



TrintaSegundos

Datafolha

INSTITUTO DE PESQUISAS



Lembrança de Marcas em Propagandas na TV

Mês de referência: Novembro/ 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 2015.



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 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 **623 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	624	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

Novembro/ 2015

Ariel retorna ao ranking de lembrança, após três anos fora da disputa.

Coca-Cola (7,3%), **Casas Bahia** (6,9%), **Vivo** (6,4%) e **Itaipava** (4,9%), ocupam a primeira colocação no ranking de propagandas mais lembradas pelos paulistanos no mês de novembro. Casas Bahia, permanece na mesma posição em relação ao mês anterior, enquanto Coca-Cola e Vivo oscilam positivamente e sobem um degrau e Itaipava volta a figurar após ausência de um mês.

Seis marcas dividem o segundo lugar: **Ariel** (4,4%) **Samsung**, **Volkswagen** e **Seara** (3,9% cada), **Havaianas** e **Tim** (3,4% cada). Em comparação com outubro, Tim mantém colocação e Seara, com variação negativa, cai um degrau no ranking. Retornam à lembrança dos paulistanos: Samsung após dois meses, Havaianas após nove meses e Volkswagen depois de mais de um ano.

A novidade fica por conta de Ariel, que reaparece, após mais de três anos ausente.



Volta da promoção “Avião do Faustão”, recoloca Ariel no ranking de lembranças, após longa ausência.

Preferência de marcas em propagandas na TV

Novembro/ 2015

Seis marcas dividem a preferência dos paulistanos em propagandas na TV.

Em novembro, **Vivo** (3,3%), **Itaipava** (3,0%), **Coca-Cola** e **Ipiranga** (1,9% cada), **Havaianas** e **Dolly** (1,6% cada), empatadas estatisticamente, dividem a primeira colocação no ranking de preferência. Em relação a outubro cinco delas, Vivo, Coca-Cola, Ipiranga, Havaianas e Dolly, mantêm-se na liderança. Já Itaipava volta a figurar na disputa após curta ausência de um mês.

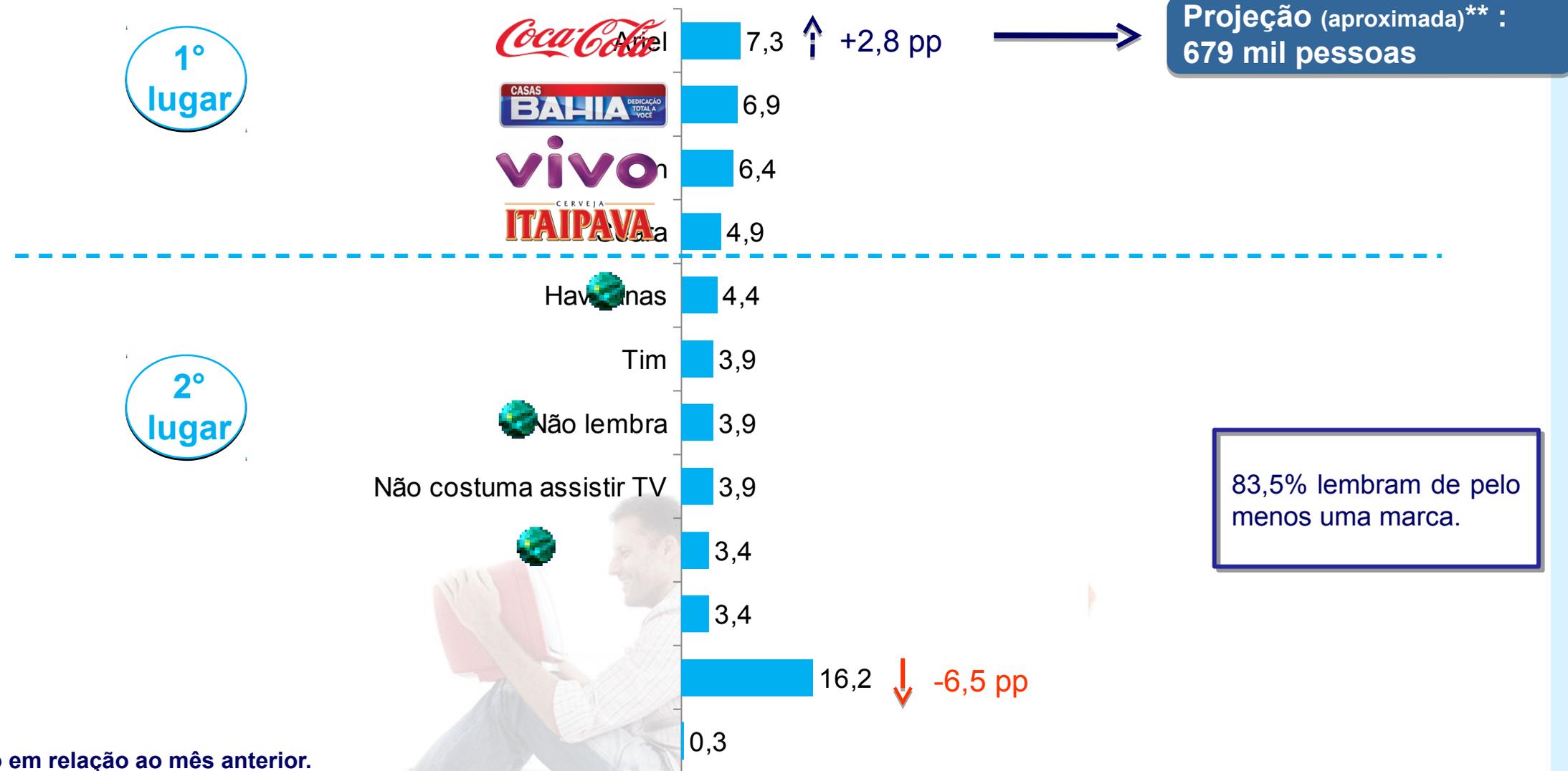
Na segunda colocação encontram-se **Casas Bahia** (1,4%), **OLX**, **Volkswagen** e **Boticário** (1,3% cada). Casas Bahia e Boticário perdem uma posição em relação ao mês passado, enquanto OLX e Volkswagen reaparecem após quatro e três meses respectivamente.



