

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 |

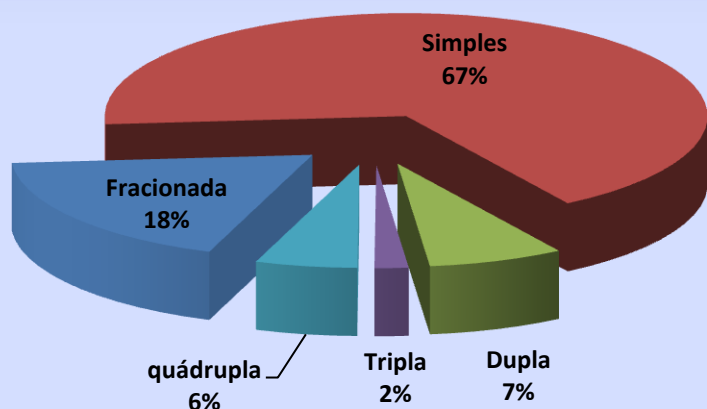
* Média simples dos quatro aspectos pesquisados



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 |

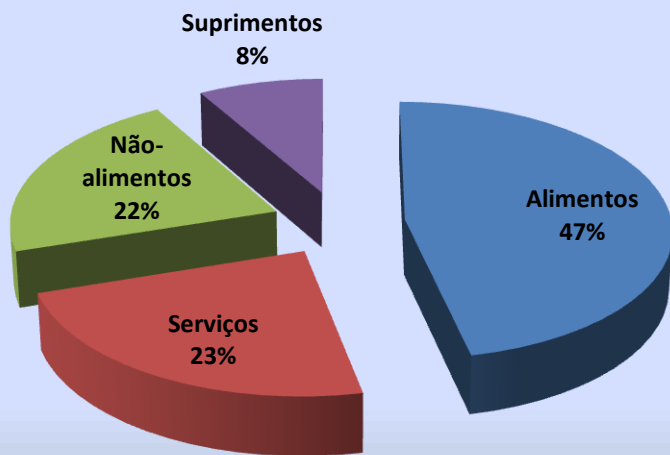
* Total de anúncios: 60



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.

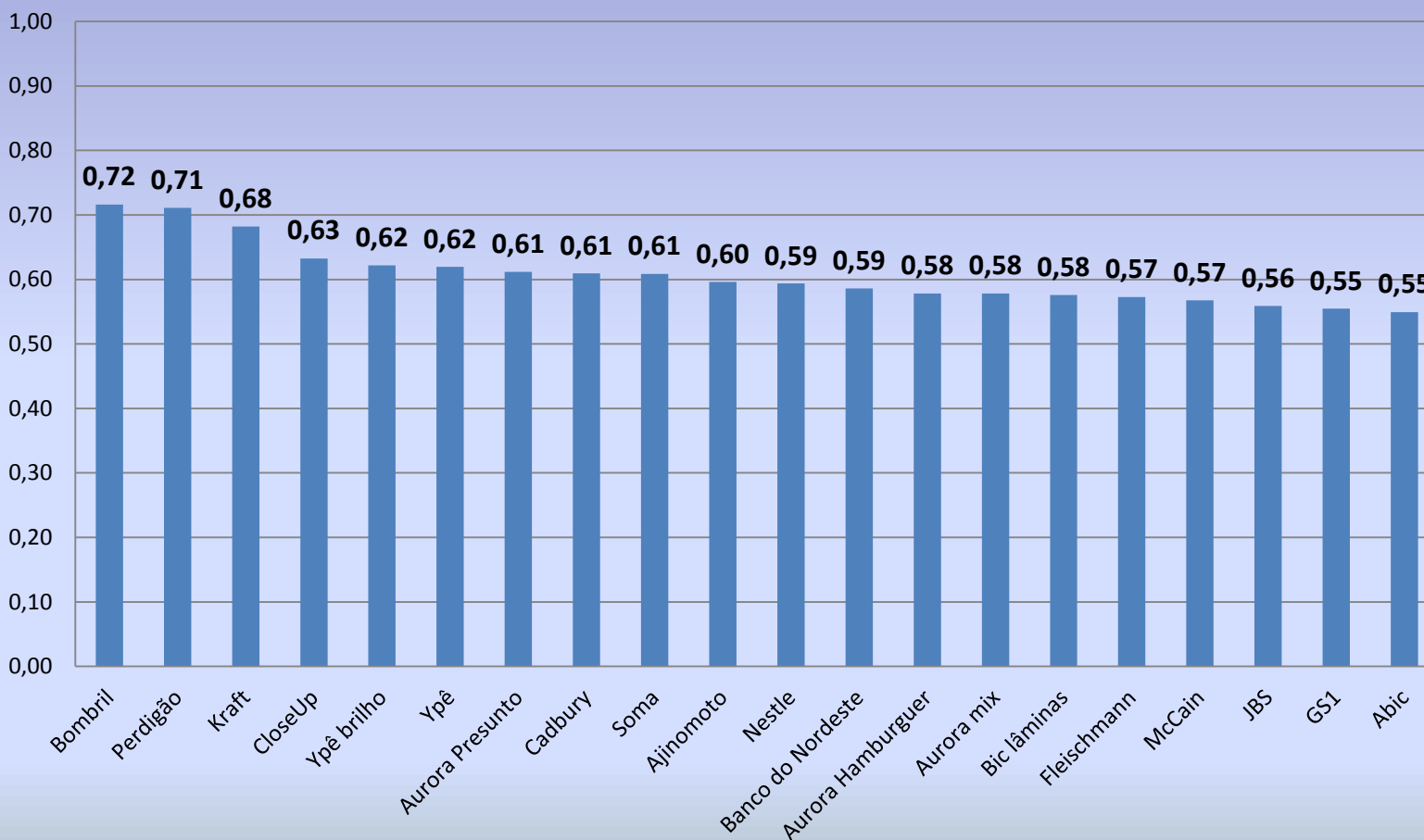
Participação dos anúncios, por tipo de produto



| 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*

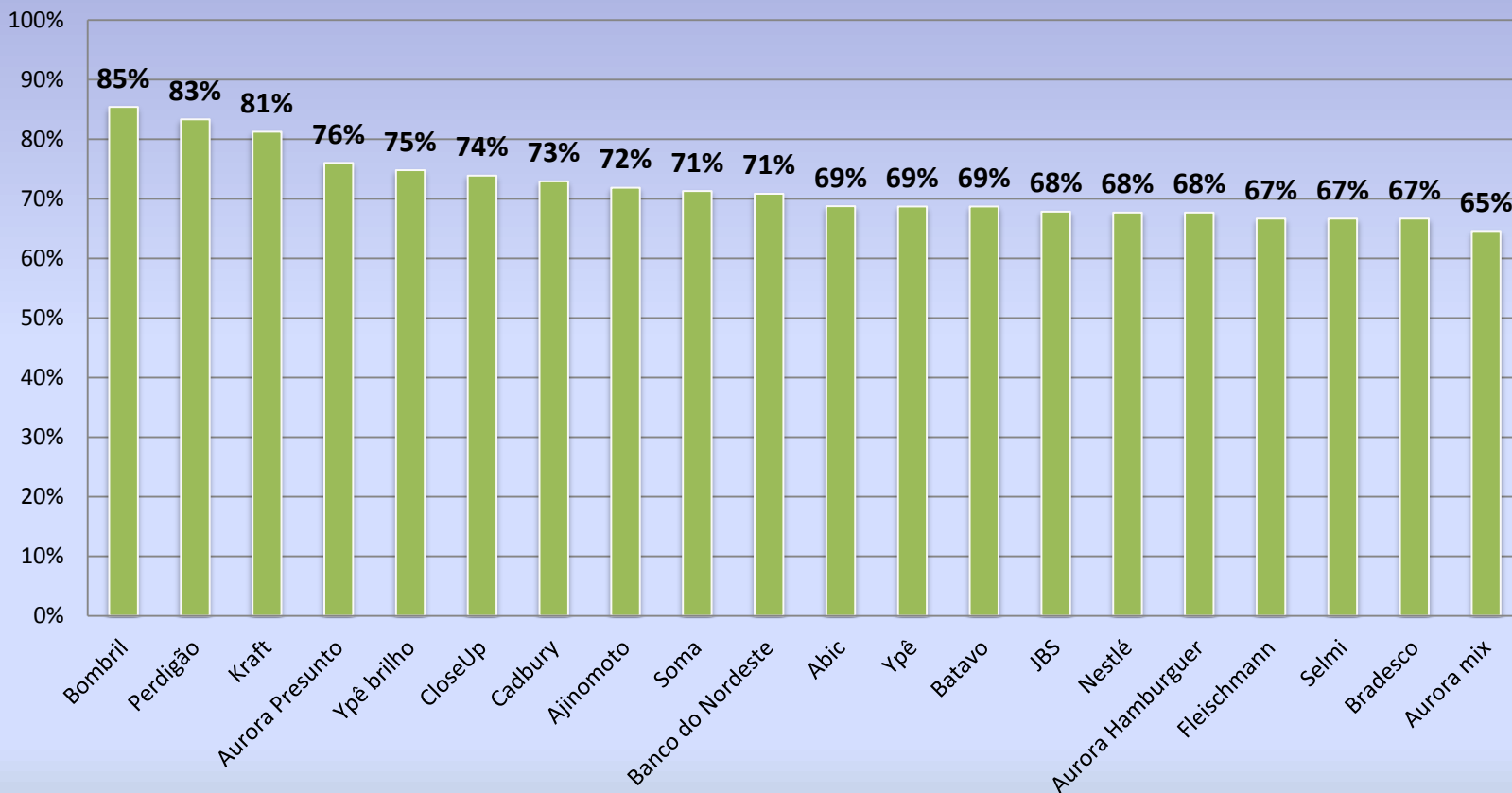


* Média simples dos quatro aspectos pesquisados



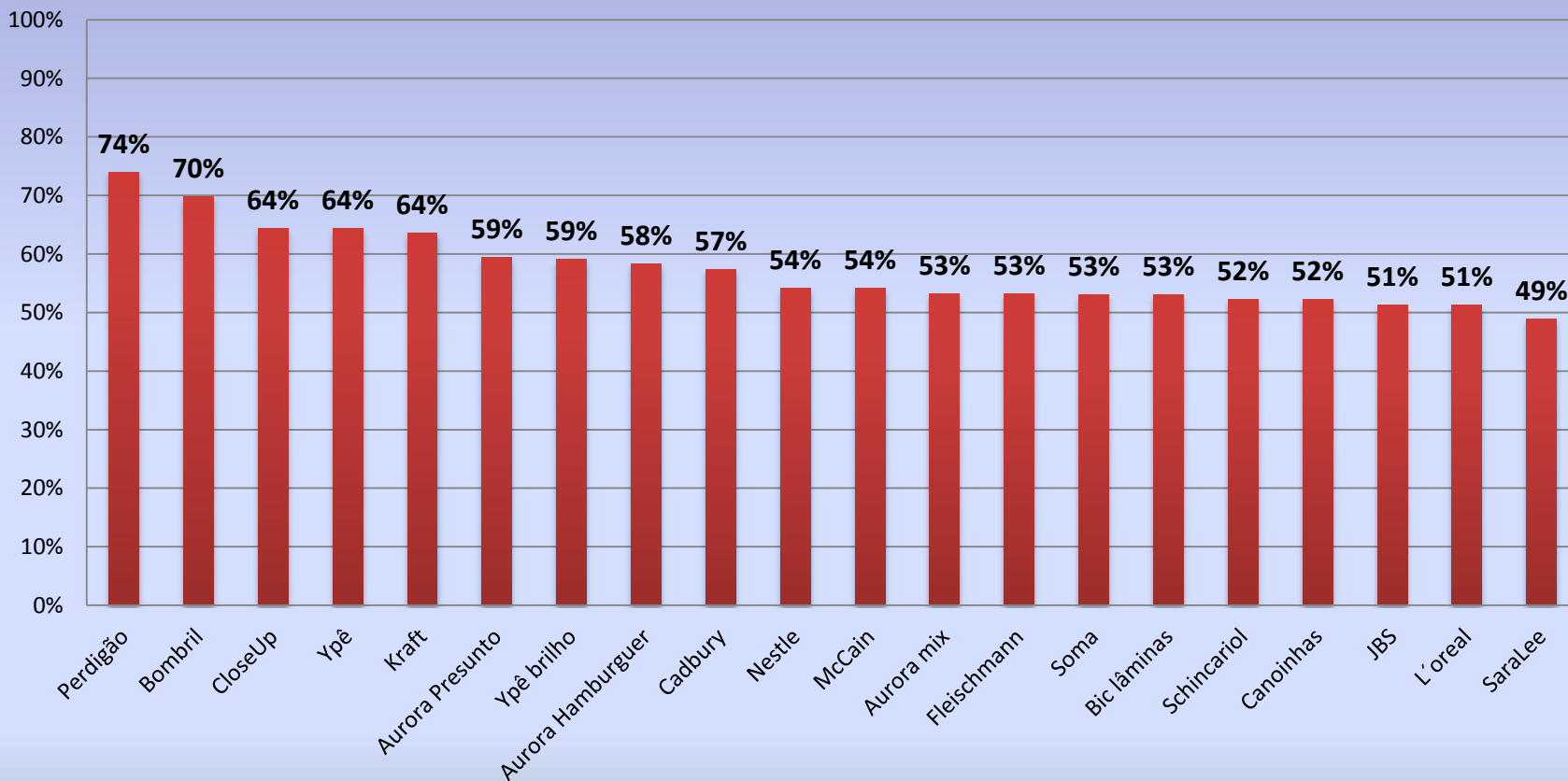
Chamando a atenção do leitor

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:

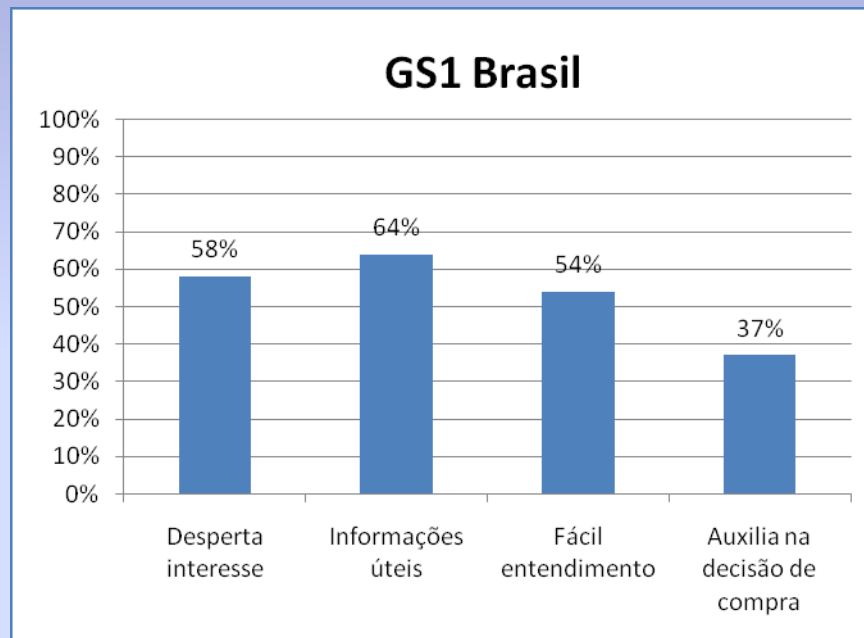
- Maior eficiência na leitura dos códigos de barras;
- Rapidez no atendimento ao cliente e redução de filas;
- Diminuição de erros nas leituras dos códigos de barras;
- Melhoria da experiência de compra e de satisfação de seus clientes;
- Melhoria da qualidade das informações compartilhadas com os parceiros comerciais;
- Maior velocidade no fluxo de mercadorias;
- Possibilidade de redução na ocorrência de rupturas na cadeia de suprimentos;
- Consulta facilitada à relação de códigos de barras certificados;
- Garantia de que a propriedade da marca do produto certificado é associada regular de GS1 Brasil;
- Redução da incidência de erros no cadastro dos números dos códigos 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.

A GS1 Brasil lança o Programa de Certificação de Código de Barras para aprimorar a qualidade e atestar a leitura dos códigos aplicados nos itens comerciais e unidades logísticas, com base em requisitos de negócios, procedimentos e especificações técnicas internacionais.

A Certificação GS1 Brasil assegura que os códigos de barras serão "lidos" na primeira tentativa, elevando desta forma a eficiência das operações de varejistas, distribuidores e fabricantes, proporcionando melhor experiência de compra a seus consumidores.



www.gs1brasil.org.br ☎ (11) 3068.6229



FICHA TÉCNICA – GS1

| | |
|----------------------|--------------------|
| Índice de Eficiência | 0,55 |
| Tamanho | Dupla |
| Veiculação | 2ª capa e página 3 |
| Agência | Sem agência |

BANCO DO NORDESTE

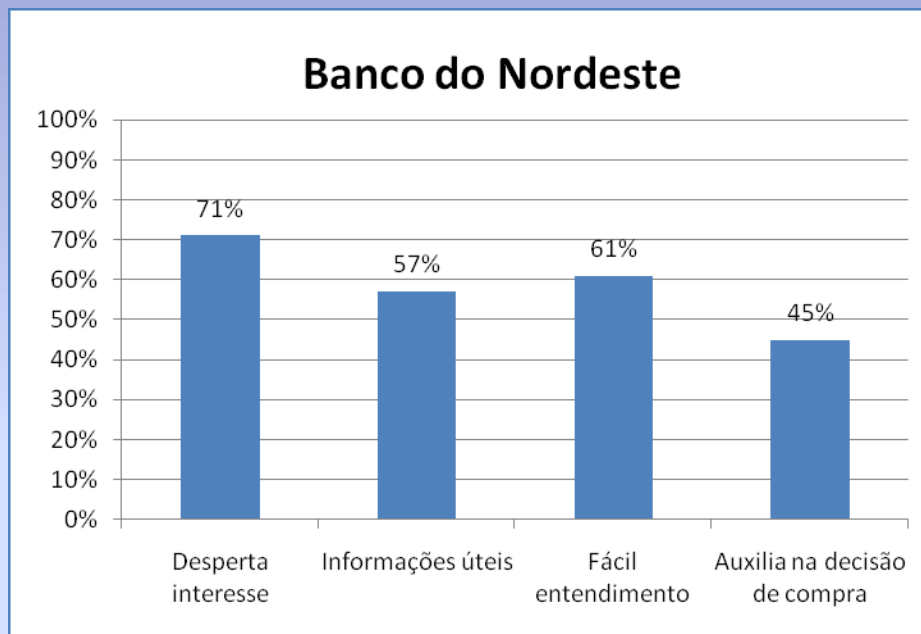
Melhor solução empresa

Giro Estoque.
A agilidade que você precisa para vender mais no Dia dos Namorados.

