

ZA4534

**Flash Eurobarometer 186
Business attitudes towards cross-border sales and
consumer protection**

**Country Specific Questionnaire
Portugal**

FL186

Final Questionnaire for Flash Eurobarometer 2006: B2C Cross Border Trade

INTRODUCTION / RESPONDENT SELECTION / SCHEDULING

Olá / Boa tarde / Boa noite, o meu nome é _____ e trabalho para a CONSULMARK. Estamos a conduzir uma sondagem de opinião para a Comissão Europeia junto de responsáveis empresariais. A entrevista tem a duração de 10 minutos.

ENTREVISTADOR: SE O NOME FOR DADO NO CAMPO "FACULTADO PELA EMPRESA" USE ESTE NOME, CASO CONTRÁRIO, SELECIONE O NOME APROPRIADO A PARTIR DOS NOMES DADOS NO CAMPO "AMOSTRA ORIGINAL".

Posso falar com [NOME], por favor?

SE NÃO EXISTIR O NOME NA AMOSTRA, ENTREVISTADOR LER

Por favor, posso falar com a pessoa responsável pelas decisões na sua empresa, que é ao mesmo tempo a pessoa que é responsável pelas vendas OU pelas decisões de Marketing da empresa, incluindo os aspectos legais?

ENTREVISTADOR: SE A PESSOA A CONTACTAR NÃO CONSTAR DA AMOSTRA, PROCURAR FALAR COM O PRINCIPAL RESPONSÁVEL PELAS DECISÕES! ESTES SÃO: O DIRECTOR GERAL, O DIRECTOR DE MARKETING OU OUTRO CHEFE RESPONSÁVEL PELAS VENDAS, INCLUINDO ASPECTOS LEGAIS).

00 - Entrevistado adequado ao telefone SKIP SC1
01 - Responsável disponível SKIP SC1

Voltar a telefonar: -----

02 - Marcar hora para voltar a telefonar (use este código sempre que não conseguir falar com o responsável, por ex., só conseguiu falar com a secretária, com a recepção, com um colega, etc., ou não conseguiu certificar-se acerca da disponibilidade e/ou competência da pessoa)

03 - Entrevistado não disponível no momento ou mais tarde, outro possível entrevistado adequado

04 - Pessoa não é indicada

05 - Recusa da secretária/recepcionista. - RECUSA RECUPERÁVEL

Não voltar a telefonar: -----

06 - A pessoa não está disponível durante o trabalho de campo, nenhuma outra pessoa está disponível

07 - Recusa do entrevistado - RECUSA DEFINITIVA

08 - Barreira linguística

09 - Não consegue obter nome e endereço do responsável

10 - A empresa está em liquidação.

IF SC0=1

LER QUANDO ESTIVER A FALAR COM O RESPONSÁVEL, SE ESTE NÃO FOR A PRIMEIRA PESSOA COM QUEM FALOU:

Olá / Boa tarde / Boa noite, o meu nome é _____ e trabalho para a CONSULMARK. Estamos a conduzir uma sondagem de opinião para a Comissão Europeia junto de responsáveis empresariais. A entrevista tem a duração de 10 minutos.

(LER A TODOS EM VOZ ALTA)

SC1. Este inquérito é parte de um estudo conduzido na UE em que se recolhe a opinião dos decisores nas empresas sobre actividades de retalho destinadas aos consumidores além fronteiras, e mais especificamente sobre a legislação relativa a contratos com os consumidores e o seu papel no retalho além fronteiras. O inquérito não lhe tomará mais do que 10 minutos a completar. A confidencialidade das suas respostas será respeitada. Pode-me ajudar com as suas respostas?

01 - Concorda, começar agora a entrevista

02 - Concorda, começar a entrevista noutra altura

Voltar a telefonar:-----

03 - Entrevistado não disponível no momento ou mais tarde, outro possível entrevistado adequado

(Ecran de nomes)

04 - A pessoa não é indicada para aqueles assuntos (Ecran de nomes)

Não voltar a telefonar:-----

04 - A pessoa não está disponível durante o trabalho de campo, nenhuma outra pessoa está disponível

05 - Recusa do entrevistado

06 - Barreira linguística

07 - Não consegue obter nome e endereço do responsável

08 - A empresa está em liquidação.

SC3. Qual é a sua posição nesta empresa?

1 - Director de serviço, director geral, etc.

2 - Director de Marketing

3 - Principal consultor legal

4 - outro responsável pelas decisões de vendas da empresa

GRELHA DE MARCAÇÃO SE ESTIVER A FALAR COM UM ENTREVISTADO ELEGÍVEL

Pode dar-me, por favor, o número de telefone, para onde quer que lhe volte a ligar?

