

SUPERHÍPER

Supermercado on-line
É realidade e não tem
mais volta, segundo
Mercado Pago

Dose tripla
Saiba o que três
eventos, realizados
neste ano, trouxeram
de conhecimento
para seu negócio



Líderes de Vendas

17º estudo exclusivo da Nielsen mostra quais são as cinco marcas mais vendidas em sete áreas auditadas e que não podem faltar nas gôndolas de sua loja

Cardápio diversificado

Segmentação, sofisticação e praticidade são tendências de categorias de alimentos que se destacaram no ano passado

As categorias que compõem as cestas de alimentos são bastante distintas, mas algumas delas compartilham atributos e tendências que têm impulsionado as vendas como, a segmentação, a praticidade e a gourmetização.

As três categorias de mercearia salgada que mais tiveram destaque no Estudo Líderes de Vendas 2015 comparado a 2014, foram: molho refogado (10,2%), atum e bonito (9,6%) e tempero industrializado (3,4%). Todas elas possuem marcas líderes cujos portfólios são compostos por versões para atender a ocasiões e a demandas de consumo específicas.

No caso das duas primeiras, a segmentação mostra que, além de facilitar o dia a dia das pessoas, existe um esforço cada vez maior por parte dos fabricantes a fim de oferecer produtos capazes de trazer para a mesa dos consumidores a mesma sofisticação de um restaurante.

A concorrência na categoria de derivados de tomate, como molhos e extratos, é acirrada e inclui empresas como Cargill, Bunge e Fugini. Essa categoria está entre as dez mais importantes de produtos alimentícios não perecíveis de grande penetração domiciliar (mais de 70%) e com alta frequência de compra, segundo os próprios fabricantes.

Atual detentora das marcas Pomarola e Tarantella, a Cargill aposta forte na segmentação. Líder na categoria, Pomarola possui as linhas: Tradicional, Seu Toque Caseiro, Receita (pizza, parmesiana e bolonhesa), Receitas + (com um toque extra de azeite Gallo, que transforma

seu prato em um evento), Lévia (sabor menos ácido, 0% de gordura e leve em sódio) e Chef. Desenvolvida em parceria com a chef Carla Pernambuco, essa última linha é composta por um único molho que leva ingredientes como limão siciliano, azeite e manjeriço.

Por sua vez, a Bunge é dona da Etti e da Salsaretti. Atualmente, a Salsaretti possui três linhas: Dia a dia (tradicional, bolonhesa, manjeriço, azeitona e suço),

Melhores desempenhos (%) - mercearia salgada

Variação Volume Brasil

	2013 x 2014	2014 x 2015
Molho de tomate refogado	7,3	10,2
Óleo e azeite	1,6	1,6
Tempero industrializado	-1,0	3,4
Atum bonito	-2,5	9,6
Pelxe enlatado	14,7	2,7
Maionese	5,0	1,2
Massa alimentícia	-0,6	0,4

Fonte: Nielsen | Soundtrack



Especialidades (pizza, hot dog e parmegiana) e Gourmet (basílico, clássico, picante, ricota e oliva). A linha gourmet utiliza embalagem de vidro e ingredientes mais diferenciados.

Igualmente, a Gomes da Costa, marca da GDC que é líder no segmento de atuns, além de segmentar também oferece itens com apelo premium. É o caso dos filés de atum Gomes da Costa. Preparados com a parte

mais nobre do peixe e puro azeite de oliva extra virgem oferece uma qualidade compatível com o paladar de consumidores mais exigentes. Podem ser encontrados nas versões: azeite de oliva e azeite de oliva com alho e são ideais para várias receitas, desde entradas e aperitivos até o prato principal.

A empresa também está atenta à tendência da saudabilidade. Para acompanhá-la, lançou o atum com baixo teor de sódio que oferece uma redução de até 80% na concentração de sal, graças ao cuidado na seleção e preparação do pescado. Foi desenvolvido especialmente para aqueles que buscam uma alimentação mais saudável e equilibrada e também é ideal para quem tem hipertensão, segundo a companhia.