Com o Giro Estoque, você precisa a sua empresa com muito mais agilidade para o Dia dos Namorados. Faltou espaço físico para receber no campo de vendas e manter suas empresas comerciais, materiais, armazenados e de compra. Tudo com a menor taxa de juro de **apenas 0,25% a.m. e até 3 meses para começar a pagar.** Faça o Giro Estoque, tenha agora mais a sua empresa e comente o Dia dos Namorados com muita força.

Cliente Consultar e Consultar: 0800 720 3030
abn@banco.nordeste.gov.br | www.bdo.gov.br

Banco do Nordeste



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

ALTO ASTRAL

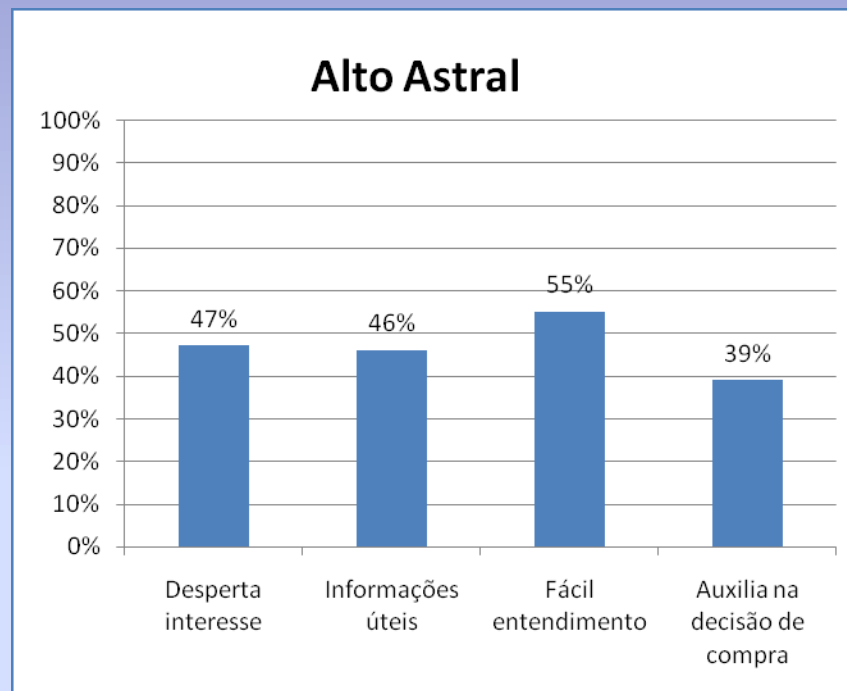
Revistas da Editora Alto Astral no seu check-out

Sucesso de vendas em bancas e também no seu check-out!

A revista *Alto Astral* traz todos os meses o maior momento do Brasil (em RÁCIDO). Também é referência para o público jovem e faz os amantes que se adivinharem gostar de ler.



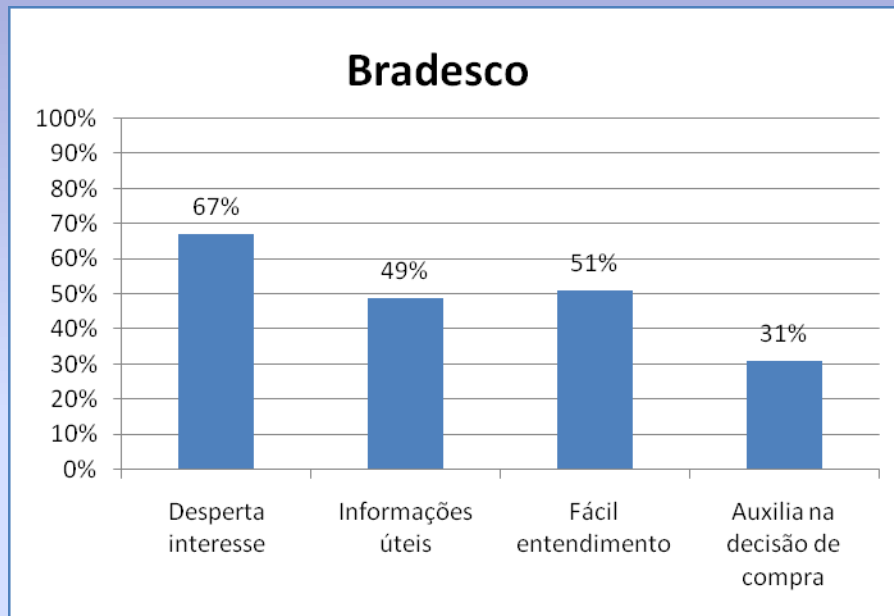
Mais de 2.000.000 exemplares vendidos em 2007.
Saiba mais em www.altoastral.com.br

FICHA TÉCNICA – Alto Astral

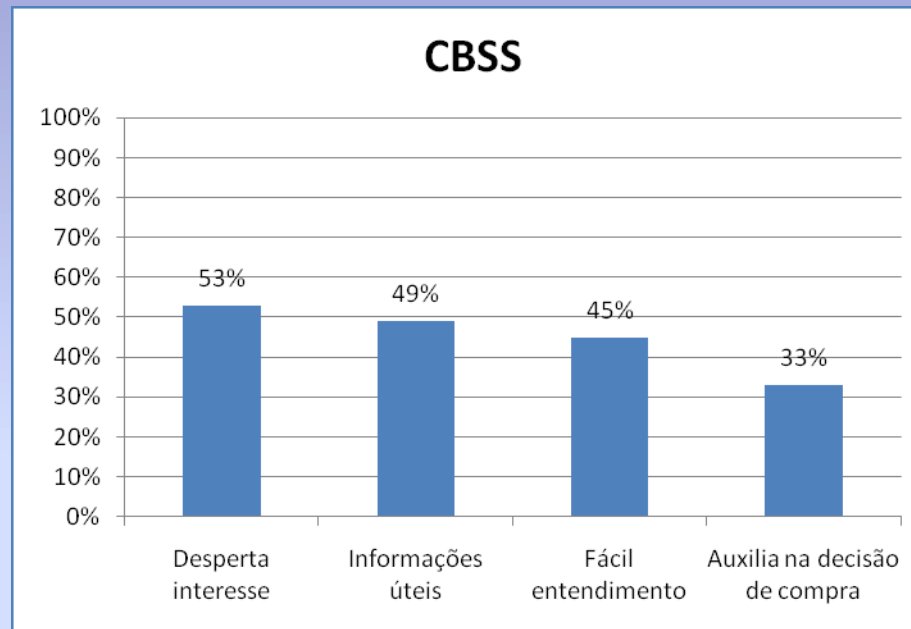
| | |
|----------------------|-------------|
| Índice de Eficiência | 0,47 |
| Tamanho | Fracionado |
| Veiculação | Página 31 |
| Agência | Sem agência |

BRADESCO



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

CBSS



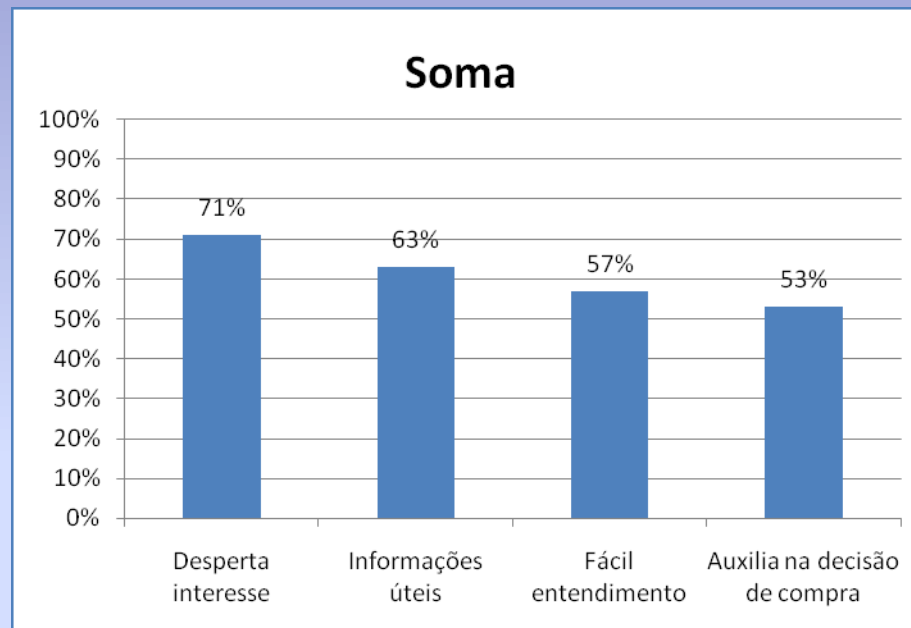
| FICHA TÉCNICA – CBSS | |
|----------------------|------------|
| Índice de Eficiência | 0,45 |
| Tamanho | Fracionado |
| Veiculação | Página 201 |
| Agência | Ad. Agency |

SOMA

Sua loja merece MAIS!
Mais qualidade, mais agilidade e muito mais confiabilidade em Comunicação Visual.

Resultados sempre positivos!
Desenvolvimento, execução e instalação.

Rua Sabará, 88 - Bairro Campestre - Santo André-SP - Fone: (11) 4428-4833
www.somacomunicacaovisual.com.br



| FICHA TÉCNICA – Soma | |
|----------------------|-------------|
| Índice de Eficiência | 0,61 |
| Tamanho | Simple |
| 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."

Marcos Afonso Braga, Gerente do Santander - Classifying Market Tecnologia e Serviços de Inteligência

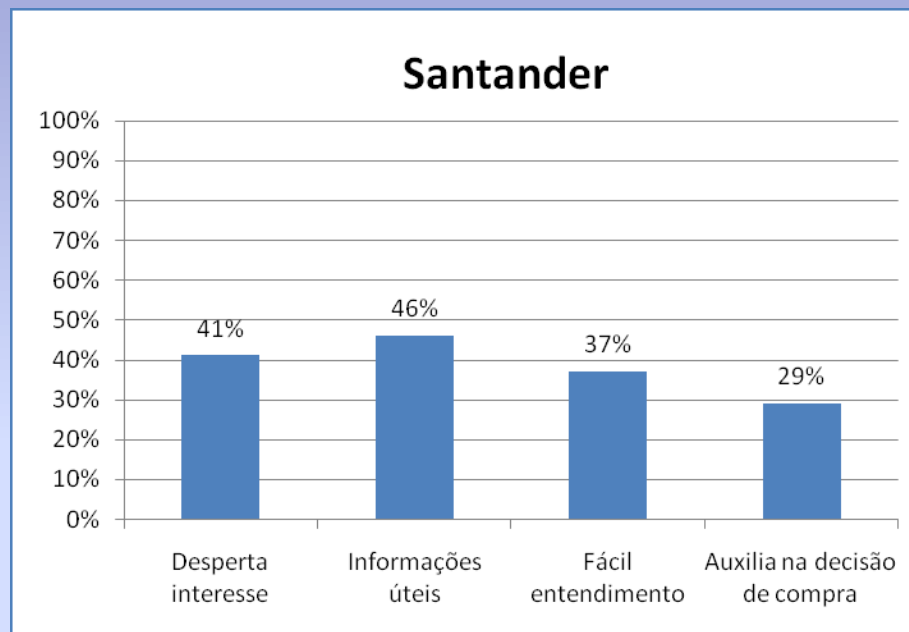
Soluções em Pagamentos e Recebimentos para sua empresa crescer com mais inovação.

- ✓ **Cobrança**
 - Modalidades de cobrança de títulos desenhadas de acordo com o perfil de seu negócio, para um melhor gerenciamento do seu fluxo de caixa.
 - Realização de boletos vencidos e emissão de 2ª via pela Internet.
 - Boletos personalizados com a logomarca da sua empresa e envio de boleto por e-mail.
- ✓ **Pagamento a Fornecedores**
 - Comodidade para efetuar seus 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: Cobrança, Desconto e Cessão Eletrônica de Cheques, Pagamento a Fornecedores, Folha de Pagamento e Débito Automático.

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

Ativem www.santander.com.br ou consulte o Gerente de Pagamentos Santander: SAC: 0800-362-7777 / Ouvidoria: 0800-751-6327

Santander
O VALOR DAS FOLHAS



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

FIA

FIA: Excelência em Educação Executiva.

MBA Varejo: Bens e Serviços 400 horas-aula
 Objetivo: Analisar e ampliar os conhecimentos associados à gestão das regiões dos profissionais que exercem direta ou indiretamente no varejo de bens e serviços: cadeias de produção e distribuição.

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

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

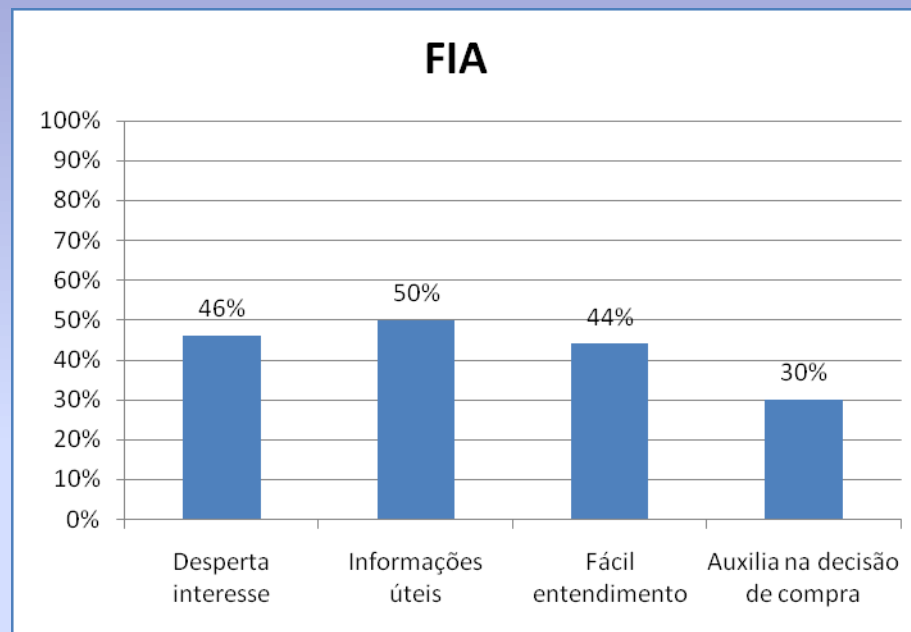
Pós-graduação Inteligência de Mercado 480 horas-aula
 Objetivo: O programa visa a delimitar e comunicar aos participantes um modelo coerente, eficaz e eficiente de inteligência de mercado, por meio de uma análise integrada e sustentada em conceitos, técnicas e práticas.

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

Informações e inscrições: 11 3894-5010 / 11 3894-5004
 cursoesp@fia.com.br

FIA **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

Com esta super promoção,
a Bombril vai arrasar na mídia.
E você, vai arrasar nas vendas.

VENDAS AVANÇADAS
MÍDIA ARREPIADA
MÁRCIA LOPES
CAMPANHA NACIONAL
CUBINHOAS FINEZ

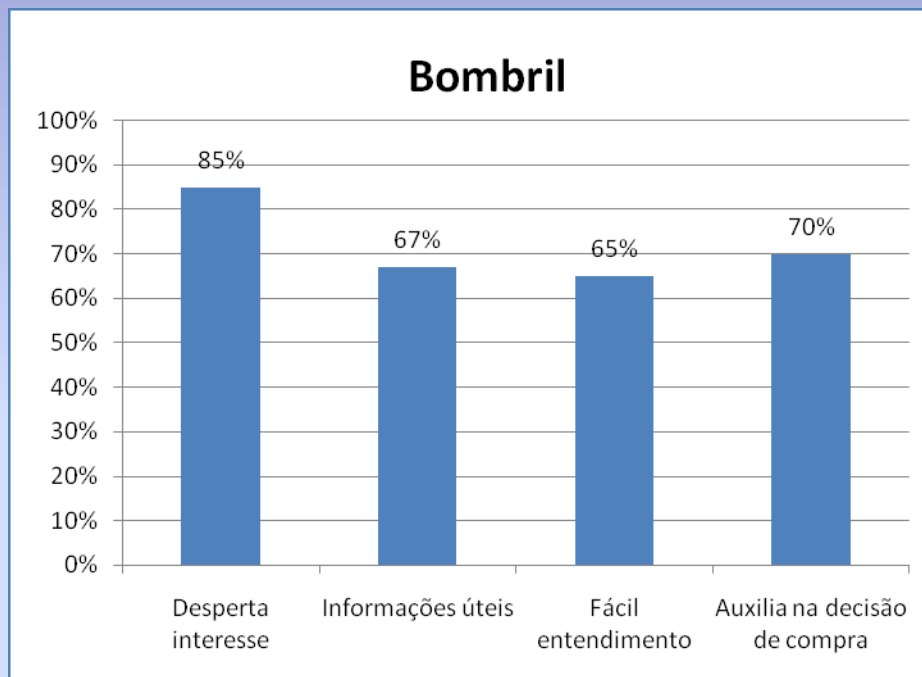
Ô, LÁ EM CASA!

Serão sorteadas **10 casas***
Grande **impacto de mídia.**

Forte **apoio no PDV** com materiais diferenciados.

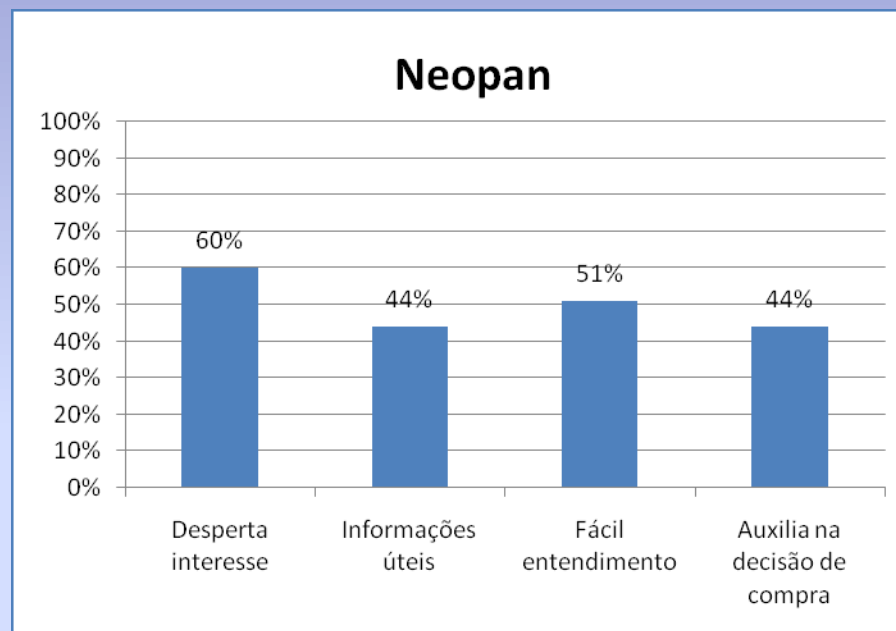
Para participar da Promoção "Ô, Lá em Casa!" o consumidor envia
3 cartões com código de barras de Bombril
para o caixa postal 066 - Curitiba - SP - CEP 06705-970
e responde a pergunta: "Qual o único produto que tem 1001 utilidades?"
Regulamento no site: www.bombril.com.br

Prepare seu estoque, é giro garantido.



