

GUIA PRÁTICO

DA ESCOLHA DO CONSUMIDOR



www.facebook.com/EscolhaDoConsumidor



www.consumertrends.pt

Publicação e conteúdos:



Distribuição Gratuita:

É permitida a reprodução integral ou parcial do texto, desde que citada a fonte.

Março de 2019

INDICE



INTRODUÇÃO	1	COMPARATIVO DE PREÇOS PORTAIS OFERTAS E EXP.	44	ENERGIAS SERV. USO DOMÉSTICO TINTAS	85
COMO LER O GUIA	4	PORTAIS MULTISERVIÇOS	45	LAVANDARIAS SELF SERVICE SERV.SEGURANÇA	86
GUIA PRÁTICO DA ESCOLHA DO CONSUMIDOR				ESMALTES TINTAS PROFISSIONAIS	87
OS QUE MELHOR TRABALHAM PARA O CONSUMIDOR	5				
PRODUTOS ALIMENTARES	9	EQUIPAMENTOS	46	SERVIÇOS AUTOMÓVEIS	88
ALIMENTAÇÃO ANIMAL ARROZ	12	ASPIRADORES PEQUENOS ELETRODOMÉSTICOS	49	CENTROS MAN. AUTOMÓVEL EST. SERVIÇO	91
AZEITE BACALHAU	13	FORNOS MÁQUINAS DE LAVAR A ROUPA	50	MARCA AUTOMÓVEL SEG. MÉDIO SEG. SUPERIOR	92
BACON SALSICHAS DE CHURRASCO	14	ROBOTS DE COZINHA SISTEMAS DE HIGIENIZAÇÃO	51	PNEUS REP.E SUBS. VIDRO AUTOMÓVEL	93
CARNE DE AVES BATATAS FRITAS	15	SMARTPHONES	52	VIATURAS SEMI NOVAS E USADAS VEÍCULOS	94
BEBIDAS VEGETAIS BOLACHAS DIGESTIVAS	16			COMERCIAIS	
BOLACHAS INDULGENCY BOLACHAS INFANTIS	17	HIGIENE NO LAR	53		
BOLACHAS WAFFERS CAFÉ	18	ANTI BOLORES LAVA TUDO MULTISUPERFICIES	55	SERVIÇOS FINANCEIROS	96
CAFÉ EM CÁPSULA CHÁ EM CÁPSULA	19	MELHOR MARCA DE DISTRIBUIÇÃO HIGIENE NO LAR	56	BANCO DIGITAL CARTÕES DE CRÉDITO	99
ICED TEA CHÁ EM SAQUETA	20			CRÉDITO AO CONSUMO PEQ. MÉDIOS BANCOS	100
FIAMBRE DA PERNA EXTRA FIAMBRE DE AVES	21	LAZER E ENTRETENIMENTO	57	GRANDES BANCOS SEGUROS	101
MOLHOS PREPARADOS MOLHOS DE COZINHA	22	AGÊNCIAS DE VIAGENS CRUZEIROS	60	SEGUROS DIRECTOS	102
MELHOR MARCA DE DISTRIBUIÇÃO ALIMENTAR	23	ESPAÇOS LAZER ENTRETENIMENTO LISBOA PORTO	61	MEDIADORES VALES DE REFEIÇÃO	103
		FESTIVAIS DE MÚSICA NÃO URBANOS URBANOS	62	CRÉDITO AO CONSUMO PROFISSIONAIS	104
		HOTÉIS JOGOS DA SORTE	63		
		OPERADOR TURÍSTICO SALAS DE CINEMA	64	SERVIÇOS DE SAÚDE E BEM ESTAR	105
		SERVIÇOS DE MOBILIDADE	65	CENTROS AUDITIVOS SIST. SAÚDE SENIORES	107
BEBÉ E CRIANÇA	24			CLINICAS DENTÁRIAS CRIOPRESERVAÇÃO	108
CADEIRAS AUTO CARRINHOS DE PASSEIO INFANTIL	27	MODA E BELEZA	66	HEALTH CLUBS HOSPITAIS PRIVADOS	109
CREME MUDA DA FRALDA EQUIPAMENTOS BABY	28	CABELEIREIROS CLINICAS DE ESTÉTICA	69	LOJAS SAÚDE BEM ESTAR PL. ALIMENTARES	110
LOJAS PUERICULTURA MODA INFANTIL	29	COLORAÇÃO PROFISSIONAL COSM. VENDA DIRETA	70	PLANOS SAÚDE SAÚDE ANIMAL	111
PAPAS INFANTIS LEITES EM PÓ PARA BEBÉS	30	MDD HIGIENE NO LAR MODA JOVEM	71	SISTEMA DE SAÚDE	112
		ÓTICAS ÓTICAS SÊNIOR	72		
		SAPATARIAS VESTUÁRIO INTERIOR	73	TELECOMUNICAÇÕES	113
COMÉRCIO EM GERAL	31	VESTUÁRIO MODA ADULTO	74	TELECOM. MÓVEIS QUADRUPLE PLAY	115
DISTRIBUIÇÃO GROSSISTA GARRAFEIRAS	34			APPS TV FORA DE CASA	116
HIPER E SUPERMERCADOS IMOBILIÁRIAS	35	PRODUTOS DE SAÚDE E BEM ESTAR	75		
ALIMENTAÇÃO SAUDÁVEL LOJAS DECORAÇÃO	36	DENTÍFRICOS LENTES OFTÁLMICAS	78	COMUNICAÇÃO SOCIAL	117
LOJAS DE ELETRÓNICA E ELETRODOMÉSTICOS	37	SUPL. ALIMENTARES PROD. EMAGRECIMENTO	79		
LOJAS MULTIMARCA DE TELEFONES & ACESSÓRIOS	37	SUPL. P/ DESPORTISTAS PROTETORES SOLARES	80	MAIS INFORMAÇÕES UTEIS	124
PERFUMARIAS SUPERMERCADOS DE PROXIMIDADE	38			CONTACTOS EM CASO CONFLITOS CONSUMO	125
		PRODUTOS E SERVIÇOS PARA O LAR	81	BIBLIOGRAFIA E OUTRAS FONTES	126
COMÉRCIO ONLINE	39	CARVÃO CARVÃO PROFISSIONAIS	83	FICHA TÉCNICA	127
COMÉRCIO AUTOMÓVEL COMÉRCIO IMOBILIÁRIO	42	COLCHÕES CORREIO EXPRESSO	84		
ELETRÓNICA E ELETRODOMÉSTICOS TECNOLOGIA	43				

INTRODUÇÃO

Em 2018, a Escolha do Consumidor avaliou 964 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 à recolha de informação, dos consumidores, após vivência com os respetivos universos de consumo. Sabemos assim 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.

*** é conhecida de 90% dos consumidores portugueses (estudos More / Netsonda . Jan.2019)**

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**.

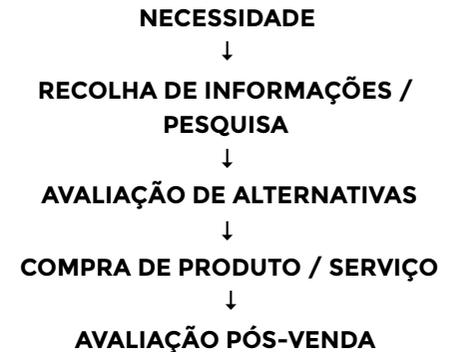
A Joana antes de comprar o aspirador **consultou outras opções** também, ou seja, fez a sua **pesquisa**.

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



AZEITE

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. exemplo
2. exemplo
3. exemplo

Os 3 aspetos que mais se destacam quando compra produtos ou serviços em causa.

Categoria de consumo; qual o produto ou serviço de que estamos a falar.

OUTROS A TER EM CONTA

- Exemplo; exemplo; exemplo

Outros aspetos que também se destacam

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES

A marca que obteve melhor avaliação nos testes efetuados entre todas as marcas, ou seja a Melhor

TIPO DE TESTE:

- exemplo

Tipo de avaliação feita para escolher a melhor marca

Qual o nível de satisfação obtido nos testes

Nº Marcas Avaliadas	4	Quantas marcas foram avaliadas
Nº Consumidores	3690	Quantos consumidores colaboraram
Satisfação no Teste	84%	
Intenção de Compra	86%	

Intenção de comprar os seus produtos ou serviços

GUIA PRÁTICO

DA ESCOLHA DO CONSUMIDOR



SOBRE:

OS QUE MELHOR
TRABALHAM PARA O
CONSUMIDOR



Porque são os que melhor que trabalham para o consumidor?

O que é a Escolha do Consumidor Excellentia?



A Escolha do Consumidor avalia a qualidade percebida pelos consumidores, quando avaliam produtos e serviços de marcas. **Esta é a opinião do consumidor.**

Mas, é importante também perceber como as marcas trabalham para satisfazer os seus consumidores, que práticas levam a cabo e se são as mesmas suficientes. **Nasce a Escolha do Consumidor Excellentia.**

É através de um processo complexo de avaliação interna das práticas da marca e como ela antecipa problemas e cria soluções para o consumidor que chegamos aos melhores. Se já eram bom ser Escolha do Consumidor, é ainda melhor juntar-lhe a **Escolha do Consumidor Excellentia.**

HOSPITAIS PRIVADOS

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Qualidade dos médicos / Especialistas na área
2. Pontualidade nas marcações
3. Rapidez do serviço / Tempo de espera

OUTROS A TER EM CONTA

- Qualidade dos serviços; Facilidade na marcação; Boa comunicação com o cliente / atendimento eficiente / humano; Clareza da informação

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



TIPO DE TESTE:

- avaliação do serviço pelos consumidores e e avaliação de práticas internas de orientação para o consumidor.

Nº Marcas Avaliadas	4	Satisfação no Teste	84%
Nº Consumidores	3690	Intenção de Compra	86%



SEGUROS

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Facilidade de acionamento (sinistros)
2. Qualidade de atendimento / Assistência ao cliente
3. Clareza nas condições contratuais

OUTROS A TER EM CONTA

- Esclarecimento sobre o produto; Sinceridade e transparência na relação; Relação com o gestor; Aconselhamento adequado a cada perfil;

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



TIPO DE TESTE:

- avaliação do serviço pelos consumidores e e avaliação de práticas internas de orientação para o consumidor.

Nº Marcas Avaliadas	12	Satisfação no Teste	72%
Nº Consumidores	4630	Intenção de Compra	69%

SUPER DE PROXIMIDADE

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Qualidade dos produtos
2. Facilidade na compra
3. Proximidade do local

OUTROS A TER EM CONTA

- Frescura dos produtos; Promoções e descontos; Variedade de produtos; Limpeza da loja; Atendimento simpático; Atendimento rápido; Qualidade da marca própria; Arrumação em loja

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



O melhor mora
ao seu lado

TIPO DE TESTE:

- avaliação do serviço pelos consumidores e e avaliação de práticas internas de orientação para o consumidor.

Nº Marcas Avaliadas	5	Satisfação no Teste	76%
Nº Consumidores	3810	Intenção de Compra	72%



COLCHÕES

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Conforto
2. Ergonomia (rigidez, conforto)
3. Qualidade

OUTROS A TER EM CONTA

- Durabilidade; Material de confeção; Garantia; Funcional para verão e inverno; Anti ácaros; Facilidade de manutenção; Sem custos de entregas; Bom serviço após-venda

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



TIPO DE TESTE:

- avaliação do serviço pelos consumidores e e avaliação de práticas internas de orientação para o consumidor.

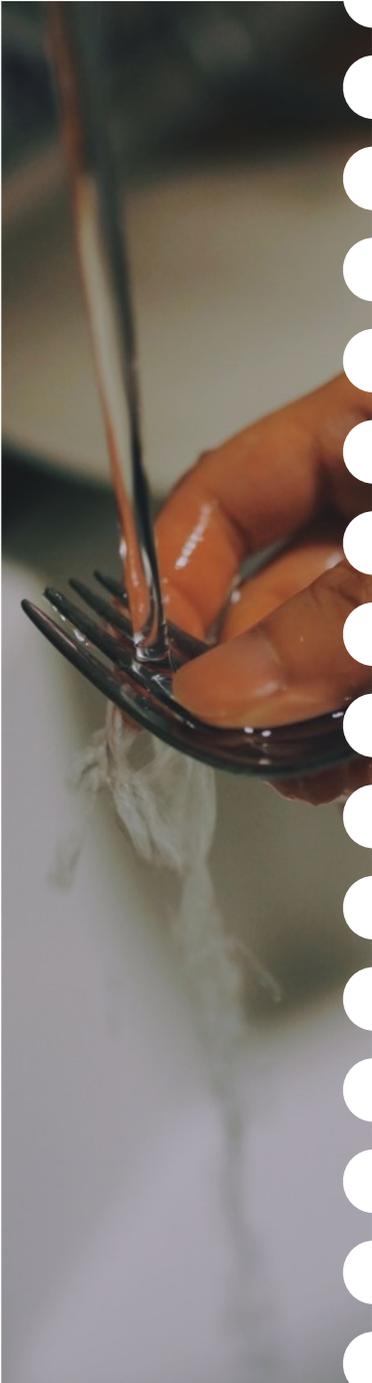
Nº Marcas Avaliadas	4	Satisfação no Teste	83%
Nº Consumidores	3690	Intenção de Compra	83%

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.

