

1ª



A percepção do leitor sobre os anúncios publicitários veiculados em SuperHiper

SuperHiper, ed. 397, maio de 2009



Objetivos

A Pesquisa Eficiência visa apurar o tráfego do leitor pelos anúncios publicitários da revista SuperHiper e a sua percepção em relação ao seu alcance em termos das informações contidas.

Além de prover um dado quantitativo que possibilita estimar o raio de ação do anúncio junto ao público leitor, a pesquisa também fornece indicativos qualitativos em relação à linguagem, qualidade das informações e seu poder de influenciar a decisão de compra.



Metodologia

Amostra

Foi constituída uma amostra de 1.000 assinantes-leitores, proporcionalmente distribuídos em termos regionais mediante análise do mailing da revista SuperHiper; na composição de tal amostra foram selecionados apenas leitores com os cargos de “gerente” e “comprador”, os decisores de compras.

Circulação

A amostra de leitores teve duas opções para responder o questionário: 1) via formulário impresso (enviado juntamente com a edição da revista) e; 2) via formulário on-line, acessado em link na internet enviado por e-mail, com a recomendação de realizar as críticas tendo a revista em mãos.

Retorno

Dos 1.000 leitores contatados para a participação da Pesquisa Eficiência (que receberam o formulário impresso e link para formulário on-line), 21,4% retornaram; um índice acima do estatisticamente necessário para a validação da pesquisa (dada a composição bastante homogênea da população).



Metodologia

Questionário

Foi elaborado um questionário de aplicação direta (sim ou não) para as questões:

- 1) **O anúncio desperta interesse?** (sobre aspectos gerais do anúncio que chamam a atenção do leitor para a sua leitura).
- 2) **Traz informações úteis?** (apura se o leitor se vê atraído pelas informações contidas).
- 3) **É de fácil entendimento?** (busca apreender a qualidade da linguagem utilizada).
- 4) **Auxilia na decisão de compra?** (além, e por conta, dos demais aspectos destacados, capta a influência na decisão do cliente).



Análise geral

Os anúncios mais eficientes



**Média de índice de eficiência* é de 0,52.
Bombril alcança a melhor nota; mas Perdigão, o
melhor resultado em termos de decisão de
compra.**

	Média geral	Nota mínima	Nota máxima	Anúncio
Desperta interesse?	61%	34%	85%	Bombril
Informações úteis	51%	32%	73%	Ajinomoto
Fácil entendimento?	52%	37%	69%	Perdigão
Influência na decisão de compra	45%	27%	74%	Perdigão
Índice de eficiência	0,52	0,33	0,72	Bombril

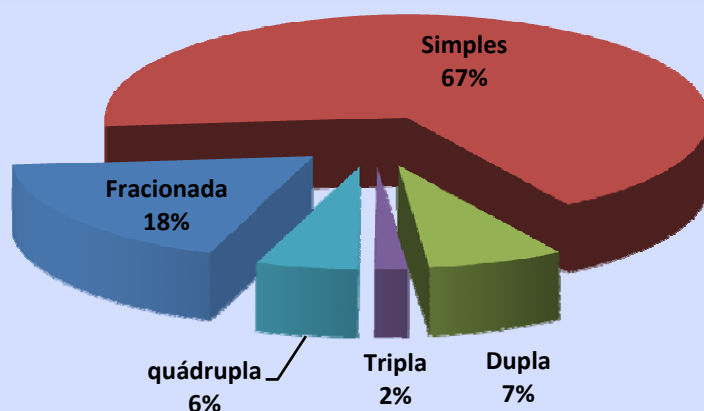
* Média simples dos quatro aspectos pesquisados



Desempenho por tipo (tamanho) de página

Anúncios fracionados têm menor eficiência; melhores resultados são obtidos por páginas duplas. Na média, as páginas duplas despertam o interesse de 69% dos leitores.

Distribuição dos anúncios veiculados, por tipo de página*



Desempenho por tamanho do anúncio

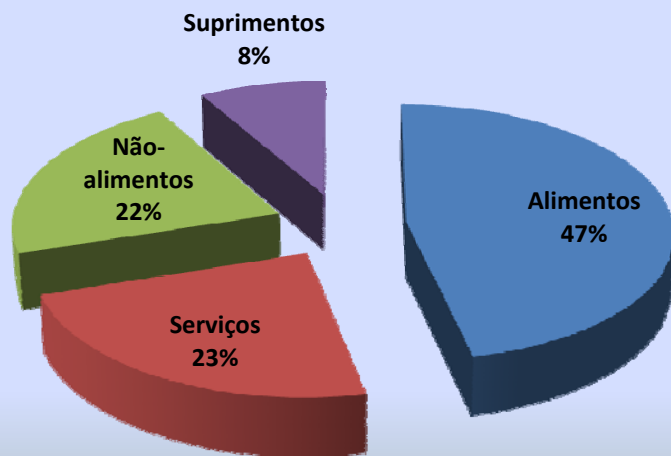
	Fracionado	Simples	Dupla	Tripla	Quádrupla
Desperta interesse?	52%	63%	69%	59%	68%
Traz informações úteis?	44%	51%	58%	56%	68%
Fácil entendimento?	47%	54%	57%	54%	52%
Influencia na decisão de compra?	39%	48%	51%	38%	43%
Índice de eficiência (média)	0,45	0,54	0,59	0,52	0,58

* Total de anúncios: 60

Desempenho do anúncio por tipo de produto

Os anúncios de produtos alimentícios (incluindo bebidas) representam 47% do total, ao passo que não-alimentos e serviços possuem participações muito próximas. Anúncios de alimentos são os que, na média, despertam maior interesse.

Participação dos anúncios, por tipo de produto

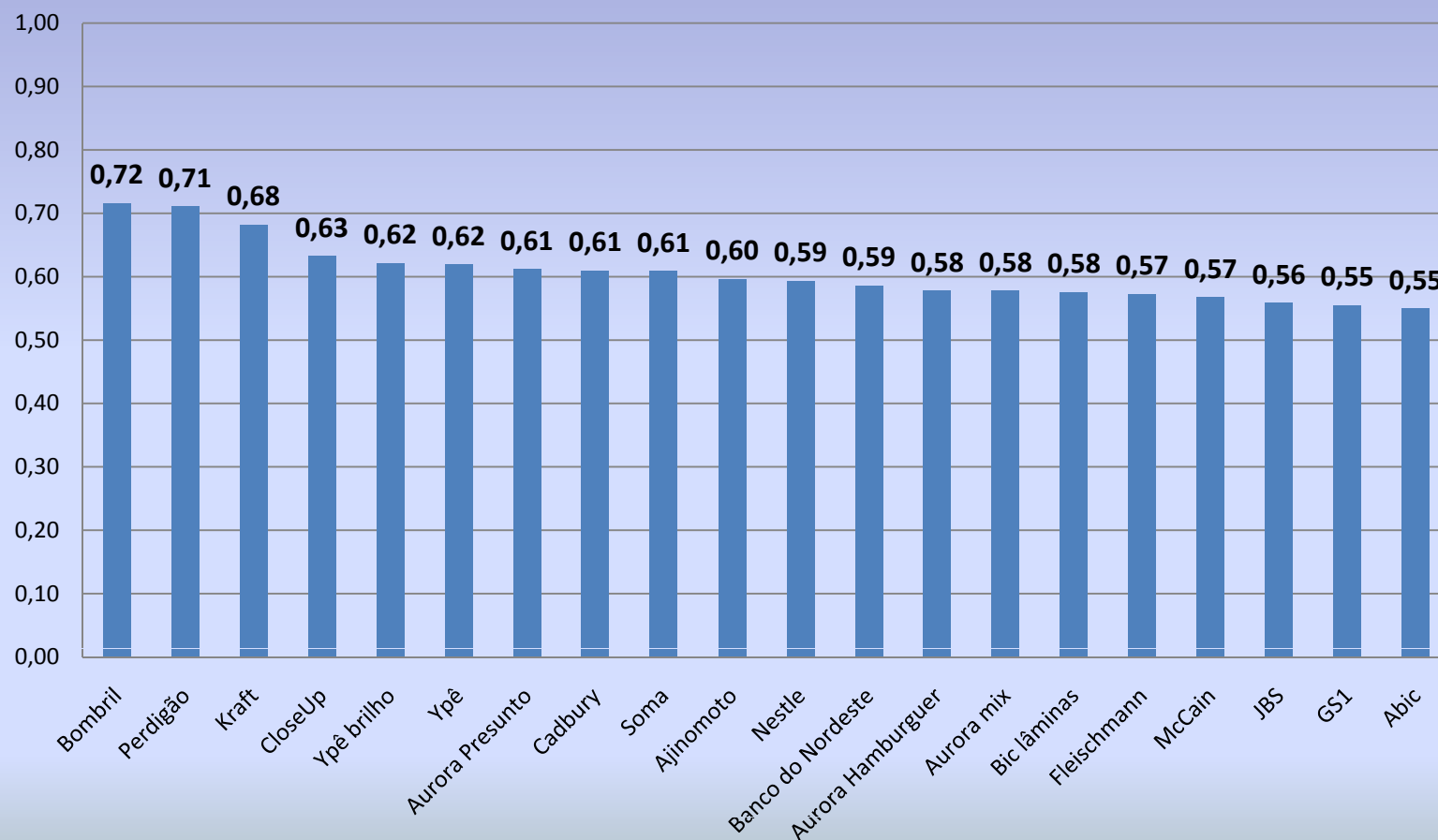


Desempenho por tipo do produto

	Serviços	Alimentos	Não-alimentos	Suprimentos
Desperta interesse?	59%	63%	61%	57%
Traz informações úteis	55%	50%	49%	50%
Fácil entendimento?	50%	54%	52%	47%
Influencia na decisão de compra?	37%	49%	51%	37%
Índice de eficiência	0,50	0,54	0,53	0,48

Os anúncios mais eficientes

Top 20: os anúncios mais eficientes*

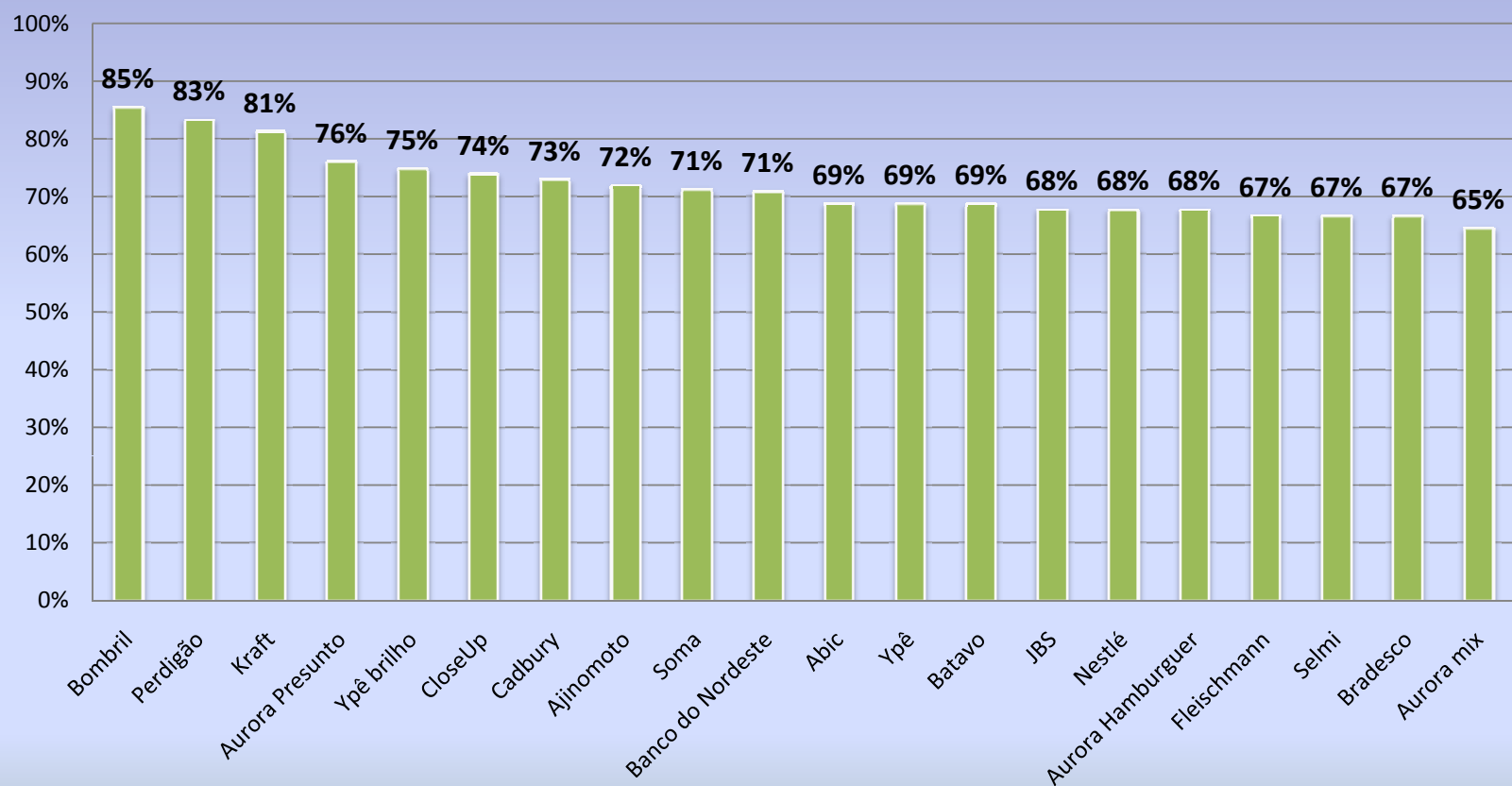


* Média simples dos quatro aspectos pesquisados



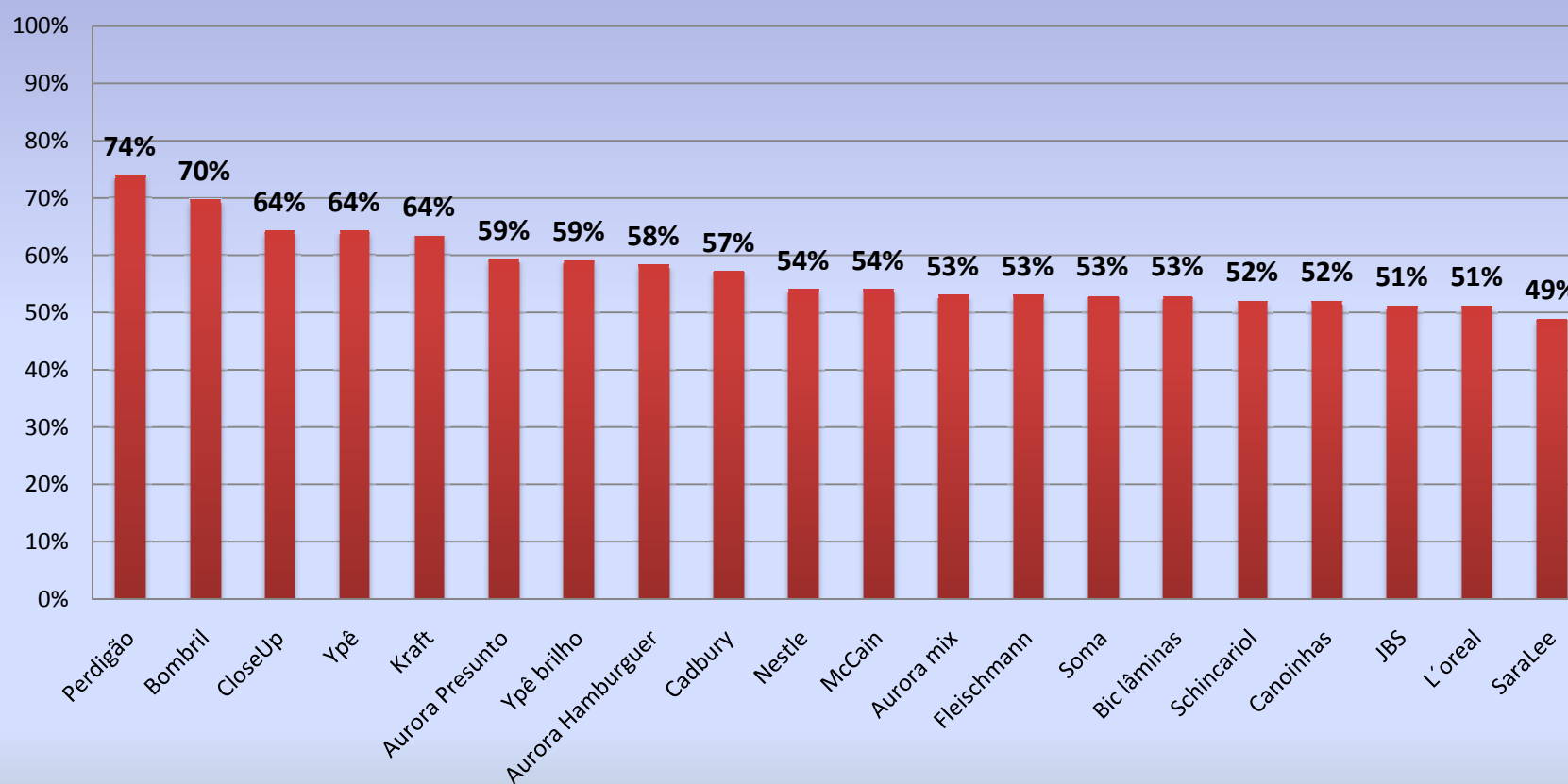
Chamando a atenção do leitor

Top 20: anúncios que despertam interesse



Influência na decisão de compra

Top 20: Decisão de compra



Análise por anúncio


(Apresentados por Categoria)



Categoria Serviços - GS1 Brasil

Programa de Certificação de Código de Barras

O varejo perde, pelo menos, 26% em velocidade de leitura com os códigos de barras que não estão em conformidade com o Padrão GS1. Isto representa aproximadamente 4h30min por dia em uma loja com 10 check-outs.

