



TrintaSegundos

Datafolha 30
INSTITUTO DE PESQUISAS ANOS



Lembrança de Marcas em Propagandas na TV

Mês de referência: Abril/ 2014

Técnica

- **Pesquisa quantitativa**, com abordagem pessoal em **pontos de fluxo**, com cotas por sexo e idade de acordo com a proporção da população paulistana*.

As entrevistas foram realizadas mediante aplicação de questionário estruturado.

- A coleta de dados foi realizada por meio de **tablets**.

* Fonte IBGE, Censo 2010/ Estimativa 2013.



Universo/ Abrangência

- **População** em geral, a **partir de 16 anos**, residente na cidade de **São Paulo**.

- **Abrangência:** São Paulo capital.



Data de campo/ Checagem

- As entrevistas foram distribuídas ao longo de todo o **mês de abril de 2014** (de *segunda-feira a sábado*).

- A **checagem** (telefônica) cobriu no mínimo, **20%** do material de cada pesquisador.



Amostra e margem de erro

Foram realizadas **608 entrevistas** na cidade de São Paulo. Margem de erro de **4 pontos percentuais** para mais ou para menos, dentro de um nível de confiança de 95%.

	Amostra	Margem de erro*
Total da Amostra	608	4 p.p.

() Margem de erro máxima, para mais ou para menos, dentro de um nível de confiança de 95%*



Sobre o 30 segundos

O **30 segundos** é uma ferramenta do **Instituto de Pesquisas Datafolha** elaborada com o objetivo de monitorar o desempenho das marcas em propagandas de TV, junto à população da cidade de São Paulo. Traz dados referentes ao total de peças veiculadas e segmentados por categoria de produtos.



Contatos

Para obter informações adicionais, entrar em contato com a área de Atendimento Comercial do Datafolha Instituto de Pesquisas.

Al. Barão de Limeira, 425 - Campos Elíseos - São Paulo - SP –

CEP. 01202-900

Fone: (11) 3224-4235 e 3224-4122 – Site: <http://www.datafolha.com.br>

Lembrança de marcas em propagandas na TV

Abril/2014

No mês que antecede o dia das mães, Casas Bahia lidera o ranking de lembrança.

Ainda que tenha caído 3,1 p.p. em relação ao mês anterior, **Casas Bahia** (8,5%) continua a liderar a lembrança de propagandas, isolada em primeiro lugar.

Em segundo lugar, aparecem tecnicamente empatados **Coca-Cola** (5,3%), **Claro** (4,3%), **Sky**, **Dolly**, **Vivo** e **Skol** (4,1%, cada), **Omo** e **Volkswagen** (4,0%, cada) e **Extra** (3,5%). Em comparação com março, Vivo e Skol passam da terceira para a segunda posição, enquanto Coca-Cola e Volkswagen sofrem oscilações negativas de 2,6 p.p. e 2,0 p.p., respectivamente.

Dolly e Omo voltam a figurar dentre as mais lembradas depois de curta ausência e Sky retorna depois de seis meses.



Preferência de marcas em propagandas na TV

Abril/2014

Em abril, OLX faz sua estreia no ranking das preferidas

Nove marcas, estatisticamente empatadas, dividem a preferência dos paulistanos: **Casas Bahias** (2,9%), **Coca-Cola**, **Vivo**, **Dolly**, **Chevrolet – GM** e **Sky** (1,7%, cada) e **Volkswagen**, **OLX** e **Sadia** (1,3%, cada). Em comparação com mês anterior, Casas Bahia, Coca-Cola, Dolly, Volkswagen e Sadia mantêm sua posição. Vivo retorna ao ranking após breve ausência.

Chevrolet – GM e Sky também voltam após ausência de nove e sete meses, respectivamente. Como no mês passado, o destaque do mês fica com outro site de classificados online, OLX, que aparece pela primeira vez entre as preferidas.



OLX, site de classificados grátis, promove seu novo aplicativo para celular em campanha com o slogan “desapegar é só começar”.

Lembrança de marcas em propagandas na TV

Abril/2014

Ranking das 10 primeiras*

(Espontânea e múltipla, em %)

1º lugar



8,5 ↓ - 3,1 p.p.

Projeção (aproximada)** :
781 mil pessoas

Coca-Cola 5,3 ↓ - 2,6 p.p.

Claro 4,3

🌐 Sky 4,1

Dolly 4,1

Vivo 4,1

Skol 4,1

Omo 4,0

Volkswagen 4,0 ↓ - 2,0 p.p.

Extra 3,5

Não lembra 18,7 ↑ + 2,7 p.p.