- 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.



ALIMENTAÇÃO ANIMAL

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Aceitação do animal
2. Boa relação qualidade/preço
3. Composição do produto (ingredientes, proteína, sem cereais, aditivos...)

OUTROS A TER EM CONTA

- Valor nutricional; Variedade de produtos (depende da idade); Consistência do produto; Origem natural do produto

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	7	Nível de Satisfação	79%
Nº Consumidores	3630	Intenção de Compra	84%



ARROZ

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Qualidade após confeção (ficar solto, não empapado)
2. Boa relação preço/qualidade
3. Consistência do arroz

OUTROS A TER EM CONTA

- Frequência de promoções; Aspeto do arroz (cor, brancura, grãos); Confiança na marca; Variedade do tipo de arroz (agulha, carolino, basmati)

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	9	Nível de Satisfação	74%
Nº Consumidores	1656	Intenção de Compra	75%

AZEITE

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Qualidade do produto: Sabor / Odor
2. Boa relação qualidade/preço
3. Nível de acidez

OUTROS A TER EM CONTA

- Origem/Produção do produto; Ser de origem nacional; Intensidade de sabores

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	9	Nível de Satisfação	79%
Nº Consumidores	1656	Intenção de Compra	75%



BACALHAU

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Estado de conservação
2. Aspeto e aparência do bacalhau (cor, sem manchas, secagem)
3. Qualidade do produto

OUTROS A TER EM CONTA

- Boa relação qualidade/preço; Tamanho, altura e espessura; Vir de pesca sustentável; País de origem (notoriedade/confiança)

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	4	Nível de Satisfação	78%
Nº Consumidores	3750	Intenção de Compra	83%

BACON

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Sabor do produto
2. Textura e suculência
3. Duração da conservação

OUTROS A TER EM CONTA

- Variedade de escolha; Aparência do produto na embalagem; Composição do produto (teor de sal, gordura); Quantidade de gordura; Tamanho das fatias (finas)

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	4	Nível de Satisfação	76%
Nº Consumidores	1506	Intenção de Compra	78%



SALSICHAS CHURRASCO

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Sabor do produto
2. Qualidade do produto
3. Textura e frescura

OUTROS A TER EM CONTA

- Aspeto do produto; Modo de conservação do produto; Pouca humidade na embalagem; Quantidade por embalagem; Composição do produto (teor de sal, gordura)

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	3	Nível de Satisfação	75%
Nº Consumidores	1606	Intenção de Compra	75%



CARNE DE AVES

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Sabor do produto
2. Odor do produto
3. Qualidade do produto (frescura, textura, conservação)

OUTROS A TER EM CONTA

- Aspeto do produto; Conservação / embalagem do produto; Confiança na marca; Transparência nas condições de tratamento do animal

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	5	Nível de Satisfação	71%
Nº Consumidores	1686	Intenção de Compra	73%



BATATAS FRITAS

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Sabor do produto
2. Serem estaladiças
3. Textura e consistência do produto

OUTROS A TER EM CONTA

- Composição do produto (teor de sal, gordura); Variedade de sabores disponíveis; Modo de confeção (azeite, forno, óleo); Origem em ingredientes naturais

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	5	Nível de Satisfação	83%
Nº Consumidores	1566	Intenção de Compra	81%

BEBIDAS VEGETAIS

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Qualidade do produto
2. Composição do produto (pouco açúcar, sal, conservantes e químicos)
3. Qualidade nutricional

OUTROS A TER EM CONTA

- Textura; Validade de conservação; Qualidade das marcas próprias; Embalagem prática e reciclável; Intensidade do sabor

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	6	Nível de Satisfação	77%
Nº Consumidores	3810	Intenção de Compra	77%



BOLACHAS DIGESTIVAS

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Sabor
2. Qualidade da bolacha
3. Composição nutricional (quantidade de açúcar, saudáveis, calorias)

OUTROS A TER EM CONTA

- Equilíbrio do valor nutricional; Facilidade na digestão; Textura; Ter embalagens individuais

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	6	Nível de Satisfação	73%
Nº Consumidores	1596	Intenção de Compra	76%

BOLACHAS INDULGENCY

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Sabor
2. Qualidade do recheio
3. Qualidade da bolacha (textura)

OUTROS A TER EM CONTA

- Aspeto; Composição nutricional (quantidade de açúcar); Informação sobre o produto detalhada; Variedade de sabores

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	5	Nível de Satisfação	74%
Nº Consumidores	1536	Intenção de Compra	79%



BOLACHAS INFANTIS

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Sabor
2. Composição nutricional
3. Consistência da bolacha

OUTROS A TER EM CONTA

- Embalagem fiável (que não rompa facilmente); Composição nutricional (açúcar); Variedade do tipo de bolacha; Divertidas e atrativas para as crianças

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	7	Nível de Satisfação	71%
Nº Consumidores	1596	Intenção de Compra	71%

BOLACHAS WAFFERS

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Sabor
2. Qualidade da bolacha (estaladiças, crocantes)
3. Textura da bolacha

OUTROS A TER EM CONTA

- Composição nutricional; Aspeto; Diversidade de recheios; Ter embalagens individuais

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	5	Nível de Satisfação	78%
Nº Consumidores	1566	Intenção de Compra	81%



CAFÉ

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Boa relação qualidade/preço
2. Qualidade do café (espuma, aroma, aspeto, temperatura)
3. Intensidade do aroma e sabor

OUTROS A TER EM CONTA

- Variedade no nível de cafeína; Notoriedade da marca; Praticidade da embalagem

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



O CAFÉ DA SUA VIDA

TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	7	Nível de Satisfação	80%
Nº Consumidores	1626	Intenção de Compra	82%

CAFÉ EM CÁPSULA

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Intensidade do aroma e sabor
2. Facilidade em adquirir o produto (disponibilidade)
3. Ser cremoso/textura

OUTROS A TER EM CONTA

- Higienização na utilização; Boa relação preço/qualidade; Promoções; Facilidade de utilização; Variedade no nível de cafeína; Diversidade sabores

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	6	Nível de Satisfação	78%
Nº Consumidores	1566	Intenção de Compra	73%



CHÁ EM CÁPSULA

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Qualidade do sabor
2. Prático e funcional na utilização
3. Variedade de sabores

OUTROS A TER EM CONTA

- Intensidade do aroma; Composição do chá; Reciclagem da embalagem; Compatibilidade com diferentes máquinas

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	4	Nível de Satisfação	76%
Nº Consumidores	1506	Intenção de Compra	76%

ICED TEA

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Boa relação qualidade/preço
2. Composição do produto (açúcar adicionado valor calórico, hidratos)
3. Intensidade do sabor

OUTROS A TER EM CONTA

- Promoções frequentes; Sensação de frescura; Embalagem prática para uso; Aposta na responsabilidade social (reciclagem/plástico)

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



ICETE A

TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	5	Nível de Satisfação	68%
Nº Consumidores	1566	Intenção de Compra	70%



CHÁ EM SAQUETA

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Intensidade de sabor
2. Facilidade de utilização
3. Variedade de sabores do produto

OUTROS A TER EM CONTA

- Associação do produto a benefícios para a saúde; Resistência das saquetas; Confiança na marca; Promoções existentes; Existência de chás naturais e biológicos

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



ICETE A

TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	5	Nível de Satisfação	79%
Nº Consumidores	1536	Intenção de Compra	81%

FIAMBRE PERNA EXTRA

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Textura e frescura
2. Sabor do produto
3. Qualidade do produto

OUTROS A TER EM CONTA

- Aparência do produto; Modo de conservação do produto; Pouca humidade na embalagem; Corte das fatias (espessura fina); Informação clara sobre o produto

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	7	Nível de Satisfação	84%
Nº Consumidores	1626	Intenção de Compra	87%



FIAMBRE DE AVES

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Sabor
2. Qualidade do produto
3. Aspeto

OUTROS A TER EM CONTA

- Cor do fiambre; Conservação do produto; Validade do produto; Textura

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	4	Nível de Satisfação	77%
Nº Consumidores	1536	Intenção de Compra	78%

MOLHOS PREPARADOS

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Qualidade do produto
2. Sabor do produto
3. Boa relação qualidade/preço

OUTROS A TER EM CONTA

- Facilidade na utilização; Composição (ingredientes, nutrientes, conservantes); Modo de conservação; Variedade de molhos



ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES

GULOZO[®]
ajuda com gosto



TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	6	Nível de Satisfação	80%
Nº Consumidores	1566	Intenção de Compra	78%

MOLHOS DE COZINHA

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Sabor do produto
2. Qualidade do produto
3. Consistência e textura

OUTROS A TER EM CONTA

- Facilidade na utilização do produto; Composição do produto (ingredientes, açúcar, gorduras); Variedade de sabores; Molhos saudáveis

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES

GULOZO[®]
ajuda com gosto

TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	5	Nível de Satisfação	78%
Nº Consumidores	1536	Intenção de Compra	79%



MDD ALIMENTAR

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Boa relação qualidade / preço
2. Qualidade do produto
3. Sabor dos produtos

OUTROS A TER EM CONTA

- Promoções e descontos associados; Frescura dos produtos; Ser uma alternativa económica; Confiança na marca

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	5	Nível de Satisfação	76%
Nº Consumidores	3093	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 toalhas 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.



CADEIRAS AUTO

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Qualidade do produto
2. Conforto
3. Material resistente

OUTROS A TER EM CONTA

- Segurança transmitida; Boa relação qualidade/preço; Durabilidade dos produtos; Classificação legal e certificado; Adaptável a vários tamanhos e veículos; Estabilidade; Facilidade de fixar no carro

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	7	Nível de Satisfação	84%
Nº Consumidores	3700	Intenção de Compra	88%



CARRINHOS PASSEIO INFANTIL

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Arrumação fácil - montagem e desmontagem
2. Conforto
3. Qualidade

OUTROS A TER EM CONTA

- Boa relação qualidade/preço; Segurança transmitida; Resistência e durabilidade; Fácil de transportar; Facilidade de utilização; Prático

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	9	Nível de Satisfação	79%
Nº Consumidores	3720	Intenção de Compra	85%



CREME PARA MUDA DA FRALDA

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Qualidade do produto (antialérgico, durável)
2. Nível de Hidratação
3. Testado dermatologicamente

OUTROS A TER EM CONTA

- Conforto; Eficiência / efeito rápido; Tempo de conservação; Facilidade de utilização; Acessibilidade na compra; Informação;

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES

HALIBUT
D E R M A
Bebé

TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	10	Nível de Satisfação	83%
Nº Consumidores	1516	Intenção de Compra	83%



EQUIPAMENTOS GAMA BABY

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Durabilidade dos produtos
2. Segurança
3. Funcionalidade dos produtos

OUTROS A TER EM CONTA

- Boa relação qualidade/preço; Eficácia na utilização; Inexistência de materiais tóxicos/ Ausência de BPA's; Conforto e resistência/ qualidade do material; Clareza na informação; Tamanho adequado à idade

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES

BECKEN
[you can trust]

TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	4	Nível de Satisfação	77%
Nº Consumidores	1566	Intenção de Compra	72%

LOJAS PUERICULTURA

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Boa relação qualidade/preço
2. Qualidade dos produtos
3. Promoções

OUTROS A TER EM CONTA

- Segurança; Durabilidade e resistência dos produtos; Ambiente em loja (organização, acolhedor, limpeza); Conhecimento e aconselhamento dos colaboradores; Conforto

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES

The logo for Prenatal, featuring the word 'Prenatal' in a stylized font. The 'P' is green with a pink heart inside, and the rest of the letters are pink.

TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	5	Nível de Satisfação	83%
Nº Consumidores	3690	Intenção de Compra	84%



MODA INFANTIL

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Boa relação qualidade / preço
2. Confortável no uso
3. Resistência à lavagem

OUTROS A TER EM CONTA

- Praticidade da roupa; Qualidade dos tecidos (algodão, proveniência); Variedade/Originalidade no design (padrões, alegre); Etiqueta Clara

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES

The logo for ZIPPY, featuring the word 'ZIPPY' in a bold, red, sans-serif font with a registered trademark symbol (®) to the right.

TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	6	Nível de Satisfação	83%
Nº Consumidores	3700	Intenção de Compra	84%

PAPAS INFANTIS

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Necessidade nutricional
2. Qualidade
3. Facilidade de digestão

OUTROS A TER EM CONTA

- Segurança; Simplicidade da preparação; Adequação a diferentes idades; Fiabilidade e confiança; Composição dos nutrientes (ingredientes naturais)

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	3	Nível de Satisfação	79%
Nº Consumidores	1466	Intenção de Compra	78%



LEITE EM PÓ PARA BEBÉS

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Qualidade do produto
2. Boa adaptação
3. Valor nutricional

OUTROS A TER EM CONTA

- Facilidade de preparação; Informação sobre o produto; Recomendação médica; Composição do leite / ingredientes; Fácil de encontrar; Apto para intolerâncias

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	3	Nível de Satisfação	73%
Nº Consumidores	1476	Intenção de Compra	77%

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 feita 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.

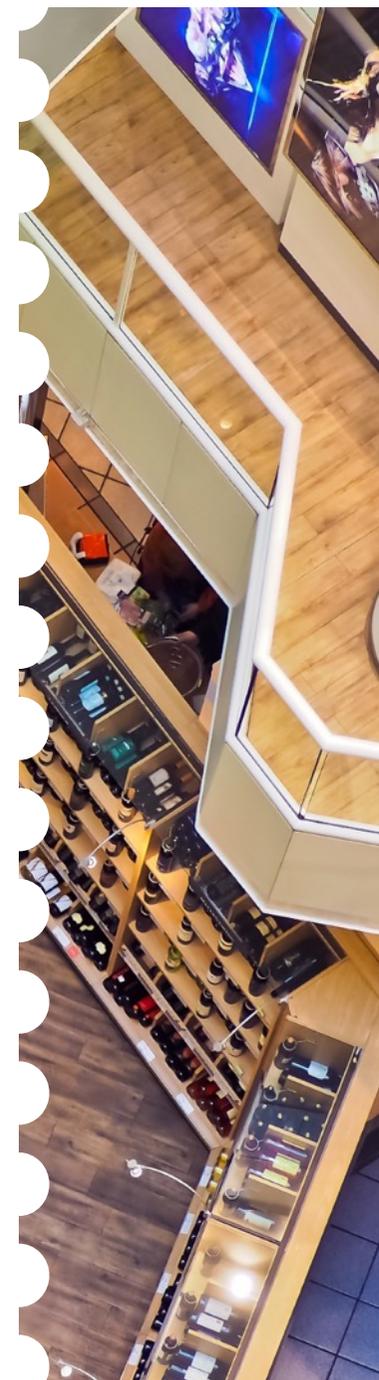
Quando a avaria ocorre no período de garantia imposto legalmente (2 anos para bens móveis e 5 anos para bens imóveis), não é necessário solicitar ao vendedor qualquer outro documento complementar comprovativo da garantia.

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.



DISTRIBUIÇÃO GROSSISTA

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Qualidade dos frescos
2. Fluidez de saída / rapidez nas caixas
3. Variedade da oferta em geral

OUTROS A TER EM CONTA

- Produtos bem etiquetados; Exposição e organização dos produtos; Atendimento; Esclarecimento de dúvidas

ESCOLHA DOS PROFISSIONAIS

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	2	Nível de Satisfação	74%
Nº Consumidores	1837	Intenção de Compra	75%



GARRAFEIRAS

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Qualidade dos produtos (aroma, ano, sabor, conservação)
2. Possuir vinhos portugueses
3. Produtores com credibilidade

OUTROS A TER EM CONTA

- Diversidade de tipos de bebidas; Credibilidade da marca; Diversidade de regiões; Atendimento simpático e profissional; Organização da loja

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	4	Nível de Satisfação	83%
Nº Consumidores	3720	Intenção de Compra	83%



HIPERS E SUPERS

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Qualidade dos produtos (frescura)
2. Organização (espaço) e limpeza da loja
3. Produtos bem identificados

OUTROS A TER EM CONTA

- Consistência na qualidade; Rapidez no atendimento; Atendimento simpático e profissional; Disponibilidade dos artigos; Loja limpa; Variedade da oferta; Acessibilidade

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	5	Nível de Satisfação	77%
Nº Consumidores	3780	Intenção de Compra	79%



IMOBILIÁRIAS

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Honestidade e transparência na informação
2. Apresentação detalhada habitações
3. Confiança no mediador

OUTROS A TER EM CONTA

- Aconselhamento prestado; Atendimento personalizado e simpático; Rapidez de resposta; Disponibilidade para com o cliente

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	5	Nível de Satisfação	76%
Nº Consumidores	3690	Intenção de Compra	67%

ALIMENTAÇÃO SAUDÁVEL

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Frescura dos produtos
2. Garantia de qualidade dos produtos
3. Relação qualidade / preço

OUTROS A TER EM CONTA

- Variedade de produtos (biológicos, naturais, nacionais); Informação transmitida; Limpeza do espaço; Origem dos produtos; Valores nutricionais / qualidade nutritiva; Confiança na marca

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	2	Nível de Satisfação	78%
Nº Consumidores	3660	Intenção de Compra	79%



DECORAÇÃO

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Qualidade dos artigos (materiais)
2. • Design dos artigos
3. • Acesso a promoções

OUTROS A TER EM CONTA

- Variedade de produtos e estilos; Novidades regulares nos estilos; Serviço após venda; Organização, navegabilidade e arrumação da loja

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	4	Nível de Satisfação	76%
Nº Consumidores	3680	Intenção de Compra	75%

ELETRÓNICA E ELETRODOMÉSTICOS

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Atendimento profissional e conhecedor
2. Informação clara sobre os produtos
3. Garantias

OUTROS A TER EM CONTA

- Boa assistência após-venda; Política de devoluções; Tempo de espera para atendimento; Rapidez do serviço/Disponibilidade dos produtos marca

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	4	Nível de Satisfação	76%
Nº Consumidores	3680	Intenção de Compra	75%



ACESSÓRIOS DE TELECOMUNICAÇÕES

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Boa relação qualidade/ preço
2. Confiança no serviço
3. Atendimento especializado (aconselhamento/conhecimento)

OUTROS A TER EM CONTA

- Qualidade dos produtos (durabilidade); Rapidez no atendimento; Capacidade de resolução de problemas; Bom serviço após-venda / assistência

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	2	Nível de Satisfação	74%
Nº Consumidores	3675	Intenção de Compra	75%

PERFUMARIAS

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Boa relação qualidade/preço
2. Confiança na marca
3. Experimentação do produto em loja

OUTROS A TER EM CONTA

- Atendimento disponível e conhecedor; Entrega de amostras; Ambiente da loja (pouco aroma); Reposição do perfume no frasco

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES

PERFUMES  COMPANHIA

TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	7	Nível de Satisfação	82%
Nº Consumidores	3710	Intenção de Compra	88%



SUPER DE PROXIMIDADE

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Qualidade dos produtos
2. Facilidade na compra
3. Proximidade do local

OUTROS A TER EM CONTA

- Frescura dos produtos; Promoções e descontos; Variedade de produtos; Limpeza da loja; Atendimento simpático; Atendimento rápido; Qualidade da marca própria; Arrumação em loja

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



O melhor mora
ao seu lado



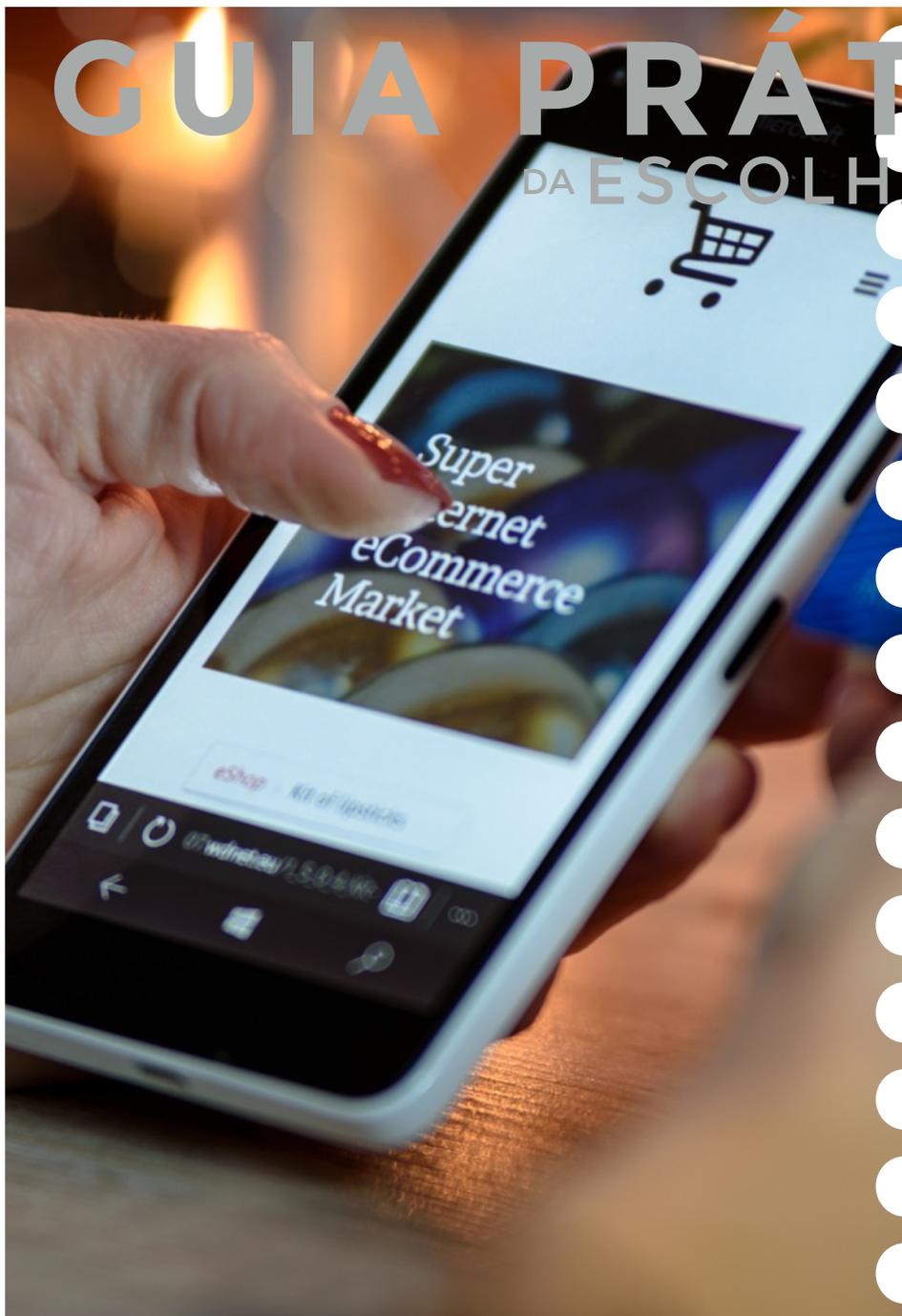
TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	5	Satisfação no Teste	76%
Nº Consumidores	3810	Intenção de Compra	72%

GUIA PRÁTICO

DA ESCOLHA DO CONSUMIDOR



SOBRE:

COMÉRCIO ONLINE

Os contratos de comércio eletrônico 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 AUTOMÓVEL

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Informação disponível online
2. Site amigável para o utilizador
3. Funcionalidade do site

OUTROS A TER EM CONTA

- Facilidade de procura/pesquisa; Qualidade das fotografias (clareza, perçetíveis, várias); Abrangência dos filtros de pesquisa (marca, ano, localidade, idade, combustível); Políticas de segurança de compra e venda

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



O N°1 em Carros

TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

N° Marcas Avaliadas	6	Nível de Satisfação	80%
N° Consumidores	3840	Intenção de Compra	79%



