

SUPERHIPER

ABRIL 2023 - ANO 49 - Nº 557

 ABRAS



AS MARCAS PREFERIDAS DO CONSUMIDOR

A 24ª Pesquisa Líderes de Vendas, realizada em parceria com a NielsenIQ, apresenta a preferência do shopper na hora da compra. Descubra o que ele mais consome e quais produtos movimentam as gôndolas dos supermercados

In Plant

Caminho colaborativo entre a indústria e o varejo, um relacionamento próximo com retorno mais assertivo

Ciberimunidade

Com o crescimento do uso da tecnologia, as vulnerabilidades aumentam. Proteja seu negócio e evite prejuízos

decrete
na boca

Neugebauer

A família Neugebauer cresceu para
aumentar suas vendas!



Vem aí o novo sabor
Amendolate

  QUERONEUGEBAUER - WWW.NEUGEBAUER.COM.BR

Com alta performance, vamos construir um setor melhor

Em 21 de março, abracei uma importante missão em prol do desenvolvimento do País, assumi a presidência da União Nacional das Entidades do Comércio e Serviços – Instituto Unecs, para a gestão 2023-2025. Começo esta jornada com muito otimismo e vontade de tornar o Instituto Unecs cada vez mais forte e representativo, dando voz ao setor que contabiliza 77% dos estabelecimentos do País. Junto com as mais expressivas entidades, além da ABRAS, temos a Associação Brasileira de Atacadistas e Distribuidores de Produtos Industrializados (Abad); Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (Abrasel); Associação Brasileira de Tecnologia para o Comércio e Serviços (Afrac); Associação Nacional dos Comerciantes de Material de Construção (Anamaco); Confederação das Associações Comerciais e Empresariais do Brasil (CACB), Confederação Nacional dos Dirigentes Lojistas (CNDL) e Associação Brasileira de Automação - GS1 Brasil.

O Instituto Unecs desempenha papel fundamental para o setor ao representar as entidades que o compõem, buscando, não apenas a melhoria do ambiente de negócios no País, mas também a eficiência e a competitividade para toda a cadeia nacional de abastecimento.

Quero salientar um ponto importante, que repercutiu nas mídias em todo o País, após meu discurso de posse na Unecs: a reforma tributária. Temos dialogado com o governo federal pelo pleito de uma reforma justa e que não gere prejuízos aos consumidores, sobretudo às famílias de baixa renda.

O atual sistema tributário apresenta complexidade excessiva; dificuldade de monetização; um elevado volume de contencioso; desestímulo a investimentos e elevado custo de manutenção. E, verdadeiramente, o que esperamos é uma reforma pautada na simplificação do sistema tributário; na segurança jurídica; na manutenção e redução da carga tributária; na não-cumulatividade plena; na redução de obrigações acessórias e na monetização automática.

Nesse sentido, a nossa preocupação maior é que a proposta que está sendo feita traga uma carga elevada para os alimentos, e o que esperamos é uma alíquota diferenciada para o comércio e serviços e que seja ainda menor, em especial, para os alimentos. Vamos defender uma reforma tributária que seja efetivamente melhor para todos os consumidores brasileiros.

"O Smart Market ABRAS é um encontro anual que reúne profissionais do setor supermercadista para debater os principais desafios das empresas do setor, os melhores indicadores de gestão e as melhores práticas para elevar a performance das empresas do varejo alimentar."

JOÃO GALASSI

Presidente da ABRAS

Agora, em abril, teremos um grande momento, uma inovação desenvolvida pela ABRAS, que é o Smart Market ABRAS 2023. Um encontro anual que reúne profissionais do setor supermercadista para debater os principais desafios das empresas do setor, os melhores indicadores de gestão e as melhores práticas para elevar a performance das empresas do varejo alimentar. Este encontro engloba eventos como a Corrida ABRAS Kids e a Maratona ABRAS de Revezamento, que acontecerá no dia 15 e 16 de abril no CEPEUSP – USP em São Paulo; o Jantar do Ranking ABRAS 2023, no dia 17 de abril, a mais importante pesquisa do setor supermercadista divulgada todos os anos, que reúne as principais lideranças do setor para homenagear as 30 maiores empresas do segmento no Brasil; e no dia 18 de abril o Smart Market ABRAS 2023, exclusivo para os supermercadistas que desejam elevar a sua performance, de sua área e de sua empresa, além de contar com o Programa de Rastreabilidade e Monitoramento de Alimentos (RAMA) e o Fórum de Eficiência Operacional, fechando este dia. Inscreva-se e participe da construção do painel de gestão de cada área, contribuindo para a performance do varejo alimentar brasileiro.

Não podia deixar de mencionar o que esta edição de *SuperHiper* traz de importante: o estudo exclusivo realizado em parceria com a NielsenIQ, a 24ª edição do Líderes de Vendas, que revela as principais preferências dos consumidores brasileiros em relação a importantes categorias presentes nas gôndolas do setor. Esta pesquisa leva ao conhecimento dos supermercadistas as marcas preferidas pelos consumidores, contribuindo com a eficiência da execução dos pontos de venda. Você tem em mãos um grande instrumento para aperfeiçoar a sua gestão de sortimento.

Aproveito para parabenizar todas as indústrias listadas na pesquisa, pois refletem um trabalho orientado a proporcionar a melhor experiência para o consumidor. Essa conquista é resultado de um trabalho colaborativo entre o varejo e a indústria, para uma execução eficiente nas lojas com as melhores soluções e oportunidades.

Temos muito trabalho pela frente, então vamos juntos e mais longe! Pelo bem da sociedade e de nossos consumidores. 







NOVA LINHA

DESENVOLVIDA ESPECIALMENTE PARA A BELEZA DA PELE NEGRA

Cuidado intenso

Alto poder de hidratação com 5 Óleos e Vitaminas

Ajuda na redução de estrias

Pele uniforme

Uniformiza o tom da pele

FPS 15 - proteção UVA e UVB



Facial

Uniformiza o tom da pele

Controla a oleosidade



sumário



16 **Ciberimunidade como aliada:** Com o aumento do uso da tecnologia, as empresas podem abrir brechas de vulnerabilidade e ter seus dados sequestrados. Confira dicas de como proteger sua empresa



26 Realizado em parceria com a NielsenIQ, o estudo Líderes de Vendas chega à sua 24ª edição, revelando ao varejo as cinco marcas que lideraram, no ano passado, as vendas em 150 categorias

32	Alimentos	132	Bebidas
90	Alimentos perecíveis	151	Higiene e Beleza
108	Bazar	170	Limpeza

12 **In Plant Comercial:** Relação entre varejo e indústria mais próxima com esta forma de cooperação



188 Exclusiva: NielsenIQ muda marca e identidade visual em comemoração aos 100 anos da empresa

10 **Loja**
Novidades do varejo

194 **Economia**
Consumo nos lares brasileiros

192 **Mentores do Varejo**
Especialistas em varejo

202 **Consumidor**
Índice INSV

196



Pesquisa Advantage Group:
Gestão de Categorias e Sortimento

Álcool na pele do seu bebê? NANANINANÃO

JOHNSON'S® possui fórmula exclusiva e
100% livre de álcool, corantes e sulfatos.
Por isso, não irrita a pele.



Sabonete de Glicerina



As marcas preferidas do consumidor

>>Esta é uma edição especial, pois traz um dos estudos mais aguardados de *SuperHiper*: a 24ª edição de Líderes de Vendas, guia oficial das marcas preferidas pelos consumidores nas lojas do setor supermercadista, elaborado pela NielsenIQ, parceira da ABRAS em muitos estudos e projetos.

O estudo traz para o varejo o conhecimento das cinco marcas mais vendidas em 150 categorias pertencentes a seis cestas, que são comercializadas em todas as lojas supermercadistas do País. A pesquisa mostra a abrangência nacional, as marcas mais vendidas em todo o País, e também separada por região, considerando as sete áreas Nielsen. Com este projeto, *SuperHiper* quer trazer a informação correta e precisa para o empresário supermercadista gerir melhor o seu sortimento, para que ele consiga escolher o que colocar na gôndola, indo ao encontro dos desejos do consumidor.

Com esta informação, o setor supermercadista poderá verificar se está disponibilizando espaço adequado para as marcas preferidas, podendo corrigir, se for o caso, este planejamento, aumentando assim seu potencial de vendas. Do lado da indústria, ela poderá verificar se o seu portfólio está de acordo com os desejos do consumidor e, assim, juntos, varejo e indústria planejarem, de forma colaborativa, o que oferecer para o shopper.

Falando deste assunto, este mês temos a continuação da Pesquisa da Advantage Group, agora com a gestão de categoria e sortimento, mostrando as empresas varejistas e da indústria que mais colaboram entre si, que planejam de forma conjunta o que colocar nas prateleiras, atraindo o shopper e, conseqüentemente, aumentando as vendas.

E o tema colaboração continua forte em nossas páginas com a matéria sobre o In Plant, uma prática comercial denominada, pelo GPA e a Ypê, uma ação integrada pela qual a indústria compartilha e atua dentro da operação varejista e, ambos, constroem boas práticas, mantendo um relacionamento mais próximo com investimento mútuo, dando suporte na execução do ponto de venda.

Outra matéria importante é a de cibersegurança, um tema que deve estar na pauta das empresas varejistas, pois com a ampliação do uso da tecnologia a vulnerabilidade das empresas também cresce, e pode ser uma brecha para ameaças e ataques virtuais, levando a grandes prejuízos. Para explicar melhor sobre o assunto, conversamos com alguns especialistas que apresentaram soluções de como se proteger e evitar grandes perdas.

Esta é uma edição com um grande estudo e muito conteúdo para ser compartilhado. Apenas desejo a você, leitor, que utilize esta edição para aperfeiçoar e fazer crescer seu negócio. **SH**



EDITORA
Renata Ruiz

Índice de anunciantes

3M	185
AB Brasil	73
Ambev	3ª Capa
Anhembí	175
Bem Brasil	95
Bettanin	129
BMS	25
Brasa Burguer	97
Camil	41, 43 e 61
Castelo	85
ComBrasil	63
Condor	163
Copapa	167
Cotton Baby	165
D'aucy	103
Da Colonia	11
Delta	39
Domus	107
Dover Roll	191
Fante	135
Fobras	9
Francel Feiras	21 e 173
Fugini	75
Gunnebo	37
Heineken	141
Hero Brasil	65
Instaleap	23
Italac	69
J&J	7
J. Macêdo	35
Josapar	45
Kuka	125
LaSanté	53
Lattine Group	111
Lillo	109
Melitta	121
Minalba	139
Molin	119
Natural One	143
Neugebauer	2ª Capa
Nivea	4 e 5, 157 e 159
Orquidea	59
Ourolux	123
Panco	51, 81 e 83
Romanha	99
Sabor & Minas	101
SC Johnson	179 e 181
Selmi	71
Start Química	177
Tial	149
TradingCare	113, 115, 127
Trebesch	87
TV SH	201
Unilever	4ª Capa
Vale Fértil	49
VCT	145
Vinícola Campestre	147
WhatsApp ABRAS	55
Wickbold	79
Wyda	117
Ypê	183



REDAÇÃO

EDITORA
Renata Ruiz
renata.ruiz@abras.com.br

REDAÇÃO/REVISÃO

Roberto Leite

EDITOR DE ARTE

Daniilo Koch

ASSISTENTE DE ARTE

Fabio Queiroz

COMERCIAL/PUBLICIDADE

VICE-PRESIDENTE 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

Renata Massignan Ruiz
DRT - PR.3.43

CONTATE A **SUPERHIPER**
ABRAS

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

Telefone: (11) 3838-4500

ACESSE O SITE



Produtos **Paraná**

Há mais de **70** anos
levando praticidade
e facilidade para os
consumidores em
todos os momentos
do seu dia



conheça mais
sobre a linha
Produtos Paraná

produtosparana.com.br

 **FoBras**
desde 1952

Assaí completa 50 conversões em menos de um ano

>> Em julho de 2022, o Assaí se preparava para a primeira conversão dos pontos comerciais de hipermercados adquiridos em 2021 em Ceilândia, no Distrito Federal. De lá para cá, o atacadista superou o próprio recorde e registrou 60 aberturas em único ano (destas, 47 foram conversões). Agora, a empresa se prepara para registrar mais um grande feito: a 50ª conversão em apenas nove meses do início do projeto.

Este marco será atingido com a abertura da loja do Assaí Colinas, em São José dos Campos (SP), que aconteceu no dia 31 de março.

A compra dos pontos comerciais de hipermercados e a conversão em Assaí tem se mostrado um projeto de



sucesso. Nas conversões realizadas em 2022, a companhia tem registrado um volume de vendas entre 2 e 2,5 vezes maior se comparado ao formato anterior.

Mart Minas repassou mais de 8 milhões para projetos socioculturais em 2022

>> Em 2022, o Mart Minas colocou em prática o viés social da empresa a fim de priorizar a melhoria na qualidade de vida e no desenvolvimento das comunidades onde está inserida. Ao todo, foram R\$8,4 milhões em investimentos sociais ao longo do ano, o que resultou em mais de 3 milhões de pessoas impactadas por meio de 178 instituições beneficiadas pelo Mart Minas. “Queremos transformar vidas, reconhecer e valorizar todas as causas. A perspectiva social faz parte da nossa história e é um dos pilares que sustentam nosso relacionamento com a sociedade”, afirma Filipe Martins, Diretor Comercial e Marketing da rede.

Hoje, o Mart Minas contempla três frentes de investimento social. A mais conhecida é o Projeto Troco Solidário que traz como grande diferencial a diversidade de causas contempladas e a descentralização dos recursos. As entidades beneficiadas estão localizadas nas próprias cidades onde as lojas estão inseridas, promovendo e potencializando a transformação social local.

Somente em 2022, o Troco Solidário do Mart Minas beneficiou 54 instituições e envolveu todos os 9 mil colaboradores num processo de sensibilização, que ficam responsáveis por convidar os clientes a realizarem a doação voluntária, cujo valor fica registrado no cupom fiscal e é destinado a uma conta exclusiva da entidade beneficiada.

No total, foram repassados quase R\$4 milhões no Troco Solidário, gerando impacto a mais de um milhão de pessoas apenas com esta iniciativa.

O Mart Minas ainda investe em responsabilidade social por meio de leis de incentivo federal e estadual como a Lei Rouanet, Lei de Incentivo ao Esporte, Fundo para a Infância e Adolescência (FIA), Fundo do Idoso, entre outros. Em 2022, a rede apoiou 30 projetos com mais de R\$3,8 milhões em leis de incentivo, impactando quase 480 mil pessoas, possibilitando assim contribuir com as diversas causas e importantes iniciativas de promoção da cidadania. Além disso, foram destinados mais de R\$600 mil a doações e patrocínios diretos para 94 instituições, superando 1,5 milhão de impactados.



Comercial Zaffari e Stok Center utilizam 100% das sacolas plásticas biodegradáveis

>> A Comercial Zaffari, preocupada com isso e em promover um ambiente mais sustentável, desde 2018 passou a fornecer aos clientes das lojas da Comercial Zaffari e do Stok Center sacolas biodegradáveis, que se decompõem em até 18 meses. Esse processo pode ser potencializado em condições específicas de luminosidade, umidade e oxigênio. No setor de hortifrúti os clientes também encontram sacos plásticos menos agressivos ao meio ambiente, produzidos com material derivado do etanol da cana-de-açúcar, e não do petróleo. A matéria-prima é renovável e as embalagens levam o selo "I'm green", que identifica quando é utilizado plástico verde na composição. Em 2022, mais de 160 milhões de sacolas e sacos de hortifrúti foram utilizados pelos clientes. Com a mudança no material de fabricação das sacolas, o tempo de decomposição das sacolas é menor, evitando que fiquem por anos na natureza. A forma mais eficaz de diminuir o consumo de plástico é utilizar sacolas retornáveis de pano ou outros materiais



resistentes. Caso não seja possível fazer o uso destas, quando for ao mercado e precisar usar sacolas plásticas, aproveite a máxima capacidade que elas possuem.



FESTANÇA DA BOA É COM O Arraiá Da Colônia

MIX DE PRODUTOS + PEÇAS DE PDV PARA FAZER SUCESSO NAS VENDAS!

MIX DE PRODUTOS TRADICIONAIS E DELICIOSOS



DISPENSER EXPOSITOR DE CHÃO



MESA ILHA - PALETES



BARRAQUINHAS



PONTA DE GÔNDOLA



CONHEÇA TODOS Nossos PRODUTOS



@dacolonia

DACOLÔNIA - ALIMENTOS NATURAIS LTDA.

Rua Antônio Osório dos Santos, nº 402, 2º Distrito, CEP: 95500-000
Santo Antônio da Patrulha/RS - sac@dacolonia.com.br - Fone: (51) 3409.1041

Varejo e indústria: uma relação mais próxima do que nunca

GPA revela ações com fornecedores e Ypê e Ferrero compartilham como atuam dentro da operação varejista, aqui conhecida como In Plant, uma cooperação integrada entre a indústria e o setor supermercadista

POR MARIA JOSEFA

>> A colaboração entre o varejo e a indústria — e vice-versa — é aquela lição básica e necessária da cartilha dos negócios que deve ser colocada em prática diariamente. Se não ocorre a cooperação entre os dois lados do balcão, ambos perdem. E o consumidor, centro dos negócios, também! A boa notícia é que esse tema é sempre evocado nas reportagens desta publicação e também nos diversos eventos realizados pela ABRAS. Isso significa que uma considerável parte dos varejistas e dos fornecedores brasileiros está atenta e já compreendeu que quanto mais supermercadistas e indústrias trabalharem em conjunto, o resultado positivo chegará mais rápido para todos.

Refletindo sobre o tema, nesta reportagem *SuperHiper* traz novidades apuradas com o gigante GPA, terceira supermercadista no Ranking Abras 2022, e também com os grandes fornecedores, como Ypê e Ferrero. Nossos entrevistados revelam como estão aprimorando os relacionamentos e de que maneira a cooperação tem impactado na empresa de cada um deles. Confira nas próximas páginas.

COLABORAÇÃO NA PRÁTICA:

Falamos de agenda colaborativa entre o varejo e a indústria desde o ano passado, quando publicamos a primeira pesquisa da Advantage Group em setembro (ed. 551), e continuamos desde a edição do SuperHiper Panorama (ed. 554) publicando insights com os principais pontos de colaboração entre fornecedores e o autosserviço.

A indústria e o varejo com o In Plant mostram a preocupação de construir, de forma conjunta, um relacionamento mais próximo, com investimentos de ambos os lados para dar suporte na execução do ponto de venda

As práticas apresentadas aqui nesta matéria mostram uma evolução positiva do tema e o quanto esta integração é importante para o crescimento saudável dos negócios, aprimorando as relações e apresentando resultados positivos.

O In Plant aqui apresentado tanto pelo GPA como a Ypê, uma forma de integrar e trabalhar em um projeto conjunto, demonstra o futuro da relação entre o varejo e a indústria, uma união, com uma comunicação clara, planejamento, traduzido em discussão de prioridades e direcionamentos acertados, execução de PDV buscando a melhor solução para atingir as metas determinadas, ou seja, aumentando a satisfação e o contato com os shoppers e a rentabilidade.

Com um mercado que se transforma em um ritmo acelerado, as empresas buscam a melhor performance e a melhor forma de gestão, mas trabalhar isoladamente, sem a integração, já é coisa do passado.

Tomar as decisões em conjunto, com base nas informações precisas e colhidas diretamente da fonte, ou



seja, com o consumidor, faz com que o varejo e a indústria entendam melhor a jornada de compra, preparando para agir rapidamente quando houver alguma mudança. Além de evitar ruptura nas lojas, conseguir comprar melhor, abastecer de forma rápida e verificando as demandas reais pelos produtos.

A indústria e o varejo com o In Plant mostram a preocupação de construir, de forma conjunta, um relacionamento mais próximo, com investimentos de ambos os lados para dar suporte na execução do ponto de venda, construir um negócio de alta performance, apoiado em tecnologias, modelo de negócios, a fim de construir experiências vencedoras, fortalecendo

>>>

as relações, e transformando uma vantagem competitiva em um ambiente de cocriação.

Constrói-se uma reputação de confiança e parceria a longo prazo.

Uma forma de trabalho a quatro mãos, com planejamento e alinhado a uma comunicação estratégica e operacional transparente. A lição tirada aqui mostra que o fator mais

importante, ao se adotar o In Plant, é entender como cada empresa trabalha, disponibilizando recursos para que todos cresçam juntos, a cada dia, de forma próspera e sustentável. **SH**

Colaboração transparente e alinhamento estratégico



Marcelo Pimentel, CEO do GPA

PILARES ESTRATÉGICOS

“Entre as prioridades estratégicas do que chamamos de “Novo GPA”, definimos manter foco em seis pilares estratégicos (Top line, NPS, Digital, Expansão, Rentabilidade, ESG & Cultura) e 20 projetos, que guiam a atuação da companhia no sentido de retomarmos a posição de referência no segmento premium do varejo alimentar nacional. No que diz respeito ao Top line, uma das iniciativas prioritárias é a redução da ruptura, processo que tem seu resultado atrelado a diferentes fatores — internos, como uma própria reorganização de processos e atividades, e fatores externos — como nível de serviço e qualidade de entrega que engloba nossos parceiros e fornecedores.”

TOP LOG E “IN PLANT” EM AÇÃO

“Um dos pontos fundamentais nesse trabalho com nossos fornecedores é, sem dúvida, a colaboração, fundamentada na transparência, na comunicação e no alinhamento de estratégias e ações mútuas. Como forma de alavancar essa agenda, nós voltamos a realizar o Top Log, um programa do GPA inovador no varejo e que tem como foco medir o desempenho dos fornecedores e desenvolver ferramentas e processos para melhorar o nível de serviço desses parceiros. Entre as diversas iniciativas de cooperação está o uso de soluções como o In Plant, que é a disponibilização de um recurso exclusivo do fornecedor para atuar em conjunto com nosso time, e que é treinado pelo time, participa de um planejamento integrado, acompanhamento de entregas e outros assuntos do dia a dia, de forma muito mais ágil e eficaz. Temos também o que chamamos de “In Plant interno”, que é uma solução para fornecedores maiores e mais complexos, um recurso nosso que fica 100% dedicado a um fornecedor específico, e que tem o custo compartilhado. Esse tipo de trabalho colaborativo traz muitas vantagens: além da especialização dessa mão de obra, vemos uma melhoria na comunicação, mais agilidade para a tomada de decisão, além de um impacto imediato também no nível de serviço dos fornecedores e, principalmente, para nossos clientes, com a redução de ruptura. O In Plant é uma forma de trabalho já conhecida no universo do varejo, e que temos buscado usar cada vez mais, adaptando e melhorando para servir para a necessidade do nosso negócio.”

Case de sucesso Ypê com GPA

ESTRATÉGIAS EM CONJUNTO

“Quando falamos em nível de serviço com o varejo, participamos dos programas logísticos como Top Log e FAZLog, pelos quais mensalmente acompanhamos os indicadores e direcionamos planos de ações. Temos também reuniões periódicas de JBP em que definimos as estratégias de crescimento em conjunto com os clientes nacionais e regionais. Nossa estratégia para o futuro é continuar com o foco no cliente e entregar serviço de qualidade em toda a cadeia de abastecimento. Em 2022, a Ypê evoluiu positivamente o nível de serviço em todos os clientes, seguindo a estratégia de crescimento, inclusive com a expansão do CD 4.0, de Amparo, se tornando um dos CDs mais modernos e tecnológicos do Brasil e América Latina.”

REDUÇÃO DE RUPTURA

“Toda a expansão e investimento foi complementar ao trabalho colaborativo firmado no JBP de 2022 junto aos clientes e um dos destaques de melhoria no nível de serviço foi com o GPA, com o qual evoluímos em 11% o case *fill rate*, reduzimos as rupturas nas lojas para uma escala abaixo dos 3% e iniciamos com o In Plant dedicado que irá fortalecer ainda mais o trabalho colaborativo entre Ypê e GPA. Para 2023, estamos no programa TOP LOG e novamente com o nosso JBP, com a expectativa de superar ainda mais os resultados”.



Marcio Briz Amuri, diretor nacional de Vendas da Ypê

Atuação constante no PDV



Roberto Vieira, Trade Marketing Manager Brasil da Ferrero

PROMOTORES SÃO EXECUTIVOS DE NEGÓCIOS

“Enxergamos nosso time de promotores como executivos de negócios, profissionais responsáveis não apenas pelo abastecimento como também pela influência para garantir uma exposição de produtos que melhore a experiência de compra do shopper. Por isso, nossa equipe está sempre atualizada quanto às prioridades e conceitos mais recentes em termos de execução, recebendo treinamentos frequentes oferecidos pela Ferrero. Dentro das lojas, nossos promotores asseguram o abastecimento correto, com uma quantidade exata para a demanda do lojista; implementam o programa loja perfeita — modelo que garante a melhor experiência de compra ao shopper; e que os produtos Ferrero expostos estejam em sua melhor condição e frescor. Além disso, durante os principais eventos do ano, nossos profissionais permitem aos varejistas que as execuções possam ser feitas de forma antecipada, aumentando o contato com os shoppers e incrementando as vendas para o período.”

PARCEIROS DISTRIBUIDORES

“Sabemos também que chegamos a milhares de PDVs graças ao auxílio de parceiros distribuidores. Por isso, nos preocupamos em oferecer programas e capacitação a estes mesmos parceiros, com a mesma qualidade que capacitamos nosso próprio time. Apenas desta forma conseguimos garantir que o consumidor Ferrero, independentemente do local em que esteja, tenha acesso à melhor experiência possível com nossos produtos.”

Ciberimunidade como aliada

Uso massivo da tecnologia amplia vulnerabilidade a ameaças virtuais que causam prejuízos reais às empresas, como sequestro de dados e vazamento de informações da companhia, de parceiros e de clientes. Saiba como reforçar suas defesas

POR GISELI CABRINI

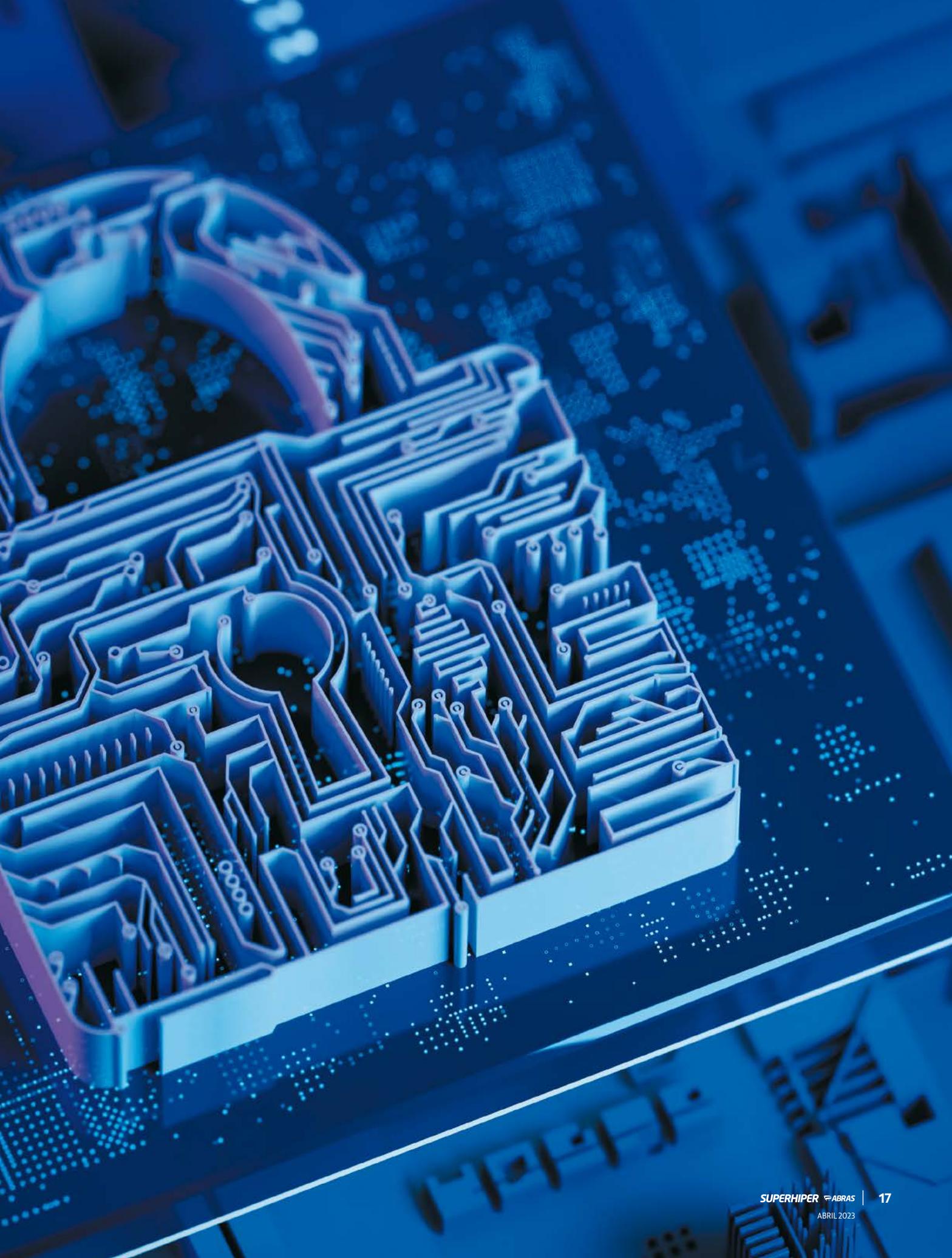
>> A exemplo do que acontece com o corpo humano, computadores e dispositivos eletrônicos — como celulares — estão expostos a uma variedade de ameaças virtuais. Seja por meio de diferentes tipos de *malwares* (softwares maliciosos), ações de engenharia social — armadilhas que levam o usuário a liberar o acesso do invasor sem se dar conta disso ou, até mesmo, assédio a funcionários —, os hackers compor-

tam-se de modo similar aos vírus que atacam os organismos vivos. Cada vez mais aptos a minar as defesas dos sistemas de segurança (*firewalls*), eles invadem clandestinamente aquele ambiente e causam prejuízos reais para as finanças e a reputação das empresas.

O que está em jogo é extremamente valioso: o acesso remoto e furtivo aos sistemas da companhia e a todos os dados dela, de parceiros e de clientes. Não é à toa que entre as práticas mais recorrentes de ciberataques no mundo e no Brasil estão: *backdoor*, sequestro de dados e *phishing*.

“O *backdoor* é um método pelo qual usuários não autorizados conseguem contornar as medidas usuais de segurança e obter acesso de usuário administrador em um siste-

>>>



ma de computador, rede ou aplicativo de software. Uma vez dentro, os cibercriminosos podem usar essa ‘porta’ para roubar dados pessoais e financeiros, instalar um *malware* adicional e sequestrar dispositivos”, explica o coordenador acadêmico do curso de Defesa Cibernética do Centro Universitário Fiap, Rafael da Silva Santos.

Por sua vez, o *ransomware* é o que acontece quando todos os dados de uma empresa são criptografados e para recuperá-los é exigido um resgate com altas cifras, geralmente em criptomoedas, como Bitcoin. Segundo a NovaRed, os valores podem facilmente ultrapassar US\$ 500 mil. Mas os gastos não costumam parar por aí. Dependendo do nível de maturidade digital, muitas vezes, após o ataque, é preciso arcar com ações corretivas e de reparo.

Ainda que as companhias tenham avançado na detecção e no combate a essa versão de malware, o tempo médio para concluir um ataque desse tipo, que era de dois meses em 2019, diminuiu para menos de quatro dias. A informação é do último relatório anual X-Force Threat Intelligence Index da IBM.



“O setor varejista lida com uma grande quantidade de informações confidenciais, além de dados pessoais e financeiros de clientes. Isso é altamente cobiçado por criminosos cibernéticos que podem usá-los para cometer fraudes, roubo de identidade e outros atos ilícitos”

RAFAEL SILVA,
coordenador acadêmico do curso de Defesa Cibernética do Centro Universitário Fiap

E, finalmente, *phishing* é um vetor de ataque a partir de mensagens falsas. Eduardo Hiro, sócio fundador da 5F Soluções em TI e especialista em cibersegurança, ressalta que há casos nos quais o hacker, se passando por alguém da área de suporte e ou TI, entra em contato com um colaborador da empresa e pede para que ele execute um programa ou aplicativo e, assim, ocorre a invasão.

“As empresas precisam se conscientizar que o risco é real, uma vez que isso se tornou um negócio muito lucrativo e, infelizmente, o Brasil tem sido um alvo preferencial, assim como o varejo”, afirma Mauro Natsuo Mitiue, CEO do Grupo Facimus.

No ano passado, o Brasil foi o segundo país mais atingido da América Latina, com 103,16 bilhões de tentativas de ataques cibernéticos, um aumento de 16% ante 2021, quando foram apuradas 88,5 bilhões de ocorrências. Os dados são de um levantamento do FortiGuard Labs, laboratório de inteligência e análise de ameaças da Fortinet, especializada em soluções de cibersegurança. O relatório descreve como os agentes de ameaças visam vulnerabilidades, constroem uma infraestrutura maliciosa e exploram seus alvos. O documento também abrange perspectivas globais e regionais, bem como tendências de ameaças que afetam os ambientes de TI e OT.

De acordo com o relatório da IBM, o varejo foi um dos segmentos com mais ataques na América Latina. A atividade respondeu por 28% das ocorrências em 2022, atrás somente do setor de manufatura por uma margem mínima. Já, no Brasil, apareceu em primeiro lugar: 31% dos ataques.



"As empresas precisam se conscientizar que o risco é real, uma vez que isso se tornou um negócio muito lucrativo e, infelizmente, o Brasil tem sido um alvo preferencial, assim como o varejo"

MAURO NATSUO MITÍUE,
CEO do Grupo Facimus

"O setor varejista lida com uma grande quantidade de informações confidenciais, além de dados pessoais e financeiros de clientes. Isso é altamente cobiçado por criminosos cibernéticos que podem usá-los para cometer fraudes, roubo de identidade e outros atos ilícitos", alerta o professor da Fiap. E acrescenta. "A falha na proteção disso pode levar à perda de confiança do cliente, danos à reputação da empresa e, conseqüentemente, prejuízos financeiros. Adicionalmente, leis como a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) estão cada vez mais exigentes em relação às empresas que não protegem adequadamente os dados dos clientes." A multa por vazamento de dados privados pode chegar a 2% do



Ameaças virtuais mais comuns

Malware: forma virtual de ataque via software criado intencionalmente para agir em qualquer tipo de dispositivo, causando danos e interceptando dados. Um vírus, por exemplo, é um malware

Tipos de malware mais comuns

Ransomware: conhecido como malware "sequestrador de dados", ele se instala no computador, criptografa todos os arquivos e, na sequência, exige um resgate, geralmente em criptomoeda, para liberar os dados do usuário.

Emotet: é um programa de malware originalmente desenvolvido no formato de trojan bancário. É conhecido por enganar programas antivírus básicos. Ele se dissemina principalmente por e-mails de spam que contêm um link malicioso ou um documento infectado.

Backdoor: é uma espécie de trojan ou "cavalo de Troia" que pode atacar por meio de malware ou ações de engenharia social. Trata-se de uma forma de se infiltrar no sistema, permitindo que o cibercriminoso acesse remotamente todos os arquivos e, assim, mude ou delete dados, execute programas ou instale outras ferramentas perigosas.

Engenharia social: forma física de ataque que se vale de algum tipo de interação/relacionamento com a vítima, seja ele pessoal ou profissional.

Tipos de ações de engenharia social mais comuns

Phishing: artefato "plantado" no dispositivo do usuário por meio de mensagem falsa que coleta credenciais de acesso e permite ao hacker acessar o sistema e fazer uso de serviços legítimos para se espalhar na rede.

Spear phishing: golpe proveniente por meio de um e-mail aparentemente de uma fonte confiável, mas que direciona a vítima e um site falso com malware. Além de roubar dados, pode instalar malwares no computador do usuário.

Business E-mail Compromise (BEC): é uma forma de ataque de phishing em que um criminoso tenta enganar um executivo sênior por meio de e-mails convincentes que podem solicitar pagamentos incomuns ou conter links para sites falsos para coletar informações, bem como vírus disfarçados de anexos inofensivos, que são ativados quando abertos.

Pretexting: ação realizada por meio de pesquisa ou perfil falso em rede social a fim de estabelecer proximidade com a vítima e extrair dela algum dado que permita a invasão e, na sequência, as ações ilícitas.

Fonte: empresas e especialistas em cibersegurança consultados para esta matéria

>>>

faturamento anual da empresa, segundo a LGPD, além de outras sanções.

Segundo especialistas ouvidos pela *SuperHiper*, o uso massivo de tecnologia — dispositivos IoT (Internet of Things — Internet das Coisas) e comunicação com 5G — amplia a exposição das empresas. “A exploração de vulnerabilidades tem por objetivo utilizar qualquer brecha existente no ambiente tecnológico que permita ao hacker executar ações maliciosas”, afirma o sócio da KPMG, Edson Honda. “O risco de um ataque cibernético iminente existe para todos e não apenas para quem atua com e-commerce. Ele pode atingir todos os sistemas, aplicações, redes, dispositivos, ambiente de servidores, etc.”, destaca o CEO da Resh Cyber Defense, Fernando Consenza.

“A exploração de vulnerabilidades tem por objetivo utilizar qualquer brecha existente no ambiente tecnológico que permita ao hacker executar ações maliciosas”

EDSON HONDA,
sócio KPMG

Boas práticas

Proteção de dentro para fora:

-  Trabalhar e difundir dentro da empresa a cultura de gestão baseada em riscos
-  Capacitação de toda a hierarquia da empresa sobre técnicas e hábitos para promover a segurança
-  Conscientização de colaboradores sobre seu papel para a descoberta e inibição de ataques
-  Monitoramento constante por meio de auditorias internas.

Políticas e ações necessárias:

-  Atualizações de sistemas e acompanhamento de notificações dos fornecedores quanto às brechas de segurança identificadas a fim de manter vulnerabilidades sob controle
-  Uso de antivírus de última geração incluindo dispositivos móveis
-  Rede de wi-fi de acesso exclusivo para visitantes. Assim, a rede interna/corporativa fica protegida
-  Controle de acessos externos incluindo dispositivos IoT (televisores, rádios, balanças, etc.)
-  Medidas de validade de senhas de usuários, senhas que expiram e política de uso de senhas
-  Firewalls atualizados em todas as unidades, descentralizando pontos de entrada com auditorias e controles de consumo e utilização de recursos por meio de Centro de Monitoramento 24 horas
-  Backup com três níveis: disco, fita e imutável.

Fonte: e mpresas supermercadistas

SOLUÇÕES

Para Honda, conhecer bem o ambiente e os riscos, além de ter um inventário dos dispositivos tecnológicos atualizado e preciso, é essencial tanto para definir uma estratégia de defesa quanto para ações de resposta e recuperação de incidentes.

Entre as soluções voltadas para reforçar a defesa dos sistemas de supermercado, incluindo o e-commerce, estão os antivírus de última geração (NGAV) — como CrowdStrike e Malwarebytes — e os testes de intrusão, também conhecidos como *pen-tests* ou *penetration tests*.

“Antivírus de última geração aprimoram o nível de segurança de um *endpoint*, isto é, qualquer dispositivo conectado à rede (notebook, tablet, smartphone, computador, etc.). Trata-se de uma evolução do antivírus tradicional

“O risco de um ataque cibernético iminente existe para todos e não apenas para quem atua com e-commerce”

**FERNANDO
CONSENZA,**
CEO da Resh
Cyber Defense



que trabalha com assinaturas de base contra *malwares* e arquivos conhecidos. NGAVs vão além e são capazes de analisar o comportamento de *malwares*, agindo de maneira preventiva para bloquear possíveis invasões”, diz Mitie do

AS MAIORES FEIRAS DE PRODUTOS ORGÂNICOS E NATURAIS DA AMÉRICA LATINA!

BIOBRAZIL FAIR
BIOFACH AMÉRICA
LATINA
into organic

17ª FEIRA INTERNACIONAL DE PRODUTOS ORGÂNICOS
E AGROECOLOGIA

**natural
tech**

17ª FEIRA DE ALIMENTAÇÃO SAUDÁVEL, SUPLEMENTOS,
PRODUTOS NATURAIS E SAÚDE

**14 A 17
JUNHO**

ANHEMBI
SÃO PAULO | BRASIL
2023
DAS 10H ÀS 20H

ABRA **MAIS** ESPAÇO NA GÔNDOLA PARA
PRODUTOS **NATURAIS E ORGÂNICOS!**



SÃO MAIS DE **700 EXPOSITORES**
E **1400 MARCAS** PARA VOCÊ
CONHECER E NEGOCIAR

- HORÁRIO EXCLUSIVO PARA NEGÓCIOS
- CENTENAS DE NOVOS FORNECEDORES
- RODADA DE NEGÓCIOS
- +60 HORAS DE PROGRAMAÇÃO
- IMPULSIONE SEU NEGÓCIO
- EXPERIÊNCIA & ATRAÇÕES

FAÇA SEU CREDENCIAMENTO GRATUITO

www.biobrazilfair.com.br



@biobrazilnaturaltech
#biobrazilfair | #naturaltech

PROMOÇÃO | ORGANIZAÇÃO

Francel Feiras

Grupo Facimus, no qual o segmento de supermercados representa 20% da carteira atual de clientes.

Para o executivo, soluções e ações de segurança da informação devem ir além de questões, como perímetro, *endpoint*, firewall e antivírus de última geração. “O primeiro passo é fazer um plano de avaliação do ambiente de risco para elaborar um plano de ação a fim de eliminar as vulnerabilidades de acordo com o nível: alto, médio ou baixo.” Na sequência, deve ser criado um Plano de Contingenciamento do Negócio (PCN). “É uma forma de assegurar a recuperação de dados a partir de uma cópia de segurança das informações [backup] que nós armazenamos em um ambiente protegido. Isso evita que a empresa fique completamente paralisada diante de um sequestro de dados.”

Segundo Mitiue, uma vez que os hackers se infiltram nos sistemas, eles sabem agir estrategicamente a fim de que a empresa se desespere e pague o resgate rapidamente no caso de sequestro de dados. “Imagine passar por isso durante datas com grande volume de transações, como Natal e dia de pagamento, por exemplo? Daí a importância de ter um plano B.”

Outro alerta feito por ele é em relação à conscientização e consolidação de uma cultura voltada à cibersegurança entre os colaboradores da empresa. “Eles precisam entender que também são responsáveis por zelar pela segurança dos dados e estar atentos aos riscos. Por exemplo, ao receber um e-mail, com um assunto totalmente fora da sua área de atuação, identifi-

“Para que cada vez mais estejamos protegidos contra qualquer tipo de vazamento de dados, atuamos em conjunto num comitê formado pelos nossos gestores, departamento jurídico e TI a fim de mapear todos os processos para que não tenhamos falhas”

ANTÔNIO MARTINS,
gerente de TI/DPO
do Grupo Asun



car que há algo suspeito e avisar imediatamente o departamento de TI. Uma postura que deve ser replicada diante de um link com uma informação tentadora demais e fora do contexto daquele ambiente.”

Mitiue acrescenta que a segurança da informação não é mais um tema isolado, mas que está interligada a tudo que faz parte da empresa principalmente a pontos vitais como transformação digital e ganho de eficiência, sem contar questões como ESG e LGPD.

“Um *PenTest* é uma ação voltada a simular um ciberataque sem paralisar o sistema da empresa. O objetivo é agir preventivamente para fechar as brechas existentes e ampliar as defesas. Nossa solução busca validar todo o investimento feito antes em segurança e aprimorá-lo para que ele seja mais efetivo”, afirma Consenza, da Resh Cyber Defense.

Segundo o executivo da Resh, comparando ações e soluções de cibersegurança ofensivas e defensivas, as voltadas ao segundo tipo demandam investimentos menos expressivos, mas prometem retornos superiores.

Ele ressalta que, embora os testes de intrusão sejam feitos em ambientes reais, eles acontecem de forma furtiva, ou seja, não geram qualquer tipo de problema ou prejuízo para as empresas, como lentidão ou paralisação das atividades. “No entanto, ao final dos testes, nós elaboramos um relatô-

rio detalhado, em português, a fim de orientar o cliente quanto aos pontos de correção. Nós não executamos essas correções, mas oferecemos todo o suporte necessário e refazemos os testes a fim de verificar se as vulnerabilidades foram eliminadas”, explica.

Assim como Mitieue, Consenza reforça que, além do investimento em soluções de cibersegurança, as empresas precisam estar, de fato, comprometidas para construir uma cultura de prevenção e combate às ameaças virtuais. “A tecnologia pode ajudar a bloquear links e arquivos anexos maliciosos, mas com certeza a educação em segurança digital é a arma mais forte para qualquer estratégia de proteção. Imagine que uma empresa consiga ter um sistema impenetrável, mas muitos funcionários usam senhas simples como ‘12345’ ou ‘senha’. Basta o criminoso

“Imagine que uma empresa consiga ter um sistema impenetrável, mas muitos funcionários usam senhas simples como ‘12345’ ou ‘senha’. Basta o criminoso testar essas combinações simples e extremamente populares que conseguirá facilmente acessar essa rede”

ROBERTO REBOUÇAS,
gerente-executivo da
Kaspersky no Brasil

testar essas combinações simples e extremamente populares que conseguirá facilmente acessar essa rede”, diz o gerente-executivo da Kaspersky no Brasil, Roberto Rebouças.

Consciente sobre isso, o Grupo Asun, em janeiro deste ano, oficializou a criação da sua Política da Segurança da Informação (PSI) como forma de ampliar os cuidados e a segurança dos dados que tramitam nos processos de trabalho interno ligados à LGPD. Com 40 lojas espalhadas por diversas regiões do Rio Grande do Sul e quase quatro mil colaboradores, o volume de informações que trafegam diariamente pelos diferentes setores da empresa, como compras, recebimento, transferências, reposição, etc. é expressivo.

O objetivo da PSI é envolver toda a organização e conscientizar os colaboradores e os prestadores de serviços sobre a importância do tema. “Para que cada vez mais estejamos protegidos contra qualquer tipo de vazamento de dados, atuamos em conjunto num comitê formado pelos nossos gestores, departamento jurídico e TI a fim de mapear todos os processos para que não tenhamos falhas”, diz o gerente de TI/DPO do Grupo Asun, Antônio Martins.

Entre as ações já adotadas e que fazem parte da PSI está a disponibilização de uma Central de Atendimento a todos

Conheça a **Instaleap**

A plataforma completa para o seu supermercado on-line



3x

mais vendas on-line

30%

de redução nos custos operacionais

+20

pontos NPS

Descubra como ajudamos as maiores redes de supermercado do mundo.

Acesse instaleap.io ou o QR Code ao lado.



os colaboradores que concentra todas as demandas de tecnologia. O objetivo é eliminar falhas nas execuções dessas demandas. "Outras medidas incluem sistemas de bloqueios em todos os computadores e análise de vulnerabilidades de todos os programas instalados nos computadores mantendo-os sempre atualizados conforme as orientações dos fabricantes de softwares", diz Martins.

APLICATIVOS

Se de um lado, a disponibilização de aplicativos, muitas vezes utilizados em programas de fidelidade, oferece muitos benefícios para os usuários legítimos, sobretudo em relação à conveniência e praticidade, de outro, abre portas para ameaças virtuais.

No *onboarding* — tela inicial do app — há possibilidade de muitos tipos de fraudes, desde identidade (abertura de contas falsas) até de abuso na utilização de cupons. Na autenticação é possível haver fraudes de invasão de contas que são, muitas vezes, ocasionadas por engenharia social via *phishing* a fim de conseguir acesso a dados confidenciais. E, por fim, nas transações podem ocorrer fraudes, como compras ilícitas e "contas laranja", isto é, transações para contas criadas para dificultar a rastreabilidade dos valores financeiros enviados, geralmente via Pix.

"Além disso, existem técnicas utilizadas não somente para comprometer os aplicativos como para que seja possível acessá-los remotamente e performar ações em nome do usuário,

"Utilizamos tecnologia proprietária de localização que combina sensores e inteligência dos dispositivos para construir uma *fingerprint* persistente associada a cada usuário. Para validar as transações ou autenticar o usuário, verificamos, em segundo plano, o comportamento de localização dele. Isso permite distinguir em tempo real o usuário legítimo de fraudadores e impedir roubos de conta"

ANDRÉ FERRAZ,
CEO e cofundador
da Incognia

como no caso de emuladores e malwares. Soma-se a isso o risco também de vazamentos de dados", diz o CEO e cofundador da Incognia, André Ferraz.

Especializada em identidade digital baseada em localização, a Incognia desenvolve soluções à prova de falsificação para autenticar silenciosamente usuários ao longo de sua jornada em apps. "Utilizamos tecnologia proprietária de localização que combina sensores e inteligência dos dispositivos para construir uma *fingerprint* persistente associada a cada usuário. Para validar as transações ou autenticar o usuário, verificamos, em segundo plano, o comportamento de localização dele. Isso permite distinguir em tempo real o usuário legítimo de fraudadores e impedir roubos de conta", explica Ferraz. Segundo o executivo, essa combinação de comportamento de localização e inteligência dos dispositivos gera uma proteção superior para as contas dos consumidores.

INDÚSTRIA

Em março deste ano, a Kaspersky, em parceria com o Centro Universitário Fiap, inaugurou, em São Paulo, um laboratório de cibersegurança industrial, que promete ser referência na América Latina. O objetivo é ampliar a oferta de profissionais especializados em cibersegurança a partir de um ambiente industrial realista, com painéis de operação industrial, estações de trabalho, servidores e monitoramento de rede. E isso promete beneficiar o varejo.

"As empresas do varejo que dependem de sistemas de controle industrial devem adotar medidas de segurança robustas, incluindo tecnologias de segurança cibernética avançadas, políticas de segurança claras e treinamentos regulares para usuários e funcionários. Olhando esse cenário, vemos que esta tecnologia já chegou ao varejo e precisará de sistemas de proteção que o laboratório da Fiap e a tecnologia da Kaspersky poderão oferecer tanto no presente quanto no futuro", diz o professor da Fiap.

Independentemente da solução a ser adotada e se ela terá ou não colaboração da indústria e da área acadêmica, o empresário varejista precisa fazer da ciberimunidade uma aliada. "Basicamente, a ideia é tornar o sucesso de um ciberataque algo tão difícil que o criminoso perderá o interesse em atacar a empresa e irá buscar um alvo que seja mais fácil", conclui o gerente-executivo da Kaspersky no Brasil. 



SAVING NA GESTÃO DE ABSENTEÍSMO

Quando iniciamos a implantação da gestão de absenteísmo em nossos clientes, a grande maioria dos líderes de SESMT, DP, e RH sempre nos questiona a respeito da exigência corporativa para buscar resultados e economia.

A busca de resultados na redução de custos e recuperação de tributos já é bastante conhecida e principal serviço desenvolvido pela **BMS** para proporcionar maior folego financeiro a nossos clientes e parceiros.

Essas lideranças, em função das rotinas diárias desses setores, por vezes não conseguem mensurar as vantagens do investimento na gestão de absenteísmo.

A gestão de afastados, um dos nossos produtos mais procurados quando o assunto é absenteísmo, trazem consigo os resultados de redução de custo e economia de uma forma latente e visível em curto prazo.

Trazemos aqui um case típico e recorrente onde fica evidente visualizar tais resultados de forma rápida:



Cenário inicial:

Cliente: setor supermercadista

Colaboradores: mais de 10.000



Observações no Kick Off:

70% dos colaboradores com cadastro antigo;

Limbo previdenciário inicial:

550 colaboradores

Inicialmente os controles e gestão “manualizada” por parte do cliente apresentam um diagnóstico aproximado da realidade, quando iniciamos nosso trabalho, verificamos em média, um aumento na quantidade de colaboradores afastados na ordem de 10 a 18%, mostrando que o quadro atual é, normalmente, pior que o imaginado.

Nosso trabalho a partir da conciliação dos dados da empresa e registros na previdência social são compilados no sistema BMS de forma rápida onde conseguimos identificar possíveis ações para redução dessa base em curto prazo.

Neste case tivemos os resultados a seguir em **APENAS 5 MESES** de atuação onde reforçamos sempre que o sucesso do projeto está relacionado a um comprometendo da BMS e principalmente do cliente.

Na busca dos colaboradores do limbo previdenciário, um dor tão comum nas empresas e não diferente nesse case, conseguimos identificar as diversas situações de colaboradores conforme abaixo:

- a.** residindo no exterior
- b.** atuando em outra atividade econômica como empregador ou outro emprego
- c.** com processos judiciais contra o INSS sem acompanhamento e conhecimento da empresa;
- d.** recursos administrativos
- e.** concursados em atividade
- f.** falecidos, sim, você leu colaborador falecido na folha de pagamento

Os resultados são instantâneos:

80%
de redução
no limbo
previdenciário

90% dos
colaboradores mapeados

E não se resumem apenas nisso.

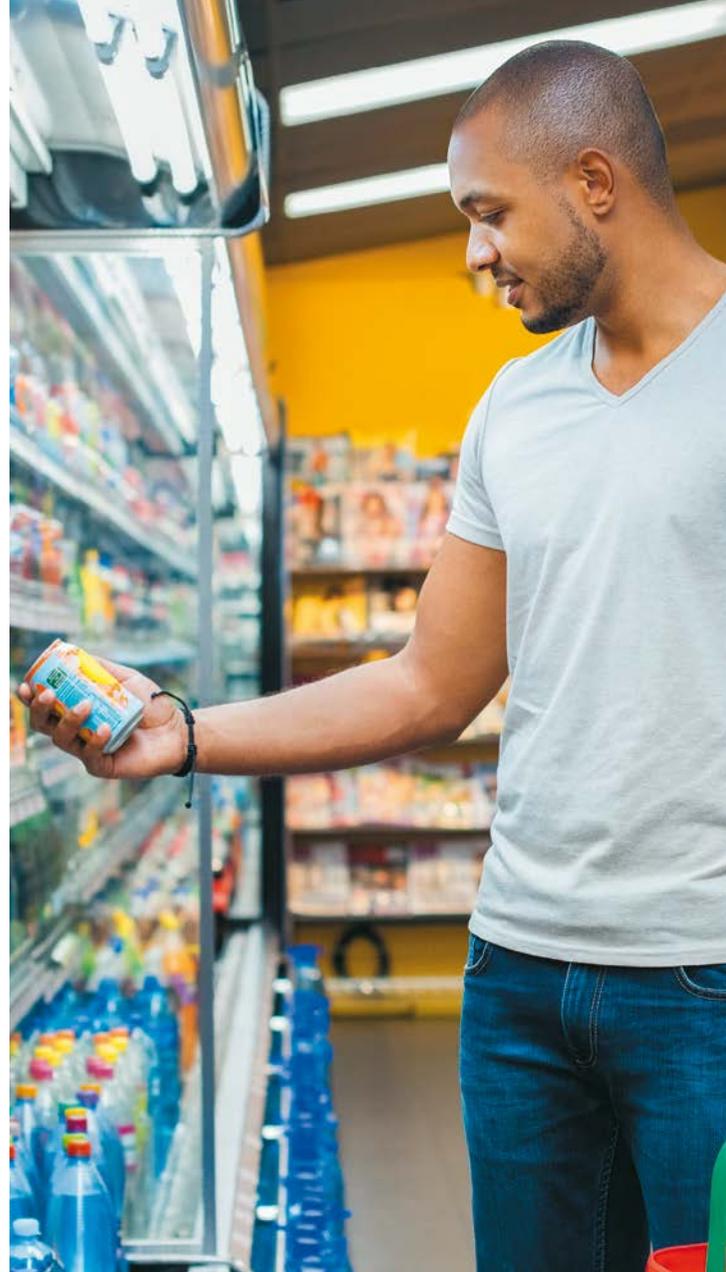
Esse cliente constatou outras vantagens de ter a seu favor o sistema automatizado da BMS acelerando alguns processos que normalmente são manuais gerando os indicadores abaixo:

28%
de aumento
na média de
agendamentos de perícias

8% dos
colaboradores
excluídos da folha

Hoje, seguimos na busca incansável dos colaboradores do limbo - mas que não ultrapassam a quantidade de 100 pessoas - seguimos também com a gestão de agendamento e acompanhamento de perícias, acompanhamento diário de benefícios ativos do INSS à vencer e seus respectivos direcionamentos.

Por fim através de feedbacks extremamente positivos por parte dos colaboradores reforçamos diariamente uma das nossas maiores preocupações e que é o viés assistencial que temos na Gestão de Afastados entendendo que através da BMS Consultoria o cliente assessora o colaborador num momento as vezes tão complicado para ele e seus familiares.



As marcas preferidas do consumidor

Pesquisa Líderes de Vendas, realizada em parceria com NielsenIQ, em sua 24ª edição, apresenta as preferências dos consumidores em 150 categorias de produtos



POR **RENATA RUIZ**

>>Os consumidores tiveram um ano um tanto desafiador em 2022, com algumas mudanças no cenário econômico no País. Apesar disso tudo, a Pesquisa Líderes de Vendas apresentou um aumento de gastos no último trimestre do ano passado e também um aumento no consumo nos lares. Com este estudo, temos o prazer de anunciar as marcas que lideraram as vendas em 150 categorias de alto giro, pertencentes a seis cestas de consumo.

A pesquisa Líderes de Vendas é uma parceria de 24 anos com a NielsenIQ, agora NIQ (*veja reportagem sobre a empresa nesta edição*), um instrumento de grande importância para o varejista e para a indústria. Para o

varejista, é importante conhecer as marcas preferidas dos consumidores brasileiros, assim eles conseguem ajustar e aperfeiçoar seu sortimento. E para a indústria, ela consegue ver os produtos preferidos e ajustar suas estratégias para este e o próximo ano.

A ABRAS e NielsenIQ trabalham a cada ano para aprofundar cada vez mais este conhecimento para o auto-serviço, e aprimorar o relacionamento com a indústria. Por isso, este ano, traremos um *overview* completo realiza-

>>>

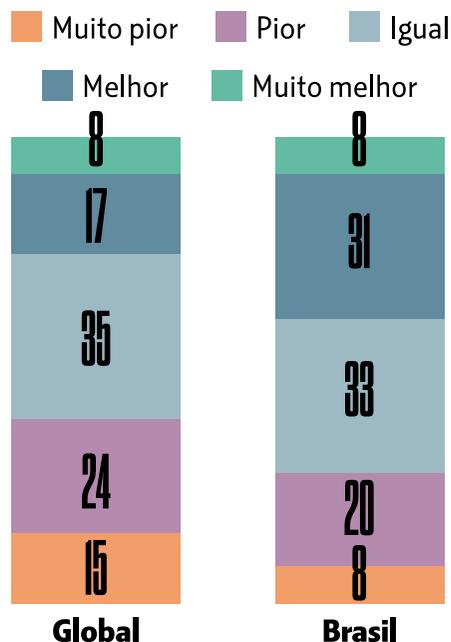
do pela empresa de inteligência de dados, com informações relevantes para o mercado.

O BRASILEIRO E SEU COMPORTAMENTO

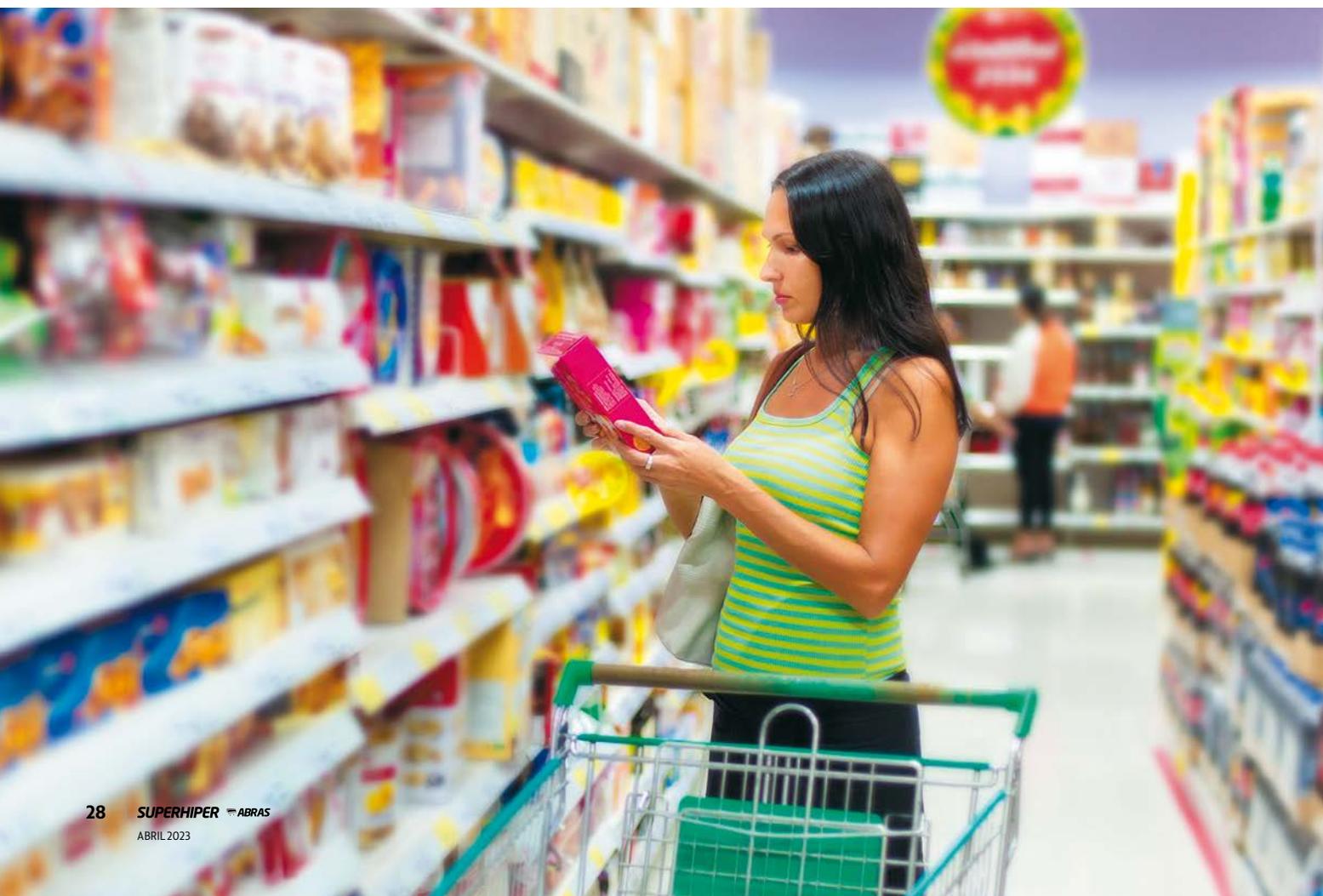
O ano de 2022 apresentou diversos desafios para os brasileiros, um cenário com grandes impactos econômicos e climáticos. Apesar do consumidor brasileiro estar preocupado com o cenário econômico do País, 39% acreditam que a situação financeira está melhor ou muito melhor.

Notou-se, em 2022, um aumento de 13% no valor das vendas em diversos canais, mas principalmente no formato *cash & carry*, com um valor de tíquete médio de 78,3%. Com o aumento na importância de compras de abastecimento, o maior tíquete médio foi registrado neste formato, e em reposição ficou com 18,3%. O que mostra que os brasileiros optaram por focar em seu abastecimento, programando um volume maior de compra neste momento.

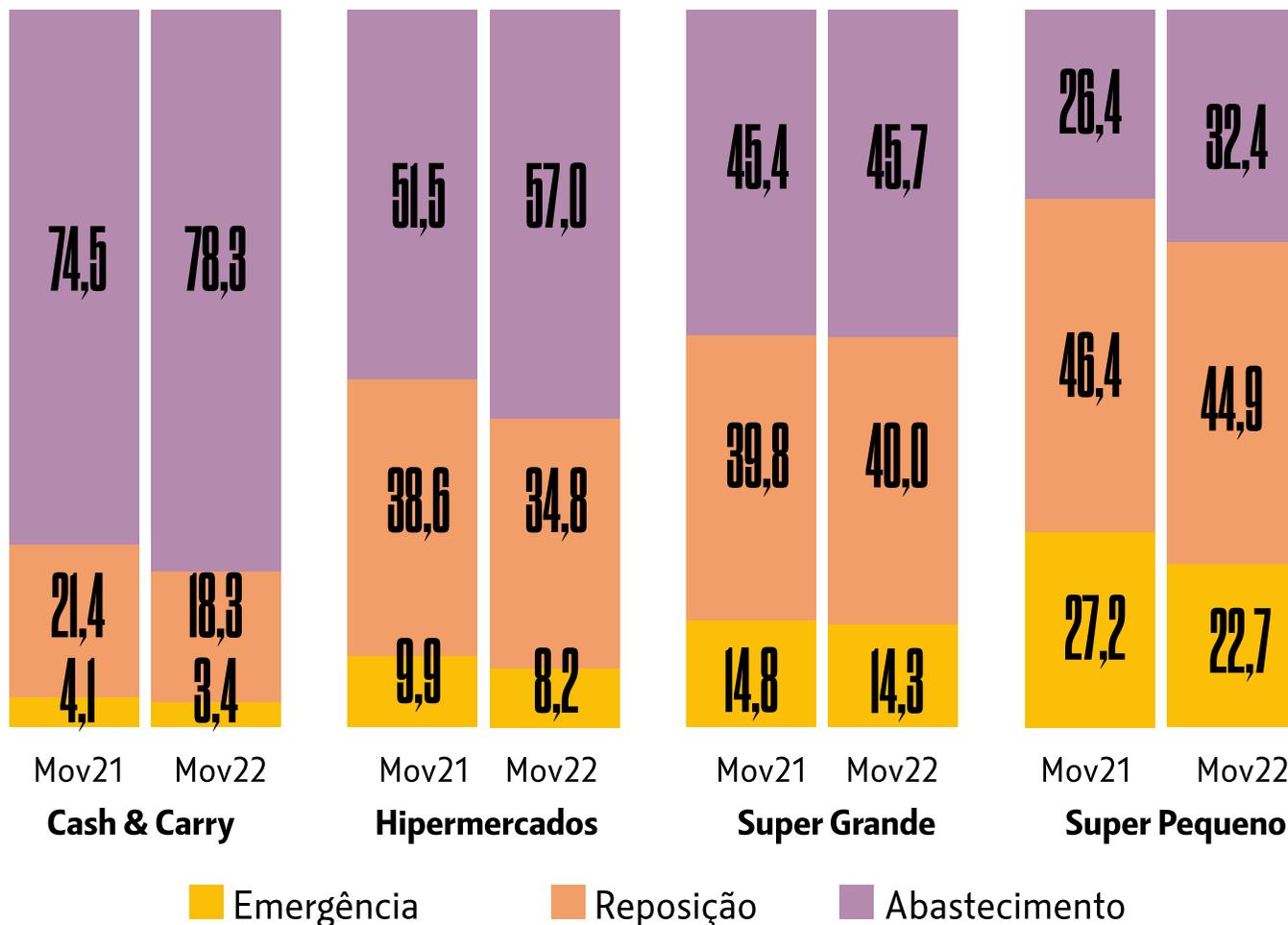
Em relação a 1 ano atrás, você diria que sua situação financeira está:



Fonte: NielsenIQ Consumer Outlook | Janeiro 2023



Aumento na importância de compras de abastecimento que possuem maior ticket médio



Fonte: NIQ | Homescan

O crescimento do atacarejo é percebido principalmente nas cestas de alimentos com 3,5% do volume, seguido de limpeza (1,1%). O consumidor prefere o cash & carry, visando se abastecer neste segmento, resultando em um maior tíquete médio. Segundo a empresa de inteligência de dados, o consumidor planeja melhor, dando preferência ao abastecimento, em seguida a reposição. O atacarejo é a principal opção para este abasteci-

mento, seguido dos hiper e supermercados, que acabam se sobressaindo no quesito de reposição e emergência.

PERSPECTIVAS PARA 2023

Para o instituto de pesquisa há uma expectativa de crescimento do PIB e uma inflação controlada para 2023, e isso refletirá no comportamento de consumo dos brasileiros. O brasileiro hoje está mais preocupado com sua segurança financeira (55%), e

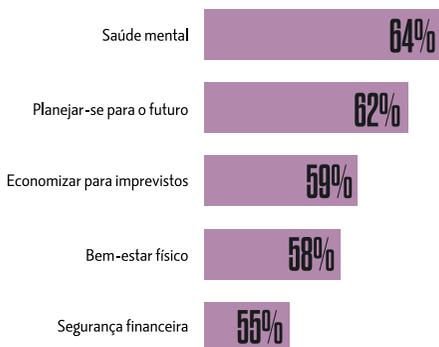
pretende gastar melhor com a alimentação, reservando 68% dos seus gastos para alimentação, divididos em hortifrúti e açougue. Esta meta, focada em produtos mais saudáveis, associa-se às metas de início do ano, que englobam emagrecimento e vida mais saudável.

