



**TrintaSegundos**

**Datafolha**

INSTITUTO DE PESQUISAS



## ***Lembrança de Marcas em Propagandas na TV***

***Mês de referência: Novembro/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

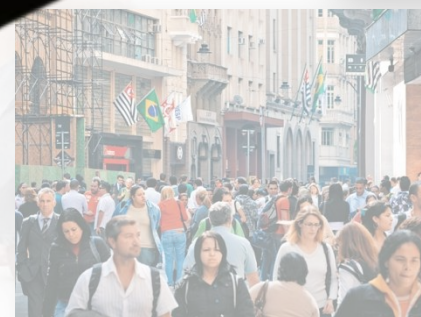
- As entrevistas foram distribuídas ao longo de todo o **mês de Novembro de 2014** (de segunda-feira a sábado).
- A **checagem** (telefônica) cobriu no mínimo, **20%** do material de cada pesquisador.

# 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

Novembro/2014

## Casas Bahia passa a liderar o ranking sozinha.

Ao contrário dos quatro meses anteriores, **Casas Bahia** (12,6%) oscila positivamente 2,3 p.p. e isola-se em primeiro lugar no ranking.

Em segundo lugar, encontram-se **Coca-Cola** (6,7%) e **Extra** (5,0%). Coca-Cola cai uma posição em relação a outubro, enquanto Extra permanece no mesmo patamar.

Na terceira colocação, estão **Jequiti** (4,1%), **Itaú** e **Bombril** (4,0%, cada), **Samsung** (3,9%), **Omo** (3,4%), **Skol** e **Carrefour** (3,3%, cada). Sofrendo pequenas oscilações negativas, Itaú, Bombril, Samsung e Omo caem um nível, enquanto Jequiti e Skol voltam após breve ausência. Carrefour retorna após quase dois anos fora do podium das mais lembradas.



Carrefour volta ao ranking das mais lembradas com o slogan "faz a conta, faz economia".

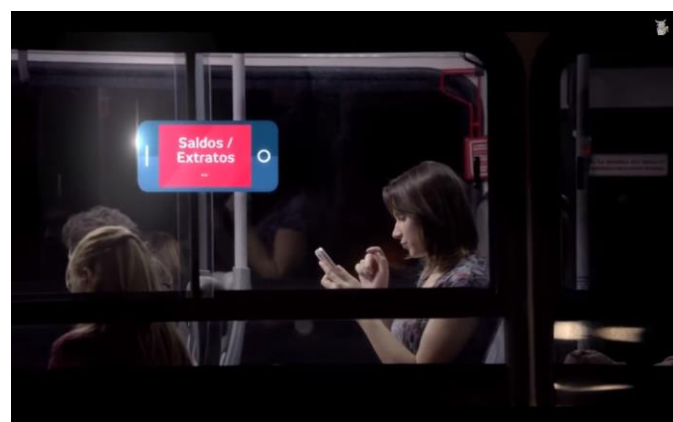
# Preferência de marcas em propagandas na TV

Novembro/2014

**Mais uma vez, a preferência dos paulistanos está diluída entre várias marcas.**

No mês de novembro, onze marcas estão tecnicamente empatadas: **Casas Bahia** (2,1%), **OLX** (2,0%), **Bom Negócio** (1,7%), **Coca-Cola** e **Ipiranga** (1,3%, cada), **Dolly** (1,1%), **Itaú** e **Jequití** (1,0%, cada) e **Volkswagen**, **Claro** e **Bradesco** (0,9%, cada).

Em relação a outubro, Casas Bahia, OLX, Coca-Cola e Dolly permanecem na mesma posição, enquanto Ipiranga e Itaú, com discretas variações positivas, sobem um patamar. Bom Negócio, Jequití, Volkswagen e Claro voltam à competição após poucos meses ausentes. O destaque em preferência do mês fica com Bradesco, que retorna ao ranking após cerca de dois anos fora.



