

2ª



A percepção do leitor sobre os anúncios publicitários veiculados em SuperHiper

SuperHiper, ed. 402, outubro 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 respondeu à pesquisa 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, para melhor visualização dos anúncios.

## Retorno

Dos 1.000 leitores contatados para a participação da Pesquisa Eficiência (que receberam o link para formulário on-line), 15,4% 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 vê-se 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 influencia na decisão do cliente).



# Análise geral

Os anúncios mais eficientes



**Média de índice de eficiência\* é de 0,69.  
Cereser é o anúncio mais eficiente, despertando maior interesse no leitor e influenciando a decisão de compra.**

	Média geral	Nota máxima	Anúncio
<b>Desperta interesse?</b>	70%	94%	Cereser
<b>Informações úteis</b>	70%	87%	Castanhal
<b>Fácil entendimento?</b>	75%	89%	Fobras
<b>Influência na decisão de compra</b>	63%	88%	Cereser
<b>Índice de eficiência</b>	0,69	0,89	Cereser

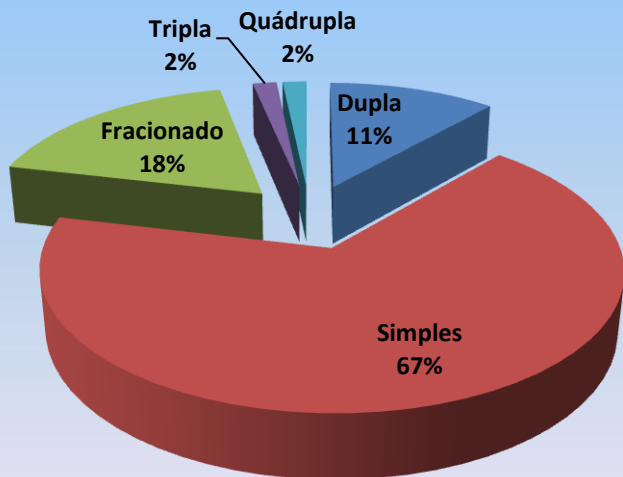
\* Média simples dos quatro aspectos pesquisados



# Desempenho por tipo (tamanho) de página

Na média, as páginas duplas são os anúncios mais eficientes e despertam o interesse de 80% dos leitores. As páginas simples, que constituem a maioria dos anúncios, ficam com a segunda melhor avaliação em termos de eficiência.

## Distribuição dos anúncios veiculados, por tipo de página



Total de Anúncios: 61

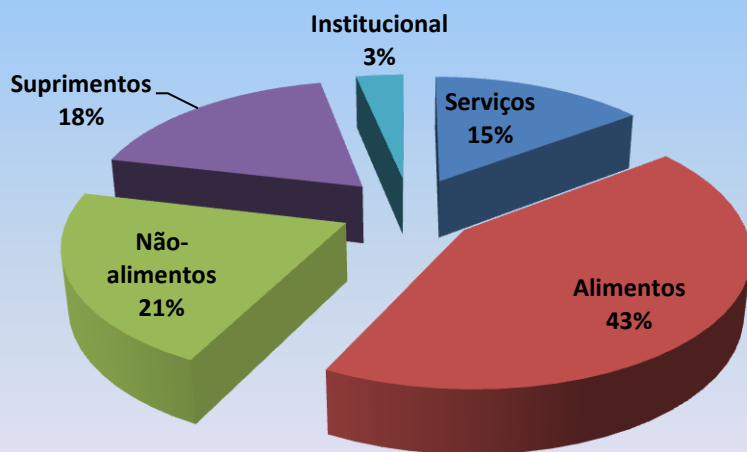
## Desempenho por tamanho do anúncio

	Fracionado	Simples	Dupla	Tripla	Quádrupla
<b>Desperta interesse?</b>	60%	72%	80%	50%	67%
<b>Traz informações úteis</b>	63%	71%	76%	72%	81%
<b>Fácil entendimento?</b>	69%	76%	78%	63%	60%
<b>Influencia na decisão de compra?</b>	56%	64%	67%	48%	67%
<b>Índice de eficiência (média)</b>	<b>0,62</b>	<b>0,71</b>	<b>0,75</b>	<b>0,59</b>	<b>0,69</b>

# Desempenho do anúncio por tipo de produto

Os anúncios de produtos alimentícios (incluindo bebidas) representam 43% do total, mas seu índice de eficiência médio é inferior ao dos não-alimentos, que nesta edição da Pesquisa Eficiência, obtiveram a melhor média.

Participação dos anúncios, por tipo de produto

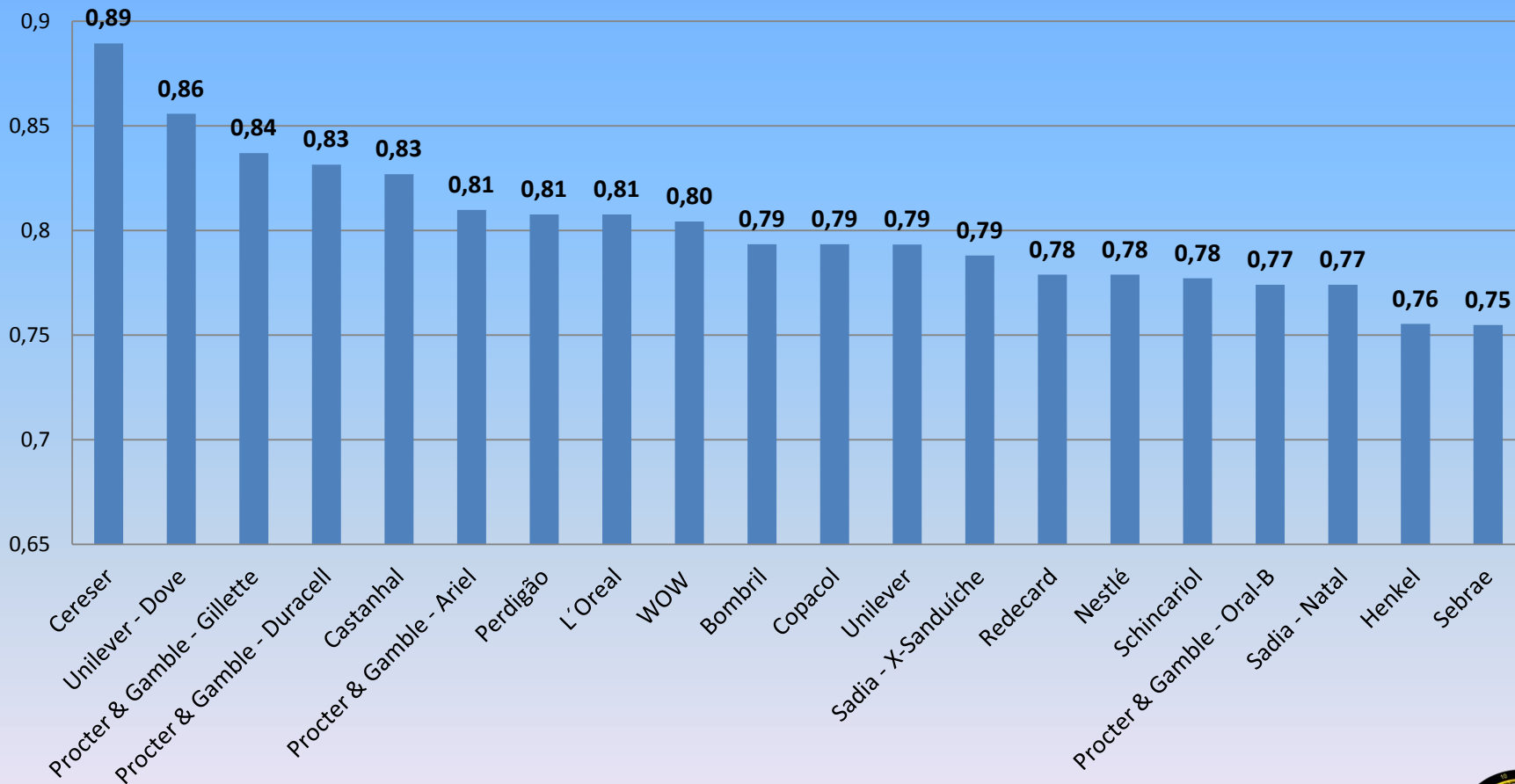


Desempenho por tipo do produto

	Serviços	Alimentos	Não-alimentos	Institucional	Suprimentos
<b>Desperta interesse?</b>	62%	71%	79%	75%	63%
<b>Traz informações úteis</b>	72%	69%	71%	66%	69%
<b>Fácil entendimento?</b>	68%	75%	82%	79%	72%
<b>Influencia na decisão de compra?</b>	50%	65%	71%	65%	58%
<b>Índice de eficiência</b>	<b>0,63</b>	<b>0,70</b>	<b>0,76</b>	<b>0,71</b>	<b>0,66</b>

# Os anúncios mais eficientes

## Top 20: melhores índices de eficiência\*

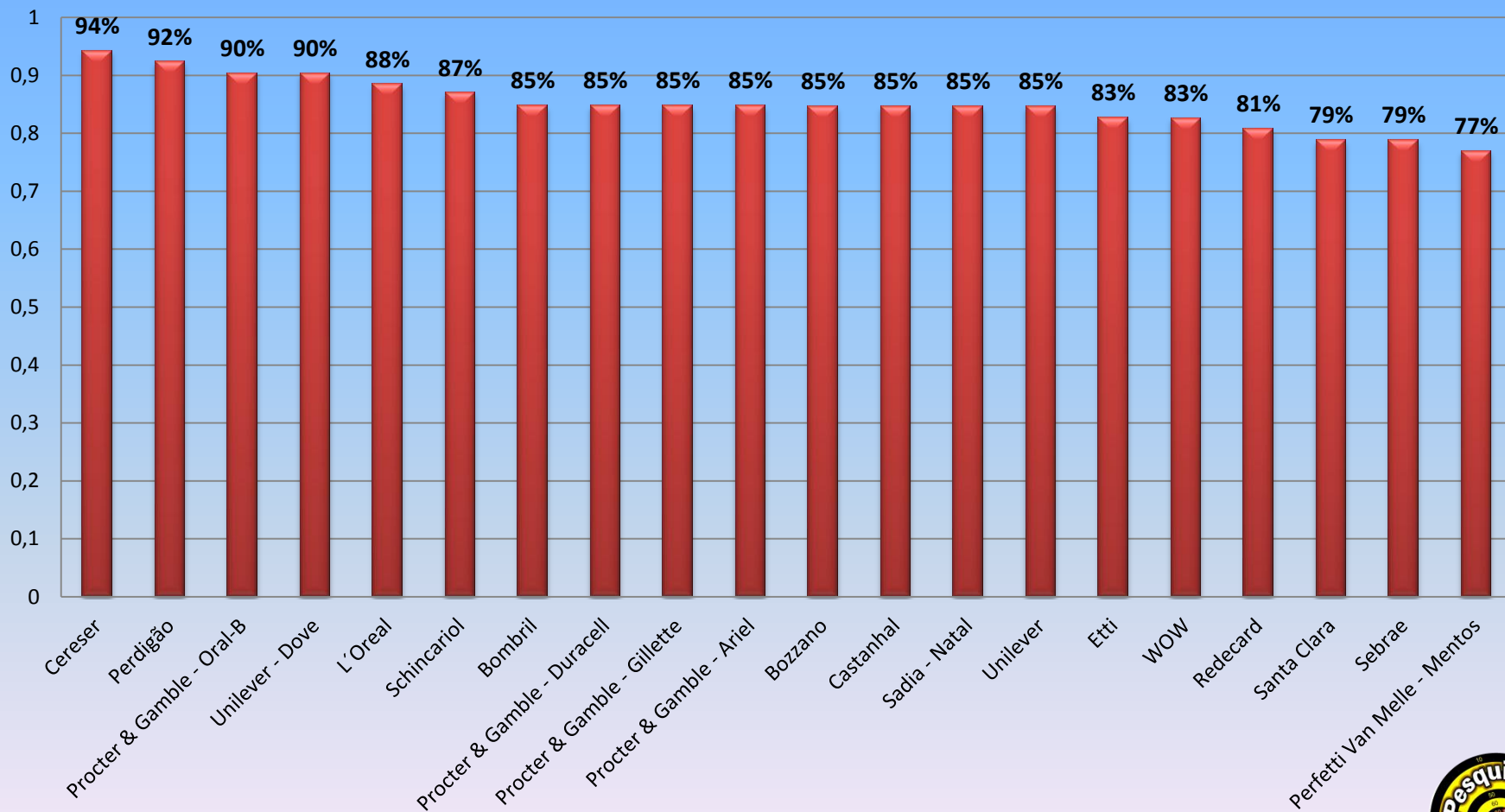


\*Média simples do quatro aspectos pesquisados



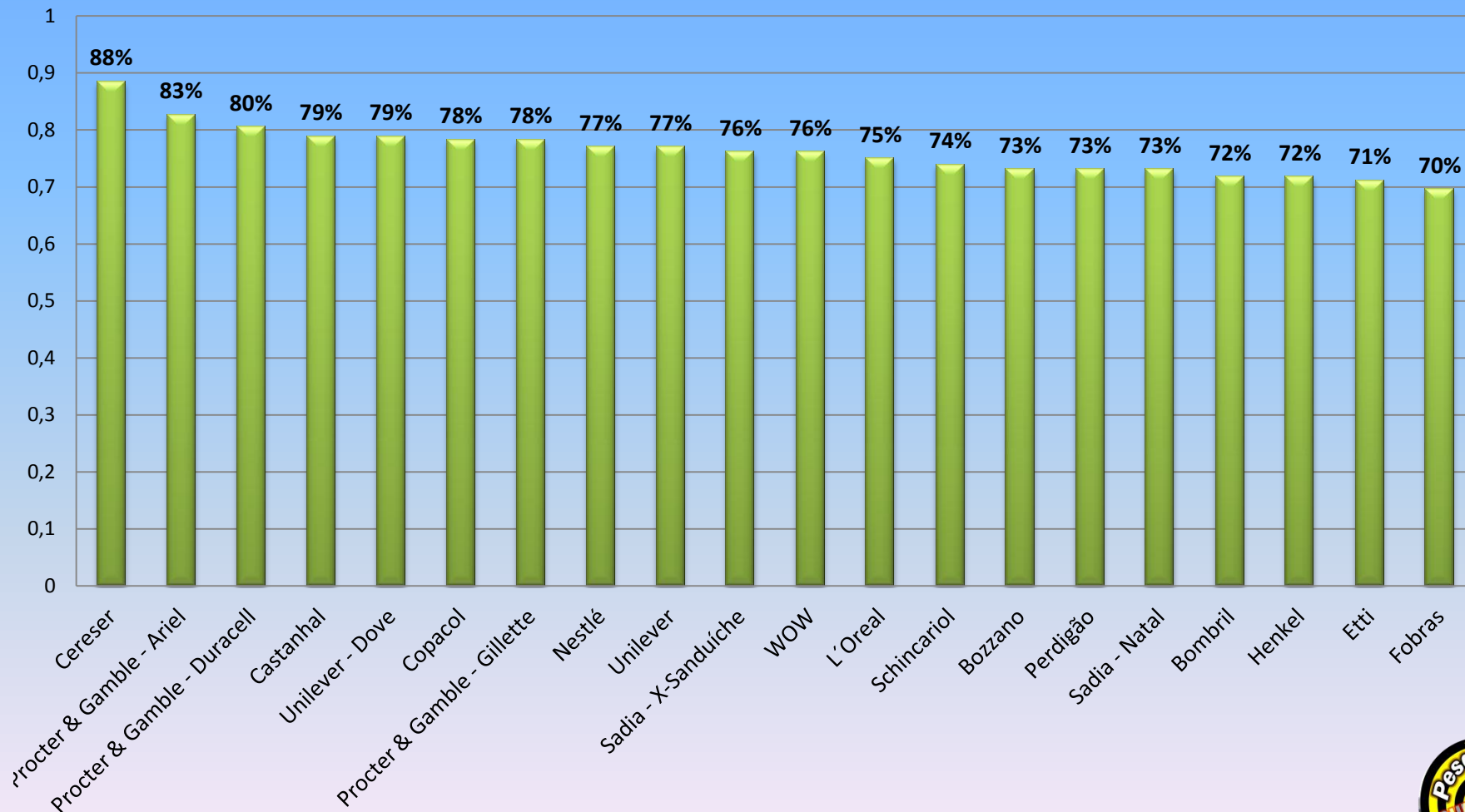
# Chamando a atenção do leitor

## Top 20: anúncios que mais despertaram interesse no leitor



# Influência na decisão de compra

## Top 20: influência na decisão de compra



# Análise por anúncio

(Apresentados por categorias)



# Categoria Serviços



# GS1 Brasil



**EPC**  
Código Eletrônico de Produto

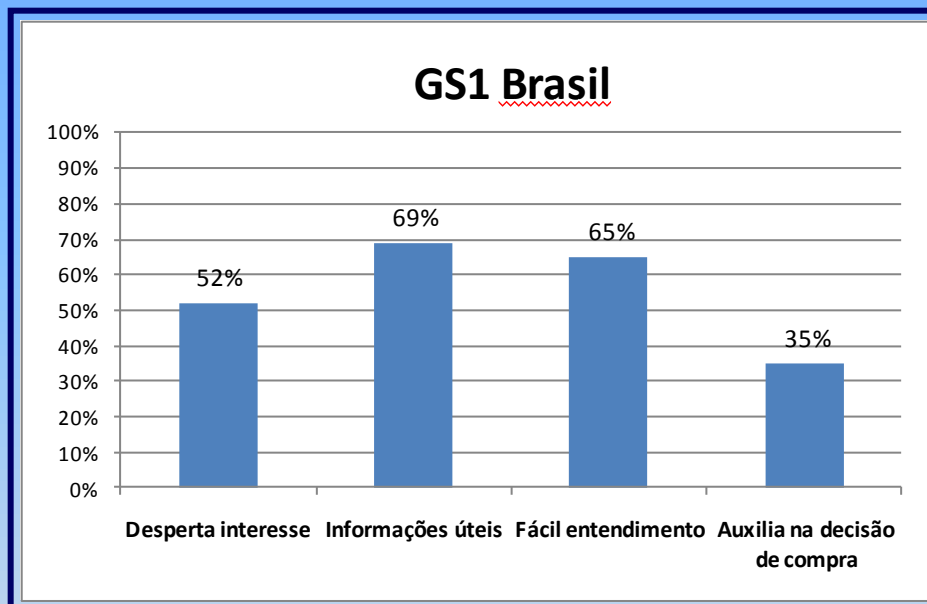
EPCglobal é o padrão global que combina as tecnologias de identificação por radiofrequência (RFID), infraestrutura de comunicação de dados (Internet) e o EPC - Código Eletrônico de Produto, que identifica um item de forma única.

AGS1 Brasil é a organização oficial no Brasil para licenciamento do EPC.

**Veja alguns benefícios em ser um associado EPC**

- Treinamento in company
- Assessoria especializada para a aplicação da tecnologia
- Laboratório GS1 Brasil para testes
- Laudo de Gravação EPC
- Infraestrutura de eventos em São Paulo
- Participação nos Grupos de Ação e de Trabalho da EPCglobal
- Acesso às Soluções, Pesquisas e Especificações da EPCglobal

  
www.gs1brasil.org.br (11) 3068.6229

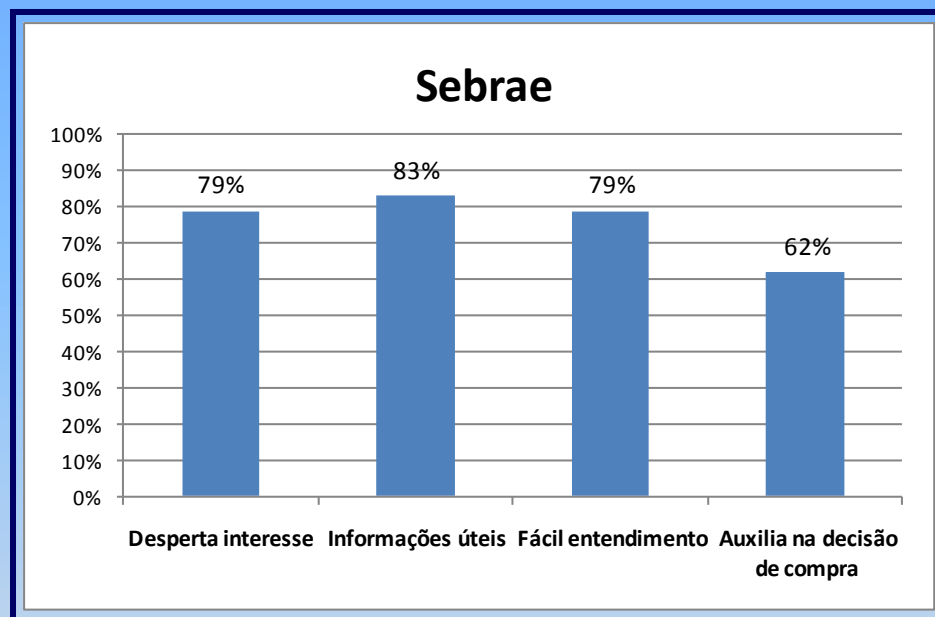


## FICHA TÉCNICA – GS1 BRASIL

Índice de Eficiência	0,55
Tamanho	Simplex
Veiculação	2ª capa
Agência	Sem agência



# Sebrae



FICHA TÉCNICA – SEBRAE	
Índice de Eficiência	0,76
Tamanho	Dupla
Veiculação	Páginas 28 e 29
Agência	Lew Lara/TBWA





# Santander

**SUPERGIRO PREMIUM**  
Você ganha até 2 parcelas

Com a união do Santander e do Banco Real, estamos construindo o melhor banco para sua empresa. Um bom exemplo disso é o SuperGiro Premium, um capital de giro inovador que bonifica os clientes em até duas parcelas. Uma grande ideia para pagar o 13º dos seus funcionários e equilibrar o fluxo de caixa. É assim que nós reconhecemos e valorizamos seu negócio.

