

**Blue Bus nasceu como um serviço de notícias voltado para o mercado publicitário, mas ao longo dos anos promoveu uma abertura em seu perfil editorial, oferecendo uma visão mais ampla dos assuntos mídia e comportamento.**

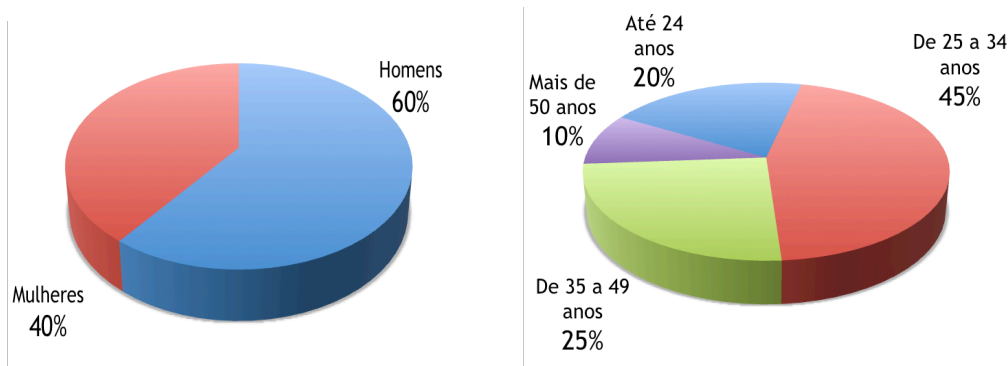
**Com isso, o site passou a atrair também um público leitor que, embora atuando profissionalmente em outros mercados, tem interesse pelo assunto Comunicação.**

**Publicitários ou arquitetos, executivos de anunciantes ou profissionais de TI, jornalistas ou profissionais liberais, o público do Blue Bus forma um conjunto de consumidores de forte poder de compra, acostumado ao ecommerce, que tem intimidade com tecnologia e tem hábito de atividades culturais.**

**Esta pesquisa foi realizada em junho de 2009 com 3,116 leitores.**

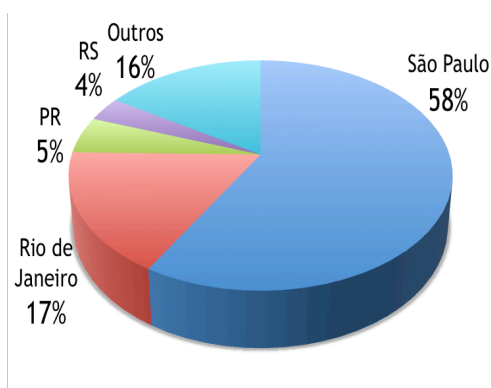
## **Perfil pessoal**

**O usuário do Blue Bus é em sua maioria homem (60%), jovem (45% de 25 a 34 anos), morador de São Paulo (58,4%) e com formação universitária ou pós-graduação (71,5%).**



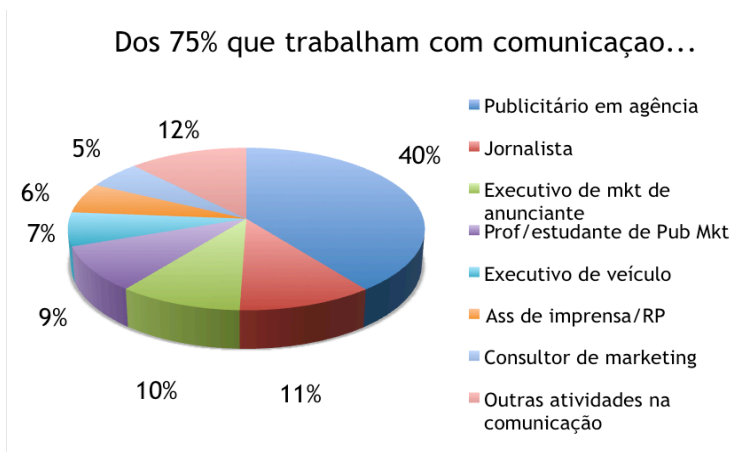
**97% dos usuários estão no Brasil e os 3% restantes lêem Blue Bus de países como Estados Unidos, Reino Unido, Portugal, Espanha, Irlanda, Austrália, Canadá, Israel, Argentina, Itália, Holanda, México, África do Sul, Alemanha, Angola, Bélgica, Bolívia, França, Hong Kong, Japão, Nova Zelândia, Peru e Uruguai.**

