

Patrocinadores

Big Brother mais Brasil lembrados

Veja como a lembrança das marcas patrocinadoras evoluiu do início ao fim da 24ª edição do programa

Datafolha
INSTITUTO DE PESQUISAS

O Datafolha foi às ruas perguntar as marcas mais lembradas pelos espectadores da 24ª edição do Big Brother Brasil ao início e fim do programa

33%

assistem ao programa

Eram 35% (FEV)



arraste para o lado e veja a evolução das marcas mais lembradas pelo público

Na 1ª onda da pesquisa (FEV), o Datafolha ouviu **2.013 brasileiros** de **29/01 a 03/02 de 2024**. Na 2ª onda (ABR), foram ouvidos **2.008 brasileiros** entre os dias **08 e 11/04 de 2024**. As pesquisas foram realizadas em **113 municípios**, incluindo capitais e cidades do interior. Os dados são **representativos da população brasileira**, contemplando todas as classes sociais.

A margem de erro para o total da amostra é de **2 p.p.** para mais ou para menos

Datafolha
INSTITUTO DE PESQUISAS



*As marcas **Americanas** e **PicPay** aparecem como lembranças residuais de edições passadas, mostrando que, mesmo passado mais de um ano de patrocínio do programa, continuam na mente dos espectadores

Não lembram: 44% (FEV) | 34% (ABR)

Quer saber mais?

**Faça como nossos
clientes e descubra
como as soluções do
Datafolha podem
impulsionar a sua
marca!**

Entre em contato com a nossa equipe comercial:

 datafolha@datafolha.com.br

 datafolha.folha.uol.com.br

 **(11) 94150 7099**

Datafolha
INSTITUTO DE PESQUISAS