

## Planilha 1

Top of Mind									
Confira quais foram as marcas mais lembradas pelos gaúchos na 21ª edição do levantamento Top Of Mind, da Revista Amanhã e Segmento Pesquisas									
GRANDE EMPRESA	TOTAL (%)			CLASSE SOCIAL (%)			ÁREA (%)		
	2011	2010	2009	A/B	C	D/E	POA	GPOA	INTERIOR
GERDAU	13,3	9,8	11,7	18,9	13,4	9,4	27,2	14,2	9,4
RBS	8,2	6,3	7,3	8,6	8,6	6,8	15,8	7,8	6,6
GM	6,3	8,2	8,1	6,5	6,5	5,9	3,8	12,3	3,6
TRAMONTINA	4,2	4	4,4	5,9	3,7	4,2	1,3	1,6	6,3
MARCOPOLO	4,1	2,5	3,6	4,3	4,1	3,9	0	1,3	6,6
BIG	3,6	1,7	2,3	4,3	3,4	3,6	5,1	2,9	3,6
COCA-COLA	2,8	4,8	1,2	3,8	2,8	2	0,6	1,6	3,9
PETROBRAS	1,9	3,3	2,1	1,6	2,1	1,6	3,2	3,2	0,9
RANDON	1,8	1,8	1,5	2,2	1,8	1,3	0	0	3,1
BANRISUL	1,7	1,3	1,7	3,2	1,4	1,3	3,2	1,1	1,6
ZAFFARI	1,5	0,7	1,3	1,1	1,1	2,6	6,3	1,9	0,2
STIHL	1,4	0,6	0,3	0,5	1,3	2,3	0	4,5	0
VONPAR	1,2	0,6	0,4	1,6	0,6	2,3	7	0	0,4
SUPERMERCADO NACIONAL	1,1	1,1	1,1	0,5	1	1,6	1,3	0,8	1,2
PERDIGÃO	1,1	1,6	0,5	1,6	0,8	1,3	0	0,3	1,8
COMIL	1,1	1,4	2	0	1,6	0,7	0	0,3	1,8

PREOCUPADA COM O M. AMBIENTE	TOTAL (%)			CLASSE SOCIAL (%)			ÁREA (%)		
	2011	2010	2009	A/B	C	D/E	POA	GPOA	INTERIOR
NATURA	17,4	9,5	11,3	15,7	17,7	17,9	11,4	11	22,5
PETROBRAS	3	5,1	6	3,8	3,7	1	3,2	3,5	2,7
RBS	2,8	4,4	2,5	2,7	2,8	2,9	10,1	1,6	1,8
GERDAU	1,7	1,8	2,1	3,2	1,4	1,3	5,7	1,3	0,9
MARCOPOLO	1,5	1,1	0,4	2,7	1,3	1,3	0	0,3	2,5
COCA-COLA	1	0,7	0,3	2,7	0,8	0,3	0,6	1,1	1

EMPRESA PÚBLICA EFICIENTE	TOTAL (%)			CLASSE SOCIAL (%)			ÁREA (%)		
	2011	2010	2009	A/B	C	D/E	POA	GPOA	INTERIOR
CORREIOS	14,9	17,7	12,2	18,4	13,1	16,9	22,8	13,9	13,6

## Planilha1

CORSAN	3,5	2,8	4,6	3,2	4,2	2	3,2	4	3,3
CEEE	3,3	6	3,8	5,4	3,1	2,3	7,6	5,6	0,9
RGE	1,8	4,8	1,7	0,5	2,1	1,6	0	0,8	2,7
APAE	1,6	-	0,6	3,2	1,6	0,7	0	0,5	2,5
BANRISUL	1,1	1	4,3	2,7	1,1	0	4,4	0,5	0,6
PETROBRAS	1,1	0,3	0,4	1,6	1,1	0,7	0,6	3,2	0
DMLU	0,9	0,4	0,9	0,5	0,7	1,6	6,3	0	0,2
PREF.DE GRAMADO	0,8	-	0,7	1,1	0,8	0,3	0	2,4	0
SESI	0,8	-	-	0,5	0,7	1	0	1,3	0,6
EPTC	0,7	0,2	1,1	1,6	0,4	0,7	4,4	0,3	0
CODECA	0,7	0,3	0,8	0,5	0,6	1	0	0	1,2

EMPRESA QUE INVESTE EM CULTURA	TOTAL (%)			CLASSE SOCIAL (%)			ÁREA (%)		
	2011	2010	2009	A/B	C	D/E	POA	GPOA	INTERIOR
RBS	13,8	14,4	14,3	35,7	13,3	13,4	31,6	9,4	12
PETROBRAS	3,3	4,6	5,1	2,2	4,1	2,3	1,3	5,1	2,8
GERDAU	3,3	2,1	2,5	4,3	3,4	2,3	6,3	2,9	2,7
SESC	3	0,4	0,3	1,6	3,5	2,6	0,6	1,1	4,6
BANCO DO BRASIL	1,8	0,6	2,2	0,5	2,3	1,3	3,8	1,9	1,2
NATURA	1,3	0,8	0,6	3,2	0,8	1,3	1,3	0,3	1,9
SEBRAE	1,3	-	-	2,2	1,4	0,7	0	1,9	1,3
MARCOPOLO	1,3	1,2	-	1,6	1,3	1	0	0	2,2
SANTANDER	1,3	1,1	1,4	2,7	1,1	0,7	5,1	1,3	0,3
ZAFFARI	1,3	1	0,4	0	1,8	0,7	3,2	1,3	0,7
SESI	1,2	-	0,3	0,5	1	2	0	2,1	0,9

BANCO	TOTAL (%)			CLASSE SOCIAL (%)			ÁREA (%)		
	2011	2010	2009	A/B	C	D/E	POA	GPOA	INTERIOR
BANRISUL	26,4	24	25,6	24,9	25,6	29,3	32,3	25,9	25,3
BANCO DO BRASIL	23,3	30,9	27,4	21,1	23,7	23,5	11,4	20,3	27,7
BRDESCO	14,8	12,7	16,8	13	15,8	13,7	16,5	16,3	13,6
CAIXA ECONÔMICA FEDERAL	14,6	10,9	10,4	15,7	14	15,3	12	16,6	14,1

## Planilha1

REDE DE PAGAMENTO ELETRÔNICO	TOTAL (%)			CLASSE SOCIAL (%)			ÁREA (%)		
	2011	2010	2009	A/B	C	D/E	POA	GPOA	INTERIOR
BANRISUL	33,9	-	-	33	35,2	31,6	40,5	30,2	34,4
CAIXA ECONÔMICA FEDERAL	13,4	-	-	11,9	13,4	14,3	7,6	11	16,2
BRADESCO	11,1	-	-	12,4	10,2	12,4	12	9,1	12
BANCO DO BRASIL	9,3	-	-	7,6	10	8,5	5,1	3,2	13,6
ITAÚ	9,1	-	-	8,1	9,9	7,8	16,5	6,7	8,7

CADERNETA DE POUPANÇA	TOTAL (%)			CLASSE SOCIAL (%)			ÁREA (%)		
	2011	2010	2009	A/B	C	D/E	POA	GPOA	INTERIOR
CAIXA ECONÔMICA FEDERAL	52,8	45,4	-	51,9	52,3	54,4	39,2	52,7	56
BANRISUL	11,4	7,4	-	10,8	12,3	9,8	19	14,2	8,1
BRADESCO	6,9	7,5	-	7,6	7,2	5,9	8,9	9,4	5,1
BANCO DO BRASIL	6,4	7,3	-	8,1	6,4	5,2	3,2	6,4	7
ITAÚ	5	2,8	-	7,6	4,1	4,9	9,5	4,3	4

CARTÃO DE CRÉDITO	TOTAL (%)			CLASSE SOCIAL (%)			ÁREA (%)		
	2011	2010	2009	A/B	C	D/E	POA	GPOA	INTERIOR
VISA	59,4	59,3	60	62,2	60	56,4	56,3	54,5	62,9
MASTERCARD	20,8	17,6	16,3	18,4	22	19,5	25,3	23,3	18,4
HIPERCARD	5,2	5	3	3,2	4,8	7,2	4,4	7,8	3,9
BANRICOMPRAS	5,1	5,7	7,4	5,9	4,2	6,5	6,3	2,4	6,3

FARMÁCIA	TOTAL (%)			CLASSE SOCIAL (%)			ÁREA (%)		
	2011	2010	2009	A/B	C	D/E	POA	GPOA	INTERIOR
PANVEL	27,3	26,7	25,1	28,6	28,1	24,8	53,8	23,8	23,1
SÃO JOÃO	15	13	11	16,2	14,3	16	0,6	5,6	23,7
AGAFARMA	12,3	10,4	12,3	13	10,6	16	26,6	21,4	3,9
MAIS ECONÔMICA	10,7	3,3	0,3	7,6	12,1	9,1	4,4	12,8	10,9

LOJA DE MATERIAL DE CONSTRUÇÃO	TOTAL (%)			CLASSE SOCIAL (%)			ÁREA (%)		
	2011	2010	2009	A/B	C	D/E	POA	GPOA	INTERIOR
TUMELERO	24,5	22,4	22,2	30,3	24	22,2	57,6	28,9	14,2
QUERO-QUERO	14,2	13,3	15,1	11,9	13,6	16,9	0,6	4,8	22,6