Em relação a temperos, a Ajinomoto é a dona das marcas líderes tanto na versão líquido/pasta com a Sabor A Mi quanto na de pó/tablete com a Sazón.

Sabor Ami está disponível em várias versões, entre elas: toque especial azeite e ervas e toque de cebola frita. No primeiro semestre do ano passado, a marca passou por uma reformulação visual: design em cores mais intensas, imagens mais apetitosas dos ingredientes e o selo de "O 1º do Brasil em vendas". Segundo a empresa, a modernização teve o objetivo de transmitir uma imagem mais clara da qualidade e dos benefícios do produto, além de reforçar sua liderança na categoria.

Desde 1988, a linha Sazón vem adicionando um toque diferenciado aos pratos preparados pelos consumidores brasileiros. Trata-se de uma combinação de temperos que realça e complementa o sabor e a cor da comida. E com um diferencial extra: sem monotonia. São mais de dez sabores diferentes para você fazer receitas com o que tiver em casa.

Para adoçar a vida

Ao separar as categorias de alimentos entre mercearia salgada e doce, nesta última, o Estudo Líderes de Vendas 2015, no contraponto entre o ano passado e 2014, mostra que as categorias que mais avançaram em vendas em volumes foram: creme de amendoim (14,3%), leite condensado (9,3%) e creme de leite (8,4%).

A categoria de creme de amendoim caiu no gosto de boa parte dos consumidores pelo apelo saudável. Tendo o amendoim como ingrediente principal, esse tipo de item é rico nas chamadas gorduras boas, além de energéticos. Há ainda versões que oferecem benefícios adicionais como número reduzido de calorias, alto teor de fibras, além de outras variedades que são livres de açúcar e de glúten.

Em relação ao leite condensado, é importante lembrar que, em 2014, a aposta em embalagens cartonadas,

Melhores desempenhos (%) - mercearia doce

	Variação Volume Brasil	
	2013 x 2014	2014 x 2015
Leite asséptico	4,4	4,3
Café em pó e grãos	1,6	4,3
Bolacha/biscoito	-0,3	2,3
Leite condensado	9,2	9,3
Açúcar	-7,5	5,3
Leite em pó	-2,9	3,6
Creme de leite	8,2	8,4
Complemento alimentar à base de cereais	-3,6	2,4
Creme de amendoim	19,8	14,3
Drops, caramelo e pastilha	1,4	3,9

Fonte: Nielsen | Soundtrack

mais econômicas e práticas do que as latas, garantiu a liderança de vendas na categoria.

Essa capacidade de se reinventar é um dos trunfos do segmento que é considerado maduro, dado o alto índice de penetração nos lares. O produto está presente no dia a dia dos brasileiros desde os anos 1920.

Nessa direção, no ano passado, as companhias Laticínios Bela Vista, dona da Piracanjuba, e Itambé resolveram apostar em versões de leite condensado e creme de leite sem lactose. Originalmente, os itens estão voltados a atender consumidores que têm restrições ao consumo da lactose, um carboidrato (açúcar) que está presente no leite e ao qual muitas pessoas são intolerantes. No entanto, é crescente o número de dietas que pregam o fim da ingestão da lactose.

No caso da Piracanjuba, os lançamentos integram a estratégia de expansão da linha zero lactose, que anteriormente era composta apenas por leite e bebida láctea.

Seguindo uma lógica semelhante, a Itambé também decidiu ampliar a linha Nolac de produtos sem lactose.

Na contramão da onda fitness, a Nestlé, que detém a liderança com a marca Moça, resolveu trazer de volta ao mercado a versão cremosa do leite condensado que pode ser degustada diretamente da lata com colher. E também permite a aplicação direta em coberturas e recheios. Segundo a empresa, o retorno de Moça Cremoso ao mercado brasileiro atende ao desejo dos fãs da marca que ficaram órfãos da versão quando ela foi retirada do portfólio.

