

**ZA3683**

**Flash Eurobarometer 128**

**(Special Target: Cross-Border Commerce)**

**Questionnaire**

**Portugal**



<D2> D2. Em quantos paises da Uniao Europeia (exceptuando Portugal) dispoe de pontos de venda ou filiais ?  
 ENTREV: SE NS/NR : -----> FAZER F11+D

+-----+

<D3> D3. Diria que a sua empresa e:  
 Uma empresa independente..... 1  
 A Casa Mae de um grupo multinacional..... 2  
 Membro de um grupo multinacional, autorizado pela Casa Mae a vender ~ 3  
 Membro de um grupo multinacional, nao autorizado pela Casa Mae a..... 4

Neste estudo, gostariamos de analisar as vossas vendas e/ou publicidade alem fronteiras. Estas vendas e publicidade referem-se a individuos que residam em outros paises da Uniao Europeia.

Neste estudo, gostariamos de saber das vossas vendas e/ou publicidade alem fronteiras de todos os membros do vosso grupo. Uma venda alem fronteiras e uma venda a um consumidor que vive noutro pais da Uniao Europeia diferente do membro do vosso grupo que realiza a venda. A publicidade alem fronteiras e a publicidade que visa encorajar este tipo de venda.

Nas minhas primeiras questoes, vou-lhe pedir a sua opiniao sobre as dificuldades que pode encontrar nas suas vendas e publicidade dentro da Uniao Europeia e as suas futuras expectativas.

Para comecar, diria que a sua empresa se interessa mais por encorajar as vendas alem fronteiras ...

<Q11\_1> Q1. a) desde o desenvolvimento da internet e o e-comercio dentro da Uniao Europeia  
 Sim..... 1  
 Nao..... 2  
 (NS/NR)..... 3

<Q12\_1> Q1. b) desde a introducao das notas e moedas em Euros nos 12 paises da Uniao Europeia  
 Sim..... 1  
 Nao..... 2  
 (NS/NR)..... 3

Determinados factores podem ainda ter-lhe causado particulares dificuldades no desenvolvimento das suas vendas e publicidade por toda a Uniao Europeia

<Q21\_1> Q2. Por exemplo:  
 a) A diferenca das linguas  
 diria que essa dificuldade e  
 Muito importante..... 1  
 Importante..... 2  
 Pouco importante, ou..... 3  
 nada importante para o desenvolvimento das vendas e publicidade alem- 4  
 (NS/NR)..... 5

<Q22\_1> Q2. Por exemplo:  
 b) As diferentes moedas que circulam fora da Zona Euro, na Dinamarca, Suecia, e Reino Unido  
 diria que essa dificuldade e  
 Muito importante..... 1  
 Importante..... 2  
 Pouco importante, ou..... 3  
 nada importante para o desenvolvimento das vendas e publicidade alem- 4  
 (NS/NR)..... 5

<Q23\_1> Q2. Por exemplo:  
 c) Os diferentes regulamentos nacionais sobre praticas comerciais, a publicidade e outras regras sobre a proteccao dos consumidores que e necessario conciliar  
 diria que essa dificuldade e  
 Muito importante..... 1  
 Importante..... 2  
 Pouco importante, ou..... 3  
 nada importante para o desenvolvimento das vendas e publicidade alem- 4  
 (NS/NR)..... 5

<Q24_1>	Q2. Por exemplo: d) Os diferentes regulamentos nacionais fiscais do IVA e outros que e necessario conciliar	
	diria que essa dificuldade e	
	Muito importante.....	1
	Importante.....	2
	Pouco importante, ou.....	3
	nada importante para o desenvolvimento das vendas e publicidade alem- (NS/NR).....	4 5
<Q25_1>	Q2. Por exemplo: e) Os riscos mais elevados de fraude e dividas nas suas vendas alem fronteiras	
	diria que essa dificuldade e	
	Muito importante.....	1
	Importante.....	2
	Pouco importante, ou.....	3
	nada importante para o desenvolvimento das vendas e publicidade alem- (NS/NR).....	4 5
<Q26_1>	Q2. Por exemplo: f) Maiores dificuldades em resolver as queixas e conflitos no alem fronteiras	
	diria que essa dificuldade e	
	Muito importante.....	1
	Importante.....	2
	Pouco importante, ou.....	3
	nada importante para o desenvolvimento das vendas e publicidade alem- (NS/NR).....	4 5
<Q27_1>	Q2. Por exemplo: g) maiores dificuldades em assegurar um eficiente servico de pos-venda alem fronteiras	
	diria que essa dificuldade e	
	Muito importante.....	1
	Importante.....	2
	Pouco importante, ou.....	3
	nada importante para o desenvolvimento das vendas e publicidade alem- (NS/NR).....	4 5

Q3. Certas medidas poderao facilitar o desenvolvimento das suas vendas e/ou publicidade por toda a Uniao Europeia
---