Número de telefone: _____

Pode dizer-me o seu nome, por favor?: _____

E a sua posição na empresa, é?: _____

A que horas prefere que lhe volte a telefonar? (AAMMDDHHMM)

Muito obrigada pela sua colaboração, voltaremos a entrar em contacto consigo tal como combinado.

INTRO FOR THE NEXT CALL BACK

Olá / Boa tarde / Boa noite, o meu nome é _____ e trabalho para a CONSULMARK. Da última vez que lhe telefonei sugeri que lhe voltasse a telefonar a esta hora para realizar uma sondagem de opinião para a Comissão Europeia entre responsáveis empresariais. Podemos começar a entrevista?

1 - sim

2- remarcar

GRELHA DE MARCAÇÃO Se não for possível falar com um entrevistado elegível

Pode dar-me o nome da pessoa responsável, por favor?: _____

E posição dele/dela na empresa é? _____

Pode dar-me o número de telefone para o qual eu possa voltar a telefonar para essa pessoa, por favor?

Número de telefone: _____

A que horas deverei ligar para falar com o responsável pelas decisões? (AAMMDDHHMM)

DADOS DE CARACTERIZAÇÃO/ SCREENERS

D1. Começemos com algumas questões básicas relativas à sua empresa. Quantos empregados tem a sua empresa?

- Menos de 100
- 10-491
- 50-2492
- 250-4993
- 500 ou mais4
- [NS/NR]9

SE MENOS DE 10 AGRADECER E TERMINAR

D2. A sua companhia vende directamente aos consumidores finais, ou seja ao público em geral?

- sim1
- não2
- [NS/NR]9

SE NÃO "SIM" AGRADECER E TERMINAR

D3. A sua empresa é: ...

(LER EM VOZ ALTA – UMA RESPOSTA APENAS)

- Uma empresa independente 1
- A empresa mãe de um grupo multinacional 2
- Um membro de um grupo multinacional, licenciado pela empresa mãe para vender aos consumidores que vivem em outros países da UE 3
- Um membro de um grupo multinacional, NÃO licenciado pela empresa mãe para vender a consumidores que vivem em outros países da UE 4
- [NS/NR] 9

SE Q1 = 4, AGRADECER E TERMINAR

D4. Incluindo Portugal, em quantos países da UE tem subsidiárias ou retalhistas?

- ESCREVA AQUI:países (1 - 25)
- [NS/NR] 99

D5. NÃO É PARA PERGUNTAR, REGISTRAR DA BASE DE DADOS
Código NACE da principal actividade da empresa

D6. NÃO É PARA PERGUNTAR, REGISTRAR DA BASE DE DADOS
Região NUTS da empresa (NUTS nível 2)

ENTREVISTA PRINCIPAL

Q1. Utiliza alguns dos seguintes canais de vendas a retalho?

(RESPOSTAS MÚLTIPLAS)

- sim..... 1
- não 2
- [NS/NR]..... 9

- a) e-commerce/ Internet 1 2 9
- b) encomenda pelo correio 1 2 9
- c) Tele-vendas/ call-center 1 2 9
- d) Vendas através de representantes que visitam os consumidores em casa. 1 2 9
- e) Venda a retalho directa (i.e. lojas)..... 1 2 9

- NEW, 3 QU -

Q2. Incluindo Portugal, para quantos países da UE comercializa activamente /faz publicidade activa junto dos consumidores finais?

(LER EM VOZ ALTA- UMA RESPOSTA APENAS)

- ESCREVA AQUIpaíses (1 - 25)
- [NS/NR]..... 99

- 1 QU -

Q3. Consegue estimar que percentagem do seu orçamento total de marketing e publicidade é utilizada para encorajar os consumidores de outros países da UE a comprar à sua empresa? A compra pode ser pelo telefone, correio, e-commerce, visitas em casa ou até através de visitas ao seu país.

SE D4 > 0

Consegue estimar que percentagem do seu orçamento total de marketing e publicidade é utilizada para encorajar os consumidores de outros países da UE, a comprar à sua empresa quando esta não tem lojas lá? A compra pode ser pelo telefone, correio, e-commerce, visitas em casa ou até através de visitas ao seu país.

-%
- [NÃO APLICÁVEL]..... 998
- [NS/NR]..... 999

- 1 QU -

PERGUNTAR SE Q1 e) = 1

Q4. Das suas VENDAS A RETALHO EM LOJAS, consegue estimar a percentagem das que são feitas a consumidores que vivem noutros países da UE, que estão em férias ou numa visita para compras?