Sempre atenta à demanda dos consumidores, em 2014, a marca Moça anunciou a chegada de sua nova lata, em formato slim e dotada do sistema Abre Fácil.

Ainda em relação às categorias leite condensado e creme de leite vale destacar que ambos são itens atrelados à chamada compra de abastecimento ou reposição. Características essas que tendem a beneficiar o formato das lojas de vizinhança, que se ajustam à necessidade do shopper de solucionar rapidamente essa demanda numa loja próxima.



Líderes de Vendas

Arroz - Tipo Branco

BRASIL

- 1ª CAMIL/CAMIL
- 2ª PRATO FINO/PIRAHY
- 3ª TIO JOÃO/JOSAPAR
- 4ª ROSALITO/CEREALISTA ROSALITO
- 5ª ALBARUSKA/ALBARUSKA

Top 5 45,1%

ÁREA 1

Nordeste

- 1ª TIO JOÃO/JOSAPAR
- 2ª TIO URBANO/AGRO IND. LTDA.
- 3ª BIJU/JOSAPAR
- 4ª CAMIL/CAMIL
- 5ª POP/CAMIL

Top 5

51,8%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

- PRATO FINO/PIRAHY
- TIA JU/TIA JU
- SEPE/COOP. TRITÍCOLA SEPEENSE
- SEMPRE & BOM/ICR CEREAIS
- TIO JOÃO/JOSAPAR

46,1%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

- TIO JOÃO/JOSAPAR
- PRATO FINO/PIRAHY
- CARRETEIRO/CAMIL
- MÁXIMO/MÁXIMO ALIMENTOS
- COPARROZ/CP AGRÍCOLA RIO PARDO

50,2%

ÁREA 4

Grande São Paulo

- CAMIL/CAMIL
- PRATO FINO/PIRAHY
- TIO JOÃO/JOSAPAR
- ROSA LITO/CEREALISTA ROSALITO
- ALBARUSKA/ALBARUSKA

77,2%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

- CAMIL/CAMIL
- PRATO FINO/PIRAHY
- ROSA LITO/CEREALISTA ROSALITO
- BROTO LEGAL/BROTO LEGAL
- TIO JOÃO/JOSAPAR

Top 5

50,0%

ÁREA 6

PR, SC e RS

- TIO JOÃO/JOSAPAR
- BLUE VILLE/SANTALÚCIA
- PRATO FINO/PIRAHY
- NAMORADO/SLC ALIMENTOS
- TIO URBANO/AGRO IND. LTDA.

49,1%

ÁREA 7

MS, GO e DF

- CRISTAL/CRISTAL ALIMENTOS
- TIO JOÃO/JOSAPAR
- TIO JORGE/CDA ALIMENTOS
- CAMIL/CAMIL
- CALIFÓRNIA/CRISTAL ALIMENTOS

57,0%

Líderes de Vendas

Arroz - Tipo Integral

BRASIL

- 1ª **TIO JOÃO/JOSAPAR**
- 2ª **PRATO FINO/PIRAHY**
- 3ª **RÁRIS/MARS BRASIL**
- 4ª **UNCLE BEN'S/MARS BRASIL**
- 5ª **CAMIL/CAMIL**

Top 5 **61,4%**

ÁREA 1

Nordeste

- 1ª **TIO JOÃO/JOSAPAR**
- 2ª **BIJU/JOSAPAR**
- 3ª **EMOÇÕES/NELSON WENDT**
- 4ª **CAMIL/CAMIL**
- 5ª **RÁRIS/MARS BRASIL**

