SUPERHiPER MEU FORNECEDOR

45 anos abras Brasil

Guia oficial 2013

de fornecedores do setor supermercadista

Classificação das empresas, de acordo com estudo exclusivo da Kantar Worldpanel

Por Marlucy Lukianocenko

As principais indústrias à sua DISPOSIÇÃO

SuperHiper Meu Fornecedor chega à sua terceira edição com importantes informações e dados atualizados para facilitar a vida do comprador e do supermercadista no contato com os principais fabricantes do segmento alimentar do País

O Guia Meu Fornecedor traz, pela terceira vez consecutiva, um cenário realista sobre os fabricantes de categorias de alto giro das cestas de alimentos, refrigerados, bebidas, higiene e beleza, limpeza e bazar, que estão de fato na casa dos consumidores, por meio de suas marcas. Instrumento para uso cotidiano de compradores das redes e de supermercadistas em geral sua utilidade vai muito além da consulta. A partir dos dados levantados pela empresa e parceira neste estudo, Kantar Worldpanel, verificamos o quanto ainda há de oportunidades para que categorias adentrem os lares brasileiros. Também é nítida a percepção da mudança de comportamento das pessoas neste estudo quando analisadas as categorias, principalmente da mesma cesta de produtos. Ano a ano, constatamos a introdução de mais categorias em

suas cestas de consumo e em alguns casos a migração de categorias até maduras e consolidadas para outras que trazem algum diferencial, seja por maior valor agregado, conveniência, etc. Como exemplo, dá para citar o suco concentrado que tem reduzido participação. Entre 2011 e 2012 perdeu 2,1 pontos percentuais de lares, chegando a 29,8% no total. Já o suco pronto para beber, no mesmo período, registrou 4,2 pontos percentuais de aumento e foi adquirido por 65,4% dos lares.

O detergente em pó para roupas é um dos produtos que estão em quase todos os lares brasileiros, 99,1% para ser mais exata, mas em 2010 estava em 99,3% dos lares. A boa notícia é que a queda é muito leve, indica praticamente estabilidade e vai demorar ainda muito tempo para que a categoria perca tamanha representatividade nos lares e consequentemente nas lojas de supermercados, se perder. Em contrapartida, consumidores agregam outra categoria com a mesma função à sua cesta de compras, tanto que o detergente líquido para roupas vem se destacando à medida que mais empresas investem, e lançam opções. Desde nossa primeira publicação *SH Meu Fornecedor* – ano base 2010 – essa categoria ampliou a presença nos lares em 15,3 pontos percentuais no acumulado de dois anos e hoje é comprado por 29% da totalidade de residências do País. Sem contar que o gasto médio subiu 24% entre 2011 e 2012.

Enfim, há muitas possibilidades de análises e prospecção para ter o produto ideal nas gôndolas, aquele que o consumidor quer ter em sua casa. Além de todas as informações dos cinco principais fabricantes de mais de 100 categorias, todas as cestas de produtos trazem uma análise do que ocorreu no primeiro semestre e sobre como a indústria está se preparando para o segundo.

ANÁLISES

Apesar de a economia no Brasil dar sinais de perda de fôlego e algumas áreas colocarem o pé no freio, a indústria que está dentro do supermercado – ou melhor, de alimentos, bebidas, limpeza e higiene – parece não ter esmorecido. Ao contrário, maioria cresceu acima do Produto Interno Bruto (PIB) do País em 2012 e caminha para superar o índice novamente, apesar de alguns percalços que estão citados em nossas análises nas aberturas que encabeçam cada listagem dessa edição.

O nosso intuito com esse trabalho é que a parceria entre supermercados e fornecedores seja cada vez mais forte, para driblar qualquer contratempo. Por isso, Kantar e SuperHiper colocam nas mãos dos supermercadistas informações preciosas.