**São Paulo concentra a maior parte dos leitores, mas Blue Bus tem penetração nacional.**

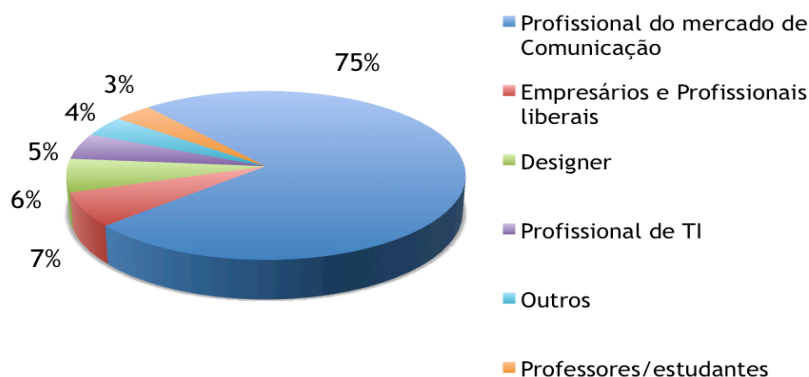


### **Perfil profissional**

**Em termos profissionais, o leitor do Blue Bus está majoritariamente no mercado de Comunicação (75%), mas não trabalha apenas em agências – está no marketing de anunciantes, marketing de veículos, redações, assessorias de imprensa, consultorias etc.**

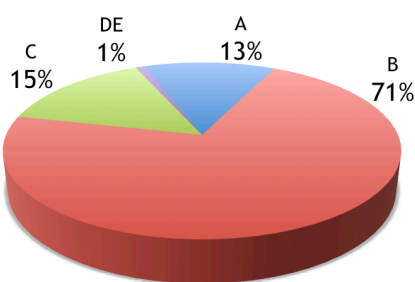


**Os usuários do site que não trabalham com Comunicação são empresários, designers, profissionais de TI, engenheiros, advogados, economistas, arquitetos, profissionais de turismo, médicos, nutricionistas, geólogos, escritores, profissionais de moda, entre outras atividades.**

