



**TrintaSegundos**

**Datafolha**

INSTITUTO DE PESQUISAS



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

***Mês de referência: Janeiro/ 2015***

## 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 2014.



## 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 Janeiro de 2015** (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

Janeiro/2015

**Em janeiro, Lojas Marabraz e Havaianas retornam às mais lembradas.**

No primeiro mês do ano, **Casas Bahia** (13,7%) oscila positivamente e permanece em primeiro lugar, só que dessa vez, sozinha.

Na segunda colocação, estão **Coca-Cola** (6,5%), **Lojas Marabraz**, **Skol** e **Dolly** (4,7%, cada). Na comparação com dezembro, Coca-Cola e Dolly continuam na mesma posição, enquanto Skol cresce um pouco e sobe um patamar no ranking das mais lembradas. Lojas Marabraz volta à competição após mais de quatro anos ausente.

Em terceiro lugar, figuram **Omo** (4,0%), **Extra** (3,8%), **Chevrolet** (3,5%), **Havaianas** (3,4%), **Itaú** e **Jequití** (3,3%, cada). Em relação ao mês passado, Jequití mantém-se na terceira posição. Omo, Extra, Chevrolet e Itaú retornam após pouco tempo fora, enquanto Havaianas regressa depois de um ano.



Marabraz volta à lista das mais lembradas com limpa de estoque estrelada por Zezé di Camargo e Luciano, enquanto Havaianas lança campanha de verão com Chay Suede e Letícia Spiller.

# Preferência de marcas em propagandas na TV

## Janeiro/ 2015

### **Vivo perde pontos e a primeira colocação.**

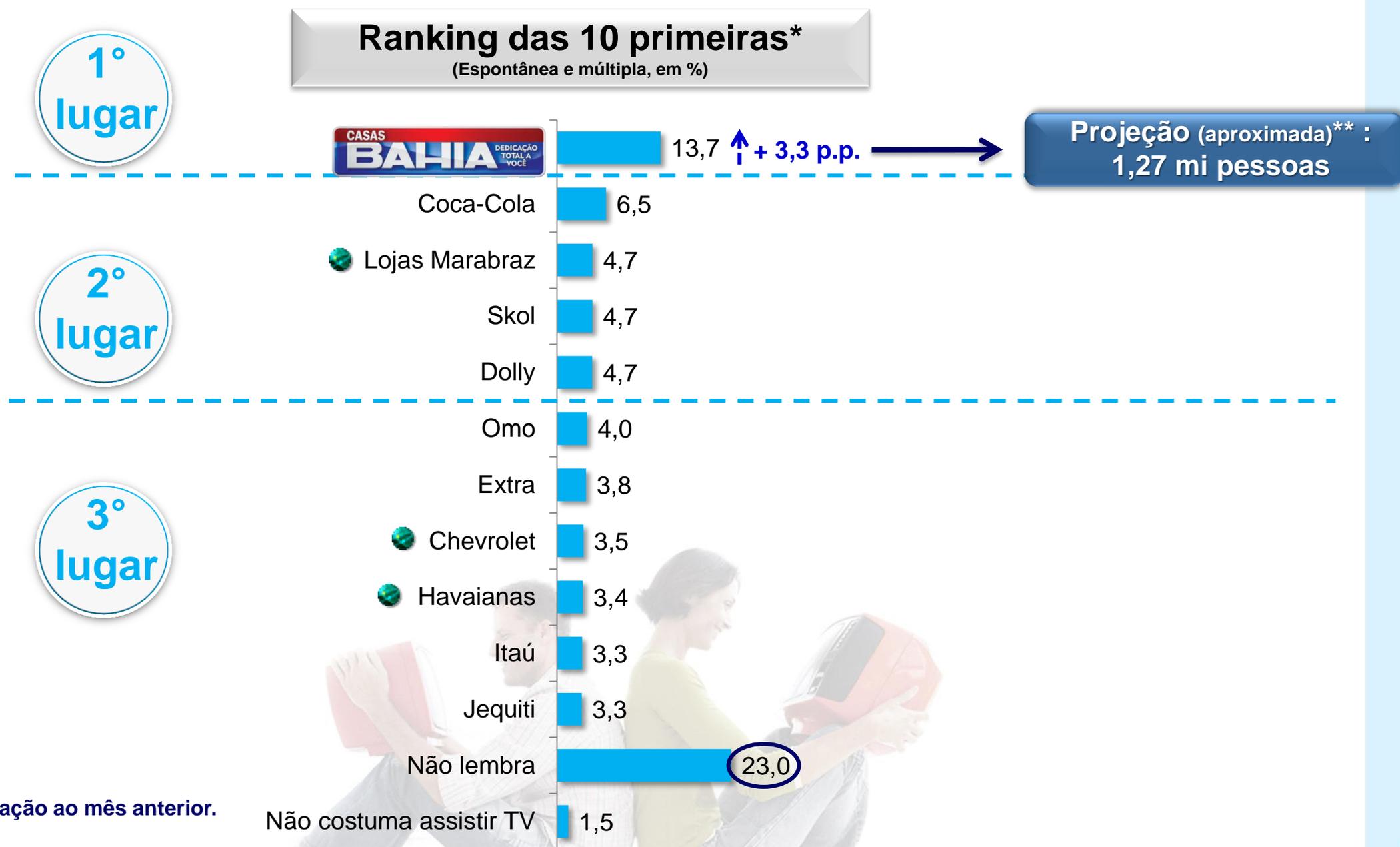
Em janeiro, **Casas Bahia** (3,1%), **Dolly** (2,4%), **Skol** (2,2%), **Havaianas** (1,9%), e **Coca-Cola** (1,6%) aparecem estatisticamente empatadas em primeiro lugar. Em relação a dezembro do ano passado, Casas Bahia, Dolly e Coca-Cola saltam uma posição, enquanto Havaianas sobe dois degraus. Skol retorna depois de três meses ausente.

