

ABEP – Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa. **Critério de Classificação Econômica Brasil**, 2014. São Paulo, 2014. Disponível em: <<http://www.abep.org>>. Acesso em: 25 fevereiro 2014.

AJZENTAL, A. **História do Pensamento em Marketing**. São Paulo: Saraiva, 243 p. 2010.

APAS – Associação Paulista de Supermercados. **Pesquisa Tendências do Consumidor 2012**, 2012. Disponível em: <http://www.portalapas.org.br/imagens/indicadores/APAS_Coletiva-de-Imprensa-2012>. Acesso em: 9/10/2013.

ALBA, J. W.; CHATTOPADHYAY, A. Effects of context and part-category cues on recall of competing brands. **Journal of Marketing Research (JMR)**. v. 22, n. 33, p. 340-49, August 1985.

ALMEIDA, M. Quebra Operacional e Erros Administrativos: a Parte do Lucro que é Jogada no Lixo. **Trabalho de Conclusão de MBA**. IBGEN, 2011. Disponível em: <<http://www.ibgen.com.br/novo/mundodagestao/ed02/pb-Mauro.pdf>>. Acesso em: 10/03/2014

ASSAD, M. M. N.; ARRUDA, M. C. Consumidor de baixa renda: o modelo de dinâmica do processo de compra. In: Encontro Anual da Associação Nacional de Programas de Pós-Graduação em Administração - ENANPAD, 30. 2006, Salvador, **Anais...** Salvador: ANPAD, 2006.

BARKI, E.; PARENTE, J. **Consumer behaviour of the base of the pyramid market in Brazil**. Greener Management International, Greenleaf Publishing, 2010.

BARRETO, F.; BOCHI, R.; ABRAMIVICZ, P. **Mercados pouco explorados: descobrindo a classe C**. The Boston Consulting Group (BCG). 2002.

BARROS, C. **Trocas, hierarquia e mediação**: as dimensões culturais do consumo em um grupo de empregadas domésticas. 2007. Tese (Doutorado em Administração) – UFRJ, Rio de Janeiro, 2007.

_____.; ROCHA, E. Lógica de consumo em um grupo das camadas populares: uma visão antropológica de significados culturais. In: Encontro Anual da Associação Nacional de Programas de Pós-Graduação em Administração - ENANPAD, 31. 2007, Rio de Janeiro, **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2007.

BELONAX, J. A. **Decision rule uncertainty, evoked set size, and information variability**. Advances in Consumer Research, v. 6, 1979.

BEN-AKIVA, M.; BOCCARA, B. Discrete choice models with latent choice sets. **International Journal of Research in Marketing**, v. 12, n. 1, p. 9-24, 1995.

BRISOUX, J. E.; LAROCHE, M. **Evoked set formation and composition: an empirical investigation under a routinized response behavior situation**. *Advances in Consumer Research*, v. 8, p. 357-361, 1981.

BETTMAN, J.; JOHNSON, E.; PAYNE, J.. Consumer Decision Making (chapter 2). In: ROBERTSON, T.; KASSARJIAN, H. **Handbook of Consumer Behavior**. Prentice Hall, 614p. 1991.

CAMPBELL, B. M. **The Existence of Evoked Set and Determinants of It's Magnitude in Brand Choice Behavior**. Unpublished doctoral dissertation, New York : Columbia University, 1969.

CASTILHOS, R. B. Subindo o Morro: Consumo, Posição Social e Distinção Entre Famílias de Classes Populares. In: Encontro Anual da Associação Nacional de Programas de Pós-Graduação em Administração - ENANPAD, 31., 2007, Rio de Janeiro, **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2007.

CHAUVEL, M. A.; MATTOS, M. P. A. Z. Consumidores de baixa renda: uma revisão de estudos feitos no brasil. **Cadernos EBAPE.BR**, v. 6, n. 2, Jun. 2008.

COPELAND, M. T. **Relation of consumers' buying habits to marketing methods**. *Harvard Business Review*, v.1, n. 3, p. 282-289, 1923.

CROMPTON, J. L.; ANKOMAH, P. K. Choice set propositions in destination decisions. **Annals of Tourism Research**, v. 20, n. 3, p. 461-476, 1993.

D'ANDREA, G.; LUNARDINI, F. **Dentro de la mente y del bolsillo del consumidor latinoamericano**. *Harvard Business Review America Latina*, p. 42-49, Outubro 2005.

_____.; STENGEL, E. A.; GOEBEL-KRSTELJ, A. **6 Truths about Emerging-Market Consumers**. *Strategy+Business*, v. 10, n. 34, 2004.

DRAKE, J. R.; HALL, D. J.; BYRD, T. A. The importance of individual characteristics on consideration sets for online auction buyers. **Journal of theoretical and applied electronic commerce research**, v. 7, n. 2, p. 13-30, 2012.

ENGEL, J. F.; BLACKWELL, R. D.; MINIARD, P. W. **Consumer Behavior**. Chicago: Dry den, 1995.

ECR BRASIL – **Relatório de Gerenciamento por Categorias - Sortimento**, 2013. Disponível em: <http://www.ecrbrasil.com.br/ecrbrasil/page/gc_sortimento.asp>. Acesso em: 9/10/2013.

FERREIRA, P. R. A. **O processo de globalização do varejo de massa e as lutas competitivas: o caso do setor supermercadista no Brasil**. 2013. Dissertação (Mestrado em Administração) - COPPEAD, Rio de Janeiro, 2013

GRØNHAUG, K. Some factors influencing the size of the buyer's evoked set. **European Journal of Marketing**, v. 7, n. 3, p. 232-241, 1973-74.

_____.; TROYE, S. V. Exploring the Content of Evoked Set in Car Buying; **Marketing in the 90's: Changes and Challenges**. Chicago: American Marketing Association, p. 143-147, 1983

GROSSI, P.; MOTTA, P. C.; HOR-MEYLL, L. F. O risco percebido na compra de alimentos pro consumidores de baixa renda. In: ENCONTRO DE MARKETING DA ANPAD, 3., 2008, Curitiba, **Anais...** Curitiba: ANPAD, 2008.

GRUCA, T. S. **Determinants of choice set size: an alternative method for measuring evoked sets**. *Advances in Consumer Research*. v. 16, p. 515-521, 1989.

HAIR Jr, J. F. *et al.* **Fundamentos de Pesquisa de Marketing**. Porto Alegre: Bookman, 2010. 408p.

HART, S.; PRAHALAD, C. K. **The Fortune at the Bottom of the Pyramid**. *Strategy+ Business*, v. 26, p. 54-67, 2002.

HAUSER, J. R. Consideration-set heuristics. **Journal of Business Research**, v. 67, p. 1688-1699, 2014.

_____. *et al.* Disjunctions of conjunctions, cognitive simplicity, and consideration sets. **Journal of Marketing Research**, v. 47, n. 3, p. 485-496, 2010.

_____.; WERNERFELT, B. An evaluation cost model of consideration sets. **Journal of Consumer Research**, v. 16, n. 4, p. 393-408, March 1990.

HOMANS, R. E.; MADDOX, R. N.; MAY, F. E. Correlates of the level of decision processing for automobiles. In: **Proceedings of the American Institute of Decision Sciences**. p. 198-200, 1977.

HOWARD, J. A. **Consumer Behavior: Application of Theory**. New York: McGraw Hill, 1977.

_____. **Marketing Management: Analysis and Planning**, Homewood - Illinois: Richard D Irving Co., 1963.

_____.; SHETH, J. **The Theory of Buyer Behavior**. New York : Wiley, 1969.

INSTITUTO PAULO MONTENEGRO, **Pesquisa de Indicador de Analfabetismo Funcional 2011-2012**, Disponível em: <http://www.ipm.org.br/ipmb_pagina.php?mpg=4.02.01.00.00&ver=por>. Acesso em: 03/01/2014.

JARVIS, L. P.; WILCOX, J. B. Evoked set size - some theoretical foundations and empirical evidence. In: **Combined Proceedings**, ed. GREER, T. V. Chicago: American Marketing Association, 1973.

KEMPEN, L. V. **Are the poor willing to pay a premium for designer labels? A field experiment in Bolivia**. *Oxford Development Studies*. v. 32, p. 205, 2004

KIKUCHI, F. **Influence of product life cycle stage on consideration set size: the case of 'think products'**. The Marketing Review, v. 10, n. 1, p. 41-55, 2010.

KLENOSKY, D. B.; RETHANS, A. J. **The formation of consumer choice sets: a longitudinal investigation at the product class level**. Advances in Consumer Research, v. 15, n. 1, p. 13-18, 1988.

