



Consultadoria, Sondagens e Estudos de Mercado, Lda

Inquérito Portais Portugueses



Janeiro 2001



Consultadoria, Sondagens e Estudos de Mercado, Lda

O estudo promovido pela Netsonda revela dados muito interessantes sobre os hábitos dos utilizadores portugueses da Internet. Depois de uma sucessão de modas por cada estação que passou e de muitas vezes anunciada morte dos portais generalistas, verifica-se que:

- 1º metade dos utilizadores visita diariamente portais generalistas*
- 2º quase dois terços utiliza o portal do seu ISP*
- 3º o motor de busca é ainda a razão mais importante para utilizar um portal*

É uma clara tomada de posição "back to basics" que certamente não vai ser ignorada pelos protagonistas da Internet portuguesa.

António Carriço – Netc

Na minha experiência a Netsonda supriu a falta de informação credível, seria, qualitativa e quantitativa ainda existente em Portugal sobre utilizadores e a utilização da Internet.

António Valente – Ideiateca Agência de vendas

Os estudos Netsonda, particularmente os índices sobre os portais são absolutamente fundamentais para a definição e delimitação de estratégias de qualquer portal ou empresa com actividade na Internet

Maria Forjaz – Terravista

Com pouco tempo para decidir, temos de assentar as nossas decisões em informação prática, verdadeira e útil como aquela fornecida pela Netsonda.

João Penedo – Run Sistemas Informáticos

O peso crescente da net no "bolo" do investimento publicitário torna imprescindível a utilização de ferramentas como as desenvolvidas pela Netsonda.

Filipe Gonçalves – Unilever

É de facto um bom estudo e muito útil para todas as empresas que operam na área do e-business.

Emanuel Gomes – Tiadro.com



Consultadoria, Sondagens e Estudos de Mercado, Lda

Ficha Técnica

Inquérito Portais Portugueses

Amostra: 885 utilizadores da Internet em Portugal

Distribuição da amostra:

Idade	
Entre 15 e 20	8,4%
Entre 21 e 25	36,9%
Entre 26 e 35	38,6%
Mais de 35	16%

Sexo	
Masculino	70,4%
Feminino	29,6%

Data de recolha: 9 a 15 de Dezembro de 2000

Processamento e Análise da informação: 23 a 27 de Dezembro de 2000

Tratamento da informação - dirigido pelo Dr. Filipe Montargil, Director de Estudos da Netsonda



Consultadoria, Sondagens e Estudos de Mercado, Lda

Principais conclusões:

- Quase metade (48,5%) dos utilizadores visita Portais diariamente e apenas 4% o faz raramente;
- A grande maioria dos internautas – 61,7% - costuma utilizar o Portal do seu servidor de acesso a Internet (ISP);
- 40,2% clicam nos banners de publicidade e só 28,2% os consideram completamente dispensáveis;
- Consideram o mais importante (num portal): velocidade de carregamento das páginas (73,7%) e conteúdos (82,3%);
- Consideram o menos importante: comércio electrónico (6%) e personalização dos conteúdos (13,6%);
- O horóscopo (41,7%) ultrapassa a publicidade (28,2%) quando se questiona qual o conteúdo completamente dispensável num Portal;
- 26,7% afirmam ter dificuldade em encontrar o que precisam nos Portais;
- Quando questionadas sobre o que gostavam menos nos portais portugueses, 56% das pessoas responderam “dificuldade em encontrar o que precisa” e “motores de busca pouco eficazes”



Consultadoria, Sondagens e Estudos de Mercado, Lda

Conclusões secundárias:

- O SAPO é considerado por 72,9% o maior portal português, 98,9% conhece-o e 97,9% já o visitou;
- O segundo lugar pertence ao portal CLIX com 19,7%;
- O terceiro posto é do portal NETC (17,7%), seguido de muito perto pelo IOL com 16,5%;
- Portais de menor dimensão mostram altos níveis de notoriedade quando se pergunta se os utilizadores os conhecem: é o caso do AEIOU (87,7%) e do TERRAVISTA (87,5%). Note-se também que estes Portais obtêm também os resultados de 78,2% e 75,5%, respectivamente, de internautas que afirmam já os ter visitado;
- Apesar de o motores de busca serem considerados pouco eficazes por 29,9%, é a razão que leva 68,8% dos internautas a acederem aos Portais portugueses;
- 56,8% afirmam aceder a Portais por causa das notícias;



Consultadoria, Sondagens e Estudos de Mercado, Lda

Síntese de Resultados

Portais

1) Que portais generalistas portugueses conhece?