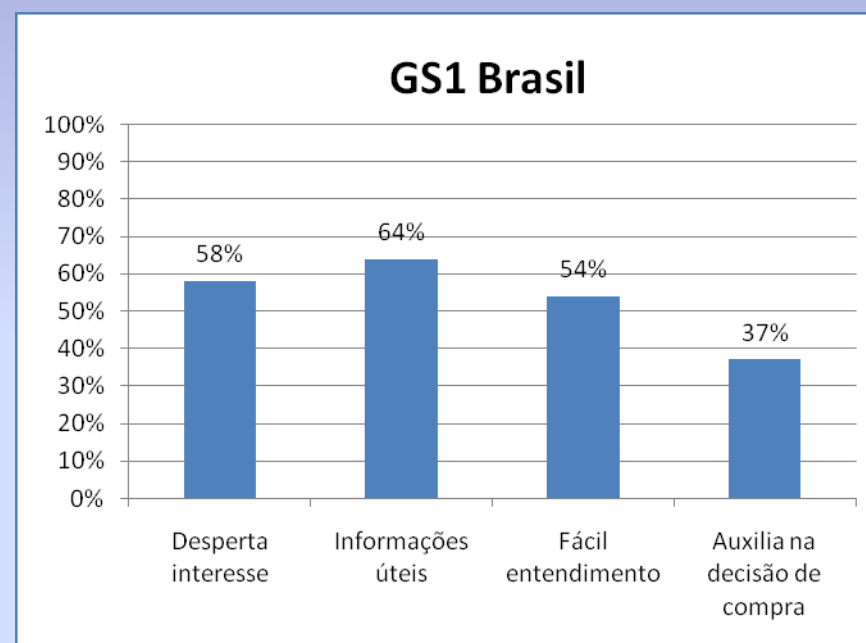


Benefícios para Varejistas, Atacadistas e Distribuidores:

- Maior eficiência na leitura dos códigos de barras;
- Rapidez no atendimento ao cliente e redução de filas;
- Diminuição de erros nas leituras dos códigos de barras;
- Melhoria da experiência de compra e da satisfação de seus clientes;
- Melhorar a qualidade das informações compartilhadas com os parceiros comerciais;
- Maior velocidade no fluxo de mercadorias;
- Possibilidade de redução na ocorrência de rupturas na cadeia de suprimentos;
- Consulta facilitada à origem de produtos de baixa qualidade;
- Garantia de que a propriedade da marca do produto certificado é associada ao registro da GS1 Brasil;
- Redução da incidência de erros no cadastro dos números de rotacion de barras e das descrições dos produtos;
- Redução de devoluções de produtos por problemas nos códigos de barras;
- Possibilidade de redução dos investimentos em equipamentos e infraestrutura.

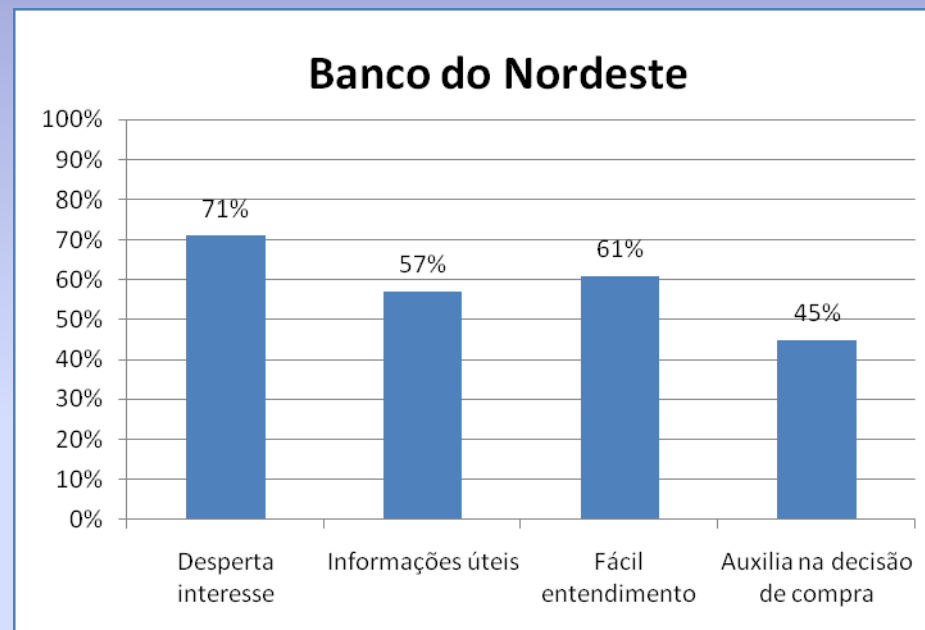
GS1 Brasil

www.gs1brasil.org.br (11) 3686.6225



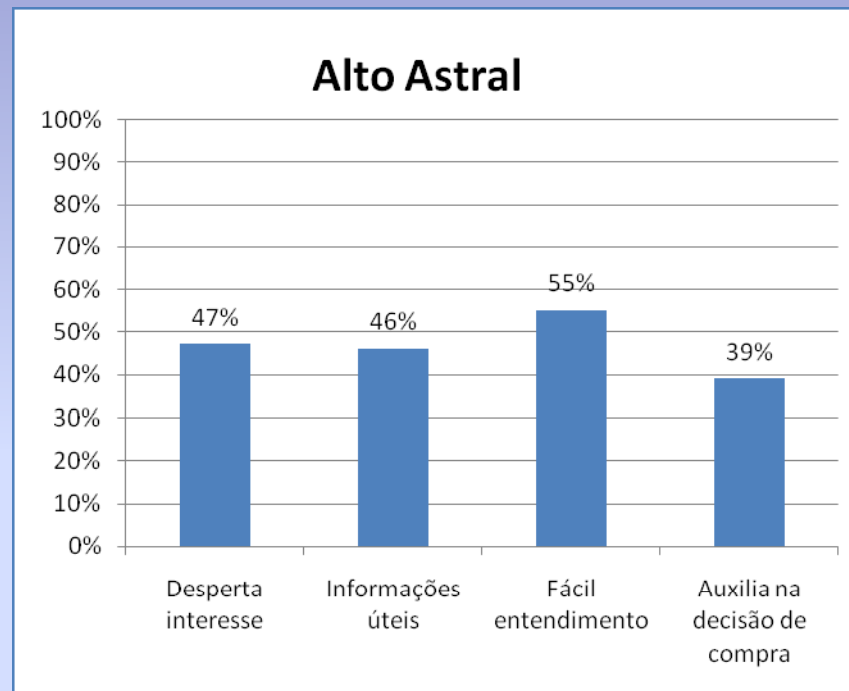
FICHA TÉCNICA – GS1	
Índice de Eficiência	0,55
Tamanho	Dupla
Veiculação	2ª capa e página 3
Agência	Sem agência

BANCO DO NORDESTE



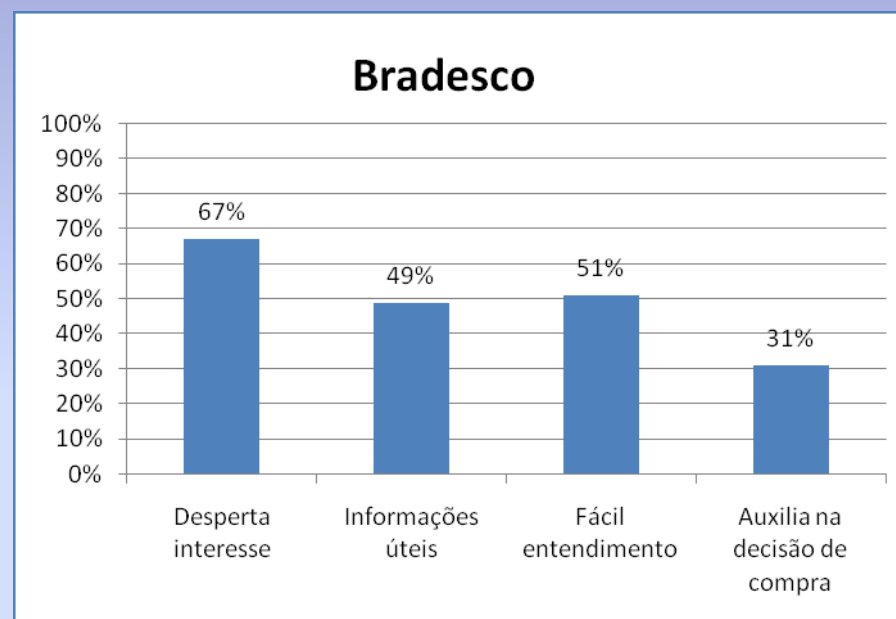
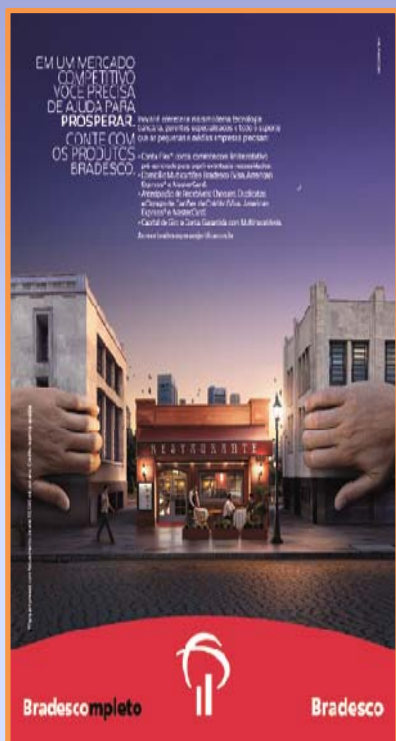
FICHA TÉCNICA – Banco do Nordeste	
Índice de Eficiência	0,59
Tamanho	Simplex
Veiculação	Página 7
Agência	SLA/ Abap

ALTO ASTRAL



FICHA TÉCNICA – Alto Astral	
Índice de Eficiência	0,47
Tamanho	Fracionado
Veiculação	Página 31
Agência	Sem agência

BRADESCO

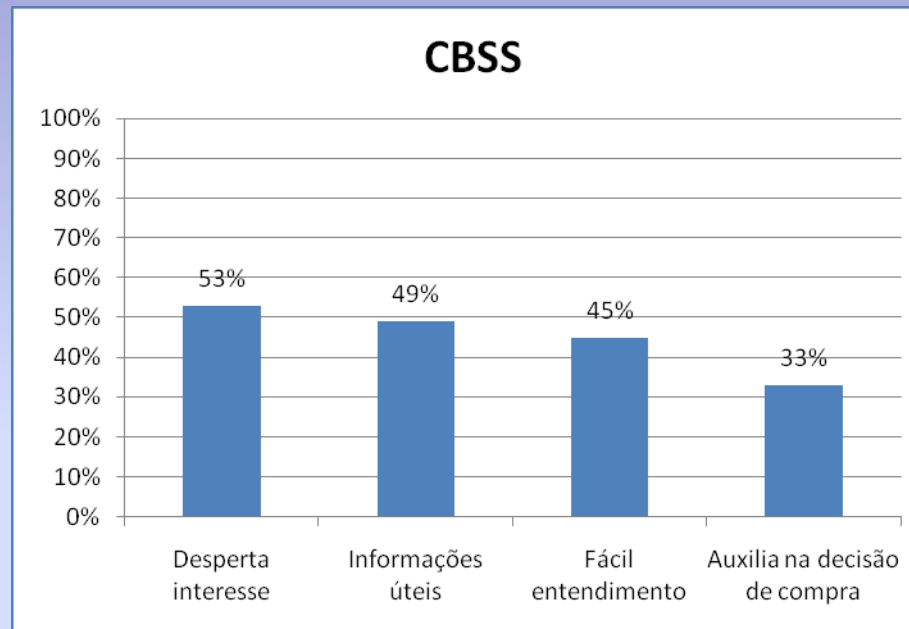


FICHA TÉCNICA – Bradesco	
Índice de Eficiência	0,49
Tamanho	Simples
Veiculação	Página 53
Agência	Neogama

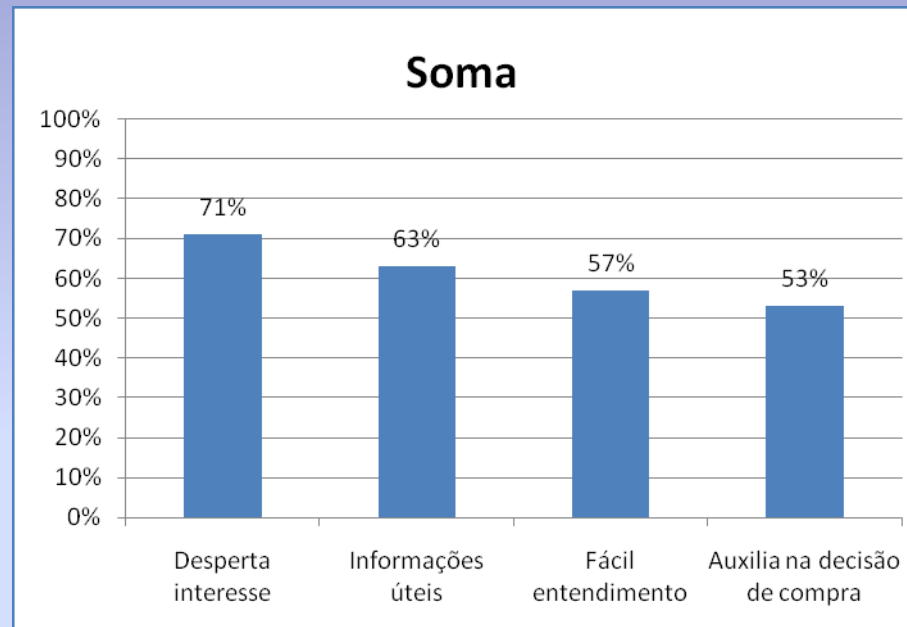
CBSS



FICHA TÉCNICA – CBSS	
Índice de Eficiência	0,45
Tamanho	Fracionado
Veiculação	Página 201
Agência	Ad. Agency



SOMA



FICHA TÉCNICA – Soma	
Índice de Eficiência	0,61
Tamanho	Simplex
Veiculação	Páginas 103
Agência	Sem agência

SANTANDER



**"Confiança se conquista:
o gerente Santander nos procurou
e ofereceu soluções inovadoras de
gestão de caixa, adequadas às
necessidades da nossa empresa."**

*Renato, diretor financeiro, gerente do Santander
Classifying Business, tecnologia e inovação*

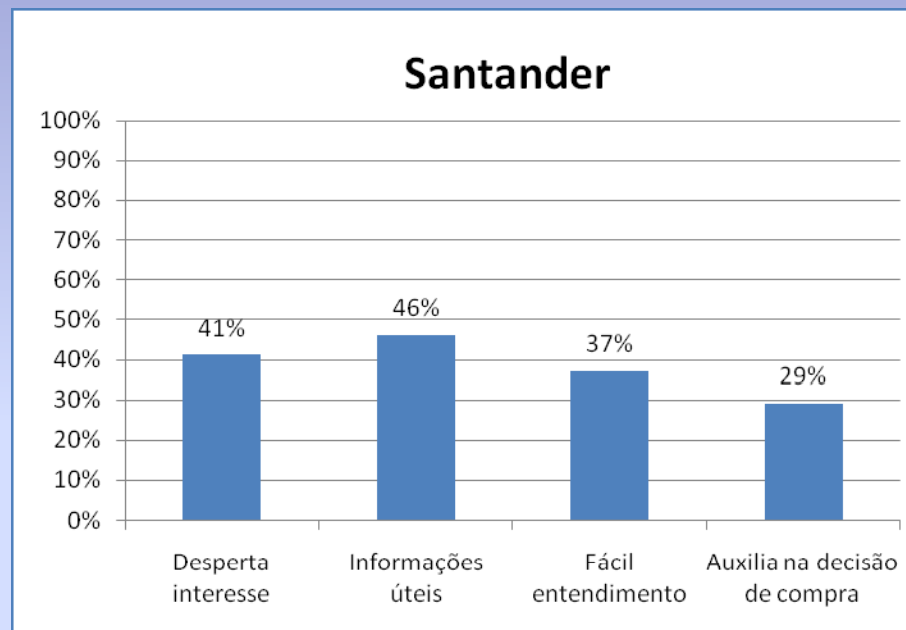
**Soluções em Pagamentos
e Recebimentos para sua empresa
crescer com mais inovação.**

- ✓ Colaboração**
 - Modalidades de cobrança de títulos desburocratizadas de acordo com o perfil de seu negócio, para um melhor gerenciamento de seu fluxo de caixa.
 - Reversão de boletins vendidos e emissão de 2ª via pela Internet.
 - Boletins personalizados com a logomarca da sua empresa e envio de boleto por e-mail.
- ✓ Pagamento a Prazo**
 - Cancelamento e alteração em pagamentos sem ir à agência.
 - Abrange todos os tipos de pagamentos: fornecedores, prestadores de serviço, tributos e contas a pagar em geral.
- ✓ Folha de Pagamento**
 - Eficiência para sua empresa e benefícios para seus funcionários.
 - Gerenciamento da folha de pagamento de forma moderna, segura e totalmente automatizada.
- ✓ SuperCash**
 - Ferramenta gratuita de gestão integrada que facilita o controle do seu fluxo financeiro: Colaboração, Descrédito e Cessão Eletrônica de Cheques, Pagamento a Fornecedores, Folha de Pagamento e Débito Automático.

