

SUPERHIPER

MARÇO 2022 - ANO 48 - Nº 545

 ABRAS



LUCRE COM AS MARCAS QUE ESTÃO NO TOPO

Descubra, neste exclusivo estudo realizado em parceria com a NielsenIQ, as preferências dos consumidores que estão movimentando as gôndolas do setor

Páscoa

Os caminhos para uma execução eficiente

Gestão

Promoção da diversidade ganha força

NOSSAS OBRAS CONTAM A NOSSA HISTÓRIA

A **Telmec** atende as principais marcas do setor de **supermercados e atacarejo** com **soluções customizadas** desde a prospecção, legalização até a entrega final da obra.



Três décadas de experiência com qualidade, preço competitivo e prazo de entrega

- Soluções **inovadoras** de engenharia
- **Fabricação própria** das estruturas metálicas
- **160 mil metros quadrados** e **11 obras entregues** em 2021



Conheça nosso trabalho

telmec.com.br |  @telmec-engenharia



telmec

A todos os consumidores, o nosso respeito e dedicação

Em 15 de março celebramos o Dia do Consumidor, data que, de forma muito justa, passou a ser comemorada ao longo de todo o mês pelo varejo. Afinal, o consumidor é a razão de existirmos e é o que motiva cada supermercadista a acordar cedo, todos os dias, para dar o seu melhor àqueles que confiam o abastecimento do seu lar aos nossos negócios.

Atender, com eficiência, os nossos clientes é o que orienta os nossos passos e decisões. O consumidor tem um papel fundamental no contínuo desenvolvimento do varejo alimentar, pois tudo o que fazemos é nos adaptar e nos antecipar às tendências para bem servi-lo. Desde o advento do modelo de autosserviço, passando pelo movimento de automação comercial dos supermercados e da evolução nos layouts das lojas, e chegando ao atual cenário de profissionalização do e-commerce, sem desconsiderar outros importantes marcos nesta linha histórica, tudo o que é feito pelos supermercados visa melhorar, cada vez mais, a jornada e a experiência dos consumidores.

E a certeza que temos é que essa dinâmica é imutável, haja vista que cá estamos falando, estudando e já nos movimentando em torno de temas como inteligência artificial, inteligência de dados, 5G, instant delivery, ESG, metaverso, dentre tantas outras pautas que farão cada vez mais parte da rotina do setor, simplesmente pelo fato delas convergirem com as atuais necessidades e interesses do consumidor. O próprio marketplace que está sendo desenvolvido pela ABRAS tem o propósito de viabilizar que todas as empresas do setor supermercadista estejam dentro do jogo do comércio eletrônico e que executem um serviço de entrega de qualidade aos seus clientes.

Vale, também, destacar a atuação das empresas supermercadistas durante a pandemia da covid-19, uma mobilização que entrou

"De mãos dadas com a indústria, não deixamos faltar nada nas gôndolas das nossas lojas. E encaramos com muita coragem o desafio de expandir o comércio eletrônico com notável agilidade"

**JOÃO GALASSI
PRESIDENTE
DA ABRAS**



para a história do setor. Adaptamos nossas lojas para garantir a segurança dos clientes. De mãos dadas com a indústria, não deixamos faltar nada nas gôndolas das nossas lojas. E encaramos com muita coragem o desafio de expandir o comércio eletrônico com notável agilidade. Tudo em nome do consumidor!

E por falar em indústria, trazemos nesta edição de *SuperHiper* mais uma pesquisa Líderes de Vendas, que justamente revela as principais preferências dos consumidores brasileiros em relação a importantes categorias presentes nas gôndolas do setor. A missão, realizada há 23 anos em parceria com a NielsenIQ, de levar ao conhecimento dos supermercados as marcas que estão pautando as preferências dos consumidores, visa contribuir com a eficiência da execução nos pontos de venda. Este precioso estudo é um grande instrumento para que o varejista aperfeiçoe a gestão do seu sortimento com base nas atuais preferências dos consumidores.

Aproveito para parabenizar a todas as indústrias listadas nesta pesquisa. O fato de estarem aqui é, justamente, reflexo de um trabalho orientado a proporcionar o melhor aos consumidores brasileiros. Essa conquista é sinônimo de inovação, qualidade, comunicação clara, logística eficiente e de um trabalho colaborativo com o varejo em prol de uma execução eficiente nas lojas e do oferecimento das melhores soluções, condições e oportunidades para quem adentra nossas lojas.

Parafaseando uma tradicional frase do comércio, que cada consumidor tenha a certeza de que a nossa rotina é pautada por "servir bem, para servir sempre".

Vamos trabalhar... pelo bem dos consumidores brasileiros! 

Imagens meramente ilustrativas. ©2022™ Endemol Shine Group B.V. Sob licença Globo.

PROMOÇÃO BIG FONE



Big Brother
Brasil



COMPRANDO
PRODUTOS SEARA,
O CONSUMIDOR CONCORRE
A MILHARES DE

**LIGAÇÕES
PREMIADAS**

DE **R\$**
ATÉ **500,00**

SÃO MAIS DE

R\$ 300 MIL
EM PRÊMIOS

GARANTA SEARA EM SUA LOJA!

SAIBA MAIS EM WWW.BIGFONESEARA.COM.BR



NA COMPRA DE **R\$ 15,00**
EM PRODUTOS
SEARA



O CONSUMIDOR
SE CADASTRA EM
bigfoneseara.com.br
OU PELO WHATSAPP
(11) 5197-6900



AÍ É SÓ
TORCER!

sumário



20

Empresas estão dando mais valor à diversidade

192

Varejo e indústria estão otimistas com a Páscoa



28

Realizado em parceria com a NielsenIQ, o estudo Líderes de Vendas chega à sua 23ª edição, revelando ao varejo as cinco marcas que lideraram, no ano passado, as vendas em 150 categorias

38

Alimentos

106

Alimentos perecíveis

122

Bazar

146

Bebidas

164

Higiene e Beleza

180

Limpeza

10

Loja

Novidades do varejo

14

Mercado

Conjuntura e fornecedores

204

Economia

Consumo nos lares brasileiros

206

Mentores do Verjo

Especialistas em varejo

210

Consumidor

Índice INSV

CERVEJAS: COMO USAR O GERENCIAMENTO DE CATEGORIAS PARA IMPULSIONAR TRANSAÇÕES E TICKET MÉDIO NA LOJA?

O CONSUMIDOR DE CERVEJA MUDOU E CONSOME MAIS DO QUE SÓ UMA MARCA OU SEGMENTO FAVORITO

A CERVEJA É UMA CATEGORIA DE DESTINO, COM ALTA CAPACIDADE DE AMPLIAR TRANSAÇÕES, TICKET MÉDIO E FATURAMENTO

CATEGORIA DE DESTINO:

83% das compras de cervejas são planejadas



Fonte: Nielsen

ALTA FREQUÊNCIA:

54% das compras são semanais



OPORTUNIDADE:

Apenas **17%** das compras no Brasil são para estocagem



DICAS PARA UM BOM GERENCIAMENTO DE CATEGORIA:

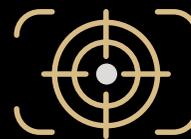
O shopper pós-pandemia busca **conveniência**: facilite sua jornada de compra para aumentar transações



24% dos lares brasileiros **consomem cervejas de todos os segmentos**. Por isso, iniciar o fluxo conforme perfil da loja e otimizar o sortimento para atender o shopper nas diferentes ocasiões é fundamental



Disponibilize packs com quantidades corretas por canal e exposição prioritizada na gôndola, para incremento de ticket médio



Lembre-se: simplificar a jornada de compra e organizar sua loja para que o shopper tenha a melhor experiência em diferentes momentos garantem conversão, recompra e fidelização!

ambev

O radar das marcas campeãs

>> Caro leitor, é com muito prazer que estamos trazendo uma das edições mais aguardadas, consultadas e apreciadas de *SuperHiper*. Aqui está a 23ª edição Líderes de Vendas, guia oficial das marcas mais buscadas pelos consumidores nas lojas do setor supermercadista, elaborado sempre com a valiosa parceria da NielsenIQ.

Este estudo traz ao conhecimento do varejo as marcas mais vendidas em 150 categorias amplamente comercializadas pelas lojas supermercadistas de todo o País, pertencentes a seis cestas de consumo. Como dinâmica, revela as marcas líderes em nível Brasil e também aquelas que se destacaram em âmbito regional, considerando as chamadas sete áreas Nielsen. O grande objetivo deste projeto é auxiliar cada supermercadista na gestão do seu sortimento, de maneira que essa edição funcione como um verdadeiro radar sobre as reais preferências dos seus clientes.

Dessa forma, se a sua loja não vende algumas das marcas líderes destacadas nesta pesquisa ou, então, disponibiliza a elas um espaço que não condiz com o seu potencial de vendas, essa é uma ferramenta que pode lhe ajudar em uma eventual correção de rota. Afinal, é enorme a quantidade de produtos fornecida pelas indústrias de bens de consumo, cujo portfólio cresce a cada dia. Como novos SKUs chegam a todo instante nos supermercados e, como diz o jargão, as gôndolas das lojas não são elásticas, o jeito é definir e organizar o sortimento de maneira estratégica, com o respaldo de informações de qualidade e dados reais, como os compartilhados a seguir. Essa é a chave para priorizar o que o consumidor prefere e o que proporcionará resultados mais satisfatórios para o seu negócio.

Importante acrescentar que a pesquisa Líderes de Vendas possui um caráter ainda mais importante no atual contexto vivenciado pelo varejo brasileiro, que está recebendo em suas lojas um consumidor que, em grande parcela, teve sua renda comprometida desde o início da pandemia e também por conta dos desafios nos campos da economia, e que está tendo que fazer muitas escolhas para abastecer seus lares. Portanto, estar na liderança neste atual cenário do País tem um sabor ainda mais especial. Parabéns a todas as marcas Líderes de Vendas. Boa leitura! 

CONTATE A SUPERHIPER


Avenida Diógenes Ribeiro de Lima, 2.872
Alto da Lapa - CEP: 05083-901 - São Paulo - SP

Telefone: (11) 3838-4500

ACESSE O SITE



Índice de anunciantes

3 corações.....	65 e 69
3M.....	185
AB Brasil.....	95
Ambev.....	7
Arcor.....	41
Barilla.....	93
Bauducco.....	61
Bem Brasil.....	113
Bettanin.....	143
Camil.....	47 e 49
Cargill.....	36 e 37
Castelo Alimentos.....	97
Cia Müller.....	153
Cless Cosmético.....	177
Comercial ABRAS.....	149
Coop. Pindorama.....	31
Copacol.....	15
D'aucy.....	119
Delta.....	45
Diza.....	13
Domus.....	133
Dover Roll.....	123
Eba Design.....	19
Eletrofrío.....	9
Embaré.....	87
Eventos ABRAS.....	109
Gallo.....	53
GDC.....	51 e 103
Gosto Mineiro.....	203
GS Group.....	27
Heineken.....	155
Hero Brasil.....	85
Italac.....	89
Jalles Machado.....	11
Josapar.....	83
KPMG.....	3ª Capa
Kuka.....	139
Maratá.....	71 e 99
Melitta.....	135
Natural One.....	157
Nivea.....	171 e 173
Ourolux.....	137
Panco.....	63 e 101
Programa SH.....	127
Ranking ABRAS.....	35
RDS.....	197
SC Johnson.....	17
SDO Equipamentos.....	209
Seara.....	4 e 5 e 115
Selmi.....	59
Sorvetes Jundiá.....	117
Start Química.....	187
Telmec.....	2ª Capa
Total Química.....	183
Trading Care ...	129, 131 e 141
Unilever.....	4ª Capa
Vale Fértil.....	57
VCT.....	159
Vinicola Campestre.....	161
Wyda.....	125
Ypê.....	189



REDAÇÃO

EDITOR

Roberto Nunes Filho
robertonunes@abras.com.br

REDAÇÃO/REVISÃO

Roberto Leite

EDITOR DE ARTE

Daniilo Koch

ASSISTENTE DE ARTE

Fabio Queiroz

COMERCIAL/PUBLICIDADE

VICE-PESIDENTE DE VENDAS E MARKETING

Celso Furtado - (11) 3838-4517
celso.furtado@abras.com.br

GERENTE DE OPERAÇÕES E MÍDIA

Alexandre Braga - (11) 98179-9212
alexandre.braga@abras.com.br

GERENTE COMERCIAL

Alexandre Magno - (11) 98161-9972
alexandre@abras.com.br

ASSISTENTE COMERCIAL

Danielli Souza - (11) 3838-4545
comercial@abras.com.br

FALE COM O COMERCIAL



SUPERHIPER é o órgão de divulgação da

Associação Brasileira de Supermercados (Abrás).
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

PROJETO GRÁFICO - Thapcom

JORNALISTA RESPONSÁVEL

Roberto Nunes Filho (MTB 61.534-SP)

SOLUÇÕES COMPLETAS PARA SEU NEGÓCIO.

- Soluções técnicas e comerciais adequadas para cada loja;
- Soluções de alta eficiência e **baixíssima carga de gás**;
- Soluções **remotas** e com **máquina acoplada**;
- Soluções com **fluidos naturais**;
- Assistência técnica **preventiva**;
- **Monitoramento** remoto.



Mkt Fast e EletroFrio

 fastgondolas.com.br

 eletrofrío.com.br

FAST
Gôndolas & Check-outs

 **ELETROFRIO**
REFRIGERAÇÃO



Grupo ABC inicia temporada de expansão

Divulgação



>> Recentemente, a cidade mineira de Campo Belo contou com a inauguração de um Super ABC, loja que possui uma área construída de 3.925m², 12 check-outs, 50 vagas para estacionamento e um mix variado com cerca de 10.000 itens. O empreendimento gerou 106 empregos diretos e fomentará o comércio local através de parcerias com fornecedores da região.

O Grupo ABC iniciou também a operação de mais um estabelecimento, este na cidade de Três Corações, em formato atacadista. Trata-se de uma loja ampla, com uma área construída de 6.980m², 20 check-outs e 221 vagas para estacionamento. Sua infraestrutura foi desenvolvida para atender o comerciante, o transformador, o revendedor e os consumidores da região. Possui um mix variado com cerca de 10.000 itens. Nessa unidade, foram gerados 200 empregos diretos.

A EMPRESA ALMEJA INAUGURAR MAIS 10 LOJAS EM MINAS GERAIS ATÉ O FINAL DO ANO,



TOTALIZANDO

12 LOJAS

EM 2022

Grupo Pereira investe R\$ 40 milhões em novo atacarejo

>>A cidade de Campo Grande (MS) ganhou uma nova unidade do Fort Atacadista. Entre os diferenciais da unidade estão o amplo sortimento e o Açougue Carne Fresca, além de uma futura unidade da farmácia SempreFort.

A NOVA LOJA RECEBEU DO

GRUPO PEREIRA UM INVESTIMENTO DE



R\$ 40 MILHÕES

POSSUI ÁREA DE VENDAS DE



5 MIL m²

OFERECE ESTACIONAMENTO GRATUITO COM



389 VAGAS

SENDO 235 EM ÁREA COBERTA

TEM SORTIMENTO COM CERCA DE



10 MIL ITENS

ENTRE MERCEARIA, BEBIDAS, PERFUMARIA, LIMPEZA, BAZAR E PERECÍVEIS

SÃO



30 CHECK-OUTS

SENDO QUATRO DELES DE AUTOATENDIMENTO

Divulgação



Savegnago estreia novo formato e ativa expansão

Divulgação

>>Referência no interior paulista, a rede Savegnago inaugurou, no começo de março, o seu Centro Comercial que também abriga a primeira unidade do Savegnago Prático, em Sertãozinho.

Dentre os atrativos do local está a Savegnago Prático, que foi pensada e desenvolvida pela rede com o conceito de loja de conveniência, ou seja, com um mix variado de produtos e direcionado às necessidades do dia a dia, com hortifrúti, espaço gourmet, frios e carnes embalados, além de um setor de bebidas.



A primeira unidade do Savegnago com este conceito de conveniência possui dois check-outs e um self-checkout



O CENTRO COMERCIAL TEM
ESPAÇO PARA A INSTALAÇÃO DE
20 LOJAS
SENDO 2 ÂNCORAS

Poucos dias depois desta inauguração, a rede anunciou a abertura de uma loja em Americana, prevista para maio

**DOÇURA QUE CONQUISTA!
OBRIGADO A VOCÊ CLIENTE, PELA PARCERIA, CONFIANÇA E
POR NOS AJUDAR A TORNAR O MUNDO MAIS SUSTENTÁVEL, HUMANO E DOCE.**



CONHEÇA TODOS OS PRODUTOS EM:
WWW.JALLESMACHADO.COM



Supermercados BH abre oitava unidade em três meses

>> Mais uma unidade da Rede Supermercados BH foi inaugurada em Mariana, a segunda da companhia no município, essa no formato de vizinhança.

Seguindo o padrão de sortimento das demais lojas do Supermercados BH, o mix é composto por uma ampla linha nos setores de padaria, açougue, hortifrúti, limpeza, higiene pessoal, bazar, bomboniere, bebidas, pet shop, perfumaria, entre outros.



O NOVO EMPREENDIMENTO TEM
ÁREA DE VENDA QUE ULTRAPASSA



1.150 m²

CONTA COM



14 CHECK-OUTS

OFERECE ESTACIONAMENTO COM



78 VAGAS

Giassi inaugura mais uma unidade de atacarejo

Divulgação



>> O Grupo Giassi inaugurou mais uma operação de atacarejo com a bandeira Combo Atacadista, a quarta da rede, desta vez na cidade de São José (SC).

O Combo São José tem 3,7 mil metros quadrados de área de vendas e 250 vagas cobertas de estacionamento. O mix de produtos inclui mais de 10.000 itens com grande variedade de marcas e preços competitivos. Para agilizar o atendimento serão 19 check-outs, além de quatro caixas de autoatendimento.

Atualmente, o Grupo Giassi conta com 16 lojas de varejo e quatro lojas atacadistas e emprega mais de 6.500 colaboradores.

Grupo Mateus marca a data de estreia em novo estado

Divulgação



>> Mais uma gigante da área alimentícia irá se instalar em Maceió este ano, com inauguração prevista para o início do segundo semestre. Trata-se do Mix Mateus, bandeira de atacarejo do Grupo Mateus, cujas obras estão em estágio avançado.

O EMPREENDIMENTO VAI GERAR CERCA DE



600 EMPREGOS DIRETOS

De acordo com Ilson Mateus, presidente do Grupo Mateus, a meta da companhia é operar em todo o Nordeste dentro dos próximos 10 anos

Super Imperatriz inaugura loja com novo conceito

>> Campinas recebeu, no começo de março, a 21ª unidade dos Supermercados Imperatriz, dotado com o novo conceito da rede que foi concebido para melhorar a experiência de compra dos clientes. A unidade possui um ambiente planejado para o maior conforto do consumidor, com exposição de produtos em um layout moderno e exclusivo, que oferece ambientes diferenciados ao público, como é o caso do Espaço Gastronômico, wine bar, chocolateria e café.



ALOJGEROU UM TOTAL DE



200 EMPREGOS

A NOVA UNIDADE DO IMPERATRIZ
EM SÃO JOSÉ TEM UM SALÃO DE

VENDAS COM

1.858 m²



POSSUI



21 CHECK-OUTS

INCLUINDO DE AUTOATENDIMENTO

TEM ESTACIONAMENTO PARA



120 VEÍCULOS

ETRÉSVAGASPARAA RETIRADA DE
COMPRASNO SISTEMADRIVETHRU

Diza

**SABOR, QUALIDADE
E LUCRATIVIDADE
EM TUDO QUE FAZ.**

**AZEITONAS
CONSERVAS
FRUTAS SECAS**

Diza
Passata
di Pomodoro
0%
sódio
total

Diza
Azeitonas Verdes
Produto Importado
Peso Líquido - Peso Drenado
800g 500g

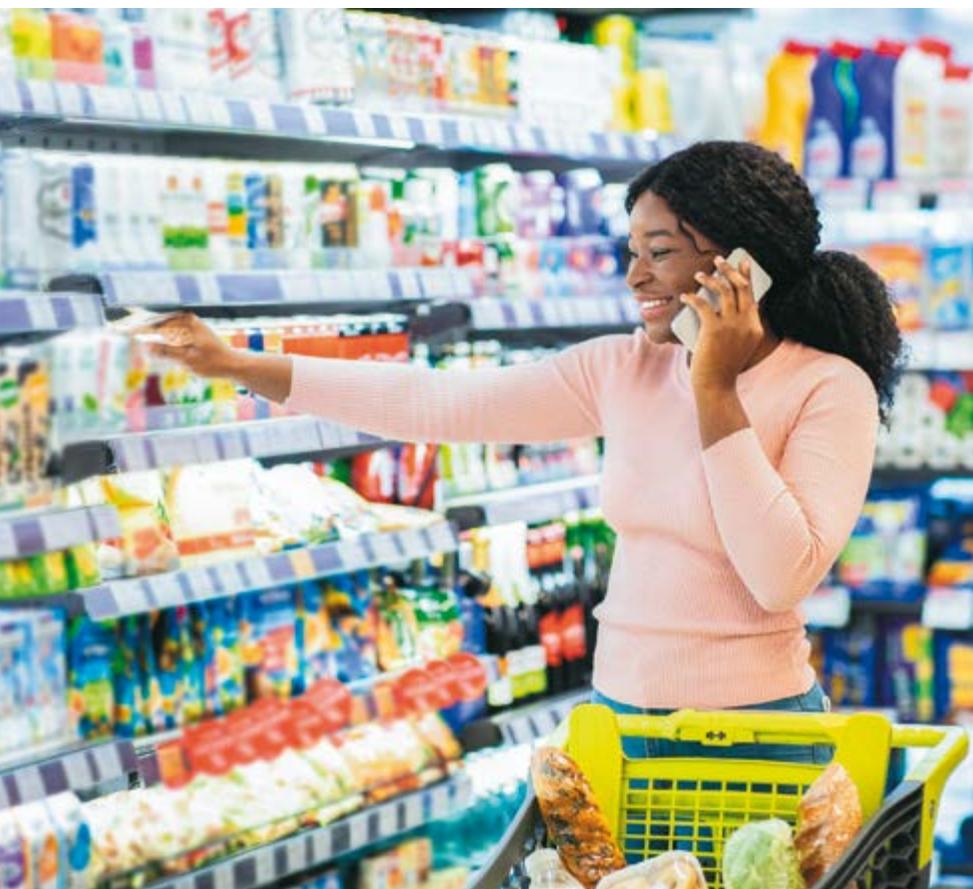
Diza
Azeitonas
Fatiadas
Peso Drenado
100g

Diza
Azeitonas
200g

diza.com.br  

0800 703 4973

Setor de higiene e beleza fecha 2021 em queda



>> O setor de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos registrou queda de 2,8% em vendas de janeiro a dezembro de 2021, em relação ao mesmo período de 2020, quando o setor apresentou desempenho positivo de 5,8%, de acordo com balanço da Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (Abihpec).

O segmento de higiene pessoal foi o principal destaque positivo e, graças aos bons resultados, impediu que o cenário fosse ainda mais negativo para o setor. O segmento apresentou crescimento de 4,7% em vendas, em comparação com o ano anterior, indicando uma intensificação dos hábitos de cuidados pessoais, que foram reforçados para combater a covid-19. Já os segmentos de cosméticos (-15,4%), perfumaria (-2%) e papéis (-9,4%) registraram quedas expressivas em relação ao mesmo período de 2020.

Dentre os produtos com melhor performance está o sabonete, com crescimento de 9,7%, em relação a 2020. O sabonete em barra segue sendo o maior mercado, com 80% de fatia de vendas, enquanto o sabonete líquido, um dos símbolos do combate à covid-19, ganhou mais popularidade.

Coty nomeia Head para a América Latina

Divulgação



>> Uma das principais empresas de beleza no mundo, a Coty nomeou Nicolas Fischer, desde 2020 Managing Director da companhia no Brasil, também como líder dos negócios na região da América Latina, assumindo assim o cargo de Head Coty Latam.

Nesse novo desafio, Fischer aumenta seu escopo não só em termos geográficos. Sua atuação expandiu também em relação às unidades de negócios. Além de liderar as atividades voltadas à divisão de varejo da Coty no Brasil, com marcas como Risqué, Monange, Bozzano, Paixão, Cenoura & Bronze, entre outras, Fischer passou a gerir a divisão de fragrâncias, categoria na qual a companhia é líder global. Esse seu novo escopo se aplica a todos os mercados agora sob sua responsabilidade, que inclui o Brasil.

Promoção Dia de Peixe Copacol



**ABASTEÇA A SUA LOJA,
A PROCURA VAI SER GRANDE!**

O CLIENTE COMPRANDO 2 PRODUTOS
PARTICIPANTES CADASTRA E CONCORRE



**3 CARROS
ZERO KM***



**400 FRITADEIRAS ELÉTRICAS EM
PRÊMIOS DIÁRIOS**

Promoção válida de 15/02/2022 a 31/05/2022.

promo.diadepeixe.com.br



Stick de Tilápia 1,5kg • Stick de Tilápia 300g • Filé de Tilápia Empanado 400g Tradicional • Filé de Tilápia Empanado 400g Multigrãos
Filé de Tilápia Empanado 400g CornFlakes • Filé de Tilápia Empanado 400g Coco • Iscas de Tilápia 300g • Lasanha de Tilápia 600g
Escondidinho de Tilápia 600g • Petisco de Tilápia 600g • Filé de Tilápia 800g • Filé de Tilápia 400g • Posta de Tilápia 1kg • Posta de Tilápia 800g

*Imagem sugestiva de uso do prêmio, o qual será entregue através de cartão pré-pago, bloqueado para saque no valor de R\$ 90.000,00. Consulte os regulamentos completos e certificados de autorização SECAP em promo.diadepeixe.com.br.

Mars anuncia nova diretora de Vendas

Divulgação



>> Dona de grandes marcas presentes no varejo, a Mars anunciou a movimentação de Cristiane Albuquerque para o cargo de diretora de Vendas e Demanda Estratégica na divisão de chocolate, gomas, balas e snacks da empresa no Brasil. Com uma sólida e reconhecida carreira, Cristiane liderou as áreas de Compras e Supply Chain, sendo este seu último cargo antes de assumir a nova posição.

Desde junho de 2021, Cristiane atuava interinamente como responsável pela área de Vendas e Demanda Estratégica, acumulando o comando das duas áreas: “Com a sensação de dever cumprido, assumo esse novo desafio pronta para continuar criando melhores momentos e mais sorrisos para nossos consumidores”, declarou a executiva.

Senacon lança guia prático sobre aumentos de preços

>> A Secretaria Nacional do Consumidor (Senacon) lançou o Guia Prático de Análise de Aumentos de Preços de Produtos e Serviço. O documento busca oferecer aos órgãos do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor (SNDC) e a toda sociedade as diretrizes básicas em torno da atuação fiscalizatória dos órgãos de proteção e defesa do consumidor fren-

te à suposta elevação dos preços de produtos e serviços por parte dos fornecedores.

O objetivo com o guia é gerar um ambiente de segurança jurídica, de proteção e defesa do consumidor, sem criar um ambiente que vai afastar a inovação, estimulando novos incentivos para a promoção da concorrência e do desenvolvimento econômico.

O guia completo pode ser acessado em www.defesadoconsumidor.gov.br



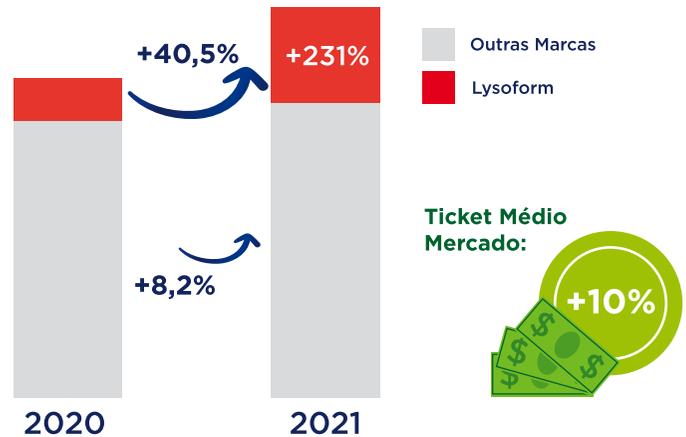
Lysoform®



Nº1 RECOMENDADO POR MÉDICOS³

O mercado de desinfetantes cresceu 8% em 2021 vs 2020, puxado por Lysoform, que cresceu 40,5% no período, que desenvolveu o mercado com suas inovações, aumentando o ticket médio em 10%

Vendas Valor (R\$) T. Brasil



CONHEÇA AS INOVAÇÕES DE LYSOFORM QUE CONTINUARÃO IMPULSIONANDO A CATEGORIA

Lenços desinfetantes



(Fragrâncias: Original, Lavanda e Citrus)

Aerossol desinfetante portátil



Leia atentamente o rótulo antes de usar o produto. Conserve fora do alcance das crianças. Dados de vendas de acordo com Nielsen Retail Index 2020
 * Vírus e bactérias testados: SARS-CoV-2, Staphylococcus aureus, Salmonella choleraesuis, Vibrio cholerae tipo Ogawa. 3. Com base em pesquisa feita no RJ/SP em jul/ago de 2020.

Indústria nacional segue prudente com os lançamentos

Shutterstock



>> Assim como no fim do ano passado, o Índice GS1 Brasil de Atividade Industrial apresentou queda no interesse das indústrias em lançar novidades em fevereiro, em todos os cenários.

No período, a redução do índice foi de 9,8% na comparação com janeiro no dado livre de efeitos sazonais. Na comparação com fevereiro de 2021, apresentou queda de 19,3% e, no acumulado em 12 meses, houve queda de 1,3% com relação ao período anterior.

“Os primeiros meses do ano costumam apresentar um índice de atividade tímido. Em 2022, além desse fator, também viemos de um período de patamares abaixo da média,

o que foi refletido para os meses de janeiro e fevereiro. Normalmente a intenção do lançamento de produtos apresenta uma retomada a partir de março. Esperamos que essa tendência também se realize e que possamos apoiar o mercado nessa retomada”, afirma Virginia Vaamonde, CEO da Associação Brasileira de Automação (GS1 Brasil).

Considerando importantes segmentos da indústria de bens de consumo, a de alimentos registrou queda de -3,2% sobre janeiro/22 e de -12,2% sobre o mesmo mês de 2021. E no caso de bebidas, a queda foi maior: -25% sobre o primeiro mês do ano e -60% sobre fevereiro de 2021.

A AGILIDADE, SEGURANÇA E CUIDADO QUE A SUA MARCA MERECE.

A eba! é o seu parceiro estratégico na construção da sua marca e do seu negócio.

Mais de 17 anos de criatividade, agilidade e inovação, oferecendo projetos com total segurança regulatória, acelerando ainda mais o lançamento dos seus produtos no mercado.

Vamos conversar ?



3624-4766
sitedaeba.com.br

eba! design
estratégico



Diversidade nas empresas: a hora é agora!

Em um cenário como o atual, com concorrência acirrada, disputa de talentos e economia instável, quanto mais diverso for o time, mais fácil será para chegar aos resultados esperados; 76% das companhias já estão investindo em programas de diversidade

POR CAROLINE MARINO

>> Falar de diversidade, é falar de negócios, de resultados, de perenidade. Um estudo feito pela McKinsey mostra que quanto mais diverso for o time, mais fácil chegar aos resultados esperados. Realizado com quase quatro mil empresas, a pesquisa destaca a conexão da diversidade com práticas de negócios positivas, comportamentos eficazes de liderança, saúde organizacional e performance do negócio. De acordo com a pesquisa, funcionários de empresas que apostam na diversidade relatam níveis mais altos de colaboração e inovação e têm probabilidade 152% maior de propor ideias e tentar formas diferentes de realizar as atividades. As companhias com maior diversidade de gênero, por exemplo, têm 21% mais chances de apresentar resultados acima da média do mercado. No caso da diversidade cultural e étnica, esse número sobe para 33%.

Não à toa, um levantamento da PwC mostra que 76% das companhias estão investindo em programas de diversidade. Porém, para que isso aconteça, as organizações ainda precisam avançar no desenho e na execução de programas de diversidade e inclusão. De acordo com a PwC, apenas 5% das organizações estão tendo sucesso nas principais dimen-

Funcionários de empresas que apostam na diversidade relatam níveis mais altos de colaboração e inovação e têm probabilidade

152%

maior de propor ideias



sões de um programa de diversidade e inclusão bem-sucedido. É preciso entender, por exemplo, que não basta apenas criar ações pontuais de recrutamento e seleção, é preciso trabalhar na conscientização de todo o time, principalmente da liderança. O estudo da PwC aponta que o baixo índice de sucesso nesses programas tem a ver com um desalinhamento entre as ações das companhias e as percepções dos funcionários, o que está direta-



mente ligado à atuação dos líderes: mais de 79% dos líderes são pouco engajados no tema e apenas 26% das empresas criam metas de diversidade para os gestores.

POR ONDE COMEÇAR

O primeiro passo para iniciar um programa de diversidade é entender o quadro de funcionários atual da empresa. “A recomendação é realizar um censo para compreender o pertencimento dos colaboradores e suas representatividades no ambiente organizacional”, explica a cofundadora da Plurie br, Laura Salles. Com o mapeamento do time em mãos, a empresa pode começar a desenhar o programa, que

 **CONFIRA NO YOUTUBE**



Confira a gravação do 1º Fórum da Cadeia Nacional de Abastecimento realizado pela ABRAScom o tema ESG

deve contar com educação e formação de aliados da diversidade – do atendimento ao CEO da empresa.

Para isso, há três pilares que precisam ser observados, como explica Amanda Aragão, consultora sênior e head da curadoria de talentos da Mais Diversidade. O primeiro é a governança, às instâncias de decisão relacionadas ao programa. “Para isso, é importante que a alta liderança esteja disposta a apoiar a ação institucional- >>>

mente, que haja um comitê de diversidade e grupos de afinidade temáticos”, explica. O segundo é a estratégia. Amanda explica que é essencial que o programa tenha alinhamento com os desafios do negócio e de sua demografia. “Por fim, é preciso dobrar a estratégia em um plano de ação, com indicadores claros, definindo responsáveis para cada uma das frentes”, diz. Tudo isso com continuidade e recorrência.

UMA JORNADA CONTÍNUA

O Grupo Carrefour Brasil, que há dez anos possui uma plataforma de diversidade e inclusão, tem trabalhado com esses pilares. Por lá, o tema é estratégico e tratado como um caminho que não tem fim. Ou seja, a empresa sempre pensa em novas ações para atender aos objetivos traçados: equidade de oportunidades, cultura do respeito, diálogo com todos os *stakeholders* e diversidade como valor da marca. O gerente de Diversidade e Inclusão do Carrefour, Kaleb Machado, costuma falar que diversidade é um músculo que precisa ser exercitado diariamente. “Todo dia reforço com meus colaboradores os conceitos, além do que se espera deles, quais são as condutas de respeito, e o que é comunicação não violenta e empatia, pois temos de trabalhar diariamente nossos vieses inconscientes”, diz.

Entre as ações da empresa estão os programas de desenvolvimento para grupos minorizados (LGBT, mulheres, pessoas negras e pessoas com deficiências). Um deles é o IDE, que remete, inclusive, ao verbo ir, ‘eu posso estar

“Nos últimos anos, fizemos um bom progresso na representação de gênero, aumentando a proporção de mulheres em cargos de liderança sênior em mais de um terço”

MARCELE

GIANMARINO,

da Mars



onde eu quiser’, e de inclusão, diversidade e equidade. Trata-se de um exercício de formação e capacitação para o mercado de trabalho. Nele, há módulos que tratam de *soft skills*, síndrome do impostor e da heroína e autossabotagem. Há, ainda, treinamentos de *skills* técnicas, como inovação e excel.

Um bom exemplo são os projetos voltados para o público trans que, desde 2016, já formaram mais de 250 pessoas. Em 2021, o programa TRANSforma, realizado em parceria com a Alicerce Educação e a Casa Neon, selecionou 40 pessoas para passarem por um processo de formação de seis meses que busca capacitá-las tanto em aspectos técnicos quanto em competências socioemocionais. Mas, segundo Kaleb, não basta apenas trazê-las para a empresa, é preciso trabalhar na conscientização do time e no senso de pertenc-

cimento. “Cuidamos para que essa inclusão aconteça de fato, com ações como usar o banheiro com o qual se identifica em termos de gênero e adequação em nosso sistema para o nome social que vai no crachá”, diz. Hoje, a empresa tem mais de 160 pessoas trans trabalhando na rede.

Sue Ellen Pereira, colaboradora de uma unidade do Carrefour em São Paulo, é uma delas. Há cinco anos na empresa, ela viu sua vida mudar com a oportunidade de ingressar na companhia. “O mercado de trabalho para pessoas trans é muito difícil. Antes dessa vaga eu não tinha muitas perspectivas, não podia sonhar. Infelizmente, a maioria vai para o lado obscuro da vida e acaba fazendo qualquer coisa para pagar as contas”, diz. Dos trabalhos que ela teve anteriormente, como auxiliar de cozinha e manicure, nenhum era de carteira assinada. “Costumo falar que tive a oportunidade de ser cidadã mes-

O Grupo Cencosud possui um quadro de 1.200 funcionários PCDs.

Nele, está Raquel Bonfim, que há três anos trabalha como atendente de frente

de loja em uma unidade do Prezunic.

“Aqui tenho oportunidade de crescer”



A promoção da diversidade em sete passos

Boas práticas para a implantação de programas de diversidade e inclusão (D&I)

1. Faça um bom diagnóstico inicial. Entenda o seu momento, de onde vem a demanda para implantação do tema e mapeie seus *sponsors*. Considere a visão e o planejamento estratégico da empresa e como D&I está ancorado nela. Considere a realização de um censo de diversidade.
2. Faça a sensibilização da alta gestão e demais funcionários. Trabalhar vieses inconscientes pode ser um bom começo. Avalie a necessidade de transformação em sua cultura organizacional.
3. Estimule grupos de afinidades e busque aliados para os pilares escolhidos como foco.
4. Reveja suas políticas e processos de RH criando um *pipeline* que dará sustentação às mudanças desejadas.
5. Promova o desenvolvimento do público de seu pilar-alvo sem esquecer de envolver sempre a liderança nesta jornada.
6. Mensure resultados e comunique sempre os efeitos alcançados, reconhecendo pessoas e áreas de destaque. Analise, critique e repense sempre. Tudo está mudando muito rápido.
7. Busque e compartilhe sempre conhecimento de qualidade. Esteja antenado ao mundo e na sua realidade.

Fonte: Consultoria LHH Brasil

mo — de poder sonhar. Coisas que podem ser simples para muitas pessoas, como ter um holerite e conseguir viajar são desejos realizados com o trabalho”, diz.

CAPACITAR PARA INCLUIR

A Cencosud Brasil é outra rede que aposta na diversidade. “Aqui, acreditamos que contar com diversas equipes de trabalho, que sejam um reflexo das sociedades nas quais estamos inseridos, nos permite entender melhor os nossos clientes e, assim, responder da melhor forma às suas necessidades e demandas”, diz Jacqueline Fontes, diretora de RH da empresa. Ela explica, inclusive, que a questão de diversidade e inclusão está embasada em um dos pilares do manifesto da companhia: “Atuamos em vários cantos, com diferentes rostos e sotaques”.

Uma das iniciativas é o programa para a contratação de PCDs. Para tornar o processo seletivo mais

equilibrado, a empresa adotou um sistema de entrevistas de emprego na Língua Brasileira de Sinais (Libras) e conta com o apoio de instituições parceiras para realizar entrevistas, visando a melhor experiência dos candidatos. Além disso, por meio do Campus Cencosud, plataforma *e-learning* de capacitação da companhia, todos os colaboradores têm à disposição um curso de Libras, com o objetivo de facilitar o contato com pessoas com deficiência auditiva, tanto as que trabalham na empresa, quanto os clientes que frequentam as lojas. “Ações como essa tornam nossa política de diversidade e inclusão mais sustentável a curto e longo prazo. Essa é uma das formas de torná-la uma realidade, não apenas uma declaração e uma diretriz empresarial”, diz.

Entre os 1.200 funcionários PCDs da companhia está Raquel Bonfim, que há três anos trabalha como atendente de frente de loja no supermercado Prezunic, na Barra da Tijuca (RJ). Com deficiência física adquirida aos 24 anos após um acidente, ela perdeu parcialmente os movimentos de um dos pés. “Depois que sofri o acidente, muitas pessoas passaram a me olhar de outra forma. No início, foi difícil aceitar essa condição. Mas, com o tempo, decidi seguir em frente e não me preocupar com isso, caso contrário, eu mesma estaria criando barreiras para o meu crescimento”, diz. Segundo ela, a entrada na empresa foi um pontapé para seu crescimento profissional. “Aqui tenho oportunidade de crescer. Estou participando, por exemplo, de um treinamento para cartazis-

“Conheci muitas pessoas que colaboraram nessa trajetória”

FÁTIMA LUZ LIMA,
do São Vicente



ta, e tenho certeza de que só depende de mim crescer profissionalmente e, futuramente, me habilitar para esse novo cargo”, afirma.

LIDERANÇA FEMININA

Em celebração ao Dia Internacional da Mulher, comemorado no dia 8 de março, a Rede São Vicente anunciou que pretende ampliar a participação das mulheres em posições de liderança para 50% até 2024. Atualmente, depois de uma elevação de 15% no quadro de liderança feminina em 2021, este contingente está em 39%.

Uma dessas mulheres líderes é Fátima Luz Lima, coordenadora de Abastecimento há dois anos — uma área que costumeiramente é preenchida por homens. “Conheci muitas pessoas que colaboraram nessa trajetória. Estar no cargo de gestão é desafiador, pois todo momento precisamos provar do que somos capazes. Muitas vezes não fui considerada para cargos de gestão por ser muito boa na parte técnica, mas com muita paciência e perseverança tinha certeza que meu momento chegaria”, comentou.

O compromisso do São Vicente com seu quadro feminino também inclui ampliar a participação em áreas ou assuntos

A conta fecha

Veja alguns benefícios de contar com políticas de diversidade

- 67% dos candidatos querem ingressar em uma equipe diversificada
- 70% mais chances de conquistar novos mercados
- Fluxo de caixa 2,3 vezes maior
- 1,7 vez mais chances de ser líder em inovação no seu mercado.

Fonte: Glassdoor, McKinsey e Harvard Business Review

pouco usuais para as mulheres no ambiente de trabalho, como tecnologia, por exemplo. Para isso, a empresa está investindo em treinamentos específicos para o público feminino, estimulando a participação que não era tão usual. “Para que as oportunidades sejam realmente iguais, precisamos criar um ambiente favorável, no qual possamos incentivar e apoiar novas escolhas e ambientes diversos”, afirma a gerente de Gente & ESG, Luciana Bueno.

METAS CLARAS IMPULSIONAM A DIVERSIDADE

Em maio, a Mars Brasil assumiu o compromisso público de aumentar a representação de negros nos cargos de liderança da empresa para 30% até 2030, além de ter 100% de equilíbrio de gênero entre as equipes de liderança. “Nos últimos anos fizemos um bom progresso na representação de gênero, aumentando a proporção de mulheres em cargos de liderança sênior em mais de um terço. No Brasil, temos 40% de mulheres como líderes de equipe — o que chamamos de “Line Managers”, que se baseiam na função de coordenação — e alcançamos 30% de mulheres líderes em cargos gerenciais”, conta a gerente de Diversidade e Inclusão da Mars, Marcele Gianmarino.

Para chegar aos números atuais e alcançar a meta, a Mars ouviu as mulheres para entender como fortalecer as mensagens de diversidade feminina dentro da companhia e, assim, dar mais suporte àquelas que estão retornando de licença maternidade, por exemplo. Além disso, foi criado um grupo de afinidade de gênero para propiciar um local seguro, no qual as mulheres possam trazer suas experiências e serem acolhidas. “Isso nos ajuda a alcançar nossos objetivos de prover representação igualitária e equilibrada para mulheres do mundo todo”, diz Marcele.

Em 2021, como parte desse trabalho, a empresa finalizou o relatório #HereToBeHeard, no qual fez uma pergunta às mulheres: o que precisa mudar para que mais mulheres possam alcançar seu máximo potencial? Em três meses, mais de

No caso da diversidade cultural e étnica, esse número sobe para

33%



“Todo dia reforço com meus colaboradores os conceitos, além do que se espera deles, quais são as condutas de respeito e o que é comunicação não violenta e empatia”

KALEB MACHADO, do Grupo Carrefour

10 mil mulheres de 88 países responderam. O material fornece recomendações práticas para quebrar as barreiras que impedem as mulheres de alcançar todo o seu potencial para moldar um ambiente de negócios mais inclusivo. Os dados estão sendo usados, inclusive,

>>>

para gerar os próximos passos da empresa, moldar as prioridades e orientar os investimentos.

OLHAR O PÚBLICO EXTERNO É ESSENCIAL

Mas o setor de varejo apresenta uma grande complexidade a mais quando falamos de diversidade e inclusão, pois não é possível tratar desse tema apenas a partir da perspectiva interna. “É preciso envolver toda a cadeia de valor do negócio. Esse aspecto traz desafios adicionais, como qualificar fornecedores em relação ao tema, posicionar-se na relação com clientes, além de buscar melhorias estruturais em políticas e processos corporativos”, explica Amanda, da Mais Diversidade.

A P&G, companhia que atende quase 5 bilhões de pessoas ao redor do mundo com suas marcas, sabe bem da força de seu discurso e da importância de dar o exemplo. Para promover a diversidade, principalmente de gênero, etnia, PcD e LGBTQI+, intensificou os esforços no tema e, nos últimos anos, fez mudanças na comunicação das marcas e revisitou as políticas internas de inclusão. Entre as ações estão #PrideSkill, que tem como objetivo facilitar a busca por profissionais LGBTI+, os encorajando a incluírem “Pride” como uma competência em seu perfil profissional no LinkedIn; o Projeto Racial 360°, que promove ações de diversidade e inclusão étnico-racial dentro e fora da companhia; e Always pelo Fim da Pobreza Menstrual, que tem o intuito de abrir espaço para a discussão sobre pobreza menstrual no Brasil e contribuir junto com a sociedade para dar a todas as mulheres que menstruam a oportunidade de ter um futuro melhor. No Projeto Racial 360°, por exemplo, há ações como treinamento e desenvolvimento para chegar a 55% de recrutamento com diversidade racial até o final deste ano e mudanças na forma de fazer publicidade para incentivar conversas importantes e com representatividade, lançando campanhas inclusivas e ativando embaixadores como a Liniker, Camilla de Lucas e Babu Santana.

Mas Laura Vicentini, vice-presidente das marcas de cuidados femininos e bebês da P&G Brasil e líder do pilar de equidade e inclusão da companhia no Brasil, reforça que diversidade, igualdade e inclusão não podem ser um esforço tático e superficial. “Faz parte do porquê e como fazemos nosso negócio, e deve ser algo intencional, estratégico e articulado como qualquer outra medida de negócio”, explica Laura. 

As companhias com maior diversidade de gênero, por exemplo, têm

21%

mais chances de apresentar resultados acima da média do mercado

“Diversidade, igualdade e inclusão não podem ser um esforço tático e superficial. Devem ser algo intencional, estratégico e articulado como qualquer outra medida de negócio”

LAURA VICENTINI,
da P&G Brasil



SUPERMERCADISTA, VOCÊ CONHECE O REAL POTENCIAL DA SUA REDE?

Seja para **posicionar a sua nova operação** ou **aumentar o faturamento das suas lojas**, só a maior empresa de ciência do consumo do país pode te ajudar.

POTENCIAL DE FATURAMENTO GS

PRECISÃO DE 96%
Maior índice de confiança do mercado

Identifique as **oportunidades** de aumento nas vendas da sua região, na sua loja, categorias de produtos e nos planos de expansão de rede.



Diagnóstico completo sobre o mercado local



Mapeamento Detalhado das Áreas de Influência



Canibalização entre lojas da própria rede



Visão de Oportunidades por Categoria



Caracterização da concorrência



Verificação de potencial de loja existente

A maior Base de dados de consumo do Brasil

+ 35 MILHÕES

Domícilios identificados



Quer saber mais e conhecer alguns cases de sucesso?

superhiper.brasil.gs/potencial



CIÊNCIA DO
CONSUMO



11 94341 7576

Inteligência de dados para o varejo & indústria

O TRIUNFO

das marcas campeãs

Pesquisa Líderes de Vendas, realizada em parceria com a NielsenIQ, chega à sua 23ª edição e mostra quem prevaleceu nas preferências dos consumidores brasileiros em 150 categorias de produtos

POR **ROBERTO LEITE**

>>As principais marcas que foram destaque nas gôndolas dos supermercados em 2021 foram conhecidas no evento de premiação Líderes de Vendas, realizado pela Associação Brasileira de Supermercados (ABRAS) no dia

 **CONFIRA NO YOUTUBE**



Veja a apresentação completa de Felipe Santarosa, da NielsenIQ, no webinar que revelou as marcas Líderes

23 de fevereiro, em formato virtual, com transmissão ao vivo pelo canal do YouTube da entidade. A premiação é uma forma de homenagear as marcas que lideraram as vendas em 150 categorias de alto giro, pertencentes a seis cestas de consumo.

A pesquisa Líderes de Vendas é fruto de uma parceria de 23 anos com a NielsenIQ e um instrumento de grande importância para que o varejista tenha conhecimento de quais marcas estão sendo mais esco-



lhidas pelos consumidores brasileiros e, assim, possa ajustar e aperfeiçoar seu sortimento.

Antes de serem anunciadas as marcas vencedoras da noite, o evento contou com a participação do vice-presidente de Vendas e Marketing da ABRAS, Celso Furtado, que exaltou o feito das indústrias que lideraram as comercializações de importantes categorias buscadas pelos consumidores brasileiros no varejo e parabenizou todos os fornecedores por esta importante conquista. “Essa liderança é fruto de muito trabalho, visão, inovação e de um grande trabalho realizado nos pontos de venda em parceria com o varejo”, analisou o executivo.

A ABRAS e a Nielsen vêm trabalhando há alguns anos para aprofundar a parceria e encontrar os melhores caminhos para ajudar o varejo no relacionamento com as indústrias, e o evento Líderes de Vendas foi a oportunidade para o anúncio de um novo acordo entre as duas parceiras. Na ocasião, o diretor de Varejo da NielsenIQ, Roberto Butragueño, fez uma participação especial para anunciar a criação do Programa JBP ABRAS by Nielsen.

“Vamos oferecer uma solução com tudo o que o varejo e a indústria precisam para aprofundarem o seu relacionamento e, assim, trabalhem melhor juntos e entreguem os melhores produtos e soluções aos consumidores”, explicou o executivo. Ele acrescentou que a ideia é ter uma plataforma com os melhores dados, a melhor tecnologia para que varejo e indústria possam trabalhar juntos seu JBP da maneira

mais assertiva e mais eficiente. “Será uma plataforma para os varejistas acessarem e todas as indústrias vão poder aprofundar esse relacionamento. Tudo para fazer indústria e varejo terem o melhor relacionamento para que no final, na ponta, possam ter a melhor oferta para o consumidor e possam entregar o melhor produto juntos.”

CENÁRIO ENFRENTADO PELAS MARCAS

O aguardado anúncio das marcas Líderes de Vendas foi intercalado com trechos de palestra ministrada pela NielsenIQ, que foi conduzida pelo Líder de Varejo, Felipe Santarosa. A apresentação tratou sobre a conjuntura de mercado com dados e análises dos principais movimentos no consumo em 2021 e do desempenho do varejo, como os resultados por cestas e canais, bem como o saldo do impacto da pandemia e do cenário econômico no consumidor.

Felipe Santarosa lembrou que 2021 foi um ano bastante desafiador e que 2022 deverá repetir, em grande parte, o que

“Essa liderança é fruto de muito trabalho, visão, inovação e de um grande trabalho realizado nos pontos de vendas em parceria com o varejo”, analisou o executivo”

CELSO FURTADO,
da ABRAS



Mamãe passou açúcar em mim

COOPERATIVA
PINDORAMA
Ninguém é Forte Sozinha!



5º Lugar
Ranking Nacional
ABRAS

DESDE
PINDORAMA
1956

O açúcar cristal Pindorama é 5º colocado no Ranking Nacional da ABRAS, mas não é só o nosso açúcar que faz sucesso. Toda a família de produtos Pindorama existe para levar mais sabor e qualidade para a casa dos nossos clientes.

Final, já são mais de 60 anos investindo em um sistema de cooperativismo, que tem como base a agricultura familiar, o que faz da Pindorama uma grande família. É por isso que nos damos tão bem com a família dos nossos clientes.



 pindoramacooperativa

 cooperativapindorama

foi o ano anterior. E uma das razões é porque o consumidor continua tendo que se adequar a essa nova realidade. O dinheiro, afirma Santarosa, ainda deve ficar caro em 2022, porque há uma tendência de alta na taxa Selic, como também uma inflação acima da meta, que fechou o ano passado em torno de 10,7%. “Isso mostra, principalmente, que é uma inflação por oferta, da capacidade produtiva para abastecer todo esse consumo. O encarecimento do dinheiro passa muito pelos gastos primários. É a inflação, basicamente, da cesta de alimentos e bebidas do IPCA”, explica Santarosa.

E este cenário tem impactado o ânimo do consumidor, que acaba sentindo essa movimentação dos preços. O palestrante apresentou dados de pesquisa da NielsenIQ que mostram que dois em cada três consumidores citaram que estão preocupados, de fato, com o aumento dos preços. “E essa preocupação vem muito em função da renda disponível. Mais de um terço dos trabalhadores teve redução na renda. Portanto, esse conceito de bolso malabarista com o aumento dos gastos primários, os gastos relacionados à sobrevivência pesando cada vez mais no orçamento, acaba gerando mudanças nos hábitos dos consumidores”, pontua o executivo da NielsenIQ.

AS ESCOLHAS DOS CONSUMIDORES

E a resposta a este cenário é que o consumidor começa a fazer escolhas difíceis, como cortar alimentação e entretenimento fora do lar, o que foi feito por, praticamente, metade dos brasileiros. “Isso, para o universo de varejo e de indústria de bens de consumo, passa a ser uma oportunidade, porque o consumidor começa a levar para dentro de casa as ocasiões dos bares, dos restaurantes, do salão de beleza, entre outras. Mas essa mudança de comportamento, acrescenta Santarosa, também é aplicada às compras no varejo, pois o consumidor passou a diversificar os canais de compra, buscando custo-benefício, ou seja, “por vezes ele vai a uma nova loja, que não é a habitual de consumo, para conseguir equilibrar o bolso e conseguir atender todas as suas necessidades. Ele reduz também as idas ao ponto de venda, com compras mais planejadas, mais racional, com menos espaço para improviso”, explica o executivo.

“Depois deste passo o consumidor acaba ampliando a prática do conceito conhecido como *smart choices* [esco-

Em 2021, as vendas on-line cresceram 31%. O número de pedidos chegou a

100 MILHÕES

lhas inteligentes], buscando embalagens de desembolso menor ou, em outros casos, embalagem maior em que o desconto, por ser um tamanho família, acaba aparecendo como destaque. Se ainda assim ele não conseguir manter a aquisição de sua marca habitual de consumo, o penúltimo degrau do consumidor é a troca por marcas mais baratas. Ele troca a marca habitual de consumo por uma marca mais barata, que entrega menos do que ele está acostumado. E por fim,

“Com o Programa JBP ABRAS by Nielsen vamos oferecer uma solução com tudo o que o varejo e a indústria precisam para aprofundarem o seu relacionamento”

ROBERTO BUTRAGUEÑO,
da NielsenIQ



quando nada disso consegue ajudá-lo a montar seu orçamento, ele acaba racionando sua compra, tendo de fato uma diminuição no consumo.”

CANAIS DE COMPRA

Quanto ao desempenho dos canais de compra, o monitoramento da NielsenIQ mostra que o cash & carry apresentou, novamente, aumento expressivo de penetração, atingindo 66% dos lares brasileiros. Aproximadamente 50% dessa penetração vêm de lares socioeconômicos pertencentes à classe C, que foram os lares mais impactados e que também buscam, cada vez mais e de uma forma mais contundente, fazer essas adaptações no orçamento.

“Mas os consumidores das classes A e B também estão contribuindo para o crescimento do atacarejo”, informa o palestrante da NielsenIQ.

Tíquete médio e variação de frequência de idas ao ponto de venda mostram que o cash & carry foi o canal que ficou mais estável, que praticamente não teve alteração, até porque, explica Santarosa, as compras desse canal são grandes e planejadas. No ano passado, o atacarejo registrou crescimento de 15,9% em valor e continua sendo o canal alimentar de maior destaque em crescimento, contudo, na outra ponta, quando se fala de vendas em volume, o canal, pela primeira vez, reportou retração em volume. Desde 2012, quando o canal começou a ser auditado, é a primeira vez que reportou uma retração de vendas em volume.

Já nos outros canais, o executivo da NielsenIQ destacou como ficou evidente o movimento de ir menos ao PDV e, ao mesmo tempo, ampliar

O cash & carry apresentou aumento expressivo de penetração, atingindo

66%

dos lares brasileiros. Cerca de 50% dessa penetração vêm da classe C

Variação de valor e volume entre as cestas de consumo

	Valor (%)	Volume (%)
Cestas Nielsen	+12,2	-0,4
Alimentos	+14,6	-1,7
Bebidas	+12,4	+0,1
Higiene e beleza	+6,0	-0,6
Limpeza	+7,9	-0,6
Bazar	+12,3	+1,4

Fonte: NielsenIQ

o desembolso por compra: os hipermercados retraíram 6,4% em frequência, mas teve aumento do tíquete médio de 12,9%; os supermercados grandes tiveram retração de 8,4% na frequência de compras e aumento de 16% no tíquete médio. Os supermercados pequenos seguiram a mesma tendência, com 10% de retração na frequência e aumento de 13,1% no tíquete médio.

“Portanto, é possível concluir que o consumidor está indo menos ao ponto de venda, mas está se planejando com uma lista. Analisando o terceiro degrau, que é relacionado às *smart choices*, as marcas de tamanhos distintos vêm ganhando relevância. Em todas as categorias, percebe-se que há uma diminuição de gramatura para focar no desembolso. O consumidor, de fato, está racionando a sua compra. Mesmo adquirindo a marca habitual, está comprando menos, portanto, vai consumir menos ao longo do mês ou vai fazer o produto durar mais tempo do que deveria. Isso faz com que ele racione a sua forma de consumo.”

CRESCIMENTO DO E-COMMERCE

Santarosa trouxe informações também sobre o e-commerce, que vem registrando índices de vendas cada vez maiores em função do novo consumidor on-line, que está em busca de economia de dinheiro e de tempo. O executivo da NielsenIQ informou que, em 2021, as vendas on-line cresceram 31% sobre a maior base histórica de 55%, em 2020, em função da pandemia. E esse crescimento acontece por dois grandes vetores: o aumento de pedidos, que chegam a 100 milhões, com uma variação de 7% em 2021 sobre a maior base histórica em 2020, 43%, mas principalmente pelo aumento do tíquete médio, que hoje chega a R\$ 534 por pedido, um aumento de 22%.

>>>

Variação de valor e volume entre os canais

	Valor(%)	Volume(%)
Atacarejo	+15,9	-1,9
Super grande	+12,7	0,0
Super pequeno	+10,8	-3,0
Hipermercado	+3,0	-8,7

Fonte: NielsenIQ

“As duas grandes vertentes do crescimento do e-commerce vêm pelo aumento de pedido e do tíquete médio. Além disso, a quantidade de consumidores on-line também cresceu, quase 50% na base.”

O levantamento da NielsenIQ também mostrou como se divide o consumo virtual no Brasil. A maior parte vem do Sudeste, que é responsável por 63% de tudo que é vendido no e-commerce. Mas Santarosa destacou o desempenho da Região Sul, que contribui com um quarto de tudo que é comercializado no e-commerce, se apresentando como uma região de muita oportunidade de desenvolvimento do canal.

“A diversificação de canais, principalmente para o on-line, a questão do *omnichannel*, devem estar no radar dos supermercadistas. Essa ambientação on-line é fator-chave de sucesso para o crescimento nos próximos cinco anos, mas não é simplesmente estar on-line, é estar conectado ao consumidor. E também a eficiência customizada, conseguir atender o consumidor de várias formas, sem necessariamente ampliar o custo, ter uma operação mais enxuta possível e que agregue maior valor disponível para o consumidor.”

METODOLOGIA

Os dados disponíveis nesta reportagem inaugural seguem o posicionamento de mercado da NielsenIQ, tanto em termos de canais de venda, quanto em divisão de cestas. Com relação às tabelas que virão a seguir, com o ranking das marcas, estas permitem a análise do comportamento de vendas, em valor, de 150 categorias de produtos de alto giro



“Mesmo adquirindo a marca habitual, o consumidor está comprando menos, portanto, vai consumir menos ao longo do mês ou vai fazer o produto durar mais tempo do que deveria”

FELIPESANTAROSA,
da NielsenIQ

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

Patrocínio:

MARQUESPAN
ALIMENTOS

Apoio:

NielsenIQ



Conteúdo que transforma
transforma
transforma

Anuncie na **edição mais esperada**
pelo supermercadista brasileiro

SUPERHIPER



RANKING ABRAS 2022

O raio X dos supermercados

Revela o faturamento total do varejo alimentar

Traz diversos dados consolidados do setor, como número de lojas, funcionários, área de vendas e check-outs

Indica a representatividade do autosserviço no PIB nacional

Informa os indicadores de desempenho de centenas de empresas supermercadistas

Fornece ampla quantidade de análises e indicadores de desempenho

Para saber mais entre em contato:

comercial@abras.com.br
(11) 3838-4545

Clique aqui e entre em contato via WhatsApp 

 **ABRAS**
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE SUPERMERCADOS

Cargill Foods

está em um movimento de



RENOVAÇÃO.

ATUALIZAÇÃO DAS MARCAS

MELHORIA NAS FÓRMULAS*

GRANDES LANÇAMENTOS PARA
AGREGAR VALOR À SUA GÔNDOLA

* De produtos atomatados.

Cargill[®]



/PomarolaOficial
/ElefanteBrasil
/BorgesAlimentos
/LizaOficial

Alimentos: alta nos preços puxa receita da cesta

No ano passado, a cesta consolidada de alimentos foi uma das principais responsáveis por puxar a alta em valor da cesta monitorada pela NielsenIQ

POR IDINEU ONHA - GERENTE DE ATENDIMENTO NIELSEN IQ

>> Apesar de todas as dificuldades, 2021 termina com saldo positivo para o varejo, considerando o crescimento nas vendas em valor puxado pela cesta de alimentos, que fechou o ano com alta de 14,6%.

Diferentemente do que foi visto no ano anterior, quando foi observado um aumento do consumo de alimentos dentro do lar por conta do isolamento social, em 2021 o maior responsável por esse crescimento foi o aumento de preços e a cesta de alimentos também lidera esse movimento, com repasses de preço de +16,6%.

Esse movimento, componente do cenário da alta na inflação, pode ser explicado por diversos fatores, como a alta do dólar, o crescimento de custos logísticos ou mesmo a escassez de recursos para alguns segmentos específicos, impactando, principalmente, itens mais básicos da cesta alimentar, que viram seus preços dispararem como o açúcar (+29,9%), óleo (+29,1%) e arroz (+20,3%).

Como resultado, temos o consumidor com o bolso mais apertado, com menor margem de manobra no orçamento e que passa a buscar alternativas, gerando oportunidades como podemos observar, por exemplo, em linguiças, uma opção de proteína mais barata e que cresce tanto em valor como em volume (+15,6% e +7,4% respectivamente) no comparativo pré e pós-pandemia. 

Varição de preços
da cesta ficou em

16,6%

Em volume, a cesta
de alimentos teve
retração de

-1,7%





Alimentos possuem

43,8%

de importância
para o Total
Cesta Nielsen

Por canal, houve
queda em volume
no atacarejo (-0,9)
e hiper (-6,8).

