



Sumário Executivo

Avaliação da Cadeia de Distribuição de GLP junto ao Consumidor Final

Preparado para:



Fevereiro, 2010

Copernicus
Marketing Consulting

AGENDA

- Introdução
- Comportamento de Compra e Envolvimento com os Canais
- Atributos Motivadores





Introdução

Objetivos

- Levantar os **atributos motivadores** de compra de gás de botijão e identificar a que canal de venda estes atributos estão associados;
- Identificar vantagens e desvantagens, fortalezas e fraquezas de cada canal de venda de gás sob a perspectiva do consumidor;
- Conhecer os hábitos e atitudes e o comportamento de compra dos consumidores de gás de botijão.

Desenho do Estudo

▪ Metodologia:

- Pesquisa quantitativa realizada através de **entrevistas pessoais** com questionário estruturado de duração média aproximada de **45 minutos**

▪ Amostra:

- **750 entrevistas** com consumidores de botijão de gás (pessoas físicas) que consomem pelo menos um botijão a cada três meses e que sejam o responsável na residência pela compra do gás.

▪ Demográficos:

- Homens e Mulheres
- Todas as classes sociais
- 18 a 59 anos

Plano Amostral e Plano de Ponderação

	No. Entrevistas	% Entrevistas	No. Botijões por Estado	Ponderação
Região Sudeste (capital e região metropolitana):	225	30,00%	433.932.343	52,23%
- Rio de Janeiro	75	10,00%	91.155.761	10,97%
- São Paulo	100	13,33%	233.858.026	28,15%
- Belo Horizonte	50	6,67%	108.918.556	13,11%
Região Nordeste (só capital):	150	20,00%	168.937.224	20,34%
- Recife	50	6,67%	47.760.638	5,75%
- Fortaleza	50	6,67%	40.514.546	4,88%
- Salvador	50	6,67%	80.662.040	9,71%
Região Sul (só capital):	150	20,00%	127.237.225	15,32%
- Porto Alegre	75	10,00%	64.462.311	7,76%
- Curitiba	75	10,00%	62.774.915	7,56%
Região Centro-Oeste (só capital):	125	16,67%	56.827.709	6,84%
- Brasília	75	10,00%	13.084.488	1,57%
- Goiânia	50	6,67%	43.743.221	5,27%
Região Norte (só capital)	100	13,33%	43.832.842	5,28%
- Belém	50	6,67%	30.308.592	3,65%
- Manaus	50	6,67%	13.524.250	1,63%
Total	750	100,00%	830.767.344	100,00%

EMPRESAS COM SEDE EM UM DEPÓSITO DE GÁS, COM SEUS MUROS E PRÉDIOS IDENTIFICADOS POR MARCAS ESPECÍFICAS DE GÁS, BEM COMO SEUS VEÍCULOS E FUNCIONÁRIOS COM UNIFORME QUE ENTREGAM O GÁS POR CAMINHÕES OU MOTOS, TANTO POR VISITAÇÃO ROTINEIRA QUANTO POR PEDIDO POR TELEFONE.



COMÉRCIOS DIVERSOS, MERCEARIAS, SUPERMERCADOS, POSTOS DE GASOLINA, CASAS DE RAÇÃO, DE MATERIAIS DE CONSTRUÇÃO, ENFIM, DE QUALQUER NATUREZA, QUE ALÉM DE VENDER PRODUTOS E SERVIÇOS DIVERSOS TAMBÉM COMERCIALIZAM O GÁS, POR CAMINHÕES OU MOTOS, TANTO POR VISITAÇÃO ROTINEIRA QUANTO POR PEDIDO POR TELEFONE.