COMÉRCIO IMOBILIÁRIO

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Variedade de filtros de pesquisa
2. Facilidade de utilização do site
3. Descrição das habitações

OUTROS A TER EM CONTA

- Qualidade e veracidade na informação; Informação detalhada (planta, localização); Rigor nas transações; Planta do imóvel e localização; Rapidez na resposta; Qualidade das fotografias

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

N° Marcas Avaliadas	5	Nível de Satisfação	74%
N° Consumidores	3810	Intenção de Compra	77%

COMÉRCIO ELECTRÓNICA E ELECTRODOMÉSTICOS

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Facilidade em trocas e devoluções
2. Informação detalhada dos produtos
3. • Boa relação qualidade/preço

OUTROS A TER EM CONTA

- Bom serviço após-venda; Cumprimento do período de entrega; Fiabilidade e clareza da informação;Garantias associadas

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo.Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	6	Nível de Satisfação	77%
Nº Consumidores	3860	Intenção de Compra	79%



COMÉRCIO DE TECNOLOGIA

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Qualidade e veracidade na informação disponibilizada
2. Confiança na plataforma
3. Segurança

OUTROS A TER EM CONTA

- Garantia de produtos; Apoio pós venda; Facilidade no processo de devolução - reembolso; Imagens claras sobre os produtos; Rigor nas transações

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo.Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	5	Nível de Satisfação	69%
Nº Consumidores	3810	Intenção de Compra	69%

COMPARATIVO DE PREÇOS

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. **Transparência e clareza da informação**
2. **Veracidade da informação**
3. **Fiabilidade do serviço**

OUTROS A TER EM CONTA

- Rapidez de acesso à informação; Possibilidade de comparação com o mercado; Utilidade do serviço; Acessibilidade da informação; Variedade de produtos/serviços disponíveis; Facilidade de utilização online

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES

 **KUANTOKUSTA**

TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	2	Nível de Satisfação	71%
Nº Consumidores	3690	Intenção de Compra	75%



PORTAIS DE OFERTAS E EXPERIÊNCIAS

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. • **Garantia do serviço**
2. • **Bom apoio ao cliente**
3. • **Confiança**

OUTROS A TER EM CONTA

- Segurança / Fiabilidade; Clareza na informação e Transparência; Credibilidade da marca; Facilidade de compra; Facilidade de marcação/utilização; Políticas de devolução; Abrangência das localizações

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES

SAPOVOUCHER

TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	6	Nível de Satisfação	76%
Nº Consumidores	3810	Intenção de Compra	79%

PORTAIS MULTISERVIÇOS

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Qualidade da informação (detalhada)
2. Rapidez na utilização e solicitação do serviço
3. Confiança transmitida

OUTROS A TER EM CONTA

- Facilidade de utilização; Variedade na oferta; Variedade de funcionalidades associadas; Site amigável

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES

Zaask

TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	2	Nível de Satisfação	62%
Nº Consumidores	3690	Intenção de Compra	58%



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

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Eficácia de aspiração
2. Funcional e prático
3. Facilidade de limpeza

OUTROS A TER EM CONTA

- Capacidade de sucção; Filtragem de impurezas; Durabilidade do produto; Potência do produto; Eficiência energética

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES

ROWENTA

TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	8	Nível de Satisfação	76%
Nº Consumidores	1686	Intenção de Compra	75%



PEQUENOS ELECTRODOMÉSTICOS COZINHA

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Durabilidade dos produtos
2. Boa relação qualidade/preço
3. Facilidade na utilização

OUTROS A TER EM CONTA

- Qualidade dos produtos (durabilidade, eficiência); Utilidade e eficiência dos produtos; Boa assistência técnica; Facilidade na limpeza e manutenção do produto; Eficiência energética; Multifunções

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES

Moulinex®

TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	9	Nível de Satisfação	75%
Nº Consumidores	3765	Intenção de Compra	75%

MÁQUINAS DE LAVAR A ROUPA

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Qualidade do produto
2. Eficiência energética e Ecológica
3. Eficiência na limpeza

OUTROS A TER EM CONTA

- Garantias associadas; Facilidade de utilização; Segurança; Baixo ruído; Estabilidade / Robustez; Boa assistência após-venda; Capacidade (lt)

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES

AEG

TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	10	Nível de Satisfação	85%
Nº Consumidores	3830	Intenção de Compra	81%



FORNOS

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Eficiência energética
2. Segurança na utilização
3. Garantia

OUTROS A TER EM CONTA

- Durabilidade do equipamento; Assistência após-venda; Facilidade de limpeza; Tamanho e capacidade; Potência do produto

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES

AEG

TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	8	Nível de Satisfação	76%
Nº Consumidores	3750	Intenção de Compra	83%

ROBOTS DE COZINHA

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Qualidade do produto
2. Facilidade de utilização, nos comandos e instruções para as tarefas
3. Facilidade de limpeza

OUTROS A TER EM CONTA

- Possibilidade de aquisição de peças; Eficácia nas tarefas; Boa assistência técnica; Garantias associadas; Capacidade; Eficiência energética; Credibilidade da marca

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES

Cozinhar agora é
yämmi

TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	10	Nível de Satisfação	77%
Nº Consumidores	1606	Intenção de Compra	75%



SISTEMA HIGIENIZAÇÃO

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Qualidade do material
2. Eficácia na limpeza
3. Amigo do ambiente / Ecológico

OUTROS A TER EM CONTA

- Variedade na funcionalidade do produto; Garantias associadas; Eficiência energética; Potência do produto; Boa assistência após-venda

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	2	Nível de Satisfação	80%
Nº Consumidores	3720	Intenção de Compra	76%

SMARTPHONES

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Duração da bateria (autonomia)
2. Boa relação qualidade/preço
3. Características e funcionalidades associadas

OUTROS A TER EM CONTA

- Funcionalidades; Bom armazenamento; Bom sistema operativo; Velocidade de processamento (hardware); Qualidade do ecrã; Armazenamento e Memória Ram; Resistência; Qualidade da câmara

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	10	Nível de Satisfação	80%
Nº Consumidores	3930	Intenção de Compra	86%





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.

ANTI BOLORES

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Funcionalidade do produto
2. Eficácia na utilização (eliminação de bactérias, fungos)
3. Limpeza profunda

OUTROS A TER EM CONTA

- Boa relação qualidade/preço; Qualidade na limpeza; Não ser tóxico; Composição do produto (lixívia, toxicidade)

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	6	Nível de Satisfação	73%
Nº Consumidores	1596	Intenção de Compra	73%



LAVA TUDO MULTISUPERFÍCIES

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Eficácia do produto
2. Boa relação qualidade/preço
3. Não tóxico

OUTROS A TER EM CONTA

- Aroma agradável; Rentabilidade/Duração do produto; Funcionalidade do produto (para mais do que uma superfície); Durabilidade do cheiro

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	5	Nível de Satisfação	72%
Nº Consumidores	1536	Intenção de Compra	74%



MDD HIGIENE NO LAR

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Eficácia na utilização (eliminação de bactérias, fungos)
2. Limpeza profunda
3. Boa relação qualidade / preço

OUTROS A TER EM CONTA

- Qualidade do produto; Não ser tóxico; Promoções e descontos associados; Ser uma alternativa económica; Rentabilidade/Duração do produto; Confiança na marca

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	5	Nível de Satisfação	73%
Nº Consumidores	3093	Intenção de Compra	71%



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.



AGÊNCIA DE VIAGENS

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Acompanhamento/assistência viagem
2. Eficiência/Rapidez e responsabilidade no tratamento das viagens
3. Promoções

OUTROS A TER EM CONTA

- Clareza da informação/Linguagem fácil; Transparência na informação / sem omissões / cláusulas estranhas; Atendimento personalizado e profissional; Variedade de opções apresentadas

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES

desde 1840
abreu®

TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	6	Nível de Satisfação	78%
Nº Consumidores	3840	Intenção de Compra	77%



CRUZEIROS

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Conforto
2. Segurança
3. Possibilidade de 'Tudo incluído'

OUTROS A TER EM CONTA

- Atendimento simpático e profissional; Informação detalhada; Confiança; Promoções; Diversidade de atividades de entretenimento a bordo; Variedade de serviços disponíveis

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	4	Nível de Satisfação	85%
Nº Consumidores	3750	Intenção de Compra	88%

ESPAÇOS LAZER/ ENTRETENIMENTO LISBOA

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Higienização e limpeza do espaço
2. Segurança do espaço
3. Conforto no espaço

OUTROS A TER EM CONTA

- Ter estacionamento disponível; Respeito pela vida animal; Bom espaço de restauração; Informação clara sobre seguros e regras de segurança

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES

QUANTUM PARK®

TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	5	Nível de Satisfação	81%
Nº Consumidores	3730	Intenção de Compra	93%



ESPAÇOS LAZER/ ENTRETENIMENTO PORTO

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Higienização e limpeza do espaço
2. Segurança do espaço
3. Conforto no espaço

OUTROS A TER EM CONTA

- Ter estacionamento disponível; Respeito pela vida animal; Bom espaço de restauração; Informação clara sobre seguros e regras de segurança

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES

SEA LIFE

TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	6	Nível de Satisfação	80%
Nº Consumidores	3765	Intenção de Compra	88%

FESTIVAL MUSICA NÃO URBANO

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Qualidade do cartaz
2. Ambiente do festival
3. Boa relação qualidade/preço

OUTROS A TER EM CONTA

- Boas condições; Segurança no festival; Qualidade do ambiente; Boas condições na casa de banho



FESTIVAL MUSICA URBANO

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Boa higiene e casas de banho
2. Boa relação qualidade/preço
3. Segurança no festival

OUTROS A TER EM CONTA

- Sonorização do espaço; Qualidade do cartaz; Responsabilidade social e ambiental; Variedade do cartaz

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	6	Nível de Satisfação	66%
Nº Consumidores	3690	Intenção de Compra	85%



ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	6	Nível de Satisfação	78%
Nº Consumidores	3690	Intenção de Compra	88%

HOTÉIS

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Higiene e limpeza
2. Boa relação qualidade/preço
3. Segurança no hotel

OUTROS A TER EM CONTA

- Conforto e comodidade (produtos de higiene, secadores); Bom pequeno-almoço; Fácil acesso a transportes e estacionamento; Localização; Alimentação de qualidade; Atendimento simpático e profissional

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



BEYOND YOUR EXPECTATIONS

TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	8	Nível de Satisfação	85%
Nº Consumidores	3760	Intenção de Compra	86%



JOGOS DA SORTE

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Regras claras
2. Clareza das condições/regras
3. Prémios atrativos

OUTROS A TER EM CONTA

- Facilidade de jogar (prático, simples); Práticos; Acessibilidade das lojas; Variedade de jogos

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	6	Nível de Satisfação	82%
Nº Consumidores	3750	Intenção de Compra	75%

OPERADOR TURÍSTICO

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Informações detalhadas e claras
2. Segurança
3. Disponibilidade para soluções

OUTROS A TER EM CONTA

- Flexibilidade; Apoio após-venda; Facilidade de contacto; Política de cancelamentos; Confiança, transparência e fiabilidade

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	5	Nível de Satisfação	74%
Nº Consumidores	3840	Intenção de Compra	74%



SALAS DE CINEMA

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Higienização e limpeza do local
2. Boa imagem e som
3. Conforto da sala

OUTROS A TER EM CONTA

- Boa sonorização; Variedade de filmes disponíveis; Qualidade da sala; Promoções e descontos associados

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	5	Nível de Satisfação	79%
Nº Consumidores	3730	Intenção de Compra	80%

SERVIÇOS DE MOBILIDADE

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Disponibilidade imediata das viaturas
2. Facilidade de reserva e devolução
3. Horários alargados (recolha/entrega)

OUTROS A TER EM CONTA

- Limpeza das viaturas; Rapidez; Transparência nas condições e coberturas; Localização acessível; Qualidade das viaturas; Atendimento simpático e personalizado; Prático e cómodo de utilização

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	6	Nível de Satisfação	79%
Nº Consumidores	3736	Intenção de Compra	72%



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

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

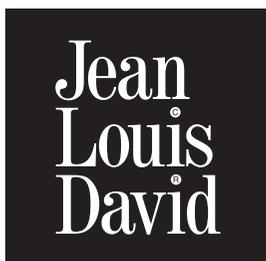
1. Atendimento personalizado, profissional e simpático
2. Higiene das instalações
3. Transparência no preço