Já o super grande
e vizinhança
registraram alta de

2,2%

e

0,5%

Cesta registrou alta
em valor de

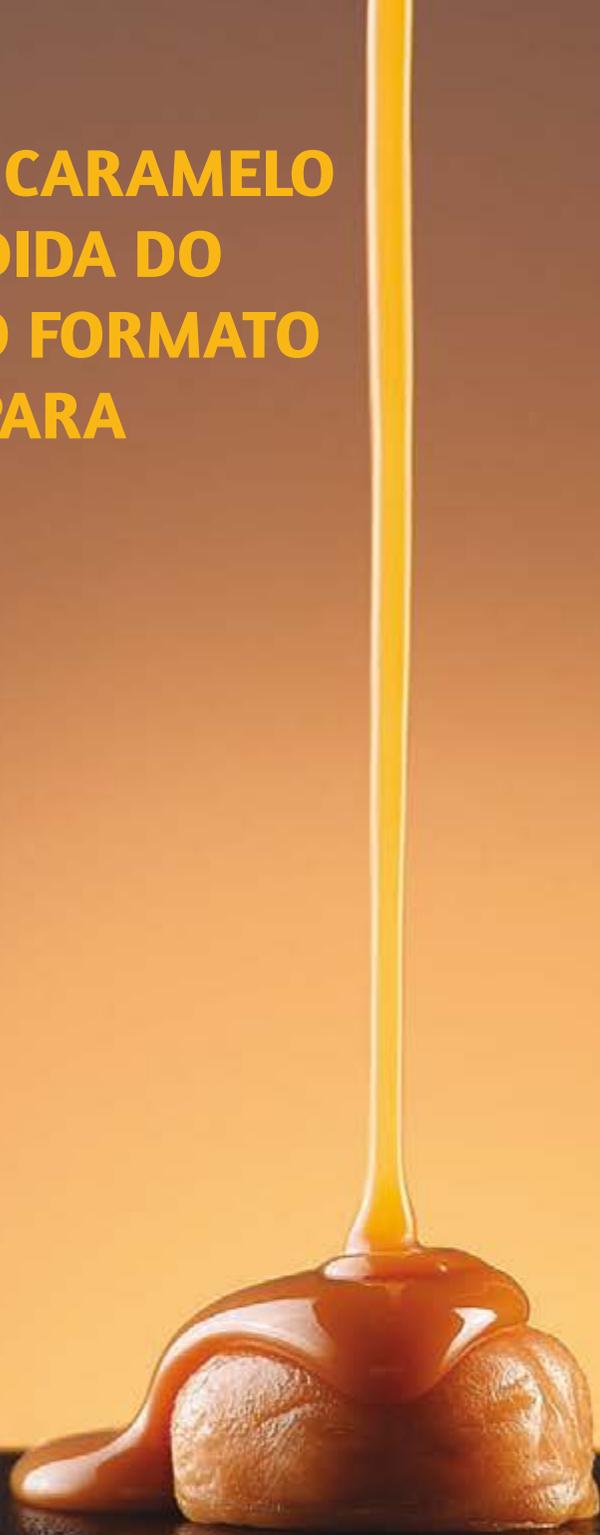
14,6%

Líderes de vendas

Índice

Achocolatado em Pó	42	Fermento Químico	78
Açúcar Cristal	42	Fórmula Infantil	78
Açúcar Refinado	42	Geleia	78
Adoçante Edulcorante	42	Goma de Mascar	78
Arroz	42	Leite com Sabor	78
Atum e Bonito	43	Leite Condensado	79
Azeite de Oliva	43	Leite em Pó	79
Azeitona	43	Leite Longa Vida (Desnatado/Semidesnatado)	79
Biscoito Água e Sal/Cracker	43	Leite Longa Vida - Integral	79
Biscoito Cookie	43	Maionese	79
Biscoito Maria/Maisena	54	Massa Alimentícia	90
Biscoito Recheado	54	Massa Instantânea	90
Biscoito Wafer	54	Mistura para Bolos/Doces e Salgados	90
Bolo - Segmento Bolo	54	Misturas para Gelatinas/Sobremesas	90
Bolo - Segmento Monoporção	54	Molho para Salada	90
Café Cappuccino	55	Molho Refogado	91
Café com Leite	55	Óleo Composto	91
Café em Pó	55	Óleo de Soja + (Algodão/Canola/Misto/Girassol/Milho/Arroz)	91
Caldo	55	Pão Industrializado Outros Tipos (Bisnaga, Lanche e Outros)	91
Caramelos/Drops/Pastilhas	55	Pão Industrializado Tipo Forma (Ingredientes Especiais)	91
Catchup	66	Pão Industrializado Tipo Forma - Tradicional (Branco)	104
Cereal em Barra	66	Peixe Enlatado	104
Cereal Matinal	66	Prato Semipronto	104
Chá	66	Purê/Polpa de Tomate	104
Chocolate Bombom	66	Salgadinho Aperitivo/Batata	104
Chocolate Tablete	67	Sopa	105
Conserva Vegetal	67	Suplemento Nutricional	105
Creme de Leite	67	Tempero Industrializado	105
Farinha de Trigo	67	Torrada	105
Feijão	67		

**A BALA DE CAMELO
MAIS VENDIDA DO
BRASIL*, NO FORMATO
PERFEITO PARA
O VAREJO.**



**Butter
Toffees**



*Segundo estudo ABRAS Líderes de Vendas 2022, apurado no ano móvel de dezembro/2020 a novembro/2021

Folizke

ACHOCOLATADO EM PÓ

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	NESCAU/NESTLÉ	TODDY/PEPSICO	CHOCOLATTO/3CORACÕES	NESTLÉ/NESTLÉ	OVOMALTINE/AB BRASIL	86,3
NORDESTE	NESCAU/NESTLÉ	TODDY/PEPSICO	CHOCOLATTO/3CORACÕES	NESTLÉ/NESTLÉ	GAROTO/NESTLÉ	81,8
MG, ES, INT. RJ	TODDY/PEPSICO	NESCAU/NESTLÉ	CHOCOLATTO/3CORACÕES	GAROTO/NESTLÉ	NESTLÉ/NESTLÉ	85,6
GRANDE RJ	NESCAU/NESTLÉ	TODDY/PEPSICO	CHOCOLATTO/3CORACÕES	OVOMALTINE/AB BRASIL	NESTLÉ/NESTLÉ	87,9
GRANDE SP	TODDY/PEPSICO	NESCAU/NESTLÉ	NESTLÉ/NESTLÉ	CHOCOLATTO/3CORACÕES	OVOMALTINE/AB BRASIL	90,5
INTERIOR SP	NESCAU/NESTLÉ	TODDY/PEPSICO	NESTLÉ/NESTLÉ	CHOCOLATTO/3CORACÕES	OVOMALTINE/AB BRASIL	89,2
SUL	NESCAU/NESTLÉ	TODDY/PEPSICO	CHOCOLATTO/3CORACÕES	NESTLÉ/NESTLÉ	APTI/APTI	86,4
MS, GO e DF	TODDY/PEPSICO	NESCAU/NESTLÉ	CHOCOLATTO/3CORACÕES	NESTLÉ/NESTLÉ	OVOMALTINE/AB BRASIL	88,5

AÇÚCAR CRISTAL

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	DELTA/DELTA SUCROENERGIA	CRISTAL MINAS/DE CECCO	UNIÃO/CAMIL	GUARANI/GUARANI	ALTO ALEGRE/USINA ALTO ALEGRE	37,7
NORDESTE	OLHO D'ÁGUA/USINA OLHO D'ÁGUA	CAETÉ/USINA CAETÉ	PINHEIRO/PINHEIRO	ITAJÁ/JALLES MACHADO S.A.	PINDORAMA/COOP. PINDORAMA	52,9
MG, ES, INT. RJ	DELTA/DELTA SUCROENERGIA	CRISTAL MINAS/DE CECCO	NUTRISUCAR/NUTRISUCAR	ALCON/ALCON	ALVINHO/AGRICOLA PONTENOVENSE	76,2
GRANDE RJ	UNIÃO/CAMIL	NATIVE/NATIVE ALIMENTOS	CARAVELAS/GRUPO COLOMBO	GUARANI/GUARANI	COLOMBO/USINA COLOMBO	97,5
GRANDE SP	UNIÃO/CAMIL	NATIVE/NATIVE ALIMENTOS	GUARANI/GUARANI	CARAVELAS/GRUPO COLOMBO	COLOMBO/USINA COLOMBO	92,4
INTERIOR SP	UNIÃO/CAMIL	GUARANI/GUARANI	COLOMBO/USINA COLOMBO	SANTA ISABEL/SANTA ISABEL	ALTO ALEGRE/USINA ALTO ALEGRE	83,7
SUL	ALTO ALEGRE/USINA ALTO ALEGRE	COLOMBO/USINA COLOMBO	D'OURO/D'OURO	DOCESUCAR/DOCESUCAR	ESTRELA/USINA ESTIVAS	63,4
MS, GO e DF	ITAJÁ/JALLES MACHADO S.A.	IBIÁ/BÁSICO	ESTRELA/USINA PASSA TEMPO	CRISTAL/CRISTAL ALIMENTOS	UNIÃO/CAMIL	58,7



AÇÚCAR REFINADO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	UNIÃO/CAMIL	CARAVELAS/GRUPO COLOMBO	GUARANI/GUARANI	ALTO ALEGRE/USINA ALTO ALEGRE	DA BARRA/CAMIL	87,7
NORDESTE	OLHO D'ÁGUA/USINA OLHO D'ÁGUA	ALEGRE/USINA MONTE ALEGRE	ESTRELA/USINA PASSA TEMPO	UNIÃO/CAMIL	DUMEL/USINA ESTIVAS	85,4
MG, ES, INT. RJ	CARAVELAS/GRUPO COLOMBO	UNIÃO/CAMIL	GUARANI/GUARANI	NEVE/CAMIL	DA BARRA/CAMIL	94,2
GRANDE RJ	UNIÃO/CAMIL	GUARANI/GUARANI	CARAVELAS/GRUPO COLOMBO	NEVE/CAMIL	DA BARRA/CAMIL	98,8
GRANDE SP	UNIÃO/CAMIL	CARAVELAS/GRUPO COLOMBO	DA BARRA/CAMIL	ALTO ALEGRE/USINA ALTO ALEGRE	GUARANI/GUARANI	96,2
INTERIOR SP	UNIÃO/CAMIL	CARAVELAS/GRUPO COLOMBO	ALTO ALEGRE/USINA ALTO ALEGRE	DA BARRA/CAMIL	GUARANI/GUARANI	96,4
SUL	CARAVELAS/GRUPO COLOMBO	ALTO ALEGRE/USINA ALTO ALEGRE	UNIÃO/CAMIL	GUARANI/GUARANI	DA BARRA/CAMIL	90,6
MS, GO e DF	UNIÃO/CAMIL	GUARANI/GUARANI	DOCESUCAR/DOCESUCAR	DA BARRA/CAMIL	UNIÃO GLAÇUCAR/CAMIL	87,1

ADOÇANTE EDULCORANTE

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	ZERO-CAL/HYPERA PHARMA	LINEA/LINEA SUCRALOSE	ADOCYL/HYPERA PHARMA	MAGRO PLAN/LIGHTSWEET	LOWÇUCAR/LIGHTSWEET	83,7
NORDESTE	ZERO-CAL/HYPERA PHARMA	LINEA/LINEA SUCRALOSE	ADOCYL/HYPERA PHARMA	MAGRO PLAN/LIGHTSWEET	LOWÇUCAR/LIGHTSWEET	79,3
MG, ES, INT. RJ	ZERO-CAL/HYPERA PHARMA	LINEA/LINEA SUCRALOSE	MAGRO PLAN/LIGHTSWEET	WOLFS/WOLFS	ADOCYL/HYPERA PHARMA	82,4
GRANDE RJ	ZERO-CAL/HYPERA PHARMA	LINEA/LINEA SUCRALOSE	MAGRO PLAN/LIGHTSWEET	ADOCYL/HYPERA PHARMA	UNIÃO FIT/CAMIL	85,0
GRANDE SP	ZERO-CAL/HYPERA PHARMA	LINEA/LINEA SUCRALOSE	ADOCYL/HYPERA PHARMA	FINN/HYPERA PHARMA	LOWÇUCAR/LIGHTSWEET	89,9
INTERIOR SP	ZERO-CAL/HYPERA PHARMA	LINEA/LINEA SUCRALOSE	ADOCYL/HYPERA PHARMA	LOWÇUCAR/LIGHTSWEET	MAGRO PLAN/LIGHTSWEET	88,6
SUL	ZERO-CAL/HYPERA PHARMA	LINEA/LINEA SUCRALOSE	MAGRO PLAN/LIGHTSWEET	LOWÇUCAR/LIGHTSWEET	ADOCYL/HYPERA PHARMA	81,9
MS, GO e DF	ZERO-CAL/HYPERA PHARMA	LINEA/LINEA SUCRALOSE	ADOCYL/HYPERA PHARMA	LOWÇUCAR/LIGHTSWEET	MAGRO PLAN/LIGHTSWEET	87,7

ARROZ

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	CAMIL/CAMIL	TIO JOÃO/JOSAPAR	PRATO FINO/PIRAHY ALIMENTOS	SEPE/COOP. TRITÍCOLA SEPEENSE	EMPÓRIO SÃO JOÃO/CEREALISTA SÃO JOÃO	29,2
NORDESTE	CAMIL/CAMIL	PAINHO/CDA	TIO JOÃO/JOSAPAR	EMOÇÕES/NELSON WENDT	MEU BIJU/JOSAPAR	31,5
MG, ES, INT. RJ	PRATO FINO/PIRAHY ALIMENTOS	SEPE/COOP. TRITÍCOLA SEPEENSE	CAMIL/CAMIL	TIA JU/ENGENHO A.M.	TIO JOÃO/JOSAPAR	42,6
GRANDE RJ	TIO JOÃO/JOSAPAR	CARRETEIRO/CAMIL	OURO NOBRE/ENGENHO A.M.	PALMARES/ARROZEIRA PALMARES	TIO MINGOTE/JOSAPAR	51,7
GRANDE SP	CAMIL/CAMIL	PRATO FINO/PIRAHY ALIMENTOS	TIO JOÃO/JOSAPAR	SOLITO/BRASÍLIA ALIMENTOS	NAMORADO/CAMIL	66,4
INTERIOR SP	CAMIL/CAMIL	EMPÓRIO SÃO JOÃO/CEREALISTA SÃO JOÃO	PRATO FINO/PIRAHY ALIMENTOS	PATEKO/BOA FÉ IND. E COM.	TIO JOÃO/JOSAPAR	47,0
SUL	TIO JOÃO/JOSAPAR	BURITI/COOP. JURITI	PRATO FINO/PIRAHY ALIMENTOS	TIO URBANO/URBANO AGROINDUSTRIAL	NAMORADO/CAMIL	36,6
MS, GO e DF	CRISTAL/CRISTAL ALIMENTOS	TIO LAUTÉRIO/ARROZEIRA SEPEENSE	BRILHANTE/ARROZEIRA PELOTAS	TIO JOÃO/JOSAPAR	GUACIRA/GUACIRA ALIM.	42,8

ATUM E BONITO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	GOMES DA COSTA/GDC	COQUEIRO/CAMIL	ROBINSON CRUSOE/ROBINSON CRUSOE	88/GDC	PESCADOR/CAMIL	96,9
NORDESTE	GOMES DA COSTA/GDC	COQUEIRO/CAMIL	ROBINSON CRUSOE/ROBINSON CRUSOE	88/GDC	PESCADOR/CAMIL	98,5
MG, ES, INT. RJ	GOMES DA COSTA/GDC	COQUEIRO/CAMIL	ROBINSON CRUSOE/ROBINSON CRUSOE	88/GDC	PESCADOR/CAMIL	97,0
GRANDE RJ	GOMES DA COSTA/GDC	COQUEIRO/CAMIL	ROBINSON CRUSOE/ROBINSON CRUSOE	88/GDC	PESCADOR/CAMIL	96,6
GRANDE SP	GOMES DA COSTA/GDC	COQUEIRO/CAMIL	ROBINSON CRUSOE/ROBINSON CRUSOE	88/GDC	PESCADOR/CAMIL	98,1
INTERIOR SP	GOMES DA COSTA/GDC	COQUEIRO/CAMIL	ROBINSON CRUSOE/ROBINSON CRUSOE	88/GDC	CPC/CPC	96,3
SUL	GOMES DA COSTA/GDC	COQUEIRO/CAMIL	ROBINSON CRUSOE/ROBINSON CRUSOE	88/GDC	PESCADOR/CAMIL	96,3
MS, GO e DF	GOMES DA COSTA/GDC	COQUEIRO/CAMIL	ROBINSON CRUSOE/ROBINSON CRUSOE	88/GDC	FALANI/J.A. OLIVEIRA COSTA	95,5


AZEITE DE OLIVA

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	GALLO/GALLO	ANDORINHA/SOVENA	BORGES/CARGILL	OLIVE/OLISUR	COCINERO/CAMIL	71,6
NORDESTE	GALLO/GALLO	ANDORINHA/SOVENA	BORGES/CARGILL	FILIPPO BERIO/SALOV S.P.A.	COCINERO/CAMIL	72,2
MG, ES, INT. RJ	GALLO/GALLO	ANDORINHA/SOVENA	BORGES/CARGILL	OLIVE/OLISUR	SERRATA/MANUEL SERRA	72,7
GRANDE RJ	GALLO/GALLO	ANDORINHA/SOVENA	OLIVE/OLISUR	BORGES/CARGILL	SERRATA/MANUEL SERRA	82,7
GRANDE SP	GALLO/GALLO	ANDORINHA/SOVENA	BORGES/CARGILL	TERRAS DE CAMÕES/J.C. COIMBRA	OLIVE/OLISUR	75,6
INTERIOR SP	GALLO/GALLO	ANDORINHA/SOVENA	COCINERO/CAMIL	BORGES/CARGILL	TERRAS DE CAMÕES/J.C. COIMBRA	72,7
SUL	ANDORINHA/SOVENA	GALLO/GALLO	OLIVE/OLISUR	LA VIOLETERA/LA VIOLETERA	BORGES/CARGILL	58,5
MS, GO e DF	GALLO/GALLO	ANDORINHA/SOVENA	BORGES/CARGILL	TERRAS DE CAMÕES/J.C. COIMBRA	FILIPPO BERIO/SALOV S.P.A.	74,0

AZEITONA

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	VALE FÉRTIL/VALE FÉRTIL	LA VIOLETERA/LA VIOLETERA	RIVOLI/RIVOLI	PRAMESA/PRAMESA	HEMMER/HEMMER ALIMENTOS	60,4
NORDESTE	LA VIOLETERA/LA VIOLETERA	VALE FÉRTIL/VALE FÉRTIL	RIVOLI/RIVOLI	RAIOLITA/IRMÃOS RAIOLA	MARIZA/MARIZA	60,6
MG, ES, INT. RJ	VALE FÉRTIL/VALE FÉRTIL	TIO PACO/SANDÉLEH ALIMENTOS	LA VIOLETERA/LA VIOLETERA	SABOROSA/SANDÉLEH ALIMENTOS	FITALLI/COM. E REPRES. CECO	68,9
GRANDE RJ	PRAMESA/PRAMESA	VALE FÉRTIL/VALE FÉRTIL	RIVOLI/RIVOLI	LA VIOLETERA/LA VIOLETERA	RAIOLA/IRMÃOS RAIOLA	91,7
GRANDE SP	LA VIOLETERA/LA VIOLETERA	RIVOLI/RIVOLI	RAIOLA/IRMÃOS RAIOLA	VALE FÉRTIL/VALE FÉRTIL	GALLO/GALLO	63,1
INTERIOR SP	VALE FÉRTIL/VALE FÉRTIL	LA VIOLETERA/LA VIOLETERA	RIVOLI/RIVOLI	DIZA/DIZA	HEMMER/HEMMER ALIMENTOS	72,9
SUL	VALE FÉRTIL/VALE FÉRTIL	HEMMER/HEMMER ALIMENTOS	LA VIOLETERA/LA VIOLETERA	ZAEI/ZAEI	UNIAGRO/UNIAGRO	81,9
MS, GO e DF	VALE FÉRTIL/VALE FÉRTIL	IMPERADOR/CONSERVAS IMPERADOR	CAMPO BELO/NACOM GOYA	LA VIOLETERA/LA VIOLETERA	HEMMER/HEMMER ALIMENTOS	72,7

BISCOITO ÁGUA E SAL/CRACKER

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	VITARELLA/M. DIAS BRANCO	FORTALEZA/M. DIAS BRANCO	PIRAQUÊ/M. DIAS BRANCO	MARILAN/MARILAN	RICHESTER/M. DIAS BRANCO	56,2
NORDESTE	FORTALEZA/M. DIAS BRANCO	VITARELLA/M. DIAS BRANCO	PILAR/M. DIAS BRANCO	MARILAN/MARILAN	RICHESTER/M. DIAS BRANCO	88,0
MG, ES, INT. RJ	AYMORE/ARCOR	PIRAQUÊ/M. DIAS BRANCO	RICHESTER/M. DIAS BRANCO	MARILAN/MARILAN	VITARELLA/M. DIAS BRANCO	73,7
GRANDE RJ	PIRAQUÊ/M. DIAS BRANCO	RICHESTER/M. DIAS BRANCO	ADRIA/M. DIAS BRANCO	VITARELLA/M. DIAS BRANCO	BAUDUCCO/BAUDUCCO	83,4
GRANDE SP	ADRIA/M. DIAS BRANCO	VITARELLA/M. DIAS BRANCO	MARILAN/MARILAN	TRIUNFO/ARCOR	PIRAQUÊ/M. DIAS BRANCO	71,7
INTERIOR SP	MARILAN/MARILAN	TRIUNFO/ARCOR	VITARELLA/M. DIAS BRANCO	ADRIA/M. DIAS BRANCO	PIRAQUÊ/M. DIAS BRANCO	72,3
SUL	ISABELA/M. DIAS BRANCO	MARILAN/MARILAN	KELLOGG'S/KELLOGG'S	ORQUÍDEA/TONDO	PIRAQUÊ/M. DIAS BRANCO	77,0
MS, GO e DF	VITARELLA/M. DIAS BRANCO	FORTALEZA/M. DIAS BRANCO	MARILAN/MARILAN	PIRAQUÊ/M. DIAS BRANCO	MABEL/PEPSICO	76,0

BISCOITO COOKIE

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	BAUDUCCO/BAUDUCCO	TODDY/PEPSICO	LACTA/MONDELÉZ	JASMINE/JASMINE	NESTLÉ/NESTLÉ	69,4
NORDESTE	BAUDUCCO/BAUDUCCO	TODDY/PEPSICO	JASMINE/JASMINE	LACTA/MONDELÉZ	RICHESTER/M. DIAS BRANCO	62,8
MG, ES, INT. RJ	BAUDUCCO/BAUDUCCO	TODDY/PEPSICO	VISCONTI/BAUDUCCO	VITAO/NUTRIHOUSE	LACTA/MONDELÉZ	71,6
GRANDE RJ	BAUDUCCO/BAUDUCCO	TODDY/PEPSICO	LACTA/MONDELÉZ	LACTA/MONDELÉZ	NESTLÉ/NESTLÉ	70,4
GRANDE SP	BAUDUCCO/BAUDUCCO	TODDY/PEPSICO	LACTA/MONDELÉZ	JASMINE/JASMINE	SANTA EDWIGES/SANTA EDWIGES	75,4
INTERIOR SP	BAUDUCCO/BAUDUCCO	TODDY/PEPSICO	LACTA/MONDELÉZ	JASMINE/JASMINE	MARILAN/MARILAN	74,5
SUL	BAUDUCCO/BAUDUCCO	TODDY/PEPSICO	JASMINE/JASMINE	LACTA/MONDELÉZ	VITAO/NUTRIHOUSE	73,5
MS, GO e DF	BAUDUCCO/BAUDUCCO	TODDY/PEPSICO	JASMINE/JASMINE	LACTA/MONDELÉZ	NESTLÉ/NESTLÉ	70,9

Líderes de vendas

Açúcar Cristal

BRASIL

- 1ª DELTA/DELTA SUCROENERGIA
- 2ª CRISTAL MINAS/DE CECCO
- 3ª UNIÃO/CAMIL
- 4ª GUARANI/GUARANI
- 5ª ALTO ALEGRE/USINA ALTO ALEGRE

Participação Top 5

37,7%

ÁREA 1

Nordeste

- 1ª OLHO D'ÁGUA/USINA OLHO D'ÁGUA
 - 2ª CAETÊ/USINA CAETÊ
 - 3ª PINHEIRO/PINHEIRO
 - 4ª ITAJÁ/JALLES MACHADO S.A.
 - 5ª PINDORAMA/COOP. PINDORAMA
- Top 5** 52,9%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

- DELTA/DELTA SUCROENERGIA
 - CRISTAL MINAS/DE CECCO
 - NUTRISUCAR/NUTRISUCAR
 - ALCON/ALCON
 - ALVINHO/AGRÍCOLA PONTENOENSE
- 76,2%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

- UNIÃO/CAMIL
 - NATIVE/NATIVE ALIMENTOS
 - CARAVELAS/GRUPO COLOMBO
 - GUARANI/GUARANI
 - COLOMBO/USINA COLOMBO
- 97,5%

ÁREA 4

Grande São Paulo

- UNIÃO/CAMIL
 - NATIVE/NATIVE ALIMENTOS
 - GUARANI/GUARANI
 - CARAVELAS/GRUPO COLOMBO
 - COLOMBO/USINA COLOMBO
- 92,4%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

- 1ª UNIÃO/CAMIL
 - 2ª GUARANI/GUARANI
 - 3ª COLOMBO/USINA COLOMBO
 - 4ª SANTA ISABEL/SANTA ISABEL
 - 5ª ALTO ALEGRE/USINA ALTO ALEGRE
- Top 5** 83,7%

ÁREA 6

PR, SC e RS

- ALTO ALEGRE/USINA ALTO ALEGRE
 - COLOMBO/USINA COLOMBO
 - D'OURO/D'OURO
 - DOCESUCAR/DOCESUCAR
 - ESTRELA/USINA ESTIVAS
- 63,4%

ÁREA 7

MS, GO e DF

- ITAJÁ/JALLES MACHADO S.A.
 - IBIÁ/BÁSICO
 - ESTRELA/USINA PASSA TEMPO
 - CRISTAL/CRISTAL ALIMENTOS
 - UNIÃO/CAMIL
- 58,7%



Açúcar Cristal Delta,
há 10 anos, presente em
momentos incríveis da vida.



Líderes de vendas

Açúcar Refinado

BRASIL

- 1^a UNIÃO/CAMIL
- 2^a CARAVELAS/GRUPO COLOMBO
- 3^a GUARANI/GUARANI
- 4^a ALTO ALEGRE/USINA ALTO ALEGRE
- 5^a DA BARRA/CAMIL

Participação Top 5

87,7%

ÁREA 1

Nordeste

- 1^a OLHO D'ÁGUA/USINA OLHO D'ÁGUA
 - 2^a ALEGRE/USINA MONTE ALEGRE
 - 3^a ESTRELA/USINA PASSA TEMPO
 - 4^a UNIÃO/CAMIL
 - 5^a DUMEL/USINA ESTIVAS
- Top 5** 85,4%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

- CARAVELAS/GRUPO COLOMBO
 - UNIÃO/CAMIL
 - GUARANI/GUARANI
 - NEVE/CAMIL
 - DA BARRA/CAMIL
- 94,2%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

- UNIÃO/CAMIL
 - GUARANI/GUARANI
 - CARAVELAS/GRUPO COLOMBO
 - NEVE/CAMIL
 - DA BARRA/CAMIL
- 98,8%

ÁREA 4

Grande São Paulo

- UNIÃO/CAMIL
 - CARAVELAS/GRUPO COLOMBO
 - DA BARRA/CAMIL
 - ALTO ALEGRE/USINA ALTO ALEGRE
 - GUARANI/GUARANI
- 96,2%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

- 1^a UNIÃO/CAMIL
 - 2^a CARAVELAS/GRUPO COLOMBO
 - 3^a ALTO ALEGRE/USINA ALTO ALEGRE
 - 4^a DA BARRA/CAMIL
 - 5^a GUARANI/GUARANI
- Top 5** 96,4%

ÁREA 6

PR, SC e RS

- CARAVELAS/GRUPO COLOMBO
 - ALTO ALEGRE/USINA ALTO ALEGRE
 - UNIÃO/CAMIL
 - GUARANI/GUARANI
 - DA BARRA/CAMIL
- 90,6%

ÁREA 7

MS, GO e DF

- UNIÃO/CAMIL
 - GUARANI/GUARANI
 - DOCESUCAR/DOCESUCAR
 - DA BARRA/CAMIL
 - UNIÃO GLAÇUCAR/CAMIL
- 87,1%

#1
união

LÍDERES DE VENDAS SUPERHIPER
LÍDER
23
anos
consecutivos
ABRAS



Quando o sabor transforma
tudo para melhor, o resultado
é sempre sucesso.

A marca União é líder em açúcar pela 23ª vez consecutiva no Líderes de Vendas da revista SuperHiper da ABRAS. É com muito orgulho que a gente agradece imensamente por todo seu carinho e parceria.

União. Sabor que transforma.



www.união.com.br

Líderes de vendas

Arroz

BRASIL

- 1ª CAMIL/CAMIL
- 2ª TIO JOÃO/JOSAPAR
- 3ª PRATO FINO/PIRAHY ALIMENTOS
- 4ª SEPE/COOP. TRITÍCOLA SEPEENSE
- 5ª EMPÓRIO SÃO JOÃO/CEREALISTA SÃO JOÃO

Participação Top 5

29,2%

ÁREA 1

Nordeste

- 1ª CAMIL/CAMIL
 - 2ª PAINHO/CDA
 - 3ª TIO JOÃO/JOSAPAR
 - 4ª EMOÇÕES/NELSON WENDT
 - 5ª MEU BIJU/JOSAPAR
- Top 5** 31,5%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

- PRATO FINO/PIRAHY ALIMENTOS
 - SEPE/COOP. TRITÍCOLA SEPEENSE
 - CAMIL/CAMIL
 - TIA JU/ENGENHO A.M.
 - TIO JOÃO/JOSAPAR
- 42,6%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

- TIO JOÃO/JOSAPAR
 - CARRETEIRO/CAMIL
 - OURO NOBRE/ENGENHO A.M.
 - PALMARES/ARROZEIRA PALMARES
 - TIO MINGOTE/JOSAPAR
- 51,7%

ÁREA 4

Grande São Paulo

- CAMIL/CAMIL
 - PRATO FINO/PIRAHY ALIMENTOS
 - TIO JOÃO/JOSAPAR
 - SOLITO/BRASÍLIA ALIMENTOS
 - NAMORADO/CAMIL
- 66,4%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

- 1ª CAMIL/CAMIL
 - 2ª EMPÓRIO SÃO JOÃO/CEREALISTA SÃO JOÃO
 - 3ª PRATO FINO/PIRAHY ALIMENTOS
 - 4ª PATEKO/BOA FÉ IND. E COM.
 - 5ª TIO JOÃO/JOSAPAR
- Top 5** 47,0%

ÁREA 6

PR, SC e RS

- TIO JOÃO/JOSAPAR
 - BURITI/COOP. JURITI
 - PRATO FINO/PIRAHY ALIMENTOS
 - TIO URBANO/URBANO AGROINDUSTRIAL
 - NAMORADO/CAMIL
- 36,6%

ÁREA 7

MS, GO e DF

- CRISTAL/CRISTAL ALIM.
 - TIO LAUTÉRIO/ARROZEIRA SEPEENSE
 - BRILHANTE/ARROZEIRA PELOTAS
 - TIO JOÃO/JOSAPAR
 - GUACIRA/GUACIRA ALIM.
- 42,8%



SE O ASSUNTO É ARROZ COM FEIJÃO, CAMIL É A MELHOR OPÇÃO.

Líder em arroz pela 7ª vez consecutiva e pela 9ª vez
entre as marcas mais vendidas de feijão.

www.camil.com.br

Líderes de vendas

Atum e Bonito

BRASIL

- 1ª GOMES DA COSTA/GDC
- 2ª COQUEIRO/CAMIL
- 3ª ROBINSON CRUSOE/ROBINSON CRUSOE
- 4ª 88/GDC
- 5ª PESCADOR/CAMIL

Participação Top 5

96,9%

ÁREA 1

Nordeste

- 1ª GOMES DA COSTA/GDC
 - 2ª COQUEIRO/CAMIL
 - 3ª ROBINSON CRUSOE/ROBINSON CRUSOE
 - 4ª 88/GDC
 - 5ª PESCADOR/CAMIL
- Top 5** 98,5%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

- GOMES DA COSTA/GDC
 - COQUEIRO/CAMIL
 - ROBINSON CRUSOE/ROBINSON CRUSOE
 - 88/GDC
 - PESCADOR/CAMIL
- 97,0%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

- GOMES DA COSTA/GDC
 - COQUEIRO/CAMIL
 - ROBINSON CRUSOE/ROBINSON CRUSOE
 - 88/GDC
 - PESCADOR/CAMIL
- 96,6%

ÁREA 4

Grande São Paulo

- GOMES DA COSTA/GDC
 - COQUEIRO/CAMIL
 - ROBINSON CRUSOE/ROBINSON CRUSOE
 - 88/GDC
 - PESCADOR/CAMIL
- 98,1%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

- 1ª GOMES DA COSTA/GDC
 - 2ª COQUEIRO/CAMIL
 - 3ª ROBINSON CRUSOE/ROBINSON CRUSOE
 - 4ª 88/GDC
 - 5ª CPC/CPC
- Top 5** 96,3%

ÁREA 6

PR, SC e RS

- GOMES DA COSTA/GDC
 - COQUEIRO/CAMIL
 - ROBINSON CRUSOE/ROBINSON CRUSOE
 - 88/GDC
 - PESCADOR/CAMIL
- 96,3%

ÁREA 7

MS, GO e DF

- GOMES DA COSTA/GDC
 - COQUEIRO/CAMIL
 - ROBINSON CRUSOE/ROBINSON CRUSOE
 - 88/GDC
 - FALANI/J.A. OLIVEIRA COSTA
- 95,5%



SEM CONSERVANTES

RICO EM ÔMEGA-3

FONTE DE PROTEÍNAS

Gomes da Costa
líder no segmento de peixe
e atum em lata, leva saúde,
sabor e praticidade na mesa
dos lares brasileiros.



www.gomesdacosta.com.br

Líderes de vendas

Azeite de Oliva

BRASIL

- 1ª GALLO/GALLO
- 2ª ANDORINHA/SOVENA
- 3ª BORGES/CARGILL
- 4ª OLIVE/OLISUR
- 5ª COCINERO/CAMIL

Participação Top 5

71,6%

ÁREA 1

Nordeste

- 1ª GALLO/GALLO
 - 2ª ANDORINHA/SOVENA
 - 3ª BORGES/CARGILL
 - 4ª FILIPPO BERIO/SALOV S.P.A.
 - 5ª COCINERO/CAMIL
- Top 5** 72,2%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

- GALLO/GALLO
 - ANDORINHA/SOVENA
 - BORGES/CARGILL
 - OLIVE/OLISUR
 - SERRATA/MANUEL SERRA
- 72,7%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

- GALLO/GALLO
 - ANDORINHA/SOVENA
 - OLIVE/OLISUR
 - BORGES/CARGILL
 - SERRATA/MANUEL SERRA
- 82,7%

ÁREA 4

Grande São Paulo

- GALLO/GALLO
 - ANDORINHA/SOVENA
 - BORGES/CARGILL
 - TERRAS DE CAMÕES/J.C. COIMBRA
 - OLIVE/OLISUR
- 75,6%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

- 1ª GALLO/GALLO
 - 2ª ANDORINHA/SOVENA
 - 3ª COCINERO/CAMIL
 - 4ª BORGES/CARGILL
 - 5ª TERRAS DE CAMÕES/J.C. COIMBRA
- Top 5** 72,7%

ÁREA 6

PR, SC e RS

- ANDORINHA/SOVENA
 - GALLO/GALLO
 - OLIVE/OLISUR
 - LA VIOLETERA/LA VIOLETERA
 - BORGES/CARGILL
- 58,5%

ÁREA 7

MS, GO e DF

- GALLO/GALLO
 - ANDORINHA/SOVENA
 - BORGES/CARGILL
 - TERRAS DE CAMÕES/J.C. COIMBRA
 - FILIPPO BERIO/SALOV S.P.A.
- 74,0%



A marca de azeites
MAIS CONSUMIDA
pelos brasileiros



MARCA PORTUGUESA
+ premiada
NO MUNDO


TOP OF MIND
DA CATEGORIA
DE AZEITES!
97% DOS CONSUMIDORES
CONHECEM GALLO!

www.azeitegallo.com.br |  @azeitegallo |  /azeitegallo

FONTES:
NIELSEN – SHARE VOLUME FY2020
EXTRA VIRGIN OLIVE OIL WORLD RANKING (EVOOWR) – 2020
BRAND EQUITY TRACKING – GFK, 2020

BISCOITO MARIA MAISENA

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	PIRAQUÊ/M. DIAS BRANCO	MARILAN/MARILAN	VITARELLA/M. DIAS BRANCO	FORTALEZA/M. DIAS BRANCO	AYMORÉ/ARCOR	69,3
NORDESTE	VITARELLA/M. DIAS BRANCO	FORTALEZA/M. DIAS BRANCO	PILAR/M. DIAS BRANCO	MARILAN/MARILAN	ESTRELA/M. DIAS BRANCO	89,9
MG, ES, INT. RJ	PIRAQUÊ/M. DIAS BRANCO	AYMORÉ/ARCOR	MARILAN/MARILAN	BAUDUCCO/BAUDUCCO	RICHESTER/M. DIAS BRANCO	83,9
GRANDE RJ	PIRAQUÊ/M. DIAS BRANCO	VITARELLA/M. DIAS BRANCO	MARILAN/MARILAN	BAUDUCCO/BAUDUCCO	RENATA/SELMI	92,6
GRANDE SP	MARILAN/MARILAN	VITARELLA/M. DIAS BRANCO	PANCO/PANCO	TOSTINES/NESTLÉ	PIRAQUÊ/M. DIAS BRANCO	75,8
INTERIOR SP	MARILAN/MARILAN	VITARELLA/M. DIAS BRANCO	TRIUNFO/ARCOR	ZABET/M. DIAS BRANCO	PANCO/PANCO	80,4
SUL	MARILAN/MARILAN	ISABELA/M. DIAS BRANCO	KELLOGG'S/KELLOGG'S	ORQUÍDEA/TONDO	PIRAQUÊ/M. DIAS BRANCO	79,0
MS, GO e DF	VITARELLA/M. DIAS BRANCO	FORTALEZA/M. DIAS BRANCO	MARILAN/MARILAN	MABEL/PEPSICO	PIRAQUÊ/M. DIAS BRANCO	85,0

BISCOITO RECHEADO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	OREO/MONDELÉZ	TRAKINAS/MONDELÉZ	PASSATEMPO/NESTLÉ	BONO/NESTLÉ	NEGRESKO/NESTLÉ	42,1
NORDESTE	VITARELLA/M. DIAS BRANCO	RICHESTER/M. DIAS BRANCO	OREO/MONDELÉZ	MARILAN/MARILAN	BONO/NESTLÉ	65,9
MG, ES, INT. RJ	AYMORÉ/ARCOR	OREO/MONDELÉZ	PIRAQUÊ/M. DIAS BRANCO	DANIX/ARCOR	MARILAN/MARILAN	48,3
GRANDE RJ	PIRAQUÊ/M. DIAS BRANCO	TRAKINAS/MONDELÉZ	OREO/MONDELÉZ	ADRIA/M. DIAS BRANCO	BONO/NESTLÉ	63,0
GRANDE SP	OREO/MONDELÉZ	TRAKINAS/MONDELÉZ	ADRIA/M. DIAS BRANCO	PASSATEMPO/NESTLÉ	BONO/NESTLÉ	57,1
INTERIOR SP	OREO/MONDELÉZ	TRAKINAS/MONDELÉZ	PASSATEMPO/NESTLÉ	BONO/NESTLÉ	MARILAN/MARILAN	51,7
SUL	ISABELA/M. DIAS BRANCO	OREO/MONDELÉZ	TRAKINAS/MONDELÉZ	NEGRESKO/NESTLÉ	BONO/NESTLÉ	57,2
MS, GO e DF	OREO/MONDELÉZ	PASSATEMPO/NESTLÉ	NEGRESKO/NESTLÉ	BONO/NESTLÉ	BAUDUCCO/BAUDUCCO	59,3



BISCOITO WAFER

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	BAUDUCCO/BAUDUCCO	MINUETO/KELLOGG'S	AMANDITA/MONDELÉZ	PIRAQUÊ/M. DIAS BRANCO	MARILAN/MARILAN	59,7
NORDESTE	BAUDUCCO/BAUDUCCO	RICHESTER/M. DIAS BRANCO	VITARELLA/M. DIAS BRANCO	MARILAN/MARILAN	AMANDITA/MONDELÉZ	65,3
MG, ES, INT. RJ	BAUDUCCO/BAUDUCCO	AYMORÉ/ARCOR	PIRAQUÊ/M. DIAS BRANCO	MINUETO/KELLOGG'S	TODDY/PEPSICO	63,0
GRANDE RJ	BAUDUCCO/BAUDUCCO	MINUETO/KELLOGG'S	PIRAQUÊ/M. DIAS BRANCO	AMANDITA/MONDELÉZ	ITAMARATY/ITAMARATY	79,4
GRANDE SP	BAUDUCCO/BAUDUCCO	AMANDITA/MONDELÉZ	PANCO/PANCO	MARILAN/MARILAN	VISCONTI/BAUDUCCO	70,0
INTERIOR SP	BAUDUCCO/BAUDUCCO	AMANDITA/MONDELÉZ	MARILAN/MARILAN	MINUETO/KELLOGG'S	ARCOR/ARCOR	68,4
SUL	BAUDUCCO/BAUDUCCO	ISABELA/M. DIAS BRANCO	MINUETO/KELLOGG'S	AMANDITA/MONDELÉZ	ORQUÍDEA/TONDO	75,4
MS, GO e DF	BAUDUCCO/BAUDUCCO	RANCHEIRO/CAFÉ RANCHEIRO	MINUETO/KELLOGG'S	AMANDITA/MONDELÉZ	VISCONTI/BAUDUCCO	65,3

BOLO - SEGMENTO BOLO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	PANCO/PANCO	SEVEN BOYS/WICKBOLD	PULLMAN/BIMBO	PADERRI/NORAC DO BRASIL	CASA SUÍÇA/CASA SUÍÇA	66,6
NORDESTE	ROMANA/BRAGA POMPEU	PANEVITA/PANE VITA	BOLO DA LUZ/BOLO DA LUZ	PANETTERIA/ROMANATO	RICHS/RICH DO BRASIL	65,4
MG, ES, INT. RJ	SEVEN BOYS/WICKBOLD	PANCO/PANCO	PULLMAN/BIMBO	PLUS VITA/BIMBO	CASA SUÍÇA/CASA SUÍÇA	77,8
GRANDE RJ	PANCO/PANCO	PLUS VITA/BIMBO	PADERRI/NORAC DO BRASIL	FIN ARTE/FIN ARTE ALIM.	VILA DO PADEIRO/PANREAL ALIMENTOS	75,5
GRANDE SP	PANCO/PANCO	PULLMAN/BIMBO	SEVEN BOYS/WICKBOLD	PADERRI/NORAC DO BRASIL	FIN ARTE/FIN ARTE ALIM.	81,5
INTERIOR SP	PANCO/PANCO	SEVEN BOYS/WICKBOLD	PULLMAN/BIMBO	CABOCLA MINEIRA/KL&M ALIM.	PADERRI/NORAC DO BRASIL	79,4
SUL	PULLMAN/BIMBO	PADERRI/NORAC DO BRASIL	SEVEN BOYS/WICKBOLD	PANCO/PANCO	FESTVAL/CIA. BEAL DE ALIMENTOS	61,2
MS, GO e DF	PULLMAN/BIMBO	SEVEN BOYS/WICKBOLD	BEM DA ROÇA/TELMÁ BEZERRA	PADERRI/NORAC DO BRASIL	CASA SUÍÇA/CASA SUÍÇA	83,1

BOLO - SEGMENTO MONOPORÇÃO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	ANA MARIA/BIMBO	BAUDUCCO/BAUDUCCO	BEBEZINHO/PANCO	PANCO/PANCO	PINGUINOS/BIMBO	77,1
NORDESTE	BAUDUCCO/BAUDUCCO	RICHESTER/M. DIAS BRANCO	ANA MARIA/BIMBO	TRELOSO/M. DIAS BRANCO	BELIVE/BOA FÉ IND. E COM.	82,8
MG, ES, INT. RJ	BAUDUCCO/BAUDUCCO	ANA MARIA/BIMBO	PANCO/PANCO	BEBEZINHO/PANCO	CASA SUÍÇA/CASA SUÍÇA	85,9
GRANDE RJ	ANA MARIA/BIMBO	PANCO/PANCO	BEBEZINHO/PANCO	PINGUINOS/BIMBO	BAUDUCCO/BAUDUCCO	87,0
GRANDE SP	ANA MARIA/BIMBO	BAUDUCCO/BAUDUCCO	PANCO/PANCO	BEBEZINHO/PANCO	PINGUINOS/BIMBO	79,2
INTERIOR SP	ANA MARIA/BIMBO	BAUDUCCO/BAUDUCCO	BEBEZINHO/PANCO	PANCO/PANCO	CASA SUÍÇA/CASA SUÍÇA	76,3
SUL	ANA MARIA/BIMBO	BAUDUCCO/BAUDUCCO	CASA SUÍÇA/CASA SUÍÇA	PINGUINOS/BIMBO	RENATA/SELMI	77,4
MS, GO e DF	BAUDUCCO/BAUDUCCO	ANA MARIA/BIMBO	RICHESTER/M. DIAS BRANCO	MR/MR BOLOS TORTAS CUPCAKES	PINGUINOS/BIMBO	84,8



CAFÉ CAPUCCINO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	3CORACÕES/3CORACÕES	MELITTA/MELITTA	STARBUCKS/STARBUCKS COFFEE	SANTA CLARA/3CORACÕES	IGUAÇU/3CORACÕES	89,3
NORDESTE	3CORACÕES/3CORACÕES	SANTA CLARA/3CORACÕES	MELITTA/MELITTA	MARATÁ/MARATÁ	STARBUCKS/STARBUCKS COFFEE	93,6
MG, ES, INT. RJ	3CORACÕES/3CORACÕES	MELITTA/MELITTA	STARBUCKS/STARBUCKS COFFEE	MERIDIANO/CAFÉ MERIDIANO	IGUAÇU/3CORACÕES	94,9
GRANDE RJ	3CORACÕES/3CORACÕES	MELITTA/MELITTA	PILÃO/IDE	STARBUCKS/STARBUCKS COFFEE	NESCAFÉ/NESTLÉ	98,4
GRANDE SP	3CORACÕES/3CORACÕES	MELITTA/MELITTA	STARBUCKS/STARBUCKS COFFEE	IGUAÇU/3CORACÕES	NESCAFÉ/NESTLÉ	94,5
INTERIOR SP	3CORACÕES/3CORACÕES	MELITTA/MELITTA	STARBUCKS/STARBUCKS COFFEE	LA SANTE/LA SANTE	IGUAÇU/3CORACÕES	87,1
SUL	3CORACÕES/3CORACÕES	MELITTA/MELITTA	IGUAÇU/3CORACÕES	STARBUCKS/STARBUCKS COFFEE	NESCAFÉ/NESTLÉ	93,1
MS, GO e DF	3CORACÕES/3CORACÕES	EXPORT/CAFÉ EXPORT	CAFÉ BRASILEIRO/MITSUI	STARBUCKS/STARBUCKS COFFEE	DO SÍTIO/CAFÉ DO SÍTIO	87,4

CAFÉ COM LEITE

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	3CORACÕES/3CORACÕES	SANTA CLARA/3CORACÕES	MELITTA/MELITTA	NESCAFÉ/NESTLÉ	MARATÁ/MARATÁ	94,0
NORDESTE	SANTA CLARA/3CORACÕES	3CORACÕES/3CORACÕES	MARATÁ/MARATÁ	SÃO BRAZ/SÃO BRAZ	NESCAFÉ/NESTLÉ	93,7
MG, ES, INT. RJ	3CORACÕES/3CORACÕES	NESCAFÉ/NESTLÉ	MELITTA/MELITTA	IGUAÇU/3CORACÕES	SANTA CLARA/3CORACÕES	99,0
GRANDE RJ	3CORACÕES/3CORACÕES	NESCAFÉ/NESTLÉ	MELITTA/MELITTA	IGUAÇU/3CORACÕES	*Não declarado	100,0
GRANDE SP	3CORACÕES/3CORACÕES	NESCAFÉ/NESTLÉ	MELITTA/MELITTA	IGUAÇU/3CORACÕES	*Não declarado	100,0
INTERIOR SP	3CORACÕES/3CORACÕES	NESCAFÉ/NESTLÉ	MELITTA/MELITTA	LA SANTE/LA SANTE	IGUAÇU/3CORACÕES	100,0
SUL	3CORACÕES/3CORACÕES	MELITTA/MELITTA	NESCAFÉ/NESTLÉ	IGUAÇU/3CORACÕES	JANDAIA/JANDAIA	99,4
MS, GO e DF	3CORACÕES/3CORACÕES	NESCAFÉ/NESTLÉ	MELITTA/MELITTA	SANTA CLARA/3CORACÕES	*Não declarado	100,0

CAFÉ EM PÓ

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	PILÃO/IDE	MELITTA/MELITTA	3CORACÕES/3CORACÕES	CABOCLO/IDE	SANTA CLARA/3CORACÕES	59,7
NORDESTE	SANTA CLARA/3CORACÕES	PILÃO/IDE	MARATÁ/MARATÁ	MELITTA/MELITTA	3CORACÕES/3CORACÕES	74,8
MG, ES, INT. RJ	3CORACÕES/3CORACÕES	PILÃO/IDE	MELITTA/MELITTA	FORT/3CORACÕES	CAFÉ BH/3CORACÕES	59,3
GRANDE RJ	PILÃO/IDE	PIMPINELA/3CORACÕES	MELITTA/MELITTA	EVOLUTTO/COOXUPÉ	3CORACÕES/3CORACÕES	89,5
GRANDE SP	PILÃO/IDE	3CORACÕES/3CORACÕES	MELITTA/MELITTA	PELÉ/IDE	FORT/3CORACÕES	84,8
INTERIOR SP	3CORACÕES/3CORACÕES	MELITTA/MELITTA	PILÃO/IDE	CABOCLO/IDE	CAFÉ BRASILEIRO/MITSUI	61,5
SUL	MELITTA/MELITTA	3CORACÕES/3CORACÕES	CABOCLO/IDE	DAMASCO/IDE	BOM JESUS/MELITTA	72,5
MS, GO e DF	3CORACÕES/3CORACÕES	DO SÍTIO/CAFÉ DO SÍTIO	EXPORT/CAFÉ EXPORT	MOINHO FINO/DICASA IND.COM.	MELITTA/MELITTA	53,1

CALDO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	MAGGI/NESTLÉ	KNORR/UNILEVER	SAZON/AJINOMOTO	ARISCO/UNILEVER	KITANO/GENERAL MILLS	97,2
NORDESTE	MAGGI/NESTLÉ	KNORR/UNILEVER	SAZON/AJINOMOTO	ARISCO/UNILEVER	KITANO/GENERAL MILLS	97,2
MG, ES, INT. RJ	KNORR/UNILEVER	MAGGI/NESTLÉ	SAZON/AJINOMOTO	ARISCO/UNILEVER	ANCHIETA/ANCHIETA	97,3
GRANDE RJ	MAGGI/NESTLÉ	KNORR/UNILEVER	SAZON/AJINOMOTO	ARISCO/UNILEVER	KITANO/GENERAL MILLS	98,5
GRANDE SP	KNORR/UNILEVER	MAGGI/NESTLÉ	SAZON/AJINOMOTO	KITANO/GENERAL MILLS	ARISCO/UNILEVER	95,3
INTERIOR SP	MAGGI/NESTLÉ	KNORR/UNILEVER	SAZON/AJINOMOTO	ARISCO/UNILEVER	KITANO/GENERAL MILLS	98,1
SUL	MAGGI/NESTLÉ	KNORR/UNILEVER	SAZON/AJINOMOTO	ARISCO/UNILEVER	APTI/APTI	98,3
MS, GO e DF	KNORR/UNILEVER	MAGGI/NESTLÉ	SAZON/AJINOMOTO	ARISCO/UNILEVER	KITANO/GENERAL MILLS	97,4

CARAMELOS/DROPS/PASTILHAS

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	MENTOS/PERFETTI VAN MELLE	BUTTER TOFFEES/ARCOR	HALLS/MONDELÉZ	TIC-TAC/FERRERO	SKITTLES/MARS	87,5
NORDESTE	MENTOS/PERFETTI VAN MELLE	HALLS/MONDELÉZ	BUTTER TOFFEES/ARCOR	TIC-TAC/FERRERO	FRUITTELLA/PERFETTI VAN MELLE	88,3
MG, ES, INT. RJ	MENTOS/PERFETTI VAN MELLE	BUTTER TOFFEES/ARCOR	HALLS/MONDELÉZ	TIC-TAC/FERRERO	FRUITTELLA/PERFETTI VAN MELLE	83,8
GRANDE RJ	BUTTER TOFFEES/ARCOR	TIC-TAC/FERRERO	MENTOS/PERFETTI VAN MELLE	HALLS/MONDELÉZ	SKITTLES/MARS	92,0
GRANDE SP	MENTOS/PERFETTI VAN MELLE	HALLS/MONDELÉZ	BUTTER TOFFEES/ARCOR	TIC-TAC/FERRERO	SKITTLES/MARS	88,0
INTERIOR SP	MENTOS/PERFETTI VAN MELLE	HALLS/MONDELÉZ	TIC-TAC/FERRERO	BUTTER TOFFEES/ARCOR	SKITTLES/MARS	87,1
SUL	MENTOS/PERFETTI VAN MELLE	HALLS/MONDELÉZ	TIC-TAC/FERRERO	BUTTER TOFFEES/ARCOR	FRUITTELLA/PERFETTI VAN MELLE	90,5
MS, GO e DF	MENTOS/PERFETTI VAN MELLE	BUTTER TOFFEES/ARCOR	HALLS/MONDELÉZ	TIC-TAC/FERRERO	SKITTLES/MARS	89,6

Líderes de vendas

Azeitona

BRASIL

- 1^a VALE FÉRTIL/VALE FÉRTIL
- 2^a LA VIOLETERA/LA VIOLETERA
- 3^a RIVOLI/RIVOLI
- 4^a PRAMESA/PRAMESA
- 5^a HEMMER/HEMMER ALIMENTOS

Participação Top 5

60,4%

ÁREA 1

Nordeste

- 1^a LA VIOLETERA/LA VIOLETERA
- 2^a VALE FÉRTIL/VALE FÉRTIL
- 3^a RIVOLI/RIVOLI
- 4^a RAIOLITA/IRMÃOS RAIOLA
- 5^a MARIZA/MARIZA

Top 5

60,6%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

- VALE FÉRTIL/VALE FÉRTIL
- TIO PACO/SANDÉLEH ALIMENTOS
- LA VIOLETERA/LA VIOLETERA
- SABOROSA/SANDÉLEH ALIMENTOS
- FITALLI/COM. E REPRES. CECO

68,9%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

- PRAMESA/PRAMESA
- VALE FÉRTIL/VALE FÉRTIL
- RIVOLI/RIVOLI
- LA VIOLETERA/LA VIOLETERA
- RAIOLA/IRMÃOS RAIOLA

91,7%

ÁREA 4

Grande São Paulo

- LA VIOLETERA/LA VIOLETERA
- RIVOLI/RIVOLI
- RAIOLA/IRMÃOS RAIOLA
- VALE FÉRTIL/VALE FÉRTIL
- GALLO/GALLO

63,1%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

- 1^a VALE FÉRTIL/VALE FÉRTIL
- 2^a LA VIOLETERA/LA VIOLETERA
- 3^a RIVOLI/RIVOLI
- 4^a DIZA/DIZA
- 5^a HEMMER/HEMMER ALIMENTOS

Top 5

72,9%

ÁREA 6

PR, SC e RS

- VALE FÉRTIL/VALE FÉRTIL
- HEMMER/HEMMER ALIMENTOS
- LA VIOLETERA/LA VIOLETERA
- ZAELI/ZAELI
- UNIAGRO/UNIAGRO

81,9%

ÁREA 7

MS, GO e DF

- VALE FÉRTIL/VALE FÉRTIL
- IMPERADOR/CONSERVAS IMPERADOR
- CAMPO BELO/NACOM GOYA
- LA VIOLETERA/LA VIOLETERA
- HEMMER/HEMMER ALIMENTOS

72,7%

LÍDER DE
VENDAS
MAIS UMA VEZ!



Uma conquista
temperada com
a sua parceria.



Chegar ao topo não é fácil.
Permanecer lá é mais difícil ainda.
Não é de hoje que os consumidores
amam nossa marca e os nossos
produtos. Só estamos há 7 anos na
líderança nacional de vendas da
categoria porque temos você,
cliente supermercadista, como um
grande parceiro.

**Juntos, vamos continuar levando sabor às
receitas das pessoas, sem esquecer do toque
especial: fazer você vender sempre mais.**

vendasvalefertil.com.br



Controle total do processo com colheita
própria e garantia de qualidade.

Líderes de vendas

Biscoito Água e Sal/Cracker

BRASIL

- 1ª VITARELLA/M. DIAS BRANCO
- 2ª FORTALEZA/M. DIAS BRANCO
- 3ª PIRAQUÊ/M. DIAS BRANCO
- 4ª MARILAN/MARILAN
- 5ª RICHESTER/M. DIAS BRANCO

Participação Top 5

56,2%

ÁREA 1

Nordeste

- 1ª FORTALEZA/M. DIAS BRANCO
 - 2ª VITARELLA/M. DIAS BRANCO
 - 3ª PILAR/M. DIAS BRANCO
 - 4ª MARILAN/MARILAN
 - 5ª RICHESTER/M. DIAS BRANCO
- Top 5** 88,0%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

- AYMOREÉ/ARCOR
 - PIRAQUÊ/M. DIAS BRANCO
 - RICHESTER/M. DIAS BRANCO
 - MARILAN/MARILAN
 - VITARELLA/M. DIAS BRANCO
- 73,7%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

- PIRAQUÊ/M. DIAS BRANCO
 - RICHESTER/M. DIAS BRANCO
 - ADRIA/M. DIAS BRANCO
 - VITARELLA/M. DIAS BRANCO
 - BAUDUCCO/BAUDUCCO
- 83,4%

ÁREA 4

Grande São Paulo

- ADRIA/M. DIAS BRANCO
 - VITARELLA/M. DIAS BRANCO
 - MARILAN/MARILAN
 - TRIUNFO/ARCOR
 - PIRAQUÊ/M. DIAS BRANCO
- 71,7%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

- 1ª MARILAN/MARILAN
 - 2ª TRIUNFO/ARCOR
 - 3ª VITARELLA/M. DIAS BRANCO
 - 4ª ADRIA/M. DIAS BRANCO
 - 5ª PIRAQUÊ/M. DIAS BRANCO
- Top 5** 72,3%

ÁREA 6

PR, SC e RS

- ISABELA/M. DIAS BRANCO
 - MARILAN/MARILAN
 - KELLOGG'S/KELLOGG'S
 - ORQUÍDEA/TONDO
 - PIRAQUÊ/M. DIAS BRANCO
- 77,0%

ÁREA 7

MS, GO e DF

- VITARELLA/M. DIAS BRANCO
 - FORTALEZA/M. DIAS BRANCO
 - MARILAN/MARILAN
 - PIRAQUÊ/M. DIAS BRANCO
 - MABEL/PEPSICO
- 76,0%



CHEGOU!

O Primeiro Cracker de Fermentação Natural

O lançamento que faltava para fazer as suas vendas crescerem ainda mais!

Massa madre fresquíssima, 7 lâminas extrafinas e um sabor incomparável. Leve para suas gôndolas toda a qualidade e inovação de Renata em um biscoito único, leve, saboroso e crocante como você e seus clientes nunca viram.

Renata Cracker Fermentação Natural, uma nova sensação a cada mordida.

Confira nossas redes sociais:

 /marca.renata  @marca.renata

www.renata.com.br

Para cada emoção existe

Renata

Líderes de vendas

Biscoito Cookie

BRASIL

1ª BAUDUCCO/BAUDUCCO

2ª TODDY/PEPSICO

3ª LACTA/MONDELÉZ

4ª JASMINE/JASMINE

5ª NESTLÉ/NESTLÉ

Participação Top 5

69,4%

ÁREA 1

Nordeste

1ª	BAUDUCCO/BAUDUCCO
2ª	TODDY/PEPSICO
3ª	JASMINE/JASMINE
4ª	LACTA/MONDELÉZ
5ª	RICHESTER/M. DIAS BRANCO
Top 5	62,8%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

BAUDUCCO/BAUDUCCO
TODDY/PEPSICO
VISCONTI/BAUDUCCO
VITAO/NUTRIHOUSE
LACTA/MONDELÉZ
71,6%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

BAUDUCCO/BAUDUCCO
TODDY/PEPSICO
JASMINE/JASMINE
LACTA/MONDELÉZ
NESTLÉ/NESTLÉ
70,4%

ÁREA 4

Grande São Paulo

BAUDUCCO/BAUDUCCO
TODDY/PEPSICO
LACTA/MONDELÉZ
JASMINE/JASMINE
SANTA EDWIGES/SANTA EDWIGES
75,4%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

1ª	BAUDUCCO/BAUDUCCO
2ª	TODDY/PEPSICO
3ª	LACTA/MONDELÉZ
4ª	JASMINE/JASMINE
5ª	MARILAN/MARILAN
Top 5	74,5%

ÁREA 6

PR, SC e RS

BAUDUCCO/BAUDUCCO
TODDY/PEPSICO
JASMINE/JASMINE
LACTA/MONDELÉZ
VITAO/NUTRIHOUSE
73,5%

ÁREA 7

MS, GO e DF

BAUDUCCO/BAUDUCCO
TODDY/PEPSICO
JASMINE/JASMINE
LACTA/MONDELÉZ
NESTLÉ/NESTLÉ
70,9%

Bauducco

Um sentimento
chamado Família.



49,8%
Share Valor
(Nielsen Jan/22)



- ✓ Maior rentabilidade na categoria
- ✓ Alto valor agregado
- ✓ Gerador de alto fluxo de giro



33,5%
Share Valor
(Nielsen YTD'21)

40,6%
Share Valor
(Nielsen YTD'21)



Líderes de vendas

Bolo - Segmento Bolo

BRASIL

- 1ª **PANCO/PANCO**
- 2ª **SEVEN BOYS/WICKBOLD**
- 3ª **PULLMAN/BIMBO**
- 4ª **PADERRI/NORAC DO BRASIL**
- 5ª **CASA SUÍÇA/CASA SUÍÇA**

Participação Top 5

66,6%

ÁREA 1

Nordeste

- 1ª ROMANA/BRAGA POMPEU
 - 2ª PANEVITA/PANE VITA
 - 3ª BOLO DA LUZ/BOLO DA LUZ
 - 4ª PANETTERIA/ROMANATO
 - 5ª RICHES/RICH DO BRASIL
- Top 5** 65,4%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

- SEVEN BOYS/WICKBOLD
 - PANCO/PANCO
 - PULLMAN/BIMBO
 - PLUS VITA/BIMBO
 - CASA SUÍÇA/CASA SUÍÇA
- 77,8%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

- PANCO/PANCO
 - PLUS VITA/BIMBO
 - PADERRI/NORAC DO BRASIL
 - FIN ARTE/FIN ARTE ALIM.
 - VILA DO PADEIRO/PANREAL ALIMENTOS
- 75,5%

ÁREA 4

Grande São Paulo

- PANCO/PANCO
 - PULLMAN/BIMBO
 - SEVEN BOYS/WICKBOLD
 - PADERRI/NORAC DO BRASIL
 - FIN ARTE/FIN ARTE ALIM.
- 81,5%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

- 1ª PANCO/PANCO
 - 2ª SEVEN BOYS/WICKBOLD
 - 3ª PULLMAN/BIMBO
 - 4ª CABOCLA MINEIRA/KL&M ALIM.
 - 5ª PADERRI/NORAC DO BRASIL
- Top 5** 79,4%

ÁREA 6

PR, SC e RS

- PULLMAN/BIMBO
 - PADERRI/NORAC DO BRASIL
 - SEVEN BOYS/WICKBOLD
 - PANCO/PANCO
 - FESTVAL/CIA BEAL DE ALIMENTOS
- 61,2%

ÁREA 7

MS, GO e DF

- PULLMAN/BIMBO
 - SEVEN BOYS/WICKBOLD
 - BEM DA ROCA/TELMA BEZERRA
 - PADERRI/NORAC DO BRASIL
 - CASA SUÍÇA/CASA SUÍÇA
- 83,1%



LIDERANÇA NACIONAL *de vendas*
na categoria **BOLOS.**



*Resultado de muito amor,
carinho e dedicação.*



Central de Relacionamento Panco
0800-779-3000 - crp@panco.com.br
www.panco.com.br   /pancooficial

Líderes de vendas

Café Cappuccino

BRASIL

- 1^a 3CORACÕES/3CORACÕES
- 2^a MELITTA/MELITTA
- 3^a STARBUCKS/STARBUCKS COFFEE
- 4^a SANTA CLARA/3CORACÕES
- 5^a IGUAÇU/3CORACÕES

Participação Top 5

89,3%

ÁREA 1

Nordeste

- 1^a 3CORACÕES/3CORACÕES
 - 2^a SANTA CLARA/3CORACÕES
 - 3^a MELITTA/MELITTA
 - 4^a MARATÁ/MARATÁ
 - 5^a STARBUCKS/STARBUCKS COFFEE
- Top 5** 93,6%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

- 3CORACÕES/3CORACÕES
 - MELITTA/MELITTA
 - STARBUCKS/STARBUCKS COFFEE
 - MERIDIANO/CAFÉ MERIDIANO
 - IGUAÇU/3CORACÕES
- 94,9%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

- 3CORACÕES/3CORACÕES
 - MELITTA/MELITTA
 - PILÃO/JDE
 - STARBUCKS/STARBUCKS COFFEE
 - NESCAFÉ/NESTLÉ
- 98,4%

ÁREA 4

Grande São Paulo

- 3CORACÕES/3CORACÕES
 - MELITTA/MELITTA
 - STARBUCKS/STARBUCKS COFFEE
 - IGUAÇU/3CORACÕES
 - NESCAFÉ/NESTLÉ
- 94,5%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

- 1^a 3CORACÕES/3CORACÕES
 - 2^a MELITTA/MELITTA
 - 3^a STARBUCKS/STARBUCKS COFFEE
 - 4^a LA SANTE/LA SANTE
 - 5^a IGUAÇU/3CORACÕES
- Top 5** 87,1%

ÁREA 6

PR, SC e RS

- 3CORACÕES/3CORACÕES
 - MELITTA/MELITTA
 - IGUAÇU/3CORACÕES
 - STARBUCKS/STARBUCKS COFFEE
 - NESCAFÉ/NESTLÉ
- 93,1%

ÁREA 7

MS, GO e DF

- 3CORACÕES/3CORACÕES
 - EXPORT/CAFÉ EXPORT
 - CAFÉ BRASILEIRO/MITSUI
 - STARBUCKS/STARBUCKS COFFEE
 - DO SÍTIO/CAFÉ DO SÍTIO
- 87,4%

NÓS CAPPUCINO

Por 23 anos consecutivos, líder nacional de vendas na categoria Capuccino.