LAROCHE, M.; KIM, C.; MATSUI, T. Which decision heuristics are used in consideration set formation? **Journal of Consumer Marketing**, v. 20, n. 3, p. 192-209, 2003.

MACHADO, M. D. Resultados do varejo vão além das vendas. Portal Prevenir Perdas. Disponível em:

<http://www.prevenirperdas.com.br/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=314:resultados-do-varejo-vao-alem-das-vendas&catid=2:prevencao-de-perdas&Itemid=8>. Acesso em: 10/03/2014

MADDOX, R. N. *et al.* **Correlates of information gathering and evoked set size for new automobile purchasers in Norway and the U.S.** Advances in Consumer Research, v. 5, p. 167-170, 1978.

MARCH, J. G.; SIMON, H. A. **Organizations**. Nova Iorque: John Wiley & Sons, 1958.

MATTOS, M. P. A. Z. **O consumidor de baixa renda e sua relação com as marcas no processo de decisão de compra de refrigerante e sabão em pó**. 2007. Dissertação (Mestrado em Administração) - PUC-Rio, Rio de Janeiro, 2007

MAY, F. E. **Evoked set formation and composition: the learning and information processing hypotheses**. Advances in Consumer Research, v. 6, p. 222-226, 1979.

_____.; HOMANS, R. E. **Evoked set size and the level of information processing in product comprehension and choice criteria**. Advances in Consumer Research, v. 4, n.1, p. 172-175, 1977.

_____.; _____.; MADDOX, R. N. Dimensions of problem solving behavior in new automobile purchases, In: **Proceedings of 4th International Research in Marketing**, Semanque Abbey, France: Institut D'Administration des Enterprises, 1977b.

_____.; _____.; _____. **Evaluative criteria and cognitive style**. Proceedings of the Southwestern Marketing Association, Dallas, Texas, 1978.

McGUIRE, W. J. Some internal psychological factors influencing consumer choice. **Journal of Consumer Research**, v. 2, n. 4, p. 302-319, Mar. 1976.

MILLER, G. A. **The magic number seven, plus or minus two: some limits on our capacity for processing information**. The Psychological Review, v. 63, p. 81-97, March 1956.

MOTTA, P. C.; CASARIN, T. How low-income consumers increase the amount of food to share with more. In: **6th Global Conference on Business & Economics**. 2006.

MUNDT, K.; DAWES, J. Consideration sets for financial services brands. **Journal of Financial Services Marketing**, v. 14, n. 3, p. 190-202, dec.2009.

NARAYANA, C. L.; MARKIN, R. J. Consumer behavior and product performance: an alternative conceptualization. **The Journal of Marketing**, v. 39, n. 4, p. 1-6, 1975.

NEDUNGADI, P. **Formation and use of a consideration set**: implication for marketing and research on consumer choice. Dissertation for the degree in Doctor Philosophy. Florida University, 1987.

_____. Recall and consideration sets: influencing choice without altering brand evaluations. **Journal of Consumer Research**, v. 17, p. 263-276, Dec. 1990.

NERI, M. C. **A Nova Classe Média. O lado brilhante da base da pirâmide**. São Paulo: Saraiva, 312 p. 2011.

_____. **Você no mercado de trabalho**. Centro de Políticas Sociais, Fundação Getulio Vargas, 2008

O'NEILL, J. **Building Better Economic BRICs**. Global Economics Paper n. 66. Goldman Sachs & Co., 2001.

OSTLUND, L. E. Evoked set size: some empirical results. **Combined Proceedings**, editor Thomas V. Greer, Chicago: American Marketing Association, p. 226-30, 1973.

PARENTE, J. G.; BARKI, E.; KATO, H. Consumidor de baixa renda: desvendando as motivações no varejo de alimentos. In: Encontro Anual da Associação Nacional de Programas de Pós-Graduação em Administração - ENANPAD, 29., 2005, Brasília, **Anais...** Brasília: ANPAD, 2005.

PARKINSON, T. L.; REILLY, M. **An information processing approach to evoked set formation**. *Advances in Consumer Research*, v. 6, n. 1, p. 227-231, 1979.

PARRA, J. F.; RUIZ, S. **Consideration sets in online shopping environments: the effects of search tool and information load**. *Electronic Commerce Research And Applications*, v. 8, n. 1/6, p. 252-262, 2009.

PAULSEN, M.; BAGOZZI, R. P. **A self-regulatory model of consideration set formation**. *Psychology & Marketing*, v. 22, n. 10, p. 785-812, 2005.

PAYNE, J. W. **Task complexity and contingent processing in decision making: an information search and protocol analysis**. *Organizational Behavior and Human Performance*. v. 16, n. 2, p. 366-387, 1976.

_____.; BETTMAN, J. R.; JOHNSON, E. J. **Behavioral decision research: a constructive processing perspective**. *Annual Review of Psychology*, v. 43, n. 1, p. 87-131, 1992.

PRADO, K. P. L. A. **Preferência da marca no processo de decisão de compra: um estudo exploratório no segmento de baixa renda.** 2008. 332 f. Tese (Doutorado em Administração) - USP, São Paulo, 2008.

PRAHALAD, C. K. **A Riqueza na Base da Pirâmide: Como Erradicar a Pobreza Com o Lucro.** Porto Alegre: Bookman, 2005.

_____.; HAMMOND, A. **Serving the world's poor, profitably.** Harvard Business Review, v. 80, n. 9, p. 48-59, 2002.

_____.; HART, S. L. **Strategies for the bottom of the pyramid: creating sustainable development.** Ann Arbor, v. 1001, p. 48109, 1999.

PUNJ, G.; MOORE, R. Information search and consideration set formation in a web-based store environment. **Journal of Business Research**, v. 62, n. 6, p. 644-650, 2009.

RAGAN, V. K. *et al.* (org), **Business Solutions For The Global Poor: Creating Social and Economic Value.** San Francisco: Jossey-Bass, 2007.

RANJBARIAN, B.; KIA, M. The influence of personality traits on consideration set size. **European Journal of Social Sciences**, v. 15, n. 2, p. 262-269, 2010.

REILLY, M.; PARKINSON, T. L. **Individual and Product Correlates of Evoked Set Size For Consumer Package Goods.** Advances in Consumer Research. v. 12, p. 492-497, 1985.

REIS, P. G. **Consumo de alimentos: o risco no comportamento dos consumidores de baixa renda no Brasil.** Dissertação (Mestrado em Administração) - PUC, Rio de Janeiro, 2006.

ROBERTS, J. H.; LATTIN, J. M. Development and testing of a model of consideration set composition. **Journal of Marketing Research (JMR)**, v. 28, n. 4, p. 429-440, 1991

ROCHA, A.; SILVA, J. F. Consumo na Base da Pirâmide – Um Desafio Empresarial. In: ROCHA, A.; SILVA, J. (orgs.) **Consumo na Base da Pirâmide – Estudos Brasileiros**, Rio de Janeiro: Maua X, 2009.

_____.; _____.; Inclusão Social e Marketing na Base da Pirâmide, **RAE eletrônica**, v. 7, n. 2, Art.23, jul/dez. 2008

ROCHA, E. Invisibilidade e Revelação: Camadas Populares, Cultura e Práticas de Consumo. In: ROCHA, A.; SILVA, J. (orgs.) **Consumo na Base da Pirâmide – Estudos Brasileiros**, Rio de Janeiro: Maua X, 2009.

ROCHA, T. P. M. **Compra de Alimentos por Consumidores de Baixa Renda: Comportamentos no Ponto de Venda.** Dissertação (Mestrado em Administração) - PUC-Rio, Rio de Janeiro, 2011.

SALVATO, M. A. *et al.* **O impacto da escolaridade sobre a distribuição de renda.** Estud. Econ., São Paulo, v. 40, n. 4, Dec. 2010.

SHUGAN, S. M. The cost of thinking. **Journal of consumer Research**, v. 7, n. 2, p. 99-111, Sep. 1980.

SILVA, H. M. R.; PARENTE, J. G. O mercado de baixa renda em São Paulo: um estudo de segmentação baseado no orçamento familiar. In: Encontro Anual da Associação Nacional de Programas de Pós-Graduação em Administração - ENANPAD, 31., 2007, Rio de Janeiro, **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2007.