Além de saber quantos lares consomem cada produto, destacando que cada ponto percentual representa 440 mil lares *(veja metodologia)*, o *Guia SuperHiper Meu Fornecedor* apresenta quais são os principais fornecedores das marcas de 107 categorias.

Vale destacar que para chegar ao resultado de classificação, o estudo elaborado pela Kantar Worldpanel leva em conta a somatória das marcas de cada empresa presentes nos lares, independentemente do canal em que o produto foi adquirido. A colocação de primeiro até o quinto classificado é mostrado no total Brasil e também regionalmente.

O supermercadista tem o contato das indústrias (razão social/endereço/site/telefone/suas marcas em cada categoria), literalmente à sua mão, e ainda sabe quais foram as principais movimentações de cada uma dessas empresas durante o último ano, seja investindo em categorias, em campanhas, em aquisições, entre outras ações.

Metodologia

Entenda as informações e a classificação das empresas da publicação *Meu Fornecedor*, obtidas a partir dos trabalhos da Kantar Worldpanel, da equipe do Departamento de Cadastro da Abras e jornalistas

A publicação *"SuperHiper Meu Fornecedor"* é um Guia Qualificado que traz importantes informações estratégicas para a gestão dos supermercados.
Para que cada fabricante conste na publicação, a classificação se dá a partir de dados inéditos de participação do total de marcas das empresas por presença nos lares brasileiros no ano de 2012 em cada uma das mais de 100 categorias de produtos, de acordo com a Kantar Worldpanel.
É um Ranking de Penetração da somatória das Marcas nos Lares, com o serviço de dados cadastrais para agilizar o contato com as empresas. Ele também traz informações sobre movimentações de cada empresa no último ano, como fusões, aquisições de marcas ou lançamentos de produtos, campanhas, dados históricos, entre outros.

CLASSIFICAÇÃO

Para obter a classificação das empresas – do primeiro ao quinto colocado em cada uma das categorias de produtos – a Kantar Worldpanel, por meio do seu produto Consumer Book (que identifica por quantos lares um produto foi adquirido num determinado período, especificamente de janeiro a dezembro de 2012), somou a participação das marcas de cada empresa, determinando assim a classificação por quantidade de lares atingidos no País e regionalmente, de acordo com as áreas Kantar Worldpanel.

- Ranking de Penetração - O ranking é definido pela penetração das marcas no último ano (2012) dos cinco primeiros fabricantes em ordem decrescente para o Total Brasil e regiões. Cada fabricante é classificado pela somatória de todas as marcas que compõem o seu portfólio.
- Cada ponto percentual de penetração representa 440 mil domicílios brasileiros

DELIMITAÇÃO REGIONAL GEOGRÁFICA REPORTADA

As informações de mercado abrangem as delimitações geográficas regionais brasileiras definidas pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), por meio do levantamento regular, em que são visitados 8,2 mil domicílios semanais em cidades com mais de 10 mil habitantes, com exceção da Região Norte, cuja pesquisa é realizada em cidades com mais de 200 mil habitantes. A área coberta pela Kantar Worldpanel corresponde a 81% da população domiciliar brasileira e representa 91% do potencial de consumo nacional.

a. Norte e Nordeste
Rondônia, Acre, Amapá, Amazonas e Pará (Piauí, Maranhão, Ceará, Alagoas, Pernambuco, Paraíba, Rio Grande do Norte, Sergipe e Bahia). Apenas na Região Norte cidades com mais de 200 mil habitantes (Rio Branco, Manaus, Macapá, Belém, Ananindeua, Benevides, Marituba, Santa Bárbara do Pará e Porto Velho).

b. Centro- Oeste
Goiás, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Brasília.

c. Leste
Minas Gerais, Espírito Santo, Interior do Rio de Janeiro.

d. Grande Rio de Janeiro
Região Metropolitana do RJ, segundo critério do IBGE.

e. Grande São Paulo
Região Metropolitana de SP, segundo critério do IBGE.

f. Interior de São Paulo
Interior e Litoral de SP com municípios de 10 mil habitantes, segundo critério do IBGE.

g. Sul
Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul.

