



Para Marcas Extraordinárias.

CATEGORIA

Banca - Assistente Virtual

MARCA

Caixa Geral de Depósitos

outubro 2024

Relatório

Testes e Estudos de Mercado

2025 | 11ª Edição



Índice

- 01 A Metodologia
 - Resumo do Processo
 - As fases de avaliação
- 02 Classificação Global
 - A marca candidata
 - Outras marcas avaliadas
 - 2025 VS anos anteriores
- 03 Net Promoter Score
 - Cálculo do NPS
 - A marca candidata
 - 2025 Vs anos anteriores
- 04 A Marca candidata
 - Informação disponibilizada na Ficha de Candidatura
- 05 FASE 1 | Focus Group e Avaliação pelo Comité
 - Focus Group
 - Parecer do Comité
 - Mapa comparativo
- 06 FASE 2 | Testes de Experimentação
 - Caracterização dos testes
 - Caracterização da amostra
 - Questionário
 - Os resultados S.P.I.
 - Os resultados S.P.I. | Comparativo anos anteriores
 - Informação adicional
- 07 FASE 3 | Estudo de Mercado à Marca
 - Caracterização dos testes
 - Caracterização da amostra
 - Questionário
 - Benchmarking
 - Os resultados C.I.
 - Informação adicional
- 08 Conclusão



O PRÉMIO CINCO ESTRELAS

É um sistema de avaliação que mede o grau de satisfação que os produtos, os serviços e as marcas conferem aos seus utilizadores, dentro da respetiva categoria de consumo. Utiliza a metodologia mais completa e rigorosa do mercado, tendo como critérios de avaliação as principais variáveis de influenciam a decisão de compra dos consumidores.

CATEGORIA DE CONSUMO

São identificadas as marcas mais relevantes para o consumidor em cada categoria de consumo, sendo avaliados os principais *players* de mercado, no máximo de 5, para além das marcas que apresentem candidatura.

Na categoria Banca - Assistente Virtual, as marcas avaliadas foram: Caixa Geral de Depósitos, Bankinter, BPI, Millennium BCP e Banco Montepio.

METODOLOGIA

Para recolha de informação são utilizadas diferentes técnicas de testes e estudos de mercado, adaptados a cada categoria e implementados por empresas especializadas (Ipsos Apeme e Multidados).

Nas diferentes fases de testes e estudos são inquiridos consumidores-alvo distintos e complementares:

1. Focus Group e Comité de Avaliação

Realizados com consumidores | utilizadores da categoria.

O Comité de Avaliação, órgão composto por um grupo de especialistas em diferentes áreas do mercado, é responsável pela definição das características específicas (drivers de consumo) a avaliar em cada categoria.

2. Testes de Experimentação

Na categoria Banca - Assistente Virtual os testes realizados foram inquéritos de satisfação a clientes.

3. Estudos de mercado à marca

Um painel de consumidores com afinidade e representativo da população de consumidores-alvo da categoria avalia as marcas em análise.

NÚMERO DE CONSUMIDORES ENVOLVIDOS

Fase 1	Identificação dos drivers de consumo características específicas a avaliar	30
Fase 2	Testes de experimentação	282
Fase 3	Estudo de mercado à marca	1502
Total		1814



Relatório
Testes e Estudos
de Mercado 2025

CLASSIFICAÇÃO MÍNIMA EXIGIDA:
7/10 (com concorrência na categoria)
8/10 (sem concorrência na categoria)



Obterá o Prémio Cinco Estrelas apenas a marca que, para além de atingir a classificação mínima exigida, obtenha a classificação mais elevada na categoria.





1 Focus Group e Comité de Avaliação



2 Testes de Experimentação

Nesta fase avalia-se:



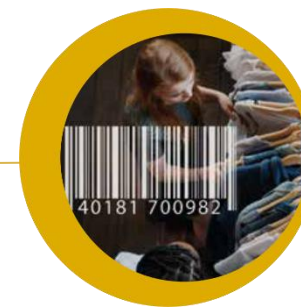
SATISFAÇÃO PELA EXPERIMENTAÇÃO



PREÇO-QUALIDADE



INTENÇÃO DE COMPRA | RECOMENDAÇÃO



3 Estudo de Mercado à Marca

Nesta fase avalia-se:



CONFIANÇA NA MARCA



INOVAÇÃO

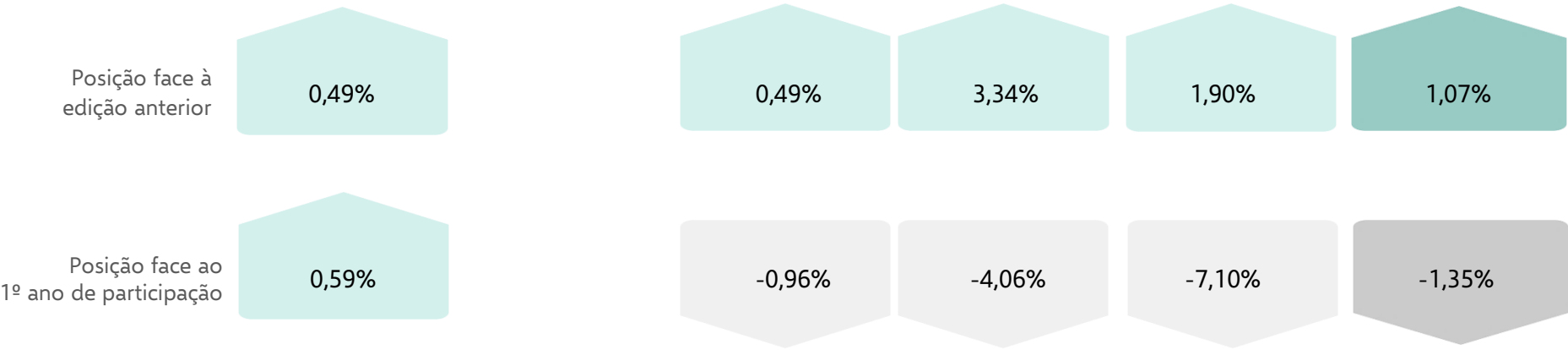
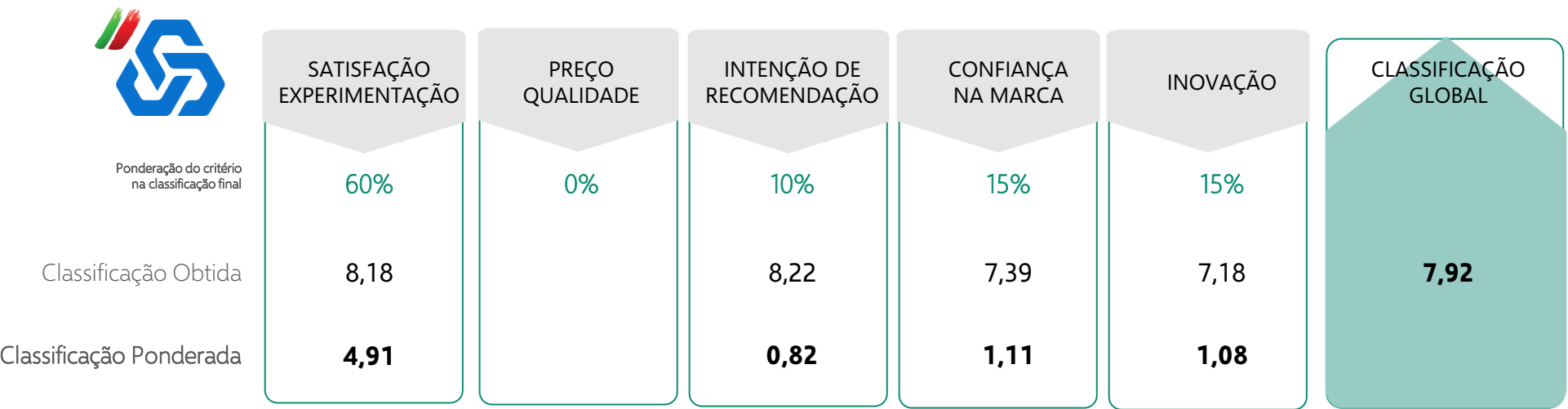


