



Internet - Hábitos, Serviços e Informação

Síntese de Resultados | Novembro 2005



Síntese

de Resultados

1. Sobre a Netsonda

A Netsonda, em actividade desde Julho de 2000, é líder e pioneira em Portugal na recolha e análise de informação através de plataformas tecnológicas desenvolvidas à medida das necessidades dos projectos, oferecendo rapidez, segurança e rentabilidade.

Os estudos da Netsonda são ferramentas de trabalho precisas, dotando os seus clientes da informação necessária aos processos de decisão, de investimento e de aperfeiçoamento de produtos e serviços.

A equipa de *research* da Netsonda é constituída por profissionais com a formação adequada aos objectivos da empresa, designadamente na área das ciências sociais, da estatística e das novas tecnologias da informação.

A Netsonda pertence à ESOMAR – World Association of Research Professionals, através da sua Direcção de Estudos, subscrevendo e realizando as suas propostas e estudos de acordo com o código ICC/ESOMAR. A base de dados de utilizadores registados encontra-se registada na Comissão Nacional para Protecção de Dados.

Entre os clientes Netsonda, contam-se entidades como a ANACOM, Caixa Geral de Depósitos, ONI, Vodafone, TMN, Sapo.pt, PT Contact, TV Cabo, Montepio Geral, Fidelidade Mundial, MyBrand, Bates, Grupo José de Mello, British Airways, Pantene, Telecine, Vizzavi e GQ Magazine.

2. Sobre a INFORFI

A INFORFI é uma agência de Comunicação e Relações Públicas que apoia outras empresas/instituições a promover uma imagem institucional positiva, para intervir nos seus mercados de uma forma mais eficiente.

A INFORFI é uma agência de serviço completo, que disponibiliza competências em todas as disciplinas da Comunicação. É parceira estratégica da Fleishman Hillard, o que lhe confere a possibilidade de beneficiar da experiência e reconhecimento de uma empresa com 50 anos de existência líder no mercado de Marketing e Comunicação Empresarial.

Fundada em Julho de 1994 e gerida desde então por ex-jornalistas, a INFORFI é uma empresa com maturidade e experiência no mercado. Entre os seus clientes, encontram-se algumas das maiores empresas nacionais e multinacionais.

Síntese

de Resultados

3. Ficha técnica

2.1 Objectivo

O estudo cuja síntese de resultados se apresenta neste documento foi realizado pela Netsonda, e tem por objectivo fundamental avaliar os hábitos dos internautas e a sua relação e expectativas em relação a determinados serviços disponibilizados na *Internet*. O público-alvo definido para o estudo realizado foram os utilizadores frequentes de *Internet* em Portugal, registados na Netsonda.

2.2 Técnica de recolha de informação

A técnica de recolha de informação utilizada foi o inquérito *online* a utilizadores de *Internet* residentes em Portugal, registados na Netsonda. O contacto com os utilizadores seleccionados foi realizado através de mensagem de *e-mail*, fornecendo informação de âmbito geral (tema, tempo médio de resposta, remuneração associada e data limite de participação). O preenchimento do questionário foi realizado no *site* da Netsonda, através da conta pessoal do utilizador.

2.3 Amostragem

Os inquiridos foram seleccionados de entre o total de utilizadores da *Internet* inscritos na Netsonda, através de amostragem aleatória simples. De entre estes foi escolhida uma amostra de utilizadores mais frequentes.

2.4 Recolha de informação

A recolha de informação decorreu entre 12 e 23 de Outubro de 2005. Foram recolhidas 3846 respostas válidas.

