

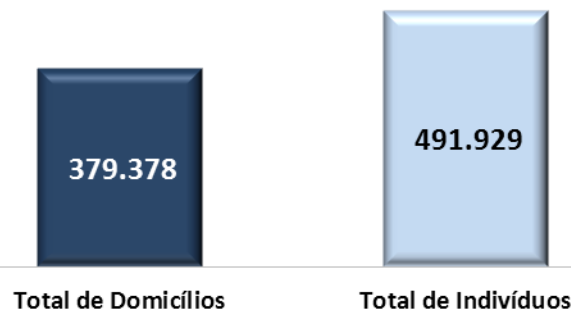


JORNALISMO 2014

CAFÉ COM **JORNAL**

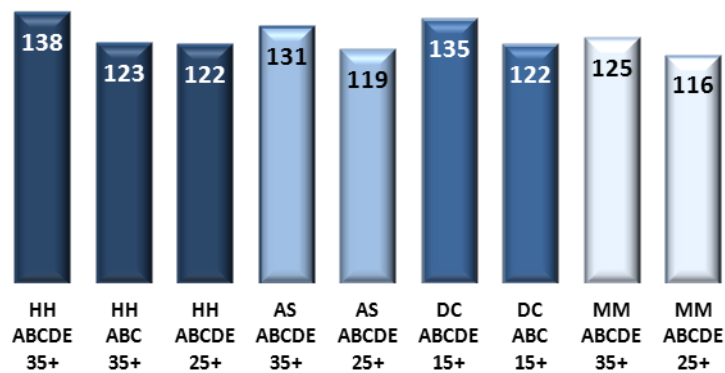
Pesquisa de Mídia – PNT e GSP
Agosto/2014

Audiência Domiciliar (Absoluto)
Maio a Agosto 2014



Mais de 491 mil de telespectadores/dia¹

Afinidade%



Audiência

- Mais de 491 mil telespectadores/dia¹.

Perfil

- Perfil adulto e qualificado: **58% acima dos 35 anos e 79% entre as classes sociais ABC.**

Afinidade

- Grande afinidade em diversos targets e classes sociais, principalmente entre adultos acima dos 35 anos.

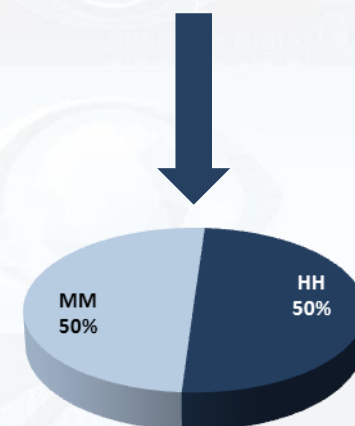
Comportamento

Quando se analisa a afinidade entre os telespectadores² adultos que assistem ao telejornal e o comportamentos de consumo, é possível identificar que:

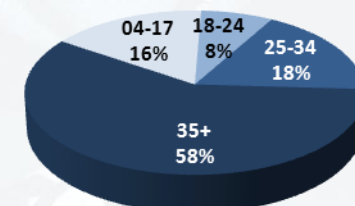
- **152% são compradores de equipamentos e artigos esportivos;**
- **138% pretendem comprar TV nos próximos 12 meses;**
- 125% são procurados por seus amigos ou ou sócios que pedem sua opinião em questões financeiras;
- 124% gostam de marcas inovadoras;
- 123% viajaram de avião nos últimos 12 meses;
- **121% habitualmente assistem TV e acessam a internet ao mesmo tempo;**
- 118% os amigos pedem sua opinião quando vão comprar um equipamento eletrônico;
- **113% confiam nos produtos que os apresentadores de TV indicam.**

