



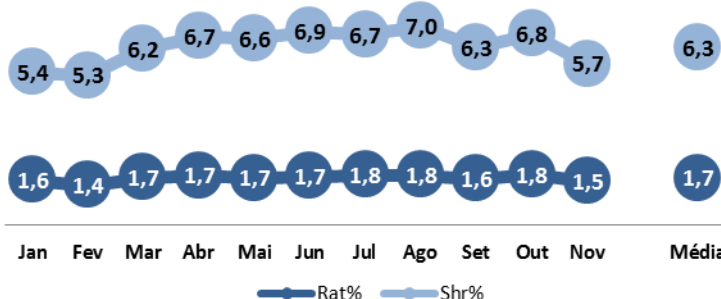
JORNALISMO 2014

**CANAL
LIVRE**

Pesquisa de Mídia – PNT e GSP
Novembro/2014

Dados de Pesquisa - Nacional

Audiência Domiciliar%
Janeiro a Novembro 2014



Audiência

- 6,3% de share, 1,7% de audiência domiciliar com picos de 7 pontos.

Perfil

- Perfil adulto e qualificado: **61% acima dos 25 anos** e **84% entre as classes sociais ABC**.

Afinidade

- Grande afinidade em diversos targets e classes sociais, principalmente entre o público masculino e ambos os sexos.

Comportamento e Consumo

Ao analisar o comportamento dos telespectadores² que assistem à TV Band, observa-se que eles **tem hábitos e atitudes voltados ao consumo consciente: 82% fazem esforço para reduzir o consumo de água, gás e eletricidade em casa.**

❖ Busca por informações:

- 90% preferem programas de noticiários locais;
- 84% recorrem ao meio TV quando querem se informar;**
- 70% acham que é muito importante estar bem informado.

❖ Produtos bancários:

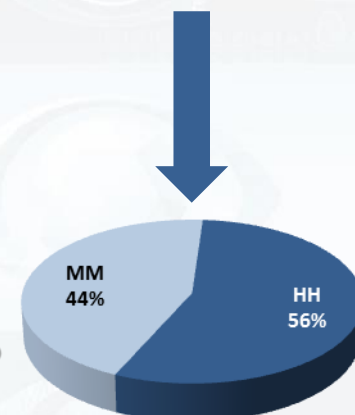
- 83% possuem cartão bancário (uso em caixa eletrônico/caixa do banco);
- 77% possuem cartão de débito e conta corrente;**
- 66% conta poupança.
- 58% não gostam de ter dívidas:**

❖ Consumo:

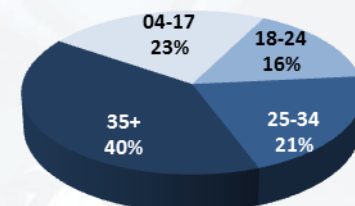
- 73% fazem compras pessoais e **48% compras pessoais em shoppings;**
- 46% vão à Shopping Centers;**
- 36% fazem compras em lojas de departamentos.

Perfil

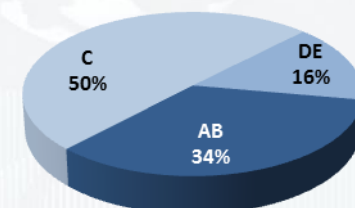
61% acima dos 25 anos
84% classes ABC



Sexo%



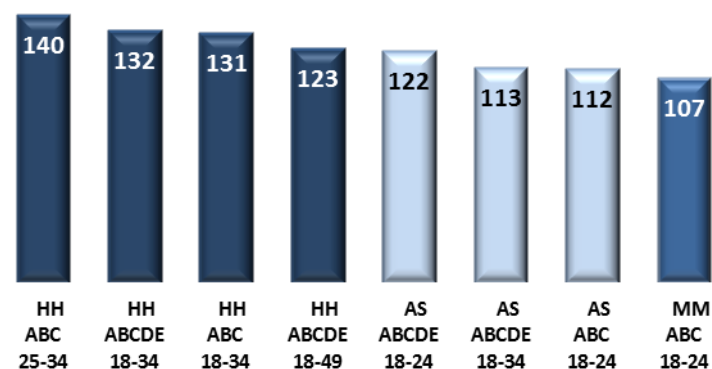
Idade%



Classe%

Mais de 1,2 milhão de telespectadores/dia¹

Afinidade%



Dados de Pesquisa – Gde São Paulo

Audiência

- 6,0% de share, 1,7% de audiência domiciliar com pico de 7 pontos.

