

Top Marketing Empresarial

Pesquisa de Top of Mind

Outubro/2021

Sumário

ESCOPO DA PESQUISA	03
TOP MARKETING EMPRESARIAL SEGMENTOS	05
LOJAS DE MÓVEIS	06
LOJAS DE ELETROELETRÔNICOS	08
LOJAS DE ELETRODOMÉSTICOS	10
LOJAS DE CONFECÇÕES	12
LOJAS DE MATERIAIS DE CONSTRUÇÃO	14
DROGARIAS	16
ÓTICAS	18
SHOPPING CENTERS	20
SUPERMERCADOS	22
RESTAURANTES	24
ÁGUA MINERAL	26
GUARANÁ REGIONAL	28
REFRIGERANTES	30
CERVEJAS	32
CONCESSIONÁRIAS DE VEÍCULOS	34
POLO INDUSTRIAL DE MANAUS	36
CONSTRUTORAS	38
ESCOLAS PARTICULARES	40
ESCOLAS PÚBLICAS	42
UNIVERSIDADES PARTICULARES	44
UNIVERSIDADES PÚBLICAS	46
PLANOS DE SAÚDE	48
OPERADORA DE TELEFONIA MÓVEL	50
ORGÃOS PÚBLICOS	52
INSTITUIÇÕES DE CURSOS TÉCNICOS	54
HOSPITAL PÚBLICO	56
HOSPITAL PARTICULAR	57
RESPONSABILIDADE TÉCNICA	58

Tipo de Serviço

Pesquisa Recall de marca – *Top of Mind*

Abrangência geográfica

Área urbana da cidade de Manaus /AM.

Público alvo

Indivíduos residentes na cidade de Manaus/AM com idade superior a 16 anos.

Coleta dos dados

A coleta dos dados foi realizada entre os dias 13 a 16/10/2021.

Objetivo principal

Identificar a empresa que vem à mente do consumidor, dentre os 27 segmentos pesquisados (Loja de Móveis, Loja de Eletroeletrônicos, Loja de Eletrodomésticos, Loja de Confecções, Materiais de Construção, Drogarias, Óticas, Shopping Center, Supermercados, Restaurantes, Água Mineral, Guaraná Regional, Refrigerantes, Cervejas, Concessionária de veículos, Empresa do Polo Industrial, Construtoras, Escola Pública, Escola Particular, Universidade Pública, Universidade Particular, Plano de Saúde, Telefonia Celular, Órgãos Públicos, Cursos Técnicos, Hospital Público e Hospital Particular).

Amostra

Foram obtidas neste levantamento **1.252 entrevistas válidas**.

Universo de Pesquisa

Baseado no número de eleitores (pessoas maiores de 16 anos), registrados no Tribunal Regional Eleitoral – TRE/AM, estratificada por cotas de gênero e faixa etária, os resultados apresentaram um total 1.331.613 pessoas com 16 anos ou mais em Manaus, (consulta em outubro de 2021).

Erro Amostral

A partir de uma amostra de **1.252 entrevistas**, para um nível de confiança de 90%, estima-se um erro amostral de **2,5%** para mais ou menos.

Tabulação

Tabulação e análise dos dados categorizados foram realizados nas dependências da Action Pesquisas de Mercado.

Para divulgação dos resultados:

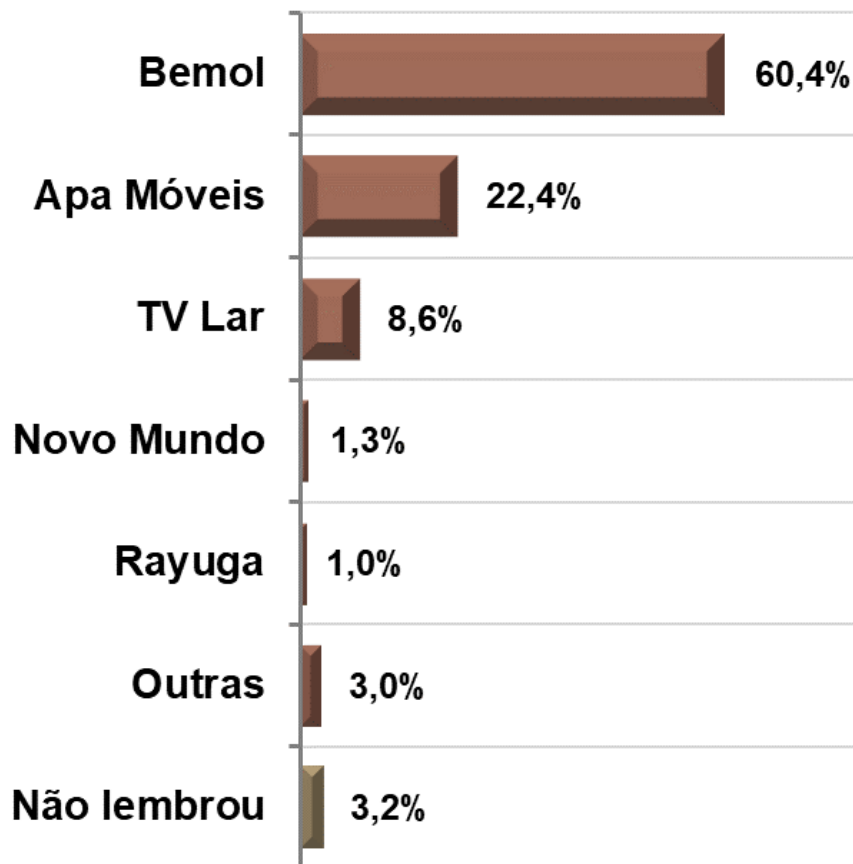
- ✓O conteúdo dos dados, gráficos e informações deste documento não poderão ser alterados.
- ✓É permitido a alteração do tipo de gráfico, desde que as informações não sejam modificadas.
- ✓É permitido a omissão do nome de empresas concorrentes citadas nos gráficos.
- ✓A fonte deve ser citada nos meios de divulgação.

Top Marketing Empresarial Segmentos

Top Marketing Empresarial

Loja de Móveis

Gráfico 1 – Primeira lembrança quando pensa em
LOJA DE MÓVEIS – 2021 (Espontânea e Única)



Loja de Móveis

Fonte: Action Pesquisas, amostra total – Outubro/2021

Nota Metodológica: Agrupou-se em **Outras** as marcas que receberam menos de 1,0% de citações.

Tabela 1 – Primeira lembrança quando pensa em **LOJA DE MÓVEIS** *por* Ano

ANO	Bemol	Apa Móveis	Tv Lar	Novo Mundo	Rayuga	Outros	Não lembrou
2021	60,4%	22,4%	8,6%	1,3%	1,0%	3,0%	3,2%
2020	60,7%	16,9%	8,1%	2,7%	0,8%	3,7%	7,2%
2019	66,6%	14,6%	9,4%	1,6%	0,8%	3,3%	3,7%
2018	69,9%	11,2%	8,2%	1,4%	0,4%	5,4%	3,5%
2017	66,0%	10,0%	4,9%	2,9%	0,4%	12,7%	3,1%
2016	56,5%	6,1%	5,3%	3,7%	1,0%	22,0%	5,5%
2014	63,7%	9,5%	4,8%	3,4%	0,6%	17,4%	0,6%
2013	43,6%	11,4%	9,3%	-	0,8%	33,5%	1,4%
2012	50,0%	5,3%	11,2%	-	0,0%	31,4%	2,1%
2011	38,3%	8,5%	8,8%	-	0,5%	39,6%	4,3%
2010	35,1%	7,9%	8,4%	-	0,5%	45,2%	2,9%



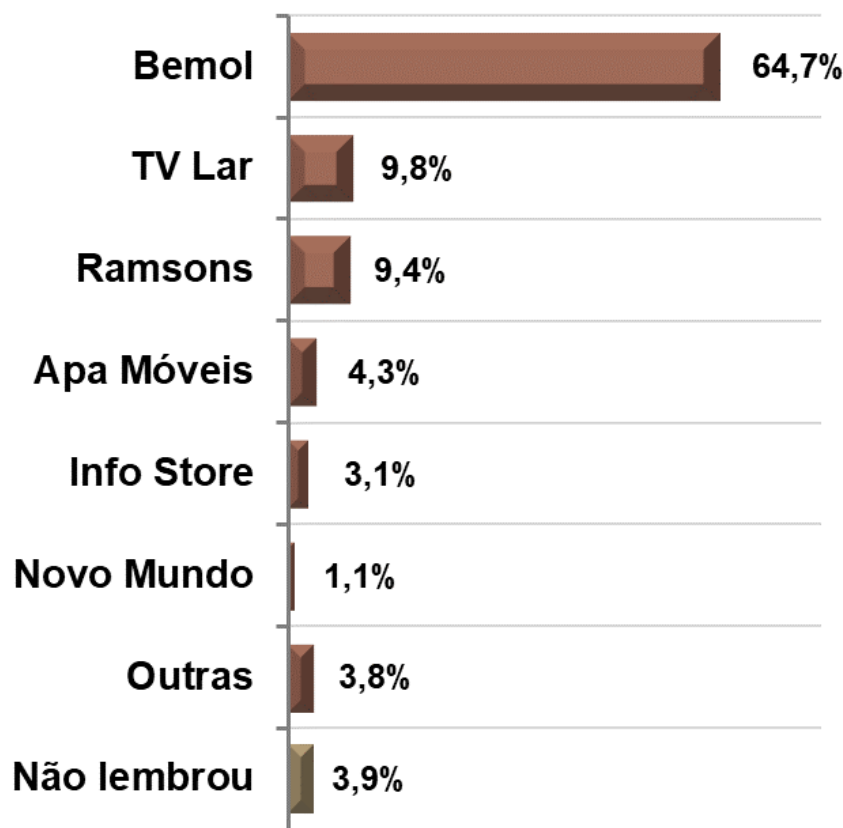
A leitura da tabela deve ser feita em linha.

Fonte: Pesquisas de campo realizadas em cada ano. Action Pesquisas.

Top Marketing Empresarial

Loja de eletroeletrônicos

Gráfico 2 – Primeira lembrança quando pensa em **LOJA DE ELETROELETRÔNICOS** – 2021 (Espontânea e Única)



**Loja de
Eletroeletrônicos**

Fonte: Action Pesquisas, amostra total – Outubro/2021

Nota Metodológica: Agrupou-se em **Outras** as marcas que receberam menos de 1,1% de citações.

Top Marketing Empresarial

Loja de eletroeletrônicos

Tabela 2 – Primeira lembrança quando pensa em **LOJA DE ELETROELETRÔNICOS** *por* Ano

ANO	Bemol	Tv Lar	Ramsons	Apa Móveis	Info Store	Outros	Não lembrou
2021	64,7%	9,8%	9,4%	4,3%	3,1%	4,9%	3,9%
2020	74,9%	5,6%	3,0%	2,9%	2,0%	7,3%	4,3%
2019	62,3%	6,4%	10,1%	2,1%	7,3%	7,1%	4,8%
2018	69,2%	7,6%	4,2%	3,7%	0,3%	6,8%	8,2%
2017	64,9%	5,5%	8,0%	2,7%	1,1%	12,3%	5,5%
2016	57,6%	4,9%	13,6%	0,4%	2,0%	18,4%	3,1%
2014	54,9%	4,5%	13,6%	0,9%	1,4%	22,2%	2,5%
2013	51,5%	6,5%	14,2%	1,6%	0,5%	23,5%	2,2%
2012	60,8%	5,7%	8,8%	0,0%	0,7%	22,2%	1,8%
2011	52,8%	9,3%	11,2%	0,8%	0,5%	23,0%	2,4%
2010	50,2%	9,5%	14,0%	0,6%	0,5%	20,7%	4,5%



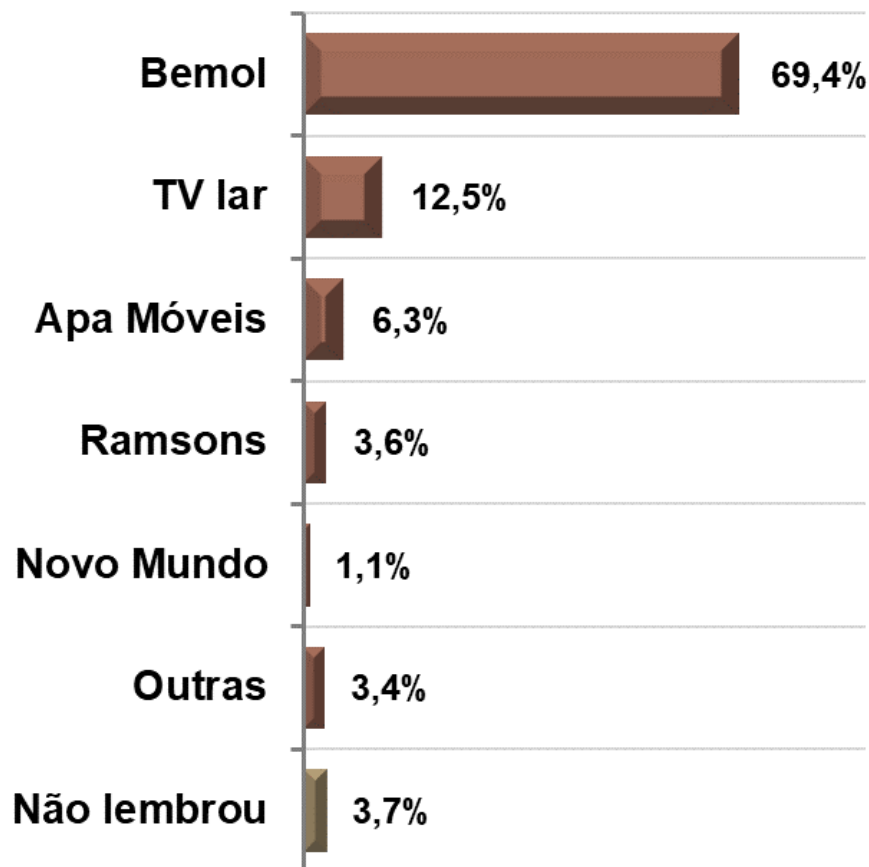
A leitura da tabela deve ser feita em linha.