Em um levantamento da NIQ, feito no primeiro trimestre de 2023, a previsão é de um crescimento para 2023 do varejo em valor e unidades

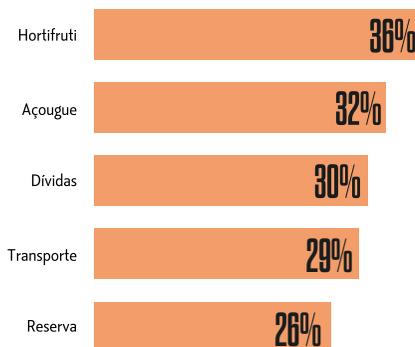
>>>

Perspectiva de consumo do brasileiro

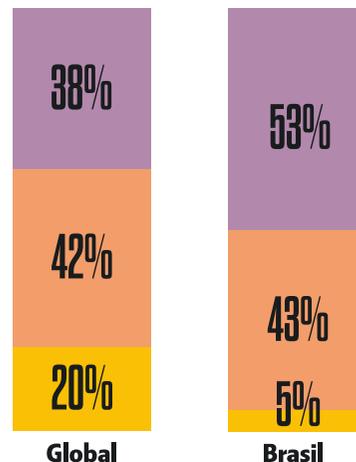
O que será mais importante para você nos próximos 12 meses



Em que você pretende gastar mais nos próximos 12 meses



Como você descreveria sua capacidade para gastar

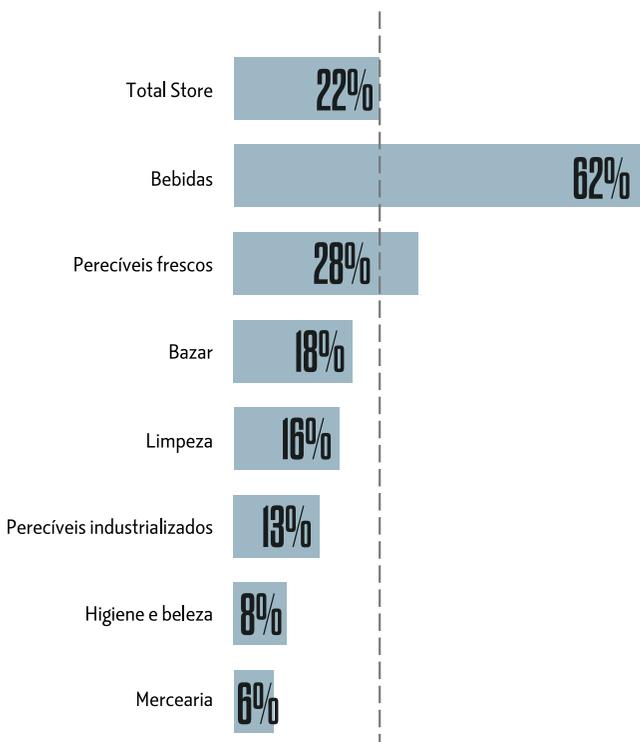


- Só tenho o suficiente para o básico
- Vivo confortavelmente e posso fazer algumas compras supérfluas
- Posso gastar livremente

Fonte: NielsenIQ Consumer Outlook | Janeiro 2023

Importância das categorias por cestas

Importância das categorias sazonais* por cesta (1º Tri'22)



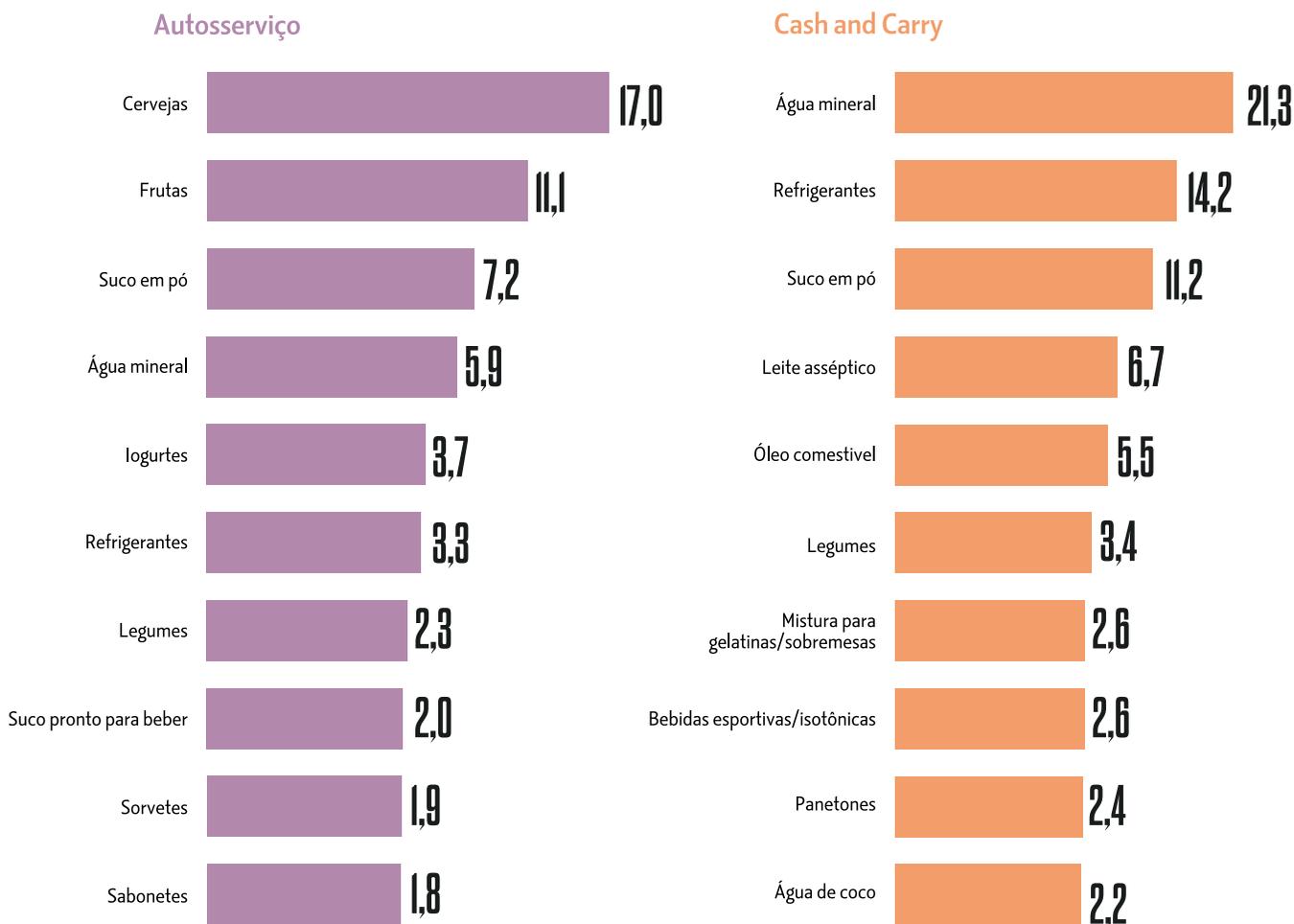
Quais são os destaques nas categorias sazonais*?

- Não alcoolicos e bebidas funcionais/saudáveis
- Frutas e legumes
- Categoria volta às aulas (cadernos, instrumentos de escrita)
- Inseticidas
- Sorvetes e açaí
- Bronzeadores e repelentes
- Peixe enlatado, misturas para gelatina/sobremestas

Fonte: NielsenIQ Total Store | Vendas em Valor | AS+C&C+FARMA BR | Q1 vs YTD22 (até W47)

*Categorias Sazonais = categorias com índice de sazonalidade >100 (maior número de vendas no Q1 vs média trimestral 22)

Categorias com maior contribuição para crescimento em unidades



Fonte: NielsenIQ Total Store | Categorias com maior contribuição para crescimento em unidades | Canais: AS; C&C; Farma | Q1 vs YTD22 (até PER11)

encabeçado pelo *cash & carry*, com concentração nos estados de Minas Gerais, Espírito Santos e interior do Rio de Janeiro.

METODOLOGIA

Os dados disponíveis neste estudo Líderes de Vendas realizado pela NielsenIQ segue o posicionamento de mercado do instituto de pesquisa, tanto em termos de canais de vendas quanto em divisão de cestas.

Com relação às tabelas que seguirão nas próximas páginas com os Líderes de Vendas, com as cinco marcas mais vendidas, estas permitem a análise do comportamento de vendas de 150 categorias de produtos de alto giro pertencentes a seis cestas de consumo especificamente no autosserviço alimentar. Este ranking de marcas exclui lojas de varejo tradicional, como empório, padaria, mercearia e outros, bares,

drogarias e o *cash & carry*, sendo definido pelo faturamento das marcas nas lojas de cadeias de autosserviços com predominância de cinco ou mais check-outs.

São analisadas vendas consumadas em valor e não a intenção de compra dos clientes. Para detectar as líderes de vendas é utilizada a metodologia de dados (scantrack) da NielsenIQ, cuja apuração das tabelas é feita num ciclo de um ano completo 

Cesta básica ainda compromete o bolso do consumidor

Mesmo com o aumento do consumo, brasileiro ainda está preocupado com os fatores econômicos na hora de se abastecer, mas está mais confiante do que no passado

POR **ROBERTO LEITE**

>>A instabilidade financeira, gerada por um cenário instável, fez com o que a cesta de alimentos puxasse os aumentos dos gastos no último trimestre. Apesar deste cenário, 39% dos brasileiros hoje acreditam que a situação melhorou ou está muito melhor. Dos brasileiros consultados, 70% acreditam que estão em uma situação pior, devido aos aumentos do custo de vida, e cerca de 80% estão preocupados com a economia do País.

Apesar do bolso apertado, a média de gasto com a cesta básica é de 51,1%, sendo a proporção entre salário mínimo e o valor da cesta básica. Mesmo com uma apreensão em torno do valor dos alimentos, houve um aumento de 13,3% da variação no valor acumulado das vendas, fazendo com que o consumidor se planejasse melhor, comprando melhor e de forma diferente. Tanto que o aumento da procura pelo cash&carry cresceu 78,3%, sendo o principal canal de abastecimento dos brasileiros.

Mesmo com um cenário desanimador, o consumo nos lares, segundo a Associação Brasileira dos Supermercados (ABRAS), superou as projeções estimadas e ficou com um aumento de 3,89% no ano de 2022.

Dentre as categorias com maior aumento de consumo podemos notar que os óleos comestíveis cresceram 5,5% em unidades, seguidos de peixes e enlatados, com 6%, e misturas para gelatinas e sobremesas com 2,6%. Nos alimentos frescos, o maior volume se concentrou em frutas e legumes, com 28%. 

51,1%
média de gasto
com cesta básica

Aumento de
5,5%
dos óleos
comestíveis





6%
peixes e
enlatados

2,6%
mistura para
gelatinas
e sobremesas

Líderes de vendas

Índice

Achocolatado em Pó	36	Feijão Preto	67
Açúcar Cristal	36	Fermento Químico	67
Açúcar Refinado	36	Fórmula Infantil	67
Adoçante Edulcorante	36	Geleia	76
Amendoim	36	Goma de Mascar	76
Arroz	46	Leite com Sabor	76
Arroz Parboilizado	46	Leite Condensado	76
Atum e Bonito	46	Leite em Pó	76
Azeite de Oliva	46	Leite Longa Vida - Desnatado/Semidesnatado	77
Azeitona	46	Leite Longa Vida - Integral	77
Biscoito Água e Sal/Cracker	47	Maionese	77
Biscoito Cookie	47	Massa Alimentícia	77
Biscoito Maria/Maisena	47	Massa Instantânea	77
Biscoito Recheado	47	Mistura para Bolos/Doces e Salgados	86
Biscoito Wafer	47	Mistura para Gelatinas/Sobremesas	86
Bolo Segmento - Bolo	56	Molho para Salada	86
Bolo Segmento - Monoporção	56	Molho Refogado	86
Café Cappuccino	56	Óleo Composto	86
Café com Leite	56	Óleo de Soja + (Algodão/Canola/Misto/Girassol/Milho/Arroz)	87
Café em Pó	56	Pão Industrializado Outros Tipos (Bisnaga, Lanche e Outros)	87
Caldo	57	Pão Industrializado Tipo Forma (Ingredientes Especiais)	87
Caramelos/Drops/Pastilhas	57	Pão Industrializado Tipo Forma - Tradicional (Branco)	88
Catchup	57	Peixe Enlatado	88
Cereal em Barra	57	Prato Semi Pronto	88
Cereal Matinal	57	Purê/Polpa de Tomate	88
Chá	66	Salgadinho Aperitivo/Batata	88
Chocolate Bombom	66	Sopa	89
Chocolate Tablete	66	Suplemento Nutricional	89
Conserva Vegetal	66	Tempero Industrializado	89
Creme de Leite	66	Torrada	89
Farinha de Trigo	67	Vinagre	89
Feijão	67		

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:** 24 anos de liderança.

Dona Benta



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.



Quer ver mais dicas como essa?
Entre em Cozinha Dona Benta





ACHOCOLADO EM PÓ

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	NESCAU/NESTLÉ	TODDY/PEPSICO	CHOCOLATTO/3CORACOES	NESTLÉ/NESTLÉ	OVOMALTINE/AB BRASIL	86,5
NORDESTE	NESCAU/NESTLÉ	CHOCOLATTO/3CORACOES	TODDY/PEPSICO	NESTLÉ/NESTLÉ	GAROTO/NESTLÉ	81,8
MG, ES, INT. RJ	NESCAU/NESTLÉ	TODDY/PEPSICO	CHOCOLATTO/3CORACOES	GAROTO/NESTLÉ	NESTLÉ/NESTLÉ	86,5
GRANDE RJ	NESCAU/NESTLÉ	TODDY/PEPSICO	CHOCOLATTO/3CORACOES	OVOMALTINE/AB BRASIL	GAROTO/NESTLÉ	88,2
GRANDE SP	NESCAU/NESTLÉ	TODDY/PEPSICO	NESTLÉ/NESTLÉ	CHOCOLATTO/3CORACOES	OVOMALTINE/AB BRASIL	90,1
INTERIOR SP	NESCAU/NESTLÉ	TODDY/PEPSICO	CHOCOLATTO/3CORACOES	NESTLÉ/NESTLÉ	OVOMALTINE/AB BRASIL	88,7
SUL	NESCAU/NESTLÉ	TODDY/PEPSICO	CHOCOLATTO/3CORACOES	NESTLÉ/NESTLÉ	APTI/APTI	87,0
MS, GO e DF	NESCAU/NESTLÉ	TODDY/PEPSICO	CHOCOLATTO/3CORACOES	GAROTO/NESTLÉ	NESTLÉ/NESTLÉ	86,9

AÇÚCAR CRISTAL

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	DELTA/DELTA SUCROENERGIA	UNIÃO/CAMIL	GUARANI/GUARANI	ALTO ALEGRE/USINA ALTO ALEGRE	ALCON/ALCON	32,0
NORDESTE	OLHO D'ÁGUA/USINA OLHO D'ÁGUA	CAETÉ/USINA CAETÉ	NOTA 10/ALIRIO VIEIRA DA SILVA NETO	PETRIBU/USINA PETRIBU	PINDORAMA/COOP. PINDORAMA	47,3
MG, ES, INT. RJ	DELTA/DELTA SUCROENERGIA	ALCON/ALCON	ALVINHO/AGRÍCOLA PONTENOVENSE	EURO/LIRA COM. E EMPACOTADORA DE PR	NUTRISUCAR/NUTRISUCAR	44,8
GRANDE RJ	UNIÃO/CAMIL	NATIVE/USINAO FRANCISCO	CARAVELAS/USINA COLOMBO AÇÚCAR E ÁLCOOL	GUARANI/GUARANI	COLOMBO/USINA COLOMBO AÇÚCAR E ÁLCOOL	94,8
GRANDE SP	UNIÃO/CAMIL	NATIVE/NATIVE ALIMENTOS	GUARANI/GUARANI	CARAVELAS/GRUPO COLOMBO	COLOMBO/USINA COLOMBO	92,4
INTERIOR SP	GUARANI/GUARANI	UNIÃO/CAMIL	SANTA ISABEL/SANTA ISABEL	CARAVELAS/GRUPO COLOMBO	ALTO ALEGRE/USINA ALTO ALEGRE	82,4
SUL	ALTO ALEGRE/USINA ALTO ALEGRE	UNIÃO/CAMIL	D'OURO/D'OURO	GUARANI/GUARANI	CARAVELAS/GRUPO COLOMBO	64,9
MS, GO e DF	SAFIRA/SAFIRA IND. E COM.	CRISTAL/CRISTAL ALIMENTOS	ECOÇÚCAR/ANTONIO FARIAS ANICUNS	SONORA/SONORA	DOCE DIA/COOP. CAMPO NOVO	39,4



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	86,3
NORDESTE	OLHO D'ÁGUA/USINA OLHO D'ÁGUA	ALEGRE/USINA MONTE ALEGRE	UNIÃO/CAMIL	DUMEL/USINA ESTIVAS	ESTRELA/USINA ESTIVAS	81,2
MG, ES, INT. RJ	CARAVELAS/GRUPO COLOMBO	UNIÃO/CAMIL	GUARANI/GUARANI	NEVE/CAMIL	TOPÇUCAR/I.J. AGRONEGÓCIOS	93,5
GRANDE RJ	UNIÃO/CAMIL	GUARANI/GUARANI	CARAVELAS/GRUPO COLOMBO	NEVE/CAMIL	DA BARRA/CAMIL	97,3
GRANDE SP	UNIÃO/CAMIL	CARAVELAS/GRUPO COLOMBO	DA BARRA/CAMIL	ALTO ALEGRE/USINA ALTO ALEGRE	GUARANI/GUARANI	97,3
INTERIOR SP	UNIÃO/CAMIL	CARAVELAS/GRUPO COLOMBO	ALTO ALEGRE/USINA ALTO ALEGRE	DA BARRA/CAMIL	GUARANI/GUARANI	96,6
SUL	CARAVELAS/GRUPO COLOMBO	ALTO ALEGRE/USINA ALTO ALEGRE	UNIÃO/CAMIL	DA BARRA/CAMIL	GUARANI/GUARANI	89,3
MS, GO e DF	UNIÃO/CAMIL	DA BARRA/CAMIL	GUACIRA/GUACIRA ALIM.	UNIÃO GLAÇUCAR/CAMIL	ALTO ALEGRE/USINA ALTO ALEGRE	85,3



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	84,9
NORDESTE	ZERO-CAL/HYPERA PHARMA	LINEA/LINEA SUCRALOSE	ADOCYL/HYPERA PHARMA	MAGRO PLAN/LIGHTSWEET	LOWÇUCAR/LIGHTSWEET	80,5
MG, ES, INT. RJ	ZERO-CAL/HYPERA PHARMA	LINEA/LINEA SUCRALOSE	MAGRO PLAN/LIGHTSWEET	ADOCYL/HYPERA PHARMA	LOWÇUCAR/LIGHTSWEET	84,6
GRANDE RJ	ZERO-CAL/HYPERA PHARMA	LINEA/LINEA SUCRALOSE	ADOCYL/HYPERA PHARMA	MAGRO PLAN/LIGHTSWEET	UNIÃO FIT/CAMIL	85,4
GRANDE SP	ZERO-CAL/HYPERA PHARMA	LINEA/LINEA SUCRALOSE	ADOCYL/HYPERA PHARMA	FINN/HYPERA PHARMA	LOWÇUCAR/LIGHTSWEET	90,1
INTERIOR SP	ZERO-CAL/HYPERA PHARMA	LINEA/LINEA SUCRALOSE	ADOCYL/HYPERA PHARMA	LOWÇUCAR/LIGHTSWEET	MAGRO PLAN/LIGHTSWEET	88,9
SUL	ZERO-CAL/HYPERA PHARMA	MAGRO PLAN/LIGHTSWEET	LINEA/LINEA SUCRALOSE	ADOCYL/HYPERA PHARMA	LOWÇUCAR/LIGHTSWEET	81,5
MS, GO e DF	ZERO-CAL/HYPERA PHARMA	LINEA/LINEA SUCRALOSE	ADOCYL/HYPERA PHARMA	LOWÇUCAR/LIGHTSWEET	MAGRO PLAN/LIGHTSWEET	88,6

AMENDOIM

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	ELMA CHIPS/PEPSICO	DORI/DORI	PETTIZ/DORI	YOKI/GENERAL MILLS	MENDORATO/SANTA HELENA	76,1
NORDESTE	DORI/DORI	PETTIZ/DORI	ELMA CHIPS/PEPSICO	YOKI/GENERAL MILLS	AMENDUPÃ/AMENDUPÃ	81,1
MG, ES, INT. RJ	DORI/DORI	PETTIZ/DORI	ELMA CHIPS/PEPSICO	PACHÁ/PACHÁ	MENDORATO/SANTA HELENA	65,3
GRANDE RJ	ELMA CHIPS/PEPSICO	DORI/DORI	AGTAL/AGTAL	PETTIZ/DORI	MENDORATO/SANTA HELENA	78,1
GRANDE SP	ELMA CHIPS/PEPSICO	YOKI/GENERAL MILLS	DORI/DORI	PETTIZ/DORI	MENDORATO/SANTA HELENA	89,8
INTERIOR SP	ELMA CHIPS/PEPSICO	DORI/DORI	YOKI/GENERAL MILLS	PETTIZ/DORI	MENDORATO/SANTA HELENA	82,8
SUL	DORI/DORI	ELMA CHIPS/PEPSICO	PETTIZ/DORI	YOKI/GENERAL MILLS	DA COLÔNIA/FREITAS	78,9
MS, GO e DF	DORI/DORI	PETTIZ/DORI	ELMA CHIPS/PEPSICO	AMENDUPÃ/AMENDUPÃ	YOKI/GENERAL MILLS	91,4



VEM NOVIDADE POR AÍ

UM MUNDO NOVO EM SOLUÇÕES PARA
MELHORIA DA EFICIÊNCIA OPERACIONAL
PARA TODO O VAREJO ESTÁ CHEGANDO!

APAS SHOW

16 A 18 DE MAIO | 2023
SE PROGRAME PARA VISITAR
NOSSO ESTANDE
PAVILHÃO BRANCO | RUA H Nº12

GUNNEBO®
Cash Management

Líderes de vendas

Açúcar Cristal

BRASIL

- 1ª DELTA/DELTA SUCROENERGIA
- 2ª UNIÃO/CAMIL
- 3ª GUARANI/GUARANI
- 4ª ALTO ALEGRE/USINA ALTO ALEGRE
- 5ª ALCON/ALCON

Participação Top 5

32,0%

ÁREA 1

Nordeste

- 1ª OLHO D'ÁGUA/USINA OLHO D'ÁGUA
 - 2ª CAETÊ/USINA CAETÊ
 - 3ª NOTA 10/ALIRIO VIEIRA DA SILVA NETO
 - 4ª PETRIBU/USINA PETRIBU
 - 5ª PINDORAMA/COOP. PINDORAMA
- Top 5** 47,3%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

- DELTA/DELTA SUCROENERGIA
ALCON/ALCON
ALVINHO/AGRÍCOLA PONTENOVENSE
EURO/LIRA COM. E EMPACOTADORA DE PR
NUTRISUCAR/NUTRISUCAR
- 44,8%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

- UNIÃO/CAMIL
NATIVE/USINA FRANCISCO
CARAVELAS/USINA COLOMBO AÇÚCAR E ÁLCOOL
GUARANI/GUARANI
COLOMBO/USINA COLOMBO AÇÚCAR E ÁLCOOL
- 94,8%

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 GUARANI/GUARANI
 - 2ª UNIÃO/CAMIL
 - 3ª SANTA ISABEL/SANTA ISABEL
 - 4ª CARAVELAS/GRUPO COLOMBO
 - 5ª ALTO ALEGRE/USINA ALTO ALEGRE
- Top 5** 82,4%

ÁREA 6

PR, SC e RS

- ALTO ALEGRE/USINA ALTO ALEGRE
UNIÃO/CAMIL
D'OURO/D'OURO
GUARANI/GUARANI
CARAVELAS/GRUPO COLOMBO
- 64,9%

ÁREA 7

MS, GO e DF

- SAFIRA/SAFIRA IND. E COM.
CRISTAL/CRISTAL ALIMENTOS
ECOÇÚCAR/ANTONIO FARIAS ANICUNS
SONORA/SONORA
DOCE DIA/COOP. CAMPO NOVO
- 39,4%

**SÓ BRILHAMOS NAS VENDAS,
POR TER UM COMPROMISSO
SÉRIO COM VOCÊ.**



creditmarketing

Açúcar Cristal Delta,
o número 1 do Brasil.



Assumir a liderança nacional de vendas na categoria Açúcar Cristal, por mais um ano consecutivo, é um reconhecimento tão valioso para a nossa trajetória.



Delta
SUCROENERGIA

Líderes de vendas

Açúcar Refinado

BRASIL

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

Participação Top 5

86,3%

ÁREA 1

Nordeste

- 1ª OLHO D'ÁGUA/USINA OLHO D'ÁGUA
 - 2ª ALEGRE/USINA MONTE ALEGRE
 - 3ª UNIÃO/CAMIL
 - 4ª DUMEL/USINA ESTIVAS
 - 5ª ESTRELA/USINA ESTIVAS
- Top 5** 81,2%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

- CARAVELAS/GRUPO COLOMBO
 - UNIÃO/CAMIL
 - GUARANI/GUARANI
 - NEVE/CAMIL
 - TOPÇUCAR/J.J. AGRONEGÓCIOS
- 93,5%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

- UNIÃO/CAMIL
 - GUARANI/GUARANI
 - CARAVELAS/GRUPO COLOMBO
 - NEVE/CAMIL
 - DA BARRA/CAMIL
- 97,3%

ÁREA 4

Grande São Paulo

- UNIÃO/CAMIL
 - CARAVELAS/GRUPO COLOMBO
 - DA BARRA/CAMIL
 - ALTO ALEGRE/USINA ALTO ALEGRE
 - GUARANI/GUARANI
- 97,3%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

- 1ª UNIÃO/CAMIL
 - 2ª CARAVELAS/GRUPO COLOMBO
 - 3ª ALTO ALEGRE/USINA ALTO ALEGRE
 - 4ª DA BARRA/CAMIL
 - 5ª GUARANI/GUARANI
- Top 5** 96,6%

ÁREA 6

PR, SC e RS

- CARAVELAS/GRUPO COLOMBO
 - ALTO ALEGRE/USINA ALTO ALEGRE
 - UNIÃO/CAMIL
 - DA BARRA/CAMIL
 - GUARANI/GUARANI
- 89,3%

ÁREA 7

MS, GO e DF

- UNIÃO/CAMIL
 - DA BARRA/CAMIL
 - GUACIRA/GUACIRA ALIM.
 - UNIÃO GLAÇUCAR/CAMIL
 - ALTO ALEGRE/USINA ALTO ALEGRE
- 85,3%

união

Transformando momentos em sorrisos
e açúcares em vendas.



Pela 24ª vez seguida, União é considerada a marca líder
de vendas pela revista SuperHiper da ABRAS.
Um reconhecimento que nós transformamos em agradecimento.

União. Sabor que transforma.

www.uniao.com.br

 FACEBOOK/CIAUNIAO

 YOUTUBE/CIAUNIAO

 INSTAGRAM/CIAUNIAO

 TIKTOK/CIAUNIAO

Líderes de vendas

Arroz

BRASIL

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

Participação Top 5

29,2%

ÁREA 1

Nordeste

- 1^a PAINHO/CDA
 - 2^a TIA DORA/TIA DORA
 - 3^a TIO JOÃO/JOSAPAR
 - 4^a CAMIL/CAMIL
 - 5^a EMOÇÕES/NELSON WENDT
- Top 5** 29,0%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

- PRATO FINO/PIRAHY ALIMENTOS
 - SEPE/COOP. TRITÍCOLA SEPEENSE
 - CAMIL/CAMIL
 - TIA JU/ENGENHO A.M.
 - TIO JOÃO/JOSAPAR
- 41,8%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

- TIO JOÃO/JOSAPAR
 - CARREIRO/CAMIL
 - TIO MINGOTE/JOSAPAR
 - DONA ELZA/COM.DE CEREIS AMARILHO
 - PALMARES/ARROZEIRA PALMARES
- 46,5%

ÁREA 4

Grande São Paulo

- CAMIL/CAMIL
 - PRATO FINO/PIRAHY ALIMENTOS
 - TIO JOÃO/JOSAPAR
 - SOLITO/BRÁSILIA ALIMENTOS
 - RARAZ/RARAZ
- 70,6%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

- 1^a CAMIL/CAMIL
 - 2^a EMPÓRIO SÃO JOÃO/CEREALISTA SÃO JOÃO
 - 3^a PRATO FINO/PIRAHY ALIMENTOS
 - 4^a TIO JOÃO/JOSAPAR
 - 5^a PATEKO/BOA FÉ IND. E COM.
- Top 5** 45,8%

ÁREA 6

PR, SC e RS

- TIO JOÃO/JOSAPAR
 - BURITI/COOP. JURITI
 - PRATO FINO/PIRAHY ALIMENTOS
 - NAMORADO/CAMIL
 - TIO URBANO/URBANO AGROINDUSTRIAL
- 36,5%

ÁREA 7

MS, GO e DF

- CRISTAL/CRISTAL ALIMENTOS
 - TIO LAUTÉRIO/ARROZEIRA SEPEENSE
 - TIO JOÃO/JOSAPAR
 - TIO JORGE/CDA
 - BREJEIRO/ORLÂNDIA
- 47,6%

SABE QUAL O SEGREDO PRA CHEGAR AO TOPO? COMEÇAR DA BASE.



Camil conquista o 1º lugar no ranking das marcas mais vendidas de arroz pela 8ª vez seguida. Um reconhecimento que nos enche de energia e motivação para continuar entregando qualidade nas refeições.

ARROZ E FEIJÃO CAMIL, A BASE DO BRASIL.



Líderes de vendas

Arroz Parboilizado

BRASIL

- 1^a TIO JOÃO/JOSAPAR
- 2^a BURITI/COOP. JURITI
- 3^a CAMIL/CAMIL
- 4^a PRATO FINO/PIRAHY ALIMENTOS
- 5^a URBANO/URBANO AGROINDUSTRIAL

Participação Top 5

34,7%

ÁREA 1

Nordeste

- 1^a EMOÇÕES/NELSON WENDT
 - 2^a URBANO/URBANO AGROINDUSTRIAL
 - 3^a SEPE/COOP. TRITÍCOLA SEPEENSE
 - 4^a VÔ OLÍMPIO/OLÍMPIO JUST. E CIA
 - 5^a BOM NO PRATO/ARROZEIRA BOM JESUS
- Top 5** 37,7%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

- PRATO FINO/PIRAHY ALIMENTOS
 - TIO JOÃO/JOSAPAR
 - SEPE/COOP. TRITÍCOLA SEPEENSE
 - TIA JU/ENGENHO A.M.
 - CODIL/CODIL COOP
- 64,0%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

- CARRETEIRO/CAMIL
 - TIO JOÃO/JOSAPAR
 - TIO MINGOTE/JOSAPAR
 - ÇAÇAROLA/COOP. JACINTO MACHADO
 - BOM NO PRATO/ARROZEIRA BOM JESUS
- 54,7%

ÁREA 4

Grande São Paulo

- CAMIL/CAMIL
 - TIO JOÃO/JOSAPAR
 - PRATO FINO/PIRAHY ALIMENTOS
 - SOLITO/BRASÍLIA ALIMENTOS
 - RARAZ/RARAZ
- 83,5%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

- 1^a CAMIL/CAMIL
 - 2^a TIO JOÃO/JOSAPAR
 - 3^a PRATO FINO/PIRAHY ALIMENTOS
 - 4^a SOLITO/BRASÍLIA ALIMENTOS
 - 5^a PATEKO/BOA FÉ IND. E COM.
- Top 5** 76,0%

ÁREA 6

PR, SC e RS

- BURITI/COOP. JURITI
 - TIO JOÃO/JOSAPAR
 - URBANO/URBANO AGROINDUSTRIAL
 - RAMPINELLI/RAMPINELLI ALIM.
 - BLUE VILLE/SANTA LUCIA
- 46,9%

ÁREA 7

MS, GO e DF

- TIO JOÃO/JOSAPAR
 - URBANO/URBANO AGROINDUSTRIAL
 - CRISTAL/CRISTAL ALIM.
 - CAMIL/CAMIL
 - TIO JORGE/CDA
- 75,3%

O LÍDER DE VENDAS NO BRASIL



Na memória e nas mesas dos brasileiros!

Assim é Tio João, marca **Top of Mind** da Folha de S.Paulo, e **líder de vendas** no país!

Afinal, o **Arroz Parboilizado Tio João** é o **mais vendido do Brasil** em sua categoria, uma conquista baseada em dois pilares: o compromisso de entregar opções de qualidade em todos os cantos do Brasil e a confiança que os consumidores têm em nossos produtos.

E estar no topo nacional de vendas tem um sabor especial.

Isso porque, acreditamos que **Cozinhar Aproxima** e, ao estarmos presentes diariamente nas refeições de tantas pessoas, temos a certeza de que seguimos cada vez mais próximos de quem realmente nos importa: você!

A todos que fazem parte desta conquista, o nosso muito obrigado!



32
ANOS

arroz
Tio João



100 ANOS
ALIMENTANDO
HISTÓRIAS

tiojoao.com.br

@arroz_tiojoao

/arroztiojoao

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	PAINHO/CDA	TIA DORA/TIA DORA	TIO JOÃO/JOSAPAR	CAMIL/CAMIL	EMOÇÕES/NELSON WENDT	29,0
MG, ES, INT. RJ	PRATO FINO/PIRAHY ALIMENTOS	SEPE/COOP. TRITÍCOLA SEPEENSE	CAMIL/CAMIL	TIA JU/ENGENHO A.M.	TIO JOÃO/JOSAPAR	41,8
GRANDE RJ	TIO JOÃO/JOSAPAR	CARRETEIRO/CAMIL	TIO MINGOTE/JOSAPAR	DONA ELZA/COM.DE CEREAIS AMARILHO	PALMARES/ARROZEIRA PALMARES	46,5
GRANDE SP	CAMIL/CAMIL	PRATO FINO/PIRAHY ALIMENTOS	TIO JOÃO/JOSAPAR	SOLITO/BRASÍLIA ALIMENTOS	RARAZ/RARAZ	70,6
INTERIOR SP	CAMIL/CAMIL	EMPÓRIO SÃO JOÃO/CEREALISTA SÃO JOÃO	PRATO FINO/PIRAHY ALIMENTOS	TIO JOÃO/JOSAPAR	PATEKO/BOA FÉ IND. E COM.	45,8
SUL	TIO JOÃO/JOSAPAR	BURITI/COOP. JURITI	PRATO FINO/PIRAHY ALIMENTOS	NAMORADO/CAMIL	TIO URBANO/URBANO AGROINDUSTRIAL	36,5
MS, GO e DF	CRISTAL/CRISTAL ALIMENTOS	TIO LAUTÉRIO/ARROZEIRA SEPEENSE	TIO JOÃO/JOSAPAR	TIO JORGE/CDA	BREJEIRO/ORLÂNDIA	47,6

ARROZ PARBOILIZADO						
	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	TIO JOÃO/JOSAPAR	BURITI/COOP. JURITI	CAMIL/CAMIL	PRATO FINO/PIRAHY ALIMENTOS	URBANO/URBANO AGROINDUSTRIAL	34,7
NORDESTE	EMOÇÕES/NELSON WENDT	URBANO/URBANO AGROINDUSTRIAL	SEPE/COOP. TRITÍCOLA SEPEENSE	VÔ OLÍMPIO/OLÍMPIO JUST. E CIA	BOM NO PRATO/ARROZEIRA BOM JESUS	37,7
MG, ES, INT. RJ	PRATO FINO/PIRAHY ALIMENTOS	TIO JOÃO/JOSAPAR	SEPE/COOP. TRITÍCOLA SEPEENSE	TIA JU/ENGENHO A.M.	CODIL/CODIL COOP	64,0
GRANDE RJ	CARRETEIRO/CAMIL	TIO JOÃO/JOSAPAR	TIO MINGOTE/JOSAPAR	CAÇAROLA/COOP. JACINTO MACHADO	BOM NO PRATO/ARROZEIRA BOM JESUS	54,7
GRANDE SP	CAMIL/CAMIL	TIO JOÃO/JOSAPAR	PRATO FINO/PIRAHY ALIMENTOS	SOLITO/BRASÍLIA ALIMENTOS	RARAZ/RARAZ	83,5
INTERIOR SP	CAMIL/CAMIL	TIO JOÃO/JOSAPAR	PRATO FINO/PIRAHY ALIMENTOS	SOLITO/BRASÍLIA ALIMENTOS	PATEKO/BOA FÉ IND. E COM.	76,0
SUL	BURITI/COOP. JURITI	TIO JOÃO/JOSAPAR	URBANO/URBANO AGROINDUSTRIAL	RAMPINELLI/RAMPINELLI ALIM.	BLUE VILLE/SANTA LUCIA	46,9
MS, GO e DF	TIO JOÃO/JOSAPAR	URBANO/URBANO AGROINDUSTRIAL	CRISTAL/CRISTAL ALIM.	CAMIL/CAMIL	TIO JORGE/CDA	75,3

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	96,6
NORDESTE	GOMES DA COSTA/GDC	COQUEIRO/CAMIL	ROBINSON CRUSOE/ROBINSON CRUSOE	88/GDC	PESCADOR/CAMIL	98,3
MG, ES, INT. RJ	GOMES DA COSTA/GDC	COQUEIRO/CAMIL	ROBINSON CRUSOE/ROBINSON CRUSOE	88/GDC	CAPONE/SEAFMAN	96,0
GRANDE RJ	GOMES DA COSTA/GDC	COQUEIRO/CAMIL	ROBINSON CRUSOE/ROBINSON CRUSOE	88/GDC	PESCADOR/CAMIL	96,7
GRANDE SP	GOMES DA COSTA/GDC	COQUEIRO/CAMIL	ROBINSON CRUSOE/ROBINSON CRUSOE	88/GDC	PESCADOR/CAMIL	96,8
INTERIOR SP	GOMES DA COSTA/GDC	COQUEIRO/CAMIL	ROBINSON CRUSOE/ROBINSON CRUSOE	88/GDC	PESCADOR/CAMIL	97,0
SUL	GOMES DA COSTA/GDC	COQUEIRO/CAMIL	ROBINSON CRUSOE/ROBINSON CRUSOE	88/GDC	PESCADOR/CAMIL	96,1
MS, GO e DF	GOMES DA COSTA/GDC	COQUEIRO/CAMIL	ROBINSON CRUSOE/ROBINSON CRUSOE	88/GDC	CAPONE/SEAFMAN	96,9



AZEITE DE OLIVA						
	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	GALLO/GALLO	ANDORINHA/SOVENA	BORGES/CARGILL	OLIVE/OLISUR	TERRAS DE CAMÕES/J.C.COIMBRA	72,4
NORDESTE	ANDORINHA/SOVENA	GALLO/GALLO	BORGES/CARGILL	OLIVE/OLISUR	FILIPPO BERIO/SALOV S.P.A.	74,0
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	86,2
GRANDE SP	ANDORINHA/SOVENA	GALLO/GALLO	TERRAS DE CAMÕES/J.C.COIMBRA	BORGES/CARGILL	OLIVE/OLISUR	76,7
INTERIOR SP	GALLO/GALLO	ANDORINHA/SOVENA	COCINERO/CAMIL	BORGES/CARGILL	TERRAS DE CAMÕES/J.C.COIMBRA	70,6
SUL	ANDORINHA/SOVENA	GALLO/GALLO	OLIVE/OLISUR	FILIPPO BERIO/SALOV S.P.A.	BORGES/CARGILL	57,7
MS, GO e DF	ANDORINHA/SOVENA	GALLO/GALLO	BORGES/CARGILL	OLIVE/OLISUR	TERRAS DE CAMÕES/J.C.COIMBRA	71,8

AZEITONA						
	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	VALE FÉRTIL/VALE FÉRTIL	LA VIOLETERA/LA VIOLETERA	RIVOLI/RIVOLI	PRAMESA/ANTARES BRASIL	RAIOLA/IRMÃOS RAIOLA	59,5
NORDESTE	VALE FÉRTIL/VALE FÉRTIL	LA VIOLETERA/LA VIOLETERA	RIVOLI/RIVOLI	TAMBAÚ/TAMBAÚ	RAIOLITA/IRMÃOS RAIOLA	60,2
MG, ES, INT. RJ	VALE FÉRTIL/VALE FÉRTIL	LA VIOLETERA/LA VIOLETERA	TIO PACO/SANDÉLEH ALIMENTOS	SABOROSA/SANDÉLEH ALIMENTOS	PRAMESA/ANTARES BRASIL	68,4
GRANDE RJ	PRAMESA/ANTARES BRASIL	VALE FÉRTIL/VALE FÉRTIL	RIVOLI/RIVOLI	LA VIOLETERA/LA VIOLETERA	RAIOLA/IRMÃOS RAIOLA	93,3
GRANDE SP	RIVOLI/RIVOLI	LA VIOLETERA/LA VIOLETERA	RAIOLA/IRMÃOS RAIOLA	VALE FÉRTIL/VALE FÉRTIL	DIZA/DIZA	61,4
INTERIOR SP	VALE FÉRTIL/VALE FÉRTIL	RIVOLI/RIVOLI	LA VIOLETERA/LA VIOLETERA	DIZA/DIZA	RAIOLITA/IRMÃOS RAIOLA	73,0
SUL	VALE FÉRTIL/VALE FÉRTIL	LA VIOLETERA/LA VIOLETERA	ZAELI/ZAELI	UNIAGRO/UNIAGRO	HEMMER/KRAFT HEINZ	78,6
MS, GO e DF	VALE FÉRTIL/VALE FÉRTIL	IMPERADOR/CONSERVAS IMPERADOR	LA VIOLETERA/LA VIOLETERA	CAMPO BELO/NACOM GOYA	DONANA/DONANA	66,6

BISCOITO ÁGUA E SAL/CRACKER

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	FORTALEZA/M. DIAS BRANCO	VITARELLA/M. DIAS BRANCO	MARILAN/MARILAN	PIRAQUÊ/M. DIAS BRANCO	RICHESTER/M. DIAS BRANCO	58,0
NORDESTE	FORTALEZA/M. DIAS BRANCO	PILAR/M. DIAS BRANCO	VITARELLA/M. DIAS BRANCO	MARILAN/MARILAN	RICHESTER/M. DIAS BRANCO	88,5
MG, ES, INT. RJ	AYMOREÉ/ARCOR	RICHESTER/M. DIAS BRANCO	PIRAQUÊ/M. DIAS BRANCO	MARILAN/MARILAN	VITARELLA/M. DIAS BRANCO	72,6
GRANDE RJ	RICHESTER/M. DIAS BRANCO	PIRAQUÊ/M. DIAS BRANCO	ADRIA/M. DIAS BRANCO	VITARELLA/M. DIAS BRANCO	RENATA/SELMÍ	82,5
GRANDE SP	ADRIA/M. DIAS BRANCO	VITARELLA/M. DIAS BRANCO	MARILAN/MARILAN	PIRAQUÊ/M. DIAS BRANCO	TRIUNFO/ARCOR	74,8
INTERIOR SP	MARILAN/MARILAN	VITARELLA/M. DIAS BRANCO	TRIUNFO/ARCOR	ADRIA/M. DIAS BRANCO	PIRAQUÊ/M. DIAS BRANCO	74,2
SUL	ISABELA/M. DIAS BRANCO	MARILAN/MARILAN	PARATI/PARATI	ORQUÍDEA/TONDO	PIRAQUÊ/M. DIAS BRANCO	76,0
MS, GO e DF	FORTALEZA/M. DIAS BRANCO	VITARELLA/M. DIAS BRANCO	MARILAN/MARILAN	PIRAQUÊ/M. DIAS BRANCO	RANCHEIRO/CAFÉ RANCHEIRO	76,6

BISCOITO COOKIE

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	BAUDUCCO/BAUDUCCO	TODDY/PEPSICO	JASMINE/JASMINE	SANTA EDWIGES/SANTA EDWIGES	LACTA/MONDELÉZ	64,4
NORDESTE	BAUDUCCO/BAUDUCCO	TODDY/PEPSICO	SANTA EDWIGES/SANTA EDWIGES	JASMINE/JASMINE	RICHESTER/M. DIAS BRANCO	58,0
MG, ES, INT. RJ	BAUDUCCO/BAUDUCCO	VISCONTI/BAUDUCCO	TODDY/PEPSICO	SANTA EDWIGES/SANTA EDWIGES	LACTA/MONDELÉZ	69,2
GRANDE RJ	BAUDUCCO/BAUDUCCO	TODDY/PEPSICO	JASMINE/JASMINE	NESTLÉ/NESTLÉ	SANTA EDWIGES/SANTA EDWIGES	64,4
GRANDE SP	BAUDUCCO/BAUDUCCO	TODDY/PEPSICO	JASMINE/JASMINE	LACTA/MONDELÉZ	SANTA EDWIGES/SANTA EDWIGES	71,5
INTERIOR SP	BAUDUCCO/BAUDUCCO	TODDY/PEPSICO	NESTLÉ/NESTLÉ	LACTA/MONDELÉZ	JASMINE/JASMINE	67,5
SUL	BAUDUCCO/BAUDUCCO	TODDY/PEPSICO	JASMINE/JASMINE	LACTA/MONDELÉZ	SANTA EDWIGES/SANTA EDWIGES	68,6
MS, GO e DF	BAUDUCCO/BAUDUCCO	SANTA EDWIGES/SANTA EDWIGES	TODDY/PEPSICO	LACTA/MONDELÉZ	JASMINE/JASMINE	69,0

BISCOITO MARIA/MAISENA

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	PIRAQUÊ/M. DIAS BRANCO	MARILAN/MARILAN	VITARELLA/M. DIAS BRANCO	AYMOREÉ/ARCOR	FORTALEZA/M. DIAS BRANCO	69,8
NORDESTE	VITARELLA/M. DIAS BRANCO	FORTALEZA/M. DIAS BRANCO	MARILAN/MARILAN	PILAR/M. DIAS BRANCO	ESTRELA/M. DIAS BRANCO	86,2
MG, ES, INT. RJ	PIRAQUÊ/M. DIAS BRANCO	AYMOREÉ/ARCOR	MARILAN/MARILAN	BAUDUCCO/BAUDUCCO	RICHESTER/M. DIAS BRANCO	82,7
GRANDE RJ	PIRAQUÊ/M. DIAS BRANCO	VITARELLA/M. DIAS BRANCO	MARILAN/MARILAN	RENATA/SELMÍ	BAUDUCCO/BAUDUCCO	94,6
GRANDE SP	MARILAN/MARILAN	VITARELLA/M. DIAS BRANCO	PANCO/LUA NOVA	TOSTINES/NESTLÉ	PIRAQUÊ/M. DIAS BRANCO	77,7
INTERIOR SP	MARILAN/MARILAN	VITARELLA/M. DIAS BRANCO	TRIUNFO/ARCOR	PANCO/LUA NOVA	RENATA/SELMÍ	80,1
SUL	MARILAN/MARILAN	ISABELA/M. DIAS BRANCO	PARATI/PARATI	ORQUÍDEA/TONDO	RENATA/SELMÍ	80,0
MS, GO e DF	VITARELLA/M. DIAS BRANCO	FORTALEZA/M. DIAS BRANCO	MARILAN/MARILAN	PIRAQUÊ/M. DIAS BRANCO	BAUDUCCO/BAUDUCCO	81,2

BISCOITO RECHEADO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	OREO/MONDELÉZ	TRAKINAS/MONDELÉZ	PIRAQUÊ/M. DIAS BRANCO	PASSATEMPO/NESTLÉ	BONO/NESTLÉ	43,1
NORDESTE	RICHESTER/M. DIAS BRANCO	VITARELLA/M. DIAS BRANCO	OREO/MONDELÉZ	BONO/NESTLÉ	PASSATEMPO/NESTLÉ	67,9
MG, ES, INT. RJ	AYMOREÉ/ARCOR	OREO/MONDELÉZ	PIRAQUÊ/M. DIAS BRANCO	DANIX/ARCOR	PASSATEMPO/NESTLÉ	50,0
GRANDE RJ	PIRAQUÊ/M. DIAS BRANCO	TRAKINAS/MONDELÉZ	OREO/MONDELÉZ	ADRIA/M. DIAS BRANCO	BONO/NESTLÉ	62,7
GRANDE SP	TRAKINAS/MONDELÉZ	ADRIA/M. DIAS BRANCO	OREO/MONDELÉZ	BONO/NESTLÉ	PASSATEMPO/NESTLÉ	62,0
INTERIOR SP	TRAKINAS/MONDELÉZ	OREO/MONDELÉZ	PASSATEMPO/NESTLÉ	BONO/NESTLÉ	ADRIA/M. DIAS BRANCO	53,2
SUL	ISABELA/M. DIAS BRANCO	OREO/MONDELÉZ	TRAKINAS/MONDELÉZ	BONO/NESTLÉ	PASSATEMPO/NESTLÉ	59,2
MS, GO e DF	PASSATEMPO/NESTLÉ	OREO/MONDELÉZ	BONO/NESTLÉ	NEGRESCO/NESTLÉ	BAUDUCCO/BAUDUCCO	60,0


BISCOITO WAFER

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	BAUDUCCO/BAUDUCCO	PARATI/PARATI	AMANDITA/MONDELÉZ	PIRAQUÊ/M. DIAS BRANCO	ISABELA/M. DIAS BRANCO	58,8
NORDESTE	BAUDUCCO/BAUDUCCO	RICHESTER/M. DIAS BRANCO	VITARELLA/M. DIAS BRANCO	PIRAQUÊ/M. DIAS BRANCO	AMANDITA/MONDELÉZ	71,7
MG, ES, INT. RJ	BAUDUCCO/BAUDUCCO	AYMOREÉ/ARCOR	PIRAQUÊ/M. DIAS BRANCO	RANCHEIRO/CAFÉ RANCHEIRO	KROKERO/JOSÉ DE PAULA	65,4
GRANDE RJ	BAUDUCCO/BAUDUCCO	PARATI/PARATI	PIRAQUÊ/M. DIAS BRANCO	LOOK/ITAMARATY	AMANDITA/MONDELÉZ	78,2
GRANDE SP	BAUDUCCO/BAUDUCCO	AMANDITA/MONDELÉZ	PANCO/LUA NOVA	VISCONTI/BAUDUCCO	PARATI/PARATI	71,6
INTERIOR SP	BAUDUCCO/BAUDUCCO	AMANDITA/MONDELÉZ	MARILAN/MARILAN	PARATI/PARATI	PANCO/LUA NOVA	69,6
SUL	BAUDUCCO/BAUDUCCO	ISABELA/M. DIAS BRANCO	PARATI/PARATI	AMANDITA/MONDELÉZ	ORQUÍDEA/TONDO	78,3
MS, GO e DF	BAUDUCCO/BAUDUCCO	PARATI/PARATI	RANCHEIRO/CAFÉ RANCHEIRO	AMANDITA/MONDELÉZ	RENATA/SELMÍ	69,6

Líderes de vendas

Azeitona

BRASIL

- 1ª VALE FÉRTIL/VALE FÉRTIL
- 2ª LA VIOLETERA/LA VIOLETERA
- 3ª RIVOLI/RIVOLI
- 4ª PRAMESA/ANTARES BRASIL
- 5ª RAIOLA/IRMÃOS RAIOLA

Participação Top 5

59,5%

ÁREA 1

Nordeste

- 1ª VALE FÉRTIL/VALE FÉRTIL
 - 2ª LA VIOLETERA/LA VIOLETERA
 - 3ª RIVOLI/RIVOLI
 - 4ª TAMBAÚ/TAMBAÚ
 - 5ª RAIOLITA/IRMÃOS RAIOLA
- Top 5** 60,2%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

- VALE FÉRTIL/VALE FÉRTIL
 - LA VIOLETERA/LA VIOLETERA
 - TIO PACO/SANDÉLEH ALIMENTOS
 - SABOROSA/SANDÉLEH ALIMENTOS
 - PRAMESA/ANTARES BRASIL
- 68,4%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

- PRAMESA/ANTARES BRASIL
 - VALE FÉRTIL/VALE FÉRTIL
 - RIVOLI/RIVOLI
 - LA VIOLETERA/LA VIOLETERA
 - RAIOLA/IRMÃOS RAIOLA
- 93,3%

ÁREA 4

Grande São Paulo

- RIVOLI/RIVOLI
 - LA VIOLETERA/LA VIOLETERA
 - RAIOLA/IRMÃOS RAIOLA
 - VALE FÉRTIL/VALE FÉRTIL
 - DIZA/DIZA
- 61,4%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

- 1ª VALE FÉRTIL/VALE FÉRTIL
 - 2ª RIVOLI/RIVOLI
 - 3ª LA VIOLETERA/LA VIOLETERA
 - 4ª DIZA/DIZA
 - 5ª RAIOLITA/IRMÃOS RAIOLA
- Top 5** 73,0%

ÁREA 6

PR, SC e RS

- VALE FÉRTIL/VALE FÉRTIL
 - LA VIOLETERA/LA VIOLETERA
 - ZAELI/ZAELI
 - UNIAGRO/UNIAGRO
 - HEMMER/KRAFT HEINZ
- 78,6%

ÁREA 7

MS, GO e DF

- VALE FÉRTIL/VALE FÉRTIL
 - IMPERADOR/CONSERVAS IMPERADOR
 - LA VIOLETERA/LA VIOLETERA
 - CAMPO BELO/NACOM GOYA
 - DONANA/DONANA
- 66,6%

**QUEM
COMPRA, AMA.
QUEM VENDE,
TAMBÉM.**



Vale Fértil, a marca mais vendida e lembrada do ano de 2022.

Uma conquista temperada com a sua parceria.

Há 8 anos consecutivos as azeitonas Vale Fértil são as mais vendidas do Brasil. Traga este sucesso para os seus pedidos, encha as suas gôndolas de sabor e venda mais.

Acesse vendasvalefertil.com.br para fazer excelentes negócios.



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



Líderes de vendas

Bolo - Segmento Bolo

BRASIL

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

Participação Top 5

71,4%

ÁREA 1

Nordeste

- 1^a ROMANA/BRAGA POMPEU
 - 2^a BOLO DA LUZ/BOLO DA LUZ
 - 3^a PANEVITA/PANE VITA
 - 4^a BOLO BOM/B&M
 - 5^a PANETTERIA/ROMANATO
- Top 5** 59,8%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

- PANCO/LUA NOVA
 - SEVEN BOYS/WICKBOLD
 - PULLMAN/BIMBO
 - CASA SUÍÇA/CASA SUÍÇA
 - PLUS VITA/BIMBO
- 72,8%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

- PANCO/LUA NOVA
 - PLUS VITA/BIMBO
 - PADERRI/NORAC DO BRASIL
 - SEVEN BOYS/WICKBOLD
 - FIN ARTE/FIN ARTE ALIMENTOS
- 78,1%

ÁREA 4

Grande São Paulo

- PANCO/LUA NOVA
 - SEVEN BOYS/WICKBOLD
 - PULLMAN/BIMBO
 - PADERRI/NORAC DO BRASIL
 - CASA SUÍÇA/CASA SUÍÇA
- 84,7%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

- 1^a PANCO/LUA NOVA
 - 2^a SEVEN BOYS/WICKBOLD
 - 3^a PULLMAN/BIMBO
 - 4^a CASA SUÍÇA/CASA SUÍÇA
 - 5^a PADERRI/NORAC DO BRASIL
- Top 5** 82,7%

ÁREA 6

PR, SC e RS

- PADERRI/NORAC DO BRASIL
 - PULLMAN/BIMBO
 - SEVEN BOYS/WICKBOLD
 - CASA SUÍÇA/CASA SUÍÇA
 - PANCO/LUA NOVA
- 66,1%

ÁREA 7

MS, GO e DF

- PULLMAN/BIMBO
 - PADERRI/NORAC DO BRASIL
 - SEVEN BOYS/WICKBOLD
 - CASA SUÍÇA/CASA SUÍÇA
 - BEM DA ROÇA/TELMA BEZERRA
- 84,3%



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



*Há 70 anos alimentando o mundo
com 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 SANTA CLARA/3CORACÕES
- 4^a NESCAFÉ/NESTLÉ
- 5^a IGUAÇU/3CORACÕES

Participação Top 5

89,8%

ÁREA 1

Nordeste

- 1^a 3CORACÕES/3CORACÕES
 - 2^a SANTA CLARA/3CORACÕES
 - 3^a MELITTA/MELITTA
 - 4^a NESCAFÉ/NESTLÉ
 - 5^a MARATÁ/MARATÁ
- Top 5** 95,7%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

- 3CORACÕES/3CORACÕES
 - MELITTA/MELITTA
 - STARBUCKS/STARBUCKS COFFEE
 - MERIDIANO/CAFÉ MERIDIANO
 - NESCAFÉ/NESTLÉ
- 95,5%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

- 3CORACÕES/3CORACÕES
 - MELITTA/MELITTA
 - NESCAFÉ/NESTLÉ
 - STARBUCKS/STARBUCKS COFFEE
 - LINEA/RESCAFÉ
- 99,4%

ÁREA 4

Grande São Paulo

- 3CORACÕES/3CORACÕES
 - MELITTA/MELITTA
 - STARBUCKS/STARBUCKS COFFEE
 - NESCAFÉ/NESTLÉ
 - IGUAÇU/3CORACÕES
- 96,6%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

- 1^a 3CORACÕES/3CORACÕES
 - 2^a MELITTA/MELITTA
 - 3^a NESCAFÉ/NESTLÉ
 - 4^a LA SANTE/LA SANTE
 - 5^a CAFÉ BRASILEIRO/3CORACÕES
- Top 5** 87,6%

ÁREA 6

PR, SC e RS

- 3CORACÕES/3CORACÕES
 - MELITTA/MELITTA
 - IGUAÇU/3CORACÕES
 - NESCAFÉ/NESTLÉ
 - STARBUCKS/STARBUCKS COFFEE
- 94,7%

ÁREA 7

MS, GO e DF

- 3CORACÕES/3CORACÕES
 - EXPORT/CAFÉ EXPORT
 - CAFÉ BRASILEIRO/3CORACÕES
 - MELITTA/MELITTA
 - RANCHEIRO/CAFÉ RANCHEIRO
- 88,5%



a marca regional com o sabor do Brasil

Do interior de São Paulo para a casa
e a lembrança do brasileiro.

Saiba mais e conheça
linha de produtos do
café **LaSantê**:





Líderes de vendas

Cereal em Barra

BRASIL

- 1^a NUTRY/NUTRIMENTAL

- 2^a RITTER/RITTER

- 3^a &JOY/ENOVA FOODS

- 4^a SUPINO/BANANA BRASIL

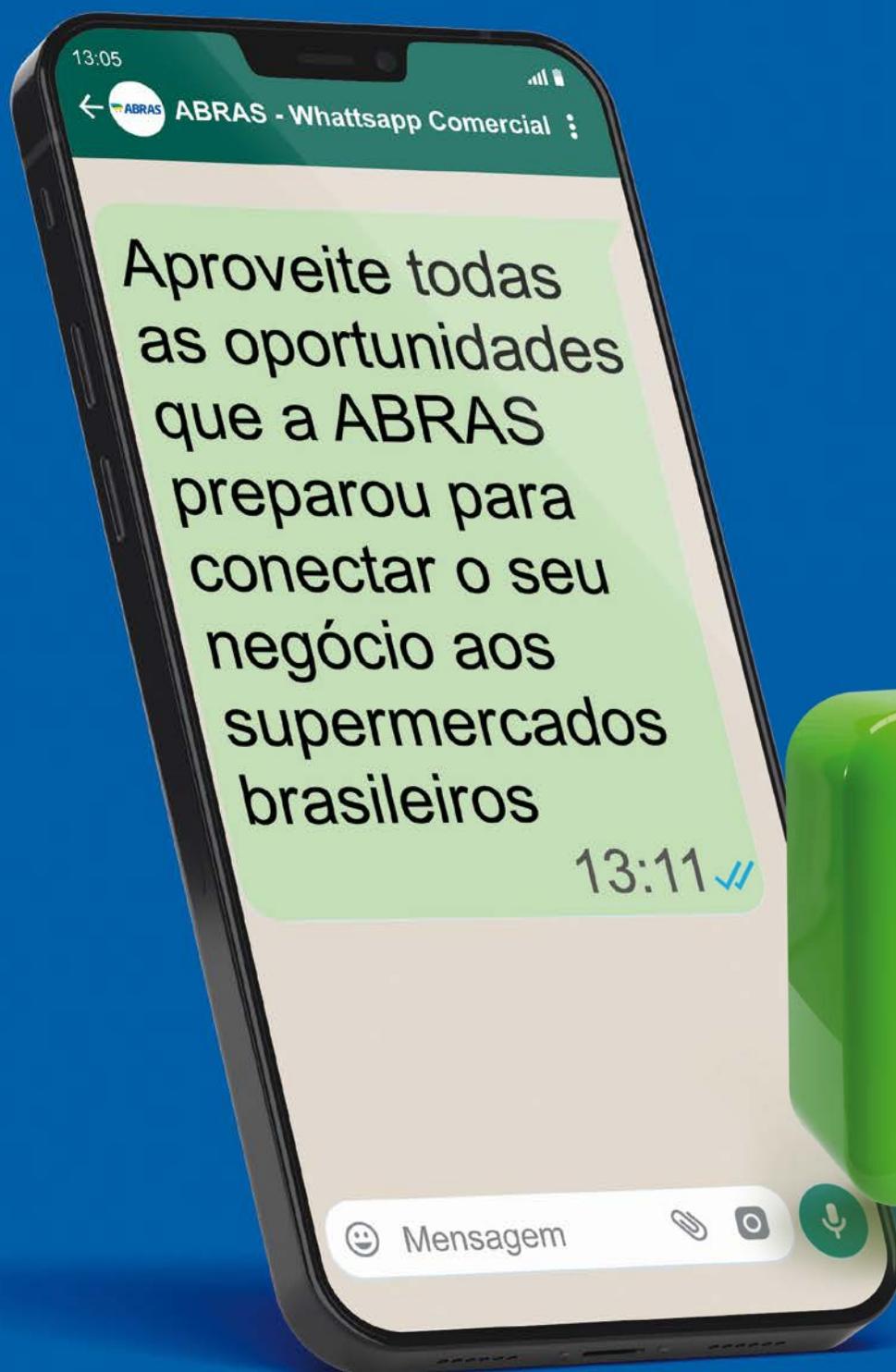
- 5^a TRIO/UNITED MILLS

Participação Top 5

72,5%

	ÁREA 1	ÁREA 2	ÁREA 3	ÁREA 4
	Nordeste	MG, ES, interior RJ	Grande Rio de Janeiro	Grande São Paulo
1 ^a	RITTER/RITTER	NUTRY/NUTRIMENTAL	RITTER/RITTER	NUTRY/NUTRIMENTAL
2 ^a	SUPINO/BANANA BRASIL	RITTER/RITTER	NUTRY/NUTRIMENTAL	&JOY/ENOVA FOODS
3 ^a	NUTRY/NUTRIMENTAL	&JOY/ENOVA FOODS	&JOY/ENOVA FOODS	NATURALE/NAT CEREAIS E ALIM.
4 ^a	NUTS/BANANA BRASIL	PINATI/SUPER SAÚDE NUTRICIONAL	SUPINO/BANANA BRASIL	RITTER/RITTER
5 ^a	&JOY/ENOVA FOODS	TRIO/UNITED MILLS	PINATI/SUPER SAÚDE NUTRICIONAL	TRIO/UNITED MILLS
Top 5	74,3%	76,1%	88,3%	62,9%
	ÁREA 5	ÁREA 6	ÁREA 7	
	Interior de São Paulo	PR, SC e RS	MS, GO e DF	
1 ^a	NUTRY/NUTRIMENTAL	RITTER/RITTER	NUTRY/NUTRIMENTAL	
2 ^a	&JOY/ENOVA FOODS	NUTRY/NUTRIMENTAL	RITTER/RITTER	
3 ^a	TRIO/UNITED MILLS	SUPINO/BANANA BRASIL	SUPINO/BANANA BRASIL	
4 ^a	KOBBER/KOBBER ALIM.	&JOY/ENOVA FOODS	TRIO/UNITED MILLS	
5 ^a	SUPINO/BANANA BRASIL	HARTS/HARTS ALIMENTOS NATURAIS	&JOY/ENOVA FOODS	
Top 5	63,7%	79,8%	74,2%	

***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



BOLO - SEGMENTO BOLO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	PANCO/LUA NOVA	SEVEN BOYS/WICKBOLD	PULLMAN/BIMBO	PADERRI/NORAC DO BRASIL	CASA SUÍÇA/CASA SUÍÇA	71,4
NORDESTE	ROMANA/BRAGA POMPEU	BOLO DA LUZ/BOLO DA LUZ	PANEVITA/PANE VITA	BOLO BOM/B&M	PANETTERIA/ROMANATO	59,8
MG, ES, INT. RJ	PANCO/LUA NOVA	SEVEN BOYS/WICKBOLD	PULLMAN/BIMBO	CASA SUÍÇA/CASA SUÍÇA	PLUS VITA/BIMBO	72,8
GRANDE RJ	PANCO/LUA NOVA	PLUS VITA/BIMBO	PADERRI/NORAC DO BRASIL	SEVEN BOYS/WICKBOLD	FIN ARTE/FIN ARTE ALIMENTOS	78,1
GRANDE SP	PANCO/LUA NOVA	SEVEN BOYS/WICKBOLD	PULLMAN/BIMBO	PADERRI/NORAC DO BRASIL	CASA SUÍÇA/CASA SUÍÇA	84,7
INTERIOR SP	PANCO/LUA NOVA	SEVEN BOYS/WICKBOLD	PULLMAN/BIMBO	CASA SUÍÇA/CASA SUÍÇA	PADERRI/NORAC DO BRASIL	82,7
SUL	PADERRI/NORAC DO BRASIL	PULLMAN/BIMBO	SEVEN BOYS/WICKBOLD	CASA SUÍÇA/CASA SUÍÇA	PANCO/LUA NOVA	66,1
MS, GO e DF	PULLMAN/BIMBO	PADERRI/NORAC DO BRASIL	SEVEN BOYS/WICKBOLD	CASA SUÍÇA/CASA SUÍÇA	BEM DA ROÇA/TELMA BEZERRA	84,3

BOLO - SEGMENTO MONOPORÇÃO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	ANA MARIA/BIMBO	BAUDUCCO/BAUDUCCO	BEBEZINHO/LUA NOVA	PANCO/LUA NOVA	WICKBOLD/WICKBOLD	78,6
NORDESTE	BAUDUCCO/BAUDUCCO	RICHESTER/M. DIAS BRANCO	ANA MARIA/BIMBO	TRELOSO/M. DIAS BRANCO	SANTA EDWIGES/SANTA EDWIGES	86,2
MG, ES, INT. RJ	BAUDUCCO/BAUDUCCO	ANA MARIA/BIMBO	SEVEN BOYS/WICKBOLD	BEBEZINHO/LUA NOVA	PANCO/LUA NOVA	86,9
GRANDE RJ	ANA MARIA/BIMBO	PANCO/LUA NOVA	BEBEZINHO/LUA NOVA	BAUDUCCO/BAUDUCCO	PINGUINOS/BIMBO	85,7
GRANDE SP	ANA MARIA/BIMBO	BEBEZINHO/LUA NOVA	BAUDUCCO/BAUDUCCO	PANCO/LUA NOVA	WICKBOLD/WICKBOLD	84,1
INTERIOR SP	ANA MARIA/BIMBO	BAUDUCCO/BAUDUCCO	BEBEZINHO/LUA NOVA	PANCO/LUA NOVA	WICKBOLD/WICKBOLD	83,4
SUL	ANA MARIA/BIMBO	BAUDUCCO/BAUDUCCO	KINDER/FERRERO	WICKBOLD/WICKBOLD	CASA SUÍÇA/CASA SUÍÇA	77,3
MS, GO e DF	BAUDUCCO/BAUDUCCO	ANA MARIA/BIMBO	RICHESTER/M. DIAS BRANCO	WICKBOLD/WICKBOLD	SUAVIPAN/PAN CHRISTIAN	88,3