O CAFÉ DE QUEM AMA CAFÉ

CATCHUP

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	HEINZ/KRAFT HEINZ	HEMMER/HEMMER ALIMENTOS	HELLMANN'S/UNILEVER	QUERO/KRAFT HEINZ	PREDILECTA/PREDILECTA	75,4
NORDESTE	HEINZ/KRAFT HEINZ	TAMBAÚ/TAMBAÚ	HELLMANN'S/UNILEVER	PALMEIRON/PALMEIRON	ARISCO/UNILEVER	71,2
MG, ES, INT. RJ	HEINZ/KRAFT HEINZ	HEMMER/HEMMER ALIMENTOS	HELLMANN'S/UNILEVER	PREDILECTA/PREDILECTA	COLONIAL/KARAMBI	77,7
GRANDE RJ	HEINZ/KRAFT HEINZ	HEMMER/HEMMER ALIMENTOS	PREDILECTA/PREDILECTA	PRAMESA/PRAMESA	HELLMANN'S/UNILEVER	83,0
GRANDE SP	HEINZ/KRAFT HEINZ	HELLMANN'S/UNILEVER	QUERO/KRAFT HEINZ	HEMMER/HEMMER ALIMENTOS	CEPÉRA/CEPÉRA ALIMENTOS	86,2
INTERIOR SP	HEINZ/KRAFT HEINZ	HELLMANN'S/UNILEVER	HEMMER/HEMMER ALIMENTOS	QUERO/KRAFT HEINZ	CEPÉRA/CEPÉRA ALIMENTOS	82,9
SUL	HEMMER/HEMMER ALIMENTOS	HEINZ/KRAFT HEINZ	HELLMANN'S/UNILEVER	ODERICH/ODERICH	QUERO/KRAFT HEINZ	88,4
MS, GO e DF	HEINZ/KRAFT HEINZ	HELLMANN'S/UNILEVER	HEMMER/HEMMER ALIMENTOS	ARISCO/UNILEVER	QUERO/KRAFT HEINZ	80,7

CEREAL EM BARRA

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	ITTER/ITTER	NUTRY/NUTRIMENTAL	TRIO/UNITED MILLS	NATURALE/NATURALE CEREAIS	KOBBER/KOBBER	87,0
NORDESTE	ITTER/ITTER	NUTRY/NUTRIMENTAL	TRIO/UNITED MILLS	KOBBER/KOBBER	LINEA/LINEA SUCRALOSE	87,8
MG, ES, INT. RJ	TRIO/UNITED MILLS	ITTER/ITTER	NUTRY/NUTRIMENTAL	LINEA/LINEA SUCRALOSE	DA MAGRINHA/DA MAGRINHA	92,6
GRANDE RJ	ITTER/ITTER	NUTRY/NUTRIMENTAL	TRIO/UNITED MILLS	DA MAGRINHA/DA MAGRINHA	LINEA/LINEA SUCRALOSE	96,4
GRANDE SP	NUTRY/NUTRIMENTAL	NATURALE/NATURALE CEREAIS	TRIO/UNITED MILLS	ITTER/ITTER	SUCRILHOS/KELLOGG'S	78,4
INTERIOR SP	NUTRY/NUTRIMENTAL	TRIO/UNITED MILLS	ITTER/ITTER	KOBBER/KOBBER ALIM.	SUCRILHOS/KELLOGG'S	77,9
SUL	ITTER/ITTER	NUTRY/NUTRIMENTAL	NATURALE/NATURALE CEREAIS	GRANOFIBRA/KELLOGG'S	LINEA/LINEA SUCRALOSE	95,0
MS, GO e DF	NUTRY/NUTRIMENTAL	ITTER/ITTER	TRIO/UNITED MILLS	DA MAGRINHA/DA MAGRINHA	NATURALE/NATURALE CEREAIS	84,2

CEREAL MATINAL

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	SUCRILHOS/KELLOGG'S	NESCAU/NESTLÉ	JASMINE/JASMINE	SNOW FLAKES/NESTLÉ	MÃE TERRA/UNILEVER	62,2
NORDESTE	NESCAU/NESTLÉ	TIA SONIA/TIA SONIA	SUCRILHOS/KELLOGG'S	SÃO BRAZ/SÃO BRAZ	JASMINE/JASMINE	61,0
MG, ES, INT. RJ	SUCRILHOS/KELLOGG'S	NESCAU/NESTLÉ	SNOW FLAKES/NESTLÉ	TIA SONIA/TIA SONIA	WS/WS PRODS. NATURAIS	59,0
GRANDE RJ	SUCRILHOS/KELLOGG'S	NESCAU/NESTLÉ	SNOW FLAKES/NESTLÉ	JASMINE/JASMINE	MÃE TERRA/UNILEVER	65,7
GRANDE SP	SUCRILHOS/KELLOGG'S	NESCAU/NESTLÉ	MÃE TERRA/UNILEVER	SNOW FLAKES/NESTLÉ	JASMINE/JASMINE	65,8
INTERIOR SP	SUCRILHOS/KELLOGG'S	NESCAU/NESTLÉ	SNOW FLAKES/NESTLÉ	JASMINE/JASMINE	MÃE TERRA/UNILEVER	70,4
SUL	JASMINE/JASMINE	SUCRILHOS/KELLOGG'S	NESCAU/NESTLÉ	SNOW FLAKES/NESTLÉ	MÃE TERRA/UNILEVER	63,8
MS, GO e DF	SUCRILHOS/KELLOGG'S	NESCAU/NESTLÉ	JASMINE/JASMINE	MÃE TERRA/UNILEVER	ALCA FOODS/ALCA FOODS	64,0

CHÁ

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	LEÃO/LEÃO	DR. OETKER/DR. OETKER	MATTE LEÃO/LEÃO	TWININGS/AB BRASIL	REAL MULTIERVAS/MOINHOS UNIDOS	79,4
NORDESTE	DR. OETKER/DR. OETKER	LEÃO/LEÃO	MARATÁ/MARATÁ	GOSTOZZO/TOZZO ALIMENTOS	TWININGS/AB BRASIL	79,2
MG, ES, INT. RJ	LEÃO/LEÃO	DR. OETKER/DR. OETKER	MATTE LEÃO/LEÃO	REAL MULTIERVAS/MOINHOS UNIDOS	TWININGS/AB BRASIL	85,2
GRANDE RJ	LEÃO/LEÃO	MATTE LEÃO/LEÃO	DR. OETKER/DR. OETKER	CHINEZINHO/VITALIS	TWININGS/AB BRASIL	79,6
GRANDE SP	LEÃO/LEÃO	DR. OETKER/DR. OETKER	MATTE LEÃO/LEÃO	TWININGS/AB BRASIL	REAL MULTIERVAS/MOINHOS UNIDOS	92,3
INTERIOR SP	LEÃO/LEÃO	DR. OETKER/DR. OETKER	MATTE LEÃO/LEÃO	TWININGS/AB BRASIL	REAL MULTIERVAS/MOINHOS UNIDOS	91,0
SUL	LEÃO/LEÃO	DR. OETKER/DR. OETKER	MATTE LEÃO/LEÃO	TWININGS/AB BRASIL	PRENDA/SCHUUR	67,3
MS, GO e DF	LEÃO/LEÃO	DR. OETKER/DR. OETKER	MATTE LEÃO/LEÃO	TWININGS/AB BRASIL	REAL MULTIERVAS/MOINHOS UNIDOS	91,7

CHOCOLATE BOMBOM

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	NESTLÉ/NESTLÉ	GAROTO/GAROTO	LACTA/MONDELÉZ	FERRERO ROCHER/FERRERO	OURO BRANCO/MONDELÉZ	86,9
NORDESTE	GAROTO/GAROTO	NESTLÉ/NESTLÉ	LACTA/MONDELÉZ	OURO BRANCO/MONDELÉZ	SONHO DE VALSA/MONDELÉZ	92,4
MG, ES, INT. RJ	GAROTO/GAROTO	NESTLÉ/NESTLÉ	LACTA/MONDELÉZ	FERRERO ROCHER/FERRERO	SERENATA DE AMOR/GAROTO	90,1
GRANDE RJ	GAROTO/GAROTO	NESTLÉ/NESTLÉ	FERRERO ROCHER/FERRERO	LACTA/MONDELÉZ	FERRERO RAFFAELLO/FERRERO	90,5
GRANDE SP	NESTLÉ/NESTLÉ	LACTA/MONDELÉZ	GAROTO/GAROTO	FERRERO ROCHER/FERRERO	OURO BRANCO/MONDELÉZ	85,1
INTERIOR SP	NESTLÉ/NESTLÉ	LACTA/MONDELÉZ	GAROTO/GAROTO	FERRERO ROCHER/FERRERO	SONHO DE VALSA/MONDELÉZ	86,2
SUL	NESTLÉ/NESTLÉ	LACTA/MONDELÉZ	FERRERO ROCHER/FERRERO	GAROTO/GAROTO	OURO BRANCO/MONDELÉZ	79,3
MS, GO e DF	NESTLÉ/NESTLÉ	GAROTO/GAROTO	LACTA/MONDELÉZ	FERRERO ROCHER/FERRERO	OURO BRANCO/MONDELÉZ	89,4

CHOCOLATE TABLETE

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	HERSHEY'S/HERSHEY'S	GAROTO/GAROTO	LACTA/MONDELÉZ	NESTLÉ/NESTLÉ	ALPINO/NESTLÉ	48,8
NORDESTE	GAROTO/GAROTO	HERSHEY'S/HERSHEY'S	LACTA/MONDELÉZ	LAKA/MONDELÉZ	ALPINO/NESTLÉ	53,0
MG, ES, INT. RJ	GAROTO/GAROTO	HERSHEY'S/HERSHEY'S	NEUGEBAUER/NEUGEBAUER	TALENTO/GAROTO	LACTA/MONDELÉZ	51,7
GRANDE RJ	GAROTO/GAROTO	HERSHEY'S/HERSHEY'S	NESTLÉ/NESTLÉ	LACTA/MONDELÉZ	ALPINO/NESTLÉ	56,9
GRANDE SP	HERSHEY'S/HERSHEY'S	LACTA/MONDELÉZ	NESTLÉ/NESTLÉ	ALPINO/NESTLÉ	LAKA/MONDELÉZ	49,3
INTERIOR SP	HERSHEY'S/HERSHEY'S	LACTA/MONDELÉZ	NESTLÉ/NESTLÉ	GAROTO/GAROTO	ALPINO/NESTLÉ	49,0
SUL	LACTA/MONDELÉZ	GAROTO/GAROTO	NEUGEBAUER/NEUGEBAUER	HERSHEY'S/HERSHEY'S	NESTLÉ/NESTLÉ	45,4
MS, GO e DF	HERSHEY'S/HERSHEY'S	GAROTO/GAROTO	LACTA/MONDELÉZ	LAKA/MONDELÉZ	ALPINO/NESTLÉ	53,5

CONSERVA VEGETAL

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	PREDILECTA/PREDILECTA	QUERO/KRAFT HEINZ	FUGINI/FUGINI ALIMENTOS	KNORR/UNILEVER	BONDUELLE/BONDUELLE	67,0
NORDESTE	QUERO/KRAFT HEINZ	PREDILECTA/PREDILECTA	FUGINI/FUGINI ALIMENTOS	KNORR/UNILEVER	BONDUELLE/BONDUELLE	80,8
MG, ES, INT. RJ	PREDILECTA/PREDILECTA	MINAS MAIS/PREDILECTA	FUGINI/FUGINI ALIMENTOS	QUERO/KRAFT HEINZ	KNORR/UNILEVER	81,2
GRANDE RJ	PREDILECTA/PREDILECTA	BONDUELLE/BONDUELLE	QUERO/KRAFT HEINZ	KNORR/UNILEVER	OLÉ/CONSERVAS OLÉ	77,7
GRANDE SP	QUERO/KRAFT HEINZ	BONDUELLE/BONDUELLE	KNORR/UNILEVER	PREDILECTA/PREDILECTA	FUGINI/FUGINI ALIMENTOS	82,5
INTERIOR SP	QUERO/KRAFT HEINZ	KNORR/UNILEVER	PREDILECTA/PREDILECTA	BONDUELLE/BONDUELLE	FUGINI/FUGINI ALIMENTOS	85,1
SUL	HEMMER/HEMMER ALIMENTOS	ODERICH/ODERICH	QUERO/KRAFT HEINZ	PREDILECTA/PREDILECTA	FUGINI/FUGINI ALIMENTOS	57,9
MS, GO e DF	QUERO/KRAFT HEINZ	FUGINI/FUGINI ALIMENTOS	PREDILECTA/PREDILECTA	KNORR/UNILEVER	BONARE/GOIÁS VERDE ALIM.	73,0

CREME DE LEITE

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	NESTLÉ/NESTLÉ	PIRACANIUBA/LAT. BELA VISTA	ITALAC/GOIASMINAS	ITAMBÉ/LACTALIS	GLÓRIA/NOVA MIX	54,9
NORDESTE	NESTLÉ/NESTLÉ	BETÂNIA/CBL	PIRACANIUBA/LAT. BELA VISTA	ITALAC/GOIASMINAS	ITAMBÉ/LACTALIS	70,9
MG, ES, INT. RJ	ITAMBÉ/LACTALIS	PIRACANIUBA/LAT. BELA VISTA	CAMPONESA/EMBARÉ	NESTLÉ/NESTLÉ	ITALAC/GOIASMINAS	61,0
GRANDE RJ	NESTLÉ/NESTLÉ	ITALAC/GOIASMINAS	PIRACANIUBA/LAT. BELA VISTA	GLÓRIA/NOVA MIX	ITAMBÉ/LACTALIS	78,3
GRANDE SP	NESTLÉ/NESTLÉ	PIRACANIUBA/LAT. BELA VISTA	ITALAC/GOIASMINAS	ITAMBÉ/LACTALIS	FAZENDA BELA VISTA/FAZENDA BELA VISTA	63,4
INTERIOR SP	NESTLÉ/NESTLÉ	ITALAC/GOIASMINAS	PIRACANIUBA/LAT. BELA VISTA	SHEFA/SHEFA	ITAMBÉ/LACTALIS	67,0
SUL	TIROL/TIROL	PIRACANIUBA/LAT. BELA VISTA	FRIMESA/FRIMESA	NESTLÉ/NESTLÉ	SANTA CLARA/COOP. SANTA CLARA	54,3
MS, GO e DF	PIRACANIUBA/LAT. BELA VISTA	ITAMBÉ/LACTALIS	NESTLÉ/NESTLÉ	LEITBOM/LAT. BELA VISTA	MOCOCA/MOCOCA	71,5


FARINHA DE TRIGO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	DONA BENTA/J. MACEDO	ROSA BRANCA/CRUZEIRO DO SUL	FINNA/M. DIAS BRANCO	ANACONDA/ANACONDA	RENATA/SELMI	40,5
NORDESTE	FINNA/M. DIAS BRANCO	DONA BENTA/J. MACEDO	ROSA BRANCA/CRUZEIRO DO SUL	SARANDI/MOINHOS DE TRIGO ÍNDIGENA MOTRISA	DONA MARIA/GRANDE MOINHO CEARENSE	90,2
MG, ES, INT. RJ	VILMA/DOMINGOS DA COSTA	NÚMERO UM/BUAIZ	ROSA BRANCA/CRUZEIRO DO SUL	DONA BENTA/J. MACEDO	REGINA/BUAIZ	62,4
GRANDE RJ	ROSA BRANCA/CRUZEIRO DO SUL	BOA SORTE/J. MACEDO	ÚTIL/MOINHO VERA CRUZ	DONA BENTA/J. MACEDO	TRÊS COROAS/CRUZEIRO DO SUL	79,0
GRANDE SP	DONA BENTA/J. MACEDO	RENATA/SELMI	SOL/J. MACEDO	ROSA BRANCA/CRUZEIRO DO SUL	GLOBO/MOINHO GLOBO	77,2
INTERIOR SP	DONA BENTA/J. MACEDO	NITA/MOINHO PAULISTA	RENATA/SELMI	ROSA BRANCA/CRUZEIRO DO SUL	FAMÍLIA VENTURELLI/MOINHO GLOBO	71,2
SUL	ANACONDA/ANACONDA	ORQUÍDEA/TONDO	NORDESTE/MOINHO DO NORDESTE	VENTURELLI/MOINHO GLOBO	MARIA INÊS/ANTONIAZZI & CIA.	58,5
MS, GO e DF	DALLAS/MOINHO DALLAS	ROSA BRANCA/CRUZEIRO DO SUL	PRIMOR/BUNGE	EMEGÊ/EMEGÊ	CRISTAL/CRISTAL ALIMENTOS	53,5

FEIJÃO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	KICALDO/GADKIN	CAMIL/CAMIL	MÁXIMO/URBANO	COMBRASIL/COMBRASIL	BROTO LEGAL/BROTO LEGAL	26,0
NORDESTE	KICALDO/GADKIN	DONA DÉ/N.J.F. IND. E COM.	TURQUESA/OASIS	BOM GOSTO/RURAL	CAMIL/CAMIL	43,4
MG, ES, INT. RJ	PINK/PINK	CODIL/CODIL ALIMENTOS	TARUMÃ/GAIOSO E SILVA	COMBRASIL/COMBRASIL	GALANTE/NUTRIBEL	35,5
GRANDE RJ	MÁXIMO/URBANO	COMBRASIL/COMBRASIL	NATURAL/NATURAL ALIM.	COPA/AGROINDUSTRIAL QUIT. SUL.	CARRETEIRO/CAMIL	57,2
GRANDE SP	CAMIL/CAMIL	KICALDO/GADKIN	NENÉ/CORTESIA	CALDONOBRE/M.M. COM. IMP. EXP.	PANTERA/CEREALISTA PANTERA	71,4
INTERIOR SP	CAMIL/CAMIL	BROTO LEGAL/BROTO LEGAL	NENÉ/CORTESIA	EMPÓRIO SÃO JOÃO/CEREALISTA SÃO JOÃO	KICALDO/GADKIN	47,1
SUL	CALDO BOM/STIVAL	PÉ VERMELHO/J.M.J.	PONTAROLLO/PONTAROLLO	NAMORADO/CAMIL	CALDÃO/BBS	46,2
MS, GO e DF	KICALDO/GADKIN	IMPERIAL/IMPERIAL IND. E COM.	CRISTAL/CRISTAL	DA CASA/N.J.F. IND. E COM.	DONA DÉ/N.J.F. IND. E COM.	39,1

Líderes de vendas

Café com Leite

BRASIL

- 1^a 3CORACÕES/3CORACÕES
- 2^a SANTA CLARA/3CORACÕES
- 3^a MELITTA/MELITTA
- 4^a NESCAFÉ/NESTLÉ
- 5^a MARATÁ/MARATÁ

Participação Top 5

94,0%

ÁREA 1

Nordeste

- 1^a SANTA CLARA/3CORACÕES
 - 2^a 3CORACÕES/3CORACÕES
 - 3^a MARATÁ/MARATÁ
 - 4^a SÃO BRAZ/SÃO BRAZ
 - 5^a NESCAFÉ/NESTLÉ
- Top 5** 93,7%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

- 3CORACÕES/3CORACÕES
 - NESCAFÉ/NESTLÉ
 - MELITTA/MELITTA
 - IGUAÇU/3CORACÕES
 - SANTA CLARA/3CORACÕES
- 99,0%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

- 3CORACÕES/3CORACÕES
 - NESCAFÉ/NESTLÉ
 - MELITTA/MELITTA
 - IGUAÇU/3CORACÕES
 - *Não declarado
- 100,0%

ÁREA 4

Grande São Paulo

- 3CORACÕES/3CORACÕES
 - NESCAFÉ/NESTLÉ
 - MELITTA/MELITTA
 - IGUAÇU/3CORACÕES
 - *Não declarado
- 100,0%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

- 1^a 3CORACÕES/3CORACÕES
 - 2^a NESCAFÉ/NESTLÉ
 - 3^a MELITTA/MELITTA
 - 4^a LA SANTE/LA SANTE
 - 5^a IGUAÇU/3CORACÕES
- Top 5** 100,0%

ÁREA 6

PR, SC e RS

- 3CORACÕES/3CORACÕES
 - MELITTA/MELITTA
 - NESCAFÉ/NESTLÉ
 - IGUAÇU/3CORACÕES
 - JANDAIA/JANDAIA
- 99,4%

ÁREA 7

MS, GO e DF

- 3CORACÕES/3CORACÕES
 - NESCAFÉ/NESTLÉ
 - MELITTA/MELITTA
 - SANTA CLARA/3CORACÕES
 - *Não declarado
- 100,0%



NÓS



CAFÉ COM LEITE

Pelo segundo ano consecutivo, liderança nacional em vendas na categoria Café com Leite.

O CAFÉ DE QUEM AMA CAFÉ

Líderes de vendas

Café em Pó

BRASIL

- 1ª **PILÃO/JDE**
- 2ª **MELITTA/MELITTA**
- 3ª **3CORações/3CORações**
- 4ª **CABOCLO/JDE**
- 5ª **SANTA CLARA/3CORações**

Participação Top 5

59,7%

ÁREA 1

Nordeste

- 1ª SANTA CLARA/3CORações
 - 2ª PILÃO/JDE
 - 3ª MARATÁ/MARATÁ
 - 4ª MELITTA/MELITTA
 - 5ª 3CORações/3CORações
- Top 5** 74,8%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

- 3CORações/3CORações
 - PILÃO/JDE
 - MELITTA/MELITTA
 - FORT/3CORações
 - CAFÉ BH/3CORações
- 59,3%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

- PILÃO/JDE
 - PIMPINELA/3CORações
 - MELITTA/MELITTA
 - EVOLUTTO/COOXUPÉ
 - 3CORações/3CORações
- 89,5%

ÁREA 4

Grande São Paulo

- PILÃO/JDE
 - 3CORações/3CORações
 - MELITTA/MELITTA
 - PELÉ/JDE
 - FORT/3CORações
- 84,8%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

- 1ª 3CORações/3CORações
 - 2ª MELITTA/MELITTA
 - 3ª PILÃO/JDE
 - 4ª CABOCLO/JDE
 - 5ª CAFÉ BRASILEIRO/MITSUI
- Top 5** 61,5%

ÁREA 6

PR, SC e RS

- MELITTA/MELITTA
 - 3CORações/3CORações
 - CABOCLO/JDE
 - DAMASCO/JDE
 - BOM JESUS/MELITTA
- 72,5%

ÁREA 7

MS, GO e DF

- 3CORações/3CORações
 - DO SÍTIO/CAFÉ DO SÍTIO
 - EXPORT/CAFÉ EXPORT
 - MOINHO FINO/DICASA IND.COM.
 - MELITTA/MELITTA
- 53,1%

O melhor café que há!



  @marataoficial

www.marata.com.br

Líderes de vendas

Caramelos/Drops/Pastilhas

BRASIL

1ª MENTOS/PERFETTI VAN MELLE

2ª BUTTER TOFFEES/ARCOR

3ª HALLS/MONDELÉZ

4ª TIC-TAC/FERRERO

5ª SKITTLES/MARS

Participação Top 5

87,5%

ÁREA 1

Nordeste

- 1ª MENTOS/PERFETTI VAN MELLE
 2ª HALLS/MONDELÉZ
 3ª BUTTER TOFFEES/ARCOR
 4ª TIC-TAC/FERRERO
 5ª FRUITTELLA/PERFETTI VAN MELLE
Top 5 88,3%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

- MENTOS/PERFETTI VAN MELLE
 BUTTER TOFFEES/ARCOR
 HALLS/MONDELÉZ
 TIC-TAC/FERRERO
 FRUITTELLA/PERFETTI VAN MELLE
 83,8%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

- BUTTER TOFFEES/ARCOR
 TIC-TAC/FERRERO
 MENTOS/PERFETTI VAN MELLE
 HALLS/MONDELÉZ
 SKITTLES/MARS
 92,0%

ÁREA 4

Grande São Paulo

- MENTOS/PERFETTI VAN MELLE
 HALLS/MONDELÉZ
 BUTTER TOFFEES/ARCOR
 TIC-TAC/FERRERO
 SKITTLES/MARS
 88,0%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

- 1ª MENTOS/PERFETTI VAN MELLE
 2ª HALLS/MONDELÉZ
 3ª TIC-TAC/FERRERO
 4ª BUTTER TOFFEES/ARCOR
 5ª SKITTLES/MARS
Top 5 87,1%

ÁREA 6

PR, SC e RS

- MENTOS/PERFETTI VAN MELLE
 HALLS/MONDELÉZ
 TIC-TAC/FERRERO
 BUTTER TOFFEES/ARCOR
 FRUITTELLA/PERFETTI VAN MELLE
 90,5%

ÁREA 7

MS, GO e DF

- MENTOS/PERFETTI VAN MELLE
 BUTTER TOFFEES/ARCOR
 HALLS/MONDELÉZ
 TIC-TAC/FERRERO
 SKITTLES/MARS
 89,6%

A PREFERIDA DOS CONSUMIDORES É TAMBÉM A NÚMERO 1 DO BRASIL!

mentos®

Nossa bala, crocante por fora e macia por dentro, segue sendo a mais escolhida do Brasil! **Afinal, quem diz não a Mentos?**

Mentos Balas é **1o lugar** na categoria de Caramelo, Drops e Pastilhas!*



Líderes de vendas

Conserva Vegetal

BRASIL

- 1ª **PREDILECTA/PREDILECTA**
- 2ª **QUERO/KRAFT HEINZ**
- 3ª **FUGINI/FUGINI ALIMENTOS**
- 4ª **KNORR/UNILEVER**
- 5ª **BONDUELLE/BONDUELLE**

Participação Top 5

67,0%

ÁREA 1

Nordeste

- 1ª QUERO/KRAFT HEINZ
 - 2ª PREDILECTA/PREDILECTA
 - 3ª FUGINI/FUGINI ALIMENTOS
 - 4ª KNORR/UNILEVER
 - 5ª BONDUELLE/BONDUELLE
- Top 5** 80,8%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

- PREDILECTA/PREDILECTA
 - MINAS MAIS/PREDILECTA
 - FUGINI/FUGINI ALIMENTOS
 - QUERO/KRAFT HEINZ
 - KNORR/UNILEVER
- 81,2%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

- PREDILECTA/PREDILECTA
 - BONDUELLE/BONDUELLE
 - QUERO/KRAFT HEINZ
 - KNORR/UNILEVER
 - OLÉ/CONSERVAS OLÉ
- 77,7%

ÁREA 4

Grande São Paulo

- QUERO/KRAFT HEINZ
 - BONDUELLE/BONDUELLE
 - KNORR/UNILEVER
 - PREDILECTA/PREDILECTA
 - FUGINI/FUGINI ALIMENTOS
- 82,5%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

- 1ª QUERO/KRAFT HEINZ
 - 2ª KNORR/UNILEVER
 - 3ª PREDILECTA/PREDILECTA
 - 4ª BONDUELLE/BONDUELLE
 - 5ª FUGINI/FUGINI ALIMENTOS
- Top 5** 85,1%

ÁREA 6

PR, SC e RS

- HEMMER/HEMMER ALIMENTOS
 - ODERICH/ODERICH
 - QUERO/KRAFT HEINZ
 - PREDILECTA/PREDILECTA
 - FUGINI/FUGINI ALIMENTOS
- 57,9%

ÁREA 7

MS, GO e DF

- QUERO/KRAFT HEINZ
 - FUGINI/FUGINI ALIMENTOS
 - PREDILECTA/PREDILECTA
 - KNORR/UNILEVER
 - BONARE/GOIÁS VERDE ALIM.
- 73,0%



1º LUGAR EM VENDAS

Prêmio ABRAS 2022 | Categoria Vegetais

A Predilecta Alimentos agradece a todos os envolvidos pelo reconhecimento de nosso esforço e dedicação que nos levaram a alcançar o **primeiro lugar** em vendas na categoria vegetais em premiação da ABRAS 2022.



Líderes de vendas

Farinha de Trigo

BRASIL

- 1^a DONA BENTA/J. MACEDO
- 2^a ROSA BRANCA/CRUZEIRO DO SUL
- 3^a FINNA/M. DIAS BRANCO
- 4^a ANACONDA/ANACONDA
- 5^a RENATA/SELM

Participação Top 5

40,5%

ÁREA 1

Nordeste

- 1^a FINNA/M. DIAS BRANCO
 - 2^a DONA BENTA/J. MACEDO
 - 3^a ROSA BRANCA/CRUZEIRO DO SUL
 - 4^a SARANDI/MOINHOS DE TRIGO ÍNDIGENA MOTRISA
 - 5^a DONA MARIA/GRANDE MOINHO CEARENSE
- Top 5** 90,2%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

- VILMA/DOMINGOS DA COSTA
 - NÚMERO UM/BUAIZ
 - ROSA BRANCA/CRUZEIRO DO SUL
 - DONA BENTA/J. MACEDO
 - REGINA/BUAIZ
- 62,4%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

- ROSA BRANCA/CRUZEIRO DO SUL
 - BOA SORTE/J. MACEDO
 - ÚTIL/MOINHO VERA CRUZ
 - DONA BENTA/J. MACEDO
 - TRÊS COROAS/CRUZEIRO DO SUL
- 79,0%

ÁREA 4

Grande São Paulo

- DONA BENTA/J. MACEDO
 - RENATA/SELM
 - SOL/J. MACEDO
 - ROSA BRANCA/CRUZEIRO DO SUL
 - GLOBO/MOINHO GLOBO
- 77,2%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

- 1^a DONA BENTA/J. MACEDO
 - 2^a NITA/MOINHO PAULISTA
 - 3^a RENATA/SELM
 - 4^a ROSA BRANCA/CRUZEIRO DO SUL
 - 5^a FAMÍLIA VENTURELLI/MOINHO GLOBO
- Top 5** 71,2%

ÁREA 6

PR, SC e RS

- ANACONDA/ANACONDA
 - ORQUÍDEA/TONDO
 - NORDESTE/MOINHO DO NORDESTE
 - VENTURELLI/MOINHO GLOBO
 - MARIA INÊS/ANTONIAZZI & CIA.
- 58,5%

ÁREA 7

MS, GO e DF

- DALLAS/MOINHO DALLAS
 - ROSA BRANCA/CRUZEIRO DO SUL
 - PRIMOR/BUNGE
 - EMEGÊ/EMEGÊ
 - CRISTAL/CRISTAL ALIMENTOS
- 53,5%

Dona Benta e os ingredientes para uma receita de sucesso!

- **Confiança:** marca Top of Mind.
- **Qualidade:** referência da categoria.
- **Variedade:** portfólio com produtos para diversos tipos de preparações e uso.
- **Reconhecimento:** 23 anos de liderança.

Dona Benta

Receita de carinho



FARINHA TIPO 1

A CLÁSSICA E PREMIADÍSSIMA!

Multiuso e pode ser utilizada em diversas receitas.



FARINHA COM FERMENTO

Quantidade ideal de fermento, agrega praticidade na preparação de bolos, tortas e panquecas.



FARINHA RESERVA ESPECIAL

Produzida com a parte mais nobre do trigo. Altíssimo grau de pureza, leveza e cor branquinha.



FARINHA 100% INTEGRAL

Processo artesanal (moinho de pedra), preserva os nutrientes do trigo, tais como, fibras, vitaminas e minerais.



FARINHA ESPECIALIDADES

Uma versão especial para cada tipo de preparação: massas, pães e pizza.



FERMENTO QUÍMICO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	ROYAL/MONDELÉZ	DR. OETKER/DR. OETKER	DONA BENTA/J. MACEDO	FLEISCHMANN/AB BRASIL	APTI/APTI	98,0
NORDESTE	ROYAL/MONDELÉZ	DR. OETKER/DR. OETKER	DONA BENTA/J. MACEDO	FLEISCHMANN/AB BRASIL	APTI/APTI	99,5
MG, ES, INT. RJ	ROYAL/MONDELÉZ	DR. OETKER/DR. OETKER	FLEISCHMANN/AB BRASIL	DONA BENTA/J. MACEDO	APTI/APTI	99,7
GRANDE RJ	ROYAL/MONDELÉZ	DR. OETKER/DR. OETKER	DONA BENTA/J. MACEDO	FLEISCHMANN/AB BRASIL	APTI/APTI	99,2
GRANDE SP	ROYAL/MONDELÉZ	DR. OETKER/DR. OETKER	DONA BENTA/J. MACEDO	FLEISCHMANN/AB BRASIL	NITA/MOINHO PAULISTA	98,6
INTERIOR SP	ROYAL/MONDELÉZ	DR. OETKER/DR. OETKER	DONA BENTA/J. MACEDO	FLEISCHMANN/AB BRASIL	NITA/MOINHO PAULISTA	97,5
SUL	ROYAL/MONDELÉZ	DR. OETKER/DR. OETKER	FLEISCHMANN/AB BRASIL	APTI/APTI	MONOPOL/MONOPOL	97,6
MS, GO e DF	ROYAL/MONDELÉZ	DR. OETKER/DR. OETKER	FLEISCHMANN/AB BRASIL	APTI/APTI	DONA BENTA/J. MACEDO	99,8

FÓRMULA INFANTIL

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	NAN/NESTLÉ	APTAMIL/DANONE EARLY NUTRITION	NESTOGENO/NESTLÉ	SUPRASOY/JOSAPAR	ENFAMIL/RECKITT BENCKISER	98,6
NORDESTE	NAN/NESTLÉ	NESTOGENO/NESTLÉ	SUPRASOY/JOSAPAR	APTAMIL/DANONE EARLY NUTRITION	MILNUTRI/DANONE EARLY NUTRITION	99,9
MG, ES, INT. RJ	APTAMIL/DANONE EARLY NUTRITION	NAN/NESTLÉ	NESTOGENO/NESTLÉ	SUPRASOY/JOSAPAR	MILUPA/DANONE EARLY NUTRITION	98,3
GRANDE RJ	APTAMIL/DANONE EARLY NUTRITION	NAN/NESTLÉ	NESTOGENO/NESTLÉ	SUPRASOY/JOSAPAR	ENFAMIL/RECKITT BENCKISER	98,1
GRANDE SP	NAN/NESTLÉ	APTAMIL/DANONE EARLY NUTRITION	NESTOGENO/NESTLÉ	ENFAMIL/RECKITT BENCKISER	SUPRASOY/JOSAPAR	98,4
INTERIOR SP	NAN/NESTLÉ	APTAMIL/DANONE EARLY NUTRITION	NESTOGENO/NESTLÉ	ENFAMIL/RECKITT BENCKISER	SUPRASOY/JOSAPAR	98,7
SUL	NAN/NESTLÉ	APTAMIL/DANONE EARLY NUTRITION	NESTOGENO/NESTLÉ	SUPRASOY/JOSAPAR	MILUPA/DANONE EARLY NUTRITION	99,5
MS, GO e DF	NAN/NESTLÉ	NESTOGENO/NESTLÉ	APTAMIL/DANONE EARLY NUTRITION	SUPRASOY/JOSAPAR	ENFAMIL/RECKITT BENCKISER	99,8

GELEIA

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	QUEENSBERRY/HERO BRASIL	RITTER/RITTER	ST. DALFOUR/ST. DALFOUR	LINEA/LINEA SUCRALOSE	HOMEMADE/HOMEMADE	73,2
NORDESTE	QUEENSBERRY/HERO BRASIL	LINEA/LINEA SUCRALOSE	HOMEMADE/HOMEMADE	ST. DALFOUR/ST. DALFOUR	PREDILECTA/PREDILECTA	82,6
MG, ES, INT. RJ	QUEENSBERRY/HERO BRASIL	LINEA/LINEA SUCRALOSE	PREDILECTA/PREDILECTA	ST. DALFOUR/ST. DALFOUR	LA VIEJA/ANGEL CAMACHO ALIM.	76,5
GRANDE RJ	QUEENSBERRY/HERO BRASIL	RITTER/RITTER	ST. DALFOUR/ST. DALFOUR	LINEA/LINEA SUCRALOSE	PREDILECTA/PREDILECTA	75,5
GRANDE SP	QUEENSBERRY/HERO BRASIL	ST. DALFOUR/ST. DALFOUR	LINEA/LINEA SUCRALOSE	HOMEMADE/HOMEMADE	RITTER/RITTER	81,3
INTERIOR SP	QUEENSBERRY/HERO BRASIL	ST. DALFOUR/ST. DALFOUR	LINEA/LINEA SUCRALOSE	HOMEMADE/HOMEMADE	PREDILECTA/PREDILECTA	81,6
SUL	RITTER/RITTER	QUEENSBERRY/HERO BRASIL	FORNO VELHO/DOCES FORNO VELHO	LINEA/LINEA SUCRALOSE	PIÁ/PIÁ	65,9
MS, GO e DF	QUEENSBERRY/HERO BRASIL	ST. DALFOUR/ST. DALFOUR	LINEA/LINEA SUCRALOSE	PREDILECTA/PREDILECTA	HOMEMADE/HOMEMADE	88,8

GOMA DE MASCAR

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	TRIDENT/MONDELÉZ	MENTOS/PERFETTI VAN MELLE	FINI/SANCHEZ CANO	BOLETE/DORI	BUBBALOO/MONDELÉZ	96,7
NORDESTE	TRIDENT/MONDELÉZ	MENTOS/PERFETTI VAN MELLE	FINI/SANCHEZ CANO	BIG BIG/ARCOR	BOLETE/DORI	95,7
MG, ES, INT. RJ	TRIDENT/MONDELÉZ	MENTOS/PERFETTI VAN MELLE	FINI/SANCHEZ CANO	BOLETE/DORI	CHERRY POP/SIMAS ALIMENTOS	96,5
GRANDE RJ	TRIDENT/MONDELÉZ	MENTOS/PERFETTI VAN MELLE	FINI/SANCHEZ CANO	BOLETE/DORI	BUBBALOO/MONDELÉZ	97,2
GRANDE SP	TRIDENT/MONDELÉZ	MENTOS/PERFETTI VAN MELLE	FINI/SANCHEZ CANO	BOLETE/DORI	BUBBALOO/MONDELÉZ	97,6
INTERIOR SP	TRIDENT/MONDELÉZ	MENTOS/PERFETTI VAN MELLE	FINI/SANCHEZ CANO	BOLETE/DORI	FREEGELLS/RICLAN	97,7
SUL	TRIDENT/MONDELÉZ	MENTOS/PERFETTI VAN MELLE	FINI/SANCHEZ CANO	BOLETE/DORI	BUBBALOO/MONDELÉZ	97,2
MS, GO e DF	TRIDENT/MONDELÉZ	MENTOS/PERFETTI VAN MELLE	FINI/SANCHEZ CANO	BOLETE/DORI	BUBBALOO/MONDELÉZ	95,7

LEITE COM SABOR

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	TODDYNHO/PEPSICO	YOPRO/DANONE	NESSCAU/NESTLÉ	PIRAKIDS/LAT. BELA VISTA	ITAMBÉ/LACTALIS	66,4
NORDESTE	NESSCAU/NESTLÉ	YOPRO/DANONE	TODDYNHO/PEPSICO	BETÂNIA/CBL	ITAMBÉ/LACTALIS	78,3
MG, ES, INT. RJ	TODDYNHO/PEPSICO	YOPRO/DANONE	IBITURUNA/COOP. VALE DO RIO DOCE	ITAMBÉ/LACTALIS	ALEGRIÑO/PORTO ALEGRE	63,0
GRANDE RJ	TODDYNHO/PEPSICO	YOPRO/DANONE	NESSCAU/NESTLÉ	QUATÁ/QUATÁ	ITAMBÉ/LACTALIS	82,4
GRANDE SP	TODDYNHO/PEPSICO	YOPRO/DANONE	NESSCAU/NESTLÉ	ITALAKINHO/GOIASMINAS	SHEFA/SHEFA	77,8
INTERIOR SP	TODDYNHO/PEPSICO	YOPRO/DANONE	NESSCAU/NESTLÉ	ITALAKINHO/GOIASMINAS	LÍDER/NOVA ESPERANÇA	72,0
SUL	TODDYNHO/PEPSICO	YOPRO/DANONE	NESSCAU/NESTLÉ	CHOCOMILK/LACTALIS	PIRAKIDS/LAT. BELA VISTA	54,4
MS, GO e DF	TODDYNHO/PEPSICO	YOPRO/DANONE	PIRAKIDS/LAT. BELA VISTA	NESSCAU/NESTLÉ	PIRACANJUBA/LAT. BELA VISTA	71,7

LEITE CONDENSADO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	MOÇA/NESTLÉ	ITALAC/GOIASMINAS	PIRACANIUBA/LAT. BELA VISTA	ITAMBÉ/LACTALIS	CAMPONESA/EMBARÉ	75,5
NORDESTE	MOÇA/NESTLÉ	PIRACANIUBA/LAT. BELA VISTA	ITALAC/GOIASMINAS	BETÂNIA/CBL	ITAMBÉ/LACTALIS	83,2
MG, ES, INT. RJ	MOÇA/NESTLÉ	ITALAC/GOIASMINAS	PIRACANIUBA/LAT. BELA VISTA	CEMIL/CEMIL	CAMPONESA/EMBARÉ	76,5
GRANDE RJ	ITALAC/GOIASMINAS	MOÇA/NESTLÉ	GLÓRIA/NOVA MIX	PIRACANIUBA/LAT. BELA VISTA	ITAMBÉ/LACTALIS	92,1
GRANDE SP	MOÇA/NESTLÉ	ITALAC/GOIASMINAS	PIRACANIUBA/LAT. BELA VISTA	ITAMBÉ/LACTALIS	MOCOCA/MOCOCA	87,1
INTERIOR SP	MOÇA/NESTLÉ	ITALAC/GOIASMINAS	PIRACANIUBA/LAT. BELA VISTA	ITAMBÉ/LACTALIS	JUSSARA/JUSSARA	86,0
SUL	MOÇA/NESTLÉ	PIRACANIUBA/LAT. BELA VISTA	TIROL/TIROL	FRIMESA/FRIMESA	ITALAC/GOIASMINAS	78,6
MS, GO e DF	MOÇA/NESTLÉ	PIRACANIUBA/LAT. BELA VISTA	ITALAC/GOIASMINAS	ITAMBÉ/LACTALIS	CEMIL/CEMIL	77,6

LEITE EM PÓ

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	NINHO/NESTLÉ	ITAMBÉ/LACTALIS	PIRACANIUBA/LAT. BELA VISTA	MOLICO/NESTLÉ	ITALAC/GOIASMINAS	73,6
NORDESTE	NINHO/NESTLÉ	ITAMBÉ/LACTALIS	PIRACANIUBA/LAT. BELA VISTA	CAMPONESA/EMBARÉ	LA SERENÍSSIMA/LEITE SOL	79,0
MG, ES, INT. RJ	NINHO/NESTLÉ	ITAMBÉ/LACTALIS	ITALAC/GOIASMINAS	PIRACANIUBA/LAT. BELA VISTA	CAMPONESA/EMBARÉ	78,3
GRANDE RJ	NINHO/NESTLÉ	AURORA/AURORA	MOLICO/NESTLÉ	ITAMBÉ/LACTALIS	ITALAC/GOIASMINAS	80,2
GRANDE SP	NINHO/NESTLÉ	ITAMBÉ/LACTALIS	MOLICO/NESTLÉ	LA SERENÍSSIMA/LEITE SOL	ITALAC/GOIASMINAS	83,8
INTERIOR SP	NINHO/NESTLÉ	ITAMBÉ/LACTALIS	ITALAC/GOIASMINAS	MOLICO/NESTLÉ	LA SERENÍSSIMA/LEITE SOL	82,3
SUL	NINHO/NESTLÉ	PIRACANIUBA/LAT. BELA VISTA	MOLICO/NESTLÉ	TIROL/TIROL	AURORA/AURORA	72,9
MS, GO e DF	NINHO/NESTLÉ	ITAMBÉ/LACTALIS	PIRACANIUBA/LAT. BELA VISTA	MOLICO/NESTLÉ	ITALAC/GOIASMINAS	91,1

LEITE LONGA VIDA - DESNATADO/SEMIDENATADO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	PIRACANIUBA/LAT. BELA VISTA	ITALAC/GOIASMINAS	PARMALAT/LACTALIS	TIROL/TIROL	ITAMBÉ/LACTALIS	44,4
NORDESTE	BETÂNIA/CBL	PIRACANIUBA/LAT. BELA VISTA	ELEGÊ/LACTALIS	ITALAC/GOIASMINAS	ITAMBÉ/LACTALIS	77,0
MG, ES, INT. RJ	ITAMBÉ/LACTALIS	CAMPONESA/EMBARÉ	PORTO ALEGRE/LAT. PORTO ALEGRE	ITALAC/GOIASMINAS	PIRACANIUBA/LAT. BELA VISTA	72,3
GRANDE RJ	ELEGÊ/LACTALIS	ITALAC/GOIASMINAS	MOLICO/NESTLÉ	PARMALAT/LACTALIS	NINHO/NESTLÉ	62,9
GRANDE SP	ITALAC/GOIASMINAS	PAULISTA/DANONE	PARMALAT/LACTALIS	PIRACANIUBA/LAT. BELA VISTA	MOLICO/NESTLÉ	61,7
INTERIOR SP	ITALAC/GOIASMINAS	PIRACANIUBA/LAT. BELA VISTA	JUSSARA/JUSSARA	PAULISTA/DANONE	PARMALAT/LACTALIS	55,5
SUL	TIROL/TIROL	PIRACANIUBA/LAT. BELA VISTA	SANTA CLARA/COOP. SANTA CLARA	PARMALAT/LACTALIS	PIÁ/COOP. NOVA PETRÓPOLIS	55,5
MS, GO e DF	PIRACANIUBA/LAT. BELA VISTA	ITALAC/GOIASMINAS	LEITBOM/LAT. BELA VISTA	PARMALAT/LACTALIS	ITAMBÉ/LACTALIS	82,7

LEITE LONGA VIDA - INTEGRAL

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	ITALAC/GOIASMINAS	TIROL/TIROL	PARMALAT/LACTALIS	PIRACANIUBA/LAT. BELA VISTA	JUSSARA/JUSSARA	39,1
NORDESTE	BETÂNIA/CBL	ELEGÊ/LACTALIS	PIRACANIUBA/LAT. BELA VISTA	ITALAC/GOIASMINAS	JAGUARIBE/CBL	73,0
MG, ES, INT. RJ	CAMPONESA/EMBARÉ	ITAMBÉ/LACTALIS	PORTO ALEGRE/LAT. PORTO ALEGRE	ITALAC/GOIASMINAS	IBITURUNA/COOP. VALE DO RIO DOCE	59,5
GRANDE RJ	ITALAC/GOIASMINAS	ELEGÊ/LACTALIS	QUATÁ/QUATÁ	NINHO/NESTLÉ	TIROL/TIROL	61,3
GRANDE SP	ITALAC/GOIASMINAS	JUSSARA/JUSSARA	PARMALAT/LACTALIS	NINHO/NESTLÉ	HÉRCULES/FRANCISCO RODRIGUES SIMÕES	56,7
INTERIOR SP	ITALAC/GOIASMINAS	JUSSARA/JUSSARA	LÍDER/ARC	PIRACANIUBA/LAT. BELA VISTA	PARMALAT/LACTALIS	57,0
SUL	TIROL/TIROL	LÍDER/ARC	SANTA CLARA/COOP. SANTA CLARA	PARMALAT/LACTALIS	LATVIDA/IND. DE ALIM. ESTRELA	56,8
MS, GO e DF	ITALAC/GOIASMINAS	PIRACANIUBA/LAT. BELA VISTA	TIROL/TIROL	PARMALAT/LACTALIS	MANÁ/MANÁ	56,3


MAIONESE

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	HELLMANN'S/UNILEVER	HEINZ/KRAFT HEINZ	HEMMER/HEMMER ALIMENTOS	LIZA/CARGILL	QUERO/KRAFT HEINZ	89,0
NORDESTE	HELLMANN'S/UNILEVER	HEINZ/KRAFT HEINZ	QUERO/KRAFT HEINZ	ARISCO/UNILEVER	HEMMER/HEMMER ALIMENTOS	87,9
MG, ES, INT. RJ	HELLMANN'S/UNILEVER	HEINZ/KRAFT HEINZ	HEMMER/HEMMER ALIMENTOS	LIZA/CARGILL	ARISCO/UNILEVER	90,1
GRANDE RJ	HELLMANN'S/UNILEVER	HEINZ/KRAFT HEINZ	ARISCO/UNILEVER	SOYA/BUNGE	HEMMER/HEMMER ALIMENTOS	90,0
GRANDE SP	HELLMANN'S/UNILEVER	HEINZ/KRAFT HEINZ	QUERO/KRAFT HEINZ	HEMMER/HEMMER ALIMENTOS	LIZA/CARGILL	93,5
INTERIOR SP	HELLMANN'S/UNILEVER	HEINZ/KRAFT HEINZ	HEMMER/HEMMER ALIMENTOS	QUERO/KRAFT HEINZ	GOURMET/UNILEVER	91,8
SUL	HELLMANN'S/UNILEVER	HEMMER/HEMMER ALIMENTOS	HEINZ/KRAFT HEINZ	LIZA/CARGILL	ODERICH/ODERICH	91,1
MS, GO e DF	HELLMANN'S/UNILEVER	HEINZ/KRAFT HEINZ	HEMMER/HEMMER ALIMENTOS	QUERO/KRAFT HEINZ	ARISCO/UNILEVER	89,9

Líderes de vendas

Feijão

BRASIL

- 1ª KICALDO/GADKIN
- 2ª CAMIL/CAMIL
- 3ª MÁXIMO/URBANO
- 4ª COMBRASIL/COMBRASIL
- 5ª BROTO LEGAL/BROTO LEGAL

Participação Top 5

26,0%

ÁREA 1

Nordeste

- 1ª KICALDO/GADKIN
 - 2ª DONA DÊ/NJF IND. E COM.
 - 3ª TURQUESA/OASIS
 - 4ª BOM GOSTO/RURAL
 - 5ª CAMIL/CAMIL
- Top 5** 43,4%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

- PINK/PINK
 - CODIL/CODIL ALIMENTOS
 - TARUMÁ/GAIOSO E SILVA
 - COMBRASIL/COMBRASIL
 - GALANTE/NUTRIBEL
- 35,5%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

- MÁXIMO/URBANO
 - COMBRASIL/COMBRASIL
 - NATURAL/NATURAL ALIM.
 - COPA/AGROINDUSTRIAL QUIT. SUL.
 - CARRETEIRO/CAMIL
- 57,2%

ÁREA 4

Grande São Paulo

- CAMIL/CAMIL
 - KICALDO/GADKIN
 - NENÊ/CORTESIA
 - CALDONOBRE/M.M. COM. IMP. EXP.
 - PANTERA/CEREALISTA PANTERA
- 71,4%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

- 1ª CAMIL/CAMIL
 - 2ª BROTO LEGAL/BROTO LEGAL
 - 3ª NENÊ/CORTESIA
 - 4ª EMPÓRIO SÃO JOÃO/CEREALISTA SÃO JOÃO
 - 5ª KICALDO/GADKIN
- Top 5** 47,1%

ÁREA 6

PR, SC e RS

- CALDO BOM/STIVAL
 - PÉ VERMELHO/JMJ
 - PONTAROLLO/PONTAROLLO
 - NAMORADO/CAMIL
 - CALDÃO/BBS
- 46,2%

ÁREA 7

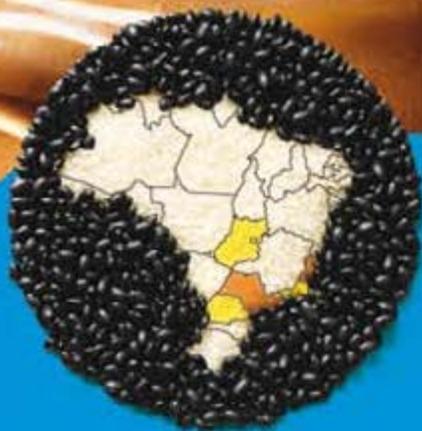
MS, GO e DF

- KICALDO/GADKIN
 - IMPERIAL/IMPERIAL IND. E COM.
 - CRISTAL/CRISTAL
 - DA CASA/NJF IND. E COM.
 - DONA DÊ/NJF IND. E COM.
- 39,1%

QUEM CONHECE QUER NO PRATO,
QUEM CONHECE TEM NA GÔNDOLA!

COMBRASIL

PAZ, PARTE
Desde 1949
DA FAMÍLIA!



Rio de Janeiro, Espírito Santo,
Goiás, Paraná, São Paulo...
Esses estados conhecem a
qualidade Combrasil!



Acesse nosso
catálogo de produtos

Cia. Brasil Central
Comércio e Indústria
(12) 3931 3200
www.combrasil.com

Combrasilimentos
 Combrasil Oficial

Líderes de vendas

Fórmula Infantil

BRASIL

- 1^a NAN/NESTLÉ
- 2^a APTAMIL/DANONE EARLY NUTRITION
- 3^a NESTOGENO/NESTLÉ
- 4^a SUPRASOY/JOSAPAR
- 5^a ENFAMIL/RECKITT BENCKISER

Participação Top 5

98,6%

ÁREA 1

Nordeste

- 1^a NAN/NESTLÉ
 - 2^a NESTOGENO/NESTLÉ
 - 3^a SUPRASOY/JOSAPAR
 - 4^a APTAMIL/DANONE EARLY NUTRITION
 - 5^a MILNUTRI/DANONE EARLY NUTRITION
- Top 5** 99,9%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

- 1^a APTAMIL/DANONE EARLY NUTRITION
 - 2^a NAN/NESTLÉ
 - 3^a NESTOGENO/NESTLÉ
 - 4^a SUPRASOY/JOSAPAR
 - 5^a MILUPA/DANONE EARLY NUTRITION
- 98,3%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

- 1^a APTAMIL/DANONE EARLY NUTRITION
 - 2^a NAN/NESTLÉ
 - 3^a NESTOGENO/NESTLÉ
 - 4^a SUPRASOY/JOSAPAR
 - 5^a ENFAMIL/RECKITT BENCKISER
- 98,1%

ÁREA 4

Grande São Paulo

- 1^a NAN/NESTLÉ
 - 2^a APTAMIL/DANONE EARLY NUTRITION
 - 3^a NESTOGENO/NESTLÉ
 - 4^a ENFAMIL/RECKITT BENCKISER
 - 5^a SUPRASOY/JOSAPAR
- 98,4%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

- 1^a NAN/NESTLÉ
 - 2^a APTAMIL/DANONE EARLY NUTRITION
 - 3^a NESTOGENO/NESTLÉ
 - 4^a ENFAMIL/RECKITT BENCKISER
 - 5^a SUPRASOY/JOSAPAR
- Top 5** 98,7%

ÁREA 6

PR, SC e RS

- 1^a NAN/NESTLÉ
 - 2^a APTAMIL/DANONE EARLY NUTRITION
 - 3^a NESTOGENO/NESTLÉ
 - 4^a SUPRASOY/JOSAPAR
 - 5^a MILUPA/DANONE EARLY NUTRITION
- 99,5%

ÁREA 7

MS, GO e DF

- 1^a NAN/NESTLÉ
 - 2^a NESTOGENO/NESTLÉ
 - 3^a APTAMIL/DANONE EARLY NUTRITION
 - 4^a SUPRASOY/JOSAPAR
 - 5^a ENFAMIL/RECKITT BENCKISER
- 99,8%

COM SUPRASOY EU POSSO

Estamos no

TOP 5

em vendas
na categoria
Fórmula Infantil

Tenha em sua loja um
produto de qualidade
com giro garantido!



APOIO SUPRASOY:

- Promotores;
- Degustações;
- Divulgação de receitas fáceis e saborosas;
- Ações com influenciadores digitais e nutricionistas;
- Distribuição de amostras grátis para nutricionistas;
- Serviço de Atendimento ao Consumidor: 0800 053 1800;
- Investimento constante em comunicação:

🌐 suprasoy.com.br

📘 [suprasoyoficial](https://www.facebook.com/suprasoyoficial)

📷 [experimentesuprasoy](https://www.instagram.com/experimentesuprasoy)

📍 [SupraSoyOficial](https://www.youtube.com/c/SupraSoyOficial)

- Materiais de PDV personalizados:

Clip Strip



Stopper



Wobbler



Destaque de preço



Rolo de gôndola



Precificador



Régua de papel



Supra
soy

Josapar

100 ANOS
ALIMENTANDO
HISTÓRIAS



Líderes de vendas

Geleia

BRASIL

- 1ª QUEENSBERRY/HERO BRASIL
- 2ª RITTER/RITTER
- 3ª ST. DALFOUR/ST. DALFOUR
- 4ª LINEA/LINEA SUCRALOSE
- 5ª HOMEMADE/HOMEMADE

Participação Top 5

73,2%

ÁREA 1

Nordeste

- 1ª QUEENSBERRY/HERO BRASIL
 - 2ª LINEA/LINEA SUCRALOSE
 - 3ª HOMEMADE/HOMEMADE
 - 4ª ST. DALFOUR/ST. DALFOUR
 - 5ª PREDILECTA/PREDILECTA
- Top 5** 82,6%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

- QUEENSBERRY/HERO BRASIL
 - LINEA/LINEA SUCRALOSE
 - PREDILECTA/PREDILECTA
 - ST. DALFOUR/ST. DALFOUR
 - LA VIEJA/ANGEL CAMACHO ALIM.
- 76,5%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

- QUEENSBERRY/HERO BRASIL
 - RITTER/RITTER
 - ST. DALFOUR/ST. DALFOUR
 - LINEA/LINEA SUCRALOSE
 - PREDILECTA/PREDILECTA
- 75,5%

ÁREA 4

Grande São Paulo

- QUEENSBERRY/HERO BRASIL
 - ST. DALFOUR/ST. DALFOUR
 - LINEA/LINEA SUCRALOSE
 - HOMEMADE/HOMEMADE
 - RITTER/RITTER
- 81,3%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

- 1ª QUEENSBERRY/HERO BRASIL
 - 2ª ST. DALFOUR/ST. DALFOUR
 - 3ª LINEA/LINEA SUCRALOSE
 - 4ª HOMEMADE/HOMEMADE
 - 5ª PREDILECTA/PREDILECTA
- Top 5** 81,6%

ÁREA 6

PR, SC e RS

- RITTER/RITTER
 - QUEENSBERRY/HERO BRASIL
 - FORNO VELHO/DOCES FORNO VELHO
 - LINEA/LINEA SUCRALOSE
 - PIÁ/PIÁ
- 65,9%

ÁREA 7

MS, GO e DF

- QUEENSBERRY/HERO BRASIL
 - ST. DALFOUR/ST. DALFOUR
 - LINEA/LINEA SUCRALOSE
 - PREDILECTA/PREDILECTA
 - HOMEMADE/HOMEMADE
- 88,8%

QUEENSBERRY®



1º lugar em vendas



- Campeã de vendas pelo 11º ano consecutivo.
- Liderança nacional na categoria de geleias*.

Share de mercado

41,42%

Sabor e qualidade que refletem essa conquista.

*Fonte: Nielsen Scantrack 2022.

Hero brasil

✉ sac@hero.com.br

f QueensberryOficial

@queensberry

www.queensberry.ind.br

Líderes de vendas

Leite em Pó

BRASIL

- 1^a NINHO/NESTLÉ
- 2^a ITAMBÉ/LACTALIS
- 3^a PIRACANJUBA/LAT. BELA VISTA
- 4^a MOLICO/NESTLÉ
- 5^a ITALAC/GOIASMINAS

Participação Top 5

73,6%

ÁREA 1

Nordeste

- 1^a NINHO/NESTLÉ
 - 2^a ITAMBÉ/LACTALIS
 - 3^a PIRACANJUBA/LAT. BELA VISTA
 - 4^a CAMPONESA/EMBARÉ
 - 5^a LA SERENÍSSIMA/LEITE SOL
- Top 5** 79,0%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

- NINHO/NESTLÉ
 - ITAMBÉ/LACTALIS
 - ITALAC/GOIASMINAS
 - PIRACANJUBA/LAT. BELA VISTA
 - CAMPONESA/EMBARÉ
- 78,3%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

- NINHO/NESTLÉ
 - AURORA/AURORA
 - MOLICO/NESTLÉ
 - ITAMBÉ/LACTALIS
 - ITALAC/GOIASMINAS
- 80,2%

ÁREA 4

Grande São Paulo

- NINHO/NESTLÉ
 - ITAMBÉ/LACTALIS
 - MOLICO/NESTLÉ
 - LA SERENÍSSIMA/LEITE SOL
 - ITALAC/GOIASMINAS
- 83,8%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

- 1^a NINHO/NESTLÉ
 - 2^a ITAMBÉ/LACTALIS
 - 3^a ITALAC/GOIASMINAS
 - 4^a MOLICO/NESTLÉ
 - 5^a LA SERENÍSSIMA/LEITE SOL
- Top 5** 82,3%

ÁREA 6

PR, SC e RS

- NINHO/NESTLÉ
 - PIRACANJUBA/LAT. BELA VISTA
 - MOLICO/NESTLÉ
 - TIROL/TIROL
 - AURORA/AURORA
- 72,9%

ÁREA 7

MS, GO e DF

- NINHO/NESTLÉ
 - ITAMBÉ/LACTALIS
 - PIRACANJUBA/LAT. BELA VISTA
 - MOLICO/NESTLÉ
 - ITALAC/GOIASMINAS
- 91,1%

Família se cultiva todo dia.

E com Camponesa,
é ainda mais gostoso.

Alimentar bons momentos e pessoas melhores para o mundo é o nosso compromisso. E assim, juntos à mesa cultivamos o que há de melhor: a família. Por isso, colocamos carinho e cuidado em tudo o que fazemos para levar o melhor do leite puro do campo, com sabor e nutrição a cada lar desse país. Porque do café da manhã a uma data especial, é sempre oportunidade de compartilhar valores e fortalecer os laços com quem amamos. Afinal, "Família se cultiva todo dia".



[f/leitecamponesa](https://www.facebook.com/leitecamponesa)

[@leitecamponesa](https://www.instagram.com/@leitecamponesa)

leitecamponesa.com.br

"O Ministério da Saúde informa: o aleitamento materno evita infecções e alergias e é recomendado até os 02 (dois) anos de idade ou mais."

Camponesa

Líderes de vendas

Leite Longa Vida - Integral

BRASIL

- 1ª ITALAC/GOIASMINAS
- 2ª TIROL/TIROL
- 3ª PARMALAT/LACTALIS
- 4ª PIRACANJUBA/LAT. BELA VISTA
- 5ª JUSSARA/JUSSARA

Participação Top 5

39,1%

ÁREA 1

Nordeste

- 1ª BETÂNIA/CBL
 - 2ª ELEGÊ/LACTALIS
 - 3ª PIRACANJUBA/LAT. BELA VISTA
 - 4ª ITALAC/GOIASMINAS
 - 5ª JAGUARIBE/CBL
- Top 5** 73,0%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

- CAMPONESA/EMBARÉ
 - ITAMBÉ/LACTALIS
 - PORTO ALEGRE/LAT. PORTO ALEGRE
 - ITALAC/GOIASMINAS
 - IBITURUNA/COOP. VALE DO RIO DOCE
- 59,5%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

- ITALAC/GOIASMINAS
 - ELEGÊ/LACTALIS
 - QUATÁ/QUATÁ
 - NINHO/NESTLÉ
 - TIROL/TIROL
- 61,3%

ÁREA 4

Grande São Paulo

- ITALAC/GOIASMINAS
 - JUSSARA/JUSSARA
 - PARMALAT/LACTALIS
 - NINHO/NESTLÉ
 - HÉRCULES/FRANCISCO RODRIGUES SIMÕES
- 56,7%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

- 1ª ITALAC/GOIASMINAS
 - 2ª JUSSARA/JUSSARA
 - 3ª LÍDER/ARC
 - 4ª PIRACANJUBA/LAT. BELA VISTA
 - 5ª PARMALAT/LACTALIS
- Top 5** 57,0%

ÁREA 6

PR, SC e RS

- TIROL/TIROL
 - LÍDER/ARC
 - SANTA CLARA/COOP. SANTA CLARA
 - PARMALAT/LACTALIS
 - LATVIDA/IND. DE ALIM. ESTRELA
- 56,8%

ÁREA 7

MS, GO e DF

- ITALAC/GOIASMINAS
 - PIRACANJUBA/LAT. BELA VISTA
 - TIROL/TIROL
 - PARMALAT/LACTALIS
 - MANÁ/MANÁ
- 56,3%

Italac
Lá em casa tem.



Italac, a marca de lácteos mais comprada do Brasil*, também é Top3 entre todas as marcas de bens de consumo do país.

Fonte: *Kantar divisão Worldpanel, Brand Footprint 2021.

© MINISTÉRIO DA SAÚDE INFORMA: O ALIMENTAMENTO MATERNO EVITA INFECÇÕES E ALERGIAS E É RECOMENDADO ATÉ 24 E DOIS ANOS DE IDADE DO BEBÊ.

