



ESTUDO SOBRE O COMÉRCIO ELECTRÓNICO EM PORTUGAL

MAIO 2008 | RELATÓRIO DE RESULTADOS

Relatório

de Resultados

1. Sobre a ACEP

A ACEP - Associação de Comércio Electrónico em Portugal é uma organização independente sem fins lucrativos, de pessoas individuais e colectivas, visando o estudo e a implementação das diversas formas de Comércio Electrónico, constituindo um fórum independente e aberto para o debate, potenciação, promoção, generalização e dignificação do Comércio Electrónico em Portugal.

A ACEP congrega hoje algumas das mais relevantes entidades ligadas ao comércio electrónico em Portugal, incluindo lojas on-line, bancos e outras empresas financeiras, marketplaces, Internet service providers, imprensa on-line, operadores de telecomunicações, empresas de venda à distância e muitas outras empresas de outros sectores de actividade;

Mais informações em www.comercioelectronico.pt

2. Sobre a Netsonda

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

Os estudos da Netsonda são ferramentas de trabalho precisas, dotando os seus clientes da informação necessária aos processos de decisão, de investimento e de aperfeiçoamento de produtos e serviços. A equipa de *research* da Netsonda é constituída por profissionais com a formação adequada aos objectivos da empresa, designadamente na área das ciências sociais, da estatística e das novas tecnologias da informação.

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

Mais informações em www.netsonda.pt

Relatório

de Resultados

3. Ficha técnica

3.1. Objectivo

O estudo cuja síntese de resultados se apresenta neste documento foi realizado pela Netsonda e pela ACEP, e tem por objectivo fundamental avaliar a evolução e desenvolvimento do Comércio Electrónico em Portugal na perspectiva do Cliente/Consumidor, assim como a confiança, o perfil de consumo e expectativas de evolução. Por outro lado, procurou-se avaliar a evolução da utilização da Internet e respectivos serviços (incluindo homebanking) para ajudar a entender o potencial de crescimento do Comércio Electrónico. O alvo definido para o estudo realizado foi uma amostra representativa dos utilizadores da Internet em Portugal.

3.2. Técnica de recolha de informação

A técnica de recolha de informação utilizada foi o inquérito online a 834 utilizadores de Internet residentes em Portugal, com mais de 16 anos e registados na Netsonda. O contacto com os utilizadores seleccionados foi realizado através de mensagem de e-mail, fornecendo informação de âmbito geral (tema, tempo médio de resposta, remuneração associada e data limite de participação). O preenchimento do questionário foi realizado no site da Netsonda, através da conta pessoal do utilizador.

3.3. Amostragem

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

3.4. Recolha de informação

A recolha de informação decorreu entre 2 e 11 de Abril de 2008, tendo sido recolhidas 834 respostas válidas.

Relatório

de Resultados

4. Principais Conclusões

- O inquérito revela que 98% dos respondentes acedem diariamente à Internet (97% em 2007);
- Os serviços mais utilizados na Internet são: email, consultas de sites, motores de busca e mensageiros instantâneos;
- O nível de satisfação com o fornecedor de acesso à Internet é de 3,67 (escala de 1 a 5);
- A maioria dos inquiridos (79%) procura informação na Internet para acabar por realizar a compra pelos meios tradicionais; 20% já se informam e compram através da Internet;
- 83,5% dos inquiridos já realizaram compras através da Internet (crescimento de 5,5pp face a 2007), sendo que metade destes compram apenas em sites nacionais;
- A principal fonte de informação sobre estes sites são os motores de busca, as recomendações de amigos/conhecidos e o email/newsletter;
- Quanto à periodicidade, cerca de 70% realizam compras através da Internet menos de uma vez por mês – valor semelhante ao verificado em 2007;
- Os produtos/serviços mais comprados são os bilhetes para espectáculos, desporto e outros com 44,5% (36,1% em 2007), CD/Música (34,9%) e electrónicos/telemóveis (34,6%);
- O meio de pagamento mais utilizado é o cartão de crédito (35,2%), seguido do pagamento à cobrança com 18,7%, e pelo Sistema de Pagamento Online (MBNet, Paypal, BidPay, etc.) (18,4%); apesar do valor obtido pelo cartão de crédito, 38,6% têm receio de o utilizar para pagamentos na Internet;
- Mais de 73% dos inquiridos gasta mensalmente menos de €50 em compras online;

Relatório

de Resultados

- As principais vantagens apontadas são não ter de sair de casa/ir às lojas com 67,7% (63,9% em 2007), poder comprar a qualquer momento com 61,1% (54,1% em 2007) e possibilidade de comparar preços com 60,5% (56,9% em 2007);
- O grau de satisfação com os sites é elevado: 98% (97,7% no ano anterior) estão satisfeitos ou muito satisfeitos;
- Em relação aos inquiridos que não realizam compras através da Internet, os principais motivos são a falta de confiança nos sistemas de pagamento com 58,7% (46,7% em 2007), o gostar de ver e experimentar um produto antes de o adquirir com 55,8% (54,1% em 2007), e as preocupações com segurança ou privacidade (50%);
- Destes, 57,2% pensam vir a realizar compras através da Internet mas 76% não sabem quando é que tal vai ocorrer;
- 18,4% utiliza o comércio electrónico para realizar compras de bens e/ou serviços no âmbito da sua actividade profissional;
- 70% dos inquiridos utilizam serviços de homebanking.

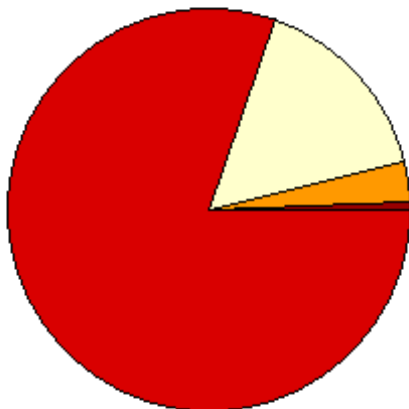
Lisboa, 2 de Maio de 2008

Direcção de Estudos da Netsonda

Relatório

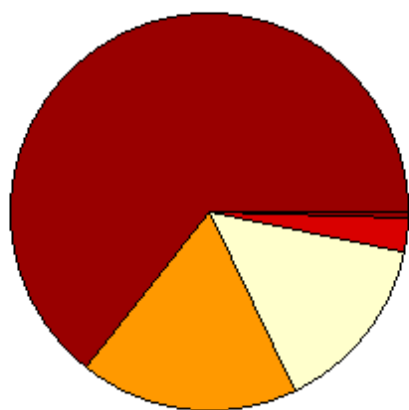
de Resultados






1. Há quanto tempo é utilizador da Internet?



	Casos	Percent.
 Há menos de 1 ano	5	0.6%
 Entre 1 e 2 anos	27	3.2%
 Entre 2 e 5 anos	131	15.7%
 Há mais de 5 anos	671	80.5%
Total	834	100%

2. Há dois anos atrás como era a frequência de navegação de Internet? Navegava...(Responda apenas se é utilizador da Internet há pelo menos 2 anos)

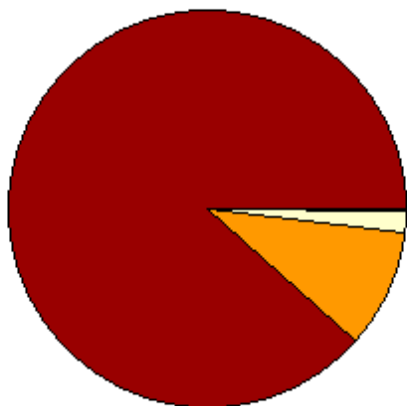







	Casos	Percent.
 Várias vezes por dia	517	64.5%
 Uma vez por dia	142	17.7%
 Duas a três vezes por semana	117	14.6%
 Uma vez por semana	22	2.7%
 Menos de uma vez por semana	4	0.5%
Total	802	100%

Relatório






de Resultados

3. Actualmente, com que frequência acede à Internet?



	Casos	Percent.
 Várias vezes por dia	738	88.5%
 Uma vez por dia	79	9.5%
 Duas a três vezes por semana	15	1.8%
 Uma vez por semana	0	0.0%
 Menos de uma vez por semana	2	0.2%
Total	834	100%

4. De onde acede à Internet?

	Casos	Percent.	
Casa	782	93.8%	
Universidade/Escola	196	23.5%	
Trabalho	480	57.6%	
Telemóvel	114	13.7%	
Outro	58	7.0%	
Total	834	100%	