Lembrança de marcas em propagandas na TV

Novembro/ 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 – 9.298.878 habitantes (Fonte: IBGE - CENSO 2010/ Estimativa 2015)

Pergunta: Quais marcas você lembra de ter visto em propagandas na TV recentemente? Quais outras?

Base: Total da amostra – 624 entrevistas.

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

Lembrança de marcas em propagandas na TV

Novembro/ 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
Coca-Cola	7,3	9,4	5,5	9,1	9,2	6,4	3,6	10,5	5,9	2,2
Casas Bahia	6,9	8,1	5,9	4,2	6,7	8,0	8,7	5,8	7,4	8,5
Vivo	6,4	4,1	8,4	5,5	5,7	8,1	6,7	6,0	7,7	2,2
Itaipava	4,9	7,7	2,5	2,2	4,9	8,2	3,8	5,0	5,4	2,1
Ariel	4,4	2,3	6,2	2,3	4,5	6,3	4,2	5,9	3,8	2,1
Samsung	3,9	6,4	1,7	5,1	4,5	3,9	1,9	2,9	5,1	2,2
Volkswagen	3,9	6,7	1,5	2,3	3,7	5,1	4,3	3,9	4,6	-
Seara	3,9	2,5	5,0	2,7	3,4	5,3	4,0	3,5	4,1	4,2
Havaianas	3,4	2,8	4,0	6,3	4,5	1,2	1,5	4,2	3,1	2,1
Tim	3,4	2,4	4,2	2,6	3,6	2,0	5,3	4,7	2,6	2,2
Não lembra	16,2	15,9	16,4	16,0	12,9	11,9	26,3	9,0	17,1	38,5
Não costuma assistir TV	0,3	-	0,5	0,6	0,4	-	-	0,7	-	-
Base: Total da amostra	624	285	339	137	211	149	127	281	296	47

(*) 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?