CAFÉ CAPPUCCINO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	3CORACÕES/3CORACÕES	MELITTA/MELITTA	SANTA CLARA/3CORACÕES	NESCAFÉ/NESTLÉ	IGUAÇU/3CORACÕES	89,8
NORDESTE	3CORACÕES/3CORACÕES	SANTA CLARA/3CORACÕES	MELITTA/MELITTA	NESCAFÉ/NESTLÉ	MARATÁ/MARATÁ	95,7
MG, ES, INT. RJ	3CORACÕES/3CORACÕES	MELITTA/MELITTA	STARBUCKS/STARBUCKS COFFEE	MERIDIANO/CAFÉ MERIDIANO	NESCAFÉ/NESTLÉ	95,5
GRANDE RJ	3CORACÕES/3CORACÕES	MELITTA/MELITTA	NESCAFÉ/NESTLÉ	STARBUCKS/STARBUCKS COFFEE	LINEA/RESCAFÉ	99,4
GRANDE SP	3CORACÕES/3CORACÕES	MELITTA/MELITTA	STARBUCKS/STARBUCKS COFFEE	NESCAFÉ/NESTLÉ	IGUAÇU/3CORACÕES	96,6
INTERIOR SP	3CORACÕES/3CORACÕES	MELITTA/MELITTA	NESCAFÉ/NESTLÉ	LA SANTE/LA SANTE	CAFÉ BRASILEIRO/3CORACÕES	87,6
SUL	3CORACÕES/3CORACÕES	MELITTA/MELITTA	IGUAÇU/3CORACÕES	NESCAFÉ/NESTLÉ	STARBUCKS/STARBUCKS COFFEE	94,7
MS, GO e DF	3CORACÕES/3CORACÕES	EXPORT/CAFÉ EXPORT	CAFÉ BRASILEIRO/3CORACÕES	MELITTA/MELITTA	RANCHEIRO/CAFÉ RANCHEIRO	88,5

CAFÉ COM LEITE

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	3CORACÕES/3CORACÕES	MELITTA/MELITTA	NESCAFÉ/NESTLÉ	SANTA CLARA/3CORACÕES	MARATÁ/MARATÁ	94,0
NORDESTE	SANTA CLARA/3CORACÕES	3CORACÕES/3CORACÕES	MARATÁ/MARATÁ	SÃO BRAZ/SÃO BRAZ	MELITTA/MELITTA	95,5
MG, ES, INT. RJ	3CORACÕES/3CORACÕES	NESCAFÉ/NESTLÉ	MELITTA/MELITTA	IGUAÇU/3CORACÕES	SANTA CLARA/3CORACÕES	98,8
GRANDE RJ	3CORACÕES/3CORACÕES	NESCAFÉ/NESTLÉ	MELITTA/MELITTA	IGUAÇU/3CORACÕES	*Não declarado	100,0
GRANDE SP	3CORACÕES/3CORACÕES	MELITTA/MELITTA	NESCAFÉ/NESTLÉ	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	99,6
MS, GO e DF	3CORACÕES/3CORACÕES	NESCAFÉ/NESTLÉ	SANTA CLARA/3CORACÕES	MELITTA/MELITTA	*Não declarado	100,0



CAFÉ EM PÓ

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	PILÃO/JDE	3CORACÕES/3CORACÕES	MELITTA/MELITTA	CABOCCLO/JDE	SANTA CLARA/3CORACÕES	56,8
NORDESTE	SANTA CLARA/3CORACÕES	MARATÁ/MARATÁ	PILÃO/JDE	MELITTA/MELITTA	3CORACÕES/3CORACÕES	72,2
MG, ES, INT. RJ	3CORACÕES/3CORACÕES	PILÃO/JDE	FORT/3CORACÕES	MELITTA/MELITTA	CAFÉ BH/3CORACÕES	58,5
GRANDE RJ	PILÃO/JDE	PIMPINELA/3CORACÕES	MELITTA/MELITTA	EVOLUTTO/COOXUPÉ	3CORACÕES/3CORACÕES	88,2
GRANDE SP	PILÃO/JDE	3CORACÕES/3CORACÕES	MELITTA/MELITTA	PELÉ/JDE	FORT/3CORACÕES	80,2
INTERIOR SP	3CORACÕES/3CORACÕES	CABOCCLO/JDE	MELITTA/MELITTA	PILÃO/JDE	CAFÉ BRASILEIRO/3CORACÕES	61,0
SUL	MELITTA/MELITTA	3CORACÕES/3CORACÕES	CABOCCLO/JDE	BOM JESUS/MELITTA	DAMASCO/JDE	72,0
MS, GO e DF	3CORACÕES/3CORACÕES	DO SÍTIO/CAFÉ DO SÍTIO	EXPORT/CAFÉ EXPORT	PILÃO/JDE	MOINHO FINO/DICASA	51,3

CALDO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	MAGGI/NESTLÉ	KNORR/UNILEVER	SAZON/AJINOMOTO	ARISCO/UNILEVER	KITANO/GENERAL MILLS	97,0
NORDESTE	MAGGI/NESTLÉ	KNORR/UNILEVER	SAZON/AJINOMOTO	ARISCO/UNILEVER	MARATÁ/MARATÁ	97,0
MG, ES, INT. RJ	KNORR/UNILEVER	MAGGI/NESTLÉ	SAZON/AJINOMOTO	ARISCO/UNILEVER	ANCHIETA/ANCHIETA	97,4
GRANDE RJ	MAGGI/NESTLÉ	KNORR/UNILEVER	SAZON/AJINOMOTO	ARISCO/UNILEVER	KITANO/GENERAL MILLS	99,0
GRANDE SP	MAGGI/NESTLÉ	KNORR/UNILEVER	SAZON/AJINOMOTO	KITANO/GENERAL MILLS	ARISCO/UNILEVER	96,3
INTERIOR SP	MAGGI/NESTLÉ	KNORR/UNILEVER	SAZON/AJINOMOTO	ARISCO/UNILEVER	KITANO/GENERAL MILLS	97,5
SUL	MAGGI/NESTLÉ	KNORR/UNILEVER	SAZON/AJINOMOTO	ARISCO/UNILEVER	APTI/APTI	98,2
MS, GO e DF	MAGGI/NESTLÉ	KNORR/UNILEVER	SAZON/AJINOMOTO	ARISCO/UNILEVER	KITANO/GENERAL MILLS	98,1

CARAMELOS/DROPS/PASTILHAS

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	HALLS/MONDELÉZ	MENTOS/PERFETTI VAN MELLE	BUTTER TOFFEES/ARCOR	TIC TAC/FERRERO	FRUITTELLA/PERFETTI VAN MELLE	86,6
NORDESTE	MENTOS/PERFETTI VAN MELLE	HALLS/MONDELÉZ	BUTTER TOFFEES/ARCOR	TIC TAC/FERRERO	FRUITTELLA/PERFETTI VAN MELLE	85,9
MG, ES, INT. RJ	MENTOS/PERFETTI VAN MELLE	HALLS/MONDELÉZ	BUTTER TOFFEES/ARCOR	TIC TAC/FERRERO	FRUITTELLA/PERFETTI VAN MELLE	83,6
GRANDE RJ	BUTTER TOFFEES/ARCOR	TIC TAC/FERRERO	HALLS/MONDELÉZ	MENTOS/PERFETTI VAN MELLE	FRUITTELLA/PERFETTI VAN MELLE	88,2
GRANDE SP	HALLS/MONDELÉZ	MENTOS/PERFETTI VAN MELLE	TIC TAC/FERRERO	BUTTER TOFFEES/ARCOR	SKITTLES/MARS	86,0
INTERIOR SP	HALLS/MONDELÉZ	MENTOS/PERFETTI VAN MELLE	TIC TAC/FERRERO	BUTTER TOFFEES/ARCOR	FRUITTELLA/PERFETTI VAN MELLE	87,8
SUL	HALLS/MONDELÉZ	MENTOS/PERFETTI VAN MELLE	TIC TAC/FERRERO	BUTTER TOFFEES/ARCOR	FRUITTELLA/PERFETTI VAN MELLE	89,1
MS, GO e DF	HALLS/MONDELÉZ	MENTOS/PERFETTI VAN MELLE	BUTTER TOFFEES/ARCOR	TIC TAC/FERRERO	FRUITTELLA/PERFETTI VAN MELLE	85,9

CATCHUP

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	HEINZ/KRAFT HEINZ	HEMMER/KRAFT HEINZ	HELLMANN'S/UNILEVER	QUERO/KRAFT HEINZ	PREDILECTA/PREDILECTA	75,1
NORDESTE	HEINZ/KRAFT HEINZ	TAMBAÚ/TAMBAÚ	QUERO/KRAFT HEINZ	HELLMANN'S/UNILEVER	ARISCO/UNILEVER	70,6
MG, ES, INT. RJ	HEINZ/KRAFT HEINZ	HELLMANN'S/UNILEVER	HEMMER/KRAFT HEINZ	PREDILECTA/PREDILECTA	COLONIAL/KARAMBI	76,0
GRANDE RJ	HEINZ/KRAFT HEINZ	HEMMER/KRAFT HEINZ	PREDILECTA/PREDILECTA	PRAMESA/ANTARES BRASIL	HELLMANN'S/UNILEVER	82,1
GRANDE SP	HEINZ/KRAFT HEINZ	QUERO/KRAFT HEINZ	HELLMANN'S/UNILEVER	HEMMER/KRAFT HEINZ	CEPÉRA/CEPÉRA ALIMENTOS	86,4
INTERIOR SP	HEINZ/KRAFT HEINZ	HELLMANN'S/UNILEVER	HEMMER/KRAFT HEINZ	HEMMER/KRAFT HEINZ	CEPÉRA/CEPÉRA ALIMENTOS	83,3
SUL	HEMMER/KRAFT HEINZ	HEINZ/KRAFT HEINZ	HELLMANN'S/UNILEVER	ODERICH/ODERICH	QUERO/KRAFT HEINZ	88,2
MS, GO e DF	HEINZ/KRAFT HEINZ	HEMMER/KRAFT HEINZ	HELLMANN'S/UNILEVER	QUERO/KRAFT HEINZ	ARISCO/UNILEVER	76,9

CEREAL EM BARRA

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	NUTRY/NUTRIMENTAL	RITTER/RITTER	&JOY/ENOVA FOODS	SUPINO/BANANA BRASIL	TRIO/UNITED MILLS	72,5
NORDESTE	RITTER/RITTER	SUPINO/BANANA BRASIL	NUTRY/NUTRIMENTAL	NUTS/BANANA BRASIL	&JOY/ENOVA FOODS	74,3
MG, ES, INT. RJ	NUTRY/NUTRIMENTAL	RITTER/RITTER	&JOY/ENOVA FOODS	PINATI/SUPER SAÚDE NUTRICIONAL	TRIO/UNITED MILLS	76,1
GRANDE RJ	RITTER/RITTER	NUTRY/NUTRIMENTAL	&JOY/ENOVA FOODS	SUPINO/BANANA BRASIL	PINATI/SUPER SAÚDE NUTRICIONAL	88,3
GRANDE SP	NUTRY/NUTRIMENTAL	&JOY/ENOVA FOODS	NATURALE/NAT CEREAIS E ALIM.	RITTER/RITTER	TRIO/UNITED MILLS	62,9
INTERIOR SP	NUTRY/NUTRIMENTAL	&JOY/ENOVA FOODS	TRIO/UNITED MILLS	KOBBER/KOBBER ALIM.	SUPINO/BANANA BRASIL	63,7
SUL	RITTER/RITTER	NUTRY/NUTRIMENTAL	SUPINO/BANANA BRASIL	&JOY/ENOVA FOODS	HARTS/HARTS ALIMENTOS NATURAIS	79,8
MS, GO e DF	NUTRY/NUTRIMENTAL	RITTER/RITTER	SUPINO/BANANA BRASIL	TRIO/UNITED MILLS	&JOY/ENOVA FOODS	74,2



CEREAL MATINAL

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	SUCRILHOS/KELLOGG'S	NESCAU/NESTLÉ	JASMINE/JASMINE	SNOW FLAKES/NESTLÉ	MÃE TERRA/UNILEVER	62,1
NORDESTE	NESCAU/NESTLÉ	TIA SONIA/TIA SONIA	SÃO BRAZ/SÃO BRAZ	SUCRILHOS/KELLOGG'S	JASMINE/JASMINE	59,2
MG, ES, INT. RJ	SUCRILHOS/KELLOGG'S	NESCAU/NESTLÉ	SNOW FLAKES/NESTLÉ	TIA SONIA/TIA SONIA	WS/WS PRODS. NATURAIS	60,4
GRANDE RJ	SUCRILHOS/KELLOGG'S	NESCAU/NESTLÉ	JASMINE/JASMINE	SNOW FLAKES/NESTLÉ	MÃE TERRA/UNILEVER	63,8
GRANDE SP	SUCRILHOS/KELLOGG'S	NESCAU/NESTLÉ	MÃE TERRA/UNILEVER	JASMINE/JASMINE	SNOW FLAKES/NESTLÉ	65,4
INTERIOR SP	SUCRILHOS/KELLOGG'S	NESCAU/NESTLÉ	SNOW FLAKES/NESTLÉ	JASMINE/JASMINE	MÃE TERRA/UNILEVER	69,4
SUL	JASMINE/JASMINE	SUCRILHOS/KELLOGG'S	NESCAU/NESTLÉ	SNOW FLAKES/NESTLÉ	MÃE TERRA/UNILEVER	64,2
MS, GO e DF	SUCRILHOS/KELLOGG'S	NESCAU/NESTLÉ	JASMINE/JASMINE	MÃE TERRA/UNILEVER	SNOW FLAKES/NESTLÉ	66,2

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 PRIMOR/BUNGE
- 5^a ORQUÍDEA/TONDO

Participação Top 5

41,2%

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 INDÍGENA MOTRISA
 - 5^a DONA MARIA/GRANDE MOINHO CEARENSE
- Top 5** 91,4%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

- VILMA/DOMINGOS DA COSTA
 - PRIMOR/BUNGE
 - ROSA BRANCA/CRUZEIRO DO SUL
 - NÚMERO UM/BUAIZ
 - DONA BENTA/J. MACEDO
- 58,1%

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
- 78,3%

ÁREA 4

Grande São Paulo

- DONA BENTA/J. MACEDO
 - SOL/J. MACEDO
 - RENATA/SELMÍ
 - ROSA BRANCA/CRUZEIRO DO SUL
 - PRIMOR/BUNGE
- 81,7%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

- 1^a DONA BENTA/J. MACEDO
 - 2^a NITA/MOINHO PAULISTA
 - 3^a ROSA BRANCA/CRUZEIRO DO SUL
 - 4^a RENATA/SELMÍ
 - 5^a FAMÍLIA VENTURELLI/MOINHO GLOBO
- Top 5** 68,1%

ÁREA 6

PR, SC e RS

- ORQUÍDEA/TONDO
 - ANACONDA/ANACONDA
 - VENTURELLI/MOINHO GLOBO
 - NORDESTE/MOINHO DO NORDESTE
 - COAMO/COAMO
- 54,6%

ÁREA 7

MS, GO e DF

- PRIMOR/BUNGE
 - CRISTAL/CRISTAL ALIMENTOS
 - ROSA BRANCA/CRUZEIRO DO SUL
 - DALLAS/MOINHO DALLAS
 - VITORIOSA/MOINHO RÉGIO ALIMENTOS
- 53,7%

A marca que cresceu no Sul do Brasil e não para de crescer Brasil afora



Orquídea, a farinha de trigo líder em vendas na Região Sul.
Agora também entre as 5 mais vendidas do Brasil na Pesquisa
Líderes de Vendas SuperHiper 2022 elaborada pela NielsenIQ.



@amoprodutosorquidea



Líderes de vendas

Feijão

BRASIL

- 1^a CAMIL/CAMIL
- 2^a KICALDO/GADKIN
- 3^a MÁXIMO/URBANO
- 4^a COMBRASIL/COMBRASIL
- 5^a CODIL/CODIL COOP.

Participação Top 5

25,3%

ÁREA 1

Nordeste

- 1^a KICALDO/GADKIN
 - 2^a DONA DÉ/N.J.F. IND. E COM.
 - 3^a TURQUESA/OASIS
 - 4^a MANOLINHO/BARÃO COM. ESTIVAS
 - 5^a CAMIL/CAMIL
- Top 5** 44,3%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

- CODIL/CODIL COOP.
 - TARUMÃ/GAIOSO E SILVA
 - PINK/PINK
 - GALANTE/NUTRIBEL
 - XAP/UNO BENEF. DE CEREAIS
- 35,4%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

- MÁXIMO/URBANO
 - COMBRASIL/COMBRASIL
 - NATURAL/NATURAL ALIM.
 - COPA/AGRO INDUSTRIAL QUIT. SUL
 - GRANFINO/GRANFINO
- 56,0%

ÁREA 4

Grande São Paulo

- CAMIL/CAMIL
 - KICALDO/GADKIN
 - CALDONOBRE/M.M. COM. IMP. EXP.
 - NENÉ/CORTESIA
 - PANTERA/CEREALISTA PANTERA
- 73,1%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

- 1^a CAMIL/CAMIL
 - 2^a BROTO LEGAL/BROTO LEGAL
 - 3^a EMPÓRIO SÃO JOÃO/CEREALISTA SÃO JOÃO
 - 4^a NENÉ/CORTESIA
 - 5^a CALDONOBRE/M.M. COM. IMP. EXP.
- Top 5** 44,9%

ÁREA 6

PR, SC e RS

- CALDO BOM/STIVAL ALIM. IND. COM.
 - PÉ VERMELHO/J.M.J. COM. DE CEREAIS
 - PONTAROLLO/PONTAROLLO
 - NAMORADO/CAMIL
 - CALDÃO/CALDÃO ALIMENTOS
- 45,7%

ÁREA 7

MS, GO e DF

- KICALDO/GADKIN
 - IMPERIAL/IMPERIAL IND. E COM.
 - CRISTAL/CRISTAL
 - DONA DÉ/N.J.F. IND. E COM.
 - DA CASA/N.J.F. IND. E COM.
- 44,8%



PRA NÓS, FAZER O "FEIJÃO COM ARROZ" DÁ MUITO RESULTADO.

Camil conquista o 1º lugar no ranking das marcas mais vendidas de feijão. Um reconhecimento que nos enche de energia e motivação para continuar entregando qualidade nas refeições.

ARROZ E FEIJÃO CAMIL, A BASE DO BRASIL.

 CAMILBRASIL



Líderes de vendas

Feijão Preto

BRASIL

- 1^a MÁXIMO/URBANO
- 2^a KICALDO/GADKIN
- 3^a COMBRASIL/COMBRASIL
- 4^a NATURAL/NATURAL ALIMENTOS
- 5^a CAMIL/CAMIL

Participação Top 5

36,1%

ÁREA 1

Nordeste

- 1^a KICALDO/GADKIN
 - 2^a CAMIL/CAMIL
 - 3^a TURQUESA/OASIS
 - 4^a TIA DORA/TIA DORA
 - 5^a DONA DÊ/NJF IND. E COM.
- Top 5** 56,4%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

- COMBRASIL/COMBRASIL
MÁXIMO/URBANO
TURAMÃ/GAIOSO E SILVA
NATURAL/NATURAL ALIMENTOS
GALANTE/NUTRIBEL
- 37,2%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

- MÁXIMO/URBANO
NATURAL/NATURAL ALIMENTOS
COMBRASIL/COMBRASIL
COPA/AGRO INDUSTRIAL QUIT. SUL
KICALDO/GADKIN
- 61,7%

ÁREA 4

Grande São Paulo

- CAMIL/CAMIL
KICALDO/GADKIN
CALDONOBRE/M.M. COM. IMP. EXP.
NENÊ/CORTESIA
MÁXIMO/URBANO
- 78,8%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

- 1^a CAMIL/CAMIL
 - 2^a BROTO LEGAL/BROTO LEGAL
 - 3^a PATEKO/CEREALISTA SÃO JOÃO
 - 4^a SOLITO/BRASILIA ALIMENTOS
 - 5^a SERRAZUL/BROTO LEGAL
- Top 5** 53,2%

ÁREA 6

PR, SC e RS

- CALDO BOM/STIVAL
PÉ VERMELHO/J.M.J.
PONTAROLLO/PONTAROLLO
NAMORADO/CAMIL
FRITZ E FRIDA/FRITZ & FRIDA IND. ALIM.
- 54,0%

ÁREA 7

MS, GO e DF

- KICALDO/GADKIN
PAQUITO/CENTRO OESTE CEREAIS
DELÍCIA/RURAL
CRISTAL/CRISTAL ALIMENTOS
YAMANARI/PANTANAL COMÉRCIO DE ALIMENTOS
- 54,9%

Sempre no podium,
sempre na mesa
do consumidor!



Acesse
nossas
redes

COMBRASIL 
No coração do Brasil



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

72,1%

ÁREA 1

Nordeste

- 1ª QUEENSBERRY/HERO BRASIL
 - 2ª LINEA/LINEA SUCRALOSE
 - 3ª ST. DALFOUR/ST. DALFOUR
 - 4ª HOMEMADE/HOMEMADE
 - 5ª DANA/SCANDIC FOOD
- Top 5** 80,9%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

- 1ª QUEENSBERRY/HERO BRASIL
 - 2ª LINEA/LINEA SUCRALOSE
 - 3ª ST. DALFOUR/ST. DALFOUR
 - 4ª PREDILECTA/PREDILECTA
 - 5ª RITTER/RITTER
- 75,4%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

- 1ª QUEENSBERRY/HERO BRASIL
 - 2ª RITTER/RITTER
 - 3ª ST. DALFOUR/ST. DALFOUR
 - 4ª LINEA/LINEA SUCRALOSE
 - 5ª PREDILECTA/PREDILECTA
- 77,8%

ÁREA 4

Grande São Paulo

- 1ª QUEENSBERRY/HERO BRASIL
 - 2ª ST. DALFOUR/ST. DALFOUR
 - 3ª LINEA/LINEA SUCRALOSE
 - 4ª HOMEMADE/HOMEMADE
 - 5ª RITTER/RITTER
- 79,5%

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** 81,2%

ÁREA 6

PR, SC e RS

- 1ª RITTER/RITTER
 - 2ª QUEENSBERRY/HERO BRASIL
 - 3ª FORNO VELHO/DOCES FORNO VELHO
 - 4ª LINEA/LINEA SUCRALOSE
 - 5ª ST. DALFOUR/ST. DALFOUR
- 66,5%

ÁREA 7

MS, GO e DF

- 1ª QUEENSBERRY/HERO BRASIL
 - 2ª ST. DALFOUR/ST. DALFOUR
 - 3ª LINEA/LINEA SUCRALOSE
 - 4ª PREDILECTA/PREDILECTA
 - 5ª HOMEMADE/HOMEMADE
- 85,7%



1º LUGAR EM vendas

na categoria de GELEIAS*

pele 12º ano consecutivo!

Sabor, qualidade e naturalidade são a receita para mais essa conquista.



FONTE: NIELSEN SCANTRACK 2022



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	77,3
NORDESTE	LEÃO/LEÃO	DR. OETKER/DR. OETKER	MARATÁ/MARATÁ	GOSTOZZO/NOBEL ALIMENTOS	TWININGS/AB BRASIL	77,7
MG, ES, INT. RJ	LEÃO/LEÃO	MATTE LEÃO/LEÃO	DR. OETKER/DR. OETKER	REAL MULTIERVAS/MOINHOS UNIDOS	TWININGS/AB BRASIL	82,6
GRANDE RJ	LEÃO/LEÃO	MATTE LEÃO/LEÃO	DR. OETKER/DR. OETKER	CHINEZINHO/VITALIS	TWININGS/AB BRASIL	76,7
GRANDE SP	LEÃO/LEÃO	DR. OETKER/DR. OETKER	MATTE LEÃO/LEÃO	TWININGS/AB BRASIL	REAL MULTIERVAS/MOINHOS UNIDOS	88,4
INTERIOR SP	LEÃO/LEÃO	MATTE LEÃO/LEÃO	DR. OETKER/DR. OETKER	TWININGS/AB BRASIL	REAL MULTIERVAS/MOINHOS UNIDOS	85,7
SUL	LEÃO/LEÃO	DR. OETKER/DR. OETKER	MATTE LEÃO/LEÃO	MADRUGADA/MADRUGADA ALIMENTOS	TWININGS/AB BRASIL	67,3
MS, GO e DF	LEÃO/LEÃO	DR. OETKER/DR. OETKER	MATTE LEÃO/LEÃO	TWININGS/AB BRASIL	REAL MULTIERVAS/MOINHOS UNIDOS	89,1

CHOCOLATE BOMBOM

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	GAROTO/NESTLÉ	NESTLÉ/NESTLÉ	LACTA/MONDELÉZ	FERRERO ROCHER/FERRERO	SONHO DE VALSA/MONDELÉZ	85,1
NORDESTE	GAROTO/NESTLÉ	NESTLÉ/NESTLÉ	LACTA/MONDELÉZ	FERRERO ROCHER/FERRERO	SONHO DE VALSA/MONDELÉZ	89,6
MG, ES, INT. RJ	GAROTO/NESTLÉ	NESTLÉ/NESTLÉ	LACTA/MONDELÉZ	FERRERO ROCHER/FERRERO	SERENATA DE AMOR/NESTLÉ	88,0
GRANDE RJ	GAROTO/NESTLÉ	NESTLÉ/NESTLÉ	FERRERO ROCHER/FERRERO	LACTA/MONDELÉZ	RAFFAELLO/FERRERO	89,6
GRANDE SP	NESTLÉ/NESTLÉ	LACTA/MONDELÉZ	GAROTO/NESTLÉ	FERRERO ROCHER/FERRERO	OURO BRANCO/MONDELÉZ	84,1
INTERIOR SP	NESTLÉ/NESTLÉ	LACTA/MONDELÉZ	GAROTO/NESTLÉ	FERRERO ROCHER/FERRERO	SONHO DE VALSA/MONDELÉZ	85,0
SUL	NESTLÉ/NESTLÉ	LACTA/MONDELÉZ	FERRERO ROCHER/FERRERO	GAROTO/NESTLÉ	SONHO DE VALSA/MONDELÉZ	78,8
MS, GO e DF	NESTLÉ/NESTLÉ	GAROTO/NESTLÉ	LACTA/MONDELÉZ	FERRERO ROCHER/FERRERO	SONHO DE VALSA/MONDELÉZ	85,0

CHOCOLATE TABLETE

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	HERSHEY'S/HERSHEY'S	GAROTO/NESTLÉ	LACTA/MONDELÉZ	NESTLÉ/NESTLÉ	LAKA/MONDELÉZ	48,2
NORDESTE	GAROTO/NESTLÉ	HERSHEY'S/HERSHEY'S	LACTA/MONDELÉZ	NESTLÉ/NESTLÉ	ALPINO/NESTLÉ	51,6
MG, ES, INT. RJ	GAROTO/NESTLÉ	HERSHEY'S/HERSHEY'S	NEUGEBAUER/NEUGEBAUER	TALENTO/NESTLÉ	LACTA/MONDELÉZ	51,7
GRANDE RJ	GAROTO/NESTLÉ	HERSHEY'S/HERSHEY'S	LACTA/MONDELÉZ	NESTLÉ/NESTLÉ	ALPINO/NESTLÉ	54,7
GRANDE SP	HERSHEY'S/HERSHEY'S	LACTA/MONDELÉZ	NESTLÉ/NESTLÉ	LAKA/MONDELÉZ	GAROTO/NESTLÉ	48,5
INTERIOR SP	HERSHEY'S/HERSHEY'S	LACTA/MONDELÉZ	NESTLÉ/NESTLÉ	GAROTO/NESTLÉ	LAKA/MONDELÉZ	47,8
SUL	LACTA/MONDELÉZ	GAROTO/NESTLÉ	NEUGEBAUER/NEUGEBAUER	HERSHEY'S/HERSHEY'S	NESTLÉ/NESTLÉ	44,9
MS, GO e DF	HERSHEY'S/HERSHEY'S	GAROTO/NESTLÉ	LACTA/MONDELÉZ	LAKA/MONDELÉZ	NESTLÉ/NESTLÉ	51,9

CONSERVA VEGETAL

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	PREDILECTA/PREDILECTA	QUERO/KRAFT HEINZ	FUGINI/FUGINI ALIMENTOS	KNORR/UNILEVER	BONDUELLE/BONDUELLE	64,4
NORDESTE	QUERO/KRAFT HEINZ	FUGINI/FUGINI ALIMENTOS	PREDILECTA/PREDILECTA	KNORR/UNILEVER	BONDUELLE/BONDUELLE	80,7
MG, ES, INT. RJ	MINAS MAIS/PREDILECTA	PREDILECTA/PREDILECTA	QUERO/KRAFT HEINZ	FUGINI/FUGINI ALIMENTOS	KNORR/UNILEVER	81,9
GRANDE RJ	PREDILECTA/PREDILECTA	KNORR/UNILEVER	QUERO/KRAFT HEINZ	FUGINI/FUGINI ALIMENTOS	OLÉ/ANGELO AURICCHIO	69,2
GRANDE SP	QUERO/KRAFT HEINZ	BONDUELLE/BONDUELLE	KNORR/UNILEVER	PREDILECTA/PREDILECTA	FUGINI/FUGINI ALIMENTOS	79,3
INTERIOR SP	QUERO/KRAFT HEINZ	PREDILECTA/PREDILECTA	FUGINI/FUGINI ALIMENTOS	KNORR/UNILEVER	BONDUELLE/BONDUELLE	82,5
SUL	HEMMER/KRAFT HEINZ	PREDILECTA/PREDILECTA	QUERO/KRAFT HEINZ	ODERICH/ODERICH	FUGINI/FUGINI ALIMENTOS	58,8
MS, GO e DF	QUERO/KRAFT HEINZ	PREDILECTA/PREDILECTA	FUGINI/FUGINI ALIMENTOS	BONARE/GOIÁS VERDE ALIM.	KNORR/UNILEVER	76,4



CREME DE LEITE

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	NESTLÉ/NESTLÉ	PIRACANJUBA/BELA VISTA	ITALAC/GOIASMINAS	ITAMBÉ/LACTALIS	GLÓRIA/NOVA MIX	57,5
NORDESTE	NESTLÉ/NESTLÉ	BETÂNIA/CBL	PIRACANJUBA/BELA VISTA	ITALAC/GOIASMINAS	ITAMBÉ/LACTALIS	74,9
MG, ES, INT. RJ	ITAMBÉ/LACTALIS	CAMPONESA/EMBARÉ	PIRACANJUBA/BELA VISTA	NESTLÉ/NESTLÉ	ITALAC/GOIASMINAS	66,5
GRANDE RJ	ITALAC/GOIASMINAS	PIRACANJUBA/BELA VISTA	NESTLÉ/NESTLÉ	GLÓRIA/NOVA MIX	ITAMBÉ/LACTALIS	86,3
GRANDE SP	NESTLÉ/NESTLÉ	ITALAC/GOIASMINAS	PIRACANJUBA/BELA VISTA	ITAMBÉ/LACTALIS	FAZENDA BELA VISTA/FAZENDA BELA VISTA	66,4
INTERIOR SP	NESTLÉ/NESTLÉ	ITALAC/GOIASMINAS	PIRACANJUBA/BELA VISTA	SHEFA/SHEFA	ITAMBÉ/LACTALIS	66,5
SUL	TIROL/TIROL	PIRACANJUBA/BELA VISTA	FRIMESA/FRIMESA	NESTLÉ/NESTLÉ	LATVIDA/ESTRELA	57,6
MS, GO e DF	PIRACANJUBA/BELA VISTA	NESTLÉ/NESTLÉ	ITAMBÉ/LACTALIS	ITALAC/GOIASMINAS	LEITBOM/LAT. BELA VISTA	76,3



FARINHA DE TRIGO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	DONA BENTA/J. MACEDO	ROSA BRANCA/CRUZEIRO DO SUL	FINNA/M. DIAS BRANCO	PRIMOR/BUNGE	ORQUÍDEA/TONDO	41,2
NORDESTE	FINNA/M. DIAS BRANCO	DONA BENTA/J. MACEDO	ROSA BRANCA/CRUZEIRO DO SUL	SARANDI/MOINHOS DE TRIGO INDÍGENA MOTRISA	DONA MARIA/GRANDE MOINHO CEARENSE	91,4
MG, ES, INT. RJ	VILMA/DOMINGOS DA COSTA	PRIMOR/BUNGE	ROSA BRANCA/CRUZEIRO DO SUL	NÚMERO UM/BUAIZ	DONA BENTA/J. MACEDO	58,1
GRANDE RJ	ROSA BRANCA/CRUZEIRO DO SUL	BOA SORTE/J. MACEDO	ÚTIL/MOINHO VERA CRUZ	DONA BENTA/J. MACEDO	TRÊS COROAS/CRUZEIRO DO SUL	78,3
GRANDE SP	DONA BENTA/J. MACEDO	SOL/J. MACEDO	RENATA/SELM	ROSA BRANCA/CRUZEIRO DO SUL	PRIMOR/BUNGE	81,7
INTERIOR SP	DONA BENTA/J. MACEDO	NITA/MOINHO PAULISTA	ROSA BRANCA/CRUZEIRO DO SUL	RENATA/SELM	FAMÍLIA VENTURELLI/MOINHO GLOBO	68,1
SUL	ORQUÍDEA/TONDO	ANACONDA/ANACONDA	VENTURELLI/MOINHO GLOBO	NORDESTE/MOINHO DO NORDESTE	COAMO/COAMO	54,6
MS, GO e DF	PRIMOR/BUNGE	CRISTAL/CRISTAL ALIMENTOS	ROSA BRANCA/CRUZEIRO DO SUL	DALLAS/MOINHO DALLAS	VITORIOSA/MOINHO RÉGIO ALIMENTOS	53,7

FEIJÃO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	CAMIL/CAMIL	KICALDO/GADKIN	MÁXIMO/URBANO	COMBRASIL/COMBRASIL	CODIL/CODIL COOP.	25,3
NORDESTE	KICALDO/GADKIN	DONA DÊ/N.J.F. IND. E COM.	TURQUESA/OASIS	MANOLINHO/BARÃO COM. ESTIVAS	CAMIL/CAMIL	44,3
MG, ES, INT. RJ	CODIL/CODIL COOP.	TARUMÁ/GAIOSO E SILVA	PINK/PINK	GALANTE/NUTRIBEL	XAP/UNO BENEF. DE CEREAIS	35,4
GRANDE RJ	MÁXIMO/URBANO	COMBRASIL/COMBRASIL	NATURAL/NATURAL ALIM.	COPA/AGRO INDUSTRIAL QUIT. SUL	GRANFINO/GRANFINO	56,0
GRANDE SP	CAMIL/CAMIL	KICALDO/GADKIN	CALDONOBRE/M.M. COM. IMP. EXP.	NENÉ/CORTESIA	PANTERA/CEREALISTA PANTERA	73,1
INTERIOR SP	CAMIL/CAMIL	BROTO LEGAL/BROTO LEGAL	EMPÓRIO SÃO JOÃO/CEREALISTA SÃO JOÃO	NENÉ/CORTESIA	CALDONOBRE/M.M. COM. IMP. EXP.	44,9
SUL	CALDO BOM/STIVAL ALIM. IND. COM.	PÉ VERMELHO/J.M.J. COM. DE CEREAIS	PONTAROLLO/PONTAROLLO	NAMORADO/CAMIL	CALDÃO/CALDÃO ALIMENTOS	45,7
MS, GO e DF	KICALDO/GADKIN	IMPERIAL/IMPERIAL IND. E COM.	CRISTAL/CRISTAL	DONA DÊ/N.J.F. IND. E COM.	DA CASA/N.J.F. IND. E COM.	44,8

FEIJÃO PRETO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	MÁXIMO/URBANO	KICALDO/GADKIN	COMBRASIL/COMBRASIL	NATURAL/NATURAL ALIMENTOS	CAMIL/CAMIL	36,1
NORDESTE	KICALDO/GADKIN	CAMIL/CAMIL	TURQUESA/OASIS	TIA DORA/TIA DORA	DONA DÊ/NJF IND. E COM.	56,4
MG, ES, INT. RJ	COMBRASIL/COMBRASIL	MÁXIMO/URBANO	TURAMÁ/GAIOSO E SILVA	NATURAL/NATURAL ALIMENTOS	GALANTE/NUTRIBEL	37,2
GRANDE RJ	MÁXIMO/URBANO	NATURAL/NATURAL ALIMENTOS	COMBRASIL/COMBRASIL	COPA/AGRO INDUSTRIAL QUIT. SUL	KICALDO/GADKIN	61,7
GRANDE SP	CAMIL/CAMIL	KICALDO/GADKIN	CALDONOBRE/M.M. COM. IMP. EXP.	NENÉ/CORTESIA	MÁXIMO/URBANO	78,8
INTERIOR SP	CAMIL/CAMIL	BROTO LEGAL/BROTO LEGAL	PATEKO/CEREALISTA SÃO JOÃO	SOLITO/BRASILIA ALIMENTOS	SERRAZUL/BROTO LEGAL	53,2
SUL	CALDO BOM/STIVAL	PÉ VERMELHO/J.M.J.	PONTAROLLO/PONTAROLLO	NAMORADO/CAMIL	FRITZ e FRIDA/FRITZ & FRIDA IND. ALIM.	54,0
MS, GO e DF	KICALDO/GADKIN	PAQUITO/CENTRO OESTE CEREAIS	DELÍCIA/RURAL	CRISTAL/CRISTAL ALIMENTOS	YAMANARI/PANTANAL COMÉRCIO DE ALIMENTOS	54,9

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	97,9
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	DONA BENTA/J. MACEDO	FLEISCHMANN/AB BRASIL	APTI/APTI	99,6
GRANDE RJ	ROYAL/MONDELÉZ	DONA BENTA/J. MACEDO	DR. OETKER/DR. OETKER	FLEISCHMANN/AB BRASIL	APTI/APTI	99,8
GRANDE SP	ROYAL/MONDELÉZ	DONA BENTA/J. MACEDO	DR. OETKER/DR. OETKER	FLEISCHMANN/AB BRASIL	NITA/MOINHO PAULISTA	98,2
INTERIOR SP	ROYAL/MONDELÉZ	DR. OETKER/DR. OETKER	DONA BENTA/J. MACEDO	NITA/MOINHO PAULISTA	FLEISCHMANN/AB BRASIL	97,0
SUL	ROYAL/MONDELÉZ	DR. OETKER/DR. OETKER	APTI/APTI	FLEISCHMANN/AB BRASIL	MONOPOL/MONOPOL	97,4
MS, GO e DF	ROYAL/MONDELÉZ	DR. OETKER/DR. OETKER	FLEISCHMANN/AB BRASIL	APTI/APTI	DONA BENTA/J. MACEDO	99,7

FÓRMULA INFANTIL

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	NINHO/NESTLÉ	NAN/NESTLÉ	NESTOGENO/NESTLÉ	APTAMIL/DANONE EARLY NUTRITION	NANLAC/NESTLÉ	91,7
NORDESTE	NINHO/NESTLÉ	NESTOGENO/NESTLÉ	NAN/NESTLÉ	APTAMIL/DANONE EARLY NUTRITION	NANLAC/NESTLÉ	95,2
MG, ES, INT. RJ	NINHO/NESTLÉ	APTAMIL/DANONE EARLY NUTRITION	NAN/NESTLÉ	NESTOGENO/NESTLÉ	APTANUTRI/DANONE EARLY NUTRITION	91,3
GRANDE RJ	NINHO/NESTLÉ	APTAMIL/DANONE EARLY NUTRITION	NAN/NESTLÉ	NESTOGENO/NESTLÉ	APTANUTRI/DANONE EARLY NUTRITION	94,4
GRANDE SP	NINHO/NESTLÉ	NAN/NESTLÉ	NESTOGENO/NESTLÉ	APTAMIL/DANONE EARLY NUTRITION	NANLAC/NESTLÉ	91,5
INTERIOR SP	NINHO/NESTLÉ	NAN/NESTLÉ	APTAMIL/DANONE EARLY NUTRITION	NESTOGENO/NESTLÉ	NANLAC/NESTLÉ	90,5
SUL	NINHO/NESTLÉ	NAN/NESTLÉ	NESTOGENO/NESTLÉ	APTAMIL/DANONE EARLY NUTRITION	NANLAC/NESTLÉ	90,1
MS, GO e DF	NINHO/NESTLÉ	NAN/NESTLÉ	NESTOGENO/NESTLÉ	APTAMIL/DANONE EARLY NUTRITION	NANLAC/NESTLÉ	94,9

Líderes de vendas

Leite Longa Vida - Desnatado e Semidesnatado

BRASIL

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

Participação Top 5

45,5%

ÁREA 1

Nordeste

- 1ª BETÂNIA/CBL
 - 2ª PIRACANJUBA/LAT. BELA VISTA
 - 3ª ITALAC/GOIASMINAS
 - 4ª ITAMBÉ/LACTALIS
 - 5ª NINHO/NESTLÉ
- Top 5** 76,2%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

- ITAMBÉ/LACTALIS
 - CAMPONESA/EMBARÉ
 - PORTO ALEGRE/LAT. PORTO ALEGRE
 - PIRACANJUBA/LAT. BELA VISTA
 - ITALAC/GOIASMINAS
- 73,1%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

- ITALAC/GOIASMINAS
 - ELEGÉ/LACTALIS
 - PIRACANJUBA/ LAT.BELA VISTA
 - MOLICO/NESTLÉ
 - NINHO/NESTLÉ
- 68,9%

ÁREA 4

Grande São Paulo

- ITALAC/GOIASMINAS
 - PAULISTA/DANONE
 - PARMALAT/LACTALIS
 - PIRACANJUBA/LAT. BELA VISTA
 - MOLICO/NESTLÉ
- 64,5%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

- 1ª ITALAC/GOIASMINAS
 - 2ª PIRACANJUBA/LAT. BELA VISTA
 - 3ª PARMALAT/LACTALIS
 - 4ª PAULISTA/DANONE
 - 5ª NINHO/NESTLÉ
- Top 5** 57,3%

ÁREA 6

PR, SC e RS

- TIROL/TIROL
 - SANTA CLARA/COOP. SANTA CLARA
 - PARMALAT/LACTALIS
 - PIRACANJUBA/LAT. BELA VISTA
 - LANGUIRU/COOP. AGROP. LANGUIRU
- 54,7%

ÁREA 7

MS, GO e DF

- PIRACANJUBA/LAT. BELA VISTA
 - ITALAC/GOIASMINAS
 - LEITBOM/LAT. BELA VISTA
 - PARMALAT/LACTALIS
 - COMPLEITE/COOP. MISTA LEITE MORRINHOS
- 81,5%

Italac
Lá em casa tem.



Líder em Leite UHT Integral, Desnatado e Semidesnatado. De Norte a Sul a **Italac** é a marca que lá em casa tem.

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

Líderes de vendas

Massa Alimentícia

BRASIL

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

Participação Top 5

43,5%

ÁREA 1

Nordeste

- 1^a FORTALEZA/M. DIAS BRANCO
 - 2^a VITARELLA/M. DIAS BRANCO
 - 3^a BONSABOR/M. DIAS BRANCO
 - 4^a ESTRELA/M. DIAS BRANCO
 - 5^a BRANDINI/J. MACEDO
- Top 5** 62,2%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

- SANTA AMÁLIA/CAMIL
VILMA/DOMINGOS DA COSTA
GALO/SELMI
BARILLA/BARILLA
ALDENTE/M. DIAS BRANCO
- 74,8%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

- GALO/SELMI
RENATA/SELMI
ADRIA/M. DIAS BRANCO
ALDENTE/M. DIAS BRANCO
CADORE/CADORE
- 61,4%

ÁREA 4

Grande São Paulo

- ADRIA/M. DIAS BRANCO
BARILLA/BARILLA
RENATA/SELMI
DONA BENTA/J. MACEDO
PETYBON/J. MACEDO
- 78,9%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

- 1^a RENATA/SELMI
 - 2^a BASILAR/M. DIAS BRANCO
 - 3^a ADRIA/M. DIAS BRANCO
 - 4^a BARILLA/BARILLA
 - 5^a GALO/SELMI
- Top 5** 66,6%

ÁREA 6

PR, SC e RS

- ISABELA/M. DIAS BRANCO
GALO/SELMI
BARILLA/BARILLA
PARATI/PARATI
ORQUÍDEA/TONDO
- 53,6%

ÁREA 7

MS, GO e DF

- CRISTAL/CRISTAL
BARILLA/BARILLA
GALO/SELMI
DALLAS/DALLAS
RENATA/SELMI
- 60,5%

A marca que é
Líder Nacional*
 em vendas e a mais lembrada**
 pelo consumidor.



O macarrão do Brasil

Confira nosso
 portal de receitas:
receitasgalo.com.br



**O MACARRÃO SOLTINHO QUE ESTÁ SEMPRE
 NA MENTE E NA MESA DO BRASILEIRO**

*TOP 5 - NIELSEN
 **TOP OF MIND - FOLHA DE S. PAULO



CONHEÇA MAIS SOBRE O MACARRÃO QUE TEM A CARA DO BRASIL: [f](https://www.facebook.com/marca.galo) [@MARCA.GALO](https://www.instagram.com/marca.galo)

Líderes de vendas

Mistura para Bolos/Doces e Salgados

BRASIL

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

Participação Top 5

59,2%

ÁREA 1

Nordeste

- 1^a DONA BENTA/J. MACEDO
 - 2^a FINNA/M. DIAS BRANCO
 - 3^a MARATÁ/MARATÁ
 - 4^a FLEISCHMANN/AB BRASIL
 - 5^a APTI/APTI
- Top 5** 73,0%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

- VILMA/DOMINGOS DA COSTA
 - FLEISCHMANN/AB BRASIL
 - REGINA/BUAIZ
 - SANTA AMÁLIA/SANTA AMÁLIA
 - ITALAC/GOIASMINAS
- 85,0%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

- ITALAC/GOIASMINAS
 - DONA BENTA/J. MACEDO
 - FLEISCHMANN/AB BRASIL
 - REGINA/BUAIZ
 - BOA SORTE/J. MACEDO
- 77,6%

ÁREA 4

Grande São Paulo

- DONA BENTA/J. MACEDO
 - FLEISCHMANN/AB BRASIL
 - ITALAC/GOIASMINAS
 - DR. OETKER/DR. OETKER
 - OETKER/DR. OETKER
- 82,5%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

- 1^a DONA BENTA/J. MACEDO
 - 2^a FLEISCHMANN/AB BRASIL
 - 3^a ITALAC/GOIASMINAS
 - 4^a DR. OETKER/DR. OETKER
 - 5^a NITA COOK/MOINHO PAULISTA
- Top 5** 75,5%

ÁREA 6

PR, SC e RS

- FLEISCHMANN/AB BRASIL
 - ORQUÍDEA/TONDO
 - APTI/APTI
 - DR. OETKER/DR. OETKER
 - DONA BENTA/J. MACEDO
- 75,6%

ÁREA 7

MS, GO e DF

- FLEISCHMANN/AB BRASIL
 - ITALAC/GOIASMINAS
 - RENATA/SELMÍ
 - ADORALLE/ADORALLE
 - OETKER/DR. OETKER
- 67,0%



Fleischmann. Crescendo com você desde 1931!



A preferência dos consumidores e as vendas no varejo trouxeram a liderança para Fleischmann nas categorias de Mistura para Bolos* e de Fermento Biológico**!

Aumente suas vendas junto com a marca que há mais de 90 anos faz pães e bolos crescerem nas casas dos consumidores.



*Liderança em Bolos no varejo segundo Pesquisa Nielsen para a revista Super Hiper Abr'23.

**Liderança na categoria de fermento segundo dados Nielsen Scantrack Nov.22.

FLEISCHMANN

Líderes de vendas

Molho Refogado

BRASIL

- 1^a POMAROLA/CARGILL

- 2^a FUGINI/FUGINI ALIMENTOS

- 3^a HEINZ/KRAFT HEINZ

- 4^a QUERO/KRAFT HEINZ

- 5^a PREDILECTA/PREDILECTA

Participação Top 5

66,2%

ÁREA 1

Nordeste

- 1^a QUERO/KRAFT HEINZ
 - 2^a HEINZ/KRAFT HEINZ
 - 3^a FUGINI/FUGINI ALIMENTOS
 - 4^a POMAROLA/CARGILL
 - 5^a MARATÁ/MARATÁ
- Top 5** 53,8%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

- POMAROLA/CARGILL
 - PREDILECTA/PREDILECTA
 - HEINZ/KRAFT HEINZ
 - FUGINI/FUGINI ALIMENTOS
 - SALSARETTI/PREDILECTA
- 68,1%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

- PRAMESA/ANTARES BRASIL
 - PREDILECTA/PREDILECTA
 - POMAROLA/CARGILL
 - HEINZ/KRAFT HEINZ
 - FUGINI/FUGINI ALIMENTOS
- 73,9%

ÁREA 4

Grande São Paulo

- QUERO/KRAFT HEINZ
 - HEINZ/KRAFT HEINZ
 - POMAROLA/CARGILL
 - FUGINI/FUGINI ALIMENTOS
 - BARILLA/BARILLA
- 74,5%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

- 1^a FUGINI/FUGINI ALIMENTOS
 - 2^a HEINZ/KRAFT HEINZ
 - 3^a QUERO/KRAFT HEINZ
 - 4^a POMAROLA/CARGILL
 - 5^a PREDILECTA/PREDILECTA
- Top 5** 75,0%

ÁREA 6

PR, SC e RS

- FUGINI/FUGINI ALIMENTOS
 - POMAROLA/CARGILL
 - QUERO/KRAFT HEINZ
 - PREDILECTA/PREDILECTA
 - HEINZ/KRAFT HEINZ
- 65,0%

ÁREA 7

MS, GO e DF

- POMAROLA/CARGILL
 - FUGINI/FUGINI ALIMENTOS
 - HEINZ/KRAFT HEINZ
 - QUERO/KRAFT HEINZ
 - DEZ/DEZ ALIM.
- 67,8%

LÍDERES DE VENDAS

2023



Agradecemos aos nossos clientes por confiar em nossos produtos e nos ajudar a ser uma das líderes de vendas de 2023. Estamos honrados com o reconhecimento e continuaremos trabalhando para garantir a melhor experiência com nossos produtos.



Conheça nosso E-commerce B2B | WWW.COMPREFUGINI.COM.BR

GELEIA

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	QUEENSBERRY/HERO BRASIL	RITTER/RITTER	ST. DALFOUR/ST. DALFOUR	LINEA/LINEA SUCRALOSE	HOMEMADE/HOMEMADE	72,1
NORDESTE	QUEENSBERRY/HERO BRASIL	LINEA/LINEA SUCRALOSE	ST. DALFOUR/ST. DALFOUR	HOMEMADE/HOMEMADE	DANA/SCANDIC FOOD	80,9
MG, ES, INT. RJ	QUEENSBERRY/HERO BRASIL	LINEA/LINEA SUCRALOSE	ST. DALFOUR/ST. DALFOUR	PREDILECTA/PREDILECTA	RITTER/RITTER	75,4
GRANDE RJ	QUEENSBERRY/HERO BRASIL	RITTER/RITTER	ST. DALFOUR/ST. DALFOUR	LINEA/LINEA SUCRALOSE	PREDILECTA/PREDILECTA	77,8
GRANDE SP	QUEENSBERRY/HERO BRASIL	ST. DALFOUR/ST. DALFOUR	LINEA/LINEA SUCRALOSE	HOMEMADE/HOMEMADE	RITTER/RITTER	79,5
INTERIOR SP	QUEENSBERRY/HERO BRASIL	ST. DALFOUR/ST. DALFOUR	LINEA/LINEA SUCRALOSE	HOMEMADE/HOMEMADE	PREDILECTA/PREDILECTA	81,2
SUL	RITTER/RITTER	QUEENSBERRY/HERO BRASIL	FORNO VELHO/DOCES FORNO VELHO	LINEA/LINEA SUCRALOSE	ST. DALFOUR/ST. DALFOUR	66,5
MS, GO e DF	QUEENSBERRY/HERO BRASIL	ST. DALFOUR/ST. DALFOUR	LINEA/LINEA SUCRALOSE	PREDILECTA/PREDILECTA	HOMEMADE/HOMEMADE	85,7



GOMA DE MASCAR

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	TRIDENT/PERFETTI VAN MELLE	MENTOS/PERFETTI VAN MELLE	FINI/SANCHEZ CANO	BUBBALOO/PERFETTI VAN MELLE	BOLETE/DORI	96,0
NORDESTE	TRIDENT/PERFETTI VAN MELLE	MENTOS/PERFETTI VAN MELLE	FINI/SANCHEZ CANO	BIG BIG/ARCOR	BUBBALOO/PERFETTI VAN MELLE	94,5
MG, ES, INT. RJ	TRIDENT/PERFETTI VAN MELLE	MENTOS/PERFETTI VAN MELLE	FINI/SANCHEZ CANO	CHERRY POP/SIMAS ALIMENTOS	BUBBALOO/PERFETTI VAN MELLE	94,5
GRANDE RJ	TRIDENT/PERFETTI VAN MELLE	MENTOS/PERFETTI VAN MELLE	FINI/SANCHEZ CANO	BOLETE/DORI	BUBBALOO/PERFETTI VAN MELLE	96,2
GRANDE SP	TRIDENT/PERFETTI VAN MELLE	MENTOS/PERFETTI VAN MELLE	FINI/SANCHEZ CANO	BUBBALOO/PERFETTI VAN MELLE	BOLETE/DORI	97,3
INTERIOR SP	TRIDENT/PERFETTI VAN MELLE	MENTOS/PERFETTI VAN MELLE	FINI/SANCHEZ CANO	BOLETE/DORI	BUBBALOO/PERFETTI VAN MELLE	97,2
SUL	TRIDENT/PERFETTI VAN MELLE	MENTOS/PERFETTI VAN MELLE	FINI/SANCHEZ CANO	BUBBALOO/PERFETTI VAN MELLE	BOLETE/DORI	96,6
MS, GO e DF	TRIDENT/PERFETTI VAN MELLE	MENTOS/PERFETTI VAN MELLE	FINI/SANCHEZ CANO	BUBBALOO/PERFETTI VAN MELLE	BOLETE/DORI	95,8

LEITE COM SABOR

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	YOPRO/DANONE	TODDYNH/PEPSICO	NESSAU/NESTLÉ	PIRAKIDS/LATS BELA VISTA	PIRACANIUBA/LAT. BELA VISTA	64,9
NORDESTE	NESSAU/NESTLÉ	YOPRO/DANONE	TODDYNH/PEPSICO	BETÂNIA/CBL	PIRACANIUBA/LAT. BELA VISTA	74,8
MG, ES, INT. RJ	TODDYNH/PEPSICO	YOPRO/DANONE	IBITURUNA/COOP. VALE DO RIO DOCE	ITAMBÉ/ITAMBÉ	NESSAU/NESTLÉ	57,5
GRANDE RJ	TODDYNH/PEPSICO	YOPRO/DANONE	NESSAU/NESTLÉ	PIRAKIDS/LAT. BELA VISTA	QUATÁ/QUATÁ	78,5
GRANDE SP	YOPRO/DANONE	TODDYNH/PEPSICO	NESSAU/NESTLÉ	ITALAKINHO/GOIASMINAS	SHEFA/SHEFA	80,5
INTERIOR SP	YOPRO/DANONE	TODDYNH/PEPSICO	NESSAU/NESTLÉ	ITALAKINHO/GOIASMINAS	LÍDER/NOVA ESPERANÇA	72,9
SUL	YOPRO/DANONE	TODDYNH/PEPSICO	CHOCOMILK/LACTALIS	NESSAU/NESTLÉ	LÍDER/NOVA ESPERANÇA	52,8
MS, GO e DF	YOPRO/DANONE	PIRAKIDS/LAT. BELA VISTA	TODDYNH/PEPSICO	NESSAU/NESTLÉ	PIRACANIUBA/LAT. BELA VISTA	72,6



LEITE CONDENSADO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	MOÇA/NESTLÉ	ITALAC/GOIASMINAS	PIRACANIUBA/LAT. BELA VISTA	ITAMBÉ/LACTALIS	MOCOCA/MOCOCA	73,5
NORDESTE	MOÇA/NESTLÉ	BETANIA/CBL	PIRACANIUBA/LAT. BELA VISTA	ITALAC/GOIASMINAS	ITAMBÉ/LACTALIS	77,6
MG, ES, INT. RJ	MOÇA/NESTLÉ	ITALAC/GOIASMINAS	PIRACANIUBA/LAT. BELA VISTA	CAMPONESA/EMBARÉ	ITAMBÉ/LACTALIS	74,3
GRANDE RJ	ITALAC/GOIASMINAS	MOÇA/NESTLÉ	GLÓRIA/NOVA MIX	PIRACANIUBA/LATS BELA VISTA	ITAMBÉ/LACTALIS	93,3
GRANDE SP	MOÇA/NESTLÉ	ITALAC/GOIASMINAS	PIRACANIUBA/LAT. BELA VISTA	ITAMBÉ/LACTALIS	MOCOCA/MOCOCA	89,1
INTERIOR SP	MOÇA/NESTLÉ	ITALAC/GOIASMINAS	PIRACANIUBA/LAT. BELA VISTA	MOCOCA/MOCOCA	ITAMBÉ/LACTALIS	88,5
SUL	MOÇA/NESTLÉ	PIRACANIUBA/LAT. BELA VISTA	FRIMESA/FRIMESA	TIROL/TIROL	ITALAC/GOIASMINAS	74,7
MS, GO e DF	PIRACANIUBA/LAT. BELA VISTA	MOÇA/NESTLÉ	ITALAC/GOIASMINAS	ITAMBÉ/LACTALIS	MOCOCA/MOCOCA	75,3



LEITE EM PÓ

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	NINHO/NESTLÉ	ITAMBÉ/LACTALIS	PIRACANIUBA/LAT. BELA VISTA	MOLICO/NESTLÉ	CAMPONESA/EMBARÉ	74,1
NORDESTE	NINHO/NESTLÉ	ITAMBÉ/LACTALIS	PIRACANIUBA/LAT. BELA VISTA	CAMPONESA/EMBARÉ	LA SERENÍSSIMA/LEITE SOL	78,1
MG, ES, INT. RJ	NINHO/NESTLÉ	ITAMBÉ/LACTALIS	CAMPONESA/EMBARÉ	PIRACANIUBA/LAT. BELA VISTA	GLÓRIA/NOVA MIX	81,2
GRANDE RJ	NINHO/NESTLÉ	MOLICO/NESTLÉ	ITAMBÉ/LACTALIS	GLÓRIA/NOVA MIX	ITALAC/GOIASMINAS	84,9
GRANDE SP	NINHO/NESTLÉ	ITAMBÉ/LACTALIS	MOLICO/NESTLÉ	LA SERENÍSSIMA/LEITE SOL	ITALAC/GOIASMINAS	86,4
INTERIOR SP	NINHO/NESTLÉ	ITAMBÉ/LACTALIS	ITALAC/GOIASMINAS	MOLICO/NESTLÉ	LA SERENÍSSIMA/LEITE SOL	84,0
SUL	NINHO/NESTLÉ	AURORA/AURORA	MOLICO/NESTLÉ	PIRACANIUBA/LAT. BELA VISTA	GLÓRIA/NOVA MIX	71,6
MS, GO e DF	NINHO/NESTLÉ	ITAMBÉ/LACTALIS	PIRACANIUBA/LAT. BELA VISTA	MOLICO/NESTLÉ	LEITBOM/LAT. BELA VISTA	92,5

LEITE LONGA VIDA - DESNATADO/SEMIDESNATADO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	ITALAC/GOIASMINAS	PIRACANJUBA/BELA VISTA	PARMALAT/LACTALIS	TIROL/TIROL	ITAMBÉ/LACTALIS	45,5
NORDESTE	BETÂNIA/CBL	PIRACANJUBA/LAT. BELA VISTA	ITALAC/GOIASMINAS	ITAMBÉ/LACTALIS	NINHO/NESTLÉ	76,2
MG, ES, INT. RJ	ITAMBÉ/LACTALIS	CAMPONESA/EMBARÉ	PORTO ALEGRE/LAT. PORTO ALEGRE	PIRACANJUBA/LAT. BELA VISTA	ITALAC/GOIASMINAS	73,1
GRANDE RJ	ITALAC/GOIASMINAS	ELEGÊ/LACTALIS	PIRACANJUBA/ LAT.BELA VISTA	MOLICO/NESTLÉ	NINHO/NESTLÉ	68,9
GRANDE SP	ITALAC/GOIASMINAS	PAULISTA/DANONE	PARMALAT/LACTALIS	PIRACANJUBA/LAT. BELA VISTA	MOLICO/NESTLÉ	64,5
INTERIOR SP	ITALAC/GOIASMINAS	PIRACANJUBA/LAT. BELA VISTA	PARMALAT/LACTALIS	PAULISTA/DANONE	NINHO/NESTLÉ	57,3
SUL	TIROL/TIROL	SANTA CLARA/COOP. SANTA CLARA	PARMALAT/LACTALIS	PIRACANJUBA/LAT. BELA VISTA	LANGUIRU/COOP. AGROP. LANGUIRU	54,7
MS, GO e DF	PIRACANJUBA/LAT. BELA VISTA	ITALAC/GOIASMINAS	LEITBOM/LAT. BELA VISTA	PARMALAT/LACTALIS	COMPLEITE/COOP. MISTA LEITE MORRINHOS	81,5

LEITE LONGA VIDA - INTEGRAL

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	ITALAC/GOIASMINAS	TIROL/TIROL	PARMALAT/LACTALIS	QUATÁ/QUATÁ	NINHO/NESTLÉ	40,8
NORDESTE	BETÂNIA/CBL	PIRACANJUBA/LAT. BELA VISTA	ELEGÊ/LACTALIS	JAGUARIBE/CBL	NINHO/NESTLÉ	72,2
MG, ES, INT. RJ	CAMPONESA/EMBARÉ	ITAMBÉ/LACTALIS	QUATÁ/QUATÁ	PORTO ALEGRE/LAT. PORTO ALEGRE	IBITURUNA/COOP. VALE DO RIO DOCE	63,4
GRANDE RJ	ITALAC/GOIASMINAS	QUATÁ/QUATÁ	ELEGÊ/LACTALIS	NINHO/NESTLÉ	BARRA MANSA/BARRA MANSA	68,6
GRANDE SP	ITALAC/GOIASMINAS	PARMALAT/LACTALIS	JUSSARA/JUSSARA	NINHO/NESTLÉ	PAULISTA/DANONE	57,2
INTERIOR SP	ITALAC/GOIASMINAS	JUSSARA/JUSSARA	PARMALAT/LACTALIS	LÍDER/ARC	NINHO/NESTLÉ	59,8
SUL	TIROL/TIROL	PARMALAT/LACTALIS	SANTA CLARA/COOP. SANTA CLARA	LÍDER/ARC	ELEGÊ/LACTALIS	55,6
MS, GO e DF	ITALAC/GOIASMINAS	PIRACANJUBA/LAT. BELA VISTA	PARMALAT/LACTALIS	TIROL/TIROL	DAUS/DAUS	59,7


MAIONESE

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	HELLMANN'S/UNILEVER	HEINZ/KRAFT HEINZ	HEMMER/KRAFT HEINZ	QUERO/KRAFT HEINZ	LIZA/CARGILL	89,5
NORDESTE	HELLMANN'S/UNILEVER	HEINZ/KRAFT HEINZ	QUERO/KRAFT HEINZ	HEMMER/KRAFT HEINZ	ARISCO/UNILEVER	88,4
MG, ES, INT. RJ	HELLMANN'S/UNILEVER	HEINZ/KRAFT HEINZ	HEMMER/KRAFT HEINZ	ARISCO/UNILEVER	QUERO/KRAFT HEINZ	89,3
GRANDE RJ	HELLMANN'S/UNILEVER	HEINZ/KRAFT HEINZ	ARISCO/UNILEVER	HEMMER/KRAFT HEINZ	SOYA/BUNGE	88,8
GRANDE SP	HELLMANN'S/UNILEVER	HEINZ/KRAFT HEINZ	QUERO/KRAFT HEINZ	HEMMER/KRAFT HEINZ	LIZA/CARGILL	93,9
INTERIOR SP	HELLMANN'S/UNILEVER	HEINZ/KRAFT HEINZ	HEMMER/KRAFT HEINZ	QUERO/KRAFT HEINZ	ARISCO/UNILEVER	92,5
SUL	HELLMANN'S/UNILEVER	HEMMER/KRAFT HEINZ	HEINZ/KRAFT HEINZ	LIZA/CARGILL	ODERICH/ODERICH	91,7
MS, GO e DF	HELLMANN'S/UNILEVER	HEINZ/KRAFT HEINZ	HEMMER/KRAFT HEINZ	QUERO/KRAFT HEINZ	ARISCO/UNILEVER	90,3

MASSA ALIMENTÍCIA

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	GALO/SELM	BARILLA/BARILLA	RENATA/SELM	ADRIA/M. DIAS BRANCO	SANTA AMÁLIA/CAMIL	43,5
NORDESTE	FORTALEZA/M. DIAS BRANCO	VITARELLA/M. DIAS BRANCO	BONSABOR/M. DIAS BRANCO	ESTRELA/M. DIAS BRANCO	BRANDINI/J. MACEDO	62,2
MG, ES, INT. RJ	SANTA AMÁLIA/CAMIL	VILMA/DOMINGOS DA COSTA	GALO/SELM	BARILLA/BARILLA	ALDENTE/M. DIAS BRANCO	74,8
GRANDE RJ	GALO/SELM	RENATA/SELM	ADRIA/M. DIAS BRANCO	ALDENTE/M. DIAS BRANCO	CADORE/CADORE	61,4
GRANDE SP	ADRIA/M. DIAS BRANCO	BARILLA/BARILLA	RENATA/SELM	DONA BENTA/J. MACEDO	PETYBON/J. MACEDO	78,9
INTERIOR SP	RENATA/SELM	BASILAR/M. DIAS BRANCO	ADRIA/M. DIAS BRANCO	BARILLA/BARILLA	GALO/SELM	66,6
SUL	ISABELA/M. DIAS BRANCO	GALO/SELM	BARILLA/BARILLA	PARATI/PARATI	ORQUÍDEA/TONDO	53,6
MS, GO e DF	CRISTAL/CRISTAL	BARILLA/BARILLA	GALO/SELM	DALLAS/DALLAS	RENATA/SELM	60,5


MASSA INSTANTÂNEA

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	NISSIN LAMEN/NISSIN FOODS	CUP NOODLES/NISSIN FOODS	TURMA DA MÔNICA/NISSIN FOODS	RENATA/SELM	PANCO/LUA NOVA	90,0
NORDESTE	NISSIN LAMEN/NISSIN FOODS	CUP NOODLES/NISSIN FOODS	VITARELLA/M. DIAS BRANCO	TURMA DA MÔNICA/NISSIN FOODS	MARATÁ/MARATÁ	91,5
MG, ES, INT. RJ	NISSIN LAMEN/NISSIN FOODS	CUP NOODLES/NISSIN FOODS	TURMA DA MÔNICA/NISSIN FOODS	VILMA/DOMINGOS DA COSTA	SANTA AMÁLIA/CAMIL	91,4
GRANDE RJ	NISSIN LAMEN/NISSIN FOODS	CUP NOODLES/NISSIN FOODS	TURMA DA MÔNICA/NISSIN FOODS	ADRIA/M. DIAS BRANCO	RENATA/SELM	94,0
GRANDE SP	NISSIN LAMEN/NISSIN FOODS	CUP NOODLES/NISSIN FOODS	TURMA DA MÔNICA/NISSIN FOODS	PANCO/LUA NOVA	ADRIA/M. DIAS BRANCO	96,7
INTERIOR SP	NISSIN LAMEN/NISSIN FOODS	CUP NOODLES/NISSIN FOODS	TURMA DA MÔNICA/NISSIN FOODS	RENATA/SELM	PANCO/LUA NOVA	95,2
SUL	NISSIN LAMEN/NISSIN FOODS	CUP NOODLES/NISSIN FOODS	TURMA DA MÔNICA/NISSIN FOODS	RENATA/SELM	ISABELA/M. DIAS BRANCO	94,7
MS, GO e DF	NISSIN LAMEN/NISSIN FOODS	CUP NOODLES/NISSIN FOODS	TURMA DA MÔNICA/NISSIN FOODS	SANDELLA/GSA	RENATA/SELM	94,1

Líderes de vendas

Pão Industrializado Tipo Forma - Ingredientes Especiais

BRASIL

1ª WICKBOLD/WICKBOLD

2ª NUTRELLA/BIMBO

3ª VISCONTI/BAUDUCCO

4ª PULLMAN/BIMBO

5ª PLUS VITA/BIMBO

Participação Top 5

71,2%

ÁREA 1

Nordeste

1ª	PLUS VITA/BIMBO
2ª	VISCONTI/BAUDUCCO
3ª	LIMIAR/LIMIAR
4ª	PANEVITA/PANE VITA
5ª	NUTRELLA/BIMBO
Top 5	75,8%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

WICKBOLD/WICKBOLD
VISCONTI/BAUDUCCO
VALE DO SOL/TOCANTINS
NUTRELLA/BIMBO
SEVEN BOYS/WICKBOLD
62,0%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

WICKBOLD/WICKBOLD
PLUS VITA/BIMBO
NUTRELLA/BIMBO
PANCO/LUA NOVA
VISCONTI/BAUDUCCO
93,6%

ÁREA 4

Grande São Paulo

WICKBOLD/WICKBOLD
PULLMAN/BIMBO
NUTRELLA/BIMBO
PANCO/LUA NOVA
VISCONTI/BAUDUCCO
91,7%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

1ª	WICKBOLD/WICKBOLD
2ª	PULLMAN/BIMBO
3ª	VISCONTI/BAUDUCCO
4ª	PANCO/LUA NOVA
5ª	NUTRELLA/BIMBO
Top 5	90,1%

ÁREA 6

PR, SC e RS

WICKBOLD/WICKBOLD
PULLMAN/BIMBO
SEVEN BOYS/WICKBOLD
VISCONTI/BAUDUCCO
NUTRELLA/BIMBO
71,0%

ÁREA 7

MS, GO e DF

WICKBOLD/WICKBOLD
PULLMAN/BIMBO
NUTRELLA/BIMBO
VISCONTI/BAUDUCCO
SEVEN BOYS/WICKBOLD
86,6%

viva integralmente

85 anos fazendo história
na mesa dos brasileiros
com produtos saudáveis



1º
lugar

na categoria
Pão industrializado
ingredientes especiais

Novas
embalagens



Pão 37,8% Integral com
Castanha-do-Pará e Quinoa

Agradecemos por confiar em nossa
marca, pelos anos de parceria e por
juntos crescermos tanto!



www.wickbold.com.br

f @wickbold



@wickboldoficial

Líderes de vendas

Pão Industrializado Tipo Forma - Tradicional (Branco)

BRASIL

- 1^a **PANCO/LUA NOVA**
- 2^a **PULLMAN/BIMBO**
- 3^a **SEVEN BOYS/WICKBOLD**
- 4^a **PLUS VITA/BIMBO**
- 5^a **VISCONTI/BAUDUCCO**

Participação Top 5

62,8%

ÁREA 1

Nordeste

- 1^a PLUS VITA/BIMBO
 - 2^a VISCONTI/BAUDUCCO
 - 3^a LIMIAR/LIMIAR
 - 4^a BELLA VITA/TUDO NOVO
 - 5^a PANEVITA/PANE VITA
- Top 5** 71,9%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

- PANCO/LUA NOVA
 - SEVEN BOYS/WICKBOLD
 - VISCONTI/BAUDUCCO
 - PULLMAN/BIMBO
 - BALDINI/DANUBIO
- 51,2%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

- PLUS VITA/BIMBO
 - PANCO/LUA NOVA
 - SEVEN BOYS/WICKBOLD
 - WICKBOLD/WICKBOLD
 - VISCONTI/BAUDUCCO
- 83,9%

ÁREA 4

Grande São Paulo

- PANCO/LUA NOVA
 - PULLMAN/BIMBO
 - WICKBOLD/WICKBOLD
 - SEVEN BOYS/WICKBOLD
 - KIM/KIM
- 85,1%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

- 1^a PANCO/LUA NOVA
 - 2^a PULLMAN/BIMBO
 - 3^a SEVEN BOYS/WICKBOLD
 - 4^a WICKBOLD/WICKBOLD
 - 5^a VISCONTI/BAUDUCCO
- Top 5** 83,2%

ÁREA 6

PR, SC e RS

- PULLMAN/BIMBO
 - SEVEN BOYS/WICKBOLD
 - FARIAS/FARIAS
 - VISCONTI/BAUDUCCO
 - BAUDUCCO/BAUDUCCO
- 57,0%

ÁREA 7

MS, GO e DF

- PULLMAN/BIMBO
 - SEVEN BOYS/WICKBOLD
 - VISCONTI/BAUDUCCO
 - WICKBOLD/WICKBOLD
 - TRIGOSTOSO/AEB IMD. DE ALIMENTOS
- 78,0%



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



*Há 70 anos alimentando o mundo
com amor, carinho e dedicação!*



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

Líderes de vendas

Pão Industrializado Outros Tipos (Bisnaga, Lanche e Outros)

BRASIL

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

Participação Top 5

61,5%

ÁREA 1

Nordeste

- 1^a PLUS VITA/BIMBO
 - 2^a VISCONTI/BAUDUCCO
 - 3^a LIMIAR/LIMIAR
 - 4^a PANEVITA/PANE VITA
 - 5^a ROMANA/BRAGA POMPEU
- Top 5** 67,0%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

- WICKBOLD/WICKBOLD
 - SEVEN BOYS/WICKBOLD
 - PANCO/LUA NOVA
 - VISCONTI/BAUDUCCO
 - PULLMAN/BIMBO
- 48,5%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

- PLUS VITA/BIMBO
 - PANCO/LUA NOVA
 - WICKBOLD/WICKBOLD
 - SEVEN BOYS/WICKBOLD
 - NUTRELLA/BIMBO
- 81,4%

ÁREA 4

Grande São Paulo

- PANCO/LUA NOVA
 - WICKBOLD/WICKBOLD
 - PULLMAN/BIMBO
 - KIM/KIM
 - SEVEN BOYS/WICKBOLD
- 82,2%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

- 1^a PANCO/LUA NOVA
 - 2^a WICKBOLD/WICKBOLD
 - 3^a PULLMAN/BIMBO
 - 4^a SEVEN BOYS/WICKBOLD
 - 5^a VISCONTI/BAUDUCCO
- Top 5** 81,1%

ÁREA 6

PR, SC e RS

- WICKBOLD/WICKBOLD
 - PULLMAN/BIMBO
 - SEVEN BOYS/WICKBOLD
 - VISCONTI/BAUDUCCO
 - FARIAS/FARIAS
- 59,2%

ÁREA 7

MS, GO e DF

- PULLMAN/BIMBO
 - WICKBOLD/WICKBOLD
 - SEVEN BOYS/WICKBOLD
 - VISCONTI/BAUDUCCO
 - TRIGOSTOSO/AEB IND. DE ALIMENTOS
- 75,0%



**LIDERANÇA
NACIONAL**
de vendas na categoria
PÃES
**INDUSTRIALIZADOS
OUTROS TIPOS.**



*Há 70 anos alimentando o mundo
com amor, carinho e dedicação!*



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

Líderes de vendas

Vinagre

BRASIL

1ª CASTELO/CASTELO ALIMENTOS

2ª TOSCANO/ANTONIO BORIN

3ª PEIXE/VINNOBLES

4ª MINHOTO/RAYMUNDO DA FONTE

5ª BELMONT/VINAGRE BELMONT

Participação Top 5

55,8%

ÁREA 1

Nordeste

1ª	MINHOTO/RAYMUNDO DA FONTE
2ª	MARATÁ/MARATÁ
3ª	FIGUEIRA/RAYMUNDO DA FONTE
4ª	MURIONGO/RAYMUNDO DA FONTE
5ª	REGINA/TEMPERO REGINA
Top 5	78,0%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

TOSCANO/ANTONIO BORIN
CASTELO/CASTELO ALIMENTOS
BELMONT/VINAGRE BELMONT
PEIXE/VINNOBLES
DICASA/DICASA
75,4%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

PEIXE/VINNOBLES
ÚNICO/VINNOBLES
GALO DE BARCELOS/EMBAVI
CASTELO/CASTELO ALIMENTOS
GALO DE BARCELOS/OLDECAR
83,7%

ÁREA 4

Grande São Paulo

CASTELO/CASTELO ALIMENTOS
TOSCANO/ANTONIO BORIN
VITÁLIA/VINAGRES CASTELO
LA PASTINA/LA PASTINA
VINOBRE/OLDECAR
82,9%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

1ª	CASTELO/CASTELO ALIMENTOS
2ª	BELMONT/VINAGRE BELMONT
3ª	TOSCANO/ANTONIO BORIN
4ª	FORTALEZA/CASTELO ALIMENTOS
5ª	VITÁLIA/VINAGRES CASTELO
Top 5	79,9%

ÁREA 6

PR, SC e RS

CASTELO/CASTELO ALIMENTOS
HEINIG/HEINIG
CHEMIM/CHEMIM
ROSANI/CAVE SÃO MIGUEL
PRINZ/PRINZ
61,0%

ÁREA 7

MS, GO e DF

CASTELO/CASTELO ALIMENTOS
TOSCANO/ANTONIO BORIN
VITÁLIA/VINAGRES CASTELO
ROSINA/PANIZZON
BARÃO/BARÃO
83,4%

Pensou em Vinagre, pensou



A mais completa e tradicional linha de vinagres.

