

# GUIA PRÁTICO

## DA ESCOLHA DO CONSUMIDOR



[www.facebook.com/EscolhaDoConsumidor](http://www.facebook.com/EscolhaDoConsumidor)



[www.escolhadoconsumidor.com](http://www.escolhadoconsumidor.com)

**Publicação e conteúdos:**  
ConsumerChoice - Centro de Avaliação da Satisfação do Consumidor Lda

**Distribuição Gratuita:**  
É permitida a reprodução integral ou parcial do texto, desde que citada a fonte.  
Maio de 2017

# INDICE

INTRODUÇÃO	4	LOJAS DE BRICOLAGE, DECORAÇÃO E JARDIM	43	HOTÉIS	82
COMO LER O GUIA	7	LOJAS DE ELETRÔNICA E ELETRODOMÉSTICOS	44	RENT-A-CAR	83
<b>GUIA PRÁTICO DA ESCOLHA DO CONSUMIDOR</b>		LOJAS MULTIMARCA DE TELEFONES & ACESSÓRIOS	45	SALAS DE CINEMA	84
<b>PRODUTOS ALIMENTARES</b>	<b>8</b>	MAQUILHAGEM	46	<b>MODA E BELEZA</b>	<b>85</b>
ARROZ	11	PERFUMARIAS	47	CABELEIREIROS	88
AZEITE	12	SAPATARIAS	48	COSMÉTICA VENDA DIRETA	89
BACALHAU SALGADO SECO	13	SUPERMERCADOS DE PROXIMIDADE EM FRANCHISING	49	ÓTICAS	90
BACON	14	DISTRIBUIÇÃO GROSSISTA	50	VESTUÁRIO	91
BATATAS FRITAS	15	<b>COMÉRCIO ONLINE</b>	<b>51</b>	VESTUÁRIO INTERIOR	92
BOLACHAS DIGESTIVAS	16	COMÉRCIO IMOBILIÁRIO ONLINE	54	COLORANTES PROFISSIONAIS	93
BOLACHAS INFANTIS	17	COMÉRCIO ONLINE AUTOMÓVEL	55	<b>PRODUTOS E SERVIÇOS PARA O LAR</b>	<b>94</b>
BOLACHAS WAFFERS	18	COMÉRCIO ONLINE DE ELETRÔNICA E ELETROD.	56	CORREIO EXPRESSO	96
CAFÉ	19	PORTAIS DE OFERTAS E EXPERIÊNCIAS	57	ENERGIAS E SERVIÇOS PARA USO DOMÉSTICO	97
CHÁ EM SAQUETA	20	SITES DE ANÚNCIOS CLASSIFICADOS GRÁTIS	58	SERVIÇOS DE SEGURANÇA	98
FIAMBRE DA PERNA EXTRA	21	<b>EQUIPAMENTOS</b>	<b>59</b>	TINTAS	99
FIAMBRE SAUDÁVEL	22	ASPIRADORES	62	<b>PRODUTOS DE SAÚDE E BEM ESTAR</b>	<b>100</b>
FRANGO INDUSTRIAL	23	FORNOS	63	COLCHÕES	103
ICED TEA	24	PEQUENOS ELETRODOMÉSTICOS	64	CREMES ANTI-CELULITICOS	104
MELHOR MARCA DE DISTRIBUIÇÃO	25	ROBOTS DE COZINHA	65	CREMES ANTI-ESTRIAS	105
MOLHOS PREPARADOS	26	SISTEMAS DE HIGIENIZAÇÃO	66	DENTÍFRICOS	106
MORTADELA EXTRA	27	SMARTPHONES	67	MULTIVITAMINICOS	107
<b>BEBÉ E CRIANÇA</b>	<b>28</b>	TABLETS	68	PRODUTOS PARA PRISÃO DE VENTRE	108
ANTI-PIRÉTICOS INFANTIS	31	<b>HIGIENE NO LAR</b>	<b>69</b>	PRODUTOS PARA NARIZ ENTUPIDO	109
CADEIRAS AUTO	32	ABRASIVO SANITÁRIO	71	PRODUTOS PARA OSSOS E ARTICULAÇÕES	110
CARRINHOS DE PASSEIO INFANTIL	33	ATIVADORES E TIRA NÓDOAS	72	PRODUTOS PARA EVITAR RESSONAR	111
CREME PARA MUDA DA FRALDA	34	DETERGENTES MÁQUINA PARA LOIÇA	73	PROTETORES SOLARES	112
MODA INFANTIL	35	LAVA TUDO MULTISUPERFICIES	74	SHAMPOO	113
PAPAS INFANTIS	36	<b>LAZER E ENTRETENIMENTO</b>	<b>75</b>	SUPLEMENTOS ALIMENTARES DESPORTISTAS	114
PUERICULTURA	37	AGÊNCIAS DE VIAGENS	78	TRATAMENTO DE PIOLHOS	115
<b>COMÉRCIO EM GERAL</b>	<b>38</b>	COMPANHIAS AÉREAS	79	<b>SERVIÇOS AUTOMÓVEIS</b>	<b>116</b>
HIPER E SUPERMERCADOS	41	FESTIVALS DE MÚSICA NÃO URBANOS	80	CENTROS DE INSPEÇÃO AUTOMÓVEL	119
IMOBILIÁRIAS	42	FESTIVALS DE MÚSICA URBANOS	81	CENTROS DE MANUTENÇÃO AUTOMÓVEL	120

# INDICE

ESTAÇÕES DE SERVIÇO	121	IMPrensa DESPORTIVA	159
MARCA AUTOMÓVEL	122	IMPrensa DIÁRIA	160
REPARAÇÃO E SUBSTITUIÇÃO VIDRO AUTOMÓVEL	123	IMPrensa ECONÓMICA	161
SEGUROS DIRECTOS	124	IMPrensa FEMININA E DE MODA	162
VEÍCULOS SEMI NOVOS E USADOS	125	IMPrensa LIFESTYLE FEMININAS	163
TRANSFORMAÇÃO DE VEÍCULOS	126	IMPrensa LIFESTYLE MASCULINA	164
VEÍCULOS COMERCIAIS	127	IMPrensa MARKETING E NEGÓCIOS	165
<b>SERVIÇOS DE SAÚDE E BEM ESTAR</b>	<b>128</b>	IMPrensa MASCULINA ADULTOS	166
CRIOPRESERVAÇÃO	130	IMPrensa MOTORES	167
GINÁSIOS LOW COST	131	IMPrensa ONLINE	168
HOSPITAIS PRIVADOS	132	IMPrensa ONLINE DE NEGÓCIOS	169
LOJAS DE DESPORTO	133	REVISTAS SEMANAIS	170
LOJAS DE SAÚDE E BEM ESTAR	134	IMPrensa SAÚDE E FAMÍLIA	171
SISTEMAS DE SAÚDE	135	IMPrensa SEMANÁRIOS	172
CENTROS AUDITIVOS	136	IMPrensa TECNOLOGIAS	173
RESIDÊNCIAS PARA SÊNIORES	137	IMPrensa VIAGENS	174
<b>SERVIÇOS FINANCEIROS</b>	<b>138</b>	RÁDIO ENTRETENIMENTO	175
CARTÕES DE CRÉDITO	141	RÁDIO INFORMAÇÃO	176
EMPRESAS DE CRÉDITO AO CONSUMO	142	TV - CANAL ESPECIALIZADO DE INFORMAÇÃO	177
GRANDES BANCOS	143	TV - CANAL ESPECIALIZADO EM ENTRETENIMENTO	178
PEQUENOS E MÉDIOS BANCOS	144	TV - ENTRETENIMENTO EM CANAL GENERALISTA	179
SEGUROS	145	TV - INFORMAÇÃO EM CANAL GENERALISTA	180
PRODUTOS BANCÁRIOS PARA SENIORES	146	<b>MAIS INFORMAÇÕES UTEIS</b>	<b>181</b>
BANCOS PARA EMPRESÁRIOS	147	CONTACTOS EM CASO DE CONFLITOS DE CONSUMO	182
SEGURODORAS PARA PROFISSIONAIS	148	BIBLIOGRAFIA E OUTRAS FONTES	183
SOFTWARE DE GESTÃO	149	FICHA TÉCNICA	184
<b>TELECOMUNICAÇÕES</b>	<b>150</b>		
QUADRUPLE PLAY	152		
TELECOMUNICAÇÕES MÓVEIS	153		
<b>COMUNICAÇÃO SOCIAL</b>	<b>154</b>		
IMPrensa INFORMAÇÃO SOCIAL E TV	156		
IMPrensa CULINÁRIA	157		
IMPrensa CULTURAL E DE LAZER	158		



# INTRODUÇÃO

Todos os anos a Escolha do Consumidor avalia mais de 800 marcas em Portugal, em mais de 300.000 testes com consumidores, com o objetivo de promover publicamente as marcas que possuem produtos e serviços com o mais elevado grau de satisfação e aceitabilidade junto dos consumidores e para ajudar os consumidores a fazerem compras seguras com base na opinião dos seus semelhantes.

**E porque razão deve o consumidor confiar na Escolha do Consumidor? Por quatro razões:**

1. **A Escolha do Consumidor é ATUAL:** identifica anualmente os aspetos mais importantes para o consumidor, quando escolhe uma marca, recorrendo a focus group (reuniões de grupo) com consumidores representativos e que após discussão definem os aspetos que mais importam para si;
2. **A Escolha do Consumidor é REAL:** sabendo que há aspetos que são mais importantes que outros, identifica a importância real de cada um e leva em conta esse peso na avaliação final. Quem faz essa classificação é um painel de consumidores (cerca de 2.000);
3. **A Escolha do Consumidor é ISENTA e INTEGRAL:** avalia em cada categoria, todas as principais marcas, com recurso a técnicas que obrigam à experimentação efetiva das marcas pelos

consumidores (provas cegas de produtos alimentares sem conhecimento da marca, visitas de cliente mistério, testes de serviços online ou por via telefónica, testes no lar dos consumidores, entre muitos outros...). Após estes testes, os consumidores elegem a melhor marca em cada categoria. Ou seja, não há umas marcas avaliadas e outras não, todas são confrontadas em termos de satisfação e intenção de compra face aos aspetos mais importantes para os consumidores;

4. **A Escolha do Consumidor é mesmo do Consumidor:** a avaliação não é feita com base em algo que alguém definiu por ele. É o consumidor que avalia todas as marcas e não apenas uma que se inscreve num concurso, de acordo com o que lhe é importante...

Consideramos que enquanto consumidor, o consumidor deve ter acesso aos aspetos mais relevantes na avaliação das marcas e à sua classificação e por isso elaborámos este **guia prático da escolha do consumidor**. Queremos que este guia prático seja uma ajuda na hora de escolher as marcas com quem quer trabalhar, conhecendo o que deve questionar e quais as marcas que melhor classificação obtiveram de consumidores como você.

**Obrigado e Boas Escolhas.**

**A Escolha do Consumidor é o mais reconhecido e completo processo de avaliação de Marcas, empregando metodologias que envolvem diretamente os consumidores em todas as fases.**



## O que é um consumidor? E um produto? Como processamos a informação para fazer as melhores escolhas? É disto que se trata a Escolha do Consumidor.

Um indivíduo que compra produtos e serviços no mercado para seu próprio consumo pessoal é designado de **consumidor**.

Para entender o processo completo de tomada de **decisão do consumidor**, vamos primeiro analisar o seguinte exemplo:

“A Joana foi a uma loja comprar um aspirador para si. O funcionário da loja mostrou-lhe todos os modelos mais recentes e depois de ponderar as opções, a Joana selecionou o modelo e marca que mais achou adequado para si.”

No exemplo acima a Joana é o “**consumidor**” e o aspirador é o “**produto**”.

Porque acha que a Joana foi à loja comprar um aspirador novo?

Foi na verdade a **necessidade** da Joana comprar um aspirador que a levou à loja.

A **necessidade** de comprar um novo aspirador pode ter-se devido a qualquer uma das seguintes razões:

- O aspirador anterior estava a dar-lhe problemas;
- O aspirador anterior não tinha a mesma capacidade;
- Não tinha aspirador;
- Ela quis comprar o aspirador para oferecer a alguém.

O funcionário da loja mostrou-lhe as opções disponíveis e explicou-lhe as características e especificações de cada modelo. A isso chamamos **informação**.

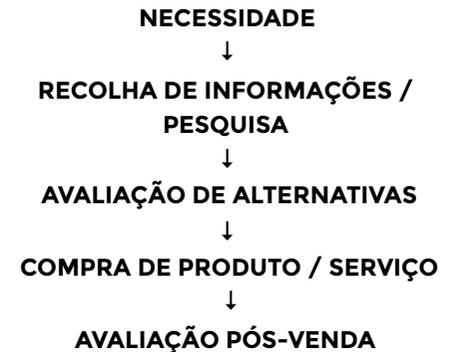
A Joana antes de comprar o aspirador **consultou outras opções** também, ou seja, fez a sua **pesquisa**.

As informações podem vir de várias outras fontes: jornais, sites, revistas, anúncios diversos. Após isto a Joana **avaliou as alternativas** no mercado e **decidiu o que comprar**, estando consciente que o produto que acabara de comprar irá estar sob

**avaliação** durante algum tempo, pois a Joana quer ter a certeza se ele corresponde às expectativas criadas.

**Isto explica de forma simples o processo de decisão de compra do consumidor.**

Um consumidor passa por várias etapas antes de comprar um produto ou serviço.



**Passo 1** – A **necessidade** é o fator mais importante que leva à compra de produtos e serviços. A **necessidade** é sem dúvida o catalisador que desencadeia a decisão de compra.

(continua)

## Fique a par das etapas no processo de decisão de escolha do consumidor. Saiba identificar as suas fontes de informação para uma decisão mais consistente.

Uma pessoa que compra uma garrafa de água identifica como sua **necessidade** a sede. Nestes casos há etapas que geralmente estão ausentes da decisão como o são a procura de informação e a avaliação de alternativas. Estes dois passos são importantes quando um indivíduo compra produtos ou serviços caros como computadores, automóveis, telemóveis, entre outros.

**Passo 2** - Quando alguém reconhece a sua necessidade em relação a determinado produto / serviço, tenta reunir tanta **informação** quanto puder.

Um consumidor pode adquirir **informações** através de qualquer uma das seguintes fontes:

- **Fontes pessoais** - Discutindo as suas necessidades com os amigos, familiares, colegas de trabalho e outros conhecidos;
- **Fontes comerciais** - Consultando publicidade, vendedores, embalagens de um determinado produto, lojas, prateleiras dos

supermercados, sites, entre muito outros;

- **Fontes públicas** - Jornais, rádio, revistas;
- **Fontes experienciais** - Através da própria experiência do indivíduo, por manipulação prévia de um determinado produto (se já usou um produto ou uma marca e já está satisfeito o mais fácil é optar pelo mesmo, pois dá-lhe garantias).

Em alternativa o **Guia Prático da Escolha do Consumidor**, dá-lhe acesso à experiência de milhares de consumidores que avaliaram marcas e identificaram as melhores em cada categoria.

**Passo 3** - O próximo passo é **avaliar as várias alternativas disponíveis** no mercado. Após a recolha de informações relevantes o que você quer é escolher a melhor opção disponível tendo em conta as suas necessidades, gosto e capacidade financeira.

**Passo 4** - Depois de passar por todas as fases acima, o consumidor finalmente **compra o produto**.

**Passo 5** - A compra do produto é seguida pela **avaliação pós-venda**. A avaliação pós-venda refere-se à análise de um consumidor sobre se o produto lhe foi útil ou não, se o produto cumpriu ou não a sua necessidade.

Esclarecido que está o processo de decisão de compra, tenha sempre em atenção o que lhe referimos, de seguida, em cada grupo e categoria de consumo e em caso de dúvida procure sempre as entidades adequadas para o ajudar e não se esqueça: em caso de conflitos de consumo tem sempre associações como a **ACOP - Associação de Consumidores de Portugal** para o ajudar.



# COMO LER O GUIA ARROZ



Categoria de consumo, significa de que produto ou serviço estamos a tratar.

## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. Exemplo
2. Exemplo
3. Exemplo

Os 3 aspetos que mais se destacam e a explicação de todos os aspetos mais importantes para os consumidores quando compra produtos ou serviços em causa.

## RESULTADOS DOS TESTES

TIPO DE TESTE:  
Tipo de avaliação feita para escolher a melhor marca

Nº de Marcas Avaliadas	9
Nº de Consumidores	9 999

Quantas marcas foram avaliadas

Quanto consumidores colaboraram

## ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES

A marca que obteve melhor avaliação nos testes efetuados entre todas as marcas

A marca considerada melhor teve as seguintes pontuações:

de satisfação nos testes

de intenção de comprar os seus produtos ou serviços

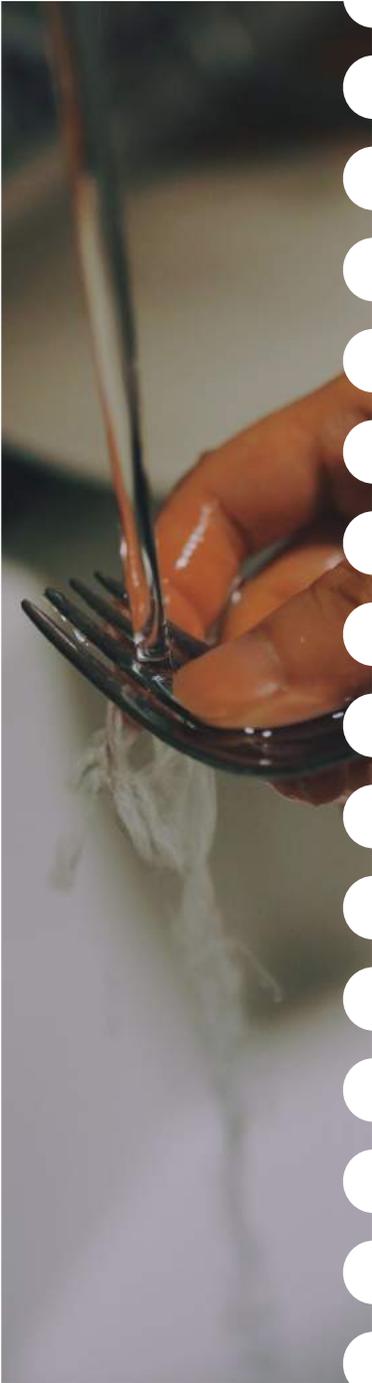
Satisfação nos testes	99%
Intenção de Compra	99%

# GUIA PRÁTICO

DA ESCOLHA DO CONSUMIDOR



**SOBRE:**  
PRODUTOS  
ALIMENTARES



## Nem só da responsabilidade da indústria depende a qualidade dos produtos alimentares. Há um papel importante do consumidor no que toca à manutenção da qualidade dos produtos.

Quando se trata de alimentação são bastantes os cuidados a ter para uma escolha adequada às suas necessidades. Independentemente de ter em causa as questões relacionadas com o sabor, modo de preparação, relação qualidade/preço, entre outras, é muito importante ter quando compra observar o seguinte:

1. Os produtos são obrigatoriamente vendidos com indicação de quantidade na embalagem. Ao comprar um produto, baseie-se apenas na indicação da quantidade que está impressa ou afixada na embalagem, pois a tamanhos iguais podem conter quantidades diferentes;
2. Quando comprar um produto que precisa ser pesado, como o são os produtos de charcutaria, talho, peixaria e outros na área de frescos, a balança deve estar sempre em local visível. Os produtos devem ser sempre pesados sem a embalagem ou ter seu peso descontado;

3. Antes de iniciar a pesagem, a balança deve indicar zero no mostrador;

### HIGIENE E SEGURANÇA ALIMENTAR

A maioria dos consumidores considera que a responsabilidade sobre a higiene e segurança alimentar dos produtos é apenas da indústria e dos distribuidores. Errado.

A indústria e a distribuição há muito que evoluíram para proporcionar aos consumidores produtos em respeito por toda a cadeia de higiene e segurança alimentar. Hoje, os maiores riscos têm a ver com, por vezes, a deficiente conservação ou armazenagem dos produtos alimentares no próprio lar.

Por isso ficam aqui alguns conselhos sobre a Higiene e Segurança Alimentar na sua cozinha:

- Compre sempre os alimentos perecíveis (aqueles alimentos que se deterioram, apodrecem, saem da validade mais depressa) em

loais de grande movimento, visto que pela sua rotatividade oferecem sempre produtos mais frescos;

- Compre os alimentos frescos, refrigerados ou congelados, no final e perto do momento em que sai da loja e transporte-os num saco térmico (entre a saída do frio e a chegada a casa, não deve demorar mais de 2 horas). Se sabe que vai demorar mais tempo tenha em atenção que estes alimentos entrando em descongelação não devem ser congelados novamente, razão pela qual, deverão fazer parte das próximas refeições;
- Assim, que chegar a casa, preocupe-se em arrumar os alimentos que precisam de frio. Aproveite e faça logo a devida separação para depois ser mais fácil e rápida a descongelação;
- Arrume os alimentos, separando crus dos cozinhados, separando carnes de peixes, de legumes, etc.

- É importante o correcto funcionamento dos equipamentos de frio. A temperatura ideal do frigorífico deve ser de +4/+6°C e do congelador entre -20°C a -18°C;
- Sempre que possível mantenha os alimentos nas suas embalagens originais, a não ser que estejam danificadas. Se o defeito na embalagem é recente, consuma ou cozinhe rapidamente o alimento, se não devolva e reclame onde o comprou;
- Por estarem no frio os alimentos não duram para sempre, faça uma rotação dos produtos, sabendo que os alimentos refrigerados têm menor validade do que os congelados. Não sobrecarregue os equipamentos e sempre que os abrir, mantenha-os abertos o menor tempo possível;
- No frigorífico ou no congelador, nunca deixe os alimentos expostos ao ar, proteja-os em embalagens hermeticamente fechadas, sacos próprios,

película anti-aderente, etc... permitindo um ambiente que prolongará o estado dos alimentos;

- Cozinhe sempre os alimentos durante o tempo que garanta que cozinham totalmente também por dentro;
- Nunca deixe os alimentos cozinhados em contacto direto com o ar, à temperatura ambiente, mais de 2 horas;
- Apesar de lhe parecer desperdício alimentar, as sobras dos pratos não devem ser re-aproveitadas;
- Dê prioridade à confecção dos frescos, aumentando a sua qualidade nutricional e a sua saúde também;
- Quando guardar no frigorífico alimentos cozinhados, separe-os sempre dos alimentos crus;
- Nunca volte a congelar um produto que já descongelou;
- Mantenha as superfícies da cozinha sempre limpas, enquanto cozinha e no final;
- Substitua com frequência os

## Saiba identificar as suas fontes de informação para uma decisão mais consistente.

- panos e a esponja da louça;
- Lave sempre as mãos antes e depois de manipular os alimentos;
- O balde do lixo deve ter sempre tampa e estar longe de zonas quentes como o fogão e as traseiras dos frigorífico. Baldes de pedal são a melhor solução.

### ALIMENTOS SAUDÁVEIS

Faça, sempre que possível, uma alimentação saudável, por isso:

- Leia os rótulos para saber os ingredientes e composição;
- Nos produtos light com baixo teor de açúcar e gordura, é importante saber se contêm gorduras saturadas ou insaturadas e se são um alimento saudável ou não;
- Não confie num produto que não inclui a denominação exata, a lista completa de ingredientes e respetivo percentual;
- Verifique a data de validade, condições de conservação e uso, local de origem e o número do lote.



# ARROZ



## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. **Qualidade após cozinhado**
2. **Sabor**
3. **Estar limpo, sem cascas**

Comprar arroz é muito mais que comprar o mais barato ou o que tem a embalagem mais atrativa, aliás estes são dos aspetos menos valorizados, sobretudo tendo em conta que a diferença de preço entre marcas é por vezes de centímetros. O mais importante na escolha de uma marca de arroz tem a ver em primeiro lugar com aspetos relacionados com a **qualidade após ser cozinhado, nomeadamente que não se desfaça, que fique solto, com boa cor e claro que apresente um bom sabor.** Sabendo que a maioria destes produtos tem a ver com a própria forma e arte com que o consumidor consome, a verdade é que quanto **maior a qualidade do produto maior facilidade ele proporciona a quem cozinha.** É importante que a **embalagem apresente grãos limpos, sem cascas ou pedra,** como por vezes acontece. Surgem ainda com algum interesse aspetos que começam a ser relevantes para o consumidor como o facto de se tratar de um **produto nacional.**

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** prova após confeção em casa e prova em centro de testes, sempre sem conhecimento das marcas avaliadas.

<b>N° de Marcas Avaliadas</b>	<b>8</b>
<b>N° de Consumidores</b>	<b>2 433</b>

## ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



<b>Satisfação nos testes</b>	<b>83%</b>
<b>Intenção de Compra</b>	<b>87%</b>



# AZEITE

## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. Relação qualidade/preço
2. Sabor
3. Nível de acidez e pureza

Por vezes é preferível pagar um pouco mais para ter um azeite de **qualidade**. É este o principal aspeto que se destaca, seguido pois claro do **sabor**, do **nível de acidez e da pureza** (azeites virgem ou virgem-extra). A evolução do consumidor português ao nível da escolha do azeite é bastante acentuada e já se identifica a importância da **textura** do azeite, ou seja a espessura associada à sua qualidade e o **aroma** (com semelhança a erva acabada de cortar) como propriedades que revelam igualmente o seu nível de qualidade e pureza. Apesar de existirem algumas referências no mercado associados ao gourmet, é a última das preocupações na compra de azeite, sobressaindo outros aspetos mais importantes como o facto de ter tampa doseadora que ajude na utilização, a origem, a confiança na marca, pela sua história, e a informação clara que surja no rótulo.



## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** prova após utilização do azeite para confecção em casa e prova em centro de testes, sempre sem conhecimento das marcas avaliadas.

Nº de Marcas Avaliadas	5
Nº de Consumidores	2 253

## ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



Satisfação nos testes	85%
Intenção de Compra	94%



# BACALHAU SALGADO SECO



## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. Sabor
2. Aspeto e frescura
3. Secagem e boas lascas

É o rei à mesa dos portugueses e por isso o nível de exigência é bastante elevado na hora da sua compra. Quando comprar bacalhau deverá ter em conta a **origem** do mesmo e o **sabor** (o que muitas vezes se percebe provando um pouco a cru). Deve ainda ter em conta o **aspeto e frescura** do mesmo, o que é o mesmo que dizer que ele deve apresentar uma **cor ligeiramente amarelada, tipo palha** e confirmar se a secagem está correctamente feita.

Um bacalhau devidamente tratado, deve após confeccionado **desmanchar-se em boas lascas, sem grande esforço**.

Existindo muitas marcas no mercado tenha sempre em conta a **identificação da origem** (o da Noruega é o melhor) e acredite que não é por estar em promoção ou por ser mais barato que o vai servir melhor. Lembre-se que um bacalhau salgado seco rende mais que o ultra-congelado e tenha atenção à demolha, que deverá ser feita em água fria ou corrente e mudada a cada 3/4 horas.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** prova após visualização a cru e prova após confeção, sempre sem conhecimento das origens avaliadas. Neste teste avaliam-se as origens do produto.

Nº de Marcas Avaliadas	4
Nº de Consumidores	2 193

## ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



**BACALHAU  
DA NORUEGA**

Satisfação nos testes	88%
Intenção de Compra	89%



# BACON



## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. Sabor
2. Qualidade
3. Curado e tenro

No que respeita a bacon, deve privilegiar sempre o **sabor** do produto e do que ele proporciona nos seus cozinhados, estando por isso fortemente associada a **qualidade**, que no caso é caracterizada por aspetos como a cor, textura e aspeto. Observe por isso a embalagem e o produto.

Um produto **bem curado e tenro** reúne a preferência dos portugueses, embora se note também já uma grande preocupação em termos de saúde na escolha destes produtos, sobretudo tendo em consideração o teor de gordura e o teor de sal do mesmo. O aspeto prático também se destaca com a procura de produtos que apresentem embalagens práticas e facilitem a refrigeração. Leia os rótulos e perceba se é mesmo carne que está a comprar.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** prova após utilização e confeção em casa e prova em centro de testes, sempre sem conhecimento das marcas avaliadas.

Nº de Marcas Avaliadas	4
Nº de Consumidores	2 193

## ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



Satisfação nos testes	86%
Intenção de Compra	86%

# BATATAS FRITAS

## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. Relação qualidade/preço
2. Serem estaladiças
3. Baixo teor de gordura

Na hora de comprar batatas fritas de pacote, a **qualidade** sobrepõem-se ao preço, afinal trata-se de um produto alimentar.

**Serem estaladiças**, é outros dos aspetos de grande importância para os consumidores a par do **baixo teor de gordura**.

Outra particularidade é o facto de haver uma maior atenção e procura de batatas fritas em azeite e com baixo teor de sal, assim como a existência de vários tamanhos de embalagem, o que revela uma consciência de consumo saudável.

Não com tanta importância, mas mesmo assim a considerar estão a variedade de sabores e de formatos, serem caseiras, apresentarem equilíbrio em termos de composição nutricional e serem de alguma forma inovadoras, em particular ao nível dos sabores. A atractividade da embalagem é cada vez menos importante para o consumidor neste produto.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** prova em centro de testes, sempre sem conhecimento das marcas avaliadas.

Nº de Marcas Avaliadas	6
Nº de Consumidores	2 313

## ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES

**Tyrrells**<sup>®</sup>  
Hand Cooked English Crisps

Satisfação nos testes	87%
Intenção de Compra	93%

# BOLACHAS DIGESTIVAS



## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. **Leveza no estômago**
2. **Serem crocantes**
3. **Sabor mais leve**

Apesar da importância do preço neste tipo de bolachas, tendo em conta que as suas propriedades são digestivas, é considerado mais importante a **leveza das bolachas** após a sua ingestão, bem como o facto de **serem crocantes** e terem um **sabor mais leve**, ou seja, menos acentuado em termos de sabor. Existem outros aspetos com importância para o consumidor deste tipo de bolachas, nomeadamente a **composição nutricional**, com destaque para a baixa quantidade de calorias. Serem apresentadas em **saquetas individuais** é um aspeto importante também, pois facilita o transporte fora de casa. O teor de fibra e as novidades em termos de sabor são também importantes.

A notoriedade das marcas no mercado não é um aspeto para já relevante assim como a ausência de glúten ou fenilalaninas.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** prova em centro de testes, sempre sem conhecimento das marcas avaliadas.

Nº de Marcas Avaliadas	5
Nº de Consumidores	2 253

## ESCOLHA DO CONSUMIDOR A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



Satisfação nos testes	79%
Intenção de Compra	81%



# BOLACHAS INFANTIS

## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. Saudáveis
2. Sabor
3. Ingredientes de qualidade

Quando se trata de escolher bolachas para as crianças, a **saúde é prioridade** para os pais.

Existe uma maior atenção para os aspetos relacionados com a **quantidade de açúcar, sal e gordura** presentes neste tipo de produto. O sabor, em especial de preferência das crianças, é o segundo aspeto mais valorizado e depois a **qualidade dos ingredientes**, algo que está relacionado também com a qualidade integral da bolacha em termos do seu carácter nutricional.

Existem depois outros aspetos práticos e de preservação das bolachas, como o são o tempo que demoram até perder a consistência, serem de marcas reconhecidas por possuírem investigação e defenderem alimentação equilibrada ou até mesmo terem um selo de garantia.

A disponibilidade em embalagens individuais e a quantidade por embalagem e variedade de sabores é também importante. Os bonecos associados às bolachas é o menos relevante.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** prova em centro de testes, sempre sem conhecimento das marcas avaliadas.

Nº de Marcas Avaliadas	7
Nº de Consumidores	2 373

## ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



Satisfação nos testes	78%
Intenção de Compra	80%



# BOLACHAS WAFFERS



## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. Serem estaladiças
2. Sabor leve
3. Aromas suaves

No que respeita a bolachas waffers os aspetos mais importantes concentram-se nas características associadas à experiência de consumo: **serem estaladiças, com sabores leves e aromas suaves.**

O consumidor privilegia novos sabores e a possibilidade de oferta de amostras. Trata-se de um tipo de produto considerado por quem não tem problemas em consumir produtos açucarados e por essa razão os aspetos relacionados com o teor de açúcar e a informação nutricional não são tão sobrestimados pelos consumidores, o que se comprova pelo facto da preocupação em serem dietéticas ser o aspeto menos valorizado.

As questões de imagem, nomeadamente a atractividade da embalagem ou a possibilidade de poder ver a bolacha através de janela transparente na mesma, também não são aspetos muito valorizados.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** prova em centro de testes, sempre sem conhecimento das marcas avaliadas.

Nº de Marcas Avaliadas	6
Nº de Consumidores	2 313

## ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



Satisfação nos testes	90%
Intenção de Compra	93%



# CAFÉ

## A TER EM CONSIDERAÇÃO

### 1. Qualidade

### 2. Sabor

### 3. Aroma

A **qualidade** do café, a par com o **sabor** e o **aroma**, são os aspetos mais relevantes num mercado em que existem vários formatos de consumo (fora do lar, cápsulas, grão, moído, solúveis...).

Estas características, embora transversais aos vários produtos, variam muitas vezes de fatores técnicos como a qualidade e afinação das máquinas.

Por isso é importante que, ao comprar, tenham também em conta a **facilidade de preparação**, assim como a **composição e variedade de sabores**, garantindo que encontra o produto que melhor se lhe adapta.

No mercado de cápsulas importa ao consumidor, além destes aspetos mencionados, a quantidade de cápsulas na embalagem e o formato e design das mesmas.

A publicidade e a imagem das embalagens são os aspetos menos relevantes para o consumidor.



## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** prova em estabelecimento e em casa, dos vários tipos de café, sempre sem conhecimento das marcas avaliadas.

Nº de Marcas Avaliadas	8
Nº de Consumidores	2 433

## ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



O CAFÉ DA SUA VIDA 

Satisfação nos testes	75%
Intenção de Compra	77%



# CHÁ EM SAQUETA



## A TER EM CONSIDERAÇÃO

### 1. Qualidade

### 2. Sabor

### 3. Aroma

Num tipo de produto onde o preço ainda apresenta alguma importância, é mais relevante que tenha em consideração a **qualidade, sabor e aromas** disponíveis. O tipo de chá, facilidade de preparação e variedade de sabores são igualmente aspetos muito importantes, assim como a composição, em particular ao nível dos benefícios que proporciona (drenantes, calmantes...).

As saquetas assumem importância relativa em termo da sua qualidade e quantidade. É um produto para o qual o consumidor não é fiel às marcas e nem está muito preocupado com o tipo ou formato das saquetas, desde que o chá apresente qualidade e sabor que o satisfaçam.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** prova após utilização em casa e prova em centro de testes, sempre sem conhecimento das marcas avaliadas.

Nº de Marcas Avaliadas	4
Nº de Consumidores	2 193

## ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



Satisfação nos testes	88%
Intenção de Compra	91%

# FIAMBRE DA PERNA EXTRA



## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. Sabor
2. Frescura
3. Odor

A frescura é em resumo o que se deve procurar na compra de fiambre.

Se se trata de fiambre da perna extra, o **sabor** é o mais importante, seguido de aspetos que evidenciam a **qualidade e frescura do produto: odor, textura e cor que apresenta**. Não seja por isso indiferente aos prazos de validade.

Existem depois um conjunto de factores relacionados com o gosto pessoal de cada um, em particular ao nível da espessura das fatias.

É importante perceber neste tipo de produto, o teor de gordura e sal e o nível de aditivos, corantes e conservantes. O acondicionamento é igualmente importante e por isso embalagens com transparência permitem perceber melhor o estado do produto.