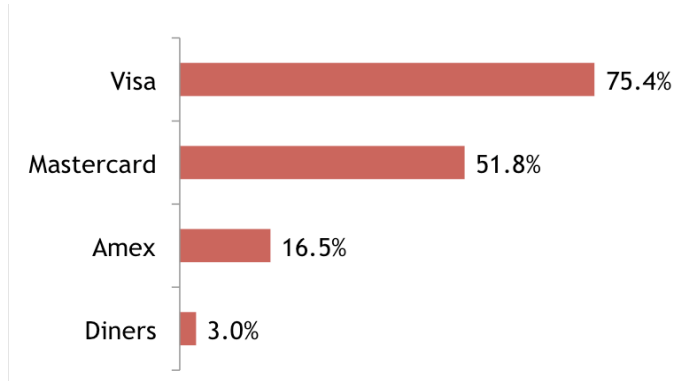


### **Classe econômica e hábitos de consumo**

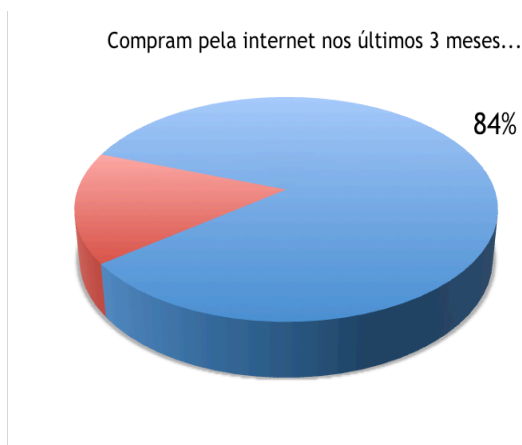
**84% dos leitores do Blue Bus estão nas classes A e B - e 15% dos usuários têm renda mensal pessoal superior a 20 salários mínimos (R\$ 9.300,00).**



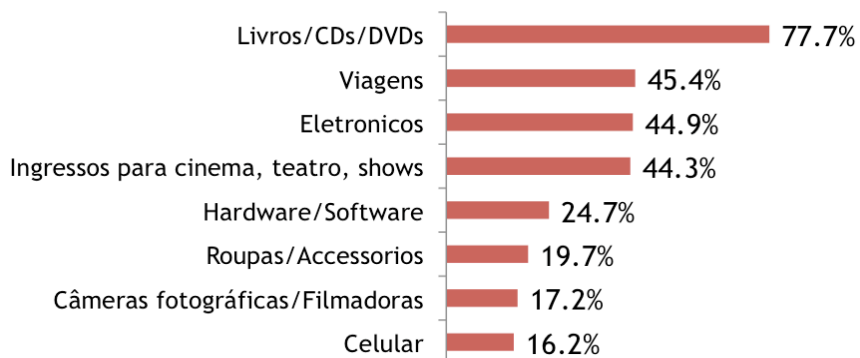
**Praticamente 100% têm cartão de crédito e a maioria (72,6%) usa cartões internacionais.**

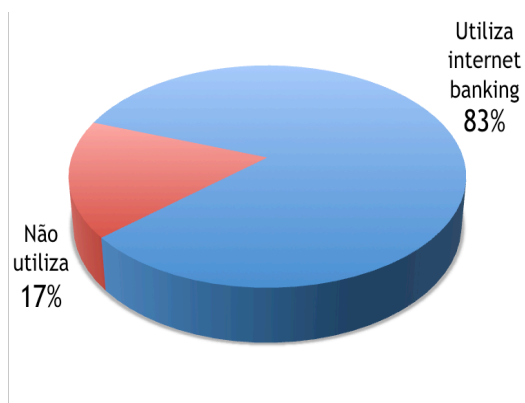


**A maior parte dos leitores compra pela internet (84%) e desse total 18% fizeram pelo menos 2 compras online por mês nos últimos 3 meses.**



**Os principais itens comprados pelos leitores do Blue Bus através da internet são livros/cds/dvds (77,7%), viagens (45%), eletrônicos (45%) e ingressos para cinema, teatro e shows (44%). 83% são usuários de internet banking.**