Top 5

74,0%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

- PRATO FINO/PIRAHY
- 1ª **TIO JOÃO/JOSAPAR**
- UNCLE BEN'S/EFFEM
- CAMIL/CAMIL
- RÁRIS/MARS BRASIL

67,5%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

- MÁXIMO/MÁXIMO ALIMENTOS
- 1ª **TIO JOÃO/JOSAPAR**
- PRATO FINO/PIRAHY
- UNCLE BEN'S/MARS BRASIL
- RÁRIS/MARS BRASIL

76,2%

ÁREA 4

Grande São Paulo

- 1ª **TIO JOÃO/JOSAPAR**
- CAMIL/CAMIL
- RÁRIS/MARS BRASIL
- PRATO FINO/PIRAHY
- UNCLE BEN'S/MARS BRASIL

72,3%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

- 1ª **TIO JOÃO/JOSAPAR**
- 2ª **CAMIL/CAMIL**
- 3ª **PRATO FINO/PIRAHY**
- 4ª **RÁRIS/MARS BRASIL**
- 5ª **BLUE VILLE/SANTALÚCIA**

Top 5

57,6%

ÁREA 6

PR, SC e RS

- 1ª **TIO JOÃO/JOSAPAR**
- UNCLE BEN'S/MARS BRASIL
- URBANO/URBANO
- BLUE VILLE/SANTALÚCIA
- RÁRIS/MARS BRASIL

64,5%

ÁREA 7

MS, GO e DF

- 1ª **TIO JOÃO/JOSAPAR**
- 2ª **BIJU/JOSAPAR**
- RÁRIS/MARS BRASIL
- PRATO FINO/PIRAHY
- CAMIL/CAMIL

70,8%

Líderes de Vendas

Arroz - Tipo Parboilizado

BRASIL

- 1ª **TIO JOÃO/JOSAPAR**
- 2ª **URBANO/URBANO**
- 3ª **EMOÇÕES/NELSON WENDT**
- 4ª **CAMIL/CAMIL**
- 5ª **BURITI/COOPERATIVA JURITI**

Top 5 **41,5%**

ÁREA 1

Nordeste

- 1ª EMOÇÕES/NELSON WENDT
- 2ª URBANO/URBANO
- 3ª POP/CAMIL
- 4ª CAMIL/CAMIL
- 5ª **TIO JOÃO/JOSAPAR**

Top 5

62,7%

ÁREA 2

MG, ES, Interior RJ

- PRATO FINO/PIRAHY
- SEPE/COOP. TRITÍCOLA SEPEENSE
- TIO JOÃO/JOSAPAR**
- URBANO/URBANO
- CODIL/CODIL COOPERATIVA

64,9%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

- TIO JOÃO/JOSAPAR**
- CARRETEIRO/CAMIL
- PRINCESA/EXTREMO SUL
- PRÍNCIPE/CAMIL
- PRATO FINO/PIRAHY

59,8%

ÁREA 4

Grande São Paulo

- CAMIL/CAMIL
- TIO JOÃO/JOSAPAR**
- PRATO FINO/PIRAHY
- BLUE VILLE/SANTALÚCIA
- NAMORADO/SLC ALIMENTOS

32,3%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

- TIO JOÃO/JOSAPAR**
- CAMIL/CAMIL
- PRATO FINO/PIRAHY
- BLUE VILLE/SANTALÚCIA
- NAMORADO/SLC ALIMENTOS

Top 5

77,0%

ÁREA 6

PR, SC e RS

- BURITI/COOPERATIVA JURITI
- KIARROZ/FUMACENSE
- TIO JOÃO/JOSAPAR**
- URBANO/URBANO
- BLUE VILLE/SANTALÚCIA

58,1%

ÁREA 7

MS, GO e DF

- TIO JOÃO/JOSAPAR**
- CAMIL/CAMIL
- TIO JORGE/DA ALIMENTOS
- CRISTAL/CRISTAL ALIMENTOS
- URBANO/URBANO

76,1%

Alimentos



PEIXE ENLATADO (SARDINHA)

