





VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO

ONDE OS EMPREENDEDORES BUSCAM INFORMAÇÃO?



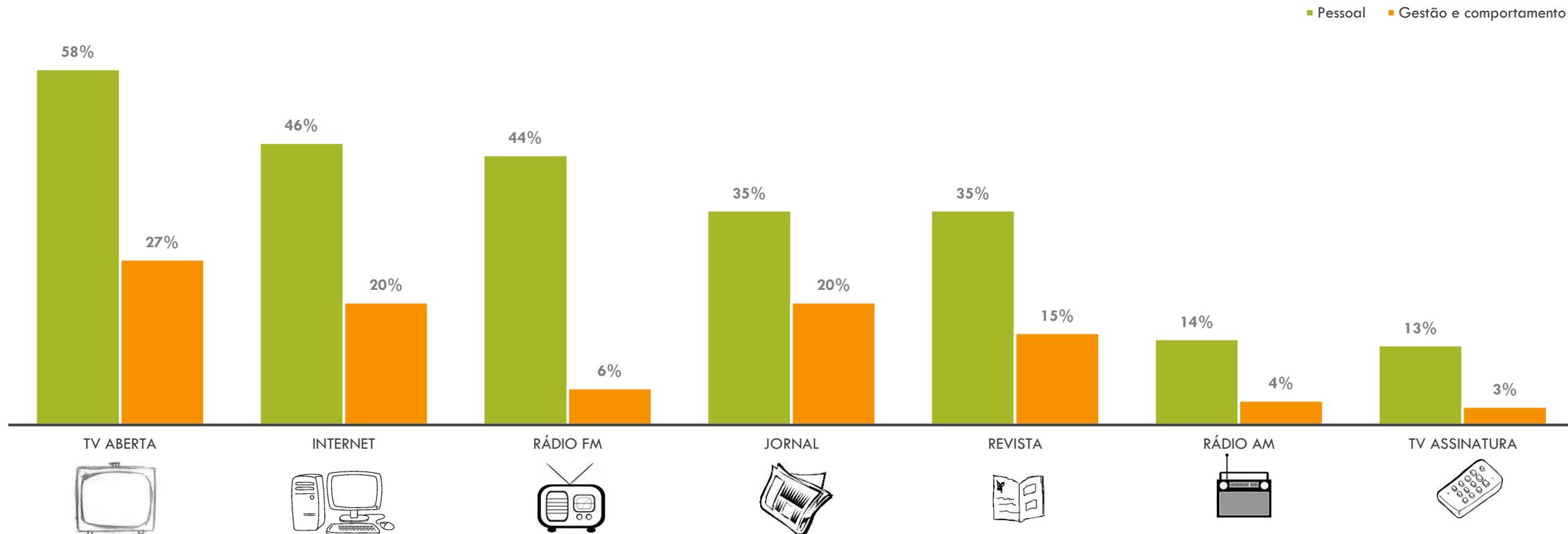
ÍNDICE

1. Quais os meios de comunicação mais utilizados?
2. Como são os hábitos de utilização?
3. Como é na minha região?
4. Mapas de comunicação
5. A pesquisa

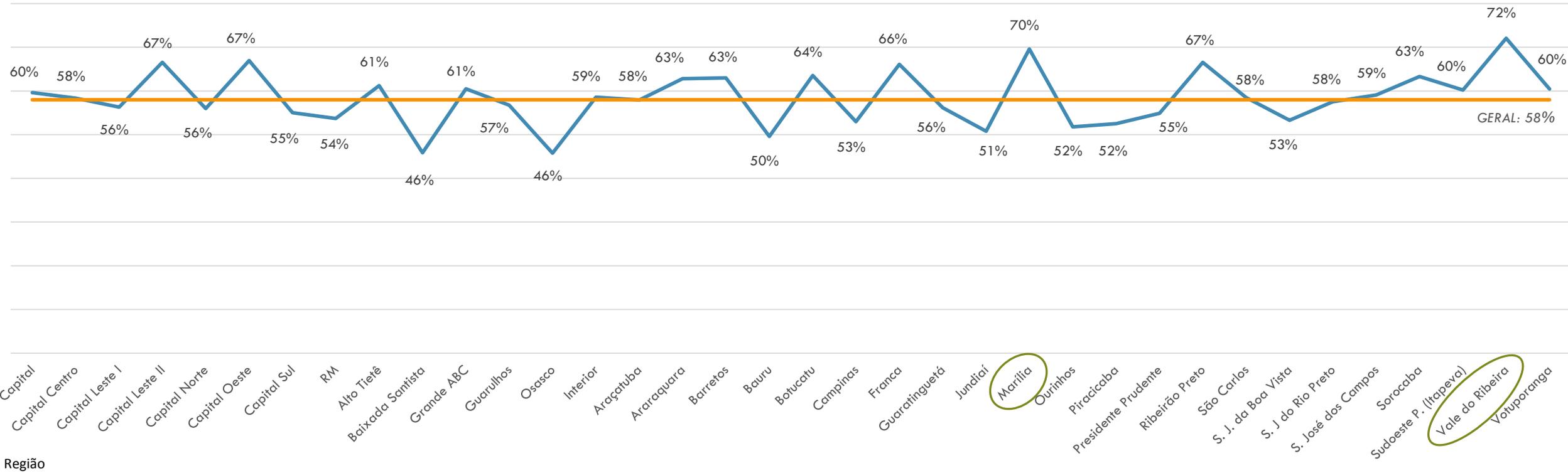
**QUAIS OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO
MAIS UTILIZADOS?**

1

MEIOS DE COMUNICAÇÃO MAIS UTILIZADOS



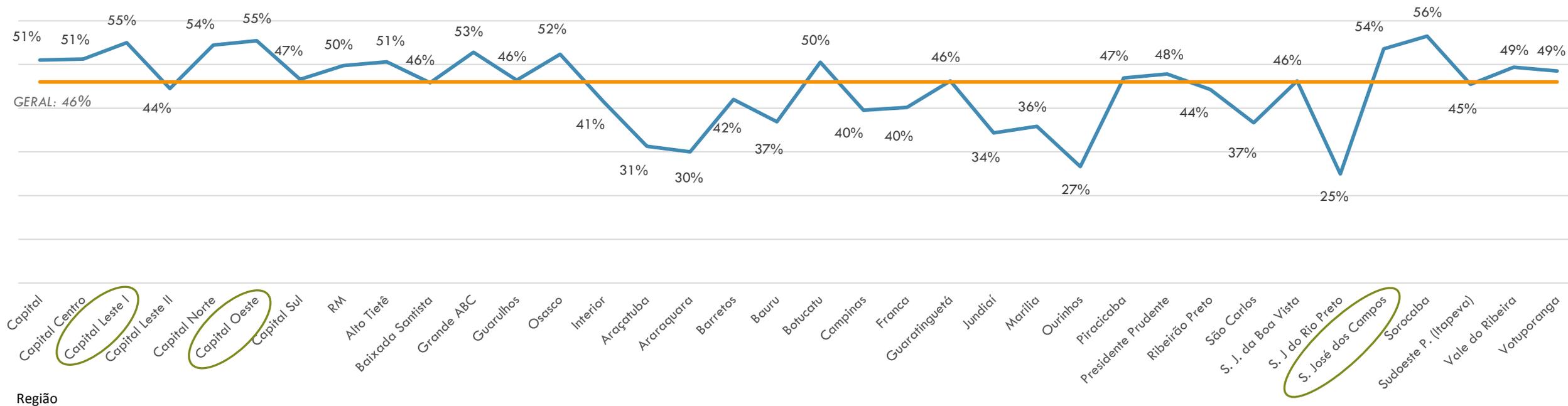
É DIFERENTE POR REGIÃO?



TV ABERTA

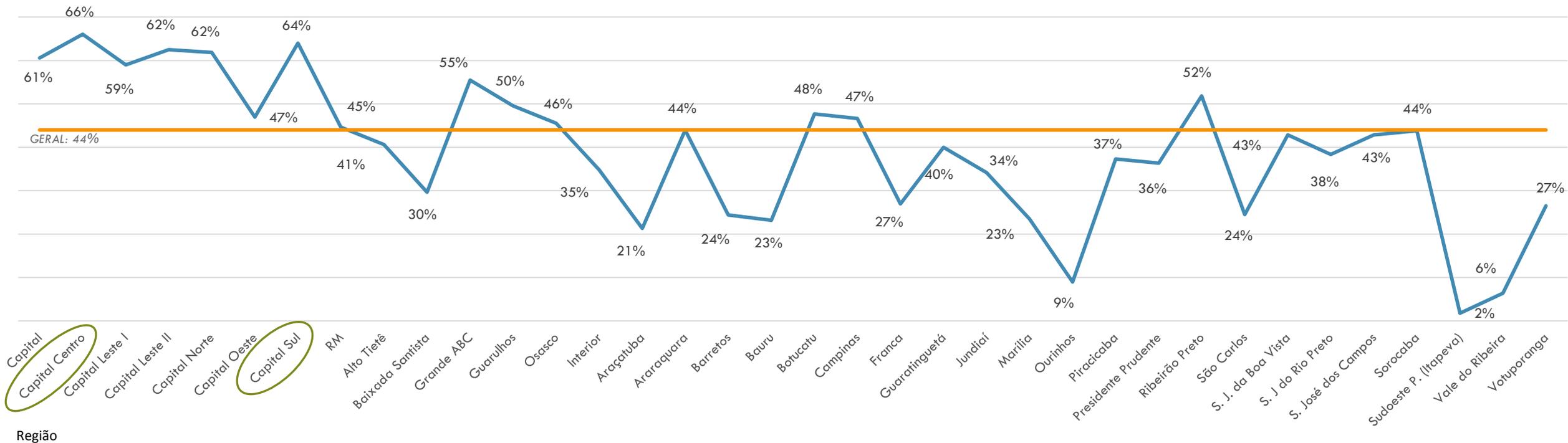
USO PESSOAL

58% dos entrevistados assistem TV ABERTA para o dia a dia pessoal



INTERNET USO PESSOAL

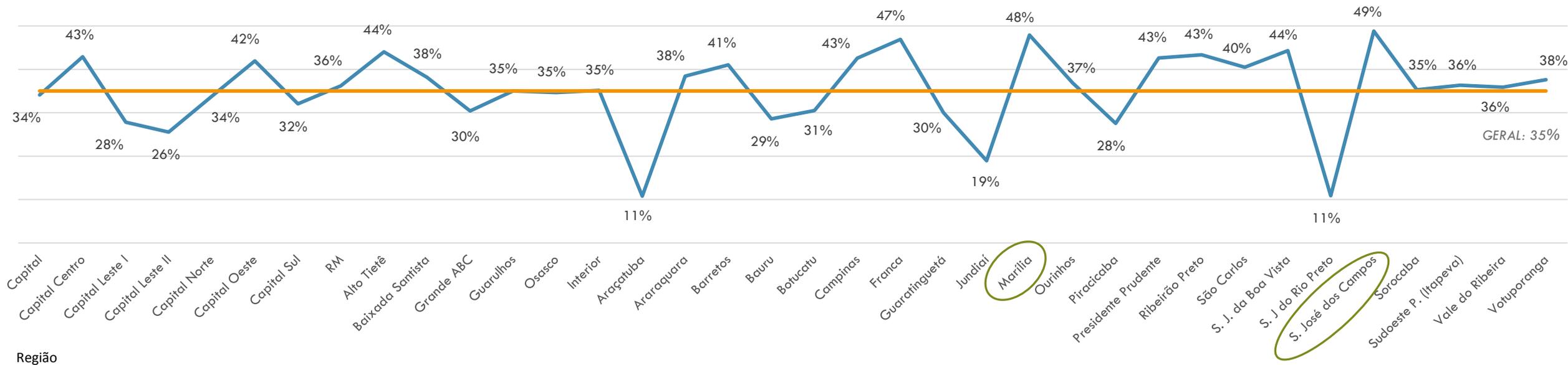
46% dos entrevistados usam a INTERNET para o dia a dia pessoal