A região de origem, é o aspeto menos valorizado.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** prova em centro de testes, sempre sem conhecimento das marcas avaliadas.

Nº de Marcas Avaliadas	5
Nº de Consumidores	2 253

## ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



Satisfação nos testes	86%
Intenção de Compra	92%

# FIAMBRE SAUDÁVEL



## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. Sabor
2. Frescura
3. Qualidade

Dentro da categoria de fiambre, encontramos o fiambre saudável, onde o tipo de carne e o método de confecção são essenciais.

Neste tipo de produto privilegia-se o **sabor, a frescura e qualidade**. Estes aspetos são visíveis num conjunto de atributos relacionados com o odor, teor de gordura e sal, cor e aspeto do produto.

A composição nutricional é importante, mais do que a marca em causa, pois os consumidores procuram o benefício do produto sem lhe importar muito a marca por detrás da mesma.

A possibilidade de experimentar o produto antes da compra ainda é relevante.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** prova em centro de testes, sempre sem conhecimento das marcas avaliadas.

Nº de Marcas Avaliadas	5
Nº de Consumidores	2 353

## ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



Satisfação nos testes	83%
Intenção de Compra	83%



# FRANGO INDUSTRIAL

## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. Sabor
2. Frescura
3. Qualidade

Frango é atualmente dos produtos mais consumidos em Portugal e a exigência é cada vez maior pelo consumidor.

O frango não é todo igual e quando se trata de escolher importa o **sabor, a frescura e a qualidade em geral** do produto, que dependem de vários aspetos não visíveis ao consumidor como o são a alimentação dos animais.

O odor, cor e textura do produto é bastante importante também, assim como o teor e gordura apresentado e a composição nutricional.

Os aspetos relacionados com a embalagem começam a ter um peso importante em especial a transparência da mesma e embora ainda pouco valorizado, mas a crescer, a forma de abertura fácil.

A marca não é, para já, importante para o consumidor.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** prova após utilização em casa e prova em centro de testes, sempre sem conhecimento das marcas avaliadas.

Nº de Marcas Avaliadas	5
Nº de Consumidores	2 253

## ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



Satisfação nos testes	86%
Intenção de Compra	89%



# ICED TEA

## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. Sabor pouco açucarado
2. Refrescante/saciante
3. Poucos Corantes

Os refrigerantes devem ser ingeridos equilibradamente e isso é já uma realidade para os consumidores.

Na escolha de iced tea privilegia-se o **sabor pouco açucarado**, logo com baixo teor de açúcar e que **refresque e sacie a sede** rapidamente.

A preocupação com a saúde está presente e por essa razão há que ter em conta a **pouca quantidade de corantes e conservantes** e o nível de calorias destas bebidas.

Não só por esta mesma razão, mas pelo desperdício, procura-se embalagens com tamanhos mais reduzidos e sabores diversos, havendo alguma curiosidade por inovação a este nível.



## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** prova em centro de testes, sempre sem conhecimento das marcas avaliadas.

N° de Marcas Avaliadas	3
N° de Consumidores	2 133

## ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



Satisfação nos testes	80%
Intenção de Compra	84%

# MELHOR MARCA DE DISTRIBUIÇÃO



## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. Qualidade dos produtos
2. Resultados obtidos
3. Ter produtos que se gosta

Produtos de marca de distribuição, são aqueles que os hipermercados vendem com a sua própria marca e que vão do sector alimentar à higiene e cosmética. Cada vez mais consumidos por questões de preço, estes produtos têm vindo a ganhar **qualidade** e por essa razão esse é o principal motivo para a sua compra. Essa qualidade reflete-se nos **resultados obtidos/eficácia**, sendo que se procura produtos que se **gosta e os favoritos para utilização**.

No que toca aos alimentares, o sabor destaca-se e nas restantes áreas tem a ver com a eficácia de utilização.

A garantia de qualidade da marca de hipermercados, a par da variedade da oferta e como privilegia os produtores nacionais ou está associado a fabricantes reconhecidos, são dos aspetos mais fortes a ter em conta. O design das embalagens, ainda que importante, é o menos valorizados dos aspetos.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** prova após utilização e confeção em casa e prova em centro de testes, de vários produtos do sector alimentar, higiene, cosmética, limpeza, sempre sem conhecimento das marcas avaliadas.

Nº de Marcas Avaliadas	5
Nº de Consumidores	2 253

## ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES

# CONTINENTE

Satisfação nos testes	84%
Intenção de Compra	91%

# MOLHOS PREPARADOS



## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. Sabor
2. Prazo de validade
3. Composição

Quando se trata de escolher molhos preparados, o **sabor original do molho e a forma como influencia o sabor final das receitas** é o aspeto mais valorizado. Sendo um produto que muitas vezes não é totalmente consumido no momento, importa o **prazo de validade** e depois então a **composição** ou seja os **ingredientes** presentes no produto bem como o **teor de sal e gordura**.

Neste tipo de mercado importa ainda ao consumidor a variedade de molhos, a quantidade nas embalagens e a marca ser especialista em molhos. Embora com menor expressão, os formatos de tampa e das embalagens, ou seja, modo como se pode dosear a utilização deve ser tido em consideração.

Quem utiliza molhos não está para já muito preocupado com o aspeto light ou não dos mesmos.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** prova após confeção em casa e prova em centro de testes, sempre sem conhecimento das marcas avaliadas.

Nº de Marcas Avaliadas	10
Nº de Consumidores	2 553

## ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



Satisfação nos testes	85%
Intenção de Compra	88%



# MORTADELA EXTRA



## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. Sabor
2. Aspeto fresco
3. Mais saudável

O **sabor** é o aspeto mais relevante na compra de mortadela, logo seguido do **aspeto fresco** e **apetitoso** do produto.

Neste segmento a relação entre a qualidade e preço importa, mas há cada vez mais uma atenção a produtos **mais saudáveis** e por isso a composição nutricional e preocupação com a baixa quantidade de sal é de ter em atenção.

Continua a haver uma procura maior por produtos de corte na hora, privilegiando-se a origem nacional do produto e as marcas de referência nesta categoria.

Os sabores designados mais gourmet não são os mais procurados e mortadela com azeitona ainda é bastante procurada.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** prova em centro de testes, sempre sem conhecimento das marcas avaliadas.

Nº de Marcas Avaliadas	6
Nº de Consumidores	2 313

## ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



Satisfação nos testes	83%
Intenção de Compra	77%

# GUIA PRÁTICO

DA ESCOLHA DO CONSUMIDOR



**SOBRE:**

**BEBÉ E CRIANÇA**



## A notícia da chegada de um filho é sempre recebida com grande entusiasmo. Mas o nível de preocupações e dúvidas, em especial se for o primeiro, é uma constante ao longo do seu crescimento

As decisões com os filhos começam na escolha do nome e não param mais, desde a decisão do mobiliário, a roupa, o carrinho, as cadeirinhas... e continua pela vida fora, afinal um filho é um filho.

Os produtos de puericultura em geral são produtos destinados a criar facilidades à criança: a relaxar, dormir, higiene, alimentação entre muitas outras funções. Nestes produtos encontramos chupetas, biberões, carrinhos e cadeiras de bebé, camas, brinquedos, entre outros.

Em todos os momentos de decisão de compra, independentemente do produto em causa, é necessário ter em atenção a segurança da criança à qual ele se destina. E essa é, sem dúvida, uma tarefa da responsabilidade dos adultos. Por isso, tenha em conta:

1. Se o produto é adequado à criança em questão. Todos os produtos estão classificados consoante a idade das crianças a

que se destinam, no entanto devemos ter presente que isso se trata apenas de uma recomendação uma vez que há crianças mais desenvolvidas que outras, independentemente da sua idade;

2. Leia sempre todos os avisos e instruções do produto com muita atenção, em especial no caso dos brinquedos, e sempre que existam, os avisos de segurança constantes nas embalagens. Por lei as instruções têm que estar em português e ser claras;
3. Periodicamente, faça uma avaliação aos produtos que já tem em casa e verifique se continuam a apresentar boas condições de segurança;

### OS MEIOS DE TRANSPORTE INFANTIS

É sem dúvida umas das áreas onde os pais possuem mais questões, em particular com as recentes alterações de lei. De uma forma simples, as regras são as seguintes:

- As crianças com **menos de 12 anos de idade e menos de 150cm** de altura, quando transportadas em automóveis que tenham cintos de segurança, devem ser seguras por um sistema de retenção homologado (vulgo cadeira) e adaptado aos seus tamanhos e peso;
- É proibido o transporte de crianças com menos de 3 anos, em **viaturas que não disponham de cintos de segurança**;

Para que os conheça melhor, aqui fica a lista dos vários grupos existentes:

- **Grupo 0** - Crianças com menos de 10 kg;
- **Grupo 0+** - Crianças com menos de 13 kg;
- **Grupo 1** - Crianças entre 9 e 18 kg;
- **Grupo 2** - Crianças entre 15 e 25 kg;
- **Grupo 3** - Crianças entre 22 e 36 kg (Sistema elevatório e sistema elevatório com costas).

(continua)

# Investir em roupas para as crianças é fundamental para que elas se sintam bem.

## Lembre-se que o conforto é o mais importante

Existem SRC's mais ou menos polivalentes no mercado, para crianças com idade inferior a 12 anos e com menos de 1,35 m de altura.

Por exemplo um SRC do grupo 0 pode ser usada por crianças com menos de 10 Kg. Já um SRC aprovado para os grupos 0 e 1 pode ser usado por crianças até aos 18 Kg.

Ao adquirir uma cadeira de segurança para transporte de crianças em automóvel, verifique se o modelo está adequado à idade, tamanho e peso da criança, se tem o selo de homologação da Direcção-Geral de Viação e se se adapta a qualquer tipo de automóvel.

Verifique também se o seu fecho de cinto tem força suficiente para segurar a criança mas, por outro lado, permite, também, aos pais libertá-la com facilidade em caso de emergência.

### **RABINHOS SAUDÁVEIS**

É comum assistir-se às assaduras nos bebés, estas podem ter inúmeras causas, como alergias a cremes, gel de banho, amaciadores da roupa e toalhitas mas, sobretudo, são provocadas pela humidade.

As fraldas, por exemplo, abafam a região e não deixam a pele do rabinho respirar. O problema é fácil de identificar, mas apesar de simples, provoca um grande alarido entre os pais, mas não é razão para tanto:

- Quando o rabinho está irritado e vermelho, deve evitar-se a utilização dos toalhetes. O ideal é lavar a região com água morna na banheira ou usar água morna e uma fralda de tecido para limpar. Esta limpeza deve ser feita com delicadeza;
- Deve colocar um creme para assaduras;
- Deve, também, estar mais atento aos intervalos entre as mudas da fralda e, ao menor sinal de urina ou fezes, realizar a troca;

Se puder, deixe o bebé andar sem fralda por algum tempo.

Esta é a melhor solução para aumentar e acelerar o processo de cicatrização da pele, pois se a assadura apanhar ar vai sarar mais rapidamente.

### **CONFORTO É TUDO EM ROUPA**

Escolher roupa de criança não é tarefa fácil, por isso privilegie o conforto.

Lembre-se ainda que se em bebé você ainda manda no que vestem, com o crescimento passam a ter opiniões próprias, por isso analise o estilo da criança e envolva-a, acima de tudo o que quer é que ela esteja confortável e com roupa que lhe permita gerir a temperatura do corpo, por isso opte por materiais que não provoquem alergias em contacto directo com a pele, mas permitam proteger a criança do frio ou do calor.





# ANTI-PIRÉTICOS INFANTIS



## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. **Segurança**
2. **Rapidez de ação**
3. **Cumprir promessa**

A compra de produtos com vista à redução de febre em crianças é orientada pela **segurança que proporcionam às crianças**, seguida pela **rapidez da eficácia** e pela capacidade que possuem para **cumprir as promessas que veiculam na sua publicidade**. As contra indicações do produto são também dos aspetos mais valorizados assim como a credibilidade da marca. Trata-se de uma área onde a recomendação médica deve ser tida em conta e a existência de estudos que comprovem os resultados prometidos. Têm preferência produtos com modo de preparação simples, sabor e cheiro agradável e com dosagem fácil de controlar. A facilidade de transporte é também importante na compra destes produtos.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação de eficácia de utilização recente com os produtos.

<b>N° de Marcas Avaliadas</b>	<b>5</b>
<b>N° de Consumidores</b>	<b>2 253</b>

## ESCOLHA DO CONSUMIDOR A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES

# BRUFEN®

<b>Satisfação nos testes</b>	<b>84%</b>
<b>Intenção de Compra</b>	<b>93%</b>

# CADEIRAS AUTO



## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. **Conforto**
2. **Segurança**
3. **Facilidade de instalação**

No que toca a cadeiras de crianças para automóveis, os pais devem estar dispostos a pagar um pouco mais por melhores produtos.

O **conforto** é o aspeto mais privilegiado, a par com a **segurança** da criança, em particular no que diz respeito ao **sistema isofix**.

Os pais privilegiam a **facilidade de instalação** das cadeiras e igualmente as características dos materiais que as compõem, quanto à sua durabilidade e resistência, nomeadamente a qualidade do material.

Os apoios laterais de cabeça, encostos, possibilidade de regulação de posição, cintos e a multiplicidade de faixas etárias que pode incluir, são também importantes.

Após todos estes factores relacionados com a segurança e conforto, existe preocupação por aspetos relacionados com a praticidade e da higiene dos materiais, em especial dos tecidos.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação através de utilização do produto em ambiente real, sempre sem conhecimento das marcas avaliadas.

Nº de Marcas Avaliadas	7
Nº de Consumidores	2 023

## ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES

bébéconfort 

Satisfação nos testes	89%
Intenção de Compra	96%



# CARRINHOS DE PASSEIO INFANTIL



## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. Conforto
2. Durabilidade/resistência
3. Facilidade de abrir/fechar

O **conforto** da criança num carrinho de passeio é o aspeto mais importante, juntamente com a **durabilidade/resistência**, ou seja, a forma como o material se comporta para proporcionar conforto e segurança à criança.

Uma preocupação dos pais tem a ver com a adaptabilidade do carrinho ao veículo automóvel e daí a importância da **facilidade de abertura e fecho** do mesmo.

Os suportes de segurança: cintos, encaixes de ovo ou alcofa e respetiva qualidade dos materiais estão também no topo das prioridades.

Os aspetos de circulação, facilidade de manobrar, estabilidade e equilíbrio, amortecedores, travão são as seguintes.

No final das preocupações dos pais estão aspetos como as cores, tamanhos de roda e o atendimento, pois os temas relacionados com a experiência futura com o produto são as que mais importam.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação através de utilização do produto em ambiente real, sempre sem conhecimento das marcas avaliadas.

Nº de Marcas Avaliadas	9
Nº de Consumidores	2 043

## ESCOLHA DO CONSUMIDOR A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



Satisfação nos testes	83%
Intenção de Compra	90%



# CREME PARA MUDA DA FRALDA



## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. Proteger de assaduras
2. Hidratante
3. Hipoalergénico

O carácter preventivo das assaduras é o que mais se procura nos cremes para muda da fralda, logo seguido das propriedades hidratantes e produtos hipoalergénicos (com substâncias que provoquem poucas reações alérgicas).

Neste tipo de cremes procura-se que seja calmante das assaduras e provoquem alívio imediato. Privilegia-se cremes cicatrizantes e com tendência para produtos que façam parte de uma gama de produtos mais vastos, dada a boa experiência com a marca.

Os pais, na compra destes produtos, não estão preocupados com o aroma, mas sim com a textura, que os produtos não possuam álcool ou perfumes para evitar irritar a pele das crianças e sobretudo que haja segurança nas embalagens.

Os formatos de embalagem não são uma preocupação, nem o factor novidade.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação de eficácia de utilização recente com os produtos, sempre sem conhecimento das marcas avaliadas.

Nº de Marcas Avaliadas	9
Nº de Consumidores	2 493

## ESCOLHA DO CONSUMIDOR A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES

**HALIBUT**<sup>®</sup>  
D E R M A  
**Bebé**

Satisfação nos testes	82%
Intenção de Compra	88%



# MODA INFANTIL



## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. Relação qualidade/preço
2. Produtos disponíveis
3. Variedade de produtos

Os pais privilegiam a **qualidade e o preço**, afinal a duração de roupa de crianças é curta, dado o seu crescimento e frequência de utilização. A **disponibilidade dos produtos em loja** é um aspeto relevante para os pais, a par com a **variedade existente**.

Trata-se de um sector em que as promoções são valorizadas, assim como a facilidade de acesso e localização das lojas e dentro delas é relevante a forma como os produtos estão expostos.

A relação com os funcionários é importante sobretudo quando se trata de perceber as necessidades do cliente.

As novidades e disponibilização de catálogos online, produtos giros e no caso de equipamentos como carrinhos de passeio, a assistência pós-venda, são relevantes.

Dá-se preferência a lojas em centros comerciais e com uma boa rede de lojas que permita encontrar produtos e facilite trocas e devoluções.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação após utilização dos serviços e produtos das marcas, sempre sem identificação que estavam em avaliação.

Nº de Marcas Avaliadas	6
Nº de Consumidores	2 073

## ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES

# ZIPPY®

Satisfação nos testes	84%
Intenção de Compra	96%



# PAPAS INFANTIS

## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. **Composição saudável**
2. **Agradar à criança**
3. **Preocupação com alergias**

A preocupação com a **composição saudável** das papas infantis é o aspeto mais tido em conta na escolha deste tipo de produtos, seguido dos factores que **agradem à criança** (sabor, textura).

No campo da saúde existe ainda a preocupação com o facto das papas não conterem **elementos potencialmente provocadores de alergias** e com pouco açúcar.

A rapidez de preparação, dissolução fácil é também importante assim como a facilidade de encontrar o produto e a variedade da oferta. Este é um dos produtos onde a marca é importante, pela credibilidade e confiança obtida como especialista em nutrição infantil.

Num produto onde a recomendação do pediatra ainda é muito importante, há uma boa receptividade para produtos inovadores em sabor, composição, mas também nas embalagens (aberturas/fechos).

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** prova após utilização em casa, sempre sem conhecimento das marcas avaliadas.

Nº de Marcas Avaliadas	3
Nº de Consumidores	2 133

## ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES

Especialistas em  
alimentação infantil | **Nutribén**<sup>®</sup>

Satisfação nos testes	77%
Intenção de Compra	86%

# PUERICULTURA



## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. **Relação qualidade/preço**
2. **Produtos disponíveis**
3. **Perceber o cliente**

A relação entre a qualidade e o preço é bastante importante para o consumidor, assim como as promoções, pois tratam-se de oportunidade para adquirir o mesmo produto a um valor mais em conta.

Contudo, é a **disponibilidade dos produtos** em loja que conta no dia a dia, assim como a capacidade da loja **perceber as necessidades do cliente**. Neste sentido o aconselhamento especializado é bem vindo, pois os pais querem variedade de produtos, mas também conhecimento sobre os produtos.

A assistência pós-venda é bastante tida em conta, assim como a facilidade de acesso à loja e a segurança e conforto da loja para as crianças.

O atendimento é bastante importante neste tipo de loja.

Apesar de adeptos de promoções, o sistema de cartões de pontos é o aspeto menos valorizado neste tipo de loja.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação após utilização dos serviços e produtos das marcas, sempre sem identificação que estavam em avaliação.

<b>N° de Marcas Avaliadas</b>	<b>5</b>
<b>N° de Consumidores</b>	<b>2 003</b>

## ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES

**Prenatal**

<b>Satisfação nos testes</b>	<b>81%</b>
<b>Intenção de Compra</b>	<b>84%</b>

# GUIA PRÁTICO

DA ESCOLHA DO CONSUMIDOR



**SOBRE:**

**COMÉRCIO EM GERAL**



## São as práticas comerciais que servem e sustentam a sociedade de consumo, de modo a aproximar os consumidores dos produtos e serviços que estão a sua disposição no mercado de consumo.

Para cada tipo de prática comercial há uma ética que deve ser respeitada por quem fornece, caso contrário estará sujeito a sanções.

A maior preocupação nas práticas comerciais e na sua regulamentação passam na maioria dos casos pela defesa do consumidor no que respeita a práticas comerciais abusivas, tendentes a ampliar a vulnerabilidade do consumidor.

Como práticas comerciais abusivas entendemos os comportamentos, tanto contratuais como à margem, que abusam da boa-fé ou situação de inferioridade económica ou técnica do consumidor, sendo que na maior parte das vezes isto se traduz na supressão (ou redução) do direito de livre escolha do consumidor.

Maioritariamente a preocupação em termos de comércio em geral está relacionada com eventuais recusas de venda de produtos ou de prestação de serviços, ausência de conhecimento de termos técnicos,

umentos de preços, ausência de prazos para cumprimento de obrigações e com as garantias dadas.

Apesar de uma abrangência muito grande, existe um conjunto de informações que são transversais às várias modalidades de comércio (exceção ao comércio electrónico que trataremos em capítulo próprio) e que assim o podem guiar numa Escolha mais informada.

### **DIREITOS COMUNS NO COMÉRCIO**

#### **Formas de pagamento**

Há toda uma ampla gama de formas de pagamento - dinheiro, cheque (alguns não aceitam, mas são obrigados a avisar previamente), cartões de débito e crédito.

#### **Informação em português**

O direito à informação é um dos mais relevantes direitos do consumidor e esclarece que as informações sobre a natureza, características e garantias de bens ou serviços oferecidos ao público no mercado nacional, quer as

constantes de rótulos, embalagens, prospectos, catálogos, livros de instruções para utilização ou outros meios informativos, deverão ser prestadas em língua portuguesa.

#### **Indicação de preços**

A indicação dos preços de venda e da unidade de medida deve ser feita de modo inequívoco, fácil e perfeitamente legível, através da utilização de letreiros, etiquetas ou listas, por forma a alcançar-se a melhor informação para o consumidor. A indicação do preço deve ser feito na proximidade do respectivo bem ou no local em que a prestação do serviço é proposta ao público, de modo a não suscitar qualquer dúvida ao consumidor.

#### **Garantia**

O prazo de garantia conta-se a partir da data entrega do bem e tem uma duração de 2 anos para os bens móveis e 5 anos para os bens imóveis.

(continua)

# De uma forma geral e por lei, o prazo de garantia conta-se a partir da data entrega do bem e tem uma duração de 2 anos para os bens móveis e 5 anos para os bens imóveis.

Para os bens móveis usados o prazo de dois anos pode ser reduzido a um ano, por acordo entre o vendedor e o consumidor.

## Reparações ou Substituições

Tratando-se de bem móvel, a reparação ou a substituição devem ser realizadas no prazo máximo de 30 dias.

Tratando-se de um bem imóvel, a reparação ou a substituição devem ser realizadas dentro de um prazo razoável, tendo em conta a natureza do defeito.

Em caso de avaria a conformidade do bem tem de ser reposta sem encargos, ou seja, todas as despesas necessárias ao bom funcionamento do bem não podem ser cobradas ao consumidor, nomeadamente: transporte, mão-de-obra e material.

No caso de uma relação que implique colocação de peças no bem, estas peças em particular gozam de um prazo de garantia de 2 anos,

independentemente do prazo da garantia do bem reparado.

Deve, neste caso, assegurar que, quando levantar o bem, após a reparação, lhe é fornecido um documento que tenha a descrição das peças que foram colocadas. Este documento será essencial para garantir os seus direitos em situação de surgimento da avaria.

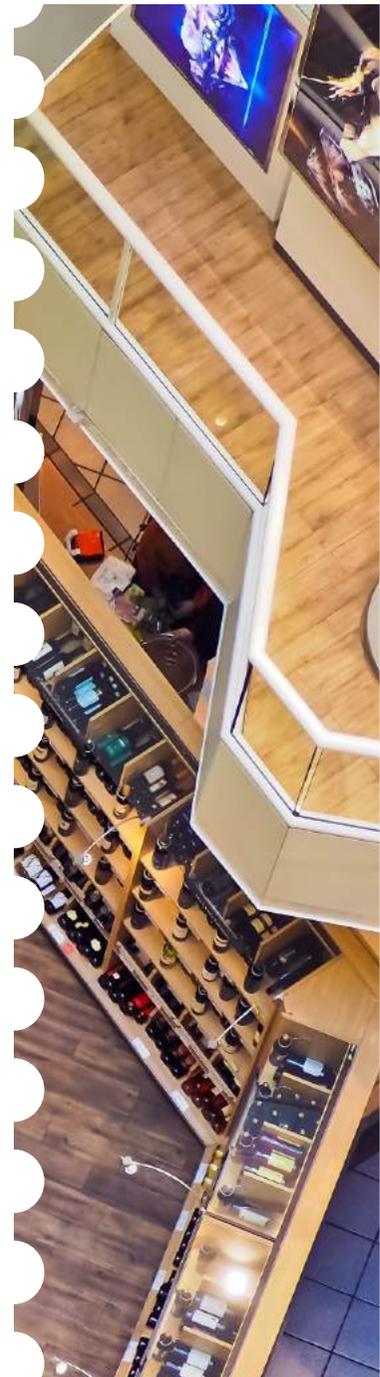
Quando a avaria ocorre no período de garantia imposto legalmente (2 anos para bens móveis e 5 anos para bens imóveis), não é necessário solicitar ao vendedor qualquer outro documento complementar comprovativo da garantia.

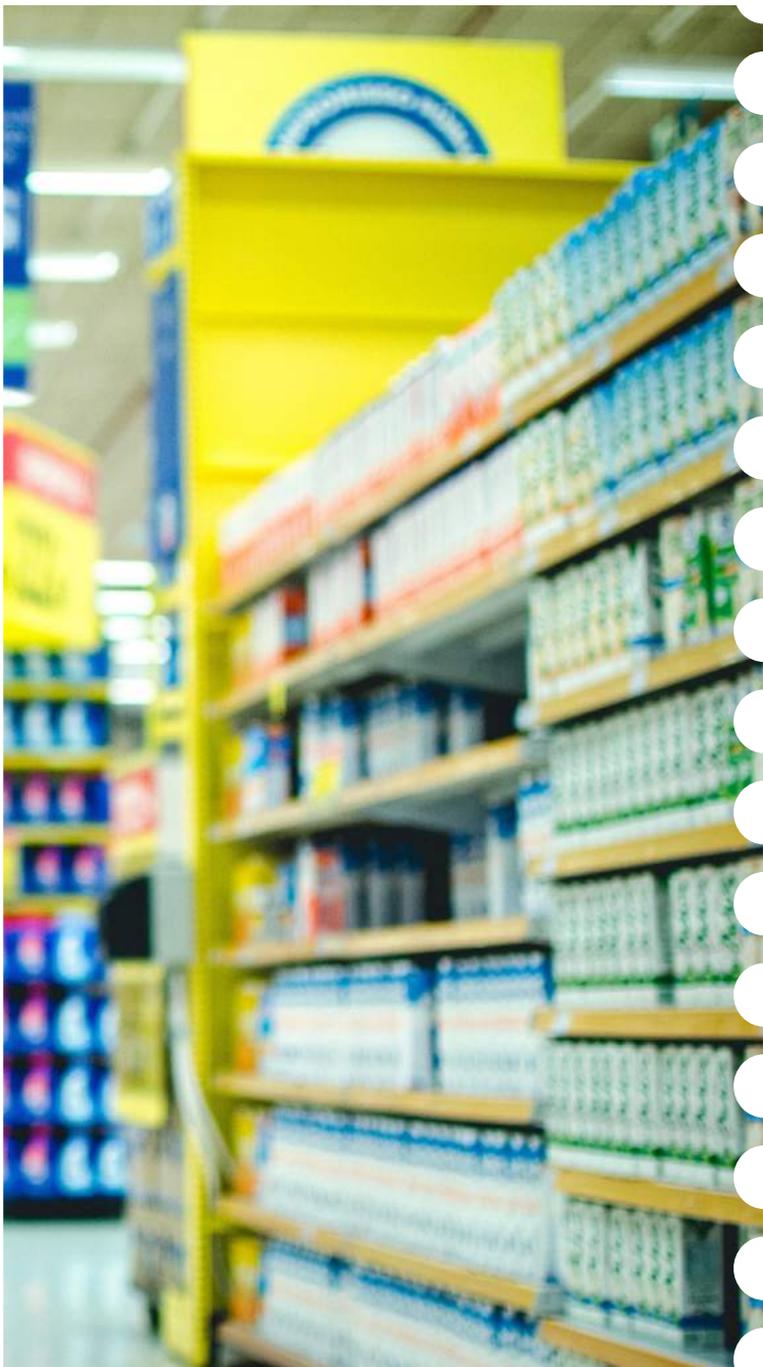
## SOBRE IMOBILIÁRIAS

As empresas de mediação imobiliária, também conhecidas como imobiliárias, são uma solução para quem pretende comprar/ vender um imóvel. Nos seus serviços também se incluem o arrendamento, trespasse de imóveis, ou tratamento da

documentação necessária para que o negócio se realize. Quando recorrer aos serviços de uma empresa de mediação imobiliária deve:

- Verificar a legalidade da empresa através do número da licença de actividade de mediação imobiliária (AMI) emitida pelo Instituto da Construção e do Imobiliário;
- Confirme que a empresa ou o vendedor possui a identificação, indicando a denominação, número de licença e prazo de validade da mesma;
- A empresa apenas poderá exigir qualquer quantia depois do negócio efectuado. Essa quantia só poderá ser paga à mediadora;
- Salvo acordo entre as partes, a retribuição pelo serviço deverá ser apenas feita por uma das partes envolvidas no negócio que se concretizou, normalmente a parte que contratou os serviços da mediadora.





# HIPER E SUPERMERCADOS



## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. **Rapidez nas caixas**
2. **Atitude dos empregados**
3. **Visibilidade dos preços**

Na escolha de hiper ou supermercado para fazer as suas compras, a **fluidez/rapidez de pagamento nas caixas**, a par com **atitude dos funcionários (simpatia, disponibilidade, profissionalismo)** e a **correcta visibilidade dos preços nos produtos** são os aspetos mais valorizados pelos consumidores.

Bastante importância têm ainda a qualidade dos produtos frescos (padaria, talho, peixe, fruta), a variedade de oferta que o espaço apresenta e a própria limpeza do espaço. A qualidade dos produtos de marca branca é um aspeto também tido em conta e com algum importância, bem como o acesso a cupões e vales de desconto.

Os portugueses privilegiam ainda a forma como o espaço está organizado, como é feita a exposição e reposição os produtos e a forma como os corredores estão organizados de forma a estarem desimpedidos.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação após visita e consumo nas lojas das várias marcas, sempre sem identificação que estavam em avaliação.

<b>Nº de Marcas Avaliadas</b>	<b>5</b>
<b>Nº de Consumidores</b>	<b>2 103</b>

## ESCOLHA DO CONSUMIDOR A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES

# CONTINENTE

<b>Satisfação nos testes</b>	<b>86%</b>
<b>Intenção de Compra</b>	<b>93%</b>

# IMOBILIÁRIAS

## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. Informação fidedigna
2. Honestidade
3. Competência e qualidade

O recurso a agências imobiliárias é feita com base na **informação fidedigna sobre os imóveis**. Este primeiro aspeto, valorizado pelos consumidores, está relacionado com um segundo: a **honestidade** que pode ser esclarecida enquanto a forma como o consumidor compara por exemplo as descrições dos imóveis completas, reais e honestas nos sites e depois na realidade, ou seja, é a avaliação entre a expectativa criada e a realidade do imóvel. Bastante importante é também a **competência e qualidade do serviço prestado** pelos agentes imobiliários. A qualidade da informação (simples e clara sobre os imóveis) é bastante valorizada, assim como a disponibilidade para ajudar os clientes. A informação online é cada vez mais importante e aspetos relacionados com cumprimento dos prazos, tratamento da burocracia são relevantes, bem como a empatia criada com o vendedor, sobretudo no seu conhecimento o mercado e postura comercial.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação após visita às lojas das várias marcas, sempre sem identificação que estavam em avaliação.

Nº de Marcas Avaliadas	5
Nº de Consumidores	2 012

## ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



Satisfação nos testes	80%
Intenção de Compra	78%



# LOJAS DE BRICOLAGE, DECORAÇÃO E JARDIM



## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. Relação qualidade/preço
2. Qualidade dos materiais
3. Oferta

No que respeita a lojas de bricolage, decoração e jardim o **preço** ainda tem uma importância grande em especial em função da **qualidade dos produtos**. Aliás é a **qualidade dos materiais** à venda que mais orienta o consumidor na sua escolha. A **oferta** caracterizada pela diversidade de produtos, materiais amigos do ambiente, entre outros é outro dos pontos mais referidos, assim como o aspeto promocional. Muito importante neste tipo de lojas são os aspetos relacionados com o profissionalismo dos colaboradores, seja em termos de conhecimento e informação dos produtos (como utilizar o produto, preços, etc.), seja pelo atendimento personalizado, em particular possuir serviço personalizado (de cortes de materiais à medida, mistura de tinta). A forma e condições de entrega dos produtos em casa, assim como o serviço pós-venda, são igualmente prioritários na hora de decidir.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação após visita e consumo nas lojas das várias marcas, sempre sem identificação que estavam em avaliação.

N° de Marcas Avaliadas	6
N° de Consumidores	2 013

## ESCOLHA DO CONSUMIDOR A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



é fácil fazer

Satisfação nos testes	83%
Intenção de Compra	88%

# LOJAS DE ELETRÓNICA E ELETRODOMÉSTICOS



## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. **Garantia**
2. **Honestidade**
3. **Prazos de entrega**

A **garantia** dada aos produtos, não apenas em termos de prazos de lei, mas a que deriva da qualidade dos produtos, ou seja a garantia de que o produto é bom e satisfará as expectativas do consumidor, é o aspeto mais valorizado. Não é por isso de estranhar que a **honestidade**, entendida como a forma como os colaboradores da loja o explicam e como ele se comportará na realidade, é o mais importante, ou seja é de confiança que se trata.

O outro aspeto de maior importância neste tipo de lojas são os **prazos de entrega e a forma como esta entrega é comunicada**, ou seja, o acompanhamento durante toda a deslocação do produto.

Ainda importantes são aspetos como a variedade da oferta disponível e claro os serviços de instalação grátis e a qualidade da assistência pós venda. O conhecimento dos colaboradores sobre o produto e a forma como aconselham é igualmente valorizado.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação após visita e consumo nas lojas das várias marcas, sempre sem identificação que estavam em avaliação.

Nº de Marcas Avaliadas	4
Nº de Consumidores	1 993

## ESCOLHA DO CONSUMIDOR A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



Satisfação nos testes	81%
Intenção de Compra	96%

# LOJAS MULTIMARCA DE TELEFONES & ACESSÓRIOS



## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. **Conhecimentos técnicos**
2. **Qualidade dos produtos**
3. **Serviço pós-venda**

Em lojas desta natureza importa que tenha em conta se os colaboradores possuem **bom domínio de conhecimentos técnicos**, afinal é de produtos tecnológicos que se trata e quanto mais informação melhor, em especial de for leigo na matéria. Deverá ainda ter em conta a **qualidade dos produtos** e atenção ao **serviço pós-venda** da marca.

Ao nível dos recursos humanos deve ainda valorizar a rapidez no atendimento, a qualidade da informação fornecida e a personalização do atendimento.

Neste tipo de lojas e produtos os preços e as promoções têm algum peso, bem como a variedade da oferta, quer em termos da diversidade de equipamentos/produtos, mas também de operadoras.

