
PORTAL DA QUEIXA REVELA ESTUDO INÉDITO SOBRE PERFIL DO CONSUMIDOR PORTUGUÊS E IMPORTÂNCIA DE RECLAMAR

97% dos portugueses diz que faz sentido reclamar

Maioria dos inquiridos admite que reclamações e opiniões públicas que lê sobre uma marca tem influência na decisão de compra

O **PORTAL DA QUEIXA**, a maior rede social de consumidores em Portugal, quis auscultar o pulso ao consumidor português e, em parceria com a Nicequest, realizou um inquérito nacional composto por 22 perguntas enquadrado no tema **“O consumidor português é um consumidor informado?”**.

O estudo teve uma abrangência nacional e obteve um total de 5.748 respostas (60% do sexo masculino e 40% do sexo feminino). O questionário foi efetuado entre 13 e 21 de março de 2018 e teve uma duração média de 8 minutos.

FAZ SENTIDO RECLAMAR?

Dos mais de 5.000 inquiridos, **97% afirmou que faz sentido reclamar; 85% respondeu que já realizou reclamações; 41% dos que reclamaram** (e obtiveram resposta) **ficaram satisfeitos com a resolução**.

O inquérito revelou que os consumidores, com idade inferior a 40 anos, consideram que “reclamar ajuda a melhorar o serviço prestado”, enquanto que, os maiores de 40 anos, apontam como principal explicação o facto de “ser um direito e um dever”. Mas existe quem nunca reclamou: 3 em 4 inquiridos afirma não ter tido qualquer necessidade. Quanto aos restantes entrevistados, referem que não vale a pena reclamar ou preferem ignorar o problema ou, ainda, consideram que dá muito trabalho e pouco resultado.

Um resultado que, **Pedro Lourenço, CEO e fundador do Portal da Queixa**, interpreta como cultural: **“O consumidor português queixa-se muito, mas formaliza pouco as suas reclamações. Felizmente esta tendência tem vindo a alterar-se por força da massificação do acesso à internet que levou ao crescimento das reclamações, tanto no Portal da Queixa, como nos mais variados canais. No entanto, durante muitas**

gerações, foi erradamente instruído que reclamar não tinha consequência e, por conseguinte, assistiu-se a uma descredibilização muito grande por parte dos órgãos de supervisão e fiscalização. Hoje em dia, o consumidor começa a ter consciência do poder da opinião pública que adquire através das redes sociais, plataformas estas que, cada vez mais, contribuem para uma maior literacia dos consumidores relativamente aos seus direitos e opções de escolha.”

Questionados sobre a decisão de compra, a maioria dos consumidores inquiridos admitiu deixar-se influenciar pelas reclamações e opiniões públicas que lê sobre uma marca: **7,4** (numa escala de 1 a 10).

O estudo revela ainda que, quanto mais jovem o consumidor, maior é esta influência na sua decisão de compra. Os entrevistados que já utilizaram o **Portal da Queixa** também afirmam valorizar, no momento da compra, a reputação da marca no portal [reclamações, resoluções, índice de satisfação atribuído]. **A resolução da reclamação pela marca também é fator de influência na decisão da compra:** os entrevistados dão uma média de **7,3** (numa escala de 1 a 10) à influência de reivindicações resolvidas por uma marca no momento da compra. As médias obtidas pelos diferentes segmentos seguem o mesmo padrão.

Na análise de Pedro Lourenço, *“a possibilidade que os consumidores têm, hoje em dia, para partilhar a sua opinião, tanto com outros consumidores, como também com as próprias marcas, tem uma influência muito grande nos processos de melhoria contínua das organizações, pois funcionam como uma espécie de alerta de indicadores de qualidade do serviço prestado. Fazer uma reclamação dá trabalho e custa tempo ao consumidor, por isso, quem o faz tem a expectativa de que o seu esforço seja recompensado com um tratamento de acordo com os padrões de qualidade exigidos e tornar-se-á um promotor da marca caso o seu problema seja resolvido com satisfação. Este sentimento de compromisso por parte do consumidor para com a marca, tem um valor inestimável na sua reputação global.”*

Sobre os canais utilizados para reclamar - ao nível de eficácia e de utilização - **69% dos entrevistados elegeram o Portal da Queixa como o canal preferencial para reclamar e resolver**, posicionando-o em primeiro lugar como canal de denúncia mais eficaz; o Livro de Reclamações ocupa o segundo lugar (49%). O estudo indica ainda que, 9 em 10 pessoas (81%) que já usou o **Portal da Queixa** voltaria a fazê-lo e, 8 em cada 10 pessoas que ainda não reclamou, respondeu pretender usar o **Portal da Queixa** para reclamar.