Com a campanha Bradesco – Celular: “Dá pra ter um Bradesco até no ônibus!”, a marca retorna no ranking das preferidas após longa ausência.

# Lembrança de marcas em propagandas na TV

Novembro/2014

## Ranking das 10 primeiras\* (Espontânea e múltipla, em %)

1º  
lugar

2º  
lugar

3º  
lugar



12,6 ↑ +2,3 p.p. →

Projeção (aproximada)\*\* :  
1,2 mi pessoas

Coca-Cola 6,7

Extra 5,0

Jequiti 4,1

Itaú 4,0

Bombril 4,0

Samsung 3,9

Omo 3,4 ↓ -2,3 p.p.

Skol 3,3

Carrefour 3,3

Não lembra 21,3

↓ ↑ 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 – 602 entrevistas.

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



# Lembrança de marcas em propagandas na TV

Novembro/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	12,6	14,5	11,0	9,5	11,7	13,4	16,2	12,1	12,7	14,6
Coca-Cola	6,7	7,2	6,3	10,4	6,2	8,1	1,9	9,0	5,8	-
Extra	5,0	5,5	4,7	5,5	5,3	5,9	3,3	3,9	6,1	4,9
Jequití	4,1	2,5	5,4	4,2	4,0	4,0	4,1	2,9	4,6	6,6
Itaú	4,0	5,6	2,7	3,7	6,9	3,1	1,1	5,2	3,4	1,8
Bombril	4,0	4,7	3,4	3,5	4,9	3,1	4,3	4,5	3,5	4,2
Samsung	3,9	4,8	3,2	2,8	5,4	4,0	2,9	3,5	4,4	3,9
Omo	3,4	1,5	4,9	2,2	2,1	5,9	3,5	5,7	2,0	-
Skol	3,3	5,3	1,7	3,3	2,8	4,5	2,8	2,9	4,3	-
Carrefour	3,3	4,2	2,6	3,9	2,7	4,7	2,0	3,3	3,5	2,2
Não lembra	21,3	20,2	22,1	15,7	19,3	23,1	27,8	19,2	21,3	31,6
Base: Total da amostra	602	276	326	136	195	151	120	261	297	44

(\*) 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.

