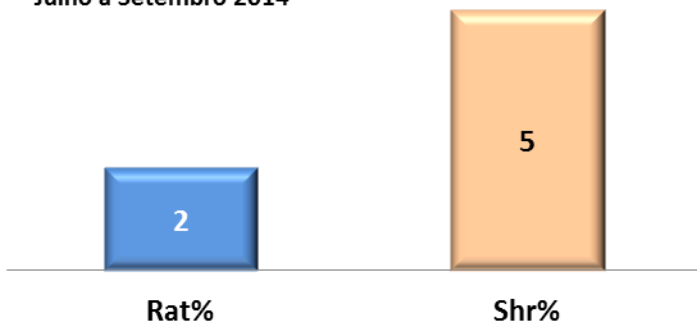


**ENTRETENIMENTO 2014**

# SESSÃO LIVRE

Pesquisa de Mídia – PNT e GSP  
Setembro/2014

Audiência Domiciliar%  
Julho a Setembro 2014



### Audiência

- 5% de share, 2% de audiência domiciliar com picos de 4 pontos.

### Perfil

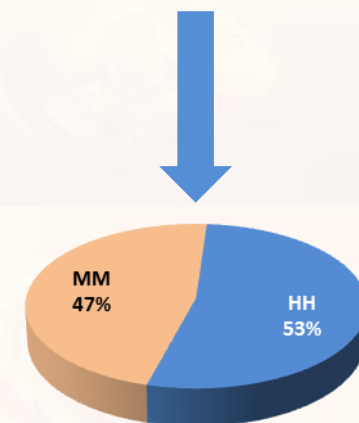
- 74% acima dos 25 anos e 78% entre as classes sociais ABC.

### Afinidade

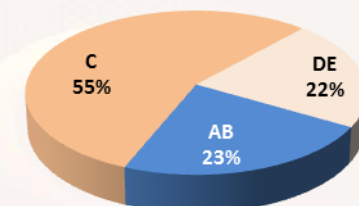
- Afinidade em diversos targets e classes sociais, principalmente entre adultos acima dos 35 anos.

### Perfil

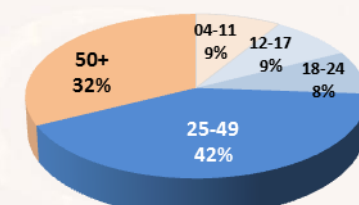
74% acima dos 25 anos  
78% classes ABC



### Sexo%



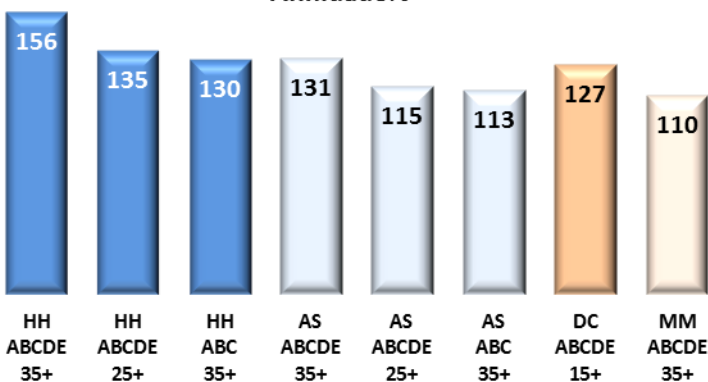
### Idade%



### Classe%

Mais de 1,4 milhão de telespectadores/dia<sup>1</sup>

Afinidade%



Analisando o comportamento dos telespectadores<sup>2</sup> adultos que assistem à TV Band observa-se que :

- 90% consomem refrigerantes (Normal e Diet/ Light);
- 72% preferem filmes dublados em português;
- 57% são consumidores de cerveja.
- ❖ São usuários de produtos de higiene pessoal e beleza:
  - 83% perfume e colônia;
  - 81% aparelhos de barbear e depilar;
  - 52% cremes para o corpo e 38% para mãos;
  - 51% protetor solar.
- 75% gostam de produtos que facilitem o seu dia a dia e acreditam que vale a pena pagar um pouco mais por produtos de higiene pessoal de boa qualidade;

### Audiência

- 4% de share, 2% de audiência domiciliar com picos de 4 pontos.

