono ano consecutivo, um cenário realista sobre os fabricantes de categorias de alto giro das cestas de alimentos, refrigerados, bebidas, higiene e beleza, limpeza e bazar, que estão de fato na casa dos consumidores, por meio de suas marcas.

Este estudo destaca-se não somente pelas relevantes informações contidas nele, mas também pela origem delas. O posicionamento dos fabricantes provém dos dados monitorados pela Kantar, parceira deste projeto, que utiliza painéis domiciliares para

apurar o nível de presença de cada categoria nos lares dos brasileiros (veja metodologia).

Nesta edição, em específico, o leitor tem acesso aos dados de 65 categorias pertencentes às referidas cestas de consumo e que possuem relevante presença nos domicílios. O objetivo deste guia, portanto, é fornecer subsídios para que a parceria entre supermercados e fornecedores seja cada vez mais forte e aperfeiçoada para atender, a contento, quem de fato manda no negócio varejista: o consumidor.



seus CLIENTES

Instrumento para uso cotidiano de compradores das redes e de supermercadistas em geral, sua utilidade vai muito além da consulta. A partir dos dados levantados pela Kantar, é possível observar o quanto ainda há de oportunidades para que categorias adentrem os lares brasileiros. Na prática, o foco desta pesquisa é levar ao conhecimento dos supermercados quais são as marcas mais presentes nos lares brasileiros e que, portanto, não podem faltar em suas gôndolas.

Nossa expectativa também é viabilizar correções de rotas, afinal, se alguma loja identificar que não trabalha com alguma das empresas líderes listadas neste estudo ou, então, que reserva a elas pouco espaço em suas gôndolas, está aí uma grande oportunidade de atualizar seu sortimento, refinar sua exposição e oferecer às pessoas aquilo que elas buscam.

Vale destacar que, para chegar ao resultado de classificação, o estudo leva em conta a somatória das marcas de cada empresa presentes nos lares, independentemente do canal em que o produto foi adquirido. A

colocação de primeiro até o quinto classificado é mostrado no total Brasil e também regionalmente, afinal, nem sempre os primeiros colocados em presença nos lares no País atuam em todas as áreas. Com a informação regionalizada sobre o percentual de lares em que as empresas estão presentes, o supermercadista tem mais referências para ajustar seu mix e agradar seus clientes.

E como este é um estudo sobre indústria e que mostra o que tem acontecido com as cestas de produtos, nas aberturas de cada uma delas apresentamos um breve cenário do respectivo segmento industrial. Ao longo do estudo, o supermercadista tem, ainda, acesso aos principais dados das indústrias, como razão social, endereço, site, telefone e suas marcas em cada categoria.

A produção deste guia, portanto, alinha-se com a missão da Abras e de *SuperHiper*, que é trabalhar pelo fortalecimento e desenvolvimento do autosserviço brasileiro.

Capa

Metodologia

Entenda as informações e a classificação das empresas listadas na publicação Meu Fornecedor, obtidas a partir de estudo da Kantar, elaborado com exclusividade para SuperHiper

A publicação *SuperHiper Meu Fornecedor* é um guia qualificado que traz informações estratégicas para a gestão dos supermercados. A classificação das empresas se dá a partir da presença de suas marcas nos lares brasileiros, com base no ano de 2018, em cada uma das 65 categorias de produtos destacadas nesta edição.

Este é, portanto, um ranking de penetração dos fabricantes das marcas nos lares, que traz ainda quatro outros importantes dados: a frequência de compras de cada categoria, o gasto médio despendido pelos consumidores, o volume médio comprado de cada item e a penetração geral da categoria nos domicílios. Todas essas informações são fornecidas pela Kantar e revisadas pelo Departamento de Economia e Pesquisa da Abras.

Os dados cadastrais das empresas também são disponibilizados por *SuperHiper*, como forma de prestação de serviço para os supermercados, no intuito de facilitar o contato com as empresas listadas nesta pesquisa. Outra informação compartilhada é a relação de marcas de cada empresa posicionada no ranking nacional, que reúne as cinco primeiras colocadas de cada categoria.

Importante destacar que a referida relação contempla o atual portfólio das empresas, ou seja, o quadro de marcas comercializadas no instante do fechamento desta edição e não o portfólio vigente no período da pesquisa realizada pela Kantar.

Classificação

Para obter a classificação das empresas (do primeiro ao quinto colocado em cada uma das categorias de produtos) a Kantar visita, semanalmente, 11.300 domicílios no Brasil, que representam um universo de 56 milhões de lares, e utiliza como critério a quantidade de lares que compraram determinado fabricante no período analisado. Este ano, novamente, o estudo traz também o percentual de penetração das empresas nos lares de forma regionalizada, por áreas Kantar.

Ranking de Penetração

O ranking é definido pela penetração das marcas no último ano (2018) dos cinco primeiros fabricantes em ordem decrescente para o Total Brasil e regiões. Cada fabricante

Garrafas PET

300mL

500mL

1000mL



OTIMIZE SEU FLV
PRODUZINDO
SUCOS NATURAIS

11 4433-2400

goodpack.com.br

@goodpackembalagens

é classificado pela somatória de todas as marcas que compõem o seu portfólio da categoria, no instante da conclusão da apuração. Cada ponto percentual de penetração representa 560 mil domicílios brasileiros.

Delimitação Regional

Cidades com mais de 10 mil habitantes, com exceção da Região Norte, cuja pesquisa representa cidades com mais de 200 mil habitantes. A área coberta pela Kantar corresponde a 81% da população domiciliar brasileira e representa 91% do potencial de consumo nacional.

a. **Norte e Nordeste** - Rondônia, Acre, Amapá, Amazonas e Pará (Piauí, Maranhão, Ceará, Alagoas, Pernambuco, Paraíba, Rio Grande do Norte, Sergipe e Bahia). Apenas na Região Norte cidades com mais de 200 mil habitantes (Rio Branco, Manaus, Macapá, Belém, Ananindeua, Benevides, Marituba, Santa Bárbara do Pará e Porto Velho).

b. **Centro-Oeste** - Goiás, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Brasília.

c. **Leste** - Minas Gerais, Espírito Santo, Interior do Rio de Janeiro.

d. **Grande Rio de Janeiro** - Região Metropolitana do RJ, segundo critério do IBGE.

e. **Grande São Paulo** - Região Metropolitana de SP, segundo critério do IBGE.

f. **Interior de São Paulo** - Interior e Litoral de SP com municípios de 10 mil habitantes, segundo critério do IBGE.

g. **Sul** - Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul.

Informações reportadas por categoria

1. **Penetração/ano** - é o percentual de lares que efetuaram ao menos uma compra no período de um ano.

2. **Gasto Médio domiciliar/ano** - é a média do desembolso por domicílio comprador medido no período de 1 (um) ano, em R\$.

3. **Frequência de Compras** - é o número médio de viagens que cada domicílio faz aos pontos de venda, em um ano, para comprar a categoria.

4. **Volume médio** - é a quantidade média comprada pelos lares que integram o painel Kantar de cada categoria. As unidades de medidas variam conforme a natureza do produto: unidades, quilos, litros, etc.

Dados cadastrais

Responsabilidade e coordenação - Departamento Comercial

Ações da equipe comercial

- Contato com cada fornecedor para atualizar dados cadastrais e portfólio de marcas
- Abordagem sobre o Projeto SH Meu Fornecedor e solicitação de atualização de dados cadastrais
- Envio de formulário e autorização para preenchimento dos dados
- Cobrança e confirmação dos dados enviados pelas empresas nas planilhas

A MELHOR FORMA DE VENDER FRUTAS, DENTRO DO COPO!

LINHA
COPOS



SALADA

GOOD PACK

ENTRE EM CONTATO E FAÇA UM ORÇAMENTO DE SUAS NOVAS EMBALAGENS PARA SALADA:



11 4433-2400



goodpack.com.br



Indústria na rota do CRESCIMENTO

Desempenho das comercializações no primeiro semestre de 2019 foi positivo em relação ao mesmo período do ano passado. No acumulado de 12 meses, o resultado também foi positivo

As vendas da indústria brasileira de alimentos registraram crescimento de 1,3% no primeiro semestre de 2019, em relação ao mesmo período do ano passado, de acordo com a pesquisa conjuntural da Associação Brasileira da Indústria de Alimentos (Abia). Já os dados acumulados nos últimos 12 meses (junho 2018 a junho 2019) mostram que o setor está em uma trajetória de recuperação gradual de crescimento. As vendas no período evoluíram positivamente em 1,1%.

“O desempenho da indústria de alimentos no primeiro semestre foi alinhado à dinâmica da economia do País. Com a aprovação das reformas estruturantes, a



Índice de Categorias

Achocolatado em Pó.....	38	Creme de Leite.....	51
Açúcar Refinado	39	Leite Condensado.....	52
Adoçante.....	40	Massa Instantânea.....	53
Azeite.....	42	Massa Tradicional.....	54
Biscoito Recheado	43	Molho de Tomate	55
Biscoito Salgado	44	Molho para Salada.....	56
Biscoito Cookies.....	45	Óleo de Soja	58
Bolo Industrializado	46	Óleos Especiais.....	59
Caldo.....	47	Pão Industrializado.....	60
Café Torrado e Moído	48	Salgadinho.....	61
Chocolate.....	50	Temperos.....	62



**Indicadores
Kantar
(1º semestre
2019)**

Tíquete médio: **R\$ 31,90**

Gasto médio: **R\$ 902,27**

Preço médio: **R\$ 5,60**

Frequência de compras: **29 vezes**

tendência é que todos os setores da economia cresçam de uma forma mais sustentável e mais rápida”, disse o presidente-executivo da entidade, João Dornellas.

Em termos de alimentos, os setores que mais se destacaram em vendas reais, em comparação com o primeiro semestre de 2018, foram: conservas de vegetais/frutas e sucos (extrato de tomate, milho, goiabada

e sucos de laranja), com alta de 5,4%; carnes e proteína animal, 0,6%; e óleos e gorduras (óleos vegetais, azeite, margarina e farelo de soja), com aumento de 0,5%.

Em relação à participação dos principais setores em faturamento, destaque para a categoria de proteína animal (22%), laticínios (10,5%), café, chás e cereais (10,2%), óleos e gorduras (9%) e derivados de trigo (5,8%). **Hi**

Achocolatado em Pó

Penetração/Ano (%)

2017 2018

88,7 87,9

1

Nestlé Brasil Ltda.

Av. das Nações Unidas, 17.007 - Várzea de Baixo - São Paulo - SP
CEP: 04794-000 - Site: www.nestle.com.br - Fone: (11) 5508-9737

Marcas atuais

Nescau
Nesquik

67,6%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

2

PepsiCo do Brasil Ltda.

Avenida Juscelino Kubitschek, 180 - Itaim Bibi - São Paulo - SP
CEP: 04532-030 - Site: www.pepsico.com.br - Fone: (11) 5188-7000

Marcas atuais

Toddy
Mágico

40,2%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

3

3corações Alimentos S/A

Rua Santa Clara, 100 - Santa Clara - Eusébio - CE
CEP: 61760-000 - Site: www.3coracoes.com.br - Fone: (85) 4006-5500

Marcas atuais

Chocolatto

16,3%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

4

Apti Alimentos Ltda.

Rua Rancho Queimado, 264 D - Alvorada - Chapecó - SC
CEP: 89804-440 - Site: www.apti.com.br - Fone: (49) 3361-5755

Marcas atuais

Apti

6,71%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

5

JAV Indústrias de Alimentos Ltda. - Maratá

Estrada Campo da Fazenda da Barragem, s/n - Zona Rural Lagarto - Sergipe
CEP: 49400-000 - Site: www.marata.com.br - Fone: (79) 3321-0101

Marcas atuais

Maratá

6,7%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

Classificação das empresas por região/Penetração nos lares (em %)

	NNE	CO	LE+IRJ	GRJ	GSP	ISP	SUL
1	Nestlé 65,20	PepsiCo 67,30	PepsiCo 59,50	Nestlé 79,90	Nestlé 69	Nestlé 69,40	Nestlé 80,10
2	3corações 26	Nestlé 58,60	Nestlé 55,10	PepsiCo 23,10	PepsiCo 51,90	PepsiCo 50,10	PepsiCo 27,40
3	PepsiCo 24,70	3corações 9,90	3corações 18,40	3corações 13,50	3corações 11,90	3corações 9,10	Apti Alimentos 15,70
4	Maratá 21,10	Apti Alimentos 5,20	Santa Amália 15,80	ABF 6,80	ABF 9,20	Apti Alimentos 7,40	3corações 11,50
5	ABF 3	ABF 5	Vilma Alimentos 8,30	Apti Alimentos 5,20	Apti Alimentos 8,90	Bretzke 7,20	Bretzke 5,40

Frequência de compra/Ano

2017

7,1 vezes

2018

6,9 vezes

Gasto médio/Ano (R\$)

2017

58,1

2018

54,7

Volume médio/Ano (kg/lar)

2017

4,34

2018

4,36

Açúcar Refinado

Penetração/Ano (%)

2017 2018
57,1 55,4

1

Camil Alimentos - União

Av. das Nações Unidas, 8.501 - 12º andar - Pinheiros - São Paulo/SP
CEP: 05425-070 - Site: www.ciauniao.com.br - Fone: 0800 013 2027

Marcas atuais
União

36,1%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

2

Usina Colombo S/A - Açúcar e Alcool

Fazenda Bela Vista, s/n - Bairro Moreira - Ariranha - SP
CEP: 15960-000 - Site: www.acucarcaravelas.com.br - Fone: (17) 3576-9000

Marcas atuais
Caravelas

27%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

3

Guarani S/A

Rod. Assis Chateaubriand, km 155, S/N Cx. Postal 168 - Olímpia - SP CEP:
15400-000 - Site: www.aguarani.com.br - Fone: (17) 3280-1000

Marcas atuais
Guarani

17,9%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

4

Usina Alto Alegre S/A - Açúcar e Alcool

Rua José Leite, 40 - Jd. Bongiovani - Presidente Prudente - SP
CEP: 19050-240 Site: www.altoalegre.com.br - Fone: (18) 3229-2955

Marcas atuais
Alto Alegre

16,5%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

5

Rouxinol Com. Ind. Ltda.

Corredor C Branco 07 - Jequié - Bahia - CEP: 45208-237
Fone: (73) 3526-4222

Marcas atuais
Rouxinol

1,4%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

Classificação das empresas por região/Penetração nos lares (em %)

	NNE	CO	LE+IRJ	GRJ	GSP	ISP	SUL
1	Rouxinol 5,20	Camil 9	Camil 25,40	Camil 93	Camil 84,60	Caravelas 41	Caravelas 50,10
2	Camil 3,20	Caravelas 0,70	Caravelas 10	Guarani 76,80	Caravelas 59,10	Camil 40,50	Usina Alto Alegre 48,80
3	Usina Estivas 3	-	Guarani 8,50	Caravelas 58,20	Usina Alto Alegre 39,30	Usina Alto Alegre 29,70	Camil 44,70
4	Kairis Açúcar 2,50	-	Top Produtos 6,10	Top Produtos 0,91	Guarani 37,80	Guarani 19,70	Guarani 16,60
5	AFC 2,10	-	Alto Alegre 0,70	Usina Alto Alegre 0,90	-	-	-

Frequência de compra/Ano

2017 2018
10,5 vezes 10 vezes

Gasto médio/Ano (R\$)

2017 2018
75,3 60,1

Volume médio/Ano (kg/lar)

2017 2018
33 32,2

Adoçante

Penetração/Ano (%)

2017 2018

28,9 26,4

1

Hypera Pharma

Av. Magalhães de Castro, 4.800 - 24º andar - Ed. Continental Tower
Cidade Jardim São Paulo - SP - CEP: 05502-001
Site: www.hypermarcas.com.br - Fone: (11) 3627-4000

Marcas atuais

Finn
Zero-Cal
Adocyl

17,5%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

2

WOW! Nutrition Ind. e Com. S/A - Gold Nutrition

Rua Gomes de Carvalho, 1.666 - São Paulo - SP - CEP: 04547-006
Site: www.wownutrition.com.br - Fone: (11) 3549-6500

Marcas atuais

Assugrin
Gold
Doce Menor
Tal & Qual

6,8%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

3

Lightsweet Ind. Com. Alim. Ltda. - Lowçucar

Rod. BR 376 - Lt. 300 A - km 188 - Cx. Postal 041 - Gleba Ribeirão Sarandi
Marialva - PR - CEP: 86990-000
Site: www.lightsweet.com.br - Fone: (44) 3232-8182

Marcas atuais

Lowçucar
Magro

4,6%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

4

Eic do Brasil Ind. e Com. de Alim. Ltda. - Linea

Av. Magalhães de Castro, 4.800 - Park Tower, 20º/201 - Cidade Jardim
Corporate Center - São Paulo - SP - CEP: 05676-900
Site: www.lineasucralose.com.br - Fone: (11) 2139-8000

Marcas atuais

Linea

3,3%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

5

JAV Indústrias de Alimentos Ltda. - Maratá

Estrada Campo da Fazenda da Barragem, s/n - Zona Rural Lagarto - SE
CEP: 49400-000 - Site: www.marata.com.br - Fone: (79) 3321-0101

Marcas atuais

Maratá

2%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

Classificação das empresas por região/Penetração nos lares (em %)

	NNE	CO	LE+IRJ	GRJ	GSP	ISP	SUL
1	Hypera Pharma 17,40	Hypera Pharma 11,20	Hypera Pharma 14,30	Hypera Pharma 23,00	Hypera Pharma 23,00	Hypera Pharma 18,80	Hypera Pharma 15,80
2	Gold Nutrition 8,20	Gold Nutrition 8,80	Gold Nutrition 8,00	Lightsweet 7,00	Gold Nutrition 9,30	Gold Nutrition 5,30	Lightsweet 12,20
3	Maratá 6,40	Linea 2,80	Linea 3,80	Gold Nutrition 5,80	Linea 4,10	Lightsweet 4,40	Gold Nutrition 2,00
4	Linea 3,40	Lightsweet 1,50	Lightsweet 3,60	Linea 4,90	Lightsweet 2,00	Linea 3,10	Linea 1,90
5	Lightsweet 3	Stevia Farma 0,40	Cosan 3	Stevia Farma 1,70	Stevia Farma 0,90	Cosan 0,50	Maratá 0,80

Frequência de compra/Ano

2017

3,6 vezes

2018

3,5 vezes

Gasto médio/Ano (R\$)

2017

22,1

2018

23,7

Volume médio/Ano (l/lar)

2017

4,80

2018

4,70



A maior marca de alimentos saudáveis sem açúcar do Brasil apresenta seus lançamentos!



Bombons

sem adição de açúcares

Muito Sabor

- RECHEIO —
- CREMOSO •
- NÃO CONTÉM —
- GLÚTEN •

Sabores exclusivos em 2 versões:

Clássicos

- Chocolate branco com recheio de avelã
- Chocolate ao leite com recheio de mousse
- Chocolate dark com recheio de caramelo

Frutas

- Chocolate branco com recheio de blueberry
- Chocolate ao leite com recheio de coco
- Chocolate dark com recheio de frutas vermelhas



Recheados com frutas de verdade!

Apresentações

- Pouch de 110g com 10 bombons sortidos
- Display com 18 bombons, nos sabores: chocolate ao leite com recheio de mousse e chocolate ao leite com recheio de coco



Barras de proteína macias e saborosas para um lanche nutritivo!

Sabores

- Cookies'n Cream
- Paçoca
- Chocolate



Biscoito integral sem adição de açúcar em embalagem para compartilhar!

Sabores

- Banana e Canela
- Cacau e Cereais
- Laranja e Cenoura



Divulgação dos nossos lançamentos!

Além da **Juliana Paes**, nossa embaixadora da marca, temos também um time muito especial de influenciadores que juntos somam mais de **72 milhões de seguidores** no Instagram.

Internet



Veiculação de anúncios no Facebook e Instagram através de um plano de mídia com cobertura nacional.

Azeites

Penetração/Ano (%)

2017 2018
35,5 37,2

1

Gallo Portugal

Av. Eng. Luiz Carlos Berrini, 105 - 16º andar - Ed. Berrini One - São Paulo - SP
CEP 04571-011 - Site: www.gallooliveoil.com - Fone: 0800-042 00 30

Marcas atuais
Gallo

18,7%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

2

Sovena

Rua Tabapuã, 888 - cj 11 - Itaim Bibi - São Paulo - SP - CEP 04533-003
www.sovenagroup.com - (11) 3051-3485

Marcas atuais
Andorinha

13,1%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

3

Camil Alimentos

<http://cocinero.com.br/origem> - SAC: 0800 013 33 00

Marcas atuais
Cocinero

4,2%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

4

Cargill Agrícola S/A

Av Chucri Zaidan, 1.240 - 6º andar - Chácara Santo Antônio - São Paulo - SP - CEP: 04709-111 - www.cargillfoodservice.com.br - Fone: (11) 5099-3311

Marcas atuais
Borges
Maria

4%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

5

O-Live

Olivos del Sur S/A - O-Live & Co - www.o-liveandco.com
Fone: (21) 3500-6923

Marcas atuais
O-Live & Co

1,8%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

Classificação das empresas por região/Penetração nos lares (em %)

	NNE	CO	LE+IRJ	GRJ	GSP	ISP	SUL
1	Gallo 15,90	Gallo 22,50	Gallo 22,90	Sovena 34,20	Gallo 24,20	Gallo 20,30	Sovena 6,90
2	Sovena 6	Sovena 12,80	Sovena 13,60	Gallo 29,10	Sovena 19,50	Sovena 15,50	Gallo 6,00
3	Cocinero 3,30	Cargill 5,70	Cocinero 6,90	O-Live 16,80	Cocinero 6,60	Cocinero 6,40	La Violetera 2,90
4	Cargill 2,70	Cocinero 1,91	Cargill 4,70	Cargill 6,90	Cargill 4,90	Cargill 4,30	Cargill 2,30
5	Bunge 1,60	La Violetera 1,50	Molinos 3,20	Cocinero 3,10	Bunge 1,40	Bunge 2,30	Molinos 1,90

Frequência de compra/Ano

2017 2018
2,9 vezes 3,1 vezes

Gasto médio/Ano (R\$)

2017 2018
44,9 55,8

Volume médio/Ano (l/lar)

2017 2018
1,51 1,63

Biscoito Recheado e Tortinha

Penetração/Ano (%)

2017 2018
91,7 91,4

1

Nestlé Brasil Ltda.

Av. das Nações Unidas, 17.007 - Várzea de Baixo - São Paulo - SP
CEP: 04794-000- Site: www.nestle.com.br - Fonte: (11) 5508-9737

Marcas atuais
Passatempo/Bono
Negresco/Prestígio
Classic/Nescau
Moça/Garoto

59,7%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

2

M. Dias Branco Ind. Com. de Alimentos S/A

Rod. BR 116 - km 18 - Jabuti-Eusébio - CE - CEP: 61760-000
Site: www.mdiasbranco.com.br - Fonte: (85) 4005-5000

Marcas atuais
Adria/Bonsabor/Estrela
Pelaggio/Fortaleza/Isabela
Richester/Vitarella
Pilar/Zabet

57,3%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

3

Pandurata Alimentos Ltda. - Bauducco

Rua Fritz Reimann, 628 - Vila São João - Guarulhos - SP
CEP: 07044-020 - Site: www.bauducco.com.br - Fone: (11) 2573-9400

Marcas atuais
Bauducco Recheados
Bauducco Recheadinhos
Visconti Recheados

40,1%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

4

Mondelēz Internacional

Rua Surubim, 373 - Brooklin Novo - São Paulo - SP - CEP: 04571-050
Site: www.mondelezinternacional.com - Fone: (11) 2179-1600

Marcas atuais
Trakinas/Chocolícia
Oreo/Lacta Biscoitos
Recheados
Club Social Recheados

37,8%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

5

Arcor do Brasil Ltda.

Rua das Olimpíadas, 205 - 16º Andar - Vila Olímpia - São Paulo - SP
CEP: 04551-000 - Site: www.arcor.com.br - (11) 3046-6800

Marcas atuais
Aymoré/Break Up
Danix/Triunfo

21,3%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

Classificação das empresas por região/Penetração nos lares (em %)

	NNE	CO	LE+IRJ	GRJ	GSP	ISP	SUL
1	M.Dias Branco 83,80	Nestlé 69,60	Nestlé 63,30	Mondelēz 73	Nestlé 68,70	Nestlé 70,30	Nestlé 54,10
2	Bom Gosto 48,60	M.Dias Branco 50,40	Pandurata 41	Nestlé 66	Mondelēz 64,50	M.Dias Branco 48,30	M.Dias Branco 53,40
3	Nestlé 47,20	Pandurata 36,00	M.Dias Branco 31,20	M.Dias Branco 50	Pandurata 59,80	Mondelēz 42,90	Mondelēz 49,30
4	Pandurata 35,70	Mondelēz 31,90	Mondelēz 22,20	Pandurata 46,10	M.Dias Branco 51,10	Pandurata 40	Parati 28
5	Mondelēz 16,70	Arcor 17,00	Arcor 8,30	Parati 26,70	Arcor 25,70	Marilan 23,30	Marilan 21,80

Frequência de compra/Ano

2017 2018
10,8 vezes 10,1 vezes

Gasto médio/Ano (R\$)

2017 2018
57,8 54,8

Volume médio/Ano (kg/lar)

2017 2018
4,61 4,38

Biscoito Salgado

Penetração/Ano (%)

2017 2018

96,6 95,9

1

M. Dias Branco Ind. Com. de Alimentos S/A

Rod. BR 116 - km 18 - Jabuti-Eusébio - CE - CEP: 61760-000
Site: www.mdiasbranco.com.br - Fone: (85) 4005-5000

Marcas atuais
Adria Plus Life/Bonsabor
Estrela/Pelaggio
Fortaleza/Isabela
Richester/Vitarella/Pilar/Zabet

66,5%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

2

Marilan Alimentos S/A

Av. José de Grande, 518/642 - Fragata C - Marília - SP
CEP: 17519-903 - Site: www.marilan.com - Fone: (14) 2105-6000

Marcas atuais
Marilan
Pit Stop

42,6%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

3

Mondelēz Internacional

Rua Surubim, 373 - Brooklin Novo - São Paulo - SP - CEP: 04571-050
Site: www.mondelezinternacional.com - Fone: (11) 2179-1600

Marcas atuais
Club Social
Bon Gouter

40,3%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

4

Arcor do Brasil Ltda.

Rua das Olimpíadas, 205 - 16º Andar - Vila Olímpia - São Paulo - SP
CEP: 04551-000 - Site: www.arcor.com.br - Fone: (11) 3046-6800

Marcas atuais
Triunfo
Aymoré

23,2%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

5

PepsiCo do Brasil Ltda.

Av. Juscelino Kubitschek, 180 - Itaim Bibi - São Paulo - SP
CEP: 04532-030 - Site: www.pepsico.com.br - Fone: (11) 5188-7000

Marcas atuais
Mabel
Elbis
eQlibri

15,9%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

Classificação das empresas por região/Penetração nos lares (em %)

	NNE	CO	LE+IRJ	GRJ	GSP	ISP	
1	M.Dias Branco 95,90	M.Dias Branco 69,10	Arcor 62,30	M.Dias Branco 78,90	M.Dias Branco 67,80	M.Dias Branco 42	M.Dias Branco 50,50
2	Marilan 47,50	Marilan 51,40	Marilan 54,70	Mondelēz 60,20	Mondelēz 49,60	Marilan 41,30	Mondelēz 47,60
3	Mondelēz 38	PepsiCo 50,80	M.Dias Branco 38	Marilan 37,10	Arcor 37,50	Mondelēz 34	Parati 31,90
4	Petyan 18	Mondelēz 32,20	Mondelēz 28,30	Pandurata 27,60	Marilan 31,80	Arcor 30,90	Marilan 29,60
5	D.Benta/Agua 14,90	Liane 16,50	PepsiCo 21,30	PepsiCo 22,30	Panco 29,60	Panco 29,20	Bela Vista 17,40

Frequência de compra/Ano

2017

11,5 vezes

2018

11,4 vezes

Gasto médio/Ano (R\$)

2017

75,8

2018

77,6

Volume médio/Ano (kg/lar)

2017

7,20

2018

7,10

Biscoito Cookie

Penetração/Ano (%)

2017 2018
44 45,6

1

Pandurata Alimentos Ltda. - Bauducco

Rua Fritz Reimann, 628 - Vila São João - Guraulhos - SP
CEP: 07044-020 - Site: www.bauducco.com.br - Fone: (11) 2573-9400

Marcas atuais
Bauducco
Visconti

27,1%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

2

PepsiCo do Brasil Ltda.

Av. Juscelino Kubitschek, 180 - Itaim Bibi - São Paulo - SP
04532-030 - Site: www.pepsico.com.br - Fone: (11) 5188-7000

Marcas atuais
Toddy
Quaker

10,8%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

3

Marilan Alimentos S/A

Av. José de Grande, 518/642 - Fragata C - Marília - SP
CEP: 17519-903 - Caixa Postal 142 - Site: www.marilan.com - Fone: (14) 2105-6000

Marcas atuais
Marilan

6,4%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

4

M. Dias Branco Ind. Com. de Alimentos S/A

Rod. BR 116 - km 18 - Jabuti-Eusébio - CE - CEP: 61760-000
Site: www.mdiasbranco.com.br - Fone: (85) 4005-5000

Marcas atuais
Adria/Adria Plus Life
Vitarella/Richester
Isabela

4,9%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

5

Mondelēz Internacional

Rua Surubim, 373 - Brooklin Novo - São Paulo - SP - CEP: 04571-050
Site: www.mondelezinternacional.com - Fone: (11) 2179-1600

Marcas atuais
Lacta Cookies
Chocooky

4,7%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

Classificação das empresas por região/Penetração nos lares (em %)

	NNE	CO	LE+IRJ	GRJ	GSP	ISP	SUL
1	Pandurata 22,60	Pandurata 27,20	Pandurata 25,30	Pandurata 40,60	Pandurata 39,00	Pandurata 24,90	Pandurata 21,80
2	M. Dias Branco 11,90	PepsiCo 19,00	PepsiCo 12,60	PepsiCo 5,80	PepsiCo 12,40	PepsiCo 13,10	PepsiCo 12,50
3	Marilan 7,10	Mondelēz 6,60	Arcor 11,70	Mondelēz 4,30	Mondelēz 5,80	Marilan 6,70	Marilan 8,60
4	PepsiCo 6,20	Marilan 4,60	Marilan 6,80	Nestlé 3,30	M. Dias Branco 5,70	M. Dias Branco 3,70	Mondelēz 8,20
5	Nestlé 3,10	Nestlé 4,30	Nestlé 3,40	Marilan 3,00	Marilan 5,00	Panco 2,00	Nestlé 4,90

Frequência de compra/Ano

2017 2018
3 vezes 3 vezes

Gasto médio/Ano (R\$)

2017 2018
16,76 17,90

Volume médio/Ano (gr/lar)

2017 2018
615 595

Bolo Pronto Industrializado

Penetração/Ano (%)

2017 2018

49,3 49,4

1

Pandurata Alimentos Ltda. - Bauducco

Rua Fritz Reimann, 628 - Vila São João - Guraulhos - SP
CEP: 07044-020 - Site: www.bauducco.com.br - Fone: (11) 2573-9400

Marcas atuais
Bauducco Bolinhos
Bauducco Roll e Duo
Visconti Bolinhos

23,2%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

2

Bimbo do Brasil Ltda.

Rua Érico Veríssimo, 342 - Jd. Cambará - São Paulo - SP
CEP: 05560-900 - Site: www.grupobimbo.com.br - Fone: (11) 2177-9000

Marcas atuais
Pullman
Nutrella
Plus Vita

17,8%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

3

Lua Nova Ind. Com. Prod. Alim. Ltda. - Panco

Rua Municipal 1539 - São Paulo - SP - CEP: 03661-000
Site: www.panco.com.br - Fone: (11) 2957-1000

Marcas atuais
Panco

8,8%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

4

M. Dias Branco Ind. Com. de Alimentos S/A

Rod. BR 116 - km 18 - Jabuti-Eusébio - CE
CEP: 61760-000 - Site: www.mdiasbranco.com.br - Fonte: (85) 4005-5000

Marcas atuais
Adria/Pelaggio/Richester
Treloso/Isabela

6,5%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

5

Doceria Campos do Jordão Ltda. - Santa Edwiges

Rod. SP 122, 1.200 - Estância Turística Rib. Pires - São Paulo - SP
CEP: 09430-000 - Site: www.santaedwiges.com - Fone: (11) 4828-8888

Marcas atuais
Santa Edwiges
Santa Edwiges Animal

3,4%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

Classificação das empresas por região/Penetração nos lares (em %)

	NNE	CO	LE+IRJ	GRJ	GSP	ISP	SUL
1	Pandurata 32,90	Pandurata 25,70	Pandurata 29,60	Bimbo 36,80	Bimbo 43	Bimbo 23,50	Bimbo 17,90
2	M. Dias Branco 19,20	Bimbo 7,90	Bimbo 12,50	Pandurata 17,30	Panco 28,80	Panco 18,80	Pandurata 15,10
3	Bimbo 3,70	M. Dias Branco 5,90	Panco 5,70	Panco 16,60	Pandurata 18,10	Pandurata 11,30	Selmi 4,10
4	Santa Edwiges 1,80	Selmi 3,40	Santa Edwiges 2	Maxigram 9	Santa Edwiges 9,10	Seven Boys 5,90	Santa Edwiges 4,10
5	Selmi 0,80	Casa Suíça 0,70	M. Dias Branco 1,80	Santa Edwiges 2,70	Seven Boys 6,70	Santa Edwiges 4,60	Seven Boys 2,30

Frequência de compra/Ano

2017 2018
3,8 vezes 3,7 vezes

Gasto médio/Ano (R\$)

2017 2018
20,4 19,6

Volume médio/Ano (kg/lar)

2017 2018
0,9 0,8

Caldo

Penetração/Ano (%)

2017 2018
79,8 75,3

1

Unilever Brasil Ltda.

Av. Nações Unidas, 14.261 - Vila Gertrudes - Torre B (3º a 10º andar) - São Paulo - SP
CEP: 04533-085 - Site: www.unilever.com.br

Marcas atuais

Knorr
Arisco

55,6%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

2

Nestlé Brasil Ltda.

Av. das Nações Unidas, 17.007 - Várzea de Baixo - São Paulo - SP
CEP: 04794-000 - Site: www.nestle.com.br - Fone: (11) 5508-9737

Marcas atuais

Maggi
Maggi Caldo Líquido
de Casa

46,6%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

3

Ajinomoto Brasil Ind. Com. Alim. Ltda.

Rua Vergueiro, 1.737 - Vila Mariana - São Paulo - SP
CEP: 04101-000 Site: www.ajinomoto.com.br - Fone: (11) 5080-6700

Marcas atuais

Sazón

18,4%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

4

General Mills Brasil Alimentos Ltda.

Av. Chucri Zaidan, 940 - 7º andar - Torre 2 - Brooklin - São Paulo - SP
CEP: 04583-906 - Site: www.kitano.com.br - Fone: (11) 2188-8800/8890

Marcas atuais

Kitano

9,8%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

5

Liotécnica Tecnologia em Alimentos

Av. João Paulo I, 1.098 - Embu das Artes - SP
CEP: 06817-000 - Site: www.qualimax.com.br - Fone: (11) 4785-2300

Marcas atuais

Qualimax

0,3%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

Classificação das empresas por região/Penetração nos lares (em %)

	NNE	CO	LE+IRJ	GRJ	GSP	ISP	SUL
1	Nestlé 59,70	Unilever 55,10	Unilever 68,90	Unilever 59,40	Unilever 47,50	Unilever 49,60	Nestlé 54,00
2	Unilever 56,40	Nestlé 34,30	Nestlé 48,00	Nestlé 45,50	Nestlé 28,70	Nestlé 33,80	Unilever 51,10
3	Ajinomoto 20,80	Yoki 14,20	Ajinomoto 12,90	Ajinomoto 28,20	Ajinomoto 22,90	Ajinomoto 16,30	Ajinomoto 15,60
4	General Mills 11,90	Ajinomoto 12,00	General Mills 9,60	General Mills 9,50	General Mills 7,40	General Mills 6,60	General Mills 9,10
5	Liotécnica 0,30	Liotécnica 0,50	Liotécnica 0,20	Liotécnica 0,10	Liotécnica 0,30	Liotécnica 0,50	Liotécnica 0,20

Frequência de compra/Ano

2017 2018
6,3 vezes **5,9** vezes

Gasto médio/Ano (R\$)

2017 2018
19,7 **19,4**

Volume médio/Ano (litro/lar)

2017 2018
43,7 **41,4**

Café Torrado e Moído

Penetração/Ano (%)

2017 2018

95,4 94,3

1

3corações Alimentos S/A

Rua Santa Clara, 100 - Santa Clara - Eusébio - CE
CEP: 61760-000 - Site: www.3coracoes.com.br - Fone: (85) 4006-5500

Marcas atuais
3corações/Santa Clara
Pimpinela/Fino Grão
Letícia/Fort/Kimimo

61,6%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

2

Jacobs Douwe Egberts - JDE

Av. Marcos Penteado de Ulhôa Rodrigues, 939 - 2º andar - Barueri - SP
CEP: 06460-040 - Site: www.jacobsdouweegberts.com
Fone: 0800 707 74 42

Marcas atuais
Pilão/Café do Ponto
Caboclo/Damasco
Moka/Seleto/Pelé
L'OR/Bom Taí

44,8%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

3

Melitta do Brasil Ind. e Com. Ltda.