## Planilha1

PREVIDÊNCIA PRIVADA	TOTAL (%)			CLASSE SOCIAL (%)			ÁREA (%)		
	2011	2010	2009	A/B	C	D/E	POA	GPOA	INTERIOR
BRADESCO	8	4,1	7	11,4	7,8	6,5	9,5	10,4	6,3
GBOEX	3,3	4,9	8,3	3,8	4	1,3	9,5	4,5	1
INSS/SUS	1,8	0	1,7	1,6	2	1,3	2,5	0,8	2,1
ITAÚ	1,7	0,7	1,9	1,6	2	1	3,2	1,3	1,5
CAIXA ECONÔMICA FEDERAL	1,6	0,7	0,1	1,1	1,3	2,6	1,3	2,9	0,9
BANCO DO BRASIL	1,3	1,5	1,8	2,7	1,3	0,3	3,2	0,5	1,2

COMPANHIA AÉREA	TOTAL (%)			CLASSE SOCIAL (%)			ÁREA (%)		
	2011	2010	2009	A/B	C	D/E	POA	GPOA	INTERIOR
TAM	44,2	41,4	36,5	40,5	47,7	38,1	38	41,2	47,3
GOL	30,9	30,2	33,2	36,8	29,8	30	35,4	31	29,8
VARIG	14,9	20,8	24,6	8,6	14,3	20,2	12,7	15	15,4

LOJA DE CALÇADOS	TOTAL (%)			CLASSE SOCIAL (%)			ÁREA (%)		
	2011	2010	2009	A/B	C	D/E	POA	GPOA	INTERIOR
PAQUETÁ	16,5	19,2	20	23,8	16,7	11,7	55,1	19,8	5,5
GASTON	10,4	11,2	8,1	7,6	9,3	14,7	26,6	15	4
ENY	4,8	4,3	4,6	4,9	4,2	5,9	0,6	0,5	8,1
PITTOL	4	3,5	4,9	3,2	4,2	3,9	0	0,3	7
VENCAL	4	4,5	3,7	4,9	3,5	4,6	0	0	7,2
HERCÍLIO	3,8	3,9	4,9	3,8	4,2	2,9	0	0,3	6,7

SEGURADORA	TOTAL (%)			CLASSE SOCIAL (%)			ÁREA (%)		
	2011	2010	2009	A/B	C	D/E	POA	GPOA	INTERIOR
BRADESCO	14,1	11,8	11	19,5	13,7	11,7	14,6	14,2	13,9
ITAÚ	4,3	3,1	5,9	7,6	3	5,5	7,6	2,1	4,8
SUL AMÉRICA	2,7	2,3	3	5,4	2,3	2	3,2	4,8	1,3
PORTO SEGURO	2,5	0,7	1,5	1,6	2,8	2,3	4,4	4,5	0,9
BV SEGUROS	1,9	1,3	0,3	3,2	2,3	0,3	0,6	2,7	1,8

LOJA DE ROUPAS	TOTAL (%)			CLASSE SOCIAL (%)			ÁREA (%)		
	2011	2010	2009	A/B	C	D/E	POA	GPOA	INTERIOR
RENNER	22,7	26,1	22,7	22,2	22,6	23,1	43	25,1	16,5

## Planilha

POMPÉIA	13,4	12,1	13,3	7,6	14	15,6	1,9	9,6	18,3
C&A	4,7	5,3	5,2	4,9	4,5	4,9	16,5	5,1	1,6
MARISA	4,3	3,2	2,4	4,9	4,2	3,9	10,1	6,2	1,8
LEBES	3,8	2,8	1,8	5,4	3,1	4,2	0,6	9,9	1

TIME DE FUTEBOL	TOTAL (%)			CLASSE SOCIAL (%)			ÁREA (%)		
	2011	2010	2009	A/B	C	D/E	POA	GPOA	INTERIOR
GRÊMIO	54,8	53,3	49,5	51,4	56,6	52,8	55,7	59,1	52,2
INTERNACIONAL	38,5	37,9	42,9	44,9	37	38,1	41,8	36,6	38,8

MONTADORA	TOTAL (%)			CLASSE SOCIAL (%)			ÁREA (%)		
	2011	2010	2009	A/B	C	D/E	POA	GPOA	INTERIOR
CHEVROLET/GM	41,8	41,8	53	44,9	43,1	37,1	48,1	42	40,3
VOLKSWAGEN	11,4	9,2	5,4	13,5	11,3	10,4	11,4	10,4	12
FIAT	10,6	8,2	4,5	9,7	12,1	7,5	11,4	7,2	12,3
FORD	8,7	8,3	7	9,2	7,2	11,7	4,4	3,5	12,6

OPERADORA DE TELEFONIA CELULAR	TOTAL (%)			CLASSE SOCIAL (%)			ÁREA (%)		
		2010	2009	A/B	C	D/E	POA	GPOA	INTERIOR
VIVO	43,7	42,7	41,9	46,5	44,2	40,7	32,9	46,5	44,6
CLARO	32,7	30,1	32,2	27,6	34	32,6	35,4	33,4	31,6
OI	14,1	13,8	0,6	11,4	12,9	18,6	20,3	11,2	14,2
TIM	7,8	9,8	11,3	13	7,3	5,9	7,6	7,2	8,2

OPERADORA DE TELEFONIA FIXA	TOTAL (%)			CLASSE SOCIAL (%)			ÁREA (%)		
	2011	2010	2009	A/B	C	D/E	POA	GPOA	INTERIOR
OI	67,8	57,4	0,2	69,2	67,9	66,5	64,6	59,9	72,9
BRASIL TELECOM	11,2	23,3	78	10,8	10,5	13	12	14,2	9,3
GVT	7,1	6,8	8,6	7,6	7,8	5,2	13,3	10,2	3,9

REDE DE POSTO DE GASOLINA	TOTAL (%)			CLASSE SOCIAL (%)			ÁREA (%)		
	2011	2010	2009	A/B	C	D/E	POA	GPOA	INTERIOR
IPIRANGA	47	46,1	46,3	50,3	47,6	43,6	50	45,5	47,2
PETROBRAS	21,8	19,1	18,7	22,2	22	20,8	13,9	18,2	25,6
TEXACO	7,9	8,8	11,9	5,9	8,2	8,5	5,7	6,4	9,3

## Planilha 1

ESSO	5,4	4	5,3	5,9	6,1	3,6	6,3	5,6	5,1
SHELL	3,4	5,5	5	4,3	2,5	4,9	10,8	4	1,3

PLANO DE SAÚDE	TOTAL (%)			CLASSE SOCIAL (%)			ÁREA (%)		
	2011	2010	2009	A/B	C	D/E	POA	GPOA	INTERIOR
UNIMED	61,8	57,7	53,7	68,1	64	52,8	53,8	55,6	67,1
IPE	6	4,4	4,5	9,2	5,9	4,2	3,8	3,7	7,8
SUS	5	3,6	10,3	1,1	3,5	10,7	7	4,3	4,9
GOLDEN CROSS	1,8	1,2	2,6	2,2	2,1	1	8,2	1,3	0,6
CENTRO CLÍNICO GAÚCHO	1,8	1,8	0,5	1,6	2	1,3	4,4	3,7	0
FÁTIMA	1,4	1	0,3	1,6	1,7	0,7	0	0,8	2,1

UNIVERSIDADE	TOTAL (%)			CLASSE SOCIAL (%)			ÁREA (%)		
	2011	2010	2009	A/B	C	D/E	POA	GPOA	INTERIOR
UFRGS	12,4	9,3	7,5	13,5	13	10,4	34,2	20,1	3
ULBRA	10	12,1	12,9	8,6	10,6	9,4	10,1	22,5	3
UCS	9,9	8,3	6,5	13	9,7	8,5	0	6,7	14,1
PUC	9,4	9,6	7,8	10,3	10	7,5	35,4	9,4	3,3
URI	6,8	6,1	5,3	8,6	5,9	7,8	0	0	12,3
UNISINOS	5,2	4	6,1	5,4	5,7	3,9	1,3	15,5	0,3

REFEIÇÃO CONVÊNIO	TOTAL (%)			CLASSE SOCIAL (%)			ÁREA (%)		
	2011	2010	2009	A/B	C	D/E	POA	GPOA	INTERIOR
REFEISUL	9,8	3,5	2,8	8,1	10,2	9,8	6,3	9,4	10,8
TICKET	3,2	-	-	3,2	3,4	2,6	0	3,5	3,7
VALE REFEIÇÃO	2,8	1,7	2	1,6	3	3,3	2,5	1,6	3,6
TICKET REFEIÇÃO	2,7	3,9	4,9	2,7	2,8	2,3	13,3	2,4	0,3

TRANSPORTADORA	TOTAL (%)			CLASSE SOCIAL (%)			ÁREA (%)		
	2011	2010	2009	A/B	C	D/E	POA	GPOA	INTERIOR
MERCÚRIO	12,6	13	16,2	16,8	14	6,8	14,6	15,8	10,3
SÃO MIGUEL	3,8	1,8	1,7	4,3	4,8	1,3	1,3	0,5	6,3
VALDEMAR	3,7	1,8	5,4	6,5	2,7	4,2	0,6	0,5	6,1
GIULIAN	2,1	0,9	1,3	1,1	2	2,9	5,1	3,5	0,6

## Planilha 1

CONSÓRCIO	TOTAL (%)			CLASSE SOCIAL (%)			ÁREA (%)		
	2011	2010	2009	A/B	C	D/E	POA	GPOA	INTERIOR
COLOMBO	7,4	4,7	-	6,5	8,2	6,2	5,7	7,5	7,8
HERVAL	4,3	2,1	-	7	4,7	1,6	0	11	1,5
BRDESCO	4,2	2,3	-	4,9	4,7	2,6	3,2	4,8	4

