



TrintaSegundos

Datafolha

INSTITUTO DE PESQUISAS



Lembrança de Marcas em Propagandas na TV

Mês de referência: Setembro/ 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

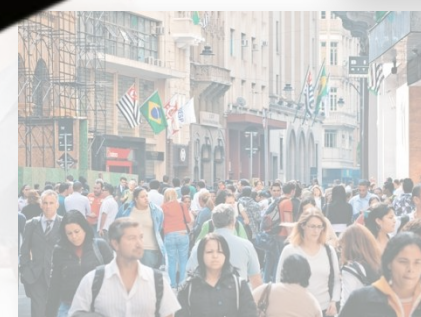
- As entrevistas foram distribuídas ao longo de todo o **mês de Setembro de 2014** (de segunda-feira a sábado).
- A **checagem** (telefônica) cobriu no mínimo, **20%** do material de cada pesquisador.

Amostra e margem de erro

Foram realizadas **622 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	622	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>

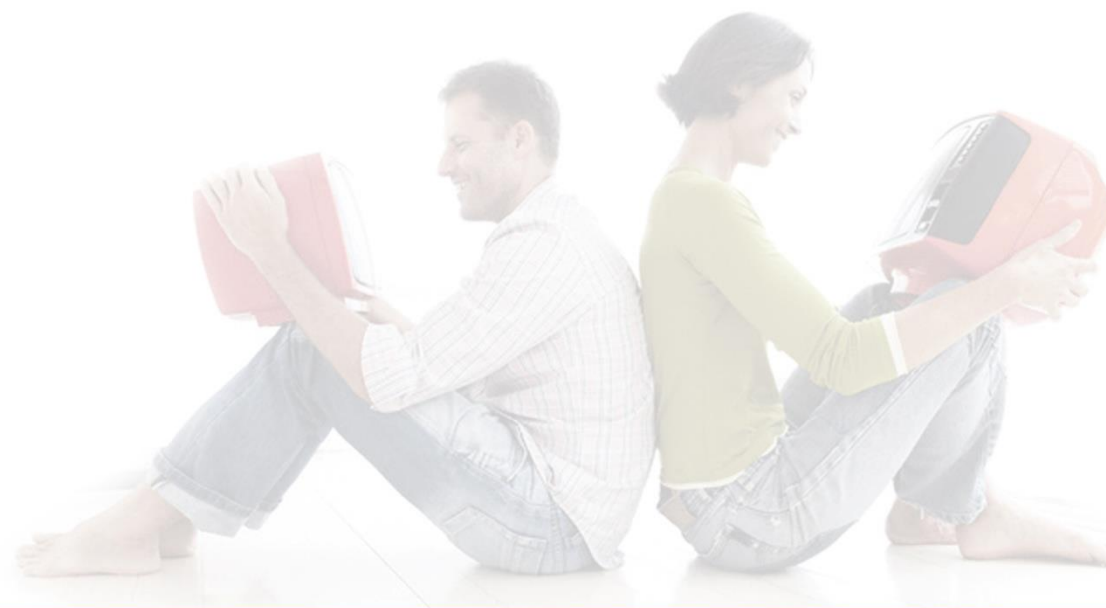
Lembrança de marcas em propagandas na TV

Setembro/ 2014

Casas Bahia e Coca-Cola dividem a liderança em lembrança pelo terceiro mês consecutivo

No mês de setembro, **Casas Bahia** (10,4%) e **Coca-Cola** (7,3%) aparecem novamente empatadas em primeiro lugar, assim como em julho e agosto.

No segundo patamar, encontram-se **Omo** (5,2%), **Itaú** (4,8%), **Fiat** e **Skol** (4,4%, cada), **Vivo** (4,1%), **Extra** (3,9%), **Volkswagen** (3,7) e **Claro** (3,5%). Considerando as posições de agosto, Omo, Itaú e Fiat sofrem pequenas oscilações nos percentuais, enquanto Extra e Claro sobrem uma colocação. Skol, Vivo e Volkswagen voltam após breve ausência.