Relatório
Testes e Estudos
de Mercado 2025

02 Classificação Global

2025 | A marca candidata

1º CLASSIFICADO



02 Classificação Global

2025 | Outras marcas avaliadas

2º CLASSIFICADO

Millennium BCP	SATISFAÇÃO EXPERIMENTAÇÃO	PREÇO QUALIDADE	INTENÇÃO DE RECOMENDAÇÃO	CONFIANÇA NA MARCA	INOVAÇÃO	CLASSIFICAÇÃO GLOBAL
Ponderação do critério na classificação final	60%	0%	10%	15%	15%	
Classificação Obtida	8,18		8,12	6,91	6,80	7,78
Classificação Ponderada	4,91		0,81	1,04	1,02	



Posição face ao
2º classificado

0,00%



Relatório
Testes e Estudos
de Mercado 2025

02 Classificação Global

Outras marcas avaliadas

	SATISFAÇÃO EXPERIMENTAÇÃO	PREÇO QUALIDADE	INTENÇÃO DE RECOMENDAÇÃO	CONFIANÇA NA MARCA	INOVAÇÃO	CLASSIFICAÇÃO GLOBAL
Ponderação do critério na classificação final	60%	0%	10%	15%	15%	
BPI						
Classificação Obtida	8,16		8,04	6,81	6,70	7,72
Classificação Ponderada	4,89		0,80	1,02	1,01	
Banco Montepio						
Classificação Obtida	8,12		8,00	6,67	6,61	7,66
Classificação Ponderada	4,87		0,80	1,00	0,99	
Bankinter						
Classificação Obtida	8,06		7,84	6,41	6,31	7,53
Classificação Ponderada	4,84		0,78	0,96	0,95	

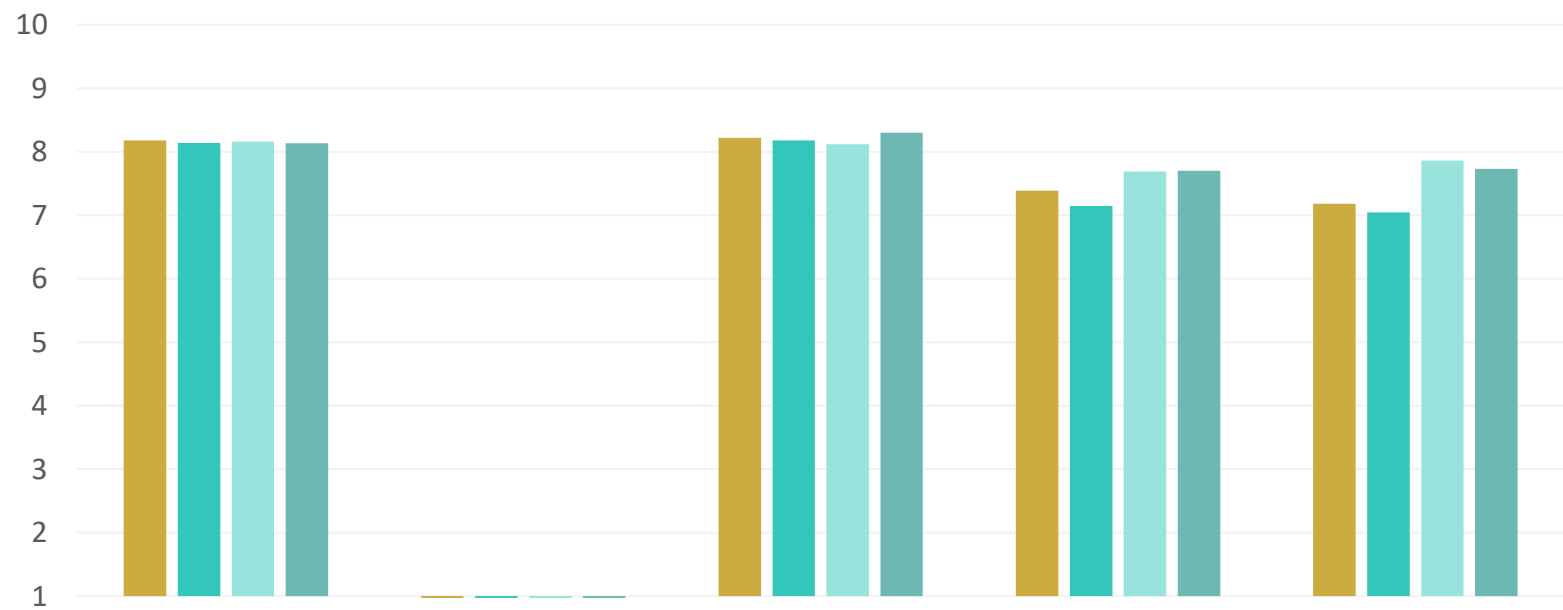


02 Classificação Global

2025 VS anos anteriores



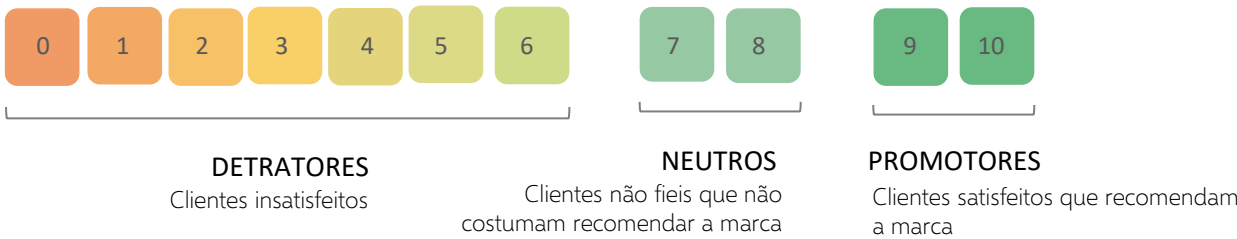
	Satisfação Experimental	Preço Qualidade	Intenção de Recomendação	Confiança na Marca	Inovação
2025	8,18		8,22	7,39	7,18
2024	8,14		8,18	7,15	7,05
2023	8,16		8,12	7,69	7,86
2022	8,13		8,30	7,70	7,73



Relatório
Testes e Estudos
de Mercado 2025

O Net Promoter Score é um indicador que mede o grau de satisfação e de fidelização dos clientes a uma determinada marca, através de uma metodologia que, pelo enquadramento e pelo contexto do questionário, tem em consideração um conjunto de componentes quantitativas e qualitativas, numa só pergunta e numa escala de 0 a 10. O NPS permite assim perceber dentro dos clientes da marca, consumidores do produto ou serviço, quem efetivamente é um cliente fidelizado.

Qual a probabilidade de recomendar a marca a um amigo ou familiar?



NPS = % PROMOTORES - % DETRATORES

O cliente fidelizado está entre os promotores e atribui à marca um valor entre 9 e 10. Nos detratores estão aqueles que por alguma razão compraram a marca e não ficaram satisfeitos, e por isso dificilmente voltarão a comprar. A marca deverá alocar as nossas energias nos clientes neutros, que a qualquer momento tanto podem abandonar ou ficar fidelizados.

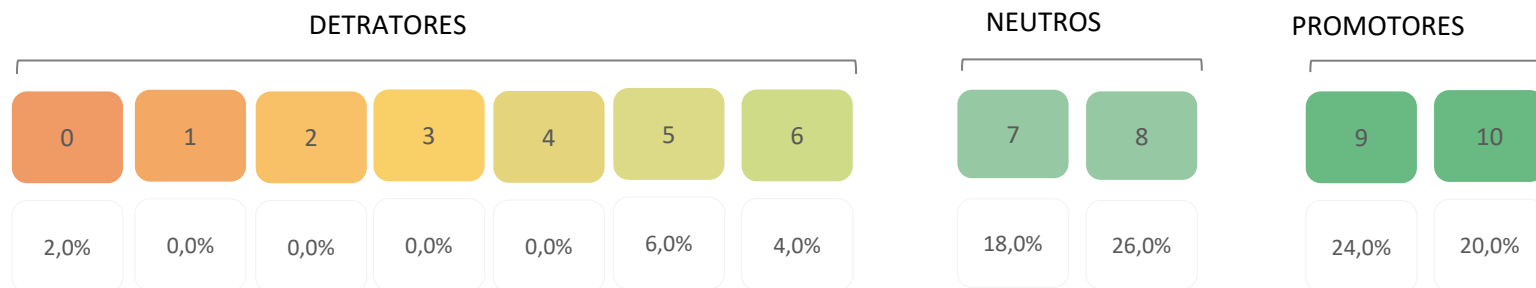
NPS	Classificação	Comentários
76 100	Muito bom	A marca atingiu a excelência; pouco mais há a fazer.
50 75	Bom	A marca é vista com qualidade, mas deve continuar a implementar melhorias, ouvindo o consumidor.
0 49	Moderado	A marca precisa de continuar a melhorar a qualidade dos seus produtos/serviços e também o relacionamento com os clientes. Deve procurar soluções para aumentar o nível de satisfação do cliente.
- 1 -100	Mau	A marca apresenta um nível de qualidade crítico e precisa reavaliar por completo as suas práticas, no sentido de diminuir reclamações, comunicar mais e melhor, ouvir e reconhecer o seu cliente.