Solite mais sobre as soluções e benefícios do Santander Business para sua empresa.

Santander
O VALOR DAS IDEIAS

PARA MAIS INFORMAÇÕES: 0800 100 1000
ou consulte o Gerente de Negócios Santander
SAC: 0800 100 1000 / Ouvidoria: 0800 100 1000



FICHA TÉCNICA – Santander	
Índice de Eficiência	0,38
Tamanho	Simplex
Veiculação	Páginas 149
Agência	Talent

FIA

FIA: Excelência em Educação Executiva.

MEA Varejo: Bens e Serviços 400 horas-aula
Nutrir e estimular o crescimento econômico é gestão das regiões. Os profissionais que atuam dentro ou indiretamente no varejo de bens e serviços: cadeia de produção e distribuição.

Pós-graduação Logística e Distribuição 300 horas-aula
Apresentar e discutir conceitos, métodos e técnicas relacionados às atividades de logística e distribuição para executivos interessados nessa área da administração das regiões.

Pós-graduação Administração Estratégica 300 horas-aula
Oferecer aos participantes um conjunto de instrumentos e bases teóricas que permitam ampliar a percepção das possibilidades estratégicas a serem desenvolvidas e implementadas pelas organizações.

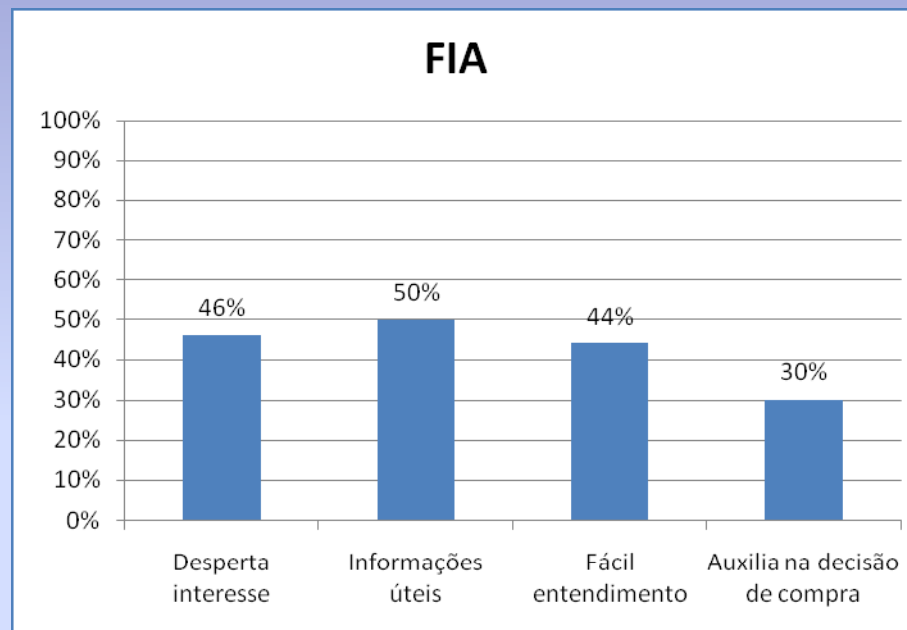
Pós-graduação Inteligência de Mercado 480 horas-aula
O programa visa a definir e comunicar aos participantes um modelo coerente, eficaz e eficiente de inteligência de mercado, por meio de uma análise integrada e sustentada em conceitos, técnicas e práticas.

Extensão Internacional: Varejo nos Estados Unidos
Proporcionar aos participantes do programa uma análise do varejo americano apoiada em um conjunto amplo de dados e em conclusões ligadas à gestão das regiões.

Informações e inscrições: 11 3894-5010 / 11 3894-1004
curso@fia.com.br

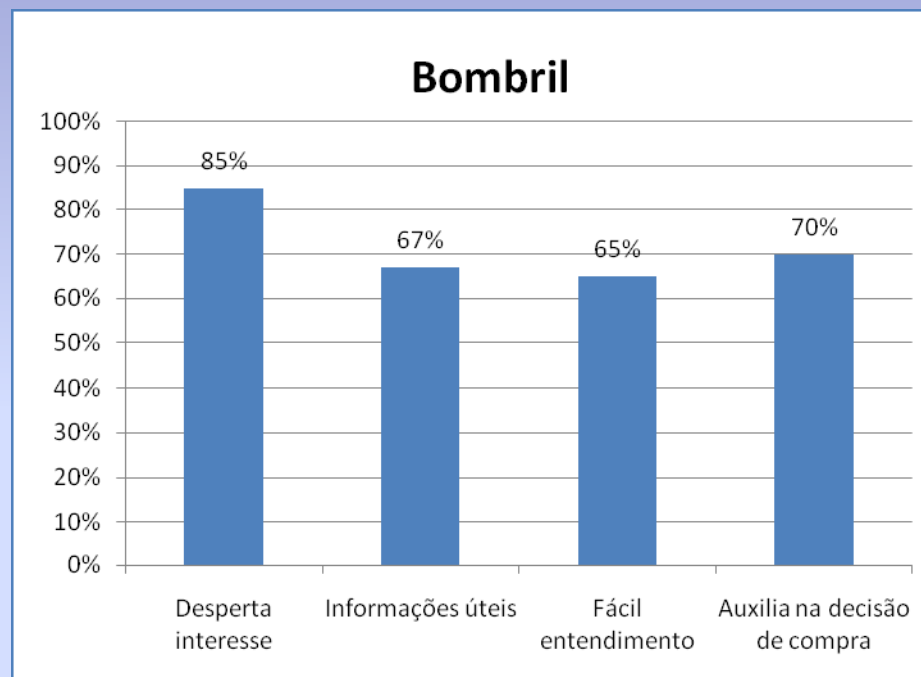
IFRR
PROVAR
Laboratório de Finanças

www.fia.com.br • www.provar.org • www.labfin.com.br



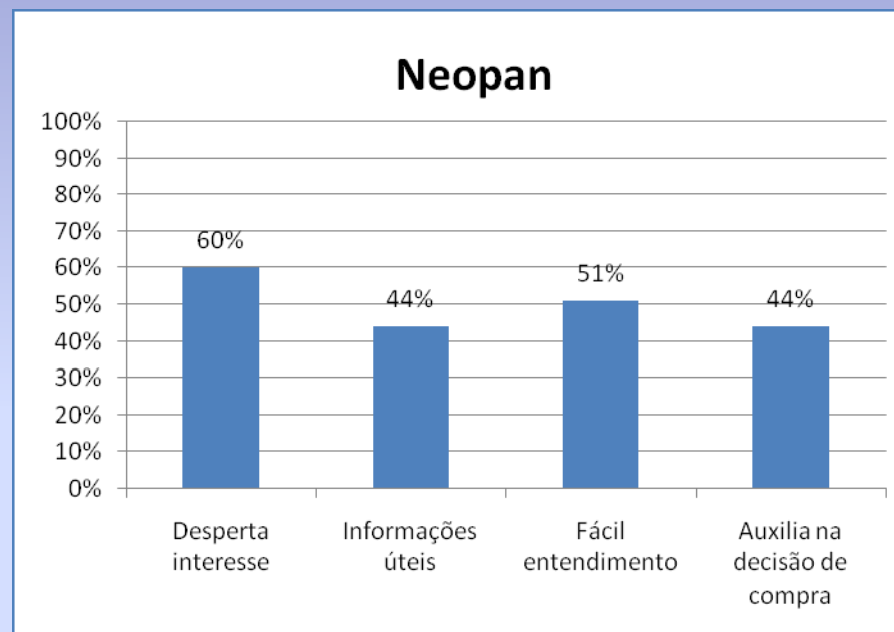
FICHA TÉCNICA – Fia	
Índice de Eficiência	0,42
Tamanho	Simplex
Veiculação	Página 209
Agência	CTO Comunicação Total

Categoria Não-Alimentos - BOMBRIL



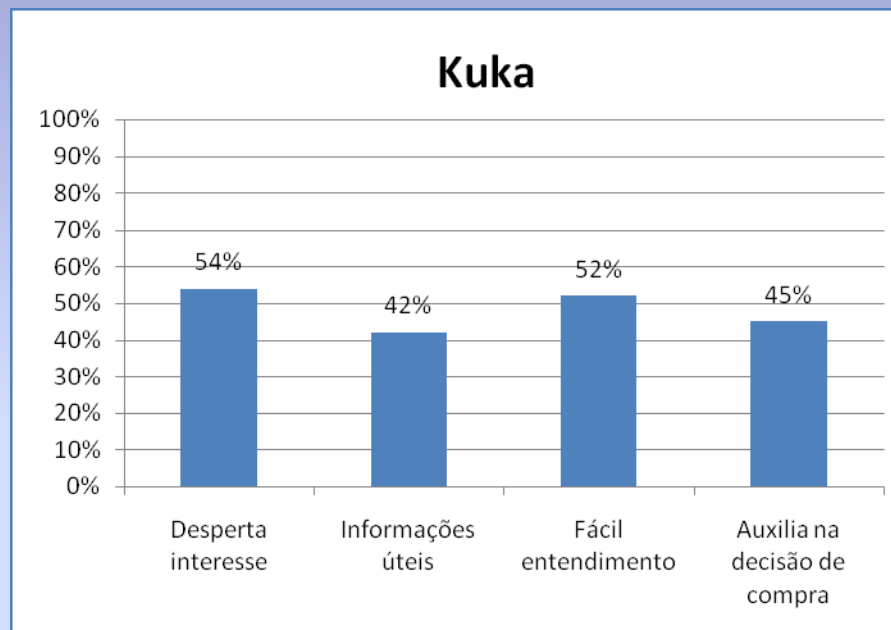
FICHA TÉCNICA – Bombril	
Índice de Eficiência	0,72
Tamanho	Simplex
Veiculação	Página 9
Agência	Estação Brasil

NEOPAN



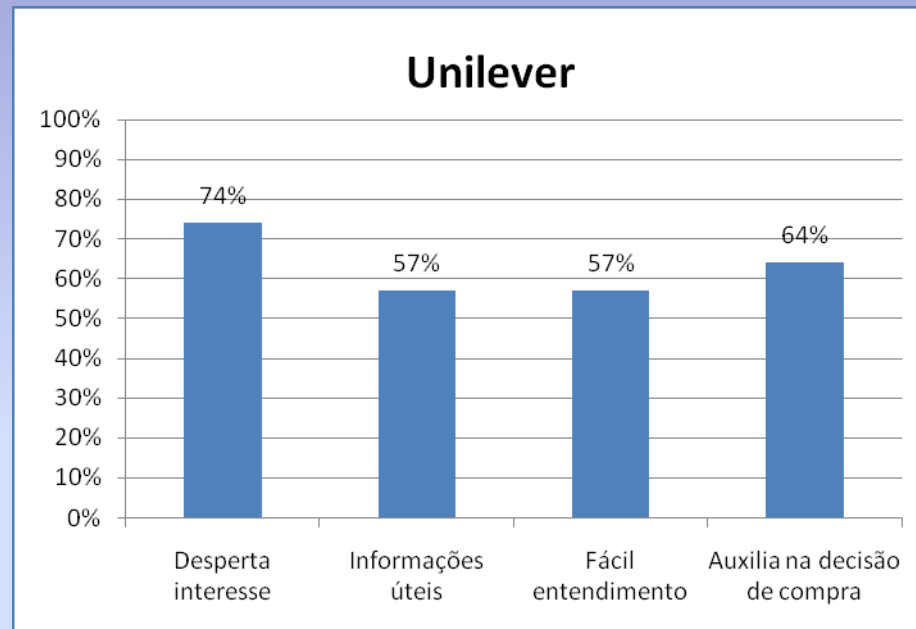
FICHA TÉCNICA – Neopan	
Índice de Eficiência	0,50
Tamanho	Simplex
Veiculação	Página 89
Agência	Mega

KUKA



FICHA TÉCNICA – Kuka	
Índice de Eficiência	0,48
Tamanho	Simples
Veiculação	Página 91
Agência	Preview Design

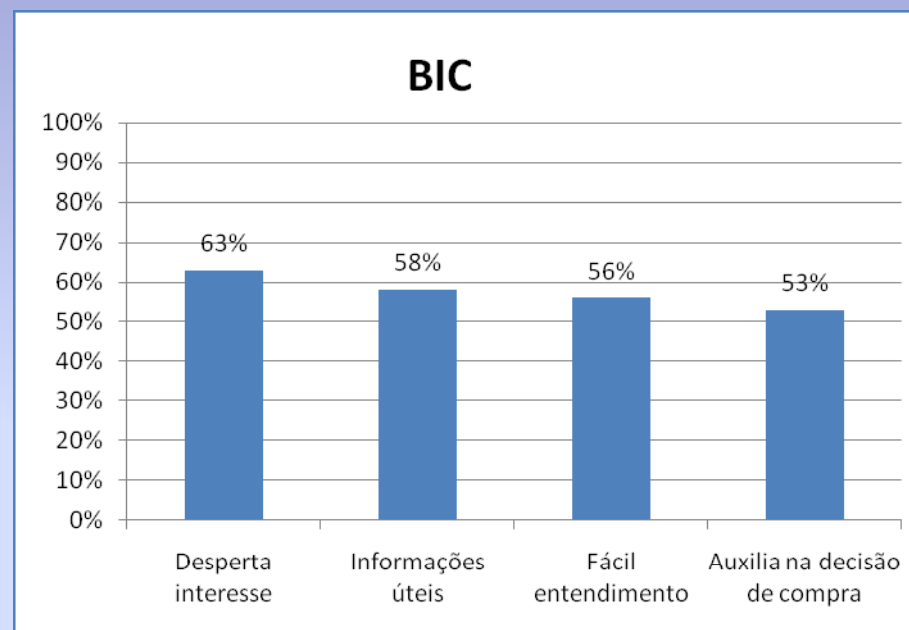
UNILEVER



FICHA TÉCNICA – Unilever

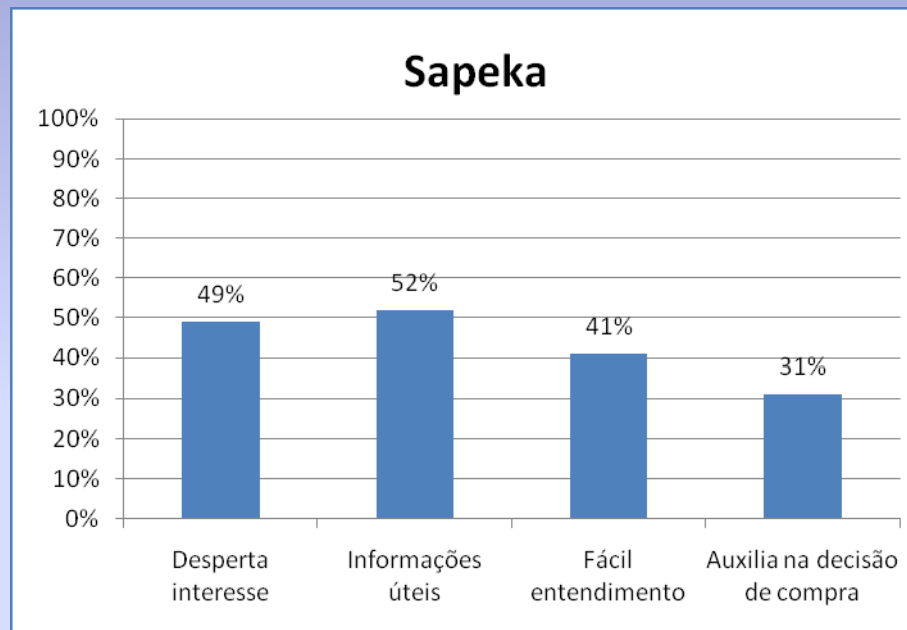
Índice de Eficiência	0,63
Tamanho	Simples
Veiculação	Páginas 137
Agência	Mandarim Design