### Perfil

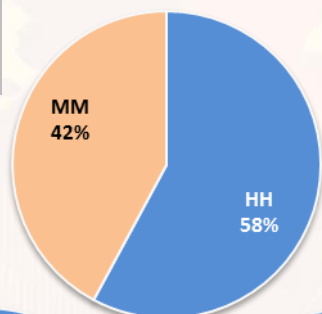
- 78% acima dos 25 anos e 85% entre as classes sociais ABC.

### Afinidade

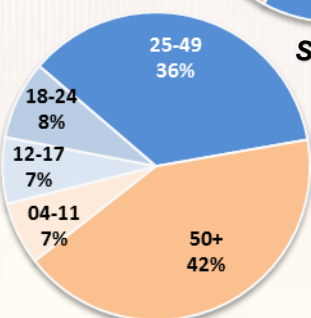
- Afinidade com público adulto e de diversas classes sociais e idades.

#### Perfil

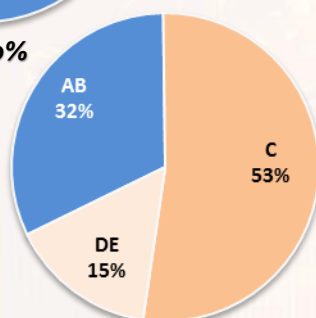
78% acima dos 25 anos  
85% classes ABC



#### Sexo%

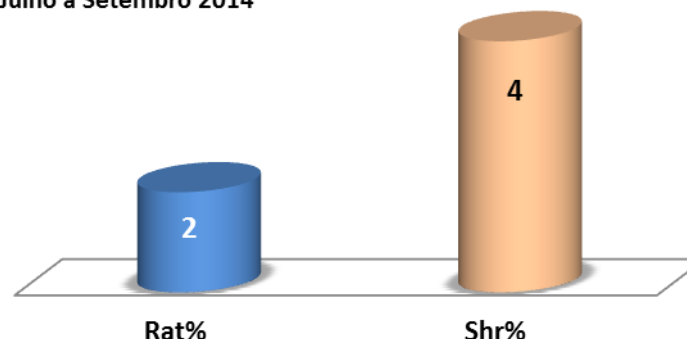


#### Idade%



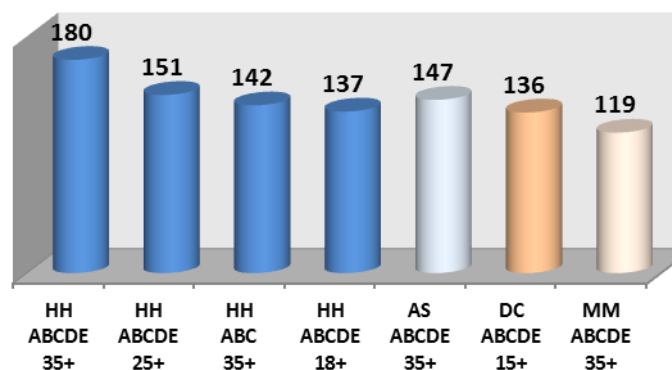
#### Classe%

Audiência Domiciliar%  
Julho a Setembro 2014



Mais de 138 mil telespectadores/dia

Afinidade%



### Comportamento e Consumo

Na grande São Paulo, entre os telespectadores<sup>1</sup> que assistem à TV Band:

- 89% revelam que fazem compras de mercado;
- 72% fazem compras pessoais para si mesmo ou para outras pessoas;
- 62% se informam bem antes de comprar novos produtos alimentícios;
- 61% gostam de provar novos produtos alimentícios;
- ❖ Atitudes com relação ao meio TV:
  - 77% recorrem à TV quando querem se informar;
  - 51% porque os entretêm;
  - 46% para se distrair das tarefas habituais.