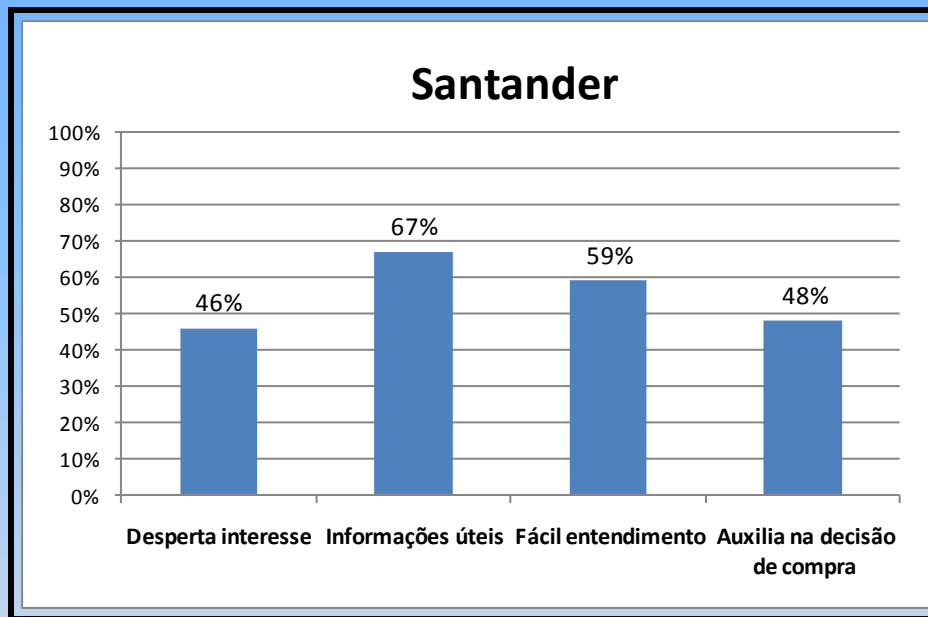
É simples:  
 ✓ Pagando as parcelas em dia, você não paga a última!  
 ✓ E, se a taxa de juros (CJ) cair, você também não paga a penúltima!

Conheça outras vantagens:  
 ✓ Parcelas prefixadas em 18 vezes  
 ✓ Taxa líquida mais competitiva  
 ✓ Sem necessidade de comprovar a destinação dos recursos  
 ✓ Limites pré-aprovados para contratação "imediata"  
 ✓ Crédito direto em conta corrente

Valorando ideias por uma vida melhor.

BRANCO REAL | Grupo Santander Intel | Santander

*"Eu queria pagar o 13º salário dos meus funcionários sem mexer no caixa da empresa. Conversei com meu gerente e ele me ofereceu um produto realmente inovador. Com ele, pagando as parcelas em dia, foi muito fácil. Controlei na hora e já planejo repetir a dose. Muito gratificante ver o banco reconhecendo o meu negócio. Tanto que recomendo para todos os meus amigos."*  
 Joel Antônio de Moraes e Melo do Supermercado Indaial (SC) S/A.



FICHA TÉCNICA – SANTANDER	
Índice de Eficiência	0,55
Tamanho	Simplex
Veiculação	Página 99
Agência	Talent




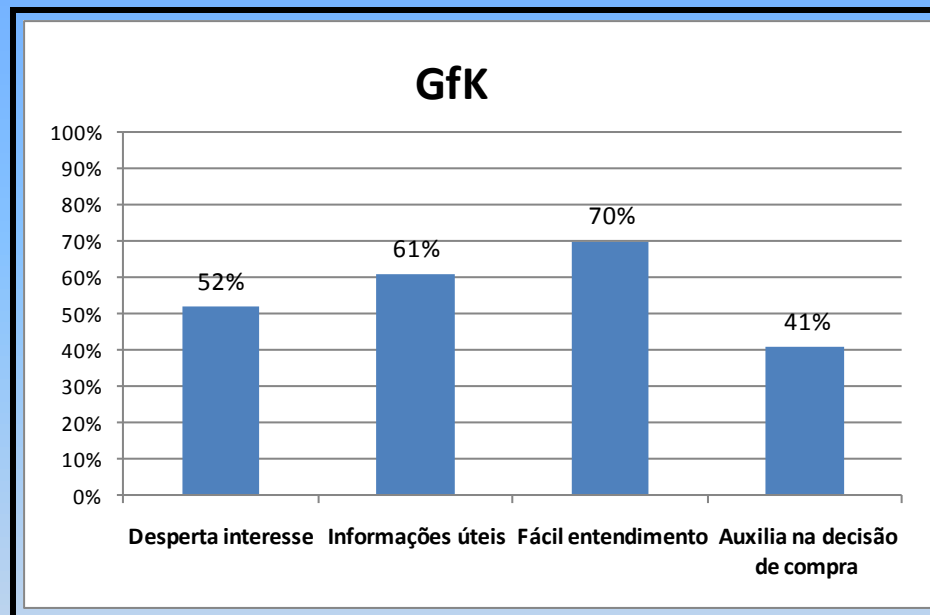
# GfK

**Buracos negros são grandes enigmas do universo. E do mercado também.**

O mercado é um universo de [redacted]. Porém, cheio de [redacted]. Entender esses pontos obscuros é imprescindível para você [redacted] e não ser sugado pela concorrência. Para encontrar as [redacted], você precisa contar com a [redacted] de quem está anos-luz à frente. Alguém com [redacted] suficientes para atender você em todas as suas necessidades de pesquisa de mercado. Desvendar os [redacted] e o [redacted] nas suas relações com produtos, serviços e marcas, é a especialidade da GfK. Isto é [redacted] para apoiar suas decisões e para os seus planos não [redacted]. Fom para o [redacted]. Ligue para a GfK. A GfK deixa o mercado às claras para você.

Descubra a importância da GfK:  
1. identificação 2. buracos negros 3. a internet 4. melhores resultados 5. insights  
6. tecnologia e ferramentas 7. análises de mercado 8. consultoria 9. fidelização 10. mais

Rua Gomes de Carvalho, 1510 - IP Jardim  
Via Olimpia - São Paulo - SP - Fone: 11 2174-7800  
www.gfk.com.br

FICHA TÉCNICA – GfK	
Índice de Eficiência	0,56
Tamanho	Simplex
Veiculação	Página 122
Agência	Imais 9 prumo



# ACATS

**CADA ANO É MAIS NEGÓCIO!**

NA MAIOR CIDADE DO ESTADO, PARA GERAR MAIS E MAIS NEGÓCIOS.

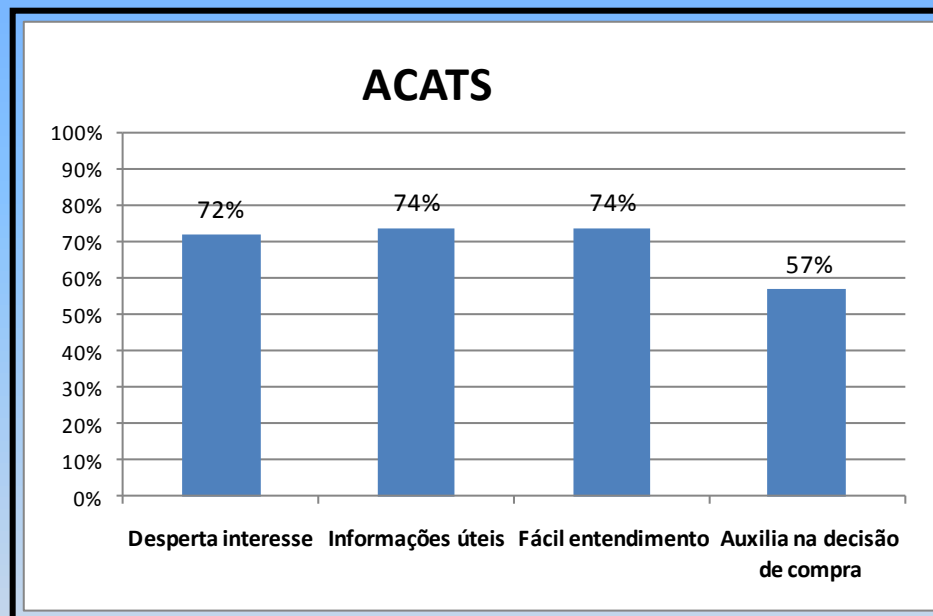
Em 2010, a Exposuper terá muitas novidades e melhorias. A principal mudança é que será realizada em São Paulo. Na maior cidade do Estado de São Paulo, a Exposuper terá o dobro do espaço disponível nas sedes anteriores e muito mais infraestrutura para aparelhos e visitantes.

Informações e reservas de stands:  
48 3223 0174  
exposuper@abras.com.br  
www.acats.com.br

**EXPO SUPER ACATS 2010**  
COM O SEU ORÇAMENTO DE SUPERMERCADOS

22 A 24 DE JUNHO  
COMPLEXO BRUNO - JARDIM - SANTA CATARINA

Realização: ACATS  
Apelo Institucional: BRUNO  
Início de inscrições: 18/12/2009



#### FICHA TÉCNICA – ACATS

Índice de Eficiência	0,69
Tamanho	Simplex
Veiculação	Página 124
Agência	T12

# ASPAS

**SUPER NORTÉ**  
2 0 9  
PARÁ • AMAPÁ • RORAIMA • AMAZONAS • MARANHÃO

**Q. DESAFIO ENOVAR**

Hanger Centro de Convenções e Feira da Amazônia: palco da SuperNorte, de 12 a 14 de outubro

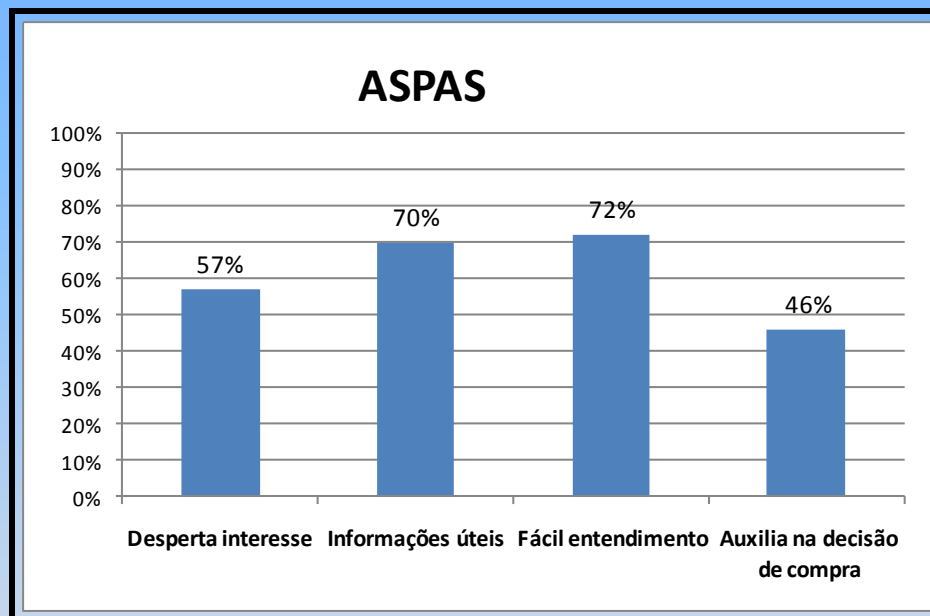
**Belém, capital do supermercadismo na Amazônia.**

Em outubro, a calorosa Cidade das Mangueiras se transforma no maior centro de negócios da Amazônia, ao sediar a SuperNorte, feira supermercadista reconhecida nacionalmente por sua qualidade técnica e relevância para a economia regional.

Somando 12 anos de bons serviços ao varejo do país, a SuperNorte realinha mais uma vez a força do setor de autoatendimento nos estados do Pará, Amapá, Amazonas, Roraima e Maranhão.

Com a vocação de promover grandes negócios e ser vitrine de novidades, a SuperNorte é também difusora de conhecimento estratégico que faz a diferença na vida das empresas e, principalmente, de quem é a razão de todo esse trabalho e osadão: o consumidor.

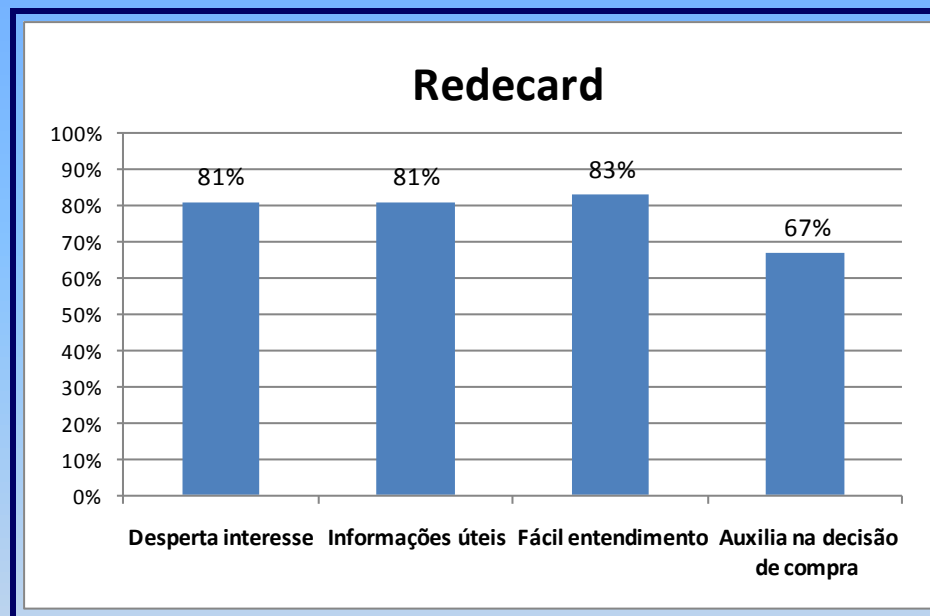
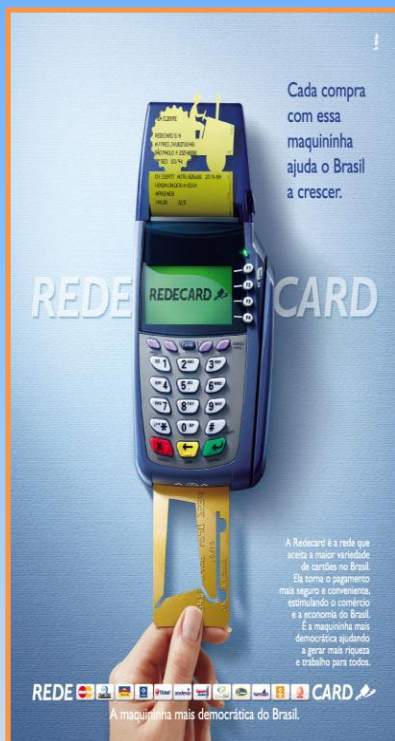
**ASPAS**  
Associação Brasileira de Supermercados



FICHA TÉCNICA – ASPAS	
Índice de Eficiência	0,61
Tamanho	Simple
Veiculação	Página 126
Agência	FAX



# Redecard

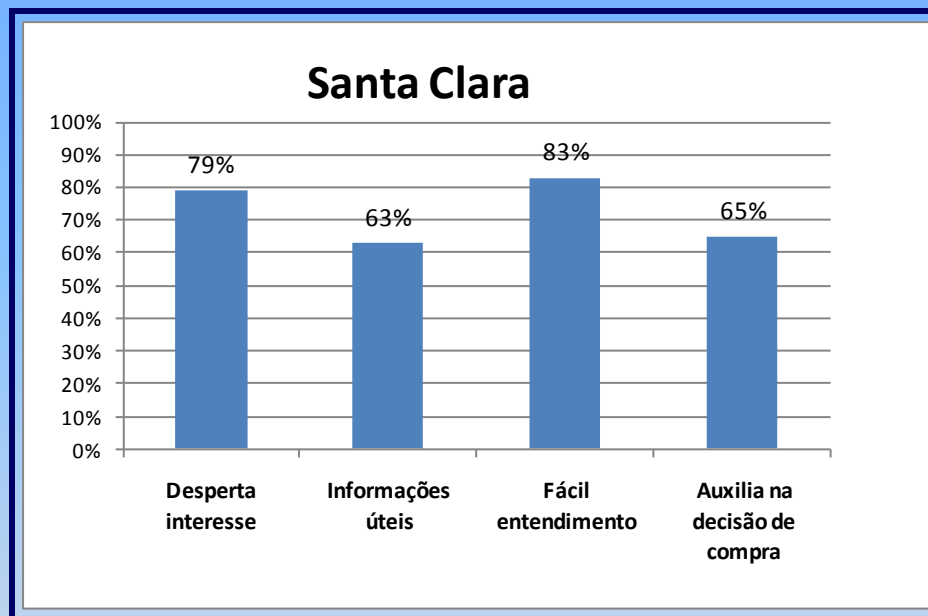


FICHA TÉCNICA – REDECARD	
Índice de Eficiência	0,78
Tamanho	Simplex
Veiculação	Página 51
Agência	África

# Categoria Alimentos



# Santa Clara



#### FICHA TÉCNICA – SANTA CLARA

Índice de Eficiência	0,73
Tamanho	Simplex
Veiculação	Página 5
Agência	Promosell Propaganda

# Mococa

**90**  
ANOS

**MOCOCA**  
DESDE 1919

Achocolatado Mococa. Vendas tamanho família.

Lançamento

Se a categoria cresce e a embalagem família mais ainda, vender não vai dar trabalho nenhum. Vai dar lucro.

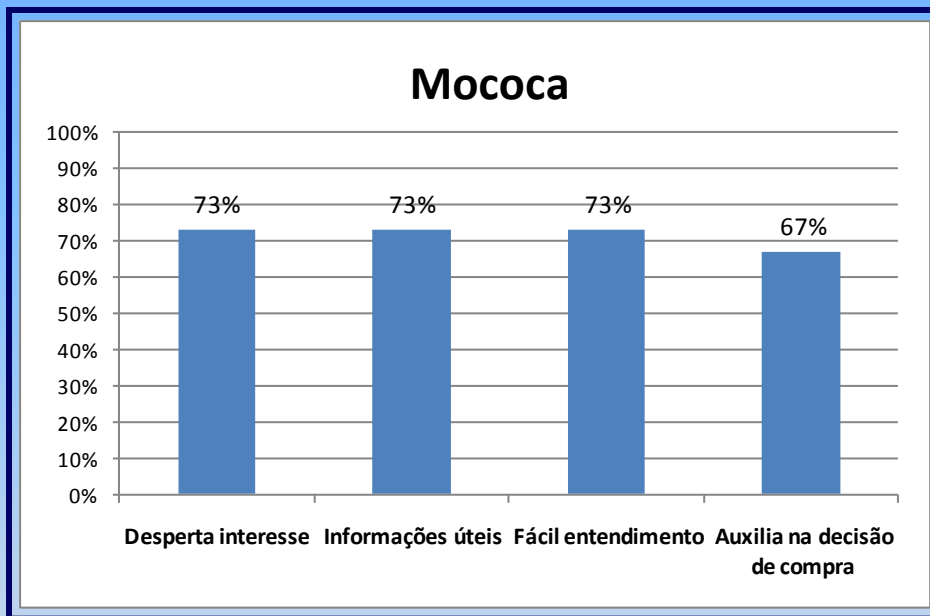
Nos últimos 12 meses a categoria de leite aromatizado cresceu 19%. O que a notória para o achocolatado da Mococa. Especialmente nas embalagens familiares, o crescimento é maior ainda: 22%. O que a notória para você que agora sabe que pode oferecer a seus clientes o que eles realmente querem: um produto muito nutritivo, na venda mais econômica e com a garantia da qualidade Mococa.

Crescimento do consumo de achocolatado em embalagem família nos últimos 12 meses.

22%

2018 2019 \*Fonte: Ibope/Compass

www.mococa.com.br



## FICHA TÉCNICA – MOCOCA

Índice de Eficiência	0,72
Tamanho	Simple
Veiculação	Página 12
Agência	Brander

# Cereser

**O líder absoluto da categoria te ajuda a vender mais**

**Apoio que só a Cereser oferece:**

- Merchandising em TV para todo o Brasil
- Esforço de mídia adicional nas principais praças
- Materiais exclusivos de PDV
- Embalagens para presente
- Take one com receitas de drinks
- Displays

A procura aumenta, o consumidor vai até você,  
no final das contas, você brinda ao sucesso e ao lucro.

