



TrintaSegundos

Datafolha 30
INSTITUTO DE PESQUISAS ANOS



Lembrança de Marcas em Propagandas na TV

Mês de referência: Agosto/ 2014

Metodologia

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 agosto 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 **602 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	602	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

Agosto/2014

Em agosto, Casas Bahia e Coca-Cola continuam a dividir a liderança em lembrança e cinco marcas voltam ao ranking

Casas Bahia (10,1%) e **Coca-Cola** (8,1%) aparecem novamente juntas em primeiro lugar. Em relação ao mês anterior, ambas mantêm a mesma colocação, a despeito das quedas nos percentuais.

Em segundo lugar, tecnicamente empatadas, estão as marcas **Itaú** (6,0%), **Dolly** (5,7%), **Jequití** (4,6%), **Omo** (4,1%), **Fiat** (4,0%) e **Chevrolet – GM** (3,6%). Em relação a julho, Itaú permanece estável. Dolly, Jequití e Omo voltam ao ranking após breve ausência, já Fiat e Chevrolet – GM depois de cinco e onze meses, respectivamente.

Na terceira posição, situam-se **Extra**, **Samsung** e **Claro** (3,5%, cada). Apesar de sofrerem oscilações negativas, as três marcas continuam na mesma posição do mês passado.



Preferência de marcas em propagandas na TV

Agosto/2014

A preferência dos paulistanos está dispersa entre várias marcas

Neste mês, catorze marcas estão estatisticamente empatadas: **Casas Bahia** (2,6%), **OLX e Coca-Cola** (2,1%, cada), **Dolly** (2,0%), **Itaú** (1,9%), **Pampers** (1,5%), **Claro** (1,4%), **Extra** (1,3%), **Volkswagen, Chevrolet – GM, Omo, Havaianas, Brahma e Bom Negócio** (1,2%, cada).

Em relação ao mês anterior, Coca-Cola e Itaú permanecem na mesma posição. Casas Bahia, OLX, Havaianas e Brahma sobem um lugar no ranking. Volkswagen, Chevrolet – GM, Bom Negócio e Dolly voltam após breve ausência, enquanto Pampers, Claro, Extra e Omo retornam depois de vários meses fora da disputa.