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5%
BRASIL	GOMES DA COSTA/GDC	COQUEIRO/CAMIL	83/GDC	PESCADOR/CAMIL	ROBINSON CRUSÓE/ROBINSON CRUSÓE	93,6
ÁREA 1	GOMES DA COSTA/GDC	COQUEIRO/CAMIL	83/GDC	PESCADOR/CAMIL	ROBINSON CRUSÓE/ROBINSON CRUSÓE	95,7
ÁREA 2	GOMES DA COSTA/GDC	COQUEIRO/CAMIL	83/GDC	RUBI/RUBI	PESCADOR/CAMIL	95,7
ÁREA 3	GOMES DA COSTA/GDC	COQUEIRO/CAMIL	PESCADOR/CAMIL	88/GDC	RUBI/RUBI	95,7
ÁREA 4	GOMES DA COSTA/GDC	COQUEIRO/CAMIL	83/GDC	ROBINSON CRUSÓE/ROBINSON CRUSÓE	PESCADOR/CAMIL	97,2
ÁREA 5	GOMES DA COSTA/GDC	COQUEIRO/CAMIL	83/GDC	ROBINSON CRUSÓE/ROBINSON CRUSÓE	PESCADOR/CAMIL	96,2
ÁREA 6	GOMES DA COSTA/GDC	COQUEIRO/CAMIL	83/GDC	PESCADOR/CAMIL	ROBINSON CRUSÓE/ROBINSON CRUSÓE	90,1
ÁREA 7	GOMES DA COSTA/GDC	COQUEIRO/CAMIL	83/GDC	RUBI/RUBI	BEIRA MAR/AMPEX	97,1

Gomes da Costa segue liderança e marca Pescador entra no ranking

PRATO SEMI PRONTO

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5%
BRASIL	TIO JOÃO/JOSAPAR	CALDO BOM/STIVAL ALIMENTOS	PASTAROTI/ANTAAR & SPA	RICE CUP/STIVAL ALIMENTOS	RISOTO INVERN/F & P SPA	83,2
ÁREA 1	TIO JOÃO/JOSAPAR	CALDO BOM/STIVAL ALIMENTOS	PASTAROTI/ANTAAR & SPA	RISOTO INVERN/F & P SPA	MASSA LEVE/MASSA LEVE	91,5
ÁREA 2	TIO JOÃO/JOSAPAR	PASTAROTI/ANTAAR & SPA	CALDO BOM/STIVAL ALIMENTOS	RICE CUP/STIVAL ALIMENTOS	RISOTO INVERN/F & P SPA	74,7
ÁREA 3	TIO JOÃO/JOSAPAR	PASTAROTI/ANTAAR & SPA	MASSA LEVE/MASSA LEVE	RISOTO INVERN/F & P SPA		89,4
ÁREA 4	TIO JOÃO/JOSAPAR	PASTAROTI/ANTAAR & SPA	CALDO BOM/STIVAL ALIMENTOS	RISOTO INVERN/F & P SPA		79,4
ÁREA 5	TIO JOÃO/JOSAPAR	PASTAROTI/ANTAAR & SPA	CALDO BOM/STIVAL ALIMENTOS	RICE CUP/STIVAL ALIMENTOS	RISOTO INVERN/F & P SPA	85,8
ÁREA 6	CALDO BOM/STIVAL ALIMENTOS	TIO JOÃO/JOSAPAR	RICE CUP/STIVAL ALIMENTOS	MASSA LEVE/MASSA LEVE	PASTAROTI/ANTAAR & SPA	83,5
ÁREA 7	TIO JOÃO/JOSAPAR	PASTAROTI/ANTAAR & SPA	RISOTO INVERN/F & P SPA	CALDO BOM/STIVAL ALIMENTOS	RICE CUP/STIVAL ALIMENTOS	91,8

Caldo Bom assume a vice-liderança e Pastarotti avança dois postos, chegando ao terceiro lugar

