

ENTRETENIMENTO 2014



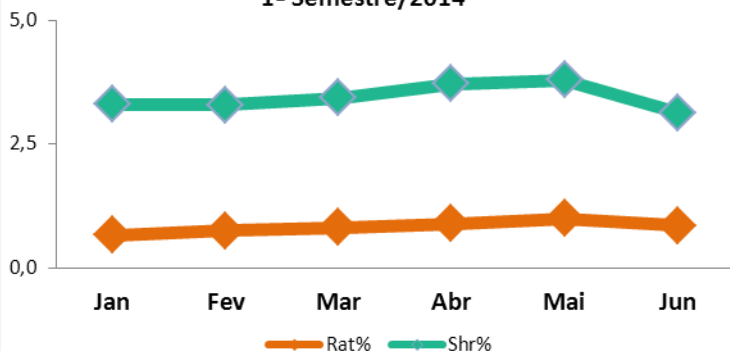
Pesquisa de Mídia – PNT e GSP
1º Semestre/2014



Dados de Pesquisa - Nacional

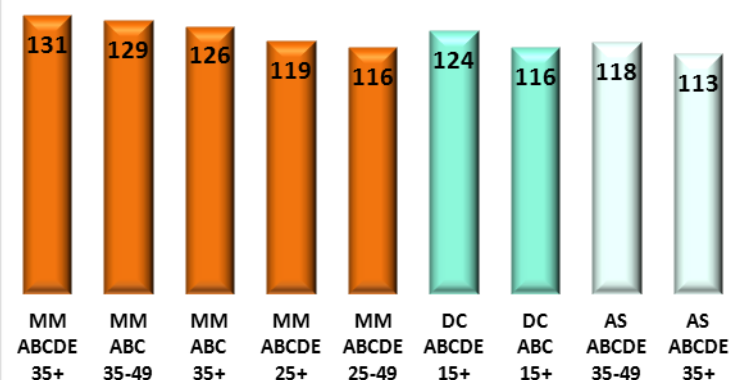


Evolução de Audiência Domiciliar%
1º Semestre/2014



Mais de 600 mil telespectadores/dia¹

Afinidade%



Audiência

- Visto por mais de 600 mil telespectadores/dia¹.

Perfil

- Perfil adulto e qualificado: **58% mulheres, 63% acima dos 25 anos e 77% entre as classes sociais ABC.**

Afinidade

- Afinidade em diversos targets e classes sociais entre mulheres, donas de casa e ambos os sexos.

Comportamento

68% das telespectadoras que assistem à TV Band na faixa horária matutina² fazem compras pessoais, sendo 48% em shopping e 42% em lojas de departamento.

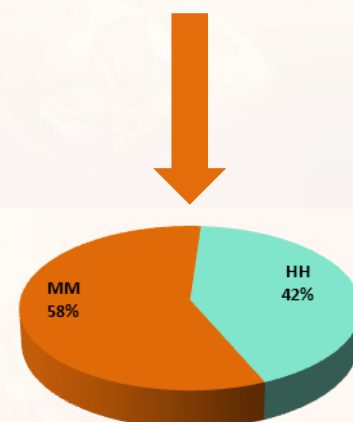
- 60% gostam de produtos que facilitem seu dia a dia.

- ❖ Produtos de limpeza que utilizam:

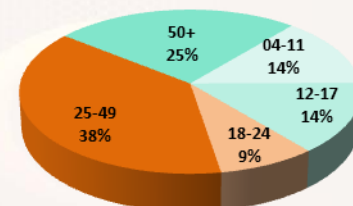
- 96% sabão/detergente para roupas e 86% amaciante;
- 94% esponja de limpeza;
- 92% detergente para louças;
- 87% desinfetantes e 86% água sanitária;
- 82% limpadores multi-uso, 69% para banheiro e 66% para cozinha;
- 47% limpadores de vidro e 45% inseticidas.