Síntese

de Resultados

2.5 Dados da amostra

SEXO		
	Casos	Percent.
Masculino	1948	50.7%
Feminino	1898	49.3%
Total	3846	100%

IDADE		
	Casos	Percent.
Dos 15 aos 20	252	6.6%
Dos 21 aos 25	1011	26.3%
Dos 26 aos 30	1255	32.6%
Dos 31 aos 35	678	17.6%
Mais de 35	650	16.9%
Total	3846	100%

REGIÃO		
	Casos	Percent.
Grande Lisboa	1601	41.6%
Grande Porto	493	12.8%
Norte	311	8.1%
Centro	415	10.8%
Lisboa e Vale do Tejo	741	19.3%
Alentejo	101	2.6%
Algarve	108	2.8%
Açores	34	0.9%
Madeira	42	1.1%
Total	3846	100%

Síntese

de Resultados

GRUPO OCUPACIONAL		
	Casos	Percent.
Quadros médios e superiores	747	19.4%
Técnicos especializados e pequenos proprietários	421	10.9%
Empregados dos serviços, comércio e administrativos	608	15.8%
Trabalhadores qualificados e especializados	25	0.7%
Não activos	174	4.5%
Estudantes	1359	35.3%
Domésticas	33	0.9%
Profissionais de Saúde	47	1.2%
Outros	432	11.2%
Total	3846	100%

