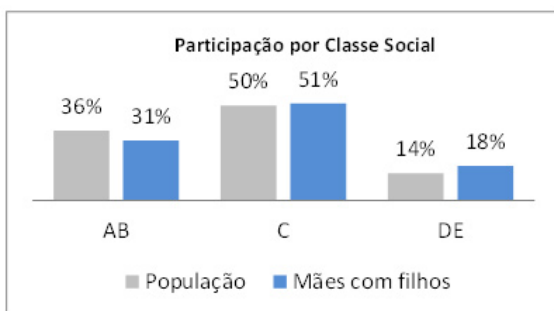


'Já é hora de dormir, não espera mamãe mandar'

24/05/2011

Artigo publicado na revista Imprensa no mês de abril

34 milhões é o universo de mulheres conforme cobertura do Target Group Index e, destas, 36% são mães de crianças com até 14 anos.



A classe DE apresenta maior participação no universo de mães, quando comparado a distribuição normal da população, com idade média de 35 anos, grande parte dessas mães não trabalha (52%).

TV é o meio mais consumido, sendo para elas fonte de informação e entretenimento; assistem em média 16h18 na semana, contra 15h do universo de mulheres.

Declaram possuir somente um aparelho de TV no domicílio (86%), e quando existe um segundo (11%), está no quarto dos pais.

Meios	Mães 18+ com filhos até 14 anos				
	População	AB		DE	
	Penetração	Penetração	Afinidade	Penetração	Afinidade
Jornal	34%	44%	131	15%	45
Televisão	97%	96%	99	96%	99
TV Paga	28%	49%	177	4%	15
Revistas	45%	62%	140	15%	34
Cinema	15%	21%	143	1%	10
Internet	50%	73%	144	7%	13
Rádio	75%	74%	99	68%	91
Mídia Extensiva	88%	93%	105	80%	91

Na outra ponta estão as mães das classes AB. Mais da metade trabalha (61%) e apesar da TV também apresentar o maior percentual de consumo, seu tempo frente ao meio na semana (14h24) está dividido com outras mídias.

Nos domicílios dessas mães, em média existem três aparelhos de TV distribuídos entre sala, quarto dos pais e das crianças.

Nessa classe, a internet é bastante utilizada. Segundo números do TG.Net, 72% dos filhos com até 14 anos destas mães AB acessam diariamente a internet, com um tempo médio na semana de 14h18.

A atividade mais frequente quando estão navegando sozinhos são jogos (62%), porém quando o acesso é feito junto com as mães a primeira no ranking é lição de casa (39%).

COMPRA ONLINE

Audiência de Internet

Tenha acesso a uma fonte rica de dados sobre os perfis dos internautas, obtidos por meio de painéis de medição de audiência na web.

Cursos e treinamentos

Turmas abertas do IBOPE Educação para profissionais interessados em aprimorar suas competências em diversas áreas do conhecimento e atuar de forma mais objetiva frente aos desafios do dia-a-dia.

	Mulheres	Mães 18+ com filhos até 14 anos AB	Mães 18+ com filhos até 14 anos DE
Declaram assistir TV com a família	65%	72%	67%
A educação dos meus filhos é prioridade	67%	86%	77%
Os pais são mais importantes que a escola para a educação das crianças	70%	75%	64%

Apesar da maior liberdade de consumo dos meios pelos filhos, a educação ainda é prioridade para essas mães. Independente de classe social, a grande maioria ainda tem o hábito de assistir TV com a família, apontando tendência de controle.

(1) Jingle utilizado no encerramento das transmissões da extinta Tv Tupi, na década de 60. Fonte: INFANTV.COM.BR

COMENTE

COMENTÁRIOS

ATENÇÃO: Os comentários publicados nesta seção são de responsabilidade integral de seus autores e não representam a opinião do IBOPE. Lembramos que não são permitidas mensagens com propagandas ou conteúdos ofensivos e desrespeitosos.

Ainda não foram adicionados comentários para esta página. Seja o primeiro a comentar.

TAGS

IBOPE Media; Consumo e comportamento

NOTÍCIAS RELACIONADAS

Entre os que assistem a esportes, 41% prestigiam a Fórmula 1

22/mar/2013

Homens são maioria entre os expectadores da Fórmula 1 (69%)

53% da população declara ter dificuldade em economizar

11/mar/2013

53% da população declara ter dificuldade em economizar. Dados do Target Group Index revelam ainda que 36% não sabem nada sobre investimentos e finanças

SOLUÇÕES RELACIONADAS



HAR

Hábitos e Atitudes Regional, da base do Target Group Index.



Target Group Index

Amplo estudo single source sobre consumo e estilo de vida.



TG.net

Combina informações do Target Group Index com uma pesquisa online exclusiva.

O IBOPE

Quem somos
Unidades de negócios
Investimento social
Executivos
O que fazemos
Como fazemos
Auditoria e qualidade
Cada Estágio

SOLUÇÕES

Ambiental
Análises
Consumo dos meios
Geonegócios
Mercado
Monitoramento dos meios
Opinião pública e

CONHECIMENTO

Pesquisas de opinião e mercado
Pesquisas eleitorais
Pesquisas de mídia
Audiência de rádio
Audiência de TV RJ
Audiência de TV SP
Investimento publicitário

NEWSLETTER

E-Mail



NOTÍCIAS

Últimas Notícias

RELACIONAMENTO

Entrevistados
Dúvidas frequentes

[Onde estamos](#)

[Nossos Valores](#)

[Integridade corporativa](#)

[Canal aberto](#)

[Sustentabilidade](#)

[Parcerias e associações](#)

[política](#)

[Educação](#)

[Single source](#)

[Leitura de jornal](#)

[Ranking de agências](#)

[Artigos e papers](#)

[Infográficos](#)

[Leitura de pesquisas eleitorais](#)

[Descubra com o IBOPE](#)

[Glossário](#)

[Hotsites](#)

[Vídeos](#)

[COMPRA ONLINE](#)

[Cursos e Treinamentos](#)

[Relatórios de internet](#)

[Orçamento de Pesquisa](#)

[Minhas Compras](#)

[Fale Conosco](#)

[Relacionamento acadêmico](#)

[Imprensa](#)

[Releases](#)

[Organograma](#)

[Fact sheet](#)

[Política de divulgação](#)

IBOPE

© 2005-2012. Todos os direitos reservados. [Política de Privacidade](#)