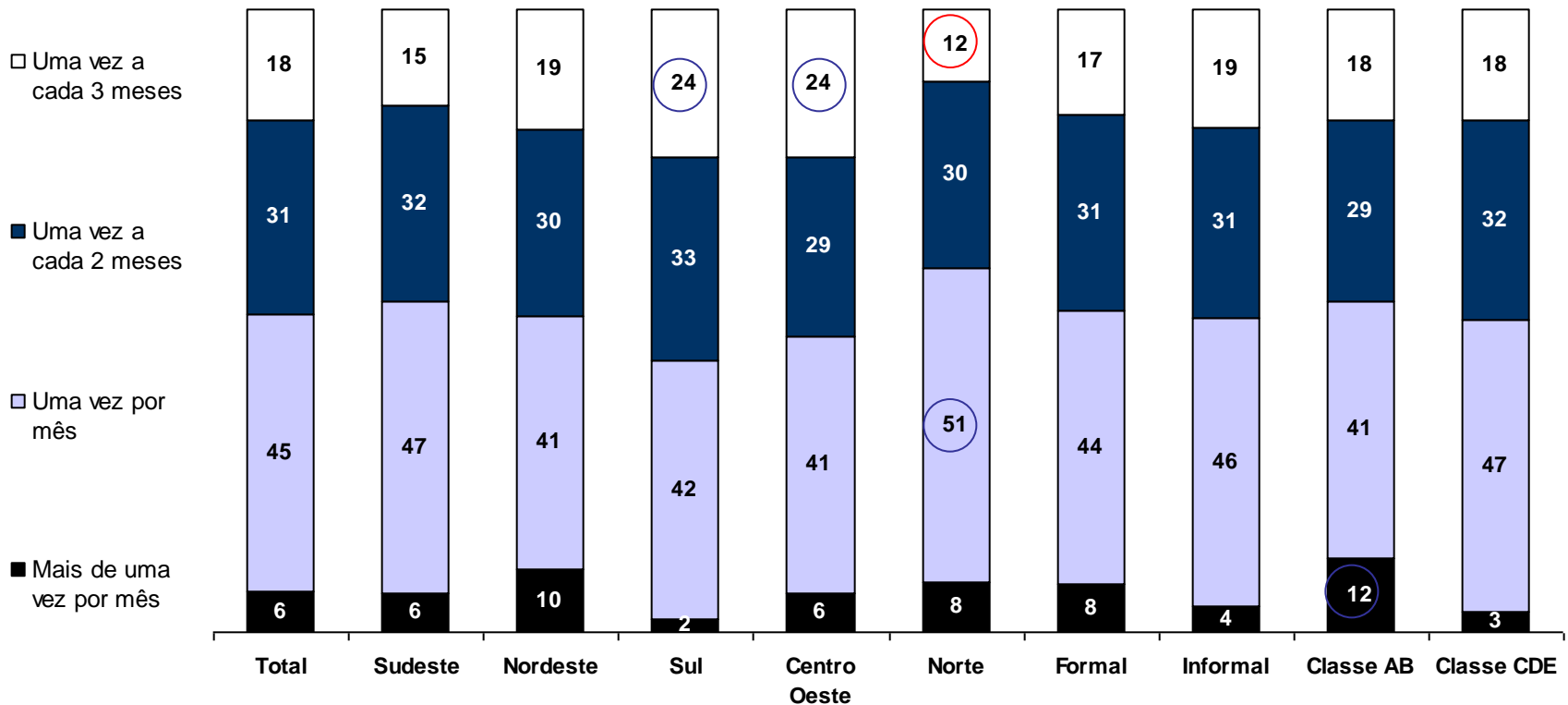




Comportamento de Compra e Envolvimento com os Canais

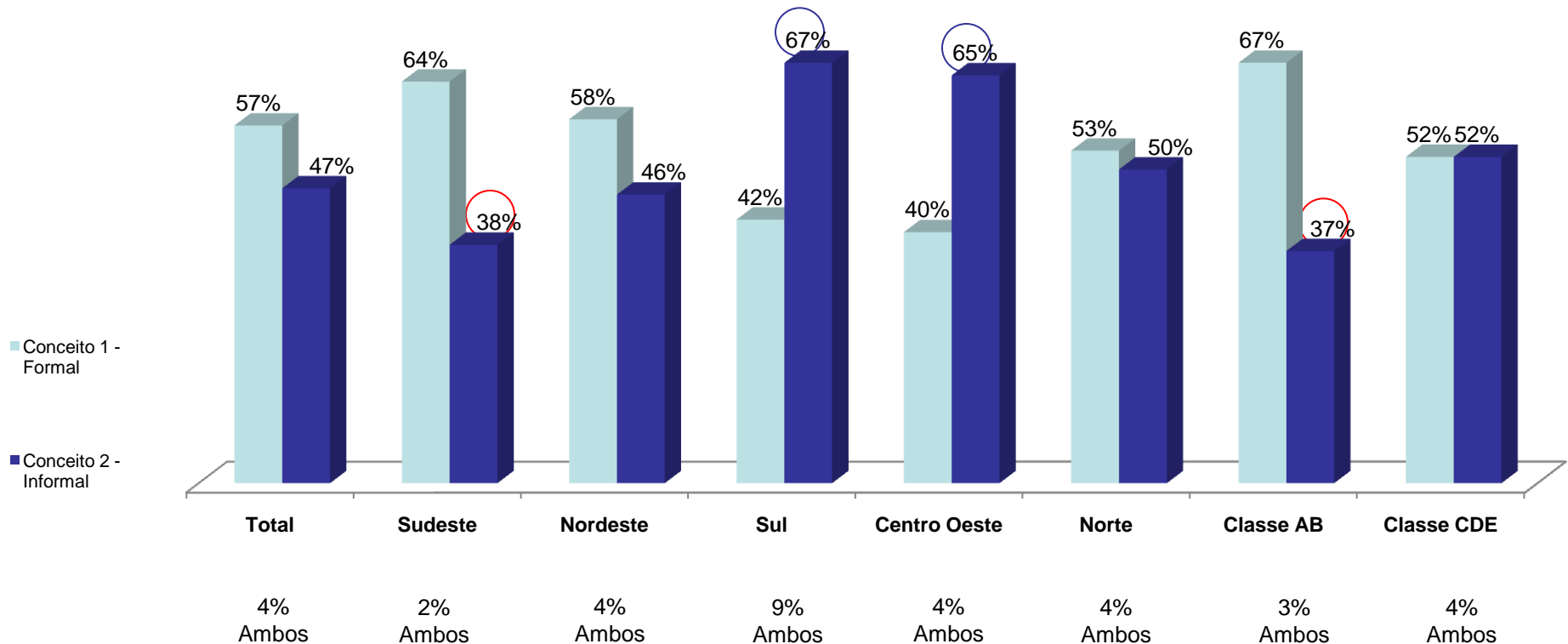
Freqüência de Compra de Gás na Residência (%)

- A maioria compra gás uma vez por mês ou a cada 2 meses. A freqüência de compra é um pouco menor nas regiões Sul e Centro Oeste.



Canal de Compra Utilizado (%)

- Nas regiões Sul e Centro Oeste há um maior percentual de consumidores que costumam comprar gás através do canal informal.



Motivos Costuma Comprar Gás (%)