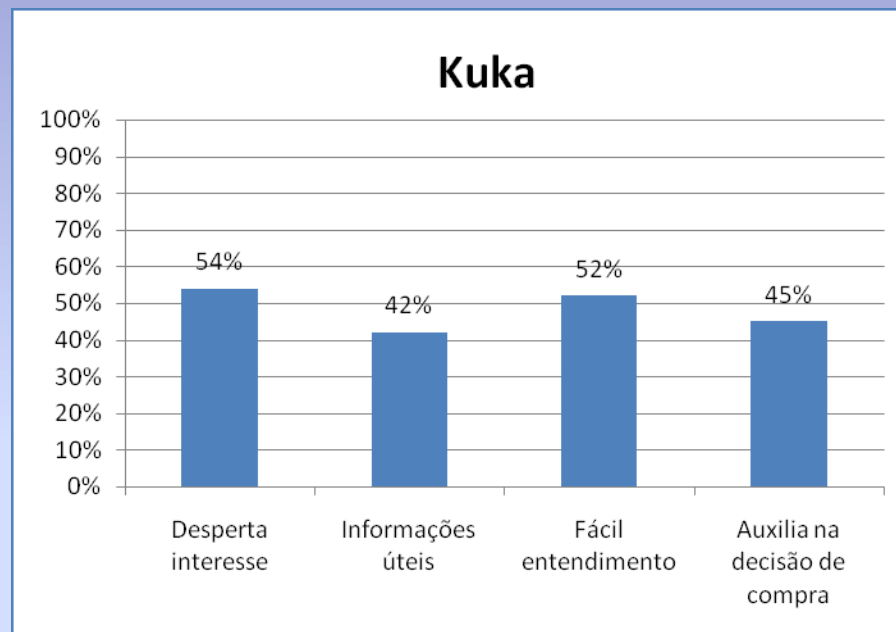
| FICHA TÉCNICA – Bombril | |
|-------------------------|----------------|
| Índice de Eficiência | 0,72 |
| Tamanho | Simplex |
| Veiculação | Página 9 |
| Agência | Estação Brasil |

NEOPAN



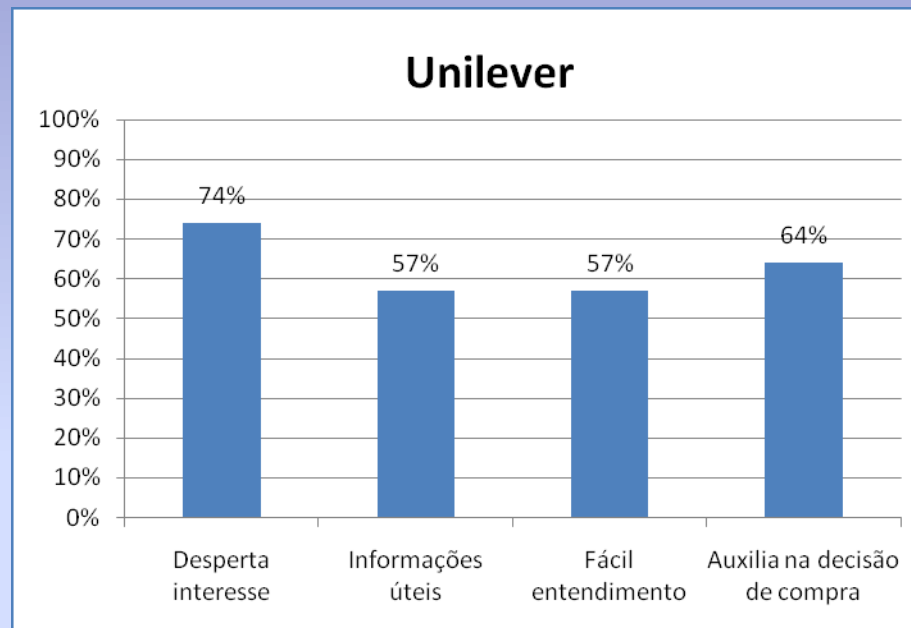
| FICHA TÉCNICA – Neopan | |
|------------------------|-----------|
| Índice de Eficiência | 0,50 |
| Tamanho | Simplex |
| Veiculação | Página 89 |
| Agência | Mega |

KUKA



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

UNILEVER



| FICHA TÉCNICA – Unilever | |
|--------------------------|-----------------|
| Índice de Eficiência | 0,63 |
| Tamanho | Simples |
| Veiculação | Páginas 137 |
| Agência | Mandarim Design |

BIC

As mulheres conquistaram o seu espaço.
Agora chegou a sua vez de conquistá-las.
Depiladores BIC, uma linha completamente feminina. Você vai se surpreender!

Depiladores BIC, uma linha completamente feminina. Você vai se surpreender!

71,4%
Descontos em relação ao preço de tabela

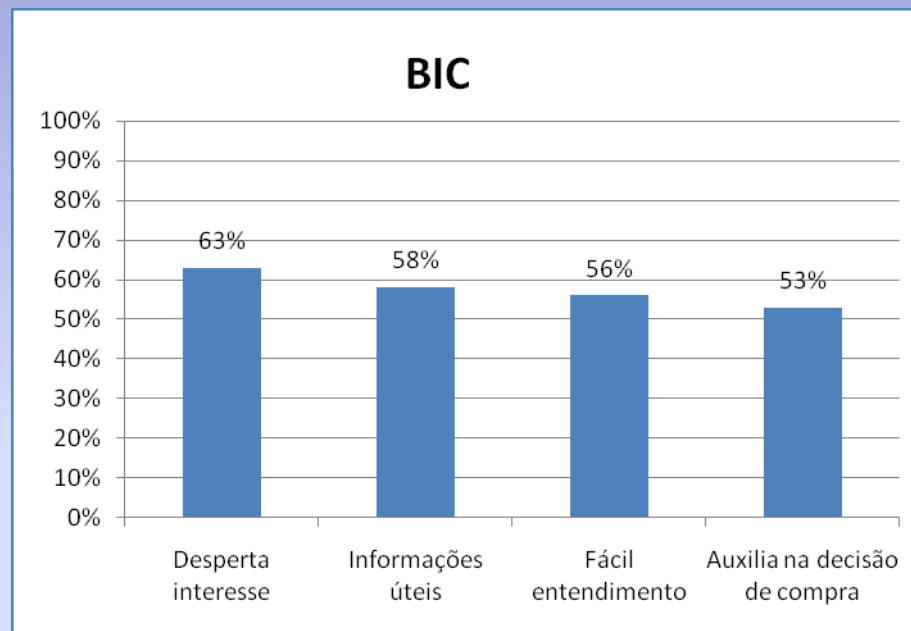
O mercado de lâminas femininas

| Marca | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 |
|---------|------|------|------|------|
| Wahl | 15% | 15% | 15% | 15% |
| Braun | 15% | 15% | 15% | 15% |
| Philips | 15% | 15% | 15% | 15% |
| BIC | 55% | 55% | 55% | 55% |

A oportunidade de depiladores para o seu negócio

- 72% das mulheres entre 15 e 25 anos se tornaram clientes nos últimos 12 meses
- 84,6% das mulheres compram a sua própria epiladora
- 89,2% se referem a comprar a epiladora BIC em suas compras
- 80,4% não utilizam a depiladora feminina porque não sabem que o produto existe
- 29% sabem que a depiladora feminina existe, mas não conhecem o produto na BIC

www.bic.com.br



FICHA TÉCNICA – BIC

| | |
|----------------------|-------------|
| Índice de Eficiência | 0,58 |
| Tamanho | Simplex |
| Veiculação | Páginas 141 |
| Agência | Ad-one |

SAPEKA

Maximize seus resultados mantendo seus clientes.

Para melhores resultados nas vendas:

- Priorize as embalagens maiores que vem crescendo no mercado;
- Exponha os produtos verticalmente.
- Balanceie a gôndola por volume.

O que você ganha com isso:

- Facilita a localização dos produtos;
- Controla melhor a ruptura;
- Maximiza o lucro.

Rotacione 2x mais!
Planejando melhor as compras, você evita ruptura e aumenta seus lucros!

Sugestão de exposição - Planograma

Faça seu produto girar

21% dos consumidores que não encontram os produtos de higiene, cosméticos e de saúde que procuram, mudam de loja.*

Suporite no PDI

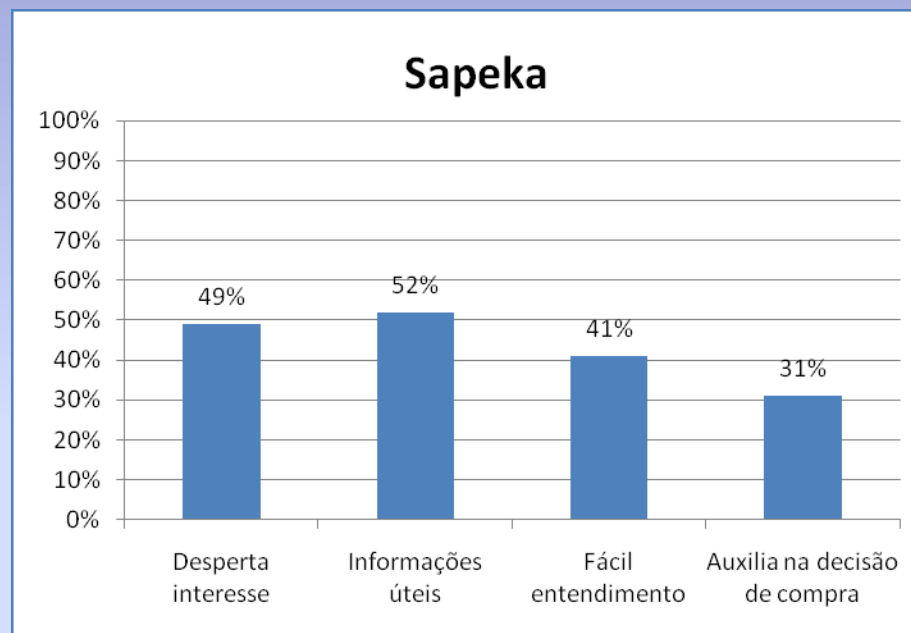
Sapeka
Sapeka
Sapeka

A Sapeka no Norte e Nordeste:

- Líder no auto-serviço.* (34%)
- Líder no varejo tradicional.* (52%)
- Líder em vendas no NNE.** y¹ lugar em vendas no Brasil.

Grupo Sapeka

www.gruposapeka.com.br



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

L'OREAL

L' O R É A L
PARIS

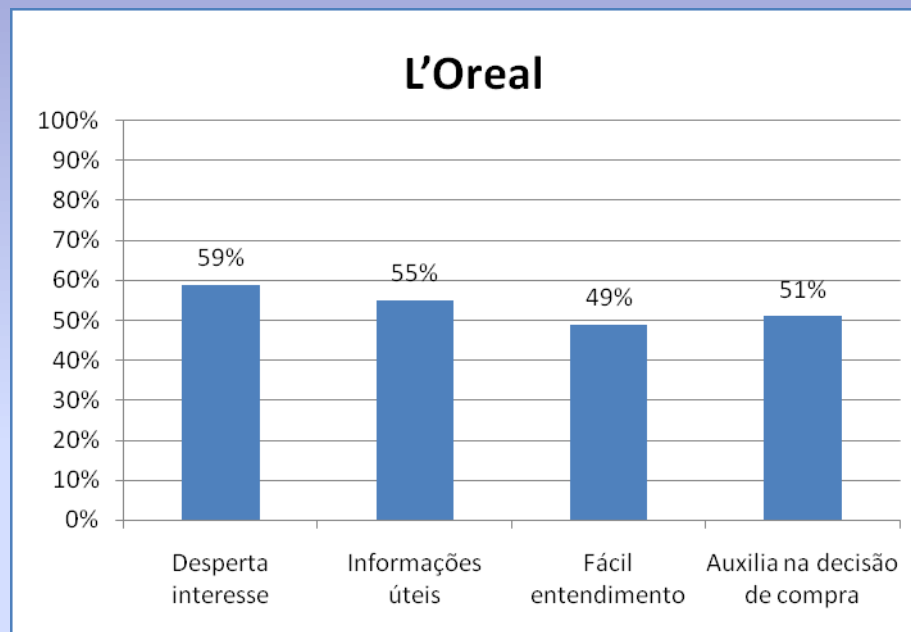
10 nutrientes essenciais.
10x mais nutrição
10x mais vendas!

ELSEVE NUTRIÇÃO 10x
O 1º tratamento com o exclusivo e novo poder da Geléia Real.

O segmento de Cabelos Secos é o que apresenta o 2º maior crescimento no mercado de capilar +57%!

Muito mais motivos para fazer sucesso!

- Fórmula patenteada com ingredientes naturais que dá 10 vezes mais nutrição.
- Sem álcool e sem parabenos.
- Etileno e 2ª etapa de tratamento com alta concentração em ativos e nutrientes, garante o sucesso para os cabelos.
- Ação imediata da Geléia Real, em combinação, trata os cabelos desde no ponto de venda.
- Escapar de uma parte dos desafios da concorrência.



FICHA TÉCNICA – L'OREAL

| | |
|----------------------|-----------------|
| Índice de Eficiência | 0,53 |
| Tamanho | Simple |
| Veiculação | Páginas 151 |
| Agência | Candido & Ortiz |

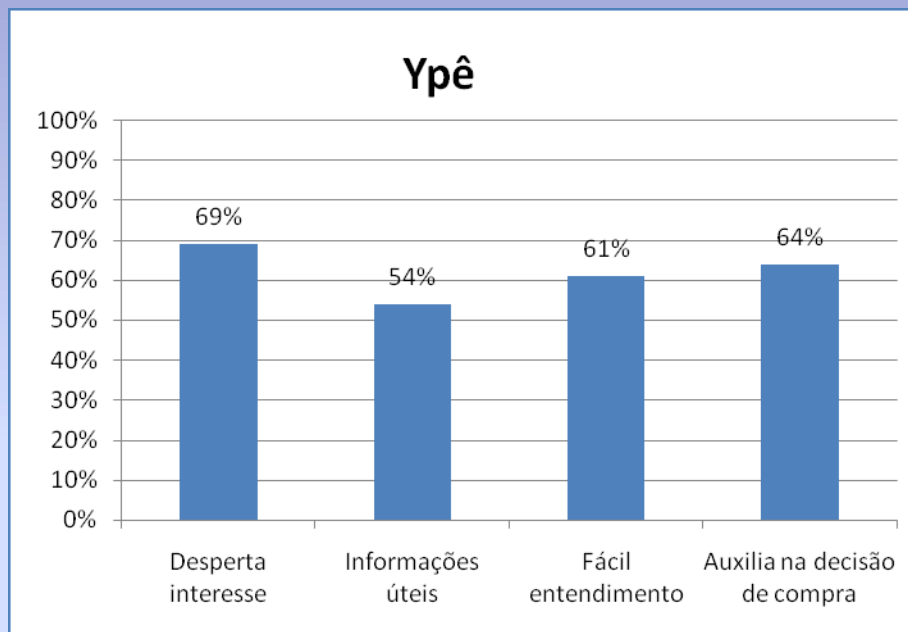
YPÊ

Faça sua parte.
Ajude as consumidoras
a cuidarem bem das roupas
e do nosso planeta.

Após os testes realizados em laboratório, a Ypê foi considerada a melhor opção de detergente para lavar roupas em pó. Isso porque ela contém a enzima amilase, que ajuda a quebrar a sujeira e a gordura, tornando o processo de lavagem mais eficiente. Além disso, a Ypê é formulada com ingredientes naturais, sem conter produtos químicos agressivos, o que ajuda a preservar a vida aquática.