03 Net Promoter Score

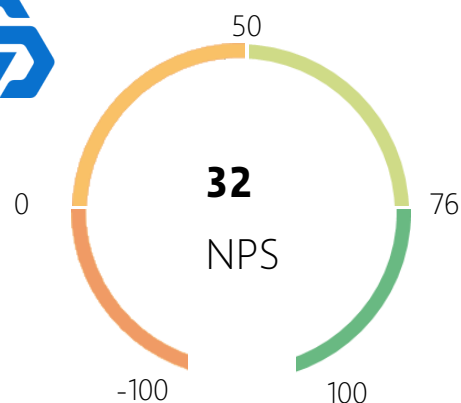
2025 | A marca candidata

Pelo conhecimento que tem da marca, numa escala de 0 a 10, indique em que medida recomenda a marca Caixa Geral de Depósitos a terceiros?



DETRATORES = 12 %

PROMOTORES = 44 %

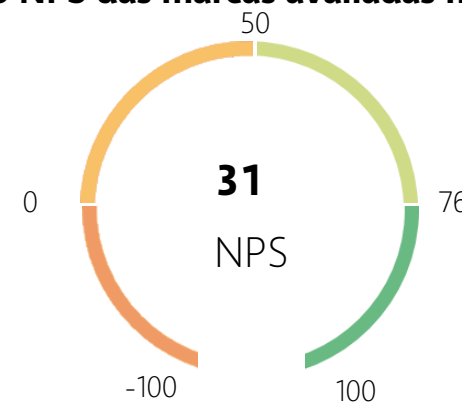


(calculado com base nas respostas de 50 clientes da marca)

Moderado

A marca precisa de continuar a melhorar a qualidade dos seus produtos/serviços e também o relacionamento com os clientes. Deve procurar soluções para aumentar o nível de satisfação do cliente.

Média do NPS das marcas avaliadas na categoria



Relatório
Testes e Estudos
de Mercado 2025

03 Net Promoter Score

2025 Vs anos anteriores



	NPS da Marca	Variação Percentual	NPS da Categoria
2025	32	14,3%	31
2024	28	n/a	21



Nome: Caixa Geral de Depósitos

A Marca: A Caixa Geral de Depósitos, o maior banco português, com mais de 148 anos de história, é uma referência no setor financeiro português e, sendo reconhecido pelo seu contributo para a promoção da poupança, financiamento da economia, reforço da competitividade, inovação e internacionalização das empresas portuguesas, é uma peça fundamental para a estabilidade do sistema financeiro.

Com mais de 6000 colaboradores em Portugal, a nossa missão é criar valor para a sociedade portuguesa, prestando serviços bancários de qualidade a particulares e empresas, contribuindo assim para a melhoria do bem-estar das famílias portuguesas e para o desenvolvimento do setor empresarial.

A visão do acionista para a CGD é a de uma instituição de referência no sistema financeiro e líder no sector bancário em Portugal, que se pauta, em permanência, por potenciar as suas vantagens competitivas e garantir níveis de solidez, rentabilidade, serviço e eficiência de acordo com as melhores práticas no setor bancário europeu.

O Serviço: A CAIXA é a Assistente Digital inteligente da app Caixadirecta, que permite aos clientes Caixa a gestão das suas finanças pessoais através de voz e texto, 24h por dia, 7 dias por semana. Suportada em Inteligência Artificial, é capaz de compreender e manter conversas, em Português e Inglês, responder a questões, prestar informações e realizar pedidos de transações pelos clientes, após ativação.

A Inovação: Ativada em linguagem natural, a CAIXA permite uma experiência próxima à interação humana e, além de ser o 1º bot transacional do sector bancário português, é o único integrado numa app bancária.

A CAIXA responde a dúvidas dos clientes, presta informações e é a única assistente que faz pagamentos, realiza transferências, consultas de saldos e movimentos de contas e reativa o

serviço de homebanking. Mais recentemente, a assistente integra novas funcionalidades como registo de pedidos de cartões, e atualização de dados pessoais, tornando-se numa ferramenta ainda mais completa para quem procura simplicidade no acesso ao banco.

Para os clientes, esta solução simplifica a relação com o Banco, potenciando a proximidade e melhorando a experiência em contexto digital. Esta simplificação permite-nos ainda promover a inclusão digital da população com maior dificuldade na utilização da tecnologia.



04 A Marca candidata

Informação disponibilizada na Ficha de Candidatura

Perfil do consumidor: A Assistente Digital CAIXA destina-se a clientes que procuram uma experiência personalizada e inovadora, que valorizam a segurança, mobilidade, rapidez e eficiência num serviço bancário.

É um serviço desenvolvido para clientes particulares da Caixa, com altos padrões de exigência e que veem no contacto por voz uma alternativa rápida e eficaz às habituais formas de realizar transações bancárias, em contextos muitas vezes adversos.

A CAIXA é também um serviço inclusivo pois permite aos clientes invisuais, ou menos familiarizados com as tecnologias, poderem gerir o seu dia a dia financeiro com toda a segurança.



Relatório
Testes e Estudos
de Mercado 2025

Realizaram-se 3 focus group online cada um com 10 consumidores-alvo da categoria de consumo, com os seguintes objetivos:

- Identificação dos drivers de consumo → quais as variáveis mais importantes para as decisões de compra do produto ou de adesão ao serviço em causa;
- Identificação dos principais players na categoria → marcas que os consumidores identificam como as mais relevantes no setor.

ENSAIO

Discussões de grupo moderadas, em 3 grupos de 10 consumidores

PERFIL-ALVO

Homens / Mulheres | 21 - 57 anos | Utilizadores de banca digital, exigentes na gestão do tempo e na gestão financeira do seu dia-a-dia

MÉTODO

Qualitativo

DATA

18 - 20'abril/2024



Top 10 Drivers de Consumo

Eficiência e rapidez (respostas rápidas e precisas às suas perguntas e solicitações)	15%
Facilidade de utilização (intuitiva, de uso simples e sem esforço)	14%
Personalização (adaptação das interações e das respostas às características e necessidades individuais de cada cliente)	14%
Precisão (respostas precisas e acertadas com informação atualizada)	12%
Disponibilidade 24/7	9%
Segurança (garantia que as informações do cliente são protegidas)	8%
Capacidade multifuncional (variedade de tarefas)	7%
Naturalidade na conversação (linguagem natural e fluída)	6%
Atualização contínua (informação atualizada em tempo real)	5%
Suporte multicanal (utilização através de vários canais, como chat, voz ou mensagens de texto)	5%



O Comité define as 5 características específicas de cada categoria que serão alvo de avaliação na fase posterior (Testes de Experimentação). A avaliação é feita com base nas características propostas pelas marcas candidatas, estudos realizados no setor e *focus group* junto de consumidores-alvo. As características definidas pelo Comité, após validação pela marca candidata, são transpostas para um questionário de avaliação.



Francisco Carvalho
BoConsulting

Coordenador do Comité Cinco Estrelas, Diretor Geral da BoConsulting, Professor Assistente de Empreendedorismo no MBA da AESE e Especialista em Inovação, Estratégia e Marketing.



Florbela Borges
Multidados
Research Agency

Partner e Managing Diretor da Multidados Research Agency, Business Partner da Opinión en Línea e Membro da ACONSULTIIP.