Não costuma assistir TV 0,3

↓ ↑ Comparativo em relação ao mês anterior.

(*) O ranking segue o critério de incluir as dez primeiras marcas. Nele existem alguns empates técnicos.

(**) População paulistana 16 anos ou mais: 9.185.598 habitantes (Fonte: IBGE - CENSO 2010/ Estimativa 2013)

Pergunta: Quais marcas você lembra de ter visto em propagandas na TV recentemente? Quais outras?

Base: Total da amostra – 608 entrevistas.

🌐 Volta ao ranking após ausência de, no mínimo, 4 meses consecutivos.



TrintaSegundos

Lembrança de marcas em propagandas na TV

Abril/2014

Ranking das 10 primeiras*

(Espontânea e múltipla, em %)

	TOTAL	SEXO		IDADE				CLASSIFICAÇÃO ECONÔMICA		
		Masc.	Fem.	16 a 25 anos	26 a 40 anos	41 a 55 anos	56 anos ou mais	Classes A/B	Classe C	Classes D/E
Casas Bahia	8,5	10,8	6,5	4,5	9,5	7,5	12,4	6,3	10,2	11,3
Coca-Cola	5,3	7,8	3,1	7,5	6,0	3,5	4,1	4,1	7,4	-
Claro	4,3	5,3	3,4	4,4	2,5	7,6	3,2	4,8	4,2	1,9
Sky	4,1	3,5	4,7	2,1	3,5	6,2	4,8	5,9	2,8	1,9
Dolly	4,1	2,8	5,3	2,3	5,4	4,2	4,0	3,3	5,3	1,9
Vivo	4,1	4,2	4,1	3,0	4,0	5,6	3,9	3,7	4,6	3,8
Skol	4,1	4,5	3,7	2,3	5,8	5,4	1,6	2,9	4,9	5,7
Omo	4,0	2,5	5,3	3,7	6,1	4,2	0,8	5,9	2,5	1,9
Volkswagen	4,0	6,0	2,1	8,2	4,0	3,5	-	4,0	4,2	1,9
Extra	3,5	3,6	3,4	4,5	2,0	4,2	4,0	5,2	2,5	-
Não lembra	18,7	16,4	20,6	12,8	15,3	18,3	30,8	14,8	19,7	35,8
Não costuma assistir TV	0,3	-	0,7	-	1,0	-	-	0,4	0,4	-
Base: Total da amostra	608	284	324	133	202	147	126	271	284	53

(*) O ranking segue o critério de incluir as dez primeiras marcas. Nele existem alguns empates técnicos.

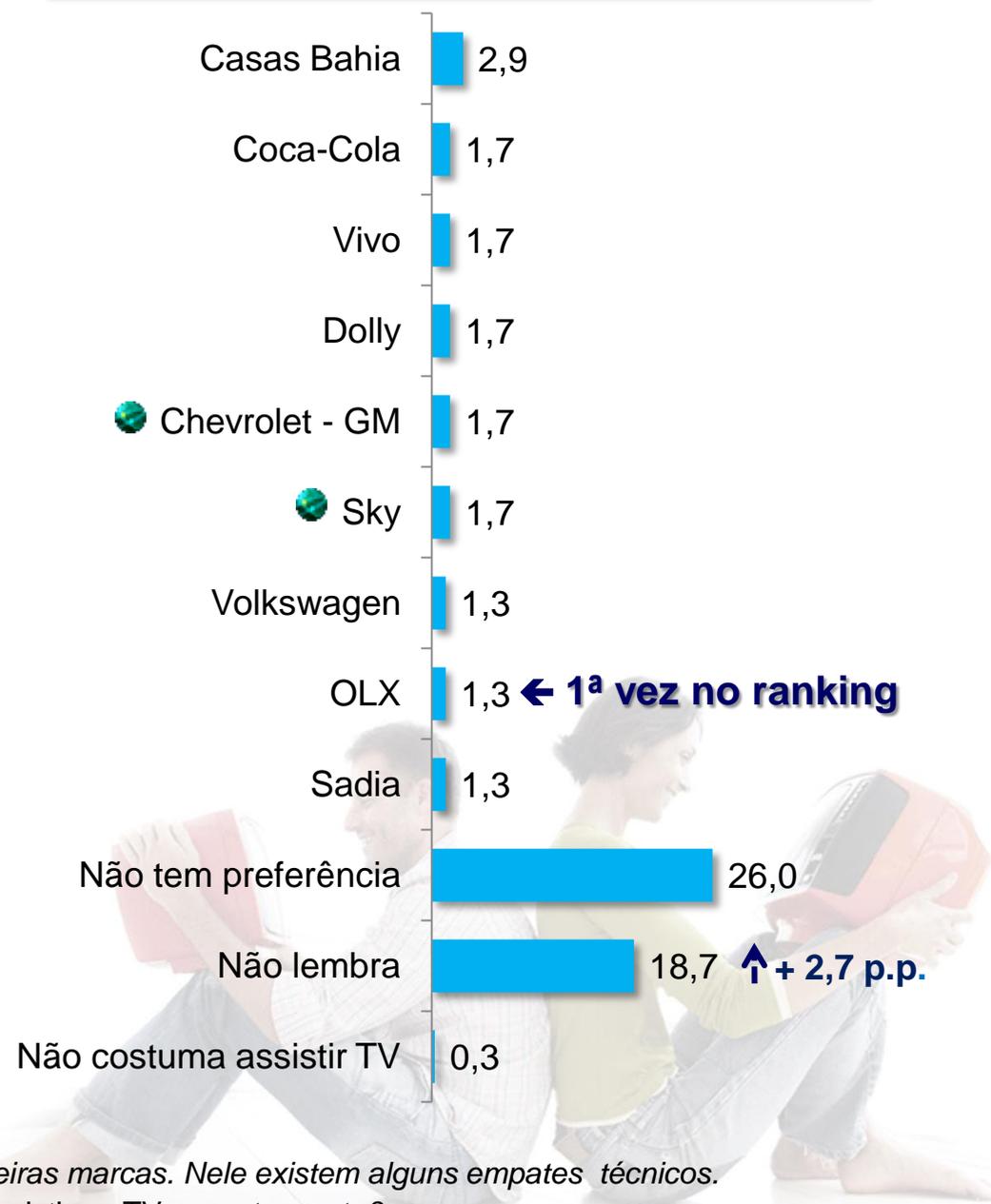
Pergunta: Quais marcas você lembra de ter visto em propagandas na TV recentemente? Quais outras?