MASSA ALIMENTÍCIA

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	BARILLA/BARILLA	GALO/SELMI	RENATA/SELMI	SANTA AMÁLIA/SANTA AMÁLIA	ADRIA/M. DIAS BRANCO	42,1
NORDESTE	VITARELLA/M. DIAS BRANCO	FORTALEZA/M. DIAS BRANCO	ESTRELA/M. DIAS BRANCO	BONSABOR/M. DIAS BRANCO	BARILLA/BARILLA	64,0
MG, ES, INT. RJ	SANTA AMÁLIA/SANTA AMÁLIA	VILMA/DOMINGOS DA COSTA	GALO/SELMI	BARILLA/BARILLA	ALDENTE/M. DIAS BRANCO	74,0
GRANDE RJ	ADRIA/M. DIAS BRANCO	GALO/SELMI	ALDENTE/M. DIAS BRANCO	RENATA/SELMI	PIRAQUÊ/M. DIAS BRANCO	60,7
GRANDE SP	BARILLA/BARILLA	ADRIA/M. DIAS BRANCO	RENATA/SELMI	DONA BENTA/J. MACEDO	PETYBON/J. MACEDO	80,2
INTERIOR SP	RENATA/SELMI	BARILLA/BARILLA	BASILAR/M. DIAS BRANCO	GALO/SELMI	ADRIA/M. DIAS BRANCO	65,7
SUL	ISABELA/M. DIAS BRANCO	GALO/SELMI	BARILLA/BARILLA	KELLOGG'S/KELLOGG'S	ORQUÍDEA/TONDO	53,2
MS, GO e DF	BARILLA/BARILLA	GALO/SELMI	CRISTAL/CRISTAL ALIMENTOS	DALLAS/DALLAS	RENATA/SELMI	58,8

MASSA INSTANTÂNEA

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	NISSIN/NISSIN FOODS	CUP NOODLES/NISSIN FOODS	TURMA DA MÔNICA/NISSIN FOODS	RENATA/SELMI	PANCO/PANCO	91,2
NORDESTE	NISSIN/NISSIN FOODS	CUP NOODLES/NISSIN FOODS	VITARELLA/M. DIAS BRANCO	MARATÁ/MARATÁ	TURMA DA MÔNICA/NISSIN FOODS	92,0
MG, ES, INT. RJ	NISSIN/NISSIN FOODS	CUP NOODLES/NISSIN FOODS	TURMA DA MÔNICA/NISSIN FOODS	SANTA AMÁLIA/SANTA AMÁLIA	VILMA/DOMINGOS DA COSTA	93,5
GRANDE RJ	NISSIN/NISSIN FOODS	CUP NOODLES/NISSIN FOODS	TURMA DA MÔNICA/NISSIN FOODS	RENATA/SELMI	CADORE/CADORE	95,3
GRANDE SP	NISSIN/NISSIN FOODS	CUP NOODLES/NISSIN FOODS	TURMA DA MÔNICA/NISSIN FOODS	PANCO/PANCO	RENATA/SELMI	97,0
INTERIOR SP	NISSIN/NISSIN FOODS	CUP NOODLES/NISSIN FOODS	TURMA DA MÔNICA/NISSIN FOODS	RENATA/SELMI	PANCO/PANCO	96,6
SUL	NISSIN/NISSIN FOODS	CUP NOODLES/NISSIN FOODS	TURMA DA MÔNICA/NISSIN FOODS	RENATA/SELMI	ISABELA/M. DIAS BRANCO	94,1
MS, GO e DF	NISSIN/NISSIN FOODS	CUP NOODLES/NISSIN FOODS	TURMA DA MÔNICA/NISSIN FOODS	SANDELLA/GSA	ADORALLE/ADORALLE	94,0

MISTURA PARA BOLOS/DOCES E SALGADOS

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	FLEISCHMANN/AB BRASIL	DONA BENTA/J. MACEDO	DR. OETKER/DR. OETKER	ITALAC/GOIASMINAS	VILMA/DOMINGOS DA COSTA	64,5
NORDESTE	DONA BENTA/J. MACEDO	FLEISCHMANN/AB BRASIL	FINNA/M. DIAS BRANCO	MARATÁ/MARATÁ	ITALAC/GOIASMINAS	70,9
MG, ES, INT. RJ	VILMA/DOMINGOS DA COSTA	FLEISCHMANN/AB BRASIL	REGINA/BUAIZ	SANTA AMÁLIA/SANTA AMÁLIA	ITALAC/GOIASMINAS	86,6
GRANDE RJ	ITALAC/GOIASMINAS	FLEISCHMANN/AB BRASIL	DONA BENTA/J. MACEDO	REGINA/BUAIZ	DR. OETKER/DR. OETKER	78,3
GRANDE SP	FLEISCHMANN/AB BRASIL	DONA BENTA/J. MACEDO	DR. OETKER/DR. OETKER	ITALAC/GOIASMINAS	UNIÃO/CAMIL	85,3
INTERIOR SP	DONA BENTA/J. MACEDO	FLEISCHMANN/AB BRASIL	DR. OETKER/DR. OETKER	ITALAC/GOIASMINAS	NITA COOK/MOINHO PAULISTA	81,6
SUL	FLEISCHMANN/AB BRASIL	ORQUÍDEA/TONDO	APTI/APTI	DR. OETKER/DR. OETKER	RENATA/SELMI	81,1
MS, GO e DF	FLEISCHMANN/AB BRASIL	DR. OETKER/DR. OETKER	RENATA/SELMI	ITALAC/GOIASMINAS	ADORALLE/ADORALLE	68,5

MISTURAS PARA GELATINAS/SOBREMESAS

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	DR. OETKER/DR. OETKER	ROYAL/MONDELÉZ	APTI/APTI	BRETZKE/BRETZKE	SOL/J. MACEDO	87,4
NORDESTE	DR. OETKER/DR. OETKER	ROYAL/MONDELÉZ	FLEISCHMANN/AB BRASIL	LINEA/LINEA SUCRALOSE	SOL/J. MACEDO	94,6
MG, ES, INT. RJ	DR. OETKER/DR. OETKER	ROYAL/MONDELÉZ	SANTA AMÁLIA/SANTA AMÁLIA	LOWÇUCAR/LIGHTSWEET	GULATINA/GULOZITOS ALIM.	91,6
GRANDE RJ	ROYAL/MONDELÉZ	DR. OETKER/DR. OETKER	SOL/J. MACEDO	BRETZKE/BRETZKE	LOWÇUCAR/LIGHTSWEET	93,3
GRANDE SP	DR. OETKER/DR. OETKER	ROYAL/MONDELÉZ	SOL/J. MACEDO	APTI/APTI	LINEA/LINEA SUCRALOSE	91,7
INTERIOR SP	DR. OETKER/DR. OETKER	ROYAL/MONDELÉZ	SOL/J. MACEDO	APTI/APTI	LOWÇUCAR/LIGHTSWEET	89,5
SUL	DR. OETKER/DR. OETKER	ROYAL/MONDELÉZ	APTI/APTI	BRETZKE/BRETZKE	LOWÇUCAR/LIGHTSWEET	89,9
MS, GO e DF	DR. OETKER/DR. OETKER	ROYAL/MONDELÉZ	FLEISCHMANN/AB BRASIL	APTI/APTI	PREDILECTA/PREDILECTA	92,5

MOLHO PARA SALADA

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	LIZA/CARGILL	HELLMANN'S/UNILEVER	KENKO/SAKURA	CASTELO/CASTELO ALIMENTOS	KI SABOR/CERTA COM. DE ALIM.	91,3
NORDESTE	LIZA/CARGILL	HELLMANN'S/UNILEVER	KENKO/SAKURA	CASTELO/CASTELO ALIMENTOS	KI SABOR/CERTA COM. DE ALIM.	94,5
MG, ES, INT. RJ	LIZA/CARGILL	KENKO/SAKURA	HELLMANN'S/UNILEVER	CASTELO/CASTELO ALIMENTOS	LALD/BELA MINAS	85,0
GRANDE RJ	LIZA/CARGILL	HELLMANN'S/UNILEVER	CHINEZINHO/CHINEZINHO	KENKO/SAKURA	KI SABOR/CERTA COM. DE ALIM.	90,9
GRANDE SP	LIZA/CARGILL	HELLMANN'S/UNILEVER	KI SABOR/CERTA COM. DE ALIM.	CASTELO/CASTELO ALIMENTOS	KENKO/SAKURA	96,0
INTERIOR SP	LIZA/CARGILL	CASTELO/CASTELO ALIMENTOS	HELLMANN'S/UNILEVER	KI SABOR/CERTA COM. DE ALIM.	KENKO/SAKURA	96,9
SUL	LIZA/CARGILL	HELLMANN'S/UNILEVER	KENKO/SAKURA	CASTELO/CASTELO ALIMENTOS	KI SABOR/CERTA COM. DE ALIM.	95,5
MS, GO e DF	LIZA/CARGILL	HELLMANN'S/UNILEVER	CASTELO/CASTELO ALIMENTOS	KENKO/SAKURA	PREDILECTA/PREDILECTA	94,2

**MOLHO REFOGADO**

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	POMAROLA/CARGILL	HEINZ/KRAFT HEINZ	FUGINI/FUGINI ALIMENTOS	QUERO/KRAFT HEINZ	PREDILECTA/PREDILECTA	67,5
NORDESTE	QUERO/KRAFT HEINZ	HEINZ/KRAFT HEINZ	STELLA D'ORO/PREDILECTA	MARATÁ/MARATÁ	POMAROLA/CARGILL	54,8
MG, ES, INT. RJ	POMAROLA/CARGILL	PREDILECTA/PREDILECTA	HEINZ/KRAFT HEINZ	FUGINI/FUGINI ALIMENTOS	SALSARETTI/PREDILECTA	71,7
GRANDE RJ	PRAMESA/PRAMESA	PREDILECTA/PREDILECTA	POMAROLA/CARGILL	FUGINI/FUGINI ALIMENTOS	HEINZ/KRAFT HEINZ	77,7
GRANDE SP	QUERO/KRAFT HEINZ	HEINZ/KRAFT HEINZ	POMAROLA/CARGILL	FUGINI/FUGINI ALIMENTOS	BARILLA/BARILLA	76,8
INTERIOR SP	FUGINI/FUGINI ALIMENTOS	HEINZ/KRAFT HEINZ	QUERO/KRAFT HEINZ	POMAROLA/CARGILL	PREDILECTA/PREDILECTA	74,9
SUL	POMAROLA/CARGILL	FUGINI/FUGINI ALIMENTOS	QUERO/KRAFT HEINZ	HEINZ/KRAFT HEINZ	PREDILECTA/PREDILECTA	66,3
MS, GO e DF	POMAROLA/CARGILL	FUGINI/FUGINI ALIMENTOS	QUERO/KRAFT HEINZ	PREDILECTA/PREDILECTA	HEINZ/KRAFT HEINZ	69,9

ÓLEO COMPOSTO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	MARIA/CARGILL	OLIVIA/CARGILL	CARMELITA/VIGOR ALIMENTOS	OLINDA/EMBAVI	FAISÃO/OLIMA	84,5
NORDESTE	MARIA/CARGILL	OLIVIA/CARGILL	SINHÁ/CARAMURU	CARMELITA/VIGOR ALIMENTOS	FAISÃO/OLIMA	91,6
MG, ES, INT. RJ	MARIA/CARGILL	OLIVIA/CARGILL	FAISÃO/OLIMA	DON ANTONIO/SS BORGES	VITÓRIA/VERDEORO SRL	88,8
GRANDE RJ	OLINDA/EMBAVI	QUINTA DA SERRA/PRAMESA	MARIA/CARGILL	PEIXE/UNIPE IND. E COM.	OLIVIA/CARGILL	86,0
GRANDE SP	MARIA/CARGILL	OLIVIA/CARGILL	CARMELITA/VIGOR ALIMENTOS	OLINDA/EMBAVI	MONTOSCO/LA COLLINA TOSCANA	91,4
INTERIOR SP	MARIA/CARGILL	OLIVIA/CARGILL	CARMELITA/VIGOR ALIMENTOS	OLINDA/EMBAVI	TRADIÇÃO/BRASFOODS	92,8
SUL	MARIA/CARGILL	OLIVIA/CARGILL	SINHÁ/CARAMURU	SUAVIT/COCAMAR	OLINDA/EMBAVI	94,6
MS, GO e DF	MARIA/CARGILL	OLIVIA/CARGILL	ST. ISABEL/NACOM GOYA	DO CHEFE/G.L. COM. ALIM.	SINHÁ/CARAMURU	91,7

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

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	LIZA/CARGILL	SOYA/BUNGE	CONCÓRDIA/ADM	LEVE/INCOPA	COAMO/COAMO	70,0
NORDESTE	SOYA/BUNGE	LIZA/CARGILL	CONCÓRDIA/ADM	ABC/ADM	PRIMOR/BUNGE	83,5
MG, ES, INT. RJ	LIZA/CARGILL	ABC/ADM	SOYA/BUNGE	VELEIRO/CARGILL	CORCOVADO/ADM	85,6
GRANDE RJ	SOYA/BUNGE	LIZA/CARGILL	LEVE/INCOPA	CORCOVADO/ADM	SINHÁ/CARAMURU	92,4
GRANDE SP	LIZA/CARGILL	SOYA/BUNGE	CONCÓRDIA/ADM	LEVE/INCOPA	COCAMAR/COCAMAR	89,1
INTERIOR SP	LIZA/CARGILL	SOYA/BUNGE	CONCÓRDIA/ADM	COAMO/COAMO	LEVE/INCOPA	83,3
SUL	COAMO/COAMO	COCAMAR/COCAMAR	LEVE/INCOPA	LIZA/CARGILL	SOYA/BUNGE	71,8
MS, GO e DF	LIZA/CARGILL	CONCÓRDIA/ADM	COMIGO/COOP. COMIGO	VILA VELHA/COIMBRA	SOYA/BUNGE	74,2

PÃO INDUSTRIALIZADO OUTROS TIPO (BISNAGA, LANCHE E OUTROS)

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	WICKBOLD/WICKBOLD	PANCO/PANCO	PULLMAN/BIMBO	SEVEN BOYS/WICKBOLD	PLUS VITA/BIMBO	63,9
NORDESTE	PLUS VITA/BIMBO	VISCONTI/BAUDUCCO	PANEVITA/PANE VITA	LIMIAR/LIMIAR	NUTRELLA/BIMBO	69,9
MG, ES, INT. RJ	WICKBOLD/WICKBOLD	SEVEN BOYS/WICKBOLD	BALDINI/DANÚBIO	PANCO/PANCO	VISCONTI/BAUDUCCO	50,5
GRANDE RJ	PLUS VITA/BIMBO	PANCO/PANCO	WICKBOLD/WICKBOLD	SEVEN BOYS/WICKBOLD	NUTRELLA/BIMBO	84,1
GRANDE SP	PANCO/PANCO	WICKBOLD/WICKBOLD	PULLMAN/BIMBO	KIM/KIM	SEVEN BOYS/WICKBOLD	85,4
INTERIOR SP	PANCO/PANCO	WICKBOLD/WICKBOLD	PULLMAN/BIMBO	SEVEN BOYS/WICKBOLD	VISCONTI/BAUDUCCO	82,5
SUL	WICKBOLD/WICKBOLD	PULLMAN/BIMBO	SEVEN BOYS/WICKBOLD	FARIAS/FARIAS IND. E COM.	VISCONTI/BAUDUCCO	60,1
MS, GO e DF	PULLMAN/BIMBO	WICKBOLD/WICKBOLD	SEVEN BOYS/WICKBOLD	VISCONTI/BAUDUCCO	TRIGOSTOSO/AEB IND. DE ALIMENTOS	78,5

PÃO INDUSTRIALIZADO TIPO FORMA - INGREDIENTES ESPECIAIS

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	WICKBOLD/WICKBOLD	PULLMAN/BIMBO	VISCONTI/BAUDUCCO	PLUS VITA/BIMBO	NUTRELLA/BIMBO	72,1
NORDESTE	PLUS VITA/BIMBO	VISCONTI/BAUDUCCO	LIMIAR/LIMIAR	PANEVITA/PANE VITA	ROMANA/BRAGA POMPEU	80,4
MG, ES, INT. RJ	WICKBOLD/WICKBOLD	VISCONTI/BAUDUCCO	SEVEN BOYS/WICKBOLD	VALE DO SOL/PANIFICAÇÃO TOCANTINS	MILANI/LÍDER PÃES E BOLOS	62,5
GRANDE RJ	WICKBOLD/WICKBOLD	PLUS VITA/BIMBO	NUTRELLA/BIMBO	PANCO/PANCO	VISCONTI/BAUDUCCO	96,0
GRANDE SP	WICKBOLD/WICKBOLD	PULLMAN/BIMBO	PANCO/PANCO	NUTRELLA/BIMBO	VISCONTI/BAUDUCCO	91,7
INTERIOR SP	WICKBOLD/WICKBOLD	PULLMAN/BIMBO	PANCO/PANCO	VISCONTI/BAUDUCCO	NUTRELLA/BIMBO	89,8
SUL	WICKBOLD/WICKBOLD	PULLMAN/BIMBO	SEVEN BOYS/WICKBOLD	VISCONTI/BAUDUCCO	THABRULA/PADARIA E CONFEITARIA HOSTIN	73,5
MS, GO e DF	WICKBOLD/WICKBOLD	PULLMAN/BIMBO	VISCONTI/BAUDUCCO	NUTRELLA/BIMBO	SEVEN BOYS/WICKBOLD	88,4

Líderes de vendas

Massa Alimentícia

BRASIL

- 1^a **BARILLA/BARILLA**
- 2^a **GALO/SELMI**
- 3^a **RENATA/SELMI**
- 4^a **SANTA AMÁLIA/SANTA AMÁLIA**
- 5^a **ADRIA/M. DIAS BRANCO**

Participação Top 5

42,1%

ÁREA 1

Nordeste

- 1^a VITARELLA/M. DIAS BRANCO
 - 2^a FORTALEZA/M. DIAS BRANCO
 - 3^a ESTRELA/M. DIAS BRANCO
 - 4^a BONSABOR/M. DIAS BRANCO
 - 5^a BARILLA/BARILLA
- Top 5** 64,0%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

- SANTA AMÁLIA/SANTA AMÁLIA
 - VILMA/DOMINGOS DA COSTA
 - GALO/SELMI
 - BARILLA/BARILLA
 - ALDENTE/M. DIAS BRANCO
- 74,0%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

- ADRIA/M. DIAS BRANCO
 - GALO/SELMI
 - ALDENTE/M. DIAS BRANCO
 - RENATA/SELMI
 - PIRAQUÊ/M. DIAS BRANCO
- 60,7%

ÁREA 4

Grande São Paulo

- BARILLA/BARILLA
 - ADRIA/M. DIAS BRANCO
 - RENATA/SELMI
 - DONA BENTA/J. MACEDO
 - PETYBON/J. MACEDO
- 80,2%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

- 1^a RENATA/SELMI
 - 2^a BARILLA/BARILLA
 - 3^a BASILAR/M. DIAS BRANCO
 - 4^a GALO/SELMI
 - 5^a ADRIA/M. DIAS BRANCO
- Top 5** 65,7%

ÁREA 6

PR, SC e RS

- ISABELA/M. DIAS BRANCO
 - GALO/SELMI
 - BARILLA/BARILLA
 - KELLOGG'S/KELLOGG'S
 - ORQUÍDEA/TONDO
- 53,2%

ÁREA 7

MS, GO e DF

- BARILLA/BARILLA
 - GALO/SELMI
 - CRISTAL/CRISTAL ALIMENTOS
 - DALLAS/DALLAS
 - RENATA/SELMI
- 58,8%



UN GESTO D'AMORE

A BARILLA FAZ ANIVERSÁRIO E
VOCÊ COMEMORA COM A GENTE.



A marca que é **TOP OF MIND*** e mais uma vez, **LÍDER DE VENDAS** na categoria, está completando 145 anos. E agora, depois de 25 anos, renova sua identidade e ganha um novo posicionamento. Isso tudo para continuar garantindo a seus consumidores a melhor experiência gastronômica legítima italiana.

Ofereça Barilla para seus clientes e invista na marca que traz:

- investimentos de mídia
- mix completo e variado
- produtos de valor agregado



WWW.BARILLA.COM.BR



Garanta na sua loja: comercial@barilla.com

Líderes de vendas

Mistura para Bolos/Doces e Salgados

BRASIL

- 1^a FLEISCHMANN/AB BRASIL
- 2^a DONA BENTA/J. MACEDO
- 3^a DR. OETKER/DR. OETKER
- 4^a ITALAC/GOIASMINAS
- 5^a VILMA/DOMINGOS DA COSTA

Participação Top 5

64,5%

ÁREA 1

Nordeste

- 1^a DONA BENTA/J. MACEDO
 - 2^a FLEISCHMANN/AB BRASIL
 - 3^a FINNA/M. DIAS BRANCO
 - 4^a MARATÁ/MARATÁ
 - 5^a ITALAC/GOIASMINAS
- Top 5** 70,9%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

- VILMA/DOMINGOS DA COSTA
 - FLEISCHMANN/AB BRASIL
 - REGINA/BUAIZ
 - SANTA AMÁLIA/SANTA AMÁLIA
 - ITALAC/GOIASMINAS
- 86,6%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

- ITALAC/GOIASMINAS
 - FLEISCHMANN/AB BRASIL
 - DONA BENTA/J. MACEDO
 - REGINA/BUAIZ
 - DR. OETKER/DR. OETKER
- 78,3%

ÁREA 4

Grande São Paulo

- FLEISCHMANN/AB BRASIL
 - DONA BENTA/J. MACEDO
 - DR. OETKER/DR. OETKER
 - ITALAC/GOIASMINAS
 - UNIÃO/CAMIL
- 85,3%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

- 1^a DONA BENTA/J. MACEDO
 - 2^a FLEISCHMANN/AB BRASIL
 - 3^a DR. OETKER/DR. OETKER
 - 4^a ITALAC/GOIASMINAS
 - 5^a NITA COOK/MOINHO PAULISTA
- Top 5** 81,6%

ÁREA 6

PR, SC e RS

- FLEISCHMANN/AB BRASIL
 - ORQUÍDEA/TONDO
 - APTI/APTI
 - DR. OETKER/DR. OETKER
 - RENATA/SELM
- 81,1%

ÁREA 7

MS, GO e DF

- FLEISCHMANN/AB BRASIL
 - DR. OETKER/DR. OETKER
 - RENATA/SELM
 - ITALAC/GOIASMINAS
 - ADORALLE/ADORALLE
- 68,5%



NOVO
SUPER
FLEISCHMANN

Só a marca líder em Misturas para Bolos e Fermento Biológico*, para trazer essa supernovidade para o mercado.

Chegou o novo Super Fleischmann, Fermento + Enzimas que faz o pão crescer 20% mais.

Fleischmann. Faz o orgulho, o pão, o bolo e as vendas crescerem mais.

Líderes de vendas

Molho para Salada

BRASIL

- 1^a LIZA/CARGILL
- 2^a HELLMANN'S/UNILEVER
- 3^a KENKO/SAKURA
- 4^a CASTELO/CASTELO ALIMENTOS
- 5^a KI SABOR/CERTA COM. DE ALIM.

Participação Top 5

91,3%

ÁREA 1

Nordeste

- 1^a LIZA/CARGILL
 - 2^a HELLMANN'S/UNILEVER
 - 3^a KENKO/SAKURA
 - 4^a CASTELO/CASTELO ALIMENTOS
 - 5^a KI SABOR/CERTA COM. DE ALIM.
- Top 5** 94,5%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

- LIZA/CARGILL
 - KENKO/SAKURA
 - HELLMANN'S/UNILEVER
 - CASTELO/CASTELO ALIMENTOS
 - LALD/BELA MINAS
- 85,0%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

- LIZA/CARGILL
 - HELLMANN'S/UNILEVER
 - CHINEZINHO/CHINEZINHO
 - KENKO/SAKURA
 - KI SABOR/CERTA COM. DE ALIM.
- 90,9%

ÁREA 4

Grande São Paulo

- LIZA/CARGILL
 - HELLMANN'S/UNILEVER
 - KI SABOR/CERTA COM. DE ALIM.
 - CASTELO/CASTELO ALIMENTOS
 - KENKO/SAKURA
- 96,1%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

- 1^a LIZA/CARGILL
 - 2^a CASTELO/CASTELO ALIMENTOS
 - 3^a HELLMANN'S/UNILEVER
 - 4^a KI SABOR/CERTA COM. DE ALIM.
 - 5^a KENKO/SAKURA
- Top 5** 96,9%

ÁREA 6

PR, SC e RS

- LIZA/CARGILL
 - HELLMANN'S/UNILEVER
 - KENKO/SAKURA
 - CASTELO/CASTELO ALIMENTOS
 - KI SABOR/CERTA COM. DE ALIM.
- 95,5%

ÁREA 7

MS, GO e DF

- LIZA/CARGILL
 - HELLMANN'S/UNILEVER
 - CASTELO/CASTELO ALIMENTOS
 - KENKO/SAKURA
 - PREDILECTA/PREDILECTA
- 94,2%

A alegria do sabor dos Molhos para Salada Castelo está cada vez mais presente nos sorrisos dos consumidores.

E faz a alegria das suas vendas.



ALEGRIA DO SABOR!



Planograma de Exposição Molhos para Salada Castelo

Cross Merchandising

- Carnes
- Peixes
- FLV
- Produtos para Lanches
- Produtos para Fondue

LEVE VITA

- Produtos Fitness
- Produtos Saudáveis

6	molhos para salada (líder)		molhos para salada
5	molhos para salada (líder)		molhos para salada
4	molhos para salada (líder)		molhos para salada
3	molhos para salada (líder)		molhos para salada
2	vinagres maionese catchup mostarda molhos condimentados outros temperos		
1	vinagres maionese catchup mostarda molhos condimentados outros temperos		

Líderes de vendas

Molho Refogado

BRASIL

- 1ª **POMAROLA/CARGILL**
- 2ª **HEINZ/KRAFT HEINZ**
- 3ª **FUGINI/FUGINI ALIMENTOS**
- 4ª **QUERO/KRAFT HEINZ**
- 5ª **PREDILECTA/PREDILECTA**

Participação Top 5

67,5%

ÁREA 1

Nordeste

- 1ª QUERO/KRAFT HEINZ
 - 2ª HEINZ/KRAFT HEINZ
 - 3ª STELLA D'ORO/PREDILECTA
 - 4ª MARATÁ/MARATÁ
 - 5ª POMAROLA/CARGILL
- Top 5** 54,8%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

- POMAROLA/CARGILL
 - PREDILECTA/PREDILECTA
 - HEINZ/KRAFT HEINZ
 - FUGINI/FUGINI ALIMENTOS
 - SALSARETTI/PREDILECTA
- 71,7%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

- PRAMESA/PRAMESA
 - PREDILECTA/PREDILECTA
 - POMAROLA/CARGILL
 - FUGINI/FUGINI ALIMENTOS
 - HEINZ/KRAFT HEINZ
- 77,7%

ÁREA 4

Grande São Paulo

- QUERO/KRAFT HEINZ
 - HEINZ/KRAFT HEINZ
 - POMAROLA/CARGILL
 - FUGINI/FUGINI ALIMENTOS
 - BARILLA/BARILLA
- 76,8%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

- 1ª FUGINI/FUGINI ALIMENTOS
 - 2ª HEINZ/KRAFT HEINZ
 - 3ª QUERO/KRAFT HEINZ
 - 4ª POMAROLA/CARGILL
 - 5ª PREDILECTA/PREDILECTA
- Top 5** 74,9%

ÁREA 6

PR, SC e RS

- POMAROLA/CARGILL
 - FUGINI/FUGINI ALIMENTOS
 - QUERO/KRAFT HEINZ
 - HEINZ/KRAFT HEINZ
 - PREDILECTA/PREDILECTA
- 66,3%

ÁREA 7

MS, GO e DF

- POMAROLA/CARGILL
 - FUGINI/FUGINI ALIMENTOS
 - QUERO/KRAFT HEINZ
 - PREDILECTA/PREDILECTA
 - HEINZ/KRAFT HEINZ
- 69,9%

MARATA

Molhos Prontos

Com ingredientes especialmente selecionados.
Perfeitos para seu dia a dia.



  @marataoficial / www.marata.com.br



Líderes de vendas

Pão Industrializado Tipo Forma - Tradicional

BRASIL

- 1ª **PANCO/PANCO**
- 2ª **PULLMAN/BIMBO**
- 3ª **SEVEN BOYS/WICKBOLD**
- 4ª **PLUS VITA/BIMBO**
- 5ª **WICKBOLD/WICKBOLD**

Participação Top 5

63,6%

ÁREA 1

Nordeste

- 1ª PLUS VITA/BIMBO
 - 2ª VISCONTI/BAUDUCCO
 - 3ª PANEVITA/PANE VITA
 - 4ª LIMIAR/LIMIAR
 - 5ª BELLA VITA/TUDO NOVO
- Top 5** 68,7%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

- SEVEN BOYS/WICKBOLD
 - BALDINI/DANÚBIO
 - PANCO/PANCO
 - PLUS VITA/BIMBO
 - PULLMAN/BIMBO
- 50,7%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

- PLUS VITA/BIMBO
 - PANCO/PANCO
 - SEVEN BOYS/WICKBOLD
 - WICKBOLD/WICKBOLD
 - NUTRELLA/BIMBO
- 84,1%

ÁREA 4

Grande São Paulo

- PANCO/PANCO
 - PULLMAN/BIMBO
 - WICKBOLD/WICKBOLD
 - KIM/KIM
 - SEVEN BOYS/WICKBOLD
- 87,8%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

- 1ª PANCO/PANCO
 - 2ª PULLMAN/BIMBO
 - 3ª SEVEN BOYS/WICKBOLD
 - 4ª WICKBOLD/WICKBOLD
 - 5ª VISCONTI/BAUDUCCO
- Top 5** 82,9%

ÁREA 6

PR, SC e RS

- PULLMAN/BIMBO
 - SEVEN BOYS/WICKBOLD
 - FARIAS/FARIAS IND. E COM.
 - WICKBOLD/WICKBOLD
 - VISCONTI/BAUDUCCO
- 56,5%

ÁREA 7

MS, GO e DF

- PULLMAN/BIMBO
 - SEVEN BOYS/WICKBOLD
 - VISCONTI/BAUDUCCO
 - WICKBOLD/WICKBOLD
 - TRIGOSTOSO/AEB IND.DE ALIMENTOS
- 79,4%



**LIDERANÇA
NACIONAL**
de vendas na categoria
PÃES
INDUSTRIALIZADOS
TIPO FORMA.



*Resultado de muito amor,
capinho e dedicação.*



Central de Relacionamento Panco
0800-779-3000 - crp@panco.com.br
www.panco.com.br   /pancooficial

Líderes de vendas

Peixe Enlatado

BRASIL

- 1ª GOMES DA COSTA/GDC
- 2ª COQUEIRO/CAMIL
- 3ª ROBINSON CRUSOE/ROBINSON CRUSOE
- 4ª PESCADOR/CAMIL
- 5ª 88/GDC

Participação Top 5

92,8%

ÁREA 1

Nordeste

- 1ª GOMES DA COSTA/GDC
 - 2ª COQUEIRO/CAMIL
 - 3ª PESCADOR/CAMIL
 - 4ª ROBINSON CRUSOE/ROBINSON CRUSOE
 - 5ª 88/GDC
- Top 5** 93,9%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

- GOMES DA COSTA/GDC
 - COQUEIRO/CAMIL
 - PALMEIRA/COSTA MARINE
 - ROBINSON CRUSOE/ROBINSON CRUSOE
 - 88/GDC
- 98,0%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

- GOMES DA COSTA/GDC
 - COQUEIRO/CAMIL
 - 88/GDC
 - ROBINSON CRUSOE/ROBINSON CRUSOE
 - PESCADOR/CAMIL
- 91,8%

ÁREA 4

Grande São Paulo

- GOMES DA COSTA/GDC
 - COQUEIRO/CAMIL
 - 88/GDC
 - ROBINSON CRUSOE/ROBINSON CRUSOE
 - PESCADOR/CAMIL
- 99,2%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

- 1ª GOMES DA COSTA/GDC
 - 2ª COQUEIRO/CAMIL
 - 3ª ROBINSON CRUSOE/ROBINSON CRUSOE
 - 4ª 88/GDC
 - 5ª PESCADOR/CAMIL
- Top 5** 98,2%

ÁREA 6

PR, SC e RS

- GOMES DA COSTA/GDC
 - COQUEIRO/CAMIL
 - 88/GDC
 - ROBINSON CRUSOE/ROBINSON CRUSOE
 - PESCADOR/CAMIL
- 92,9%

ÁREA 7

MS, GO e DF

- GOMES DA COSTA/GDC
 - COQUEIRO/CAMIL
 - ROBINSON CRUSOE/ROBINSON CRUSOE
 - 88/GDC
 - PALMEIRA/COSTA MARINE
- 97,2%



A líder em peixes e atum enlatados **Gomes da Costa** está com a promoção **"Você Mais Saudável Todo Dia"** em todos os canais de venda do Brasil. Aproveite para positivar a loja, oferecer esse benefício ao shopper e vender mais!



PROMOÇÃO
VOCE MAIS SAUDÁVEL TODO DIA



PREPARE, CONCORRA E GANHE UMA VIDA MAIS SAUDÁVEL.

 **COMPRE 3** PRODUTOS GOMES DA COSTA
CADASTRE-SE E CONCORRA A MUITOS PRÊMIOS!

R\$100
DIÁRIOS
PARA COMPRAR
PRODUTOS ESPORTIVOS
* KIT DE PRODUTOS

PRÊMIOS DE
R\$ 6 MIL TODO MÊS
PARA
1 ANO DE ACADEMIA
* KIT DE PRODUTOS

R\$ 50 MIL
EM SORTEIOS DURANTE
TODA PROMOÇÃO
* KIT DE PRODUTOS



CHANCES EM DOBRO

TEM ATUM NA COMPRA?
GANHE NÚMERO DA SORTE EXTRA.

PÃO INDUSTRIALIZADO TIPO FORMA - TRADICIONAL (BRANCO)

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	PANCO/PANCO	PULLMAN/BIMBO	SEVEN BOYS/WICKBOLD	PLUS VITA/BIMBO	WICKBOLD/WICKBOLD	63,6
NORDESTE	PLUS VITA/BIMBO	VISCONTI/BAUDUCCO	PANEVITA/PANE VITA	LIMIAR/LIMIAR	BELLA VITA/TUDO NOVO	68,7
MG, ES, INT. RJ	SEVEN BOYS/WICKBOLD	BALDINI/DANÚBIO	PANCO/PANCO	PLUS VITA/BIMBO	PULLMAN/BIMBO	50,7
GRANDE RJ	PLUS VITA/BIMBO	PANCO/PANCO	SEVEN BOYS/WICKBOLD	WICKBOLD/WICKBOLD	NUTRELLA/BIMBO	84,1
GRANDE SP	PANCO/PANCO	PULLMAN/BIMBO	WICKBOLD/WICKBOLD	KIM/KIM	SEVEN BOYS/WICKBOLD	87,8
INTERIOR SP	PANCO/PANCO	PULLMAN/BIMBO	SEVEN BOYS/WICKBOLD	WICKBOLD/WICKBOLD	VISCONTI/BAUDUCCO	82,9
SUL	PULLMAN/BIMBO	SEVEN BOYS/WICKBOLD	FARIAS/FARIAS IND. E COM.	WICKBOLD/WICKBOLD	VISCONTI/BAUDUCCO	56,5
MS, GO e DF	PULLMAN/BIMBO	SEVEN BOYS/WICKBOLD	VISCONTI/BAUDUCCO	WICKBOLD/WICKBOLD	TRIGOSTOSO/AEB IND. DE ALIMENTOS	79,4

PEIXE ENLATADO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	GOMES DA COSTA/GDC	COQUEIRO/CAMIL	ROBINSON CRUSOE/ROBINSON CRUSOE	PESCADOR/CAMIL	88/GDC	92,8
NORDESTE	GOMES DA COSTA/GDC	COQUEIRO/CAMIL	PESCADOR/CAMIL	ROBINSON CRUSOE/ROBINSON CRUSOE	88/GDC	93,9
MG, ES, INT. RJ	GOMES DA COSTA/GDC	COQUEIRO/CAMIL	PALMEIRA/COSTA MARINE	ROBINSON CRUSOE/ROBINSON CRUSOE	88/GDC	98,0
GRANDE RJ	GOMES DA COSTA/GDC	COQUEIRO/CAMIL	88/GDC	ROBINSON CRUSOE/ROBINSON CRUSOE	PESCADOR/CAMIL	91,8
GRANDE SP	GOMES DA COSTA/GDC	COQUEIRO/CAMIL	88/GDC	ROBINSON CRUSOE/ROBINSON CRUSOE	PESCADOR/CAMIL	99,2
INTERIOR SP	GOMES DA COSTA/GDC	COQUEIRO/CAMIL	ROBINSON CRUSOE/ROBINSON CRUSOE	88/GDC	PESCADOR/CAMIL	98,2
SUL	GOMES DA COSTA/GDC	COQUEIRO/CAMIL	88/GDC	ROBINSON CRUSOE/ROBINSON CRUSOE	PESCADOR/CAMIL	92,9
MS, GO e DF	GOMES DA COSTA/GDC	COQUEIRO/CAMIL	ROBINSON CRUSOE/ROBINSON CRUSOE	88/GDC	PALMEIRA/COSTA MARINE	97,2

PRATO SEMIPRONTO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	VAPZA/VAPZA ALIM.	PASTABOX/SODEBO	DE CECCO/DE CECCO	PASTAROTTI/ANTAAR & SPA	DA BOA/MDB IND. ALIMENTÍCIA	97,0
NORDESTE	DE CECCO/DE CECCO	VAPZA/VAPZA ALIM.	PASTAROTTI/ANTAAR & SPA	MAGGI/NESTLÉ	FIRMA ITALIA/FIRMA ITALIA S.P.A	100,0
MG, ES, INT. RJ	VAPZA/VAPZA ALIM.	PASTAROTTI/ANTAAR & SPA	DE CECCO/DE CECCO	JOSELITO/JOSELITO	*Não declarado	100,0
GRANDE RJ	VAPZA/VAPZA ALIM.	DE CECCO/DE CECCO	PASTABOX/SODEBO	PASTAROTTI/ANTAAR & SPA	*Não declarado	100,0
GRANDE SP	VAPZA/VAPZA ALIM.	PASTABOX/SODEBO	PASTAROTTI/ANTAAR & SPA	DE CECCO/DE CECCO	PAOLA DI VERONA/PAOLA DI VERONA	99,9
INTERIOR SP	VAPZA/VAPZA ALIM.	PASTABOX/SODEBO	DE CECCO/DE CECCO	PASTAROTTI/ANTAAR & SPA	CALDO BOM/STIVAL	99,4
SUL	VAPZA/VAPZA ALIM.	PASTABOX/SODEBO	DA BOA/MDB IND. ALIMENTÍCIA	MOSMANN/MOSMANN	CALDO BOM/STIVAL	99,6
MS, GO e DF	VAPZA/VAPZA ALIM.	DE CECCO/DE CECCO	PASTAROTTI/ANTAAR & SPA	*Não declarado	*Não declarado	100,0

PURÉ/POLPA DE TOMATE

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	POMAROLA/CARGILL	PAGANINI/PORTO A PORTO	LA PASTINA/LA PASTINA	POMODORO/CARGILL	OLÉ/CONSERVAS OLÉ	36,1
NORDESTE	PAGANINI/PORTO A PORTO	POMAROLA/CARGILL	LA PASTINA/LA PASTINA	MANGIARE/UNIGLOBAL	HEMMER/HEMMER ALIMENTOS	45,5
MG, ES, INT. RJ	MASTROIANI/LA VIOLETERA	PAGANINI/PORTO A PORTO	POMAROLA/CARGILL	MANGIARE/UNIGLOBAL	CAPONE/FEGER DI GERARDO	41,2
GRANDE RJ	GRANORO/GRANORO	PRAMESA/PRAMESA	POMODORO/CARGILL	PAGANINI/PORTO A PORTO	OLÉ/CONSERVAS OLÉ	55,6
GRANDE SP	POMAROLA/CARGILL	LA PASTINA/LA PASTINA	POMODORO/CARGILL	SACCIALI/PREDILECTA	OLÉ/CONSERVAS OLÉ	47,7
INTERIOR SP	POMAROLA/CARGILL	OLÉ/CONSERVAS OLÉ	LA PASTINA/LA PASTINA	SACCIALI/PREDILECTA	POMODORO/CARGILL	49,4
SUL	PAGANINI/PORTO A PORTO	CIRIO/CIRIO	UNIAGRO/UNIAGRO	LA CAMPAGNOLA/A. ANGELONI	MUTTI/MUTTI IND. ALIMENTOS	45,9
MS, GO e DF	POMAROLA/CARGILL	SACCIALI/PREDILECTA	BARY/PIETRO CORICELLI SPA	LA PASTINA/LA PASTINA	HEMMER/HEMMER ALIMENTOS	44,7

SALGADINHO APERITIVO/BATATA

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	DORITOS/PEPSICO	YOKI/GENERAL MILLS	CHEETOS/PEPSICO	ELMA CHIPS/PEPSICO	PRINGLE'S/KELLOGG'S	42,6
NORDESTE	CHEETOS/PEPSICO	RUFFLES/PEPSICO	DORITOS/PEPSICO	PRINGLE'S/KELLOGG'S	YOKI/GENERAL MILLS	44,3
MG, ES, INT. RJ	DORITOS/PEPSICO	PRINGLE'S/KELLOGG'S	RUFFLES/PEPSICO	YOKI/GENERAL MILLS	CHEETOS/PEPSICO	35,4
GRANDE RJ	ELMA CHIPS/PEPSICO	PRINGLE'S/KELLOGG'S	YOKI/GENERAL MILLS	RUFFLES/PEPSICO	DORITOS/PEPSICO	47,2
GRANDE SP	DORITOS/PEPSICO	YOKI/GENERAL MILLS	ELMA CHIPS/PEPSICO	CHEETOS/PEPSICO	PRINGLE'S/KELLOGG'S	50,2
INTERIOR SP	DORITOS/PEPSICO	YOKI/GENERAL MILLS	CHEETOS/PEPSICO	ELMA CHIPS/PEPSICO	RUFFLES/PEPSICO	46,7
SUL	DORITOS/PEPSICO	CHEETOS/PEPSICO	YOKI/GENERAL MILLS	PRINGLE'S/KELLOGG'S	FANDANGOS/PEPSICO	42,4
MS, GO e DF	DORITOS/PEPSICO	PRINGLE'S/KELLOGG'S	CHEETOS/PEPSICO	YOKI/GENERAL MILLS	RUFFLES/PEPSICO	45,6

SOPA

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	MAGGI/NESTLÉ	VONO/AJINOMOTO	KITANO/GENERAL MILLS	KNORR/UNILEVER	ARISCO/UNILEVER	89,8
NORDESTE	MAGGI/NESTLÉ	VONO/AJINOMOTO	KITANO/GENERAL MILLS	KNORR/UNILEVER	ARISCO/UNILEVER	94,4
MG, ES, INT. RJ	MAGGI/NESTLÉ	VONO/AJINOMOTO	KITANO/GENERAL MILLS	KNORR/UNILEVER	KODILAR/MWA	96,0
GRANDE RJ	MAGGI/NESTLÉ	VONO/AJINOMOTO	KNORR/UNILEVER	KITANO/GENERAL MILLS	CHINEZINHO/VITALIS	92,5
GRANDE SP	MAGGI/NESTLÉ	VONO/AJINOMOTO	KITANO/GENERAL MILLS	KNORR/UNILEVER	SWIFT/SEARA	90,1
INTERIOR SP	MAGGI/NESTLÉ	VONO/AJINOMOTO	KITANO/GENERAL MILLS	KNORR/UNILEVER	KI SABOR/FOODS BRANDS	86,6
SUL	MAGGI/NESTLÉ	VONO/AJINOMOTO	KNORR/UNILEVER	KITANO/GENERAL MILLS	ARISCO/UNILEVER	92,4
MS, GO e DF	MAGGI/NESTLÉ	VONO/AJINOMOTO	KITANO/GENERAL MILLS	KNORR/UNILEVER	ARISCO/UNILEVER	89,3

SUPLEMENTO NUTRICIONAL

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	SUSTAGEN/RECKITT BENCKISER	NUTREN/NESTLÉ	NUTREN PROTEIN/NESTLÉ	ENSURE/ABBOTT	SUSTAIN JUNIOR/DANONE EARLY NUTRITION	93,4
NORDESTE	NUTREN/NESTLÉ	SUSTAGEN/RECKITT BENCKISER	ESSENTIAL NUTRITION/INP IND. DE ALIM.	RESOURCE/NESTLÉ	NUTREN PROTEIN/NESTLÉ	93,2
MG, ES, INT. RJ	SUSTAGEN/RECKITT BENCKISER	NUTREN/NESTLÉ	SUSTAIN JUNIOR/DANONE EARLY NUTRITION	ESSENTIAL NUTRITION/INP IND. DE ALIM.	NUTREN PROTEIN/NESTLÉ	95,1
GRANDE RJ	SUSTAGEN/RECKITT BENCKISER	NUTREN/NESTLÉ	NUTREN PROTEIN/NESTLÉ	NOVO MILKE/OLVEBRA	SUSTARE CRIANÇA/OLVEBRA	98,3
GRANDE SP	SUSTAGEN/RECKITT BENCKISER	NUTREN/NESTLÉ	ENSURE/ABBOTT	NUTREN PROTEIN/NESTLÉ	FINN/HYPERA PHARMA	94,8
INTERIOR SP	SUSTAGEN/RECKITT BENCKISER	NUTREN/NESTLÉ	ENSURE/ABBOTT	SUSTAIN JUNIOR/DANONE EARLY NUTRITION	NUTREN PROTEIN/NESTLÉ	94,8
SUL	SUSTAGEN/RECKITT BENCKISER	NUTREN/NESTLÉ	NUTREN PROTEIN/NESTLÉ	SUSTAIN JUNIOR/DANONE EARLY NUTRITION	SUSTARE CRIANÇA/OLVEBRA	96,1
MS, GO e DF	NUTREN/NESTLÉ	SUSTAGEN/RECKITT BENCKISER	NUTREN PROTEIN/NESTLÉ	FINN/HYPERA PHARMA	SUSTAIN JUNIOR/DANONE EARLY NUTRITION	98,9

TEMPERO INDUSTRIALIZADO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	SAZON/AJINOMOTO	MAGGI/NESTLÉ	SABOR AMI/AJINOMOTO	KITANO/GENERAL MILLS	KNORR/UNILEVER	67,3
NORDESTE	SAZON/AJINOMOTO	MAGGI/NESTLÉ	KITANO/GENERAL MILLS	ARISCO/UNILEVER	SABOR AMI/AJINOMOTO	60,4
MG, ES, INT. RJ	SAZON/AJINOMOTO	MAGGI/NESTLÉ	KITANO/GENERAL MILLS	PIRATA/PIRATA	SABOR AMI/AJINOMOTO	71,4
GRANDE RJ	SAZON/AJINOMOTO	KITANO/GENERAL MILLS	SABOR AMI/AJINOMOTO	MAGGI/NESTLÉ	CHINEZINHO/VITALIS	72,6
GRANDE SP	SAZON/AJINOMOTO	MAGGI/NESTLÉ	KITANO/GENERAL MILLS	SABOR AMI/AJINOMOTO	KNORR/UNILEVER	71,8
INTERIOR SP	SAZON/AJINOMOTO	SABOR AMI/AJINOMOTO	MAGGI/NESTLÉ	KITANO/GENERAL MILLS	KNORR/UNILEVER	69,3
SUL	SAZON/AJINOMOTO	SABOR AMI/AJINOMOTO	MAGGI/NESTLÉ	KITANO/GENERAL MILLS	ARISCO/UNILEVER	66,6
MS, GO e DF	SAZON/AJINOMOTO	KITANO/GENERAL MILLS	SABOR AMI/AJINOMOTO	MAGGI/NESTLÉ	ARISCO/UNILEVER	70,5

TORRADA

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	BAUDUCCO/BAUDUCCO	MARILAN/MARILAN	VISCONTI/BAUDUCCO	ADRIA/M. DIAS BRANCO	WICKBOLD/WICKBOLD	85,2
NORDESTE	BAUDUCCO/BAUDUCCO	FORTALEZA/M. DIAS BRANCO	MARILAN/MARILAN	VITARELLA/M. DIAS BRANCO	VISCONTI/BAUDUCCO	88,6
MG, ES, INT. RJ	BAUDUCCO/BAUDUCCO	MARILAN/MARILAN	VISCONTI/BAUDUCCO	ADRIA/M. DIAS BRANCO	WICKBOLD/WICKBOLD	93,6
GRANDE RJ	BAUDUCCO/BAUDUCCO	ADRIA/M. DIAS BRANCO	MARILAN/MARILAN	VISCONTI/BAUDUCCO	WICKBOLD/WICKBOLD	85,0
GRANDE SP	BAUDUCCO/BAUDUCCO	MARILAN/MARILAN	ADRIA/M. DIAS BRANCO	WICKBOLD/WICKBOLD	VISCONTI/BAUDUCCO	88,0
INTERIOR SP	BAUDUCCO/BAUDUCCO	MARILAN/MARILAN	ADRIA/M. DIAS BRANCO	WICKBOLD/WICKBOLD	VISCONTI/BAUDUCCO	90,2
SUL	BAUDUCCO/BAUDUCCO	MARILAN/MARILAN	ISABELA/M. DIAS BRANCO	VISCONTI/BAUDUCCO	WICKBOLD/WICKBOLD	95,0
MS, GO e DF	BAUDUCCO/BAUDUCCO	MARILAN/MARILAN	VISCONTI/BAUDUCCO	SKAF/SKAF	FLORIO/FLORIO	91,9



Prática e rentável a todos os negócios

Os perecíveis industrializados são uma grande fortaleza para a cesta de alimentos, especialmente por concentrar itens de preparo rápido

POR **ROBERTO NUNES FILHO**

>> Destacada da análise de alimentos em geral que abre este estudo, a cesta de perecíveis industrializados reserva boas oportunidades de negócios para as empresas supermercadistas. Afinal, possui itens de alto giro e de bom valor agregado, além de trazer consigo o apelo de praticidade, quesito cada vez mais valorizado pelo consumidor brasileiro e que muito foi buscado nestes tempos de pandemia, com mais pessoas consumindo dentro dos lares. Essa tradicional separação, portanto, tem o objetivo de facilitar a visualização dos profissionais do setor em relação às marcas que lideram as vendas neste segmento de produtos.

No total Brasil, segundo a NielsenIQ, os alimentos registram alta, em valor, de 14,6% no ano passado, e importantes categorias de perecíveis industrializados ajudaram a compor este resultado. Um dos destaques é a linguiça, que já esteve presente nesta análise em anos anteriores e que possui 5,8% de importância nas vendas de alimentos. Em 2021, essa categoria teve sua receita impulsionada em 15,6%, em função da variação de preços, cuja alta foi de 20,2% no período, uma vez que, no campo do volume, houve retração de -3,8%.

Outra categoria de perecível que ampliou sua representatividade em valor foi o iogurte. No ano passado, este segmento de elevada presença nos lares brasileiros obteve um crescimento de 6,5% em valor. Com relação ao indicador de volume, este seguiu o movimento da maioria da categoria de alimentos nestes tempos desafiadores para a economia. Enquanto iogurte teve alta de 6,4% em volume em 2020, no ano passado a categoria registrou retração de -3%. 

Categoria de
linguiça teve alta de

15,6%

em receita,
impulsionada pelo
aumento de preços,
que subiram

20,2%





Importância da
categoria nas
vendas da
cesta de
alimentos
é de

5,8%

Já o volume
retraiu

-3,8%
no ano passado



Líderes de vendas

Índice

Batata Congelada	110
Hambúguer Congelado	110
logurte Funcional	110
logurte Grego	111
logurte Líquido	111
logurte Polpa/Natural	111
Margarina Diet/Light	120
Margarina Regular	120
Massas Refrigeradas + Pizzas	120
Pão de Queijo	120
Petit Suisse	120
Queijos Cremosos	121
Requeijão	121
Sobremesa Pronta Gelificada	121
Sorvetes Impulso + Doméstico	121
Vegetal Congelado	121

Não tente adivinhar o futuro do varejo.
Venha fazer parte dele!



Seja parceiro dos eventos da ABRAS
Conecte-se com as principais lideranças do setor

Para saber mais entre em contato:

comercial@abras.com.br
(11) 3838-4545

Clique aqui e entre em
contato via WhatsApp 

 **ABRAS**
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE SUPERMERCADOS

alimentos perecíveis | líderes de vendas

BATATA CONGELADA

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	MCCAIN/MCCAIN	BEM BRASIL/BEM BRASIL	SADIA/BRF	BINT/MCCAIN	PRIME FRIES/GOLDEN FOODS	70,7
NORDESTE	MCCAIN/MCCAIN	BEM BRASIL/BEM BRASIL	SADIA/BRF	CANTU/CANTU ALIMENTOS	RAPIPAP/ALIMENTOS MODERNOS	75,1
MG, ES, INT. RJ	BEM BRASIL/BEM BRASIL	MCCAIN/MCCAIN	SADIA/BRF	STAR FRITES/FARM FRITES	PIF PAF/PIF PAF	76,6
GRANDE RJ	MCCAIN/MCCAIN	GOLDEN FRIES/GOLDEN FOODS	PRIME FRIES/GOLDEN FOODS	BEM BRASIL/BEM BRASIL	STAR FRITES/FARM FRITES	71,9
GRANDE SP	MCCAIN/MCCAIN	BEM BRASIL/BEM BRASIL	SADIA/BRF	LAR/COOP AGROIND. LAR	BINT/MCCAIN	86,8
INTERIOR SP	MCCAIN/MCCAIN	BEM BRASIL/BEM BRASIL	SADIA/BRF	BINT/MCCAIN	UNISABOR/BEM BRASIL	90,4
SUL	MCCAIN/MCCAIN	BEM BRASIL/BEM BRASIL	BINT/MCCAIN	COPACOL/COPACOL	RAPIPAP/ALIMENTOS MODERNOS	74,7
MS, GO e DF	COPACOL/COPACOL	MCCAIN/MCCAIN	BEM BRASIL/BEM BRASIL	SADIA/BRF	PRIME FRIES/GOLDEN FOODS	85,2

HAMBÚRGUER CONGELADO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	SEARA/SEARA	PERDIGÃO/BRF	SADIA/BRF	AURORA/AURORA	BRASA BURGUERS/BRASA BURGUER	71,0
NORDESTE	SEARA/SEARA	PERDIGÃO/BRF	SADIA/BRF	REZENDE/SEARA	AURORA/AURORA	85,3
MG, ES, INT. RJ	SEARA/SEARA	PIF PAF/PIF PAF	SADIA/BRF	PERDIGÃO/BRF	TUDBOM/PLENA	61,2
GRANDE RJ	SEARA/SEARA	PERDIGÃO/BRF	SADIA/BRF	FRISA/FRISA	MONTANA/MARFRIG	86,6
GRANDE SP	SEARA/SEARA	SADIA/BRF	PERDIGÃO/BRF	AURORA/AURORA	WESSEL/WESSEL CULINÁRIA	85,6
INTERIOR SP	SEARA/SEARA	PERDIGÃO/BRF	SADIA/BRF	BRASA BURGUERS/BRASA BURGUER	AURORA/AURORA	82,6
SUL	SEARA/SEARA	PERDIGÃO/BRF	FRIMESA/FRIMESA	SADIA/BRF	AURORA/AURORA	79,3
MS, GO e DF	SEARA/SEARA	PERDIGÃO/BRF	REZENDE/SEARA	AURORA/AURORA	SADIA/BRF	88,8

IOGURTE FUNCIONAL

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	ACTIVIA/DANONE LÁCTEOS	MOLICO/NESTLÉ	CHAMYTO GO/NESTLÉ	NESFIT/NESTLÉ	DANONE/DANONE LÁCTEOS	98,3
NORDESTE	ACTIVIA/DANONE LÁCTEOS	MOLICO/NESTLÉ	CHAMYTO GO/NESTLÉ	NESFIT/NESTLÉ	DANONE/DANONE LÁCTEOS	99,6
MG, ES, INT. RJ	ACTIVIA/DANONE LÁCTEOS	CHAMYTO GO/NESTLÉ	NESFIT/NESTLÉ	MOLICO/NESTLÉ	VERDE CAMPO/VERDE CAMPO	99,3
GRANDE RJ	ACTIVIA/DANONE LÁCTEOS	MOLICO/NESTLÉ	CHAMYTO GO/NESTLÉ	NESFIT/NESTLÉ	VERDE CAMPO/VERDE CAMPO	99,5
GRANDE SP	ACTIVIA/DANONE LÁCTEOS	MOLICO/NESTLÉ	NESFIT/NESTLÉ	CHAMYTO GO/NESTLÉ	DANONE/DANONE LÁCTEOS	99,8
INTERIOR SP	ACTIVIA/DANONE LÁCTEOS	CHAMYTO GO/NESTLÉ	MOLICO/NESTLÉ	NESFIT/NESTLÉ	DANONE/DANONE LÁCTEOS	99,7
SUL	ACTIVIA/DANONE LÁCTEOS	CHAMYTO GO/NESTLÉ	PIÁ/PIÁ	NESFIT/NESTLÉ	MOLICO/NESTLÉ	96,7
MS, GO e DF	ACTIVIA/DANONE LÁCTEOS	CHAMYTO GO/NESTLÉ	NESFIT/NESTLÉ	MOLICO/NESTLÉ	DANONE/DANONE LÁCTEOS	99,7

IOGURTE GREGO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	VIGOR/VIGOR	NESTLÉ/NESTLÉ	DANONE/DANONE LÁCTEOS	BATAVO GREGO/LACTALIS	ITAMBÉ/LACTALIS	87,2
NORDESTE	NESTLÉ/NESTLÉ	DANONE/DANONE LÁCTEOS	VIGOR/VIGOR	ITAMBÉ/LACTALIS	BATAVO/LACTALIS	89,3
MG, ES, INT. RJ	ITAMBÉ/ITAMBÉ	VIGOR/VIGOR	DANONE/DANONE LÁCTEOS	NESTLÉ/NESTLÉ	BATAVO/LACTALIS	83,4
GRANDE RJ	VIGOR/VIGOR	DANONE/DANONE LÁCTEOS	NESTLÉ/NESTLÉ	YORGUS/O. A. WILHELMS	ITAMBÉ/LACTALIS	88,0
GRANDE SP	VIGOR/VIGOR	DANONE/DANONE LÁCTEOS	NESTLÉ/NESTLÉ	BATAVO/LACTALIS	YORGUS/O. A. WILHELMS	94,4
INTERIOR SP	VIGOR/VIGOR	NESTLÉ/NESTLÉ	BATAVO/LACTALIS	DANONE/DANONE LÁCTEOS	ITAMBÉ/ITAMBÉ	93,5
SUL	VIGOR/VIGOR	BATAVO/LACTALIS	NESTLÉ/NESTLÉ	DANONE/DANONE LÁCTEOS	YORGUS/O. A. WILHELMS	90,1
MS, GO e DF	VIGOR/VIGOR	DANONE/DANONE LÁCTEOS	NESTLÉ/NESTLÉ	BATAVO/LACTALIS	ITAMBÉ/LACTALIS	82,3

IOGURTE LÍQUIDO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	DANONE/DANONE LÁCTEOS	ITAMBÉ/LACTALIS	BATAVO/LACTALIS	VIGOR/VIGOR	NESTLÉ/NESTLÉ	48,4
NORDESTE	DANONE/DANONE LÁCTEOS	BETÂNIA/CBL	NESTLÉ/NESTLÉ	ISIS/LAT. BELO VALE	ITAMBÉ/LACTALIS	53,5
MG, ES, INT. RJ	ITAMBÉ/LACTALIS	DANONE/DANONE LÁCTEOS	VERDE CAMPO/VERDE CAMPO	GOODY/LACTALIS	ITAMBÉ FIT/LACTALIS	52,8
GRANDE RJ	DANONE/DANONE LÁCTEOS	ITAMBÉ/LACTALIS	BATAVO/LACTALIS	VERDE CAMPO/VERDE CAMPO	NESTLÉ/NESTLÉ	65,5
GRANDE SP	DANONE/DANONE LÁCTEOS	VIGOR/VIGOR	PAULISTA/DANONE LÁCTEOS	BATAVO/LACTALIS	YOPRO/DANONE LÁCTEOS	54,8
INTERIOR SP	DANONE/DANONE LÁCTEOS	VIGOR/VIGOR	BATAVO/LACTALIS	ITAMBÉ/LACTALIS	NESTLÉ/NESTLÉ	56,6
SUL	DANONE/DANONE LÁCTEOS	BATAVO/LACTALIS	PIÁ/PIÁ	FRIMESA/FRIMESA	VIGOR/VIGOR	47,5
MS, GO e DF	DANONE/DANONE LÁCTEOS	ITAMBÉ/LACTALIS	BATAVO/LACTALIS	NESTLÉ/NESTLÉ	VERY GURT/LATICÍNIOS CAROLINA	55,1

IOGURTE POLPA/NATURAL

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	BATAVO/LACTALIS	NESTLÉ/NESTLÉ	ITAMBÉ/LACTALIS	VIGOR/VIGOR	NINHO/NESTLÉ	56,5
NORDESTE	NESTLÉ/NESTLÉ	BETÂNIA/CBL	NINHO/NESTLÉ	DANONE/DANONE LÁCTEOS	ITAMBÉ/LACTALIS	58,1
MG, ES, INT. RJ	ITAMBÉ/LACTALIS	NESTLÉ/NESTLÉ	BATAVO/LACTALIS	NINHO/NESTLÉ	VIGOR/VIGOR	59,4
GRANDE RJ	ITAMBÉ/LACTALIS	NESTLÉ/NESTLÉ	NINHO/NESTLÉ	VIGOR/VIGOR	BATAVO/LACTALIS	60,6
GRANDE SP	VIGOR/VIGOR	NESTLÉ/NESTLÉ	BATAVO/LACTALIS	PAULISTA/DANONE LÁCTEOS	DANONE/DANONE LÁCTEOS	70,0
INTERIOR SP	BATAVO/LACTALIS	NESTLÉ/NESTLÉ	VIGOR/VIGOR	PAULISTA/DANONE LÁCTEOS	ITAMBÉ/LACTALIS	70,2
SUL	BATAVO/LACTALIS	FRIMESA/FRIMESA	VIGOR/VIGOR	NESTLÉ/NESTLÉ	DANONE/DANONE LÁCTEOS	65,5
MS, GO e DF	ITAMBÉ/LACTALIS	BATAVO/LACTALIS	NESTLÉ/NESTLÉ	CAROLINA/LATICÍNIOS CAROLINA	NINHO/NESTLÉ	60,3



Líderes de vendas

Batata Congelada

BRASIL

- 1ª **MCCAIN/MCCAIN**
- 2ª **BEM BRASIL/BEM BRASIL**
- 3ª **SADIA/BRF**
- 4ª **BINT/MCCAIN**
- 5ª **PRIME FRIES/GOLDEN FOODS**

Participação Top 5

70,7%

ÁREA 1

Nordeste

- 1ª MCCAIN/MCCAIN
 - 2ª BEM BRASIL/BEM BRASIL
 - 3ª SADIA/BRF
 - 4ª CANTU/CANTU ALIMENTOS
 - 5ª RAPIPAP/ALIMENTOS MODERNOS
- Top 5** 75,1%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

- BEM BRASIL/BEM BRASIL
 - MCCAIN/MCCAIN
 - SADIA/BRF
 - STAR FRITES/FARM FRITES
 - PIF PAF/PIF PAF
- 76,6%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

- MCCAIN/MCCAIN
 - GOLDEN FRIES/GOLDEN FOODS
 - PRIME FRIES/GOLDEN FOODS
 - BEM BRASIL/BEM BRASIL
 - STAR FRITES/FARM FRITES
- 71,9%

ÁREA 4

Grande São Paulo

- MCCAIN/MCCAIN
 - BEM BRASIL/BEM BRASIL
 - SADIA/BRF
 - LAR/COOP AGROIND. LAR
 - BINT/MCCAIN
- 86,8%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

- 1ª MCCAIN/MCCAIN
 - 2ª BEM BRASIL/BEM BRASIL
 - 3ª SADIA/BRF
 - 4ª BINT/MCCAIN
 - 5ª UNISABOR/BEM BRASIL
- Top 5** 90,4%

ÁREA 6

PR, SC e RS

- MCCAIN/MCCAIN
 - BEM BRASIL/BEM BRASIL
 - BINT/MCCAIN
 - COPACOL/COPACOL
 - RAPIPAP/ALIMENTOS MODERNOS
- 74,7%

ÁREA 7

MS, GO e DF

- COPACOL/COPACOL
 - MCCAIN/MCCAIN
 - BEM BRASIL/BEM BRASIL
 - SADIA/BRF
 - PRIME FRIES/GOLDEN FOODS
- 85,2%

Novas embalagens.

As batatas mais vendidas, agora, também mais bonitas.



Coloridas, modernas e cheias de brasilidade, a nova cara das batatas mais crocantes e gostosas do Brasil está linda por fora e cheia de qualidade por dentro.

A líder de vendas está ainda mais bonita.

BemBrasil

Alimentando bons momentos

Líderes de vendas

Hambúrguer Congelado

BRASIL

- 1ª SEARA/SEARA
- 2ª PERDIGÃO/BRF
- 3ª SADIA/BRF
- 4ª AURORA/AURORA
- 5ª BRASA BURGUERS/BRASA BURGUER

Participação Top 5

71,0%

ÁREA 1

Nordeste

- 1ª SEARA/SEARA
 - 2ª PERDIGÃO/BRF
 - 3ª SADIA/BRF
 - 4ª REZENDE/SEARA
 - 5ª AURORA/AURORA
- Top 5** 85,3%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

- SEARA/SEARA
 - PIF PAF/PIF PAF
 - SADIA/BRF
 - PERDIGÃO/BRF
 - TUDBOM/PLENA
- 61,2%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

- SEARA/SEARA
 - PERDIGÃO/BRF
 - SADIA/BRF
 - FRISA/FRISA
 - MONTANA/MARFRIG
- 86,6%

ÁREA 4

Grande São Paulo

- SEARA/SEARA
 - SADIA/BRF
 - PERDIGÃO/BRF
 - AURORA/AURORA
 - WESSEL/WESSEL CULINÁRIA
- 85,6%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

- 1ª SEARA/SEARA
 - 2ª PERDIGÃO/BRF
 - 3ª SADIA/BRF
 - 4ª BRASA BURGUERS/BRASA BURGUER
 - 5ª AURORA/AURORA
- Top 5** 82,6%

ÁREA 6

PR, SC e RS

- SEARA/SEARA
 - PERDIGÃO/BRF
 - FRIMESA/FRIMESA
 - SADIA/BRF
 - AURORA/AURORA
- 79,3%

ÁREA 7

MS, GO e DF

- SEARA/SEARA
 - PERDIGÃO/BRF
 - REZENDE/SEARA
 - AURORA/AURORA
 - SADIA/BRF
- 88,8%

A Seara comemora a liderança absoluta com

UM PORTFÓLIO COMPLETO!



Campeã de vendas no Brasil, a Seara possui uma **Linha de Hambúrgueres Completa** com opções que levam mais suculência, qualidade e sabor para a mesa do consumidor.

Hambúrguer Tradicional

- ✔ Feito com carne 100% bovina;
- ✔ Delicioso quando preparado na chapa ou na grelha;
- ✔ Disponível também no sabor frango.

Gran Angus Burger Seara Gourmet

- ✔ Carne 100% angus, sem conservantes artificiais;
- ✔ Quatro vezes mais alto que os convencionais;
- ✔ Sabor, maciez e textura superiores.

Texas Burguer

- ✔ Carnes selecionadas;
- ✔ Disponível em cartucho e granel;
- ✔ Com o saboroso tempero Seara.



ABASTEÇA SUA LOJA COM A LINHA COMPLETA E AUMENTE AS VENDAS!

Surpreenda-se com





Líderes de vendas

Sorvetes Impulso + Doméstico

BRASIL

- 1ª KIBON/UNILEVER
- 2ª NESTLÉ/NESTLÉ
- 3ª JUNDIÁ/JUNDIÁ
- 4ª HÄAGEN DAZS/GENERAL MILLS
- 5ª NOBRELLI/FRONERI

Participação Top 5

60,8%

ÁREA 1

Nordeste

- 1ª KIBON/UNILEVER
 - 2ª FROSTY/FROSTY
 - 3ª ZECAS/ZECAS
 - 4ª NESTLÉ/NESTLÉ
 - 5ª STER BOM/STER BOM
- Top 5** 66,6%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

- KIBON/UNILEVER
 - NESTLÉ/NESTLÉ
 - CREME MEL/CREME MEL
 - NOBRELLI/FRONERI
 - GELLAK/GELLAK
- 67,7%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

- KIBON/UNILEVER
 - NESTLÉ/NESTLÉ
 - SLOOP/SLOOP
 - HÄAGEN DAZS/GENERAL MILLS
 - JUNDIÁ/JUNDIÁ
- 80,9%

ÁREA 4

Grande São Paulo

- KIBON/UNILEVER
 - NESTLÉ/NESTLÉ
 - JUNDIÁ/JUNDIÁ
 - HÄAGEN DAZS/GENERAL MILLS
 - LA BASQUE/LA BASQUE
- 68,9%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

- 1ª KIBON/UNILEVER
 - 2ª JUNDIÁ/JUNDIÁ
 - 3ª NESTLÉ/NESTLÉ
 - 4ª HÄAGEN DAZS/GENERAL MILLS
 - 5ª PIMPINELLA/PIMPINELLA
- Top 5** 69,5%

ÁREA 6

PR, SC e RS

- KIBON/UNILEVER
 - NESTLÉ/NESTLÉ
 - PAVILOCHE/PAVINATO
 - TRIVIALY/TRIVIALY
 - LACTA/FRONERI
- 63,7%

ÁREA 7

MS, GO e DF

- KIBON/UNILEVER
 - CREME MEL/CREME MEL
 - NESTLÉ/NESTLÉ
 - JUNDIÁ/JUNDIÁ
 - HÄAGEN DAZS/GENERAL MILLS
- 69,6%

A VERDADEIRA ALEGRIA VEM DE DENTRO

DENTRO DE UM SORRISO,
DENTRO DE UM POTE DE SORVETE

Completamos 45 anos com um motivo especial para comemorar: estamos entre as marcas mais vendidas do país. Queremos agradecer aos nossos consumidores, colaboradores e parceiros por esse importante reconhecimento, que deixa a nossa vida mais gostosa e a de todos a nossa volta também!



O MIX MAIS
COMPLETO DO
SEGMENTO



ALTA
RENTABILIDADE



AÇÕES
DE PDV



REDES
SOCIAIS



NA MÍDIA
AMPLA DIVULGAÇÃO
NACIONAL EM
DIVERSOS MEIOS

ABASTEÇA SUA LOJA COM OS PRODUTOS DA
FAMÍLIA BRGMN E SUPREENDA SEUS CLIENTES



SOMOS UMA EMPRESA
CERTIFICADA PELO
SELO RECICLO

GRUPO

BRGMN



Líderes de vendas

Vegetal Congelado

BRASIL

- 1ª D'AUCY/D'AUCY
- 2ª SEARA/SEARA
- 3ª SADIA/BRF
- 4ª BEM BRASIL/BEM BRASIL
- 5ª COPACOL/COPACOL

Participação Top 5

60,8%

ÁREA 1

Nordeste

- 1ª D'AUCY/D'AUCY
 - 2ª SEARA/SEARA
 - 3ª SADIA/BRF
 - 4ª DEMARCHI/DE MARCHI
 - 5ª MACAXEIRA DE PAU/M.F.S. FREITAS
- Top 5 80,1%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

- PIF PAF/PIF PAF
 - SEARA/SEARA
 - BEM BRASIL/BEM BRASIL
 - SADIA/BRF
 - BONDUELLE/BONDUELLE
- 86,1%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

- BONDUELLE/BONDUELLE
 - SEARA/SEARA
 - D'AUCY/D'AUCY
 - CAC/PRATIGEL
 - BEM BRASIL/BEM BRASIL
- 64,3%

ÁREA 4

Grande São Paulo

- D'AUCY/D'AUCY
 - SEARA/SEARA
 - SADIA/BRF
 - PRATIGEL/PRATIGEL
 - SWIFT/SEARA
- 78,8%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

- 1ª D'AUCY/D'AUCY
 - 2ª SEARA/SEARA
 - 3ª SADIA/BRF
 - 4ª BEM BRASIL/BEM BRASIL
 - 5ª PRATIGEL/PRATIGEL
- Top 5 72,1%

ÁREA 6

PR, SC e RS

- SEARA/SEARA
 - COPACOL/COPACOL
 - D'AUCY/D'AUCY
 - VERD FÁCIL/VERD FÁCIL
 - LAR/COOP. LAR
- 61,3%

ÁREA 7

MS, GO e DF

- SEARA/SEARA
 - D'AUCY/D'AUCY
 - COPACOL/COPACOL
 - BOM PASTOR/LAT. BOM PASTOR DA TERRA/JBC IND. COM.
- 68,9%



Certificados
de qualidade



2022

MODERNA + BONITA

NOVO
VISUAL

NOVO
LOGO



O CAMPEÃO DE VENDAS ESTÁ DE CARA NOVA!