Marina Petrucci
Ipsos Apeme

Portugal Country Manager da Ipsos Apeme, ex-presidente da APODEMO.



Sara Passadas
CCP

Técnica de Estudos da Confederação do Comércio e Serviços de Portugal (CCP) e sua representante na Mesa da Assembleia Geral do Centro Nacional de Arbitragem de Conflitos de Consumo.



Francisco Carvalheira
LAUREL

General Manager & Secretário-Geral Laurel, Board Member da ECCIA, Diretor Executivo da Heron Aviation e Professor Universitário.



José Rousseau
Forum do Consumo

Docente universitário, Presidente do Forum do Consumo, Ex-Diretor Geral da APED, formador e consultor de empresas.



Teresa Cortes
KMPG

Head of Marketing - KMPG Portugal, Docente Universitária no ISEG. Especialista em Marketing e Estratégia.



Mário Alcântara
Innovagency

Docente Universitário na Universidade Católica, ISCTE e Porto Business School. Consultor de Estratégia e Transformação Digital.



A marca candidata apresentou para avaliação na Fase 2 – Testes de Experimentação as mesmas características que havia apresentado nas edições anteriores, sem ter em conta os vários pareceres do Comitê.

Em focus group os consumidores indicaram como atributos importantes para as suas decisões de consumo nesta categoria maioritariamente os mesmos da edição anterior, com algumas variações de peso e de ordem de importância, nomeadamente as questões ligadas à Personalização que passam de um peso de 7% na edição anterior para 14% na atual edição; e também a introdução do atributo "Capacidade multifuncional (variedade de tarefas)" com um peso de 7%

Tendo em conta a informação recolhida pelas várias fontes (marcas candidatas, opinião dos consumidores em focus group e o histórico de avaliação da categoria), o Comitê apresenta alguns ajustes aos atributos implementados na edição anterior, maioritariamente de detalhe (indicados abaixo a verde):

- . **Facilidade | Simplicidade de utilização** (intuitiva, de uso simples e sem esforço, linguagem natural e Always On)
- . **Capacidade multifuncional** (variedade de tarefas disponibilizadas)
- . **Eficiência e rapidez** (entendimento, respostas rápidas e precisas e resolução das questões colocadas)
- . **Personalização** (resposta ao cliente de acordo com o seu contexto e necessidades)
- . **Conveniência / Utilidade** (comodidade na utilização e rapidez na resolução das questões/operações, 24/7, apoio eficaz na gestão do dia-a-dia-financeiro, utilização multicanal)



Características propostas pela marca	Características implementadas na edição anterior	Resultados dos Focus Group	Características indicadas pelo Comité
Capacidade de entendimento: a assistente entendeu a questão colocada	Facilidade Simplicidade de utilização (linguagem natural e Always On)	Eficiência e rapidez (respostas rápidas e precisas às suas perguntas e solicitações)	Facilidade Simplicidade de utilização (intuitiva, de uso simples e sem esforço, linguagem natural e Always On)
Execução / Satisfação: a Assistente resolveu a questão colocada (por ter uma base de conhecimento alargada)	Eficácia (entendimento e resolução da questão colocada)	Personalização (adaptação das interações e das respostas às características e necessidades individuais de cada cliente)	Capacidade multifuncional (variedade de tarefas disponibilizadas)
Personalização: Dá resposta ao cliente de acordo com o seu contexto	Personalização: Dá resposta ao cliente de acordo com o seu contexto	Facilidade de utilização (intuitiva, de uso simples e sem esforço)	Eficiência e rapidez (entendimento, respostas rápidas e precisas e resolução das questões colocadas)
Utilidade e Rapidez: a assistente é útil nas necessidades fundamentais dos utilizadores e rápida a dar resposta	Rapidez de resposta e resolução das questões	Precisão (respostas precisas e acertadas com informação atualizada)	Personalização (resposta ao cliente de acordo com o seu contexto e necessidades)
Interface em linguagem natural e Always On: fala português de Portugal e Inglês, e está disponível a qualquer momento	Conveniência / Utilidade (comodidade na utilização e rapidez na resolução das questões/operações, apoio eficaz na gestão do dia-a-dia-financeiro)	Disponibilidade 24/7	Conveniência / Utilidade (comodidade na utilização e rapidez na resolução das questões/operações, 24/7, apoio eficaz na gestão do dia-a-dia-financeiro, utilização multicanal)
		Segurança (garantia que as informações do cliente são protegidas)	
		Capacidade multifuncional (variedade de tarefas)	
		Naturalidade na conversação (linguagem natural e fluída)	
		Suporte multicanal (utilização através de vários canais, como chat, voz ou mensagens de texto)	
		Atualização contínua (informação atualizada em tempo real)	

Nota: O atributo assinalado a cinza é obrigatoriamente avaliado na metodologia Cinco Estrelas, pelo que não deve ser considerado específico da categoria.



Relatório
Testes e Estudos
de Mercado 2025

Realização de um inquérito de satisfação a 50 clientes utilizadores do serviço Assistente Digital Caixa. O recrutamento foi assegurado através do painel da empresa de estudos de mercado.

Através de um questionário previamente aprovado pela marca, foram apuradas as classificações para o grau de Satisfação pela experimentação e Intenção de Recomendação.

ENSAIO

Avaliação de atributos por escala numérica de 1 a 10 para mediação de satisfação e aceitação (1= Não me agrada; 10= Agrada-me muito)

TESTADORES

50 clientes da marca | recrutados a partir de 282 pessoas contactadas.

ESTATÍSTICAS

Estatísticas descritivas e Perfil sensorial.
Distribuição de frequências das pontuações para as características avaliadas. Determinam-se as estatísticas descritivas: média, desvio padrão, moda, mediana, mínimo e máximo.

MÉTODO APLICADO

Entrevistas Telefónicas

DATA

15 julho - 7 agosto'2024



Sócio-demográfica

GÉNERO	Masculino	44,0%
	Feminino	56,0%
IDADE	Até 24 anos	12,0%
	25-34 anos	42,0%
	35-44 anos	28,0%
	45-54 anos	10,0%
	55 anos ou mais	8,0%

Hábitos de consumo

Em que bancos tem conta?

Millennium BCP	24,3%
BPI	20,5%
Activo Bank	4,1%
Caixa Geral de Depósitos	32,6%
Bankinter	12,4%
Santander	6,1%
Novo Banco	0,0%
Outra	0,0%

É utilizador da Assistente Digital CAIXA?

Sim	54,3%
Não	45,7%



Perguntas de Filtro

#* Em que bancos tem conta?

Millennium BCP	☐
BPI	☐
Activo Bank	☐
Caixa Geral de Depósitos	☐
Bankinter	☐
Santander	☐
Novo Banco	☐
Outra	☐

SE NÃO É CLIENTE CGD, TERMINA O QUESTIONÁRIO

#* É utilizador da Assistente Digital CAIXA?

Sim	☐
Não	☐

SE NÃO É UTILIZADOR DA ASSISTENTE DIGITAL CAIXA, TERMINA O QUESTIONÁRIO

Por favor, assinale de acordo com o seu caso:

Idade		Sexo	
Até 24 anos	☐	Masculino	☐
25-34 anos	☐	Feminino	☐
35-44 anos	☐		
45-54 anos	☐		
55 anos ou mais	☐		

De seguida, seguem-se algumas perguntas sobre a Assistente Digital CAIXA, da Caixa Geral de Depósitos.



Satisfação

P1. Numa escala de 1 a 10, em que medida concorda que a Assistente Digital CAIXA é fácil e simples de utilizar? Tenha por favor em conta se é intuitiva e aspetos como a naturalidade da linguagem e o facto de estar sempre disponível.

1=não concordo nada 10=concordo totalmente

Escala 1-10

P2. Na mesma escala, em que medida está satisfeito com o nível de personalização desta Assistente Digital, ou seja, se as respostas são dadas tendo em conta as sua situação específica e de acordo com o seu contexto como cliente do banco?

1=nada satisfeito 10=muito satisfeito

Escala 1-10

P3. Em que medida está satisfeito com a eficiência e rapidez de resposta da assistente Digital CAIXA? Tenha por favor em conta se o entendimento das situações é correto, se as respostas são rápidas e precisas e se as questões colocadas são efetivamente resolvidas.