É UM CONSUMIDOR INFORMADO?

Relativamente aos direitos do consumidor, **59% acredita estar (individualmente) bem informada** sobre os seus direitos como consumidores, mas quando se questiona se os consumidores portugueses estão, em geral, bem informados: **76% dos inquiridos considera que os portugueses não estão informados dos seus direitos** como consumidores e apenas **6% acredita que os portugueses estão bem informados**.

Sobre a **legislação atual**, 7 em cada 10 entrevistados considera que protege o direito dos consumidores, mas, ao mesmo tempo, acredita que pode ser melhorado e, 2 em 10 inquiridos, acredita que os consumidores não estão protegidos.

No que diz respeito à atividade das entidades reguladoras e legislação, os entrevistados afirmam que **não estão satisfeitos com as atividades das autoridades e reguladores**, dando uma avaliação média de **5,3** numa escala de 1 a 10. **Metade dos entrevistados** considera que a atividade preventiva e de supervisão dos órgãos reguladores **“funciona”, mas considera que “intervêm pouco e estão obsoletos”**.

“Satisfatório”, é assim que a grande maioria dos entrevistados classifica **o trabalho efetuado pelas associações de defesa dos consumidores como a DECO e outras**.

No que concerne à atividade do **Portal da Queixa**, à pergunta **“SENDO UMA REDE SOCIAL GRATUITA, QUAL A SUA OPINIÃO RELATIVAMENTE AO PORTAL DA QUEIXA?”**, 8 em 10 entrevistados consideram que o **Portal da Queixa** é uma rede social que ajuda a gerenciar as reclamações feitas: **55% dos inquiridos respondeu que “ajuda na gestão das reclamações” e 24% que “ajuda muito na gestão das reclamações”**. A questão levantada atesta ainda que, quanto mais jovem for a idade, melhor a opinião sobre **Portal da Queixa**.

Por fim, os usuários do **Portal da Queixa** dão uma média de **7,9 (numa escala de 1 a 10)** para a possibilidade de recomendá-lo a amigos ou familiares que tenham necessidade de apresentar reclamações de serviços públicos.

Conclusões que o fundador do **Portal da Queixa** avalia como positivas e explica: **“Enquanto que, há alguns anos, a relação entre marca e consumidor era na sua maioria privada, hoje, as marcas são postas à prova publicamente e avaliadas na forma como resolvem os problemas com os seus clientes. Assim, o consumidor atual - cada vez mais online - procura obter a garantia de confiança na marca, através da opinião dos outros**

consumidores em plataformas como o Portal da Queixa, e isso tem um impacto muito grande na perceção real com que este fica das marcas no mercado.”

Para Pedro Lourenço, os consumidores portugueses são *“prudentes e minuciosos”*. Por isso, defende que *“não basta oferecer descontos, nem propostas generosas. É necessário que as marcas estejam junto dos seus clientes de forma transparente e próxima, para que ofereçam confiança e garantam, em todas as frentes onde o consumidor está presente, o ‘selo’ de qualidade, sublinhado que “os consumidores avaliam a qualidade de uma marca não pelo número de reclamações que esta tem, mas sim pela forma como as resolvem. Essa é a chave para a fidelização consentida, segura que a confiança estará reforçada no momento em que um problema surgir.”*

CONCLUSÕES GERAIS DO INQUÉRITO:

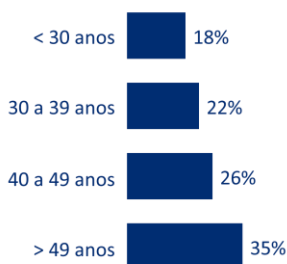
“O consumidor português é um consumidor informado?”

