

Pesquisa encomendada por **ABA** e **Top Brands** revela marcas e segmentos mais lembrados e confiáveis

A SulAmérica e a Globo, representada pelo site Globo.com e pela revista Época, foram destaque na categoria "Grau de atividade social na internet" da 8ª edição da pesquisa "A confiança e o prestígio das marcas para o consumidor brasileiro", encomendada pela **ABA** (Associação Brasileira de Anunciantes) e pela **Top Brands Consultoria** e aplicada pela Quest Inteligência de Mercado. A Globo.com obteve um percentual de 92% na categoria, seguida pela revista Época, com 80%, e pela empresa de seguros, também com 80%.

Já entre os segmentos mais confiáveis, estão aparelhos e emissoras de TV – com 93% e 86%, respectivamente –, emissoras de rádio, com 90%, e automóveis, com 90%. Apesar do alto grau de reclamação por parte dos clientes, as operadoras de telefonia móvel se saíram bem na pesquisa, com 77% - mesmo percentual alcançado pelas revistas. As operadoras de telefonia fixa, por sua vez, tiveram o pior desempenho entre as categorias analisadas, gerando confiança de apenas 62% dos consumidores.

Quando perguntados qual o nome da primeira marca que lhes vêm à cabeça, os entrevistados responderam: Itaú, com 59%, na categoria Banco; Visa, com 43%, na categoria Cartão de Crédito; Extra, com 21%, na categoria Supermercados; Unimed, com 28%, na categoria Planos de Saúde; Vivo, com 26%, na categoria Operadora Telefonia Móvel; Oi, com 45%, na categoria Operadora Telefonia Fixa DDD; Volkswagen, com 31%, na categoria Automóvel – Fabricante; Gol, com 19%, na categoria Automóvel – Modelo; LG, com 23%, na categoria Aparelho de TV; Dorflex, com 20%, na categoria Analgésico; Medley, com 18%, na categoria Fabricante de Medicamento Genérico; Google, com 14%, na categoria Portal de Internet; Veja, com 41%, na categoria Revistas; e Globo, com 60%, na categoria Emissora de TV Aberta.

Realizado nas oito maiores capitais brasileiras (São Paulo, Rio de Janeiro, Porto Alegre, Recife, Curitiba, Belo Horizonte, Salvador e Distrito Federal), o levantamento concentrou-se em um público-alvo formado por homens e mulheres entre 14 e 65, das classes A, B e C. Ao todo, 2.020 pessoas foram ouvidas. A íntegra da pesquisa será apresentada no Fórum Internacional **ABA** Branding 2011, nesta terça (23) e quarta-feira (24), no Teatro da Vivo, em São Paulo.

Confira as listas divulgadas pela **ABA**:

Jornais mais lembrados em cada praça:

Porto Alegre: Zero Hora (59%)
Rio de Janeiro: O Globo (40%)
Recife: Jornal do Commercio (41%)
Salvador: A Tarde (58%)
São Paulo: Folha de S. Paulo (38%)
Belo Horizonte: Estado de Minas (40%)
Curitiba: Gazeta do Povo (71%)
Brasília: Correio Braziliense (76%)

Emissoras de rádio mais lembradas em cada praça:

Porto Alegre: Gaúcha (15%)
Rio de Janeiro: O Dia (14%)
Recife: Clube (14%)
Salvador: O Globo (16%)
São Paulo: Jovem Pan (9%)
Belo Horizonte: Itatiaia (17%)
Curitiba: 98 (15%)
Brasília: Jovem Pan (16%)

Marcas com maior índice de adesão:

Banco: Caixa (59%)
Cartão de Crédito: Hipercard (75%)
Supermercados: Zaffari (70%)
Plano de Saúde: Bradesco Saúde (57%)
Operadora de Telefonia Móvel: Vivo (47%)
Operadora de Telefonia Fixa para DDD: Embratel (47%)
Automóvel (fabricante): Chevrolet (66%)
Aparelho de TV: Philips (73%)
Analgésico: Neosaldina (71%)
Fabricante de Medicamento Genérico: EMS (63%)
Portal de Internet: Google (77%)
Revistas: Caras (72%)
Emissora de TV (aberta): SBT (71%)
Jornal: Diário Gaúcho (78%)
Emissora de Rádio: Globo (77%)

Grau de confiança gerado por cada categoria de produto ou serviço:

Aparelho de TV (93%)
Emissora de Rádio (90%)
Analgésico (87%)
Banco (84%)
Supermercados (83%)
Automóvel (90%)

Emissora de TV (86%)
Cartão de Crédito (83%)
Fabricante de Remédio Genérico (89%)
Jornal (80%)
Plano de Saúde (79%)
Revista (77%)
Operadora telefonia móvel (77%)
Portal de Internet (83%)
Operadora telefonia fixa DDD (62%)

Grau de atividade social na internet:

Samsung (69%)
VW Gol (68%)
Neosaldina/Novalgina (64%)
Medley (65%)
Santander (76%)
Visa (63%)
Claro (60%)
Net (76%)
Sul América (80%)
Zaffari (77%)
Globo (54%)
Jovem Pan (77%)
O Globo (73%)
Época (80%)
Globo.com (92%)

 [Clique aqui para ler a notícia direto da fonte](#)