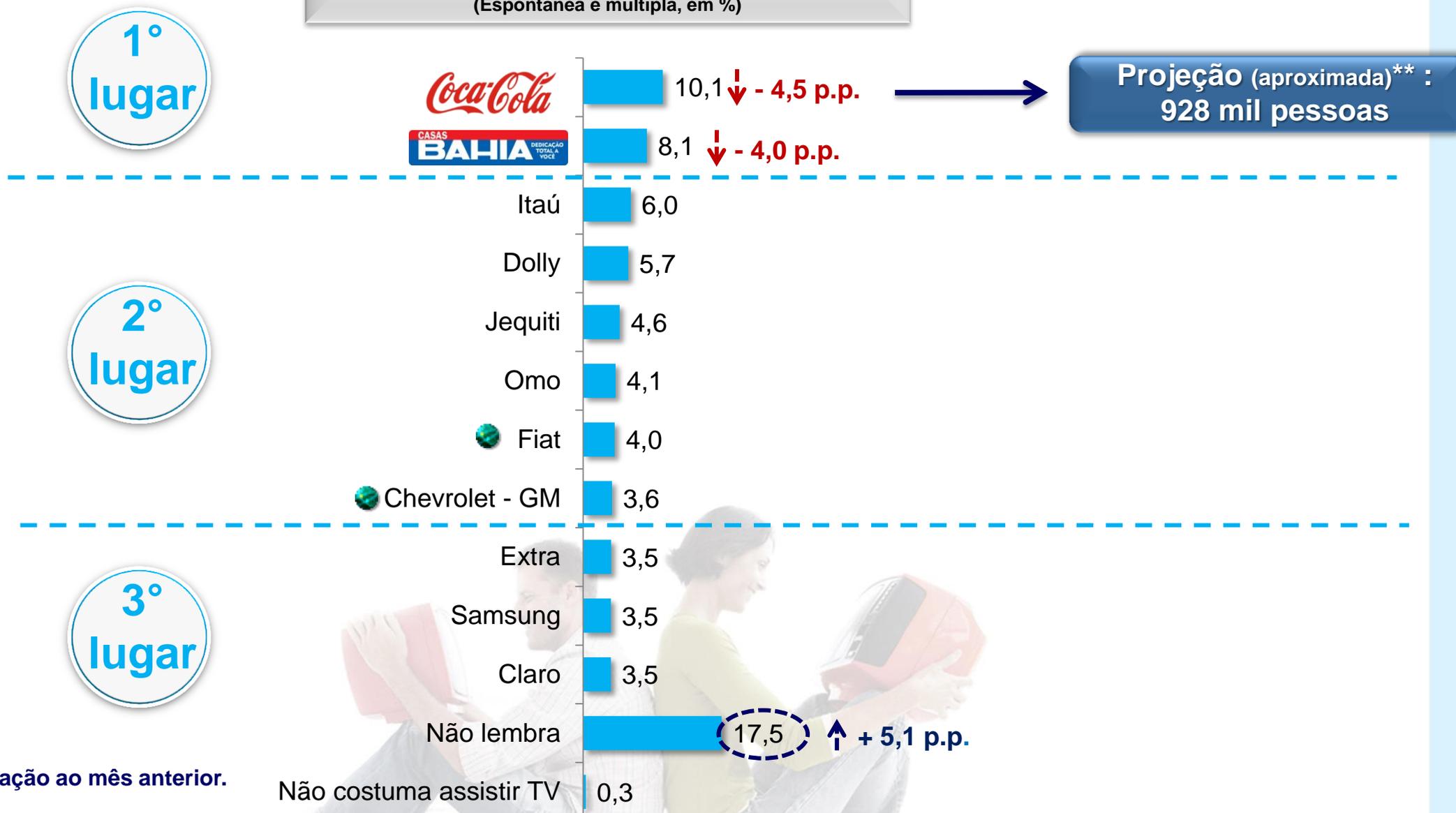


Lembrança de marcas em propagandas na TV

Agosto/2014

Ranking das 10 primeiras*

(Espontânea e múltipla, em %)



↓ ↑ 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 – 602 entrevistas.

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

Lembrança de marcas em propagandas na TV

Agosto/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	10,1	10,0	10,1	10,7	7,9	10,5	12,3	8,7	10,8	14,0
Coca-Cola	8,1	10,4	6,0	7,5	10,6	7,9	4,7	10,7	5,7	7,0
Itaú	6,0	8,9	3,4	3,8	7,3	6,9	5,2	10,0	2,4	4,7
Dolly	5,7	3,8	7,5	4,5	5,5	7,1	5,7	4,1	7,1	7,0
Jequiti	4,6	4,2	5,0	4,5	3,5	4,6	6,6	4,1	4,7	7,0
Omo	4,1	1,4	6,5	3,7	6,4	3,3	1,7	3,7	4,4	4,7
Fiat	4,0	6,9	1,4	4,7	3,5	4,9	2,8	6,3	2,0	2,3
Chevrolet – GM	3,6	4,9	2,5	2,2	4,5	3,8	3,6	5,6	2,4	-
Extra	3,5	2,5	4,5	4,8	4,4	1,9	2,8	3,2	4,0	2,3
Samsung	3,5	4,3	2,8	6,2	4,5	1,9	0,8	3,5	3,7	2,3
Claro	3,5	1,7	5,1	3,8	3,2	3,8	3,2	3,5	3,7	2,3
Não lembra	17,5	16,6	18,3	12,0	12,0	22,8	25,8	13,8	21,2	16,3
Não costuma assistir TV	0,3	0,4	0,3	0,7	-	0,7	-	-	0,3	2,3
Base: Total da amostra	602	284	318	133	199	151	119	262	297	43

(*) 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?

