



Como pesquisam os portugueses?



Um estudo sobre os hábitos e formas
de pesquisa online dos utilizadores portugueses

Lisboa, Setembro de 2021

Como pesquisam os portugueses?

Já pensou quão mais produtiva seria a sua vida se conseguisse encontrar mais rapidamente a informação de que precisa? Os motores de busca fazem parte do dia-a-dia das pessoas, mas como essas pesquisas estão a ser feitas?

Para perceber quais são os hábitos de pesquisa online dos portugueses, as diferenças entre gerações e o conhecimento de truques avançados, a Google foi perguntar diretamente aos portugueses e, agora, apresenta o resultado desse estudo*.

Vamos, então, saber como os portugueses usam os motores de busca!

Caracterização da amostra

607
inquiridos

46%
Homens

54%
Mulheres

Representatividade por regiões geográficas - excepto Madeira e Açores

10%
Geração Z
9 - 24 anos**

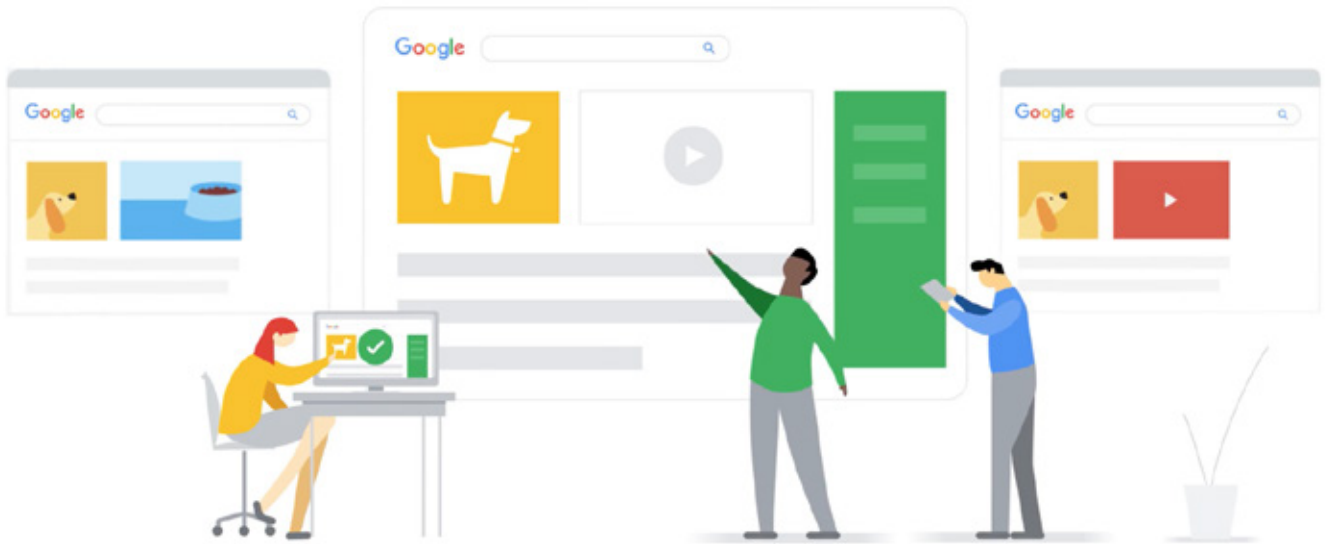
29%
Millenials
25 - 40 anos

33%
Geração X
41 - 56 anos

28%
Baby Boomers
57 - 75 anos

*Este estudo foi realizado de forma online a portugueses com mais de 18 anos de idade, durante os dias 24 e 27 de junho de 2021.

** Para este estudo só foram inquiridos portugueses com mais de 18 anos de idade.



Hábitos de pesquisa

85% dos utilizadores usam os motores de busca para pesquisar informação todos os dias.

Destes utilizadores, a Geração X é a que o faz com mais frequência (91%), seguindo-se a Geração Z e os Millenials (com 89% e 86%, respetivamente), sendo os Baby Boomers os que o fazem com menos frequência (76%). Em termos de frequência de pesquisa, não existe uma diferença de comportamento entre sexos. Dos inquiridos que usam os motores de busca várias vezes ao dia...

