

# Ciclo de Vida dos Consumidores Portugueses 2007

Marktest.com



Para Mais Informações  
Contactar:

MARKTEST - Direcção Comercial ! Rua de São José, Nº 183 - 2º, ! 1169-116 Lisboa  
Tel: 213470866 Fax: 213460894 ! E-mail: [dcomerc@marktest.pt](mailto:dcomerc@marktest.pt)



# Ciclo de Vida dos Consumidores Portugueses 2007

## Ciclo de Vida:

*"a série de períodos importantes pelos quais passa uma pessoa, um grupo ou uma cultura durante a sua vida"*

- Nações Unidas

Conhecer o ciclo de vida dos consumidores portugueses permite analisar hábitos e prever necessidades, pelo conhecimento das características associadas às várias etapas da vida de cada um.

Este estudo da Marktest.com pretende introduzir novas pistas na análise do consumidor português. Parte-se de uma concepção dos indivíduos enquanto entidades dinâmicas, que percorrem determinados estádios ao longo da sua vida, assumindo que esses estádios "condicionam" os seus estilos de vida e a sua predisposição para o consumo.

*A tipologia criada teve como base uma amostra de 10093 entrevistas, do estudo anual da Marktest, Consumidor 2006. Depois de várias análises da informação de base, e utilizando como determinantes variáveis como a idade, estado civil, actividade profissional, número de pessoas no lar e presença de crianças e jovens, foram criados 11 grupos de indivíduos, que constituem assim os 11 estádios do ciclo de vida do Consumidor português.*

## O que permite?

Ü Conhecer os mais importantes estádios no ciclo de vida da População Portuguesa, o seu perfil e hábitos de consumo (312 variáveis analisadas);

Ü Aceder a textos de caracterização, quadros com resultados, análises comparativas;

Ü Prever estratégias de consumo de determinados bens consoante a evolução dos portugueses nos diversos estádios do ciclo de vida;

Ü Perceber como cada estádio "condiciona" os estilos de vida e a predisposição para o consumo dos Portugueses.

## Informação disponível

Para cada estádio no ciclo de vida e para cada área de informação, o relatório fornece indicadores de:

Ü Penetração

Ü Perfil

Ü Índice de afinidade (comparação do estádio com a média do Universo)

São ainda apresentados gráficos resumo da informação, bem como textos de análise dos principais resultados

## Condições Comerciais

Estudo das várias etapas de vida dos Portugueses, em relatório PDF, pelo preço de:

1 CD-ROM (ficheiro PDF) ..... € 1.500 + 21% IVA

### Ü Características Sócio-demográficas

Sexo, Idade, Ocupação, Classe Social, Região, Crianças e Jovens no Lar

### Ü Estilos de Vida

#### § Posse de bens

Casa própria, Casa arrendada, Fogão, Forno micro-ondas, Frigorífico, Combinado, Arca frigorífica, Esquentador a gás, Cilindro / termo acumulador, Máquina de lavar roupa, Máquina de secar roupa, Máquina de lavar loiça, Ar condicionado, Aquecimento central

#### § Comportamentos

Costumam jogar em Sorteios/Lotarias, Totobola, Totoloto, Joker, Raspadinha, Lotaria, Euromilhões, Loto 2, Fumadores, Usam óculos, lentes de contacto, óculos de sol, Costumam encomendar refeições pelo telefone, Costumam encomendar Pizzas pelo telefone, Residentes em lares onde fazem separação de lixo para reciclagem, Compram brinquedos, Compram antiguidades

#### § Veículos e Deslocações

Residentes em lares onde existe 1 automóvel, 2 automóveis, 3 ou + automóveis, automóvel ligeiro com GPS, Utilizadores de automóvel existente no lar, Residentes em lares onde existe automóvel a gasóleo, Residentes em lares onde existe automóvel a gasolina, Residentes em lares onde existe motociclo, motociclo + utilizado tem até 50cm3, motociclo + utilizado tem + 50cm3, Utilizam veículos motorizados particulares nas deslocações diárias, Utilizam automóvel, moto/motorizada, transportes públicos, outro meio transporte nas deslocações diárias

#### § Férias e Lazer

Viajaram de avião no último ano, em férias, em trabalho, Freqüentadores de discotecas/bares, Costumam ir ao futebol, Praticam desporto, Freqüentam ginásios, Sócios de clubes, Usufruíram férias, Não usufruíram férias, Fizeram férias no campo, na praia, no estrangeiro, Leitores de livros, Compradores de livros, Costumam comprar public. estrang., Costumam ouvir música, ir ao teatro, assistir a concertos, ir a exposições, ir ao centro comercial, jogar computador/console, andar de bicicleta, jogar futebol