**NOVA EMBALAGEM!** Mais atratividade, mais sabor agregado.

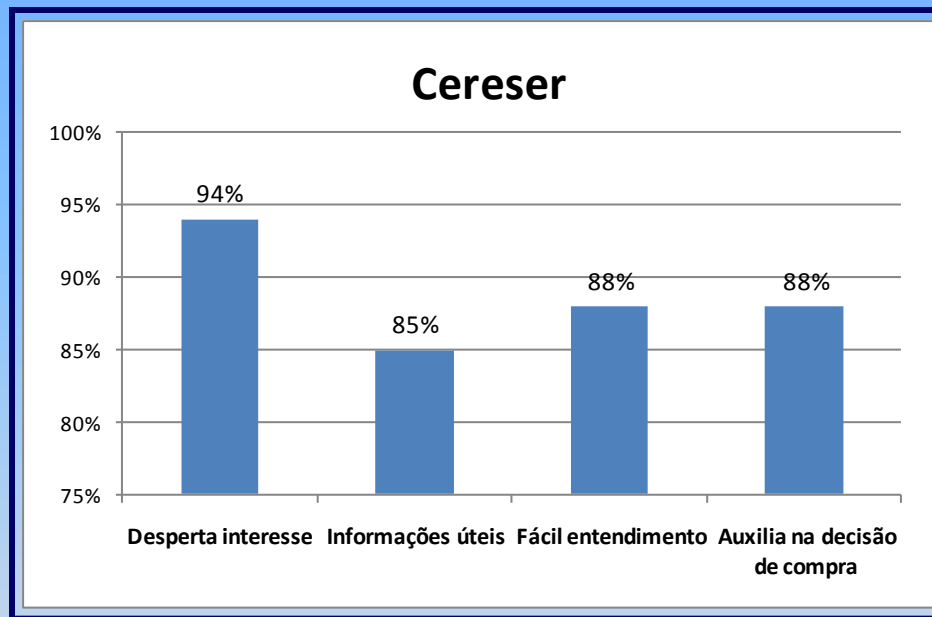
**LANÇAMENTO Zero**

**Sem álcool**

**Central de Vendas: (11) 4585 4901/4585 4903**

**www.cereser.com.br**

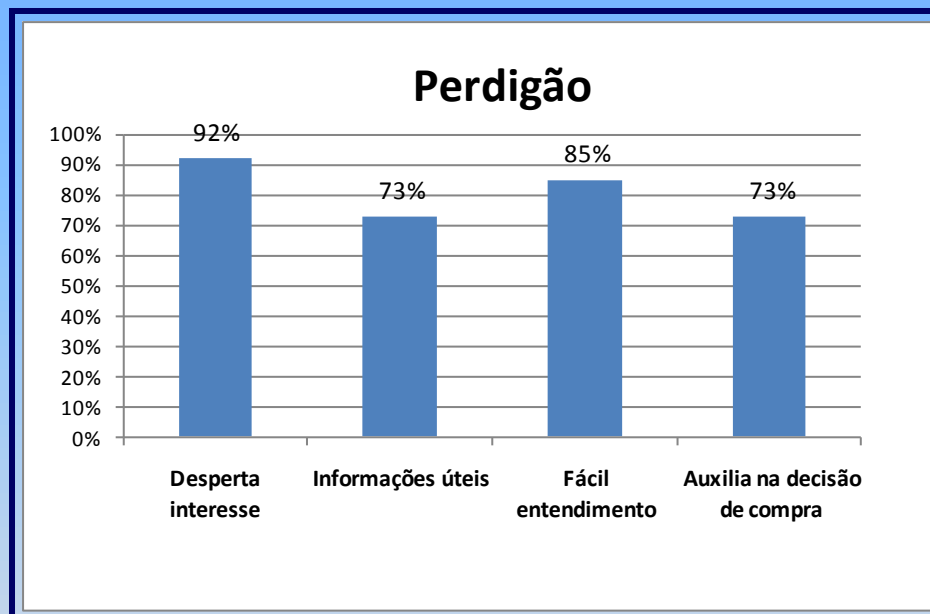
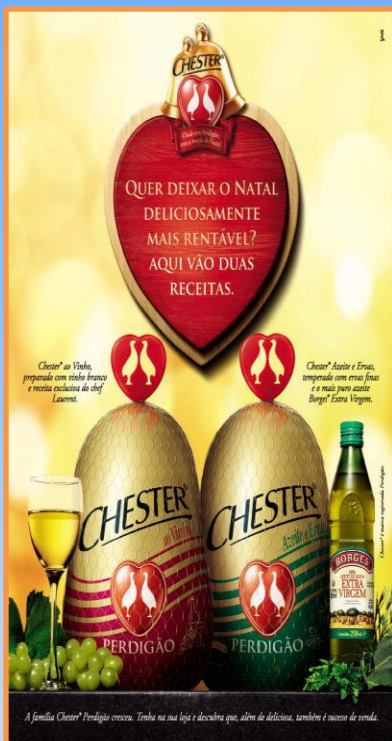
**SE FOR DIRIGIR NÃO BEBA.**



FICHA TÉCNICA – CERESER	
Índice de Eficiência	0,89
Tamanho	Dupla
Veiculação	Páginas 14 e 15
Agência	Sagax MK



# Perdigão



## FICHA TÉCNICA – PERDIGÃO

Índice de Eficiência	0,81
Tamanho	Simplex
Veiculação	Página 19
Agência	Y&R

# Etti

**novο**

**Aumente o tempero de suas vendas.**

A Etti apresenta a novidade que vai valorizar ainda mais as receitas de seus clientes: **TEMPERO COMPLETO E REALÇADOR DE SABOR ETTI**.

- Marca reconhecida presente nas principais categorias de alimentos com produtos líderes de mercado.
- Práticos e fáceis de usar na preparo básica das refeições.
- Substituto do sal.

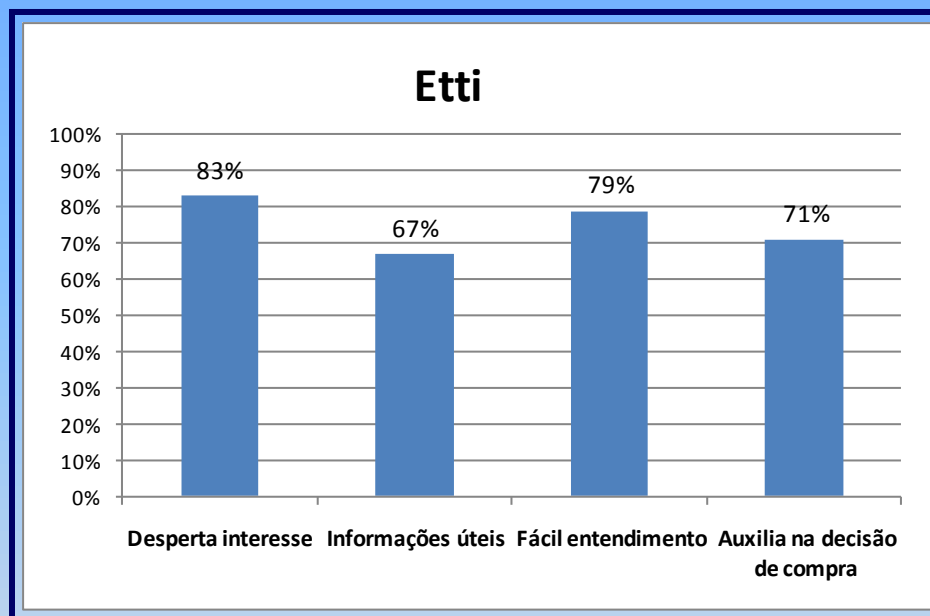
Tudo para incrementar a sua receita e tornar-se sucesso crucial no seu estabelecimento.

www.etti.com.br      Televendas 0800 771 7017

**etti**

hypermarcas  
www.hypermarcas.com.br

*Paixão pelo sabor*



## FICHA TÉCNICA – ETTI

Índice de Eficiência	0,75
Tamanho	Simplex
Veiculação	Página 21
Agência	Sem Agência

# Aurora - Natal

**Com os produtos da Linha Boas Festas Aurora você bate qualquer meta!**

O LUCRO MAIS GOSTOSO NESSE NATAL!

A Aurora tem um mix de produtos e uma estratégia de vendas para esse Natal que vai encher os olhos dos consumidores. Com um novo nível de produtos reduzi-los, a Aurora tem a receita certa para você lucrar mais nesse fim de ano.

Embudo de Vendas em Valores LINHA BOAS FESTAS AURORA

2010-2016	2016-2017	2017-2018
~100	~150	~200

**Benefícios**

**Motivos para você lucrar com a Linha Boas Festas:**

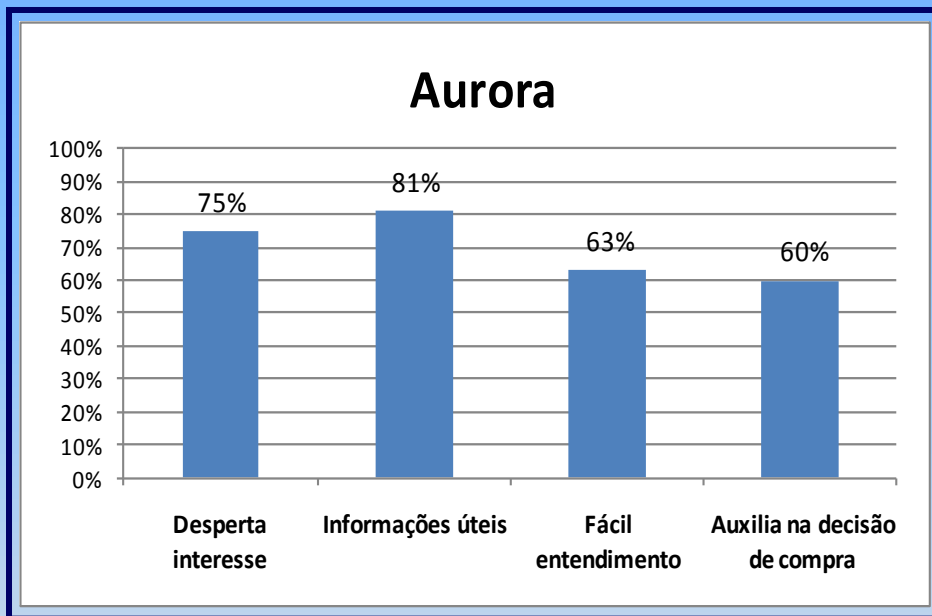
- Qualidade que o consumidor manja e reconhece. Produto com sabores selecionados e sempre atualizados.
- Um PTV atrativo e forte. A Aurora está com uma estratégia feita para que o mix de vendas tenha o que você tanto deseja.

**Características**

Produtos selecionados e saborosos  
Prontos para comer  
Embalagens que facilitam o manuseio para consumidores  
Garantia de qualidade Aurora

Caros e a mais selecionados  
Variedade de mix  
Embalagens atrativas

SAC AURORA 0800-9113340  
www.auroraalimentos.com.br



FICHA TÉCNICA – AURORA	
Índice de Eficiência	0,70
Tamanho	Simplex
Veiculação	Página 23
Agência	T12



# Sadia - Natal

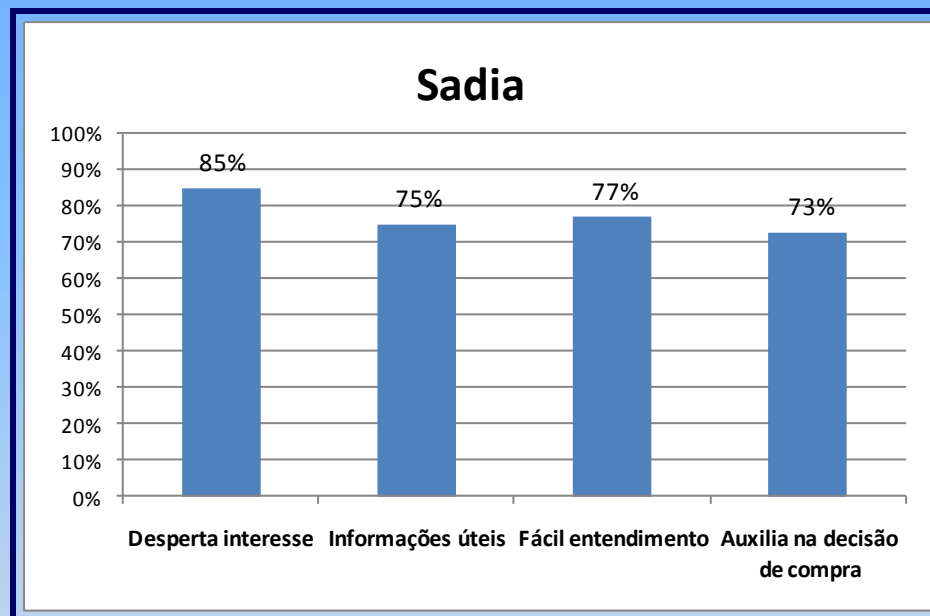
**Junte a melhor época do ano para vender com sua vontade de faturar.**

Veja as vantagens que a Sadia traz para sua loja neste Natal:

- \*Sadia foi considerada a marca mais lembrada na categoria Peru, conforme a revista Supermercado Moderno Top Five edição de setembro/2009.
- \*Mix completo de alto valor agregado proporcionando rentabilidade para sua loja.
- \*Produtos que aumentam as vendas e o fluxo de sua loja.

Durante os meses de novembro e dezembro reserve um espaço na sua loja para os nossos produtos natalinos.

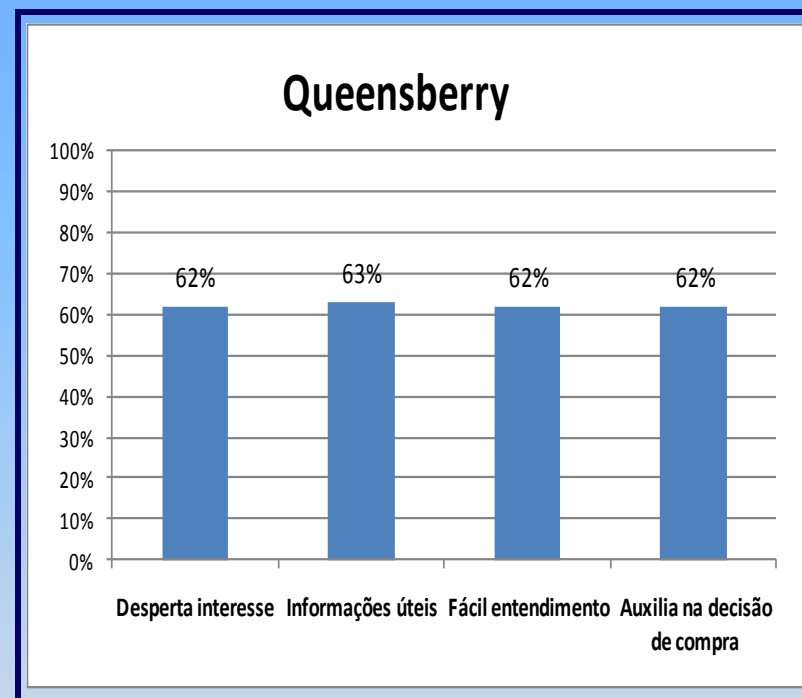
**Sadia**  
NATALCOM - EMASISTISSO



## FICHA TÉCNICA – SADIA

Índice de Eficiência	0,77
Tamanho	Simplex
Veiculação	Página 27
Agência	The Marketing Store

# Queensberry



#### FICHA TÉCNICA – QUEENSBERRY

Índice de Eficiência	0,62
Tamanho	Fracionados
Veiculação	Páginas 33,35 e 37
Agência	Café

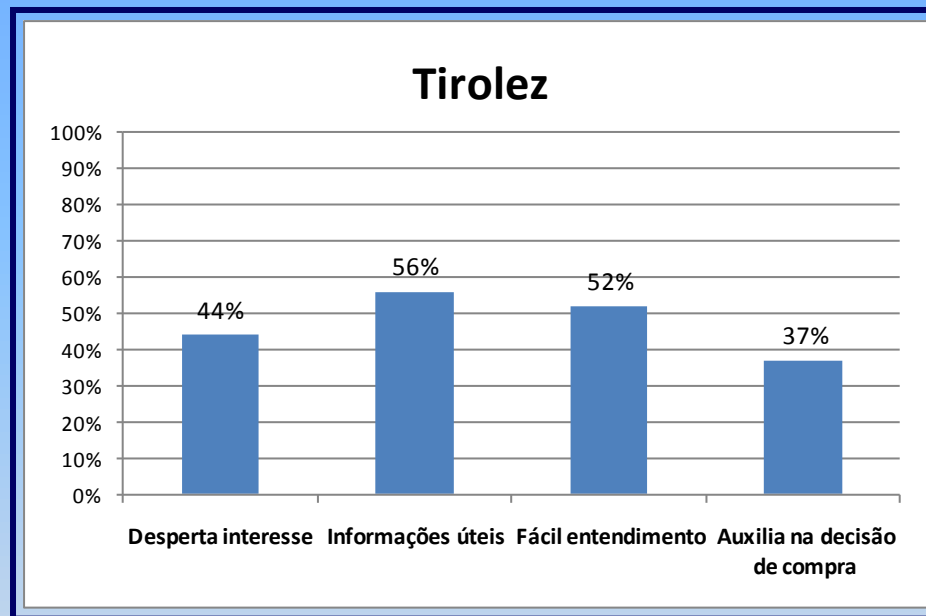
# Tirolez – Queijo Cottage



**Queijo Cottage Tirolez em novos potes. Bom gosto dentro e fora da embalagem.**

O Cottage Tirolez tem gordura de melhor e vantagem de mais. Começando por sua nova embalagem, mais bonita e que vai chamar mais a atenção na gôndola. Ele tem apenas 41% de gordura e é um produto moderno, por fora e por dentro, pois atende aos novos conceitos alimentares de ser saboroso e saudável ao mesmo tempo. Com potes de 250g e 400g, seus clientes têm mais opções na hora da compra. Com o Queijo Cottage Tirolez, fazer compras no seu estabelecimento vai ser uma delícia.

**TIROLEZ**  
Queijos  
www.tirolez.com.br



## FICHA TÉCNICA – TIROLEZ

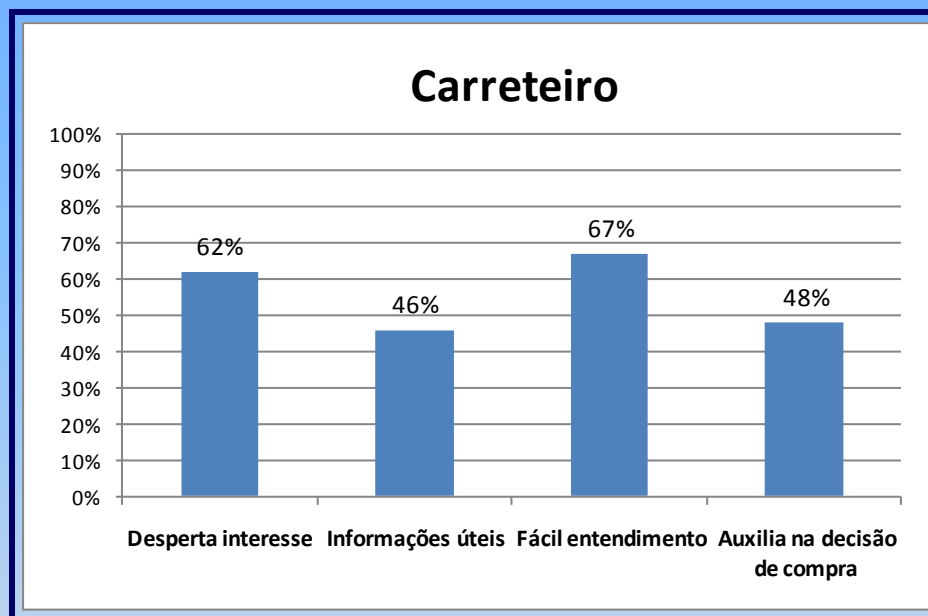
Índice de Eficiência	0,47
Tamanho	Fracionado
Veiculação	Página 41
Agência	JJL

# Carreteiro

**Tempere suas vendas com mais rentabilidade.  
Tempere com Azeite Pic-Nic.**

**carreteiro**  
Este sabor tem tradição.

Tel.: (21) 3884-7777 | Fax: (21) 3884-7708 | E-mail: sac@carreteiroalimentos.com.br | www.carreteiroalimentos.com.br



#### FICHA TÉCNICA – CARRETEIRO

Índice de Eficiência	0,56
Tamanho	Simplex
Veiculação	Página 43
Agência	JC Marketing

# Nestlé

**Nestlé faz bem** **InfoTrade**  
Um canal de comunicação aberto com você - outubro de 2010

**NATAL É COM A NESTLÉ**

Desse mês de sucesso no Festival de São Paulo em 2009, a NESTLÉ amplia para todo o Brasil a sua linha de panetones e empinaes na relação de alto de consumo com sua tradição mais recente para lançar as novas variedades de produtos. Como sempre a NESTLÉ faz mais sempre para a fidelidade, a empinagem de ser na disputa por melhores de panetones. Neste fim de ano, além dos panetones que conquistaram os consumidores no ano passado, como a marca CLASSIC, ALPINO e tradicional de leite, agora o TRIO CLASSIC (CLASSIC) trouxe sabor e variedade aprendida da NESTLÉ em um modo de mais três sabores exclusivos e inovadores: MOÇA COM FRUTAS, PRETIGO e CLASSIC CHOCOLATE. São produtos avaliados como superiores aos concorrentes em todos os níveis de preço, sabor, variedade, sabor de massa, desempenho na boca, umidade, qualidade, equilíbrio entre massa e chocolate, entre outros pontos. Apontamentos são para a diferença em sua venda!