Relatório

de Resultados

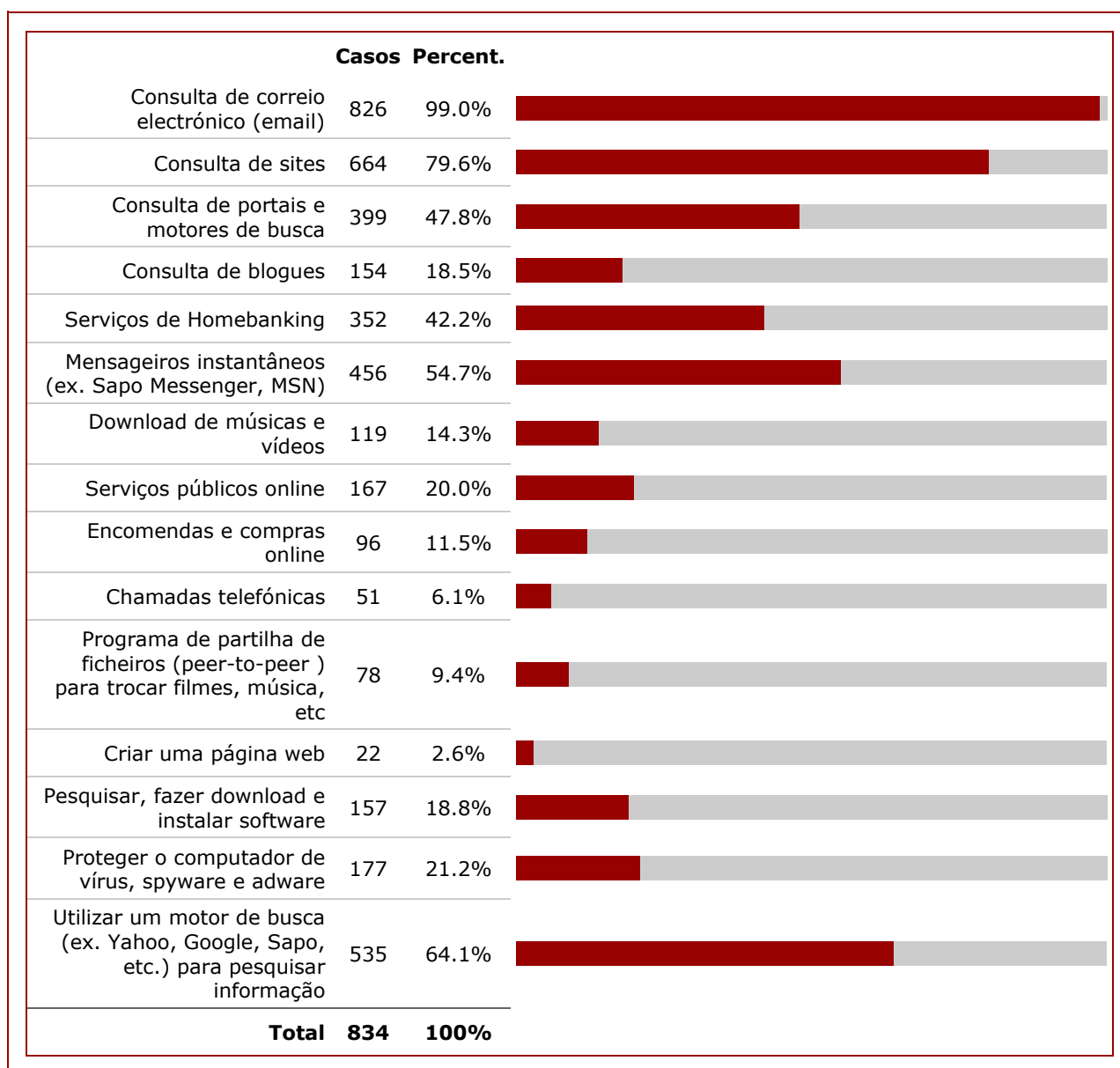
5. Utilizando uma escala de 1 a 5, em que 1 significa "Nunca utiliza" e 5 "Utiliza muito frequentemente", classifique o seu nível de utilização dos seguintes serviços na Internet.

	Média	1	5
Consulta de correio electrónico (email)	4.87		
Consulta de sites	4.57		
Consulta de portais	3.80		
Consulta de blogues	2.69		
Serviços de Homebanking	3.34		
Mensageiros instantâneos (ex. Sapo Messenger, MSN)	3.86		
Download de músicas e vídeos	2.84		
Serviços públicos online	3.27		
Encomendas e compras online	2.63		
Chamadas telefónicas	1.74		
Programa de partilha de ficheiros (peer-to-peer) para trocar filmes, música, etc	2.23		
Criar uma página web	1.76		
Pesquisar, fazer download e instalar software	3.35		
Proteger o computador de vírus, spyware e adware	3.68		
Utilizar um motor de busca (ex. Yahoo, Google, Sapo, etc.) para pesquisar informação	4.77		

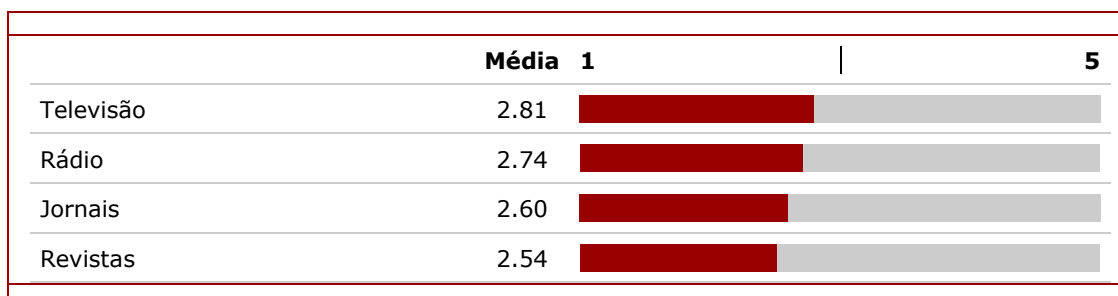
Relatório

de Resultados

6. Quais os serviços que utilizou no seu último acesso à Internet?



7. Utilizando uma escala de 1 a 5, em que 1 significa "Diminuiu muito" e 5 "Aumentou muito", indique de que forma a utilização da Internet afectou a utilização dos seguintes meios no último ano.



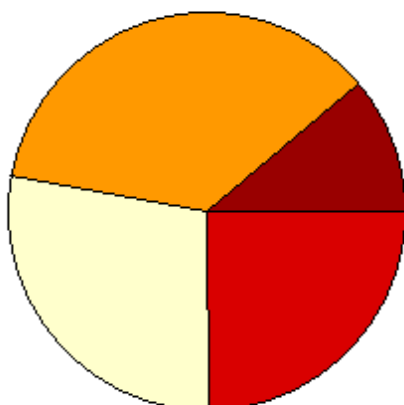
Relatório

de Resultados

8. E desde que tem acesso à Internet, como tem evoluído a sua utilização destes meios online em relação aos meios tradicionais?

	Utilizo com mais frequência do que anteriormente	Utilizo com a mesma frequência do que anteriormente	Utilizo com menos frequência do que anteriormente	Não utilizo
Televisão	51 6.1%	497 59.6%	234 28.1%	52 6.2%
Rádio	114 13.7%	430 51.6%	215 25.8%	75 9.0%
Jornais	159 19.1%	313 37.5%	310 37.2%	52 6.2%
Revistas	83 10.0%	386 46.3%	271 32.5%	94 11.3%

9. Quantas contas de correio electrónico (email) utiliza?

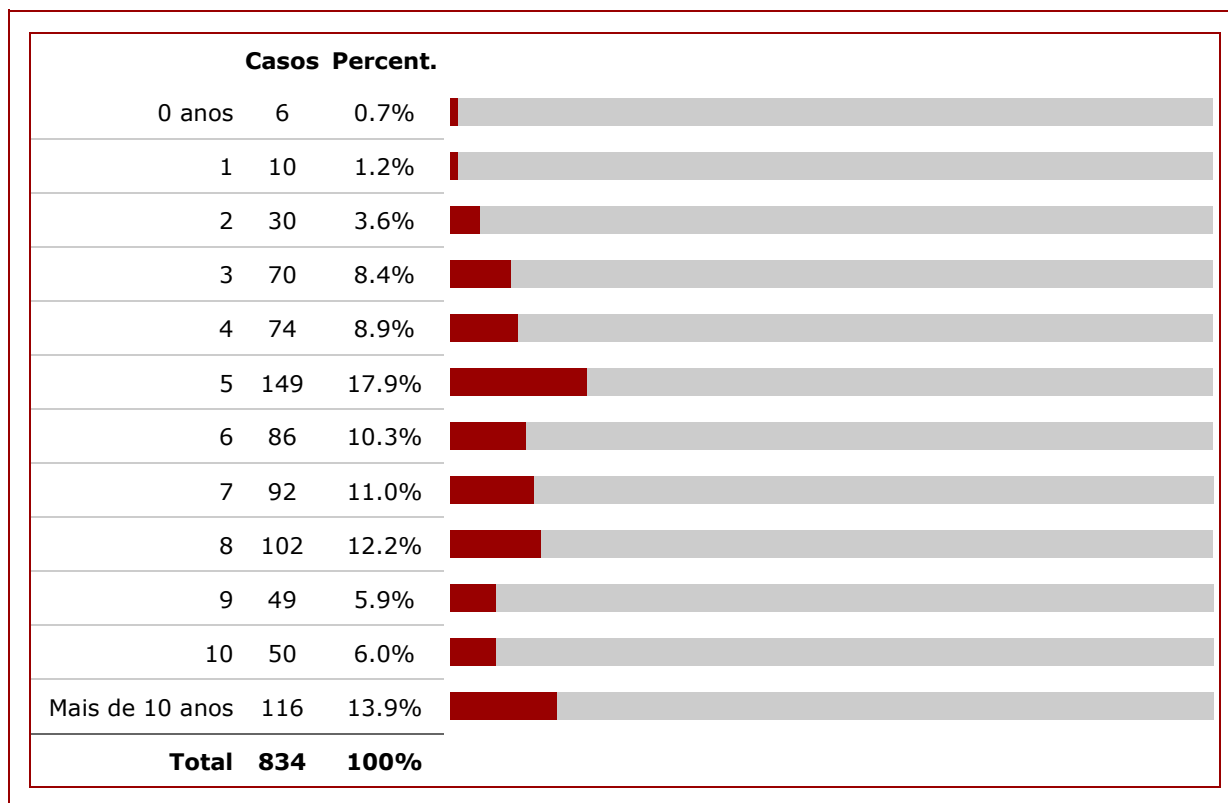


	Casos	Percent.
Uma conta	92	11.0%
Duas contas	302	36.2%
Três contas	233	27.9%
Mais que três contas	207	24.8%
Total	834	100%