RÁDIO FM

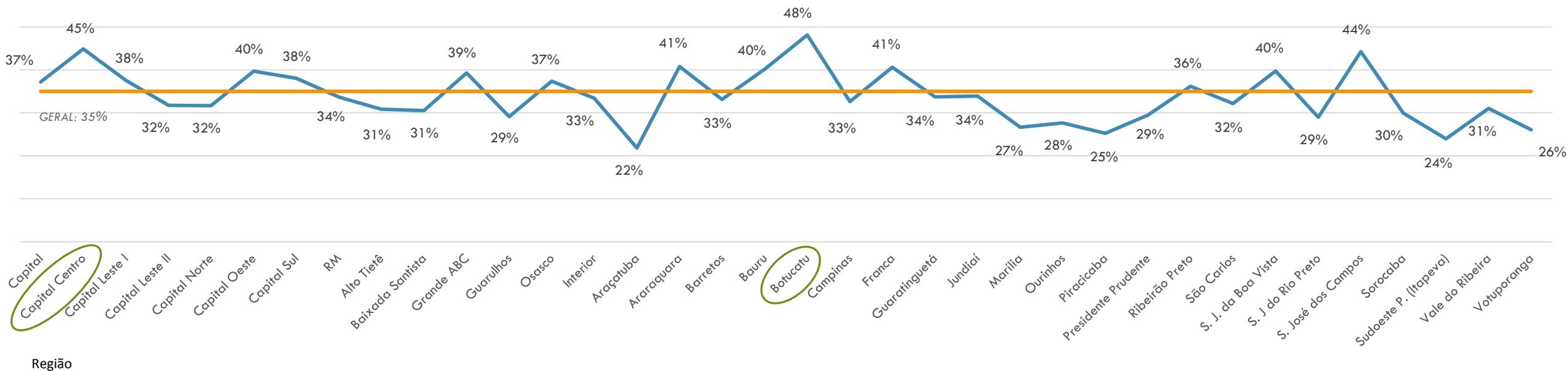
USO PESSOAL

44% dos entrevistados ouvem RÁDIO FM para o dia a dia pessoal



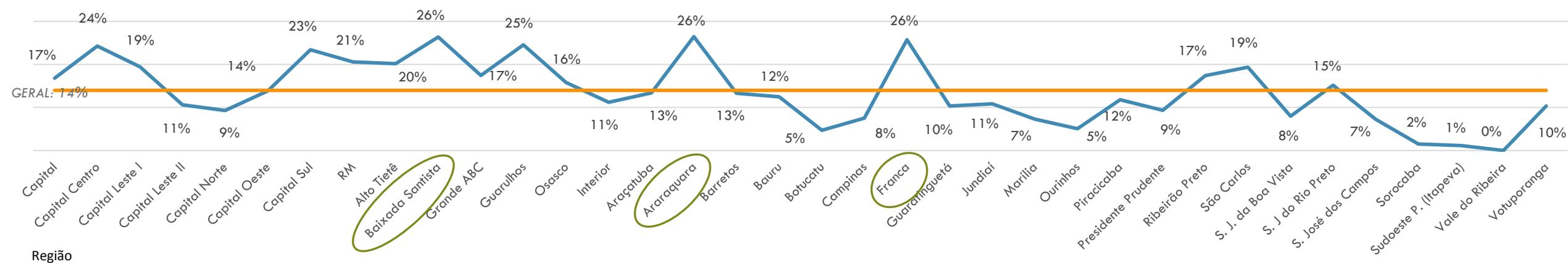
JORNAL USO PESSOAL

**35% dos entrevistados utilizam
JORNAL para o dia a dia
pessoal**



REVISTA USO PESSOAL

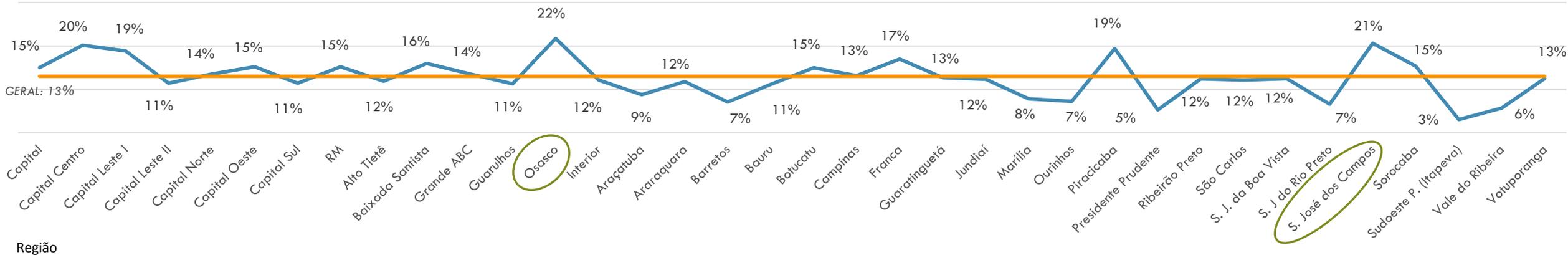
35% dos entrevistados utilizam
REVISTA para o dia a dia
pessoal



RÁDIO AM

USO PESSOAL

14% dos entrevistados ouvem RÁDIO AM para o dia a dia pessoal



TV ASSINATURA

USO PESSOAL

13% dos entrevistados assistem TV POR ASSINATURA para o dia a dia pessoal

**COMO SÃO OS HÁBITOS DE
UTILIZAÇÃO?**

2

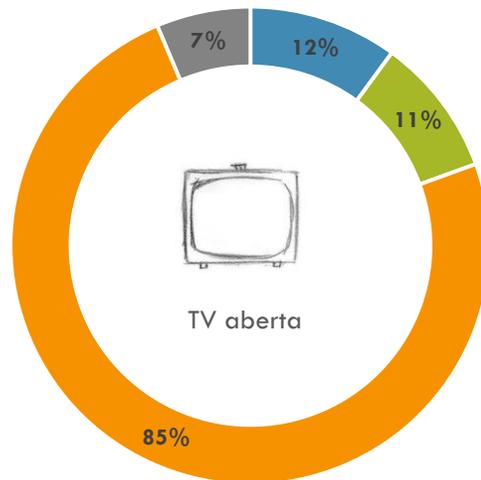
FREQUÊNCIA DE UTILIZAÇÃO

na maioria dos meios de comunicação, as pessoas utilizam todos os dias da semana

apenas em relação ao jornal, a leitura é maior no domingo

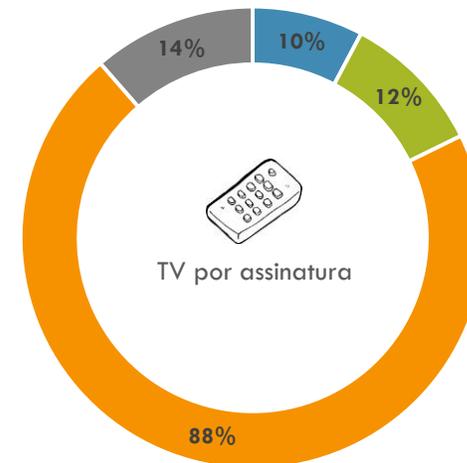
TV

período de utilização*



BASE: 2.299

■ manhã ■ tarde ■ noite ■ madrugada



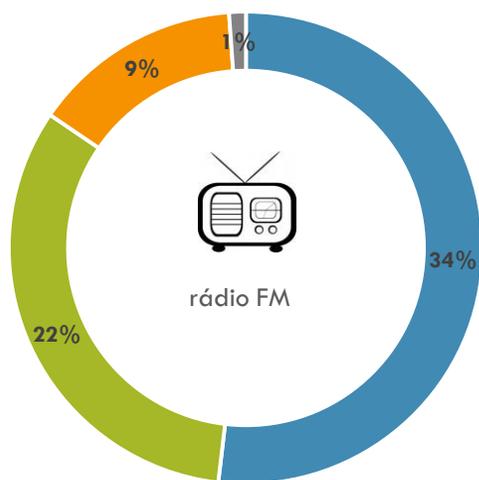
BASE: 534

■ manhã ■ tarde ■ noite ■ madrugada

A TV aberta é utilizada de maneira equilibrada em todos os dias da semana e a TV por assinatura é maior no final de semana

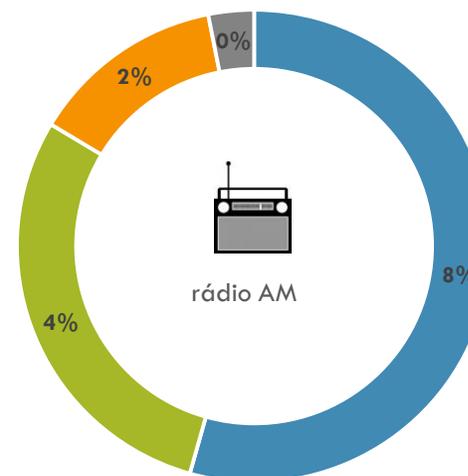
RÁDIO

período de utilização*



BASE: 636

■ manhã ■ tarde ■ noite ■ madrugada



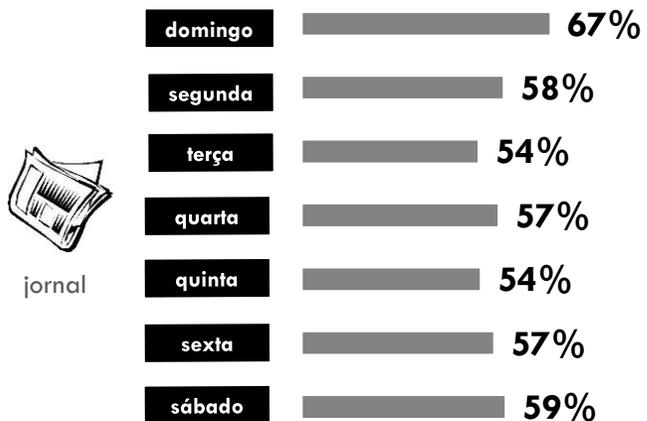
BASE: 137

■ manhã ■ tarde ■ noite ■ madrugada

A utilização do rádio AM e FM é semelhante, sendo maior durante a semana

JORNAL

frequência de leitura



BASE: 1.387

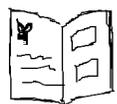
sobre gestão e comportamento

cadernos que lê:

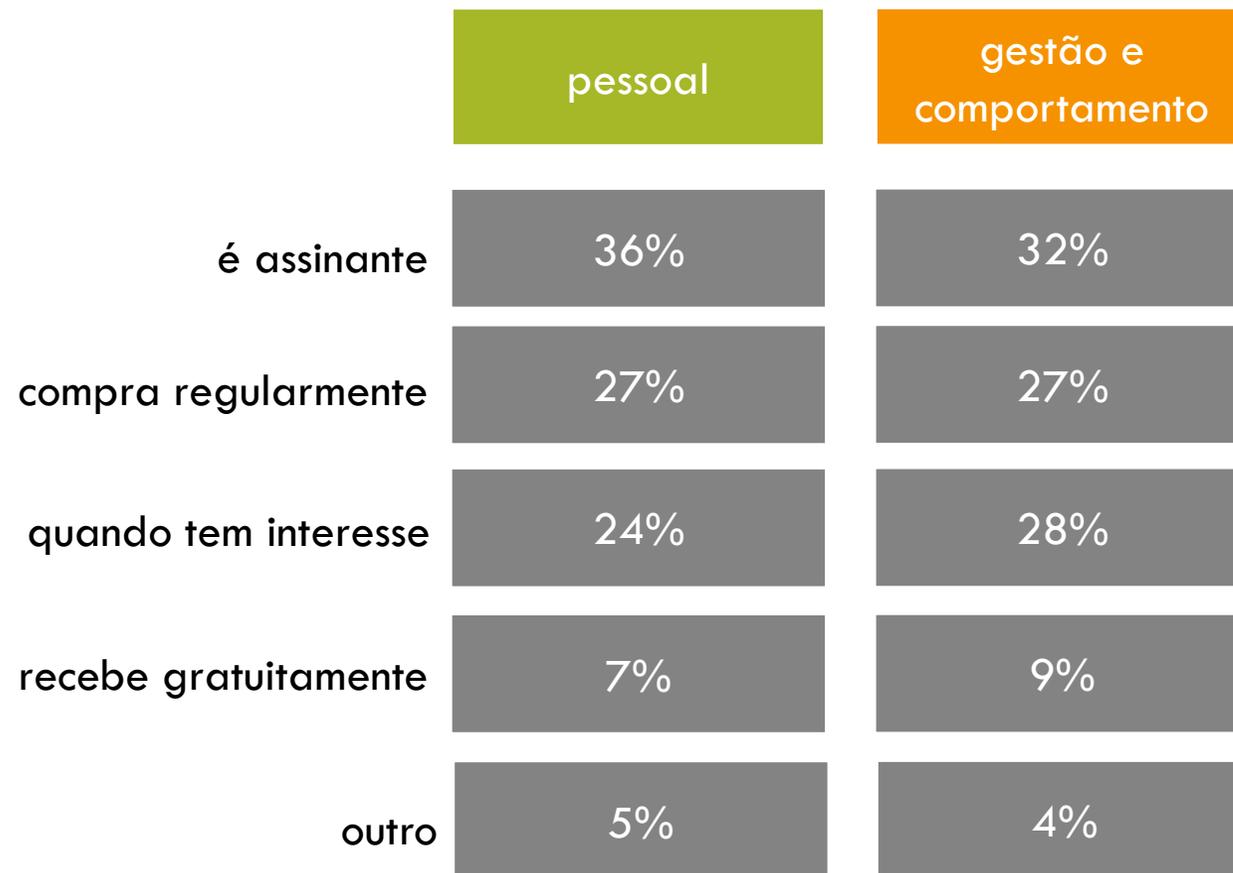


BASE: 263

REVISTA



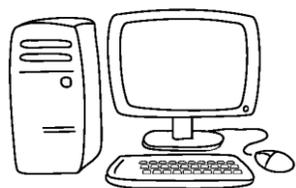
revista



BASE: 1.368

BASE: 608

INTERNET



a utilização da internet é um pouco maior durante a semana

redes sociais



COMO É NA MINHA REGIÃO?