1=nada satisfeito 10=muito satisfeito

Escala 1-10

P4. Na mesma escala de 1 a 10, em que medida está satisfeito com a variedade de tarefas disponibilizadas através da Assistnte Digital CAIXA?

1=nada satisfeito 10=muito satisfeito

Escala 1-10

P5. Em que medida considera a Assistente Digital CAIXA útil e conveniente? Tenha por favor em conta a comodidade na utilização, bem como se a considera um apoio eficaz na gestão do seu dia-a-dia financeiro.

1=não concordo nada 10=concordo totalmente

Escala 1-10

Preço-qualidade

P6. N/A

Recomendação

P7. Na mesma escala de 1 a 10, em que medida recomendaria a Assistente Digital CAIXA aos seus familiares ou amigos?

1= não recomendaria de todo 10= recomendaria totalmente

Escala 1-10



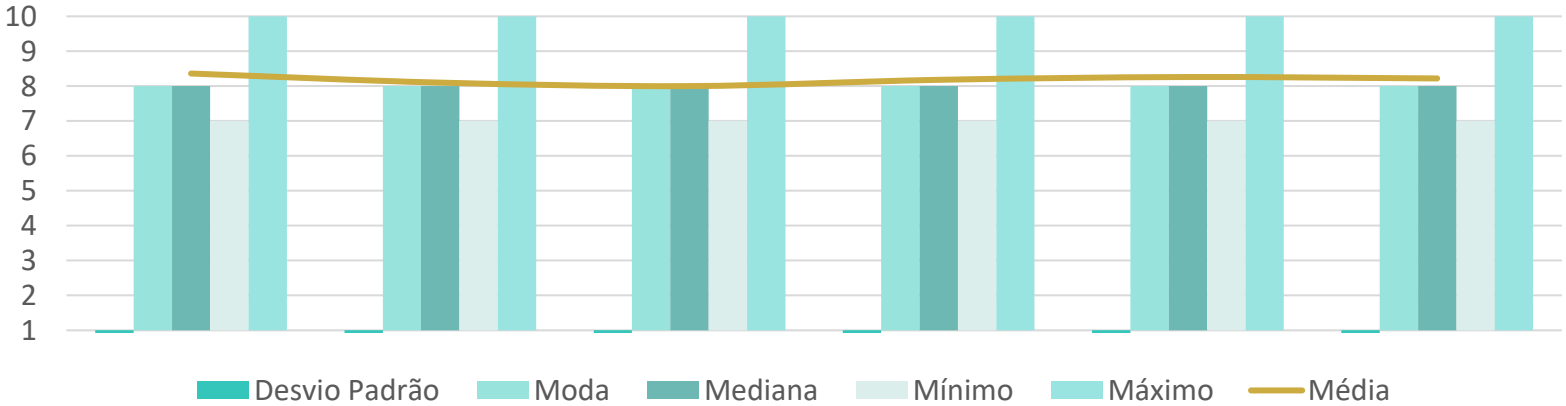
Questões Extra

E1. Considera que a CGD é o Banco Digital dos Portugueses?

Sim ☐
Não ☐



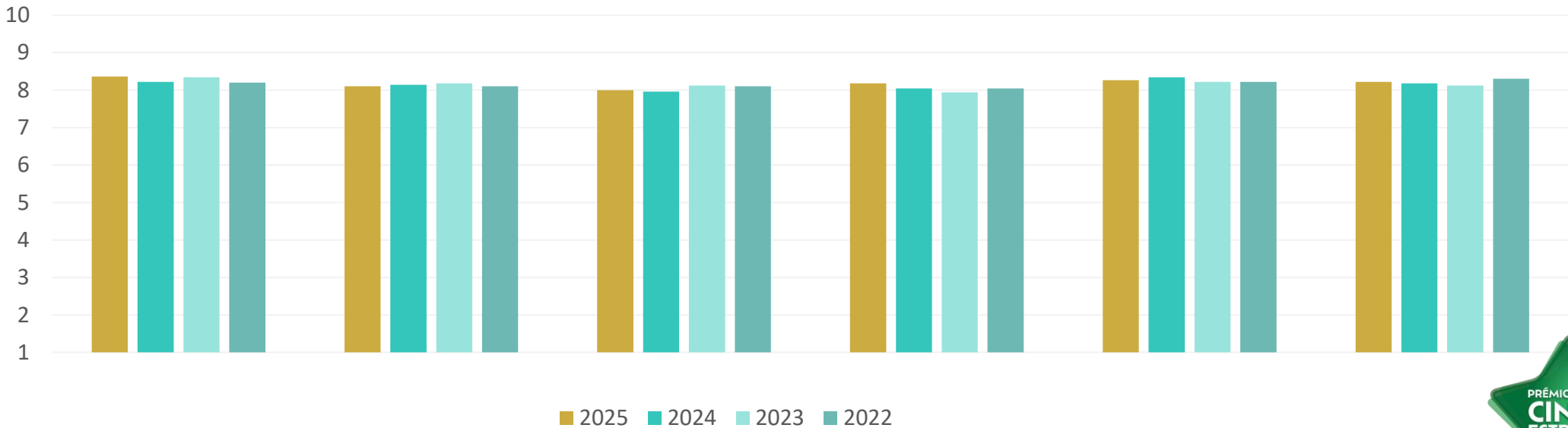
SATISFAÇÃO						
	FACILIDADE DE UTILIZAÇÃO	PERSONALIZAÇÃO	EFICIÊNCIA E RAPIDEZ	CAPACIDADE MULTIFUNCIONAL	CONVENIÊNCIA	RECOMENDAÇÃO
Média	8,36	8,10	8,00	8,18	8,26	8,22
	A soma da classificação atribuída a estas 5 características é o valor considerado para o critério "Satisfação pela experimentação"					
Desvio Padrão	0,89	0,83	0,92	0,86	0,77	0,83
Moda	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00
Mediana	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00
Mínimo	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00
Máximo	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00