Procure perceber a imparcialidade da loja na venda, não beneficiando uma ou outra operadora, mas beneficiando o seu interesse como consumidor.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação após visita e consumo nas lojas das várias marcas, sempre sem identificação que estavam em avaliação.

Nº de Marcas Avaliadas	2
Nº de Consumidores	1 992

## ESCOLHA DO CONSUMIDOR A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES

# Phone House

Satisfação nos testes	84%
Intenção de Compra	89%

# MAQUILHAGEM

## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. **Relação qualidade/preço**
2. **Experimentação**
3. **Variedade de cores**

Quando se trata de maquilhagem as mulheres têm em conta a **relação entre a qualidade dos produtos e o preço**, procurando fazer a melhor compra sempre. Para tal importa que a loja proporcione a **possibilidade de experimentar** os produtos, disponibilizando "testers". Outro aspeto a ter em conta é a **variedade nas cores**, bem como ensinar os passos básicos a ter, em particular realizando workshops de cuidados com a pele. As consumidoras gostam de estar à vontade nas lojas.

Lojas de marcas mais conhecidas são uma garantia maior para as consumidoras e se forem visualmente apelativas tanto melhor. Claro que as condições físicas da loja (limpa, ampla, arrumada, boa disposição de produtos e com colaboradoras bem apresentadas) são importantes para o bem estar da cliente.

A oferta de amostras é algo que agrada.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação após visita e consumo nas lojas das várias marcas, sempre sem identificação que estavam em avaliação.

<b>N° de Marcas Avaliadas</b>	<b>3</b>
<b>N° de Consumidores</b>	<b>2 093</b>

## ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES

**MAC**

<b>Satisfação nos testes</b>	<b>86%</b>
<b>Intenção de Compra</b>	<b>87%</b>

# PERFUMARIAS

## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. **Experimentar o produto**
2. **Qualidade dos produtos**
3. **Deixar o cliente à vontade**

A forma como experimenta uma perfumaria é essencial para a sua decisão de compra.

Darem-lhe a **possibilidade de experimentar os produtos** é tão importante quanto o **reconhecimento da qualidade dos produtos**. Bastante importante é também **deixar o cliente à vontade na loja** e não adoptar uma técnica agressiva de “tentar sempre ajudá-lo na compra”.

As promoções são importantes neste tipo de compra e privilegia-se o atendimento prestável dos colaboradores, assim como uma boa variedade de produtos, com um leque de marcas diversificadas.

Tenha em consideração que uma loja apelativa e com boas condições físicas (loja limpa, ampla, arrumada, produtos bem expostos e com cheiro agradável mas não intenso) proporciona uma experiência de compra melhor.

A oferta de amostras é bem vinda.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação após visita e consumo nas lojas das várias marcas, sempre sem identificação que estavam em avaliação.

<b>N° de Marcas Avaliadas</b>	<b>7</b>
<b>N° de Consumidores</b>	<b>2 093</b>

## ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES

# SEPHORA

<b>Satisfação nos testes</b>	<b>87%</b>
<b>Intenção de Compra</b>	<b>93%</b>

# SAPATARIAS



## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. **Qualidade do material**
2. **Variedade de modelos**
3. **Atendimento**

A decisão por uma sapataria deve ser feita em função d qualidade do calçado, em especial a **qualidade do material**. Além de procurar conforto, procura rentabilizar o investimento feito, ou seja, que o calçado dure bastante tempo. Por outro lado, importa que a loja tenha **variedade de modelos** e que o **atendimento** seja bom, que o deixe à vontade e haja disponibilidade para ajudar.

Outras características estão relacionadas com as condições do espaço para experimentação, a forma como estão expostos os produtos e muito importante ter estacionamento gratuito, ser especializado num tipo de calçado e possuir cartões de fidelização.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação após visita e consumo nas lojas das várias marcas, sempre sem identificação que estavam em avaliação.

<b>N° de Marcas Avaliadas</b>	<b>8</b>
<b>N° de Consumidores</b>	<b>1 876</b>

## ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



<b>Satisfação nos testes</b>	<b>89%</b>
<b>Intenção de Compra</b>	<b>93%</b>

# SUPERMERCADOS DE PROXIMIDADE EM FORMATO FRANCHISING



## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. Condições da loja
2. Seleção de frescos
3. Variedade

Este tipo de supermercados caracteriza-se pela relação de proximidade da casa ou local de trabalho dos seus consumidores.

O aspeto mais importante é por isso as **condições físicas (higiene, aspeto limpo e asseado)** do espaço, logo seguido da **boa seleção de frescos e da variedade de produtos e marcas**. Privilegia-se nestas lojas o atendimento profissional e acolhedor por partes dos funcionários da loja, sendo que espaços agradáveis (amplos, organizados e com aspeto agradável da disposição dos produtos, com prateleiras cheias) são preferidos.

Os horários flexíveis e alargados, assim como as promoções que realizam, tornam-se essenciais para quem os frequenta.

Procura-se neste tipo de espaço um contacto próximo num ambiente familiar, independentemente da marca ser ou não conhecida no mercado.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação após visita e consumo nas lojas das várias marcas, sempre sem identificação que estavam em avaliação.

Nº de Marcas Avaliadas	3
Nº de Consumidores	2 043

## ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



O melhor mora ao seu lado

Satisfação nos testes	80%
Intenção de Compra	95%

# DISTRIBUIÇÃO GROSSISTA



## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. **Qualidade dos frescos**
2. **Etiquetagem**
3. **Rapidez nas caixas**

Este tipo de espaços é destinado a profissionais.

O mais importante para os profissionais nesta área é a **qualidade dos frescos** (padaria, talho, peixe e fruta) e que o **produtos estejam bem etiquetados**.

A **fluidez de saída** ou seja a rapidez nas caixas, é bastante importante e depois é valorizada a variedade da oferta em geral e a exposição e organização dos produtos, bem como o atendimento

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação após visita e consumo nas lojas das várias marcas, sempre sem identificação que estavam em avaliação.

Nº de Marcas Avaliadas	2
Nº de Profissionais	40

## ESCOLHA DOS PROFISSIONAIS

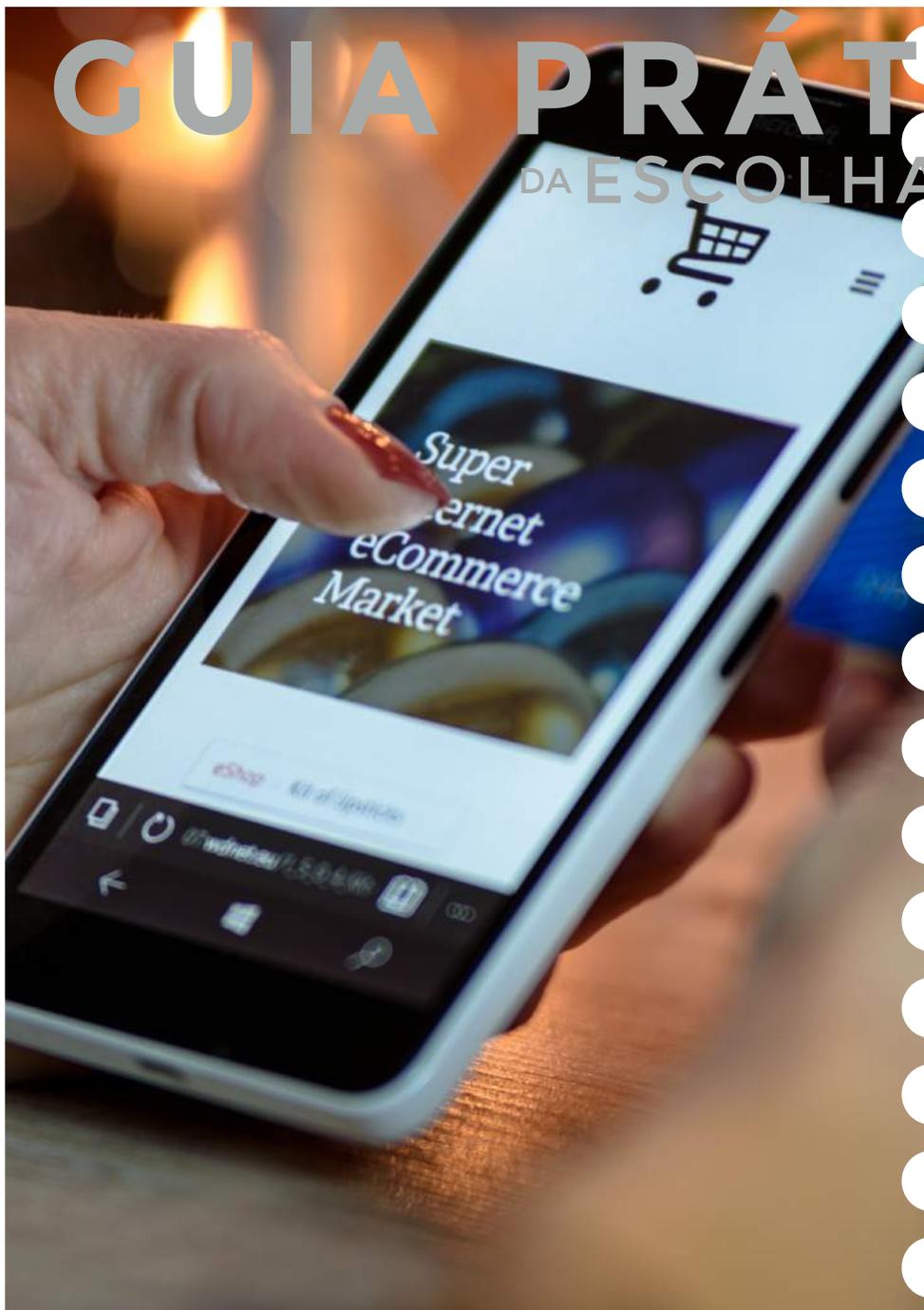
A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



Satisfação nos testes	87%
Intenção de Compra	93%

# GUIA PRÁTICO

## DA ESCOLHA DO CONSUMIDOR



**SOBRE:**

# COMÉRCIO ONLINE



## Os contratos de comércio eletrónico são considerados contratos à distância, em que as partes, no momento que os celebram, não estão na presença um do outro.

Apesar do aumento dos portugueses que recorrem ao comércio online, grande parte ainda possui alguns receios no que toca à celebração de contratos online. Dentre os diversos motivos destacam-se as situações de arrependimento de compra pelo consumidor, defeitos, inadequação com o produto publicitado, entre muitos outros.

### É IMPORTANTE TER EM CONTA

O consumidor tem sempre direito à informação pré-contratual (antes do contrato ser celebrado) que lhe deve ser facultada com a antecedência razoável e de forma clara e compreensível. Estas informações pré-contratuais fazem parte integrante do contrato celebrado e não podem depois ser alteradas, salvo se o consumidor der o seu acordo expresso anteriormente à celebração do contrato.

**A informação pré-contratual disponibilizada ao consumidor deve incluir:**

1. Identidade do fornecedor (denominação social, endereço físico onde se encontra estabelecido, número de telefone e o endereço electrónico);
2. Características essenciais do bem ou serviço;
3. Preço do bem ou do serviço incluindo taxas e impostos;
4. Despesas de entrega se existirem;
5. Modalidades de pagamento, entrega ou execução;
6. Existência do direito de rescisão;
7. Custo de utilização da técnica de comunicação à distância, quando calculado com base numa tarifa que não seja a de base;
8. Prazo de validade da oferta ou proposta;
9. Duração mínima do contrato em caso de contratos de fornecimento de bens ou prestação de serviços de execução continuada ou periódica;
10. A indicação de que podem ser devidos encargos suplementares de transporte, de entrega e

postais, e quaisquer outros custos (quando tais encargos não possam ser razoavelmente calculados antes da celebração do contrato);

11. Obrigação do consumidor pagar ao prestador de serviços um determinado montante, proporcional ao serviço já prestado, sempre que a prestação do serviço se inicie durante o período de tempo em que o consumidor pode exercer o direito de livre resolução;
12. A existência e o prazo da garantia de conformidade dos bens. Como deve ser prestada ao consumidor a informação pré-contratual exigida nos contratos celebrados à distância?

### Notas importantes:

- O consumidor não fica vinculado ao contrato, mesmo depois de celebrado, se não lhe forem prestadas as informações pré-contratuais referidas;

(continua)

## **14 dias a contar da data da sua assinatura ou 14 dias depois da entrega dos bens é o período que os consumidores possuem para efectuar a rescisão de um contrato.**

- A encomenda torna-se definitiva com a sua confirmação pelo consumidor, reiterando a ordem emitida;
- Se o consumidor receber em sua casa um bem que não encomendou não está obrigado a pagá-lo e nem sequer fica obrigado a devolvê-lo, podendo ficar com o mesmo gratuitamente;
- O fornecedor deve entregar a encomenda o mais tardar no prazo de 30 dias a contar do dia seguinte aquele a que o consumidor a aceitou. Decorrido este prazo sem que o consumidor tenha sido reembolsado dos montantes pagos, o fornecedor fica obrigado a devolver em dobro, no prazo de 15 dias úteis, os montantes pagos pelo consumidor, sem prejuízo do direito deste a ser indemnizado por danos patrimoniais e não patrimoniais que possa ter sofrido;
- O consumidor pode sem qualquer justificação num prazo mínimo de 14 dias a contar da data da sua assinatura ou de 14 dias depois da entrega dos bens se esta for posterior aquela data para efectuar a rescisão do contrato. Se o consumidor quiser exercer este direito, pode fazê-lo através do envio, dentro dos referidos 14 dias, de uma declaração dirigida à entidade com quem contratou (a qual deve ser comunicada por carta, por contacto telefónico, pela devolução do bem ou por outro meio susceptível de prova), onde demonstre de modo inequívoco a vontade de pôr termo ao contrato;
- A rescisão deve ser feita por escrito com prova de envio. A regra é que o consumidor tem que proceder à devolução dos bens e suportar os custos dessa devolução.



# COMÉRCIO IMOBILIÁRIO ONLINE



## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. Preços visíveis
2. Confiança no portal
3. Contacto rápido

Na utilização de sites de comércio imobiliário o mais importante é a **visibilidade do preço**, a **descrição do imóvel**, as **fotografias realistas**, juntamente com a **confiança e credibilidade do portal**.

A facilidade de **pesquisa avançada por concelho e outros critérios** simultaneamente é igualmente relevante.

Tenha em conta sempre a facilidade de **navegação e a actualização de anúncios**.

Na perspectiva de anunciante ou consumidor interessa perceber se o portal permite várias **imagens por propriedade**, se inclui toda a **informação relevante sobre o imóvel** (localização, preço, certificado energético, dimensão, tipologia, ano construção, novo/ usado) ou seja a **clareza de informação sobre os produtos**. A facilidade de **pesquisa por concelho e avançada por vários critérios** simultaneamente é igualmente relevante.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação após visita e utilização nos sites das várias marcas, sempre sem identificação que estavam em avaliação.

Nº de Marcas Avaliadas	6
Nº de Consumidores	2 853

## ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



Satisfação nos testes	89%
Intenção de Compra	85%

# COMÉRCIO ONLINE AUTOMÓVEL



## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. Informação
2. Credibilidade
3. Ter fotografias

Na procura de automóveis usados através de sites especializados, importa em primeiro lugar a **informação sobre o automóvel**, bem como a **credibilidade do site** e se este contém **fotografias de qualidade**.

Outros aspetos a ter em conta são a atualização dos anúncios (tenha o cuidado de procurar as datas dos anúncios) e a facilidade de pesquisa, permitindo vários critérios de pesquisa combinados.

O consumidor privilegia fotografias de qualidade e facilidade de navegação, sobretudo no que toca à rapidez do site e coerência de layout entre as páginas e o acesso a campos de contacto com o vendedor.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação após visita e utilização nos sites das várias marcas, sempre sem identificação que estavam em avaliação.

Nº de Marcas Avaliadas	5
Nº de Consumidores	2 703

## ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



O N°1 em Carros

Satisfação nos testes	90%
Intenção de Compra	91%

# COMÉRCIO ONLINE DE ELETRÓNICA E ELETRODOMÉSTICOS



## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. Serviço pós-venda
2. Promoções
3. Segurança

A maior preocupação na aquisição de equipamentos através de sites está na **garantia do serviço pós-venda** (garantia, recolha gratuita do produto avariado, substituição...). As **promoções** das marcas e os preços praticados também importam, mas sobretudo a **segurança dos sites no pagamento** e disponibilização de dados.

Tenha depois em atenção a descrição das características técnicas e as condições de entrega da encomenda (prazos, custos, acondicionamento do produto).

A navegação fácil é uma prioridade assim como a possibilidade de poder seguir o estado da encomenda.

Os consumidores privilegiam a oferta de produtos que não se encontram facilmente e a informação sobre os acessórios na página do produto e fotografias dos produtos (qualidade, diferentes ângulos, etc.), bem como a variedade da ofertas (de marcas, de produtos).

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação após visita e utilização nos sites das várias marcas, sempre sem identificação que estavam em avaliação.

Nº de Marcas Avaliadas	6
Nº de Consumidores	2 703

## ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



Satisfação nos testes	86%
Intenção de Compra	84%

# PORTAIS DE OFERTAS E EXPERIÊNCIAS



## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. Promoções
2. Complicação pós-compra
3. Rapidez do serviço

Na compra de experiências tenha em conta e compare as **promoções/descontos associados** e o **historial de complicações pós-compra no usufruto do seu pacote.**

A **rapidez do serviço**, entrega e respostas, é tão importante como o é a variedade de produtos e parceiros do portal.

Verifique se possui **serviço de apoio ao consumidor** e se o levantamento do produto/serviço é feito sem custos de envio. Deve ter em conta ainda a qualidade das ofertas e as condições de utilização do voucher.

Apesar de se procurar experiências diferenciadas é importante rever a zona de comentários/referências e perceber os comentários existentes.

A existência de uma app para smartphones é uma mais valia.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação após visita e utilização nos sites das várias marcas, sempre sem identificação que estavam em avaliação.

Nº de Marcas Avaliadas	5
Nº de Consumidores	2 253

## ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



Satisfação nos testes	86%
Intenção de Compra	90%

# SITES DE ANÚNCIOS CLASSIFICADOS GRÁTIS



## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. Informação detalhada
2. Veracidade do anúncio
3. Segurança do site

A utilização de sites e anúncios classificados grátis orienta-se pela procura de **informação detalhada sobre a transacção**: condições pagamento/reembolso/entrega, pelo que é importante a **veracidade do anúncio** e a **segurança do site**.

Neste aspeto importa muito a **confiança/credibilidade do portal**, a par com as **condições/características/detalhes do produto procurado**.

Um dos pontos a ter em conta é igualmente a **facilidade/qualidade de interacção com o vendedor** e no caso de ser anunciante a **facilidade de acesso e colocação de anúncios**. Lembre-se que a **clareza de informação sobre os produtos** é relevante.

Tente perceber o **feedback / reviews / ratings dos utilizadores sobre o site** e já agora se tem app para smartphone. Privilegie portais com **linguagem simples e bastantes variedade de categorias**.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação após visita e utilização nos sites das várias marcas, sempre sem identificação que estavam em avaliação.

Nº de Marcas Avaliadas	2
Nº de Consumidores	2 253

## ESCOLHA DO CONSUMIDOR A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



Satisfação nos testes	83%
Intenção de Compra	91%

# GUIA PRÁTICO

## DA ESCOLHA DO CONSUMIDOR



**SOBRE:**

# EQUIPAMENTOS



## No comércio em geral, tradicional ou online, os bens móveis novos têm uma garantia de 2 anos e o mesmo se aplica à venda de produtos em segunda mão, por profissionais.

Na compra de equipamentos, a maioria das questões que surgem centram-se nas garantias dos produtos adquiridas.

Fique claro que seja em loja tradicional ou online, os bens móveis novos têm uma garantia de 2 anos e o mesmo se aplica à venda de produtos em segunda mão, por profissionais, exceto se este prazo for reduzido por mútuo acordo.

Este prazo é válido para produtos estrangeiros comprados em Portugal, independentemente da nacionalidade do fabricante e das leis desse país.

Só no caso de negócios entre particulares é que não existe direito à **garantia**, mas se o produto apresentar um defeito, o comprador tem o direito de anular o negócio e se esse produto ainda estiver abrangido pela garantia original, o novo proprietário usufrui do tempo que falta.

No caso de **aquisição de produtos electrodomésticos**, existe um conjunto de aspetos que deverá ter em conta:

- Compare os preços, as marcas e respectivos modelos, testando o funcionamento e o desempenho do aparelho;
- Solicite ao vendedor uma demonstração de como usá-lo e informações gerais sobre o produto, em termos de economia energética, capacidade, entre outros;
- Escolhido o produto, procure saber se ele existe em loja, cores e os prazos de entrega.

### EQUIPAMENTOS DE COZINHA

Existem várias marcas e modelos no mercado, antes de comprar compare os vários modelos e tenha em atenção:

- Peso e dimensões e consumo energético;
- Temperatura mínima e máxima
- Características específicas (em especial nos robots, varinhas e

afins);

- Velocidade de rotação e se tem função Turbo;
- Se tem ou não balança, se está incorporada e se está incluída no preço;
- Capacidade do copo
- Se coze a vapor
- Tipo de acessórios incluídos
- Garantia e assistência técnica de cada marca

### EQUIPAMENTOS TECNOLÓGICOS

Nem sempre o consumidor dispõe de informação e conhecimentos bastantes para escolher o equipamento e os serviços que lhe sejam mais convenientes e frequentemente os vendedores também não são suficientemente esclarecedores.

Seguem alguns conselhos no sentido de tentar ajudar os consumidores

(continua)

## Ter a noção do tipo de equipamento e saber fazer as perguntas certas é importante na hora de adquirir equipamentos, informe-se bem sobretudo de pormenores técnicos.

### 1. Qual o equipamento que preciso?

Esta é a primeira coisa que deve ter em mente. Tenha noção das suas necessidades e da forma como as características do modelo podem ajudá-lo no dia a dia;

### 2. Sistema operativo

Tenha em conta as necessidades e o ambiente de trabalho que utiliza na sua rede de contactos e as apps e softwares que usa. Informe-se com quem já usa diferentes sistemas operativos e reflita sobre as vantagens e desvantagens dos mesmos;

### 3. Operadora e Fabricante

No caso dos smartphones, estão vinculados a determinadas operadoras, o que pode acabar influenciando a sua compra para o bem ou para o mal. Se já é cliente da operadora, pode receber descontos na compra de um novo equipamento, por isso, é bom fazer uma pesquisa à oferta

da operadora.

### 4. Assistência técnica

A assistência técnica é possivelmente, o fator mais importante que deve ser levado em consideração antes da aquisição de um novo dispositivo. Como é o pós-venda do fabricante? O fabricante tem uma boa reputação para resoluções de problemas, ou costuma ignorá-los?

### 5. Design e tamanho dos ecrãs

Para evitar frustrações, tenha em mente que passar de um ecrã pequeno para um grande é bem mais tranquilo que o oposto. Por isso tente ter uma experiência com o equipamento, para saber se irá adaptar-se ao tamanho do mesmo, sintá-o nas mãos, verifique se o tamanho será um problema na hora de colocá-lo no bolso ou se o ecrã é suficiente para navegação e jogos;

### 6. Capacidade de armazenamento

Tenha em conta a capacidade de informação que quer utilizar. Se não domina termos técnicos procure alguém que o ajude para fazer a melhor escolha e perceba se o equipamento desejado lhe permite possibilidade de expandir a memória;

### 7. Capacidade de bateria

Tenha em conta a informação sobre a autonomia da bateria do equipamento. Claro que tudo vai depender do uso que faz do equipamento, por isso tenha em consideração o tamanho da mesma.



# ASPIRADORES

## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. Capacidade de sucção
2. Relação qualidade /preço
3. Manutenção fácil

Na escolha de aspiradores, a **capacidade de sucção** é o aspeto mais relevante. Trata-se de um produto onde os consumidores estão disponíveis para pagar um pouco mais por **qualidade**. Procure aspiradores de **manutenção fácil** e que cuja durabilidade o satisfaça.

Neste tipo de artigos importa ainda ter em conta a eficácia na remoção e a potência do aparelho, sobretudo considerando o consumo energético do mesmo.

A qualidade do material é um dos aspetos a considerar, bem como a facilidade de arrumação e a leveza do mesmo. Privilegia-se aparelhos com flexibilidade da escova, tubos com extensão suficiente para chegar aos locais mais distantes, baixo nível de ruído e cujo saco tenha alguma capacidade. É importante também a autonomia em termos de energia.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação após utilização em centro de testes, sempre sem conhecimento das marcas avaliadas.

Nº de Marcas Avaliadas	5
Nº de Consumidores	2 433

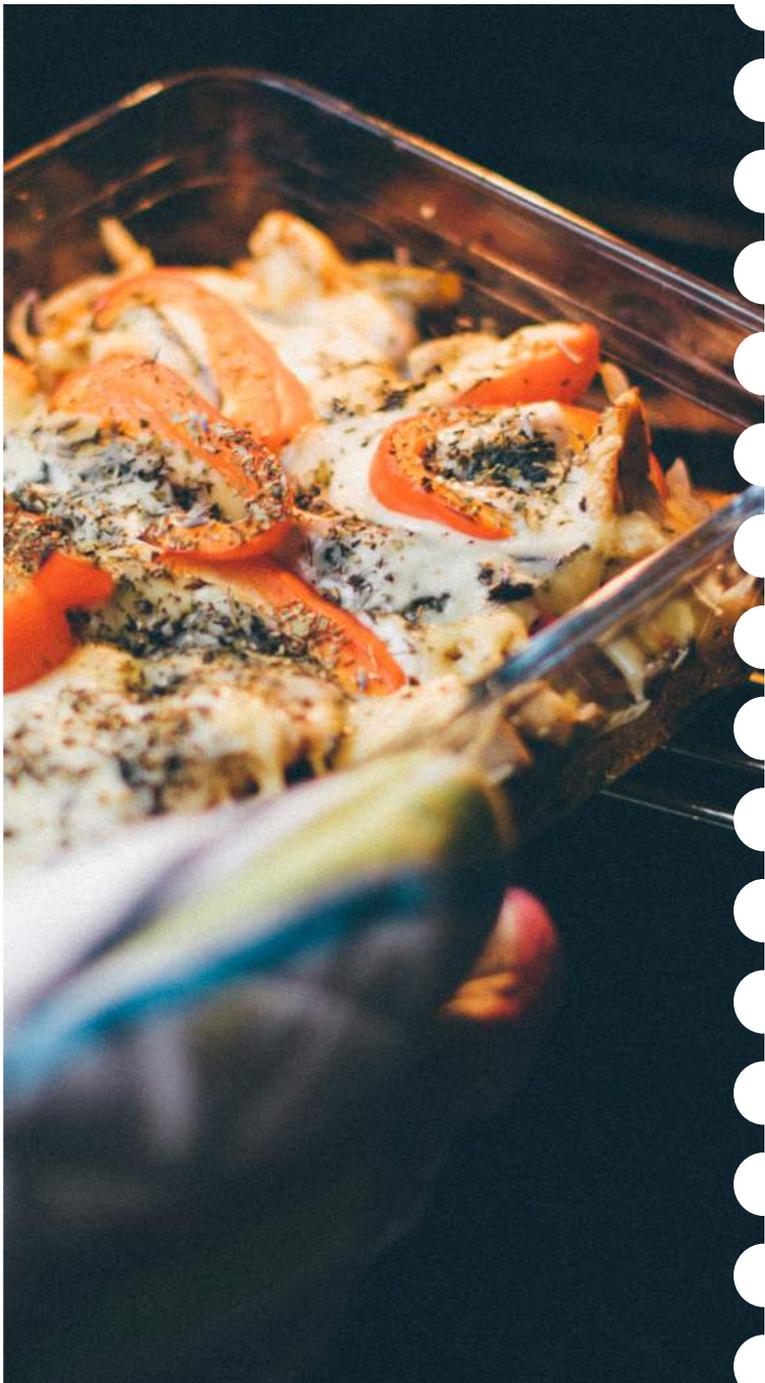
## ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



*Thinking of you*  
**Electrolux**

Satisfação nos testes	77%
Intenção de Compra	88%



# FORNOS

## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. **Qualidade dos materiais**
2. **Durabilidade**
3. **Garantia**

Ao comprar um forno, devemos considerar que estamos a comprar um produto com que esperamos contar durante muitos anos, razão pela apesar do preço ser importante, importa mais que tudo a **qualidade dos materiais**, que nos dá uma perspectiva de **durabilidade** e a **garantia** associada, não apenas a obrigatória mas aquela que sabemos à partida podemos contar do fabricante pela sua credibilidade.

Importam ainda neste tipo de equipamentos a sua eficácia, que cozinham bem, a eficácia da assistência técnica e características dos equipamentos como o são o consumo, eficiência, classe energética, a segurança, facilidade de limpeza e sobretudo a facilidade de utilização.

Tenha em conta que o forno é adequado ao espaço disponível na sua cozinha e a organização interior do mesmo.



## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação após utilização em centro de testes, sempre sem conhecimento das marcas avaliadas

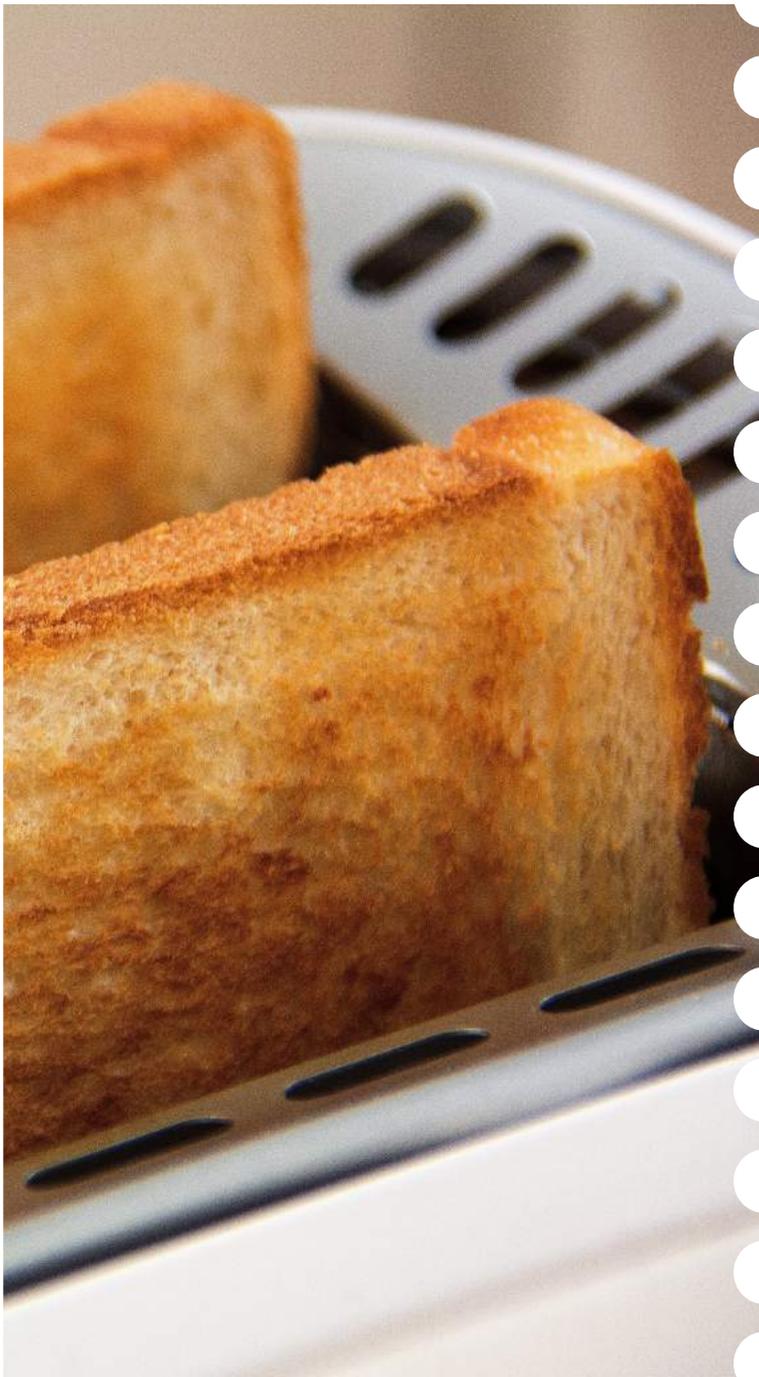
<b>N° de Marcas Avaliadas</b>	<b>7</b>
<b>N° de Consumidores</b>	<b>2 373</b>

## ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES

# AEG

<b>Satisfação nos testes</b>	<b>86%</b>
<b>Intenção de Compra</b>	<b>92%</b>



# PEQUENOS ELETRODOMÉSTICOS



## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. Durabilidade
2. Resistência do material
3. Eficiência

Tal como nos restantes equipamentos para o lar, na aquisição de pequenos equipamentos eletrodomésticos (varinhas, torradeiras, ferros de engomar entre outros) deve ter em conta a **durabilidade** dos mesmo, face ao seu preço, logo a **resistência do material** e a sua **eficiência**.

Garantida a sua durabilidade, importa agora confirmar a características técnicas: facilidade de utilização, as funções que apresenta, facilidade de limpeza e a garantia da assistência pós venda.

Procure sempre as instruções, que devem ser fáceis e úteis. Tenha ainda em consideração a eficiência energética e se os consumíveis estão para durar.

Escolha marcas que lhe dão garantias em termos de credibilidade no mercado e tenham assistência técnica autorizada.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação após utilização em centro de testes, sempre sem conhecimento das marcas avaliadas

Nº de Marcas Avaliadas	12
Nº de Consumidores	3 573

## ESCOLHA DO CONSUMIDOR A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES

# BRAUN

Satisfação nos testes	84%
Intenção de Compra	90%

# ROBOTS DE COZINHA



## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. Durabilidade
2. Variedade de funções
3. Relação qualidade/preço

Um robot de cozinha representa um investimento quer vai querer rentabilizar diariamente, por isso tenha em conta que precisará de um equipamento com **durabilidade** (em especial das lâminas e da máquina em si). Privilegie a **variedade de funções** (cozinhar, pesar, picar, ralar, triturar, cozer a vapor) e tenha em conta a **relação qualidade/preço**, afinal há equipamentos que por um preço mais baixo fazem o mesmo.

Importa ainda neste tipo de equipamentos a facilidade de limpeza, ter em conta as coberturas da garantia, informar-se da frequência de avarias da máquina em causa, da proximidade dos locais onde poderá fazer a manutenção/assistência técnica. Muito importante o nível de segurança do equipamento quando fica a trabalhar sozinho. A utilização intuitiva, facilidade de programação e níveis de ruído são igualmente importantes.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação após utilização em centro de testes, sempre sem conhecimento das marcas avaliadas

Nº de Marcas Avaliadas	10
Nº de Consumidores	2 253

## ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES

**yämmi** 2

Satisfação nos testes	80%
Intenção de Compra	89%

# SISTEMAS DE HIGIENIZAÇÃO



## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. Relação qualidade/preço
2. Capacidade de sucção
3. Eficácia na remoção

Não se trata de um aspirador simples, mas de um equipamento que além de remoção também higieniza, pelo que os valores de aquisição são elevados. Por isso na hora de compra importa ter noção do que compra, lembre-se que o barato por vezes sai caro. Importa assim ter em conta a **relação qualidade/preço**, mas também a **capacidade de sucção** e **eficácia na remoção de lixos**. Tratam-se de equipamentos que se espera longa duração e um nível de manutenção fácil. Deve ter em atenção por isso a qualidade do material de fabrico, consumo energético e potência, a forma como chega a todos os cantos da casa e sobretudo que proteja no impacto os móveis e paredes no contacto com estes.