Planograma de Exposição Vinagres Castello

Cross Merchandising

- Carnes
- Peixes
- Congelados
- FLV (próximo às maçãs)
- Cantinho do Churrasco
- Produtos Gourmet
- OPORTUNIDADES**
- Produtos Naturais
- Produtos Saudáveis

Produtos Orgânicos

6	balsâmicos		vinagres de mesa
5	orgânicos		naturais
4	tradicionais		especiais
3	suaves		saborizados
2	vinagres de álcool 6% 2L		vinagres de álcool 6% 2L
1	vinagres de álcool 6% 5L		vinagres de álcool 6% 5L

MISTURA PARA BOLOS/DOCES E SALGADOS

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	FLEISCHMANN/AB BRASIL	DONA BENTA/J. MACEDO	ITALAC/GOIASMINAS	VILMA/DOMINGOS DA COSTA	DR. OETKER/DR. OETKER	59,2
NORDESTE	DONA BENTA/J. MACEDO	FINNA/M. DIAS BRANCO	MARATÁ/MARATÁ	FLEISCHMANN/AB BRASIL	APTI/APTI	73,0
MG, ES, INT. RJ	VILMA/DOMINGOS DA COSTA	FLEISCHMANN/AB BRASIL	REGINA/BUAIZ	SANTA AMÁLIA/SANTA AMÁLIA	ITALAC/GOIASMINAS	85,0
GRANDE RJ	ITALAC/GOIASMINAS	DONA BENTA/J. MACEDO	FLEISCHMANN/AB BRASIL	REGINA/BUAIZ	BOA SORTE/J. MACEDO	77,6
GRANDE SP	DONA BENTA/J. MACEDO	FLEISCHMANN/AB BRASIL	ITALAC/GOIASMINAS	DR. OETKER/DR. OETKER	OETKER/DR. OETKER	82,5
INTERIOR SP	DONA BENTA/J. MACEDO	FLEISCHMANN/AB BRASIL	ITALAC/GOIASMINAS	DR. OETKER/DR. OETKER	NITA COOK/MOINHO PAULISTA	75,5
SUL	FLEISCHMANN/AB BRASIL	ORQUÍDEA/TONDO	APTI/APTI	DR. OETKER/DR. OETKER	DONA BENTA/J. MACEDO	75,6
MS, GO e DF	FLEISCHMANN/AB BRASIL	ITALAC/GOIASMINAS	RENATA/SEMI	ADORALLE/ADORALLE	OETKER/DR. OETKER	67,0

MISTURAS PARA GELATINAS/SOBREMESAS

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	DR. OETKER/DR. OETKER	ROYAL/MONDELÉZ	BRETZKE/BRETZKE	APTI/APTI	SOL/J. MACEDO	87,7
NORDESTE	DR. OETKER/DR. OETKER	ROYAL/MONDELÉZ	LINEA/LINEA SUCRALOSE	SOL/J. MACEDO	FLEISCHMANN/AB BRASIL	94,0
MG, ES, INT. RJ	DR. OETKER/DR. OETKER	ROYAL/MONDELÉZ	SANTA AMÁLIA/SANTA AMÁLIA	LOWÇUCAR/LIGHTSWEET	GULATINA/GULOZITOS ALIM.	90,4
GRANDE RJ	ROYAL/MONDELÉZ	DR. OETKER/DR. OETKER	SOL/J. MACEDO	BRETZKE/BRETZKE	LOWÇUCAR/LIGHTSWEET	93,2
GRANDE SP	DR. OETKER/DR. OETKER	ROYAL/MONDELÉZ	BRETZKE/BRETZKE	SOL/J. MACEDO	LINEA/LINEA SUCRALOSE	92,7
INTERIOR SP	DR. OETKER/DR. OETKER	ROYAL/MONDELÉZ	BRETZKE/BRETZKE	SOL/J. MACEDO	APTI/APTI	87,8
SUL	DR. OETKER/DR. OETKER	ROYAL/MONDELÉZ	APTI/APTI	BRETZKE/BRETZKE	LOWÇUCAR/LIGHTSWEET	89,0
MS, GO e DF	DR. OETKER/DR. OETKER	ROYAL/MONDELÉZ	PREDILECTA/PREDILECTA	APTI/APTI	FLEISCHMANN/AB BRASIL	92,4

MOLHO PARA SALADA

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	LIZA/CARGILL	HELLMANN'S/UNILEVER	KENKO/SAKURA NAKAYA	KI SABOR/CERTA COM. DE ALIM.	CASTELO/CASTELO ALIMENTOS	86,9
NORDESTE	LIZA/CARGILL	HELLMANN'S/UNILEVER	KENKO/SAKURA NAKAYA	KI SABOR/CERTA COM. DE ALIM.	CASTELO/CASTELO ALIMENTOS	93,2
MG, ES, INT. RJ	LIZA/CARGILL	KENKO/SAKURA NAKAYA	HELLMANN'S/UNILEVER	LALD/BELA MINAS	KI SABOR/CERTA COM. DE ALIM.	85,3
GRANDE RJ	LIZA/CARGILL	HELLMANN'S/UNILEVER	CHINEZINHO/VITALIS	KENKO/SAKURA NAKAYA	KI SABOR/CERTA COM. DE ALIM.	91,5
GRANDE SP	LIZA/CARGILL	HELLMANN'S/UNILEVER	KI SABOR/CERTA COM. DE ALIM.	CASTELO/CASTELO ALIMENTOS	KENKO/SAKURA NAKAYA	91,7
INTERIOR SP	LIZA/CARGILL	CASTELO/CASTELO ALIMENTOS	HELLMANN'S/UNILEVER	KI SABOR/CERTA COM. DE ALIM.	KENKO/SAKURA NAKAYA	90,5
SUL	LIZA/CARGILL	HELLMANN'S/UNILEVER	KENKO/SAKURA NAKAYA	HEMMER/KRAFT HEINZ	CASTELO/CASTELO ALIMENTOS	89,9
MS, GO e DF	LIZA/CARGILL	KENKO/SAKURA NAKAYA	HELLMANN'S/UNILEVER	CASTELO/CASTELO ALIMENTOS	HEMMER/KRAFT HEINZ	92,6



MOLHO REFOGADO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	POMAROLA/CARGILL	FUGINI/FUGINI ALIMENTOS	HEINZ/KRAFT HEINZ	QUERO/KRAFT HEINZ	PREDILECTA/PREDILECTA	66,2
NORDESTE	QUERO/KRAFT HEINZ	HEINZ/KRAFT HEINZ	FUGINI/FUGINI ALIMENTOS	POMAROLA/CARGILL	MARATÁ/MARATÁ	53,8
MG, ES, INT. RJ	POMAROLA/CARGILL	PREDILECTA/PREDILECTA	HEINZ/KRAFT HEINZ	FUGINI/FUGINI ALIMENTOS	SALSARETTI/PREDILECTA	68,1
GRANDE RJ	PRAMESA/ANTARES BRASIL	PREDILECTA/PREDILECTA	POMAROLA/CARGILL	HEINZ/KRAFT HEINZ	FUGINI/FUGINI ALIMENTOS	73,9
GRANDE SP	QUERO/KRAFT HEINZ	HEINZ/KRAFT HEINZ	POMAROLA/CARGILL	FUGINI/FUGINI ALIMENTOS	BARILLA/BARILLA	74,5
INTERIOR SP	FUGINI/FUGINI ALIMENTOS	HEINZ/KRAFT HEINZ	QUERO/KRAFT HEINZ	POMAROLA/CARGILL	PREDILECTA/PREDILECTA	75,0
SUL	FUGINI/FUGINI ALIMENTOS	POMAROLA/CARGILL	QUERO/KRAFT HEINZ	PREDILECTA/PREDILECTA	HEINZ/KRAFT HEINZ	65,0
MS, GO e DF	POMAROLA/CARGILL	FUGINI/FUGINI ALIMENTOS	HEINZ/KRAFT HEINZ	QUERO/KRAFT HEINZ	DEZ/DEZ ALIM.	67,8

ÓLEO COMPOSTO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	MARIA/CARGILL	OLIVIA/CARGILL	CARMELITA/VIGOR ALIMENTOS	OLINDA/EMBAVI	SINHÁ/CARAMURU	86,6
NORDESTE	MARIA/CARGILL	OLIVIA/CARGILL	SINHÁ/CARAMURU	DO CHEFE/G.L. COM. ALIM.	CARMELITA/VIGOR ALIMENTOS	93,2
MG, ES, INT. RJ	MARIA/CARGILL	OLIVIA/CARGILL	SINHÁ/CARAMURU	VITTORIA/VERDEORO SRL	FAISÃO/OLIMA	89,1
GRANDE RJ	OLINDA/EMBAVI	PEIXE/UNIPE IND. E COM.	MARIA/CARGILL	OLIVIA/CARGILL	QUINTA DA SERRA/ANTARES BRASIL	88,0
GRANDE SP	MARIA/CARGILL	OLIVIA/CARGILL	OLINDA/EMBAVI	CARMELITA/VIGOR ALIMENTOS	FAISÃO/OLIMA	92,0
INTERIOR SP	MARIA/CARGILL	OLIVIA/CARGILL	CARMELITA/VIGOR ALIMENTOS	OLINDA/EMBAVI	TRADIÇÃO/BRASFOODS	90,0
SUL	MARIA/CARGILL	OLIVIA/CARGILL	SINHÁ/CARAMURU	OLINDA/EMBAVI	SUAVIT/COCAMAR	98,2
MS, GO e DF	MARIA/CARGILL	OLIVIA/CARGILL	ST ISABEL/NACOM GOYA	SINHÁ/CARAMURU	DOM GAMEIRO/LA FAMILIA ALIMENTOS	94,8

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

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	LIZA/CARGILL	SOYA/BUNGE	VITALIV/ADM	COAMO/COAMO	ABC/ADM	70,2
NORDESTE	SOYA/BUNGE	LIZA/CARGILL	ABC/ADM	CONCÓRDIA/ADM	VITALIV/ADM	80,3
MG, ES, INT. RJ	LIZA/CARGILL	ABC/ADM	VELEIRO/CARGILL	VITALIV/ADM	SOYA/BUNGE	84,8
GRANDE RJ	LIZA/CARGILL	SOYA/BUNGE	LEVE/IMCOPA	VITALIV/ADM	SINHÁ/CARAMURU	93,9
GRANDE SP	LIZA/CARGILL	SOYA/BUNGE	CONCÓRDIA/ADM	COCAMAR/COCAMAR	SALADA/BUNGE	84,4
INTERIOR SP	LIZA/CARGILL	SOYA/BUNGE	VITALIV/ADM	COAMO/COAMO	COCAMAR/COCAMAR	81,1
SUL	COAMO/COAMO	VITALIV/ADM	LEVE/IMCOPA	SOYA/BUNGE	COCAMAR/COCAMAR	73,9
MS, GO e DF	LIZA/CARGILL	CONCÓRDIA/ADM	COMIGO/COOP. COMIGO	VILA VELHA/COIMBRA	BREJEIRO/ORLÂNDIA	66,8

PÃO INDUSTRIALIZADO OUTROS TIPO (BISNAGA, LANCHE E OUTROS)

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	PANCO/LUA NOVA	WICKBOLD/WICKBOLD	PULLMAN/BIMBO	SEVEN BOYS/WICKBOLD	PLUS VITA/BIMBO	61,5
NORDESTE	PLUS VITA/BIMBO	VISCONTI/BAUDUCCO	LIMIAR/LIMIAR	PANEVITA/PANE VITA	ROMANA/BRAGA POMPEU	67,0
MG, ES, INT. RJ	WICKBOLD/WICKBOLD	SEVEN BOYS/WICKBOLD	PANCO/LUA NOVA	VISCONTI/BAUDUCCO	PULLMAN/BIMBO	48,5
GRANDE RJ	PLUS VITA/BIMBO	PANCO/LUA NOVA	WICKBOLD/WICKBOLD	SEVEN BOYS/WICKBOLD	NUTRELLA/BIMBO	81,4
GRANDE SP	PANCO/LUA NOVA	WICKBOLD/WICKBOLD	PULLMAN/BIMBO	KIM/KIM	SEVEN BOYS/WICKBOLD	82,2
INTERIOR SP	PANCO/LUA NOVA	WICKBOLD/WICKBOLD	PULLMAN/BIMBO	SEVEN BOYS/WICKBOLD	VISCONTI/BAUDUCCO	81,1
SUL	WICKBOLD/WICKBOLD	PULLMAN/BIMBO	SEVEN BOYS/WICKBOLD	VISCONTI/BAUDUCCO	FARIAS/FARIAS	59,2
MS, GO e DF	PULLMAN/BIMBO	WICKBOLD/WICKBOLD	SEVEN BOYS/WICKBOLD	VISCONTI/BAUDUCCO	TRIGOSTOSO/AEB IND. DE ALIMENTOS	75,0

PÃO INDUSTRIALIZADO TIPO FORMA - INGREDIENTES ESPECIAIS

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	WICKBOLD/WICKBOLD	NUTRELLA/BIMBO	VISCONTI/BAUDUCCO	PULLMAN/BIMBO	PLUS VITA/BIMBO	71,2
NORDESTE	PLUS VITA/BIMBO	VISCONTI/BAUDUCCO	LIMIAR/LIMIAR	PANEVITA/PANE VITA	NUTRELLA/BIMBO	75,8
MG, ES, INT. RJ	WICKBOLD/WICKBOLD	VISCONTI/BAUDUCCO	VALE DO SOL/TOCANTINS	NUTRELLA/BIMBO	SEVEN BOYS/WICKBOLD	62,0
GRANDE RJ	WICKBOLD/WICKBOLD	PLUS VITA/BIMBO	NUTRELLA/BIMBO	PANCO/LUA NOVA	VISCONTI/BAUDUCCO	93,6
GRANDE SP	WICKBOLD/WICKBOLD	PULLMAN/BIMBO	NUTRELLA/BIMBO	PANCO/LUA NOVA	VISCONTI/BAUDUCCO	91,7
INTERIOR SP	WICKBOLD/WICKBOLD	PULLMAN/BIMBO	VISCONTI/BAUDUCCO	PANCO/LUA NOVA	NUTRELLA/BIMBO	90,1
SUL	WICKBOLD/WICKBOLD	PULLMAN/BIMBO	SEVEN BOYS/WICKBOLD	VISCONTI/BAUDUCCO	NUTRELLA/BIMBO	71,0
MS, GO e DF	WICKBOLD/WICKBOLD	PULLMAN/BIMBO	NUTRELLA/BIMBO	VISCONTI/BAUDUCCO	SEVEN BOYS/WICKBOLD	86,6

trebeschi.com.br

trebeschi



TREBESCHI
cultivando saúde

**GARANTIA DE
RENTABILIDADE
NA SEÇÃO DE FLV**

Marca consolidada há 29 anos no mercado brasileiro.

Referência de produção e vendas de tomates e legumes premium no país.

Produtividade com respeito ao meio ambiente.

Distribuição em todo o território brasileiro e outros países do mercosul.

*Tomates, frutas e legumes premium
tem nome, Trebeschi.*



PÃO INDUSTRIALIZADO TIPO FORMA - TRADICIONAL (BRANCO)

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	PANCO/LUA NOVA	PULLMAN/BIMBO	SEVEN BOYS/WICKBOLD	PLUS VITA/BIMBO	VISCONTI/BAUDUCCO	62,8
NORDESTE	PLUS VITA/BIMBO	VISCONTI/BAUDUCCO	LIMIAR/LIMIAR	BELLA VITA/TUDO NOVO	PANEVITA/PANE VITA	71,9
MG, ES, INT. RJ	PANCO/LUA NOVA	SEVEN BOYS/WICKBOLD	VISCONTI/BAUDUCCO	PULLMAN/BIMBO	BALDINI/DANUBIO	51,2
GRANDE RJ	PLUS VITA/BIMBO	PANCO/LUA NOVA	SEVEN BOYS/WICKBOLD	WICKBOLD/WICKBOLD	VISCONTI/BAUDUCCO	83,9
GRANDE SP	PANCO/LUA NOVA	PULLMAN/BIMBO	WICKBOLD/WICKBOLD	SEVEN BOYS/WICKBOLD	KIM/KIM	85,1
INTERIOR SP	PANCO/LUA NOVA	PULLMAN/BIMBO	SEVEN BOYS/WICKBOLD	WICKBOLD/WICKBOLD	VISCONTI/BAUDUCCO	83,2
SUL	PULLMAN/BIMBO	SEVEN BOYS/WICKBOLD	FARIAS/FARIAS	VISCONTI/BAUDUCCO	BAUDUCCO/BAUDUCCO	57,0
MS, GO e DF	PULLMAN/BIMBO	SEVEN BOYS/WICKBOLD	VISCONTI/BAUDUCCO	WICKBOLD/WICKBOLD	TRIGOSTOSO/AEB IMD. DE ALIMENTOS	78,0

PEIXE ENLATADO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	GOMES DA COSTA/GDC	COQUEIRO/CAMIL	ROBINSON CRUSOE/ROBINSON CRUSOE	PESCADOR/CAMIL	88/GDC	91,6
NORDESTE	GOMES DA COSTA/GDC	PESCADOR/CAMIL	COQUEIRO/CAMIL	88/GDC	ROBINSON CRUSOE/ROBINSON CRUSOE	91,0
MG, ES, INT. RJ	GOMES DA COSTA/GDC	COQUEIRO/CAMIL	PALMEIRA/COSTA MARINE	88/GDC	ROBINSON CRUSOE/ROBINSON CRUSOE	98,1
GRANDE RJ	GOMES DA COSTA/GDC	COQUEIRO/CAMIL	88/GDC	PESCADOR/CAMIL	PALMEIRA/COSTA MARINE	91,6
GRANDE SP	GOMES DA COSTA/GDC	COQUEIRO/CAMIL	ROBINSON CRUSOE/ROBINSON CRUSOE	88/GDC	PESCADOR/CAMIL	98,6
INTERIOR SP	GOMES DA COSTA/GDC	COQUEIRO/CAMIL	ROBINSON CRUSOE/ROBINSON CRUSOE	88/GDC	PESCADOR/CAMIL	97,7
SUL	GOMES DA COSTA/GDC	COQUEIRO/CAMIL	88/GDC	ROBINSON CRUSOE/ROBINSON CRUSOE	PESCADOR/CAMIL	93,0
MS, GO e DF	GOMES DA COSTA/GDC	ROBINSON CRUSOE/ROBINSON CRUSOE	COQUEIRO/CAMIL	88/GDC	PESCADOR/CAMIL	96,7

PRATO SEMI PRONTO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	PASTABOX/SODEBO STE DES ETS BOUGRO	VAPZA/VAPZA ALIM.	DA BOA/MDB IND. ALIMENTÍCIA	PASTAROTTI/ANTAAR & SPA	PAOLA DI VERONA/PAOLA DI VERONA	97,8
NORDESTE	VAPZA/VAPZA ALIM.	PASTAROTTI/ANTAAR & SPA	MAGGI/NESTLÉ	FIRMA ITALIA/FIRMA ITALIA S.P.A	*Não declarado	72,4
MG, ES, INT. RJ	VAPZA/VAPZA ALIM.	FIRMA ITALIA/FIRMA ITALIA S.P.A	PASTABOX/SODEBO STE DES ETS BOUGRO	*Não declarado	*Não declarado	97,1
GRANDE RJ	VAPZA/VAPZA ALIM.	PASTABOX/SODEBO STE DES ETS BOUGRO	PASTAROTTI/ANTAAR & SPA	*Não declarado	*Não declarado	95,1
GRANDE SP	PASTABOX/SODEBO STE DES ETS BOUGRO	VAPZA/VAPZA ALIM.	PAOLA DI VERONA/PAOLA DI VERONA	PASTAROTTI/ANTAAR & SPA	*Não declarado	98,8
INTERIOR SP	PASTABOX/SODEBO STE DES ETS BOUGRO	VAPZA/VAPZA ALIM.	PASTAROTTI/ANTAAR & SPA	PAOLA DI VERONA/PAOLA DI VERONA	FIRMA ITALIA/FIRMA ITALIA S.P.A	98,6
SUL	PASTABOX/SODEBO STE DES ETS BOUGRO	VAPZA/VAPZA ALIM.	DA BOA/MDB IND. ALIMENTÍCIA	FIRMA ITALIA/FIRMA ITALIA S.P.A	CALDO BOM/STIVAL	100,0
MS, GO e DF	VAPZA/VAPZA ALIM.	PASTABOX/SODEBO STE DES ETS BOUGRO	PASTAROTTI/ANTAAR & SPA	*Não declarado	*Não declarado	77,0

PURÊ/POLPA DE TOMATE

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	POMAROLA/CARGILL	PAGANINI/PORTO A PORTO	LA PASTINA/LA PASTINA	CIRIO/CIRIO	OLÉ/CONSERVAS OLÉ	36,8
NORDESTE	POMAROLA/CARGILL	PAGANINI/PORTO A PORTO	LA PASTINA/LA PASTINA	SACCIALI/PREDILECTA	HEMMER/KRAFT HEINZ	51,4
MG, ES, INT. RJ	MASTROIANI/LA VIOLETERA	LA MOLISANA/LA MOLISANA	CAPONE/FEGER DI GERARDO	PAGANINI/PORTO A PORTO	POMAROLA/CARGILL	42,8
GRANDE RJ	GRANORO/GRANORO	PRAMESA/ANTARES BRASIL	OLÉ/CONSERVAS OLÉ	POMODORO/CARGILL	LA CAMPAGNOLA/A ANGELONI	49,2
GRANDE SP	POMAROLA/CARGILL	LA PASTINA/LA PASTINA	POMODORO/CARGILL	CIRIO/CIRIO	SACCIALI/PREDILECTA	49,3
INTERIOR SP	POMAROLA/CARGILL	OLÉ/CONSERVAS OLÉ	LA PASTINA/LA PASTINA	SACCIALI/PREDILECTA	PAGANINI/PORTO A PORTO	46,1
SUL	PAGANINI/PORTO A PORTO	CIRIO/CIRIO	UNIAGRO/UNIAGRO	LA CAMPAGNOLA/A ANGELONI	POMAROLA/CARGILL	46,8
MS, GO e DF	POMAROLA/CARGILL	SACCIALI/PREDILECTA	LA PASTINA/LA PASTINA	LA MOLISANA/LA MOLISANA	DEZ/DEZ ALIM.	44,0

SALGADINHO APERITIVO/BATATA

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	DORITOS/PEPSICO	CHEETOS/PEPSICO	YOKI/GENERAL MILLS	ELMA CHIPS/PEPSICO	PRINGLE S/KELLOGG'S	45,5
NORDESTE	RUFFLES/PEPSICO	CHEETOS/PEPSICO	DORITOS/PEPSICO	PRINGLE S/KELLOGG'S	YOKI/GENERAL MILLS	45,8
MG, ES, INT. RJ	DORITOS/PEPSICO	CHEETOS/PEPSICO	PRINGLE S/KELLOGG'S	RUFFLES/PEPSICO	YOKI/GENERAL MILLS	38,8
GRANDE RJ	ELMA CHIPS/PEPSICO	YOKI/GENERAL MILLS	PRINGLE S/KELLOGG'S	RUFFLES/PEPSICO	DORITOS/PEPSICO	49,2
GRANDE SP	DORITOS/PEPSICO	YOKI/GENERAL MILLS	ELMA CHIPS/PEPSICO	CHEETOS/PEPSICO	PRINGLE S/KELLOGG'S	55,3
INTERIOR SP	DORITOS/PEPSICO	YOKI/GENERAL MILLS	ELMA CHIPS/PEPSICO	CHEETOS/PEPSICO	PRINGLE S/KELLOGG'S	49,6
SUL	DORITOS/PEPSICO	CHEETOS/PEPSICO	PRINGLE S/KELLOGG'S	YOKI/GENERAL MILLS	FANDANGOS/PEPSICO	43,1
MS, GO e DF	DORITOS/PEPSICO	PRINGLE S/KELLOGG'S	CHEETOS/PEPSICO	YOKI/GENERAL MILLS	RUFFLES/PEPSICO	48,5



SOPA

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	MAGGI/NESTLÉ	VONO/AJINOMOTO	KITANO/GENERAL MILLS	KNORR/UNILEVER	SWIFT/SEARA ALIMENTOS	90,2
NORDESTE	MAGGI/NESTLÉ	VONO/AJINOMOTO	KITANO/GENERAL MILLS	KNORR/UNILEVER	ARISCO/UNILEVER	95,5
MG, ES, INT. RJ	MAGGI/NESTLÉ	VONO/AJINOMOTO	KITANO/GENERAL MILLS	KNORR/UNILEVER	KODILAR/MWA	95,2
GRANDE RJ	MAGGI/NESTLÉ	VONO/AJINOMOTO	KNORR/UNILEVER	KITANO/GENERAL MILLS	CHINEZINHO/VITALIS	92,1
GRANDE SP	MAGGI/NESTLÉ	VONO/AJINOMOTO	KITANO/GENERAL MILLS	SWIFT/SEARA ALIMENTOS	KNORR/UNILEVER	91,5
INTERIOR SP	MAGGI/NESTLÉ	VONO/AJINOMOTO	KITANO/GENERAL MILLS	SWIFT/SEARA ALIMENTOS	KNORR/UNILEVER	87,9
SUL	MAGGI/NESTLÉ	VONO/AJINOMOTO	KNORR/UNILEVER	KITANO/GENERAL MILLS	APTI/APTI	91,6
MS, GO e DF	MAGGI/NESTLÉ	VONO/AJINOMOTO	KITANO/GENERAL MILLS	SWIFT/SEARA ALIMENTOS	KNORR/UNILEVER	90,0

SUPLEMENTO NUTRICIONAL

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	SUSTAGEN/RECKITT BENCKISER	NUTREN/NESTLÉ	ENSURE/ABBOTT	SUSTAIN JUNIOR/DANONE EARLY NUTRITION	ESSENTIAL NUTRITION/INP. IND. DE ALIM.	95,5
NORDESTE	NUTREN/NESTLÉ	SUSTAGEN/RECKITT BENCKISER	GLUCERNA SR/ABBOTT	ESSENTIAL NUTRITION/INP. IND. DE ALIM.	RESOURCE/NESTLÉ	96,0
MG, ES, INT. RJ	SUSTAGEN/RECKITT BENCKISER	NUTREN/NESTLÉ	SUSTAIN JUNIOR/DANONE EARLY NUTRITION	ESSENTIAL NUTRITION/INP. IND. DE ALIM.	BIOTÔNICO FONTOURA/HYPERA PHARMA	97,8
GRANDE RJ	SUSTAGEN/RECKITT BENCKISER	NUTREN/NESTLÉ	NOVO MILKE/OLVEBRA	SUSTARE/OLVEBRA	SUSTARE CRIANÇA/OLVEBRA	99,7
GRANDE SP	SUSTAGEN/RECKITT BENCKISER	NUTREN/NESTLÉ	ENSURE/ABBOTT	FINN/HYPERA PHARMA	GLUCERNA SR/ABBOTT	95,7
INTERIOR SP	SUSTAGEN/RECKITT BENCKISER	NUTREN/NESTLÉ	ENSURE/ABBOTT	SUSTAIN JUNIOR/DANONE EARLY NUTRITION	NUTRIDRINK/DANONE	96,8
SUL	SUSTAGEN/RECKITT BENCKISER	NUTREN/NESTLÉ	SUSTAIN JUNIOR/DANONE EARLY NUTRITION	ESSENTIAL NUTRITION/INP. IND. DE ALIM.	SUSTARE CRIANÇA/OLVEBRA	98,1
MS, GO e DF	NUTREN/NESTLÉ	SUSTAGEN/RECKITT BENCKISER	SUSTAIN JUNIOR/DANONE EARLY NUTRITION	FINN/HYPERA PHARMA	DIET WAY/MIDWAY	99,6



TEMPERO INDUSTRIALIZADO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	SAZON/AJINOMOTO	MAGGI/NESTLÉ	SABOR AMI/AJINOMOTO	KITANO/GENERAL MILLS	RECEITA DE CASA/AJINOMOTO	66,6
NORDESTE	SAZON/AJINOMOTO	MAGGI/NESTLÉ	ARISCO/UNILEVER	KITANO/GENERAL MILLS	SABOR AMI/AJINOMOTO	60,9
MG, ES, INT. RJ	SAZON/AJINOMOTO	PIRATA/PIRATA	MAGGI/NESTLÉ	KITANO/GENERAL MILLS	SABOR AMI/AJINOMOTO	71,2
GRANDE RJ	SAZON/AJINOMOTO	MAGGI/NESTLÉ	SABOR AMI/AJINOMOTO	KITANO/GENERAL MILLS	CHINEZINHO/VITALIS	74,9
GRANDE SP	SAZON/AJINOMOTO	MAGGI/NESTLÉ	KITANO/GENERAL MILLS	SABOR AMI/AJINOMOTO	KNORR/UNILEVER	69,6
INTERIOR SP	SAZON/AJINOMOTO	SABOR AMI/AJINOMOTO	MAGGI/NESTLÉ	KITANO/GENERAL MILLS	SIAMAR/E. G. ROCHA FILHO	67,7
SUL	SAZON/AJINOMOTO	SABOR AMI/AJINOMOTO	MAGGI/NESTLÉ	KITANO/GENERAL MILLS	ARISCO/UNILEVER	66,6
MS, GO e DF	SAZON/AJINOMOTO	SABOR AMI/AJINOMOTO	KITANO/GENERAL MILLS	MAGGI/NESTLÉ	ARISCO/UNILEVER	70,2

TORRADA

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	BAUDUCCO/BAUDUCCO	MARILAN/MARILAN	ADRIA/M. DIAS BRANCO	VISCONTI/BAUDUCCO	WICKBOLD/WICKBOLD	84,8
NORDESTE	BAUDUCCO/BAUDUCCO	FORTALEZA/M. DIAS BRANCO	MARILAN/MARILAN	VITARELLA/M. DIAS BRANCO	VISCONTI/BAUDUCCO	87,7
MG, ES, INT. RJ	BAUDUCCO/BAUDUCCO	MARILAN/MARILAN	ADRIA/M. DIAS BRANCO	VISCONTI/BAUDUCCO	WICKBOLD/WICKBOLD	93,1
GRANDE RJ	BAUDUCCO/BAUDUCCO	ADRIA/M. DIAS BRANCO	MARILAN/MARILAN	VISCONTI/BAUDUCCO	GRAÇAS/GRAÇAS TORRADAS	85,5
GRANDE SP	BAUDUCCO/BAUDUCCO	MARILAN/MARILAN	ADRIA/M. DIAS BRANCO	VISCONTI/BAUDUCCO	WICKBOLD/WICKBOLD	87,6
INTERIOR SP	BAUDUCCO/BAUDUCCO	MARILAN/MARILAN	ADRIA/M. DIAS BRANCO	VISCONTI/BAUDUCCO	WICKBOLD/WICKBOLD	90,3
SUL	BAUDUCCO/BAUDUCCO	MARILAN/MARILAN	ISABELA/M. DIAS BRANCO	VISCONTI/BAUDUCCO	WICKBOLD/WICKBOLD	94,5
MS, GO e DF	BAUDUCCO/BAUDUCCO	MARILAN/MARILAN	VISCONTI/BAUDUCCO	ADRIA/M. DIAS BRANCO	SKAF/SKAF	92,3

VINAGRE

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	CASTELO/CASTELO ALIMENTOS	TOSCANO/ANTONIO BORIN	PEIXE/VINNOBLES	MINHOTO/RAYMUNDO DA FONTE	BELMONT/VINAGRE BELMONT	55,8
NORDESTE	MINHOTO/RAYMUNDO DA FONTE	MARATÁ/MARATÁ	FIGUEIRA/RAYMUNDO DA FONTE	MURIONGO/RAYMUNDO DA FONTE	REGINA/TEMPERO REGINA	78,0
MG, ES, INT. RJ	TOSCANO/ANTONIO BORIN	CASTELO/CASTELO ALIMENTOS	BELMONT/VINAGRE BELMONT	PEIXE/VINNOBLES	DICASA/DICASA	75,4
GRANDE RJ	PEIXE/VINNOBLES	ÚNICO/VINNOBLES	GALO DE BARCELOS/EMBAVI	CASTELO/CASTELO ALIMENTOS	GALO DE BARCELOS/OLDECAR	83,7
GRANDE SP	CASTELO/CASTELO ALIMENTOS	TOSCANO/ANTONIO BORIN	VITÁLIA/VINAGRES CASTELO	LA PASTINA/LA PASTINA	VINOBRE/OLDECAR	82,9
INTERIOR SP	CASTELO/CASTELO ALIMENTOS	BELMONT/VINAGRE BELMONT	TOSCANO/ANTONIO BORIN	FORTALEZA/CASTELO ALIMENTOS	VITÁLIA/VINAGRES CASTELO	79,9
SUL	CASTELO/CASTELO ALIMENTOS	HEINIG/HEINIG	CHEMIM/CHEMIM	ROSANI/CAVE SÃO MIGUEL	PRINZ/PRINZ	61,0
MS, GO e DF	CASTELO/CASTELO ALIMENTOS	TOSCANO/ANTONIO BORIN	VITÁLIA/VINAGRES CASTELO	ROSINA/PANIZZON	BARÃO/BARÃO	83,4



Preferência dos consumidores

Com a instabilidade econômica do País, os brasileiros procuraram se abastecer mais, fortalecendo a praticidade e a alimentação em casa

POR RENATA RUIZ

>>A cesta de alimentos perecíveis em geral continua reservando boas oportunidades de negócios para as empresas supermercadistas. São itens de alto giro e de bom valor agregado, além da praticidade, um quesito que o consumidor brasileiro vem buscando como uma alternativa para a alimentação, que se mantém no pós-pandemia. Apesar de um grande volume de pessoas ter retornado ao presencial, o costume de se alimentar bem, cozinhar em casa e evitar o desperdício vem sendo mantido.

Com esta nova mentalidade, o consumidor está bem cauteloso e preocupado com o impacto financeiro, mas continua focando em sua alimentação, com a preocupação de ser mais saudável e econômico. A procura por produtos acessíveis, sendo o preço a base de qualquer produto ou serviço se destaca. É interessante salientar que as empresas precisam ficar atentas como elas posicionam a sua marca e

logurtes tiveram um aumento de consumo

3,7%

Já o aumento de legumes congelados foi de

2,3%

E o aumento do consumo de sorvetes foi de

1,9%

definem o valor para seus clientes, pois isso impactará claramente no fator de venda deste produto.

O consumidor hoje está exposto a uma maior possibilidade de produtos e preço, além de opções por canais, seja o atacarejo ou super e hipermercados. Ele é impactado mais com a comunicação, e o apelo promocional é um fator importante na hora de decisão; o consumidor segue perseguindo o melhor preço. Mais de 60% dos brasileiros acreditam que o preço acessível é o diferencial para a compra de diversas categorias e afirmam estar mais propensos a comprar.

Apesar das mudanças econômicas, mas com o estímulo dos pacotes de benefícios do governo, o brasileiro aumentou seu consumo, superando as expectativas. Há uma preocupação com o endividamento das famílias, mas com o aumento do salário mínimo e outros benefícios por parte do governo, o consumidor preferiu abastecer seu lar a se alimentar fora de casa.

Dentre as categorias com maior aumento de consumo podemos notar que os iogurtes cresceram 3,7% em unidades, seguidos de legumes congelados, com 2,3%, e sorvetes, com 1,9%.



Líderes de vendas

Índice

Batata Congelada	92
Hambúrguer Congelado	92
iogurte Funcional	92
iogurte Grego	93
iogurte Líquido	93
iogurte Polpa/Natural	93
Margarina Diet/Light	104
Margarina Regular	104
Massas Refrigeradas + Pizzas	104
Pão de Queijo	104
Petit Suisse	104
Queijos Cremosos	105
Requeijão	105
Sobremesa Pronta Gelificada	105
Sorvetes Impulso + Doméstico	105
Vegetal Congelado	105

alimentos perecíveis | líderes de vendas

BATATA CONGELADA						
	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	BEM BRASIL/BEM BRASIL	MCCAIN/MCCAIN	UAI/BEM BRASIL	SADIA/BRF	PRIME FRIES/GOLDEN FOODS	75,3
NORDESTE	BEM BRASIL/BEM BRASIL	MCCAIN/MCCAIN	SADIA/BRF	SMAKEN/CLAREBOUT POTATOES	CANTU/CANTU ALIMENTOS	77,2
MG, ES, INT. RJ	BEM BRASIL/BEM BRASIL	UAI/BEM BRASIL	MCCAIN/MCCAIN	SADIA/BRF	CROQUES/PRODUTOS ALIMENTÍCIOS CROQUES	85,9
GRANDE RJ	MCCAIN/MCCAIN	BEM BRASIL/BEM BRASIL	PRIME FRIES/GOLDEN FOODS	UAI/BEM BRASIL	EASY FRIES/GOLDEN FOODS	73,1
GRANDE SP	MCCAIN/MCCAIN	BEM BRASIL/BEM BRASIL	SADIA/BRF	AURORA/AURORA	UAI/BEM BRASIL	90,6
INTERIOR SP	BEM BRASIL/BEM BRASIL	MCCAIN/MCCAIN	UNISABOR/BEM BRASIL	SADIA/BRF	AURORA/AURORA	90,4
SUL	MCCAIN/MCCAIN	BEM BRASIL/BEM BRASIL	SADIA/BRF	RAPIPAP/ALIMENTOS MODERNOS	COPACOL/COPACOL	78,2
MS, GO e DF	BEM BRASIL/BEM BRASIL	MCCAIN/MCCAIN	COPACOL/COPACOL	UAI/BEM BRASIL	SADIA/BRF	77,7

HAMBÚRGUER CONGELADO						
	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	SEARA/SEARA	PERDIGÃO/BRF	SADIA/BRF	AURORA/AURORA	BRASA BURGERS/BRASA BURGUER	70,6
NORDESTE	SEARA/SEARA	PERDIGÃO/BRF	SADIA/BRF	REZENDE/SEARA	FRIBOI/FRIBOI	82,2
MG, ES, INT. RJ	SEARA/SEARA	SADIA/BRF	PIF PAF/PIF PAF	BH/PLENA COM. ALIM.	PERDIGÃO/BRF	58,2
GRANDE RJ	SEARA/SEARA	PERDIGÃO/BRF	SADIA/BRF	GRÃ FILÉ/FRISA	MONTANA/MARFRIG	86,1
GRANDE SP	SEARA/SEARA	SADIA/BRF	PERDIGÃO/BRF	AURORA/AURORA	WESSEL/WESSEL CULINÁRIA	83,4
INTERIOR SP	SEARA/SEARA	SADIA/BRF	PERDIGÃO/BRF	BRASA BURGERS/BRASA BURGUER	AURORA/AURORA	81,0
SUL	SEARA/SEARA	PERDIGÃO/BRF	FRIMESA/FRIMESA	SADIA/BRF	AURORA/AURORA	78,3
MS, GO e DF	SEARA/SEARA	REZENDE/SEARA	PERDIGÃO/BRF	AURORA/AURORA	SADIA/BRF	87,0

IOGURTE FUNCIONAL						
	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	DANONE/DANONE LÁCTEOS	BATAVO/LACTALIS	ITAMBÉ/LACTALIS	VIGOR/VIGOR	NESTLÉ/NESTLÉ	45,9
NORDESTE	NESTLÉ/NESTLÉ	BETÂNIA/CBL	DANONE/DANONE LÁCTEOS	ACTIVIA/DANONE LÁCTEOS	NINHO/NESTLÉ	48,1
MG, ES, INT. RJ	ITAMBÉ/LACTALIS	DANONE/DANONE LÁCTEOS	ACTIVIA/DANONE LÁCTEOS	NESTLÉ/NESTLÉ	PORTO ALEGRE/LAT. PORTO ALEGRE	49,8
GRANDE RJ	ITAMBÉ/LACTALIS	DANONE/DANONE LÁCTEOS	BATAVO/LACTALIS	NESTLÉ/NESTLÉ	VIGOR/VIGOR	54,5
GRANDE SP	VIGOR/VIGOR	DANONE/DANONE LÁCTEOS	BATAVO/LACTALIS	NESTLÉ/NESTLÉ	ACTIVIA/DANONE LÁCTEOS	54,6
INTERIOR SP	VIGOR/VIGOR	BATAVO/LACTALIS	DANONE/DANONE LÁCTEOS	NESTLÉ/NESTLÉ	ACTIVIA/DANONE LÁCTEOS	56,5
SUL	BATAVO/LACTALIS	VIGOR/VIGOR	DANONE/DANONE LÁCTEOS	FRIMESA/FRIMESA	ACTIVIA/DANONE LÁCTEOS	51,9
MS, GO e DF	ITAMBÉ/LACTALIS	DANONE/DANONE LÁCTEOS	BATAVO/LACTALIS	NESTLÉ/NESTLÉ	ACTIVIA/DANONE LÁCTEOS	47,4

IOGURTE GREGO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	VIGOR/VIGOR	NESTLÉ GREGO/NESTLÉ	BATAVO GREGO/LACTALIS	DANONE GREGO/DANONE LÁCTEOS	ITAMBÉ/LACTALIS	84,5
NORDESTE	NESTLÉ GREGO/NESTLÉ	DANONE GREGO/DANONE LÁCTEOS	VIGOR/VIGOR	ITAMBÉ/LACTALIS	BATAVO GREGO/LACTALIS	89,3
MG, ES, INT. RJ	ITAMBÉ/LACTALIS	NESTLÉ GREGO/NESTLÉ	VIGOR/VIGOR	BATAVO GREGO/LACTALIS	DANONE GREGO/DANONE LÁCTEOS	80,6
GRANDE RJ	VIGOR/VIGOR	NESTLÉ GREGO/NESTLÉ	YORGUS/O. A. WILHELMS	BATAVO GREGO/LACTALIS	ITAMBÉ/LACTALIS	86,4
GRANDE SP	VIGOR/VIGOR	NESTLÉ GREGO/NESTLÉ	BATAVO GREGO/LACTALIS	DANONE GREGO/DANONE LÁCTEOS	YORGUS/O. A. WILHELMS	93,0
INTERIOR SP	VIGOR/VIGOR	NESTLÉ GREGO/NESTLÉ	BATAVO GREGO/LACTALIS	DANONE GREGO/DANONE LÁCTEOS	BATAVO/LACTALIS	93,5
SUL	VIGOR/VIGOR	BATAVO GREGO/LACTALIS	NESTLÉ GREGO/NESTLÉ	BATAVO/LACTALIS	DANONE GREGO/DANONE LÁCTEOS	92,2
MS, GO e DF	NESTLÉ GREGO/NESTLÉ	BATAVO GREGO/LACTALIS	DANONE GREGO/DANONE LÁCTEOS	ITAMBÉ/LACTALIS	VIGOR/VIGOR	82,3

IOGURTE LÍQUIDO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	DANONE/DANONE LÁCTEOS	ACTIVIA/DANONE LÁCTEOS	ITAMBÉ/LACTALIS	BATAVO/LACTALIS	NESTLÉ/NESTLÉ	46,2
NORDESTE	DANONE/DANONE LÁCTEOS	ACTIVIA/DANONE LÁCTEOS	BETÂNIA/CBL	NESTLÉ/NESTLÉ	ISIS/LAT. BELO VALE	49,2
MG, ES, INT. RJ	ITAMBÉ/LACTALIS	DANONE/DANONE LÁCTEOS	ACTIVIA/DANONE LÁCTEOS	VERDE CAMPO WHEY/VERDE CAMPO	PORTO ALEGRE/LAT. PORTO ALEGRE	49,2
GRANDE RJ	DANONE/DANONE LÁCTEOS	ITAMBÉ/LACTALIS	ACTIVIA/DANONE LÁCTEOS	BATAVO/LACTALIS	NESTLÉ/NESTLÉ	61,4
GRANDE SP	DANONE/DANONE LÁCTEOS	ACTIVIA/DANONE LÁCTEOS	VIGOR/VIGOR	BATAVO/LACTALIS	YOPRO/DANONE LÁCTEOS	52,4
INTERIOR SP	DANONE/DANONE LÁCTEOS	ACTIVIA/DANONE LÁCTEOS	BATAVO/LACTALIS	VIGOR/VIGOR	ITAMBÉ/LACTALIS	53,9
SUL	BATAVO/LACTALIS	DANONE/DANONE LÁCTEOS	ACTIVIA/DANONE LÁCTEOS	FRIMESA/FRIMESA	VIGOR/VIGOR	46,9
MS, GO e DF	DANONE/DANONE LÁCTEOS	ACTIVIA/DANONE LÁCTEOS	BATAVO/LACTALIS	ITAMBÉ/LACTALIS	NESTLÉ/NESTLÉ	48,9

IOGURTE POLPA/NATURAL

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	NESTLÉ/NESTLÉ	BATAVO/LACTALIS	ITAMBÉ/LACTALIS	VIGOR/VIGOR	NINHO/NESTLÉ	54,1
NORDESTE	NESTLÉ/NESTLÉ	BETÂNIA/CBL	NINHO/NESTLÉ	DANONE/DANONE LÁCTEOS	ITAMBÉ/LACTALIS	59,8
MG, ES, INT. RJ	ITAMBÉ/LACTALIS	NESTLÉ/NESTLÉ	NINHO/NESTLÉ	BATAVO/LACTALIS	DANONE/DANONE LÁCTEOS	60,8
GRANDE RJ	ITAMBÉ/LACTALIS	NESTLÉ/NESTLÉ	BATAVO/LACTALIS	NINHO/NESTLÉ	BATMILK/LACTALIS	59,6
GRANDE SP	NESTLÉ/NESTLÉ	VIGOR/VIGOR	BATAVO/LACTALIS	ACTIVIA/DANONE LÁCTEOS	DANONE/DANONE LÁCTEOS	60,2
INTERIOR SP	BATAVO/LACTALIS	NESTLÉ/NESTLÉ	VIGOR/VIGOR	ITAMBÉ/LACTALIS	DANONE/DANONE LÁCTEOS	64,4
SUL	BATAVO/LACTALIS	FRIMESA/FRIMESA	NESTLÉ/NESTLÉ	VIGOR/VIGOR	DANONE/DANONE LÁCTEOS	63,8
MS, GO e DF	ITAMBÉ/LACTALIS	BATAVO/LACTALIS	NESTLÉ/NESTLÉ	NINHO/NESTLÉ	CAROLINA/LÁTÍCIOS CAROLINA	59,2





Líderes de vendas

Batata Congelada

BRASIL

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

Participação Top 5

75,3%

ÁREA 1

Nordeste

- 1ª BEM BRASIL/BEM BRASIL
 - 2ª MCCAIN/MCCAIN
 - 3ª SADIA/BRF
 - 4ª SMAKEN/CLAREBOUT POTATOES
 - 5ª CANTU/CANTU ALIMENTOS
- Top 5** 77,2%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

- BEM BRASIL/BEM BRASIL
 - UAI/BEM BRASIL
 - MCCAIN/MCCAIN
 - SADIA/BRF
 - CROQUES/PRODUTOS ALIMENTÍCIOS CROQUES
- 85,9%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

- MCCAIN/MCCAIN
 - BEM BRASIL/BEM BRASIL
 - PRIME FRIES/GOLDEN FOODS
 - UAI/BEM BRASIL
 - EASY FRIES/GOLDEN FOODS
- 73,1%

ÁREA 4

Grande São Paulo

- MCCAIN/MCCAIN
 - BEM BRASIL/BEM BRASIL
 - SADIA/BRF
 - AURORA/AURORA
 - UAI/BEM BRASIL
- 90,6%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

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

ÁREA 6

PR, SC e RS

- MCCAIN/MCCAIN
 - BEM BRASIL/BEM BRASIL
 - SADIA/BRF
 - RAPIPAP/ALIMENTOS MODERNOS
 - COPACOL/COPACOL
- 78,2%

ÁREA 7

MS, GO e DF

- BEM BRASIL/BEM BRASIL
 - MCCAIN/MCCAIN
 - COPACOL/COPACOL
 - UAI/BEM BRASIL
 - SADIA/BRF
- 77,7%



As Batatas mais vendidas* do país como você nunca viu.



*Segundo Kantar e Nielsen 2021

Chegaram os novos formatos de Batatas Bem Brasil, feitos de batata ralada, para deixar a vida dos consumidores mais gostosa e cheia de preparos diferentes.

Fale com a gente e abasteça seu ponto de venda.



- bembrasil.ind.br
- batatasbembrasil
- bembrasilfood



Líderes de vendas

Hambúrguer Congelado

BRASIL

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

Participação Top 5

70,6%

ÁREA 1

Nordeste

- 1^a SEARA/SEARA
 - 2^a PERDIGÃO/BRF
 - 3^a SADIA/BRF
 - 4^a REZENDE/SEARA
 - 5^a FRIBOI/FRIBOI
- Top 5** 82,2%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

- SEARA/SEARA
 - SADIA/BRF
 - PIF PAF/PIF PAF
 - BH/PLENA COM. ALIM.
 - PERDIGÃO/BRF
- 58,2%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

- SEARA/SEARA
 - PERDIGÃO/BRF
 - SADIA/BRF
 - GRÃ FILÉ/FRISA
 - MONTANA/MARFRIG
- 86,1%

ÁREA 4

Grande São Paulo

- SEARA/SEARA
 - SADIA/BRF
 - PERDIGÃO/BRF
 - AURORA/AURORA
 - WESSEL/WESSEL CULINÁRIA
- 83,4%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

- 1^a SEARA/SEARA
 - 2^a SADIA/BRF
 - 3^a PERDIGÃO/BRF
 - 4^a BRASA BURGUERS/BRASA BURGUER
 - 5^a AURORA/AURORA
- Top 5** 81,0%

ÁREA 6

PR, SC e RS

- SEARA/SEARA
 - PERDIGÃO/BRF
 - FRIMESA/FRIMESA
 - SADIA/BRF
 - AURORA/AURORA
- 78,3%

ÁREA 7

MS, GO e DF

- SEARA/SEARA
 - REZENDE/SEARA
 - PERDIGÃO/BRF
 - AURORA/AURORA
 - SADIA/BRF
- 87,0%



HAMBÚRGUER BRASA. SUCESSO NO MERCADO. SUCESSO NAS VENDAS.

Brasa, entre as **Campeãs de Vendas** de Hambúrguer no Brasil.



Tradicional, Sabor Picanha, Angus, Toscana Burger,
Costela, Cordeiro e Picanha.



Menor
encolhimento



Bom
de chapa



Tempero
Ideal



Especialista em
Hambúrguer

Conheça nossa linha completa: Hambúrguer, Almôndega, Kibe, Pão de Alho, Pão de Queijo,
Linguiça Tipo Calabresa, Bacon, Linguiça para Churrasco e Suínos Defumados.

brasa.com.br

Brasa

Líderes de vendas

Massas Refrigeradas/Pizzas

BRASIL

- 1^a **SADIA/BRF**

- 2^a **SEARA/SEARA**

- 3^a **MASSA LEVE/SEARA**

- 4^a **MEZZANI/MEZZANI**

- 5^a **ROMANHA/ROMANHA**

Participação Top 5

58,2%

ÁREA 1

Nordeste

1 ^a	SEARA/SEARA
2 ^a	SADIA/BRF
3 ^a	MASSA LEVE/SEARA
4 ^a	TERELINA/MASSAS DO VALE
5 ^a	MEZZANI/MEZZANI
Top 5	74,1%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

SADIA/BRF
SEARA/SEARA
PIF PAF/PIF PAF
JOSELITO/JOSELITO
MASSA LEVE/SEARA
63,7%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

SADIA/BRF
SEARA/SEARA
MEZZANI/MEZZANI
MASSA LEVE/SEARA
-
65,7%

ÁREA 4

Grande São Paulo

MASSA LEVE/SEARA
SADIA/BRF
SEARA/SEARA
MEZZANI/MEZZANI
BUONA/MASSAS MIRAMARE
73,9%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

1 ^a	MASSA LEVE/SEARA
2 ^a	MEZZANI/MEZZANI
3 ^a	SEARA/SEARA
4 ^a	SADIA/BRF
5 ^a	MASSA DA FEIRA/MÁRIO ADRIANO AGUIAR DA COSTA
Top 5	73,6%

ÁREA 6

PR, SC e RS

SADIA/BRF
SEARA/SEARA
ROMANHA/ROMANHA
ROMENA/MASSAS ROMENA
ITALIANY/MASSAS P. A. C. IND. E COM.
55,4%

ÁREA 7

MS, GO e DF

SEARA/SEARA
SADIA/BRF
MASSA LEVE/SEARA
GERMANA/GERMANA
MEZZANI/MEZZANI
70,8%

Obrigado aos nossos parceiros de negócios!

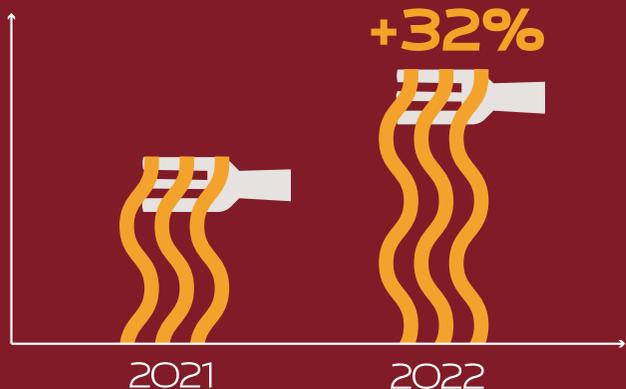
Estamos entre os maiores do Brasil na categoria de massas frescas!



Nosso portfólio é completo para atender diferentes categorias e ocasiões de consumo, entregando **mais faturamento por transação na sua loja!**



CRESCIMENTO



Fonte: dados internos - Crescimento em faturamento Valor



ESTAMOS EM 7000 PDVS
e cada dia chegamos mais longe.



Garanta mais faturamento com quem está entre os maiores do Brasil!

Entre em contato conosco!



@romanha.alimentos romanha.com.br

Líderes de vendas

Pão de Queijo

BRASIL

1ª FORNO DE MINAS/FORNO DE MINAS

2ª SÃO GERALDO/FORNO DE MINAS

3ª CATUPIRY/CATUPIRY

4ª MARICOTA/MARICOTA

5ª SEU NINICO/SEU NINICO

Participação Top 5

67,8%

ÁREA 1

Nordeste

1ª FORNO DE MINAS/FORNO DE MINAS
2ª GOSTO MINEIRO/GOSTO MINEIRO
3ª CATUPIRY/CATUPIRY
4ª DELÍCIA MINEIRA/ELENILDA BRITO MAIA
5ª RAINHA/RAINHA
Top 5 80,8%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

FORNO DE MINAS/FORNO DE MINAS
SEU NINICO/SEU NINICO
PIF PAF/PIF PAF
SÃO GERALDO/FORNO DE MINAS
MARICOTA/MARICOTA
80,8%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

FORNO DE MINAS/FORNO DE MINAS
BARÃO DE MINAS/BARÃO DE MINAS
MARICOTA/MARICOTA
SÃO GERALDO/FORNO DE MINAS
CATUPIRY/CATUPIRY
92,3%

ÁREA 4

Grande São Paulo

FORNO DE MINAS/FORNO DE MINAS
SABOR E MINAS/MINNAS ALIMENTOS
MASSA LEVE/SEARA
CATUPIRY/CATUPIRY
ZIN PÃO/ZINPÃO
84,6%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

1ª FORNO DE MINAS/FORNO DE MINAS
2ª MASSA LEVE/SEARA
3ª SABOR E MINAS/MINNAS ALIMENTOS
4ª CATUPIRY/CATUPIRY
5ª TATI MINAS/TATI MINAS
Top 5 80,1%

ÁREA 6

PR, SC e RS

FORNO DE MINAS/FORNO DE MINAS
MINEIRINHO/MINEIRINHO
SÃO GERALDO/FORNO DE MINAS
CATUPIRY/CATUPIRY
PÃO E SABOR/IND. COM. PROD. ALIM. DELICATEX
68,9%

ÁREA 7

MS, GO e DF

FORNO DE MINAS/FORNO DE MINAS
SÃO GERALDO/FORNO DE MINAS
OURO FINO/INDÚSTRIA OURO FINO
PÃO E ARTE/PÃO E ARTE
PANEBRAS/PANEBRAS
75,2%

Sabor & Minas



+ DE **20** ANOS
NO MERCADO



Somos uma marca **Top of Mind**, estamos atualmente em **2º lugar na Área IV** (São Paulo Capital); e assumimos o **3º lugar na Área V**, São Paulo Interior. Com mais de 20 anos no mercado oferecendo os melhores pães de queijo, e a experiência que só a Sabor & Minas pode entregar.