SOLOMON, M. R. **O comportamento do consumidor: comprando, possuindo e sendo**. 9ª. Ed. Porto Alegre: Bookman, 2011

SUH, J. -C. **The role of consideration sets in brand choice: the moderating role of product characteristics**. *Psychology & Marketing*, v. 26, n. 6, p. 534-550, 2009.

VAN KEMPEN, L. **Are the Poor Willing to Pay a Premium for Designer Labels? A Field Experiment in Bolivia**. *Oxford Development Studies*, v. 32, n. 2, p. 205-24. 2004.

VIOT, C. Subjective knowledge, product attributes and consideration set: a wine application. **International Journal of Wine Business Research**, v. 24, n. 3, p. 219-248, 2012.

VROOMEN, B.; HANS FRANCES, P.; VAN NIEROP, E. Modeling consideration sets and brand choice using artificial neural networks. **European Journal of Operational Research**, v. 154, n. 1, p. 206-217, 2004.

WILLIAMS, T. G.; ETZEL, M. J. **An investigation and extension of the evoked set concept applied to consumer durables**. Proceedings of the Southern Marketing Association Conference, H. Nash and D. Robin, eds., Department of Marketing, Mississippi State University, USA, 1976.

VISWANATHAN, M.; ROSA, J. A.; HARRIS, J. E. Decision making and coping of functionally illiterate consumers and some implications for marketing management. **Journal of Marketing**. v. 69, n. 1, p. 15-31 2005.

APÊNDICES

APÊNDICE 1 – ROTEIRO DE ENTREVISTA

CONJUNTO DE CONSIDERAÇÃO

Gostaria de entender um pouco mais sobre suas escolhas em relação a alguns produtos específicos. [para a categoria X, fazer as perguntas abaixo]

Você costuma comprar produtos (da categoria) X?

Em relação a X, quais as marcas que você conhece?

[apresentar os cartões com imagens das marcas do produto X]

Em relação a X, quais as marcas que você conhece?

Em relação a X, quais as marcas que você consideraria comprar nas próximas vezes que você for ao supermercado?

Qual sua marca preferida de X?

Quem marca de X está presente na sua casa?

Repetir para as demais categorias

DADOS PESSOAIS

Sexo: () Masculino () Feminino

Idade: _____

Local de residência: _____

Telefone para contato: _____

Até que ano você estudou?

() até o primário

() até o 1º grau (ensino fundamental) série: _____

() até 2º grau (ensino médio) série: _____

() 3º grau incompleto (universidade) ano: _____

() 3º grau (universidade)

Quantas pessoas moram com você em sua casa, incluindo você? _____

Quantos filhos? _____

Quantos filhos moram com você? _____

Idade dos filhos? _____; _____; _____; _____; _____; _____

Somando-se a renda de todas as pessoas que vivem na sua casa, inclusive a sua, quanto dá,

Aproximadamente, por mês? R\$ _____

HÁBITOS DE COMPRAS

Quem normalmente faz as compras de supermercado na sua casa?

Com que frequência você costuma fazer compras no supermercado?

Você costuma fazer compra sempre do mesmo valor ou tem vezes que você gasta mais?

Quando normalmente você faz suas compras, fim de semana ou dia de semana?

Você costuma fazer compras acompanhado(a) ou vai mais sozinha?

Em que supermercados você geralmente vai?

Por quê você escolhe estes supermercados para fazer compras?

Como você vai a estes mercados? A pé, de ônibus, de carro? E para voltar?

PROCESSOS DE CONSIDERAÇÃO E ESCOLHA

Você costuma comprar sempre [marca preferida] ou compra outras marcas também?

Qual foi a marca de [categoria] que você adquiriu nas suas últimas compras?

[no caso de uma marca frequentemente comprada] Você lembra a última vez que você comprou uma marca diferente de [marca preferida]

Quando você deixa de levar [marca preferida]?

Quando é que você leva [marca 1], e quando você leva [marca 2], [marca 3], etc.?

Você experimentaria [marca desconhecida] se estivesse mais barata? [caso sim]

Levaria numa quantidade para o mês todo?

E essas outras marcas [apontar para outras marcas não consideradas], por quê você não consideraria comprar?

Quando você chega no supermercado, como você escolhe entre estas marcas [apontar para as marcas consideradas]?

O que é importante para você na hora de escolher uma marca de X?

Você considera comprar marcas diferentes para situações diferentes? [dar um exemplo de outra categoria não incluída na pesquisa]

Simulação de preços

[Comparar 3 marcas: (1) preferida, (2) considerada, (3) desconhecida]

Se todas estiverem no mesmo preço, qual a que você levaria?

[Fazer outras configurações, variando o *gap* de preços entre as marcas e fazer a pergunta:] E agora, que marca você levaria?

APÊNDICE 2 – CONJUNTOS DE RECUPERAÇÃO E CONSIDERAÇÃO DOS ENTREVISTADOS

	Feijão			Margarina			Achocolatado			Óleo			Biscoito			Leite			Sabão Pó			Amaciante			Papel Higiênico			Sabonete		
	a	b	c	a	b	c	a	b	c	a	b	c	a	b	c	a	b	c	a	b	c	a	b	c	a	b	c	a	b	c
Adriana	2	7	6	3	8	3	3	6	2	3	5	6	3	10	5	3	10	5	5	12	6	3	11	5	2	11	9	4	19	14
Aloisio	1	6	4				1	2	2						1	6	6	1	1	5					0	7	5	0	7	5
Andreia	5	9	7	4	10	4				3	14	16				5	16	22	4	11	10	3	12	13	1	10	19	5	19	18
Arthur	3	5	5	2	6	4				1	4	4	8	16	7	4	12	6	3	13	11	1	6	3						
Clarisse	1	8	3	2	7	5	3	5	1	3	5	4	2	9	7	4	14	5	5	10	4				2	11	20	4	18	5
Cristiane	3	8	4	2	6	3	2	5	5	2	5	4				3	12	9	3	12	4	1	4	5	1	11	9	3	15	11
Deisimar	6	15	4	5	11	2	2	5	3	3	15	8	4	17	7	6	19	16	5	12	4	4	12	4	4	16	6	3	22	11
Edvania	2	5	4	2	10	5	3	6	5	1	6	3	1	7	5	4	10	7	2	12	4	3	7	3	0	4	2	4	14	4
Elenice				1	12	1	0	5	2	0	11	9				0	20	11	2	13	4	0	11	5				0	18	12
Elisa	3	10	7	2	11	3	2	6	6	3	13	12	1	13	12	2	20	18	1	11	10	2	11	8	1	14	14	2	22	22
Jacimar	4	12	7	8	12	5	3	6	4	2	9	6	1	16	11	6	18	7	5	15	6	1	12	5	4	11	6	7	26	17
Marta	4	12	4	4	9	4	3	5	3							7	12	7	3	13	4	9	4	4	4	6	13	4	6	13
Natália	7	11	8	3	7	2	2	5	4	4	6	3	8	15	11	6	12	9	6	13	5	4	9	6	7	13	9	9	16	9
Raquel	2	10	5	2	11	1	1	6	3							3	18	5	4	12	3	2	9	4	3	13	7	4	22	8
Ricardo	2	5	2	2	11	2	3	3	2	3	4	5	3	12	9	4	7	5	4	8	3	1	4	4	3	6	4	3	6	4
Ronaldo	2	5	3	1	7	3	2	6	3	2	8	4	2	11	9	3	17	10	1	11	4	2	6	3	0	6	5	0	6	5
Rosângela	2	4	4	3	7	2							2	5	3				3	7	3	2	6	3	1	5	3	1	5	3
Valéria	3	8	1	5	11	2	2	5	1	2	10	5	1	9	7	2	19	13	3	15	4				2	13	8	2	13	11
Vera	3	4	2	2	2	1	1	4	2										3	5	3	2	4	4	2	7	4	2	7	4
Média	3,1	8,0	4,4	2,9	8,8	2,9	2,1	5,0	3,0	2,3	8,2	6,4	3,0	11,7	7,8	3,7	14,2	9,5	3,3	10,8	5,1	2,5	8,0	4,9	2,3	10,1	7,9	3,3	14,9	9,3

- (1) Legenda: a = marca lembrada sem auxílio; b = marca lembrada com auxílio das imagens; c = marca considerada
- (2) Os números em cada célula representam a o número de marcas citadas pelo entrevistado para cada conjunto (conjunto de recuperação sem auxílio, conjunto de recuperação com auxílio e conjunto de consideração (ex. O conjunto de consideração para a categoria feijão de Adriana foi de 6 marcas)
- (3) As células hachuradas referem-se a categorias não investigadas junto ao entrevistado