(11) 3096-3535



daucydobrasil



daucydobrasil



daucybr



daucydobrasil



GreenyardFrozenBrasil

www.daucy.com.br

GREENYARD

alimentos perecíveis | líderes de vendas

MARGARINA DIET/LIGHT

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	QUALY/BRF	DORIANA/SEARA	DELÍCIA/SEARA	COAMO/COAMO	-	100,0
NORDESTE	QUALY/BRF	DELÍCIA/SEARA	DORIANA/SEARA	*Não declarado	*Não declarado	100,0
MG, ES, INT. RJ	QUALY/BRF	DORIANA/SEARA	DELÍCIA/SEARA	*Não declarado	*Não declarado	100,0
GRANDE RJ	QUALY/BRF	DELÍCIA/SEARA	DORIANA/SEARA	*Não declarado	*Não declarado	100,0
GRANDE SP	QUALY/BRF	DORIANA/SEARA	DELÍCIA/SEARA	COAMO/COAMO	-	100,0
INTERIOR SP	QUALY/BRF	DORIANA/SEARA	DELÍCIA/SEARA	COAMO/COAMO	-	100,0
SUL	QUALY/BRF	DORIANA/SEARA	DELÍCIA/SEARA	COAMO/COAMO	*Não declarado	100,0
MS, GO e DF	QUALY/BRF	DORIANA/SEARA	DELÍCIA/SEARA	COAMO/COAMO	*Não declarado	100,0

MARGARINA REGULAR

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	QUALY/BRF	DELÍCIA/SEARA	DORIANA/SEARA	VIGOR/VIGOR	CLAYBOM/BRF	82,7
NORDESTE	QUALY/BRF	PRIMOR/SEARA	DELINE/BRF	DELÍCIA/SEARA	PURO SABOR/M. DIAS BRANCO	81,5
MG, ES, INT. RJ	QUALY/BRF	QUALY/BRF	CLAYBOM/BRF	VIGOR/VIGOR	DORIANA/SEARA	96,8
GRANDE RJ	QUALY/BRF	DELÍCIA/SEARA	CLAYBOM/BRF	VIGOR/VIGOR	DORIANA/SEARA	94,4
GRANDE SP	QUALY/BRF	VIGOR/VIGOR	DORIANA/SEARA	DELÍCIA/SEARA	CLAYBOM/BRF	88,0
INTERIOR SP	QUALY/BRF	DORIANA/SEARA	VIGOR/VIGOR	DELÍCIA/SEARA	CLAYBOM/BRF	90,9
SUL	QUALY/BRF	DORIANA/SEARA	VIGOR/VIGOR	DELÍCIA/SEARA	BECEL/UNILEVER	84,3
MS, GO e DF	QUALY/BRF	DELÍCIA/SEARA	DORIANA/SEARA	CLAYBOM/BRF	VIGOR/VIGOR	95,8

MASSAS REFRIGERADAS + PIZZAS

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	SADIA/BRF	SEARA/SEARA	MASSA LEVE/SEARA	MEZZANI/MEZZANI	NÁPOLES/MASSAS NÁPOLES	58,4
NORDESTE	SEARA/SEARA	SADIA/BRF	MASSA LEVE/SEARA	TERELINA/MASSAS DO VALE	MEZZANI/MEZZANI	76,3
MG, ES, INT. RJ	SADIA/BRF	SEARA/SEARA	PIF PAF/PIF PAF	JOSELITO/JOSELITO	MASSA LEVE/SEARA	62,4
GRANDE RJ	SADIA/BRF	NÁPOLES/MASSAS NÁPOLES	SEARA/SEARA	MEZZANI/MEZZANI	MASSA LEVE/SEARA	70,4
GRANDE SP	MASSA LEVE/SEARA	SADIA/BRF	SEARA/SEARA	MEZZANI/MEZZANI	RANA/PASTIFÍCIO RANA SPA	72,5
INTERIOR SP	MASSA LEVE/SEARA	MEZZANI/MEZZANI	SEARA/SEARA	SADIA/BRF	MASSA DA FEIRA/MÁRIO ADRIANO AGUIAR DA COSTA	73,2
SUL	SEARA/SEARA	SADIA/BRF	ROMANHA/ROMANHA	ITALIANY/MASSAS P. A. C. IND. E COM.	ROMENA/MASSAS ROMENA	55,7
MS, GO e DF	SEARA/SEARA	SADIA/BRF	MASSA LEVE/SEARA	GERMANA/GERMANA	MEZZANI/MEZZANI	72,1

PÃO DE QUEIJO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	FORNO DE MINAS/FORNO DE MINAS	SÃO GERALDO/FORNO DE MINAS	CATUPIRY/CATUPIRY	MARICOTA/MARICOTA	MASSA LEVE/SEARA	70,0
NORDESTE	FORNO DE MINAS/FORNO DE MINAS	GOSTO MINEIRO/GOSTO MINEIRO	CATUPIRY/CATUPIRY	DELÍCIA MINEIRA/ELENILDA BRITO MAIA	PERDIGÃO/BRF	82,1
MG, ES, INT. RJ	FORNO DE MINAS/FORNO DE MINAS	SEU NINICO/SEU NINICO	MARICOTA/MARICOTA	PIF PAF/PIF PAF	SÃO GERALDO/FORNO DE MINAS	82,7
GRANDE RJ	FORNO DE MINAS/FORNO DE MINAS	MARICOTA/MARICOTA	BARÃO DE MINAS/BARÃO DE MINAS	SÃO GERALDO/FORNO DE MINAS	CATUPIRY/CATUPIRY	93,1
GRANDE SP	FORNO DE MINAS/FORNO DE MINAS	SABOR E MINAS/MINNAS ALIMENTOS	MASSA LEVE/SEARA	CATUPIRY/CATUPIRY	ZIN PÃO/ZINPÃO	86,4
INTERIOR SP	FORNO DE MINAS/FORNO DE MINAS	MASSA LEVE/SEARA	CATUPIRY/CATUPIRY	SABOR E MINAS/MINNAS ALIMENTOS	TATI MINAS/TATI MINAS	84,2
SUL	FORNO DE MINAS/FORNO DE MINAS	SÃO GERALDO/FORNO DE MINAS	MINEIRINHO/MINEIRINHO	QUINTA MINEIRA/QUINTA MINEIRA	CATUPIRY/CATUPIRY	71,6
MS, GO e DF	FORNO DE MINAS/FORNO DE MINAS	SÃO GERALDO/FORNO DE MINAS	PÃO E ARTE/PÃO E ARTE	FRANCA/FRANCA ALIMENTOS	OURO FINO/INDÚSTRIA OURO FINO	81,3

PETIT SUISSSE

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	DANONINHO/DANONE LÁCTEOS	CHAMBINHO FRUTAS/NESTLÉ	ELEGÊ/LACTALIS	BATAVINHO/LACTALIS	ITAMBÉ/LACTALIS	87,6
NORDESTE	DANONINHO/DANONE LÁCTEOS	CHAMBINHO FRUTAS/NESTLÉ	CHAMBINHO CHOCOLATE/NESTLÉ	BETÂNIA KIDS/CBL	ELEGÊ/LACTALIS	94,6
MG, ES, INT. RJ	DANONINHO/DANONE LÁCTEOS	ITAMBÉ/LACTALIS	TREVINHO/TREVO	CHAMBINHO FRUTAS/NESTLÉ	VIGOR/VIGOR	89,8
GRANDE RJ	DANONINHO/DANONE LÁCTEOS	ELEGÊ/LACTALIS	CHAMBINHO FRUTAS/NESTLÉ	ITAMBÉ/LACTALIS	CHAMBINHO CHOCOLATE/NESTLÉ	91,9
GRANDE SP	DANONINHO/DANONE LÁCTEOS	CHAMBINHO FRUTAS/NESTLÉ	ELEGÊ/LACTALIS	CHAMBINHO CHOCOLATE/NESTLÉ	VIGOR/VIGOR	94,6
INTERIOR SP	DANONINHO/DANONE LÁCTEOS	CHAMBINHO FRUTAS/NESTLÉ	ELEGÊ/LACTALIS	BATAVINHO/LACTALIS	CHAMBINHO CHOCOLATE/NESTLÉ	92,1
SUL	DANONINHO/DANONE LÁCTEOS	BATAVINHO/LACTALIS	ELEGÊ/LACTALIS	FRIMINHO/FRIMESA	CHAMBINHO FRUTAS/NESTLÉ	91,3
MS, GO e DF	DANONINHO/DANONE LÁCTEOS	CHAMBINHO FRUTAS/NESTLÉ	PETIT CAROL/LATICÍNIOS CAROLINA	BATAVINHO/LACTALIS	TREVINHO/TREVO	83,5

QUEIJOS CREMOSOS

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	DANÚBIO/VIGOR	TIROLEZ/TIROLEZ	PHILADELPHIA/MONDELÉZ	POLENGHI/POLENGHI	LACFREE VERDE CAMPO/VERDE CAMPO	58,1
NORDESTE	TIROLEZ/TIROLEZ	POLENGHI/POLENGHI	PHILADELPHIA/MONDELÉZ	DANÚBIO/VIGOR	LACFREE VERDE CAMPO/VERDE CAMPO	64,5
MG, ES, INT. RJ	DANÚBIO/VIGOR	PORTO ALEGRE/PORTO ALEGRE	PHILADELPHIA/MONDELÉZ	POLENGHI/POLENGHI	BOM DESTINO/BOM DESTINO	57,7
GRANDE RJ	DANÚBIO/VIGOR	PHILADELPHIA/MONDELÉZ	LACFREE VERDE CAMPO/VERDE CAMPO	VERDE CAMPO/VERDE CAMPO	TIROLEZ/TIROLEZ	64,6
GRANDE SP	DANÚBIO/VIGOR	TIROLEZ/TIROLEZ	PHILADELPHIA/MONDELÉZ	POLENGHI/POLENGHI	BÚFALO DOURADO/FAZENDA SESMARIA	62,2
INTERIOR SP	DANÚBIO/VIGOR	TIROLEZ/TIROLEZ	PHILADELPHIA/MONDELÉZ	POLENGHI/POLENGHI	VIGOR/VIGOR	68,8
SUL	DANÚBIO/VIGOR	LAC LELO/LAT. SÃO JOÃO	TIROLEZ/TIROLEZ	BATAVO/LACTALIS	POLENGHI/POLENGHI	61,0
MS, GO e DF	DANÚBIO/VIGOR	PHILADELPHIA/MONDELÉZ	TIROLEZ/TIROLEZ	CANTO DE MINAS/CANTO DE MINAS	POLENGHI/POLENGHI	59,6

REQUEIJÃO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	VIGOR/VIGOR	CATUPIRY/CATUPIRY	POÇOS DE CALDAS/LACTALIS	ITAMBÉ/LACTALIS	TIROLEZ/TIROLEZ	50,5
NORDESTE	BETÂNIA/CBL	VIGOR/VIGOR	CATUPIRY/CATUPIRY	NESTLÉ/NESTLÉ	DANONE/DANONE LÁCTEOS	48,7
MG, ES, INT. RJ	PORTO ALEGRE/PORTO ALEGRE	ITAMBÉ/LACTALIS	CATUPIRY/CATUPIRY	VIGOR/VIGOR	CAMPONESA/EMBARÉ	58,8
GRANDE RJ	VIGOR/VIGOR	CATUPIRY/CATUPIRY	ITAMBÉ/LACTALIS	ELEGÉ/LACTALIS	POÇOS DE CALDAS/LACTALIS	70,7
GRANDE SP	VIGOR/VIGOR	CATUPIRY/CATUPIRY	POÇOS DE CALDAS/LACTALIS	TIROLEZ/TIROLEZ	DANONE/DANONE LÁCTEOS	77,9
INTERIOR SP	VIGOR/VIGOR	CATUPIRY/CATUPIRY	TIROLEZ/TIROLEZ	POÇOS DE CALDAS/LACTALIS	DANONE/DANONE LÁCTEOS	71,5
SUL	TIROL/TIROL	VIGOR/VIGOR	PIÁ/PIÁ	CATUPIRY/CATUPIRY	LAC LELO/LATICÍNIOS SÃO JOÃO	52,3
MS, GO e DF	ITAMBÉ/LACTALIS	CANTO DE MINAS/CANTO DE MINAS	VIGOR/VIGOR	CATUPIRY/CATUPIRY	POÇOS DE CALDAS/LACTALIS	57,7

SOBREMESA PRONTA GELIFICADA

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	DANETTE/DANONE LÁCTEOS	CHANDELLE/NESTLÉ	BATAVO/LACTALIS	VIGOR/VIGOR	CHANDELLE CHANTILLY/NESTLÉ	83,6
NORDESTE	CHANDELLE/NESTLÉ	DANETTE/DANONE LÁCTEOS	CHANDELLE CHANTILLY/NESTLÉ	NESTLÉ/NESTLÉ	BATAVO/LACTALIS	95,3
MG, ES, INT. RJ	DANETTE/DANONE LÁCTEOS	CHANDELLE/NESTLÉ	ITAMBÉ/LACTALIS	BATAVO/LACTALIS	VIGOR/VIGOR	84,9
GRANDE RJ	DANETTE/DANONE LÁCTEOS	CHANDELLE/NESTLÉ	BATAVO/LACTALIS	CHANDELLE CHANTILLY/NESTLÉ	VIGOR/VIGOR	83,1
GRANDE SP	DANETTE/DANONE LÁCTEOS	BATAVO/LACTALIS	CHANDELLE/NESTLÉ	CHANDELLE CHANTILLY/NESTLÉ	VIGOR/VIGOR	90,2
INTERIOR SP	DANETTE/DANONE LÁCTEOS	CHANDELLE/NESTLÉ	BATAVO/LACTALIS	VIGOR/VIGOR	CHANDELLE CHANTILLY/NESTLÉ	87,1
SUL	DANETTE/DANONE LÁCTEOS	BATAVO/LACTALIS	CHANDELLE/NESTLÉ	FRIMESA/FRIMESA	BATAVO/BRF	77,9
MS, GO e DF	DANETTE/DANONE LÁCTEOS	CHANDELLE/NESTLÉ	BATAVO/LACTALIS	VIGOR/VIGOR	BATAVO/BRF	87,4


SORVETES IMPULSO + DOMÉSTICO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	KIBON/UNILEVER	NESTLÉ/NESTLÉ	JUNDIÁ/JUNDIÁ	HÅAGEN DAZS/GENERAL MILLS	NOBRELLI/FRONERI	60,8
NORDESTE	KIBON/UNILEVER	FROSTY/FROSTY	ZECAS/ZECAS	NESTLÉ/NESTLÉ	STER BOM/STER BOM	66,6
MG, ES, INT. RJ	KIBON/UNILEVER	NESTLÉ/NESTLÉ	CREME MEL/CREME MEL	NOBRELLI/FRONERI	GELLAK/GELLAK	67,7
GRANDE RJ	KIBON/UNILEVER	NESTLÉ/NESTLÉ	SLOOP/SLOOP	HÅAGEN DAZS/GENERAL MILLS	JUNDIÁ/JUNDIÁ	80,9
GRANDE SP	KIBON/UNILEVER	NESTLÉ/NESTLÉ	JUNDIÁ/JUNDIÁ	HÅAGEN DAZS/GENERAL MILLS	LA BASQUE/LA BASQUE	68,9
INTERIOR SP	KIBON/UNILEVER	JUNDIÁ/JUNDIÁ	NESTLÉ/NESTLÉ	HÅAGEN DAZS/GENERAL MILLS	PIMPINELLA/PIMPINELLA	69,5
SUL	KIBON/UNILEVER	NESTLÉ/NESTLÉ	PAVILOCHE/PAVINATO	TRIVIALY/TRIVIALY	LACTA/FRONERI	63,7
MS, GO e DF	KIBON/UNILEVER	CREME MEL/CREME MEL	NESTLÉ/NESTLÉ	JUNDIÁ/JUNDIÁ	HÅAGEN DAZS/GENERAL MILLS	69,6

VEGETAL CONGELADO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	D'AUCY/D'AUCY	SEARA/SEARA	SADIA/BRF	BEM BRASIL/BEM BRASIL	COPACOL/COPACOL	60,8
NORDESTE	D'AUCY/D'AUCY	SEARA/SEARA	SADIA/BRF	DEMARCHI/DE MARCHI	MACAXEIRA DE PAU/M. F. S. FREITAS	80,1
MG, ES, INT. RJ	PIF PAF/PIF PAF	SEARA/SEARA	BEM BRASIL/BEM BRASIL	SADIA/BRF	BONDUELLE/BONDUELLE	86,1
GRANDE RJ	BONDUELLE/BONDUELLE	SEARA/SEARA	D'AUCY/D'AUCY	CAC/PRATIGEL	BEM BRASIL/BEM BRASIL	64,3
GRANDE SP	D'AUCY/D'AUCY	SEARA/SEARA	SADIA/BRF	PRATIGEL/PRATIGEL	SWIFT/SEARA	78,8
INTERIOR SP	D'AUCY/D'AUCY	SEARA/SEARA	SADIA/BRF	BEM BRASIL/BEM BRASIL	PRATIGEL/PRATIGEL	72,1
SUL	SEARA/SEARA	COPACOL/COPACOL	D'AUCY/D'AUCY	VERD FÁCIL/VERD FÁCIL	LAR/COOP. LAR	61,3
MS, GO e DF	SEARA/SEARA	D'AUCY/D'AUCY	COPACOL/COPACOL	BOM PASTOR/LAT. BOM PASTOR	DA TERRA/JBC IND. COM.	68,9

Sem tempo ruim para o bazar

Seção que concentra oportunidades de boas margens para o varejo, o bazar foi o destaque positivo em 2021, na relação entre valor e volume. Quem puxou o desempenho foram os alimentos para cães e gatos

POR **ROBERTO NUNES FILHO**

>>A cesta de bazar, que concentra um mix amplo e bastante diverso, disponibiliza aos clientes dos supermercados soluções importantes e também uma boa dose de conveniência. E para o varejo, trata-se de uma seção que traz incremento aos resultados e que também viabiliza o oferecimento de produtos com bom valor agregado.

Sua relevância para as lojas ficou bastante evidenciada em 2021, por se tratar de um dos principais destaques positivos do monitoramento realizado pela NielsenIQ. Afinal, bazar registrou uma das maiores altas em valor (+12,3%) e, em volume, foi a única cesta que, efetivamente, cresceu, com alta de 1,4% (bebidas ficou estável, com alta de apenas 0,1% neste indicador). A valorização da cesta, em grande parte, é explicada pela variação dos preços, que cresceram 10,8% no ano passado.

Na análise dos canais, destaque para o cash & carry, que contabilizou alta de 23,8% em valor e de 6,7% em volume, e para os supermercados, cujo desempenho nesta cesta avançou 13,8% em valor e 2,9% em volume.

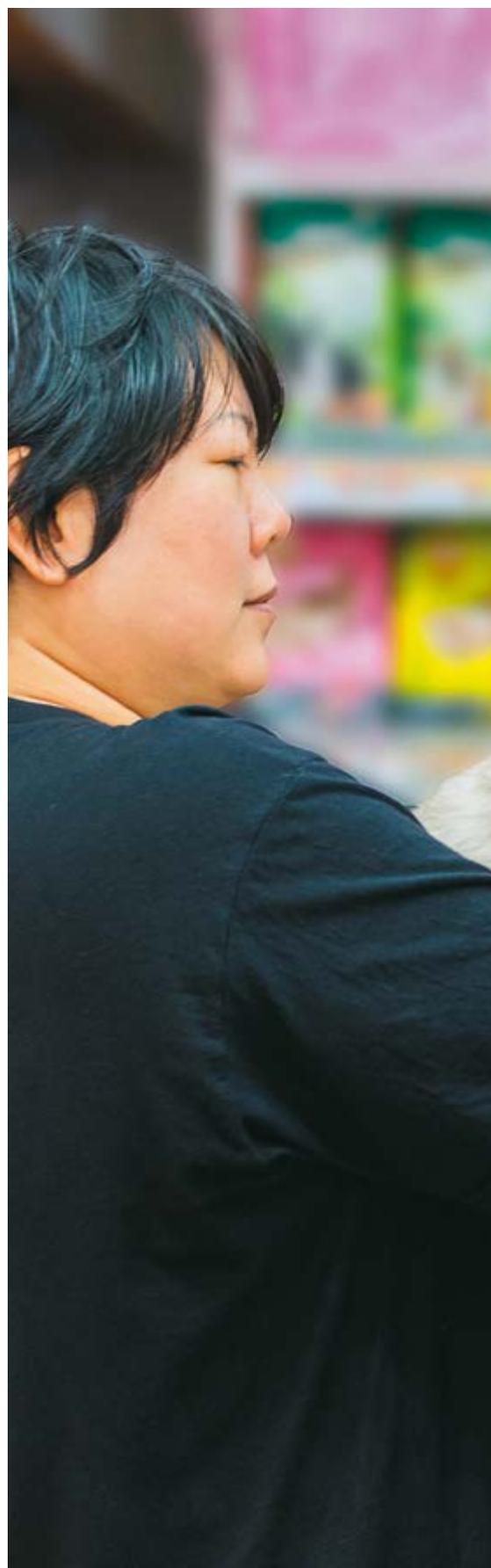
Como nos anos anteriores, grande parte da receita desta cesta foi puxada pelo segmento pet. Alimento para cães teve salto de 20,3% em valor e alimento para gatos avançou 24,9% neste quesito. Ambas as categorias também tiveram crescimento no volume comercializado, respectivamente de 1% e de 9,9%.

Na escala de valor, filtro de papel e pilha também se destacaram, com respectivas altas de 14,2% e de 11,7%. detergente para roupas (1%). **SF**

Bazar possui

1,5%

de importância para o Total Cesta Nielsen





As vendas em valor cresceram

12,3%

Já as vendas em volume tiveram alta de

1,4%

Varição de preços da cesta ficou em

10,8%

Reciclar é a melhor opção pela sustentabilidade!

Sua loja precisa de produtos para clientes conscientes com a economia circular.



Sacos para lixo fabricados com plásticos usados, retirados do meio ambiente!



Dover-Roll é parte integrante e fomentadora da Economia Circular.

Dover Roll

O melhor e mais sustentável saco para lixo do Brasil!



Conheça nossos produtos
www.dover-roll.com.br
Siga-nos nas redes sociais

Líderes de vendas

Índice

Alimento para Cães	126
Alimento para Gatos	126
Cera Automotiva	126
Cola	126
Envoltório para Alimentos	126
Filtro de Papel	144
Guardanapo de Papel	144
Instrumento de Escrita (caneta, lapiseira, lápis preto, lápis de cor, etc.)	144
Lâmpada	144
Mamadeira	144
Pilha/Bateria	145
Produtos para Auto	145
Toalha de Papel	145
Vassoura	145



DESDE
1992

PROTETOR PARA FOGÃO

Protetor para cozinha

4 E 6 BOCAS
4 Y 6 hornillas

Contém
12



WYDA®

ESSENCIAL NA SUA VIDA!

Tel: +55 15 2101 7500
www.wyda.com.br



ALIMENTO PARA CÃES

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	PEDIGREE/MARS	DOG CHOW/NESTLÉ	KELDOG/KELCO	BAW WAW/GRUPO RAÇÕES REIS	ALPO/NESTLÉ	65,3
NORDESTE	PEDIGREE/MARS	DOG CHOW/NESTLÉ	BALANCE/BRF	KELDOG/KELCO	BAW WAW/GRUPO RAÇÕES REIS	74,3
MG, ES, INT. RJ	PEDIGREE/MARS	TUFÃO/INPROVETER	KYNUS/BRASWEY	DOG CHOW/NESTLÉ	BARÃO/VITAMINAS RAÇÕES	75,0
GRANDE RJ	PEDIGREE/MARS	DOG CHOW/NESTLÉ	CHAMP/MARS	BAW WAW/GRUPO RAÇÕES REIS	KANINA/NESTLÉ	79,4
GRANDE SP	PEDIGREE/MARS	DOG CHOW/NESTLÉ	BAW WAW/GRUPO RAÇÕES REIS	KELDOG/KELCO	BALANCE/BRF	82,0
INTERIOR SP	PEDIGREE/MARS	DOG CHOW/NESTLÉ	BAW WAW/GRUPO RAÇÕES REIS	KELDOG/KELCO	SPECIAL DOG/MANFRIM	78,0
SUL	PEDIGREE/MARS	DOG CHOW/NESTLÉ	KELDOG/KELCO	ALPO/NESTLÉ	BALANCE/BRF	63,7
MS, GO e DF	PEDIGREE/MARS	DOG CHOW/NESTLÉ	KYNUS/BRASWEY	VITA MAX/MATSUDA	BAW WAW/GRUPO RAÇÕES REIS	64,6

ALIMENTO PARA GATOS

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	WHISKAS/MARS	FRISKIES/NESTLÉ	DREAMIES/MARS	KITEKAT/MARS	BAW WAW/GRUPO RAÇÕES REIS	84,7
NORDESTE	WHISKAS/MARS	FRISKIES/NESTLÉ	KITEKAT/MARS	DREAMIES/MARS	VITTAMAX/MATSUDA	89,8
MG, ES, INT. RJ	WHISKAS/MARS	FRISKIES/NESTLÉ	KITEKAT/MARS	DREAMIES/MARS	BARÃO/VITAMINAS RAÇÕES	87,5
GRANDE RJ	WHISKAS/MARS	FRISKIES/NESTLÉ	DREAMIES/MARS	GRAN CAT/GRANFINO	KITEKAT/MARS	92,2
GRANDE SP	WHISKAS/MARS	FRISKIES/NESTLÉ	DREAMIES/MARS	KITEKAT/MARS	BAW WAW/GRUPO RAÇÕES REIS	90,1
INTERIOR SP	WHISKAS/MARS	FRISKIES/NESTLÉ	DREAMIES/MARS	KITEKAT/MARS	QUALITY/ADIMAX	87,2
SUL	WHISKAS/MARS	FRISKIES/NESTLÉ	DREAMIES/MARS	KITEKAT/MARS	MONELLO/NUTRIRE	79,5
MS, GO e DF	WHISKAS/MARS	FRISKIES/NESTLÉ	VITTAMAX/MATSUDA	BAW WAW/GRUPO RAÇÕES REIS	KITEKAT/MARS	86,5

CERA AUTOMOTIVA

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	PROAUTO/TRADING CARE	GRAND PRIX/SC JOHNSON	RODABRILL/INTERBRILHO	CARNÚ/SC JOHNSON	LUXCAR/FLAPS	87,5
NORDESTE	PROAUTO/TRADING CARE	GRAND PRIX/SC JOHNSON	CARNÚ/SC JOHNSON	LUXCAR/FLAPS	RODABRILL/INTERBRILHO	85,2
MG, ES, INT. RJ	PROAUTO/TRADING CARE	RODABRILL/INTERBRILHO	GRAND PRIX/SC JOHNSON	CARNÚ/SC JOHNSON	LUXCAR/FLAPS	94,7
GRANDE RJ	PROAUTO/TRADING CARE	GRAND PRIX/SC JOHNSON	LUXCAR/FLAPS	CARNÚ/SC JOHNSON	RODABRILL/INTERBRILHO	97,9
GRANDE SP	GRAND PRIX/SC JOHNSON	LUXCAR/FLAPS	PROAUTO/TRADING CARE	RODABRILL/INTERBRILHO	CARNÚ/SC JOHNSON	87,9
INTERIOR SP	GRAND PRIX/SC JOHNSON	PROAUTO/TRADING CARE	RODABRILL/INTERBRILHO	LUXCAR/FLAPS	CARNÚ/SC JOHNSON	88,2
SUL	PROAUTO/TRADING CARE	GRAND PRIX/SC JOHNSON	FREE WAY/SUPER CLEAN	RODABRILL/INTERBRILHO	CARNÚ/SC JOHNSON	81,7
MS, GO e DF	PROAUTO/TRADING CARE	GRAND PRIX/SC JOHNSON	RODABRILL/INTERBRILHO	LUXCAR/FLAPS	CARNÚ/SC JOHNSON	92,5

COLA

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	SUPER BONDER/HENKEL	DUREPOXI/HENKEL	PRITT/HENKEL	SCOTCH/3M	BIC/BIC	72,5
NORDESTE	SUPER BONDER/HENKEL	DUREPOXI/HENKEL	SCOTCH/3M	THREE BOND/THREE BOND	BIC/BIC	62,6
MG, ES, INT. RJ	SUPER BONDER/HENKEL	DUREPOXI/HENKEL	SCOTCH/3M	THREE BOND/THREE BOND	TEK BOND/ATB ADESIVOS	80,7
GRANDE RJ	SUPER BONDER/HENKEL	SCOTCH/3M	BIC/BIC	TEK BOND/ATB ADESIVOS	QUALIFY/VMP PAPÉIS	74,0
GRANDE SP	SUPER BONDER/HENKEL	PRITT/HENKEL	TEK BOND/ATB ADESIVOS	THREE BOND/THREE BOND	SCOTCH/3M	80,5
INTERIOR SP	SUPER BONDER/HENKEL	PRITT/HENKEL	DUREPOXI/HENKEL	SCOTCH/3M	BIC/BIC	79,3
SUL	SUPER BONDER/HENKEL	PRITT/HENKEL	DUREPOXI/HENKEL	BIC/BIC	SCOTCH/3M	76,1
MS, GO e DF	SUPER BONDER/HENKEL	SCOTCH/3M	DUREPOXI/HENKEL	PRITT/HENKEL	BIC/BIC	72,6

ENVOLTÓRIO PARA ALIMENTOS

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	WYDA/WYDA	FREEZER ROLL/DOVER	BOREDA/BOREDA	BOMPACK/EMBRAST	PRATSY/ALUMILESTE	55,9
NORDESTE	WYDA/WYDA	FREEZER ROLL/DOVER	PRATSY/ALUMILESTE	ALUMILESTE/ALUMILESTE	TÉRMICA/TÉRMICA	65,7
MG, ES, INT. RJ	WYDA/WYDA	BOREDA/BOREDA	BOMPACK/EMBRAST	FREEZER ROLL/DOVER	PRATSY/ALUMILESTE	75,8
GRANDE RJ	WYDA/WYDA	LUMIPAM/LUMIPAM	KIKO/KIKO IND. E COM.	FREEZER ROLL/DOVER	ALUMILESTE/ALUMILESTE	59,5
GRANDE SP	WYDA/WYDA	FREEZER ROLL/DOVER	MAJIPACK/INPROCO	PRATSY/ALUMILESTE	ALFALUMÍNIO/ALUMILESTE	68,6
INTERIOR SP	WYDA/WYDA	FREEZER ROLL/DOVER	ALUMILESTE/ALUMILESTE	LIFE CLEAN/CARMEX IND. DE DESCARTÁVEIS	PRATSY/ALUMILESTE	76,1
SUL	WYDA/WYDA	ROYAL PACK/HS	GIOPACK/GIOCA IND. COM.	BOMPACK/EMBRAST	COZINHA PRÁTICA/MULT USOS IND. E COM. DE EMB.	61,8
MS, GO e DF	WYDA/WYDA	LUMIPAM/LUMIPAM	FACILITA & PRONTO/EBEG EMB. E DESCARTÁVEIS	FREEZER ROLL/DOVER	THERMOPRAT/THERMOPRAT	67,7

PROGRAMA **SUPERHIPER**

O seu encontro semanal com os maiores especialistas em varejo



Mais de **60.000 visualizações** no programa no Youtube



Patrocínio:

MARQUESPAN
ALIMENTOS

CERVEJARIA
ambev



ASSOCIAÇÃO
BRASILEIRA
DE AUTOMAÇÃO

Assista pela TV Com Brasil e pelo Youtube e Facebook da Abras

Todas as quintas-feiras, às 20h

Transmissão para todo o Brasil, nos canais DTH

SKY e Oi TVHD - Canal 28

Claro TV e Via Embratel - Canal 28

Vivo TV e GVT - Canal 239

Nossa TV Brasileira - Canal 20

comercial@abras.com.br
(11) 3838-4545

Aponte a câmera do seu celular para o QRCode ao lado e entre em contato via WhatsApp



ABRAS ASSOCIAÇÃO
BRASILEIRA DE
SUPERMERCADOS

Líderes de vendas

Alimentos para Cães

BRASIL

- 1ª **PEDIGREE/MARS**
- 2ª **DOG CHOW/NESTLÉ**
- 3ª **KELDOG/KELCO**
- 4ª **BAW WAW/GRUPO RAÇÕES REIS**
- 5ª **ALPO/NESTLÉ**

Participação Top 5

65,3%

ÁREA 1

Nordeste

- 1ª PEDIGREE/MARS
 - 2ª DOG CHOW/NESTLÉ
 - 3ª BALANCE/BRF
 - 4ª KELDOG/KELCO
 - 5ª BAW WAW/GRUPO RAÇÕES REIS
- Top 5** 74,3%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

- 1ª PEDIGREE/MARS
 - 2ª TUFÃO/INPROVETER
 - 3ª KYNUS/BRASWEY
 - 4ª DOG CHOW/NESTLÉ
 - 5ª BARÃO/VITAMINAS RAÇÕES
- 75,0%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

- 1ª PEDIGREE/MARS
 - 2ª DOG CHOW/NESTLÉ
 - 3ª CHAMP/MARS
 - 4ª BAW WAW/GRUPO RAÇÕES REIS
 - 5ª KANINA/NESTLÉ
- 79,4%

ÁREA 4

Grande São Paulo

- 1ª PEDIGREE/MARS
 - 2ª DOG CHOW/NESTLÉ
 - 3ª BAW WAW/GRUPO RAÇÕES REIS
 - 4ª KELDOG/KELCO
 - 5ª BALANCE/BRF
- 82,0%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

- 1ª PEDIGREE/MARS
 - 2ª DOG CHOW/NESTLÉ
 - 3ª BAW WAW/GRUPO RAÇÕES REIS
 - 4ª KELDOG/KELCO
 - 5ª SPECIAL DOG/MANFRIM
- Top 5** 78,0%

ÁREA 6

PR, SC e RS

- 1ª PEDIGREE/MARS
 - 2ª DOG CHOW/NESTLÉ
 - 3ª KELDOG/KELCO
 - 4ª ALPO/NESTLÉ
 - 5ª BALANCE/BRF
- 63,7%

ÁREA 7

MS, GO e DF

- 1ª PEDIGREE/MARS
 - 2ª DOG CHOW/NESTLÉ
 - 3ª KYNUS/BRASWEY
 - 4ª VITA MAX/MATSUDA
 - 5ª BAW WAW/GRUPO RAÇÕES REIS
- 64,6%

PROÇÃO

SEU PET, NOSSO MUNDO

A MELHOR
OPORTUNIDADE NO
SEGMENTO É A LINHA
PET CARE!



TAPETES: CATEGORIA DESTINO
Não deixe de ter em sua loja



CAT ZONE

**PRIMEIRA LINHA COMPLETA
DESENVOLVIDA ESPECIALMENTE
PARA OS GATINHOS**



sac@tradingcare.com.br



Líderes de vendas

Cera Automotiva

BRASIL

- 1^a PROAUTO/TRADING CARE
- 2^a GRAND PRIX/SC JOHNSON
- 3^a RODABRILL/INTERBRILHO
- 4^a CARNÚ/SC JOHNSON
- 5^a LUXCAR/FLAPS

Participação Top 5

87,5%

ÁREA 1

Nordeste

- 1^a PROAUTO/TRADING CARE
 - 2^a GRAND PRIX/SC JOHNSON
 - 3^a CARNÚ/SC JOHNSON
 - 4^a LUXCAR/FLAPS
 - 5^a RODABRILL/INTERBRILHO
- Top 5** 85,2%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

- 1^a PROAUTO/TRADING CARE
 - 2^a RODABRILL/INTERBRILHO
 - 3^a GRAND PRIX/SC JOHNSON
 - 4^a CARNÚ/SC JOHNSON
 - 5^a LUXCAR/FLAPS
- 94,7%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

- 1^a PROAUTO/TRADING CARE
 - 2^a GRAND PRIX/SC JOHNSON
 - 3^a LUXCAR/FLAPS
 - 4^a CARNÚ/SC JOHNSON
 - 5^a RODABRILL/INTERBRILHO
- 97,9%

ÁREA 4

Grande São Paulo

- 1^a GRAND PRIX/SC JOHNSON
 - 2^a LUXCAR/FLAPS
 - 3^a PROAUTO/TRADING CARE
 - 4^a RODABRILL/INTERBRILHO
 - 5^a CARNÚ/SC JOHNSON
- 87,9%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

- 1^a GRAND PRIX/SC JOHNSON
 - 2^a PROAUTO/TRADING CARE
 - 3^a RODABRILL/INTERBRILHO
 - 4^a LUXCAR/FLAPS
 - 5^a CARNÚ/SC JOHNSON
- Top 5** 88,2%

ÁREA 6

PR, SC e RS

- 1^a PROAUTO/TRADING CARE
 - 2^a GRAND PRIX/SC JOHNSON
 - 3^a FREE WAY/SUPER CLEAN
 - 4^a RODABRILL/INTERBRILHO
 - 5^a CARNÚ/SC JOHNSON
- 81,7%

ÁREA 7

MS, GO e DF

- 1^a PROAUTO/TRADING CARE
 - 2^a GRAND PRIX/SC JOHNSON
 - 3^a RODABRILL/INTERBRILHO
 - 4^a LUXCAR/FLAPS
 - 5^a CARNÚ/SC JOHNSON
- 92,5%

O LUGAR MAIS ALTO DO PÓDIO É PARA QUEM É

ESPECIALISTA EM CERAS



NOVAS
EMBALAGENS

Há mais de **40 anos**, inovamos para oferecer brilho e proteção para os veículos, buscando fórmulas com silicões especiais de altíssima qualidade. Os resultados são visíveis: nos veículos, nas gôndolas e na Abras.



www.proauto.com.br    siga nossas fanpages

Líderes de vendas

Envoltório para Alimentos

BRASIL

- 1^a WYDA/WYDA
- 2^a FREEZER ROLL/DOVER
- 3^a BOREDA/BOREDA
- 4^a BOMPACK/EMBRAST
- 5^a PRATSY/ALUMILESTE

Participação Top 5

55,9%

ÁREA 1

Nordeste

- 1^a WYDA/WYDA
 - 2^a FREEZER ROLL/DOVER
 - 3^a PRATSY/ALUMILESTE
 - 4^a ALUMILESTE/ALUMILESTE
 - 5^a TÉRMICA/TÉRMICA
- Top 5 65,7%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

- WYDA/WYDA
 - BOREDA/BOREDA
 - BOMPACK/EMBRAST
 - FREEZER ROLL/DOVER
 - PRATSY/ALUMILESTE
- 75,8%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

- WYDA/WYDA
 - LUMIPAM/LUMIPAM
 - KIKO/KIKO IND. E COM.
 - FREEZER ROLL/DOVER
 - ALUMILESTE/ALUMILESTE
- 59,5%

ÁREA 4

Grande São Paulo

- WYDA/WYDA
 - FREEZER ROLL/DOVER
 - MAJIPACK/INPROCO
 - PRATSY/ALUMILESTE
 - ALFALUMÍNIO/ALUMILESTE
- 68,6%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

- 1^a WYDA/WYDA
 - 2^a FREEZER ROLL/DOVER
 - 3^a ALUMILESTE/ALUMILESTE
 - 4^a LIFE CLEAN/CARMEX IND. DE DESCARTÁVEIS
 - 5^a PRATSY/ALUMILESTE
- Top 5 76,1%

ÁREA 6

PR, SC e RS

- WYDA/WYDA
 - ROYAL PACK/HS
 - GIOPACK/GIOCA IND. COM.
 - BOMPACK/EMBRAST
 - COZINHA PRÁTICA/MULT USOS IND. E COM. DE EMB.
- 61,8%

ÁREA 7

MS, GO e DF

- WYDA/WYDA
 - LUMIPAM/LUMIPAM
 - FACILITA & PRONTO/EBEG EMB. E DESCARTÁVEIS
 - FREEZER ROLL/DOVER
 - THERMOPRAT/THERMOPRAT
- 67,7%

Em cozinhas práticas, não pode faltar Lumipam.

Mais que praticidade, a Lumipam oferece confiabilidade e alta qualidade em uma linha completa de produtos que tornam as cozinhas mais higiênicas, eficientes e modernas.

Nossa linha de produtos:

- . Folhas de alumínio
- . Filme de PVC
- . Sacos plásticos
- . Protetor de fogão
- . Papel manteiga
- . Assa prático
- . Bolsa Hermética
- . Assadeiras
- . Coador de papel
- . Filme de poliéster
- . Sacos herméticos
- . Bandejas retangulares
- . Luvas Plásticas
- . Pano Multiuso



lumipam



Líderes de vendas

Filtro de Papel

BRASIL

- 1ª MELITTA/MELITTA
- 2ª BRIGITTA/MELITTA
- 3ª 3CORACÕES/3CORACÕES
- 4ª SANTA CLARA/3CORACÕES
- 5ª PIMPINELA/3CORACÕES

Participação Top 5

91,0%

ÁREA 1

Nordeste

- 1ª MELITTA/MELITTA
 - 2ª SANTA CLARA/3CORACÕES
 - 3ª 3CORACÕES/3CORACÕES
 - 4ª BRIGITTA/MELITTA
 - 5ª MARATÁ/MARATÁ
- Top 5** 94,0%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

- MELITTA/MELITTA
 - 3CORACÕES/3CORACÕES
 - BRIGITTA/MELITTA
 - CAFÉ DOM PEDRO/CAFÉ DOM PEDRO
 - MERIDIANO/CAFÉ MERIDIANO
- 84,2%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

- MELITTA/MELITTA
 - BRIGITTA/MELITTA
 - PIMPINELA/3CORACÕES
 - 3CORACÕES/3CORACÕES
 - ITAMARATY/ITAMARATY
- 96,5%

ÁREA 4

Grande São Paulo

- MELITTA/MELITTA
 - 3CORACÕES/3CORACÕES
 - BRIGITTA/MELITTA
 - MÉTODO LAR/MÉTODO
 - IGUAÇU/PRINCIPAL COM. E IND. CAFÉ
- 97,9%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

- 1ª MELITTA/MELITTA
 - 2ª BRIGITTA/MELITTA
 - 3ª 3CORACÕES/3CORACÕES
 - 4ª CAIÇARA/CAIÇARA
 - 5ª JAGUARI/CAFÉ JAGUARI
- Top 5** 94,0%

ÁREA 6

PR, SC e RS

- MELITTA/MELITTA
 - BRIGITTA/MELITTA
 - 3CORACÕES/3CORACÕES
 - IGUAÇU/PRINCIPAL COM. E IND. CAFÉ
 - ITAMARATY/ITAMARATY
- 97,0%

ÁREA 7

MS, GO e DF

- MELITTA/MELITTA
 - 3CORACÕES/3CORACÕES
 - EXPORT/CAFÉ EXPORT
 - BRIGITTA/MELITTA
 - MOINHO FINO/DICASA
- 92,1%



OS LÍDERES DE MERCADO EM VALOR E VOLUME.

O segredo para preparar um café fresquinho passa pelo filtro Melitta®, que reúne as melhores tecnologias para extrair o máximo do sabor e aroma do café. Um diferencial que torna o nosso filtro o maior sucesso de vendas da categoria.

Microfuros exclusivos

Passam rapidinho o máximo do aroma e do sabor do café.



Qualidade Melitta®

Especialista no preparo de café desde 1908 e marca líder em vendas.



Apoio Social

Parceria com o Instituto Ayrton Senna para apoiar a melhoria da educação.



Dupla costura

Mais resistente, ajuda a evitar rasgos na costura.

Sustentável

Com fonte de manejo florestal responsável (certificação FSC®) e 100% compostável.



*Segundo a Nielsen - Líderes de Vendas 2022/ Total Brasil / Categoria de Filtros de Papel.

Líderes de vendas

Lâmpada

BRASIL

- 1ª **OUROLUX/OUROLUX**
- 2ª **KIAN/KIAN**
- 3ª **TASCHIBRA/BRASILUX**
- 4ª **OSRAM/OSRAM**
- 5ª **ULTRALUZ/ULTRALUZ**

Participação Top 5

78,1%

ÁREA 1

Nordeste

- 1ª **OUROLUX/OUROLUX**
 - 2ª **ELGIN/ELGIN**
 - 3ª **G LIGHT/G-LIGHT**
 - 4ª **TASCHIBRA/BRASILUX**
 - 5ª **RAYOVAC/SPECTRUN BRANDS**
- Top 5** 72,5%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

- KIAN/KIAN**
 - OSRAM/OSRAM**
 - ULTRALUZ/ULTRALUZ**
 - OUROLUX/OUROLUX**
 - TASCHIBRA/BRASILUX**
- 88,4%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

- KIAN/KIAN**
 - OUROLUX/OUROLUX**
 - OSRAM/OSRAM**
 - TASCHIBRA/BRASILUX**
 - RAYOVAC/SPECTRUN BRANDS**
- 94,9%

ÁREA 4

Grande São Paulo

- OUROLUX/OUROLUX**
 - KIAN/KIAN**
 - TASCHIBRA/BRASILUX**
 - GALAXY/GALAXY**
 - GALAXY LED/GALAXY**
- 92,8%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

- 1ª **OUROLUX/OUROLUX**
 - 2ª **KIAN/KIAN**
 - 3ª **TASCHIBRA/BRASILUX**
 - 4ª **FOX LUX/FOX LUX**
 - 5ª **FOX LUX/SENES & ROSSI**
- Top 5** 85,2%

ÁREA 6

PR, SC e RS

- TASCHIBRA/BRASILUX**
 - OUROLUX/OUROLUX**
 - PHILIPS/PHILIPS**
 - KIAN/KIAN**
 - AVANT/INTERLUX**
- 86,5%

ÁREA 7

MS, GO e DF

- OUROLUX/OUROLUX**
 - TASCHIBRA/BRASILUX**
 - ELGIN/ELGIN**
 - KIAN/KIAN**
 - OSRAM/OSRAM**
- 79,4%

OUROLUX É A MARCA MAIS VENDIDA NO BRASIL

Tão bom quanto comemorar **30 anos de história**,
é ganhar o **prêmio líderes de vendas**
pelo **4º ano consecutivo**.



MULTIPLIQUE SUAS VENDAS!



**Venha ser líder de vendas
junto com a Ourlux.**

Fale com um de nossos representantes.



ourolux.com.br



Líderes de vendas

Mamadeira

BRASIL

- 1ª **KUKA/KUKA**
- 2ª **LILLO/LILLO**
- 3ª **NEOPAN/NEOPAN**
- 4ª **LOLLY/LOLLY BABY**
- 5ª **FIONA/MUCAMBO (LILLO)**

Participação Top 5

88,1%

ÁREA 1

Nordeste

- 1ª LILLO/LILLO
 - 2ª KUKA/KUKA
 - 3ª NEOPAN/NEOPAN
 - 4ª LOLLY/LOLLY BABY
 - 5ª FIONA/MUCAMBO (LILLO)
- Top 5** 95,6%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

- KUKA/KUKA
 - LILLO/LILLO
 - BABY GO/DERMIWIL
 - FIONA/MUCAMBO (LILLO)
 - LOLLY/LOLLY BABY
- 92,5%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

- CEFISA/CEFISA
 - LILLO/LILLO
 - KUKA/KUKA
 - NEOPAN/NEOPAN
 - BABY GO/DERMIWIL
- 94,8%

ÁREA 4

Grande São Paulo

- KUKA/KUKA
 - LILLO/LILLO
 - NEOPAN/NEOPAN
 - BABY GO/DERMIWIL
 - NUK/LILLO
- 93,2%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

- 1ª KUKA/KUKA
 - 2ª NEOPAN/NEOPAN
 - 3ª LILLO/LILLO
 - 4ª BABY GO/DERMIWIL
 - 5ª LOLLY/LOLLY BABY
- Top 5** 90,1%

ÁREA 6

PR, SC e RS

- KUKA/KUKA
 - LILLO/LILLO
 - LOLLY/LOLLY BABY
 - NEOPAN/NEOPAN
 - FIONA/MUCAMBO (LILLO)
- 89,5%

ÁREA 7

MS, GO e DF

- LILLO/LILLO
 - KUKA/KUKA
 - NEOPAN/NEOPAN
 - LOLLY/LOLLY BABY
 - PEPETA/PEPETA
- 87,5%



KUKA[®] baby

Quando a notícia é boa, a gente gosta de espalhar!



Por mais um ano consecutivo, a **Kuka Baby é líder de vendas** em mamadeiras no Brasil. Agradecemos a você, nosso parceiro e cliente, por essa conquista! E continuaremos na missão de cuidar e zelar pelo maior bem: os bebês de todos os lares.

kuka.com.br

  KukaBabyOficial

A premiação entregue pela **ABRAS** e pela Revista **SuperHiper** tem como base a pesquisa auditada realizada pela Nielsen.

Líderes de vendas

Produtos para Auto

BRASIL

- 1^a PROAUTO/TRADING CARE
- 2^a RODABRILL/INTERBRILHO
- 3^a LUXCAR/FLAPS
- 4^a BUCAS/INTERBRILHO
- 5^a AUTOCRAFT/TRADING CARE

Participação Top 5

82,7%

ÁREA 1

Nordeste

- 1^a PROAUTO/TRADING CARE
 - 2^a LUXCAR/FLAPS
 - 3^a RODABRILL/INTERBRILHO
 - 4^a BUCAS/INTERBRILHO
 - 5^a TECBRIL/TECBRIL
- Top 5** 85,3%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

- RODABRILL/INTERBRILHO
 - PROAUTO/TRADING CARE
 - LUXCAR/FLAPS
 - BUCAS/INTERBRILHO
 - COCKPIT/INTERBRILHO
- 92,1%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

- PROAUTO/TRADING CARE
 - LUXCAR/FLAPS
 - RODABRILL/INTERBRILHO
 - STOCKCAR/CENTRALSUL
 - CARNÚ/SC JOHNSON
- 82,2%

ÁREA 4

Grande São Paulo

- LUXCAR/FLAPS
 - RODABRILL/INTERBRILHO
 - PROAUTO/TRADING CARE
 - BUCAS/INTERBRILHO
 - GRAND PRIX/SC JOHNSON
- 89,1%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

- 1^a LUXCAR/FLAPS
 - 2^a PROAUTO/TRADING CARE
 - 3^a RODABRILL/INTERBRILHO
 - 4^a BUCAS/INTERBRILHO
 - 5^a MONZA/PÉROLA
- Top 5** 86,7%

ÁREA 6

PR, SC e RS

- PROAUTO/TRADING CARE
 - RODABRILL/INTERBRILHO
 - LUXCAR/FLAPS
 - BRILHOLAC/BRILHOLAC
 - JIMO SILICONE/JIMO QUÍMICA
- 71,9%

ÁREA 7

MS, GO e DF

- PROAUTO/TRADING CARE
 - RODABRILL/INTERBRILHO
 - LUXCAR/FLAPS
 - BUCAS/INTERBRILHO
 - AUTOCRAFT/TRADING CARE
- 90,8%



A MARCA LÍDER PELO 12º ANO CONSECUTIVO
(NA CATEGORIA DE PRODUTOS AUTOMOTIVOS)



AUTO CRAFT



ESPUMA MÁGICA

Também são marcas com qualidade Proauto



www.proauto.com.br siga nossas fanpages

A marca mais vendida no segmento de produtos automotivos pelo 12º ano consecutivo, segundo a Nissan 2022. Imagens com caráter meramente ilustrativo. Apoiamos o cuidado com o meio ambiente.

ÁGUA: PODE FALTAR. NÃO DESPERDICE.

Conheça também a linha Detail Autocraft, para cuidados com o carro.

AUTO CRAFT

Líderes de vendas

Vassoura

BRASIL

- 1ª **NOVIÇA/BETTANIN**
- 2ª **CONDOR/CONDOR**
- 3ª **ALKLIN/SCHWANKE INDUSTRIAL**
- 4ª **PUREZITTA/VASSOURAS PUREZITTA**
- 5ª **BRILHUS/BETTANIN**

Participação Top 5

77,1%

ÁREA 1

Nordeste

- 1ª CONDOR/CONDOR
 - 2ª NOVIÇA/BETTANIN
 - 3ª BRILHUS/BETTANIN
 - 4ª PHENIX/SANTA MARIA
 - 5ª ALKLIN/SCHWANKE INDUSTRIAL
- Top 5** 85,65

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

- NOVIÇA/BETTANIN
 - PUREZITTA/VASSOURAS PUREZITTA
 - CONDOR/CONDOR
 - ROSSI/A. W. ROSSI
 - LIMPPANO/LIMPPANO
- 73,2%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

- NOVIÇA/BETTANIN
 - ROSSI/A. W. ROSSI
 - CONDOR/CONDOR
 - ALKLIN/SCHWANKE INDUSTRIAL
 - LIMPPANO/LIMPPANO
- 72,5%

ÁREA 4

Grande São Paulo

- CONDOR/CONDOR
 - NOVIÇA/BETTANIN
 - ALKLIN/SCHWANKE INDUSTRIAL
 - BRILHUS/BETTANIN
 - KILAR/KI-LAR
- 87,1%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

- 1ª NOVIÇA/BETTANIN
 - 2ª CONDOR/CONDOR
 - 3ª PHENIX/SANTA MARIA
 - 4ª BRILHUS/BETTANIN
 - 5ª ALKLIN/SCHWANKE INDUSTRIAL
- Top 5** 81,3%

ÁREA 6

PR, SC e RS

- NOVIÇA/BETTANIN
 - CONDOR/CONDOR
 - BRILHUS/BETTANIN
 - ALKLIN/SCHWANKE INDUSTRIAL
 - PHENIX/SANTA MARIA
- 96,8%

ÁREA 7

MS, GO e DF

- CONDOR/CONDOR
 - NOVIÇA/BETTANIN
 - BRILHUS/BETTANIN
 - DRAGÃO/VASSOURAS DRAGÃO
 - ALKLIN/SCHWANKE INDUSTRIAL
- 85,0%

Aponte a câmera do seu celular para o QR Code e saiba mais.



Esfre Bom

Linha Antiviral

-DR. BACTÉRIA recomenda

INATIVA 99,9%*
dos vírus e bactérias



Inativa o CORONAVÍRUS*



NOSSO MAIOR CUIDADO É GARANTIR PROTEÇÃO A TODA A SUA FAMÍLIA!

Com eficácia comprovada, a linha EsfreBom Antiviral da Bettanin chegou para atender uma das maiores exigências do momento: evitar a contaminação cruzada e trazer mais proteção e segurança para as pessoas. Desenvolvida a partir da tecnologia que inativa o grupo de vírus do *Coronavirus*, a linha Esfrebom antiviral conta com esponjas, panos e sacos para lixo.

*Baseado em laboratório externo, na cepa NFV-2, betacoronavírus, mesmo genótipo das agências SAGG-GenV1, SAGG-GenV2, MERS e outros coronavírus. A inativação pode variar em até 10 minutos. Consulte informações no site www.esfriebom.com.br

Siga @bettaninoficial nas redes sociais



uma empresa InBeta





FILTRO DE PAPEL

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	MELITTA/MELITTA	BRIGITTA/MELITTA	3CORAÇÕES/3CORAÇÕES	SANTA CLARA/3CORAÇÕES	PIMPINELA/3CORAÇÕES	91,0
NORDESTE	MELITTA/MELITTA	SANTA CLARA/3CORAÇÕES	3CORAÇÕES/3CORAÇÕES	BRIGITTA/MELITTA	MARATÁ/MARATÁ	94,0
MG, ES, INT. RJ	MELITTA/MELITTA	3CORAÇÕES/3CORAÇÕES	BRIGITTA/MELITTA	CAFÉ DOM PEDRO/CAFÉ DOM PEDRO	MERIDIANO/CAFÉ MERIDIANO	84,2
GRANDE RJ	MELITTA/MELITTA	BRIGITTA/MELITTA	PIMPINELA/3CORAÇÕES	3CORAÇÕES/3CORAÇÕES	ITAMARATY/ITAMARATY	96,5
GRANDE SP	MELITTA/MELITTA	3CORAÇÕES/3CORAÇÕES	BRIGITTA/MELITTA	MÉTODO LAR/MÉTODO	IGUAÇU/PRINCIPAL COM. E IND. CAFÉ	97,9
INTERIOR SP	MELITTA/MELITTA	BRIGITTA/MELITTA	3CORAÇÕES/3CORAÇÕES	CAIÇARA/CAIÇARA	JAGUARI/CAFÉ JAGUARI	94,0
SUL	MELITTA/MELITTA	BRIGITTA/MELITTA	3CORAÇÕES/3CORAÇÕES	IGUAÇU/PRINCIPAL COM. E IND. CAFÉ	ITAMARATY/ITAMARATY	97,0
MS, GO e DF	MELITTA/MELITTA	3CORAÇÕES/3CORAÇÕES	EXPORT/CAFÉ EXPORT	BRIGITTA/MELITTA	MOINHO FINO/DICASA	92,1

GUARDANAPO DE PAPEL

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	KITCHEN/SOFTYS	COQUETEL/CARTA FABRIL	GRAND HOTEL/KIMBERLY-CLARK	SNOB/SANTHER	LIPS/SOFTYS	58,7
NORDESTE	NAPS/FACEPA	KITCHEN/SOFTYS	SCALA/FACEPA	SNOB/SANTHER	GRAND HOTEL/KIMBERLY-CLARK	62,0
MG, ES, INT. RJ	COQUETEL/CARTA FABRIL	SANTEPEL/SANTHER	SNOB/SANTHER	GRAND HOTEL/KIMBERLY-CLARK	KITCHEN/SOFTYS	74,8
GRANDE RJ	COQUETEL/CARTA FABRIL	KITCHEN/SOFTYS	GRAND HOTEL/KIMBERLY-CLARK	SNOB/SANTHER	BOB/CVG	84,9
GRANDE SP	KITCHEN/SOFTYS	GRAND HOTEL/KIMBERLY-CLARK	LIPS/SOFTYS	SNOB/SANTHER	SCOTT/KIMBERLY-CLARK	78,0
INTERIOR SP	KITCHEN/SOFTYS	GRAND HOTEL/KIMBERLY-CLARK	LIPS/SOFTYS	SNOB/SANTHER	SCOTT/KIMBERLY-CLARK	63,0
SUL	MILI/MILI	BOB/CVG	SNOB/SANTHER	KITCHEN/SOFTYS	MAXIM/SEPAC	65,6
MS, GO e DF	COQUETEL/CARTA FABRIL	GRAND HOTEL/KIMBERLY-CLARK	KITCHEN/SOFTYS	LIPS/SOFTYS	SNOB/SANTHER	72,3

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

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	BIC/BIC	FABER-CASTELL/FABER-CASTELL	MOLIN/MOLIN	TRIS/SUMMIT	COMPACTOR/COMPACTOR	91,7
NORDESTE	BIC/BIC	FABER-CASTELL/FABER-CASTELL	MOLIN/MOLIN	COMPACTOR/COMPACTOR	TRIS/SUMMIT	89,4
MG, ES, INT. RJ	BIC/BIC	FABER-CASTELL/FABER-CASTELL	MOLIN/MOLIN	COMPACTOR/COMPACTOR	TRIS/SUMMIT	91,2
GRANDE RJ	BIC/BIC	FABER-CASTELL/FABER-CASTELL	MOLIN/MOLIN	TRIS/SUMMIT	COMPACTOR/COMPACTOR	96,1
GRANDE SP	BIC/BIC	FABER-CASTELL/FABER-CASTELL	MOLIN/MOLIN	TRIS/SUMMIT	STABILO/SERTIC	94,8
INTERIOR SP	BIC/BIC	FABER-CASTELL/FABER-CASTELL	MOLIN/MOLIN	TRIS/SUMMIT	CIS/SERTIC	96,0
SUL	BIC/BIC	FABER-CASTELL/FABER-CASTELL	MOLIN/MOLIN	CIS/SERTIC	TRIS/SUMMIT	91,5
MS, GO e DF	BIC/BIC	FABER-CASTELL/FABER-CASTELL	MOLIN/MOLIN	TRIS/SUMMIT	COMPACTOR/COMPACTOR	96,0

LÂMPADA

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	OUROLUX/OUROLUX	KIAN/KIAN	TASCHIBRA/BRASILUX	OSRAM/OSRAM	ULTRALUZ/ULTRALUZ	78,1
NORDESTE	OUROLUX/OUROLUX	ELGIN/ELGIN	G LIGHT/G-LIGHT	TASCHIBRA/BRASILUX	RAYOVAC/SPECTRUN BRANDS	72,5
MG, ES, INT. RJ	KIAN/KIAN	OSRAM/OSRAM	ULTRALUZ/ULTRALUZ	OUROLUX/OUROLUX	TASCHIBRA/BRASILUX	88,4
GRANDE RJ	KIAN/KIAN	OUROLUX/OUROLUX	OSRAM/OSRAM	TASCHIBRA/BRASILUX	RAYOVAC/SPECTRUN BRANDS	94,9
GRANDE SP	OUROLUX/OUROLUX	KIAN/KIAN	TASCHIBRA/BRASILUX	GALAXY/GALAXY	GALAXY LED/GALAXY	92,8
INTERIOR SP	OUROLUX/OUROLUX	KIAN/KIAN	TASCHIBRA/BRASILUX	FOX LUX/FOX LUX	FOX LUX/SENES & ROSSI	85,2
SUL	TASCHIBRA/BRASILUX	OUROLUX/OUROLUX	PHILIPS/PHILIPS	KIAN/KIAN	AVANT/INTERLUX	86,5
MS, GO e DF	OUROLUX/OUROLUX	TASCHIBRA/BRASILUX	ELGIN/ELGIN	KIAN/KIAN	OSRAM/OSRAM	79,4

MAMADEIRA

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	KUKA/KUKA	LILLO/LILLO	NEOPAN/NEOPAN	LOLLY/LOLLY BABY	FIONA/MUCAMBO (LILLO)	88,1
NORDESTE	LILLO/LILLO	KUKA/KUKA	NEOPAN/NEOPAN	LOLLY/LOLLY BABY	FIONA/MUCAMBO (LILLO)	95,6
MG, ES, INT. RJ	KUKA/KUKA	LILLO/LILLO	BABY GO/DERMIWIL	FIONA/MUCAMBO (LILLO)	LOLLY/LOLLY BABY	92,5
GRANDE RJ	CEFISA/CEFISA	LILLO/LILLO	KUKA/KUKA	NEOPAN/NEOPAN	BABY GO/DERMIWIL	94,8
GRANDE SP	KUKA/KUKA	LILLO/LILLO	NEOPAN/NEOPAN	BABY GO/DERMIWIL	NUK/LILLO	93,2
INTERIOR SP	KUKA/KUKA	NEOPAN/NEOPAN	LILLO/LILLO	BABY GO/DERMIWIL	LOLLY/LOLLY BABY	90,1
SUL	KUKA/KUKA	LILLO/LILLO	LOLLY/LOLLY BABY	NEOPAN/NEOPAN	FIONA/MUCAMBO (LILLO)	89,5
MS, GO e DF	LILLO/LILLO	KUKA/KUKA	NEOPAN/NEOPAN	LOLLY/LOLLY BABY	PEPETA/PEPETA	87,5

PILHA/BATERIA						
	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	DURACELL/DURACELL	PANASONIC/PANASONIC	RAYOVAC/SPECTRUN BRANDS	OUROLUX/OUROLUX	EVEREADY/ENERGIZER	95,6
NORDESTE	DURACELL/DURACELL	RAYOVAC/SPECTRUN BRANDS	PANASONIC/PANASONIC	OUROLUX/OUROLUX	FOXLUX/FOXLUX	97,9
MG, ES, INT. RJ	RAYOVAC/SPECTRUN BRANDS	DURACELL/DURACELL	PANASONIC/PANASONIC	EVEREADY/ENERGIZER	ENERGIZER/ENERGIZER	94,0
GRANDE RJ	DURACELL/DURACELL	RAYOVAC/SPECTRUN BRANDS	PANASONIC/PANASONIC	ALFACELL/YINS	OUROLUX/OUROLUX	98,2
GRANDE SP	DURACELL/DURACELL	PANASONIC/PANASONIC	RAYOVAC/SPECTRUN BRANDS	OUROLUX/OUROLUX	ENERGIZER/ENERGIZER	97,6
INTERIOR SP	DURACELL/DURACELL	RAYOVAC/SPECTRUN BRANDS	PANASONIC/PANASONIC	OUROLUX/OUROLUX	EVEREADY/ENERGIZER	98,5
SUL	PANASONIC/PANASONIC	DURACELL/DURACELL	RAYOVAC/SPECTRUN BRANDS	OUROLUX/OUROLUX	EVEREADY/ENERGIZER	98,8
MS, GO e DF	DURACELL/DURACELL	PANASONIC/PANASONIC	RAYOVAC/SPECTRUN BRANDS	ENERGIZER/ENERGIZER	EVEREADY/ENERGIZER	95,7

PRODUTOS PARA AUTO						
	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	PROAUTO/TRADING CARE	RODABRILL/INTERBRILHO	LUXCAR/FLAPS	BUCAS/INTERBRILHO	AUTOCRAFT/TRADING CARE	82,7
NORDESTE	PROAUTO/TRADING CARE	LUXCAR/FLAPS	RODABRILL/INTERBRILHO	BUCAS/INTERBRILHO	TECBRIL/TECBRIL	85,3
MG, ES, INT. RJ	RODABRILL/INTERBRILHO	PROAUTO/TRADING CARE	LUXCAR/FLAPS	BUCAS/INTERBRILHO	COCKPIT/INTERBRILHO	92,1
GRANDE RJ	PROAUTO/TRADING CARE	LUXCAR/FLAPS	RODABRILL/INTERBRILHO	STOCKCAR/CENTRALSUL	CARNÚ/SC JOHNSON	82,2
GRANDE SP	LUXCAR/FLAPS	RODABRILL/INTERBRILHO	PROAUTO/TRADING CARE	BUCAS/INTERBRILHO	GRAND PRIX/SC JOHNSON	89,0
INTERIOR SP	LUXCAR/FLAPS	PROAUTO/TRADING CARE	RODABRILL/INTERBRILHO	BUCAS/INTERBRILHO	MONZA/PÉROLA	86,7
SUL	PROAUTO/TRADING CARE	RODABRILL/INTERBRILHO	LUXCAR/FLAPS	BRILHOLAC/BRILHOLAC	JIMO SILICONE/JIMO QUÍMICA	71,9
MS, GO e DF	PROAUTO/TRADING CARE	RODABRILL/INTERBRILHO	LUXCAR/FLAPS	BUCAS/INTERBRILHO	AUTOCRAFT/TRADING CARE	90,8

TOALHA DE PAPEL						
	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	KITCHEN/SOFTYS	SNOB/SANTHER	MILI/MILI	SOCIAL CLEAN/CARTA FABRIL	COQUETEL/CARTA FABRIL	60,1
NORDESTE	SCALA/SUZANO	KITCHEN/SOFTYS	SNOB/SANTHER	ABSOLUTO/O. L. IND. DE PAPÉIS	SNACK/CMPC	75,2
MG, ES, INT. RJ	SNOB/SANTHER	KITCHEN/SOFTYS	SOCIAL CLEAN/CARTA FABRIL	MILI/MILI	COQUETEL/CARTA FABRIL	70,5
GRANDE RJ	COQUETEL/CARTA FABRIL	SOCIAL CLEAN/CARTA FABRIL	KITCHEN/SOFTYS	SNOB/SANTHER	ELEGANTE/BRASWELL	71,2
GRANDE SP	KITCHEN/SOFTYS	SNOB/SANTHER	YURI/MANIKRAFT	SNACK/CMPC	MASCOT/MANIKRAFT	88,8
INTERIOR SP	KITCHEN/SOFTYS	SNOB/SANTHER	CAMERATTA/MILI	YURI/MANIKRAFT	UNI PRÁTICA/SÃO PAULO ADM.	70,0
SUL	MILI/MILI	SNOB/SANTHER	KITCHEN/SOFTYS	MAXIM/SEPAC	SORELLA/CANOINHAS DE PAPEL	79,1
MS, GO e DF	SOCIAL CLEAN/CARTA FABRIL	KITCHEN/SOFTYS	SNOB/SANTHER	COQUETEL/CARTA FABRIL	STYLUS/SEPAC	76,2

VASSOURA						
	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	NOVIÇA/BETTANIN	CONDOR/CONDOR	ALKLIN/SCHWANKE INDUSTRIAL	PUREZITTA/VASSOURAS PUREZITTA	BRILHUS/BETTANIN	77,1
NORDESTE	CONDOR/CONDOR	NOVIÇA/BETTANIN	BRILHUS/BETTANIN	PHENIX/SANTA MARIA	ALKLIN/SCHWANKE INDUSTRIAL	85,6
MG, ES, INT. RJ	NOVIÇA/BETTANIN	PUREZITTA/VASSOURAS PUREZITTA	CONDOR/CONDOR	ROSSI/A. W. ROSSI	LIMPPANO/LIMPPANO	73,2
GRANDE RJ	NOVIÇA/BETTANIN	ROSSI/A. W. ROSSI	CONDOR/CONDOR	ALKLIN/SCHWANKE INDUSTRIAL	LIMPPANO/LIMPPANO	72,5
GRANDE SP	CONDOR/CONDOR	NOVIÇA/BETTANIN	ALKLIN/SCHWANKE INDUSTRIAL	BRILHUS/BETTANIN	KILAR/KI-LAR	87,1
INTERIOR SP	NOVIÇA/BETTANIN	CONDOR/CONDOR	PHENIX/SANTA MARIA	BRILHUS/BETTANIN	ALKLIN/SCHWANKE INDUSTRIAL	81,3
SUL	NOVIÇA/BETTANIN	CONDOR/CONDOR	BRILHUS/BETTANIN	ALKLIN/SCHWANKE INDUSTRIAL	PHENIX/SANTA MARIA	96,8
MS, GO e DF	CONDOR/CONDOR	NOVIÇA/BETTANIN	BRILHUS/BETTANIN	DRAGÃO/VASSOURAS DRAGÃO	ALKLIN/SCHWANKE INDUSTRIAL	85,0



O saldo da indústria de bebidas em 2021

Segmento foi beneficiado pela volta do funcionamento dos bares e restaurantes. No varejo, houve queda no volume vendido em todos os formatos de loja

POR JOSÉ MIGUEL PRESTES - GERENTE DE ATENDIMENTO NIELSENIQ

>>Após um 2020 de fortes restrições impostas pela pandemia, a retomada do consumo nos bares era o principal movimento esperado pela indústria de bebidas ao longo de 2021. Conforme a vacinação foi avançando pelo País e com o consequente relaxamento de medidas restritivas, este movimento foi aparecendo: o bar fechou o ano com um crescimento total de 23,2% no faturamento em relação ao ano anterior.