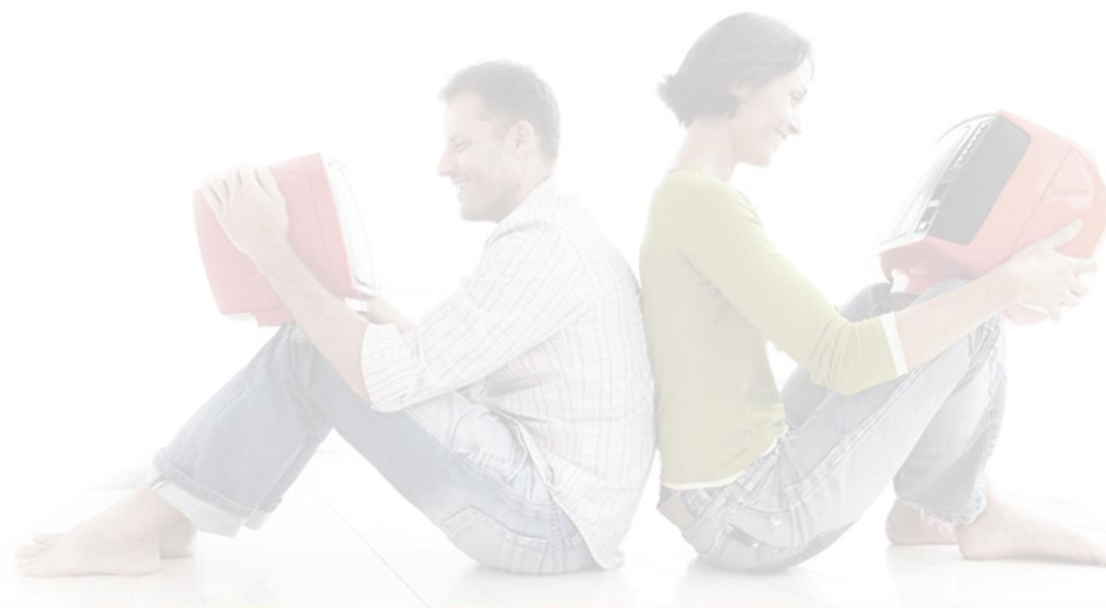
Preferência de marcas em propagandas na TV

Setembro/2014

Novamente, a preferência dos paulistanos está diluída entre várias marcas

Após a realização da Copa do Mundo, os índices de lembrança e preferência de marcas voltam a cair. Dez marcas encontram-se estatisticamente empatadas neste mês: **Casas Bahia** (2,6%), **OLX** (2,5%), **Havaianas**, **Coca-Cola** e **Itaú** (1,6%, cada), **Skol** (1,5%), **Dolly** (1,4%), **Vivo** (1,3%), **Volkswagen** e **Pampers** (1,2%, cada).

Com exceção de Skol e Vivo que estavam fora do ranking há um e dois meses, respectivamente, Casa Bahia, OLX, Havaianas, Coca-Cola, Itaú, Dolly, Volkswagen e Pampers, com discretas variações em suas taxas, permanecem na mesma posição do mês anterior.



Lembrança de marcas em propagandas na TV

Setembro/2014

Ranking das 10 primeiras*

(Espontânea e múltipla, em %)

1º
lugar



10,4 ↑ +2,3 p.p.

Projeção (aproximada)** :
955 mil pessoas



7,3 ↓ -2,8 p.p.

2º
lugar

Omo 5,2

Itaú 4,8

Fiat 4,4

Skol 4,4

Vivo 4,1

Extra 3,9

● Volkswagen 3,7

Claro 3,5

Não lembra 18,9

● Não costuma assistir TV 0,8

↓ ↑ 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 – 622 entrevistas.

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

Lembrança de marcas em propagandas na TV

Setembro/ 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	10,4	13,1	7,9	6,3	9,1	13,3	13,7	11,2	9,1	13,6
Coca-Cola	7,3	9,3	5,5	10,3	10,5	2,9	3,8	9,0	6,3	2,3
Omo	5,2	3,0	7,1	4,8	4,1	6,5	5,6	6,7	4,4	-
Itaú	4,8	5,1	4,7	5,4	5,6	6,2	0,9	8,6	1,6	2,3
Fiat	4,4	6,7	2,3	4,8	3,7	6,9	1,9	6,0	3,2	2,3
Skol	4,4	6,6	2,4	4,8	4,3	6,7	1,0	2,2	6,7	2,3
Vivo	4,1	4,6	3,7	1,6	6,3	3,0	4,7	5,2	3,6	-
Extra	3,9	3,4	4,3	3,1	4,2	4,9	2,8	6,0	2,4	-
Volkswagen	3,7	6,7	1,0	8,1	3,1	1,4	2,7	5,2	2,8	-
Claro	3,5	2,4	4,5	4,0	5,5	1,4	1,8	2,6	4,7	-
Não lembra	18,9	21,1	16,9	13,0	15,8	21,9	27,5	17,0	17,4	43,2
Não costuma assistir TV	0,8	0,7	0,8	1,4	0,5	1,2	-	1,0	0,4	2,1
Base: Total da amostra	622	297	325	134	206	158	124	291	277	54

(*) 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 – 622 entrevistas.