	Count	Column %
p1		
Conhece o Portal AEIOU?	776	87,7
Conhece o Portal Busca.pt?	239	27,0
Conhece o Portal Clix.pt?	805	91,0
Conhece o Portal Cusco.pt?	568	64,2
Conhece o Portal Directo?	171	19,3
Conhece o Portal Easynet?	374	42,3
Conhece o Portal Galileu?	82	9,3
Conhece o Portal IOL?	765	86,4
Conhece o Portal lupi?	88	9,9
Conhece o Portal Lusitano.pt?	170	19,2
Conhece o Portal Lusomundo.pt?	319	36,0
Conhece o Portal Netc?	784	88,6
Conhece o Portal Portal.pt?	194	21,9
Conhece o Portal Sapo?	875	98,9
Conhece o Portal TerraNatal?	16	1,8
Conhece o Portal TerraVista?	774	87,5
Conhece outros Portais?	156	17,6
Total	885	100,0



Consultadoria, Sondagens e Estudos de Mercado, Lda

2) Com que frequência visita portais generalistas portugueses?

	Com que frequência visita portais generalistas portugueses?	
	Count	%
Diariamente	429	48,5%
5 vezes por semana	107	12,1%
Entre 2 a 4 vezes por semana	246	27,8%
1 vez por semana	68	7,7%
Raramente	35	4,0%
Total	885	100,0%





Consultadoria, Sondagens e Estudos de Mercado, Lda

3) Que portais generalistas portugueses já visitou?

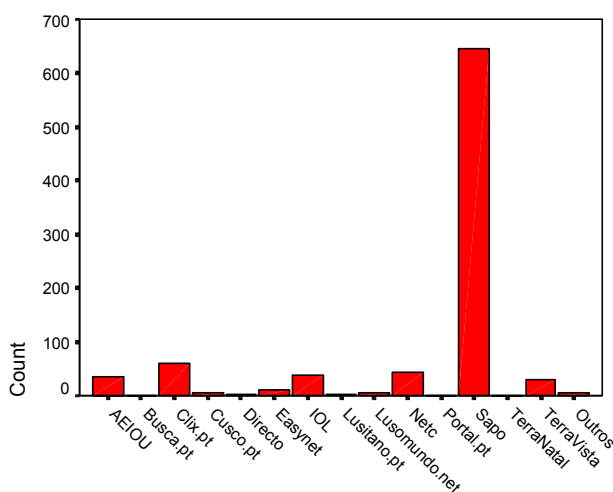
	Count	Column %
P3 Já visitou o Portal AEIOU?	692	78,2
Já visitou o Portal Busca.pt?	190	21,5
Já visitou o Portal Clix.pt?	731	82,6
Já visitou o Portal Cusco.pt?	402	45,4
Já visitou o Portal Directo?	139	15,7
Já visitou o Portal Easynet?	247	27,9
Já visitou o Portal Galileu?	41	4,6
Já visitou o Portal IOL?	667	75,4
Já visitou o Portal lupi?	57	6,4
Já visitou o Portal Lusitano.pt?	110	12,4
Já visitou o Portal Lusomundo.pt?	226	25,5
Já visitou o Portal Netc?	690	78,0
Já visitou o Portal Portal.pt?	129	14,6
Já visitou o Portal Sapo?	866	97,9
Já visitou o Portal TerraNatal?	13	1,5
Já visitou o Portal TerraVista?	668	75,5
Já visitou outros Portais?	174	19,7
Total	885	100,0



Consultadoria, Sondagens e Estudos de Mercado, Lda

4) Qual é, para si, o maior portal generalista em Portugal?