Fonte: Pesquisas de campo realizadas em cada ano. Action Pesquisas.

Top Marketing Empresarial

Loja de Eletrodomésticos

Gráfico 3 – Primeira lembrança quando pensa em **LOJA DE ELETRODOMÉSTICOS – 2021** (Espontânea e Única)



**Loja de
Eletrodomésticos**

Fonte: Action Pesquisas, amostra total – Outubro/2021

Nota Metodológica: Agrupou-se em **Outras** as marcas que receberam menos de 1,1% de citações.

Tabela 3 – Primeira lembrança quando pensa em **LOJA DE ELETRODOMÉSTICOS** *por* Ano

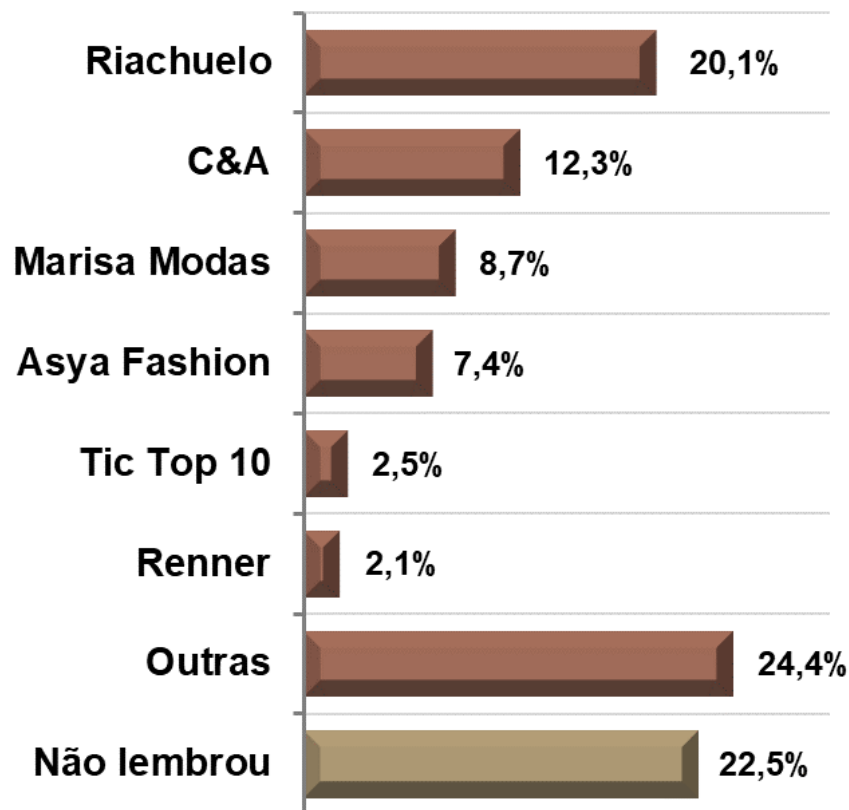
ANO	Bemol	Tv Lar	Apa Móveis	Ramsons	Novo Mundo	Outros	Não lembrou
2021	69,4%	12,5%	6,3%	3,6%	1,1%	3,4%	3,7%
2020	77,8%	6,1%	5,8%	3,0%	1,6%	2,2%	3,5%
2019	71,8%	9,5%	6,3%	3,3%	2,0%	4,5%	2,6%
2018	77,1%	6,8%	5,1%	3,3%	1,5%	1,3%	4,9%
2017	77,4%	5,6%	3,2%	2,0%	1,6%	6,5%	3,7%
2016	60,7%	5,1%	3,2%	4,9%	3,7%	18,5%	3,9%
2014	59,4%	6,6%	4,6%	3,7%	6,0%	18,8%	0,8%
2013	49,3%	9,3%	1,9%	8,4%	0,0%	30,3%	0,8%
2012	59,3%	9,3%	1,7%	3,4%	-	23,9%	2,4%
2011	53,6%	9,7%	1,1%	3,8%	-	28,0%	3,8%
2010	55,0%	11,1%	1,3%	3,8%	-	28,0%	0,8%



A leitura da tabela deve ser feita em linha.

Fonte: Pesquisas de campo realizadas em cada ano. Action Pesquisas.

Gráfico 4 – Primeira lembrança quando pensa em **LOJA DE CONFECÇÕES – 2021** (Espontânea e Única)



Loja de Confecções

Tabela 4 – Primeira lembrança quando pensa em **LOJA DE CONFECÇÕES** *por* Ano

ANO	Riachuelo	C&A	Marisa	Asya Fashion	Tic Top 10	Outros	Não lembrou
2021	20,1%	12,3%	8,7%	7,4%	2,5%	26,5%	22,5%
2020	22,6%	12,7%	6,4%	11,3%	4,5%	27,3%	14,8%
2019	24,4%	14,3%	10,3%	8,4%	1,0%	22,6%	12,1%
2018	16,5%	13,1%	7,7%	10,1%	6,0%	24,6%	25,2%
2017	17,3%	13,7%	8,9%	11,1%	3,5%	23,4%	23,2%
2016	21,2%	11,7%	7,1%	5,6%	6,5%	24,2%	28,6%
2014	23,0%	20,4%	13,5%	8,9%	1,1%	24,6%	7,4%
2013	20,7%	19,9%	15,5%	7,6%	-	25,6%	8,2%
2012	21,5%	20,7%	7,0%	7,0%	-	24,0%	17,6%
2011	18,7%	12,1%	12,4%	5,6%	-	39,5%	10,0%
2010	14,3%	20,3%	9,4%	7,2%	-	35,5%	11,6%

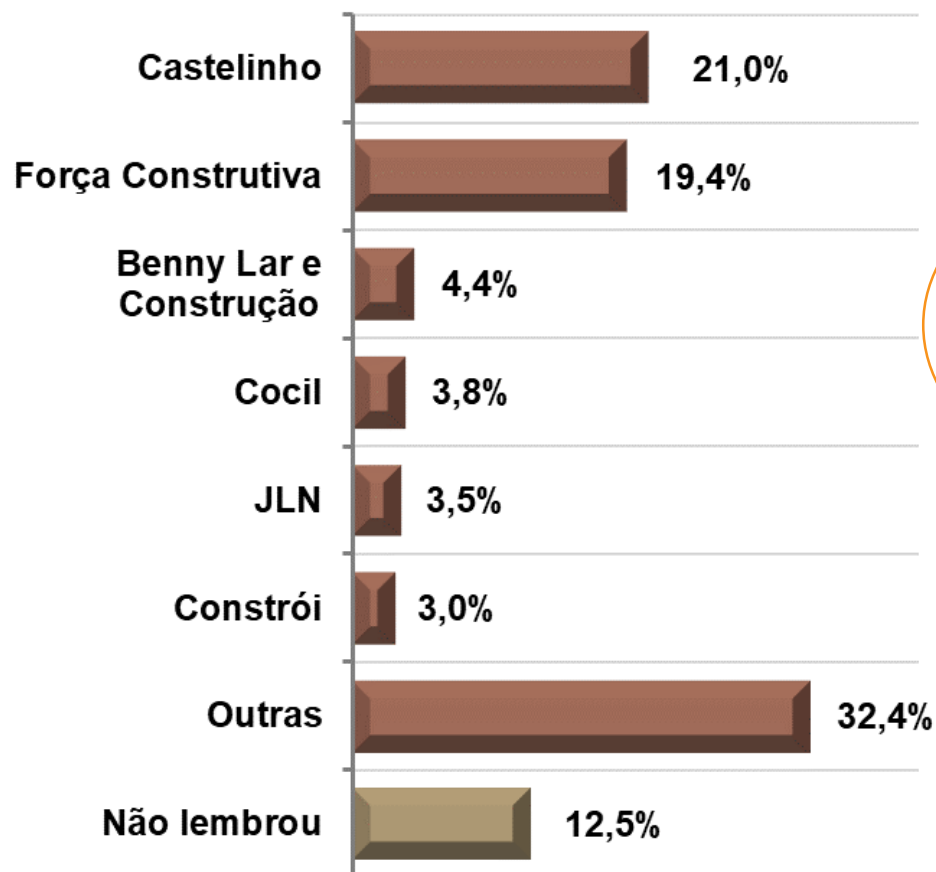


Loja de Confecções

A leitura da tabela deve ser feita em linha.

Fonte: Pesquisas de campo realizadas em cada ano. Action Pesquisas.

Gráfico 5 – Primeira lembrança quando pensa em **LOJA DE MATERIAIS DE CONSTRUÇÃO – 2021** (Espontânea e Única)



Materiais de Construção

Fonte: Action Pesquisas, amostra total – Outubro/2021

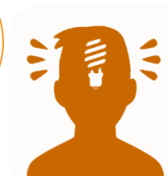
Nota Metodológica: Agrupou-se em **Outras** as marcas que receberam menos de 3,0% de citações.

Tabela 5 – Primeira lembrança quando pensa em **LOJA DE MATERIAIS DE CONSTRUÇÃO** *por* Ano

ANO	Castelinho	Força Construtiva	Benny Lar e Construção	Cocil	JLN	Outros	Não lembrou
2021	21,0%	19,4%	4,4%	3,8%	3,5%	35,4%	12,5%
2020	15,0%	20,6%	3,9%	2,6%	3,8%	38,2%	15,8%
2019	15,8%	22,1%	2,8%	5,1%	6,4%	36,1%	11,7%
2018	9,7%	28,9%	3,6%	2,2%	2,8%	34,6%	18,2%
2017	6,8%	23,9%	2,9%	1,2%	6,3%	42,1%	16,8%
2016	1,2%	26,4%	3,0%	2,0%	6,1%	47,2%	13,9%
2014	0,5%	35,6%	3,0%	1,8%	6,4%	43,1%	9,6%
2013	0,3%	30,2%	2,2%	1,5%	6,3%	47,8%	11,7%
2012	0,0%	27,2%	0,0%	2,6%	7,8%	49,0%	13,4%
2011	0,0%	17,7%	1,0%	2,4%	8,3%	59,6%	11,0%
2010	0,6%	13,8%	0,4%	2,2%	13,5%	59,0%	10,5%

A leitura da tabela deve ser feita em linha.

Fonte: Pesquisas de campo realizadas em cada ano. Action Pesquisas.

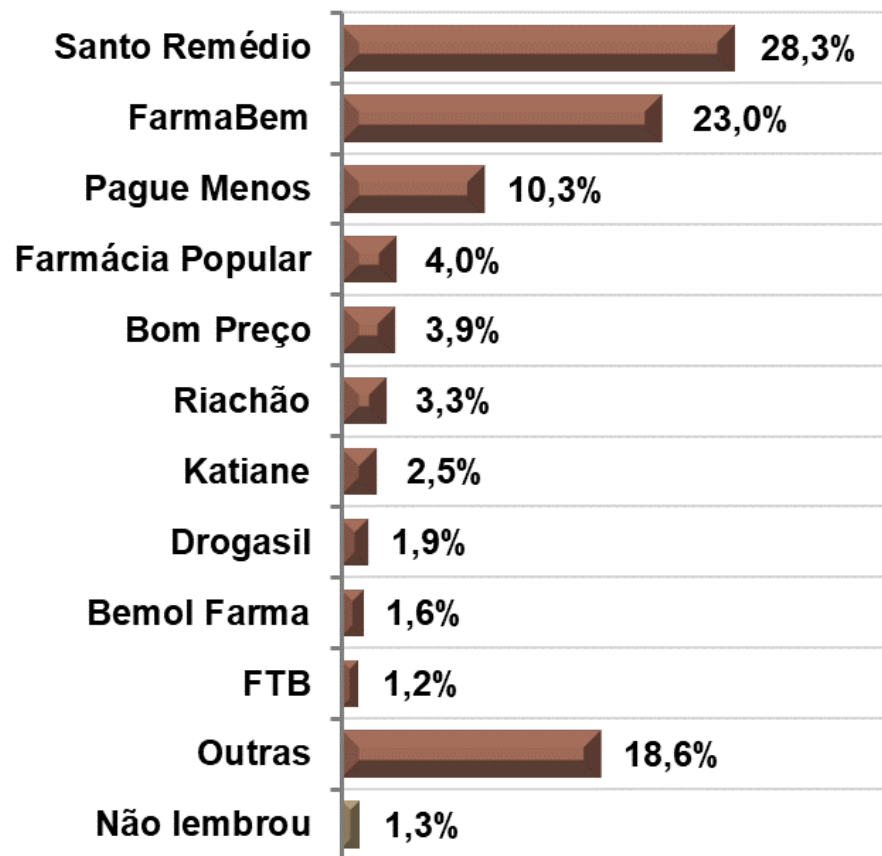


Materiais de Construção

Top Marketing Empresarial

Drogarias

Gráfico 6 – Primeira lembrança quando pensa em **DROGARIAS – 2021** (Espontânea e Única)



Drogarias

Fonte: Action Pesquisas, amostra total – Outubro/2021

Nota Metodológica: Agrupou-se em **Outras** as marcas que receberam menos de 1,2% de citações.