3

TOTAL

Revista

É assinante	32%
Compra regularmente	27%
Quando tem interesse	28%
Recebe gratuitamente	9%
Outro	4%

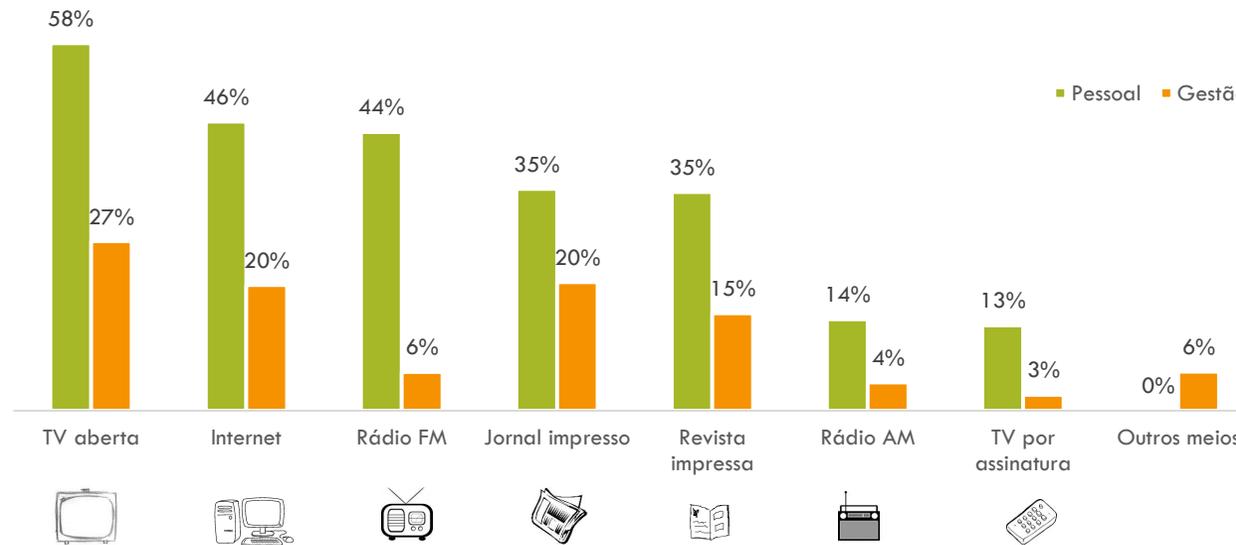
base: 609 - gestão

Jornal

Caderno que lê:

Economia	62%
Anúncios classificados	18%
Política	12%
Cidade/metrópole/região	10%

base: 803 - gestão



	TV aberta	TV assinatura	rádio FM	rádio AM
manhã	12%	10%	34%	8%
tarde	11%	12%	22%	4%
noite	85%	88%	9%	2%
madrugada	7%	14%	1%	0%

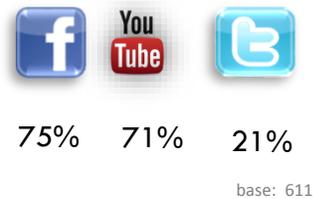
informação pessoal base: 2299 base: 534 base: 1607 base: 435

redes sociais

pessoal



gestão



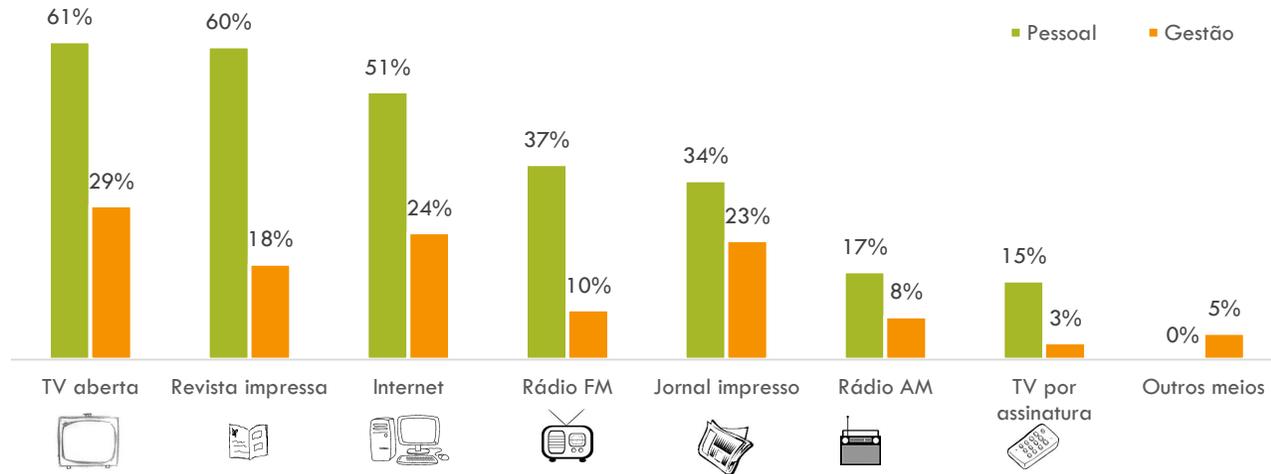
CAPITAL

Revista	É assinante	30%
	Compra regularmente	30%
	Quando tem interesse	27%
	Recebe gratuitamente	10%
	Outro	3%

base: 212 - gestão

Jornal	Caderno que lê:	
	Economia	68%
	Anúncios classificados	18%
	Política	14%
	Noticário internacional	12%

base: 263 - gestão



	TV aberta	TV assinatura	rádio FM	rádio AM
manhã	11%	8%	34%	8%
tarde	11%	16%	22%	4%
noite	87%	91%	9%	2%
madrugada	11%	23%	1%	0%

informação pessoal base: 663 base: 174 base: 633 base: 137

redes sociais

pessoal



54% 23% 24%

base: 509

gestão



79% 72% 24%

base: 224

RMSP

Revista

É assinante	27,40%
Compra regularmente	22,96%
Quando tem interesse	41,90%
Recebe gratuitamente	4,63%
Outro	2,99%

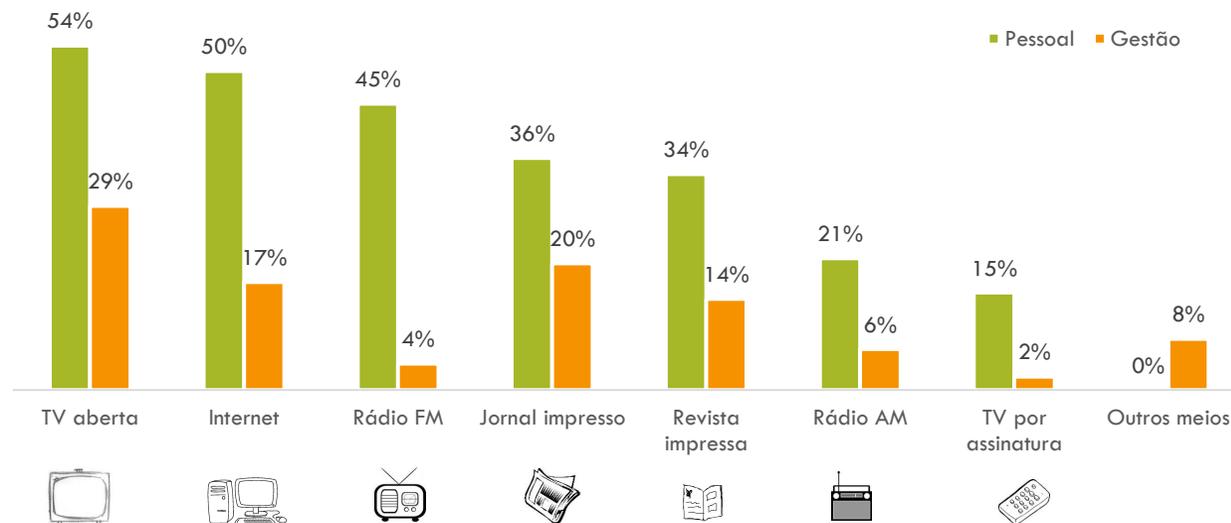
base: 96 - gestão

Jornal

Caderno que lê:

Economia	58%
Anúncios classificados	22%
Cidade/metrópole/região	13%
Política	12%

base: 133 - gestão



	TV aberta	TV assinatura	rádio FM	rádio AM
manhã	13%	11%	34%	8%
tarde	13%	10%	22%	4%
noite	84%	81%	9%	2%
madrugada	6%	12%	1%	0%

informação pessoal

base: 361

base: 102

base: 265

base: 100

redes sociais

pessoal



49% 19% 20%

base: 280

gestão



76% 74% 20%

base: 90

INTERIOR

Revista

É assinante	36,00%
Compra regularmente	27,33%
Quando tem interesse	23,91%
Recebe gratuitamente	8,97%
Outro	3,79%

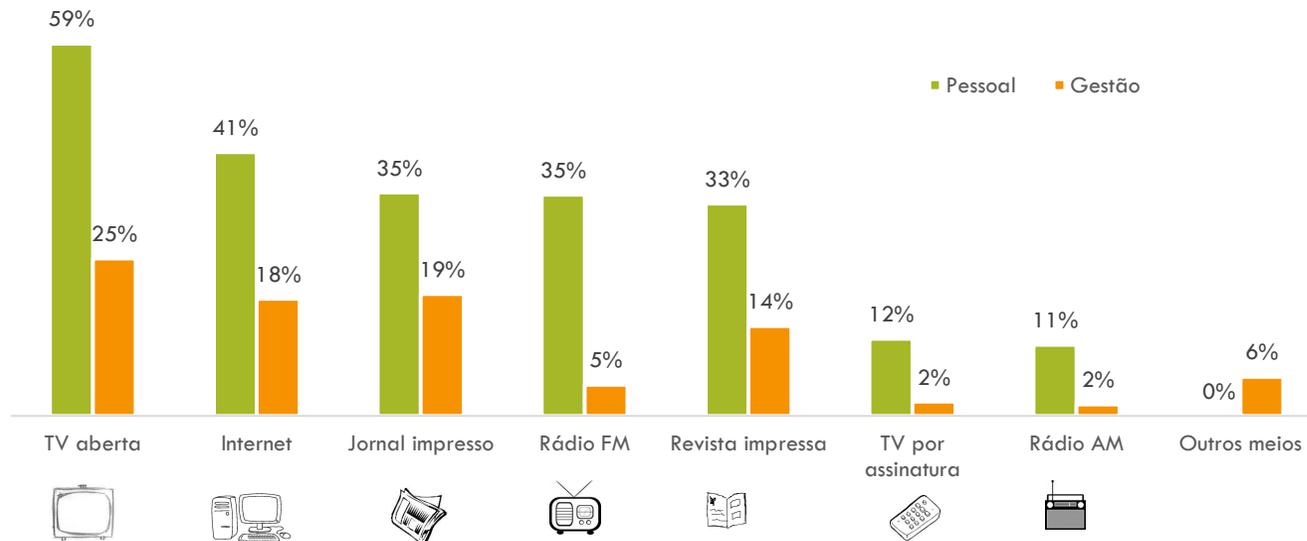
base: 301 - gestão

Jornal

Caderno que lê:

Economia	61%
Anúncios classificados	17%
Cidade/metrópole/região	11%
Primeiro caderno/capa	10%

base: 407 - gestão



	TV aberta	TV assinatura	rádio FM	rádio AM
manhã	12%	10%	34%	8%
tarde	10%	11%	22%	4%
noite	85%	89%	9%	2%
madrugada	6%	9%	1%	0%

