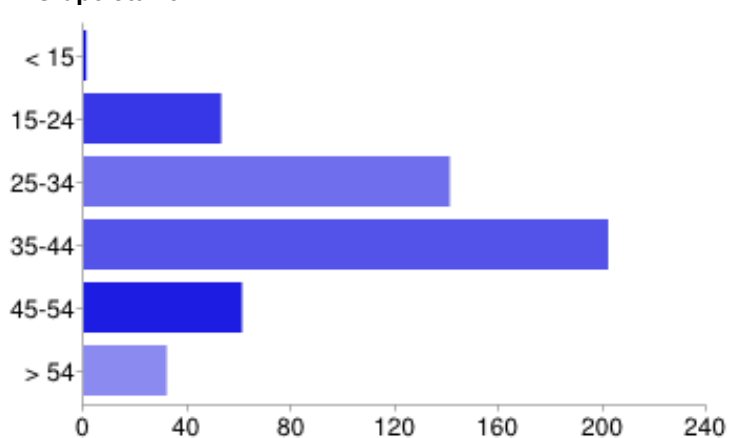


# 490 [responses](#)

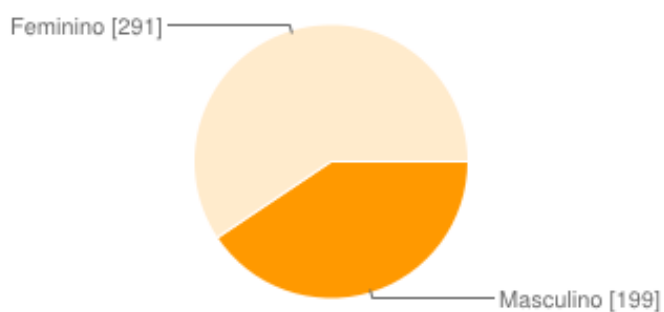
## Summary [See complete responses](#)

### 1. Grupo etário



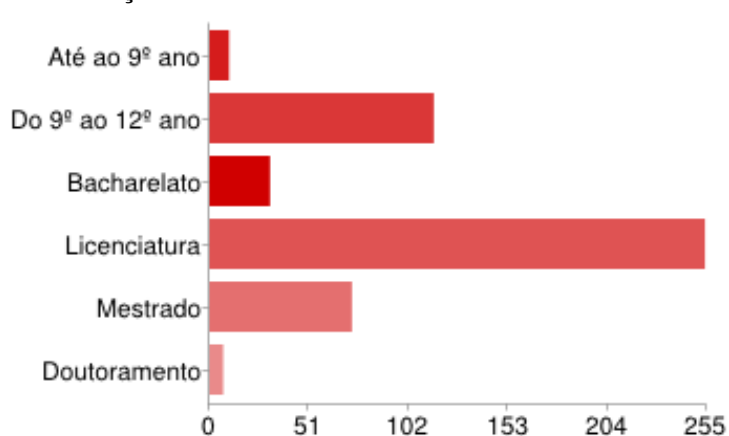
< 15	<b>1</b>	0%
15-24	<b>53</b>	11%
25-34	<b>141</b>	29%
35-44	<b>202</b>	41%
45-54	<b>61</b>	12%
> 54	<b>32</b>	7%

### 2. Sexo



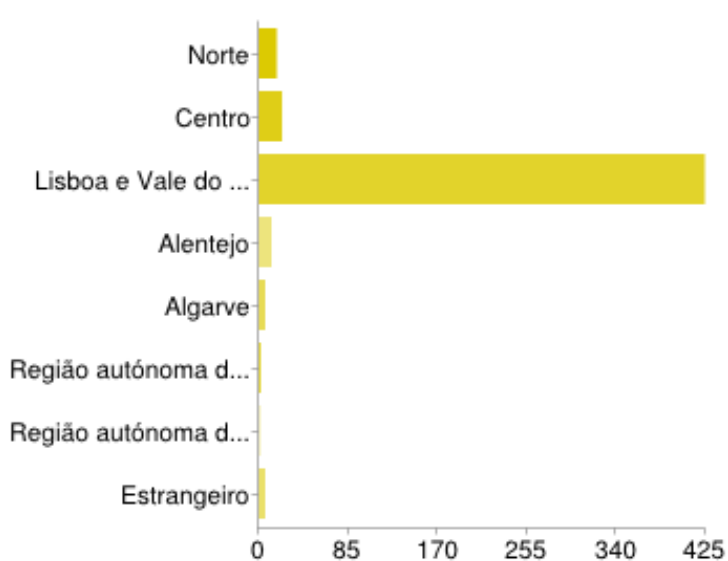
Masculino	<b>199</b>	41%
Feminino	<b>291</b>	59%

### 3. Habilitações literárias



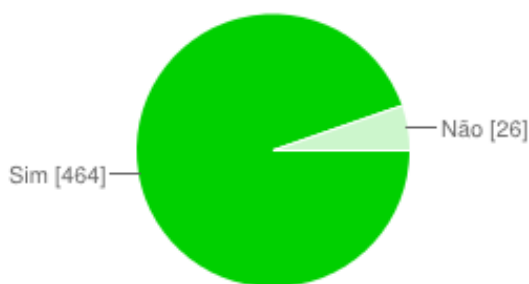
Até ao 9º ano	<b>10</b>	2%
Do 9º ao 12º ano	<b>115</b>	23%
Bacharelato	<b>31</b>	6%
Licenciatura	<b>254</b>	52%
Mestrado	<b>73</b>	15%
Doutoramento	<b>7</b>	1%

**4. Zona de residência**



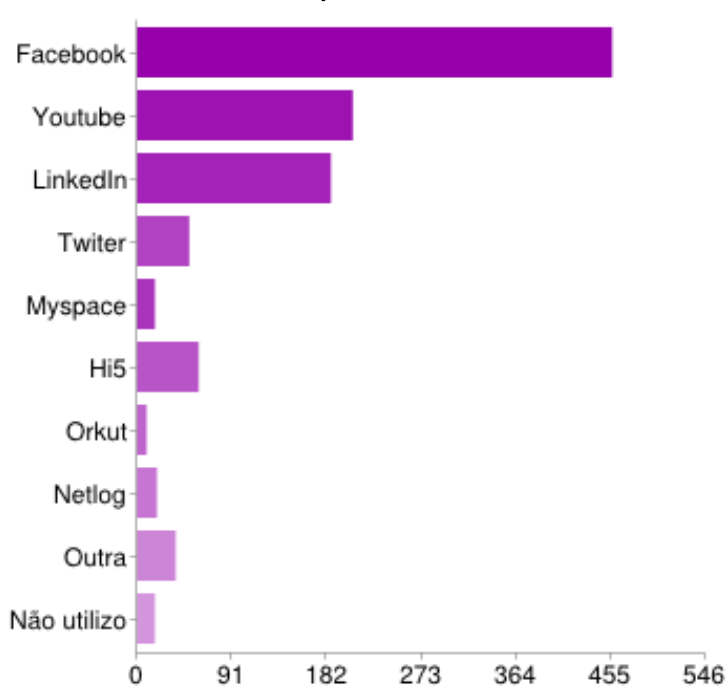
Norte	<b>17</b>	3%
Centro	<b>22</b>	4%
Lisboa e Vale do Tejo	<b>424</b>	87%
Alentejo	<b>12</b>	2%
Algarve	<b>6</b>	1%
Região autónoma dos Açores	<b>2</b>	0%
Região autónoma dos Madeira	<b>1</b>	0%
Estrangeiro	<b>6</b>	1%

**5. Tem perfil em alguma rede social?**



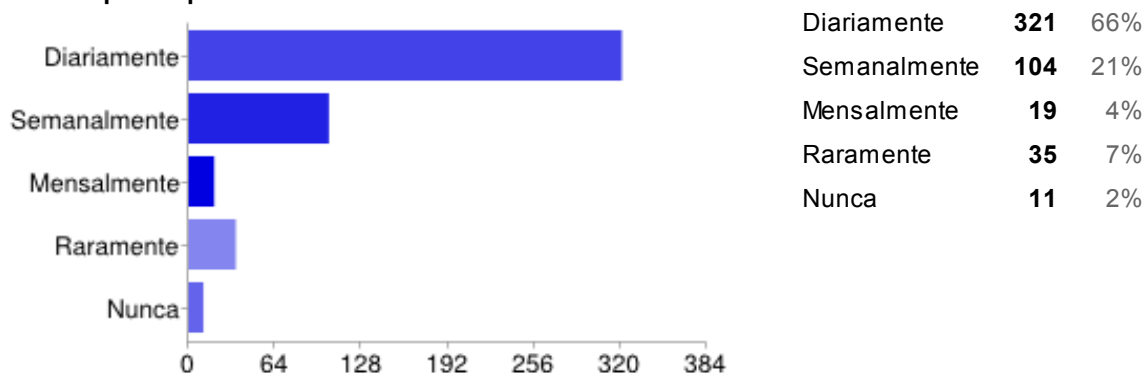
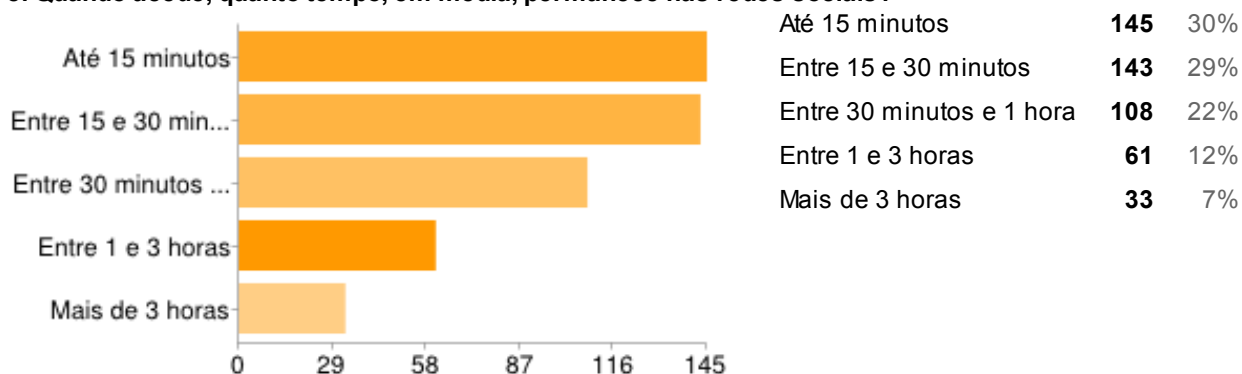
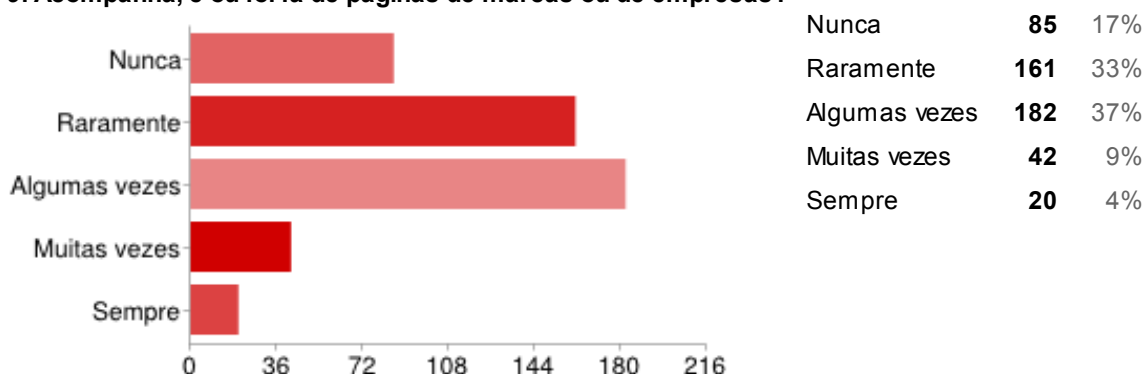
Sim	<b>464</b>	95%
Não	<b>26</b>	5%