Tabela 6 – Primeira lembrança quando pensa em **DROGARIAS** por Ano

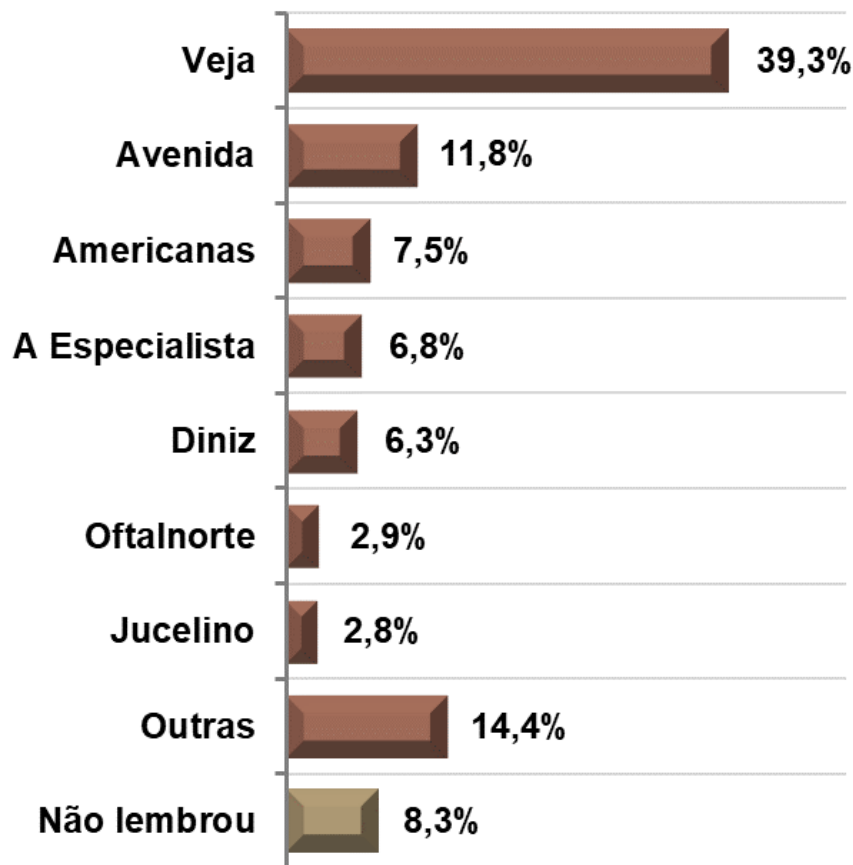
ANO	Santo Remédio	FarmaBem	Pague Menos	Farmácia Popular	Bom Preço	Outras	Não lembrou
2021	28,3%	23,0%	10,3%	4,0%	3,9%	29,3%	1,3%
2020	20,7%	24,9%	7,6%	3,2%	3,8%	32,2%	7,7%
2019	27,2%	22,1%	9,3%	2,0%	2,8%	29,7%	6,9%
2018	26,5%	18,4%	11,3%	1,2%	1,5%	35,6%	5,5%
2017	23,2%	16,1%	6,7%	2,6%	-	46,1%	5,3%
2016	25,7%	16,0%	6,8%	2,5%	-	42,8%	6,2%
2014	22,9%	11,1%	10,3%	1,8%	-	52,4%	1,5%
2013	20,7%	7,1%	5,4%	2,7%	-	63,3%	0,8%
2012	19,3%	5,4%	6,4%	3,1%	-	63,0%	2,8%
2011	16,9%	3,3%	9,6%	1,4%	-	66,6%	2,2%
2010	18,3%	3,8%	5,9%	0,0%	-	70,4%	1,6%

A leitura da tabela deve ser feita em linha.

Fonte: Pesquisas de campo realizadas em cada ano. Action Pesquisas.



Gráfico 7 – Primeira lembrança quando pensa em
ÓTICAS – 2021 (Espontânea e Única)



Óticas

Fonte: Action Pesquisas, amostra total – Outubro/2021

Nota Metodológica: Agrupou-se em **Outras** as marcas que receberam menos de 2,8% de citações.

Tabela 7 – Primeira lembrança quando pensa em **ÓTICAS** *Por* Ano

ANO	Veja	Avenida	Americanas	A Especialista	Diniz	Outros	Não lembrou
2021	39,3%	11,8%	7,5%	6,8%	6,3%	21,1%	8,3%
2020	35,9%	11,9%	10,9%	3,6%	6,3%	10,0%	21,5%
2019	33,8%	20,3%	11,7%	5,8%	8,0%	12,0%	8,4%
2018	37,8%	12,0%	9,9%	5,0%	5,0%	10,2%	20,1%
2017	39,1%	14,4%	7,0%	5,0%	4,1%	10,4%	20,0%
2016	48,3%	14,0%	4,1%	2,5%	5,6%	9,4%	16,1%
2014	55,3%	19,7%	1,2%	7,8%	3,4%	10,0%	2,6%
2013	52,4%	15,5%	0,2%	8,2%	5,2%	13,3%	5,2%
2012	51,4%	19,5%	-	7,5%	3,3%	10,5%	7,8%
2011	63,2%	19,6%	-	5,9%	1,0%	6,3%	4,0%
2010	58,3%	23,2%	-	6,5%	1,7%	6,5%	3,8%

A leitura da tabela deve ser feita em linha.

Fonte: Pesquisas de campo realizadas em cada ano. Action Pesquisas.

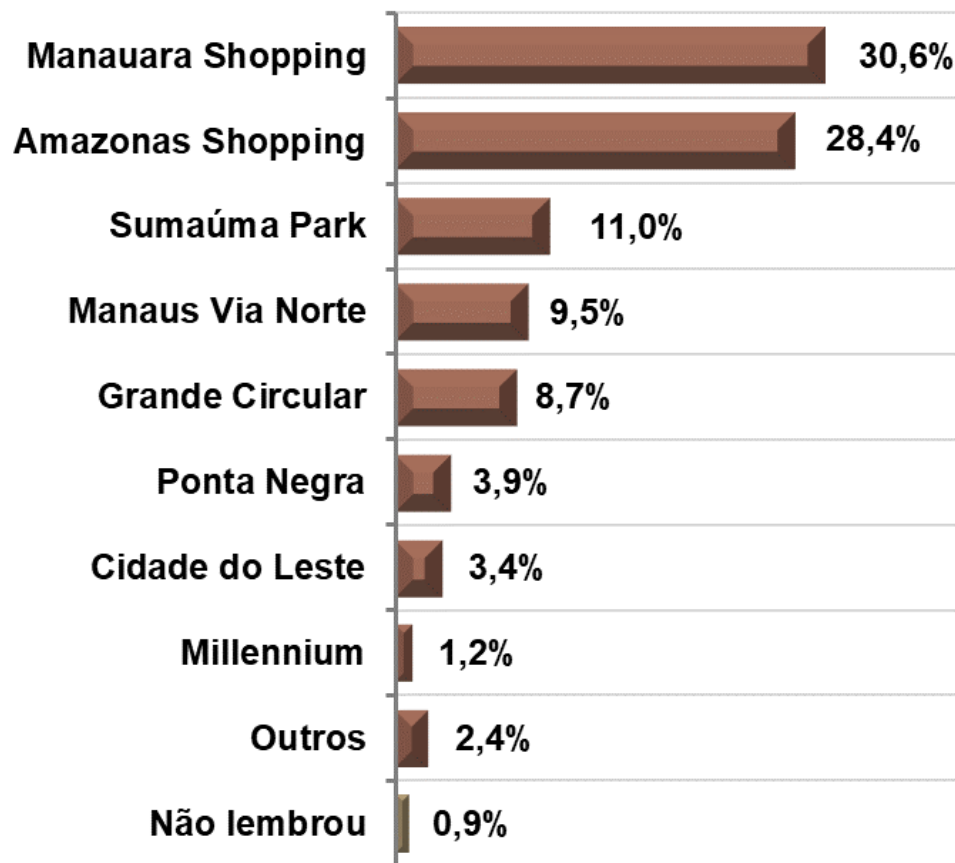


Óticas

Top Marketing Empresarial

Shopping Center

Gráfico 8 – Primeira lembrança quando pensa em **SHOPPING CENTER – 2021** (Espontânea e Única)



Shopping Center

Fonte: Action Pesquisas, amostra total – Outubro/2021

Nota Metodológica: Agrupou-se em **Outras** as marcas que receberam menos de 1,2% de citações.

Tabela 8 – Primeira lembrança quando pensa em **SHOPPING CENTER** *por* Ano

ANO	Manauara Shopping	Amazonas Shopping	Sumaúma Park	Manaus Via Norte	Grande Circular	Outros	Não lembrou
2021	30,6%	28,4%	11,0%	9,5%	8,7%	10,9%	0,9%
2020	15,9%	34,8%	17,1%	6,6%	8,5%	13,0%	4,0%
2019	20,3%	34,7%	13,9%	8,1%	6,6%	14,5%	1,8%
2018	15,0%	34,0%	13,6%	10,2%	5,6%	15,4%	6,2%
2017	14,4%	38,3%	14,2%	6,1%	2,0%	19,4%	5,6%
2016	14,9%	39,1%	9,4%	9,0%	1,3%	23,4%	2,9%
2014	26,1%	43,3%	0,6%	1,1%	1,8%	26,5%	0,6%
2013	20,7%	45,5%	-	-	2,5%	26,9%	4,4%
2012	30,3%	48,7%	-	-	2,3%	15,6%	3,1%
2011	22,8%	54,1%	-	-	4,0%	16,2%	2,9%
2010	18,0%	63,8%	-	-	1,1%	15,2%	1,9%

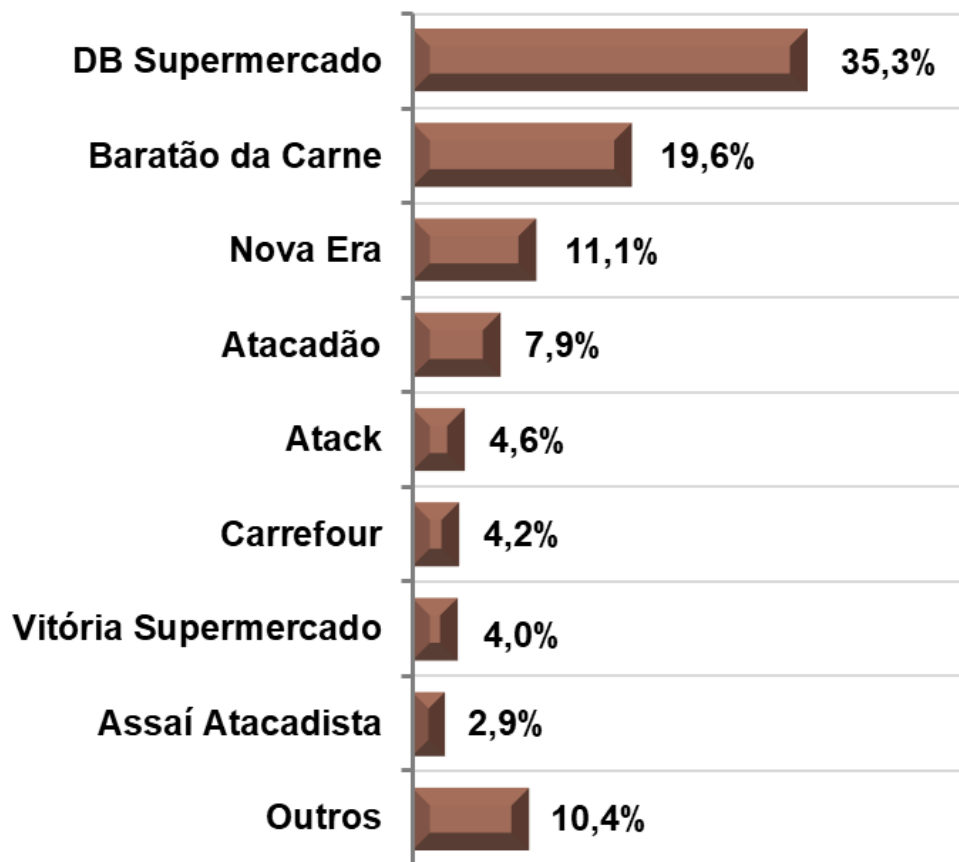
A leitura da tabela deve ser feita em linha.

Fonte: Pesquisas de campo realizadas em cada ano. Action Pesquisas.



Shopping Center

Gráfico 9 – Primeira lembrança quando pensa em **SUPERMERCADO – 2021** (Espontânea e Única)



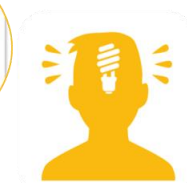
Supermercado

Fonte: Action Pesquisas, amostra total – Outubro/2021

Nota Metodológica: Agrupou-se em **Outras** as marcas que receberam menos de 2,9% de citações.

Tabela 9 – Primeira lembrança quando pensa em **SUPERMERCADOS** *por* Ano

ANO	DB Supermercado	Baratão da Carne	Nova Era	Atacadão	Atack	Outros	Não lembrou
2021	35,3%	19,6%	11,1%	7,9%	4,6%	21,5%	0,0%
2020	35,1%	18,8%	11,6%	6,5%	7,0%	17,6%	3,4%
2019	46,1%	14,7%	5,2%	7,2%	3,2%	23,1%	0,5%
2018	39,4%	14,7%	5,5%	6,9%	6,2%	25,3%	2,0%
2017	51,8%	9,9%	4,3%	5,5%	3,2%	22,0%	3,3%
2016	50,1%	14,0%	6,5%	4,1%	1,0%	21,8%	2,5%
2014	59,6%	6,1%	5,4%	3,1%	2,3%	22,4%	1,1%
2013	56,9%	5,2%	4,4%	0,4%	4,1%	26,3%	2,7%
2012	61,1%	2,1%	1,2%	-	2,3%	32,6%	0,7%
2011	54,2%	3,5%	0,6%	-	0,5%	39,9%	1,3%
2010	58,7%	3,2%	-	-	0,6%	36,9%	0,6%



Supermercado

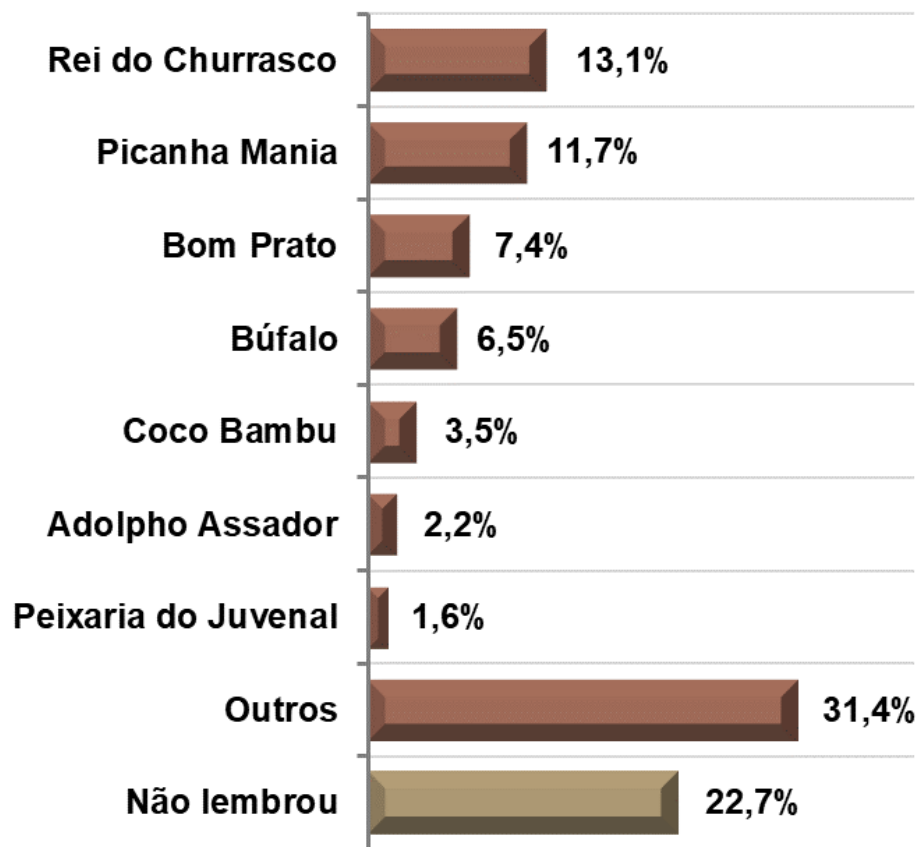
A leitura da tabela deve ser feita em linha.