Especificamente em relação às categorias de bebidas no bar, 84% delas apresentaram crescimento em faturamento no canal, enquanto 74% apresentaram também crescimento em volume vendido. Porém, quando o comparativo feito é em relação a 2019, anterior ao início da pandemia, apenas 37% das categorias de bebidas seguem apresentando crescimento nos bares.

A cesta de alimentos é a que apresentou o maior aumento de preço médio, o que impactou o desempenho de categorias consideradas “supérfluas”, onde estão as categorias de bebidas destiladas, por exemplo, cujo espaço no bolso do consumidor foi reduzido de 26% para 24%. O restante é destinado às categorias consideradas de “necessidade complementar”, com restrição de 49% para 46%, onde estão as principais categorias de bebidas em termos de volume vendido (cerveja, refrigerante, água mineral e sucos).

Outra preocupação para o setor veio das principais

As vendas em valor cresceram

12,4%

Já as vendas em volume tiveram ligeira alta de

0,1%

Dentre os canais do varejo alimentar houve queda de volume em todos os formatos:

Hiper
-14,7%
C&C

Vizinhança
-12,4%

Supermercado
-12,4%

-7,0%



datas sazonais do varejo, grande fortaleza para diversas categorias de bebidas. Tanto na Black Friday quanto nas semanas de festas de final de ano, a importância da cesta de Bebidas foi impactada no varejo, perdendo espaço em faturamento para Merceria e Perecíveis, no comparativo com as mesmas datas festivas em 2020.



Neste cenário, vencem aqueles que sabem alinhar tendências com benefício econômico ou diversificação de portfólio. Um dos grandes destaques da cesta nos últimos anos, a categoria de gin segue apresentando forte crescimento (+39% em 2021), desta vez puxada por marcas de baixo preço (até 20% abaixo da média da categoria). Outro bom exemplo vem da categoria de energéticos, na qual produtos cafeinados surfam a onda do *home office*, além do lançamento de novas versões e sabores.

Bebidas possuem
32,9%
de importância
para o Total
Cesta Nielsen

Outras tendências seguem forte em diferentes categorias. Diversificação de sabores e produtos prontos para o consumo ditam o ritmo entre as bebidas destiladas. O grande desafio tem sido como fazer os investimentos certos e chegar em uma equação de preço que seja atrativa para o meu consumidor. 

Líderes de vendas

Índice

Água de Coco.....	150
Água Mineral com/sem Gás.....	150
Aguardente de Cana (Cachaça).....	150
Bebidas à Base de Soja.....	150
Cerveja.....	150
Chá Pronto para Consumo.....	151
Conhaque.....	151
Energético.....	151
Isotônico.....	151
Refrigerante.....	151
Sidra e Filtrado.....	162
Suco Concentrado.....	162
Suco em Pó.....	162
Suco Pronto para Consumo.....	162
Vinho Importado.....	162
Vinho Nacional.....	163
Vodca.....	163
Whisky.....	163

***Fale com o time comercial da ABRAS,
quando quiser e de onde estiver***



Aponte a câmera do seu celular para o QRCode ao lado e entre em contato via WhatsApp



comercial@abras.com.br
(11) 3838-4545



ÁGUA DE COCO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	KERO COCO/PEPSICO	SOCOCO/SOCOCO	PURO COCO/BRITVIC BRASIL	DO BEM/AMBEV	MAIS COCO/SOCOCO	62,4
NORDESTE	AQUA COCO/D.D. GASPAR	KERO COCO/PEPSICO	SOCOCO/SOCOCO	PARAÍSO/PARAÍSO COM. DE FRUTAS	NATUCOCO/NATUCOCO	58,4
MG, ES, INT. RJ	PURO COCO/BRITVIC BRASIL	KERO COCO/PEPSICO	TIAL/TIAL	DUCCOCO/DUCCOCO	SOCOCO/SOCOCO	70,0
GRANDE RJ	HORTIFRÚTI/AGROINDUSTRIAL QUISSAMA	NATURAL SALADS/J.F.C. & NATURAL SALADS	PURO COCO/BRITVIC BRASIL	KERO COCO/PEPSICO	DO BEM/AMBEV	81,7
GRANDE SP	KERO COCO/PEPSICO	DO BEM/AMBEV	SOCOCO/SOCOCO	PURO COCO/BRITVIC BRASIL	MAIS COCO/SOCOCO	80,7
INTERIOR SP	KERO COCO/PEPSICO	SOCOCO/SOCOCO	DO BEM/AMBEV	PURO COCO/BRITVIC BRASIL	MAIS COCO/SOCOCO	74,6
SUL	KERO COCO/PEPSICO	SOCOCO/SOCOCO	MAIS COCO/SOCOCO	PURO COCO/BRITVIC BRASIL	CAMPO LARGO/VINHOS CAMPO LARGO	67,3
MS, GO e DF	MAIS COCO/SOCOCO	KERO COCO/PEPSICO	SOCOCO/SOCOCO	DUCCOCO/DUCCOCO	PURO COCO/BRITVIC BRASIL	76,2

ÁGUA MINERAL COM/SEM GÁS

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	CRYSTAL/COCA-COLA	MINALBA/MINALBA BRASIL	BONAFONT/DANONE	SÃO LOURENÇO/MINALBA BRASIL	INDAÍÁ/MINALBA BRASIL	56,6
NORDESTE	CRYSTAL/COCA-COLA	INDAÍÁ/MINALBA BRASIL	MINALBA/MINALBA BRASIL	NATURAGUÁ/NATURAGUÁ	SCHIN/HEINEKEN	77,4
MG, ES, INT. RJ	CRYSTAL/COCA-COLA	SÃO LOURENÇO/MINALBA BRASIL	MINALBA/MINALBA BRASIL	IGARAPÉ/IGARAPÉ	PEDRA AZUL/PEDRA AZUL	69,0
GRANDE RJ	MINALBA/MINALBA BRASIL	CRYSTAL/COCA-COLA	POUSO ALTO/MINERAÇÃO POUSO ALTO	PETROPÓLIS/MINALBA BRASIL	DA MONTANHA/PAKERA	73,2
GRANDE SP	CRYSTAL/COCA-COLA	BONAFONT/DANONE	MINALBA/MINALBA BRASIL	AQUAREL-PUREZA VITAL/MINALBA BRASIL	SÃO LOURENÇO/MINALBA BRASIL	82,7
INTERIOR SP	CRYSTAL/COCA-COLA	BONAFONT/DANONE	MINALBA/MINALBA BRASIL	SÃO LOURENÇO/MINALBA BRASIL	PRATA/PRATA	73,9
SUL	CRYSTAL/COCA-COLA	ÁGUA DA PEDRA/BEBIDAS FRUKI	OURO FINO/EMPRESA DE ÁGUAS OURO FINO	FONT LIFE/BAGGIO & BAGGIO	CRISTAL DA TERRA/SCHUCK	60,1
MS, GO e DF	CRYSTAL/COCA-COLA	INDAÍÁ/MINALBA BRASIL	LA PRIORI/VITÁGUA	PURÍSSIMA/VITÓRIA RÉGIA	SÃO LOURENÇO/MINALBA BRASIL	66,7



AGUARDENTE DE CANA

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	51/MÜLLER	VELHO BARREIRO/TATUZINHO	YPIÓCA/DIAGEO	PITÚ/ENGARRAFAMENTO PITÚ	SALINAS/HELENO FERNANDES	64,1
NORDESTE	YPIÓCA/DIAGEO	PITÚ/ENGARRAFAMENTO PITÚ	51/MÜLLER	CANINHA DA ROÇA/BEBIDAS PARIS	MATUTA/CACHAÇARIA MATUTA	77,0
MG, ES, INT. RJ	51/MÜLLER	SALINAS/HELENO FERNANDES	YPIÓCA/DIAGEO	SELETA/BOAZINHA	VELHO BARREIRO/TATUZINHO	46,3
GRANDE RJ	51/MÜLLER	CANINHA DA ROÇA/BEBIDAS PARIS	VELHO BARREIRO/TATUZINHO	YPIÓCA/DIAGEO	PRAIANINHA/THOQUINO	69,9
GRANDE SP	51/MÜLLER	VELHO BARREIRO/TATUZINHO	YPIÓCA/DIAGEO	PITÚ/ENGARRAFAMENTO PITÚ	SALINAS/HELENO FERNANDES	72,1
INTERIOR SP	51/MÜLLER	VELHO BARREIRO/TATUZINHO	YPIÓCA/DIAGEO	SALINAS/HELENO FERNANDES	CABARÉ/ENGENHO DOM TAPPARO	71,0
SUL	VELHO BARREIRO/TATUZINHO	51/MÜLLER	YPIÓCA/DIAGEO	7 CAMPOS/BOITUVA	JAMEL/MISSIATO	74,5
MS, GO e DF	VELHO BARREIRO/TATUZINHO	JAMEL/MISSIATO	51/MÜLLER	YPIÓCA/DIAGEO	CAMELINHO/MISSIATO	64,3

BEBIDA À BASE DE SOJA

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	ADES/COCA-COLA	MAIS VITA/GENERAL MILLS	MUPY/AGRO NIPPO	NOT MILK/NOTCO	PURITY/COCAMAR	93,6
NORDESTE	ADES/COCA-COLA	MAIS VITA/GENERAL MILLS	NOT MILK/NOTCO	ISOURCE/NESTLÉ	BATAVO NATURIS/LACTALIS	99,4
MG, ES, INT. RJ	ADES/COCA-COLA	MAIS VITA/GENERAL MILLS	BATAVO NATURIS/LACTALIS	NOT MILK/NOTCO	SOYOS/WOW NUTRITION	99,7
GRANDE RJ	ADES/COCA-COLA	MAIS VITA/GENERAL MILLS	BATAVO NATURIS/LACTALIS	NOT MILK/NOTCO	MAIS VITA/GENERAL MILLS	99,8
GRANDE SP	ADES/COCA-COLA	MUPY/AGRO NIPPO	NOT MILK/NOTCO	MAIS VITA/GENERAL MILLS	TONYU/YAKULT	96,3
INTERIOR SP	ADES/COCA-COLA	PURITY/COCAMAR	NOT MILK/NOTCO	MUPY/AGRO NIPPO	MAIS VITA/GENERAL MILLS	91,7
SUL	ADES/COCA-COLA	PURITY/COCAMAR	BATAVO NATURIS/LACTALIS	MAIS VITA/GENERAL MILLS	NOT MILK/NOTCO	96,9
MS, GO e DF	ADES/COCA-COLA	BATAVO NATURIS/LACTALIS	MAIS VITA/GENERAL MILLS	NOT MILK/NOTCO	PURITY/COCAMAR	99,5

CERVEJA

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	HEINEKEN/HEINEKEN	BRAHMA/AMBEV	SKOL/AMBEV	AMSTEL/HEINEKEN	BUDWEISER/AMBEV	57,4
NORDESTE	HEINEKEN/HEINEKEN	BRAHMA/AMBEV	SKOL/AMBEV	DEVASSA/HEINEKEN	BUDWEISER/AMBEV	61,5
MG, ES, INT. RJ	BRAHMA/AMBEV	HEINEKEN/HEINEKEN	SKOL/AMBEV	AMSTEL/HEINEKEN	BUDWEISER/AMBEV	57,9
GRANDE RJ	BRAHMA/AMBEV	HEINEKEN/HEINEKEN	ANTARCTICA/AMBEV	SKOL/AMBEV	STELLA ARTOIS/AMBEV	69,3
GRANDE SP	HEINEKEN/HEINEKEN	SKOL/AMBEV	BRAHMA/AMBEV	BUDWEISER/AMBEV	AMSTEL/HEINEKEN	61,4
INTERIOR SP	HEINEKEN/HEINEKEN	BRAHMA/AMBEV	SKOL/AMBEV	ANTARCTICA/AMBEV	AMSTEL/HEINEKEN	57,4
SUL	BRAHMA/AMBEV	HEINEKEN/HEINEKEN	AMSTEL/HEINEKEN	SKOL/AMBEV	BUDWEISER/AMBEV	54,9
MS, GO e DF	HEINEKEN/HEINEKEN	BRAHMA/AMBEV	DEVASSA/HEINEKEN	BUDWEISER/AMBEV	ANTARCTICA/AMBEV	56,0

CHÁ PRONTO PARA CONSUMO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	MATTE LEÃO/COCA-COLA	LIPTON/PEPSICO	NATURAL TEA/BRITVIC BRASIL	FEEL GOOD/WOW NUTRITION	CAMPO LARGO/CAMPO LARGO	91,9
NORDESTE	MATTE LEÃO/COCA-COLA	LIPTON/PEPSICO	NATURAL TEA/BRITVIC BRASIL	DRINK T/BEBIDAS SÃO MIGUEL	CAMPO LARGO/CAMPO LARGO	91,2
MG, ES, INT. RJ	MATTE LEÃO/COCA-COLA	LIPTON/PEPSICO	NATURAL TEA/BRITVIC BRASIL	CAMPO LARGO/CAMPO LARGO	FEEL GOOD/WOW NUTRITION	94,2
GRANDE RJ	MATTE LEÃO/COCA-COLA	LIPTON/PEPSICO	REI DO MATE/REI DO MATE	NATURAL TEA/BRITVIC BRASIL	DO BEM/AMBEV	97,4
GRANDE SP	MATTE LEÃO/COCA-COLA	LIPTON/PEPSICO	FEEL GOOD/WOW	NATURAL TEA/BRITVIC BRASIL	YAI/POTY	87,3
INTERIOR SP	MATTE LEÃO/COCA-COLA	LIPTON/PEPSICO	FEEL GOOD/WOW	NATURAL TEA/BRITVIC BRASIL	LIFE MIX/LIFE MIX	90,0
SUL	MATTE LEÃO/COCA-COLA	LIPTON/PEPSICO	CAMPO LARGO/CAMPO LARGO	NATURAL TEA/BRITVIC BRASIL	FEEL GOOD/WOW NUTRITION	94,0
MS, GO e DF	MATTE LEÃO/COCA-COLA	LIPTON/PEPSICO	DO BEM/AMBEV	FEEL GOOD/WOW NUTRITION	NATURAL TEA/BRITVIC BRASIL	95,4

CONHAQUE

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	DREHER/CAMPARI	SÃO JOÃO DA BARRA/THOQUINO	PRESIDENTE/SALTON	DOMEQ/PERNOD RICARD	DOMUS/MÜLLER	90,9
NORDESTE	SÃO JOÃO DA BARRA/THOQUINO	DREHER/CAMPARI	DOMEQ/PERNOD RICARD	PRESIDENTE/SALTON	DOMUS/MÜLLER	96,9
MG, ES, INT. RJ	PRESIDENTE/SALTON	DREHER/CAMPARI	DOMEQ/PERNOD RICARD	DREBYS/101 DO BRASIL	SÃO JOÃO DA BARRA/THOQUINO	94,5
GRANDE RJ	DREHER/CAMPARI	DOMEQ/PERNOD RICARD	PRESIDENTE/SALTON	SÃO JOÃO DA BARRA/THOQUINO	DOMUS/MÜLLER	88,2
GRANDE SP	DREHER/CAMPARI	DOMEQ/PERNOD RICARD	PRESIDENTE/SALTON	DOMUS/MÜLLER	OSBORNE/OSBORNE	87,9
INTERIOR SP	DREHER/CAMPARI	PRESIDENTE/SALTON	DOMEQ/PERNOD RICARD	DOMUS/MÜLLER	SÃO JOÃO DA BARRA/THOQUINO	87,2
SUL	DREHER/CAMPARI	PRESIDENTE/SALTON	DOMEQ/PERNOD RICARD	SÃO JOÃO DA BARRA/THOQUINO	DREBYS/101 DO BRASIL	92,4
MS, GO e DF	PRESIDENTE/SALTON	DREHER/CAMPARI	DOMEQ/PERNOD RICARD	DOMUS/MÜLLER	SÃO JOÃO DA BARRA/THOQUINO	94,9

ENERGÉTICO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	RED BULL/RED BULL	MONSTER/COCA-COLA	BALY/VINÍCOLA GRASSI	FUSION/AMBEV	BURN/COCA-COLA	90,6
NORDESTE	RED BULL/RED BULL	MONSTER/COCA-COLA	NIGHT POWER/INDAÍÁ BRASIL ÁGUAS MINERAIS	VULCANO/IMPERIAL	ENERUP/SÃO MIGUEL	91,4
MG, ES, INT. RJ	RED BULL/RED BULL	MONSTER/COCA-COLA	START/NEW AGE	FUSION/AMBEV	RED HORSE POWER/101 BRASIL	88,5
GRANDE RJ	RED BULL/RED BULL	MONSTER/COCA-COLA	FUSION/AMBEV	MINOTAURO/UNIDRINKS IND. E COM.	TNT/GRUPO PETRÓPOLIS	94,1
GRANDE SP	RED BULL/RED BULL	MONSTER/COCA-COLA	TSUNAMI/HORIZONTE	FUSION/AMBEV	BURN/COCA-COLA	96,2
INTERIOR SP	MONSTER/COCA-COLA	RED BULL/RED BULL	TNT/GRUPO PETRÓPOLIS	FUSION/AMBEV	FLYING HORSE/GLOBALBEV	93,6
SUL	MONSTER/COCA-COLA	RED BULL/RED BULL	BALY/VINÍCOLA GRASSI	FURIOSO/REFRIKO	RED HORSE POWER/101 BRASIL	94,2
MS, GO e DF	RED BULL/RED BULL	MONSTER/COCA-COLA	EXTRA POWER/GLOBALBEV	FURIOSO/REFRIKO	FUSION/AMBEV	93,2

ISOTÔNICO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	GATORADE/PEPSICO	I9 POWERADE/COCA-COLA	POWERADE PRO/COCA-COLA	ENGOV/HYPERA PHARMA	JUNGLE/POSITIVE BRANDS	98,7
NORDESTE	GATORADE/PEPSICO	POWERADE PRO/COCA-COLA	I9 POWERADE/COCA-COLA	ENGOV/HYPERA PHARMA	JUNGLE/POSITIVE BRANDS	99,9
MG, ES, INT. RJ	GATORADE/PEPSICO	I9 POWERADE/COCA-COLA	POWERADE PRO/COCA-COLA	ENGOV/HYPERA PHARMA	JUNGLE/POSITIVE BRANDS	99,4
GRANDE RJ	GATORADE/PEPSICO	I9 POWERADE/COCA-COLA	POWERADE PRO/COCA-COLA	TNT/GRUPO PETRÓPOLIS	ENGOV/HYPERA PHARMA	99,4
GRANDE SP	GATORADE/PEPSICO	I9 POWERADE/COCA-COLA	POWERADE PRO/COCA-COLA	ENGOV/HYPERA PHARMA	G ACTIVE/PEPSICO	98,7
INTERIOR SP	GATORADE/PEPSICO	I9 POWERADE/COCA-COLA	POWERADE PRO/COCA-COLA	ENGOV/HYPERA PHARMA	TNT/GRUPO PETRÓPOLIS	98,6
SUL	GATORADE/PEPSICO	I9 POWERADE/COCA-COLA	POWERADE PRO/COCA-COLA	NITRIX/SANTAMATE	ENGOV/HYPERA PHARMA	99,2
MS, GO e DF	GATORADE/PEPSICO	I9 POWERADE/COCA-COLA	POWERADE PRO/COCA-COLA	ENGOV/HYPERA PHARMA	TNT/GRUPO PETRÓPOLIS	99,6

REFRIGERANTE

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	COCA-COLA/COCA-COLA	ANTARCTICA/AMBEV	FANTA/COCA-COLA	PEPSI/PEPSICO	SUKITA/AMBEV	83,5
NORDESTE	COCA-COLA/COCA-COLA	ANTARCTICA/AMBEV	FANTA/COCA-COLA	PEPSI/PEPSICO	SCHWEPES/COCA-COLA	81,5
MG, ES, INT. RJ	COCA-COLA/COCA-COLA	ANTARCTICA/AMBEV	FANTA/COCA-COLA	PEPSI/PEPSICO	SUKITA/AMBEV	82,8
GRANDE RJ	COCA-COLA/COCA-COLA	ANTARCTICA/AMBEV	FANTA/COCA-COLA	PEPSI/PEPSICO	SUKITA/AMBEV	87,3
GRANDE SP	COCA-COLA/COCA-COLA	ANTARCTICA/AMBEV	FANTA/COCA-COLA	PEPSI/PEPSICO	H2OH/PEPSICO	87,2
INTERIOR SP	COCA-COLA/COCA-COLA	ANTARCTICA/AMBEV	FANTA/COCA-COLA	PEPSI/PEPSICO	SUKITA/AMBEV	82,8
SUL	COCA-COLA/COCA-COLA	ANTARCTICA/AMBEV	FANTA/COCA-COLA	PEPSI/PEPSICO	SPRITE/COCA-COLA	83,9
MS, GO e DF	COCA-COLA/COCA-COLA	ANTARCTICA/AMBEV	FANTA/COCA-COLA	H2OH/PEPSICO	SUKITA/AMBEV	86,4

Líderes de vendas

Aguardente de Cana

BRASIL

- 1ª 51/MÜLLER
- 2ª VELHO BARREIRO/TATUZINHO
- 3ª YPIÓCA/DIAGEO
- 4ª PITÚ/ENGARRAFAMENTO PITÚ
- 5ª SALINAS/HELENO FERNANDES

Participação Top 5

64,1%

ÁREA 1

Nordeste

- 1ª YPIÓCA/DIAGEO
 - 2ª PITÚ/ENGARRAFAMENTO PITÚ
 - 3ª 51/MÜLLER
 - 4ª CANINHA DA ROÇA/BEBIDAS PARIS
 - 5ª MATUTA/CACHAÇARIA MATUTA
- Top 5** 77,0%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

- 51/MÜLLER
 - SALINAS/HELENO FERNANDES
 - YPIÓCA/DIAGEO
 - SELETA/BOAZINHA
 - VELHO BARREIRO/TATUZINHO
- 46,3%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

- 51/MÜLLER
 - CANINHA DA ROÇA/BEBIDAS PARIS
 - VELHO BARREIRO/TATUZINHO
 - YPIÓCA/DIAGEO
 - PRAIANINHA/THOQUINO
- 69,9%

ÁREA 4

Grande São Paulo

- 51/MÜLLER
 - VELHO BARREIRO/TATUZINHO
 - YPIÓCA/DIAGEO
 - PITÚ/ENGARRAFAMENTO PITÚ
 - SALINAS/HELENO FERNANDES
- 72,1%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

- 1ª 51/MÜLLER
 - 2ª VELHO BARREIRO/TATUZINHO
 - 3ª YPIÓCA/DIAGEO
 - 4ª SALINAS/HELENO FERNANDES
 - 5ª CABARÉ/ENGENHO DOM TAPPARO
- Top 5** 71,0%

ÁREA 6

PR, SC e RS

- VELHO BARREIRO/TATUZINHO
 - 51/MÜLLER
 - YPIÓCA/DIAGEO
 - 7 CAMPOS/BOITUVA
 - JAMEL/MISSIATO
- 74,5%

ÁREA 7

MS, GO e DF

- VELHO BARREIRO/TATUZINHO
 - JAMEL/MISSIATO
 - 51/MÜLLER
 - YPIÓCA/DIAGEO
 - CAMELINHO/MISSIATO
- 64,3%

51

A GENTE LANÇA
UMA CAMPANHA FALANDO
QUE SOMOS HUMILDES,
AÍ VEM A FOLHA
E QUASE ESTRAGA TUDO.



31
ANOS

Cachaça 51.

A mais vendida no mundo,
também é a mais lembrada
na pesquisa Top of Mind.

APRECIE COM MODERAÇÃO





Líderes de vendas

Cerveja

BRASIL

1ª HEINEKEN/HEINEKEN

2ª BRAHMA/AMBEV

3ª SKOL/AMBEV

4ª AMSTEL/HEINEKEN

5ª BUDWEISER/AMBEV

Participação Top 5

57,4%

ÁREA 1

Nordeste

1ª	HEINEKEN/HEINEKEN
2ª	BRAHMA/AMBEV
3ª	SKOL/AMBEV
4ª	DEVASSA/HEINEKEN
5ª	BUDWEISER/AMBEV
Top 5	61,5%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

BRAHMA/AMBEV
HEINEKEN/HEINEKEN
SKOL/AMBEV
AMSTEL/HEINEKEN
BUDWEISER/AMBEV
57,9%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

BRAHMA/AMBEV
HEINEKEN/HEINEKEN
ANTARCTICA/AMBEV
SKOL/AMBEV
STELLA ARTOIS/AMBEV
69,3%

ÁREA 4

Grande São Paulo

HEINEKEN/HEINEKEN
SKOL/AMBEV
BRAHMA/AMBEV
BUDWEISER/AMBEV
AMSTEL/HEINEKEN
61,4%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

1ª	HEINEKEN/HEINEKEN
2ª	BRAHMA/AMBEV
3ª	SKOL/AMBEV
4ª	ANTARCTICA/AMBEV
5ª	AMSTEL/HEINEKEN
Top 5	57,4%

ÁREA 6

PR, SC e RS

BRAHMA/AMBEV
HEINEKEN/HEINEKEN
AMSTEL/HEINEKEN
SKOL/AMBEV
BUDWEISER/AMBEV
54,9%

ÁREA 7

MS, GO e DF

HEINEKEN/HEINEKEN
BRAHMA/AMBEV
DEVASSA/HEINEKEN
BUDWEISER/AMBEV
ANTARCTICA/AMBEV
56,0%



Heineken®

**Marca líder
em vendas
nos supermercados
de todo Brasil**



18 **Aprecie com moderação.**
Venda e consumo proibidos para menores de 18 anos

Líderes de vendas

Suco Pronto para Consumo

BRASIL

- 1ª DEL VALLE/COCA-COLA
- 2ª NATURAL ONE/NATURAL ONE
- 3ª MAGUARY/BRITVIC BRASIL
- 4ª PRATS/AGRO PRATINHA
- 5ª AURORA/AURORA

Participação Top 5

46,2%

ÁREA 1

Nordeste

- 1ª DEL VALLE/COCA-COLA
 - 2ª NATURAL ONE/NATURAL ONE
 - 3ª OQ/QUEIROZ GALVÃO
 - 4ª MARATÁ/MARATÁ
 - 5ª TAMPICO/TAMPICO
- Top 5** 60,4%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

- TIAL/TROPICAL
 - DEL VALLE/COCA-COLA
 - ALIANÇA/VINÍCOLA ALIANÇA
 - MAGUARY/BRITVIC BRASIL
 - CAMPO LARGO/CAMPO LARGO
- 54,5%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

- DEL VALLE/COCA-COLA
 - NATURAL ONE/NATURAL ONE
 - DO BEM/AMBEV
 - DAFRUTA/BRITVIC BRASIL
 - CAMPO LARGO/CAMPO LARGO
- 50,5%

ÁREA 4

Grande São Paulo

- NATURAL ONE/NATURAL ONE
 - DEL VALLE/COCA-COLA
 - XANDÔ/XANDÔ
 - MAGUARY/BRITVIC BRASIL
 - AURORA/AURORA
- 63,1%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

- 1ª DEL VALLE/COCA-COLA
 - 2ª NATURAL ONE/NATURAL ONE
 - 3ª PRATS/AGRO PRATINHA
 - 4ª MAGUARY/BRITVIC BRASIL
 - 5ª AURORA/AURORA
- Top 5** 55,6%

ÁREA 6

PR, SC e RS

- DEL VALLE/COCA-COLA
 - PRATS/AGRO PRATINHA
 - SUQ/COM.DE FRUTAS PIONEIRA SUL
 - NATURAL ONE/NATURAL ONE
 - MAGUARY/BRITVIC BRASIL
- 46,4%

ÁREA 7

MS, GO e DF

- DEL VALLE/COCA-COLA
 - NATURAL ONE/NATURAL ONE
 - PRATS/AGRO PRATINHA
 - AURORA/VINÍCOLA AURORA
 - VIVA FELIZ/BEBIDAS GAROTO
- 54,5%

Natural one

- 100% NATURAL
- SEM ADIÇÃO DE AÇÚCAR
- SEM CONSERVANTES

UM NATURAL ONE PARA CADA MOMENTO

LINHA REFRIGERADA



LINHA AMBIENTE



IMAGENS ILUSTRATIVAS

Saiba mais natone.com.br

 @naturaloneoficial

 /naturaloneoficial

Líderes de vendas

Vinho Importado

BRASIL

- 1ª **RESERVADO/CONCHA Y TORO**
- 2ª **CASILLERO DEL DIABLO RESERVA/CONCHA Y TORO**
- 3ª **CASAL GARCIA/AVELADA**
- 4ª **TRES MEDALLAS/SANTA RITA**
- 5ª **120/SANTA RITA**

Participação Top 5

19,6%

ÁREA 1

Nordeste

- 1ª CASAL GARCIA/AVELADA
 - 2ª RESERVADO/CONCHA Y TORO
 - 3ª CASILLERO DEL DIABLO RESERVA/CONCHA Y TORO
 - 4ª 120/SANTA RITA
 - 5ª TRES MEDALLAS/SANTA RITA
- Top 5** 25,2%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

- RESERVADO/CONCHA Y TORO
 - CASILLERO DEL DIABLO RESERVA/CONCHA Y TORO
 - TRES MEDALLAS/SANTA RITA
 - APALTAGUA/VINA APALTAGUA
 - CASAL MENDES/ALIANÇA
- 15,1%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

- RESERVADO/CONCHA Y TORO
 - DONA DOMINGA/VINA CASA SILVA
 - CASILLERO DEL DIABLO RESERVA/CONCHA Y TORO
 - CASAL GARCIA/AVELADA
 - MONTE BLANCO/SAN NICOLAS WINES
- 19,8%

ÁREA 4

Grande São Paulo

- TRES MEDALLAS/SANTA RITA
 - RESERVADO/CONCHA Y TORO
 - CASILLERO DEL DIABLO RESERVA/CONCHA Y TORO
 - CASAL GARCIA/AVELADA
 - 120/SANTA RITA
- 22,3%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

- 1ª RESERVADO/CONCHA Y TORO
 - 2ª TRES MEDALLAS/SANTA RITA
 - 3ª CASILLERO DEL DIABLO RESERVA/CONCHA Y TORO
 - 4ª 120/SANTA RITA
 - 5ª CASAL GARCIA/AVELADA
- Top 5** 24,2%

ÁREA 6

PR, SC e RS

- RESERVADO/CONCHA Y TORO
 - CASILLERO DEL DIABLO RESERVA/CONCHA Y TORO
 - TARAPACA COSECHA/IMPORTADO
 - BALDUZZI/VINA BALDUZZI
 - SANTA CAROLINA/SANTA CAROLINA
- 20,2%

ÁREA 7

MS, GO e DF

- RESERVADO/CONCHA Y TORO
 - CASILLERO DEL DIABLO RESERVA/CONCHA Y TORO
 - 120/SANTA RITA
 - CASAL GARCIA/AVELADA
 - TRES MEDALLAS/SANTA RITA
- 19,4%

RESERVADO

CONCHA Y TORO

DESDE 1883

**MAIS UMA VEZ, ELEITA
A MARCA LÍDER DE
VENDAS EM VINHOS
IMPORTADOS NO BRASIL.**

**NÃO PERCA VENDAS, TENHA O
PORTFOLIO COMPLETO EM SUA LOJA!**



ALTO GIRO
2,5x MAIS QUE A
CONCORRÊNCIA*



MARCA RECONHECIDA
DA VINÍCOLA MAIS LEMBRADA
PELOS CONSUMIDORES

APRECIE COM MODERAÇÃO. VENDA E CONSUMO PROIBIDOS PARA MENORES DE 18 ANOS.

Líderes de vendas

Vinho Nacional

BRASIL

1ª PÉRGOLA/VINÍCOLA CAMPESTRE

2ª QUINTA DO MORGADO/FANTE

3ª SALTON/SALTON

4ª GALIOTTO/VINÍCOLA GALIOTTO

5ª MIOLO/MIOLO

Participação Top 5

29,5%

ÁREA 1

Nordeste

- 1ª QUINTA DO MORGADO/FANTE
 - 2ª PÉRGOLA/VINÍCOLA CAMPESTRE
 - 3ª MIOLO/MIOLO
 - 4ª CHALISE/SALTON
 - 5ª GALIOTTO/VINÍCOLA GALIOTTO
- Top 5** 58,0%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

- PÉRGOLA/VINÍCOLA CAMPESTRE
 - DEL GRANO/VINÍCOLA IRMÃOS BASSO
 - GALIOTTO/VINÍCOLA GALIOTTO
 - CAMPO LARGO/CAMPO LARGO
 - CANÇÃO/ANTÔNIO BASSO & FILHO
- 48,1%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

- PÉRGOLA/VINÍCOLA CAMPESTRE
 - GALIOTTO/VINÍCOLA GALIOTTO
 - DOM BOSCO/CRS BRANDS
 - SANTA VITA/SANTA VITA
 - MIOLO/MIOLO
- 50,9%

ÁREA 4

Grande São Paulo

- GÓES/VITIVINÍCOLA GÓES
 - PÉRGOLA/VINÍCOLA CAMPESTRE
 - CHALISE/SALTON
 - SALTON/SALTON
 - COUNTRY WINE/AURORA
- 37,8%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

- 1ª GÓES/VITIVINÍCOLA GÓES
 - 2ª DOM BOSCO/CRS BRANDS
 - 3ª PÉRGOLA/VINÍCOLA CAMPESTRE
 - 4ª CHALISE/SALTON
 - 5ª MIORANZA/VINÍCOLA MIORANZA
- Top 5** 28,3%

ÁREA 6

PR, SC e RS

- CAMPO LARGO/CAMPO LARGO
 - JOTA PE/VINÍCOLA PERINI
 - SALTON/SALTON
 - MIOLO/MIOLO
 - ALMADEN/MIOLO
- 31,6%

ÁREA 7

MS, GO e DF

- PÉRGOLA/VINÍCOLA CAMPESTRE
 - CAMPO LARGO/CAMPO LARGO
 - MIORANZA/VINÍCOLA MIORANZA
 - SAINT GERMAIN/AURORA
 - QUINTA DO MORGADO/FANTE
- 41,9%



O MAIS AMADO. O MAIS VENDIDO.

O vinho mais vendido do Brasil por 8 anos seguidos: presente há mais de 5 décadas na lista de compras do brasileiro, o Pégola conquista uma legião de fãs cada vez maior ao longo dos anos.

Conheça a preferência nacional e descubra como é bom trabalhar com o vinho mais amado do país.

o VINHO
NÚMERO 1
DOS BRASILEIROS

PÉRGOLA

SIDRA E FILTRADO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	CERESER/CRS BRANDS	LÍDER/RENATO PASSARIN	GOTA DE PRATA/BEBIDAS PINHEIRENSE	CHUVA DE PRATA/CRS BRANDS	PULLMAN/VINIÓCOLA AMÁLIA	95,3
NORDESTE	CERESER/CRS BRANDS	LÍDER/RENATO PASSARIN	CRISTAL/RENATO PASSARIN	GOTA DE PRATA/BEBIDAS PINHEIRENSE	CHUVA DE PRATA/CRS BRANDS	96,9
MG, ES, INT. RJ	CERESER/CRS BRANDS	PULLMAN/VINIÓCOLA AMÁLIA	LÍDER/RENATO PASSARIN	CHUVA DE PRATA/CRS BRANDS	CAETÉ/CAETÉ	98,9
GRANDE RJ	CERESER/CRS BRANDS	LÍDER/RENATO PASSARIN	CAETÉ/CAETÉ	CHUVA DE PRATA/CRS BRANDS	PULLMAN/VINIÓCOLA AMÁLIA	100,0
GRANDE SP	CERESER/CRS BRANDS	CHUVA DE PRATA/CRS BRANDS	LÍDER/RENATO PASSARIN	PULLMAN/VINIÓCOLA AMÁLIA	GOTA DE PRATA/BEBIDAS PINHEIRENSE	98,2
INTERIOR SP	CERESER/CRS BRANDS	CHUVA DE PRATA/CRS BRANDS	LÍDER/RENATO PASSARIN	PULLMAN/VINIÓCOLA AMÁLIA	GOTA DE PRATA/BEBIDAS PINHEIRENSE	98,6
SUL	CERESER/CRS BRANDS	GOTA DE PRATA/BEBIDAS PINHEIRENSE	CHUVA DE PRATA/BEBIDAS FILIPPINI	PULLMAN/VINIÓCOLA AMÁLIA	GOTAS DO VALE/VINHOS RANDON	93,4
MS, GO e DF	CERESER/CRS BRANDS	LÍDER/RENATO PASSARIN	CHUVA DE PRATA/CRS BRANDS	PULLMAN/VINIÓCOLA AMÁLIA	GOTA DE PRATA/BEBIDAS PINHEIRENSE	100,0

SUCO CONCENTRADO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	DAFRUTA/BRITVIC BRASIL	MAGUARY/BRITVIC BRASIL	BELA ISCHIA/BRITVIC BRASIL	IMBIARA/IMBIARA	CURUMATAN/DOPAZO	88,4
NORDESTE	JANDAIA/JANDAIA	DAFRUTA/BRITVIC BRASIL	PALMEIRON/ASA	TANJAL/GLOBAL BEBIDAS	MAGUARY/BRITVIC BRASIL	84,5
MG, ES, INT. RJ	DAFRUTA/BRITVIC BRASIL	BELA ISCHIA/BRITVIC BRASIL	MAGUARY/BRITVIC BRASIL	IMBIARA/IMBIARA	CURUMATAN/DOPAZO	94,2
GRANDE RJ	DAFRUTA/BRITVIC BRASIL	BELA ISCHIA/BRITVIC BRASIL	IMBIARA/IMBIARA	MAGUARY/BRITVIC BRASIL	CURUMATAN/DOPAZO	94,1
GRANDE SP	MAGUARY/BRITVIC BRASIL	DAFRUTA/BRITVIC BRASIL	TANJAL/GLOBAL BEBIDAS	SERIGY/VIEIRA SAMPAIO	LANJAL/GLOBAL BEBIDAS	94,3
INTERIOR SP	MAGUARY/BRITVIC BRASIL	DAFRUTA/BRITVIC BRASIL	TANJAL/GLOBAL BEBIDAS	FRUTESCO/NUTRI SUCO	LANJAL/GLOBAL BEBIDAS	90,5
SUL	MAGUARY/BRITVIC BRASIL	DAFRUTA/BRITVIC BRASIL	IMBIARA/IMBIARA	SERIGY/VIEIRA SAMPAIO	TANJAL/GLOBAL BEBIDAS	98,3
MS, GO e DF	MAGUARY/BRITVIC BRASIL	DAFRUTA/BRITVIC BRASIL	YUMMY/IND. DE SUCOS SUMO	SERIGY/VIEIRA SAMPAIO	TANJAL/GLOBAL BEBIDAS	96,6

SUCO EM PÓ

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	TANG/MONDELÉZ	FRISCO/3CORAÇÕES	MID/AJINOMOTO	TRINK/KELLOGG'S	CLIGHT/MONDELÉZ	84,3
NORDESTE	FRISCO/SANTA CLARA	TANG/MONDELÉZ	MARATÁ/MARATÁ	MID/AJINOMOTO	PROMIX/CASA DOCE	87,3
MG, ES, INT. RJ	TANG/MONDELÉZ	VILMA/DOMINGOS DA COSTA	FRISCO/3CORAÇÕES	FRESH/MONDELÉZ	MID/AJINOMOTO	80,8
GRANDE RJ	TANG/MONDELÉZ	FRISCO/3CORAÇÕES	TRINK/KELLOGG'S	CLIGHT/MONDELÉZ	MID/AJINOMOTO	93,9
GRANDE SP	TANG/MONDELÉZ	MID/AJINOMOTO	FRISCO/3CORAÇÕES	CLIGHT/MONDELÉZ	FIT/AJINOMOTO	95,7
INTERIOR SP	TANG/MONDELÉZ	MID/AJINOMOTO	FRISCO/3CORAÇÕES	CLIGHT/MONDELÉZ	FRESH/MONDELÉZ	91,0
SUL	TANG/MONDELÉZ	TRINK/KELLOGG'S	CLIGHT/MONDELÉZ	FRISCO/3CORAÇÕES	MID/AJINOMOTO	91,5
MS, GO e DF	TANG/MONDELÉZ	FRISCO/3CORAÇÕES	MID/AJINOMOTO	FRESH/MONDELÉZ	CLIGHT/MONDELÉZ	86,8

SUCO PRONTO PARA CONSUMO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	DEL VALLE/COCA-COLA	NATURAL ONE/NATURAL ONE	MAGUARY/BRITVIC BRASIL	PRATS/AGRO PRATINHA	AURORA/AURORA	46,2
NORDESTE	DEL VALLE/COCA-COLA	NATURAL ONE/NATURAL ONE	OQ/QUEIROZ GALVÃO	MARATÁ/MARATÁ	TAMPICO/TAMPICO	60,4
MG, ES, INT. RJ	TIAL/TROPICAL	DEL VALLE/COCA-COLA	ALIANÇA/VINIÓCOLA ALIANÇA	MAGUARY/BRITVIC BRASIL	CAMPO LARGO/CAMPO LARGO	54,5
GRANDE RJ	DEL VALLE/COCA-COLA	NATURAL ONE/NATURAL ONE	DO BEM/AMBEV	DAFRUTA/BRITVIC BRASIL	CAMPO LARGO/CAMPO LARGO	50,5
GRANDE SP	NATURAL ONE/NATURAL ONE	DEL VALLE/COCA-COLA	XANDÔ/XANDÔ	MAGUARY/BRITVIC BRASIL	AURORA/AURORA	63,1
INTERIOR SP	DEL VALLE/COCA-COLA	NATURAL ONE/NATURAL ONE	PRATS/AGRO PRATINHA	MAGUARY/BRITVIC BRASIL	AURORA/AURORA	55,6
SUL	DEL VALLE/COCA-COLA	PRATS/AGRO PRATINHA	SUQ/COM.DE FRUTAS PIONEIRA SUL	NATURAL ONE/NATURAL ONE	MAGUARY/BRITVIC BRASIL	46,4
MS, GO e DF	DEL VALLE/COCA-COLA	NATURAL ONE/NATURAL ONE	PRATS/AGRO PRATINHA	AURORA/VINIÓCOLA AURORA	VIVA FELIZ/BEBIDAS GAROTO	54,5

VINHO IMPORTADO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	RESERVADO/CONCHA Y TORO	CASILLERO DEL DIABLO RESERVA/CONCHA Y TORO	CASAL GARCIA/AVELADA	TRES MEDALLAS/SANTA RITA	120/SANTA RITA	19,6
NORDESTE	CASAL GARCIA/AVELADA	RESERVADO/CONCHA Y TORO	CASILLERO DEL DIABLO RESERVA/CONCHA Y TORO	120/SANTA RITA	TRES MEDALLAS/SANTA RITA	25,2
MG, ES, INT. RJ	RESERVADO/CONCHA Y TORO	CASILLERO DEL DIABLO RESERVA/CONCHA Y TORO	TRES MEDALLAS/SANTA RITA	APALTAGUA/VINA APALTAGUA	CASAL MENDES/ALIANÇA	15,1
GRANDE RJ	RESERVADO/CONCHA Y TORO	DONA DOMINGA/VINA CASA SILVA	CASILLERO DEL DIABLO RESERVA/CONCHA Y TORO	CASAL GARCIA/AVELADA	MONTE BLANCO/SAN NICOLAS WINES	19,8
GRANDE SP	TRES MEDALLAS/SANTA RITA	RESERVADO/CONCHA Y TORO	CASILLERO DEL DIABLO RESERVA/CONCHA Y TORO	CASAL GARCIA/AVELADA	120/SANTA RITA	22,3
INTERIOR SP	RESERVADO/CONCHA Y TORO	TRES MEDALLAS/SANTA RITA	CASILLERO DEL DIABLO RESERVA/CONCHA Y TORO	120/SANTA RITA	CASAL GARCIA/AVELADA	24,2
SUL	RESERVADO/CONCHA Y TORO	CASILLERO DEL DIABLO RESERVA/CONCHA Y TORO	TARAPACA COSECHA/VINIÓCOLA TARAPACA	BALDUZZI/ VINA BALDUZZI	SANTA CAROLINA/SANTA CAROLINA	20,2
MS, GO e DF	RESERVADO/CONCHA Y TORO	CASILLERO DEL DIABLO RESERVA/CONCHA Y TORO	120/SANTA RITA	CASAL GARCIA/AVELADA	TRES MEDALLAS/SANTA RITA	19,4

VINHO NACIONAL

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	PÉRGOLA/VINÍCOLA CAMPESTRE	QUINTA DO MORGADO/FANTE	SALTON/SALTON	GALOTTO/VINÍCOLA GALOTTO	MIOLO/MIOLO	29,5
NORDESTE	QUINTA DO MORGADO/FANTE	PÉRGOLA/VINÍCOLA CAMPESTRE	MIOLO/MIOLO	CHALISE/SALTON	GALOTTO/VINÍCOLA GALOTTO	58,0
MG, ES, INT. RJ	PÉRGOLA/VINÍCOLA CAMPESTRE	DEL GRANO/VINÍCOLA IRMÃOS BASSO	GALOTTO/VINÍCOLA GALOTTO	CAMPO LARGO/CAMPO LARGO	CANÇÃO/ANTÔNIO BASSO & FILHO	48,1
GRANDE RJ	PÉRGOLA/VINÍCOLA CAMPESTRE	GALOTTO/VINÍCOLA GALOTTO	DOM BOSCO/CRS BRANDS	SANTA VITA/SANTA VITA	MIOLO/MIOLO	50,9
GRANDE SP	GÓES/VITIVINÍCOLA GÓES	PÉRGOLA/VINÍCOLA CAMPESTRE	CHALISE/SALTON	SALTON/SALTON	COUNTRY WINE/AURORA	37,8
INTERIOR SP	GÓES/VITIVINÍCOLA GÓES	DOM BOSCO/CRS BRANDS	PÉRGOLA/VINÍCOLA CAMPESTRE	CHALISE/SALTON	MIORANZA/VINÍCOLA MIORANZA	28,3
SUL	CAMPO LARGO/CAMPO LARGO	JOTA PE/VINÍCOLA PERINI	SALTON/SALTON	MIOLO/MIOLO	ALMADEN/MIOLO	31,6
MS, GO e DF	PÉRGOLA/VINÍCOLA CAMPESTRE	CAMPO LARGO/CAMPO LARGO	MIORANZA/VINÍCOLA MIORANZA	SAINT GERMAIN/AURORA	QUINTA DO MORGADO/FANTE	41,9

VODCA

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	SMIRNOFF/DIAGEO	ABSOLUT/PERNOD RICARD	ORLOFF/PERNOD RICARD	ASKOV/ASTECA	INTENCION/VINÍCOLA GRASSI	72,5
NORDESTE	SMIRNOFF/DIAGEO	ABSOLUT/PERNOD RICARD	SLOVA/BEBIDAS COROA	ORLOFF/PERNOD RICARD	SKYY/CAMPARI	78,3
MG, ES, INT. RJ	SMIRNOFF/DIAGEO	ABSOLUT/PERNOD RICARD	ORLOFF/PERNOD RICARD	KRISKOF/HILTON NEVES ARAÚJO	CIROC/DIAGEO	80,1
GRANDE RJ	SMIRNOFF/DIAGEO	ABSOLUT/PERNOD RICARD	ORLOFF/PERNOD RICARD	CIROC/DIAGEO	LEONOFF/BEBIDAS PARIS	80,9
GRANDE SP	SMIRNOFF/DIAGEO	ABSOLUT/PERNOD RICARD	ORLOFF/PERNOD RICARD	ASKOV/BEBIDAS ASTECA	BALALAIKA/PIRASSUNUNGA	80,5
INTERIOR SP	SMIRNOFF/DIAGEO	ABSOLUT/PERNOD RICARD	ASKOV/BEBIDAS ASTECA	ORLOFF/PERNOD RICARD	BALALAIKA/PIRASSUNUNGA	80,1
SUL	SMIRNOFF/DIAGEO	ABSOLUT/PERNOD RICARD	INTENCION/VINÍCOLA GRASSI	NATASHA/BACARDI	ORLOFF/PERNOD RICARD	71,3
MS, GO e DF	SMIRNOFF/DIAGEO	ABSOLUT/PERNOD RICARD	ORLOFF/PERNOD RICARD	KISLLA/CANTINA DO VINHO	BAMBOA/REFRIKO	77,5

WHISKY

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	JOHNNIE WALKER/DIAGEO	GRAND OLD PARR/DIAGEO	BALLANTINE'S/PERNOD RICARD	JACK DANIEL'S/BROWN FORMAN	CHIVAS REGAL/PERNOD RICARD	71,5
NORDESTE	GRAND OLD PARR/DIAGEO	JOHNNIE WALKER/DIAGEO	BLACK & WHITE/DIAGEO	CHIVAS REGAL/PERNOD RICARD	BALLANTINE'S/PERNOD RICARD	83,5
MG, ES, INT. RJ	JOHNNIE WALKER/DIAGEO	BALLANTINE'S/PERNOD RICARD	WHITE HORSE/DIAGEO	JACK DANIEL'S/BROWN FORMAN	CHIVAS REGAL/PERNOD RICARD	78,8
GRANDE RJ	JOHNNIE WALKER/DIAGEO	BALLANTINE'S/PERNOD RICARD	WHITE HORSE/DIAGEO	BUCHANAN'S/DIAGEO	JACK DANIEL'S/BROWN FORMAN	81,1
GRANDE SP	JOHNNIE WALKER/DIAGEO	JACK DANIEL'S/BROWN FORMAN	BALLANTINE'S/PERNOD RICARD	CHIVAS REGAL/PERNOD RICARD	WHITE HORSE/DIAGEO	78,4
INTERIOR SP	JOHNNIE WALKER/DIAGEO	JACK DANIEL'S/BROWN FORMAN	BALLANTINE'S/PERNOD RICARD	CHIVAS REGAL/PERNOD RICARD	WHITE HORSE/DIAGEO	76,0
SUL	JOHNNIE WALKER/DIAGEO	JACK DANIEL'S/BROWN FORMAN	BALLANTINE'S/PERNOD RICARD	WHITE HORSE/DIAGEO	PASSPORT/PERNOD RICARD	70,5
MS, GO e DF	JOHNNIE WALKER/DIAGEO	GRAND OLD PARR/DIAGEO	JACK DANIEL'S/BROWN FORMAN	CHIVAS REGAL/PERNOD RICARD	BALLANTINE'S/PERNOD RICARD	80,3



O menor impacto da inflação

Dentre as cestas Nielsen que integram a pesquisa Líderes de Vendas, a de higiene e beleza foi a que menos transferiu os efeitos da inflação

POR **ROBERTO NUNES FILHO**

>>No ano passado, a cesta de produtos de higiene e beleza comercializada pelo varejo teve um desempenho muito similar à cesta de limpeza. Em volume, este mercado contabilizou queda de -0,6%, desempenho bem próximo à movimentação de -0,4% no total cestas da NielsenIQ.

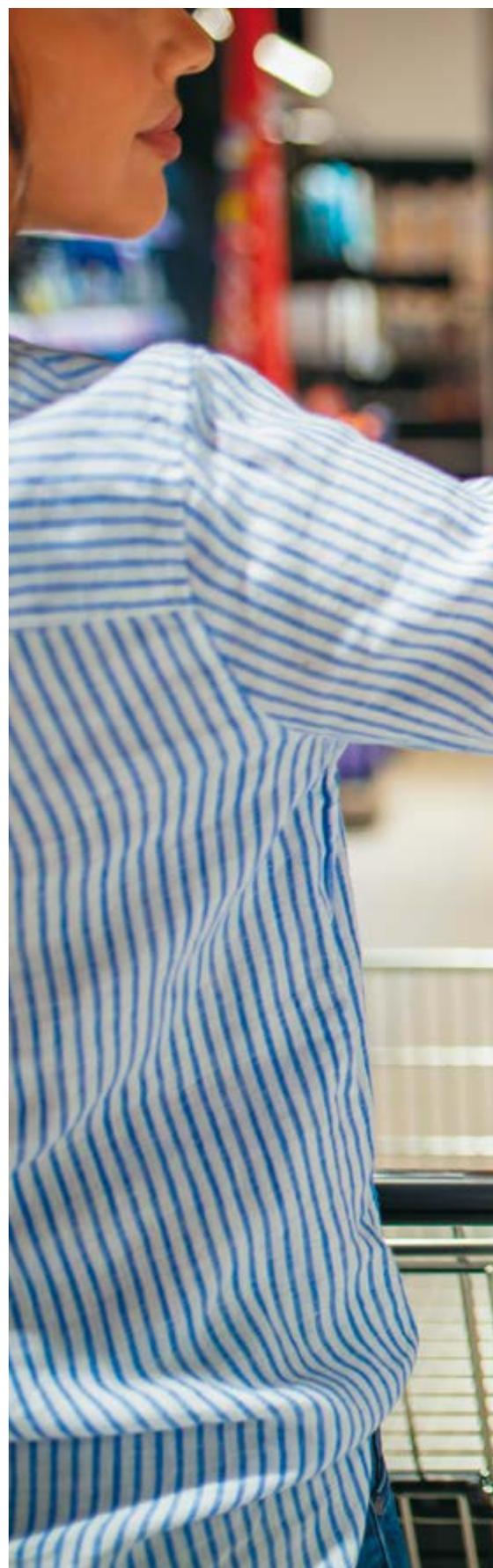
A variação do preço médio da cesta se manteve abaixo da média das cestas NielsenIQ (+6,6% vs 12,7%), fato que contribuiu para menor performance em valor (+6%). A propósito, dentre as cestas monitoradas pela empresa, higiene e beleza foi a que teve o menor reajuste de preços e, conseqüentemente, a que registrou menor crescimento no indicador de faturamento.

Por canal, o único desempenho positivo nos quesitos valor e volume ficou por conta do atacarejo, com respectivas altas de 11,1% e de 0,9%. Os demais canais que integram o varejo alimentar, no entanto, avançaram em valor, mas retraíram em volume. O destaque negativo ficou com o canal hipermercado, que registrou queda de 9,7% no volume comercializado e de 5,4% no valor contabilizado.

Por segmento, quem mais se valorizou foram os grupos cuidados com a beleza (+9,3%), higiênicos (+7,5%), cuidados pessoais (+7,2%) e cuidados para bebês (+7,2%). Já na análise por categoria, os destaques positivos, em valor, foram cremes para a pele (+11,3%), sabonete (11,3%), creme dental (7,3%), fralda descartável (7,2%) e absorvente (+6,7%). 

Cesta registrou alta em valor de

6%





Em volume, a cesta de higiene e beleza teve retração de

-0,6%

Varição de preços da cesta ficou em

6,6%

Higiene e beleza possui

12,7%

de importância para o Total Cesta Nielsen

Líderes de vendas

Índice

Absorvente Higiénico – Externo	167
Absorvente Higiénico – Protetor Diário	167
Antisséptico Bucal	167
Aparelho de Barbear (Sistema)	167
Bronzeador/Bloqueador Solar	167
Condicionador	168
Creme de Barbear	168
Creme Dental	168
Creme para Assadura	168
Creme para o Corpo	168
Creme para Pentear	169
Creme para Pontas/Tratamento	169
Curativo Antisséptico	169
Depilatório	169
Desodorante	169
Escova de Dentes	174
Esmalte para Unha	174
Fio e Fita Dental	174
Fralda Descartável Geriátrica	175
Fralda Infantil	175
Haste Flexível	175
Lâmina de Barbear (Descartável)	178
Lenço Umedecido	178
Papel Higiénico – Folha Dupla	178
Papel Higiénico – Folha Simples	178
Preservativo Masculino/Feminino	178
Repelente	179
Sabonete Líquido	179
Sabonete Sólido	179
Tintura para Cabelo	179
Xampu	179

ABSORVENTE HIGIÊNICO - EXTERNO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	INTIMUS/KIMBERLY-CLARK	SEMPRE LIVRE/J&J	ALWAYS/P&G	SYM/SANTHER	DIANA/CARTA FABRIL	95,5
NORDESTE	INTIMUS/KIMBERLY-CLARK	ALWAYS/P&G	SEMPRE LIVRE/J&J	LADYSOFT/SOFTYS	SYM/SANTHER	94,5
MG, ES, INT. RJ	INTIMUS/KIMBERLY-CLARK	ALWAYS/P&G	SYM/SANTHER	SEMPRE LIVRE/J&J	DIANA/CARTA FABRIL	96,4
GRANDE RJ	INTIMUS/KIMBERLY-CLARK	ALWAYS/P&G	SEMPRE LIVRE/J&J	DIANA/CARTA FABRIL	LADYSOFT/SOFTYS	98,8
GRANDE SP	INTIMUS/KIMBERLY-CLARK	ALWAYS/P&G	SEMPRE LIVRE/J&J	SYM/SANTHER	NATURALMENTE/EVER GREEN	99,1
INTERIOR SP	INTIMUS/KIMBERLY-CLARK	SEMPRE LIVRE/J&J	ALWAYS/P&G	SYM/SANTHER	MILI/MILI	99,2
SUL	INTIMUS/KIMBERLY-CLARK	SEMPRE LIVRE/J&J	ALWAYS/P&G	MILI/MILI	LADYSOFT/SOFTYS	97,4
MS, GO e DF	INTIMUS/KIMBERLY-CLARK	SEMPRE LIVRE/J&J	ALWAYS/P&G	SYM/SANTHER	MILI/MILI	98,3

ABSORVENTE HIGIÊNICO - PROTETOR DIÁRIO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	CAREFREE/J&J	INTIMUS/KIMBERLY-CLARK	ALWAYS/P&G	NATURALMENTE/EVER GREEN	SYM/SANTHER	98,5
NORDESTE	CAREFREE/J&J	INTIMUS/KIMBERLY-CLARK	ALWAYS/P&G	NATURALMENTE/EVER GREEN	SYM/SANTHER	98,1
MG, ES, INT. RJ	CAREFREE/J&J	INTIMUS/KIMBERLY-CLARK	ALWAYS/P&G	DIANA/CARTA FABRIL	SYM/SANTHER	99,7
GRANDE RJ	CAREFREE/J&J	INTIMUS/KIMBERLY-CLARK	ALWAYS/P&G	DIANA/CARTA FABRIL	PERSONAL/SANTHER	100,0
GRANDE SP	CAREFREE/J&J	INTIMUS/KIMBERLY-CLARK	ALWAYS/P&G	NATURALMENTE/EVER GREEN	SYM/SANTHER	99,9
INTERIOR SP	CAREFREE/J&J	INTIMUS/KIMBERLY-CLARK	ALWAYS/P&G	SYM/SANTHER	NATURALMENTE/EVER GREEN	99,8
SUL	CAREFREE/J&J	INTIMUS/KIMBERLY-CLARK	ALWAYS/P&G	MILI/MILI	DIANA/CARTA FABRIL	98,8
MS, GO e DF	CAREFREE/J&J	INTIMUS/KIMBERLY-CLARK	ALWAYS/P&G	SYM/SANTHER	NATURALMENTE/EVER GREEN	99,6

ANTISSÉPTICO BUCAL

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	LISTERINE/J&J	COLGATE/COLGATE-PALMOLIVE	ORAL-B/P&G	CLOSE-UP/UNILEVER	CEPACOL/SANOFI-AVENTIS	95,3
NORDESTE	LISTERINE/J&J	COLGATE/COLGATE-PALMOLIVE	ORAL-B/P&G	CLOSE-UP/UNILEVER	CEPACOL/SANOFI-AVENTIS	94,6
MG, ES, INT. RJ	LISTERINE/J&J	COLGATE/COLGATE-PALMOLIVE	ORAL-B/P&G	CLOSE-UP/UNILEVER	CEPACOL/SANOFI-AVENTIS	94,7
GRANDE RJ	LISTERINE/J&J	COLGATE/COLGATE-PALMOLIVE	ORAL-B/P&G	ULTRA ACTION/VIDAL LIFE IND. E COM.	CEPACOL/SANOFI-AVENTIS	93,5
GRANDE SP	LISTERINE/J&J	COLGATE/COLGATE-PALMOLIVE	ORAL-B/P&G	ICE FRESH/ICEFRESH	CLOSE-UP/UNILEVER	95,4
INTERIOR SP	LISTERINE/J&J	COLGATE/COLGATE-PALMOLIVE	ORAL-B/P&G	CLOSE-UP/UNILEVER	CEPACOL/SANOFI-AVENTIS	97,2
SUL	COLGATE/COLGATE-PALMOLIVE	LISTERINE/J&J	ORAL-B/P&G	CLOSE-UP/UNILEVER	SENSODYNE/GSK	97,3
MS, GO e DF	LISTERINE/J&J	COLGATE/COLGATE-PALMOLIVE	ORAL-B/P&G	CLOSE-UP/UNILEVER	HILLO/APERFIO IND. COM.	96,6

APARELHO DE BARBEAR (SISTEMA)

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	GILLETTE/P&G	BIC/BIC	VICEROY/BLADES COM. IMP. EXP.	SUPER MAX/SUPERMAX	BOZZANO/COTY	100,0
NORDESTE	GILLETTE/P&G	BIC/BIC	ENOX/BELLIZ	BOZZANO/COTY	SCHICK/ENERGIZER	100,0
MG, ES, INT. RJ	GILLETTE/P&G	VICEROY/BLADES COM. IMP. EXP.	BIC/BIC	SUPER MAX/SUPERMAX	ENOX/BELLIZ	100,0
GRANDE RJ	GILLETTE/P&G	BIC/BIC	SUPER MAX/SUPERMAX	BOZZANO/COTY	MONANGE/COTY	100,0
GRANDE SP	GILLETTE/P&G	BIC/BIC	BOZZANO/COTY	MONANGE/COTY	ENOX/BELLIZ	100,0
INTERIOR SP	GILLETTE/P&G	BIC/BIC	ENOX/BELLIZ	BOZZANO/COTY	MONANGE/COTY	100,0
SUL	GILLETTE/P&G	BIC/BIC	BOZZANO/COTY	MONANGE/COTY	ENOX/BELLIZ	100,0
MS, GO e DF	GILLETTE/P&G	BIC/BIC	PERSONNA/ENERGIZER	BOZZANO/COTY	MONANGE/COTY	100,0

BRONZEADOR/ BLOQUEADOR SOLAR

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	NIVEA/NIVEA	SUNDOWN/J&J	CENOURA E BRONZE/COTY	SOLAR EXPERTISE/L'ORÉAL	NEUTROGENA/J&J	89,5
NORDESTE	NIVEA/NIVEA	SUNDOWN/J&J	CENOURA E BRONZE/COTY	SOLAR EXPERTISE/L'ORÉAL	NEUTROGENA/J&J	97,3
MG, ES, INT. RJ	SUNDOWN/J&J	NIVEA/NIVEA	CENOURA E BRONZE/COTY	SOLAR EXPERTISE/L'ORÉAL	NEUTROGENA/J&J	96,8
GRANDE RJ	SUNDOWN/J&J	NIVEA/NIVEA	CENOURA E BRONZE/COTY	NEUTROGENA/J&J	SOLAR EXPERTISE/L'ORÉAL	94,9
GRANDE SP	NIVEA/NIVEA	SUNDOWN/J&J	CENOURA E BRONZE/COTY	NEUTROGENA/J&J	SOLAR EXPERTISE/L'ORÉAL	83,5
INTERIOR SP	NIVEA/NIVEA	SUNDOWN/J&J	CENOURA E BRONZE/COTY	SOLAR EXPERTISE/L'ORÉAL	NEUTROGENA/J&J	88,0
SUL	NIVEA/NIVEA	SUNDOWN/J&J	CENOURA E BRONZE/COTY	SOLAR EXPERTISE/L'ORÉAL	NEUTROGENA/J&J	87,4
MS, GO e DF	NIVEA/NIVEA	SUNDOWN/J&J	SOLAR EXPERTISE/L'ORÉAL	CENOURA E BRONZE/COTY	NEUTROGENA/J&J	96,5

CONDICIONADOR

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	PANTENE/P&G	ELSEVE/L'ORÉAL	DOVE/UNILEVER	SEDA/UNILEVER	TRESEMMÉ/UNILEVER	66,9
NORDESTE	PANTENE/P&G	ELSEVE/L'ORÉAL	DOVE/UNILEVER	SEDA/UNILEVER	TRESEMMÉ/UNILEVER	64,4
MG, ES, INT. RJ	PANTENE/P&G	SEDA/UNILEVER	ELSEVE/L'ORÉAL	DOVE/UNILEVER	TRESEMMÉ/UNILEVER	64,6
GRANDE RJ	ELSEVE/L'ORÉAL	PANTENE/P&G	DOVE/UNILEVER	SEDA/UNILEVER	TRESEMMÉ/UNILEVER	65,9
GRANDE SP	PANTENE/P&G	ELSEVE/L'ORÉAL	DOVE/UNILEVER	SEDA/UNILEVER	TRESEMMÉ/UNILEVER	66,3
INTERIOR SP	PANTENE/P&G	ELSEVE/L'ORÉAL	DOVE/UNILEVER	SEDA/UNILEVER	TRESEMMÉ/UNILEVER	69,1
SUL	PANTENE/P&G	ELSEVE/L'ORÉAL	DOVE/UNILEVER	SEDA/UNILEVER	TRESEMMÉ/UNILEVER	69,6
MS, GO e DF	PANTENE/P&G	ELSEVE/L'ORÉAL	SEDA/UNILEVER	DOVE/UNILEVER	TRESEMMÉ/UNILEVER	70,3