**6. Quais as redes sociais que utiliza?**

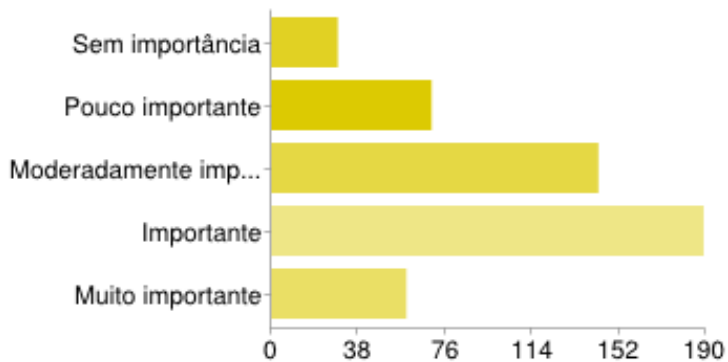


Facebook	<b>456</b>	93%
Youtube	<b>207</b>	42%
LinkedIn	<b>186</b>	38%
Twiter	<b>50</b>	10%
Myspace	<b>17</b>	3%
Hi5	<b>59</b>	12%
Orkut	<b>9</b>	2%
Netlog	<b>19</b>	4%
Outra	<b>37</b>	8%
Não utilizo	<b>17</b>	3%

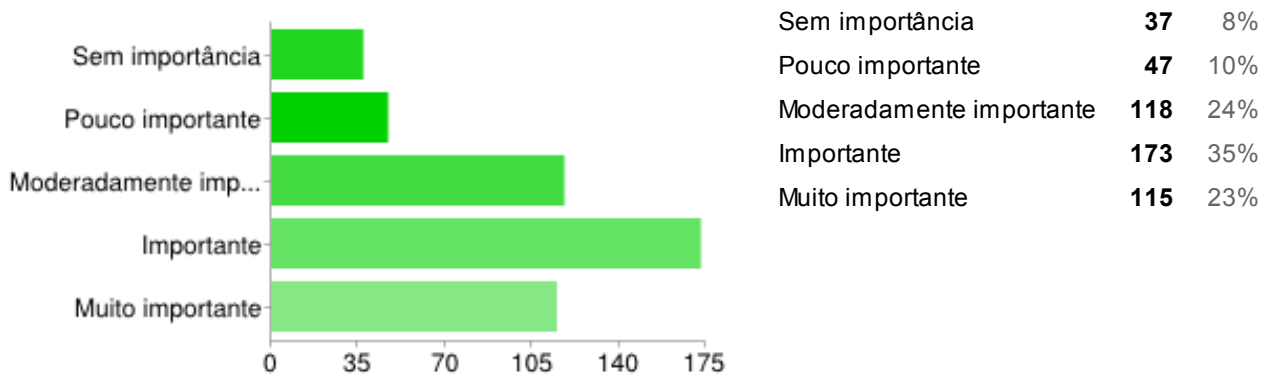
People may select more than one checkbox, so percentages may add up to more than 100%.

**7. Com que frequência acede às redes sociais? -****8. Quando acede, quanto tempo, em média, permanece nas redes sociais? -****9. Acompanha, é ou foi fã de páginas de marcas ou de empresas? -****10. Como considera a presença de empresas ou de marcas nas redes sociais? -**

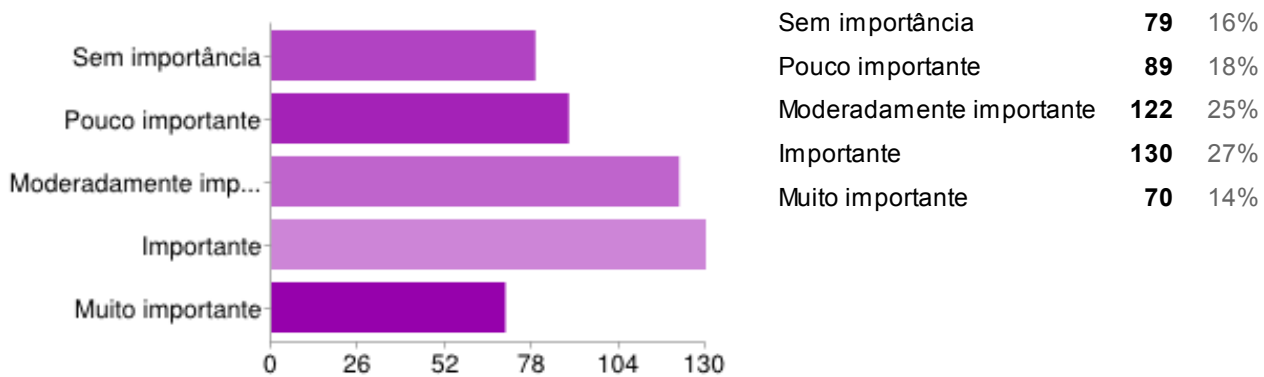
Consideração	Quantidade	Porcentagem
Sem importância	29	6%
Pouco importante	70	14%
Moderadamente importante	143	29%
Importante	189	39%
Muito importante	59	12%



**11. Como classifica as seguintes redes sociais para acompanhar ou seguir marcas ou empresas? - Facebook**

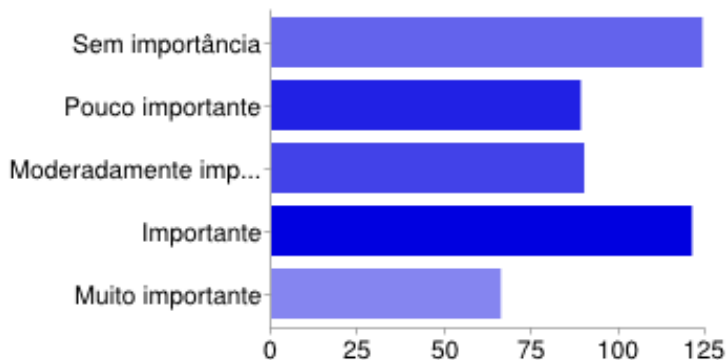


**11. Como classifica as seguintes redes sociais para acompanhar ou seguir marcas ou empresas? - Youtube**

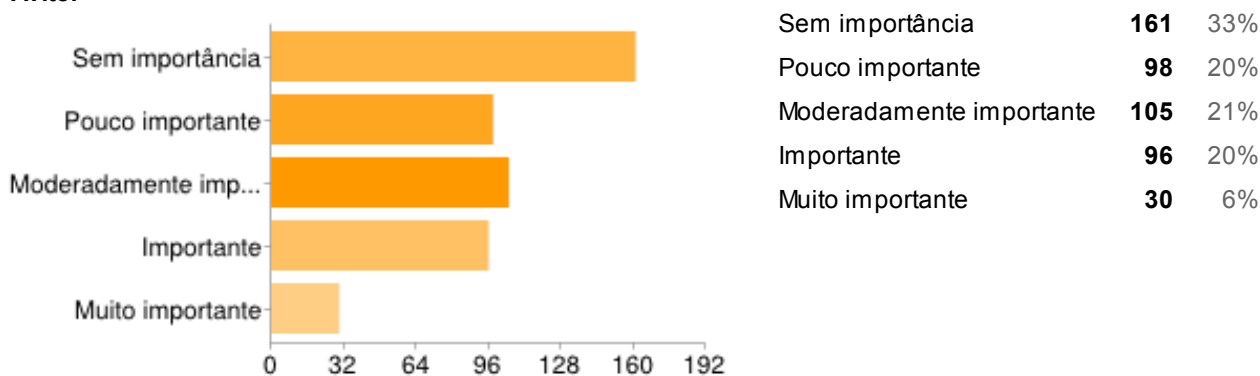


**11. Como classifica as seguintes redes sociais para acompanhar ou seguir marcas ou empresas? - LinkedIn**

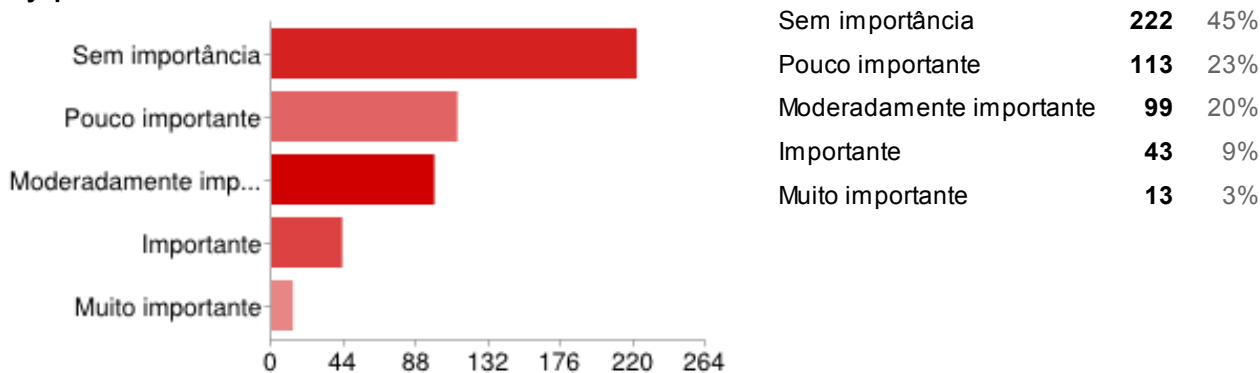
Classificação	Quantidade	Porcentagem
Sem importância	124	25%
Pouco importante	89	18%
Moderadamente importante	90	18%
Importante	121	25%
Muito importante	66	13%