Fonte: Pesquisas de campo realizadas em cada ano. Action Pesquisas.

Top Marketing Empresarial

Restaurantes

Gráfico 10 – Primeira lembrança quando pensa em **RESTAURANTE – 2021** (Espontânea e Única)



Restaurantes

Fonte: Action Pesquisas, amostra total – Outubro/2021

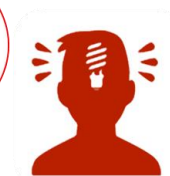
Nota Metodológica: Agrupou-se em **Outras** as marcas que receberam menos de 1,6% de citações.

Top Marketing Empresarial

Restaurantes

Tabela 10 – Primeira lembrança quando pensa em **RESTAURANTES** *por* Ano

ANO	Rei do Churrasco	Picanha Mania	Bom Prato	Búfalo	Coco Bambu	Outros	Não lembrou
2021	13,1%	11,7%	7,4%	6,5%	3,5%	35,2%	22,7%
2020	6,6%	16,0%	7,5%	4,9%	2,1%	39,3%	23,6%
2019	6,8%	19,3%	6,2%	5,8%	2,4%	17,9%	31,7%
2018	4,8%	16,3%	7,8%	4,9%	0,1%	35,0%	31,1%
2017	6,1%	15,1%	8,1%	5,6%	-	36,1%	29,0%
2016	7,1%	22,9%	7,0%	7,2%	-	38,1%	17,7%
2014	10,6%	30,0%	9,6%	9,6%	-	27,2%	13,0%
2013	7,9%	21,0%	12,0%	10,1%	-	33,5%	15,5%
2012	5,2%	18,3%	14,9%	11,5%	-	35,8%	14,3%
2011	8,9%	17,1%	6,1%	8,8%	-	36,1%	23,0%
2010	4,1%	22,1%	10,8%	11,3%	-	36,0%	15,7%



Restaurantes

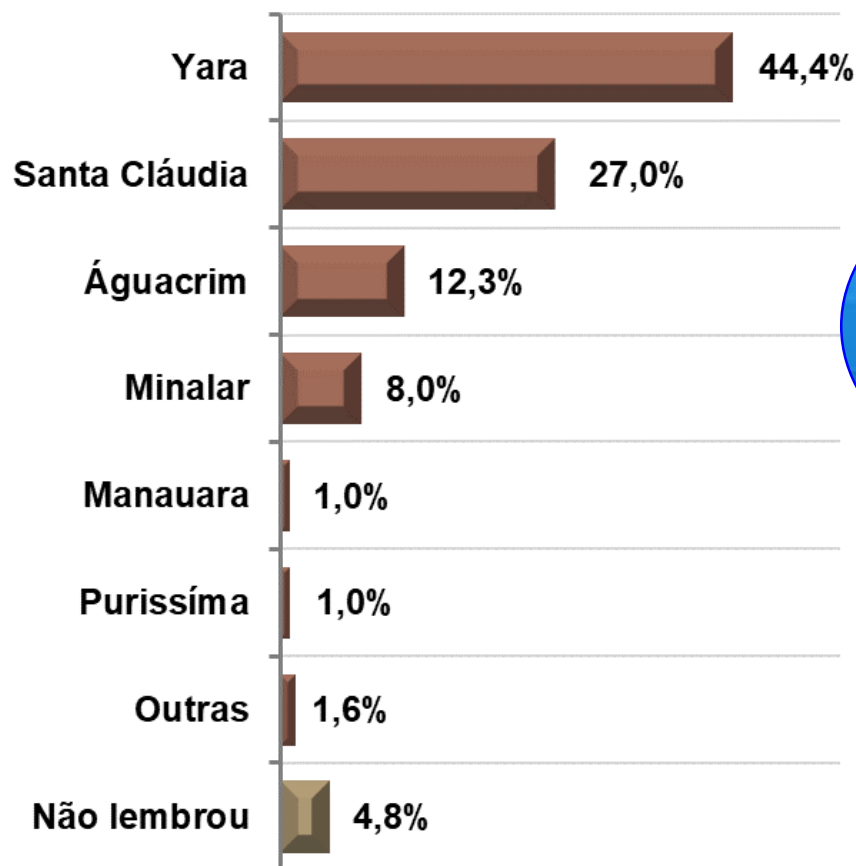
A leitura da tabela deve ser feita em linha.

Fonte: Pesquisas de campo realizadas em cada ano. Action Pesquisas.

Top Marketing Empresarial

Água Mineral

Gráfico 11 – Primeira lembrança quando pensa em
ÁGUA MINERAL – 2021 (Espontânea e Única)



Água Mineral

Fonte: Action Pesquisas, amostra total – Outubro/2021

Nota Metodológica: Agrupou-se em **Outras** as marcas que receberam menos de 1,6% de citações.

Tabela 11 – Primeira lembrança quando pensa em **ÁGUA MINERAL** *por* Ano

ANO	Yara	Santa Cláudia	Águacrim	Minalar	Manauara	Outros	Não lembrou
2021	44,4%	27,0%	12,3%	8,0%	1,0%	2,6%	4,8%
2020	35,0%	27,8%	13,8%	4,7%	-	4,0%	14,7%
2019	32,0%	33,0%	12,7%	7,1%	-	3,5%	11,7%
2018	26,7%	32,5%	22,2%	5,7%	-	1,5%	11,4%
2017	34,6%	22,3%	19,5%	6,5%	-	6,5%	10,6%
2016	28,3%	27,0%	24,5%	5,3%	-	7,0%	7,9%
2014	39,0%	33,9%	19,8%	5,5%	-	1,1%	0,7%
2013	39,5%	29,7%	16,1%	5,7%	-	0,8%	8,2%
2012	35,9%	38,6%	18,1%	2,7%	-	1,6%	3,1%
2011	39,9%	32,5%	19,1%	3,8%	-	1,4%	3,3%
2010	32,0%	29,3%	22,7%	5,4%	-	8,1%	2,5%

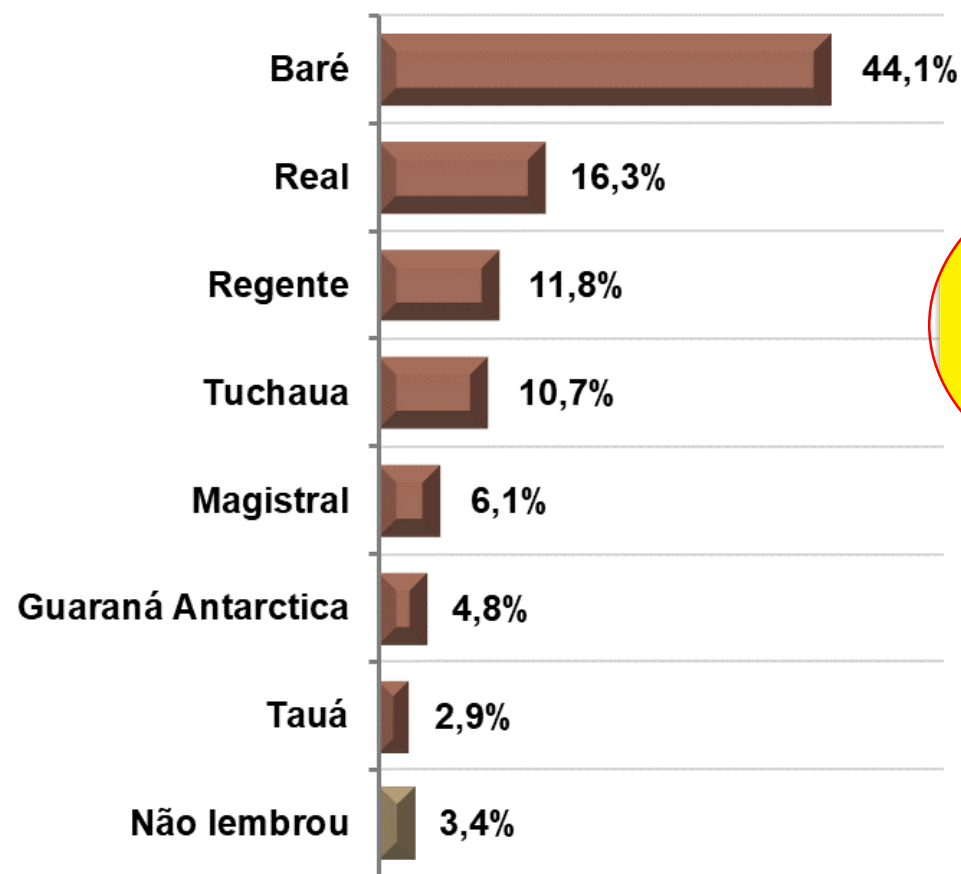


Água Mineral

A leitura da tabela deve ser feita em linha.

Fonte: Pesquisas de campo realizadas em cada ano. Action Pesquisas.

Gráfico 12 – Primeira lembrança quando pensa em **GUARANÁ REGIONAL – 2021** (Espontânea e Única)



Guaraná Regional

Tabela 12 – Primeira lembrança quando pensa em **GUARANÁ REGIONAL** por Ano

ANO	Baré	Real	Regente	Tuchaua	Magistral	Outros	Não lembrou
2021	44,1%	16,3%	11,8%	10,7%	6,1%	7,7%	3,4%
2020	38,5%	17,5%	14,1%	10,2%	4,7%	3,1%	12,0%
2019	42,3%	21,5%	5,7%	8,9%	5,6%	9,4%	6,6%
2018	43,9%	18,8%	7,6%	7,1%	6,0%	7,0%	9,6%
2017	41,9%	18,2%	8,0%	5,9%	8,4%	7,5%	10,1%
2016	52,6%	19,9%	6,0%	6,2%	5,2%	5,4%	4,7%
2014	48,5%	18,1%	7,2%	9,1%	6,5%	8,3%	2,3%
2013	40,9%	17,2%	9,0%	10,9%	6,8%	9,5%	5,7%
2012	52,2%	20,8%	7,1%	5,5%	5,5%	7,3%	1,6%
2011	53,4%	23,0%	5,4%	8,3%	4,6%	4,3%	1,0%
2010	46,9%	19,9%	6,2%	12,4%	3,8%	9,2%	1,6%



Guaraná Regional

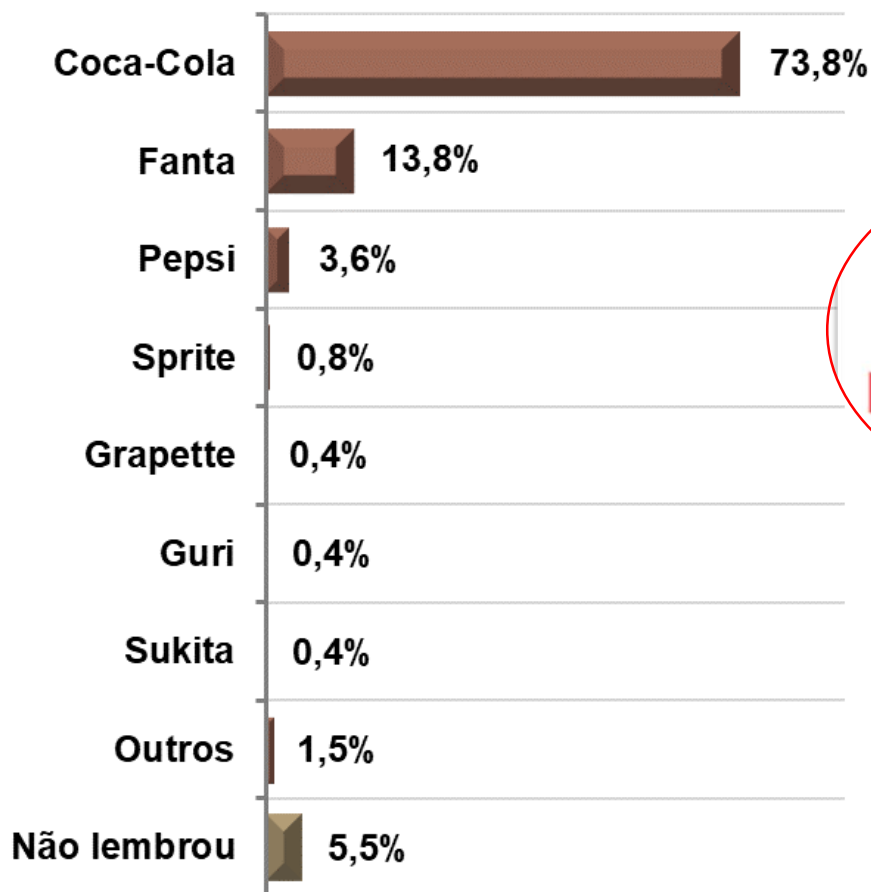
A leitura da tabela deve ser feita em linha.