informação pessoal

base: 1246

base: 258

base: 709

base: 198

redes sociais

pessoal



43% 17% 20%

base: 787

gestão

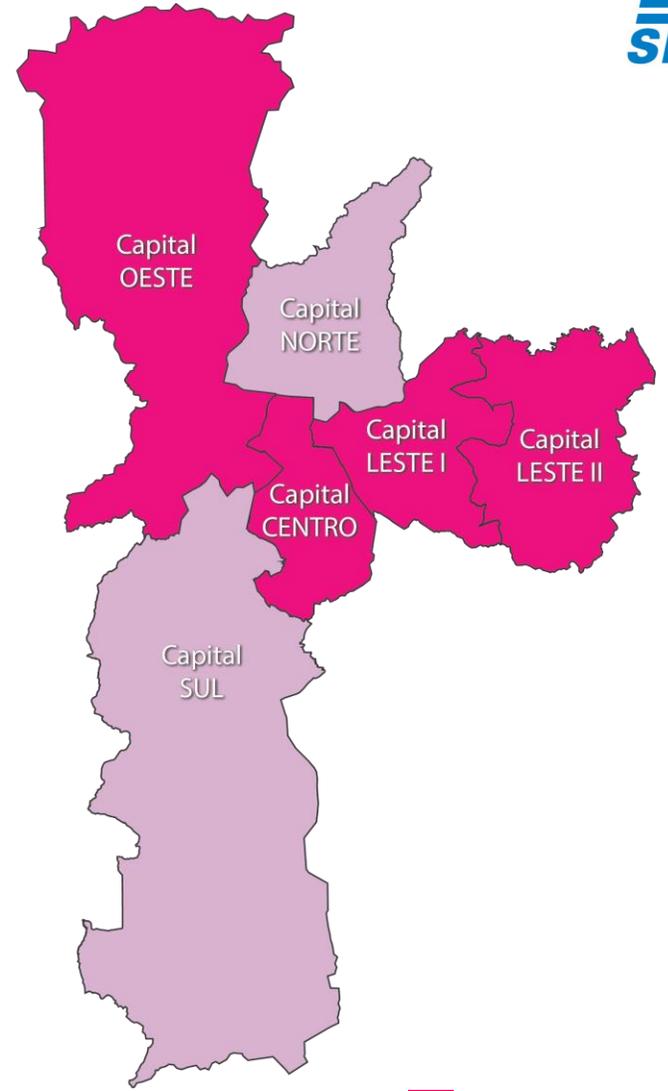


73% 68% 19%

base: 297

MAPAS DE COMUNICAÇÃO

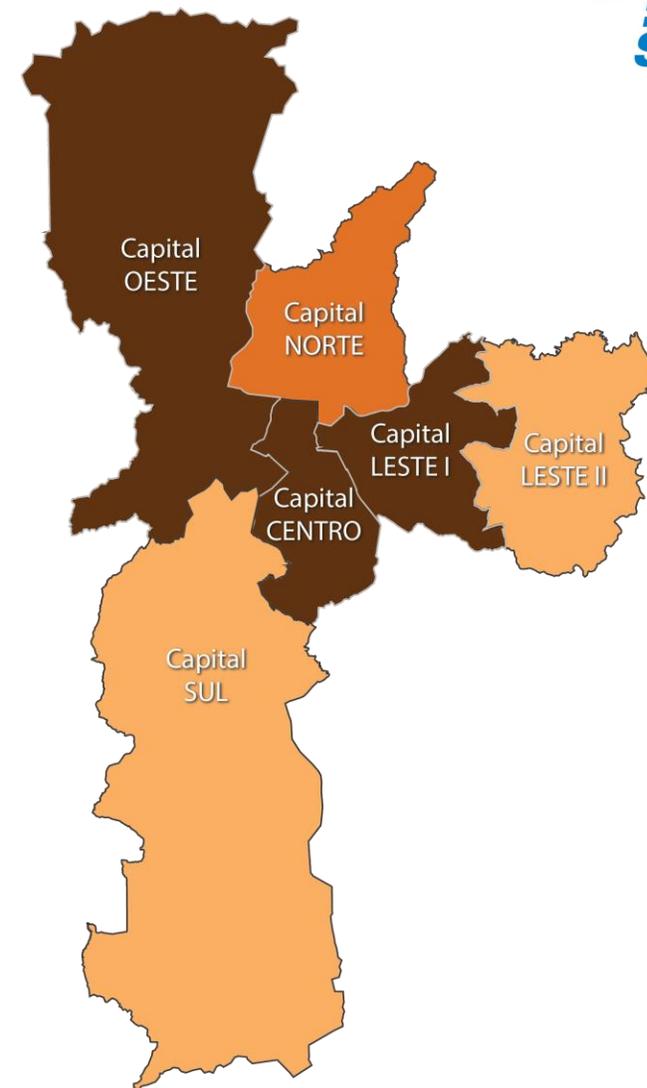
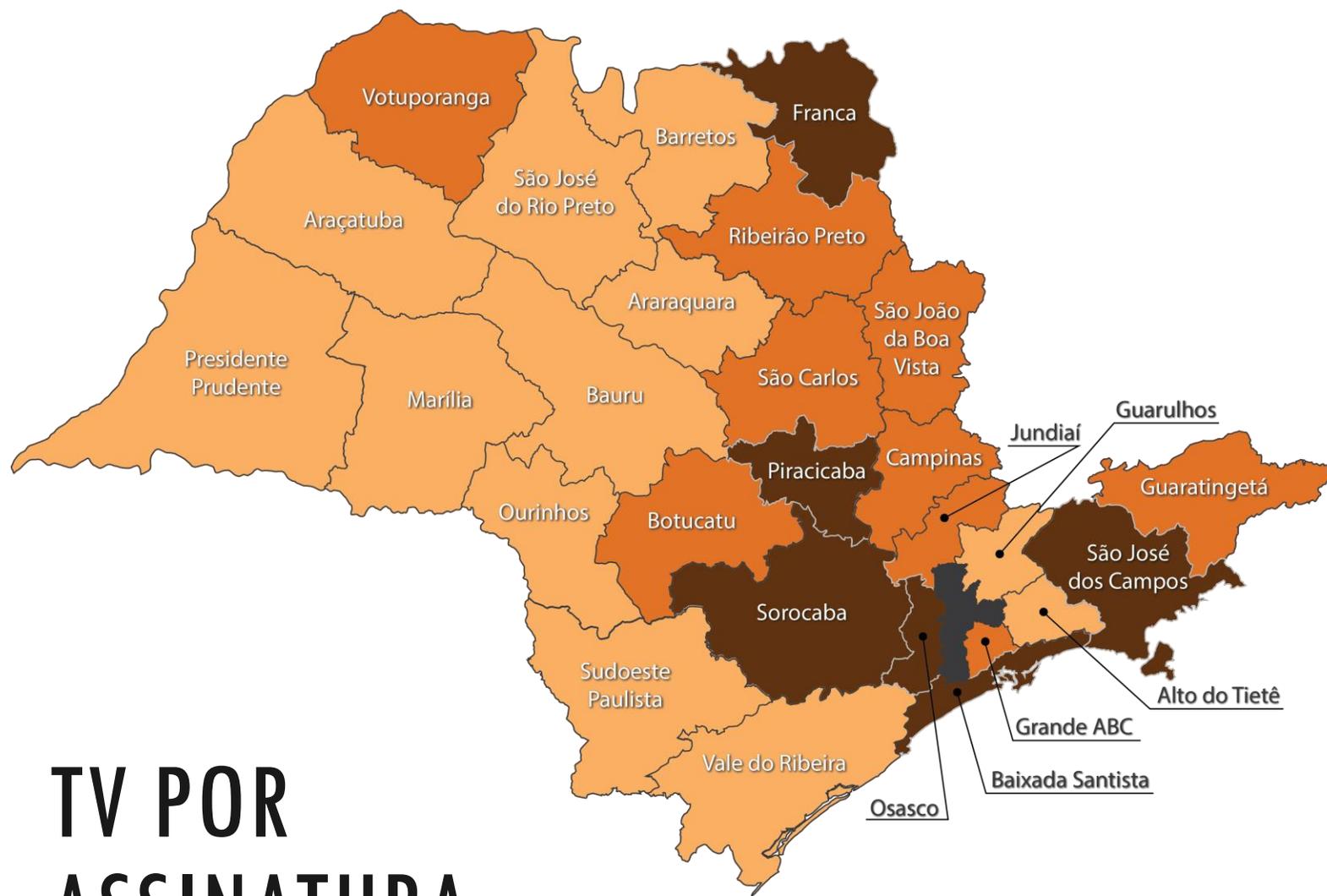
4



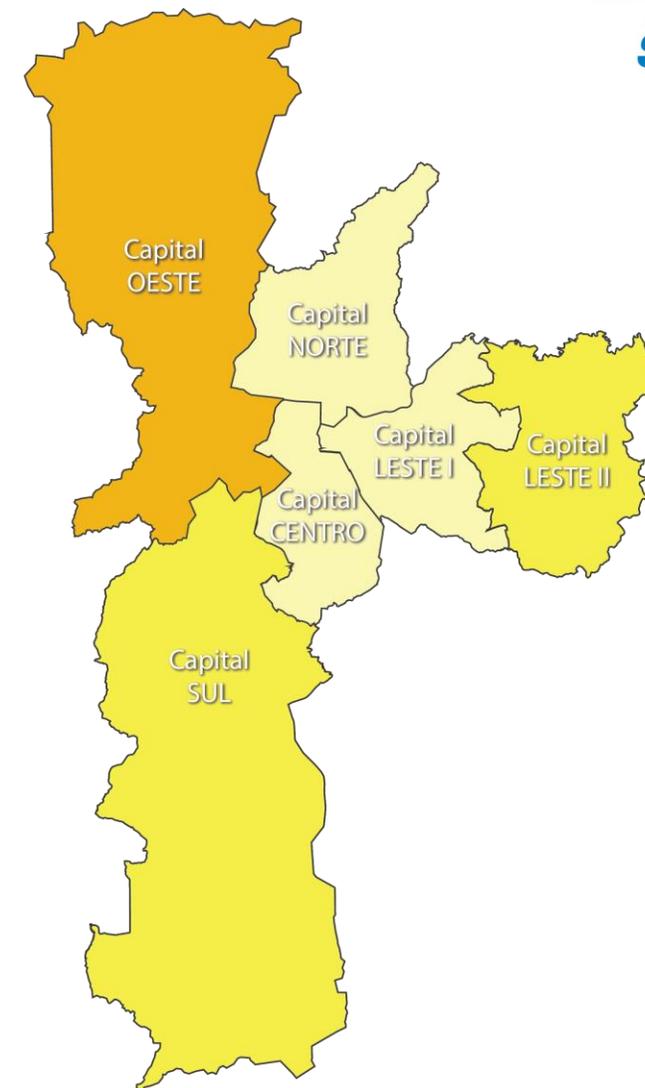
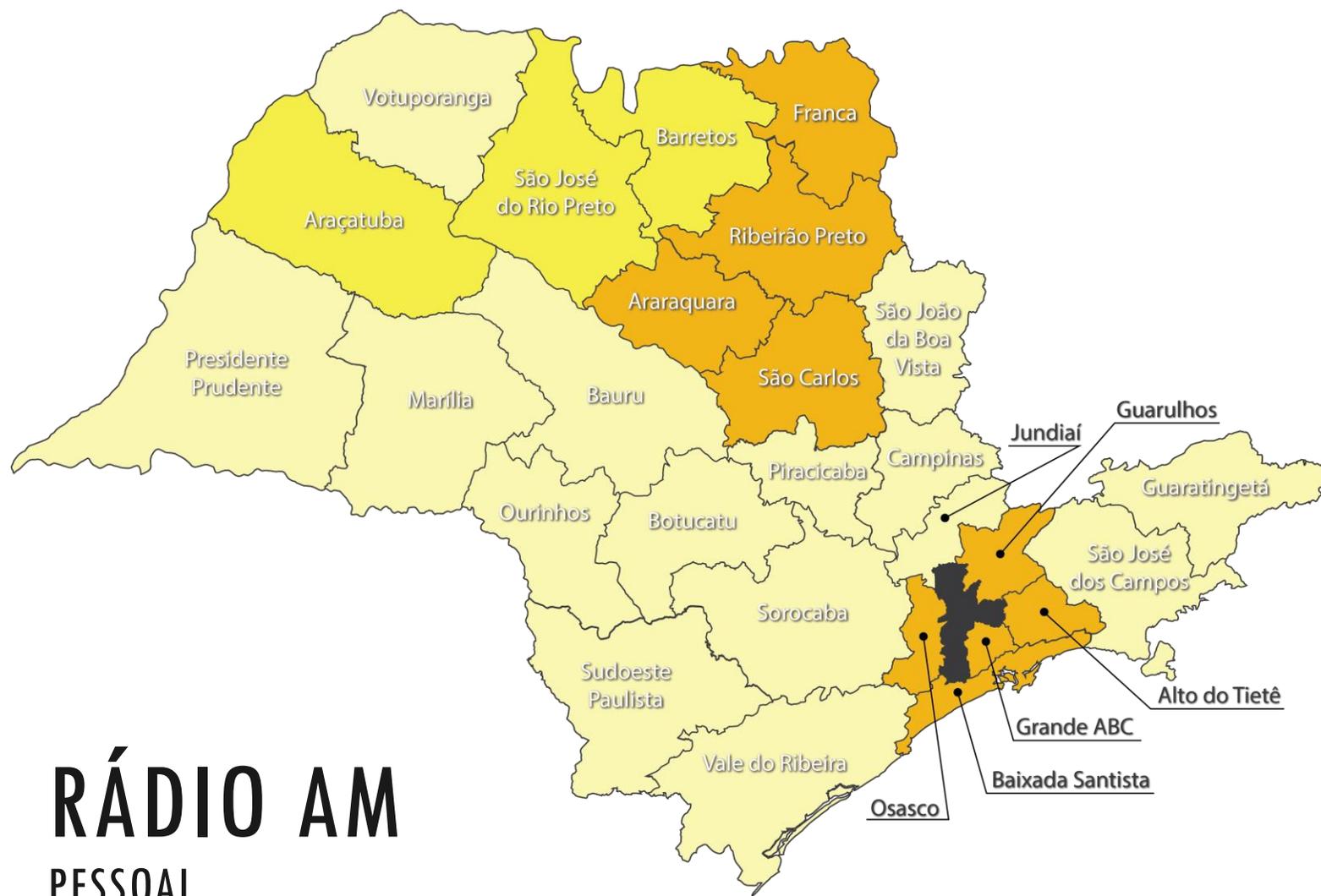
TV ABERTA

PESSOAL

- ACIMA DA MÉDIA
- MÉDIA (58%)
- ABAIXO DA MÉDIA



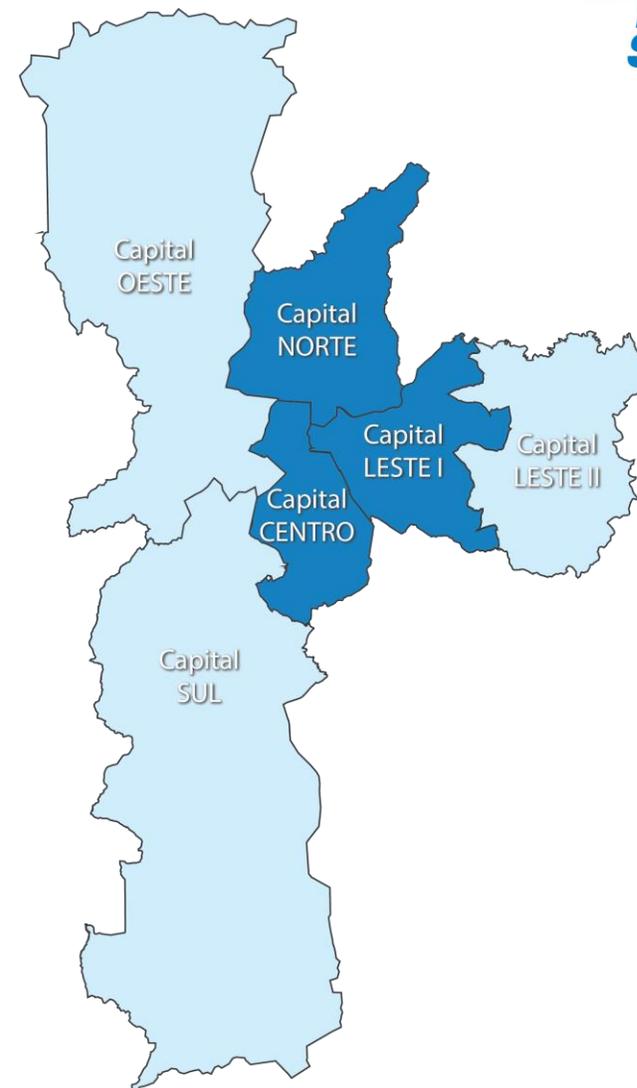
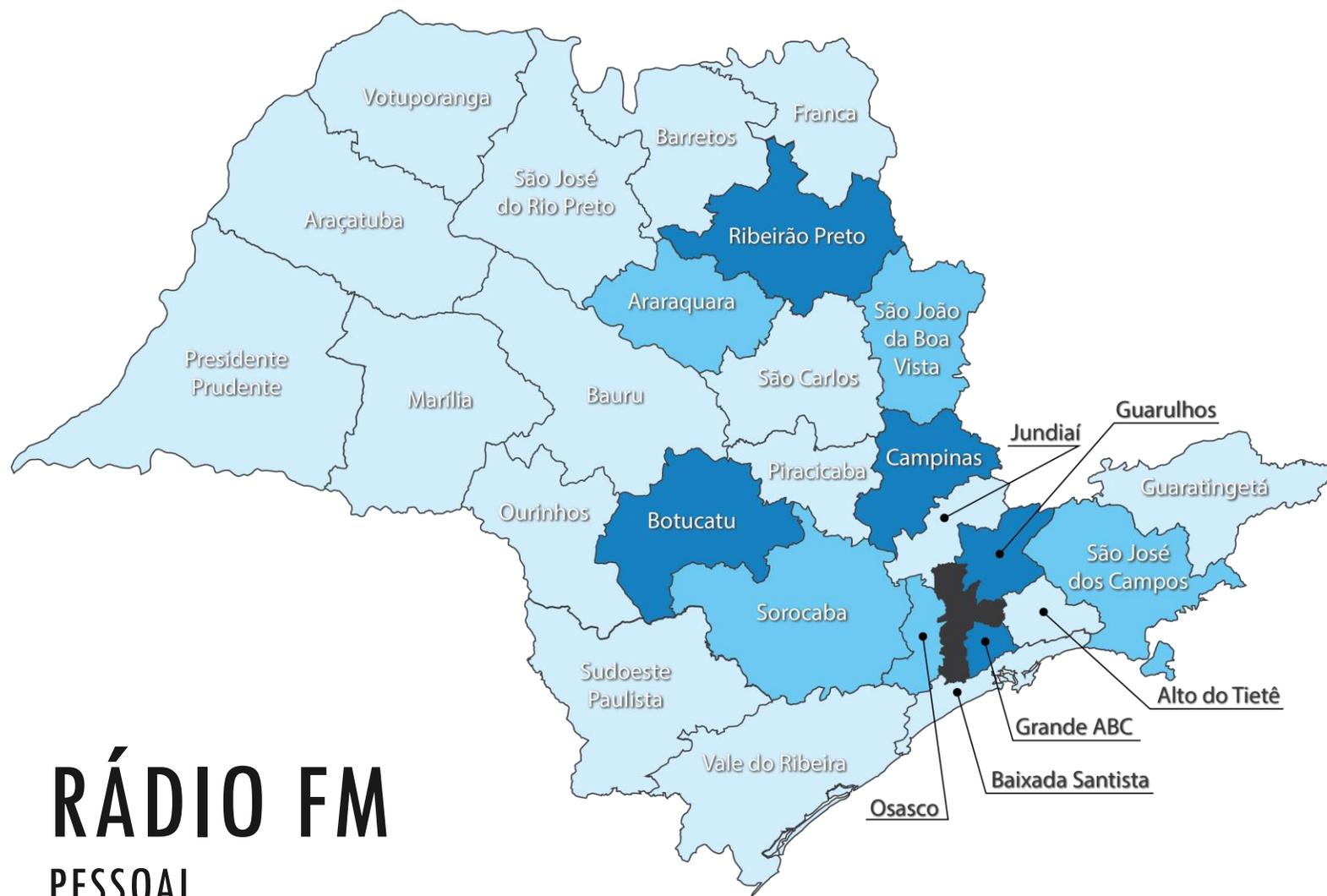
TV POR ASSINATURA PESSOAL



