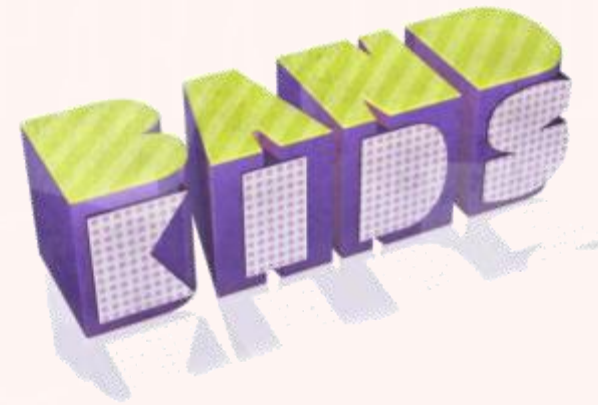


ENTRETENIMENTO 2014



Pesquisa de Mídia – PNT e GSP
Outubro/2014

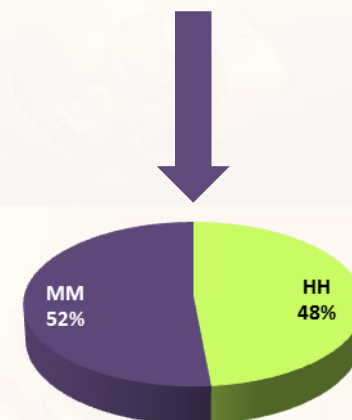


Dados de Pesquisa - Nacional

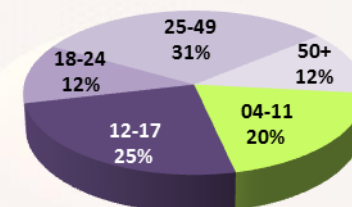


Perfil

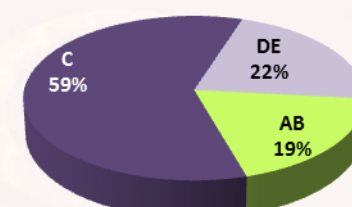
45% entre 4 a 17 anos
78% classes ABC



Sexo%



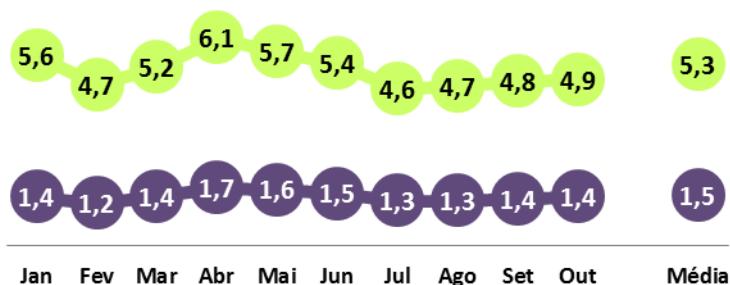
Idade%



Classe%

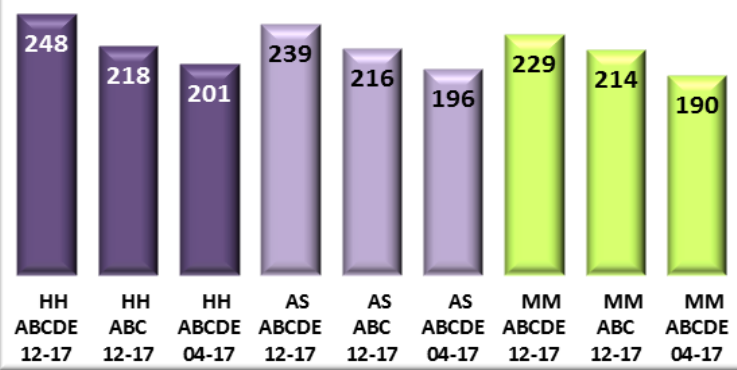
Evolução de Audiência Domiciliar%

Janeiro a Outubro 2014



1,1 milhão de telespectadores/dia*

Afinidade%



Dados Audiência

- Média Geral: **5,3% share e 1,5% de audiência domiciliar.**

Perfil

- Perfil infantojuvenil: **45% entre 4 a 17 anos e 78% entre as classes sociais ABC.**