BIC



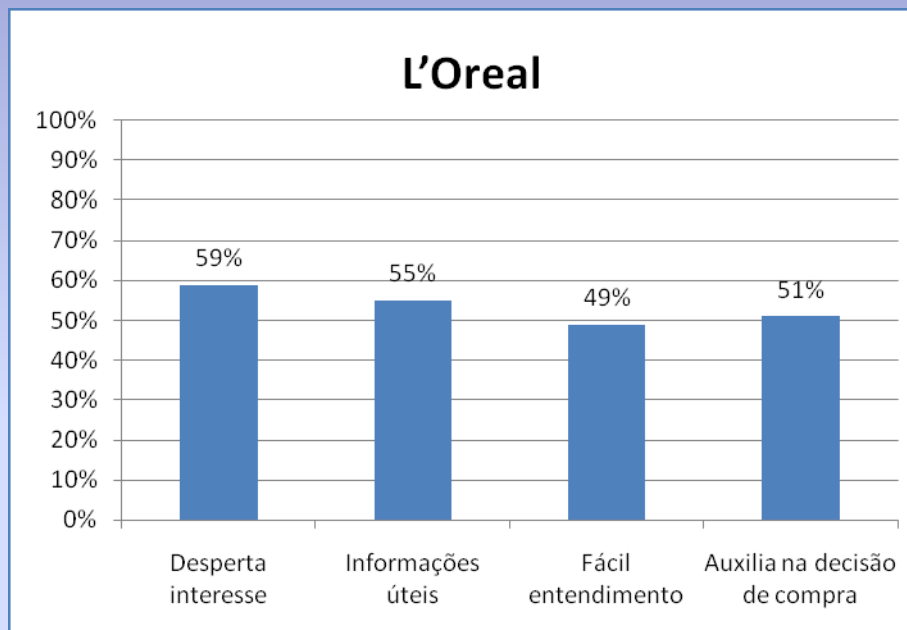
FICHA TÉCNICA – BIC	
Índice de Eficiência	0,58
Tamanho	Simple
Veiculação	Páginas 141
Agência	Ad-one

SAPEKA



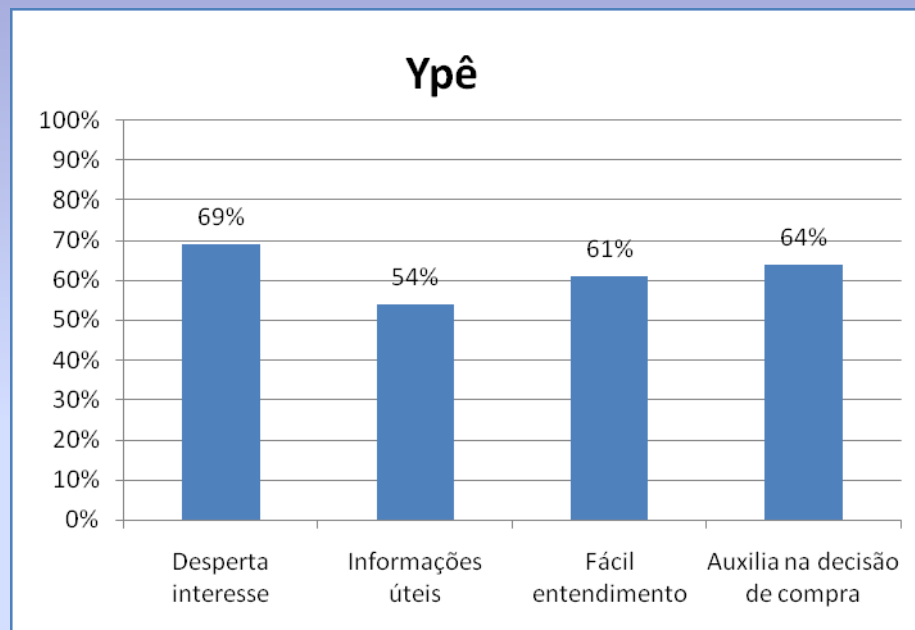
FICHA TÉCNICA – Sapeka	
Índice de Eficiência	0,43
Tamanho	Simple
Veiculação	Páginas 143
Agência	DC&C

L'OREAL



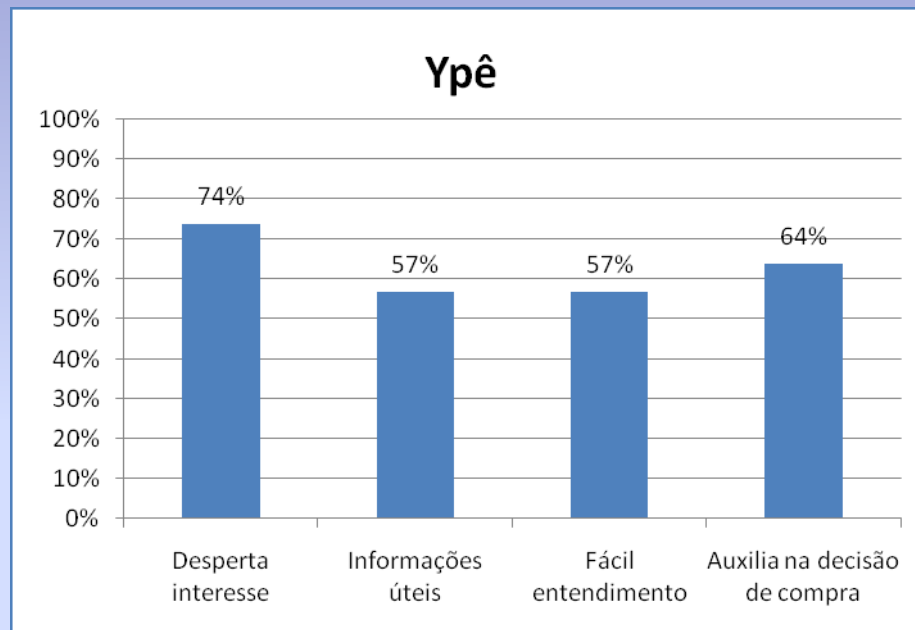
FICHA TÉCNICA – L'OREAL	
Índice de Eficiência	0,53
Tamanho	Simple
Veiculação	Páginas 151
Agência	Candido & Ortiz

YPÊ



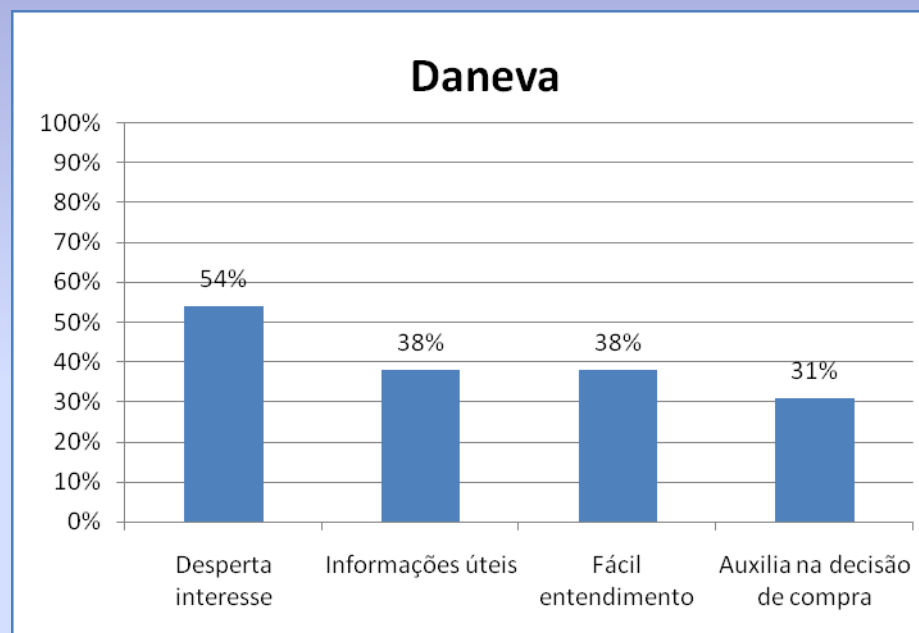
FICHA TÉCNICA – Ypê	
Índice de Eficiência	0,62
Tamanho	Simple
Veiculação	Páginas 161
Agência	P&M

YPÊ



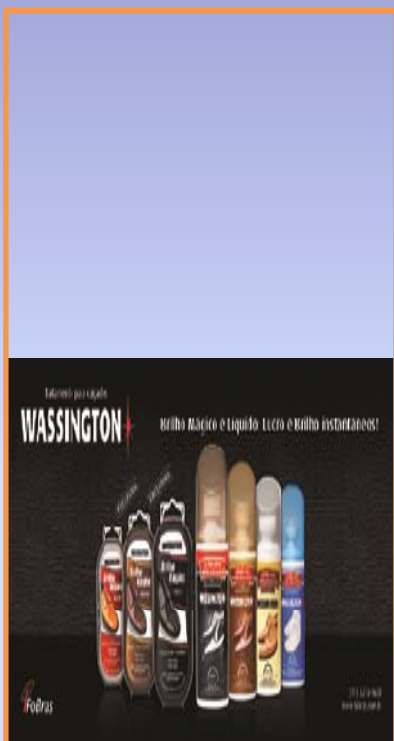
FICHA TÉCNICA – Ypê	
Índice de Eficiência	0,62
Tamanho	Simples
Veiculação	Páginas 165
Agência	P&M

DANEVA

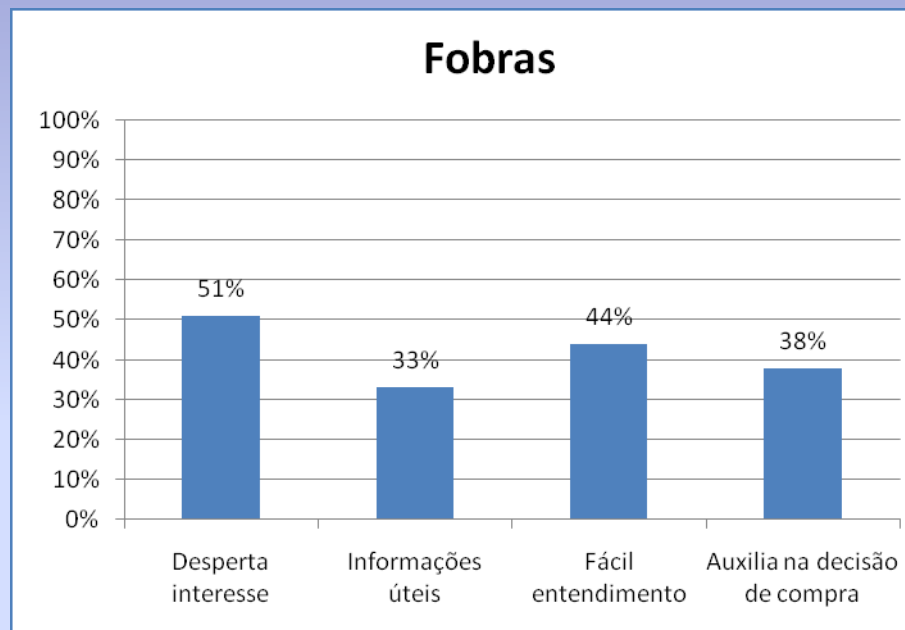


FICHA TÉCNICA – Daneva	
Índice de Eficiência	0,40
Tamanho	Fracionada
Veiculação	Página 13
Agência	MarkCom

FOBRAS



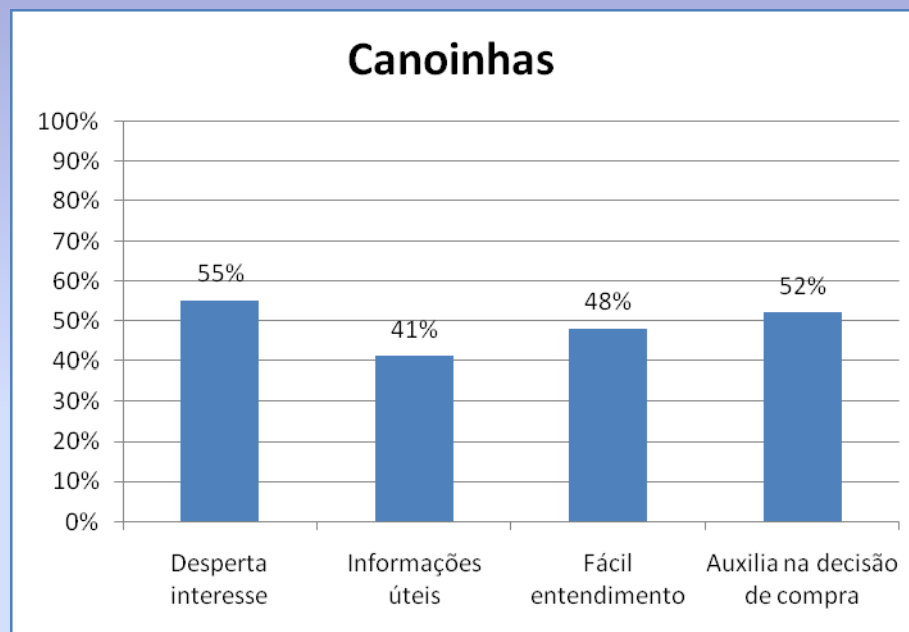
FICHA TÉCNICA – Fobras	
Índice de Eficiência	0,42
Tamanho	Fracionado
Veiculação	Página 195
Agência	Sem agência



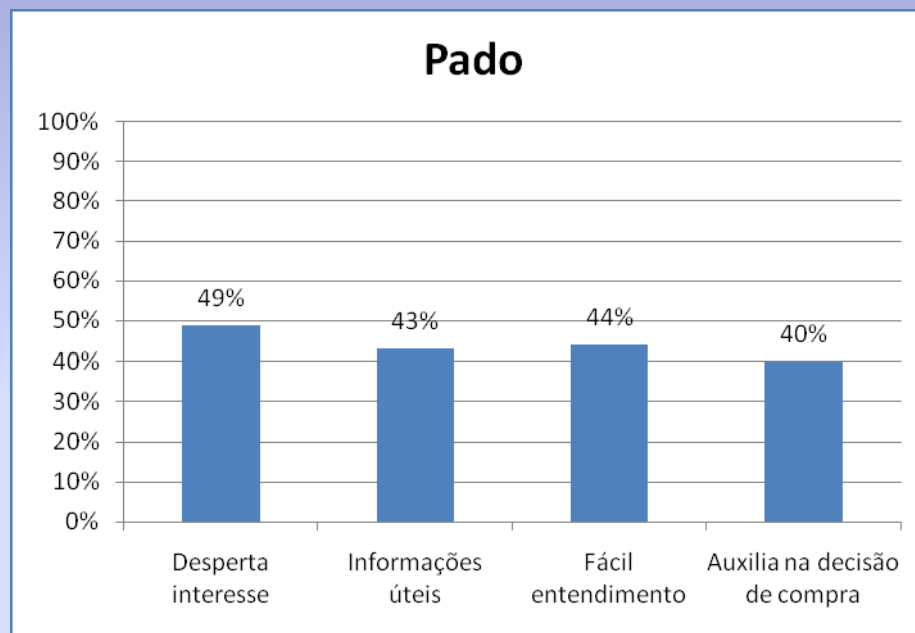
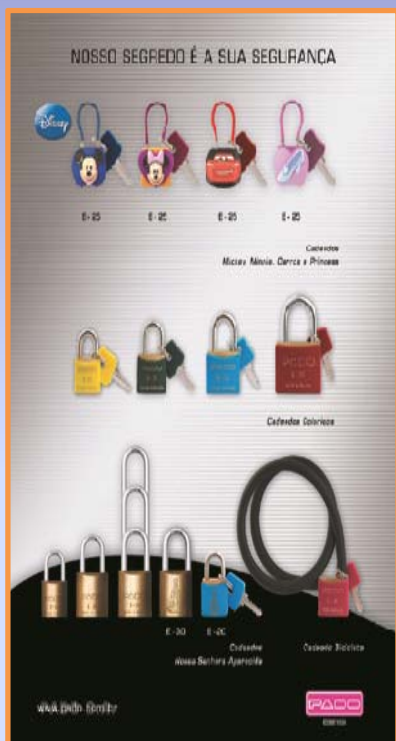
CANOINHAS



FICHA TÉCNICA – Canoinhas	
Índice de Eficiência	0,49
Tamanho	Fracionado
Veiculação	Página 199
Agência	Nabesima Design

