

Análise sobre o comportamento dos portugueses nas redes sociais

Foto de Corinne Ricardo



MARKTEST  
CONSULTING

# Os Portugueses e as Redes Sociais 2024

Marktest  
GRUPO

## As redes sociais

As redes sociais são hoje um “ponto de encontro” importante não apenas para os indivíduos como para as marcas, que, de forma rápida, envolvente e dinâmica, podem interagir com os seus consumidores.

A rapidez de contacto permite detectar quase instantaneamente movimentos de insatisfação ou de entusiasmo pela marca, pelo que uma atenção especial a estas plataformas permite ajustar estratégias de comunicação e divulgação capazes de minimizar eventuais falhas, bem como tirar partido das oportunidades aqui reveladas.

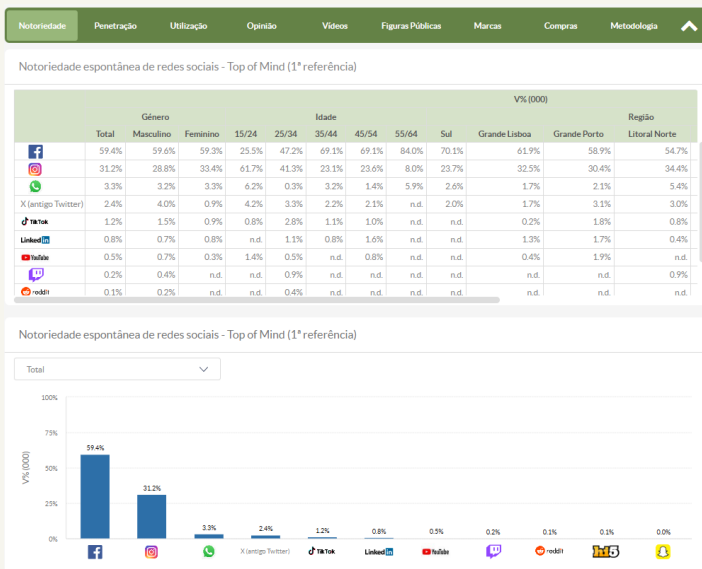
As redes sociais são, por isso, um instrumento imprescindível de marketing e comunicação das marcas.

E foi para conhecer melhor a relação que os portugueses têm com as redes e com as marcas aí presentes que o Grupo Marktest lançou em 2011 o estudo **Os Portugueses e as Redes Sociais**, que em 2024 conta com novos insights.

O estudo procura conhecer os hábitos dos utilizadores de redes sociais, as redes que conhecem e mais utilizam, as funcionalidades que mais valorizam, as personalidades e marcas que seguem, a frequência com que acedem e com que publicam informação, assim como o tempo que lhes dedicam ou os equipamentos que utilizam para lhes aceder.

O estudo aprofunda também a relação que os portugueses estabelecem com as marcas, empresas e figuras públicas presentes nestas plataformas (que motivações têm, interações que mantêm, opinião sobre a presença nas redes sociais, conteúdos mais apreciados ...).

O hábito de ver vídeos nas redes sociais, fazer compras ou recordação de publicidade nas redes sociais são outras áreas sobre as quais o estudo permite obter respostas, assim como a preferência por conteúdos publicados em storis ou no feed.



## Sabia Que entre os utilizadores de redes sociais...

- ✓ Apenas 4.4 pontos separam Facebook de Instagram em notoriedade espontânea;
- ✓ Aumentou nº de utilizadores que abandonaram alguma rede;
- ✓ 97 minutos é o tempo médio dedicado às redes sociais pelos utilizadores;
- ✓ Instagram ultrapassa Youtube como rede para ver vídeos
- ✓ TikTok ultrapassa X como 5ª rede usada para seguir marcas;
- ✓ Instagram passou a ser a rede utilizada com mais frequência.

## Redes Sociais – Tendências 2014-2024

### Dashboard 2024 e Tendências 2014-2024 na YumiAnalytics web

Os principais resultados deste estudo estão também disponíveis na plataforma **YumiAnalytics web** desenvolvida pelo Grupo Marktest, em dois formatos:

1. **Dashboard 2024**, com os principais resultados segmentados pelas variáveis sociodemográficas e a opção adicional (como builder user) de exploração integral de todos os dados disponíveis (criação de novos widgets, filtros, targets, etc).
- 2 **Análise Redes Sociais - Tendências 2014-2024**, para acompanhar a evolução do uso e opiniões dos portugueses face às redes sociais na última década, com as funcionalidades de análise dinâmica da informação que a plataforma permite.



## Metodologia

### Universo

Indivíduos com idade compreendida entre os 15 e os 64 anos, residentes em Portugal Continental e utilizadores de redes sociais.

### Amostra

803 entrevistas. Amostra estratificada por região Marktest, sendo proporcional à população que constitui o universo, de acordo com as variáveis género e idade.