PURÊ/POLPA DE TOMATE

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5%
BRASIL	POMODORO/CARGILL	OLÉ/CONSERVAS OLÉ	POMAROLA/CARGILL	QUERO/KRAFT HEINZ	RAIOLA/IRMÃOS RAIOLA	41,8
ÁREA 1	QUERO/KRAFT HEINZ	POMODORO/CARGILL	POMAROLA/CARGILL	RAIOLA/IRMÃOS RAIOLA	TARANTELLA/CARGILL	45,9
ÁREA 2	SAN FREDIANO/BELPAESE	POMAROLA/CARGILL	MASTROIAN/LA VIOLETERA	POMODORO/CARGILL	PREDILECTA/PREDILECTA	57,1
ÁREA 3	POMODORO/CARGILL	OLÉ/CONSERVAS OLÉ	GRANORO/GRANORO	PREDILECTA/PREDILECTA	VERO POMODORO/VERO POMODORO	70,6
ÁREA 4	POMODORO/CARGILL	OLÉ/CONSERVAS OLÉ	RAIOLA/IRMÃOS RAIOLA	LA PASTINA/LA PASTINA	QUERO/KRAFT HEINZ	50,3
ÁREA 5	POMODORO/CARGILL	OLÉ/CONSERVAS OLÉ	LA PASTINA/LA PASTINA	POMAROLA/CARGILL	QUERO/KRAFT HEINZ	45,3
ÁREA 6	POMAROLA/CARGILL	PAGANINI/PAGANINI	MUTTI/MUTTI	MASTROIAN/LA VIOLETERA	QUERO/KRAFT HEINZ	49,5
ÁREA 7	POMAROLA/CARGILL	LA PASTINA/LA PASTINA	RAIOLA/IRMÃOS RAIOLA	POMODORO/CARGILL	QUERO/KRAFT HEINZ	37,8

Olé avança uma casa e chega à vice-liderança da categoria

SALGADINHO APERITIVO/BATATA

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5%
BRASIL	YOK/GENERAL MILLS	RUFFLES/PEPSICO	DORITOS/PEPSICO	CHEETOS/PEPSICO	FANDANGOS/PEPSICO	41,0
ÁREA 1	RUFFLES/PEPSICO	CHEETOS/PEPSICO	YOK/GENERAL MILLS	DORITOS/PEPSICO	FANDANGOS/PEPSICO	46,4
ÁREA 2	YOK/GENERAL MILLS	RUFFLES/PEPSICO	DORITOS/PEPSICO	CROQUES/BATATA CROQUES	CHEETOS/PEPSICO	37,6
ÁREA 3	YOK/GENERAL MILLS	RUFFLES/PEPSICO	LAYS/PEPSICO	DORITOS/PEPSICO	CHEETOS/PEPSICO	38,0
ÁREA 4	YOK/GENERAL MILLS	DORITOS/PEPSICO	RUFFLES/PEPSICO	LAYS/PEPSICO	CHEETOS/PEPSICO	44,2
ÁREA 5	YOK/GENERAL MILLS	DORITOS/PEPSICO	RUFFLES/PEPSICO	CHEETOS/PEPSICO	FANDANGOS/PEPSICO	40,5
ÁREA 6	YOK/GENERAL MILLS	RUFFLES/PEPSICO	DORITOS/PEPSICO	CHEETOS/PEPSICO	FANDANGOS/PEPSICO	42,7
ÁREA 7	YOK/GENERAL MILLS	RUFFLES/PEPSICO	DORITOS/PEPSICO	CHEETOS/PEPSICO	FANDANGOS/PEPSICO	43,5

Cheetos sobe para a quarta colocação e Fandangos entra no quinto posto

SOBREMESA EM PÓ (PUDIM/CREME/FLAN E MARIA-MOLE)