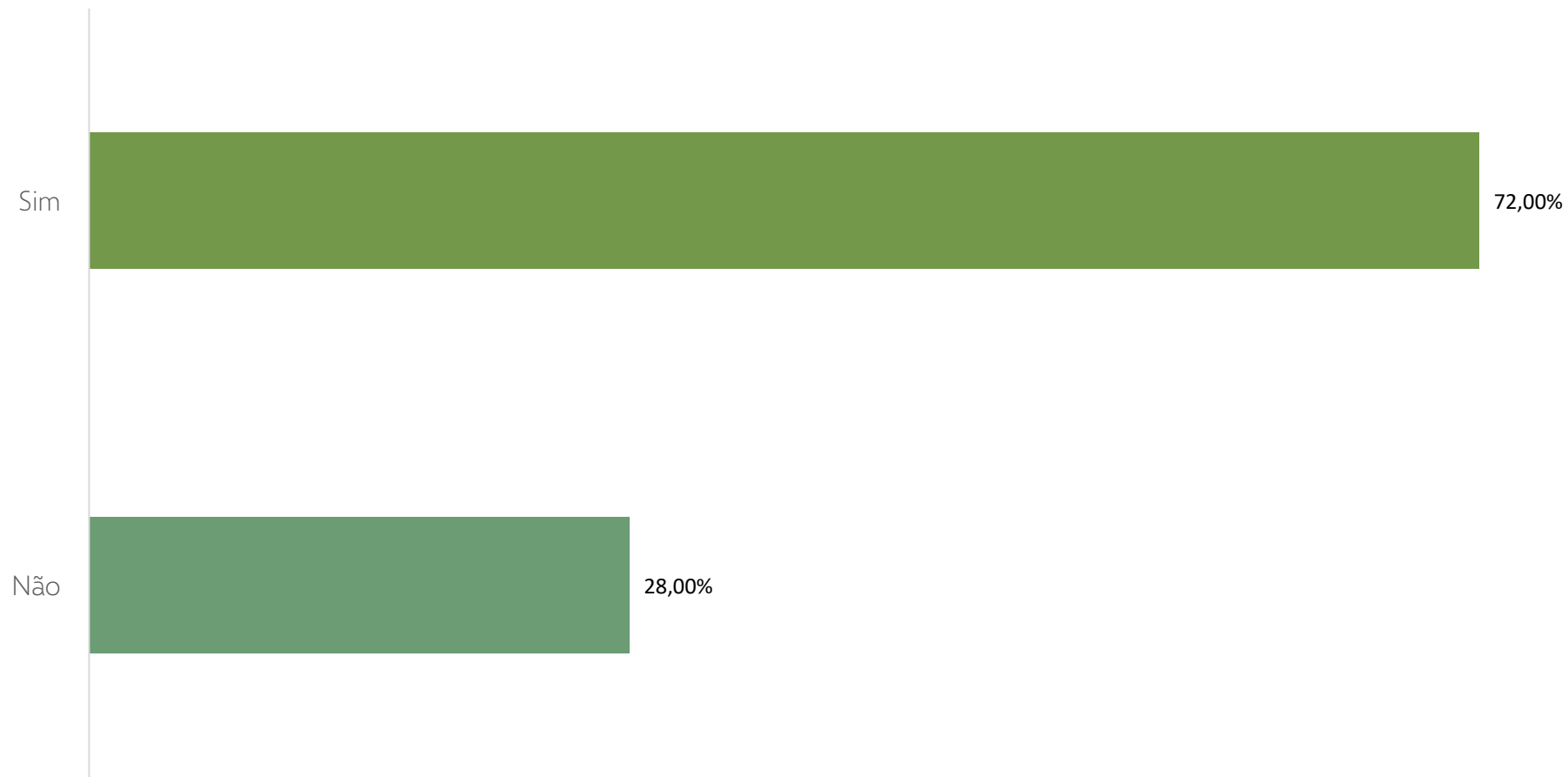
06 FASE 2 | Teste de Experimentação

Os resultados S.P.I. | Comparativo anos anteriores

	FACILIDADE DE UTILIZAÇÃO	PERSONALIZAÇÃO	SATISFAÇÃO 3	SATISFAÇÃO 4	CONVENIÊNCIA	RECOMENDAÇÃO
2025	8,36	8,10	8,00	8,18	8,26	8,22
2024	8,22	8,14	7,96	8,04	8,34	8,18
2023	8,34	8,18	8,12	7,94	8,22	8,12
2022	8,20	8,10	8,10	8,04	8,22	8,30



E1. Considera que a CGD é o Banco Digital dos Portugueses?



A recolha de informação realizou-se através de inquéritos online junto de uma amostra representativa da população portuguesa pertencente ao painel Multidados, num total de 550.000 consumidores, estratificada por Região e de acordo com quotas de Sexo e Idade.

O questionário aplicado permitiu avaliar a totalidade das marcas em análise em cada categoria relativamente aos indicadores da **Confiança na marca** e **Inovação**, através de escalas numéricas de 1 a 10. Como procedimento complementar de qualidade, a ordem das categorias e das marcas avaliadas em cada categoria foi rodada para evitar enviesamentos nas respostas em função da ordem de colocação das categorias no questionário.

MÉTODO

Questionários online

AVALIADORES

Amostra representativa da população portuguesa

FILTROS

Do número total de consumidores constituintes do universo Multidados apenas se constituíram respondentes aqueles que revelaram afinidade com a categoria de consumo, num total de 1 000 indivíduos, ou seja, consumidores sem afinidade com a categoria de consumo não foram considerados.

DATA

Julho - setembro'2024



GRAU DE ENVOLVIMENTO

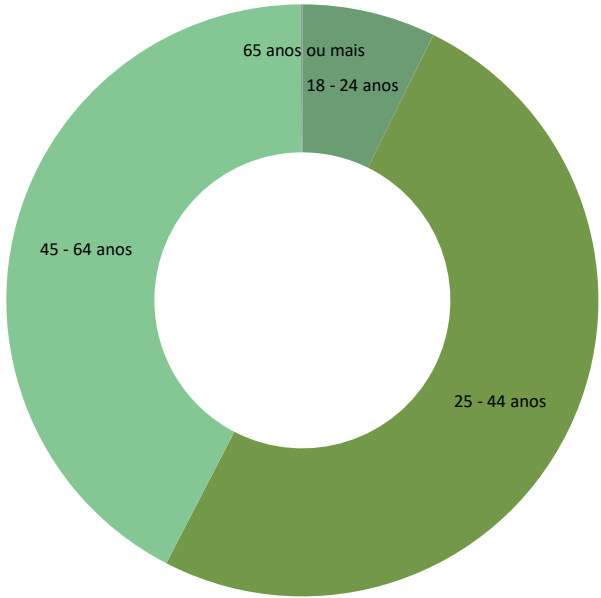
Para assegurar a afinidade dos respondentes, e garantindo 1 000 respostas válidas, ao painel foi aplicado uma pergunta de filtro com o objetivo de identificar consumidores com afinidade à categoria tendo apenas respondido os indivíduos que já consumiram no passado, consumidores atuais e os indivíduos que revelaram intenção de comprar | consumir num futuro próximo. Este procedimento garante a relevância das respostas às marcas avaliadas e apresenta diferentes graus de envolvimento com a categoria de consumo.

A margem de erro desta amostra, quando associada a uma seleção 100% aleatória, é de 2%.

	#	%		
a) Já consumiu / comprou / utilizou	46	3.68 %	Taxa de afinidade da categoria	83.3 %
b) Costuma comprar / consumir / utilizar	1000	79.94 %	Taxa de penetração da categoria	66.6 %
c) Não compra / não consome / não utiliza, mas não rejeita a compra / consumo / utilização no futuro	205	16.39 %	Taxa de crescimento potencial da categoria	20.1 %
Total consumidores com afinidade à categoria (a+b+c)	1251	100 %		
d) Não compra / consome / utiliza nem equaciona vir a comprar / consumir/ utilizar no futuro	251			
Total consumidores envolvidos na categoria (a+b+c+d)	1502			

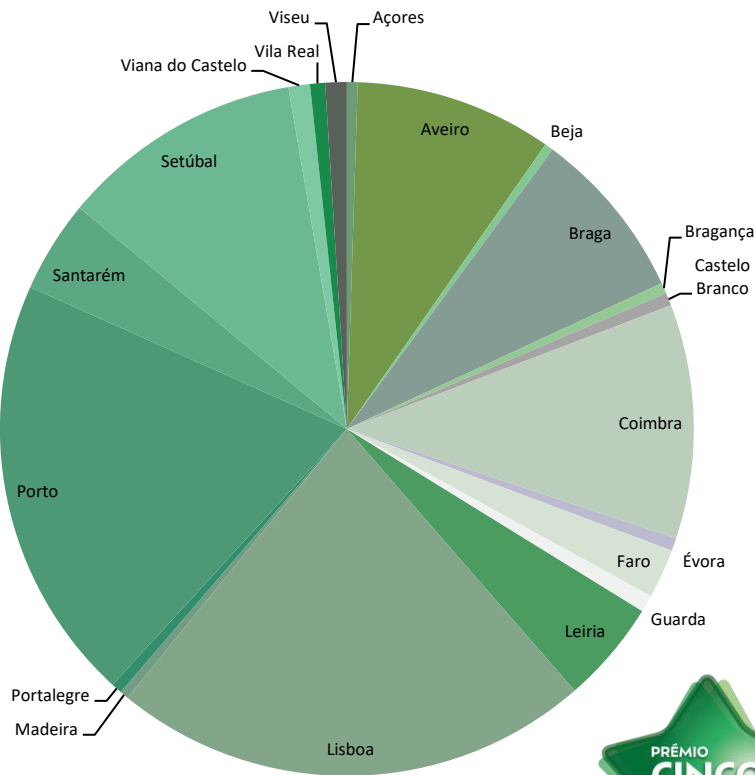
COM AFINIDADE (%)

GÉNERO	Masculino	48,9%
	Feminino	51,1%
CLASSE ETÁRIA	18 - 24 anos	7,3%
	25 - 44 anos	50,3%
	45 - 64 anos	42,3%
	65 anos ou mais	0,1%