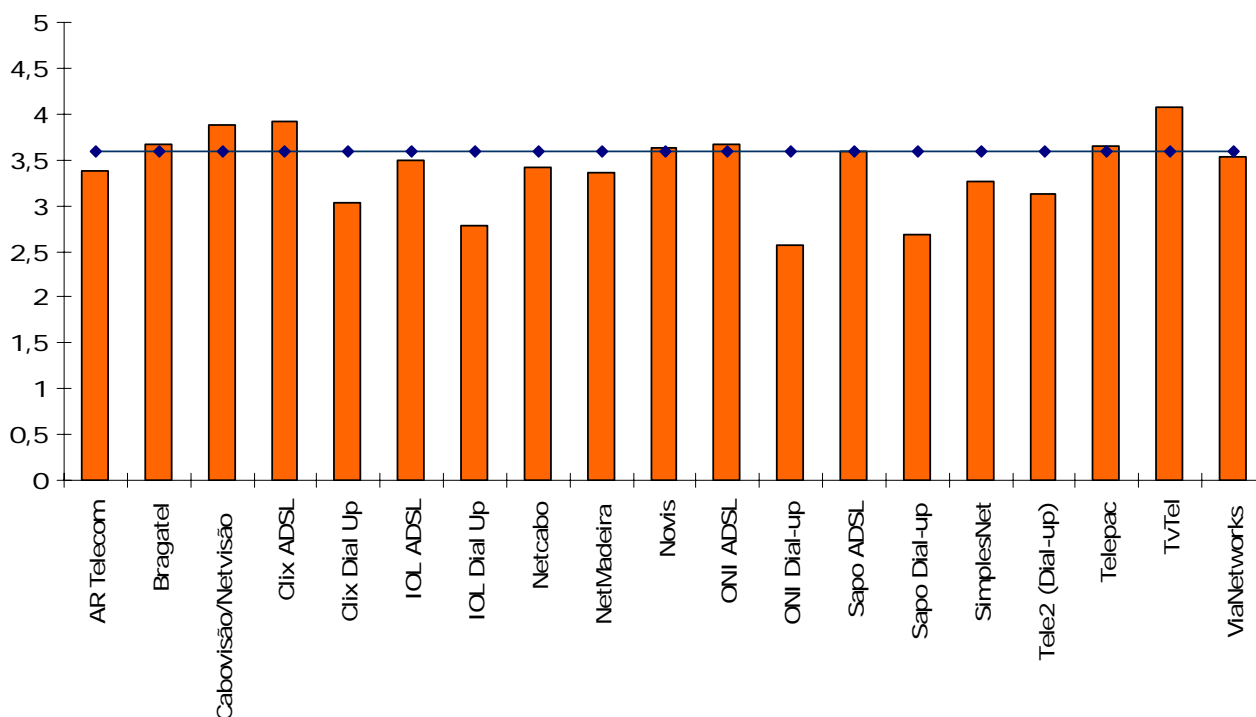
Síntese

de Resultados

4. Principais Conclusões do Estudo

- Do total de inquiridos, cerca de um terço (32.7%) são utilizadores da Netcabo, o valor mais expressivo, seguido do SAPO ADSL, com 23.4% e da Cabovisão/Netvisão com 10.7%. A alguma distância encontram-se a Telepac com 6.27% e o Clix ADSL com 5.46%.
- A avaliação global dos ISP (*Internet Service Providers*) em Portugal, considerando os indicados pela lista e também aqueles indicados pelos inquiridos, é de 3.59, numa escala de 1 a 5, em que 1 representa Muito Insatisfeito e 5 Muito Satisfeito.
- A avaliação feita a cada ISP pelos inquiridos é a seguinte:

Avaliação dos ISP Nacionais



Síntese

de Resultados

- De acordo com os dados, os cinco ISP melhores avaliados pelos seus utilizadores são a TvTel com 4.08, o Clix ADSL com 3.91, a Cabovisão/Netvisão com 3.88, a Bragatel e a ONI ADSL ambos com 3.67. Dos ISP com banda larga, o último classificado é a Netcabo com 3.42.
- Como se pode ainda verificar pela tabela e pelo gráfico, os ISP que fornecem acesso por Dial-up têm classificações bastante inferiores aos ISP que fornecem banda larga, quer seja cabo, quer seja ADSL.
- Os principais serviços utilizados na *Internet* pelos inquiridos são o *e-mail*, com uma classificação de 4.75 numa escala de 1 a 5, a consulta de portais ou motores de busca com 4.42 e ainda os mensageiros instantâneos com 3.5.
- A grande maioria dos inquiridos, cerca de 90%, consulta regularmente sites de notícias de informação. Desses, 38% consulta ainda sites de notícias internacionais.
- Os cinco sites de órgãos de comunicação social mais visitados pelos inquiridos são a SIC com 39.2%, o Público com 37.8%, o Expresso com 34.8%, o Diário de Notícias com 27.5% e ainda a RTP com 25.7%.
- Na área da economia, o site mais visitado é o do Jornal de Negócios (Canal de Negócios) com 458 ocorrências, mas com uma reduzida margem de diferença para o segundo lugar, ocupado pelo Diário Económico (435 ocorrências).
- Na área do desporto, o site mais visitado é o do jornal A Bola, com 911 ocorrências, seguido pelo jornal Record (795 ocorrências) e finalmente pelo jornal O Jogo (542).
- Nos jornais semanários, o jornal Expresso destaca-se de todos os outros com 1339 ocorrências. O segundo lugar, ocupado pelo O Independente, apresenta uma grande distância do líder, com apenas 125 ocorrências.
- Nos órgãos de informação que operam exclusivamente online, o primeiro lugar pertence ao DiárioDigital que regista 701 ocorrências, contra o PortugalDiário (487 ocorrências).