43% usam 1 a 5 vezes por dia
29% usam entre 6 a 10 vezes por dia
28% mais de 10 vezes por dia

A maioria dos inquiridos utiliza mais o computador para pesquisar (59%),

enquanto 33% recorrem ao *mobile*. Mas, existe uma diferença entre gerações.

60% da Geração Z e dos Millenials preferem usar o telemóvel para as suas pesquisas;

64% da Geração Baby Boomers pesquisam mais no computador – esta percentagem baixa para os 51% no caso da Geração X. E também uma diferença entre sexos.

53% das mulheres preferem pesquisar no *mobile*; Enquanto que 60% dos homens referem usar mais o computador para as suas pesquisas. Os motores de busca são fundamentais no dia-a-dia da maioria das gerações.

92% dos inquiridos são da opinião que os motores de pesquisa são importantes ou bastante úteis, tanto no seu dia-a-dia pessoal como profissional.

É para a Geração Z que os motores de busca são mais importantes (63%), seguindo-se os Millenials (51%) e a Geração X (47%). Já os Baby Boomers veem os motores de busca mais como bastante úteis (54%) do que como importantes (35%).

Por outro lado, enquanto a maioria dos utilizadores do sexo feminino considera os motores de busca importantes no seu dia-a-dia (51%), a grande parte dos inquiridos do sexo masculino (49%) classifica-os como bastante úteis (face a 41% que os vê como importantes).



Usos de pesquisa

Atualidade e utilidade é o que procuram os portugueses!

A maioria dos portugueses (61%) usa os motores de busca para aceder aos meios de comunicação para **ler notícias relevantes sobre a atualidade**. **43%** para ter **informação sobre produtos e serviços antes de fazer compras** e **39%** para **encontrar informação útil para tarefas do dia-a-dia** (tutoriais, receitas, localizações, meteorologia...). Por último, **38%** recorrem à pesquisa online para **encontrar informação para atividades de lazer** (restaurantes, estadias, viagens...).

Em que mais diferem homens e mulheres?

As mulheres usam mais a pesquisa para facilitar as tarefas do seu dia-a-dia e para tomar decisões de compra de produtos ou serviços.

Já os homens recorrem à pesquisa online para encontrar informações úteis para o seu desempenho profissional e para o seu entretenimento (por ex., filmes, músicas, humor).

E em termos de gerações?

Há algumas diferenças nos usos de pesquisa entre as várias gerações. Estes são os usos mais mencionados pelas várias faixas etárias:

Geração Z: **49%** para encontrar informação para o estudo e desenvolvimento académico; **46%** para encontrar informação para o seu entretenimento.

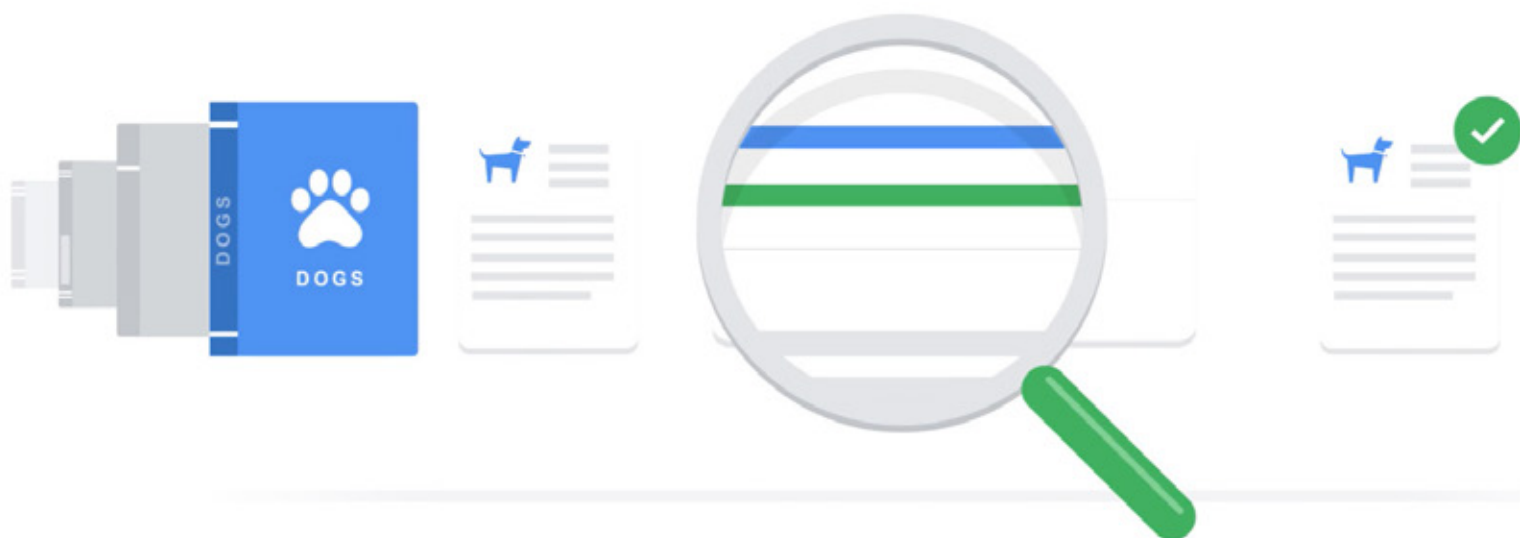
Millenials: **56%** recorrem aos motores de busca para aceder aos meios de comunicação para ler notícias relevantes sobre a atualidade; **42%** encontrar informação que facilite as tarefas do dia-a-dia (por ex., tutoriais, receitas, meteorologia, etc)

