

ENTRETENIMENTO 2014



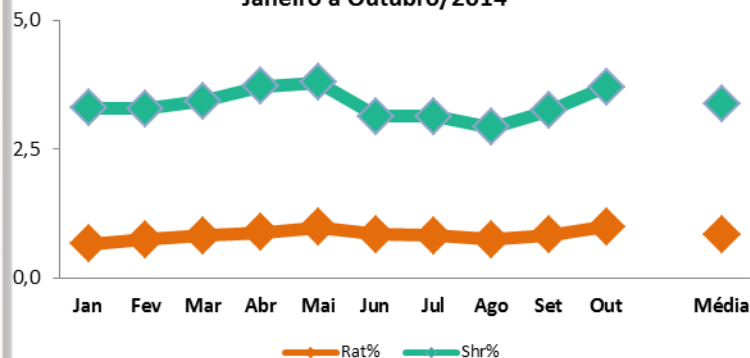
Pesquisa de Mídia – PNT e GSP
Outubro/2014



Dados de Pesquisa - Nacional

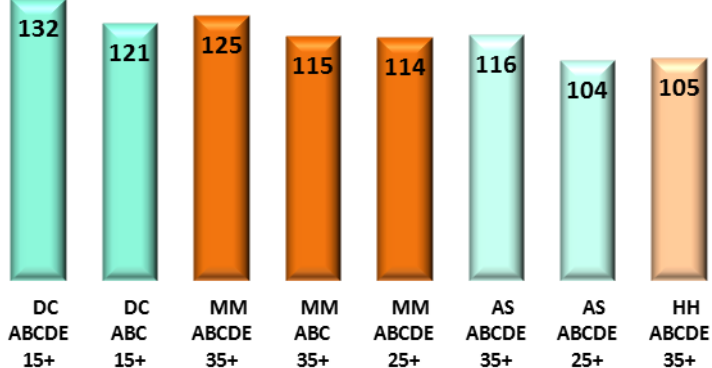


Evolução de Audiência Domiciliar%
Janeiro a Outubro/2014



610 mil telespectadores/dia¹

Afinidade%



Audiência

- Visto por cerca de 610 mil telespectadores/dia¹.

Perfil

- Perfil adulto e qualificado: **58% mulheres, 65% acima dos 25 anos e 79% entre as classes sociais ABC.**

Afinidade

- Afinidade em diversos targets e classes sociais entre mulheres, donas de casa e ambos os sexos.

Comportamento e Consumo

72% das telespectadoras que assistem à TV Band na faixa horária matutina² fazem compras pessoais, sendo 52% em shopping e 48% em lojas de rua.

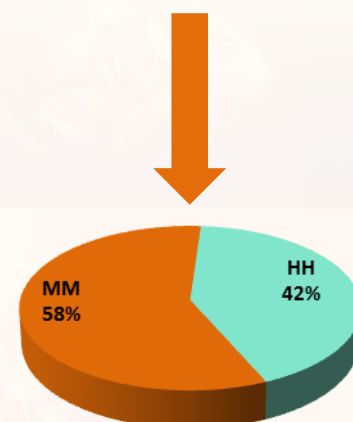
➤ 52% gostam de produtos que facilitem seu dia a dia.

❖ Produtos de limpeza que utilizam:

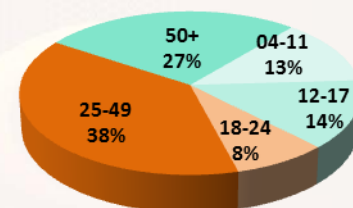
- 97% sabão/detergente para roupas e 88% amaciante;
- 92% esponja de limpeza;
- 90% detergente para louças;
- 85% desinfetantes e 84% água sanitária;
- 88% limpadores multi-uso, 61% para cozinha e 66% para banheiro;
- 54% inseticidas.