OUTROS A TER EM CONTA

- Eficiência (corresponder à expectativa); Facilidade de relacionamento com o cliente; Rapidez do serviço; Qualidade dos produtos utilizados; Capacidade técnica / Técnicos credenciados

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



CLINICAS DE ESTÉTICA

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Atendimento profissional e técnico
2. Informação técnica sobre os tratamentos
3. Transparência nos resultados

OUTROS A TER EM CONTA

- Certificação profissional / Qualificação dos profissionais; Confortável; Segurança transmitida; Estética do espaço (decoração, limpeza, higiene)

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	5	Nível de Satisfação	82%
Nº Consumidores	3690	Intenção de Compra	82%

Nº Marcas Avaliadas	9	Nível de Satisfação	76%
Nº Consumidores	3730	Intenção de Compra	70%

COLORAÇÃO PROFISSIONAL

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Qualidade dos produtos
2. Variedade da gama
3. Tintas que sejam fiáveis

OUTROS A TER EM CONTA

- Protecção dos cabelos; Duração; Deixem o cabelo suave



ESCOLHA DOS PROFISSIONAIS

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



INOVA



TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	5	Nível de Satisfação	80%
Nº Consumidores	1837	Intenção de Compra	82%

COSMÉTICA POR VENDA DIRECTA

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Boa relação qualidade/preço
2. Variedade na gama de produtos
3. Qualidade dos produtos (ausência de químicos, sem parabenos)

OUTROS A TER EM CONTA

- Portes gratuitos; Qualidade do produto (textura, suavidade); Possibilidade da devolução do produto; Notoriedade da marca, confiança

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES

ORIFLAME
— S W E D E N —

TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	8	Nível de Satisfação	73%
Nº Consumidores	3930	Intenção de Compra	72%



MDD HIGIENE E BELEZA

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Boa relação qualidade / preço
2. Qualidade do produto
3. Promoções e descontos associados

OUTROS A TER EM CONTA

- Variedade na gama de produtos (anti-alérgicos, hidratação, todo o tipo de peles); Ser uma alternativa económica; Confiança na marca; Produtos não testados em animais; Intensidade da fragância/aroma

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	5	Nível de Satisfação	70%
Nº Consumidores	3093	Intenção de Compra	74%



MODA JOVEM

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Boa relação qualidade / preço
2. Confortável no uso
3. Promoções

OUTROS A TER EM CONTA

- Resistência à lavagem; Promoções frequentes; Praticidade da roupa; Qualidade dos tecidos (algodão, proveniência)

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	16	Nível de Satisfação	68%
Nº Consumidores	3790	Intenção de Compra	82%

ÓPTICAS

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Serviço pós venda
2. Qualidade do serviço
3. Rapidez na entrega do produto

OUTROS A TER EM CONTA

- Técnicos profissionais; Qualidade dos produtos; Aconselhamento técnico; Certificação profissional; Variedade de produtos; Atendimento personalizado e profissional

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES

MultiOpticas 

TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	6	Nível de Satisfação	81%
Nº Consumidores	3700	Intenção de Compra	81%



ÓPTICAS

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Honestidade
2. Boa relação qualidade / preço
3. Qualidade do produto (lentes e óculos)

OUTROS A TER EM CONTA

- Garantia do produto; Resistência e durabilidade dos produtos; Serviço de Após-venda; Clareza na informação; Atendimento profissional, simpático; Diagnóstico adequado / Aconselhamento técnico; Disponibilidade para ajustar graduações

ESCOLHA SÉNIOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES

MultiOpticas 



TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	4	Nível de Satisfação	88%
Nº Consumidores	3630	Intenção de Compra	88%

SAPATARIAS

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Confortabilidade no andar
2. Boa relação qualidade/preço
3. Qualidade dos materiais (resistência, leveza, durabilidade)

OUTROS A TER EM CONTA

- Design do calçado/ Variedade de estilos; Proteção para o odor; Durabilidade do calçado

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES

ROCKPORT

TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	10	Nível de Satisfação	79%
Nº Consumidores	3730	Intenção de Compra	80%



VESTUÁRIO INTERIOR

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Boa relação qualidade / preço
2. Conforto da roupa
3. Qualidade do tecido / Durabilidade

OUTROS A TER EM CONTA

- Prático para o dia a dia; Tipo de material (elasticidade vs sintéticos vs algodão); Ter um bom suporte; Facilidade de lavagem

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES

OYSHO

TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	4	Nível de Satisfação	81%
Nº Consumidores	3670	Intenção de Compra	86%

VESTUÁRIO MODA ADULTO

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Conforto da roupa
2. Boa relação qualidade/preço
3. Possibilidade de troca e devolução

OUTROS A TER EM CONTA

- Profissionalismo no atendimento; Qualidade do tecido / Durabilidade; Variedade de números de tamanho; Localização acessível das lojas

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	10	Nível de Satisfação	83%
Nº Consumidores	3730	Intenção de Compra	78%



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

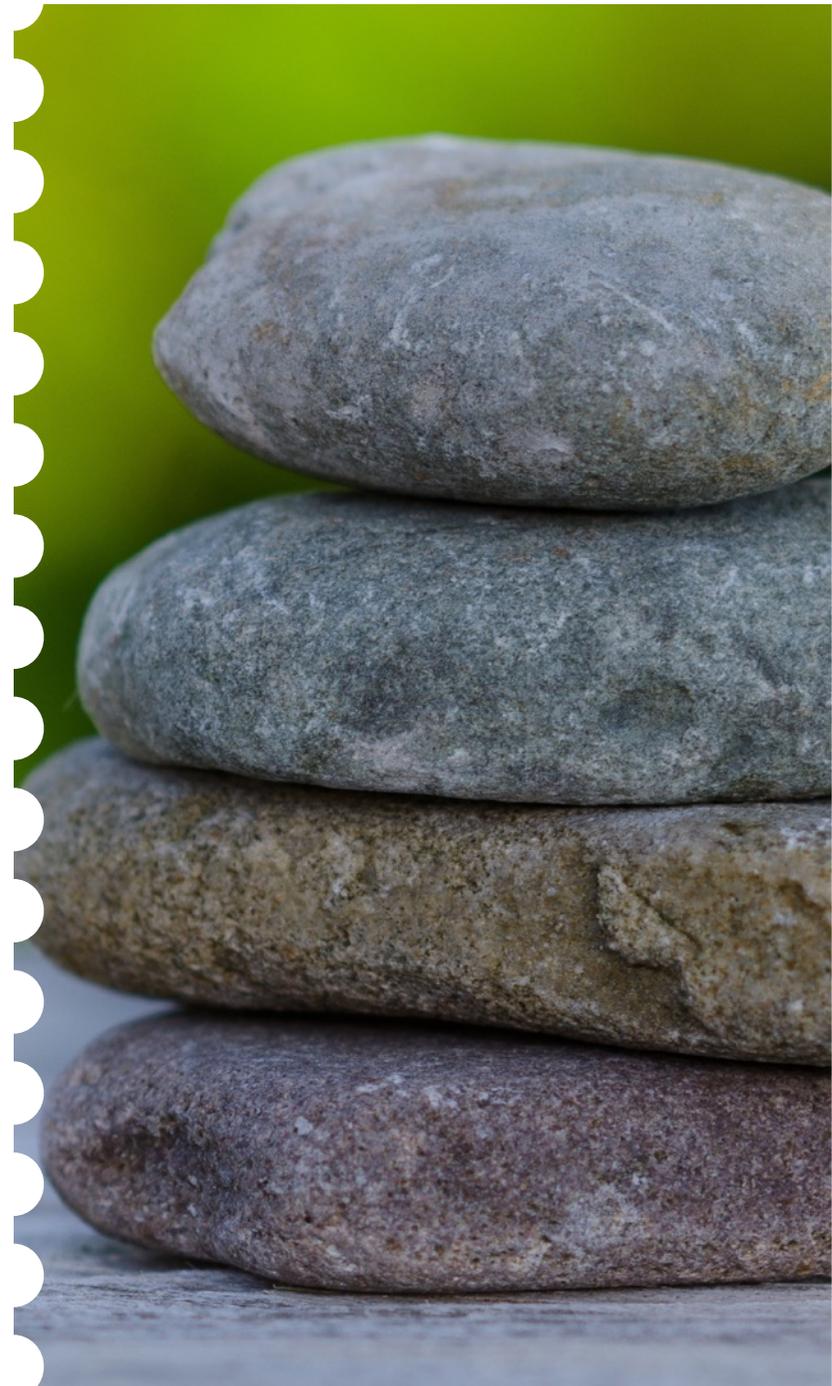
A compra e utilização de cosméticos e de produtos de higiene corporal como o gel de banho, creme corporal ou pasta dentífrica é prática diária da vida moderna.

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.



DENTÍFRICOS

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Prevenção
2. Eficácia
3. Boa relação qualidade/preço

OUTROS A TER EM CONTA

- Sabor e frescura; Composição do produto; Abrangência da funcionalidade (branqueador, gengivite); Aroma

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	4	Nível de Satisfação	72%
Nº Consumidores	1506	Intenção de Compra	73%



LENTE OFTÁLMICAS

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Boa relação qualidade/preço
2. Conforto na utilização
3. Segurança na utilização

OUTROS A TER EM CONTA

- Facilidade de utilização; Qualidade das lentes (resistência, durabilidade); Garantia da marca; Recomendação de especialistas

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	5	Nível de Satisfação	84%
Nº Consumidores	3690	Intenção de Compra	84%

SUPLEMENTOS ALIMENTARES

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Garantia de segurança na utilização
2. Informação sobre o produto
3. Eficácia comprovada

OUTROS A TER EM CONTA

- Composição do produto (disponível e informada); Confiança na marca; Origem (natural/biológico/comprovada); Apoio técnico para esclarecimento

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES

VivaMelhor[®]
uma marca de confiança

TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	8	Nível de Satisfação	80%
Nº Consumidores	3870	Intenção de Compra	81%



PRODUTOS EMAGRECIMENTO

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Clareza na informação (elementos prejudiciais)
2. Utilização segura comprovada
3. Recomendação técnica

OUTROS A TER EM CONTA

- Credibilidade no mercado; Origem dos nutrientes; Qualidade do produto (cafeína, efeitos secundários); Composição nutricional

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES

EASYSLIM[®]
CORPOS PERFEITOS

TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	6	Nível de Satisfação	64%
Nº Consumidores	1596	Intenção de Compra	64%

SUPLEMENTOS P/DESPORTISTAS

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Eficácia do produto
2. Segurança na utilização
3. Qualidade dos nutrientes

OUTROS A TER EM CONTA

- Composição do produto (valor nutricional, implicações, efeitos secundários); Qualidade da informação transmitida; Sabor; Origem dos nutrientes

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES

PROZISO

Exceed yourself!

TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	3	Nível de Satisfação	69%
Nº Consumidores	3750	Intenção de Compra	87%



PROTECTOR SOLAR

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Duração da proteção
2. Qualidade do protetor (eficácia, poucos químicos)
3. Variedade no fator de proteção

OUTROS A TER EM CONTA

- Facilidade de aplicação; Resistência à água; Não deixar marcas (Não manche a roupa); Confiança na marca; Para peles sensíveis

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES

CAUDALÍE
PARIS

TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	12	Nível de Satisfação	82%
Nº Consumidores	3990	Intenção de Compra	85%

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;

CARVÃO

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Duração em consumo
2. Eficácia na ação (velocidade e duração)
3. Facilidade em aceder

OUTROS A TER EM CONTA

- Composição do produto (não conter substâncias nocivas); Quantidade do produto no saco; Pouco fumo; Tamanho do carvão (não muito partido ou fragmentado)

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



Ecobrasa

TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	5	Nível de Satisfação	71%
Nº Consumidores	1546	Intenção de Compra	73%



CARVÃO

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Facilidade de acender
2. Durabilidade do carvão
3. Ser reutilizável

OUTROS A TER EM CONTA

- Quantidade na embalagem; Tipo de carvão - mais sabor; Durabilidade das brasas; Quantidade de fumo

ESCOLHA DOS PROFISSIONAIS

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



Ecobrasa

TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	5	Nível de Satisfação	69%
Nº Consumidores	1837	Intenção de Compra	72%



COLCHÕES

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Conforto
2. Ergonomia (rigidez, conforto)
3. Qualidade

OUTROS A TER EM CONTA

- Durabilidade; Material de confeção; Garantia; Funcional para verão e inverno; Anti ácaros



ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	4	Nível de Satisfação	83%
Nº Consumidores	3690	Intenção de Compra	83%

CORREIO EXPRESSO

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Eficiência no serviço
2. Segurança com a encomenda
3. Entregas dentro do prazo estipulado

OUTROS A TER EM CONTA

- Confiança; Cumprimento de prazos de entrega; Facilidade de utilização; Condições e garantias do serviço

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	5	Nível de Satisfação	84%
Nº Consumidores	3690	Intenção de Compra	85%



ENERGIAS E SERVIÇOS PARA USO DOMÉSTICO

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Transparência na faturação /detalhada
2. Segurança no fornecimento
3. Rapidez na resolução de problemas

OUTROS A TER EM CONTA

- Clareza nas condições contratuais; Boa assistência técnica; Descontos e benefícios associados; Facilidade na adesão; Aposta na responsabilidade ambiental

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



COMERCIAL

TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	9	Nível de Satisfação	72%
Nº Consumidores	3830	Intenção de Compra	72%



TINTAS

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Durabilidade da tinta
2. Boa relação qualidade/preço
3. Composição da tinta (Anti humidade, anti fungos)

OUTROS A TER EM CONTA

- Qualidade do produto; Fácil de lavar; Facilidade de aplicação; Rentabilidade (nº necessário mãos para eficaz cobertura); Espessura (que tape fissuras)

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	4	Nível de Satisfação	78%
Nº Consumidores	1461	Intenção de Compra	78%

LAVANDARIAS SELF SERVICE

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Facilidade na utilização
2. Qualidade da lavagem
3. Qualidade dos equipamentos

OUTROS A TER EM CONTA

- Funcionalidade do serviço; Flexibilidade de horário; Instruções claras; Rapidez; Localização; Tempo de espera; Manutenção e higienização do espaço; Qualidade da secagem; Número de máquinas disponíveis

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	4	Nível de Satisfação	87%
Nº Consumidores	3680	Intenção de Compra	88%



SERVIÇOS DE SEGURANÇA

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Boa assistência/apoio ao cliente
2. Qualidade do serviço
3. Boa relação qualidade/preço

OUTROS A TER EM CONTA

- Clareza da informação; Eficácia; Qualidade dos equipamentos; Rapidez na assistência

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



Alvará 138C - MAI

TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	4	Nível de Satisfação	72%
Nº Consumidores	3780	Intenção de Compra	73%

ESMALTES

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Qualidade do acabamento
2. Durabilidade
3. Facilidade aplicação

OUTROS A TER EM CONTA

- Odor; Não ser pegajoso; Rendimento por m²; Tempo de secagem; Variedade de cores

ESCOLHA DOS PROFISSIONAIS

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



CIN

TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	4	Nível de Satisfação	72%
Nº Consumidores	1837	Intenção de Compra	75%



TINTAS

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Rendimento por m²
2. Qualidade da tinta
3. Poder de cobertura/Não necessitar de 2ª demão

OUTROS A TER EM CONTA

- Durabilidade; Tempo de secagem/Secagem rápida; Facilidade de aplicação; Resistência à lavagem; Anti-fungos/humidade; Facilidade de limpeza

ESCOLHA DOS PROFISSIONAIS

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



CIN

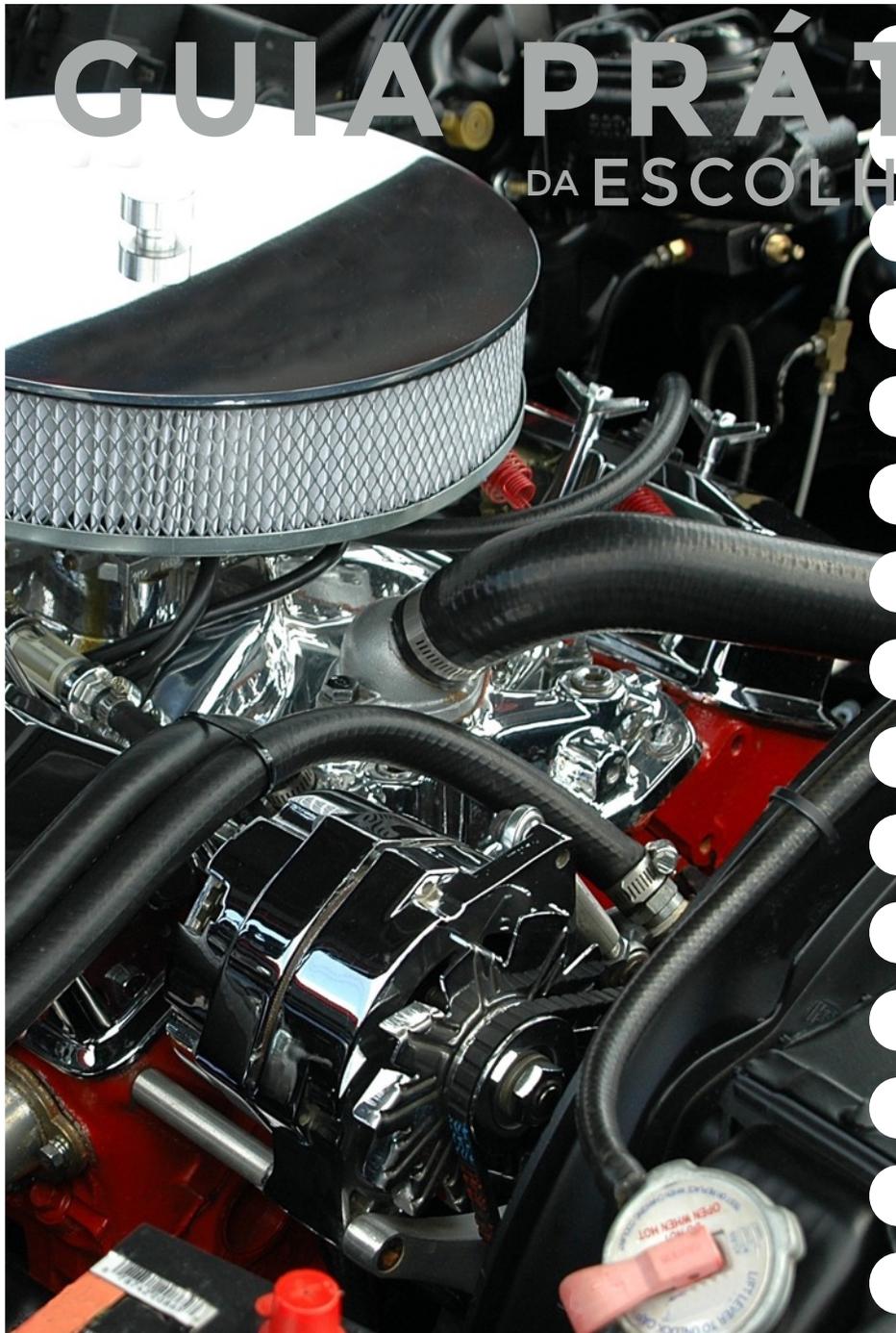
TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	4	Nível de Satisfação	79%
Nº Consumidores	1837	Intenção de Compra	81%

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 (percursos 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 MANUTENÇÃO AUTOMÓVEL

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Comunicação clara e direta
2. Processo claro e transparente no apoio ao cliente
3. Qualidade do serviço

OUTROS A TER EM CONTA

- Confiança no serviço; Comunicação clara e direta; Simpatia no atendimento; Profissionalismo/ aconselhamento/conhecimento no atendimento

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	6	Nível de Satisfação	77%
Nº Consumidores	2000	Intenção de Compra	74%



ESTAÇÕES DE SERVIÇO

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Atendimento
2. Rapidez
3. Simpatia

OUTROS A TER EM CONTA

- Pro-atividade na venda de outros produtos; Clareza na informação (sobre promoções, descontos, fidelização); Ambiente do espaço (limpeza, organização); Segurança transmitida; Localização acessível e proximidade

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	4	Nível de Satisfação	72%
Nº Consumidores	3690	Intenção de Compra	74%

MARCA AUTOMÓVEL, SEGMENTO MÉDIO

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Qualidade da viatura
2. Consumos baixos/energéticos
3. Facilidade e segurança na condução

OUTROS A TER EM CONTA

- Boa relação qualidade/preço; Tecnologia e inovação da marca; Profissionalismo e cuidado; Bom serviço após-venda; Contratos de manutenção / Revisões (preço)

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



PEUGEOT

TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	11	Nível de Satisfação	75%
Nº Consumidores	3790	Intenção de Compra	78%



MARCA AUTOMÓVEL, SEGMENTO SUPERIOR

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Qualidade da viatura
2. Consumos baixos/energéticos
3. Facilidade e segurança na condução

OUTROS A TER EM CONTA

- Boa relação qualidade/preço; Tecnologia e inovação da marca; Profissionalismo e cuidado; Bom serviço após-venda; Contratos de manutenção / Revisões (preço)

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



Mercedes-Benz

TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	4	Nível de Satisfação	81%
Nº Consumidores	3790	Intenção de Compra	91%

PNEUS

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Durabilidade/ Resistência dos pneus
2. Aderência à estrada
3. Boa relação qualidade / preço

OUTROS A TER EM CONTA

- Adaptabilidade do pneu à estrada; Segurança transmitida pela marca; Qualidade do produto (borracha, desenho/borracha do pneu, sulcos)



ESCOLHA DO CONSUMIDOR

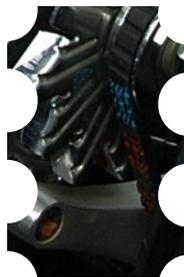
A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	7	Nível de Satisfação	74%
Nº Consumidores	3725	Intenção de Compra	76%



REPARAÇÃO E SUBSTITUIÇÃO DE VIDRO AUTOMÓVEL

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Qualidade do serviço (eficiência)
2. Reparação por especialistas
3. Protocolos com seguradoras

OUTROS A TER EM CONTA

- Garantia do serviço; Cumprimento de prazos; Qualidade do vidro (resistência); Rapidez do serviço de reparação

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	4	Nível de Satisfação	86%
Nº Consumidores	3680	Intenção de Compra	85%

VIATURAS SEMI-NOVAS E USADAS

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Estado geral da viatura / Histórico da viatura (limpeza, sem danos, kms)
2. Transparência/Clareza de informação
3. Honestidade e confiança na venda

OUTROS A TER EM CONTA

- Bom serviço após-venda; Garantias associadas; Possibilidade de testar; Resistência dos materiais; Apoio técnico prestado; Confiança/Qualidade da marca

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES

CAR
PREMIUM

os novos usados

TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	5	Nível de Satisfação	75%
Nº Consumidores	3840	Intenção de Compra	71%



VEÍCULOS COMERCIAIS

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Conclusão do serviço no prazo prometido
2. Qualidade dos serviços prestados
3. Rapidez na realização do serviço

OUTROS A TER EM CONTA

- Capacidade de esclarecer as dúvidas do cliente; Confiabilidade dos serviços realizados; Explicação sobre serviços realizado; Garantia

ESCOLHA DOS PROFISSIONAIS

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	10	Nível de Satisfação	73%
Nº Consumidores	1837	Intenção de Compra	73%

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.