	Qual é para si, o maior portal generalista português?	
	Count	%
AEIOU	35	4,0%
Busca.pt	1	,1%
Clix.pt	61	6,9%
Cusco.pt	5	,6%
Directo	2	,2%
Easynet	11	1,2%
IOL	38	4,3%
Lusitano.pt	2	,2%
Lusomundo.net	5	,6%
Netc	43	4,9%
Portal.pt	1	,1%
Sapo	645	72,9%
TerraNatal	1	,1%
TerraVista	29	3,3%
Outros	6	,7%
Total	885	100,0%



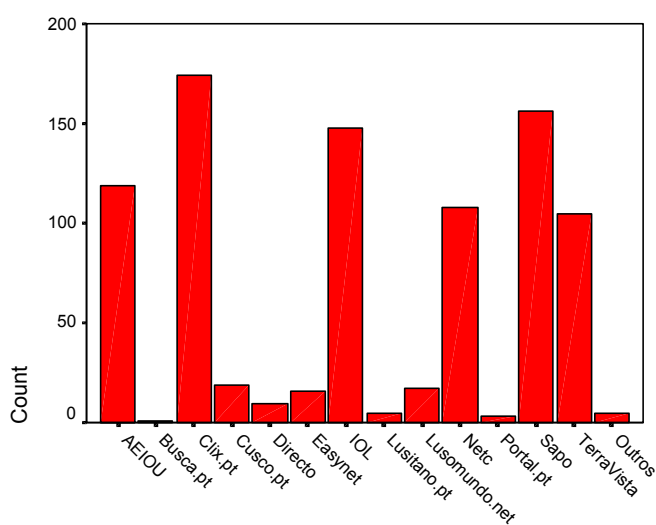
Qual é para si, o maior portal generalista português?



Consultadoria, Sondagens e Estudos de Mercado, Lda

5) Qual é, para si, o segundo maior portal generalista em Portugal?

	Qual é para si, o segundo maior portal generalista português?	
	Count	%
AEIOU	119	13,4%
Busca.pt	1	,1%
Clix.pt	174	19,7%
Cusco.pt	19	2,1%
Directo	9	1,0%
Easynet	16	1,8%
IOL	148	16,7%
Lusitano.pt	5	,6%
Lusomundo.net	17	1,9%
Netc	108	12,2%
Portal.pt	3	,3%
Sapo	156	17,6%
TerraVista	105	11,9%
Outros	5	,6%
Total	885	100,0%



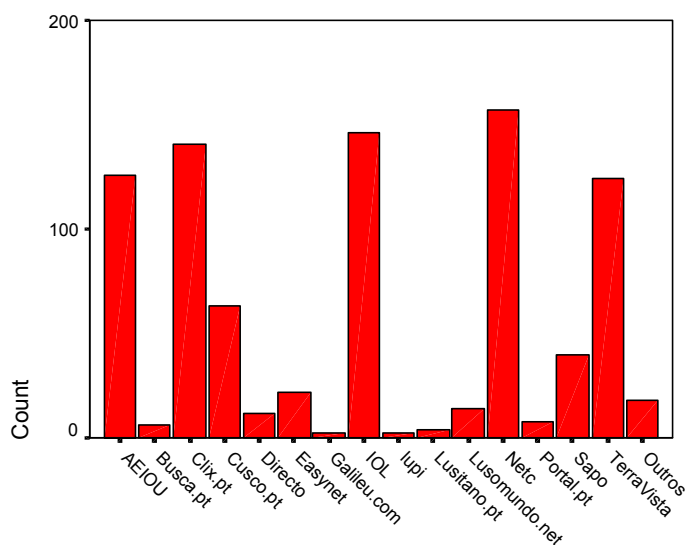
Qual é para si, o segundo maior portal generalista português?



Consultadoria, Sondagens e Estudos de Mercado, Lda

6) E qual é, para si, o terceiro maior portal generalista em Portugal?

