

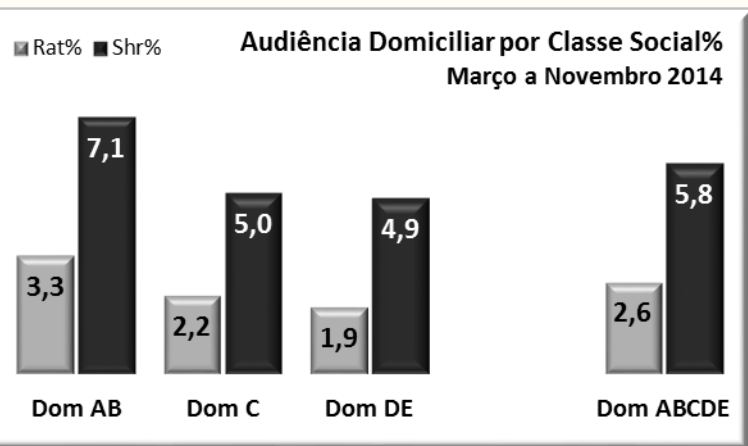


ENTRETENIMENTO 2014

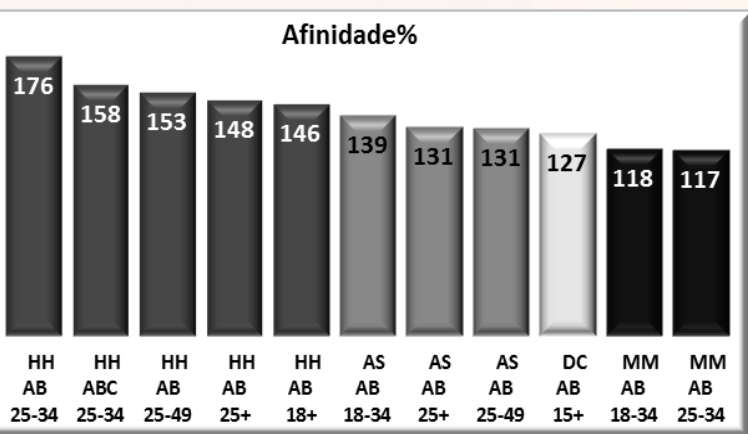
CGC

Pesquisa de Mídia – PNT e GSP
Novembro/2014

band.com.br



2 milhões de telespectadores/dia¹



Audiência

- 5,8% de share, 2,6% de audiência domiciliar com picos de 4 pontos.

Perfil

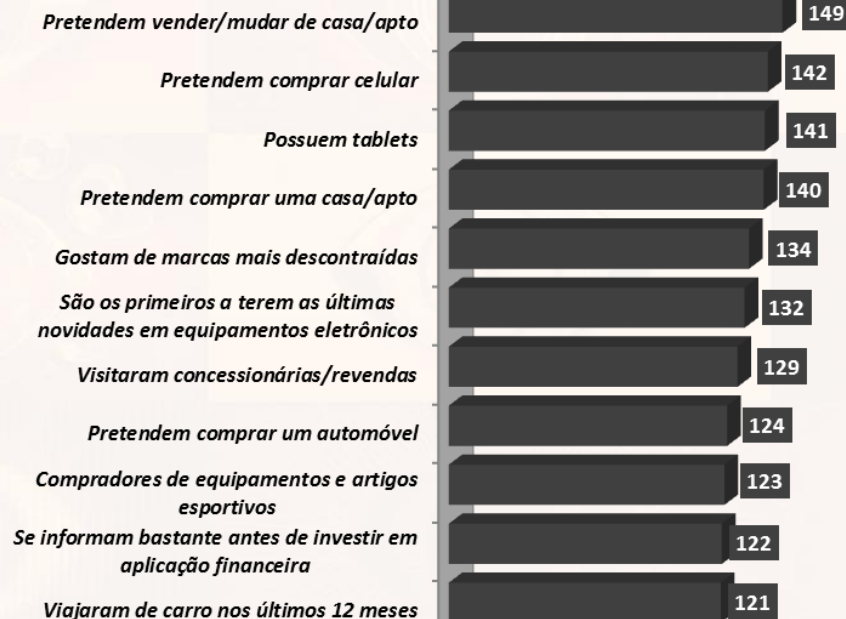
- Perfil adulto e qualificado: **47% entre as classes sociais AB e 72% acima dos 25 anos.**

Afinidade

- Afinidade em diversos targets e classes sociais AB e ABC.