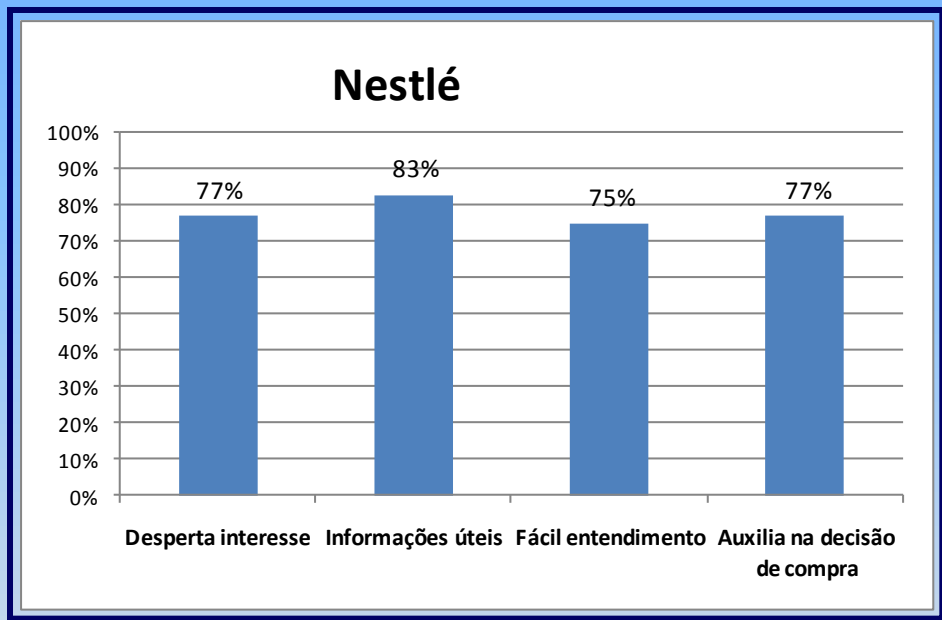
**NESTLÉ CLASSIC 180g** com gosto de chocolate e leite. O novo NESTLÉ. O produto oferece alta de preferência em relação ao NESTLÉ CLASSIC 750g para os consumidores que buscam a variedade e a variedade de sabores.

**NESTLÉ PRETIGO 180g** com frutas, chocolate e leite. O produto oferece alta de preferência em relação ao NESTLÉ CLASSIC 750g para os consumidores que buscam a variedade e a variedade de sabores.

**ALPINO 180g** com gosto de leite e chocolate. O produto oferece alta de preferência em relação ao NESTLÉ CLASSIC 750g para os consumidores que buscam a variedade e a variedade de sabores.

**NESTLÉ CLASSIC CHOCOLATE 180g** com gosto de chocolate e leite. O produto oferece alta de preferência em relação ao NESTLÉ CLASSIC 750g para os consumidores que buscam a variedade e a variedade de sabores.

Fonte: AC Nielsen - Estudo de São Paulo - Fevereiro 2010



FICHA TÉCNICA – NESTLÉ	
Índice de Eficiência	0,78
Tamanho	Simplex
Veiculação	Página 59
Agência	Trade Comunicação



# Perfetti Van Melle - Mentos

VOCÊ VAI FICAR COM ÁGUA NA BOCA

**NOVO**

**mentos**

**AQUA KISS**

ALASKAN  
Sabor de menta e framboesa para refrescar a boca sem açúcar!

**HAWAIIAN**  
Sabor de menta e framboesa para refrescar a boca sem açúcar!

**GOMA DE MASCAR SEM AÇÚCAR!**

E OS SEUS CONSUMIDORES TAMBÉM!

Mentos, mais uma vez, vai surpreender o mercado.

**mentos** Perfetti Van Melle  
**AQUA KISS**

MENTOS AQUA KISS é a única goma de mascar sem açúcar que oferece o exclusivo **EFETO ÁGUA NA BOCA**, proporcionando a sensação ideal para um beijo surpreendente.

Um produto diferente, feito para um público selecionado, preocupado com sabor e praticidade, mas sem se descuidar da imagem.

Além dessa experiência **ÁGUA NA BOCA**, MENTOS AQUA KISS tem sabores surpreendentes, como: **ALASKAN** (o verdadeiro refrescante de menta) e **HAWAIIAN** (aquele tropical de um mix de frutas).

**Veja por que esse lançamento será um sucesso:**

**ACEITAÇÃO GERAL DO PRODUTO**

40% 16% 8% 36%

■ SÓTIMPLEMENTE  
■ OUTRO  
■ NÃO RESPONDEU  
■ NÃO CONSUMIU  
■ OUTRO

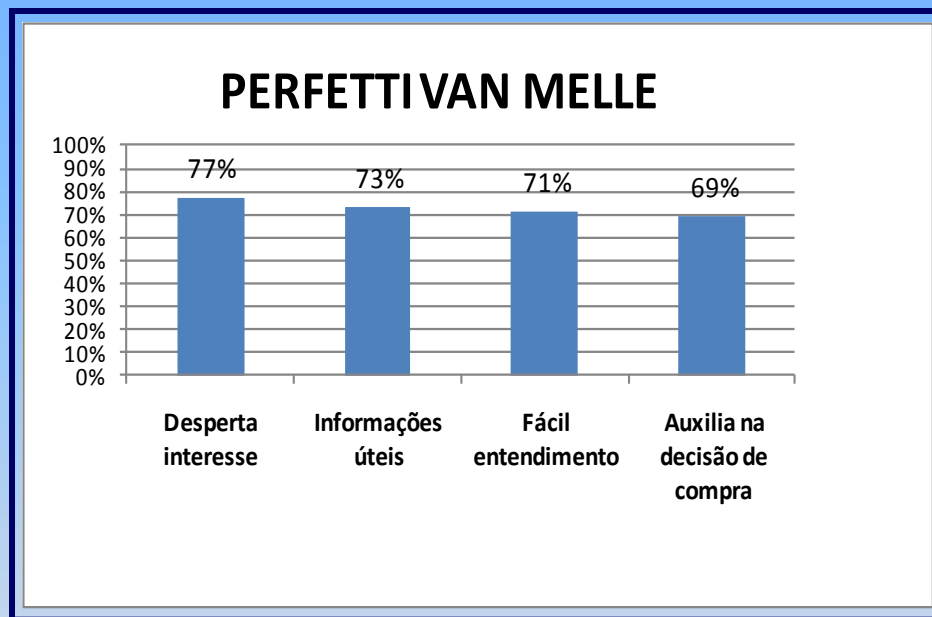
**ANÁLISE GERAL (SABORALIDADE + CONEITO + SÍMBOLO)**

48% 14% 38%

■ SÓTIMPLEMENTE  
■ OUTRO  
■ NÃO RESPONDEU  
■ NÃO CONSUMIU  
■ OUTRO

Pesquisa realizada entre os dias 01/05 a 05/05 de 2010 em uma cidade do interior de SP com 1000 pessoas. Análise e interpretação de dados por equipe de marketing da Perfetti Van Melle. Contato: (11) 3030-1000. Todos os direitos reservados. Proibida a reprodução sem autorização prévia.

APROVEITE AO MÁXIMO ESSE LANÇAMENTO. E VENDA COMO ÁGUA!



FICHA TÉCNICA – PERFETTI VAN MELLE	
Índice de Eficiência	0,73
Tamanho	Dupla
Veiculação	Páginas 62 e 63
Agência	Conteúdo Comunicação



# Friboi - Swift

AÇOUGUE



Uma escolha saudável!

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

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

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 eleita para representar a qualidade JBS mundialmente, devido à 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.

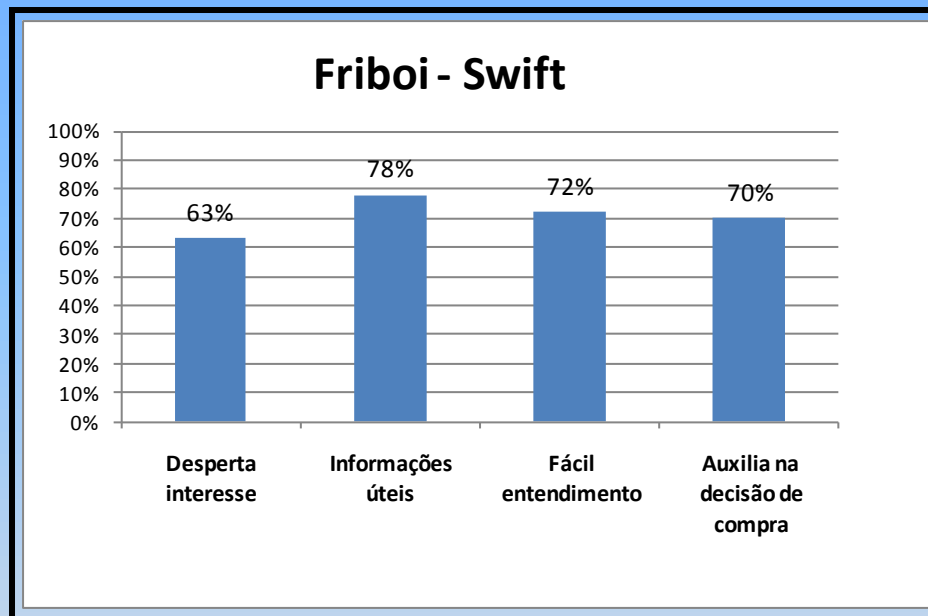
Ligue agora para 0800 115057 e solicite uma apresentação do projeto que está revolucionando o mercado de carne bovina.








São marcas que atestam a qualidade JBS

FICHA TÉCNICA – FRIBOI SWIFT	
Índice de Eficiência	0,71
Tamanho	Simplex
Veiculação	Página 81
Agência	Magma Design

# Aurora - Burger

**FAROESTE BURGER AURORA, O SUCESSO DO FAST FOOD**

Quando o assunto é alimentação prática e saborosa, o hambúrguer é um dos campeões de venda. A alternativa que vem chamando atenção dos supermercadistas é o Faroeste Burger Aurora. Uma nova opção de carne selecionada levemente temperada que agrada todos os paladares. Atendendo a alta demanda por alimentos de preparo rápido, o Faroeste Burger Aurora é procurado pelos altos índices de vendas, acessibilidade de compra e por uma peculiaridade - as crianças. Um público que tem força no destino e associar-se com facilidade ao produto. Um prato cheio para você vender mais e melhor.

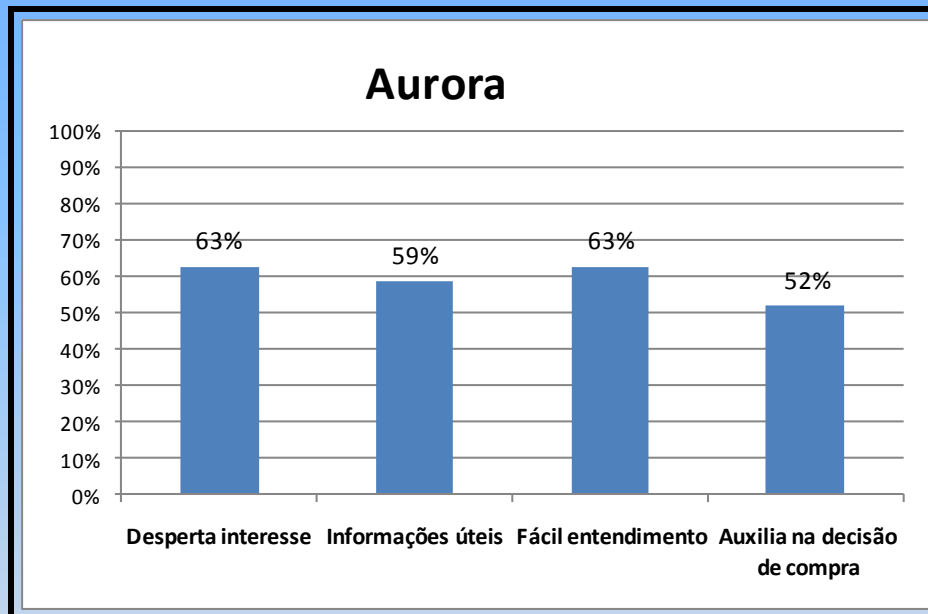
**E O VAREJO ALIMENTAR CRESCER...**

Segundo Nielsen, o varejo e médio varejo alimentar são os segmentos que mais cresceram nos últimos anos. O setor representa 63,7% das vendas graças às redes de associações e regiões, que conseguem reunir um grande número de pequenas e médias empresas de forma crescente e contínua. Fator que proporciona altos índices de rentabilidade para os fabricantes.

**Faroeste Burger Aurora.**  
Sua fome está com as horas contadas.

**aurora**  
40 anos  
1970-2010

SAC Aurora 0800-4113200 • www.auroralimentos.com.br



FICHA TÉCNICA – AURORA	
Índice de Eficiência	0,59
Tamanho	Simplex
Veiculação	Página 83
Agência	T12

# Copacol

Oportunidade de Negócio

**DIAS PARA VENDER MAIS!**

**CARNE DE PEIXE É SAÚDE NAS VENDAS**

É unanimidade! O consumidor que busca uma alimentação equilibrada quer carne de peixe. Com alto nível de proteína, ômega 3 e baixo índice de gordura, o peixe é um alimento prático, saboroso e o mais procurado pelo público.

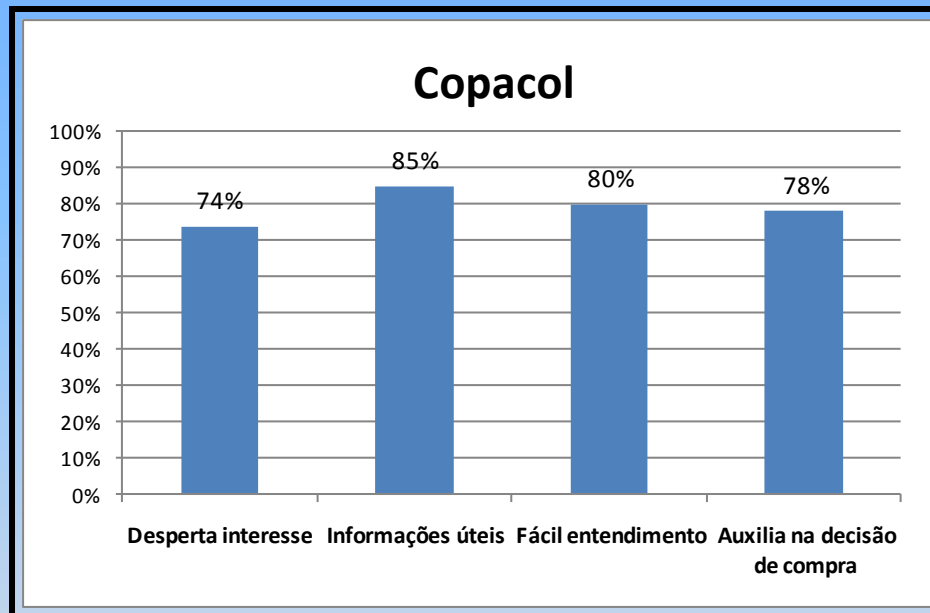
A Copacol investe na piscicultura, utilizando as técnicas mais modernas de cultivo e controle de qualidade.

Com o abate de 12 toneladas de tilápia ao dia, a Copacol possui: lisa e costelinha temperada e empanada, filés de tilápia in natura e temperados e tilápia inteira eviscerada (porquinho), formando um mix de produtos que vem conquistando consumidores interessados em uma alimentação saudável, prática e saborosa.

**VANTAGENS DA CARNE DE PEIXE**

O mercado alimentício que investe na praticidade dos alimentos conta com a alta demanda na venda da carne de peixe.

**Copacol**  
Apaixonados por saber  
www.copacol.com.br



FICHA TÉCNICA – COPACOL	
Índice de Eficiência	0,79
Tamanho	Simplex
Veiculação	Página 91
Agência	T12

# McCain

McCain.  
Muito mais qualidade e diversidade  
para seus clientes.

Produto congelado  
mantém  
por mais tempo  
os nutrientes.

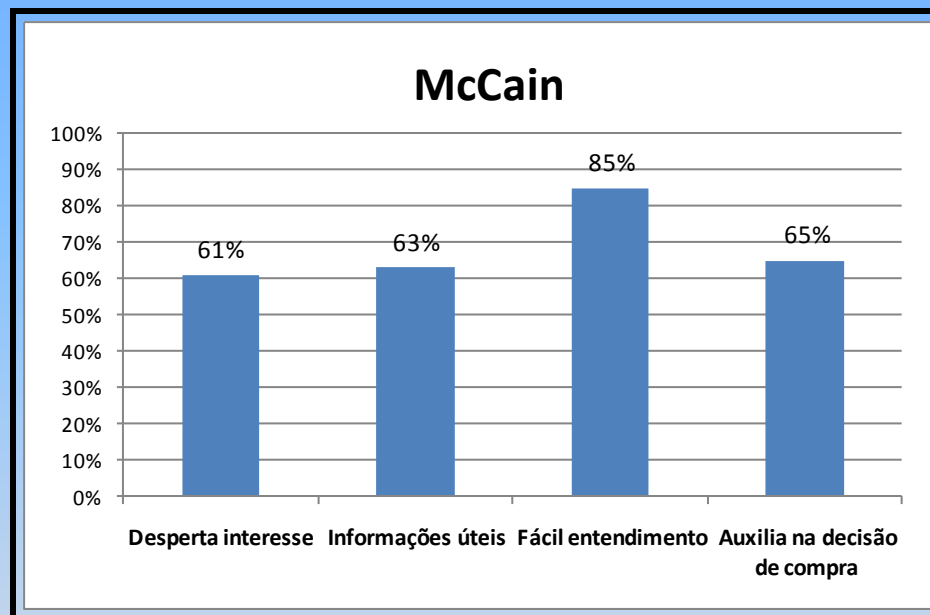


**Vegetais McCain**  
Muito mais práticos, saudáveis e saborosos.



Muito mais prática

Ter os vegetais McCain no seu ponto-de-venda significa ter muita qualidade e variedade de opções para oferecer para seus clientes. Com os vegetais McCain, você vende mais e ganha comentários mais satisfatórios e bons. Por isso, não deixe de ter os vegetais McCain no seu mix de produtos e ampliar seus lucros.



FICHA TÉCNICA – MCCAIN	
Índice de Eficiência	0,69
Tamanho	Simplex
Veiculação	Páginas 93
Agência	Multisolution

# Guarani

**PARA SER LÍDER DE MERCADO TRABALHE SEMPRE COM PRODUTOS CAMPEÕES DE VENDA.**

Os açúcares refinados e a colheita de Guarani são um dos mais vendidos em sua categoria, o que garante uma excelente qualidade nas granolas e suco de laranja no café. Para garantir que sua mesa esteja sempre com o açúcar Guarani.