Rua Arquiteto Olavo Redig de Campos 105 - Bloco B -
CEP: 04711-904 - Site: www.melitta.com.br - Fone: 0800 140 203

Marcas atuais
Melitta
Bom Jesus

25,7%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

4

Indústrias Alimentícias Maratá - Ltda.

Rod. BR - 101 - km 118 - s/n - Distrito Ind. Manoel Conde Sobral
Itaporanga D'Ajuda - SE - CEP: 49120-000
Site: www.marata.com.br - Fone: (79) 3264-2800

Marcas atuais
Café Maratá
Café Puro

16,2%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

5

Mitsui Alimentos

Rua Alexandre Dumas, 2.100 - 9º andar - Chácara Santo Antônio - São Paulo - SP
CEP: 04717-004 - Site: mitsuialimentos.com - Fone: (11) 2197-8500

Marcas atuais
Café Brasileiro Tradicional
Café Brasileiro Extra Forte
Café Superior
Tutta Crema

12,9%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

Classificação das empresas por região/Penetração nos lares (em %)

	NNE	CO	LE+IRJ	GRJ	GSP	ISP	SUL
1	3corações 76	3corações 47	3corações 68	JDE 80	JDE 82	JDE 46	Melitta 54
2	Maratá 54	Mitsui Alimentos 30	JDE 23	3corações 78	3corações 60	3corações 41	JDE 53
3	JDE 31	Rancheiro 27	Melitta 19	Melitta 32	Mitsui Alimentos 32	Melitta 23	3corações 48
4	Melitta 18	Sítio 22	Segafredo Zanetti 9	Bom Dia 17,1	Melitta 27	Mitsui Alimentos 21	Alvorada 9
5	São Braz 13	JDE 21	Favorito 8	Sul Minas 17	Jardim 18	Canecão 17	Odebrecht 7

Frequência de compra/Ano

2017 2018

15,8 vezes 15,3 vezes

Gasto médio/Ano (R\$)

2017 2018

190,3 183,4

Volume médio/Ano (kg/lar)

2017 2018

10,6 10,6

Abra seu Coração



Chocolate

Penetração/Ano (%)

2017 2018

83,9 86,4

1

Mondelēz Internacional

Rua Surubim, 373 - Brooklin Novo - São Paulo - SP - CEP: 04571-050
Site: www.mondelezinternacional.com - Fone: (11) 2179-1600

Marcas atuais

Lacta
Toblerone

63,8%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

2

Chocolates Garoto S/A

Av. das Nações Unidas, 17.007 - Várzea de Baixo - São Paulo - SP
CEP: 04794-000 - Site: www.garoto.com.br - Fone: (27) 3320-1551

Marcas atuais

Garoto
Baton
Talento
Serenata

61%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

3

Nestlé Brasil Ltda.

Av. das Nações Unidas, 17.007 - Várzea de Baixo - São Paulo - SP
CEP: 04794-000 - Site: www.nestle.com.br - Fone: (11) 5508-9737

Marcas atuais

Nestlé
Kit Kat
Alpino
Prestígio
Especialidades

58,9%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

4

Hershey's do Brasil Ltda.

Av. das Nações Unidas, 8.501 - 31º andar, Pinheiros - São Paulo - SP
CEP: 05425-070 - Site: www.hersheys.com.br - Fone: (11) 4883-8283

Marcas atuais

Hershey's (Mais, Mais Minis,
Paçoca, Special Dark,
Special Milk, Cereal, Creamy,
Kisses, Bites, Cocada) Reese's, Ioiô
(Mix e Crem)/Granulados Visconti

23,7%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

5

Masterfoods Brasil Alimentos Ltda. - Mars

Rod. Presidente Dutra - km 174,5 - Norte - s/n - Guararema - SP
Site: www.masterfoods.com.br - Fone: (11) 4693-8100

Marcas atuais

M&M
Twix
Snickers
MilkyWay

17,4%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

Classificação das empresas por região/Penetração nos lares (em %)

	NNE	CO	LE+IRJ	GRJ	GSP	ISP	SUL
1	Garoto 65,60	Mondelēz 60,80	Garoto 75,20	Garoto 83,30	Mondelēz 76,40	Mondelēz 69,30	Mondelēz 78,50
2	Mondelēz 50	Nestlé 57,30	Mondelēz 64,50	Nestlé 61,60	Nestlé 72,30	Nestlé 65,50	Nestlé 72
3	Nestlé 41,60	Garoto 50,40	Nestlé 61	Mondelēz 58,50	Garoto 54,50	Garoto 41,50	Garoto 54,80
4	Hershey's 15,40	Arcor 15,90	Arcor 26,40	Hershey's 31,90	Hershey's 38,70	Hershey's 25,50	Neugebauer 38,90
5	Masterfoods 10,20	Hershey's 12,90	Hershey's 24,50	Masterfoods 22,30	Masterfoods 33,60	Masterfoods 20,10	Hershey's 26

Frequência de compra/Ano

2017

8,3 vezes

2018

9 vezes

Gasto médio/Ano (R\$)

2017

69,98

2018

76,44

Volume médio/Ano (kg/lar)

2017

2,49

2018

2,66

Creme de Leite

Penetração/Ano (%)

2017 2018
89,4 89,2

1 Goiasminas Ind. de Laticínios Ltda. - Italc

Rod. GO 139 - km 1, s/n - Setor Industrial - Corumbá - GO
CEP: 75680-000 - Site: www.italac.com.br - Fone: (11) 2889-5959

Marcas atuais
Italc

43%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

2 Laticínios Bela Vista Ltda. - Piracanjuba

Rua Bom Jardim, 201 - Res. Alphaville Flamboyant - Goiânia - GO
CEP: 74884-552 - Site: www.piracanjuba.com.br - Fone: (62) 3946-8300

Marcas atuais
Piracanjuba

40%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

3 Lactalis do Brasil Ltda.

Rua Hungria, 1.400 - 1º andar - Jardim Europa - São Paulo
CEP: 01455-000 - Site: www.parmalat.com.br - Fone: (11) 5633-2606

Marcas atuais
Parmalat

31,8%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

4 Nestlé Brasil Ltda.

Av. das Nações Unidas, 17.007 - Várzea de Baixo - São Paulo - SP
CEP: 04794-000 - Site: www.nestle.com.br - Fone: (11) 5508-9737

Marcas atuais
Nestlé

20,4%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

5 NovaMix Ind. e Com. de Alimentos Ltda. - Quatá

Av. Manoel Domingos Pinto, 09 - Pq. Anhanguera - São Paulo - SP
CEP: 05120-000 - Site: www.quataalimentos.com.br - Fone: (11) 3649-2686

Marcas atuais
Quatá
Glória

18,4%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

Classificação das empresas por região/Penetração nos lares (em %)

	NNE	CO	LE+IRJ	GRJ	GSP	ISP	SUL
1	Piracanjuba 48,90	Piracanjuba 65,20	Lactalis 38,80	Lactalis 52,50	Italc 52,40	Italc 40,40	Tirol 45,30
2	Italc 35,60	Italc 59,00	Piracanjuba 36,60	Piracanjuba 50	Piracanjuba 35,50	Piracanjuba 35,90	Piracanjuba 39,90
3	Lactalis 31,60	Lactalis 45,50	Nova Mix 33,70	Nova Mix 44,30	Jussara 30,40	Jussara 33,20	Italc 35,40
4	Nestlé 16,30	Nestlé 21,30	Italc 25,80	Italc 41,90	Nestlé 29,20	Nestlé 29,50	CCGL 27,00
5	Mococa 10	Mococa 13,90	Jussara 25,30	Nestlé 33,90	Lactalis 25	Líder Alimentos 22,10	Lactalis 25,70

Frequência de compra/Ano

2017 2018
7,1 vezes 7,2 vezes

Gasto médio/Ano (R\$)

2017 2018
37,8 40,1

Volume médio/Ano (kg/lar)

2017 2018
3,47 3,68

Leite Condensado

Penetração/Ano (%)

2017 2018

90,7 89,9

1

Goiasminas Ind. de Laticínios Ltda. - Italac

Rod. GO 139 - km 1, s/n - Setor Industrial - Corumbáiba - GO
CEP: 75680-000 - Site: www.italac.com.br - Fone: (11) 2889-5959

Marcas atuais
Italac

50,3%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

2

Laticínios Bela Vista Ltda. - Piracanjuba

Rua Bom Jardim, 201 - Res. Alphaville Flamboyant, Goiânia - GO
CEP: 74884-552 - www.piracanjuba.com.br - (62) 3946-8300

Marcas atuais
Piracanjuba

44,4%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

3

Nestlé Brasil Ltda.

Av. das Nações Unidas, 17007 - Várzea de Baixo - São Paulo - SP -
CEP: 04794-000 - Site: www.nestle.com.br - Fone: (11) 5508-9737

Marcas atuais
Moça

27,7%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

4

Doce Mineiro Ltda.

Rod. BR 153 - km 37 - Canápolis - MG
CEP: 38380-000 - Site: www.docemineiro.ind.br - Fone: (34) 3266-3200

Marcas atuais
Triângulo Mineiro

25,3%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

5

Coop. Central dos Prod. Rurais de MG - Ltda - Itambé

Caixa Postal 1767 - Belo Horizonte - MG
CEP: 3023-970 - Site: www.itambe.com.br - Fone: 0800 703 40 50

Marcas atuais
Itambé

17,3%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

Classificação das empresas por região/Penetração nos lares (em %)

	NNE	CO	LE+IRJ	GRJ	GSP	ISP	SUL
1	Italac 66,90	Bela Vista 77,20	Doce Mineiro 59,70	Nestlé 68	Italac 79	Italac 66,70	Bela Vista 68
2	Bela Vista 44,70	Italac 62,10	Bela Vista 56,70	Italac 66,00	Bela Vista 56,10	Bela Vista 62,60	Italac 61,90
3	Marajoara 31,90	Marajoara 37,10	Cemil 41,90	Bela Vista 63,20	Nestlé 54,30	Nestlé 53,00	Tirol 51,80
4	Betânia 28,30	Itambé 33,70	Itambé 39,20	Nova Mix 62,70	Marajoara 37,60	Doce Mineiro 36,90	Doce Mineiro 50,50
5	Itambé 22,80	Baduy & Cia. 30,70	Italac 38,10	Itambé 46,20	Itambé 34	Mococa 30,00	Frimesa 50

Frequência de compra/Ano

2017 2018

7,30 vezes 7,40 vezes

Gasto médio/Ano (R\$)

2017 2018

55,8 54,1

Volume médio/Ano (kg/lar)

2017 2018

6,24 6,53

Massa Instantânea

Penetração/Ano (%)

2017 2018
87,1 87,1

1

Nissin Ajinomoto Alimentos Ltda.

Rua Alves Guimarães, 1.297 - Jd. América - São Paulo - SP
CEP: 05410-926 - Site: www.nissin.com.br - Fone: (11) 3094-5900

Marcas atuais
Nissin Lámen/ Nosso Sabor/Cup Noodles/Nissin Suave/Turma da Mônica
Nissin Talharim

74%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

2

M. Dias Branco Ind. Com. de Alimentos S/A

Rod. BR 116 - km 18 - Jabuti-Eusébio - CE
CEP: 61760-000 - Site: www.mdiasbranco.com.br - Fone: (85) 4005-5000

Marcas atuais
Adria/Isabela/Richester
Vitarella/Fortaleza
Basilar

24,8%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

3

Nestlé Brasil Ltda.

Av. das Nações Unidas, 17.007 - Várzea de Baixo - São Paulo - SP
CEP: 04794-000 - Site: www.nestle.com.br - Fone: (11) 5508-9737

Marcas atuais
Maggi Lámen

20,5%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

4

Pastifício Selmi S/A

Rod. Virginia Viel Dall'Orto, s/n - km 1,9 - Chácara Monte Alegre - Sumaré - SP
CEP: 13175-585 - Site: www.selmi.com.br - Fone: (19) 3873-8400

Marcas atuais
Renata Express

17,5%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

5

Indústrias Alimentícias Maratá Ltda.

BR. 101, km 118 s/n - Distrito Ind. Manoel Conde Sobral - Itaporando D'Ajuda
Sergipe - CEP: 49120-000 - Site: www.marata.com.br
Fone: (79) 3264-2800

Marcas atuais
Maratá

9,4%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

Classificação das empresas por região/Penetração nos lares (em %)

	NNE	CO	LE+IRJ	GRJ	GSP	ISP	SUL
1	Nissin 75,90	Nissin 77,80	Nissin 68,70	Nissin 76,70	Nissin 77,50	Nissin 69,20	Nissin 73,50
2	M. Dias Branco 52,10	Grupo GSA 29	Santa Amalia 34	Cadore 17,40	Panco 35,10	Selmi 29,80	Selmi 33,90
3	Nestlé 36,80	Selmi 19	Selmi 13,20	Nestlé 16,31	M. Dias Branco 22,60	Panco 25,10	Nestlé 24,40
4	Maratá 24,80	Nestlé 8,70	Nestlé 9,20	M. Dias Branco 16,30	Selmi 19,80	M. Dias Branco 17,20	M. Dias Branco 20,50
5	Grupo GSA 15,80	Predilecta 8,60	Grupo GSA 8	Selmi 14,70	Nestlé 11,40	Nestlé 12,70	Germani 13,60

Frequência de compra/Ano

2017 2018
9,2 vezes 9 vezes

Gasto médio/Ano (R\$)

2017 2018
47,7 46,3

Volume médio/Ano (kg/lar)

2017 2018
3,47 3,35

Massa Tradicional

Penetração/Ano (%)

2017 2018
99 98,6

1

M. Dias Branco Ind. Com. de Alimentos S/A

Rod. BR 116 - km 18 - Jabuti-Eusébio - CE
CEP: 61760-000 - Site: www.mdiasbranco.com.br - Fone: (85) 4005-5000

Marcas atuais
Adria/Basilar/ Bonsabor
Estrela/Pelaggio
Fortaleza/Isabela/Riches-
ter/Vitarella/Pilar

72,1%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

2

J. Macêdo S/A

Rua Verbo Divino, 1.207 - São Paulo - SP
CEP: 04719-002 - Site: www.jmacedo.com.br - Fone: (11) 2132-7116

Marcas atuais
Dona Benta/Petybon/Boa
Sorte/Brandini/Paraíba
Familiar/Favorita
Madremassas/Águia

46,2%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

3

Pastifício Selmi S/A

Rod. Virginia Viel Dall'Orto, s/n - km 1,9 - Chácara Monte Alegre - Sumaré - SP
CEP: 13175-585 - Site: www.selmi.com.br - Fone: (19) 3873-8400

Marcas atuais
Galo
Renata

40,5%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

4

Pastifício Santa Amália S/A

BR 267, km 2 - Machado - MG - CEP: 37750-000
Site: santamaliaalimentos.com.br - Fone: (35) 3295-9000

Marcas atuais
Santa Amália

25,2%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

5

Domingos Costa Ind. Alim. S/A - Vilma Alimentos

Praça Louis Ensich, 160 - Cidade Industrial - Contagem - MG
CEP: 32210-050 - Site: www.vilma.com.br - Fone: (31) 3507-3301

Marcas atuais
Vilma/Yara
Pirata/Ave Maria Óregon

19,2%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

Classificação das empresas por região/Penetração nos lares (em %)

	NNE	CO	LE+IRJ	GRJ	GSP	ISP	SUL
1	M. Dias Branco 93,4	Selmi 60,4	Santa Amália 84,9	M. Dias Branco 89,9	J. Macêdo 84,6	M. Dias Branco 76,3	M. Dias Branco 70,4
2	J. Macêdo 54,2	Liane 45,2	Vilma 63,1	Cadore 64,5	M. Dias Branco 77,8	Selmi 70,2	Selmi 47,2
3	Vilma 25,2	Emege 44,1	M. Dias Branco 35,8	Santa Amália 60,1	Selmi 48,2	J. Macêdo 60,3	Tondo 47
4	Selmi 14,7	M. Dias Branco 30,3	Selmi 28,6	Selmi 57,4	Barilla 21,3	Pastifício Paulista 11,8	Parati 45,4
5	Urbano 13,1	J. Macêdo 26,7	J. Macêdo 22,4	J. Macêdo 56,7	Arapongas 12,4	Santa Amália 11,1	Ninfa 28,5

Frequência de compra/Ano

2017 2018

13 vezes 12,8 vezes

Gasto médio/Ano (R\$)

2017 2018

75,3 74,1

Volume médio/Ano (kg/lar)

2017 2018

16,65 16,36

Molho de Tomate

Penetração/Ano (%)

2017 2018
88,9 88,9

1

Heinz Brasil S/A

Av. Tamboré, 267 - 24º andar - Alphaville - Barueri - SP
CEP: 06460-000 - Site: www.heinzbrasil.com.br - Fone: (11) 4133-8888

Marcas atuais
Quero
Heinz

49,6%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

2

Cargill Agrícola S/A

Av. Chucri Zaidan, 1.240, 6º andar - Chácara Santo Antônio - São Paulo - SP
CEP: 04709-11 - Site: www.cargillfoodservice.com.br - Fone: (11) 5099-3311

Marcas atuais
Pomarola
Tarantella

38,6%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

3

Fugini Alimentos Ltda.

Av. Fugita, 1.000 - Jd. Novo Paraíso - Monte Alto - SP
CEP: 15910-000 - Site: www.fugini.com.br - Fone: (16) 3244-5500

Marcas atuais
Fugini

34,6%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

4

Predilecta Alimentos Ltda.

Via Predilecta, 50 - São Lourenço do Turvo - Matão - SP
CEP: 15999-800 - Site: www.predilecta.com.br - Fone: 0800 55 2727

Marcas atuais
Predilecta

31,2%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

5

Bunge Alimentos S/A

Rua Diogo Moreira, 184 - 4º ao 14º andar - Pinheiros - SP
CEP: 05423-010 - Site: www.bunge.com.br - Fone: 0800-727-5544

Marcas atuais
Salsaretti
Primor
Cajamar

21,2%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

Classificação das empresas por região/Penetração nos lares (em %)

	NNE	CO	LE+IRJ	GRJ	GSP	ISP	SUL
1	Heinz 44	Heinz 51,70	Cargill 45,10	Antares 72,50	Heinz 76,80	Heinz 63,10	Heinz 45,80
2	Maratá 35,90	Fugini 32,50	Predilecta 43,90	Predilecta 69,60	Cargill 57,60	Fugini 58,30	Fugini 44,20
3	Cargill 29,10	Goiás Verde 32,10	Fugini 39,50	Cargill 37,91	Fugini 45,90	Cargill 54,60	Predilecta 33,40
4	Tambaú 25,50	Cargill 27,60	Heinz 34,10	Heinz 37,90	Bunge 38,70	Predilecta 46,40	Cargill 25,90
5	Bonare 20,90	Predilecta 25,90	Bunge 27,80	Dez 24,80	Predilecta 18,50	Bunge 32,40	Goiás Verde 24,70

Frequência de compra/Ano

2017 2018
9,50 vezes 9,40 vezes

Gasto médio/Ano (R\$)

2017 2018
35,82 34,86

Volume médio/Ano (kg/lar)

2017 2018
8,09 8,26

Molho para Salada

Penetração/Ano (%)

2017
5,9

2018
6,9

1

Cargill Agrícola S/A

Av Chucri Zaidan, 1.240, 6º andar - Chácara Santo Antônio - São Paulo - SP
CEP: 04709-111 - Site: www.cargillfoodservice.com.br - Fone: (11) 5099-3311

Marcas atuais
Liza

2,90%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

2

Castelo Alimentos S/A

Av. Profª Maria do Carmo G. Pellegrini, 480 - Retiro - Jundiaí - SP
CEP: 13209-500 - Site: www.casteloalimentos.com.br - Fone: (11) 4589-7091

Marcas atuais
Castelo

1,20%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

3

Masterfoods Brasil Alimentos Ltda. - Mars

Rod. Presidente Dutra - km 174,5 - Norte, s/n - Guararema - SP
CEP: 08900-000 - Site: www.masterfoods.com.br - Fone: (11) 4693-8100

Marcas atuais
Masterfoods

1,10%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

4

Unilever Brasil Ltda.

Av. Nações Unidas 14.261 - Vila Gertrudes - São Paulo - SP - Torre B
(3º ao 10º andar) CEP: 04533-085 - Site: www.unilever.com.br

Marcas atuais
Hellmann's

0,61%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

5

Sakura Nakaya Alimentos Ltda.

Rua Ordenações, 136, Vl. Carrão - São Paulo - SP
CEP: 03446-030 - Site: www.sakura.com.br - Fone: (11) 2941-1177

Marcas atuais
Kenko

0,60%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

Classificação das empresas por região/Penetração nos lares (em %)

	NNE	CO	LE+IRJ	GRJ	GSP	ISP	SUL
1	Cargill 2,50	Cargill 4,60	Cargill 3,20	Cargill 2,60	Cargill 3,80	Cargill 2,90	Cargill 1,70
2	Masterfoods 1,20	Castelo 3,30	Arruda 2,90	Masterfoods 1,40	Kisabor 2,50	Castelo 1,90	Masterfoods 1,20
3	Unilever 0,51	Unilever 1,20	Castelo 1,90	Castelo 1,10	Masterfoods 1,40	Kisabor 1,11	Unilever 1,10
4	Kenko 0,50	Masterfoods 1,01	Unilever 0,91	Kisabor 0,60	Castelo 1,20	Masterfoods 1,10	Heinz 0,80
5	Castelo 0,30	Heinz 1	Kenko 0,90	Unilever 0,40	Kenko 1	Kenko 0,20	Castelo 0,70

Frequência de compra/Ano

2017
1,7 vez

2018
1,8 vez

Gasto médio/Ano (R\$)

2017
10,32

2018
11,95

Volume médio/Ano (kg/lar)

2017
4,90

2018
5,70



Cada vez mais os consumidores estão testando e adorando os Molhos para Salada Castelo.



Coloque Molhos para Salada Castelo na gôndola. Você vai adorar os resultados!



Conheça toda a Linha



www.casteloalimentos.com.br

vendas@casteloalimentos.com.br

11 4589-7091

Óleo de Soja

Penetração/Ano (%)

2017 2018
97,3 97,1

1

Bunge Alimentos S/A

Rua Diogo Moreira, 184 - 4º ao 14º andar - Pinheiros - SP
CEP: 05423-010 - Site: www.bunge.com.br - Fone: 0800-727-5544

Marcas atuais
Soya
Primor

73,8%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

2

Cargill Agrícola S/A

Av Chucri Zaidan, 1.240, 6º andar - Chácara Santo Antônio - São Paulo - SP
CEP: 04709-111 - Site: www.cargillfoodservice.com.br - Fone: (11) 5099-3311

Marcas atuais
Liza
Veleiro

62,8%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

3

ADM do Brasil Ltda.

Av. Roque Petroni Jr., 999 - 9º andar - Jardim das Acácias - São Paulo - SP
CEP: 04707-000 - Site: www.adm.com - Fone: (11) 5185-3500

Marcas atuais
Concórdia
Corcovado

49,8%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

4

Imcopa Imp. Exp. e Indústria de Óleos S/A

Av. Das Araucarias, 5.899 - Barigui - Araucária - PR
CEP: 83707-752 - Site: www.imcopa.com.br - Fone: (41) 2141-8000

Marcas atuais
Leve

33,7%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

5

Cocamar Coop. Agroindustrial

Est. Oswaldo de Moraes Correa, 1.000 - Pq. Industrial - Maringá - PR
CEP: 87065-240 - Site: www.cocamar.com.br - Fone: (44) 3221-3007

Marcas atuais
Suavit
Cocamar

21,9%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

Classificação das empresas por região/Penetração nos lares (em %)

	NNE	CO	LE+IRJ	GRJ	GSP	ISP	SUL
1	Bunge 92,60	Cargill 73,40	ADM 72,90	Bunge 86,50	Cargill 74,60	Cargill 70,40	Imcopa 73,00
2	Cargill 54,90	Bunge 73,30	Cargill 71,40	Imcopa 74,70	Bunge 71,40	Bunge 58,80	Bunge 54,80
3	ADM 46,90	Adm 49,70	Bunge 65	Cargill 73	Imcopa 49,20	Imcopa 50	Cocamar 53,30
4	Algar Agro Fab. 23	Comigo 47,80	Algar Agro Fab. 63,80	ADM 37,70	ADM 36,80	ADM 48,70	ADM 50,70
5	Caramuru 20,10	Coimbra 27,80	Imcopa 23,50	Cocamar 34,80	Cocamar 28,60	Cocamar 36,90	Coamo 47,40

Frequência de compra/Ano

2017 2018
12,8 vezes 12,5 vezes

Gasto médio/Ano (R\$)

2017 2018
95,2 88,2

Volume médio/Ano (kg/lar)

2017 2018
24,3 23,8

Óleo Especial

Penetração/Ano (%)

2017 2018
21,5 20,2

1

Cargill Agrícola S/A

Av Chucri Zaidan, 1.240, 6º andar, Chácara Santo Antônio - São Paulo - SP
CEP: 04709-111 - Site: www.cargillfoodservice.com.br - Fone: (11) 5099-3311

Marcas atuais

Liza
Purilev
Mazola

9,60%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

2

Bunge Alimentos S/A

Rua Diogo Moreira, 184 - 4º ao 14º andar - Pinheiros - SP - CEP: 05423-010
Site: www.bunge.com.br - Fone: 0800 727 5544

Marcas atuais

Soya
Salada

8,20%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

3

Caramuru Alimentos S/A - Sinhá

Via Expressa Júlio Borges de Souza, 4.240 - N. Sra. da Saúde - Itumbiara - GO
CEP: 75520-900 - Site: www.caramuru.com - Fone: (64) 3404-0300

Marcas atuais

Sinhá

4,70%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

4

ADM do Brasil Ltda.

Av. Roque Petroni Jr., 999 - 9º andar - Jardim das Acácias - São Paulo - SP
CEP: 04707-000 - Site: www.adm.com - Fone: (11) 5185-3500

Marcas atuais

Vitaliv

4,50%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

5

Cocamar Coop. Agroindustrial

Est. Oswaldo de Moraes Correa, 1.000 - Pq. Industrial - Maringá - PR
CEP: 87065-240 - Site: www.cocamar.com.br - Fone: (44) 3221-3007

Marcas atuais

Suavit

1,80%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

Classificação das empresas por região/Penetração nos lares (em %)

	NNE	CO	LE+IRJ	GRJ	GSP	ISP	SUL
1	Cargill 10,30	Bunge 9,60	ADM 9,60	Cargill 6,10	Cargill 17,30	Cargill 10,10	Bunge 10,60
2	Bunge 10	Caramuru 5,80	Caramuru 9,10	Bunge 3,30	Bunge 7,70	Bunge 5,50	Cargill 7,40
3	Caramuru 8,20	Cargill 5,70	Cargill 8,10	Cocamar 2,70	ADM 2,70	ADM 3,70	Cocamar 4,60
4	ADM 4,20	ADM 5,30	Bunge 7,60	Caramuru 2,40	Cocamar 2,20	Cocamar 2,40	ADM 3,40
5	Cocamar 0,10	Cristal 0,30	Cocamar 1,40	ADM 2	-	Caramuru 0,60	Caramuru 2,40

Frequência de compra/Ano

2017 2018
3,8 vezes 3,9 vezes

Gasto médio/Ano (R\$)

2017 2018
37,8 38,6

Volume médio/Ano (kg/lar)

2017 2018
5,09 5,27

Pão Industrializado

Penetração/Ano (%)

2017
78

2018
79,8

1

Bimbo do Brasil Ltda.

Rua Érico Veríssimo, 342 - Jd. Cambará - São Paulo - SP
CEP: 05560-900 - Site: www.grupobimbo.com.br - Fone: (11) 2177-9010

Marcas atuais

Pullman
Plus Vita
Nutrella
Firenze

39,6%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

2

Wickbold e Nosso Pão Ind. Alim. Ltda.

Rua Cônego Januário da Cunha Barbosa, 900 - Piraporinha - Diadema - SP
CEP: 09950-170 - Site: www.wickbold.com.br - Fone: (11) 4070-9700

Marcas atuais

Wickbold

37%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

3

Lua Nova Ind. Com. Prod. Alim. Ltda.

Rua Municipal 1539 - São Paulo - SP - CEP: 03661-000
Site: www.panco.com.br - Fone: (11) 2957-1000

Marcas atuais

Panco

24,8%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

4

Kim Neto Ind. e Com. de Panif. Ltda.

Av. Vereador José Fernandes Filho, 07 - Carapicuíba - São Paulo
CEP: 06342-180 - Site: www.kimpaes.com.br - Fone: (11) 3336-3645

Marcas atuais

Kim

9,5%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

5

Pandurata Alimentos

Rua Fritz Reimann, 628 - Vila São João - Guarulhos - SP
CEP: 07044-020 - Site: www.bauducco.com.br - Fone: (11) 2573-9400

Marcas atuais

Visconti

8,3%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

Classificação das empresas por região/Penetração nos lares (em %)

	NNE	CO	LE+IRJ	GRJ	GSP	ISP	SUL
1	Bimbo 13,30	Bimbo 54,40	Wickbold 45,50	Wickbold 66,80	Panco 68,70	Panco 59,90	Wickbold 43,60
2	Limiar 12,80	Wickbold 30,70	Bimbo 37,30	Bimbo 63,30	Bimbo 59,50	Wickbold 59,70	Bimbo 37,90
3	Panevita 5,40	Wa do Brasil 22,00	Danubio 17,60	Panco 53,50	Wickbold 59,30	Pandurata 19,20	Farias 23,00
4	Pan. Braga 2,60	Bachega e Bassetto 3,70	Panco 16,40	Lider Pães e Bolos 13,90	Kim Neto 57	Kim Neto 16,50	Fabripão 8,20
5	Center Massas 2,30	Panco 0,70	Trigovita 13,90	Abolaria 13,50	Pandurata 21,80	Newbread 6,50	Panco 6,20

Frequência de compra/Ano

2017
11,4 vezes

2018
11,7 vezes

Gasto médio/Ano (R\$)

2017
82,4

2018
89,9

Volume médio/Ano (kg/lar)

2017
7

2018
8

Salgadinho

Penetração/Ano (%)

2017 2018
91,8 91,9

1

PepsiCo do Brasil Ltda.

Av. Juscelino Kubitschek, 180 - Itaim Bibi - São Paulo - SP
CEP: 04532-030 - Site: www.pepsico.com.br - Fone: (11) 5188-7000

Marcas atuais
Cheetos/Lucky/Torcida/Fofura
Pingo D'Ouro/Baconzitos/Cebolitos
Sensações/Stax/Stiksy/Ruffles/Lay's
Doritos/Fandangos/Lanchinho/Elma
Chips (Amendoim/Cheetos Pipoca Pronta)

72,9%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

2

General Mills Brasil Alimentos Ltda.

Av. Chucri Zaidan, 940 - 7º andar - Brooklin - São Paulo - SP
CEP: 04583-906 - Site: www.yoki.com.br - Fones: 2188-8800/2188-8890

Marcas atuais
Yokitos
Yoki

41,5%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

3

Dori Alimentos Ltda.

Av. República, 5.159/85, Marília - SP
CEP: 17512-035 - Site: www.dori.com.br - Fone: (14) 3408-3000

Marcas atuais
Dori
Pettiz

15,5%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

4

Grupo Cicopal

Av. Tropical, Mod. II - Distrito Ind. Brasil Central - Senador Canedo - GO
CEP: 75250-000 - Site: www.grupocicopal.com.br - Fone: (62) 4005-4400

Marcas atuais
Peticitos/Mikão/Slight
Twice/Crony/Refinata
Sullper/Micos
Torresmicos/Anelitos/Replay

10,9%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

5

Santa Helena Indústria de Alimentos S/A

Rua Paraguai, 1.275 - Pq. Ind. Tanquinho - Ribeirão Preto
CEP: 14075-350 - Site: www.santahelena.com - Fone: (16) 3934-1000

Marcas atuais
Crokíssimo/Mendorato
Grelhaditos/Troféu
Amíndus/NutClass

8,1%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

Classificação das empresas por região/Penetração nos lares (em %)

	NNE	CO	LE+IRJ	GRJ	GSP	ISP	SUL
1	PepsiCo 66,20	PepsiCo 46,60	PepsiCo 72,20	PepsiCo 86,00	PepsiCo 81,40	PepsiCo 77,40	PepsiCo 82,30
2	Yoki 28,80	Cicopal 43,50	Yoki 37,80	Yoki 46,20	Yoki 57,50	Yoki 48,50	Yoki 49,50
3	Cicopal 23,70	Yoki 37,40	Arcos 25,20	Mabel 25,60	Glico 17,70	Dori 11,20	Dori 13,80
4	São Braz 20,30	Dori 26,80	KRK 20,70	Exodo 21,80	Milho de Ouro 15,90	R.L. Pinheiro 9,20	Brothers 9,30
5	Dori 18,60	Mabel 19,60	Gulozitos 15,80	Pandurata 19,60	Exodo 14,70	Biscoitone 6,60	Semalo 7,90

Frequência de compra/Ano

2017 2018
11,9 vezes 11,8 vezes

Gasto médio/Ano (R\$)

2017 2018
75,68 79,05

Volume médio/Ano (kg/lar)

2017 2018
2,55 2,68

Temperos

Penetração/Ano (%)

2017 2018

80,1 77,6

1

Ajinomoto Brasil Ind. Com. Alim. Ltda.

Rua Vergueiro, 1.737 - Vila Mariana - São Paulo - SP
CEP: 04101-000 - Site: www.ajinomoto.com.br - Fone: (11) 5080-6700

Marcas atuais
Sazón/Aji-no-moto
Aji-Sal/Receita de Casa
Hondashi/Sabor A MI@
Satis

62,3%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

2

General Mills Brasil Alimentos Ltda.

Av. Chucri Zaidan, 940 - 7º andar - Brooklin - São Paulo - SP
CEP: 04583-906 - Site: www.kitano.com.br - Fone: (11) 2188-8800

Marcas atuais
Kitano

21,1%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

3

Nestlé Brasil Ltda.

Av. das Nações Unidas, 17.007 - Várzea de Baixo - São Paulo - SP
CEP: 04794-000 - Site: www.nestle.com.br - Fone: (11) 5508-9737

Marcas atuais
Maggi Sabores Fondor
Gril/Amaciante Carnes
Maggi Meu Segredo
Maggi Tempero e
Sabor-Maggi/Maggi Ideias

15,7%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

4

Unilever Brasil Ltda.

Av. Nações Unidas 14.261 - Vila Gertrudes - São Paulo - SP
CEP: 04533-085 - Torre B (3º ao 10º andar) - Site: www.unilever.com.br

Marcas atuais
Arisco
Knorr

15%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

5

3corações Alimentos S/A

Rua Santa Clara, 100 - Santa Clara - Eusébio - CE
CEP: 61760-000 - Site: www.3coracoes.com.br - Fone: (85) 4006-5500

Marcas atuais
Kimimo
Dona Clara

3,6%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

Classificação das empresas por região/Penetração nos lares (em %)

	NNE	CO	LE+IRJ	GRJ	GSP	ISP	SUL
1	Ajinomoto 57	Ajinomoto 64,60	Ajinomoto 65,70	Ajinomoto 56,30	Ajinomoto 67,30	Ajinomoto 66,70	Ajinomoto 62,40
2	Yoki 17,80	Unilever 23,20	Yoki 20,60	Yoki 19,70	Yoki 23,40	Yoki 24,70	Yoki 24,20
3	Nestlé 14,40	Yoki 19,80	Nestlé 18,70	Nestlé 18,70	Nestlé 15,30	Unilever 15,10	Unilever 22,90
4	3corações 12,90	Grupo GSA 11,20	Unilever 13,90	Unilever 14,30	Unilever 12,40	Nestlé 11,80	Nestlé 21,40
5	Unilever 10,30	Nestlé 8,40	Vilma Alimentos 7,50	Grupo GSA 1,90	Hikari 3,10	Siamar 8,20	Zaeli 9,50

Frequência de compra/Ano

2017

6,6 vezes

2018

6,3 vezes

Gasto médio/Ano (R\$)

2017

36,9

2018

37,3

Volume médio/Ano (kg/lar)

2017

1,29

2018

1,22

Alimente-se Bem, Viva Bem.

Aj
AJINOMOTO

Prêmio final: **2 Casas***



E muito mais!



Premiações diárias, semanais e final que vão conquistar o consumidor!



Positive os materiais no PDV para destacar a promoção.



Cobertura completa e diversificada de mídia para aumentar o fluxo de sua loja.



Impulsione seus resultados com a marca que possui

69%

DE VALOR DE MERCADO.

(Considerando Universo Mix + Menu, no período AM19)

CONSULTE NOSSOS DISTRIBUIDORES
CONTATO: 0800-704-9039

DE 2/9/2019 A 1/12/2019
PROMOSAZON.COM.BR

Promoção válida de 2/9/2019 a 1/12/2019. Consulte regulamentos, condições de participação e datas de sorteio no site www.promosazon.com.br. *Entregues em dois certificados de ouro no valor de R\$ 200.000,00 cada. Certificados de autorização SECAP 04.3261/2019 e 05.3179/2019. Imagens ilustrativas.