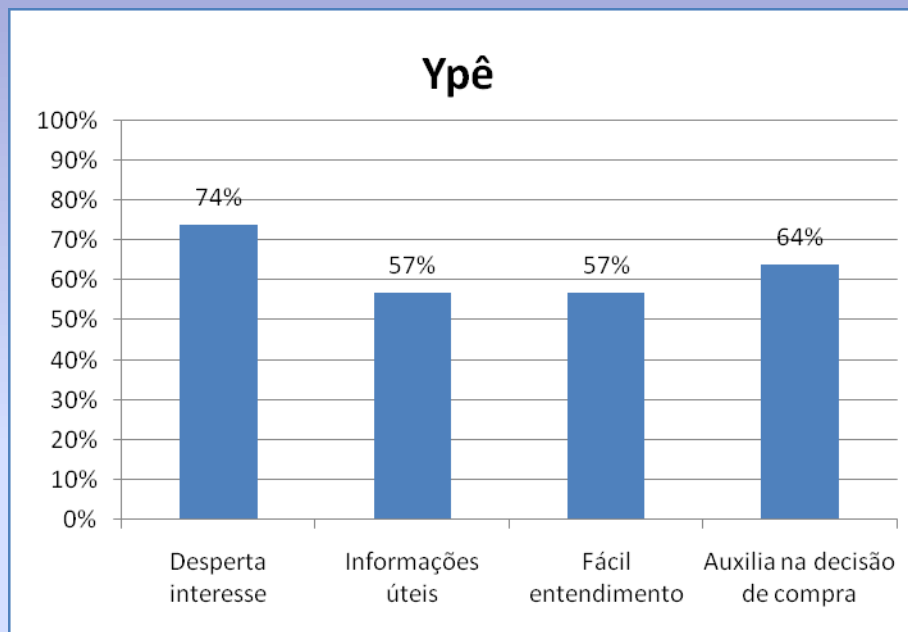
"O 1º lava-roupas em pó que ajuda a preservar a vida aquática"

Cuidando bem da nossa casa



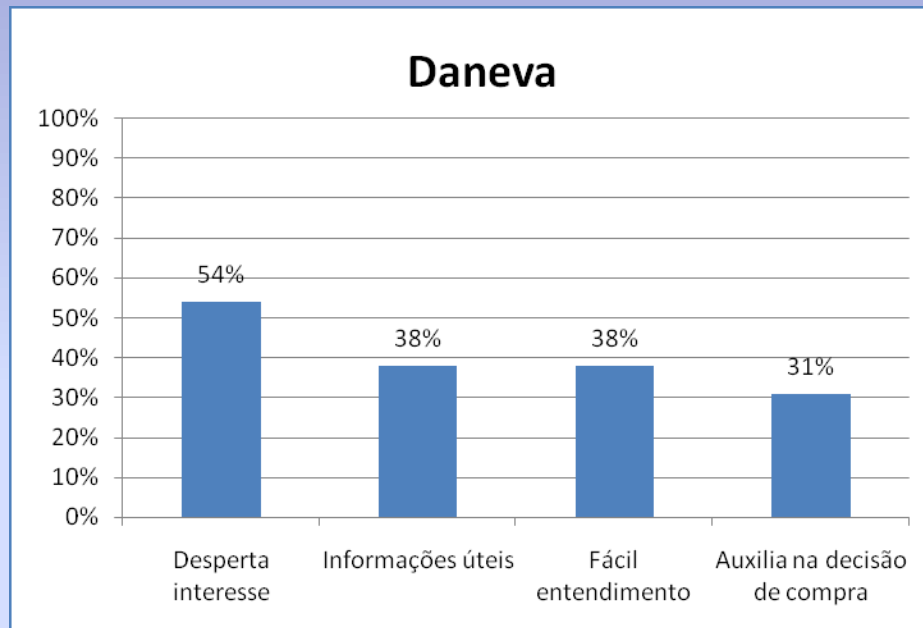
| FICHA TÉCNICA – Ypê | |
|----------------------|-------------|
| Índice de Eficiência | 0,62 |
| Tamanho | Simplex |
| Veiculação | Páginas 161 |
| Agência | P&M |

YPÊ



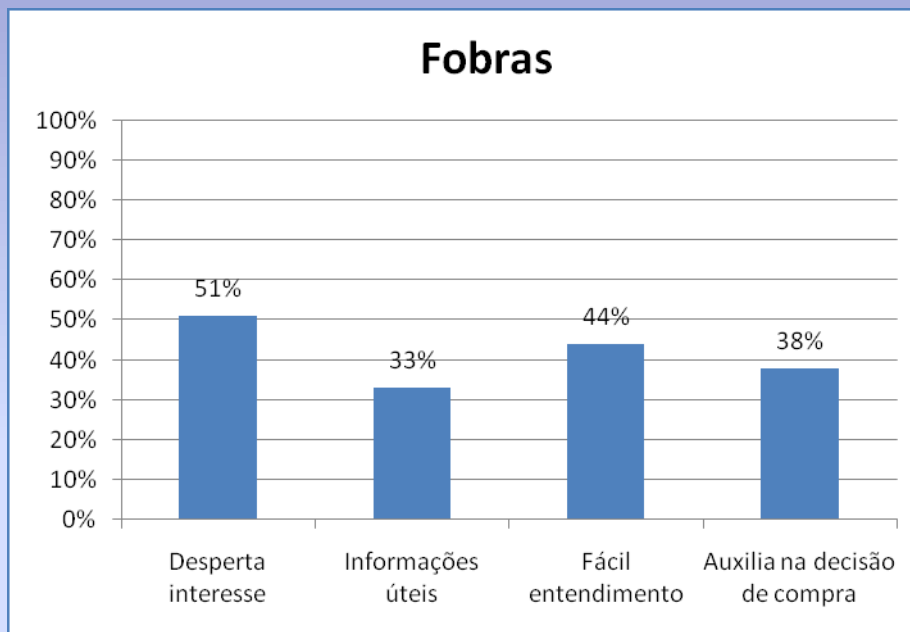
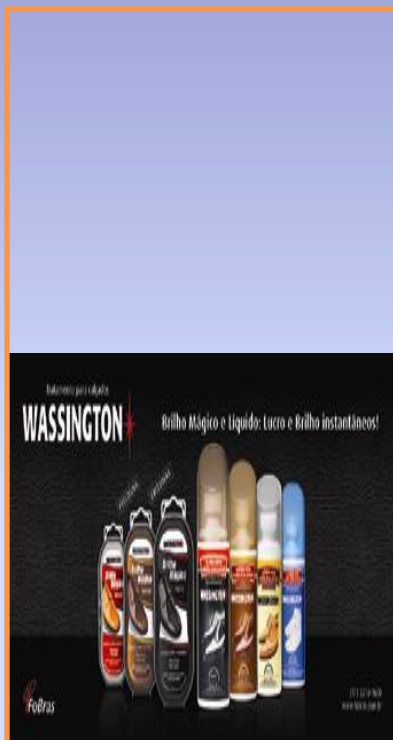
| FICHA TÉCNICA – Ypê | |
|----------------------|-------------|
| Índice de Eficiência | 0,62 |
| Tamanho | Simplex |
| Veiculação | Páginas 165 |
| Agência | P&M |

DANEVA



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

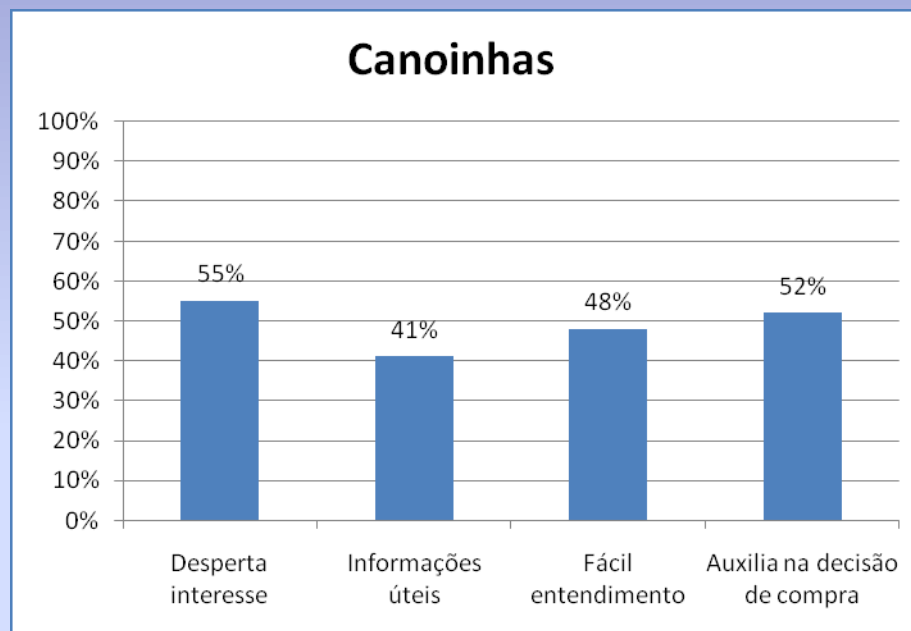
FOBRAS



FICHA TÉCNICA – Fobras

| | |
|----------------------|-------------|
| Índice de Eficiência | 0,42 |
| Tamanho | Fracionado |
| Veiculação | Página 195 |
| Agência | Sem agência |

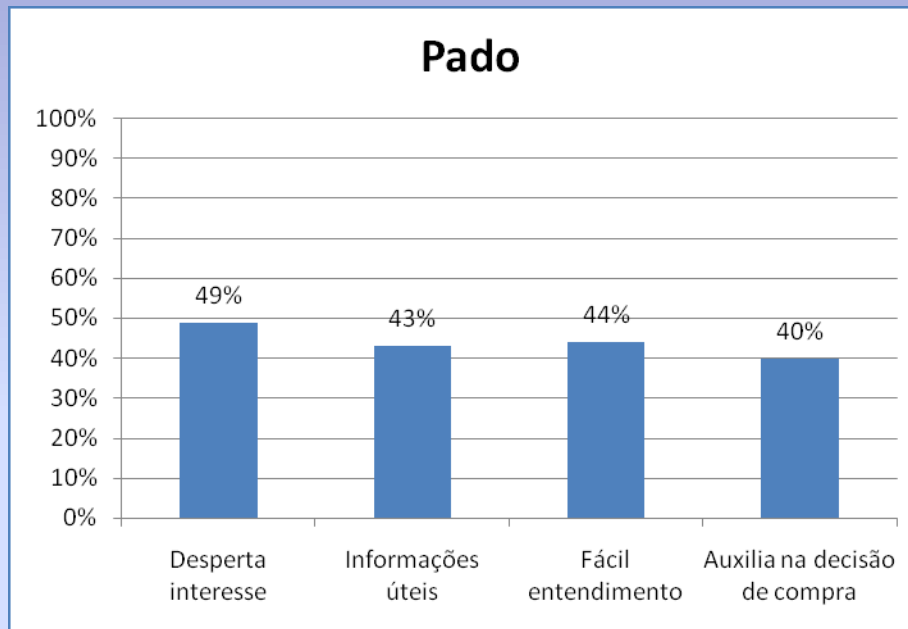
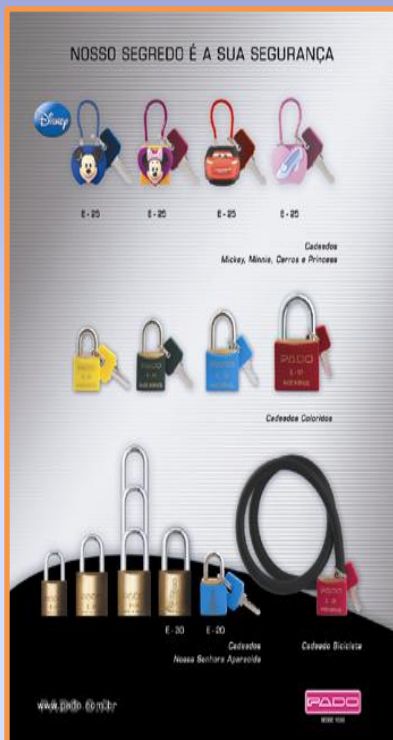
CANOINHAS



FICHA TÉCNICA – Canoinhas

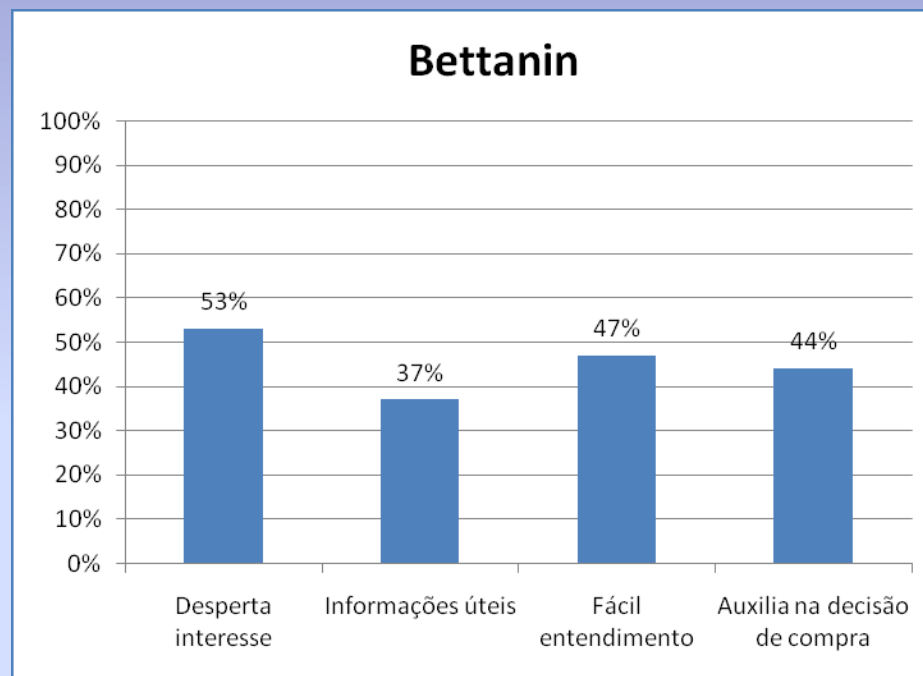
| | |
|----------------------|-----------------|
| Índice de Eficiência | 0,49 |
| Tamanho | Fracionado |
| Veiculação | Página 199 |
| Agência | Nabesima Design |

PADO



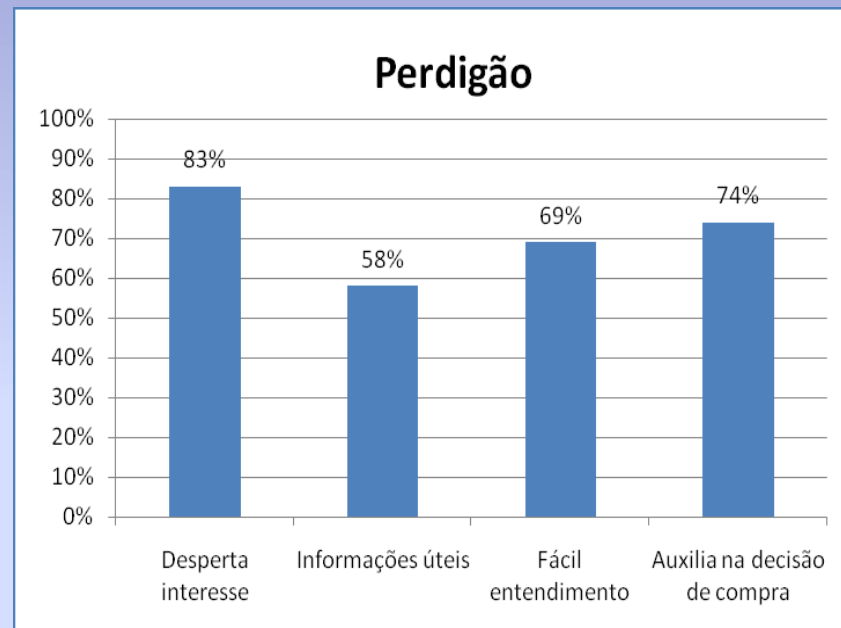
| FICHA TÉCNICA – Pado | |
|----------------------|-------------|
| Índice de Eficiência | 0,44 |
| Tamanho | Simple |
| Veiculação | Página 207 |
| Agência | Sem agência |

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 POV.

É PARA AUMENTAR AINDA MAIS O IMPACTO, MUITAS NOVIDADES KRAFT COM A CARA DA A ERA DO GELO 3.

- **Trakinas** traz um aperfeiçoamento: Trakinas Geladinho: A sensação da refrescância do sorvete nas sobras:
 - Chocolate
 - Morango
 - Doce de Leite
- **Tang** com dois novos sabores: Frutas Roxas e Malva, com degustação no PDV e embalagens com figurinhas A Era do Gelo 3.
- **Royal Sobremesas:** Embalagens e figurinhas tematizadas.

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

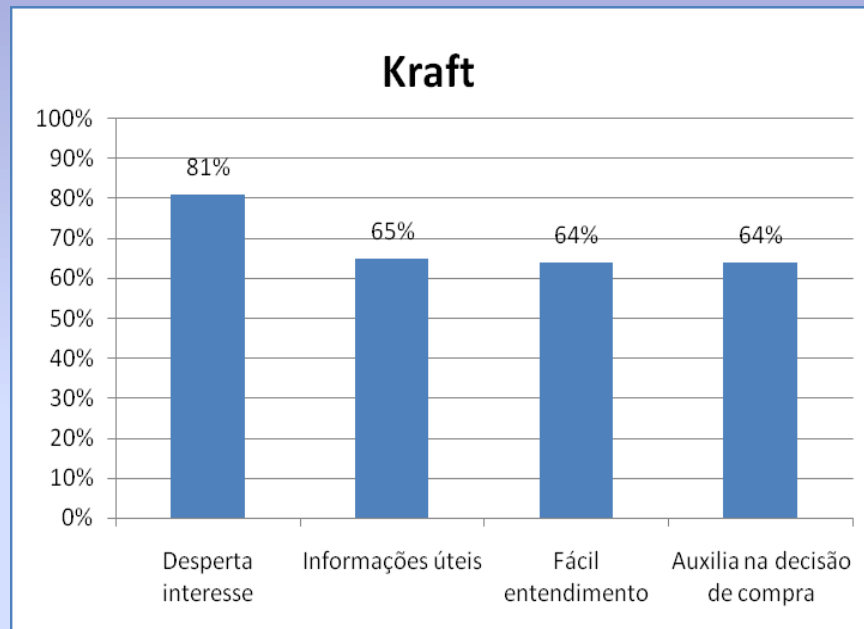
Brinde exclusivo: copo A Era do Gelo 3 com raspa moldada.

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

KRAFT Kraft Foods

Vendas Supermercados, Atacado e Distribuição: (41) 3314 4000 Norte/Nordeste: (81) 2122 2900

Em Age 7 De 10 2007 Theatrical Cartoon Film Release 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.

Tradicionat: Com maior giro, deve ser exposta com destaque.

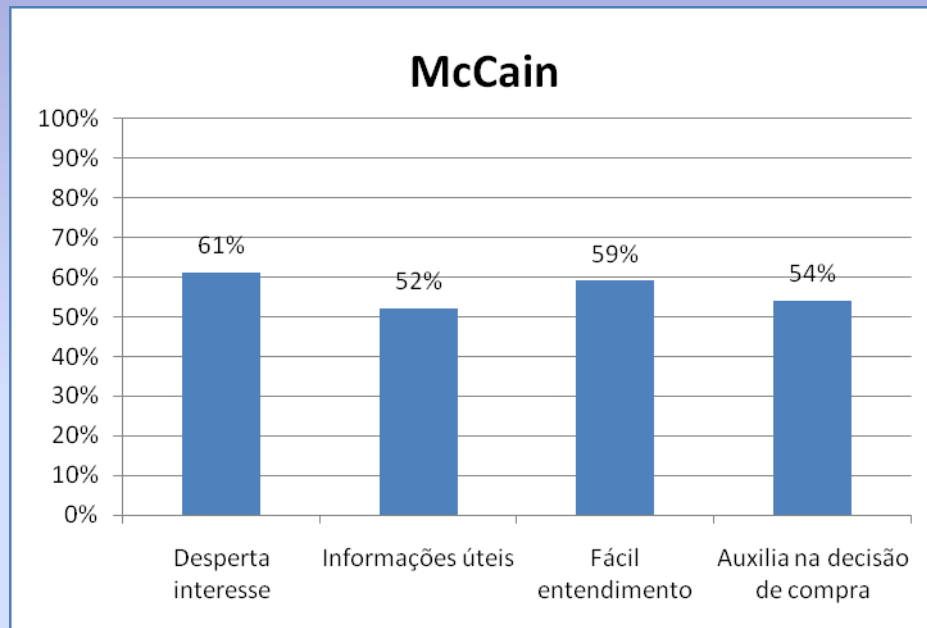
Smiles: Exclusividade McCain. É a preferida do público infantil.

Batata Doce: Novidade com sabor bem brasileiro.