	Qual é para si, o terceiro maior portal generalista português?	
	Count	%
AEIOU	126	14,2%
Busca.pt	6	,7%
Clix.pt	141	15,9%
Cusco.pt	63	7,1%
Directo	12	1,4%
Easynet	22	2,5%
Galileu.com	2	,2%
IOL	146	16,5%
lupi	2	,2%
Lusitano.pt	4	,5%
Lusomundo.net	14	1,6%
Netc	157	17,7%
Portal.pt	8	,9%
Sapo	40	4,5%
TerraVista	124	14,0%
Outros	18	2,0%
Total	885	100,0%



Qual é para si, o terceiro maior portal generalista português?



Consultadoria, Sondagens e Estudos de Mercado, Lda

7) O que é mais importante para se num portal?

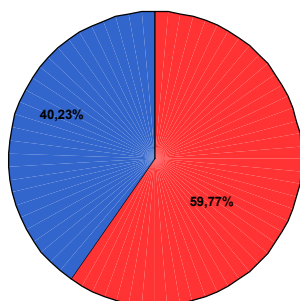
	Count	Column %
P7 O mais importante num Portal é a rapidez de carregamento das páginas?	652	73,7
O mais importante num Portal é o Design?	263	29,7
O mais importante num Portal são os conteúdos?	728	82,3
O mais importante num Portal é a interactividade?	181	20,5
O mais importante num Portal é a Segurança?	202	22,8
O mais importante num Portal é o comércio electrónico/Compras?	53	6,0
O mais importante num Portal é o conhecer/estar familiarizado com o site?	197	22,3
O mais importante num Portal é a Personalização dos conteúdos?	120	13,6
Total	885	100,0



Consultadoria, Sondagens e Estudos de Mercado, Lda

8) Costuma clicar nos banners de publicidade que surgem nas páginas dos portais?

Costuma clicar nos banners de publicidade que surgem nas páginas dos portais?		
	Count	%
Não	529	59,8%
Sim	356	40,2%
Total	885	100,0%



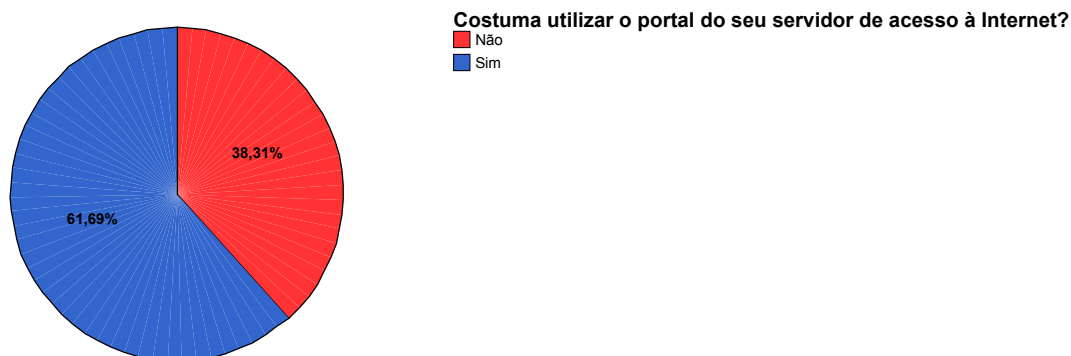
Costuma clicar nos banners de publicidade que surgem nas páginas dos portais?
■ Não
■ Sim



Consultadoria, Sondagens e Estudos de Mercado, Lda

9) Costuma utilizar o portal do seu servidor de acesso à Internet?

	Costuma utilizar o portal do seu servidor de acesso à Internet?	
	Count	%
Não	339	38,3%
Sim	546	61,7%
Total	885	100,0%

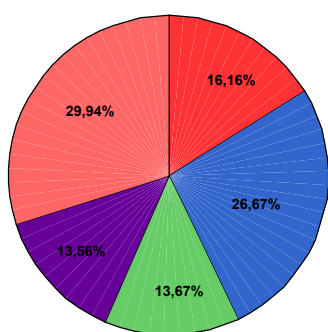




Consultadoria, Sondagens e Estudos de Mercado, Lda

10) O que gosta menos nos portais generalistas que costuma visitar?

