

# ENTRETENIMENTO 2014

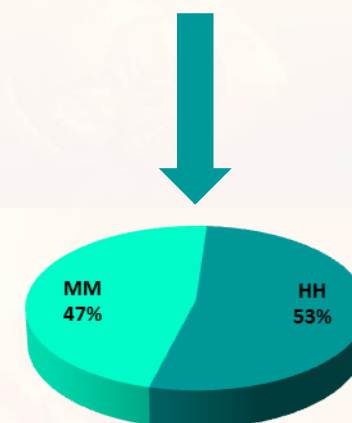


Pesquisa de Mídia – PNT e GSP  
Outubro/2014

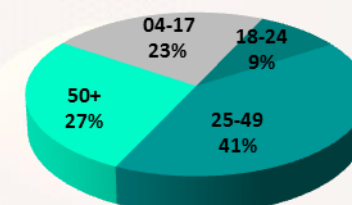
## Dados de Pesquisa - Nacional

### Perfil

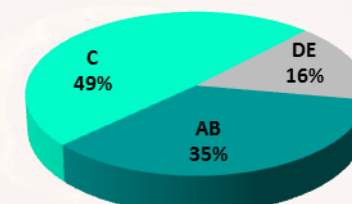
50% entre 18 a 49 anos  
84% classes ABC



### Sexo%



### Idade%



### Classe%

### Audiência

- 3,3% de share e 1,9% de audiência domiciliar;
- Visto por aproximadamente 1,5 milhão de telespectadores/dia<sup>1</sup>.

### Perfil

- 50% entre 18 a 49 anos e 84% entre as classes sociais ABC.

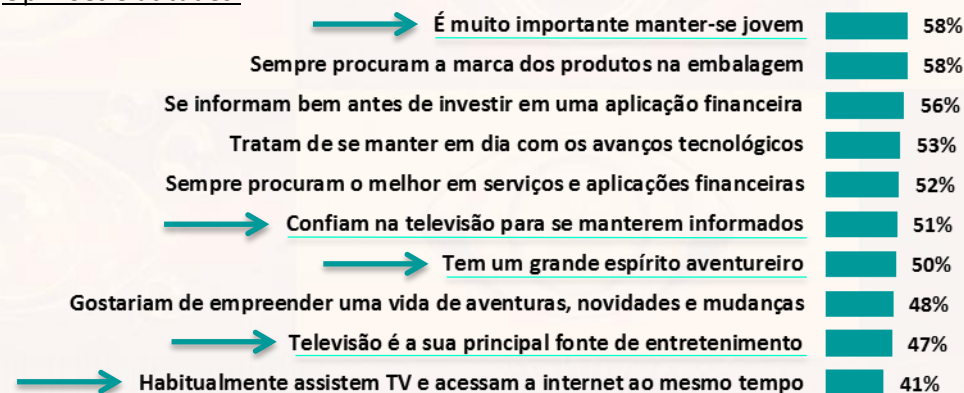
### Afinidade

- Afinidade em diversos targets e classes sociais.

### Comportamento e Consumo

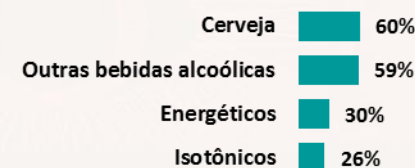
Ao analisarmos os telespectadores de ambos os sexos, classes AB, acima de 18 anos, que assistem à TV Band na faixa horária noturna<sup>2</sup>, entre suas opiniões, atitudes e consumo, destacam-se:

#### Opiniões e atitudes:



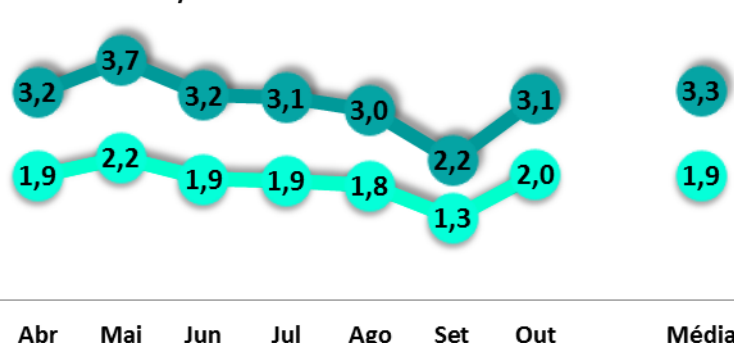
#### Consumo:

- 47% são compradores em Hipermercados;
- 44% em Shopping Centers.



