

# EL VALOR

DE UNA MARCA ES SU ALCANCE DE

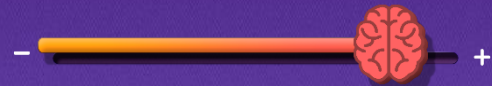






RANKING DE  
**MARCAS**  
2020

EL  
**VALOR**  
DE UNA MARCA ES SU ALCANCE DE



#RECORDACIÓN



#UTILIZACIÓN



#PREFERENCIA



El **RANKING DE MARCAS** se realiza a través de un proceso de encuestas que miden la **RECORDACIÓN, USO Y PREFERENCIAS** en **58 CATEGORÍAS** tales como: bancos, financieras, seguros, cooperativas, lácteos, fast food, restaurantes, electrodomésticos, electrónica, automóviles, supermercados, productos de higiene personal, entre otros.

Desde hace varios años, la CAP viene realizando estudios de recordación – de cuáles son las marcas más recordadas y marcas más usadas, destacando que muchas veces las marcas con mayor recordación no siempre son las más usadas por diversos motivos, pero que gracias a su share of voice, logran un share of mind muy relevante en los estudios con consumidores y que muchas veces también las marcas preferidas no son las más usadas por los consumidores.

Para la CAP estos estudios son muy importantes porque ayudan a conocer y determinar si la inversión

en comunicaciones de marketing (share of voice) está relacionado con el posicionamiento de la marca (share of mind) y con el uso (share of market). También estos estudios muestran como las marcas vienen desempeñándose en el mercado, con los consumidores, con la competencia y sus actividades de marketing.

Esta 6TA. EDICIÓN del RANKING DE MARCAS, mostrará el desempeño y posicionamiento de las marcas más recordadas, usadas y preferidas en el país y tendremos la oportunidad de conocer cambios o continuidad vs. el ranking presentado desde el 2016 al 2019 respectivamente.

Los estudios son realizados por la empresa METRO tanto en la Capital y en las principales ciudades del interior de país.

 **METRO**

  
**creamost**  
most creative



EL  
**VALOR**  
DE UNA MARCA ES SU ALCANCE DE



#RECORDACIÓN



#UTILIZACIÓN



#PREFERENCIA



Hoy ponemos a vuestra consideración la posibilidad de obtener **los resultados de estos estudios** como una herramienta mas de trabajo, análisis y proyección de negocios de sus productos o servicios.





EL **VALOR**  
DE UNA MARCA ES SU ALCANCE DE



#RECORDACIÓN



#UTILIZACIÓN



#PREFERENCIA



## DATOS DEL ESTUDIO

CATEGORÍAS: 12 (DOCE)

SUB CATEGORIAS: 58 (CINCUENTA Y OCHO)