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

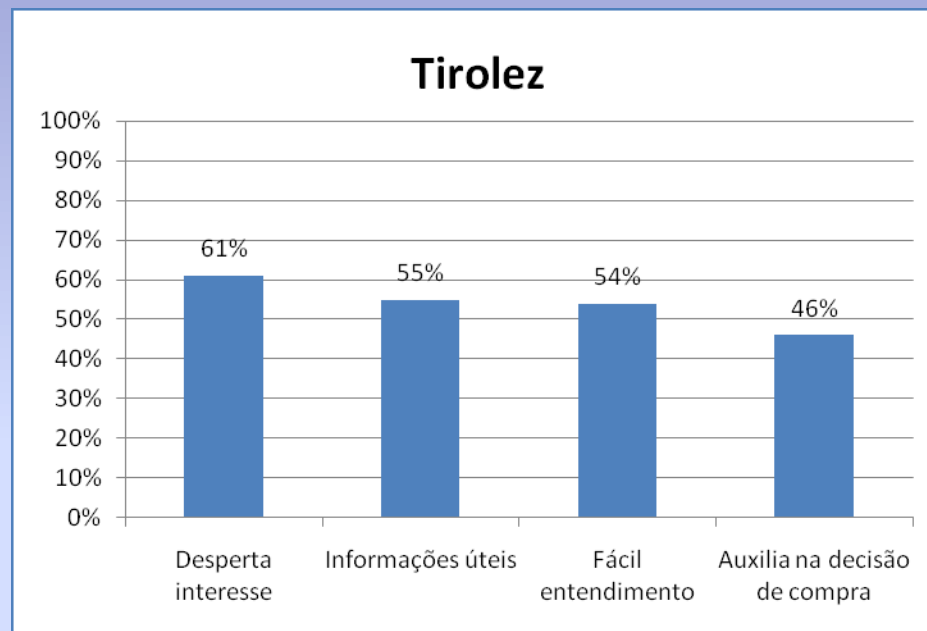
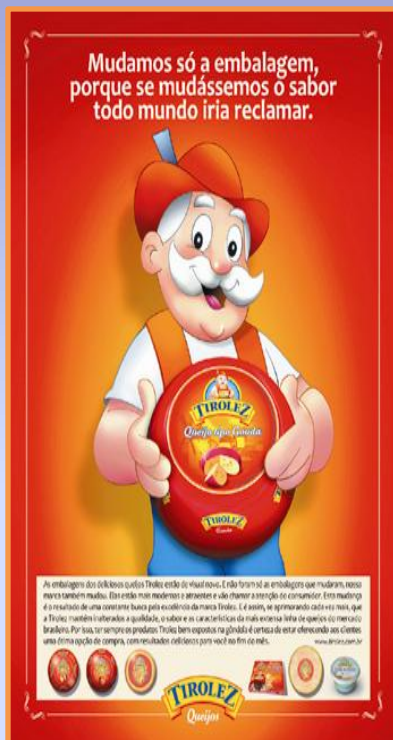
Batata frita para forno: A opção para quem quer sabor e saudabilidade.

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 |

PERFETTI VAN MELLE

La Rivoluzione PERFETTI Van Melle

ESTRATÉGIA Inovação contínua como fator de crescimento

"Nunca houve um momento em que a inovação não tenha sido o fator de crescimento da Perfetti Van Melle. Desde 2004, lançamos 66 novos produtos no mercado brasileiro. Os resultados não poderiam ser mais impressionantes: atualmente, 59% das vendas da empresa vêm de produtos inovados. Em 2007, esse número chegou para 59%, e, em 2008, chegou a 56%."

Em 2004, lançamos 66 novos produtos no mercado brasileiro. Os resultados não poderiam ser mais impressionantes: atualmente, 59% das vendas da empresa vêm de produtos inovados. Em 2007, esse número chegou para 59%, e, em 2008, chegou a 56%."

O maior exemplo do sucesso da Perfetti Van Melle no campo da inovação é a linha Mentos. Desde 2004, a empresa lançou 10 novos produtos no mercado brasileiro. Os resultados não poderiam ser mais impressionantes: atualmente, 59% das vendas da empresa vêm de produtos inovados. Em 2007, esse número chegou para 59%, e, em 2008, chegou a 56%."

Atualmente, 59% das vendas da empresa vêm de produtos inovados. Em 2007, esse número chegou para 59%, e, em 2008, chegou a 56%."



GOMAS DE MASCAR

Mentos em multipacks

Neste segmento supermercado, as vendas de Gomas de Mascar Mentos da Perfetti Van Melle cresceram 47% em valor em março de 2008, em relação a março de 2007. Um importante resultado, se comparado ao crescimento do mercado como um todo, que foi apenas 1,7% no mesmo período.

Mentos Pure Fresh

A linha de produtos Mentos Pure Fresh foi lançada pela empresa em 2007 como uma das maiores inovações tecnológicas no mercado de gomas de mascar - por conter ingredientes distribuídos em sua composição, como a xilitol - e também em disponível em multipacks de 30, com dois sabores: Mentos e Fresh Mint, em embalagens retratadas para facilitar a identificação dos consumidores.

Monopack inovador

Outra novidade da Perfetti Van Melle neste segmento de vendas no supermercado foi a criação de um monopack de gomas de mascar com sabor de menta e mel, com o nome de Mentos Pure Fresh. Este produto inovador foi lançado em março de 2008, com o objetivo de oferecer uma opção mais saudável e saborosa para os consumidores.

Novos produtos, novos sabores

Além das novidades direcionadas ao segmento supermercadista, a Perfetti Van Melle também investiu em novos produtos para o varejo. Um exemplo é a linha Mentos Pure Fresh, que chegou para ampliar ainda mais suas vendas nas lojas dos supermercados, que hoje já representam por 47% do valor de vendas total da categoria. Além disso, a empresa também lançou novos sabores de gomas de mascar, como o novo sabor de menta e mel, que também é uma novidade para os consumidores.

Sabores surpreendentes

A Perfetti Van Melle também lançou novos sabores surpreendentes para a marca Mentos Gomas de Mascar sem açúcar. São eles: exotic mix, uma combinação inédita dos sabores de laranja e limão, disponível nas variedades de bolos (multipacks) de 24 e 30 unidades, e o sabor de menta e mel, que também chegou em multipacks de 24 e 30 unidades.

BALAS

Arco-íris de sabor: Multipack Mentos Rainbow

Pela sua novidade da marca Mentos para estimular ainda mais os consumidores no setor de balas supermercado, chegou ao mercado um dos principais lançamentos da marca para 2007, o Mentos Rainbow, um doce colorido e inovador com o sabor das balas mais ordenadas de acordo com as cores da embalagem. Primeiro supermercado, o produto também pôde ser encontrado nas embalagens multipack com 16 unidades.

Beijo surpreendente

Um dos principais lançamentos da Perfetti Van Melle, a nova variedade Beijo Kiss é a primeira novidade sem açúcar da empresa lançada no País. O seu grande diferencial de mercado é uma inovação

Novidades na linha Fruitella

De olho nos consumidores preocupados com a saúde e a vida saudável, a Perfetti Van Melle desenvolveu a linha Fruitella, uma combinação de sabores de frutas, como a laranja, disponível nas variedades de bolos (multipacks) de 24 e 30 unidades, e o sabor de menta e mel, que também chegou em multipacks de 24 e 30 unidades.

A novidade, que chega a categoria de balas supermercado, é o novo produto de menta e mel, que representa 54% do mercado.

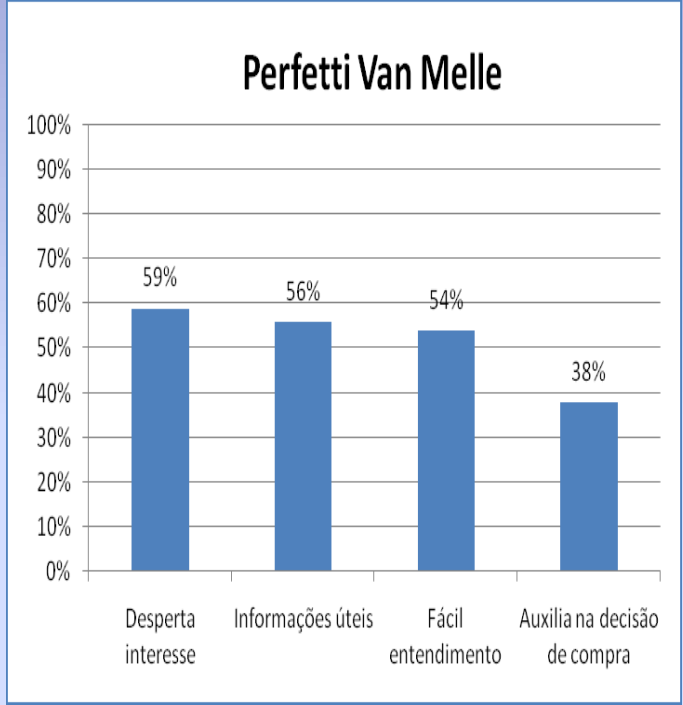
embalagem, que além de saber ao gosto, conta com um sabor doce que garante a saída de uma unidade por vez, evitando desperdício e tornando o momento ainda mais feliz. O produto está disponível nos sabores Orange Mix (laranja e menta), e Extra Mix (menta forte) e garante alta eficiência em uma única pastilha.

Slim Box

A tradicional linha Mentos Slim Box nos sabores Vitamina C e Bqano Floração também ganhou uma nova embalagem e oferece ainda mais variedade ao ponto de venda. Agora, os produtos também estão disponíveis em multipacks, com capacidade para dois flip-ups do mesmo sabor.

Loucos por Mentos

A Perfetti Van Melle também lançou o Crazy Mix, um bag de 50g de três tradicionais sabores: menta, laranja e limão. Este produto inovador também está disponível em multipacks, com capacidade para dois flip-ups do mesmo sabor.



FICHA TÉCNICA – Perfetti Van Melle

| | |
|----------------------|--------------------|
| Índice de Eficiência | 0,52 |
| Tamanho | Tripla |
| Veiculação | Páginas 27,28 e 29 |
| Agência | Rocalnspirada |



AURORA

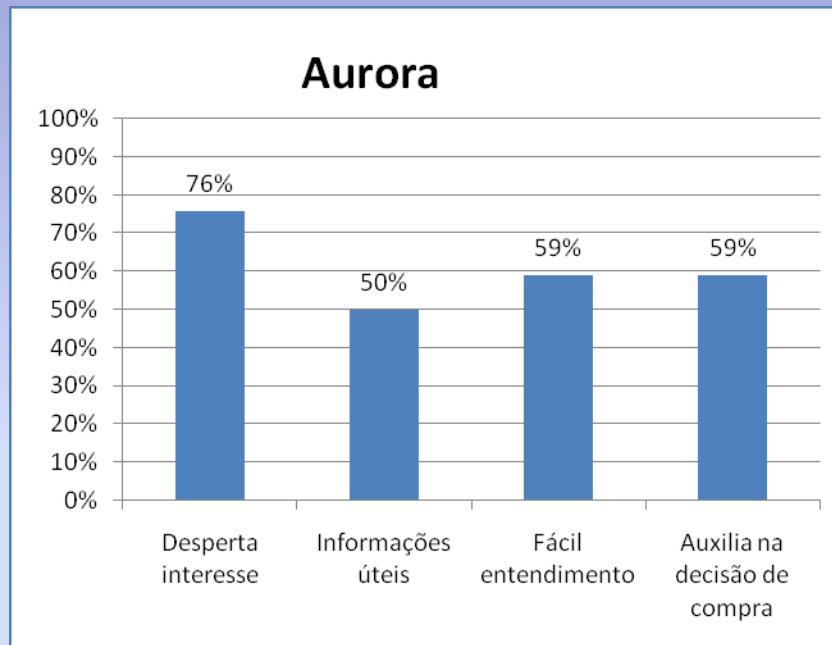
Presunto Aurora
A fatia muuuuito mais lucrativa do mercado

O presunto e o apresuntado Aurora deixam em sua loja maior rentabilidade no faturamento. Contamos com uma equipe de promotores treinados e qualificados para falar e expor corretamente os produtos, sempre respeitando o gosto de seus consumidores e o padrão de procedimentos da sua loja.

Presunto Aurora
Presunto Cozido
Apresuntado

Para hoje mesmo ao seu representante Aurora os materiais promocionais criados para você revolucionar sua venda.

SAC Aurora (0800 011 1300)
www.aurorafoods.com.br



FICHA TÉCNICA – Aurora

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

AURORA

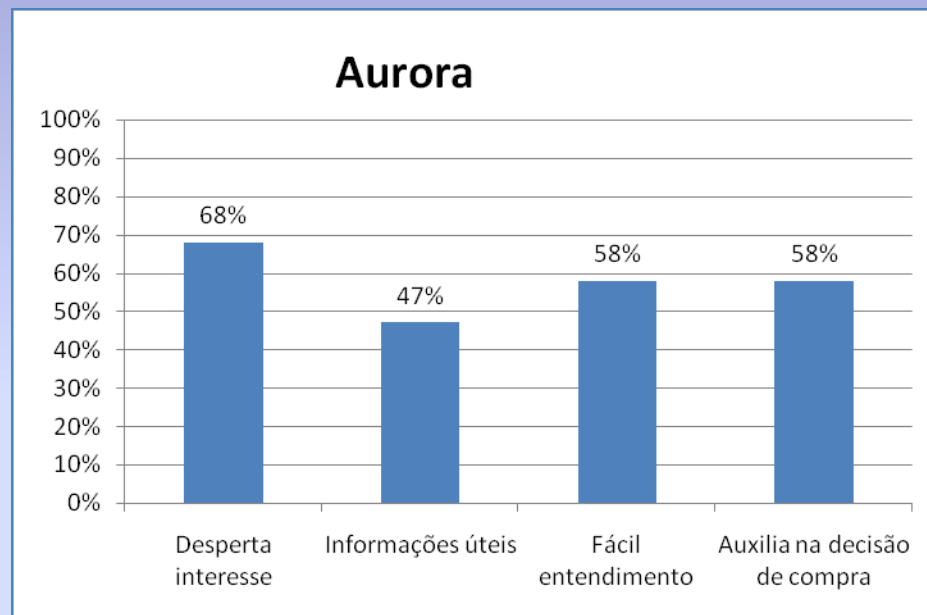
Hambúrguer Aurora
Muuuuuuuuito mais rentabilidade para sua loja

Exponha com destaque o Hambúrguer Aurora em sua loja e lucre com o mix completo.

A vida agitada, a profissionalização das mulheres e a diminuição do tempo disponível para preparar os alimentos são alguns dos motivos do crescimento da categoria de carnes congeladas, onde o hambúrguer é o carro-chefe desta família com 30,7% das vendas. Lembre-se: a Aurora tem um completo mix de hambúrgueres e ainda conta com o sabor exclusivo Toscana.

Pêça hoje mesmo as suas representações Aurora os melhores promocionais criados para você impulsionar suas vendas.

aurora
SAC Aurora 0800 011 7348
www.aurorafoods.com.br



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

AURORA

Aurora é muuuuito + opções para sua loja.

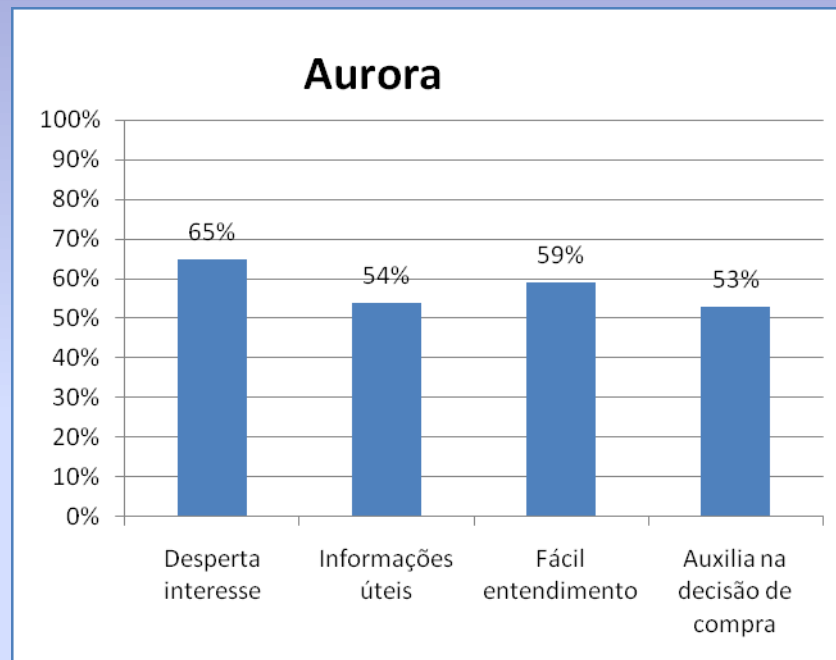


+ de 690 produtos para compor o mais rentável mix da Categoria.

Seja um parceiro Aurora e obtenha vantagens com a exposição correta. A Aurora conta com uma equipe de promotores treinados e qualificados para manipular e expor mais de 690 produtos que compõem o nosso mix. E para encantar seu consumidor desenvolvemos vários materiais promocionais que podem ser utilizados em filhas, pontos-extras e até no ponto natural.



Ligue agora para o representante de sua região e venha ser nosso parceiro. SAC Aurora 0800 0113306 www.auroraalimentos.com.br



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

NESTLÉ

Nestlé faz bem

Palavra-Chave

InfoTrade
NOVA ONDA DE LANÇAMENTOS NESTLÉ

Nova onda de lançamentos Nestlé

A Nestlé está por dentro das novidades de produtos e lançamentos de 2013 e tem a certeza de que os lançamentos de 2013 são os melhores de sempre. Por isso, a Nestlé faz bem. Por isso, a Nestlé faz bem. Por isso, a Nestlé faz bem.

Novidades Nestlé

Entre os produtos que estão chegando nos pontos de venda, destacamos alguns lançamentos que vão mudar a rotina dos consumidores. São produtos que vão mudar a rotina dos consumidores. São produtos que vão mudar a rotina dos consumidores.

Desenvolvimento Sustentável

Desenvolvimento Sustentável é um compromisso que a Nestlé faz com o mundo. É um compromisso que a Nestlé faz com o mundo. É um compromisso que a Nestlé faz com o mundo.

Desenvolvimento Sustentável

Desenvolvimento Sustentável é um compromisso que a Nestlé faz com o mundo. É um compromisso que a Nestlé faz com o mundo. É um compromisso que a Nestlé faz com o mundo.

Sucesso dos caldos continua

Com mais de 100 anos de experiência, a Nestlé continua sendo referência em caldos instantâneos. Com mais de 100 anos de experiência, a Nestlé continua sendo referência em caldos instantâneos.

