



TrintaSegundos

Datafolha

INSTITUTO DE PESQUISAS



Lembrança de Marcas em Propagandas na TV

Mês de referência: Junho/ 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

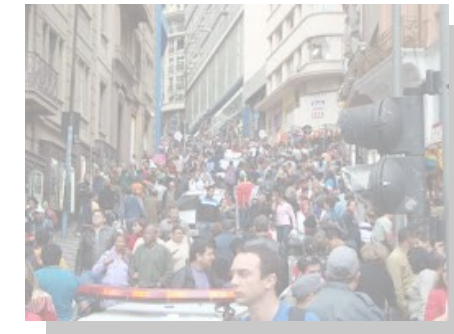
- As entrevistas foram distribuídas ao longo de todo o **mês de Junho de 2015** (de segunda-feira a sábado).
- A **checagem** (telefônica) cobriu no mínimo, **20%** do material de cada pesquisador.

Amostra e margem de erro

Foram realizadas **61 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	612	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

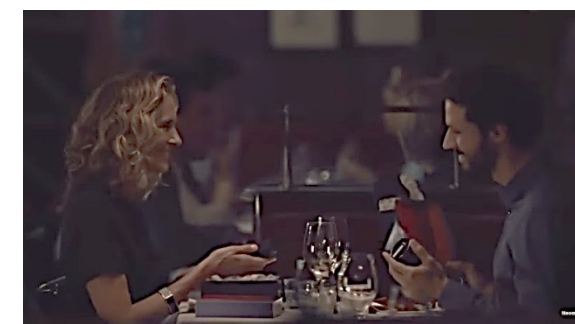
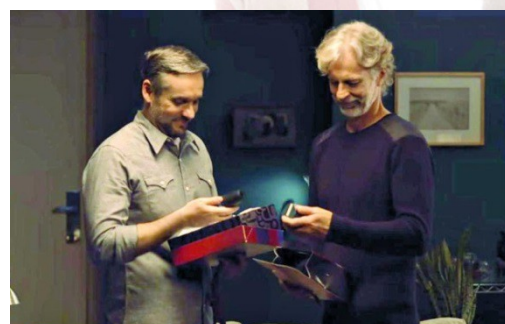
Junho/ 2015

Em junho, Boticário e Coca-Cola travam disputa com Casas Bahia.

No mês de junho, **Casas Bahia** (11,1%), **Boticário** (8,5%) e **Coca-Cola** (8,2%) aparecem empatadas estatisticamente em primeiro lugar no ranking de marcas mais lembradas em propagandas na TV. Casas Bahia está na liderança novamente. Boticário, após um ano distante da lembrança dos paulistanos, volta à disputa, seguida por Coca-Cola, que oscila positivamente e volta a ocupar o grupo das líderes.

Num segundo patamar, estão **Vivo** (7,3%) e **Itaipava** (6,5%). Vivo mantém o percentual, mas deixa a liderança, enquanto Itaipava ganha pontos e se mantém na mesma colocação.

Em terceiro, figuram **Omo** (4,3%), **Seara** (4,2%), **Itaú** (4,1%), **Fiat** (3,9%) e **Jequití** (3,7). Enquanto Itaú e Jequití perdem posições, Seara volta à corrida após cinco levantamentos ausente e Omo e Fiat depois de poucos meses.



Campanha relacionada ao Dia dos Namorados coloca **Boticário** na disputa. Há maior lembrança entre as mulheres, os mais jovens e entre os pertencentes às classes A/B.

Preferência de marcas em propagandas na TV

Junho/ 2015

No mês do Dia dos Namorados, Boticário aparece entre as líderes em preferência.

Boticário (5,2%) ganha pontos e vai da terceira para a primeira colocação, dividindo a liderança com **Itaipava** (3,2%), que sobe um degrau, e **Vivo** (3,1) que se mantém no mesmo patamar.