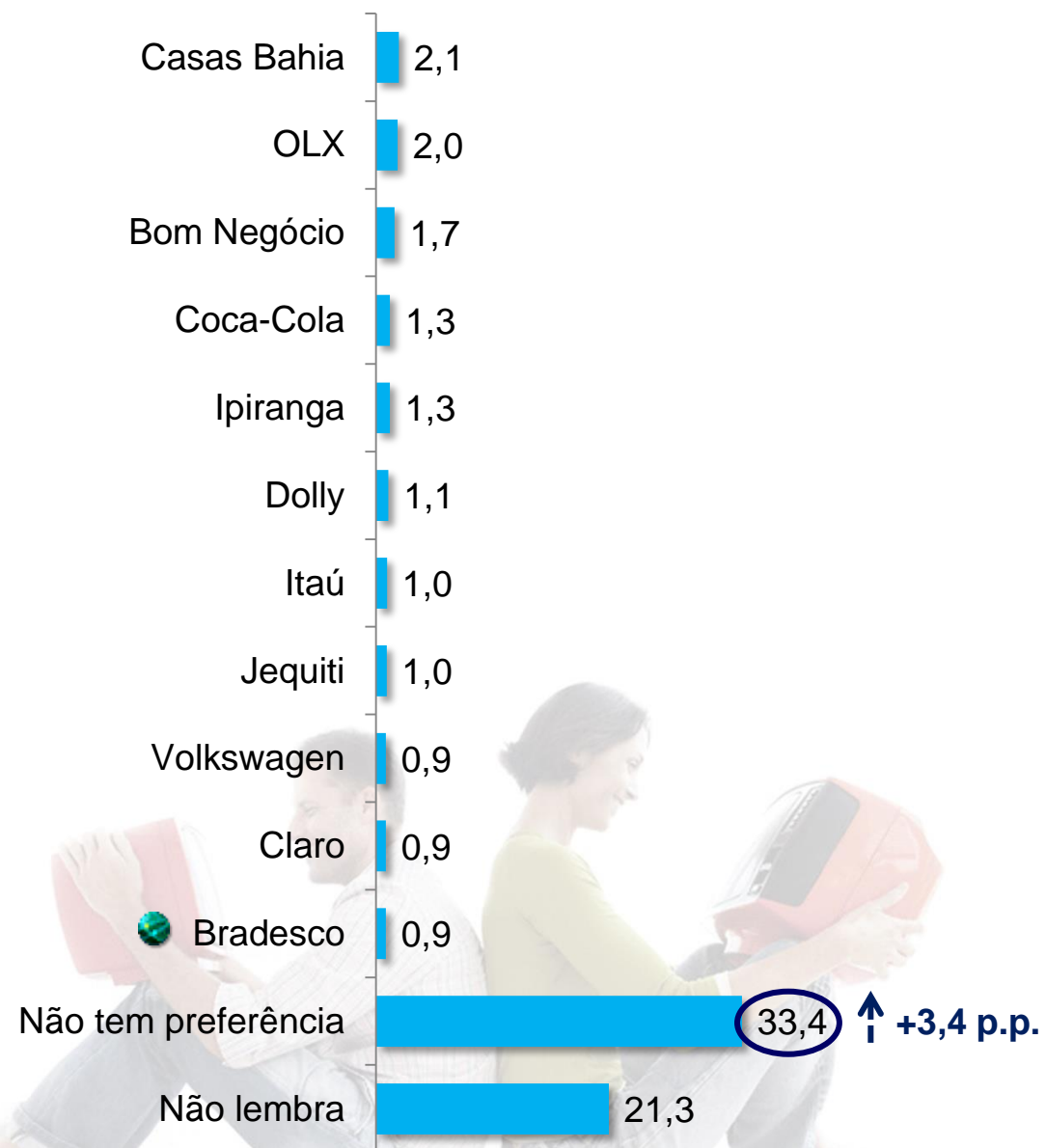


# Preferência de marcas em propagandas na TV

Novembro/ 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 – 602 entrevistas.

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

# Preferência de marcas em propagandas na TV

Novembro/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	2,1	1,7	2,4	-	3,1	1,8	3,1	1,3	2,7	2,7
OLX	2,0	1,9	2,0	4,0	0,6	2,9	0,8	1,6	2,6	-
Bom Negócio	1,7	3,0	0,6	1,7	2,3	2,3	-	1,7	2,0	-
Coca-Cola	1,3	1,7	1,0	2,6	-	2,9	-	2,2	0,7	-
Ipiranga	1,3	2,0	0,7	-	2,3	-	2,5	1,6	1,2	-
Dolly	1,1	1,7	0,7	0,9	2,4	0,8	-	1,8	0,4	2,2
Itaú	1,0	1,9	0,3	0,8	2,1	0,6	-	1,2	0,7	1,8
Jequití	1,0	-	1,8	-	1,2	0,9	1,8	0,5	1,2	2,7
Volkswagen	0,9	1,3	0,6	0,9	1,7	-	0,8	1,3	0,7	-
Claro	0,9	0,3	1,4	-	1,6	-	1,8	0,4	1,4	-
Bradesco	0,9	1,4	0,4	0,7	0,5	-	2,6	1,6	0,4	-
Não tem preferência	33,4	34,9	32,2	26,8	32,2	41,3	32,9	31,1	35,3	34,4
Não lembra	21,3	20,2	22,1	15,7	19,3	23,1	27,8	19,2	21,3	31,6
Base: Total da amostra	602	276	326	136	195	151	120	261	297	44



TrintaSegundos

(\* ) 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**

INSTITUTO DE PESQUISAS



[www.datafolha.com.br](http://www.datafolha.com.br)