APÊNDICE 3 – MARCAS RECUPERADAS E CONSIDERADAS

Feijão

18 entrevistados

	a	b	c	d
Combrasil	13	18	16	6
Máximo	13	18	15	6
Kicaldo	3	15	11	2
Camil	0	11	6	0
Caldo Marrom	3	12	6	2
Carreteiro	6	8	6	0
Fantástico	6	9	4	0
Gibi	2	11	3	0
Chocolate	2	7	3	1
Copa	2	8	2	0
Prato Bom	1	2	2	0
Mundial	2	3	2	0
Qualitá	1	1	2	0
Caldão	0	2	1	1
Granfino	0	3	1	0
Yobba	0	1	0	0
Estrela	0	0	0	0
Azulão	0	1	0	0
Pink	0	0	0	0
Tio Lano	0	2	0	0
Cravil	0	2	0	0
Meu Biju	1	9	0	0
Nene	0	1	0	0
Quitandinha	0	0	0	0
Big Bóia	0	0	0	0
Pereira	0	0	0	0

Biscoito

12 entrevistados

	a	b	c	d
Trakinas	11	12	11	4
Passatempo	3	12	11	2
Piraquê	5	12	11	2
Baud. Gulosos	4	12	11	1
Negresco	3	11	10	2
Bono	2	9	5	0
Mabel	1	6	5	0
Triunfo	1	9	5	0
Danix	0	7	4	0
Adria Mousse	1	7	4	0
Cartoon	1	7	4	0
Nestlé	0	5	4	0
Visconti	0	8	3	0
Euro	2	5	3	1
Break-up	1	1	1	0
Chocolícia	0	4	1	0
Descolados	0	3	0	0
Adria Plugados	0	1	0	0
Amori	0	3	0	0
Marilan	0	1	0	0
Turmix	0	0	0	0
Zabet	0	0	0	0
Nikito	0	2	0	0
Escureto	1	3	0	0

Papel Higiênico

17 entrevistados

	a	b	c	d
Personal	8	17	14	2
Neve	8	17	13	6
Cotton	2	13	11	4
Scott	1	9	11	0
Personal VIP	3	12	10	1
Leblon Soft Blanc	0	11	9	1
Dualette	1	10	9	1
Sublime	1	13	9	1
Fofinho	3	9	7	0
Softy's	1	9	6	0
Carinho	4	10	5	1
Deluxe	2	12	5	0
Gold	0	8	5	0
Dama	0	4	4	0
Bob	4	10	4	0
Papoula	0	1	3	0
Tenderly	0	1	2	0
Mirafiori	0	1	2	0
Primavera	0	2	2	0
Qualitá	1	2	2	0
Trópicos	0	0	1	0

Óleo

15 entrevistados

	a	b	c	c
Liza	12	14	14	13
Leve	4	14	14	2
Soya	11	14	11	0
Primor	2	10	8	0
Salada	0	8	7	0
Sinhá	1	9	5	0
Corcovado	0	6	5	0
Cocamar	0	5	4	0
Mazola	0	7	4	0
Granfino	0	6	4	0
Purilev	0	8	2	0
Suavit	0	2	2	0
Carreteiro (arroz)	0	3	2	0
Enjoy	0	3	2	0
Vila Velha	0	2	2	0
Qualitá	2	2	2	0
Camera	0	2	1	0

Achocolatado

16 entrevistados

	a	b	c	d
Nescau	15	16	16	16
Toddy	11	16	13	0
Ovomaltine	3	13	9	0
Mágico	1	7	2	0
Itambyinho	0	3	2	0
Showcau	0	5	1	0
Achocolatto	0	5	1	0
Muky	0	5	1	0
Virtual	0	1	1	0
Apti	0	2	1	0
Xocopinho	0	2	1	0
Choco Mega	0	0	0	0
Xoc Mix	1	1	0	0
Nesquick	2	2	0	0
Da Barra	0	0	0	0
Santa Amália	0	0	0	0
Lual	0	0	0	0
Chocotella	0	1	0	0
Palate	0	1	0	0

Margarina

18 entrevistados

	a	b	c	d
Qualy	18	18	18	17
Delícia	11	18	8	0
Piraquê	4	16	8	0
Becel	5	15	5	0
Claybom	5	14	4	0
Vigor	2	15	3	0
Doriana	4	16	3	1
Leco	0	10	1	0
Primor	4	14	1	0
Mesa	0	8	1	0
Soya	0	12	0	0
Primê	0	2	0	0

(1) Legenda: a= marca lembrada sem auxílio; b = marca lembrada com auxílio das imagens; c = marca considerada; d = marca preferida

(2) Os números em cada célula representam a quantidade de vezes que a marca foi mencionada pelo entrevistado (ex. margarina Qualy foi considerada por 18 entrevistados)

(3) As marcas estão ordenadas pelo número de vezes em que foram incluídas no conjunto de consideração do entrevistado (ex. Combrasil foi a marca mais considerada de feijão [16 entrevistados])

Leite

17 entrevistados

	a	b	c	d
Parmalat	13	17	16	6
Elegê	7	16	15	5
Ninho	9	17	15	1
Glória	3	17	13	1
Itambé	7	15	11	0
Barra Mansa	5	13	9	2
Da Mata	1	16	9	0
Italac	2	13	9	0
Molico	3	15	7	0
Batavo	3	13	7	0
Mococa	0	7	6	0
Quatá	1	10	5	0
Godam	0	11	5	0
Leco	0	8	5	0
Zero	3	10	5	1
Macuco	0	8	5	0
Selita	1	10	5	1
Conaprole	0	2	2	0
Languiru	0	2	2	0
Qualitá	3	3	2	0
Lindóia	0	1	1	0
Shefa	1	3	1	0
Piracanjuba	0	5	1	0
Leitíssimo	0	0	1	0
CCPL	1	1	1	0
Tirol	0	3	0	0
Ecila	0	0	0	0
Santa Clara	0	0	0	0
Fazenda do Rio	0	0	0	0

Sabão em Pó

19 entrevistados

	a	b	c	d
Omo	19	19	19	13
Ariel	11	19	19	4
Surf	13	19	17	1
Tixan Ypê	4	18	7	0
Brilhante	2	15	6	1
Ace	5	18	6	0
Ypê Premium	2	16	6	0
Minuano	1	15	5	0
Invicto	1	14	3	0
Barra	1	14	2	0
Assim	2	16	2	0
Ruth	0	12	2	0
Ola	0	6	1	0
Minerva	2	2	1	0
Urca	0	2	0	0
Coquel	0	5	0	0

Amaciante

16 entrevistados

	a	b	c	d
Fofó	7	16	14	5
Mon Bijou	3	15	13	3
Comfort	7	15	12	5
Ypê	9	16	10	1
Baby Soft	0	10	8	1
Downy	1	9	5	1
Big Soft	0	11	4	0
Sonho	0	5	4	0
Minuano	4	7	3	0
Plush	0	6	2	0
Pelouche	0	6	2	0
Vida Macia	0	3	1	0
Carícia	1	6	1	0
Urca	1	2	0	0
Amacitel	0	3	0	0
Ruth Care Baby (3	0	2	0	0
Limp Soft	0	0	0	0
Vitral	0	0	0	0

Sabonete

17 entrevistados

	a	b	c	d
Protex	3	17	17	1
Dove	7	16	14	4
Lux	12	17	13	8
Palmolive	9	17	13	0
Johnson	4	15	13	0
Francis	6	17	12	0
Phebo	5	17	9	0
Albany	1	13	8	0
Rexona	1	14	7	1
Nivea	3	14	7	1
Lifebuoy	1	11	7	0
Flor de Ypê	2	10	7	1
4 estações	0	9	7	0
Alma de Flores	1	11	6	0
Leite de Rosa	1	13	4	0
Dettol	1	12	4	0
Senador	2	15	4	0
Hydratta	1	6	4	1
Iara	0	4	3	0
Granado	1	6	3	0
Glycerin Nevasa	0	6	3	0
Protege	0	3	2	0
Augusto Caldas	0	6	2	0
Biocrema	0	1	1	0
Ox	0	4	1	0
Ypê Action	1	5	1	0
Nips All day	0	1	1	0
Davene Aveia	0	4	1	0
Sensus	0	4	1	0
Suavitrat	0	0	0	0
Pariggi	0	1	0	0
La Flore	0	2	0	0
Farnese	0	1	0	0
Ubon	0	1	0	0
Ann Bow	0	0	0	0
Vinólia	2	0	0	0