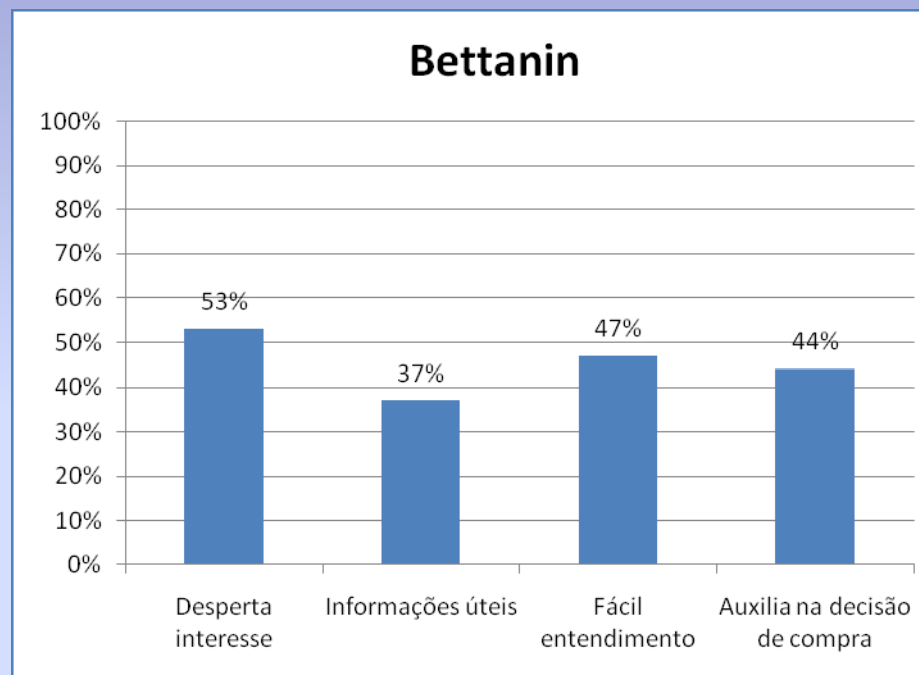


PADO



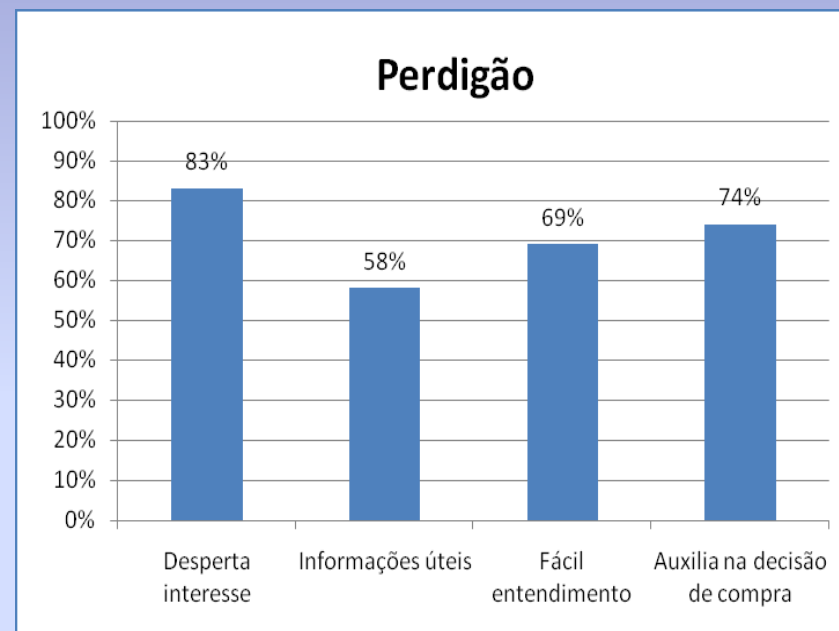
FICHA TÉCNICA – Pado	
Índice de Eficiência	0,44
Tamanho	Simple
Veiculação	Página 207
Agência	Sem agência

BETTANIN



FICHA TÉCNICA – Bettanin	
Índice de Eficiência	0,45
Tamanho	Simplex
Veiculação	3ª Capa
Agência	Vossa

Categoria Alimentos - PERDIGÃO



FICHA TÉCNICA – Perdigão

Índice de Eficiência	0,71
Tamanho	Dupla
Veiculação	Página 10 e 11
Agência	Y&R

KRAFT

SÓ MESMO A MAIOR TEMPOS E AS MARCAS PARA GARANTIR A VOCÊ ANIMAÇÃO DE TODOS OS QUE AS CRIANÇAS ADORAM UMA AVALANCHE DE VENDAS.

CHEGOU A PROMOÇÃO A ERA DO GELO 3
O SUCESSO DO CINEMA QUE VAI ANIMAR O SEU PDV.

Trakinas traz um superlançamento: Trakinas Geladinho. A versão da refrescância do sorvete nos sabores: Chocolate, Morango, Doce de Leite.

Tang com dois novos sabores: Frutas Vermelhas e Maqui, com degustação no PDV e embalagens com figurinhas A Era do Gelo 3.

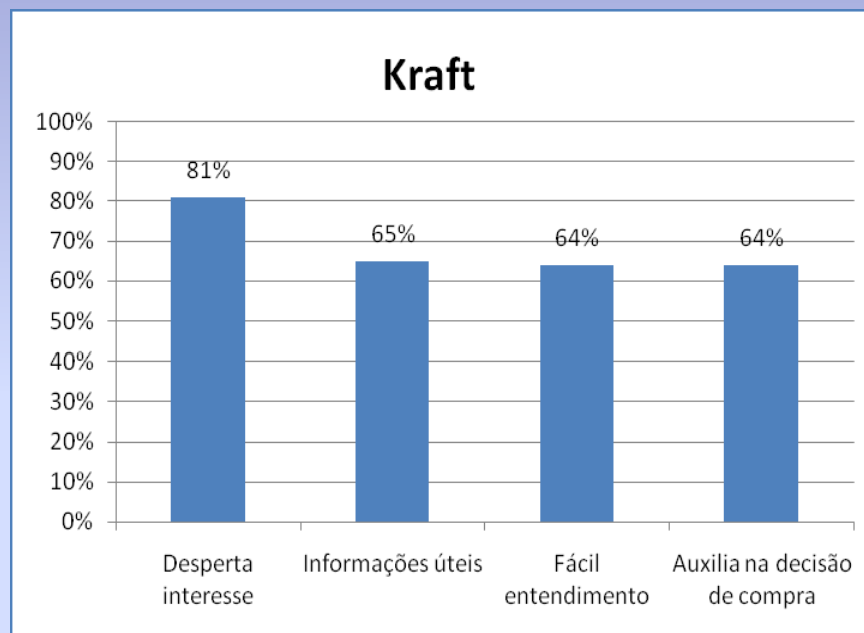
Royal Sobremesas: Embalagens e figurinhas temáticas.

Ação compre e ganhe com as marcas Trakinas, Tang e Royal Sobremesas.

Brinde exclusivo: copo A Era do Gelo 3 com vários modelos.

• **Megaexibições** no ponto de venda.
• Materiais de merchandising inovadores e impactantes.

Vendas Supermercados, Atacad e Distribuidores: (011) 3314 4000 / Home/Produto: (011) 3122 3900.
Inclui Age 3 De 4-6 © 2007 Twentieth Century Fox Film Corporation. All Rights Reserved.



FICHA TÉCNICA – Kraft

Índice de Eficiência	0,68
Tamanho	Dupla
Veiculação	Páginas 14 e 15
Agência	G/PAC

McCain

Utilize a liderança das batatas congeladas McCain e aumente sua lucratividade.



A McCain é líder mundial em processamento e venda de batata pré-frita congelada.

Sua liderança, consolidada no Brasil, faz com que a empresa invista cada vez mais em novos formatos e sabores para atender aos hábitos de consumo dos brasileiros.

O mix de batatas congeladas da McCain amplia sua rentabilidade e garante fidelização dos consumidores ao estabelecimento.

Exponha o mix completo e ofereça ao consumidor a opção da escolha.

Tradicional: Com maior giro, deve ser exposto com destaque.

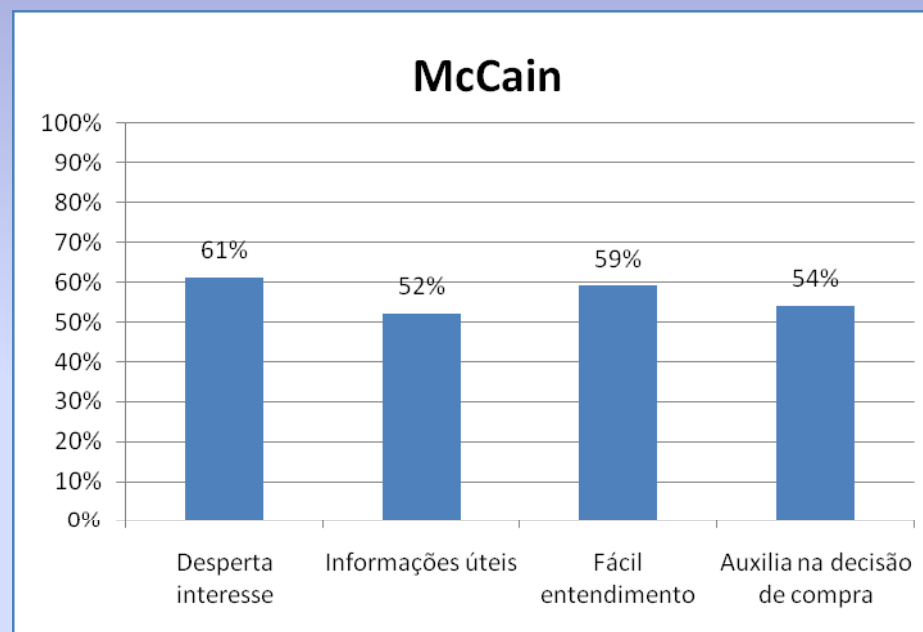
Smiles: Excluído McCain. É a preferida da público infantil.

Batata Doce: Novidade com sabor bem brasileiro.

Nissettes: Para consumidores que querem praticidade sem perder o sabor.

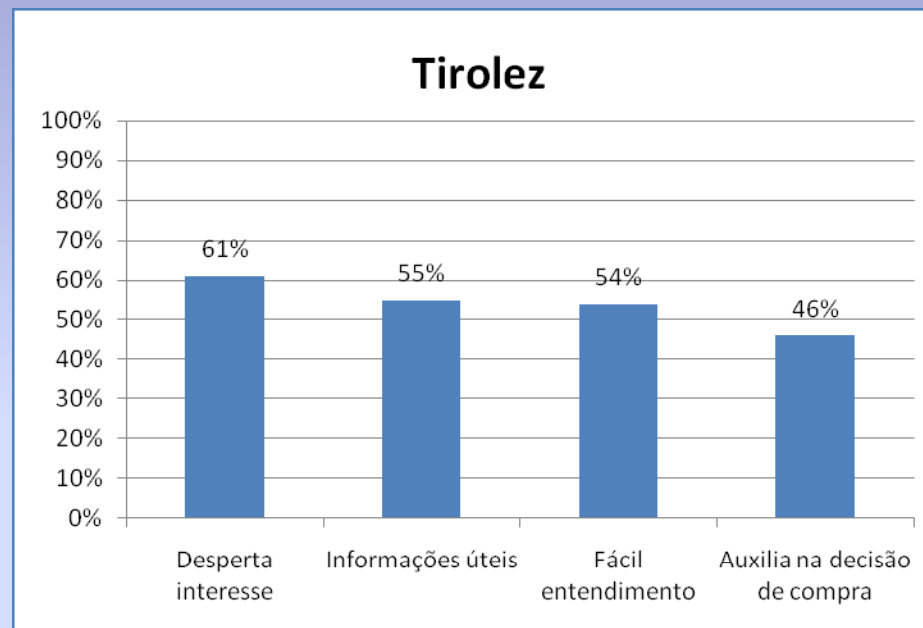
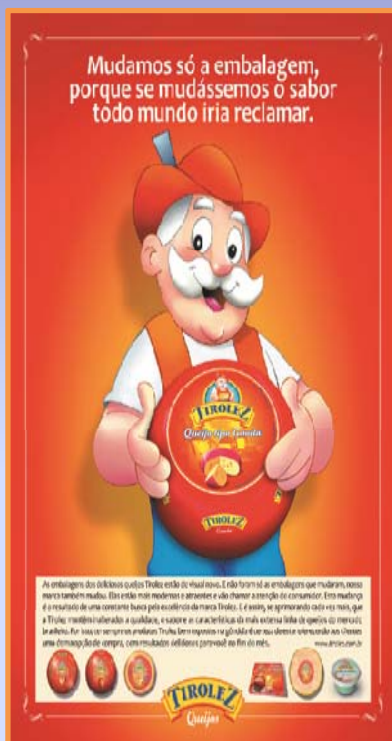
Batata frita para forno: A opção para quem quer sabor e saúde.

Muito mais batata



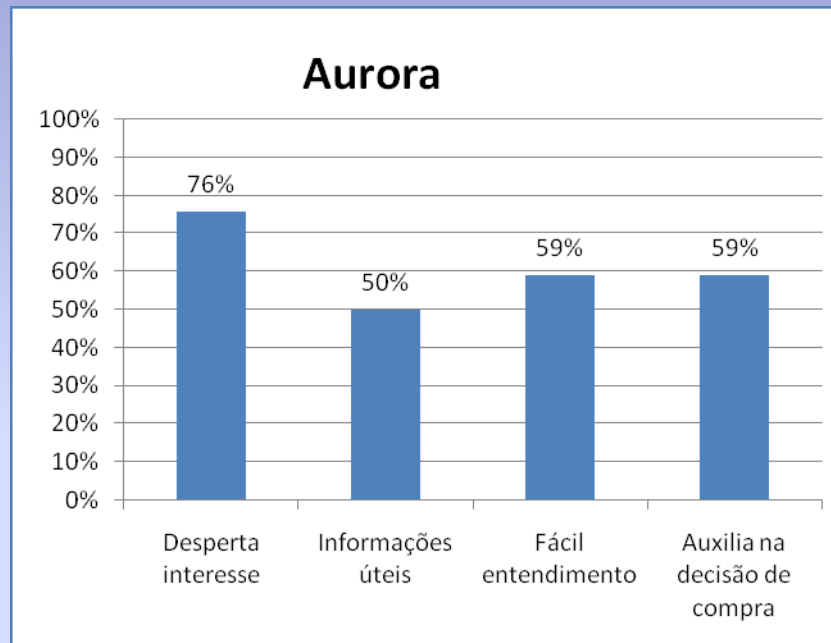
FICHA TÉCNICA – McCain	
Índice de Eficiência	0,57
Tamanho	Simplex
Veiculação	Página 17
Agência	Ferrari Stella

TIROLEZ



FICHA TÉCNICA – Tirolez	
Índice de Eficiência	0,54
Tamanho	Simplex
Veiculação	Página 19
Agência	JJL

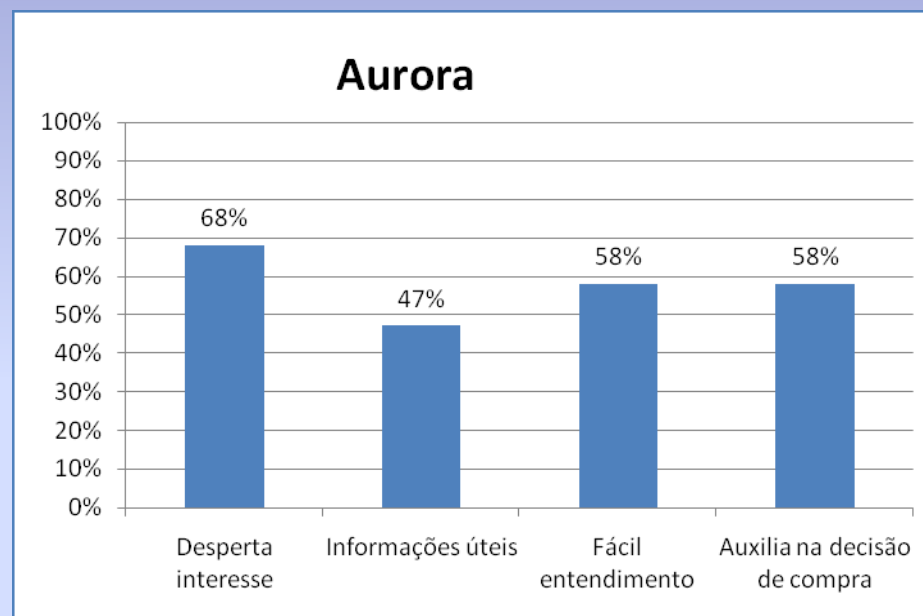
AURORA



FICHA TÉCNICA – Aurora

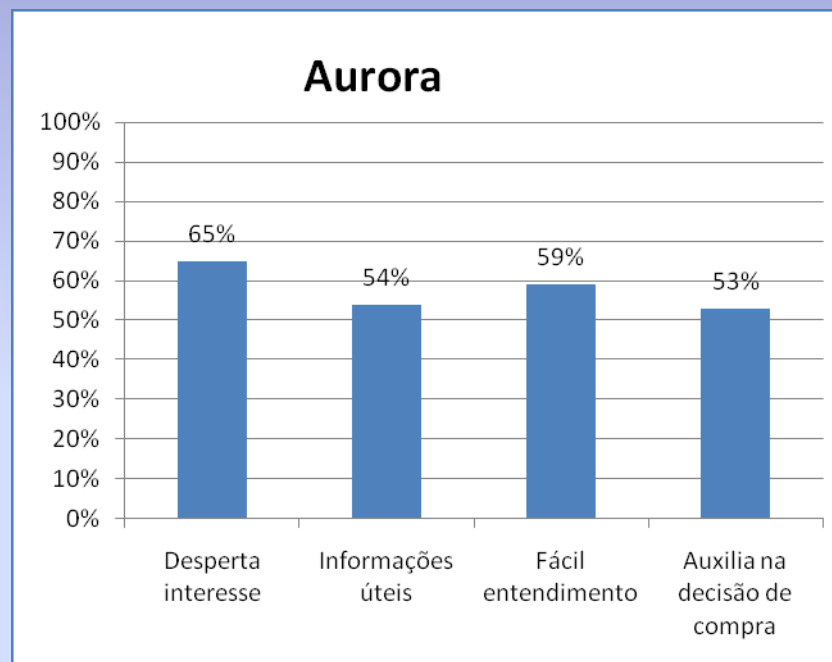
Índice de Eficiência	0,61
Tamanho	Simplex
Veiculação	Página 39
Agência	Ferrari Stella

AURORA



FICHA TÉCNICA – Aurora	
Índice de Eficiência	0,58
Tamanho	Simples
Veiculação	Página 41
Agência	Ferrari Stella

AURORA



FICHA TÉCNICA – Aurora	
Índice de Eficiência	0,58
Tamanho	Simplex
Veiculação	Página 43
Agência	Ferrari Stella