Temper e realize o sabor do seu negócio

Com mais de 100 anos de experiência, a Nestlé continua sendo referência em caldos instantâneos. Com mais de 100 anos de experiência, a Nestlé continua sendo referência em caldos instantâneos.

Aqueça suas vendas neste inverno com os novos sabores de Sorflo

Com mais de 100 anos de experiência, a Nestlé continua sendo referência em caldos instantâneos. Com mais de 100 anos de experiência, a Nestlé continua sendo referência em caldos instantâneos.

Tabletes familiares Nesquik Cuss também em versões recheadas

Com mais de 100 anos de experiência, a Nestlé continua sendo referência em caldos instantâneos. Com mais de 100 anos de experiência, a Nestlé continua sendo referência em caldos instantâneos.

Chocolate em pó Nesquik com novidades!

Com mais de 100 anos de experiência, a Nestlé continua sendo referência em caldos instantâneos. Com mais de 100 anos de experiência, a Nestlé continua sendo referência em caldos instantâneos.

Suflar tem mais novidades no ar

Com mais de 100 anos de experiência, a Nestlé continua sendo referência em caldos instantâneos. Com mais de 100 anos de experiência, a Nestlé continua sendo referência em caldos instantâneos.

Família ALPINO vai brilhar ainda mais em sua gôndola

Com mais de 100 anos de experiência, a Nestlé continua sendo referência em caldos instantâneos. Com mais de 100 anos de experiência, a Nestlé continua sendo referência em caldos instantâneos.

Sabor, saúde e praticidade combinam com boas vendas

Com mais de 100 anos de experiência, a Nestlé continua sendo referência em caldos instantâneos. Com mais de 100 anos de experiência, a Nestlé continua sendo referência em caldos instantâneos.

Dica de Exposição

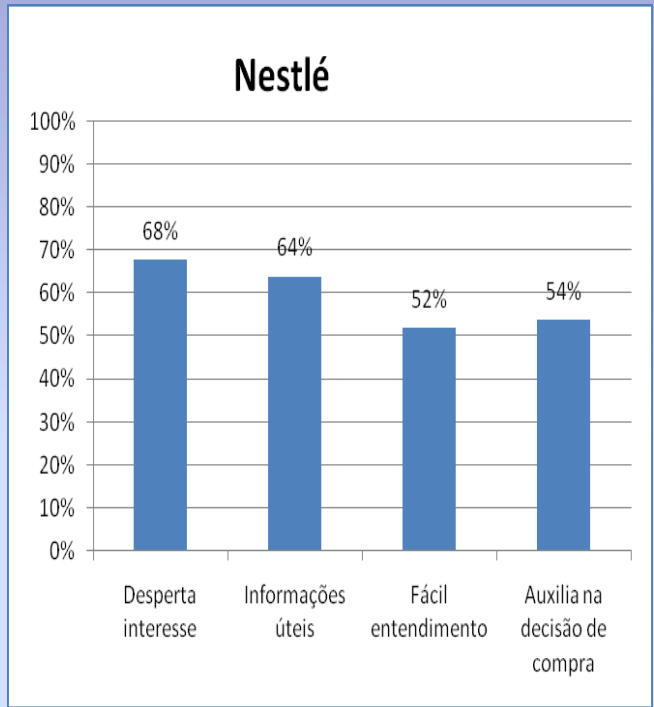
Com mais de 100 anos de experiência, a Nestlé continua sendo referência em caldos instantâneos. Com mais de 100 anos de experiência, a Nestlé continua sendo referência em caldos instantâneos.

Por que é mais saudável?

- Possui 0% de gordura saturada por porção
- Sem lactose e sem glúten
- Rico em fibras
- 0% de sódio por porção
- Rico em cálcio e vitamina D

Info ao Trade

- Disponível em 100 sabores
- Disponível em 100 sabores
- Disponível em 100 sabores



FICHA TÉCNICA – Nestlé

| | |
|----------------------|-----------------------|
| Índice de Eficiência | 0,59 |
| Tamanho | Quadrupla |
| Veiculação | Páginas 47,48,49 e 50 |
| Agência | Trade Comunicação |



CARRETEIRO

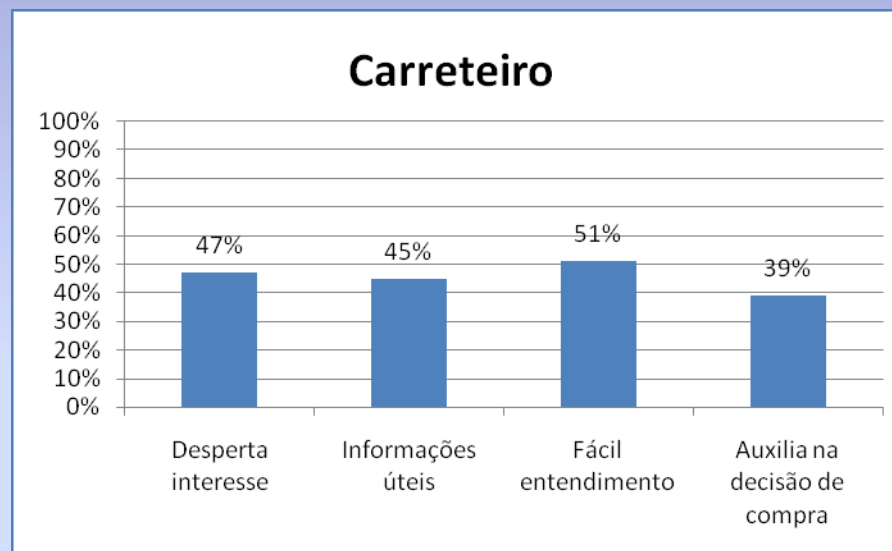
**A família aumentou,
e seus lucros também!**

**Novo azeite
extra virgem**

O azeite Pic-Nic é um produto de primeira qualidade extraído das melhores regiões do Portugal.

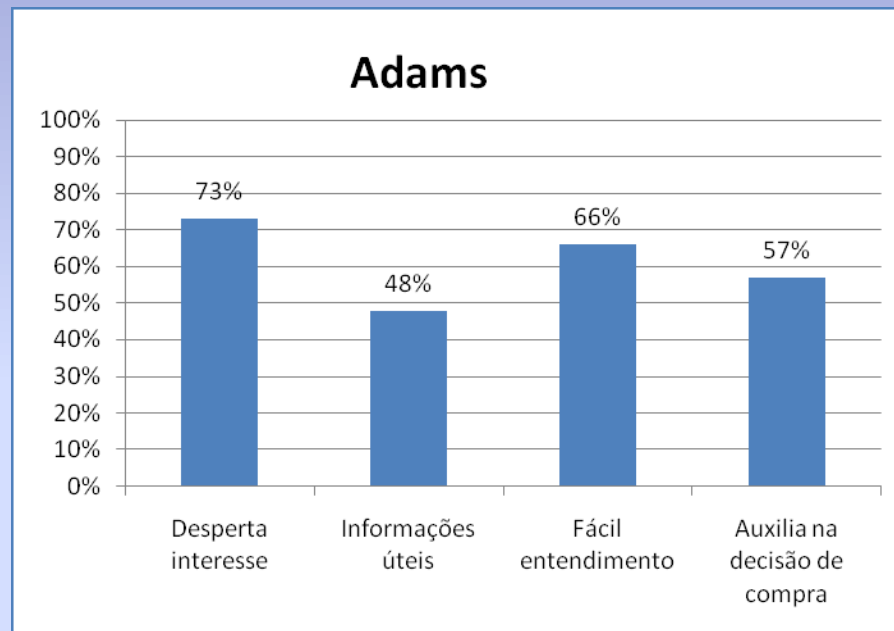
Tel.: (21) 3384-7777 | Fax: (21) 3384-7768
E-mail: sac@carreiroalimentos.com.br
www.carreiroalimentos.com.br

carreiro
Este sabor tem tradição.



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

ADAMS



FICHA TÉCNICA – Adams

| | |
|----------------------|-----------|
| Índice de Eficiência | 0,61 |
| Tamanho | Simplex |
| Veiculação | Página 57 |
| Agência | 6291 Com. |

PANCO

Nova Embalagem Rosquinhas Panco

6 sabores

Rosquinhas Panco estão com novo visual! Selecite em novas representações e tenha mais visibilidade em sua gôndola.

Rosquinhas Panco são uma opção renovável, além de ser um produto com valor agregado. O mercado de rosquinhas teve crescimento de 6,7% em volume de toneladas e 12,1% em receita (milhões de reais). É um produto muito procurado pelas donas de casa com crianças, estando presente também em famílias com crianças sem filhos e pessoas que moram sozinhas. O mesmo sabor em nova embalagem, mais bonita, moderna e atraente, que vai atrair olhares para o seu gôndola!

Leite com leite condensado
Coco com leite condensado
Chocolate com leite condensado
Leite com leite condensado
Coco com leite condensado
Leite com leite condensado

Leite com leite condensado
Coco com leite condensado
Chocolate com leite condensado
Leite com leite condensado
Coco com leite condensado
Leite com leite condensado

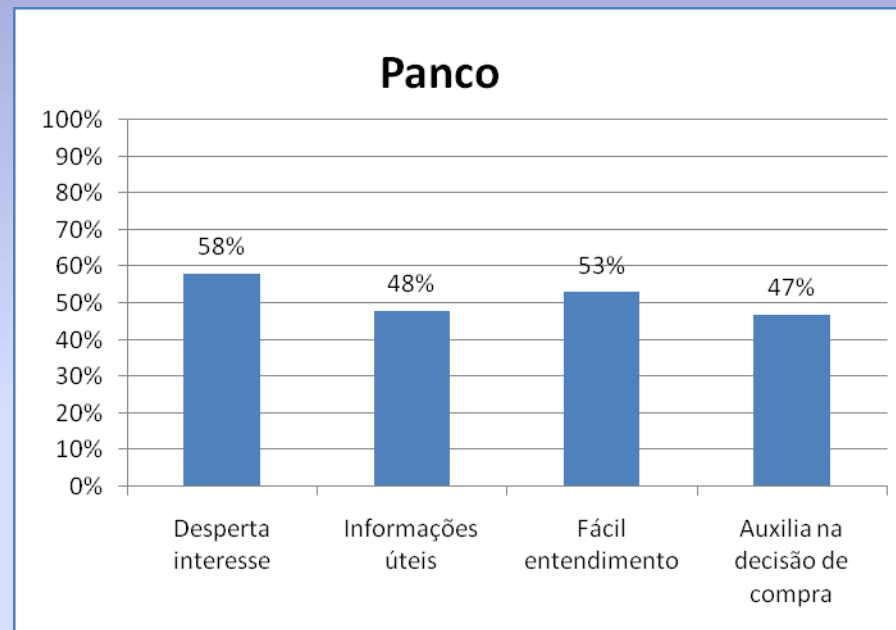
Material de apoio:

A Panco dá uma dica importante para a melhor exposição da categoria de Rosquinhas:

- Crianças gostam de rosquinhas com leite, chocolate e suco. Adultos preferem consumir com café, chá e bebidas quentes.
- Por isso, organize para expor as Rosquinhas Panco perto das refeições de café, chá, sucos e chocolates da sua loja.

Agora... prepare-se para as boas vendas!

Vendas SP (011) 3490-0700
Vendas RJ (21) 3161-3161
www.panco.com.br



FICHA TÉCNICA – Panco

| | |
|----------------------|-------------|
| Índice de Eficiência | 0,52 |
| Tamanho | Simplex |
| Veiculação | Página 59 |
| Agência | Sem agência |

ABIC

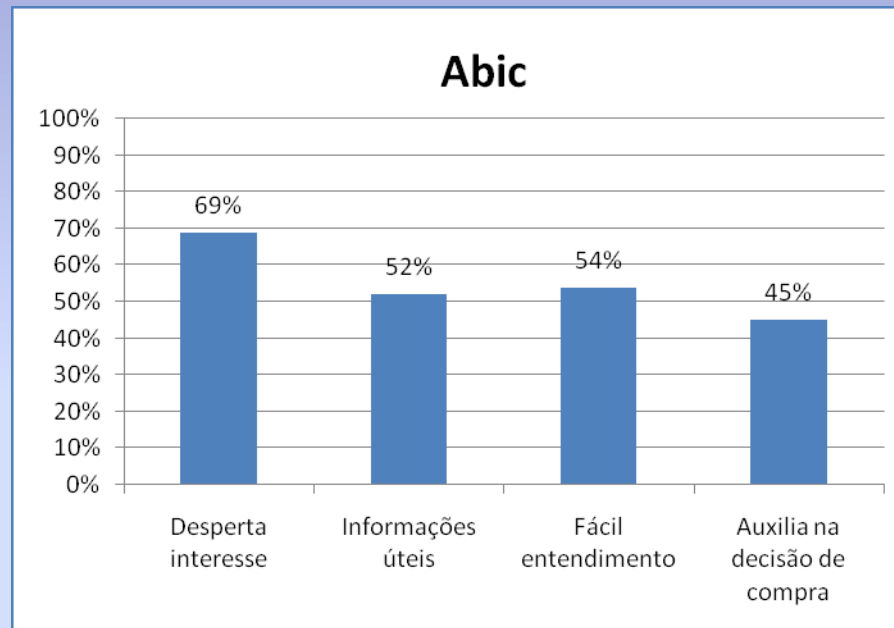
"24 de maio: Dia Nacional do Café"



**Café Puro.
Puro respeito com
o consumidor.
Há 20 anos. Comemore!**




www.abic.com.br - abic@abic.com.br - (21) 2208-4181



| FICHA TÉCNICA – ABIC | |
|----------------------|-----------|
| Índice de Eficiência | 0,55 |
| Tamanho | Simplex |
| Veiculação | Página 65 |
| Agência | GSB2 |

SARALEE

Sara Lee

A Sara Lee está mais presente na vida das pessoas porque está mais presente na sua loja.

A sua presença tem sido fundamental para a liderança de Sara Lee neste segmento. Afinal, é através da sua loja que pode saber mais pilão das pessoas que foram o nosso sucesso. Pensando assim, está sempre buscando formas diferentes para fazer de sua loja o local ideal para quem quer a melhor experiência de compra de café. Este ano, além de inovar as técnicas de atendimento por Catálogo, a Sara Lee tem muito mais para você fazer boas negócios.

PILÃO 30 ANOS

Vamos comemorar com as nossas consumidoras os 30 anos de sucesso da marca. Esta é a maior oportunidade para premiar aquelas que fizeram de Pilão a marca líder do mercado. Para mais detalhes, consulte o Representante Comercial Sara Lee.

SHOW DE CAFÉ

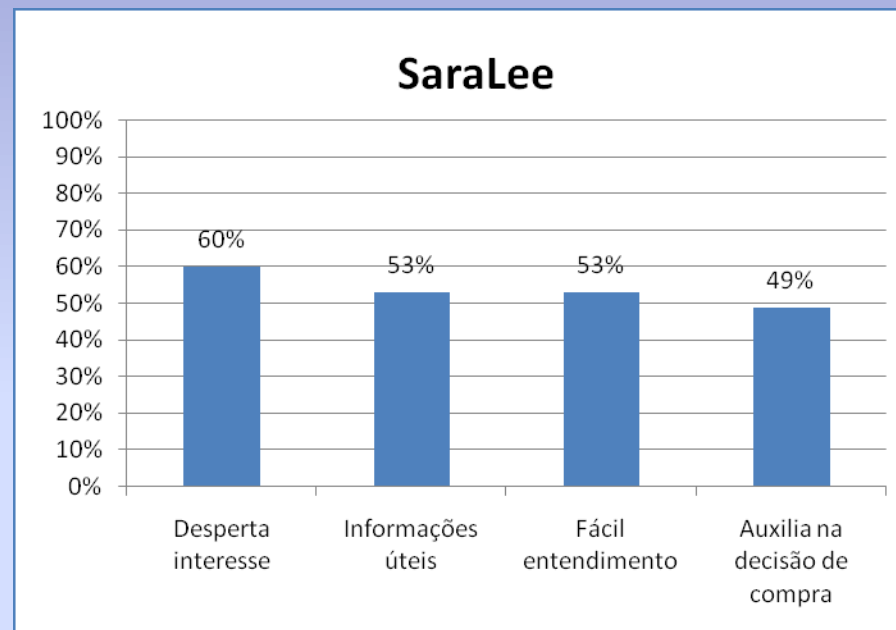
Desenvolvemos um modelo de exposição para provocar uma ambientação que promova maior atividade à categoria. Mais uma oportunidade para fazer a sua loja vender muito café neste evento.

Show de Café oferece tudo isso e muito mais:

- Degustação com Impulsões de Incentivo.
- Sorteio de prêmios através de Concursos Culturais.