**11. Como classifica as seguintes redes sociais para acompanhar ou seguir marcas ou empresas? - Twitter**

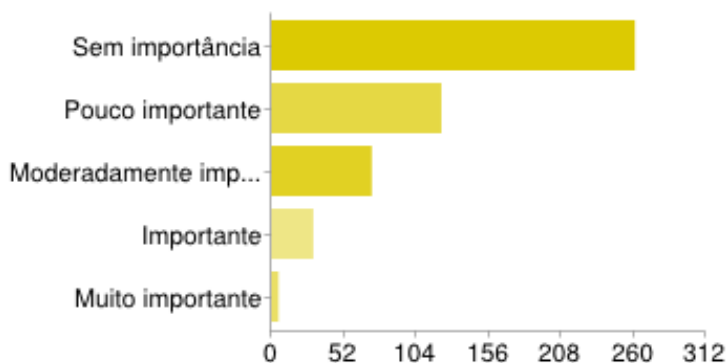


**11. Como classifica as seguintes redes sociais para acompanhar ou seguir marcas ou empresas? - Myspace**

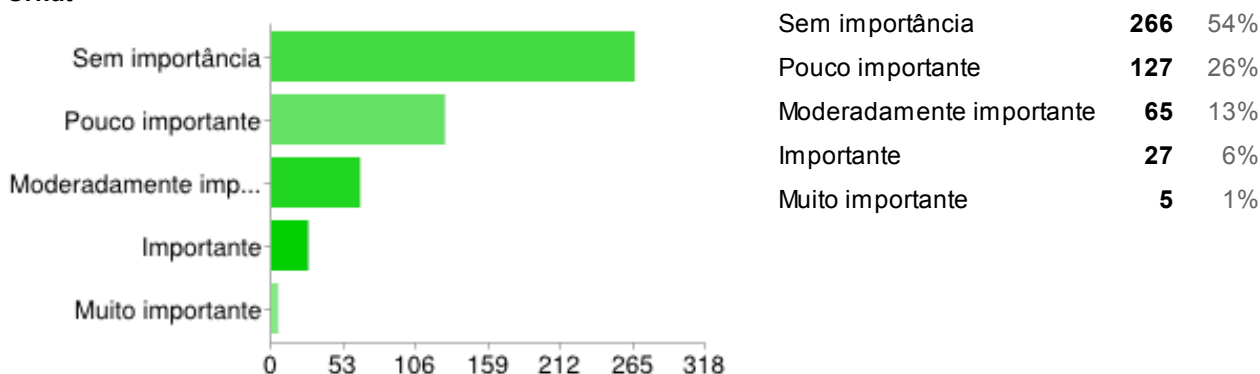


**11. Como classifica as seguintes redes sociais para acompanhar ou seguir marcas ou empresas? - Hi5**

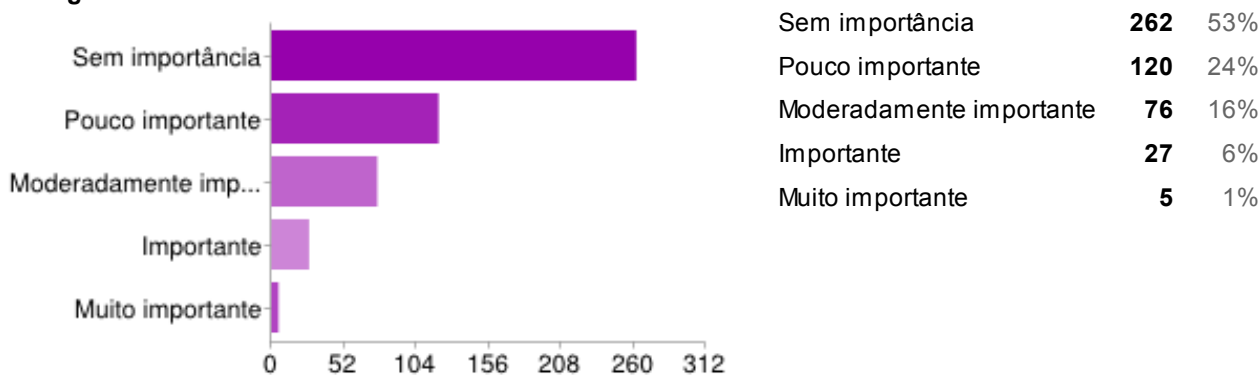
Classificação	Quantidade	Porcentagem
Sem importância	261	53%
Pouco importante	122	25%
Moderadamente importante	72	15%
Importante	30	6%
Muito importante	5	1%



**11. Como classifica as seguintes redes sociais para acompanhar ou seguir marcas ou empresas? - Orkut**

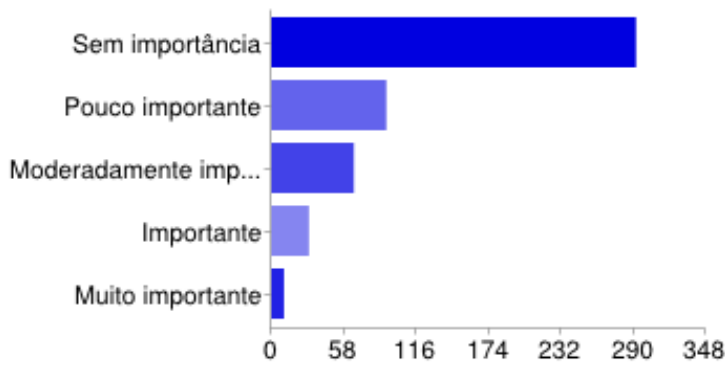


**11. Como classifica as seguintes redes sociais para acompanhar ou seguir marcas ou empresas? - Netlog**

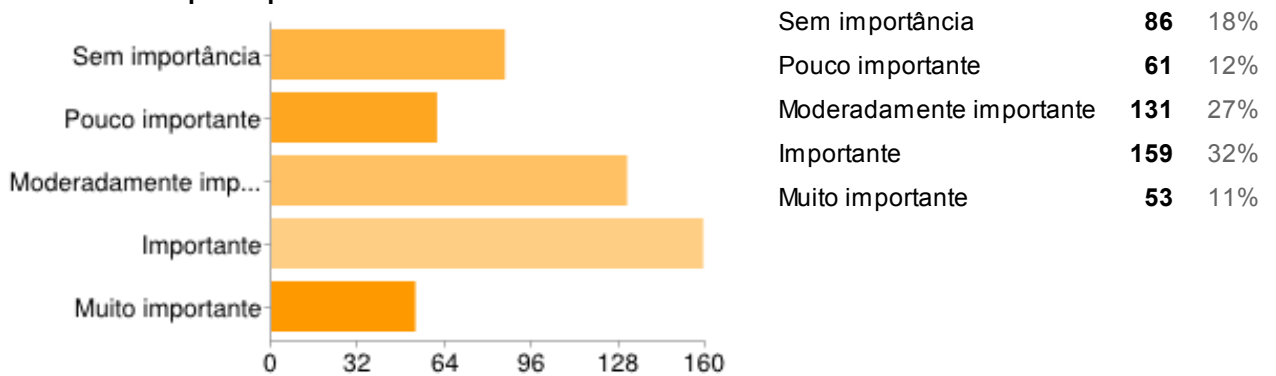


**11. Como classifica as seguintes redes sociais para acompanhar ou seguir marcas ou empresas? - Outra**

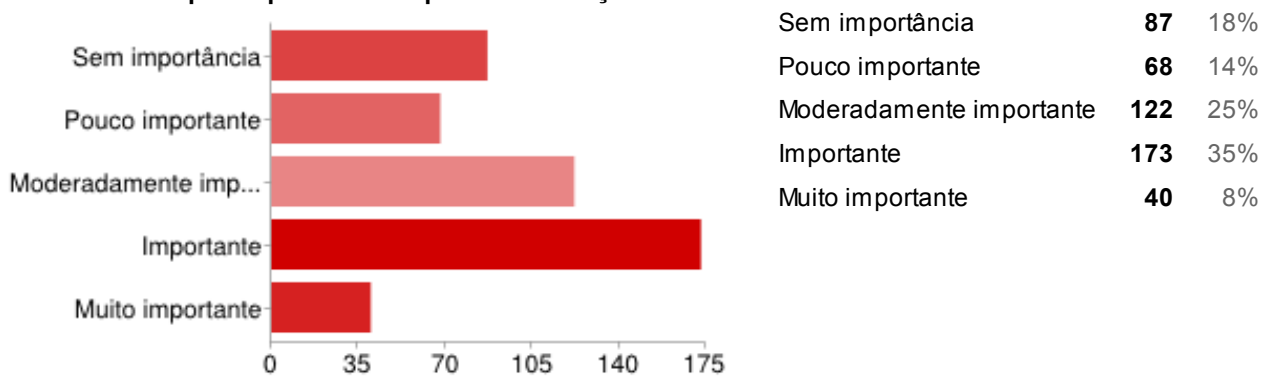
Classificação	Quantidade	Porcentagem
Sem importância	292	60%
Pouco importante	92	19%
Moderadamente importante	66	13%
Importante	30	6%
Muito importante	10	2%



**12. Classifique as motivações para acompanhar/recusar acompanhar marcas ou empresas nas redes sociais. - Acompanhamento por ser consumidor da marca**

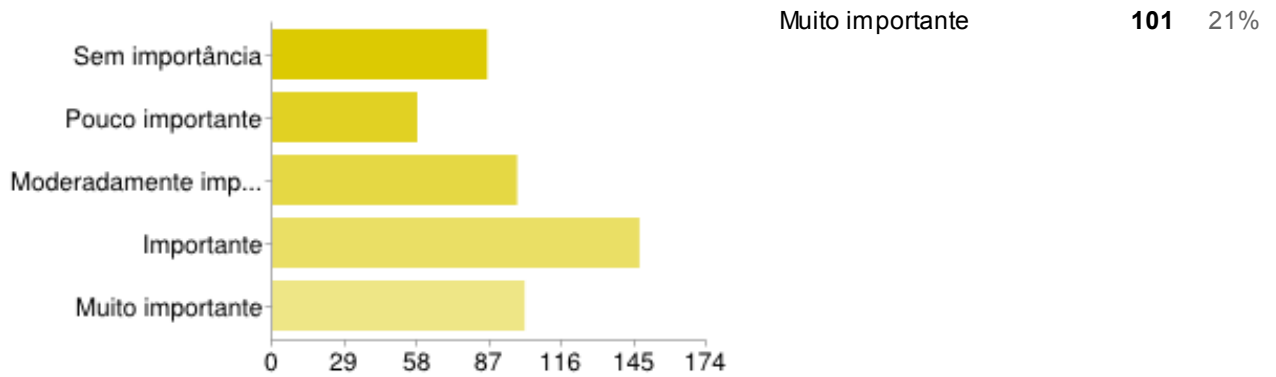


**12. Classifique as motivações para acompanhar/recusar acompanhar marcas ou empresas nas redes sociais. - Acompanhamento por ser fã de produtos/serviços**