O lucro que vem das **GELADEIRAS**

Desempenho da cesta de produtos refrigerados segue positivo, com aumento no volume comercializado no primeiro semestre deste ano



**Indicadores
Kantar
(1º semestre
2019)**

Tíquete médio: **R\$ 9,94**

Gasto médio: **R\$ 148,11**

Preço médio: **R\$ 3,82**

Frequência de compras: **14,9 vezes**

A cesta de refrigerados, composta por categorias que possuem maior valor agregado, há tempos vem ganhando espaço nos supermercados brasileiros por causa da soma entre inovações da indústria alimentícia e mudanças no perfil e no comportamento dos consumidores.

Nesta seara, a palavra-chave atende pelo nome de praticidade – benefício cada vez mais almejado pela população, especialmente pela parcela residente nos centros urbanos. A indústria de alimentos, logicamente, está sabendo tirar proveito desta demanda e, nos últimos

BemBrasil

Alimentando bons momentos

NOVAS EMBALAGENS,

Bonitas e modernas, vão se destacar ainda mais nas prateleiras de todo país.



Novas embalagens,
nova marca, mesmo sabor!

Conheça nossa linha completa de produtos:

[f](#) bembrasilalimentos [▶](#) bembrasilmidia
[@](#) batatas_bem_brasil [★](#) bembrasil.ind.br

Refrigerados



Participação das classes econômicas (em %)

anos, vem trabalhando para ampliar a oferta de opções no mercado e, além disso, para também contemplar outro conceito que está sendo cada vez mais valorizado pelo consumidor: a saudabilidade.

De acordo com a Kantar, a cesta de alimentos refrigerados registrou crescimento, em volume, de 3,9% no ano passado. Outro dado, proveniente da Associação Brasileira da Indústria de Alimentos (Abia), corrobora este resultado. Segundo a entidade, este segmento teve um salto nas vendas de 5,3%. Neste caso, o foco está nos itens congelados.

Já com relação ao ano de 2019, o movimento de alta segue presente. Considerando somente o primeiro semestre, o aumento do volume comercializado foi de 6,1%, segundo a Kantar. **Hi**

Índice de Categorias

Batata Congelada	68
Hambúrguer	70
iogurte Líquido	72
iogurte Grego	74
Margarina	75
Manteiga	76
Prato Pronto Congelado	78
Requeijão	79
Sorvete	80

As Diferenças entre IA e Análise Preditiva.



Gary Saarevirta
Fundador e CEO da Daisy Intelligence

Com o surgimento de tecnologias inovadoras e disruptivas, os modelos de análise preditiva estão falhando em atender às necessidades dos varejistas que procuram aproveitar seus dados e fortalecer a tomada de decisões lucrativas. O problema é que uma ferramenta de análise preditiva pode analisar somente um conjunto específico de dados definidos e um modelo de finalidade única e suportar um tipo específico de decisão.

Embora isso possa levar a vendas mais altas de um produto ou o incremento em um esforço promocional, a análise preditiva geralmente falha em fazer recomendações e apoiar decisões que geram lucros em todo o sortimento da loja.

Mas por que isto ocorre?

Os modelos de análise preditiva não foram projetados para analisar

o “Efeitos Halo”, como vendas associadas, canibalização de categorias cruzadas, compras antecipadas e falta de estoque que ocorrem no amplo conjunto de produtos de um varejista após a tomada de decisão sobre preços, promoções e previsão de estoque.

Tão importante quanto, o software que fornece análises preditivas “tradicionais” e a capacidade de computação é otimizado por tecnologia desenvolvida entre 25 e 30 anos. Agora, considere a plataforma de merchandising da Daisy para varejistas.

Nossa abordagem é baseada na análise de 100% dos dados transacionais de um varejista para descobrir os relacionamentos complexos entre produtos. Utilizando o aprendizado por reforço, um ramo da IA, nossa tecnologia faz bilhões de simulações para identificar todas as decisões possíveis sobre preços, promoções e previsão de estoque.

A plataforma da Daisy também considera todos os aspectos do planejamento de mercadorias, como produtos a serem promovidos em canais de marketing específicos,

preços a serem definidos, quantidade de estoque a ser alocado, sortimento e plano de espaço ideal. Ao substituir a análise preditiva tradicional, a Daisy já está começando a causar um impacto financeiro significativo em clientes em todo o mundo, incluindo a América Latina.

O mundo do gerenciamento e análise de dados evoluiu da inteligência de negócios para a análise avançada até o surgimento da inteligência de máquina autônoma. É importante identificar em que estágio sua organização se encontra, para onde está indo e quando chegará lá - você é um líder, acompanhando o ritmo ou correndo o risco de ser deixado para trás?

Abaixo, destacamos algumas das principais diferenças entre a análise preditiva tradicional e a IA.

Participe de **um seminário on-line ao vivo gratuito em 24 de outubro de 2019** para saber mais sobre como a IA pode ajudar os varejistas a se tornarem mais competitivos e operacionalmente eficientes.

Registre-se hoje:

info.daisyintelligence.com/br-webinar

ANÁLISE PREDITIVA

Orientado pelo usuário: conta com especialista humano.

- Requer uma série de instruções predefinidas para avaliação dos dados, onde cada um deles tem um valor.
- O software é baseado num modelo matemático (árvores de regressão até aprendizado profundo) que tenta minimizar o erro na previsão dos dados de saída.
- Não sabe decidir entre previsões otimizadas a curto prazo, para depois realizar previsões melhores a longo prazo.
- Não modela um sistema inteiro, somente subconjuntos.
- Não produz uma decisão, gera um valor (numérico ou texto).
- A análise preditiva é um ajuste da curva ou classificação. É um exercício matemático baseado em dados. Não está aprendendo.

X

APRENDIZAGEM POR REFORÇO

Orientado a dados: baseia-se em dados para conduzir decisões.

- Não requer dados formatados ou classificados.
- O agente do software aprende o processo de tomada de decisão através de tentativa e erro, do que resulta no melhor termo a longo prazo.
- O agente de software opera de forma autônoma e pode interagir com seu ambiente em tempo real ou aprender através de um modelo de simulação do ambiente.
- Os agentes de software podem jogar jogos, operar uma maquinaria, operar processos de negócio.
- Pode ganhar anos de experiência executando simulações com enorme poder computacional.

Batata Congelada

Penetração/Ano (%)

2017 2018
33,1 35,3

1

Bem Brasil Alimentos Ltda.

Av. Hítalo Ros, 4.000 - Araxá - MG
CEP: 38181-419 - Site: www.bembrasil.ind.br - Fone: (34) 3669-9000

Marcas atuais
Bem Brasil
Mais Batata

14,5%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

2

McCain do Brasil Alimentos Ltda.

Av. Brigadeiro Faria Lima, 4.300 - 12º Andar - Itaim Bibi - São Paulo - SP
CEP: 04538-132 - Site: www.mccain.com.br - Fone: (11) 3848-3633

Marcas atuais
McCain

6%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

3

Cooperativa Agroindustrial Lar

Av. 24 de outubro, 59 - Área Industrial - Medianeira - PR
CEP: 85884-000 - Site: www.lar.ind.br - Fone: (45) 3264-8800

Marcas atuais
Lar

5%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

4

BRF S/A

Rua Hungria, 1.400 - Jd. América - São Paulo - SP
CEP: 01455-000 - Site: www.brf-global.com - Fone: (11) 2322-5000

Marcas atuais
Perdigão
Sadia

3,9%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

5

Golden Foods Alimentos Ltda.

Av. das Américas 3.500, bloco 1, sala 613 - Le Monde Office - Barra da Tijuca - RJ
CEP: 22640-102 - Site: www.goldenfoodsalimentos.com - Fone: (21) 3550-0760

Marcas atuais
Golden Foods

3,4%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

Classificação das empresas por região/Penetração nos lares (em %)

	NNE	CO	LE+IRJ	GRJ	GSP	ISP	SUL
1	Bem Brasil 4,30	Bem Brasil 12,20	Bem Brasil 29,60	Golden Foods 21,80	Bem Brasil 14,80	Bem Brasil 16,30	Lar Coop 16,50
2	BRF 2,30	Copacol 5,10	Pif Paf 10,30	Bem Brasil 20,20	McCain 11,50	McCain 7,90	Bem Brasil 14,50
3	McCain 1,80	Aurora 4,10	BRF 8,40	McCain 12,80	Lar Coop 8,90	Aurora 5,20	McCain 9,20
4	Lar Coop 0,70	McCain 3,80	Lar Coop 3,40	Rica 9,50	Aurora 7,20	Lar Coop 2,50	BRF 4,90
5	Golden Foods 0,60	BRF 1,90	Rica 3,30	BRF 8,30	Golden Foods 3,60	BRF 2,50	Aurora 4,20

Frequência de compra/Ano

2017

3 vezes

2018

3 vezes

Gasto médio/Ano (R\$)

2017

31,52

2018

33,86

Volume médio/Ano (kg/lar)

2017

4,42

2018

4,9

QUEM QUER
VENDER MAIS,
PREFERE
McCain



CATEGORIA COM GRANDE
POTENCIAL DE CRESCIMENTO



Presente em 33%
dos lares brasileiros.
Fonte: Kantar 2017



A categoria de batata pré-frita congelada
cresceu 20% em 2018 em volume.
Fonte: Nielsen DJ 18

A MARCA PREFERIDA
DO SEU CONSUMIDOR



Marca líder na categoria
e referência em qualidade.

Portfólio completo para todas as
ocasiões de consumo, com as linhas
Tradicional, Smiles, Forno e Aperitivos.



BENEFÍCIOS PARA
O VAREJO



Marca consolidada
no mercado.



Aumento do ticket médio.



Alto valor agregado com
portfólio completo.

McCain
A SUA BATATA PREFERIDA
E VOCÊ NEM SABIA.



Hambúrguer

Penetração/Ano (%)

2017 2018
52,3 53,1

1

Seara Alimentos Ltda.

Av. Marginal Direita do Tietê, 500 - Vl. Jaguara - São Paulo - SP
CEP: 05118-100 - Site: www.seara.com.br - Fone: 0800 47 24 25

Marcas atuais

Seara
Lebon
Rezende

28,7%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

2

BRF S/A

Rua Hungria, 1.400 - Jd. América - São Paulo - SP
CEP: 01455-000 - Site: www.brf-global.com - Fone: (11) 2322-5000

Marcas atuais

Sadia
Perdigão

27,5%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

3

Cooperativa Central Aurora Alimentos

Av. Santos Dumont, 1.211 - Cumbica - Guarulhos - SP
CEP: 07220-000 - Site: www.auroraalimentos.com.br - Fone: (11) 2423-2200

Marcas atuais

Aurora

7,7%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

4

Rio Branco Alimentos S/A - Pif Paf

Av. Raja Gabáglia, 4.091 Santa Lúcia - Belo Horizonte - MG
CEP: 30350-577 - Site: www.pifpaf.com.br - Fone: (31) 3348-3500

Marcas atuais

Pif Paf

4%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

5

Frisa Frigorífico Rio Doce S/A

Rua Fioravante Rossi - 4.000 - Honório Fraga - Colatina - ES
CEP: 29704-424 - Site: www.frisa.com.br - Fone: (27) 3723-3224

Marcas atuais

Frisa
Grã Filé

1,9%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

Classificação das empresas por região/Penetração nos lares (em %)

	NNE	CO	LE+IRJ	GRJ	GSP	ISP	SUL
1	BRF 27,90	JBS 13,50	JBS 24,60	JBS 42,60	JBS 38,60	JBS 28,50	JBS 31,60
2	JBS 25,40	BRF 10,20	BRF 22,70	BRF 37,80	BRF 35,40	BRF 23,80	BRF 30,00
3	Aurora 4,60	Aurora 5,50	Pif Paf 21,60	Frisa 18,20	Aurora 18,70	Aurora 12,80	Aurora 9,00
4	Frisa 3,40	Pif Paf 0,90	Frisa 7,30	Aurora 9,00	Frighostrela 2,20	Frighostrela 2,90	Frighostrela 0,30
5	Pif Paf 1,00	-	Aurora 2,90	Pif Paf 4,80	Pif Paf 0,10	Pif Paf 0,30	-

Frequência de compra/Ano

2017

3,7 vezes

2018

3,7 vezes

Gasto médio/Ano (R\$)

2017

35

2018

35,2

Volume médio/Ano (kg/lar)

2017

2,6

2018

2,5

CONHEÇA O

TEXAS BURGER

UNITÁRIO



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.*



*Fonte: Retail Index Nielsen e Kantar.



60%

do mercado
concentrado
no AS*

SÓ A SEARA TEM O  DE QUALIDADE.

www.seara.com.br

Yogurte Líquido

Penetração/Ano (%)

2017 2018

75,6 75,8

1

Danone Ltda. Produtos Lácteos

Av. Paulista, 2.300 - Bela Vista - São Paulo - SP - CEP: 01310-300
Site: www.danone.com.br - Fone: (11) 2192-4600

Marcas
Danone/Danone Kids
Activia/Danoninho
Paulista/Corpus/Danio

28,8%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

2

Lactalis do Brasil Ltda.

Rua Hungria, 1.400 - 1º andar - Jd. Europa - São Paulo - SP
CEP: 01455-000 - Site: www.batavo.com.br - Fone: 0800 512 198

Marcas
Elegê
Batavo

13,2%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

3

Vigor Alimentos S/A

Rua Joaquim Carlos, 396 - São Paulo - SP - CEP: 03019-900
Site: www.vigor.com.br - Fone: (11) 2799-5500

Marcas
Vigor
Leco

12,1%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

4

Coop. Central dos Produtores Rurais de MG - Ltda - Itambé

Caixa Postal 1767 - Belo Horizonte - MG - CEP: 30123-970
Site: www.itambe.com.br - Fone: 0800 703 40 50

Marcas
Itambé

11,4%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

5

Nestlé Brasil Ltda.

AAv. Engenheiro Luís Carlos Berrini, 105 - Itaim Bibi - São Paulo - SP
CEP: 04571-010 - Site: www.nestle.com.br - Fone: (11) 5508-9737

Marcas
Ninho Soleil
Nestlé
Molico
Neston

9,5%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

Classificação das empresas por região/Penetração nos lares (em %)

	NNE	CO	LE+IRJ	GRJ	GSP	ISP	SUL
1	Danone 19,80	Danone 27,40	Danone 31,20	Danone 45,70	Danone 46,90	Danone 30,30	Piá 24,10
2	Isis 17,00	Itambe 19,00	Itambé 28,20	Lactalis 28,80	Vigor 29,80	Vigor 14,50	Lactalis 20,10
3	Nestlé 11,70	Lactalis 17,00	Trevo Rural 12,20	Itambé 25,90	Lactalis 21,30	Frutap 14,00	Danone 20,00
4	Lactalis 5,90	Vigor 14,40	Frutap 10,50	Vigor 19,90	Frutap 19,00	Nestlé 13,30	Tirol 14,60
5	Itambé 5,10	Frutap 9,30	Nestlé 6,70	Nestlé 10,80	Usina Benef Lat Carolina 11,70	Lactalis 11,00	Frimesa 13,10

Frequência de compra/Ano

2017

5,6 vezes

2018

6,2 vezes

Gasto médio/Ano (R\$)

2017

38,1

2018

46,1

Volume médio/Ano (kg/lar)

2017

6,61

2018

7,18

100% brasileira, e conquistando o Brasil inteiro. Isso que é bom gosto!

 /iogurtefrutap

 @frutap

Os iogurtes da Frutap caíram no gosto dos brasileiros, e as pesquisas confirmam. Nossos produtos foram destaques de vendas no Centro-Oeste (5º lugar), no leste e interior do Rio de Janeiro (4º lugar), na Grande São Paulo (4º lugar) e no interior de São Paulo (3º lugar). Só alcançamos esses resultados graças à qualidade e ao sabor dos nossos produtos, que cada vez mais fazem sucesso em todo o país. Faça parte desse sucesso de vendas.

ENTRE EM CONTATO CONOSCO:

(14) 3346.9100



Frutap

frutap.com.br

iogurte Grego

Penetração/Ano (%)

2017
32,8

2018
32

1

Vigor Alimentos S/A

Rua Joaquim Carlos, 396 - São Paulo - SP - CEP: 03019-900
Site: www.vigor.com.br - Fone: (11) 2799-5500

Marcas
Vigor

15,1%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

2

Nestlé Brasil Ltda.

Av. Engenheiro Luís Carlos Berrini, 105 - Itaim Bibi - São Paulo - SP
CEP: 04571-010 - Site: www.nestle.com.br - Fone: (11) 5508-9737

Marcas
Nestlé Grego

10,8%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

3

Danone Ltda. Produtos Lácteos

Av. Paulista, 2.300 - Bela Vista - São Paulo - SP
CEP: 01310-300 - Site: www.danone.com.br - Fone: (11) 2192-4600

Marcas
Danone
Danio

9,1%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

4

Lactalis do Brasil Ltda.

Rua Hungria, 1.400 - 1º andar - Jd. Europa - São Paulo - SP
CEP: 01455-000 - Site: www.batavo.com.br - Fone: 0800 51 21 98

Marcas
Batavo

8,1%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

5

Coop. Central dos Produtores Rurais de MG - Ltda - Itambé

Caixa Postal 1767 - Belo Horizonte - MG - CEP: 30123-970
Site: www.itambe.com.br - Fone: 0800 703 40 50

Marcas
Itambé

3,5%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

Classificação das empresas por região/Penetração nos lares (em %)

	NNE	CO	LE+IRJ	GRJ	GSP	ISP	SUL
1	Nestlé 10,40	Vigor 10,70	Danone 11,40	Vigor 28,00	Vigor 36,80	Vigor 19,20	Vigor 12,60
2	Danone 6,10	Nestlé 9,40	Itambé 10,10	Lactalis 18,20	Danone 14,90	Nestlé 13,50	Lactalis 12,30
3	Vigor 5,80	Lactalis 7,70	Nestlé 8,70	Nestlé 13,90	Nestlé 14,20	Lactalis 10,30	Nestlé 8,90
4	Lactalis 3,40	Danone 7,50	Vigor 8,40	Danone 13,00	Lactalis 10,40	Danone 7,60	Danone 7,20
5	Itambé 1,40	Itambé 5,00	Lactalis 4,30	Itambé 6,80	Itambé 3,20	Itambé 2,30	Usina Benef Lat Carolina 5,80

Frequência de compra/Ano

2017
3,5 vezes

2018
3,7 vezes

Gasto médio/Ano (R\$)

2017
28,5

2018
31,1

Volume médio/Ano (kg/lar)

2017
1,49

2018
1,58

Margarina

Penetração/Ano (%)

2017 2018
97 96,2

1

BRF S/A

Rua Hungria, 1.400 - Jd. América - São Paulo - SP
CEP: 01455-000 - Site: www.brf-global.com - Fone: (11) 2322-5000

Marcas
Qualy/Claybom
Deline
Sofitelli

82,7%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

2

Bunge Alimentos S/A

Rua Diogo Moreira, 184 - 4º ao 14º andar - Pinheiros - SP - CEP: 05423-010
Site: www.bunge.com.br - Fone: 0800 727 55 44

Marcas
Delícia
Primor
Cremoso

55,4%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

3

Seara Alimentos Ltda.

Av Marginal Direita do Tietê, 500 - VI Jaguara - São Paulo - SP
CEP: 05118-100 - Site: www.seara.com.br - Fone: 0800 47 24 25

Marcas
Doriana
Delicata

42,3%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

4

Vigor Alimentos S/A

Rua Joaquim Carlos, 396 - Belenzinho - São Paulo - SP
CEP: 03019-900 - Site: www.vigor.com.br - Fone: (11) 2799-5500

Marcas
Vigor

17,3%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

5

Unilever Brasil Ltda.

Av. Nações Unidas 14.261 - Vila Gertrudes - Torre B (3º a 10º andar) - São Paulo - SP
CEP: 04533-085 - Site: www.unilever.com.br

Marcas
Becel

12%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

Classificação das empresas por região/Penetração nos lares (em %)

	NNE	CO	LE+IRJ	GRJ	GSP	ISP	SUL
1	BRF 80,10	Bunge Alimentos 79,40	BRF 84,10	BRF 93,30	BRF 86,80	BRF 82	BRF 82,60
2	Bunge Alimentos 71,60	BRF 73,70	Bunge Alimentos 46,60	Bunge Alimentos 44,20	Seara 58,40	Seara 59,30	Seara 58,70
3	Seara 33,70	Seara 40,70	Seara 25,60	Vigor 28,20	Bunge Alimentos 52,40	Bunge Alimentos 40,80	Bunge Alimentos 42,20
4	M. Dias Branco 28,80	Unilever 3,20	Vigor 13,70	Seara 20,20	Vigor 36,80	Vigor 27,50	Vigor 26,90
5	Unilever 10,60	Vigor 2,30	Unilever 4,50	Unilever 12,10	Unilever 16,80	Unilever 13,10	Unilever 21,80

Frequência de compra/Ano

2017 2018
11,6 vezes 11,2 vezes

Gasto médio/Ano (R\$)

2017 2018
69,7 67,9

Volume médio/Ano (kg/lar)

2017 2018
8,53 8,28

Manteiga

Penetração/Ano (%)

2017 2018
37,1 37,4

1

Coop. Central dos Produtores Rurais de MG - Ltda - Itambé

Caixa Postal 1767 - Belo Horizonte - MG - CEP: 30123-970
Site: www.itambe.com.br - Fone: 0800 703 40 50

Marcas
Itambé

5,8%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

2

Gonçalves Salles S/A Ind. Com. - Lat. Aviação

Av. Wenceslau Braz, 36 - Mocoquinha - São Sebastião do Paraíso - MG
CEP: 37.950-000 - Site: www.laticiniosaviacao.com.br - Fone: (35) 3539-8100

Marcas
Aviação
Guarujá

5,7%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

3

S. Teixeira Produtos Alimentícios Ltda. - Teixeira

Av. Professor Francisco Junior 978 Corumba - Goiás
CEP: 72960-000 - Site: www.teixeira.com.br - Fone: 0800 15 31 44

Marcas
Teixeira

3%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

4

P&L Agroindústria de Laticínios Ltda. - Da Vaca

Rua Lomanto Júnior, s/n - Ibirapuã - BA - CEP: 45940-000
Site: www.laticiniosdavaca.com.br - Fone: (73) 3011-0800

Marcas
Da Vaca

3%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

5

Laticínios Bela Vista - Piracanjuba

Rua Bom Jardim, 201 - Res. Alphaville Flamboyant, Goiânia - GO
CEP: 74884-552 - www.piracanjuba.com.br - Fone: (62) 3946-8300

Marcas
Piracanjuba

2,8%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

Classificação das empresas por região/Penetração nos lares (em %)

	NNE	CO	LE+IRJ	GRJ	GSP	ISP	SUL
1	Da Vaca 9,20	Itambé 17,00	Itambé 14,80	Itambé 12,90	Aviação 15,50	Aviação 13,00	Tirol 10,40
2	Da Vaca 9,00	Piracanjuba 13,30	Porto Alegre 11,30	Kreminas 12,20	Teixeira 7,80	Teixeira 5,90	Lactalis 6,70
3	Embaré 6,90	Itacolomy 7,30	Coopatos 3,91	Lactalis 6,60	Lactalis 5,50	Taubaté 3,90	Frimesa 5,70
4	Piracanjuba 5,80	Paracatu 7,20	Quero Quero 3,90	Macuco 4,70	Itambé 3,20	Lactalis 2,80	Aviação 3,20
5	Itacolomy 4,50	Compleite 4,70	Aviação 3,40	Regina 3,70	Piracanjuba 2,00	Itambé 2,70	Danby 1,60

Frequência de compra/Ano

2017 2018
5,1 vezes 5,1 vezes

Gasto médio/Ano (R\$)

2017 2018
56,1 61,1

Volume médio/Ano (kg/lar)

2017 2018
1,9 2

Manteigas de excelente qualidade, direto de Minas para a mesa do seu cliente.



A satisfação do seu cliente e o sucesso do seu negócio dependem exclusivamente da qualidade do produto que ele leva para casa. E a QUALIDADE é o ingrediente principal da nossa receita de sucesso!

Com matéria-prima de excelente qualidade e uma equipe altamente capacitada e apaixonada pelo negócio, oferecemos o que temos de melhor: produtos frescos, saborosos e saudáveis, feitos com dedicação.

Estamos presentes no mercado com as manteigas Sabor da Nata, Bela Nata, Bela Mineira e Linda Mineira. Difícil vai ser seu cliente escolher qual delas levar pra casa.

Laticínios Passa Quatro, qualidade garantida por quem entende do assunto.

Estamos presentes no mercado com as marcas:



35 | 3371 3077

www.laticiniospassaquatro.com.br

Prato Pronto Congelado

Penetração/Ano (%)

2017 2018
37,2 37,8

1

Seara Alimentos Ltda.

Av Marginal Direita do Tiête, 500 - VI Jaguará - São Paulo - SP
CEP: 05118-100 - Site: www.seara.com.br - Fone: 0800 47 24 25

Marcas
Seara
Rezende
Massa Leve/Lebon

22,4%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

2

BRF S/A

Rua Hungria, 1.400 - Jd. América - São Paulo - SP
CEP: 01455-000 - Site: www.brf-global.com - Fone: (11) 2322-5000

Marcas
Sadia
Perdigão

20,8%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

3

Rio Branco Alimentos S/A - Pif Paf

Av. Raja Gabáglia, 4.091 - Santa Lúcia - Belo Horizonte - MG
CEP: 30350-577 - Site: www.pifpaf.com.br - Fone: (31) 3348-3500

Marcas
Pif Paf

5,9

de penetração nos lares
(todas as marcas)

4

Cooperativa Central Aurora Alimentos

Av. Santos Dumont, 1.211 - Cumbica - Guarulhos - SP
CEP: 07220-000 - Site: www.auroraalimentos.com.br - Fone: (11) 2423-2200

Marcas
Aurora

2,4

de penetração nos lares
(todas as marcas)



Classificação das empresas por região/Penetração nos lares (em %)

	NNE	CO	LE+IRJ	GRJ	GSP	ISP	SUL
1	BRF 12,90	Seara 26,60	Pif Paf 28,30	BRF 41,80	Seara 20,90	Seara 19,20	Seara 34,60
2	Seara 11,90	BRF 21,00	BRF 25,50	Seara 39,40	BRF 18,30	BRF 12,10	BRF 30,00
3	Pif Paf 1,70	Pif Paf 4,80	Seara 20,70	Pif Paf 7,60	Aurora 7,00	Aurora 3,40	Aurora 2,60
4	Aurora 0,70	Aurora 2,70	Aurora 0,80	Aurora 2,00	Pif Paf 1,20	Pif Paf 0,70	-

Frequência de compra/Ano

2017 2018
3,3 vezes **3,1** vezes

Gasto médio/Ano (R\$)

2017 2018
51,4 **48,7**

Volume médio/Ano (kg/lar)

2017 2018
3,1 **2,9**

Requeijão

Penetração/Ano (%)

2017 2018
64,9 64,5

1

Vigor Alimentos S/A

Rua Joaquim Carlos, 396 - Belenzinho - São Paulo - SP
CEP: 03019-900 - Site: www.vigor.com.br - Fone: (11) 2799-5500

Marcas
Vigor
Danúbio

20,9%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

2

Nestlé Brasil Ltda.

Av. Engenheiro Luís Carlos Berrini, 105 - Itaim Bibi - São Paulo - SP
CEP: 04571-010 - Site: www.nestle.com.br - Fone: (11) 5508-9737

Marcas
Nestlé

12,5%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

3

Lactalis do Brasil Ltda.

Rua Hungria, 1.400 - 1º andar - Jd. Europa - São Paulo - SP
CEP: 01455-000 - Site: www.pocosdecaldasoriginal.com.br -
Fone: 0800 51 21 98

Marcas
Poços de Caldas
Président/Batavo
Elegê/Cotochês

11,8%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

4

Laticínios Catupiry Ltda.

Av. Rudge 218 - Bom Retiro - São Paulo - CEP: 01134-000
Site: www.catupiry.com.br - Fone: (11) 3199-5500

Marcas
Catupiry

8,4%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

5

Danone Ltda. Produtos Lácteos

Av. Paulista, 2.300 - Bela Vista - São Paulo - SP
CEP: 01310-300 - Site: www.danone.com.br - Fone: (11) 2192-4600

Marcas
Danone

7,3%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

Classificação das empresas por região/Penetração nos lares (em %)

	NNE	CO	LE+IRJ	GRJ	GSP	ISP	SUL
1	Nestlé 10,00	Canto de Minas 22,20	Itambé 17,10	Vigor 48,20	Vigor 45,10	Vigor 29,40	Tirol 22,10
2	Vigor 9,60	Vigor 18,20	Nestlé 16,20	Lactalis 41,80	Tirolez 20,70	Tirolez 20,00	Coop. Petrópolis 17,30
3	Betânia 8,00	Itambé 17,90	Porto Alegre 16,10	Itambé 20,90	Sulminas 20,40	Nestlé 17,50	Lactalis 14,10
4	Lactalis 5,60	Lactalis 16,50	Vigor 10,80	Catupiry 16,60	Catupiry 18,00	Catupiry 17,30	Frimesa 13,70
5	P&L Lat. 5,00	Nestlé 14,70	Danone 10,50	Polengui 10,60	Danone 14,60	Lactalis 10,10	Coop. Santa Clara 11,90

Frequência de compra/Ano

2017 2018
5,10 vezes 5,20 vezes

Gasto médio/Ano (R\$)

2017 2018
33,54 34,14

Volume médio/Ano (kg/lar)

2017 2018
1,66 1,68

Sorvete

Penetração/Ano (%)

2017 2018
51,2 52,2

1

Nestlé Brasil Ltda.

Av. das Nações Unidas, 17.007 - Várzea de Baixo - São Paulo - SP
CEP: 04794-000 - Site: www.nestle.com.br - Fone: (11) 5508-9737

Marcas atuais
Nestlé

21,1%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

2

Unilever Brasil Ltda.

Av. Nações Unidas 14.261 - Vila Gertrudes - Torre B (3º ao 10º andar) São Paulo - SP
CEP: 04533-085 - Site: www.unilever.com.br

Marcas atuais
Kibon
Ben&Jerry

20,2%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

3

Sorveteria Creme Mel S/A

Av. Bandeirantes, 1.961 - jd. Petropolis - Goiânia - GO
CEP: 74460-190 Site: www.crememel.com.br - Fone: (62) 3221-5400

Marcas atuais
Creme Mel
New Cream

4,5%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

4

Sorvetes Jundiá Ind. Com. Ltda.

Av. Emilio Chechinato, 1.800, São Roque da Chave- Itupeva - SP
CEP: 13295-000 - Site: www.jundia.com.br - Fone: (11) 4591-8280

Marcas atuais
Jundiá

4%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

5

Indústria de Sorvetes e Derivados Ltda. - Zeca's

Av. Gov. Nilo Coelho, s/n - Timbó - Dist. Indl. Abreu e Lima - PE
CEP: 53520-810 - Site: www.zecassorvetes.com.br - Fone: (81) 3541-3522

Marcas atuais
Zeca's

2,8%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

Classificação das empresas por região/Penetração nos lares (em %)

	NNE	CO	LE+IRJ	GRJ	GSP	ISP	SUL
1	Unilever 12,20	Unilever 23,20	Unilever 24,40	Unilever 38,70	Froneri/Nestlé 35,30	Unilever 22,30	Froneri/Nestlé 28,20
2	Zeca's 9,00	Creme Mel 23,10	Froneri/Nestlé 23,90	Froneri/Nestlé 38,00	Unilever 22,20	Froneri/Nestlé 20,00	Unilever 16,10
3	Froneri/Nestlé 7,80	Froneri/Nestlé 13,30	Creme Mel 11,50	Sloop 7,50	Jundiá 17,60	Jundiá 11,10	Trivialy 6,50
4	Quy Sorwetto 5,20	Eskimo 1,90	Perfetto 6,00	Oggi 6,50	Oggi 3,10	Perfetto 3,20	Eskimo 4,20
5	Frosty 4,60	Jundiá 1,10	Gellak 5,80	Zeca's 3,40	Kidelicia 2,70	Odair Beguetto 2,10	Paviloche 3,60

Frequência de compra/Ano

2017 2018
3,4 vezes **3,4** vezes

Gasto médio/Ano (R\$)

2017 2018
59,4 **55,7**

Volume médio/Ano (l/lar)

2017 2018
6,4 **6,5**



Prêmio Mulheres que Inspiram no Varejo

Mulheres ainda são minoria dentro do mercado de trabalho e Dove sabe que a baixa autoestima pode ser um fator limitante para que elas atinjam seu potencial máximo, não só pessoal, como profissionalmente.

Através do prêmio Mulheres que Inspiram, Dove e ABRAS irão celebrar e reconhecer as histórias de mulheres do varejo que confiaram em si mesmas e fizeram e continuam fazendo diferença em seu ambiente de trabalho.

Inscreeva-se ou Indique
uma mulher inspiradora do varejo em:
www.premiomulheresvarejo.com

Inscrições abertas de 01/10 à 28/10

uma parceria



Para regulamento e informações acesse o site.

Tendências se consolidam na **MERCEARIA LÍQUIDA**

Saudabilidade e premiunização seguem dando a tônica do mercado brasileiro de bebidas. Entre os alcoólicos, destaque para as cervejas puro malte

**Indicadores
Kantar
(1º semestre
2019)**

Tíquete médio: **R\$ 15,24**

Gasto médio: **R\$ 285,45**

Preço médio: **R\$ 2,01**

Frequência de compras: **18,7 vezes**

No campo das mercearias seca e líquida, o mercado de bebidas foi um dos que mais se destacaram em vendas reais durante o primeiro semestre deste ano, com alta de 1,6%. Os dados são da Associação Brasileira da Indústria de Alimentos (Abia). Em relação à participação dos principais setores em faturamento, o de bebidas registrou uma representatividade de 20%, ficando atrás somente do mercado de proteína animal, que respondeu

por uma fatia de 22% da receita das indústrias de alimentos e bebidas.

Considerando apenas o segmento de bebidas não alcoólicas, o movimento atualmente em curso segue em linha com os passos dados no ano passado, caracterizados por um consumidor mais interessado por bebidas saudáveis e funcionais. Isso, conseqüentemente, tem afetado as vendas de itens como o refrigerante. Tal ca-

tegoria, que segue exercendo um papel de protagonismo dentro da cesta e que está presente em 97% dos lares brasileiros, deixou de constar em 222 mil domicílios no ano passado, de acordo com a Kantar.

Dentro do lar, os refrigerantes de cola (28% de participação) são seguidos de perto pelo guaraná (27%), especificamente em compras nos canais supermercado e hipermercados. Já fora, a participação por sabor está assim dividida: cola (58%), guaraná (20%), laranja (12%) e limão (8%).

Já no lado das bebidas alcoólicas, é a categoria de cerveja que vem chamando a atenção, em função da exponencial ascensão das opções puro malte. Dados da Kantar revelam que as cervejas puro malte se destacaram

em larga escala ao registrar crescimento de 81% em litros vendidos no ano passado. Por sua vez, os rótulos comuns tiveram apenas 2% de aumento em igual período.

Segundo o estudo, a cerveja puro malte é o grande destaque da categoria e já corresponde a 10% de todo o volume da bebida comprada para consumo dentro do lar. O segmento foi consumido por 23% dos domicílios no País, em 2018, atingindo mais de 12 milhões de lares, uma expansão de mais de 6 pontos percentuais em 12 meses. Além disso, o segmento também apresentou crescimento em volume médio e gasto médio de, respectivamente, 34% e 28%. Por essas e outras, a indústria cervejeira vem dedicando grande foco e investimentos para a promoção deste segmento. **Hi**



Índice de Categorias

Água de Coco.....	84	Leite Longa Vida.....	88
Água Mineral.....	85	Refrigerante.....	90
Cerveja	86	Suco Pronto para Beber	92

Água de Coco

Penetração/Ano (%)

2017 2018
17,6 17,4

1

Sococo S/A Inds. Alimentícias

Av. Com. Gustavo Paiva, 2.541 - Mangabeiras - Maceió - AL
CEP: 57038-000 - Site: www.sococo.com.br - SAC: 0800 704 1909

Marcas atuais
Sococo

6,70%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

2

Ducoco Alimentos S/A

Av. Juscelino Kubitschek, 1.400 - 4º andar - Itaim Bibi - São Paulo - SP
CEP: 04543-000 - Site: www.ducocoalimentos.com.br - Fone: (11) 2106-9578

Marcas atuais
Ducoco

5,90%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

3

PepsiCo do Brasil Ltda.

Av. Juscelino Kubitschek, 180 - Itaim Bibi - São Paulo - SP
CEP: 04532-030 - Site: www.pepsico.com.br - Fone: (11) 5188-7000

Marcas atuais
Kero Coco

5,30%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

4

Frysk

Rodovia Conde Esplanada BA-233, s/n - Zona Rural - Conde - Bahia
CEP: 48300-000 - Site: www.obrigado.com - Fone: (75) 3429-0500

Marcas atuais
Obrigado

2,10%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

5

Indústria de Alimentos Do Vale Ltda.