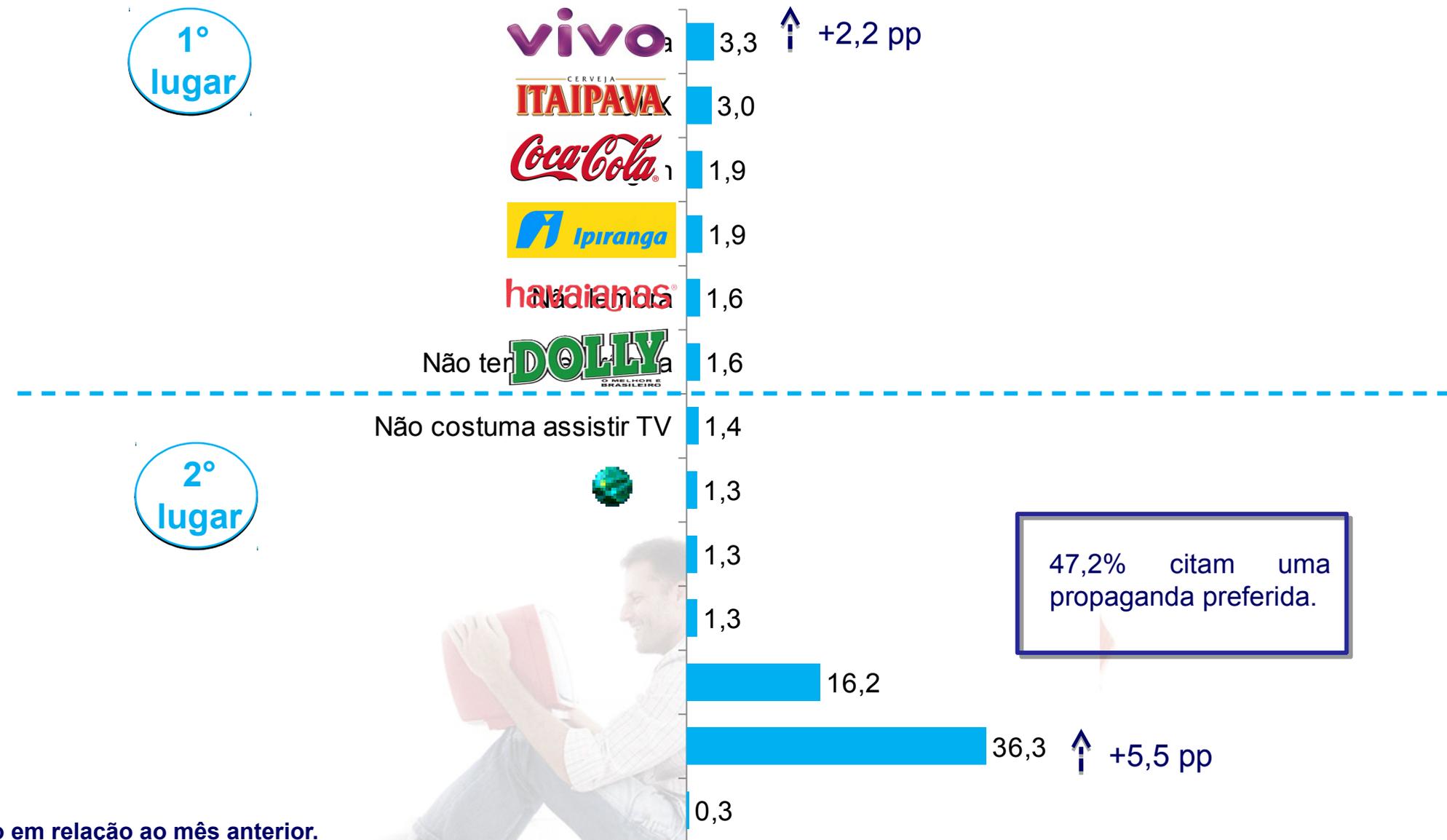
Base: Total da amostra – 624 entrevistas.

Preferência de marcas em propagandas na TV

Novembro/ 2015

Ranking das 10 primeiras*

(Espontânea e única, em %)



↓ ↑ Comparativo em relação ao mês anterior.

(*) 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 – 624 entrevistas.

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

Preferência de marcas em propagandas na TV

Novembro/ 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		1,4	4,9	2,2	1,8	6,1	3,5	3,9	3,0	2,2
Itaipava	3,3	5,5	0,9	2,2	2,5	5,6	1,4	3,9	2,4	2,1
Coca-Cola	3,0	2,5	1,4	3,0	2,5	1,1	0,7	3,5	1,0	-
Ipiranga	1,9	3,5	0,5	-	0,9	2,4	4,8	2,5	1,4	2,2
Havaianas	1,6	1,3	1,9	4,6	1,0	0,6	0,8	2,4	1,3	-
Dolly	1,6	1,5	1,7	0,8	2,1	-	3,4	0,7	1,7	4,2
Casas Bahia	1,4	2,0	0,9	-	1,0	2,2	2,4	0,8	1,7	2,2
OLX	1,3	1,4	1,1	1,4	0,9	1,8	1,1	1,4	1,0	2,2
Volkswagen	1,3	2,0	0,6	0,7	1,4	1,9	0,8	1,1	1,7	-
Boticário	16,2	0,3	2,1	-	2,8	0,7	0,7	1,0	1,7	-
Não lembra	36,3	15,9	16,4	16,0	12,9	11,9	26,3	9,0	17,1	38,5
Não tem preferência	0,3	34,8	37,6	35,7	40,6	32,4	34,7	35,1	39,1	27,6
Não costuma assistir TV		-	0,5	0,6	0,4	-	-	0,7	-	-
Base: Total da amostra	624	285	339	137	211	149	127	281	296	47

(*) 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 – 624 entrevistas.



TrintaSegundos

Datafolha
INSTITUTO DE PESQUISAS



www.datafolha.com.br