RÁDIO AM

PESSOAL

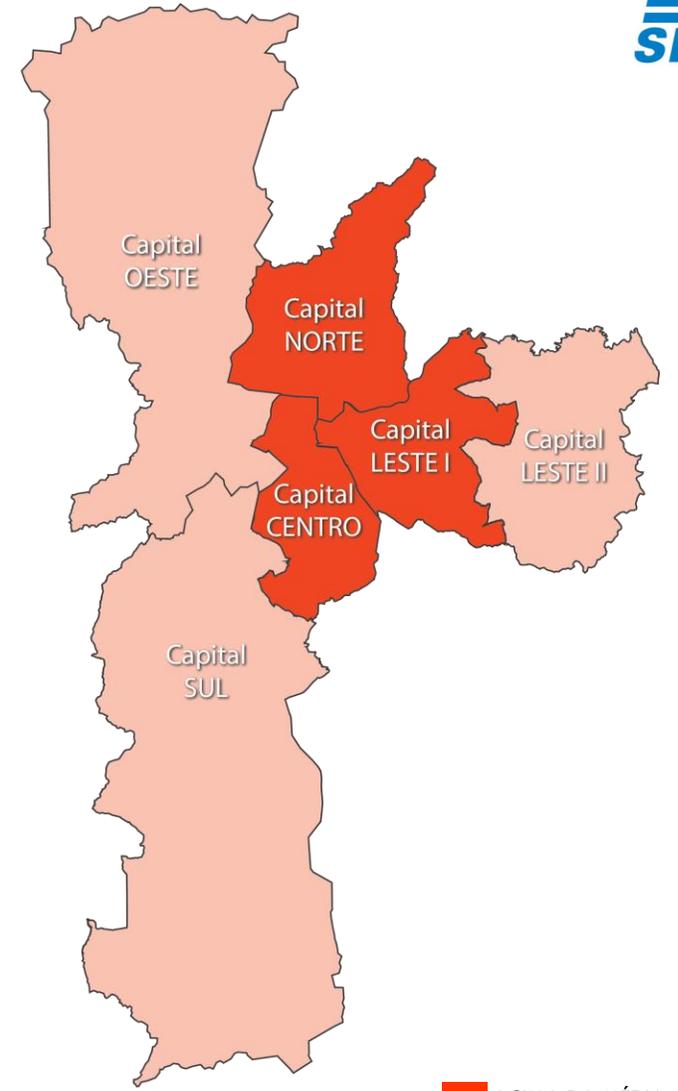
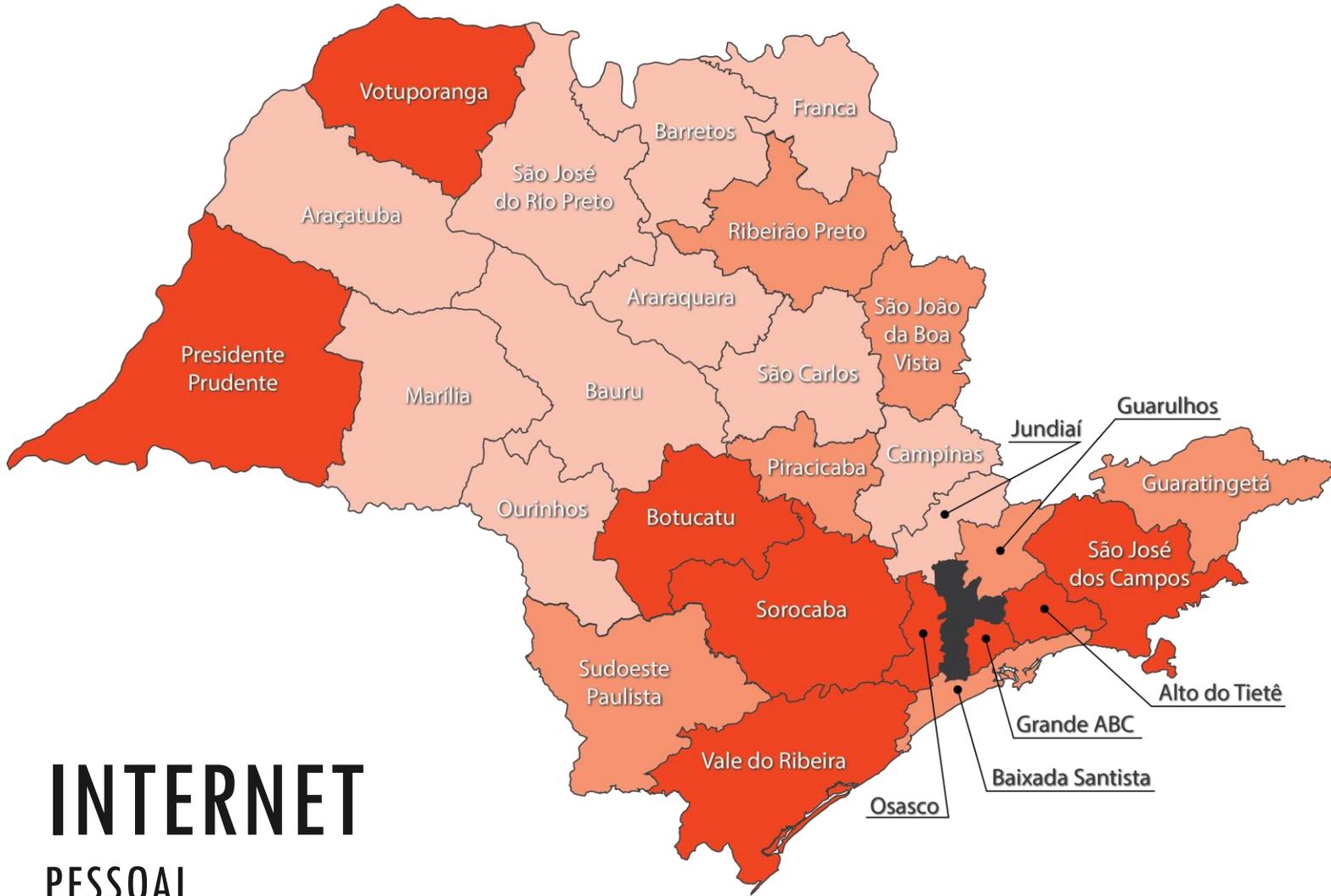
- ACIMA DA MÉDIA
- MÉDIA (14%)
- ABAIXO DA MÉDIA



RÁDIO FM

PESSOAL

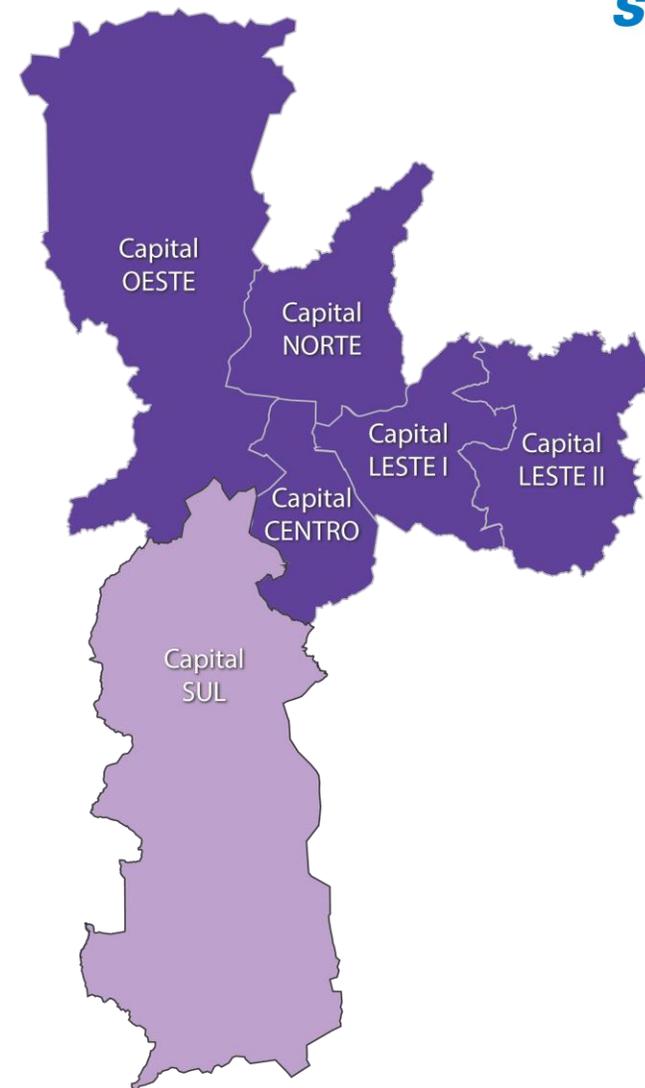
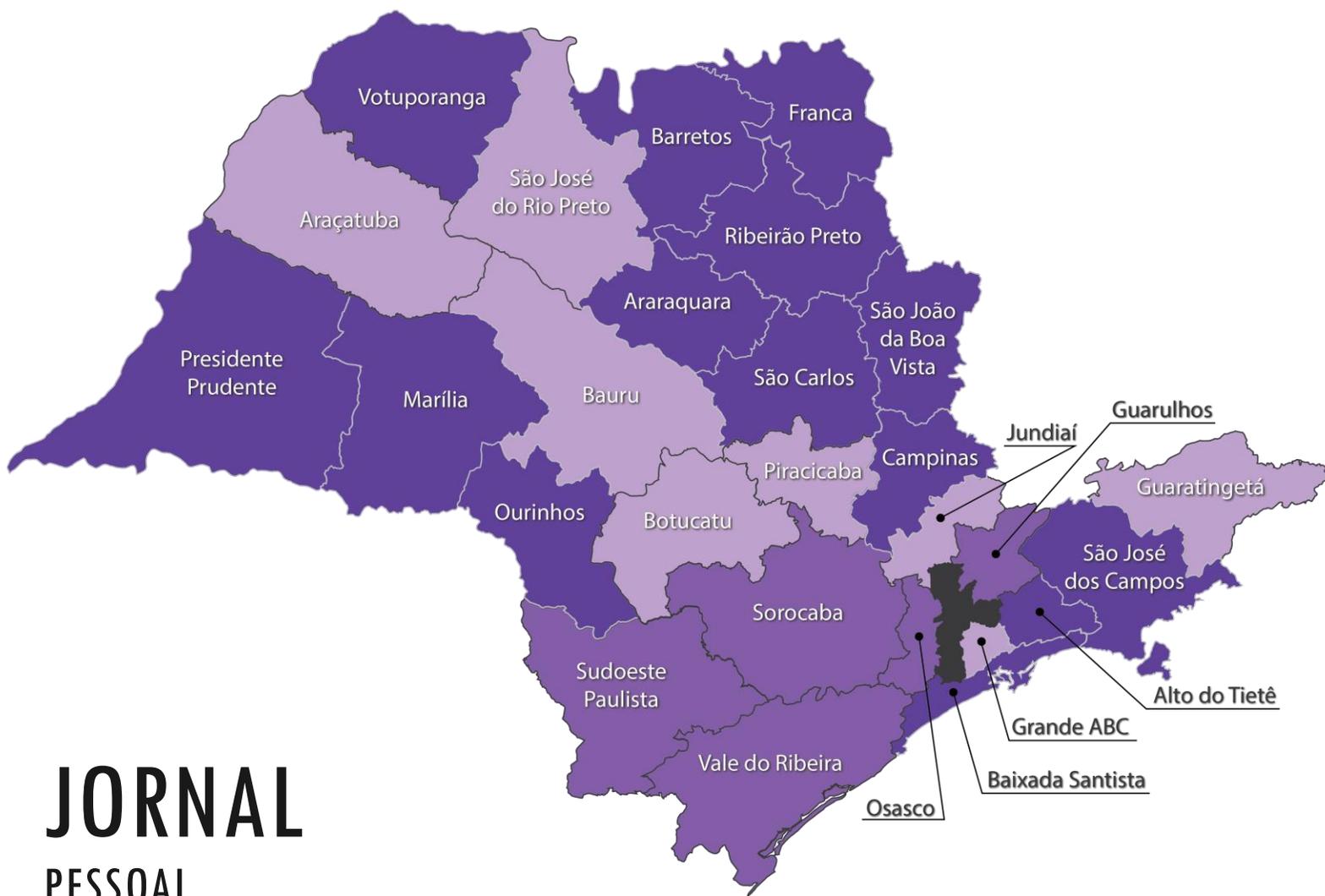




