



**Consultadoria, Sondagens e Estudos de Mercado, Lda**

# **Estudo Regular sobre Portais Portugueses**



**Evolução de Abril a Dezembro de 2001**



**Consultadoria, Sondagens e Estudos de Mercado, Lda**

## **1. Metodologia Netsonda Portais:**

- **12 vagas anuais, uma vaga por mês;**
- **Recolha da informação entre os dias 18 e 25 de cada mês;**
- **Para cada vaga é seleccionada uma amostra aleatória de 1000 utilizadores da Internet em Portugal, do Painel Netsonda, que é actualmente constituído por cerca de 13.000 utilizadores;**

## **2. Principais Conclusões da evolução de 9 vagas, período compreendido entre Abril e Dezembro de 2001:**

- Quando pedido para indicar o nome de um portal generalista português (**notoriedade espontânea**), cerca de **60%** das pessoas indicaram o **SAPO**, ao longo dos nove meses. Nesta questão o portal **CLIX** evolui de forma muito positiva, passando de **12%** de notoriedade espontânea em Abril, para **17%** em Dezembro. Já o portal Netc/Vizzavi sofre uma evolução negativa: em Abril **5%** dos inquiridos indicaram espontaneamente este portal, em Dezembro esse valor é inferior a **2,5%**.
- Em relação à **notoriedade assistida**, na qual é fornecida uma listagem de portais para o inquirido seleccionar quais conhece, o **SAPO** surge com **99%** de respostas, ao longo dos nove meses, seguido do **CLIX**, que em Abril obtém **92%** e em Dezembro **96%**. Seguem-se o **IOL** com cerca de **90%**, o **AEIOU** com **88%** e o **TERRAVISTA** com **86%**, valores relativamente constantes ao longo das nove vagas. É de assinalar ainda o forte crescimento, nesta questão, dos portais **ONINET** e **PORTUGALMAIL**: em Abril cerca de **46%** dos inquiridos indicaram conhecer o portal **ONINET**, e em Dezembro o valor era de **58%**. Já o



## Consultadoria, Sondagens e Estudos de Mercado, Lda

**PORTUGALMAIL** tinha **40%** de respostas em Abril passando para **49%** em Dezembro.

- Na questão **Portais Visitados nos Últimos 15 dias**, verificamos ao longo dos nove meses várias alterações. As principais subidas foram protagonizadas pelos portais **CLIX**, **ONINET** e **PORTUGALMAIL**. O **CLIX** sobe de **56%** em Abril para **64%** em Dezembro; a **ONINET** sobe de **10%** em Abril para **18%** em Dezembro; o **PORTUGALMAIL** evolui de **14%** em Abril para **18%** em Dezembro. As principais descidas pertenceram aos portais **NETC/VIZZAVI** e **AEIOU**. O primeiro passou de **36%** em Abril para **27%** em Dezembro; o segundo desceu de **42%** em Abril para **34%** em Dezembro. É ainda de assinalar o domínio do **SAPO**, com valores constantes à volta dos **90%** ao longo das nove vagas, e a sazonalidade do portal **IOL**, que oscila entre **52%** em Abril, para **43%** em Agosto e subindo depois para **50%** em Dezembro.
- Uma das questões mais interessantes é saber qual é, na opinião dos inquiridos, **o maior portal nacional**, bem como a sua evolução nestes últimos nove meses. Para os inquiridos parece não haver dúvida que o maior portal português é o **SAPO**, no entanto a evolução das respostas é claramente descendente: em Abril, **77%** dos inquiridos consideravam o **SAPO** o maior portal português, em Dezembro, **71%**. Em relação ao portal **CLIX** a situação é inversa: em Abril **7%** dos inquiridos consideravam o **CLIX** o maior portal nacional, já em Dezembro esse valor correspondia a **11%**. De referir, mais uma vez, as oscilações que se verificam no Portal **IOL**: em Abril cerca de **9%** dos inquiridos consideravam-no o maior portal português; em Junho apenas **5%**, em Dezembro o valor sobe novamente para **8%**.



### Consultadoria, Sondagens e Estudos de Mercado, Lda

- Em relação à **frequência de visita a portais generalistas portugueses**, não há praticamente alterações ao longo destes nove meses, indicando que os hábitos dos internautas portugueses, em relação a esta questão, mantêm-se. Em Abril os inquiridos indicavam a seguinte distribuição nas respostas: **35%** visitavam portais diariamente; **33%** indicavam visitar 5 a 6 vezes por semana; **23%** visitavam 2 a 4 vezes por semana; cerca de **4%** indicavam visitar uma vez por semana; **5%** visitavam menos de uma vez por semana.

Em Dezembro esses valores são praticamente iguais e não registaram alterações significativas ao longo das nove vagas: **36%** visitavam portais diariamente; **32%** indicavam visitar 5 a 6 vezes por semana; **21%** visitavam 2 a 4 vezes por semana; cerca de **6%** indicavam visitar uma vez por semana; **4%** visitavam menos de uma vez por semana. A tabela indica os valores aqui referidos:

<b>Frequência de Visita aos Portais Generalistas</b>	<b>Abril</b>	<b>Dezembro</b>
<b>Diariamente (Inclui Sábado e Domingo)</b>	35%	36%
<b>5 a 6 vezes por semana</b>	33%	32%
<b>2 a 4 vezes por semana</b>	23%	21%
<b>Uma vez por semana</b>	4%	6%
<b>Menos de uma vez por semana</b>	5%	4%

Outra questão que parece sofrer poucas alterações ao longo do tempo é aquilo que os indivíduos mais valorizam num portal. Quando questionados sobre **o que é mais importante num portal**, observamos claramente que aquilo que é mais valorizado pelos inquiridos é o Design e Facilidade de Informação, os Conteúdos e o Motor de Busca. A tabela indica a evolução das respostas entre Abril e Dezembro:



**Consultadoria, Sondagens e Estudos de Mercado, Lda**

<b>O que é Mais Importante num Portal</b>	<b>Abril</b>	<b>Dezembro</b>
<b>Design e facilidade de utilização informação</b>	89%	84%
<b>Conteúdos</b>	79%	78%
<b>Motor de busca</b>	68%	69%
<b>Interactividade</b>	14%	13%
<b>Segurança</b>	31%	29%
<b>Serviço de Apoio a Cliente</b>	17%	14%
<b>Comércio electrónico</b>	13%	12%
<b>Conhecer/estar familiarizado com o portal</b>	31%	34%

- Por último, as razões de acesso aos portais. Tal como na questão anterior, as motivações que levam os utilizadores dos portais a visitá-los parecem terem-se pouco alterado entre Abril e Dezembro. Os indivíduos visitam os portais em primeiro lugar por causa dos Conteúdos, depois pelo Motor de Busca e em terceiro lugar surge a Consulta de Email. É de assinalar uma subida neste última razão de acesso: em Abril 43% dos inquiridos indicavam a consulta de email como razão para aceder a um portal; em Dezembro esse valor ultrapassava os 50%. A tabela seguinte indica a evolução dos valores ao longo dos nove meses:

<b>Razões de Acesso aos Portais</b>	<b>Abril</b>	<b>Dezembro</b>
<b>Conteúdos</b>	73%	76%
<b>Motor de busca</b>	68%	68%
<b>Consultar o email</b>	<b>43%</b>	<b>50%</b>
<b>Comércio electrónico</b>	9%	9%
<b>Downloads</b>	29%	28%
<b>IRC/Chat/Forum</b>	8%	7%
<b>Outros</b>	19%	22%