O nível de ruído e a ausência de odores são aspetos valorizados a par com o peso, facilidade de transporte e arrumação. Tenha em conta a assistência técnica e a autonomia em termos de energia.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação após utilização em casa de acordo com as condições reais.

Nº de Marcas Avaliadas	2
Nº de Consumidores	2 013

## ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



Satisfação nos testes	80%
Intenção de Compra	60%

# SMARTPHONES

## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. Sistema operativo
2. Qualidade da imagem
3. Duração da bateria

A decisão de compra de smartphones é orientada em função do **sistema operativo** que os utilizadores privilegiam.

De seguida os principais aspetos prendem-se com a **qualidade da imagem** e a **duração da bateria**. Todavia, importa ter em conta outros aspetos como as funcionalidades do aparelho, a rapidez do processador, o tamanho do ecrã, capacidade de memória, qualidade do material e qualidade de som. Tenha em conta a qualidade da assistência técnica (rápida, eficiente).

Como a maioria dos equipamentos estão associados a operadoras, tenha em conta o serviço de apoio ao cliente e as promoções do operador / compra por pontos e se está a comprar um aparelho desbloqueado ou não.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação após utilização em centro de testes, sempre sem conhecimento das marcas avaliadas

Nº de Marcas Avaliadas	10
Nº de Consumidores	2 553

## ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES

# SAMSUNG

Satisfação nos testes	87%
Intenção de Compra	94%

# TABLETS



## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. **Rapidez**
2. **Memória / processador**
3. **Qualidade**

Na aquisição de tablets os principais aspetos centram-se na **rapidez de funcionamento** que estão ligadas à **memória e processador**. A **qualidade** dos equipamentos deriva, no caso, de aspetos como a capacidade de processamento, autonomia da bateria e a fiabilidade dos mesmos.

Privilegia-se nos tablets a facilidade de utilização, em especial a sensibilidade do aparelho ao tacto e a sua compatibilidade com a tecnologia usada nos sites.

Tenha em conta na compra de um tablet as portas que este possui (usb, hdmi; wifi, bluetooth) e onde é feita a assistência técnica, caso necessite.

Tendo em conta a finalidade leve em consideração ainda o tamanho, peso e os acessórios disponíveis, bem como a qualidade fotográfica.

Se é para uso infantil considere a resistência do material e a política da empresa acerca da liberdade de utilização e instalação.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação após utilização em centro de testes, sempre sem conhecimento das marcas avaliadas

<b>N° de Marcas Avaliadas</b>	<b>11</b>
<b>N° de Consumidores</b>	<b>2 613</b>

## ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES

# SAMSUNG

<b>Satisfação nos testes</b>	<b>87%</b>
<b>Intenção de Compra</b>	<b>94%</b>

# GUIA PRÁTICO

DA ESCOLHA DO CONSUMIDOR



**SOBRE:**

**HIGIENE NO LAR**



## Os produtos de limpeza são essenciais dentro do lar, mas é preciso ter muito cuidado com a armazenagem e utilização dos mesmos, principalmente para quem possui crianças e animais domésticos.

Outro fator a ter em conta é a segurança, saber como utilizar os produtos de maneira adequada para evitar acidentes relacionados com a inalação, queimaduras ou irritação da pele.

### Segurança na compra e transporte

A segurança deve começar no momento da compra e do transporte:

- Verifique se o recipiente está bem fechado e em perfeito estado;
- Mantenha os produtos de limpeza afastados das outras compras, em especial alimentos;

### Segurança na armazenagem

- É importante manter os produtos de limpeza fora do alcance de crianças e animais domésticos;
- Os produtos de limpeza devem ser armazenados em local seco, arejado e não muito quente;
- Deve evitar-se que fiquem próximos de locais onde os alimentos são preparados ou armazenados e também medicamentos e brinquedos.

### Segurança na utilização

- Ao utilizar um produto, leia atentamente as instruções;
- Evite misturar os produtos, mesmo que sejam para o mesmo destino, cada fabricante utiliza reagentes diferentes e a mistura pode causar algum tipo de reação, podendo até estragar os objetos ou superfícies em que forem utilizados;
- Procure utilizar equipamentos de segurança como: luvas, sapatos fechados e impermeáveis e, quando indicado pelo fabricante, use máscara;
- Evite utilizar como doseador, recipientes que sejam para preparar os alimentos como copos e colheres;
- Após utilização mantenha as embalagens bem fechadas;
- Não reutilize as embalagens vazias para armazenar outro tipo de material;

### Segurança com a saúde

- Caso o produto entre em contacto com os olhos ou cause irritação na pele, lave imediatamente o local com bastante água;
- Se ingerido ou inalado, não beba leite e não provoque vômito, procure imediatamente um médico e leve a embalagem, para que o médico tenha conhecimento dos princípios ativos e saiba qual o melhor tratamento a aplicar;

Tenha em conta os aspetos mais importantes em cada categoria que surge nas próximas páginas e faça a melhor Escolha.



# ABRASIVO SANITÁRIO

## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. **Odor**
2. **Anti-bacteriano**
3. **Para toda a louça sanitária**

No que respeita à compra de abrasivos sanitários importa em primeiro lugar ter em conta o **odor** libertado pelo produto, assim como as suas **propriedades anti-bacterianas**, bem como a possibilidade de **utilização em toda a louça sanitária**.

Tenha ainda em conta que se tratam de produtos anti-calcário e que sejam seguros na eventualidade de caírem nas mãos das crianças (no que respeita à forma de fecho). Deve privilegiar produtos que de algumas forma não sejam nocivos em contacto com as mãos e que sejam amigos do ambiente. Um aspeto importante nestes produtos é a funcionalidade da embalagem.

Tenha em atenção a promessa das marcas e verifique se o dizem corresponde à verdade.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação após utilização em casa, sempre sem conhecimento das marcas avaliadas.

Nº de Marcas Avaliadas	5
Nº de Consumidores	2 253

## ESCOLHA DO CONSUMIDOR A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES

# HARPIC

Satisfação nos testes	77%
Intenção de Compra	80%

# ATIVADORES E TIRA NÓDOAS



## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. **Eficácia**
2. **Proteção da roupa**
3. **Amplitude de atuação**

Tratam-se de produtos com uma promessa de eficácia muito semelhante, por isso na escolha destes produtos deve ter em conta a **eficácia/rapidez de atuação** que proporcionam, bem como a **proteção da cor e da roupa** que oferecem, bem como a **amplitude de atuação e especificidade das nódoas** que combatem.

Tenha em consideração o tipo de roupa a que os produtos se adequam (branca, cor, delicada) e se têm propriedades de branqueamento.

É importante que verifique se o produto foi dermatologicamente testado.

Os produtos com doseador facilitam-lhe a utilização e ajudam a economizar, pelo que deve também considerar a praticidade da embalagem.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação após utilização em casa, sempre sem conhecimento das marcas avaliadas.

Nº de Marcas Avaliadas	6
Nº de Consumidores	2 313

## ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



Satisfação nos testes	82%
Intenção de Compra	89%



# DETERGENTES MÁQUINA PARA LOIÇA



## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. **Eficácia**
2. **Ser 3 em 1**
3. **Ser anti-calcário**

O grau de **eficácia** (limpeza, não deixar manchas, eliminação de gordura, proteção da louça) é o mais importante nestes produtos, por isso nem sempre os mais baratos são os melhores. De qualquer forma aproveitar promoções ou embalagens com quantidade extra são sempre benéficas.

É importante considerar produtos **3 em 1** (lava, abrilhanta, com sal) e **anti-calcário**. A forma como o produto é disponibilizado (pó, líquido, capsulas, etc.) também é relevante.

Privilegie marcas amigas do ambiente e embalagens práticas de usar e fáceis de arrumar.

Apesar de muitas vezes as marcas dos fabricantes das máquinas recomendarem uma determinada marca de detergente, tenham em atenção a eficácia e os aspetos anteriores mencionados.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação após utilização em casa, sempre sem conhecimento das marcas avaliadas.

Nº de Marcas Avaliadas	3
Nº de Consumidores	2 133

## ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



Satisfação nos testes	77%
Intenção de Compra	89%



# LAVA TUDO MULTISUPERFICIES



## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. Eficácia em casos difíceis
2. Odor
3. Poder de desinfecção

Apesar de ser uma categoria de produtos onde o preço e as promoções são bastante importantes, deve privilegiar-se a **eficácia de remoção em casos difíceis** assim como o **odor** que o produto liberta e o **poder de desinfecção das superfícies** onde é aplicado. Tenha em conta a quantidade recomendada a utilizar de modo a que obtenha o maior rendimento do produto.

Nestes produtos é importante a facilidade de aplicação e a diversidade de superfícies onde ele se pode aplicar. Outro ponto importante tem a ver com o facto de não deixar manchas e pelo contrario deixar brilho. Verifique que o produto tem avisos quanto às limitações de utilização e alergias e que é seguro para as crianças, devido ao modo de fecho/abertura.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação após utilização em casa, sempre sem conhecimento das marcas avaliadas.

Nº de Marcas Avaliadas	5
Nº de Consumidores	2 253

## ESCOLHA DO CONSUMIDOR A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



Satisfação nos testes	84%
Intenção de Compra	88%

# GUIA PRÁTICO

DA ESCOLHA DO CONSUMIDOR



**SOBRE:**

**LAZER E  
ENTRETENIMENTO**



## O facto de ser em lazer ou entretenimento, os direitos dos consumidores estão na mesma garantidos e qualquer problema tem resolução.

No que toca a atividades de lazer e entretenimento, os direitos dos consumidores são muitas vezes uma incógnita. Como actuar no caso de atraso ou cancelamento de um voo? Como ser ressarcido em caso de cancelamento de um espectáculo? Como proceder e junto de quem? São questões que surgem apenas nos momentos mais aflitivos.

### NO TRANSPORTE AÉREO

Os direitos dos passageiros são aplicáveis a voos regulares e charter, domésticos e internacionais, operados por todos os tipos de companhias aéreas, quer sejam tradicionais ou low cost.

Considera-se atraso de voo aéreo:

- Mais de duas horas em voos até 1500 Km;
- Mais de três horas em voos intra-comunitários com mais de 1500 Km ou outros voos para fora da comunidade europeia até 3500 km;
- Mais de quatro horas para voos com mais de 3500 km.

No caso de atraso de voo, o passageiro terá direito a assistência que se traduz no seguinte:

- Refeições e bebidas de acordo com o tempo de espera, duas chamadas telefónicas, mensagens via fax ou correio electrónico;
- Quando a partida só ocorra nos dias seguintes ao previsto, disponibilização gratuita de alojamento em hotel e transporte entre o aeroporto e o local de alojamento.

Se o atraso for de pelo menos **cinco horas**, o passageiro pode decidir não viajar e neste caso tem direito no prazo de sete dias, ao reembolso do preço do bilhete e a um voo de regresso ao ponto de partida caso já tenha efectuado parte da viagem.

O reembolso terá de ser efectuado ou para a parte da viagem não realizada, ou para a viagem total, incluindo a já realizada, se o voo já não se justificar em relação ao plano inicial de viagem.

Se o voo for cancelado o passageiro poderá escolher entre o reembolso do preço total do bilhete, no prazo de 7 dias e voo gratuito para o ponto de partida, caso já tenha efectuado parte da viagem ou transporte alternativo, na primeira oportunidade possível, para o destino que pretendia.

Caso o voo tenha sido cancelado sem pré-aviso e não seja apresentada uma alternativa razoável ao passageiro, este tem direito a uma compensação calculada que varia entre os 250€ para voos até 1500 Km e os 600€ para voos acima dos 3.500 Km.

O passageiro não terá direito a esta compensação caso o cancelamento tenha sido comunicado com duas semanas de antecedência. **Mais, ao passageiro não cabe fazer prova que a companhia o informou do cancelamento. Em caso de litígio, cabe à companhia provar se e quando informou o passageiro do cancelamento.**

(continua)

# As reclamações sobre espectáculos devem ser feitas na IGAC - Inspeção-Geral das Atividades Culturais - IGAC. Em alternativa, pode pedir o livro de reclamações.

Nos casos de **atraso, extravio ou danificação da bagagem**, o passageiro tem direito a uma indemnização até 1000 dSe (direito de Saque especial) por peça registada. Trata-se de um valor que ronda os 1220 euros, mas que varia de dia para dia (para conhecer o câmbio actual pode consultar o site do Banco de Portugal).

No caso de atraso na entrega de bagagem a transportadora poderá disponibilizar de imediato uma quantia para compras de emergência, cujos montantes poderão variar de transportadora para transportadora. O passageiro deverá guardar os recibos das despesas efectuadas para os juntar à sua reclamação.

Quer esteja em causa atraso, perda, danos ou destruição da bagagem, deve apresentar reclamação de imediato para que a transportadora não presuma que o passageiro recebeu a sua bagagem. No entanto

há prazos máximos quando a bagagem se encontrar danificada, 7 dias e se tiver havido atraso na entrega da bagagem, 21 dias. Para a perda de bagagem não existe prazo limite. A bagagem é dada como perdida passado 1 dia sobre a data em que deveria ter chegado.

## VIAGENS ORGANIZADAS

No caso das viagens organizadas, se por razões alheias ao consumidor, este ficou impossibilitado de gozar em pleno as suas férias (por exemplo, más condições do hotel, intoxicação alimentar imputável à comida fornecida pelo restaurante, etc.), este tem direito à reparação dos danos sofridos.

Acontece por vezes, os consumidores queixarem-se do hotel não ter as condições publicitadas, nesse caso deve ser apresentada reclamação junto da agência de viagens, uma vez que as agências respondem perante os consumidores, ainda que os serviços sejam prestados por outros

prestadores. O prazo para o consumidor reclamar é no máximo de 20 dias úteis após o termo da viagem ou no prazo previsto no contrato, se superior.

## ESPECTÁCULOS

Se um determinado espectáculo não puder ser exibido no local, data e hora marcados; houver substituição do programa (ou dos artistas principais) ou o espetáculo for interrompido, se os espectadores o exigirem, o promotor é obrigado a restituir o valor dos bilhetes. Não terá de devolver o dinheiro caso a interrupção esteja relacionada com situações de força maior, ocorridas após o início da sessão.

Quando um dos artistas, num festival de música por exemplo, cancela a sua atuação no palco principal, o consumidor pode exigir a restituição do valor do bilhete.



# AGÊNCIAS DE VIAGENS



## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. Capacidade de resposta
2. Credibilidade
3. Diversidade da oferta

A escolha de uma agência de viagens depende muito do tipo de oferta que se procura, mas de uma forma geral pretende-se que a mesma possua **capacidade de resposta adequada** e, particular quando se trata viagens à medida.

Deve optar-se por uma agência que tenha **credibilidade e solidez financeira** no mercado, evitando futuros problemas, sobretudo se a contratação for feita com muito tempo de antecipação.

Privilegiam-se agências que disponham de **diversidade da oferta** (tipos de férias, ofertas) e onde a qualidade do atendimento: simpatia, disponibilidade, ajuda na planificação da viagem, aconselhamento/ conhecimento da oferta disponível sejam uma constante.

Confirme sempre se a empresa possui apoio durante a viagem e quais as políticas em caso de desistência. Agências com sites atrativos (imagem, navegação e informação) são uma vantagem.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação após utilização dos serviços das marcas, sempre sem identificação que estavam em avaliação.

Nº de Marcas Avaliadas	6
Nº de Consumidores	2 043

## ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES

desde 1840  
**abreu**®

Satisfação nos testes	82%
Intenção de Compra	84%



# COMPANHIAS AÉREAS

## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. **Segurança**
2. **Apoio em terra**
3. **Pontualidade**

As companhias aéreas são muitas vezes penalizadas por fatores alheios á sua operação. Quando se trata de escolher uma companhia aérea a **segurança** é o mais importante e nesse sentido convém ter em conta o historial de acidentes e política de formação de pilotos e manutenção de aeronaves. O **apoio em terra** é igualmente importante, em especial ao nível do apoio no caso de perda da bagagem, assim como a **pontualidade** e a frequência de voos.

As companhias aéreas devem ser claras na informação sobre bagagens e é importante para os consumidores o conforto, destinos/rotas oferecidas e a localização dos aeroportos no destino.

Procure usar companhias que tenham uma boa política de resposta a reclamações pois isso é uma garantia para quem viaja e que lhe permita poupar tempo com o check-in online.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação após utilização dos serviços das marcas, sempre sem identificação que estavam em avaliação.

Nº de Marcas Avaliadas	10
Nº de Consumidores	3 753

## ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



TAP PORTUGAL

Satisfação nos testes	81%
Intenção de Compra	95%



# FESTIVAIS DE MÚSICA NÃO URBANOS



## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. Condições do recinto
2. Cartaz
3. Instalações sanitárias

Festivais não urbanos são aqueles que se realizam fora das grandes periferias e por isso podem ser feitos em qualquer ambiente. É por isso importante as **condições do recinto**, muito mais que o **cartaz**.

As **instalações sanitárias** é um dos aspetos mais relevantes, pois geralmente são eventos de muitas horas ou dia o que se revela particularmente importante em particular para o público feminino.

Outros dos aspetos a considerar são a segurança, o ambiente e a organização em geral o evento.

Os acessos são fundamentais assim como a facilidade de estacionamento e transportes para o local, bem como as infra-estruturas de comida e bebida existentes e qualidade das mesmas.

A associação a marcas não é relevante neste tipo de festivais.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação após participação nos vários festivais, sempre sem identificação que estavam em avaliação.

Nº de Marcas Avaliadas	5
Nº de Consumidores	2 003

## ESCOLHA DO CONSUMIDOR A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES

**F**  
**FESTIVAL**

VILA ADENTRO \_ FARO

Satisfação nos testes	87%
Intenção de Compra	94%

# FESTIVAIS DE MÚSICA URBANOS



## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. Instalações sanitárias
2. Cartaz
3. Segurança

Festivais urbanos são aqueles que se realizam dentro das grandes periferias e por isso atingem níveis de espectadores muito elevados.

Neste tipo de eventos dá-se muita importância às **instalações sanitárias**.

O **cartaz** é claramente importante, mas os aspetos de **segurança** também.

Dá-se importância nestes festivais às condições físicas e logísticas, desde a proteção contra o pó, infra-estruturas de alimentação, bem como aos acessos e ambiente do evento.

Destaca-se ainda o cumprimento de horários, a localização, facilidade de estacionamento e transportes.

O historial do festival (conhecido e com boa reputação) e a existência de bilhetes tipo passe é ainda algo que é relevante.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação após participação nos vários festivais, sempre sem identificação que estavam em avaliação

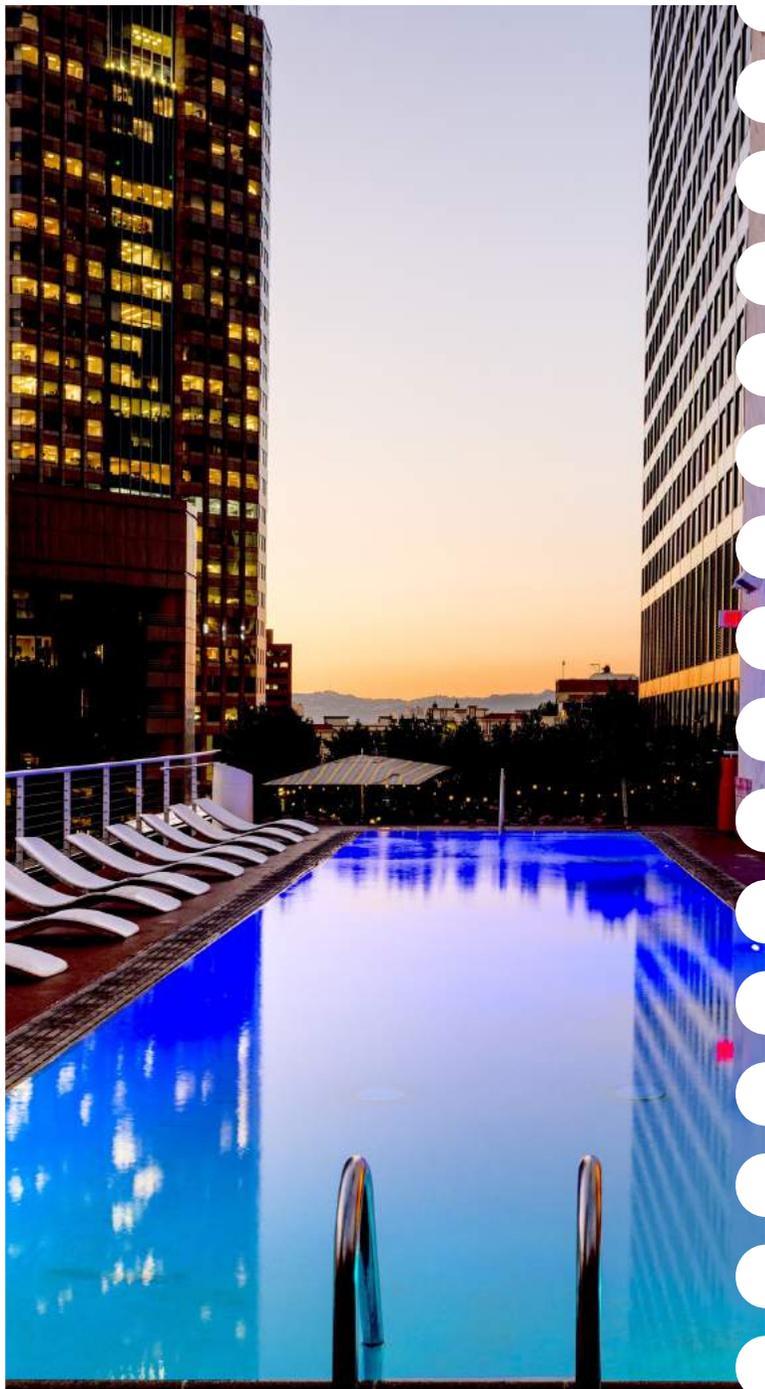
Nº de Marcas Avaliadas	6
Nº de Consumidores	2 013

## ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



Satisfação nos testes	88%
Intenção de Compra	96%



# HOTÉIS

## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. **Limpeza**
2. **Atendimento**
3. **Wifi gratuito**

Na escolha de unidade hoteleiras privilegia-se a **limpeza** das várias áreas do hotel (quartos e espaço comuns), logo seguido do tipo de relacionamento criado em termos de **atendimento** (simpatia, capacidade de resposta dos funcionários...).

Apesar da localização do hotel ser importante a disponibilização de **wifi gratuito** é relevante. Hotéis com sites com galeria de imagens reais e com qualidade são preferidos. Tenha em atenção se o pequeno almoço está incluído e a diversidade e qualidade do mesmo.

O aspeto do hotel é relevante e as características do quarto - qualidade dos têxteis, decoração, espaço, casa de banho, cama, claridade. Em caso de dúvida veja os comentários/avaliações no sites de especialidade. Para quem viaja muito é importante a possibilidade de late check-out e dos serviços que oferece (piscina, ginásio, restaurantes, etc)



## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação após utilização dos serviços nas várias unidades hoteleiras, sempre sem identificação que estavam em

<b>N° de Marcas Avaliadas</b>	<b>12</b>
<b>N° de Consumidores</b>	<b>2 373</b>

## ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES

SANA  HOTELS  
What's your concept?

<b>Satisfação nos testes</b>	<b>93%</b>
<b>Intenção de Compra</b>	<b>94%</b>



# RENT-A-CAR



## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. **Honestidade**
2. **Qualidade dos veículos**
3. **Informação**

**Honestidade** é o que procura nos serviços de aluguer automóvel, em particular na informação correcta e séria sobre o contrato ou seja explicando tudo o que abrange ou não e no que aos seguros se refere.

A **qualidade dos veículos** é igualmente importante, assim como a **informação sobre os mesmos**.

Outro aspeto que deve deixar claro é o das garantias do veículo. Deve privilegiar-se empresas com capacidade de esclarecer as dúvidas do cliente e cujo atendimento seja eficaz, não só em termos de simpatia, mas de disponibilidade para o cliente em particular ajuda a encontrar veículos.

A viatura deve estar limpa e apresentável no momento de entrega ao cliente.

Os consumidores valorizam rapidez na entrega do veículo e tratamento da documentação, assim como sites com informação clara sobre os veículos, flexibilidade de horário e rede de lojas.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação após utilização dos serviços das marcas, sempre sem identificação que estavam em avaliação.

Nº de Marcas Avaliadas	6
Nº de Consumidores	2 073

## ESCOLHA DO CONSUMIDOR A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



Satisfação nos testes	84%
Intenção de Compra	91%

# SALAS DE CINEMA



## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. Condições da sala
2. Variedade de filmes
3. Ambiente do espaço

A escolha de salas de cinema é orientada por factores que têm a ver com o bem estar pessoal no usufruto do espaço e por isso destacam-se as **condições da sala** entendam-se visibilidade, acústica, conforto, higiene da sala, conforto das cadeiras.

A **variedade no tipo de filmes** ou seja a rotação e apresentação de novidades é outro ponto a ter em consideração, tal como o **ambiente do espaço** em causa.

Deve ter-se ainda em conta aspetos relacionados com facilidade de compra (possibilidade de adquirir bilhetes online) ou existência de cartão de descontos.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação após frequência dos vários cinemas, sempre sem identificação que estavam em avaliação.

Nº de Marcas Avaliadas	5
Nº de Consumidores	2 003

## ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES

Cinemas  
**N O S**

Satisfação nos testes	85%
Intenção de Compra	94%

# GUIA PRÁTICO

DA ESCOLHA DO CONSUMIDOR



**SOBRE:**

**MODA E BELEZA**



## O saldos e promoções são excelentes para economizar algum dinheiro e fazer boas aquisições, mas fique muito atento às regras a que devem obedecer.

Quando se trata de moda e beleza, as maiores dúvidas dos consumidores são relacionadas com dois tipos de produtos e serviços: ao nível dos **produtos cosméticos** e do **retalho especializado**. Neste último a maioria das questões é relacionada com as épocas de saldos e promoções.

### PREÇOS, SALDOS E PROMOÇÕES

Por lei, a venda de produtos por preço inferior ao anteriormente praticado pode ser realizada em qualquer altura do ano e em diferentes períodos, desde que não ultrapassem uma duração global de 4 meses por ano.

As reduções devem ter em conta o preço mais baixo praticado para o respectivo produto, no mesmo local de venda, nos 30 dias anteriores ao início dos saldos.

Em época de saldos tenha em atenção:

1. Que todos os produtos ou serviços destinados a venda devem exibir o preço de forma

inequívoca e perfeitamente legível por meio de letreiros, etiquetas ou listas para que o consumidor fique devidamente informado;

2. Os produtos em saldo devem exibir de forma visível o preço anteriormente praticado e o novo preço com desconto. Em alternativa poderão apresentar a percentagem da redução;
3. Não existe uma norma legal que obrigue à aceitação de cheques ou cartões de crédito ou de débito, pelo que estes tipos de pagamento podem ser recusados, porém, tal informação tem de estar afixada de forma clara e visível. Atenção: um comerciante que aceite essas formas de pagamento fora da época de saldos tem de as aceitar também durante os saldos;
4. O preço de um produto em saldo não pode ser alterado em função do meio de pagamento.
5. No período de saldos podem ser vendidos produtos com defeito,

mas para tal devem estar anunciados de forma clara através de letreiros;

6. Os produtos com defeito devem estar expostos em local previsto para o efeito e destacados da venda dos restantes produtos e devem ter uma etiqueta que identifique de forma precisa o respectivo defeito;
7. No que respeita à troca de produtos adquiridos em saldos, a menos que se trate de um bem com defeito ou desconformidade, a loja não está obrigada a efectuar a troca ou a reembolsar o dinheiro. A possibilidade de troca ou de reembolso pode ser previamente acordada entre o consumidor e a marca. Poderá antes a loja optar por conceder ao consumidor um vale com um certo prazo de validade.
8. O consumidor tem dois meses para reclamar de defeitos em bens móveis (por exemplo, roupa, eletrodomésticos e carros)

(continua)

# A leitura do rótulo é um dos meios de que o consumidor dispõe para avaliar um produto cosmético. Se não dominar os termos técnicos peça o apoio de alguém que o saiba fazer.

e um ano para reclamar de defeitos em bens imóveis (por exemplo um apartamento), contados a partir do momento em que detecta o defeito.

## PRODUTOS COSMÉTICOS

Os produtos cosméticos, a par dos fármacos, são os que mais estão sujeitos a legislações rigorosas entre os produtos de grande consumo. No entanto, coexistem no mercado produtos que estão total ou parcialmente à margem destas legislações.

É necessário que, enquanto consumidores, estejamos atentos às questões relacionadas com a segurança, qualidade e ainda a credibilidade das promessas quanto aos efeitos a obter com a aplicação dos mesmos. É importante informar os consumidores, os quais estão sempre entre os melhores promotores da qualidade pela sua atitude seletiva.

## Cuidados na compra de cosméticos

Como acontece com os medicamentos também existe contrafacção de cosméticos, é por isso importante que os consumidores estejam atentos.

Só deve adquirir produtos cosméticos em locais devidamente autorizados e evitar a compra em feiras, e sites que não ofereçam garantia.

Tenha em atenção à rotulagem. A leitura do rótulo é um dos meios mais eficazes para avaliar um cosmético.

## Sobre os rótulos

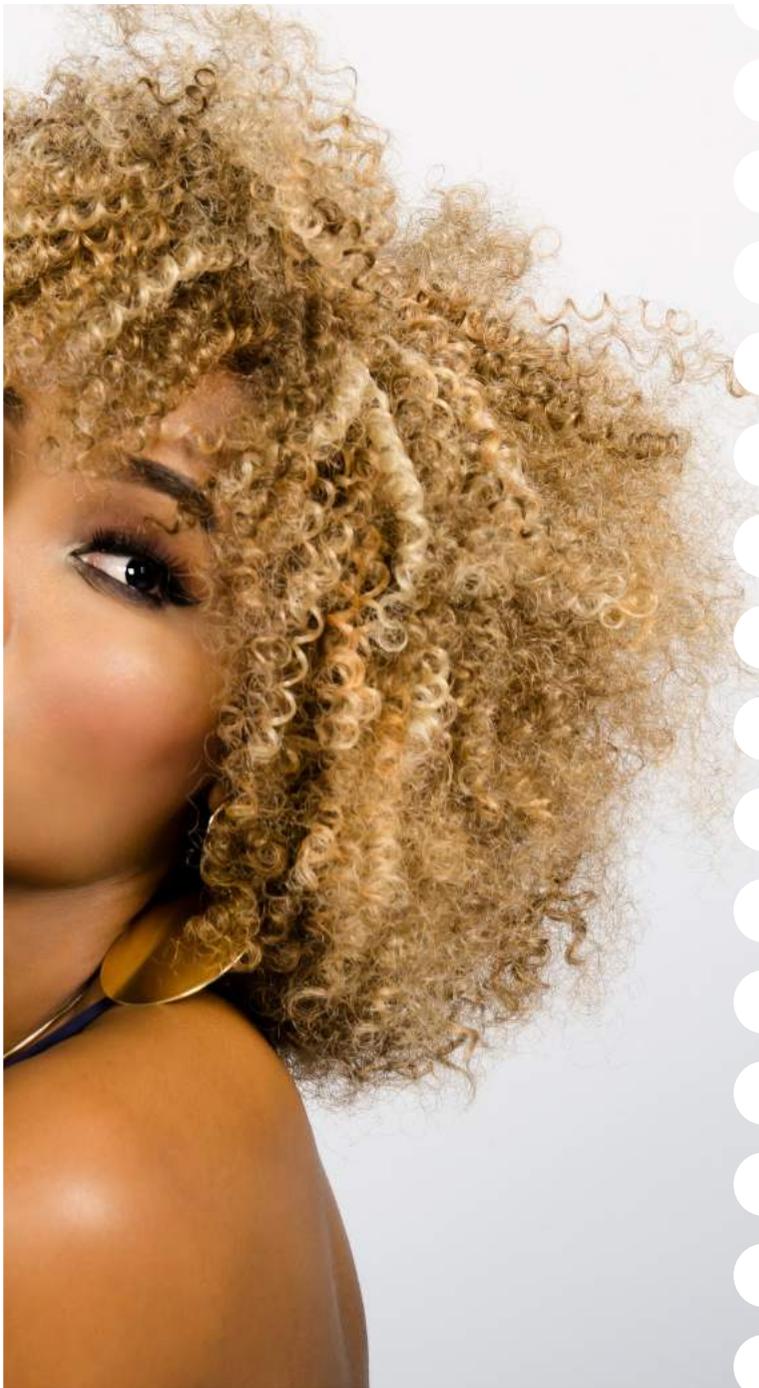
O rótulo deve conter de forma clara e inequívoca:

- A função do produto;
- A validade;
- A composição, lista dos ingredientes;
- Índice de proteção;
- O conteúdo nominal, indicado em peso ou em volume, excepto para os recipientes que contenha menos de 5 g ou 5 ml, para as

amostras gratuitas e para as unidoses;

- O número de lote;
- Menções especiais obrigatórias; Nome do Fabricante ou Importador;
- Instruções de utilização .





# CABELEIREIROS



## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. **Higiene**
2. **Perceber o cliente**
3. **Clareza no preço**

A **higiene** em geral, seja os **instrumento, espaço** e colaboradores, é o que mais importa na seleção de um cabeleireiro, logo seguido da **capacidade em perceber o pedido do cliente**.

Para além destes aspetos privilegia-se a **clareza no preço** no que toca ao tipo de serviços oferecidos e o que incluem.

Embora preocupados com a relação qualidade/preço, os consumidores devem ter em conta a qualidade do serviço.

A simpatia do atendimento é importante assim como o compromisso com os horários marcados e a rapidez do serviço.

Existe pouca paciência para colaboradores que forcem a venda de outros produtos enquanto prestam o serviço. É importante neste serviço a flexibilidade de horários e a utilização de produtos de qualidade, em particular nas tintas e na modernidade dos equipamentos.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação após utilização dos serviços das marcas, sempre sem identificação que estavam em avaliação.

Nº de Marcas Avaliadas	5
Nº de Consumidores	2 053

## ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES

# Jean Louis David

Satisfação nos testes	90%
Intenção de Compra	98%

# COSMÉTICA

## VENDA DIRETA



### A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. Qualidade dos produtos
2. Fotografias
3. Descrição detalhada

No que respeita à aquisição de produtos de cosmética através de venda direta, apesar do preço, importa a **qualidade dos produtos** e a **presença de fotografias** esclarecedoras nos respetivos sites e catálogos.

A **descrição detalhada dos produtos** é outros dos aspetos bastante importante e que permite conhecer se o produto a adquirir lhe é o adequado ou não.

Tenha ainda em conta o nível de assistência/ apoio ao cliente da marca e as promoções que realizam, pois pode fazer economias interessantes.

Privilegiam-se, neste tipo de negócio, as novidades e variedade de produtos, bem como a facilidade de compra e possibilidade de adquirir amostras.

O recomendação personalizada por um assessor de beleza é outro dos aspetos que deve considerar.

### RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação após utilização dos serviços e produtos das marcas, sempre sem identificação que estavam em avaliação.