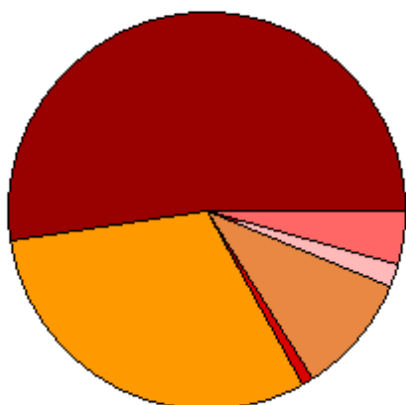
Relatório

de Resultados

10. A sua conta de correio electrónico (email) mais antiga existe há quanto tempo?



11. Que tipo de acesso à Internet possui? (Se possuir mais que um, indique o que utiliza com maior frequência)

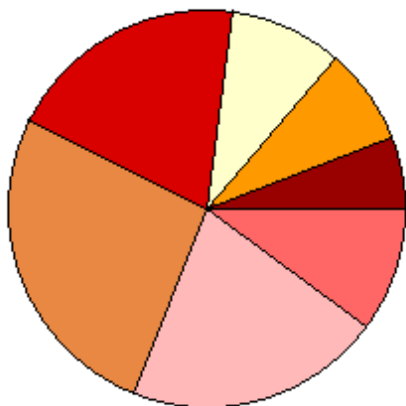


	Casos	Percent.
ADSL	437	52.4%
Cabo	256	30.7%
Dial-Up (ligação telefónica)	7	0.8%
GRPS	1	0.1%
Placa 3G/3,5G	80	9.6%
Outro	16	1.9%
Não sei	37	4.4%
Total	834	100%

Relatório

de Resultados

12. Se respondeu ADSL, Cabo, ou Placa 3G/3,5G por favor especifique a velocidade desse acesso.

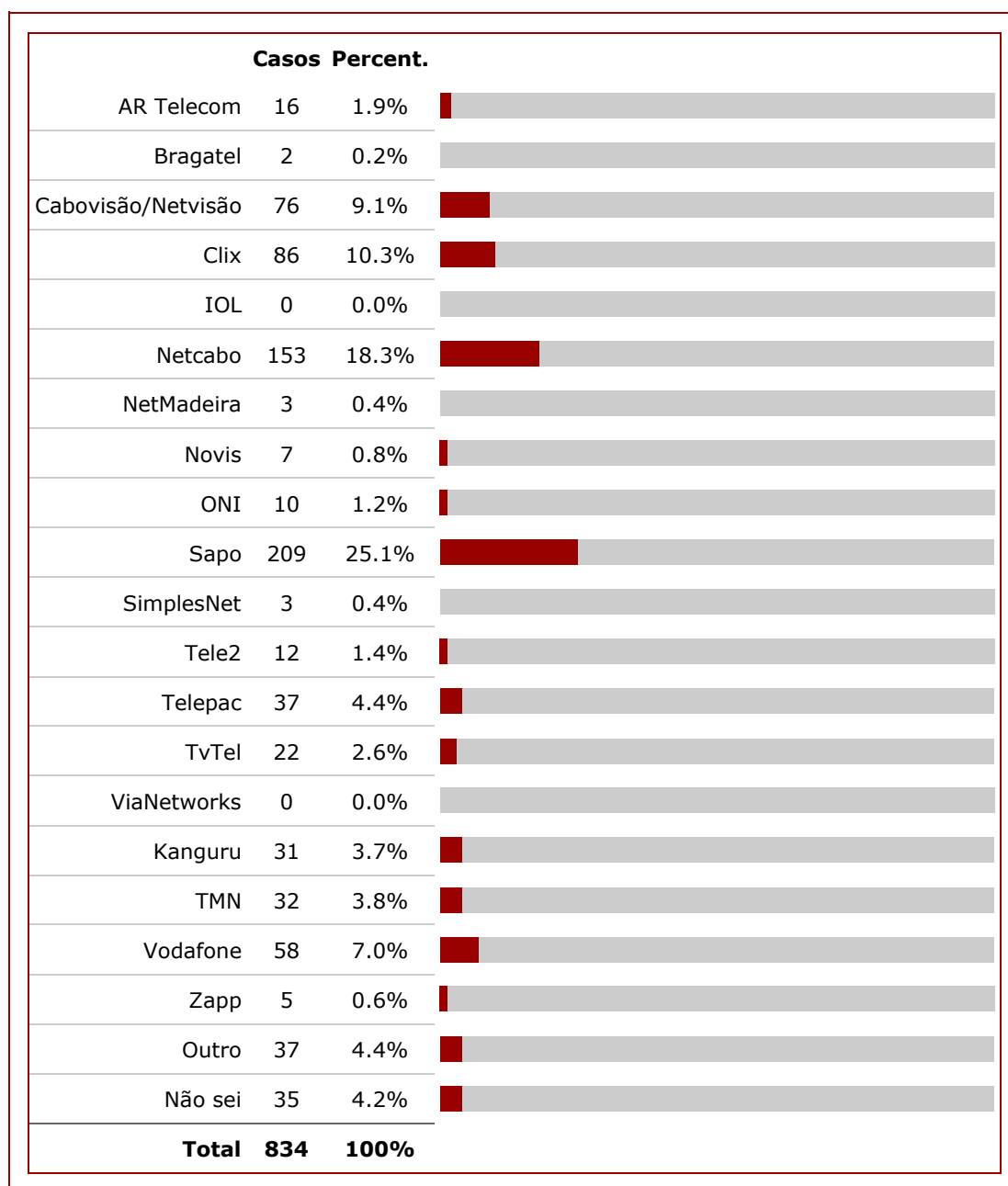


	Casos	Percent.
■ 512 kbps ou menos	44	5.7%
■ Entre 512 kbps e 1 Mbps (inclusive)	62	8.0%
■ Entre 1 e 2 Mbps (inclusive)	70	9.1%
■ Entre 2 e 4 Mbps (inclusive)	154	19.9%
■ Entre 4 e 8 Mbps (inclusive)	204	26.4%
■ Mais de 8 Mbps	160	20.7%
■ Não sei	79	10.2%
Total	773	100%

Relatório

de Resultados

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



Relatório

de Resultados

14. Utilizando uma escala de 1 a 5, em que 1 significa "Nunca" e 5 "Muito frequentemente", indique com regularidade o seu acesso à Internet é afectado pelas seguintes situações anómalas.

	Média	1		5
Acesso lento	2.77			
Queda de ligação	2.33			
Indisponibilidade de serviço	2.11			
Indisponibilidade de páginas específicas	2.30			
Vírus, spyware ou outras situações relacionadas com segurança	2.14			
Bloqueio do PC	1.92			

15. Numa escala de 1 a 5, em que 1 significa "Muito insatisfeito" e 5 "Muito satisfeito", qual o seu grau de satisfação com o seu serviço de Internet?