P1: SEXO/IDADE/FILHOS/ÁREA

Sexo masculino: 60%

Sexo feminino: 40%

Idade:



Tem filhos:

Sim: 63%

Não: 37%

Área:

Lisboa: 32%

Porto: 18%

Setúbal: 11%

Faro: 4%

Outros: 14%

P2: LUGARES A PARTIR DOS QUAIS SE CONECTA À INTERNET

A casa é o local habitual de conexão para os entrevistados (98%). Num segundo nível está o local de trabalho (72%) e lugares públicos (64%). As mulheres e jovens são os que mais se conectam à Internet de diferentes lugares.

P3: DISPOSITIVO USA GERALMENTE PARA SE CONECTAR À INTERNET

Seis entre 10 entrevistados usam o smartphone como o principal dispositivo para se conectar à internet, 3 de 10 priorizam o computador. Usuários de smartphones incluem mulheres e menores de 50 anos, enquanto o computador é usado mais por homens e, acima de tudo, por pessoas com mais de 49 anos, que são o único segmento que o escolhem como o seu dispositivo principal.

P4: ATIVIDADES REALIZA NA INTERNET

Os entrevistados realizaram uma média de 5 atividades na internet. Encontrar-se através de motores de busca, navegar em redes sociais, comprar online, aceder ao banco e atividades relacionadas ao trabalho são as atividades mais frequentes. Os jovens realizam mais atividades na internet. As mulheres são mais ativas nas redes sociais e ouvem mais músicas.

Procurar informações pelos motores de pesquisa: **86%**

Navegar nas redes sociais: **75%**

Efetuar compras online: **66%**

Aceder ao homebanking (site do banco): **66%**

Atividades profissionais (em trabalho): **62%**

P5: ALGUMA VEZ NECESSITOU DE EFETUAR UMA RECLAMAÇÃO

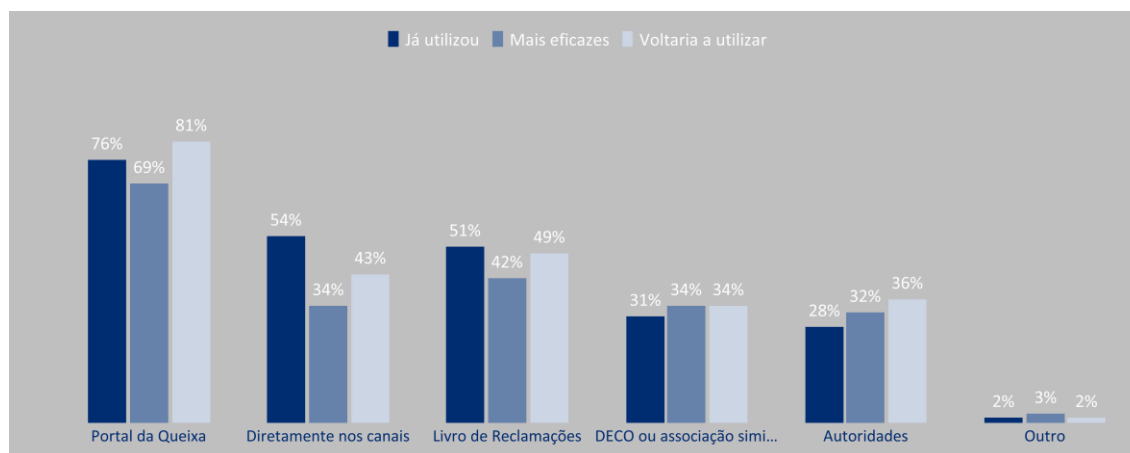
85% dos entrevistados realizaram reclamações, 1 em cada 3 afirma ter feito mais de uma vez.

Não há diferenças entre os sexos no momento de fazer reivindicações, mas os homens reivindicaram em maior número de vezes. Aqueles com mais de 49 anos são o segmento que menos reclamações fazem.

P6/P8/P9: QUE CANAL OU CANAIS JÁ UTILIZOU, MAIS EFICAZES, VOLTARIA A UTILIZAR, PARA RECLAMAR?