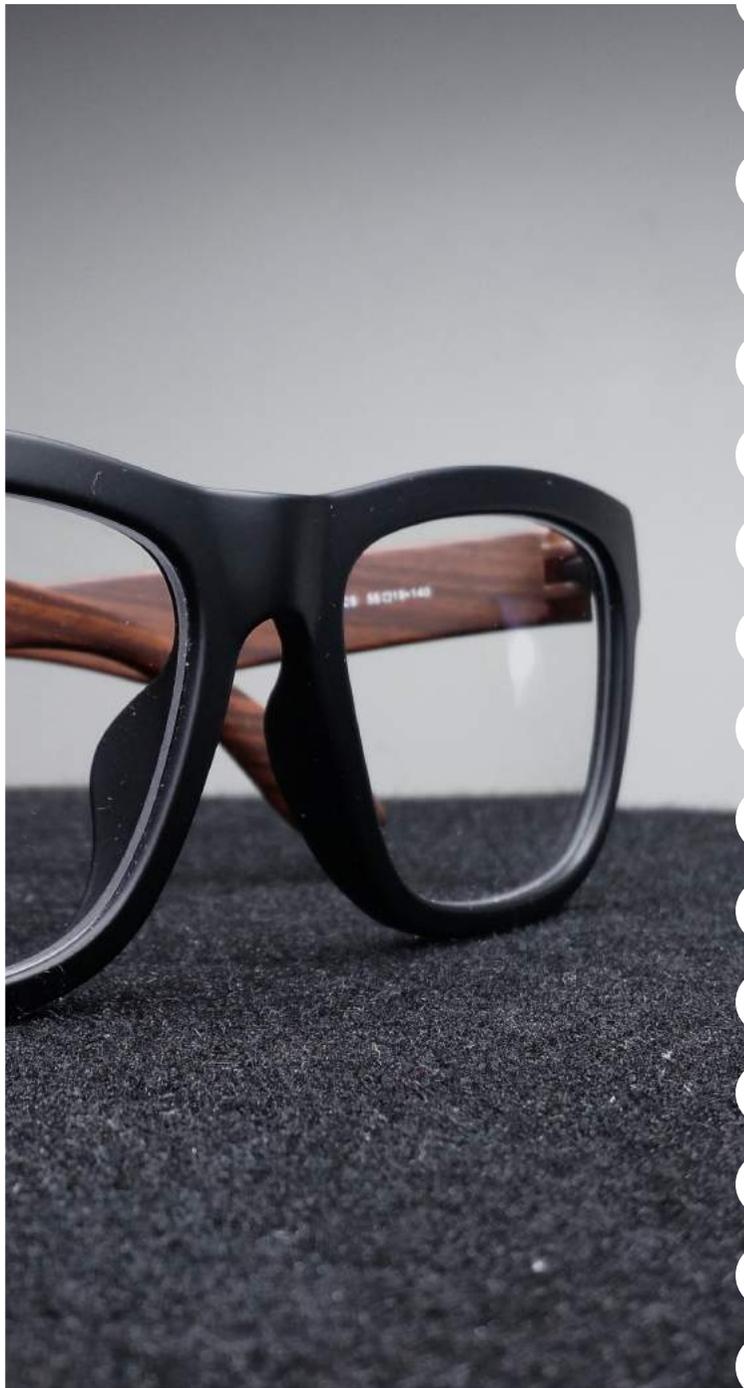
Nº de Marcas Avaliadas	8
Nº de Consumidores	3 153

### ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES

ORIFLAME  
S W E D E N

Satisfação nos testes	90%
Intenção de Compra	97%



# ÓTICAS

## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. **Qualidade do material**
2. **Garantia**
3. **Atendimento**

Na aquisição de serviços e produtos óticos deve privilegiar a relação qualidade/preço, pois tratam-se de produtos caros e com influência na saúde da sua visão.

Por isso a **qualidade do material** (óculos e lentes) é fundamental. Tenha em atenção as **garantias** específicas dadas a aros e a lentes e o que cobrem.

O atendimento é de extrema importância, em especial no que se refere ao **nível de conhecimento técnico**.

Destaca-se a preferência para marcas que apresentam variedade no design dos óculos e rapidez da assistência técnica e fiabilidade do serviço nomeadamente de rectificação dos óculos. Neste tipo de lojas o consumidor gosta de ter autonomia para observar a variedade de óculos (antes da escolha).

Os acordos com sistemas de saúde/seguros é importante na escolha de ópticas bem como do equipamento para identificar os óculos mais adequados ao formato da cara.



## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação após utilização dos serviços e produtos das marcas, sempre sem identificação que estavam em avaliação.

Nº de Marcas Avaliadas	4
Nº de Consumidores	2 053

## ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES

ESTA MARCA É TAMBÉM A MELHOR PARA CONSUMIDORES SENIORES (COM IDADE SUPERIOR A 60 ANOS)

MultiOpticas

Satisfação nos testes	84%
Intenção de Compra	97%



# VESTUÁRIO

## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. **Provadores**
2. **Possibilidade de trocas**
3. **Oferta variada**

A relação qualidade/preço é importante nas lojas de vestuário, mas ainda mais a forma como o consumidor se considera à vontade com o espaço, sejam em termos da disponibilidade de **provadores** suficientes e com condições para experimentar os produtos, quer ao nível da **possibilidade de trocas/devoluções**. Depois importa claro a **oferta variada** disponível e os produtos em bom estado.

É importante a autonomia para escolher (mexer/tocar nos produtos) e a rapidez/eficiência do atendimento.

Os consumidores gostam de encontrar uma boa disposição dos produtos e uma loja esteticamente agradável (arrumada, organizada e limpa) e de encontrar diversidade nos tamanhos.

A existência de vários espelhos espalhados pela loja e música ambiente em volume reduzido é outros dos aspetos importantes.



## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação após utilização dos serviços e produtos das marcas, sempre sem identificação que estavam em avaliação.

Nº de Marcas Avaliadas	10
Nº de Consumidores	2 153

## ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



Satisfação nos testes	86%
Intenção de Compra	83%

# VESTUÁRIO INTERIOR



## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. Conforto dos artigos
2. Boa qualidade
3. Elegância das coleções

Quando se trata da escolha de lojas de vestuário interior os aspetos mais relevantes estão relacionados com o produto. Interessa que as **peças sejam confortáveis** e de **boa qualidade** e que as **coleções apresentadas sejam elegantes** e transmitam sensualidade. Existem depois aspetos muito específicos relacionados com a confecção (elásticos que não magoem, tipo de tecido, 100% algodão, reforços na parte interior, sem costuras, possibilidade de remover a alça, secagem rápida, anti-alérgicos), durabilidade e design das peças e praticidade. Privilegia-se ainda a diversidade de tamanhos e por fim o aconselhamento personalizado que pode ser prestado.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação após utilização dos serviços e produtos das marcas, sempre sem identificação que estavam em avaliação.

Nº de Marcas Avaliadas	4
Nº de Consumidores	2 073

## ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES

intimissimi

Satisfação nos testes	88%
Intenção de Compra	97%



# COLORANTES PROFISSIONAIS



## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. **Qualidade dos produtos**
2. **Método de aplicação**
3. **Tintas que sejam fiáveis**

Quando se trata da escolha de colorantes para profissionais, a **qualidade dos produtos** é essencial, bem como o **método de aplicação**. Querem-se **tintas que sejam fiáveis** e com variedade da gama. são valorizados produtos que deixem brilho na cor, perdurem e deixem o cabelo suave. É importante que protejam os cabelos e a proximidade da cor real à da embalagem, assim como os ingredientes utilizados na tinta.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação após utilização dos produtos das marcas, sempre sem conhecimento das mesmas.

N° de Marcas Avaliadas	5
N° de Profissionais	100

## ESCOLHA DOS PROFISSIONAIS

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES

# INOVA

Satisfação nos testes	89%
Intenção de Compra	95%

# GUIA PRÁTICO

## DA ESCOLHA DO CONSUMIDOR



**SOBRE:**

PRODUTOS E  
SERVIÇOS PARA O  
LAR



## No contexto dos serviços para o lar encontramos muitas das vezes os designados serviços públicos essenciais, a quem têm direito todos os cidadãos.

O mercado de produtos e serviços para o lar é muito abrangente e pode encontrar múltiplas definições e direitos do consumidor, nomeadamente no que diz respeito a garantias (já abordadas noutros capítulos anteriores).

Em particular, no âmbito dos serviços para o lar encontramos muitas das vezes os designados serviços públicos essenciais, os que proporcionam condições de dignidade à vida humana.

Consideram-se **serviços públicos essenciais** os seguintes:

- Serviço de fornecimento de água e energia eléctrica;
- Serviço de fornecimento de gás natural e gases de petróleo liquefeitos canalizados;
- Serviço de comunicações electrónicas;
- Serviços postais;
- Serviços de fornecimento de saneamento e recolha de resíduos sólidos urbanos

Neste tipo de serviços o consumidor tem o direito a:

- Que o serviço seja prestado com qualidade;
- Ser informado de forma clara e conveniente acerca das condições em que o serviço é fornecido;
- Ser informado directamente e de forma atempada e eficaz acerca das tarifas aplicáveis;
- Receber uma factura mensal que discriminar os serviços prestados e as correspondentes tarifas.

**Cabe ao consumidor o dever de pagar atempadamente o serviço** que lhe foi prestado.

**Algumas informações úteis:**

- A suspensão do serviço pelo fornecedor do serviço obriga a um pré-aviso adequado. Ou seja, um pré-aviso que permita que o consumidor se previna e minimize as consequências para si decorrentes da suspensão do serviço;

- Só não será assim nos casos fortuitos ou de força maior;
- Esta suspensão pode ocorrer por falta de pagamento, contudo, tal só pode ocorrer depois de o utente ter sido informado de que o serviço vai ser suspenso;
- Nos serviços públicos essenciais não é possível cobrar consumos mínimos pelos serviços e nem é permitida a cobrança de qualquer importância que não tenha uma correspondência directa com um encargo em que a entidade prestadora do serviço efectivamente incorra, com excepção da contribuição para o audiovisual (exemplo: tarifa ou taxa de salubridade, taxa de qualidade, etc...);
- Se o prestador do serviço cobrou por valor inferior ao devido, pode exigir posteriormente a diferença não cobrada;



# CORREIO EXPRESSO



## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. **Fiabilidade do serviço**
2. **Cumprimento de prazos**
3. **Rapidez do serviço**

Quando se trata de contratar serviços de correio expresso importa a fiabilidade do serviço ou seja não se extraviarem as encomendas, o cumprimento dos prazos e a rapidez com que o serviço é executado. Importa ainda a facilidade e flexibilidade de adequação dos horários de entrega, o preço e o profissionalismo dos colaboradores. O consumidor dá importância também à diversidade dos locais de entrega e a possibilidade de existir um estafeta que entrega em casa.

A credibilidade da empresa, a possibilidade de envio de diversos artigos e a simplicidade no preenchimento de formulários são igualmente aspetos a ter em consideração.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação após utilização dos serviços das marcas, sempre sem identificação que estavam em avaliação.

<b>N° de Marcas Avaliadas</b>	<b>5</b>
<b>N° de Consumidores</b>	<b>2 253</b>

## ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



<b>Satisfação nos testes</b>	<b>86%</b>
<b>Intenção de Compra</b>	<b>98%</b>

# ENERGIAS E SERVIÇOS PARA USO DOMÉSTICO



## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. Contrato simples e claro
2. Assistência técnica
3. Eficácia no fornecimento

Na relação dos consumidores com os serviços de energias para uso doméstico importa o preço, mas importa em particular a existência de **contratos simples e claros**, bem como a **qualidade da assistência técnica**, que seja eficiente e rápida em caso de problemas. A **eficácia no fornecimento de energia** ou seja que não existam falhas é bastante importante, assim como a forma como as tarifas estão explicadas na factura de forma a serem fáceis de compreender. Outro dos aspetos a ter em conta é a não existência de período de fidelização. A honestidade na abordagem ao cliente é privilegiada, o que é o mesmo que dizer que tudo deve ser claro, logo os comerciais devem passar uma imagem honesta e devem ter formação.

Atenção ainda à diversidade de pacotes com opções de acordo com necessidades da cada lar e para a simplicidade dos processos de adesão ou mudança de fornecedor.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação após utilização consultas dos serviços das marcas por via telefónica e presencial, sempre sem identificação que estavam em avaliação.

Nº de Marcas Avaliadas	9
Nº de Consumidores	3 303

## ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



Satisfação nos testes	82%
Intenção de Compra	88%

# SERVIÇOS DE SEGURANÇA



## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. **Facilidade de utilização**
2. **Qualidade**
3. **Garantia**

Na escolha serviços de segurança para o lar deve ter-se em atenção a **facilidade de utilização**, nomeadamente a forma de ligar e desligar o equipamento.

É ainda muito importante a **qualidade do equipamento** e a **garantia** que é dada pelos serviços contratados.

Importa por isso a credibilidade da empresa e o seu historial. Informe-se sobre o apoio técnico que é dado posteriormente à instalação e sobre as opções de programação à distância.

O consumidor privilegia o aconselhamento e adaptação às suas necessidades, pelo importa que deve exigir uma boa explicação e demonstração do produto.

A eficiência técnica dos produtos é importante assim como a forma como indicam o problema (inundação, fogo, intrusão) e como avisam a polícia.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação após utilização dos serviços das marcas, sempre sem identificação que estavam em avaliação.

Nº de Marcas Avaliadas	3
Nº de Consumidores	1 983

## ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



Alvará 138C - MAI

Satisfação nos testes	79%
Intenção de Compra	94%

# TINTAS

## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. Durabilidade
2. Resistência à humidade
3. Qualidade da tinta

Quando se trata de aquisição de tintas importa que se informe sobre a **durabilidade** e **resistência à humidade**, assim como sobre a **qualidade da tinta** ou seja face às suas características quantas de demãos serão necessárias e qual o rendimento, a que condições pode descascar ou descolorar. Importa inda perceber se a tinta é lavável e claro se se adequa à superfície a pintar. Um aspeto que os consumidores privilegiam é se a cor catálogo corresponde ao real. Informe-se bem sobre as características técnicas - anti-fungos, elasticidade, ecológica, cheiro, alergias -, e tempo de secagem e acabamento.



## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação após utilização dos produtos das marcas em ambiente real, sempre sem identificação das marcas.

Nº de Marcas Avaliadas	4
Nº de Consumidores	2 193

## ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES  
ESTA MARCA É TAMBÉM A MELHOR PARA OS PROFISSIONAIS



Satisfação nos testes	79%
Intenção de Compra	86%

# GUIA PRÁTICO

DA ESCOLHA DO CONSUMIDOR



**SOBRE:**

PRODUTOS DE SAÚDE  
E BEM ESTAR



## São considerados produtos de saúde e bem-estar aqueles que proporcionam um conforto físico e espiritual ao consumidor e que assim contribuem para a sua saúde física e mental.

Os produtos de saúde e bem-estar incluem desde medicamentos a produtos que proporcionam conforto e até alguns cosméticos, sendo o canal de compra, hoje, também bastante variado.

Dada a abrangência começamos por dar um alerta em relação à aquisição de medicamentos: os consumidores apenas devem **comprá-los na internet através das farmácias**, em que todo o circuito esteja sujeito à regulamentação e controlo, garantindo os consumidores a segurança, qualidade e eficácia dos medicamentos.

Na compra de medicamentos pela Internet, sem ser através de sites que identifiquem o seu responsável e autorizados pelo Infarmed, os consumidores estão sujeitos aos seguintes riscos:

- Receber produtos falsificados, adulterados, contaminados ou até mesmo não receber produto algum;

- Consumir medicamentos que tenham origem desconhecida ou duvidosa, pondo em risco a sua saúde dos consumidores e trazer graves consequências, como por exemplo provocar reacções perigosas quando associados a outro medicamento que estejam a tomar;

Por isso tenha em atenção:

- Que sites que não identificam o responsável pela venda e não disponibilizam endereço e telefone para contacto em caso de problemas não devem ser utilizados;
- Que ao adquirir um medicamento sem as orientações de um profissional habilitado para responder a possíveis dúvidas pode colocar em risco a saúde, pois pode não ter as informações necessárias como as possíveis reacções adversas, precauções de uso e o tempo correcto de tratamento;

- Evite sites que incluem casos não comprovados cientificamente e que prometam resultados fantásticos para um determinado medicamento;
- Não compre medicamentos em sites estrangeiros, pois estes geralmente efectuem a importação de forma ilegal. Além de ser arriscado para o comprador, pois a probabilidade de ser enganado é ainda maior;
- Não compre pela Internet medicamentos de venda sob prescrição, pois sem receita médica é porque estão a ser comercializados ilegalmente;
- Cuidado com sites que promovem curas milagrosas para doenças graves ou medicamentos que prometam cura para várias doenças;

(continua)

## As menções obrigatórias na rotulagem dos produtos cosméticos devem ser inscritas em caracteres indelévels, facilmente legíveis e redigidos em português.

Os consumidores têm direito ao aconselhamento farmacêutico mesmo quando adquirem os medicamentos fora das farmácias ou seja nos outros locais autorizados para a venda de medicamentos não sujeitos a receita médica, por isso mesmo no caso dos medicamentos não sujeitos a receita médica, consulte sempre o farmacêutico pedindo-lhe o esclarecimento correcto sobre a adequação do medicamento à sua patologia.

### **COSMÉTICOS E HIGIENE CORPORAL**

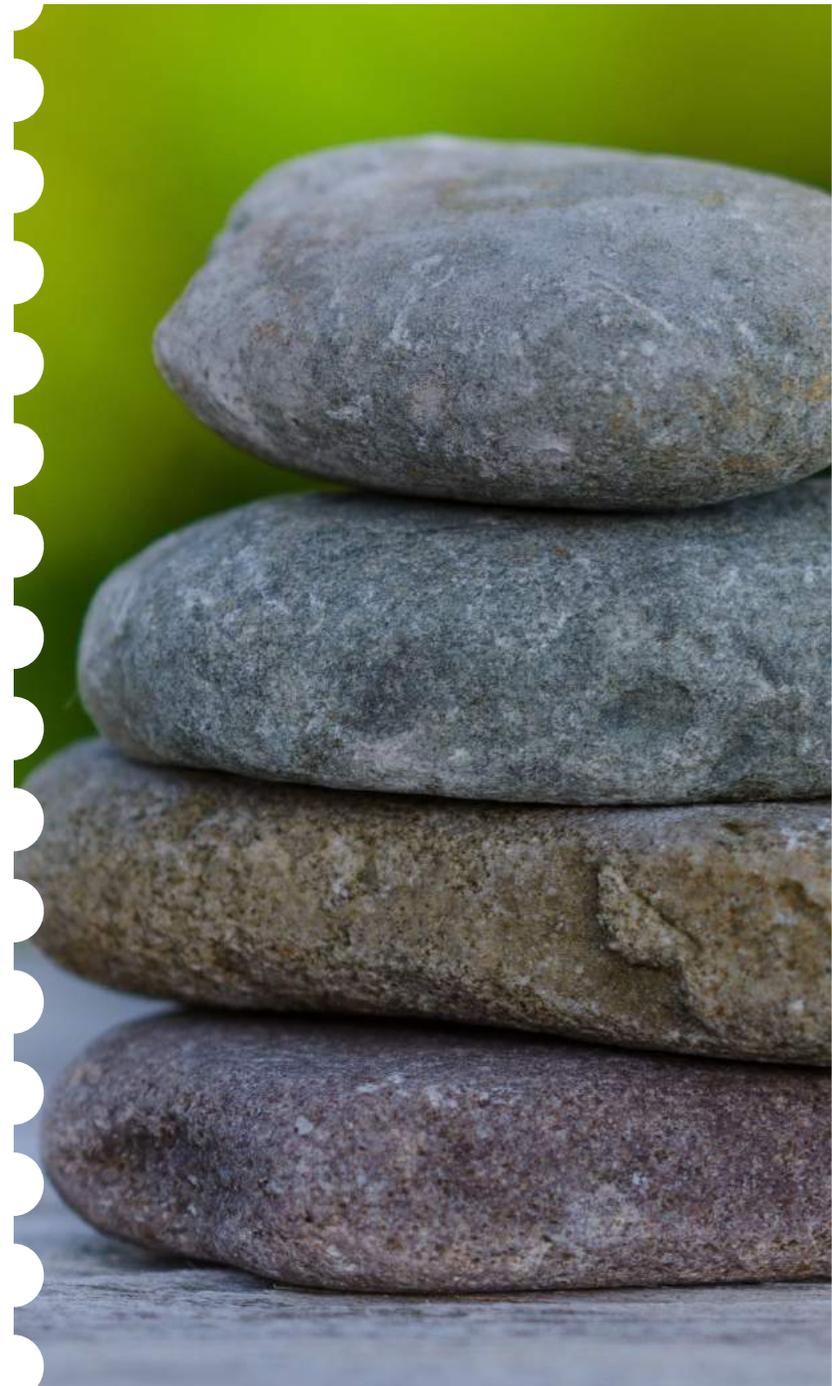
A compra e utilização de cosméticos e de produtos de higiene corporal como o gel de banho, creme corporal ou pasta dentífrica é prática diária da vida moderna.

Por isso, tenha atenção ao rótulo destes produtos e conheça algumas das regras essenciais que o agente económico tem de cumprir:

- A rotulagem, a apresentação, os impressos e os folhetos informativos respeitantes aos

produtos cosméticos e de higiene corporal não devem ser susceptíveis de induzir o consumidor em erro sobre as suas características;

- Por outro lado, as menções obrigatórias na rotulagem dos produtos cosméticos devem ser inscritas em caracteres indelévels, facilmente legíveis e redigidos em termos correctos, não podendo qualquer das menções obrigatórias ser dissimulada, encoberta ou separada por outras menções ou imagens;
- Neste contexto, as menções constantes da etiqueta e a própria etiqueta do produto não se devem desgastar, rasgar, apagar, deteriorar ou desaparecer, quando o produto cosmético e de higiene corporal é utilizado para o fim e no ambiente previsto de utilização. Esta característica deverá ser mantida desde a sua colocação no mercado até ao fim do prazo previsto para a sua utilização.



# COLCHÕES

## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. **Conforto**
2. **Ergonomia**
3. **Durabilidade**

A escolha de um colchão é importante não apenas para dormir mas para a sua saúde, por isso deve privilegiar o **conforto** proporcionado e a **ergonomia**, o que é o mesmo que dizer uma boa postura e qual o nível de rigidez.

A **durabilidade** do colchão é importante e por isso deve informar-se sobre os materiais e se estes estão sujeitos a que o colchão se deforme. Tenha em conta as opções que existem ao nível dos anti-alérgicos e anti-ácidos e a garantia que lhe é dada pela marca.

A facilidade de limpeza é outros dos aspetos a ter em conta e se a marca produz fora das medidas standard.

Veja as últimas inovações pois trata-se de um tipo de produtos que evolui bastante oferecendo novas soluções e adequadas certamente ao seu caso.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação após utilização dos produtos e obtenção de informação em loja das marcas, sempre sem identificação da avaliação.

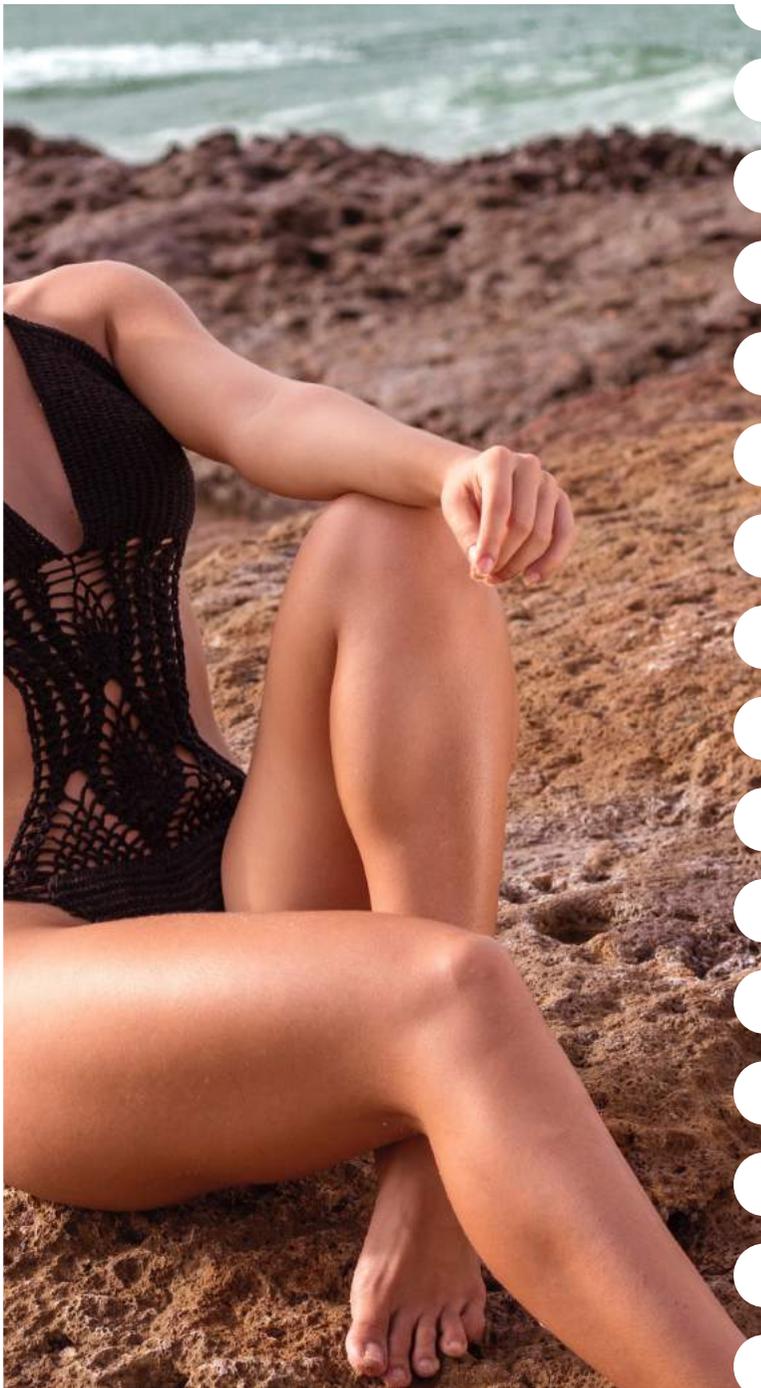
<b>N° de Marcas Avaliadas</b>	<b>3</b>
<b>N° de Consumidores</b>	<b>2 223</b>

## ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



<b>Satisfação nos testes</b>	<b>87%</b>
<b>Intenção de Compra</b>	<b>90%</b>



# CREMES ANTI-CELULITICOS



## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. **Eficácia**
2. **Segurança**
3. **Credibilidade**

No que respeita à compra de cremes, mais que o preço, as consumidoras devem ter em conta a **eficácia** do mesmo (prazo para se obterem resultados) e a **segurança** da utilização ou seja se foi **dermatologicamente testado**.

A **credibilidade** da marca neste tipo de produto é importante, bem como a facilidade de aplicação. Deve ter-se em conta a recomendação de médicos e profissionais de saúde.

O tempo de absorção do creme e a inclusão dos acessórios necessários à utilização é igualmente um aspeto importante, assim como o cheiro do creme e o tempo que perdura no corpo.

Informe-se sempre dos comentários nas redes sociais das marcas e tenha em conta os princípios activos presentes.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação após utilização dos produtos das marcas em ambiente real no lar, sempre sem identificação das marcas.

Nº de Marcas Avaliadas	6
Nº de Consumidores	2 313

## ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES

**ELANCYL**  
PARIS

Satisfação nos testes	74%
Intenção de Compra	81%

# CREMES ANTI-ESTRIAS



## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. **Eficácia**
2. **Relação qualidade/preço**
3. **Durabilidade**

Na escolha de cremes anti-estrias o aspeto mais importante é a **eficácia** ou seja que haja resultados visíveis. Por este emotivo a **relação qualidade/preço** é importante na medida em que o preço não é certeza da eficácia e nem da **durabilidade** do produto que mediante o número e tipo de utilizações pode ser ou não menor.

Outros aspetos que as consumidoras privilegiam passam pela facilidade de aplicação, ser hidratante e de rápida absorção, ser sensível a problemas da pele e que tenha um cheiro agradável. Nestes produtos é importante testar previamente o produto e não se esqueça que deve pedir conselhos a um dermatologista. Tenha em consideração os ingredientes que compõem o creme e em caso de dúvida peça ajuda ao profissional da loja onde o adquirir.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação após utilização dos produtos das marcas no lar em ambiente real, sempre sem identificação das marcas.

Nº de Marcas Avaliadas	9
Nº de Consumidores	2 493

## ESCOLHA DO CONSUMIDOR A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES

**Bio-Oil®**

Satisfação nos testes	79%
Intenção de Compra	89%



# DENTÍFRICOS

## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. **Eficácia**
2. **Sabor**
3. **Odor**

Na compra de dentífricos deve ter em conta a **eficácia** ou seja o benefício que espera ter da utilização o que inclui o tempo para sentir o efeito. Outros dos aspetos a ter em conta são o **sabor** e o **odor**.

Os consumidores privilegiam produtos de marcas especialistas e também amigas do ambiente e que apostam na investigação. Importa ainda que a embalagem seja prática, quer em termos de abertura e fecho, como no formato.

São procurados hoje produtos com componentes naturais, boa textura e em embalagens de tamanhos diversos. Tenha em conta os resultados de testes comparativos e veja se a marca possui uma gama de produtos mais vasta para cuidados dentários e para as diferentes idades.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação após utilização dos produtos das marcas no lar em ambiente real, sempre sem identificação das marcas.

<b>N° de Marcas Avaliadas</b>	<b>4</b>
<b>N° de Consumidores</b>	<b>3 033</b>

## ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES

<b>Satisfação nos testes</b>	<b>85%</b>
<b>Intenção de Compra</b>	<b>86%</b>

# MULTIVITAMINICOS



## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. Cumprir a promessa
2. Informação do produto
3. Vitaminas incluídas

O resultado obtido ou seja o **cumprimento da promessa** do produto é o mais importante neste tipo de produtos a par com a **informação** sobre o mesmo - garantias dadas, tipo de testes e contra-indicações. O consumidor privilegia produtos certificados e com **vitaminas incluídas**. Tenha em atenção que deve pedir aconselhamento profissional antes de utilizar estes produtos e saiba que a especificidade do mesmo varia em função de cada pessoa. Aspectos como a credibilidade do laboratório, segurança do produto são importantes também para o consumidor, que está mais receptivo a promessas de produtos que combatam o cansaço, promovam a vitalidade, o rejuvenescimento, em suma que melhorem a qualidade de vida.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação após utilização dos produtos das marcas no lar em ambiente real, sempre sem identificação das marcas e por inquérito de satisfação por utilização recente.

Nº de Marcas Avaliadas	6
Nº de Consumidores	2 133

## ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES

**VITERRA**

Satisfação nos testes	73%
Intenção de Compra	86%

# PRODUTOS PARA PRISÃO DE VENTRE



## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. Resultados
2. Tempo de eficácia
3. Contra-indicações

O cumprimento das promessas de eficácia são essenciais na escolha destes produtos. O **resultado** e o **tempo de eficácia** são a par com as **contra-indicações** o mais relevante . Deve ter em conta a recomendação clínica (do médico ou farmacêutico) e a credibilidade do laboratório.

Obtenha toda a informação sobre o produto e confirme se existem estudos que comprovem eficácia. Tenha especial atenção à dosagem e a que idades se destina.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação após utilização dos produtos das marcas no lar em ambiente real, sempre sem identificação das marcas e por inquérito de satisfação por utilização recente.

Nº de Marcas Avaliadas	10
Nº de Consumidores	2 553

## ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES

# Dulcolax®

Satisfação nos testes	83%
Intenção de Compra	73%

# PRODUTOS PARA NARIZ ENTUPIDO



## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. **Rapidez de eficácia**
2. **Número de aplicações**
3. **Contra indicações**

No que toca a produtos para nariz a **rapidez de eficácia** com actuação imediata é o principal aspeto a ter em conta, seguido da necessidade de **poucas aplicações ao dia** para se obter a eficácia pretendida. Tenha ainda em atenção as **contra-indicações** do produto.

É importante neste tipo de produtos a informação sobre o produto e a existência de estudos que comprovem eficácia, nomeadamente quanto ao número de utilização a efetuar.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação após utilização dos produtos das marcas no lar em ambiente real, sempre sem identificação das marcas e por inquérito de satisfação por utilização recente.

<b>Nº de Marcas Avaliadas</b>	<b>11</b>
<b>Nº de Consumidores</b>	<b>2 613</b>

## ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



<b>Satisfação nos testes</b>	<b>78%</b>
<b>Intenção de Compra</b>	<b>84%</b>



# PRODUTOS PARA OSSOS E ARTICULAÇÕES



## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. Resultados
2. Estudos de eficácia
3. Credibilidade

Nos produtos para articulações interessam os resultados obtidos e a existência de estudos que comprovem eficácia, bem como a credibilidade da marca.

Há que ter ainda em conta as contra-indicações e informação sobre o produto. Para maior segurança os produtos devem ser recomendados pelo médico ou farmacêutico, assegurando que o produto não causa dependência.

Importa nestes produtos que reforcem a reconstrução das articulações ao longo da toma e o período de espera para sentir a eficácia.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação após utilização dos produtos das marcas no lar em ambiente real, sempre sem identificação das marcas e por inquérito de satisfação por utilização recente.

Nº de Marcas Avaliadas	11
Nº de Consumidores	2 613

## ESCOLHA DO CONSUMIDOR A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES

**Reumon® Gel**  
*etofenamato*

Satisfação nos testes	91%
Intenção de Compra	83%

# PRODUTOS PARA EVITAR RESSONAR



## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. Rapidez de eficácia
2. Credibilidade
3. Não dependência

A rapidez de eficácia do cumprimento da promessa do produto é o ponto mais importante, a par com a credibilidade da marca, nestes produtos.

Igual relevância possui a não dependência do produto para efeitos curativos, logo é importante que leia as contra-indicações e verifique se existem estudos que comprovem a eficácia.

Aconselhe-se com um médico ou farmacêutico e leia bem a informação sobre o produto.

Tenha em conta que os produtos diferem em eficácia mediante a especificidade de cada pessoa, pelo que deve ter em conta a dosagem e o mecanismo de activação.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação após utilização dos produtos das marcas no lar em ambiente real, sempre sem identificação das marcas e por inquérito de satisfação por utilização recente.

Nº de Marcas Avaliadas	4
Nº de Consumidores	2 193

## ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES

Satisfação nos testes	80%
Intenção de Compra	80%



# PROTETORES SOLARES



## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. Factor de proteção
2. Resistência à água
3. Testado

Na compra de protetores solares deve ter sempre em conta o **factor de proteção** a usar e se o produto é **resistente à água**. Informe-se ainda se foi **dermatologicamente testado**. Outros aspetos de importância nestes produtos são a **textura**, o **cheiro** e a **quantidade de produto presente na embalagem**.

Em casa de dúvida dever pedir conselho ao dermatologista.

É valorizada a **versatilidade do produto** ou seja que dê para todo o corpo, lábios, rosto... assim como o **formato da embalagem**, **forma de aplicação** e **tipo de abertura**.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação após utilização dos produtos das marcas em ambiente real, sempre sem identificação das marcas.

