

ESPORTE 2014



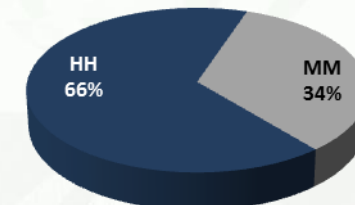
Pesquisa de Mídia – PNT e GSP
Agosto/2014



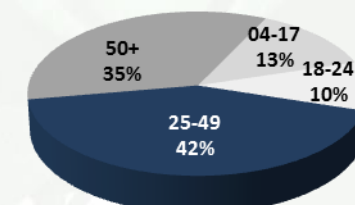
Dados de Pesquisa - Nacional

Perfil

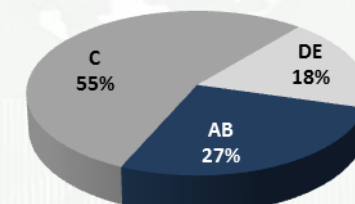
66% masculino
77% acima dos 25 anos
82% classes ABC



Sexo%



Idade%



Classe%

Comportamento

Considerando a afinidade do programa **GOL** entre os telespectadores² do **público masculino**, é possível identificar alta afinidade quando o assunto é consumo:

➢ 139% confiam nos produtos que os apresentadores de TV indicam e são fieis a uma marca quando gostam dela

- **143%** sempre procuram ofertas e descontos;
- **143%** acham que as marcas conhecidas são melhores;
- **142%** costumam ler informações no rótulo dos produtos;
- **140%** gostam de produtos que facilitem seu dia a dia e procuram ter uma dieta balanceada;
- **135%** não abrem mão do conforto.

Audiência

- **5% de share, 2% de audiência domiciliar e picos de 4 pontos.**

Perfil

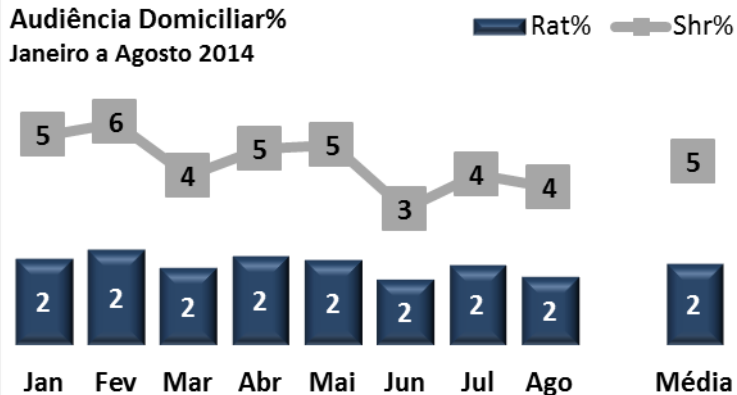
- Perfil masculino, adulto e qualificado: **66% homens, 77% acima dos 25 anos e 82% entre as classes sociais ABC.**

Afinidade

- Afinidade maior entre o público masculino, principalmente com adultos acima dos 35 anos.

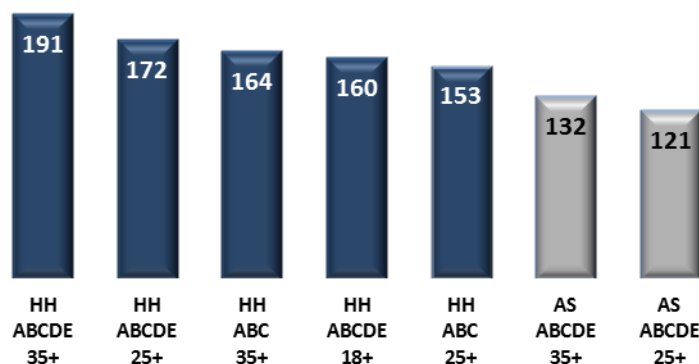
Audiência Domiciliar%

Janeiro a Agosto 2014



Mais de 1,5 milhão de telespectadores/dia¹

Afinidade%





Dados de Pesquisa – Gde São Paulo

Audiência

- 6% de share, 3% de audiência domiciliar e picos de 6 pontos.