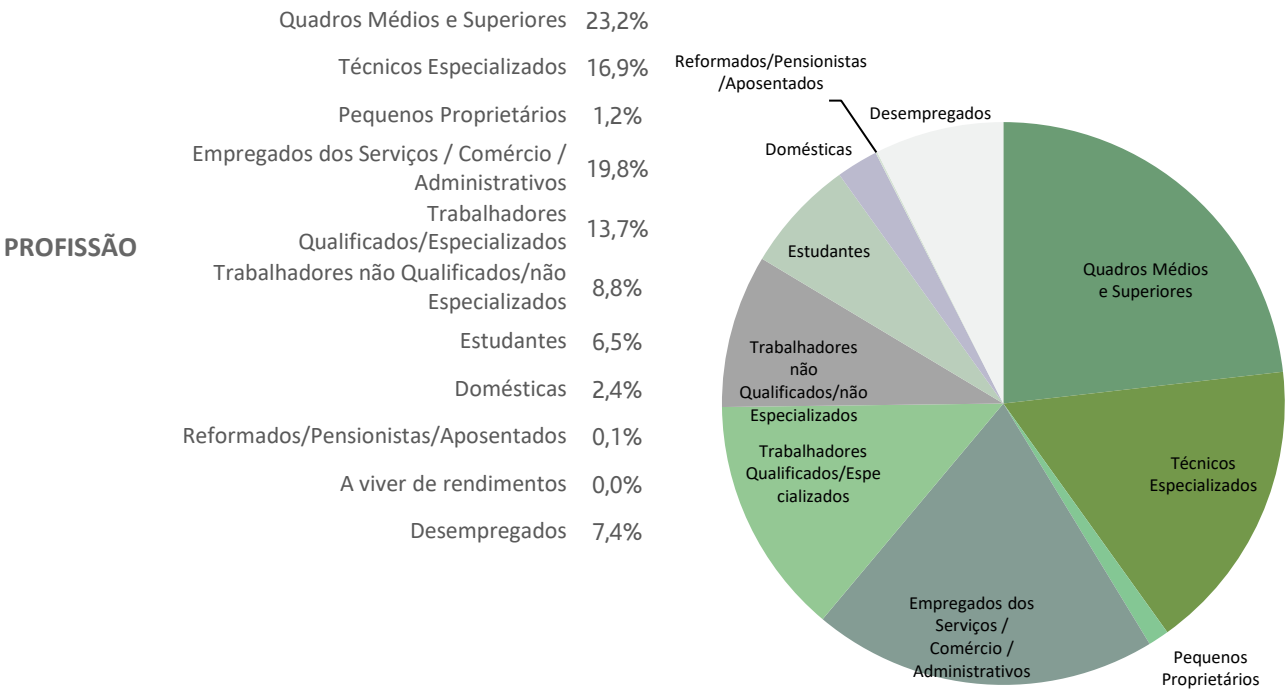


REGIÃO GEOGRÁFICA

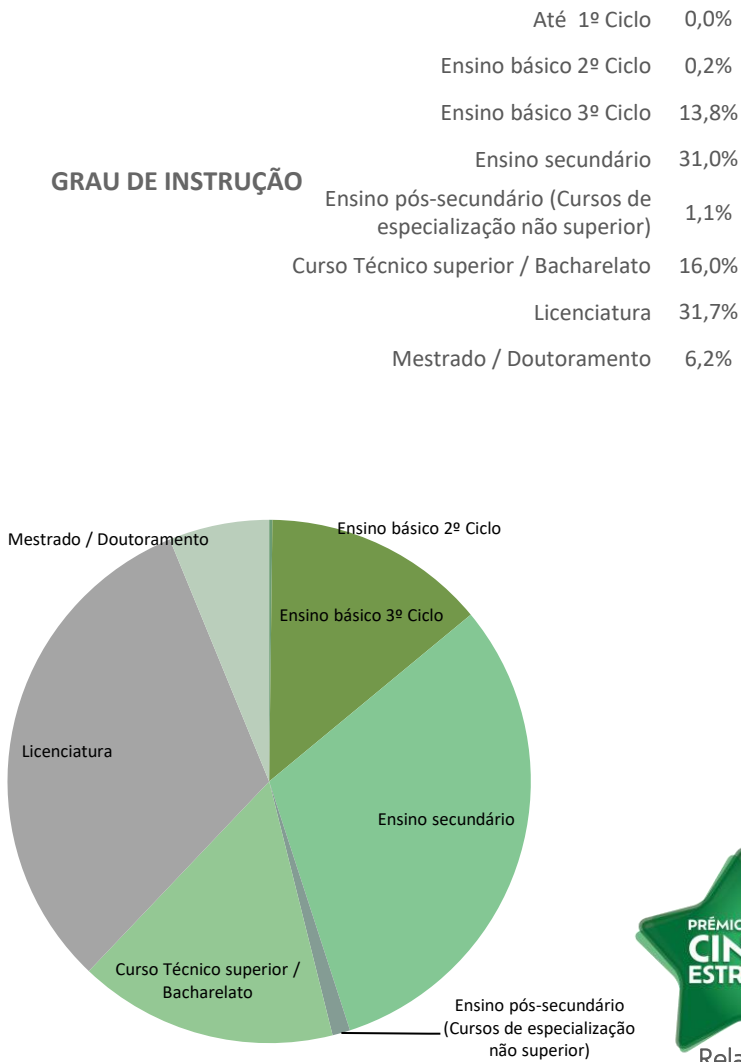
Açores	0,5%
Aveiro	9,2%
Beja	0,4%
Braga	8,0%
Bragança	0,5%
Castelo Branco	0,6%
Coimbra	10,9%
Évora	0,6%
Faro	2,3%
Guarda	0,8%
Leiria	4,8%
Lisboa	22,3%
Madeira	0,4%
Portalegre	0,5%
Porto	19,9%
Santarém	4,3%
Setúbal	11,3%
Viana do Castelo	1,0%
Vila Real	0,7%
Viseu	1,0%



COM AFINIDADE (%)



GRAU DE INSTRUÇÃO



NOTORIEDADE ESPONTÂNEA

P1. Qual a entidade bancária que se lembra, em primeiro lugar, quando falamos em atendimento ao cliente de forma digital?

BENCHMARKING

P2. Por favor, assinale para cada marca a situação que melhor se aplica ao seu caso:

A ordem pela qual surgem as marcas é aleatória e rotativa, de forma a não favorecer nenhuma das marcas presentes.

	Nunca ouvi falar	Conheço só de nome	Sei alguma coisa sobre esta marca	Conheço bem esta marca
CAIXA Caixa Geral Depósitos				
BIA Bankinter				
MARIA Banco Montepio				
BPI				
ALICE Atlântico				
Santander				
RITA Revolut				
BEA Banco Best				
Millennium bcp				



NET PROMOTER SCORE (NPS)

P3. Da lista abaixo, indique a(s) entidade(s) bancária(s) da(s) qual/quais é cliente:

Responder apenas se na pergunta anterior a resposta tiver sido CAIXA | Caixa Geral de Depósitos

P4. Pelo conhecimento que tem da marca, numa escala de 0 a 10, indique em que medida recomenda a assistente digital a CAIXA, da Caixa Geral de Depósitos, a terceiros?

Não recomendo de todo 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Recomendo totalmente



INFORMAÇÃO SOBRE A MARCA

Informação sempre presente no ecrã para suporte às perguntas seguintes, sobre a Confiança na Marca e a Inovação.



Caixa Geral de Depósitos

A Marca: A Caixa Geral de Depósitos, o maior banco português, com mais de 148 anos de história, é uma referência no setor financeiro português e, sendo reconhecido pelo seu contributo para a promoção da poupança, financiamento da economia, reforço da competitividade, inovação e internacionalização das empresas portuguesas, é uma peça fundamental para a estabilidade do sistema financeiro.

Com mais de 6000 colaboradores em Portugal, a nossa missão é criar valor para a sociedade portuguesa, prestando serviços bancários de qualidade a particulares e empresas, contribuindo assim para a melhoria do bem-estar das famílias portuguesas e para o desenvolvimento do setor empresarial.

A visão do acionista para a CGD é a de uma instituição de referência no sistema financeiro e líder no sector bancário em Portugal, que se pauta, em permanência, por potenciar as suas vantagens competitivas e garantir níveis de solidez, rentabilidade, serviço e eficiência de acordo com as melhores práticas no setor bancário europeu.