CANAIS REPORTADOS

A Kantar Worldpanel reporta todos os canais, independentemente de porte ou formalidade, utilizando a seguinte classificação:

Grandes Redes
É composto por todas as bandeiras dos cinco maiores grupos brasileiros, segundo o critério de classificação do Ranking Abras, a saber: Grupo Pão de Açúcar, Grupo Carrefour, Grupo Walmart, Cencosud e Cia. Zaffari

Outro Autosserviço
É composto por todos os outros autosserviços, independentemente do seu porte (incluindo supermercados/pequeno varejo, etc.).

Varejo Tradicional
Mercearias, mercadinhos, bares, cafés, restaurantes, padarias, confeitarias, etc. Farmácia/Drogaria/ Perfumarias - São consideradas todas as farmácias, drogarias e perfumarias do País.

Porta a Porta
Incluem-se neste canal todas as compras realizadas por catálogo, sacoleiras e granel nos domicílios brasileiros.

Outros Canais
Quaisquer outros canais de compra de categorias de produto como Lojas de Departamentos e Lojas Especializadas Pet Shop, Bonbonnière, Lojas de Calçados, Lojas de Presentes, Lojas de venda direta (de cosméticos, por exemplo), internet, etc., e canais informais como Camelôs e Feiras Livres.

INFORMAÇÕES REPORTADAS POR CATEGORIA

1. Penetração/ano (%)
É o percentual de lares que efetuaram ao menos uma compra no período de um ano. A variação entre 2011 para 2012 é apresentada em pontos percentuais (p.p), sendo que cada ponto percentual equivale a 440 mil domicílios.

2. Gasto Médio domiciliar/ano
É o desembolso por domicílio comprador medido no período de 1 (um) ano, em R$. A variação é medida em percentual (%)

3. Frequência de Compras
É o número médio de viagens que cada domicílio faz aos pontos de venda em um ano para comprar a categoria.

4. Variação dos indicadores 2012 versus 2011
A variação é o número de crescimento ou queda comparado com o ano anterior. A variação é medida em percentual (%)

DADOS DE MOVIMENTAÇÃO DAS EMPRESAS

Publicação traz dados do histórico dos principais acontecimentos das empresas mencionadas - informações obtidas por jornalistas a partir de pesquisas, entrevistas com profissionais das empresas, assessores de imprensa, releases, portais das empresas, etc.

DADOS CADASTRAIS

Responsabilidade e Coordenação - Departamento de Cadastro e Comercial

AÇÕES DA EQUIPE COMERCIAL (período de maio/2012 a julho/2012)

- Contato com cada fornecedor (setor de Trade Marketing/Gerentes/ Diretores)
- Abordagem sobre o Projeto SH Meu Fornecedor e solicitação de atualização de dados cadastrais
- Envio de formulário e autorização para preenchimento dos dados
- Cobrança e confirmação dos dados enviados pelas empresas nas planilhas

EQUIPE DEPARTAMENTO DE COMERCIAL

- Apoio: executivos da área comercial da Abras (a partir de maio/2013)
- Atualização e conferência de dados: Márcia Bicudo
- Gerência e coordenação dos dados comerciais: Alexandre Magno

OBSERVAÇÕES

- Classificações em que constam duas ou três empresas se justificam pela pontuação das marcas, estabelecida pela Kantar Worldpanel conforme critérios estatísticos.
- Todas as informações de penetração nos lares se referem ao ano de 2012
- No caso das empresas em que aquisições ou fusões foram realizadas no final de 2012 ou primeiro semestre de 2013, os dados são declarados separadamente, pois se referem a 2012, desde que a categoria seja mantida no portfólio. Em todas elas consta a devida explicação. Na maioria dos casos as operações estão sendo reorganizadas pelas companhias.