



TrintaSegundos

Datafolha
INSTITUTO DE PESQUISAS



Lembrança de Marcas em Propagandas na TV

Mês de referência: Fevereiro/ 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

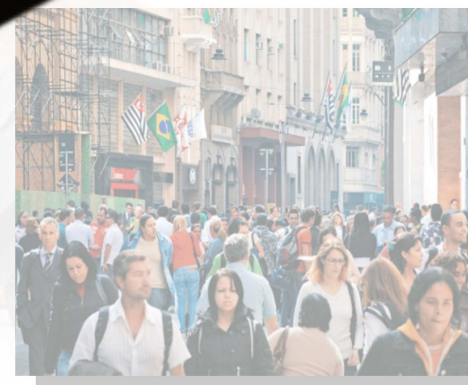
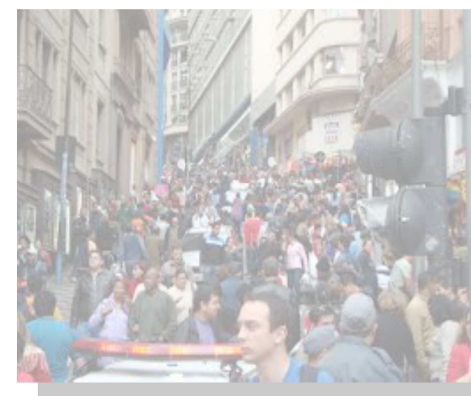
- As entrevistas foram distribuídas ao longo de todo o **mês de Fevereiro de 2015** (de segunda-feira a sábado), exceto Carnaval.
- A **checagem** (telefônica) cobriu no mínimo, **20%** do material de cada pesquisador.

Amostra e margem de erro

Foram realizadas **618 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	618	4 p.p.

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



Sobre o 30 segundos

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

Fevereiro/ 2015

Casas Bahia lidera o ranking e Friboi aparece pela primeira vez.

Em fevereiro, **Casas Bahia** (12,8%) se mantém em primeiro lugar isoladamente, assim como no mês anterior.

Na segunda posição, estão empatadas **Coca-Cola** (6,9%), **Vivo** (5,8%), **Omo** (4,7%), **Skol** (4,4%). Em relação à janeiro, Coca-Cola e Skol permanecem na mesma colocação, ao passo que Omo oscila positivamente e sobe um degrau do ranking. Vivo reaparece após curto período.

Em terceiro lugar, encontram-se **Itaipava** (4,3%), **Friboi** (4,2%), **Extra** e **Claro** (3,9%, cada) e **Lojas Marabraz** (3,8%). Em comparação com o mês passado, Extra permanece na mesma colocação, Lojas Marabraz desce um degrau, Claro retorna após breve ausência e Itaipava após um ano. O destaque fica por conta da Friboi que aparece pela primeira vez no ranking das mais lembradas. Vale registrar que no mês do Carnaval, a lembrança de marcas em propagandas na TV cresce: 86% declaram lembrar de pelo menos uma.



Com o slogan "Aqui tem confiança" e com a participação do ator Tony Ramos em várias peças publicitárias da campanha, Friboi estreia no ranking das mais lembradas.

Preferência de marcas em propagandas na TV

Fevereiro/ 2015

No mês do carnaval, há grande disputa pelo 1º lugar.

Em fevereiro, oito marcas encontram-se estatisticamente empatadas em primeiro lugar em preferência de propaganda na TV: **Vivo** (2,7%), **Coca-Cola** (2,5%), **Itaipava** (2,2%) **Casas Bahia** (2,0%), **Johnson & Johnson** e **Friboi** (1,8%, cada), **Havaianas** (1,4%), e **Ipiranga** (1,2%).

Em comparação com janeiro, Vivo e Itaipava sobem uma posição, enquanto Casas Bahia, Havaianas e Coca-Cola permanecem na mesma colocação. Ipiranga e Johnson & Johnson retornam depois de dois e seis meses, respectivamente e Friboi reaparece após dez meses fora da disputa.