Av. Conselheiro Aguiar, 2.738 - Edif. Moura Empresarial - 9º andar - Recife - PE
CEP: 51020-020 - Site: www.cocodovale.net.br - Fone: (81) 2121-9900

Marcas atuais
Coco do Vale

2%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

Classificação das empresas por região/Penetração nos lares (em %)

	NNE	CO	LE+IRJ	GRJ	GSP	ISP	SUL
1	Sococo 1,21	Ducoco 12	Ducoco 5,80	Ducoco 4,70	Sococo 16,10	Sococo 6,70	Sococo 12,70
2	Ducoco 1,20	Sococo 8,50	PepsiCo 4,50	Sococo 4,10	Ducoco 13,60	PepsiCo 5,80	PepsiCo 11,40
3	PepsiCo 0,51	PepsiCo 2,70	Sococo 3,80	PepsiCo 3,50	PepsiCo 12,10	Ducoco 3,80	Ducoco 7,30
4	Coco do Vale 0,50	Coco do Vale 1,20	Britvic Ebba 2,70	Obrigado 2,70	Obrigado 5,70	Obrigado 3,30	Coco do Vale 4,00
5	Obrigado 0,30	Obrigado 0,70	Coco do Vale 2,20	Britvic Ebba 1,20	Coco do Vale 4,40	Coco do Vale 2,20	Obrigado 3,40

Frequência de compra/Ano

2017

3,2 vezes

2018

3,1 vezes

Gasto médio/Ano (R\$)

2017

32

2018

29,1

Volume médio/Ano (litro/lar)

2017

4,7

2018

4,3

Água Mineral

Penetração/Ano (%)

2017 2018
49,3 48,9

1

Recofarma Ind. do Amazonas Ltda. - Coca-Cola Brasil

Praia do Botafogo, 374 - Botafogo - Rio de Janeiro - RJ
CEP: 22250-040 - Site: www.cocacolabrazil.com.br - SAC: 0800 021 21 21

Marcas atuais
Crystal

19%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

2

Minalba Alimentos e Bebidas Ltda.

Praça da Imprensa, s/n - Dionísio Torres - Fortaleza - CE
CEP: 60135-900 - Site: www.minalba.com.br - Fone: (85) 3466-8868

Marcas atuais
Minalba
Indaiá

11,60%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

3

Danone Ltda. Produtos Lácteos

Av. Paulista, 2.300 - Bela Vista - São Paulo - SP
CEP: 01310-300 - Site: www.danone.com.br - Fone: (11) 2192-4600

Marcas atuais
Bonafont
Evian
Badoit

7%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

4

Cervejaria Heineken Ltda.

Rua Olimpíadas 205, 6º andar - Vila Olímpia - SP
CEP: 04551-000 - Site: www.heinekenbrasil.com.br - Fone: (11) 4700-7475

Marcas atuais
Schin

4,30%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

5

Fruki

Rod. BR 386 - km 346 s/n - Lajeado - Rio Grande do Sul -
Site: www.fruki.com.br - (51) 3748-1500

Marcas atuais
Água da Pedra
Água da Pedra Premium

3,0%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

Classificação das empresas por região/Penetração nos lares (em %)

	NNE	CO	LE+IRJ	GRJ	GSP	ISP	SUL
1	Minalba 13,50	Minalba 8,10	Coca-Cola 21,30	Minalba 21,80	Danone 29,30	Coca-Cola 23,30	Coca-Cola 31,80
2	Coca-Cola 13,30	Coca-Cola 5,40	Minalba 9,20	Coca-Cola 13,80	Coca-Cola 24,60	Danone 13,40	Fruki 19,80
3	Incobal 6,50	Heineken 5,10	Heineken 6,80	Danone 12,10	Minalba 19,20	Minalba 10	Águas Ouro Fino 4,10
4	Heineken 4,30	Minalice Min 0,80	Danone 2,80	Min. P. Manoel 1,70	Heineken 5	Flamin 3,70	Minalba 3,20
5	Belminas 4,10	Águas Ouro Fino 0,40	Fonte Ingá 2,70	Heineken 1,20	Flamin 4,30	Heineken 3,10	Heineken 2,70

Frequência de compra/Ano

2017 2018
8,9 vezes 8,7 vezes

Gasto médio/Ano (R\$)

2017 2018
83,7 81,4

Volume médio/Ano (litro/lar)

2017 2018
217,4 201,9

Cerveja

Penetração/Ano (%)

2017 2018

62,2 63,2

1

Cia. de Bebidas das Américas - AmBev

Rua Dr. Renato Paes de Barros, 1.017 - Itaim Bibi - São Paulo - SP
CEP: 04530-001 - Site: www.ambev.com.br - Fone: (11) 2122-1200

Marcas atuais

Beck's/Brahma/Bohemia/Budweiser
Colorado/Corona/Goose/Hoegaarden
Lefte/Original/Patagonia/Serramalte
Skol/Stella Artois/Wäls

52%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

2

Cervejaria Heineken Ltda.

Rua Olimpíadas 205, 6º andar - Vila Olímpia - SP
CEP: 04551-000 - Site: www.heinekenbrasil.com.br - Fone: (11) 4700-7475

Marcas atuais

Baden Baden/Eisenbahn
Heineken/Sol/Eisenbahn Pilsen
Kaiser/Bavaria/Amstel/Schin
Glacial/No grau/Devassa

31,9%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

3

Cervejaria Petrópolis S/A

Estrada Municipal Batista Favoretti, 350 - Água Branca - Boituva - SP
CEP: 18550-000 - Site: www.grupopetropolis.com.br - Fone: (15) 3363-9000

Marcas atuais

Crystal/Lokal/Itaipava
Black Princess/Petra
Weltenburger

30,2%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

4

Soc. Brasileira de Bebidas Premium - Proibida

Av. Bigadeiro Faria Lima, 2.277 - 18º andar - Jd. Paulistano - São Paulo SP
CEP: 01452-000 - www.cbbp.com.br - Fone: (11) 2222-1177

Marcas atuais

Proibida

8,1%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

5

Cervejaria Cidade Imperial Petrópolis

Rua Dr Paulo Herve, 916 - Bingen - Petrópolis - RJ
CEP: 25665-133 - www.cidadeimperial.com.br - SAC: 0800 777 70 40

Marcas atuais

Império
Cidade Imperial

3,4%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

Classificação das empresas por região/Penetração nos lares (em %)

	NNE	CO	LE+IRJ	GRJ	GSP	ISP	SUL
1	Ambev 31	Ambev 52,30	Ambev 61,80	Ambev 61,30	Ambev 52,50	Ambev 61,70	Ambev 66,90
2	Heineken 29,10	Petrópolis 30,40	Heineken 42,90	Petrópolis 31,00	Petrópolis 41,80	Petrópolis 38,70	Heineken 44,80
3	Petrópolis 28,20	Heineken 26,70	Petrópolis 24,50	Heineken 14,10	Heineken 22,40	Heineken 34	Petrópolis 21,70
4	S. B. Bebidas Premium 3,80	Casa Di Conti 5,70	S. B. Bebidas Premium 8,60	S. B. Bebidas Premium 5,20	S. B. Bebidas Premium 13,70	Petrópolis 15,30	S. B. Bebidas Premium 11,60
5		S. B. Bebidas Premium 3,80	Petrópolis 2,50	Petrópolis 4,50	Petrópolis 4,20	S.B. Bebidas Premium 12,50	Inab 2,60

Frequência de compra/Ano

2017 2018
12,7 vezes **12,4** vezes

Gasto médio/Ano (R\$)

2017 2018
339,1 **338,1**

Volume médio/Ano (litro/lar)

2017 2018
56,3 **55,1**

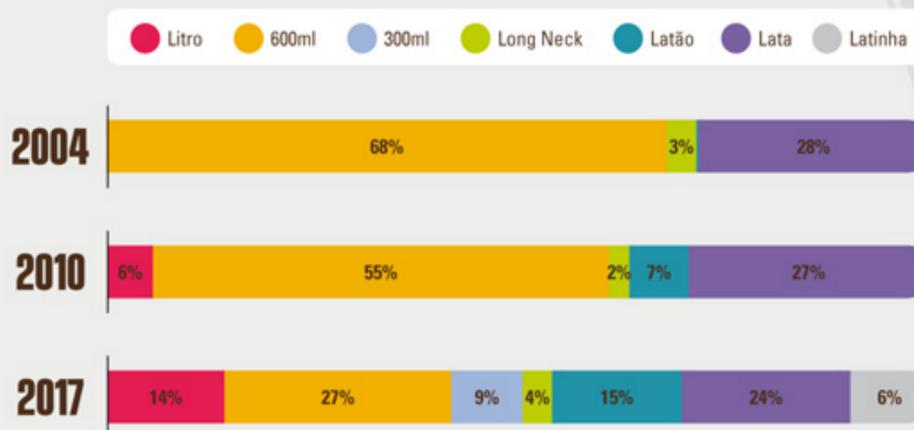
MIX DE EMBALAGENS DE CERVEJAS: DESAFIO OU OPORTUNIDADE?

EM UMA CATEGORIA COM 60% DE PLANEJAMENTO DE COMPRA, ENTENDA A IMPORTÂNCIA DE GARANTIR A SATISFAÇÃO DO SEU CLIENTE COM DIFERENTES TIPOS DE EMBALAGENS.

O Brasil é o **3º maior mercado cervejeiro do mundo**. Com o crescimento previsto da população acima de 18 anos de +11% nos próximos 9 anos, existe um grande espaço para o aumento da base de consumidores. Além disso, o consumo per capita no país, que hoje é de 77 L/ano, está posicionado como 11º maior do mundo, demonstrando a oportunidade de explorar novas ocasiões de consumo em casa.

O movimento de diversificação do sortimento de embalagens tem atendido cada vez mais diferentes ocasiões de consumo e a equação de custo-benefício do consumidor, o que traz crescimento para a categoria inteira.

Veja como, ao longo dos últimos 15 anos, o consumo de embalagens de 600ml ficou menor, ao mesmo tempo que latão e latinha ganharam mais representatividade no mix de embalagens.

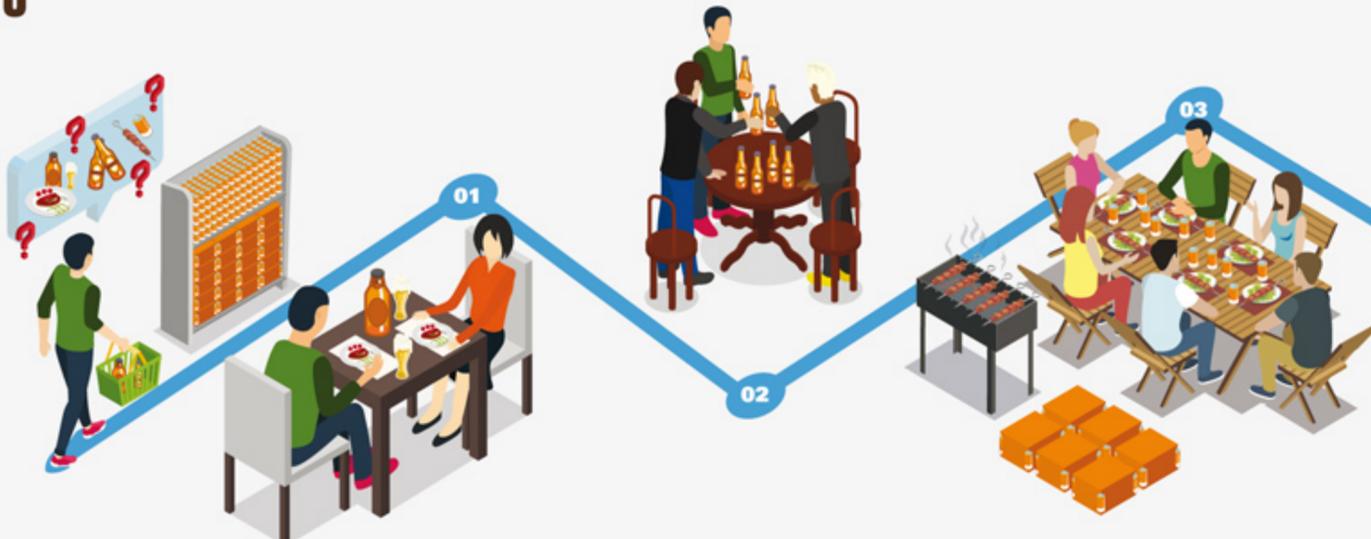


Fonte: Heineken AP 2019

O PLANEJAMENTO DE COMPRA NA PRÁTICA

Na mesma visita ao PDV, o Shopper procura cervejas para diferentes ocasiões de consumo, sendo que para cada momento **ele escolhe**:

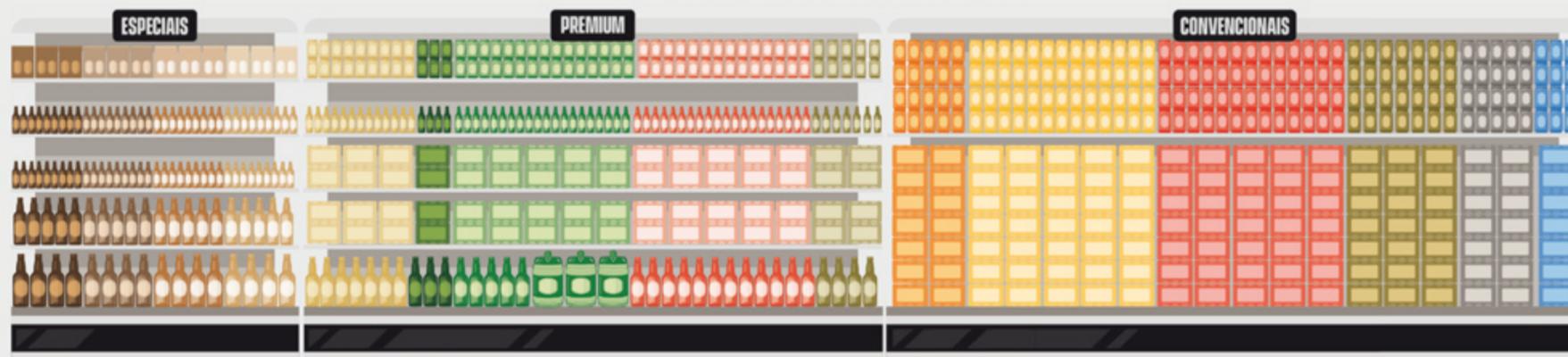
- um segmento de marca;
- um tipo de embalagem;
- um volume de compra.



COMO OTIMIZAR A EXPOSIÇÃO DAS EMBALAGENS PARA AUMENTAR O NÚMERO DE ITENS COMPRADOS POR IDA À LOJA?

Hoje, no autosserviço, as pessoas compram, em média, 7,3 unidades de cerveja por visita. **Expor cervejas Premium e Convencionais em packs fechados pode aumentar essa taxa para 12 itens.** Enquanto isso, estilos de Cervejas Especiais expostos individualmente possibilitam a compra de vários rótulos e promovem a experimentação desse segmento. **Veja abaixo:**

Nielsen Homescan | TT AS BR Cervejas - ano móvel Julho 2018 a Junho 2019



ESPECIAIS:
Expor kits presenteáveis e os estilos individualmente.

PREMIUM:
Expor 50% em packs fechados e 50% individualmente.

CONVENCIONAIS:
Expor 70% em packs fechados e 30% individualmente.

Leite Longa Vida

Penetração/Ano (%)

2017 2018

92,7 91,6

1

Goiasminas Ind. de Laticínios Ltda. - Italc

Rod. GO 139, km 1, s/n - Setor Industrial - Corumbáiba - GO
CEP: 75680-000 - Site: www.italac.com.br - Fone: (11) 2889-5959

Marcas atuais
Italc

44%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

2

Laticínios Bela Vista Ltda. - Piracanjuba

Rua Bom Jardim, 201 - Res. Alphaville Flamboyant, Goiânia - GO
CEP: 74884-552 - Site: www.piracanjuba.com.br - Fone: (62) 3946-8300

Marcas atuais
Piracanjuba

43,1%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

3

Lactalis do Brasil Ltda.

Rua Hungria, 1.400 - 1º andar - Jardim Europa - São Paulo
CEP: 01455-000 - Site: www.lactalis.com.br - Fone: (11) 5633-2606

Marcas atuais
Parmalat
Elegê
Batavo
Cotochês

35,5%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

4

Laticínios Tirol Ltda.

Av. Manoel Domingos Pinto, 36 - Treze Tílias - SC
CEP: 89650-000 - Site: www.tirol.com.br - Fone: (49) 3537-7000

Marcas atuais
Tirol

26,3%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

5

NovaMix Industrial e Comercial de Alimentos Ltda - Quatá

Av. Manoel Domingos Pinto, 09 - Pq. Anhanguera - São Paulo - SP
CEP: 05120-000 - Site: www.quataalimentos.com.br - Fone: (11) 3649-2686

Marcas atuais
Long
Glória
Quatá

25,2%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

Classificação das empresas por região/Penetração nos lares (em %)

	NNE	CO	LE+IRJ	GRJ	GSP	ISP	SUL
1	CBL 43,10	Piracanjuba 82,30	Quatá 51,80	Quatá 81,60	Italc 80,40	Italc 67,20	Tirol 73,90
2	Piracanjuba 31	Italc 73,10	Itambe 45,90	Lactalis 80,70	Piracanjuba 59,50	Jussara 61,20	Lactalis 46,60
3	Lactalis 25,60	Marajoara 39,00	Lactalis 43,20	Italc 54,60	Jussara 54,70	Arc 60,50	Languiru 42,10
4	Italc 19,10	Tirol 37,30	Porto Alegre 41,50	Godam 43,70	Arc 50,70	Piracanjuba 58,80	Santa Clara 39,50
5	Ilpisa 18,70	Compleite 27,30	Italc 40,70	Piracanjuba 41	Quatá 43,20	Tirol 37,80	Piá 33,30

Frequência de compra/Ano

2017

19 vezes

2018

17,8 vezes

Gasto médio/Ano (R\$)

2017

253,6

2018

250,6

Volume médio/Ano (litro/lar)

2017

101

2018

94

Quer sabor, qualidade e tradição?

Tá na mão



Piracanjuba®
desde 1955



www.piracanjuba.com.br

@oficialpiracanjuba

/oficialpiracanjuba

Refrigerante

Penetração/Ano (%)

2017 2018

97,4 97

1

Recofarma Ind. do Amazonas Ltda. - Coca-Cola Brasil

Praia do Botafogo, 374 - Botafogo - Rio de Janeiro - RJ
CEP: 22250-040 - Site: www.cocacolabrazil.com.br - SAC: 0800 021 21 21

Marcas atuais

Coca-Cola
Coca-Cola Zero Açúcar
Fanta/Kuat/Sprite
Schweppes
Guaraná Jesus

91,4%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

2

Cia. de Bebidas das Américas - AmBev

Rua Dr. Renato Paes de Barros, 1.017 - Itaim Bibi - São Paulo - SP
CEP: 04530-001 - Site: www.ambev.com.br - Fone: (11) 2122-1200

Marcas atuais

Antarctica Baré Guaraná
Antarctica Citrus/Sukita
Guaraná Antarctica/H2O
Mountain Dew/Pepsi/Soda
Teem/Tônica Antarctica

73,6%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

3

Cervejaria Heineken Ltda.

Rua Olimpíadas 205, 6º andar - Vila Olímpia - SP
CEP: 04551-000 - Site: www.heinekenbrasil.com.br - Fone: (11) 4700-7475

Marcas atuais

Itubaína
Viva Schin
Viva Schin Mini

38,5%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

4

Indaiá Águas Mineirais Ltda.

Praça da Imprensa, s/n - Dionísio Torres - Fortaleza - CE
CEP: 60135-900 - Site: www.indaiia.com.br - Fone: 0800 275 49 99

Marcas atuais

Refri

12,1%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

5

Maxxi Beverage Indústria e Comércio Ltda. - Dolly

Rod. Washington Luiz, 19.734 - Duque de Caxias - Chácara Rio Petrópolis - RJ
CEP: 25230-972 - Site: www.dolly.com.br - Fone: (21) 3257-3100

Marcas atuais

Dolly

8,7%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

Classificação das empresas por região/Penetração nos lares (em %)

	NNE	CO	LE+IRJ	GRJ	GSP	ISP	SUL
1	Coca-Cola 86,03	Coca-Cola 95,72	Coca-Cola 92,38	Coca-Cola 94,66	Coca-Cola 90,18	Coca-Cola 92,88	Coca-Cola 96,73
2	Ambev 65,12	Ambev 72,31	Ambev 78,70	Ambev 81,10	Ambev 74,85	Ambev 70,31	Ambev 83,60
3	Heineken 37,64	Mineiro 31,71	Heineken 36,37	Heineken 28,94	Heineken 67,38	Heineken 41,66	Fruki 30,35
4	Indaiá 30,92	Heineken 27,62	Mineiro 17,55	Convenção 28,86	Dolly 47,06	Poty 17,71	Heineken 25,91
5	Goob 12,79	Goianinho 15,27	Mate Couro 10,89	Tobi 27,32	Convenção 22,46	New Age 16,91	Hugo Cini 13,46

Frequência de compra/Ano

2017 2018
20,7 vezes 20 vezes

Gasto médio/Ano (R\$)

2017 2018
195,2 186,5

Volume médio/Ano (litro/lar)

2017 2018
79,7 74,6

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



Suco Pronto para Beber

Penetração/Ano (%)

2017 2018
71,7 70,8

1

Recofarma Ind. do Amazonas Ltda. - Coca-Cola Brasil

Praia do Botafogo, 374 - Botafogo - Rio de Janeiro - RJ
CEP: 22250-040 - Site: www.cocacolabrasil.com.br - SAC: 0800 021 21 21

Marcas atuais
Del Valle/Del Valle Kapo
Del Valle Laranja Caseira
Del Valle Frut
Del Valle Reserva
Del Valle 100%

38,4%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

2

Britvic Ebba - Empresa Bras. de Beb. e Alim. S/A

Avenida Paulista 1.106 - 3º andar - Bela Vista - São Paulo - SP
CEP: 01310-100 - Site: www.ebba.com.br - Fones: (11) 2838-5000/0800 081 30 22

Marcas atuais
Maguary
Bela Ischia
Dafruta

16%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

3

Maratá Sucos do Nordeste Ltda.

Dist. Industrial Lagarto, s/n - Lagarto - Sergipe
CEP: 49400-000 Site: www.marata.com.br - Fone: (79) 3631-9200

Marcas atuais
Maratá

9,9%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

4

Vigor Alimentos S/A

Rua Joaquim Carlos, 396 - São Paulo - SP - CEP: 03019-901
Site: www.vigor.com.br - Fone: (11) 2799-5500

Marcas atuais
Vig

7,8%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

5

Nidala da Amazônia Ltda - Tampico

Rua Constelação de Gêmeos, 169 - galpão 7 - Aleixo Manaus - AM
www.tampico.com.br - (92) 3613-3706

Marcas atuais
Tampico

5,8%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

Classificação das empresas por região/Penetração nos lares (em %)

	NNE	CO	LE+IRJ	GRJ	GSP	ISP	SUL
1	Coca-Cola 38,10	Coca-Cola 38,70	Coca-Cola 42,40	Coca-Cola 37,20	Coca-Cola 38,10	Coca-Cola 37,70	Coca-Cola 36,70
2	Maratá 20	Imperial 23,70	Ebba 22,30	Ebba 35,50	Ebba 27	Ebba 16,30	Ebba 11,30
3	Heineken 10,30	Ebba 14,90	Heineken 6,60	Lalita 10,80	WOW! Nutrition 17,20	Vigor 10,30	Vigor 7,10
4	Indaiá 9,20	Nidala 13,90	Nidala 4,80	Vigor 7,50	Maratá 16,60	WOW! Nutrition 6,40	Cocamar 6,70
5	Nidala 8,20	WOW! Nutrition 5,90	Vigor 4,10	Guarana Camp 6,90	Vigor 14,20	Cocamar 5,80	Nidala 6,40

Frequência de compra/Ano

2017 2018
6,1 vezes 6,2 vezes

Gasto médio/Ano (R\$)

2017 2018
52 51,8

Volume médio/Ano (litro/lar)

2017 2018
10,6 10,6

PARA QUEM
LEVA NA BIKE.



PARA QUEM
LEVA NA LANCHEIRA.



W/M/CANN | COCA-COLA BRASIL

PARA QUEM
LEVA SEMPRE.



PARA QUEM
TEM EM CASA.



A COCA-COLA BRASIL É PARA TODOS.

COCA-COLA BRASIL



Receita e volume na **GANGORRA**

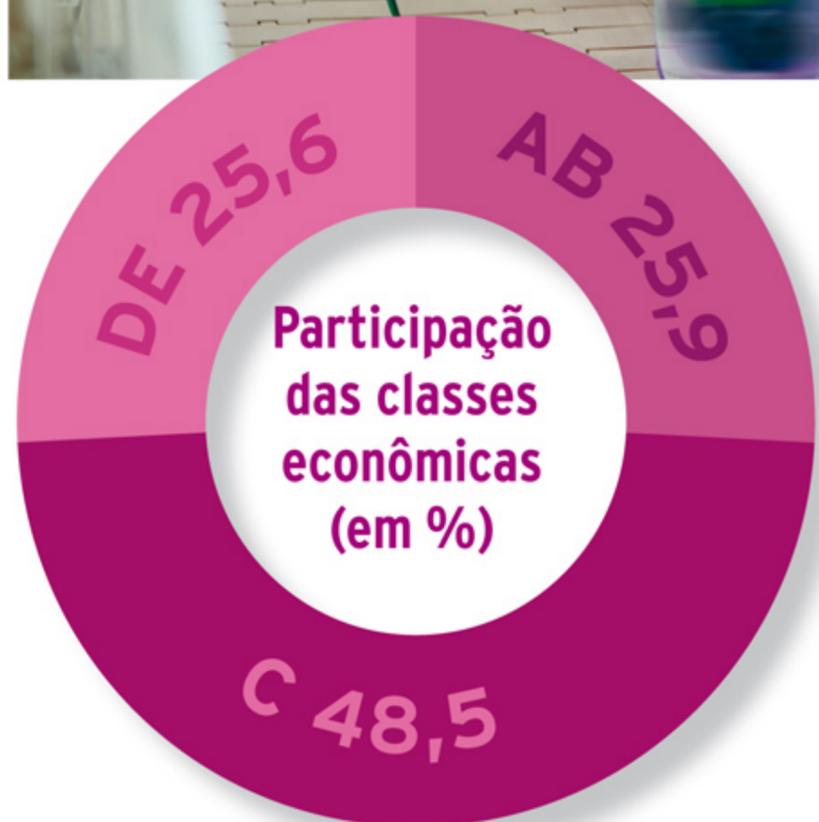
No acumulado até o mês de julho, faturamento da indústria de higiene e beleza registrou crescimento. Por outro lado, volume comercializado teve queda acentuada

A indústria de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos obteve alta de 1,5% entre janeiro e julho de 2019, em comparação com o resultado registrado no mesmo período do ano passado. Os dados são da Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (Abihpec). Embora o resultado referente ao faturamento em vendas tenha crescido, o volume de produção retraiu 10,9%, com um total de 1,2 mil toneladas de itens produzidos.

Os referidos números compõem a plataforma de inteligência de mercado “Painel de Dados de Mercado Abihpec”, que hoje já atinge uma representatividade de 80% do setor com as empresas participantes. De acordo com o presidente-executivo da associação, João Carlos Basilio, os resultados dos sete primeiros meses do ano seguem o mesmo patamar de 2018 e ainda refletem os inúmeros desafios que o setor vem enfrentando desde 2014, em decorrência da crise econômica.

Para enfrentar esse cenário e movimentar o mercado consumidor, essa indústria tem apostado, consistentemente, na inovação – uma das suas principais marcas. Segundo a Mintel, empresa de inteligência de mercado, foram lançados 7.481 itens ao longo do ano, o que coloca a indústria de HPPC brasileira como a terceira mais inovadora do mundo, atrás apenas de China e EUA.

Para o restante do ano, segundo a Abihpec, as expectativas seguem positivas, com um provável estímulo das vendas gerado pelo Natal e o acesso dos consumidores a benefícios como dissídio, 13º salário e saques do FGTS. De acordo com o presidente-executivo da entidade, o segundo semestre representa, aproximadamente, 60% das vendas deste setor.





**Indicadores
Kantar
(1º semestre
2019)**

Tíquete médio: **R\$ 27,42**

Gasto médio: **R\$ 442,06**

Preço médio: **R\$ 65,33**

Frequência de compras: **16,1 vezes**

Índice de Categorias

Absorvente Externo	96	Escova Dental	105
Absorvente Protetor Diário	97	Fralda Descartável.....	106
Antisséptico Bucal	98	Lâmina de Barbear	107
Creme Dental	99	Papel Higiênico	108
Bronzeador e Protetor Solar	100	Produto para Barbear.....	110
Creme para o Corpo.....	102	Sabonete Líquido	111
Creme para Pentear	103	Xampu	112
Desodorante.....	104		

Absorvente Higiênico Externo

Penetração/Ano (%)

2017
75,1

2018
74

1

Kimberly-Clark

Av. Engenheiro Luís Carlos Berrini, 105 - Itaim Bibi - São Paulo - SP
CEP: 04571-900 - Site: www.kimberly-clark.com.br - Fone: 0800 709 55 99

Marcas atuais
Intimus
Intimus Sport

47,2%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

2

Johnson & Johnson do Brasil Ind. Com. Ltda.

Av. Pres. Juscelino Kubitschek, 2.041 - Complexo JK, Torre B - 6º andar
Vila Nova Conceição - São Paulo, SP - CEP: 04543-011
Site: www.jnjbrasil.com.br - Fone: (11) 2788-8947

Marcas atuais
Sempre Livre

36,5%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

3

Procter & Gamble Ind. Com. Ltda.

Av. Dr. Chucri Zaidan, 296 - Edifício Torre Z - Brooklin Novo - São Paulo - SP
CEP: 04583-110 - Site: www.procter.com.br - Fone: (11) 4572-2727

Marcas atuais
Always

26,6%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

4

Santher - Fáb. de Papel Sta. Therezinha S/A

Av. Eusébio Matoso, 1.375 - Pinheiros - São Paulo - SP
CEP: 05423-180 - Site: www.santher.com.br - Fone: (11) 3030-0200

Marcas atuais
Sym

18,7%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

5

Carta Goiás Ind. e Com. de Papéis S/A

Vila VP 6E, s/n QD. 09 - Lote 18 a 20 - Distrito Agroindustrial de Anápolis (Daia) - GO
CEP: 75132-135 - Site: www.cartafabril.com.br - Fone: (62) 4014-4601

Marcas atuais
Diana Active
Deluxe Gel
Diana Max

7,8%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

Classificação das empresas por região/Penetração nos lares (em %)

	NNE	CO	LE+IRJ	GRJ	GSP	ISP	SUL
1	Kimberly-Clark 46,80	Kimberly-Clark 52,80	Kimberly-Clark 41,10	Kimberly-Clark 41,30	Kimberly-Clark 50,70	Kimberly-Clark 49,9	Kimberly-Clark 48,60
2	J&J 44,80	J&J 42,30	Santher 36,70	P&G 33,90	J&J 30,30	J&J 36,50	J&J 39,30
3	P&G 41,30	Santher 36,10	J&J 22,90	Carta Fabril 32,20	P&G 26	P&G 15,60	P&G 16,30
4	Santher 18,80	P&G 21,40	P&G 18,10	J&J 30,80	Santher 14,10	Santher 11,80	Mili 14,50
5	Ever Green 11,10	Carta Fabril 9,50	Carta Fabril 12,40	Lady Soft 7,70	Ever Green 7,40	Milli 7,20	Santher 9,40

Frequência de compra/Ano

2017
6,5 vezes

2018
6,3 vezes

Gasto médio/Ano (R\$)

2017
46,8

2018
49,7

Volume médio/Ano (un./lar)

2017
118

2018
123

Absorvente Protetor Diário

Penetração/Ano (%)

2017 2018
23,4 23,3

1

Johnson & Johnson do Brasil Ind. Com. Ltda.

Av. Pres. Juscelino Kubitschek, 2.041 - Complexo JK, Torre B - 6º andar
Vila Nova Conceição - São Paulo - SP - CEP: 04543-011
Site: www.jnjbrasil.com.br - Fone: (11) 2788-8947

Marcas atuais
Carefree

12,3%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

2

Kimberly-Clark Brasil Ind. Com. de Prod. Hig. Ltda.

Av. Engenheiro Luís Carlos Berrini, 105 - Itaim Bibi - São Paulo - SP
CEP: 04571900 - Site: www.kimberly-clark.com.br - Fone: 0800 709 55 99

Marcas atuais
Intimus
Intimus Sport

11,2%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

3

Procter & Gamble Ind. Com. Ltda.

Av. Dr. Chucri Zaidan, 296 - Edifício Torre Z - Brooklin Novo - São Paulo - SP
CEP: 04583-110 - Site: www.procter.com.br - Fone: (11) 4572-2727

Marcas atuais
Always

1,7%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

4

Santher - Fáb. de Papel Sta Therezinha S/A

Av. Eusébio Matoso, 1.375 - Pinheiros - São Paulo - SP
CEP: 05423-180 - Site: www.santher.com.br - Fone: (11) 3030-0200

Marcas atuais
Sym

1,6%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

5

Ever Green Ind. Com. Ltda.

Rua Luiz Feriani, 189 - São Bernardo do Campo - SP
CEP: 09663-100 - Site: www.evergreen.com.br - Fone: 0800 019 11 66

Marcas atuais
Naturalmente Daily

0,9%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

Classificação das empresas por região/Penetração nos lares (em %)

	NNE	CO	LE+IRJ	GRJ	GSP	ISP	SUL
1	Kimberly-Clark 11,30	J&J 14,20	Kimberly-Clark 10,30	J&J 14,50	J&J 11,70	J&J 13,40	Kimberly-Clark 16,90
2	J&J 10,80	Kimberly-Clark 8,40	J&J 8,80	Kimberly-Clark 9,70	Kimberly-Clark 9,30	Kimberly-Clark 10,20	J&J 15,90
3	P&G 2,40	P&G 1,81	Santher 3,40	P&G 1,20	P&G 2,01	Santher 1,50	Mili 2
4	Santher 1,90	Santher 1,80	P&G 1,40	-	Ever Green 2	P&G 1,20	Ever Green 1,10
5	Ever Green 1,60	-	Mili 0,70	-	Santher 0,90	-	P&G 0,90

Frequência de compra/Ano

2017 2018
2,6 vezes 2,6 vezes

Gasto médio/Ano (R\$)

2017 2018
23,8 24,6

Volume médio/Ano (un./lar)

2017 2018
109 111

Antisséptico bucal

Penetração/Ano (%)

2017 2018

25,5 25,4

1

Colgate-Palmolive Comercial Ltda.

Rua Rio Grande, 752 - Vila Mariana - São Paulo - SP
CEP: 04018-002 - Site: www.colgatepalmolive.com.br - Fone: (11) 5088-5000

Marcas atuais
Colgate Plax/Periogard Colgate
Luminous White/Colgate/Total
12/Colgate Sensitive Pro Alívio
Orthogard

13,2%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

2

Johnson & Johnson do Brasil Ind. Com. Ltda.

Av. Pres. Juscelino Kubitschek, 2.041 - Complexo JK, Torre B - 6º andar
Vila Nova Conceição - São Paulo - SP - CEP: 04543-011
Site: www.jnjbrasil.com.br - Fone: (11) 2788-8947

Marcas atuais
Listerine

10,1%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

3

Sanofi-Aventis Farmacêutica Ltda.

Av. Nações Unidas, 14.401 - 7º andar - Condomínio Parque da Cidade
Torre Sucupira - São Paulo - SP - CEP: 04794-000
Site: www.sanofi.com.br - Fone: (11) 3759-6000

Marcas atuais
Cepacol

2,2%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

4

Procter & Gamble Ind. Com. Ltda.

Av. Dr. Chucri Zaidan, 296 - Edifício Torre Z - Brooklin Novo - São Paulo - SP
CEP: 04583-110 - Site: www.procter.com.br - Fone: (11) 4572-2727

Marcas atuais
Oral-B

1,8%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

Classificação das empresas por região/Penetração nos lares (em %)

	NNE	CO	LE+IRJ	GRJ	GSP	ISP	SUL
1	Colgate-Palmolive 16	Johnson & Johnson 13,20	Colgate-Palmolive 11,60	Colgate-Palmolive 14,01	Johnson & Johnson 12,20	Colgate-Palmolive 9,60	Colgate-Palmolive 14,90
2	Johnson & Johnson 10,10	Colgate-Palmolive 12,90	Johnson & Johnson 9,80	Johnson & Johnson 14	Colgate-Palmolive 10,80	Johnson & Johnson 8,40	Johnson & Johnson 7,20
3	Sanofi Aventis 2,60	P&G 1,90	P&G 2,50	P&G 4,60	P&G 1,30	Sanofi Aventis 2,30	Sanofi Aventis 2,90
4	P&G 1,50	-	Sanofi Aventis 2,40	Sanofi Aventis 2	Sanofi Aventis 1,20	P&G 0,70	P&G 1,20
5	-	-	-	-	-	-	Unilever 0,90

Frequência de compra/Ano

2017

2 vezes

2018

2 vezes

Gasto médio/Ano (R\$)

2017

29,3

2018

30,8

Volume médio/Ano (ml/lar)

2017

907

2018

910

Creme Dental

Penetração/Ano (%)

2017
99

2018
98,6

1

Colgate-Palmolive Comercial Ltda.