PILÃO **EXTRA FORTÉ**
pilão para café **Seletto** **GRANDE**

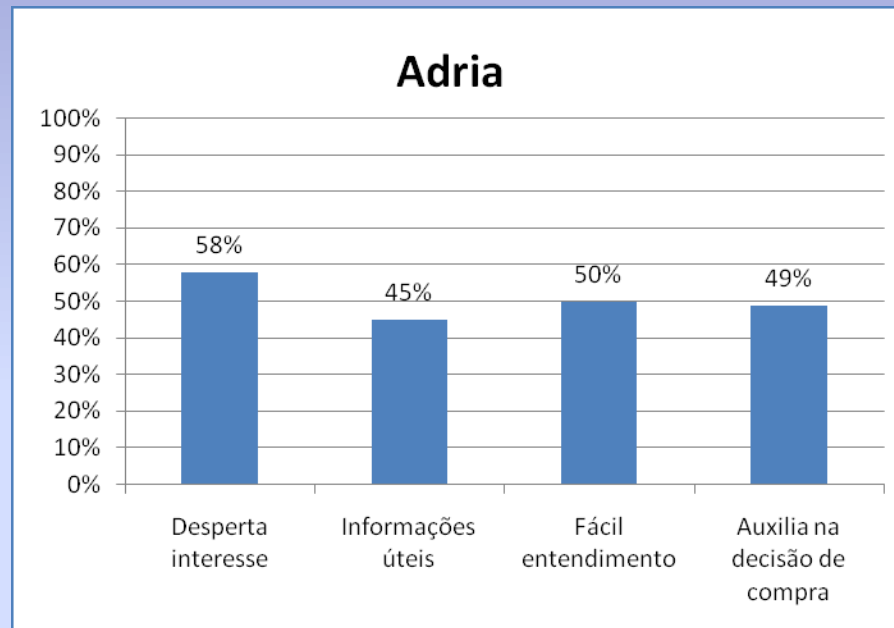
Call Center: 0800 10 99 60



FICHA TÉCNICA – Saralee

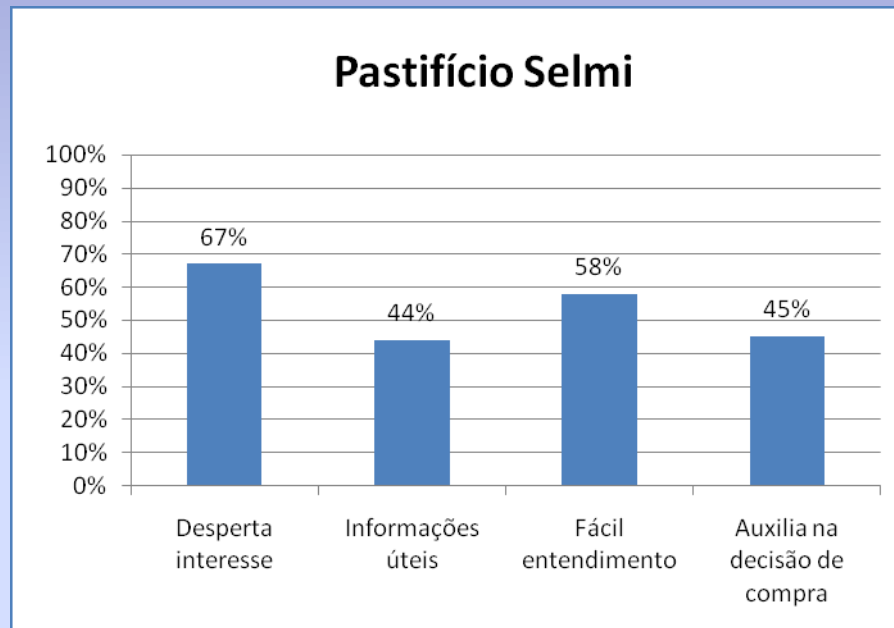
| | |
|----------------------|-----------|
| Índice de Eficiência | 0,54 |
| Tamanho | Simple |
| Veiculação | Página 67 |
| Agência | Artface |

ADRIA



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

PASTIFÍCIO SELMI



| FICHA TÉCNICA – Pastifício Selmi | |
|----------------------------------|-----------|
| Índice de Eficiência | 0,53 |
| Tamanho | Simplex |
| Veiculação | Página 83 |
| Agência | Explícita |

AJINOMOTO

Nome Publicidade: #AJINOMOTO

O DESAFIO DO VAREJISTA

Como administrar cada categoria do supermercado para que o consumidor encontre os itens 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 local, eliminando a ruptura e trazendo maior rentabilidade para a loja.

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

- O processo de GC é realizado pelo líder da categoria (conhecido como Capilão de Categoria), e traz benefícios tanto para o consumidor, como para o varejo e a indústria.

A liderança consolidada da Ajinomoto em Tempos:

- SABORAMI líder com mais de 80% de participação do mercado de Realizador de Sabor
- SABORAMI líder com mais de 30% do mercado de Pasta Completa
- Outros tempos exclusivos - mitchis



Nome Publicidade: #AJINOMOTO

AJINOMOTO NO GERENCIAMENTO POR CATEGORIA



Conhecendo o shopper e a categoria.

Atéves de pesquisa realizada por grandes institutos, a Ajinomoto passou a conhecer melhor o shopper da categoria de tempos e quais os critérios mais valorizados por ele no momento da compra.

A ÁRVORE DE DECISÃO DE TEMPOS

Baseado no estudo pelo processo de decisão de compra de uma determinada categoria.

Definição das subcategorias:

- Melhor tempo que facete o sabor tradicional ou inovador - real (tempo para Pasta Completa)
- Complemente: rinde e tempo que melhora a experiência, trazendo um novo sabor (mitchis)
- Exclusivo: tempo que traz algum diferencial inovador no ato de temperar
- Opções: específicos para algum grupo ou uso em uma ocasião de vida (mitchis)

Dicas para a categoria de tempos industrializados.

- Esperar próximo à gôndola com outros tipos de condimentos ou no corredor de produtos de culinária
- Seguir pelas sucessoras, recorrendo à Árvore de Decisão
- Privilegiar as marcas e vendas de maior participação no mercado, rentabilizando sua gôndola
- Realizar essa merchandising, nos setores que estiverem de acordo com o uso do produto: carne, massa, arroz e feijão, hortaliças

Nome Publicidade: #AJINOMOTO

O PROJETO DE GC DA AJINOMOTO

A Ajinomoto foi convidada por alguns redes para realizar o Gerenciamento da Categoria de Tempos Industrializados. Para que esse trabalho fosse realizado, diversas variáveis foram consideradas:

- Tamanho do shopper
- Arquitetura de decisão
- Informações de vendas das lojas (volume, rentabilidade, custo, giro, etc.)
- Informações do mercado (participação, valor, preço, etc.)
- Análise do sortimento de cada varejante

A primeira fase foi a análise e o planejamento apresentado pela Ajinomoto já realizou a implementação em 44 lojas no final de 2008.

Planojano APÓS desenvolvimento do GC



Argumentos para o desenvolvimento do planojano

- 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 da 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 tempos tem um líder: Ajinomoto.

Entre os critérios com que o distribuidor Ajinomoto pode saber mais detalhes de como realizar o GC, mais adequados para sua loja.

Qualidade AJINOMOTO

Aumente a rentabilidade da sua gôndola.

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

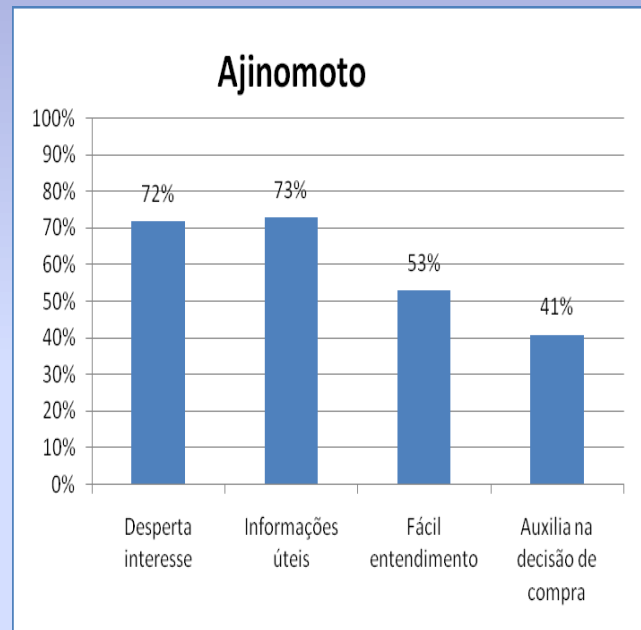


Participação exclusiva

SHARE VOLUME

No categoria tempos industrializados, SABORAMI 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

AÇOUGUE



Uma escolha saudável!

O que era nota 10 ficou ainda melhor: Açougue Swift!

A partir de agora, o Açougue nota 10 que você já conhece e tanto confia, passa a se chamar Açougue Swift.

A marca Swift foi criada para representar a qualidade JBS mundialmente, devido a sua forte penetração nos mercados internacionais.

O Açougue Nota 10 Friboi é reconhecido por priorizar a padronização dos processos e apresentar produtos de mais alta qualidade e agora, será identificado pela marca Swift.

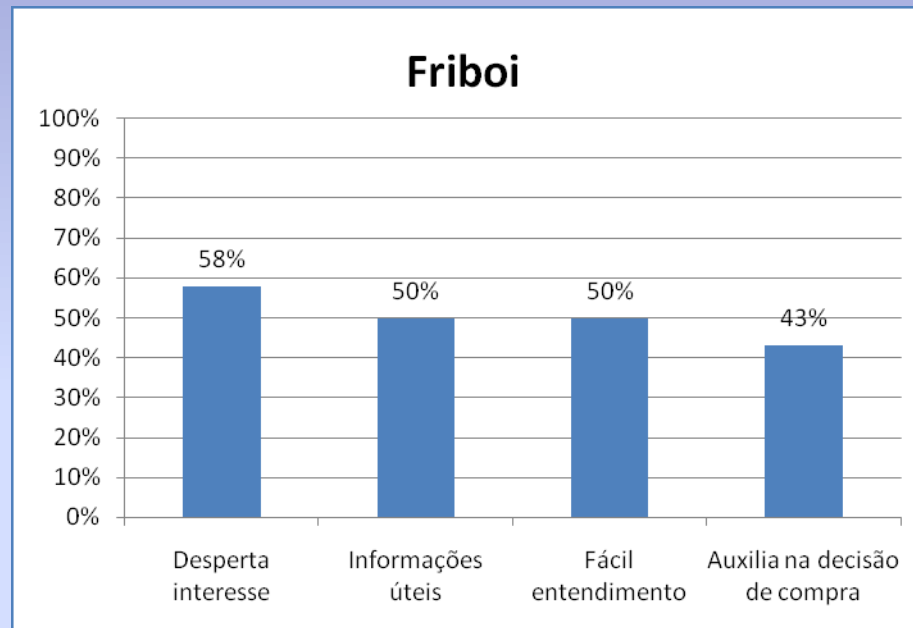
Ligue agora para 0800115617 e solicite uma apresentação do projeto que está revolucionando o mercado de carne bovina.

- Segurança Alimentar
- Higiene e Qualidade Total
- Produtos Diferenciados
- Profissionais Treinados



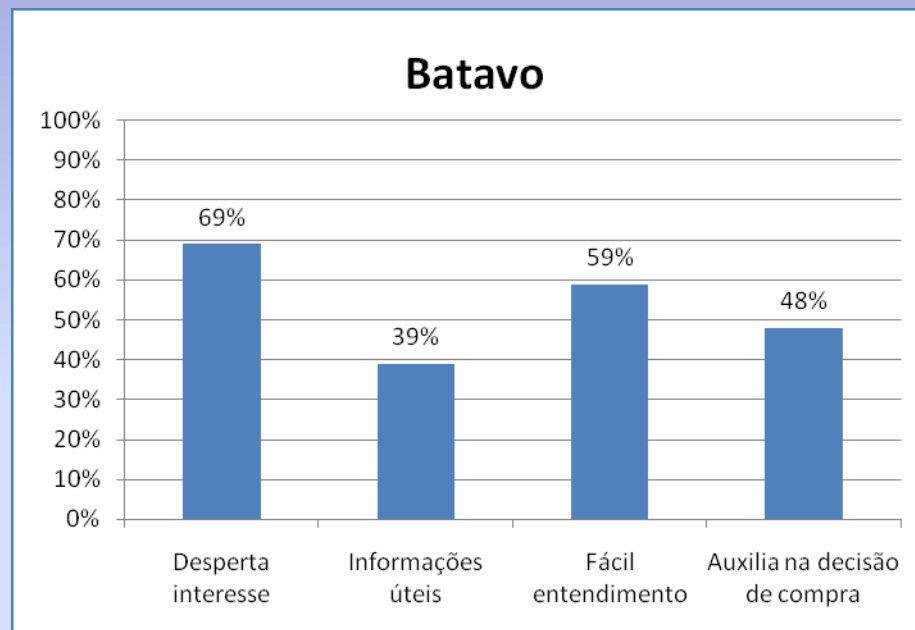
Swift Friboi JBS

São marcas que atestam a qualidade JBS

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

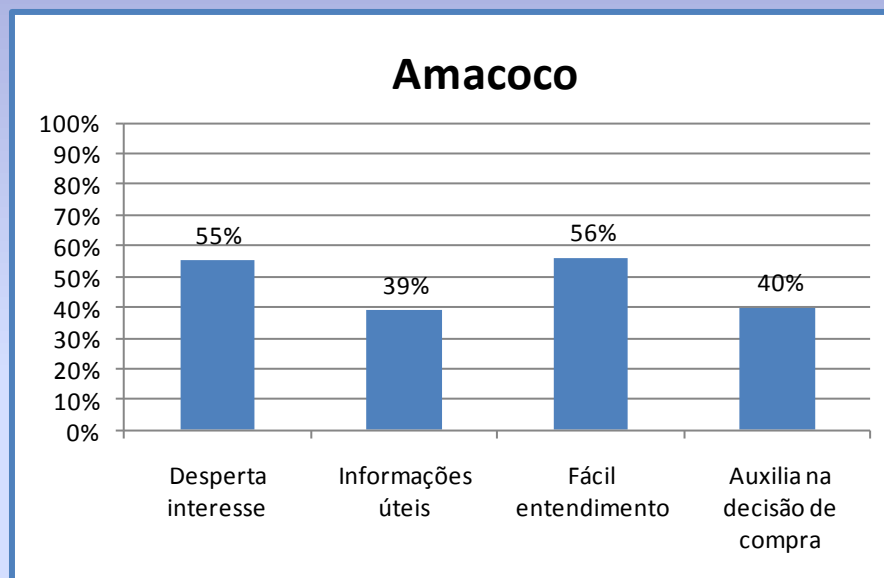
BATAVO



FICHA TÉCNICA – Batavo

| | |
|----------------------|----------------|
| Índice de Eficiência | 0,54 |
| Tamanho | Simplex |
| Veiculação | Páginas 111 |
| Agência | Dez Propaganda |

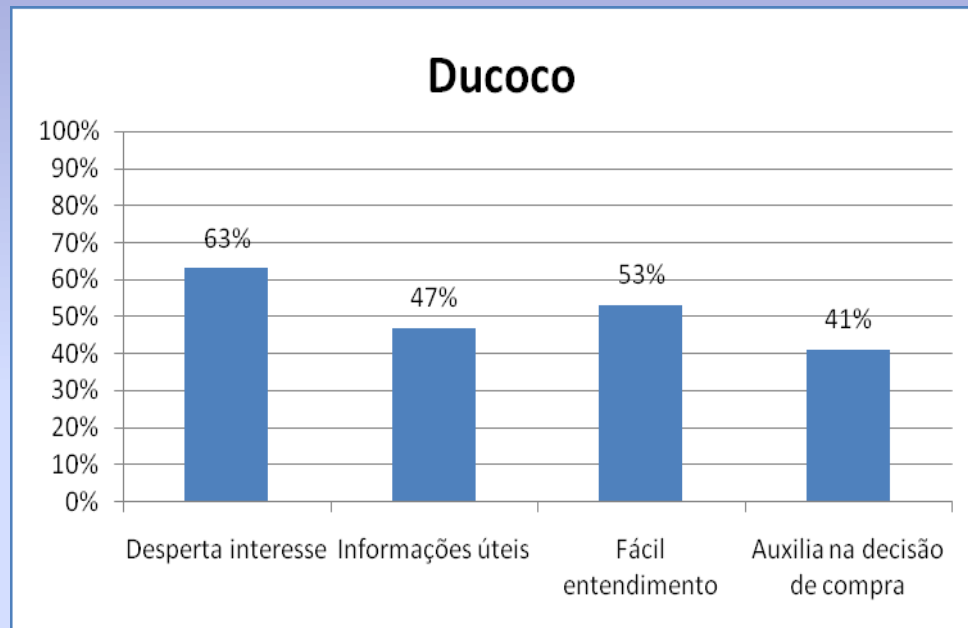
AMACOCO



| 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 | Simples |
| Veiculação | Páginas 119 |
| Agência | Promovisão |

FRIBOI

Maturatta. O ingrediente certo para você esquentar seus lucros.

Não tem segredo. Maturatta, como de sempre, está disponível em variedade de cortes, sabores e embalagens. Ao agir com o Grupo IBS, conta com a vantagem de ser um produto de qualidade, produzido em instalações de grande escala e controlado para a qualidade e em diversos programas de fidelidade para o Brasil, além de materiais de marketing personalizado como panfletos, cartões e etc.

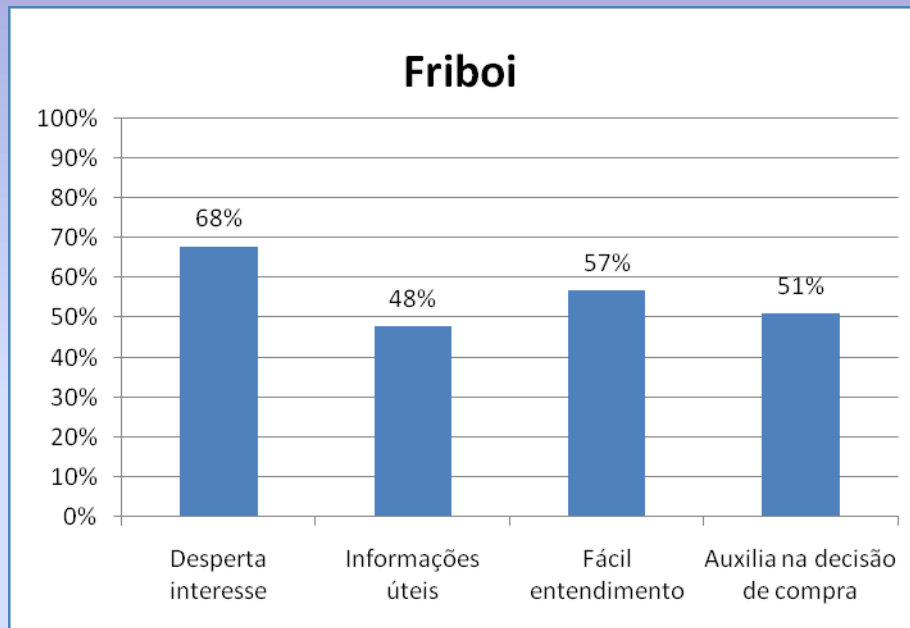
Tudo e validado em nove países de cortes, maturação, sabor e desossado práticos para sempre e mais. Com Maturatta, os seus colaboradores terão mais saúde para a profits.

A Maturatta sempre tem a sua das marcas mais lembradas pelo consumidor.

Mais e mais...
Maturatta e mais...