Ocupando a segunda posição, estão **Dolly** (1,1%), **Samsung** e **Skol** (1,0% cada). Dolly e Skol caem um patamar e Samsung volta após ausência de cinco meses.



Lembrança de marcas em propagandas na TV

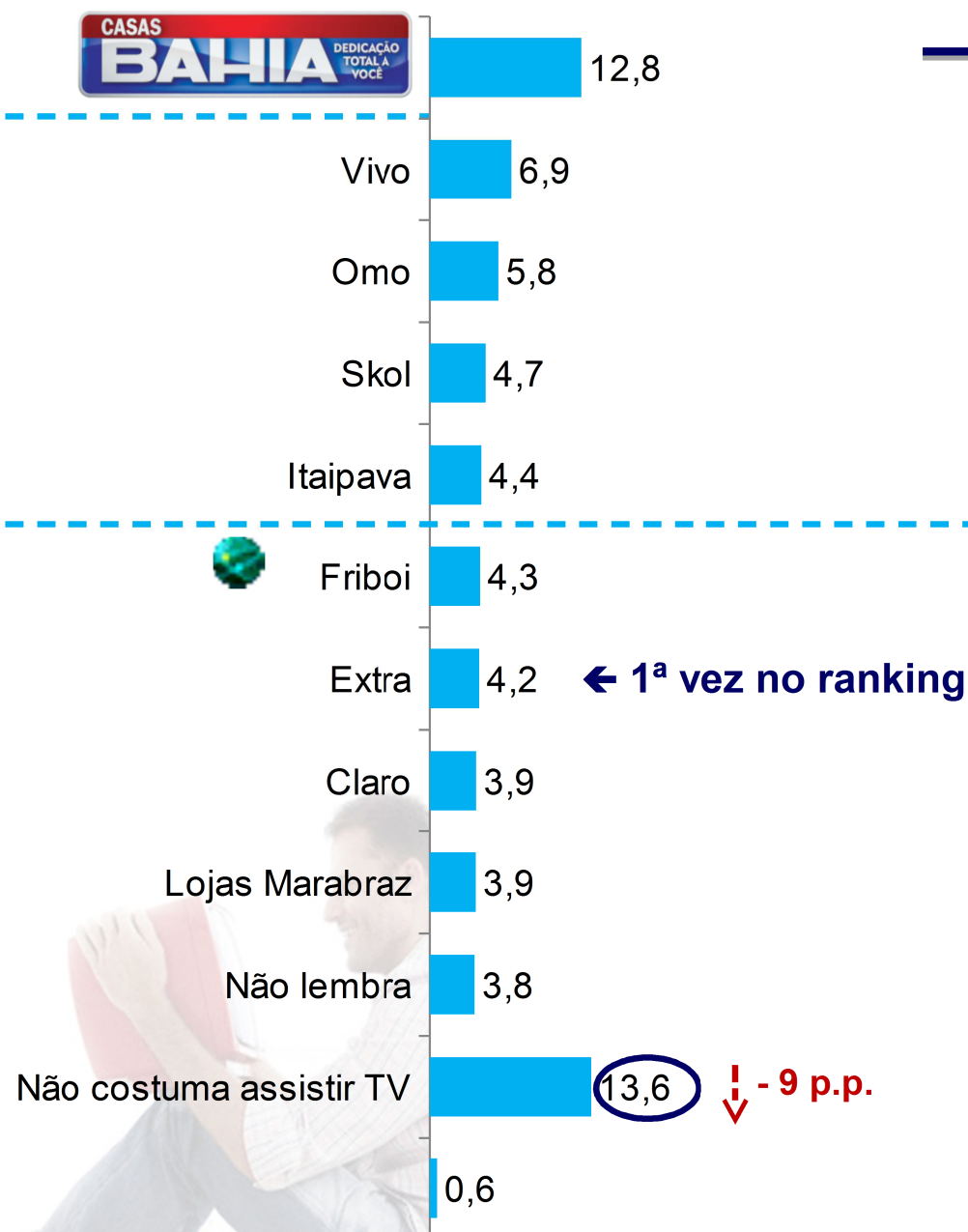
Fevereiro/ 2015

1º
lugar

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

2º
lugar

3º
lugar



Projeção (aproximada)** :
1,18 milhão pessoas

↕ ↗ 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 - 9.242.987 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 – 618 entrevistas.