Portal da Queixa foi utilizado em 3 de 4 reivindicações. Metade do tempo, o canal da marca ou o livro de créditos foi usado diretamente e 3 de cada 3 vezes recorreu-se à DECO, autoridades ou reguladores. O Portal da Queixa tem maior uso entre os menores de 50 anos, enquanto a DECO e a reivindicação pelas autoridades são mais utilizados em idades mais avançadas e por homens. P8. O Portal da Queixa se destaca como o canal de denúncia mais eficaz para 7 de 10 usuários. O restante dos canais não chega a 50 em termos de efetividade por parte dos entrevistados. P9. Portal da Queixa é o canal que mais pessoas usariam novamente para reclamar. O Livro de Reclamações está em segundo lugar, embora longe do Portal da Queixa. 9 das 10 pessoas que já usaram o Portal da Queixa voltariam a fazê-lo, especialmente as menores de 50 anos.

REPRESENTAÇÃO GRÁFICA DOS MEIOS UTILIZADOS PELOS INQUIRIDOS E QUAL(AIS) CONSIDERAM EFICAZES E QUE VOLTARIAM A UTILIZAR:



P7: ESTADO ATUAL DA RECLAMAÇÃO QUE EFETUOU?

Oito de 10 reclamações receberam uma resposta, metade das quais são satisfatórias. Os homens demonstram maior insatisfação com a resposta ao seu pedido.

Já obtive resposta e fiquei satisfeito(a) com a resolução: **41%**

Já obtive resposta, mas não fiquei satisfeito(a) com a resolução: **40%**

Ainda não obtive resposta: **19%**

P10: CONSIDERA QUE RECLAMAR FAZ SENTIDO ONLINE?

97% dos entrevistados afirmou que faz sentido fazer uma reclamação. Os menores de 40 anos consideram que pretendem ajudar as marcas a melhorar o seu serviço, enquanto os maiores de 39 anos apontam como a principal explicação, que é um direito e um dever.

P11: RAZÃO PARA AINDA NÃO TER EFETUADO UMA RECLAMAÇÃO?

O argumento principal daqueles que nunca reclamaram é que eles não tiveram a necessidade, assim dizem 3 de 4. O resto dos entrevistados não reclamam ou porque eles pensam que não vale a pena ou preferem ignorar o problema ou ainda consideram que dá muito trabalho e pouco resultado.

P12: CANAL OU CANAIS QUE PRETENDE UTILIZAR PARA RECLAMAR (Base: Não efetuou uma reclamação, mas pretendo fazer)

Oito em cada 10 pessoas que ainda não reclamaram, pretende usar o Portal da Queixa para reclamar.

Portal da Queixa: 79%

Diretamente no Canais: 41%

DECO ou associações similares: 41%

Livro de Reclamações: 39%

Autoridades: 30%

P13: CONSIDERA QUE A LEGISLAÇÃO ATUAL SALVAGUARDA OS DIREITOS DOS CONSUMIDORES

Sete em 10 entrevistados acredita que a legislação atual protege o direito dos consumidores, mas, ao mesmo tempo, acredita que pode ser melhorado. Dois de 10 considera que os consumidores não estão protegidos, com os homens e os mais de 49 anos sendo os mais críticos da legislação atual.

Sim: 7%

Sim, mas pode melhorar: 70%

Não: 18%

Não sei, desconheço os meus direitos: 5%

P14: CONSIDERA ESTAR BEM INFORMADO(A) DOS SEUS DIREITOS COMO CONSUMIDOR(A)

Seis em cada 10 pessoas acredita estar bem informada sobre os seus direitos como consumidores. Os homens, o segmento com mais de 49 anos e os usuários do Portal da Queixa são os mais bem informados.

Sim: 59%

Não: 41%

P15: CONSIDERA QUE OS CONSUMIDORES PORTUGUESES ESTÃO BEM INFORMADOS DOS SEUS DIREITOS

De acordo com 3 dos 4 inquiridos, os portugueses não são informados dos seus direitos como consumidores. Apenas 6% acreditam que os habitantes de Portugal estão bem informados.

Sim: 6%

Não: 76%

Não sei: 18%

P16: NÍVEL DE SATISFAÇÃO GLOBAL, RELATIVAMENTE À ATIVIDADE DAS AUTORIDADES E REGULADORES COMO A ASAE, ANACOM, ERSE, ERS, DIREÇÃO GERAL DO CONSUMIDOR, BANCO DE PORTUGAL, ETC.?

Os entrevistados não estão satisfeitos com as atividades das autoridades e reguladores, dando uma avaliação média de 5,3 numa escala de 1 a 10. Homens e pessoas com mais de 39 anos são os mais insatisfeitos.