Para saber mais sobre o Grupo IBS, visite www.ibs.com.br
0 800 1 10 10

FRIBOI
Capital para o sucesso



| FICHA TÉCNICA – Friboi | |
|------------------------|--------------|
| Índice de Eficiência | 0,56 |
| Tamanho | Simplex |
| Veiculação | Páginas 159 |
| Agência | Magma Design |

SCHINCARIOL



SCHIN REFRIGERANTES.
« UMA FAMÍLIA QUE NÃO PARA DE CRESCER. »

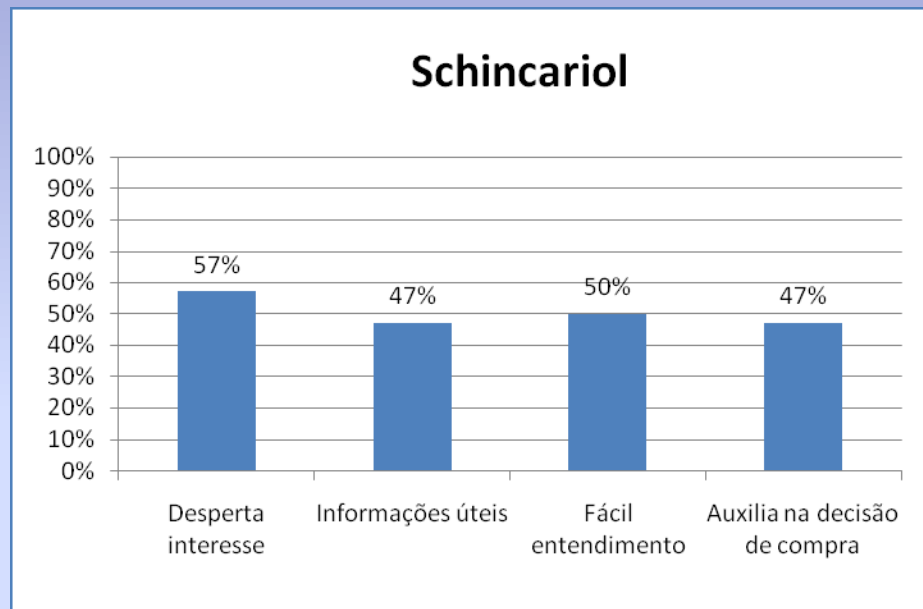
Creeceram os números de embalagens. Creeceram as opções de tamanhos. Creeceram os sabores. E, é claro, creeceram as vendas.

Há 70 anos, o grupo Schincariol iniciou suas atividades no mercado brasileiro lançando a famosa Ruzaina. Com um sabor inconfundível, a bebida logo conquistou todos os lares. Com o tempo, a família de refrigerantes creceu e hoje é composta por mais de 10 sabores.

Disponíveis em diversos tamanhos, os refrigerantes Schincariol são a melhor opção para o consumidor e por isso não podem faltar na sua loja.

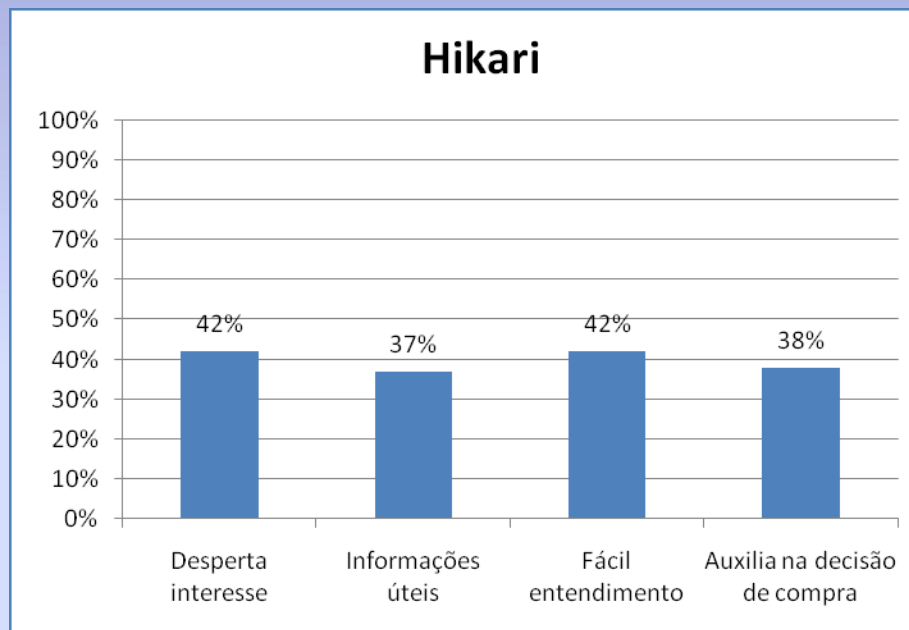


SCHINCARIOL 70 ANOS



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

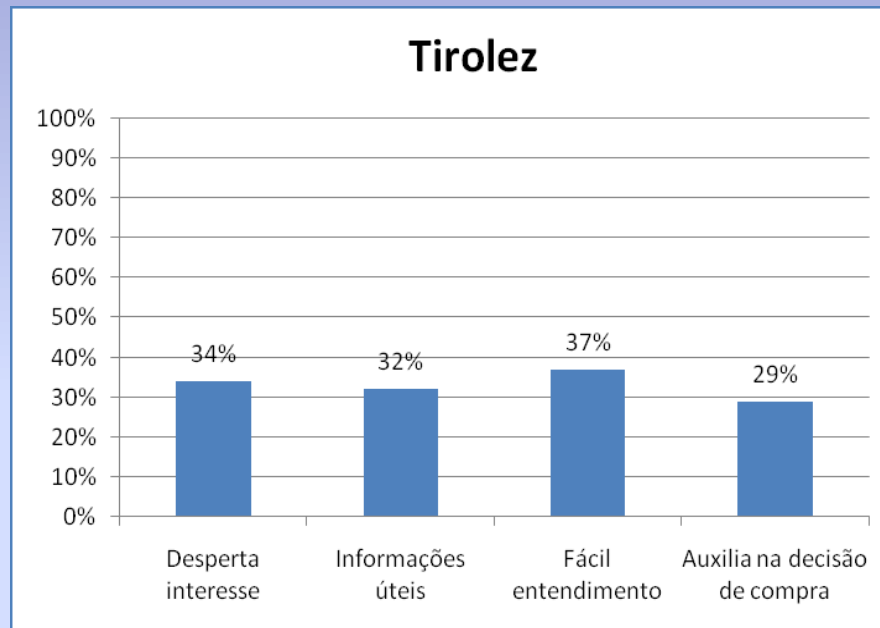
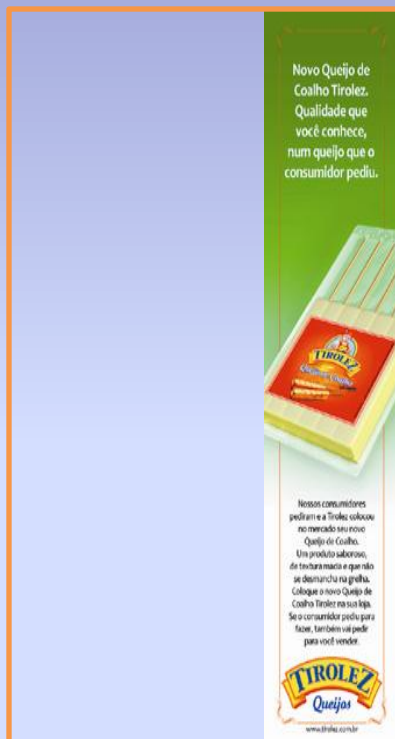
HIKARI



FICHA TÉCNICA – Hikari

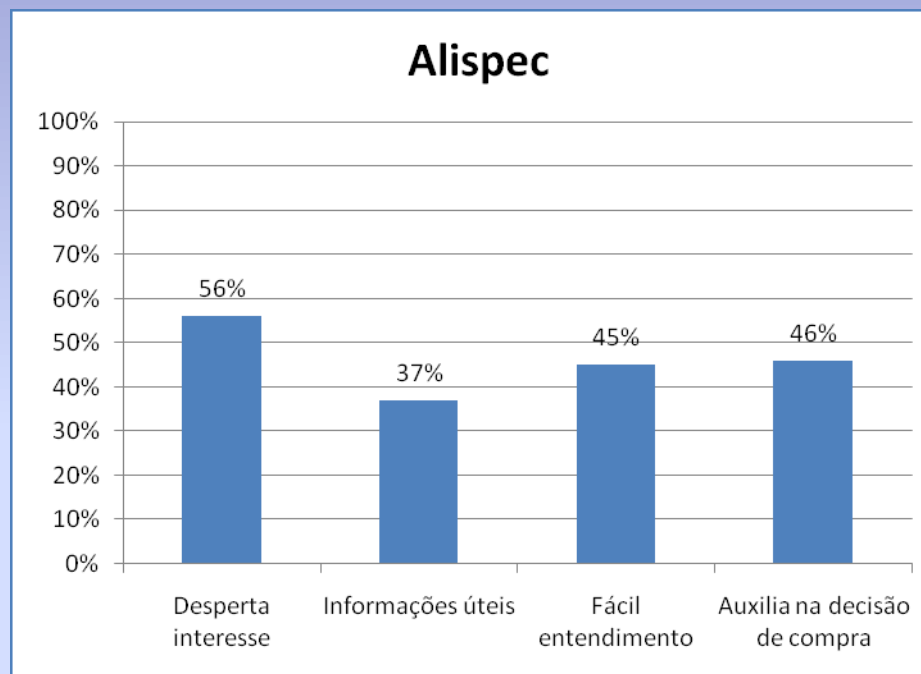
| | |
|----------------------|-------------|
| Índice de Eficiência | 0,40 |
| Tamanho | Fracionado |
| Veiculação | Páginas 183 |
| Agência | Sem agência |

TIROLEZ



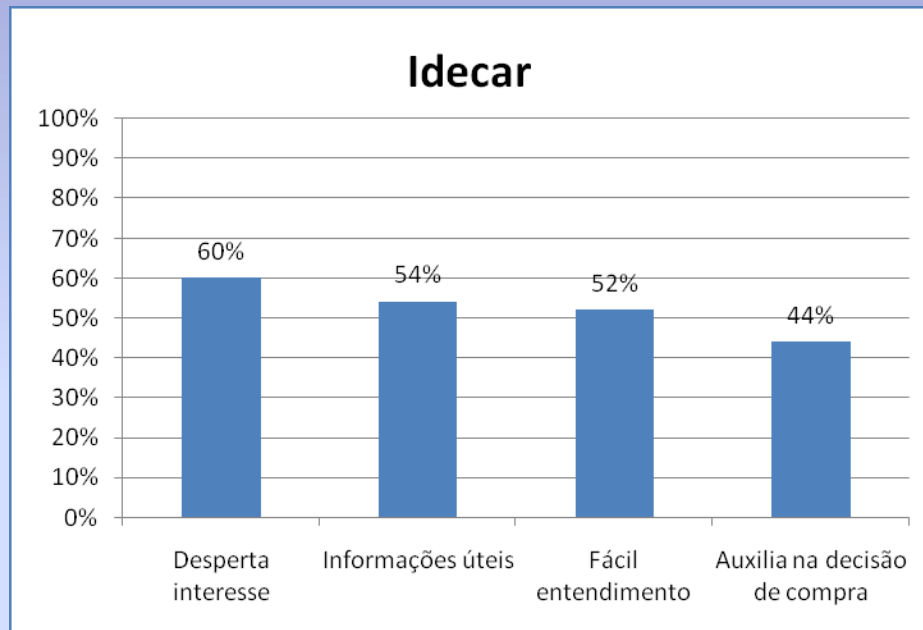
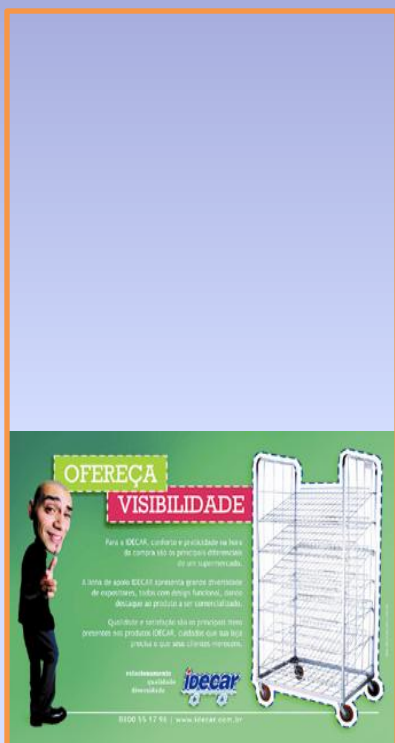
| FICHA TÉCNICA – Tirolez | |
|-------------------------|-------------|
| Índice de Eficiência | 0,33 |
| Tamanho | Fracionado |
| Veiculação | Páginas 187 |
| Agência | JIJL |

ALISPEC



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

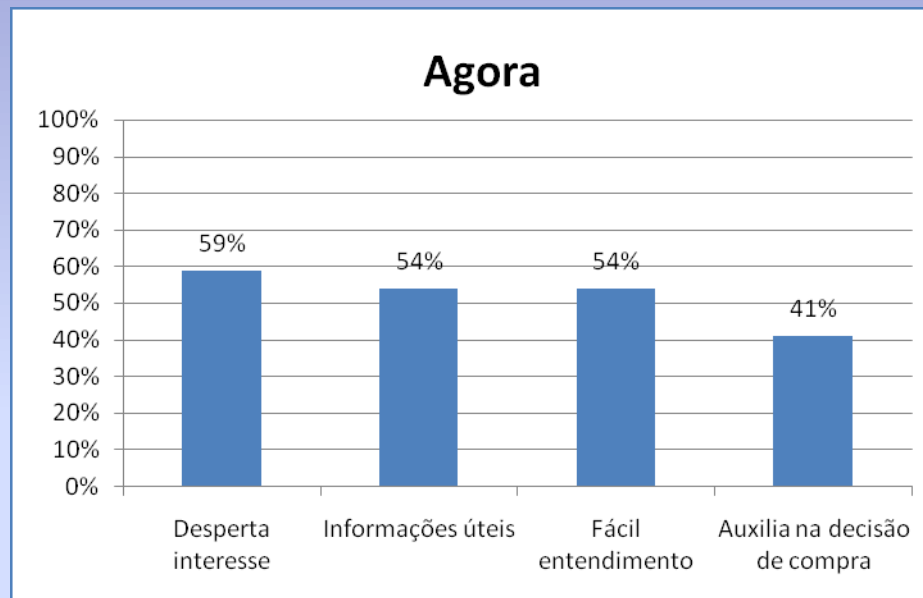
Categoria Suprimentos - IDECAR



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

Agora sim!

Agora sim, o mercado de auto-serviço tem uma alternativa superior às atuais existentes no mercado!

Agora sim, o supermercadista de pequeno e médio porte pode proteger seus ativos com soluções feitas de acordo com o tamanho da sua loja!

Agora sim, a modernidade e a ambientação da área de vendas está garantida com equipamentos que seguem as mais modernas tendências de design!

Agora sim, a mais moderna e eficiente aplicação da tecnologia Acusto-magnética (AM), resultado de investimento contínuo em pesquisa e desenvolvimento de novas soluções.

Agora sim, Prevenção de Perdas leva à sério, por um parceiro que você pode confiar, com qualidade no atendimento e prestação de serviço.



gateway
SECURITY

(11) 3732-6526
info@gateway-security.com.br
www.gateway-security.com.br

Quem conhece, confia.
Entre em contato e faça parte da nossa mais veloz coleção: a de clientes satisfeitos.














Prevenção de Perdas com excelência em produtos e serviços
Soluções sob medida para os supermercados brasileiros





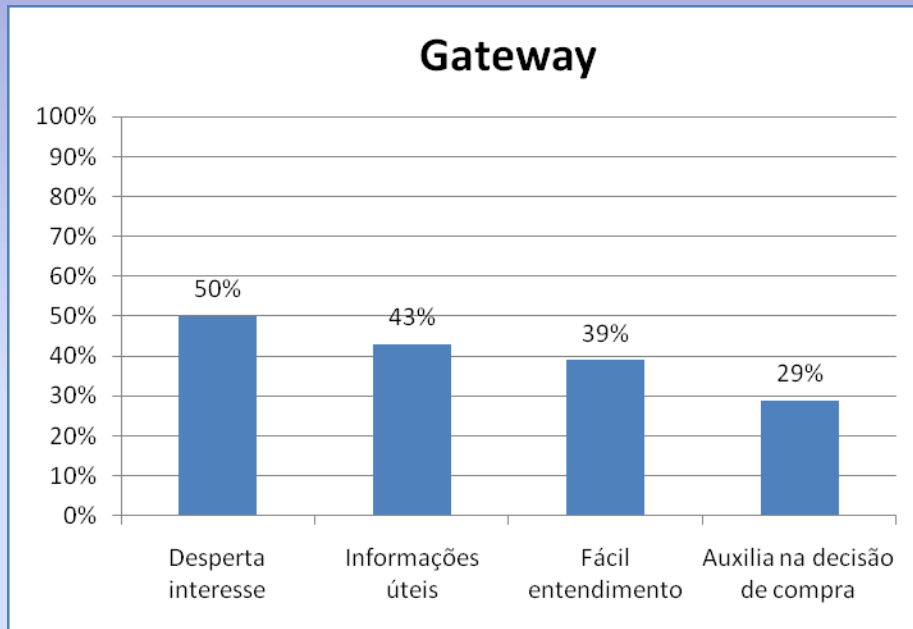

Proteção de Polícarbonato

Cofres Eletrônicos

Computação para o Mercado
de Auto-Serviço: soluções para
prevenção de perdas, segurança,
produtividade e atendimento

Seleção tecnológica em áreas críticas

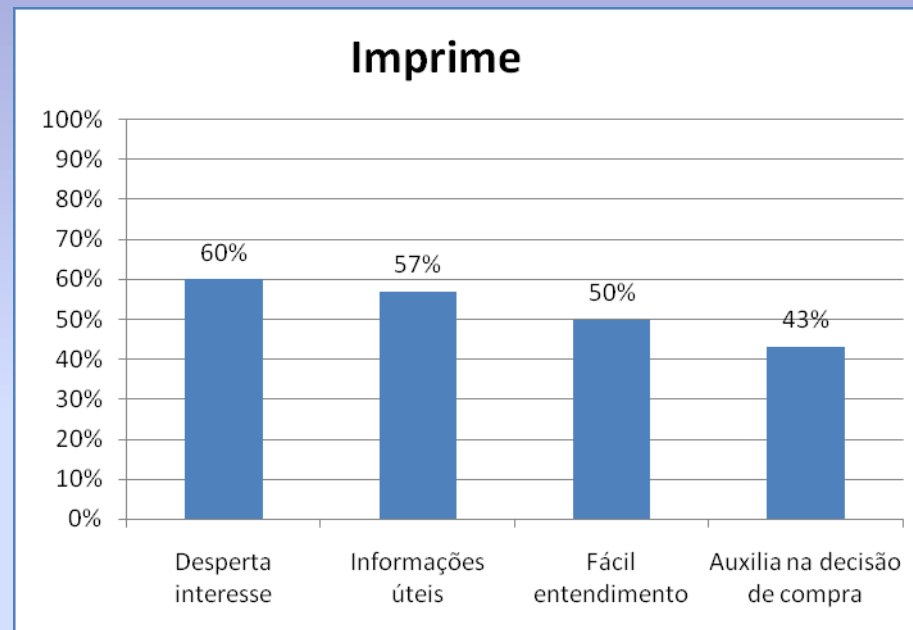
É muito mais...
Tudo em contato



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



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