Rua Rio Grande, 752 - Vila Mariana - São Paulo - SP
CEP: 04018-003 - Site: www.colgatepalmolive.com.br - Fone: (11) 5088-5000

Marcas atuais

Colgate
Sorriso
Tandy
Prevent

95,3%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

2

Procter & Gamble Ind. Com. Ltda.

Av. Dr. Chucri Zaidan, 296 - Edifício Torre Z - Brooklin Novo - São Paulo - SP
CEP: 04583-110 - Site: www.procter.com.br - Fone: (11) 4572-2727

Marcas atuais

Oral-B

46,4%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

3

Unilever Brasil Ltda.

Av. Nações Unidas 14.261 - Vila Gertrudes - Torre B (3º a 10º andar) - São Paulo - SP
CEP: 04533-085 - Site: www.unilever.com.br

Marcas atuais

Close Up

42,7%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

4

Indústrias Reunidas Raymundo da Fonte S/A

Rodovia PE 15, km 14, Bairro Torres Galvão - Paulista - PE
CEP: 53403-810 - Site: www.raymundodafonte.com.br - Fone: (81) 3437-8200

Marcas atuais

Even

8,1%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

5

GlaxoSmithKline Brasil Ltda.

Rua Victor Civita, 66 Bloco 5 sala 302 - Barra da Tijuca - Rio de Janeiro - RJ
CEP: 27775-044 - Site: www.gsk.com.br - Fone: (21) 3535-2400

Marcas atuais

Sensodyne

5,5%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

Classificação das empresas por região/Penetração nos lares (em %)

	NNE	CO	LE+IRJ	GRJ	GSP	ISP	SUL
1	Colgate-Palmolive 97,50	Colgate-Palmolive 96,90	Colgate-Palmolive 97,30	Colgate-Palmolive 93,70	Colgate-Palmolive 92,10	Colgate-Palmolive 92,50	Colgate-Palmolive 94,40
2	P&G 43,20	Unilever 49,30	P&G 46,30	P&G 65,70	P&G 50,80	P&G 50,00	Unilever 58,40
3	Unilever 35,80	P&G 44,70	Unilever 40,50	Unilever 36,20	Unilever 40,90	Unilever 44,00	P&G 36,30
4	Even 27,90	GSK 8,10	Dentil 5,80	GSK 6,20	GSK 7,20	GSK 4,80	GSK 7,50
5	Ice Fresh 3,70	Dentil 2,60	GSK 5,50	Even 3,60	Phisialia 3,70	Ice Fresh 2,20	Ice Fresh 4,90

Frequência de compra/Ano

2017
11,2 vezes

2018
10,9 vezes

Gasto médio/Ano (R\$)

2017
70,7

2018
72

Volume médio/Ano (kg/lar)

2017
2,13

2018
2,1

Bronzeador e Protetor Solar

Penetração/Ano (%)

2017 2018
16,7 13

1

Avon Brasil

Site: www.avon.com.br

Marcas atuais
Avon

4,7%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

2

Johnson & Johnson do Brasil Ind. Com. Ltda.

Av. Pres. Juscelino Kubitschek, 2.041 - Complexo JK, Torre B - 6º andar
Vila Nova Conceição - São Paulo - SP - CEP: 04543-011
Site: www.jnjbrasil.com.br - Fone: (11) 3030-8947

Marcas atuais
Sundown
RoC Minesol
Neutrogena
Sun Fresh

3%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

3

BDF Nivea Ltda.

Rua Arquiteto Olavo Redig de Campos, 105 - EZ Towers - Torre A
Vila São Francisco - São Paulo - SP - CEP: 04711-904
Site: www.nivea.com.br - Fone: (11) 5097-3800

Marcas atuais
Nivea Sun

2%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

4

Natura Cosméticos S/A

Site: www2.natura.net

Marcas atuais
Natura

1,1%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

5

L'Oréal Brasil Comércio de Cosméticos Ltda.

Rua São Bento, 8 - 17º andar - Centro - Rio de Janeiro - RJ
CEP: 20090-010 - Site: www.loreal.com.br - Fone: (21) 2131-6200

Marcas atuais
Garnier

1%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

Classificação das empresas por região/Penetração nos lares (em %)

	NNE	CO	LE+IRJ	GRJ	GSP	ISP	SUL
1	Avon 7,06	Avon 7,02	Avon 4,86	Nivea 3,24	Avon 2,54	J&J 3,57	Avon 3,86
2	J&J 3	J&J 2,34	J&J 4,02	J&J 2,22	Nivea 1,81	Avon 2,87	J&J 3,05
3	Nivea 2,15	Natura 1,26	Natura 1,64	Avon 2,02	J&J 1,80	Coty 1,24	Nivea 2,84
4	Natura 1,04	Nivea 1,13	Nivea 1,57	Natura 1,87	L'Oréal 1,37	Nivea 0,77	L'Oréal 1,62
5	L'Oréal 0,77	Mantecorp 0,78	L'Oréal 1,31	Coty 0,40	Coty 0,85	L'Oréal 0,40	Coty 1,09

Frequência de compra/Ano

2017 2018
1,6 vez 1,6 vez

Gasto médio/Ano (R\$)

2017 2018
62,1 65,8

Volume médio/Ano (ml/lar)

2017 2018
225 221



beauty expert

NOVO

NIVEA SUN BEAUTY EXPERT

A nova linha de proteção solar **une saúde & beleza** para atender os diferentes tipos de pele e necessidades

BENEFÍCIOS PARA O VAREJO

- Linha que impulsionará um segmento em crescimento
- Aumento do ticket médio
- Desenvolvimento do segmento facial, que é muito menos sazonal

BENEFÍCIOS PARA O CONSUMIDOR

- Benefícios à pele, além da proteção solar
- Faciais** que se diferenciam a partir das diferentes necessidades de cada tipo de pele
- Corporais** com benefício **Dupla Ação Anti-Idade*** (Filtros UV + Antioxidantes), inédito ao mercado massivo
- Dermatologicamente testados

* Causados pela exposição solar/radiação.



FACIAIS

CORPORAIS

Creme para o Corpo

Penetração/Ano (%)

2017 2018
67,8 68,2

1

Natura Cosméticos S/A

Site: www2.natura.net

Marcas atuais
Natura

23,4%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

2

Coty Brasil

Av. Magalhães de Castro, 4.800 - 25º andar - Ed. Continental Tower
Cidade Jardim - CEP: 05502-001 - São Paulo - SP
Site: www.coty.com - Fone: 3627-4000

Marcas atuais
Monange
Paixão
Leite de Colônia

23,3%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

3

O Boticário

Site: www.boticario.com.br

Marcas atuais
O Boticário

16,6%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

4

Avon Brasil

Site: www.avon.com.br

Marcas atuais
Avon

15,6%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

5

BDF Nivea Ltda.

Rua Arquiteto Olavo Redig de Campos, 105 - EZ Towers - Torre A
Vila São Francisco - São Paulo - SP - CEP: 04711-904
Site: www.nivea.com.br - Fone: (11) 5097-3800

Marcas atuais
Nivea Body

11,6%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

Classificação das empresas por região/Penetração nos lares (em %)

	NNE	CO	LE+IRJ	GRJ	GSP	ISP	SUL
1	Coty 33	Coty 26,97	Natura 30,05	Coty 26,24	Natura 16,64	Natura 18,72	Natura 16,05
2	Natura 29,82	O Boticário 22,79	Coty 22,92	Natura 23,99	Coty 16,52	O Boticário 16,15	Coty 14,86
3	Avon 21,02	Natura 20,99	O Boticário 20,95	Avon 19,38	O Boticário 14,82	Coty 15,48	Avon 12,54
4	O Boticário 18,08	Nivea 18,53	Avon 14,38	Nivea 12,06	Nivea 10,64	Avon 12,51	O Boticário 12,18
5	Nivea 9,82	Avon 17,18	Nivea 14,30	O Boticário 11,27	Avon 9,01	Nivea 10,93	Nivea 9,54

Frequência de compra/Ano

2017 2018
3,5 vezes **3,9** vezes

Gasto médio/Ano (R\$)

2017 2018
79,7 **90,1**

Volume médio/Ano (ml/lar)

2017 2018
1.192 **1.324**

Creme de Pentear

Penetração/Ano (%)

2017 2018
44,6 44,3

1

Unilever Brasil Ltda. Brasil Ltda.

Av. Nações Unidas 14.261 - Vila Gertrudes - Torre B (3º a 10º andar) - São Paulo - SP
CEP: 04533-085 - Site: www.unilever.com.br

Marcas atuais

Seda
Dove
TRESemmé

22,7%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

2

L'Oréal Brasil Comércio de Cosméticos Ltda.

Rua São Bento, 8 - 17º andar - Centro - Rio de Janeiro - RJ
CEP: 20090-010 - Site: www.loreal.com.br - Fone: (21) 2131-6200

Marcas atuais

Elséve

9,2%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

3

Devintex Com. Ind. Cosméticos Ltda.

Rua José Albino Pereira - Jardim Alvorada, Jandira - SP
CEP: 06612-000 - Site: salonline.com.br - Fone: (11) 4134-2727

Marcas atuais

Salon Line

8,7%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

4

Procter & Gamble Ind. Com. Ltda.

Av. Dr. Chucri Zaidan, 296 - Edifício Torre Z - Brooklin Novo - São Paulo - SP
CEP: 04583-110 - Site: www.procter.com.br - Fone: (11) 4572-2727

Marcas atuais

Pantene
Aussie

3,2%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

5

Flora Dist. Prod. Higiene e Limpeza Ltda. - FAH

Av. Marginal Direita do Tietê, 500 - Vila Jaguara - São Paulo - SP -
CEP: 05118-100 - Site: www.flora.com.br - Fone: 0800 703 4071

Marcas atuais

Kolene
Neutrox
Ox

3 %

de penetração nos lares
(todas as marcas)

Classificação das empresas por região/Penetração nos lares (em %)

	NNE	CO	LE+IRJ	GRJ	GSP	ISP	SUL
1	Unilever 35,90	Unilever 23,60	Unilever 19,20	Unilever 13,80	Unilever 17,70	Unilever 16,10	Unilever 15,90
2	L'Oréal 15,10	L'Oréal 8,90	Salon Line 11,40	Salon Line 13,50	Salon Line 8,50	L'Oréal 6,30	L'Oréal 6,80
3	Salon Line 11,70	Salon Line 7	L'Oréal 7,80	L'Oréal 8,20	L'Oréal 4,40	Salon Line 6,20	Colgate-Palmolive 4,20
4	Flora 5,60	P&G 5	P&G 2,40	P&G 4	Flora 3,20	P&G 2,70	Flora 2,20
5	Colgate-Palmolive 4,30	Flora 2,10	Hypermarcas 2	Flora 3,10	P&G 3,10	Hypermarcas 2,40	Nazca 2,10

Frequência de compra/Ano

2017 2018
2,8 vezes **2,8** vezes

Gasto médio/Ano (R\$)

2017 2018
32,4 **34,4**

Volume médio/Ano (ml/lar)

2017 2018
1.083 **1.200**

Desodorante

Penetração/Ano (%)

2017 2018

89,7 89,7

1

Unilever Brasil Ltda.

Av. Nações Unidas 14.261 - Vila Gertrudes - Torre B (3º a 10º andar) - São Paulo - SP
CEP: 04533-085 - Site: www.unilever.com.br

Marcas atuais

Rexona
Axe
Dove
Suave
Simple

67,1%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

2

Coty Brasil

Av. Magalhães de Castro, 4.800 - 25º andar - Ed. Continental Tower
Cidade Jardim - CEP: 05502-001 - São Paulo - SP
Site: www.coty.com - Fone: (11) 3627-4000

Marcas atuais

Bozzano
Monange
Avanço
Très/Adidas

41,4%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

3

BDF Nivea Ltda.

Rua Arquiteto Olavo Redig de Campos, 105 - EZ Towers - Torre A
Vila São Francisco - São Paulo - SP - CEP: 04711-904
Site: www.nivea.com.br - Fone: (11) 5097-3800

Marcas atuais

Nivea Deo

30,3%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

4

Avon Brasil

Site: www.avon.com.br

Marcas atuais

Avon

15,8%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

5

Natura Cosméticos S/A

Site: www2.natura.net

Marcas atuais

Natura

12,9%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

Classificação das empresas por região/Penetração nos lares (em %)

	NNE	CO	LE+IRJ	GRJ	GSP	ISP	SUL
1	Unilever 78,62	Unilever 68,16	Unilever 61,94	Unilever 60,57	Unilever 56,30	Unilever 63,22	Unilever 65,52
2	Coty 49,01	Coty 39,50	Coty 44,39	Nivea 44,48	Coty 31,34	Coty 33,61	Coty 41,65
3	Nivea 27,42	Nivea 32,53	Nivea 31,25	Coty 38,69	Nivea 29,40	Nivea 27,50	Nivea 28,95
4	Avon 24,38	Red Apple 12,59	Natura 15,79	Avon 16,70	Avon 10,97	Avon 10,41	Avon 11,36
5	Natura 17,67	Natura 11,99	Avon 14,70	Dana do Brasil 15,51	Natura 8,22	Natura 10,13	Natura 8,43

Frequência de compra/Ano

2017

6,4 vezes

2018

6,6 vezes

Gasto médio/Ano (R\$)

2017

102

2018

105,2

Volume médio/Ano (ml/lar)

2017

887

2018

955

Escova Dental

Penetração/Ano (%)

2017 2018
65,7 64,9

1

Colgate-Palmolive Comercial Ltda.

Rua Rio Grande, 752 - Vila Mariana - São Paulo - SP
CEP: 04018-011 - Site: www.colgatepalmolive.com.br - Fone: (11) 5088-5000

Marcas atuais

Sorriso
Colgate
Periogard
Orthogard

37,9%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

2

Procter & Gamble Ind. Com. Ltda.

Av. Dr. Chucri Zaidan, 296 - Edifício Torre Z - Brooklin Novo - São Paulo - SP
CEP: 04583-110 - Site: www.procter.com.br - Fone: (11) 4572-2727

Marcas atuais

Oral-B

17,9%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

3

Condor S/A

Rua Augusto Klimmek, 325 - Centro - São Bento do Sul - SC
CEP: 89280-900 - Site: www.condor.ind.br - Fone: (47) 3631-2000

Marcas atuais

Condor

12,5%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

4

Johnson & Johnson do Brasil Ind. Com. Ltda.

Av. Pres. Juscelino Kubitschek, 2.041 - Complexo JK, Torre B - 6º andar
Vila Nova Conceição - São Paulo, SP - CEP: 04543-011
Site: www.jnjbrasil.com.br - Fone: (11) 2788-8947

Marcas atuais

Johnson's Reach
Tek

7,8%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

5

Jade Imp. Exp. Manuf. Ltda.

Av. Maringá, 1.805 - Jardim Quebec - Londrina - PR
CEP: 86060-000 - Site: www.jadefrog.com.br - Fone: (43) 3338-6866

Marcas atuais

Jadefrog
Popmax

7,1%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

Classificação das empresas por região/Penetração nos lares (em %)

	NNE	CO	LE+IRJ	GRJ	GSP	ISP	SUL
1	Colgate-Palmolive 39,40	Colgate-Palmolive 40,80	Colgate-Palmolive 41,30	Colgate-Palmolive 38,10	Colgate-Palmolive 30,40	Colgate-Palmolive 33	Colgate-Palmolive 40,70
2	Condor 17,20	P&G 21,30	P&G 20,40	P&G 26,40	P&G 19,10	Jadefrog 18,10	Condor 18,50
3	P&G 16,30	J&J 13,60	Condor 14,10	Condor 6,70	Jadefrog 9	P&G 14	P&G 14,40
4	J&J 6,60	Condor 13,50	Jadefrog 7,30	Hypermarcas 6,20	J&J 8,80	J&J 9,80	Jadefrog 8,40
5	3W do Brasil 6	Dental Clear 3,50	Belliz 7	J&J 5,50	Condor 4,30	Condor 5,30	3W do Brasil 6,30

Frequência de compra/Ano

2017 2018
2,6 vezes **2,5** vezes

Gasto médio/Ano (R\$)

2017 2018
21,8 **21,9**

Volume médio/Ano (un./lar)

2017 2018
5,8 **5,7**

Fralda Descartável

Penetração/Ano (%)

2017 2018

24,4 23,6

1

Kimberly-Clark Brasil Ind. Com. de Prod. Hig. Ltda.

Av. Engenheiro Luís Carlos Berrini, 105 - Itaim Bibi - São Paulo - SP
CEP: 04571900 - Site: www.kimberly-clark.com.br - Fone: 0800 709 55 99

Marcas atuais
Huggies

13%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

2

Ontex Global

Av. Magalhães de Castro, 4.800 - Jardim Panorama, São Paulo - SP
CEP: 05679-010 - São Paulo - SP
Site: www.ontexglobal.com.br - Fone: (11) 2853-9500

Marcas atuais
Pom Pom
Cremer
Sapeka
Bigfrol

11,3%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

3

Procter & Gamble Ind. Com. Ltda.

Av. Dr. Chucri Zaidan, 296 - Edifício Torre Z - Brooklin Novo - São Paulo - SP
CEP: 04583-110 - Site: www.procter.com.br - Fone: (11) 4572-2727

Marcas atuais
Pampers

9,6%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

4

Melhoramentos CMPC Ltda - Softys

Rua Werner Von Siemens, 111 - Condomínio E-Business Park - Prédio 19
Espaço 2 - São Paulo - SP - CEP: 05069-900
Site: www.melhoramentoscmpc.com.br - Fone: (11) 3670-3500

Marcas atuais
Babysec

5,1%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

5

Santher - Fáb. de Papel Sta Therezinha S/A

Av. Eusébio Matoso, 1.375 - Pinheiros - São Paulo - SP
CEP: 05423-180 - Site: www.santher.com.br - Fone: (11) 3030-0200

Marcas atuais
Personal Soft
Protect

4,7%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

Classificação das empresas por região/Penetração nos lares (em %)

	NNE	CO	LE+IRJ	GRJ	GSP	ISP	SUL
1	Ontex 18,30	Kimberly-Clark 14,40	Kimberly-Clark 12,60	Melhoramentos 11,10	Ontex 12,90	Kimberly-Clark 11,10	Kimberly-Clark 11,80
2	Kimberly-Clark 16,60	Ontex 12,60	Santher 9,30	Santher 10,50	Kimberly-Clark 11	P&G 7,90	P&G 7,20
3	P&G 12,40	P&G 12,10	P&G 9	Aloes & Aloes 9,80	P&G 7,90	Ontex 7,70	Ontex 7
4	Mamy Poko 5,60	Capricho 6,70	Ontex 8,30	Kimberly-Clark 8,50	Melhoramentos 7,70	Melhoramentos 3,90	Mili 6,10
5	Baby Roger 5,20	Santher 5,90	Melhoramentos 4,20	P&G 7,70	Baby Roger 2,60	Capricho 3,00	Melhoramentos 3,50

Frequência de compra/Ano

2017 2018
12,6 vezes 12,4 vezes

Gasto médio/Ano (R\$)

2017 2018
411,4 412,5

Volume médio/Ano (un./lar)

2017 2018
694 695

Lâminas de Barbear

Penetração/Ano (%)

2017 2018
79,6 77,6

1

Procter & Gamble Ind. Com. Ltda.

Av. Dr. Chucri Zaidan, 296 - Edifício Torre Z - Brooklin Novo - São Paulo - SP
CEP: 04583-110 - Site: www.procter.com.br - Fone: (11) 4572-2727

Marcas atuais

Fusion
Gillete Mach 3
Sensor Excel
Prestobarba
Probak
Venus

66,1%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

2

Bic Amazônia S/A

Rua Osasco, 1.744 Cond. Pq. Empresarial - Pq. Anhanguera - Cajamar - SP
CEP: 07753-040 - Site: www.bicworld.com - Fone: (11) 2158-8000

Marcas atuais

Bic

33,9%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

3

Swedish Match do Brasil S/A

Rua Visconde de Pirajá, 250 - 5º andar - Ipanema - Rio de Janeiro - RJ
CEP: 22410-000 - Site: www.fiatlux.com.br - Fone: (21) 2227-9600

Marcas atuais

Fiat Lux Flexor

4,7%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

4

Coty Brasil

Av. Magalhães de Castro, 4.800 - 25º andar - Ed. Continental Tower
Cidade Jardim - CEP: 05502-001 - São Paulo - SP
Site: www.coty.com - Fone: (11) 3627-4000

Marcas atuais

Bozzano

1,1%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

5

Arcom Distribuidor

Anel Viário Ayrton Senna, 2.001 - Distrito Industrial - Uberlândia - MG
CEP: 38402-329 - Site: www.arcom.com.br - Fone: (34) 3218-4200

Marcas atuais

Schick

0,4%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

Classificação das empresas por região/Penetração nos lares (em %)

	NNE	CO	LE+IRJ	GRJ	GSP	ISP	SUL
1	P&G 77,20	P&G 60,93	P&G 65,23	P&G 68,29	P&G 53,46	P&G 62,50	P&G 61,53
2	Bic 40,19	Bic 33,78	Bic 32,04	Bic 34,23	Bic 25,05	Bic 25,21	Bic 38,28
3	Swedish Match 8,02	Swedish Match 5,20	Swedish Match 2,59	Swedish Match 5,23	Swedish Match 2,70	Swedish Match 1,52	Swedish Match 4,40
4	Coty 1,20	Coty 0,82	Schick 1,06	Schick 1,05	Coty 1,10	Coty 0,79	Coty 2,22
5	Schick 0,17	Schick 0,47	Coty 0,48	Coty 0,29	Schick 0,01	Schick 0,21	Schick 0,58

Frequência de compra/Ano

2017 2018
4,6 vezes **4,4** vezes

Gasto médio/Ano (R\$)

2017 2018
40,1 **41,4**

Volume médio/Ano (un./lar)

2017 2018
14 **13**

Papel Higiênico

Penetração/Ano (%)

2017 2018

99,2 98,8

1

Santher - Fáb. de Papel Sta Therezinha S/A

Av. Eusébio Matoso, 1.375 - Pinheiros - São Paulo - SP
CEP: 05423-180 - Site: www.santher.com.br - Fone: (11) 3030-0200

Marcas atuais
Personal

40,9%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

2

Mili S/A

Rod. BR 116 - km 109, 21.501 - Curitiba - PR
CEP: 81690-500 - Site: www.mili.com.br - Fone: (41) 3227-8000

Marcas atuais
Mili

38,4%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

3

Sepac Serrados e Pasta de Celulose

Rua Mariano Torres, 729 - Conj. 1.001 - Centro - Curitiba - PR
CEP: 80060-120 - Site: www.sepac.com.br - Fone: (41) 3883-1800

Marcas atuais
Duetto
Paloma

32,5%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

4

Melhoramentos CMPC Ltda. - Softys

Rua Werner Von Siemens, 111 - Condomínio E-Business Park
Prédio 19 - Espaço 2 - São Paulo - SP CEP: 05069-900
Site: www.melhoramentoscmpc.com.br - Fone: (11) 3670-3500

Marcas atuais
Elite
Dualette
Softy's
Sublime

30,7%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

5

Carta Goiás Ind. e Com. de Papéis S/A

Viela VP 6E, s/n QD. 09 - Lote 18 a 20 - Distrito Agroindustrial de Anápolis
(Daia) - Anápolis - GO
Site: www.cartafabril.com.br - Fone: (62) 4014-4601

Marcas atuais
Cotton
Deluxe/Leblon Soft
Klass

25,1%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

Classificação das empresas por região/Penetração nos lares (em %)

	NNE	CO	LE+IRJ	GRJ	GSP	ISP	SUL
1	Suzano 57,80	Sepac 65,40	Mili 60,10	Carta Fabril 80	Santher 54,90	Santher 46,60	Mili 63,40
2	Ondunorte 53,10	Santher 60,40	Santher 44,90	Copapa 59,50	Melhoramentos 45,20	Sepac 45,80	Sepac 63,10
3	Santher 31,50	Carta Fabril 60	CVG 39,20	Melhoramentos 57,80	Kimberly-Clark 35,40	Mili 43,40	Santher 30,90
4	Melhoramentos 26,40	Mili 48,30	Copapa 35,30	Santher 34,80	Cia. Canoinhas 28,60	Melhoramentos 37,70	Cia. Canoinhas 28,70
5	Mili 23,70	Suzano 29,90	Carta Fabril 32,40	Cia. Canoinhas 26,50	Manikraft 24,50	Kimberly-Clark 35,70	CVG 28,20

Frequência de compra/Ano

2017

12 vezes

2018

11,7 vezes

Gasto médio/Ano (R\$)

2017

118,9

2018

124,5

Volume médio/Ano (un/lar)

2017

139,5

2018

142,6

Personal

Uma vida com você.



Novo Personal VIP.

Com folha dupla, mais macio e resistente como nunca.

ESTA NOVIDADE CHEGOU PARA TURBINAR AS VENDAS DA LINHA Personal

PARA PARTICIPAR, O CONSUMIDOR SÓ PRECISA COMPRAR 3 PRODUTOS* PERSONAL E CADASTRAR O CUPOM FISCAL NO SITE DA PROMOÇÃO:

WWW.PROMOCAOPERSONAL.COM.BR



QUALQUER PRODUTO PERSONAL, MESMO OS PRODUTOS SEM SELO PROMOCIONAL

A CADA 3 PRODUTOS PERSONAL COMPRADOS NO MESMO CUPOM FISCAL = UM NÚMERO DA SORTE.

PROMOÇÃO
Do carrinho pro **CARRÃO**
Personal

200 PRÊMIOS POR MÊS

+2 JEEPS COMPASS NO FINAL



Produtos para Barbear

Penetração/Ano (%)

2017
7,3

2018
6,2

1

Coty Brasil

Av. Magalhães de Castro, 4.800 - 25º andar - Ed. Continental Tower
Cidade Jardim - CEP: 05502-001 - São Paulo - SP
Site: www.coty.com - Fone: (11) 3627-4000

Marcas atuais
Bozzano

3,4%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

2

Procter & Gamble Ind. Com. Ltda.

Av. Dr. Chucri Zaidan, 296 - Edifício Torre Z - Brooklin Novo - São Paulo - SP
CEP: 04583-110 - Site: www.procter.com.br - Fone: (11) 4572-2727

Marcas atuais
Gillette
Vênus

1,1%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

3

Unilever Brasil Ltda.

Av. Nações Unidas 14.261 - Vila Gertrudes - Torre B (3º a 10º andar) - São Paulo - SP
CEP: 04533-085 - Site: www.unilever.com.br

Marcas atuais
Unilever

0,7%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

4

Natura Cosméticos S/A

Site: www2.natura.net

Marcas atuais
Natura

0,6%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

5

O Boticário

Site: www.boticario.com.br

Marcas atuais
O Boticário

0,4%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

Classificação das empresas por região/Penetração nos lares (em %)

	NNE	CO	LE+IRJ	GRJ	GSP	ISP	SUL
1	Coty 2,10	Coty 2,40	Coty 4,20	Coty 4,70	Coty 2,90	Coty 4	Coty 4,90
2	Natura 1,20	P&G 1,30	P&G 1,20	Natura 1	P&G 0,80	P&G 1	P&G 1,70
3	P&G 1	O Boticário 0,40	O Boticário 0,51	P&G 0,61	Unilever 0,70	Unilever 0,81	Unilever 1,30
4	Unilever 0,60	Natura 0,31	Unilever 0,50	Unilever 0,60	O Boticário 0,50	O Boticário 0,80	Natura 0,60
5	O Boticário 0,30	Avon 0,30	Avon 0,20	Avon 0,30	Avon 0,20	Avon 0,10	O Boticário 0,50

Frequência de compra/Ano

2017
1,5 vez

2018
1,5 vez

Gasto médio/Ano (R\$)

2017
19,9

2018
20,2

Volume médio/Ano (g./lar)

2017
179

2018
180

Sabonete Líquido

Penetração/Ano (%)

2017
28

2018
27,7

1

Unilever Brasil Ltda.

Av. Nações Unidas 14.261 - Vila Gertrudes - Torre B (3º a 10º andar) - São Paulo - SP
CEP: 04533-085 - Site: www.unilever.com.br

Marcas atuais

Lux
Dove
Lifebuoy
Baby Dove
Rexona

8,3%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

2

Colgate-Palmolive Comercial Ltda.

Rua Rio Grande, 752 - Vila Mariana - São Paulo - SP
CEP: 04018-008 - Site: www.colgatepalmolive.com.br - Fone: (11) 5088-5000

Marcas atuais

Palmolive
Protex
Protex Íntimo

7,6%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

3

Ponteland Dist. Ltda. - Granado Farmácias

Travessa do Comércio, 17 - Centro - Rio de Janeiro - RJ
CEP: 20010-080 - Site: www.granado.com.br - Fone: (21) 3231-6700

Marcas atuais

Granado
Phebo

3,6%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

4

Natura Cosméticos S/A

Site: www2.natura.net

Marcas atuais

Natura

3,5%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

5

Johnson & Johnson do Brasil Ind. Com. Ltda.

Av. Pres. Juscelino Kubitschek, 2.041 - Complexo JK, Torre B - 6º andar
Vila Nova Conceição - São Paulo, SP - CEP: 04543-011
Site: www.jnjbrasil.com.br - Fone: (11) 2788-8947

Marcas atuais

Johnson's
Johnson's Baby

2,4%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

Classificação das empresas por região/Penetração nos lares (em %)

	NNE	CO	LE+IRJ	GRJ	GSP	ISP	SUL
1	Colgate-Palmolive 9,87	Colgate-Palmolive 6,92	Unilever 6,72	Colgate-Palmolive 13,19	Unilever 9,48	Unilever 8,24	Unilever 10,84
2	Unilever 8,23	Granado 3,99	Colgate-Palmolive 5,67	Unilever 9,92	Colgate-Palmolive 7,61	Colgate-Palmolive 6,21	Colgate-Palmolive 3,96
3	Natura 5,29	Unilever 3,98	Natura 4,75	Granado 7,85	Granado 2,86	Natura 2,96	Natura 2,79
4	Granado 5,11	Natura 2,44	Granado 2,41	J&J 4,19	J&J 2,77	Granado 2,77	Fontana 2,14
5	J&J 3,22	Avon 2,24	J&J 1,77	Natura 2,09	BDF Nivea 1,90	O Boticário 1,16	J&J 1,67

Frequência de compra/Ano

2017
2,2 vezes

2018
2,3 vezes

Gasto médio/Ano (R\$)

2017
23,8

2018
26,4

Volume médio/Ano (g./lar)

2017
936

2018
912

Xampu

Penetração/Ano (%)

2017
92,8 2018
91

1

Unilever Brasil Ltda.

Av. Nações Unidas 14.261 - Vila Gertrudes - Torre B (3º a 10º andar) - São Paulo - SP
CEP: 04533-085 - Site: www.unilever.com.br

Marcas atuais
Seda/Dove/Clear
TRESemmé/Suave
Nexus/Baby Dove

63,8%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

2

Colgate-Palmolive Comercial Ltda.

Rua Rio Grande, 752 - Vila Mariana - São Paulo - SP
CEP: 04018-006 - Site: www.colgatepalmolive.com.br - Fone: (11) 5088-5000

Marcas atuais
Palmolive
Darling

35,7%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

3

L'Oréal Brasil Comércio de Cosméticos Ltda.

Rua São Bento, 8 - 17º andar - Centro - Rio de Janeiro - RJ
CEP: 20090-010 - Site: www.loreal.com.br - Fone: (21) 2131-6200

Marcas atuais
Elsève
Garnier Fructis

28,9%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

4

Procter & Gamble Ind. Com. Ltda.

Av. Dr. Chucri Zaidan, 296 - Edifício Torre Z - Brooklin Novo - São Paulo - SP
CEP: 04583-110 - Site: www.procter.com.br - Fone: (11) 4572-2727

Marcas atuais
Pantene
Head & Shoulders
Aussie/Herbal

22,4%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

5

Coty Brasil

Av. Magalhães de Castro, 4.800 - 25º andar - Ed. Continental Tower
Cidade Jardim - CEP: 05502-001 - São Paulo - SP
Site: www.coty.com - Fone: (11) 3627-4000

Marcas atuais
Monange

17,3%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

Classificação das empresas por região/Penetração nos lares (em %)

	NNE	CO	LE+IRJ	GRJ	GSP	ISP	SUL
1	Unilever 66	Unilever 70,10	Unilever 59,50	Unilever 59,40	Unilever 58,90	Unilever 61,70	Unilever 69,50
2	Colgate-Palmolive 40,90	Colgate-Palmolive 35,50	Colgate-Palmolive 35,30	L'Oréal 32,50	Colgate-Palmolive 29,30	Colgate-Palmolive 32,50	Colgate-Palmolive 39,30
3	L'Oréal 32,70	L'Oréal 24,90	L'Oréal 23,70	Colgate-Palmolive 27,20	L'Oréal 24,00	L'Oréal 25,80	L'Oréal 34,00
4	P&G 20,40	P&G 19,30	P&G 23,40	P&G 26,90	P&G 19,20	P&G 20,80	P&G 28,80
5	Coty 14,30	Coty 10,30	Coty 20,00	Coty 16,20	Coty 16,70	Coty 19,80	Coty 22,80

Frequência de compra/Ano

2017
7,2 vezes 2018
7,1 vezes

Gasto médio/Ano (R\$)

2017
65,7 2018
71,6

Volume médio/Ano (litros/lar)

2017
2,36 2018
2,45

Compras de produtos de limpeza **CRESCEM NO CURTO PRAZO**

Amaciante, produtos multiúso e de limpeza perfumada são destaques positivos da categoria



**Indicadores
Kantar
(1º semestre
2019)**

Tíquete médio: **R\$ 16,85**

Gasto médio: **R\$ 212,31**

Preço médio: **R\$ 5,20**

Frequência de compras: **12,6 vezes**

Entre o consumo de produtos massivos (FMCG), a cesta de produtos de limpeza está entre as que apresentam resultados positivos no curto prazo no Brasil. Apesar de ter tido retração de 1,1% de unidades no ano de 2018 para 2019, ela ganhou 2,4% em unidades do primeiro para o segundo trimestre deste ano. Além de ter crescido também 1,8% de volume ponderado

neste período, segundo dados da Kantar que constam na 14ª edição do Anuário da Associação Brasileira das Indústrias de Produtos de Higiene, Limpeza e Saneantes de Uso Doméstico e de Uso Profissional (Abipla).

Neste cenário, os amaciantes de roupa, produtos multiúso e limpeza perfumada são os que têm melhor performance da categoria. Eles tiveram, respectiva-

Limpeza

mente, aumento de 2,5, 2,2 e 2,1 pontos de penetração no primeiro semestre de 2019 em relação ao mesmo período do ano anterior.

A nova dinâmica familiar é uma das razões por trás do desempenho destes produtos específicos. O contexto atual é de mais mulheres trabalhando fora, mais mães acima dos 35 anos, aumento da expectativa de vida e queda do número de integrantes das famílias, aliado à ressignificação do papel do homem, a divisão de tarefas e a busca por tornar atividades diárias mais simples. Entre 2009 e 2017, houve 5% de redução na presença das empregadas domésticas em lares do País, e donas de casa mais atarefadas e com menos ajuda buscam alternativas eficazes e simples para o cuidado com a casa.

Entre os produtos de melhor desempenho, os de limpeza perfumada ganharam mais de 1,3 milhão de novos

lares compradores nos seis primeiros meses de 2019, impulsionado principalmente por promoções. Como os canais de compra variam de acordo com o tamanho da embalagem, os atacarejos são os mais populares para famílias que buscam opções de mais de um litro.

Já os produtos multiuso, líderes em praticidade, tiveram 4,8% de aumento em valor e conquistaram novos compradores, principalmente na Grande São Paulo. No período, a busca pelo tamanho grande ganhou 38,8% de importância, apesar das embalagens médias representarem 90% em *share* de volume.