BANCO DIGITAL

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Segurança
2. Confidencialidade nos dados
3. Credibilidade da instituição

OUTROS A TER EM CONTA

- Qualidade do serviço; Qualidade das plataformas online; Disponibilidade do serviço de apoio ao cliente; Informação clara; Boas condições associadas; Custos de manutenção

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES

ActivoBank
by Millennium

TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	7	Nível de Satisfação	84%
Nº Consumidores	3765	Intenção de Compra	77%

CARTÕES DE CRÉDITO

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Segurança na utilização
2. Transparência transmitida
3. Informação clara e de fácil acesso

OUTROS A TER EM CONTA

- Aplicação de taxas de juro reduzidas; Vantagens associadas; Comissões e taxas associadas; Confiança na marca; Facilidade de amortização/pagamento a 100%; Possibilidade de uso internacional; Funcionalidades

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES

wi
Zink

O teu banco fácil

TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	4	Nível de Satisfação	72%
Nº Consumidores	3780	Intenção de Compra	67%



EMPRESAS DE CREDITO AO CONSUMO

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Credibilidade da instituição
2. Transparência da informação
3. Atendimento claro e prestável

OUTROS A TER EM CONTA

- Segurança (dados de identificação, upload de documentos...); Apoio ao cliente; Facilidade de pagamento; Condições de utilização; Rapidez na aprovação

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	5	Nível de Satisfação	79%
Nº Consumidores	3780	Intenção de Compra	69%



PEQUENOS E MÉDIOS BANCOS

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Confiança e credibilidade na instituição
2. Eficiência na resolução de problemas
3. Transparência

OUTROS A TER EM CONTA

- Condições associadas (comissões, anuidade); Facilidade das operações bancárias; Bom serviço de apoio ao cliente; Atendimento simpático e personalizado; Rapidez no atendimento

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	7	Nível de Satisfação	70%
Nº Consumidores	3710	Intenção de Compra	78%

GRANDES BANCOS

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Segurança
2. Baixos custos de manutenção
3. Transparência na informação

OUTROS A TER EM CONTA

- Rapidez no atendimento; Condições associadas (taxas, comissões, fidelização); Bom serviço de apoio ao cliente; Qualidade do serviço; Credibilidade da marca

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	5	Nível de Satisfação	73%
Nº Consumidores	3710	Intenção de Compra	65%

SEGUROS

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Facilidade de acionamento (sinistros)
2. Qualidade de atendimento / Assistência ao cliente
3. Clareza nas condições contratuais

OUTROS A TER EM CONTA

- Esclarecimento sobre o produto; Aconselhamento adequado a cada perfil; Sinceridade e transparência na relação com o gestor; Facilidade de negociação; Confiança na seguradora

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES

FIDELIDADE
SEGUROS DESDE 1808



TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	12	Nível de Satisfação	72%
Nº Consumidores	4630	Intenção de Compra	69%

SEGUROS DIRECTOS

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Bom serviço de apoio ao cliente
2. Assistência rápida e eficaz
3. Clareza nas condições contratuais

OUTROS A TER EM CONTA

- Transparência e clareza na informação; Fiabilidade no serviço; Custos reduzidos de ativação; Rapidez de ativação; Apoio ao cliente; Diversidade de coberturas

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	3	Nível de Satisfação	81%
Nº Consumidores	3780	Intenção de Compra	78%



SEGUROS

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Coberturas adequadas aos clientes
2. Resolução de sinistros
3. Lealdade e Parceria

OUTROS A TER EM CONTA

- Prémios; Rapidez de resposta; Exigências / burocracia na contratação; Credibilidade; Solidez; Antiguidade da relação

ESCOLHA DOS PROFISSIONAIS

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES

TRAN
QUILI
DADE

TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	8	Nível de Satisfação	67%
Nº Consumidores	1837	Intenção de Compra	67%

VALES REFEIÇÃO

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Poupança fiscal
2. Facilidade de distribuição dos vales
3. Facilidade de gestão dos subsídios

OUTROS A TER EM CONTA

- Custo; Rede de parceiros (restaurantes, marcas) - quantidade de restaurantes e marcas na rede; Suporte (cartão, vale, online)

ESCOLHA DOS PROFISSIONAIS

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES

sodexo

SERVIÇOS DE QUALIDADE DE VIDA

TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	5	Nível de Satisfação	75%
Nº Consumidores	1837	Intenção de Compra	75%

EMPRESAS DE CRÉDITO AO CONSUMO

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Rapidez na aprovação
2. Facilidade de acesso ao crédito
3. Burocracia reduzida

OUTROS A TER EM CONTA

- Credibilidade da instituição; Transparência da informação; Atendimento claro e prestável; Acessibilidade de taxas/juros; Apoio ao cliente; Facilidade de pagamento; Condições gerais / Mensalidades

ESCOLHA DOS PROFISSIONAIS

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



Montepio Crédito

Especialistas em financiamento

TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	5	Nível de Satisfação	68%
Nº Consumidores	1837	Intenção de Compra	66%



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.

CENTROS AUDITIVOS

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Bom apoio técnico
2. Qualidade do produto (durabilidade)
3. Experimentação do produto

OUTROS A TER EM CONTA

- Qualidade dos técnicos; Prático de usar; Facilidade de manutenção; Capacidade de diagnóstico; Acompanhamento por parte do centro; Capacidade de diagnóstico e acompanhamento

ESCOLHA SÉNIOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	5	Nível de Satisfação	88%
Nº Consumidores	3630	Intenção de Compra	88%

SISTEMAS DE SAÚDE

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Qualidade dos serviços
2. Clareza e transparência na informação
3. Credibilidade e confiança na marca

OUTROS A TER EM CONTA

- Condições da apólice/exclusões/limites de idade; Facilidade no pedido de autorizações; Abrangência em todas as especialidades; Coberturas; Acesso a hospitais privados; Confiança no cliente; Transparência na informação

ESCOLHA SÉNIOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	3	Nível de Satisfação	81%
Nº Consumidores	3630	Intenção de Compra	81%



CLINICAS DENTÁRIAS

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Garantia do serviço
2. Qualidade do tratamento
3. Organização do espaço (ambiente, limpeza, higiene)

OUTROS A TER EM CONTA

- Métodos de tratamento; Confiança na equipa técnica; Boa relação qualidade/preço; Bom diagnóstico; Atendimento simpático e personalizado

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	4	Nível de Satisfação	81%
Nº Consumidores	3680	Intenção de Compra	79%



CRIOPRESERVAÇÃO

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Qualidade do produto
2. Clareza e transparência na informação transmitida
3. Segurança transmitida

OUTROS A TER EM CONTA

- Credibilidade dos profissionais; Condições da preservação; Fiabilidade / Duração da criopreservação; Condições e duração da criopreservação

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	3	Nível de Satisfação	81%
Nº Consumidores	3750	Intenção de Compra	77%

HEALTH CLUBS

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Proximidade / Localização
2. Horário Livre / Flexibilidade
3. Ambiente (espaço, organização, manutenção, climatização, limpeza)

OUTROS A TER EM CONTA

- Qualidade das máquinas / aparelhos; Sem fidelização / políticas de cancelamento; Diversidade de máquinas; Bons balneários; Variedade de serviços (aulas, piscina, spa, banho)

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



HOLMES PLACE

TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	3	Nível de Satisfação	68%
Nº Consumidores	3660	Intenção de Compra	69%

HOSPITAIS PRIVADOS

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Qualidade dos médicos / Especialistas na área
2. Pontualidade nas marcações
3. Rapidez do serviço / Tempo de espera

OUTROS A TER EM CONTA

- Qualidade dos serviços; Facilidade na marcação; Boa comunicação com o cliente / atendimento eficiente / humano; Clareza da informação

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



cuf



TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	4	Nível de Satisfação	85%
Nº Consumidores	3690	Intenção de Compra	86%

LOJAS DE SAUDE E BEM ESTAR

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Variedade de produtos
2. Conhecimento técnico
3. Simpatia e cuidado no atendimento

OUTROS A TER EM CONTA

- Atendimento rápido e eficiente; Variedade de serviços disponíveis; Aconselhamento em loja; Proximidade da loja; Disposição /organização do espaço; Confiança na marca

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	4	Nível de Satisfação	81%
Nº Consumidores	3680	Intenção de Compra	86%



PLANOS ALIMENTARES

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Segurança
2. Sabores agradáveis
3. Cuidados de saúde

OUTROS A TER EM CONTA

- Alimentação saudável e adequada para o meu corpo; Eficácia; Adaptação aos gostos e estilos de vida; Realista e Equilibrado; Clareza na informação

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	2	Nível de Satisfação	72%
Nº Consumidores	3680	Intenção de Compra	66%

PLANOS DE SAÚDE

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Disponibilidade dos médicos
2. Hospitais com várias especialidades
3. Segurança na marca

OUTROS A TER EM CONTA

- Apoio ao cliente; Sem restrições; Serviços mais acessíveis (consultas, exames); Coberturas e protocolos do plano; Qualificações da rede médica; Qualidade do plano; Abrangência de coberturas

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES

PLATINIUM  **mais**
by MEDICARE

TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	3	Nível de Satisfação	72%
Nº Consumidores	3710	Intenção de Compra	64%

SAÚDE ANIMAL

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Conhecimento demonstrado pelos profissionais de saúde
2. Carinho e amabilidade no trato animal
3. Atendimento profissional

OUTROS A TER EM CONTA

- Profissionalismo; Qualidade de serviço; Confiança no veterinário; Relação qualidade/preço; Explicações detalhadas sobre os procedimentos a realizar

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES

 **VETECARE**[®]
by MEDICARE

TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	4	Nível de Satisfação	83%
Nº Consumidores	3730	Intenção de Compra	76%



SISTEMAS DE SAÚDE

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Boa relação qualidade/preço
2. Rede médica alargada / Variedade de acordos com entidades de saúde
3. Rapidez na resposta

OUTROS A TER EM CONTA

- Acesso a especialidades; Apoio ao cliente/ Atendimento profissional; Clareza na informação; Variedade de especialidades; Facilidade do processo de submissão das despesas

ESCOLHA DO CONSUMIDOR
A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



TIPO DE TESTE:

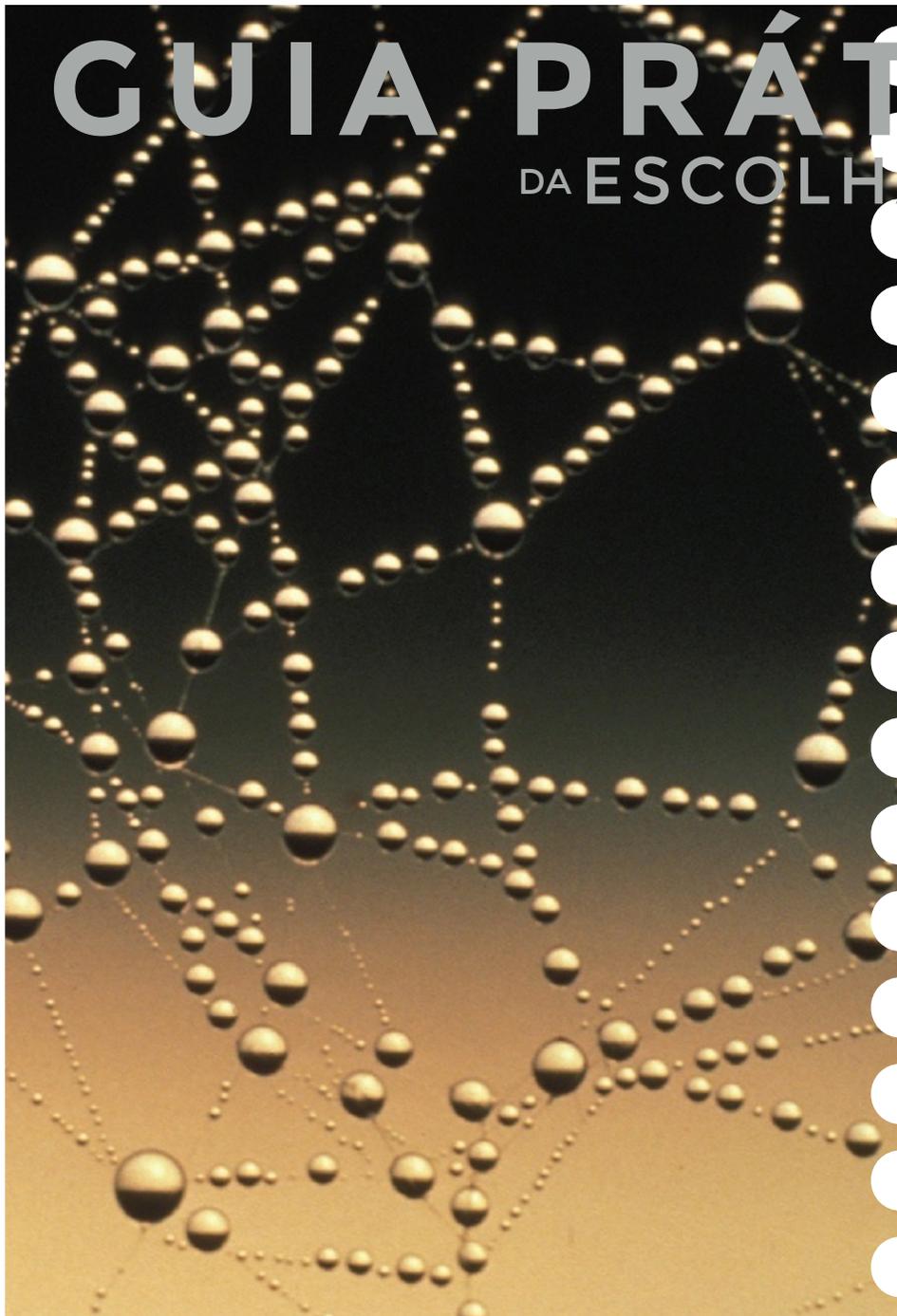
- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	3	Nível de Satisfação	78%
Nº Consumidores	3810	Intenção de Compra	72%



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 faturação 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;
- **Faturação 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.