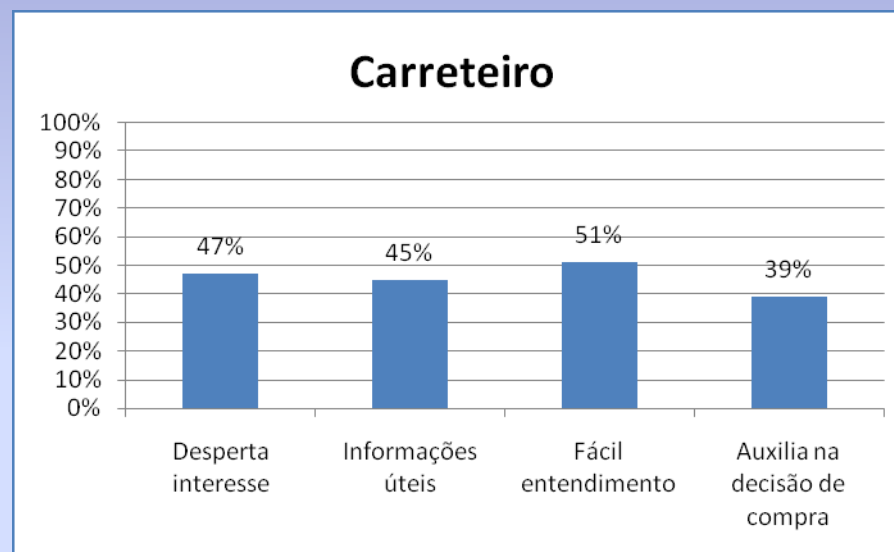
NESTLÉ

Nestlé

Critério	Porcentagem
Desperta interesse	68%
Informações úteis	64%
Fácil entendimento	52%
Auxilia na decisão de compra	54%

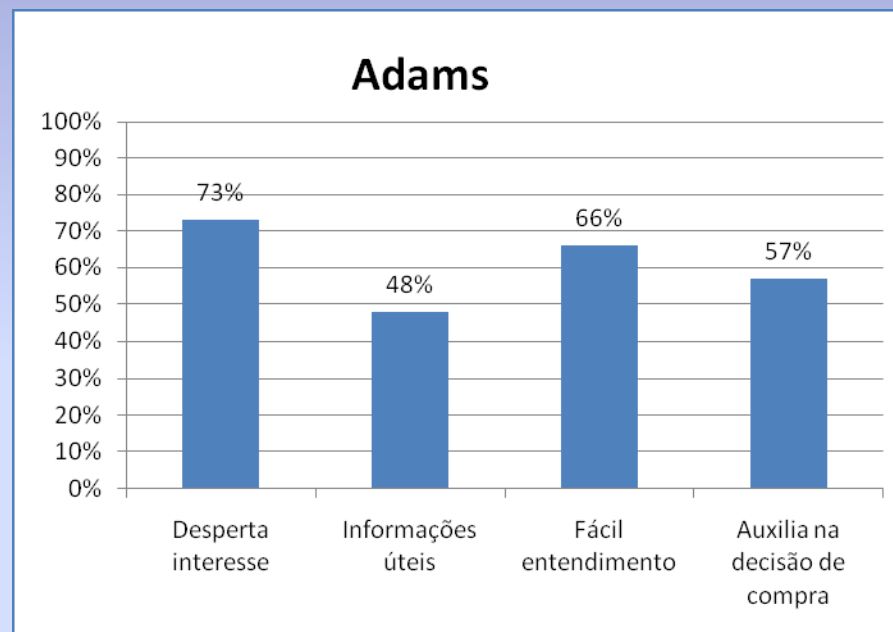
43

CARRETEIRO



FICHA TÉCNICA – Carreiro	
Índice de Eficiência	0,45
Tamanho	Simplex
Veiculação	Página 55
Agência	JC Marketing

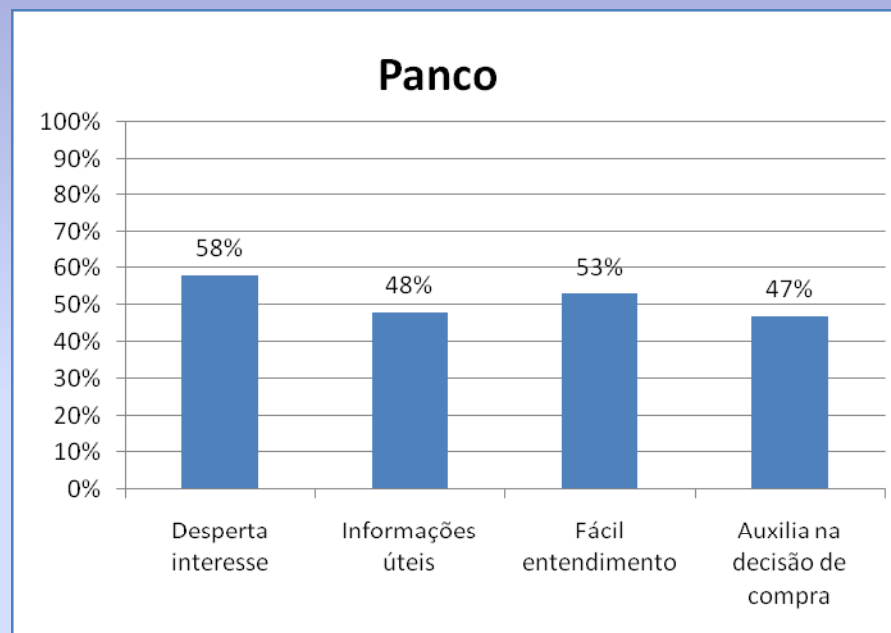
ADAMS



FICHA TÉCNICA – Adams

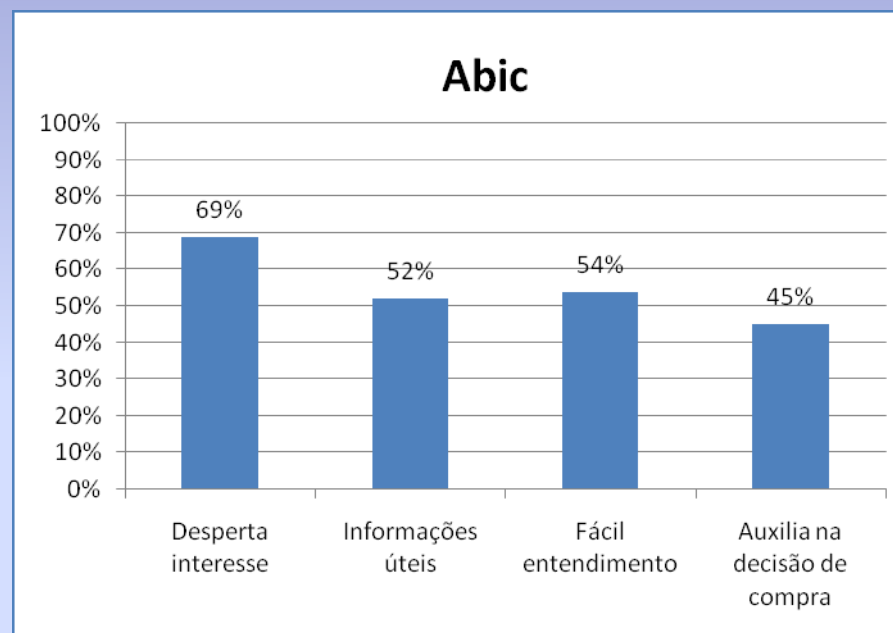
Índice de Eficiência	0,61
Tamanho	Simples
Veiculação	Página 57
Agência	6291 Com.

PANCO



FICHA TÉCNICA – Panco	
Índice de Eficiência	0,52
Tamanho	Simplex
Veiculação	Página 59
Agência	Sem agência

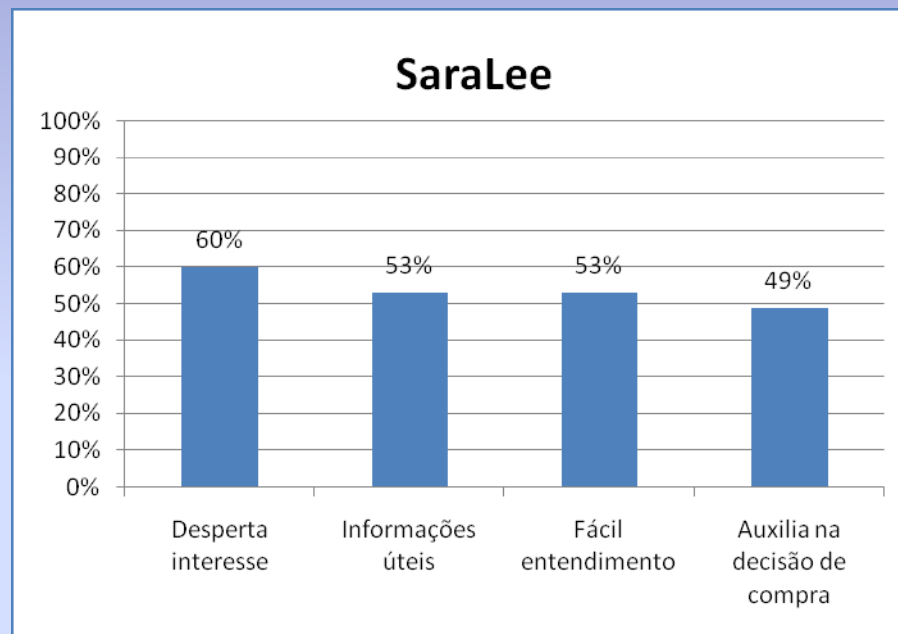
ABIC



FICHA TÉCNICA – ABIC

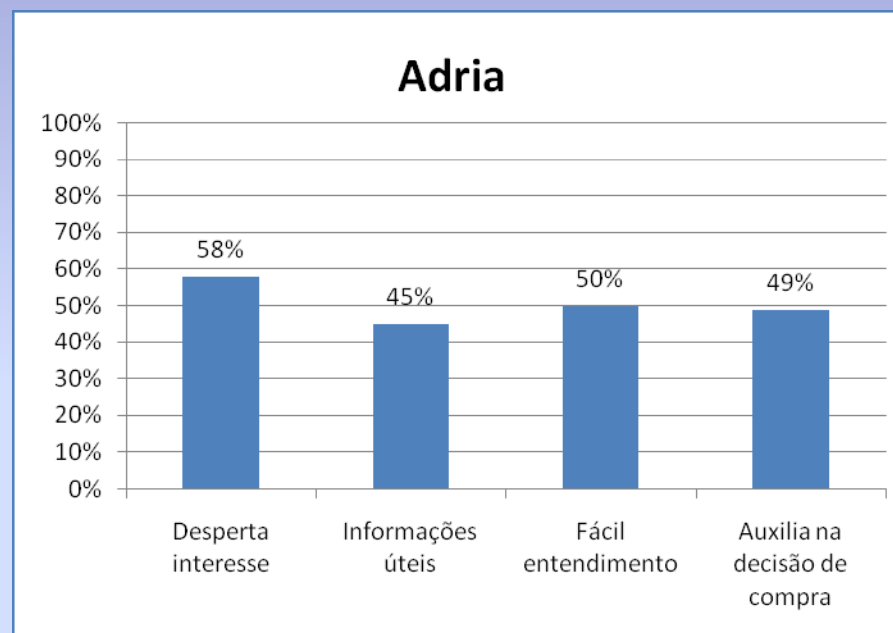
Índice de Eficiência	0,55
Tamanho	Simplex
Veiculação	Página 65
Agência	GSB2

SARALEE



FICHA TÉCNICA – Saralee	
Índice de Eficiência	0,54
Tamanho	Simples
Veiculação	Página 67
Agência	Artface

ADRIA

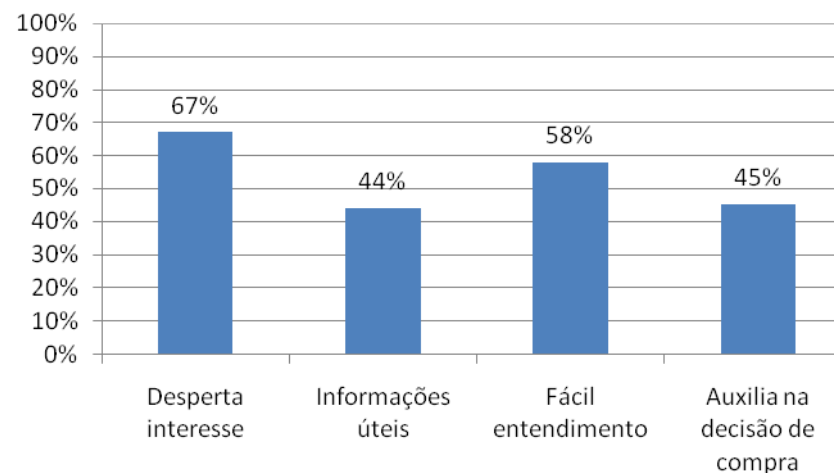


FICHA TÉCNICA – Adria	
Índice de Eficiência	0,51
Tamanho	Simples
Veiculação	Página 81
Agência	WRCdesign

PASTIFÍCIO SELMI



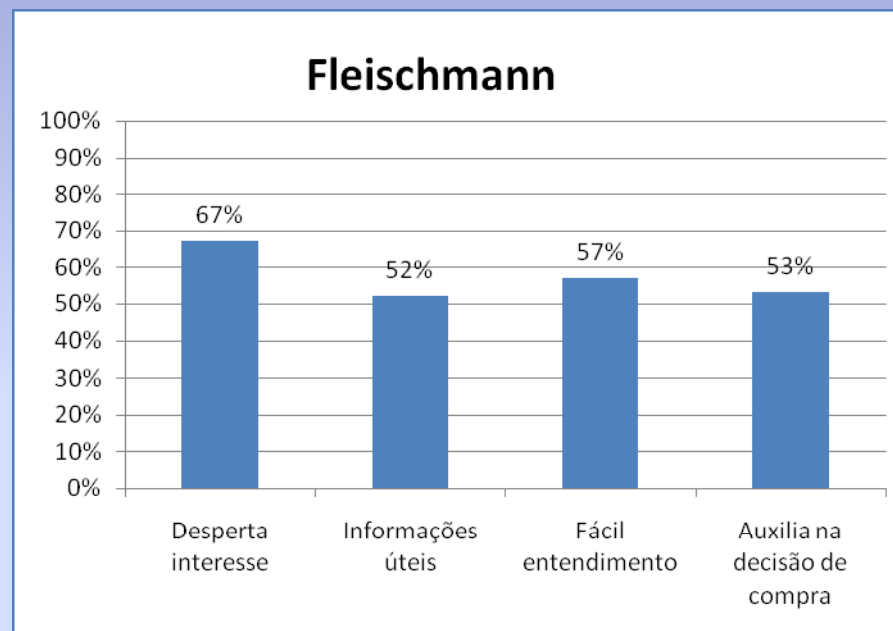
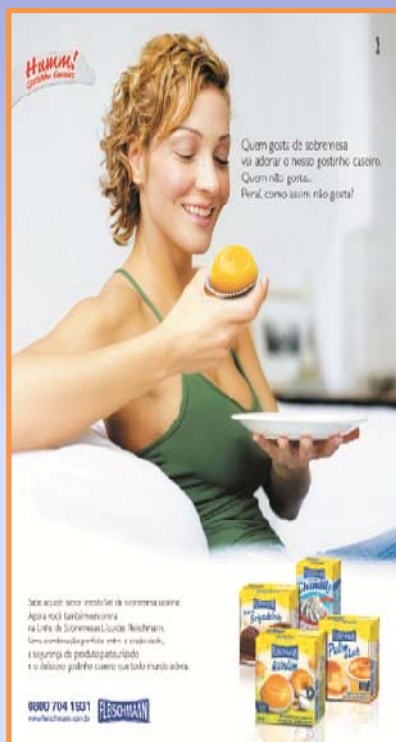
Pastifício Selmi



FICHA TÉCNICA – Pastifício Selmi

Índice de Eficiência	0,53
Tamanho	Simple
Veiculação	Página 83
Agência	Explícita

FLEISCHMANN



FICHA TÉCNICA – Fleischmann	
Índice de Eficiência	0,57
Tamanho	Simplex
Veiculação	Página 93
Agência	Staff

AJINOMOTO

O DESAFIO DO VAREJISTA

Como administrar cada categoria do supermercado para que o consumidor encontre os bens que deseja de forma rápida, fácil e direta?



Gerenciamento por Categoria. Administrando cada categoria como uma loja dentro da loja.

Em uma parceria entre fornecedores e varejistas, é possível administrar categorias como unidades estratégicas de negócios. É a melhor ferramenta para organizar a gôndola através de um sortimento ideal, eliminando a duplicidade e criando maior rentabilidade para o varejo.

Entre as benefícios que o varejista tem com a adoção do Gerenciamento por Categoria estão o melhor controle das vendas da loja, melhor gestão do espaço e, portanto, maior rentabilidade e satisfação do shopper.

- Processo de GC é realizado pelo líder da categoria (conhecido como Líder da Categoria), através de benefícios tanto para o consumidor, como para o varejo e a indústria.

A liderança consolidada da Ajinomoto em Temperos:

- SABOR A MI líder com mais de 80% de participação de mercado de temperos de Sabor
- SABOR A MI líder com mais de 30% do mercado de Pasta Completa
- Outros temperos exclusivos - ricos



AJINOMOTO NO GERENCIAMENTO POR CATEGORIA



A Ajinomoto começou a desenvolver o seu trabalho de gerenciamento há mais de 10 anos.