<Q31_1>	Q3. Por exemplo: a) Uma melhor informacao das empresas sobre todos os regulamentos relacionados com a protecao do consumidor nos outros paises da Uniao Europeia	
	diria que essas medidas serao:...	
	Mais eficientes	
	Eficientes	
	Pouco eficientes	
	Nada eficientes	
	para facilitar as vendas e publicidade alem fronteiras dentro da Uniao Europeia	
	Mais eficientes.....	1
	Eficientes.....	2
	Pouco eficientes.....	3
	Nada eficientes.....	4
	(Nao sabe/Nao responde).....	5
<Q32_1>	Q3. Por exemplo: b) A passagem ao Euro das ultimas moedas nacionais que subsistem: na Dinamarca, Suecia e no Reino Unido	
	diria que essas medidas serao:...	
	Mais eficientes	
	Eficientes	
	Pouco eficientes	
	Nada eficientes	
	para facilitar as vendas e publicidade alem fronteiras dentro da Uniao Europeia	
	Mais eficientes.....	1
	Eficientes.....	2
	Pouco eficientes.....	3
	Nada eficientes.....	4
	(Nao sabe/Nao responde).....	5
<Q33_1>	Q3. Por exemplo: c) Criacao de servicos de arbitragem e conciliacao independentes, competentes para lidar com as queixas e disputas alem-fronteiras	
	diria que essas medidas serao:...	
	Mais eficientes	
	Eficientes	
	Pouco eficientes	
	Nada eficientes	
	para facilitar as vendas e publicidade alem fronteiras dentro da Uniao Europeia	
	Mais eficientes.....	1
	Eficientes.....	2
	Pouco eficientes.....	3
	Nada eficientes.....	4
	(Nao sabe/Nao responde).....	5

<Q34\_1> Q3. Por exemplo:  
d) Adesao a um codigo Europeu de boa conduta que permita adequar-se aos diferentes regulamentos nacionais na proteccao do consumidor

diria que essas medidas serao:...

Mais eficientes  
Eficientes  
Pouco eficientes  
Nada eficientes

para facilitar as vendas e publicidade alem fronteiras dentro da Uniao Europeia

Mais eficientes.....	1
Eficientes.....	2
Pouco eficientes.....	3
Nada eficientes.....	4
(Nao sabe/Nao responde).....	5

<Q35\_1> Q3. Por exemplo:  
e) Harmonizacao dos regulamentos nacionais sobre a publicidade, praticas comerciais e outros regulamentos da proteccao do consumidor

diria que essas medidas serao:...

Mais eficientes  
Eficientes  
Pouco eficientes  
Nada eficientes

para facilitar as vendas e publicidade alem fronteiras dentro da Uniao Europeia

Mais eficientes.....	1
Eficientes.....	2
Pouco eficientes.....	3
Nada eficientes.....	4
(Nao sabe/Nao responde).....	5

Vejamos agora algumas vendas alem fronteiras nos ultimos 12 meses, em relacao aos individuos residentes noutros paises da Uniao Europeia

Vejamos agora as suas vendas alem fronteiras nos ultimos 12 meses.  
Uma venda alem fronteiras e uma venda a um consumidor que vive noutro pais da Uniao Europeia diferente do membro do vosso grupo que realiza a venda.

<Q4> Q4. Das suas VENDAS feitas por INTERNET para consumidores da Uniao Europeia, consegue estimar uma percentagem das vendas alem fronteiras ?

Para ter uma ideia de grandeza, era :  
nenhuma ? /cerca de 1% ? /... de 2% ? /... de 3% ? /... de 5% ? /... de 10% ? /... de 15% ? /... de 20% ? /... de 25% ? / etc ...

ENTREV: SUGERIR AO RESPONDENTE PARA ESTIMAR A PERCENTAGEM, MESMO QUE MUITO APROXIMADAMENTE E CODIFICA--LA POR BAIXO

SE NAO TEVE VENDAS POR INTERNET: -----> CODIFICAR 888 SE NS/NR : -----> FAZER F11+D

+---+---+

<Q5> Q5. Para as suas VENDAS POR CORRESPONDENCIA ou TELEVENDAS a consumidores da UE, consegue estimar a percentagem de vendas alem fronteiras.

Para ter uma ideia de grandeza, era :  
nenhuma ? /cerca de 1% ? /... de 2% ? /... de 3% ? /... de 5% ? /... de 10% ? /... de 15% ? /... de 20% ? /... de 25% ? / etc ...