Por sua vez, os amaciantes têm penetração em 81,5% dos lares brasileiros e ganharam 10,4% em valor. Devido ao custo-benefício, apresentam destaque as opções concentradas, que representam 31% da categoria, e das embalagens tipo garrafa e com mais de dois litros. **Hi**

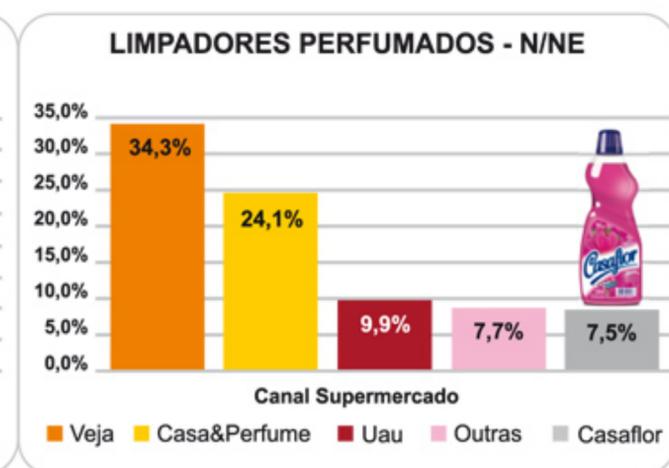
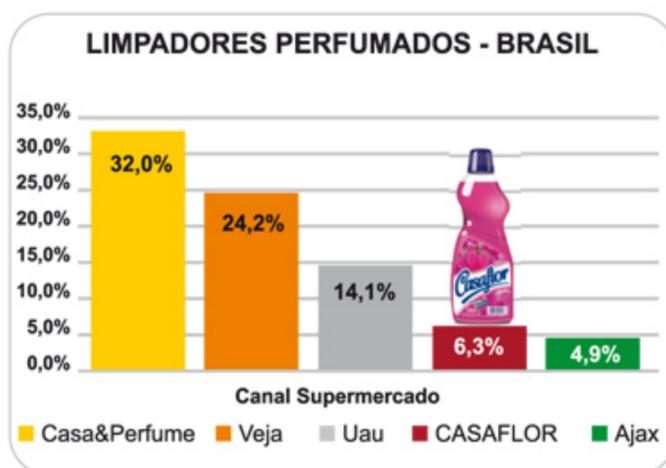


Índice de Categorias

Alvejante sem Cloro.....	116
Amaciante	118
Desinfetante.....	119
Detergente em Pó para Roupa.....	120
Detergente Líquido para Louça.....	121
Detergente Líquido para Roupa.....	122
Esponja Sintética	123
Limpeza Perfumada.....	124
Multiuso.....	126

Limpador Perfumado Casaflor

Bem-estar que transforma suas vendas em lucro.



Casaflor é a 4ª marca de limpadores perfumados mais vendida no Brasil, líder no Centro-Oeste e ocupa o 5º lugar no Norte/Nordeste.

Pesquisa realizada pela Kantar Worldpanel. Agosto de 2019. Canal Supermercado.

Água Sanitária e Alvejante com Cloro

Penetração/Ano (%)

2017

87,9

2018

87,7

1

Indústrias Anhembi Ltda.

Rua André Rovai, 481 - Centro - Osasco - SP
CEP: 06233-150 - Site: www.anhembi.ind.br - Fones: (11) 2167-3200 / 2167-3262

Marcas atuais
Oboa
Super Cândida

31,9%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

2

Química Amparo Ltda. - Ypê

Av. Waldyr Beira, 1.000 - Amparo - SP
CEP: 13904-906 - Site: www.ype.ind.br - Fone: (19) 3808-8000

Marcas atuais
Ypê

27,5%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

3

Indústrias Reunidas Raymundo da Fonte S/A

Rod. PE 15 - km 14, Bairro Torres Galvão - Paulista - PE
CEP: 53403-810 - Site: www.raymundodafonte.com.br - Fone: (81) 3437-8200

Marcas atuais
Brilux
Tubarão
Olimpo
Cloral

23,4%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

4

Iplasa Ind. e Com. Ltda.

Av. Prof. Benedito de Andrade, 911 - Piracicaba - SP
CEP: 13422-000 - Site: www.candura.com.br - Fone: (19) 3429-0300

Marcas atuais
Candura

11,3%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

5

Total Química

Rod. Régis Bittencourt BR 116 - km 275,5 - Jd. das Oliveiras - Embu - SP
Site: www.sanol.com.br - Fone: (11) 4785-1800

Marcas atuais
Daclor

9,8%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

Classificação das empresas por região/Penetração nos lares (em %)

	NNE	CO	LE+IRJ	GRJ	GSP	ISP	SUL
1	Raymundo da Fonte 72,60	Anhembi 70,10	Santa Clara 28,20	Raymundo da Fonte 28	Total Química 39,90	Iplasa 32,30	Anhembi 60,60
2	Interlândia 31,40	Química Amparo 45,10	Marquezani 26,20	Química Amparo 19,20	Anhembi 39,10	Química Amparo 26,80	Girando Sol 32,90
3	Química Amparo 27,50	Zuppani 34,10	Anhembi 24,11	Super Globo 15,40	Sobel 37,40	Anhembi 24,90	Química Amparo 30,00
4	FC Oliveira 22	Iplasa 19,40	Química Amparo 24,10	Barra 14,90	Iplasa 26,30	Total Química 24,10	Da Ilha 12,50
5	Anhembi 18,40	Kijoa 6,70	Super Globo Brasil 13,50	Limpadua 7,80	Química Amparo 23,70	Sobel 19,90	Gota Limpa 9,90

Frequência de compra/Ano

2017

7,6 vezes

2018

7,7 vezes

Gasto médio/Ano (R\$)

2017

32,4

2018

33,5

Volume médio/Ano (l/lar)

2017

16,01

2018

16,62

Linha de
Limpeza
Qboa

Super
CANDIDA



TENHA SEMPRE AS MARCAS MAIS AMADAS E VENDIDAS DO BRASIL.

Só marcas líderes e sinônimo de categoria têm a força para fazer suas vendas crescerem. Líderes em penetração nos lares nas categorias água sanitária e alvejantes com cloro, Qboa e Super Candida garantem satisfação para o consumidor e alto giro para sua loja.

ATIVAÇÃO 360:

A campanha estará presente nos seguintes meios:



DIGITAL



MÍDIA EXTERIOR



TV



RÁDIO



PDV

INDÚSTRIAS
ANHEMBI

1º LUGAR

EM PENETRAÇÃO
NOS LARES
BRASILEIROS

CATEGORIAS:
Água Sanitária
e Alvejantes
com Cloro

Anhembi

anhembi.ind.br

Amaciante

Penetração/Ano (%)

2017 2018

89,3 88,4

1

Química Amparo Ltda. - Ypê

Av. Waldyr Beira, 1.000 - Amparo - SP
CEP: 13904-906 - Site: www.ype.ind.br - Fone: (19) 3808-8022

Marcas atuais
Ypê

45,9%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

2

Gtex Brasil

Rua Conselheiro Saraiva, 207 - 13º andar
Site: www.gtexbrasil.com.br - Fone: (11) 3500-9500

Marcas atuais
Baby Soft
Baby Soft Care
Urca/Ruth Care

30,4%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

3

Unilever Brasil Ltda.

Av. Nações Unidas 14.261 - Vila Gertrudes - Torre B (3º a 10º andar) - São Paulo - SP
CEP: 04533-085 - Site: www.unilever.com.br

Marcas atuais
Comfort
Fofó

26,5%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

4

Bombril S/A

Marginal da Via Anchieta, km 14, s/n - SBC - SP
CEP: 09696-000 - Site: www.bombril.com.br - Fone: (11) 4366-1001

Marcas atuais
Mon Bijou

24,9%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

5

Procter & Gamble Ind. Com. Ltda.

Av. Dr. Chucri Zaidan, 246-96 - Edifício Torre Z - São Paulo - SP
CEP: 04583-110 - Site: www.procter.com.br - Fone: (11) 4572-2727

Marcas atuais
Downy

19,8%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

Classificação das empresas por região/Penetração nos lares (em %)

	NNE	CO	LE+IRJ	GRJ	GSP	ISP	SUL
1	Raymundo da Fonte 39,60	Química Amparo 76,50	Química Amparo 47	Química Amparo 42,50	Gtex 43,50	Gtex 47,50	Química Amparo 48,20
2	Química Amparo 36,90	Bombril 43,70	Gtex 43,90	Gtex 39,70	Química Amparo 43,40	Química Amparo 46,80	Girando Sol 43,40
3	Unilever 21,30	Unilever 29	Unilever 23,30	Unilever 26,70	Unilever 34,80	Unilever 28,60	Unilever 29,20
4	P&G 18,20	Gtex 22,30	Bombril 22,10	Bombril 25,00	P&G 32,30	Bombril 24	Bombril 28,00
5	Bombril 17,20	Flora 16,70	Casa K&M 21,00	Big Soft 19,70	Bombril 30,80	P&G 18,70	Crivalli 21,20

Frequência de compra/Ano

2017

6,8 vezes

2018

6,8 vezes

Gasto médio/Ano (R\$)

2017

54,6

2018

56,5

Volume médio/Ano (l/lar)

2017

19,27

2018

19,55

Desinfetante

Penetração/Ano (%)

2017 2018
80,2 79,1

1

Bombril S/A

Marginal da Via Anchieta - Km 14 - s/n - SBC - SP
CEP: 09696-000 - Site: www.bombril.com.br - Fone: (11) 4366-1001

Marcas atuais

Pinho Bril
Kalipto

21,6%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

2

Colgate-Palmolive Comercial Ltda.

Rua Rio Grande, 752 - Vila Mariana - São Paulo - SP
CEP: 04018-004 - Site: www.colgate.com.br - Fone: (11) 5088-5000

Marcas atuais

Pinho Sol

18,9%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

3

Química Amparo Ltda. - Ypê

Av. Waldyr Beira, 1.000 - Amparo - SP
CEP: 13904-906 - Site: www.ype.ind.br - Fone: (19) 3808-8000

Marcas atuais

Atol
Pinho Ypê
Bak Ypê

16,7%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

4

Total Química

Rod. Régis Bittencourt BR 116 - km 275,5 - Jd. das Oliveiras - Embu - SP
Site: www.sanol.com.br - Fone: 11 4785-1800

Marcas atuais

Sanol

11,4%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

5

Gtex Brasil

Rua Conselheiro Saraiva, 207 - 13º andar
Site: www.gtexbrasil.com.br - Fone: (11) 3500-9500

Marcas atuais

Urca
Scarlim

10,1%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

Classificação das empresas por região/Penetração nos lares (em %)

	NNE	CO	LE+IRJ	GRJ	GSP	ISP	SUL
1	Bombril 23,50	Química Amparo 27,20	Colgate-Palmolive 25	Bombril 18,40	Bombril 24,20	Total Química 25,70	Girando Sol 22,90
2	Química Amparo 20,70	Bombril 24,50	Cera Inglesa 20	Colgate-Palmolive 17,10	Total Química 23	Bombril 20,30	Colgate-Palmolive 20,10
3	Colgate-Palmolive 20,10	Colgate-Palmolive 17,60	Bombril 19,10	Rosatex 16,20	Colgate-Palmolive 14,30	Colgate-Palmolive 15,10	Bombril 19,90
4	Econômico 11,50	Pinho Plus 15,80	Química Amparo 18,10	Flora 14,10	Rosatex 12,10	Rosatex 12,80	Química Amparo 14,90
5	Flora 10,90	Politriz 12,10	Rosatex 11,90	Total Química 13,90	Búfalo 11,90	Química Amparo 11,80	Clean Plus 7,80

Frequência de compra/Ano

2017 2018
4,8 vezes 4,8 vezes

Gasto médio/Ano (R\$)

2017 2018
25,7 26,4

Volume médio/Ano (l/lar)

2017 2018
8,2 8,2

Detergente em Pó para Roupa

Penetração/Ano (%)

2017 2018

98,7 98,5

1

Unilever Brasil Ltda.

Av. Nações Unidas 14.261 - Vila Gertrudes - Torre B (3º a 10º andar) - São Paulo - SP
CEP: 04533-085 - Site: www.unilever.com.br

Marcas atuais

Omo
Brilhante
Surf
Ala

93,4%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

2

Química Amparo Ltda. - Ypê

Av. Waldyr Beira, 1.000 - Amparo - SP
CEP: 13904-906 - Site: www.ype.ind.br - Fone: (19) 3808-8000

Marcas atuais

Tixan Ypê
Ypê Premium

64,9%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

3

Asa Indústria e Comércio Ltda.

Rua da Paz, 82 - Afogados - Recife - PE
CEP: 50770-000 - Site: www.asanet.com.br - Fone: (81) 3073-5017

Marcas atuais

Bem-Te-Vi
Invicto

20,9%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

4

Flora Dist. Prod. Higiene e Limpeza Ltda. - FAH

Av. Marginal Direita do Tietê, 500 - Vila Jaguara - São Paulo - SP
CEP: 05118-100 - Site: www.flora.com.br - Fone: 0800 703 4071

Marcas atuais

Minuano
Assim

13,8%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

5

Gtex Brasil

Rua Conselheiro Saraiva, 207 - 13º andar
Site: www.gtexbrasil.com.br - Fone: (11) 3500-9500

Marcas atuais

Urca/Baby Soft
UFE/Ruth

5,7%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

Classificação das empresas por região/Penetração nos lares (em %)

	NNE	CO	LE+IRJ	GRJ	GSP	ISP	SUL
1	Unilever 95	Unilever 95,50	Unilever 90,50	Unilever 93	Unilever 93,90	Unilever 92,30	Unilever 92,60
2	Química Amparo 62,40	Química Amparo 78,40	Química Amparo 73,80	Química Amparo 65,40	Química Amparo 55,50	Química Amparo 66,60	Química Amparo 59,50
3	Asa 53,20	Flora 29,40	Asa 19,10	Asa 29,60	Flora 14,70	Flora 17,70	Girando Sol 33,50
4	Flora 10,70	Girando Sol 6	Gtex 5,60	GR 6,30	Gtex 9,50	Gtex 12,90	Flora 24
5	Gtex 5,70	Gtex 3,50	Flora 3,30	Flora 1,90	Asa 1,70	Asa 2,80	Bertolini 5,30

Frequência de compra/Ano

2017

12,7 vezes

2018

12,6 vezes

Gasto médio/Ano (R\$)

2017

134,6

2018

136,1

Volume médio/Ano (kg/lar)

2017

22,1

2018

22,7

Detergente Líquido para Louça

Penetração/Ano (%)

2017 2018
97,3 96,8

1

Química Amparo Ltda. - Ypê

Av. Waldyr Beira, 1.000 - Amparo - SP
CEP: 13904-010 - Site: www.ype.ind.br - Fone: (19) 3808-8000

Marcas atuais

Ypê
Atol

77,9%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

2

Bombril S/A

Marginal da Via Anchieta, km 14, s/n - SBC - SP
CEP: 09696-000 - Site: www.bombril.com.br - Fone: (11) 4366-1001

Marcas atuais

Limpol

63,1%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

3

Flora Dist. Prod. Higiene e Limpeza Ltda. - FAH

Av. Marginal Direita do Tietê, 500 - Vila Jaguara - São Paulo - SP
CEP: 05118-100 - Site: www.flora.com.br - Fone: 0800 703 40 71

Marcas atuais

Minuano

40,6%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

4

Ind. e Com. Prod. Limpeza Girando Sol

Estrada Arroio do Meio - Rui Barbosa, Arroio do Meio - RS
CEP: 95940-000 - Site: www.girandosol.com.br - Fone: (51) 3716-9400

Marcas atuais

Girando Sol

5,8%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

5

Teiú Indústria e Comércio Ltda.

Rod. BR 116, s/n, km - 855,5 - Dist. Industrial dos Imborés - Vitória da Conquista - BA
CEP: 45025-905 - Site: www.teiu.com.br - Fone: (77) 3422-3940

Marcas atuais

Teiú

4,8%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

Classificação das empresas por região/Penetração nos lares (em %)

	NNE	CO	LE+IRJ	GRJ	GSP	ISP	SUL
1	Química Amparo 66,80	Química Amparo 85,30	Química Amparo 82,20	Química Amparo 75,40	Química Amparo 80,80	Química Amparo 86,70	Química Amparo 81,20
2	Bombril 50,20	Bombril 56	Bombril 70,60	Flora 68,50	Bombril 76,20	Bombril 62,10	Bombril 73,50
3	Flora 27,40	Flora 43,80	Flora 39,20	Bombril 62,90	Flora 53,70	Flora 42,50	Flora 36,70
4	Lisa 16,50	Girando Sol 7,40	Teiú 5,90	Bio Brilho 18,60	Girando Sol 0,80	Cristal 0,60	Girando Sol 33,80
5	Teiú 14,20	-	Bio Brilho 4,50	-	-	-	Alpes 4,20

Frequência de compra/Ano

2017 2018
10,3 vezes 10,3 vezes

Gasto médio/Ano (R\$)

2017 2018
37,9 38

Volume médio/Ano (l/lar)

2017 2018
12,9 13

Detergente Líquido para Roupa

Penetração/Ano (%)

2017 2018

36,5 37,6

1

Unilever Brasil Ltda.

Av. Nações Unidas 14.261 - Vila Gertrudes - Torre B (3º a 10º andar) - São Paulo - SP
CEP: 04533-085 - Site: www.unilever.com.br

Marcas atuais

Omo
Brilhante
Ala
Surf

23%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

2

Procter & Gamble Ind. Com. Ltda.

Av. Dr. Chucri Zaidan, 246-96 - Edifício Torre Z - Brooklin Novo - São Paulo - SP
CEP: 04583-110 - Site: www.procter.com.br - Fone: (11) 4572-2727

Marcas atuais

Ariel Líquido Clássico
Ariel Concentrado
Expert

5,6%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

3

Química Amparo Ltda. - Ypê

Av. Waldyr Beira, 1.000 - Amparo - SP
CEP: 13904-010 - Site: www.ype.ind.br - Fone: (19) 3808-8000

Marcas atuais

Ypê Premium
Tixan

4,8%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

4

Gtex Brasil

Rua Conselheiro Saraiva, 207 - 13º andar - Santana - São Paulo - SP
CEP: 02037-020 - Site: www.gtexbrasil.com.br - Fone: (11) 2094-9220

Marcas atuais

Urca/Baby Soft Baby
Ruth Baby/Baby Soft
UFE

3,6%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

5

Colgate-Palmolive Comercial Ltda.

Rua Rio Grande, 752 - Vila Mariana - São Paulo - SP
CEP: 04018-010 - Site: www.colgate.com.br - Fone: (11) 5088-5008

Marcas atuais

Ola

2,4%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

Classificação das empresas por região/Penetração nos lares (em %)

	NNE	CO	LE+IRJ	GRJ	GSP	ISP	SUL
1	Unilever 21,40	Unilever 16	Unilever 21,20	Unilever 37,10	Unilever 25,20	Unilever 20,20	Unilever 24,60
2	P&G 7,50	Química Amparo 5	Gtex 3,20	Gtex 9,40	P&G 6,10	Química Amparo 5,00	P&G 8,70
3	Química Amparo 6	P&G 3,80	Casa K&M 2,30	Química Amparo 6,10	Gtex 5,10	Gtex 4,60	Química Amparo 4,60
4	Raymundo da Fonte 5,60	Colgate-Palmolive 3,40	Química Amparo 2,20	P&G 4,20	Química Amparo 4,40	P&G 4,10	Colgate-Palmolive 2,10
5	Gtex 3,70	Casa K&M 1,10	Colgate-Palmolive 2,10	Colgate-Palmolive 3	Colgate-Palmolive 4,20	Colgate-Palmolive 2,10	Casa K&M 0,80

Frequência de compra/Ano

2017

3,3 vezes

2018

3,4 vezes

Gasto médio/Ano (R\$)

2017

55,2

2018

54,4

Volume médio/Ano (l/lar)

2017

8,38

2018

8

Esponja Sintética

Penetração/Ano (%)

2017 2018
88,4 86,2

1

Bettanin Industrial S/A

Rod. BR 116, s/n - km 258 - Industrial - Esteio - RS
CEP: 93270-010 - Site: www.bettanin.com.br - Fone: (51) 3458-0003

Marcas atuais

EsfreBom
Brilhus
Sfreg EsfreBom

46,5%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

2

3M do Brasil Ltda.

Rod. Anhanguera, s/n - km 110 - Sumaré - SP
CEP: 13181-900 - Site: www.3m.com.br - Fone: 0800 013 23 33

Marcas atuais

Scotch Brite
Limpabela
Tinindo

43,6%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

3

Limppano S/A

Rod. Pres. Dutra, 1.338 - Pavuna - Rio de Janeiro - RJ
CEP: 21535-502 - Site: www.limppano.com.br - Fone: (21) 2472-9700

Marcas atuais

Limppano

28,6%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

4

Bombril S/A

Marginal da Via Anchieta - km 14, s/n - SBC - SP
CEP: 09696-000 - Site: www.bombril.com.br - Fone: (11) 4366-1001

Marcas atuais

Bombril

11,8%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

5

Condor S/A

Rua Augusto Klimmek, 325 - São Bento do Sul - SC
CEP: 89280-900 www.condor.ind.br - (47) 3631-2000

Marcas atuais

Condor

9,2%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

Classificação das empresas por região/Penetração nos lares (em %)

	NNE	CO	LE+IRJ	GRJ	GSP	ISP	SUL
1	Bettanin 60,20	3M 52,10	Limppano 46,80	Limppano 49,50	3M 43,40	3M 41,80	Bettanin 62,40
2	3M 50,40	Bettanin 30,10	Bettanin 45,10	3M 32,90	Bettanin 29,70	Bettanin 36,40	3M 43,50
3	Limppano 29,90	Limppano 24,60	3M 33,70	Bettanin 30,20	Limppano 22,10	Santa Maria 16,70	Limppano 16,30
4	Bombril 13,60	Condor 15,20	Condor 11,50	Bombril 11,30	Bombril 11,30	Limppano 14,90	Condor 14,90
5	Química Amparo 11,70	Bombril 13,90	Bombril 8,30	Schankwe 7,60	Santa Maria 9,90	Bombril 12,80	Bombril 10,70

Frequência de compra/Ano

2017 2018
4,3 vezes 4,3 vezes

Gasto médio/Ano (R\$)

2017 2018
12,6 13,1

Volume médio/Ano (un/lar)

2017 2018
6,1 6

Limpeza Perfumada

Penetração/Ano (%)

2017 2018

43,8 44,8

1

Cria Sim Produtos de Higiene Ltda. - Casa K&M

Rua José Vieira dos Santos, 6.945 - Bairro Bettel - Paulínia - SP
CEP: 13148-220 - Site: <http://casakm.com.br> - Fone: 0800 701 0510

Marcas atuais
K&M

19%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

2

Reckitt Benckiser Brasil Ltda.

Rod. Raposo Tavares, 8.015 - km 18 - Jd. Arpoador - SP
CEP: 0557-900 - Site: www.rb.com.br - Fone: (11) 3783-7000

Marcas atuais
Veja

14,3%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

3

Cera Ingleza Ind. e Com. Ltda.

Av. Beira Rio, 2423 - Santa Luzia - MG - CEP: 33040-260
Site: www.ingleza.com.br - Fone: (31) 2122-1000 / 2122-1089

Marcas atuais
Uau!

10,5%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

4

Colgate-Palmolive Comercial Ltda.

Rua Rio Grande, 752 - Vila Mariana - São Paulo - SP
CEP: 04018-004 - Site: www.colgate.com.br - Fone: (11) 5088-5000

Marcas atuais
Ajax

4,7%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

5

SC Johnson Distribuição Ltda.

Av. das Américas, 500 - Bloco 12 - Conj. 101, Barra Tijuca - Rio de Janeiro - RJ
CEP: 22640-100 - Site: www.scjohnson.com.br - Fone: (21) 3722-4455

Marcas atuais
Mr. Músculo

2,4%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

Classificação das empresas por região/Penetração nos lares (em %)

	NNE	CO	LE+IRJ	GRJ	GSP	ISP	SUL
1	Reckitt Benckiser 11,80	Reckitt Benckiser 15,30	Casa K&M 29,70	Casa K&M 29,90	Casa K&M 21,10	Casa K&M 26,20	Reckitt Benckiser 21,20
2	Casa K&M 8,20	Casaflor 14	Cera Ingleza 21,40	Reckitt Benckiser 19,40	Reckitt Benckiser 13,10	Reckitt Benckiser 13,20	Casa K&M 16,90
3	Cera Ingleza 6,30	Casa K&M 13,80	Casaflor 11,80	Cera Ingleza 13,90	Colgate-Palmolive 6,40	Cera Ingleza 10,10	Colgate-Palmolive 12,50
4	Casaflor 2,70	Cera Ingleza 9,50	Reckitt Benckiser 10,60	Lima & Pergher 4,40	Cera Ingleza 6,00	Colgate-Palmolive 4,40	Cera Ingleza 10,60
5	SC Johnson 2,00	Lima & Pergher 8,20	Lima & Pergher 9,30	Gtex 3,90	SC Johnson 3,80	SC Johnson 2,40	Girando Sol 6,10

Frequência de compra/Ano

2017

3 vezes

2018

3 vezes

Gasto médio/Ano (R\$)

2017

17,4

2018

17,7

Volume médio/Ano (l/lar)

2017

2,86

2018

2,97

**Sempre colocamos
nossos clientes em
primeiro lugar.
Taí um bom motivo para
nossa marca aparecer
no topo do ranking.**

**Casa & Perfume: líder na
categoria de limpadores
perfumados do Brasil**

Somos a marca pioneira na categoria de limpadores perfumados e isso nos torna referência no mercado. Prova disso é a liderança da linha Casa & Perfume no ranking da Pesquisa Kantar Worldpanel 2018. Só mesmo quem tem soluções completas para o cuidado com a casa conquista um reconhecimento tão brilhante como esse.

**Casa KM
líder no
ranking
Brasil**
na categoria
limpeza
perfumada

Ranking	Região
1º lugar	Centro-Oeste
	Sudeste (Leste, Interior RJ, Grande RJ)
	Grande SP
2º lugar	Interior de SP
	Sul Norte e Nordeste



Multiúso

Penetração/Ano (%)

2017 2018

64,3 62,1

1

Reckitt Benckiser Brasil Ltda.

Rod. Raposo Tavares, 8.015 - km 18 - Jd. Arpoador - SP
CEP: 0557-900 - Site: www.rb.com.br - Fone: (11) 3783-7000

Marcas atuais
Veja

38,1%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

2

Cera Ingleza Ind. e Com. Ltda.

Av. Beira Rio, 2.423 - Santa Luzia - MG
CEP: 33040-260 - Site: www.ingleza.com.br - Fone: (31) 2122-1000

Marcas atuais
Uau!

15,5%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

3

Química Amparo Ltda. - Ypê

Av. Waldyr Beira, 1.000 - Amparo - SP
CEP: 13904-906 - Site: www.ype.ind.br - Fone: (19) 3808-8000

Marcas atuais
Ypê

14,4%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

4

Bombril S/A

Marginal da Via Anchieta - km 14, s/n - SBC - SP
CEP: 09696-000 - Site: www.bombril.com.br - Fone: (11) 4366-1001

Marcas atuais
Limpol
Pratice

7,3%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

5

SC Johnson Distribuição Ltda.

Av. das Américas, 500 - Bloco 12 - Conj. 101, Barra Tijuca - Rio de Janeiro - RJ
CEP: 22640-100 - Site: www.scjohnson.com.br - Fone: (21) 3722-4455

Marcas atuais
Mr. Músculo

3,4%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

Classificação das empresas por região/Penetração nos lares (em %)

	NNE	CO	LE+IRJ	GRJ	GSP	ISP	SUL
1	Reckitt Benckiser 33,50	Reckitt Benckiser 40,40	Reckitt Benckiser 42,40	Reckitt Benckiser 49,40	Reckitt Benckiser 41,40	Reckitt Benckiser 41,10	Reckitt Benckiser 30
2	Química Amparo 11,40	Química Amparo 20,30	Cera Ingleza 32,60	Cera Ingleza 24,20	Química Amparo 16,00	Química Amparo 16,80	Química Amparo 12,10
3	Cera Ingleza 10,20	Cera Ingleza 15,80	Química Amparo 12,60	Química Amparo 19,70	Cera Ingleza 11,40	Cera Ingleza 13,30	Cera Ingleza 8,90
4	Bombril 9,40	Bombril 8,80	Bombril 3,40	Bombril 7,50	Bombril 9,80	Bombril 4,90	Bombril 6,60
5	Raymundo da Fonte 6,20	Anhembi 2,70	SC Johnson 1,70	Unilever 2,50	SC Johnson 4,60	SC Johnson 3,40	Anhembi 4,20

Frequência de compra/Ano

2017 2018
3,5 vezes 3,5 vezes

Gasto médio/Ano (R\$)

2017 2018
16,6 17,1

Volume médio/Ano (l/lar)

2017 2018
2,59 2,68

As **Pessoas** no
Centro de Tudo



EXPOSUPER ACATS 2020

33ª FEIRA DE PRODUTOS, SERVIÇOS
E EQUIPAMENTOS PARA SUPERMERCADOS
CONVENÇÃO CATARINENSE DE SUPERMERCADISTAS

Integração | Conhecimento | Negócios

23 A 25 DE JUNHO

COMPLEXO EXPOVILLE - JOINVILLE, SC

**GRANDES NEGÓCIOS ESPERAM POR VOCÊ NO
MAIOR EVENTO DO VAREJO DE SANTA CATARINA.**

Serão três dias onde todo setor supermercadista catarinense estará reunido para conhecer as inovações em busca de novidades e bons negócios. É uma grande oportunidade para apresentar sua marca, produtos e serviços para quem decide e movimenta a economia do setor.

+ de
R\$ 500
milhões
de negócios gerados

+ de
35 mil
visitantes no total

+ de
50
palestras e painéis

+ de
250
expositores

Seja um expositor na EXPOSUPER 2020.

48 3223.0174 | 48 98414.9921 | comercial@acats.com.br | www.exposuper.com.br

REALIZAÇÃO:

acats

Associação Catarinense
de Supermercados

MERCADO PET: o melhor amigo do lucro

Indústria brasileira de produtos para animais de estimação vem se fortalecendo a cada ano, impulsionada por uma das maiores populações pet do mundo

Quando se fala em bazar, a seção de produtos para animais de estimação segue ampliando sua relevância nas estratégias do autosserviço. Também pudera: em 2006, este mercado detinha uma receita de R\$ 3,3 bilhões. Em 2018, o faturamento da indústria de produtos para animais de estimação foi de R\$ 20,3 bilhões, de acordo com a Associação Brasileira da Indústria de Produtos para Animais de Estimação (Abinpet). Isso corresponde a um salto de 515% em 12 anos. Tal resultado posiciona o Brasil como o segundo maior mercado de produtos pet do mundo, ficando atrás somente dos Estados Unidos.

A explicação está no crescente aumento da população pet. O Brasil tem a segunda maior população de cães, gatos e aves canoras e ornamentais em todo o mundo e é o terceiro maior país em população total de animais de estimação. São 54,2 milhões de cães, 23,9 milhões de gatos, 19,1 milhões de peixes, 39,8 milhões de aves e mais 2,3 milhões de outros animais. O total é de 139,3 milhões de pets.

Atualmente, a indústria pet está dividida em três principais segmentos, no caso o de alimentos, medicamentos veterinários e cuidados com saúde e higiene do pet. A maior fatia desse mercado pertence ao segmento de pet food, que possui 73,9% de participação no faturamento, seguido pelos medicamentos (17,7%) e pet care (8,4%).

Em relação à indústria de alimentos para animais de estimação, a Abinpet destaca que, há oito anos, as principais empresas do segmento adotam o Manual Pet Food Brasil, como guia de boas práticas. A publicação,



elaborada por acadêmicos da área, contém informações sobre os padrões técnicos e de qualidade de matérias-primas, parâmetros nutricionais, metodologias analíticas aplicáveis e condições ideais de produção para garantir alimentos seguros aos mercados nacionais e internacionais.

Hi

**Indicadores
Kantar
(1º semestre
2019)**

Tíquete médio: **R\$ 22,40**

Gasto médio: **R\$ 125,58**

Preço médio: **R\$ 7,52**

Frequência de compras: **5,6 vezes**



Índice de Categorias

Alimentos para Cães.....	130	Chinelos.....	133
Alimentos para Gatos.....	132	Filtro de Papel.....	134

Alimentos para Cães

Penetração/Ano (%)

2017 2018
70,1 81,5

1

Masterfoods Alimentos Ltda. - Mars

Av. Cambacica, 520 - Prédio 2 - Bloco A - Parque dos Resedás
CEP: 13097-160 - Campinas - SP - Site: www.pedigree.com.br
Fone: (19) 3805-8600

Marcas atuais
Pedigree/Champ
Optimum™/Cesar®

28,6%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

2

PremieR Pet

www.premierpet.com.br - Fone: 0800 55 66 66

Marcas atuais
PremieR Nutrição Clínica
PremieR

14,4%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

3

Nestlé Brasil Ltda.

Av. das Nações Unidas, 17.007 - Várzea de Baixo - São Paulo - SP
CEP: 04794-000 - Site: www.nestle.com.br - Fone: (11) 5508-9737

Marcas atuais
Dog Chow Alimento Seco e
Úmido/Kanina/Alpo/Bonzo
Doguitos/Biscoitos Dog
Chow/Dog Chow Treats

14,3%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

4

Lupus Desenvolvimento em Alimentos Ltda.

Av. das Indústrias, 3.105 - Vila Olga - Santa Luzia - MG
CEP: 33040-130 - Site: www.lupusalimentos.com.br - (31) 2125-6450

Marcas atuais
Big Pet/Dino Cão/Dunga
Farejador/Floop/Foster
Premium/Feddy's/Kilaty
Mixtukão/Pitoko Mix

12,9%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

5

Adimax Ind. Com. Alimentos Ltda.

Av. Agenor Leme dos Santos, 495 - Distrito Industrial - Salto de Pirapora - SP
CEP: 18160-000 - Site: www.adimaxpet.com.br - Fone: 0800 773 35 77
(15) 3491-9025

Marcas atuais
Quality/PlenniVita/
Domus

10,5%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

Classificação das empresas por região/Penetração nos lares (em %)

	NNE	CO	LE+IRJ	GRJ	GSP	ISP	SUL
1	Mars 34,10	Mars 22,33	Mars 23,27	Mars 38,36	Mars 40,72	Manfrim 27,77	Mars 25,00
2	Nestle Purina 15,63	Affinity Petcare 13,93	Lupus 23,24	Premier Pet 25,99	Premier Pet 34,27	Mars 20,95	Nutrire 16,28
3	Lupus 13,29	Dumilho 13,46	Adimax 17,47	Nestle Purina 22,65	Adimax 23,52	Adimax 16,95	Nestle Purina 15,05
4	Affinity Petcare 12,20	Total Alimentos 11,95	Premier Pet 13,97	Lupus 18,56	Nestle Purina 19,49	Premier Pet 16,48	Manfrim 11,39
5	Premier Pet 7,05	Nestle Purina 11,93	Affinity Petcare 9,29	Gran 11,76	Lupus 15,03	Affinity Petcare 12,08	Alisul 9,82

Frequência de compra/Ano

2017 2018
9,4 vezes 9 vezes

Gasto médio/Ano (R\$)

2017 2018
242,1 240,4

Volume médio/Ano (kg/lar)

2017 2018
42 41,3

BawWaw®

A LINHA MAIS COMPLETA
DO MERCADO PARA
ATENDER OS PETS EM
TODAS AS FASES DA VIDA



011 2623 1616



@BawWaw
Oficial



BawWaw® NATURAL PRO®

Impulsione
suas vendas com
o maior lançamento
do segmento Pet
em 2019

Maior rentabilidade e recompra

Alta qualidade e inovação

100% satisfação garantida
ou o dinheiro do
consumidor de volta



GRUPO
Rações Reis

Alimentos para Gatos

Penetração/Ano (%)

2017 2018

65,4 80,1

1

Masterfoods Alimentos Ltda. - Mars

Av. Cambacica, 520 - Prédio 2 - Bloco A - Parque dos Resedás
Campinas - SP - 13097-160 - Site: www.whiskas.com.br
Fone: (19) 3805-8600

Marcas atuais
Whiskas
Kitekat
Dreamies®/Optimum™
Sheba®

42,9%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

2

Nestlé Brasil Ltda.

Av. das Nações Unidas, 17.007 - Várzea de Baixo - São Paulo - SP
CEP: 04794-000 - Site: www.nestle.com.br - Fone: (11) 5508-9737

Marcas atuais
Friskies
Fancy Feast

17,6%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

3

Affinity Petcare S/A

Rua das Magnólias, 2405 - Jardim das Bandeiras - Campinas - SP
CEP: 13050-089 - Site: www.guabipetcare.com.br - Fone: (19) 3131-4477

Marcas atuais
TopCat
Sabor & Vida

12,5%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

4

PremieR Pet

www.premierpet.com.br - Fone: 0800 55 66 66

Marcas atuais
PremieR Nutrição Clínica
e PremieR Gatos

9,9%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

5

Adimax Ind. Com. Alimentos Ltda.