Perfil

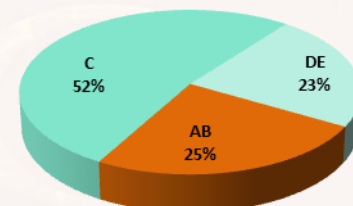
58% mulheres
63% acima dos 25 anos
77% classes ABC



Sexo%



Idade%



Classe%

Fontes: IBOPE Media Workstation PNT – Jan a Jun/2014 (Audiência e Perfil /média domiciliar: 3% share e 1% audiência) /Jan a Abr/2014 (Afinidade) /1. Projeção cobertura Band Nacional

IBOPE TGIndex Y14w2+Y15w1 (Fev13-Fev14) – Filtro: Telespectadores TV Band /Índice de penetração: Porcentagem de telespectadores do target selecionado com relação ao total do universo /2. Target: Mulheres ABC 25+ que assistiram à TV Band nos últimos 7 dias de segunda a sexta das 09h00 as 09h59.



Dados de Pesquisa – Gde São Paulo



Comportamento

136% das telespectadoras¹ do DIA compram produtos impulsivamente nos supermercados, **124%** costumam ler informações da embalagem e **117%** gostam de provar novos produtos alimentícios.

❖ Opiniões e atitudes:

- 128% são felizes com seu padrão de vida;
- **122% sempre procuram as marcas nas embalagens;**
- **116% procuram preços baixos nas compras;**
- 116% pagariam qualquer preço por sua saúde;
- 116% gostam de participar de promoções com sorteios;
- **113% confiam na TV para manter-se informada;**
- 111% tem prazer em receber pessoas em casa;
- **106% gostam de produtos que facilitem seu dia a dia.**

❖ Produtos de higiene que consumiram nos últimos 12 meses:

- 125% cremes para mãos;
- 124% protetor solar;
- 115% tintura para cabelo;
- 114% shampoo e 113% condicionador.

Audiência

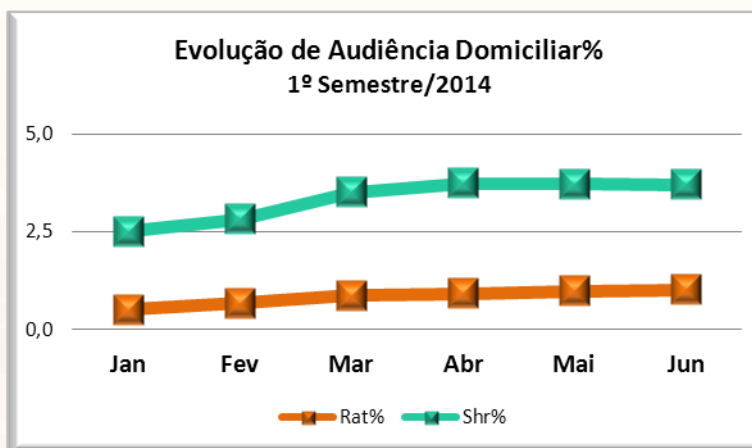
- Visto por mais de 56 mil telespectadores/dia.

Perfil

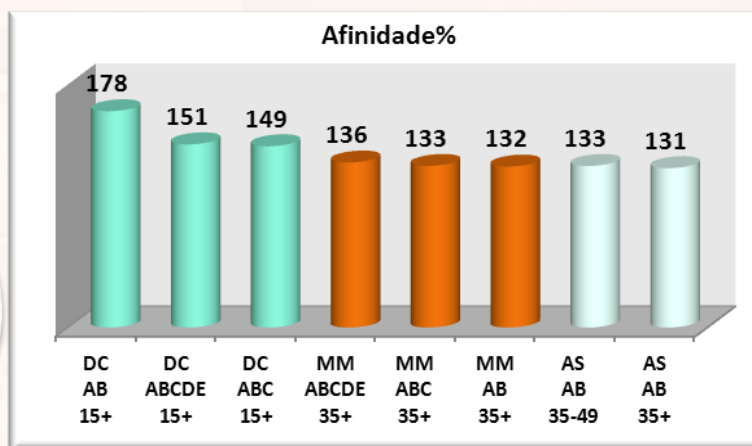
- Perfil adulto e qualificado: **57% mulheres**, **68% acima dos 25 anos** e **86% entre as classes sociais ABC**.

Afinidade

- Altos índices de afinidade entre as donas de casa, mulheres e ambos os sexos.



Mais de 56 mil telespectadores/dia



Perfil

57% mulheres
68% acima dos 25 anos
86% classes ABC