LOJA DE ELETRODOMÉSTICOS	TOTAL (%)			CLASSE SOCIAL (%)			ÁREA (%)		
	2011	2010	2009	A/B	C	D/E	POA	GPOA	INTERIOR
COLOMBO	33,2	31	31,8	34,6	33,2	32,2	41,8	36,6	29,2
MAGAZINE LUIZA	10	12,4	9,7	12,4	10,5	7,5	9,5	12	9
PONTO FRIO	7,7	11,7	9,5	4,9	8,1	8,5	19	7	5,4

SUPERMERCADO	TOTAL (%)			CLASSE SOCIAL (%)			ÁREA (%)		
	2011	2010	2009	A/B	C	D/E	POA	GPOA	INTERIOR
BIG	19,1	19	19,6	17,8	16,9	24,8	24,7	24,6	14,7
NACIONAL	18,9	18,8	19,3	22,7	18,4	17,9	17,7	23,5	16,6
ZAFFARI	8,3	8,5	8,9	13,5	8,5	4,6	32,9	4,3	4,6
RISSUL	4,1	1,2	1,6	2,7	4,7	3,6	1,3	12	0,3

MÁQUINAS AGRÍCOLAS	TOTAL (%)			CLASSE SOCIAL (%)			ÁREA (%)		
	2011	2010	2009	A/B	C	D/E	POA	GPOA	INTERIOR
MASSEY FERGUSON	17,9	13,6	15,9	19,5	18,4	16	17,7	13,4	20,5
AGRALE	11,5	16,1	15,1	16,2	10,7	10,4	17,1	11,8	10
JOHN DEERE	10,8	8,2	8,3	13	11,3	8,1	4,4	5,3	15,3

CAMINHÃO	TOTAL (%)			CLASSE SOCIAL (%)			ÁREA (%)		
	2011	2010	2009	A/B	C	D/E	POA	GPOA	INTERIOR
MERCEDES-BENZ	35,6	32,8	31,6	31,9	37,6	33,2	37,3	33,4	36,4
VOLKSWAGEN	14,3	11,7	9,8	15,1	15,7	10,4	15,8	13,1	14,5
FORD	11,8	6,7	11,5	13	12,3	10,1	13,9	16	9
SCANIA	10,4	9,9	13,8	13,5	10	9,4	8,2	5,6	13,6
VOLVO	7,2	13,6	13	9,7	6,6	6,8	3,2	3,7	10

AUTOMÓVEL	TOTAL (%)			CLASSE SOCIAL (%)			ÁREA (%)		
-----------	-----------	--	--	-------------------	--	--	----------	--	--

## Planilha 1

	2011	2010	2009	A/B	C	D/E	POA	GPOA	INTERIOR
GOL	18,3	23,3	17,1	17,3	17,1	21,8	22,8	17,9	17,5
FIAT	11,9	12,3	16,5	11,4	13,1	9,4	7	17,4	10
VOLKSWAGEN	9,8	8,8	8,4	11,9	9,5	9,4	7,6	10,4	10
CHEVROLET/GM	5,3	4,6	6,7	8,6	5,2	3,3	2,5	6,7	5,1

<b>MOTOCICLETA</b>	<b>TOTAL (%)</b>			<b>CLASSE SOCIAL (%)</b>			<b>ÁREA (%)</b>		
	2011	2010	2009	A/B	C	D/E	POA	GPOA	INTERIOR
HONDA	69,2	64,2	65,1	76,2	68,8	65,8	62	64,4	73,5
YAMAHA	18,6	15,3	15,6	16,2	18,8	19,5	22,2	18,2	18

<b>PNEU</b>	<b>TOTAL (%)</b>			<b>CLASSE SOCIAL (%)</b>			<b>ÁREA (%)</b>		
	2011	2010	2009	A/B	C	D/E	POA	GPOA	INTERIOR
PIRELLI	50	57,8	54	50,8	49,7	50,2	50,6	50,5	49,6
GOODYEAR	24,1	17,6	15,5	25,9	24	23,1	23,4	21,9	25,4

<b>BISCOITO</b>	<b>TOTAL (%)</b>			<b>CLASSE SOCIAL (%)</b>			<b>ÁREA (%)</b>		
	2011	2010	2009	A/B	C	D/E	POA	GPOA	INTERIOR
ISABELA	39,9	39,7	38,3	30,3	39,3	47,2	43	39,6	39,4
ZEZÉ	11,1	7,8	7,6	9,7	11,2	11,7	3,2	2,9	17,5
NABISCO	11	16,3	14,4	13	12,1	7,2	14,6	18,2	6,1
NESTLÉ	8,7	7,5	7,3	12,4	8,8	6,2	5,7	2,9	12,6

<b>MASSAS</b>	<b>TOTAL (%)</b>			<b>CLASSE SOCIAL (%)</b>			<b>ÁREA (%)</b>		
	2011	2010	2009	A/B	C	D/E	POA	GPOA	INTERIOR
ISABELA	55,8	48,9	53,1	54,6	56,8	54,1	57	54,5	56,1
COROA	8,2	13,8	17,6	9,2	6,4	11,7	10,1	8	7,8

<b>CHOCOLATE</b>	<b>TOTAL (%)</b>			<b>CLASSE SOCIAL (%)</b>			<b>ÁREA (%)</b>		
	2011	2010	2009	A/B	C	D/E	POA	GPOA	INTERIOR
NESTLÉ	52,2	-	-	52,4	54,2	47,2	52,5	51,9	52,2
GAROTO	15,8	-	-	10,3	15,5	19,5	16,5	13,6	16,8
LACTA	13,6	-	-	15,7	12,3	15,3	12,7	11,5	15

<b>ARROZ</b>	<b>TOTAL (%)</b>			<b>CLASSE SOCIAL (%)</b>			<b>ÁREA (%)</b>		
--------------	------------------	--	--	--------------------------	--	--	-----------------	--	--

## Planilha1

	2011	2010	2009	A/B	C	D/E	POA	GPOA	INTERIOR
TIO JOÃO	40	34	35,8	40,5	39,4	41	57	38,8	36,7
BLUE VILLE	15,3	21,3	17,9	14,1	14,5	17,6	12	21,9	12,3
PRATO FINO	6,5	5,8	5,8	8,1	5,7	7,5	2,5	2,4	9,7
NAMORADO	6	5,8	7	3,8	6,1	7,2	10,1	11,8	1,8

<b>FRANGO</b>	<b>TOTAL (%)</b>			<b>CLASSE SOCIAL (%)</b>			<b>ÁREA (%)</b>		
	2011	2010	2009	A/B	C	D/E	POA	GPOA	INTERIOR
SADIA	25,3	16,5	17	29,7	26,4	19,9	24,7	20,6	28
DOUX/FRANGOSUL	23,3	20,6	27,9	20	22,3	27,7	19	36,1	17,2
PENA BRANCA	13,6	15,6	12,3	14,6	13,4	13,4	9,5	8,6	17,4

<b>QUEIJO</b>	<b>TOTAL (%)</b>			<b>CLASSE SOCIAL (%)</b>			<b>ÁREA (%)</b>		
	2011	2010	2009	A/B	C	D/E	POA	GPOA	INTERIOR
SANTA CLARA	31,3	-	-	27,6	31,6	32,9	29,1	32,4	27,6
SANTA ROSA	4,1	-	-	5,4	4,1	3,3	0,6	1,6	5,4
KUNZLER	3,3	-	-	4,3	3	3,3	14,6	1,6	4,3

<b>REFRIGERANTE</b>	<b>TOTAL (%)</b>			<b>CLASSE SOCIAL (%)</b>			<b>ÁREA (%)</b>		
	2011	2010	2009	A/B	C	D/E	POA	GPOA	INTERIOR
COCA-COLA	68,8	71,5	65,1	78,4	67,7	65,8	68,4	59,9	74
PEPSI-COLA	11,3	12	12,3	9,2	11,7	11,4	15,8	20,9	4,8
FRUKI	6,3	4,1	5,9	3,2	5,7	9,8	5,1	7,5	6

<b>CERVEJA</b>	<b>TOTAL (%)</b>			<b>CLASSE SOCIAL (%)</b>			<b>ÁREA (%)</b>		
	2011	2010	2009	A/B	C	D/E	POA	GPOA	INTERIOR
SKOL	44,8	49,1	46,5	50,3	43,8	43,6	40,5	52,4	41,5
BRAHMA	17	14,4	14,9	15,7	17,9	15,6	17,7	13,4	18,9
POLAR	14,1	10,2	13,7	13	14,3	14,3	19,6	14,2	12,7
KAISER	8,8	9,3	10	7	8,2	11,1	6,3	8,6	9,4

<b>UÍSQUE</b>	<b>TOTAL (%)</b>			<b>CLASSE SOCIAL (%)</b>			<b>ÁREA (%)</b>		
	2011	2010	2009	A/B	C	D/E	POA	GPOA	INTERIOR
NATU NOBILIS	32,4	38,8	37,8	28,6	34	30,9	39,2	35	29,3
DRURY'S	17,4	14,8	19,3	13	17,1	20,8	13,3	14,7	19,9

## Planilha 1

VINHO	TOTAL (%)			CLASSE SOCIAL (%)			ÁREA (%)		
	2011	2010	2009	A/B	C	D/E	POA	GPOA	INTERIOR
SALTON	11,5	8,8	4,7	15,7	12	7,8	8,2	8	14,2
JOTA PE	9,8	6,8	11,7	8,1	9,7	11,1	10,8	9,1	10
ALMADÉN	6,7	3,3	7,5	8,1	6,1	7,2	12,7	9,1	3,9