	O que gosta menos nos portais generalistas que costuma visitar?	
	Count	%
Publicidade	143	16,2%
Dificuldade em encontrar o que precisa	236	26,7%
Fraca qualidade de informação	121	13,7%
Fraca navegação/design confuso	120	13,6%
Motores de busca pouco eficazes	265	29,9%
Total	885	100,0%



O que gosta menos nos portais generalistas que costuma visitar?

- Publicidade
- Dificuldade em encontrar o que precisa
- Fraca qualidade de informação
- Fraca navegação/design confuso
- Motores de busca pouco eficazes



Consultadoria, Sondagens e Estudos de Mercado, Lda

11) Qual a razão que o leva a aceder aos portais generalistas portugueses?

	Count	Column %
P11 Motor de busca é a razão que me leva a aceder aos portais generalistas portugueses.	609	68,8
Consultar o email é a razão que me leva a aceder aos portais generalistas portugueses.	303	34,2
Notícias é a razão que me leva a aceder aos portais generalistas portugueses.	503	56,8
Comércio electrónico é a razão que me leva a aceder aos portais generalistas portugueses.	78	8,8
Downloads é a razão que me leva a aceder aos portais generalistas portugueses.	188	21,2
IRC/Chat é a razão que me leva a aceder aos portais generalistas portugueses.	46	5,2
Outras informações é a razão que me leva a aceder aos portais generalistas portugueses	360	40,7
Total	885	100,0

12) Qual destes conteúdos considera completamente dispensável num portal?

	Count	Column %
P12 Horóscopo é um conteúdo dispensável num portal?	371	41,9
Anedotas é um conteúdo dispensável num portal?	139	15,7
Receitas é um conteúdo dispensável num portal?	204	23,1
Metereologia é um conteúdo dispensável num portal?	33	3,7
Farmácias é um conteúdo dispensável num portal?	35	4,0
Publicidade/Banners é um conteúdo dispensável num portal?	250	28,2
Jogos é um conteúdo dispensável num portal?	120	13,6
Votações é um conteúdo dispensável num portal?	131	14,8
Outros conteúdos são dispensáveis num portal?	222	25,1
Total	885	100,0



Consultadoria, Sondagens e Estudos de Mercado, Lda

Revista de Imprensa

Expresso

PORTAIS PORTUGUESES SÃO LENTOS

Manuel Posser de Andrade



Embora 61,7% dos cibernautas costumem visitar o seu portal de ISP, o Sapo é, de longe, o maior dos portais generalistas, também denominados horizontais. Logo de seguida surge o portal Clix e o Netc, mas com um peso muito inferior MAIS DE metade dos cibernautas portugueses têm

dificuldade em encontrar informações nos motores de busca dos portais generalistas e quase a esmagadora maioria destes utilizadores está descontente com a velocidade de carregamento destas páginas. Eis duas conclusões de um estudo realizado pela Netsonda, intitulado «Inquérito a portais portugueses». Quando questionados sobre o que gostavam menos nestes portais, 56% responderam «a dificuldade em encontrar o que se precisa» e «os motores de busca são pouco eficazes».

Segundo Filipe Montargil, director de estudos da Netsonda, «isto é um sinal claro de que os portugueses estão, de um modo geral, insatisfeitos com os nossos portais generalistas, também denominados horizontais, e que há um desfasamento da qualidade dos conteúdos destes portais comparados com os estrangeiros». Apesar disso, 48,5% dos utilizadores da Internet inquiridos visitam portais generalistas diariamente e apenas 4% o fazem raramente.



O estudo indica que 61,7% dos cibernautas escolhem os portais correspondentes ao seu ISP, isto é, à empresa que fornece serviço de ligação à Internet. Os conteúdos no portal é o aspecto ao qual é atribuído maior valor por 82% dos respondentes e, logo de seguida, surge a velocidade de carregamento das páginas para 73,7%. Quando questionados sobre quais os aspectos que consideram menos importante nos portais horizontais, os inquiridos indicaram o comércio electrónico e a personalização de conteúdos. «O problema da pouca relevância dada ao comércio electrónico já nem se trata dos internautas terem falta de confiança nos sistemas de pagamentos, mas da falta de consciência sobre as potencialidades do "e-commerce"», explica Filipe Montargil.