## CONTENIDO

### 1. RANKING DE MARCAS POR PÚBLICO

*(total, femenino, masculino, alto, medio, bajo, 18 a 34, 35 a +)*

### 2. RANKING DE MARCAS POR REGIÓN

*(total, asu, este, sur, norte, centro)*

### 3. RANKING DE MARCAS POR TIPO

*(total, recordación, uso, preferencia)*

A CONTINUACION PRESENTAMOS LAS CATEGORIAS Y SUBCATEGORIAS





# RANKING DE MARCAS 2020

EL  
**VALOR**

DE UNA MARCA ES SU ALCANCE DE



#RECORDACIÓN



#UTILIZACIÓN



#PREFERENCIA



CÁMARA DE ANUNCIANTES DEL PARAGUAY

## CATEGORIA FINANZAS

- 1 BANCO
- 2 COOPERATIVA
- 3 ASEGURADORA
- 4 MEDICINA PREPAGA

## CATEGORIA HIGIENE PERSONAL

- 5 DESODORANTE
- 6 JABON DE TOCADOR
- 7 SHAMPOO
- 8 CREMA DENTAL
- 9 PAÑALES
- 10 TOALLA HIGIENICA

## CATEGORIA LIMPIEZA DEL HOGAR

- 11 JABON DE ROPA
- 12 DETERGENTE
- 13 SUAVIZANTE DE ROPA
- 14 DESODORANTE DE AMBIENTE
- 15 INSECTICIDA

## CATEGORIA RESTAURANTES

- 16 HAMBURGUESAS
- 17 PIZZERIA
- 18 POLLERIA
- 19 RESTAURANTE

## CATEGORIA ALIMENTOS

- 20 POLLO
- 21 PASTAS
- 22 CAFÉ
- 23 YERBAS
- 24 TE
- 25 LECHE
- 26 YOGUR
- 27 CHOCOLATE
- 28 SNACKS
- 29 PANIFICADOS

## CATEGORIA BEBIDAS SIN ALCOHOL

- 30 GASEOSA
- 31 JUGO
- 32 AGUA MINERAL

## CATEGORIA BEBIDAS CON ALCOHOL Y TABACO

- 33 CERVEZA
- 34 WHISKY
- 35 VINO
- 36 CAÑA
- 37 CIGARRILLOS

## CATEGORIA AUTOMOTRIZ

- 38 AUTOMOVILES

## CATEGORIA RETAIL

- 39 SHOPPING
- 40 SUPERMERCADO
- 41 MINIMERCADO
- 42 FARMACIA
- 43 VESTIMENTA DEPORTIVA
- 44 VESTIMENTA CASUAL

## CATEGORIA TELECOMUNICACIONES

- 45 TELEFONIA CELULAR
- 46 TELEFONO MOVIL

## CATEGORIA ELECTRONICA Y ELECTRODOMESTICOS

- 47 ELECTRONICA (AUDIO Y TV)
- 48 ELECTRODOMESTICOS
- 49 AIRE ACONDICIONADO
- 50 CASA DE ELECTRODOMESTICOS

## CATEGORIA SERVICIOS

- 51 UNIVERSIDAD
- 52 MEDICAMENTO
- 53 INMOBILIARIA
- 54 AHORRO EN LADRILLOS
- 55 EXTINTORES
- 56 SEGURIDAD PRIVADA
- 57 ESTACION DE SERVICIO
- 58 BOCA DE COBRANZAS

 **METRO**

  
**creamost**  
most creative





# RANKING DE MARCAS 2020

## EL VALOR

DE UNA MARCA ES SU ALCANCE DE



### RANKING DE MARCAS POR PÚBLICO

#### FINANZAS BANCOS

AÑO 2020

	TOTAL	PIB	MASO	1004	30 A +	ALTO	MEDIO	BAJO
WUOL	16.31	17.47	24.21	27.01	15.46	13.82	15.47	21.24
BANQUE	16.21	16.97	13.93	12.25	16.27	21.25	12.25	21.20
ITAU	12.72	14.74	23.64	19.29	14.53	26.11	12.86	17.39
CONTINENTAL	11.37	12.18	1.65	11.82	11.15	16.74	12.26	12.45
BNP	7.76	4.67	5.78	2.21	10.20	2.18	9.32	5.11
SUCAMBA	5.75	5.32	2.21	2.88	6.24	2.28	7.83	5.82
REGIONAL	5.41	5.05	3.76	2.23	4.83	2.84	3.21	4.18
BBVA	4.22	3.22	2.11	4.27	4.19	6.34	1.93	3.21
WELLS	3.10	1.97	4.28	1.85	2.81	0.24	7.82	3.24
WILIS	2.22	1.97	4.28	2.84	1.73	8.66	1.81	2.41
FAVA	2.22	1.60	1.84	1.81	1.37	11.44	1.82	1.21
INTERFIN	1.77	1.22	1.42	1.81	1.37	3.44	0.00	0.11
OH	1.21	1.15	0.10	1.22	0.10	3.44	0.00	0.11
CTEAM	1.04	1.07	1.00	1.22	1.07	0.37	0.00	0.00





## FICHA TÉCNICA

### UNIVERSO:

Ambos Sexos, 18 años en adelante.

encuesta vía web, con cuestionario estructurado

### COBERTURA GEOGRÁFICA:

En zonas urbanas de Asunción y Central, Alto Paraná, Itapúa, Caaguazú, Guairá, Amambay y Concepción.

### PERIODO DE RELEVAMIENTO Y PROCESO:

Febrero a Agosto 2020.

### METODOLOGÍA:

La metodología de relevamiento es a través de encuestas telefónicas, presenciales y una plataforma de

### MUESTRA EFECTIVA:

1.800 Casos

### MARGEN DE ERROR:

+/- 2,8%, Intervalo de Confianza: 95%





## COSTO DEL ESTUDIO

**SOCIOS CAP:**

Gs. 2.000.000 + IVA

**NO SOCIOS CAP:**

Gs. 4.000.000 + IVA

*Precios validos hasta la fecha de la premiación (12 de noviembre).*

**PRESENTACIÓN:**

PDF, Vía E-mail.

**FORMA DE PAGO:**

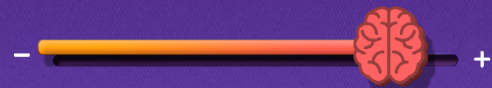
50% a la confirmación  
50% contra entrega del Estudio  
(posterior a la premiación)

**FACTURACION:**

A través de la CAP







#RECORDACIÓN



#UTILIZACIÓN



#PREFERENCIA

## CONTACTOS:

**LUIGI ANDRADA**

[luigi@creamost.com.py](mailto:luigi@creamost.com.py)

Gerente Nuevos Negocios

(+595981) 664 675

**DIEGO ARANDA**

[diego.aranda@creamost.com.py](mailto:diego.aranda@creamost.com.py)

Gerente Comercial

(+595986) 604 333

**JOAQUÍN ANDRADA**

[joaquin.andrada@creamost.com.py](mailto:joaquin.andrada@creamost.com.py)

Asesor Comercial

(+595985) 206 483



**creamost**  
most creative