Síntese

de Resultados

- Numa escala de 1 a 5, as vantagens apontadas como mais interessantes pelos inquiridos da consulta de sites sobre a consulta de imprensa, são ter a informação actualizada ao longo do dia, com 4.56, e a possibilidade de utilizar instrumentos de pesquisa de informação, com 4.37.
- Em relação à subscrição de conteúdos pagos, apenas 3.8% dos inquiridos é cliente deste tipo de serviço. A principal razão apontada pelos inquiridos, com 48% das respostas, é considerarem que a informação na *Internet* deve ser gratuita. Quanto à expectativa de subscrever conteúdos nos próximos seis meses, os inquiridos são peremptórios: 96% diz não o vir a fazer.
- Em relação à transmissão de rádio e televisão na *Internet* o estudo mostra que cerca de 16% dos inquiridos ouve rádio na *Internet* pelo menos uma vez por dia, e 34.5% afirma nunca usar este suporte para ouvir rádio. Já os valores para o visionamento de televisão na *Internet* são mais baixos, com apenas 5% dos inquiridos a visualizar televisão diariamente e cerca de 60% a afirmar que nunca vê televisão pela *Internet*.
- Sobre os mensageiros instantâneos, 89% é utilizador deste serviço e cerca de 58.2% dos inquiridos afirma que o utilizam sempre que estão ligados à *Internet*. A funcionalidade mais utilizada pelos inquiridos é o *Chat*, com 84% de respostas, seguido da transmissão de ficheiros, com 8% de respostas. Apesar disto, as tecnologias de voz e imagens dos mensageiros instantâneos apresentam ainda pouca uso por parte dos utilizadores.
- Por fim, relativamente a um conjunto de tecnologias recentes e/ou em desenvolvimento, aquela que cria maior expectativa perante os inquiridos é o Triple Play (*Internet*, Televisão e Telefone num só acesso) com 47% de respostas, seguida da televisão digital com apenas 12.5% de respostas.

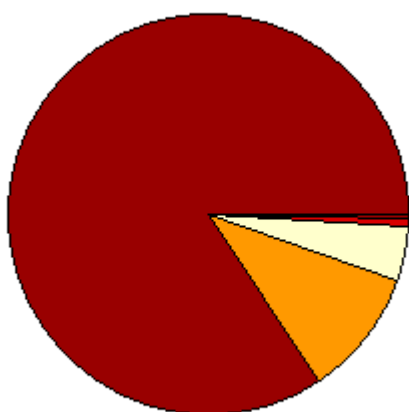
Lisboa, 7 de Novembro de 2005

Direcção de Estudos da Netsonda

Síntese

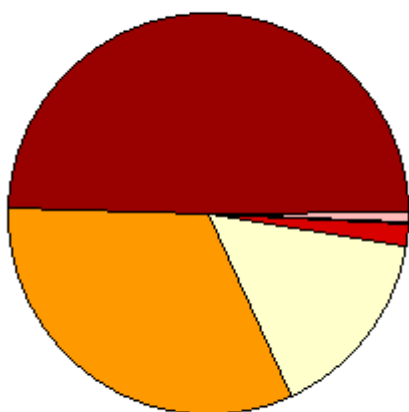
de Resultados

1. Com que frequência acede à Internet?



	Casos	Percent.
Várias vezes por dia	3245	84.4%
Uma vez por dia	390	10.1%
Duas a três vezes por semana	171	4.4%
Uma vez por semana	23	0.6%
Menos de uma vez por semana	17	0.4%
Total	3846	100%

2. Nos últimos 2 anos, a frequência do seu acesso à Internet:



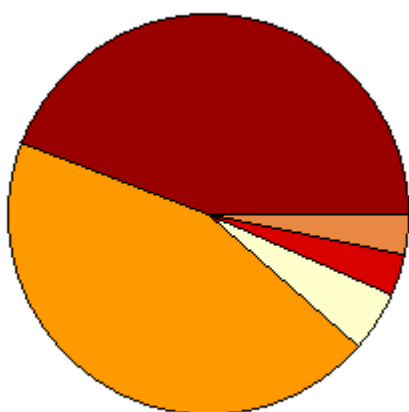
	Casos	Percent.
Aumentou muito	1910	49.7%
Aumentou	1239	32.2%
Manteve-se	595	15.5%
Diminuiu	67	1.7%
Diminuiu muito	8	0.2%
Utilizo a Internet há menos de 2 anos	27	0.7%
Total	3846	100%

Síntese

de Resultados

3. Que tipo de acesso à Internet possui?

(Se possuir mais que um, indique o que utiliza com maior frequência)



	Casos	Percent.
ADSL	1703	44.3%
Cabo	1701	44.2%
Dial-Up (ligação telefónica)	184	4.8%
Outro	131	3.4%
Não sei	127	3.3%
Total	3846	100%





