-%
- [NÃO APLICÁVEL - Não faz vendas a retalho em lojas]..... 998
- [NS/NR]..... 999

- 1 QU -

Q5. Em quantos idiomas da UE está actualmente preparado para realizar transacções com os consumidores?

(LER EM VOZ ALTA– UMA RESPOSTA APENAS)

- na língua portuguesa apenas.....	01
- ESCREVA AQUI:idiomas (02 -98)	
- [NS/NR].....	99

- 1 QU -

I VENDAS ALÉM-FRONTEIRAS (VENDAS CROSS BORDER)

Na nossa definição, uma venda além-fronteiras (venda cross-border) é uma venda por telefone, correio, e-commerce ou por uma visita a casa ao consumidor final (i.e público em geral) residente num país da União Europeia diferente do da empresa vendedora. A origem do produto vendido não é relevante. O que importa é que o cliente final resida num país da UE diferente do da empresa vendedora quando a transacção ocorre. Vendas em lojas a pessoas de outro países UE, que estão de férias ou numa visita para compras não devem ser consideradas como vendas além-fronteiras (vendas cross-border).

- 0,5 QU -

Q6. Em quantos países da UE faz actualmente vendas além-fronteiras (vendas cross-border) a consumidores finais?

(LER EM VOZ ALTA- UMA RESPOSTA APENAS)

- Vendo apenas para os consumidores em Portugal..... 00
- ESCREVA AQUI:países (01 - 24)
- [NS/NR]..... 99

- 1 QU -

Q7. Diria que a internet e o e-commerce tornaram as vendas além-fronteiras (vendas cross-border) aos consumidores finais, mais interessantes para a sua empresa?

- sim, muito mais interessantes 1
- sim, relativamente mais interessantes 2
- não têm impacte..... 3
- não, tornou-as menos interessantes 4
- [NS/NR]..... 9

- 1 QU -

RODAR Q8-Q11

PERGUNTAR SE Q1 a) = 1 & (Q6 > 0 & Q6 < 99).

Q8. Do seu total de vendas E-COMMERCE/INTERNET, consegue estimar a percentagem relativa a consumidores que vivem em outros países da UE?

-%
- [NÃO APLICÁVEL - Não vendas por internet]..... 998
- [NS/NR]..... 999

- 1 QU -

PERGUNTAR SE Q1 b) OR c) = 1 & (Q6 > 0 & Q6 < 99)

Q9. Do seu total de vendas por ENCOMENDA DE CORREIO ou VENDAS POR TELEFONE, consegue estimar a percentagem correspondente a consumidores que vivem em outros países da UE?

-%
- [NÃO APLICÁVEL - Não faz vendas por encomenda de correio ou tele-vendas] 998
- [NS/NR]..... 999

- 1 QU -

PERGUNTAR SE Q1 d) = 1 & (Q6 > 0 & Q6 < 99)

Q10. Do total de vendas feitas pelos seus REPRESENTANTES que visitam os consumidores em casa, consegue estimar a percentagem conseguida pelos seus representantes que visitam os consumidores noutros países da UE?

-%

- [NÃO APLICÁVEL - Não faz vendas através de representantes]998

- [NS/NR]..... 999

- 1 QU -

PERGUNTAR SE Q1 a) OR b) OR c) OR d) = 1 & (Q6 > 0 & Q6 < 99)

Q11. Agora, em resumo, consegue estimar que percentagem do seu total de vendas a consumidores finais por telefone, correio, e-commerce e visitas a casa, são vendas além-fronteiras (vendas cross-border) a países da UE?

-%

- [NÃO APLICÁVEL - Não faz vendas à distância a consumidores localizados num país diferente]

..... 998

- [NS/NR]..... 999

- 1 QU -

PERGUNTAR SE Q1 a) OR b) OR c) OR d) = 1

Q12. E consegue estimar que percentagem do seu total de vendas a consumidores finais por telefone, e-commerce e visitas em casa, são vendas além-fronteiras (vendas cross-border) a países não pertencentes à UE?

-%

- [NÃO APLICÁVEL - Não faz vendas à distância a consumidores localizados fora da UE]

..... 998

- [NS/NR]..... 999

- 1 QU -

II. OBSTÁCULOS AO COMÉRCIO ALÉM-FRONTEIRAS (CROSS BORDER) DA EMPRESA AO CONSUMIDOR

Q13.