ÁGUA MINERAL	TOTAL (%)			CLASSE SOCIAL (%)			ÁREA (%)		
	2011	2010	2009	A/B	C	D/E	POA	GPOA	INTERIOR
SARANDI	31,8	30,3	27,3	34,6	31,6	30,6	19	24,1	39,2
FONTE IJUÍ	27,4	28,7	34,6	31,4	26,1	28	37,3	26,2	25,7
DA PEDRA	17,1	11,3	9,3	14,1	18,8	15	10,1	18,7	17,8

CÂMERA DIGITAL	TOTAL (%)			CLASSE SOCIAL (%)			ÁREA (%)		
		2010	2009	A/B	C	D/E	POA	GPOA	INTERIOR
SONY	37,8	-	-	45,9	38	32,2	30,4	31,6	43
KODAK	19,1	-	-	15,1	21,3	16,3	22,8	16	19,9

AR CONDICIONADO	TOTAL (%)			CLASSE SOCIAL (%)			ÁREA (%)		
	2011	2010	2009	A/B	C	D/E	POA	GPOA	INTERIOR
CONSUL	41,3	38,9	-	43,2	42,8	36,5	32,3	38	45,2
LG	10,8	5,8	-	10,3	11,3	9,8	17,1	9,6	9,9
ELECTROLUX	8,6	3,8	-	9,2	9	7,2	3,8	7,5	10,3
ARNO	5,3	8,4	-	3,2	5,1	7,2	3,2	2,4	7,5

APARELHO DE TV	TOTAL (%)			CLASSE SOCIAL (%)			ÁREA (%)		
	2011	2010	2009	A/B	C	D/E	POA	GPOA	INTERIOR
PHILIPS	21,9	27,2	31,7	21,1	22,5	21,2	8,2	17,1	27,8
LG	19,3	11,9	15,3	22,2	19,8	16,3	24,1	20,9	17,2
SEMP TOSHIBA	16,4	18,4	12,4	11,9	17,4	16,9	17,1	17,9	15,4
CCE	11,6	15,9	16,1	5,9	10	18,6	5,7	15,2	10,9

COMPUTADOR	TOTAL (%)			CLASSE SOCIAL (%)			ÁREA (%)		
		2010	2009	A/B	C	D/E	POA	GPOA	INTERIOR
LG	17,1	17,4	16,3	18,4	17,9	14,3	17,1	9,9	21,1

## Planilha

DELL	13	9,4	5,8	21,1	12,7	8,8	29,7	14,4	8,2
POSITIVO	11,8	13,4	8,3	14,6	12,6	8,5	6,3	15,2	11,2

IMPRESSORA	TOTAL (%)			CLASSE SOCIAL (%)			ÁREA (%)		
	2011	2010	2009	A/B	C	D/E	POA	GPOA	INTERIOR
HP	34,8	-	-	42,2	36,9	25,4	33,5	29,9	37,7
EPSON	5,1	-	-	8,6	4,9	3,3	7,6	6,4	3,7
CANON	2,3	-	-	1,1	3,1	1,3	1,9	3,7	1,6

ELETRODOMÉSTICO	TOTAL (%)			CLASSE SOCIAL (%)			ÁREA (%)		
	2011	2010	2009	A/B	C	D/E	POA	GPOA	INTERIOR
BRASTEMP	25,8	20,8	20,8	27	25,4	25,7	31,6	24,9	27
CONSUL	22,1	23,5	23,7	20,5	21,3	24,8	16,5	17,9	20,5
ELECTROLUX	18,4	18,3	15,3	18,9	19,2	16,3	17,7	20,6	18,9

CIMENTO	TOTAL (%)			CLASSE SOCIAL (%)			ÁREA (%)		
	2011	2010	2009	A/B	C	D/E	POA	GPOA	INTERIOR
VOTORAN	37,6	49,6	36	33	37,6	40,4	24,1	39,6	39,7
VOTORANTIN	23	16,2	26	33,5	21,2	20,8	27,8	21,1	22,9

TINTAS	TOTAL (%)			CLASSE SOCIAL (%)			ÁREA (%)		
	2011	2010	2009	A/B	C	D/E	POA	GPOA	INTERIOR
RENNER	62	63	53,8	62,2	61,6	62,9	67,1	56,4	63,9
SUVINIL	19	20,6	28,7	21,1	19,2	17,3	15,8	16	21,4

TUBOS E CONEXÕES	TOTAL (%)			CLASSE SOCIAL (%)			ÁREA (%)		
	2011	2010	2009	A/B	C	D/E	POA	GPOA	INTERIOR
TIGRE	77,6	86,6	-	77,8	77,5	77,5	74,1	68,7	83,4
AMANCO	9,8	4,1	-	11,9	9,9	8,1	12	13,1	7,3

LEITE	TOTAL (%)			CLASSE SOCIAL (%)			ÁREA (%)		
	2011	2010	2009	A/B	C	D/E	POA	GPOA	INTERIOR
ELEGÊ	37,2	37,5	41,6	39,5	37,4	35,2	38,6	31	40,3
PIÁ	13,2	7	6,9	14,1	12,9	13,4	9,5	19	10,8
PARMALAT	7,3	15,3	17,9	7,6	7,3	6,8	8,9	8,6	6,1

Planilha1

MÓVEIS	TOTAL (%)			CLASSE SOCIAL (%)			ÁREA (%)		
	2011	2010	2009	A/B	C	D/E	POA	GPOA	INTERIOR
CARRARO	18,6	22,3	24,7	16,2	18,2	20,8	16,5	15,5	20,8
TODESCHINI	14,7	14,8	16	15,1	14,7	14,3	12	12,8	16,3

MÓVEIS DE COZINHA	TOTAL (%)			CLASSE SOCIAL (%)			ÁREA (%)		
	2011	2010	2009	A/B	C	D/E	POA	GPOA	INTERIOR
TODESCHINI	24,5	28,1	-	31,9	23,9	21,5	18,4	19,3	28,9
DELL ANNO	11,4	9,1	-	12,4	11,2	11,4	15,8	7,8	12,4
CARRARO	10,2	13,3	-	8,1	10,9	9,8	10,1	12,8	8,7

TALHERES	TOTAL (%)			CLASSE SOCIAL (%)			ÁREA (%)		
	2011	2010	2009	A/B	C	D/E	POA	GPOA	INTERIOR
TRAMONTINA	89,8	89,8	88,8	92,4	88,1	92,2	83,5	83,2	95,1
HÉRCULES	3	1,3	3,7	1,1	4	2	6,3	4,5	1,3

CALÇADOS	TOTAL (%)			CLASSE SOCIAL (%)			ÁREA (%)		
	2011	2010	2009	A/B	C	D/E	POA	GPOA	INTERIOR
AZALEIA	12,2	6,9	10	9,7	11,3	15,6	21,5	11	10,6
PEGADA	7,8	6,4	6,1	10,3	7,3	7,5	10,1	6,4	8,1
HAVAIANAS	7,1	14,1	7,7	4,9	6,2	10,4	7	2,4	9,7
DAKOTA	7	3,8	5,3	9,2	6,8	6,2	1,9	7	8,2

TELEFONE CELULAR	TOTAL (%)			CLASSE SOCIAL (%)			ÁREA (%)		
	2011	2010	2009	A/B	C	D/E	POA	GPOA	INTERIOR
NOKIA	60,4	61,5	57,3	67,6	59,9	57,3	53,2	55,6	64,8
MOTOROLA	11,4	12,6	15,3	8,1	12,1	11,7	13,3	12,3	10,5
SAMSUNG	10,2	7,5	5,4	9,7	11	8,5	8,2	10,4	10,5

	TOTAL (%)			CLASSE SOCIAL (%)			ÁREA (%)		
	2011	2010	2009	A/B	C	D/E	POA	GPOA	INTERIOR
ERVA-MATE	12,2	14,4	14,5	12,4	11,7	13	26,6	16,8	6,1
VIER	9,1	9,5	10	10,3	8,6	9,4	19,6	14,2	3,7
MADRUGADA	7,2	6,4	7,9	5,9	6,4	9,8	18,4	11	2,4

## Planilha 1

FERRAMENTAS	TOTAL (%)			CLASSE SOCIAL (%)			ÁREA (%)		
	2011	2010	2009	A/B	C	D/E	POA	GPOA	INTERIOR
TRAMONTINA	50,6	50,6	51,1	57,3	50,4	46,9	40,5	37,4	60,3
BOSCH	11,2	7,3	8,7	10,3	10,3	13,7	11,4	10,4	11,5

GARRAFA TÉRMICA	TOTAL (%)			CLASSE SOCIAL (%)			ÁREA (%)		
	2011	2010	2009	A/B	C	D/E	POA	GPOA	INTERIOR
TERMOLAR	46,8	43,2	39,3	48,1	46,5	46,9	65,2	45,5	43,3
INVICTA	16,5	16,9	19,2	16,8	17,1	15	4,4	8,3	24

PERFUME	TOTAL (%)			CLASSE SOCIAL (%)			ÁREA (%)		
	2011	2010	2009	A/B	C	D/E	POA	GPOA	INTERIOR
NATURA	33,4	31,9	22,2	27,6	33,6	36,5	24,1	30,7	37,1
O BOTICÁRIO	28,2	20,6	20,1	33,5	29,8	21,2	24,1	28,3	29
AVON	16,5	18,7	16,4	11,4	12,4	29	16,5	16,8	16,3

PISOS E AZULEJOS	TOTAL (%)			CLASSE SOCIAL (%)			ÁREA (%)		
	2011	2010	2009	A/B	C	D/E	POA	GPOA	INTERIOR
ELIANE	26,3	35,2	29,4	22,2	26,3	29	36,7	27	23,5
CECRISA	6,4	2	6,1	10,3	5,7	5,9	7,6	6,2	6,3