4. Qual o seu fornecedor de acesso à Internet (ISP)?

ISP	Casos	Percent.
AR Telecom	13	0.34%
Bragatel	15	0.39%
Cabovisão/Netvisão	413	10.74%
Clix ADSL	210	5.46%
Clix Dial Up	42	1.09%
IOL ADSL	16	0.42%
IOL Dial Up	32	0.83%
Netcabo	1258	32.71%
NetMadeira	11	0.29%
Novis	21	0.55%
ONI ADSL	149	3.87%
ONI Dial-up	14	0.36%
Sapo ADSL	898	23.35%
Sapo Dial-up	33	0.86%
SimplesNet	11	0.29%
Tele2 (Dial-up)	15	0.39%
Telepac	241	6.27%
TvTel	49	1.27%
ViaNetworks	13	0.34%
Outros	172	4.47%
Não sei	220	5.72%
Total	3846	100%

Síntese

de Resultados

5. Utilizado uma escala de 1 a 5, e que 1 representa muito insatisfeito e 5 muito satisfeito, indique qual grau de satisfação com o seu acesso à Internet.

	Média	1	5
AR Telecom	3.38		
Bragatel	3.67		
Cabovisão/Netvisão	3.88		
Clix ADSL	3.91		
Clix Dial Up	3.03		
IOL ADSL	3.5		
IOL Dial Up	2.78		
Netcabo	3.42		
NetMadeira	3.36		
Novis	3.62		
ONI ADSL	3.67		
ONI Dial-up	2.57		
Sapo ADSL	3.6		
Sapo Dial-up	2.69		
SimplesNet	3.27		
Tele2 (Dial-up)	3.13		
Telepac (ADSL)	3.64		
TvTel	4.08		
ViaNetworks	3.53		
Média Global	3.59		

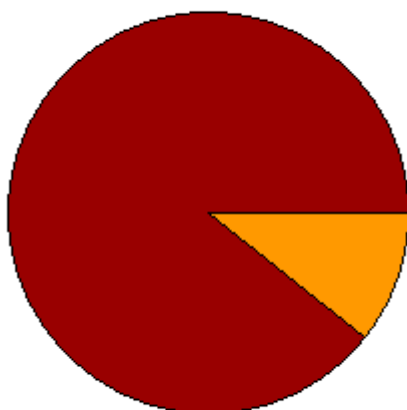
Síntese

de Resultados

6. Utilizado uma escala de 1 a 5, e que 1 representa muito pouco e 5 muito frequentemente, indique a regularidade com que utiliza os seguintes serviços na Internet:

	Média	1	5
Consulta do correio electrónico (e-mail)	4.75		
Consulta de sites, portais e motores de busca	4.42		
Consulta de Blogs	2.22		
Mensageiros instantâneos	3.50		
Video on demand	1.88		
Download de músicas e vídeos	3.05		
Download de outros ficheiros (software, toques, imagens, etc.)	2.95		
Compras	2.30		

7. Consulta regularmente sites de notícias e de informação?





	Casos	Percent.
■ Sim	3434	89.3%
■ Não	412	10.7%
Total	3846	100%

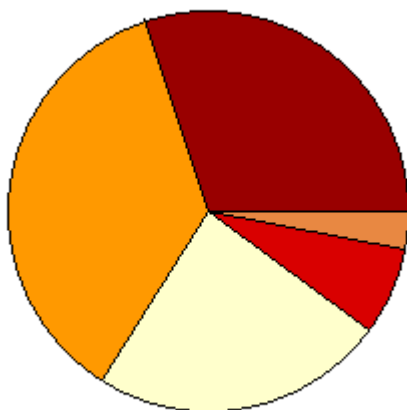
Síntese

de Resultados

8. Nacionais e/ou internacionais?

	Casos	Percent.	
Nacionais	3386	88.0%	
Internacionais	1469	38.2%	
Total	3846	100%	

9. Com que regularidade consulta sites de notícias e de informação?



	Casos	Percent.
Várias vezes por dia	1031	30.0%
Uma vez por dia	1240	36.1%
Duas a três vezes por semana	813	23.7%
Uma vez por semana	241	7.0%
Menos de uma vez por semana	109	3.2%
Total	3434	100%