[SE Q6=0 LER]

Declarou anteriormente que vende apenas a consumidores portugueses. Gostaria agora de lhe pedir a sua opinião sobre problemas que o sr(a), como empresário(a), pode enfrentar se comercializar ou vender além- fronteiras (cross border).

[SE Q6>1 & Q6< 99 LER]

Baseando-se na sua experiência em vendas ou comercialização além-fronteiras (vendas cross-border), gostaria de saber a sua opinião sobre a importância de algumas diferenças legais, no que respeita à protecção dos consumidores na UE.

[LER TODAS]

Se vender a consumidores que vivem noutros países da UE pelo telefone, correio, e-commerce ou visitas em casa, tem que respeitar certas condições legais que regulam as transacções dos consumidores, no país respectivo. Essas condições podem ser diferentes da legislação portuguesa e podem gerar custos extra de conformidade, incluindo custos relativos ao recurso a aconselhamento legal relevante, modificação do material comercializado ou de contratos, ou no caso de não haver conformidade, possíveis custos de litígio.

Vou agora apresentar-lhe algumas dessas diferenças legais. Até que ponto acha que elas podem ser vistas como um obstáculo às vendas além-fronteiras (vendas cross-border)? Para evitar mal-entendidos, vou dar-lhe explicações para cada um destes factores.

(LER EM VOZ ALTA– UMA RESPOSTA APENAS – RODAR A-G)

- Um obstáculo muito importante1
- Um obstáculo bastante importante2
- Um obstáculo pouco importante3
- Um obstáculo não importante de todo4
- [Nenhum interesse em fazer vendas além-fronteiras (vendas cross-border)] 8
- [NS/NR].....9

A – Diferenças nos prazos de validade

..... 1 2 3 4 9

Quando vende bens aos consumidores por telefone, correio, e-commerce ou em casa, o consumidor tem o direito de mudar de ideias e desistir do contrato, dentro de um certo período de tempo. Em alguns países os consumidores dispõem de um prazo mais longo do que outros para devolverem as mercadorias, podendo ir de sete (7) dias úteis a catorze (14) dias de calendário.

B – Diferenças na informação que deve ser fornecida ao consumidor

..... 1 2 3 4 9

Quando vende aos consumidores por telefone, correio, e-commerce ou em casa, tem que fornecer ao consumidor determinada informação previamente ao contrato ou no momento da sua conclusão. O conteúdo, (p.e, dar sempre o seu endereço) o prazo e a estrutura da informação poderão ter de ser alteradas por si de acordo com o país do consumidor.

C – Diferenças no caso de falhas em fornecer informação

..... 1 2 3 4 9

As consequências que pode enfrentar por não actuar em conformidade com as exigências de informação são reguladas de forma diferente nos vários países da UE. Em alguns países o consumidor pode ter soluções contratuais (p.e, podem terminar o contrato consigo), enquanto que noutros países da UE os consumidores podem não ter esses direitos.

D – Diferenças no modo como os consumidores podem exercer os seus direitos de rescisão

..... 1 2 3 4 9

Em alguns países, os consumidores podem escolher uma forma de o notificar (p.e, mandando um email ou simplesmente devolvendo a mercadoria), enquanto que noutros países eles são obrigados a utilizar um determinado procedimento, tal como correio registado.

E– Diferenças no tratamento dos custos de devolução

..... 1 2 3 4 9

Dependendo do país, pode estar autorizado a exigir aos consumidores que paguem alguns custos derivados de cancelamentos (p.e. os custos de devolução de mercadorias) enquanto que noutros países isso não acontece.

F – Diferenças na definição da entrega

..... 1 2 3 4 9

Dependendo do país, a mercadoria é considerada como tendo sido entregue aos consumidores em diferentes momentos (p.e, quando é entregue em mão ao consumidor ou quando está disponível na empresa que vende). Estas diferenças podem ter consequências para si no sentido de determinar quem deverá suportar a responsabilidade de deterioração ou estragos da mercadoria.

G – As diferenças entre os Estados Membros quanto a legislação relativamente a mercadorias não está em conformidade com o contrato feito com o consumidor

..... 1 2 3 4 9

Por exemplo, os consumidores em alguns países da UE têm mais tempo do que noutros para exigir concertos, substituições ou reduções de preços de mercadoria que não esteja em conformidade.

- 3.5 QU + 7 X 0,5 QU for the explanations: 8 QU –

Q14. De um modo geral, como avalia os possíveis custos extra de conformidade em vendas além-fronteiras (vendas cross-border), derivados das diferentes legislações nacionais que regulam as transacções com consumidores noutros países da UE?