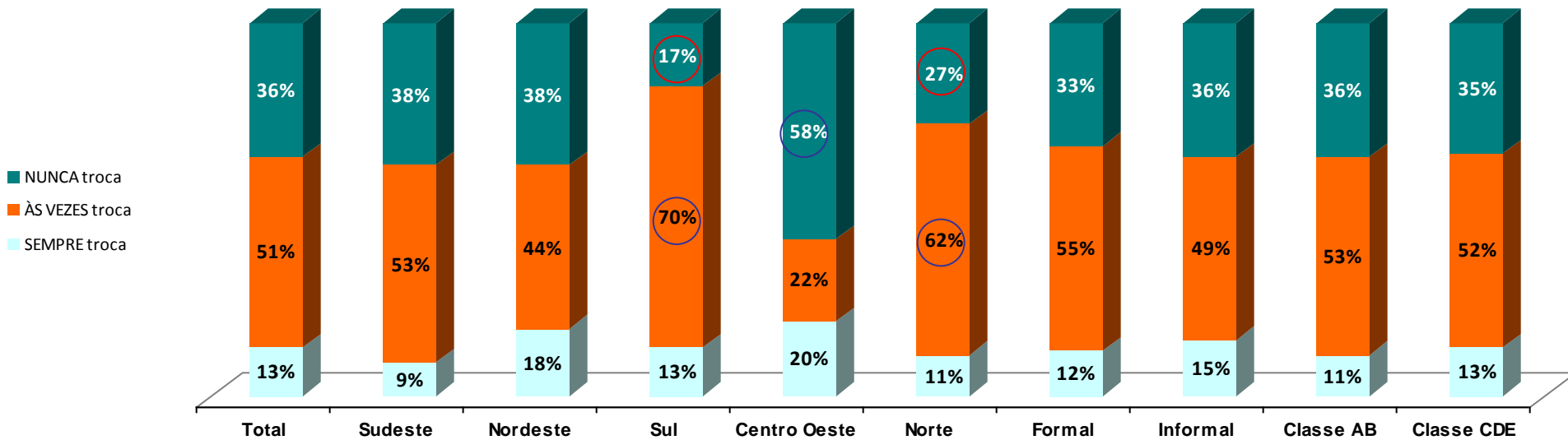
- Agilidade é o principal motivo da escolha do local de compra – tanto nos locais formais como informais.
- Confiança e qualidade também influenciam na escolha dos locais formais.
- No centro-oeste e no norte a falta de acesso influenciam na escolha dos locais informais.

	Total	Sudeste	Nordeste	Sul	Centro Oeste	Norte
Conceito 1 - Formal						
Agilidade	57	51	55	86	72	61
Confiança	57	68	48	13	53	63
Qualidade	38	38	38	30	50	45
Botijões limpos	15	15	18	14	3	24
Preço mais barato	14	14	9	22	25	11
Marca preferida	10	8	18	8	4	7
Relacionamento	9	8	13	2	21	16
Falta de acesso	8	9	10	2	10	5

	Total	Sudeste	Nordeste	Sul	Centro Oeste	Norte
Conceito 2 - Informal						
Agilidade	69	68	84	70	45	67
Confiança	25	32	24	16	15	21
Preço mais barato	23	23	26	26	15	21
Falta de acesso	22	26	10	13	47	35
Relacionamento	22	28	26	5	25	21
Qualidade	14	10	18	24	6	5
Marca preferida	8	5	15	12	3	4
Botijões limpos	6	7	8	4	1	2

Fidelidade ao canal de Compra (%)

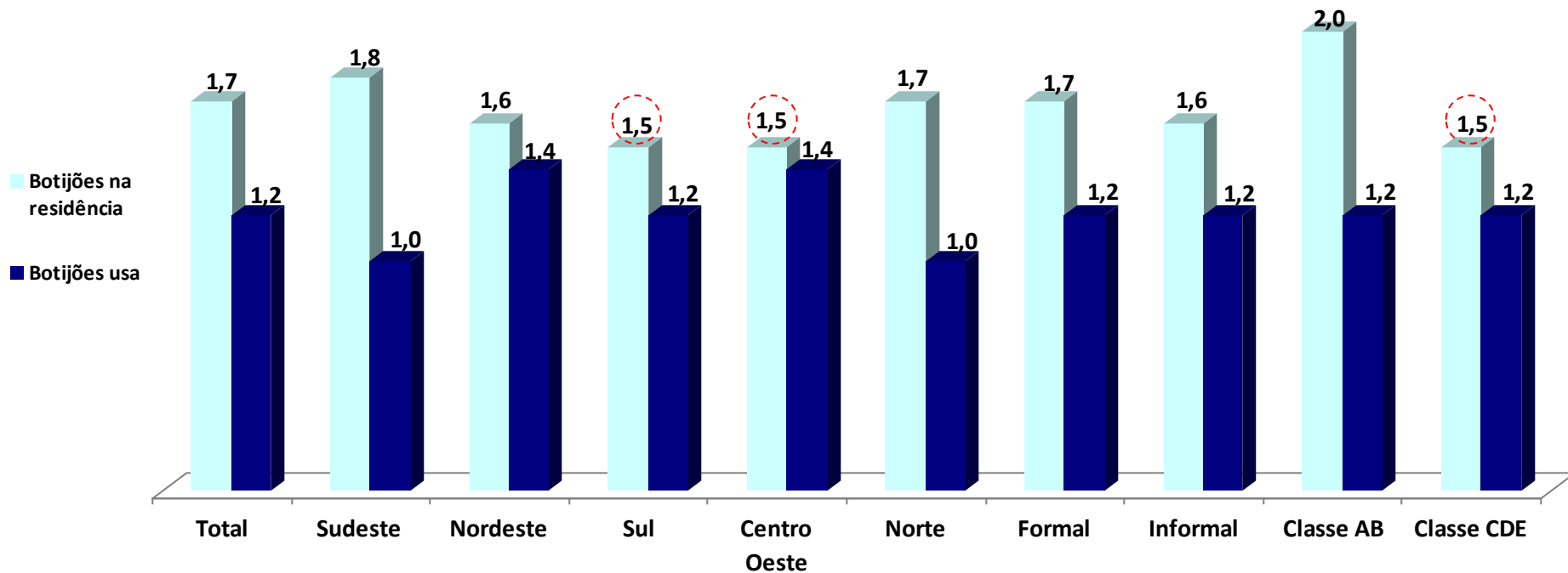
- Consumidores do centro-oeste são os mais fiéis - a maioria NUNCA troca o lugar de compra.