Síntese

de Resultados

10. Indique os órgãos de comunicação social/informação nacional cujo sites consulta mais?

	Casos	Percent.	
A Bola	911	23.7%	
Canal de Negócios (Jornal de Negócios)	458	11.9%	
Correio da Manhã	940	24.4%	
Diário de Notícias	1056	27.5%	
Diário Económico	435	11.3%	
DiárioDigital.pt	701	18.2%	
Expresso	1339	34.8%	
Focus	101	2.6%	
Jornal de Notícias	820	21.3%	
Lusa	323	8.4%	
O Independente	125	3.3%	
O Jogo	542	14.1%	
PortugalDiário.iol.pt	487	12.7%	
Público	1455	37.8%	
Record	759	19.7%	
RTP	987	25.7%	
Semanário Económico	102	2.7%	
SIC	1507	39.2%	
TSF	727	18.9%	
Visão	482	12.5%	
Outros	438	11.4%	
Total	3846	100%	

Nota: A tabela acima contempla apenas os sites que atingiram um mínimo de 100 ocorrências nos resultados. Os restantes sites estão contemplados na opção Outros.

Síntese

de Resultados

11. Qual é o site de notícias e de informação internacional que mais consulta?

	Casos	Percent.
cnn.com	518	35.3%
bbc.co.uk	102	6.9%
euronews.net	26	1.8%
nytimes.com	23	1.6%
lemonde.fr	21	1.4%
yahoo.com	20	1.4%
elpais.es	16	1.1%
globo.com	16	1.1%
marca.es	13	0.9%
reuters.com	13	0.9%
bloomberg.com	12	0.8%
skynews.com	11	0.7%
ft.com	10	0.7%
msn.com	10	0.7%
news.google.com	10	0.7%
Outros	648	44.1%
Total	1469	100%

Nota: A tabela acima contempla apenas os sites que atingiram um mínimo de 10 ocorrências nos resultados. Os restantes sites estão contemplados na opção Outros.

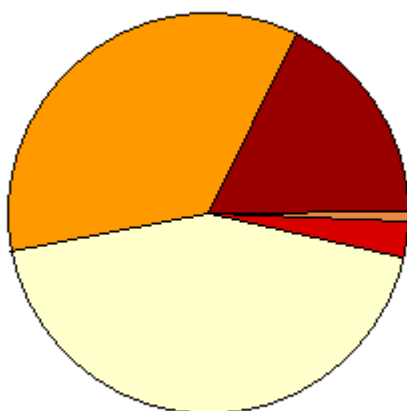
Síntese

de Resultados

12. Utilizando uma escala de 1 a 5, em que 1 significa nada importante e 5 significa muito importante, como avalia a importância de cada uma das seguintes vantagens da consulta de sites sobre a consulta de imprensa em papel?

	Média	1	5
Não ter de passar por uma banca ou ardina	3.20		
Não ter de pagar para aceder a informação	4.10		
Não sujar as mãos (para quem consulta jornais)	2.24		
Ter informação actualizada ao longo do dia	4.56		
Poder utilizar instrumentos de pesquisa de informação	4.37		
Poder comentar as notícias/utilizar forums de discussão relacionados	2.70		