Ofereça Sabor & Minas para seus clientes e invista na marca que traz:

✓ **mix completo e variado**

✓ **produtos de valor agregado**

📷 [saboreminalimentos](#)

📍 Sabor & Minas

☎ 11 **94722.0286**

www.saboreminalimentos.com.br

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

60,5%

ÁREA 1

Nordeste

- 1ª SADIA/BRF
 - 2ª SEARA/SEARA
 - 3ª D'AUCY/D'AUCY
 - 4ª DEMARCHI/DEMARCHI
 - 5ª MACAXEIRA DE PAU/M.F.S. FREITAS
- Top 5** 79,0%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

- PIF PAF/PIF PAF
 - BEM BRASIL/BEM BRASIL
 - SEARA/SEARA
 - SADIA/BRF
 - D'AUCY/D'AUCY
- 87,5%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

- SEARA/SEARA
 - BONDUELLE/BONDUELLE
 - D'AUCY/D'AUCY
 - MCCAIN/MCCAIN
 - SADIA/BRF
- 63,5%

ÁREA 4

Grande São Paulo

- D'AUCY/D'AUCY
 - SEARA/SEARA
 - SWIFT/SEARA
 - SADIA/BRF
 - PRATIGEL/PRATIGEL
- 79,1%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

- 1ª D'AUCY/D'AUCY
 - 2ª SEARA/SEARA
 - 3ª SADIA/BRF
 - 4ª BEM BRASIL/BEM BRASIL
 - 5ª DEMARCHI/DEMARCHI
- Top 5** 66,9%

ÁREA 6

PR, SC e RS

- SEARA/SEARA
 - COPACOL/COPACOL
 - LAR/LAR
 - D'AUCY/D'AUCY
 - SADIA/BRF
- 61,0%

ÁREA 7

MS, GO e DF

- SEARA/SEARA
 - D'AUCY/D'AUCY
 - COPACOL/COPACOL
 - DA TERRA/J.B.C. IND. COM.
 -
- 73,4%

d'aucy
MARCA DOS AGRICULTORES



Especialista em
vegetais há **12 anos**
na liderança



Melhor custo benefício



Maior mix de produtos



Cobertura Nacional



Eficiência no atendimento



Presença em mais de 80 países

Site da D'aucy:
www.daucy.com.br

Telefone:
(11)3096-3535

Grupo:
GREENYARD

Site do grupo:
www.greenyard.group



MARGARINA DIET/LIGHT

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	QUALY/BRF	DORIANA/SEARA	DELÍCIA/SEARA	COAMO/COAMO	*Não declarado	100,0
NORDESTE	QUALY/BRF	DORIANA/SEARA	DELÍCIA/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	*Não declarado	100,0
INTERIOR SP	QUALY/BRF	DORIANA/SEARA	DELÍCIA/SEARA	COAMO/COAMO	*Não declarado	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	*Não declarado	*Não declarado	100,0



MARGARINA REGULAR

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	QUALY/BRF	DELÍCIA/SEARA	DORIANA/SEARA	CLAYBOM/BRF	PRIMOR/SEARA	79,5
NORDESTE	PRIMOR/SEARA	QUALY/BRF	DELÍCIA/SEARA	DELÍCIA/SEARA	PURO SABOR/M. DIAS BRANCO	82,2
MG, ES, INT. RJ	QUALY/BRF	DELÍCIA/SEARA	CLAYBOM/BRF	CREMOSY/SEARA	DORIANA/SEARA	95,5
GRANDE RJ	QUALY/BRF	DELÍCIA/SEARA	CLAYBOM/BRF	CREMOSY/SEARA	DORIANA/SEARA	93,0
GRANDE SP	QUALY/BRF	DELÍCIA/SEARA	DORIANA/SEARA	VIGOR/VIGOR	CLAYBOM/BRF	86,0
INTERIOR SP	QUALY/BRF	DORIANA/SEARA	DELÍCIA/SEARA	CLAYBOM/BRF	VIGOR/VIGOR	90,1
SUL	QUALY/BRF	DORIANA/SEARA	DELÍCIA/SEARA	BECEL/UNILEVER	CLAYBOM/BRF	84,6
MS, GO e DF	QUALY/BRF	DELÍCIA/SEARA	DORIANA/SEARA	CLAYBOM/BRF	CREMOSY/SEARA	95,4

MASSAS REFRIGERADAS + PIZZAS

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	SADIA/BRF	SEARA/SEARA	MASSA LEVE/SEARA	MEZZANI/MEZZANI	ROMANHA/ROMANHA	58,2
NORDESTE	SEARA/SEARA	SADIA/BRF	MASSA LEVE/SEARA	TERELINA/MASSAS DO VALE	MEZZANI/MEZZANI	74,1
MG, ES, INT. RJ	SADIA/BRF	SEARA/SEARA	PIF PAF/PIF PAF	JOSELITO/JOSELITO	MASSA LEVE/SEARA	63,7
GRANDE RJ	SADIA/BRF	SEARA/SEARA	MEZZANI/MEZZANI	MASSA LEVE/SEARA	-	65,7
GRANDE SP	MASSA LEVE/SEARA	SADIA/BRF	SEARA/SEARA	MEZZANI/MEZZANI	BUONA/MASSAS MIRAMARE	73,9
INTERIOR SP	MASSA LEVE/SEARA	MEZZANI/MEZZANI	SEARA/SEARA	SADIA/BRF	MASSA DA FEIRA/MÁRIO ADRIANO AGUIAR DA COSTA	73,6
SUL	SADIA/BRF	SEARA/SEARA	ROMANHA/ROMANHA	ROMENA/MASSAS ROMENA	ITALIANY/MASSAS P. A. C. IND. E COM.	55,4
MS, GO e DF	SEARA/SEARA	SADIA/BRF	MASSA LEVE/SEARA	GERMANA/GERMANA	MEZZANI/MEZZANI	70,8

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	SEU NINICO/SEU NINICO	67,8
NORDESTE	FORNO DE MINAS/FORNO DE MINAS	GOSTO MINEIRO/GOSTO MINEIRO	CATUPIRY/CATUPIRY	DELÍCIA MINEIRA/ELENILDA BRITO MAIA	RAINHA/RAINHA	80,8
MG, ES, INT. RJ	FORNO DE MINAS/FORNO DE MINAS	SEU NINICO/SEU NINICO	PIF PAF/PIF PAF	SÃO GERALDO/FORNO DE MINAS	MARICOTA/MARICOTA	80,8
GRANDE RJ	FORNO DE MINAS/FORNO DE MINAS	BARÃO DE MINAS/BARÃO DE MINAS	MARICOTA/MARICOTA	SÃO GERALDO/FORNO DE MINAS	CATUPIRY/CATUPIRY	92,3
GRANDE SP	FORNO DE MINAS/FORNO DE MINAS	SABOR E MINAS/MINNAS ALIMENTOS	MASSA LEVE/SEARA	CATUPIRY/CATUPIRY	ZIN PÃO/ZINPÃO	84,6
INTERIOR SP	FORNO DE MINAS/FORNO DE MINAS	MASSA LEVE/SEARA	SABOR E MINAS/MINNAS ALIMENTOS	CATUPIRY/CATUPIRY	TATI MINAS/TATI MINAS	80,1
SUL	FORNO DE MINAS/FORNO DE MINAS	MINEIRINHO/MINEIRINHO	SÃO GERALDO/FORNO DE MINAS	CATUPIRY/CATUPIRY	PÃO SABOR/IND. COM. PROD. ALIM. DELICATEX	68,9
MS, GO e DF	FORNO DE MINAS/FORNO DE MINAS	SÃO GERALDO/FORNO DE MINAS	OURO FINO/INDÚSTRIA OURO FINO	PÃO E ARTE/PÃO E ARTE	PANEBRAS/PANEBRAS	75,2



PETIT SUISSÉ

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	DANONINHO/DANONE LÁCTEOS	CHAMBINHO FRUTAS/NESTLÉ	ELEGÊ/LACTALIS	BATAVINHO/LACTALIS	ITAMBÉ KIDS/LACTALIS	88,0
NORDESTE	DANONINHO/DANONE LÁCTEOS	CHAMBINHO FRUTAS/NESTLÉ	CHAMBINHO CHOCOLATE/NESTLÉ	BETÂNIA KIDS/CBL	ELEGÊ/LACTALIS	93,7
MG, ES, INT. RJ	DANONINHO/DANONE LÁCTEOS	ITAMBÉ KIDS/LACTALIS	TREVINHO/TREVO	CHAMBINHO FRUTAS/NESTLÉ	CHAMBINHO CHOCOLATE/NESTLÉ	92,0
GRANDE RJ	DANONINHO/DANONE LÁCTEOS	ELEGÊ/LACTALIS	CHAMBINHO FRUTAS/NESTLÉ	ITAMBÉ KIDS/LACTALIS	CHAMBINHO CHOCOLATE/NESTLÉ	92,8
GRANDE SP	DANONINHO/DANONE LÁCTEOS	CHAMBINHO FRUTAS/NESTLÉ	ELEGÊ/LACTALIS	CHAMBINHO CHOCOLATE/NESTLÉ	BATAVINHO/LACTALIS	94,6
INTERIOR SP	DANONINHO/DANONE LÁCTEOS	CHAMBINHO FRUTAS/NESTLÉ	ELEGÊ/LACTALIS	BATAVINHO/LACTALIS	CHAMBINHO CHOCOLATE/NESTLÉ	93,4
SUL	DANONINHO/DANONE LÁCTEOS	BATAVINHO/LACTALIS	ELEGÊ/LACTALIS	CHAMBINHO FRUTAS/NESTLÉ	FRIMINHO/FRIMESA	93,1
MS, GO e DF	DANONINHO/DANONE LÁCTEOS	CHAMBINHO FRUTAS/NESTLÉ	BATAVINHO/LACTALIS	PETIT CAROL/LATÍCIOS CAROLINA	TREVINHO/TREVO	83,7

QUEIJOS CREMOSOS

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	DANÚBIO/VIGOR	PHILADELPHIA/MONDELÉZ	POLENGHI/POLENGHI	VIGOR/VIGOR	PRESIDENT/LACTALIS	93,1
NORDESTE	PHILADELPHIA/MONDELÉZ	POLENGHI/POLENGHI	DANÚBIO/VIGOR	VIGOR/VIGOR	CATUPIRY/CATUPIRY	91,0
MG, ES, INT. RJ	DANÚBIO/VIGOR	PHILADELPHIA/MONDELÉZ	POLENGHI/POLENGHI	PORTO ALEGRE/PORTO ALEGRE	VIGOR/VIGOR	87,7
GRANDE RJ	DANÚBIO/VIGOR	PHILADELPHIA/MONDELÉZ	POLENGHI/POLENGHI	PRESIDENT/LACTALIS	VIGOR/VIGOR	97,9
GRANDE SP	DANÚBIO/VIGOR	PHILADELPHIA/MONDELÉZ	POLENGHI/POLENGHI	VIGOR/VIGOR	PRESIDENT/LACTALIS	97,6
INTERIOR SP	DANÚBIO/VIGOR	PHILADELPHIA/MONDELÉZ	POLENGHI/POLENGHI	VIGOR/VIGOR	PRESIDENT/LACTALIS	93,1
SUL	DANÚBIO/VIGOR	POLENGHI/POLENGHI	PHILADELPHIA/MONDELÉZ	PRESIDENT/LACTALIS	VIGOR/VIGOR	97,7
MS, GO e DF	DANÚBIO/VIGOR	PHILADELPHIA/MONDELÉZ	POLENGHI/POLENGHI	CATUPIRY/CATUPIRY	VIGOR/VIGOR	91,3

REQUEIJÃO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	VIGOR/VIGOR	CATUPIRY/CATUPIRY	POÇOS DE CALDAS/LACTALIS	ITAMBÉ/LACTALIS	TIROLEZ/TIROLEZ	54,6
NORDESTE	BETÂNIA/CBL	NESTLÉ/NESTLÉ	CATUPIRY/CATUPIRY	SABOR E VIDA/SABOR E VIDA	VIGOR/VIGOR	57,1
MG, ES, INT. RJ	PORTO ALEGRE/PORTO ALEGRE	ITAMBÉ/LACTALIS	VIGOR/VIGOR	CATUPIRY/CATUPIRY	CAMPONESA/EMBARÉ	61,9
GRANDE RJ	VIGOR/VIGOR	CATUPIRY/CATUPIRY	ITAMBÉ/LACTALIS	ELEGÉ/LACTALIS	POÇOS DE CALDAS/LACTALIS	75,6
GRANDE SP	VIGOR/VIGOR	CATUPIRY/CATUPIRY	POÇOS DE CALDAS/LACTALIS	TIROLEZ/TIROLEZ	DANONE/DANONE LÁCTEOS	78,7
INTERIOR SP	VIGOR/VIGOR	CATUPIRY/CATUPIRY	POÇOS DE CALDAS/LACTALIS	TIROLEZ/TIROLEZ	DANONE/DANONE LÁCTEOS	73,9
SUL	TIROL/TIROL	VIGOR/VIGOR	POÇOS DE CALDAS/LACTALIS	PIÁ/COOP. PETRÓPOLIS	CATUPIRY/CATUPIRY	57,4
MS, GO e DF	ITAMBÉ/LACTALIS	CANTO DE MINAS/CANTO DE MINAS	VIGOR/VIGOR	CATUPIRY/CATUPIRY	POÇOS DE CALDAS/LACTALIS	57,9

SOBREMESA PRONTA GELIFICADA

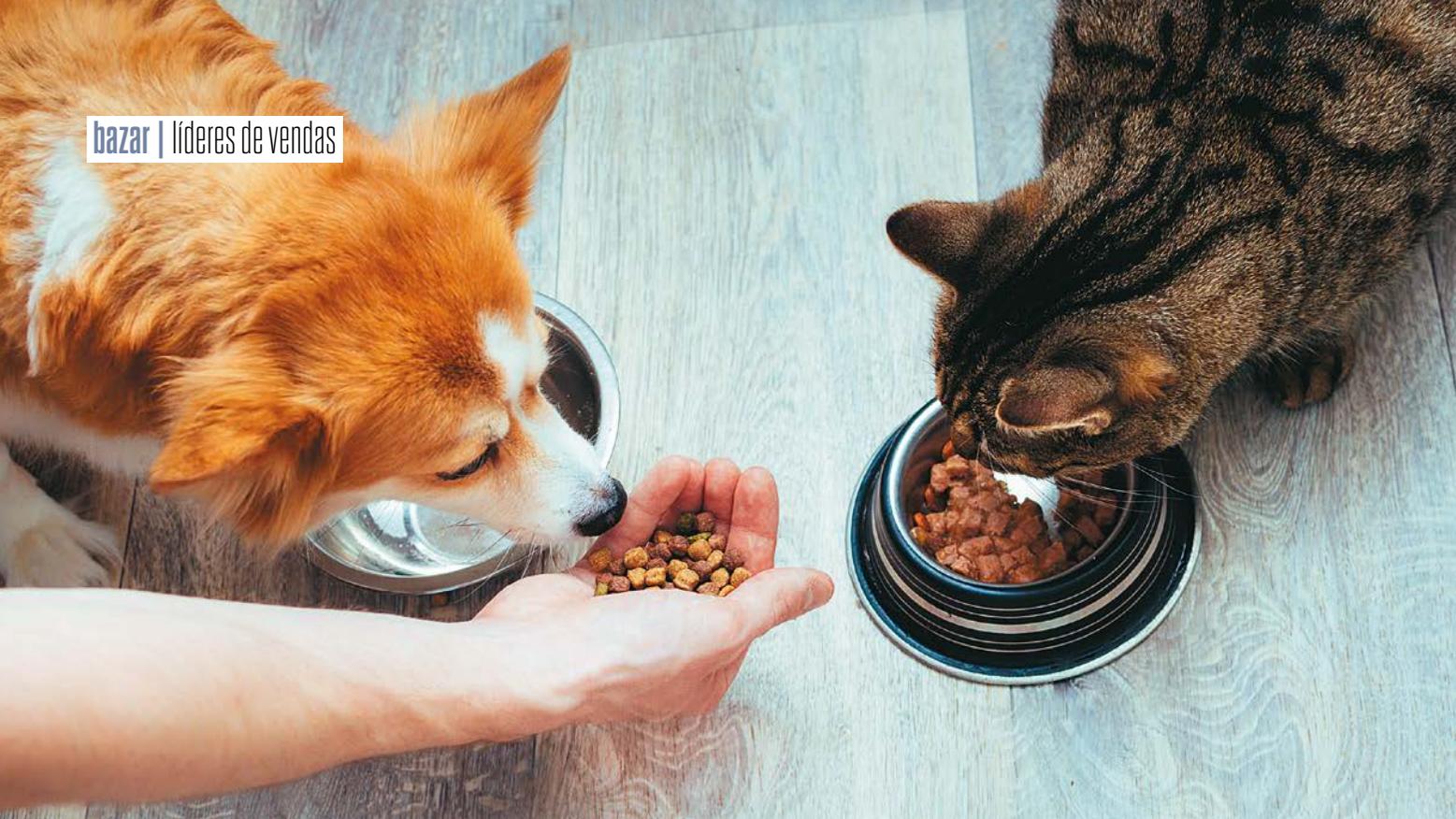
	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	DANETTE/DANONE LÁCTEOS	CHANDELLE/NESTLÉ	BATAVO/LACTALIS	VIGOR/VIGOR	ITAMBÉ/LACTALIS	92,3
NORDESTE	CHANDELLE/NESTLÉ	DANETTE/DANONE LÁCTEOS	BATAVO/LACTALIS	NESTLÉ/NESTLÉ	ITAMBÉ/LACTALIS	99,3
MG, ES, INT. RJ	DANETTE/DANONE LÁCTEOS	CHANDELLE/NESTLÉ	BATAVO/LACTALIS	ITAMBÉ/LACTALIS	NESTLÉ/NESTLÉ	96,7
GRANDE RJ	BATAVO/LACTALIS	CHANDELLE/NESTLÉ	DANETTE/DANONE LÁCTEOS	ITAMBÉ/LACTALIS	VIGOR/VIGOR	95,5
GRANDE SP	DANETTE/DANONE LÁCTEOS	BATAVO/LACTALIS	CHANDELLE/NESTLÉ	VIGOR/VIGOR	DOCERIA DA REBEKA/REBEKA	94,7
INTERIOR SP	DANETTE/DANONE LÁCTEOS	CHANDELLE/NESTLÉ	BATAVO/LACTALIS	VIGOR/VIGOR	NESTLÉ/NESTLÉ	95,0
SUL	BATAVO/LACTALIS	DANETTE/DANONE LÁCTEOS	CHANDELLE/NESTLÉ	FRIMESA/FRIMESA	VIGOR/VIGOR	95,1
MS, GO e DF	DANETTE/DANONE LÁCTEOS	CHANDELLE/NESTLÉ	BATAVO/LACTALIS	ITAMBÉ/LACTALIS	VIGOR/VIGOR	92,5


SORVETE IMPULSO + DOMÉSTICO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	KIBON/UNILEVER	NESTLÉ/NESTLÉ	JUNDIÁ/JUNDIÁ	BACIO DI LATTE/BACIO DI LATTE	NOBRELLI/FRONERI	60,5
NORDESTE	KIBON/UNILEVER	FROSTY/FROSTY	ZECAS/CREME MEL	NESTLÉ/NESTLÉ	STER BOM/STER BOM	60,1
MG, ES, INT. RJ	KIBON/UNILEVER	NESTLÉ/NESTLÉ	NOBRELLI/FRONERI	GELLAK/GELLAK	CREME MEL/CREME MEL	69,0
GRANDE RJ	KIBON/UNILEVER	NESTLÉ/NESTLÉ	SLOOP/SLOOP	BACIO DI LATTE/BACIO DI LATTE	HÅAGEN DAZS/GENERAL MILLS	80,5
GRANDE SP	KIBON/UNILEVER	NESTLÉ/NESTLÉ	JUNDIÁ/JUNDIÁ	BACIO DI LATTE/BACIO DI LATTE	HÅAGEN DAZS/GENERAL MILLS	68,1
INTERIOR SP	KIBON/UNILEVER	NESTLÉ/NESTLÉ	JUNDIÁ/JUNDIÁ	PIMPINELLA/SORVETERIA PIMPINELLA	BACIO DI LATTE/BACIO DI LATTE	-
SUL	KIBON/UNILEVER	NESTLÉ/NESTLÉ	PAVILOCHE/PAVILOCHE	TRIVIALY/TRIVIALY	NOBRELLI/FRONERI	-
MS, GO e DF	KIBON/UNILEVER	NESTLÉ/NESTLÉ	CREME MEL/CREME MEL	JUNDIÁ/JUNDIÁ	VILELA/EDIMAR VILELA	-

VEGETAL CONGELADO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	D'AUCY/D'AUCY	SEARA/SEARA	SADIA/BRF	BEM BRASIL/BEM BRASIL	COPACOL/COPACOL	60,5
NORDESTE	SADIA/BRF	SEARA/SEARA	D'AUCY/D'AUCY	DEMARCHI/DEMARCHI	MACAXEIRA DE PAU/M.F.S. FREITAS	79,0
MG, ES, INT. RJ	PIF PAF/PIF PAF	BEM BRASIL/BEM BRASIL	SEARA/SEARA	SADIA/BRF	D'AUCY/D'AUCY	87,5
GRANDE RJ	SEARA/SEARA	BONDUELLE/BONDUELLE	D'AUCY/D'AUCY	MCCAIN/MCCAIN	SADIA/BRF	63,5
GRANDE SP	D'AUCY/D'AUCY	SEARA/SEARA	SWIFT/SEARA	SADIA/BRF	PRATIGEL/PRATIGEL	79,1
INTERIOR SP	D'AUCY/D'AUCY	SEARA/SEARA	SADIA/BRF	BEM BRASIL/BEM BRASIL	DEMARCHI/DEMARCHI	66,9
SUL	SEARA/SEARA	COPACOL/COPACOL	LAR/LAR	D'AUCY/D'AUCY	SADIA/BRF	61,0
MS, GO e DF	SEARA/SEARA	D'AUCY/D'AUCY	COPACOL/COPACOL	DA TERRA/J.B.C. IND. COM.	-	73,4



Uma cesta em atenção

Em 2021 a seção concentrou um grande volume de vendas, e no ano passado o resultado não foi como o esperado, apresentando uma queda no volume de vendas e de valor

POR **ROBERTO LEITE**

>>A cesta de bazar é conhecida por um mix amplo e bastante diverso, disponibilizando aos clientes dos supermercados uma boa variedade e solução para a conveniência. Quando o shopper vai à loja, ele pode ter a possibilidade de produtos com valor agregado e com a facilidade de encontrar o que precisa em um mesmo lugar.

Em comparação com o estudo de 2021, esta cesta apresentou uma variação de volume igual ao valor de venda, demons-

Maior importância nesta cesta:

Alimento para cães

29,8%

Alimento para gatos

15,4%

Chinelos, sandálias e tamanco

20,7%

Pilhas

10,9%

trando pouca expressividade. No estudo anterior o crescimento registrado foi de 12,3%, enquanto no levantamento atual a variação de valor ficou em 7%, mas a variação de volume caiu -7%, ou seja, não demonstrou crescimento. No segmento de hipermercado, a categoria teve uma redução de -0,5% de volume de compra, enquanto no supermercado manteve-se positivo, com 0,5%

Os produtos de maior importância em 2022 nesta cesta foram: alimento para cães (29,8%), alimento para gatos (15,4%), chinelos, sandálias e tamanco (20,7%) e pilhas (10,9%).

Nos anos anteriores, grande parte da receita desta cesta foi puxada pelo segmento pet. Mas este ano, apesar de ainda ser importante na cesta, o alimento para cães teve uma queda no volume de vendas de -8,1%, enquanto o de gatos caiu -4,2%. Outros produtos que tiveram um desempenho negativo no volume de vendas foram: cola (-14,8%) e filtro de papel (-5,8%). 

Nossa linha de produtos:

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

lumipam

Em cozinhas práticas,
não pode faltar!



[f lumipam-embalagens](https://www.facebook.com/lumipam-embalagens)

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

[in lumipam-embalagens](https://www.linkedin.com/company/lumipam-embalagens)

Líderes de vendas

Índice

Alimento para Cães.....	110
Alimento para Gatos	110
Cera Automotiva	110
Cola (Cianoacrilato).....	110
Envoltório para Alimentos	110
Filtro de Papel	130
Guardanapo de Papel	130
Instrumento de Escrita (caneta, lapiseira, lápis preto, lápis de cor, etc.)	130
Lâmpada.....	130
Mamadeira.....	130
Pilha/Bateria	131
Produtos para Auto.....	131
Toalha de Papel.....	131
Vassoura	131



A **Lillo** está no
coração dos
Brasileiros

A marca **mais lembrada** pelo shopper nas categorias de **mamadeiras e chupetas**.*



A marca mais lembrada e preferida pelos consumidores*

80% dos Shoppers da categoria de Puericultura Leve conhecem a marca e **56%** já compraram pelo menos um produto Lillo.



Líder de vendas na Categoria de Mamadeiras**

A cada **4** mamadeiras vendidas no Brasil, **1** é Lillo.



Líder de vendas na Categoria de Copos Infantis**



*FONTE: PESQUISA SHOPPER - IQVIA CMI - Shopper Insights: Puericultura - MKT 360. Total da Amostra: 480 Respondentes.
**FONTE: IQVIA FMB - MATDEZ22 - Categoria Mamadeira Mainstream e Utensílios de Mesa - Volume.

SAC: 0800 025 4415 | www.lillo.com.br | @lillodobrasil | [f/lillodobrasil](https://www.facebook.com/lillodobrasil)

Lillo junto desde o início



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	62,2
NORDESTE	PEDIGREE/MARS	DOG CHOW/NESTLÉ	BALANCE/BRF	BONOS/BRF	ALPO/NESTLÉ	72,5
MG, ES, INT. RJ	PEDIGREE/MARS	TUFÃO/INPROVETER	KYNUS/BRASWEY	PITTY/LUPUS	DOG CHOW/NESTLÉ	64,5
GRANDE RJ	PEDIGREE/MARS	DOG CHOW/NESTLÉ	BAW WAW/GRUPO RAÇÕES REIS	FOSTER/LUPUS	CHAMP/MARS	73,0
GRANDE SP	PEDIGREE/MARS	DOG CHOW/NESTLÉ	BAW WAW/GRUPO RAÇÕES REIS	KELDOG/KELCO	COBY/DOG CHOICE	80,9
INTERIOR SP	PEDIGREE/MARS	DOG CHOW/NESTLÉ	BAW WAW/GRUPO RAÇÕES REIS	ALPO/NESTLÉ	KELDOG/KELCO	76,3
SUL	PEDIGREE/MARS	DOG CHOW/NESTLÉ	KELDOG/KELCO	ALPO/NESTLÉ	SPECIAL DOG/MANFRIM INDL. E COML.	62,3
MS, GO e DF	PEDIGREE/MARS	VITAMAX/MATSUDA	DOG CHOW/NESTLÉ	BAW WAW/GRUPO RAÇÕES REIS	KYNUS/BRASWEY	62,4

ALIMENTO PARA GATOS

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	WHISKAS/MARS	FRISKIES/NESTLÉ	KITEKAT/MARS	DREAMIES/MARS	BAW WAW/GRUPO RAÇÕES REIS	83,5
NORDESTE	WHISKAS/MARS	FRISKIES/NESTLÉ	KITEKAT/MARS	DREAMIES/MARS	BALANCE/BRF	89,0
MG, ES, INT. RJ	WHISKAS/MARS	FRISKIES/NESTLÉ	KITEKAT/MARS	DREAMIES/MARS	BALANCE/BRF	84,8
GRANDE RJ	WHISKAS/MARS	FRISKIES/NESTLÉ	DREAMIES/MARS	KITEKAT/MARS	GRAN CAT/GRANFINO	91,4
GRANDE SP	WHISKAS/MARS	FRISKIES/NESTLÉ	DREAMIES/MARS	KITEKAT/MARS	BAW WAW/GRUPO RAÇÕES REIS	89,7
INTERIOR SP	WHISKAS/MARS	FRISKIES/NESTLÉ	DREAMIES/MARS	KITEKAT/MARS	BAW WAW/GRUPO RAÇÕES REIS	86,9
SUL	WHISKAS/MARS	FRISKIES/NESTLÉ	DREAMIES/MARS	KITEKAT/MARS	SPECIAL CAT/MANFRIM INDL. E COML.	78,6
MS, GO e DF	WHISKAS/MARS	FRISKIES/NESTLÉ	VITAMAX/MATSUDA	KITEKAT/MARS	BAW WAW/GRUPO RAÇÕES REIS	86,1

CERA AUTOMOTIVA

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	PROAUTO/TRADING CARE	GRAND PRIX/SC JOHNSON	CARNÚ/SC JOHNSON	LUXCAR/FLAPS	CERABRILL/INTERBRILHO	83,0
NORDESTE	PROAUTO/TRADING CARE	CARNÚ/SC JOHNSON	GRAND PRIX/SC JOHNSON	LUXCAR/FLAPS	TECBRIL/TECBRIL	83,8
MG, ES, INT. RJ	PROAUTO/TRADING CARE	GRAND PRIX/SC JOHNSON	CERABRILL/INTERBRILHO	CARNÚ/SC JOHNSON	RODABRILL/INTERBRILHO	90,4
GRANDE RJ	PROAUTO/TRADING CARE	GRAND PRIX/SC JOHNSON	LUXCAR/FLAPS	CARNÚ/SC JOHNSON	CERABRILL/INTERBRILHO	95,6
GRANDE SP	LUXCAR/FLAPS	GRAND PRIX/SC JOHNSON	PROAUTO/TRADING CARE	CERABRILL/INTERBRILHO	RODABRILL/INTERBRILHO	84,1
INTERIOR SP	PROAUTO/TRADING CARE	GRAND PRIX/SC JOHNSON	LUXCAR/FLAPS	CERABRILL/INTERBRILHO	CARNÚ/SC JOHNSON	82,5
SUL	PROAUTO/TRADING CARE	GRAND PRIX/SC JOHNSON	FREE WAY/CRIVALLI SUPER CLEAN	CARNÚ/SC JOHNSON	LUXCAR/FLAPS	81,6
MS, GO e DF	PROAUTO/TRADING CARE	GRAND PRIX/SC JOHNSON	CERABRILL/INTERBRILHO	CARNÚ/SC JOHNSON	LUXCAR/FLAPS	89,6



COLA (CIANOACRIALATO)

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	SUPER BONDER/HENKEL	DUREPOXI/HENKEL	BIC/BIC	TEK BOND/ATB ADESIVOS	SCOTCH/3M	71,9
NORDESTE	SUPER BONDER/HENKEL	DUREPOXI/HENKEL	BIC/BIC	TEK BOND/ATB ADESIVOS	THREE BOND/THREE BOND	65,3
MG, ES, INT. RJ	SUPER BONDER/HENKEL	DUREPOXI/HENKEL	THREE BOND/THREE BOND	SCOTCH/3M	TEK BOND/ATB ADESIVOS	76,9
GRANDE RJ	SUPER BONDER/HENKEL	TEK BOND/ATB ADESIVOS	SCOTCH/3M	BIC/BIC	POLAR/POLAR	75,8
GRANDE SP	SUPER BONDER/HENKEL	TEK BOND/ATB ADESIVOS	SCOTCH/3M	THREE BOND/THREE BOND	PRITT/HENKEL	78,0
INTERIOR SP	SUPER BONDER/HENKEL	DUREPOXI/HENKEL	BIC/BIC	SCOTCH/3M	TEK BOND/ATB ADESIVOS	78,5
SUL	SUPER BONDER/HENKEL	BIC/BIC	DUREPOXI/HENKEL	PRITT TENAZ/HENKEL	SCOTCH/3M	72,7
MS, GO e DF	SUPER BONDER/HENKEL	SCOTCH/3M	TEK BOND/ATB ADESIVOS	BIC/BIC	DUREPOXI/HENKEL	71,1

ENVOLÓRIO PARA ALIMENTOS

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	WYDA/WYDA	FREEZER ROLL/DOVER	BOM PACK/EMBRAS	BOREDA/BOREDA	LUMIPAM/LUMIPAM	53,2
NORDESTE	WYDA/WYDA	FREEZER ROLL/DOVER	PRATSY/ALUMILESTE	ALUMILESTE/ALUMILESTE	TÉRMICA/TÉRMICA	61,7
MG, ES, INT. RJ	WYDA/WYDA	BOREDA/BOREDA	BOM PACK/EMBRAS	FREEZER ROLL/DOVER	PRATSY/ALUMILESTE	70,7
GRANDE RJ	WYDA/WYDA	LUMIPAM/LUMIPAM	ROLITTO/KENTINHA	MELLO/MELLO	FREEZER ROLL/DOVER	58,6
GRANDE SP	WYDA/WYDA	FREEZER ROLL/DOVER	MAIPACK/INPROCO	ROLLOMINIO/MULT USOS IND. E COM. DE EMB. FACILITA & PRONTO/EBEG EMB. E DESCARTÁVEIS		65,0
INTERIOR SP	WYDA/WYDA	FREEZER ROLL/DOVER	BOM PACK/EMBRAS	ALUMILESTE/ALUMILESTE	FACILITA & PRONTO/EBEG EMB. E DESCARTÁVEIS	71,1
SUL	WYDA/WYDA	ROYAL PACK/HS	BOM PACK/EMBRAS	GIOPACK/GIOCA IND. COM.	COZINHA PRÁTICA/MULT USOS IND. E COM. DE EMB.	60,7
MS, GO e DF	WYDA/WYDA	LUMIPAM/LUMIPAM	FACILITA & PRONTO/EBEG EMB. E DESCARTÁVEIS	FREEZER ROLL/DOVER	THERMOPRAT/THERMOPRAT	68,1

SOLUÇÕES INOVADORAS para empresas que buscam mais PRODUTIVIDADE e COLABORAÇÃO

LATTINE GROUP 

A Lattine Group é uma empresa da área de Transformação Digital, que faz parte da rede de parceiros Gold da Microsoft®. Oferecemos as mais avançadas soluções para tornar a gestão de seus negócios progressivamente mais frutífera e eficaz.

Consultoria + Migração + Implementação + Suporte + Acompanhamento

Traga seu licenciamento para a Lattine

E ganhe produtividade, segurança e muito mais colaboração entre o time, com as melhores ferramentas Microsoft.



E mais: Também somos especialistas em Gestão em nuvem e Cibersegurança



VAMOS JUNTOS?

Temos mais de 20 anos de experiência com todos os tipos e tamanhos de empresa.



CHILLIBEANS



LOBO DE RIZZO



Clique no QR Code abaixo e nos conte como podemos ajudar a sua empresa.

#VempraLattine



LATTINE GROUP 

Lattinegroup.com
Alameda Tocantins, 350 - Barueri - São Paulo / SP
+55 11 4209-1000

Líderes de vendas

Alimento para Cães

BRASIL

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

Participação Top 5

62,2%

ÁREA 1

Nordeste

- 1^a PEDIGREE/MARS
 - 2^a DOG CHOW/NESTLÉ
 - 3^a BALANCE/BRF
 - 4^a BONOS/BRF
 - 5^a ALPO/NESTLÉ
- Top 5** 72,5%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

- PEDIGREE/MARS
 - TUFÃO/INPROVETER
 - KYNUS/BRASWEY
 - PITTY/LUPUS
 - DOG CHOW/NESTLÉ
- 64,5%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

- PEDIGREE/MARS
 - DOG CHOW/NESTLÉ
 - BAW WAW/GRUPO RAÇÕES REIS
 - FOSTER/LUPUS
 - CHAMP/MARS
- 73,0%

ÁREA 4

Grande São Paulo

- PEDIGREE/MARS
 - DOG CHOW/NESTLÉ
 - BAW WAW/GRUPO RAÇÕES REIS
 - KELDOG/KELCO
 - COBY/DOG CHOICE
- 80,9%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

- 1^a PEDIGREE/MARS
 - 2^a DOG CHOW/NESTLÉ
 - 3^a BAW WAW/GRUPO RAÇÕES REIS
 - 4^a ALPO/NESTLÉ
 - 5^a KELDOG/KELCO
- Top 5** 76,3%

ÁREA 6

PR, SC e RS

- PEDIGREE/MARS
 - DOG CHOW/NESTLÉ
 - KELDOG/KELCO
 - ALPO/NESTLÉ
 - SPECIAL DOG/MANFRIM INDL. E COML.
- 62,3%

ÁREA 7

MS, GO e DF

- PEDIGREE/MARS
 - VITAMAX/MATSUDA
 - DOG CHOW/NESTLÉ
 - BAW WAW/GRUPO RAÇÕES REIS
 - KYNUS/BRASWEY
- 62,4%

PROÇÃO

SEU PET, NOSSO MUNDO



TAPETE COM CHEIRINHO DE GRAMA

NOVIDADE!



TAPETE - CATEGORIA DESTINO
para evitar problemas de saúde!

★ **VALOR ACRESCADO**
em uma das partes

☰ **CROSS CATEGORY**
Pet Food - Tapetes para Pet Food



Consulte o link completo de Pet Food no nosso site: www.procao.com.br

Líderes de vendas

Cera Automotiva

BRASIL

1ª PROAUTO/TRADING CARE

2ª GRAND PRIX/SC JOHNSON

3ª CARNÚ/SC JOHNSON

4ª LUXCAR/FLAPS

5ª CERABRILL/INTERBRILHO

Participação Top 5

83,0%

ÁREA 1

Nordeste

- 1ª** PROAUTO/TRADING CARE
2ª CARNÚ/SC JOHNSON
3ª GRAND PRIX/SC JOHNSON
4ª LUXCAR/FLAPS
5ª TECBRIL/TECBRIL

Top 5 83,8%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

- PROAUTO/TRADING CARE
 GRAND PRIX/SC JOHNSON
 CERABRILL/INTERBRILHO
 CARNÚ/SC JOHNSON
 RODABRILL/INTERBRILHO

90,4%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

- PROAUTO/TRADING CARE
 GRAND PRIX/SC JOHNSON
 LUXCAR/FLAPS
 CARNÚ/SC JOHNSON
 CERABRILL/INTERBRILHO

95,6%

ÁREA 4

Grande São Paulo

- LUXCAR/FLAPS
 GRAND PRIX/SC JOHNSON
 PROAUTO/TRADING CARE
 CERABRILL/INTERBRILHO
 RODABRILL/INTERBRILHO

84,1%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

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

Top 5 82,5%

ÁREA 6

PR, SC e RS

- PROAUTO/TRADING CARE
 GRAND PRIX/SC JOHNSON
 FREE WAY/CRIVIALLI SUPER CLEAN
 CARNÚ/SC JOHNSON
 LUXCAR/FLAPS

81,6%

ÁREA 7

MS, GO e DF

- PROAUTO/TRADING CARE
 GRAND PRIX/SC JOHNSON
 CERABRILL/INTERBRILHO
 CARNÚ/SC JOHNSON
 LUXCAR/FLAPS

89,6%



Soluções Inteligentes

O 1º LUGAR
PARA QUEM ENTENDE DE
CUIDADO AUTOMOTIVO.



Melhor experiência para o consumidor, maior oportunidade de negócio para você.



Abasteça sua loja

Multiplique suas vendas.



www.proauto.com.br



siga nossas fanpages

AUTO CRAFT



ESPUMA MÁGICA

Também são marcas com qualidade Proauto.

Líderes de vendas

Envoltório para Alimentos

BRASIL

- 1ª **WYDA/WYDA**
- 2ª **FREEZER ROLL/DOVER**
- 3ª **BOM PACK/EMBRAST**
- 4ª **BOREDA/BOREDA**
- 5ª **LUMIPAM/LUMIPAM**

Participação Top 5

53,2%

ÁREA 1

Nordeste

- 1ª WYDA/WYDA
 - 2ª FREEZER ROLL/DOVER
 - 3ª PRATSY/ALUMILESTE
 - 4ª ALUMILESTE/ALUMILESTE
 - 5ª TÉRMICA/TÉRMICA
- Top 5** 61,7%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

- WYDA/WYDA
 - BOREDA/BOREDA
 - BOM PACK/EMBRAST
 - FREEZER ROLL/DOVER
 - PRATSY/ALUMILESTE
- 70,7%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

- WYDA/WYDA
 - LUMIPAM/LUMIPAM
 - ROLITTO/KENTINHA
 - MELLO/MELLO
 - FREEZER ROLL/DOVER
- 58,6%

ÁREA 4

Grande São Paulo

- WYDA/WYDA
 - FREEZER ROLL/DOVER
 - MAJIPACK/INPROCO
 - ROLLOMINIO/MULT USOS IND. E COM. DE EMB.
 - FACILITA & PRONTO/EBEG EMB. E DESCARTÁVEIS
- 65,0%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

- 1ª WYDA/WYDA
 - 2ª FREEZER ROLL/DOVER
 - 3ª BOM PACK/EMBRAST
 - 4ª ALUMILESTE/ALUMILESTE
 - 5ª FACILITA & PRONTO/EBEG EMB. E DESCARTÁVEIS
- Top 5** 71,1%

ÁREA 6

PR, SC e RS

- WYDA/WYDA
 - ROYAL PACK/HS
 - BOM PACK/EMBRAST
 - GIOPACK/GIOCA IND. COM.
 - COZINHA PRÁTICA/MULT USOS IND. E COM. DE EMB.
- 60,7%

ÁREA 7

MS, GO e DF

- WYDA/WYDA
 - LUMIPAM/LUMIPAM
 - FACILITA & PRONTO/EBEG EMB. E DESCARTÁVEIS
 - FREEZER ROLL/DOVER
 - THERMOPRAT/THERMOPRAT
- 68,1%



LÍDER NACIONAL EM ENVOLTÓRIOS PARA ALIMENTOS



Praticidade, qualidade
e sustentabilidade
essenciais na sua vida

DESCUBRA MAIS SOBRE OS NOSSOS PRODUTOS:



Fonte: NilsenIQ



wyda.com.br



wydaoficial



wydaembalagens



wydaoficial

Líderes de vendas

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

BRASIL

1^a BIC/BIC

2^a FABER-CASTELL/FABER-CASTELL

3^a MOLIN/MOLIN

4^a TRIS/SUMMIT

5^a COMPACTOR/COMPACTOR

Participação Top 5

90,1%

ÁREA 1

Nordeste

1 ^a	BIC/BIC
2 ^a	FABER-CASTELL/FABER-CASTELL
3 ^a	MOLIN/MOLIN
4 ^a	COMPACTOR/COMPACTOR
5 ^a	TRIS/SUMMIT
Top 5	88,1%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

BIC/BIC
FABER-CASTELL/FABER-CASTELL
MOLIN/MOLIN
TRIS/SUMMIT
COMPACTOR/COMPACTOR
88,3%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

BIC/BIC
FABER-CASTELL/FABER-CASTELL
MOLIN/MOLIN
COMPACTOR/COMPACTOR
TRIS/SUMMIT
92,6%

ÁREA 4

Grande São Paulo

BIC/BIC
FABER-CASTELL/FABER-CASTELL
MOLIN/MOLIN
TRIS/SUMMIT
CIS/SERTIC
92,2%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

1 ^a	BIC/BIC
2 ^a	FABER-CASTELL/FABER-CASTELL
3 ^a	MOLIN/MOLIN
4 ^a	TRIS/SUMMIT
5 ^a	CIS/SERTIC
Top 5	92,9%

ÁREA 6

PR, SC e RS

BIC/BIC
FABER-CASTELL/FABER-CASTELL
MOLIN/MOLIN
CIS/SERTIC
TRIS/SUMMIT
91,2%

ÁREA 7

MS, GO e DF

BIC/BIC
MOLIN/MOLIN
FABER-CASTELL/FABER-CASTELL
TRIS/SUMMIT
COMPACTOR/COMPACTOR
93,1%

Molin Nota 10!

1. Produtos de Alta Qualidade, com Garantia Total para o Consumidor.
2. Embalagens resistentes e chamativas no ponto de venda.
3. Grande variedade de itens Molin e Licenciados, para atender a todas as necessidades.
4. Produtos com design e seguindo as tendências internacionais.
5. Desenvolvimento de produtos exclusivos.
6. Fornecimento de Displays, para melhor exposição.
7. Alto giro e reposições durante todo o ano.
8. Equipe Especializada de Promotores.
9. Entregas Eficientes.
10. A Marca que mais cresce no Auto-Serviço e Varejo nos últimos anos.



(11) 3019.0545

www.molin.com.br

Siga nossas Redes Sociais,
curta e compartilhe:



@molindobrasil



Líderes de vendas

Filtro de Papel

BRASIL

- 1ª MELITTA/MELITTA
- 2ª BRIGITTA/MELITTA
- 3ª 3CORACÕES/3CORACÕES
- 4ª SANTA CLARA/3CORACÕES
- 5ª PIMPINELA/PRINCIPAL COM. E IND. CAFÉ

Participação Top 5

91,1%

ÁREA 1

Nordeste

- 1ª MELITTA/MELITTA
 - 2ª SANTA CLARA/3CORACÕES
 - 3ª 3CORACÕES/3CORACÕES
 - 4ª BRIGITTA/MELITTA
 - 5ª SÃO BRAZ/SÃO BRAZ
- Top 5** 94,9%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

- MELITTA/MELITTA
 - 3CORACÕES/3CORACÕES
 - BRIGITTA/MELITTA
 - CAFÉ DOM PEDRO/CAFÉ DOM PEDRO
 - UTAM/CAFÉ UTAM
- 85,1%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

- MELITTA/MELITTA
 - BRIGITTA/MELITTA
 - PIMPINELA/PRINCIPAL COM. E IND. CAFÉ
 - 3CORACÕES/3CORACÕES
 - ITAMARATV/ITAMARATV
- 96,8%

ÁREA 4

Grande São Paulo

- MELITTA/MELITTA
 - 3CORACÕES/3CORACÕES
 - BRIGITTA/MELITTA
 - IGUAÇU/PRINCIPAL COM. E IND. CAFÉ
 - MÉTODO LAR/MÉTODO
- 98,1%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

- 1ª MELITTA/MELITTA
 - 2ª BRIGITTA/MELITTA
 - 3ª 3CORACÕES/3CORACÕES
 - 4ª JAGUARI/CAFÉ JAGUARI
 - 5ª CAIÇARA/CAIÇARA
- Top 5** 93,8%

ÁREA 6

PR, SC e RS

- MELITTA/MELITTA
 - BRIGITTA/MELITTA
 - 3CORACÕES/3CORACÕES
 - IGUAÇU/PRINCIPAL COM. E IND. CAFÉ
 - ITAMARATV/ITAMARATV
- 96,7%

ÁREA 7

MS, GO e DF

- MELITTA/MELITTA
 - 3CORACÕES/3CORACÕES
 - EXPORT/CAFÉ EXPORT
 - BRIGITTA/MELITTA
 - MOINHO FINO/DICASA
- 92,7%

LÍDER DE MERCADO* E PIONEIRA NA CATEGORIA DE FILTROS DE PAPEL



Só quem inventou a categoria de Filtros de Papel
pode oferecer a exclusiva tecnologia microfuros,
dupla costura e uma linha completa para
passar o melhor do café fresquinho.



CAFÉ ESPECIAL
PÓS-SELEÇÃO
PURA & VERDADE



/malittabrasil | www.malitta.com.br

*Segundo Centro Brasileiro de Pesquisas de Mercado (CEBRAP) - Categoria de Filtros de Papel, 2019.

Líderes de vendas

Lâmpada

BRASIL

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

Participação Top 5

73,6%

ÁREA 1

Nordeste

- 1^a OUROLUX/OUROLUX
 - 2^a ELGIN/ELGIN
 - 3^a G LIGHT/G LIGHT
 - 4^a KIAN/KIAN
 - 5^a RAYOVAC/SPECTRUN BRANDS
- Top 5** 77,5%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

- KIAN/KIAN
 - ULTRALUZ/ULTRALUZ
 - OUROLUX/OUROLUX
 - OSRAM/OSRAM
 - AVANT/INTERLUX
- 84,2%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

- KIAN/KIAN
 - OUROLUX/OUROLUX
 - KIAN/BRASILUX
 - AVANT/INTERLUX
 - OSRAM/OSRAM
- 91,9%

ÁREA 4

Grande São Paulo

- OUROLUX/OUROLUX
 - KIAN/KIAN
 - TASCHIBRA/BRASILUX
 - KIAN/BRASILUX
 - GALAXY/GALAXY
- 88,3%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

- 1^a OUROLUX/OUROLUX
 - 2^a KIAN/KIAN
 - 3^a TASCHIBRA/BRASILUX
 - 4^a FOXLUX/FOXLUX
 - 5^a ELGIN/ELGIN
- Top 5** 84,6%

ÁREA 6

PR, SC e RS

- TASCHIBRA/BRASILUX
 - OUROLUX/OUROLUX
 - PHILIPS/PHILIPS
 - KIAN/KIAN
 - AVANT/INTERLUX
- 87,4%

ÁREA 7

MS, GO e DF

- OUROLUX/OUROLUX
 - TASCHIBRA/BRASILUX
 - ELGIN/ELGIN
 - GALAXY/GALAXY
 - OSRAM/OSRAM
- 79,1%

OUR LUX®

A MARCA LÍDER!

30 ANOS DE QUALIDADE



MULTIPLIQUE SUAS VENDAS COM A MARCA QUE MAIS GIRA NO PDV

Fale com nosso time

 ourolux.com.br



Líderes de vendas

Mamadeira

BRASIL

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

Participação Top 5

87,7%

ÁREA 1

Nordeste

- 1^a LILLO/LILLO
 - 2^a KUKA/KUKA
 - 3^a NEOPAN/NEOPAN
 - 4^a LOLLY/LOLLY BABY
 - 5^a FIONA/MUCAMBO (LILLO)
- Top 5 93,7%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

- KUKA/KUKA
 - LILLO/LILLO
 - FIONA/MUCAMBO (LILLO)
 - BABY GO/DERMIWIL
 - LOLLY/LOLLY BABY
- 93,9%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

- LILLO/LILLO
 - CEFISA/CEFISA IND.E COM.
 - KUKA/KUKA
 - NEOPAN/NEOPAN
 - PITUCA/NEBRASKA
- 90,4%

ÁREA 4

Grande São Paulo

- KUKA/KUKA
 - LILLO/LILLO
 - NEOPAN/NEOPAN
 - BABY GO/DERMIWIL
 - NUK/LILLO
- 92,4%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

- 1^a KUKA/KUKA
 - 2^a NEOPAN/NEOPAN
 - 3^a LILLO/LILLO
 - 4^a LOLLY/LOLLY BABY
 - 5^a BABY GO/DERMIWIL
- Top 5 88,7%

ÁREA 6

PR, SC e RS

- KUKA/KUKA
 - LILLO/LILLO
 - LOLLY/LOLLY BABY
 - NEOPAN/NEOPAN
 - FIONA/MUCAMBO (LILLO)
- 88,9%

ÁREA 7

MS, GO e DF

- LILLO/LILLO
 - KUKA/KUKA
 - LOLLY/LOLLY BABY
 - PEPETA/PEPETA
 - NEOPAN/NEOPAN
- 87,4%

SOMOS TRICAMPEÃ!!!



A Kuka Baby foi eleita
pelo terceiro ano consecutivo
líder de vendas em
mamadeiras no Brasil.

É a seriedade com o mundo
da criança mais a excelência
do trabalho dos nossos
parceiros, que fortalece
a nossa marca junto
aos consumidores.

HOJE SÓ QUEREMOS DIZER:
MUITO OBRIGADO!



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

82,6%

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	82,8%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

PROAUTO/TRADING CARE
RODABRILL/INTERBRILHO
LUXCAR/FLAPS
BUCAS/INTERBRILHO
PROAUTO/TRADING CARE
90,0%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

PROAUTO/TRADING CARE
LUXCAR/FLAPS
RODABRILL/INTERBRILHO
RADNAQ/RADNAQ
CARNÚ/SC JOHNSON
82,1%

ÁREA 4

Grande São Paulo

LUXCAR/FLAPS
RODABRILL/INTERBRILHO
PROAUTO/TRADING CARE
BUCAS/INTERBRILHO
GRAND PRIX/SC JOHNSON
89,4%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

1 ^a	LUXCAR/FLAPS
2 ^a	RODABRILL/INTERBRILHO
3 ^a	PROAUTO/TRADING CARE
4 ^a	BUCAS/INTERBRILHO
5 ^a	V8/POLYEPOXI
Top 5	87,1%

ÁREA 6

PR, SC e RS

PROAUTO/TRADING CARE
RODABRILL/INTERBRILHO
LUXCAR/FLAPS
BUCAS/INTERBRILHO
BRILHOLAC/BRILHOLAC
73,0%

ÁREA 7

MS, GO e DF

PROAUTO/TRADING CARE
RODABRILL/INTERBRILHO
LUXCAR/FLAPS
BUCAS/INTERBRILHO
AUTOCRAFT/TRADING CARE
89,5%

Líderes de vendas

Vassoura

BRASIL

1ª **NOVIÇA/BETTANIN**

2ª **CONDOR/CONDOR**

3ª **BRILHUS/BETTANIN**

4ª **PUREZITTA/VASSOURAS PUREZZITA**

5ª **PHENIX/SANTA MARIA**

Participação Top 5

73,7%

ÁREA 1

Nordeste

1ª	CONDOR/CONDOR
2ª	NOVIÇA/BETTANIN
3ª	PHENIX/SANTA MARIA
4ª	BRILHUS/BETTANIN
5ª	VARRECASA/SANTA MARIA
Top 5	82,9%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

NOVIÇA/BETTANIN
PUREZITTA/VASSOURAS PUREZZITA
CONDOR/CONDOR
ROSSI/A. W. ROSSI
SACRAMENTO/SACRAMENTO
67,8%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

NOVIÇA/BETTANIN
ROSSI/A. W. ROSSI
CONDOR/CONDOR
CARDOSO/CARDOSO & FILHO
GRAN RIO/F. A. MEDEIROS GRANRIO
64,6%

ÁREA 4

Grande São Paulo

CONDOR/CONDOR
NOVIÇA/BETTANIN
BRILHUS/BETTANIN
KILAR/KI-LAR
PHENIX/SANTA MARIA
79,7%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

1ª	NOVIÇA/BETTANIN
2ª	CONDOR/CONDOR
3ª	PHENIX/SANTA MARIA
4ª	BRILHUS/BETTANIN
5ª	ZAPELIM/ZAPELIM
Top 5	77,5%

ÁREA 6

PR, SC e RS

NOVIÇA/BETTANIN
CONDOR/CONDOR
BRILHUS/BETTANIN
ESFREBOM/BETTANIN
ZIG ZAG/BETTANIN
94,1%

ÁREA 7

MS, GO e DF

CONDOR/CONDOR
NOVIÇA/BETTANIN
BRILHUS/BETTANIN
PHENIX/SANTA MARIA
VARRECASA/SANTA MARIA
84,7%

NOVIÇA

Sua casa mais bonita todo dia.

Noviça Original:

A VASSOURA SINTÉTICA
MAIS VENDIDA DO BRASIL*



EXPLORE TODO O POTENCIAL DO MIX NOVIÇA

*Fonte Scantech - Jan a Dez/22. Scanshare | Share volume | Vassouras Sintéticas | SKU



FILTRO DE PAPEL

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	MELITTA/MELITTA	BRIGITTA/MELITTA	3CORAÇÕES/3CORAÇÕES	SANTA CLARA/3CORAÇÕES	PIMPINELA/PRINCIPAL COM. E IND. CAFÉ	91,1
NORDESTE	MELITTA/MELITTA	SANTA CLARA/3CORAÇÕES	3CORAÇÕES/3CORAÇÕES	BRIGITTA/MELITTA	SÃO BRAZ/SÃO BRAZ	94,9
MG, ES, INT. RJ	MELITTA/MELITTA	3CORAÇÕES/3CORAÇÕES	BRIGITTA/MELITTA	CAFÉ DOM PEDRO/CAFÉ DOM PEDRO	UTAM/CAFÉ UTAM	85,1
GRANDE RJ	MELITTA/MELITTA	BRIGITTA/MELITTA	PIMPINELA/PRINCIPAL COM. E IND. CAFÉ	3CORAÇÕES/3CORAÇÕES	ITAMARATY/ITAMARATY	96,8
GRANDE SP	MELITTA/MELITTA	3CORAÇÕES/3CORAÇÕES	BRIGITTA/MELITTA	IGUAÇU/PRINCIPAL COM. E IND. CAFÉ	MÉTODO LAR/MÉTODO	98,1
INTERIOR SP	MELITTA/MELITTA	BRIGITTA/MELITTA	3CORAÇÕES/3CORAÇÕES	JAGUARI/CAFÉ JAGUARI	CAIÇARA/CAIÇARA	93,8
SUL	MELITTA/MELITTA	BRIGITTA/MELITTA	3CORAÇÕES/3CORAÇÕES	IGUAÇU/PRINCIPAL COM. E IND. CAFÉ	ITAMARATY/ITAMARATY	96,7
MS, GO e DF	MELITTA/MELITTA	3CORAÇÕES/3CORAÇÕES	EXPORT/CAFÉ EXPORT	BRIGITTA/MELITTA	MOINHO FINO/DICASA	92,7

GUARDANAPO DE PAPEL

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	KITCHEN/SOFTYS	GRAND HOTEL/KIMBERLY-CLARK	COQUETEL/CARTA FABRIL	SNOB/SANTHER	MILI/MILI	57,7
NORDESTE	NAPS/FACEPA	SCALA/SUZANO	KITCHEN/SOFTYS	SNOB/SANTHER	GRAND HOTEL/KIMBERLY-CLARK	60,2
MG, ES, INT. RJ	COQUETEL/CARTA FABRIL	SANTEPEL/SANTHER	SNOB/SANTHER	MILI/MILI	GRAND HOTEL/KIMBERLY-CLARK	75,9
GRANDE RJ	COQUETEL/CARTA FABRIL	KITCHEN/SOFTYS	SNOB/SANTHER	GRAND HOTEL/KIMBERLY-CLARK	BOB/CVG	83,3
GRANDE SP	KITCHEN/SOFTYS	GRAND HOTEL/KIMBERLY-CLARK	LIPS/SOFTYS	SNOB/SANTHER	SCOTT/KIMBERLY-CLARK	78,9
INTERIOR SP	KITCHEN/SOFTYS	GRAND HOTEL/KIMBERLY-CLARK	SNOB/SANTHER	LIPS/SOFTYS	SCOTT/KIMBERLY-CLARK	58,2
SUL	MILI/MILI	SNOB/SANTHER	BOB/CVG	MAXIM/SEPAC	KITCHEN/SOFTYS	67,7
MS, GO e DF	COQUETEL/CARTA FABRIL	GRAND HOTEL/KIMBERLY-CLARK	KITCHEN/SOFTYS	SNOB/SANTHER	MAXIM/SEPAC	69,5

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	90,1
NORDESTE	BIC/BIC	FABER-CASTELL/FABER-CASTELL	MOLIN/MOLIN	COMPACTOR/COMPACTOR	TRIS/SUMMIT	88,1
MG, ES, INT. RJ	BIC/BIC	FABER-CASTELL/FABER-CASTELL	MOLIN/MOLIN	TRIS/SUMMIT	COMPACTOR/COMPACTOR	88,3
GRANDE RJ	BIC/BIC	FABER-CASTELL/FABER-CASTELL	MOLIN/MOLIN	COMPACTOR/COMPACTOR	TRIS/SUMMIT	92,6
GRANDE SP	BIC/BIC	FABER-CASTELL/FABER-CASTELL	MOLIN/MOLIN	TRIS/SUMMIT	CIS/SERTIC	92,2
INTERIOR SP	BIC/BIC	FABER-CASTELL/FABER-CASTELL	MOLIN/MOLIN	TRIS/SUMMIT	CIS/SERTIC	92,9
SUL	BIC/BIC	FABER-CASTELL/FABER-CASTELL	MOLIN/MOLIN	CIS/SERTIC	TRIS/SUMMIT	91,2
MS, GO e DF	BIC/BIC	MOLIN/MOLIN	FABER-CASTELL/FABER-CASTELL	TRIS/SUMMIT	COMPACTOR/COMPACTOR	93,1

LÂMPADA

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	OUROLUX/OUROLUX	KIAN/KIAN	TASCHIBRA/BRASILUX	OSRAM/OSRAM	ULTRALUZ/ULTRALUZ	73,6
NORDESTE	OUROLUX/OUROLUX	ELGIN/ELGIN	G LIGHT/G LIGHT	KIAN/KIAN	RAYOVAC/SPECTRUM BRANDS	77,5
MG, ES, INT. RJ	KIAN/KIAN	ULTRALUZ/ULTRALUZ	OUROLUX/OUROLUX	OSRAM/OSRAM	AVANT/INTERLUX	84,2
GRANDE RJ	KIAN/KIAN	OUROLUX/OUROLUX	KIAN/BRASILUX	AVANT/INTERLUX	OSRAM/OSRAM	91,9
GRANDE SP	OUROLUX/OUROLUX	KIAN/KIAN	TASCHIBRA/BRASILUX	KIAN/BRASILUX	GALAXY/GALAXY	88,3
INTERIOR SP	OUROLUX/OUROLUX	KIAN/KIAN	TASCHIBRA/BRASILUX	FOXLUX/FOXLUX	ELGIN/ELGIN	84,6
SUL	TASCHIBRA/BRASILUX	OUROLUX/OUROLUX	PHILIPS/PHILIPS	KIAN/KIAN	AVANT/INTERLUX	87,4
MS, GO e DF	OUROLUX/OUROLUX	TASCHIBRA/BRASILUX	ELGIN/ELGIN	GALAXY/GALAXY	OSRAM/OSRAM	79,1

MAMADEIRA

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	KUKA/KUKA	LILLO/LILLO	NEOPAN/NEOPAN	LOLLY/LOLLY BABY	FIONA/MUCAMBO (LILLO)	87,7
NORDESTE	LILLO/LILLO	KUKA/KUKA	NEOPAN/NEOPAN	LOLLY/LOLLY BABY	FIONA/MUCAMBO (LILLO)	93,7
MG, ES, INT. RJ	KUKA/KUKA	LILLO/LILLO	FIONA/MUCAMBO (LILLO)	BABY GO/DERMIWIL	LOLLY/LOLLY BABY	93,9
GRANDE RJ	LILLO/LILLO	CEFISA/CEFISA IND. E COM.	KUKA/KUKA	NEOPAN/NEOPAN	PITUCA/NEBRASKA	90,4
GRANDE SP	KUKA/KUKA	LILLO/LILLO	NEOPAN/NEOPAN	BABY GO/DERMIWIL	NUK/LILLO	92,4
INTERIOR SP	KUKA/KUKA	NEOPAN/NEOPAN	LILLO/LILLO	LOLLY/LOLLY BABY	BABY GO/DERMIWIL	88,7
SUL	KUKA/KUKA	LILLO/LILLO	LOLLY/LOLLY BABY	NEOPAN/NEOPAN	FIONA/MUCAMBO (LILLO)	88,9
MS, GO e DF	LILLO/LILLO	KUKA/KUKA	LOLLY/LOLLY BABY	PEPETA/PEPETA	NEOPAN/NEOPAN	87,4

PILHA/BATERIA						
	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	DURACELL/DURACELL	RAYOVAC/SPECTRUM BRANDS	PANASONIC/PANASONIC	EVEREADY/ENERGIZER	ENERGIZER/ENERGIZER	97,4
NORDESTE	DURACELL/DURACELL	RAYOVAC/SPECTRUM BRANDS	PANASONIC/PANASONIC	ENERGIZER/ENERGIZER	OUROLUX/OUROLUX	98,6
MG, ES, INT. RJ	RAYOVAC/SPECTRUM BRANDS	DURACELL/DURACELL	PANASONIC/PANASONIC	EVEREADY/ENERGIZER	ENERGIZER/ENERGIZER	96,6
GRANDE RJ	DURACELL/DURACELL	RAYOVAC/SPECTRUM BRANDS	PANASONIC/PANASONIC	ALFACELL/YINS	KIAN/KIAN	98,2
GRANDE SP	DURACELL/DURACELL	PANASONIC/PANASONIC	RAYOVAC/SPECTRUM BRANDS	OUROLUX/OUROLUX	ENERGIZER/ENERGIZER	99,5
INTERIOR SP	DURACELL/DURACELL	RAYOVAC/SPECTRUM BRANDS	PANASONIC/PANASONIC	OUROLUX/OUROLUX	ENERGIZER/ENERGIZER	99,2
SUL	PANASONIC/PANASONIC	DURACELL/DURACELL	RAYOVAC/SPECTRUM BRANDS	EVEREADY/ENERGIZER	ENERGIZER/ENERGIZER	99,1
MS, GO e DF	DURACELL/DURACELL	PANASONIC/PANASONIC	RAYOVAC/SPECTRUM BRANDS	ENERGIZER/ENERGIZER	EVEREADY/ENERGIZER	97,1

PRODUTOS PARA AUTO						
	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	PROAUTO/TRADING CARE	RODABRILL/INTERBRILHO	LUXCAR/FLAPS	BUCAS/INTERBRILHO	AUTOCRAFT/TRADING CARE	82,6
NORDESTE	PROAUTO/TRADING CARE	LUXCAR/FLAPS	RODABRILL/INTERBRILHO	BUCAS/INTERBRILHO	TECBRIL/TECBRIL	82,8
MG, ES, INT. RJ	PROAUTO/TRADING CARE	RODABRILL/INTERBRILHO	LUXCAR/FLAPS	BUCAS/INTERBRILHO	PROAUTO/TRADING CARE	90,0
GRANDE RJ	PROAUTO/TRADING CARE	LUXCAR/FLAPS	RODABRILL/INTERBRILHO	RADNAQ/RADNAQ	CARNÚ/SC JOHNSON	82,1
GRANDE SP	LUXCAR/FLAPS	RODABRILL/INTERBRILHO	PROAUTO/TRADING CARE	BUCAS/INTERBRILHO	GRAND PRIX/SC JOHNSON	89,4
INTERIOR SP	LUXCAR/FLAPS	RODABRILL/INTERBRILHO	PROAUTO/TRADING CARE	BUCAS/INTERBRILHO	V8/POLYEPOXI	87,1
SUL	PROAUTO/TRADING CARE	RODABRILL/INTERBRILHO	LUXCAR/FLAPS	BUCAS/INTERBRILHO	BRILHOLAC/BRILHOLAC	73,0
MS, GO e DF	PROAUTO/TRADING CARE	RODABRILL/INTERBRILHO	LUXCAR/FLAPS	BUCAS/INTERBRILHO	AUTOCRAFT/TRADING CARE	89,5

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	71,3
MG, ES, INT. RJ	SNOB/SANTHER	SCALA/SUZANO	SOCIAL CLEAN/CARTA FABRIL	MILI/MILI	KITCHEN/SOFTYS	71,5
GRANDE RJ	COQUETEL/CARTA FABRIL	SOCIAL CLEAN/CARTA FABRIL	SCALA/SUZANO	KITCHEN/SOFTYS	SNOB/SANTHER	75,2
GRANDE SP	KITCHEN/SOFTYS	SNOB/SANTHER	YURI/MANIKRAFT	SNACK/CMPC	MASCOT/MANIKRAFT	86,0
INTERIOR SP	KITCHEN/SOFTYS	SNOB/SANTHER	UNI PRÁTICA/SÃO PAULO ADM.	CAMERATTA/MILI	SNACK/CMPC	71,4
SUL	MILI/MILI	SNOB/SANTHER	KITCHEN/SOFTYS	MAXIM/SEPAC	SORELLA/CANOINHAS DE PAPEL	79,4
MS, GO e DF	SOCIAL CLEAN/CARTA FABRIL	KITCHEN/SOFTYS	SNOB/SANTHER	COQUETEL/CARTA FABRIL	STYLUS/SEPAC	80,0

VASSOURA						
	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	NOVIÇA/BETTANIN	CONDOR/CONDOR	BRILHUS/BETTANIN	PUREZITTA/VASSOURAS PUREZITTA	PHENIX/SANTA MARIA	73,7
NORDESTE	CONDOR/CONDOR	NOVIÇA/BETTANIN	PHENIX/SANTA MARIA	BRILHUS/BETTANIN	VARRECASA/SANTA MARIA	82,9
MG, ES, INT. RJ	NOVIÇA/BETTANIN	PUREZITTA/VASSOURAS PUREZITTA	CONDOR/CONDOR	ROSSI/A. W. ROSSI	SACRAMENTO/SACRAMENTO	67,8
GRANDE RJ	NOVIÇA/BETTANIN	ROSSI/A. W. ROSSI	CONDOR/CONDOR	CARDOSO/CARDOSO & FILHO	GRAN RIO/F. A. MEDEIROS GRANRIO	64,6
GRANDE SP	CONDOR/CONDOR	NOVIÇA/BETTANIN	BRILHUS/BETTANIN	KILAR/KI-LAR	PHENIX/SANTA MARIA	79,7
INTERIOR SP	NOVIÇA/BETTANIN	CONDOR/CONDOR	PHENIX/SANTA MARIA	BRILHUS/BETTANIN	ZAPELIM/ZAPELIM	77,5
SUL	NOVIÇA/BETTANIN	CONDOR/CONDOR	BRILHUS/BETTANIN	ESFREBOM/BETTANIN	ZIG ZAG/BETTANIN	94,1
MS, GO e DF	CONDOR/CONDOR	NOVIÇA/BETTANIN	BRILHUS/BETTANIN	PHENIX/SANTA MARIA	VARRECASA/SANTA MARIA	84,7



Consumidor traz saldo positivo para a categoria

Segmento se beneficiou com a sazonalidade no ano passado e com eventos como a Copa do Mundo e o verão pós-pandemia

POR RENATA RUIZ

>> Com eventos marcantes que trouxeram a possibilidade de reunir as pessoas novamente, como a Copa do Mundo, e datas sazonais marcantes como Páscoa, Dia das Mães, Natal e ano novo, o consumo de bebidas em 2022 foi fortalecido. Com o fim das medidas restritivas, as pessoas voltaram e se reunir, o que impulsionou as vendas de bebidas alcóolicas e não alcóolicas no País.

Em épocas de desconto, como Black Friday, cervejas e refrigerantes cresceram neste período entre 20% e 30%, respectivamente; enquanto uísque e vinho configuram os top 10 dos preferidos em épocas de comemoração, como Natal e ano novo. As categorias de bebidas cresceram significativamente, tanto no cash&carry, como no autosserviço.

O consumo de algumas bebidas é diferenciado em alguns formatos de lojas, como iremos apresentar. Por exemplo, a preferência por compra no atacarejo são por: água mineral (21,3%), refrigerantes (14,2%), suco em pó (11,2%), bebidas isotônicas (2,6%) e água de coco (2,2%).

Enquanto no autosserviço, o consumo maior é de cervejas (17%), suco em pó (7,2%), água mineral (5,9%), refrigerantes (3,3%) e suco pronto para beber (2%). 

Na Black Friday, cervejas cresceram

20%

e refrigerantes

30%





Bebidas mais consumidas (atacarejo e autosserviço)

Água mineral

21,3%

Cervejas

17%

Refrigerantes

14,2%

Sucos empó

11,2%



Líderes de vendas

Índice

Água de Coco.....	136
Água Mineral com/sem Gás.....	136
Aguardente de Cana.....	136
Bebidas à Base de Soja.....	136
Cerveja.....	136
Chá Pronto para Consumo.....	137
Conhaque.....	137
Energético.....	137
Isotônico.....	148
Refrigerante.....	148
Sidra e Filtrado.....	148
Suco Concentrado.....	148
Suco Pronto para Consumo.....	148
Suco em Pó.....	150
Vinho Importado.....	150
Vinho Nacional.....	150
Vodca.....	150
Whisky.....	150

PELO 12º ANO
CONSECUTIVO

O VINHO MAIS
VENDIDO DO

NORDESTE



QUINTA do MORGADO

Terra Gaúcha

ELABORADO NA ORIGEM



SUAVE
VINHO DE MESA TINTO SUAWE
Fante
10% vol.