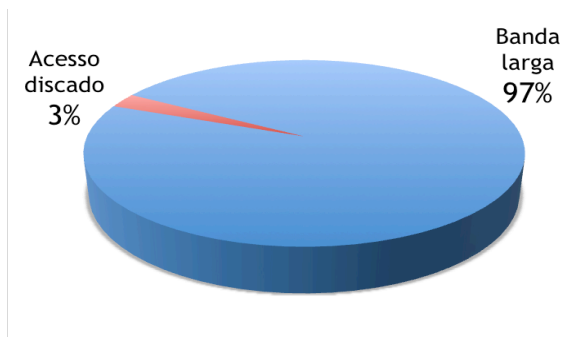




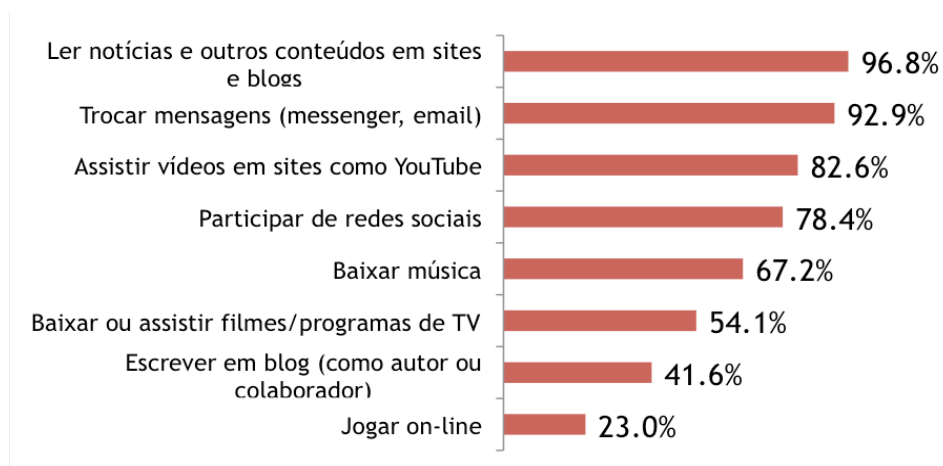
**Oportunidade – Para varejistas online, sites de venda de ingressos, bancos (internet banking), operadoras de cartões de crédito**

### **Na internet**

**97% dos usuários do Blue Bus acessam a internet em casa por banda larga. Além de ambiente ou ferramenta de trabalho, a internet é um espaço de atividades pessoais e lazer para os frequentadores do site.**



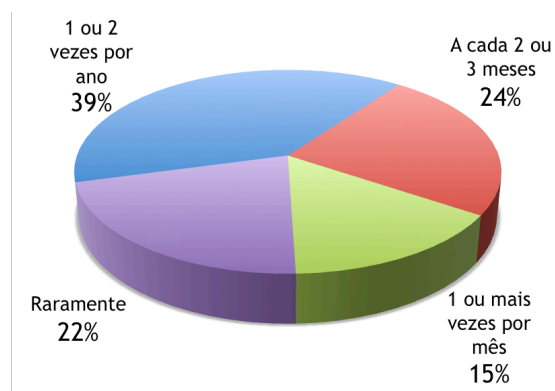
### Atividades pessoais e de lazer na internet



**Oportunidade – Para operadoras de telefonia, provedores de acesso à internet, portais de conteúdo interessados em falar com o público leitor,**

### Viagens

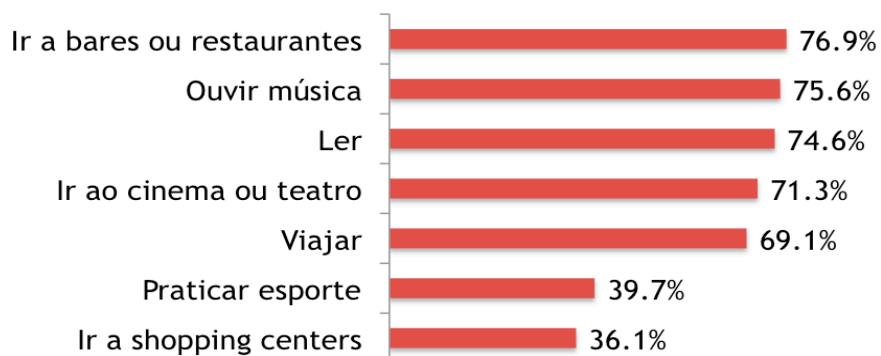
**78% viajam no mínimo uma vez por ano, a lazer ou a trabalho. 15% fazem isso uma ou mais vezes por mês.**