	Média	1		5
Satisfação	3.67			

Relatório

de Resultados

16. Indique, a sua forma preferencial na aquisição dos seguintes produtos.

	Comércio Tradicional	Comércio Electrónico	Ambos	Não costumam comprar estes produtos
Alimentação/Bebidas/Tabacaria/Charutos	729 87.4%	10 1.2%	55 6.6%	40 4.8%
Animais/Jardim/Bricolagem	520 62.4%	5 0.6%	41 4.9%	268 32.1%
Bebés e Brinquedos	413 49.5%	9 1.1%	76 9.1%	336 40.3%
Bilhetes para Espectáculos, Desporto e Outros	258 30.9%	201 24.1%	264 31.7%	111 13.3%
Leilões/Coleccionismo/Antiguidades	105 12.6%	135 16.2%	59 7.1%	535 64.1%
Casa/Arte/Decoração	501 60.1%	21 2.5%	97 11.6%	215 25.8%
CD/Música	395 47.4%	98 11.8%	266 31.9%	75 9.0%
DVD/Videos	401 48.1%	85 10.2%	260 31.2%	88 10.6%
Crédito Online/Produtos e Serviços Financeiros	151 18.1%	135 16.2%	148 17.7%	400 48.0%
Desporto e Lazer	530 63.5%	27 3.2%	143 17.1%	134 16.1%
Electrónica/Telemóveis (ex. câmaras digitais, Hi-Fi, etc.)	439 52.6%	93 11.2%	265 31.8%	37 4.4%
Escritório/Economato	426 51.1%	23 2.8%	113 13.5%	272 32.6%
Esoterismo/Astros	107 12.8%	50 6.0%	35 4.2%	642 77.0%
Flores/Presentes	509	22	131	172

Relatório

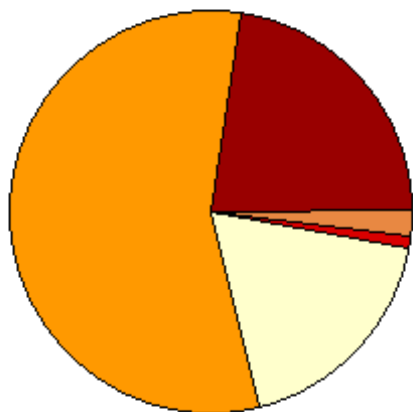
de Resultados

	61.0%	2.6%	15.7%	20.6%
Foto e Serviços	458 54.9%	57 6.8%	175 21.0%	144 17.3%
Software informático (excluindo jogos de vídeo)	285 34.2%	167 20.0%	242 29.0%	140 16.8%
Hardware informático	387 46.4%	92 11.0%	249 29.9%	106 12.7%
Jogos/Consolas	260 31.2%	60 7.2%	167 20.0%	347 41.6%
Livros/Revistas/Jornais/Material e-learning	444 53.2%	71 8.5%	257 30.8%	62 7.4%
Assinaturas de Publicações/Conteúdos Pagos	240 28.8%	101 12.1%	175 21.0%	318 38.1%
Cosmética/Perfumes	581 69.7%	20 2.4%	93 11.2%	140 16.8%
Moda/Jóias/Lingerie/equipamentos desportivos	573 68.7%	19 2.3%	115 13.8%	127 15.2%
Relógios/Óptica	628 75.3%	17 2.0%	83 10.0%	106 12.7%
Saúde/Fitness	556 66.7%	15 1.8%	93 11.2%	170 20.4%
Viagens/Turismo	250 30.0%	168 20.1%	271 32.5%	145 17.4%
Lotarias e apostas	337 40.4%	126 15.1%	143 17.1%	228 27.3%

Relatório

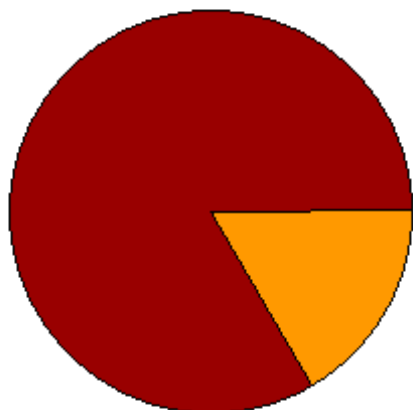
de Resultados

17. Das frases em baixo, indique aquela que na sua opinião melhor descreve a sua atitude perante o comércio electrónico, quando visita sites sobre produtos ou serviços.



	Casos	Percent.
■ Visito sites à procura de produtos ou serviços, obtenho informações mas compro sempre pelos meios tradicionais (lojas)	188	22.5%
■ Visito sites à procura de produtos ou serviços, obtenho informações mas compro a maioria das vezes pelos meios tradicionais (lojas)	470	56.4%
■ Visito sites à procura de produtos ou serviços, obtenho informações e, na maioria das vezes, compro através da Internet	151	18.1%
■ Visito sites à procura de produtos ou serviços, obtenho informações e compro sempre através da Internet	8	1.0%
■ Nunca visito sites à procura de produtos ou serviços	17	2.0%
Total	834	100%

18. Já alguma vez realizou compras na Internet?

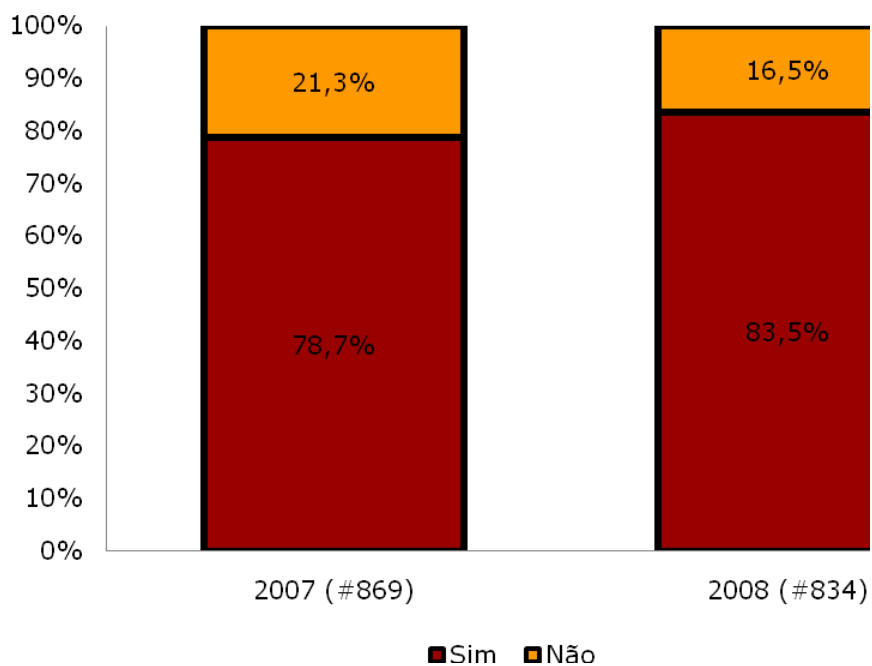


	Casos	Percent.
■ Sim	696	83.5%
■ Não	138	16.5%
Total	834	100%

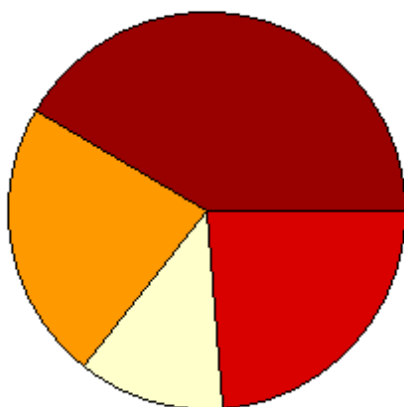
Relatório

de Resultados

18. Já alguma vez realizou compras na Internet? (2007 vs. 2008)



19. Se sim, quando realizou compras na Internet pela última vez?

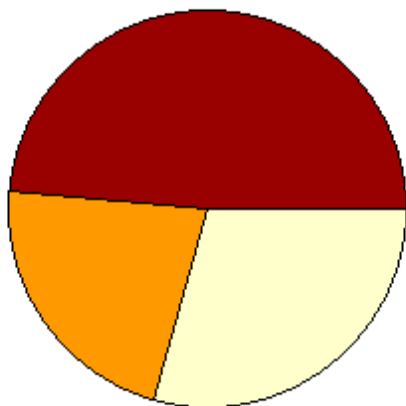


	Casos	Percent.
Menos de 1 mês	289	41.5%
Entre 1 e 3 meses	159	22.8%
Entre 3 e 6 meses	83	11.9%
Mais de 6 meses	165	23.7%
Total	696	100%

Relatório








de Resultados

20. Em sites nacionais ou internacionais?



	Casos	Percent.
 Nacionais	339	48.7%
 Internacionais	153	22.0%
 Ambos	204	29.3%
Total	696	100%

21. Se realiza compras em sites internacionais, indique-nos o(s) idioma(a) desses sites.

	Casos	Percent.	
Inglês	297	83.2%	
Francês	57	16.0%	
Espanhol	120	33.6%	
Alemão	25	7.0%	
Italiano	8	2.2%	
Português	161	45.1%	
Outro. Qual?	3	0.8%	
Total	357	100%	

Relatório

de Resultados

22. Indique-nos entre 1 e 3 sites que tenha utilizado para realizar compras.

Site 1	Casos
www.ebay.com	69
www.amazon.com	45
www.laredoute.pt	36
www.fnac.pt	30
www.pixmania.com	26
www.continente.pt	22
www.miau.pt	22
www.chip7.pt	16
www.webboom.pt	14
www.easyjet.com	12

Site 2	Casos
www.ebay.com	22
www.miau.pt	20
www.laredoute.pt	17
www.amazon.com	14
www.pixmania.com	13
www.continente.pt	12
www.worten.pt	11

Site 3	Casos
www.fnac.pt	15
www.miau.pt	11

Nota: Para efeitos de análise, apenas são apresentados os casos em que foram obtidos 10 ou mais ocorrências.