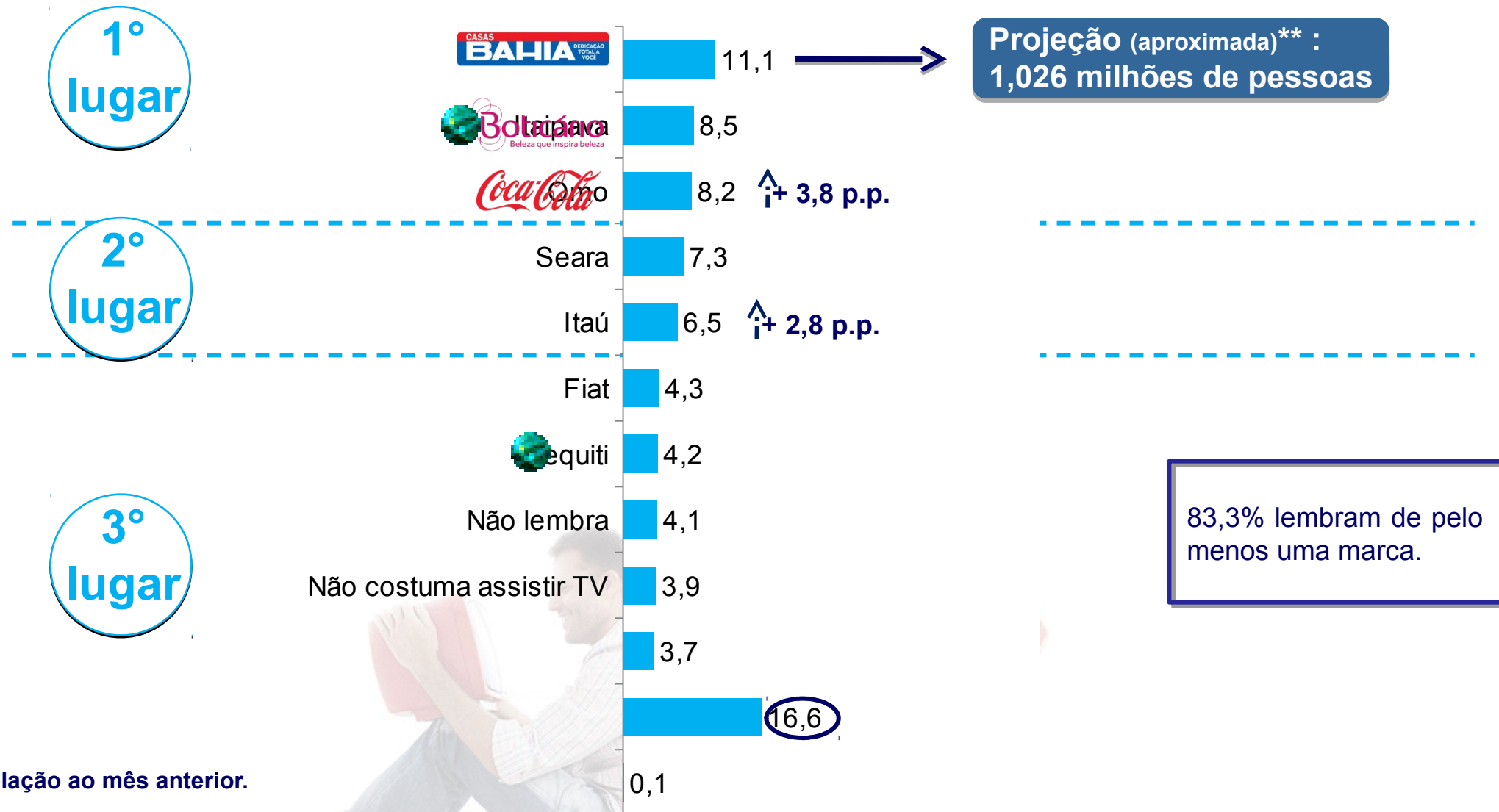
A segunda posição é ocupada por **Casas Bahia** (2,0%), **Jequiti** (1,9%), **Coca-Cola** (1,8%), **Itaú** (1,5%), **Parmalat** e **Vigor** (1,4 cada) e **Havaianas**, **OLX** e **Fiat** (1,3% cada). Casas Bahia, Parmalat e Havaianas conservam a colocação, Coca-Cola e Itaú sobem um degrau, enquanto OLX perde pontos e o primeiro lugar. Pela primeira vez, Vigor aparece entre as mais preferidas, enquanto Fiat e Jequiti retornam a após curta ausência.