Sobre os conteúdos existentes nos portais, a publicidade é relativamente tolerada. Na categoria dos «dispensáveis», o estudo revela que 41% dos utilizadores incluem os horóscopos nessa categoria. Só depois se situa a publicidade com 28,2% das respostas. As receitas e as votações surgem de seguida com 23% e 14,8%, respectivamente.



Consultadoria, Sondagens e Estudos de Mercado, Lda

A Netsonda é uma empresa que se dedica à realização de inquéritos exclusivamente através da Internet e a amostra deste estudo incidiu sobre 885 internautas com idades compreendidas essencialmente entre os 15 e os 35 anos, sendo 70% dos inquiridos do sexo masculino.

Para Filipe Montargil «esta amostra foi criteriosamente escolhida nestes moldes, pois a população internauta portuguesa é essencialmente masculina, jovem e com um grau de educação elevado».



Sapo lidera

O portal Sapo continua incontestavelmente a ser o portal português mais visitado. «Talvez por ser dos primeiros a aparecer e mesmo antes da compra deste portal pela PT, o portal já tinha grande notoriedade», salienta o director de estudos da Netsonda. Os números revelam que o Sapo é considerado por 72,9% o maior portal português. Por outro lado, 99% já ouviu falar dele e 98% já o visitou pelo menos uma vez. De seguida, o Clix ocupa o segundo lugar, com 19,7% a referirem ser este o segundo maior portal generalista português. O portal da Telecel - Netc - vem em terceiro lugar nesta categoria, com 17,7% de respondentes.



Em lugares menos destacados surgem, de seguida, outros portais como o IOL, o AEIOU, o Terravista e o Cusco, atraindo percentagens semelhantes em termos de preferência dos utilizadores.

Perante este enorme fosso entre o maior portal e os restantes, Filipe Montargil acredita que os portais vão segmentar cada vez mais os seus conteúdos, de forma a ganhar quota de mercado. «Em alguns isto já se verifica, como no caso do Netc, que apresenta cada vez mais conteúdos e grafismo vocacionados para um

público feminino e jovem», refere. Um dos dados mais surpreendentes deste estudo diz respeito aos «banners» existentes nos portais.

Publicidade com audiência

Ao contrário do que apontam outros estudos, esta forma de publicidade na Internet tem uma forte audiência entre os portugueses. Cerca de 40% dos inquiridos admitem clicar regularmente em «banners» e apenas 28,2% os consideram completamente dispensáveis. Como afirma Filipe Montargil «embora não saibamos a regularidade com que os utilizadores dos portais 'cliquem' nos 'banners', o perfil do internauta que neles 'cliqua' é do sexo masculino e tem idades compreendidas entre 26 e 35 anos»



Este inquérito realizado pela Netsonda foi o primeiro que incidiu sobre este tema, «mas estima-se que doravante passe a ser feito com alguma periodicidade», garante Eduardo Correia de Matos, responsável pela área jurídica desta empresa.

in Expresso
3/2/2001



Consultadoria, Sondagens e Estudos de Mercado, Lda

PÚBLICO
www.publico.pt

MOTORES DE BUSCA SÃO O QUE MAIS ATRAI CIBERNAUTAS

Sofia Rodrigues

Mais de metade dos inquiridos num estudo da Netsonda procura notícias nos portais portugueses.

A maior parte dos cibernautas portugueses acede a portais para consultar motores de busca que lhes permitam fazer pesquisas de todo o tipo e mais de metade afirma procurar notícias. Estes são alguns dos resultados de um estudo sobre portais portugueses efectuado pela Netsonda, uma empresa especializada em estudos de mercado através da Internet.