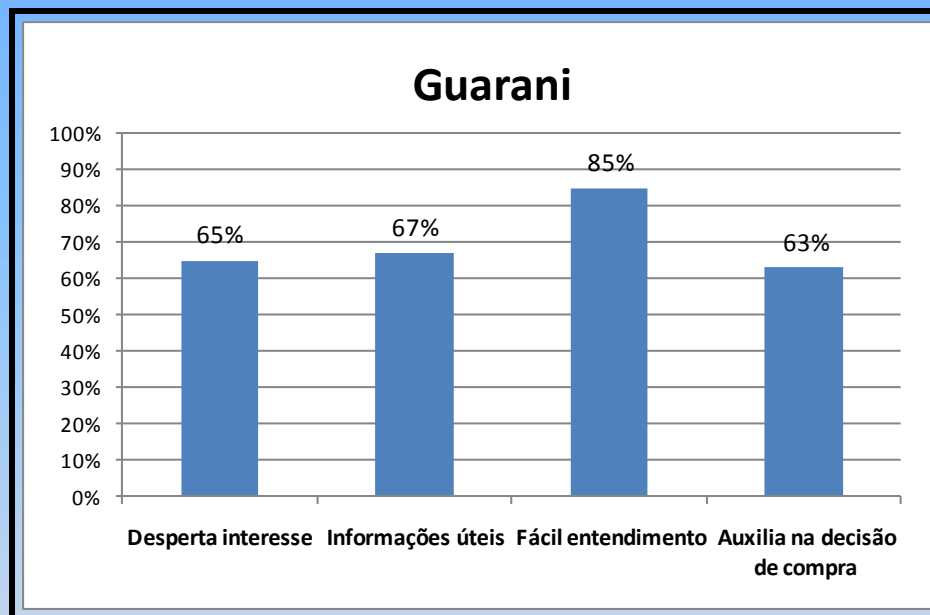
www.guarani.com.br

**Guarani**

0800 704 77 04

www.guarani.com.br

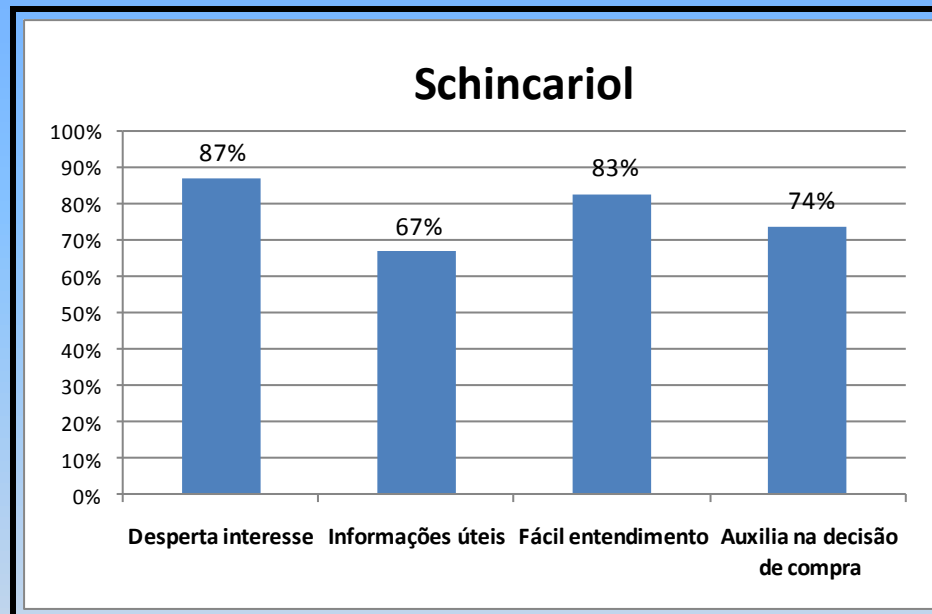
Tereos



#### FICHA TÉCNICA – GUARANI

Índice de Eficiência	0,70
Tamanho	Simplex
Veiculação	Página 95
Agência	Redem

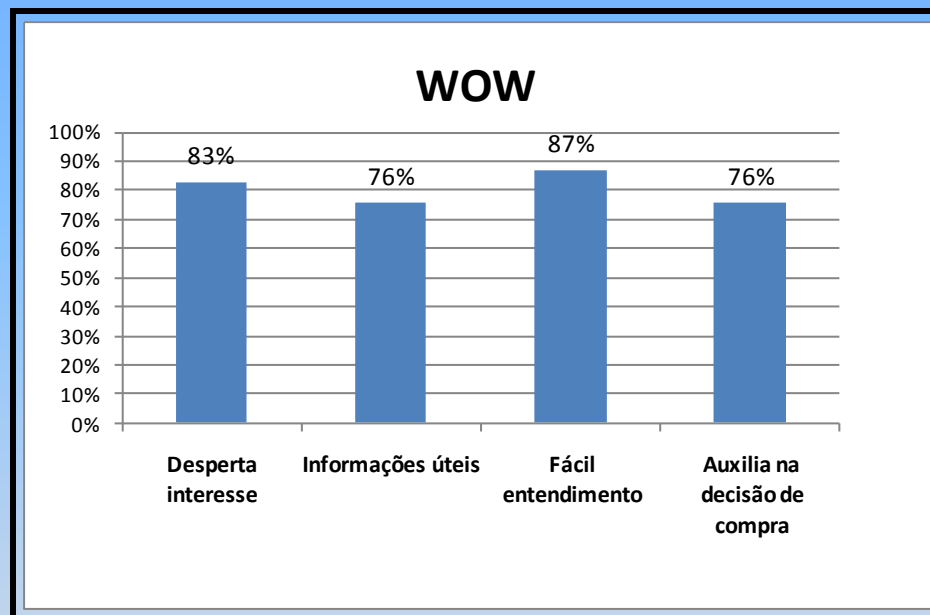
# Schincariol



FICHA TÉCNICA – SCHINCARIOL	
Índice de Eficiência	0,78
Tamanho	Simple
Veiculação	Página 97
Agência	Mandarim Design



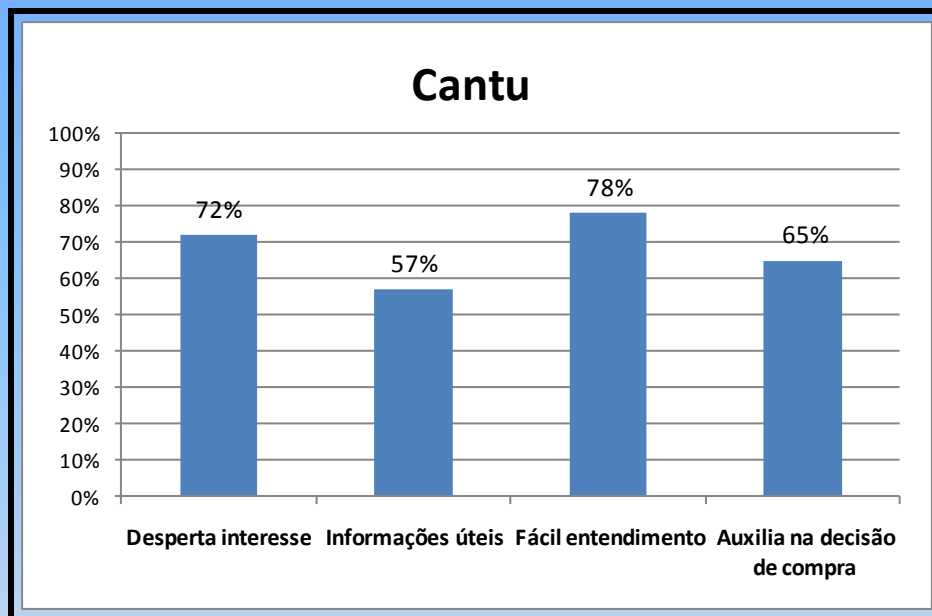
# WOW



#### FICHA TÉCNICA – WOW

Índice de Eficiência	0,80
Tamanho	Simple
Veiculação	Página 101
Agência	Tônica

# Cantu



#### FICHA TÉCNICA – CANTU

Índice de Eficiência	0,68
Tamanho	Fracionado
Veiculação	Páginas 103
Agência	Intermix

# Perfetti Van Melle



VITRINE MÁGICA

## Mania de inovar

A Perfetti van Melle busca sempre a inovação em cada unidade de vendas e em cada embalagem de suas marcas e de produtos, que ficam relacionados no mercado durante muitos anos, sempre a ser renovados. É assim, é assim que a Perfetti van Melle faz uma aposta certa.

É como inovar é uma tarefa constante, que se faz todos os dias, sempre pensando no futuro e em novos investimentos. Alguns deles não acabam na nossa agenda, outros em breve chegarão às prateleiras.



Nossa referência começa a inspirar a referência dos outros!

2009 contra igual taxa de crescimento de 2008. O mercado total de balas, pastilhas e doces é de cerca de R\$ 1,2 bilhão, ficando a Perfetti van Melle com uma participação de cerca de 10%.

2009 contra igual taxa de crescimento de 2008. O mercado total de balas, pastilhas e doces é de cerca de R\$ 1,2 bilhão, ficando a Perfetti van Melle com uma participação de cerca de 10%.



### IGOMAS DE MASCAR

## Mentos Aqua Kiss: a maior inovação do mercado



Prêmio de inovação de água na boca! Embalagem nova e atrativa que renova a experiência tecnológica.

O principal lançamento da categoria é a água na boca de mentos, que possui a mesma estrutura de mentos, mas com a diferença de ser líquido. A água na boca de mentos é feita com a mesma estrutura de mentos, mas com a diferença de ser líquido. A água na boca de mentos é feita com a mesma estrutura de mentos, mas com a diferença de ser líquido.



### BAIAS

## Mentos Slim Box: Frutas Tropicais e Yogurt Coco chegam para deliciar

Mentos Slim Box: Frutas Tropicais e Yogurt Coco chegam para deliciar. Mentos Slim Box: Frutas Tropicais e Yogurt Coco chegam para deliciar.



### FRUITELA

## Fruitell&Choco: exagero de prazer para suas vendas

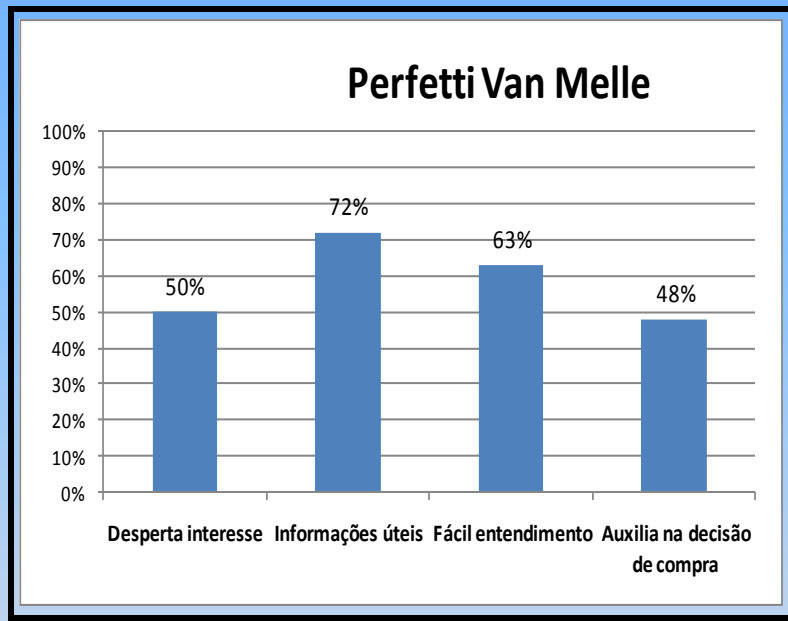
Fruitell&Choco: doze na categoria de balas no Brasil e com 40% de crescimento em suas vendas.

Doze é o que se pode chamar de sucesso. Fruitell&Choco, com 12 variedades de balas, é o produto mais vendido da categoria de balas no Brasil. Fruitell&Choco, com 12 variedades de balas, é o produto mais vendido da categoria de balas no Brasil.



## FRUITELA CHOC FILLED: Duplo sabor e um brinco a mais nas gôndolas

FRUITELA CHOC FILLED: Duplo sabor e um brinco a mais nas gôndolas. Fruitella Choc Filled: Duplo sabor e um brinco a mais nas gôndolas.



FICHA TÉCNICA – PERFETTI VAN MELLE	
Índice de Eficiência	0,58
Tamanho	Tripla
Veiculação	Páginas 117, 118 e 119
Agência	Conteúdo Comunicação



# Sadia – X-Sanduíche

**NOVO SADIA X-SANDUÍCHE**  
O queijo com derretimento cremoso  
e gostinho de lanchonete



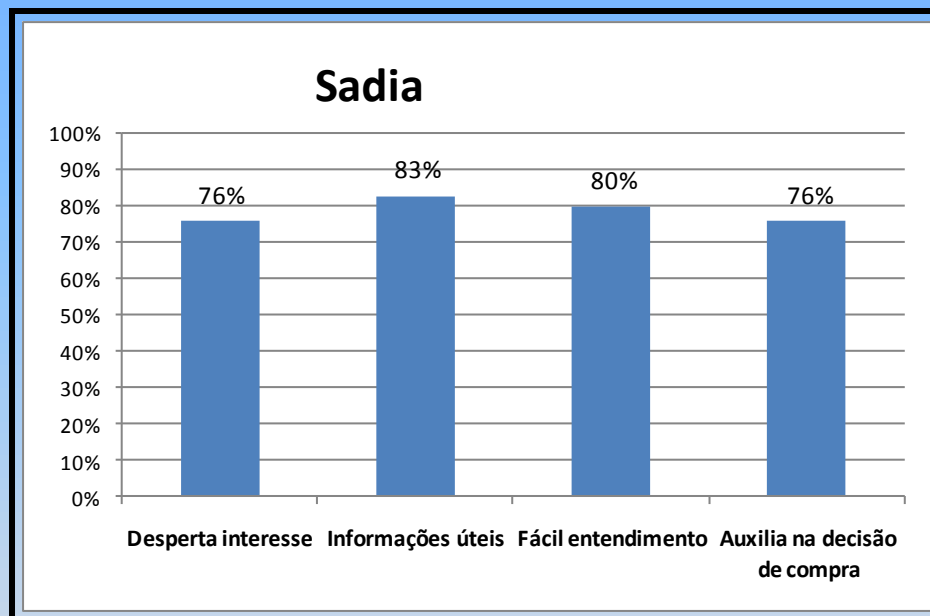
A família de Queijos Sadia aumentou e está com novas embalagens.  
Veja porque o queijo Sadia X-Sanduíche vai ser um sucesso:

- ✓ Embalagens atraentes que se destacam na gôndola.
- ✓ Garantia da marca Sadia.
- ✓ Mais gostoso e com o melhor derretimento cremoso.
- ✓ Novo sabor exclusivo - PIZZA.
- ✓ Linha de produto complementar a itens fortes do portfólio SADIA como hambúrguer e presunto.
- ✓ Prazo de validade superior aos queijos naturais.
- ✓ Investimento em comunicação e no ponto-de-venda, raro na categoria de queijos.

**Sadia**  
SAC 080 702.071  
www.sadia.com.br

Não deixe faltar o Queijo Sadia X-Sanduíche na sua loja.  
Procure um vendedor Sadia.

**AVIDA COM MAIS GOSTOSA**




FICHA TÉCNICA – SADIA	
Índice de Eficiência	0,79
Tamanho	Simple
Veiculação	Página 131
Agência	Alta Comunicação

# Cadbury Adams

**NOVO**  
**Trident**

**Global Connections**



Vivemos num mundo sem fronteiras e hoje mais do que nunca, nossos consumidores querem estar conectados com as novas ideias, conhecer pessoas e culturas diferentes que permitem com que eles tenham a oportunidade de aproveitar o que existe de melhor na vida!

**PRODUTO COM ALTO ÍNDICE DE APROVAÇÃO**

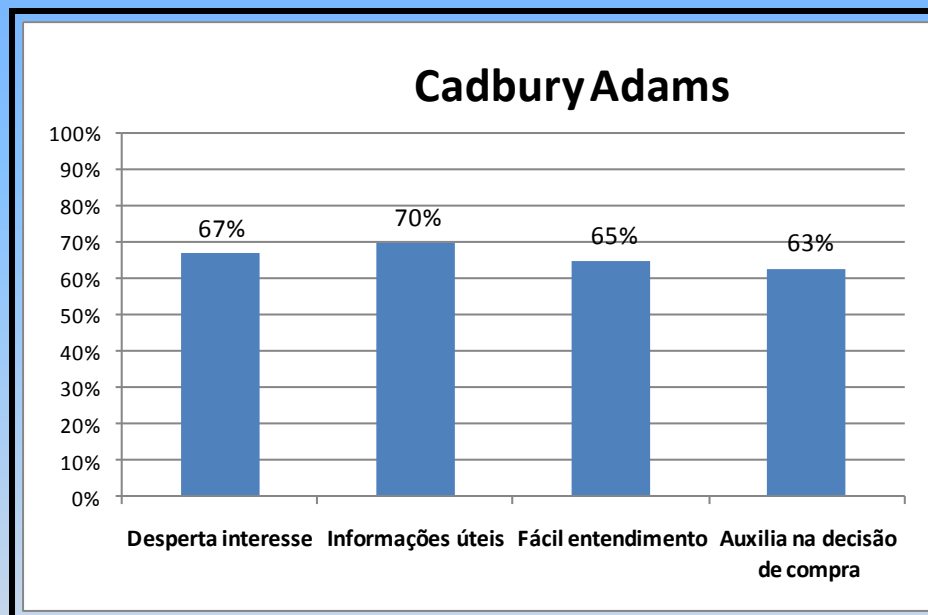
Pesquisas realizadas pelo BDOPE indicam que:

- 86%** dos entrevistados consideram o produto único;
- 88%** disseram que o produto é superior;
- 93%** comprariam o produto.

Fonte: BDOPE  
861 entrevistas individuais realizadas no Centro de São Paulo - Brasil  
período: Novembro/2010 a Janeiro/2011 - total: 1 x 8, 2011.

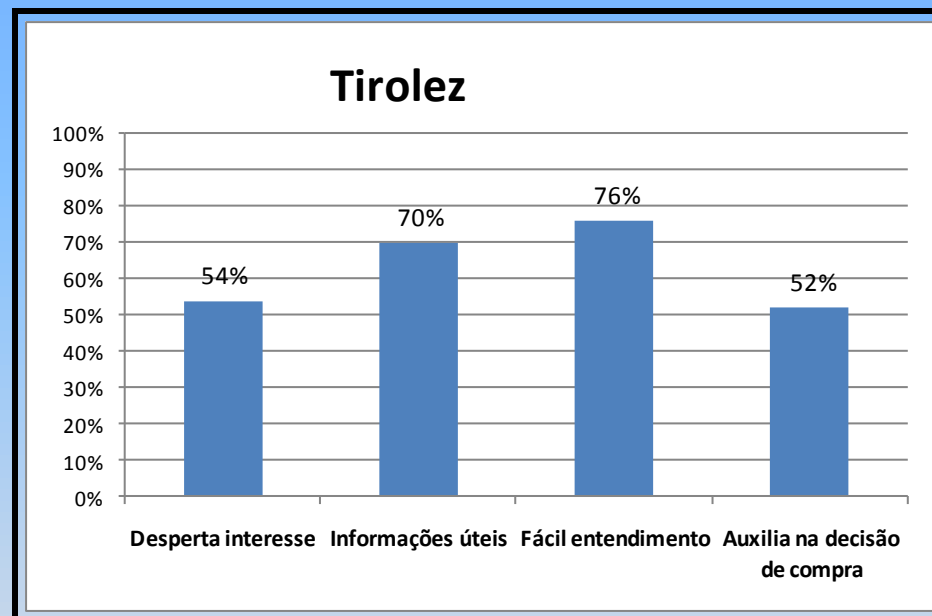
Trident Global Connections  
**Faça suas conexões.**

markafina digital media | hall.com.br/ptg | facebook.com/mtt



FICHA TÉCNICA – CADBURY ADAMS	
Índice de Eficiência	0,66
Tamanho	Simple
Veiculação	Página 133
Agência	6291 Com.