**Oportunidade – Sites de viagens, programas de fidelidade de cias aéreas**

### Lazer fora da internet

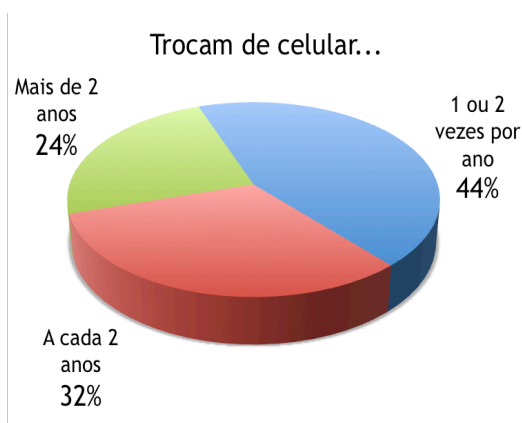
Além do lazer na internet, os usuários do Blue Bus têm como atividades favoritas – frequentar bares ou restaurantes (77%), ir ao cinema ou teatro (71%) ou viajar (69%). Dos que têm o cinema como lazer, 41% fazem isso no mínimo 3 vezes por mês. E dos leitores do site que vão ao teatro ou shows, 46% fazem isso pelo menos 1 vez por mês.



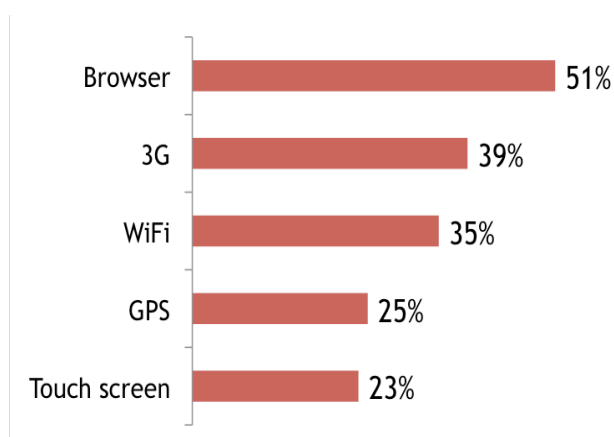
**Oportunidade – Distribuidores de filmes, livrarias online, produtores de espetáculos e shows, anunciantes interessados em público com hábito de consumo cultural.**

## Celular e gadgets

**Quase metade dos frequentadores do Blue Bus (44%) troca de celular uma ou duas vezes por ano. 28% têm smartphones (outros que não iPhone) e 14% são donos de iPhones. 39% têm aparelhos 3G e 35% usam telefones móveis com WiFi.**



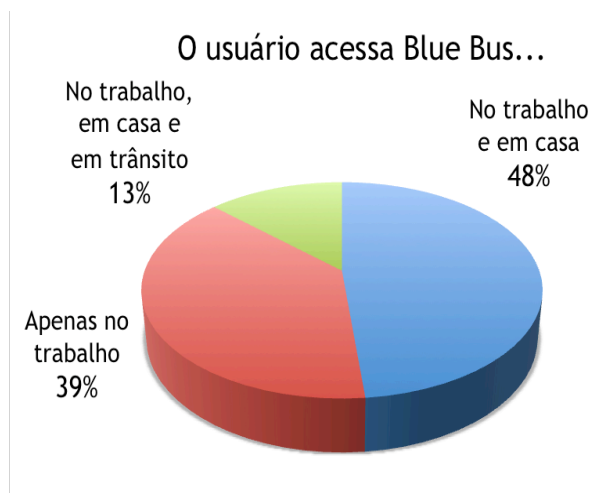
### Recursos que têm no celular



**Oportunidade – Para operadoras de telefonia, fabricantes de celular**

## Os leitores e Blue Bus

Trabalhar apenas no escritório utilizando um computador de mesa é a rotina para 46% dos leitores do Blue Bus. Os que trabalham usando um laptop que levam para casa para continuar trabalhando à noite ou nos fins de semana somam 22%. Os que trabalham em home office são 20%. E 11% usam laptop porque dividem seu tempo entre o escritório e visitas a clientes ou fornecedores.



**Oportunidade - Para varejistas ou fabricantes de laptops e handhelds, operadoras de telefonia (serviços 3G e internet móvel).**