Geração X: **62%** usam os motores de busca para aceder aos meios de comunicação e para ler notícias relevantes sobre a atualidade; **52%** para ter informação sobre produtos e serviços antes de comprar.

Baby Boomers: **64%** usam os motores de busca para aceder aos meios de comunicação e para ler notícias relevantes sobre a atualidade; **45%** para ter informação sobre produtos e serviços antes de comprar.

Curiosidade:

Se os Baby Boomers são a geração que mais pesquisa sobre atividades de lazer (restaurantes, estadias e viagens), a Geração Z é a que procura mais informação para entretenimento. Ao nível do desempenho profissional, é a Geração X e os Millenials os que procuram mais.



Agilidade na pesquisa

A maioria dos portugueses (58%) não conhece truques para otimizar a sua pesquisa nos motores de busca.

Os Baby Boomers são a geração que mais desconhece estas dicas (72%), seguindo-se a Geração X (61%), enquanto a Geração Z e os Millenials são as únicas faixas etárias a manifestarem mais conhecimento do que desconhecimento destes truques e dicas: 58% e 57% revelam que sabem como otimizar a sua pesquisa, respetivamente.

Dos inquiridos que afirmaram conhecer truques de otimização de pesquisa.

77% realizam pesquisa específica por categorias (imagens, vídeos, notícias...);

39% utilizam as aspas (“”) para procurar frases ou termos específicos;

32% pesquisam em períodos de tempo específicos (qualquer altura, últimas 24 horas, última hora).

Mas quais os truques menos conhecidos pelos utilizadores? Apenas 4% pesquisam por sinónimos (recorrendo ao “~”); 9% pesquisam por combinação (recorrendo ao “or”); 10% pesquisam em sites relacionados (recorrendo ao “related:”); e 11% por eliminação das palavras que não são relevantes (recorrendo ao “-“).

Isto mostra-nos que a maioria dos portugueses não conhece as utilidades dos operadores de pesquisa para refinar a busca na web.

Portugueses querem tornar a sua pesquisa mais eficiente

Na verdade, quase metade dos utilizadores (48%) considera que sabe bastante como utilizar os motores de busca, mas que gostaria de aprender novos truques para tornar a sua pesquisa mais eficiente. Por outro lado, apenas 8% se consideram um especialista na pesquisa online.

Entre gerações, a Geração Z é a que se considera mais especialista na pesquisa (21%), enquanto os Baby Boomers e a Geração X são os mais pragmáticos em relação à utilização dos motores de busca: 44% e 41% consideram que sabem o suficiente para aquilo que fazem no dia-a-dia, respetivamente.

A maioria dos utilizadores (48%) encontra a informação de que precisa em poucos segundos

Os Baby Boomers são os que tardam mais em chegar à informação que procuram: 44% demoram poucos minutos, face a 36% que tardam poucos segundos. De resto, não se encontram diferenças significativas na rapidez de pesquisa entre as Gerações X, Millenials e Z.



Para mais informação sobre este estudo, por favor contactar:

agil@llorentycuenca.com
+351 916 854 757

braposo@llorentycuenca.com
+351 915 169 575

LLYC
llorentycuenca.com