

SM

**SUPERMERCADO
MODERNO**

SM.COM.BR | JUNHO DE 2016 | ANO 47

5 6 5

mix MARCAS

Crise derruba líderes e vices em 2015

♦
*Na contramão, 34 marcas elevam
share of mind acima de 3 pontos percentuais*

♦
Ranking nacional e por região

♦
Share of mind das três primeiras colocadas

♦
Marcas líderes há quatro anos

CATEGORIAS • MIX • TOPFIVE

GUIA PRÁTICO DE SORTIMENTO
2016

mix *MARCAS*

Esta edição traz os resultados da Pesquisa de Reconhecimento de Marcas, realizada por *SM* anualmente. Nela, você verá que 2015 não foi fácil para a maioria. Nem mesmo as marcas líderes e vice-líderes, que têm maior poder de investimento, saíram ilesas da crise econômica. Em 123 categorias analisadas, 48 líderes e 35 vices perderam share of mind no ano passado. Em contrapartida, o estudo de *SM* também constatou que um grupo de 34 marcas conseguiu crescer na lembrança do varejista, apesar do cenário difícil. São marcas que investiram em tecnologia de produto ou que atuam em categorias em crescimento, entre outros fatores.

CATEGORIAS · MIX · TOPFIVE

GUIA PRÁTICO DE SORTIMENTO

2016

ENTENDA A PESQUISA

O estudo de marcas de SM, em sua 44ª edição, contou com a participação de 2.903 supermercadistas de todo o Brasil. Realizado entre julho e dezembro do ano passado, o levantamento mede a lembrança do varejista em relação às marcas. Eles apontam em questionário as três que acreditam ser as mais vendidas em suas lojas, em ordem de importância. Após receber os formulários preenchidos, SM atribui pesos às marcas conforme a ordem em que foram apontadas, dando origem ao *share of mind* de

cada uma. O passo seguinte foi classificá-las em ordem decrescente de índice de lembrança no total Brasil e em sete regiões do País. Esse trabalho deu origem ao ranking das marcas, que você encontra nesta edição. Elas estão divididas em 162 categorias de bens de consumo de massa e quatro de insumos e equipamentos. A edição Mix de Marcas é o segundo volume do Guia Prático de Sortimento. Também fazem parte dessa coleção o Guia de Categorias, publicado em maio por SM, e o Top Five, que circulará em agosto.



01

MERCEARIA DE ALTO GIRO

AÇÚCAR REFINADO	44	54	MAIONESE
ARROZ	44	54	MASSA SEM GLÚTEN
ARROZ INTEGRAL	44	54	MILHO DE PIPOCA PARA MICRO-ONDAS
ATUM EM LATA	46	56	MILHO VERDE EM CONSERVA
AZEITE	46	56	MOLHO DE SOJA
AZEITONA EM CONSERVA	46	56	MOLHO DE TOMATE
CAFÉ TORRADO E MOÍDO	48	58	MOSTARDA
CALDO EM PÓ	48	58	ÓLEO DE SOJA
CALDO EM TABLETE	48	58	ÓLEOS ESPECIAIS
CATCHUP	50	60	PALMITO EM CONSERVA
FARINHA DE TRIGO	50	60	SOPA EM ENVELOPE
FAROFA PRONTA TEMPERADA	50	60	SOPA INSTANTÂNEA
FEIJÃO	52	62	TEMPERO PRONTO EM PASTA
MACARRÃO	52	62	TEMPERO PRONTO EM PÓ
MACARRÃO INSTANTÂNEO	52	62	VINAGRE

