



Mais de 49% dos brasileiros compram marcas próprias

SÃO PAULO, 9 de novembro de 2009 - Em 2009, os produtos de marca própria tiveram um crescimento de 7% no faturamento em relação ao ano de 2008 no autosserviço. Embora não seja possível quantificar em valores esse índice, é fácil estimar que ele equivale a bilhões de reais, já que apenas o setor supermercadista registrou um faturamento de R\$ 158,5 bilhões no ano passado.

As categorias de marca própria com maior faturamento, de acordo com o estudo da Nielsen, foram: leite asséptico, óleo vegetal e azeite, papel higiênico, arroz, açúcar, bolachas e biscoitos, feijão, pães e bolos, iogurtes e panetones. Juntas elas somaram R\$ 786,9 milhões em vendas no autosserviço.

Outro fato importante apontado pelo estudo foi o aumento da quantidade de novos produtos de marca própria colocados à disposição dos consumidores. O número de itens cresceu 22,7%, na comparação entre 2009 e o ano anterior, alcançando um total de 55.752 mercadorias disponíveis em 165 (24%) das 684 empresas participantes da pesquisa. "Esses dados mostram que, entre junho de 2008 e julho de 2009, no auge da crise, o segmento de marcas próprias cresceu", afirma Neide Montesano, presidente da Associação Brasileira de Marcas Próprias e Terceirização (Abmapro).

O estudo da Nielsen mostra ainda que grande parte da população no Brasil consome produtos de marca própria e que eles estão cada vez mais presentes nos lares brasileiros. Em 2009, as marcas próprias conquistaram cerca de 18,2 milhões de shoppers, o que representa 49,3% da população brasileira.

<http://jbonline.terra.com.br/pextra/2009/11/09/e091121997.asp>