Lembrança de marcas em propagandas na TV

Junho/ 2015

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



↓ ↑ 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 – 612 entrevistas.

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

Lembrança de marcas em propagandas na TV

Junho/ 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	11,1	4,8	7,9	7,4	10,1	11,3	15,8	8,9	12,6	11,7
Boticário	8,5	3,4	12,8	12,8	7,4	8,2	6,2	12,1	7,0	2,8
Coca-Cola	8,2	7,1	9,2	13,4	8,3	7,9	3,6	11,4	7,3	1,4
Vivo	7,3	3,0	5,7	6,4	5,5	9,6	8,0	7,3	6,5	10,6
Itaipava	6,5	0,5	3,3	6,6	6,6	6,9	5,9	5,2	7,1	8,7
Omo	4,3	2,1	6,2	1,4	6,1	5,6	3,2	4,9	4,5	2,0
Seara	4,2	2,7	5,4	2,0	4,1	6,2	4,2	3,6	4,8	3,4
Itaú	4,1	3,9	4,3	5,0	2,8	5,5	3,8	5,5	3,3	3,4
Fiat	3,9	5,0	3,0	2,7	5,8	4,5	1,7	3,8	3,4	6,7
Jequití	16,6	3,2	4,2	4,1	2,8	4,1	4,3	2,5	5,1	2,0
Não lembra	0,1	5,9	17,2	9,7	13,4	13,9	30,7	10,5	17,8	31,6
Não costuma assistir TV	-	-	0,3	0,7	-	-	-	-	0,3	-
Base: Total da amostra	612	282	330	135	205	149	123	231	324	57

(*) 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?

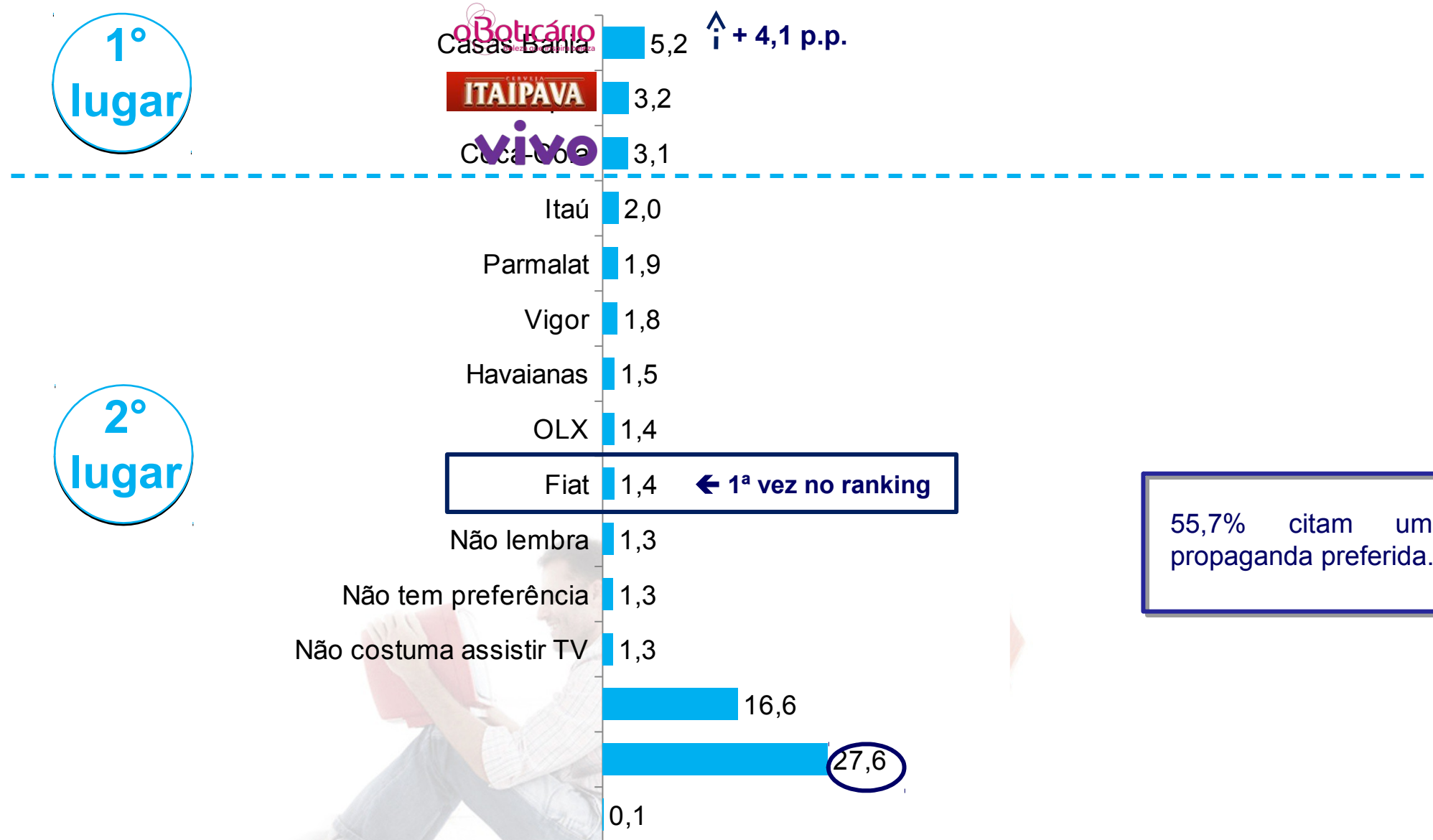
Base: Total da amostra – 612 entrevistas.