Fonte: Pesquisas de campo realizadas em cada ano. Action Pesquisas.

Top Marketing Empresarial

Refrigerante

Gráfico 13 – Primeira lembrança quando pensa em **REFRIGERANTE – 2021** (Espontânea e Única)



Refrigerante

Fonte: Action Pesquisas, amostra total – Outubro/2021

Nota Metodológica: Agrupou-se em **Outras** as marcas que receberam menos de 0,4% de citações.

Tabela 13 – Primeira lembrança quando pensa em **REFRIGERANTE** *por* Ano

ANO	Coca-Cola	Fanta	Pepsi	Sprite	Outros	Não lembrou
2021	73,8%	13,8%	3,6%	0,8%	2,5%	5,5%
2020	69,2%	14,1%	1,0%	0,8%	3,9%	11,0%
2019	67,4%	19,8%	0,9%	0,5%	1,3%	10,1%
2018	64,7%	17,1%	2,1%	0,5%	2,3%	13,3%
2017	69,1%	15,6%	1,5%	0,0%	1,6%	12,2%
2016	62,0%	21,0%	2,8%	1,8%	2,6%	9,8%
2014	62,8%	24,1%	1,1%	1,1%	1,7%	9,2%
2013	49,3%	22,6%	3,0%	1,4%	2,7%	21,0%

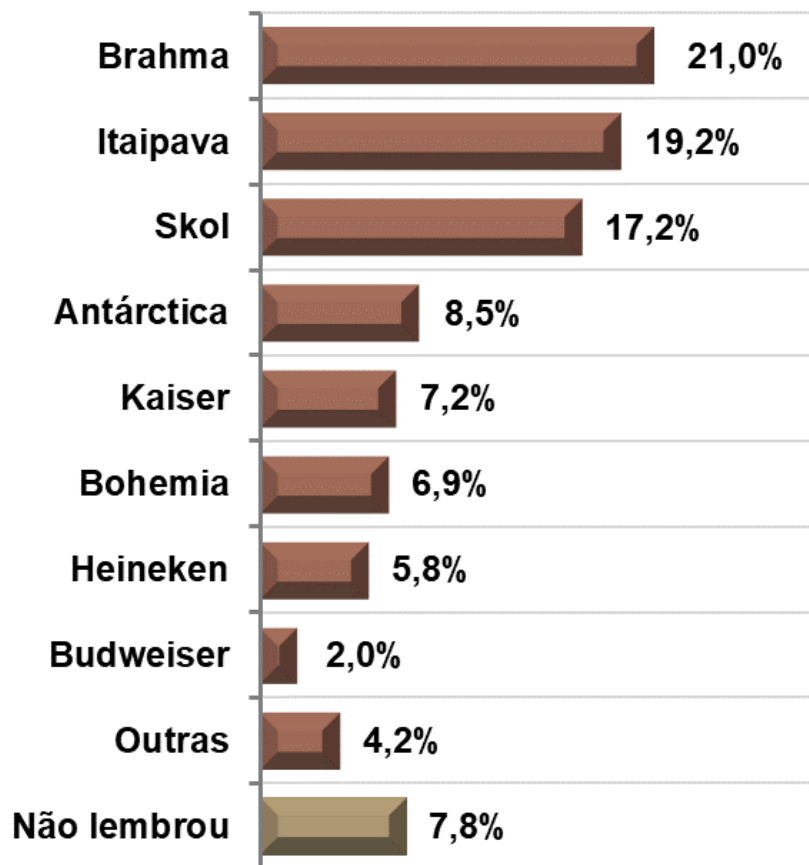


Refrigerante

A leitura da tabela deve ser feita em linha.

Fonte: Pesquisas de campo realizadas em cada ano. Action Pesquisas.

Gráfico 14 – Primeira lembrança quando pensa em **CERVEJA** – 2021 (Espontânea e Única)



Cerveja

Fonte: Action Pesquisas, amostra total – Outubro/2021

Nota Metodológica: Agrupou-se em **Outras** as marcas que receberam menos de 2,0% de citações.

Tabela 14 – Primeira lembrança quando pensa em **CERVEJA** por Ano

ANO	Brahma	Itaipava	Skol	Antartica	Kaiser	Outros	Não lembrou
2021	21,0%	19,2%	17,2%	8,5%	7,2%	18,9%	7,8%
2020	13,1%	22,8%	19,4%	9,8%	6,6%	12,8%	15,6%
2019	13,9%	24,2%	20,5%	13,5%	7,2%	8,7%	12,0%
2018	16,4%	21,2%	14,6%	10,5%	8,8%	7,0%	21,5%
2017	21,9%	25,6%	19,1%	11,0%	6,0%	5,0%	11,3%
2016	26,5%	25,7%	15,1%	6,4%	11,3%	6,6%	8,4%
2014	29,9%	27,7%	14,4%	4,6%	17,6%	2,4%	3,3%
2013	28,9%	21,5%	16,6%	5,4%	11,2%	3,2%	13,1%
2012	30,8%	13,8%	19,0%	3,2%	11,1%	2,4%	19,8%
2011	31,9%	0,2%	26,5%	5,5%	20,8%	2,3%	13,0%

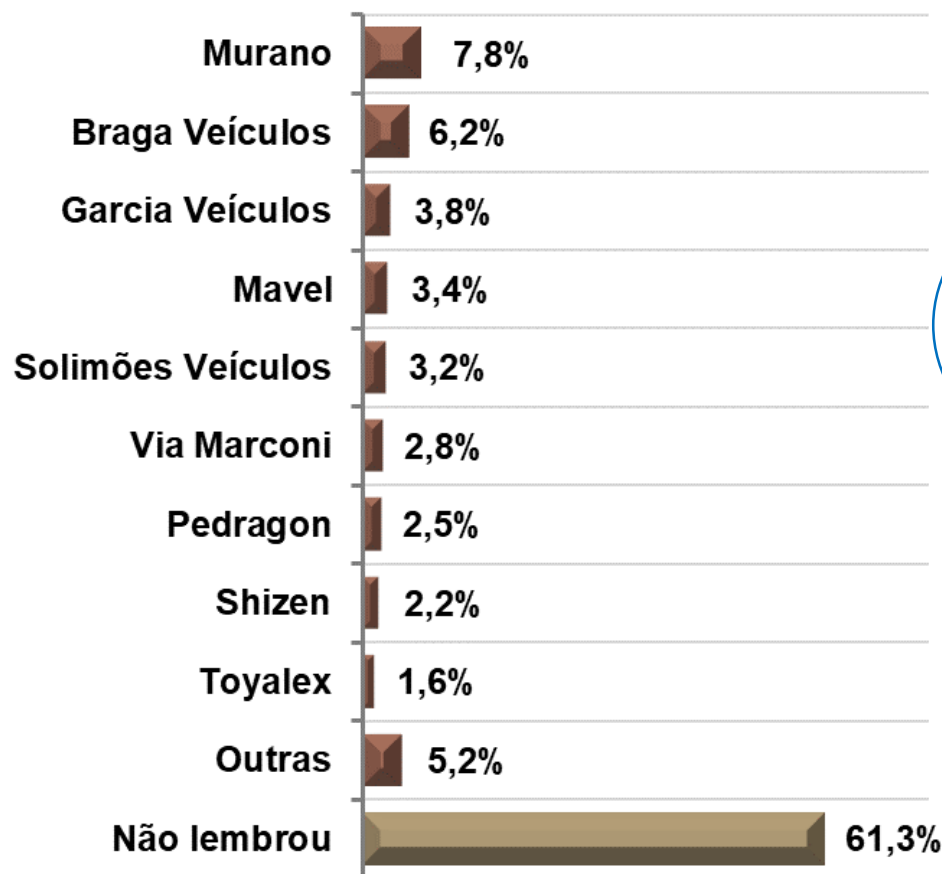


Cerveja

A leitura da tabela deve ser feita em linha.

Fonte: Pesquisas de campo realizadas em cada ano. Action Pesquisas.

Gráfico 15 – Primeira lembrança quando pensa em
CONCESSIONÁRIA DE VEÍCULOS – 2021 (Espontânea e Única)



**Concessionária de
veículos**

Tabela 15 – Primeira lembrança quando pensa em **CONCESSIONÁRIA DE VEÍCULOS** *por* Ano

ANO	Murano	Braga Veículos	Garcia Veículos	Mavel	Solimões Veículos	Outros	Não Lembra
2021	7,8%	6,2%	3,8%	3,4%	3,2%	14,4%	61,3%
2020	3,4%	13,7%	3,2%	2,3%	3,2%	8,6%	65,6%
2019	4,6%	12,6%	5,5%	3,8%	1,8%	14,4%	57,4%
2018	6,1%	13,8%	6,6%	4,0%	2,3%	11,5%	55,7%
2017	11,5%	18,9%	6,3%	2,4%	2,0%	18,3%	40,6%
2016	9,7%	12,4%	6,9%	4,2%	6,0%	24,6%	36,2%
2014	13,5%	18,1%	5,5%	5,8%	7,0%	16,2%	33,9%
2013	11,9%	21,1%	6,1%	3,0%	2,7%	16,2%	39,0%
2012	13,7%	23,4%	2,5%	2,5%	7,1%	26,9%	23,9%
2011	11,7%	26,8%	4,8%	10,1%	5,9%	13,2%	27,5%
2010	16,7%	17,1%	6,7%	13,8%	10,2%	15,6%	19,9%

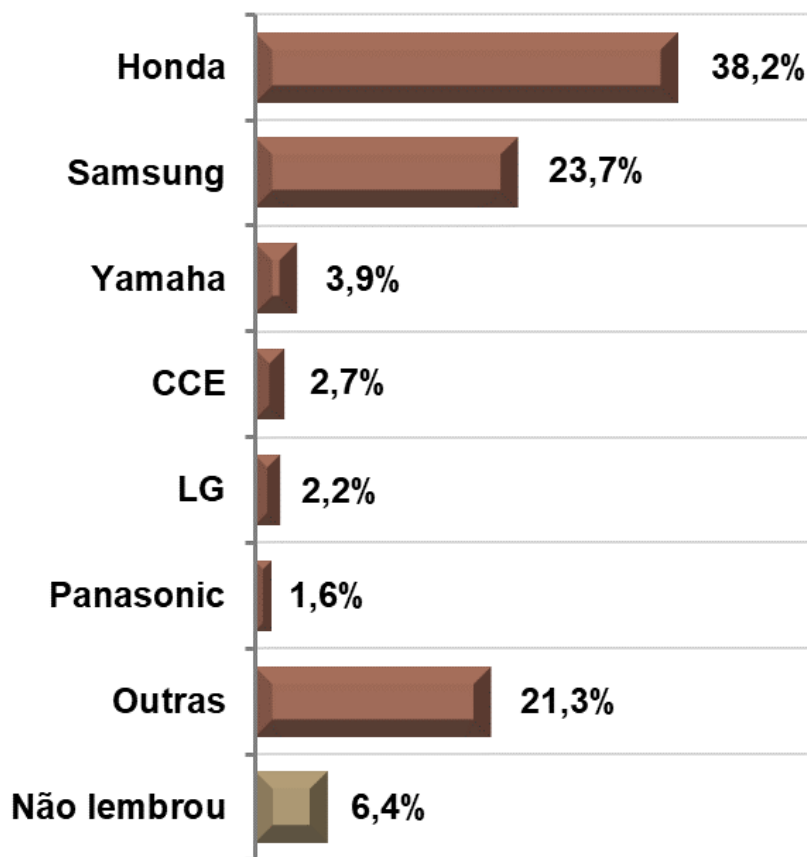


**Concessionária de
veículos**

A leitura da tabela deve ser feita em linha.

Fonte: Pesquisas de campo realizadas em cada ano. Action Pesquisas.

Gráfico 16 – Primeira lembrança quando pensa em **EMPRESA DO PIM – 2021** (Espontânea e Única)



Empresa do PIM

Fonte: Action Pesquisas, amostra total – Outubro/2021

Nota Metodológica: Agrupou-se em **Outras** as marcas que receberam menos de 1,6% de citações.