13. Desde que consulta sites de notícias e de informação na Internet lê imprensa em papel...

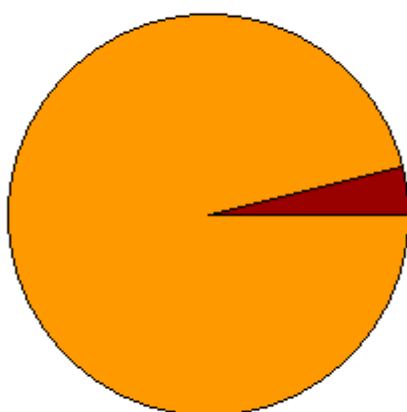


	Casos	Percent.
Com muito menos frequência do que lia anteriormente	608	17.7%
Com menos frequência do que lia anteriormente	1218	35.5%
Com a mesma frequência do que lia anteriormente	1483	43.2%
Com mais frequência do que lia anteriormente	100	2.9%
Com muito mais frequência do que lia anteriormente	25	0.7%
Total	3434	100%

Síntese






de Resultados

14. É subscritor de conteúdos pagos em sites de informação?



	Casos	Percent.
Sim	132	3.8%
Não	3302	96.2%
Total	3434	100%

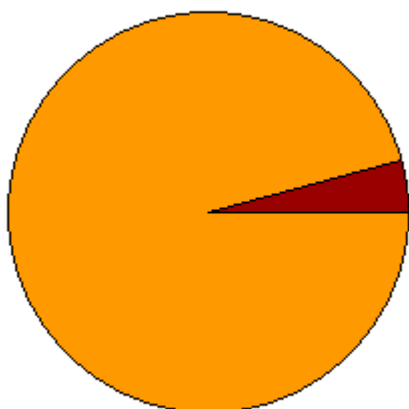
15. Se não, indique porquê.

	Casos	Percent.	
Porque já leio esses jornais/revistas em papel	788	20.5%	
Porque não me sinto à vontade com os meios de pagamento existentes	505	13.1%	
Porque considero que a informação na Internet deve ser gratuita	1848	48.0%	
Porque considero os valores desses serviços muito elevados	809	21.0%	
Outro	211	5.5%	
Total	3846	100%	

Síntese

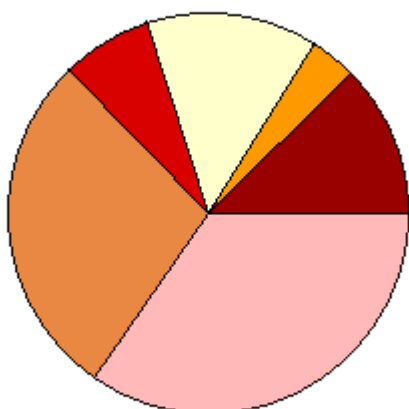
de Resultados

16. Pensa vir a subscrever serviços de conteúdos pagos em sites de informação nos próximos 6 meses?



	Casos	Percent.
Sim	133	4.0%
Não	3169	96.0%
Total	3302	100%

17. Com que regularidade ouve rádio na Internet?

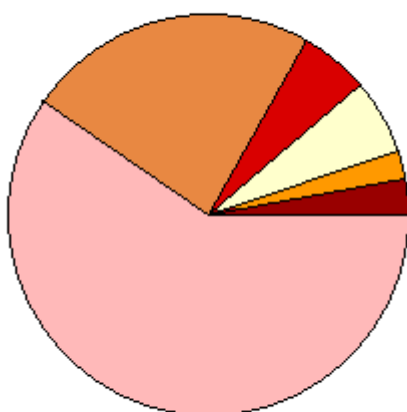


	Casos	Percent.
Várias vezes por dia	474	12.3%
Uma vez por dia	139	3.6%
Duas a três vezes por semana	541	14.1%
Uma vez por semana	282	7.3%
Menos de uma vez por semana	1082	28.1%
Nunca	1328	34.5%
Total	3846	100%

