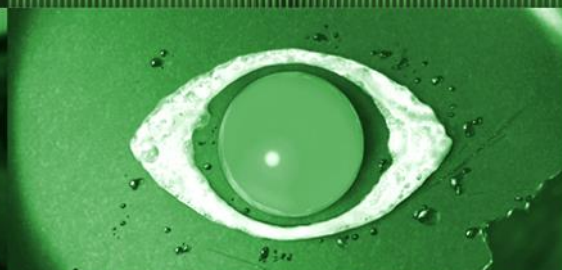




ESPORTE 2014

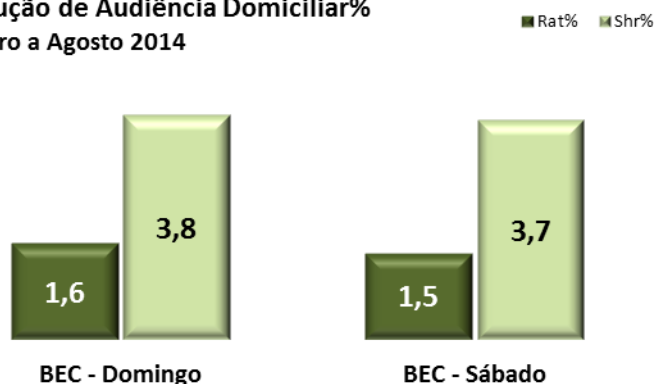


Pesquisa de Mídia – PNT e GSP
Agosto/2014



Dados de Pesquisa - Nacional

Evolução de Audiência Domiciliar%
Janeiro a Agosto 2014



Audiência

- Média Geral: **3,8% de share e 1,6% de audiência domiciliar.**

Perfil

- Perfil masculino, adulto e qualificado: **63% homens, 74% acima dos 25 anos e 80% entre as classes sociais ABC.**

Afinidade

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

Comportamento

Quando se analisa os telespectadores² adultos que assistem ao **BAND ESPORTE CLUBE**, observa-se que eles revelam alta afinidade quando o assunto é **finanças, saúde e o interesse em conhecer outras culturas e marcas de produtos.**

❖ O que pensam sobre marcas de produtos?

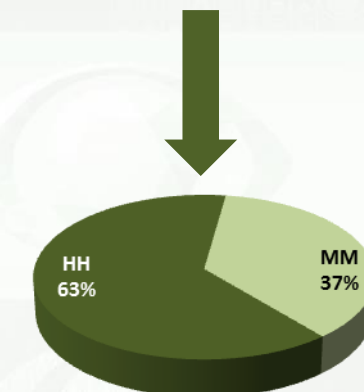
- 137% gostam de mudar de marcas para conhecer e variar;
- **131% gostam de marcas mais divertidas**, 129% mais refinadas e **127% mais inovadoras;**
- **124% acham que quase sempre compensa pagar mais caro por produtos de qualidade.**

❖ Atitudes e opiniões:

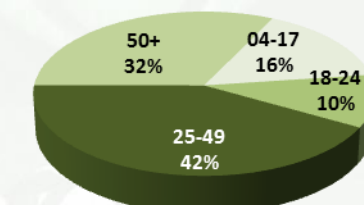
- 133% consideram que o trabalho é uma carreira e é importante manter-se jovem;
- **130% se interessam em conhecer outras culturas;**
- 129% acham que é importante manter a forma física.;
- **127% sentem-se seguros financeiramente;**
- **120% sempre procuram o melhor em serviços e aplicações financeiras.**

Perfil

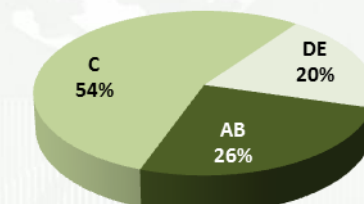
63% masculino
74% acima dos 25 anos
80% classes ABC