1L

APRECIE COM MODERAÇÃO



CONHEÇA
OUTROS
LÍDERES
DE VENDA

Fante
VINHOS, SUCOS E DESTILADOS

🎵 📷 📱 📺
fante.com.br

ÁGUA DE COCO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	KERO COCO/PEPSICO	SOCOCO/SOCOCO	PURO COCO/BRITVIC BRASIL	NATURAL SALADS/J.F.C. & NATURAL SALADS	MAIS COCO/SOCOCO	59,8
NORDESTE	AQUA COCO/D.D. GASPAR	PARAÍSO/PARAÍSO COM. DE FRUTAS	KERO COCO/PEPSICO	SOCOCO/SOCOCO	NATUCOCO/NATUCOCO	63,0
MG, ES, INT. RJ	PURO COCO/BRITVIC BRASIL	KERO COCO/PEPSICO	TIAL/TIAL	SOCOCO/SOCOCO	DUCCOCO/DUCCOCO	67,0
GRANDE RJ	NATURAL SALADS/JFC & NATURAL SALADS	HORTIFRUTI/AGROINDUSTRIAL QUISSAMA	EXTRAFRUTI/TRIUNFO PADAR	PURO COCO/BRITVIC BRASIL	KERO COCO/PEPSICO	80,8
GRANDE SP	KERO COCO/PEPSICO	SOCOCO/SOCOCO	DO BEM/CODAP BRASIL	MAIS COCO/SOCOCO	DUCCOCO/DUCCOCO	78,2
INTERIOR SP	KERO COCO/PEPSICO	SOCOCO/SOCOCO	PURO COCO/BRITVIC BRASIL	MAIS COCO/SOCOCO	DO BEM/AMBEV	75,9
SUL	SOCOCO/SOCOCO	KERO COCO/PEPSICO	MAIS COCO/SOCOCO	CAMPO LARGO/CAMPO LARGO	PURO COCO/BRITVIC BRASIL	71,5
MS, GO e DF	SOCOCO/SOCOCO	KERO COCO/PEPSICO	MAIS COCO/SOCOCO	DUCCOCO/DUCCOCO	COCO DO PORTO/PARAIPABA AGROINDUSTRIAL	71,4

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	55,6
NORDESTE	CRYSTAL/COCA-COLA	INDAÍÁ/MINALBA BRASIL	NATURAGUÁ/NATURAGUÁ	MINALBA/MINALBA BRASIL	SCHIN/HEINEKEN	78,4
MG, ES, INT. RJ	CRYSTAL/COCA-COLA	SÃO LOURENÇO/MINALBA BRASIL	MINALBA/MINALBA BRASIL	IGARAPÉ/IGARAPÉ	PEDRA AZUL/PEDRA AZUL	69,8
GRANDE RJ	MINALBA/MINALBA BRASIL	CRYSTAL/COCA-COLA	POUSO ALTO/MINERAÇÃO POUSO ALTO	SÃO LOURENÇO/MINALBA BRASIL	AQUAREL-PUREZA VITAL/MINALBA BRASIL	75,8
GRANDE SP	CRYSTAL/COCA-COLA	MINALBA/MINALBA BRASIL	BONAFONT/DANONE	AQUAREL-PUREZA VITAL/MINALBA BRASIL	SÃO LOURENÇO/MINALBA BRASIL	80,8
INTERIOR SP	CRYSTAL/COCA-COLA	MINALBA/MINALBA BRASIL	BONAFONT/DANONE	PRATÁ/PRATA	SÃO LOURENÇO/MINALBA BRASIL	72,9
SUL	CRYSTAL/COCA-COLA	DA PEDRA/BEBIDAS FRUKI	ÁGUA DA PEDRA/BEBIDAS FRUKI	FONT LIFE/BAGGIO & BAGGIO	OURO FINO/ÁGUAS OURO FINO	55,6
MS, GO e DF	CRYSTAL/COCA-COLA	INDAIA/MINALBA BRASIL	PURÍSSIMA/VITÓRIA RÉGIA	LA PRIORI/VITÁGUA	SÃO LOURENÇO/MINALBA BRASIL	68,7



AGUARDENTE DE CANA

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	51/MÜLLER	VELHO BARREIRO/TATUZINHO	YPIÓCA/DIAGEO	PITÚ/ENGARRAFAMENTO PITÚ	SALINAS/HELENO FERNANDES	62,0
NORDESTE	YPIÓCA/DIAGEO	PITÚ/ENGARRAFAMENTO PITÚ	51/MÜLLER	CANINHA DA ROÇA/BEBIDAS PARIS	MATUTA/CACHAÇARIA MATUTA	77,6
MG, ES, INT. RJ	51/MÜLLER	SALINAS/HELENO FERNANDES	YPIÓCA/DIAGEO	SELETA/BOAZINHA	COROTE/MISSIATO	39,9
GRANDE RJ	51/MÜLLER	CANINHA DA ROÇA/BEBIDAS PARIS	VELHO BARREIRO/TATUZINHO	YPIÓCA/DIAGEO	PRAIANINHA/THOQUINO	66,7
GRANDE SP	VELHO BARREIRO/TATUZINHO	51/MÜLLER	YPIÓCA/DIAGEO	PITÚ/ENGARRAFAMENTO PITÚ	SALINAS/HELENO FERNANDES	70,6
INTERIOR SP	51/MÜLLER	VELHO BARREIRO/TATUZINHO	YPIÓCA/DIAGEO	SALINAS/HELENO FERNANDES	CABARE/ENGENHO DOM TAPPARO	68,8
SUL	VELHO BARREIRO/TATUZINHO	51/MÜLLER	YPIÓCA/DIAGEO	7 CAMPOS/BOITUVA	JAMEL/MISSIATO	70,1
MS, GO e DF	JAMEL/MISSIATO	VELHO BARREIRO/TATUZINHO	51/MÜLLER	YPIÓCA/DIAGEO	CAMELINHO/MISSIATO	64,4

BEBIDA À BASE DE SOJA

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	ADES/COCA-COLA	NOT MILK/NOTCO	MUPY/AGRO NIPPO	MAIS VITA/GENERAL MILLS	BATAVO NATURIS/LACTALIS	94,7
NORDESTE	ADES/COCA-COLA	NOT MILK/NOTCO	MAIS VITA/GENERAL MILLS	ISOURCE/NESTLÉ	NOT MILKINHO/NOTCO	99,3
MG, ES, INT. RJ	ADES/COCA-COLA	NOT MILK/NOTCO	MAIS VITA/GENERAL MILLS	BATAVO NATURIS/LACTALIS	TONYU/YAKULT	99,4
GRANDE RJ	ADES/COCA-COLA	MAIS VITA/GENERAL MILLS	NOT MILK/NOTCO	BATAVO NATURIS/LACTALIS	NOT MILKINHO/NOTCO	99,5
GRANDE SP	ADES/COCA-COLA	NOT MILK/NOTCO	MUPY/AGRO NIPPO	TONYU/YAKULT	BATAVO NATURIS/LACTALIS	97,7
INTERIOR SP	ADES/COCA-COLA	NOT MILK/NOTCO	MUPY/AGRO NIPPO	TONYU/YAKULT	PURITY/COCAMAR	94,9
SUL	ADES/COCA-COLA	PURITY/COCAMAR	BATAVO NATURIS/LACTALIS	NOT MILK/NOTCO	LÍDER/LÍDER	98,2
MS, GO e DF	ADES/COCA-COLA	NOT MILK/NOTCO	BATAVO NATURIS/LACTALIS	MAIS VITA/GENERAL MILLS	TONYU/YAKULT	99,6

CERVEJA

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	HEINEKEN/HEINEKEN	BRAHMA/AMBEV	SKOL/AMBEV	AMSTEL/HEINEKEN	ANTARCTICA/AMBEV	56,5
NORDESTE	HEINEKEN/HEINEKEN	BRAHMA/AMBEV	SKOL/AMBEV	DEVASSA/HEINEKEN	BUDWEISER/AMBEV	62,4
MG, ES, INT. RJ	HEINEKEN/HEINEKEN	BRAHMA/AMBEV	SKOL/AMBEV	AMSTEL/HEINEKEN	ITAIPAVA/PETRÓPOLIS	56,3
GRANDE RJ	BRAHMA/AMBEV	HEINEKEN/HEINEKEN	ANTARCTICA/AMBEV	ITAIPAVA/PETRÓPOLIS	STELLA ARTOIS/AMBEV	71,9
GRANDE SP	HEINEKEN/HEINEKEN	SKOL/AMBEV	BRAHMA/AMBEV	AMSTEL/HEINEKEN	ORIGINAL/AMBEV	58,1
INTERIOR SP	HEINEKEN/HEINEKEN	SKOL/AMBEV	BRAHMA/AMBEV	ANTARCTICA/AMBEV	AMSTEL/HEINEKEN	59,4
SUL	HEINEKEN/HEINEKEN	BRAHMA/AMBEV	AMSTEL/HEINEKEN	SKOL/AMBEV	BUDWEISER/AMBEV	53,5
MS, GO e DF	HEINEKEN/HEINEKEN	BRAHMA/AMBEV	AMSTEL/HEINEKEN	BUDWEISER/AMBEV	SPATEN/AMBEV	58,6

CHÁ PRONTO PARA CONSUMO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	MATTE LEÃO/COCA-COLA	LEÃO/COCA-COLA	LIPTON/PEPSICO	NATURAL TEA/BRITVIC BRASIL	CAMPO LARGO/CAMPO LARGO	91,2
NORDESTE	LEÃO/COCA-COLA	MATTE LEÃO/COCA-COLA	LIPTON/PEPSICO	NATURAL TEA/BRITVIC BRASIL	CAMPO LARGO/CAMPO LARGO	93,9
MG, ES, INT. RJ	LEÃO/COCA-COLA	MATTE LEÃO/COCA-COLA	LIPTON/PEPSICO	NATURAL TEA/BRITVIC BRASIL	CAMPO LARGO/CAMPO LARGO	95,4
GRANDE RJ	MATTE LEÃO/COCA-COLA	LEÃO/COCA-COLA	LIPTON/PEPSICO	REI DO MATE/REI DO MATE	NATURAL TEA/BRITVIC BRASIL	97,6
GRANDE SP	LEÃO/COCA-COLA	MATTE LEÃO/COCA-COLA	LIPTON/PEPSICO	FEEL GOOD/WOW	YAI/POTY	87,2
INTERIOR SP	LEÃO/COCA-COLA	MATTE LEÃO/COCA-COLA	LIPTON/PEPSICO	NATURAL TEA/BRITVIC BRASIL	FEEL GOOD/WOW NUTRITION	90,4
SUL	LEÃO/COCA-COLA	MATTE LEÃO/COCA-COLA	LIPTON/PEPSICO	CAMPO LARGO/CAMPO LARGO	NATURAL TEA/BRITVIC BRASIL	94,3
MS, GO e DF	LEÃO/COCA-COLA	MATTE LEÃO/COCA-COLA	LIPTON/PEPSICO	CAMPO LARGO/CAMPO LARGO	NATURAL TEA/BRITVIC BRASIL	95,2

CONHAQUE

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	SÃO JOÃO DA BARRA/THOQUINO	DREHER/CAMPARI DO BRASIL	PRESIDENTE/SALTON	DOMECQ/PERNOD RICARD	DOMUS/MÜLLER	93,5
NORDESTE	SÃO JOÃO DA BARRA/THOQUINO	DREHER/CAMPARI DO BRASIL	DOMECQ/PERNOD RICARD	PRESIDENTE/SALTON	DOMUS/MÜLLER	98,8
MG, ES, INT. RJ	PRESIDENTE/SALTON	DREHER/CAMPARI DO BRASIL	DOMECQ/PERNOD RICARD	DREBYS/101 DO BRASIL	SÃO JOÃO DA BARRA/THOQUINO	95,8
GRANDE RJ	DREHER/CAMPARI DO BRASIL	DOMECQ/PERNOD RICARD	SÃO JOÃO DA BARRA/THOQUINO	DOMUS/MÜLLER	PRESIDENTE/SALTON	91,6
GRANDE SP	DREHER/CAMPARI DO BRASIL	DOMECQ/PERNOD RICARD	PRESIDENTE/SALTON	OSBORNE/OSBORNE	DOMUS/MÜLLER	90,6
INTERIOR SP	DREHER/CAMPARI DO BRASIL	PRESIDENTE/SALTON	DOMECQ/PERNOD RICARD	DOMUS/MÜLLER	SÃO JOÃO DA BARRA/THOQUINO	89,2
SUL	PRESIDENTE/SALTON	DREHER/CAMPARI DO BRASIL	DOMECQ/PERNOD RICARD	SÃO JOÃO DA BARRA/THOQUINO	DREBYS/101 DO BRASIL	94,5
MS, GO e DF	PRESIDENTE/SALTON	DOMUS/MÜLLER	DOMECQ/PERNOD RICARD	DREHER/CAMPARI DO BRASIL	SÃO JOÃO DA BARRA/THOQUINO	95,4

ENERGÉTICO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	RED BULL/RED BULL	MONSTER/MONSTER ENERGY	BALY/VINÍCOLA GRASSI	TNT/GRUPO PETRÓPOLIS	FUSION/AMBEV	92,2
NORDESTE	RED BULL/RED BULL	MONSTER/MONSTER ENERGY	NIGHT POWER/INDAIÁ BRASIL ÁGUAS MINERAIS	REIGN/MONSTER ENERGY	VULCANO/IMPERIAL	92,0
MG, ES, INT. RJ	RED BULL/RED BULL	MONSTER/MONSTER ENERGY	BALY/VINÍCOLA GRASSI	TNT/GRUPO PETRÓPOLIS	START/NEW AGE	89,5
GRANDE RJ	RED BULL/RED BULL	MONSTER/MONSTER ENERGY	FUSION/AMBEV	TNT/GRUPO PETRÓPOLIS	RED HORSE POWER/101 BRASIL INDL.	95,1
GRANDE SP	RED BULL/RED BULL	MONSTER/MONSTER ENERGY	TSUNAMI/HORIZONTE	REIGN/MONSTER ENERGY	TNT/GRUPO PETRÓPOLIS	95,8
INTERIOR SP	MONSTER/MONSTER ENERGY	RED BULL/RED BULL	TNT/GRUPO PETRÓPOLIS	FUSION/AMBEV	TSUNAMI/HORIZONTE	93,3
SUL	MONSTER/MONSTER ENERGY	RED BULL/RED BULL	BALY/VINÍCOLA GRASSI	FURIOSO/REFRIKO	REIGN/MONSTER ENERGY	95,8
MS, GO e DF	RED BULL/RED BULL	MONSTER/MONSTER ENERGY	EXTRA POWER/GLOBALBEV	FURIOSO/REFRIKO	BALY/VINÍCOLA GRASSI	93,2



Líderes de vendas

Água Mineral com/sem Gás

BRASIL

- 1ª **CRYSTAL/COCA-COLA**

- 2ª **MINALBA/MINALBA BRASIL**

- 3ª **BONAFONT/DANONE**

- 4ª **SÃO LOURENÇO/MINALBA BRASIL**

- 5ª **INDAIÁ/MINALBA BRASIL**

Participação Top 5

55,6%

ÁREA 1

Nordeste

- 1ª CRYSTAL/COCA-COLA
 - 2ª INDAIÁ/MINALBA BRASIL
 - 3ª NATURAGUÁ/NATURAGUÁ
 - 4ª MINALBA/MINALBA BRASIL
 - 5ª SCHIN/HEINEKEN
- Top 5** 78,4%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

- CRYSTAL/COCA-COLA
 - SÃO LOURENÇO/MINALBA BRASIL
 - MINALBA/MINALBA BRASIL
 - IGARAPÉ/IGARAPÉ
 - PEDRA AZUL/PEDRA AZUL
- 69,8%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

- MINALBA/MINALBA BRASIL
 - CRYSTAL/COCA-COLA
 - POUSO ALTO/MINERAÇÃO POUSO ALTO
 - SÃO LOURENÇO/MINALBA BRASIL
 - AQUAREL-PUREZA VITAL/MINALBA BRASIL
- 75,8%

ÁREA 4

Grande São Paulo

- CRYSTAL/COCA-COLA
 - MINALBA/MINALBA BRASIL
 - BONAFONT/DANONE
 - AQUAREL-PUREZA VITAL/MINALBA BRASIL
 - SÃO LOURENÇO/MINALBA BRASIL
- 80,8%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

- 1ª CRYSTAL/COCA-COLA
 - 2ª MINALBA/MINALBA BRASIL
 - 3ª BONAFONT/DANONE
 - 4ª PRATA/PRATA
 - 5ª SÃO LOURENÇO/MINALBA BRASIL
- Top 5** 72,9%

ÁREA 6

PR, SC e RS

- CRYSTAL/COCA-COLA
 - DA PEDRA/BEBIDAS FRUKI
 - ÁGUA DA PEDRA/BEBIDAS FRUKI
 - FONT LIFE/BAGGIO & BAGGIO
 - OURO FINO/ÁGUAS OURO FINO
- 55,6%

ÁREA 7

MS, GO e DF

- CRYSTAL/COCA-COLA
 - INDAIA/MINALBA BRASIL
 - PURÍSSIMA/VITÓRIA RÉGIA
 - LA PRIORI/VITÁGUA
 - SÃO LOURENÇO/MINALBA BRASIL
- 68,7%

Escolha **marcas** **de referência** no mercado e **reforce** suas **vendas** na **categoria**.

A **Minalba Brasil** oferece produtos que atendem as necessidades do seu cliente.



Nestlé Pureza Vital

- Seu paladar leve e delicado agrada tanto crianças como adultos.
- Presente em mais de 40 países e 5 continentes.
- Todas as etapas de produção obedecem rigorosos padrões internacionais.



Minalba

- Baixíssimo teor de sódio e PH Alcalino.
- Líder em vendas na grande São Paulo e Rio de Janeiro.
- Denominação de origem com fonte em Campos do Jordão.



Indaiá

- Há mais de 56 anos no mercado.
- Líder de vendas no Nordeste.
- Água do bom humor e da galera reunida.



São Lourenço

- Naturalmente gaseificada.
- Marca mais premium do Brasil.
- Considerada uma das melhores do mundo.



Petrópolis

- A marca mais querida dos cariocas.
- Possui tradição na região.
- Frescor para os dias mais quentes e a hidratação necessária sempre que você precisar.

Líderes de vendas

Cerveja

BRASIL

1ª HEINEKEN/HEINEKEN

2ª BRAHMA/AMBEV

3ª SKOL/AMBEV

4ª AMSTEL/HEINEKEN

5ª ANTARCTICA/AMBEV

Participação Top 5

56,5%

ÁREA 1

Nordeste

1ª	HEINEKEN/HEINEKEN
2ª	BRAHMA/AMBEV
3ª	SKOL/AMBEV
4ª	DEVASSA/HEINEKEN
5ª	BUDWEISER/AMBEV
Top 5	62,4%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

HEINEKEN/HEINEKEN
BRAHMA/AMBEV
SKOL/AMBEV
AMSTEL/HEINEKEN
ITAIPAVA/PETRÓPOLIS
56,3%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

BRAHMA/AMBEV
HEINEKEN/HEINEKEN
ANTARCTICA/AMBEV
ITAIPAVA/PETRÓPOLIS
STELLA ARTOIS/AMBEV
71,9%

ÁREA 4

Grande São Paulo

HEINEKEN/HEINEKEN
SKOL/AMBEV
BRAHMA/AMBEV
AMSTEL/HEINEKEN
ORIGINAL/AMBEV
58,1%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

1ª	HEINEKEN/HEINEKEN
2ª	SKOL/AMBEV
3ª	BRAHMA/AMBEV
4ª	ANTARCTICA/AMBEV
5ª	AMSTEL/HEINEKEN
Top 5	59,4%

ÁREA 6

PR, SC e RS

HEINEKEN/HEINEKEN
BRAHMA/AMBEV
AMSTEL/HEINEKEN
SKOL/AMBEV
BUDWEISER/AMBEV
53,5%

ÁREA 7

MS, GO e DF

HEINEKEN/HEINEKEN
BRAHMA/AMBEV
AMSTEL/HEINEKEN
BUDWEISER/AMBEV
SPATEN/AMBEV
58,6%



Heineken®

Marca líder em vendas nos supermercados de todo Brasil.

★ Categoria Cerveja



APRECIAR 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
- 4ª PRATS/AGRO PRATINHA
- 5ª TIAL/TROPICAL

Participação Top 5

46,8%

ÁREA 1

Nordeste

- 1ª DEL VALLE/COCA-COLA
 - 2ª NATURAL ONE/NATURAL ONE
 - 3ª OQ/QUEIRÓZ GALVÃO
 - 4ª MARATÁ/MARATÁ
 - 5ª TAMPICO/TAMPICO
- Top 5** 65,3%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

- TIAL/TROPICAL
 - DEL VALLE/COCA-COLA
 - ALIANÇA/ALIANÇA
 - CAMPO LARGO/CAMPO LARGO
 - MAGUARY/BRITVIC
- 57,2%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

- DEL VALLE/COCA-COLA
 - NATURAL ONE/NATURAL ONE
 - DO BEM/AMBEV
 - CAMPO LARGO/CAMPO LARGO
 - MAGUARY/BRITVIC
- 49,2%

ÁREA 4

Grande São Paulo

- NATURAL ONE/NATURAL ONE
 - DEL VALLE/COCA-COLA
 - XANDÔ/XANDÔ
 - MAGUARY/BRITVIC
 - AURORA/AURORA
- 64,4%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

- 1ª DEL VALLE/COCA-COLA
 - 2ª NATURAL ONE/NATURAL ONE
 - 3ª MAGUARY/BRITVIC
 - 4ª PRATS/AGRO PRATINHA
 - 5ª XANDÔ/XANDÔ
- Top 5** 57,9%

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
- 46,0%

ÁREA 7

MS, GO e DF

- DEL VALLE/COCA-COLA
 - NATURAL ONE/NATURAL ONE
 - PRATS/AGRO PRATINHA
 - AURORA/AURORA
 - LIFE/LIFE
- 56,9%

Natural one®

SINTA A NATUREZA

- ✓ 100% NATURAL
- ✓ SEM CONSERVANTES
- ✓ SEM ADIÇÃO DE AÇÚCARES

IMAGENS ILUSTRATIVAS



~ LINHA AMBIENTE ~

~ LINHA REFRIGERADA ~

Conheça todos os sabores
acessando ao QR Code ao lado



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

20,1%

ÁREA 1

Nordeste

- 1ª CASAL GARCIA/AVELADA
 - 2ª RESERVADO/CONCHA Y TORO
 - 3ª CASILLERO DEL DIABLO RESERVA/CONCHA Y TORO
 - 4ª TRES MEDALLAS/SANTA RITA
 - 5ª 120/SANTA RITA
- Top 5** 21,8%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

- RESERVADO/CONCHA Y TORO
 - CASILLERO DEL DIABLO RESERVA/CONCHA Y TORO
 - AMAYAN/BELHARA ESTATE
 - CASAL MENDES/ALIANÇA
 - SANTA CAROLINA/SANTA CAROLINA
- 16,7%

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
 - TRES MEDALLAS/SANTA RITA
- 19,6%

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
- 24,4%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

- 1ª RESERVADO/CONCHA Y TORO
 - 2ª CASILLERO DEL DIABLO RESERVA/CONCHA Y TORO
 - 3ª TRES MEDALLAS/SANTA RITA
 - 4ª CASAL GARCIA/AVELADA
 - 5ª SANTA CAROLINA/SANTA CAROLINA
- Top 5** 26,6%

ÁREA 6

PR, SC e RS

- RESERVADO/CONCHA Y TORO
 - CASILLERO DEL DIABLO RESERVA/CONCHA Y TORO
 - BALDUZZI/VINA BALDUZZI
 - TARAPACA COSECHA/VINICULA TARAPACA
 - SANTA CAROLINA/SANTA CAROLINA
- 20,9%

ÁREA 7

MS, GO e DF

- CASILLERO DEL DIABLO RESERVA/CONCHA Y TORO
 - RESERVADO/CONCHA Y TORO
 - CASAL GARCIA/AVELADA
 - 120/SANTA RITA
 - TRES MEDALLAS/SANTA RITA
- 18,1%

RESERVADO

CONCHA Y TORO

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



PARA QUEM TE FAZ
SINTA-SE EM CASA



UM PRAZER
RESERVADO

CONCHA Y TORO
DESDE 1883

APRECIE COM MODERAÇÃO

ALTO GIRO
2X MAIS QUE A CONCORRENCIA*

MARCA RECONHECIDA
DA VINÍCOLA MAIS LEMBRADA
PELOS CONSUMIDORES



VENDA E CONSUMO PROIBIDOS PARA MENORES DE 18 ANOS

Fonte: *Nielsen Scantrack 2022 | T. Brasil AS+C&C | Categoria de vinhos importados
**Kantar Brand Tracking 2022 - vinhos importados



Líderes de vendas

Vinho Nacional

BRASIL

1ª PÉRGOLA/VINÍCOLA CAMPESTRE

2ª QUINTA DO MORGADO/FANTE

3ª CHALISE/SALTON

4ª CAMPO LARGO/CAMPO LARGO

5ª SALTON/SALTON

Participação Top 5

30,4%

ÁREA 1

Nordeste

- 1ª QUINTA DO MORGADO/FANTE
- 2ª PÉRGOLA/VINÍCOLA CAMPESTRE
- 3ª GALIOTTO/VINÍCOLA GALIOTTO
- 4ª CHALISE/SALTON
- 5ª MIOLO/MIOLO

Top 5 56,5%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

- PÉRGOLA/VINÍCOLA CAMPESTRE
- GALIOTTO/VINÍCOLA GALIOTTO
- DEL GRANO/VINÍCOLA IRMÃOS BASSO
- CAMPO LARGO/CAMPO LARGO
- MIORANZA/VINÍCOLA MIORANZA

52,0%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

- PÉRGOLA/VINÍCOLA CAMPESTRE
- GALIOTTO/VINÍCOLA GALIOTTO
- DOM BOSCO/CRS BRANDS
- SANTA VITA/SANTA VITA
- MIOLO/VINÍCOLA MIOLO

48,7%

ÁREA 4

Grande São Paulo

- PÉRGOLA/VINÍCOLA CAMPESTRE
- GÓES/VITIVINÍCOLA GÓES
- CHALISE/SALTON
- DOM BOSCO/CRS BRANDS
- SALTON/SALTON

40,5%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

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

Top 5 31,2%

ÁREA 6

PR, SC e RS

- CAMPO LARGO/CAMPO LARGO
- JOTA PE/VINÍCOLA PERINI
- SALTON/SALTON
- MARCUS JAMES/AURORA
- MIOLO/MIOLO

30,8%

ÁREA 7

MS, GO e DF

- PÉRGOLA/VINÍCOLA CAMPESTRE
- CAMPO LARGO/CAMPO LARGO
- MIORANZA/VINÍCOLA MIORANZA
- SAINT GERMAIN/AURORA
- QUINTA DO MORGADO/FANTE

41,1%

APRECIE COM MODERAÇÃO.

PÉRGOLA

LÍDER DE **PREFERÊNCIA.**
LÍDER DE **VENDAS E RESULTADOS.**



RESULTADO **GARANTIDO**
NO SEU NEGÓCIO



VINICOLACAMPESTRE.COM.BR

PERGOLA_OFICIAL

PERGOLA_OFICIAL

VINÍCULA
CAMPESTRE



ISOTÔNICO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	GATORADE/PEPSICO	I9 POWERADE/COCA-COLA	POWERADE/COCA-COLA	ENGOV/HYPERA PHARMA	JUNGLE/POSITIVE BRANDS	99,0
NORDESTE	GATORADE/PEPSICO	POWERADE/COCA-COLA	ENGOV/HYPERA PHARMA	I9 POWERADE/COCA-COLA	JUNGLE/POSITIVE BRANDS	99,8
MG, ES, INT. RJ	GATORADE/PEPSICO	I9 POWERADE/COCA-COLA	POWERADE/COCA-COLA	ENGOV/HYPERA PHARMA	TNT/GRUPO PETRÓPOLIS	99,4
GRANDE RJ	GATORADE/PEPSICO	I9 POWERADE/COCA-COLA	POWERADE/COCA-COLA	TNT/GRUPO PETRÓPOLIS	ENGOV/HYPERA PHARMA	99,4
GRANDE SP	GATORADE/PEPSICO	POWERADE/COCA-COLA	I9 POWERADE/COCA-COLA	ENGOV/HYPERA PHARMA	JUNGLE/POSITIVE BRANDS	99,5
INTERIOR SP	GATORADE/PEPSICO	POWERADE/COCA-COLA	I9 POWERADE/COCA-COLA	ENGOV/HYPERA PHARMA	TNT/GRUPO PETRÓPOLIS	98,9
SUL	GATORADE/PEPSICO	I9 POWERADE/COCA-COLA	POWERADE/COCA-COLA	ENGOV/HYPERA PHARMA	NITRIX/SANTAMATE	99,4
MS, GO e DF	GATORADE/PEPSICO	I9 POWERADE/COCA-COLA	POWERADE/COCA-COLA	ENGOV/HYPERA PHARMA	JUNGLE/POSITIVE BRANDS	99,5



REFRIGERANTE

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	COCA-COLA/COCA-COLA	ANTARCTICA/AMBEV	FANTA/COCA-COLA	PEPSI/AMBEV	SPRITE/COCA-COLA	84,2
NORDESTE	COCA-COLA/COCA-COLA	ANTARCTICA/AMBEV	FANTA/COCA-COLA	PEPSI/AMBEV	SCHWEPES/COCA-COLA	81,5
MG, ES, INT. RJ	COCA-COLA/COCA-COLA	ANTARCTICA/AMBEV	FANTA/COCA-COLA	PEPSI/AMBEV	SUKITA/AMBEV	83,1
GRANDE RJ	COCA-COLA/COCA-COLA	ANTARCTICA/AMBEV	FANTA/COCA-COLA	PEPSI/AMBEV	SUKITA/AMBEV	89,0
GRANDE SP	COCA-COLA/COCA-COLA	ANTARCTICA/AMBEV	FANTA/COCA-COLA	PEPSI/AMBEV	SUKITA/AMBEV	88,2
INTERIOR SP	COCA-COLA/COCA-COLA	ANTARCTICA/AMBEV	FANTA/COCA-COLA	PEPSI/AMBEV	SUKITA/AMBEV	83,0
SUL	COCA-COLA/COCA-COLA	ANTARCTICA/AMBEV	PEPSI/AMBEV	FANTA/COCA-COLA	SPRITE/COCA-COLA	84,6
MS, GO e DF	COCA-COLA/COCA-COLA	ANTARCTICA/AMBEV	FANTA/COCA-COLA	H20HI/AMBEV	PEPSI/AMBEV	87,5



SIDRA E FILTRADO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	CERESER/CRS BRANDS	LÍDER/RENATO PASSARIN	GOTA DE PRATA/BEBIDAS PINHEIRENSE	PULLMAN/VINÍCOLA AMÁLIA	CRISTAL/RENATO PASSARIN	98,4
NORDESTE	CERESER/CRS BRANDS	LÍDER/RENATO PASSARIN	CRISTAL/RENATO PASSARIN	GOTA DE PRATA/BEBIDAS PINHEIRENSE	VALENCIANA/VINHOS PIAGENTINI	99,5
MG, ES, INT. RJ	CERESER/CRS BRANDS	LÍDER/RENATO PASSARIN	PULLMAN/VINÍCOLA AMÁLIA	VALENCIANA/VINHOS PIAGENTINI	GOTA DE PRATA/BEBIDAS PINHEIRENSE	98,9
GRANDE RJ	CERESER/CRS BRANDS	LÍDER/RENATO PASSARIN	CAETÉ/CAETÉ	PULLMAN/VINÍCOLA AMÁLIA	GOTA DE PRATA/BEBIDAS PINHEIRENSE	100,0
GRANDE SP	CERESER/CRS BRANDS	LÍDER/RENATO PASSARIN	PULLMAN/VINÍCOLA AMÁLIA	GOTA DE PRATA/BEBIDAS PINHEIRENSE	CRISTAL DE PRATA/RENATO PASSARIN	100,0
INTERIOR SP	CERESER/CRS BRANDS	LÍDER/RENATO PASSARIN	PULLMAN/VINÍCOLA AMÁLIA	CRISTAL DE PRATA/RENATO PASSARIN	GOTA DE PRATA/BEBIDAS PINHEIRENSE	100,0
SUL	CERESER/CRS BRANDS	GOTA DE PRATA/BEBIDAS PINHEIRENSE	LÍDER/RENATO PASSARIN	ADEGA DANI/VINÍCOLA DANI	PULLMAN/VINÍCOLA AMÁLIA	98,7
MS, GO e DF	CERESER/CRS BRANDS	LÍDER/RENATO PASSARIN	PULLMAN/VINÍCOLA AMÁLIA	GOTA DE PRATA/BEBIDAS PINHEIRENSE	*Não declarado	100,0



SUCO CONCENTRADO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	DAFRUTA/BRITVIC	MAGUARY/BRITVIC	BELA ISCHIA/BRITVIC	IMBIARA/IMBIARA	TIAL/TROPICAL	89,0
NORDESTE	JANDAIA/JANDAIA	DAFRUTA/BRITVIC	TANJAL/GLOBAL BEBIDAS	MAGUARY/BRITVIC	PALMEIRON/ASA	89,9
MG, ES, INT. RJ	BELA ISCHIA/BRITVIC	DAFRUTA/BRITVIC	MAGUARY/BRITVIC	IMBIARA/IMBIARA	TIAL/TROPICAL	92,6
GRANDE RJ	DAFRUTA/BRITVIC	BELA ISCHIA/BRITVIC	IMBIARA/IMBIARA	MAGUARY/BRITVIC	UVACAMP/RESERVA NATURAL	96,1
GRANDE SP	MAGUARY/BRITVIC	DAFRUTA/BRITVIC	SERIGY/FRUTEB	TANJAL/GLOBAL BEBIDAS	LANJAL/GLOBAL BEBIDAS	90,8
INTERIOR SP	MAGUARY/BRITVIC	DAFRUTA/BRITVIC	TANJAL/GLOBAL BEBIDAS	LANJAL/GLOBAL BEBIDAS	FRUTESCO/NUTRI SUCO	93,0
SUL	MAGUARY/BRITVIC	DAFRUTA/BRITVIC	BELA ISCHIA/BRITVIC	IMBIARA/IMBIARA	SERIGY/VIEIRA SAMPAIO	98,5
MS, GO e DF	MAGUARY/BRITVIC	DAFRUTA/BRITVIC	TANJAL/GLOBAL BEBIDAS	JANDAIA/JANDAIA	LANJAL/GLOBAL BEBIDAS	94,8

SUCO PRONTO PARA CONSUMO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	DEL VALLE/COCA-COLA	NATURAL ONE/NATURAL ONE	MAGUARY/BRITVIC	PRATS/AGRO PRATINHA	TIAL/TROPICAL	46,8
NORDESTE	DEL VALLE/COCA-COLA	NATURAL ONE/NATURAL ONE	OQ/QUEIRÓZ GALVÃO	MARATÁ/MARATÁ	TAMPICO/TAMPICO	65,3
MG, ES, INT. RJ	TIAL/TROPICAL	DEL VALLE/COCA-COLA	ALIANÇA/ALIANÇA	CAMPO LARGO/CAMPO LARGO	MAGUARY/BRITVIC	57,2
GRANDE RJ	DEL VALLE/COCA-COLA	NATURAL ONE/NATURAL ONE	DO BEM/AMBEV	CAMPO LARGO/CAMPO LARGO	MAGUARY/BRITVIC	49,2
GRANDE SP	NATURAL ONE/NATURAL ONE	DEL VALLE/COCA-COLA	XANDÔ/XANDÔ	MAGUARY/BRITVIC	AURORA/AURORA	64,4
INTERIOR SP	DEL VALLE/COCA-COLA	NATURAL ONE/NATURAL ONE	MAGUARY/BRITVIC	PRATS/AGRO PRATINHA	XANDÔ/XANDÔ	57,9
SUL	DEL VALLE/COCA-COLA	PRATS/AGRO PRATINHA	SUQ/COM. DE FRUTAS PIONEIRA SUL	NATURAL ONE/NATURAL ONE	MAGUARY/BRITVIC	46,0
MS, GO e DF	DEL VALLE/COCA-COLA	NATURAL ONE/NATURAL ONE	PRATS/AGRO PRATINHA	AURORA/AURORA	LIFE/LIFE	56,9



NOVA EMBALAGEM
+SUSTENTÁVEL

Tial
100%

~~Sem
ingredientes
artificiais~~

~~Não contém
conservantes~~

~~100% de suco~~



LANÇAMENTO
TIAL 100% MORANGO

Chegou o sabor que faltava
para a linha de produtos
que mais cresce na Tial

NOVA EMBALAGEM
+SUSTENTÁVEL

Seguindo nossa estratégia de ESG, em 2023, 100% das embalagens de bebidas Tial irão ao mercado em embalagens Bio Tetra Pak!

Sem conservantes



Todos os produtos Tial são produzidos **sem conservantes** e **sem ingredientes artificiais!**

Crescimento Tial

A Tial, líder de mercado na área II Nielsen, **apresentou crescimento de 50% em receita** e a linha 100% cresceu 81% no mesmo período.



SUCO EM PÓ

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	TANG/MONDELÉZ	FRISCO/3CORACÇÕES	MID/AJINOMOTO	TRINK/PARATI	CLIGHT/MONDELÉZ	84,1
NORDESTE	FRISCO/3CORACÇÕES	TANG/MONDELÉZ	MARATÁ/MARATÁ	MID/AJINOMOTO	PROMIX/ENOVA	88,0
MG, ES, INT. RJ	TANG/MONDELÉZ	VILMA/DOMINGOS DA COSTA	FRISCO/3CORACÇÕES	FRESH/MONDELÉZ	MID/AJINOMOTO	81,9
GRANDE RJ	TANG/MONDELÉZ	FRISCO/3CORACÇÕES	TRINK/PARATI	CLIGHT/MONDELÉZ	MID/AJINOMOTO	94,4
GRANDE SP	TANG/MONDELÉZ	MID/AJINOMOTO	FRISCO/3CORACÇÕES	CLIGHT/MONDELÉZ	FIT/AJINOMOTO	96,2
INTERIOR SP	TANG/MONDELÉZ	MID/AJINOMOTO	FRISCO/3CORACÇÕES	CLIGHT/MONDELÉZ	FRESH/MONDELÉZ	92,6
SUL	TANG/MONDELÉZ	TRINK/PARATI	CLIGHT/MONDELÉZ	MID/AJINOMOTO	FRISCO/3CORACÇÕES	91,6
MS, GO e DF	TANG/MONDELÉZ	FRISCO/3CORACÇÕES	MID/AJINOMOTO	FRESH/MONDELÉZ	CLIGHT/MONDELÉZ	89,8

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	20,1
NORDESTE	CASAL GARCIA/AVELADA	RESERVADO/CONCHA Y TORO	CASILLERO DEL DIABLO RESERVA/CONCHA Y TORO	TRES MEDALLAS/SANTA RITA	120/SANTA RITA	21,8
MG, ES, INT. RJ	RESERVADO/CONCHA Y TORO	CASILLERO DEL DIABLO RESERVA/CONCHA Y TORO	AMAYAN/BELHARA ESTATE	CASAL MENDES/ALIANÇA	SANTA CAROLINA/SANTA CAROLINA	16,7
GRANDE RJ	RESERVADO/CONCHA Y TORO	DONA DOMINGA/VINA CASA SILVA	CASILLERO DEL DIABLO RESERVA/CONCHA Y TORO	CASAL GARCIA/AVELADA	TRES MEDALLAS/SANTA RITA	19,6
GRANDE SP	TRES MEDALLAS/SANTA RITA	RESERVADO/CONCHA Y TORO	CASILLERO DEL DIABLO RESERVA/CONCHA Y TORO	CASAL GARCIA/AVELADA	120/SANTA RITA	24,4
INTERIOR SP	RESERVADO/CONCHA Y TORO	CASILLERO DEL DIABLO RESERVA/CONCHA Y TORO	TRES MEDALLAS/SANTA RITA	CASAL GARCIA/AVELADA	SANTA CAROLINA/SANTA CAROLINA	26,6
SUL	RESERVADO/CONCHA Y TORO	CASILLERO DEL DIABLO RESERVA/CONCHA Y TORO	BALDUZZI/VINA BALDUZZI	TARAPACA COSECHA/VINÍCOLA TARAPACA	SANTA CAROLINA/SANTA CAROLINA	20,9
MS, GO e DF	CASILLERO DEL DIABLO RESERVA/CONCHA Y TORO	RESERVADO/CONCHA Y TORO	CASAL GARCIA/AVELADA	120/SANTA RITA	TRES MEDALLAS/SANTA RITA	18,1

VINHO NACIONAL

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	PÉRGOLA/VINÍCOLA CAMPESTRE	QUINTA DO MORGADO/FANTE	CHALISE/SALTON	CAMPO LARGO/CAMPO LARGO	SALTON/SALTON	30,4
NORDESTE	QUINTA DO MORGADO/FANTE	PÉRGOLA/VINÍCOLA CAMPESTRE	GALOTTO/VINICOLA GALOTTO	CHALISE/SALTON	MIOLO/MIOLO	56,5
MG, ES, INT. RJ	PÉRGOLA/VINÍCOLA CAMPESTRE	GALOTTO/VINÍCOLA GALOTTO	DEL GRANO/VINÍCOLA IRMÃOS BASSO	CAMPO LARGO/CAMPO LARGO	MIORANZA/VINÍCOLA MIORANZA	52,0
GRANDE RJ	PÉRGOLA/VINÍCOLA CAMPESTRE	GALOTTO/VINÍCOLA GALOTTO	DOM BOSCO/CRS BRANDS	SANTA VITA/SANTA VITA	MIOLO/VINICOLA MIOLO	48,7
GRANDE SP	PÉRGOLA/VINÍCOLA CAMPESTRE	GÓES/VITIVINÓCOLA GÓES	CHALISE/SALTON	DOM BOSCO/CRS BRANDS	SALTON/SALTON	40,5
INTERIOR SP	PÉRGOLA/VINÍCOLA CAMPESTRE	DOM BOSCO/CRS BRANDS	GÓES/VITIVINÓCOLA GÓES	CHALISE/SALTON	MIORANZA/VINÍCOLA MIORANZA	31,2
SUL	CAMPO LARGO/CAMPO LARGO	JOTA PE/VINÍCOLA PERINI	SALTON/SALTON	MARCUS JAMES/AURORA	MIOLO/MIOLO	30,8
MS, GO e DF	PÉRGOLA/VINÍCOLA CAMPESTRE	CAMPO LARGO/CAMPO LARGO	MIORANZA/VINÍCOLA MIORANZA	SAINT GERMAIN/AURORA	QUINTA DO MORGADO/FANTE	41,1

VODCA

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	SMIRNOFF/DIAGEO	ABSOLUT/PERNOD RICARD	ORLOFF/PERNOD RICARD	ASKOV/BEBIDAS ASTECA	INTENCION/VINÍCOLA GRASSI	73,7
NORDESTE	SMIRNOFF/DIAGEO	ABSOLUT/PERNOD RICARD	SLOVA/BEBIDAS COROA	ORLOFF/PERNOD RICARD	NATASHA/BACARDI	80,1
MG, ES, INT. RJ	SMIRNOFF/DIAGEO	ABSOLUT/PERNOD RICARD	ORLOFF/PERNOD RICARD	KRISKOF/HILTON NEVES ARAÚJO	KISLLA/CANTINA DO VINHO	79,6
GRANDE RJ	SMIRNOFF/DIAGEO	ABSOLUT/PERNOD RICARD	KOVAK/J.T. AQUINO	ORLOFF/PERNOD RICARD	VORUS/SALTON	84,9
GRANDE SP	SMIRNOFF/DIAGEO	ABSOLUT/PERNOD RICARD	ORLOFF/PERNOD RICARD	ASKOV/BEBIDAS ASTECA	BALALAICA/PIRASSUNUNGA	81,3
INTERIOR SP	SMIRNOFF/DIAGEO	ABSOLUT/PERNOD RICARD	ASKOV/BEBIDAS ASTECA	ORLOFF/PERNOD RICARD	BALALAICA/PIRASSUNUNGA	82,2
SUL	SMIRNOFF/DIAGEO	ABSOLUT/PERNOD RICARD	INTENCION/VINÍCOLA GRASSI	NATASHA/BACARDI	ORLOFF/PERNOD RICARD	72,3
MS, GO e DF	SMIRNOFF/DIAGEO	ABSOLUT/PERNOD RICARD	ORLOFF/PERNOD RICARD	KISLLA/CANTINA DO VINHO	BAMBOA/REFRIKO	79,6

WHISKY

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	JOHNNIE WALKER/DIAGEO	GRAND OLD PARR/DIAGEO	JACK DANIEL'S/BROWN FORMAN	BALLANTINE'S/PERNOD RICARD	CHIVAS REGAL/PERNOD RICARD	72,7
NORDESTE	JOHNNIE WALKER/DIAGEO	GRAND OLD PARR/DIAGEO	BLACK & WHITE/DIAGEO	CHIVAS REGAL/PERNOD RICARD	BUCHANAN S/DIAGEO	84,5
MG, ES, INT. RJ	JOHNNIE WALKER/DIAGEO	BALLANTINE'S/PERNOD RICARD	WHITE HORSE/DIAGEO	JACK DANIEL'S/BROWN FORMAN	GRAND OLD PARR/DIAGEO	78,2
GRANDE RJ	JOHNNIE WALKER/DIAGEO	BALLANTINE'S/PERNOD RICARD	BUCHANAN S/DIAGEO	JACK DANIEL'S/BROWN FORMAN	WHITE HORSE/DIAGEO	83,1
GRANDE SP	JOHNNIE WALKER/DIAGEO	JACK DANIEL'S/BROWN FORMAN	BALLANTINE'S/PERNOD RICARD	CHIVAS REGAL/PERNOD RICARD	WHITE HORSE/DIAGEO	78,6
INTERIOR SP	JOHNNIE WALKER/DIAGEO	JACK DANIEL'S/BROWN FORMAN	BALLANTINE'S/PERNOD RICARD	CHIVAS REGAL/PERNOD RICARD	WHITE HORSE/DIAGEO	77,0
SUL	JOHNNIE WALKER/DIAGEO	JACK DANIEL'S/BROWN FORMAN	BALLANTINE'S/PERNOD RICARD	WHITE HORSE/DIAGEO	PASSPORT/PERNOD RICARD	69,8
MS, GO e DF	JOHNNIE WALKER/DIAGEO	GRAND OLD PARR/DIAGEO	CHIVAS REGAL/PERNOD RICARD	JACK DANIEL'S/BROWN FORMAN	WHITE HORSE/DIAGEO	79,5



Categoria deve manter crescimento

Uma das menos afetadas pela inflação nos últimos anos, cesta de higiene e beleza se mostra otimista este ano, com crescimento no canal de cash&carry

POR RENATA RUIZ

>>A categoria de higiene e beleza apresentou um crescimento de 8,5% no volume de vendas no varejo em 2022, segundo a Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (Abihpec), e os negócios devem continuar com esta trajetória este ano. E segundo dados da NielsenIQ produtos relativos a bem-estar representam 58% das intenções de compra para este ano, ou seja, o consumidor está propenso a se cuidar mais.

Este segmento, antes da pandemia, estava em expansão, mas com o crescimento deu uma estagnada, mas retomou o fôlego com o fim das medidas restritivas. O crescimento dos setores de higiene e beleza foi de 11% na variação

A cesta registrou um crescimento de

8,5%

no volume de vendas

58%

das intenções de compra são de produtos relativos ao bem-estar

Um aumento de

11%

em relação ao ano anterior

do volume de venda, sem variação no volume. Portanto, foi um dos segmentos que mais cresceram e se desenvolveram em 2022, comparado ao ano anterior. No segmento de cash & carry esta categoria representa 0,9% do volume de compra do canal, caindo apenas -0,7% no canal de hipermercado no volume comercializado.

Ouseja, os consumidores que, antes da pandemia, deixaram de comprar produtos de higiene e beleza, ao término das restrições voltaram a investir nesta categoria com toda a força, em especial em produtos que com a pandemia eles deixaram de consumir.

Os produtos que tiveram maior importância na cesta de higiene & beleza foram: fralda descartável (10,4%), papel higiênico (9,5%), pós-xampu (9,1%), sabonete (8,3%) e xampu (7,1%). Os produtos que tiveram maior variação de vendas por valor, com a variação de vendas por volume se mantendo positiva, foram: maquiagem (26%), fralda para incontinência (17,7%) produto de higiene para os pés (15,4%) e lenço umedecido (15%). 

Líderes de vendas

Índice

Absorvente Higiénico – Externo	153
Absorvente Higiénico – Protetor Diário	153
Antisséptico Bucal	153
Aparelho de Barbear (Sistema)	153
Bronzeador/Bloqueador Solar	153
Condicionador	154
Creme de Barbear	154
Creme Dental	154
Creme para Assadura	154
Creme para o Corpo	154
Creme para Pentear	155
Creme para Pontas/Tratamento	155
Curativo Antisséptico	155
Depilatório	155
Desodorante	155
Escova de Dentes	160
Esmalte para Unha	160
Fio e Fita Dental	160
Fralda Descartável Geriátrica	161
Fralda Infantil	161
Haste Flexível	161
Lâmina de Barbear (Descartável)	168
Lenço Umedecido	168
Papel Higiénico – Folha Dupla	168
Papel Higiénico – Folha Simples	168
Preservativo Masculino/Feminino	168
Repelente	169
Sabonete Líquido	169
Sabonete Sólido	169
Tintura para Cabelo	169
Xampu	169

ABSORVENTE HIGIÊNICO - EXTERNO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	INTIMUS/KIMBERLY-CLARK	ALWAYS/P&G	SEMPRE LIVRE/J&J	SYM/SANTHER	MILI/MILI	89,5
NORDESTE	ALWAYS/P&G	INTIMUS/KIMBERLY-CLARK	SEMPRE LIVRE/J&J	LADYSOFT/SOFTYS	SYM/SANTHER	85,5
MG, ES, INT. RJ	INTIMUS/KIMBERLY-CLARK	SYM/SANTHER	ALWAYS/P&G	SEMPRE LIVRE/J&J	DIANA/CARTA FABRIL	90,5
GRANDE RJ	INTIMUS/KIMBERLY-CLARK	ALWAYS/P&G	SEMPRE LIVRE/J&J	DIANA/CARTA FABRIL	LADYSOFT/SOFTYS	96,7
GRANDE SP	INTIMUS/KIMBERLY-CLARK	ALWAYS/P&G	SEMPRE LIVRE/J&J	SYM/SANTHER	MILI/MILI	93,8
INTERIOR SP	INTIMUS/KIMBERLY-CLARK	SEMPRE LIVRE/J&J	ALWAYS/P&G	SYM/SANTHER	MILI/MILI	96,4
SUL	INTIMUS/KIMBERLY-CLARK	SEMPRE LIVRE/J&J	ALWAYS/P&G	MILI/MILI	LADYSOFT/SOFTYS	94,6
MS, GO e DF	INTIMUS/KIMBERLY-CLARK	ALWAYS/P&G	SEMPRE LIVRE/J&J	SYM/SANTHER	MILI/MILI	91,4

ABSORVENTE HIGIÊNICO - PROTETOR DIÁRIO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	CAREFREE/J&J	INTIMUS/KIMBERLY-CLARK	ALWAYS/P&G	MILI/MILI	NATURALMENTE/EVER GREEN	94,3
NORDESTE	CAREFREE/J&J	INTIMUS/KIMBERLY-CLARK	ALWAYS/P&G	NATURALMENTE/EVER GREEN	SYM/SANTHER	92,5
MG, ES, INT. RJ	CAREFREE/J&J	INTIMUS/KIMBERLY-CLARK	ALWAYS/P&G	MILI/MILI	DIANA/CARTA FABRIL	95,9
GRANDE RJ	CAREFREE/J&J	INTIMUS/KIMBERLY-CLARK	ALWAYS/P&G	DIANA/CARTA FABRIL	NATURALMENTE/EVER GREEN	97,3
GRANDE SP	CAREFREE/J&J	INTIMUS/KIMBERLY-CLARK	ALWAYS/P&G	NATURALMENTE/EVER GREEN	SYM/SANTHER	93,6
INTERIOR SP	CAREFREE/J&J	INTIMUS/KIMBERLY-CLARK	ALWAYS/P&G	SYM/SANTHER	NATURALMENTE/EVER GREEN	96,2
SUL	CAREFREE/J&J	INTIMUS/KIMBERLY-CLARK	ALWAYS/P&G	MILI/MILI	DIANA/CARTA FABRIL	97,6
MS, GO e DF	CAREFREE/J&J	INTIMUS/KIMBERLY-CLARK	ALWAYS/P&G	SYM/SANTHER	MILI/MILI	94,1

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	95,9
NORDESTE	COLGATE/COLGATE-PALMOLIVE	LISTERINE/J&J	ORAL-B/P&G	CLOSE-UP/UNILEVER	DENTAL CLEAN/DENTAL CLEAN	95,8
MG, ES, INT. RJ	LISTERINE/J&J	COLGATE/COLGATE-PALMOLIVE	ORAL-B/P&G	CLOSE-UP/UNILEVER	CEPACOL/SANOFI-AVENTIS	94,1
GRANDE RJ	COLGATE/COLGATE-PALMOLIVE	LISTERINE/J&J	ORAL-B/P&G	CLOSE-UP/UNILEVER	ULTRA ACTION/VIDAL LIFE IND. E COM.	95,6
GRANDE SP	LISTERINE/J&J	COLGATE/COLGATE-PALMOLIVE	ORAL-B/P&G	CLOSE-UP/UNILEVER	ICE FRESH/ICEFRESH IND. E COM.	96,4
INTERIOR SP	LISTERINE/J&J	COLGATE/COLGATE-PALMOLIVE	CLOSE-UP/UNILEVER	ORAL-B/P&G	CEPACOL/SANOFI-AVENTIS	97,6
SUL	COLGATE/COLGATE-PALMOLIVE	LISTERINE/J&J	ORAL-B/P&G	CLOSE-UP/UNILEVER	SENSODYNE/GSK	97,5
MS, GO e DF	LISTERINE/J&J	COLGATE/COLGATE-PALMOLIVE	ORAL-B/P&G	CLOSE-UP/UNILEVER	TOPZ/TOPZ	97,5

APARELHO DE BARBEAR (SISTEMA)

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	MACH 3/P&G	BIC/BIC	VENUS/P&G	FUSION/P&G	PROSHIELD/P&G	97,5
NORDESTE	MACH 3/P&G	BIC/BIC	VENUS/P&G	PROSHIELD/P&G	FUSION/P&G	98,6
MG, ES, INT. RJ	MACH 3/P&G	VICEROY/BLADES	BIC/BIC	VENUS/P&G	FUSION/P&G	97,9
GRANDE RJ	MACH 3/P&G	BIC/BIC	VENUS/P&G	SUPER MAX/SUPERMAX	PROGLIDE/P&G	98,7
GRANDE SP	MACH 3/P&G	VENUS/P&G	BIC/BIC	FUSION/P&G	PROSHIELD/P&G	98,1
INTERIOR SP	MACH 3/P&G	BIC/BIC	VENUS/P&G	FUSION/P&G	PROSHIELD/P&G	97,9
SUL	MACH 3/P&G	BIC/BIC	VENUS/P&G	FUSION/P&G	PROSHIELD/P&G	98,2
MS, GO e DF	MACH 3/P&G	BIC/BIC	VENUS/P&G	PROSHIELD/P&G	FUSION/P&G	98,4

BRONZEADOR/BLOQUEADOR SOLAR

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	NIVEA/NIVEA	SUNDOWN/J&J	CENOURA E BRONZE/COTY	NEUTROGENA/J&J	SOLAR EXPERTISE/L'ORÉAL	77,3
NORDESTE	NIVEA/NIVEA	SUNDOWN/J&J	CENOURA E BRONZE/COTY	SOLAR EXPERTISE/L'ORÉAL	NEUTROGENA/J&J	86,9
MG, ES, INT. RJ	SUNDOWN/J&J	NIVEA/NIVEA	NEUTROGENA/J&J	CENOURA E BRONZE/COTY	SOLAR EXPERTISE/L'ORÉAL	87,1
GRANDE RJ	SUNDOWN/J&J	NIVEA/NIVEA	AUSTRALIAN GOLD/MULTI B	CENOURA E BRONZE/COTY	NEUTROGENA/J&J	82,4
GRANDE SP	NIVEA/NIVEA	SUNDOWN/J&J	CENOURA E BRONZE/COTY	NEUTROGENA/J&J	LA ROCHE POSAY/L'ORÉAL	76,3
INTERIOR SP	NIVEA/NIVEA	SUNDOWN/J&J	CENOURA E BRONZE/COTY	NEUTROGENA/J&J	SOLAR EXPERTISE/L'ORÉAL	81,6
SUL	NIVEA/NIVEA	CENOURA E BRONZE/COTY	SUNDOWN/J&J	AUSTRALIAN GOLD/MULTI B	ANASOL/DAHUER	79,7
MS, GO e DF	NIVEA/NIVEA	SUNDOWN/J&J	SOLAR EXPERTISE/L'ORÉAL	CENOURA E BRONZE/COTY	NEUTROGENA/J&J	80,7

CONDICIONADOR

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	PANTENE/P&G	ELSEVE/L'ORÉAL	SEDA/UNILEVER	DOVE/UNILEVER	TRESEMMÉ/UNILEVER	67,5
NORDESTE	PANTENE/P&G	ELSEVE/L'ORÉAL	SEDA/UNILEVER	DOVE/UNILEVER	TRESEMMÉ/UNILEVER	64,1
MG, ES, INT. RJ	PANTENE/P&G	SEDA/UNILEVER	ELSEVE/L'ORÉAL	DOVE/UNILEVER	TRESEMMÉ/UNILEVER	65,1
GRANDE RJ	ELSEVE/L'ORÉAL	PANTENE/P&G	SEDA/UNILEVER	DOVE/UNILEVER	TRESEMMÉ/UNILEVER	67,1
GRANDE SP	PANTENE/P&G	ELSEVE/L'ORÉAL	SEDA/UNILEVER	DOVE/UNILEVER	TRESEMMÉ/UNILEVER	67,5
INTERIOR SP	PANTENE/P&G	ELSEVE/L'ORÉAL	SEDA/UNILEVER	DOVE/UNILEVER	TRESEMMÉ/UNILEVER	70,3
SUL	PANTENE/P&G	ELSEVE/L'ORÉAL	DOVE/UNILEVER	SEDA/UNILEVER	TRESEMMÉ/UNILEVER	69,9
MS, GO e DF	PANTENE/P&G	ELSEVE/L'ORÉAL	SEDA/UNILEVER	DOVE/UNILEVER	TRESEMMÉ/UNILEVER	70,6

CREME DE BARBEAR

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	BOZZANO/COTY	NIVEA/NIVEA	GILLETTE/P&G	PRESTOBARBA/P&G	DOVE MEN/UNILEVER	94,6
NORDESTE	NIVEA/NIVEA	BOZZANO/COTY	GILLETTE/P&G	PRESTOBARBA/P&G	ABOVE/BASTON	93,6
MG, ES, INT. RJ	BOZZANO/COTY	NIVEA/NIVEA	GILLETTE/P&G	PRESTOBARBA/P&G	DOVE MEN/UNILEVER	96,9
GRANDE RJ	BOZZANO/COTY	NIVEA/NIVEA	GILLETTE/P&G	PRESTOBARBA/P&G	ABOVE/BASTON	89,9
GRANDE SP	BOZZANO/COTY	NIVEA/NIVEA	GILLETTE/P&G	PRESTOBARBA/P&G	DOVE MEN/UNILEVER	96,9
INTERIOR SP	BOZZANO/COTY	NIVEA/NIVEA	GILLETTE/P&G	PRESTOBARBA/P&G	DOVE MEN/UNILEVER	97,3
SUL	BOZZANO/COTY	NIVEA/NIVEA	GILLETTE/P&G	PRESTOBARBA/P&G	DOVE MEN/UNILEVER	93,0
MS, GO e DF	BOZZANO/COTY	NIVEA/NIVEA	GILLETTE/P&G	PRESTOBARBA/P&G	DOVE MEN/UNILEVER	94,5

CREME DENTAL

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	COLGATE/COLGATE-PALMOLIVE	SORRISO/COLGATE-PALMOLIVE	ORAL-B/P&G	CLOSE-UP/UNILEVER	SENSODYNE/GSK	97,3
NORDESTE	COLGATE/COLGATE-PALMOLIVE	SORRISO/COLGATE-PALMOLIVE	ORAL-B/P&G	CLOSE-UP/UNILEVER	SENSODYNE/GSK	94,7
MG, ES, INT. RJ	COLGATE/COLGATE-PALMOLIVE	SORRISO/COLGATE-PALMOLIVE	ORAL-B/P&G	CLOSE-UP/UNILEVER	SENSODYNE/GSK	98,3
GRANDE RJ	COLGATE/COLGATE-PALMOLIVE	ORAL-B/P&G	SORRISO/COLGATE-PALMOLIVE	CLOSE-UP/UNILEVER	SENSODYNE/GSK	98,1
GRANDE SP	COLGATE/COLGATE-PALMOLIVE	ORAL-B/P&G	SORRISO/COLGATE-PALMOLIVE	SENSODYNE/GSK	CLOSE-UP/UNILEVER	97,7
INTERIOR SP	COLGATE/COLGATE-PALMOLIVE	SORRISO/COLGATE-PALMOLIVE	ORAL-B/P&G	CLOSE-UP/UNILEVER	SENSODYNE/GSK	98,1
SUL	COLGATE/COLGATE-PALMOLIVE	SORRISO/COLGATE-PALMOLIVE	CLOSE-UP/UNILEVER	ORAL-B/P&G	SENSODYNE/GSK	97,3
MS, GO e DF	COLGATE/COLGATE-PALMOLIVE	SORRISO/COLGATE-PALMOLIVE	ORAL-B/P&G	CLOSE-UP/UNILEVER	SENSODYNE/GSK	97,7

CREME PARA ASSADURA

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	HUGGIES/KIMBERLY-CLARK	HIPOGLÓS/1&J	TURMA DA XUXINHA/BARUEL	BEPANTOL/BAYER	BARUEL/BARUEL	81,5
NORDESTE	TURMA DA XUXINHA/BARUEL	HIPOGLÓS/1&J	HUGGIES/KIMBERLY-CLARK	DESITIN/1&J	BEPANTOL/BAYER	93,2
MG, ES, INT. RJ	HUGGIES/KIMBERLY-CLARK	HIPOGLÓS/1&J	BARUEL/CHIMICA BARUEL	POM POM/HYPERMARCAS	LUKINHA/NOVA ADIRA	95,1
GRANDE RJ	HUGGIES/KIMBERLY-CLARK	HIPOGLÓS/1&J	TURMA DA MÔNICA BABY/PANDORA	LUKINHA/NOVA ADIRA	BARUEL/BARUEL	97,6
GRANDE SP	HIPOGLÓS/1&J	HUGGIES/KIMBERLY-CLARK	BEPANTOL/BAYER	NISTATINA + OXIDO DE ZINCO/MEDLEY	NEO QUÍMICA/NEO QUÍMICA	76,1
INTERIOR SP	HIPOGLÓS/1&J	HUGGIES/KIMBERLY-CLARK	BEPANTOL/BAYER	BARUEL/BARUEL	POM POM/HYPERMARCAS	82,4
SUL	HIPOGLÓS/1&J	HUGGIES/KIMBERLY-CLARK	BARUEL/BARUEL	BEPANTOL/BAYER	DESITIN/1&J	94,4
MS, GO e DF	HIPOGLÓS/1&J	HUGGIES/KIMBERLY-CLARK	POM POM/HYPERMARCAS	TOM E JERRY/TOPZ	DESITIN/1&J	96,8

CREME PARA O CORPO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	NIVEA/NIVEA	PAIXÃO/COTY	MONANGE/COTY	JOHNSONS/1&J	HIDRAMAIS/BIOCAP	77,1
NORDESTE	NIVEA/NIVEA	PAIXÃO/COTY	MONANGE/COTY	HIDRAMAIS/BIOCAP	JOHNSONS/1&J	83,6
MG, ES, INT. RJ	NIVEA/NIVEA	PAIXÃO/COTY	MONANGE/COTY	JOHNSONS/1&J	NEUTROGENA/1&J	79,3
GRANDE RJ	NIVEA/NIVEA	PAIXÃO/COTY	MONANGE/COTY	JOHNSONS/1&J	HIDRAMAIS/BIOCAP	84,4
GRANDE SP	NIVEA/NIVEA	PAIXÃO/COTY	MONANGE/COTY	JOHNSONS/1&J	NEUTROGENA/1&J	74,1
INTERIOR SP	NIVEA/NIVEA	PAIXÃO/COTY	MONANGE/COTY	JOHNSONS/1&J	NEUTROGENA/1&J	77,2
SUL	NIVEA/NIVEA	PAIXÃO/COTY	MONANGE/COTY	JOHNSONS/1&J	DOVE/UNILEVER	78,6
MS, GO e DF	NIVEA/NIVEA	PAIXÃO/COTY	JOHNSONS/1&J	MONANGE/COTY	HIDRAMAIS/BIOCAP	81,9

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	66,8
NORDESTE	SEDA/UNILEVER	ELSEVE/L'ORÉAL	SALON LINE/DEVINTEX	PANTENE/P&G	NIELY/L'ORÉAL	66,7
MG, ES, INT. RJ	SEDA/UNILEVER	ELSEVE/L'ORÉAL	PANTENE/P&G	SALON LINE/DEVINTEX	NOVEX/EMBELLEZE	66,3
GRANDE RJ	KERAFORM/SKAFE	SEDA/UNILEVER	ELSEVE/L'ORÉAL	PANTENE/P&G	NOVEX/EMBELLEZE	71,0
GRANDE SP	SEDA/UNILEVER	ELSEVE/L'ORÉAL	PANTENE/P&G	NIELY/L'ORÉAL	SALON LINE/DEVINTEX	73,3
INTERIOR SP	SEDA/UNILEVER	ELSEVE/L'ORÉAL	PANTENE/P&G	NIELY/L'ORÉAL	SALON LINE/DEVINTEX	75,6
SUL	SEDA/UNILEVER	ELSEVE/L'ORÉAL	PANTENE/P&G	NIELY/L'ORÉAL	PALMOLIVE/COLGATE-PALMOLIVE	75,1
MS, GO e DF	SEDA/UNILEVER	ELSEVE/L'ORÉAL	PANTENE/P&G	NIELY/L'ORÉAL	NOVEX/EMBELLEZE	72,3

CREME PARA PONTAS/ TRATAMENTO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	PANTENE/P&G	NOVEX/EMBELLEZE	ELSEVE/L'ORÉAL	SKALA/SKALA	DOVE/UNILEVER	65,5
NORDESTE	NOVEX/EMBELLEZE	PANTENE/P&G	SKALA/SKALA	ELSEVE/L'ORÉAL	NIELY/L'ORÉAL	64,8
MG, ES, INT. RJ	SKALA/SKALA	PANTENE/P&G	NOVEX/EMBELLEZE	ELSEVE/L'ORÉAL	KANECHOM/SNC	65,1
GRANDE RJ	NOVEX/EMBELLEZE	ELSEVE/L'ORÉAL	PANTENE/P&G	SKALA/SKALA	DOVE/UNILEVER	73,9
GRANDE SP	PANTENE/P&G	SKALA/SKALA	ELSEVE/L'ORÉAL	NOVEX/EMBELLEZE	DOVE/UNILEVER	71,6
INTERIOR SP	PANTENE/P&G	SKALA/SKALA	ELSEVE/L'ORÉAL	NOVEX/EMBELLEZE	DOVE/UNILEVER	70,8
SUL	PANTENE/P&G	ELSEVE/L'ORÉAL	NOVEX/EMBELLEZE	ORIGEM/NAZCA	SKALA/SKALA	62,6
MS, GO e DF	PANTENE/P&G	NOVEX/EMBELLEZE	ELSEVE/L'ORÉAL	SKALA/SKALA	NIELY/L'ORÉAL	68,9


CURATIVO ANTISSEPTICO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	BAND-AID/J&J	CREMER/CREMER	COTTON BABY/HIGIE PLUS	SALVELOX/NATURES	BAN SEPT/HIGIE TOPP	94,5
NORDESTE	BAND-AID/J&J	CREMER/CREMER	COTTON BABY/HIGIE PLUS	SALVELOX/NATURES	BAN SEPT/HIGIE TOPP	96,1
MG, ES, INT. RJ	BAND-AID/J&J	COTTON BABY/HIGIE PLUS	CREMER/CREMER	SALVELOX/NATURES	NEXCARE/3M	99,0
GRANDE RJ	BAND-AID/J&J	NATHY/ERS IND. E COM.	APOLO/FLEXICOTTON	CREMER/CREMER	COTTON BABY/HIGIE PLUS	99,3
GRANDE SP	BAND-AID/J&J	CREMER/CREMER	SALVELOX/NATURES	BAN SEPT/HIGIE TOPP	NEXCARE/3M	96,0
INTERIOR SP	BAND-AID/J&J	CREMER/CREMER	SALVELOX/NATURES	UNI CARE/FLEXICOTTON	BAN SEPT/HIGIE TOPP	97,3
SUL	BAND-AID/J&J	CREMER/CREMER	COTTON BABY/HIGIE PLUS	NEXCARE/3M	SALVELOX/NATURES	96,7
MS, GO e DF	BAND-AID/J&J	CREMER/CREMER	SALVELOX/NATURES	UNI CARE/FLEXICOTTON	BAN SEPT/HIGIE TOPP	100,0

DEPILATÓRIO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	VEET/RECKITT	DEPIROLL/DEVINTEX COSMÉTICOS	DEPIMIEL/DEPIMIEL	DEPILSAM/DEPILSAM	DEPIL BELLA/BIOCLEAR	87,0
NORDESTE	DEPIROLL/DEVINTEX COSMÉTICOS	VEET/RECKITT	VISUAL/VISUAL IND. DE COSMÉTICOS	DEPIL BELLA/BIOCLEAR	DEPIMIEL/DEPIMIEL	93,6
MG, ES, INT. RJ	DEPIROLL/DEVINTEX COSMÉTICOS	DEPIL BELLA/BIOCLEAR	VEET/RECKITT	DEPILSAM/DEPILSAM	DEPIFLAX/MAYSTAR COSMÉTICOS	99,1
GRANDE RJ	VEET/RECKITT	DEPIROLL/DEVINTEX COSMÉTICOS	DEPILSAM/DEPILSAM	*Não declarado	*Não declarado	100,0
GRANDE SP	VEET/RECKITT	DEPIROLL/DEVINTEX COSMÉTICOS	DEPILSAM/DEPILSAM	NUPIL/MOLQUIOR	DAXX/BASTON	99,8
INTERIOR SP	VEET/RECKITT	DEPILSAM/DEPILSAM	NUPIL/MOLQUIOR	DEPIROLL/DEVINTEX COSMÉTICOS	DEPIMIEL/DEPIMIEL	98,8
SUL	VEET/RECKITT	DEPIMIEL/DEPIMIEL	DEPIROLL/DEVINTEX COSMÉTICOS	DEPIMIEL/DEPIMIEL	DEPIL BELLA/BIOCLEAR	96,7
MS, GO e DF	DEPILSAM/DEPILSAM	DEPIROLL/DEVINTEX COSMÉTICOS	VEET/RECKITT	DEPIFLAX/MAYSTAR COSMÉTICOS	DEPIL FÁCIL/ELZA IND. E COM.	91,3


DESODORANTE

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	REXONA/UNILEVER	DOVE/UNILEVER	NIVEA/NIVEA	MONANGE/COTY	ABOVE/BASTON	80,6
NORDESTE	REXONA/UNILEVER	DOVE/UNILEVER	NIVEA/NIVEA	MONANGE/COTY	ABOVE/BASTON	80,4
MG, ES, INT. RJ	REXONA/UNILEVER	NIVEA/NIVEA	DOVE/UNILEVER	MONANGE/COTY	ABOVE/BASTON	79,0
GRANDE RJ	REXONA/UNILEVER	NIVEA/NIVEA	DOVE/UNILEVER	MONANGE/COTY	ABOVE/BASTON	87,1
GRANDE SP	REXONA/UNILEVER	DOVE/UNILEVER	NIVEA/NIVEA	MONANGE/COTY	ABOVE/BASTON	80,8
INTERIOR SP	REXONA/UNILEVER	DOVE/UNILEVER	NIVEA/NIVEA	MONANGE/COTY	AXE/UNILEVER	80,6
SUL	REXONA/UNILEVER	NIVEA/NIVEA	DOVE/UNILEVER	MONANGE/COTY	AXE/UNILEVER	79,6
MS, GO e DF	REXONA/UNILEVER	NIVEA/NIVEA	DOVE/UNILEVER	MONANGE/COTY	ABOVE/BASTON	80,6

Líderes de vendas

Bronzeador/Bloqueador Solar

BRASIL

- 1ª NIVEA/NIVEA**

- 2ª SUNDOWN/J&J**

- 3ª CENOURA E BRONZE/COTY**

- 4ª NEUTROGENA/J&J**

- 5ª SOLAR EXPERTISE/L'ORÉAL**

Participação Top 5

77,3%

ÁREA 1

Nordeste

- 1ª** NIVEA/NIVEA
 - 2ª** SUNDOWN/J&J
 - 3ª** CENOURA E BRONZE/COTY
 - 4ª** SOLAR EXPERTISE/L'ORÉAL
 - 5ª** NEUTROGENA/J&J
- Top 5** 86,9%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

- SUNDOWN/J&J
 - NIVEA/NIVEA
 - NEUTROGENA/J&J
 - CENOURA E BRONZE/COTY
 - SOLAR EXPERTISE/L'ORÉAL
- 87,1%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

- SUNDOWN/J&J
 - NIVEA/NIVEA
 - AUSTRALIAN GOLD/MULTI B
 - CENOURA E BRONZE/COTY
 - NEUTROGENA/J&J
- 82,4%

ÁREA 4

Grande São Paulo

- NIVEA/NIVEA
 - SUNDOWN/J&J
 - CENOURA E BRONZE/COTY
 - NEUTROGENA/J&J
 - LA ROCHE POSAY/L'ORÉAL
- 76,3%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

- 1ª** NIVEA/NIVEA
 - 2ª** SUNDOWN/J&J
 - 3ª** CENOURA E BRONZE/COTY
 - 4ª** NEUTROGENA/J&J
 - 5ª** SOLAR EXPERTISE/L'ORÉAL
- Top 5** 81,6%

ÁREA 6

PR, SC e RS

- NIVEA/NIVEA
 - CENOURA E BRONZE/COTY
 - SUNDOWN/J&J
 - AUSTRALIAN GOLD/MULTI B
 - ANASOL/DAHUER
- 79,7%

ÁREA 7

MS, GO e DF

- NIVEA/NIVEA
 - SUNDOWN/J&J
 - SOLAR EXPERTISE/L'ORÉAL
 - CENOURA E BRONZE/COTY
 - NEUTROGENA/J&J
- 80,7%



**A MARCA Nº1
NO MUNDO
EM PROTEÇÃO
SOLAR***



TAMBÉM É A MARCA LÍDER DE VENDAS!