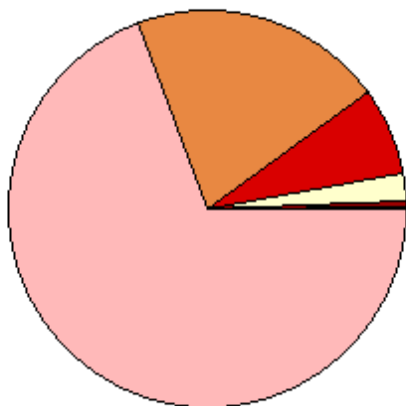
23. Como é que tomou conhecimento dos sites onde realiza compras na Internet?

	Casos	Percent.	
Amigo/conhecido	291	41.8%	
Email/newsletter	230	33.0%	
Banner em site	87	12.5%	
Publicidade na televisão	71	10.2%	
Publicidade na rádio	28	4.0%	
Publicidade na imprensa	86	12.4%	
Publicidade exterior (ex: outdoor, etc.)	61	8.8%	
Motor de busca (por exemplo: google, yahoo, sapo)	483	69.4%	
Total	696	100%	

Relatório

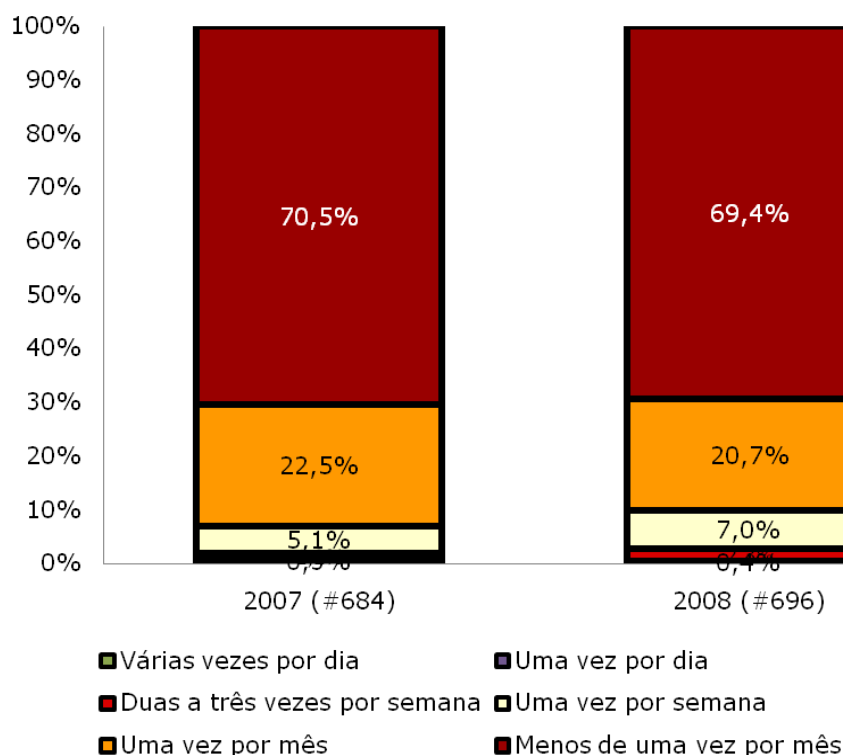
de Resultados

24. Com que frequência realiza compras na Internet?



	Casos	Percent.
Várias vezes por dia	1	0.1%
Uma vez por dia	3	0.4%
Duas a três vezes por semana	16	2.3%
Uma vez por semana	49	7.0%
Uma vez por mês	144	20.7%
Menos de uma vez por mês	483	69.4%
Total	696	100%

24. Com que frequência realiza compras na Internet? (2007 vs. 2008)



Relatório

de Resultados

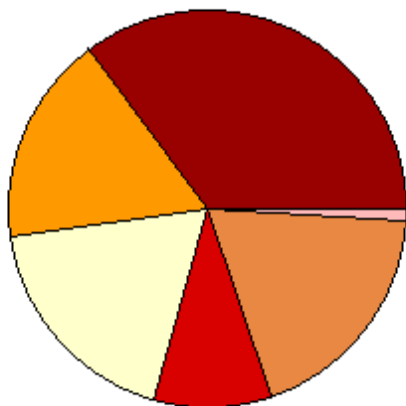
25. Que tipo de produtos/serviços compra na Internet?

	Casos	Percent.	
Alimentação/Bebidas/Tabacaria/Charutos	65	9.3%	
Animais/Jardim/Bricolagem	25	3.6%	
Bebés e Brinquedos	41	5.9%	
Bilhetes para Espectáculos, Desporto e Outros	310	44.5%	
Leilões/Coleccionismo/Antiguidades	117	16.8%	
Casa/Arte/Decoração	44	6.3%	
CD/Música	243	34.9%	
DVD/Vídeos	202	29.0%	
Crédito Online/Produtos e Serviços Financeiros	127	18.2%	
Desporto e Lazer	49	7.0%	
Electrónica/Telemóveis (ex. câmaras digitais, Hi-Fi, etc.)	241	34.6%	
Escritório/Economato	46	6.6%	
Esoterismo/Astros	20	2.9%	
Flores/Presentes	67	9.6%	
Foto e Serviços	87	12.5%	
Software informático (excluindo jogos de vídeo)	209	30.0%	
Hardware informático	174	25.0%	
Jogos/Consolas	97	13.9%	
Livros/Revistas/Jornais/Material e-learning	184	26.4%	
Assinaturas de Publicações/Conteúdos Pagos	94	13.5%	
Cosmética/Perfumes	48	6.9%	
Moda/Jóias/Lingerie/equipamentos desportivos	84	12.1%	
Relógios/Óptica	44	6.3%	
Saúde/Fitness	32	4.6%	
Viagens/Turismo	244	35.1%	
Lotarias e apostas	145	20.8%	
Outro. Qual?	29	4.2%	
Total	696	100%	

Relatório

de Resultados

26. Que tipo de pagamento mais utiliza?

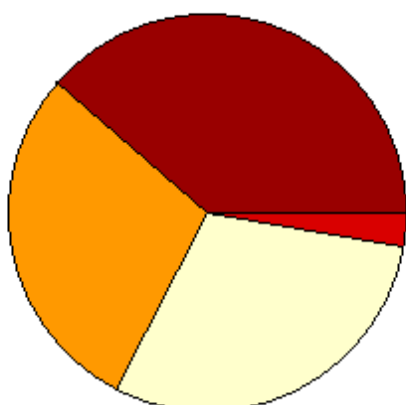


	Casos	Percent.
Cartão de Crédito	245	35.2%
Multibanco/Pagamento de Serviços	119	17.1%
Sistema de Pagamento Online (MBNet, Paypal, BidPay, etc.)	128	18.4%
Transferência Bancária	67	9.6%
À cobrança	130	18.7%
Outro	7	1.0%
Total	696	100%

27. Se indicou "Cartão de Crédito" ou "Sistema de Pagamento Online" na pergunta anterior, por favor seleccione os cartões associados a essas contas que utiliza.

	Casos	Percent.
Visa	335	89.8%
Mastercard	57	15.3%
American Express	31	8.3%
Total	373	100%

28. Sente algum receio em realizar pagamentos com cartão de crédito na Internet?

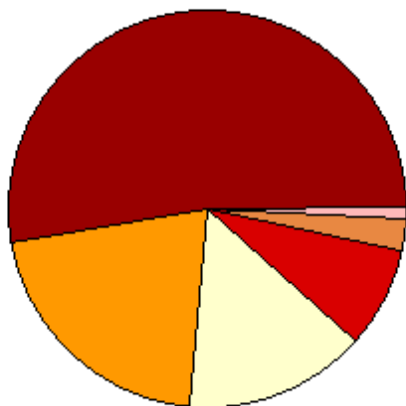


	Casos	Percent.
Sim, sempre	269	38.6%
Sim, se o site onde estou a comprar não for conhecido	201	28.9%
Não, se o site dispôr de sistema de encriptação dos dados	207	29.7%
Não, mesmo que o site não disponha de sistema de encriptação dos dados	19	2.7%
Total	696	100%