Ocupando a segunda colocação dentre as marcas prediletas em propaganda de TV, encontram-se **Itaipava**, **Jequiti** e **Lojas Marabraz** (1,1%, cada) e **Vivo** e **Danone** (0,9%, cada). Itaipava retorna após oito meses ausente e Lojas Marabraz e Danone, depois de alguns anos. Jequiti sobe um patamar e Vivo, por sua vez, perde 5,4 pontos percentuais e cai uma posição no ranking.



# Lembrança de marcas em propagandas na TV

Janeiro/ 2015



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

(\*\*) População paulistana 16 anos ou mais - 9.242.987 habitantes (Fonte: IBGE - CENSO 2010/ Estimativa 2014)

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.

# Lembrança de marcas em propagandas na TV

Janeiro/2015

## 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	13,7	14,0	13,4	8,7	11,7	10,7	25,3	12,9	14,9	10,5
Coca-Cola	6,5	8,2	5,1	8,5	6,2	8,7	2,3	7,5	6,3	2,7
Lojas Marabraz	4,7	4,2	5,1	0,8	5,4	1,3	11,8	3,7	5,4	5,1
Skol	4,7	5,9	3,7	5,6	6,2	3,3	3,3	6,2	3,8	2,7
Dolly	4,7	4,5	4,8	4,9	4,1	5,1	4,7	2,8	5,7	7,8
Omo	4,0	1,4	6,1	4,7	2,6	4,2	4,9	3,7	4,8	-
Extra	3,8	2,6	4,9	4,4	3,7	3,2	4,2	4,1	3,8	2,7
Chevrolet	3,5	4,0	3,1	2,3	5,6	2,6	2,7	5,9	1,6	2,7
Havaianas	3,4	3,8	3,1	2,3	3,4	5,7	1,7	3,5	3,5	2,5
Itaú	3,3	4,1	2,7	3,3	4,0	2,4	3,5	5,8	1,3	2,7
Jequiti	3,3	4,9	1,9	4,7	2,1	3,4	3,4	2,4	3,7	5,1
Não lembra	23,0	21,1	24,6	15,5	21,5	22,3	33,5	16,3	24,9	45,2
Não costuma assistir TV	1,5	2,0	1,2	1,5	2,0	1,6	0,8	1,1	1,3	5,3
Base: Total da amostra	608	278	330	132	196	159	121	286	284	38

(\*) 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?