- Q29. Com relação ao local onde você compra gás, qual das opções deste cartão você diria que melhor descreve o seu comportamento de compra:
1. Estou sempre trocando o local onde eu compro gás
 2. Eu procuro não trocar, mas às vezes troco o local onde eu compro gás
 3. Eu nunca troco o local onde eu compro gás

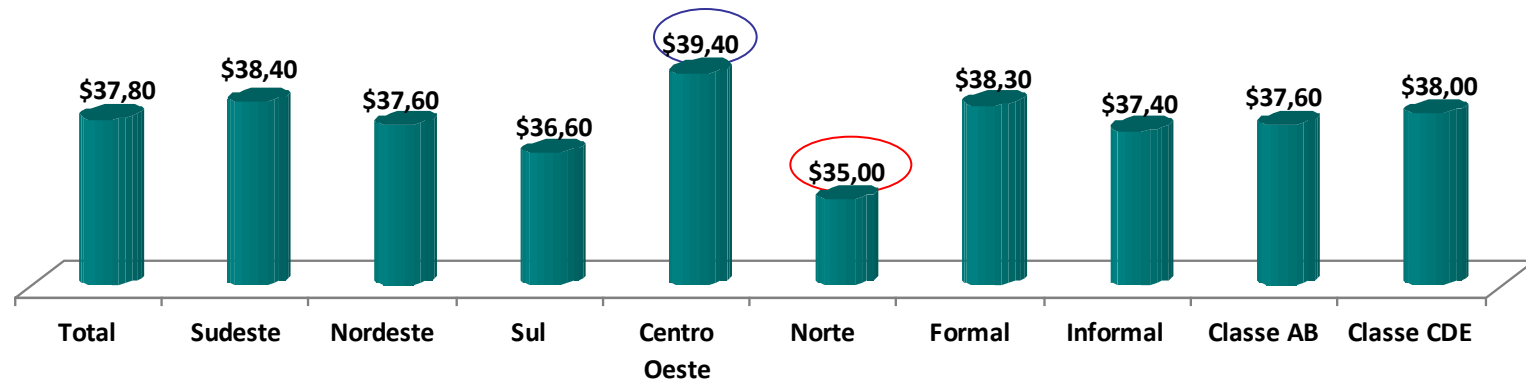
Botijões em Casa (Média)

- Consumidores possuem, em média, 2 botijões de gás em casa. Mas usam somente 1...



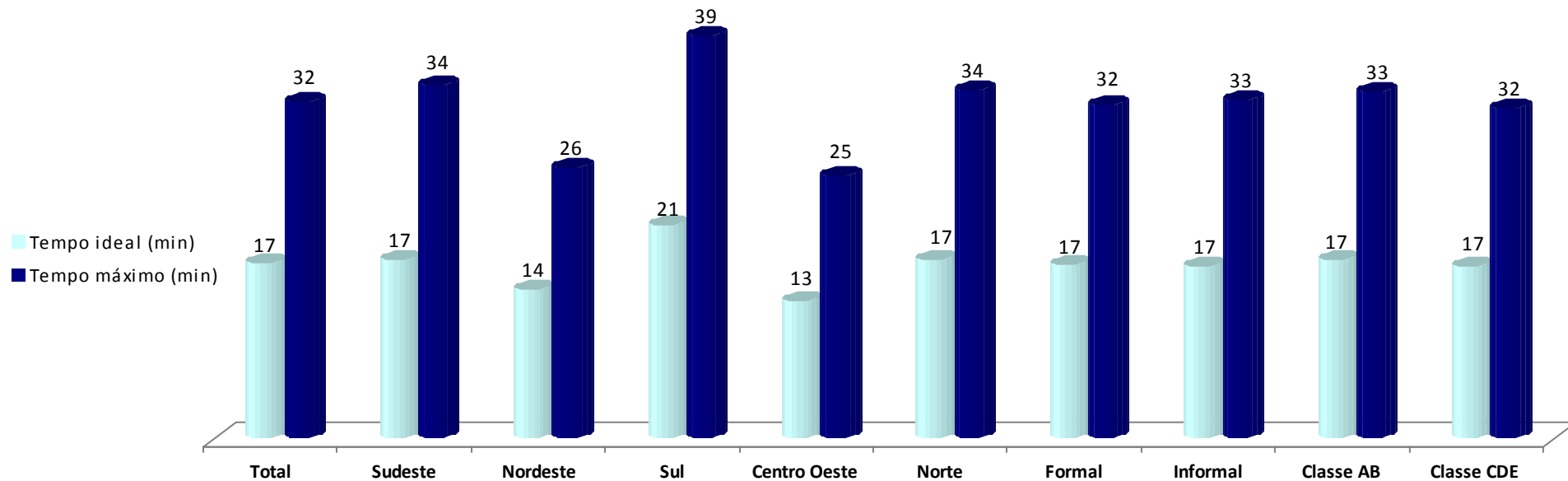
Quanto Paga em Média pelo Botijão de Gás P13 (R\$)

- O consumidor paga em média R\$38 pelo botijão de gás P13.
 - Consumidores do centro-oeste pagam mais caro,
 - Enquanto os nortistas são os que pagam menos pelo botijão.



Tempo de Entrega

- O tempo ideal de entrega é de cerca de 17 minutos.
- Mas com uma tolerância de até meia hora.



Frequência de Compra

- A maioria compra gás uma vez por mês ou a cada 2 meses. A frequência de compra é um pouco menor nas regiões Sul e Centro-Oeste.

Canal de Compra

- A diferença entre os canais de compra Formal e Informal é pequena (57% x 47%);
- A presença do informal é grande no Sul e no Centro Oeste;
- A maior diferença de utilização dos canais de compra está na classe AB (67% formal x 37% informal) enquanto na classe CDE não há diferença (52% para ambos os canais)

Motivo da Compra

- Agilidade é o principal motivo da escolha do local de compra – tanto nos locais formais como informais.
- Confiança e qualidade também influenciam na escolha dos locais formais.
- No centro-oeste e no norte a falta de acesso (impossibilidade de escolha de outro canal) influenciam na escolha dos locais informais.

Fidelidade ao Canal de Compra

Os consumidores, de uma forma geral, são fiéis ao local da compra, trocando de lugar somente ÀS VEZES.

Botijões em Casa

Nas regiões Sul, Centro-Oeste e na Classe CDE observa-se a menor média de botijões por residência

Preço

O preço médio do botijão pago no canal informal é um pouco menor que no canal formal

Tempo de entrega

O tempo ideal de entrega é de cerca de 17 minutos com tolerância de até meia hora.