### § Media

Lêem Jornais, Revistas, por tipo de publicações, Cinema - Freqüentaram no último mês, Freqüentaram nos últimos 7 dias

### § Tecnologias de Informação

Utilizadores de telemóvel, Utilizadores do serviço fixo, Trabalham com meios informáticos, lares onde existe computador pessoal, Utilizadores de Computador, em casa, no local de trabalho, na escola, lares onde existe ligação à internet, Utilizadores da Internet, diários, em casa, no local de trabalho, na escola

### § Audiovisual

Residentes em Lares com Rádio, com televisor, com Aparelragem Hi-Fi, com vídeo-gravador, onde existe leitor de CD, leitor de DVD, gravador de DVD, máquina fotográfica, máquina fotográfica tradicional, máquina fotográfica digital, câmara de vídeo, Compradores de CD's, Compradores de filmes em cassette de vídeo VHS, de filmes em DVD, Sócios de clube de vídeo/DVD, Alugaram filmes em DVD, Residentes em lares onde existe consola de jogos, Compradores de jogos p/ consola/pc

### § Utilização de Serviços

Indivíduos bancarizados, nº Bancos, Possuidores de conta a Prazo, Jovem, Poupança Habitação, Poupança Reformado, Ordenado, certificados de aforro, de Fundos de Investimento, Crédito bancário para compra de habitação, Acções, Utilizadores de cartão de débito, cartão crédito

### Ü Hábitos de Consumo

#### § Higiene Pessoal: Todos

Champô com amaciador, sem amaciador, de tratamento, amaciador de cabelo, gel para pentear, espuma para pentear, sabonete sólido, líquido, gel/espuma de banho, desodorizante, água de colônia, dentífrico com elixir, creme para as mãos, creme para o corpo, lenços de papel, protector solar, bronzeador, coloração para o cabelo

#### § Higiene Pessoal: Homens

Barbeiam-se com lâmina, lâmina descartável, lâmina não descartável, máquina eléctrica, Creme de barbear, espuma de barbear, gel de barbear, after-shave: com álcool, creme/balsamo, gel

### § Higiene Pessoal: Mulheres

Freqüentadoras de esteticista, Consumidoras de batón, blush, sombra para os olhos, máscara para os olhos (rimmel), lápis/eyeliner para os olhos, base/fond de teint, verniz para as unhas, creme hidratante/protector facial, creme de limpeza facial/desmaquiante, loção tonificante facial, produtos de tratamento da pele, depilação em casa, depilação fora de casa, pensos higiénicos, mini-pensos, tampões, desinfetante íntimo

### § Bebidas Alcoólicas

Consumidores de cerveja com álcool, cerveja com álcool branca, cerveja com álcool preta, vinho engarrafado, vinho do Porto, whisky, Vodka

### § Bebidas nao Alcoólicas

Consumidores de cerveja sem álcool, água mineral com gás, em garrafa, água mineral sem gás, em garrafa, refrigerantes com sabor a cola, com sabor a limalimão, com gás com sabor a fruta, sumos sem gás com sabor a fruta, sumos com polpa de fruta, sumos lácteos, chá gelado, café/bica fora de casa, café/bica em casa, descafeinado, café puro solúvel na véspera, sucedâneos de café

### § Produtos Alimentares

Leite: do dia, UHT, vitaminado/com cálcio, chocolateado, chocolateados para leite, iogurte: natural, aromas, pedaços, líquido, refeição, magro, polpa, cereais, chocolate, queijo, batatas fritas em pacote

### § Produtos Alimentares para o Lar

Oleo, azeite, margarina, manteiga, congelados: legumes, peixe, marisco, congelados pré-confeccionados, pizzas congeladas, refeições e salgados congelados, gelados, fiambre, outros prod. de charcutaria embalados, cereais, bolachas

### § Produtos de Limpeza para o Lar

Detergentes p/lavagem de roupa à mão e na máquina, Amaciador, Branqueador, Anti-calcário, Detergentes p/lavagem de loiça à mão e na máquina, Sal p/ máq., Abrihantador, Detergente multi-usos, Desengordurante para fornos, Lixívia, Desodorizante de ambiente

### Ü Animais Domésticos

Lares com animais domésticos e compra de comida especial para animais (Cão, Gato, Pássaro, Peixe)