INTERNET

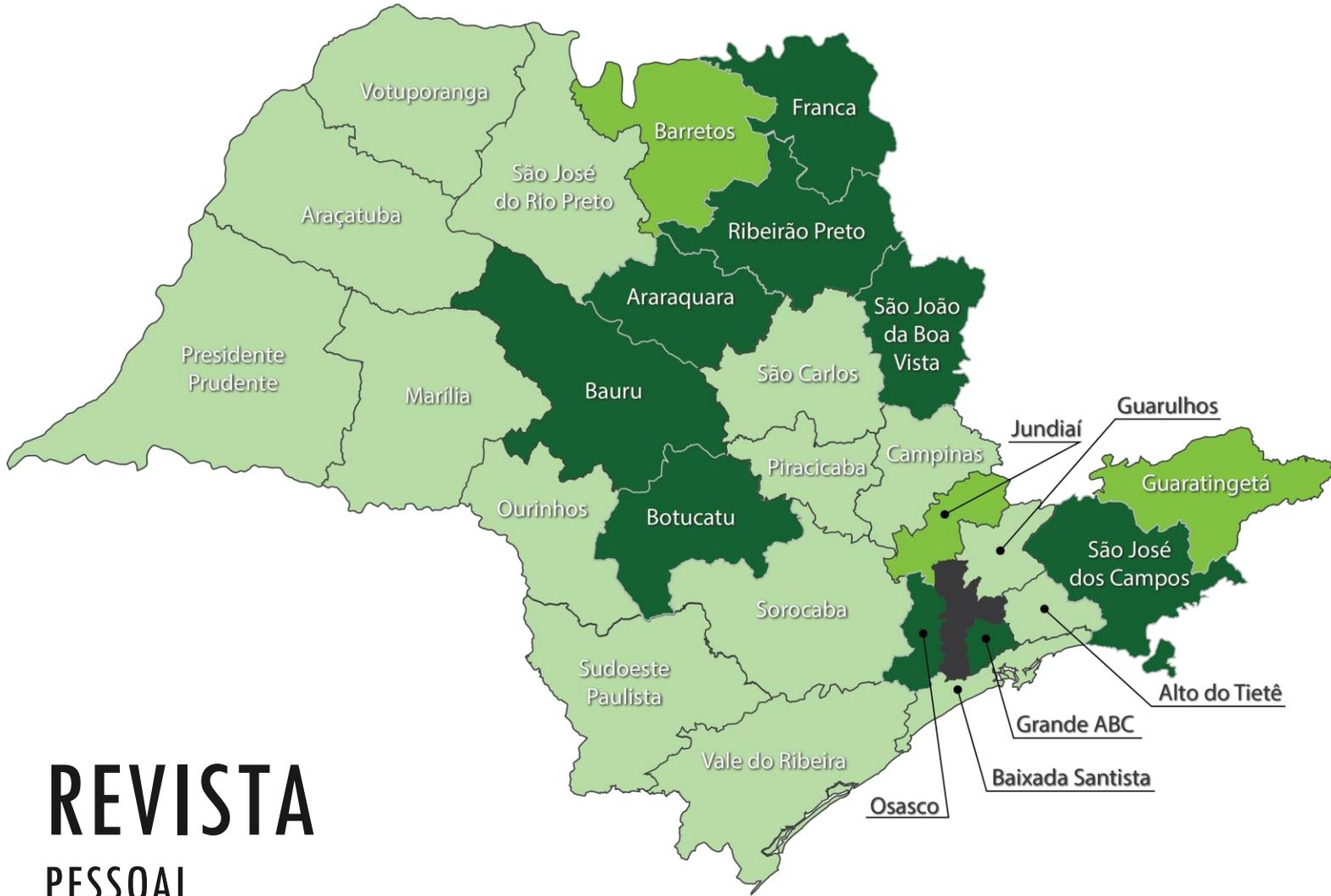
PESSOAL

- ACIMA DA MÉDIA
- MÉDIA (46%)
- ABAIXO DA MÉDIA



JORNAL PESSOAL

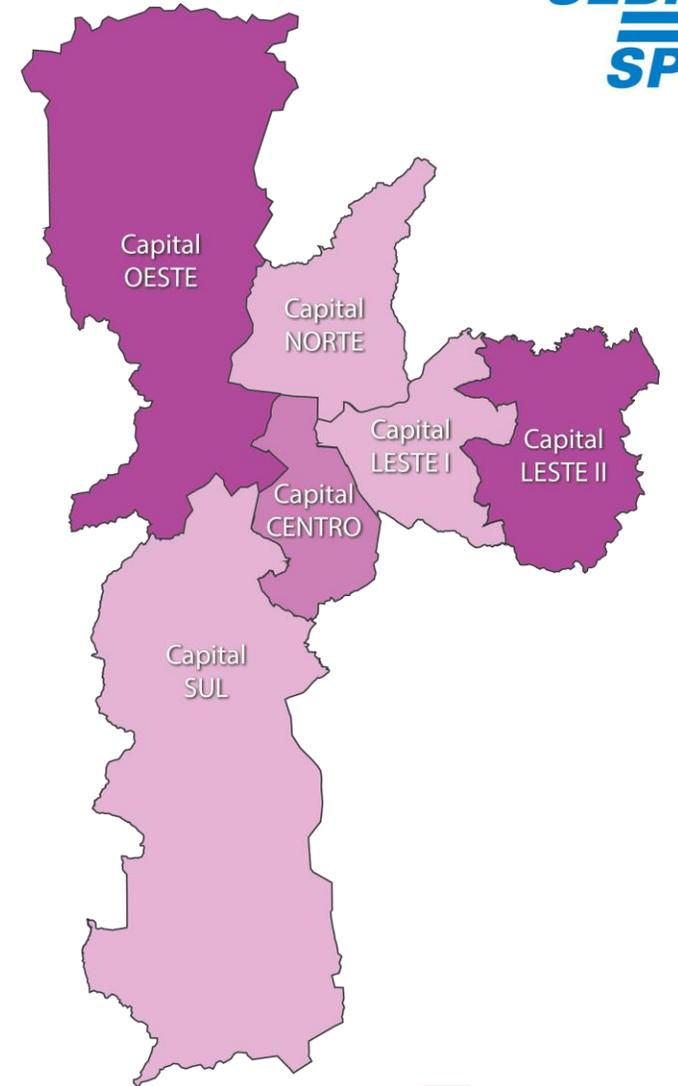
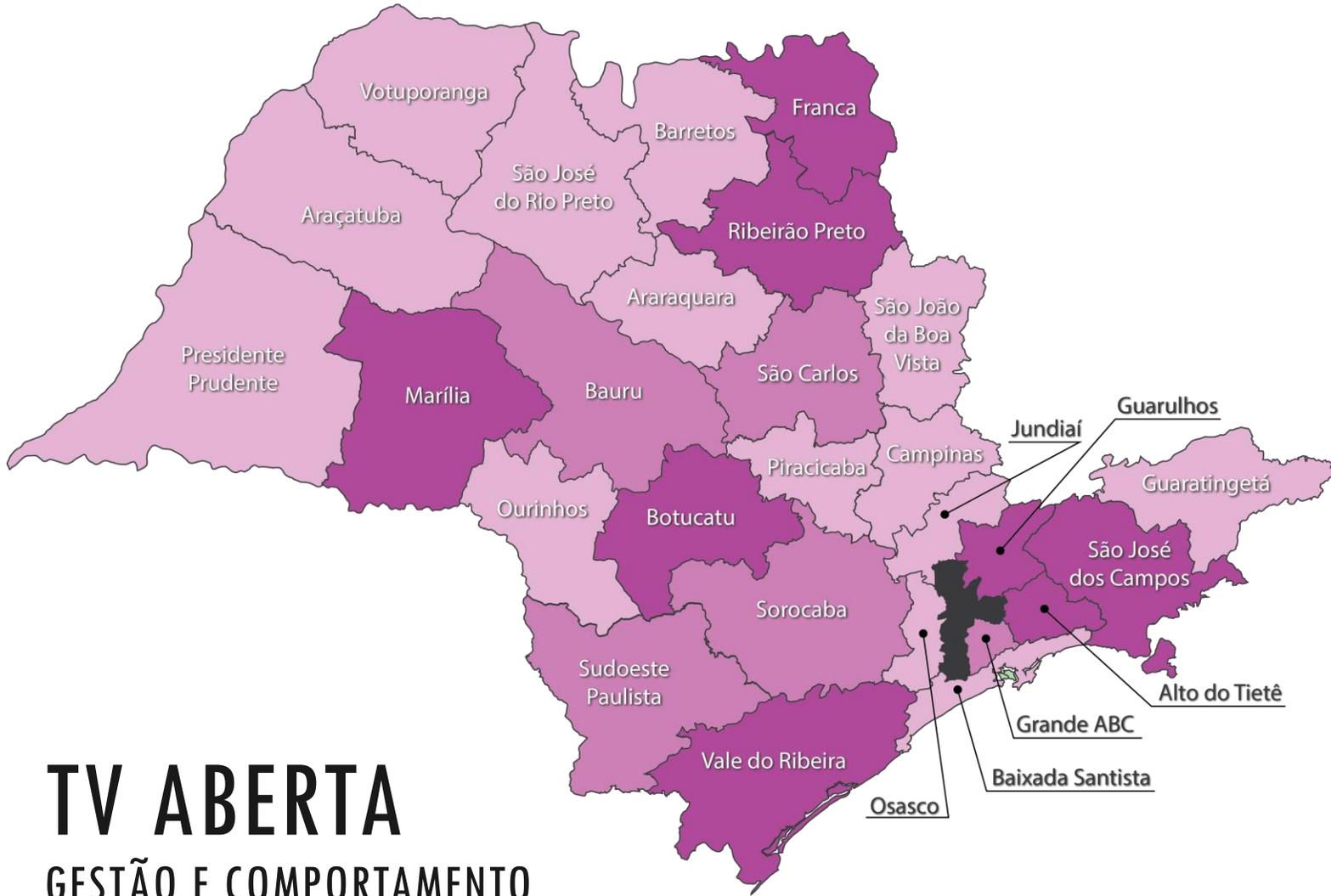
- ACIMA DA MÉDIA
- MÉDIA (35%)
- ABAIXO DA MÉDIA