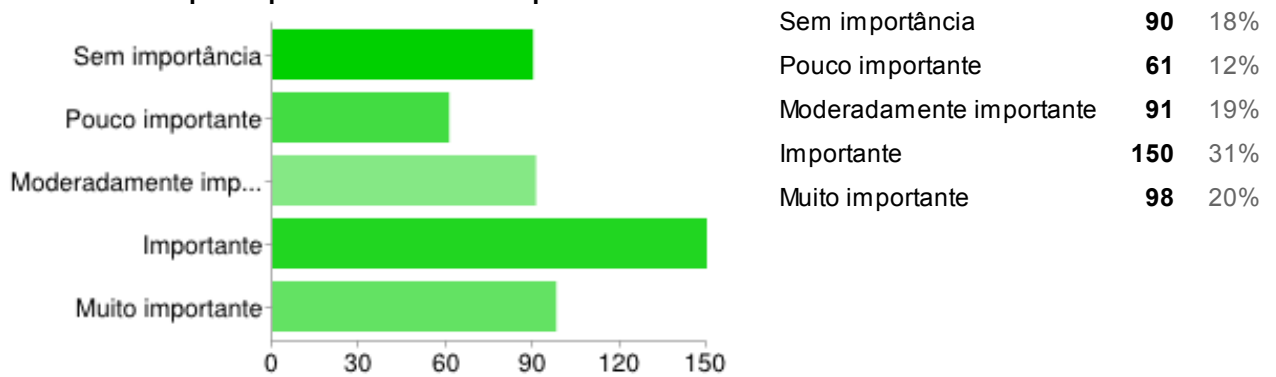


**12. Classifique as motivações para acompanhar/recusar acompanhar marcas ou empresas nas redes sociais. - Acompanhamento para aceder a campanhas de desconto**

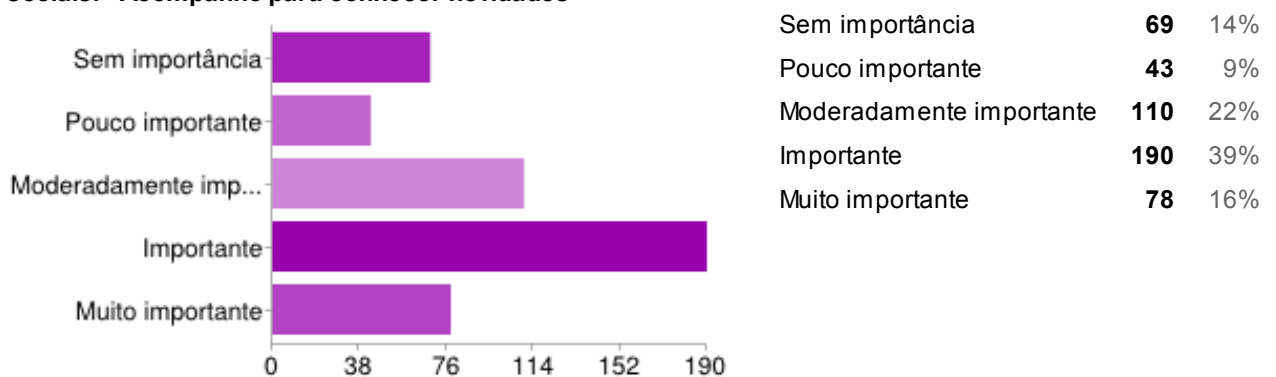
Importância	Contagem	Porcentagem
Sem importância	86	18%
Pouco importante	58	12%
Moderadamente importante	98	20%
Importante	147	30%



**12. Classifique as motivações para acompanhar/recusar acompanhar marcas ou empresas nas redes sociais. - Acompanhamento para aceder a ofertas promocionais**

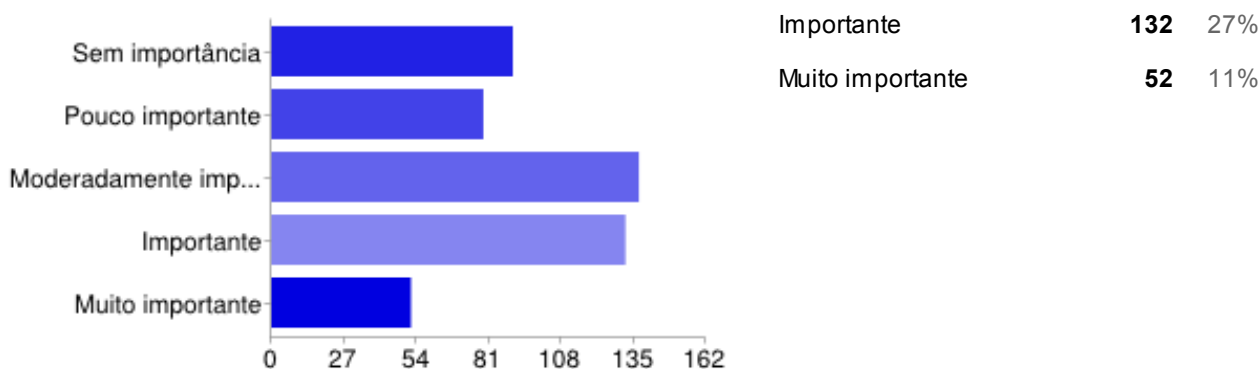


**12. Classifique as motivações para acompanhar/recusar acompanhar marcas ou empresas nas redes sociais. - Acompanhamento para conhecer novidades**

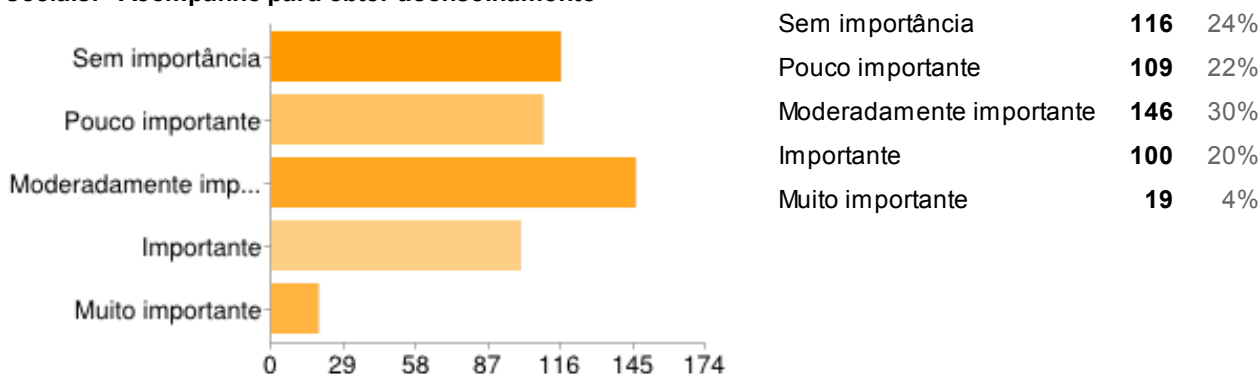


**12. Classifique as motivações para acompanhar/recusar acompanhar marcas ou empresas nas redes sociais. - Acompanhamento para estar a par de eventos**

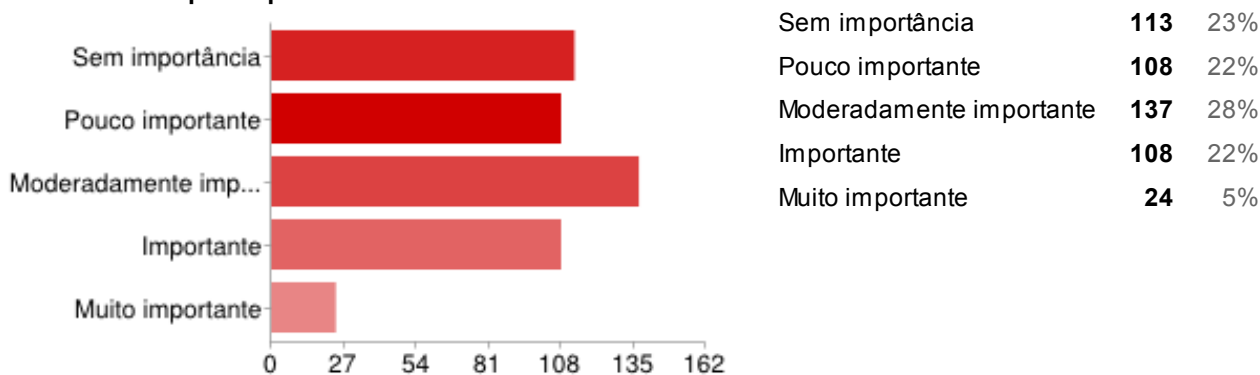
Importância	Quantidade	Porcentagem
Sem importância	90	18%
Pouco importante	79	16%
Moderadamente importante	137	28%



**12. Classifique as motivações para acompanhar/recusar acompanhar marcas ou empresas nas redes sociais. - Acompanhamento para obter aconselhamento**

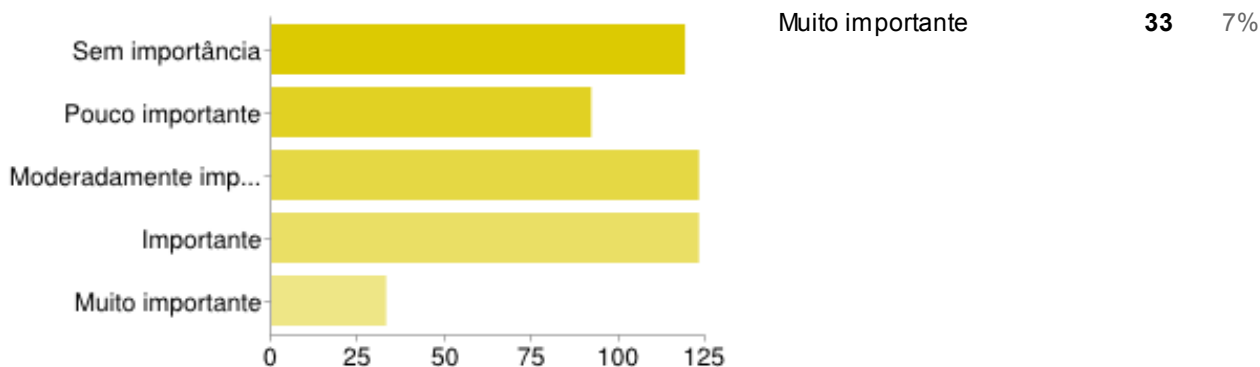


**12. Classifique as motivações para acompanhar/recusar acompanhar marcas ou empresas nas redes sociais. - Acompanhamento para esclarecer dúvidas**

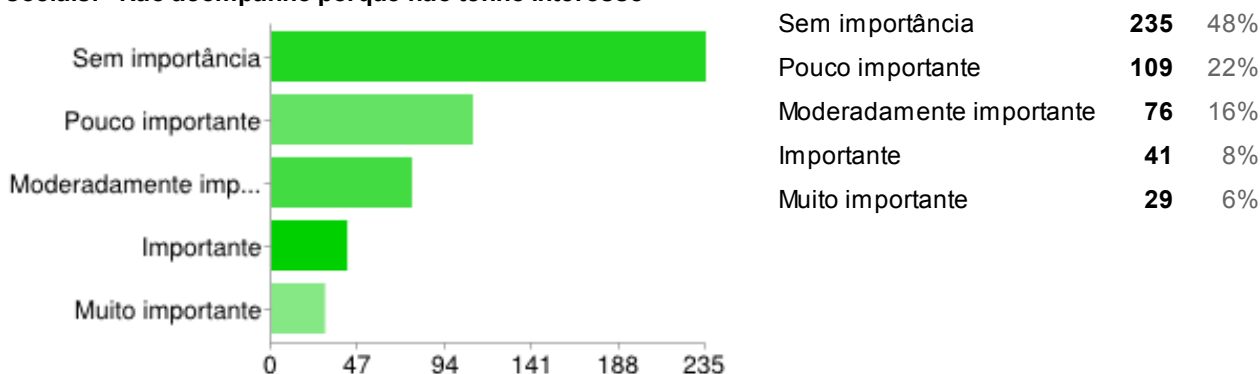


**12. Classifique as motivações para acompanhar/recusar acompanhar marcas ou empresas nas redes sociais. - Acompanhamento para conhecer a opinião de outros consumidores**

