

KANTAR IBOPE MEDIA

Em um mundo onde cada vez mais as pessoas precisam dividir seu tempo com diversas atividades durante o dia, é importante sempre estar atento à saúde. Por meio do Target Group Index, solução da Kantar IBOPE Media, é possível mapear o comportamento dos moradores da Grande Salvador em relação aos hábitos saudáveis e compreender a melhor forma de atingi-los. Além destas informações, apresentamos também indicadores sobre o investimento do setor em 2016.

De acordo com o estudo do Target Group Index, realizado na região metropolitana de Salvador, 47,5% concordam com a frase "devido à minha vida tão agitada, eu não me cuido como deveria", número um pouco acima da média nacional (46%). Outro dado relevante é que 40,8% informaram que não possuem tempo para preparar refeições saudáveis. Mais de 60% dessas pessoas declararam que quando precisam de informação, o primeiro lugar que buscam é na internet.

Apesar de 78,1% concordarem com a frase "eu pagaria qualquer preço por minha saúde", apenas 52,9% realizam exames regularmente mesmo estando saudáveis e 49% informaram que precisam estar realmente doentes para ir ao médico, o que demonstra que, mesmo com uma taxa elevada da população que valoriza ter uma boa saúde, uma parcela muito menor se previne de fato.

Tendo em vista que clínicas, hospitais e postos de saúde são alguns dos destinos mais comuns quando as pessoas estão doentes, o cenário da região metropolitana de Salvador é de que 70,3% dos respondentes declararam não possuir um seguro de saúde ou assistência médica, tendo a TV Aberta o meio de maior penetração, com 93%. Considerando os que possuem seguro de saúde ou assistência médica, os dados do TGR, estudo que permite o cruzamento de dados comportamentais com a audiência, apontam o horário da noite, das 18h às 00h, como o de maior audiência no meio TV e o horário da manhã, das 05h às 12h, como o de maior audiência no meio rádio.

39% dos entrevistados informaram que só utilizam o serviço público de saúde, sendo que, 71,7% destes confiam na televisão para se manterem informados, assistindo, em média, 15h e 36 minutos de TV aberta por semana.

Outro fato que está ligado diretamente com a saúde, é que 69,6% dos entrevistados informaram que fizeram compras em farmácias nos últimos 30 dias, com um gasto médio de R\$ 81.

KANTAR IBOPE MEDIA

Ainda de acordo com a análise da região metropolitana de Salvador, 74,6% concordam com a frase “é importante manter a forma física” e 42,9% informaram que praticam esportes pelo menos uma vez por semana. Além disso, 50,4% procuram ter uma dieta bem balanceada.

Investimento publicitário:

De acordo com dados da Kantar IBOPE Media, entre janeiro e dezembro de 2016, o setor farmacêutico e a categoria de serviços de saúde movimentaram mais de R\$ 214 milhões em compra de espaço publicitário, em Salvador, sendo veiculadas mais de 84 mil inserções.

O meio de maior participação na verba foi a TV aberta com 88% de participação, seguido do Jornal com 8%.

Considerando o investimento publicitário do setor farmacêutico e da categoria de Serviços de Saúde na praça, 9% provêm de anunciantes locais, ou seja, que autorizam campanhas em TV aberta, rádio, revista e jornal a partir de Salvador.

Fonte: Monitor Evolution – Praça Salvador – TV Aberta, Cinema, Revista, OOH, Rádio e Jornal – Jan a Dez/16 - Banco utilizado: ME1612TOTAL

Monitor Flex EasyAnalytics – Praça Salvador – TV Aberta, Rádio, Revista e Jornal – Filtros por categorias: serviços de saúde e para o Setor Farmacêutico foram consideradas instituc farmacêutica, linha farmacêutica, medicamento aparelho digestivo, medicamento dores em geral, medicamento gripe e resfriado, medicamento tratamento pele, outros farmacêutica, outros medicamentos, prods para emagrecimento, prods para pronto socorro, tonico fortificante e vitamina – Jan a Dez/2016.

Target Group Index BrY17w1+w2 (ago/15 – Jun/16) cobertura: entrevistas realizadas na região metropolitana de Salvador e Consolidado 13 mercados: regiões metropolitanas de São Paulo, Rio de Janeiro, Porto Alegre, Curitiba, Belo Horizonte, Salvador, Recife, Fortaleza, Brasília (DF), Goiânia, Campinas, Interior de SP, Interior Sul/ Sudeste.
Representatividade de 53% da população brasileira de 12 a 75 anos, correspondendo a 84 milhões de pessoas.