GUIA PRÁTICO DE SORTIMENTO

2016

MERCEARIA DE ALTO GIRO

ARROZ INTEGRAL

ARROZ

ARROZ INTEGRAL

BRASIL

AL, BA, CE, PB, PE,
RN e SE

ES, MG e
INTERIOR DO RJ

GRANDE
RIO DE JANEIRO

GRANDE
SÃO PAULO

INTERIOR
DE SÃO PAULO

PR, SC e RS

AC, AP, AM, MT,
MS, DF, GO, MA,
PA, PI, RO, RR e TO

Açúcar Refinado

1 UNIÃO *	1 UNIÃO *	1 UNIÃO **	1 UNIÃO *	1 UNIÃO **	1 UNIÃO *	1 UNIÃO *	1 UNIÃO **
2 CARAVELAS	2 CORURIBE	2 GUARANI	2 CARAVELAS	2 DA BARRA	2 CARAVELAS	2 ALTO ALEGRE	2 DUÇULA
3 ALTO ALEGRE	3 OLHO D'ÁGUA	3 CLARO	3 GUARANI	3 CARAVELAS	3 ALTO ALEGRE	3 CARAVELAS	
4 DA BARRA		4 DA BARRA	4 NEVE	4 ALTO ALEGRE	4 DA BARRA	4 DUÇULA	
5 GUARANI		5 CARAVELAS		5 COMETA			
		5 NEVE					

DADOS PESQUISA SM

Índice de preferência das três primeiras marcas em 2015
66,03%

Líder há 4 anos consecutivos
UNIÃO

Maior evolução de preferência da marca em 2015 - pp⁽¹⁾
CARAVELAS – 3,3

Arroz

1 TIO JOÃO	1 TIO JOÃO	1 PRATO FINO	1 TIO JOÃO **	1 CAMIL *	1 TIO JOÃO	1 KIARROZ	1 CRISTAL
2 PRATO FINO	2 URBANO	2 CODIL	2 PRINCESA	2 PRATO FINO	2 CAMIL	2 RAMPINELLI	2 TIO JORGE
3 CAMIL	3 EMOÇÕES	3 TIO JOÃO	3 CARRETEIRO	3 TIO JOÃO	3 PRATO FINO	2 TIO JOÃO	3 BREJEIRO
4 URBANO	4 CAMIL	4 REI ARTHUR	4 COMBRASIL	4 SOLITO	4 ALBARUSKA	3 PRATO FINO	
	5 TIO MINGOTE	4 SEPÉ		5 BLUE VILLE	5 EMPÓRIO SÃO JOÃO	4 PANELOÇO	
	6 NAMORADO	5 PILECCO NOBRE			6 BROTO LEGAL	5 CHINÊS	
	7 BLUE VILLE	6 FANTÁSTICO			6 PILECCO NOBRE	6 URBANO	
		7 TIA JU			7 SABOROSO		

DADOS PESQUISA SM

Índice de preferência das três primeiras marcas em 2015
31,35%

Líder há 4 anos consecutivos
TIO JOÃO

Maior evolução de preferência da marca em 2015 - pp⁽¹⁾
URBANO – 1,7

Arroz Integral

1 TIO JOÃO	1 TIO JOÃO	1 TIO JOÃO	1 PRATO FINO *	1 CAMIL *	1 TIO JOÃO	1 BLUE VILLE	1 TIO JOÃO
2 PRATO FINO	2 URBANO	2 PRATO FINO	2 TIO JOÃO	2 TIO JOÃO	2 PRATO FINO	1 TIO JOÃO	2 URBANO
3 CAMIL	3 CAMIL	3 PILECCO NOBRE	2 UNCLE BENS	3 UNCLE BENS	3 PATÉKO	2 PRATO FINO	3 PRATO FINO
4 URBANO	4 MEU BIJU	4 CAMIL	3 MEU BIJU	4 PILECCO NOBRE	4 ALBARUSKA	3 ZAELI	4 TIO JORGE
5 PILECCO NOBRE	5 EMOÇÕES			4 RÁRIS	5 ROSALITO	4 PILECCO NOBRE	4 ZAELI
6 ZAELI	6 ZAELI			5 SOLITO	6 SOLITO		5 YOKI MAIS VITA
				6 PRATO FINO			

DADOS PESQUISA SM

Índice de preferência das três primeiras marcas em 2015
36,64%

Líder há 4 anos consecutivos
NENHUMA

Maior evolução de preferência da marca em 2015 - pp⁽¹⁾
PILECCO NOBRE – 4,9

• Dados sobre evolução do índice de preferência de marca, índice de preferência das três primeiras marcas e líder há quatro anos consecutivos são da 44ª Pesquisa de Reconhecimento de Marcas.
• pp(1) – pontos percentuais/penas variação acima de 1,00 pp • *entre 30% e 49% das menções • **acima de 50% das menções
• ND(2) – Dados não disponíveis • Índice de preferência das três primeiras marcas corresponde a resultados Brasil • Informações não submetidas a testes de validação estatística.