Perfil

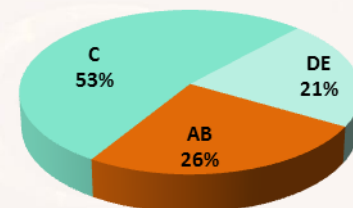
58% mulheres
65% acima dos 25 anos
79% classes ABC



Sexo%



Idade%



Classe%

Fontes: IBOPE Media Workstation PNT – Jan a Out/2014 /1. Projeção cobertura Band Nacional (média domiciliar: 3% share e 1% audiência / dados com base na faixa horária de exibição tabela vigente)

IBOPE Target Group Index BrY15w1+w2 (Ago13-Ago14) V1.0 – Pessoas – Filtro: Telespectadores TV Band /Índice de penetração: Porcentagem de telespectadores do target selecionado com relação ao total do universo /2. Target: Mulheres ABC 25+ que assistiram à TV Band nos últimos 7 dias de segunda a sexta das 09h00 às 09h59.

ENTRETENIMENTO 2014

band.com.br



Dados de Pesquisa – Gde São Paulo



Audiência

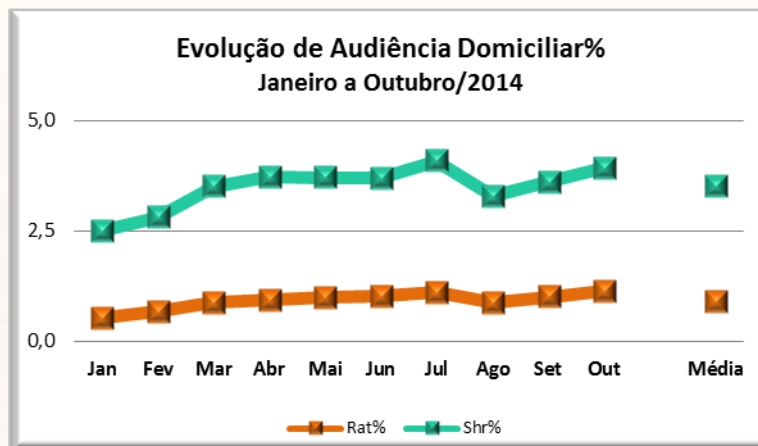
- Visto por mais de 69 mil telespectadores/dia.

Perfil

- Perfil adulto e qualificado: **57% mulheres**, **71% acima dos 25 anos** e **87% entre as classes sociais ABC**.

Afinidade

- Altos índices de afinidade entre as donas de casa, mulheres e ambos os sexos.



Comportamento e Consumo

Na Grande São Paulo, **97% das telespectadoras adultas que assistem à TV Band no período da manhã¹**, consideram que **é importante estarem bem informadas** e **82% recorrem à TV para se informar**.

❖ Opiniões e atitudes:

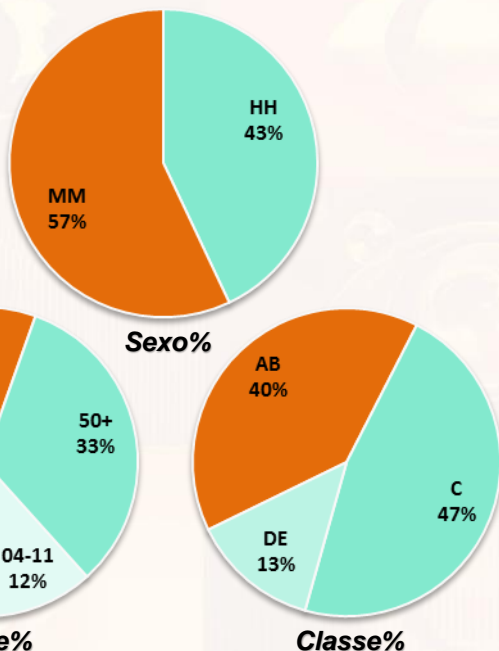
- 63% procuram preços baixos nas compras;**
- 55% pagariam qualquer preço por sua saúde;**
- 48% costuma ler as informações nos rótulos dos produtos;**
- 43% tem prazer em receber pessoas em casa;**
- 42% sempre procuram as marcas nas embalagens;**

❖ Produtos de higiene que consumiram nos últimos 12 meses:

- 98% shampoo e 86% condicionador;**
- 82% fio dental e 61% enxágue bucal;**
- 81% tintura para cabelo;**
- 75% cremes para mãos;**
- 66% protetor solar.**

Perfil

57% mulheres
71% acima dos 25 anos
87% classes ABC



Mais de 69 mil telespectadores/dia