TELECOMUNICAÇÕES MÓVEIS

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Qualidade do sinal / rede / Cobertura geográfica
2. Atendimento claro e profissional
3. Apoio técnico eficaz

OUTROS A TER EM CONTA

- Faturação clara; Confiança na rede e marca; Variedade na oferta

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	3	Nível de Satisfação	75%
Nº Consumidores	3840	Intenção de Compra	69%



QUADRUPLE PLAY

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Qualidade do serviço
2. Velocidade de internet
3. Apoio técnico rápido e profissional

OUTROS A TER EM CONTA

- Faturação clara; Transparência da informação; Atendimento claro e profissional; Funcionalidades disponíveis; Facilidade da utilização; Variedade de serviços; Possibilidade de personalização do serviço

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES



TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	3	Nível de Satisfação	73%
Nº Consumidores	3820	Intenção de Compra	64%



APPS TV FORA DE CASA (OTT)

MAIS IMPORTANTE NA SUA ESCOLHA

1. Qualidade do streaming
2. Qualidade da imagem
3. Rapidez no streaming

OUTROS A TER EM CONTA

- Oferta e funcionalidades disponíveis; Consumo de dados; Facilidade de utilização da app; Design / estética da app (atrativo e intuitivo)

ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A MELHOR MARCA EM PORTUGAL, NAS AVALIAÇÕES

NOS

TIPO DE TESTE:

- Avaliação efetiva das marcas através da utilização do produto em ambiente real de consumo. Os consumidores são sempre representativos da categoria em causa e da população portuguesa.

Nº Marcas Avaliadas	3	Nível de Satisfação	79%
Nº Consumidores	3820	Intenção de Compra	72%



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.



TIPO DE TESTE:

avaliação por classificação das da preferências dos aspetos mais relevantes para cada meio de comunicação, junto de 1954 consumidores.



GÉNERO	ASPETOS MAIS VALORIZADOS	Nº DE MARCAS AVALIADAS	A MELHOR MARCA NAS AVALIAÇÕES
IMPrensa LAZER	<ol style="list-style-type: none"> 1. Qualidade dos artigos 2. Variedade de assuntos 3. Artigos originais 4. Novidades 5. Boa divulgação do turismo e cultura 	17	Fugas
IMPrensa CULINÁRIA	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ter receitas práticas e fáceis de executar 2. Informação clara 3. Facilidade na execução de receitas saudáveis 4. Conselhos e dicas para a cozinha 5. Ter receitas com ingredientes comuns 	10	CONTINENTE magazine
IMPrensa CULTURA	<ol style="list-style-type: none"> 1. Agenda semanal (nacional) 2. Apresentação de novidades 3. Divulgação de eventos 4. Fácil leitura e compreensão 5. Informações diversas (história de locais) 	18	MAGAZINE
IMPrensa DESPORTIVA	<ol style="list-style-type: none"> 1. Qualidade da informação (rigor, veracidade) 2. Informação atualizada 3. Confiança e veracidade na informação 4. Variedade de categorias desportivas 5. Qualidade grafismo (fotografia organização) 	10	A BOLA
IMPrensa DIÁRIA	<ol style="list-style-type: none"> 1. Qualidade informação (não sensacionalista) 2. Legitimidade das fontes 3. Credibilidade e imparcialidade 4. Conter assuntos sobre a atualidade 5. Pertinência da informação 	5	Público
IMPrensa ECONÓMICA	<ol style="list-style-type: none"> 1. Clareza na informação 2. Informação credível, verdadeira e imparcial 3. Imparcialidade 4. Atualidade económica 5. Fiabilidade da fontes da informação 	6	JE O Jornal Económico

TIPO DE TESTE:

avaliação por classificação das da preferências dos aspetos mais relevantes para cada meio de comunicação, junto de 1954 consumidores.



GÉNERO	ASPETOS MAIS VALORIZADOS	Nº DE MARCAS AVALIADAS	A MELHOR MARCA NAS AVALIAÇÕES
IMPrensa FEMININA E DE MODA	<ol style="list-style-type: none"> 1. Qualidade dos artigos 2. Originalidade dos artigos 3. Variedade de conteúdos e artigos 4. Credibilidade da marca 5. Dicas e aconselhamentos (moda, tendências) 	12	<i>máxima</i>
IMPrensa INFORMAÇÃO SOCIAL	<ol style="list-style-type: none"> 1. Credibilidade 2. Coerência da informação 3. Atualidade da informação 4. Relevância da informação 5. Conteúdo 	8	CARAS
IMPrensa INFORMAÇÃO TV	<ol style="list-style-type: none"> 1. Rigor 2. Confiança na informação transmitida 3. Informação atualizada 4. Credibilidade 5. Informação fundamentada 	7	TV GUIA
IMPrensa LIFESTYLE MASCULINA	<ol style="list-style-type: none"> 1. Variedade de temas de interesse 2. Existências de dicas 3. Conselhos sobre diversos assuntos 4. Grafismo das revistas 5. Qualidade das fotografias 	3	Men'sHealth
IMPrensa MARKETING E NEGÓCIOS	<ol style="list-style-type: none"> 1. Qualidade dos artigos e escritores 2. Informação atualizada 3. Conselhos e dicas baseados em factos reais 4. Disponibilidade online 5. Novidades sobre os temas 	11	Exame
IMPrensa MASCULINA ADULTOS	<ol style="list-style-type: none"> 1. Qualidade dos conteúdos 2. Qualidade do grafismo 3. Produção fotográfica 4. Variedade de temas 5. Disponibilização online 	2	PLAYBOY

TIPO DE TESTE:

avaliação por classificação das da preferências dos aspetos mais relevantes para cada meio de comunicação, junto de 1954 consumidores.



GÉNERO	ASPETOS MAIS VALORIZADOS	Nº DE MARCAS AVALIADAS	A MELHOR MARCA NAS AVALIAÇÕES
IMPrensa MOTORES	<ol style="list-style-type: none"> 1. Veracidade de informação 2. Qualidade da informação 3. Dicas de manutenção e utilização 4. Comparação de veículos 5. Informações claras sobre os produtos apresentados 	25	
IMPrensa ONLINE	<ol style="list-style-type: none"> 1. Qualidade da informação 2. Fiabilidade, veracidade e confiança na informação 3. Relevância dos assuntos 4. Variedade de conteúdos 5. Navegação intuitiva e acessível 	2	
IMPrensa ONLINE DE NEGÓCIOS MARKETING	<ol style="list-style-type: none"> 1. Conteúdos atuais 2. Credibilidade e confiança na marca 3. Custo gratuito 4. Dicas e aconselhamento financeiro 5. Disponibilização de artigos internacionais 	2	
IMPrensa ONLINE DE NEGÓCIOS TRADE	<ol style="list-style-type: none"> 1. Qualidade da informação 2. Conteúdos atuais 3. Credibilidade e confiança na marca 4. Custo gratuito 5. Sites de fácil acesso 	3	
REVISTAS SEMANAIS	<ol style="list-style-type: none"> 1. Qualidade nos conteúdos 2. Informação atualizada 3. Variedade de temas e conteúdos 4. Temas de interesse 5. Credibilidade na informação 	2	
IMPrensa SAÚDE E FAMÍLIA	<ol style="list-style-type: none"> 1. Qualidade dos conteúdos 2. Fiabilidade, veracidade da informação 3. Confiança na informação 4. Fácil leitura e vocabulário adequado 5. Objetividade 	13	

TIPO DE TESTE:

avaliação por classificação das da preferências dos aspetos mais relevantes para cada meio de comunicação, junto de 1954 consumidores.



GÉNERO	ASPETOS MAIS VALORIZADOS	Nº DE MARCAS AVALIADAS	A MELHOR MARCA NAS AVALIAÇÕES
IMPrensa SEMANÁRIOS	<ol style="list-style-type: none">1. Qualidade dos artigos (rigor e neutralidade)2. Credibilidade e confiança na informação3. Aprofundamento de temas4. Fácil leitura e compreensão da informação5. Artigos sobre a atualidade	2	Expresso
IMPrensa TECNOLOGIAS	<ol style="list-style-type: none">1. Qualidade da informação2. Clareza na informação3. Atualização das novidades4. Análises dos produtos5. Inovações tecnológicas	13	EXAME INFORMÁTICA
IMPrensa VIAGENS	<ol style="list-style-type: none">1. Preços de viagens2. Qualidade da informação3. Variedade de destinos4. Promoções e viagens low cost5. Originalidade de destinos	7	VOLTA AO MUNDO
RÁDIO ENTRETENIMENTO	<ol style="list-style-type: none">1. Qualidade da música2. Tipo de música3. Variedade da música4. Menor número de anúncios5. Pouca repetição de músicas	7	RFM SÓ GRANDES MÚSICAS.
RÁDIO INFORMAÇÃO	<ol style="list-style-type: none">1. Credibilidade da informação2. Qualidade da informação3. Informação com rigor4. Clareza nos temas5. Bons locutores	3	 Renascença

TIPO DE TESTE:

avaliação por classificação das da preferências dos aspetos mais relevantes para cada meio de comunicação, junto de 1954 consumidores.



GÉNERO	ASPETOS MAIS VALORIZADOS	Nº DE MARCAS AVALIADAS	A MELHOR MARCA NAS AVALIAÇÕES
TV - CANAL ESPECIALIZADO DE INFORMAÇÃO	<ol style="list-style-type: none"> 1. Imparcialidade 2. Qualidade das reportagens 3. Rigor na informação 4. Imparcialidade nas notícias 5. Qualidade da informação 	4	
TV - CANAL ESPECIALIZADO DE INFORMAÇÃO DESPORTIVA	<ol style="list-style-type: none"> 1. Informação atualizada/ últimas notícias 2. Credibilidade 3. Imparcialidade 4. Resumos dos acontecimentos desportivos de maior interesse 5. Isenção e credibilidade dos comentadores) 	4	
TV - CANAL ESPECIALIZADO EM ENTRETENIMENTO	<ol style="list-style-type: none"> 1. Qualidade da programação 2. Variedade na programação 3. Passagem de poucos anúncios 4. Variedade de temas 5. Novidades de programas 	10	
TV - ENTRETENIMENTO EM CANAL GENERALISTA	<ol style="list-style-type: none"> 1. Não ter intervalos longos 2. Variedade e quantidade de filmes 3. Qualidade do entretenimento 4. Variedade de programas 5. Quantidade de publicidade (reduzida) actores 	3	
TV - INFORMAÇÃO EM CANAL GENERALISTA	<ol style="list-style-type: none"> 1. Rigor na informação transmitida 2. Qualidade nas notícias 3. Imparcialidade 4. Posição neutra perante notícias 5. Linguagem utilizada 		

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

Telefone: 21 384 74 84 E-mail: cniacc@fd.unl.pt

Associação de Consumidores de Portugal

www.acop.planetaclix.pt

Telefone: 239 404733 Email: acop.geral@mail.telepac.pt

Associação Portuguesa de Direito do Consumo

www.apdconsumo.pt

Telefone: 239 404 733 Email: apdc.cedc@mail.telepac.pt

Portal do Consumidor

www.consumidor.pt

Telefone: 213 564 600 Email: dgc@dg.consumidor.pt

Observatório dos Direitos do Consumidor

www.oa.pt/odc

Telefone: 218 823 550 Email: odc@cg.oa.pt

DECO

www.deco.proteste.pt

Telefone: 213 710 200 Email: 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:

- Estudos da Escolha do Consumidor da More by Pentaudis, junho 2018
- Avaliações online, call center e presenciais da More by Pentaudis, setembro a novembro 2018
- Avaliações online, call center e presenciais da Consumerchoice, setembro a novembro 2018
- Avaliações custarecentric da PSE, setembro a novembro 2018
- 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:



Paginação:



Exemplares:

- formato PDF

Ano:

- Março. 2019

Contactos para mais informação:

- E-mail: jose.borralho@gmail.com

GUIA PRÁTICO

DA ESCOLHA DO CONSUMIDOR



www.facebook.com/EscolhaDoConsumidor



www.consumertrends.pt

Publicação e conteúdos:



Distribuição Gratuita:

É permitida a reprodução integral ou parcial do texto, desde que citada a fonte.

Março de 2019