



TrintaSegundos

Datafolha

INSTITUTO DE PESQUISAS



Lembrança de Marcas em Propagandas na TV

Mês de referência: Março/ 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, Cens. 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

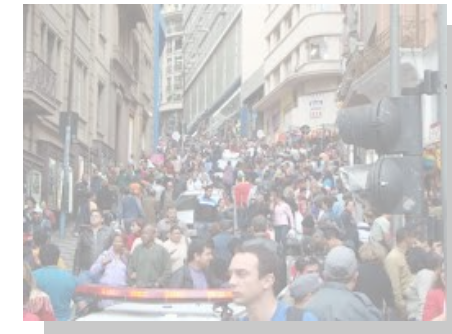
- As entrevistas foram distribuídas ao longo de todo o **mês de Março de 2015** (de segunda-feira a sábado).
- A **checagem** (telefônica) cobriu no mínimo, **20%** do material de cada pesquisador.

Amostra e margem de erro

Foram realizadas **629 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	629	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

Março/ 2015

OLX marca presença pela primeira vez no ranking das mais lembradas.

Em março, **Coca-Cola** (9,1%) e **Dolly** (7,1%) dividem o primeiro lugar juntamente com **Casas Bahia** (9,2%). Casas Bahia oscila negativamente e perde a liderança isolada no ranking, após ocupá-la por dois meses consecutivos. Coca-Cola ganha uma posição na disputa e Dolly reaparece após breve período ausente.

A segunda posição é ocupada por sete marcas tecnicamente empatadas: **OLX** e **Itaipava** (5,5%, cada), **Vivo** (4,7%), **Omo** e **Fiat** (4,2%, cada), **Extra** (3,9%) e **Samsung** (3,8%). Em relação a fevereiro, Vivo e Omo permanecem na mesma colocação, enquanto que Extra e Itaipava sobem um degrau. Fiat e Samsung reaparecem após dois meses de ausência.

A novidade fica por conta de OLX, que apesar de já figurar no ranking das marcas preferidas, neste mês aparece pela primeira vez no rol das mais lembradas.



A nova campanha da OLX faz uma paródia do funk "Rap da Felicidade". Na peça publicitária, um idoso fotografa com o celular uma bicicleta, e mostra a facilidade em anunciar em classificados online, por meio de um aplicativo para smartphones.

Preferência de marcas em propagandas na TV

Março/ 2015

OLX, Vivo e Dolly dividem a liderança das preferidas.

Em março, **OLX** (4,2%), **Vivo** (2,4%) e **Dolly** (2,3%) ocupam o primeiro lugar no ranking de preferência de propagandas na TV.

Comparando com o mês anterior, Vivo e Dolly seguem na mesma colocação. Já OLX reaparece após ausência de dois meses.

Em segundo lugar, sete marcas estão estatisticamente empatadas: **Coca-Cola** (2,1%), **Fiat** (1,7%), **Itaipava** (1,6%), **Casas Bahia** (1,6%), **Skol** (1,1%), **Samsung** e **Dove** (1,0% cada). Em comparação com fevereiro, Samsung é a única que permanece no mesmo patamar, enquanto Coca-Cola, Itaipava e Casas Bahia oscilam negativamente e caem um degrau. Skol e Fiat retornam após um e dois meses de ausência, respectivamente. Dove destaca-se voltando à disputa depois de sete anos ausente.



Lembrança de marcas em propagandas na TV

Março/ 2015

1º
lugar

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



9,2 ↓ 3,6 p.p.

Projeção (aproximada)** :
850 mil pessoas

Dolly 9,1

OLX 7,1

Itaipava 5,5 ← 1ª vez no ranking

Vivo 5,5

Omo 4,7

Fiat 4,2

Extra 4,2

Samsung 3,9

Não lembra 3,8

Não costuma assistir TV 13,8

0,9

2º
lugar

↓ ↑ 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 – 629 entrevistas.

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

Lembrança de marcas em propagandas na TV

Março/ 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	9,2	3,3	9,8	9,9	8,2	7,2	12,2	5,9	9,5	20,0
Coca-Cola	9,1	1,2	7,3	10,0	12,1	9,8	2,4	11,0	8,3	5,5
Dolly	7,1	3,2	7,8	6,5	5,7	9,2	7,3	4,9	7,7	12,7
OLX	5,5	5,1	5,8	5,1	6,6	6,5	2,9	6,7	4,9	3,6
Itaipava	5,5	7,3	3,9	4,4	4,6	8,1	4,8	6,1	4,9	5,5
Vivo	4,7	4,0	5,3	2,2	5,1	6,4	4,6	7,0	3,1	3,6
Omo	4,2	1,7	6,3	2,2	4,1	5,6	4,8	3,8	4,6	3,6
Fiat	3,9	5,3	3,2	5,6	4,8	4,3	1,4	5,8	3,7	-
Extra	3,8	1,4	6,0	2,9	3,8	5,1	3,8	2,5	5,8	-
Samsung	13,8	5,8	2,2	5,2	6,3	1,1	1,7	4,0	3,4	5,5
Não lembra	0,9	6,9	11,2	7,1	14,3	11,7	22,4	12,3	14,5	16,4
Não costuma assistir TV		1,3	0,6	1,3	1,4	0,6	-	0,7	1,2	-
Base: Total da amostra	629	289	340	137	209	155	128	249	325	55

(*) 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?

