

PRODUTO XPTO

Marktest.com

Tendências de Consumo 1996-2001

Marktest.com Resposta

© Marktest.com
Todos os direitos Reservados

Este documento destina-se ao uso interno da empresa que o adquiriu.

Todos os direitos estão reservados à Marktest.com, que não pode, no entanto, ser responsabilizada por falhas ou omissões nem por quaisquer danos que a utilização desta informação possa provocar ao utilizador ou a terceiros pessoas.

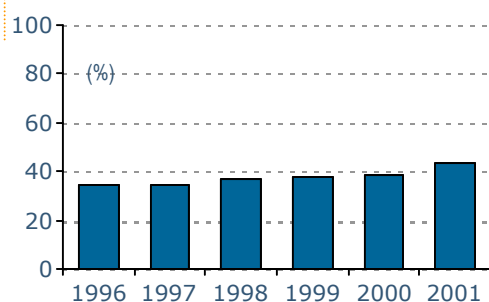
A reprodução ou citação deste documento só pode ser feita mediante prévia autorização por escrito da Marktest.com.

Este documento foi elaborado com dados fornecidos pela Marktest, contidos nos seus estudos **Consumidor 1996 a 2001** e **Brand Index 2001**.

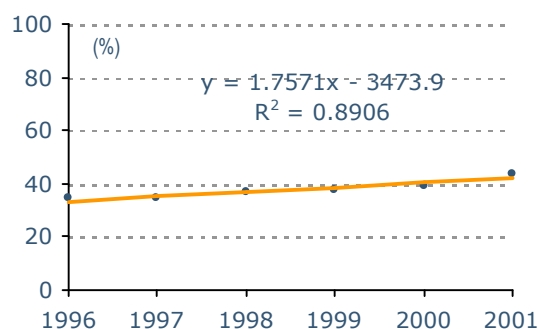
Tendência de Consumo 1996-2001

	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Número (000)	2579	2604	2771	2855	2932	3298
Penetração (%)	34.3	34.6	36.8	37.9	38.9	43.8

Evolução da Penetração



Análise Tendencial

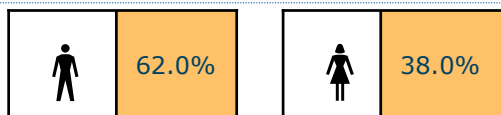


Evolução do Perfil

	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Sexo						
Masculino	69.2	67.2	67.4	64.6	63.7	62.0
Feminino	30.8	32.8	32.6	35.4	36.3	38.0
Idade						
15/17 anos	4.2	4.2	3.8	4.1	3.3	4.1
18/24 anos	16.3	15.9	17.9	16.2	16.2	16.4
25/34 anos	29.0	28.6	30.0	29.2	28.5	26.8
35/44 anos	25.2	25.6	25.9	24.4	25.5	22.3
45/54 anos	16.3	17.4	14.9	15.9	17.4	15.5
55/64 anos	7.5	6.9	6.5	9.0	7.8	9.8
+ 64 anos	1.4	1.4	0.9	1.3	1.3	5.1
Ocupação						
Quadros M/S	17.9	17.8	16.6	16.2	15.7	13.2
Téc.Especializ./Peq.Propr.	14.0	14.1	13.5	14.5	15.3	12.7
Empr. Serv./Comércio/Admin.	16.2	17.5	17.7	18.2	18.4	15.0
Trab. Especializados	32.7	30.7	32.9	30.5	28.2	25.1
Trab. Não Especializados	8.2	9.9	9.3	11.2	12.8	10.5
Reformados/Pensionistas	0.1	0.2	0.4	0.0	0.4	10.4
Estudantes	10.7	9.8	9.6	9.4	9.1	10.0
Domésticas	0.1	0.0	0.0	0.0	0.1	3.0
Classe Social						
Alta/M Alta	27.2	26.0	24.6	23.7	24.2	23.3
Média	33.1	32.8	32.0	34.0	35.4	32.6
Média Baixa	29.6	29.9	29.6	31.8	30.2	29.8
Baixa	10.1	11.4	13.8	10.6	10.2	14.3
Regiões Marktest						
Grande Lisboa	19.0	18.7	19.2	18.1	19.1	18.9
Grande Porto	11.2	10.5	12.0	10.6	11.7	11.5
Litoral Norte	21.8	21.0	20.6	21.7	20.1	20.0
Litoral Centro	15.1	16.4	17.1	16.3	15.5	16.3
Interior Norte	21.7	22.6	20.8	21.2	21.4	22.9
Sul	11.3	10.8	10.3	12.1	12.2	10.4