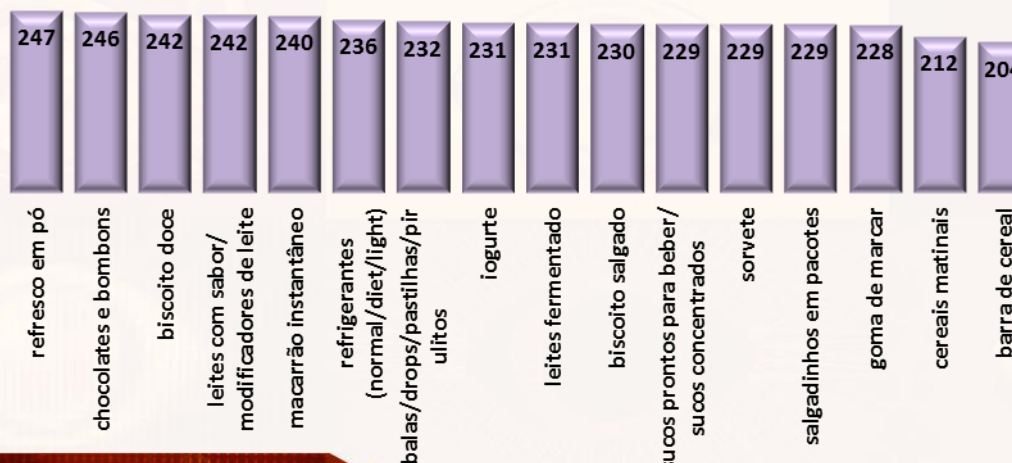
Afinidade

- Afinidade em diversos targets, principalmente entre as crianças e adolescentes de diversas classes sociais.

Comportamento e Consumo

Ao analisar os adolescentes² entre 12 e 17 anos, das classes ABC e que assistem ao **Band Kids**, observa-se que eles revelam alta afinidade entre os que pretendem **terminar o ensino médio/colegial (252%)** e os que se **interessam em conhecer outras culturas (250%)**.

❖ Relação de produtos alimentícios que declararam ser consumidores:





Dados de Pesquisa – Gde São Paulo

Audiência

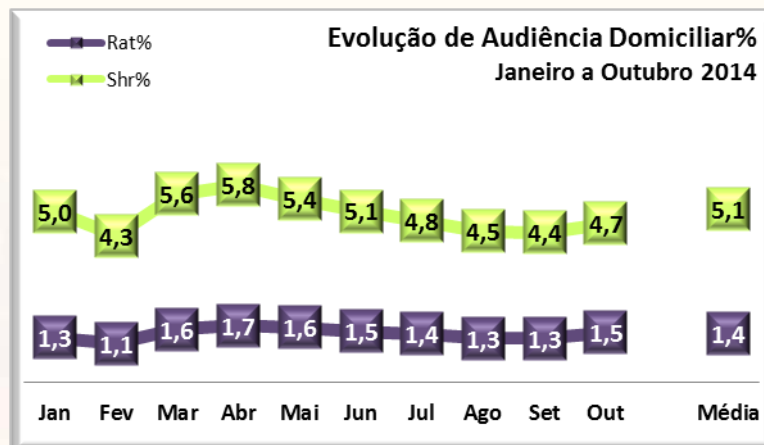
- Média Geral: **5,1% de share e 1,4% de audiência.**

Perfil

- Perfil: **43% entre 4 a 11 anos e 81% entre as classes sociais ABC.**

Afinidade

- Altos índices de afinidade com o público jovem, principalmente entre adolescente de 12 a 17 anos.



Comportamento e Consumo

Na Grande São Paulo, analisando a afinidade que o programa tem junto aos telespectadores¹ (AS ABC 12-17) observa-se que habitualmente **assistem TV e acessam a internet ao mesmo tempo (293%)** e a TV é a principal fonte de entretenimento (229%).

❖ Gostos e preferências:

- 300% gostam de marcas mais descontraídas e 286% de mais inovadoras;
- 261% gostam de estar em dia com a moda e estilo;
- **263% gostam de provar novos produtos alimentícios;**
- **259% sempre procuram as marcas nas embalagens.**

- **218% possuem computador;**
- 227% celular para uso pessoal;
- 188% são usuários videogames.

❖ Hábitos de lazer:

- 249% visitaram parques de atrações nos últimos 12 meses;
- **212% vão à Shopping Centers;**
- 207% gostam de reunir-se com os amigos.

125 mil telespectadores/dia