### Recolha da informação

Entrevista online (Cawi System), com um questionário estruturado de auto-preenchimento, constituído por perguntas fechadas e abertas, tendo decorrido de 5 a 23 de julho de 2024.

### Disponibilização da informação

A informação é disponibilizada através de vários formatos:

- Relatório PDF, com análise descritiva e gráfica dos principais resultados, e ficheiro Excel, com quadros de tabulação e gráficos com os resultados do questionário.
- **Dashboard YumiAnalytics web 2024** com principais resultados do ano, segmentação sociodemográfica e opção adicional de exploração total dos dados (novos quadros e gráficos, filtros, targets, etc)
- Opção **Tendências 2014-2024**, disponibilizada também na plataforma **YumiAnalytics web**, que permite uma análise dinâmica da informação e exportação de dados para Excel para os último 10 anos.

## Informação disponível

- Notoriedade de redes sociais
  - ✓ Espontânea; Sugerida; Total
- Redes sociais onde tem perfil
- Abandono de redes sociais
- Funcionalidades de redes sociais utilizadas
- Acesso a redes sociais por horas e equipamentos
- Dia da semana em que dedica mais tempo
- Tempo de consulta
- Avaliação do tempo dedicado às redes sociais
- Equipamentos utilizados para aceder a redes sociais
- Figuras Públicas nas Redes Sociais
  - ✓ É fã ou segue figuras públicas nas redes sociais
  - ✓ Nome das figuras públicas de que é hoje em dia fã ou que segue nas redes sociais
  - ✓ Através de que redes sociais segue essas figuras públicas
  - ✓ Que tipos de conteúdos gosta mais de ver nas páginas das figuras públicas
  - ✓ Tipo interações costuma ter nas páginas das figuras públicas
- Atividades realizadas em simultâneo
- Frequência de visita por rede
- Frequência de publicação por rede
- Média de posts diários e semanais publicados
- Vídeos nas Redes Sociais:
  - ✓ Costuma ver vídeos nas redes sociais
  - ✓ Em que redes sociais costuma ver vídeos
  - ✓ Que tipos de vídeos mais gosta de ver nas redes sociais
  - ✓ Costuma partilhar links de vídeos nas redes sociais que utiliza
- Opinião sobre redes sociais:
  - ✓ Mais credível; Informa melhor; a que mais gosta; Informação mais útil; a mais atual; a mais interessante; a mais viciante
- Rede social mais utilizada
  - ✓ Razões de adesão à rede
  - ✓ Classificação da experiência de utilização dessa rede social
- Fãs e seguidores de marcas nas redes sociais:
  - ✓ Marcas de que é fã
  - ✓ Número de marcas de que é fã
  - ✓ Frequência de consulta de informação nessas páginas
  - ✓ Interações que manteve com marcas nas redes sociais
  - ✓ Motivos pelos quais é fã da empresa/marca
  - ✓ Benefícios que obtém ou poderá obter por ser fã
  - ✓ Através de que redes sociais segue a empresa/marca
  - ✓ Tipo de conteúdos que mais gosta
  - ✓ Conteúdos mais interessantes
  - ✓ Nº adequado de publicações pelas empresas/marcas
  - ✓ Tom de tratamento preferido
  - ✓ Grau de importância dada à presença das marcas nas redes sociais
  - ✓ Influência nas opções de compra
  - ✓ Interações com a empresa/marca nas redes sociais
  - ✓ Opinião sobre presença de marcas nas redes sociais
  - ✓ Opinião sobre influência nas opções de compra
- Compras nas redes sociais
  - ✓ Já fez compras nas redes sociais
  - ✓ Em que rede fez a última compra
  - ✓ Satisfação com experiência de compra
  - ✓ Produtos adquiridos
  - ✓ Razões para não fazer compras nas redes sociais
- Publicidade nas redes sociais
  - ✓ Em que rede recorda ver publicidade
  - ✓ Marcas recordadas
  - ✓ Agrado com publicidade nas redes sociais
  - ✓ Opinião sobre publicidade nas redes sociais

## Condições Comerciais:

- Os Portugueses e as Redes Sociais 2024 (ficheiro PDF e Excel) ..... 2 300,00 € \*
- Os Portugueses e as Redes Sociais 2024 (ficheiro PDF e Excel) + Dashboard 2024 YumiAnalytics web (viewer) ..... 2 750,00 € \*
  - Builder user ..... + 150,00 € \*
- Os Portugueses e as Redes Sociais 2024 (ficheiro PDF e Excel) + Tendências 2014-2024 na YumiAnalytics web (viewer) ..... 3 150,00 € \*
  - Builder user ..... + 600,00 € \*

(\*) Ao valor apresentado acresce o IVA à taxa legal em vigor.