	1º	2º	3º	4º	5º	Top 5%
BRASIL	DR. OETKER/DR. OETKER	ROYAL/MONDE LÉZ	LOWÇUCAR/LIGHTSWEET	MUKY/BRETZKE	LINEA/SLIM	92,7
ÁREA 1	DR. OETKER/DR. OETKER	LINEA/SLIM	ROYAL/MONDE LÉZ	LOWÇUCAR/LIGHTSWEET	FLEISCHMANN/A B BRASIL	97,4
ÁREA 2	DR. OETKER/DR. OETKER	ROYAL/MONDE LÉZ	MUKY/BRETZKE	LINEA/SLIM	LOWÇUCAR/LIGHTSWEET	97,6
ÁREA 3	DR. OETKER/DR. OETKER	ROYAL/MONDE LÉZ	MUKY/BRETZKE	LOWÇUCAR/LIGHTSWEET	LINEA/SLIM	95,3
ÁREA 4	DR. OETKER/DR. OETKER	ROYAL/MONDE LÉZ	LINEA/SLIM	APTI/APTI	FLEISCHMANN/A B BRASIL	94,0
ÁREA 5	DR. OETKER/DR. OETKER	ROYAL/MONDE LÉZ	FLEISCHMANN/A B BRASIL	LINEA/SLIM	APTI/APTI	94,7
ÁREA 6	DR. OETKER/DR. OETKER	ROYAL/MONDE LÉZ	LOWÇUCAR/LIGHTSWEET	MUKY/BRETZKE	APTI/APTI	94,0
ÁREA 7	DR. OETKER/DR. OETKER	ROYAL/MONDE LÉZ	LOWÇUCAR/LIGHTSWEET	LINEA/SLIM	APTI/APTI	96,3

Linea entra na listagem das cinco mais vendidas no País após conquistar vice-liderança no Nordeste (Área1)

Líderes de Vendas

Prato Semipronto

BRASIL

- 1ª **TIO JOÃO/JOSAPAR**
 - 2ª **CALDO BOM/STIVAL ALIMENTOS**
 - 3ª **PASTAROTI/ANTAAR & SPA**
 - 4ª **RICE CUP/STIVAL ALIMENTOS**
 - 5ª **RISOTO INVERNI/F & P SPA**
- Top 5 **83,2%**

ÁREA 1

Nordeste

- 1ª **TIO JOÃO/JOSAPAR**
 - 2ª **CALDO BOM/ST VAL ALIMENTOS**
 - 3ª **PASTAROTI/ANTAAR & SPA**
 - 4ª **RISOTO INVERNI/F & P SPA**
 - 5ª **MASSA LEVE/MASSA LEVE**
- Top 5 **91,5%**

ÁREA 2

MG, ES, Interior RJ

- 1ª **TIO JOÃO/JOSAPAR**
 - 2ª **PASTAROTI/ANTAAR & SPA**
 - 3ª **CALDO BOM/STIVAL ALIMENTOS**
 - 4ª **RICE CUP/STIVAL ALIMENTOS**
 - 5ª **RISOTO INVERNI/F & P SPA**
- Top 5 **74,7%**

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

- 1ª **TIO JOÃO/JOSAPAR**
 - 2ª **PASTAROTI/ANTAAR & SPA**
 - 3ª **MASSA LEVE/MASSA LEVE**
 - 4ª **RISOTO INVERNI/F & P SPA**
- Top 5 **89,4%**

ÁREA 4

Grande São Paulo

- 1ª **TIO JOÃO/JOSAPAR**
 - 2ª **PASTAROTI/ANTAAR & SPA**
 - 3ª **CALDO BOM/STIVAL ALIMENTOS**
 - 4ª **RISOTO INVERNI/F & P SPA**
- Top 5 **79,4%**