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

Lembrança de marcas em propagandas na TV

Fevereiro/ 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		12,6	13,0	3,8	13,2	13,9	18,9	7,4	15,8	16,5
Coca-Cola	12,8	3,2	5,7	10,5	7,5	7,1	2,6	9,1	6,5	1,4
Vivo	6,9	5,9	5,7	4,1	7,9	7,5	2,4	9,4	4,2	1,4
Omo	5,8	1,7	7,9	3,2	4,9	4,9	5,7	5,4	4,9	1,6
Skol	4,7	5,7	3,2	6,1	4,5	4,4	2,5	5,2	4,7	-
Itaipava	4,4	4,5	4,0	3,8	5,6	4,6	2,5	7,2	2,7	1,6
Friboi	4,3	5,0	3,4	1,4	3,5	5,6	6,0	4,6	4,4	1,6
Extra	4,2	2,0	5,5	0,7	3,5	4,9	0,3	3,3	3,1	9,9
Claro	3,9	4,2	3,6	3,0	4,1	3,4	4,9	3,1	4,9	1,6
Lojas Marabraz	3,9	4,0	3,6	0,7	4,4	4,3	5,1	3,5	4,1	3,3
Não lembra	3,8	5,7	11,9	16,5	11,8	10,5	17,0	11,0	12,9	25,4
Não costuma assistir TV	13,6	0,6	0,7	-	1,4	-	0,8	0,6	0,8	-
Base: Total da amostra	618	289	329	130	206	155	127	283	272	63

(*) 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 – 618 entrevistas.



