

ENTRETENIMENTO 2014



Pesquisa de Mídia – PNT e GSP
Julho/2014

Dados de Pesquisa - Nacional

Perfil

50% entre 18 a 49 anos
85% classes ABC

Audiência

- 3% de share e 2% de audiência domiciliar;
- Visto por mais de 1,5 milhão de telespectadores/dia¹.

Perfil

- 50% entre 18 a 49 anos e 85% entre as classes sociais ABC.

Afinidade

- Afinidade em diversos targets e classes sociais.

Comportamento

Ao analisarmos os telespectadores de ambos os sexos, classes AB, acima de 18 anos, que assistem à **TV Band** na faixa horária noturna², entre suas opiniões, atitudes e consumo, destacam-se:

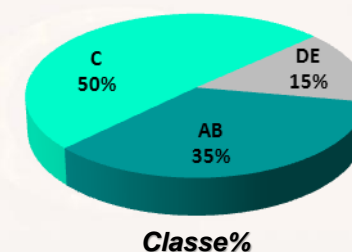
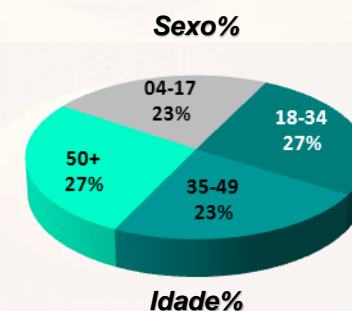
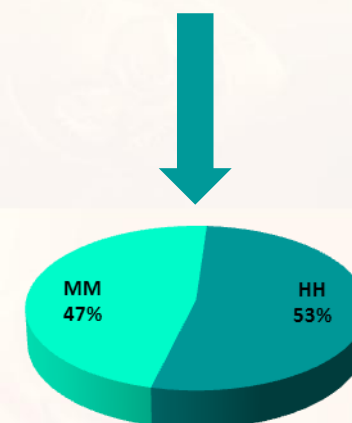
Opiniões e atitudes:

→ É muito importante manter-se jovem	62%
→ Sempre procuram a marca dos produtos na embalagem	61%
→ Confiam na televisão para se manterem informados	59%
→ Se informam bem antes de investir em uma aplicação financeira	58%
→ Tratam de se manter em dia com os avanços tecnológicos	54%
→ Gostariam de empreender uma vida de aventuras, novidades e mudanças	53%
→ Tem um grande espírito aventureiro	52%
→ Sempre procuram o melhor em serviços e aplicações financeiras	52%
→ Televisão é a sua principal fonte de entretenimento	51%
→ Habitualmente assistem TV e acessam a internet ao mesmo tempo	42%

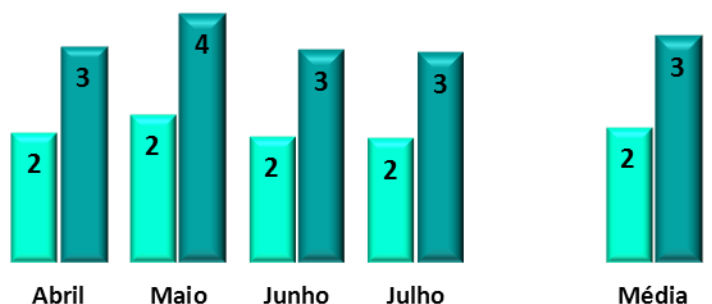
Consumo:

- 47% são compradores em Hipermercados;
- 45% em Shopping Centers.