TÊNIS	TOTAL (%)			CLASSE SOCIAL (%)			ÁREA (%)		
	2011	2010	2009	A/B	C	D/E	POA	GPOA	INTERIOR
NIKE	40,1	31,5	26	45,9	39,4	38,1	45,6	43	37,1
ADIDAS	20,8	20	19,3	20	21,5	19,5	17,7	17,4	23,4

COMUNICADOR LOCAL DE TV	TOTAL (%)			CLASSE SOCIAL (%)			ÁREA (%)		
		2010	2009	A/B	C	D/E	POA	GPOA	INTERIOR
LASIER MARTINS	27,8	20	20,7	23,2	29	27,7	27,2	20,6	31,9
CRISTINA RANZOLIN	16,5	16,8	8,8	18,9	16,5	15	15,8	12,3	19
PAULO SANT'ANA	7,9	10,3	18,5	13,5	6,6	7,5	8,2	8,3	7,6
ALEXANDRE MOTTA	7,8	5,3	0,8	4,3	6,9	11,7	18,4	14,7	1,3

COLUNISTA DE JORNAL	TOTAL (%)			CLASSE SOCIAL (%)			ÁREA (%)		
---------------------	-----------	--	--	-------------------	--	--	----------	--	--

## Planilha

		2010	2009	A/B	C	D/E	POA	GPOA	INTERIOR
PAULO SANT'ANA	41,8	38,8	36,5	42,7	42,2	40,4	46,8	36,6	43,6
LASIER MARTINS	6	3,7	4,4	7	6,4	4,6	5,1	4,3	7,2
DAVID COIMBRA	1,6	1,6	1	2,7	1,7	0,7	3,8	1,6	1
MARTHA MEDEIROS	1,5	3,7	2,2	2,7	1,6	0,7	2,5	1,1	1,5

<b>LOCUTOR ESP. DE RÁDIO</b>	<b>TOTAL (%)</b>			<b>CLASSE SOCIAL (%)</b>			<b>ÁREA (%)</b>		
		2010	2009	A/B	C	D/E	POA	GPOA	INTERIOR
PEDRO ERNESTO DENARDIN	14,9	16	7	25,4	13,1	12,7	15,8	16,6	13,8
PAULO BRITO	8,1	9	6,8	8,6	8,3	7,2	4,4	12,3	6,6
HAROLDO DE SOUZA	3,8	3,8	6,1	4,3	3,8	3,6	11,4	1,9	3,1

<b>PROGRAMA LOCAL DE TV</b>	<b>TOTAL (%)</b>			<b>CLASSE SOCIAL (%)</b>			<b>ÁREA (%)</b>		
		2010	2009	A/B	C	D/E	POA	GPOA	INTERIOR
JORNAL DO ALMOÇO	40,4	43	35,7	44,9	39,3	40,4	41,1	36,6	42,4
RBS NOTÍCIAS	15,3	15	23,3	12,4	16	15,6	6,3	8,6	21,3
PATROLA	6,1	4,3	5,3	7,6	6,5	4,2	7,6	6,2	5,7
BALANÇO GERAL	5,7	6,2	1	4,3	4,9	8,1	12,7	12	0,4

<b>BLOG</b>	2011	<b>TOTAL (%)</b>		<b>CLASSE SOCIAL (%)</b>			<b>ÁREA (%)</b>		
		2010	2009	A/B	C	D/E	POA	GPOA	INTERIOR
PRETINHO BÁSICO	1,6	1	0,8	3,2	1,1	1,6	6,3	1,1	0,7
GUERRINHA	0,5	-	-	0,5	0,7	0	0	0,3	0,7
PATROLA	0,5	-	-	1,1	0,4	0,3	1,9	0,5	0,2
CLICRBS	0,4	0,3	0,2	0,5	0,6	0	1,3	0,3	0,3
BLOG ESPORTES	0,4	-	-	0	0,4	0,7	1,3	0,3	0,3
FACEBOOK	0,4	-	-	1,1	0,4	0	0,6	0,3	0,4

<b>COMUNICADOR DE RÁDIO</b>	<b>TOTAL (%)</b>			<b>CLASSE SOCIAL (%)</b>			<b>ÁREA (%)</b>		
		2010	2009	A/B	C	D/E	POA	GPOA	INTERIOR
SÉRGIO ZAMBIASI	9,7	8,9	11,2	6,5	8,6	14	20,3	14,4	4,5
GUGU/SILVIO STREIT	7,1	6,1	6,3	3,2	7,5	8,5	17,7	14,2	0,6
LASIER MARTINS	4,4	1,9	4,1	4,9	5,5	1,6	7,6	4,8	3,4
ALEXANDRE FETTER	2,7	1,3	0,9	3,8	2,3	2,9	3,8	2,4	2,5

## Planilha

PEDRO ERNESTO DENARDIN	2,7	2,8	0,7	5,4	2,4	1,6	2,5	3,7	2,1
ADALI MEDEIROS	1,8	0,5	2,2	1,6	1,7	2	0	0,5	2,8
LUCIANO POTTER	1,5	1,8	-	1,6	1,7	1	2,5	1,3	1,3

EMISSORA DE TV/REDE	TOTAL (%)	CLASSE SOCIAL (%)			ÁREA (%)				
		2010	2009	A/B	C	D/E	POA	GPOA	INTERIOR
RBS/GLOBO	79,9	80,3	81,4	80,5	80,4	78,5	73,4	78,9	82
RECORD/GUAÍBA	6,8	7,8	3,7	7	6,5	7,2	13,9	7	4,9
SBT	6,6	4,4	6,7	5,9	5,7	9,1	5,1	5,3	7,6
BANDEIRANTES	2,3	1,6	3,4	2,2	2,7	1,6	3,8	2,4	1,9
PAMPA/REDETV	2,2	1,5	2,1	1,6	2,3	2,3	2,5	2,4	1,9

EMISSORA DE RÁDIO AM	TOTAL (%)			CLASSE SOCIAL (%)			ÁREA (%)		
	2011	2010	2009	A/B	C	D/E	POA	GPOA	INTERIOR
GAÚCHA	22,5	15,7	14,3	25,4	23	19,5	43	37,4	9,3
FARROUPILHA	11,7	14,6	14,9	5,4	10,6	17,9	27,2	23,8	1,2
GUAÍBA	4,8	2,9	5,3	7	4,2	4,6	9,5	7,2	2,2
INDEPENDENTE (LAJEADO)	2,4	1,9	2,6	3,2	2	2,9	0	0	4,3
GAZETA (CARAZINHO)	2,3	1,8	2,3	3,2	2,4	1,3	0	0	4

EMISSORA DE RÁDIO FM	TOTAL (%)			CLASSE SOCIAL (%)			ÁREA (%)		
	2011	2010	2009	A/B	C	D/E	POA	GPOA	INTERIOR
ATLÂNTIDA	20,5	16,3	16,8	25,4	20,8	16,9	22,8	19,5	20,5
CIDADE	6,7	7,4	8,5	2,7	6,4	9,8	13,9	14,4	0,6
ALEGRIA	5,1	4,5	5,7	3,2	5,1	6,2	2,5	7	4,6
RÁDIO VIVA	4,3	2,2	2,9	5,4	4,4	3,6	0	1,9	6,7
ELDORADO	4,1	2,7	3,7	2,7	3,5	6,2	7,6	9,6	0,2
JOVEM PAN	3,6	2,5	2,7	2,2	4,7	2	7,6	6,7	0,9
GAÚCHA	2,3	1,4	2,3	3,2	2,4	1,6	6,3	3,2	0,9
LÍDER	2,3	2,3	1,5	2,7	2,4	2	0	0	4,2

INTERNET MÓVEL 3G	TOTAL (%)			CLASSE SOCIAL (%)			ÁREA (%)		
	2011	2010	2009	A/B	C	D/E	POA	GPOA	INTERIOR
VIVO	32,2	-	-	37,3	34,2	24,4	25,3	28,6	35,8

## Planilha1

CLARO	19,8	-	-	20	22,9	12,7	29,1	23,3	15,7
OI	6,5	-	-	6,5	6,5	6,5	3,2	6,4	7,3

PORTAL DE INTERNET	TOTAL (%)			CLASSE SOCIAL (%)			ÁREA (%)		
	2011	2010	2009	A/B	C	D/E	POA	GPOA	INTERIOR
TERRA	20,7	21,3	28,7	28,6	20,5	16,3	32,3	20,6	18
UOL	9,4	9,9	10,1	11,9	9,9	6,8	11,4	4,8	11,5
GOOGLE	8,3	5,5	2,8	9,2	9,6	4,6	5,7	6,4	9,9

FERRAMENTA DE BUSCA	TOTAL (%)			CLASSE SOCIAL (%)			ÁREA (%)		
	2011	2010	2009	A/B	C	D/E	POA	GPOA	INTERIOR
GOOGLE	83,4	-	-	81,2	84,8	80,7	80,4	80,2	85,6
TERRA	9	-	-	11,3	7,6	11,4	9,8	6,8	9,8
YAHOO	1,2	-	-	0,8	1,1	2,3	1,1	1,9	0,9
CLICRBS	0,8	-	-	1,5	0,5	1,1	1,1	1,9	0,3
UOL	0,7	-	-	0,8	0,8	0	2,2	1,2	0
MSN	0,7	-	-	0	1,1	0	1,1	1,9	0
GLOBO G1	0,5	-	-	0,8	0,5	0	0	1,2	0,3