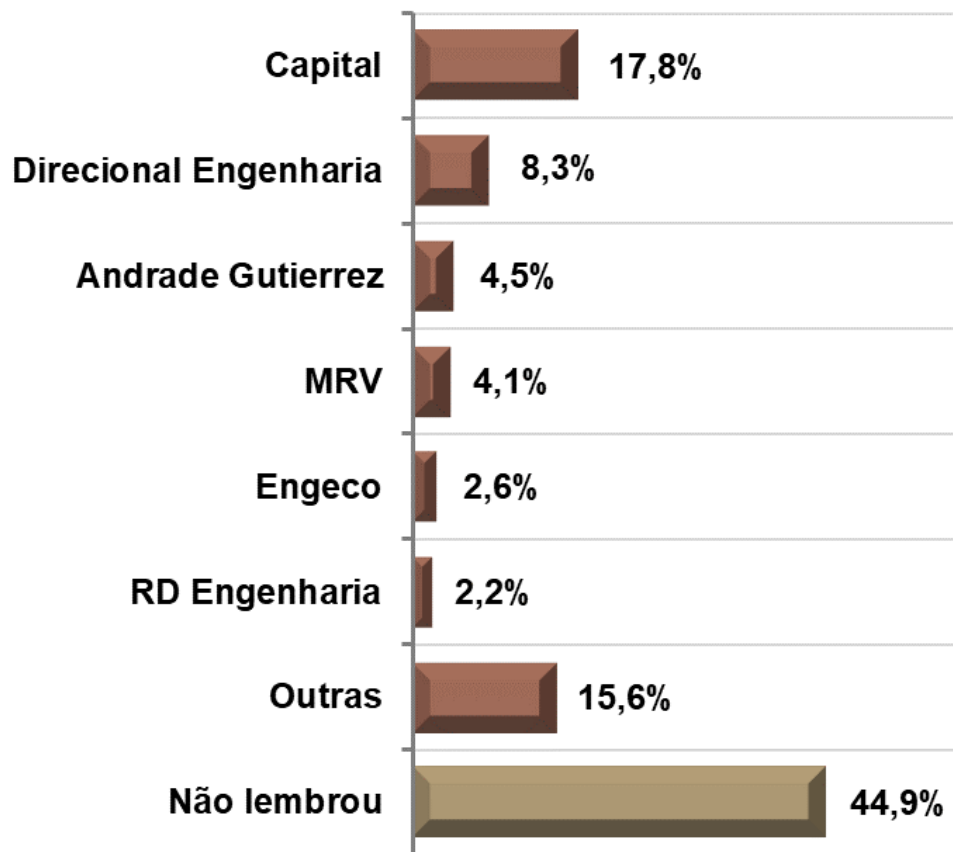
Tabela 16 – Primeira lembrança quando pensa em **EMPRESA DO PIM** *por* Ano

ANO	Honda	Samsung	Yamaha	CCE	LG	Outros	Não lembrou
2021	38,2%	23,7%	3,9%	2,7%	2,2%	22,9%	6,4%
2020	33,1%	24,6%	1,9%	2,3%	3,1%	17,7%	17,4%
2019	29,1%	19,5%	2,6%	3,2%	3,2%	30,4%	12,0%
2018	35,2%	22,0%	2,2%	2,7%	3,2%	23,1%	12,4%
2017	33,6%	20,0%	1,4%	3,7%	2,5%	26,1%	12,7%
2016	34,1%	18,3%	2,1%	4,7%	8,8%	25,8%	6,2%
2014	26,5%	25,8%	2,0%	6,3%	6,5%	27,0%	4,9%
2013	29,4%	17,2%	3,0%	4,9%	5,7%	30,8%	9,0%
2012	43,1%	13,5%	2,9%	6,7%	2,9%	27,1%	3,8%
2011	30,3%	12,8%	3,0%	7,3%	7,0%	34,8%	4,8%
2010	36,9%	6,7%	3,5%	4,6%	5,7%	36,4%	6,2%

A leitura da tabela deve ser feita em linha.

Fonte: Pesquisas de campo realizadas em cada ano. Action Pesquisas.

Gráfico 17 – Primeira lembrança quando pensa em **CONSTRUTORAS – 2021** (Espontânea e Única)



Construtora

Fonte: Action Pesquisas, amostra total – Outubro/2021

Nota Metodológica: Agrupou-se em **Outras** as marcas que receberam menos de 2,2% de citações.

Tabela 17 – Primeira lembrança quando pensa em **CONSTRUTORAS** *Por* Ano

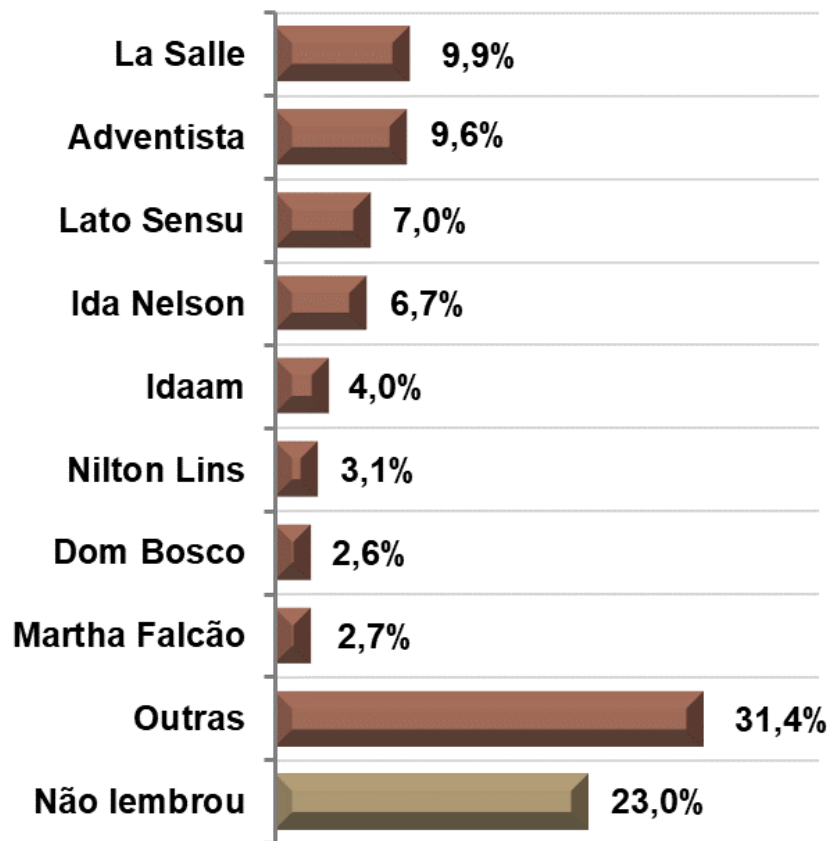
ANO	Capital	Direcional Engenharia	Andrade Gutierrez	MRV	Engeco	Outros	Não lembrou
2021	17,8%	8,3%	4,5%	4,1%	2,6%	17,6%	44,9%
2020	12,5%	5,9%	8,5%	2,1%	0,4%	12,3%	58,2%
2019	13,7%	4,3%	6,2%	1,1%	3,7%	19,5%	51,5%
2018	16,6%	5,3%	12,0%	1,0%	4,6%	16,8%	43,7%
2017	22,2%	8,3%	12,8%	0,6%	2,0%	14,3%	39,8%
2016	33,3%	8,9%	14,8%	0,9%	4,1%	16,0%	22,0%
2014	36,0%	14,2%	13,1%	0,5%	2,9%	19,5%	13,8%
2013	36,2%	17,4%	13,1%	0,2%	3,5%	9,7%	19,9%
2012	30,2%	11,3%	5,8%	0,0%	1,4%	10,4%	40,9%
2011	22,8%	9,9%	7,3%	0,0%	1,9%	24,4%	33,7%
2010	42,6%	4,8%	8,3%	0,0%	0,8%	16,0%	27,5%



A leitura da tabela deve ser feita em linha.

Fonte: Pesquisas de campo realizadas em cada ano. Action Pesquisas.

Gráfico 18 – Primeira lembrança quando pensa em **ESCOLA PARTICULAR – 2021** (Espontânea e Única)



Escola particular

Fonte: Action Pesquisas, amostra total – Outubro/2021

Nota Metodológica: Agrupou-se em **Outras** as marcas que receberam menos de 2,7% de citações.

Tabela 18 – Primeira lembrança quando pensa em **ESCOLA PARTICULAR** por Ano

ANO	La Salle	Adventista	Lato Sensu	Idaam	Idaam	Outras	Não lembrou
2021	9,9%	9,6%	7,0%	6,7%	4,0%	39,8%	23,0%
2020	9,2%	8,1%	2,5%	3,0%	3,0%	44,1%	30,0%
2019	8,7%	7,7%	5,6%	6,0%	6,0%	42,0%	23,1%
2018	7,5%	7,1%	5,7%	3,5%	3,5%	45,3%	24,7%
2017	6,5%	6,4%	3,6%	4,0%	4,0%	38,6%	35,8%
2016	10,7%	8,5%	4,9%	6,3%	6,3%	47,3%	17,3%
2014	14,7%	11,3%	3,8%	3,0%	3,0%	46,5%	10,7%
2013	11,4%	6,9%	4,9%	2,0%	2,0%	51,4%	16,0%
2012	14,0%	5,9%	7,7%	2,7%	2,7%	48,4%	14,5%
2011	13,8%	12,4%	6,5%	4,4%	4,4%	49,1%	5,4%
2010	13,0%	8,0%	8,7%	1,4%	1,4%	52,3%	4,3%

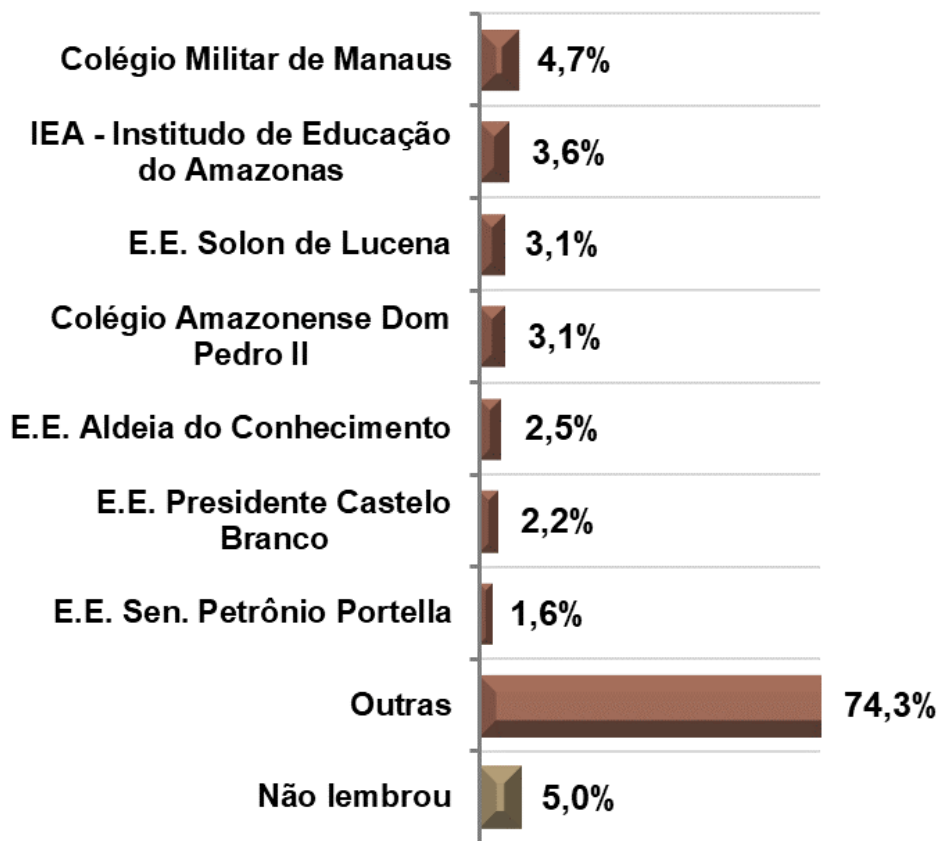
A leitura da tabela deve ser feita em linha.

Fonte: Pesquisas de campo realizadas em cada ano. Action Pesquisas.



Escola particular

Gráfico 19 – Primeira lembrança quando pensa em **ESCOLA PÚBLICA – 2021** (Espontânea e Única)



Escola pública

Fonte: Action Pesquisas, amostra total – Outubro/2021

Nota Metodológica: Agrupou-se em **Outras** as marcas que receberam menos de 1,6% de citações.

Tabela 19 – Primeira lembrança quando pensa em **ESCOLA PÚBLICA** *por* Ano

ANO	Colégio Militar de Manaus	IEA - Instituto de Educação do Amazonas	E.E. Solon de Lucena	Colégio Amazonense Dom Pedro II	E.E. Aldeia do Conhecimento	Outros	Não lembrou
2021	4,7%	3,6%	3,1%	3,1%	2,5%	78,0%	5,0%
2020	3,5%	2,1%	1,6%	1,4%	1,7%	79,3%	10,4%
2019	5,3%	4,7%	4,4%	2,8%	1,2%	74,8%	6,9%
2018	3,3%	1,8%	1,3%	1,3%	1,2%	79,0%	12,1%
2017	3,9%	1,4%	3,6%	1,5%	1,5%	75,4%	12,7%
2016	6,2%	3,7%	3,9%	1,7%	0,9%	70,6%	13,0%
2014	1,5%	2,6%	5,4%	2,0%	2,0%	71,9%	14,6%
2013	0,7%	3,1%	2,7%	3,5%	3,0%	67,7%	19,3%
2012	1,3%	4,3%	4,3%	5,3%	1,3%	79,5%	4,0%
2011	0,7%	2,4%	4,3%	4,5%	1,2%	78,1%	8,8%

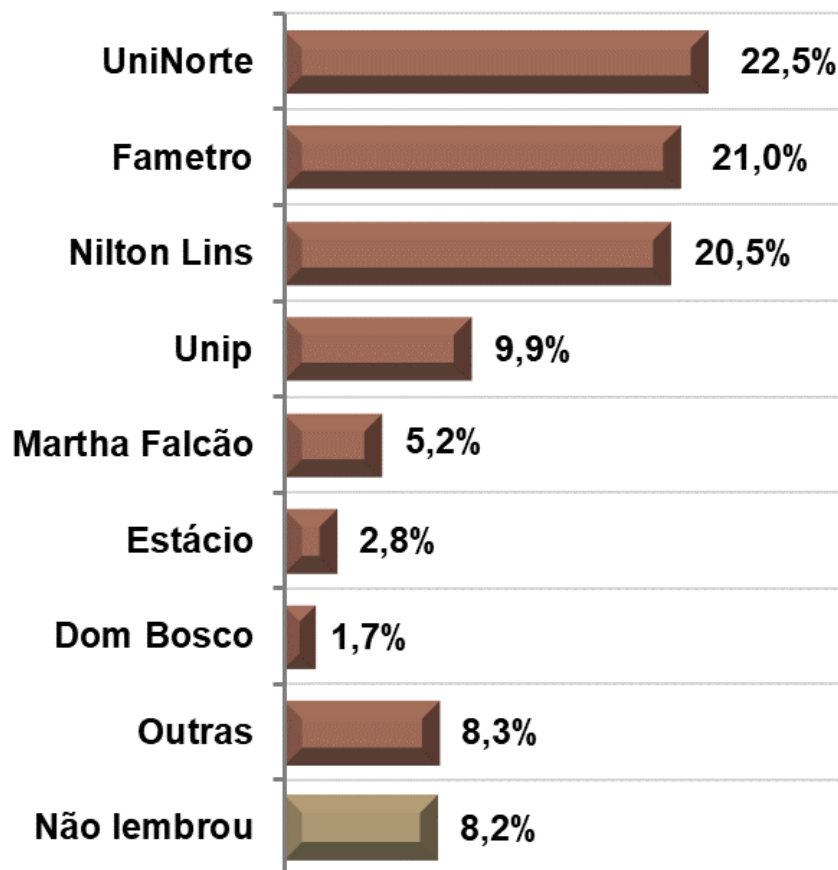


Escola pública

A leitura da tabela deve ser feita em linha.