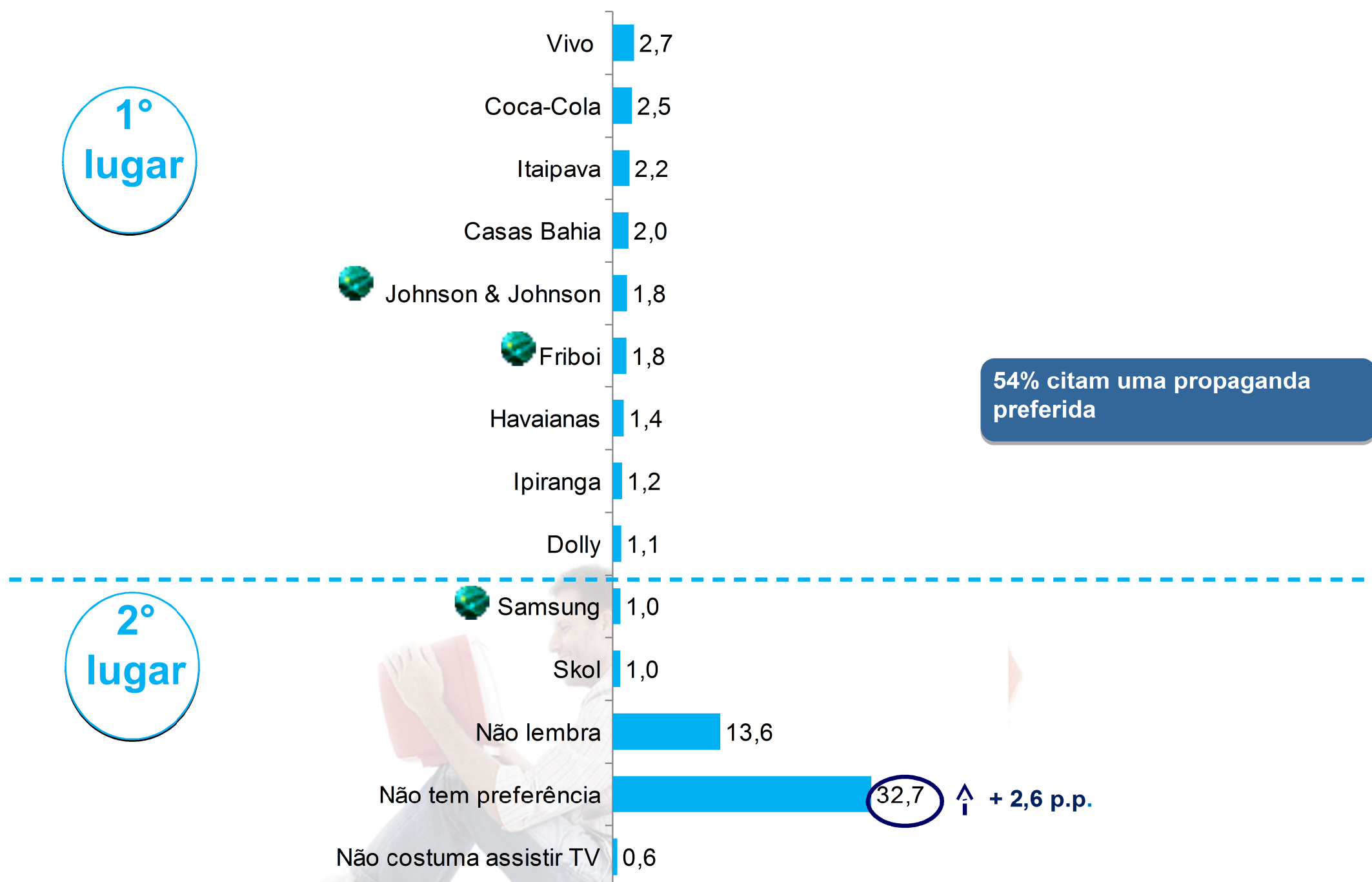
TrintaSegundos

Preferência de marcas em propagandas na TV

Fevereiro/ 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 – 618 entrevistas.

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

Preferência de marcas em propagandas na TV

Fevereiro/ 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
Vivo	2,7	2,8	2,7	2,1	4,8	3,1	-	5,0	1,7	-
Coca-Cola	2,5	2,7	2,3	6,3	1,1	1,5	2,0	2,8	2,8	-
Itaipava	2,2	2,2	2,1	9,8	1,3	3,0	1,1	4,5	,9	-
Casas Bahia	2,0	,9	3,0	-	-	4,0	4,6		2,8	4,9
Johnson & Johnson	1,8	1,6	2,0	-	1,2	2,7	3,4	,7	2,7	1,4
Friboi	1,8	1,3	2,1	1,4	,3	1,7	4,1	2,1	1,5	1,6
Havaianas	1,4	1,0	1,8	2,2	1,5	1,1	,9	1,9	1,1	1,4
Ipiranga	1,2	2,0	,6	,7	,8	1,3	2,1	1,3	,7	3,3
Dolly	1,1	,6	1,5	-	1,3	1,3	1,6	1,3	1,2	-
Samsung	1,0	2,0	,2	2,6	,8	,5	,6	2,2	,4	-
Skol	1,0	1,4	0,6	0,7	-	2,1	1,4	0,7	1,4	-
Não lembra	13,6	15,7	11,9	16,5	11,8	10,5	17,0	11,0	12,9	25,4
Não tem preferência	32,7	31,0	34,2	31,0	36,1	28,3	34,3	28,1	34,6	39,5
Não costuma assistir TV	0,6	0,5	0,7	-	1,4	-	0,8	0,6	0,8	-
Base: Total da amostra	618	289	329	130	206	155	127	283	272	63

(*) 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 – 618 entrevistas.



TrintaSegundos

Datafolha
INSTITUTO DE PESQUISAS



www.datafolha.com.br