REDE SOCIAL	TOTAL (%)			CLASSE SOCIAL (%)			ÁREA (%)		
	2011	2010	2009	A/B	C	D/E	POA	GPOA	INTERIOR
ORKUT	44,2	-	-	43,6	43,3	48,9	47,8	46,3	42,2
MSN	25,1	-	-	22,6	25,2	28,4	19,6	25,9	26,1
FACEBOOK	3,5	-	-	3,8	3,9	1,1	14,1	3,1	0,9
GOOGLE	1,5	-	-	3	1,3	0	0	3,1	1,1
TWITTER	1,3	-	-	0,8	1,8	0	3,3	0,6	1,1

JORNAL	TOTAL (%)			CLASSE SOCIAL (%)			ÁREA (%)		
	2011	2010	2009	A/B	C	D/E	POA	GPOA	INTERIOR
ZERO HORA	36,2	28,3	32,9	46,5	35,5	31,6	53,8	28,1	36,5
DIÁRIO GAÚCHO	14,3	13,9	14,1	6,5	14,1	19,2	29,1	29,7	2,1
CORREIO DO POVO	7,8	7,4	8,4	8,1	8,8	5,2	10,1	8,6	6,7
PIONEIRO	5,5	5,6	5,2	8,1	5,4	4,2	0	1,3	9,1
NH	3,2	3,6	3	3,8	3,2	2,6	0	10,2	0

Planilha1

DIÁRIO POPULAR	3	2,9	3,7	3,2	2,7	3,6	0	0,3	5,2
----------------	---	-----	-----	-----	-----	-----	---	-----	-----

TV PAGA	TOTAL (%)			CLASSE SOCIAL (%)			ÁREA (%)		
	2011	2010	2009	A/B	C	D/E	POA	GPOA	INTERIOR
CANAIS DA NET	45,1	50,9	32,1	43,2	45,9	44,3	58,9	28,6	51
CANAIS DA SKY	40,7	32,9	16,4	44,9	41,2	36,8	26,6	49,5	39,1

PORTAL DE NOTÍCIAS	TOTAL (%)			CLASSE SOCIAL (%)			ÁREA (%)		
	2011	2010	2009	A/B	C	D/E	POA	GPOA	INTERIOR
GLOBO.COM	19,3	-	-	20,3	17,8	23,9	14,1	12,3	23,9
TERRA	18,6	-	-	13,5	19,2	23,9	28,3	17,3	16,7
CLICRBS	14,8	-	-	19,5	14,2	10,2	19,6	14,2	13,8
GOOGLE	10,5	-	-	12	10,5	8	8,7	11,7	10,3
UOL	3,3	-	-	3	3,7	2,3	6,5	1,9	3,2
ZERO HORA.COM	1,8	-	-	1,5	2,1	1,1	2,2	3,1	1,1
YOUTUBE	1,7	-	-	1,5	1,6	2,3	1,1	2,5	1,4
HOTMAIL	1,5	-	-	0,8	2,1	0	0	3,7	0,9

PORTAL DE NOTÍCIAS ESP.	TOTAL (%)			CLASSE SOCIAL (%)			ÁREA (%)		
	2011	2010	2009	A/B	C	D/E	POA	GPOA	INTERIOR
GLOBO.COM	17,1	-	-	17,3	17,3	15,9	14,1	9,9	21,3
TERRA	14,6	-	-	12	14,7	18,2	22,8	13	13,2
CLICRBS	12,3	-	-	16,5	11,3	10,2	15,2	14,2	10,6
GOOGLE	5,5	-	-	6	5,8	3,4	4,3	8	4,6
GLOBOESPORTE.COM	2,2	-	-	3,8	2,1	0	0	1,9	2,9
UOL	1,8	-	-	0,8	2,1	2,3	3,3	1,2	1,7
MSN	1,3	-	-	0,8	1,8	0	0	3,7	0,6

SERVIÇO DE E-MAIL	TOTAL (%)			CLASSE SOCIAL (%)			ÁREA (%)		
	2011	2010	2009	A/B	C	D/E	POA	GPOA	INTERIOR
HOTMAIL	62,3	-	-	60,2	64	58	56,5	58	65,8
GMAIL	7,3	-	-	4,5	6,8	13,6	9,8	9,3	5,7
YAHOO	7,1	-	-	6,8	6,8	9,1	12	6,8	6
TERRA	2,7	-	-	3,8	2,4	2,3	4,3	5,6	0,9

## Planilha1

UOL	2	-	-	5,3	1,3	0	4,3	2,5	1,1
BOL	1,5	-	-	1,5	1,3	2,3	2,2	1,2	1,4
GOOGLE	1,3	-	-	3	1,1	0	0	4,3	0,3
MSN	1,2	-	-	1,5	1,3	0	0	0,6	1,7

TOP MAN		
CATEGORIA	MARCA	(%)
CALÇADOS	FERRACINI	90
CALÇADOS	PEGADA	88,3
PERFUME	KAIK	81,3
LOCUTOR ESPORTIVO (DE RÁDIO)	PEDRO ERNESTO	79,3
FERRAMENTA	GEDORE	68,8
EMISSORA DE RÁDIO AM	GAÚCHA	65,9
MONTADORA	VOLKSWAGEN	63,5
AUTOMÓVEL	FORD	63,5
MÁQUINA AGRÍCOLA	MASSEY FERGUSON	63,3
UÍSQE	JOHNNIE WALKER	63,2

TOP WOMAN		
CATEGORIA	MARCA	(%)
CALÇADOS	VIA MARTE	86,3
CALÇADOS	DAKOTA	82,1
CALÇADOS	AZALEIA	74
CALÇADOS	PICCADILLY	73,5
PORTAL DA INTERNET	GOOGLE	68,7
MÓVEIS DE COZINHA	KAPPESBERG	68,3
EMISSORA DE RÁDIO FM	ELDORADO	67,3
COMPUTADOR	SAMSUNG	66,7
LOJA DE ROUPAS	MARISA	64,7
COMUNICADOR LOCAL DE TV	CRISTINA RANZOLIN	64,6

TOP JÚNIOR		
CATEGORIA	MARCA	(%)
BISCOITO	NABISCO	50,8

## Planilha1

PROGRAMA LOCAL DE TV	PATROLA	47,9
CALÇADOS	NIKE	44,9
BISCOITO	NESTLÉ	39,4
PORTAL DA INTERNET	GOOGLE	39,4
UÍSQUE	JOHNNIE WALKER	38,5
ARROZ	NAMORADO	37,5
PERFUME	KAIK	37,5
MOTOCICLETA	SUZUKI	36,7
EMISSORA DE RÁDIO FM	ELDORADO	34,7

TOP SÊNIOR		
CATEGORIA	MARCA	(%)
COMPANHIA AÉREA	VARIG	69,8
PERFUME	AVON	68,2
EMISSORA DE RÁDIO FM	ALEGRIA	65,6
CERVEJA	ANTARCTICA	64,7
FERRAMENTA	GEDORE	62,5
COMUNICADOR DE RÁDIO	LASIER MARTINS	62,3
MASSA	COROA	62,2
PLANO DE SAÚDE	SUS	61,7
CHOCOLATE	NEUGEBAUER	61,4
REFRIGERANTE	GUARANÁ ANTARCTICA	60,4

MARCAS DE ELITE		
CATEGORIA	MARCA	(%)
APARELHO DE TV	SONY	29,2
SEGURADORA	ITAÚ	26,9
LOCUTOR ESPORTIVO DE RÁDIO	PEDRO ERNESTO	26,3
COMUNICADOR LOCAL DE TV	PAULO SANT'ANA	26,3
BISCOITO	PARATI	26,3
IMPRESSORA	EPSON	26,2
PNEU	MICHELIN	25,9
OPERADORA DE CELULAR	TIM	25,5
CONSÓRCIO	HERVAL	25,5

## Planilha1

AUTOMÓVEL	CHEVROLET/GM	25,4
-----------	--------------	------

FILÃO DA CLASSE C		
CATEGORIA	MARCA	(%)
COMUNICADOR DE RÁDIO	LASIER MARTINS	73,6
FERRAMENTA	GEDORE	70,8
CÂMERA DIGITAL	SAMSUNG	69,1
PERFUME	KAIK	68,8
PORTAL DE INTERNET	GOOGLE	68,7
ERVA-MATE	CRISTALINA	68,3
INTERNET MÓVEL 3G	CLARO	68,1
MONTADORA	FIAT	67,7
MOVÉIS	KAPPESBERG	67,5
SUPERMERCADO	RISSUL	67,3

MARCAS POPULARES		
CATEGORIA	MARCA	(%)
PLANO DE SAÚDE	SUS	55
PERFUME	AVON	44,9
APARELHO DE TV	CCE	41
BISCOITO	COROA	39,7
REFRIGERANTE	FRUKI	39,5
EMISSORA DE RÁDIO AM	FARROUPILHA	39,3
EMISSORA DE RÁDIO FM	ELDORADO	38,8
COMUNICADOR LOCAL TV	ALEXANDRE MOTTA	38,7
CALÇADOS	HAVAIANAS	37,6
EMISSORA DE RÁDIO FM	CIDADE	37,5

MARCAS EMERGENTES		
Categoria	Marca	Percentual
TV PAGA	CANAIS DA SKY	10,6
TV PAGA	CANAIS DA NET	6,4
COLUNISTA DE JORNAL	PAULO SANT'ANA	5,7
PLANO DE SAÚDE	UNIMED	4,6

Planilha1

MASSA	ISABELA	3,9
TÊNIS	NIKE	3,8
PERFUME	NATURA	3,8
BISCOITO	ISABELA	3,7
EMISSORA DE RÁDIO AM	GAÚCHA	3,6
APARELHO DE TV	LG	3,4