(LER EM VOZ ALTA– UMA RESPOSTA APENAS)

- Muito elevados 4
- Bastante elevados..... 3
- Bastante baixos..... 2
- Negligíveis..... 1
- [NS/NR]..... 9

- 1 QU -

Q15.

[SE Q6=0

Gostaria de lhe perguntar agora a sua opinião sobre outros obstáculos, que o sr(a) como empresário(a), poderá enfrentar ao comercializar ou vender além-fronteiras (cross-border) na UE.]

[SE Q6>=1

Com base na sua experiência de vendas ou comercialização além- fronteiras (cross border), gostaria de saber qual a sua opinião quanto à importância de alguns outros obstáculos práticos

Por favor diga-me até que ponto considera importantes estes obstáculos para as vendas além-fronteiras (vendas cross-border).

(LER EM VOZ ALTA– UMA RESPOSTA POR LINHA APENAS)

- Muito importante1
 - Bastante importante.....2
 - Pouco importante.....3
 - Nada importante de todo4
 - [Nenhum interesse em fazer vendas além-fronteiras (vendas cross-border)] 8
 - [NS/NR].....9
- a) Custos extra de conformidade com diferentes regulações fiscais
nacionais (IVA , etc.)..... 1 2 3 4 9
- b) Custos extra de conformidade, em termos de legislação nacional
diferente na regulação de transacções com consumidores 1 2 3 4 9
- c) Custos extra derivados da entrega além-fronteiras (cross border) 1 2 3 4 9
- d) Maior dificuldade em solucionar reclamações e conflitos além-fronteiras
(cross-border) 1 2 3 4 9
- e) Risco mais elevado de fraude e de não pagamentos em vendas além-
fronteiras (vendas cross-border) 1 2 3 4 9
- f) Maior dificuldade em assegurar um serviço pós-venda eficiente 1 2 3 4 9
- g) Custos derivados de diferenças de idioma 1 2 3 4 9

- 4 QU -

III. MEDIDAS PARA FACILITAR O NEGÓCIO ALÉM-FRONTEIRAS (CROSS BORDER) ENTRE A EMPRESA E O CONSUMIDOR

Q16 Se as condições legais que regulam as transações com os consumidores fossem as mesmas em todos os 25 estados membros da UE, pensa que...

(LER EM VOZ ALTA– UMA RESPOSTA POR LINHA APENAS)

- Aumentar muito..... 4
- Aumentar um pouco.....3
- Diminuir um pouco2
- Diminuir muito1
- [Não iria mudar]8
- [NS/NR].....9

A. A proporção das suas vendas além-fronteiras (vendas cross-border) iria 1 2 3 4 9

B. A proporção das suas vendas por internet iria..... 1 2 3 4 9

C. A proporção do seu orçamento de marketing para vendas além-fronteiras (vendas cross-border) iria 1 2 3 4 9

- 2 QU –

Q17 Para quantos países da UE está preparado para fazer vendas além- fronteiras (vendas cross-border) a consumidores finais?

(LER EM VOZ ALTA– UMA RESPOSTA APENAS)

- nenhum, só estou preparado para vender a consumidores em Portugal..... 1
- um país 2
- dois a três países da UE 3
- quatro a dez países da UE..... 4
- mais do que dez países da UE 5
- [NS/NR]..... 9

- 1 QU –

Q18 Sabe onde pode encontrar informação relevante sobre o regulamento da protecção dos consumidores noutros países da UE?

(LER EM VOZ ALTA – UMA RESPOSTA APENAS)

- sim..... 1
- não 2
- [Centro Europeu do Consumidor]..... 7
- [Centro de Informação Euro] 8
- [NS/NR]..... 9

- 1QU –

Q19 Vou agora colocar-lhe uma questão acerca de litígios com os consumidores em Portugal, independentemente de se tratar de uma situação de vendas além-fronteiras (vendas cross-border) ou normais. Já utilizou os mecanismos da Resolução Alternativa de Litígios (i.e, árbitros, funcionários que tratam das reclamações do público, órgãos de conciliação, outros órgãos de resolução de litígios fora dos tribunais) para resolver litígios com os consumidores?

(LER EM VOZ ALTA – UMA RESPOSTA APENAS)

- Não, e não conheço nenhum desses mecanismos 1
- Não, mas conheço alguns mecanismos de
resolução de litígios fora dos tribunais 2
- Sim, já usei mecanismos de resolução de litígios fora dos tribunais 3
- Sim, uso regularmente esses mecanismos 4
- [NS/NR] 9

- 1QU -