Relatório

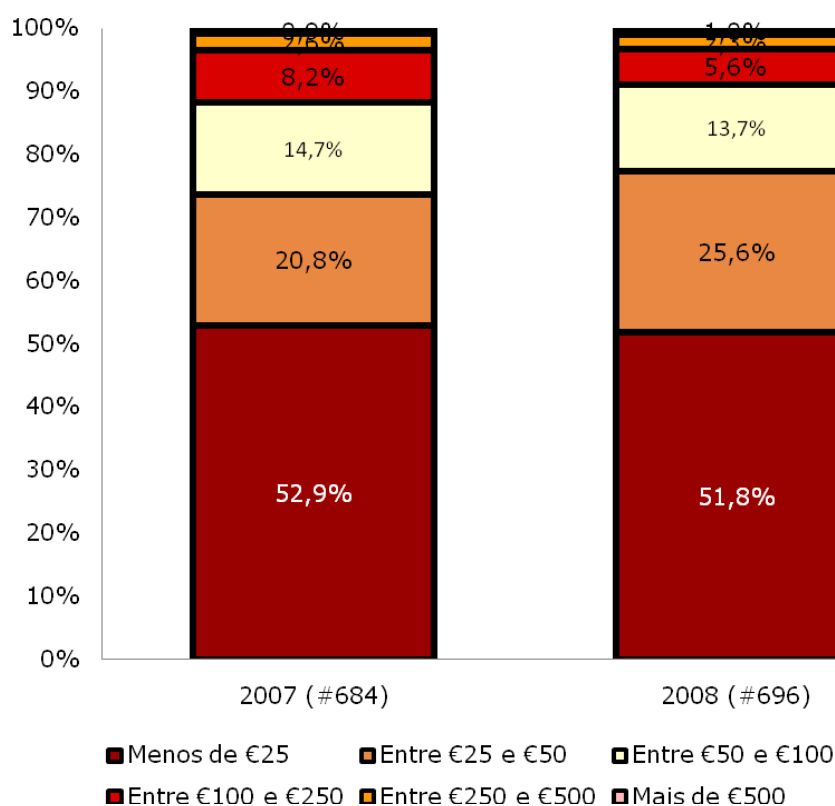
de Resultados

29. Em média, quanto dinheiro gasta em compras na Internet por mês?



	Casos	Percent.
Menos de €25	368	52.9%
Entre €25 e €50	145	20.8%
Entre €50 e €100	102	14.7%
Entre €100 e €250	57	8.2%
Entre €250 e €500	18	2.6%
Mais de €500	6	0.9%
Total	696	100%

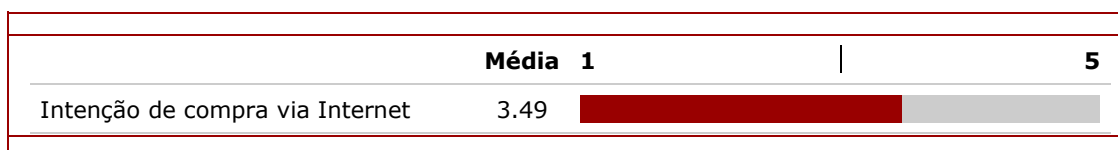
29. Em média, quanto dinheiro gasta em compras na Internet por mês? (2007 vs. 2008)



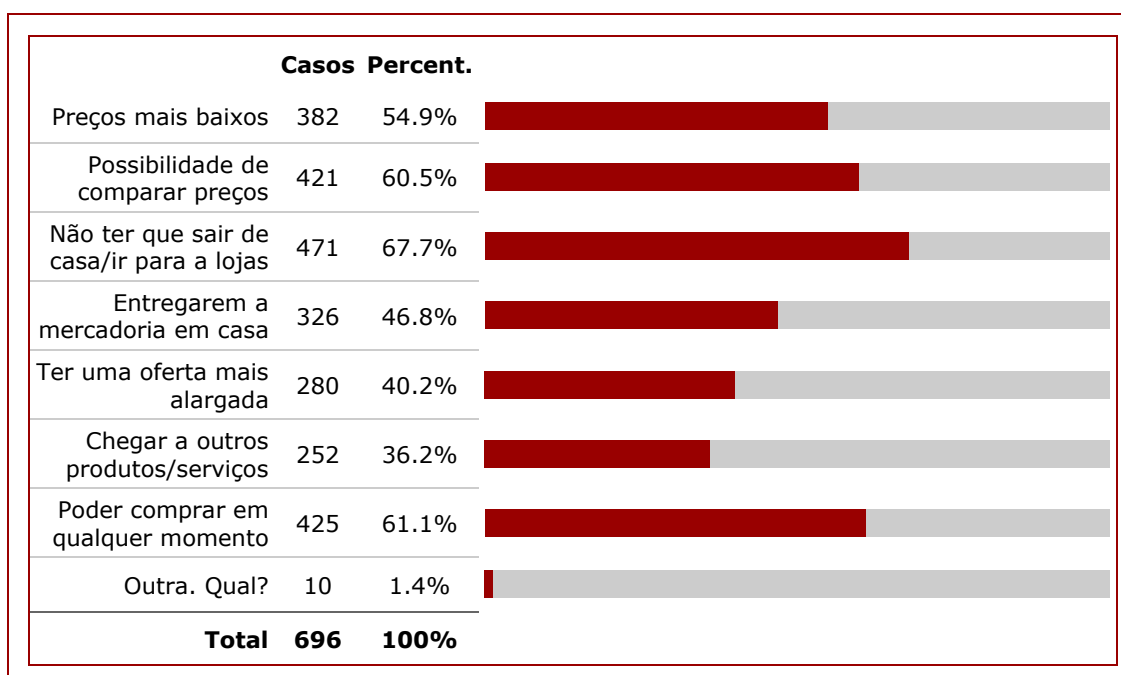
Relatório

de Resultados

30. Numa escala de 1 a 5, em que 1 significa "Não comprar de certeza" e 5 "Vou comprar de certeza", como avalia a sua intenção de compra via Internet?



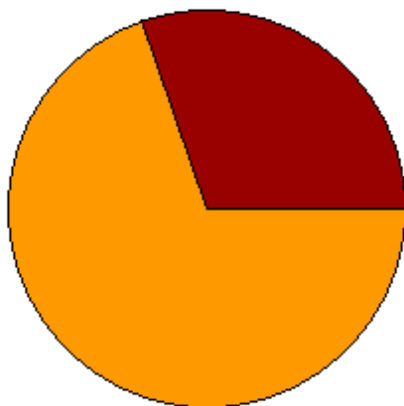
31. Quais considera serem as maiores vantagens/motivações a realizar compras na Internet?



Relatório

de Resultados

32. É utilizador de algum serviço de Homebanking?



	Casos	Percent.
 Não	253	30.3%
 Sim. Em que site?	581	69.7%
Total	834	100%

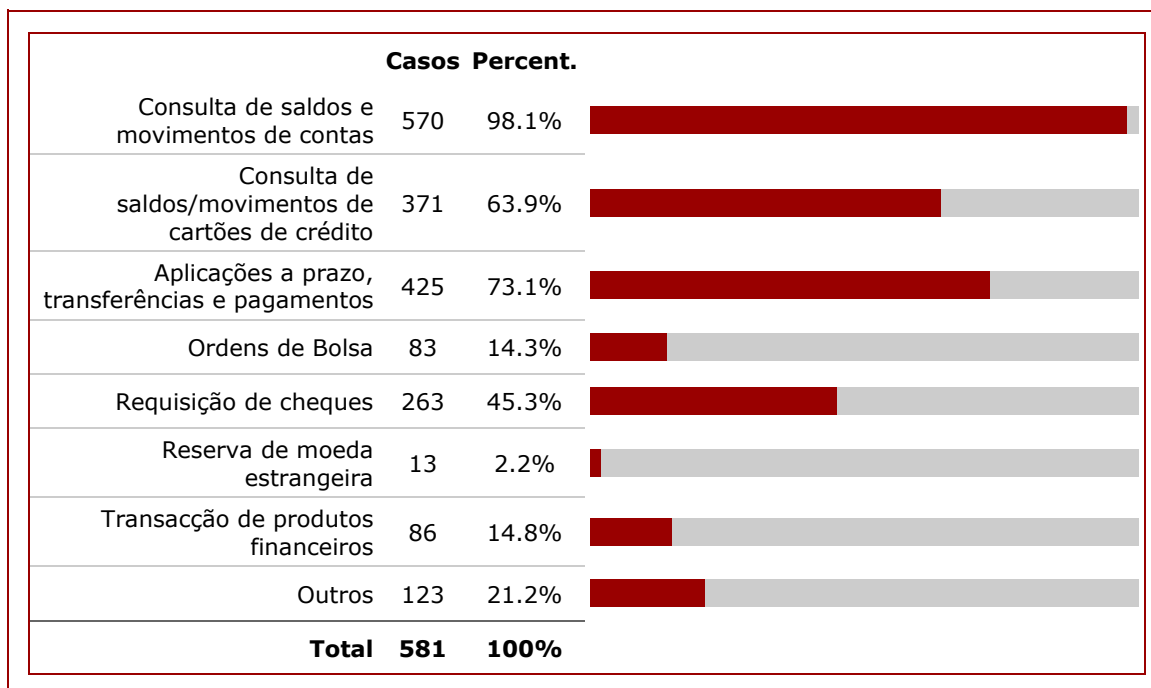
Sim. Em que site?