P17: CONSIDERA QUE A ATIVIDADE PREVENTIVA E FISCALIZADORA DESTES ORGANISMOS PÚBLICOS FUNCIONA?

Metade dos entrevistados considera que a atividade preventiva e de supervisão dos órgãos reguladores funciona, mas refere que eles intervêm pouco e são um pouco obsoletos. Homens e pessoas com mais de 29 anos são os que menos acreditam na eficácia de diferentes organismos.

P18: COMO CLASSIFICA O TRABALHO EFETUADO PELAS ASSOCIAÇÕES DE DEFESA DOS CONSUMIDORES COMO A DECO E OUTRAS?

8 de 10 pessoas estão de acordo com o trabalho realizado pelas associações de defesa do consumidor como DECO, descrevem-no como muito eficaz e, acima de tudo, satisfatório.

P19: COMO CLASSIFICA A INFLUÊNCIA NA DECISÃO DE COMPRA, ACERCA DAS RECLAMAÇÕES E OPINIÕES PÚBLICAS QUE LÊ RELATIVAS À MARCA?

A importância das reclamações e opiniões públicas em relação a uma marca obtém em média uma média de 7,4 na escala de 1 a 10. Quanto mais jovem a idade, maior a influência na decisão de compra. Os entrevistados que já utilizaram o Portal da Queixa, uma vez, também dão maior importância à sua decisão.

P20: COMO CLASSIFICA A INFLUÊNCIA NA DECISÃO DE COMPRA, ACERCA DAS RECLAMAÇÕES RESOLVIDAS RELATIVAS À MARCA?

Os entrevistados dão uma média de 7,3, numa escala de 1 a 10, à influência de reivindicações resolvidas em uma marca no momento da compra. As médias obtidas pelos diferentes segmentos seguem o mesmo padrão.

P21: SENDO UMA REDE SOCIAL GRATUITA, QUAL A SUA OPINIÃO RELATIVAMENTE AO PORTAL DA QUEIXA?

Oito de 10 entrevistados considera que o Portal da Queixa é uma rede social que ajuda a gerir as reclamações feitas. Apenas 1 em cada 10 considera que não oferece a ajuda necessária. Quanto mais jovem for a idade, melhor a opinião sobre Portal da Queixa.

Ajuda na gestão das reclamações: 55%

Ajuda muito na gestão das reclamações: 24%

P22: EM QUE MEDIDA RECOMENDARIA O PORTAL DA QUEIXA A AMIGOS E FAMILIARES QUE TENHAM NECESSIDADE DE APRESENTAR RECLAMAÇÕES DE SERVIÇOS PÚBLICOS?

Os usuários do Portal da Queixa dão uma média de **7,9 (na escala de 1 a 10)** para a possibilidade de recomendá-lo a amigos ou familiares. Avaliações de usuários mostram **49% de promotores** e 19% de detratores.

SOBRE O PORTAL DA QUEIXA

O Portal da Queixa é uma startup tecnológica que nasce de um projeto inovador e pioneiro em Portugal. Lançado em 2009, em 8 anos de existência, já recebeu mais de **180.000 reclamações**, apresentadas por uma comunidade de **230 mil utilizadores** registados online. Hoje, assume-se como a maior rede social de consumidores do país e alcança uma posição de referência nacional, na internet, em matéria de consumo.

Atualmente, o Portal da Queixa é visitado por **mais de meio milhão de portugueses**, todos os meses, que procuram a plataforma para comunicar diretamente com outros consumidores, marcas e entidades públicas, bem como, compararem marcas com base no Índice de Satisfação disponível ao consumidor.

Os portugueses reconhecem o serviço prestado como uma mais-valia por permitir apresentar uma reclamação em qualquer lugar, em apenas 3 passos e sem qualquer custo associado.

O Portal da Queixa **não intervém na relação dos consumidores com as marcas** e, por isso, **não efetua a mediação entre as partes**, no entanto, assim que uma reclamação é validada, é enviada uma notificação por email para a marca visada, permitindo que seja dada oportunidade de resposta e de resolução.

Para mais informações contactar:
COMUNICAR-se - Agência de Comunicação
RAQUEL GARCEZ PACHECO
+351 933 964 497



COMUNICAR-se
O Poder da Comunicação.
comunicar-se@comunicar-se.com
www.comunicar-se.com