Perfil

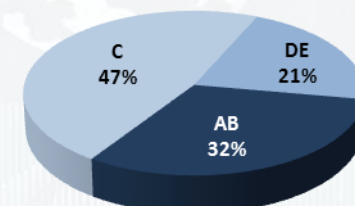
58% acima dos 35 anos
79% classes ABC



Sexo%



Idade%



Classe%

Audiência

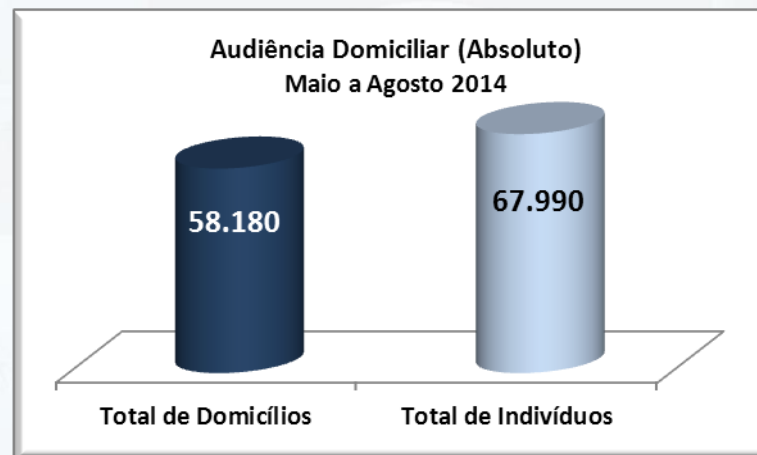
- Mais de 67 mil telespectadores/dia.

Perfil

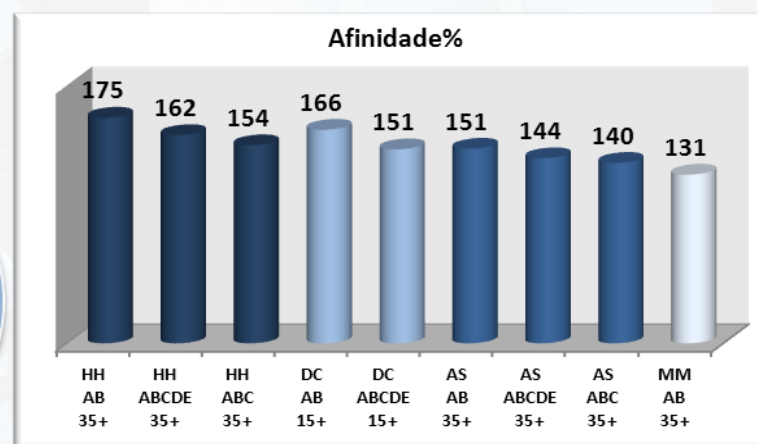
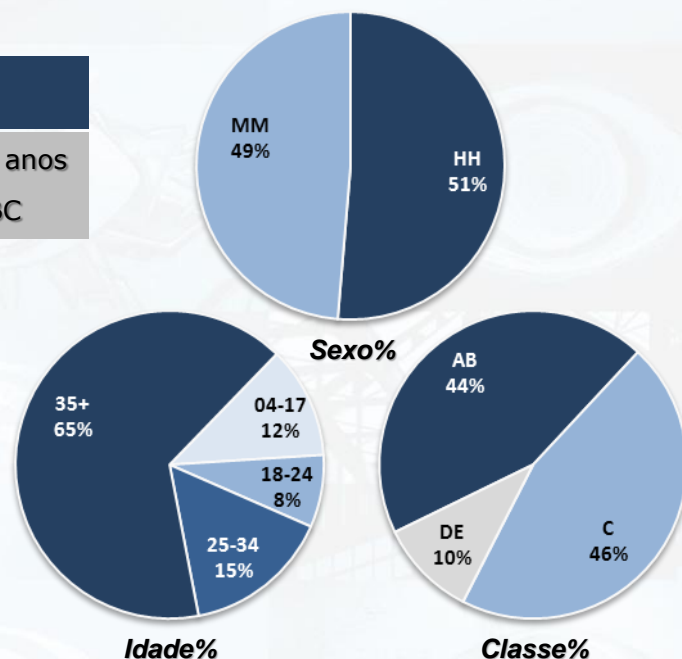
- Perfil adulto e qualificado: **65% acima dos 35 anos e 90% entre as classes sociais ABC.**

Afinidade

- Afinidade com público adulto e de diversas classes sociais, destaque para homens acima dos 35 anos.



Mais de 67 mil telespectadores/dia



Comportamento

Na Grande São Paulo, os telespectadores¹ adultos que assistem ao telejornal revelaram boa afinidade com opiniões e atitudes de consumo, como:

- **161%** são os primeiros a terem as últimas novidades em equipamentos eletrônicos;
- **149%** são compradores de acessórios para automóvel ou moto;
- 144% possuem moto/scooter e 133% automóvel em casa;
- **136%** procuram se informar sobre os avanços tecnológicos;
- 134% são fiéis a uma marca quando gosta dela;
- **132%** possuem cartão de crédito e **128%** conta corrente;
- 130% sempre procuram ofertas e descontos;
- 128% não abrem mão do conforto e geralmente são muito independentes.