CREME DE BARBEAR

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	BOZZANO/COTY	GILLETTE/P&G	NIVEA/NIVEA	BIC/BIC	ABOVE/BASTON	98,2
NORDESTE	GILLETTE/P&G	NIVEA/NIVEA	BOZZANO/COTY	BIC/BIC	ABOVE/BASTON	98,2
MG, ES, INT. RJ	BOZZANO/COTY	GILLETTE/P&G	NIVEA/NIVEA	BRUT/DANA DO BRASIL	ABOVE/BASTON	98,8
GRANDE RJ	BOZZANO/COTY	NIVEA/NIVEA	GILLETTE/P&G	BIC/BIC	ABOVE/BASTON	95,7
GRANDE SP	GILLETTE/P&G	NIVEA/NIVEA	BOZZANO/COTY	BIC/BIC	ABOVE/BASTON	99,5
INTERIOR SP	BOZZANO/COTY	GILLETTE/P&G	NIVEA/NIVEA	BIC/BIC	ABOVE/BASTON	99,3
SUL	BOZZANO/COTY	NIVEA/NIVEA	GILLETTE/P&G	ABOVE/BASTON	BIC/BIC	97,4
MS, GO e DF	BOZZANO/COTY	NIVEA/NIVEA	GILLETTE/P&G	ABOVE/BASTON	BIC/BIC	98,8

CREME DENTAL

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	COLGATE/COLGATE-PALMOLIVE	ORAL-B/P&G	SORRISO/COLGATE-PALMOLIVE	CLOSE-UP/UNILEVER	SENSODYNE/GSK	97,4
NORDESTE	COLGATE/COLGATE-PALMOLIVE	ORAL-B/P&G	SORRISO/COLGATE-PALMOLIVE	CLOSE-UP/UNILEVER	SENSODYNE/GSK	95,0
MG, ES, INT. RJ	COLGATE/COLGATE-PALMOLIVE	ORAL-B/P&G	SORRISO/COLGATE-PALMOLIVE	CLOSE-UP/UNILEVER	SENSODYNE/GSK	98,2
GRANDE RJ	COLGATE/COLGATE-PALMOLIVE	ORAL-B/P&G	SORRISO/COLGATE-PALMOLIVE	CLOSE-UP/UNILEVER	SENSODYNE/GSK	98,3
GRANDE SP	COLGATE/COLGATE-PALMOLIVE	ORAL-B/P&G	SORRISO/COLGATE-PALMOLIVE	SENSODYNE/GSK	CLOSE-UP/UNILEVER	97,6
INTERIOR SP	COLGATE/COLGATE-PALMOLIVE	SORRISO/COLGATE-PALMOLIVE	ORAL-B/P&G	SENSODYNE/GSK	CLOSE-UP/UNILEVER	98,1
SUL	COLGATE/COLGATE-PALMOLIVE	SORRISO/COLGATE-PALMOLIVE	CLOSE-UP/UNILEVER	ORAL-B/P&G	SENSODYNE/GSK	97,4
MS, GO e DF	COLGATE/COLGATE-PALMOLIVE	SORRISO/COLGATE-PALMOLIVE	ORAL-B/P&G	CLOSE-UP/UNILEVER	SENSODYNE/GSK	97,8

CREME PARA ASSADURA

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	HUGGIES/KIMBERLY-CLARK	HIPOGLÓS/J&J	TURMA DA XUXINHA/BARUEL	POM POM/ONTEX	DESITIN/J&J	83,0
NORDESTE	TURMA DA XUXINHA/BARUEL	HIPOGLÓS/J&J	HUGGIES/KIMBERLY-CLARK	POM POM/ONTEX	DESITIN/J&J	93,0
MG, ES, INT. RJ	HUGGIES/KIMBERLY-CLARK	HIPOGLÓS/J&J	BABYGLÓS/KLEY HERTZ	POM POM/ONTEX	DESITIN/J&J	93,8
GRANDE RJ	HUGGIES/KIMBERLY-CLARK	HIPOGLÓS/J&J	TURMA DA XUXINHA/BARUEL	LUKINHA/NOVA ADIRA	TRÁ LÁ LÁ/PHISALIA	94,8
GRANDE SP	HIPOGLÓS/J&J	HUGGIES/KIMBERLY-CLARK	BEPANTOL/BAYER	NISTATINA + ÓXIDO DE ZINCO/MEDLEY	NEO QUÍMICA/NEO QUÍMICA	76,6
INTERIOR SP	HIPOGLÓS/J&J	HUGGIES/KIMBERLY-CLARK	POM POM/ONTEX	BEPANTOL/BAYER	NISTATINA + ÓXIDO DE ZINCO/MEDLEY	83,8
SUL	HUGGIES/KIMBERLY-CLARK	HIPOGLÓS/J&J	DOVE/UNILEVER	POM POM/ONTEX	DESITIN/J&J	94,3
MS, GO e DF	HUGGIES/KIMBERLY-CLARK	HIPOGLÓS/J&J	POM POM/ONTEX	DESITIN/J&J	DOVE/UNILEVER	93,8

CREME PARA O CORPO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	NIVEA/NIVEA	PAIXÃO/COTY	MONANGE/COTY	JOHNSON'S/J&J	HIDRAMAIS/BIOCAP	77,6
NORDESTE	NIVEA/NIVEA	PAIXÃO/COTY	MONANGE/COTY	JOHNSON'S/J&J	HIDRAMAIS/BIOCAP	83,1
MG, ES, INT. RJ	NIVEA/NIVEA	PAIXÃO/COTY	MONANGE/COTY	JOHNSON'S/J&J	HIDRAMAIS/BIOCAP	78,6
GRANDE RJ	NIVEA/NIVEA	PAIXÃO/COTY	MONANGE/COTY	JOHNSON'S/J&J	HIDRAMAIS/BIOCAP	85,0
GRANDE SP	NIVEA/NIVEA	PAIXÃO/COTY	JOHNSON'S/J&J	MONANGE/COTY	NEUTROGENA/J&J	74,3
INTERIOR SP	NIVEA/NIVEA	PAIXÃO/COTY	JOHNSON'S/J&J	MONANGE/COTY	NEUTROGENA/J&J	76,5
SUL	NIVEA/NIVEA	PAIXÃO/COTY	JOHNSON'S/J&J	MONANGE/COTY	HIDRAMAIS/BIOCAP	74,9
MS, GO e DF	NIVEA/NIVEA	PAIXÃO/COTY	JOHNSON'S/J&J	MONANGE/COTY	HIDRAMAIS/BIOCAP	83,5

CREME PARA PENTEAR

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	SEDA/UNILEVER	ELSEVE/L'ORÉAL	PANTENE/P&G	NIELY/L'ORÉAL	SALON LINE/DEVINTEX	68,2
NORDESTE	SEDA/UNILEVER	ELSEVE/L'ORÉAL	SALON LINE/DEVINTEX	PANTENE/P&G	NIELY/L'ORÉAL	68,1
MG, ES, INT. RJ	SEDA/UNILEVER	ELSEVE/L'ORÉAL	PANTENE/P&G	SALON LINE/DEVINTEX	NOVEX/EMBELLEZE	70,0
GRANDE RJ	SEDA/UNILEVER	KERAFORM/SKAFE	ELSEVE/L'ORÉAL	PANTENE/P&G	NOVEX/EMBELLEZE	68,1
GRANDE SP	SEDA/UNILEVER	ELSEVE/L'ORÉAL	PANTENE/P&G	NIELY/L'ORÉAL	SALON LINE/DEVINTEX	74,8
INTERIOR SP	SEDA/UNILEVER	ELSEVE/L'ORÉAL	PANTENE/P&G	NIELY/L'ORÉAL	SALON LINE/DEVINTEX	76,0
SUL	SEDA/UNILEVER	ELSEVE/L'ORÉAL	PANTENE/P&G	NIELY/L'ORÉAL	PALMOLIVE/COLGATE-PALMOLIVE	76,0
MS, GO e DF	SEDA/UNILEVER	ELSEVE/L'ORÉAL	PANTENE/P&G	NIELY/L'ORÉAL	SALON LINE/DEVINTEX	75,2

CREME PARA PONTAS/ TRATAMENTO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	PANTENE/P&G	NOVEX/EMBELLEZE	ELSEVE/L'ORÉAL	SKALA/SKALA	NIELY/L'ORÉAL	66,6
NORDESTE	NOVEX/EMBELLEZE	PANTENE/P&G	ELSEVE/L'ORÉAL	SKALA/SKALA	NIELY/L'ORÉAL	67,8
MG, ES, INT. RJ	SKALA/SKALA	PANTENE/P&G	NOVEX/EMBELLEZE	ELSEVE/L'ORÉAL	KANECHOM/SNC	65,3
GRANDE RJ	NOVEX/EMBELLEZE	PANTENE/P&G	ELSEVE/L'ORÉAL	SKALA/SKALA	DABELLE HAIR/COSMO	75,3
GRANDE SP	PANTENE/P&G	SKALA/SKALA	ELSEVE/L'ORÉAL	NOVEX/EMBELLEZE	NIELY/L'ORÉAL	73,3
INTERIOR SP	PANTENE/P&G	SKALA/SKALA	NOVEX/EMBELLEZE	ELSEVE/L'ORÉAL	NIELY/L'ORÉAL	72,4
SUL	PANTENE/P&G	ELSEVE/L'ORÉAL	NOVEX/EMBELLEZE	ORIGEM/NAZCA	NIELY/L'ORÉAL	64,8
MS, GO e DF	PANTENE/P&G	NOVEX/EMBELLEZE	ELSEVE/L'ORÉAL	SKALA/SKALA	NIELY/L'ORÉAL	71,6

CURATIVO ANTisséPTICO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	BAND-AID//&J	CREMER/CREMER	COTTON BABY/HIGIE PLUS	SALVELOX/NATURES	BAN SEPT/HIGIE TOPP	95,5
NORDESTE	BAND-AID//&J	CREMER/CREMER	SALVELOX/NATURES	BELLA/FLEXCOTTON	BAN SEPT/HIGIE TOPP	96,6
MG, ES, INT. RJ	BAND-AID//&J	COTTON BABY/HIGIE PLUS	SALVELOX/NATURES	CREMER/CREMER	NEXCARE/3M	99,0
GRANDE RJ	BAND-AID//&J	COTTON BABY/HIGIE PLUS	APOLLO/FLEXICOTTON	NATHY/ERS IND. E COM.	CREMER/CREMER	99,5
GRANDE SP	BAND-AID//&J	CREMER/CREMER	SALVELOX/NATURES	BAN SEPT/HIGIE TOPP	NEXCARE/3M	97,7
INTERIOR SP	BAND-AID//&J	SALVELOX/NATURES	CREMER/CREMER	BAN SEPT/HIGIE TOPP	UNI CARE/FLEXICOTTON	97,9
SUL	BAND-AID//&J	CREMER/CREMER	COTTON BABY/HIGIE PLUS	BELLA/FLEXICOTTON	NEXCARE/3M	98,0
MS, GO e DF	BAND-AID//&J	CREMER/CREMER	SALVELOX/NATURES	UNI CARE/FLEXICOTTON	COTTON BABY/HIGIE PLUS	99,9

DEPILATÓRIO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	VEET/RECKITT BENCKISER	DEPIROLL/DEVINTEX COSMÉTICOS	DEPIMIEL/DEPIMIEL	DEPILSAM/DEPILSAM	DEPIL BELLA/BIOCLEAR	89,1
NORDESTE	DEPIROLL/DEVINTEX COSMÉTICOS	VEET/RECKITT BENCKISER	VISUAL/VISUAL COSMÉTICOS	DEPIL BELLA/BIOCLEAR	DEPIMIEL/DEPIMIEL	91,8
MG, ES, INT. RJ	DEPIROLL/DEVINTEX COSMÉTICOS	DEPIL BELLA/BIOCLEAR	VEET/RECKITT BENCKISER	DEPILSAM/DEPILSAM	DAXX/BASTON	96,5
GRANDE RJ	VEET/RECKITT BENCKISER	DEPIROLL/DEVINTEX COSMÉTICOS	DEPILSAM/DEPILSAM	VISUAL/VISUAL IND. DE COSMETICOS	*Não declarado	100,0
GRANDE SP	VEET/RECKITT BENCKISER	DEPILSAM/DEPILSAM	DEPIROLL/DEVINTEX COSMÉTICOS	NUPI/MOLQUIOR	DAXX/BASTON	98,4
INTERIOR SP	VEET/RECKITT BENCKISER	DEPILSAM/DEPILSAM	FLORES E VEGETAIS/ COSM. FLORES E VEGETAIS	DEPIROLL/DEVINTEX COSMÉTICOS	DEPIMIEL/DEPIMIEL	97,1
SUL	VEET/RECKITT BENCKISER	DEPIMIEL/DEPIMIEL	DEPIROLL/DEVINTEX COSMÉTICOS	DEPIMIEL/VILLANUEVA RUBEN	NEORLY/NEORLY	96,3
MS, GO e DF	DEPILSAM/DEPILSAM	DEPIROLL/DEVINTEX COSMÉTICOS	VEET/RECKITT BENCKISER	NATURALLE/NATURALLE COSMÉTICOS	DEPIL FÁCIL/ELZA IND. E COM.	92,7


DESODORANTE

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	REXONA/UNILEVER	NIVEA/NIVEA	DOVE/UNILEVER	MONANGE/COTY	SUAVE/UNILEVER	79,6
NORDESTE	REXONA/UNILEVER	DOVE/UNILEVER	NIVEA/NIVEA	MONANGE/COTY	SUAVE/UNILEVER	81,5
MG, ES, INT. RJ	REXONA/UNILEVER	NIVEA/NIVEA	DOVE/UNILEVER	MONANGE/COTY	BOZZANO/COTY	79,2
GRANDE RJ	REXONA/UNILEVER	NIVEA/NIVEA	DOVE/UNILEVER	MONANGE/COTY	AXE/UNILEVER	83,7
GRANDE SP	REXONA/UNILEVER	NIVEA/NIVEA	DOVE/UNILEVER	MONANGE/COTY	AXE/UNILEVER	81,0
INTERIOR SP	REXONA/UNILEVER	DOVE/UNILEVER	NIVEA/NIVEA	MONANGE/COTY	AXE/UNILEVER	81,8
SUL	REXONA/UNILEVER	NIVEA/NIVEA	DOVE/UNILEVER	MONANGE/COTY	AXE/UNILEVER	80,8
MS, GO e DF	REXONA/UNILEVER	NIVEA/NIVEA	DOVE/UNILEVER	MONANGE/COTY	ABOVE/BASTON	78,8

Líderes de vendas

Creme de Barbear

BRASIL

- 1ª **BOZZANO/COTY**
- 2ª **GILLETTE/P&G**
- 3ª **NIVEA/NIVEA**
- 4ª **BIC/BIC**
- 5ª **ABOVE/BASTON DO BRASIL**

Participação Top 5

98,2%

ÁREA 1

Nordeste

- 1ª GILLETTE/P&G
 - 2ª NIVEA/NIVEA
 - 3ª BOZZANO/COTY
 - 4ª BIC/BIC
 - 5ª ABOVE/BASTON DO BRASIL
- Top 5** 98,2%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

- BOZZANO/COTY
 - GILLETTE/P&G
 - NIVEA/NIVEA
 - BRUT/DANA DO BRASIL
 - ABOVE/BASTON DO BRASIL
- 98,8%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

- BOZZANO/COTY
 - NIVEA/NIVEA
 - GILLETTE/P&G
 - BIC/BIC
 - ABOVE/BASTON DO BRASIL
- 95,7%

ÁREA 4

Grande São Paulo

- GILLETTE/P&G
 - NIVEA/NIVEA
 - BOZZANO/COTY
 - BIC/BIC
 - ABOVE/BASTON DO BRASIL
- 99,5%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

- 1ª BOZZANO/COTY
 - 2ª GILLETTE/P&G
 - 3ª NIVEA/NIVEA
 - 4ª BIC/BIC
 - 5ª ABOVE/BASTON DO BRASIL
- Top 5** 99,3%

ÁREA 6

PR, SC e RS

- BOZZANO/COTY
 - NIVEA/NIVEA
 - GILLETTE/P&G
 - ABOVE/BASTON DO BRASIL
 - BIC/BIC
- 97,4%

ÁREA 7

MS, GO e DF

- BOZZANO/COTY
 - NIVEA/NIVEA
 - GILLETTE/P&G
 - ABOVE/BASTON DO BRASIL
 - BIC/BIC
- 98,8%

NOVA LINHA
NIVEA MEN
DEEP

TODO DIA
É DIA DE JOGO
VÁ ALÉM.



O MELHOR DE NIVEA MEN

- /Fragrância superior
- /Máxima proteção
- /Fórmula inovadora



Líderes de vendas

Sabonete Sólido

BRASIL

- 1^a DOVE/UNILEVER
- 2^a PROTEX/COLGATE-PALMOLIVE
- 3^a NIVEA/NIVEA
- 4^a LUX/UNILEVER
- 5^a PALMOLIVE/COLGATE-PALMOLIVE

Participação Top 5

61,1%

ÁREA 1

Nordeste

- 1^a PROTEX/COLGATE-PALMOLIVE
 - 2^a DOVE/UNILEVER
 - 3^a EVEN/RAYMUNDO DA FONTE
 - 4^a NIVEA/NIVEA
 - 5^a PALMOLIVE/COLGATE-PALMOLIVE
- Top 5** 59,0%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

- LUX/UNILEVER
 - PROTEX/COLGATE-PALMOLIVE
 - NIVEA/NIVEA
 - DOVE/UNILEVER
 - PALMOLIVE/COLGATE-PALMOLIVE
- 59,2%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

- PROTEX/COLGATE-PALMOLIVE
 - LUX/UNILEVER
 - NIVEA/NIVEA
 - DOVE/UNILEVER
 - YPÊ/YPÊ
- 55,1%

ÁREA 4

Grande São Paulo

- DOVE/UNILEVER
 - PROTEX/COLGATE-PALMOLIVE
 - NIVEA/NIVEA
 - LUX/UNILEVER
 - PALMOLIVE/COLGATE-PALMOLIVE
- 65,9%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

- 1^a DOVE/UNILEVER
 - 2^a PROTEX/COLGATE-PALMOLIVE
 - 3^a PALMOLIVE/COLGATE-PALMOLIVE
 - 4^a LUX/UNILEVER
 - 5^a NIVEA/NIVEA
- Top 5** 66,8%

ÁREA 6

PR, SC e RS

- DOVE/UNILEVER
 - NIVEA/NIVEA
 - PROTEX/COLGATE-PALMOLIVE
 - PALMOLIVE/COLGATE-PALMOLIVE
 - LUX/UNILEVER
- 64,0%

ÁREA 7

MS, GO e DF

- DOVE/UNILEVER
 - NIVEA/NIVEA
 - PROTEX/COLGATE-PALMOLIVE
 - PALMOLIVE/COLGATE-PALMOLIVE
 - LUX/UNILEVER
- 62,4%



NOVOS

SABONETES **Antibacteriano**

3 EM 1

Limpa
Cuida
Protege



ELIMINA
99.9%
DAS BACTÉRIAS*

O cuidado do NIVEA antibacteriano **para uma pele macia e hidratada**



Feito com **óleo de amêndoa e fragrância de talco** para uma sensação de pele hidratada

*Bactérias testadas: Escherichia coli, Pseudomonas aeruginosa e Staphylococcus aureus

ESCOVA DE DENTES

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	COLGATE/COLGATE-PALMOLIVE	ORAL-B/P&G	CONDOR/CONDOR	SORRISO/COLGATE-PALMOLIVE	REACH//&J	82,3
NORDESTE	ORAL-B/P&G	COLGATE/COLGATE-PALMOLIVE	CONDOR/CONDOR	SORRISO/COLGATE-PALMOLIVE	DENTAL CLEAR/DENTAL CLEAR	82,2
MG, ES, INT. RJ	ORAL-B/P&G	COLGATE/COLGATE-PALMOLIVE	GREEN/GREEN	SORRISO/COLGATE-PALMOLIVE	REACH//&J	85,2
GRANDE RJ	ORAL-B/P&G	COLGATE/COLGATE-PALMOLIVE	SORRISO/COLGATE-PALMOLIVE	SENSODYNE/GSK	REACH//&J	86,2
GRANDE SP	ORAL-B/P&G	COLGATE/COLGATE-PALMOLIVE	SENSODINE/GLAXOSMITHKLINE	REACH//&J	SORRISO/COLGATE-PALMOLIVE	84,6
INTERIOR SP	COLGATE/COLGATE-PALMOLIVE	ORAL-B/P&G	SORRISO/COLGATE-PALMOLIVE	REACH//&J	CURAPROX/CURADEN	84,8
SUL	COLGATE/COLGATE-PALMOLIVE	ORAL-B/P&G	CONDOR/CONDOR	SORRISO/COLGATE-PALMOLIVE	REACH//&J	85,9
MS, GO e DF	COLGATE/COLGATE-PALMOLIVE	ORAL-B/P&G	DENTAL CLEAR/DENTAL CLEAR	SORRISO/COLGATE-PALMOLIVE	REACH//&J	83,8

ESMALTE PARA UNHA

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	RISQUÉ/COTY	COLORAMA/COLORAMA	IMPALA/AVAMILLER	BEAUTY COLOR/BONYPLUS	DAILUS/PUELLA COSMÉTICOS	97,8
NORDESTE	RISQUÉ/COTY	COLORAMA/COLORAMA	IMPALA/AVAMILLER	BEAUTY COLOR/BONYPLUS	LUDURANA/FUTURAMA	99,2
MG, ES, INT. RJ	RISQUÉ/COTY	COLORAMA/COLORAMA	IMPALA/AVAMILLER	DNA ITALY/LA VITTA COSMÉTICOS	BEAUTY COLOR/BONYPLUS	99,6
GRANDE RJ	RISQUÉ/COTY	IMPALA/AVAMILLER	COLORAMA/COLORAMA	FUSION/DECOR COSMÉTICOS	SANDY/AVAMILLER	99,7
GRANDE SP	RISQUÉ/COTY	COLORAMA/COLORAMA	IMPALA/AVAMILLER	VULT/BOTICÁRIO	ELIANA/LA VITTA COSMÉTICOS	99,2
INTERIOR SP	RISQUÉ/COTY	COLORAMA/COLORAMA	IMPALA/AVAMILLER	DAILUS/PUELLA COSMÉTICOS	VULT/BOTICÁRIO	96,7
SUL	RISQUÉ/COTY	COLORAMA/COLORAMA	IMPALA/AVAMILLER	BEAUTY COLOR/BONYPLUS	DAILUS/PUELLA COSMÉTICOS	99,6
MS, GO e DF	RISQUÉ/COTY	IMPALA/AVAMILLER	COLORAMA/COLORAMA	BEAUTY COLOR/BONYPLUS	NATI/NATI	99,8

FIO E FITA DENTAL

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	REACH//&J	COLGATE/COLGATE-PALMOLIVE	ORAL-B/P&G	SANIFIL/FACILIT	GREEN/GREEN INTERNACIONAL	88,9
NORDESTE	REACH//&J	COLGATE/COLGATE-PALMOLIVE	ORAL-B/P&G	SANIFIL/FACILIT	DENTAL CLEAN/RABBIT	86,9
MG, ES, INT. RJ	REACH//&J	COLGATE/COLGATE-PALMOLIVE	GREEN/GREEN INTERNACIONAL	HILLO/HILLO	ORAL-B/P&G	90,9
GRANDE RJ	REACH//&J	COLGATE/COLGATE-PALMOLIVE	ORAL-B/P&G	SANIFIL/FACILIT	FIO DENT/FIO DENT	92,6
GRANDE SP	REACH//&J	COLGATE/COLGATE-PALMOLIVE	ORAL-B/P&G	SANIFIL/FACILIT	ICEFRESH/ICEFRESH	93,8
INTERIOR SP	REACH//&J	COLGATE/COLGATE-PALMOLIVE	ORAL-B/P&G	SANIFIL/FACILIT	DENTICS/IND. E REPPRES. POLI PRODUCTS	95,4
SUL	REACH//&J	COLGATE/COLGATE-PALMOLIVE	SANIFIL/FACILIT	ORAL-B/P&G	DENTAL CLEAN/RABBIT	93,3
MS, GO e DF	REACH//&J	COLGATE/COLGATE-PALMOLIVE	ORAL-B/P&G	SANIFIL/FACILIT	HILLO/HILLO	93,2



FRALDA DESCARTÁVEL GERIÁTRICA

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	PLENITUD/KIMBERLY-CLARK	BIGFRAL/ONTEX	MOVIMENT/ONTEX	TENA/ESSITY	COTIDIAN/SOFTYS	74,1
NORDESTE	BIGFRAL/ONTEX	PLENITUD/KIMBERLY-CLARK	COTIDIAN/SOFTYS	MOVIMENT/ONTEX	NATURALMENTE/EVER GREEN	76,1
MG, ES, INT. RJ	PLENITUD/KIMBERLY-CLARK	BIGFRAL/ONTEX	BEM ESTAR/CARTA FABRIL	COTIDIAN/SOFTYS	MOVIMENT/ONTEX	89,0
GRANDE RJ	PLENITUD/KIMBERLY-CLARK	ADULTCARE/TOPFRAL	BEM ESTAR/CARTA FABRIL	BIGFRAL/ONTEX	MOVIMENT/ONTEX	94,4
GRANDE SP	PLENITUD/KIMBERLY-CLARK	BIGFRAL/ONTEX	TENA/ESSITY	MOVIMENT/ONTEX	NATURALMENTE/EVER GREEN	79,5
INTERIOR SP	PLENITUD/KIMBERLY-CLARK	BIGFRAL/ONTEX	MOVIMENT/ONTEX	TENA/ESSITY	COTIDIAN/SOFTYS	80,3
SUL	PLENITUD/KIMBERLY-CLARK	BIGFRAL/ONTEX	MILI VITA/MILI	MOVIMENT/ONTEX	TENA/ESSITY	84,8
MS, GO e DF	PLENITUD/KIMBERLY-CLARK	BIGFRAL/ONTEX	MOVIMENT/ONTEX	COTIDIAN/SOFTYS	CONFORT MASTER/C.C.M. IND. E COM.	85,8

FRALDA INFANTIL

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	HUGGIES/KIMBERLY-CLARK	PAMPERS/P&G	BABYSEC/SOFTYS	CREMER/ONTEX	POM POM/ONTEX	85,7
NORDESTE	HUGGIES/KIMBERLY-CLARK	PAMPERS/P&G	CREMER/ONTEX	BABYSEC/SOFTYS	MAMYPOKO/UNICHARM	87,8
MG, ES, INT. RJ	HUGGIES/KIMBERLY-CLARK	PAMPERS/P&G	PERSONAL/SANTHER	BABYSEC/SOFTYS	CREMER/ONTEX	86,8
GRANDE RJ	BABYSEC/SOFTYS	HUGGIES/KIMBERLY-CLARK	PAMPERS/P&G	PERSONAL/SANTHER	BABY LOONEY TUNES/CARTA FABRIL	95,5
GRANDE SP	PAMPERS/P&G	HUGGIES/KIMBERLY-CLARK	POM POM/ONTEX	BABYSEC/SOFTYS	CREMER/ONTEX	91,6
INTERIOR SP	PAMPERS/P&G	HUGGIES/KIMBERLY-CLARK	POM POM/ONTEX	BABYSEC/SOFTYS	CREMER/ONTEX	91,8
SUL	PAMPERS/P&G	HUGGIES/KIMBERLY-CLARK	MILI/MILI	CREMER/ONTEX	BABYSEC/SOFTYS	94,3
MS, GO e DF	PAMPERS/P&G	HUGGIES/KIMBERLY-CLARK	CREMER/ONTEX	BABYSEC/SOFTYS	POM POM/ONTEX	88,3

HASTE FLEXÍVEL

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	COTONETES/1&J	COTTON BABY/HIGIE PLUS	TOPZ/TOPZ	PALINETES/COTY	COTTON LINE/HIGIE TOPP	90,8
NORDESTE	COTONETES/1&J	TOPZ/TOPZ	COTTON LINE/HIGIE TOPP	PALINETES/COTY	COTTON BABY/HIGIE PLUS	90,7
MG, ES, INT. RJ	COTONETES/1&J	COTTON BABY/HIGIE PLUS	TOPZ/TOPZ	PALINETES/COTY	COTTON LINE/HIGIE TOPP	92,7
GRANDE RJ	COTONETES/1&J	COTTON BABY/HIGIE PLUS	PALINETES/COTY	COTTON LINE/HIGIE TOPP	USE IT/POWER SAVE	95,7
GRANDE SP	COTONETES/1&J	TOPZ/TOPZ	COTTON LINE/HIGIE TOPP	PALINETES/COTY	COTTON BABY/HIGIE PLUS	96,6
INTERIOR SP	COTONETES/1&J	TOPZ/TOPZ	COTTON LINE/HIGIE TOPP	UNISOFT/UNISOFT	PALINETES/COTY	88,3
SUL	COTONETES/1&J	COTTON BABY/HIGIE PLUS	TOPZ/TOPZ	MILI/MILI	BELLA/FLEXICOTTON	92,7
MS, GO e DF	COTONETES/1&J	TOPZ/TOPZ	PALINETES/COTY	UNISOFT/UNISOFT	COTTON LINE/HIGIE TOPP	97,3



Líderes de vendas

Xampu

BRASIL

- 1ª PANTENE/P&G
- 2ª ELSEVE/L'ORÉAL
- 3ª SEDA/UNILEVER
- 4ª CLEAR/UNILEVER
- 5ª DOVE/UNILEVER

Participação Top 5

59,4%

ÁREA 1

Nordeste

- 1ª PANTENE/P&G
 - 2ª CLEAR/UNILEVER
 - 3ª ELSEVE/L'ORÉAL
 - 4ª SEDA/UNILEVER
 - 5ª DOVE/UNILEVER
- Top 5** 57,8%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

- PANTENE/P&G
 - SEDA/UNILEVER
 - ELSEVE/L'ORÉAL
 - CLEAR/UNILEVER
 - DOVE/UNILEVER
- 60,1%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

- PANTENE/P&G
 - ELSEVE/L'ORÉAL
 - SEDA/UNILEVER
 - CLEAR/UNILEVER
 - DOVE/UNILEVER
- 60,3%

ÁREA 4

Grande São Paulo

- PANTENE/P&G
 - DOVE/UNILEVER
 - SEDA/UNILEVER
 - CLEAR/UNILEVER
 - ELSEVE/L'ORÉAL
- 58,5%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

- 1ª PANTENE/P&G
 - 2ª ELSEVE/L'ORÉAL
 - 3ª DOVE/UNILEVER
 - 4ª CLEAR/UNILEVER
 - 5ª SEDA/UNILEVER
- Top 5** 61,4%

ÁREA 6

PR, SC e RS

- PANTENE/P&G
 - ELSEVE/L'ORÉAL
 - CLEAR/UNILEVER
 - DOVE/UNILEVER
 - SEDA/UNILEVER
- 58,7%

ÁREA 7

MS, GO e DF

- PANTENE/P&G
 - SEDA/UNILEVER
 - ELSEVE/L'ORÉAL
 - DOVE/UNILEVER
 - CLEAR/UNILEVER
- 62,6%



CHEGOU A HORA DO MERCADO CONHECER

O ALIADO PERFEITO

NO PODER DE TRANSFORMAR.

LINHA DE TRATAMENTO CAPILAR

salon OPUS treatment

75%

DAS MULHERES BRASILEIRAS USAM SHAMPOO ESPECÍFICO PARA A CONDIÇÃO DO CABELO.

61%

DAS BRASILEIRAS SE PREOCUPAM MUITO COM A SAÚDE DO CABELO.

59%

CONCORDAM QUE O CABELO INFLUENCIA TOTALMENTE NA AUTO ESTIMA.

ALINHADA A TODAS AS TENDÊNCIAS E EXPECTATIVAS DE UMA CATEGORIA QUE É LÍDER DE VENDAS NO SUPERMERCADO.



Seja um Parceiro Cless

Entre em contato agora!

✉ contato@cless.com.br

☎ 55 11 98161.0698

☎ 55 11 98161.5657

🌐 www.cless.com.br

📺 [cless cosméticos](#)

📷 [@clesscosmeticos](#)

📺 [cless cosméticos](#)

cless

BELEZA COMPLETA



O programa **BELEZA QUE FORTALECE** apoia a mulher no **enfrentamento à violência doméstica**, através da Campanha **Sinal Vermelho**.

APONTE A CÂMERA DO CELULAR E CONHEÇA O PROJETO:



belezaquefortalece.com.br

LÂMINA DE BARBEAR (DESCARTÁVEL)

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	GILLETTE/P&G	BIC/BIC	VICEROY/BLADES COM. IMP. EXP.	SUPER MAX/SUPERMAX	FIAT LUX/SWEDISH MATCH	99,5
NORDESTE	GILLETTE/P&G	BIC/BIC	SUPER MAX/SUPERMAX	FIAT LUX/SWEDISH MATCH	GREEN/GREEN INTERNACIONAL	99,9
MG, ES, INT. RJ	GILLETTE/P&G	BIC/BIC	VICEROY/BLADES COM. IMP. EXP.	FIAT LUX/SWEDISH MATCH	SUPER MAX/SUPERMAX	98,9
GRANDE RJ	GILLETTE/P&G	BIC/BIC	SUPER MAX/SUPERMAX	FIAT LUX/SWEDISH MATCH	VICEROY/BLADES COM. IMP. EXP.	99,9
GRANDE SP	GILLETTE/P&G	BIC/BIC	SUPER MAX/SUPERMAX	FIAT LUX/SWEDISH MATCH	SUAVE BARBA/SUAVE BARBA	100,0
INTERIOR SP	GILLETTE/P&G	BIC/BIC	SUPER MAX/SUPERMAX	FIAT LUX/SWEDISH MATCH	SUPER SHAVE/MULTI DIST. LTDA.	99,9
SUL	GILLETTE/P&G	BIC/BIC	PERSOMAX/EMBRAS	FIAT LUX/SWEDISH MATCH	BOZZANO/COTY	100,0
MS, GO e DF	GILLETTE/P&G	BIC/BIC	VICEROY/BLADES COM. IMP. EXP.	BOZZANO/COTY	PERX/PERX	98,7

LENÇO UMEDECIDO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	HUGGIES/KIMBERLY-CLARK	PAMPERS/P&G	JOHNSON'S BABY/ &J	BABY WIPES/KIMBERLY-CLARK	COTTON BABY/HIGIE PLUS	68,8
NORDESTE	PAMPERS/P&G	HUGGIES/KIMBERLY-CLARK	CREMER/ONTEX	JOHNSON'S BABY/ &J	BABY WIPES/KIMBERLY-CLARK	80,4
MG, ES, INT. RJ	HUGGIES/KIMBERLY-CLARK	PAMPERS/P&G	PIQUITUCHO/E. W. IND. COM.	COTTON BABY/HIGIE PLUS	JOHNSON'S BABY/ &J	67,6
GRANDE RJ	HUGGIES/KIMBERLY-CLARK	PAMPERS/P&G	BABY LOONEY TUNES/CARTA FABRIL	BABY LIMP/FIO DENT	JOHNSON'S BABY/ &J	88,1
GRANDE SP	HUGGIES/KIMBERLY-CLARK	PAMPERS/P&G	NATURAL BABY WIPES/EVER GREEN	JOHNSON'S BABY/ &J	BABY POPPY/OPUS	78,9
INTERIOR SP	HUGGIES/KIMBERLY-CLARK	PAMPERS/P&G	JOHNSON'S BABY/ &J	BABY WIPES/KIMBERLY-CLARK	NATURAL BABY WIPES/EVER GREEN	77,2
SUL	HUGGIES/KIMBERLY-CLARK	PAMPERS/P&G	MEU BEBÊ/HYGIELINE IND. E COM.	COTTON BABY/HIGIE PLUS	JOHNSON'S BABY/ &J	64,8
MS, GO e DF	HUGGIES/KIMBERLY-CLARK	PAMPERS/P&G	JOHNSON'S BABY/ &J	CREMER/ONTEX	BABY WIPES/KIMBERLY-CLARK	81,7

PAPEL HIGIÊNICO - FOLHA DUPLA

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	NEVE/KIMBERLY-CLARK	PERSONAL/SANTHER	DUETTO/SEPAC	ELITE/SOFTYS	MILI/MILI	58,9
NORDESTE	PERSONAL/SANTHER	NEVE/KIMBERLY-CLARK	MIMMO/SUZANO	LEBLANC/SUZANO	ELITE/SOFTYS	64,8
MG, ES, INT. RJ	COTTON/CARTA FABRIL	NEVE/KIMBERLY-CLARK	CARINHO/COPAPA	PERSONAL/SANTHER	MIMMO/SUZANO	69,5
GRANDE RJ	NEVE/KIMBERLY-CLARK	ELITE/SOFTYS	COTTON/CARTA FABRIL	CARINHO/COPAPA	MIMMO/SUZANO	76,7
GRANDE SP	NEVE/KIMBERLY-CLARK	PERSONAL/SANTHER	ELITE/SOFTYS	MIRAFIORI/MANIKRAFT	FOFOPEL/PRESTOPEL	78,1
INTERIOR SP	NEVE/KIMBERLY-CLARK	PERSONAL/SANTHER	DUETTO/SEPAC	ELITE/SOFTYS	SUBLIME/SOFTYS	72,6
SUL	DUETTO/SEPAC	PERSONAL/SANTHER	MILI/MILI	NEVE/KIMBERLY-CLARK	FOFINHO/CANONHAS DE PAPEL	77,9
MS, GO e DF	NEVE/KIMBERLY-CLARK	PERSONAL/SANTHER	COTTON/CARTA FABRIL	DUETTO/SEPAC	MILI/MILI	62,5

PAPEL HIGIÊNICO - FOLHA SIMPLES

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	MILI/MILI	PALOMA/SEPAC	PERSONAL/SANTHER	FLORAL/SUZANO	SULLEG/BRASWELL	57,2
NORDESTE	FLORAL/SUZANO	ROSE/ONDUNORTE	MAX PURE/SUZANO	PERSONAL/SANTHER	FAMILIAR/O. L. IND. DE PAPEIS	76,7
MG, ES, INT. RJ	MILI/MILI	BOB/C. V. G.	SULLEG/BRASWELL	CARINHO/COPAPA	ZAPEL/BOM PASTOR	81,5
GRANDE RJ	CARINHO/COPAPA	SULLEG/BRASWELL	SUBLIME/SOFTYS	FOFINHO/CANONHAS DE PAPEL	LEBLON/CARTA FABRIL	80,3
GRANDE SP	PERSONAL/SANTHER	SULLEG/BRASWELL	PALOMA/SEPAC	SUBLIME/SOFTYS	PRIMAVERA/MANIKRAFT	70,0
INTERIOR SP	PALOMA/SEPAC	PERSONAL/SANTHER	CAMERATTA/MILI	MILI/MILI	SULLEG/BRASWELL	76,7
SUL	MILI/MILI	PALOMA/SEPAC	PERSONAL/SANTHER	SULINO/ASTORIA PAPEIS	BOB/C. V. G.	86,3
MS, GO e DF	PALOMA/SEPAC	MILI/MILI	BOB/C. V. G.	PERSONAL/SANTHER	UNI/REDE SÃO PAULO	78,7

PRESERVATIVO MARCULINO/FEMININO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	PRUDENCE/DKT DO BRASIL	JONTEX/RECKITT BENCKISER	OLLA/RECKITT BENCKISER	SEXFREE/SEX FREE IND. E COM.	BLOWTEX/BLOWTEX	95,8
NORDESTE	PRUDENCE/DKT DO BRASIL	JONTEX/RECKITT BENCKISER	OLLA/RECKITT BENCKISER	BLOWTEX/BLOWTEX	ELITE/BLOWTEX	97,1
MG, ES, INT. RJ	SEXFREE/SEX FREE IND. E COM.	JONTEX/RECKITT BENCKISER	PRUDENCE/DKT DO BRASIL	OLLA/RECKITT BENCKISER	THE BEST/M. R. ANTUNES	99,4
GRANDE RJ	JONTEX/RECKITT BENCKISER	OLLA/RECKITT BENCKISER	PRUDENCE/DKT DO BRASIL	SKYN/BLOWTEX	BLOWTEX/BLOWTEX	99,9
GRANDE SP	JONTEX/RECKITT BENCKISER	OLLA/RECKITT BENCKISER	PRUDENCE/DKT DO BRASIL	BLOWTEX/BLOWTEX	SEXFREE/SEX FREE IND. E COM.	98,4
INTERIOR SP	JONTEX/RECKITT BENCKISER	OLLA/RECKITT BENCKISER	PRUDENCE/DKT DO BRASIL	BLOWTEX/BLOWTEX	SKYN/BLOWTEX	99,5
SUL	PRUDENCE/DKT DO BRASIL	JONTEX/RECKITT BENCKISER	SKYN/BLOWTEX	OLLA/RECKITT BENCKISER	BLOWTEX/BLOWTEX	99,9
MS, GO e DF	PRUDENCE/DKT DO BRASIL	JONTEX/RECKITT BENCKISER	OLLA/RECKITT BENCKISER	ELITE/BLOWTEX	SKYN/BLOWTEX	99,2

REPELENTE

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	OFF/SC JOHNSON	REPELEX/RECKITT BENCKISER	SBP/RECKITT BENCKISER	BARUEL/BARUEL	NO INSET/FLORA	95,6
NORDESTE	OFF/SC JOHNSON	REPELEX/RECKITT BENCKISER	BARUEL/BARUEL	SBP/RECKITT BENCKISER	JOHNSON'S BABY/J&J	97,3
MG, ES, INT. RJ	OFF/SC JOHNSON	REPELEX/RECKITT BENCKISER	SBP/RECKITT BENCKISER	NO INSET/FLORA	TRÁ LÁ LÁ/PHISALIA	97,6
GRANDE RJ	OFF/SC JOHNSON	REPELEX/RECKITT BENCKISER	SBP/RECKITT BENCKISER	BARUEL/BARUEL	JOHNSON'S BABY/J&J	97,8
GRANDE SP	OFF/SC JOHNSON	REPELEX/RECKITT BENCKISER	SBP/RECKITT BENCKISER	BARUEL/BARUEL	EXPOSIS/SC JOHNSON	96,5
INTERIOR SP	OFF/SC JOHNSON	REPELEX/RECKITT BENCKISER	SBP/RECKITT BENCKISER	EXPOSIS/SC JOHNSON	BARUEL/BARUEL	98,2
SUL	OFF/SC JOHNSON	REPELEX/RECKITT BENCKISER	NO INSET/FLORA	SBP/RECKITT BENCKISER	ABOVE/BASTON	95,2
MS, GO e DF	OFF/SC JOHNSON	REPELEX/RECKITT BENCKISER	SBP/RECKITT BENCKISER	REPMAX/FRANCEFARMA	JOHNSON'S BABY/J&J	98,6

SABONETE LÍQUIDO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	LUX/UNILEVER	PROTEX/COLGATE-PALMOLIVE	GRANADO/CASA GRANADO	JOHNSON'S/J&J	DOVE/UNILEVER	58,3
NORDESTE	LUX/UNILEVER	GRANADO/CASA GRANADO	PROTEX/COLGATE-PALMOLIVE	JOHNSON'S/J&J	DOVE/UNILEVER	60,1
MG, ES, INT. RJ	LUX/UNILEVER	PROTEX/COLGATE-PALMOLIVE	DUOMO/BETUEL	GRANADO/CASA GRANADO	YEVA COSMETIQUES/LACCOS	49,0
GRANDE RJ	GRANADO/CASA GRANADO	PROTEX/COLGATE-PALMOLIVE	LUX/UNILEVER	PALMOLIVE/COLGATE-PALMOLIVE	DOVE/UNILEVER	68,5
GRANDE SP	LUX/UNILEVER	PROTEX/COLGATE-PALMOLIVE	JOHNSON'S/J&J	DOVE/UNILEVER	NIVEA/NIVEA	65,1
INTERIOR SP	LUX/UNILEVER	PROTEX/COLGATE-PALMOLIVE	PALMOLIVE/COLGATE-PALMOLIVE	JOHNSON'S/J&J	DOVE/UNILEVER	67,0
SUL	LUX/UNILEVER	PROTEX/COLGATE-PALMOLIVE	PREMISSE/PROLINE	DOVE/UNILEVER	GRANADO/CASA GRANADO	47,0
MS, GO e DF	LUX/UNILEVER	PROTEX/COLGATE-PALMOLIVE	DOVE/UNILEVER	JOHNSON'S/J&J	DERMACREAM/BOTANIC DO BRASIL	59,5

SABONETE SÓLIDO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	DOVE/UNILEVER	PROTEX/COLGATE-PALMOLIVE	NIVEA/NIVEA	LUX/UNILEVER	PALMOLIVE/COLGATE-PALMOLIVE	61,1
NORDESTE	PROTEX/COLGATE-PALMOLIVE	DOVE/UNILEVER	EVEN/RAYMUNDO DA FONTE	NIVEA/NIVEA	PALMOLIVE/COLGATE-PALMOLIVE	59,0
MG, ES, INT. RJ	LUX/UNILEVER	PROTEX/COLGATE-PALMOLIVE	NIVEA/NIVEA	DOVE/UNILEVER	PALMOLIVE/COLGATE-PALMOLIVE	59,2
GRANDE RJ	PROTEX/COLGATE-PALMOLIVE	LUX/UNILEVER	NIVEA/NIVEA	DOVE/UNILEVER	YPÊ/YPÊ	55,1
GRANDE SP	DOVE/UNILEVER	PROTEX/COLGATE-PALMOLIVE	NIVEA/NIVEA	LUX/UNILEVER	PALMOLIVE/COLGATE-PALMOLIVE	65,9
INTERIOR SP	DOVE/UNILEVER	PROTEX/COLGATE-PALMOLIVE	PALMOLIVE/COLGATE-PALMOLIVE	LUX/UNILEVER	NIVEA/NIVEA	66,8
SUL	DOVE/UNILEVER	NIVEA/NIVEA	PROTEX/COLGATE-PALMOLIVE	PROTEX/COLGATE-PALMOLIVE	LUX/UNILEVER	64,0
MS, GO e DF	DOVE/UNILEVER	NIVEA/NIVEA	PROTEX/COLGATE-PALMOLIVE	PALMOLIVE/COLGATE-PALMOLIVE	LUX/UNILEVER	62,4

TINTURA PARA CABELO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	COR E TON/L'ORÉAL	IMEDIA/L'ORÉAL	KOLESTON/COTY	BIOCOLOR/COTY	CASTING CREME GLOSS/L'ORÉAL	68,9
NORDESTE	COR E TON/L'ORÉAL	IMEDIA/L'ORÉAL	KOLESTON/COTY	CASTING CREME GLOSS/L'ORÉAL	MAXTON/EMBELLEZE	68,1
MG, ES, INT. RJ	IMEDIA/L'ORÉAL	KOLESTON/COTY	COR E TON/L'ORÉAL	BIOCOLOR/COTY	CASTING CREME GLOSS/L'ORÉAL	71,8
GRANDE RJ	MAXTON/EMBELLEZE	IMEDIA/L'ORÉAL	COR E TON/L'ORÉAL	KOLESTON/COTY	CASTING CREME GLOSS/L'ORÉAL	81,5
GRANDE SP	KOLESTON/COTY	IMEDIA/L'ORÉAL	COR E TON/L'ORÉAL	BIOCOLOR/COTY	CASTING CREME GLOSS/L'ORÉAL	79,4
INTERIOR SP	COR E TON/L'ORÉAL	IMEDIA/L'ORÉAL	KOLESTON/COTY	BIOCOLOR/COTY	CASTING CREME GLOSS/L'ORÉAL	74,7
SUL	COR E TON/L'ORÉAL	KOLESTON/COTY	IMEDIA/L'ORÉAL	BIOCOLOR/COTY	BEAUTY COLOR/BONYPLUS	65,5
MS, GO e DF	KOLESTON/COTY	IMEDIA/L'ORÉAL	COR E TON/L'ORÉAL	BIOCOLOR/COTY	CASTING CREME GLOSS/L'ORÉAL	73,4

XAMPU

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	PANTENE/P&G	ELSEVE/L'ORÉAL	SEDA/UNILEVER	CLEAR/UNILEVER	DOVE/UNILEVER	59,4
NORDESTE	PANTENE/P&G	CLEAR/UNILEVER	ELSEVE/L'ORÉAL	SEDA/UNILEVER	DOVE/UNILEVER	57,8
MG, ES, INT. RJ	PANTENE/P&G	SEDA/UNILEVER	ELSEVE/L'ORÉAL	CLEAR/UNILEVER	DOVE/UNILEVER	60,1
GRANDE RJ	PANTENE/P&G	ELSEVE/L'ORÉAL	SEDA/UNILEVER	CLEAR/UNILEVER	DOVE/UNILEVER	60,3
GRANDE SP	PANTENE/P&G	DOVE/UNILEVER	SEDA/UNILEVER	CLEAR/UNILEVER	ELSEVE/L'ORÉAL	58,5
INTERIOR SP	PANTENE/P&G	ELSEVE/L'ORÉAL	DOVE/UNILEVER	CLEAR/UNILEVER	SEDA/UNILEVER	61,4
SUL	PANTENE/P&G	ELSEVE/L'ORÉAL	CLEAR/UNILEVER	DOVE/UNILEVER	SEDA/UNILEVER	58,7
MS, GO e DF	PANTENE/P&G	SEDA/UNILEVER	ELSEVE/L'ORÉAL	DOVE/UNILEVER	CLEAR/UNILEVER	62,6

Um ano de desafios para o mercado de limpeza

Cesta teve leve retração no volume vendido em 2021, puxada pelo segmento de limpeza caseira. Aumento de preços ficou abaixo dos dois dígitos

POR NATÁLIA ULIANO - GERENTE DE ATENDIMENTO NIELSEN IQ

>> No ano passado, a cesta de Limpeza Caseira monitorada pela NielsenIQ registrou relativa estabilidade em volume comercializado no varejo, contando com uma variação de -0,6%, desempenho similar à movimentação de -0,4% no total cestas.

A variação do preço médio da cesta se manteve abaixo da média das cestas Nielsen (+8,5% vs 12,7%), fato que contribui para menor performance em valor (+7,9%) para essa cesta no último ano.

Nesse contexto, somente 25% das categorias dessa cesta sustentaram um crescimento em volume desde o início da pandemia, no entanto, 70% ainda continuam com um patamar superior ao que apresentavam em 2019.

Por canal, a cesta de limpeza teve alta em volume no atacarejo (3,9%) e no supermercado grande (1,4%). Já no hipermercado e no varejo de vizinhança houve retração no volume comercializado no período, respectivamente de -6,7% e de -3,9%. Em valor, o destaque fica por conta do canal cash & carry, que registrou alta neste indicador de 16,3%.

Por categorias de produtos houve apenas desempenho positivo em volume em concentrado de limpeza (3,2%), amaciante de roupa (1,6%), detergente líquido (1,4%) e detergente para roupas (1%). 

Em volume, a cesta de limpeza teve retração de

-0,6%

Variação de preços da cesta ficou em

8,5%





Limpeza possui

5,9%

de importância
para o Total
Cesta Nielsen

Cesta registrou alta
em valor de

7,9%

Por segmento,
limpeza de roupa
teve alta de

8,8%

em valor e limpeza
da casa cresceu

7%

Em volume,
roupa cresceu

0,2%

e casa retraiu

-1,2%

Líderes de vendas

Índice

Água Sanitária com Cloro	184
Alvejante sem Cloro	184
Amaciante de Roupa	184
Concentrado de Limpeza	184
Espunja Sintética para Limpeza Caseira	184
Desinfetante	190
Desodorizador Sanitário	190
Detergente Líquido	190
Inseticidas (era+líq+elet+isc+esp+gas)	190
Limpa-Vidros	190
Limpador com Brilho	191
Purificador de Ar	191
Sabão/Detergente em Pó	191
Sabão/Detergente Líquido para Roupas	191



Extratos Naturais

Respeito pelo Meio Ambiente



conheça mais!



@sanolimpeza
 @sanol_oficial
www.sanol.com.br

ÁGUA SANITÁRIA COM CLORO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	Q'BOA/ANHEMBI	YPÉ/QUÍMICA AMPARO	BRILUX/RAYMUNDO DA FONTE	SUPER CÂNDIDA/ANHEMBI	CANDURA/IPLASA	53,3
NORDESTE	BRILUX/RAYMUNDO DA FONTE	DRAGÃO/INTERLÂNDIA	OLIMPO/RAYMUNDO DA FONTE	YPÉ/QUÍMICA AMPARO	TUBARÃO/RAYMUNDO DA FONTE	75,5
MG, ES, INT. RJ	SUPER GLOBO/SUPER GLOBO	CLASSIC/CARLEZANI IND. E COM.	Q'BOA/ANHEMBI	YPÉ/QUÍMICA AMPARO	SANTA CLARA/BOA OPÇÃO IND. E COM.	67,8
GRANDE RJ	SUPER GLOBO/SUPER GLOBO	BRILUX/RAYMUNDO DA FONTE	PRO WATER/PRO WATER	YPÉ/QUÍMICA AMPARO	CLORAL/RAYMUNDO DA FONTE	80,2
GRANDE SP	SUPER CÂNDIDA/ANHEMBI	YPÉ/QUÍMICA AMPARO	CANDURA/IPLASA	DACTOR/TOTAL QUÍMICA	SUPREMA/SOBEL	85,4
INTERIOR SP	YPÉ/QUÍMICA AMPARO	CANDURA/IPLASA	SUPER CÂNDIDA/ANHEMBI	TRIEX/3X	Q'BOA/ANHEMBI	69,0
SUL	Q'BOA/ANHEMBI	YPÉ/QUÍMICA AMPARO	GIRANDO SOL/GIRANDO SOL	DA ILHA/DA ILHA	GOTA LIMPA/BERTOLINI GIONGO	89,0
MS, GO e DF	Q'BOA/ANHEMBI	YPÉ/QUÍMICA AMPARO	CANDURA/IPLASA	TRIEX/3X	ZUPP/ZUPPANI	90,6

ALVEJANTE SEM CLORO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	VANISH/RECKITT BENCKISER	BRILHANTE/UNILEVER	OMO/UNILEVER	TIXAN/QUÍMICA AMPARO	GIRANDO SOL/GIRANDO SOL	91,9
NORDESTE	VANISH/RECKITT BENCKISER	OMO/UNILEVER	BRILHANTE/UNILEVER	TIXAN/QUÍMICA AMPARO	BRILUX/RAYMUNDO DA FONTE	93,8
MG, ES, INT. RJ	VANISH/RECKITT BENCKISER	TIXAN/QUÍMICA AMPARO	CLASSIC/CARLEZANI IND. E COM.	OMO/UNILEVER	BRILHANTE/UNILEVER	91,8
GRANDE RJ	VANISH/RECKITT BENCKISER	OMO/UNILEVER	TIXAN/QUÍMICA AMPARO	BRILHANTE/UNILEVER	URCA/GTEX BRASIL	97,6
GRANDE SP	VANISH/RECKITT BENCKISER	BRILHANTE/UNILEVER	OMO/UNILEVER	TIXAN/QUÍMICA AMPARO	SUPER CÂNDIDA/ANHEMBI	96,0
INTERIOR SP	VANISH/RECKITT BENCKISER	BRILHANTE/UNILEVER	OMO/UNILEVER	TIXAN/QUÍMICA AMPARO	CÂNDURA/IPLASA	93,4
SUL	VANISH/RECKITT BENCKISER	BRILHANTE/UNILEVER	OMO/UNILEVER	GIRANDO SOL/GIRANDO SOL	LOURO/LORENZETTI QUÍMICA	90,1
MS, GO e DF	VANISH/RECKITT BENCKISER	BRILHANTE/UNILEVER	TIXAN/QUÍMICA AMPARO	OMO/UNILEVER	TRIEX/3X	96,0

AMACIANTE DE ROUPA

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	DOWNY/P&G	COMFORT/UNILEVER	YPÉ/QUÍMICA AMPARO	MON BIJOU/BOMBRIL	BABY SOFT/GTEX BRASIL	80,8
NORDESTE	DOWNY/P&G	COMFORT/UNILEVER	SONHO/RAYMUNDO DA FONTE	YPÉ/QUÍMICA AMPARO	FOFO/UNILEVER	86,0
MG, ES, INT. RJ	DOWNY/P&G	COMFORT/UNILEVER	YPÉ/QUÍMICA AMPARO	AMACITEL/K&M	BABY SOFT/GTEX BRASIL	77,5
GRANDE RJ	DOWNY/P&G	YPÉ/QUÍMICA AMPARO	COMFORT/UNILEVER	MON BIJOU/BOMBRIL	URCA/GTEX BRASIL	85,9
GRANDE SP	DOWNY/P&G	COMFORT/UNILEVER	YPÉ/QUÍMICA AMPARO	MON BIJOU/BOMBRIL	BABY SOFT/GTEX BRASIL	90,2
INTERIOR SP	DOWNY/P&G	COMFORT/UNILEVER	YPÉ/QUÍMICA AMPARO	BABY SOFT/GTEX BRASIL	URCA/GTEX BRASIL	87,8
SUL	DOWNY/P&G	COMFORT/UNILEVER	YPÉ/QUÍMICA AMPARO	GIRANDO SOL/GIRANDO SOL	MON BIJOU/BOMBRIL	84,3
MS, GO e DF	YPÉ/QUÍMICA AMPARO	DOWNY/P&G	COMFORT/UNILEVER	MON BIJOU/BOMBRIL	MINUANO/FLORA	87,7

CONCENTRADO DE LIMPEZA

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	VEJA/RECKITT BENCKISER	UAU/CERA INGLEZA	CIF/UNILEVER	CASA & PERFUME/K&M	MR. MÚSCULO/SC JOHNSON	73,6
NORDESTE	VEJA/RECKITT BENCKISER	CIF/UNILEVER	CASA & PERFUME/K&M	YPÉ/QUÍMICA AMPARO	MR. MÚSCULO/SC JOHNSON	73,8
MG, ES, INT. RJ	VEJA/RECKITT BENCKISER	UAU/CERA INGLEZA	CASA & PERFUME/K&M	CIF/UNILEVER	MR. MÚSCULO/SC JOHNSON	76,9
GRANDE RJ	VEJA/RECKITT BENCKISER	UAU/CERA INGLEZA	CASA & PERFUME/K&M	CIF/UNILEVER	VIM/UNILEVER	79,3
GRANDE SP	VEJA/RECKITT BENCKISER	CIF/UNILEVER	MR. MÚSCULO/SC JOHNSON	AJAX/COLGATE-PALMOLIVE	PATO/SC JOHNSON	77,2
INTERIOR SP	VEJA/RECKITT BENCKISER	CIF/UNILEVER	CASA & PERFUME/K&M	AJAX/COLGATE-PALMOLIVE	MR. MÚSCULO/SC JOHNSON	73,1
SUL	VEJA/RECKITT BENCKISER	AJAX/COLGATE-PALMOLIVE	CIF/UNILEVER	MR. MÚSCULO/SC JOHNSON	YPÉ/QUÍMICA AMPARO	75,8
MS, GO e DF	VEJA/RECKITT BENCKISER	CIF/UNILEVER	UAU/CERA INGLEZA	YPÉ/QUÍMICA AMPARO	AJAX/COLGATE-PALMOLIVE	74,0



ESPONJA SINTÉTICA PARA LIMPEZA CASEIRA

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	SCOTCH BRITE/3M	ESFREBOM/BETTANIN	LIMPPANO/LIMPPANO	BOMBRIL/BOMBRIL	BRILHUS/BETTANIN	72,2
NORDESTE	SCOTCH BRITE/3M	ESFREBOM/BETTANIN	LIMPPANO/LIMPPANO	BRILHUS/BETTANIN	BOMBRIL/BOMBRIL	68,3
MG, ES, INT. RJ	SCOTCH BRITE/3M	LIMPPANO/LIMPPANO	ESFREBOM/BETTANIN	BRILHUS/BETTANIN	ALKLIN/SCHWANKE	66,0
GRANDE RJ	SCOTCH BRITE/3M	LIMPPANO/LIMPPANO	ESFREBOM/BETTANIN	BOMBRIL/BOMBRIL	SUPER WISH/LIMPPANO	69,9
GRANDE SP	SCOTCH BRITE/3M	ESFREBOM/BETTANIN	BOMBRIL/BOMBRIL	LIMPPANO/LIMPPANO	PONITA/3M	81,3
INTERIOR SP	SCOTCH BRITE/3M	ESFREBOM/BETTANIN	LIMPPANO/LIMPPANO	PONITA/3M	BOMBRIL/BOMBRIL	71,7
SUL	SCOTCH BRITE/3M	ESFREBOM/BETTANIN	LIMPPANO/LIMPPANO	BRILHUS/BETTANIN	BOMBRIL/BOMBRIL	83,2
MS, GO e DF	SCOTCH BRITE/3M	PONITA/3M	ESFREBOM/BETTANIN	BOMBRIL/BOMBRIL	TININDO/3M	69,5



A MARCA LÍDER* NA CATEGORIA DE ESPONJAS TEM NOVIDADES PARA VOCÊ.

Scotch-Brite inova mais uma vez e acaba de lançar 2 novos produtos que vão fazer o maior sucesso.

LIMPA GARRAFAS E MAMADEIRAS SCOTCH-BRITE

Possui cabo ergonômico e esponja não risca** na ponta, facilitando a limpeza de garrafas com mais eficácia mesmo nos cantos mais difíceis.

ESPONJA ESFERAS DE LIMPEZA SCOTCH-BRITE

Maior poder de limpeza e durabilidade***. Pontos de limpeza que removem as sujeiras mais difíceis. Sua fibra possui enxágue fácil e é feita com 75% de material reciclado.



LIMPAR MUDA TUDO.

*Segundo o Ranking Marcas Líderes em Vendas 2022 – Nielsen / Revista Super Híper de março 2022.

Ideal para superfícies delicadas, como aço polido e escovado, antiaderente, vidro, cristal e cerâmica. Testes realizados em laboratório externo. Mais informações no site www.scotch-brite.com.br. Para outras superfícies delicadas, recomenda-se testar o produto em uma parte escondida para evitar riscos indesejáveis. *Estudo de produto realizado com consumidores no Brasil e no México, com um nível de confiança de 95%, margem de erro de +/- 5%, conduzido por instituto externo. Mais informações no site da Scotch-Brite.



Líderes de vendas

Desinfetante

BRASIL

- 1^a **LYSOFORM/SC JOHNSON**
- 2^a **PINHO SOL/COLGATE-PALMOLIVE**
- 3^a **BAK YPÊ/QUÍMICA AMPARO**
- 4^a **SANOL/TOTAL QUÍMICA**
- 5^a **PINHO BRIL/BOMBRIL**

Participação Top 5

59,0%

ÁREA 1

Nordeste

- 1^a PINHO SOL/COLGATE-PALMOLIVE
 - 2^a LYSOFORM/SC JOHNSON
 - 3^a KALIPTO/BOMBRIL
 - 4^a BAK YPÊ/QUÍMICA AMPARO
 - 5^a AZULIM/LIMA E PERGHER
- Top 5** 56,3%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

- 1^a PINHO SOL/COLGATE-PALMOLIVE
 - 2^a LYSOFORM/SC JOHNSON
 - 3^a PINHO TROP/CERA INGLEZA
 - 4^a BAK YPÊ/QUÍMICA AMPARO
 - 5^a BATUTA/CERA INGLEZA
- 58,6%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

- 1^a LYSOFORM/SC JOHNSON
 - 2^a PINHO SOL/COLGATE-PALMOLIVE
 - 3^a PINHO BRIL/BOMBRIL
 - 4^a URCA/GTEX BRASIL
 - 5^a LYSOL/RECKITT BENCKISER
- 62,4%

ÁREA 4

Grande São Paulo

- 1^a LYSOFORM/SC JOHNSON
 - 2^a PINHO SOL/COLGATE-PALMOLIVE
 - 3^a SANOL/TOTAL QUÍMICA
 - 4^a LYSOL/RECKITT BENCKISER
 - 5^a OMO/UNILEVER
- 78,1%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

- 1^a LYSOFORM/SC JOHNSON
 - 2^a PINHO SOL/COLGATE-PALMOLIVE
 - 3^a SANOL/TOTAL QUÍMICA
 - 4^a OMO/UNILEVER
 - 5^a BAK YPÊ/QUÍMICA AMPARO
- Top 5** 69,1%

ÁREA 6

PR, SC e RS

- 1^a LYSOFORM/SC JOHNSON
 - 2^a PINHO SOL/COLGATE-PALMOLIVE
 - 3^a GIRANDO SOL/GIRANDO SOL
 - 4^a PINHO BRIL/BOMBRIL
 - 5^a BAK YPÊ/QUÍMICA AMPARO
- 61,4%

ÁREA 7

MS, GO e DF

- 1^a LYSOFORM/SC JOHNSON
 - 2^a PINHO SOL/COLGATE-PALMOLIVE
 - 3^a BAK YPÊ/QUÍMICA AMPARO
 - 4^a TRIEX/3X
 - 5^a OMO/UNILEVER
- 61,3%

SHOW DE PRÊMIOS AZULIM EM DOBRO



Imagens ilustrativas

Tudo que faz sucesso a gente pede bis.

Por isso o SHOW DE PRÊMIOS AZULIM agora traz 2 carros zero km, 2 motos e super prêmios. Tudo em dobro pra acelerar suas vendas!

É SUPER SIMPLES PARTICIPAR:

BASTA COMPRAR PRODUTOS AZULIM, CADASTRAR O CÓDIGO DE BARRAS NO SITE DA PROMOÇÃO E COM O NÚMERO DA SORTE, CONCORRER AOS PRÊMIOS.

LEIA O QR CODE
E ACESSE O
REGULAMENTO



**FORTE INVESTIMENTO
NA DIVULGAÇÃO!**



TV



REVISTAS



MPDV's



INTERNET

Líderes de vendas

Esponja Sintética

BRASIL

- 1^a SCOTCH BRITE/3M
- 2^a ESFREBOM/BETTANIN
- 3^a LIMPPANO/LIMPPANO
- 4^a BOMBRIL/BOMBRIL
- 5^a BRILHUS/BETTANIN

Participação Top 5

72,2%

ÁREA 1

Nordeste

- 1^a SCOTCH BRITE/3M
 - 2^a ESFREBOM/BETTANIN
 - 3^a LIMPPANO/LIMPPANO
 - 4^a BRILHUS/BETTANIN
 - 5^a BOMBRIL/BOMBRIL
- Top 5** 68,3%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

- SCOTCH BRITE/3M
 - LIMPPANO/LIMPPANO
 - ESFREBOM/BETTANIN
 - BRILHUS/BETTANIN
 - ALKLIN/SCHWANKE
- 66,0%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

- SCOTCH BRITE/3M
 - LIMPPANO/LIMPPANO
 - ESFREBOM/BETTANIN
 - BOMBRIL/BOMBRIL
 - SUPER WISH/LIMPPANO
- 69,9%

ÁREA 4

Grande São Paulo

- SCOTCH BRITE/3M
 - ESFREBOM/BETTANIN
 - BOMBRIL/BOMBRIL
 - LIMPPANO/LIMPPANO
 - PONJITA/3M
- 81,3%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

- 1^a SCOTCH BRITE/3M
 - 2^a ESFREBOM/BETTANIN
 - 3^a LIMPPANO/LIMPPANO
 - 4^a PONJITA/3M
 - 5^a BOMBRIL/BOMBRIL
- Top 5** 71,7%

ÁREA 6

PR, SC e RS

- SCOTCH BRITE/3M
 - ESFREBOM/BETTANIN
 - LIMPPANO/LIMPPANO
 - BRILHUS/BETTANIN
 - BOMBRIL/BOMBRIL
- 83,2%

ÁREA 7

MS, GO e DF

- SCOTCH BRITE/3M
 - PONJITA/3M
 - ESFREBOM/BETTANIN
 - BOMBRIL/BOMBRIL
 - TININDO/3M
- 69,5%



A SOLUÇÃO COMPLETA PARA A SUA GÔNDOLA DE PIA

A YPÊ, TOP OF MIND PELA 6ª VEZ CONSECUTIVA
NA CATEGORIA DETERGENTE, TRAZ EM 2022 UMA GRANDE
CAMPANHA NACIONAL DE MÍDIA E PONTO DE VENDA!



