



ESTUDO QUANTITATIVO SOBRE A ADESÃO AO CONCEITO PAPERVIEW

CONCLUSÕES
MAIO 2022

ESTUDO - ADESÃO AO PAPERVIEW

CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS



Universo : Indivíduos residentes em Portugal que utilizam a internet, o e-commerce e lêem notícias em jornais digitais, com idades entre os 16 e os 75 anos

Amostra : 601 entrevistas efectivas, com quotas por idade, género e região (NUTs II)

Técnica : aplicação on line com Computer Assisting Web Interviewing, entre 20 e 26 de Maio de 2022

Realização : Aximage, sob a direcção de Ana Carla Basílio

Coordenação : Paperview, Maria João Vasconcelos

ESTUDO - ADESÃO AO PAPERVIEW

CONCLUSÕES



SOBRE AS CARACTERÍSTICAS DO PRODUTO PAPERVIEW

(apesar de o Paperview ainda não ter entrado no mass-market noticioso)

73% valorizam a possibilidade de comprar notícias à peça

70% valorizam o anonimato da compra

60% acham importante uma wallet única para comprar em várias publicações

56% declaram interesse no Paperview

RELAÇÃO COM OS JORNAIS

93% valorizam o acesso a diferentes fontes/publicações

71% acham que os jornais deveriam adoptar o Paperview

56% dos actuais assinantes mantinha a assinatura e usava o Paperview noutras publicações

QUEM ADERIU MAIS?

Os mais novos e os bayboomers

Os de formação mais elevada

Os de rendimento superior

1- LEITURA



50% LÊ DIRECTAMENTE NOS SITES DOS PRÓPRIOS JORNAIS

os homens mais do que as mulheres

os mais velhos (66 a 75 anos)

os com formação mais elevada

os de condição financeira mais elevada

17% ESCOLHEM AS REDES SOCIAIS

as mulheres mais do que os homens

os mais novos

os menos letrados

os de pior condição financeira

1- LEITURA



61% LÊM AS NOTÍCIAS NO TELEMÓVEL

as mulheres mais do que os homens

os mais novos

os de pior condição financeira

79% LÊM TODOS OS DIAS

mais os homens do que as mulheres

os que têm formação mais elevada

os que têm melhor condição financeira

2- DIVERSIDADE



93% VALORIZA O ACESSO A CONTEÚDOS DIVERSIFICADOS

a unanimidade é grande não havendo distinção significativa nem por género, idade, estudos ou rendimento

só na Área Metropolitana do Porto encontramos uma ligeira diminuição nesta preocupação

71% NÃO ASSINA NENHUMA PUBLICAÇÃO

as mulheres assinam menos

a geração X assina menos

os menores rendimentos

60% DOS QUE ASSINAM, ASSINAM SÓ EM DIGITAL

3- INTERESSE NO PAPERVIEW



58% DEMONSTRAM INTERESSE OU MUITO INTERESSE NO PAPERVIEW

mais os de formação superior

mais os de maior rendimento

60% ACHAM IMPORTANTE OU MUITO IMPORTANTE A UTILIZAÇÃO, PARA VÁRIAS PUBLICAÇÕES, DE UMA WALLET ÚNICA E ANÓNIMA

os homens ligeiramente mais do que as mulheres

os mais novos e os mais velhos

os de rendimento superior

4- COMPRA DE NOTÍCIAS À PEÇA



73% ESTÃO DISPOSTOS A PAGAR POR NOTÍCIAS À PEÇA

unanimidade por categorias

27% NÃO ESTÃO DISPOSTOS A PAGAR

mais a geração X

mais os de menor rendimento

70% CONSIDERAM O ANONIMATO NA COMPRA IMPORTANTE OU MUITO IMPORTANTE

mais a geração Z

mais os de formação superior

mais os de maior rendimento



NOS ACTUAIS ASSINANTES

56% mantinha a assinatura e usava o Paperview para ler outras publicações

29% terminava a assinatura e só usava o Paperview

SE FOSSE ASSINANTE

33% não sabe o que faria

29% terminava a assinatura e usaria o Paperview

23% mantinha a assinatura e usava o Paperview noutras publicações



71% ACHAM QUE OS JORNAIS DEVERIAM ADOPTAR O PAPERVIEW

mais os mais novos

os de educação superior

os de maior rendimento



Para saber mais, contacte-nos



Henrique Saias – technology evangelist
henrique.saias@paperview.net

+351 917 851 513

Maria João Vasconcelos – head of marketing
mjoavasconcelos@paperview.net

+351 917 617 338

Visite-nos

<https://paperview.net>

Experimente o Paperview

<https://news.paperview.net>