(1) Legenda: a= marca lembrada sem auxílio; b = marca lembrada com auxílio das imagens; c = marca considerada; d = marca preferida

(2) Os números em cada célula representam a quantidade de vezes que a marca foi mencionada pelo entrevistado (ex. Omo foi considerada por 19 entrevistados)

(3) As marcas estão ordenadas pelo número de vezes em que foram incluídas no conjunto de consideração do entrevistado (ex. Protex foi a marca mais considerada de sabonete [17 entrevistados])

APÊNDICE 4 – COLETA DE PREÇOS (categorias selecionadas)

Feijão Preto - pacote de 1kg

	Rede	Inter	Guambira	Super-market	Vianense	Extra	Mundial	Multi Market	Casa Pendas	Supermerc. Monherrey	Mercede da Engenharia	Super-market	Guambira	Extra	Metropole	Super-market	Extra	Campelo	Presunc	Média
	Loja	Pavuna	S.J. Meiti	Pavuna	Pavuna	Boefogo	Copaca-bana	Com. Soares	Com. Soares	Rio das Pedras	Rio das Pedras	Rio das Pedras	V. Isabel	Vila Isabel	Vila Isabel	Rodinha	Rodinha	Rocha	Berica	
Contrastil		4,89	4,99	4,75	4,98	4,79	4,85	4,79			4,75			4,95	4,59	4,19	4,25	4,59	4,65	4,76
Canil		4,59		2,98			4,65									4,19				4,10
Caldo Merrom				2,98			2,98					3,98				3,98				3,48
Yobba								3,49												3,49
Gibi								3,69												3,69
Carreiro			4,96			4,75							3,89				4,29	3,39	3,90	4,20
Chocolate																		3,97	3,89	3,93
Fantástico						4,39								4,69	4,19		4,39			4,42
Máximo		4,89	3,99		4,98		4,89		4,49	4,29		4,98	4,49		4,59	4,98		4,59	4,85	4,67
Copa			3,69										4,49							4,09
Estrela					3,49															3,49
Azulão		4,39																		4,39
pink		3,79																		3,79
Tto Lano			2,99									2,99								2,99
Cravil					3,99									4,65			4,65			3,99
Meu Bijou					4,49															4,60
Nene						3,99								3,99						3,99
Kicaldo											3,59						4,69	4,48	4,35	4,22
Mundial							2,98													2,98
Prato Bom								3,89			2,45									3,17
Quitandinha									1,89											1,89
Big Bola									3,79											3,79
Calção									4,10											4,10
Pereira									4,29											4,29
Gratfino									3,99											3,99
Boca Bem															3,85					3,85
Presunc															3,99					3,99
Menor Preço		3,79	2,99	2,98	3,49	3,99	2,98	3,49	1,89	4,29	2,45	3,98	2,99	3,99	3,85	3,98	4,25	3,59	3,89	3,48
Maior Preço		4,89	4,99	4,75	4,98	4,79	4,89	4,79	4,49	4,29	4,75	4,98	4,49	4,95	4,59	4,98	4,69	4,59	4,85	4,76
Diferença		29%	67%	59%	43%	20%	64%	37%	138%	0%	94%	25%	50%	24%	19%	25%	10%	35%	25%	42%

Margarina (pote 500g)

Rede	Inter	Guambira	Super-market	Vianense	Extra	Mundial	Multl Market	Casa Pendas	Supermerc. Moncherry	Mercado da Engenharia	Super-market	Guambira	Extra	Metrópole	Super-market	Extra	Campelo	Prezunic	Média
Loja	Pavuna	S.J. Meriti	Pavuna	Pavuna	Botafogo	Copica bama	Com. Soares	Com. Soares	Rio das Pedras	Rio das Pedras	Rio das Pedras	V. Isabel	Vila Isabel	Vila Isabel	Rochina	Rochina	Rocha	Berfika	
	5,79	5,99	5,99	5,58	6,99	4,78	5,99	5,99	5,99		6,49	5,88	3,99		6,49	6,09	5,75	5,99	5,87
Becl	3,99	3,99	4,39	4,29	3,99	3,99	3,78	3,99	4,95	4,59	4,28	4,49	3,99		3,98	3,98	3,87	4,49	4,18
Qualy			2,59	1,99							2,69	2,85			2,69			2,75	2,59
Vigor																			
Leco	3,99	3,15	3,39							3,49					2,99				3,33
Delicia	3,49	2,99	2,99		2,99		3,69			3,79	3,39	2,99	2,69		3,39	3,19	3,28		3,24
Primor	2,49	2,57	2,78									2,57	2,59			2,59	2,49	2,59	2,58
Doriana	3,49					3,18						3,29				3,69			3,41
Piraguê	4,35		3,89	2,99		3,95		4,99	4,95						2,99		4,45	3,19	3,97
Mesa	2,19	2,1																	2,15
Claydon	3,29	3,09		3,29	2,89		3,69	3,98	2,99		3,79	3,09	2,99		3,79	3,39	2,99		3,33
Soya		1,98	1,98		2,49	2,1					2,49		2,49		2,49	2,49	2,25		2,31
Prime																		1,65	1,65
Menor Preço	2,19	1,98	1,98	1,99	2,49	2,1	3,69	3,49	2,99	3,79	2,49	2,57	2,49		2,49	2,49	2,25	1,65	2,56
Maior Preço	5,79	5,99	5,99	5,58	6,99	4,78	5,99	5,99	5,99	4,59	6,49	5,88	3,99		6,49	6,09	5,75	5,99	5,79
% Diferença	164%	203%	203%	180%	181%	128%	62%	72%	100%	21%	161%	133%	60%		161%	145%	156%	263%	139%

Óleo de Soja - garrafa de PET 900ml

Rede	Inter	Guambira	Super-market	Vianense	Extra	Mundial	Multl Market	Casa Pendas	Supermerc. Moncherry	Mercado da Engenharia	Super-market	Guambira	Extra	Metrópole	Super-market	Extra	Campelo	Prezunic	Média
Loja	Pavuna	S.J. Meriti	Pavuna	Pavuna	Botafogo	Copica bama	Com. Soares	Com. Soares	Rio das Pedras	Rio das Pedras	Rio das Pedras	V. Isabel	Vila Isabel	Vila Isabel	Rochina	Rochina	Rocha	Berfika	
	3,39		3,29	2,89	3,29	3,45		3,29	3,49		3,49	3,69	3,39	3,39	2,99	3,09	3,29	3,25	3,31
Liba				2,69											2,78				2,74
Sinhá															2,89	3,09	3,19		3,19
Soya	2,98		3,29			3,19	3,15	2,89			3,19	3,69	3,39		2,89		2,69	3,29	2,99
Corcovado	2,99							2,89							2,78		3,17	3,25	3,11
Leve		3,59	2,38	3,2		3,1						2,69	3,29	3,35					3,49
Vila Velha							3,49												3,49
Primor									2,99										2,99
Menor Preço	2,98	3,59	2,38	2,69	3,19	3,1	3,15	2,89	2,99	3,19	2,69	3,29	3,29	3,35	2,78	3,09	2,69	3,25	3,02
Maior Preço	3,39	3,59	3,29	3,2	3,29	3,45	3,49	3,29	3,49	3,49	3,69	3,39	3,39	3,39	2,99	3,09	3,29	3,29	3,36
% Diferença	14%	0%	38%	19%	3%	11%	11%	14%	17%	9%	37%	3%	1%	8%	0%	22%	1%		12%