Sexo%



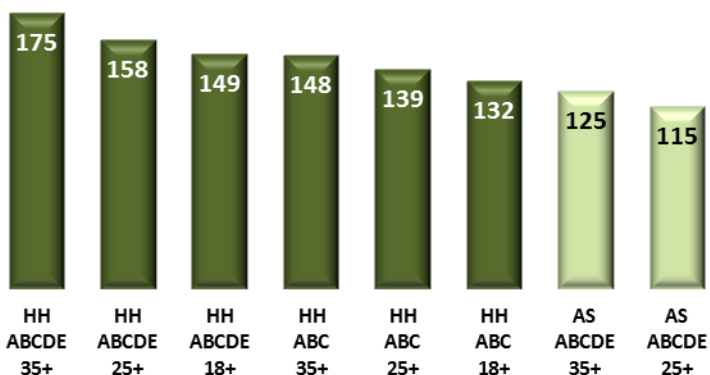
Idade%



Classe%

Mais de 1,1 milhão de telespectadores/dia¹

Afinidade%





Dados de Pesquisa – Gde São Paulo

Audiência

- Média Geral: **4,4% de share e 1,8% de audiência domiciliar.**

Perfil

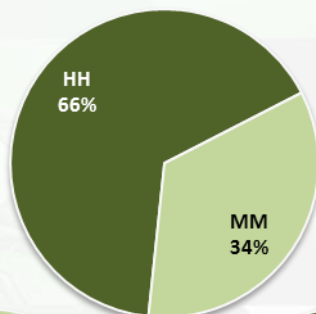
- Perfil formado, em sua maioria, por homens adultos e qualificados: **66% homens, 78% acima dos 25 anos e 83% entre as classes sociais ABC.**

Afinidade

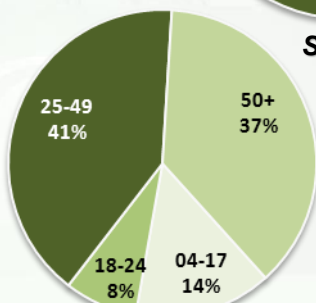
- Altos índices de afinidade com público adulto, masculino e ambos os sexos.

Perfil

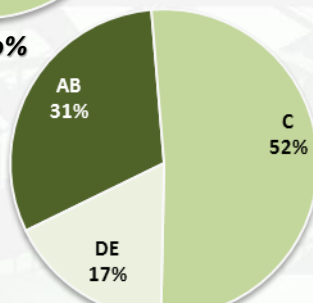
66% homens
78% acima dos 25 anos
83% classes ABC



Sexo

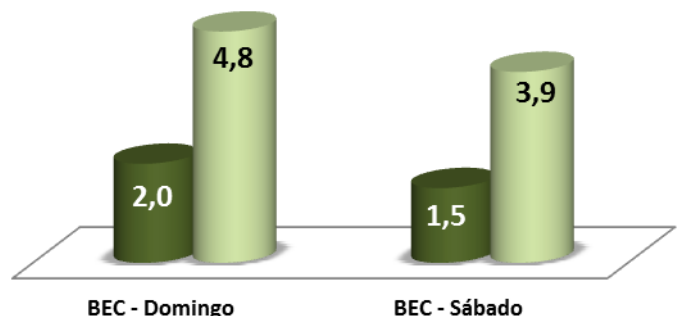


Idade



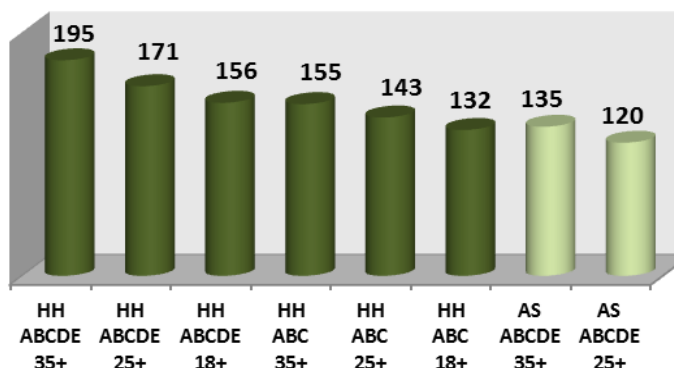
Classe

Audiência Domiciliar%
Janeiro a Agosto 2014



Mais de 150 mil telespectadores/dia

Afinidade%



Comportamento

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

- **124% gostam que as pessoas pensem que é bem sucedido financeiramente.**
- ❖ O que pensam sobre o meio TV?
 - **142% confiam nos comerciais de TV para decidir suas compras;**
 - 136% acham que a TV é a principal fonte de entretenimento;
 - 135% acreditam que as pessoas dependem muito da TV para relaxar;
 - **129% confiam nos produtos que os apresentadores de TV indicam.**
- ❖ Opiniões e atitudes:
 - 139% acham que as marcas conhecidas são melhores;
 - **135% gostam de provar novos produtos alimentícios;**
 - 134% procuram ter uma dieta balanceada;
 - **134% pagariam qualquer preço por sua saúde.**