Fonte: Pesquisas de campo realizadas em cada ano. Action Pesquisas.

Gráfico 20 – Primeira lembrança quando pensa em **UNIVERSIDADE PARTICULAR – 2021** (Espontânea e Única)



Universidade particular

Fonte: Action Pesquisas, amostra total – Outubro/2021

Nota Metodológica: Agrupou-se em **Outras** as marcas que receberam menos de 1,7% de citações.

Tabela 20 – Primeira lembrança quando pensa em **UNIVERSIDADE PARTICULAR** *por* Ano

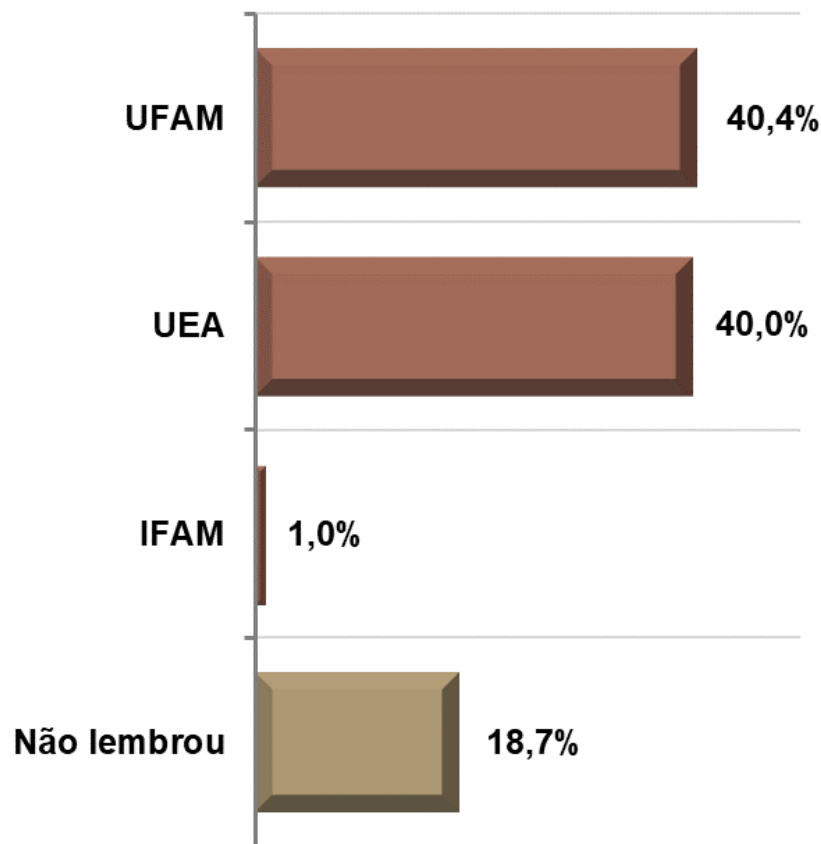
ANO	Uninorte	Fametro	Nilton Lins	Unip	Martha Falcão	Outras	Não lembrou
2021	22,5%	21,0%	20,5%	9,9%	5,2%	12,8%	8,2%
2020	20,8%	25,5%	16,0%	7,0%	2,2%	11,6%	16,9%
2019	22,1%	19,5%	20,2%	7,5%	6,0%	16,0%	8,7%
2018	23,8%	16,4%	15,9%	9,7%	3,5%	13,0%	17,7%
2017	20,7%	18,9%	15,7%	14,3%	3,3%	12,2%	14,9%
2016	26,2%	17,7%	16,3%	11,6%	5,4%	16,2%	6,6%
2014	27,4%	11,2%	24,0%	12,0%	3,8%	19,3%	2,3%
2013	29,4%	8,7%	21,8%	10,4%	5,7%	19,4%	4,6%
2012	36,2%	4,9%	19,1%	9,4%	6,4%	18,5%	5,5%
2011	31,7%	4,0%	27,5%	6,5%	5,8%	20,6%	3,9%
2010	28,1%	2,5%	23,2%	6,2%	4,6%	19,2%	16,2%

A leitura da tabela deve ser feita em linha.

Fonte: Pesquisas de campo realizadas em cada ano. Action Pesquisas.



Gráfico 21 – Primeira lembrança quando pensa em
UNIVERSIDADE PÚBLICA – 2021 (Espontânea e Única)



UFAM



**Universidade
pública**

Tabela 21 – Primeira lembrança quando pensa em **UNIVERSIDADE PÚBLICA** *por* Ano

ANO	UFAM	UEA	IFAM	Não lembrou
2021	40,4%	40,0%	1,0%	18,7%
2020	44,6%	41,8%	0,8%	12,8%
2019	45,3%	37,0%	0,2%	17,4%
2018	44,8%	35,4%	0,8%	19,0%
2017	40,6%	41,9%	1,0%	16,5%
2016	43,7%	45,6%	1,6%	9,2%
2014	45,2%	51,8%	0,6%	2,3%
2013	47,1%	44,4%	1,9%	6,5%



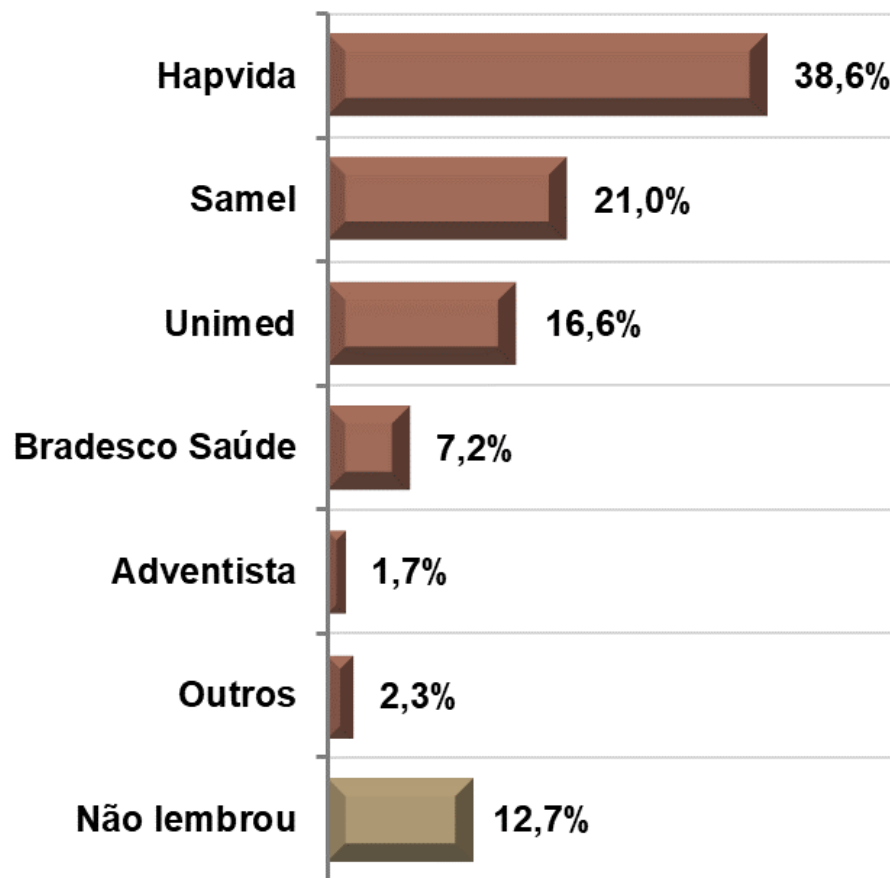
A leitura da tabela deve ser feita em linha.

Fonte: Pesquisas de campo realizadas em cada ano. Action Pesquisas.

Top Marketing Empresarial

Plano de Saúde

Gráfico 22 – Primeira lembrança quando pensa em **PLANO DE SAÚDE – 2021** (Espontânea e Única)



Plano de saúde

Fonte: Action Pesquisas, amostra total – Outubro/2021

Nota Metodológica: Agrupou-se em **Outras** as marcas que receberam menos de 1,7% de citações.

Top Marketing Empresarial

Plano de Saúde

Tabela 22 – Primeira lembrança quando pensa em **PLANO DE SAÚDE** *por* Ano

ANO	Hapvida	Samel	Unimed	Bradesco Saúde	Adventista	Outros	Não lembrou
2021	38,6%	21,0%	16,6%	7,2%	1,7%	2,3%	12,7%
2020	30,4%	27,5%	11,7%	4,6%	1,7%	7,2%	17,0%
2019	32,2%	19,0%	17,1%	6,7%	0,5%	6,5%	18,0%
2018	25,5%	8,3%	18,5%	4,3%	0,4%	4,8%	38,2%
2017	27,5%	8,7%	35,9%	4,7%	1,5%	2,5%	19,2%
2016	26,5%	6,9%	35,8%	11,6%	2,1%	6,1%	11,0%
2014	20,0%	11,9%	50,2%	6,6%	1,1%	3,0%	7,2%
2013	20,2%	15,0%	51,8%	7,6%	0,0%	1,6%	3,8%
2012	11,7%	13,6%	50,3%	6,4%	0,8%	8,0%	9,2%
2011	11,8%	12,5%	54,2%	2,8%	1,3%	6,7%	10,7%
2010	7,5%	9,5%	69,3%	2,4%	1,3%	3,3%	6,7%

A leitura da tabela deve ser feita em linha.

Fonte: Pesquisas de campo realizadas em cada ano. Action Pesquisas.

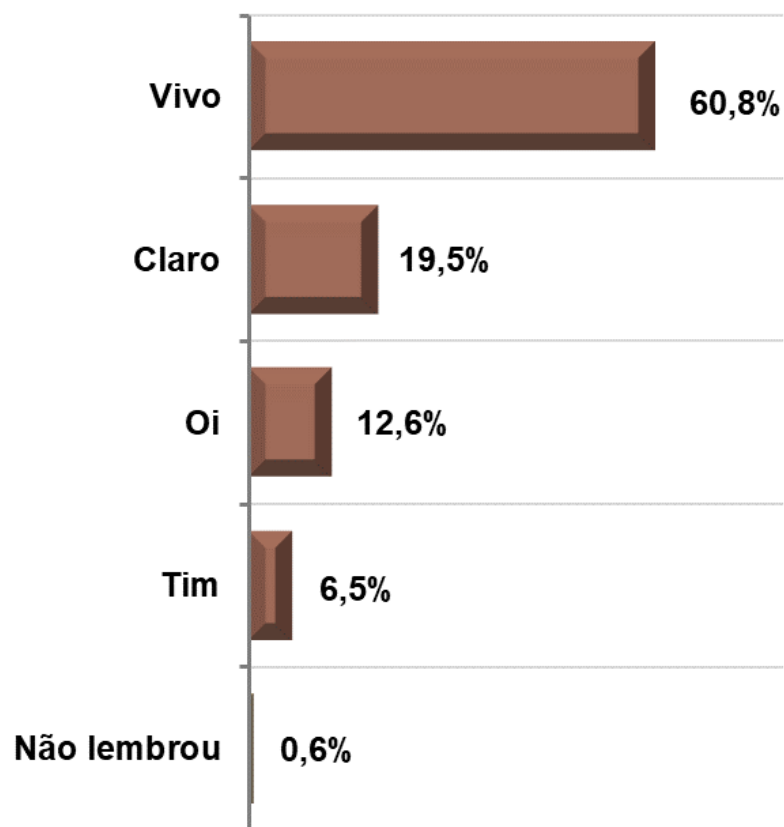


Plano de saúde

Top Marketing Empresarial

Operadora de telefonia móvel

Gráfico 23 – Primeira lembrança quando pensa em
OPERADORA DE TELEFONIA MÓVEL – 2021
(Espontânea e Única)



**Operadora de
telefonia móvel**

Tabela 23 – Primeira lembrança quando pensa em **OPERADORA DE TELEFONIA MÓVEL** *por* Ano

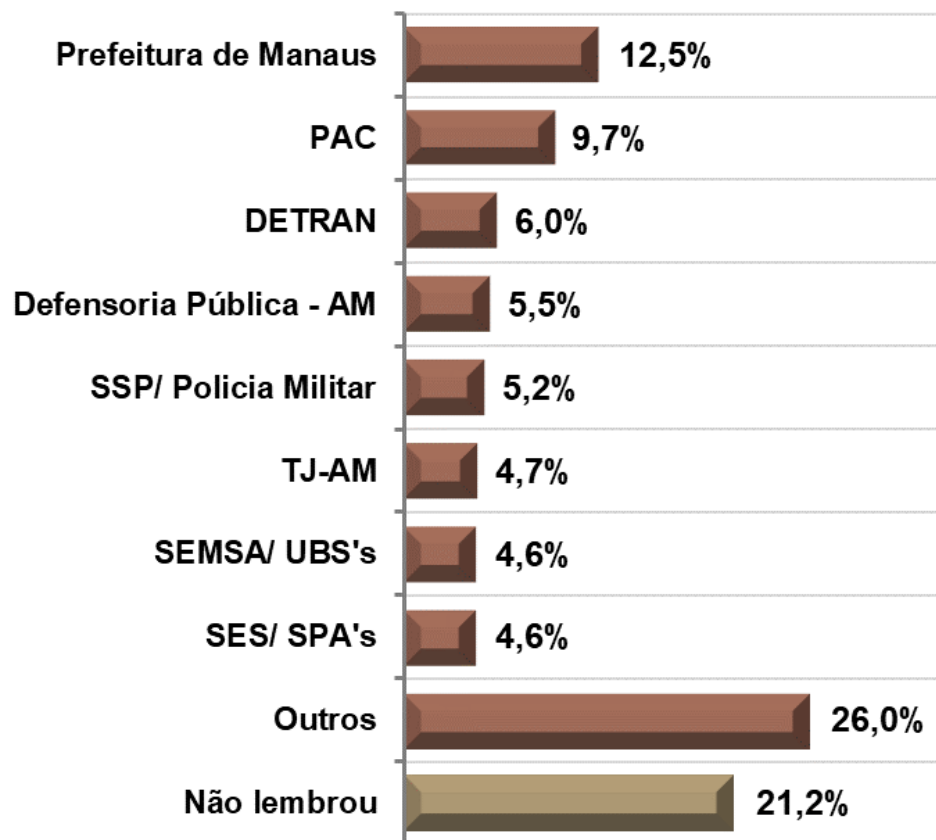
ANO	VIVO	CLARO	OI	TIM	Não lembrou
2021	60,8%	19,5%	12,6%	6,5%	0,6%
2020	53,0%	17,7%	16,3%	10,4%	2,5%
2019	65,5%	12,0%	11,9%	9,1%	1,6%
2018	71,5%	5,4%	13,5%	5,7%	3,8%
2017	80,6%	3,0%	5,4%	8,4%	2,5%
2016	75,7%	3,8%	5,1%	13,7%	1,7%
2014	76,4%	3,7%	7,1%	12,0%	0,8%
2013	70,6%	4,6%	9,8%	13,1%	1,9%
2012	76,7%	2,4%	9,8%	8,4%	2,7%
2011	74,3%	1,6%	9,1%	13,2%	1,8%
2010	66,6%	1,6%	13,9%	17,0%	0,8%



A leitura da tabela deve ser feita em linha.