Base: Total da amostra – 608 entrevistas.

Preferência de marcas em propagandas na TV

Abril/2014

Ranking das 10 primeiras* (Espontânea e única, em %)



(*) O ranking segue o critério de incluir as dez primeiras marcas. Nele existem alguns empates técnicos.
Pergunta: Qual propaganda você mais gostou de assistir na TV recentemente?

Base: Total da amostra – 608 entrevistas.

Volta ao ranking após ausência de, no mínimo, quatro levantamentos.

Preferência de marcas em propagandas na TV

Abril/2014

Ranking das 10 primeiras*

(Espontânea e única, em %)

	TOTAL	SEXO		IDADE				CLASSIFICAÇÃO ECONÔMICA		
		Masc.	Fem.	16 a 25 anos	26 a 40 anos	41 a 55 anos	56 anos ou mais	Classes A/B	Classe C	Classes D/E
Casas Bahia	2,9	3,8	2,2	2,3	3,0	1,3	5,5	0,4	5,3	3,8
Coca-Cola	1,7	2,5	0,9	3,0	1,5	0,7	1,6	1,1	2,5	-
Vivo	1,7	1,4	1,9	2,3	1,0	2,1	1,6	2,6	1,1	-
Dolly	1,7	1,1	2,2	0,8	1,5	1,4	3,2	1,8	1,8	-
Chevrolet – GM	1,7	2,8	0,6	1,6	1,9	2,8	-	1,9	1,4	1,9
Sky	1,7	1,4	1,9	1,5	1,0	3,5	0,8	2,9	0,7	-
Volkswagen	1,3	2,1	0,6	2,9	2,0	-	-	1,5	1,1	1,9
OLX	1,3	1,4	1,3	1,4	1,5	1,4	0,8	2,2	0,4	1,9
Sadia	1,3	1,0	1,5	0,8	0,9	1,3	2,4	0,7	1,4	3,8
Não tem preferência	26,0	27,9	24,3	21,2	27,1	27,6	27,5	25,4	27,1	22,6
Não lembra	18,7	16,4	20,6	12,8	15,3	18,3	30,8	14,8	19,7	35,8
Não costuma assistir TV	0,3	-	0,7	-	1,0	-	-	0,4	0,4	-
Base: Total da amostra	608	284	324	133	202	147	126	271	284	53

(*) O ranking segue o critério de incluir as dez primeiras marcas. Nele existem alguns empates técnicos.

Pergunta: Qual propaganda você mais gostou de assistir na TV recentemente?

Base: Total da amostra – 608 entrevistas.



TrintaSegundos

Datafolha 30
INSTITUTO DE PESQUISAS 30 ANOS



www.datafolha.com.br