



ENTRETENIMENTO 2014

POLICIA 24^H

Pesquisa de Mídia – PNT e GSP
Junho/2014

band.com.br



Evolução de Audiência Domiciliar%

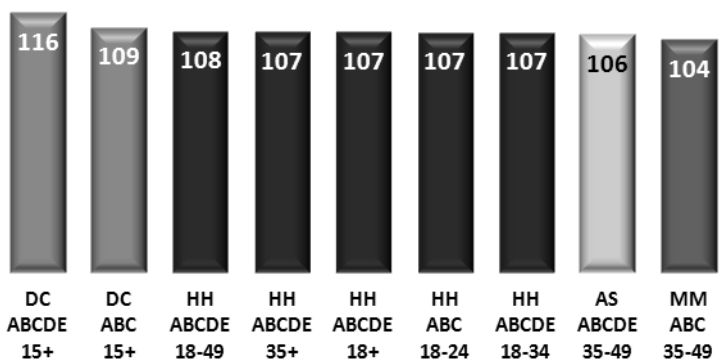
Março a Junho 2014

■ Rat% ■ Shr%



Mais de 2,1 milhões de telespectadores/dia¹

Afinidade%



Audiência

- Dados Domiciliar: **7% de share, 3% de audiência com picos de 5 pontos.**

Perfil

- Perfil adulto e qualificado: **64% acima dos 25 anos e 84% entre as classes sociais ABC.**

Afinidade

- Afinidade em diversos targets e classes sociais, principalmente entre o público jovem de 18 a 34 anos.

Comportamento

Os telespectadores que assistem à **TV Band** na faixa horária noturna², no target AS ABC 18 a 34 anos, declararam que nos últimos 12 meses:

- **78% fizeram compras pessoais;**
- **76% compraram vestuário masculino e feminino (acessórios);**
- 64% chinelos, sandálias e 50% tênis, calçados esportivos;
- 52% jeans;
- 39% preservativos.

❖ Produtos financeiros que possuem:

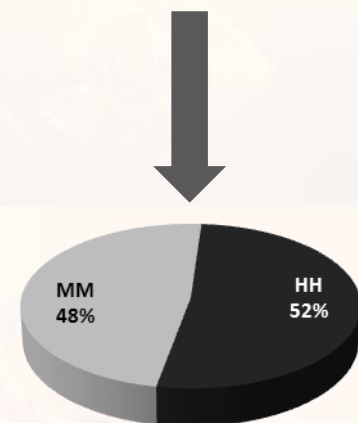
- 82% cartão bancário e 74% cartão de débito;
- 76% conta corrente e 61% conta poupança.

❖ Opiniões e atitudes:

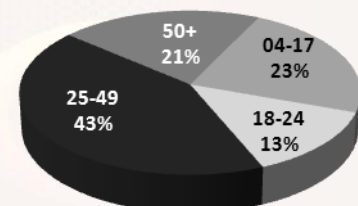
- **85% acreditam que deve-se aproveitar as oportunidades quando surgem na vida;**
- 41% disseram que pedem a opinião de outras pessoas antes de comprar algum artigo novo.

Perfil

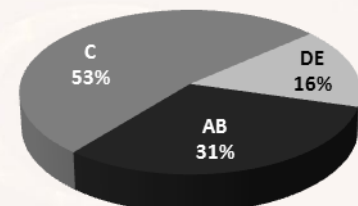
64% acima dos 25 anos
84% classes ABC



Sexo%



Idade%



Classe%



Audiência

- Dados Domiciliar: **9% de share, 4% de audiência com picos de 7 pontos.**

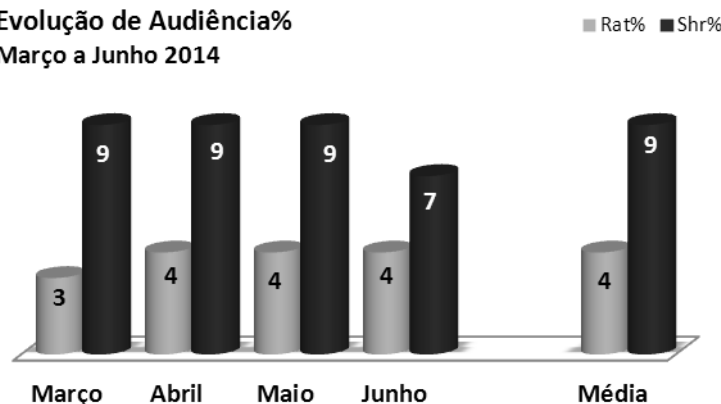
Perfil

- Perfil: **63% acima dos 25 anos e 89% entre as classes sociais ABC.**

Afinidade

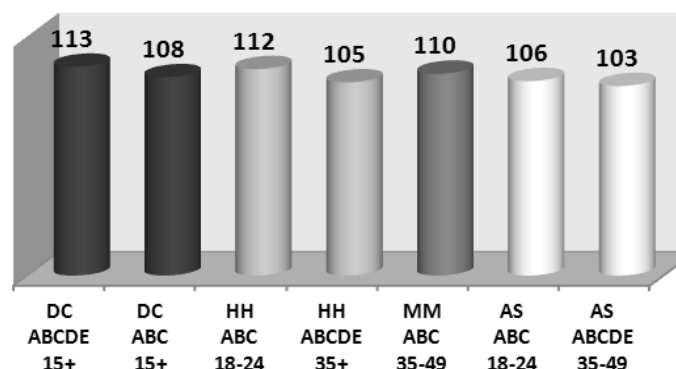
- Agrada tanto o público mais jovem quanto adulto de diversas classe sociais.

Evolução de Audiência%
Março a Junho 2014



Mais de 386 mil telespectadores/dia

Afinidade%



Comportamento

Em São Paulo, observa-se que, entre os telespectadores que assistem à **TV Band** na faixa horária noturna¹, **57% desse público** revelaram que:

- ➔ **Acreditam que a propaganda na televisão é interessante e proporciona assunto p/ conversar;**
- ➔ **Confiam na televisão para se manterem informados;**
- ➔ **Frequentemente usam as redes sociais para enviar e/ou receber comentários entre amigos;**
- ➔ **Se programam para assistir alguns programas de TV.**

❖ Produtos mais consumidos nos últimos 12 meses:

- **93% refrigerantes (Normal e Diet/ Light);**
- **85% sucos prontos para beber/sucos concentrados;**
- **84% leite condensado;**
- **72% iogurte e 71% macarrão instantâneo;**
- **69% frequentam restaurantes Fast Food;**
- **58% consomem cerveja.**

Perfil

63% acima dos 25 anos
89% classes ABC