*Fonte: Euromonitor International Limited; Beleza e Cuidados Pessoais 2022ed.; NIVEA de acordo com a classificação de marca guarda-chuva; todos os canais de varejo; vendas no varejo em valor, 2021.

Líderes de vendas

Creme para o Corpo

BRASIL

- 1^a NIVEA/NIVEA

- 2^a PAIXÃO/COTY

- 3^a MONANGE/COTY

- 4^a JOHNSONS/J&J

- 5^a HIDRAMAIS/BIOCAP

Participação Top 5

77,1%

ÁREA 1

Nordeste

- 1^a NIVEA/NIVEA
 - 2^a PAIXÃO/COTY
 - 3^a MONANGE/COTY
 - 4^a HIDRAMAIS/BIOCAP
 - 5^a JOHNSONS/J&J
- Top 5** 83,6%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

- NIVEA/NIVEA
 - PAIXÃO/COTY
 - MONANGE/COTY
 - JOHNSONS/J&J
 - NEUTROGENA/J&J
- 79,3%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

- NIVEA/NIVEA
 - PAIXÃO/COTY
 - MONANGE/COTY
 - JOHNSONS/J&J
 - HIDRAMAIS/BIOCAP
- 84,4%

ÁREA 4

Grande São Paulo

- NIVEA/NIVEA
 - PAIXÃO/COTY
 - MONANGE/COTY
 - JOHNSONS/J&J
 - NEUTROGENA/J&J
- 74,1%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

- 1^a NIVEA/NIVEA
 - 2^a PAIXÃO/COTY
 - 3^a MONANGE/COTY
 - 4^a JOHNSONS/J&J
 - 5^a NEUTROGENA/J&J
- Top 5** 77,2%

ÁREA 6

PR, SC e RS

- NIVEA/NIVEA
 - PAIXÃO/COTY
 - MONANGE/COTY
 - JOHNSONS/J&J
 - DOVE/UNILEVER
- 78,6%

ÁREA 7

MS, GO e DF

- NIVEA/NIVEA
 - PAIXÃO/COTY
 - JOHNSONS/J&J
 - MONANGE/COTY
 - HIDRAMAIS/BIOCAP
- 81,9%

NIVEA

A SOLUÇÃO COMPLETA PARA HIDRATAÇÃO



Nº1

**NO MUNDO
EM CUIDADOS
CORPORAIS***



TAMBÉM É A Nº1 EM VENDAS!

*Fonte: Euromonitor International Limited; NIVEA na categoria Cuidado do Corpo; vendas no varejo em valor, 2021

www.NIVEA.com.br

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&J	76,5
NORDESTE	ORAL-B/P&G	COLGATE/COLGATE-PALMOLIVE	CONDOR/CONDOR	SORRISO/COLGATE-PALMOLIVE	PRÓ/P&G	76,4
MG, ES, INT. RJ	ORAL-B/P&G	COLGATE/COLGATE-PALMOLIVE	GREEN/GREEN	SORRISO/COLGATE-PALMOLIVE	CONDOR/CONDOR	82,0
GRANDE RJ	COLGATE/COLGATE-PALMOLIVE	ORAL-B/P&G	PRÓ/P&G	SORRISO/COLGATE-PALMOLIVE	SENSODYNE/GSK	84,4
GRANDE SP	COLGATE/COLGATE-PALMOLIVE	ORAL-B/P&G	SORRISO/COLGATE-PALMOLIVE	REACH/J&J	CONDOR/CONDOR	78,4
INTERIOR SP	COLGATE/COLGATE-PALMOLIVE	ORAL-B/P&G	SORRISO/COLGATE-PALMOLIVE	REACH/J&J	JADEPRO/JADE	79,8
SUL	COLGATE/COLGATE-PALMOLIVE	ORAL-B/P&G	CONDOR/CONDOR	SORRISO/COLGATE-PALMOLIVE	REACH/J&J	82,0
MS, GO e DF	COLGATE/COLGATE-PALMOLIVE	ORAL-B/P&G	SORRISO/COLGATE-PALMOLIVE	DENTAL CLEAR/DENTAL CLEAR	REACH/J&J	78,1

ESMALTE PARA UNHA

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	RISQUÉ/COTY	IMPALA/AVAMILLER	COLORAMA/L'ORÉAL	DAILUS/PUELLA COSMÉTICOS	BEAUTY COLOR/BONYPLUS	97,6
NORDESTE	RISQUÉ/COTY	IMPALA/AVAMILLER	COLORAMA/L'ORÉAL	LUDURANA/FUTURAMA	BEAUTY COLOR/BONYPLUS	98,8
MG, ES, INT. RJ	RISQUÉ/COTY	COLORAMA/L'ORÉAL	IMPALA/AVAMILLER	BEAUTY COLOR/BONYPLUS	ANA HICKMANN/AEGER PERFUMES E COSMÉTICOS	99,8
GRANDE RJ	RISQUÉ/COTY	IMPALA/AVAMILLER	COLORAMA/L'ORÉAL	FUSION/DECOR COSMÉTICOS	ANA HICKMANN/AEGER PERFUMES E COSMÉTICOS	99,8
GRANDE SP	RISQUÉ/COTY	IMPALA/AVAMILLER	COLORAMA/L'ORÉAL	VULT/BOTICÁRIO	ELIANA/LA VITTA COSMÉTICOS	99,7
INTERIOR SP	RISQUÉ/COTY	COLORAMA/L'ORÉAL	IMPALA/AVAMILLER	DAILUS/PUELLA COSMÉTICOS	VULT/BOTICÁRIO	96,5
SUL	RISQUÉ/COTY	IMPALA/AVAMILLER	COLORAMA/L'ORÉAL	BEAUTY COLOR/BONYPLUS	DAILUS/PUELLA COSMÉTICOS	98,6
MS, GO e DF	RISQUÉ/COTY	IMPALA/AVAMILLER	COLORAMA/L'ORÉAL	ANA HICKMANN/AEGER PERFUMES E COSMÉTICOS	ELIANA/LA VITTA COSMÉTICOS	99,9

FIO E FITA DENTAL

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	REACH/J&J	COLGATE/COLGATE-PALMOLIVE	SANIFIL/FACILIT	ORAL-B/P&G	GREEN/GREEN INTERNACIONAL	87,8
NORDESTE	REACH/J&J	COLGATE/COLGATE-PALMOLIVE	ORAL-B/P&G	SANIFIL/FACILIT ODONTOLÓGICA	DENTAL CLEAN/RABBIT	84,9
MG, ES, INT. RJ	REACH/J&J	GREEN/GREEN INTERNACIONAL	COLGATE/COLGATE-PALMOLIVE	HILLO/HILLO	ORAL-B/P&G	90,0
GRANDE RJ	REACH/J&J	COLGATE/COLGATE-PALMOLIVE	ORAL-B/P&G	SANIFIL/FACILIT	HILLO/HILLO	93,4
GRANDE SP	REACH/J&J	COLGATE/COLGATE-PALMOLIVE	ORAL-B/P&G	SANIFIL/FACILIT	DENTAL CLEAN/RABBIT	92,3
INTERIOR SP	REACH/J&J	COLGATE/COLGATE-PALMOLIVE	SANIFIL/FACILIT	ORAL-B/P&G	DENTICS/IND. E REPRES POLI PRODUCTS	94,0
SUL	REACH/J&J	COLGATE/COLGATE-PALMOLIVE	SANIFIL/FACILIT	ORAL-B/P&G	DENTAL CLEAN/RABBIT	93,0
MS, GO e DF	REACH/J&J	COLGATE/COLGATE-PALMOLIVE	SANIFIL/FACILIT	ORAL-B/P&G	HILLO/HILLO	93,0



FRALDA DESCARTÁVEL GERIÁTRICA

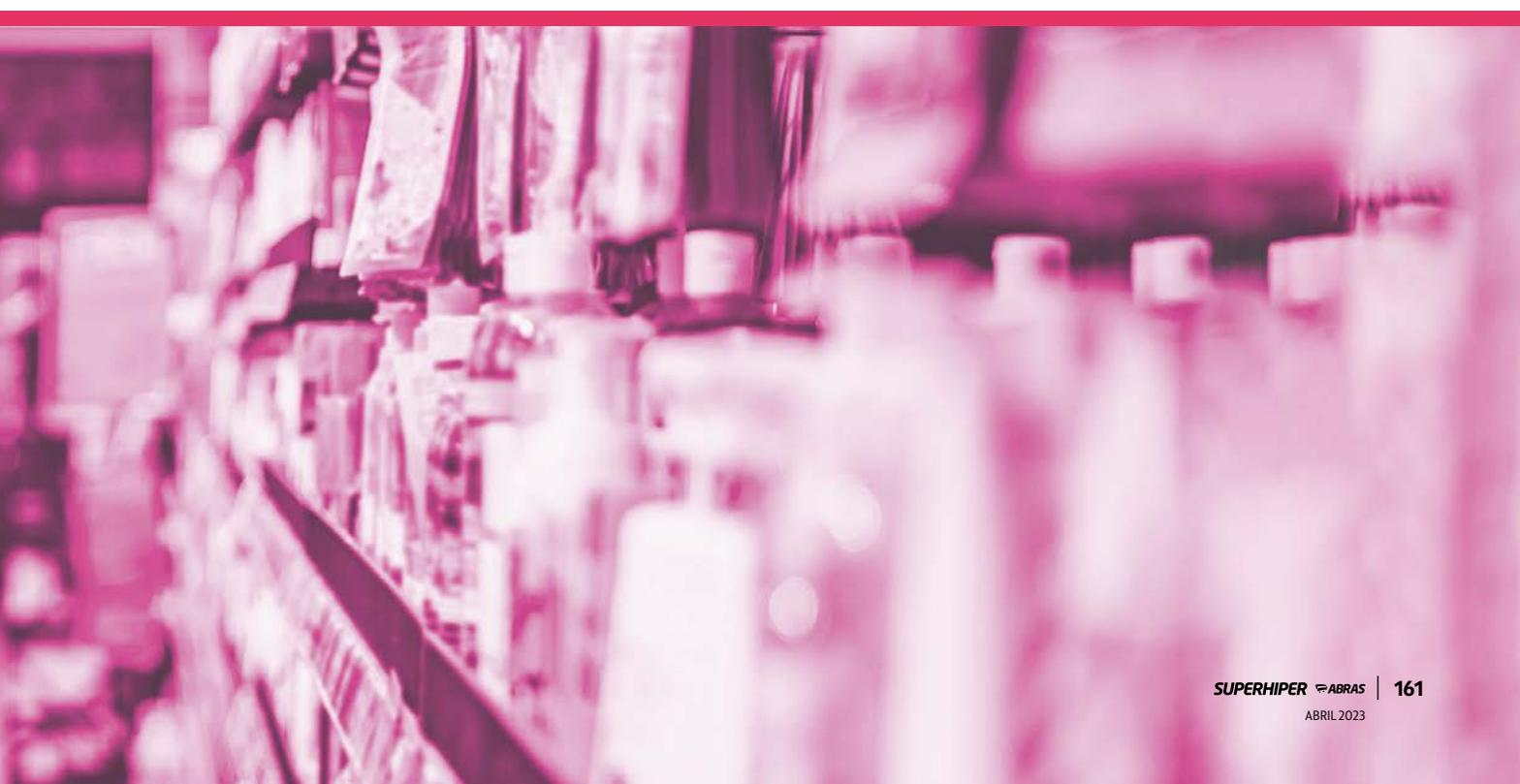
	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	PLENITUD/KIMBERLY-CLARK	BIGFRAL/ONTEX	TENA/ESSITY	COTIDIAN/SOFTYS	ADULTCARE/TOPFRAL	75,9
NORDESTE	PLENITUD/KIMBERLY-CLARK	BIGFRAL/ONTEX	COTIDIAN/SOFTYS	GERIAMAX/EVER GREEN	TENA/ESSITY	78,6
MG, ES, INT, RJ	PLENITUD/KIMBERLY-CLARK	BIGFRAL/ONTEX	COTIDIAN/SOFTYS	BEM ESTAR/CARTA FABRIL	TENA/ESSITY	89,2
NORDESTE	PLENITUD/KIMBERLY-CLARK	ADULTCARE/TOPFRAL	BIGFRAL/ONTEX	BEM ESTAR/CARTA FABRIL	GERIATEX/GERIATEX	90,5
GRANDE SP	PLENITUD/KIMBERLY-CLARK	BIGFRAL/ONTEX	TENA/ESSITY	GERIAMAX/EVER GREEN	SUAVIDADE/DIGUI	84,2
INTERIOR SP	PLENITUD/KIMBERLY-CLARK	BIGFRAL/ONTEX	TENA/ESSITY	COTIDIAN/SOFTYS	SENSATY/DRY LOCK	81,9
SUL	PLENITUD/KIMBERLY-CLARK	BIGFRAL/ONTEX	MILI VITA/MILI	TENA/ESSITY	SEVEN/PARENTEX	85,6
MS, GO E DF	PLENITUD/KIMBERLY-CLARK	BIGFRAL/ONTEX	MOVIMENT/ONTEX	TENA/ESSITY	COTIDIAN/SOFTYS	88,0

FRALDA INFANTIL

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	PAMPERS/P&G	HUGGIES/KIMBERLY-CLARK	BABYSEC/SOFTYS	CREMER/ONTEX	PERSONAL BABY/SANTHER	83,1
NORDESTE	HUGGIES/KIMBERLY-CLARK	PAMPERS/P&G	CREMER/ONTEX	BABYSEC/SOFTYS	MAMYPOKO/UNICHARM	86,1
MG, ES, INT, RJ	HUGGIES/KIMBERLY-CLARK	PAMPERS/P&G	PERSONAL BABY/SANTHER	BABYSEC/SOFTYS	POM POM/ONTEX	83,2
NORDESTE	BABYSEC/SOFTYS	HUGGIES/KIMBERLY-CLARK	PAMPERS/P&G	TURMA DA MÔNICA BABY/ONTEX	PERSONAL BABY/SANTHER	93,1
GRANDE SP	PAMPERS/P&G	HUGGIES/KIMBERLY-CLARK	BABYSEC/SOFTYS	POM POM/ONTEX	CREMER/ONTEX	85,9
INTERIOR SP	PAMPERS/P&G	HUGGIES/KIMBERLY-CLARK	BABYSEC/SOFTYS	POM POM/ONTEX	CREMER/ONTEX	84,9
SUL	PAMPERS/P&G	HUGGIES/KIMBERLY-CLARK	MILI/MILI	BABYSEC/SOFTYS	CREMER/ONTEX	93,4
MS, GO E DF	HUGGIES/KIMBERLY-CLARK	PAMPERS/P&G	CREMER/ONTEX	BABYSEC/SOFTYS	UNI BABY/REDE SÃO PAULO	84,3

HASTE FLEXÍVEL

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	COTONETES/J&J	COTTON BABY/HIGIE PLUS	TOPZ/TOPZ	COTTON LINE/HIGIE TOPP	PALINETES/COTY	87,7
NORDESTE	COTONETES/J&J	TOPZ/TOPZ	COTTON LINE/HIGIE TOPP	COTTON BABY/HIGIE PLUS	PALINETES/COTY	89,3
MG, ES, INT, RJ	COTONETES/J&J	TOPZ/TOPZ	COTTON BABY/HIGIE PLUS	MILI/MILI	PALINETES/COTY	91,6
NORDESTE	COTONETES/J&J	COTTON BABY/HIGIE PLUS	NATHY/ERS IND. E COM.	COTTON LINE/HIGIE TOPP	PALINETES/COTY	95,7
GRANDE SP	COTONETES/J&J	TOPZ/TOPZ	COTTON LINE/HIGIE TOPP	PALINETES/COTY	COTTON BABY/HIGIE PLUS	95,8
INTERIOR SP	COTONETES/J&J	TOPZ/TOPZ	UNISOFT/UNISOFT	MILI/MILI	COTTON LINE/HIGIE TOPP	89,2
SUL	COTONETES/J&J	COTTON BABY/HIGIE PLUS	MILI/MILI	TOPZ/TOPZ	BELLA/FLEXICOTTON	92,4
MS, GO E DF	COTONETES/J&J	TOPZ/TOPZ	PALINETES/COTY	UNISOFT/UNISOFT	JOHNSONS/J&J	95,3



Líderes de vendas

Escova de Dentes

BRASIL

- 1ª COLGATE/COLGATE-PALMOLIVE
- 2ª ORAL-B/P&G
- 3ª CONDOR/CONDOR
- 4ª SORRISO/COLGATE-PALMOLIVE
- 5ª REACH/J&J

Participação Top 5

76,5%

ÁREA 1

Nordeste

- 1ª ORAL-B/P&G
 - 2ª COLGATE/COLGATE-PALMOLIVE
 - 3ª CONDOR/CONDOR
 - 4ª SORRISO/COLGATE-PALMOLIVE
 - 5ª PRÓ/P&G
- Top 5** 76,4%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

- ORAL-B/P&G
 - COLGATE/COLGATE-PALMOLIVE
 - GREEN/GREEN
 - SORRISO/COLGATE-PALMOLIVE
 - CONDOR/CONDOR
- 82,0%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

- COLGATE/COLGATE-PALMOLIVE
 - ORAL-B/P&G
 - PRÓ/P&G
 - SORRISO/COLGATE-PALMOLIVE
 - SENSODYNE/GSK
- 84,4%

ÁREA 4

Grande São Paulo

- COLGATE/COLGATE-PALMOLIVE
 - ORAL-B/P&G
 - SORRISO/COLGATE-PALMOLIVE
 - REACH/J&J
 - CONDOR/CONDOR
- 78,4%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

- 1ª COLGATE/COLGATE-PALMOLIVE
 - 2ª ORAL-B/P&G
 - 3ª SORRISO/COLGATE-PALMOLIVE
 - 4ª REACH/J&J
 - 5ª JADEPRO/JADE
- Top 5** 79,8%

ÁREA 6

PR, SC e RS

- COLGATE/COLGATE-PALMOLIVE
 - ORAL-B/P&G
 - CONDOR/CONDOR
 - SORRISO/COLGATE-PALMOLIVE
 - REACH/J&J
- 82,0%

ÁREA 7

MS, GO e DF

- COLGATE/COLGATE-PALMOLIVE
 - ORAL-B/P&G
 - SORRISO/COLGATE-PALMOLIVE
 - DENTAL CLEAR/DENTAL CLEAR
 - REACH/J&J
- 78,1%

UMA ESCOLHA INTELIGENTE

Condor é uma escolha inteligente, econômica e de alta qualidade que oferece um mix de produtos que atendem todas as fatias do mercado e consumidores de diferentes perfis.

Novas embalagens e novos produtos!

UM GRANDE
IMPACTO NO
PONTO DE
VENDAS



NÃO FIQUE DE FORA DESSE GRANDE SUCESSO

 **Condor**

Siga-nos nas redes sociais:



@condorhigienebucal



@mundocondor



Aponte a
câmera do
seu celular
e aproveite

Líderes de vendas

Haste Flexível

BRASIL

- 1ª COTONETES/J&J**

- 2ª COTTON BABY/HIGIE PLUS**

- 3ª TOPZ/TOPZ**

- 4ª COTTON LINE/HIGIE TOPP**

- 5ª PALINETES/COTY**

Participação Top 5

87,7%

ÁREA 1

Nordeste

- 1ª** COTONETES/J&J
 - 2ª** TOPZ/TOPZ
 - 3ª** COTTON LINE/HIGIE TOPP
 - 4ª** COTTON BABY/HIGIE PLUS
 - 5ª** PALINETES/COTY
- Top 5** 89,3%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

- COTONETES/J&J
 - TOPZ/TOPZ
 - COTTON BABY/HIGIE PLUS
 - MILI/MILI
 - PALINETES/COTY
- 91,6%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

- COTONETES/J&J
 - COTTON BABY/HIGIE PLUS
 - NATHY/ERS IND. E COM.
 - COTTON LINE/HIGIE TOPP
 - PALINETES/COTY
- 95,7%

ÁREA 4

Grande São Paulo

- COTONETES/J&J
 - TOPZ/TOPZ
 - COTTON LINE/HIGIE TOPP
 - PALINETES/COTY
 - COTTON BABY/HIGIE PLUS
- 95,8%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

- 1ª** COTONETES/J&J
 - 2ª** TOPZ/TOPZ
 - 3ª** UNISOFT/UNISOFT
 - 4ª** MILI/MILI
 - 5ª** COTTON LINE/HIGIE TOPP
- Top 5** 89,2%

ÁREA 6

PR, SC e RS

- COTONETES/J&J
 - COTTON BABY/HIGIE PLUS
 - MILI/MILI
 - TOPZ/TOPZ
 - BELLA/FLEXICOTTON
- 92,4%

ÁREA 7

MS, GO e DF

- COTONETES/J&J
 - TOPZ/TOPZ
 - PALINETES/COTY
 - UNISOFT/UNISOFT
 - JOHNSONS/J&J
- 95,3%

Cottonbaby

f @ curtacottonbaby

NÃO É ~~COTONETE~~ É HASTE FLEXÍVEL COTTONBABY!

QUEREMOS TE
AJUDAR A OUVIR
O CONSUMIDOR



Seja um parceiro Cottonbaby

55 48 99174-5259



Conheça
nosso mix de
produtos:



Líderes de vendas

Papel Higiênico - Folha Dupla

BRASIL

- 1ª NEVE/KIMBERLY-CLARK
- 2ª PERSONAL/SANTHER
- 3ª MIMMO/SUZANO
- 4ª DUETTO/SEPAC
- 5ª MILI/MILI

Participação Top 5

57,0%

ÁREA 1

Nordeste

- 1ª MIMMO/SUZANO
 - 2ª PERSONAL/SANTHER
 - 3ª NEVE/KIMBERLY-CLARK
 - 4ª MAX PURE/SUZANO
 - 5ª LE BLANC/SUZANO
- Top 5** 63,1%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

- CARINHO/COPAPA
 - MIMMO/SUZANO
 - COTTON/CARTA FABRIL
 - PERSONAL/SANTHER
 - NEVE/KIMBERLY-CLARK
- 64,4%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

- MIMMO/SUZANO
 - CARINHO/COPAPA
 - NEVE/KIMBERLY-CLARK
 - COTTON/CARTA FABRIL
 - ELITE/SOFTYS
- 76,7%

ÁREA 4

Grande São Paulo

- NEVE/KIMBERLY-CLARK
 - PERSONAL/SANTHER
 - ELITE/SOFTYS
 - MIMMO/SUZANO
 - FOFINHO/CANOINHAS DE PAPEL
- 73,9%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

- 1ª NEVE/KIMBERLY-CLARK
 - 2ª PERSONAL/SANTHER
 - 3ª DUETTO/SEPAC
 - 4ª MIMMO/SUZANO
 - 5ª ELITE/SOFTYS
- Top 5** 64,5%

ÁREA 6

PR, SC e RS

- DUETTO/SEPAC
 - PERSONAL/SANTHER
 - MILI/MILI
 - NEVE/KIMBERLY-CLARK
 - FOFINHO/CANOINHAS DE PAPEL
- 74,6%

ÁREA 7

MS, GO e DF

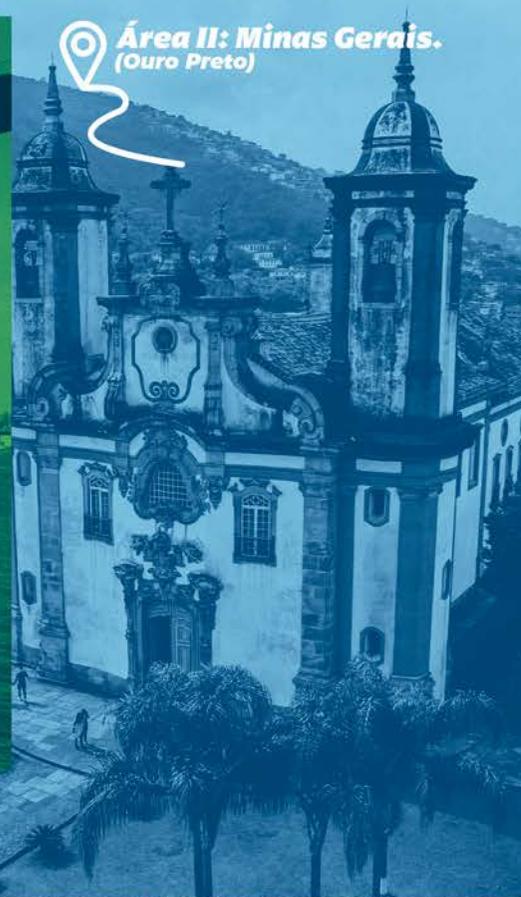
- NEVE/KIMBERLY-CLARK
 - PERSONAL/SANTHER
 - COTTON/CARTA FABRIL
 - MIMMO/SUZANO
 - DUETTO/SEPAC
- 60,1%

Quando tem **Carinho**,
a liderança em vendas
é o resultado!

Área II: Espírito Santo.
(Vitória)



Área II: Minas Gerais.
(Ouro Preto)



Área II: Interior do Rio de Janeiro.
(Santo Antônio de Pádua)



Área III: Grande Rio.
(Niterói)



Linha de Papéis
Carinho

Líder* em vendas nas áreas II e III.

*Área II: Minas Gerais, Espírito Santo e Interior do Rio de Janeiro. (1º lugar na categoria papel higiênico folha dupla)
Área III: região metropolitana do Rio de Janeiro. (1º lugar na categoria papel higiênico folha simples)




copapa
60+



LÂMINA DE BARBEAR (DESCARTÁVEL)

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	PRESTOBARBA/P&G	BIC/BIC	VENUS/P&G	GILLETTE OFF BRAND/P&G	VICEROY/BLADES	97,1
NORDESTE	PRESTOBARBA/P&G	BIC/BIC	GILLETTE OFF BRAND/P&G	VENUS/P&G	GILLETTE/P&G	99,1
MG, ES, INT. RJ	PRESTOBARBA/P&G	BIC/BIC	VICEROY/BLADES	VENUS/P&G	GILLETTE OFF BRAND/P&G	98,0
GRANDE RJ	PRESTOBARBA/P&G	BIC/BIC	VENUS/P&G	GILLETTE OFF BRAND/P&G	SUPER MAX/SUPERMAX	97,8
GRANDE SP	PRESTOBARBA/P&G	BIC/BIC	VENUS/P&G	GILLETTE OFF BRAND/P&G	FIAT LUX/SWEDISH MATCH	98,3
INTERIOR SP	PRESTOBARBA/P&G	BIC/BIC	VENUS/P&G	GILLETTE OFF BRAND/P&G	GILLETTE/P&G	98,0
SUL	PRESTOBARBA/P&G	BIC/BIC	VENUS/P&G	GILLETTE OFF BRAND/P&G	GILLETTE/P&G	99,4
MS, GO e DF	PRESTOBARBA/P&G	BIC/BIC	VENUS/P&G	GILLETTE OFF BRAND/P&G	VICEROY/BLADES	98,5

LENÇO UMEDECIDO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	HUGGIES/KIMBERLY-CLARK	PAMPERS/P&G	JOHNSONS/J&J	MILI/MILI	MEU BEBÊ/HYGIELINE IND. E COM.	62,0
NORDESTE	PAMPERS/P&G	HUGGIES/KIMBERLY-CLARK	JOHNSONS/J&J	CREMER/ONTEX	BEBÊ LIMPINHO/R2M	74,5
MG, ES, INT. RJ	HUGGIES/KIMBERLY-CLARK	PAMPERS/P&G	COTTON BABY/HIGIE PLUS	PIQUITUCHO/F.W. IND. COM.	ISABABY/ARCOM	62,0
GRANDE RJ	HUGGIES/KIMBERLY-CLARK	PAMPERS/P&G	BABY LIMP/FIO DENT	BABYSEC/CMPC TISSUE	BABY LOONEY TUNES/CARTA FABRIL	88,1
GRANDE SP	HUGGIES/KIMBERLY-CLARK	PAMPERS/P&G	NATURAL BABY WIPES/EVER GREEN	BABY POPPY/OPUS	JOHNSONS/J&J	74,0
INTERIOR SP	HUGGIES/KIMBERLY-CLARK	PAMPERS/P&G	JOHNSONS/J&J	BABY POPPY/OPUS	UNI CARE/CARMEL IND. E COM.	72,0
SUL	HUGGIES/KIMBERLY-CLARK	MEU BEBÊ/HYGIELINE IND. E COM.	PAMPERS/P&G	MILI/MILI	SNOW BABY/R2M	64,3
MS, GO e DF	HUGGIES/KIMBERLY-CLARK	PAMPERS/P&G	JOHNSONS/J&J	CREMER/ONTEX	NATURAL BABY WIPES/EVER GREEN	78,9

PAPEL HIGIÊNICO - FOLHA DUPLA

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	NEVE/KIMBERLY-CLARK	PERSONAL/SANTHER	MIMMO/SUZANO	DUETTO/SEPAC	MILI/MILI	57,0
NORDESTE	MIMMO/SUZANO	PERSONAL/SANTHER	NEVE/KIMBERLY-CLARK	MAX PURE/SUZANO	LE BLANC/SUZANO	63,1
MG, ES, INT. RJ	CARINHO/COPAPA	MIMMO/SUZANO	COTTON/CARTA FABRIL	PERSONAL/SANTHER	NEVE/KIMBERLY-CLARK	64,4
GRANDE RJ	MIMMO/SUZANO	CARINHO/COPAPA	NEVE/KIMBERLY-CLARK	COTTON/CARTA FABRIL	ELITE/SOFTYS	76,7
GRANDE SP	NEVE/KIMBERLY-CLARK	PERSONAL/SANTHER	ELITE/SOFTYS	MIMMO/SUZANO	FOFINHO/CANONHAS DE PAPEL	73,9
INTERIOR SP	NEVE/KIMBERLY-CLARK	PERSONAL/SANTHER	DUETTO/SEPAC	MIMMO/SUZANO	ELITE/SOFTYS	64,5
SUL	DUETTO/SEPAC	PERSONAL/SANTHER	MILI/MILI	NEVE/KIMBERLY-CLARK	FOFINHO/CANONHAS DE PAPEL	74,6
MS, GO e DF	NEVE/KIMBERLY-CLARK	PERSONAL/SANTHER	COTTON/CARTA FABRIL	MIMMO/SUZANO	DUETTO/SEPAC	60,1

PAPEL HIGIÊNICO - FOLHA SIMPLES

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	MILI/MILI	PALOMA/SEPAC	FLORAL/SUZANO	PERSONAL/SANTHER	BOB/C. V. G.	56,7
NORDESTE	FLORAL/SUZANO	ROSE/ONDUNORTE	FAMILIAR/O. L. IND. DE PAPÉIS	MAX PURE/SUZANO	PERSONAL/SANTHER	78,0
MG, ES, INT. RJ	MILI/MILI	BOB/C. V. G.	CARINHO/COPAPA	ZAPEL/BOM PASTOR	SULLEG/BRASWELL	79,9
GRANDE RJ	CARINHO/COPAPA	PERSONAL/SANTHER	SULLEG/BRASWELL	SUBLIME/SOFTYS	FOFINHO/CANONHAS DE PAPEL	81,1
GRANDE SP	PERSONAL/SANTHER	PALOMA/SEPAC	SULLEG/BRASWELL	NEVE/KIMBERLY-CLARK	SUBLIME/SOFTYS	68,7
INTERIOR SP	PALOMA/SEPAC	MILI/MILI	PERSONAL/SANTHER	UNI/REDE SÃO PAULO	CAMERATTA/MILI	74,8
SUL	MILI/MILI	PALOMA/SEPAC	NEVE/KIMBERLY-CLARK	PERSONAL/SANTHER	BOB/C. V. G.	84,0
MS, GO e DF	PALOMA/SEPAC	MILI/MILI	UNI/REDE SÃO PAULO	BOB/C. V. G.	NEVE/KIMBERLY-CLARK	86,3

PRESERVATIVO MASCULINO/FEMININO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	PRUDENCE/DKT DO BRASIL	JONTEX/RECKITT	OLLA/RECKITT	BLOWTEX/BLOWTEX	SKYN/BLOWTEX	95,0
NORDESTE	PRUDENCE/DKT DO BRASIL	JONTEX/RECKITT	OLLA/RECKITT	BLOWTEX/BLOWTEX	SKYN/BLOWTEX	96,8
MG, ES, INT. RJ	SEXFREE/SEX FREE IND. E COM.	JONTEX/RECKITT	PRUDENCE/DKT DO BRASIL	OLLA/RECKITT	THE BEST/M. R. ANTUNES	99,6
GRANDE RJ	JONTEX/RECKITT	OLLA/RECKITT	PRUDENCE/DKT DO BRASIL	SKYN/BLOWTEX	ELITE/BLOWTEX	99,9
GRANDE SP	JONTEX/RECKITT	OLLA/RECKITT	PRUDENCE/DKT DO BRASIL	BLOWTEX/BLOWTEX	SKYN/BLOWTEX	98,8
INTERIOR SP	JONTEX/RECKITT	OLLA/RECKITT	PRUDENCE/DKT DO BRASIL	BLOWTEX/BLOWTEX	SKYN/BLOWTEX	99,7
SUL	PRUDENCE/DKT DO BRASIL	JONTEX/RECKITT	SKYN/BLOWTEX	OLLA/RECKITT	BLOWTEX/BLOWTEX	99,9
MS, GO e DF	PRUDENCE/DKT DO BRASIL	JONTEX/RECKITT	OLLA/RECKITT	ELITE/BLOWTEX	SKYN/BLOWTEX	99,9

REPELENTE						
	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	OFF/SC JOHNSON	REPELEX/RECKITT	SBP/RECKITT BENCKISER	BARUEL/BARUEL	NO INSET/FLORA	96,0
NORDESTE	OFF/SC JOHNSON	REPELEX/RECKITT	BARUEL/BARUEL	SBP/RECKITT	JOHNSONS BABY/J&J	97,2
MG, ES, INT. RJ	OFF/SC JOHNSON	REPELEX/RECKITT	SBP/RECKITT	XO INSETO/CIMED	TRÁ LÁ LÁ/PHISALIA	98,9
GRANDE RJ	OFF/SC JOHNSON	REPELEX/RECKITT	SBP/RECKITT	JOHNSONS BABY/J&J	BARUEL/BARUEL	97,7
GRANDE SP	OFF/SC JOHNSON	REPELEX/RECKITT	SBP/RECKITT	BARUEL/BARUEL	EXPOSIS/SC JOHNSON	96,9
INTERIOR SP	OFF/SC JOHNSON	REPELEX/RECKITT	SBP/RECKITT	BARUEL/BARUEL	EXPOSIS/SC JOHNSON	98,5
SUL	OFF/SC JOHNSON	REPELEX/RECKITT	SBP/RECKITT	NO INSET/FLORA	ABOVE/BASTON	94,7
MS, GO e DF	OFF/SC JOHNSON	REPELEX/RECKITT	SBP/RECKITT	REPMAX/FRANCEFARMA	JOHNSONS BABY/J&J	98,1

SABONETE LÍQUIDO						
	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	LUX/UNILEVER	GRANADO/CASA GRANADO	PROTEX/COLGATE-PALMOLIVE	PALMOLIVE/COLGATE-PALMOLIVE	DOVE/UNILEVER	57,8
NORDESTE	LUX/UNILEVER	GRANADO/CASA GRANADO	PROTEX/COLGATE-PALMOLIVE	JOHNSONS/J&J	DOVE/UNILEVER	57,7
MG, ES, INT. RJ	LUX/UNILEVER	PROTEX/COLGATE-PALMOLIVE	GRANADO/CASA GRANADO	YEVA COSMETIQUES/LACCOS	JOHNSONS/J&J	49,0
GRANDE RJ	GRANADO/CASA GRANADO	PROTEX/COLGATE-PALMOLIVE	LUX/UNILEVER	PALMOLIVE/COLGATE-PALMOLIVE	DOVE/UNILEVER	68,0
GRANDE SP	LUX/UNILEVER	PROTEX/COLGATE-PALMOLIVE	DOVE/UNILEVER	GRANADO/CASA GRANADO	JOHNSONS/J&J	63,2
INTERIOR SP	LUX/UNILEVER	PROTEX/COLGATE-PALMOLIVE	PALMOLIVE/COLGATE-PALMOLIVE	JOHNSONS/J&J	GRANADO/CASA GRANADO	65,2
SUL	LUX/UNILEVER	PROTEX/COLGATE-PALMOLIVE	PREMISSA/PROLINE	GRANADO/CASA GRANADO	DOVE/UNILEVER	50,0
MS, GO e DF	LUX/UNILEVER	PROTEX/COLGATE-PALMOLIVE	DERMACREAM/BOTANIC DO BRASIL	JOHNSONS/J&J	DOVE/UNILEVER	58,2

SABONETE SÓLIDO						
	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	DOVE/UNILEVER	PROTEX/COLGATE-PALMOLIVE	NIVEA/NIVEA	LUX/UNILEVER	PALMOLIVE/COLGATE-PALMOLIVE	58,1
NORDESTE	PROTEX/COLGATE-PALMOLIVE	EVEN/RAYMUNDO DA FONTE	DOVE/UNILEVER	NIVEA/NIVEA	PALMOLIVE/COLGATE-PALMOLIVE	59,1
MG, ES, INT. RJ	LUX/UNILEVER	NIVEA/NIVEA	PROTEX/COLGATE-PALMOLIVE	DOVE/UNILEVER	PALMOLIVE/COLGATE-PALMOLIVE	55,1
GRANDE RJ	PROTEX/COLGATE-PALMOLIVE	LUX/UNILEVER	FLOR DE YPÊ/QUÍMICA AMPARO	NIVEA/NIVEA	PHEBO/CASA GRANADO	54,6
GRANDE SP	DOVE/UNILEVER	PROTEX/COLGATE-PALMOLIVE	NIVEA/NIVEA	LUX/UNILEVER	PALMOLIVE/COLGATE-PALMOLIVE	63,6
INTERIOR SP	DOVE/UNILEVER	PROTEX/COLGATE-PALMOLIVE	LUX/UNILEVER	PALMOLIVE/COLGATE-PALMOLIVE	NIVEA/NIVEA	62,3
SUL	DOVE/UNILEVER	NIVEA/NIVEA	PROTEX/COLGATE-PALMOLIVE	PALMOLIVE/COLGATE-PALMOLIVE	LUX/UNILEVER	62,6
MS, GO e DF	NIVEA/NIVEA	PALMOLIVE/COLGATE-PALMOLIVE	DOVE/UNILEVER	PROTEX/COLGATE-PALMOLIVE	LUX/UNILEVER	60,9

TINTURA PARA CABELO						
	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	COR E TON/L'ORÉAL	IMEDIA/L'ORÉAL	KOLESTON/P&G	BIOCOLOR/COTY	CASTING CREME GLOSS/L'ORÉAL	69,3
NORDESTE	COR E TON/L'ORÉAL	KOLESTON/P&G	IMEDIA/L'ORÉAL	CASTING CREME GLOSS/L'ORÉAL	MAXTON/EMBELLEZE	67,4
MG, ES, INT. RJ	IMEDIA/L'ORÉAL	KOLESTON/P&G	COR E TON/L'ORÉAL	BIOCOLOR/COTY	CASTING CREME GLOSS/L'ORÉAL	73,9
GRANDE RJ	IMEDIA/L'ORÉAL	COR E TON/L'ORÉAL	MAXTON/EMBELLEZE	KOLESTON/P&G	CASTING CREME GLOSS/L'ORÉAL	80,1
GRANDE SP	KOLESTON/P&G	IMEDIA/L'ORÉAL	COR E TON/L'ORÉAL	BIOCOLOR/COTY	CASTING CREME GLOSS/L'ORÉAL	80,2
INTERIOR SP	COR E TON/L'ORÉAL	IMEDIA/L'ORÉAL	KOLESTON/P&G	BIOCOLOR/COTY	CASTING CREME GLOSS/L'ORÉAL	74,4
SUL	KOLESTON/P&G	COR E TON/L'ORÉAL	IMEDIA/L'ORÉAL	BEAUTY COLOR/BONYPLUS	BIOCOLOR/COTY	65,1
MS, GO e DF	KOLESTON/P&G	IMEDIA/L'ORÉAL	COR E TON/L'ORÉAL	BIOCOLOR/COTY	CASTING CREME GLOSS/L'ORÉAL	74,5

XAMPU						
	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	PANTENE/P&G	ELSEVE/L'ORÉAL	SEDA/UNILEVER	CLEAR/UNILEVER	DOVE/UNILEVER	59,5
NORDESTE	PANTENE/P&G	ELSEVE/L'ORÉAL	CLEAR/UNILEVER	SEDA/UNILEVER	DOVE/UNILEVER	57,5
MG, ES, INT. RJ	PANTENE/P&G	SEDA/UNILEVER	ELSEVE/L'ORÉAL	CLEAR/UNILEVER	DOVE/UNILEVER	61,0
GRANDE RJ	PANTENE/P&G	ELSEVE/L'ORÉAL	SEDA/UNILEVER	CLEAR/UNILEVER	DOVE/UNILEVER	60,8
GRANDE SP	PANTENE/P&G	SEDA/UNILEVER	DOVE/UNILEVER	CLEAR/UNILEVER	ELSEVE/L'ORÉAL	58,8
INTERIOR SP	PANTENE/P&G	ELSEVE/L'ORÉAL	SEDA/UNILEVER	CLEAR/UNILEVER	DOVE/UNILEVER	61,3
SUL	PANTENE/P&G	ELSEVE/L'ORÉAL	CLEAR/UNILEVER	DOVE/UNILEVER	SEDA/UNILEVER	58,8
MS, GO e DF	PANTENE/P&G	SEDA/UNILEVER	ELSEVE/L'ORÉAL	CLEAR/UNILEVER	DOVE/UNILEVER	61,5



Um ano de crescimento para o mercado de limpeza

Em 2022, as cestas de higiene e beleza e limpeza puxaram o crescimento do volume de compras do setor supermercadista

POR RENATA RUIZ

>>A cesta de limpeza foi a que mais se destacou em 2022, com uma variação de valor de 16% e com uma retração pequena na variação de volume (-2%). No ano passado, o segmento de limpeza monitorado pela NielsenIQ teve uma relativa estabilidade em volume comercializado no varejo, contando com uma variação de -0,6%. Em comparação com o ano anterior, o segmento de limpeza caseira registrou um aumento de volume de vendas bem significativo, puxando o crescimento do setor, juntamente com o de higiene e limpeza (15%).

Por canal, no atacarejo a cesta de limpeza foi responsável pela presença de 1,1% no volume de compra, enquanto

Os três produtos com maior destaque na cesta:

Sabão e detergente para roupa

33,4%

Amaciante de roupas

11,5%

Detergente líquido

8,6%

sua presença no supermercado manteve-se positiva.

Os produtos com maior importância na cesta em valor de vendas em 2022 foram: sabão e detergente para roupa (33,4%), amaciante de roupas (11,5%), detergente líquido (8,6%), água sanitária e alvejante (8,5%) e concentrado de limpeza (6,6%).

As maiores quedas em relação ao volume de vendas foram: gás fume-gante (-41,5%), espiral (-27,2%), cera para pisos (-25,2%), armadilha (-20,7%) e desodorizador sanitário (-18,4%). Os produtos que se mantiveram com a variação de valor de vendas no patamar positivo foram: sabão e detergente para roupa (13,7%), lâ de aço (13,5%), detergente líquido (13,5%), amaciante de roupas (9,7%) e esponja sintética (9,6%).

Mesmo com o crescimento, o que se notou nesta pesquisa é que apesar do aumento na variação do valor de venda, houve uma queda no volume de vendas, ou seja, o aumento dos preços nesta categoria foi bem significativo, e fez, mesmo com o crescimento, com que o consumidor comprasse menos, devido à alta dos preços. **St**

Líderes de vendas

Índice

Álvejante com Cloro	172
Alvejante sem Cloro	172
Amaciante de Roupa	172
Concentrado de Limpeza	172
Desengordurante/Cozinha	172
Desinfetante	173
Desodorizador Sanitário	173
Detergente Líquido	186
Espanja Sintética	186
Inseticidas (era+líq+elet+isc+esp+gas)	186
Limpador com Brilho	186
Limpa Carpete	186
Limpa-Vidros	187
Limpeza Banheiro	187
Purificador de Ar	187
Sabão/Detergente em Pó	187
Sabão/Detergente Líquido para Roupas	187

ALVEJANTE COM CLORO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	Q'BOA/ANHEMBI	YPÊ/QUÍMICA AMPARO	BRILUX/RAYMUNDO DA FONTE	SUPER CÂNDIDA/ANHEMBI	CANDURA/IPLASA	52,7
NORDESTE	BRILUX/RAYMUNDO DA FONTE	DRAGÃO/INTERLÂNDIA	OLIMPO/RAYMUNDO DA FONTE	YPÊ/QUÍMICA AMPARO	TUBARÃO/RAYMUNDO DA FONTE	74,0
MG, ES, INT. RJ	SUPER GLOBO/SUPER GLOBO	SANTA CLARA/SUPER GLOBO	Q'BOA/ANHEMBI	YPÊ/QUÍMICA AMPARO	CLASSIC/CARLEZANI IND. E COM.	67,7
GRANDE RJ	BRILUX/RAYMUNDO DA FONTE	PRO WATER/PRO WATER	SUPER GLOBO/SUPER GLOBO	YPÊ/QUÍMICA AMPARO	CLORAL/RAYMUNDO DA FONTE	79,3
GRANDE SP	SUPER CÂNDIDA/ANHEMBI	YPÊ/QUÍMICA AMPARO	CANDURA/IPLASA	DACTOR/TOTAL QUÍMICA	AGIFÁCIL/ECO AR	84,4
INTERIOR SP	YPÊ/QUÍMICA AMPARO	CANDURA/IPLASA	TRIEX/3X	SUPER CÂNDIDA/ANHEMBI	Q'BOA/ANHEMBI	67,5
SUL	Q'BOA/ANHEMBI	YPÊ/QUÍMICA AMPARO	GIRANDO SOL/GIRANDO SOL	GOTA LIMPA/BERTOLINI GIONGO	DA ILHA/DA ILHA	87,4
MS, GO e DF	Q'BOA/ANHEMBI	YPÊ/QUÍMICA AMPARO	ZUPP/ZUPPANI	CANDURA/IPLASA	TRIEX/3X	89,6

ALVEJANTE SEM CLORO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	VANISH/RECKITT	TIXAN/QUÍMICA AMPARO	OMO/UNILEVER	BRILHANTE ÚTILE/UNILEVER	BRILHANTE/UNILEVER	89,8
NORDESTE	VANISH/RECKITT	OMO/UNILEVER	ECONÔMICO/F. C. OLIVEIRA	BRILUX/RAYMUNDO DA FONTE	BRILHANTE ÚTILE/UNILEVER	93,2
MG, ES, INT. RJ	VANISH/RECKITT	TIXAN/QUÍMICA AMPARO	SAIF/MACKERDUZ	OMO/UNILEVER	Q'BOA/ANHEMBI	89,6
GRANDE RJ	VANISH/RECKITT	OMO/UNILEVER	TIXAN/QUÍMICA AMPARO	URCA/GTEX BRASIL	VANTAGE/BOMBRIIL	97,8
GRANDE SP	VANISH/RECKITT	BRILHANTE/UNILEVER	OMO/UNILEVER	BRILHANTE ÚTILE/UNILEVER	SUPER CÂNDIDA/ANHEMBI	94,3
INTERIOR SP	VANISH/RECKITT	TIXAN/QUÍMICA AMPARO	TRIEX/3X	BRILHANTE ÚTILE/UNILEVER	OMO/UNILEVER	89,1
SUL	VANISH/RECKITT	GIRANDO SOL/GIRANDO SOL	OMO/UNILEVER	BRILHANTE ÚTILE/UNILEVER	BRILHANTE/UNILEVER	86,4
MS, GO e DF	VANISH/RECKITT	TIXAN/QUÍMICA AMPARO	OMO/UNILEVER	BRILHANTE ÚTILE/UNILEVER	BRILHANTE/UNILEVER	94,2

AMACIANTE DE ROUPA

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	DOWNY/P&G	COMFORT/UNILEVER	YPÊ/QUÍMICA AMPARO	MON BIJOU/BOMBRIIL	BABY SOFT/GTEX BRASIL	81,8
NORDESTE	DOWNY/P&G	COMFORT/UNILEVER	SONHO/RAYMUNDO DA FONTE	YPÊ/QUÍMICA AMPARO	FOFO/UNILEVER	87,8
MG, ES, INT. RJ	DOWNY/P&G	COMFORT/UNILEVER	YPÊ/QUÍMICA AMPARO	AMACITEL/K&M	BABY SOFT/GTEX BRASIL	79,8
GRANDE RJ	DOWNY/P&G	COMFORT/UNILEVER	YPÊ/QUÍMICA AMPARO	MON BIJOU/BOMBRIIL	URCA/GTEX BRASIL	86,4
GRANDE SP	DOWNY/P&G	COMFORT/UNILEVER	YPÊ/QUÍMICA AMPARO	MON BIJOU/BOMBRIIL	BABY SOFT/GTEX BRASIL	91,3
INTERIOR SP	DOWNY/P&G	COMFORT/UNILEVER	YPÊ/QUÍMICA AMPARO	BABY SOFT/GTEX BRASIL	URCA/GTEX BRASIL	88,9
SUL	DOWNY/P&G	COMFORT/UNILEVER	YPÊ/QUÍMICA AMPARO	GIRANDO SOL/GIRANDO SOL	SOFT PLUS/CRIVIALLI SUPER CLEAN	85,6
MS, GO e DF	DOWNY/P&G	YPÊ/QUÍMICA AMPARO	COMFORT/UNILEVER	MON BIJOU/BOMBRIIL	MINUANO/FLORA	88,7



CONCENTRADO DE LIMPEZA

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	VEJA/RECKITT	CASA & PERFUME/K&M	UAU/CERA INGLEZA	AJAX/COLGATE-PALMOLIVE	YPÊ/QUÍMICA AMPARO	75,9
NORDESTE	VEJA/RECKITT	CASA & PERFUME/K&M	YPÊ/QUÍMICA AMPARO	CIF/UNILEVER	UAU/CERA INGLEZA	75,7
MG, ES, INT. RJ	VEJA/RECKITT	UAU/CERA INGLEZA	CASA & PERFUME/K&M	CASA FLOR/POLITRIZ	YPÊ/QUÍMICA AMPARO	78,5
GRANDE RJ	VEJA/RECKITT	CASA & PERFUME/K&M	UAU/CERA INGLEZA	VIM/UNILEVER	YPÊ/QUÍMICA AMPARO	80,4
GRANDE SP	VEJA/RECKITT	AJAX/COLGATE-PALMOLIVE	CASA & PERFUME/K&M	CIF/UNILEVER	VIM/UNILEVER	80,9
INTERIOR SP	VEJA/RECKITT	CASA & PERFUME/K&M	AJAX/COLGATE-PALMOLIVE	YPÊ/QUÍMICA AMPARO	CIF/UNILEVER	78,8
SUL	VEJA/RECKITT	AJAX/COLGATE-PALMOLIVE	CASA & PERFUME/K&M	YPÊ/QUÍMICA AMPARO	COALA/COALA DE SÃO ROQUE	76,5
MS, GO e DF	VEJA/RECKITT	UAU/CERA INGLEZA	YPÊ/QUÍMICA AMPARO	CIF/UNILEVER	AJAX/COLGATE-PALMOLIVE	76,7

COZINHA

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	VEJA/RECKITT	MR. MÚSCULO/SC JOHNSON	CIF/UNILEVER	UAU/CERA INGLEZA	LIMPOL/BOMBRIIL	94,7
NORDESTE	VEJA/RECKITT	MR. MÚSCULO/SC JOHNSON	CIF/UNILEVER	UAU/CERA INGLEZA	AZULIM/LIMA E PERGHER	94,1
MG, ES, INT. RJ	VEJA/RECKITT	MR. MÚSCULO/SC JOHNSON	CIF/UNILEVER	UAU/CERA INGLEZA	AZULIM/LIMA E PERGHER	93,9
GRANDE RJ	VEJA/RECKITT	MR. MÚSCULO/SC JOHNSON	CIF/UNILEVER	UAU/CERA INGLEZA	LIMPOL/BOMBRIIL	96,0
GRANDE SP	VEJA/RECKITT	MR. MÚSCULO/SC JOHNSON	CIF/UNILEVER	UAU/CERA INGLEZA	LIMPOL/BOMBRIIL	95,4
INTERIOR SP	VEJA/RECKITT	MR. MÚSCULO/SC JOHNSON	CIF/UNILEVER	UAU/CERA INGLEZA	LIMPOL/BOMBRIIL	96,0
SUL	VEJA/RECKITT	MR. MÚSCULO/SC JOHNSON	CIF/UNILEVER	LIMPOL/BOMBRIIL	Q'BOA/ANHEMBI	94,4
MS, GO e DF	VEJA/RECKITT	MR. MÚSCULO/SC JOHNSON	CIF/UNILEVER	UAU/CERA INGLEZA	ZUPP/ZUPPANI	94,9



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/BOMBRIIL	56,6
NORDESTE	PINHO SOL/COLGATE-PALMOLIVE	LYSOFORM/SC JOHNSON	AZULIM/LIMA E PERGHER	BAK YPÉ/QUÍMICA AMPARO	KALIPTO/BOMBRIIL	55,3
MG, ES, INT. RJ	PINHO SOL/COLGATE-PALMOLIVE	LYSOFORM/SC JOHNSON	BAK YPÉ/QUÍMICA AMPARO	PINHO TROP/CERA INGLEZA	BATUTA/CERA INGLEZA	57,2
GRANDE RJ	LYSOFORM/SC JOHNSON	PINHO SOL/COLGATE-PALMOLIVE	PINHO BRIL/BOMBRIIL	URCA/GTEX BRASIL IND. E COM.	BAK YPÉ/QUÍMICA AMPARO	62,3
GRANDE SP	LYSOFORM/SC JOHNSON	PINHO SOL/COLGATE-PALMOLIVE	SANOL/TOTAL QUÍMICA	OMO/UNILEVER	LYSOL/RB	74,5
INTERIOR SP	LYSOFORM/SC JOHNSON	PINHO SOL/COLGATE-PALMOLIVE	SANOL/TOTAL QUÍMICA	TRIEX/3 X PRODS. QUÍMICOS	BAK YPÉ/QUÍMICA AMPARO	66,2
SUL	PINHO SOL/COLGATE-PALMOLIVE	LYSOFORM/SC JOHNSON	GIRANDO SOL/GIRANDO SOL	PINHO BRIL/BOMBRIIL	BAK YPÉ/QUÍMICA AMPARO	63,1
MS, GO e DF	PINHO SOL/COLGATE-PALMOLIVE	LYSOFORM/SC JOHNSON	BAK YPÉ/QUÍMICA AMPARO	TRIEX/3 X PRODS. QUÍMICOS	OMO/UNILEVER	60,9

DESODORIZADOR SANITÁRIO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	PATO/SC JOHNSON	HARPIK/RECKITT	INSPIRA/LIMPPANO	GLADE/SC JOHNSON	LIPEX/ATREVIDA	70,1
NORDESTE	PATO/SC JOHNSON	HARPIK/RECKITT	GLADE/SC JOHNSON	AZULIM/LIMA E PERGHER	INSPIRA/LIMPPANO	78,8
MG, ES, INT. RJ	PATO/SC JOHNSON	INSPIRA/LIMPPANO	HARPIK/RECKITT BENCKISER	LIPEX/ATREVIDA	AZULIM/LIMA E PERGHER	71,2
GRANDE RJ	PATO/SC JOHNSON	HARPIK/RECKITT	DESODOR/INQUISA	INSPIRA/LIMPPANO	GLADE/SC JOHNSON	67,4
GRANDE SP	PATO/SC JOHNSON	HARPIK/RECKITT	LIPEX/ATREVIDA	GLADE/SC JOHNSON	INSPIRA/LIMPPANO	84,4
INTERIOR SP	PATO/SC JOHNSON	HARPIK/RECKITT	LIPEX/ATREVIDA	GLADE/SC JOHNSON	PATO PASTILHA/SC JOHNSON	83,0
SUL	PATO/SC JOHNSON	HARPIK/RECKITT	DESOFLOD/DETERLIMP	GLADE/SC JOHNSON	GOTA LIMP/BERTOLINI GIONGO	78,8
MS, GO e DF	PATO/SC JOHNSON	HARPIK/RECKITT	GLADE/SC JOHNSON	PRYMA/PRYMA DO BRASIL	INSPIRA/LIMPPANO	73,3

Seafood Show

LATIN AMERICA

2ª FEIRA INTERNACIONAL DE COMERCIALIZAÇÃO E TECNOLOGIA DO PESCADO

24 A 26 OUTUBRO 2023

PRO MAGNO CENTRO DE EVENTOS SÃO PAULO | 13-20H



O SUPERMERCADO DE PESCADO PARA O SEU SUPERMERCADO

A feira onde você encontrará **tudo o que precisa** para melhorar o **sortimento de peixes e frutos do mar da sua loja.**

- ✓ **+100 MARCAS NACIONAIS E INTERNACIONAIS**
- 🐟 **OFERTA AMPLA DE PEIXES, CRUSTÁCEOS E MOLUSCOS**
- 🕒 **+30H DE ATUALIZAÇÃO COM TEMAS DE MERCADO**
- 🍴 **EXPERIÊNCIAS GASTRONÔMICAS**



EVENTO PROFISSIONAL.
CREDENCIAMENTO GRATUITO:

www.seafoodshow.com.br

ou aponte sua câmera para o qr code:



Realização | Realization

Francel Feiras desde 1969 seafood brasil

@seafoodshow    



A casa é delas

A maior presença feminina inclui outros elos da cadeia de abastecimento, como a criação e a melhoria de artigos de bens de consumo presentes nos lares brasileiros. É o caso da Procter & Gamble (P&G), uma das pioneiras em empregar mulheres na linha de produção das fábricas, em 1884.

Em 1890, a empresa abriu o primeiro laboratório de pesquisa com a presença de uma mulher num cargo técnico. No ano de 1926 foi contratada a primeira mulher PhD, Elsa Schulze, que se tornou líder do próprio

departamento e foi responsável por contratar mais 37 cientistas químicas. Atualmente, cerca de 40% do quadro de funcionários é composto por mulheres. A meta é chegar a 50/50. No nível gerencial, a participação delas já é de 50%.

No Latin America Innovation Center (LAIC) – primeiro centro de inovação da P&G na América Latina – 58% dos cientistas são mulheres e 56% delas estão em cargos de liderança. Internamente chamado de “casinha”, o local tentar reproduzir o lar dos

consumidores e, assim, esmiuçar os pontos de interação com suas marcas nos ambientes da vida real: no banheiro, no quarto, na cozinha e na lavanderia. O objetivo é criar e cocriar itens de bens de consumo, com a participação do consumidor, e direcionar ações junto ao varejo para que as categorias se desenvolvam. Desde que o centro foi inaugurado, em 2019, em Louveira (SP), o tempo para criar e ou inovar um produto até a distribuição no varejo passou de dois anos para um intervalo de seis a nove meses.

Segundo Maria de Fátima, a equidade sempre foi prioridade no Quartetto, sem necessidade de leis ou imposições. “Temos 43% de mulheres em cargos de liderança em diversas áreas. Nos departamentos nos quais elas ainda não lideram é só uma questão de encontrar alguém que se encaixe no perfil da função. Além disso, nossa política salarial sempre foi a mesma para homens e para mulheres. Na rede Quartetto, as mulheres são respeitadas e motivadas para assumir seu papel de profissional de igual para igual em relação a cargos e promoções.” O grupo também desenvolve uma política de apoio e proteção às colaboradoras a fim de evitar qualquer tipo de desrespeito e discriminação dentro da organização.

“Desde 2021, instituímos em nosso grupo um programa de cargos e salários no qual não há distinção entre homens e mulheres. As remunerações são estabelecidas a partir das

atribuições de cada função. Temos mulheres em todos os seus níveis hierárquicos. Elas se destacam como líderes e gerenciadoras de áreas, coordenadoras, subgerentes, gerentes, diretoras e sócias”, afirma Fábria Miranda, do Nordeste.

Para a diretora e superintendente da Intercontinental, Rosa Maria Lopes da Cunha, a tecnologia é uma aliada importante para que as mulheres ocupem mais postos nas organizações que tradicionalmente eram restritos a homens, não por preconceito, mas por uma questão física. 🚺

SABE A

Q água sanitária



QUE TODO MUNDO PROCURA?

Ela tem uma linha que todo mundo adora.



Além das águas sanitárias, a Anhembi tem outros produtos que fazem o maior sucesso com as consumidoras. Leve a linha completa Super Candida e Qboa para sua loja. As clientes sentem o resultado na limpeza da casa. E você, nas vendas.



Qboa
 f @
 qboaoficial
 qboa.com.br

Super CANDIDA
 f @
 super_candida
 supercandida.com.br

Anhembi

Líderes de vendas

Concentrado de Limpeza

BRASIL

- 1ª VEJA/RECKITT
- 2ª CASA & PERFUME/K&M
- 3ª UAU/CERA INGLEZA
- 4ª AJAX/COLGATE-PALMOLIVE
- 5ª YPÊ/QUÍMICA AMPARO

Participação Top 5

75,9%

ÁREA 1

Nordeste

- 1ª VEJA/RECKITT
 - 2ª CASA & PERFUME/K&M
 - 3ª YPÊ/QUÍMICA AMPARO
 - 4ª CIF/UNILEVER
 - 5ª UAU/CERA INGLEZA
- Top 5 75,7%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

- VEJA/RECKITT
 - UAU/CERA INGLEZA
 - CASA & PERFUME/K&M
 - CASA FLOR/POLITRIZ
 - YPÊ/QUÍMICA AMPARO
- 78,5%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

- VEJA/RECKITT
 - CASA & PERFUME/K&M
 - UAU/CERA INGLEZA
 - VIM/UNILEVER
 - YPÊ/QUÍMICA AMPARO
- 80,4%

ÁREA 4

Grande São Paulo

- VEJA/RECKITT
 - AJAX/COLGATE-PALMOLIVE
 - CASA & PERFUME/K&M
 - CIF/UNILEVER
 - VIM/UNILEVER
- 80,9%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

- 1ª VEJA/RECKITT
 - 2ª CASA & PERFUME/K&M
 - 3ª AJAX/COLGATE-PALMOLIVE
 - 4ª YPÊ/QUÍMICA AMPARO
 - 5ª CIF/UNILEVER
- Top 5 78,8%

ÁREA 6

PR, SC e RS

- VEJA/RECKITT
 - AJAX/COLGATE-PALMOLIVE
 - CASA & PERFUME/K&M
 - YPÊ/QUÍMICA AMPARO
 - COALA/COALA DE SÃO ROQUE
- 76,5%

ÁREA 7

MS, GO e DF

- VEJA/RECKITT
 - UAU/CERA INGLEZA
 - YPÊ/QUÍMICA AMPARO
 - CIF/UNILEVER
 - AJAX/COLGATE-PALMOLIVE
- 76,7%

Start

A SUPER CAMPANHA
QUE AGITA SUA LOJA
VOLTOU!

SHOW DE PRÊMIOS AZULIM



FORTE DIVULGAÇÃO
EM MÍDIA NACIONAL



2 CARROS 0 KM!

**SUA LOJA
NÃO PODE
FICAR FORA!**

**+100
DE
PRÊMIOS!**



KITS PRODUTOS E COOLERS

**DEZENAS DE
PRÊMIOS DIÁRIOS
INSTANTÂNEOS!**

É SUPER SIMPLES PARTICIPAR!

AO COMPRAR OS PRODUTOS PARTICIPANTES
E CADASTRAR NO SITE DA PROMOÇÃO, SEU CLIENTE
JÁ ESTARÁ CONCORRENDO COM O NÚMERO DA SORTE!