A intenção de utilizar um motor de busca é a principal razão que leva a maior parte (68,8 por cento) dos cibernautas a procurar um portal generalista nacional. Em segundo lugar surgem as notícias, o motivo apontado por 56,8 por cento. Uma fatia significativa da amostra (40,7 por cento) diz ainda pretender outras informações.

Apesar de ser o motor de busca o motivo mais referido para aceder aos portais, os cibernautas mostram-se pouco satisfeitos com aquela forma de procurar informação. Questionados sobre o que gostam menos nos portais portugueses, um terço (29,9 por cento) responde que é a pouca eficácia dos motores de busca, logo seguida da dificuldade em encontrar o que se precisa - o motivo apontado por 26,7 por cento. A publicidade é referida por 16,2 por cento.

Dos conteúdos que podem ser dispensáveis num portal, 41,9 por cento dos inquiridos não tem dúvidas em apontar o horóscopo. Só em segundo lugar aparece a publicidade e os "banners" (28,2 por cento). Outro dado que aponta para uma aparente boa aceitação da promoção de bens e serviços nos portais é o facto de grande parte (59,8 por cento) dos cibernautas afirmar que costuma "clicar" nos "banners".

Se todos os agentes do mercado dão relevo aos conteúdos na Web, o mesmo fazem os utilizadores, pelo menos a avaliar por este estudo. Para a esmagadora maioria dos inquiridos (82,3 por cento), o mais importante num portal são os conteúdos. Só em segundo lugar - mesmo assim com a percentagem elevada de 73,7 por cento - surge a rapidez no carregamento de páginas e num terceiro lugar - bastante distanciado (29,7 por cento) - aparece o "design" das páginas. Note-se ainda que muito poucos - seis por cento - consideram importante o comércio electrónico, um serviço que leva apenas oito por cento dos inquiridos a consultar os portais generalistas.



Consultadoria, Sondagens e Estudos de Mercado, Lda

Outra das conclusões do estudo é que a grande maioria (61,3 por cento) afirma ser habitual utilizar o portal do seu servidor de acesso à Internet (ISP). Quanto aos portais, o Sapo é o que obtém melhores resultados. É considerado por 72,9 por cento dos cibernautas como o maior portal generalista português, é conhecido por 98,9 por cento e já foi visitado por 97,9 por cento dos inquiridos. O Clix ocupa o segundo lugar do "ranking", com valores próximos, o Netc surge em terceiro lugar e o IOL fixa-se na quarta posição.

Como o estudo incidu sobre cibernautas, é natural que quase metade (48,5 por cento) afirme aceder a portais portugueses todos os dias e 27,7 por cento refira que o faz entre duas a quatro vezes por semana.

Para realizar estes estudos em exclusivo pela Internet, a Netsonda dispõe de uma base de dados com cerca de sete mil cibernautas. O estudo incidu em 885 utilizadores e foi efectuado em Dezembro de 2000.

in Público
3/2/2001



Consultadoria, Sondagens e Estudos de Mercado, Lda

METADE DOS PORTUGUESES VISITA PORTAIS DIARIAMENTE



Apesar dos avultados investimentos dos ISPs na promoção dos seus portais, apenas 48,5 por cento dos internautas portugueses visita portais generalistas diariamente, revela um estudo da empresa de estudos de mercado

online Netsonda.

À cabeça das características consideradas mais importantes num portal, os inquiridos apontaram os conteúdos (82,3 por cento) e logo de seguida a rapidez no carregamento das páginas (73,7 por cento). Cerca de 30 por cento afirmou que aquilo de que gosta menos é a reduzida eficácia dos motores de busca e um número ligeiramente superior a 40 por cento admitiu que "costuma clicar nos banners" publicitários.

Considerado o maior portal generalista português por 72,9 por cento dos internautas inquiridos, o SAPO é conhecido da quase totalidade (98,9 por cento) dos 885 inquiridos pela Netsonda no âmbito de um estudo sobre portais portugueses realizado entre os dias 23 a 27 de Dezembro.