Preferência de marcas em propagandas na TV

Junho/ 2015

Ranking das 10 primeiras*

(Espontânea e única, em %)



55,7% citam uma propaganda preferida.

(*) 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 – 612 entrevistas.

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

Preferência de marcas em propagandas na TV

Junho/ 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
Boticário		2,1	7,8	7,9	4,4	7,1	1,6	7,6	3,8	2,8
Itaipava	5,2	5,3	1,4	2,7	3,6	3,3	2,9	2,7	3,4	3,9
Vivo	3,2	9,9	2,4	2,0	2,5	4,4	3,5	2,6	2,2	8,7
Casas Bahia	3,1	2,3	1,7	1,3	1,3	2,6	2,8	0,5	2,6	3,9
Jequití	2,0	0,8	2,8	2,0	0,4	2,2	3,4	0,9	2,5	2,0
Coca-Cola	1,9	1,4	2,2	3,0	2,2	1,1	0,9	2,2	1,9	-
Itaú	1,5	0,6	2,2	1,4	1,1	0,8	2,9	3,0	0,7	-
Parmalat	1,4	0,4	2,3	-	2,7	1,6	0,7	1,7	1,5	-
Vigor	1,4	0,3	2,4	3,8	-	2,0	0,7	0,9	1,5	2,8
Havaianas	1,3	0,6	1,9	3,1	1,1	-	1,6	1,8	0,9	1,4
OLX	1,3	1,6	1,1	1,4	1,7	1,8	-	1,2	1,4	1,4
Fiat	16,6	1,2	1,3	0,7	1,3	2,1	1,0	0,5	1,4	3,4
Não lembra	27,6	15,9	17,2	9,7	13,4	13,9	30,7	10,5	17,8	31,6
Não tem preferência	0,1	29,7	25,8	33,3	29,3	25,7	21,9	25,9	30,0	22,7
Não costuma assistir TV		-	0,3	0,7	-	-	-	-	0,3	-
Base: Total da amostra	612	282	330	135	205	149	123	231	324	57

(*) 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 – 612 entrevistas.



TrintaSegundos



TrintaSegundos

Datafolha
INSTITUTO DE PESQUISAS



www.datafolha.com.br