Por ser líder da categoria em temperos, com mais de 80% do mercado, a Ajinomoto foi escolhida pelas gôndolas para ser a Líder da Categoria, e decidir o posicionamento dos concorrentes com os demais varejistas.

Conhecendo o shopper e a categoria.

Ativado de planejamento realizado por grandes institutos, a Ajinomoto passou a conhecer melhor o shopper da categoria de temperos e quais os critérios mais valorizados por ele no momento da compra.

A ÁRVORE DE DECISÃO DE TEMPEROS

Desenvolvida pelo shopper no processo de decisão de compra de uma determinada categoria.

Definição das subcategorias:

- Múltiplos temperos que incluem o sabor tradicional (ou salmão - sal) e temperos para (Pasta/Carne/Sal)
- Complementos: molhos e temperos que incluem ingredientes, incluindo um novo sabor (prático)
- Baseado temperos que incluem ingredientes diferenciados (molhos no tipo de tempero)
- Opções específicas para algum prato ou para uma receita de prato (molhos)



Dicas para a categoria de temperos individualizados:

- Espaço prático/gôndola com vários tipos de condimentos ou no corredor de produtos de certa forma
- Separar pelas subcategorias, seguindo a Árvore de Decisão
- Priorizar as marcas e produtos de maior participação no mercado, reestruturando sua gôndola
- Realizar uma merchandising, os produtos que estiverem de acordo com o uso dos produtos: carne, massa, arroz e feijão, hortaliça

O PROJETO DE GC DA AJINOMOTO

A Ajinomoto foi escolhida por alguns varejistas para ser o Gerenciamento da Categoria de Temperos Individualizados.

Para que esse trabalho fosse realizado, diversas variáveis foram consideradas:

- Espaço do shopper
- Anos de decisão
- Informações de vendas (volume, rentabilidade, custo, giro, etc.)
- Informações do mercado (participação, preço, peso, etc.)
- Análise do sortimento de cada varejista

A primeira tarefa a ser feita o planejamento apresentado pela Ajinomoto já refletia a implementação em 14 lojas no final de 2008.

Parâmetros APÓS desenvolvimento do GC



Argumentos para o desenvolvimento do plano:

- Separação das categorias conforme Árvore de Decisão
- Aumento do espaço das categorias mais rentáveis
- Maior espaço para os líderes de mercado - maior giro

Resultados

Após 6 meses de acompanhamento de implementação, o resultado do GC foi muito positivo, com um crescimento de vendas em valor de mais de 11% comparado com o período anterior à implementação.



A categoria de temperos tem um líder: Ajinomoto.

Entre em contato com seu distribuidor Ajinomoto para saber mais detalhes de como realizar o GC mais adequado para sua loja.

Qualidade AJINOMOTO

Aumente a rentabilidade da sua gôndola.

Trabalhe com a marca líder e garanta o sucesso no gerenciamento da categoria temperos.

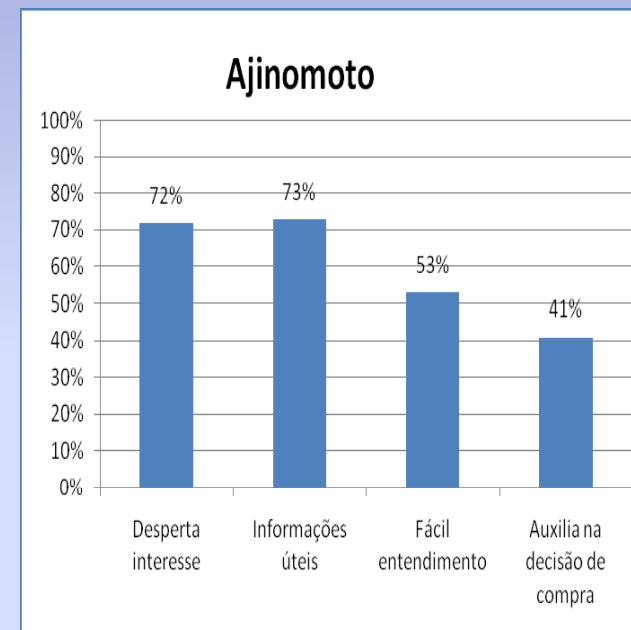


Versões exclusivas



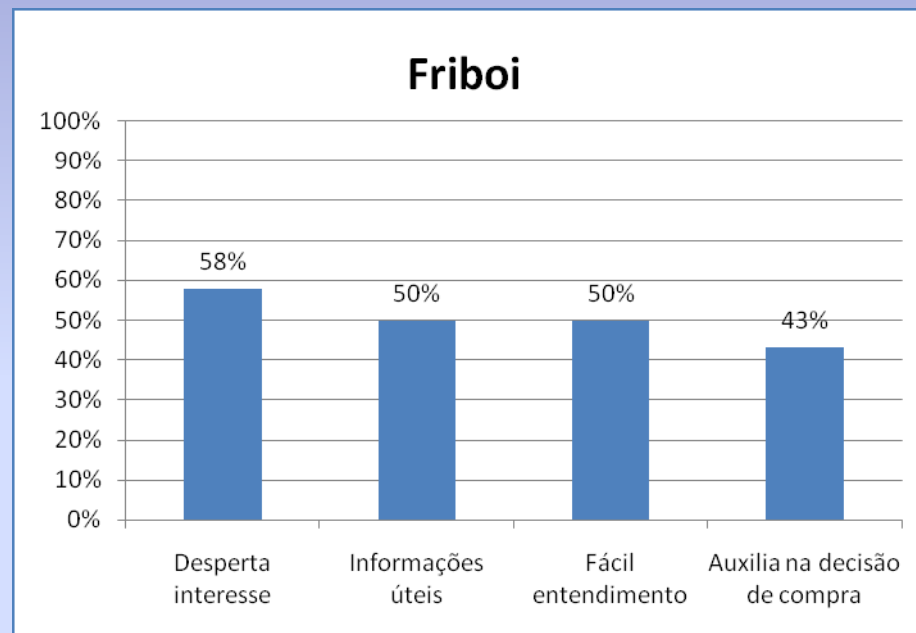
Na categoria temperos industrializados, **SABOR A MI** é líder de vendas no segmento de Pasta Completa, com 32% de share.

Qualidade AJINOMOTO



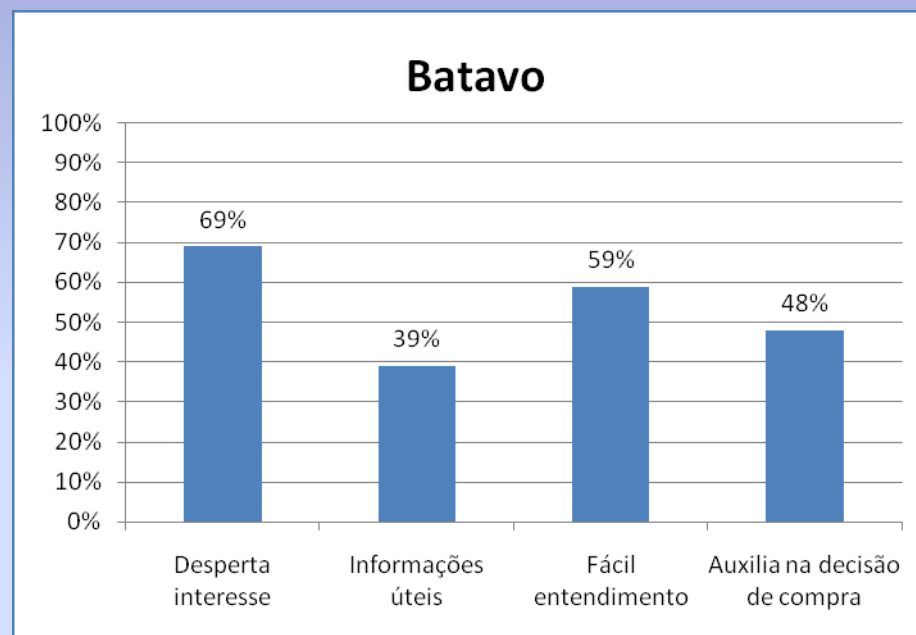
FICHA TÉCNICA – Ajinomoto	
Índice de Eficiência	0,60
Tamanho	Quádrupla
Veiculação	Páginas 95, 96, 97 e 98
Agência	Ti22

FRIBOI



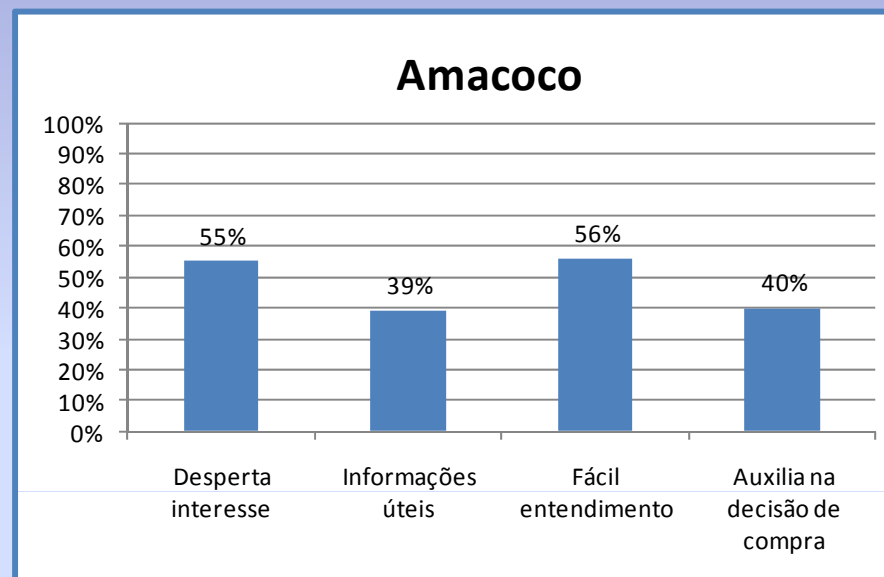
FICHA TÉCNICA – Friboi	
Índice de Eficiência	0,50
Tamanho	Simplex
Veiculação	Páginas 107
Agência	Megg

BATAVO



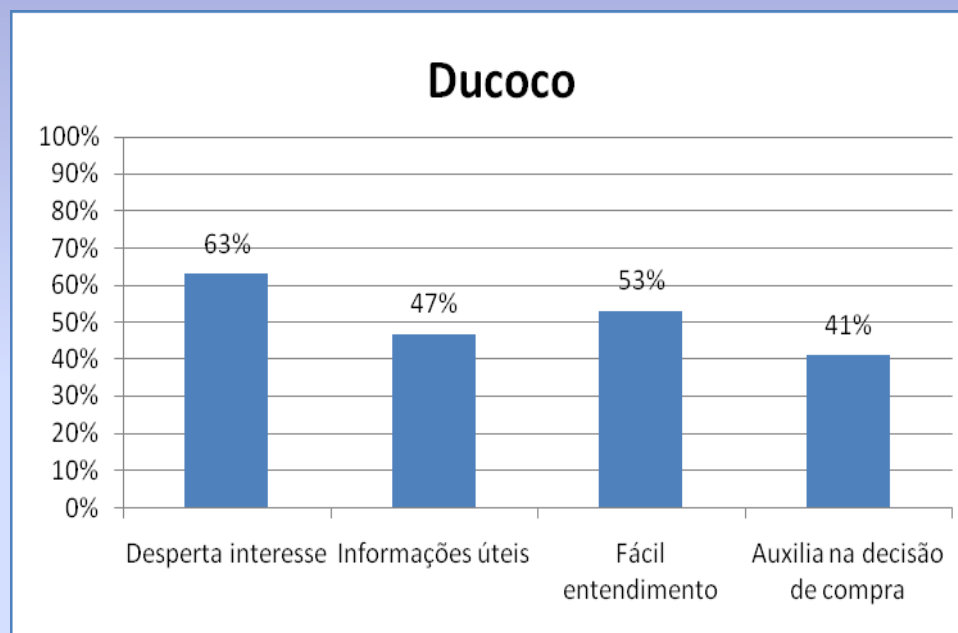
FICHA TÉCNICA – Batavo	
Índice de Eficiência	0,54
Tamanho	Simples
Veiculação	Páginas 111
Agência	Dez Propaganda

AMACOCO



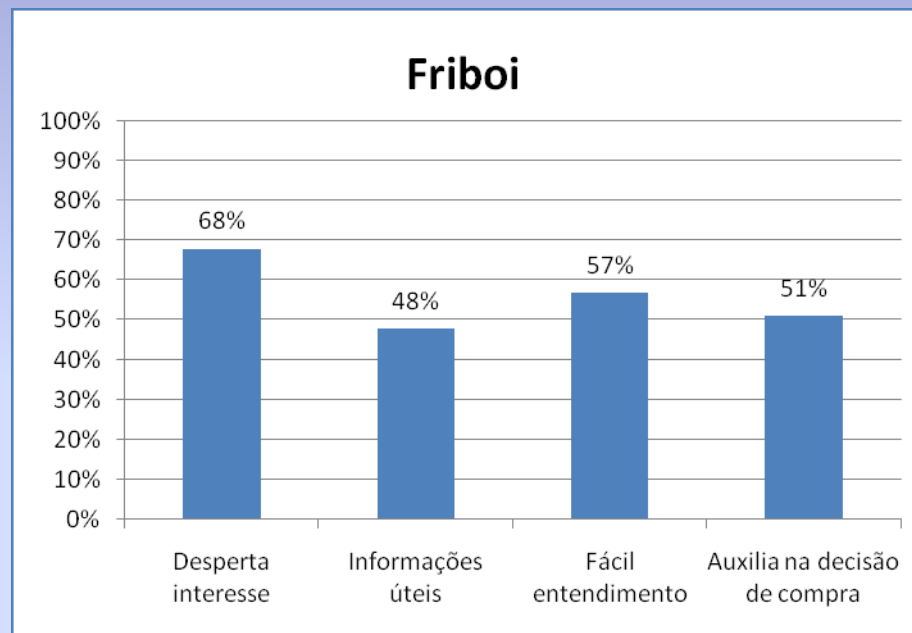
FICHA TÉCNICA – Amacoco	
Índice de Eficiência	0,47
Tamanho	Simplex
Veiculação	Páginas 115
Agência	Sem agência

DUCOCO



FICHA TÉCNICA – Ducoco	
Índice de Eficiência	0,51
Tamanho	Simplex
Veiculação	Páginas 119
Agência	Promovisão

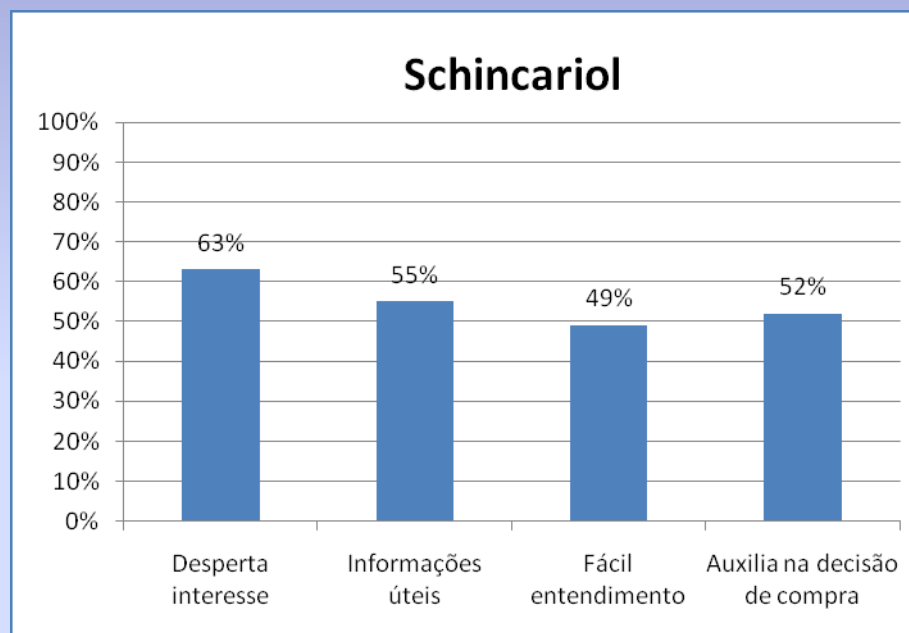
FRIBOI



FICHA TÉCNICA – Friboi

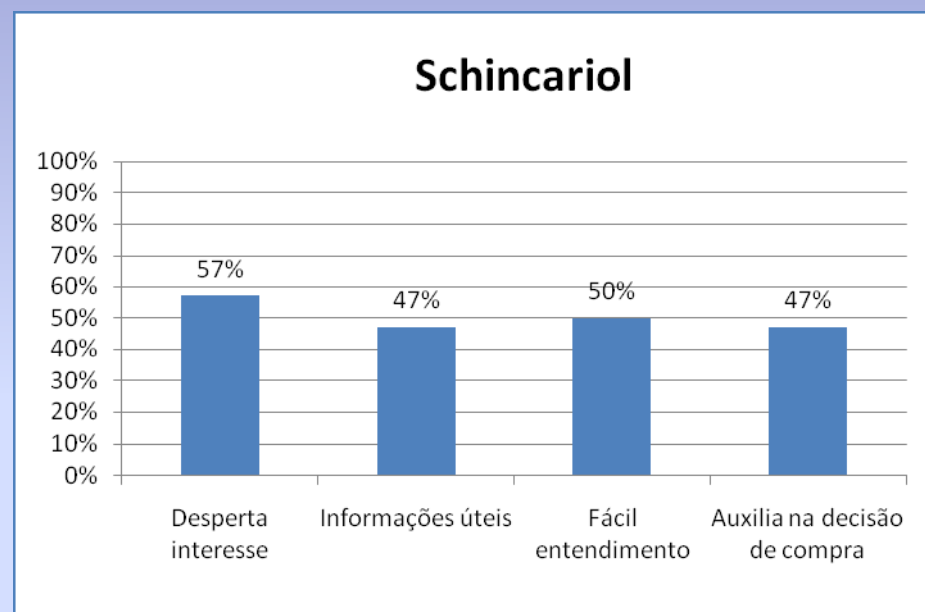
Índice de Eficiência	0,56
Tamanho	Simplex
Veiculação	Páginas 159
Agência	Magma Design