ENTREV: SUGERIR AO RESPONDENTE PARA ESTIMAR A PERCENTAGEM, MESMO QUE MUITO APROXIMADAMENTE E CODIFICA--LA POR BAIXO

SE NAO TEVE VENDAS POR CORRESPONDENCIA OU TELEVENDAS: -----> CODIFICAR 888  
SE NS/NR : -----> FAZER F11+D

+---+---+

<Q6> Q6. E as vendas realizadas pelos seus REPRESENTANTES que visitam os consumidores, consegue estimar qual a percentagem das vendas alem fronteiras

Para ter uma ideia de grandeza, era :  
nenhuma ? /cerca de 1% ? /... de 2% ? /... de 3% ? /... de 5% ? /... de 10% ? /... de 15% ? /... de 20% ? /... de 25% ? / etc ...

ENTREV: SUGERIR AO RESPONDENTE PARA ESTIMAR A PERCENTAGEM, MESMO QUE MUITO APROXIMADAMENTE E CODIFICA--LA POR BAIXO

SE NAO TEVE VENDAS PELOS REPRESENTANTES DOS CONSUMIDORES: ----> CODIFICAR 888  
SE NS/NR : -----> FAZER F11+D

+---+---+

<Q7> Q7. Para as suas VENDAS A RETALHO NAS LOJAS, consegue estimar a percentagem de vendas alem fronteiras

Para ter uma ideia de grandeza, era :  
nenhuma ? /cerca de 1% ? /... de 2% ? /... de 3% ? /... de 5% ? /... de 10% ? /... de 15% ? /... de 20% ? /... de 25% ? / etc ...

ENTREV: SUGERIR AO RESPONDENTE PARA ESTIMAR A PERCENTAGEM, MESMO QUE MUITO APROXIMADAMENTE E CODIFICA--LA POR BAIXO

SE NAO TEVE VENDAS NAS LOJAS: ----> CODIFICAR 888 SE NS/NR : -----> FAZER F11+D

+-----+

<Q8> Q8. Agora, somando todas as vendas ao consumidor, consegue estimar a percentagem das suas vendas para o consumidor final que sao alem fronteiras ?

Para ter uma ideia de grandeza, era :  
nenhuma ? /cerca de 1% ? /... de 2% ? /... de 3% ? /... de 5% ? /... de 10% ? /... de 15% ?  
/... de 20% ? /... de 25% ? / etc ...

ENTREV: SUGERIR AO RESPONDENTE PARA ESTIMAR A PERCENTAGEM, MESMO QUE MUITO APROXIMADAMENTE E  
CODIFICA--LA POR BAIXO

SE NS/NR : -----> FAZER F11+D

+-----+

Falemos agora acerca das suas ACTIVIDADE DE MARKETING E PUBLICIDADE nos ultimos 12 meses.

<Q9> Q9. Qual a percentagem do seu budget total de marketing e publicidade que e destinado a encorajar as vendas alem fronteiras ?

Para ter uma ideia de grandeza, era :  
nenhuma ? /cerca de 1% ? /... de 2% ? /... de 3% ? /... de 5% ? /... de 10% ? /... de 15% ?  
/... de 20% ? /... de 25% ? / etc ...

ENTREV: SUGERIR AO RESPONDENTE PARA ESTIMAR A PERCENTAGEM, MESMO QUE MUITO APROXIMADAMENTE E  
CODIFICA--LA POR BAIXO

SE nao teve budget para vendas alem fronteiras: -----> CODIFICAR 0  
SE NS/NR : -----> FAZER F11+D

+-----+

<Q10> Q10. Imaginemos agora que todos os regulamentos sobre a publicidade, praticas comerciais e outros regulamentos da proteccao dos consumidores sejam completamente harmonizados nos 15 paises da Uniao Europeia.

Se fosse o caso, na sua opiniao, a parte do seu budget para marketing e publicidade destinado a encorajar as vendas alem fronteiras ...

ENTREVISTADOR: LER

- a) iria aumentar bastante..... 1
- b) iria aumentar um pouco..... 2
- c) nao iria alterar em nada..... 3
- d) iria diminuir um pouco..... 4
- e) iria diminuir bastante..... 5
- f) NS/NR..... 6

<Q11> Q11. E se os regulamentos sobre a proteccao do consumidor fossem completamente harmonizados nos 15 paises da UE, a parte de vendas alem fronteiras ...

ENTREVISTADOR: LER

- a) iria aumentar bastante..... 1
- b) iria aumentar um pouco..... 2
- c) nao iria alterar em nada..... 3
- d) iria diminuir um pouco..... 4
- e) iria diminuir bastante..... 5
- f) NS/NR..... 6

TERMINOU A ENTREVISTA

"Gostaria de repetir o meu nome que e ãN estou a falar do nro. da Euroteste, em Lisboa.  
Todas as suas respostas serao consideradas com estrita confidencialidade."

A EUROTESTE AGRADECE A ATENCAO QUE NOS DISPENSOU ...

ENTREV: Se quer voltar a tras ainda o pode fazer, BASTA FAZER F19, antes de fazer Return

Nota: Se desejar sair do estudo, digite F14 antes de fazer Return