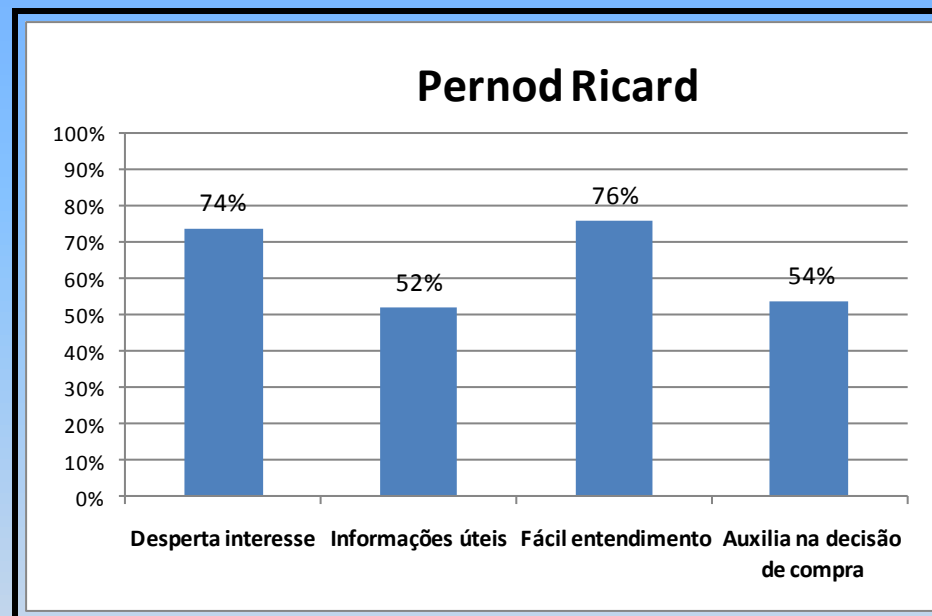
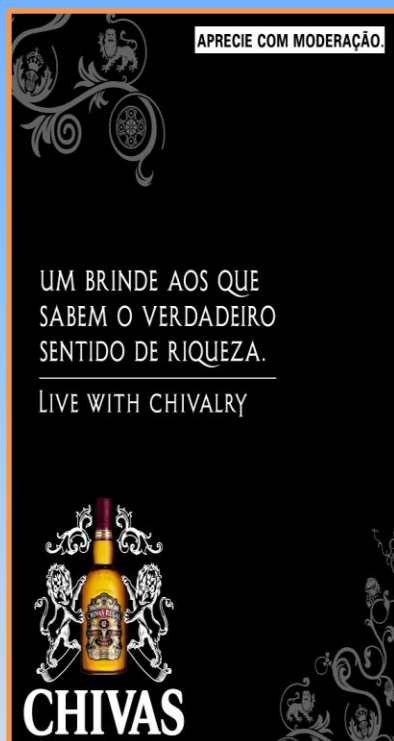
# TIROLEZ - Queijos



#### FICHA TÉCNICA – TIROLEZ

Índice de Eficiência	0,63
Tamanho	Simplex
Veiculação	Página 135
Agência	JJL

# Pernod Ricard

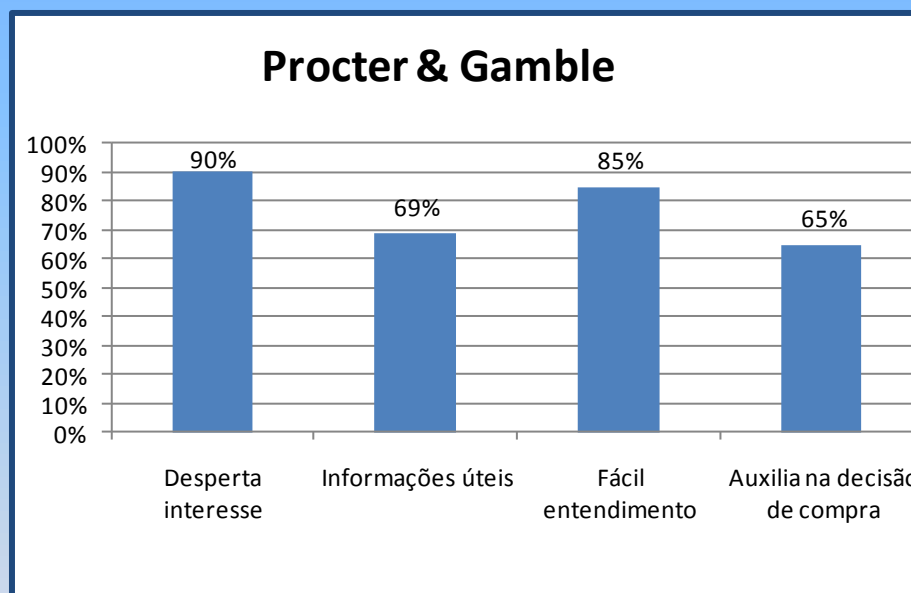


FICHA TÉCNICA – PERNOD RICARD	
Índice de Eficiência	0,64
Tamanho	Simple
Veiculação	Página 137
Agência	Sem agência

# Categoria Não Alimentos



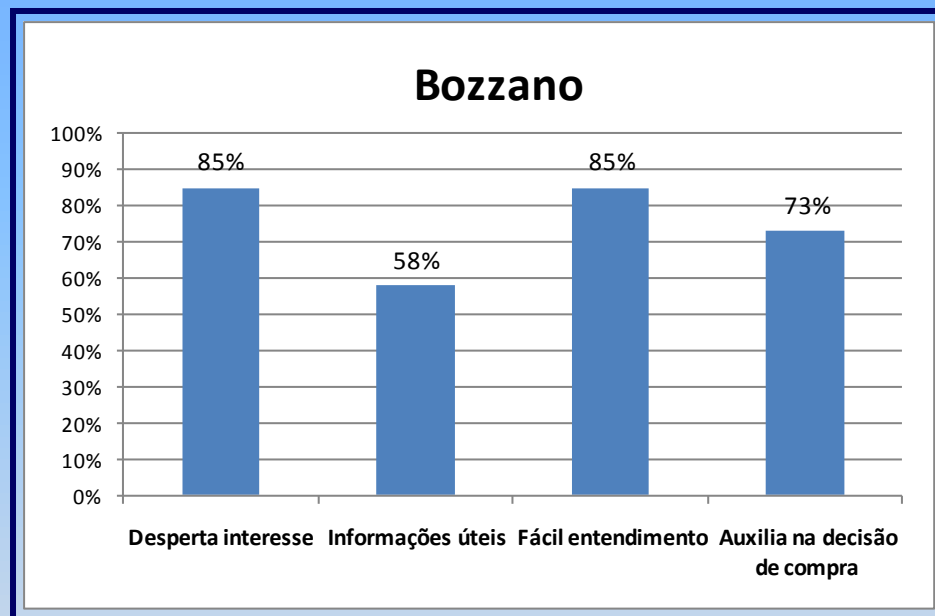
# Procter & Gamble – Oral B



## FICHA TÉCNICA – Procter & Gamble

Índice de Eficiência	0,77
Tamanho	Simplex
Veiculação	Página 7
Agência	Avantia MW

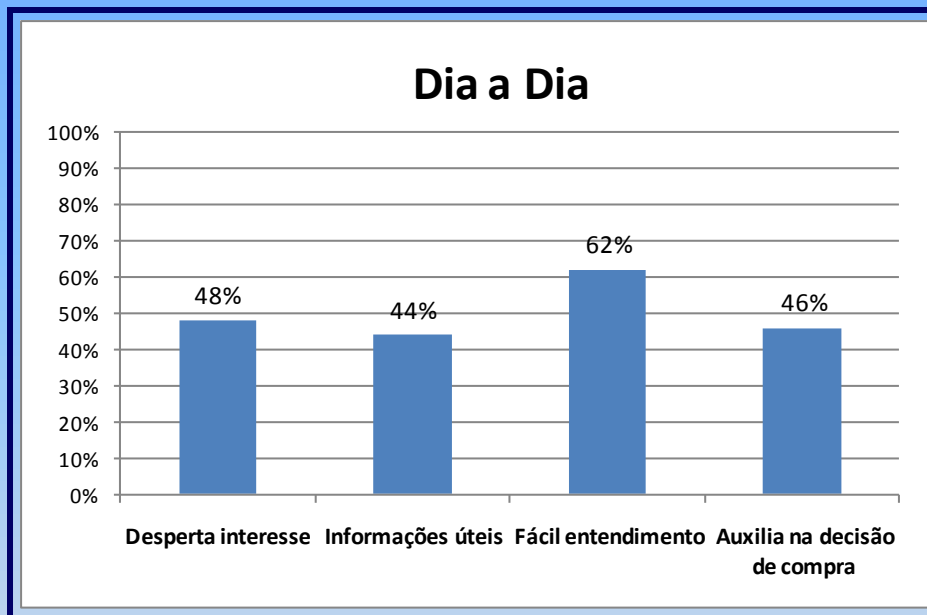
# Bozzano



## FICHA TÉCNICA – BOZZANO

Índice de Eficiência	0,75
Tamanho	Dupla
Veiculação	Páginas 8 e 9
Agência	Sem Agência

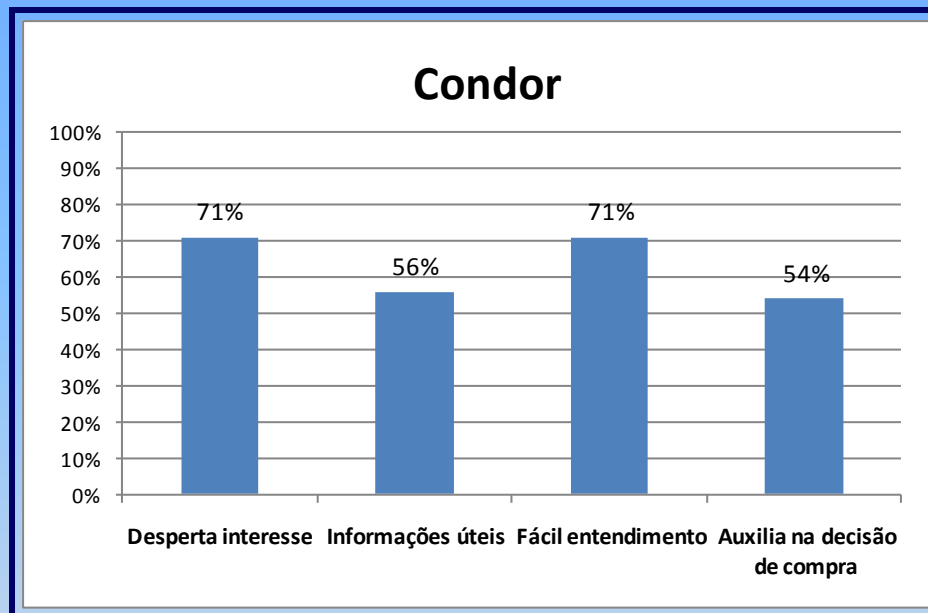
# Dia a Dia



## FICHA TÉCNICA – DIA A DIA

Índice de Eficiência	0,50
Tamanho	Fracionado
Veiculação	Página 13
Agência	Sem Agência

# Condor



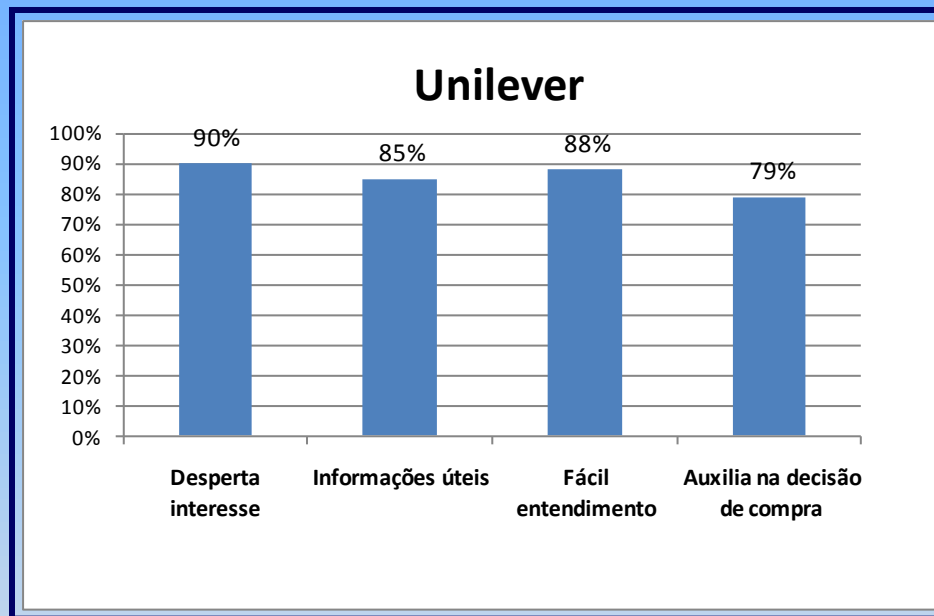
## FICHA TÉCNICA – CONDOR

Índice de Eficiência	0,63
Tamanho	Simple
Veiculação	Página 25
Agência	Opus Múltipla

# Unilever - Dove

**Novas Loções Dove Cream Oil.**  
8 em cada 10 mulheres que experimentaram comprariam. Agora faça as contas das vendas.  
Enquanto as consumidoras decidem o que é melhor para hidratar a pele, decida o que é melhor para sua loja.  
Terão as novas Loções Dove Cream Oil - resultado da combinação entre óleo especial e creme concentrado, que dá a pele das consumidoras hidratação de verdade.

Seba mais em [www.dove.com.br](http://www.dove.com.br)



FICHA TÉCNICA - UNILEVER	
Índice de Eficiência	0,86
Tamanho	Dupla
Veiculação	Páginas 38 e 39
Agência	Ogilvy

# L'Oréal

**L'ORÉAL PARIS**

**SOLAR EXPERTISE**

Nem parece que só temos 3 anos de praia!

Solar Expertise foi a marca que mais cresceu no último verão, conquistando o 3º lugar do mercado.\*

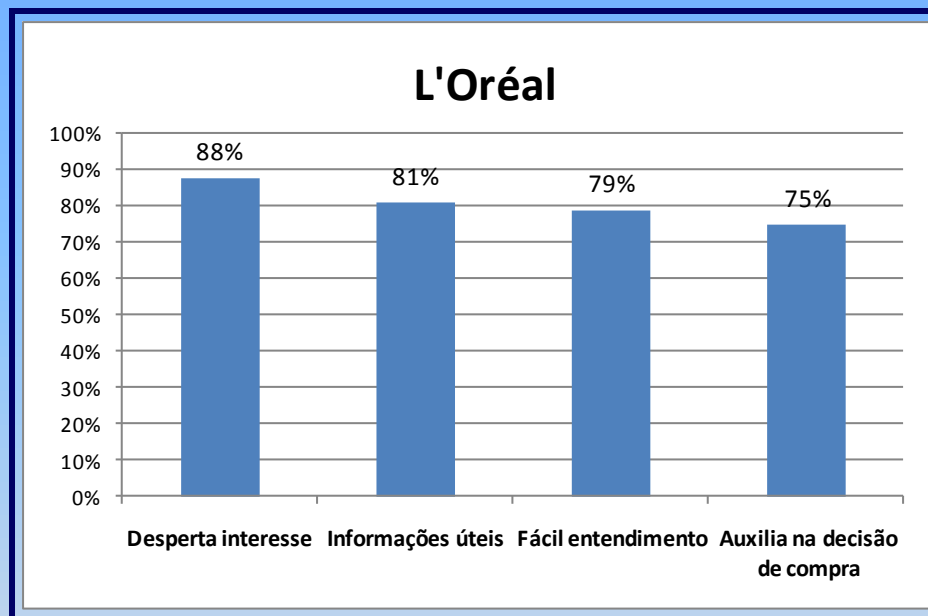
**95%** das Mulheres que Testaram, Aprovaram Solar Expertise.\*\*

TENHA A LINHA SOLAR EXPERTISE na sua loja e comprove esse resultado NO PRÓXIMO VERÃO!

CERTIFICADA PELA SOCIEDADE BRASILEIRA DE DERMATOLOGIA

Aguarde por novidades surpreendentes no PDV!

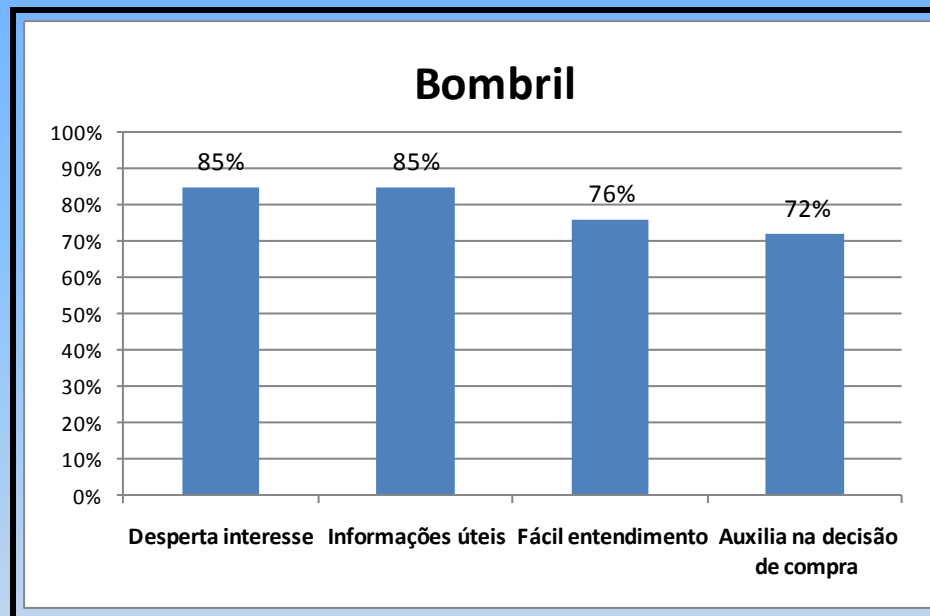
\* Segundo pesquisa de mercado realizada em julho de 2014, com 1.000 consumidores brasileiros, em 15 pontos de venda de supermercados e hipermercados. \*\* Segundo pesquisa de mercado realizada em julho de 2014, com 1.000 mulheres brasileiras, em 15 pontos de venda de supermercados e hipermercados.



#### FICHA TÉCNICA – L'OREAL

Índice de Eficiência	0,81
Tamanho	Simple
Veiculação	Página 53
Agência	Ouzo Design

# Bombril



FICHA TÉCNICA – BOMBRIL	
Índice de Eficiência	0,79
Tamanho	Simplex
Veiculação	Página 79
Agência	Tradec

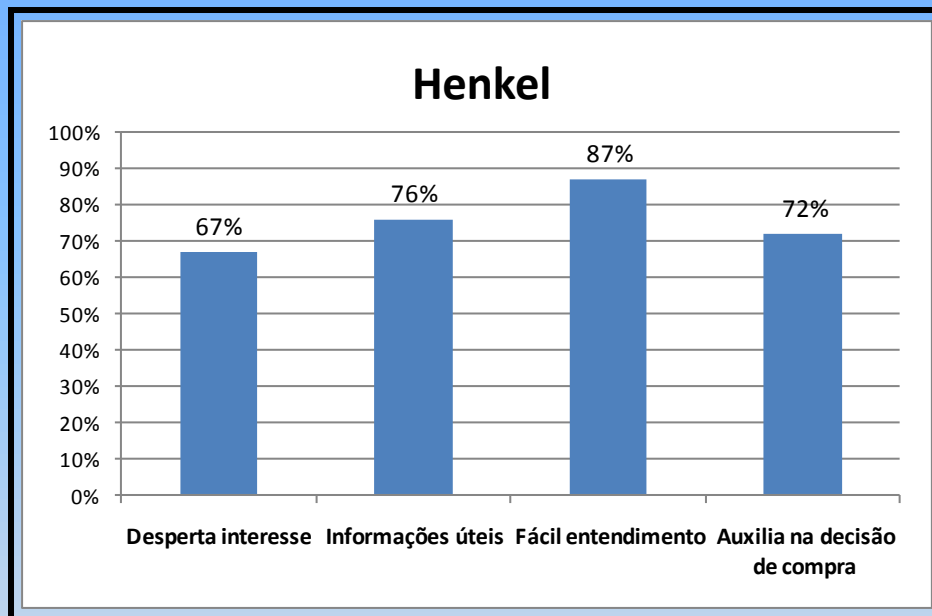
# Henkel

Esqueça o **potinho**.  
Fique com o **sachê**.

Novo Antimofo

- INOVADOR**  
Transforma a unidade em gel.
- ECONÔMICO**  
Dura de 4 até 6 semanas.
- PRÁTICO**  
Cabe em gavetas e vem com cabide para pendurar no armário.
- SEGURO**  
Sachê com tecido permeável antivazamento.