Fonte: Pesquisas de campo realizadas em cada ano. Action Pesquisas.

Gráfico 24 – Primeira lembrança quando pensa em **ÓRGÃO PÚBLICO – 2021** (Espontânea e Única)



Órgão público

Fonte: Action Pesquisas, amostra total – Outubro/2021

Nota Metodológica: Agrupou-se em **Outras** as marcas que receberam menos de 4,6% de citações.

Tabela 24 – Primeira lembrança quando pensa em **ÓRGÃO PÚBLICO** *por* Ano

ANO	Prefeitura de Manaus	PAC	DETRAN	Defensoria Pública - AM	SSP/ Polícia Militar	Outros	Não lembrou
2021	12,5%	9,7%	6,0%	5,5%	5,2%	39,9%	21,2%
2020	9,2%	8,0%	4,1%	4,5%	6,1%	41,3%	26,8%
2019	8,2%	10,4%	2,6%	2,8%	5,8%	42,2%	28,0%
2018	8,2%	4,4%	2,2%	4,0%	3,8%	48,9%	28,5%
2017	6,0%	8,9%	3,0%	1,9%	4,7%	55,4%	20,1%
2016	7,4%	15,3%	4,3%	3,9%	2,1%	52,6%	14,4%
2014	17,1%	18,9%	2,8%	3,7%	2,8%	45,8%	8,9%
2013	7,3%	14,6%	1,2%	3,1%	3,5%	56,7%	13,6%
2012	5,3%	7,1%	1,3%	3,2%	6,9%	41,9%	34,3%
2011	7,5%	16,1%	2,6%	1,1%	3,0%	39,4%	30,3%
2010	8,7%	23,2%	2,2%	4,0%	2,9%	45,3%	13,7%

A leitura da tabela deve ser feita em linha.

Fonte: Pesquisas de campo realizadas em cada ano. Action Pesquisas.

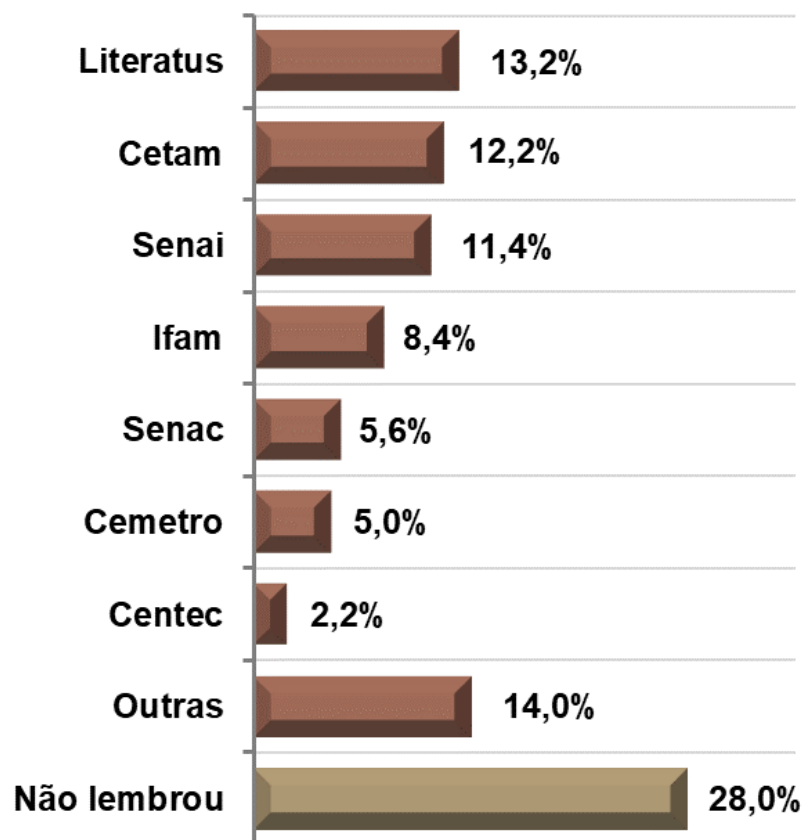


Órgão público

Top Marketing Empresarial

Instituição de Cursos Técnicos

Gráfico 25 – Primeira lembrança quando pensa em **INSTITUIÇÃO DE CURSOS TÉCNICOS – 2021**
(Espontânea e Única)



Instituição de Cursos
técnicos

Fonte: Action Pesquisas, amostra total – Outubro/2021

Nota Metodológica: Agrupou-se em **Outras** as marcas que receberam menos de 2,2% de citações.

Tabela 25 – Primeira lembrança quando pensa em **INSTITUIÇÕES DE CURSOS TÉCNICOS** *por* Ano

ANO	Literatus	Cetam	Senai	Ifam	Senac	Outros	Não lembrou
2021	13,2%	12,2%	11,4%	8,4%	5,6%	22,7%	28,0%
2020	18,2%	12,6%	10,4%	8,5%	2,2%	13,8%	34,2%
2019	21,9%	9,6%	13,6%	6,5%	3,2%	19,7%	25,5%



Instituição de Cursos
técnicos

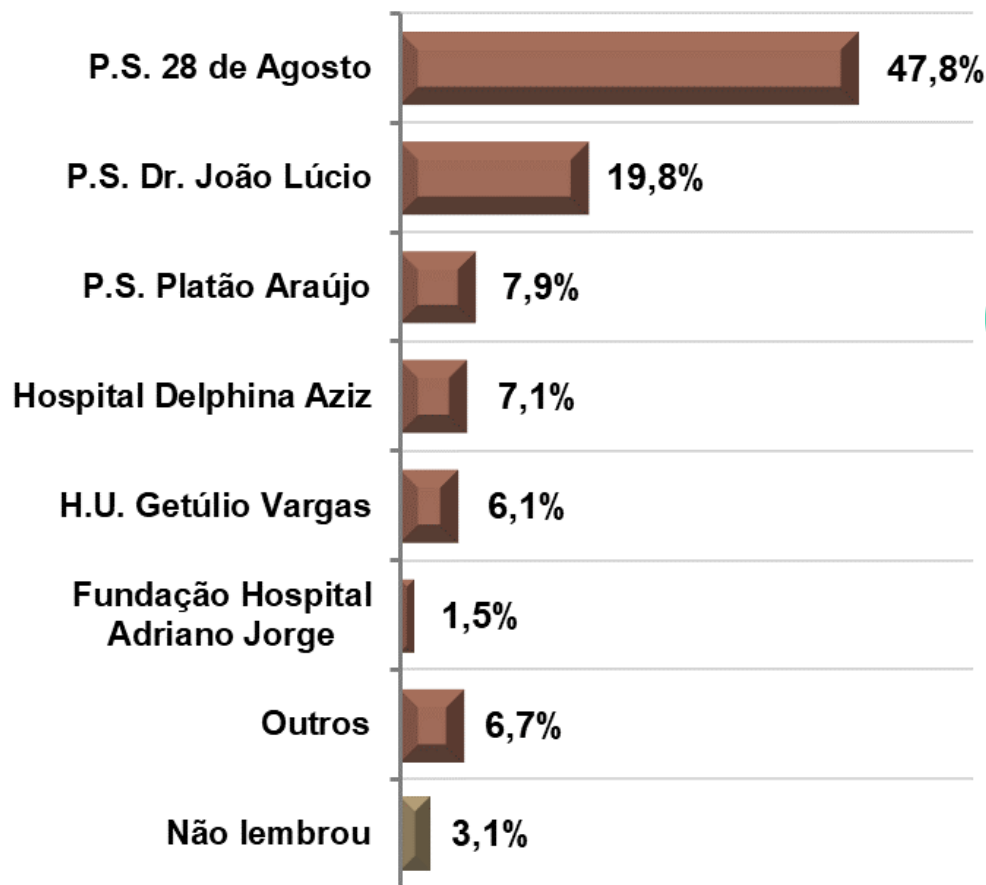
A leitura da tabela deve ser feita em linha.

Fonte: Pesquisas de campo realizadas em cada ano. Action Pesquisas.

Top Marketing Empresarial

Hospital público

Gráfico 26 – Primeira lembrança quando pensa em **HOSPITAL PÚBLICO – 2021** (Espontânea e Única)



Hospital público

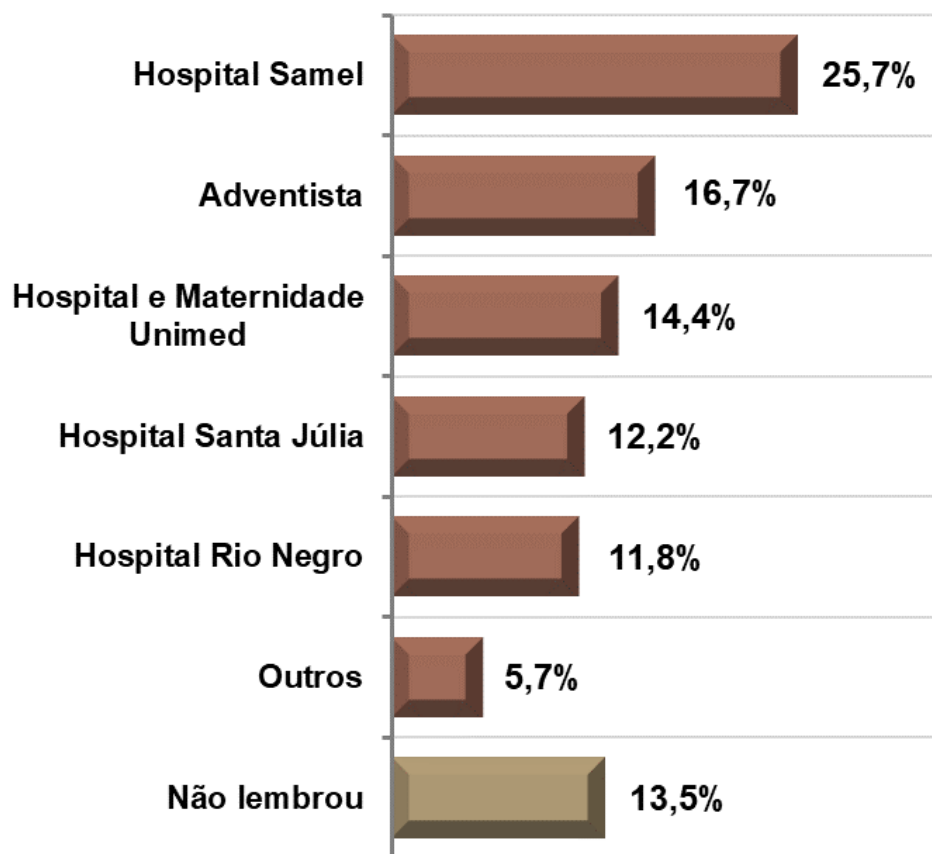
Fonte: Action Pesquisas, amostra total – Outubro/2021

Nota Metodológica: Agrupou-se em **Outras** as marcas que receberam menos de 1,5% de citações.

Top Marketing Empresarial

Hospital particular

Gráfico 27 – Primeira lembrança quando pensa em **HOSPITAL PARTICULAR – 2021** (Espontânea e Única)



Hospital particular

Fonte: Action Pesquisas, amostra total – Outubro/2021

Nota Metodológica: Agrupou-se em **Outras** as marcas que receberam menos de 11,8% de citações.

RESPONSABILIDADE TÉCNICA

Execução da Pesquisa

ACTION
pesquisas de mercado

Responsabilidade Técnica

Prof. Dr. Afrânio Soares Filho

Adm^a. Esp. Flávia Sausmikat Soares

Ana Silvia Prado

Coordenadora de coleta de dados

Duílio Moraes Reis

Analista de projetos de pesquisa



ACTION

pesquisas de mercado

LEVANDO SEGURANÇA PARA SUAS DECISÕES.

www.actionpesquisas.com.br

**Rua João Alfredo. 481 São Geraldo
Manaus - Amazonas.**

contato@actionpesquisas.com.br

92 3234-2454 | 2127-0850