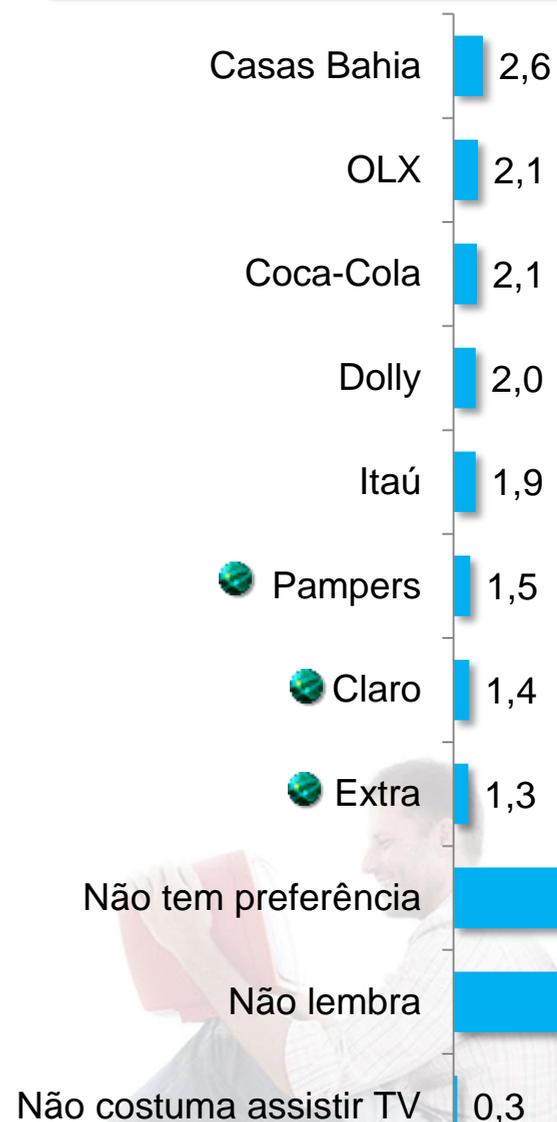
Base: Total da amostra – 602 entrevistas.

Preferência de marcas em propagandas na TV

Agosto/2014

Ranking das 10 primeiras*

(Espontânea e única, em %)



Observação: outras seis marcas estão empatadas também em primeiro lugar, cada uma com 1,2%: Volkswagen, Chevrolet – GM, Omo, Havaianas, Brahma e Bom Negócio.

(*) 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 – 602 entrevistas.

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

Preferência de marcas em propagandas na TV

Agosto/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	2,6	2,6	2,4	2,8	3,0	1,5	3,3	3,2	1,5	3,4	4,7
OLX	2,1	2,1	2,1	2,2	4,6	3,0	-	0,8	3,0	1,7	-
Coca-Cola	2,1	2,1	2,6	1,6	1,5	4,0	0,7	1,1	3,1	1,0	2,3
Dolly	2,0	2,0	1,7	2,2	0,7	2,0	1,9	3,3	1,1	2,7	2,3
Itaú	1,9	1,9	2,3	1,6	-	2,7	3,5	0,8	2,8	1,0	2,3
Pampers	1,5	1,5	1,0	1,9	2,2	1,5	1,9	-	1,1	2,0	-
Claro	1,4	1,4	0,7	2,0	1,5	1,7	1,9	-	2,0	1,0	-
Extra	1,3	1,3	0,7	1,9	0,7	2,5	0,6	0,8	0,7	2,0	-
Não tem preferência	25,2	25,2	27,2	23,4	24,1	25,9	25,5	25,0	22,6	26,6	32,6
Não lembra	17,5	17,5	16,6	18,3	12,0	12,0	22,8	25,8	13,8	21,2	16,3
Não assiste tv	0,3	0,3	0,4	0,3	0,7	-	0,7	-	-	0,3	2,3
Base: Total da amostra	602	602	284	318	133	199	151	119	262	297	43

(*) 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 – 602 entrevistas.



TrintaSegundos

Datafolha 30
INSTITUTO DE PESQUISAS ANOS



www.datafolha.com.br