Nº de Marcas Avaliadas	12
Nº de Consumidores	2 673

## ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



Satisfação nos testes	78%
Intenção de Compra	85%



# SHAMPOO

## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. **Benefício específico**
2. **Cheiro**
3. **Tipo de cabelo**

Apesar do preço e das promoções estarem muito presentes na decisão de compra destes produtos, é o **benefício específico** que o produto oferece (anti-queda, anti-caspa, volume, liso, ondas, etc.) que condiciona a compra.

O **cheiro** e o **tipo de cabelo a que se destina** (pintado, louro, estragado) é igualmente relevante.

A quantidade presente na embalagem importa ao consumidor, bem como se existe algum tipo de teste que comprove se foi dermatologicamente testado.

Privilegia-se marcas credíveis e fiáveis, assim como embalagens prática e produtos com composição à base de ingredientes naturais.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação após utilização dos produtos das marcas em ambiente real, sempre sem identificação das marcas.

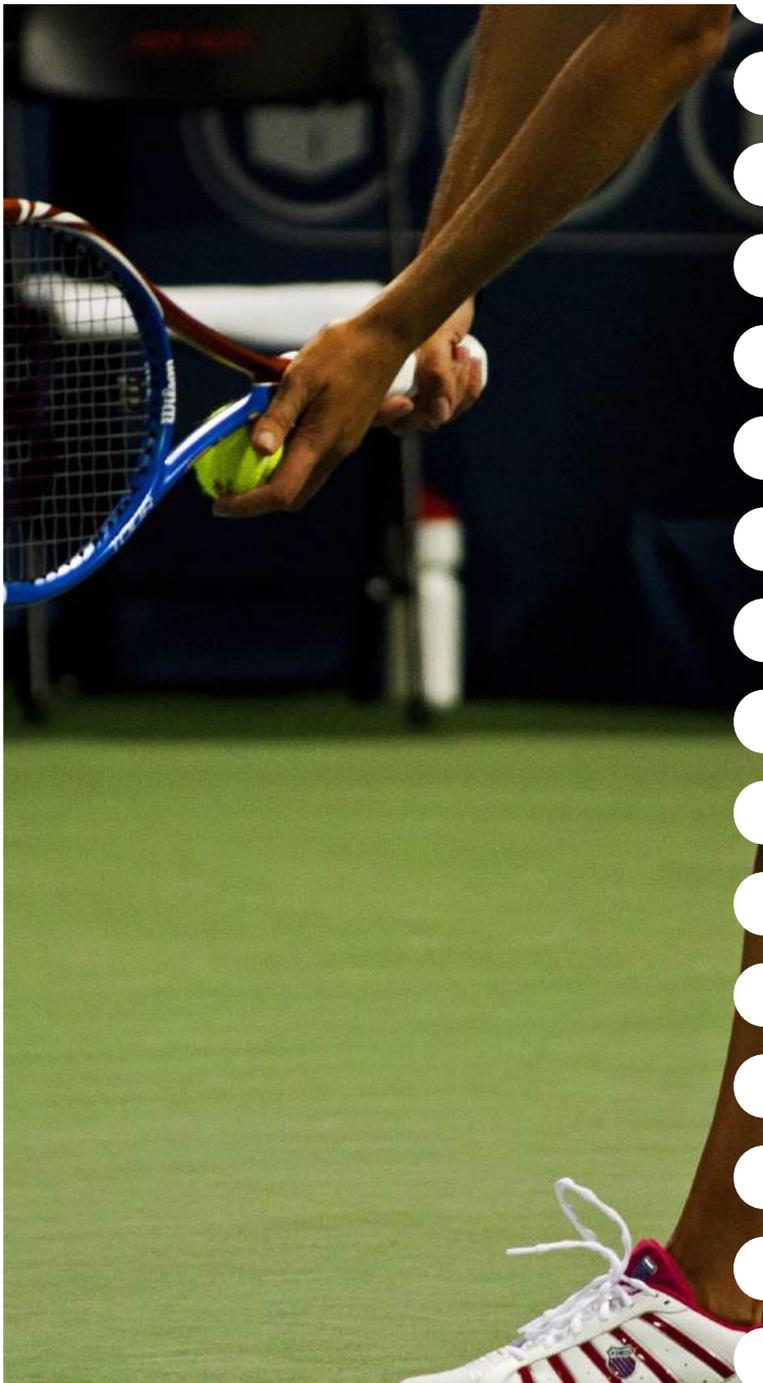
Nº de Marcas Avaliadas	8
Nº de Consumidores	2 433

## ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



Satisfação nos testes	79%
Intenção de Compra	83%



# SUPLEMENTOS ALIMENTARES PARA DESPORTISTAS



## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. **Qualidade**
2. **Composição nutricional**
3. **Confiança na marca**

Em termos de suplementação alimentar deve ser privilegiada a **qualidade** dos produtos e por isso ser tido em conta a **descrição da composição nutricional**. A **confiança** e fiabilidade da marca é importante neste segmento assim como a origem dos ingredientes. Opte por produtos com certificação no mercado e confirme a quantidade de cada embalagem e se existem sabores variados e se é solúvel em água ou leite.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação após utilização dos produtos das marcas em ambiente real, sempre sem identificação das marcas.

Nº de Marcas Avaliadas	7
Nº de Consumidores	2 163

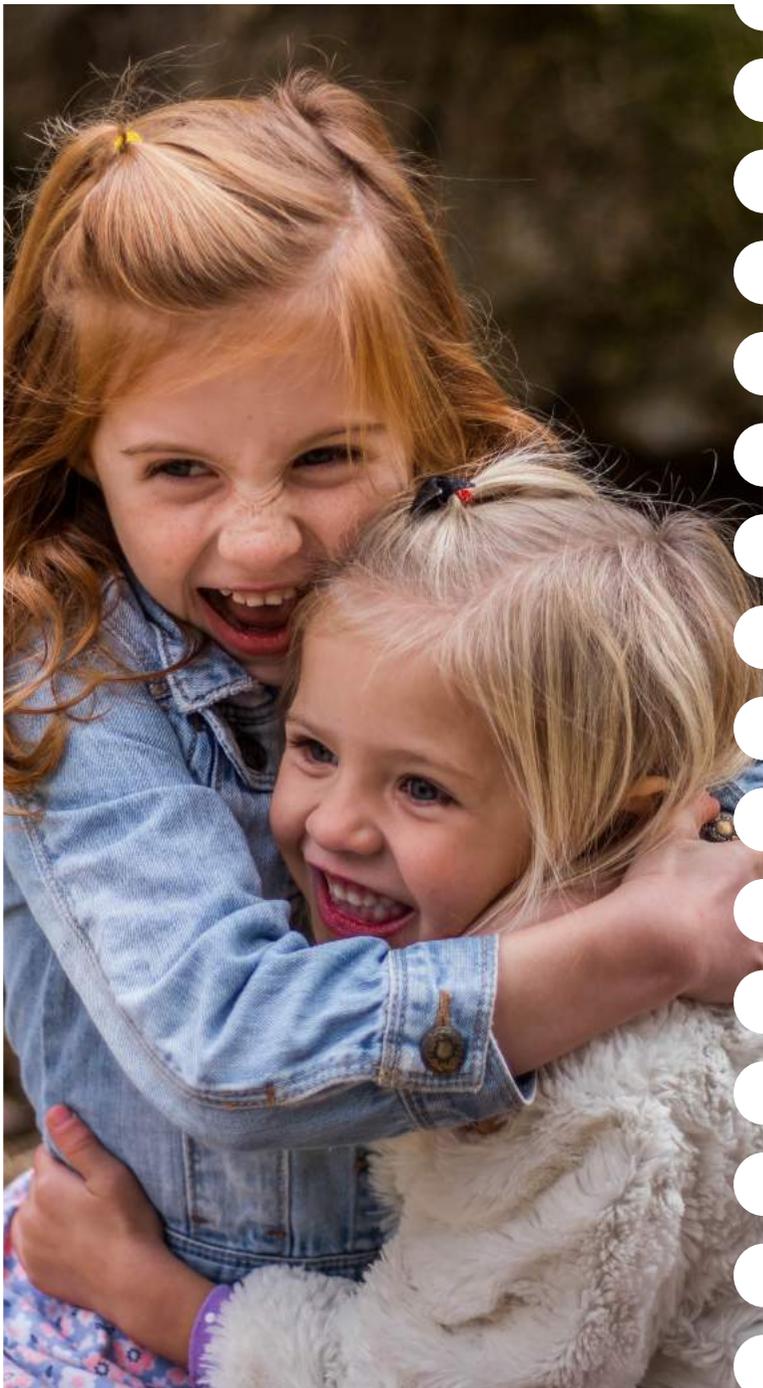
## ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES

# PROZIS

*Exceed yourself!*

Satisfação nos testes	85%
Intenção de Compra	93%



# TRATAMENTO PIOLHOS



## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. Rápido e eficaz
2. Efeito preventivo
3. Não prejudique o cabelo

A rapidez e eficácia na eliminação dos piolhos junto com o efeito preventivo evitando novo aparecimento e desde que não prejudique o cabelo.

Procure produtos não nocivos no contacto com as crianças e leia atentamente as instruções de utilização que devem ser simples e correctas.

Privilegiam-se produtos fáceis de aplicar e que não ardam nos olhos e não contenham insecticidas.

Outro aspeto importante é poder ser usado em qualquer idade, para filhos e pais e que não contamine roupas de cama e pessoais. Importam produtos cuja embalagem possam ser um kit completo (produto, luvas, pente) com odor neutro ou agradável.

Em caso de dúvida deve aconselhar-se com um farmacêutico.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação após utilização dos produtos das marcas no lar em ambiente real, sempre sem identificação das marcas e por inquérito de satisfação por utilização recente.

Nº de Marcas Avaliadas	6
Nº de Consumidores	2 493

## ESCOLHA DO CONSUMIDOR

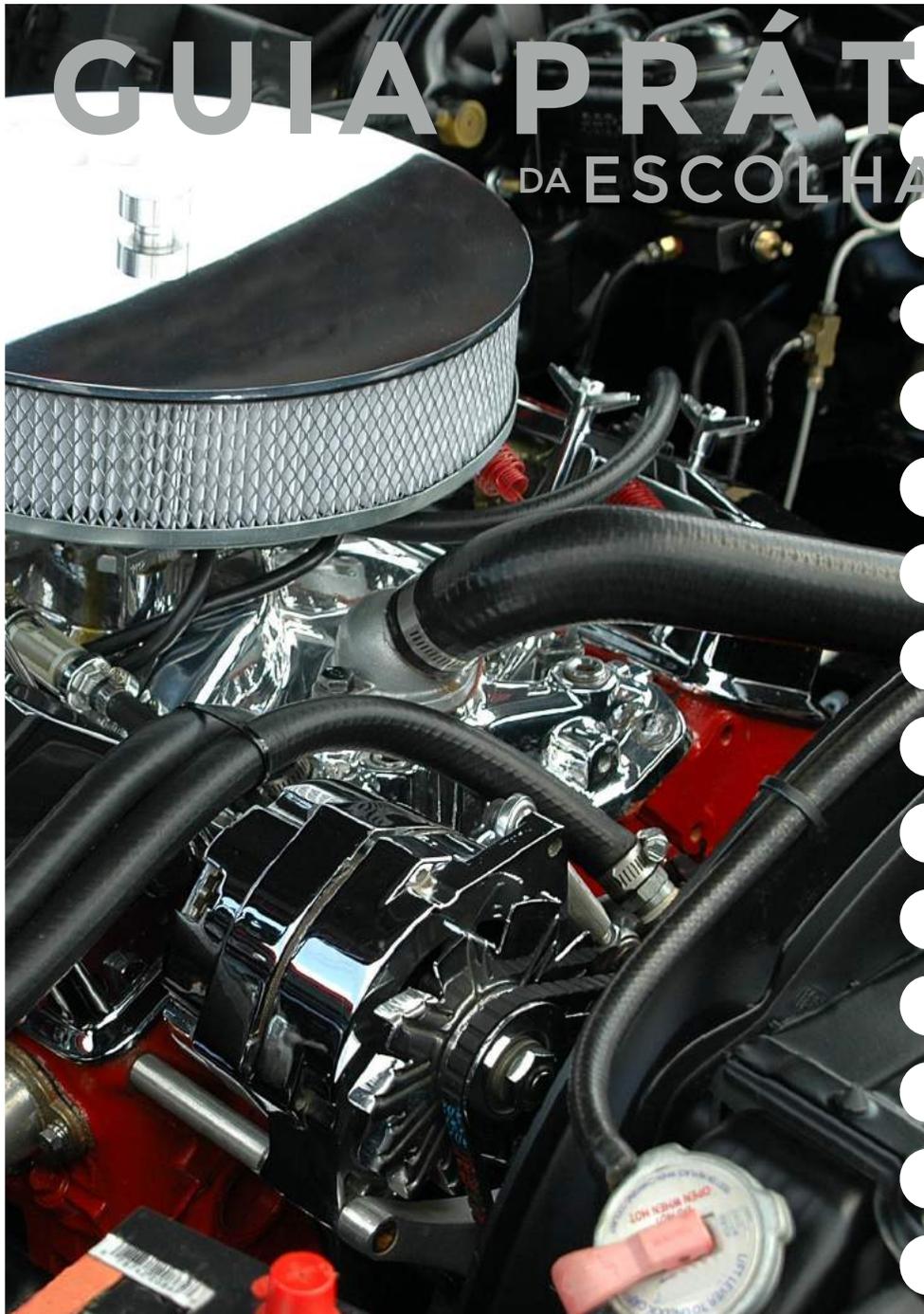
A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



Satisfação nos testes	81%
Intenção de Compra	88%

# GUIA PRÁTICO

DA ESCOLHA DO CONSUMIDOR



**SOBRE:**  
SERVIÇOS  
AUTOMÓVEIS



## A escolha de um automóvel requer bastante atenção e pesquisa. Mediante a opção seja por um veículo novo ou usado, deverá ter em conta alguns aspetos comuns.

A escolha de um novo automóvel é um momento de excitação em que se procura um novo meio de transporte que sirva as necessidades, mas que também seja motivo de orgulho.

Dependendo do tipo de automóvel, novo ou semi-usado, que adquire há um conjunto de informações que são comuns na decisão de compra:

- o tipo de utilização pretendida (percurso em estrada, na cidade ou mistos), o número de lugares necessários e a verba que se está disposto a gastar na aquisição e na manutenção do automóvel;
- a pegada ambiental na escolha do veículo menos poluente;
- a poupança a nível do combustível;

### **Veículo novo**

Se se trata da compra de um automóvel novinho em folha (Km 0) o mais prático é consultar as revistas especializadas e informar-se sobre os preços e algumas características técnicas dos automóveis à venda.

De um modo geral, todas indicam o preço aproximado dos modelos disponíveis, mas no que diz respeito às especificações técnicas é aconselhável consultar pelo menos duas ou três publicações antes de se decidir.

Depois de uma selecção feita à medida da sua carteira e gosto:

- Compare características e preços dos modelos que melhor satisfazem as suas necessidades;
- Vá ao stand das marcas que mais lhe interessarem e peça que lhe mostrem e descrevam o modelo que pretende comprar;
- Procure saber se as marcas escolhidas têm oficinas perto da sua residência ou emprego e faça uma visita às instalações;
- Finalmente, antes de tomar a decisão, combine com o vendedor uma data próxima para experimentar o carro e procure experimentar diferentes tipos de piso, para avaliar melhor o comportamento do carro.

### **Veículo usado**

Se a sua opção vai para um automóvel usado, tenha em consideração:

- Matrícula; Preço; Ano de construção e data de matrícula, segundo o livrete;
- Confirme o dono do veículo e o número de proprietários anteriores;
- Consulte o livro de revisões, analise o livrete e os relatórios das inspecções obrigatórias;
- Confirme a garantia de fábrica, prazo de garantia, ou qualquer outra garantia dada pelo fabricante, cuja validade ainda não tenha expirado ou garantia de usado: prazo ou quilómetros, ou outra garantia que o vendedor conceda.

(continua)

## Verifique sempre se a seguradora com que pretende trabalhar está autorizada pelo Instituto de Seguros de Portugal a exercer essa actividade.

É sempre bom quando se compra um carro usado recorrer-se ao parecer de uma oficina de confiança, de um centro de inspeção técnica, ou de uma pessoa experiente e ter em conta o estado geral do carro (mecânica, carroçaria e interior).

Em média é aceitável que um automóvel usado apresente quilómetros médios máximos/ano de 15.000km para viaturas a gasolina e 25.000 km para modelos a gasóleo.

**No contrato de compra e venda exija sempre que conste:** preço, condições de transação, características, ano, quilometragem, garantia e tudo o mais respeitante a pagamentos e guarde bem uma cópia para eventuais reclamações futuras.

### **Importante :**

Todos os stands automóveis devem ter em destaque a lista dos dados relativos ao consumo oficial de combustível e às emissões específicas oficiais de CO2.

### **SEGURO AUTOMÓVEL**

O seguro automóvel é obrigatório e por isso não deve negligenciá-lo. Contudo, antes de assinar o contrato de seguro automóvel deve:

- Fazer uma pesquisa exaustiva de propostas existentes no mercado de modo a determinar qual será o seguro mais adequado ao risco que pretende assegurar;
- Verificar se a empresa com que pretende negociar está autorizada pelo Instituto de Seguros de Portugal (entidade reguladora do sector dos seguros) a exercer essa actividade;
- Analisar com rigor os riscos que estão ou não cobertos pelo seguro para evitar surpresas;
- Exigir que o mediador ou a seguradora explique de forma clara, simplificada, a duração, o âmbito da cobertura, quais as exclusões e os limites, o montante da franquia, prazo e modo de pagamento do prémio e como agir em caso de sinistro;

- Solicitar e ler com atenção as condições gerais e especiais do contrato, ainda que possa demorar algum tempo;
- Ter consciência de que todas as informações que declarar são da sua inteira responsabilidade, e que no caso de serem falsas poderão futuramente trazer consequências desfavoráveis.

O contrato, normalmente, inicia-se assim que devidamente preenchida a proposta pelo tomador do seguro e aceite pela segurador.

### **Muita Atenção:**

A falta de pagamento dá origem a que o contrato de seguro perda a sua eficácia a partir da data em que deveria ter sido efectuado o tal pagamento. Assim, significa que o risco deixará a partir de então a não estar coberto pelo contrato. O que dá lugar ao mesmo tipo de sanções aplicáveis aos automóveis sem seguro obrigatório.



# CENTROS DE INSPEÇÃO AUTOMÓVEL



## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. **Qualidade do serviço**
2. **Atitude pedagógica**
3. **Tempo de espera**

A **qualidade do serviço** é o que mais importa nos centros de inspeção automóvel, privilegiando a **atitude pedagógica dos colaboradores**, alertando para os aspetos da manutenção do veículo. O **tempo de espera** no local quer-se reduzido e valoriza-se um atendimento profissional e atencioso, com cumprimento do horário da marcação. A localização e acessibilidades ao espaço é algo que também importa, assim como a possibilidade de marcação por telefone ou online.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação após utilização dos serviços das marcas, sempre sem identificação que estavam em avaliação.

<b>Nº de Marcas Avaliadas</b>	<b>5</b>
<b>Nº de Consumidores</b>	<b>2 053</b>

## ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



<b>Satisfação nos testes</b>	<b>82%</b>
<b>Intenção de Compra</b>	<b>89%</b>



# CENTROS DE MANUTENÇÃO AUTOMÓVEL

## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. **Qualidade dos serviços**
2. **Interesse demonstrado**
3. **Confiança**

Na manutenção automóvel interessa em primeiro a **qualidade dos serviços prestados**, em particular a explicação sobre os serviços realizados e o **interesse em solucionar problemas**. É um passo para a **confiabilidade dos serviços realizados**.

É valorizado neste tipo de serviços a capacidade de esclarecer as dúvidas do cliente e o interesse em atender as necessidades do cliente. Os preços da manutenção importam, mas igualmente o conhecimento dos funcionários sobre o serviço prestado, assim como a rapidez na realização do serviço e rapidez de marcação. A este nível a flexibilidade de horário é um ponto a favor, bem como o tipo de atendimento personalizado.

Os consumidores estão atentos a promoções e ofertas aliciantes relacionadas com a manutenção (troca de óleo, desconto em pneus,...).



## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação após utilização dos serviços das marcas, sempre sem identificação que estavam em avaliação.

Nº de Marcas Avaliadas	6
Nº de Consumidores	2 013

## ESCOLHA DO CONSUMIDOR A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



Satisfação nos testes	79%
Intenção de Compra	86%



# ESTAÇÕES DE SERVIÇO

## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. **Rapidez do serviço**
2. **Qualidade do serviço**
3. **Qualidade do combustível**

Apesar da localização e proximidade serem relevantes neste tipo de serviço é a **rapidez do serviço** no pagamento e no abastecimento que mais importam, assim como a **qualidade do serviço** prestado e a **qualidade do combustível**.

Privilegia-se neste segmento a simpatia dos funcionários e postos que não obriguem a pré-pagamento, assim como as parcerias que conduzam a benefícios noutros consumos ou acumulação de pontos.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação após utilização dos serviços das marcas, sempre sem identificação que estavam em avaliação.

Nº de Marcas Avaliadas	5
Nº de Consumidores	2 103

## ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



Satisfação nos testes	86%
Intenção de Compra	83%



# MARCA AUTOMÓVEL



## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. Cumprimento de prazos
2. Relação qualidade/preço
3. Qualidade dos serviços

A escolha de uma marca não tem unicamente a ver com os modelos mas com a confiança que se tem na marca. Neste campo a **conclusão do serviço no prazo prometido** e a **relação qualidade/preço** da assistência são bastante importantes, tal com a **qualidade dos serviços prestados**. Nestes últimos incluem-se a capacidade de esclarecer as dúvidas do cliente e o conhecimento dos funcionários sobre o serviço prestado, bem como a apresentação da viatura, limpa, no momento de entrega ao cliente. Privilegia-se os casos onde há lugar a viatura de substituição e onde se percebe que há qualidade no material/produtos colocados no automóvel e a rapidez na realização do serviço e interesse em solucionar problemas. A facilidade no agendamento com a oficina a par com a comunicação da oficina com o cliente caso o serviço não seja concluído no prazo é um dos fatores de diferenciação.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação após utilização dos serviços das marcas, sempre sem identificação que estavam em avaliação.

Nº de Marcas Avaliadas	15
Nº de Consumidores	2 178

## ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



# PEUGEOT

Satisfação nos testes	85%
Intenção de Compra	89%



# REPARAÇÃO E SUBSTITUIÇÃO DE VIDRO AUTOMÓVEL



## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. **Qualidade do vidro**
2. **Rapidez do serviço**
3. **Garantia**

Quando o tema é reparação ou substituição do vidro do automóvel, o que mais importa é a **qualidade do vidro** e a **rapidez na execução do serviço** a par com a **garantia** dada pela marca.

Importa ainda a eficiência na prestação do serviço, nomeadamente no que respeita à informação passada pelo call center e pela execução operacional.

Os acordos com as seguradoras são valorizados, mas há aspetos que têm maior destaque como são o cuidado de colocação de protecção do automóvel enquanto fazem serviço, para não sujar os bancos, a simpatia do funcionário e quantidade de lojas/ oficinas.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação após utilização dos serviços das marcas, sempre sem identificação que estavam em avaliação.

<b>Nº de Marcas Avaliadas</b>	<b>4</b>
<b>Nº de Consumidores</b>	<b>1 993</b>

## ESCOLHA DO CONSUMIDOR A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES

**GLASSDRIVE®**  
*Especialistas em vidro automóvel*

<b>Satisfação nos testes</b>	<b>82%</b>
<b>Intenção de Compra</b>	<b>90%</b>



# SEGUROS DIRETOS

## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. Resolução de problemas
2. Rapidez
3. Honestidade

Seguros diretos são aqueles em que existe interação online ou contacto telefónico direto sem necessidade de mediador, por isso espera-se que também haja uma **capacidade de resolução de problemas superior aos seguros tradicionais e maior rapidez no esclarecimento de dúvidas**. O facto de serem contratados à distância deve exigir maior **honestidade** com cedência de toda a informação de forma clara, concisa, concreta e total, permitindo ao consumidor averiguar as condições em que acede ao serviço. Privilegia-se a rapidez na contratação e resolução de problemas, a relação preço vs cobertura e a facilidade de contratação. A simplicidade dos processos (adesão, resolução de sinistros, reembolsos, ...) e a abrangência de serviços é o que se espera neste tipo de seguradora. Além da simpatia esperada dos colaboradores, quer-se informação explícita no site e possibilidade de simular e contratar online.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação após utilização dos serviços das marcas, sempre sem identificação que estavam em avaliação.

Nº de Marcas Avaliadas	3
Nº de Consumidores	2 403

## ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES

# Direct.

Satisfação nos testes	85%
Intenção de Compra	78%

# VEÍCULOS SEMI NOVOS E USADOS



## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. **Honestidade**
2. **Qualidade dos veículos**
3. **Informação**

Na compra de veículos semi novos ou usados importa aos consumidores a **honestidade da marca** ou seja a forma como faculta informação, correcta e séria, sobre o veículo. A **qualidade dos veículos** em termos de limpeza, manutenção e a **informação** sobre os mesmos (inspeções feitas, história) é relevante para que possa existir garantias. Pede-se aos profissionais destes serviços capacidade de esclarecer as dúvidas do cliente e conhecimento dos veículos expostos, nomeadamente o seu historial. As viaturas devem estar limpas e apresentáveis no momento de entrega ao cliente, que exige atualmente rapidez na entrega do veículo e tratamento da documentação.

Importa ainda a existência de uma assistência prolongada no tempo e prazos e facilidades de pagamento.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação após utilização dos serviços das marcas, sempre sem identificação que estavam em avaliação.

Nº de Marcas Avaliadas	4
Nº de Consumidores	2 013

## ESCOLHA DO CONSUMIDOR A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES

**CAR**  
**PREMIUM**

os novos usados

Satisfação nos testes	86%
Intenção de Compra	80%

# TRANSFORMAÇÃO DE VEÍCULOS



## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. **Aconselhamento**
2. **Qualidade dos serviços**
3. **Criatividade**

Na decisão de aquisição de serviços com vista à transformação de veículos automóveis para negócio, os profissionais privilegiam o **aconselhamento**, a **qualidade dos serviços prestados** e a **criatividade do fornecedor**.

É ainda bastante importante a conclusão do serviço no prazo prometido, o conhecimento do mercado e as garantias dadas. Valoriza-se a capacidade de esclarecer as dúvidas do cliente e a confiabilidade dos serviços realizados.

A comunicação da empresa quando o serviço não pode ser concluído no prazo prometido é muito importante também.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação após utilização dos serviços das marcas, sempre sem identificação que estavam em avaliação.

<b>N° de Marcas Avaliadas</b>	<b>4</b>
<b>N° de Profissionais</b>	<b>60</b>

## ESCOLHA DOS PROFISSIONAIS A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



<b>Satisfação nos testes</b>	<b>84%</b>
<b>Intenção de Compra</b>	<b>92%</b>

# VEÍCULOS COMERCIAIS



## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. **Custo da manutenção**
2. **Prazo prometido**
3. **Qualidade dos serviços**

Na compra de veículos comerciais os profissionais privilegiam a assistência, logo importa o **custo da manutenção** e a **entrega no prazo prometido**, bem com a **qualidade dos serviços prestados**.

É importante a capacidade de esclarecer as dúvidas do cliente e a explicação sobre serviços realizados, bem como as garantias dadas.

Valoriza-se ainda a confiabilidade dos serviços realizados, capacidade de resposta e o interesse da empresa em atender as necessidades do cliente.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação após utilização dos serviços das marcas, sempre sem identificação que estavam em avaliação.

<b>N° de Marcas Avaliadas</b>	<b>10</b>
<b>N° de Profissionais</b>	<b>150</b>

## ESCOLHA DOS PROFISSIONAIS

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



<b>Satisfação nos testes</b>	<b>83%</b>
<b>Intenção de Compra</b>	<b>91%</b>

# GUIA PRÁTICO

DA ESCOLHA DO CONSUMIDOR



**SOBRE:**

SERVIÇOS DE SAÚDE  
E BEM ESTAR



## Serviços de saúde e bem-estar são todos aqueles cuja experiência proporciona ao consumidor um equilíbrio e harmonia mental, emocional, física e espiritual através de um tratamento específico.

Nestes encontramos um vasto conjunto de serviços que pode ir da criopreservação aos hospitais, dos ginásios às lojas de desporto e de saúde e bem estar e até aos sistemas de proteção de saúde. É-lhes comum a oferta que proporciona soluções para as expectativas e necessidades de cada consumidor.

De forma genérica, nestes serviços, o consumidor tem direito:

- A atendimento digno, atencioso e respeitoso por parte de todos os profissionais;
- De identificar o profissional por crachá com nome e função;
- De receber, toda e qualquer informação sobre os medicamentos que lhe serão administrados, se for o caso;
- A informações claras, simples e compreensivas, sobre as ações diagnósticas e terapêuticas;
- De consentir ou recusar procedimentos, diagnósticos ou terapêuticos a serem realizados;
- De ter seu prontuário médico

elaborado de forma legível e de consultá-lo de acordo com as normas da Instituição;

- De ter acesso às contas detalhadas referentes às suas despesas;
- De ter resguardados os seus segredos, através da manutenção do sigilo profissional.

### **Informe-se das regras de contratação**

- No caso específico dos ginásios perceba se existe período de fidelização. Os ginásios podem invocar que a fidelização é necessária para ver compensado o seu investimento, designadamente em recursos humanos, materiais e demais equipamento, sendo que para poder garantir esse ressarcimento, o ginásio tem de poder gerir no médio prazo, e isso implica garantir a retenção dos seus clientes.
- Quando se tratar de colheita e armazenamento de sangue do cordão umbilical, procedimento

cada vez mais comum, analise os contratos e peça esclarecimentos em relação à linguagem técnica apresentada;

- Na contratação de sistemas de saúde, consulte previamente toda a informação técnica, desde a rede de serviços disponíveis, cobertura, condições de adesão, mas principalmente as exclusões;
- Tenha sempre atenção às regras da falta de pagamento dos serviços;
- Informe-se dos períodos de arrependimento e outras garantias que surjam no âmbito do tipo de serviço eu está a contratar tendo em conta cada um dos casos;

Tenha em consideração a presença de pessoal técnico qualificado para prestar os serviços, informe-se previamente ou peça aconselhamento técnico percebendo o nível de qualificação prestado.



# CRIOPRESERVAÇÃO



## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. Transmitir segurança
2. Recomendação
3. Garantia

A decisão de preservação das células estaminais é condicionada pela **segurança transmitida** pelas marcas ou seja pela tranquilidade que proporcionam aos pais o que pode passar pela **recomendação** ou aval de alguma entidade. Em causa está a **garantia que a empresa continua no mercado** por muitos e longos anos.

É por isso de destacar a credibilidade e confiança transmitida e a necessidade de garantir a rapidez do serviço, caso seja necessário.

Por outro lado importa o acesso à informação detalhada e as certificações, se existirem.

Os anos de armazenamento são relevantes para a decisão bem como o nível de esclarecimento (telefónico, presencial, online) e a informação sobre estudos e investigações que fundamentem a utilidade do processo e conhecer casos de sucesso.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação após utilização dos serviços das marcas, presencialmente e via telefónica, sempre sem identificação que estavam em avaliação.

Nº de Marcas Avaliadas	4
Nº de Consumidores	2 073

## ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



Satisfação nos testes	84%
Intenção de Compra	93%



# GINÁSIOS LOW COST



## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. Condições de higiene
2. Horários flexíveis
3. Pacotes diferentes

Na opção de escolha de um ginásio low cost, além do preço que é um pressuposto do serviço, importa ter em conta as **condições de higiene, a flexibilidade de horários e pacotes diferenciadores** de oferta que valorizam o serviço.

Tenha em conta a qualidade das instalações (tamanho e disposição do espaço) e a quantidade e qualidade das máquinas e equipamentos.

A organização do espaço é algo que o consumidor privilegia bem como a possibilidade de experimentar o ginásio antes da adesão definitiva.

Procure saber se há mapa de aulas e a modalidade de adesão contratada envolve acompanhamento de um personal trainer sem custos adicionais. Ginásios com luz natural e com possibilidade para frequentar outros dentro da mesma cadeia é algo que é valorizado.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação após utilização dos serviços das marcas, sempre sem identificação que estavam em avaliação.

Nº de Marcas Avaliadas	4
Nº de Consumidores	1 993

## ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



Satisfação nos testes	74%
Intenção de Compra	86%



# HOSPITAIS PRIVADOS



## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. Rapidez de atendimento
2. Rapidez de marcação
3. Qualidade técnica

No que respeita a serviços hospitalares o mais importante é a **rapidez de atendimento** e a **rapidez de marcação de consultas e hospitalização**, a par com a **qualidade técnica do pessoal** ou seja a equipa médica e de enfermaria com experiência comprovada bem com as especialidades que oferece. Importa ainda que haja um serviço de urgência eficaz e disponham de meios complementares de diagnóstico, com capacidade de resposta para resolução de todos os problemas.

O conforto e privacidade das instalações é valorizado bem como a limpeza e a aparente qualidade dos equipamentos.

Possuir estacionamento, fazer parte de uma rede de hospitais e ter um site onde se possa consultar as especialidades, corpo médico e efetuar marcação de consultas e exames é importante.

Na hora de liquidar os serviços tenha em atenção à discriminação dos serviços na factura.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação após utilização dos serviços das marcas, sempre sem identificação que estavam em avaliação.

Nº de Marcas Avaliadas	4
Nº de Consumidores	1 993

## ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



Satisfação nos testes	78%
Intenção de Compra	88%

# LOJAS DE DESPORTO

## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. Preços bem identificados
2. Arrumação da loja
3. Política de devoluções

Na utilização de lojas de desporto privilegia-se que os produtos tenham os **preços bem identificados**, a **arrumação da loja** e a **política de trocas e devoluções**.

Muito importante é o profissionalismo e conhecimento dos funcionários sobre os produtos e modalidades e as garantias dadas nos produtos.

Outros aspetos relevantes são a limpeza da loja, rapidez do atendimento, variedade de produtos e tudo o que se relaciona com o atendimento.

A assistência pós-venda é valorizada nestes serviços, bem como o aspeto e ambiente de loja e a diversidade de marcas que possui.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação após utilização dos serviços das marcas, sempre sem identificação que estavam em avaliação.

Nº de Marcas Avaliadas	2
Nº de Consumidores	1 973

## ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES

**SPORT ZONE**

Satisfação nos testes	77%
Intenção de Compra	94%

# LOJAS DE SAÚDE E BEM ESTAR



## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. **Limpeza**
2. **Preços nos produtos**
3. **Serviço de atendimento**

A **limpeza**, e a correcta etiquetagem dos **preços nos produtos** a par do **serviço de atendimento** onde se quer funcionários simpáticos, profissionais e com conhecimento dos produto são os aspetos mais relevantes.

Importa ainda a diversidade da oferta (produtos e marcas) e o atendimento técnico.

Os consumidores gosta de ter acesso aos produtos, poder ver e mexer à vontade e de ter lojas onde não se notem rupturas de stock.

São valorizadas campanhas de ofertas e promoções e os horários e quantidade de caixas que permitam um atendimento rápido. O espaço e ambiente de loja, as novidades e disponibilização de amostras, assim como o cheiro na loja e a transparência e luminosidade da montra são tidos em conta.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação após utilização dos serviços das marcas, sempre sem identificação que estavam em avaliação.

