KANTAR IBOPE MEDIA

A alimentação é parte vital no dia a dia das pessoas, sendo responsável pelo desenvolvimento físico e mental do ser humano. Com o Target Group Index, solução da Kantar IBOPE Media, conseguimos avaliar quais são os alimentos mais consumidos pelos moradores da Grande Salvador, além das opiniões a respeito do tema.

De acordo com levantamento do Target Group Index na região metropolitana de Salvador, 67% dos entrevistados declararam que se informam bem antes de comprar novos produtos alimentícios, 42,5% procuram sempre verificar o conteúdo nutricional dos alimentos e 36,7% sempre consideram as calorias dos alimentos que comem. Considerando segmentos mais específicos, 26,4% informaram que sempre procuram versões diet/light de alimentos e bebidas e 5,76% se declararam vegetarianos. Destaque para a afinidade que os consumidores de diet/light têm com TV aberta, internet, rádio e revista; já os vegetarianos preferem a TV por assinatura.

De uma forma geral, os alimentos mais consumidos nos últimos 12 meses foram *arroz, feijão, óleo/azeite, manteiga/margarina e leite*, todos com uma penetração superior a 90%. Na sequência, temos *café em pó ou em grãos* (87,5%), seguido por *massas* (86,5%) e *congelados* (77,7%).

Considerando o consumo de lanches, *chocolates/bombons e biscoitos salgados* lideram a lista: 65,9% dos entrevistados declararam terem consumido esses alimentos nos últimos 7 dias. Em seguida vem o *biscoito doce* (64,5%) e o *iogurte* (54%). Todos os consumidores desses produtos possuem afinidade com as frases “eu confio na televisão para me manter informado” e “eu confio no rádio para me manter informado”.

Dividindo as bebidas em não alcóolicas e alcóolicas, as campeãs de consumo nos últimos 7 dias são *café* (73,4%) e *refrigerante* (69,4%) para não alcóolicas e *cerveja* (39,8%) e *vinho* (19,7%) para as alcóolicas. Através do TGR, estudo que cruza as informações de audiência com dados comportamentais, é possível identificar as diferenças dos públicos consumidores de cerveja e de refrigerante. Analisando os TOP 5 gêneros mais assistidos na TV, os consumidores de refrigerante possuem afinidade com *Novela e Game Show*, enquanto que os de cerveja possuem afinidade com *Minissérie, Futebol e Político*

Investimento publicitário

KANTAR IBOPE MEDIA

De acordo com dados da Kantar IBOPE Media, entre janeiro e dezembro de 2016, os setores de Alimentos e o de Bebidas movimentaram juntos mais de R$ 325 milhões de verba de mídia em Salvador.

As principais categorias em alimentos foram Carnes Aves e Derivados, Chocolates e Leites Puros e Derivados e no de bebidas Cervejas, Refrigerantes e Café e Chá.

O meio TV representa 96% do total investido pelos dois setores juntos, seguidos pelos meios Rádio, Jornal, Cinema e OOH.

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

Target Group Index Br TG 2017 (2016 1s + 2s) cobertura: entrevistas realizadas na região metropolitana de Salvador.

TGR TV – Praça Salvador – Audiência, 2016

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 Produtos de Adversing Intelligence

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 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 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 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.

@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