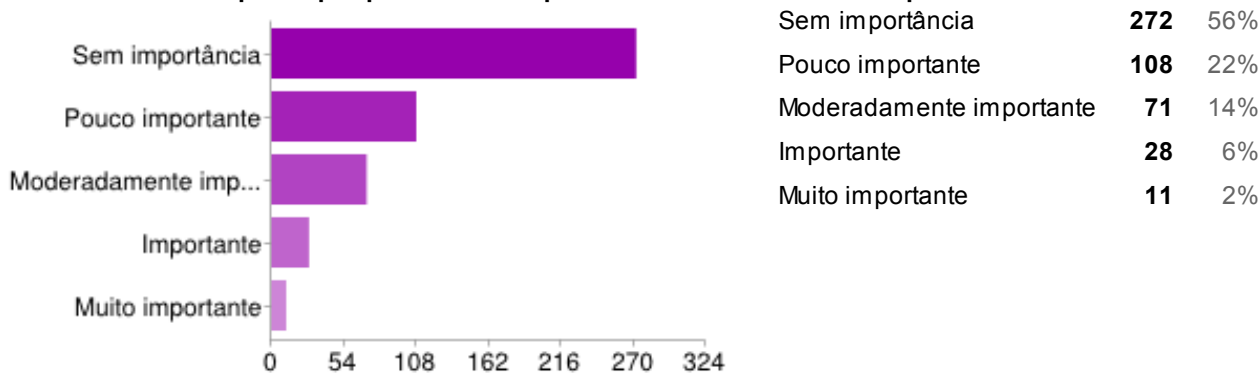
Importância	Quantidade	Porcentagem
Sem importância	119	24%
Pouco importante	92	19%
Moderadamente importante	123	25%
Importante	123	25%



**12. Classifique as motivações para acompanhar/recusar acompanhar marcas ou empresas nas redes sociais. - Não acompanho porque não tenho interesse**

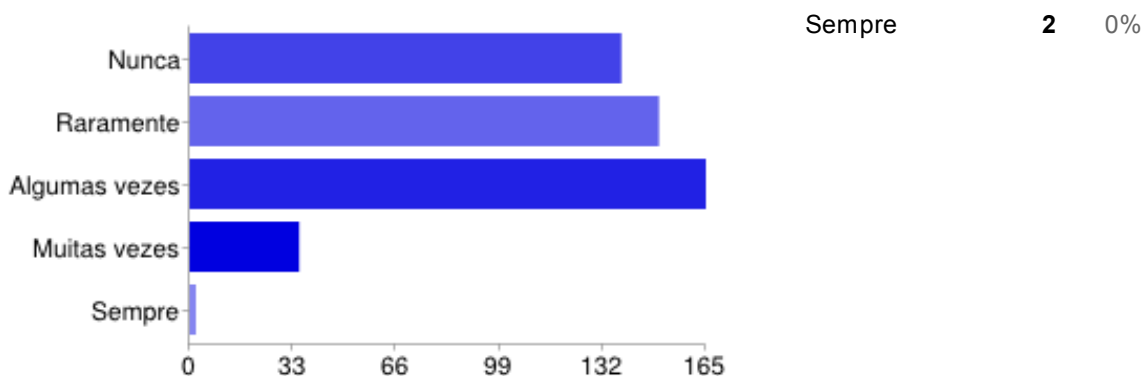


**12. Classifique as motivações para acompanhar/recusar acompanhar marcas ou empresas nas redes sociais. - Não acompanho porque tive más experiências com marcas ou empresas**

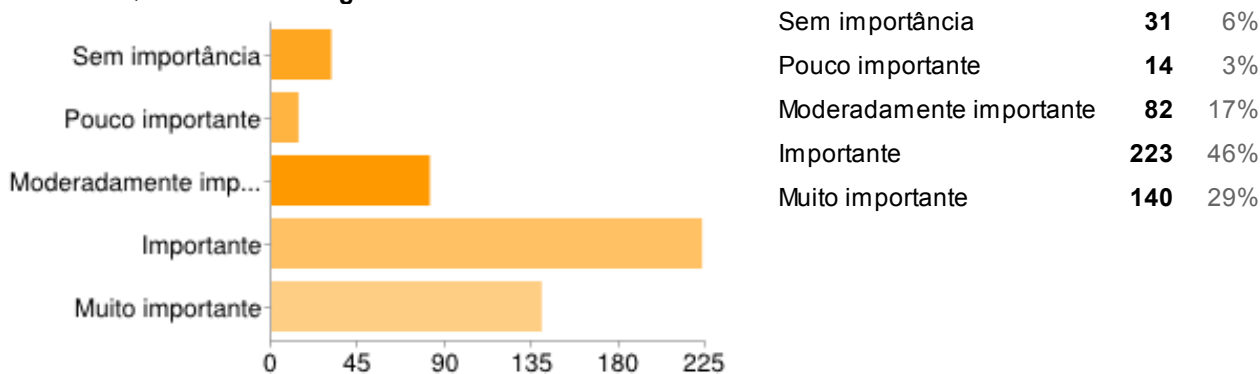


**13. Após visitar páginas de marcas ou empresas em redes sociais, alguma vez tomou a decisão de adquirir um produto ou serviço? -**

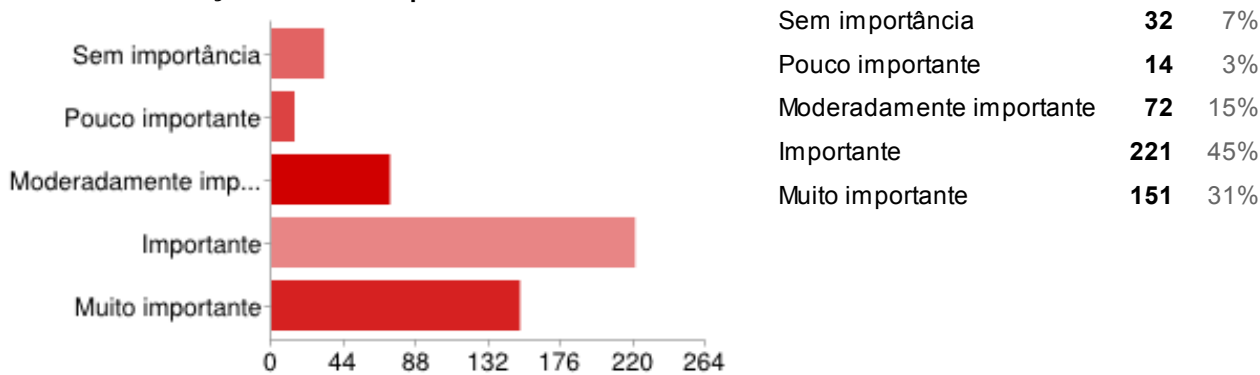
Nunca	138	28%
Raramente	150	31%
Algumas vezes	165	34%
Muitas vezes	35	7%



**14. Classifique a importância dos aspectos abaixo indicados numa página de rede social de empresa ou marca? - Qualidade das imagens**

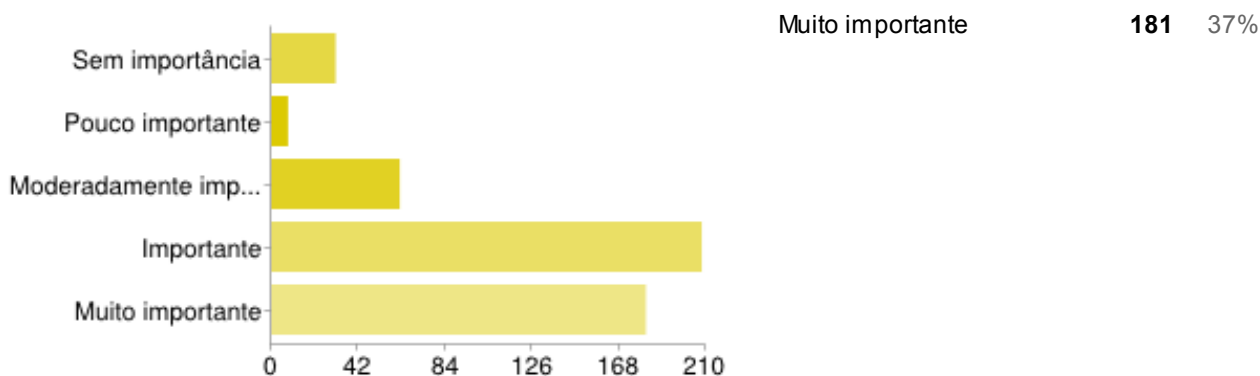


**14. Classifique a importância dos aspectos abaixo indicados numa página de rede social de empresa ou marca? - Informações sobre a empresa ou marca**

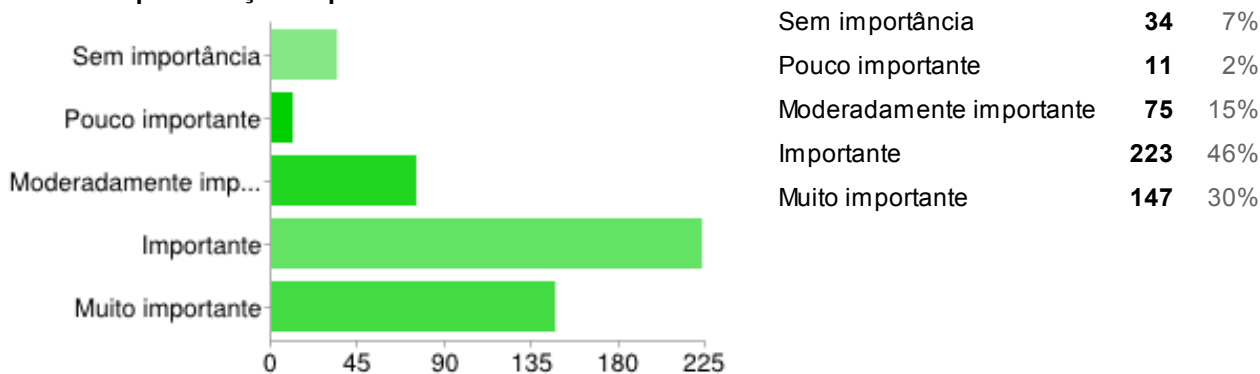


**14. Classifique a importância dos aspectos abaixo indicados numa página de rede social de empresa ou marca? - Informações sobre produtos e/ou serviços**