Síntese

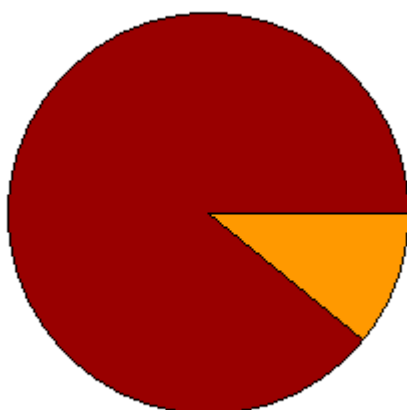
de Resultados

18. Com que regularidade vê televisão na Internet?



	Casos	Percent.
Várias vezes por dia	105	2.7%
Uma vez por dia	89	2.3%
Duas a três vezes por semana	238	6.2%
Uma vez por semana	210	5.5%
Menos de uma vez por semana	910	23.7%
Nunca	2294	59.6%
Total	3846	100%

19. Tem instalado algum sistema de mensagens instantâneo (tipo Sapo Messenger ou MSN)?

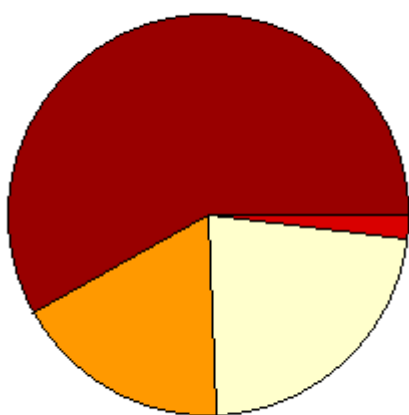


	Casos	Percent.
Sim	3425	89.1%
Não	421	10.9%
Total	3846	100%

Síntese

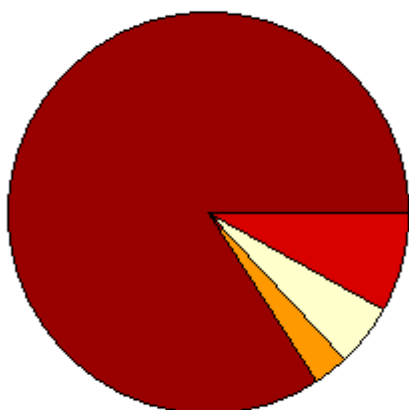
de Resultados

20. Com que frequência utiliza este sistema?



	Casos	Percent.
■ Sempre que estou ligado à Internet	1993	58.2%
■ Em mais de metade do tempo que estou ligado à Internet	600	17.5%
■ Em menos de metade do tempo que estou ligado à Internet	764	22.3%
■ Nunca	68	2.0%
Total	3425	100%

21. Que funcionalidade mais utiliza neste sistema?

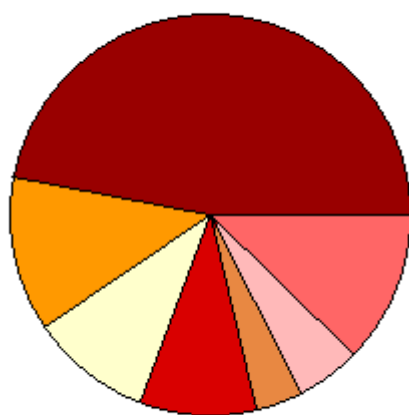


	Casos	Percent.
■ Chat	2824	84.1%
■ Chamadas de vídeo	95	2.8%
■ Chamadas de voz (VOiP)	167	5.0%
■ Transmissão de ficheiros	271	8.1%
Total	3357	100%

Síntese

de Resultados

22. Qual destas tecnologias (recente/em desenvolvimento) lhe desperta mais expectativas?



	Casos	Percent.
■ Triple Play (Internet, Televisão e Telefone num só acesso)	1812	47.1%
■ Televisão Digital	479	12.5%
■ VoIP ou VoBB (voice over broadband)	379	9.9%
■ TIVO (gravação da programação da TV para visionamento mais tarde)	361	9.4%
■ Video on Demand	144	3.7%
■ Nenhuma	201	5.2%
■ Não sei	470	12.2%
Total	3846	100%