Importante lembrar que as regiões estão em estágios diferentes na visão do consumidor:

Sul e Centro Oeste

Estágio menos avançado

- Representam 22% das vendas de botijões;
- Mais de 65% compram no canal Informal;
- Formal é visto igual ao Informal.
- 1,5 botijões/residência

Norte

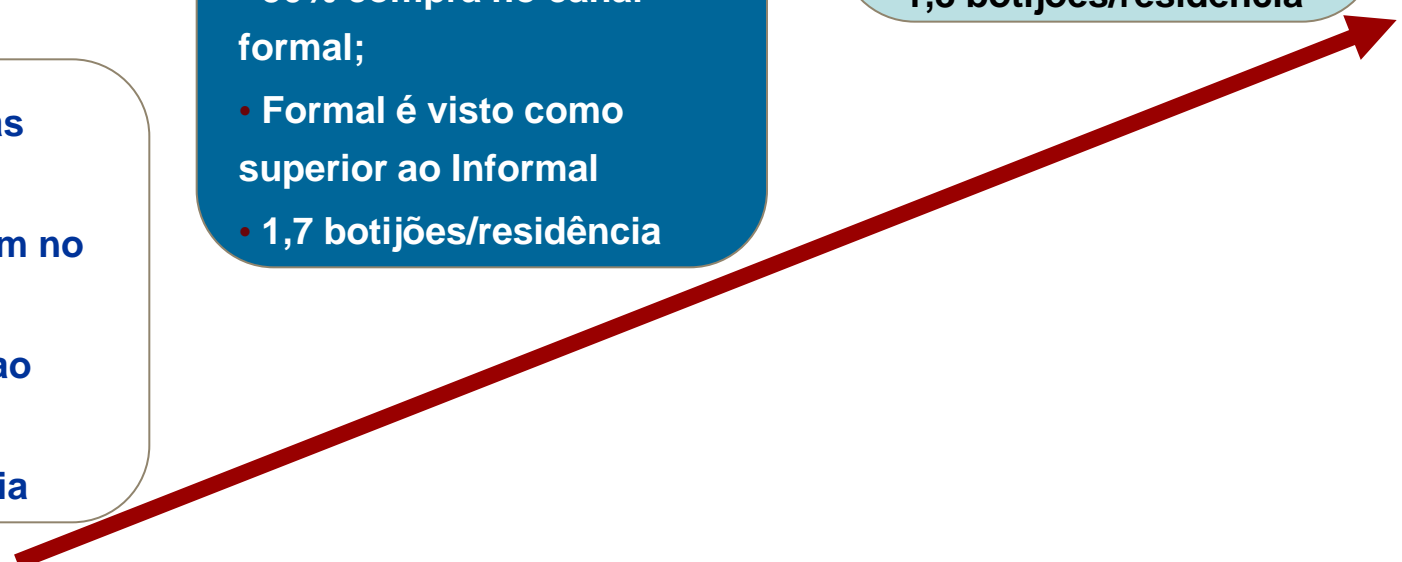
Estágio Mediano

- Representa 5% das vendas de botijões;
- 50% compra no canal formal;
- Formal é visto como superior ao Informal
- 1,7 botijões/residência

Sudeste e Nordeste

Estágio mais avançado

- Representam 72% das vendas de botijões
- Mais de 60% compram no canal formal
- Formal é visto como superior ao Informal
- 1,8 botijões/residência