Banco	Casos
Caixa Geral de Depósitos	211
Millennium BCP	134
BES	71
BPI	66
Montepio	49
Santander Totta	47
Barclays	13
BEST	10
Crédito Agrícola	9
Banco Popular	7
BANIF	7
BBVA	5
BIG	5
BPN	3
Activobank7	2
Finibanco	2
La Caixa	2
Deutsche Bank	2
BNC	1
Cetelem	1
Citibank	1

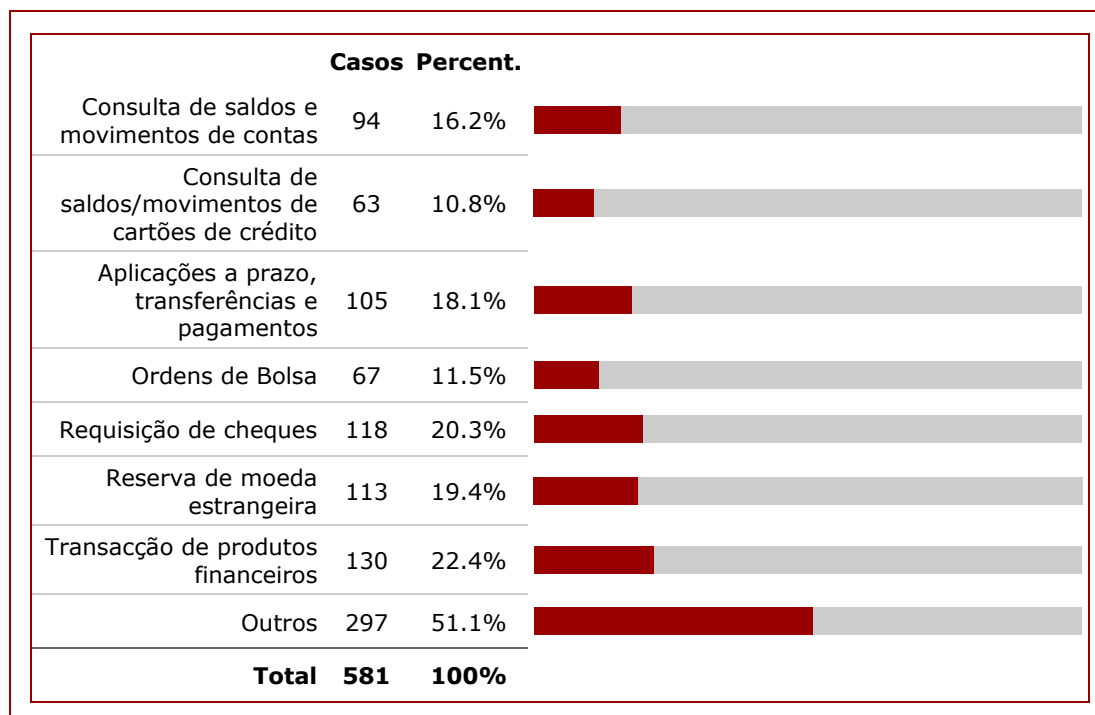
Relatório

de Resultados

33. Se sim, que tipo de serviços utiliza?



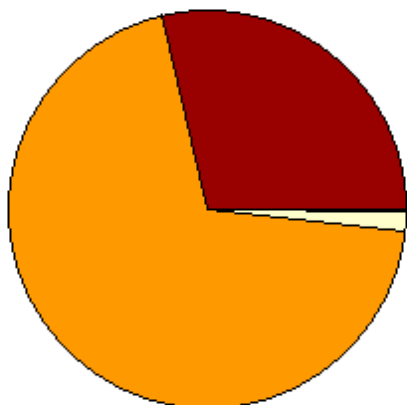
34. Que tipo de serviços bancários prefere continuar a usar na rede de balcões tradicional em detrimento do Homebanking?



Relatório

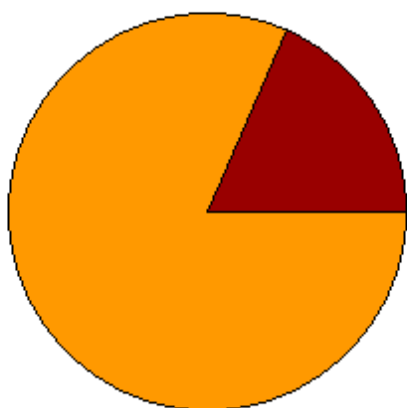
de Resultados

35. Na generalidade, como avalia a sua satisfação perante os sites de compras online e a experiência que tem tido com as suas compras online?



	Casos	Percent.
 Muito satisfeito	199	28.6%
 Satisfeito	484	69.5%
 Insatisfeito	11	1.6%
 Muito insatisfeito	2	0.3%
Total	696	100%

36. No âmbito da sua actividade profissional, realiza compras através da Internet?



	Casos	Percent.
 Sim	128	18.4%
 Não	568	81.6%
Total	696	100%

Relatório

de Resultados

37. Se sim, em que sites? (Se quiser indicar apenas 1 site, escreva NA nas outras caixas)

Site 1	Casos
www.ebay.com	10
www.amazon.com	6
www.fnac.pt	6
www.staples.pt	5
www.webboom.pt	5
www.flytap.com	3
www.pixmania.pt	3
www.almedina.net	2
www.bertrand.pt	2
www.mediabooks.pt	2
www.pmelink.pt	2

Site 2	Casos
www.amazon.com	6
www.fnac.pt	3
www.ebay.com	2
www.miau.pt	2

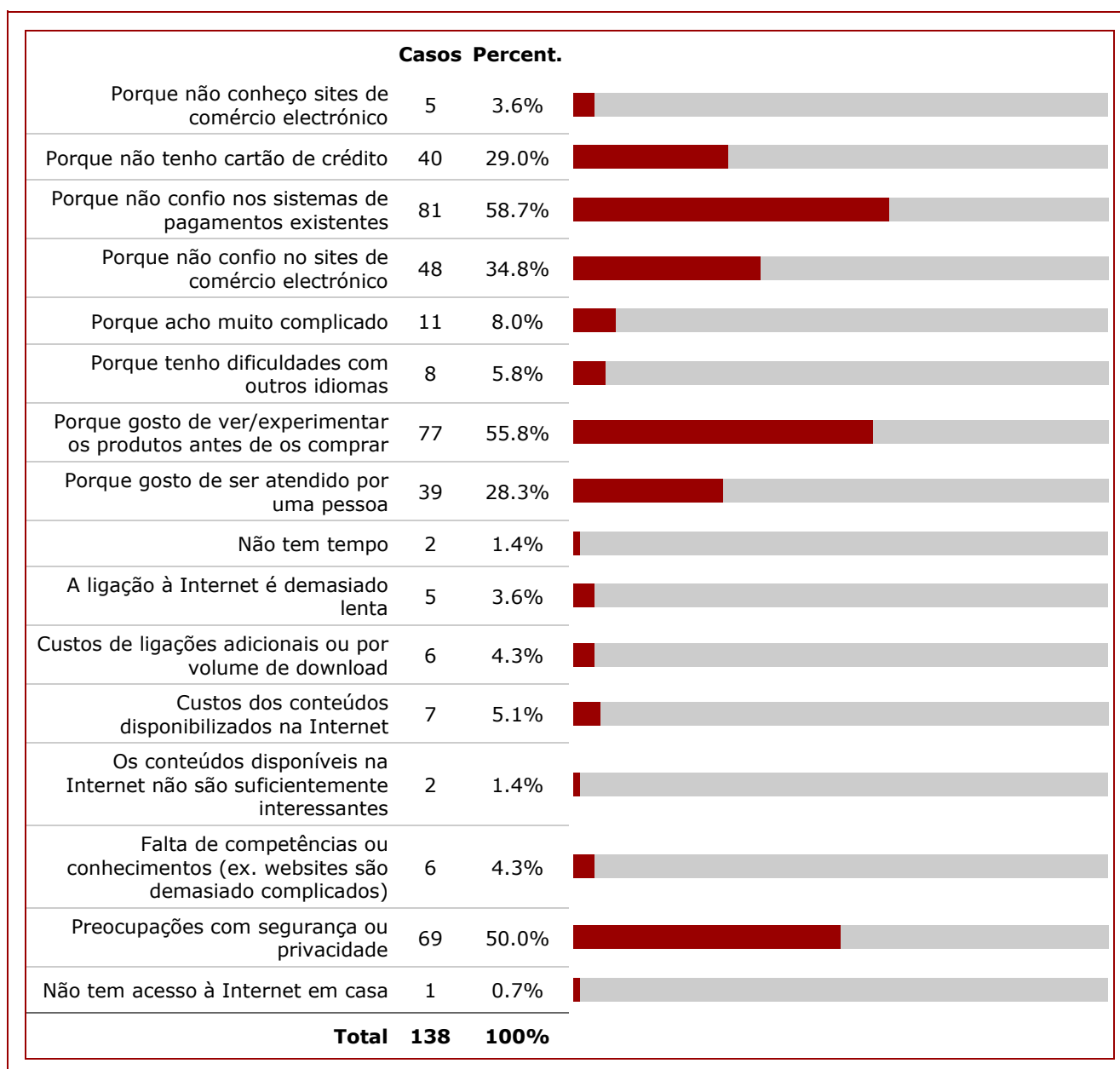
Site 3	Casos
www.ebay.com	3
www.fnac.pt	3
www.staples.pt	2
www.vobis.pt	2

Nota: Para efeitos de análise, apenas são apresentados os casos em que foram obtidos 1 ou mais ocorrências.