Cerveja	59%
Outras bebidas alcoólicas	54%
Energéticos	28%
Isotônicos	23%

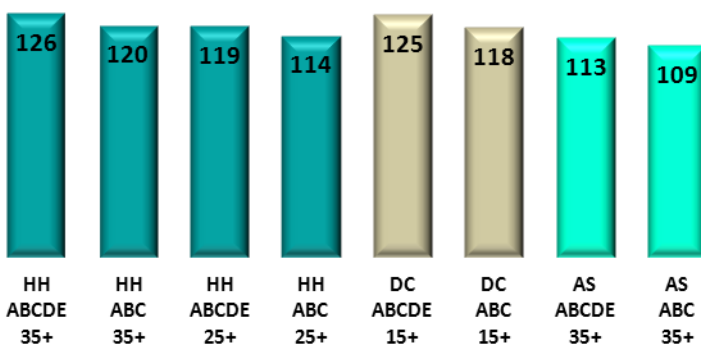


Evolução de Audiência Domiciliar%
Abril a Julho/2014



Mais de 1,5 milhão de telespectadores/dia¹

Afinidade%



Comportamento

Na praça de São Paulo, ao observarmos os telespectadores (AS AB 18+) que assistem à TV Band na faixa noturna¹, temos em destaque:

❖ Opiniões e atitudes:

- **84% acham que é muito importante estar bem informado;**
- **81% gostam de ter objetos de boa qualidade;**
- 74% gostam de produtos que facilitem o seu dia a dia;
- 73% não abrem mão do conforto;
- **72% gostariam de viajar e conhecer lugares exóticos e geralmente são pessoas muito independentes;**
- **68% se interessam em conhecer outras culturas.**

❖ Consumo:

- 83% fazem compras pessoais;
- **76% são compradores de vestuário e acessórios masculino e feminino;**
- 76% frequentam restaurantes Fast Food.

Audiência

- 4% de share e 2% de audiência domiciliar;
- Visto por mais de 210 mil telespectadores/dia.

Perfil

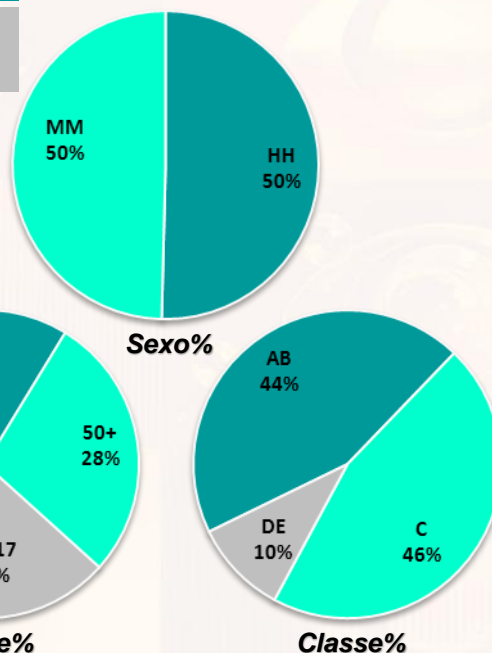
- 49% entre 18 a 49 anos e 90% entre as classes sociais ABC.

Afinidade

- Altos índices de afinidade entre diversos públicos.

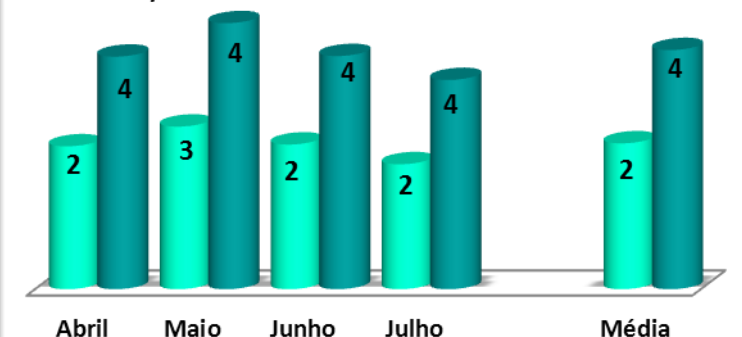
Perfil

49% entre 18 e 49 anos
90% classes ABC



Evolução de Audiência%

Abril a Julho/2014



Mais de 210 mil telespectadores/dia

Afinidade%