Av. Agenor Leme dos Santos, 495 - Distrito Industrial - Salto de Pirapora - SP
CEP: 18160-000 - Site: www.adimaxpet.com.br - Fone: 0800 773 35 77

Marcas atuais
Quality/PlenniVita
Domus

7,6%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

Classificação das empresas por região/Penetração nos lares (em %)

	NNE	CO	LE+IRJ	GRJ	GSP	ISP	SUL
1	Mars 42,43	Mars 24,92	Mars 28,84	Mars 60,61	Mars 44,98	Mars 47,73	Mars 43,31
2	Nestlé Purina 18,24	Lupus 9,01	Nestlé Purina 16,50	Affinity Petcare 27,15	Premier Pet 30,91	Adimax 22,10	Nestlé Purina 16,73
3	Affinity Petcare 9,86	Brazilian Pet Foods 6,23	Affinity Petcare 9,27	Premier Pet 25,96	Nestlé Purina 25,77	Manfrim 20,09	Nutrire 13,00
4	Lupus 5,36	Nestlé Purina 6,04	Total Alimentos 8,58	Nestlé Purina 19,63	Adimax 23,35	Affinity Petcare 18,52	Alisul 11,49
5	Adimax 3,32	Affinity Petcare 4,75	Lupus 8,25	Gran 14,39	Affinity Petcare 16,15	Nestlé Purina 13,96	Hercosul 10,08

Frequência de compra/Ano

2017 2018

12,4 vezes 11,4 vezes

Gasto médio/Ano (R\$)

2017 2018

210,8 199,4

Volume médio/Ano (kg/lar)

2017 2018

18,68 17,71

Chinelos

Penetração/Ano (%)

2017 2018
55,9 54,5

1

Alpargatas S/A

Av. Das Nações Unidas, 14,261 - Ala "A" - 10º andar CEP: 04794-000
Site: www.alpargatas.com.br - (11) 3003-3414 - para Grande São Paulo -
0800 707 05 66 - para demais localidades

Marcas atuais

Havaianas
Dupé

33%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

2

Grendene S/A

Av. Pedro Grendene, 131 - Volta Grande - Farroupilha - RS
CEP: 95180-000 - Site: www.grendene.com.br - Fone: (54) 2109-9000

Marcas atuais

Ipanema/Rider
Cartago/Grendha
Zaxy/Grendene Kids

21,7%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

3

Tess Indústria e Comércio Ltda.

Site: www.kenner.com.br - Fone: (21) 3613-1700

Marcas atuais

Kenner

1,9%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

4

Coca-Cola Shoes

Site: www.cocacolashoes.com.br

Marcas atuais

Coca-Cola

1,3%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

5

Vulcabras/Azaleia S/A

Rua Dr. Legendre, 34 - Centro - Parobé - RS
CEP: 95630-000 - Site: www.vulcabras.com.br - Fone: (51) 3543-5100

Marcas atuais

Azaleia
Dijean

1,2%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

Classificação das empresas por região/Penetração nos lares (em %)

	NNE	CO	LE+IRJ	GRJ	GSP	ISP	SUL
1	Alpargatas 35,00	Alpargatas 38,70	Alpargatas 39,30	Alpargatas 45,40	Alpargatas 28,10	Alpargatas 27,80	Alpargatas 22,40
2	Grendene 23,50	Grendene 18,20	Grendene 27,10	Grendene 21,60	Grendene 19,50	Grendene 20,00	Grendene 19,20
3	Kenner 3,50	Vulcabras 2,10	Coca Cola 2,50	Kenner 5,20	Kenner 1,20	Coca-Cola 0,90	Beira Rio 1,60
4	Coca-Cola 2,20	Adidas 1,30	Vulcabras 1,40	Coca-Cola 1,60	Vulcabras 1,20	Kenner 0,71	Vulcabras 1,50
5	Beira Rio 1,60	Kenner 1,10	Kenner 1,00	Vulcabras 1,10	Adidas 0,80	Vulcabras 0,70	Pegada 0,90

Frequência de compra/Ano

2017 2018
2,1 vezes 2,1 vezes

Gasto médio/Ano (R\$)

2017 2018
60,13 64,53

Volume médio/Ano (pares/lar)

2017 2018
2,3 2,3

Filtro de Papel

Penetração/Ano (%)

2017 2018
33,1 32,3

1 Melitta do Brasil Ind. e Comércio Ltda.

Rua Arquiteto Olavo Redig de Campos, 105 - 29º andar - Vila São Francisco
São Paulo-SP - CEP: 04711-904 - Site: www.melitta.com.br
Fone: (11) 2766-1200

Marcas atuais

Melitta
Jovita
Brigitta

24,7%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

2 3corações Alimentos S/A

Rua Santa Clara, 100 - Santa Clara - Eusébio - CE
CEP: 61760-000 - Site: www.3coracoes.com.br - Fone: (85) 4006-5500

Marcas atuais

3corações
Santa Clara
Pimpinela

15,4%

de penetração nos lares
(todas as marcas)

3 JDE Master Blenders 1753

Av. Marcos Penteado de Ulhôa Rodrigues, 939, 2º andar - Barueri - SP
CEP: 06460-040 - Site: www.jacobsdouweegberts.com - Fone: (11) 3957-7300

Marcas atuais

Pilão

0,75%

de penetração nos lares
(todas as marcas)



Classificação das empresas por região/Penetração nos lares (em %)

	NNE	CO	LE+IRJ	GRJ	GSP	ISP	SUL
1	Melitta 6,33	Melitta 19,16	Melitta 23,11	Melitta 26,25	Melitta 40,54	Melitta 30,92	Melitta 43,56
2	3corações 5,13	3corações 5,77	3corações 19,64	3corações 25,48	3corações 28,16	3corações 16,42	3corações 19,01
3	Maratá 0,83	Mitsui Alimentos 2,19	Master Blenders 0,87	Método do Lar 0,92	Master Blenders 2,50	Jaguari 3,09	Master Blenders 1,43
4	São Braz 0,75	-	-	-	Método do Lar 1,20	Mitsui Alimentos 0,61	-
5	-	-	-	-	-	Master Blenders 0,60	-

Frequência de compra/Ano

2017 2018
4,7 vezes 4,5 vezes

Gasto médio/Ano (R\$)

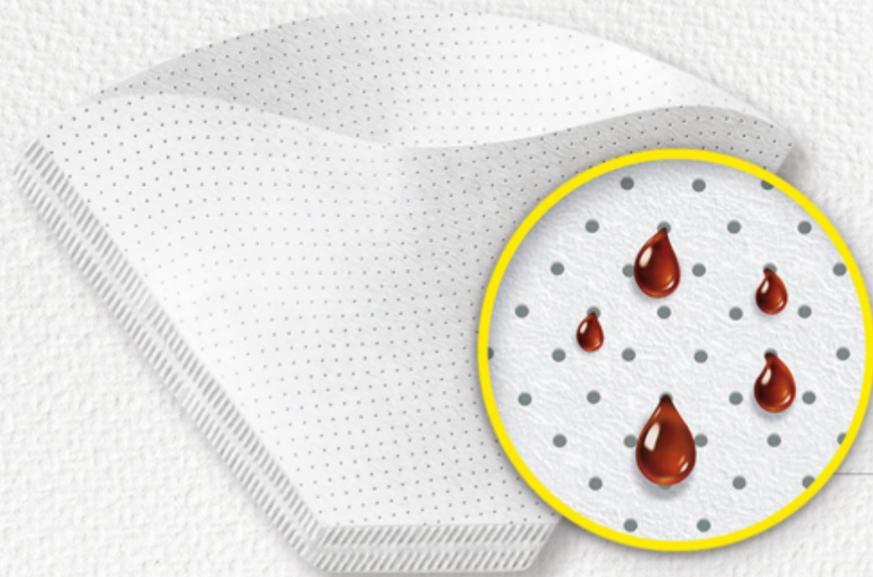
2017 2018
17,2 16,2

Volume médio/Ano (g/lar)

2017 2018
5,9 5,7



SIGA O LÍDER E AQUEÇA AS VENDAS!



FILTROS MELITTA LÍDERES EM MARKET SHARE E PENETRAÇÃO DE MERCADO

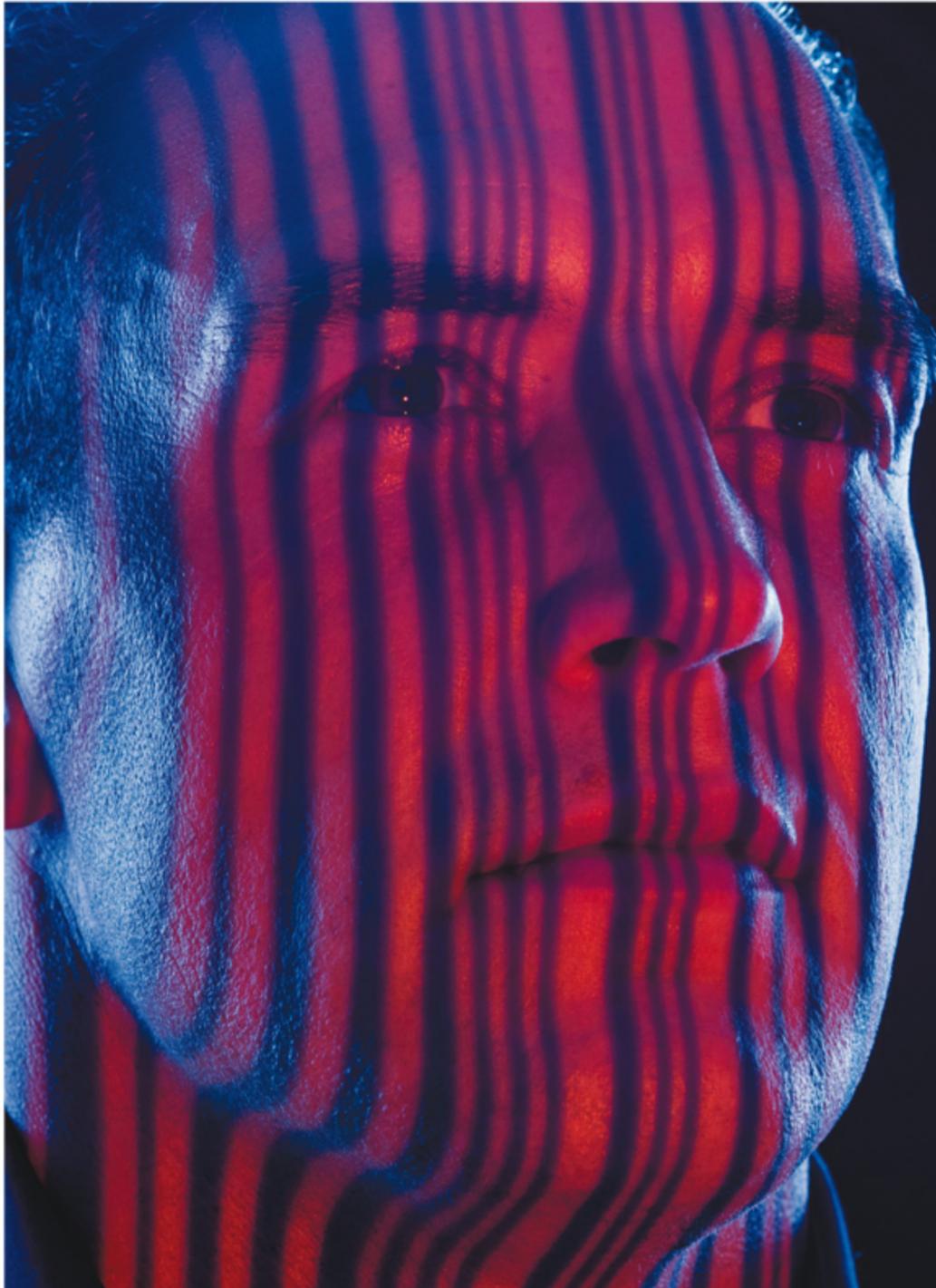
Preferidos por milhões de brasileiros, os Filtros Melitta são os únicos com a exclusiva tecnologia dos microfuros que filtram no tempo certo e mantêm todo o aroma e o sabor do verdadeiro café fresquinho.

**PARA SENTIR
MAIS A VIDA!**

Cadastro Automático

A consolidação do cadastro automatizado

Plataforma que resolveu processo de cadastro de produtos no país completa quatro anos e lança nova solução: o Simplus Analytics, um recurso valioso para a estratégia de negócio das indústrias



Simplus em números

- 5** mil marcas
- 70** mil produtos
- 1,4** milhão de imagens
- 350** redes varejistas
- 12** mil usuários
- 100** mil fichas geradas automaticamente
- Mais de **2** mil lançamentos na plataforma

A qualidade, a abrangência e, sobretudo, a velocidade de distribuição das informações dos produtos se tornaram fundamental para a indústria atender o varejo e o consumidor de forma competitiva e em múltiplos canais. No entanto, como os processos utilizados no passado não eram suficientes para acompanhar e subsidiar as mu-

Palete PBR

Eficiência e segurança para o seu negócio



O **Palete PBR** acaba de passar por um cuidadoso processo de modernização que o deixou ainda mais alinhado às expectativas do varejo:



MAIS SUSTENTÁVEL

✓ Utiliza **30%** menos madeira



MAIS LEVE

✓ Mais ergonômico e fácil de movimentar



EFICIÊNCIA GARANTIDA

✓ Capacidade de carga segue a mesma: **1.200 kg**

POR QUE USAR?

abras[®]
Brasil

O PBR é uma marca registrada da Abras, concebido para padronizar os paletes nas redes de supermercados. Conheça os benefícios:

Segurança

O processo de certificação dos fabricantes garante um produto de qualidade e reduz o risco de acidentes nas áreas de venda, na movimentação e armazenagem.

Intercambialidade

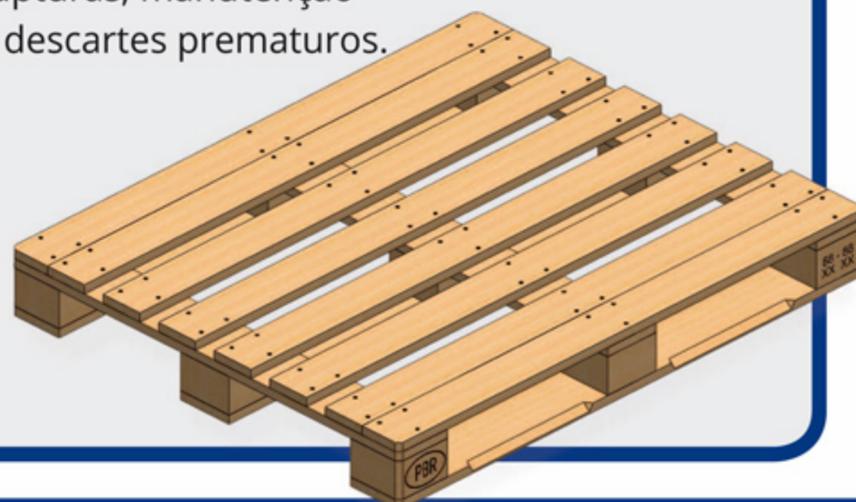
Por ser padronizado, dispensa segregação no estoque após o recebimento da carga.

Durabilidade

O ciclo de vida do Palete PBR é de aproximadamente 3 anos.

Prevenção de perdas

O uso correto evita rupturas, manutenção e descartes prematuros.



DEFENDA A PADRONIZAÇÃO!

PEÇA SEMPRE PALETES PBR PRODUZIDOS POR FABRICANTES CREDENCIADOS

Saiba mais: www.abras.com.br/palete-pbr

Cadastro Automático

danças da cadeia de consumo, foi necessário recorrer à tecnologia para atender essas demandas no mesmo ritmo e escala exigida pelo mercado.

Com uma proposta que combina produto, processo e serviço, a Simplus aprimorou o relacionamento entre indústria e varejo ao entregar uma solução que transformou o cadastro em um processo imperceptível, simples e rápido. Com isso, ganhou mercado e consolidou um modelo eficiente entre indústria, varejos e parceiros tecnológicos.

Afinal, por mais trivial que o cadastro pareça ser, ele é essencial. Além de impactar a eficiência de operações e promover relações mais ágeis, seguras e escaláveis, o cadastro automatizado de produtos Simplus ainda oferece conteúdo com garantia de qualidade, resolvendo erros comuns do passado e subsidiando iniciativas como e-commerce, aplicativos, integração com plataformas de delivery, *click and collect*, entre outras, tanto da indústria quanto do varejo.

Na era digital, os consumidores têm a possibilidade de escolher onde e quando comprar e como receber o produto. Por isso, a importância de ter acesso a informações e imagens completas, corretas e sempre atualizadas dos produtos no varejo físico e on-line.

Muito mais que cadastro

A Simplus transformou o mercado varejista ao apresentar a solução para um problema antigo: o cadastro de produtos. Porém, muito mais do que automatizar esse processo, a empresa se consolidou como um recurso-chave para indústrias e varejos operarem com mais eficiência ao disponibilizar serviços e insights através da plataforma para as estratégias de negócios das empresas, como o Simplus Analytics, lançado em outubro, mês em que a empresa completa quatro anos.

O Simplus Analytics marca uma nova fase da plataforma que, ao longo desses anos, foi aprimorada para acompanhar as demandas do mercado e entregar soluções cada vez mais completas para as empresas, como mostrar o tamanho da participação no cadastro por categoria nos varejos, ranking dos produtos

mais acessados e o número de acessos ao portfólio da indústria realizados pelos varejos.

Essa inovação tem como base o amplo ecossistema de empresas conectadas à plataforma que está presente em todo o País, reúne aproximadamente cinco mil marcas, 1,4 milhão de imagens, 70 mil produtos, 350 redes varejistas e mais de 12 mil usuários.

O conteúdo, que é originado a partir de amostras físicas e fichas técnicas, é atualizado constantemente e distribuído pela própria plataforma para garantir que o varejo tenha acesso à última versão do material.

Plataforma Simplus é um recurso-chave para indústrias e varejos operarem com mais eficiência. Veja como funciona:

Fonte de Informação

Indústria

Serviços



Captura de informações (embalagem e fichas técnicas)



Produção de conteúdo rico



Produção de imagens

Gestão da Informação

Plataforma

Qualidade da informação



Embalagem



Código de barras (físico e lógico)



Classificação fiscal



Pesos e medidas



Dados logísticos (unidade de venda e logística)



Ficha técnica

Distribuição da Informação

Varejos, distribuidores e parceiros tecnológicos



API



Interface Mobile



Interface web



Integração ERPs de varejo

Multi-idioma

Multimoeda

Informações antes dos produtos existirem

O processo da Simplus inicia antes mesmo de os produtos serem fabricados pela primeira vez. Participando da estratégia de lançamento de várias indústrias, a Simplus leva aos varejos informações e imagens, que podem ser de mockups ou produzidas pela Simplus, como 3D, hero images e imagens criativas. Tudo isso para garantir que os varejos tenham acesso ao conteúdo completo para ativar os produtos com mais agilidade.

A tecnologia por trás desse processo tem promovido uma verdadeira transformação de ponta a ponta na cadeia produtiva. O modelo automatizado de cadastro cresce de forma significativa justamente por retirar a complexidade das mãos de indústrias e varejos de todo o País e acelerar a forma de cadastrar produtos com e sem EAN, nacionais ou importados, para uso tanto nos canais de venda físicos quanto nos digitais. Mais novidades vêm por aí.

Texto produzido pela Simplus



INDÚSTRIA



PLATAFORMA



VAREJO



DISTRIBUIDOR



PARCEIRO
TECNOLÓGICO

APIs



Produção de imagem criativa, hero, 360 graus e 3D



Integração com PIM, ERP, MDM, etc



API para a indústria



Feed de mercado

Repositório de dados



Cadastro de produtos



Cadastro de fornecedores



Imagens



Conteúdos diversos



Material publicitário



Informações fiscais e comerciais



Catálogo

Administração do conteúdo



Governança de atributos



Indexação de informações



Workflow de aprovação (indústria)



Mapeamento de conteúdo



Gestão de ofertas / promoções*



Gestão de lançamentos e ativação do varejo



Gerador de descrições

Simplus Analytics



Participação no cadastro por categoria/varejo



Uso da informação



Ranking de produtos mais acessados



Dashboard



Workflow de aprovação de cadastro pelo varejo



Tag de conteúdo



Geração de fichas



Place holder Lett



Atualização CNPJ



Feed de mercado

Multilegislação

Mobile

Multiverticais

* Em breve

Produção industrial de alimentos cresce após três meses de queda

Em agosto, a produção industrial brasileira cresceu 0,8%, em comparação a julho deste ano. Dentre as atividades industriais, a produção alimentícia registrou crescimento de 2% no período, interrompendo três meses consecutivos de queda

De acordo com a Pesquisa Industrial Mensal, realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), a atividade industrial brasileira melhorou seu resultado em agosto, comparando com os dois meses anteriores. No referido período, a produção industrial avançou 0,8%, enquanto a manufatura de alimentos cresceu acima desta média, registrando alta de 2%.

Para efeito de comparação, a produção alimentícia havia recuado -1% em julho deste ano e, no mês anterior, a retração havia sido mais acentuada, de -2,1%. Comparando este resultado com o

mesmo mês do ano passado, o cenário também é de crescimento, já que em agosto de 2018 a produção nacional havia registrado queda de -0,3% e a produção alimentícia havia recuado -1,3%.

Outro levantamento, proveniente da Confederação Nacional da Indústria (CNI), reforça que o mês de agosto foi positivo para a indústria brasileira. Segundo a publicação mensal "Indicadores Industriais", o faturamento real da indústria cresceu 0,6% neste período, comparando com o mês anterior.

As horas trabalhadas na produção, depois de três

quedas consecutivas, também registraram aumento de 0,6% no mesmo período, assim como o emprego (0,1%) e a utilização da capacidade instalada (0,1 p.p.), que foi de 78,1% em agosto.

O resultado do mês de agosto de 2019 é bem visto, no entanto, não podemos deixar de citar e avaliar o acumulado no ano e no último ano móvel. De acordo com o IBGE, nos oito primeiros meses do ano, a produção industrial nacional acumulou queda de -1,7%. Nos últimos 12 meses, por sua vez, o recuo também foi de -1,7%.

O ano de 2019 não tem sido fácil para o empresaria-

Índices

	Set/18	Out/18	Nov/18	Dez/18	Jan/19	Fev/19	Mar/19	Abr/19	Mai/19	Jun/19	Jul/19	Ago/19
abras[®] Brasil INV Abras*												
Mês x mês anterior	-0,05	0,45	5,36	21,13	-22,07	-5,12	11,15	-2,42	-1,46	0,24	1,35	4,25
Mês x mesmo mês ano anterior	0,47	1,58	3,33	3,93	2,95	6,18	-3,24	8,05	2,92	3,89	4,12	7,10
Acumulado do ano YTD	1,92	1,90	1,97	2,07	2,95	6,59	0,42	2,26	2,39	2,64	2,85	3,39
GfK Abrasmercado GfK												
Mês x mês anterior	0,39	0,78	-0,52	0,92	-0,03	2,12	1,39	0,61	-0,72	1,15	-0,67	-1,90
Mês x mesmo mês ano anterior	3,07	3,83	3,81	3,72	3,21	7,35	9,85	10,10	8,15	6,52	4,19	3,51
Acumulado do ano YTD	2,51	3,31	2,77	3,72	-0,03	2,09	3,51	4,15	3,40	4,59	3,89	1,92
Regional (mês x mês anterior)												
Norte	-0,52	-2,25	-1,61	-0,95	-0,94	3,29	2,24	0,29	-0,40	2,30	-0,37	-2,05
Sul	-0,7	1,74	-0,4	0,98	-0,06	0,80	0,40	2,41	-0,66	1,27	-0,37	-0,79
Sudeste	-0,30	1,61	-1,12	1,36	0,93	2,58	2,23	-0,45	-0,97	0,46	0,75	-2,49
Centro-Oeste	2,35	1,71	-1,07	2,31	-0,24	2,27	1,01	0,37	-0,90	0,41	-1,29	-1,50
Nordeste	1,62	1,61	1,93	1,17	0,25	1,76	1,14	0,33	-0,72	1,20	-0,65	-2,90
GfK ICS (Abras/GfK)												
Índice de Confiança do Supermercado	57,7		61,5		58,7		57,9		54,9			N.D.
KANTAR												
Índice Tíquete Médio (%) mês a mês anterior	2,0	-1,4	0,5	8,1	-3,1	-2,4	4,0	4,0	1,8	-6,6	1,1	N.D.
Idas ao PDV (p. p.) mês a mês anterior	-0,2	0,0	0,0	0,0	-0,2	-0,1	0,1	0,1	-0,1	0,2	0,0	N.D.

Fonte: Departamento de Economia e Pesquisa da Abras *Deflacionado pelo IPCA

KANTAR

61%

dos brasileiros acreditam que o varejo e a indústria devem ser os principais responsáveis pelo desperdício de plástico

Descubra quais são as oportunidades trazidas pela preocupação ambiental - e ajude a sua marca a desempenhar um papel importante no futuro do planeta.

info.br@kantarworldpanel.com | 11 4133 9700

A Kantar, em colaboração com a Europanel e a GfK, entrevistou mais de 65.000 pessoas em 24 países - investigando como se sentem em relação ao uso de plásticos por empresas de FMCG.

Economia

riado brasileiro e para os consumidores, no entanto, é possível notar sinais de melhoras em diversos indicadores, quando comparados

com os meses e anos anteriores. Aos poucos, a confiança por parte dos empresários industriais está sendo retomada. Em agosto, o “Índice

de Confiança do Empresário Industrial (ICEI)”, apurado pela CNI, registrou 59,4 pontos, acréscimo de 2 pontos frente a julho.

Indicadores do autosserviço

Em agosto, as vendas reais do autosserviço apresentaram alta de 4,25% na comparação com o mês de julho e alta de 7,10% 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 3,39% 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 alta de 4,37% em relação ao mês anterior e, quando comparadas a agosto do ano passado, alta de 10,93%. No acumulado do ano o setor registra alta de 7,67%.

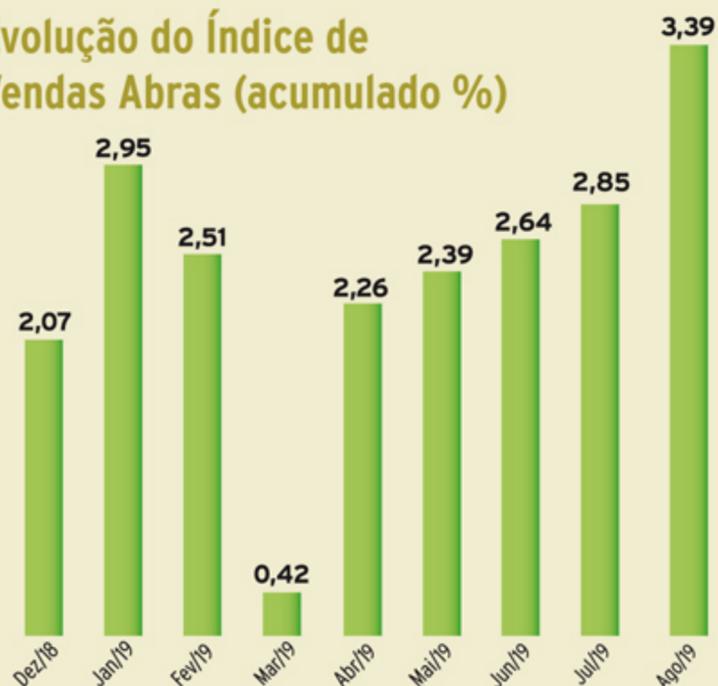
Para o presidente da Abras, João Sanzovo Neto, o resultado acumulado mostra que a economia brasileira está começando a reagir. “Em agosto, foram criadas 121,4 mil vagas de empregos formais e o acumulado chegou a 593,4 mil postos, segundo o Caged, o melhor desempenho para o período desde 2014. Além disso, outros fatores também impactaram nossos números, como a ampliação do crédito à pessoa física, a estabilidade da inflação e a queda dos juros. Parece que o Brasil voltou “a respirar”, e não apenas o nosso setor. Os resultados positivos se estendem para o comércio varejista, em geral, e para setor de serviços. A produção industrial registrou em agosto 0,8% de alta, também o melhor número para o período desde 2014. Parece que, finalmente, nossa economia está reagindo e espero que esse processo seja contínuo.”

Mesmo com o acumulado ultrapassando os 3% de crescimento previsto pela entidade nacional para o setor em 2019, o presidente diz que ainda é preciso cautela em relação a uma nova projeção de vendas. “Após uma recessão prolongada, indicadores econômicos positivos são sempre um motivo para se comemorar. Embora as contratações formais tenham apresentado crescimento, infelizmente, a taxa de desemprego continua elevada, uma parte da população segue endividada e a recuperação ainda está aquém do ideal, o que faz o consumidor ponderar seus gastos. Mas as nossas expectativas são boas para o final do ano e os próximos meses serão decisivos para o setor supermercadista.”

Inflação - Em agosto, 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 queda de -1,90% em relação a julho. Na comparação com o mesmo mês do ano anterior, o indicador Abrasmercado apresentou alta de 3,51%, passando de R\$ 458,53 para R\$ 474,64. Em agosto de 2018, o Abrasmercado assinalava uma queda de -1,26% em relação ao mês anterior e acumulava alta de 2,25% na comparação com julho passado.

Maiores variações no mês - Os produtos com as maiores altas em agosto, na comparação com o mês anterior, foram a cebola, com 5,93%, a farinha de mandioca, com 3,84%, o biscoito cream cracker, com 2,03%, e o detergente líquido para louça, com 1,59%. A cebola teve alta em quatro das regiões. A maior foi registrada na Região Centro-Oeste, onde variou 9,77%. A farinha de mandioca, por sua vez, teve a sua maior alta, de 5,06%, na Região Norte. Já o biscoito cream cracker apresentou maior variação, de 8,18%, na Região Norte. Do outro lado, os produtos com as maiores quedas foram o tomate (-31,92%); a batata (-7,64%), o leite em pó integral (-3,18%), e o feijão (-3,12%). O tomate teve queda em todas as regiões. Sua maior queda (-50,05%) foi na Região Centro-Oeste. Já a batata teve a maior queda (-9,21%) na Região Sudeste.

Evolução do Índice de Vendas Abras (acumulado %)



O SARAMPO É UMA DOENÇA POTENCIALMENTE GRAVE.

SEU FILHO JÁ ESTÁ VACINADO?

O sarampo pode deixar sequelas, como cegueira e surdez, e pode até matar. Se ainda não levou seu filho para ser vacinado, aproveite a campanha de vacinação.

VACINAÇÃO CONTRA O SARAMPO.

ATÉ 25 DE OUTUBRO

CRIANÇAS DE 6 MESES A MENORES DE 5 ANOS DE IDADE QUE AINDA NÃO TENHAM TOMADO AS DUAS DOSES DA VACINA.

Não se esqueça da caderneta de vacinação.
FAÇA SUA PARTE. PROTEJA NOSSAS CRIANÇAS.



**MOVIMENTO
VACINA
BRASIL**

Saiba mais em saude.gov.br/vacinabrasil

**DISQUE
SAÚDE
136**

SUS+

MINISTÉRIO DA
SAÚDE

**PÁTRIA AMADA
BRASIL**
GOVERNO FEDERAL

Mato Grosso do Sul

Superamas 2019 supera expectativa e torna-se alavanca para 2020

Para a edição do próximo ano, quando completa 30 anos, 60% dos estandes já foram comercializados



“Feliz também estou por encerrar este ciclo com esta edição geradora de bons resultados, estamos fechando o ano com chave de ouro. Em 2020 tenho certeza que o sucesso será ainda bem maior”

*Edmilson Verati
Presidente da Amas*

Com os principais decisores do varejo de abastecimento do Mato Grosso do Sul, a Associação Sul-Mato-Grossense de Supermercados (Amas) e o Sindicato do Comércio de Gêneros Alimentícios de Campo Grande (Sindsuper) realizaram a Superamas 2019 - 29º Congresso e Exposição Sul-Mato-Grossense de Produtos e Serviços, de 10 a 12 de setembro, no Centro de Convenções e Exposições Albano Franco, em Campo Grande (MS). Foram três dias de muito conteúdo aos visitantes, como palestras voltadas a operações de lojas, visitas técnicas, relacionamentos e geração de negócios, atraindo proprietários, executivos e compradores de grandes, pequenas, médias e microempresas dos segmentos de hipermercados, supermercados, cash & carry, conveniências, mercearias, padarias, indústrias, atacadistas e distribuidores. Um universo completo na relação comprador/fornecedor/consumidor.

Participaram da solenidade de abertura, ao lado do presidente da Amas, Edmilson Verati, diversos convidados, como o governador do estado, Reinaldo Azambuja, que defendeu a execução de reformas

estruturantes para o crescimento econômico do País. “As reformas são o grande desafio. Já fizemos aqui [em Mato Grosso do Sul] mudanças administrativas e previdenciária que geraram economia. Agora, precisamos de uma mesma lógica no cenário nacional”, defendeu o governador. O vice-presidente do Conselho Consultivo da Associação Brasileira de Supermercados (Abras), Adeilton Feliciano do Prado, destacou o crescimento de 2,65% das vendas do setor supermercadista nacional no primeiro semestre, e falou das expectativas da entidade para a retomada da economia e da melhoria do ambiente de negócio no Brasil.

O presidente Verati aproveitou a presença do governador Azambuja para destacar o gargalo que existe no setor, que é a venda de produtos no varejo por ambulantes que utilizam inúmeros meios para chegar ao consumidor, sem pagar impostos. “O comércio informal cresce em todo o estado, são caminhões de FLV, de peixes, de móveis e tantos outros espalhados pelas cidades e, muitas vezes, sem origem e sempre fazendo venda sem emitir nota fiscal, não

empregam e não recolhem impostos, o que gera uma concorrência desleal para quem está regular”, pontuou.

Inúmeras novidades em produtos e serviços, principalmente na área tecnológica, foram apresentadas durante os três dias do evento, num total de cerca de 400 marcas, num espaço de 3.254 m², sendo 20% maior em relação a 2018. “Foi uma edição de efeito altamente positivo. Nossos expositores, patrocinadores e supermercadistas estão de parabéns. Sempre acreditamos na Superamas e, neste ano, ela nos surpreende em termos de empresas participantes e visitantes”, apontou Adeilton Feliciano. “Um evento fantástico que foi muito além dos objetivos propostos, superou as nossas expectativas”, complementou o presidente do Sindsuper, Luiz Tadeu Gaedicke.

“Fico feliz pelos empresários expositores, supermercadistas, patrocinadores, diretores e colaboradores da Amas e do Sindsuper, que, com afinco, trabalharam pelo sucesso que concretiza a Superamas como o melhor evento de negócios do varejo de Mato Grosso do Sul”, manifestou o presidente Edmilson Verati **hi**

Espírito Santo

Ambiente para captar novos clientes e novos produtos

Com a adesão de novos parceiros, Super Feira Acaps Panshow ofereceu oportunidades de negócios, atualização e troca de conhecimentos

Números da Super Acaps 2019

Empresas expositoras **197**

Público visitante **23 mil**

Volume de negócios **R\$ 325 milhões**



"A cada ano o evento se mostra mais forte, consolidado e representativo, cumprindo o seu papel de aproximar toda a cadeia produtiva do segmento"

João Tarcício Falqueto – Presidente da Acaps

A 33ª edição da Super Feira Acaps Panshow, realizada entre os dias 17 e 19 de setembro, teve a participação de expositores de produtos, serviços, tecnologias e soluções e a presença de muitos profissionais do varejo que também tiveram a oportunidade de conferir palestras, oficinas técnicas e painéis. Passaram pelos três auditórios um total de 3.400 pessoas. Neste ano, o evento, realizado e organizado pela Associação Capixaba de Supermercados (Acaps), teve a adesão de três novos parceiros: Sindicato do Comércio Varejista de Derivados de Petróleo do Estado do Espírito Santo (Sindipostos), Associação Brasileira da Indústria de Hotéis do Espírito Santo (Abih) e Sindicato dos Restaurantes, Bares e Similares do Estado do Espírito Santo (Sindbares).

O gerente-executivo do Sindipostos, Adair Alves de Souza, mencionou a possibilidade de seus associados,

também proprietários de outros estabelecimentos, ampliem seu leque de fornecedores a partir da feira. "Aceitamos o desafio de participar do evento e o resultado foi muito positivo. Nossos parceiros e associados nos falaram que gostaram bastante. O painel que promovemos sobre 'O futuro da revenda de combustíveis' estava lotado", comentou. Gustavo Guimarães, presidente da Abih, enxergou a Super Feira Acaps Panshow como um ambiente propício para captar novos clientes e novos produtos. "Foi fundamental nossa participação, sobretudo por causa da representatividade. Estávamos ali como fornecedores, dentro do cenário empresarial do estado, e, ao mesmo tempo, também como clientes", ressaltou. Já o presidente do Sindbares, Rodrigo Miguel Vervloet, chamou a atenção para as novidades que os associados encontraram durante a feira. "Para

o nosso setor foi muito positivo. Tivemos a oportunidade de conhecer novos fornecedores que têm relação com nossos negócios, o que foi muito engrandecedor", pontuou Rodrigo.

O presidente da Acaps, João Tarcício Falqueto, afirmou que visitantes e fornecedores puderam se surpreender com a grandiosidade do evento que, este ano, ocupou uma área de 14.400 metros quadrados e avançou no número de parcerias e na qualidade dos debates. "Proporcionamos uma feira rica em oportunidades de negócios, atualização e troca de conhecimentos", destacou o presidente. Ele ressaltou que a realização da Super Feira Acaps Panshow permite que a sociedade conheça um pouco mais o setor supermercadista do Espírito Santo e a sua importância para a economia, uma vez que gera mais de 40 mil empregos diretos e 80 mil indiretos atualmente. **hi**

Goiás

SuperAgos movimentou a economia do Centro-Oeste

Evento ainda ofereceu uma programação composta por palestras, cursos e oficinas técnicas visando capacitar os profissionais



Com o tema Os novos caminhos que impactam o varejo, a 18ª Convenção e Feira de Negócios para Supermercados e Panificadoras - SuperAgos 2019 reuniu atacadistas, distribuidores e prestadores de serviços dos setores supermercadista e panificador para, durante três dias, conhecerem os últimos lançamentos das indústrias e as tendências do autosserviço. Realizado pela Associação Goiana de Supermercados (Agos), de 23 a 25 de setembro, no Centro de Convenções de Goiânia, o evento ofereceu uma programação composta por palestras, cursos e oficinas técnicas, com o objetivo de promover a capacitação dos profissionais supermercadistas e de panificação, ministradas por renomados profissionais brasileiros, além de um espaço especial para a programação feminina. Além da participação de supermercadistas e outros empresários goianos, também visitaram a feira representantes de 16 estados, do

Centro-Oeste (MT, MS e DF), e também de Minas Gerais, São Paulo, Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul, Paraná, Santa Catarina, Bahia e Ceará.