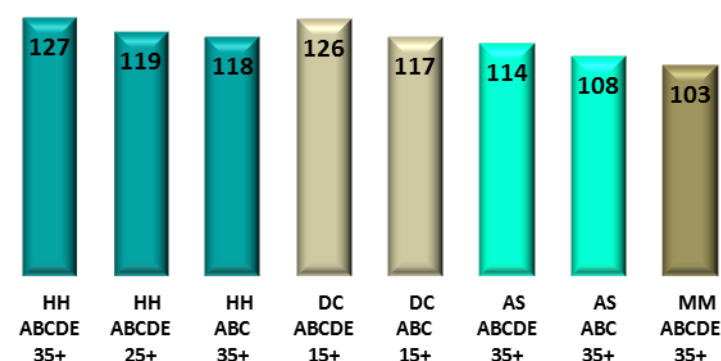
### Evolução de Audiência%

Abril a Outubro/2014



1,5 milhão de telespectadores/dia<sup>1</sup>

### Afinidade%





## Audiência

- 3,8% de share e 2,3% de audiência domiciliar;
- Visto por cerca de 200 mil telespectadores/dia.

## Perfil

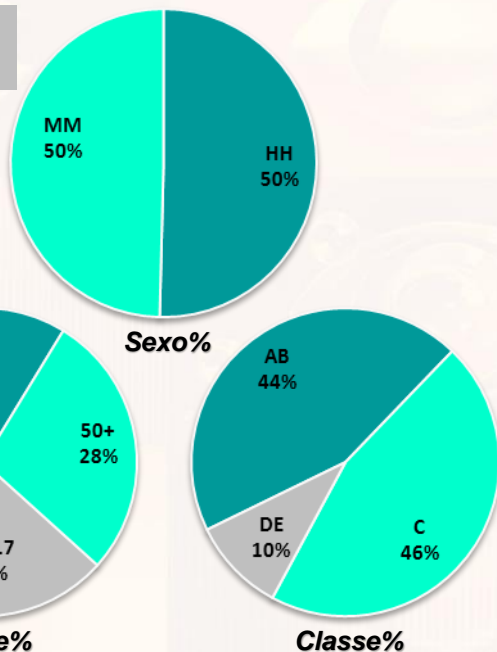
- 49% entre 18 a 49 anos e 90% entre as classes sociais ABC.

## Afinidade

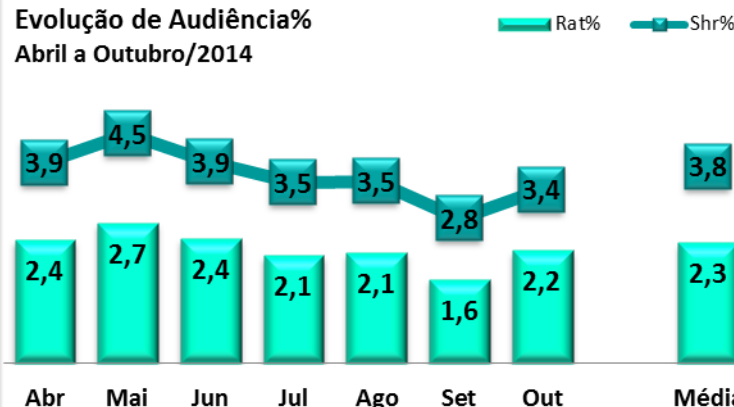
- Altos índices de afinidade entre diversos públicos.

### Perfil

49% entre 18 e 49 anos  
90% classes ABC

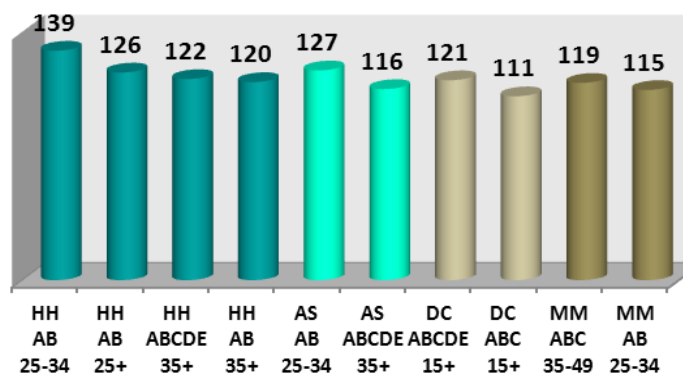


Evolução de Audiência%  
Abril a Outubro/2014



200 mil telespectadores/dia

Afinidade%



## Comportamento e Consumo

Na praça de São Paulo, ao observarmos os telespectadores (AS AB 18+) que assistem à TV Band na faixa noturna<sup>1</sup>, temos em destaque:

### Opiniões e atitudes:

- 82% acham que é muito importante estar bem informado;
- 78% gostam de ter objetos de boa qualidade;
- 70% gostam de produtos que facilitem o seu dia a dia;
- 69% não abrem mão do conforto;
- 66% gostariam de viajar e conhecer lugares exóticos e geralmente são pessoas muito independentes;
- 65% se interessam em conhecer outras culturas.

### Consumo:

- 82% fazem compras pessoais;
- 73% são compradores de vestuário e acessórios masculino e feminino;
- 73% frequentam restaurantes Fast Food.