Relatório

de Resultados

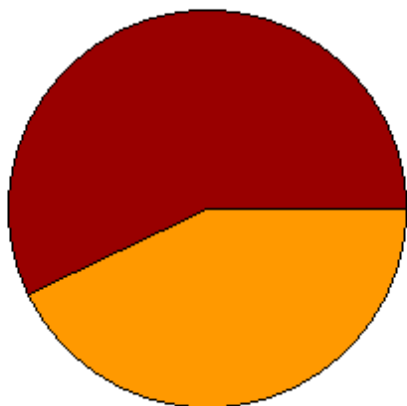
38. Se ainda não realizou compras na Internet, indique-nos porquê.



Relatório

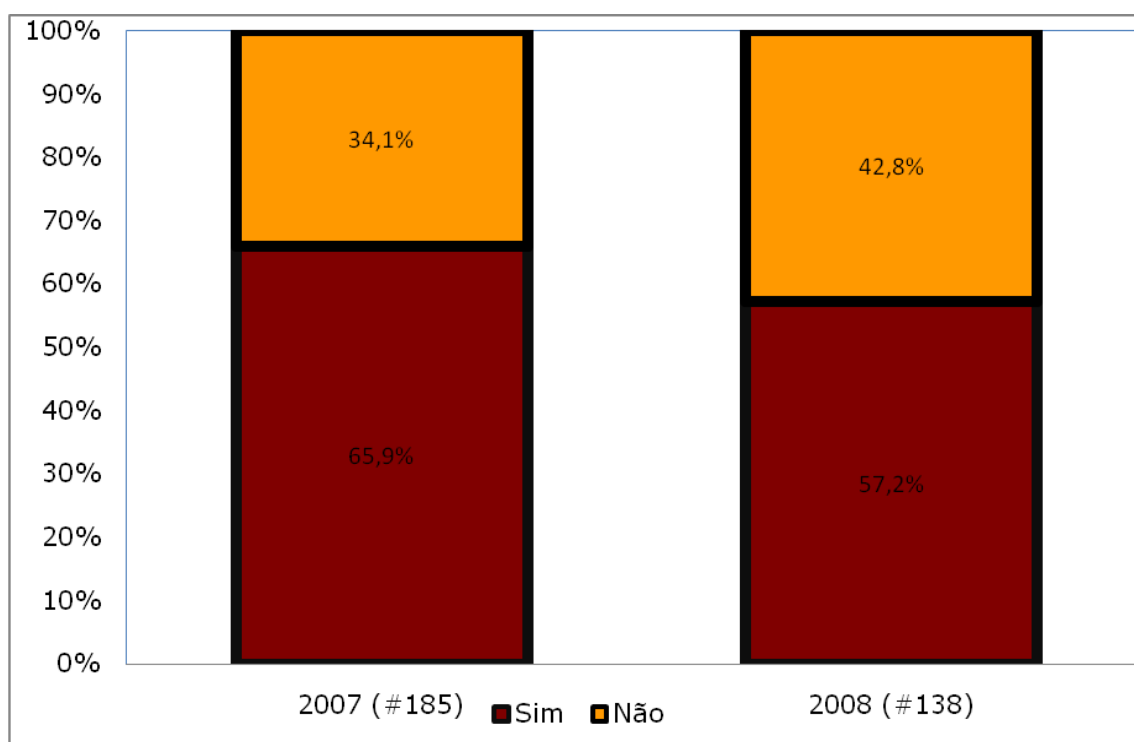
de Resultados

39. Pensa vir a realizar compras na Internet no futuro?



	Casos	Percent.
Sim	79	57.2%
Não	59	42.8%
Total	138	100%

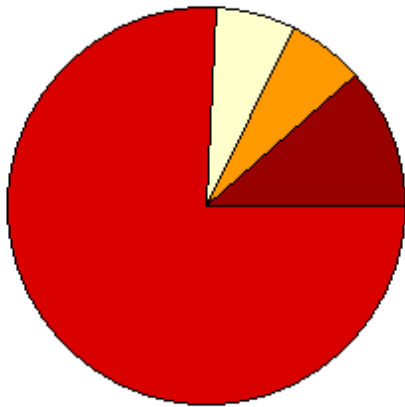
39. Pensa vir a realizar compras na Internet no futuro? (2007 vs. 2008)







Relatório

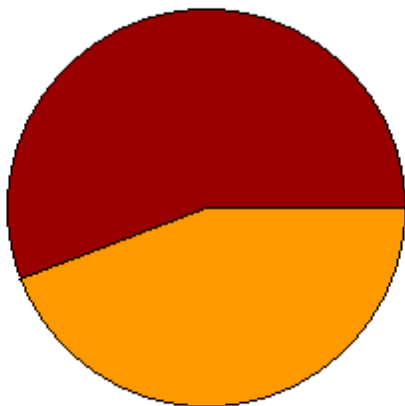
de Resultados



40. Se sim, quando?



	Casos	Percent.
 Nos próximos 3 meses	9	11.4%
 Nos próximos 6 meses	5	6.3%
 Nos próximos 12 meses	5	6.3%
 Não sei	60	75.9%
Total	79	100%

41. Indique-nos o seu sexo.

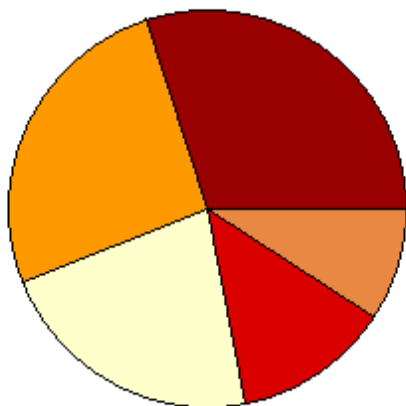


	Casos	Percent.
 Masculino	466	55.9%
 Feminino	368	44.1%
Total	834	100%

Relatório

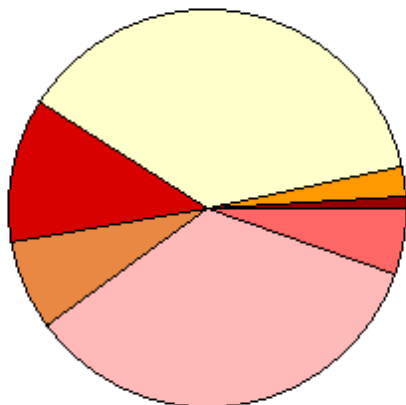
de Resultados

42. Indique-nos a sua idade.



	Casos	Percent.
Entre 15 e 24 anos	249	29.9%
Entre 25 e 34 anos	219	26.3%
Entre 35 e 44 anos	184	22.1%
Entre 45 e 54 anos	105	12.6%
55 anos ou mais	77	9.2%
Total	834	100%

43. Qual o nível máximo de Escolaridade que completou?

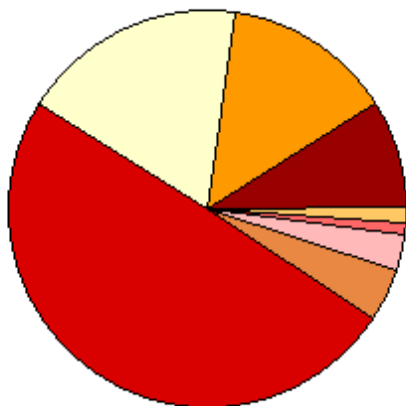


	Casos	Percent.
Primário	7	0.8%
Preparatório	20	2.4%
Secundário	315	37.8%
Curso Técnico/Profissional	98	11.8%
Bacharelato	62	7.4%
Licenciatura	286	34.3%
Mestrado/Doutoramento	46	5.5%
Total	834	100%

Relatório

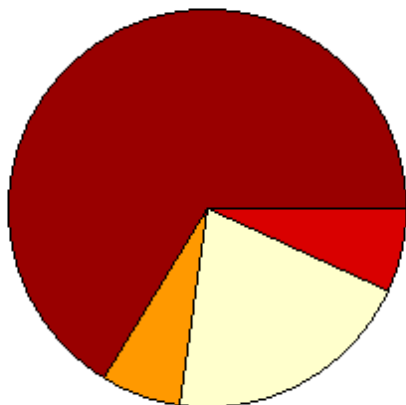
de Resultados

44. Qual é a região em que vive?



	Casos	Percent.
■ Norte excepto Grande Porto	74	8.9%
■ Grande Porto	115	13.8%
■ Centro	154	18.5%
■ Lisboa	413	49.5%
■ Alentejo	36	4.3%
■ Algarve	24	2.9%
■ Açores	8	1.0%
■ Madeira	10	1.2%
Total	834	100%

45. Qual a sua condição perante o trabalho?



	Casos	Percent.
■ Empregado	554	66.4%
■ Desempregado	53	6.4%
■ Estudante	170	20.4%
■ Outros inactivos	57	6.8%
Total	834	100%