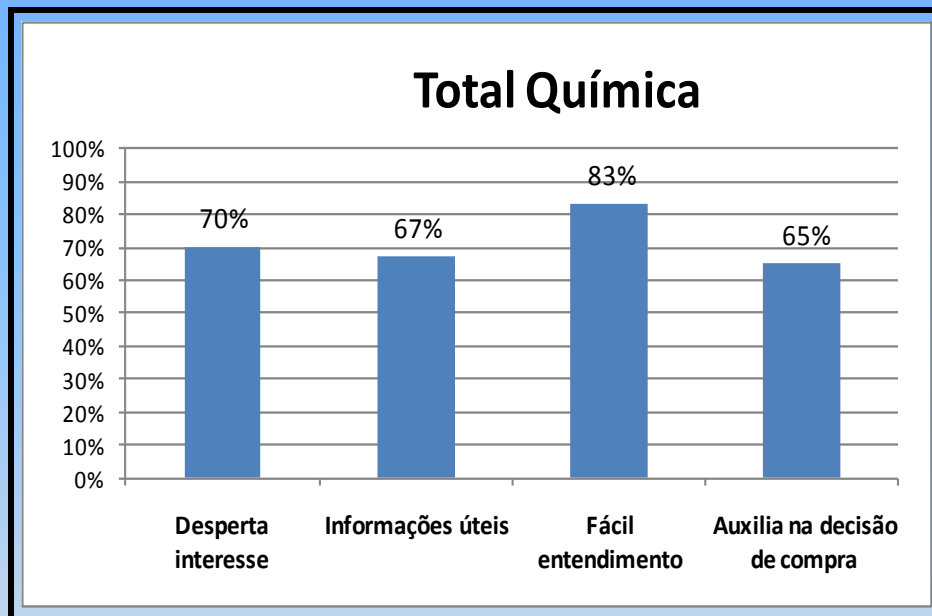
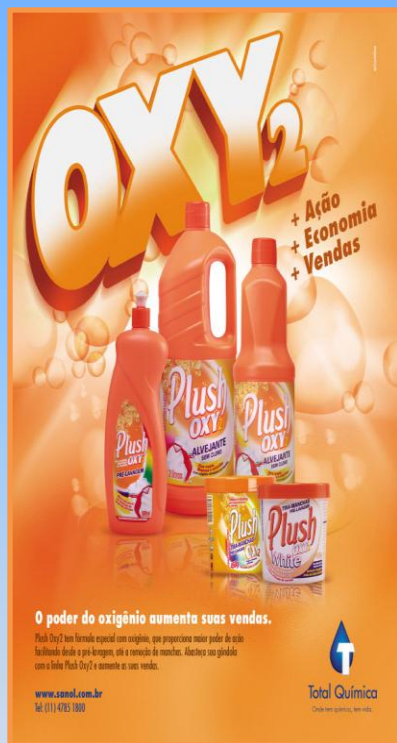
Mais informações: [www.henkel.com.br](http://www.henkel.com.br) | 0800 704 2334



FICHA TÉCNICA – HENKEL	
Índice de Eficiência	0,76
Tamanho	Simplex
Veiculação	Página 111
Agência	Indesign

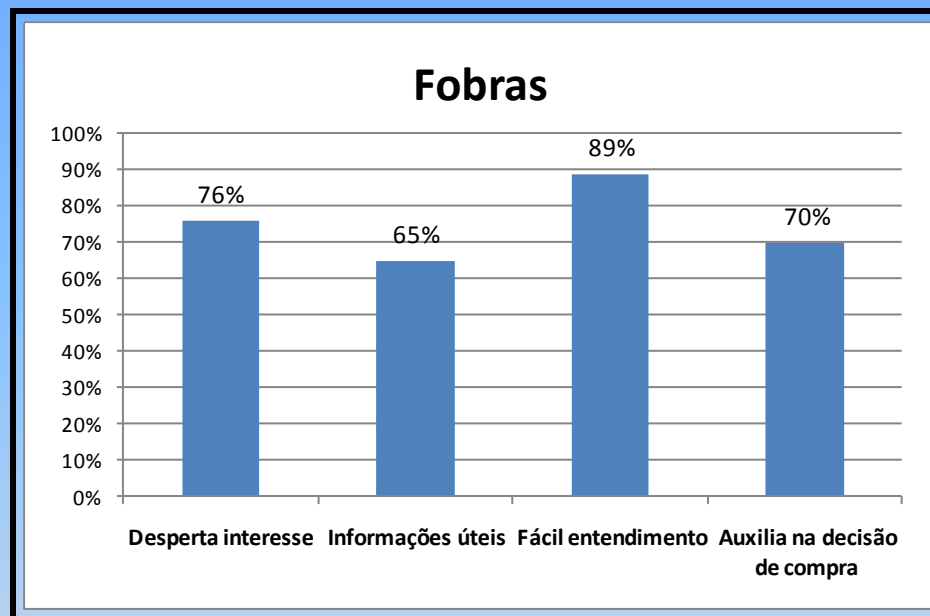


# Total Química



FICHA TÉCNICA – TOTAL QUÍMICA	
Índice de Eficiência	0,71
Tamanho	Simplex
Veiculação	Página 115
Agência	Atisonline

# Fobras



#### FICHA TÉCNICA – FOBRAS

Índice de Eficiência	0,75
Tamanho	Fracionado
Veiculação	Página 127
Agência	Sem Agência

# Procter & Gamble - Duracell

**Prepare-se para vender mais DURACELL**

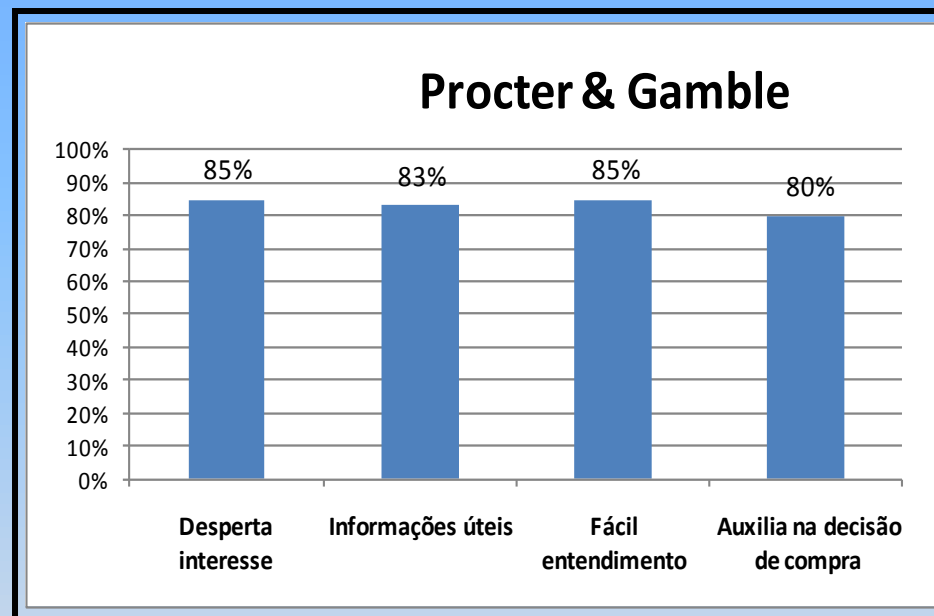
**8X** mais DURACELL

No final do ano, o consumo de pilhas aumenta significativamente. Por isso, garanta já seu estoque de Duracell, a marca líder de mercado.

**8 razões para não faltar Duracell na sua loja:**

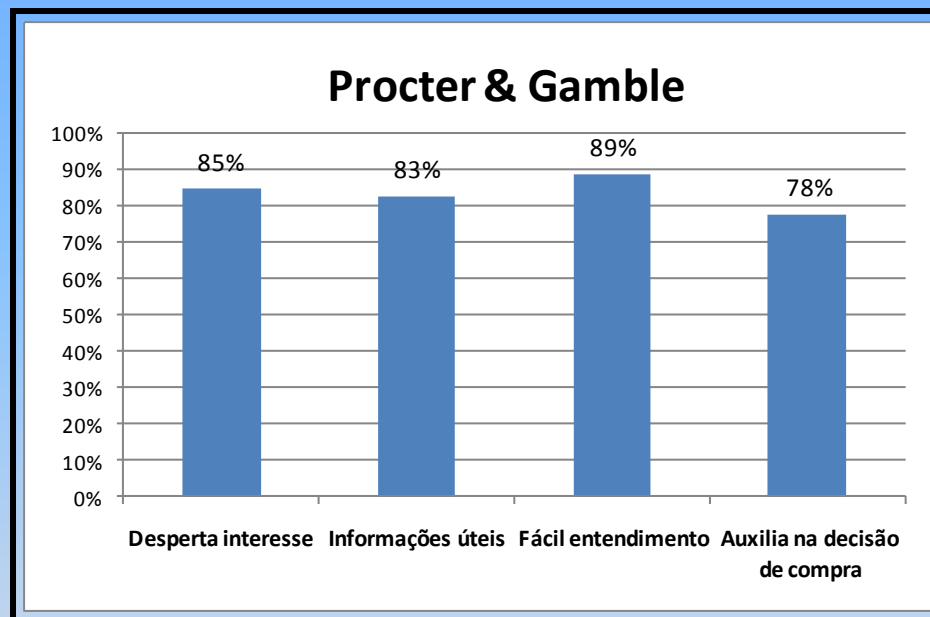
- Duracell dura até 8 vezes mais que as pilhas comuns de zinco.
- É a marca líder de mercado em pilhas alcalinas.\*
- Possui 99% dos investimentos de mídia da categoria.\*
- É a marca de pilhas mais respeitada pelos consumidores.\*
- 99% das pessoas conhecem Duracell!\*
- 87% dos consumidores acham que Duracell dura mais.\*
- É a pilha alcalina que gira mais rápido no ponto de venda.\*
- Possui maior valor agregado quando comparada com outras pilhas.\*

**DURACELL**  
Dura até 8x mais



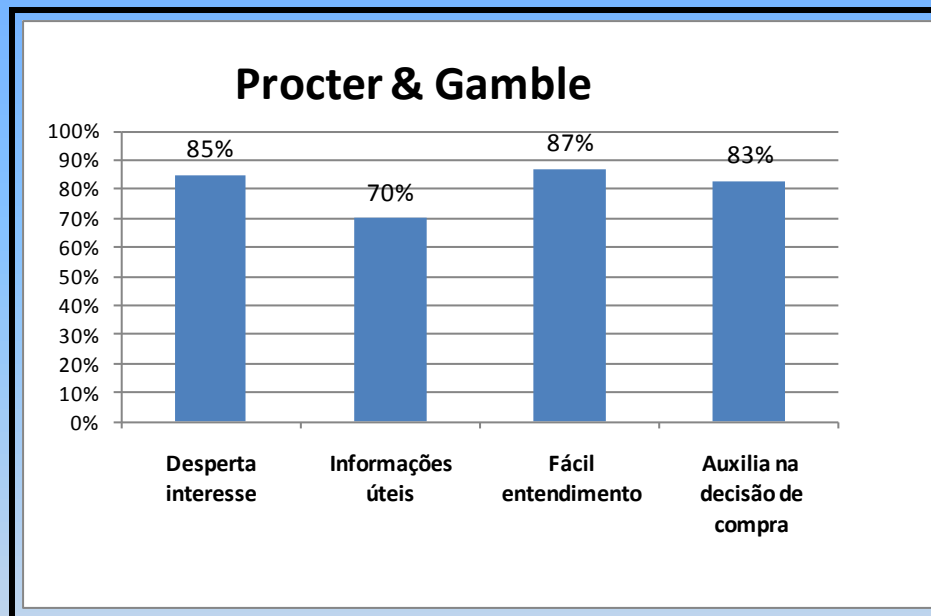
FICHA TÉCNICA – PROCTER & GAMBLE	
Índice de Eficiência	0,83
Tamanho	Simple
Veiculação	Página 129
Agência	Sem agência

# Procter & Gamble - Gillette



FICHA TÉCNICA – PROCTER & GAMBLE	
Índice de Eficiência	0,84
Tamanho	Simplex
Veiculação	3ª capa
Agência	Sem agência

# Procter & Gamble - Ariel

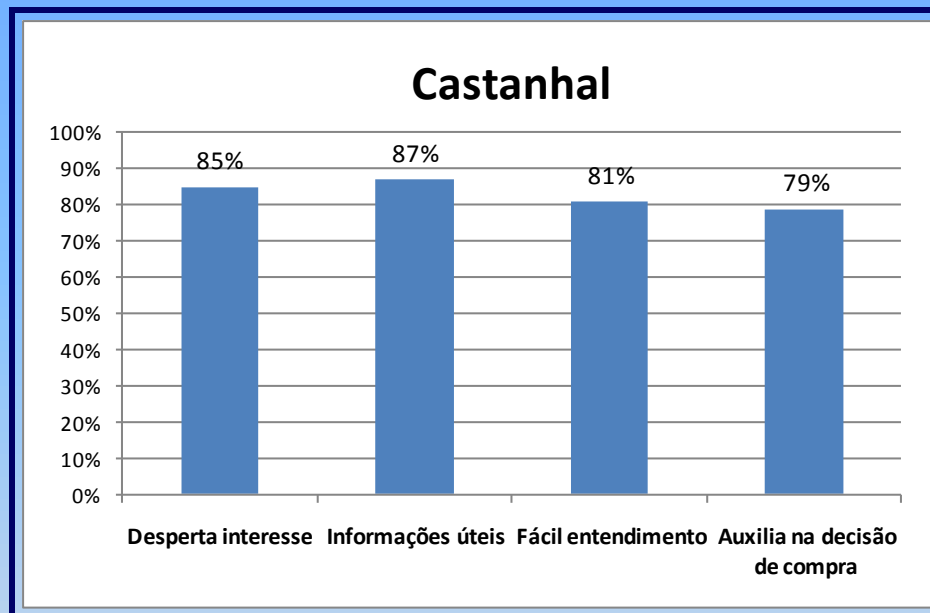
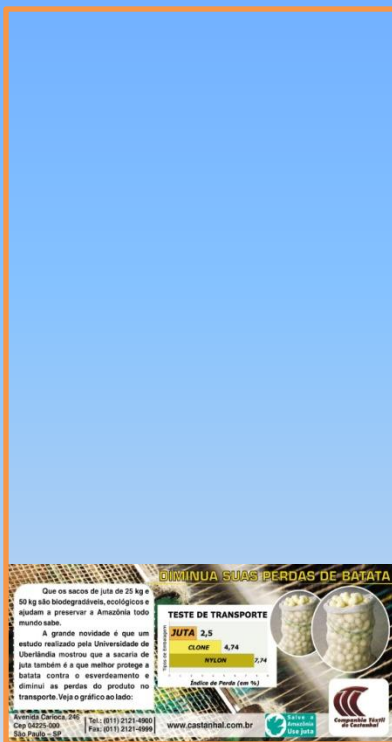


FICHA TÉCNICA – PROCTER & GAMBLE	
Índice de Eficiência	0,81
Tamanho	Simplex
Veiculação	4ª capa
Agência	Ponto

# Categoria Suprimentos



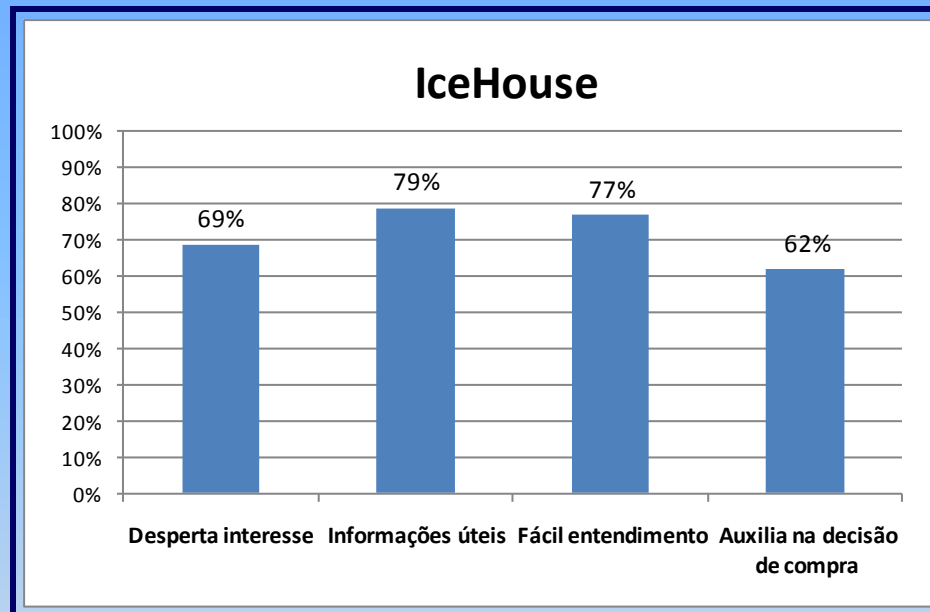
# Castanhal



## FICHA TÉCNICA – CASTANHAL

Índice de Eficiência	0,83
Tamanho	Fracionado
Veiculação	Página 11
Agência	Sem agência

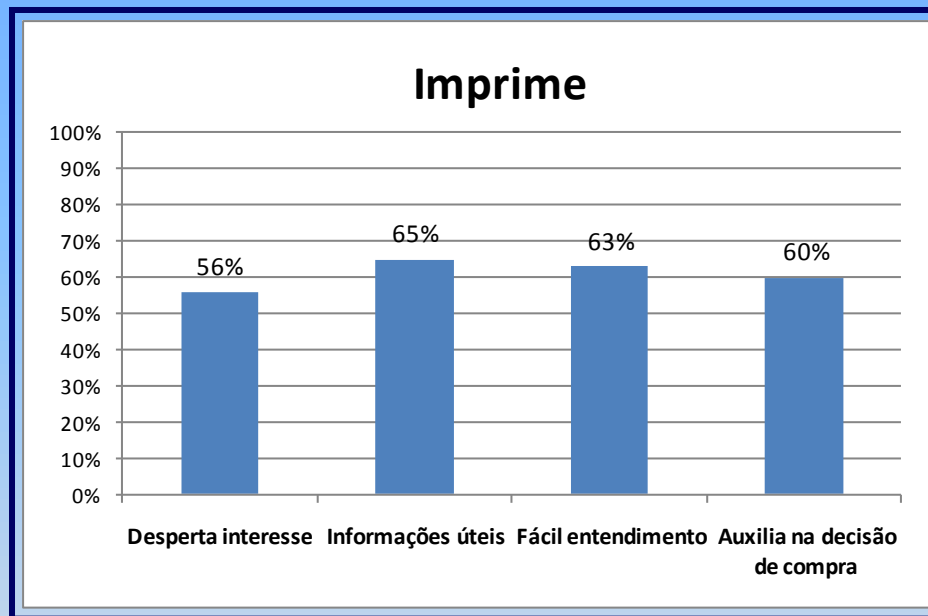
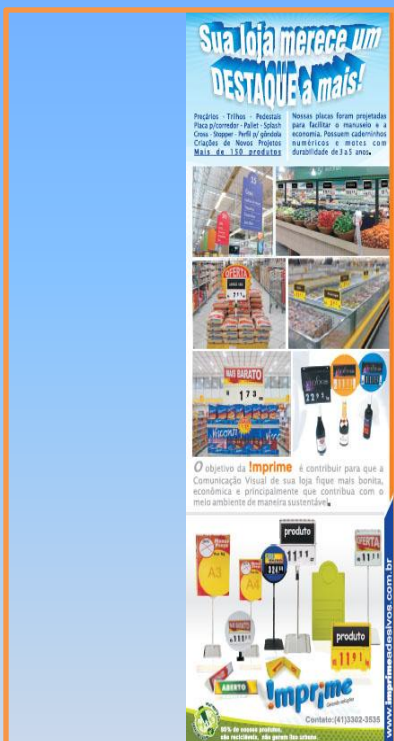
# IceHouse



## FICHA TÉCNICA – ICEHOUSE

Índice de Eficiência	0,72
Tamanho	Fracionado
Veiculação	Página 55
Agência	Vevideias

# Imprime



## FICHA TÉCNICA – IMPRIME

Índice de Eficiência	0,61
Tamanho	Fracionado
Veiculação	Página 57
Agência	Sem Agência

# Siris Produtos - Carrinhos

**Deixe suas lojas mais bonitas e ofereça conforto a seus clientes.**

Siris 210  
Siris 150

**100% reciclável**

**NÃO CORROSIVO**  
**FÁCIL HIGIENIZAÇÃO**  
**NÃO REQUER MANUTENÇÃO**  
**DIVERSAS CORES**  
**DESIGN ARROJADO**

	150	210
Capacidade	150kg	210kg

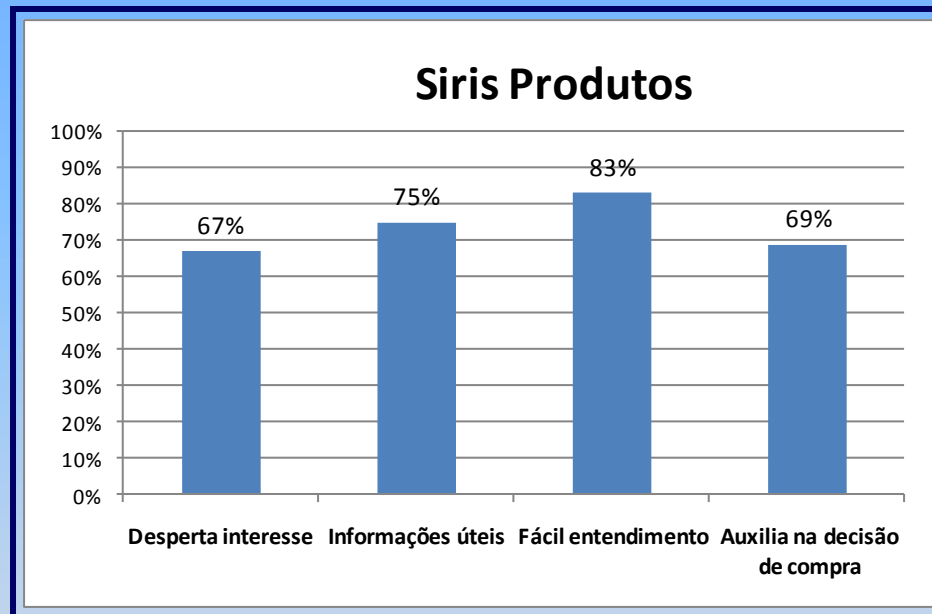
**POSSIBILIDADE DE PERSONALIZAÇÃO COM SUA MARCA**

ACEITAMOS CARTÃO  
**BNDES**

**SIRIS**

F: (11) 2152.5116  
F: (11) 0423.7574  
F: (11) 0423.0908  
informacoes@sirisprodutos.com