REVISTA

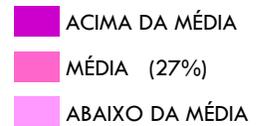
PESSOAL

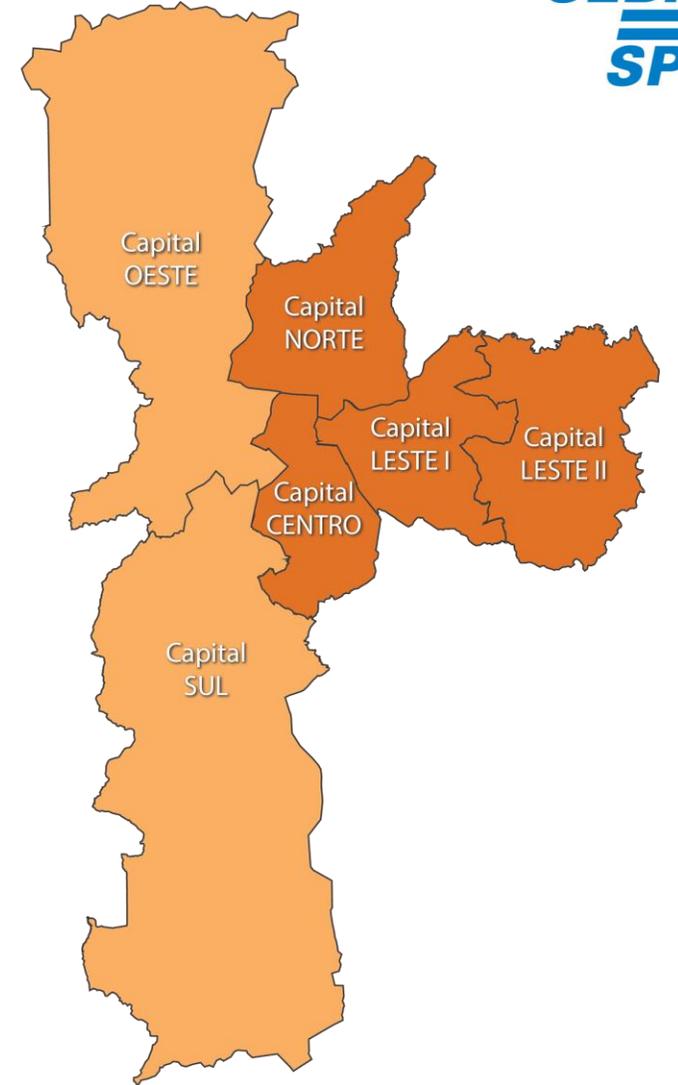
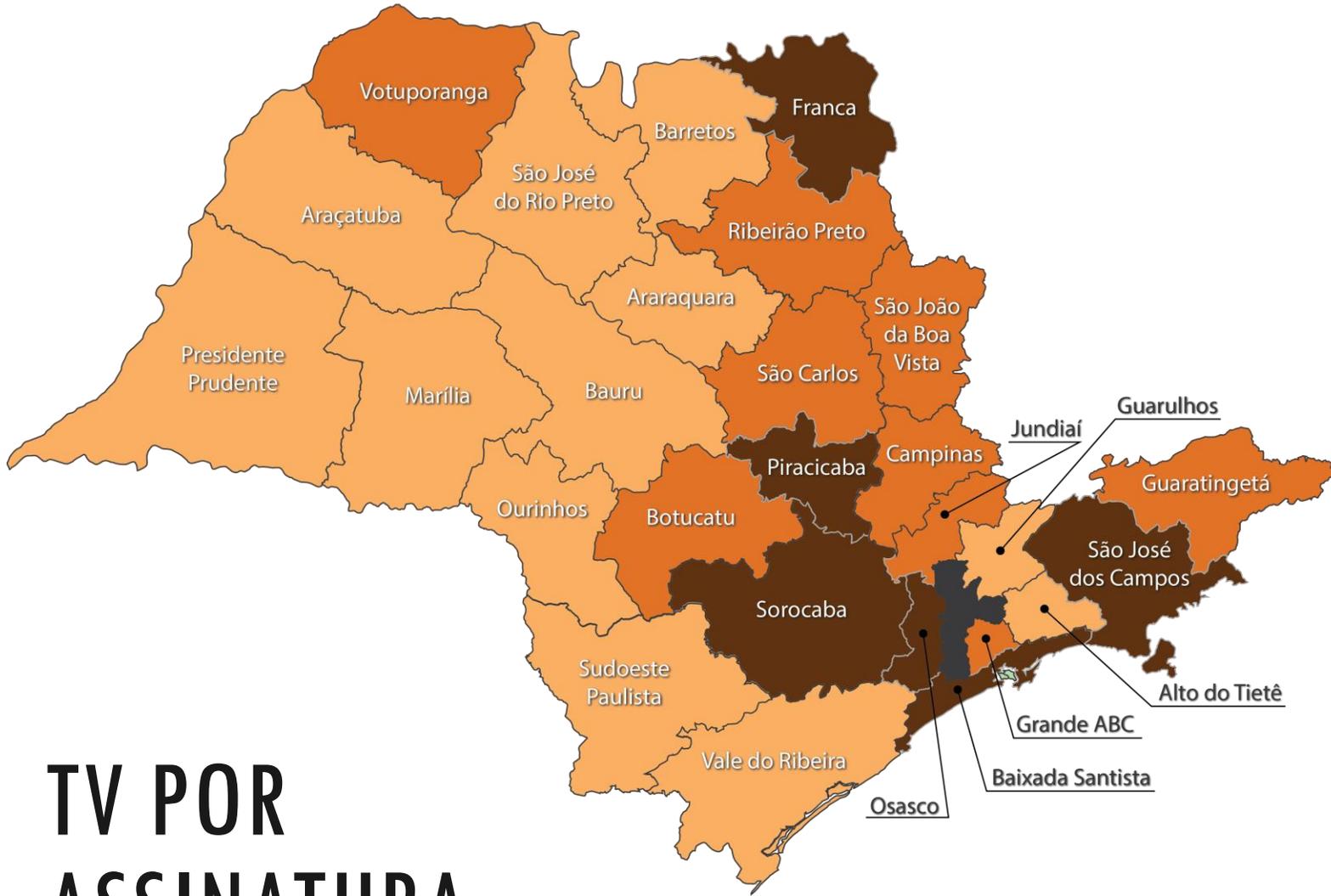
- ACIMA DA MÉDIA
- MÉDIA (35%)
- ABAIXO DA MÉDIA



TV ABERTA

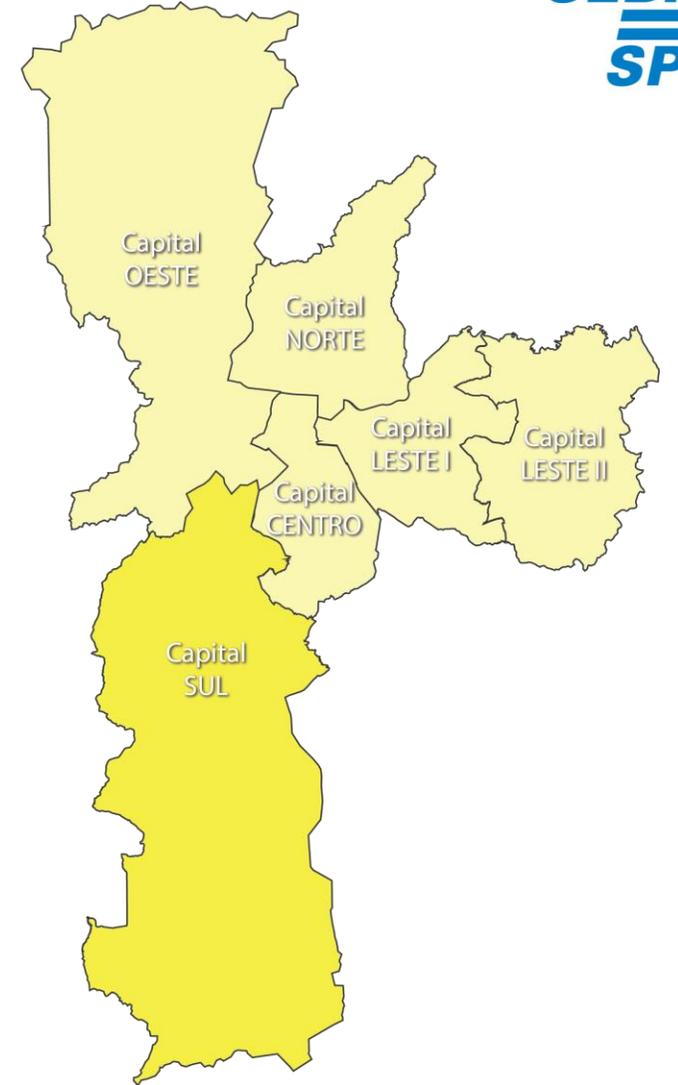
GESTÃO E COMPORTAMENTO





TV POR ASSINATURA

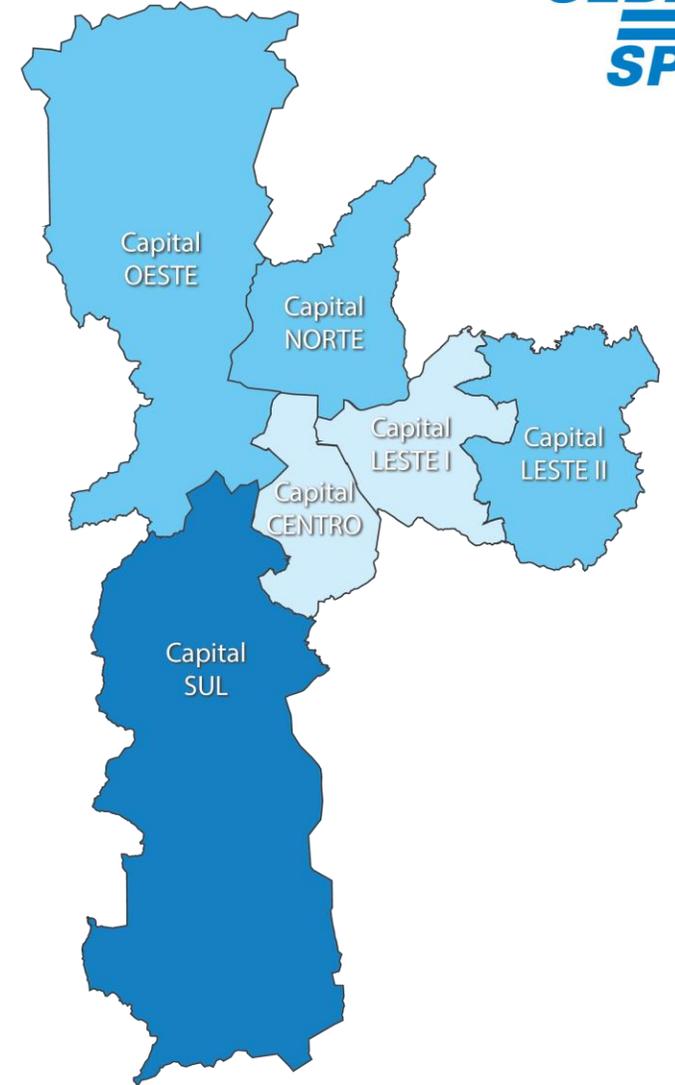
GESTÃO E COMPORTAMENTO



RÁDIO AM

GESTÃO E COMPORTAMENTO

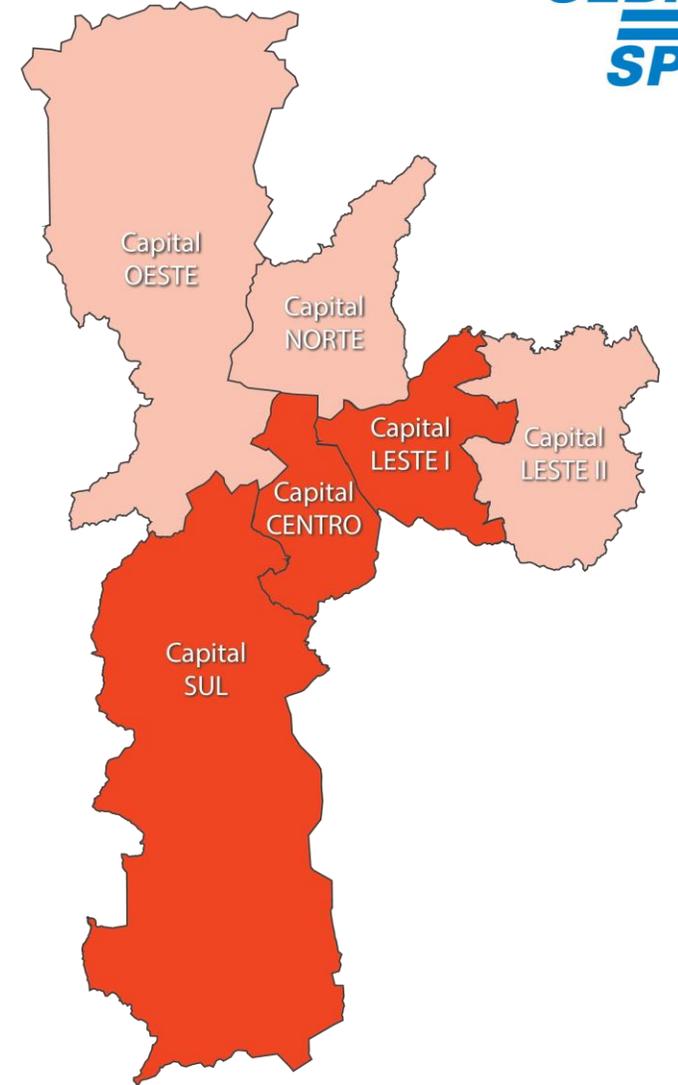
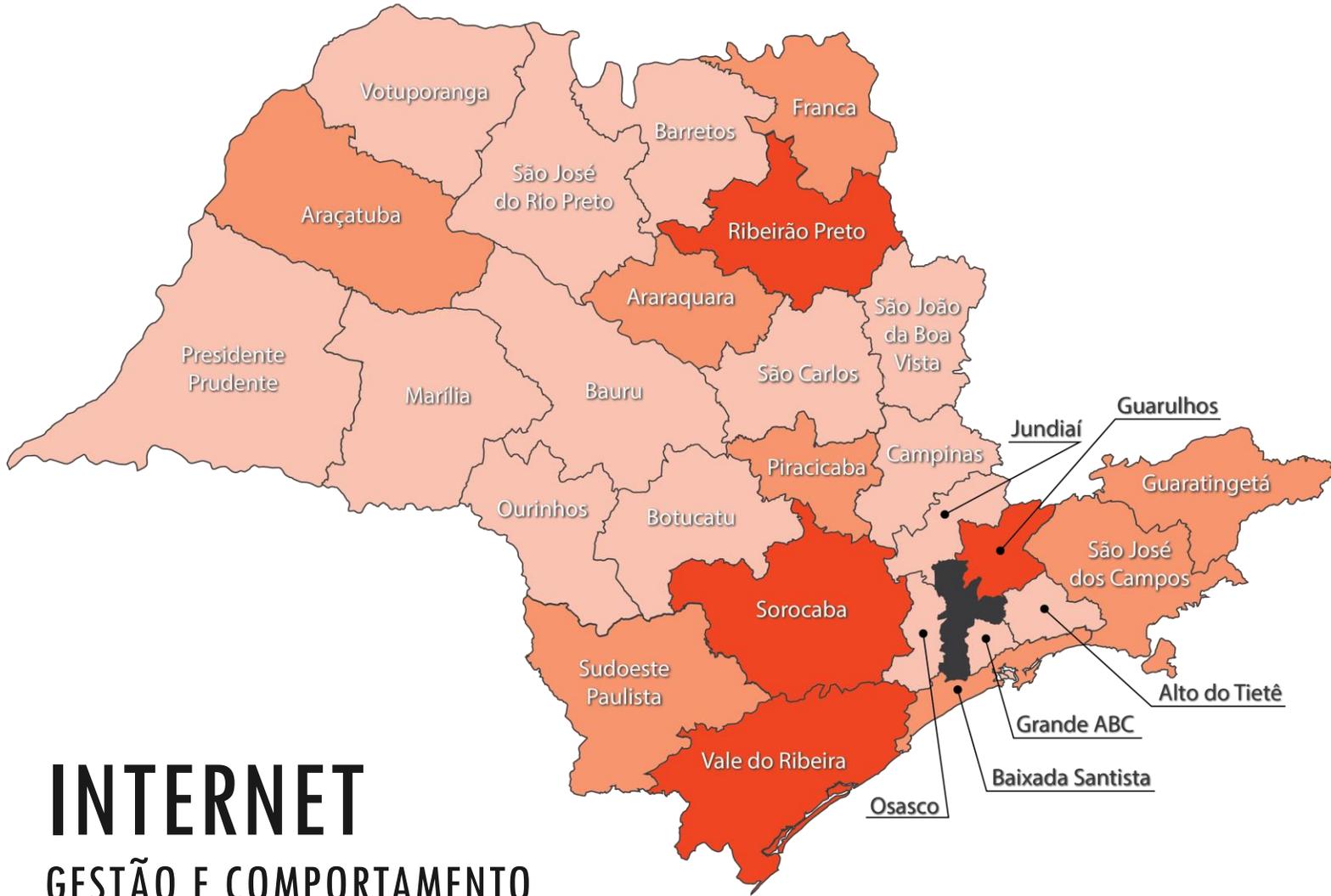
- ACIMA DA MÉDIA
- MÉDIA (4%)
- ABAIXO DA MÉDIA