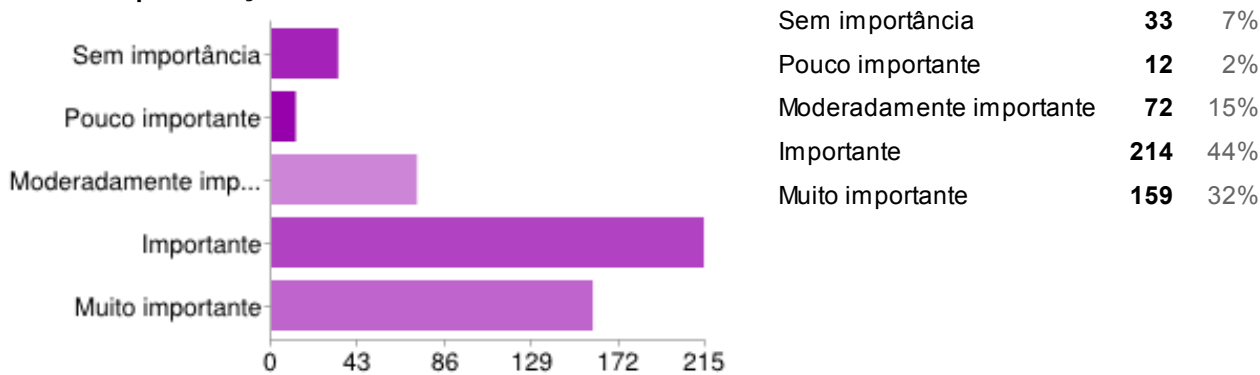
Importância	Contagem	Porcentagem
Sem importância	31	6%
Pouco importante	8	2%
Moderadamente importante	62	13%
Importante	208	42%



**14. Classifique a importância dos aspectos abaixo indicados numa página de rede social de empresa ou marca? - Apresentação de produtos**

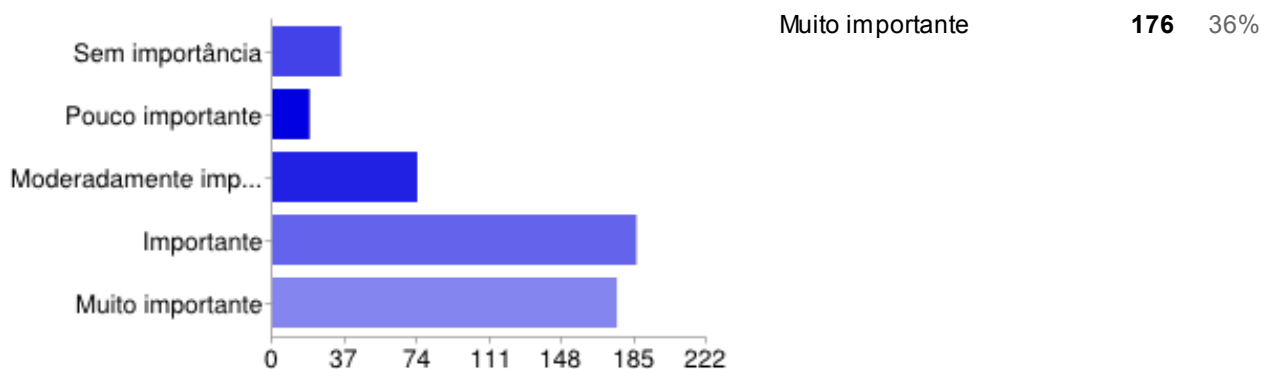


**14. Classifique a importância dos aspectos abaixo indicados numa página de rede social de empresa ou marca? - Apresentação de novidades**

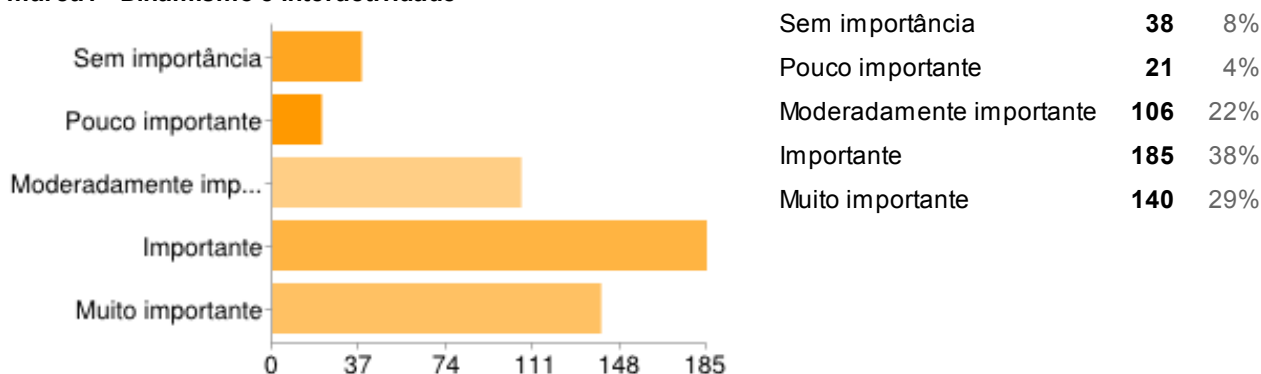


**14. Classifique a importância dos aspectos abaixo indicados numa página de rede social de empresa ou marca? - Apresentação de ofertas e promoções**

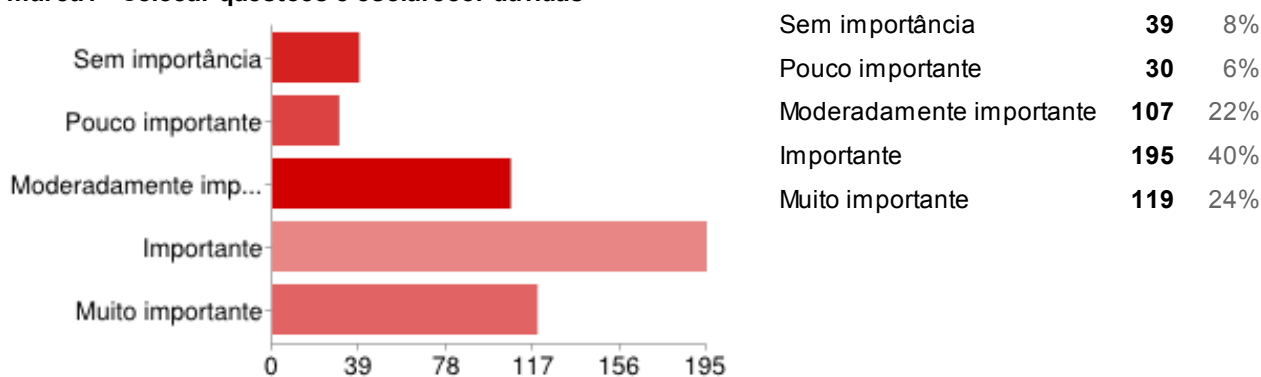
Sem importância	35	7%
Pouco importante	19	4%
Moderadamente importante	74	15%
Importante	186	38%



**14. Classifique a importância dos aspectos abaixo indicados numa página de rede social de empresa ou marca? - Dinamismo e interactividade**

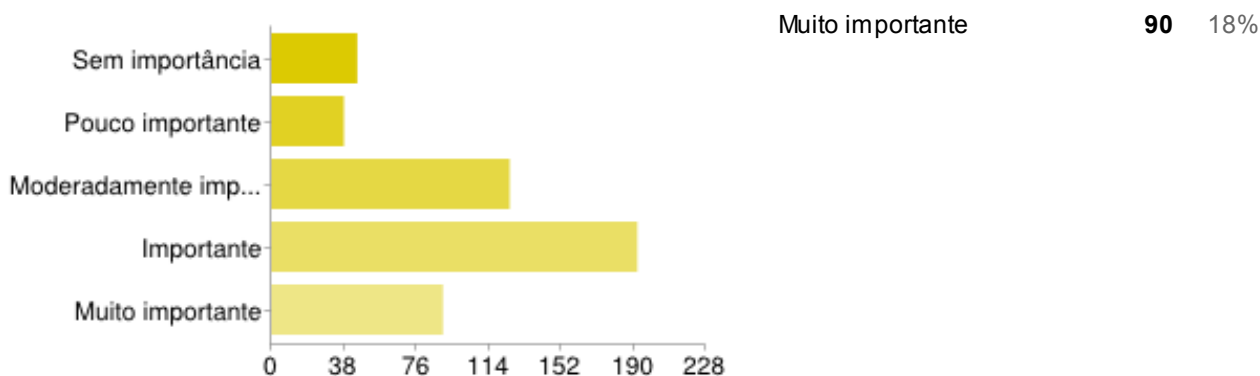


**14. Classifique a importância dos aspectos abaixo indicados numa página de rede social de empresa ou marca? - Colocar questões e esclarecer dúvidas**

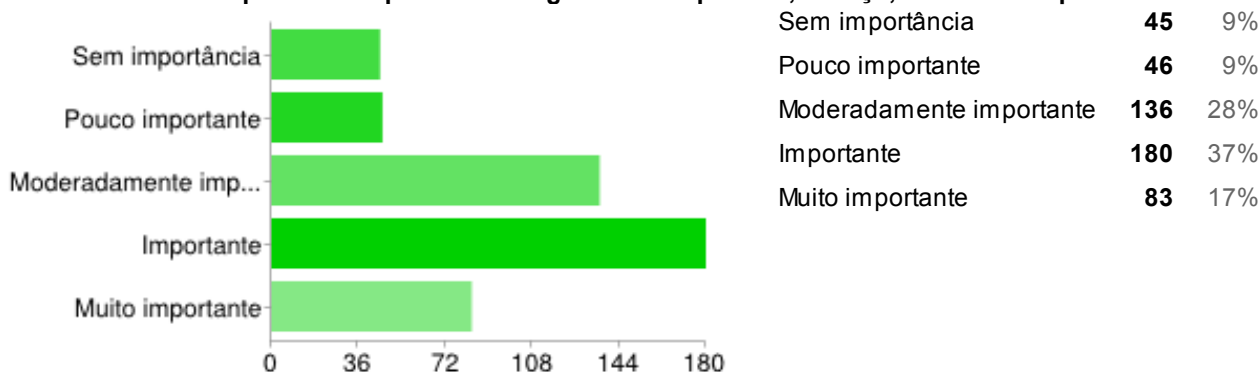


**14. Classifique a importância dos aspectos abaixo indicados numa página de rede social de empresa ou marca? - Partilhar opiniões e experiências positivas com produto, serviço, marca ou empresa**