TGR Rádio – Praça Salvador – Audiência, Target: Posse de Seguro de Saúde / Assistência Médica; Total Emissoras, Todos os dias, Set a Nov/16.

TGR TV – Praça Salvador – Audiência, Target: Posse de Seguro de Saúde / Assistência Médica Todos os dias, 2016.

KANTAR IBOPE MEDIA

Sobre o Target Group Index

O Target Group Index é um estudo single source sobre o consumo de produtos, serviços e mídia, estilo de vida e características sociodemográficas. Desenvolvido na Inglaterra em 1968, chegou ao Brasil em 1999 numa parceria da Kantar Media Research (KMR) com o então IBOPE Media. Durante a pesquisa, o mesmo entrevistado responde a todas as questões do questionário — o que permite uma análise completa de qualquer uma das informações contidas na base de dados. Com o Target Group Index, também é possível fazer um comparativo entre os hábitos de consumo de diversos países — pois o estudo é aplicado sob o mesmo padrão — com pequenas adaptações regionais em mais de 70 países.

Sobre o TGR

O Target Group Ratings é solução que permite analisar o comportamento de audiência de televisão com targets demográficos (indivíduos) e comportamentais, sendo estes extraídos do estudo Target Group Index, que contempla informações sobre hábitos, opiniões e atitudes, eventos da vida, marketing boca a boca, consumo dos meios e consumo de produtos (exceto marcas).

A metodologia adotada para o TGR é a fusão de dados, presente em diversos países. Para isso, são fusionadas as bases mensais de audiência de televisão (audiência mensal consolidada) e a última onda consolidada anual do estudo Target Group Index, conforme descrição abaixo:

- **Audiência de rádio:** metodologia recall, os entrevistados respondem quais emissoras de rádio ouviram ontem, anteontem e nos últimos três meses, além do horário, equipamento e local onde ouviram. A abordagem da pesquisa é híbrida e utiliza entrevistas pessoais no domicílio, por telefone e por questionários online.
- **Audiência de televisão:** painel regular de audiência de televisão com medição eletrônica (peoplemeter)
- **Target Group Index:** estudo single source sobre o consumo de produtos, serviços e mídia, estilo de vida e características sociodemográficas.

Sobre Produtos Monitor

A Kantar IBOPE Media monitora os investimentos publicitários nos principais meios consumidos no país. As soluções possibilitam o acompanhamento da estratégia de comunicação de agências, anunciantes e veículos, além de indicar a priorização de mercados, sazonalidade, origem da verba e o desempenho de diversas categorias de produtos e marcas.

O investimento publicitário apresentado é o valor bruto com base na tabela de preços dos veículos, desconsiderando-se descontos e negociações aplicados pelo mercado.






Sobre a Kantar IBOPE Media

A Kantar IBOPE Media é a divisão latino-americana da Kantar Media, líder global em inteligência de mídia. A empresa oferece as mais abrangentes e precisas informações sobre consumo, desempenho e investimento de mídia, provendo aos clientes da América Latina dados para a melhor tomada de decisão.

Parte do grupo Kantar - braço do Grupo WPP responsável pela gestão de informação - a Kantar IBOPE Media conta com aproximadamente 3.500 colaboradores e possui operações em 15 países latino-americanos.

Acesse www.kantaribopemedia.com para mais informações.






KANTAR IBOPE MEDIA

-  @K_IBOPEMedia
-  Kantar IBOPE Media
-  company/Kantar IBOPE
-  @KantarMedia
-  +KantarIBOPEMedia

Sobre a Kantar Media

A Kantar Media é líder global em inteligência de mídia, fornecendo aos clientes dados que precisam para tomar decisões informadas sobre todos os aspectos da medição, monitoramento e planejamento de mídia. Parte da Kantar, braço da WPP de gestão de investimentos de dados, a Kantar Media fornece informações abrangentes e precisas sobre o consumo, desempenho e investimento em mídia.

Para mais informações, visite o site www.kantarmedia.com

-  @Kantar_Media
-  KantarMediaGlobal
-  company/kantar-media
-  @KantarMedia
-  +KantarMedia