<b>N° de Marcas Avaliadas</b>	<b>4</b>
<b>N° de Consumidores</b>	<b>1 993</b>

## ESCOLHA DO CONSUMIDOR A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



<b>Satisfação nos testes</b>	<b>82</b>
<b>Intenção de Compra</b>	<b>88</b>



# SISTEMAS DE SAÚDE

## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. **Serviços abrangidos**
2. **Rede de parcerias**
3. **Rede de médicos**

São extremamente valorizados nos sistemas de saúde os **serviços abrangidos** (análises, exames, hospitalização...) e a **rede de hospitais e clínicas**, bem como a **rede de médicos** à disposição.

Importa ainda nestes serviços a rapidez no atendimento médico e marcação de consultas e as condições oferecidas para integração do agregado familiar, logo os níveis de comparticipação (dentro e fora da rede).

Por outro lado é valorizada a proximidade física da rede de médicos e hospitais e a facilidade de reembolso, tal como a simplicidade nos processos e os plafonds atribuídos.

Um bom apoio telefónico ao cliente, informação actualizada no site (sobretudo a rede médicos) e parcerias existentes com outras entidades e serviços são pontos de diferenciação.



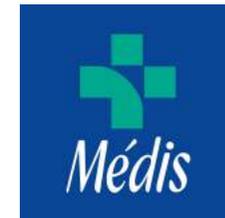
## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação após utilização dos serviços das marcas, por via telefónica e presencial, sempre sem identificação que estavam em avaliação.

<b>Nº de Marcas Avaliadas</b>	<b>3</b>
<b>Nº de Consumidores</b>	<b>2 403</b>

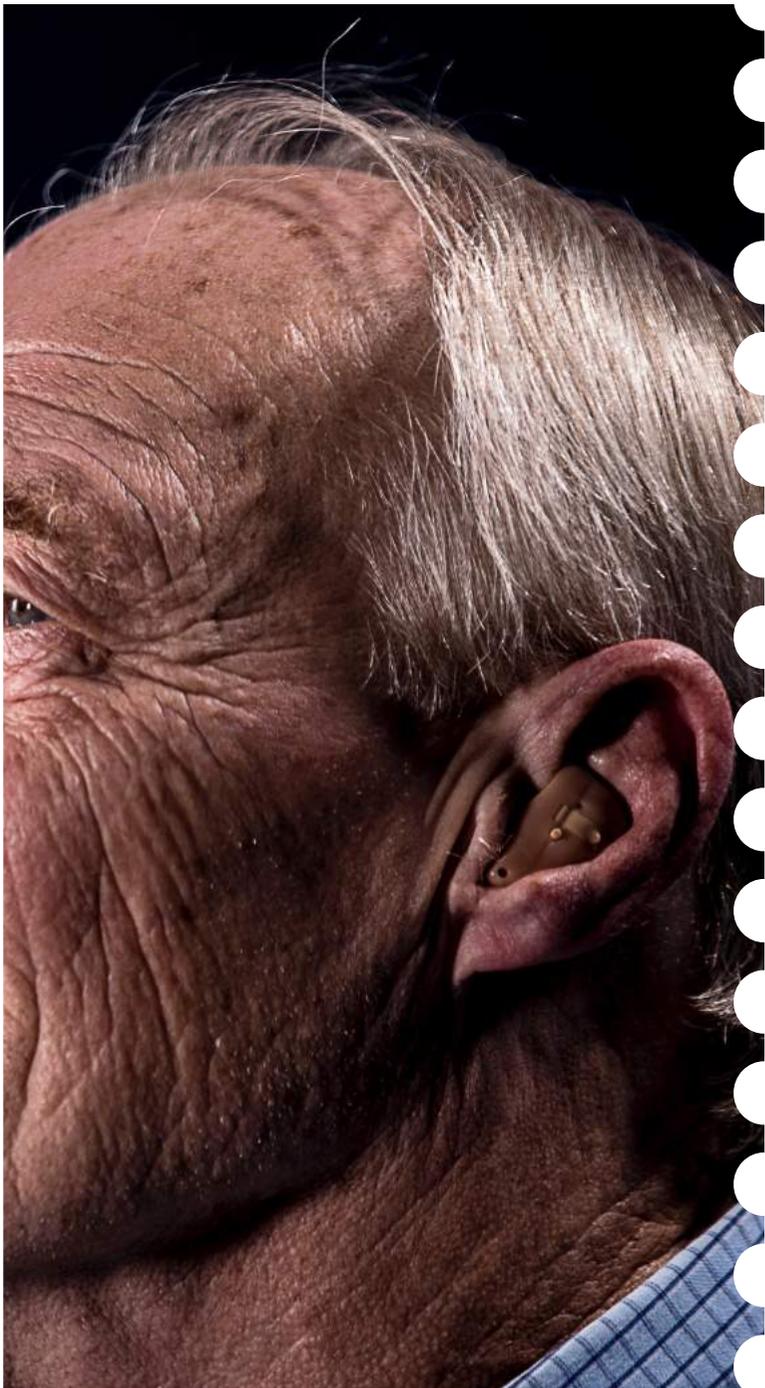
## ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES  
ESTA MARCA É TAMBÉM A MELHOR PARA CONSUMIDORES  
SENIORES (COM IDADE SUPERIOR A 60 ANOS)



<b>Satisfação nos testes</b>	<b>85%</b>
<b>Intenção de Compra</b>	<b>80%</b>

# CENTROS AUDITIVOS



## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. **Diagnósticos claros**
2. **Serviço pós-venda**
3. **Credibilidade**

Na escolha de centros auditivos deve procurar saber se a marca possui **métodos para diagnósticos claros** e um **bom serviço pós-venda**. É importante ainda a sua **credibilidade** no mercado e a possibilidade de devolução dos produtos caso não sejam adequados à pessoa.

É valorizado a existência de um médico associado ao serviço e garantias associadas a diferentes situações problemáticas.

Confirme se existe um período de experimentação e seguro associado aos aparelhos.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação após utilização dos serviços das marcas, por via telefónica e presencial, sempre sem identificação que estavam em avaliação.

<b>N° de Marcas Avaliadas</b>	<b>5</b>
<b>N° de Consumidores</b>	<b>2 070</b>

## ESCOLHA SÉNIOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



<b>Satisfação nos testes</b>	<b>88%</b>
<b>Intenção de Compra</b>	<b>91%</b>



# RESIDÊNCIAS SÊNIORES



## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. **Qualidade do serviço**
2. **Qualidade da habitação**
3. **Condições de higiene**

Na escolha de residências seniores são valorizados a **qualidade do serviço** e a **qualidade da habitação**, bem como as **condições físicas e de higiene do espaço**, que deve ser agradável e possuir serviço de enfermagem em permanência.

O preço é igualmente importante mas mais a excelente capacidade de resposta perante situações problemáticas e que possa proporcionar autonomia na pessoa.

Atenção às questões de segurança e às diversidade de atividades e variedade de serviços associados.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação após utilização dos serviços das marcas, por via telefónica e presencial, sempre sem identificação que estavam em avaliação.

<b>Nº de Marcas Avaliadas</b>	<b>3</b>
<b>Nº de Consumidores</b>	<b>3 050</b>

## ESCOLHA SÊNIOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



<b>Satisfação nos testes</b>	<b>83%</b>
<b>Intenção de Compra</b>	<b>85%</b>

# GUIA PRÁTICO

## DA ESCOLHA DO CONSUMIDOR



**SOBRE:**

## SERVIÇOS FINANCEIROS



## Os serviços financeiros são prestados maioritariamente por instituições de crédito.

### Antes de assinar um contrato peça sempre as informações pré-contratuais.

Como parte da informação correcta ao consumidor, as instituições e crédito, devem manter sempre disponíveis, em todos os balcões, em local e acesso directo e bem identificado, em linguagem clara e de fácil entendimento, informações permanentemente actualizadas das condições gerais com efeitos patrimoniais, ou seja, por exemplo, dos encargos a suportar pelo consumidor para a realização das operações bancárias e dos serviços correctamente oferecidos.

Esta informação permite ao consumidor conhecer taxas de juro, impostos, comissões, prémios de transferência, portes, despesas de expediente e datas-valor das operações.

A maioria do relacionamento com as instituições de crédito, faz-se com através do crédito ao consumo, contrato pelo qual um credor concede ou promete conceder a um consumidor um crédito sob a forma de diferimento de pagamento,

mútuo, utilização de cartão de crédito, ou qualquer outro acordo de financiamento semelhante.

São considerados créditos ao consumo os empréstimos entre 200 euros e os 75 mil euros que não sejam utilizados para a compra de habitação, nem para fins comerciais ou profissionais.

Na aquisição de crédito ao consumo (na data de apresentação de uma oferta de crédito ou previamente à celebração do contrato de crédito), o credor deve prestar ao consumidor as informações necessárias para que este compare diferentes ofertas, a fim de tomar uma decisão esclarecida e informada (informações pré-contratuais) e que têm que ser prestadas de forma escrita antes da celebração do contrato.

Entre as informações pré-contratuais a prestar, destacam-se as que dizem respeito às menções obrigatórias do contrato e que a lei discrimina.

- O tipo de crédito;
  - A identificação e o endereço geográfico do credor, bem como, se for o caso, a identificação e o endereço geográfico do mediador de crédito envolvido;
  - O montante total do crédito e as condições de utilização;
  - A duração do contrato de crédito;
  - A taxa nominal, as condições aplicáveis a esta taxa, bem como os períodos, as condições e os procedimentos de alteração da taxa de juro;
  - A TAEG e o montante total imputado ao consumidor, ilustrada através de exemplo representativo que indique todos os elementos utilizados no cálculo desta taxa;
  - O tipo, o montante, o número e a periodicidade dos pagamentos a efectuar pelo consumidor e, se for o caso, a ordem pela qual os pagamentos devem ser imputados aos diferentes saldos devedores a que se aplicam taxas
- (continua)

## **Se não for entregue ao consumidor ou aos garantes (fiadores ou avalistas) aquando da celebração do contrato de crédito uma cópia do mesmo, o contrato de crédito é nulo.**

diferenciadas para efeitos de reembolso;

- Os custos notariais a pagar pelo consumidor pela celebração do contrato de crédito, se for o caso;
- A taxa de juros de mora, bem como as regras para a respectiva adaptação e, se for caso disso, os encargos devidos em caso de incumprimento;
- As consequências da falta de pagamento;
- As garantias exigidas, se for o caso;
- A existência do direito de livre revogação pelo consumidor, o prazo, o procedimento previsto para o seu exercício, incluindo designadamente informações sobre a obrigação do consumidor pagar, em prazo não superior a 30 dias após a expedição da comunicação, o capital utilizado e os juros (contados da data de utilização do crédito até à data de pagamento do capital, sem atrasos indevidos), bem como o montante dos juros diários.

Se não for entregue ao consumidor ou aos garantes (fiadores ou avalistas) aquando da celebração do contrato de crédito uma cópia do mesmo, o contrato de crédito é nulo.

Mesmo nos contratos de crédito ao consumo o consumidor goza do direito de livre resolução contratual. Para o fazer não é obrigado a apresentar qualquer motivo e possui um prazo de 14 dias seguidos, contados a partir da data da celebração do contrato de crédito ou a partir da data de recepção pelo consumidor do exemplar do contrato e das informações que devem ser legalmente prestadas, se essa data for posterior à referida na alínea anterior.

O consumidor deve no prazo dos referidos 14 dias enviar ao credor uma comunicação, em papel ou noutro suporte duradouro e ao qual ele possa aceder, onde de forma inequívoca conste o exercício desse direito.

Nestes casos de resolução pelo consumidor, deve o mesmo pagar, num prazo não superior a 30 dias após a expedição da comunicação em que dá conta de que põe termo ao contrato, o capital utilizado (o capital que recebeu) e os juros (contados da data de utilização do crédito até à data de pagamento do capital, sem atrasos indevidos), sendo que os juros são calculados com base na taxa nominal estipulada no contrato.



# CARTÕES DE CRÉDITO

## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. **Gestão de fraudes**
2. **Pagamentos**
3. **Clareza nas propostas**

Além dos custos e comissões que fazem parte deste tipo de serviços financeiros, há que ter em conta a **responsabilidade a forma como a entidade gere os processos de fraude** quer preventivamente, quer reativamente.

Importa igualmente ter em conta as **modalidades de pagamento** adequadas às possibilidades de cada consumidor e a **clareza nas propostas**.

Averigue a segurança no processo de compra online.

É importante nestes serviços o desempenho do serviço de apoio ao cliente.

Procure as empresas que tenham sites com informação clara, nomeadamente em termos de taxas de juro associadas, TAEG e plafond que atribuem e questionem o rigor na atribuição do crédito.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação após utilização dos serviços das marcas, por via online e telefónica, sempre sem identificação que estavam em avaliação.

Nº de Marcas Avaliadas	3
Nº de Consumidores	2 403

## ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES

**Wi**  
**Zink**  
 O teu banco fácil

Satisfação nos testes	83%
Intenção de Compra	76%

# EMPRESAS DE CRÉDITO AO CONSUMO



## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. **Transparência**
2. **Amortização antecipada**
3. **Condições de crédito**

No recurso a crédito ao consumo, importa a **transparência dos contratos**, conseguindo identificar todas as cláusulas, assim como a **possibilidade de amortização antecipada sem penalização** e as **condições de crédito oferecidas**.

As taxas de juro e TAEG são dos aspetos que deve considerar assim com a credibilidade e solidez da entidade credora. Importa que seja uma entidade que lhe proporcione apoio em todo o processo: online e telefónico. É valorizado a possibilidade de crédito à medida (prazos, mensalidades) e um atendimento que permita esclarecer dúvidas e informar de forma clara. Privilegia entidades que tenham cuidado na atribuição do crédito, com realização de uma análise cuidada da capacidade financeira do cliente, pois estão a defender o seu interesse. Apesar disso os prazos para aprovação e disponibilização do montante são importantes.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação após utilização dos serviços das marcas, por via online e telefónica, sempre sem identificação que estavam em avaliação.

Nº de Marcas Avaliadas	2
Nº de Consumidores	2 253

## ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



Satisfação nos testes	83%
Intenção de Compra	78%

# GRANDES BANCOS

## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. **Comissões de serviço**
2. **Plataforma online segura**
3. **Linguagem acessível**

No que respeita aos serviços bancários de grandes bancos, os consumidores procuram que **não lhes cobrem taxas/comissões de serviços que não utiliza** a par com a disponibilização de **plataforma online segura** e informação com **clareza e linguagem acessível** evitando termos muito técnicos.

Além dos aspetos financeiros, privilegia-se a disponibilidade para o cliente, em particular com funcionários competentes e com conhecimento sobre os produtos. A este nível importa a simpatia do atendimento e colaboradores que coloquem o cliente à frente dos interesses do banco.

O serviço de home banking intuitivo junto com a facilidade de acesso em todos os canais (online, telefónico, balcão) são valorizados.

Uma das maiores preocupações tem a ver com o risco de insolvência pelo que há bastante atenção à credibilidade, segurança, solidez financeira e honestidade dos bancos.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação após utilização dos serviços das marcas, sempre sem identificação que estavam em avaliação.

<b>Nº de Marcas Avaliadas</b>	<b>5</b>
<b>Nº de Consumidores</b>	<b>2 453</b>

## ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



**Santander Totta**

<b>Satisfação nos testes</b>	<b>83%</b>
<b>Intenção de Compra</b>	<b>88%</b>



# PEQUENOS E MÉDIOS BANCOS



## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. **Comissões de serviços**
2. **Facilidade de acesso**
3. **O cliente e depois o banco**

Quando se trata de bancos de média e pequena dimensão os consumidores devem procurar saber se **não lhes cobrem taxas/comissões de serviços que não utiliza e interessa-lhes a facilidade de acesso em todos os canais do banco** (online, telefónico, balcão). O cliente deste tipo de banco procura que o seu gestor o **coloque à frente dos interesses do banco**. As condições financeiras são importantes mas há um destaque claro o serviço que passa pela prática de uma linguagem pouco técnica, clara e acessível a qualquer cliente, por ter funcionários competentes e com conhecimento sobre os produtos e pela dedicação dos funcionários face ao cliente num atendimento próximo de relação quase familiar.

A credibilidade, segurança, solidez financeira, honestidade, seriedade e antiguidade são igualmente importantes.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação após utilização dos serviços das marcas, sempre sem identificação que estavam em avaliação.

<b>Nº de Marcas Avaliadas</b>	<b>9</b>
<b>Nº de Consumidores</b>	<b>2 223</b>

## ESCOLHA DO CONSUMIDOR A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES

# Popular

O banco que é para si

<b>Satisfação nos testes</b>	<b>80%</b>
<b>Intenção de Compra</b>	<b>89%</b>



# SEGUROS

## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. Resolução dos problemas
2. Disponibilidade
3. Coberturas

A contratação de seguros orienta-se pela procura de **rapidez na resolução dos problemas, disponibilidade para o cliente e pelo tipo de coberturas** oferecidas.

É valorizado em seguros a clareza presente em todo o processo, assim como a simplicidade dos processos (adesão, resolução de sinistros, reembolsos...).

Os consumidores procuram honestidade, ou seja, que a seguradora cumpra tudo o que promete e seja responsável com os seus compromissos.

A credibilidade e solidez da marca é importante tal como a capacidade de resposta e atendimento dos mediadores. Privilegiam-se marcas com sites com boa navegabilidade, informação e opção de simulação.



## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação após utilização dos serviços das marcas, com clientes alvos de sinistros, sempre sem identificação que estavam em avaliação.

Nº de Marcas Avaliadas	11
Nº de Consumidores	4 373

## ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES

**FIDELIDADE**  
SEGUROS DESDE 1808

Satisfação nos testes	85%
Intenção de Compra	82%

# PRODUTOS BANCÁRIOS PARA SÊNIORES



## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. **Isenção de anuidades**
2. **Bonificação nas taxas**
3. **Atendimento**

A escolha de bancos para idosos caracteriza-se pela procura de **isenção de anuidades** em cartões, cheques e transferências pela **bonificação nas taxas** e **atendimento de qualidade**.

É valorizado o acompanhamento aos herdeiros em caso de falecimento do sénior e também os benefícios variados (seguros associados, parceiras, descontos para férias, ginásios, piscinas).

Muito importante a diversidade de produtos e serviços associados e a existência de protocolos com residências sénior e parcerias com áreas de lazer.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação após utilização dos serviços das marcas, com clientes alvos de sinistros, sempre sem identificação que estavam em avaliação.

Nº de Marcas Avaliadas	8
Nº de Consumidores	2 025

## ESCOLHA SÊNIOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



Satisfação nos testes	70%
Intenção de Compra	73%

# BANCO PARA EMPRESAS



## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. **Comissões bancárias**
2. **Taxas de juros**
3. **Apoio tesouraria**

A utilização de um banco para os empresários obedece critérios essencialmente financeiros como as **comissões bancárias e taxas de juros** praticadas em caso de financiamentos, descobertos bancários, crédito consolidado, crédito de curto e médio prazo e também pela política de **apoio a tesouraria ou financiamento** à atividade. Importa ainda aos empresários a qualidade de atendimento (atenção à conta, soluções) e facilidade dos serviços e-banking. São valorizados os prazos das decisões de aprovação, a credibilidade e solidez no mercado e a relação com o gestor.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação após utilização dos serviços das marcas, com clientes alvos de sinistros, sempre sem identificação que estavam em avaliação.

Nº de Marcas Avaliadas	13
Nº de Profissionais	260

**ESCOLHA DOS PROFISSIONAIS**  
A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



Satisfação nos testes	80%
Intenção de Compra	80%

# MEDIADORES DE SEGUROS



## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. **Parceria**
2. **Coberturas adequadas**
3. **Prémios**

A relação dos mediadores profissionais de seguros com as empresas é condicionada essencialmente pela relação de **lealdade e parceria** e pelas **soluções de coberturas adequadas** aos clientes.

Os **prémios** são bastante importantes, assim como a eficácia na resolução de sinistros e as exigências e burocracia na contratação.

## RESULTADOS DOS TESTES

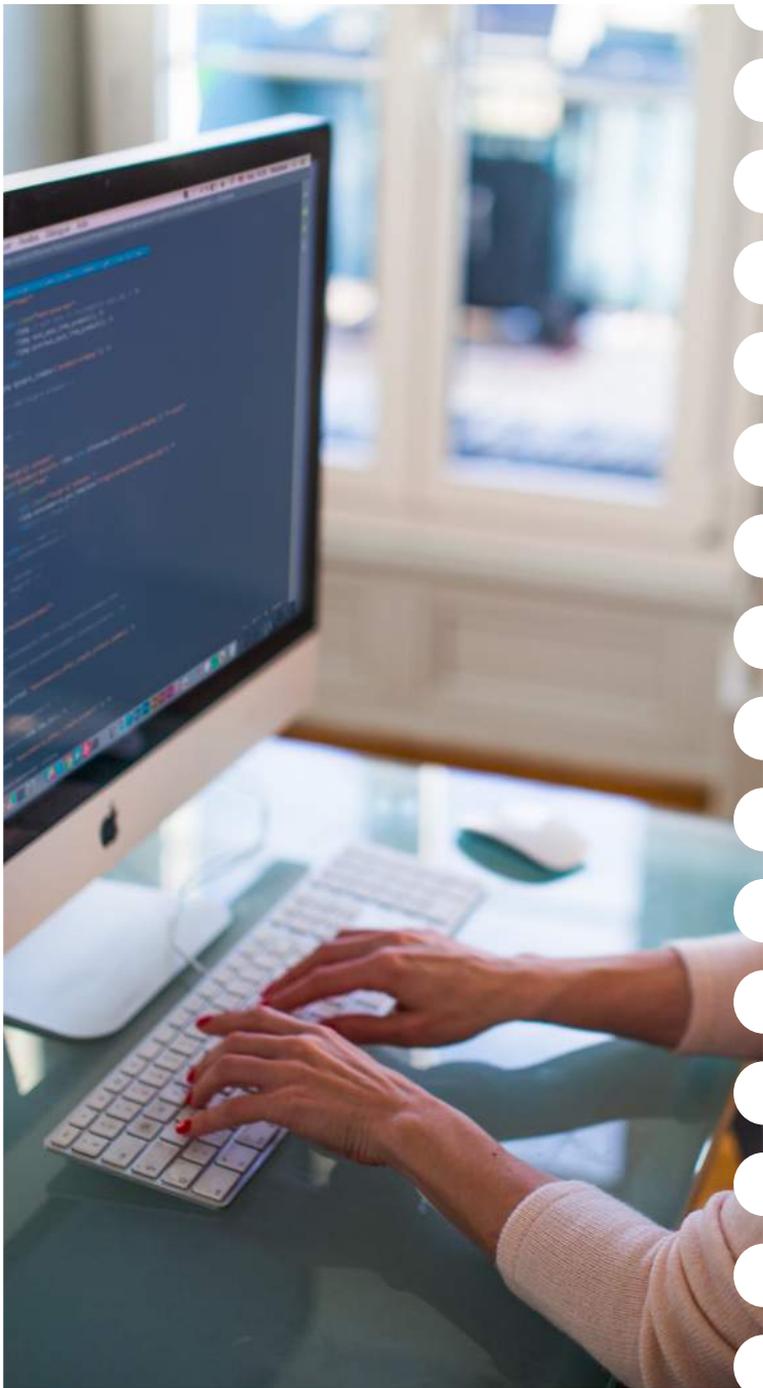
**TIPO DE TESTE:** avaliação após utilização dos serviços das marcas, com clientes alvos de sinistros, sempre sem identificação que estavam em avaliação.

<b>N° de Marcas Avaliadas</b>	<b>8</b>
<b>N° de Profissionais</b>	<b>160</b>

**ESCOLHA DOS PROFISSIONAIS**  
A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



<b>Satisfação nos testes</b>	<b>77%</b>
<b>Intenção de Compra</b>	<b>90%</b>



# SOFTWARE DE GESTÃO



## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. **Fiabilidade**
2. **Evite problemas técnicos**
3. **Segurança nos dados**

Na aquisição de software de gestão os profissionais privilegiam a **fiabilidade do produto** e que **evite problemas técnicos** e garanta **segurança nos dados**.

Importa ainda a simplicidade de tratamento dos dados e a rápida actualização face à legislação, assim como que facilite o desempenho das tarefas administrativas e operacionais.

Valoriza-se a funcionalidade e uma boa assistência técnica autorizada e atenção personalizada ao cliente.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação após utilização dos serviços das marcas, com clientes alvos de sinistros, sempre sem identificação que estavam em avaliação.

<b>N° de Marcas Avaliadas</b>	<b>5</b>
<b>N° de Profissionais</b>	<b>375</b>

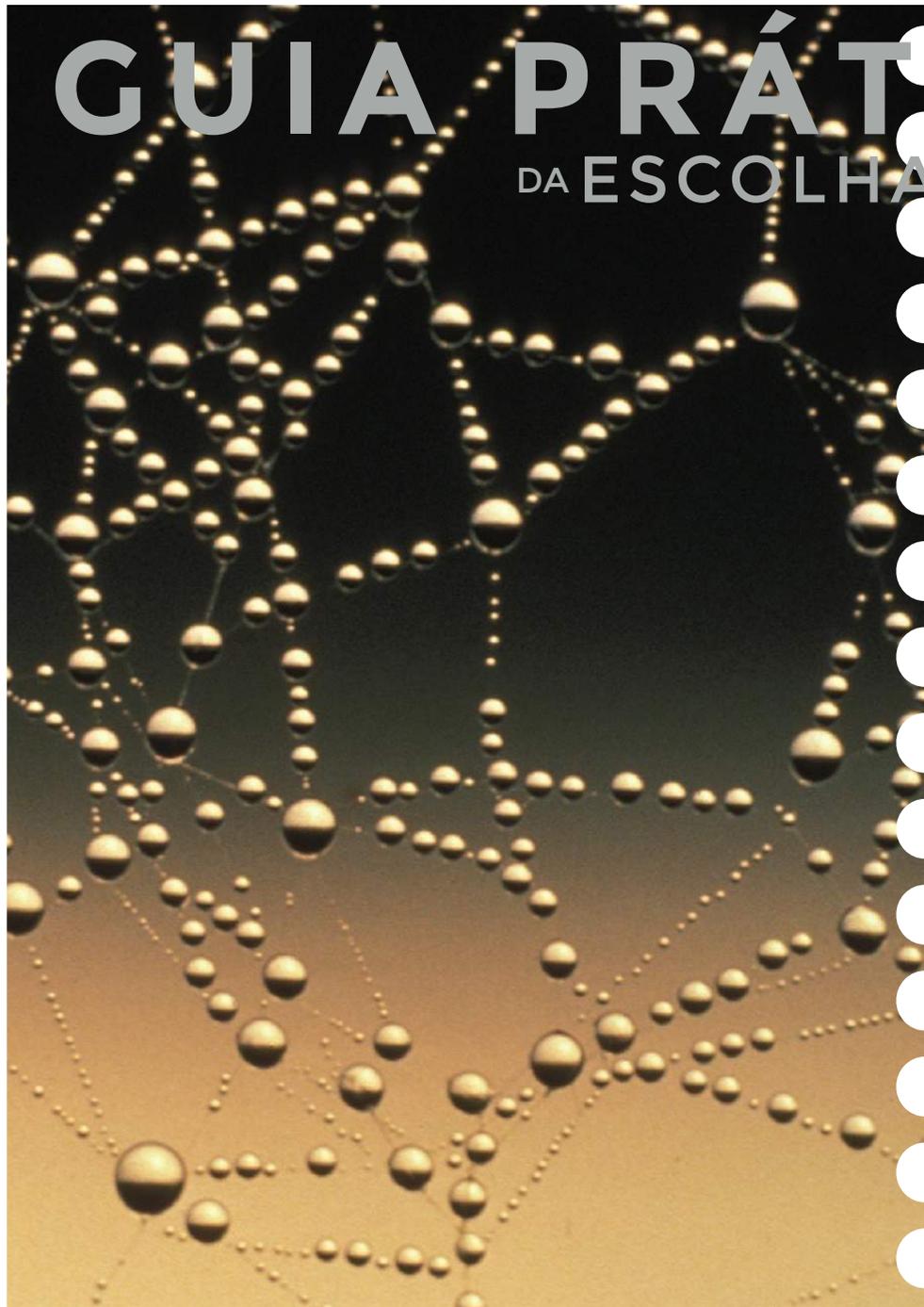
## ESCOLHA DOS PROFISSIONAIS

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES

<b>Satisfação nos testes</b>	<b>83%</b>
<b>Intenção de Compra</b>	<b>84%</b>

# GUIA PRÁTICO

DA ESCOLHA DO CONSUMIDOR



**SOBRE:**

**TELECOMUNICAÇÕES**



## Nas principais preocupações dos consumidores surgem questões relativas às estratégias de fidelização dos clientes a longo prazo (2 anos), dúvidas em relação à facturação e falhas de serviço.

O sector das telecomunicações é dos que os consumidores têm maior dificuldade em saber gerir e por isso são dos que apresentam maior número de inconformados com os serviços prestados.

A ANACOM - Autoridade Nacional de Comunicações, entidade que regula do sector das comunicações, incluindo as comunicações electrónicas e postais, defende como 12 direitos na contratação de serviços de comunicações electrónicas:

1. Direito de escolha;
2. Direito à informação contratual antes e durante a vigência do contrato;
3. Direito à igualdade, lealdade e boa fé na contratação;
4. Direito a condições contratuais claras, facilmente legíveis e não abusivas;
5. Direito a ofertas com diferentes períodos de fidelização (6, 12 e 24 meses) e ofertas sem fidelização;
6. Direito à qualidade na prestação do serviço;

7. Direito à facturação detalhada;
8. Direito ao cumprimento integral do contrato;
9. Direito a reclamar;
10. Direito a recorrer à arbitragem (necessária) para resolver o seu conflito de consumo;
11. Direito à rescisão do contrato, em determinadas situações;
12. Direito à privacidade e proteção dos dados pessoais.

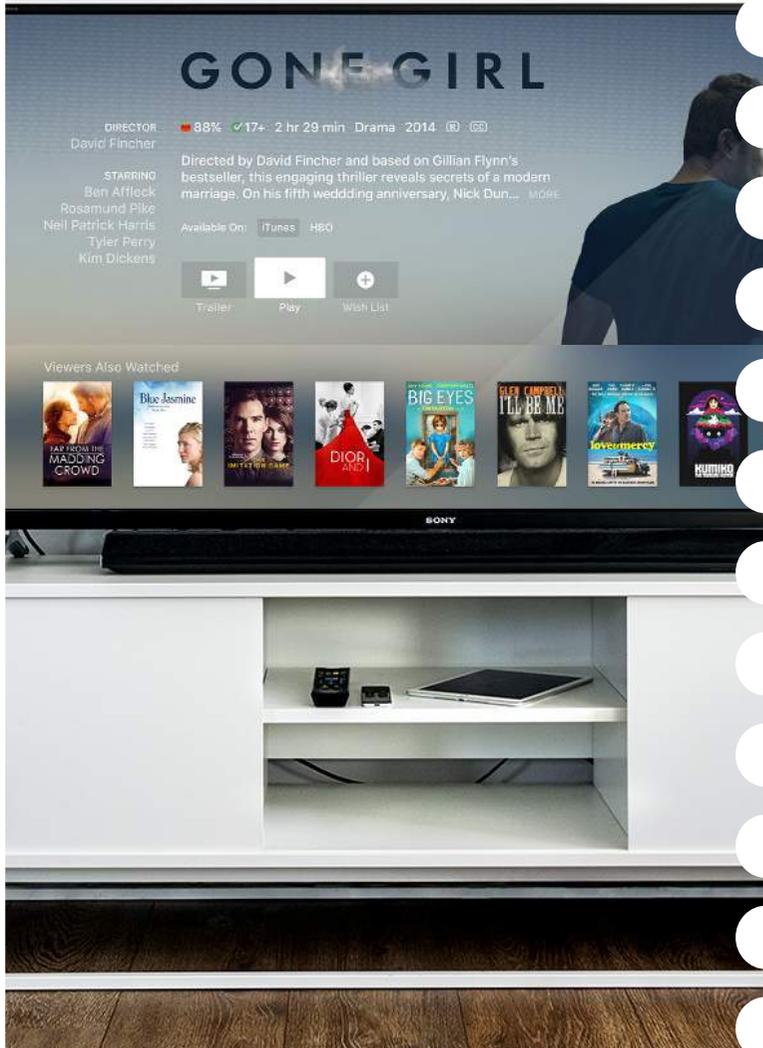
Na **contratação de serviços de voz, internet e TV** informe-se sempre previamente junto das operadoras de:

- **Formas de atendimento ao cliente:** Contactos dos operadores, regras dos call centers e atendimento nas lojas;
- **Facturação de serviços:** Emissão de facturas, valores faturados, gestão de consumos e lista de devedores;
- **Equipamentos:** Avaria, garantia e desbloqueamento de equipamentos;
- **Contratação de serviços:** Escolha do serviço, contratação do serviço

e alterações ao contrato;

- **Suspensão de serviços:** Regras aplicáveis à suspensão de serviços a consumidores e a clientes empresariais;
- **Portabilidade de números:** Procedimentos, prazos e compensações associados à portabilidade de números;
- **Períodos de fidelização:** Deveres de informação, duração e encargos associados a períodos de fidelização;
- **Qualidade do serviço:** Avaria, ligação inicial e instalação, velocidade da Internet, cobertura e assistência técnica;
- **Cancelamento de serviços:** O que saber antes de cancelar, como cancelar e o que esperar quando cancela um serviço.

# QUADRUPLE PLAY



## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. Velocidade da internet
2. Resolução de problemas
3. Qualidade da imagem

A contratação de serviços desta natureza são condicionados pela **velocidade da internet** e capacidade de **resolução atempada de problemas e avarias** e pela **qualidade da imagem e sinal**.

Existem outros aspetos ainda a ter em conta, nomeadamente as funcionalidades que a box oferece, as chamadas gratuitas incluídas no pacote e o nível de cobertura wi-fi, rede móvel da operadora.

É bastante valorizada a qualidade dos serviços que reflete na capacidade e consistência do serviço e rapidez das comunicações. importa nestes serviços o aspeto do atendimento, seja ele pessoal ou automático, mas que seja feito rapidamente com simpatia e profissionalismo.

Os produtos e serviços integrados são outra vertente, nomeadamente com oferta de equipamento (box, telefone fixo, telemóvel, tablet), variedade de canais incluídos na oferta.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação após utilização dos serviços das marcas, por via telefónica, online e presencial, sempre sem identificação que estavam em avaliação.

<b>Nº de Marcas Avaliadas</b>	<b>3</b>
<b>Nº de Consumidores</b>	<b>2 673</b>

## ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



<b>Satisfação nos testes</b>	<b>81%</b>
<b>Intenção de Compra</b>	<b>86%</b>



# TELECOMUNICAÇÕES MÓVEIS



## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. Tarifário
2. Qualidade do serviço
3. Tráfego internet

Nas telecomunicações móveis deverá ter em conta o **tarifário**, assim como a **qualidade do serviço**: cobertura, rede, internet e o tráfego internet.

Importa neste serviço que tenha em consideração se está na contratação as chamadas para todas as redes e outros serviços incluídos.

O apoio ao cliente com disponibilidade, simpatia, capacidade de resposta a problemas é valorizado assim como a vertente de serviço pós-venda.

Trata-se de um tipo de serviços onde as ofertas e promoções associadas são procuradas. Procure simplicidade nos pacotes.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação após utilização dos serviços das marcas, por via telefónica, online e presencial, sempre sem identificação que estavam em avaliação.