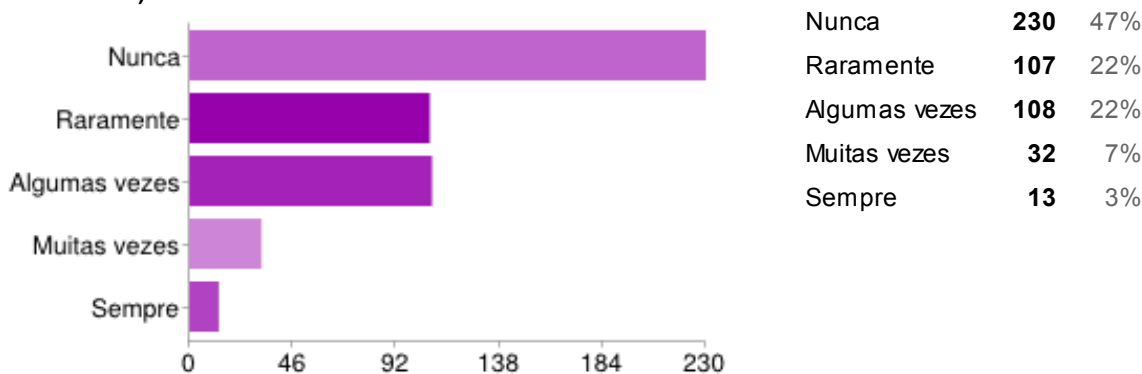
Importância	Contagem	Porcentagem
Sem importância	45	9%
Pouco importante	38	8%
Moderadamente importante	125	26%
Importante	192	39%



**14. Classifique a importância dos aspectos abaixo indicados numa página de rede social de empresa ou marca? - Partilhar opiniões e experiências negativas com produto, serviço, marca ou empresa**

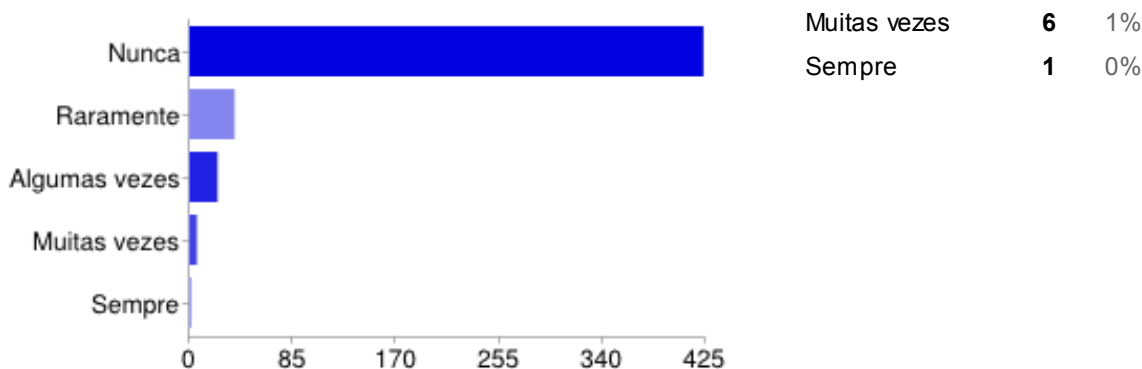


**15. Visitou no Facebook páginas de empresas de cosmética (perfumaria, maquilhagem, tratamento)? -**

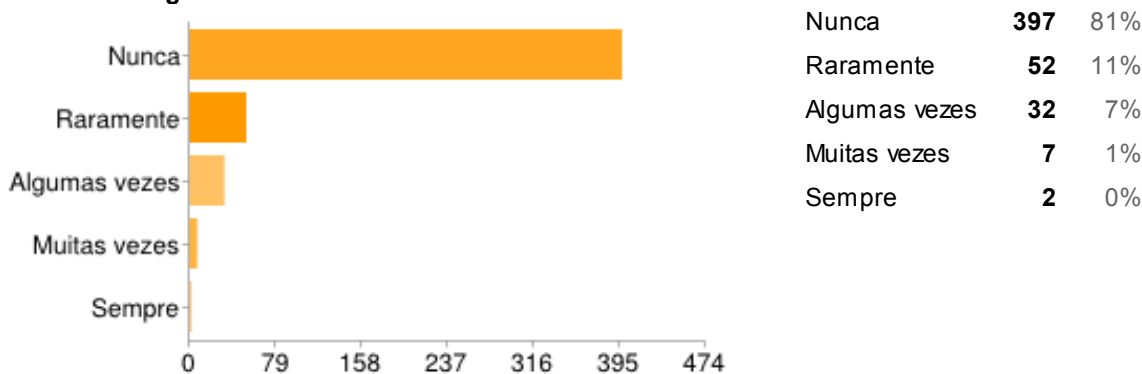


**16. Assinale a frequência com que visita as seguintes empresas de cosmética nas redes sociais. - Kiko Cosmetics**

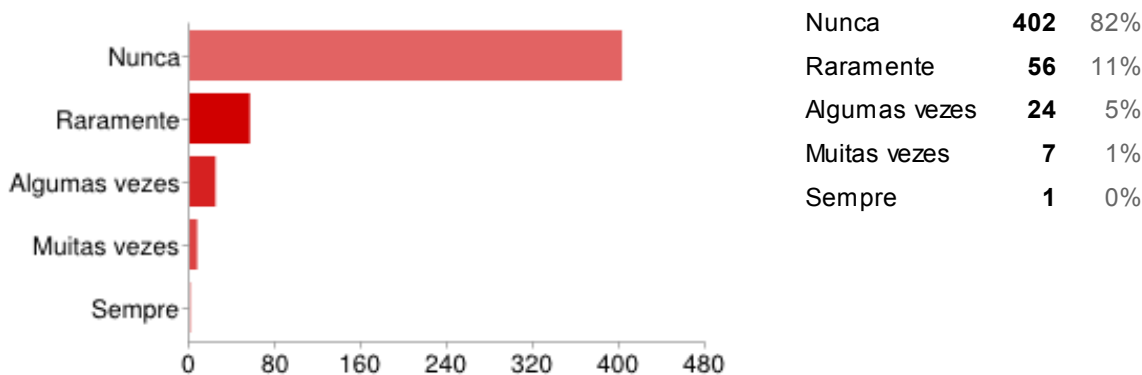
Nunca	423	86%
Raramente	37	8%
Algumas vezes	23	5%



**16. Assinale a frequência com que visita as seguintes empresas de cosmética nas redes sociais. - Douglas Perfumarias**

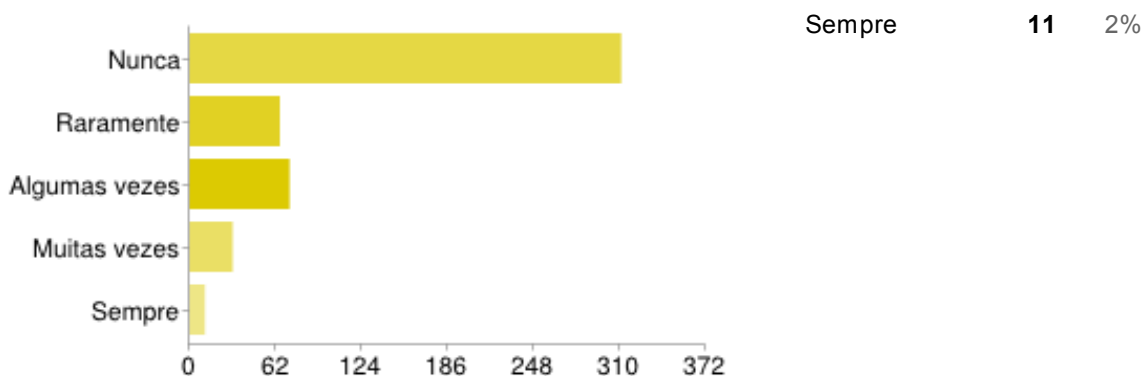


**16. Assinale a frequência com que visita as seguintes empresas de cosmética nas redes sociais. - Marionnaud Perfumarias**

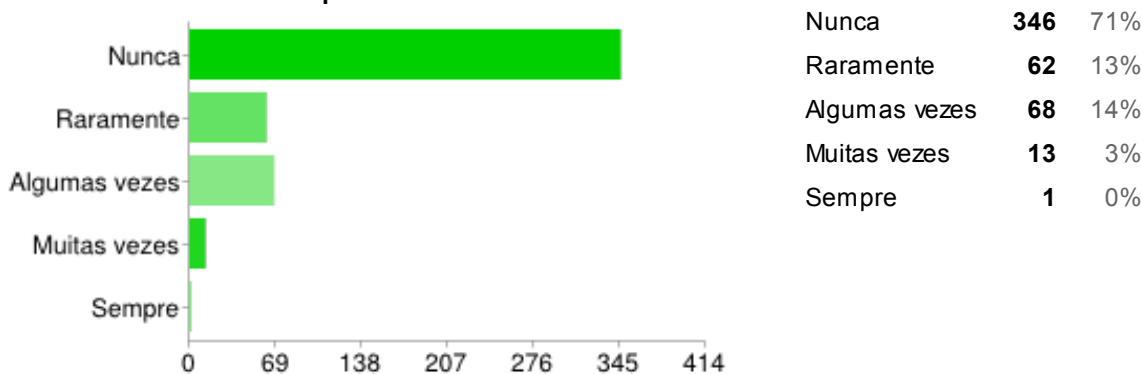


**16. Assinale a frequência com que visita as seguintes empresas de cosmética nas redes sociais. - Sephora Perfumarias**

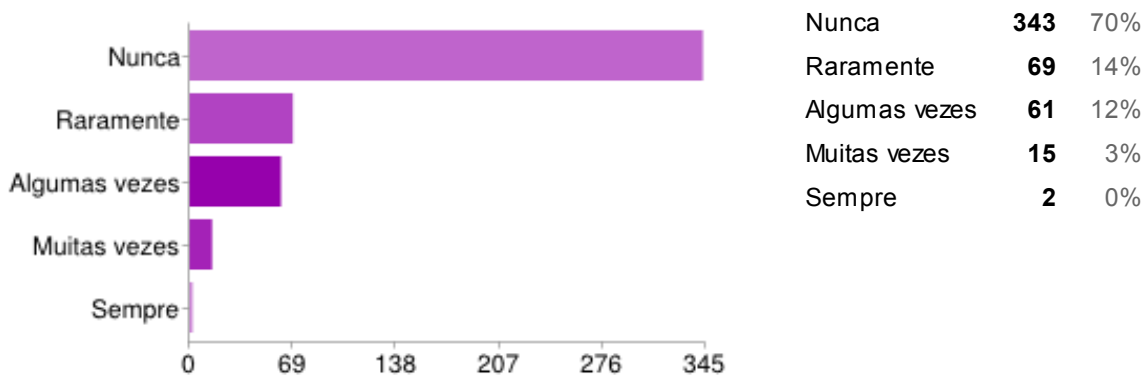
Nunca	311	63%
Raramente	65	13%
Algumas vezes	72	15%
Muitas vezes	31	6%



**16. Assinale a frequência com que visita as seguintes empresas de cosmética nas redes sociais. - Perfumes & Companhia**