SUPERCAMPEÃS	
MARCA	CATEGORIA
ATLÂNTIDA	EMISSORA DE RÁDIO FM
CARRARO	MÓVEIS
COCA-COLA	REFRIGERANTE
IPIRANGA	POSTO DE GASOLINA
ISABELA	BISCOITOS
ISABELA	MASSAS
JORNAL DO ALMOÇO	PROG. LOCAL DE TV
PANVEL	FARMÁCIA
PAULO SANT'ANA	COLUNISTA DE JORNAL
RBS TV	EMISSORA DE TV
RENNER	TINTAS
SÉRGIO ZAMBIASI	COMUNICADOR DE RÁDIO
ZERO HORA	JORNAL

AS INVICTAS DO TOP		
MARCA	CATEGORIA	VITÓRIAS
UNIMED	PLANO DE SAÚDE	18
MERCEDES-BENZ	CAMINHÃO	16
NATU NOBILIS	UÍSQUE	15
PHILIPS	VÁRIOS	15
RENNER	LOJA DE ROUPAS	15
TUMELERO	LOJA MAT. CONST.	14
GM	MONTADORA	13
TIO JOÃO	ARROZ	13
TRAMONTINA	TALHERES	13

Planilha1

PAQUETÁ	LOJA DE CALÇADOS	12
LOJAS COLOMBO	LOJA DE ELETRODOM.	11
ELIANE	PISOS E AZULEJOS	10
GOL	AUTOMÓVEL	10
MERCÚRIO	TRANSPORTADORA	10
TERMOLAR	GARRAFA TÉRMICA	10
JORGE G. JOHANNPETER	EMPRESÁRIO GAÚCHO	9
PIRELLI	PNEU	9
VOTORAN	CIMENTO	7
HONDA	MOTOCICLETA	7
TRAMONTINA	FERRAMENTAS	7
RBS	INVEST. EM CULTURA	6

CARRO DE LUXO	
CATEGORIA	PERCENTUAL
MERCEDES	37,00%
TOYOTA	11,00%
BMW	10,00%
AUDI	10,00%
HYUNDAI	6,00%
HONDA	4,00%

AVIAÇÃO EXECUTIVA	
MARCA	PERCENTUAL
TAM	47,00%
GOL	19,00%
AZUL	12,00%

CONSULTORIA DE GESTÃO	
MARCA	PERCENTUAL
DELOITTE	11,00%
PRICEWATERHOUSECOOPERS	10,00%
DOM CABRAL	6,00%
INDG	6,00%

Planilha1

<b>EMPRESA DE ENERGIA</b>	
<b>MARCA</b>	<b>PERCENTUAL</b>
CEEE	47,00%
AES SUL	24,00%
RGE	22,00%

<b>EMPRESA DE LOGÍSTICA</b>	
<b>MARCA</b>	<b>PERCENTUAL</b>
ALL (AMÉRICA LATINA LOGÍSTICA)	21,00%
MERCÚRIO	18,00%
EICHENBERG	12,00%
TNT	7,00%

<b>ESPUMANTE</b>	
<b>MARCA</b>	<b>PERCENTUAL</b>
SALTON	27,00%
FREIXENET	11,00%
M. CHANDON	11,00%

<b>CORRETORA DE AÇÕES</b>	
<b>MARCA</b>	<b>PERCENTUAL</b>
XP	18,00%
GERAÇÃO FUTURO	9,00%
BANCO DO BRASIL	8,00%
BRADESCO	8,00%
ITAÚ	8,00%

<b>LOJA DE ROUPA MASCULINA</b>	
<b>MARCA</b>	<b>PERCENTUAL</b>
HOMEM	25,00%
BROOKSFIELD	18,00%

## Planilha1

TEVAH	12,00%
-------	--------

MÓVEIS DE ESCRITÓRIO	
MARCA	PERCENTUAL
MARELLI	20,00%
FLORENSE	12,00%
TODESCHINI	8,00%
CARRARO	7,00%

NOTEBOOK	
MARCA	PERCENTUAL
DELL	42,00%
HP	17,00%
SONY	14,00%
APPLE	12,00%
ACER	6,00%

SEGURO EMPRESARIAL	
MARCA	PERCENTUAL
BRADESCO	23,00%
SUL AMÉRICA	7,00%

PRIVATE BANKING	
MARCA	PERCENTUAL
ITAÚ	29,00%
BRADESCO	21,00%
HSBC	17,00%
CITIBANK	7,00%

MBA	
MARCA	PERCENTUAL
FGV (FUNDAÇÃO GETULIO VARGAS)	53,00%
ESPM	16,00%
UNISINOS	7,00%

Planilha1

REDE DE HOTÉIS EXECUTIVOS	
MARCA	PERCENTUAL
SHERATON	17,00%
ACCOR	14,00%
IBIS	13,00%

PREVIDÊNCIA PRIVADA	
MARCA	PERCENTUAL
BRADESCO	33,00%
BANCO DO BRASIL	25,00%
ITAÚ	7,00%

RELÓGIO	
MARCA	PERCENTUAL
ROLEX	24,00%
TECHNOS	13,00%
OMEGA	9,00%

SMARTPHONE	
MARCA	PERCENTUAL
BLACKBERRY	34,00%
IPHONE	24,00%

SOFTWARE DE GESTÃO	
MARCA	PERCENTUAL
SAP	30,00%
DATASUL	14,00%
MICROSOFT	10,00%

NOVA CATEGORIA TOP BABY

ACHOCOLATADOS	TOTAL (%)	POR CLASSE SOCIAL			POR FAIXA ETÁRIA		
		CLASSE A/B (%)	CLASSE C (%)	CLASSE D/E (%)	(15-24) (%)	(25-34) (%)	(35-45 ANOS) (%)
NESCAU	67,70%	64,70%	68,30%	71,20%	67,30%	75,50%	58,90%

## Planilha 1

TODDY	13,70%	15,70%	9,40%	20,30%	13,50%	15,10%	12,20%
-------	--------	--------	-------	--------	--------	--------	--------

BERÇO	TOTAL (%)	POR CLASSE SOCIAL			POR FAIXA ETÁRIA		
		CLASSE A/B (%)	CLASSE C (%)	CLASSE D/E (%)	(15-24) (%)	(25-34) (%)	(35-45) (%)
GALZERANO	8,30%	10,80%	7,90%	5,10%	11,50%	8,50%	4,40%
CARRARO	3,70%	3,90%	3,60%	3,40%	3,80%	3,80%	3,30%

BISCOITO	TOTAL (%)	POR CLASSE SOCIAL			POR FAIXA ETÁRIA		
		CLASSE A/B (%)	CLASSE C (%)	CLASSE D/E (%)	(15-24) (%)	(25-34) (%)	(35-45) (%)
ISABELA	45,00%	38,20%	46,80%	52,50%	39,40%	48,10%	47,80%
TRAKINAS	22,70%	19,60%	25,20%	22,00%	33,70%	20,80%	12,20%

BRINQUEDO	TOTAL (%)	POR CLASSE SOCIAL			POR FAIXA ETÁRIA		
		CLASSE A/B (%)	CLASSE C (%)	CLASSE D/E (%)	(15-24) (%)	(25-34) (%)	(35-45) (%)
ESTRELA	44,00%	40,20%	43,20%	52,50%	39,40%	42,50%	51,10%
FISHER-PRICE	13,30%	22,50%	12,20%	0,00%	12,50%	17,00%	10,00%

CADEIRINHA PARA BEBÊ	TOTAL (%)	POR CLASSE SOCIAL			POR FAIXA ETÁRIA		
		CLASSE A/B (%)	CLASSE C (%)	CLASSE D/E (%)	(15-24) (%)	(25-34) (%)	(35-45) (%)
GALZERANO	16,00%	21,60%	14,40%	10,20%	19,20%	17,00%	11,10%
BURIGOTTO	9,30%	24,50%	2,20%	0,00%	2,90%	11,30%	14,40%

CALÇADO PARA BEBÊ	TOTAL (%)	POR CLASSE SOCIAL			POR FAIXA ETÁRIA		
		CLASSE A/B (%)	CLASSE C (%)	CLASSE D/E (%)	(15-24) (%)	(25-34) (%)	(35-45) (%)
BIBI	39,00%	34,30%	39,60%	45,80%	39,40%	41,50%	35,60%
ORTOPÉ	21,30%	26,50%	18,00%	20,30%	15,40%	20,80%	28,90%

CARRINHO PARA BEBÊ	TOTAL (%)	POR CLASSE SOCIAL			POR FAIXA ETÁRIA		
		CLASSE A/B (%)	CLASSE C (%)	CLASSE D/E (%)	(15-24) (%)	(25-34) (%)	(35-45) (%)
GALZERANO	26,00%	30,40%	23,00%	25,40%	26,90%	28,30%	22,20%
BURIGOTTO	15,30%	26,50%	7,90%	13,60%	11,50%	14,20%	21,10%

CHUPETA	TOTAL (%)	POR CLASSE SOCIAL			POR FAIXA ETÁRIA		
		CLASSE A/B (%)	CLASSE C (%)	CLASSE D/E (%)	(15-24) (%)	(25-34) (%)	(35-45) (%)

## Planilha 1

LILLO	46,70%	50,00%	48,20%	37,30%	51,00%	44,30%	44,40%
KUKA	22,70%	15,70%	22,30%	35,60%	23,10%	27,40%	16,70%

CLÍNICA DE VACINAS	TOTAL (%)	POR CLASSE SOCIAL			POR FAIXA ETÁRIA		
		CLASSE A/B (%)	CLASSE C (%)	CLASSE D/E (%)	(15-24) (%)	(25-34) (%)	(35-45) (%)
POSTO DE SAÚDE	23,00%	8,80%	25,20%	42,40%	28,80%	21,70%	17,80%
IMUNE	14,30%	27,50%	10,80%	0,00%	10,60%	17,90%	14,40%