Achocolatado - embalagem 400g

Rede	Inter	Guanabara	Super- market	Vianense	Extra	Mundial	Mult Market	Casa Pendas	Supermerc. Moncherry	Mercado da Engenharia	Super- market	Guanabara	Extra	Metrópole	Super- market	Extra	Campo	Preuniv
Loja	Pavuna	S.J. Meriti	Pavuna	Pavuna	Botafogo	Copaca-bana	Com. Soares	Com. Soares	Rio das Pedras	Rio das Pedras	Rio das Pedras	V. Isabel	Vila Isabel	Vila Isabel	Rochinha	Rochinha	Rocha	Beffica
Nescau	4,99	2,99	4,99	4,49	5,29	4,45	4,19	4,99	4,99	4,99	4,49	4,89	4,98		4,79	4,98	4,98	4,99
Toddy		6,3	5,69	3,99	4,99	4,59		4,99	5,99	6,19	5,18	6,30	5,49	5,89	5,18	5,49	6,38	
Choco Mega			2,99									2,58						
Showcau		2,99	2,59	3,29		2,79									2,79		3,74	
Xoc Mix			2,38														6,65	
Ovomaltine			5,98	6,77		5,99		8,49	6,99		6,98	7,49	8,49					
Achocolato 300g	3,89	3,6	2,98	2,57			2,99	2,69	2,99		2,89	2,99			2,89			
Mágico	3,79					2,99	3,59	3,99				3,80					3,99	
Da Barra	2,89			2,79														
Santa Amélia	2,79				3,00								2,99					
Lual	3,99						1,89											
Muky		3,59										3,89						
Virtual		1,99										2,87						
Chocotella		2,77										2,87						
Itambinho		3,15		3,11			3,79	3,99				3,15					3,15	3,29
Apti				2,9														
Xocopinho			2,38									2,39		2,35				
Palate				2,59								2,75						
Menor Preço	2,79	1,99	2,38	2,57	3,00	2,79	1,89	2,69	2,99	4,99	2,89	2,39	2,99	2,35	2,79	4,98	3,15	3,29
Maior Preço	4,99	6,3	5,98	6,77	5,29	5,99	4,19	8,49	6,99	6,19	6,98	7,49	8,49	5,89	5,18	5,49	6,65	4,99
% Diferença	79%	217%	151%	163%	77%	115%	122%	216%	134%	24%	142%	213%	184%	151%	86%	10%	111%	52%

Biscoito recheado

Rede	Inter	Guambira	Super-market	Vianense	Extra	Mundial	Multi Market	Casa Preadas	Supermerc-Mondriary	Mercado da Engenheiro	Super-market	Guambira	Extra	Metrópole	Super-market	Extra	Campo	Média
Loja	Pavuna	S.J. Merit	Pavuna	Pavuna	Botalogo	Copaia-huna	Com. Soares	Com. Soares	Rio das Pedras	Rio das Pedras	Rio das Pedras	V. Isabel	Vila Isabel	Vila Isabel	Rochina	Rochina	Rochina	
Danix - 140g			1,65	2,38	1,79						1,45	1,95	1,79		1,45	1,79		1,75
Descolados (Renat	0,99																	
Adria Mouse - 16	1,98	1,37						1,69				1,85	1,59	1,09	1,49		1,57	2,09
Adria Plugados - 150g		1,79			2,09						1,49	1,79	1,99		1,49			1,97
Amor! (Richester)	1,45	1,27			1,89							1,27	1,49			1,25		1,58
Marlian - 140g		1,27										1,38	1,65					
Marlian Turnix - 170g			1,89			1,45						1,78					1,77	
Visconti - 125g		0,99	1,29	0,95						1,19	1,09	0,99			1,09		1,15	1,29
Trakinas - 143g	1,98	1,37	1,89		1,69	1,35	1,59	1,49		1,75		1,79	1,75	1,79	1,75	1,69	1,98	1,87
Passatempo - 140g	2,19	1,87	1,89	1,95	1,99	1,84	2,49	2,49	1,99	2,25	1,69	1,57	1,99	2,35	1,69	1,99	1,59	1,79
Negresco - 140g	2,19		2,19	1,92	1,78	1,69		1,99	2,25	1,99	1,99					1,99	2,18	1,79
Bono - 140g	2,19	1,87	2,29	1,9	1,78	1,69			2,25	1,99	1,99				1,99	1,69	2,18	1,79
Piaquê - 200g	3,39	3,15	3,29	3,13	2,98	3,25	3,49	3,49	3,25	2,99	2,99	3,35	2,98	3,19	2,99	2,79	3,58	3,38
Bauducco Gulosos	1,35	1,3		1,49			1,29	1,29	1,19		1,15	1,30	1,69	1,29	1,15	1,69	1,35	1,47
Zabet Mousse - 14	1,39																	1,56
NiNho (Dias Branco) - 135g		1,48								1,19		1,48						
Parati Cartoon - 140g		1,27		1,19		1,15	1,49	1,39		1,39								
Nestlé - 140g		2,85		2,28		2,59			2,49			2,35						
Mabel - 140g				1,49			1,49	0,99	1,39	1,19	1,49			0,99	1,49			
Break-up - 120g					1,39							1,55	1,59			1,59		
Nabisco Chocólicia - 143g						3,18			2,99						3,69	3,29		2,99
Chocoresco (Vitarella) - 130g							1,19											
Treloso (Vitarella) - 130g							1,19											
Parati Bom de Bola - 120g									1,19	0,99								
Euro - 130g																		
Mihabel - 125g										1,19								
Aymoré Chocoreme - 120g										1,19								
Richester Animados												2,99					3,39	
Escureto (Amor!) - 140g												1,27	1,49					1,58
Triunfo 120g												1,30						
Fazendinha														1,55				
Menor Preço	0,99	0,99	1,29	0,95	1,39	1,15	1,19	0,99	1,19	0,99	1,09	0,99	1,49	0,99	1,09	1,25	1,15	1,13
Maior Preço	3,39	3,15	3,29	3,13	2,98	3,25	3,49	3,49	3,25	2,99	2,99	3,35	2,98	3,19	3,69	3,29	3,58	3,26
% Diferença	242%	218%	155%	229%	114%	183%	193%	253%							9%	163%	211%	195%

Leite - embalagem tetrapack de 1 litro

Rede	Inter	Guarabara	Super- market	Vianene	Extra	Mundial	Multi Market	Casa Preadas	Supermerc. Monberry	Mercao da Engenheiro	Super- market	Guarabara	Extra	Metropole	Super- market	Extra	Campelo	Prezuntic	Média
Loja	Pavuna	S.J. Meriti	Pavuna	Pavuna	Botafogo	Copaca-bana	Com. Soares	Com. Soares	Rio das Pedras	Rio das Pedras	Rio das Pedras	V. Isabel	Vila Isabel	Vila Isabel	Rochinha	Rochinha	Rochia	Benfica	2.51
Parmalat	2,59	2,67	2,97	2,79	2,99	1,99					2,69	2,69	2,29	2,15	2,29	2,09	2,65	2,35	2.51
Elégê	3,49		2,97	2,89	2,99	2,49	2,49	2,49	2,59	2,49	2,79	2,69	2,35	2,29	2,39	2,35	2,65	2,59	2.65
Quatá	1,99			2,4			1,98						2,15			2,89			2.28
Godam						2,35	1,98				2,49			1,99	1,98		1,95		2.12
Shefa					3,15	2,69													2.92
Barra Mansa	2,39				2,49	2,38					2,39	2,49	1,98		1,98		2,29		2.31
Da Matta																	1,95		2.20
Italac		2,37										2,49					2,35		2.40
Mococa	2,99		1,98	2,59													2,39		2.49
Glória	1,99			2,59	2,79								2,18			2,18	2,49		2.37
Leco		2,29															1,89		2.09
Ninho	4,79	4,25		4,99	3,58			4,39				3,15	3,15		4,49		3,49		4.03
Molico	4,79	4,39		4,38	3,58	3,99						3,15	3,15			3,79	3,49	4,49	3.92
Zero			3,98	3,34		2,99		3,19			3,59	3,18			3,59		3,15	2,69	3.30
Conaprole			1,98																1.98
Macuco				1,99									2,15						2.07
Languru				1,99															1.99
Qualitá					2,89														2.89
Piracanjuba					2,79														2.79
Tirol										1,99									1.99
Fazenda do Rio										1,99									1.99
Ecilia												2,99							2.99
Santa Clara																	2,39		2.39
Lindolia																2,89			2.89
Menor Preço	1,99	2,29	1,98	1,99	2,49	1,99	1,98	2,49	2,59	1,99	2,39	2,49	1,98	1,99	1,98	2,09	1,89	2,35	2.17
Maior Preço	4,79	4,39	3,98	4,99	3,58	3,99	2,49	4,39	2,59	2,49	3,59	3,18	3,15	2,29	4,49	3,79	3,49	4,49	3.61
% Diferença	141%	92%	101%	151%	44%	101%	26%	76%	0%	25%	50%	28%	59%	15%	127%	81%	85%	91%	68%