MARCAS PARTICIPANTES: AZULIM, TUFF, ASSEPTGEL, BIANCO E BIOTEC

IMAGEM ACERCA DE ILUSTRAÇÕES. PROMOÇÃO VÁLIDA DE 01/04/2024 À 30/09/2024 - FORTIFICAÇÃO DE AUTOPROTEÇÃO DA CIMA. ASSINADO E REGULAMENTO COMPLETO DA CAMPANHA NO SITE WWW.SHOWDEPRÊMIOSAZULIM.COM.BR

Líderes de vendas

Desinfetante

BRASIL

- 1ª **LYSOFORM/SC JOHNSON**
- 2ª **PINHO SOL/COLGATE-PALMOLIVE**
- 3ª **BAK YPÊ/QUÍMICA AMPARO**
- 4ª **SANOL/TOTAL QUÍMICA**
- 5ª **PINHO BRIL/BOMBRIL**

Participação Top 5

56,6%

ÁREA 1

Nordeste

- 1ª PINHO SOL/COLGATE-PALMOLIVE
 - 2ª LYSOFORM/SC JOHNSON
 - 3ª AZULIM/LIMA E PERGHER
 - 4ª BAK YPÊ/QUÍMICA AMPARO
 - 5ª KALIPTO/BOMBRIL
- Top 5** 55,3%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

- PINHO SOL/COLGATE-PALMOLIVE
 - LYSOFORM/SC JOHNSON
 - BAK YPÊ/QUÍMICA AMPARO
 - PINHO TROP/CERA INGLEZA
 - BATUTA/CERA INGLEZA
- 57,2%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

- LYSOFORM/SC JOHNSON
 - PINHO SOL/COLGATE-PALMOLIVE
 - PINHO BRIL/BOMBRIL
 - URCA/GTEX BRASIL INDÚSTRIA E COM.
 - BAK YPÊ/QUÍMICA AMPARO
- 62,3%

ÁREA 4

Grande São Paulo

- LYSOFORM/SC JOHNSON
 - PINHO SOL/COLGATE-PALMOLIVE
 - SANOL/TOTAL QUÍMICA
 - OMO/UNILEVER
 - LYSOL/RB
- 74,5%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

- 1ª LYSOFORM/SC JOHNSON
 - 2ª PINHO SOL/COLGATE-PALMOLIVE
 - 3ª SANOL/TOTAL QUÍMICA
 - 4ª TRIEX/3 X PRODS. QUÍMICOS
 - 5ª BAK YPÊ/QUÍMICA AMPARO
- Top 5** 66,2%

ÁREA 6

PR, SC e RS

- PINHO SOL/COLGATE-PALMOLIVE
 - LYSOFORM/SC JOHNSON
 - GIRANDO SOL/GIRANDO SOL
 - PINHO BRIL/BOMBRIL
 - BAK YPÊ/QUÍMICA AMPARO
- 63,1%

ÁREA 7

MS, GO e DF

- PINHO SOL/COLGATE-PALMOLIVE
 - LYSOFORM/SC JOHNSON
 - BAK YPÊ/QUÍMICA AMPARO
 - TRIEX/3 X PRODS. QUÍMICOS
 - OMO/UNILEVER
- 60,9%

Lyssoform®

**Nº1 RECOMENDADO
POR MÉDICOS¹
PARA DESINFETAR SUA CASA**

A marca líder de vendas
em desinfetantes no Brasil²



Líderes de vendas

Desodorizador Sanitário

BRASIL

- 1ª **PATO/SC JOHNSON**

- 2ª **HARPIC/RECKITT**

- 3ª **INSPIRA/LIMPPANO SA**

- 4ª **GLADE/SC JOHNSON**

- 5ª **LIPEX/ATREVIDA COM. PRODS. LIMPEZA**

Participação Top 5

70,1%

ÁREA 1

Nordeste

- 1ª PATO/SC JOHNSON
 - 2ª HARPIC/RECKITT
 - 3ª GLADE/SC JOHNSON
 - 4ª AZULIM/LIMA E PERGHER
 - 5ª INSPIRA/LIMPPANO SA
- Top 5** 78,8%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

- 1ª PATO/SC JOHNSON
 - 2ª INSPIRA/LIMPPANO SA
 - 3ª HARPIC/RECKITT
 - 4ª LIPEX/ATREVIDA COM. PRODS. LIMPEZA
 - 5ª AZULIM/LIMA E PERGHER
- 71,2%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

- 1ª PATO/SC JOHNSON
 - 2ª HARPIC/RECKITT
 - 3ª DES-ODOR/INQUISA
 - 4ª INSPIRA/LIMPPANO SA
 - 5ª GLADE/SC JOHNSON
- 67,4%

ÁREA 4

Grande São Paulo

- 1ª PATO/SC JOHNSON
 - 2ª HARPIC/RECKITT
 - 3ª LIPEX/ATREVIDA COM. PRODS. LIMPEZA
 - 4ª GLADE/SC JOHNSON
 - 5ª INSPIRA/LIMPPANO SA
- 84,4%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

- 1ª PATO/SC JOHNSON
 - 2ª HARPIC/RECKITT
 - 3ª LIPEX/ATREVIDA COM. PRODS. LIMPEZA
 - 4ª GLADE/SC JOHNSON
 - 5ª PATO PASTILHA/SC JOHNSON
- Top 5** 83,0%

ÁREA 6

PR, SC e RS

- 1ª PATO/SC JOHNSON
 - 2ª HARPIC/RECKITT
 - 3ª DESOFLOR/DETERLIMP
 - 4ª GLADE/SC JOHNSON
 - 5ª GOTÁ LIMPA/BERTOLINI GIONGO
- 78,8%

ÁREA 7

MS, GO e DF

- 1ª PATO/SC JOHNSON
 - 2ª HARPIC/RECKITT
 - 3ª GLADE/SC JOHNSON
 - 4ª PRYMA/PRYMA DO BRASIL
 - 5ª INSPIRA/LIMPPANO SA
- 73,3%



A MARCA Nº1 EM DESODORIZADORES SANITÁRIOS NO BRASIL¹



Líderes de vendas

Detergente Líquido

BRASIL

- 1^a YPÊ/QUÍMICA AMPARO

- 2^a LIMPOL/BOMBRIL

- 3^a ODD/LIMPPANO

- 4^a MINUANO/FLORA

- 5^a BRILUX/RAYMUNDO DA FONTE

Participação Top 5

90,0%

ÁREA 1

Nordeste

- 1^a YPÊ/QUÍMICA AMPARO
 - 2^a LIMPOL/BOMBRIL
 - 3^a BRILUX/RAYMUNDO DA FONTE
 - 4^a INVICTO/ASA
 - 5^a MINUANO/FLORA
- Top 5** 77,2%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

- YPÊ/QUÍMICA AMPARO
 - LIMPOL/BOMBRIL
 - ODD/LIMPPANO
 - MINUANO/FLORA
 - AZULIM/LIMA E PERGHER
- 95,2%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

- YPÊ/QUÍMICA AMPARO
 - LIMPOL/BOMBRIL
 - ODD/LIMPPANO
 - MINUANO/FLORA
 - BARRA/ZIMBRA
- 95,9%

ÁREA 4

Grande São Paulo

- YPÊ/QUÍMICA AMPARO
 - LIMPOL/BOMBRIL
 - MINUANO/FLORA
 - TRIEX/3X
 - ODD/LIMPPANO
- 97,1%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

- 1^a YPÊ/QUÍMICA AMPARO
 - 2^a LIMPOL/BOMBRIL
 - 3^a MINUANO/FLORA
 - 4^a TRIEX/3X
 - 5^a ODD/LIMPPANO
- Top 5** 97,7%

ÁREA 6

PR, SC e RS

- YPÊ/QUÍMICA AMPARO
 - LIMPOL/BOMBRIL
 - GIRANDO SOL/GIRANDO SOL
 - GOTA LIMPA/BERTOLINI GIONGO
 - ODD/LIMPPANO
- 95,3%

ÁREA 7

MS, GO e DF

- YPÊ/QUÍMICA AMPARO
 - LIMPOL/BOMBRIL
 - MINUANO/FLORA
 - TRIEX/3X
 - OESTE/J.T. LEITE
- 94,0%



AMACIANTES CONCENTRADOS YPÊ

PERFUME QUE FICA



Os Amaciantes Concentrados Ypê possuem a **TECNOLOGIA POWERCAPS®**, que garantem roupas perfumadas até a próxima estação*.

TRAGA INOVAÇÃO PARA O SEU NEGÓCIO!

Garanta o portfólio de Amaciantes Concentrados Ypê, marca líder¹ no mercado de Amaciantes.



SUPOORTE DE TRADE PARA TODOS OS CANAIS:



Digital



Encartes



Mídia



Materiais de ponto de venda



Impulsionadoras com sampling

Líderes de vendas

Esponja Sintética para Limpeza Caseira

BRASIL

- 1^a SCOTCH BRITE/3M

- 2^a ESFREBOM/BETTANIN

- 3^a LIMPPANO/LIMPPANO

- 4^a BRILHUS/BETTANIN

- 5^a BOMBRIL/BOMBRIL

Participação Top 5

68,7%

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** 64,5%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

- SCOTCH BRITE/3M
 - LIMPPANO/LIMPPANO
 - ESFREBOM/BETTANIN
 - BRILHUS/BETTANIN
 - ALKLIN/SCHWANKE
- 63,3%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

- SCOTCH BRITE/3M
 - LIMPPANO/LIMPPANO
 - ESFREBOM/BETTANIN
 - BOMBRIL/BOMBRIL
 - TININDO/3M
- 69,1%

ÁREA 4

Grande São Paulo

- SCOTCH BRITE/3M
 - ESFREBOM/BETTANIN
 - LIMPPANO/LIMPPANO
 - BOMBRIL/BOMBRIL
 - PONJITA/3M
- 77,6%

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 BRILHUS/BETTANIN
- Top 5** 68,6%

ÁREA 6

PR, SC e RS

- SCOTCH BRITE/3M
 - ESFREBOM/BETTANIN
 - LIMPPANO/LIMPPANO
 - BRILHUS/BETTANIN
 - BOMBRIL/BOMBRIL
- 79,5%

ÁREA 7

MS, GO e DF

- SCOTCH BRITE/3M
 - PONJITA/3M
 - TININDO/3M
 - ESFREBOM/BETTANIN
 - CONDOR/CONDOR
- 65,4%



A MARCA LÍDER⁽¹⁾ NA CATEGORIA DE ESPONJAS EM TODAS AS REGIÕES DO BRASIL CHEGA COM TUDO NAS MÍDIAS PARA ACELERAR AINDA MAIS AS VENDAS!



LIMPA SEM RISCAR**



LIMPEZA PROFUNDA MAIS RÁPIDA***



Esponjas com agente bactericida que protege e previne a proliferação de bactérias.⁽⁴⁾

AS ESPONJAS QUE SUA LOJA PRECISA TER!



*Segundo o Ranking Marcas Líderes em Vendas 2023 – Nielsen / Revista Super Hiper de abril 2023. Fibra com agente bactericida que protege o produto, testes realizados na esponja para Staphylococcus aureus, Escherichia coli, Salmonella choleraesuis. 3M® e Scotch-Brite® são marcas registradas de 3M Company. D.R. © 3M 2023. **Ideal para superfícies delicadas como: aço inox 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 realizado com consumidores de SP Capital. Público alvo, margem de erro, tempo de duração e demais dados no site: www.scotch-brite.com.br. ****Antibac - esponja protegida: Esponja com agente bactericida que protege o produto. Testes realizados na manta abrasiva para Staphylococcus aureus, Escherichia coli, Salmonella choleraesuis. Testes feitos na manta abrasiva. Mais informações no web site Scotch Brite.

UMA ESPONJA SCOTCH-BRITE® PARA CADA SUPERFÍCIE



DETERGENTE LÍQUIDO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	YPÉ/QUÍMICA AMPARO	LIMPOL/BOMBRIL	ODD/LIMPPANO	MINUANO/FLORA	BRILUX/RAYMUNDO DA FONTE	90,0
NORDESTE	YPÉ/QUÍMICA AMPARO	LIMPOL/BOMBRIL	BRILUX/RAYMUNDO DA FONTE	INVICTO/ASA	MINUANO/FLORA	77,2
MG, ES, INT. RJ	YPÉ/QUÍMICA AMPARO	LIMPOL/BOMBRIL	ODD/LIMPPANO	MINUANO/FLORA	AZULIM/LIMA E PERGHER	95,2
GRANDE RJ	YPÉ/QUÍMICA AMPARO	LIMPOL/BOMBRIL	ODD/LIMPPANO	MINUANO/FLORA	BARRA/ZIMBRA	95,9
GRANDE SP	YPÉ/QUÍMICA AMPARO	LIMPOL/BOMBRIL	MINUANO/FLORA	TRIEX/3X	ODD/LIMPPANO	97,1
INTERIOR SP	YPÉ/QUÍMICA AMPARO	LIMPOL/BOMBRIL	MINUANO/FLORA	TRIEX/3X	ODD/LIMPPANO	97,7
SUL	YPÉ/QUÍMICA AMPARO	LIMPOL/BOMBRIL	GIRANDO SOL/GIRANDO SOL	GOTA LIMP/BERTOLINI GIONGO	ODD/LIMPPANO	95,3
MS, GO e DF	YPÉ/QUÍMICA AMPARO	LIMPOL/BOMBRIL	MINUANO/FLORA	TRIEX/3X	OESTE/J.T. LEITE	94,0



ESPONJA SINTÉTICA PARA LIMPEZA CASEIRA

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	SCOTCH BRITE/3M	ESFREBOM/BETTANIN	LIMPPANO/LIMPPANO	BRILHUS/BETTANIN	BOMBRIL/BOMBRIL	68,7
NORDESTE	SCOTCH BRITE/3M	ESFREBOM/BETTANIN	LIMPPANO/LIMPPANO	BRILHUS/BETTANIN	BOMBRIL/BOMBRIL	64,5
MG, ES, INT. RJ	SCOTCH BRITE/3M	LIMPPANO/LIMPPANO	ESFREBOM/BETTANIN	BRILHUS/BETTANIN	ALKLIN/SCHWANKE	63,3
GRANDE RJ	SCOTCH BRITE/3M	LIMPPANO/LIMPPANO	ESFREBOM/BETTANIN	BOMBRIL/BOMBRIL	TININDO/3M	69,1
GRANDE SP	SCOTCH BRITE/3M	ESFREBOM/BETTANIN	LIMPPANO/LIMPPANO	BOMBRIL/BOMBRIL	PONJITA/3M	77,6
INTERIOR SP	SCOTCH BRITE/3M	ESFREBOM/BETTANIN	LIMPPANO/LIMPPANO	PONJITA/3M	BRILHUS/BETTANIN	68,6
SUL	SCOTCH BRITE/3M	ESFREBOM/BETTANIN	LIMPPANO/LIMPPANO	BRILHUS/BETTANIN	BOMBRIL/BOMBRIL	79,5
MS, GO e DF	SCOTCH BRITE/3M	PONJITA/3M	TININDO/3M	ESFREBOM/BETTANIN	CONDOR/CONDOR	65,4

INSETICIDAS (ERA + LIQ + ELET + ISC + ESP + GAS)

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	SBP/RECKITT	RAID/SC JOHNSON	BAYGON/SC JOHNSON	MORTEIN/RECKITT	MATINSET/FLORA	94,4
NORDESTE	SBP/RECKITT	RAID/SC JOHNSON	BAYGON/SC JOHNSON	MORTEIN/RECKITT	MATINSET/FLORA	92,1
MG, ES, INT. RJ	SBP/RECKITT	RAID/SC JOHNSON	BAYGON/SC JOHNSON	MATINSET/FLORA	MORTEIN/RECKITT	95,7
GRANDE RJ	SBP/RECKITT	RAID/SC JOHNSON	BAYGON/SC JOHNSON	MORTEIN/RECKITT	STRAIK/DEXTER	95,7
GRANDE SP	SBP/RECKITT	RAID/SC JOHNSON	BAYGON/SC JOHNSON	MORTEIN/RECKITT	FORMIL/FORMIL	97,5
INTERIOR SP	SBP/RECKITT	RAID/SC JOHNSON	BAYGON/SC JOHNSON	MORTEIN/RECKITT	DETEFON/RECKITT	97,5
SUL	SBP/RECKITT	RAID/SC JOHNSON	MATINSET/FLORA	MORTEIN/RECKITT	JIMO/JIMO QUÍMICA	93,0
MS, GO e DF	RAID/SC JOHNSON	SBP/RECKITT	BAYGON/SC JOHNSON	MORTEIN/RECKITT	KELLDRIIN/KELLDRIIN	94,0

LIMPADOR COM BRILHO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	DESTAC/RECKITT	UAU/CERA INGLEZA	BRAVO/SC JOHNSON	RAJJA/RAJJA QUÍMICA	AZULIM/LIMA E PERGHER	90,0
NORDESTE	DESTAC/RECKITT	BRAVO/SC JOHNSON	AZULIM/LIMA E PERGHER	UAU/CERA INGLEZA	GUARANI/GUARANI	87,9
MG, ES, INT. RJ	UAU/CERA INGLEZA	DESTAC/RECKITT	SUPER GLOBO/SUPER GLOBO	AZULIM/LIMA E PERGHER	Q-ÓTIMO/OFFICER IND. QUÍMICA	93,6
GRANDE RJ	DESTAC/RECKITT	UAU/CERA INGLEZA	BRAVO/SC JOHNSON	BRILHO FÁCIL/K&M	AZULIM/LIMA E PERGHER	99,1
GRANDE SP	DESTAC/RECKITT	BRAVO/SC JOHNSON	UAU/CERA INGLEZA	LIMPOL/BOMBRIL	AZULIM/LIMA E PERGHER	96,6
INTERIOR SP	DESTAC/RECKITT	RAJJA/RAJJA QUÍMICA	BRAVO/SC JOHNSON	UAU/CERA INGLEZA	AZULIM/LIMA E PERGHER	95,3
SUL	DESTAC/RECKITT	FACILLE/CRIVIALLI	BRAVO/SC JOHNSON	UAU/CERA INGLEZA	LIMPOL/BOMBRIL	95,8
MS, GO e DF	DESTAC/RECKITT	UAU/CERA INGLEZA	BRAVO/SC JOHNSON	AZULIM/LIMA E PERGHER	FACILLE/CRIVIALLI	92,9

LIMPA CARPETE

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	VANISH/RECKITT	ZAP CLEAN/SOIN SOCIEDADE INDUSTRIAL	SAIF/MACKERDUZ	SEMPRE VIVA/CRIVIALLI DO BRASIL	SANOL/TOTAL QUÍMICA	97,3
NORDESTE	VANISH/RECKITT	ZAP CLEAN/SOIN SOCIEDADE INDUSTRIAL	SANOL/TOTAL QUÍMICA	SEMPRE VIVA/CRIVIALLI DO BRASIL	SEMORIN/ORVAL	99,5
MG, ES, INT. RJ	VANISH/RECKITT	SAIF/MACKERDUZ	ZAP CLEAN/SOIN SOCIEDADE INDUSTRIAL	SEMORIN/ORVAL	SANOL/TOTAL QUÍMICA	99,7
GRANDE RJ	VANISH/RECKITT	ZAP CLEAN/SOIN SOCIEDADE INDUSTRIAL	SANOL/TOTAL QUÍMICA	*Não declarado	*Não declarado	100,0
GRANDE SP	VANISH/RECKITT	ZAP CLEAN/SOIN SOCIEDADE INDUSTRIAL	SEMORIN/ORVAL	SANOL/TOTAL QUÍMICA	SAIF/MACKERDUZ	99,9
INTERIOR SP	VANISH/RECKITT	ZAP CLEAN/SOIN SOCIEDADE INDUSTRIAL	SANOL/TOTAL QUÍMICA	SAIF/MACKERDUZ	SEMPRE VIVA/CRIVIALLI DO BRASIL	98,6
SUL	VANISH/RECKITT	SEMPRE VIVA/CRIVIALLI DO BRASIL	SAIF/MACKERDUZ	ZAP CLEAN/SOIN SOCIEDADE INDUSTRIAL	BRILHOLAC/GLOBO DO BRASIL	97,7
MS, GO e DF	VANISH/RECKITT	SEMPRE VIVA/CRIVIALLI DO BRASIL	ZAP CLEAN/SOIN SOCIEDADE INDUSTRIAL	SEMORIN/ORVAL	SANOL/TOTAL QUÍMICA	100,0

LIMPA-VIDROS						
	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	VEJA/RECKITT	CIF/UNILEVER	LIMPOL/BOMBRIL	MR. MÚSCULO/SC JOHNSON	UAU/CERA INGLEZA	80,3
NORDESTE	VEJA/RECKITT	BRILUX/RAYMUNDO DA FONTE	CIF/UNILEVER	LIMPOL/BOMBRIL	AZULIM/LIMA E PERGHER	84,1
MG, ES, INT. RJ	VEJA/RECKITT	UAU/CERA INGLEZA	AZULIM/LIMA E PERGHER	CIF/UNILEVER	LIMPOL/BOMBRIL	89,2
GRANDE RJ	VEJA/RECKITT	CIF/UNILEVER	LIMPOL/BOMBRIL	MR. MÚSCULO/SC JOHNSON	UAU/CERA INGLEZA	84,9
GRANDE SP	VEJA/RECKITT	CIF/UNILEVER	MR. MÚSCULO/SC JOHNSON	LIMPOL/BOMBRIL	BIO WASH/FORT ROLL	96,5
INTERIOR SP	VEJA/RECKITT	CIF/UNILEVER	MR. MÚSCULO/SC JOHNSON	LIMPOL/BOMBRIL	UAU/CERA INGLEZA	94,0
SUL	VEJA/RECKITT	CIF/UNILEVER	LIMPOL/BOMBRIL	JIMO/JIMO QUÍMICA	MR. MÚSCULO/SC JOHNSON	83,3
MS, GO e DF	VEJA/RECKITT	CIF/UNILEVER	MR. MÚSCULO/SC JOHNSON	UAU/CERA INGLEZA	LIMPOL/BOMBRIL	89,8

LIMPEZA BANHEIRO						
	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	VEJA/RECKITT	CIF/UNILEVER	MR. MÚSCULO/SC JOHNSON	UAU/CERA INGLEZA	ESFREBOM/BETTANIN	97,7
NORDESTE	VEJA/RECKITT	CIF/UNILEVER	MR. MÚSCULO/SC JOHNSON	UAU/CERA INGLEZA	ESFREBOM/BETTANIN	98,4
MG, ES, INT. RJ	VEJA/RECKITT	MR. MÚSCULO/SC JOHNSON	CIF/UNILEVER	UAU/CERA INGLEZA	ESFREBOM/BETTANIN	99,1
GRANDE RJ	VEJA/RECKITT	MR. MÚSCULO/SC JOHNSON	CIF/UNILEVER	BIO WASH/CASSIOPEIA	UAU/CERA INGLEZA	98,9
GRANDE SP	VEJA/RECKITT	MR. MÚSCULO/SC JOHNSON	CIF/UNILEVER	BIO WASH/CASSIOPEIA	UAU/CERA INGLEZA	98,2
INTERIOR SP	VEJA/RECKITT	MR. MÚSCULO/SC JOHNSON	CIF/UNILEVER	UAU/CERA INGLEZA	SÉTIMA GERAÇÃO/UNILEVER	98,6
SUL	VEJA/RECKITT	MR. MÚSCULO/SC JOHNSON	CIF/UNILEVER	UAU/CERA INGLEZA	Q'BOA/ANHEMBI	96,9
MS, GO e DF	VEJA/RECKITT	CIF/UNILEVER	MR. MÚSCULO/SC JOHNSON	UAU/CERA INGLEZA	ESFREBOM/BETTANIN	98,7

PURIFICADOR DE AR						
	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	GLADE/SC JOHNSON	BOM AR/RECKITT	SECAR/SOIN SOCIEDADE INDUSTRIAL	INSPIRA/LIMPPANO	COALA/COALA	94,1
NORDESTE	GLADE/SC JOHNSON	BOM AR/RECKITT	SECAR/SOIN SOCIEDADE INDUSTRIAL	INSPIRA/LIMPPANO	SANOL/TOTAL QUÍMICA	94,0
MG, ES, INT. RJ	GLADE/SC JOHNSON	BOM AR/RECKITT	SECAR/SOIN SOCIEDADE INDUSTRIAL	INSPIRA/LIMPPANO	ALOP/ALOP	95,5
GRANDE RJ	GLADE/SC JOHNSON	BOM AR/RECKITT	SECAR/SOIN SOCIEDADE INDUSTRIAL	INSPIRA/LIMPPANO	MOFIL/INQUISA	95,9
GRANDE SP	GLADE/SC JOHNSON	BOM AR/RECKITT	SECAR/SOIN SOCIEDADE INDUSTRIAL	INSPIRA/LIMPPANO	COALA/COALA	97,2
INTERIOR SP	GLADE/SC JOHNSON	BOM AR/RECKITT	SECAR/SOIN SOCIEDADE INDUSTRIAL	COALA/COALA	INSPIRA/LIMPPANO	96,7
SUL	GLADE/SC JOHNSON	BOM AR/RECKITT	SECAR/SOIN SOCIEDADE INDUSTRIAL	INSPIRA/LIMPPANO	DESOFOR/DETERLIMP	93,5
MS, GO e DF	GLADE/SC JOHNSON	BOM AR/RECKITT	AR GRADÁVEL/BASTON DO BRASIL	SECAR/SOIN SOCIEDADE INDUSTRIAL	COALA/COALA	95,3



SABÃO/DETERGENTE EM PÓ						
	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5 (%)
BRASIL	OMO/UNILEVER	TIXAN/QUÍMICA AMPARO	BRILHANTE/UNILEVER	SURF/UNILEVER	ALA/UNILEVER	88,7
NORDESTE	TIXAN/QUÍMICA AMPARO	OMO/UNILEVER	ALA/UNILEVER	BRILHANTE/UNILEVER	BEM-TE-VI/ASA	90,8
MG, ES, INT. RJ	OMO/UNILEVER	TIXAN/QUÍMICA AMPARO	BRILHANTE/UNILEVER	SURF/UNILEVER	YPÉ/QUÍMICA AMPARO	86,3
GRANDE RJ	TIXAN/QUÍMICA AMPARO	SURF/UNILEVER	OMO/UNILEVER	BRILHANTE/UNILEVER	INVICTO/ASA	95,5
GRANDE SP	OMO/UNILEVER	BRILHANTE/UNILEVER	TIXAN/QUÍMICA AMPARO	SURF/UNILEVER	URCA/GTEX BRASIL	93,5
INTERIOR SP	OMO/UNILEVER	TIXAN/QUÍMICA AMPARO	BRILHANTE/UNILEVER	SURF/UNILEVER	URCA/GTEX BRASIL	93,7
SUL	OMO/UNILEVER	BRILHANTE/UNILEVER	TIXAN/QUÍMICA AMPARO	GIRANDO SOL/GIRANDO SOL	SURF/UNILEVER	94,3
MS, GO e DF	OMO/UNILEVER	TIXAN/QUÍMICA AMPARO	BRILHANTE/UNILEVER	MINUANO/FLORE	SURF/UNILEVER	94,3

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	77,3
NORDESTE	OMO/UNILEVER	ARIEL/P&G	BRILHANTE/UNILEVER	TIXAN/QUÍMICA AMPARO	BRILUX/RAYMUNDO DA FONTE	74,5
MG, ES, INT. RJ	OMO/UNILEVER	BRILHANTE/UNILEVER	ARIEL/P&G	UAU/CERA INGLEZA	TIXAN/QUÍMICA AMPARO	68,9
GRANDE RJ	OMO/UNILEVER	TIXAN/QUÍMICA AMPARO	ARIEL/P&G	SURF/UNILEVER	BRILHANTE/UNILEVER	80,1
GRANDE SP	OMO/UNILEVER	ARIEL/P&G	BRILHANTE/UNILEVER	OLA/COLGATE-PALMOLIVE	TIXAN/QUÍMICA AMPARO	85,9
INTERIOR SP	OMO/UNILEVER	ARIEL/P&G	BRILHANTE/UNILEVER	TIXAN/QUÍMICA AMPARO	OLA/COLGATE-PALMOLIVE	83,9
SUL	OMO/UNILEVER	BRILHANTE/UNILEVER	ARIEL/P&G	GIRANDO SOL/GIRANDO SOL	TIXAN/QUÍMICA AMPARO	82,9
MS, GO e DF	OMO/UNILEVER	BRILHANTE/UNILEVER	ARIEL/P&G	TIXAN/QUÍMICA AMPARO	OLA/COLGATE-PALMOLIVE	86,4

100 ANOS DE INOVAÇÃO E TRANSFORMAÇÃO CONSTANTES

Nova identidade da empresa de inteligência reflete seu compromisso sobre o comportamento de compra do consumidor

POR RENATA RUIZ

>>A líder global em inteligência sobre o consumidor, e parceira da ABRAS, lançou uma nova identidade de marca que reflete as capacidades de medição e informação da empresa, que são um padrão global, e revela novas vias de crescimento para o varejo e as marcas. A NielsenIQ agora se chamará NIQ.

Fundada em 1923, a empresa, agora com 100 anos, abre novos caminhos de crescimento para varejistas e fabricantes de produtos de consumo. Com operações em mais de 100 países, a NIQ fornece a compreensão mais completa e clara do comportamento de compra do consumidor.

A nova imagem de marca alinha-se a uma transformação significativa em toda a organização e representa um compromisso de oferecer a mais completa e clara compreensão dos consumidores em todo o mundo, ou seja, a Visão Completa. Conversamos com o diretor-gerente da NIQ no Brasil, Alfredo Costa, e com o diretor de Varejo da NIQ, Roberto Butragueño que nos concederam esta exclusiva para *SuperHiper*.

NIQ

"A nova identidade visual, junto com a nova marca, representa o início de uma transformação significativa para nossa organização"

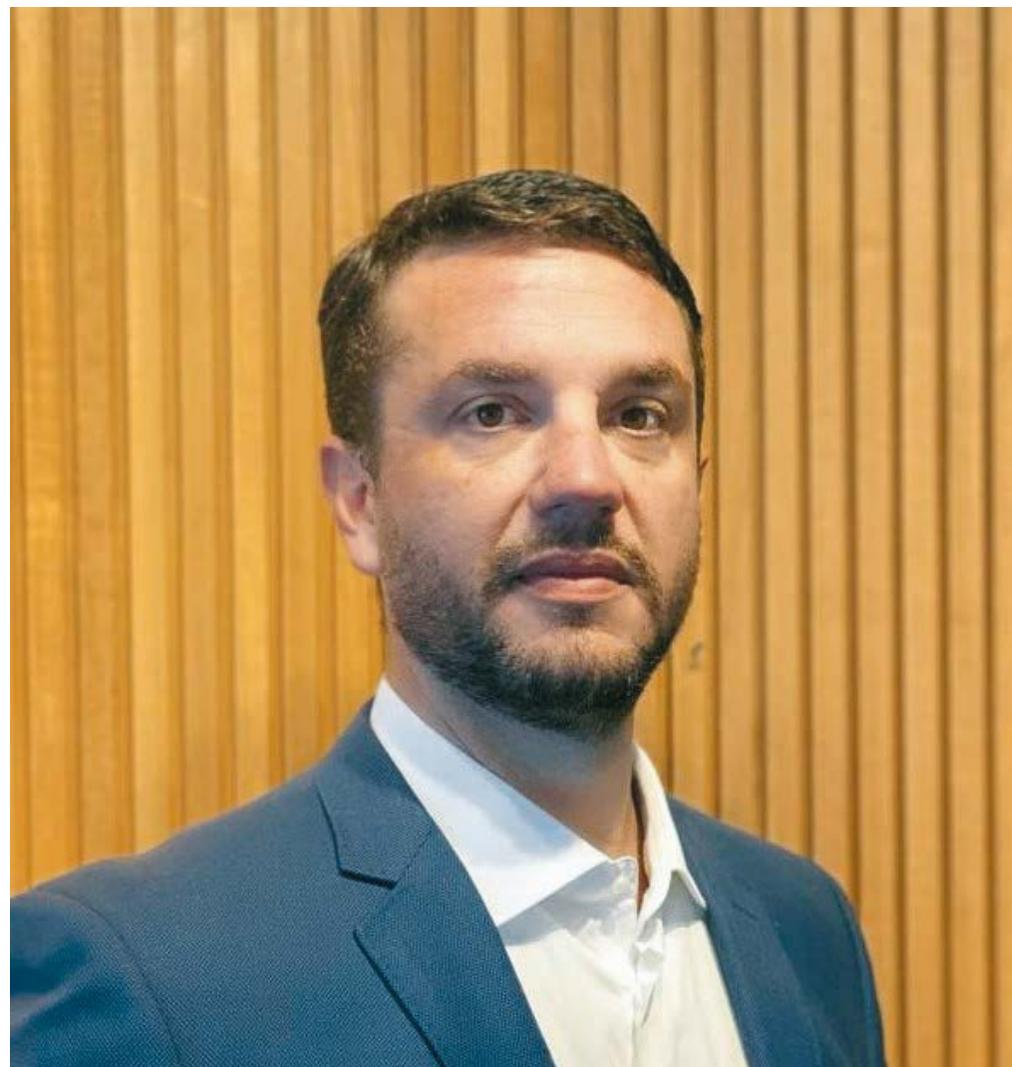
ALFREDO COSTA,
diretor-gerente da
NIQ no Brasil

Com a nova identidade, vocês estabeleceram um novo propósito, o que ela significa para a empresa?

A nova identidade visual, junto com a nova marca, representa o início de uma transformação significativa para nossa organização: nosso compromisso de fornecer a compreensão mais completa e clara dos consumidores globalmente, a visão completa. E simboliza também nosso compromisso com a excelência como fornecedora líder mundial de inteligência do consumidor. Este é um passo fundamental em uma jornada de 100 anos de história que começou como empresa pioneira no desenvolvimento de pesquisas de mercado e inteligência do consumidor, tendo como nosso fundador A.C. Nielsen, que inventou o conceito de *market share*, ou participação de mercado, que hoje todas as grandes empresas utilizam como indicador de desempenho e *benchmark* para seus resultados. E nesta jornada de inovação continuamos a incorporar as melhores tecnologias e ferramentas para obter a visão mais abrangente dos consumidores e mercados, para que os dados possam fornecer a visão mais completa. Na NIQ, não olhamos apenas para os números, procuramos a história. Nós entregamos inteligência.

A NIQ completa 100 anos, quais serão as comemorações da empresa e as novidades que vocês trarão para o mercado?

Para a NIQ Brasil, 2023 será um ano duplamente especial porque, além de comemorar 100 anos de história glo-



“Neste ano trouxemos ao Brasil uma nova plataforma, o Discover, uma ferramenta inovadora desenvolvida para proporcionar aos usuários uma experiência de uso ainda melhor”

ALFREDO COSTA, diretor-gerente da NIQ no Brasil

balmente, poderemos comemorar 50 anos no Brasil que não pudemos comemorar plenamente em 2020 porque aconteceu em meio à pandemia. A data exata do aniversário de 100 anos será no mês de agosto, e a empresa, em

todo o mundo, está organizando uma série de eventos para comemorar um momento tão especial como os 100 anos e, ao mesmo tempo, está atualmente em um dos momentos mais inovadores da nossa história com o

lançamento da nova plataforma Discover e muitas outras inovações. O mercado deve ficar ligado para mais notícias sobre as comemorações, porque 2023 será muito especial para todos os parceiros e clientes da NIQ.

Poderia falar mais sobre a Connect da NIQ e a nova ferramenta NIQ Discover?

Connect Express foi a primeira grande evolução de plataforma analítica da NIQ, quando trouxemos ao Brasil uma ferramenta de acesso online, com atualizações de nossas informações de forma automática, e com uma série de materiais analíticos já disponíveis dentro da ferramenta, o que trouxe muita agilidade aos nossos clientes, permitindo tomadas de decisões mais rápidas.

Neste ano trouxemos ao Brasil uma nova plataforma, o Discover, uma ferramenta inovadora desenvolvida para proporcionar aos usuários uma experiência de uso ainda melhor. No Discover, reunimos as informações de nossos diferentes serviços de forma integrada em uma única ferramenta, muito intuitiva favorecendo a utilização por todo usuário, e um benefício completamente inovador, que é a possibilidade de customizar suas seleções de produtos e mercados, e ter a leitura das informações de acordo com essa customização.

Com o Discover, além de respostas mais rápidas, também proporcionaremos maior assertividade nas respostas para as perguntas de negócio de nossos clientes e parceiros varejistas.

>>>

A parceria ABRAS e NIQ, conte o que teremos este ano.

Para a NIQ, a parceria com a ABRAS é um movimento natural, pois, sendo a ABRAS a maior representante do varejo brasileiro, não há como a NIQ não participar do ecossistema da ABRAS e se aproximar cada vez mais da colaboração para fornecer ao ecossistema de varejo brasileiro as melhores ferramentas de informação e análise.

Nos últimos anos aprofundamos ainda mais a parceria, trabalhando em intensa colaboração para descobrir como juntos podemos oferecer a todos os associados da ABRAS a melhor informação e inteligência de mercado, com participação exclusiva nos eventos da ABRAS, fornecendo as melhores informações de mercado, além de lançamento de projetos pioneiros conjuntos, como a plataforma de colaboração Key Account Data entre varejo e indústria.

Para este 2023, além de lançarmos juntos o tão esperado Ranking ABRAS no evento Smart Market ABRAS 2023, já avançamos na parceria para poder apresentar um estudo exclusivo sobre o consumidor brasileiro na Super ABRAS 2023, além de ter cada vez mais insights frequentes por todos os canais da ABRAS

Por falar em Key Account Data, conte-nos mais a respeito?

O projeto ABRAS NIQ Key Account Data nasceu em 2022 de uma tendência acelerada do varejo e da indústria de trabalharem juntos de forma colaborativa, buscando sair do estilo de negociação transacional de disputa de

"Para este 2023, além de lançarmos juntos o tão esperado Ranking ABRAS no evento Smart Market ABRAS 2023, já avançamos na parceria para poder apresentar um estudo exclusivo sobre o consumidor brasileiro na Super ABRAS 2023"

ROBERTO

BUTRAGUEÑO,

diretor de Varejo da NIQ

preços e condições comerciais para um modelo baseado no JBP, para encontrar a melhor estratégia para ambas as partes e, sobretudo, a melhor estratégia para oferecer a melhor experiência de compra e produto ao consumidor final, fidelizando a marca e o varejista. Dentro desse trabalho colaborativo, varejo e indústria precisam de uma plataforma confiável para que a troca de dados seja real e eficiente, além de segura para ambas as partes.

O que a plataforma Key Account Data NIQ oferece é, primeiro, uma segurança para o varejista de que suas informações só serão compartilhadas com os critérios por ele definidos e para as indústrias aprovadas, com total controle das informações. Para a indústria, a plataforma oferece a confiança de que a informação é a que o varejista utiliza na tomada de decisão, uma linguagem realmente comum entre varejo e indústria, com informações assertivas com os melhores controles de qualidade e segurança garantidos pela NielsenIQ.

Hoje já temos mais de 25 redes varejistas participando do projeto Key Account Data ABRAS, e muitas das principais indústrias já recebem e utilizam dados da plataforma para o melhor trabalho colaborativo com o varejo. Nossa expectativa em 2023 é ganhar ainda mais relevância incorporando novas redes ao projeto e ampliando substancialmente a base de indústrias usuárias.

Um recado final para o setor supermercadista

A cada ano, o comércio varejista brasileiro enfrenta desafios, mostrando força e resiliência para superar momentos difíceis, como a pandemia ou a inflação de alimentos nos últimos anos, e atender às necessidades de milhões de consumidores brasileiros todos os dias.

Neste ano de 2023, o maior desafio que o autosserviço tem é um consumidor com alternativas disponíveis em suas mãos, mais informações para tomar decisões mais assertivas, o que torna cada vez mais complexo fidelizar esse consumidor, seja em lojas ou com as marcas que escolhe.

Diante desse cenário, torna-se ainda mais importante o trabalho colaborativo entre varejo e indústria, atuando juntos em um processo colaborativo para conhecer melhor o consumidor e oferecer as melhores alternativas em preço, sortimento, promoção, inovação. Para isso, o varejo e a



indústria precisam contar com as melhores ferramentas de análise e inteligência de mercado potencializadas pelos dados mais completos e precisos para uma tomada de decisão assertiva e eficiente.

O papel da NIQ, em parceria com a ABRAS, é atuar em conjunto com varejistas e indústrias brasilei-

ras, fornecendo a melhor inteligência de mercado, com os melhores insights por meio de ferramentas e tecnologia de ponta para ajudar o ecossistema do varejo a oferecer, de forma colaborativa, as melhores soluções para o consumidor com os melhores resultados para as empresas do setor. 

Dover Roll

O melhor e mais sustentável
saco para lixo do Brasil!



SORTIMENTO COMPLETO E LUCRATIVO EM SACOS PARA LIXO.



mentores do varejo



Clilson Filippetti

Profissional com sólida carreira construída em mais de 30 anos na área comercial, com expertise em Planejamento Estratégico, Business Plan, Sales & Operations Planning, Processo de Vendas e Gestão de Pessoas/Equipes em empresas nacionais e multinacionais de grande e médio porte.

Preço é o que você paga. Valor é o que você leva!

A importância da construção e fidelização das marcas, seguindo as diretrizes do ESG, com propósitos de impactar positivamente a sociedade

Outro dia, assisti na Netflix, ao stand-up Indignação Seletiva, com Chris Rock. Sim, ele mesmo! O premiado cineasta, roteirista, comediante e ator americano que levou o famoso tapa no rosto dado por Will Smith, no Oscar 2022. Aliás, o assunto ganhou tanta repercussão que, mesmo depois de um ano, ainda é supercomentado. Bom, pelo menos foi o que pude constatar nas críticas que li sobre esse show, realizado por Chris agora em março, em que se falava muito mais sobre o ocorrido do que sobre os temas abordados pelo ator durante sua apresentação.

De qualquer forma, não dá para deixar de lado as pautas que ele trouxe. Entre elas, o racismo, desigualdade social, diversidade, inclusão social, ESG, exposição excessiva nas mídias sociais, cultura do cancelamento, drogas, política, vitimismo (geração mima-

Tratando-se de meio ambiente, o destaque da marca foi o lançamento do conceito "troque, seja recompensado", incentivando o consumo consciente de seus produtos, disponibilizando produtos genuínos de segunda mão (second hand) como forma de conceder descontos ou créditos para serem utilizados nas compras on-line e off-line.

da), aborto, identidade de gênero, empoderamento feminino, mudança de valores e até como vencer as dificuldades. É claro que a ideia aqui não é comentar sobre Indignação Seletiva, mas sugiro que você assista e tire suas próprias conclusões. Porém, pegarei dois ganchos importantes do stand-up para falar sobre construção e fidelização de marcas líderes: o ESG (*Environmental, Social and Governance*), que nada mais é do que a preocupação com o meio ambiente, o social e a governança; além da inclusão, diversidade e equidade.

Então, já começo logo com uma provocação: por que uma simples calça da *Lululemon* custa US\$100?

Quando Chris Rock comenta e compara os preços da peça da marca de roupas para ioga com outras similares, considerando o produto caro, logo me veio esse questionamento. Apaixonado pelo varejo que sou, fui pesquisar sobre a *Lululemon* e percebi: marcas líderes criam "valor" e são percebidas por isso — e não pelo "preço". É assim que também se tornam longevas, justamente porque são construídas de dentro para fora, solidificando sua reputação no dia a dia, com valores bem definidos e com o propósito de impactar positivamente a sociedade, respondendo para si mesma: Por que alguém faria negócios comigo?

No caso específico da *Lululemon*, a marca foi fundada em 1998 ao abrir um estúdio de ioga na cidade de Kitsilano, em

Vancouver, Canadá. A intenção era construir uma rede sofisticada voltada à atividade, com opção de vestuário e acessórios estilosos. Ao mesmo tempo, se comunicar com esta comunidade ao redor do mundo, criando componentes para a promoção de vidas mais longas, saudáveis e divertidas. O sucesso foi tão grande que em 2007 a *Lululemon* já estava com suas ações na Nasdaq, uma das mais importantes bolsas de valores americana. E para estar lá, cumpriu todas as exigências de governança, inclusive a da transparência, com todo o demonstrativo de sua estratégia de expansão global que pode ser conferido no site: <https://corporate.lululemon.com/about-us>.

Hoje, o resultado se reflete em mais de 600 lojas espalhadas por mais de 17 países no conceito *flagship*, proporcionando aos clientes uma agradável experiência na jornada de compras no *friction* e ainda com uma excelente ambientação de loja que traz espaços exclusivos para aulas de ioga e meditação em suas principais unidades.

Tratando-se de meio ambiente, o destaque da marca foi o lançamento do conceito “troque, seja recompensado”, incentivando o consumo consciente de seus produtos, disponibilizando produtos genuínos de segunda mão (*second hand*) como forma de

conceder descontos ou créditos para serem utilizados nas compras on-line e off-line. Há ainda muitas ações relacionadas ao clima, como o investimento em tecnologias para o desenvolvimento de tecidos e matérias-primas para suas coleções, com baixa emissão de carbono, e a parceria com Hennes & Mauritz — também conhecida como H&M, apoia o *Apparel Impact Institute*, um fundo de clima para o mercado da moda no valor de US\$ 250 milhões, que prevê reduzir pela metade o carbono dessa indústria até 2030.

No social, a *Lululemon* se preocupa com o bem-estar de seus funcionários e fornecedores — seu DNA, como já vimos. Em 2021, publicou seu primeiro Relatório de Impacto, listando os quesitos que mais impedem o acesso a essa condição. Além disso, incentiva projetos que promovem saúde, ioga, meditação e educação para trabalhadores de suas fábricas e comunidades locais — *go local*.

INCLUSÃO, DIVERSIDADE E EQUIDADE

Para promover o *Brand Connection* — entender e atender as necessidades das novas gerações Z (nascidos entre 1995 e 2010) que já representam um quarto da população e Alpha (a partir de 2010), que são os nativos digitais, a *Lululemon* trabalha muito forte seu ecossistema do *omnichannel*, integrando toda sua operação, desde o site até o controle dos seus estoques, disponibilizando seus produtos onde e quando o consumidor deseja. A praticidade pode ser vivenciada no *pickup at store*, onde a compra é realizada on-line e a retirada na loja física em até 2h; e ao realizar trocas e devoluções sem qualquer custo nas unidades ou nos correios.

Outro ponto interessante é que a marca atingiu, em 2018, 100% de equidade salarial global entre homens e mulheres e, em 2019, lançou o programa de paternidade inclusiva com licença remunerada de até 6 meses. Já em 2020, lançou o programa IDEA (inclusão, diversidade, equidade e ação), com o objetivo de acelerar mudanças significativas e duradouras para o bem-estar da sua comunidade.

Voltando então ao Chris Rock, acho que ele talvez não tenha se lembrado da famosa frase de Warren Buffett, filantropo e investidor americano: “Preço é o que você paga. Valor é o que você leva.” Marcas líderes, como a *Lululemon*, se diferenciam das demais pela qualidade dos seus produtos e serviços, pela multicanalidade, reputação, pelo relacionamento com sua equipe e fornecedores de forma ética, pela transparência em toda a sua operação, como também pela contribuição que dão ao planeta e à sociedade em que estão inseridas. Então, volto a provocar:

Será que a calça da *Lululemon* é realmente cara? 

economia

Consumo nos Lares Brasileiros cresce 1,44% no bimestre

Na comparação fevereiro de 2023 x fevereiro de 2022 o consumo registra alta de 0,95%. Cesta Abrasmercado recua 0,31% no período puxada por carne bovina e hortifrúti

Em fevereiro, a variação real do consumo nos lares apresentou:

Crescimento de **1,44%** no primeiro bimestre
Alta de **0,95%** em relação ao mês do ano de 2022

Inflação

O Abrasmercado – cesta de 35 produtos de largo consumo composta de alimentos, bebidas, produtos de limpeza e itens de higiene e beleza – registrou queda de -0,39% em fevereiro. Com essa variação, o preço na média nacional passou de R\$ 754,98 em janeiro para R\$ 752,04 em fevereiro. No acumulado do ano, a cesta nacional teve recuo de -0,31%.

Maior alta

- O **leite longa vida** apresentou alta em 4 regiões, sendo a maior no **Sul**, com variação de **9,22%**
- A **farinha de mandioca** obteve a maior alta registrada na **Região Norte**, com **2,33%**
- O **ovo** apresentou alta em todas as regiões, sendo a maior registrada na **Região Centro-Oeste**, com **5,67%**
- Já **sabão em pó** apresentou a maior alta registrada no **Centro-Oeste**, com **2,11%**

Maior queda

- A **cebola** apresentou queda em todas as regiões, sendo a maior na **Região Norte**, com a variação de **-16,01%**
- A **batata** também apresentou queda em todas as regiões, a maior variação foi no **Centro-Oeste**, com **-16,20%**
- O **tomate** apresentou queda em quatro regiões, destaque para o **Sul**, com variação de **-16,94%**
- E o **óleo de soja** apresentou a maior queda na **Região Sudeste**, com **-2,90%**

Evolução do consumo nos lares brasileiros (acumulado %)



>>O Consumo nos Lares Brasileiros manteve a trajetória de crescimento e encerrou o primeiro bimestre em alta de 1,44%. Por outro lado, na comparação fevereiro ante janeiro houve recuo de -2%. “A queda no consumo se deve ao efeito calendário, ou seja, um menor número de dias em fevereiro quando comparado ao mês anterior”, analisa o vice-presidente da ABRAS, Marcio Milan.

Neste período, recursos advindos do reajuste do salário mínimo, a manutenção do valor de R\$ 600,00 do programa de transferência de renda, bem como dos números de beneficiários, o pagamento do auxílio-gás (fevereiro), a menor pressão inflacionária nos preços dos alimentos contribuíram para um consumo positivo, mas moderado.

Para este primeiro trimestre, o reajuste do salário mínimo (+7,42%) para mais de 60 milhões de pessoas, a manutenção do pagamento de R\$ 600,00 do Bolsa Família, o auxílio-gás no valor de 100% da média nacional do botijão de gás de cozinha de 13 quilos pago em fevereiro, o resgate do PIS/Pasep (de fevereiro a dezembro) e o pagamento a partir de 20 de março de R\$ 150,00 por criança de até seis anos para as famílias inscritas nos programas de transferência de renda devem sustentar o consumo nos lares.

Outros recursos anunciados ou em análise pelo governo federal tendem a ser direcionados para o consumo de alimentos, como a revisão e ampliação das bolsas da área da educação, o reajuste dos servidores

civis do Poder Executivo e o novo reajuste do salário mínimo a partir de 1º de maio. Para 2023, a ABRAS projeta inicialmente um crescimento de 2,5% do Consumo nos Lares. **SA**



Indicadores ABRAS

mar/22	abr/22	mai/22	jun/22	jul/22	ago/22	set/22	out/22	nov/22	dez/22	jan/23	fev/23
Consumo nos lares*											
Mês x mesmo anterior											
6,58	4,20	-3,47	0,10	7,75	6,12	0,39	6,27	3,80	15,19	-14,81	-2,00
Mês x mesmo mês ano anterior											
2,41	7,37	0,39	6,03	8,02	7,23	11,19	8,10	11,06	6,23	1,07	0,95
Acumulado do ano YTD											
2,59	2,50	2,02	2,20	2,57	2,67	2,84	3,02	3,52	3,89	1,07	1,44
Abrasmercado											
Mês x mesmo anterior											
2,40	3,04	0,94	0,99	0,63	-2,61	-1,71	-0,17	0,42	1,10	0,08	-0,39
Mês x mesmo mês ano anterior											
16,45	17,87	17,20	16,80	16,42	12,17	6,42	6,58	7,03	7,69	6,39	4,59
Acumulado do ano YTD											
5,11	8,31	9,32	10,41	11,10	8,20	4,98	4,80	6,61	7,69	0,08	-0,31
Regional (Mês x mesmo anterior)											
Norte											
1,84	2,57	0,45	0,26	-0,07	-2,00	0,20	0,40	0,76	0,61	0,13	-0,07
Sul											
3,38	3,44	2,10	2,16	0,15	-1,44	-1,86	-0,39	-0,46	0,07	-0,41	0,76
Sudeste											
3,16	3,59	-0,10	1,14	1,86	-1,09	-1,51	-0,38	0,61	1,14	-0,06	-0,47
Centro-Oeste											
1,58	3,21	0,74	0,56	1,85	-0,97	-1,44	-0,26	0,08	0,83	0,54	-0,81
Nordeste											
1,93	2,36	0,81	0,69	-0,14	-1,08	-0,74	-0,09	0,26	0,77	0,08	-0,53

Fonte: Departamento de Economia e Pesquisa da ABRAS *Deflacionado pelo IPCA

Sortimento e Gestão de Categoria: ponto importante para o sucesso dos negócios

É crucial, cada vez mais, a colaboração entre todos os integrantes da cadeia de produção e abastecimento, para que o produto chegue às mãos do shopper no momento certo e com o retorno esperado

POR RENATA RUIZ

>>Um dos pontos importantes levantados na pesquisa de colaboração da Advantage Group, que estamos trazendo com exclusividade aqui na *SuperHiper*, é a gestão de categoria. O desenvolvimento deste tema é um aspecto cada vez mais vital nas relações entre a indústria e o varejo. Há grande oportunidade para expandir as categorias, e é isso o que este estudo traz neste mês.

Os dados da Advantage apontam para uma grande oportunidade para as empresas gerirem melhor o sortimento a ser oferecido ao consumidor. E é neste ponto que a indústria e o setor supermercadista precisam estreitar mais a conversa e as discussões de negócio, para aumentar as chances de sucesso e inovação. Aqui está um ponto que permitirá que os resultados sejam atingidos positivamente para ambos os lados.

E aí vem a indagação: por que falar de sortimento? A resposta: a diferença do ritmo de evolução dos desejos e necessidades dos shoppers, que evolui a cada dia, por isso o varejo e a indústria precisam atuar juntos para desenvolver as soluções certas para suprir estas necessidades e chegar no tempo certo nas mãos do consumidor.

Para a diretora da Advantage Group para o Brasil e América Latina, Ana Fioratti, “a definição do sortimento é um fator fundamental para o processo de

“A definição do sortimento é um fator fundamental para o processo de decisão do consumidor e a boa avaliação do varejista”

ANA FIORATTI,
diretora da
Advantage Group
para o Brasil e
América

decisão do consumidor e a boa avaliação do varejista”. Este é o elemento fundamental na experiência do cliente, e o varejista precisa estar atento para oferecer o que ele deseja, e que a compra seja relevante e personalizada.

Para decidir o que oferecer aos consumidores é necessário estar relacionado ao posicionamento estratégico da empresa, respaldado pelo seu conhecimento de mercado e da concorrência. “Por outro lado, as necessidades e desejos de com-





pra estão em permanente mudança. Com o surgimento de novos hábitos, a necessidade de revisão do sortimento de produtos é fundamental para garantir que as necessidades atuais deste shopper sejam atendidas”, explica Ana Fioratti.

Um exemplo são as jornadas de compra on-line e off-line. São diferentes, com consumidores com perfis

diversificados, por isso a indústria e o varejo precisam aprender juntos como trabalhar neste ambiente tão competitivo.

O grande desafio é a definição do mix, manter sempre o sortimento suficiente para atender o consumidor e, ao mesmo tempo, manter o giro necessário para rentabilizar o estoque e a operação comercial.

>>>

“No mundo ideal, o processo de desenvolvimento e introdução de novos produtos deveria ser colaborativo, ou seja, os fornecedores trariam seus conhecimentos sobre as categorias, e o varejo com o conhecimento que tem sobre os shoppers, com seu estilo de vida, hábitos de consumo, seus desejos e necessidades, e informações da loja e do ponto de venda, com questões de abastecimento, exposição, papel da categoria, espaço disponível do PDV, etc.”, explica Ana Fioratti. Com esta visão compartilhada, aliada a estratégias e prioridades, o mundo ideal seria este e com a possibilidade de definirem oportunidades, impulsionar seus negócios, oferecendo as soluções com maior valor agregado.

Na prática, a situação é mais complexa, desde a limitada colaboração até o tempo necessário da concepção de uma solução final até a oferta de um novo produto pronto para ser comercializado. Muitas vezes vemos aquela ideia que era inovadora, já foi superada pelo tempo, pois uma nova ideia, novos conceitos, já surgiram para sobrepor a antiga.

Os ciclos estão cada vez mais rápidos, dinâmicos e estreitos, por isso, neste contexto, a colaboração entre a indústria e o varejo se torna mais crítica. O grande desafio, neste momento, é definir critérios e processos que permitam analisar de forma objetiva os produtos trazidos pelos fornecedores, definindo, em conjunto com o varejista, qual o melhor sortimento para satisfazer os desejos do consumidor e trazer bons resultados para o varejo.

DEFINIÇÃO DO SORTIMENTO

O sortimento deve atender às necessidades do consumidor, ou seja, é necessário conhecer o perfil deste cliente para apresentar o que melhor atende os seus objetivos. Alguns shoppers buscam conveniência, outros, valor, enquanto há aqueles que preferem marcas específicas. Entender profundamente o cliente, suas necessidades e ocasiões é fundamental.

É neste ponto que entra a colaboração entre varejo e indústria. Ambos devem definir em conjunto os critérios de compra, as necessidades mínimas exigidas do produto para fazer parte do sortimento. Deve ser feita uma análise colaborativa completa para definir se o produto apresenta ou não uma oportunidade em potencial e que seja suficientemente atraente para o consumidor. Após esta análise rigorosa, passa-se para a etapa de avaliação.



"No mundo ideal, o processo de desenvolvimento e introdução de novos produtos deveria ser colaborativo, ou seja, os fornecedores trariam seus conhecimentos sobre as categorias, e o varejo com o conhecimento que tem sobre os shoppers"

ANA FIORATTI,
diretora da
Advantage Group
para o Brasil e
América

Avaliação entre empresas

As empresas mais maduras da indústria e do varejo têm processos mais definidos e uma avaliação melhor pelos parceiros. Enquanto as empresas em estágio intermediário (especialmente varejistas) e no início da jornada (ambos os lados) podem se beneficiar – e muito – de uma jornada colaborativa para o tema sortimento. E como vimos, os resultados poderão impactar positivamente as empresas como um todo.



Uma vez feita a alteração do sortimento, ele afetará diferentes áreas, portanto, recomenda-se que o produto seja avaliado por um comitê com representantes de outras áreas da empresa, para analisar as demandas e os retornos que este produto irá proporcionar. Após a decisão deste comitê, define-se o plano de ação no caso de

inserir o produto na gôndola, o acompanhamento da performance e avaliação do desempenho.

ATUALIZAÇÃO DE SORTIMENTO

Em seu estudo, a Advantage Group sinaliza três etapas e perguntas importantes na hora de decidir:

1. Quais produtos novos devem ser cadastrados?

2. Quais produtos serão descontinuados?

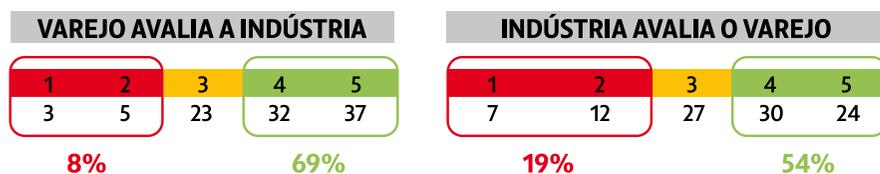
3. Quais produtos serão mantidos?

A inclusão de novos produtos é sempre um ponto positivo e muito estimulada pelos fornecedores, mas a exclusão e reavaliação do sortimento nem sempre é objeto de processos formais e estruturados.

Por isso, a Advantage entende que a avaliação da introdução de novos produtos deve ser feita com uma periodicidade curta, utilizando critérios que considerem a contribuição deste novo produto à linha existente, sempre alinhada às estratégias e táticas que estão sendo executadas. É importante ter sempre informações disponíveis para facilitar o processo de decisão e facilitar o trabalho, para garantir bons resultados.

Quanto à questão de reavaliação do sortimento, o que deve ser questionado é a adequação das soluções e categorias, em sintonia com as tendências e mudanças de estilo de compra dos consumidores. Este é um exercício estratégico, que deveria ser feito anualmente entre o varejo e a indústria, assim como é feito com o JBP (*Joint Business Plan – veja na pág. 50 da Edição da SuperHiper nº 556 – março/2023*). É neste momento que a indústria e o varejo podem criar propostas de valor, reformular o sortimento do PDV, entre outras ações para trazer melhor resultado.

Avaliação do Sortimento



A indústria apresenta um resultado positivo em relação ao varejo, com 69% das respostas como defensores versus 54% na avaliação varejistas avaliam indústrias.

Os temas apontados como maiores oportunidades são:

1. Processo de introdução de itens/ inovação: oportunidades para agregar mais informações ao processo, agilidade na introdução
2. Parametrização
3. Acompanhamento dos resultados

As empresas mais colaborativas

Top 10 Indústria

(em ordem alfabética):

- Ambev
- Nivea
- Colgate
- Coca-Cola
- Colgate-Palmolive
- L'Oréal
- Mondelēz
- Nestlé
- PepsiCo
- P&G
- SC Johnson

Top 10 Varejo

(em ordem alfabética):

- Bistek
- Condor
- Covabra
- D'Avó
- Giassi
- Muffato
- Pague Menos
- São Vicente
- Savegnago
- Sonda

A IMPORTÂNCIA DA COLABORAÇÃO

A constante aceleração das mudanças, tanto nos hábitos de consumo como também de comunicação, com compartilhamento de experiências pessoais até de preço, qualidade e disponibilidade de produtos, interfere e muito na hora de decidir o que colocar na gôndola. E com o aumento do número de indústrias, linhas de produtos, marcas, itens voltados a nichos específicos, diversificação do varejo com focos específicos e espaços limitados, os fornecedores buscam argumentos que justifiquem a preferência por seus produtos por parte dos clientes varejistas.

Com a aceleração e diversificação de canais, formatos, lojas físicas e virtuais, foco no consumidor, o desafio é cada vez mais complexo e demorado, seja na hora de criar uma linha de produtos ou até em reorganizar um canal de vendas, enquanto os desejos ou critérios de preferência de compra mudam constantemente.

Mas o que é importante para o sucesso é a parceria, com alinhamento estratégico e entrosamento de operações. “Quem trabalha em um modelo colaborativo comprovadamente tem diferenciais competitivos em relação aos concorrentes que não praticam esta agenda, perdendo visão, agilidade e eficiência, hoje mais do que nunca essenciais à sobrevivência nos negócios”, explica Ana Fioratti.

A empresa não trabalha somente com clientes e fornecedores estratégicos, e não tem recursos e volume para se dedicar somente a isso. A Advantage Group sabendo desta complexidade elencou três grupos de parceiros, para que a indústria e o varejo façam a escolha certa.

1. Estratégicos: essenciais para o negócio, com cultura e valores similares, prioridades alinhadas, em geral já com um bom grau de entrosamento das equipes.

2. Importantes: é um grupo de parceiros de negócios relevantes para os resultados, contribuindo para o volume e margem, mas não necessariamente têm uma visão estratégica compartilhada ou interesse de tratar de forma exclusiva

3. Demais: o maior número de empresas, mas que individualmente têm importância no segmento em que atuam, mas o volume de negócios em geral não justifica investi-

"Quem trabalha em um modelo colaborativo comprovadamente tem diferenciais competitivos em relação aos concorrentes que não praticam esta agenda"

ANA FIORATTI,

diretora da

Advantage Group

para o Brasil e

América

mentos de tempo e recursos expressivos. Com estes é preciso ter processos e métricas eficientes, alinhamento e acompanhamento mais parametrizados, respaldado por tecnologia, mas sem muita customização.

Além de estabelecer o parceiro corretamente, indústria e varejo precisam estar alinhados em questões como abastecimento. Após definido o sortimento, é necessário garantir a eficiência e o controle de estoque, para que o shopper sempre encontre o que ele deseja.

A correta parametrização dos produtos é peça-chave no processo. Quando o estoque é bem planejado, as compras desnecessárias são evitadas, e os produtos ficam bem expostos nas prateleiras, sem sobrecarga e sem falta.

Com base em tudo o que foi explicado, fica cada vez mais evidente que a colaboração entre a indústria e o varejo é essencial, para que o produto seja entregue na hora e no local certos para satisfazer o cliente.

A gestão de categorias é positiva para o varejo, pois conquista a confiança e a fidelidade do shopper, evita a ruptura do varejo e, ainda, assegura um direcionamento assertivo de vendas. Compreendendo as preferências e necessidades do shopper, o varejo e a indústria conseguem adequar o sortimento conforme as necessidades do consumidor.

Na prática, influencia diretamente nas vendas. Portanto, é preciso estabelecer um planejamento consistente, um plano de ação bem elaborado para o negócio e uma parceria eficiente entre os fornecedores e o autosserviço, o que resultará num aumento de vendas, satisfação e fidelização dos clientes. 



O seu encontro semanal com os maiores especialistas em varejo

PROGRAMA



Patrocínio:

BemBrasil
Alimentando bons momentos

BMS
Consultoria Tributária

HORUS

Mais de 230.000
visualizações

Assista todas as **quintas-feiras, às 20h** pela **TV Com Brasil** e pelo **Youtube** e **Facebook** da **Abras**

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

Para saber mais
entre em contato:

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



ABRAS
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE SUPERMERCADOS

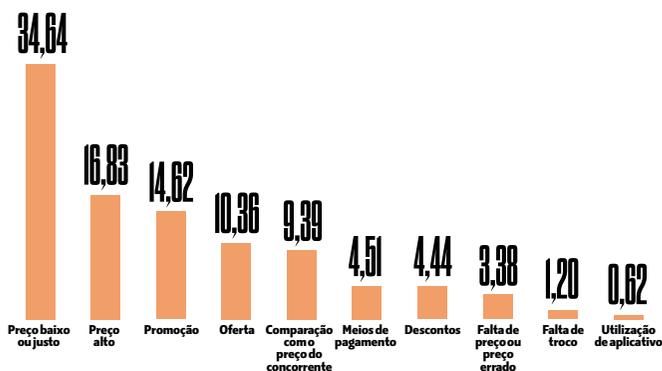
consumidor

Preço: pilar de maior interesse do consumidor

Em fevereiro, o Índice Nacional de Satisfação do Consumidor (INSV-Consumidor), monitorado pela Inroots, ficou em 75,91%, com uma leve queda de 0,40 pontos em relação ao mês de janeiro. Mas com relação ao mesmo mês do ano passado (fevereiro de 2022) houve um aumento da satisfação em 3,51 pontos.

O indicador INSV-Consumidor acompanha as manifestações dos consumidores sobre suas experiências nos supermercados, compartilhadas espontaneamente na internet a respeito de sua satisfação de compra. Foram coletados 20.687 comentários dos

Principais indicadores relacionados ao preço (%)



Varição do INSV-Consumidor em 2022

Julho:
75,19%

Agosto:
76,48%

Setembro:
75,96%

Outubro:
76,34%

Novembro:
75,25%

Dezembro:
77,15%

Janeiro 23:
76,32%

Fevereiro 23:
75,91%

consumidores na internet aberta com relação às suas experiências de compra em 254 cidades brasileiras.

PONTOS DE INTERESSE

Quando analisamos os pilares de satisfação dos consumidores com relação às suas experiências de compra, o que teve o maior destaque foi o preço. Ele representou no mês 38,80% dos comentários sobre as experiências de compra.

Muitos pensam que os comentários sobre o preço foram negativos. Os consumidores comentaram que sobre o preço praticado em algumas redes são positivos.

Existem vários indicadores relacionados a Preço, e não apenas aqueles que tratam do seu valor. No quadro, há uma lista com os dez principais indicadores relacionados a preço que encontramos no período. O que isso significa? Muitas vezes, praticar preços com alto percentual de desconto pode comprometer, de maneira crítica, as margens do varejista. O que a análise mostra é que existem outros indicadores relacionados ao preço que podem ser trabalhados e que ajudam a melhorar a satisfação do consumidor. Entre eles podemos citar:

1. Permitir uma grande diversidade de meios de pagamento
2. Garantir que os preços estejam marcados de maneira correta nas mercadorias
3. Possuir o troco necessário nos caixas
4. Promover promoções e ofertas especiais. 

COMO USAR O GERENCIAMENTO DE CATEGORIA PARA AUMENTAR SUAS VENDAS NA LOJA?

O **GERENCIAMENTO DE CATEGORIA É UMA PODEROSA FERRAMENTA** que ajuda a organizar sua loja e potencializar as vendas na categoria de bebidas, tanto em alcoólicos como em não alcoólicos.

A organização na gôndola das lojas deve ser feita de acordo com a missão de compra e atendendo às necessidades de compra, considerando diferentes variáveis como ocasião, segmento, marca, estilo, índice de amargor (IBU) e preço.

CONFIRA A SEGMENTAÇÃO DAS CATEGORIAS:

BEBA COM MODERAÇÃO.



LEMBRE-SE: para cada tipo de loja e perfil de compra, há uma recomendação específica. Consulte o time ambev para mais informações.



SÓ CIF É MILAGROSO E REMOVE 100%
DA SUJEIRA DIFÍCIL SEM ESFORÇO.



RENDE 7 GARRAFAS
DO LIMPADOR COMUM**



Limpa sem riscar
com micropartículas
de origem natural

ADEQUADO PARA:



Metais, inox,
alumínio,



cerâmicas
e plásticos.



*Consulte lista das superfícies em www.ciflimpadores.com.br.

**Manchas de sabão e gordura queimada, comparado com limpadores comuns de mercado. Consulte a diferença de preço.