FRALDA	TOTAL (%)	POR CLASSE SOCIAL			POR FAIXA ETÁRIA		
		CLASSE A/B (%)	CLASSE C (%)	CLASSE D/E (%)	(15-24) (%)	(25-34) (%)	(35-45) (%)
TURMA DA MÔNICA	42,30%	35,30%	46,00%	45,80%	50,00%	38,70%	37,80%
PAMPERS	32,30%	42,20%	30,90%	18,60%	28,80%	35,80%	32,20%

COLÔNIA PARA BEBÊ	TOTAL (%)	POR CLASSE SOCIAL			POR FAIXA ETÁRIA		
		CLASSE A/B (%)	CLASSE C (%)	CLASSE D/E (%)	(15-24) (%)	(25-34) (%)	(35-45) (%)
NATURA	44,70%	65,70%	37,40%	25,40%	38,50%	53,80%	41,10%
JOHNSON & JOHNSON	21,30%	13,70%	29,50%	15,30%	20,20%	17,90%	26,70%

CREME CONTRA ASSADURAS	TOTAL (%)	POR CLASSE SOCIAL			POR FAIXA ETÁRIA		
		CLASSE A/B (%)	CLASSE C (%)	CLASSE D/E (%)	(15-24) (%)	(25-34) (%)	(35-45) (%)
HIPOGLÓS	78,00%	70,60%	80,60%	84,70%	76,90%	76,40%	81,10%
XUXINHA	2,30%	0,00%	2,90%	5,10%	3,80%	0,90%	2,20%

ESPAÇO KIDS	TOTAL (%)	POR CLASSE SOCIAL			POR FAIXA ETÁRIA		
		CLASSE A/B (%)	CLASSE C (%)	CLASSE D/E (%)	(15-24) (%)	(25-34) (%)	(35-45) (%)
IGUATEMI	10,00%	15,70%	8,60%	3,40%	8,70%	9,40%	12,20%
PRAIA DE BELAS	8,30%	12,70%	7,90%	1,70%	10,60%	6,60%	7,80%

HOSPITAL INFANTIL	TOTAL (%)	POR CLASSE SOCIAL			POR FAIXA ETÁRIA		
		CLASSE A/B (%)	CLASSE C (%)	CLASSE D/E (%)	(15-24) (%)	(25-34) (%)	(35-45) (%)
SANTO ANTÔNIO	55,30%	61,80%	56,80%	40,70%	50,00%	52,80%	64,40%
CONCEIÇÃO	13,00%	3,90%	14,40%	25,40%	16,30%	13,20%	8,90%

MATERNIDADE	TOTAL (%)	POR CLASSE SOCIAL			POR FAIXA ETÁRIA		
		CLASSE A/B (%)	CLASSE C (%)	CLASSE D/E (%)	(15-24) (%)	(25-34) (%)	(35-45) (%)

## Planilha 1

SANTO ANTÔNIO	55,30%	61,80%	56,80%	40,70%	50,00%	52,80%	64,40%
HOSPITAL DE CLÍNICAS	16,00%	6,90%	20,90%	20,30%	23,10%	13,20%	11,10%
FÊMINA	15,30%	13,70%	15,10%	18,60%	17,30%	14,20%	14,40%

IOGURTE	TOTAL (%)	POR CLASSE SOCIAL			POR FAIXA ETÁRIA		
		CLASSE A/B (%)	CLASSE C (%)	CLASSE D/E (%)	(15-24) (%)	(25-34) (%)	(35-45) (%)
DANONINHO	37,30%	35,30%	39,60%	35,60%	35,60%	40,60%	35,60%
DANONE	29,00%	29,40%	27,30%	32,20%	30,80%	28,30%	27,80%

LEITE EM PÓ	TOTAL (%)	POR CLASSE SOCIAL			POR FAIXA ETÁRIA		
		CLASSE A/B (%)	CLASSE C (%)	CLASSE D/E (%)	(15-24) (%)	(25-34) (%)	(35-45) (%)
NINHO	61,00%	61,18%	61,90%	57,60%	59,60%	63,20%	60,00%
NESTLÉ	11,30%	9,80%	10,80%	15,30%	11,50%	11,30%	11,10%

MAMADEIRA	TOTAL	POR CLASSE SOCIAL			POR FAIXA ETÁRIA		
		CLASSE A/B (%)	CLASSE C (%)	CLASSE D/E (%)	(15-24) (%)	(25-34) (%)	(35-45) (%)
LILLO	45,70%	51,00%	43,90%	40,70%	47,10%	40,60%	50,00%
KUKA	24,70%	15,70%	27,30%	33,90%	27,90%	25,50%	20,00%

LOJA DE ROUPA INFANTIL	TOTAL (%)	POR CLASSE SOCIAL			POR FAIXA ETÁRIA		
		CLASSE A/B (%)	CLASSE C (%)	CLASSE D/E (%)	(15-24) (%)	(25-34) (%)	(35-45) (%)
PICORRUCHO	29,70%	21,60%	37,40%	25,40%	40,40%	25,50%	22,20%
BARRIGA VERDE	20,00%	7,80%	22,30%	35,60%	22,10%	19,80%	17,80%

LENÇO UMEDECIDO	TOTAL (%)	POR CLASSE SOCIAL			POR FAIXA ETÁRIA		
		CLASSE A/B (%)	CLASSE C (%)	CLASSE D/E (%)	(15-24) (%)	(25-34) (%)	(35-45) (%)
TURMA DA MÔNICA	25,70%	33,30%	22,30%	20,30%	28,80%	24,50%	23,30%
JOHNSON & JOHNSON	18,00%	20,60%	18,00%	13,60%	13,50%	20,80%	20,00%

ROUPA DE BEBÊ	TOTAL (%)	POR CLASSE SOCIAL			POR FAIXA ETÁRIA		
		CLASSE A/B (%)	CLASSE C (%)	CLASSE D/E (%)	(15-24) (%)	(25-34) (%)	(35-45) (%)
PICORRUCHO	15,70%	14,70%	20,10%	6,80%	17,30%	16,00%	13,30%
HERING	7,30%	5,90%	7,90%	8,50%	6,70%	6,60%	8,90%

LOJA DE MÓVEIS	TOTAL (%)	POR CLASSE SOCIAL			POR FAIXA ETÁRIA		
----------------	-----------	-------------------	--	--	------------------	--	--

## Planilha 1

		CLASSE A/B (%)	CLASSE C (%)	CLASSE D/E (%)	(15-24) (%)	(25-34) (%)	(35-45) (%)
COLOMBO	12,30%	12,70%	12,20%	11,90%	6,70%	17,00%	13,30%
MANLEC	8,30%	5,90%	10,10%	8,50%	8,70%	6,60%	10,00%

LOJA DE BRINQUEDOS	TOTAL (%)	POR CLASSE SOCIAL			POR FAIXA ETÁRIA		
		CLASSE A/B (%)	CLASSE C (%)	CLASSE D/E (%)	(15-24) (%)	(25-34) (%)	(35-45) (%)
AMERICANAS	33,00%	27,50%	33,80%	40,70%	38,50%	31,10%	28,90%
DEL TURISTA	10,00%	14,70%	9,40%	3,40%	5,80%	8,50%	16,70%

PAPINHA PRONTA	TOTAL (%)	POR CLASSE SOCIAL			POR FAIXA ETÁRIA		
		CLASSE A/B (%)	CLASSE C (%)	CLASSE D/E (%)	(15-24) (%)	(25-34) (%)	(35-45) (%)
NESTLÉ	75,30%	88,20%	74,80%	54,20%	73,10%	80,20%	72,20%
TECA-TECLA	0,70%	1,00%	0,7	0,00%	1,00%	0,90%	0,00%
TAKE-AWAY	0,70%	2,00%	0,00%	0,00%	1,00%	0,00%	1,10%

SORVETE	TOTAL (%)	POR CLASSE SOCIAL			POR FAIXA ETÁRIA		
		CLASSE A/B (%)	CLASSE C (%)	CLASSE D/E (%)	(15-24) (%)	(25-34) (%)	(35-45) (%)
KIBON	52,00%	50,00%	53,20%	52,50%	46,20%	56,60%	53,30%
NESTLÉ	37,70%	43,10%	37,40%	28,80%	40,40%	38,70%	33,30%

SUCO PRONTO	TOTAL (%)	POR CLASSE SOCIAL			POR FAIXA ETÁRIA		
		CLASSE A/B (%)	CLASSE C (%)	CLASSE D/E (%)	(15-24) (%)	(25-34) (%)	(35-45) (%)
ADES	22,70%	30,40%	23,00%	8,50%	18,30%	25,50%	24,40%
DEL VALLE	16,00%	19,60%	15,10%	11,90%	14,40%	17,90%	15,60%

XAMPU INFANTIL	TOTAL (%)	POR CLASSE SOCIAL			POR FAIXA ETÁRIA		
		CLASSE A/B (%)	CLASSE C (%)	CLASSE D/E (%)	(15-24) (%)	(25-34) (%)	(35-45) (%)
JOHNSON & JOHNSON	52,00%	48,00%	59,00%	42,40%	53,80%	58,50%	42,20%
TURMA DA MÔNICA	31,00%	26,50%	29,50%	42,40%	35,60%	28,30%	28,90%

FONTES:

Revista Amanhã e Segmento Pesquisas