A amostra, seleccionada entre o universo de quase 7.000 internautas inscritos nesta empresa de estudos de mercado online, "é representativa da Internet nacional", afirmou ao TeK o director da Netsonda, Salvador Patrício Gouveia, salientando a propósito pormenores como a divisão da amostra em função do género dos inquiridos e dos diferentes escalões etários.

O estudo, dirigido por Filipe Montargil - docente da Universidade Lusíada e director de estudos da Netsonda - revela também que 61,7 por cento dos inquiridos neste inquérito online utiliza o portal do seu ISP para aceder à Internet.

in Sapo.pt - Canal Tecnologia
5/2/2001



Consultadoria, Sondagens e Estudos de Mercado, Lda

NETSONDA REALIZA ESTUDO SOBRE PORTAIS PORTUGUESES



Segundo o estudo realizado pela Netsonda sobre portais portugueses, e para o qual foram inquiridos 885 internautas, mais de 40 por cento dos utilizadores clicam nos botões/banners publicitários. A empresa revelou ainda outras conclusões interessantes, nomeadamente que atribuem pouca importância à personalização dos conteúdos e ao comércio electrónico assim como confessam certas dificuldades em encontrar o que procuram nos portais nacionais.

in Meios & Publicidade
5/2/2001



**NETSONDA
PORTUGUESES**
Alexandra Abreu

ESTUDA

PORTAIS

A NETSONDA, empresa de sondagens e estudos mercado on-line, em actividade desde Julho do ano passado, realizou um estudo sobre portais portugueses junto de 885 internautas. De acordo com comunicado da empresa este estudo pretende dar a conhecer a relação dos utilizadores com os portais, com a publicidade nestes incluída e com seus conteúdos, bem como avaliar a notoriedade dos portais nacionais. A síntese de análise, bem como a ficha técnica e as principais conclusões, estão disponíveis para consulta ou download em: <http://www.netsonda.pt/estudoportais.shtml>. A NETSONDA espera assim dar o seu contributo para que os intervenientes na chamada Nova Economia conheçam cada vez melhor o panorama da Internet em Portugal.

in Valor Online
6/2/2001



Consultadoria, Sondagens e Estudos de Mercado, Lda



MAIS INFORMAÇÃO ATRAI CIBERNAUTAS

Ricardo Melo

Quase 50% dos utilizadores da internet visitam os portais diariamente, sobretudo por causa das notícias (56,8%).

É este o resultado de um estudo efectuado pela Netsonda, empresa de consultadoria, sondagens e estudos de mercado, o qual revela ainda que a grande maioria (61,7%) utiliza o portal do seu servidor de acesso à rede das redes.

Tendo como base uma amostra de 885 utilizadores no território nacional e, com a maior percentagem de inquiridos com idades compreendidas entre 21 e os 35 anos, o estudo mostra que apenas 4% do universo raramente navega nos portais.

Para os utilizadores, o mais importante nestes sites são os seus conteúdos. É pelo menos essa a resposta dada por 82,3% do universo, ao contrário dos 73,7% de inquiridos que atribuí maior importância à velocidade de carregamento das páginas.

No que refere aos factores menos importantes, somente 6% atribuíram relevância ao comércio electrónico, indo assim ao encontro da pouca apetência do mercado nacional por esta forma de transacção. Por outro lado, a personalização dos conteúdos também só reuniu as preferências de cerca de 13,6% dos inquiridos.

Senso os conteúdos o factor mais importante para os cibernautas, de sublinhar o facto de 26,7% referir que nos portais nacionais é difícil «encontrar o que se precisa». Aliás, esta é, juntamente com os «motores de busca pouco eficazes», uma das características que menos agradam aos inquiridos. Contudo, apesar da pouca eficácia dos motores de busca, é esta a razão que leva 68,8% dos cibernautas a acederem aos portais portugueses.

No que respeita à publicidade, o estudo mostra que 40,2% «clica» nos banners, ao passo que 28,2% consideram-nos completamente dispensáveis. De referir ainda que o Sapo é considerado por 72,9% dos inquiridos como o maior portal nacional, seguindo-se o Clix com 19,7% das respostas.

in Diário Económico
5/2/2001