Nº de Marcas Avaliadas	3
Nº de Consumidores	2 223

## ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES

# N O S

Satisfação nos testes	84%
Intenção de Compra	88%

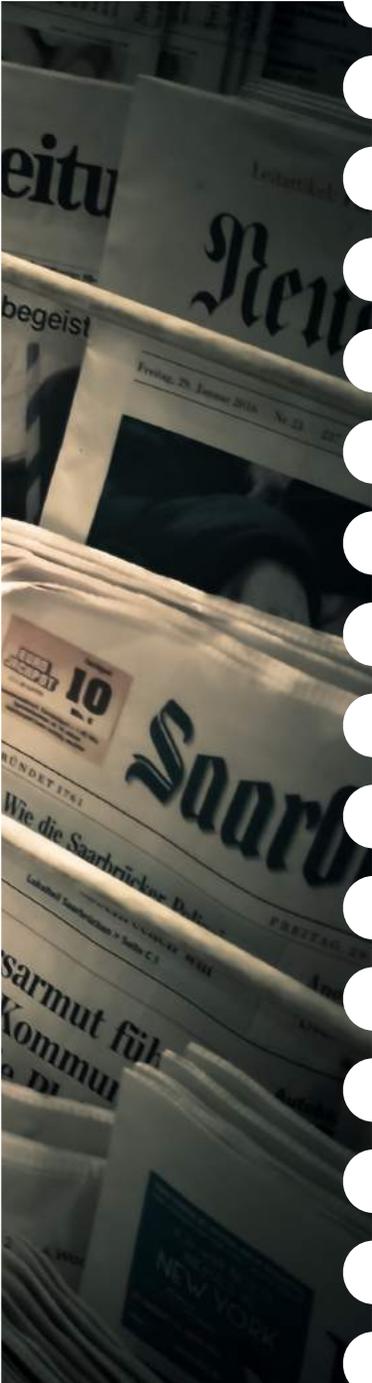
# GUIA PRÁTICO

DA ESCOLHA DO CONSUMIDOR



**SOBRE:**

## COMUNICAÇÃO SOCIAL



## **A informação é um direito de todos, que deve assentar no respeito pela dignidade da pessoa humana e pelos demais direitos fundamentais, com protecção, em especial, dos públicos mais vulneráveis.**

Verdade, informação e esclarecimento público é o que se deve esperar dos órgãos de comunicação social.

A comunicação social tem um importante papel na definição de carácter de uma sociedade e na forma como veicula valores. Os órgãos de comunicação social devem em suma:

- Garantir o exercício dos direitos de resposta e de rectificação, o rigor, a objectividade e a independência da informação;
- Garantir a obrigatoriedade de advertir sobre a classificação dos programas, no anúncio da programação;
- Respeitar a dignidade da pessoa humana, os direitos fundamentais e a livre formação da personalidade de crianças e adolescentes, não devendo conter pornografia em serviço de acesso não condicionado, violência gratuita ou incitar ao ódio, racismo e xenofobia;

- Evitar a programação e emissão de conteúdos susceptíveis de influírem de modo negativo na formação da personalidade das crianças ou de adolescentes ou de afectarem outros públicos vulneráveis apenas entre as 23 e as 6 horas e acompanhados da difusão permanente de um identificativo visual apropriado.

No que respeita aos jornalistas, estes obedecem a um código deontológico que lhes atribui deveres fundamentais como o são:

- Exercer a actividade com respeito pela ética profissional, informando com rigor e isenção;
- Respeitar a orientação e os objectivos definidos no estatuto editorial do órgão de comunicação social para que trabalhem;
- Abster-se de formular acusações sem provas e respeitar a presunção de inocência;
- Não identificar, directa ou indirectamente, as vítimas de

crimes contra a liberdade e autodeterminação sexual, bem como os menores que tiverem sido objecto de medidas tutelares sancionatórias;

- Não tratar discriminatoriamente as pessoas, designadamente em função da cor, raça, religião, nacionalidade ou sexo;
- Abster-se de recolher declarações ou imagens que atinjam a dignidade das pessoas;
- Respeitar a privacidade de acordo com a natureza do caso e a condição das pessoas;
- Não falsificar ou encenar situações com intuítos de abusar da boa fé do público;
- Não recolher imagens e sons com o recurso a meios não autorizados a não ser que se verifique um estado de necessidade para a segurança das pessoas envolvidas e o interesse público o justifique.

# IMPRENSA INFORMAÇÃO SOCIAL E TV



## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. **Qualidade da informação**
2. **Temas mais actuais**
3. **Ligação a causas sociais**

Na escolha de revistas de informação social o leitor privilegia a **credibilidade, qualidade da informação e que sejam menos sensacionalistas**. As **notícias e temas mais actuais**, assim como a **ligação a causas sociais** é dos aspetos mais relevantes. Importa ainda nestes meios a variedade de temáticas, informação fidedigna, qualidade das fotos, secção cultural-estreias e as dicas e conteúdos de bem-estar e saúde. A capa/títulos da capa e o conteúdo da revista ajuda à compra.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação por classificação das preferências dos aspetos mais relevantes para cada meio de comunicação.

<b>N° de Marcas Avaliadas</b>	<b>15</b>
<b>N° de Consumidores</b>	<b>1 953</b>

## ESCOLHA DO CONSUMIDOR A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES

# IMPREENSA CULINÁRIA

## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. Explicação da receita
2. Variedade de receitas
3. Ingredientes conhecidos

Quando se procura uma revista de culinária os leitores dão preferências às que **explicam passo a passo a receita** e apresentam uma **grande variedade de receitas** (simples, fáceis, rápidas e económicas), assim como a **utilização de ingredientes conhecidos e fáceis de encontrar**.

Outra das preferências vai para a utilização de ingredientes saudáveis e para a apresentação de dicas de culinária.

Importa ainda na vertente do receituário a indicação do tempo de preparação, grau de dificuldade, fotografias dos pratos e que haja receitas para todos os pratos (entrada, prato, sobremesa), as alternativas de ingredientes e a indicação do custo da receita.

A indicação das calorias e valor nutricional começa a ser importantes neste tipo de receitas.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação por classificação das da preferências dos aspetos mais relevantes para cada meio de comunicação.

Nº de Marcas Avaliadas	10
Nº de Consumidores	1 953

**ESCOLHA DO CONSUMIDOR**  
 A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES

**CONTINENTE**  
**magazine**

# IMPRENSA CULTURAL E DE LAZER



## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. **Transparência**
2. **Credibilidade**
3. **Actualidade**

A clareza e transparência da informação a par com a credibilidade, seriedade e rigor são os aspetos mais valorizados na procura de meios culturais e de lazer.

A actualidade da informação é igualmente relevante. Os portugueses gostam de meios que sejam de leitura fácil e acessível, não sejam sensacionalistas e dêem verdadeira informação cultural. É importante o desenvolvimento das notícias e que haja coerência entre o destaque na capa e o conteúdo, assim como cobertura da actualidade nacional.

Quanto maior a abrangência e diversidade de temas melhor, tal como a capacidade de síntese.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação por classificação das da preferências dos aspetos mais relevantes para cada meio de comunicação.

Nº de Marcas Avaliadas	20
Nº de Consumidores	1 953

**ESCOLHA DO CONSUMIDOR**  
A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES

**MAGAZINE**  
NOTÍCIAS

# IMPRENSA DESPORTIVA



## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. **Confiança na informação**
2. **Imparcialidade**
3. **Modalidades diversas**

Na imprensa desportiva a **confiança na informação** e a **imparcialidade** a par com a **diversidade de modalidades abordadas** é o mais importante para os leitores. Igualmente importa a diversidade de artigos e o tipo de imagens e qualidade das mesmas.

As capas (imagens, títulos, diversidade de temas na capa) ajudam à compra, mas a informação sobre os eventos desportivos, tabelas classificação também.

Os leitores privilegiam a edição online (acesso facilitado/ registo) e a análise desportiva.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação por classificação das da preferências dos aspetos mais relevantes para cada meio de comunicação.

<b>N° de Marcas Avaliadas</b>	<b>10</b>
<b>N° de Consumidores</b>	<b>1 953</b>

**ESCOLHA DO CONSUMIDOR**  
 A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



# IMPRENSA DIÁRIA

## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. **Qualidade de informação**
2. **Credibilidade**
3. **Abrangência de temas**

No que toca a imprensa diária o leitor privilegia a **qualidade de informação** e a **credibilidade, seriedade e rigor** com que os temas são tratados.

A **diversidade e abrangência de temas** são importantes, bem como a qualidade da escrita e a actualidade da informação. Isonomia e objectividade são pontos chave e apreciados assim como o facto de não serem sensacionalistas e aprofundarem as notícias. O leitor privilegia o jornalismo de investigação, com um estilo de escrita conciso e objectivo. Gosta que os meios façam uma cobertura da actualidade nacional e internacional.

Os meios diários devem ser de leitura fácil e acessível e possuir sites com informação actualizada. É ainda importante a qualidade dos cronistas, a capacidade de síntese e a independência do jornal.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação por classificação das preferências dos aspetos mais relevantes para cada meio de comunicação.

<b>Nº de Marcas Avaliadas</b>	<b>4</b>
<b>Nº de Consumidores</b>	<b>1 953</b>

**ESCOLHA DO CONSUMIDOR**  
A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



**Público**

# IMPREENSA ECONÓMICA

## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. **Isenção**
2. **Qualidade de Informação**
3. **Informação actual**

No que toca a imprensa económica os leitores privilegiam a **isenção e objectividade** juntamente com a **qualidade e actualidade da informação**.

A forma como os temas são abordados, a credibilidade, seriedade e rigor da informação e a cobertura da actualidade nacional é bastante importante.

Os leitores querem diversidade e abrangência de temas económicos num estilo de escrita conciso e objectivo.

É também relevante a cobertura da actualidade Internacional e os estudos e cenários que o meio faz. As notícias devem ser desenvolvidas e aprofundadas sem complicar a leitura. Uma vez mais a capacidade de síntese, qualidade dos cronistas e independência/ são importantes, tal como a explicação de conceitos e artigos com simulações financeiras.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação por classificação das da preferências dos aspetos mais relevantes para cada meio de comunicação.

<b>N° de Marcas Avaliadas</b>	<b>6</b>
<b>N° de Consumidores</b>	<b>1 953</b>

**ESCOLHA DO CONSUMIDOR**  
A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES

**negocios**

# IMPRENSA FEMININA E DE MODA



## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. **Qualidade da informação**
2. **Conselhos/Dicas úteis**
3. **Ideias a concretizar**

As leitoras da imprensa feminina e de moda privilegia a **credibilidade e qualidade da informação**, bem como os **conselhos e dicas úteis**, bem como sugestões de **ideias de coisas que a leitora pode concretizar ou comprar**.

Os conteúdos são bastante importantes e também a qualidade da revista, as novidades e novos produtos, bem como a quantidade e variedade de temas.

É relevante para a escolha o estilo de moda acessível à leitora, a qualidade do texto e da forma de escrita, bem como a variedade de artigos, fotografia e outros temas como viagens, tecnologia, saúde e bem estar. Um tipo de escrita informal agrada assim como guias de preços e compras.

Nos artigos mais procurados temos os produtos de cosmética e beleza, moda e tendências.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação por classificação das preferências dos aspetos mais relevantes para cada meio de comunicação.

<b>N° de Marcas Avaliadas</b>	<b>12</b>
<b>N° de Consumidores</b>	<b>1 953</b>

**ESCOLHA DO CONSUMIDOR**  
A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES

# ACTIVA

# IMPRENSA LIFESTYLE FEMININAS



## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. **Qualidade da informação**
2. **Credibilidade**
3. **Conselhos/Dicas úteis**

A procura por revistas desta natureza é feita em função da **qualidade da informação** e dos artigos e pela **credibilidade** da revista.

Importante são os **conselhos e dicas úteis**. Importam ainda às leitoras a quantidade e variedade de temas que passem também pelo bem estar e saúde e desporto.

Apesar disto informação sobre actualidade e nutrição, novos produtos, actividade física e cuidados com o corpo também importam.

A organização da revista é um ponto importante em particular que seja inovadora face ao que se encontra na internet.

A leitora privilegia a apresentação com equilíbrio entre texto e imagem.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação por classificação das da preferências dos aspetos mais relevantes para cada meio de comunicação.

Nº de Marcas Avaliadas	3
Nº de Consumidores	1 953

## ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES

# Women'sHealth

# IMPrensa LIFESTYLE MASCULINA



## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. Conteúdos
2. Saúde masculina
3. Qualidade da imagem

Nas revistas deste género, os leitores privilegiam os **conteúdos**, nomeadamente sobre **saúde masculina**, bem-estar, nutrição e conselhos úteis para homens.

A **qualidade da imagem** a par com a qualidade da informação é igualmente importante.

Além da actualidade é dada importância à informação sobre locais de lazer e a artigos sobre novidades tecnológicas, automóveis, informática, gadgets e sobre actividade física, desporto e cuidados com o corpo.

Alguns destes artigos devem incluir programas de dieta e nutrição.

Os temas de capa, o grafismo e o formato são igualmente aspetos a considerar.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação por classificação das da preferências dos aspetos mais relevantes para cada meio de comunicação.

Nº de Marcas Avaliadas	3
Nº de Consumidores	1 953

**ESCOLHA DO CONSUMIDOR**  
A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES

# Men's Health



# IMPrensa MARKETING E NEGÓCIOS



## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. **Qualidade de informação**
2. **Reportagens**
3. **Actualidade internacional**

A **qualidade de informação, reportagens e a cobertura da actualidade internacional** são os aspetos mais importantes para os leitores da imprensa de negócios.

Destaca-se a necessidade de artigos de leitura fácil e acessível e forte diversidade de temas.

A cobertura da actualidade nacional também importa tal com a isenção e objectividade e rigor.

Os leitores privilegiam actualidade da informação sobre marketing e negócios e dicas para gestão.

Este é um dos meios onde se procura jornalismo de investigação e notícias apelativas. Os meios desta área devem ter sites com informação actualizada e apresentar também case studies.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação por classificação das preferências dos aspetos mais relevantes para cada meio de comunicação.

<b>N° de Marcas Avaliadas</b>	<b>5</b>
<b>N° de Consumidores</b>	<b>1 953</b>

**ESCOLHA DO CONSUMIDOR**  
A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES

# Exame

# IMPrensa MASCULINA ADULTOS



## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. **Fotografias**
2. **Conteúdos**
3. **Temas interessantes**

Contrariamente ao que se possa pensar este tipo de publicação não depende unicamente das capas e modelos que aparecem no interior. Os leitores privilegiam **fotografias** com qualidade artística, **conteúdos** e **temas interessantes**.

A actualidade, saúde masculina, bem-estar, nutrição, conselhos úteis para homens e humor são alguns dos temas procurados. A apresentação e aspeto da revista com equilíbrio entre texto e imagem é bastante importante, bem como artigos sobre actividade física e cuidados com o corpo.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação por classificação das preferências dos aspetos mais relevantes para cada meio de comunicação.

Nº de Marcas Avaliadas	2
Nº de Consumidores	1 953

**ESCOLHA DO CONSUMIDOR**  
A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES

# PLAYBOY

# IMPRENSA MOTORES



## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. **Novidades**
2. **Imagens dos veículos**
3. **Comparativos**

No que toca imprensa automóvel os leitores privilegiam as **novidades, imagens exteriores e interiores dos veículos e os comparativos entre marcas.**

Os leitores aprecia informação sobre as características e informação sobre os carros, mas numa postura isenta e imparcial.

É importante que a revista apresente os últimos modelos e lançamentos e testes sobre segurança, veículos ecológicos, entre outros.

Outro ponto tem a ver com serviços de aconselhamento (dicas avarias, acidentes, melhorias na condução, etc.) e ter uma capa apelativa.

Não esquecer a importância ainda das tabelas de preços dos novos e dos usados.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação por classificação das da preferências dos aspetos mais relevantes para cada meio de comunicação.

<b>N° de Marcas Avaliadas</b>	<b>25</b>
<b>N° de Consumidores</b>	<b>1 953</b>

## ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



# IMPRENSA ONLINE

## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. **Qualidade de informação**
2. **Isenção**
3. **Informação atual**

A imprensa online não é muito diferente da impressa e por isso também aqui a **qualidade da informação** é imprescindível tal como a **isenção e objectividade** dos meios e a **actualidade da informação**.

Privilegia-se a qualidade da escrita e os assuntos abordados e o rigor.

Também neste tipo de meios se procura o jornalismo de investigação e em particular um estilo de escrita conciso e objectivo, de leitura fácil.

Nestes meios deve estar sempre presentes a actualidade nacional e internacional e evitar o sensacionalismo.

A capacidade de síntese é importante, assim como notícias atractivas e exclusivas.

Um ponto de interesse é a presença nas redes sociais com informação actualizada.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação por classificação das da preferências dos aspetos mais relevantes para cada meio de comunicação.

<b>N° de Marcas Avaliadas</b>	<b>2</b>
<b>N° de Consumidores</b>	<b>1 953</b>

## ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES

**NOTÍCIAS** AO  
**MINUTO**

# IMPRENSA ONLINE DE NEGÓCIOS



## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. **Qualidade de informação**
2. **Reportagens**
3. **Actualidade internacional**

Quando se trata de negócios, o leitor online procura a **qualidade de informação, reportagens e cobertura da actualidade internacional.**

Tal como noutros meios importam nestes meios os assuntos abordados, leitura fácil e isenção e objectividade.

A qualidade da escrita deve estar sempre presente tal como o rigor.

O desenvolvimento das notícias são importantes, bem como a capacidade de síntese. Aprecia-se um site com informação actualizada.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação por classificação das da preferências dos aspetos mais relevantes para cada meio de comunicação.

<b>N° de Marcas Avaliadas</b>	<b>5</b>
<b>N° de Consumidores</b>	<b>1 953</b>

## ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



# REVISTAS SEMANAIS

## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. Rigor e seriedade
2. Imparcialidade
3. Informação atual

Os leitores de revistas semanais de informação procuram **credibilidade, rigor e seriedade** a par com **isenção e imparcialidade**, bem como **actualidade de informação**.

Os temas abordados e a qualidade dos artigos e notícias é bastante importante. Importa ainda a qualidade do jornalismo e o desenvolvimento aprofundado dos assuntos. Neste tipo de revista é importante a qualidade das imagens e a forma de apresentar os assuntos ou seja a qualidade da investigação jornalística.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação por classificação das preferências dos aspetos mais relevantes para cada meio de comunicação.

Nº de Marcas Avaliadas	2
Nº de Consumidores	1 953

**ESCOLHA DO CONSUMIDOR**  
A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES

# VISÃO

# IMPRENSA SAÚDE E FAMÍLIA



## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. Ser informativa
2. Conteúdos interessantes
3. Artigos de especialistas

Os leitores de revistas de saúde e família privilegiam a **capacidade informativa** e os **conteúdos interessantes**, bem como **artigos escritos por especialistas**.

Para este público importa a variedade de artigos, que a revista seja agradável e fácil de ler e que incluam casos práticos da vida quotidiana.

Os conteúdos devem ser simples e focar-se na evolução psicológica das crianças assim como ter conteúdos dirigidos ao pai e não somente à mãe.

Os artigos de opinião são tão importantes como os testemunhos dos pais.

Outros aspetos de informação são as receitas para crianças e oferta de vales de desconto ou amostras.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação por classificação das da preferências dos aspetos mais relevantes para cada meio de comunicação.

Nº de Marcas Avaliadas	14
Nº de Consumidores	1 953

**ESCOLHA DO CONSUMIDOR**  
A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES

# Pais & filhos



# IMPRENSA SEMANÁRIOS



## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. Qualidade da informação
2. Evitar sensacionalismo
3. Temas abordados

Na imprensa semanal o leitor privilegia a **qualidade da informação, não ser sensacionalista** e os temas abordados.

É importante nestes meios a actualidade das notícias, clareza e transparência. Pretende-se um jornalismo de qualidade com cobertura da actualidade nacional.

É relevante a abrangência e diversidade de temas, o desenvolvimento das notícias e um jornalismo de investigação com independência e com jornalistas credíveis.

Quer-se ainda cronistas de qualidade e coerência entre o destaque na capa e o conteúdo.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação por classificação das preferências dos aspetos mais relevantes para cada meio de comunicação.

Nº de Marcas Avaliadas	2
Nº de Consumidores	1 953

## ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES

**Expresso**

# IMPrensa TECNOLOGIAS



## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. **Qualidade da informação**
2. **Novidades actualizadas**
3. **Clareza e transparência**

Na imprensa tecnológica procura-se **qualidade da informação, novidades actualizadas** e muita **clareza e transparência** no assuntos abordados.

A qualidade técnica dos textos é importante tal como a informação sobre produtos inovadores e o domínio técnico da informação.

Também aqui se pretende coerência entre o destaque na capa e o conteúdo e capacidade de síntese.

O grafismo e a organização e paginação é importante assim como a presença online.

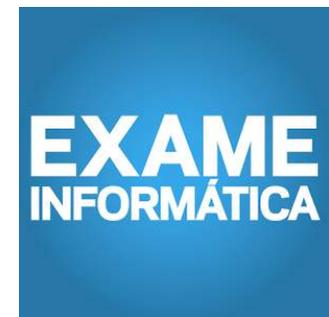
## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação por classificação das da preferências dos aspetos mais relevantes para cada meio de comunicação.

<b>Nº de Marcas Avaliadas</b>	<b>13</b>
<b>Nº de Consumidores</b>	<b>1 953</b>

## ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



# IMPRENSA VIAGENS

## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. Destinos
2. Qualidade das fotografias
3. Informação sobre o preço

No que respeita à imprensa de viagens os leitores privilegiam os **destinos** e a **qualidade e veracidade das fotografias**, assim como a **informação sobre o preço das viagens e circuitos**.

A informação detalhada dos destinos é tão importante como a diversidade de destinos apresentada, em particular destinos originais e pouco conhecidos.

Outra da informação importante é a referente aos cuidados a ter no destino e sobre locais a visitar (segurança, acessibilidade / como chegar, o que ver, excursões a fazer, nível de vida, alertas) e restauração e alojamento.

Algo que os leitores apreciam são as dicas de locais originais a visitar e informação sobre a história e cultura local.

Destinos nacionais e viagens mais realistas e económicas é um dos pontos que são bastante apreciados.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação por classificação das da preferências dos aspetos mais relevantes para cada meio de comunicação.

Nº de Marcas Avaliadas	7
Nº de Consumidores	1 953

**ESCOLHA DO CONSUMIDOR**  
A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES

**M**VOLTA AO  
MUNDO

# RÁDIO ENTRETENIMENTO



## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. Bom ambiente
2. Música com qualidade
3. Qualidade dos programas

A escolha de programas de entretenimento numa estação de rádio é baseada no **ambiente transmitido**, com enfoque no humor, boa disposição e ambiente e na animação ao longo dos programas. Claro que o fator **música com qualidade** está sempre presente assim como a **qualidade geral dos programas**.

Outros aspetos a ter em conta são a cobertura ou qualidade da frequência, a qualidade dos animadores e locutores e claro a preferência por grandes blocos de música sem interrupção com uma playlist variada.

Além disso os ouvintes apreciam boa informação com blocos noticiosos com as notícias essenciais.

Para além dos programas da manhã, privilegia-se programas de discussão sobre temas actuais e música portuguesa.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação por classificação das da preferências dos aspetos mais relevantes para cada meio de comunicação.

Nº de Marcas Avaliadas	7
Nº de Consumidores	1 953

## ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



SÓ GRANDES MÚSICAS.



# RÁDIO INFORMAÇÃO



## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. **Credibilidade**
2. **Qualidade da informação**
3. **Objectividade e clareza**

Quando o objetivo é informação, os ouvintes têm em conta a **credibilidade** da rádio com base na **seriedade e rigor** que passam e na **qualidade da informação**. Os ouvintes privilegiam **objectividade e clareza** com profissionalismo.

Importam a qualidade dos jornalistas e as notícias da actualidade e o carácter pouco sensacionalista e especulativo.

A linguagem utilizada e a variedade de informação são pontos a ter em conta, a par com a isenção e independência da estação. As notícias de última hora com rapidez e a forma como são comunicadas é algo que também é procurado, bem como desenvolvimento das notícias.

Os profissionais da rádio são algo importante assim como o cumprimento dos horários das notícias.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação por classificação das preferências dos aspetos mais relevantes para cada meio de comunicação.

Nº de Marcas Avaliadas	2
Nº de Consumidores	1 953

**ESCOLHA DO CONSUMIDOR**  
A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



# TV - CANAL ESPECIALIZADO DE INFORMAÇÃO



## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. **Credibilidade**
2. **Postura isenta e imparcial**
3. **Fontes das notícias**

Quando se trata de seleccionar um canal de tv especializado em informação os telespectadores procuram a **credibilidade das notícias**, a **postura isenta e imparcial** e sobretudo a **credibilidade das provas** ou seja a **fonte das notícias**.

Privilegiam ainda o bom português e a diversidade da informação, obedecendo a uma lógica de apresentação.

É importante a capacidade de comunicação dos jornalistas com o público, assim como as reportagens e a credibilidade dos jornalistas. Os telespectadores gostam que haja pluralidade de opiniões, mas segurança e convicção na apresentação.

A duração e quantidade dos intervalos é algo que aborrece assim como apresentadores pouco dinâmicos. Existe uma tendência cada vez mais assumida para fugir ao sensacionalismo e evitar notícias que não interessam.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação por classificação das da preferências dos aspetos mais relevantes para cada meio de comunicação.

Nº de Marcas Avaliadas	5
Nº de Consumidores	1 953

## ESCOLHA DO CONSUMIDOR A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES





# TV - CANAL ESPECIALIZADO EM ENTRETENIMENTO



## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. Tipo de séries e filmes
2. Continuidade da série
3. Qualidade de produção

A preferência por canais especializados em entretenimento é condicionada pelo **tipo de séries e filmes** exibidos e sobretudo pela **continuidade da série e qualidade da produção**.

A forma como a programação dos episódios e temporadas é organizada é tão importante como as novidades e a possibilidade de gravações automáticas e poder recuar nas séries. Depois interessa o cumprimento dos horários, a diversidade de programas e a duração do intervalo.

Algo a que os telespectadores dão atenção é o respeito pela ordem dos episódios e não haver desfasamento face aos países onde são produzidos.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação por classificação das da preferências dos aspetos mais relevantes para cada meio de comunicação.

Nº de Marcas Avaliadas	10
Nº de Consumidores	1 953

**ESCOLHA DO CONSUMIDOR**  
A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES

# FOX



# TV - ENTRETENIMENTO EM CANAL GENERALISTA



## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. **Qualidade dos programas**
2. **Originalidade**
3. **Capacidade de entreter**

Quando se escolhe um canal de televisão para um momento de entretenimento, os telespectadores procuram **programas com qualidade, originalidade e inovação** e sobretudo **capacidade para os cativar, envolver e entreter**.

Privilegia-se boa produção com artistas e actores com qualidade, assim com um bom enredo.

Existe alguma atenção para programas com componente cultural ou que tratem de temas actuais, com humor e divertidos ou que sejam educativos.

Programas muito popularuchos não conquistam o telespectador.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação por classificação das da preferências dos aspetos mais relevantes para cada meio de comunicação.

<b>N° de Marcas Avaliadas</b>	<b>3</b>
<b>N° de Consumidores</b>	<b>1 953</b>

## ESCOLHA DO CONSUMIDOR A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



# TV - INFORMAÇÃO EM CANAL GENERALISTA



## A TER EM CONSIDERAÇÃO

1. **Qualidade da informação**
2. **Clareza e objectividade**
3. **Credibilidade**

No que respeita à escolha do canal de televisão generalista para por-se a par de informação noticiosa importa ao telespectador a **qualidade da informação**, a **clareza e objectividade da informação** e a **credibilidade, seriedade e rigor** com que a estação o faz.

O profissionalismo, a imparcialidade e isenção da informação e o facto de não serem sensacionalistas ou explorarem menos as desgraças é igualmente importante.

O telespectador privilegia as boas reportagens e a forma como se transmite a notícia e atenção a notícias de última hora. A actualidade nacional e a qualidade dos jornalistas e pivots e respetiva capacidade de síntese é algo que é apreciado também.

## RESULTADOS DOS TESTES

**TIPO DE TESTE:** avaliação por classificação das preferências dos aspetos mais relevantes para cada meio de comunicação.

<b>N° de Marcas Avaliadas</b>	<b>3</b>
<b>N° de Consumidores</b>	<b>1 953</b>

## ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



# GUIA PRÁTICO

DA ESCOLHA DO CONSUMIDOR



MAIS INFORMAÇÕES  
UTEIS



## **São várias as entidades que pode contactar em caso de resolução de conflitos de consumo.**

### **CNIACC - Centro Nacional de Informação e Arbitragem de Conflitos de Consumo**

[www.arbitragemdeconsumo.org](http://www.arbitragemdeconsumo.org)

Telefone: 21 384 74 84 E-mail: [cniacc@fd.unl.pt](mailto:cniacc@fd.unl.pt)

### **Associação de Consumidores de Portugal**

[www.acop.planetaclix.pt](http://www.acop.planetaclix.pt)

Telefone: 239 404733 Email: [acop.geral@mail.telepac.pt](mailto:acop.geral@mail.telepac.pt)

### **Associação Portuguesa de Direito do Consumo**

[www.apdconsumo.pt](http://www.apdconsumo.pt)

Telefone: 239 404 733 Email: [apdc.cedc@mail.telepac.pt](mailto:apdc.cedc@mail.telepac.pt)

### **Portal do Consumidor**

[www.consumidor.pt](http://www.consumidor.pt)

Telefone: 213 564 600 Email: [dgc@dg.consumidor.pt](mailto:dgc@dg.consumidor.pt)

### **Observatório dos Direitos do Consumidor**

[www.oa.pt/odc](http://www.oa.pt/odc)

Telefone: 218 823 550 Email: [odc@cg.oa.pt](mailto:odc@cg.oa.pt)

### **DECO**

[www.deco.proteste.pt](http://www.deco.proteste.pt)

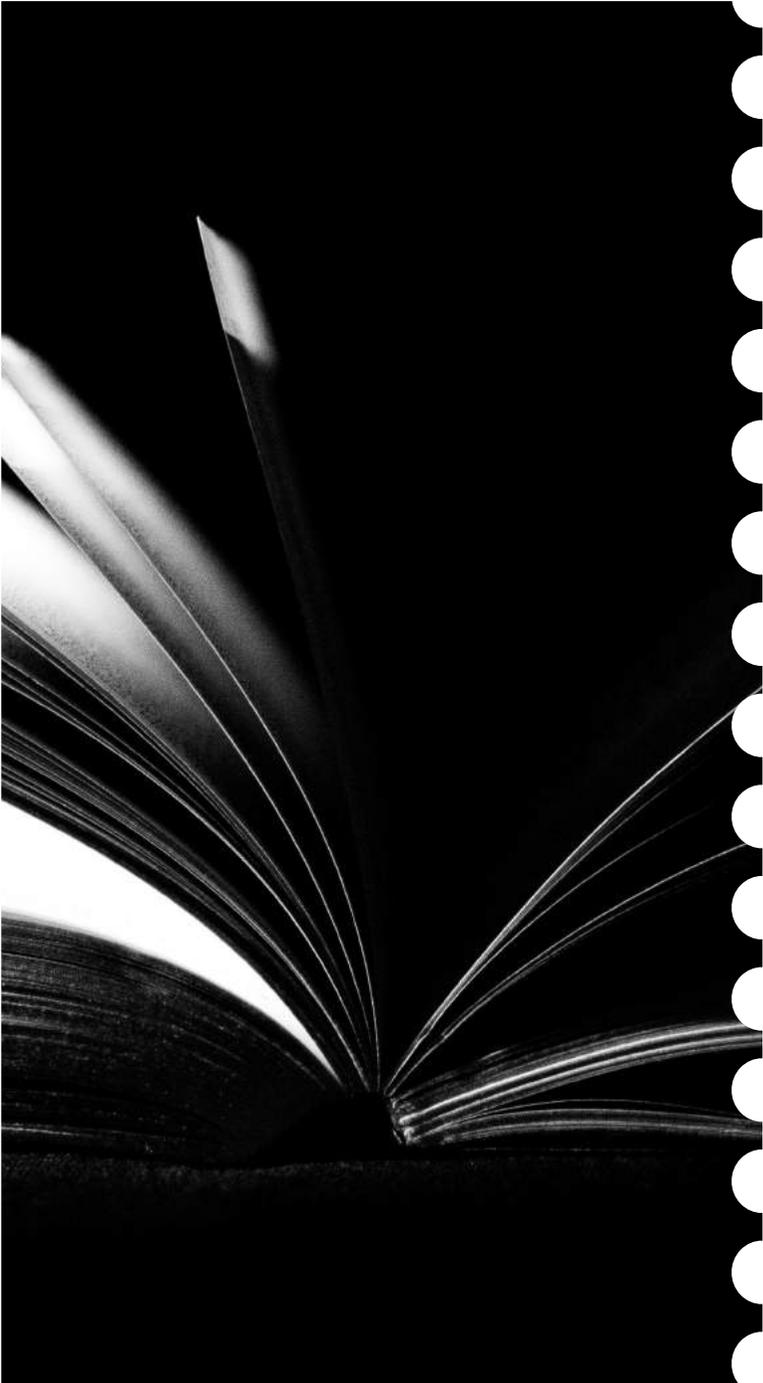
Telefone: 213 710 200 Email: [decolx@deco.pt](mailto:decolx@deco.pt)



## **Fontes utilizadas para este Guia Prático da Escolha do Consumidor**

Neste Guia Prático da Escolha do Consumidor foram utilizadas informações diversas das seguintes fontes:

- Focus Group da Escolha do Consumidor da Netsonda, junho 2015
- Focus Group da Escolha do Consumidor da More by Pentaudis, junho 2015
- Estudo quantitativo online da Netsonda, julho e agosto 2016
- Estudo quantitativo online da More by Pentaudis, julho e agosto 2016
- Avaliações online, call center e presenciais da More by Pentaudis, setembro a novembro 2016
- Avaliações online, call center e presenciais da Fullsense/Controlvet, setembro a novembro 2016
- Avaliações online, call center e presenciais da Consumerchoice, setembro a novembro 2016
- Informação geral de direitos de consumo do CNIACC - Centro Nacional de Informação e Arbitragem de Conflitos de Consumo; Associação de Consumidores de Portugal; Associação Portuguesa de Direito do Consumo; Portal do Consumidor, DECO e do Guia dos Direitos do Consumidor do Observatório do Direito de Consumo



## Ficha Técnica

### Conteúdos:

- ConsumerChoice - Centro de Avaliação da Satisfação do Consumidor, Lda

### Paginação:

- Brandstory Lda

### Exemplares:

- formato PDF

### Ano:

- Maio. 2017

### Contactos para mais informação:

- E-mail: [jose.borralho@gmail.com](mailto:jose.borralho@gmail.com)

# GUIA PRÁTICO

## DA ESCOLHA DO CONSUMIDOR



[www.facebook.com/EscolhaDoConsumidor](http://www.facebook.com/EscolhaDoConsumidor)



[www.escolhadoconsumidor.com](http://www.escolhadoconsumidor.com)

**Publicação e conteúdos:**  
ConsumerChoice - Centro de Avaliação da Satisfação do Consumidor Lda

**Distribuição Gratuita:**  
É permitida a reprodução integral ou parcial do texto, desde que citada a fonte.  
Maio de 2017