SCHINCARIOL



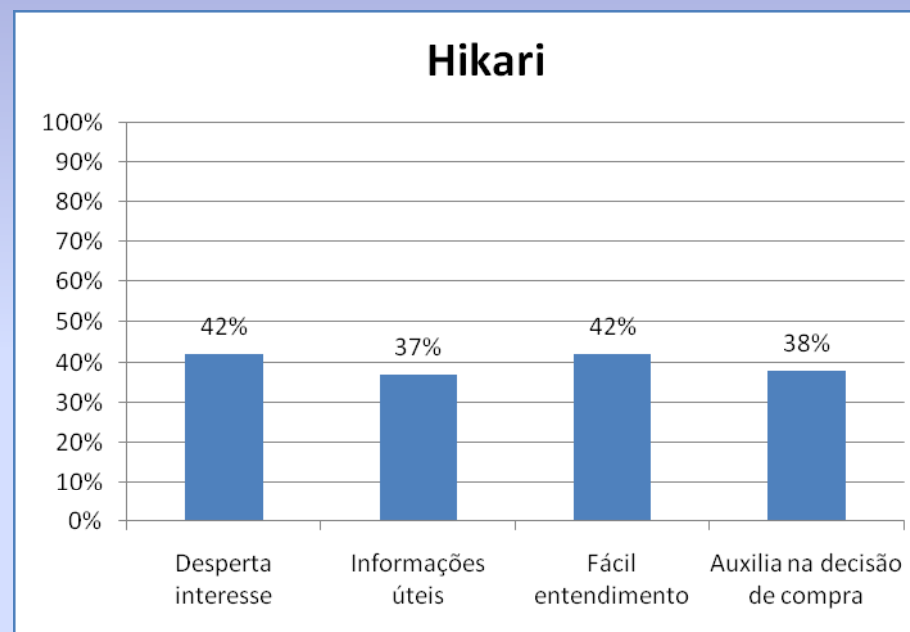
FICHA TÉCNICA – Schincariol	
Índice de Eficiência	0,55
Tamanho	Simplex
Veiculação	Páginas 123
Agência	Mandarim Design

SCHINCARIOL



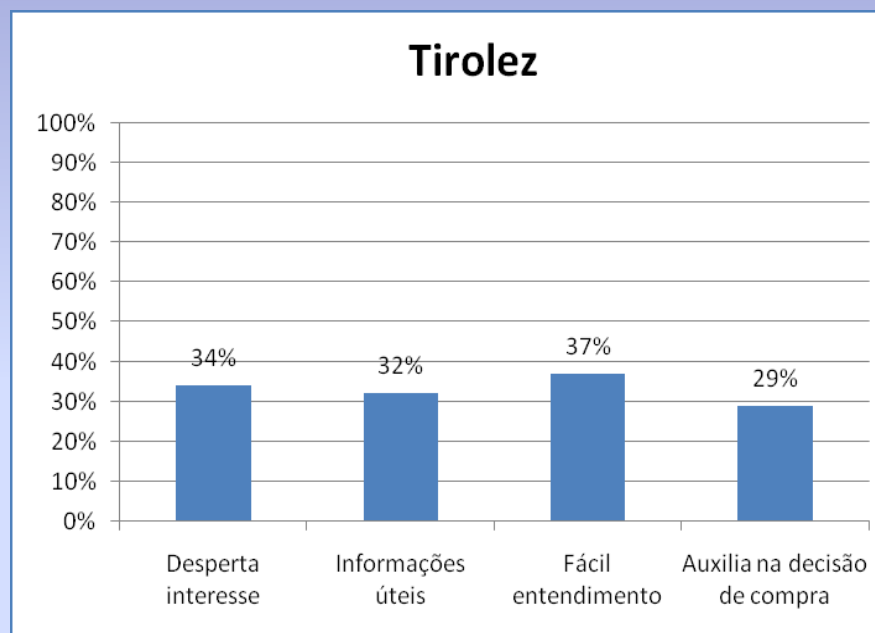
FICHA TÉCNICA – Schincariol	
Índice de Eficiência	0,50
Tamanho	Simplex
Veiculação	Páginas 129
Agência	Mandarim Design

HIKARI



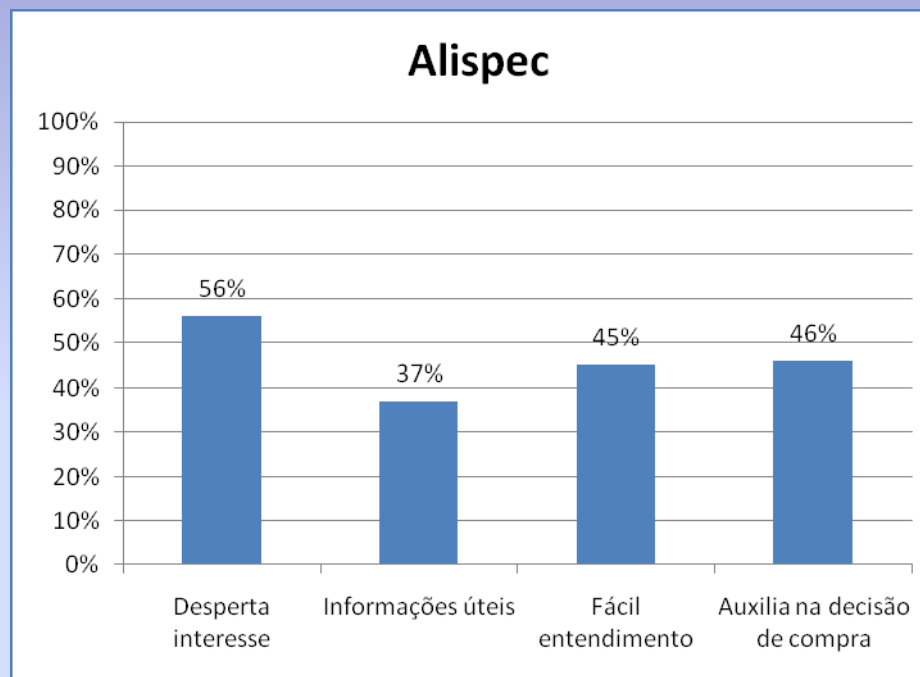
FICHA TÉCNICA – Hikari	
Índice de Eficiência	0,40
Tamanho	Fracionado
Veiculação	Páginas 183
Agência	Sem agência

TIROLEZ



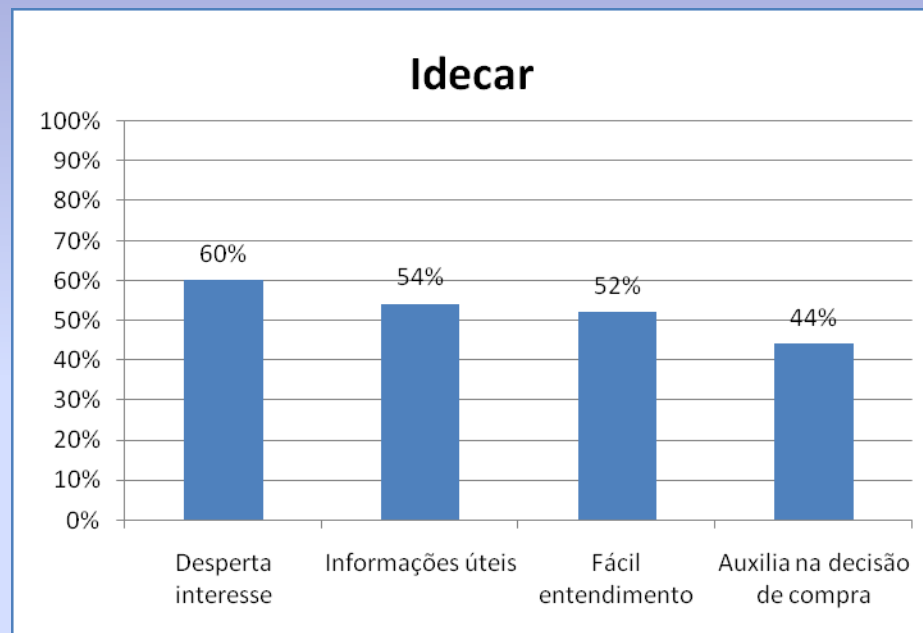
FICHA TÉCNICA – Tirolez	
Índice de Eficiência	0,33
Tamanho	Fracionado
Veiculação	Páginas 187
Agência	JJL

ALISPEC



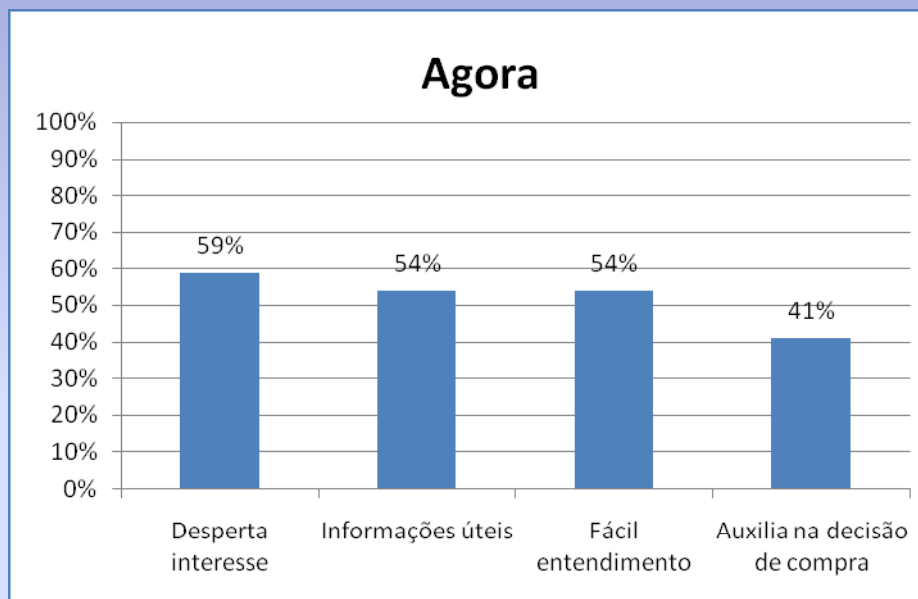
FICHA TÉCNICA – Alispec	
Índice de Eficiência	0,46
Tamanho	Simples
Veiculação	Quarta Capa
Agência	Magma

Categoria Suprimentos - IDECAR



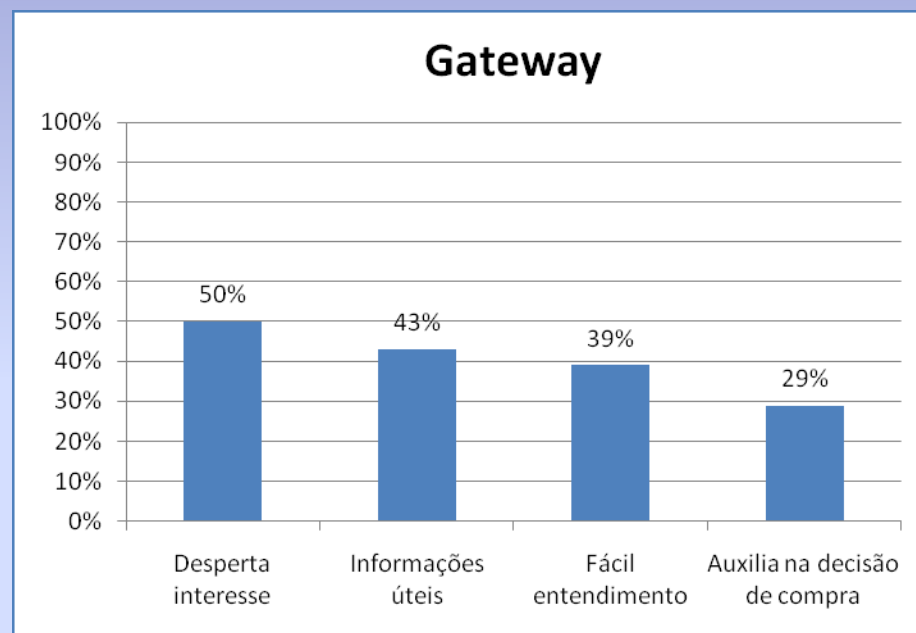
FICHA TÉCNICA – Idecar	
Índice de Eficiência	0,53
Tamanho	Fracionado
Veiculação	Página 23
Agência	Rocalnspirada

AGORA



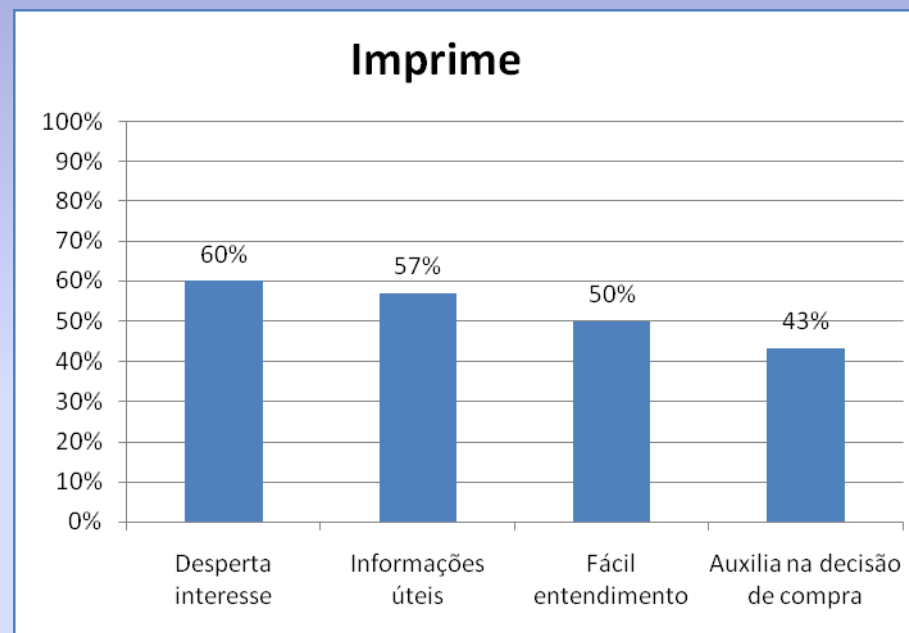
FICHA TÉCNICA – Agora	
Índice de Eficiência	0,52
Tamanho	Fracionada
Veiculação	Página 33
Agência	Sem agência

GATEWAY



FICHA TÉCNICA – Gateway	
Índice de Eficiência	0,40
Tamanho	Dupla
Veiculação	Páginas 192 e 193
Agência	Cvan

IMPRIME



FICHA TÉCNICA – Imprime	
Índice de Eficiência	0,53
Tamanho	Fracionado
Veiculação	Página 197
Agência	Sem agência

Ficha Técnica

REDAÇÃO

EDITORA

Marlucy Lukianocenko
redacaosh@abras.com.br

SUBEDITOR

Wagner Hilário

REPÓRTERES

Margareth Meza
Roberto Carlessi

ARTE E DIAGRAMAÇÃO

Danilo Koch (Editor)
Cristian Firmino (Assistente)

ASSISTENTE DA REDAÇÃO

Michele Suelen

COMERCIAL/PUBLICIDADE

GERENTE COMERCIAL E DE MARKETING

Massimo Di Marco – massimo@abras.com.br

Executivos de contas

Alexandre Magno – alexandre@abras.com.br

César Martins – cesar@abras.com.br

Érika Barioni – erika@abras.com.br

Hélio Loureiro – hloureiro@abras.com.br

Tainá Nunes – taina@abras.com.br

REPRESENTANTES

Ceará: Izabel Cavalcanti – izacalc@yahoo.com.br

Telefone: (85) 3264-7342

Minas Gerais: Patrícia Zucchi – patriciazucchi@gmail.com

Telefone: (31) 3072-6251

Rio de Janeiro: Américo Rocha - americo.rocha@globo.com

Sidney Robinson – sidneybrobinson@yahoo.com.br

Telefone: (21) 2648-3187

Rio Grande do Sul: Marinez Pretto – marinez.pretto@gmail.com

Telefone: (51) 3333-1345

Paraná e Santa Catarina – Valmir Ferreira –

valmirferreira1965@uol.com.br

Telefone: (41) 3376-0276 / 3276-2124

Assistente Comercial

Priscila Silva – Telefone:
(11) 3838-4545
comercial@abras.com.br

Assistente Marketing

Maithê Oliveira – Telefone:
(11) 3838-4517

ECONOMIA / PESQUISA

GERENTE DE ECONOMIA E PESQUISA

Flávio Tayra

Analista de Economia e Pesquisa

Elaine Castro