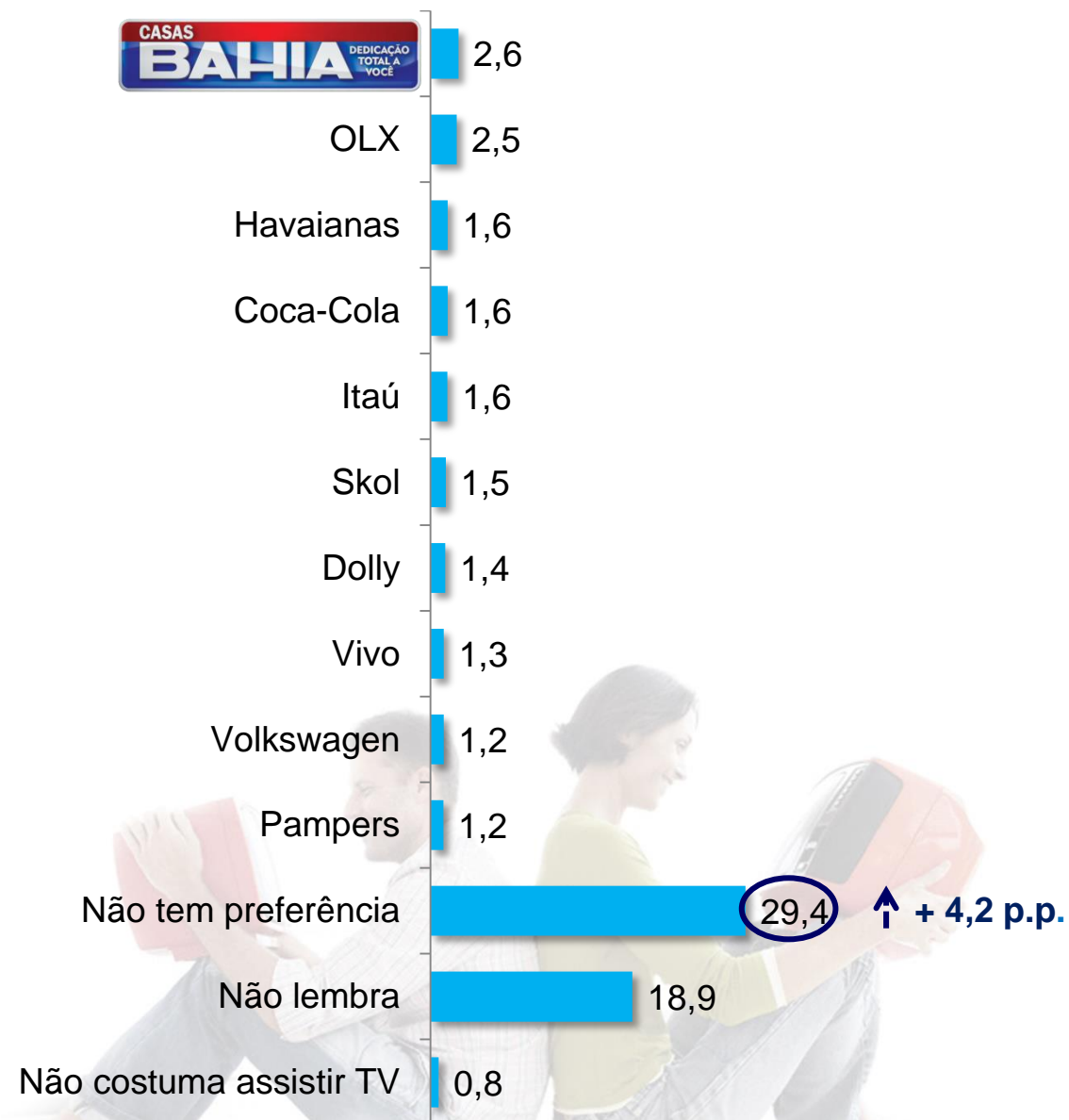
TrintaSegundos

Preferência de marcas em propagandas na TV

Setembro/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 – 622 entrevistas.

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

Preferência de marcas em propagandas na TV

Setembro/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	4,1	1,3	-	1,6	5,5	3,7	1,9	2,8	6,8
OLX	2,5	3,4	1,6	2,4	3,1	3,6	-	3,7	1,6	-
Havaianas	1,6	0,7	2,4	1,6	2,1	1,4	1,0	1,9	1,6	-
Coca-Cola	1,6	1,9	1,4	3,1	2,1	0,8	-	1,9	1,6	-
Itaú	1,6	1,5	1,7	3,1	1,0	1,4	0,9	2,6	0,8	-
Skol	1,5	2,3	0,7	2,4	1,6	1,4	-	1,1	2,0	-
Dolly	1,4	0,7	2,0	1,6	0,6	-	4,5	0,7	1,6	4,5
Vivo	1,3	1,9	0,7	0,8	1,6	0,8	1,9	1,5	1,2	-
Volkswagen	1,2	1,9	0,7	2,4	1,0	0,7	0,9	1,9	0,8	-
Pampers	1,2	-	2,3	0,8	1,1	1,4	1,7	1,5	0,8	2,3
Não tem preferência	29,4	29,9	29,0	34,3	28,9	27,8	26,8	31,0	28,8	22,7
Não lembra	18,9	21,1	16,9	13,0	15,8	21,9	27,5	17,0	17,4	43,2
Não costuma assistir TV	0,8	0,7	0,8	1,4	0,5	1,2	-	1,0	0,4	2,1
Base: Total da amostra	622	297	325	134	206	158	124	291	277	54

(*) 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 – 622 entrevistas.



TrintaSegundos

Datafolha

INSTITUTO DE PESQUISAS



www.datafolha.com.br