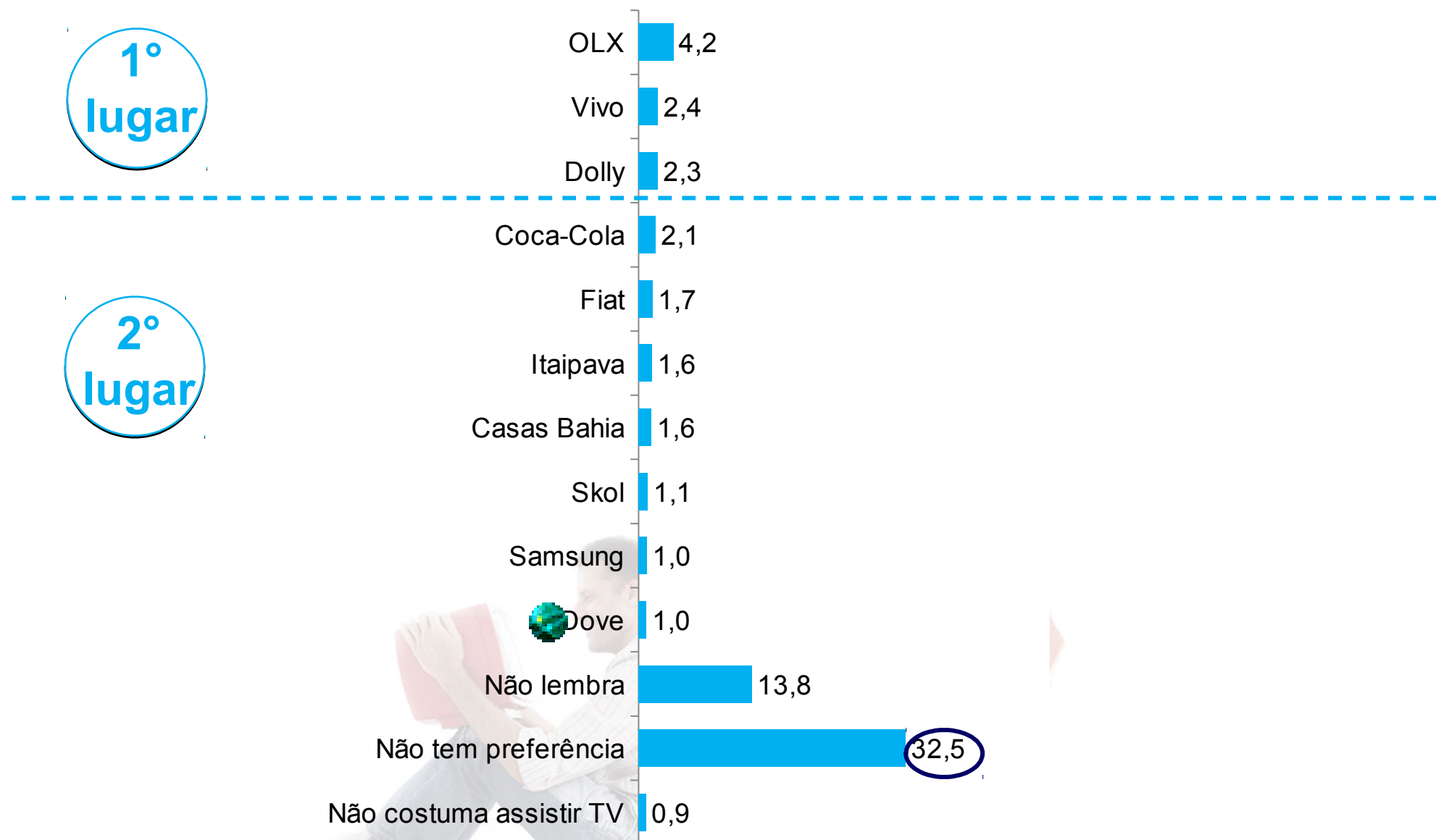
Base: Total da amostra – 629 entrevistas.

Preferência de marcas em propagandas na TV

Março/ 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 – 629 entrevistas.

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

Preferência de marcas em propagandas na TV

Março/ 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
OLX		3,8	4,6	2,3	4,6	6,5	2,9	5,5	3,7	1,8
Vivo	4,2	2,1	2,6	2,2	2,4	3,9	0,8	3,5	1,2	3,6
Dolly	2,4	2,1	2,6	3,6	0,5	2,9	3,3	1,2	1,5	10,9
Coca-Cola	2,3	2,8	1,4	5,0	2,4	0,6	-	2,0	2,2	4,8
Fiat	2,1	2,3	1,2	2,8	1,5	2,4	-	1,2	2,5	-
Itaipava	1,7	2,5	0,9	0,8	1,0	2,8	2,3	1,3	1,5	3,6
Casas Bahia	1,6	2,1	1,2	2,2	0,5	3,2	0,8	0,8	2,5	-
Skol	1,6	1,4	0,9	2,2	1,0	1,3	-	1,3	1,2	-
Samsung	1,1	1,1	1,0	1,5	2,1	-	-	0,8	0,6	3,6
Dove	1,0	-	1,8	-	2,0	-	1,6	0,4	1,2	1,8
Não lembra	13,8	16,9	11,2	7,1	14,3	11,7	22,4	12,3	14,5	16,4
Não tem preferência	32,5	28,9	35,5	26,4	34,1	32,3	36,6	33,3	32,9	27,3
Não costuma assistir TV	0,9	1,3	0,6	1,3	1,4	0,6	-	0,7	1,2	-
Base: Total da amostra	629	289	340	137	209	155	128	249	325	55

(*) 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 – 629 entrevistas.



TrintaSegundos

Datafolha
INSTITUTO DE PESQUISAS



www.datafolha.com.br