



ENTRETENIMENTO 2014

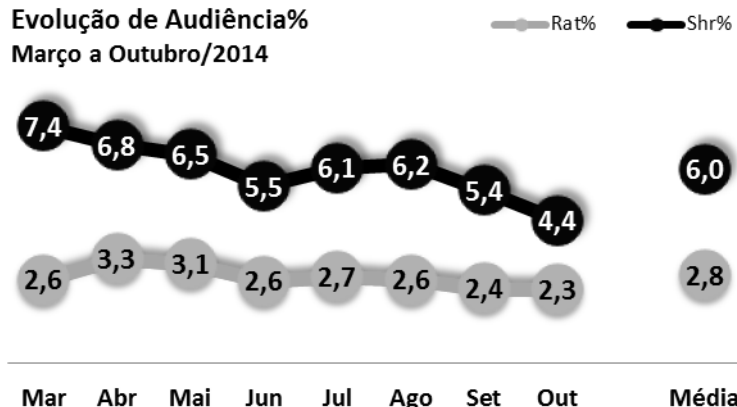
POLICIA 24^H

Pesquisa de Mídia – PNT e GSP
Outubro/2014

band.com.br



Evolução de Audiência%
Março a Outubro/2014



Audiência

- Média Geral: **6,0% de share, 2,8% de audiência com picos de 5 pontos.**

Perfil

- Perfil adulto e qualificado: **65% acima dos 25 anos e 85% entre as classes sociais ABC.**

Afinidade

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

Comportamento e Consumo

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

- **75% fizeram compras pessoais;**
- **70% compraram vestuário masculino e feminino (acessórios);**
- 45% jeans e 44% tênis;
- 41% calça e 36% camisa;
- 35% short/bermuda;

❖ Produtos financeiros que possuem:

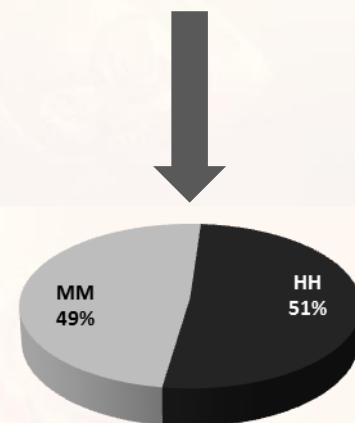
- 83% cartão bancário e 76% cartão de débito;
- 79% conta corrente e 66% conta poupança.

❖ Opiniões e atitudes:

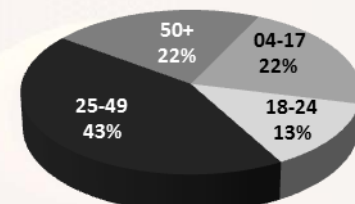
- **82% acreditam que deve-se aproveitar as oportunidades quando surgem na vida;**
- 45% disseram que pedem a opinião de outras pessoas antes de comprar algum artigo novo.