RÁDIO FM

GESTÃO E COMPORTAMENTO

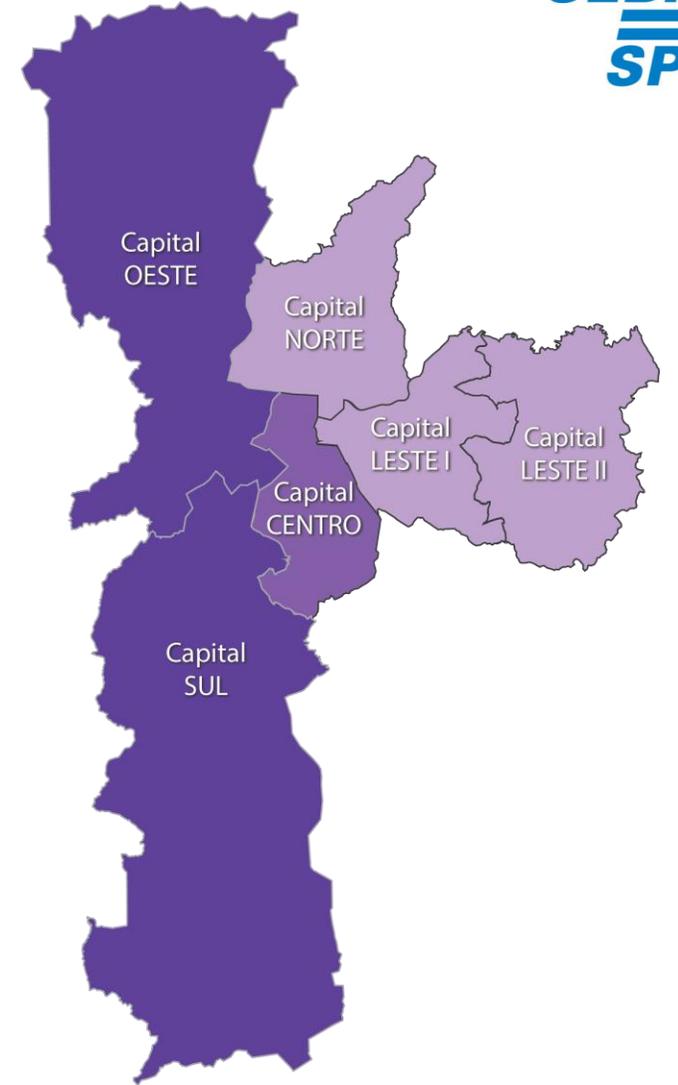
- ACIMA DA MÉDIA
- MÉDIA (6%)
- ABAIXO DA MÉDIA



INTERNET

GESTÃO E COMPORTAMENTO

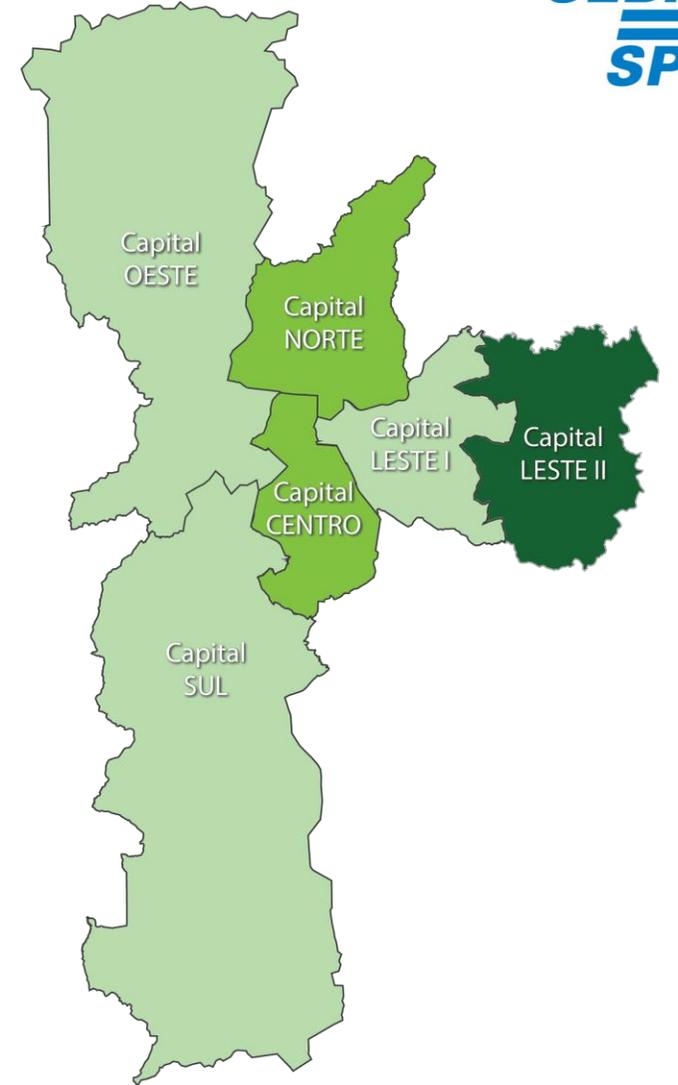
- ACIMA DA MÉDIA
- MÉDIA (20%)
- ABAIXO DA MÉDIA



JORNAL

GESTÃO E COMPORTAMENTO

- ACIMA DA MÉDIA
- MÉDIA (20%)
- ABAIXO DA MÉDIA



REVISTA

GESTÃO E COMPORTAMENTO

- ACIMA DA MÉDIA
- MÉDIA (15%)
- ABAIXO DA MÉDIA

A PESQUISA

5

A PESQUISA

OBJETIVO

investigar os hábitos de uso dos veículos de comunicação para acesso à conteúdos gerais e aos relacionados ao dia a dia pessoal e à gestão de negócios e comportamento empreendedor

amostra

3.960

1,6

margem de erro

95%

nível de confiança

metodologia quantitativa

abordagem telefônica e pessoal

ENTREVISTADOS

793

sem CNPJ

401

pretendem abrir nos próximos
12 meses

392

tem negócio e pretende se
formalizar nos próximos 12 meses

3.167

com CNPJ

374

Empresa de Pequeno Porte

2.248

Microempresa

545

Microempreendedor Individual

ENTREVISTADOS

dos entrevistados com CNPJ

45%

comércio

34%

serviço

17%

indústria

4%

agro

PERFIL

quem são?

62%

sexo masculino

63%

classe B



escolaridade

73%

ensino médio ou mais

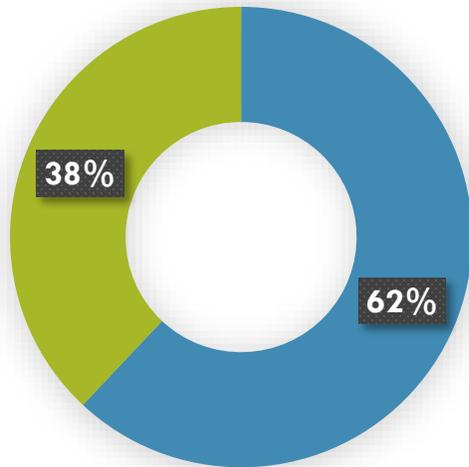
idade

54%

entre 31 e 50 anos

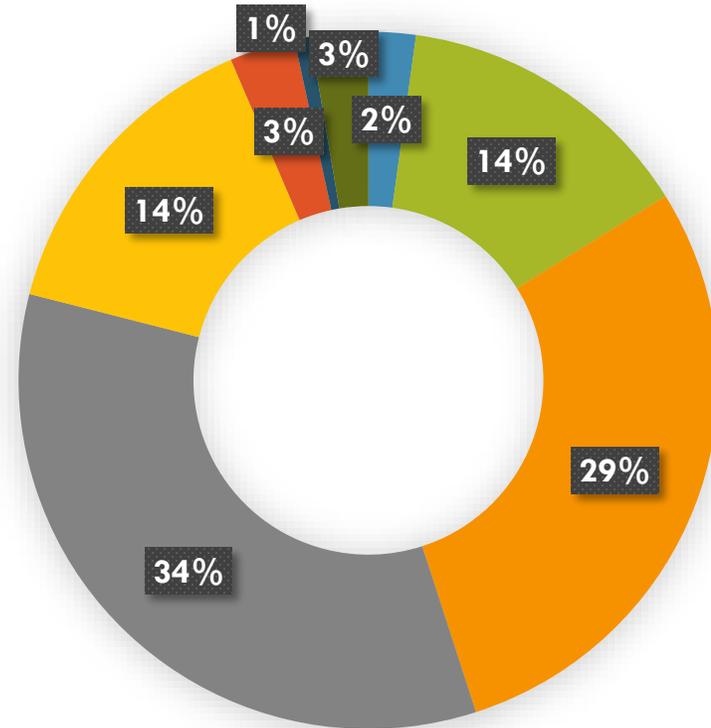
PERFIL

gênero



■ Masculino ■ Feminino

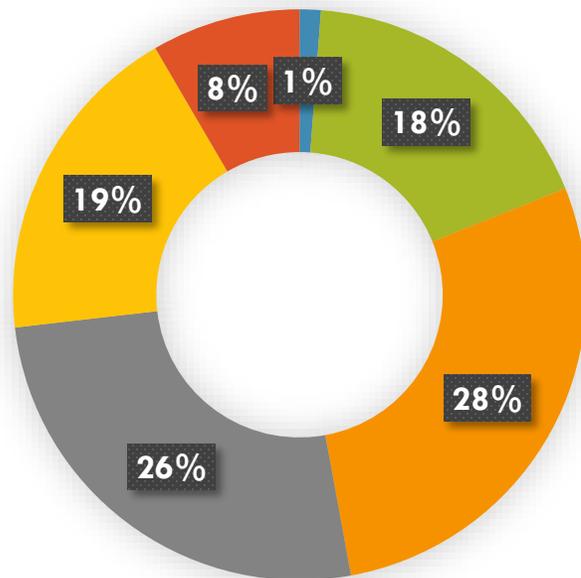
classe econômica



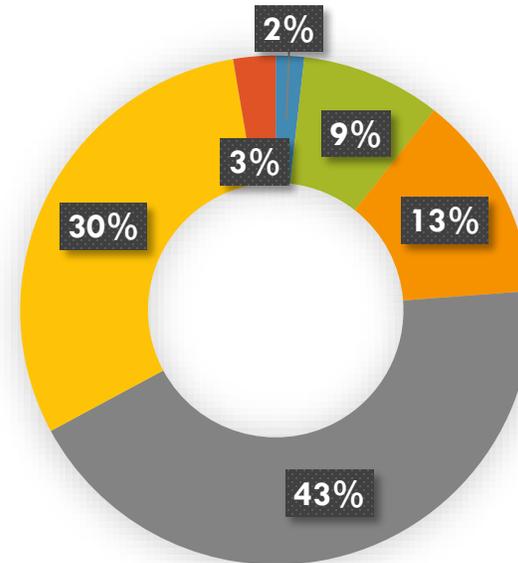
■ A1 ■ A2 ■ B1 ■ B2 ■ C1 ■ C2 ■ D ■ RECUSA

PERFIL

idade



escolaridade



- Analfabeto/ Fundamental 1 incompleto (Primário incompleto)
- Fundamental 1 Completo (Primário Completo) / Fundamental 2 (Ginasial Incompleto)
- Fundamental 2 Completo (Ginasial Completo) / Médio Incompleto (Colegial Incompleto)
- Médio Completo (Colegial Completo) / Superior Incompleto
- Superior completo
- Recusa

FICHA TÉCNICA

Projeto: Hábitos de Consumo de Veículos de Comunicação

Objetivo : Investigar os hábitos de consumo de veículos de comunicação para acesso de conteúdos gerais e aos relacionados à gestão de negócios e comportamento empreendedor, no Estado de São Paulo

Metodologia/Técnica de Coleta de Dados: Pesquisa quantitativa

- Público CLIENTE: Entrevistas implementadas por contato telefônico
- Público NÃO CLIENTE: Entrevistas implementadas por abordagem pessoal

Local: Estado de São Paulo

Período da coleta de dados: 1º semestre de 2013

Unidade Inteligência de Mercado: Eduardo Pugnali Marcos

Coordenação: Marcelo Moreira

Equipe Técnica : Deborah Regina Picarelli Gonçalves, Carolina Fabris Ferreira, Márcia Shizue Kikuchi, Alexandre Sousa Nascimento e Oleno Petrere.

SEBRAE-SP

R. Vergueiro, 1117 - Paraíso

CEP: 01504-001 - São Paulo - SP

Homepage: www.sebraesp.com.br

Informações sobre produtos /serviços do SEBRAE-SP: 0800 570 0800

Informações sobre este relatório: (11) 3177- 4661/4654/4574/4874