*Lider em vendas de lava-louças líquido, Nielsen | INA+CASH | 2021. **Odor de origem microbiológica, desde que seguidas as recomendações de uso/higienização. ***Comparado com a fórmula anterior do mesmofabricante, agora você usa (gasta) menos produto para lavar a mesma quantidade de pratos. ****Quando comparado ao lava-louças regular, do mesmo fabricante.

A CAMPANHA CONTARÁ COM UM PLANO 360°:



INÍCIO EM MARÇO/22

PRINCIPAIS RAZÕES PARA REFORÇAR O VOLUME DE ESPONJAS YPÊ NA SUA LOJA:

- ✓ Grande campanha nacional;
- ✓ Aumento do ticket médio e maior rentabilidade da categoria;
- ✓ Enxoval de MPDV diferenciado;
- ✓ Dupla exposição de esponjas Ypê: ponto natural + cross em lava-louças Ypê;
- ✓ Plano robusto de digital e CRM.

GARANTA O PORTFÓLIO COMPLETO EM SUA LOJA!

DESINFETANTE

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	LYSOFORM/SC JOHNSON	PINHO SOL/COLGATE-PALMOLIVE	BAK YPÉ/QUÍMICA AMPARO	SANOL/TOTAL QUÍMICA	PINHO BRIL/BOMBRIL	59,0
NORDESTE	PINHO SOL/COLGATE-PALMOLIVE	LYSOFORM/SC JOHNSON	KALIPTO/BOMBRIL	BAK YPÉ/QUÍMICA AMPARO	AZULIM/LIMA E PERGHER	56,3
MG, ES, INT. RJ	PINHO SOL/COLGATE-PALMOLIVE	LYSOFORM/SC JOHNSON	PINHO TROP/CERA INGLEZA	BAK YPÉ/QUÍMICA AMPARO	BATUTA/CERA INGLEZA	58,6
GRANDE RJ	LYSOFORM/SC JOHNSON	PINHO SOL/COLGATE-PALMOLIVE	PINHO BRIL/BOMBRIL	URCA/GTEX BRASIL	LYSOL/RECKITT BENCKISER	62,4
GRANDE SP	LYSOFORM/SC JOHNSON	PINHO SOL/COLGATE-PALMOLIVE	SANOL/TOTAL QUÍMICA	LYSOL/RECKITT BENCKISER	OMO/UNILEVER	78,1
INTERIOR SP	LYSOFORM/SC JOHNSON	PINHO SOL/COLGATE-PALMOLIVE	SANOL/TOTAL QUÍMICA	OMO/UNILEVER	BAK YPÉ/QUÍMICA AMPARO	69,1
SUL	LYSOFORM/SC JOHNSON	PINHO SOL/COLGATE-PALMOLIVE	GIRANDO SOL/GIRANDO SOL	PINHO BRIL/BOMBRIL	BAK YPÉ/QUÍMICA AMPARO	61,4
MS, GO e DF	LYSOFORM/SC JOHNSON	PINHO SOL/COLGATE-PALMOLIVE	BAK YPÉ/QUÍMICA AMPARO	TRIEX/3X	OMO/UNILEVER	61,3

DESODORIZADOR SANITÁRIO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	PATO/SC JOHNSON	HARPIC/RECKITT BENCKISER	DESODOR/INQUISA	GLADE/SC JOHNSON	INSPIRA/LIMPPANO	67,7
NORDESTE	PATO/SC JOHNSON	HARPIC/RECKITT BENCKISER	GLADE/SC JOHNSON	DESODOR/INQUISA	PATO PASTILHA/SC JOHNSON	74,1
MG, ES, INT. RJ	PATO/SC JOHNSON	HARPIC/RECKITT BENCKISER	INSPIRA/LIMPPANO	LIPEX/ATREVIDA	DESODOR/INQUISA	69,7
GRANDE RJ	PATO/SC JOHNSON	DESODOR/INQUISA	HARPIC/RECKITT BENCKISER	INSPIRA/LIMPPANO	APLIK/ECO AROMAS	68,4
GRANDE SP	PATO/SC JOHNSON	HARPIC/RECKITT BENCKISER	LIPEX/ATREVIDA	VIM/UNILEVER	GLADE/SC JOHNSON	82,4
INTERIOR SP	PATO/SC JOHNSON	HARPIC/RECKITT BENCKISER	LIPEX/ATREVIDA	GLADE/SC JOHNSON	VIM/UNILEVER	81,6
SUL	PATO/SC JOHNSON	HARPIC/RECKITT BENCKISER	DESOFLOP/DETERLIMP	GOTA LIMP/A/BERTOLINI GIONGO	GLADE/SC JOHNSON	77,0
MS, GO e DF	PATO/SC JOHNSON	HARPIC/RECKITT BENCKISER	GLADE/SC JOHNSON	VIM/UNILEVER	POLITRIZ/POLITRIZ	72,0

DETERGENTE LÍQUIDO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	YPÉ/QUÍMICA AMPARO	LIMPOL/BOMBRIL	MINUANO/FLORA	ODD/LIMPPANO	BRILLUX/RAYMUNDO DA FONTE	90,0
NORDESTE	YPÉ/QUÍMICA AMPARO	LIMPOL/BOMBRIL	BRILLUX/RAYMUNDO DA FONTE	INVICTO/ASA	ATOL/QUÍMICA AMPARO	78,0
MG, ES, INT. RJ	YPÉ/QUÍMICA AMPARO	LIMPOL/BOMBRIL	ODD/LIMPPANO	MINUANO/FLORA	BIO BRILHO/BIO BRILHO	95,4
GRANDE RJ	YPÉ/QUÍMICA AMPARO	LIMPOL/BOMBRIL	ODD/LIMPPANO	MINUANO/FLORA	BARRA/ZIMBRA	96,5
GRANDE SP	YPÉ/QUÍMICA AMPARO	LIMPOL/BOMBRIL	MINUANO/FLORA	CIF/UNILEVER	ODD/LIMPPANO	96,7
INTERIOR SP	YPÉ/QUÍMICA AMPARO	LIMPOL/BOMBRIL	MINUANO/FLORA	TRIEX/3X	ODD/LIMPPANO	97,1
SUL	YPÉ/QUÍMICA AMPARO	LIMPOL/BOMBRIL	GIRANDO SOL/GIRANDO SOL	MINUANO/FLORA	GOTA LIMP/A/BERTOLINI GIONGO	94,5
MS, GO e DF	YPÉ/QUÍMICA AMPARO	MINUANO/FLORA	LIMPOL/BOMBRIL	TRIEX/3X	OESTE/J. T. LEITE	93,6

INSETICIDAS (ERA + LIQ + ELET + ISC + ESP + GAS)

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	SBP/RECKITT BENCKISER	RAID/SC JOHNSON	BAYGON/SC JOHNSON	MORTEIN/RECKITT BENCKISER	MATINSET/FLORA	94,2
NORDESTE	SBP/RECKITT BENCKISER	RAID/SC JOHNSON	BAYGON/SC JOHNSON	MORTEIN/RECKITT BENCKISER	MATINSET/FLORA	92,3
MG, ES, INT. RJ	SBP/RECKITT BENCKISER	RAID/SC JOHNSON	BAYGON/SC JOHNSON	MATINSET/FLORA	MORTEIN/RECKITT BENCKISER	96,2
GRANDE RJ	SBP/RECKITT BENCKISER	RAID/SC JOHNSON	BAYGON/SC JOHNSON	MORTEIN/RECKITT BENCKISER	STRAIK/DEXTER	96,0
GRANDE SP	SBP/RECKITT BENCKISER	RAID/SC JOHNSON	BAYGON/SC JOHNSON	MORTEIN/RECKITT BENCKISER	MAGIC GEL/INSETMAGIC	96,5
INTERIOR SP	SBP/RECKITT BENCKISER	RAID/SC JOHNSON	BAYGON/SC JOHNSON	MORTEIN/RECKITT BENCKISER	DETEFON/RECKITT BENCKISER	97,2
SUL	SBP/RECKITT BENCKISER	RAID/SC JOHNSON	MATINSET/FLORA	MORTEIN/RECKITT BENCKISER	JIMO/JIMO QUÍMICA	92,6
MS, GO e DF	RAID/SC JOHNSON	SBP/RECKITT BENCKISER	BAYGON/SC JOHNSON	MORTEIN/RECKITT BENCKISER	KELLDRLIN/KELLDRLIN	95,3

LIMPA-VIDROS

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	VEJA/RECKITT BENCKISER	CIF/UNILEVER	LIMPOL/BOMBRIL	BRILLUX/RAYMUNDO DA FONTE	UAU/CERA INGLEZA	82,0
NORDESTE	VEJA/RECKITT BENCKISER	BRILLUX/RAYMUNDO DA FONTE	CIF/UNILEVER	LIMPOL/BOMBRIL	MR. MÚSCULO/SC JOHNSON	86,6
MG, ES, INT. RJ	VEJA/RECKITT BENCKISER	UAU/CERA INGLEZA	AZULIM/LIMA E PERGHER	CIF/UNILEVER	LIMPOL/BOMBRIL	90,6
GRANDE RJ	VEJA/RECKITT BENCKISER	CIF/UNILEVER	LIMPOL/BOMBRIL	UAU/CERA INGLEZA	MR. MÚSCULO/SC JOHNSON	88,2
GRANDE SP	VEJA/RECKITT BENCKISER	CIF/UNILEVER	LIMPOL/BOMBRIL	MR. MÚSCULO/SC JOHNSON	BIO WASH/FORT ROLL	96,5
INTERIOR SP	VEJA/RECKITT BENCKISER	CIF/UNILEVER	MR. MÚSCULO/SC JOHNSON	LIMPOL/BOMBRIL	AZULIM/LIMA E PERGHER	94,3
SUL	VEJA/RECKITT BENCKISER	CIF/UNILEVER	LIMPOL/BOMBRIL	JIMO/JIMO QUÍMICA	MR. MÚSCULO/SC JOHNSON	83,5
MS, GO e DF	VEJA/RECKITT BENCKISER	CIF/UNILEVER	MR. MÚSCULO/SC JOHNSON	UAU/CERA INGLEZA	LIMPOL/BOMBRIL	91,9

LIMPADOR COM BRILHO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	DESTAC/RECKITT BENCKISER	UAU/CERA INGLEZA	BRAVO/SC JOHNSON	AZULIM/LIMA E PERGHER	FACILLE/CRIVALLI	92,4
NORDESTE	DESTAC/RECKITT BENCKISER	BRAVO/SC JOHNSON	AZULIM/LIMA E PERGHER	GUARANI/GUARANI	UAU/CERA INGLEZA	86,5
MG, ES, INT. RJ	UAU/CERA INGLEZA	DESTAC/RECKITT BENCKISER	AZULIM/LIMA E PERGHER	BRAVO/SC JOHNSON	CLASSIC/CARLEZANI	92,5
GRANDE RJ	DESTAC/RECKITT BENCKISER	BRAVO/SC JOHNSON	UAU/CERA INGLEZA	BRILHO FÁCIL/K&M	AZULIM/LIMA E PERGHER	99,3
GRANDE SP	DESTAC/RECKITT BENCKISER	BRAVO/SC JOHNSON	BRILHO FÁCIL/K&M	LIMPOL/BOMBRIL	UAU/CERA INGLEZA	97,3
INTERIOR SP	DESTAC/RECKITT BENCKISER	BRAVO/SC JOHNSON	UAU/CERA INGLEZA	BRILHO FÁCIL/K&M	LIMPOL/BOMBRIL	95,7
SUL	DESTAC/RECKITT BENCKISER	FACILLE/CRIVALLI	BRAVO/SC JOHNSON	UAU/CERA INGLEZA	BRILHO FÁCIL/K&M	97,6
MS, GO e DF	DESTAC/RECKITT BENCKISER	UAU/CERA INGLEZA	BRAVO/SC JOHNSON	AZULIM/LIMA E PERGHER	FACILLE/CRIVALLI	91,9

PURIFICADOR DE AR

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	GLADE/SC JOHNSON	BOM AR/RECKITT BENCKISER	COALA/COALA	SECAR/SOIN SOCIEDADE INDUSTRIAL	INSPIRA/LIMPPANO	97,8
NORDESTE	GLADE/SC JOHNSON	BOM AR/RECKITT BENCKISER	SECAR/SOIN SOCIEDADE INDUSTRIAL	ULTRA FRESH/BASTON DO BRASIL	COALA/COALA	97,5
MG, ES, INT. RJ	GLADE/SC JOHNSON	BOM AR/RECKITT BENCKISER	YEVA/YEVA COSMETIQUES	INSPIRA/LIMPPANO	SECAR/SOIN SOCIEDADE INDUSTRIAL	97,9
GRANDE RJ	GLADE/SC JOHNSON	BOM AR/RECKITT BENCKISER	SECAR/SOIN SOCIEDADE INDUSTRIAL	COALA/COALA	INSPIRA/LIMPPANO	98,2
GRANDE SP	GLADE/SC JOHNSON	BOM AR/RECKITT BENCKISER	SECAR/SOIN SOCIEDADE INDUSTRIAL	COALA/COALA	ULTRA FRESH/BASTON DO BRASIL	99,4
INTERIOR SP	GLADE/SC JOHNSON	BOM AR/RECKITT BENCKISER	COALA/COALA	SECAR/SOIN SOCIEDADE INDUSTRIAL	CAFUNÉ/UNILEVER	99,4
SUL	GLADE/SC JOHNSON	BOM AR/RECKITT BENCKISER	COALA/COALA	DI HELLEN/DI HELLEN	SECAR/SOIN SOCIEDADE INDUSTRIAL	97,0
MS, GO e DF	GLADE/SC JOHNSON	BOM AR/RECKITT BENCKISER	COALA/COALA	AR GRADÁVEL/BASTON DO BRASIL	SECAR/SOIN SOCIEDADE INDUSTRIAL	98,7


SABÃO/DETERGENTE EM PÓ

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	OMO/UNILEVER	TIXAN/QUÍMICA AMPARO	BRILHANTE/UNILEVER	SURF/UNILEVER	ALA/UNILEVER	92,8
NORDESTE	TIXAN/QUÍMICA AMPARO	OMO/UNILEVER	ALA/UNILEVER	BRILHANTE/UNILEVER	BEM TE VI/ASA	94,0
MG, ES, INT. RJ	OMO/UNILEVER	TIXAN/QUÍMICA AMPARO	BRILHANTE/UNILEVER	SURF/UNILEVER	INVICTO/ASA	94,1
GRANDE RJ	TIXAN/QUÍMICA AMPARO	OMO/UNILEVER	SURF/UNILEVER	BRILHANTE/UNILEVER	ESPUMIL/J.F.M. IND. E COM.	96,9
GRANDE SP	OMO/UNILEVER	BRILHANTE/UNILEVER	TIXAN/QUÍMICA AMPARO	SURF/UNILEVER	URCA/GTEX BRASIL	96,6
INTERIOR SP	OMO/UNILEVER	TIXAN/QUÍMICA AMPARO	BRILHANTE/UNILEVER	SURF/UNILEVER	URCA/GTEX BRASIL	95,5
SUL	OMO/UNILEVER	BRILHANTE/UNILEVER	TIXAN/QUÍMICA AMPARO	SURF/UNILEVER	GIRANDO SOL/GIRANDO SOL	94,9
MS, GO e DF	OMO/UNILEVER	TIXAN/QUÍMICA AMPARO	BRILHANTE/UNILEVER	SURF/UNILEVER	ASSIM/FLORA	96,3

SABÃO/ DETERGENTE LÍQUIDO PARA ROUPAS

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	OMO/UNILEVER	ARIEL/P&G	BRILHANTE/UNILEVER	TIXAN/QUÍMICA AMPARO	OLA/COLGATE-PALMOLIVE	82,5
NORDESTE	OMO/UNILEVER	ARIEL/P&G	BRILHANTE/UNILEVER	TIXAN/QUÍMICA AMPARO	BRILUX/RAYMUNDO DA FONTE	81,1
MG, ES, INT. RJ	OMO/UNILEVER	BRILHANTE/UNILEVER	ARIEL/P&G	UAU/CERA INGLEZA	TIXAN/QUÍMICA AMPARO	76,3
GRANDE RJ	OMO/UNILEVER	ARIEL/P&G	TIXAN/QUÍMICA AMPARO	BRILHANTE/UNILEVER	SURF/UNILEVER	82,5
GRANDE SP	OMO/UNILEVER	ARIEL/P&G	BRILHANTE/UNILEVER	OLA/COLGATE-PALMOLIVE	TIXAN/QUÍMICA AMPARO	89,4
INTERIOR SP	OMO/UNILEVER	ARIEL/P&G	BRILHANTE/UNILEVER	OLA/COLGATE-PALMOLIVE	TIXAN/QUÍMICA AMPARO	87,6
SUL	OMO/UNILEVER	BRILHANTE/UNILEVER	ARIEL/P&G	TIXAN/QUÍMICA AMPARO	GIRANDO SOL/GIRANDO SOL	84,2
MS, GO e DF	OMO/UNILEVER	ARIEL/P&G	BRILHANTE/UNILEVER	OLA/COLGATE-PALMOLIVE	TIXAN/QUÍMICA AMPARO	88,8

Sinal verde para uma Páscoa promissora

A indústria do chocolate garante fartos estoques para a data, que promete continuar crescendo em vendas este ano, e compartilha suas recomendações para uma execução eficiente nos pontos de venda

POR TATIANA SOUTO

>>A Páscoa está cada vez mais próxima e os consumidores começam a pensar e a planejar como comemorar a data, que, este ano, cairá no dia 17 de abril. As indústrias fabricantes de chocolate e o setor varejista, porém, já estão em "modo Páscoa" há meses, planejando, desenvolvendo produtos e lançamentos e idealizando como será a exposição de ovos, bombons, snacks, barras de chocolate e outros produtos no ponto de venda, a fim de atrair o consumidor e garantir escoamento de 100% do estoque.

E tanta energia despendida para uma data sazonal tem tudo para valer a pena este ano. Em que pese a crise econômica do País e o consequente baixo poder aquisitivo da população, a expectativa das indústrias de chocolate é ampliar as vendas, acima, inclusive, do período pré-pandemia, em 2019. Com reforço indispensável do e-commerce, que ganhou força em 2020, em razão do isolamento social para evitar a contaminação por covid-19.

Levantamento realizado pela GS Ciência do Consumo aponta que as vendas acumuladas até 13 de fevereiro, ou seja, pouco mais de dois meses antes da Páscoa, já eram 48% mais altas em valor em relação a igual período do ano passado. Em comparação com 2020, houve um salto de 54% no faturamento e, quanto a 2019, antes da pandemia, o avanço foi de 11%.

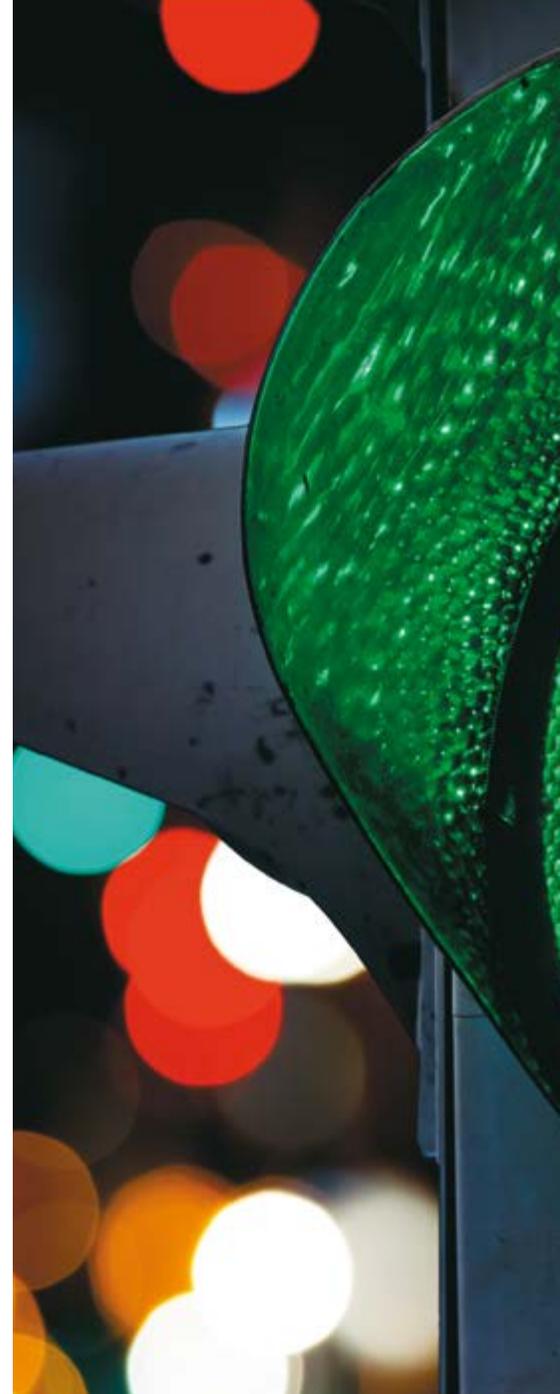
Ainda conforme a empresa, o varejo encheu as prateleiras de Páscoa mais cedo este ano, o que, segundo a GS, pode

Segundo a GS
Ciência do
Consumo, as
vendas de Páscoa
até 13 de fevereiro
já eram

48%

mais altas em valor
em relação a igual
período do ano
passado. Sobre
2020, o salto é de

54%



ter sido por causa do cancelamento do carnaval e a consequente busca por motivos de vendas sazonais. Além disso, é possível que haja mais otimismo na indústria, voltando aos níveis pré-pandêmicos.

INDÚSTRIAS CONFIANTES

Otimismo, de fato, é a tônica das fabricantes de chocolates. A Mondelez, por exemplo, detentora da marca Lacta, tem a expectativa



seguirá "investindo em estratégias que abrangem o universo físico, sem perder de vista o mundo do e-commerce", diz o executivo, acrescentando que as vendas on-line "seguem crescendo e passaram a ser uma ferramenta muito utilizada pelo consumidor".

A Hershey, por sua vez, aposta na alta de vendas "impulsionadas por mais inovação", conta a head de Marketing Latam da Hershey, Camila Ribeiro. "Isso porque, no ano passado, tivemos somente uma edição limitada de produto [para a Páscoa]", justifica. "Este ano, serão duas: a barra Hershey's de Milkshake

de crescer 10% em vendas nesta Páscoa, em comparação com o ano anterior, diz à *SuperHiper* a diretora de Marketing da Mondelez, Renata Vieira. "Esperamos que o mercado de chocolates tenha um crescimento expressivo e a Lacta vai acompanhar", reforça.

Outra gigante do setor, a Nestlé, espera "uma campanha de Páscoa ainda mais positiva e cada vez com mais aceleração de vendas em comparação com os últimos dois anos", comenta o gerente de Marketing de Sazonais da Nestlé, Marcos Freitas. Ele acrescenta que, diante do cenário de maior flexibilidade e do retorno dos consumidores às lojas físicas, a companhia



"Nossa expectativa é crescer 10% em vendas nesta Páscoa. Esperamos que o mercado de chocolates tenha um crescimento expressivo e a Lacta vai acompanhar"

RENATA VIEIRA,
da Mondelez

>>>

Crocante e o Hershey's+ sabor morango com chocolate branco", descreve. Outra aposta é um portfólio maior de produtos importados e também na linha Hershey's Professional fortalecida, "tanto para confeitores autônomos quanto para a produção de receitas caseiras, com o lançamento do Hershey's Professional em Casa".

O head de Customer Marketing da Mars, Ricardo Cruz, também se mostra confiante em relação às vendas sazonais de chocolates este ano. "Em relação ao mercado, podemos observar uma ótima recuperação já na Páscoa do ano passado, que cresceu inclusive sobre a base de 2019", observa ele, adicionando que a "tendência para este ano é muito positiva, uma vez que o índice de confiança do consumidor permanece crescendo, inclusive com o avanço da vacinação contra a covid e a possibilidade de celebrações entre famílias, ocasião muito relevante para o setor de chocolates".

EXECUÇÃO EFICIENTE NO PDV

E justamente para atrair este consumidor, sobretudo nas lojas físicas, os fabricantes de chocolates e ovos de Páscoa se esmeram nas dicas aos supermercadistas. Aliadas à tradicional "parreira" — estrutura montada entre as gôndolas dos supermercados na qual os ovos de Páscoa ficam pendurados —, há estratégias variadas, que tornam mais vistoso o ponto de venda.

Cruz, da Mars, comenta que "chocolate, de maneira geral, é uma categoria que responde muito bem à visibilidade adicional na loja e, na Páscoa, isso se intensifica". Além das parreiras e dos corredores de chocolate, o executivo revela que pesquisas indicam que "posicionar displays e pontos extras em outros locais da loja, como corredores de bebidas, biscoitos e snacks — categorias que normalmente possuem uma alta correlação de consumo — pode ajudar a ampliar as vendas da Páscoa".

Freitas, da Nestlé, concorda que se deve "potencializar exposições dos produtos de Páscoa e criar pontos extras de impacto para atrair o consumidor". Para tanto, ele diz ser "de extrema importância" ter materiais de comunicação bem elaborados e promotores preparados para instruir e tirar as dúvidas do consumidor. Outra recomenda-



"Vamos apostar nas edições limitadas, estratégia que tem se mostrado um sucesso no mercado brasileiro. Esses produtos são levados às lojas físicas, com foco em impactos visuais nas gôndolas de chocolate, lançando mão de cores vibrantes e muita inovação"

CAMILA RIBEIRO,
da Hershey's



ção, não menos importante e talvez a principal, segundo o executivo da Nestlé, é "garantir constância no abastecimento, tanto de ovos de Páscoa quanto da linha regular, como tabletes, barras de chocolate e caixas de bombom", levando-se em conta que a data, apesar de sazonal, é essencial para o setor de chocolates.

A Hershey, por sua vez, aposta nas edições limitadas de produtos para a Páscoa, "estratégia que tem se mostrado um sucesso no mercado brasileiro", comenta Camila Ribeiro. "Esses produtos são levados às lojas físicas, com foco em impactos visuais nas gôndolas de chocolate, lançando mão de cores vibrantes e muita inovação", descreve a executiva. "Isso atrai os consumidores."

A novidade também está inserida na estratégia da Mars para esta Páscoa, informa Ricardo Cruz. Há lançamentos da marca M&M's, no caso, o MM's





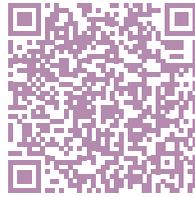
"O varejo deve potencializar exposições dos produtos de Páscoa e criar pontos extras de impacto para atrair o consumidor. Também deve ter materiais de comunicação bem elaborados, promotores preparados e constância no abastecimento"

MARCOS FREITAS,
da Nestlé

Crispy 120 gramas, que ganhará pontos extras nos supermercados, diz. "Isso servirá para apresentar a novidade ao consumidor", continua. "Além dos displays táticos posicionados em locais relevantes e categorias correlatas, nós trabalhamos também um conceito de *store in store*, uma ativação grande, com vários módulos, normalmente posicionados no corredor central da loja, para capturar a atenção do shopper", explica o executivo. "É um material de muito sucesso nos últimos anos, justamente pelo conceito de modularidade, uma vez que é adaptável a diversos tamanhos de loja."

Cuidar da equipe de vendas também é essencial para impulsionar o desempenho na Páscoa, recomenda Renata Vieira, da Mondelēz. "Nós pro-

LEIA MAIS
NO SITE



Rede Muffato traça estratégias para atingir dois dígitos na Páscoa



Na Mondelez, o planejamento da Páscoa leva cerca de 18 meses. A produção foi iniciada em 17 de outubro, com encerramento em 21 de fevereiro.

Para essa temporada,

500

colaboradores temporários foram contratados

movemos concursos de incentivo para o nosso time, a fim de impulsionar a comercialização", indica. "Pensando sempre em promover uma experiência melhor de compra e melhor navegação em loja, incentivamos os times para que sigam o 'planograma' ideal das parreiras e usem os materiais expositores, possibilitando que o consumidor encontre o produto que está buscando de maneira mais ágil e sem complicações", continua. Displays, ilhas e pontas de gôndola, além das parreiras e caixas expositoras — uma novidade, segundo Vieira —, completam a estratégia da Lacta para trazer "a magia da Páscoa para dentro da loja e para cada um dos consumidores". Ela conta que, neste ano, utilizando as caixas, a Lacta terá condição de exibir nos supermercados quase 1 milhão de ovos extras.

Do lado do varejo, o diretor de Operações e Vendas do Supermercado Comper, José Leandro Oliveira Assis, destaca a importância do planejamento antecipado. Quem estiver preparado e com exposição ativada já no início da quaresma [início de março] terá melhores resultados, principalmente, quando a compra ocorre por impulso", observa o supermercadista, que se diz confiante para a temporada de vendas neste ano.

Em relação às estratégias da bandeira, Assis conta que a aposta será em produtos inovadores e na variedade de itens. "Por isso, oferecemos sugestões diferentes e com bom custo-benefício, além dos tradicionais ovos de Páscoa das marcas consolidadas. Também vamos oferecer produtos de linhas regulares, como barras de chocolates e caixas de bombom. Além das ativações com *packs* promocionais e da campanha de Páscoa com vales-compras, teremos uma linha de presentes especiais, como trufas, ovos artesanais, cupcakes e chocolates importados", detalha o diretor do Comper. "E em nosso canal de e-commerce, o Comper Delivery, teremos ativações especiais durante a sazonalidade."

LANÇAMENTOS E EDIÇÕES LIMITADAS

Uma das principais iniciativas para impulsionar as vendas de chocolates na Páscoa é apostar nas novidades, conforme todas as companhias fabricantes ouvidas por *SuperHiper*. O fato de haver lançamentos sazonais e com edição limitada "atiçam" a vontade do consumidor em adquirir o produto, sabendo que se trata de algo especial. Assim, mesmo sob pandemia — que, aliás, aumentou o consumo de chocolate — e em plena crise econômica, a indús-

>>>

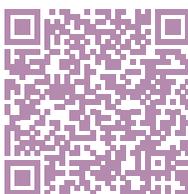
tria do chocolate está repleta de lançamentos para a data.

Seguindo uma estratégia "que vem se mostrando vencedora nos últimos anos", diz a head de Marketing Latam da Hershey, Camila Ribeiro, "apostamos nas edições limitadas de produtos". "Este ano, focamos em duas opções: a barra Hershey's de Milkshake Crocante e o Hershey's+ sabor morango com chocolate branco", informa. "Eles foram lançados oficialmente em dezembro de 2021 para que pudéssemos garantir a distribuição em todo o mercado brasileiro e acreditamos que devem ganhar força de vendas no período da Páscoa." A marca Reese's, muito popular nos Estados Unidos, também será reforçada este ano no Brasil, conta Ribeiro. "Traremos um portfólio temático e exclusivo desse chocolate na Páscoa."

Para esta data, a Nestlé contará com 24 itens no seu portfólio, informa o gerente de Marketing de Sazonais da companhia, Marcos Freitas. "Entre as novidades estão Kitkat Celebreak, KitKat Coelho Multipack e os ovos Talento Caramelo Salgado Dark, Surpresa Dino Eggs e Surpresa Magia", descreve. Entre outros produtos, ele comenta que a Nestlé conta com uma "linha exclusiva pré-Páscoa, com itens menores e com competitividade



LEIA MAIS NOSITE



Confira mais detalhes sobre o levantamento prévio da GS Ciência de Consumo sobre as vendas de ovos de chocolates neste ano

"A tendência para este ano é muito positiva, uma vez que o índice de confiança do consumidor permanece crescendo, inclusive com o avanço da vacinação contra a covid-19 e a possibilidade de celebrações entre famílias, ocasião muito relevante para o setor de chocolates"

RICARDO CRUZ,
da Mars

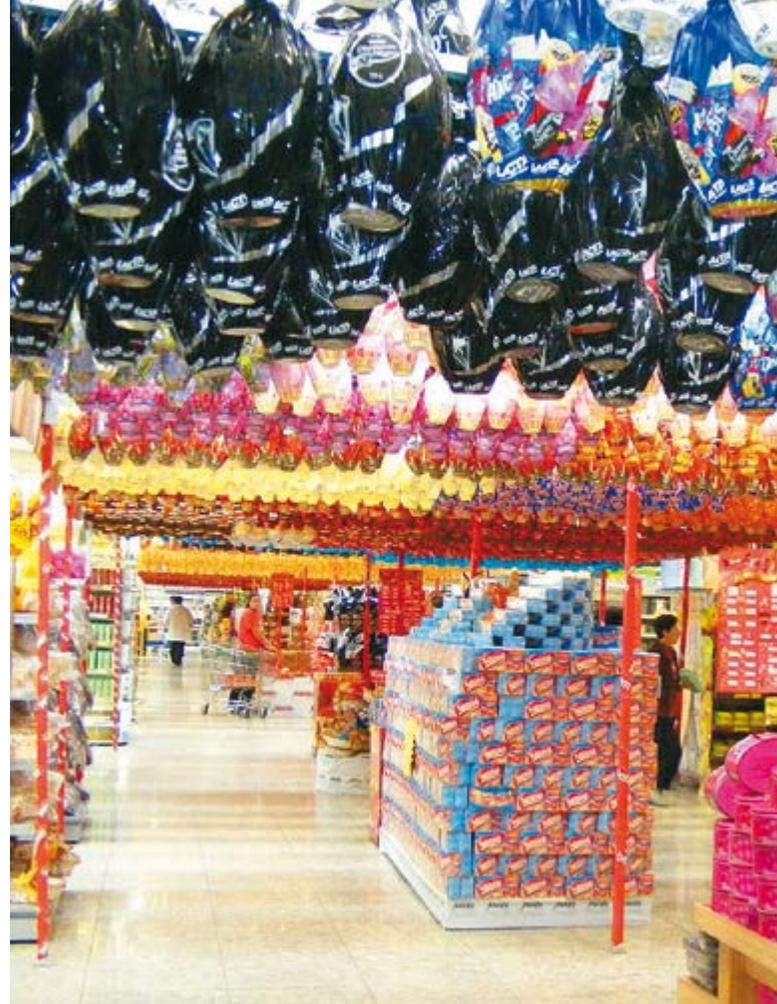


"Ofereceremos sugestões diferentes e com bom custo-benefício, além dos tradicionais ovos de Páscoa das marcas consolidadas"

JOSÉ LEANDRO OLIVEIRA ASSIS,
da Rede Comper

no mercado, como os miniovos e os coelhos de chocolate, ideais para presentear e complementar a cesta de lembranças". "Já na linha tradicional, seguimos com ovos de chocolates e produtos com diferentes formatos e tamanhos e opções que atendem necessidades dos diferentes tipos de consumidores."

Diante da constatação de que ovos de Páscoa "perdem relevância no varejo e produtos com valor mais atrativo ganham participação", a Mars lançou, já no ano passado, a plataforma Dark,



com as versões, tanto na linha Twix quanto na Snickers, com chocolate meio amargo, "um dos segmentos que mais crescem na categoria", diz o head de Customer Marketing da Mars, Ricardo Cruz. E, especificamente para a Páscoa deste ano, a Mars lançou o M&M's Crispy no tamanho de 120 gramas, "para compartilhar em família".

A Lacta também vem com um amplo portfólio específico para a Páscoa este ano, e com várias novidades, comenta a diretora de Marketing da Mondelez, Renata Vieira. "Inclusive temos produtos que cabem em todos os bolsos e para os mais variados perfis de consumidores", ressalta. O lançamento deste ano são os "ovinhos recheados" Oreo e Lacta Diamante Negro, com 54 gramas. "Sabemos que a Páscoa vai além dos ovos e lançamos, por isso, o tablete Lacta Oreo, que é a união do tradicional chocolate ao leite com um recheio cremoso de queridinho biscoito Oreo."

Vieira adianta, ainda, que o tradicional tablete ao leite Lacta também está com uma nova receita, "que traz equilíbrio entre o leite e o cacau, resultando em um chocolate muito mais cremoso e gostoso", garante. "A nova receita do chocolate Lacta também estará presente nos ovos Tripla Camada Oreo e Avelã." 

dia do consumidor 15 de março

Ser consumidor não é apenas comprar produtos e serviços, é ser protagonista da história da evolução das marcas e da forma como elas se relacionam com a sociedade.



PESCADOS TAMBÉM SÃO SINÔNIMO DE PÁSCOA

Nesta temporada, a categoria é fortemente buscada nos pontos de venda e a diversificação do mix é a principal recomendação da indústria para o varejo

POR **ROBERTO NUNES FILHO**

>> Por ser uma ocasião de grande apelo familiar, a Páscoa movimentada diversas outras categorias no varejo e uma das mais representativas desta data é a de pescados. Por essa razão, vale o supermercadista direcionar uma atenção especial para este mix, buscando meios de aperfeiçoar a execução e a comunicação em torno deste segmento.

Nesta entrevista, *SuperHiper* traz importantes e acessíveis referências compartilhadas pelo supervisor nacional de Trade Marketing da Copacol, Paulo Pruch. A companhia, que tem ampliado a sua presença no varejo a cada ano, tem a Páscoa como uma das principais ocasiões para compor seus resultados anuais, cuja meta em 2022 prevê crescimento de 23% no volume comercializado, o que representará um novo recorde para a empresa.

Como a Copacol está sentindo o consumidor diante do atual contexto econômico e como o varejo e a indústria podem ajudá-lo a manter o nível de consumo nesta Páscoa?

O consumidor continua buscando peixes no mercado. O tempo todo falamos em saudabilidade e isso contribui com a procura e oferta no PDV. Neste período em que a procura é muito maior, o importante é termos opções diferentes de produtos e variação de pesos e tamanhos de embalagens para disponibilizar ao consumidor opções que estejam ao

alcance do seu bolso, de modo que não deixe de consumir o produto de sua preferência.

O que a Copacol recomenda ao varejo em termos de execução no PDV? Como promover as categorias de pescados neste período?

O mais recomendável é a ampliação de espaços e destaque de produtos líder de vendas, pois a procura aumenta muito nesse período. Essa orientação é importante porque muitas lojas ainda não dão a devida atenção para o segmento nesta época sazonal. Esse é o momento de ir ao encontro das oportunidades de vender mais, onde precisa ser criado uma relação com as oportunidades iguais as do final de ano, em que se transformam as áreas de vendas para promover os produtos natalinos. Produtos em promoção tendem a ter maior procura no PDV. Essas oportunidades não podem faltar nas lojas para alavancar as vendas do setor. O supermercadista, com certeza, pode apostar neste recurso com base no conhecimento do seu público-alvo. Ter uma área de vendas bem organizada, limpa, bem sinalizada e com precificação atrai os olhos do consumidor. A diversificação de mix ajuda na escolha do shopper no momento da compra e, principalmente, assegura que ele não vá procurar na concorrência.

Qual a melhor estratégia em termos de cross merchandising?

Com o aumento da procura por peixes, é importante ter próximo da exposição de pescados tudo aquilo que for relacionado ao preparo desses produtos, como molhos, temperos e bebidas

Meta em
2022 prevê
crescimento de

23%



que combinam para a harmonização dos pratos. Tudo isso ajuda a impulsionar as vendas, facilitando ao consumidor o acesso rápido de itens que ele, talvez, nem esteja pensando em levar.

Quais as expectativas da Copacol em relação às suas vendas da Páscoa 2022?

Estamos com uma campanha promocional direcionada ao consumidor e a expectativa é ótima. Nos preparamos para isso e, o mais importante, sabemos que a tilápia é o produto

Produtos em promoção tendem a ter maior procura no PDV. Essas oportunidades não podem faltar nas lojas para alavancar as vendas do setor

PAULO PRUCH,
Copacol



mais procurado no setor e somos líder de venda e procura no PDV. Ainda contamos com um mix bem diversificado na linha de pescados e isso contribui muito com nossos resultados, pois sabemos que levamos produtos com alta qualidade para os consumidores.

Qual será o mix promovido pela companhia nesta temporada de vendas? E quais são os lançamentos previstos?

O que mais estamos destacando nesse período são o filé de tilápia, posta de tilápia, petisco de tilápia, iscas de tilápia, filé de tilápia empanado tradicional, filé de tilápia empanado multi-grãos, filé de tilápia empanado corn flakes, filé de tilápia empanado coco, stick de tilápia, lasanha de tilápia e o escondidinho de tilápia, além da nossa Linha Mar e Linha Rio, que oferecem muitas opções de tipos de peixes para os nossos consumidores. O produto em lançamento no momento é o medalhão de merluza congelado IQF 800g, uma forma prática para um preparo rápido, da maneira que o consumidor mais gosta. 🍷

Primeira leitura do Código 2D nasce em delicatessen do Recife

O objetivo foi aprimorar a gestão do processo de produção e trazer uma nova experiência de compra ao consumidor por meio do conceito de embalagem estendida

*CONTEÚDO OFERECIDO POR GS1 BRASIL

>>Depois de comemorar, em 31 de março de 2021, os cinquenta anos da solução que deu origem ao código de barras, no dia 28 de outubro de 2021, a GS1 Brasil celebrou outro grande marco histórico: habilitou, pela primeira vez no mundo, o Código 2D com GS1 Digital Link, considerado uma (r)evolução do código de barras.

A leitura desse código foi feita na Parla Deli, uma padaria e delicatessen focada no atendimento de alto padrão, situada na zona norte do Recife (PE) e que hoje possui três unidades na região. Pães, bolos, pizzas, salgados, pratos quentes e itens de mercearia são alguns dos artigos oferecidos por essa loja, que está há 12 anos no mercado e hoje possui mais de 2.000 SKUs, que variam entre itens industrializados e de fabricação própria.

Atuando tanto na loja física quanto com vendas on-line (via app ou e-commerce), a empresa nasceu com a inovação como um dos seus pilares, procurando estar sempre à frente da concorrência, seja pela qualidade de produtos, experiência do consumidor e prestação de serviços. Mesmo estando há quase 2.700 quilômetros de São Paulo (SP), considerado o grande polo econômico do País, e onde a maioria das grandes inovações do mercado nacional acontecem, a Parla Deli mostra que é possível, sim, criar um modelo dife-

renciado e com grande eficiência operacional.

Para tanto, alguns desafios passaram a surgir ao longo dos anos. Para crescer ainda mais no setor, e continuar na preferência de seus clientes, o negócio, que adotava identificação interna para os seus produtos de fabricação própria e processados em loja, passou a ter outras necessidades, como identificação e codificação padronizados, seguindo melhores práticas mundiais. Foi aí que nasceu a oportunidade de implementação do código bidimensional.

“Como boa parte da nossa produção é artesanal, nossos processos internos eram realizados pelos colaboradores manualmente, como o gerenciamento de estoque e quantidade produzida, que sempre estavam suscetíveis a falhas humanas. Tudo isso levava a problemas, como desperdícios de alimentos”, conta o proprietário da Parla Deli, Marcelo Henrique Silva.

GANHOS NA AUTOMAÇÃO

Diante dessa necessidade, a empresa procurou a parceria da GS1 Brasil para adesão oficial ao Código 2D. E, com ele, as vantagens obtidas foram muito além das necessidades iniciais, de evitar perdas. Entre elas, ganhos de visibilidade na cadeia digital; alinhamento da linha de produção com o momento das vendas pelo e-commerce; mais eficiência na gestão de estoque; gestão correta da data de validade aos produtos; informações adicionais sobre os produtos para uso do consumidor; e mais eficiência no ponto de venda (PDV).

LEIA MAIS
NOSITE



Acesse o site da GS1 Brasil e saiba mais sobre os benefícios do Código 2D para o seu negócio



“Usando o padrão da GS1 Brasil, aliado a um robô interno, conseguimos, por exemplo, automatizar os lançamentos e aprimorar a gestão. Além disso, conseguimos alcançar inteligência de dados, capaz de fazer com que consigamos realizar nossos pedidos com base no histórico de vendas das últimas quatro semanas, tornando as compras mais assertivas. Foi possível, ainda, garantir visibilidade ao processo, mostrando se os nossos produtos estão ou não disponíveis na gôndola”, acrescenta Silva.

BENEFÍCIOS AO CONSUMIDOR

A maior vantagem do Código 2D é para o cliente da Parla Deli que, ao escanear essa solução com GS1 Digital Link, consegue colher informações diversas sobre o produto, ação chamada no mercado de “embalagem estendida”. Portanto, é possível saber mais informações sobre o artigo de interesse, já que a solução indica ao cliente o modo de preparo dos produtos e ingredientes, por exemplo. Além disso, é possível trazer informações como peso, lote, serial, data de validade e valor pago.

A alta eficiência na leitura, quando comparada ao código linear, é outro benefício. Assim, a velocidade no

check-out se torna maior. “Mesmo com embalagens sujas, amassadas, resfriadas ou congeladas, ou até mesmo as cilíndricas, a leitura praticamente não apresenta falhas, trazendo mais eficiência e agilidade no check-out”, acrescenta Silva, complementando que a segurança do consumidor também foi aprimorada. “A outra grande vantagem está na redução de falhas humanas, já que mesmo que exista um erro na retirada de produtos vencidos das gôndolas, o caixa é travado na hora da venda, alertando o funcionário e o consumidor”, continua.

Para o empresário, o Código 2D representa uma nova era na comunicação entre varejo, indústria e consumidor final. “Por meio do 2D, conseguimos alcançar a omnicanalidade e o mundo *phygital*, que alia o físico ao

➤ **LEIA MAIS NOSITE**



Veja outras informações sobre o Código 2D na reportagem publicada na edição de fevereiro de *SuperHiper*

>>>

digital, e é um caminho sem volta para aqueles que querem ter sucesso em seus negócios”, pontua Silva.

Aliás, o empresário já faz projetos futuros considerando outras funcionalidades deste código da GSI. “Com o GSI Digital Link, conseguimos fazer uma pesquisa no check-out e plataformas digitais da empresa, a fim de identificar como nossos produtos e serviços têm sido avaliados”, projeta.

PARCEIROS ENVOLVIDOS

A colaboração foi essencial para que esse projeto da Parla Deli tomasse corpo. Aliás, dois parceiros foram fundamentais nesse processo. Entre eles, a BM Informática, empresa voltada para o desenvolvimento de softwares e automação comercial; e a Urano, reconhecida como uma das maiores fabricantes de balanças eletrônicas do Brasil. Essa parceria rendeu o Prêmio Automação 2021, na categoria Inovação – Aplicação do Código 2D, justamente com o *case* da Parla Deli. O mesmo *case* também foi apresentado durante o Global Forum deste ano, realizado em fevereiro.

“Esse projeto aconteceu por conta da colaboração de todos os envolvidos que, em tempo recorde — menos de dois meses — foi completamente implementado. Os parceiros foram fundamentais, não somente para implementação, como também para capacitação dos colaboradores da loja; e personalização e adaptação das soluções propostas para a realidade da Parla Deli”, comenta a head de Desenvolvimento Setorial da GSI Brasil, Ana Paula Maniero.

Entenda mais sobre o Código 2D

Considerado uma evolução do Código 1D (linear), o Código 2D, como o próprio nome já diz, é bidimensional. Ele utiliza ambas as dimensões (horizontal e vertical) para codificar dados em uma pequena área. Existem algumas variáveis do Código 2D, porém o mais conhecido no mercado é o QR Code. Entre os mais impactados positivamente com essa solução, estão:

1 VAREJO

O código bidimensional facilita o controle de estoque, garante segurança na hora da compra, traz agilidade de leitura, gestão da data de validade e também ajuda na prevenção de perdas, principalmente em produtos perecíveis

2 INDÚSTRIA

Com o Código 2D, há maior controle de lotes e rastreabilidade, aumentando a segurança dos produtos. É uma oportunidade, ainda, de desenvolvimento de embalagens mais inteligentes e uma excelente ferramenta de marketing e interação com o consumidor

3 CONSUMIDORES

Terão acesso mais rápido e mais completo às informações do produto. Além disso, com a possibilidade de melhorias nas estratégias de marketing, a experiência com as marcas será completa, gerando mais identificação e fidelização.

Nesse sentido, os parceiros tecnológicos, BM Informática e Urano, se destacaram ao desenvolverem uma solução que possibilitou à Parla Deli a implantação de rastreabilidade, melhor gestão dos produtos e suas validades. O objetivo foi aprimorar a gestão do processo de produção e trazer uma nova experiência de compra ao consumidor por meio do conceito de embalagem estendida. “A Urano contribuiu com a parte da balança e a BM Informática entrou com o software. Com o nosso software robô, conseguimos otimizar e muito a produção”, sintetizou Benjamin Machado, da BM Informática – Recife/PE. 



Principais benefícios alcançados pela Parla Deli com o Código 2D

Redução de perdas: devido ao melhor gerenciamento e rastreabilidade de produtos e controle de qualidade de forma eficiente

Segurança do consumidor: prevenção da venda de produtos vencidos ao cliente no ponto de venda; controle de recalls

Redução de rupturas nas gôndolas: devido à melhoria da gestão do processo de produção

Melhor gestão do estoque: lançamento de estoque mais assertivo, pois o que era feito de forma manual passou a ser capturado por balanças de forma automática

Redução do tempo de lançamento da produção

e baixa de insumos: o que era feito de forma manual pelos colaboradores, em horas, passou a ser feito de forma automatizada em segundos

Velocidade e eficiência de leitura no caixa: vantagem é alcançada ao substituir o código 1D pelo 2D

New Consumer Shopping Experience: com o Código 2D é possível conectar tudo a todos – pessoas e produtos – a qualquer lugar e momento.

GOSTO MINEIRO

25
anos

DE QUALIDADE E TRADIÇÃO
NA SUA MESA.

QUANDO O ASSUNTO É
PÃO DE QUEIJO
A GENTE TÁ NO PRATO E NO
CORAÇÃO DOS BRASILEIROS.



GOSTO MINEIRO. VICE-LÍDER NA PESQUISA DE SATISFAÇÃO ABRAS

• CATEGORIA PÃO DE QUEIJO - REGIÃO NORDESTE •

economia

Consumo nos lares brasileiros começa o ano em alta

Depois de crescer 3,04% no ano passado, o consumo nos lares iniciou 2022 em ritmo positivo, de 1,23% em janeiro, na comparação com o mesmo período do ano anterior, de acordo com levantamento da Associação Brasileira de Supermercados

Em janeiro, a variação real do consumo nos lares apresentou

Queda de **-21,22%** na comparação com o mês de dezembro de 2021

Alta de **1,23%** em relação ao mês do ano de 2021

No resultado acumulado do ano, o índice apresenta crescimento real de **1,23%** na comparação com o mesmo período do ano anterior. Os índices já estão deflacionados pelo IPCA do IBGE

Inflação

O início deste ano foi marcado ainda pelo aumento de preços da cesta nacional Abrasmercado composta por 35 produtos de largo consumo. Em janeiro, a cesta registrou alta de 1,30%, passando de R\$ 700,53 em dezembro de 2021, para R\$ 709,63. No acumulado em 12 meses, a cesta registrou alta de 11,50%.

Maior alta

Cebola **12,43%** Batata **9,65%** Tomate **6,21%**

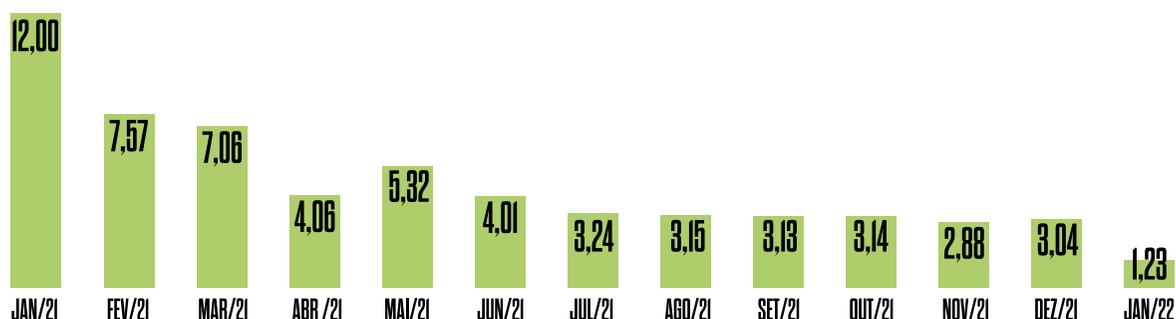
- A **cebola** apresentou alta em todas as regiões, sendo a maior registrada na **Região Nordeste**, com **15,67%**.
- A **batata** apresentou alta em quatro regiões, sendo a maior no **Sudeste**, com variação de **19,76%**.
- O **tomate** obteve a maior alta registrada na **Região Nordeste**, com **28,50%**.

Maior queda

Queijo prato **-5,96%** Arroz **-2,66%** Pernil **-1,94%**

- O **queijo prato** apresentou queda em duas regiões, sendo a maior na **Região Centro-Oeste**, com a variação de **-1,53%**.
- O **arroz** apresentou queda em todas as regiões. Destaque para o **Nordeste**, com variação de **-4,15%**.
- **Pernil** apresentou queda em quatro regiões, sendo a maior variação no **Sudeste**, com **-3,22%**.

Evolução do consumo nos lares brasileiros (acumulado %)



>> “Nesta presente análise, observamos um movimento natural de flutuação de consumo em janeiro, como tradicionalmente ocorre no primeiro mês do ano, por conta das férias e do mês antecessor ser comemorativo em virtude do Natal e das festas de final de ano, cuja temporada, tradicionalmente, é marcada por forte alta no consumo. Outros fatores, como a manutenção do Auxílio Brasil e a queda na taxa de desemprego contribuíram para manter positivo o consumo nos lares brasileiros neste período.” 



Indicadores ABRAS

fev/21	mar/21	abr/21	mai/21	jun/21	jul/21	ago/21	set/21	out/21	nov/21	dez/21	jan/22
Consumo nos lares*											
Mês x mesmo anterior											
-6,75	11,11	-4,82	1,98	-5,12	4,84	-2,33	-0,49	4,95	4,43	4,27	-21,22
Mês x mesmo mês ano anterior											
5,18	4,31	2,77	2,88	-0,68	-1,15	-1,78	-1,13	-0,24	1,97	22,47	1,23
Acumulado do ano YTD											
7,57	7,06	4,06	5,32	4,01	3,24	3,15	3,13	3,14	2,88	3,04	1,23
Abrasmercado GfK											
Mês x mesmo anterior											
-0,47	0,70	0,92	1,52	1,34	0,96	1,07	1,37	2,20	-0,32	0,39	1,30
Mês x mesmo mês ano anterior											
24,46	22,75	21,88	22,25	22,11	23,15	22,23	18,84	17,20	13,06	10,32	11,50
Acumulado do ano YTD											
-0,26	0,45	1,36	2,90	4,28	4,76	6,41	7,84	10,24	9,90	10,32	1,23
Regional (Mês x mesmo anterior)											
Norte											
-0,99	2,20	0,65	1,84	0,29	1,15	-1,36	1,76	3,39	-2,01	0,47	1,85
Sul											
0,07	0,50	-0,11	2,10	2,05	1,38	2,11	0,96	2,62	0,21	-0,72	0,72
Sudeste											
-0,76	-1,00	2,35	0,82	1,16	0,88	1,90	2,09	1,40	0,54	-0,62	2,02
Centro-Oeste											
-1,08	-0,13	0,83	0,69	0,88	0,85	1,11	2,05	2,35	-1,06	-0,28	1,44
Nordeste											
0,49	1,82	1,07	2,01	2,48	0,42	1,92	-0,07	0,91	1,00	3,48	0,44

Fonte: Departamento de Economia e Pesquisa da ABRAS *Deflacionado pelo IPCA

mentores do varejo



Rafael Haddad

É diretor do Supermercado Katucha, Amo Varejo e Transforma Varejo. Formado em Administração de Empresas pela PUC, com MBA em Varejo pela Fundação Getúlio Vargas (SP) e extensão em Gestão de Pessoas pela Brigham Young University, em Utah.

Recrutamento e seleção: por que está tão difícil encontrar profissionais hoje em dia?

Quando você quer conhecer uma pessoa em seu maior estado íntimo e verdadeiro, um dos primeiros estímulos que você precisa reforçar é o da segurança

Para entender esse complexo cenário atual, te convido a voltar até as décadas passadas para entender onde começou esse grande desafio. Antigamente, não existiam muitos tipos diferentes de empregos ou setores para que a população buscasse oportunidades a fim de começarem suas carreiras. Os pilares que mais movimentavam o interesse das pessoas eram o varejo, indústrias, cargos públicos e área da saúde.

Conseqüentemente, existia uma abundância de pessoas interessadas em trabalhar nos supermercados, entretanto, esse cenário começou a decair com a entrada da internet, que aumentou o acesso a informação, capacitação e cursos, além de que as faculdades também começaram a se tornar cada vez mais acessíveis.

Além disso, estamos vivendo em um mundo cada vez mais globalizado, que passa por diversas transformações, conseqüentemente, começaram a existir novas demandas para outras áreas e empregos que até então não existiam.

QUAL É O MELHOR MEIO DE CAPTAR PESSOAS?

Divulgar a vaga no máximo de locais e meios diferentes que você puder é uma excelente alternativa, pois isso fará com que você aumente a quantidade de interessados e participantes do seu processo seletivo. Sites de emprego, cartazes na

loja, indicações de colaboradores, banco de currículos na loja são excelentes alternativas.

PREPARANDO O AMBIENTE

Agora chegou o momento de fazer as entrevistas para a seleção do candidato. Primeiramente, organize as funções que a pessoa irá desenvolver na vaga e quais serão os comportamentos esperados para aquela função.

Diferentemente de como é feito por aí, você não está em um exército recrutando soldados para irem à guerra, ou seja, não existe a necessidade de impor um ambiente intimidador no recrutamento. E por que eu digo isso? Quando você quer conhecer uma pessoa em seu maior estado íntimo e verdadeiro, um dos primeiros estímulos que você precisa reforçar é o da segurança.

Inicialmente, eu sempre gosto de perguntar para o entrevistado quanto tempo ele demorou para chegar, qual foi a forma de transporte que ele usou ou se alguém está lhe acompanhando, pois essa demonstração de interesse e cuidado junto ao candidato fará com que ele não mantenha uma posição insegura, fazendo com que ele se sinta mais tranquilo no ambiente inserido.

FORMA DE ENTREVISTAR

Na parte das entrevistas eu costumo separar em três pilares: a parte de perfil e comportamento, a parte técnica e as experiências que o candidato teve. Recomendo que você inicie o processo perguntando ao candidato sobre sua vida pessoal, interesses pessoais, hobbies e família, assim fica mais fácil para você mapear o perfil do seu candidato.

Nesse momento, é interessante você avaliar se os valores do colaborador estão alinhados com os da sua loja e se o comportamento está condizente com a vaga a qual ele irá ocupar. Após iniciar esse processo, o candidato, com certeza, estará mais apto a responder perguntas mais complexas, fazendo com que você consiga ir para a parte de perguntas técnicas.

Nesta etapa, é interessante que você pergunte fatos referentes aos desafios atuais da vaga na qual ele concorre, pontuando todas as funções do colaborador e identificando o que ele terá facilidade em executar ou se a empresa necessitará treiná-lo.

Por fim, pergunte sobre suas experiências passadas, resultados, projetos que construiu, relacionamento com chefes e colaboradores

em outra empresa, para ter uma dimensão de como ele agia nos locais de trabalho.

FAÇA SIMULAÇÕES

Antes de finalizar a entrevista eu recomendo que você traga ao menos dois desafios recorrentes ou atuais em sua loja, para entender como o entrevistado agiria em cada situação. Essa etapa, geralmente, elimina muitos candidatos, pois você percebe que na “prática” a história é um pouco diferente. Vou te mostrar um exemplo que realizei em minha loja enquanto estava buscando um profissional para vaga de gerente:

“Estamos com queda de faturamento nos últimos dois meses, sendo no primeiro 4,7% e no segundo 3,8%, em relação aos anos anteriores. Quais seriam suas primeiras ações para identificar onde estão os problemas?”

Como ele era um gerente experiente, eu estava esperando alguma resposta do tipo:

“Eu começaria olhando a quantidade de cupons que a loja teve, para entender se estão entrando mais ou menos clientes ou começaria analisando a margem praticada, pois isso pode estar gerando impacto no faturamento.”

Infelizmente, a postura dele foi totalmente contrária. Ele argumentou dizendo que por conta da pandemia o cenário estava ruim pra todo mundo e que quedas de faturamento são normais de acontecer.

Aquilo me mostrou o quanto despreparado aquele candidato era, pois eu não poderia recrutar uma pessoa que aceitasse os meus problemas como eles são. O varejo precisa de pessoas que resolvam e enfrentem os problemas com técnica e maestria, como tem que ser feito.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Não faça recrutamentos de forma acelerada, sempre busque o máximo de candidatos qualificados para fazer entrevista para vaga. Não se sinta culpado por ter um processo devagar, pelo contrário, tenha cautela, pois você evitará contratações erradas. Hoje, 85% dos entrevistadores contratam uma pessoa levando em consideração a parte técnica, entretanto, 90% das demissões acontecem por problemas de comportamento. Levar o perfil e habilidades de comportamento como fatores de decisão na hora de recrutar pode ser sempre uma excelente alternativa. 

mentores do varejo



Fátima Merlin

*Fátima Merlin é fundadora e CEO da Connect Shopper, conselheira, board advisor, mentora, palestrante, mestre em comportamento do consumidor e shopper, especialista em gerenciamento por categoria e shopper, professora de varejo e comportamento do consumidor e shopper. Responsável pela criação e aplicação de diversos cursos. É articulista em diversas revistas especializadas, palestrante em eventos empresariais e instituições de renome e autora dos livros "Meu cliente não voltou, e agora?" e "Shoppercracia".

GC e os Ps do varejo pós-pandemia

Neste atual momento enfrentado pelo varejo, a palavra de ordem é integrar as essências e fortalezas relacionadas ao produto, preço, promoção e prateleira

com impacto nas performances e relevâncias das categorias. É crucial rever os papéis das categorias, sua importância e relevância ao negócio e sanear mix de produtos.

Palavras de ordem: revisão dos papéis de categorias, gestão de mix e soluções.

PREÇO

Garantir política de preços e ter atenção às ofertas para que não comprometa suas já apertadas margens.

Palavra de ordem: *pricing* estratégico.

PROMOÇÃO

A prioridade desse quesito é a fidelização, com ações de relacionamento e apoio ao seu cliente no momento atual que todos estão passando, sendo exemplo, guiando mudanças, ajudando no dia a dia, enfatizando a praticidade, comodidade e conveniência.

Palavra de ordem: relacionamento e promoções inteligentes e direcionadas.

PRATELEIRA

Ótica do abastecimento: garantir abastecimento e estoques saudáveis.

Ótica da exposição: garantir

Gerenciamento por Categoria é um processo estratégico que acontece entre varejistas e fornecedores, tendo um profundo conhecimento dos consumidores e shoppers, com vistas a melhorar sua experiência de compra e consumo e maximizar resultados a todos os players.

Em resumo, é garantir o produto certo, disponível (sem ruptura), no momento em que o cliente necessita e deseja, na quantidade adequada, com as variações de preço que o cliente quer pagar, com promoções inteligentes, bem sinalizado e exposto adequadamente, de modo a facilitar o processo de compra e decisão do cliente.

Para isso, a palavra de ordem é integrar todos os Ps.

PRODUTO

Revisar e calibrar mix, valorizando aquilo que é relevante para o shopper.

Atenção: com a pandemia ocorreram mudanças de hábitos e comportamento dos consumidores e shoppers,

"É crucial ter o shopper no centro das decisões"

maior agilidade e facilidade ao shopper em encontrar o que foi buscar.

Você quer maximizar resultados? Você quer se diferenciar de seus concorrentes? Adote o gerenciamento por categoria como um processo e ferramenta estratégica para melhorar a experiência do shopper. Mas, para isso, é crucial ter o shopper no centro das decisões. Conhecê-lo e entender seus hábitos, comportamentos e atitudes já era essencial. Agora, é algo que se torna ainda mais relevante. 

"Adote o gerenciamento por categoria como um processo e ferramenta estratégica para melhorar a experiência do shopper"



Líder mundial em Equipamentos a LÍTIO

Mude e diga adeus a sala de baterias

-  Sem troca de baterias
-  Sem manutenção de bateria
-  Sem sala de bateria
-  Carga de oportunidade
-  Sem emissão de gases
-  1 bateria para 3 turnos



SDO
EQUIPAMENTOS

Rua Murilo de Campos Castro • nº 27
Pq. Rural Fazenda Santa Cândida CEP: 13087-541
Campinas • SP • Tel.: (19) 3256 2800
www.sdoequipamentos.com.br



consumidor

O extrato da satisfação dos clientes em janeiro

No primeiro mês do ano, o Índice Nacional de Satisfação do Varejo (INSV-Consumidor), que monitora as manifestações dos consumidores sobre suas experiências nos supermercados, ficou em 73,02%. A apuração, realizada pela Inroots, se baseou em 14.010 comentários compartilhados espontaneamente na internet a respeito de todos os formatos de loja.

Trazendo a análise para o contexto regional, nota-se que as regiões Nordeste e Sul possuem os maiores índices de satisfação, acima da média nacional. No Ceará, por exemplo, a média ficou em 80,02% e no Rio Grande do Norte o saldo em janeiro foi de 78,72%. Na Região Sul, a maior média vem do Rio Grande do Sul, com 76,54%. Os varejistas da Região Sudeste ficaram em linha com a média nacional.

O TEMA MAIS COMENTADO

Em linha com o histórico dos últimos meses, o preço dos produtos continua a ter papel de destaque na experiência de compra dos consumidores, mas em proporção menor que nos últimos três meses. Em janeiro, 16,58% dos comentários foram relacionados a este tema, ante 19,40% em dezembro.

Em janeiro, o
INSV-Consumidor
ficou em
73,02%

Quando se olha para a natureza dos comentários, a maior parte deles é sobre o aumento dos preços (17,78%), questão que é bastante sensível para os consumidores. Mas há também uma parcela expressiva de menções relacionadas ao reconhecimento e valorização de preços justos, assim como de promoções. As ações promocionais, como o varejista bem sabe, são bastante valorizadas pelos consumidores, que chegam a pedir nos seus comentários que a prática seja feita com maior periodicidade.

Quando somados os comentários que denotam vantagens relacionadas a preços, unindo as menções sobre preço justo, promoção, preços mais baratos da concorrência, oferta, desconto e clubes de vantagem, o saldo consolidado dessas manifestações sobre preços é de 33,14%.

Entenda o INSV-Consumidor

É uma medida de satisfação do consumidor brasileiro em relação aos supermercados. Ele é nacional e avalia a qualidade dos bens de consumo e serviços dos vários setores representativos das empresas de varejo no País. Essa qualidade é expressa por meio da opinião do consumidor, que ele publica espontaneamente na internet, e refere-se a um bem de

consumo ou serviço adquirido e utilizado. A satisfação medida pelo INSV-Consumidor fundamenta-se, então, na experiência de consumo acumulada. O INSV possibilita que o estudo da "curva de demanda em função da qualidade dos bens de consumo e serviços" ganhe uma nova interpretação. A qualidade não é mais avaliada

apenas por meio da eficiência do processo de produção, mas também de acordo com a interpretação do próprio consumidor. Utilizando-se de inteligência artificial, a Inroots capta e interpreta a atuação do consumidor na internet por meio de um dicionário semântico com 30 mil palavras, expressões, gírias e até emoticons.



Crescimento com governança

Ao construir um modelo robusto de governança, você fortalece os negócios e firma o seu compromisso com o futuro. Porque a maneira como você cresce importa.

Saiba mais



Baixe o
nosso APP

kpmg.com.br



/kpmgbrasil

—NOVA—



SUPREME

A COMBINAÇÃO
PERFEITA ENTRE
SABOR

E CREMOSIDADE

QUE VAI CONQUISTAR
TODOS OS CONSUMIDORES