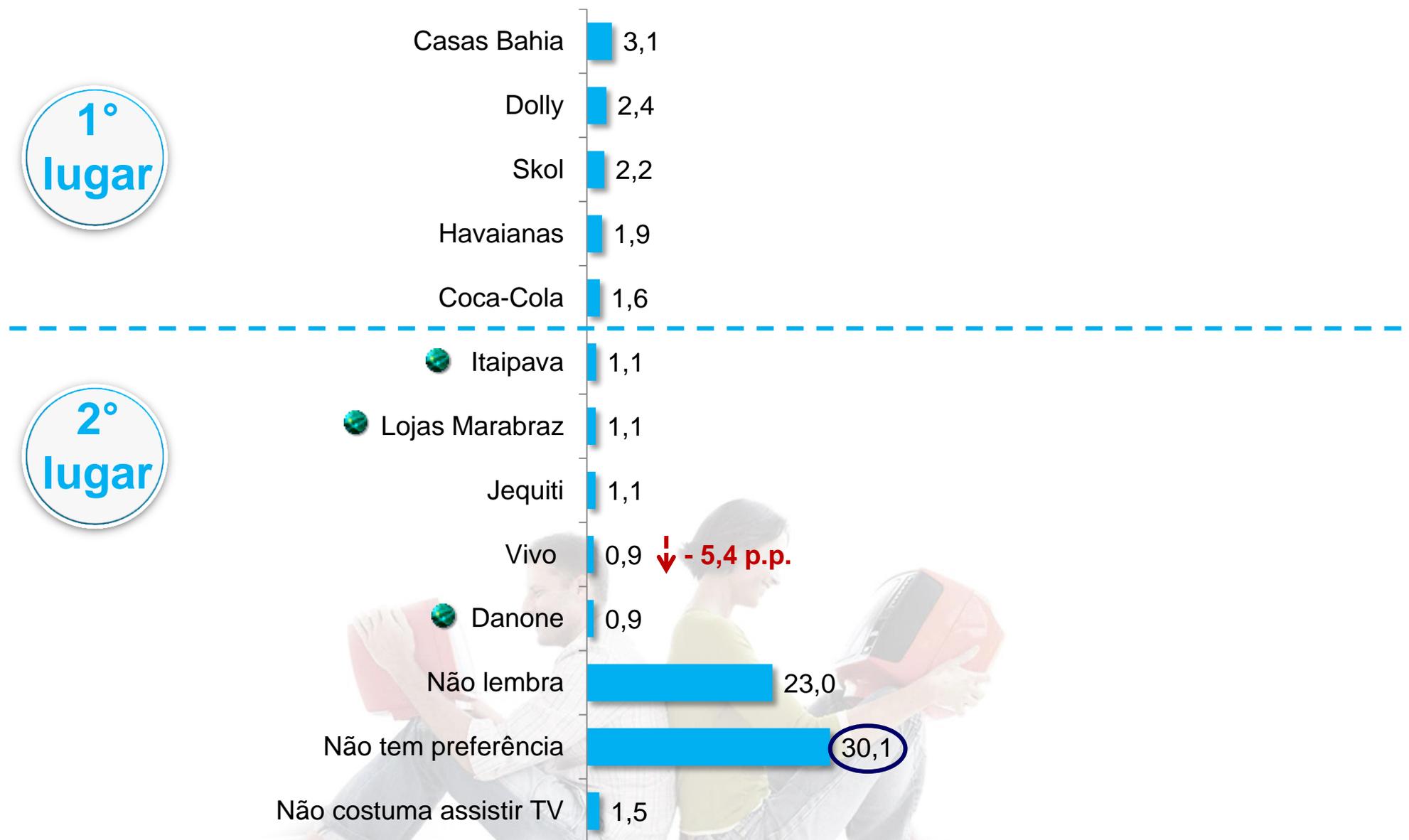
Base: Total da amostra – 608 entrevistas.

# Preferência de marcas em propagandas na TV

Janeiro/2015

## 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

Janeiro/2015

## 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	3,1	2,7	3,5	1,6	1,7	2,8	6,9	2,7	4,0	-
Dolly	2,4	2,2	2,6	0,8	2,0	3,8	2,9	1,4	2,4	7,8
Skol	2,2	3,8	0,8	1,6	4,0	1,1	1,4	3,2	1,7	-
Havaianas	1,9	1,5	2,2	1,5	3,0	1,7	0,8	2,4	1,3	2,5
Coca-Cola	1,6	2,0	1,3	3,4	0,6	2,6	-	2,1	1,5	-
Itaipava	1,1	2,5	-	-	0,4	0,7	4,0	1,4	1,1	-
Lojas Marabraz	1,1	1,2	1,0	-	1,7	-	2,7	0,8	1,1	2,7
Jequiti	1,1	1,9	0,4	2,6	0,6	0,7	0,8	0,8	1,1	2,5
Vivo	0,9	0,8	0,9	-	1,1	1,9	-	1,2	0,7	-
Danone	0,9	-	1,6	0,6	0,6	1,4	0,8	0,4	1,4	-
Não lembra	23,0	21,1	24,6	15,5	21,5	22,3	33,5	16,3	24,9	45,2
Não tem preferência	30,1	29,6	30,6	39,1	28,9	30,0	23,2	30,1	30,8	26,2
Não costuma assistir TV	1,5	2,0	1,2	1,5	2,0	1,6	,8	1,1	1,3	5,3
Base: Total da amostra	608	278	330	132	196	159	121	286	284	38

(\*) 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**  
INSTITUTO DE PESQUISAS



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