Perfil

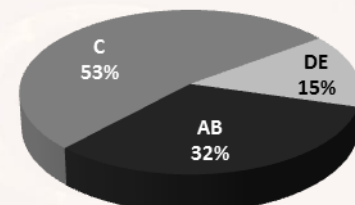
65% acima dos 25 anos
85% classes ABC



Sexo%



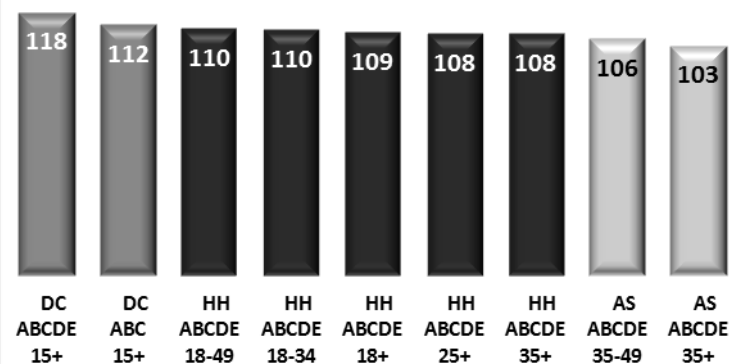
Idade%



Classe%

Mais de 2,2 milhões de telespectadores/dia¹

Afinidade%





Comportamento e Consumo

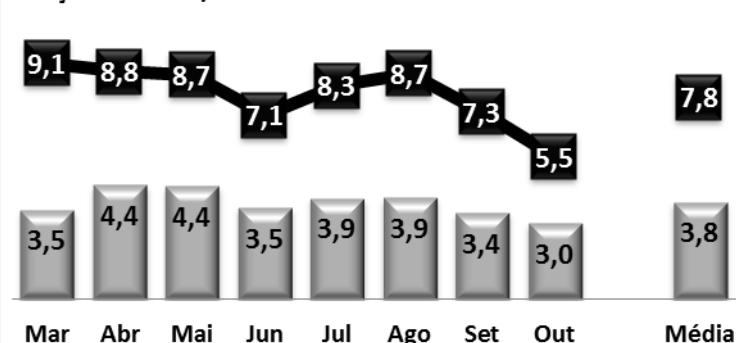
Em São Paulo, observa-se que, entre os telespectadores que assistem à TV Band na faixa horária noturna¹ revelaram que:

- 👉 63% acreditam que a propaganda na televisão é interessante e proporciona assunto p/ conversar;
- 👉 57% confiam na televisão para se manterem informados;
- 👉 49% se programam para assistir alguns programas de TV;
- 👉 38% frequentemente usam as redes sociais para enviar e/ou receber comentários entre amigos.

❖ Produtos mais consumidos nos últimos 12 meses:

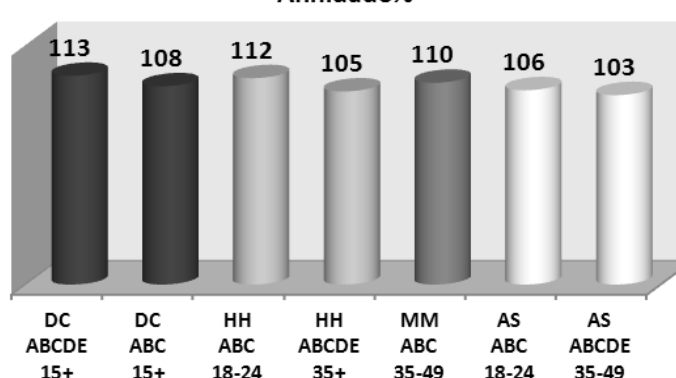
- 89% refrigerantes (Normal e Diet/Light);
- 84% café em pó/grãos e molho pronto para massas;
- 75% sucos prontos para beber/sucos concentrados;
- 76% leite condensado e 72% creme de leite;
- 72% iogurte e 63% macarrão instantâneo;
- 65% frequentam restaurantes Fast Food;
- 56% consomem cerveja e 51% outras bebidas alcóolicas.

Evolução de Audiência%
Março a Outubro/2014



Mais de 350 mil telespectadores/dia

Afinidade%



Audiência

- Média Geral: **7,8% de share, 3,8% de audiência com picos de 7 pontos.**

Perfil

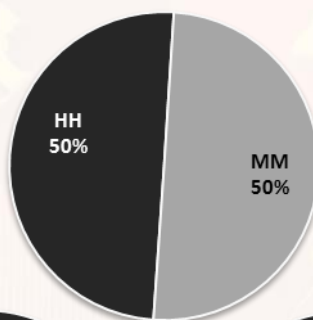
- Perfil: **63% acima dos 25 anos e 89% entre as classes sociais ABC.**

Afinidade

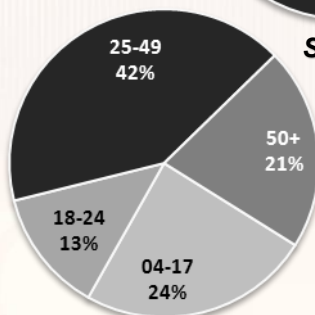
- Agradar tanto o público mais jovem quanto adulto de diversas classe sociais.

Perfil

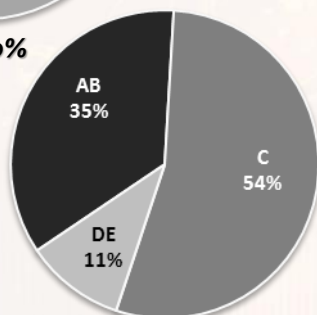
63% acima dos 25 anos
89% classes ABC



Sexo%



Idade%



Classe%