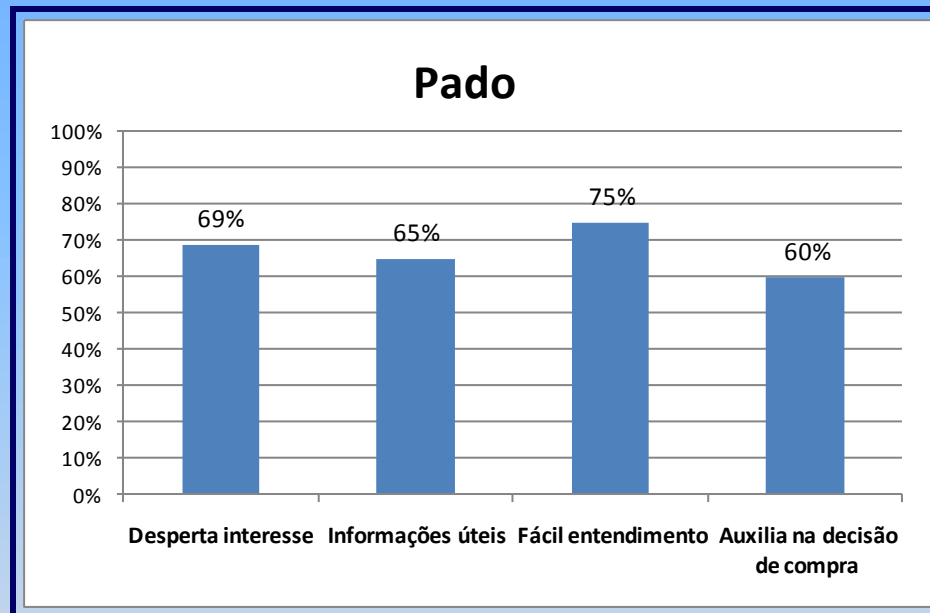
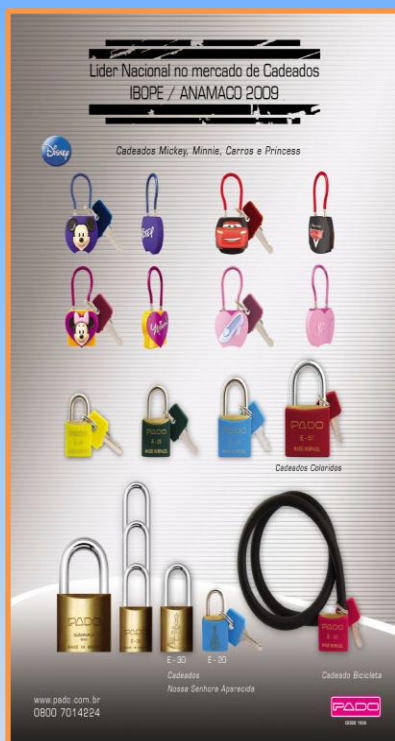
www.sirisprodutos.com



## FICHA TÉCNICA – SIRIS PRODUTOS

Índice de Eficiência	0,74
Tamanho	Simplex
Veiculação	Página 73
Agência	Sem Agência

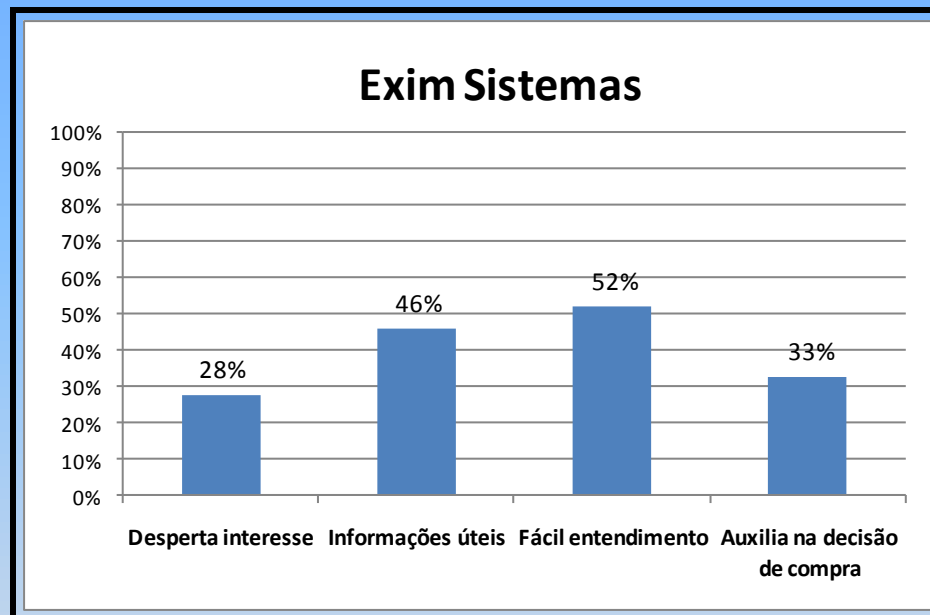
# Pado



## FICHA TÉCNICA – PADO

Índice de Eficiência	0,67
Tamanho	Simple
Veiculação	Página 77
Agência	Sem Agência

# Exim Sistemas



FICHA TÉCNICA – EXIM SISTEMAS	
Índice de Eficiência	0,40
Tamanho	Fracionado
Veiculação	Página 85
Agência	Staub

# Siris Produtos - Pallet

**Pallet Siris**  
Seu produto direto na loja

100% reciclável

Maior resistência e durabilidade

Lavável e alta pressão, a vapor e com bactericidas

Opção de gravação do logo da empresa

Design  
Segurança

Proficiência

Cor	Modelo	Especificações					
		Compr.	Larg.	Alt.	Capacidade de carga (kg)		
Cinza	SIR-1231-1D	1200	1000	121	7,5	454	4534
	SIR-1231-1AD	1200	1000	121	7,5	748	5443
Azul	SIR-1231-1D	1200	1000	121	7,5	998	6306

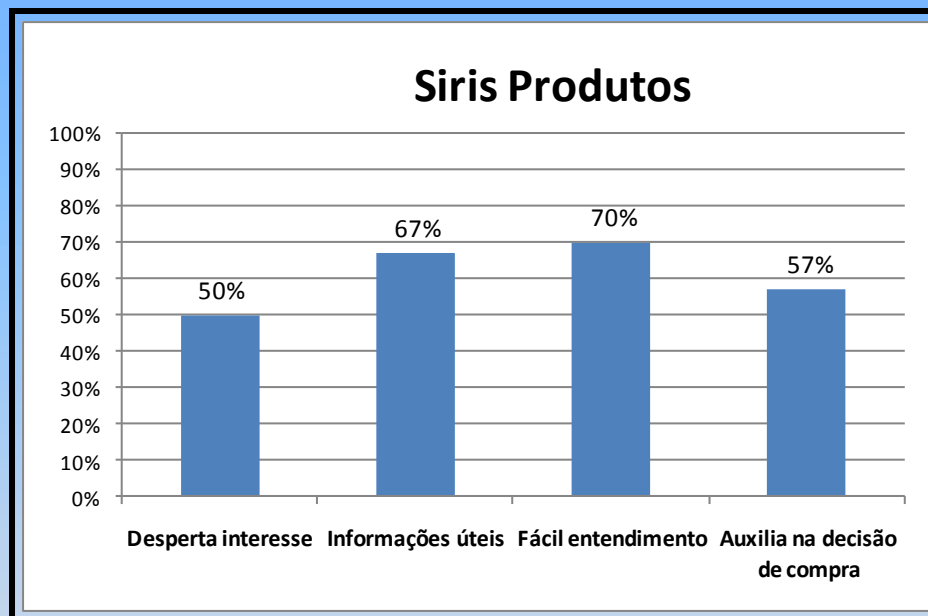
\* Possibilidade de gravação personalizada em outros cores. Consulte-nos.  
Vila São Vicente, Botafogo, RJ-22250

ACEITAMOS CARTÃO  
**BNDES**

**SIRIS**

F: (11) 2152.5116  
F: (11) 8423.7374  
F: (11) 8423.0908  
informacoes@sirisprodutos.com

www.sirisprodutos.com



FICHA TÉCNICA – SIRIS PRODUTOS	
Índice de Eficiência	0,61
Tamanho	Simple
Veiculação	Página 105
Agência	Sem agência



# Plastrom

Prepare-se para o começo de **nova fronteira** de tecnologia e inovação em prevenção de perdas.

A **Plastrom Vídeo by Samsung** nasceu da parceria única entre a **Plastrom Sensormatic**, maior fornecedora de soluções de segurança eletrônica e a **Samsung**, uma das maiores fabricantes de CCTV (Circuito Fechado de TV) para o objetivo de oferecer a você cliente o máximo em tecnologia e performance.

Esta aliança traz produtos de ponta no mundo tecnológico mundial para tornar o seu negócio mais rentável, eliminando custos e maximizando resultados.

**Os primeiros lançamentos desta família de equipamentos trazem:**

- qualidade de imagem superior (30x mais de resolução)
- inovador sistema de redução de ruído da imagem que ocupa menos espaço de armazenamento no gravador digital
- três anos de garantia, maior prazo do mercado
- instalação simplificada, melhor custo-benefício do mercado

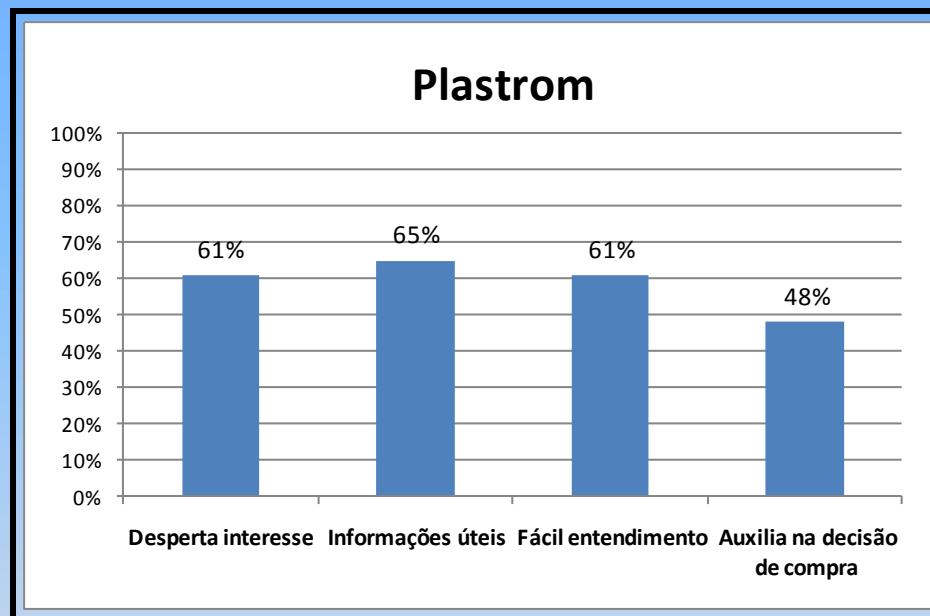
Depois desta parceria, o mercado de prevenção a perdas nunca mais será o mesmo!

**Produtos de Ponta**

- Câmera Digital de movimento
- Câmera de rede
- Câmera de rede
- Câmera de rede
- Câmera de rede
- Câmera de rede

**Plastrom Vídeo by SAMSUNG**

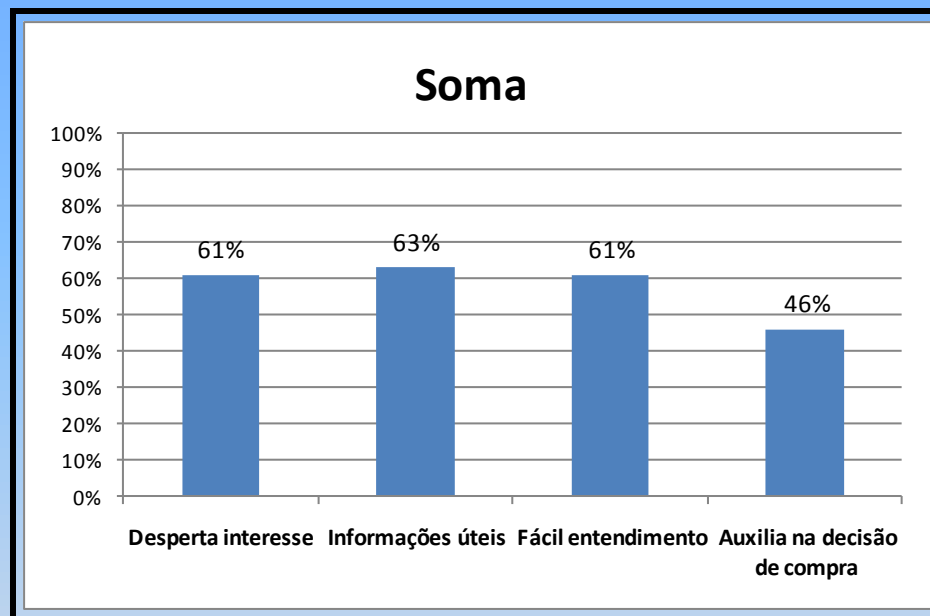
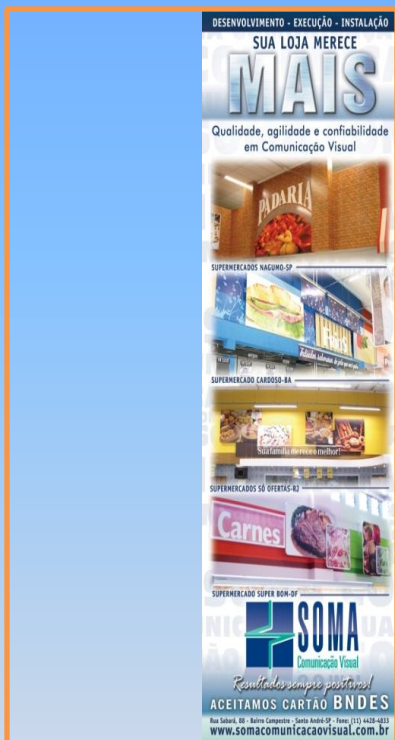
0800 892 0003  
plastromsensomatic.com.br



FICHA TÉCNICA – PLASTROM	
Índice de Eficiência	0,59
Tamanho	Simplex
Veiculação	Página 121
Agência	Dabster



# SOMA



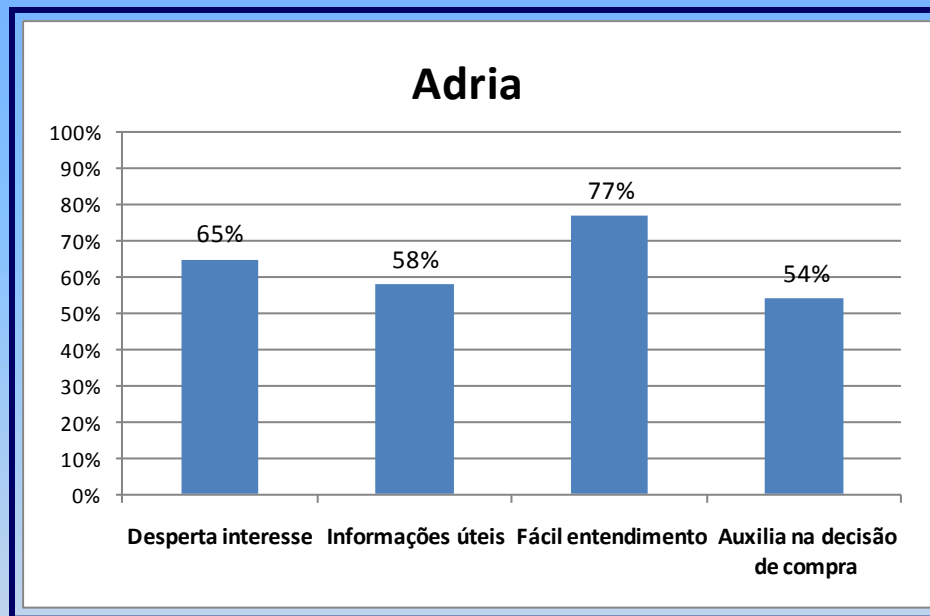
## FICHA TÉCNICA – SOMA

Índice de Eficiência	0,58
Tamanho	Fracionado
Veiculação	Página 125
Agência	Sem agência

# Categoria Institucional



# Adria



#### FICHA TÉCNICA – ADRIA

Índice de Eficiência	0,64
Tamanho	Simplex
Veiculação	Página 61
Agência	WRC Design

# Unilever

COM TANTOS MILHÕES EM PRÊMIOS,  
O MAIOR VENCEDOR VAI SER O SEU NEGÓCIO!

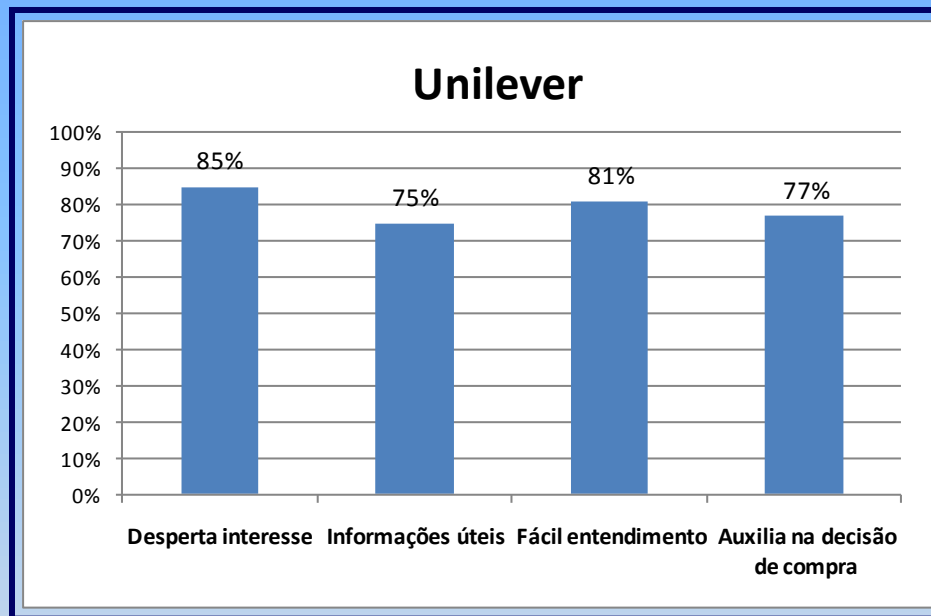
Unilever  
80 anos

80 DIAS DE PRÊMIOS DIÁRIOS, PRÊMIOS SEMANAIS  
E, NO FINAL, GRANDE PRÊMIO DE

**R\$ 2 MILHÕES**

NOS 80 ANOS DA UNILEVER, SÃO 80 DIAS DE PRÊMIOS PARA TODO MUNDO.  
TO MARCHAS ENVOLVIDAS. MUITAS CHANCES DE GANHAR. É TÃO SIMPLES PARTICIPAR QUE TODO  
MUNDO VAI ENCHER O CARRINHO DE COMPRAS. JÁ ABASTECEU SUA LOJA?

Prêmio patrocinado pela UNILEVER S.A. (CNPJ nº 07.000.000/0001-90). Regras em www.unilever.com.br. Sorteio realizado em 30/09/2010. Para mais informações, consulte o regulamento em www.unilever.com.br. © 2010 Unilever. Todos os direitos reservados. Unilever é uma marca registrada da UNILEVER S.A.



## FICHA TÉCNICA – UNILEVER

Índice de Eficiência	0,79
Tamanho	Simplex
Veiculação	Página 67
Agência	Ogilvy & Mather

**PARTICIPE DAS 2 PRÓXIMAS  
PESQUISAS A SEREM  
REALIZADAS EM 2010 POR  
SUPERHÍPER, E AUMENTE A  
ASSERTIVIDADE DA SUA  
COMUNICAÇÃO AO TRADE!**



# Ficha Técnica

## COMERCIAL/PUBLICIDADE

### GERENTE COMERCIAL E DE MARKETING

Massimo Di Marco – [massimo@abras.com.br](mailto:massimo@abras.com.br)

### Executivos de contas

Alexandre Magno – [alexandre@abras.com.br](mailto:alexandre@abras.com.br)

César Martins – [cesar@abras.com.br](mailto:cesar@abras.com.br)

Érika Barioni – [erika@abras.com.br](mailto:erika@abras.com.br)

Hélio Loureiro – [hloureiro@abras.com.br](mailto:hloureiro@abras.com.br)

Tainá Nunes – [taina@abras.com.br](mailto:taina@abras.com.br)

### Representantes

Ceará: Izabel Cavalcanti – [izacalc@yahoo.com.br](mailto:izacalc@yahoo.com.br)

Rio de Janeiro: Américo Rocha - [americo.rocha@globo.com](mailto:americo.rocha@globo.com)

Sidney Robinson – [sidneybrobinson@yahoo.com.br](mailto:sidneybrobinson@yahoo.com.br)

Rio Grande do Sul: Marinez Pretto – [marinez.pretto@gmail.com](mailto:marinez.pretto@gmail.com)

Paraná e Santa Catarina – Valmir Ferreira – [valmirferreira1965@uol.com.br](mailto:valmirferreira1965@uol.com.br)

### Assistente Comercial

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

### Assistente Marketing

Maithê Oliveira – Telefone: (11) 3838-4517 – [marketing@abras.com.br](mailto:marketing@abras.com.br)

## ECONOMIA / PESQUISA

### GERENTE DE ECONOMIA E PESQUISA

Flávio Tayra

### Analista de Economia e Pesquisa

Elaine Castro