Perfil do Consumidor 2001

Sexo



Ocupação

	Afinidade	Alvo %	Universo %
Quadros M/S	176.0	13.2	7.5
Téc. Especializ./Peq. Propr.	174.0	12.7	7.3
Empr. Serv./Comércio/Admin.	141.5	15.0	10.6
Trab. Qualif./Especializados	147.6	25.1	17.0
Trabalh. N. Qualif./N. Espec.	98.1	10.5	10.7
Reformados/Pensionistas	42.4	10.4	24.5
Estudantes	75.8	10.0	13.2
Domésticas	32.3	3.0	9.3

Região

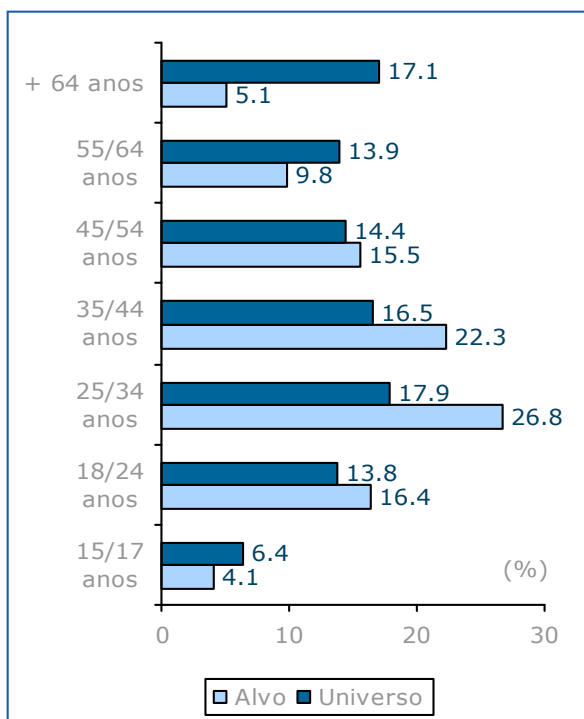
	Afinidade	Alvo %	Universo %
Grande Lisboa	91.3	18.9	20.7
Grande Porto	106.5	11.5	10.8
Litoral Norte	109.3	20.0	18.3
Litoral Centro	104.5	16.3	15.6
Interior Norte	99.1	22.9	23.1
Sul	90.4	10.4	11.5

Consumo

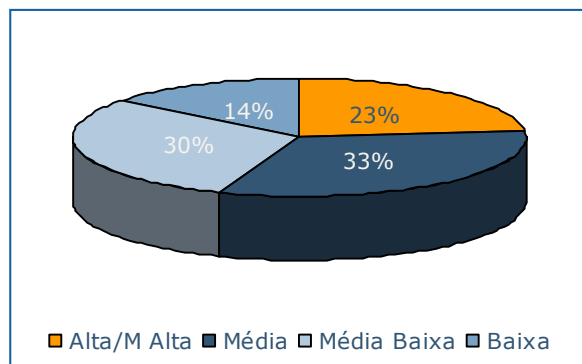
	Afinidade	Alvo %	Universo %
Posse/Utilização de:			
Automóvel no Lar	113.0	89.8	79.5
Telemóvel (utilizadores)	120.6	72.0	59.7
Computador no Lar	125.1	50.4	40.3
Internet (utilizadores)	130.9	27.1	20.7
Conta Bancária	107.7	90.8	84.3
Crédito Habitação	142.9	28.3	19.8
Crédito ao Consumo	139.3	14.9	10.7
Seguro de Saúde	133.9	16.2	12.1
Seguro Acidentes Pessoais	133.2	26.9	20.2
Residem em casa própria	104.3	82.5	79.1
Sócios de Clubes de Vídeo	131.2	30.7	23.4
Sócios de Clubes Desportivos	117.8	19.9	16.9
Praticantes de Religião	90.4	51.7	57.2
Compram Cd's	125.6	48.5	38.6
Compram Brinquedos	110.7	69.3	62.6

Afinidade: Universo = 100

Idade



Classe Social



Residentes em lares com crianças:

	Afinidade	Alvo %	Universo %
Até 2 anos	127.1	7.5	5.9
De 3 a 6 anos	130.4	13.3	10.2
De 7 a 13 anos	118.0	22.3	18.9