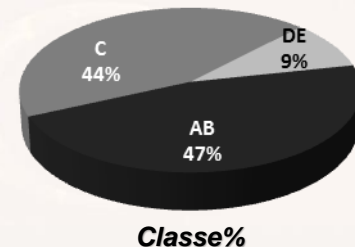
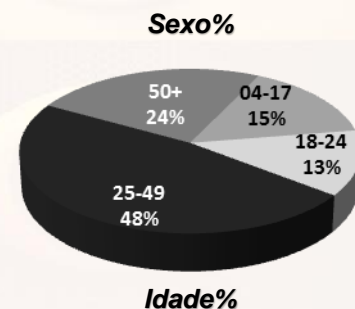
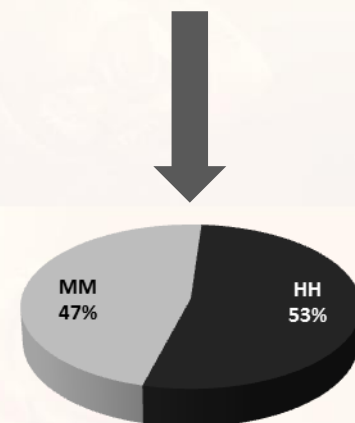
Comportamento e Consumo

Ao verificarmos o comportamento dos **telespectadores que assistem² ao CQC** observa-se que eles revelam alta afinidade entre aqueles que:



Perfil

47% classes AB
72% acima dos 25 anos



Audiência

- 8,3% de share, 3,4% de audiência domiciliar com picos de 6 pontos.

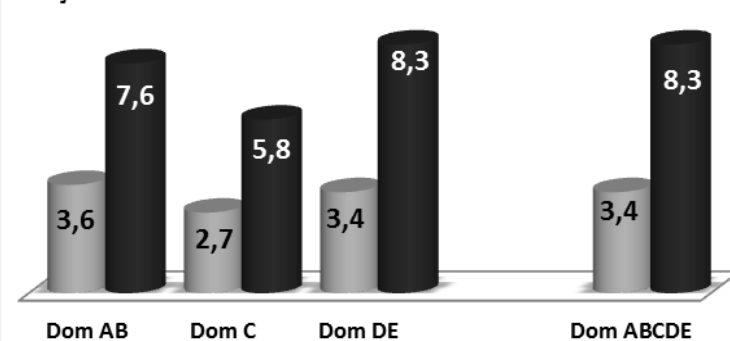
Perfil

- Perfil: 47% entre as classes sociais AB e 75% acima dos 25 anos.

Afinidade

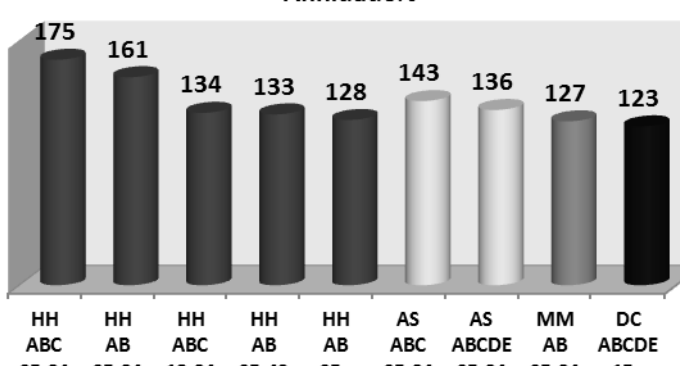
- Agrada tanto o público mais jovem quanto adulto de diversas classe sociais.

Audiência Domiciliar por Classe Social%
Março a Novembro 2014



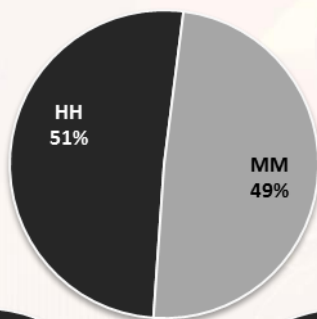
Mais de 250 mil telespectadores/dia

Afinidade%

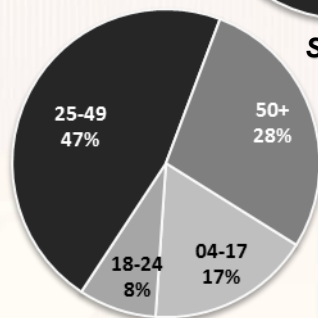


Perfil

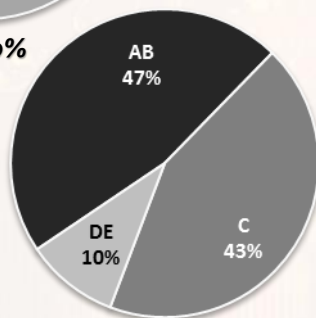
47% classes AB
75% acima dos 25 anos



Sexo%



Idade%



Classe%

Comportamento e Consumo

Na Grande São Paulo, analisando a afinidade que o programa tem junto ao telespectadores¹, observa-se que:

❖ Hábitos de consumo e opiniões:

- 172% estudam em escolas de idiomas ;
- 128% viajaram de avião nos últimos 12 meses;
- 116% confiam nos comerciais de TV para decidir suas compras;
- 114% são felizes com seu padrão de vida;
- 114% gostam de marcas mais refinadas;
- 114% estão satisfeitos com estilo de vida;
- 113% pretendem viajar de avião nos próximos 12 meses;
- 112% se interessam por acontecimentos internacionais.