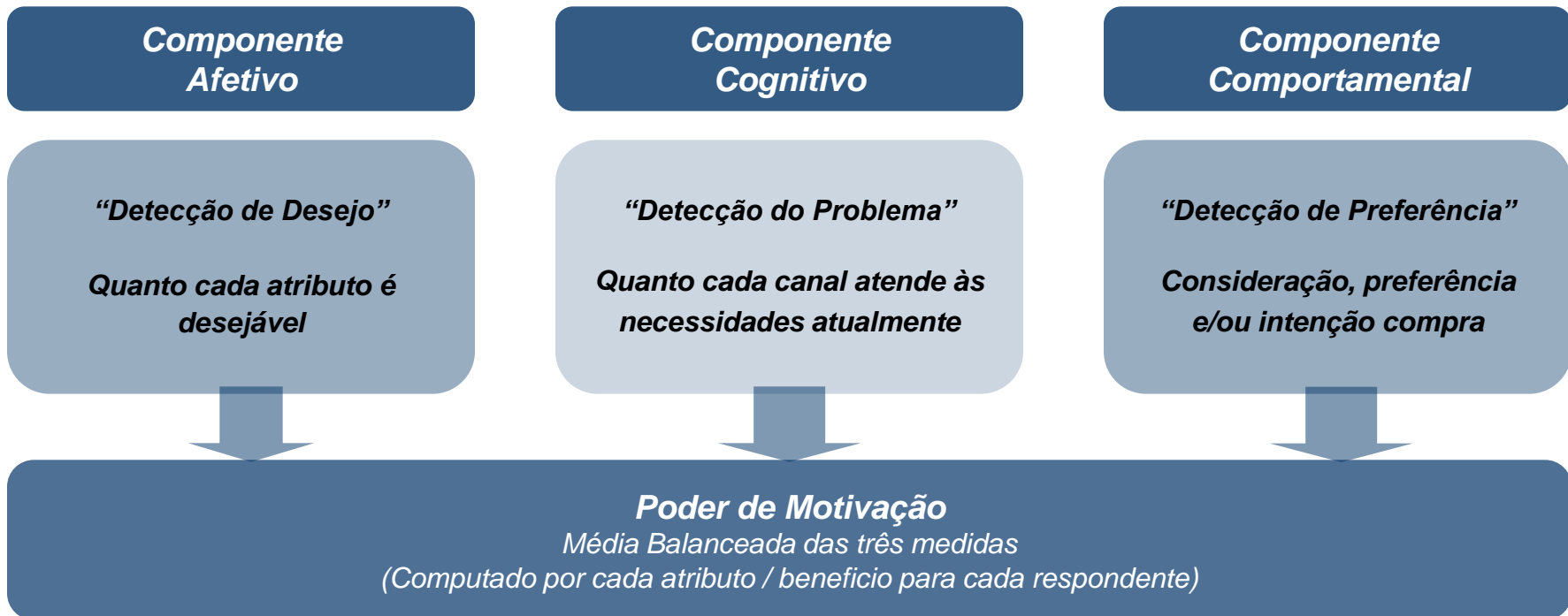


Atributos Motivadores



Drivers da Categoria

- Identificamos os *drivers* da categoria, ou seja o que realmente impacta a tomada de decisão, através da determinação do real poder de motivação dos atributos e benefícios da categoria junto ao público avaliado, aplicando uma abordagem tridimensional única.
- Nesta análise consideramos o que os entrevistados declaram, mas ponderamos essas informações usando seus comportamentos e percepções, obtendo assim uma resposta real.



Drivers da Categoria - Alto Poder de Motivação (75+)

	Total	Canal Formal	Canal Informal
Honesta	86	88	90
Entregue os botijões lacrados e com o lacre inviolado	81	84	79
Seja rápida na entrega do gás	79	81	80
Responsável	79	79	83
Garanta sempre o mesmo prazo de durabilidade do botijão	78	79	79
Entregue botijões em bom estado de conservação	78	81	77
Possua serviço de entrega imediata	77	76	80
Ofereça gás que não borre ou escureça as panelas	77	79	75
Tenha um serviço de entrega em que eu possa confiar e que não vai me deixar na mão	76	76	80
Tenha entregadores de confiança	76	78	75
Garanta sempre o mesmo padrão de qualidade de atendimento e entrega	76	76	79
Seja fácil de encontrar ou de entrar em contato	76	76	77
Pratique sempre o mesmo preço	75	73	79
Tenha etiqueta com informações de segurança no botijão	75	76	73
Entregue um botijão limpo, de boa aparência	75	74	75
Ofereça um gás que não polua o meio ambiente	75	73	77
Cuidadosa	75	76	72

Drivers da Categoria - Médio Poder de Motivação (65-74)

	Total	Canal Formal	Canal Informal
Tenha um bom custo-benefício	73	73	73
Ofereça gás sem cheiro forte	71	73	72
Tenha entregadores cordiais e educados	71	73	72
Ofereça benefícios e vantagens para os clientes fiéis	71	71	72
Ofereça gás com chama azul	69	71	68
Competente	69	70	69
Amiga / companheira	68	73	65
Simpática	68	70	65
Tenha um ponto de venda próximo a sua casa	68	68	70
Tenha um telefone 0800 onde eu peço e entregam em casa	67	68	66
Ofereça promoções e brindes	66	63	73
Tenha entregadores de boa aparência: limpos e arrumados	66	68	61
Possua serviço de entrega 24 horas	66	66	66
Rápida / ágil	65	61	69
Tenha tradição, ou seja, muitos anos de mercado	65	65	65
Tenha entregadores que façam a instalação do botijão	65	66	63

Drivers da Categoria - Baixo Poder de Motivação (<65)

	Total	Canal Formal	Canal Informal
Tenha os preços mais baratos	64	58	75
Tenha disponibilidade em verificar e prestar assistência técnica a outros componentes (mangueira, registro)	64	63	66
Tenha entregadores uniformizados	64	68	56
Prática	59	58	62
Tenha veículo de entrega com boa aparência (caminhão, caminhonete, moto)	59	66	54
Tenha um caminhão de entrega que passe sempre no mesmo dia e na mesma hora	59	60	58
Tenha botijões com medidor do nível do gás mais ou menos como o medidor de gasolina no carro	58	59	58
Tenha a sua marca estampada em relevo no botijão	58	55	63
Forte / decidida	57	55	55
Tenha botijões leves, fáceis de carregar	54	53	56
Simples	46	40	51
Tenha propagandas na TV, rádio, jornais, revistas, etc	45	44	40
Moderna	42	43	34
Tenha botijões coloridos e modernos	40	36	39
Tenha caminhão de entrega com uma musiquinha agradável	39	45	26
Ofereça ao cliente a possibilidade de comprar apenas a quantidade realmente desejada de gás	38	34	37
Ofereça ao cliente a possibilidade de pagar fiado	32	23	37
Ofereça tamanhos menores de botijão com um preço mais em conta	31	27	28

Metodologia – Matriz Estratégica da Marca

<p>Brand Strategy Matrix™</p>		Perceptions of Formal vs Informal				
		(client) Superior	Both the Same			(client) Inferior
			Excellent: Could not Be Better	Acceptable, But Could Be Better	Unacceptable	
Motivating Power of Attribute/Benefit	High	<p>1 Key Positioning Opportunity</p>	Price of Entry—Maintain	<p>4 Possible Opportunity</p>	<p>2 Major Opportunity</p>	<p>Serious Weakness—Try to Fix</p>
	Mod	<p>3 Secondary Opportunity</p>	Secondary Price of Entry	<p>6 Secondary Opportunity</p>	<p>5 Secondary Opportunity</p>	Secondary Weakness
	Low	<p>7 Potential Opportunity—Increase Importance?</p>	Cut Costs?	No Action	No Action	No Action