Sabão em pó - caixa 1 kg

Rede	Inter	Guanabara	Super-market	Vianense	Extra	Mundial	Multi Market	Casa Pendas	Supermerc. Montherry	Mercado da Engenharia	Super-market	Guanabara	Extra	Metrópole	Super-market	Extra	Campeão	Prezunic	Média
Loja	Pavuna	S.J.Meriti	Pavuna	Pavuna	Botafogo	Copacabana	Com. Soares	Com. Soares	Rio das Pedras	Rio das Pedras	Rio das Pedras	V. Isabel	Vila Isabel	Vila Isabel	Rocinha	Rocinha	Rocha	Benfica	
Orino	6,99	5,49	6,98	4,99	5,93	5,99	6,79	7,49	6,99	7,75	6,98	5,99	6,69	6,98	6,49	6,29	7,49	6,89	6,62
Arnel	3,98	3,99			4,99	5,39				6,19	4,99	4,99		5,99	4,99	5,09		5,65	5,11
Surf		2,65		2,99	3,99	3,41		5,99	4,99	4,45	3,58		3,99	4,19		4,75		2,89	3,99
Brilhante	6,99	6,49	6,15	5,63	5,89	5,35	6,79		6,50		5,66	6,49	5,79	6,29	5,66	5,89		5,99	6,10
Urca																			#DIV/0!
Barra				2,95			3,69							3,49			3,58	3,25	3,39
Ace - sachet	3,59		4,39	3,59						3,95	3,19	3,49			3,48				3,67
Ace - caixa														5,95	4,79				5,37
Invicto			2,79	3,89		3,38					2,99			3,95	2,99		3,95		3,42
Tixan Ypê	4,49	6,11	4,98	3,99		3,99		4,99						4,69					4,75
Ypê Premium				4,99								6,11						5,58	5,56
Assim				2,99				4,49	4,99										
Menor Preço	3,59	2,65	2,79	2,95	3,99	3,38	3,69	4,49	4,99	3,95	2,99	3,49	3,99	3,49	2,99	4,75	3,58	2,89	3,59
Maior Preço	6,99	6,49	6,98	5,63	5,93	5,99	6,79	7,49	6,99	7,75	6,98	6,49	6,69	6,98	6,49	6,29	7,49	6,89	6,73
% Diferença	95%	145%	150%	91%	49%	77%	84%	67%	40%	96%	133%	86%	68%	100%	117%	32%	109%	138%	93%

Anaciante - frasco de 2l

Rede	Inter	Guanabara	Super- market	Vianense	Extra	Mundial	Multi Market	Casa Prendis	Supermerc. Monclertry	Mercado da Engenharia	Super- market	Guanabara	Extra	Metrópole	Super- market	Extra	Campelo	Prezunc
Loja	Pavuna	S.J. Meriti	Pavuna	Pavuna	Botafogo	Copaca-bana	Com. Soares	Com. Soares	Rio das Pedras	Rio das Pedras	Rio das Pedras	V. Isabel	Vila Isabel	Vila Isabel	Rodhna	Rodhna	Rodha	Berfha
Mon Bijou		5,2		7,64	4,99	5,39			6,95	6,19	6,09	5,21	5,49		6,09		6,73	6,66
Urca							4,49		3,99	4,19	3,59				3,59			3,99
Amactel				4,99			5,49				5,28				3,99			4,99
Plush	3,99	2,77	4,49								3,99	3,29			3,99			3,55
Big Soft	2,99								3,99		3,15				3,15		4,68	
Comfort	9,89	6,99	9,89	6,99	7,99	7,39	8,99	9,49	10,90		8,59				8,59		9,98	8,65
Typê	5,99	5,48	6,95	3,99	4,99				5,95	5,99	5,49	5,48	6,06		5,49			
Minuano	5,29	3,99	5,95	4,99					5,95		5,26	4,99			5,26		5,98	
Pelouché		3,49	4,79	3,79				4,20				3,69						3,99
Baby Soft		3,99			4,39	3,85							3,99				5,65	4,45
Fôfo		4,99	8,68	9,59	6,98	5,99	8,49					7,98					7,98	
Vida Macia				6,04		4,59												
Cardia				2,99				3,79									3,56	3,39
Limp Soft							3,59											
Vital								4,20										

Menor Preço	2,99	2,77	4,49	2,99	4,39	3,85	3,59	3,79	3,99	4,19	3,15	3,29	3,99		3,15		3,56	3,39	3,64
Maior Preço	9,89	6,99	9,89	9,59	7,99	7,39	8,99	9,49	10,9	6,19	8,59	7,98	6,06		8,59		9,98	8,65	8,48
% Diferença	231%	152%	120%	221%	82%	92%	150%	150%	173%	48%	173%	143%	52%		173%		180%	155%	138%

Papel Higiênico - preço médio por rolo de 30m

Rede	Inter	Guahabara	Super-market	Vinense	Extra	Mundial	Multi Market	Casa Pendas	Superm. Moncherry	Mercado de Engenheiro	Super- market	Guahabara	Extra	Metrópole	Super- market	Extra	Campelo	Presunc	Média
Loja	Paura	S.J.Meriti	Paura	Paura	Botafogo	Copacabana	Com Soares	Com Soares	Rio das Pedras	Rio das Pedras	Rio das Pedras	V. Isabel	Vila Isabel	Vila Isabel	Rodovia	Rodovia	Rodovia	Berficia	1,20
Neve	1,00	1,40	1,26	1,23	1,07	0,98	1,22				1,20	1,40	1,31	1,24	1,25		1,27	1,06	
Carinho - FS 30		0,83		0,39			0,37	0,38						0,36			0,37		0,45
Carinho Premium FD 30		0,83												1,22				0,72	0,92
Deluxe Ultra FS 30	0,50	0,64		0,47	0,60						0,50	0,47	0,47						0,52
Softy's FD 30	0,79	0,90	0,82	1,07	0,91	0,74					0,75	0,90	0,91		0,79			0,72	0,85
Leblon Soft Blanc - FS 30	0,56		0,62	0,53	0,48	0,48	0,58				0,54	0,54	0,50	0,57	0,52	0,50	0,51		0,53
Cotton	0,97	0,81	0,79	0,99	0,77	0,89	1,00				0,83	0,85	0,95	1,25	0,81	0,95	1,00	0,86	0,91
Dualette FD 30	0,94	1,16	0,92		0,91		1,12				0,83	0,62	0,91		0,95	0,91	1,03	0,89	0,93
Dualette Duo	1,12			1,62		1,07					0,75	1,16			0,75		1,16		1,09
Personal - FS 30	0,62	0,62		0,75	0,60	0,62	0,62	0,60	0,56	0,56	0,65	0,80		0,60	0,68				0,64
Personal VIP FD 30		0,75		1,06	0,60	0,83		1,09	1,25	1,15	1,15	1,20	0,99	1,15	1,06	0,74	1,17	1,07	1,02
Dama FS 30	0,67												0,41						0,54
Sublime - FS 30	0,54		0,65			0,47	0,62				0,48	0,65	0,57		0,64		0,57	0,56	0,57
Bob FS 30		0,55				0,70						0,44		0,59			0,49		0,55
Tenderly FS		0,79				0,74													0,77
Qualitá - FS					0,55														0,55
Fofinho 30 FS								0,47						0,53					0,50
Papoula 30 FS								0,35		0,40									0,37
Gold 30 FS								0,79											0,79
Mirafiori 30 FD									0,97										0,97
Primavera 30 FS									0,45										0,45
Trópicas FS									0,40										0,40
Menor Preço	0,50	0,55	0,62	0,39	0,48	0,47	0,37	0,35	0,40	0,40	0,48	0,44	0,41	0,36	0,52	0,50	0,37	0,56	
Maior Preço	1,12	1,40	1,26	1,62	1,07	1,07	1,22	1,09	1,25	1,15	1,20	1,40	1,31	1,25	1,25	0,95	1,27	1,07	
% Diferença	126%	156%	105%	317%	121%	128%	227%	214%	214%	189%	150%	219%	221%	244%	139%	90%	242%	91%	177%
Personal FS	0,62	0,62	0,00	0,75	0,60	0,62	0,62	0,60	0,56	0,56	0,65	0,80	0,00	0,60	0,68	0,00	0,00	0,00	
% Diferença	25%	14%		92%	24%	32%	67%	72%	42%	42%	35%	83%		66%	30%				48%