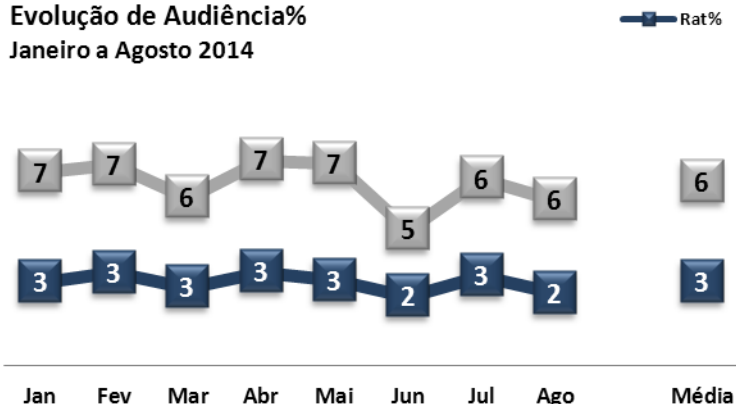
Perfil

- Perfil formado, em sua maioria, por homens adultos e qualificados: **68% homens, 79% acima dos 25 anos e 84% entre as classes sociais ABC.**

Afinidade

- Altos índices de afinidade com público adulto, masculino e ambos os sexos.

Evolução de Audiência%
Janeiro a Agosto 2014



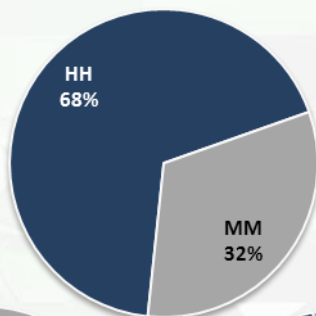
Comportamento

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

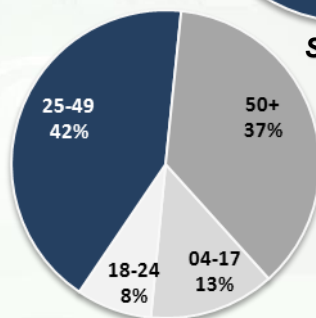
- ❖ Quando o assunto é carro ou moto:
 - 195% pretendem comprar um carro nos próximos 12 meses;
 - 168% possuem moto/scooter;
 - 132% são compradores de pneus.

Perfil

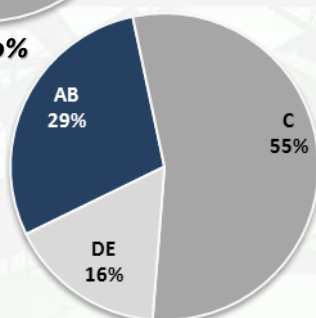
68% homens
79% acima dos 25 anos
84% classes ABC



Sexo%



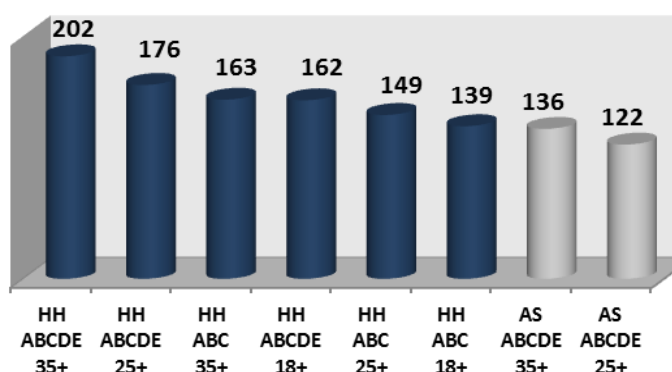
Idade%



Classe%

Mais de 245 mil telespectadores/dia

Afinidade%



- ❖ Consumo de marcas e produtos:
 - 151% compram marcas novas para ver como são;
 - 140% são compradores de jeans;
 - 129% de tênis/calçados esportivos.
- ❖ Conhecimentos gerais:
 - 139% se interessam em conhecer outras culturas;
 - 134% estudam em escolas de idiomas;
 - 129% procuram se informar sobre os avanços tecnológicos.