Value of Strategy Ranked from 1 highest to 7 lowest


Conceito Formal vs. Conceito Informal Among Compradores Canal Informal

Conceito Formal and Conceito Informal Both The Same

MP	Conceito Formal Superior (75, + 5)	Excellent, Couldn't Be Better (75+)	Acceptable, Could Be Better (65 - 74)	Unacceptable (64 or less)	Conceito Formal Inferior (75, - 5)
High	Entregue um botijão limpo, de boa aparência (+7)	Honesta (-2) Responsável (=) Garanta sempre o mesmo prazo de durabilidade do botijão (+1) Entregue os botijões lacrados e com o lacre inviolado (+1) Entregue botijões em bom estado de conservação (+4) Tenha entregadores de confiança (+2) Ofereça gás que não borre ou escureça as panelas (+2)	Pratique sempre o mesmo preço (-4) Garanta sempre o mesmo padrão de qualidade de atendimento e entrega (=) Ofereça um gás que não polua o meio ambiente (+2)	Tenha os preços mais baratos (-9)	Possua serviço de entrega imediata (-12) Tenha um serviço de entrega em que eu possa confiar e que não vai me deixar na mão (-8) Seja rápida na entrega do gás (-19) Seja fácil de encontrar ou de entrar em contato (-19)
Mod	Tenha tradição, ou seja, muitos anos de mercado (+18)	Tenha etiqueta com informações de segurança no botijão (+3) Cuidadosa (+5) Ofereça gás sem cheiro forte (=) Ofereça gás com chama azul (+2)	Tenha entregadores cordiais e educados (+1) Competente (-1) Tenha um telefone 0800 onde eu peço e entregam em casa (+30)	Tenha um bom custo-benefício (-1) Ofereça promoções e brindes (-7) Ofereça benefícios e vantagens para os clientes fiéis (-2) Tenha disponibilidade em verificar e prestar assistência técnica a outros componentes (mangueira, registro) (+9) Possua serviço de entrega 24 horas (+14) Amiga / companheira (-10)	Tenha um ponto de venda próximo a sua casa (-36) Rápida / ágil (-14) Simpática (-6)

Conceito Formal vs. Conceito Informal Among Compradores Canal Informal

Conceito Formal and Conceito Informal Both The Same

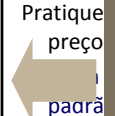
MP	Conceito Formal Superior (75, + 5)	Excellent, Couldn't Be Better (75+)	Acceptable, Could Be Better (65 - 74)	Unacceptable (64 or less)	Conceito Formal Inferior (75, - 5)
<div data-bbox="0 528 125 592" style="background-color: red; color: white; padding: 5px; text-align: center;">Low</div> 	<p>Tenha entregadores de boa aparência: limpos e arrumados (+16)</p> <p>Tenha entregadores uniformizados (+33)</p> <p>Tenha veículo de entrega com boa aparência (caminhão, caminhonete, moto) (+27)</p> <p>Moderna (+15)</p>		<p>Tenha entregadores que façam a instalação do botijão (-2)</p> <p>Tenha a sua marca estampada em relevo no botijão (+3)</p> <p>Forte / decidida (+3)</p>	<p>Tenha botijões com medidor do nível do gás mais ou menos como o medidor de gasolina no carro (+12)</p> <p>Tenha um caminhão de entrega que passe sempre no mesmo dia e na mesma hora (+16)</p> <p>Tenha botijões leves, fáceis de carregar (+2)</p> <p>Tenha propagandas na TV, rádio, jornais, revistas, etc (+23)</p> <p>Tenha botijões coloridos e modernos (+3)</p> <p>Ofereça ao cliente a possibilidade de pagar fiado (-29)</p> <p>Ofereça ao cliente a possibilidade de comprar apenas a quantidade realmente desejada de gás (+10)</p> <p>Ofereça tamanhos menores de botijão com um preço mais em conta (+7)</p> <p>Tenha caminhão de entrega com uma musiquinha agradável (+25)</p>	<p>Prática (-8)</p> <p>Simple (-20)</p>

Conceito Formal vs. Conceito Informal Among Compradores Canal Informal

Conceito Formal and Conceito Informal Both The Same

MP	Conceito Formal Superior (75, +5)	Excellent, Couldn't Be Better (75+)	Acceptable, Could Be Better (65 - 74)	Unacceptable (64 or less)	Conceito Formal Inferior (75, -5)
High	Entregue um botijão limpo, de boa aparência (+7)	Honesta (-2) Responsável (=) Garanta sempre o mesmo prazo de durabilidade do botijão (+1) Entregue os botijões lacrados e com o lacre inviolado (+1) Entregue botijões em bom estado de conservação (+4) Tenha entregadores de confiança (+2) Ofereça gás que não borre ou escureça as panelas (+2)	Pratique preço para o atendimento (=) Ofereça polua o meio ambiente (+2)		Ofereça um serviço de entrega rápida (-12) Ofereça um serviço de entrega que eu possa confiar e não vai me deixar na mão (-8) Ofereça ajuda na entrega do gás (-19) Seja fácil de encontrar ou de entrar em contato (-19)
Mod	Tenha tradição, ou seja, muitos anos de mercado (+18)	Tenha etiqueta com informações de segurança no botijão (+3) Cuidadosa (+5) Ofereça gás sem cheiro forte (=) Ofereça gás com chama azul (+2)	Tenha entregadores cordiais e educados (+1) Competente (-1) Tenha um telefone 0800 onde eu peço e entregam em casa (+30)	Tenha um bom custo-benefício (-1) Ofereça promoções e brindes (-7) Ofereça benefícios e vantagens para os clientes fiéis (-2) Tenha disponibilidade em verificar e prestar assistência técnica a outros componentes (mangueira, registro) (+9) Possua serviço de entrega 24 horas (+14) Amiga / companheira (-10)	Tenha um ponto de venda próximo a sua casa (-36) Rápida / ágil (-14) Simpática (-6)

O informal é percebido tão seguro quanto o formal;