Sabonete em barra

Rede		Inter	Guarulhos	Super-market	Vitoriosa	Extra	Mundial	MutiMarket	Cam Pretada	Superm. Monterey	Merceado Equinobio	Super-market	Guarulhos	Extra	Merqopol	Super-market	Extra	Campllo	Premic
Loja	Pavuna	S.J. Merit	Pavuna	Pavuna	Pavuna	Bor Refugio	Copasa barra	Com. Soares	Com. Soares	Rio das Pedras	Rio das Pedras	Rio das Pedras	V. Iubeli	Vila Iubeli	Vila Iubeli	Riochiba	Riochiba	Roba	Beritico
Receita 50kg							1,19											1,28	1,35
Lux (lápapel) 50kg	0,99		0,85	0,99	0,85	0,85	0,85	0,99	0,89	0,89	1,19	0,99	0,99	0,90	0,99	0,99	0,85	1,09	1,09
Palmolive 50kg	0,99	0,79	0,99	1,22	0,89	0,95	1,49	1,19	1,20	1,19	0,95	0,89	0,79	0,99	0,95	0,89	0,98	0,99	1,02
Dove 50g	1,65	1,99		1,79	1,75	1,58	2,19	1,59		1,99	1,98	1,89	1,75	1,89	1,88	1,89	1,95	1,79	1,85
Leite de Rosas (caixa) 50g		1,28		2,19		1,68					1,65	1,45			1,65			1,38	1,61
Serius (caixa)			0,95								0,95				0,95				0,95
Nivea 50g	0,99	1,32	0,85	1,19	0,99	1,28	1,59	1,49		1,19	1,15	1,32	1,15		1,15	1,09	1,09	1,19	1,19
Iara 50g			0,59								0,69				0,65	0,75			0,67
Bicicema 50g			1,15	1,99			1,29				1,15	1,45				1,15		1,38	1,37
Phebo 50kg	2,19	2,12	2,29	2,4	2,29	1,97	2,49	2,29	2,45	2,19	2,29	1,98	1,89		2,29	1,89	2,26	2,19	2,20
Dettol 80g		1,51		1,55	1,29							1,61	1,61	1,19		1,88	1,65		1,49
Dettol (caixa) 80g			1,99	1,99	1,65				1,65				1,61	1,19					1,70
Ultrason 50g	1,49	1,48	1,79	1,49	1,39	1,39		1,79	1,99	1,99	1,99		1,53	1,49	1,49		1,45	1,59	1,59
Francis (lápapel) 50g	0,68	0,79	0,75	0,76	0,76		0,99		0,99	1,20	1,00	0,89	0,79	0,76	0,99			0,89	0,84
Francis (caixa) 50g	0,99	0,89	1,25	0,99	1,09	0,89		0,99	1,20		1,10	0,99			1,40				1,04
Sensider 130g	2,79	2,5	3,21	1,99	2,38	2,00			3,45	2,95		2,50			2,99	1,99	2,88	2,69	2,61
Granado		2,52	2,59	2,99	2,79	2,49						2,89							2,71
Granado antiesfático						4,35													4,35
Protex 50kg	1,75	1,19	1,69	1,99	1,25	1,18	1,99	1,89		1,99	1,89	1,19	1,09	1,09	1,69	1,45	1,69	1,85	1,62
Johnson 50g	0,95	0,99	1,39	1,28		0,89	1,49	1,19			1,29	0,99	0,95	1,15	1,29	1,35	1,19		1,17
Flor de ypa (lápapel) 50g		0,69	0,79			0,79		0,95					0,79						0,80
Flor de ypa (caixa)	0,99	0,89		1,19			1,29						1,15				1,05		1,09
Albariv	0,68	0,69		0,89					0,95				0,69		0,89	0,89	0,82		0,81
Protage		0,69	1,19	0,89							1,18	0,79				1,18			0,99
Hydrietta	1,09	0,89	1,25	1,49		0,99				1,45	1,09	0,99				1,09			1,15
Shavirai (caixa) - 100g		2,07				1,99							2,07					2,25	2,10
Pain&Gel		0,99											1,15						1,07
La Flore		2,35											2,35						2,35
Ox		2,05											2,05						2,05
Ypê Action			0,99	1,19	1,06								1,89						1,28
Alma de Figue (ca)	2,79		2,49	3,59	1,99	2,38	2,89			2,75		2,38				2,39	2,64	2,70	2,64
Glycerin Nevasa (c)	1,45																		1,45
Farmes 180g												1,99	1,49			1,99			1,82
Farmes 90g	0,89														0,88				0,94
Nips All day	0,55																		0,55
Davene Avia (caixa)			1,59			1,49							1,35		1,39		1,49		1,46
Libon (caixa) 100g				2,59		1,99						2,10						2,25	2,23
4 estagões				1,28										1,55					1,28
Am Bow																			1,55
Augusto Cidias Glicerina Neutro						1,89						1,99						1,99	1,96
Vindila							1,99												1,99
Hydrom							1,19											1,39	1,49
Joy Alcanar												1,49				1,49			1,49
Trati Vitale												1,60							1,60

Meior Preço	0,55	0,69	0,59	0,75	0,76	0,79	0,95	0,99	0,89	1,00	0,69	0,69	0,76	0,65	0,75	0,85	0,82	0,99	0,79
Meior Preço	2,79	2,52	2,59	3,59	2,79	4,35	2,89	2,29	3,45	2,95	2,89	2,50	1,89	1,89	2,59	1,99	2,88	2,70	2,75
% Diferença	407%	265%	339%	379%	267%	451%	204%	131%	288%	195%	210%	767%	140%	101%	740%	134%	751%	173%	258%

APÊNDICE 5 – CARTÕES DE IMAGEM UTILIZADOS NA ENTREVISTA

Feijão



COMBRASIL



CHOCOLATE



CALDO MARROM



YOBBA



COPA



FANTÁSTICO



MÁXIMO



GIBI



CAMIL



CALDÃO



BIJU



ESTRELA



KI CALDO



PINK



GRANFINO



CARRETEIRO



CRAVIL



AZULÃO



NENE



TIO LANO



PEREIRA

Achocolatado



ACHOCOLATTO



CHOCOTELLA



CHOCO MEGA



DA BARRA



NESCAU



MUKY



ITAMBYNHO



LUAL



MÁGICO



APTI



PALATE



SANTA AMÁLIA



SHEFA



XOCOPINHO



SHOWCAU



OVOMALTINE



XOC MIX



TODDY



VIRTUAL

Biscoito Recheado



DANIX



RENATA DESCOLADOS



ADRIA MOUSSE



TRAKINAS



MARILLAN



BONO



PASSATEMPO



AMORI



TURMIX



NIKITO



NEGRESCO



BAUDUCCO GULOSOS



PIRAQUÊ



VISCONTI



BREAK UP



ESQUIRETO



ZABET MOUSSE



TRIUNFO



PLUGADOS



PARATI ZOO CARTOON



MABEL



CHOCOLÍCIA



EURO



NESTLÉ

Leite



BARRA MANSA



PIRACANJUBA



NINHO



BATAVO



SANTA CLARA



LANGUIRU



GODAM



ITAMBÉ



GLÓRIA



SELITA



MOCOCA



SHEFA



ZERO



LECO



ITALAC



PARMALAT



MOLICO



LEITÍSSIMO



MACUCO



DA MATTÁ



QUATÁ



LINDÓIA



ECILA



CONAPROLE



TIROL



ELEGÊ

Óleo



CAMERA



COCAMAR



SUAVIT



SINHÁ



CARRETEIRO



ENJOY



CORCOVADO



LEVE



LIZA



MAZOLA



SOYA



PRIMOR



PURILVEV



SALADA



GRANFINO



VILA VELHA

Margarina



Sabão em pó



Amaciante



AMACITEL



BABY SOFT



BIANCOLL



BIG SOFT



MARINA



CARINHO



COMFORT



DOWNY



FOFO



SONHO



MON BIJOU



PELOUCHE



PLUSH



VIDA MACIA



YPÊ

Sabonete



4 ESTAÇÕES



ALBANY



ALMA DE FLORES



ANN BOW

GLICERINA
AUGUSTO CALDAS

BIOCREMA



AVEIA DAVENE



DETTOL



DOVE



FARNESE



FLOR DE YPÊ



FRANCIS

Sabonete (continuação)



IARA



JOHNSON'S



REXONA



LIFEBUOY



LEITE DE ROSAS



LUX



NIVEA



PROTEGE



PALMOLIVE



PARIGGI



PHEBO



OX



SUAVITRAT



UBON



HYDRATTA



SENADOR



NEVASCA



GRANADO



YPÊ ACTION



PROTEX



LA FLORE



SENSUS

Papel Higiênico



FOFINHO



SOFTY'S



COTTON



GOLD



MIRAFIORI



PRIMAVERA



DAMA



DELUXE



PERSONAL



NEVE



PERSONAL VIP



LEBLON SOFT BLANC



CARINHO



DUALETTE



TRÓPICOS



TENDERLY



SCOTT



SUBLIME



PAPOULA



BOB