“Os setores supermercadista e da panificação buscam eficiência e devem seguir a tendência de investir em inovações e produtos modernos. Essa busca impulsiona os negócios na SuperAgos, evento que movimentou a economia na Região Centro-Oeste”, avalia o presidente da Agos, Gilberto Soares da Silva. De acordo com o presidente, levantamento preliminar aponta que o volume de negócios atingiu o que foi projetado pelos organizadores e o total de visitantes superou o esperado. Diante do resultado de 2019, o presidente Gilberto Soares informa que já foram reservados mais de 60% dos espaços da SuperAgos 2020, agendada para o período de 22 a 24 de setembro do próximo ano.



“Durante o evento, representantes de várias empresas nos procuraram dizendo que pretendem estar presentes no evento do ano seguinte. Tenho certeza de que a ExpoAgos 2020 vai superar a edição deste ano”
Gilberto Soares
 Presidente da Agos

abras
 Brasil

DIRETOR-PRESIDENTE

João Sanzovo Neto (Rede Jáú 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)
 Susumu Honda, vice-presidente (Supermercados Ricoy - SP)
 João Carlos de Oliveira, vice-presidente (GSI 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

GERENTES COMERCIAIS

Alexandre Magno
 e-mail: alexandre@abras.com.br

Lilian Bizio
 e-mail: lilian@abras.com.br

ASSESSORA DE COMUNICAÇÃO

Natália Lima
 e-mail: natalia@abras.com.br

ESCRITÓRIO EM BRASÍLIA

e-mail: 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

Pernambuco

14ª edição da Super Mix cresce em volume de negócios e público

Evento lançou o 1º Fórum de Segurança dos Alimentos com informações sobre acondicionamento de alimentos, licenças sanitárias e novas regras de produtos artesanais



“Foi uma edição excelente, com uma tendência de negócios futuros sendo consolidados, de boas negociações. O networking estabelecido aqui é fundamental para a movimentação econômica”

João Alves Cavalcante – Presidente da Acaps

Confirmando as expectativas de público e de movimentação em negócios, a 14ª Feira de Negócios Super Mix recebeu o maior público de sua história. Ao longo dos três dias do evento (24 a 26 de setembro), organizado pela Associação Pernambucana de Supermercados (Apes) e Associação Pernambucana de Atacadistas e Distribuidores (Aspa), no Centro de Convenções de Pernambuco, empresários e consumidores visitaram os estandes da Super Mix, considerada a maior do segmento no Norte/Nordeste do Brasil. A conexão proporcionada entre varejistas de Pernambuco e de outros estados do Nordeste, como Paraíba, Alagoas e Sergipe, além das parcerias fechadas com representantes de empresas do interior de Pernambuco, estão entre os pontos positivos da feira, na opinião do presidente da Apes, João Alves Cavalcante.

“Foi uma edição excelente, com uma tendência de negócios futuros

sendo consolidados, de boas negociações”, afirmou. Ele apontou alguns dos destaques do evento, como os produtos de gêneros alimentícios e as novas tecnologias apresentadas, que puderam ser conferidas no Mercado Modelo, espaço que foi montado dentro da feira, reproduzindo em tamanho real uma loja equipada com as ferramentas mais modernas para otimizar as operações. “Valeu a visita para empresários de todos os portes. O networking estabelecido é fundamental para a movimentação econômica”, destacou Cavalcante.

Nesta edição da Super Mix aconteceu o 1º Fórum de Segurança dos Alimentos, que levou para profissionais de administração de estabelecimentos de varejo e atacado, supervisão de compras, inspeção e prevenção de perdas



Números da Super Mix 2019

Empresas expositoras **148**

Público visitante **cerca de 25 mil**

Volume de negócios **estimado R\$ 1 bilhão**

informações sobre acondicionamento de alimentos, licenças sanitárias e as novas regras dos produtos artesanais, além de um debate sobre prevenção de perdas de alimentos. O Fórum contou com a participação da superintendente da Apes, Silvana Buarque, que falou sobre a necessidade da inspeção de alimentos no mercado varejista e no comércio, que é o último patamar da cadeia produtiva, interagindo com os assuntos abordados pelos outros palestrantes. O evento contou, ainda, com a participação da médica veterinária Márcia Belo, da consultora de vigilância técnica Cristiane Vasconcelos e do consultor em varejo Antônio Balbino. **hi**

Associações Estaduais

- Acre Asas - Associação Acreana de Supermercados**
Avenida Ceará, 2351 - Dom Giocondo - CEP 69900-303
Rio Branco - AC - e-mail: asas@asasac.com.br Telefone:
(68) 3223-0507 - Fax: (68) 3224-6349 **Presidente:** Adem
Araújo da Silva **Delegado:** Edvaldo Fortes de Andrade
Secretária Executiva: Raquel Carvalho da Silva
- Alagoas Asa - Associação de Supermercados de Alagoas**
Avenida Menino Marcelo, 9 - Serraria - CEP 57047-000
Maceió - AL - e-mail: asa.al@veloxmail.com.br
www.asa-al.com.br - Telefone: (82) 3328-2733
Fax: (82) 3328-7817 **Presidente:** Raimundo Barreto de
Souza **Delegado:** José Anselmo Menezes **Secretário
Executivo:** Pedro Victor Júnior
- Amapá Amaps - Associação Amapaense de Supermercados**
Av. General Gurjão, 259 - Centro - CEP 68900-050
Macapá - AP - e-mail: amapsassociacao@hotmail.com.br
Telefone: (96) 3225-3225 - Telefone/Fax: (96) 3225-5401
Presidente: Itamar José Sarmento da Costa **Delegado:**
Josué Sousa Rocha **Secretária Executiva:** Simara Regina
Barbosa Almeida
- Amazonas Amase - Associação Amazonense de Supermercados**
Avenida Torquato Tapajós, 2871 - Bairro da Paz - CEP 69028-010
Manaus - AM - Telefone/Fax (92) 3090-5075/5073
e-mail: arlecigomes@hotmail.com **Presidente:** Marcelo
Tigliã Gastaldi **Superintendente:** Alexandre Zuqui
da Costa **Delegado:** Alexsuel da Silveira Rodrigues
Secretária Executiva: Arleci Gomes
- Bahia Abase - Associação Bahiana de Supermercados**
Rua Gilberto Amado, 276 - Jardim da Armação
CEP 41750-110 - Salvador - BA
e-mail: abasegerencia@abase-ba.org.br - www.abase-ba.org.br
Telefone: (71) 3444-2888 - Fax: (71) 3232-4292
Presidente: Joel Feldman Junior **Delegada:** João
Cláudio Nunes **Superintendente:** Mauro Rocha
- Ceará Acesu - Associação Cearense de Supermercados**
Avenida Barão de Studart, 2500 - Cobertura Edifício
Cenicenter - CEP 60120-002 - Fortaleza - CE - e-mail:
secretariaexecutiva@acesu.com.br - Telefone: (85) 3246-4411
Presidente: Gerardo Vieira Albuquerque **Delegado:** Severino
Ramalho Neto **Secretário Executivo:** Antonio Sales
- Distrito Federal Asbra - Associação de Supermercados de Brasília**
Setor de Múltiplas Atividades Sul - SMAS, Trecho 3 - Edifício The
Union Bloco B1 - Térreo sl. 7 ou 1º andar sl. 107 - Guarã
CEP 71215-300 - Brasília DF - e-mail: secretaria@asbra.com.br
www.asbra.com.br Telefone/Fax: (61) 3321-0014
Presidente: Gilmar de Carvalho Pereira **Delegado:** Hélio
Felis Palazzo **Secretária/Financeiro:** Gabriela Vinhal
- Espírito Santo Acaps - Associação Capixaba de Supermercados**
Rua Mizaél Pedreira da Silva, 138 - Fecomércio
4º andar sl. 401/408 - Santa Lúcia - CEP 29052-270 - Vitória
ES - e-mail: secretaria@acaps.org.br - www.acaps.org.br
Telefone: (27) 3324-3599 Fax: (27) 3345-5222 **Presidente:**
João Tarcício Falqueto **Delegado:** João Carlos Coutinho
Devens **Superintendente:** Hélio Hoffmann Schneider
- Goiás Agos - Associação Goiana de Supermercados**
Avenida C-7 - quadra 80 - lote/área nº 3144 - Setor
Sudoeste - CEP 74305-080 - Goiânia - GO
e-mail: secretaria@agos.com.br www.agos.com.br
Telefone: (62) 3215-2528/3254-8350 - Fax: (62) 3215-4367
Presidente: Gilberto Soares Silva **Delegado:** Nelson
Antonino Alexandrino Lima **Superintendente:** João
Bosco Pinto de Oliveira
- Maranhão Amasp - Associação Maranhense de Supermercados**
Avenida Colares Moreira, 444 - Ed. Monumental - 5º andar,
sl. 544 Renascença II - CEP 65075-441 - São Luís - MA - e-mail:
amasp@portalamasp.com.br/cristina@portalamasp.com.br
Telefone: (98) 3235-4082 Fax: (98) 3235-3701

ABRAS & Estaduais



NORTE
NORDESTE
CENTRO OESTE
SUDESTE
SUL

NOVA INFORMAÇÃO

- Presidente:** Ilson Mateus Rodrigues **Delegado:** Antônio
Íris de Oliveira **Superintendente:** Ana Clara Freire de Déa
Secretária Executiva: Cristina Silva Ramos
- Mato Grosso Asmat - Associação de Supermercados de Mato Grosso**
Avenida Beira Rio, 220 - Bairro do Porto - CEP 78025-190
Cuiabá - MT - e-mail: asmat@asmat.com.br
www.asmat.com.br Telefone/Fax: (65) 3637-3364/8705
Presidente: Alessandro Morbeck Teixeira **Delegado:**
Kassio Catena **Secretária Executiva:** Tatiane Sanches
- Mato Grosso do Sul Amas - Associação Sul-Matogrossense de Supermercados**
Rua Delegado José Alfredo Hardman, 308 - Jd. Veraneio
Parque dos Poderes - CEP 79037-106 - Campo Grande - MS
e-mail: recepcao@amasms.com.br cti@amasms.com.br
amas@amasms.com.br - Telefone/Fax: (67) 3356-4450
Presidente: Edmilson Verati **Delegado:** Marcelo Gutierre
Secretário Executivo: Yuri Sakimoto Miranda
- Minas Gerais Amis - Associação Mineira de Supermercados**
Av. Barão Homem de Melo, 2200 - Estoril CEP 30494-080
Belo Horizonte - MG - e-mail: claret@amis.org.br
www.amis.org.br - Telefone/Fax: (31) 2122-0500
Presidente: Alexandre Poni **Delegado:** Gilson de Deus Lopes
Celular: (31) 9 9994-7910 **Superintendente:** Antônio Claret Nametala
- Pará Aspas - Associação Paraense de Supermercados**
Avenida Magalhães Barata, 695 - 7º andar - sl. 706/8
CEP 66063-281 - Belém - PA - e-mail: secretaria@aspas.com.br
www.aspas.com.br - Tel:(91) 3249-4268 - Fax: (91) 3249-4545
Presidente: Jorge Maria Portugal dos Santos
Delegado: José Santos de Oliveira
Secretária Executiva: Maria Auxiliadora Oliveira Kerber
- Paraíba ASPB - Associação de Supermercados da Paraíba**
Rua Duque de Caxias, 20 - Centro - CEP 58010-820
João Pessoa - PB - e-mail: aspb@aspb.com.br
www.aspb.com.br - Telefone/Fax: (83) 3221-9047
Presidente: Cícero Bernardo da Silva **Delegado:** José William de
Araújo **Superintendente:** Damião Evangelista Pereira
- Paraná Apras - Associação Paranaense de Supermercados**
Rua Santo Antonio, 917 - Rebouças - CEP 80230-120 - Curitiba - PR
e-mail: secretaria@apras.org.br - www.apras.org.br
Telefone: (41) 3263-7000 - Fax: (41) 3362-8513
Presidente: Pedro Joanir Zonta **Delegado:** Paulo Beal
Superintendente: Valmor Antônio Rovaris
- Pernambuco Apes - Associação Pernambucana de Supermercados**
Avenida Engenheiro Domingos Ferreira, 801 - sl. 501/502
Pina - Recife - PE - CEP 51011-051
e-mail: apes@elogica.com.br - www.apes.com.br
Telefone: (81) 3421-3612 - Fax: (81) 3421-3331 **Presidente:** João
Alves Cavalcante **Delegado:** Edivaldo Guilherme dos Santos
Superintendente: Silvana Buarque
- Piauí Apisu - Associação Piauiense de Supermercados**
Rua Rio Grande do Norte, 1222 - Pirajá - CEP 64003-420
Teresina - PI - e-mail: apisul@hotmail.com
Tel/Fax: (86) 3213-2984 **Presidente:** Raul Lopes de Araújo
Filho **Secretário Executivo:** Wesley dos Santos Oliveira
Delegada: Evangelita Fernandes Vieira
- Rio de Janeiro Asserj - Associação de
Supermercados do Estado do Rio de Janeiro**
Av. das Americas, 2480 - Bl. 3 sl 240 a 244
Lead Américas Business - Ed. Corporate
CEP 22631 004 - Barra da Tijuca
e-mail: assjerj@asserj.com.br - www.asserj.com.br
Telefone: (21) 2584-6339 - Fax: (21) 2584-6648
Presidente: Fábio Rossi Queiroz **Superintendente:**
Keila Prates **Delegado:** Genival Beserra
- Rio Grande do Norte Assurn - Associação de Supermercados
do Rio Grande do Norte**
Av. Senador Salgado Filho, 1515 - Sls. 702/703 - Tirol
59015 000 - Natal - RN - Telefone: (84) 3231-6491
e-mail: comercial@assurn-rn.com.br Fax: (84) 3231-6491
Presidente: Nelson Wellington **Delegado:** Luiz Antônio
de Moura **Secretário Executivo:** João Marinho Dantas
- Rio Grande do Sul Agas - Associação Gaúcha de Supermercados**
Rua Dona Margarida, 320 - Navegantes - CEP 90240-610
Porto Alegre - RS - e-mail: agas@agas.com.br
www.agas.com.br - Telefone: (51) 2118-5200 - Fax: (51) 2118-5201
Presidente: Antônio Cesa Longo **Delegado:** Cláudio
Zaffari **Gerente Executivo:** Francisco Schmidt
- Rondônia Asmeron - Associação de Supermercados de Rondônia**
Rua Afonso Pena, 1571 - Bairro Nossa Sra. das Graças
CEP 76804-134 - Porto Velho - RO
e-mail: asmeron_ro@hotmail.com - Telefone: (69) 3229-2055
Presidente: Davi Marques Jardim **Delegado:** Luiz Claudio
Rodolfo **Secretária:** Renata de Cássia Campos Abreu
- Roraima Arse - Associação Roraimense de Supermercados**
Rua Almero Mota Pereira, 1217 - Jardim Floresta
CEP 69312-055 - Boa Vista - RR
e-mail: arse_bv@hotmail.com
- Santa Catarina Acats - Associação Catarinense de Supermercados**
Rua Visconde de Cairú, 391 - 4º andar Bairro Estreito
CEP 88075-020 - Florianópolis - SC - e-mail: acats@acats.com.br
www.acats.com.br - Telefone: (48) 3223-0174
Presidente: Paulo Cesar Lopes
Delegado: Atanázio dos Santos Netto
Diretor Executivo: Antônio Carlos Poletini
- São Paulo Apas - Associação Paulista de Supermercados**
Rua Pio XI, 1200 - Alto da Lapa - CEP 05060-001
São Paulo - SP - e-mail: ccorreia@apas.com.br
www.portalapas.org.br - Telefone: (11) 3647-5000
Fax: (11) 3647-5017 **Presidente:** Ronaldo do Santos
Delegado: Omar Abdul Assaf
Superintendente: Carlos Corrêa
- Sergipe Ases - Associação Sergipana de Supermercados**
Rua Campos, 496 - São José - CEP 49015-220 - Aracaju -
SE - e-mail: secretaria-executiva@ases-se.com.br
Telefone: (79) 3211-4489 - Telefone/Fax: (79) 3211-7540
Presidente: Francisco Firmino Albuquerque
Delegado: João Luiz Silva Oliveira
Secretária Executiva: Jussara Fontes Aragão
- Tocantins Atos - Associação Tocantinense de Supermercados**
912 sul - Alameda 05 - APM 3A - lote 03
Setor Eco-industrial - CEP 77023-462 - Palmas - TO
e-mail: atostocantins@yahoo.com.br - www.atosto.com.br
Telefone/Fax: (63) 3214-5398/3232-8813
Presidente: Agamenon Abreu Oliveira
Delegada: Maria de Fatima de Jesus
Secretário Executivo: Expedito Gomes Guimarães Filho



TRANSFORMAMOS DADOS DE PESQUISA EM DECISÕES DE NEGÓCIO INTELIGENTES

A GfK agrega valor à pesquisa ao entregar pesquisa voltada para o futuro. Num mundo digitalizado, somos a fonte confiável de informações relevantes sobre o mercado e os consumidores, permitindo que nossos clientes criem estratégias de sucesso para enriquecer a vida dos consumidores.

O potencial da matriz Coso para prevenir perdas

Como gerar maior lucratividade pelo gerenciamento de perdas no setor de frios na ótica da metodologia Coso

O setor de varejo está em constante busca de eficiência e diferenciais para sobreviver em um mercado altamente competitivo, onde o peso da perda é igual ou superior ao lucro líquido. A 19ª Avaliação de Perdas no Varejo Brasileiro de Supermercados, publicado em agosto de 2019 pela Abras, apontou que as perdas nos supermercados corresponderam, no ano passado, a 2,07% sobre a receita líquida do setor. Vale lembrar

que existe uma lacuna de 34% dos pesquisados que não possuem área de prevenção de perdas, citando como principais motivos o alto custo e ausência do retorno de investimento. No caso do Veran, a área é altamente estratégica para o resultado da companhia, além de apoiar os setores de operações e comercial a atingir seu *core business*.

Para a realização da gestão de quebras criamos uma matriz de gerenciamento baseada nos referenciais da ferramenta Coso (*Committee of Sponsoring Organizations*) ou Comitê das Organizações Patrocinadoras. Trata-se de uma organização sem fins lucrativos criada, nos Estados Unidos, em 1985, para melhoria dos controles internos e governança corporativa. Esse processo é apresentado em uma matriz tridimensional em forma de cubo. As quatro categorias de objetivos estão representadas nas colunas verticais, os oito componentes nas linhas horizontais e as unidades de uma organização na terceira dimensão. Essa representação ilustra a ca-



pacidade de manter o enfoque na totalidade do gerenciamento de riscos.

É imprescindível que as organizações se conscientizem que prevenir perdas não é um alto custo, quando feita com metodologia e busca constante por resultados e melhoria de competitividade. Para ilustrar este conceito, selecionamos dois cases reais:

Queijo mussarela - redução de R\$ 99.409

Identificação do evento:

Alto índice de quebras no produto queijo mussarela.

Avaliação do risco: Perda após o processo de fatiamento, furto para venda ilegal e ausência de movimentações entre os departamentos internos.

Resposta ao risco: Criação de rendimento para a diferença de peso após o fatiamento, aumento de fiscalização nas lojas de risco, definição de processos e políticas de consequências para o não cumprimento dessas normatizações

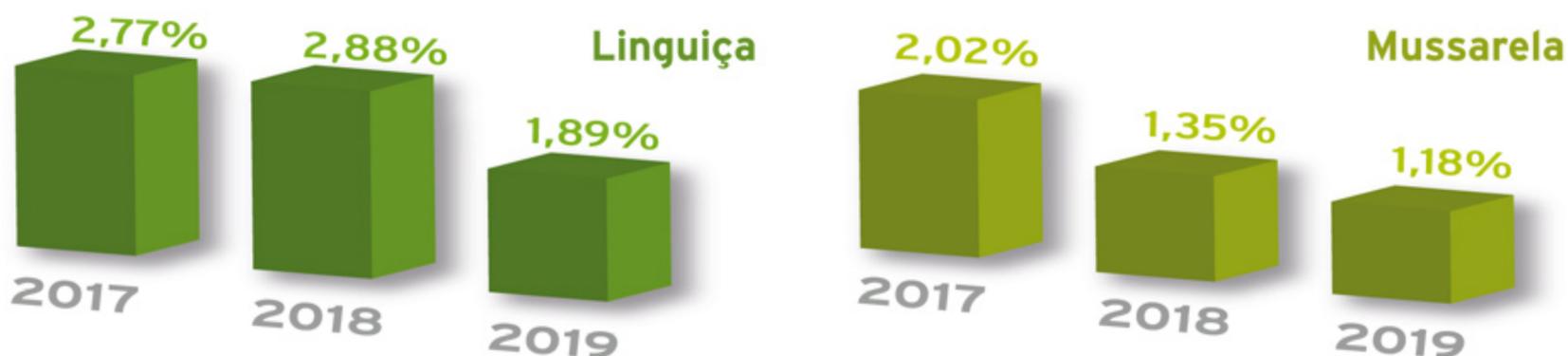
Linguiça fresca - Redução de R\$ 61.414

Identificação do evento: Alto índice de quebras desconhecidas.

Avaliação do risco: Perda após o descongelamento técnico.

Resposta ao risco: Criação de rendimento para a diferença entre o momento da compra até a efetiva venda.

* Marcelo Alves é diretor administrativo e controles internos do Veran Supermercados



Por Marcelo Alves*



Utilização do método Coso no Veran Supermercados

Componente	Conceito	Aplicação no Veran
Avaliação de riscos	Abrange a consciência e cultura de controle da organização, sendo base para todos os outros componentes. Obtém efetividade quando todos sabem suas responsabilidades e limites de autoridade, competência e comprometimento de fazerem o que é correto da maneira correta.	Código de ética, atas de reuniões, normas e procedimentos
Fixação de objetivos	Os objetivos e metas são fixados no âmbito estratégico, estabelecendo uma base como pré-condição à identificação de eventos, à avaliação dos riscos e às suas respectivas respostas. Esse passo é necessário para, posteriormente, serem adotadas medidas para administrá-los.	Budget anual, desdobramento das metas por setor e loja x <i>benchmarking</i> Ranking Abras. Metas específicas/pontuais para medições dos planos de ações.
Identificação de eventos	Processo que identifica eventos potenciais que poderão afetar os objetivos, de maneira negativa e positiva. Os eventos negativos exigem uma avaliação e resposta ao risco. Os eventos positivos representam oportunidades. Para identificação dos riscos, podemos utilizar atividade de controles preventivas e detectivas, tais como: limite de alçadas, autorizações, conciliações, revisão de desempenho, segurança e salvaguarda de ativos, segregação de função, sistemas informatizados, etc.	"Mapeamento de oportunidades identificadas no mapa de quebras. Inventários cíclicos: Mercearia (Curva ABC A- 3 Meses B- 4 Meses C- 11 Meses). Inventário geral dos setores de perecíveis. Softwares: ERP, WMS, <i>Business Intelligence</i> (BI), CFTV, rastreamento de frotas, monitoramento de check-outs e gestão de estoques e inventário."
Avaliação de riscos	A avaliação de riscos permite que uma organização considere os possíveis impactos para realização dos objetivos por intermédio de métodos qualitativos e quantitativos, podendo ser avaliados isoladamente ou por grupos em toda a organização.	"Avaliação e investigação das quebras de categorias que estão superiores aos índices da Abras e benchmarking interno ou externo. Reunião semanal para avaliação dos itens mais relevantes. Setores: operação de loja, comercial, prevenção de perdas, inventário e <i>supply chain</i> ."
Resposta a risco	Após a avaliação dos riscos, é definido como serão as respostas aos riscos, que incluem evitar, reduzir, compartilhar ou aceitar os riscos. A administração seleciona o conjunto de ações destinadas a alinhar os riscos às suas respectivas tratativas para atingimento do objetivo geral da empresa.	"Análise do pareto de planos de ações para tomada de decisão. Reunião semanal para definições de tratativas das quebras. Planejamento da estratégia: diretoria e gerência."
Atividades de controle	Essas atividades são as políticas e os procedimentos que contribuem para assegurar que as respostas aos riscos sejam executadas. Essas ocorrem em todos os níveis da empresa, tais como: aprovação, autorização, verificação, reconciliação e revisão do desempenho, da segurança dos ativos e da segregação de responsabilidades.	Segregações de funções, rodízio de colaboradores, controle de temperatura, captura de itens com data curta, investigação minuciosa das quebras desconhecidas, confinamento de produtos de alto risco, <i>workflow</i> de tratativas de ocorrências, verificação de estoques sem venda, coleta de avarias e inventários rotativos, etc. Periodicidade dos controles: diariamente
Informações e comunicações	Nessa parte, as informações pertinentes são identificadas, mapeadas e comunicadas de forma coerente e no prazo, a fim de permitir que todos cumpram suas responsabilidades. Todos os escalões devem comunicar informações significativas, devendo haver também comunicação eficaz com terceiros, clientes, fornecedores, órgãos reguladores e acionistas.	"Reporte diário do mapa de quebras por setor e loja para: presidente, diretores, gerentes e líderes. Setores: comercial, operações, inventário, prevenção de perdas e <i>supply chain</i> . Comunicação interna da performance de quebras nos setores. Reporte mensal para o Conselho de Administração."
Monitoramento	A integridade dos processos é monitorada e as modificações necessárias são realizadas, com ação ativa para mudanças de acordo com as circunstâncias ao longo do tempo. É realizado por meio de atividades gerenciais contínuas, pontuais, eventuais, avaliações independentes ou combinação dos procedimentos de todos os componentes anteriores.	"Monitoramento diário pelo: presidente, diretoria, supervisão de inventário, gerência e encarregados de operações, comercial e prevenção de perdas. Pontos graves (com reporte semanal) para: principais lideranças de operações, comercial, prevenção de perdas, inventário e <i>supply chain</i> . Mensal para: Conselho de Administração."

Unilever contra o plástico

Companhia almeja eliminar mais de 100 mil toneladas de plástico virgem até 2025. Compromisso anunciado pela empresa também visa coletar e processar um número maior de embalagens plásticas do que a empresa coloca no mercado



A Unilever anunciou um compromisso global para promover uma expressiva redução no uso de plástico em suas produções. De acordo com a companhia, até 2025, a meta é reduzir pela metade o uso de plástico virgem, eliminando mais de 100 mil toneladas do material presente em embalagens, e acelerar a utilização de plástico reciclado. O plano também prevê coletar e processar um número maior de embalagens plásticas do que a empresa coloca no mercado.

“O plástico tem seu lugar, mas este lugar não é o meio ambiente. Só podemos eliminar o seu desperdício agindo rapidamente e adotando ações radicais em todos os pontos do seu ciclo”, declarou o CEO na Unilever, Alan Jope, na ocasião do anúncio. “Nosso ponto de partida é o design, que vai reduzir a quantidade de plástico que usamos e garantir que o material utilizado seja cada vez mais proveniente de fontes recicladas. Também estamos comprometidos em garantir que 100% de nossas embalagens plásticas sejam reutilizáveis, recicláveis ou compostáveis”, completa.

Para tanto, o CEO explica que é necessário repensar profundamente a abordagem da Unilever às suas embalagens e produtos. “Isso exige que a gente introduza novos materiais e soluções inovadoras, que aumentem a escala de modelos de negócio, como os formatos de reutilização e refil, a uma velocidade e intensidade sem precedentes”, explica Jope. O compromisso assumido pela Unilever vai exigir a coleta e processamento de cerca de 600 mil toneladas de plástico por ano até 2025, o que será feito por meio de investimentos e parcerias que melhorem a infraestrutura da gestão de resíduos nos países nos quais a Unilever opera.

“Nossa visão é um mundo em que todos trabalham juntos para garantir que o plástico fique na economia e fora do meio ambiente. Nosso plástico é nossa responsabilidade, portanto, também estamos comprometidos em coletar de volta mais do que vendemos, como parte do nosso esforço para uma economia circular. Essa é uma tarefa ousada, mas animadora e que ajudará a impulsionar a demanda global por plástico reciclado”, declara o CEO.

Como a Unilever reduzirá 50% do plástico virgem até 2025?

- Com investimento direto e parcerias em coleta e processamento de resíduos
- Com a aquisição e uso de plásticos reciclados em suas embalagens
- Com a participação em programas ampliados de responsabilidade do produtor, nos quais a companhia paga diretamente pela coleta de suas embalagens.

Consumo dos idosos está em alta no Brasil

Idosos são única faixa etária que mostra crescimento em consumo no Brasil

Entre julho de 2017 e 2019, o Brasil ganhou 1,2 milhão de novos lares com pessoas com mais de 65 anos, segundo a Kantar. Do total de 9,4 milhões de "lares maduros" brasileiros, 64% têm entre uma e duas pessoas e 86% não têm crianças de até 12 anos. Além de menores, estas famílias têm uma renda média domiciliar mensal 9% maior do que o restante da população.

Neste cenário, os novos seniores são um mercado com grande potencial de crescimento no futuro próximo. Apesar de todas as faixas etárias terem reduzido a frequência de compra de bens de consumo massivo (FMCG) nos últimos anos, atualmente, os idosos são o único público que apresentou crescimento em unidades (+2,1%), volume comprado (+0,6%) e valor desembolsado (+5,3%) nos últimos 12 meses terminados em julho deste ano. Os lares maduros apresentam ainda índices positivos e gastam mais na compra de todas as categorias em comparação com a média geral da população, especialmente em higiene e beleza (+6,3%), bebidas (+7,3%) e commodities (+4,6%).

"Entre as pessoas maduras, 90% têm telefone celular, 45% acessam internet e 11% trabalham fora. Elas não se enxergam mais como idosas, por isso buscam produtos específicos e

qualidade de vida", analisa a diretora de Marketing e Insights da Kantar, Giovanna Fischer.

Entre as categorias, destaque para o azeite, produto que mais conquistou lares acima dos 65 anos no intervalo de julho de 2017 e o mesmo mês deste ano. O produto ganhou 6,9 pontos de penetração e conquistou 651 novos domicílios dessa faixa etária, seguido por escova dental, leite fermentado, cereal matinal e inseticida.

Com uma frequência de visita aos pontos de venda 7% maior, as donas de casa da terceira idade elegem as lojas de proximidade e conveniência como prioridade, destacando-se farmácias e supermercados independentes. Além deles, o atacarejo também vem conquistando espaço entre este *target*. Entre julho de 2018 e o mesmo mês de 2019, o canal ganhou 669 mil novos lares maduros como compradores.

Os números do consumidor sênior

- + 2,1% em unidades compradas
- + 0,6% em volume
- + 5,3% em desembolso
- + 7% maior em frequência de compra

Período: últimos 12 meses terminados em julho deste ano

O que foi destaque no consumo?

- Azeite
- Escova dental
- Leite fermentado
- Cereal matinal
- Inseticida



Acesso pelo Km 173 da Rod. Pres. Dutra - Av. Coelho da Rocha, 362 - Belford Roxo (RJ)
Telefones : 11 3837 8844 ramal 8884 - 11 99181 4044 e 21 3252 5000

www.transmaroni.com.br

Bora Bater Meta

Autora: Carol Manciola
 Editora DVS

Palestrante e consultora, com 17 anos de experiência e especialização em desenvolvimento humano, vendas e atendimento, Carol Manciola lança o livro *Bora Bater Meta*, o primeiro no Brasil, sobre vendas, a ser escrito por uma mulher. Na opinião da autora, que já lançou o livro *Os Cês da Vida*, vender é uma competência diferenciadora, e afirma que o profissional que sabe vender se diferencia dos demais. Gera mais influência, encurta processos, ganha mais aliados. “Como toda competência, vender é algo que pode ser observado, avaliado e também desenvolvido, inclusive por pessoas que atuam na área, que têm as vendas como função. Pode parecer redundante, mas não é. Todos os vendedores que conheci, que desenvolveram sua competência de vendas, foram além. A maioria muda apenas de empresa, permanece no mesmo lugar ou vive reclamando e esperando ‘essa chuva passar’ pelo fato de apenas ocupar um cargo”. E foi esse insight que a motivou a escrever o livro *Bora Bater Meta*, com foco em “Como usar a competência de vendas para criar valor para o cliente por meio de um processo de vendas humanizado”, “Vendas Presenciais na Era Digital” e “Sei fazer, mas não sei vender”. O propósito da autora ao escrever o livro

é contribuir para que pessoas desenvolvam sua competência de vendas. Para isso, ao longo de dez capítulos, compartilha uma série de conhecimentos, habilidades e atitudes que ajudará o leitor a elevar seu patamar de resultados por meio de uma performance aderente ao contexto em que vivemos: a era digital. “Como alguém que atua na área e que já leu centenas de livros de vendas, quero que esta leitura seja a mais objetiva e prazerosa possível, afinal, se ela não o ajudar a bater suas metas, sejam elas de vendas ou da vida, isso terá sido uma grande perda de tempo”. O livro é dividido em capítulos como: Vender é uma competência; As tais mudanças no mundo e seus impactos na forma de vender; Competências de vendas; Prepare-se para vender; Desmistificando a técnica de vendas; Como fazer a venda presencial num mundo cada vez mais digital; Desafios da primeira gestão comercial; O papel da gestão comercial; Calibrando seu olhar; e O futuro das vendas e o vendedor do futuro. O livro é para pessoas que acreditam que vendas não devem ser feitas a qualquer custo, que precisam fazer sentido.



Tenha Cicatrizes

Como Empreender e Aprender com Seus Erros

Autor/organizador: Alessandro Saade
 Editora Reflexão

Organizado pelo professor da ESPM-SP Alessandro Saade, o livro *Tenha Cicatrizes - Como Empreender e Aprender com Seus Erros* reúne casos de empresários e executivos que, em algum momento de suas carreiras, se depararam com o fracasso, tiraram lições a partir dos equívocos cometidos e transformaram seus negócios ou áreas de gestão em histórias de sucesso.

A obra é resultado da troca de experiências de um grupo de amigos, entre eles vários professores da ESPM, com características comuns: todos eles são empreendedores e executivos cheios de cicatrizes e de experiências para compartilhar. “É maravilhoso poder contar um pouco da

nossa história, dos desafios, fracassos e, principalmente, falar sobre como conseguimos superar as adversidades que surgiram em nossos caminhos. Afinal, quem não tem uma cicatriz e qual cicatriz não tem uma história?”, comenta Alessandro Saade, que acredita que a obra poderá, ainda, servir como um guia de consulta para os desafios diários enfrentados por empresários e gestores de empresas de todos os setores. Este é o conceito fundamental deste livro: compartilhar experiências, nas mais diversas áreas da empresa, trazendo problemas reais e os caminhos encontrados para solucioná-los.



Índice de anunciantes

3corações.....49	Britvic Ebba.....13	Nivea.....101
Ajinomoto.....63	Frutap.....73	Laticínios Passa Quatro.....77
Alelo.....29	Gfk.....149	Pif Paf.....4ª capa
Indústrias Anhembí.....117	Good Pack.....34 e 35	Piracanjuba.....89
Aurora.....15	GS1.....2ª capa	Polenghi.....5
BawWaw.....131	Heineken.....87	Politriz.....115
Bem Brasil.....65	Kantar.....141	Procter & Gamble.....9
Bralimpia.....11	Linea Alimentos.....41	Santher.....109
Casa K&M.....125	Magna TI.....7	Seara.....71
Castelo Alimentos.....57	Marlog.....153	Start Química.....3ª capa
Coca-Cola.....91 e 93	McCain Foods.....69	Unilever.....81
Hasar Brasil.....67	Melitta.....135	

VENDAS

GOIÂNIA/GO - 62 3636-2017

UBERLÂNDIA/MG - 34 3292 6191



A PESQUISA KANTAR/SUPERHIPER em todo o país apontou AZULIM como a 3ª entre as 5 principais marcas que não podem ficar fora de suas prateleiras.

Quer melhores margens e giro rápido? Leve AZULIM e descubra também o que o Brasil já sabe.



MPDVs



RÁDIO



INTERNET



TV



REVISTAS

Programa do RATINHO





**CONGELADOS
UM POR UM.
MUITO MAIS
RECEITAS
POR
EMBALAGEM.**

*Vai lá,
experimenta!*

Pif Paf

pifpaf.com.br



Os cortes de frango Pif Paf agora são congelados um por um. Os clientes adoram, porque isso deixa a vida ainda mais prática, econômica e com muitas receitas por pacote. As embalagens de 1,5kg ainda contam com fechamento zip lock, para descongelar o que vai ser preparado e guardar o que não foi utilizado. **E você já sabe: quando os clientes adoram, seu supermercado vende muito mais!**