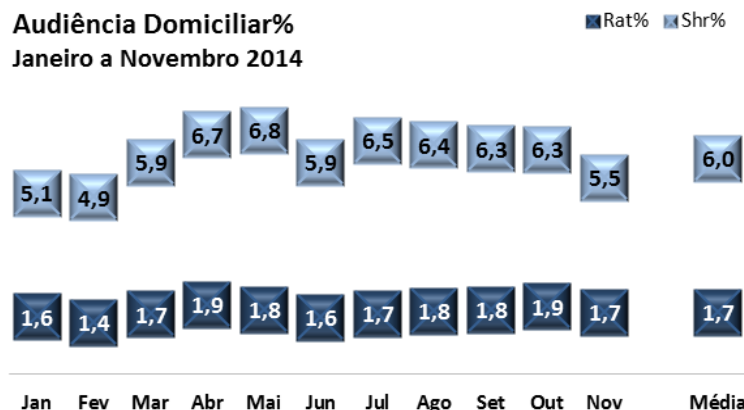
Perfil

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

Afinidade

- Afinidade com público adulto e de diversas classes sociais.

Audiência Domiciliar%
Janeiro a Novembro 2014



Comportamento e Consumo

56% dos telespectadores¹ que assistem à TV Band acham que sua casa é o melhor lugar do mundo e gostam de ter objetos de boa qualidade e fazem compras em hipermercados.

❖ Produtos de higiene doméstica mais consumidos:

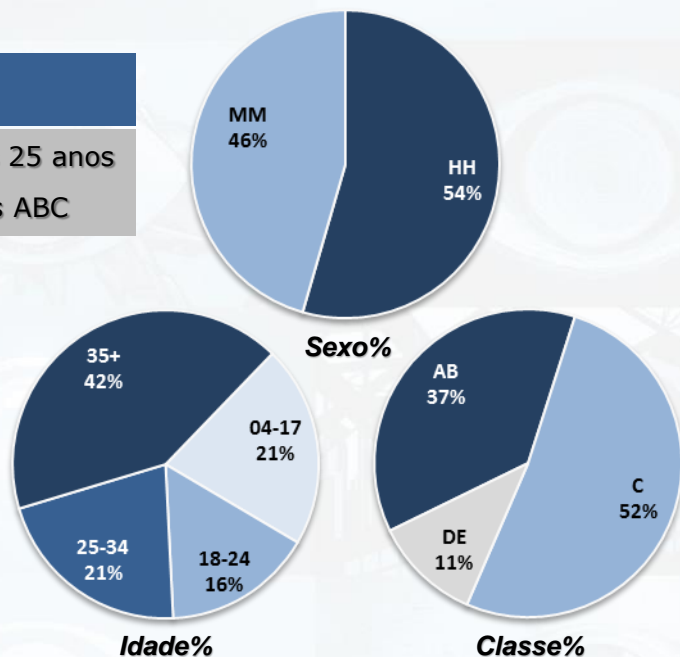
- 94% sabão e detergente para roupas;
- 92% detergente para louças e 91% esponja de limpeza;
- 89% alvejante, água sanitária e 88% amaciante para roupas;
- 83% desinfetantes e limpadores multi-uso;

❖ Produtos de higiene pessoal:

- 98% escova de dentes e creme dental;
- 97% sabonete em barra;
- 94% desodorantes e antitranspirantes;
- 93% shampoo e 67% condicionador;
- 81% aparelhos de barbear e depilar;
- 74% fio ou fita dental.

Perfil

63% acima dos 25 anos
89% classes ABC



Mais de 151 mil telespectadores/dia

Afinidade%