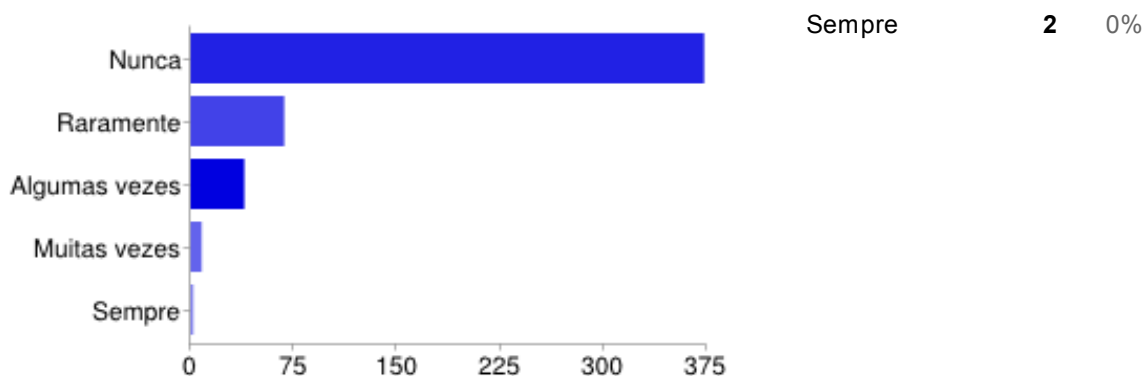


**16. Assinale a frequência com que visita as seguintes empresas de cosmética nas redes sociais. - O Boticário**

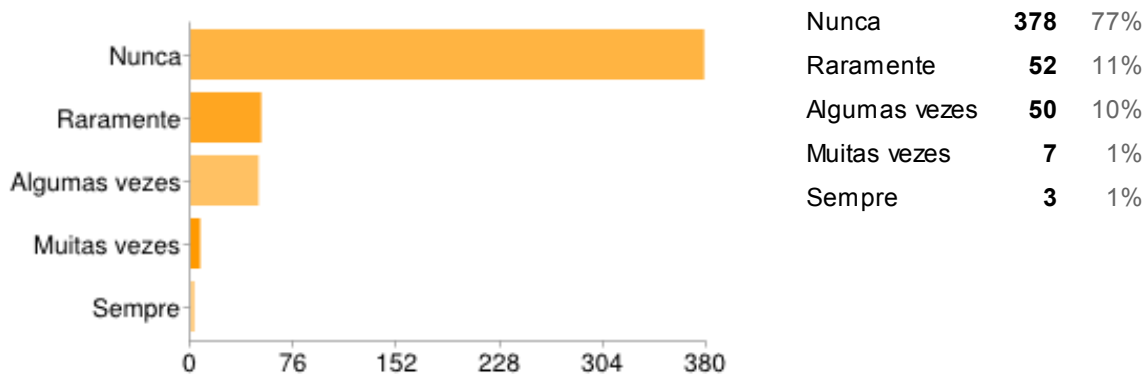


**16. Assinale a frequência com que visita as seguintes empresas de cosmética nas redes sociais. - The Body Shop**

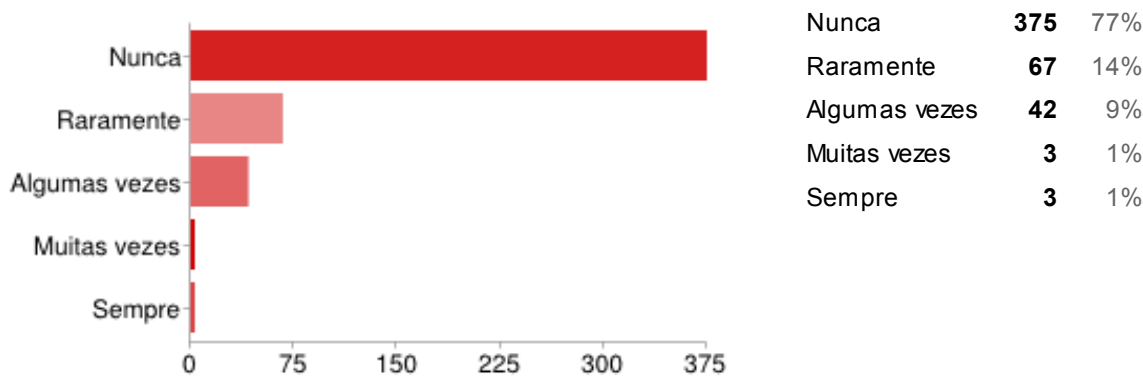
Frequência	Quantidade	Porcentagem
Nunca	373	76%
Raramente	68	14%
Algumas vezes	39	8%
Muitas vezes	8	2%



**16. Assinale a frequência com que visita as seguintes empresas de cosmética nas redes sociais. - Yves Rocher**

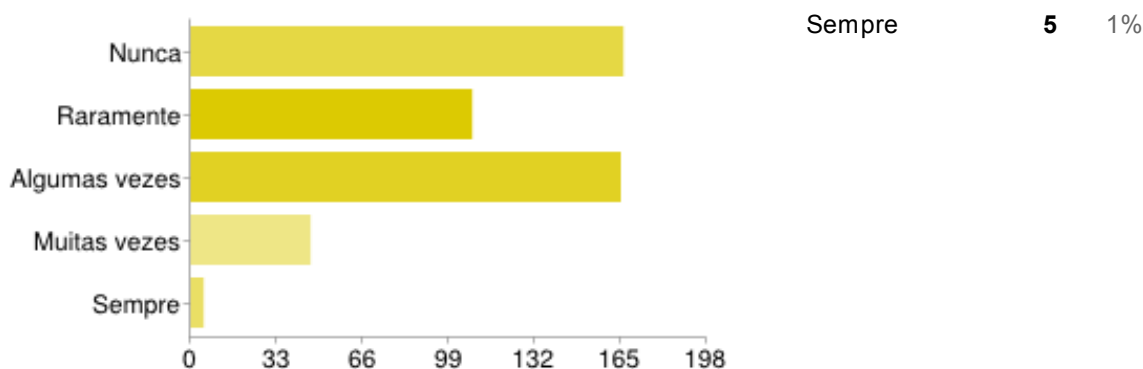


**16. Assinale a frequência com que visita as seguintes empresas de cosmética nas redes sociais. - Oriflame**

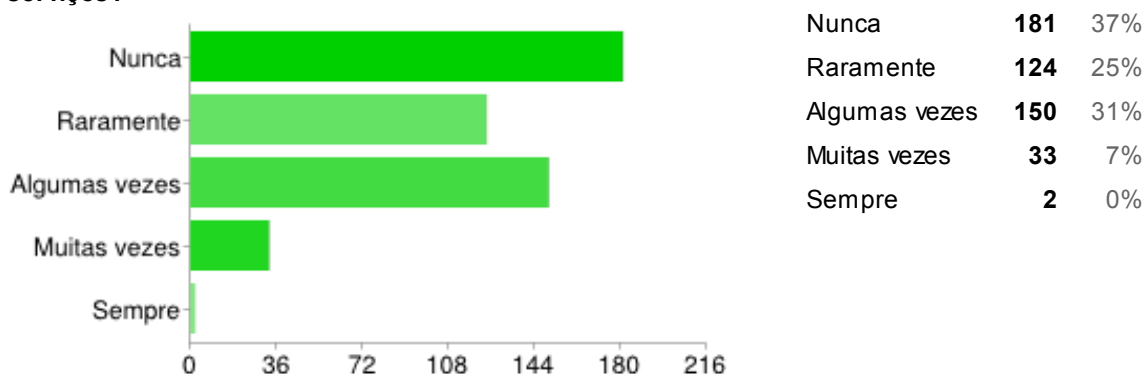


**17. Após visitar páginas de redes sociais de marcas ou empresas, considerou visitar lojas (físicas ou virtuais)? -**

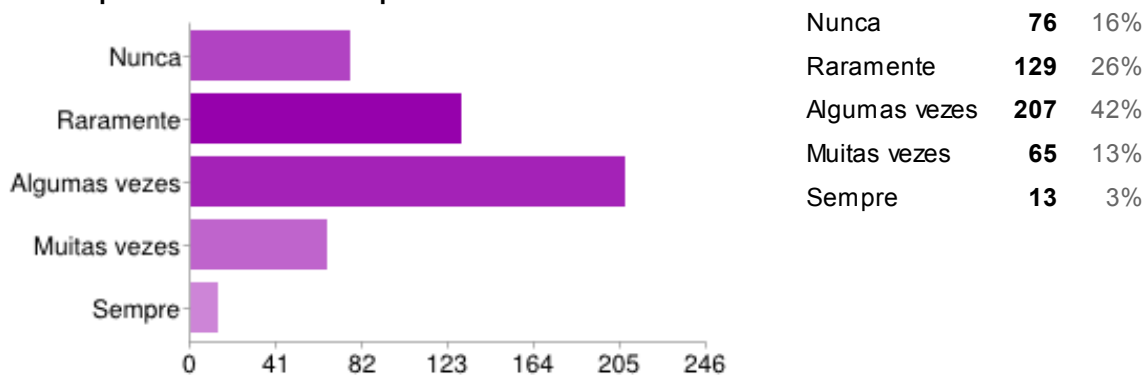
Nunca	166	34%
Raramente	108	22%
Algumas vezes	165	34%
Muitas vezes	46	9%



**18. Após visitar páginas de redes sociais de marcas ou empresas, adquiriu produtos ou serviços? -**



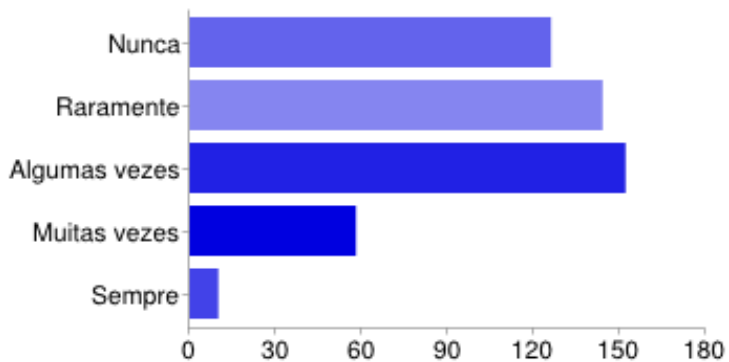
**19. De uma forma geral, considera que visitar as páginas das marcas ou empresas nas redes sociais pode afectar o seu comportamento de consumo? -**



**20. Em particular no sector da cosmética, considera que visitar as páginas das marcas ou empresas nas redes sociais pode afectar o seu comportamento de consumo? -**

Resposta	Contagem	Porcentagem
Nunca	126	26%
Raramente	144	29%
Algumas vezes	152	31%
Muitas vezes	58	12%

Sempre **10** 2%



**Muito obrigada pela colaboração!**

questões nao fazem sentido  
perguntas 0  
quase exclu ...

como nao acedo a maioria das  
Questionário 12 muito confusas as duas últimas  
A adesão a páginas de marcas na rede social que utilizo tem o principal e,

**Number of daily responses**