ÁREA 5

Interior de São Paulo

- 1ª **TIO JOÃO/JOSAPAR**
 - 2ª **PASTAROTI/ANTAAR & SPA**
 - 3ª **CALDO BOM/ST VAL ALIMENTOS**
 - 4ª **RICE CUP/STIVAL ALIMENTOS**
 - 5ª **RISOTO INVERNI/F & P SPA**
- Top 5 **85,8%**

ÁREA 6

PR, SC e RS

- 1ª **CALDO BOM/STIVAL ALIMENTOS**
 - 2ª **TIO JOÃO/JOSAPAR**
 - 3ª **RICE CUP/STIVAL ALIMENTOS**
 - 4ª **MASSA LEVE/MASSA LEVE**
 - 5ª **PASTAROTI/ANTAAR & SPA**
- Top 5 **83,5%**

ÁREA 7

MS, GO e DF

- 1ª **TIO JOÃO/JOSAPAR**
 - 2ª **PASTAROTI/ANTAAR & SPA**
 - 3ª **RISOTO INVERNI/F & P SPA**
 - 4ª **CALDO BOM/STIVAL ALIMENTOS**
 - 5ª **RICE CUP/STIVAL ALIMENTOS**
- Top 5 **91,8%**

Líderes de Vendas

Açúcar Refinado

BRASIL

- 1ª **UNIÃO/CAMIL**
 - 2ª **CARAVELAS/GRUPO COLOMBO**
 - 3ª **GUARANI/GUARANI**
 - 4ª **DA BARRA/CAMIL**
 - 5ª **NEVE/CAMIL**
- Top 5 **86,6%**

ÁREA 1

Nordeste

- 1ª OLHO D'ÁGUA/USINA OLHO D'ÁGUA
 - 2ª ESTRELA/G. TAVARES DE MELO
 - 3ª UNIÃO/CAMIL
 - 4ª DUMEL/G. TAVARES DE MELO
 - 5ª BRANCA DE NEVE/COMABEL
- Top 5 80,0%

ÁREA 2

MG, ES, interior RJ

- 1ª UNIÃO/CAMIL
 - 2ª CARAVELAS/GRUPO COLÔMBO
 - 3ª GUARANI/GUARANI
 - 4ª DA BARRA/CAMIL
 - 5ª MASTERÇUCAR/WORLD BRASIL
- 96,4%

ÁREA 3

Grande Rio de Janeiro

- 1ª UNIÃO/CAMIL
 - 2ª CARAVELAS/GRUPO COLÔMBO
 - 3ª GUARANI/GUARANI
 - 4ª NEVE/CAMIL
 - 5ª DA BARRA/CAMIL
- 98,3%

ÁREA 4

Grande São Paulo

- 1ª UNIÃO/CAMIL
 - 2ª CARAVELAS/GRUPO COLÔMBO
 - 3ª DA BARRA/CAMIL
 - 4ª ALTO ALEGRE/ALTO ALEGRE
 - 5ª COMETA/GRUPO NOBRE
- 96,0%

ÁREA 5

Interior de São Paulo

- 1ª UNIÃO/CAMIL
 - 2ª CARAVELAS/GRUPO COLÔMBO
 - 3ª DA BARRA/CAMIL
 - 4ª GUARANI/GUARANI
 - 5ª ALTO ALEGRE/ALTO ALEGRE
- Top 5 94,3%

ÁREA 6

PR, SC e RS

- 1ª CARAVELAS/GRUPO COLOMBO
 - 2ª UNIÃO/CAMIL
 - 3ª DUÇULA/CAMIL
 - 4ª ALTO ALEGRE/ALTO ALEGRE
 - 5ª DA BARRA/CAMIL
- 88,7%

ÁREA 7

MS, GO e DF

- 1ª UNIÃO/CAMIL
 - 2ª CARAVELAS/GRUPO COLÔMBO
 - 3ª REI/PORTO NACIONAL
 - 4ª GLAÇUCAR/CAMIL
 - 5ª DA BARRA/CAMIL
- 89,9%