Conceito Formal vs. Conceito Informal Among Compradores Canal Informal

Conceito Formal and Conceito Informal Both The Same

MP	Conceito Formal Superior (75, + 5)	Excellent, Couldn't Be Better (75+)	Acceptable, Could Be Better (65 - 74)	Unacceptable (64 or less)	Conceito Formal Inferior (75, - 5)
High	Entregue um botijão limpo, de boa aparência (+7)	Honesta (-2) Responsável (=) Garanta sempre o mesmo prazo de durabilidade do botijão (+1) Entregue os botijões lacrados e com o lacre inviolado (+1) Entregue botijões em bom estado de conservação (+4) Tenha entregadores de confiança (+2) Ofereça gás que não borre ou escureça as panelas (+2)	Pratique sempre o mesmo preço (-4) Garanta sempre o mesmo padrão de qualidade de atendimento e entrega (=) Ofereça um gás que não polua o meio ambiente (+2)	Tenha os preços mais baratos (-9)	Possua serviço de entrega imediata (-12) Tenha um serviço de entrega em que eu possa confiar e que não vai me deixar na mão (-8) Seja rápida na entrega do gás (-19) Seja fácil de encontrar ou de entrar em contato (-19)
Mod	Tenha tradição, ou seja, muitos anos de mercado (+18)	Tenha etiqueta com informações de segurança no botijão (+3) Cuidadosa (+5) Ofereça gás sem cheiro forte (=) Ofereça gás com chama azul (+2)	Tenha entregadores cordiais e educados (+1) Competente (-1) Tenha um telefone 0800 onde	Tenha um bom custo-benefício (-1) Tenha promoções e brindes (-7) Tenha benefícios e vantagens para os clientes fiéis (-2)	Tenha um ponto de venda próximo a sua casa (-36) Rápida / ágil (-14) Simpática (-6)
			Ambos praticam o mesmo preço;		
				Possua serviço de entrega 24 horas (+14) Amiga / companheira (-10)	

Conceito Formal vs. Conceito Informal Among Compradores Canal Informal

Conceito Formal and Conceito Informal Both The Same

MP	Conceito Formal Superior (75, + 5)	Excellent, Couldn't Be Better (75+)	Acceptable, Could Be Better (65 - 74)	Unacceptable (64 or less)	Conceito Formal Inferior (75, - 5)
High	Entregue um botijão limpo, de boa aparência (+7)	Honesta (-2) Responsável (=) Garanta sempre o mesmo prazo de durabilidade do botijão (+1) Entregue os botijões lacrados e com o lacre inviolado (+1) Entregue botijões em bom estado de conservação (+4) Tenha entregadores de confiança (+2) Ofereça gás que não borre ou escureça as panelas (+2)	Pratique sempre o mesmo preço (-4) Garanta sempre o mesmo padrão de	Tenha os preços mais baratos (-9)	Possua serviço de entrega imediata (-12) Tenha um serviço de entrega em que eu possa confiar e que não vai me deixar na mão (-8) Seja rápida na entrega do gás (-19) Seja fácil de encontrar ou de entrar em contato (-19)
Mod	Tenha tradição, ou seja, muitos anos de mercado (+18)	Tenha etiqueta com informações de segurança no botijão (+3) Cuidadosa (+5) Ofereça gás sem cheiro forte (=) Ofereça gás com chama azul (+2)	Tenha entregadores cordiais e educados (+1) Competente (-1) Tenha um telefone 0800 onde eu peço e entregam em casa (+30)	Tenha um bom custo-benefício (-1) Ofereça promoções e brindes (-7) Ofereça benefícios e vantagens para os clientes fiéis (-2) Tenha disponibilidade em verificar e prestar assistência técnica a outros componentes (mangueira, registro) (+9) Possua serviço de entrega 24 horas (+14) Amiga / companheira (-10)	Tenha um ponto de venda próximo a sua casa (-36) Rápida / ágil (-14) Simpática (-6)

O informal é percebido como mais ágil e próximo que o formal



Fortalezas do Formal

(superior ao Informal)

- Entregue um botijão limpo, de boa aparência (+7)
- Tenha tradição, ou seja, muitos anos de mercado (+18)

Fraquezas do Formal

(Inferior ao Informal)

- Possua serviço de entrega imediata (-12)
- Tenha um serviço de entrega em que eu possa confiar e que não vai me deixar na mão (-8)
- Seja rápida na entrega do gás (-19)
- Seja fácil de encontrar ou de entrar em contato (-19)
- Tenha um ponto de venda próximo a sua casa (-36)
- Rápida / ágil (-14)
- Simpática (-6)

Ponto de Entrada

(Formal e Informal são iguais e excelentes)

- Honesta (-2)
- Responsável (=)
- Garanta sempre o mesmo prazo de durabilidade do botijão (+1)
- Entregue os botijões lacrados e com o lacre inviolado (+1)
- Entregue botijões em bom estado de conservação (+4)
- Tenha entregadores de confiança (+2)
- Ofereça gás que não borre ou escureça as panelas (+2)
- Tenha etiqueta com informações de segurança no botijão (+3)
- Cuidadosa (+5)
- Ofereça gás sem cheiro forte (=)
- Ofereça gás com chama azul (+2)

Oportunidades

(Formal e Informal são iguais e não entregam)

- Pratique sempre o mesmo preço (-4)
- Tenha os preços mais baratos (-9)
- Tenha um bom custo-benefício (-1)

PREÇO

- Garanta sempre o mesmo padrão de qualidade de atendimento e entrega (=)
- Tenha entregadores cordiais e educados (+1)
- Tenha disponibilidade em verificar e prestar assistência técnica a outros componentes (mangueira, registro) (+9)
- Tenha um telefone 0800 onde eu peço e entregam em casa (+30)
- Possua serviço de entrega 24 horas (+14)

ATENDIMENTO

- Ofereça um gás que não polua o meio ambiente (+2)
- Ofereça promoções e brindes (-7)
- Ofereça benefícios e vantagens para os clientes fiéis (-2)

IMAGEM

- **Competente (-1)**
- **Amiga / companheira (-10)**

EMOCIONAL

Copernicus

Marketing Consulting

Waltham, MA • +1 781 392 2500

Wilton, CT • +1 203 834 8200

São Paulo, SP • + 55 11 2169 7272

Rio de Janeiro, RJ • + 55 21 2522 2525

Equipe:

Alberto Cerqueira Lima	55 (11) 2169.7272	acerqueira@copernicusmarketing.com.br
Patrícia Cerqueira	55 (21) 2522.2525	pcerqueira@copernicusmarketing.com.br
Adriana Yokogawa	55 (11) 2169.7274	ayokogawa@copernicusmarketing.com.br
Flavia Bandeira	55 (21) 2522.2525	fbandeira@copernicusmarketing.com.br