O Serviço: A CAIXA é a Assistente Digital inteligente da app Caixadirecta, que permite aos clientes Caixa a gestão das suas finanças pessoais através de voz e texto, 24h por dia, 7 dias por semana. Suportada em Inteligência Artificial, é capaz de compreender e manter conversas, em Português e Inglês, responder a questões, prestar informações e realizar pedidos de transações pelos clientes, após ativação.

A Inovação: Ativada em linguagem natural, a CAIXA permite uma experiência próxima à interação humana e, além de ser o 1º bot transaccional do sector bancário português, é o único integrado numa app bancária.

A CAIXA responde a dúvidas dos clientes, presta informações e é a única assistente que faz pagamentos, realiza transferências, consultas de saldos e movimentos de contas e reativa o

serviço de homebanking. Mais recentemente, a assistente integra novas funcionalidades como registo de pedidos de cartões, e atualização de dados pessoais, tornando-se numa ferramenta ainda mais completa para quem procura simplicidade no acesso ao banco.

Para os clientes, esta solução simplifica a relação com o Banco, potenciando a proximidade e melhorando a experiência em contexto digital. Esta simplificação permite-nos ainda promover a inclusão digital da população com maior dificuldade na utilização da tecnologia.



Relatório
Testes e Estudos
de Mercado 2025

CONFIANÇA NA MARCA

P5. Em que medida a Caixa Geral de Depósitos lhe inspira confiança?

Não inspira nenhuma confiança 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 *Inspira muita confiança*

INOVAÇÃO

P6. Como classifica a assistente digital a CAIXA, da Caixa Geral de Depósitos, em termos de inovação?

Nada inovadora 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 *Muito inovadora*



QUESTÕES EXTRA

E1. Identifique com que frequência utiliza os canais digitais Caixa para aceder ao banco?

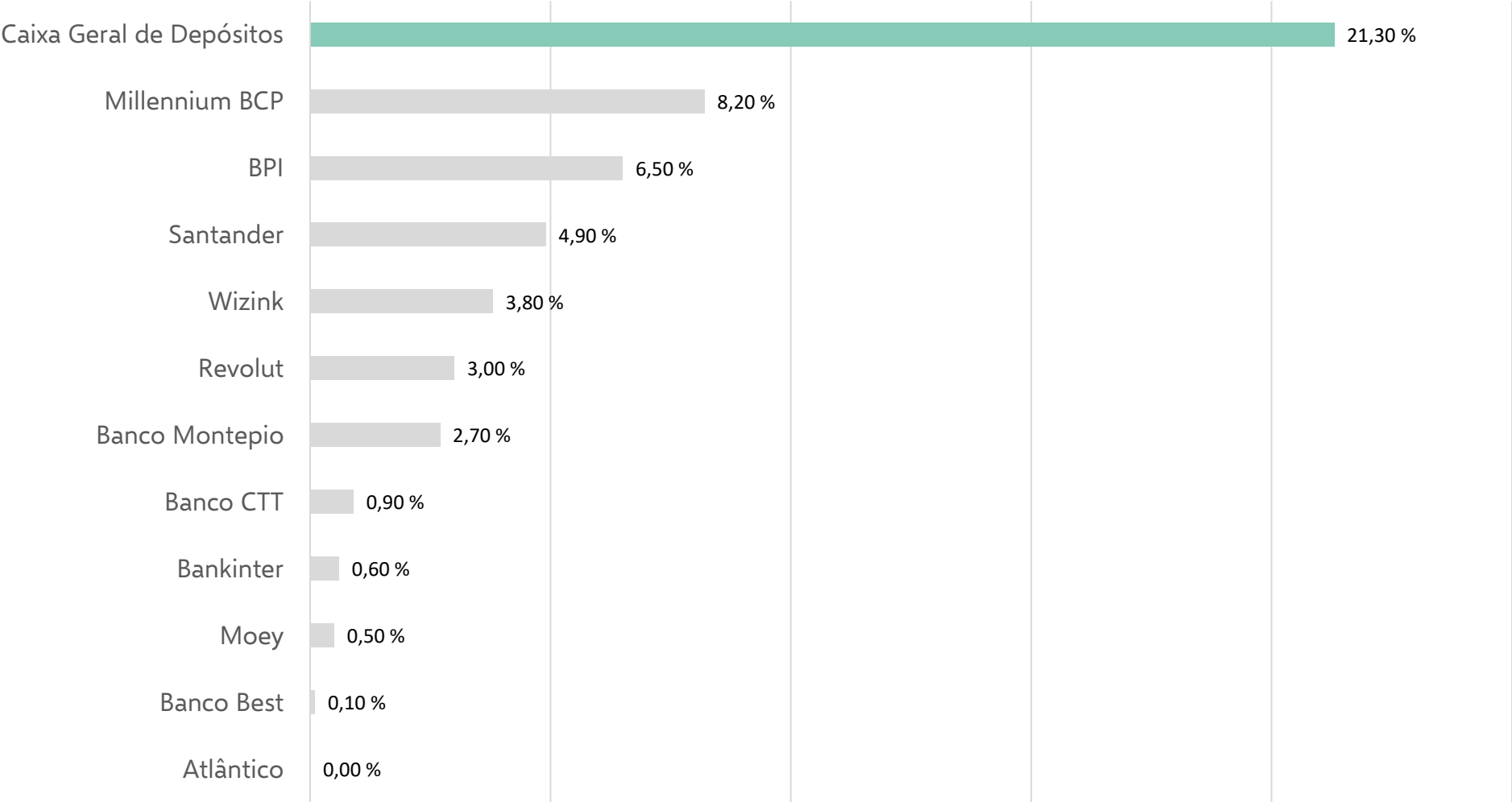
- ☐ Todos / quase todos os dias
- ☐ Pelo menos 1 vez por semana
- ☐ Menos de uma vez por semana
- ☐ Não utilizo
- ☐ Não sou cliente Caixa

E2. Considera a Caixa Geral de Depósitos o Banco Digital dos Portugueses?

- ☐ Sim
- ☐ Não



NOTORIEDADE ESPONTÂNEA (%)



NOTA: Tratando-se de um estudo quantitativo de resposta aberta, são apresentados todos os resultados obtidos, incluindo respostas não pertencentes à categoria em estudo.

NOTORIEDADE INDUZIDA (%)

	<i>Nunca ouvi falar</i>	<i>Conheço só de nome</i>	<i>Sei alguma coisa sobre esta marca</i>	<i>Conheço bem esta marca</i>
Atlântico	65,30%	23,80%	7,30%	3,60%
Banco Best	56,40%	33,20%	5,80%	4,60%
Banco Montepio	49,10%	30,10%	12,30%	8,50%
Bankinter	48,70%	32,20%	11,40%	7,70%
BPI	9,20%	45,40%	24,00%	21,40%
Caixa Geral de Depósitos	6,60%	34,60%	26,00%	32,80%
Millennium BCP	17,60%	40,00%	21,60%	20,80%
Revolut	49,50%	31,10%	10,40%	9,00%
Santander	8,70%	45,30%	23,50%	22,50%



NOTORIEDADE TOTAL (%)

Conheço só de nome + Sei alguma coisa sobre a marca + Conheço bem esta marca

	2025	2024	2023	2022
Atlântico	34,70%	N/A	N/A	N/A
Banco Best	43,60%	N/A	N/A	N/A
Banco Montepio	50,90%	43,60%	N/A	N/A
Bankinter	51,30%	52,20%	N/A	N/A
BPI	90,80%	95,70%	N/A	N/A
Caixa Geral de Depósitos	93,40%	89,30%	98,50%	88,60%
Millennium BCP	82,40%	N/A	N/A	N/A
Revolut	50,50%	N/A	N/A	N/A
Santander	91,30%	N/A	N/A	N/A



CONFIANÇA NA MARCA

P5. Em que medida a Caixa Geral de Depósitos lhe inspira confiança?

Não inspira nenhuma confiança

Inspira muita confiança

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Média
3.60 %	0.70 %	0.80 %	2.50 %	13.10 %	6.70 %	14.50 %	25.90 %	15.10 %	17.10 %	7.39

Vs 2022	Vs 2023	Vs 2024
-4,06%	-3,94%	3,34%

INOVAÇÃO

P6. Como classifica a assistente digital a CAIXA, da Caixa Geral de Depósitos, em termos de inovação?

Nada inovadora

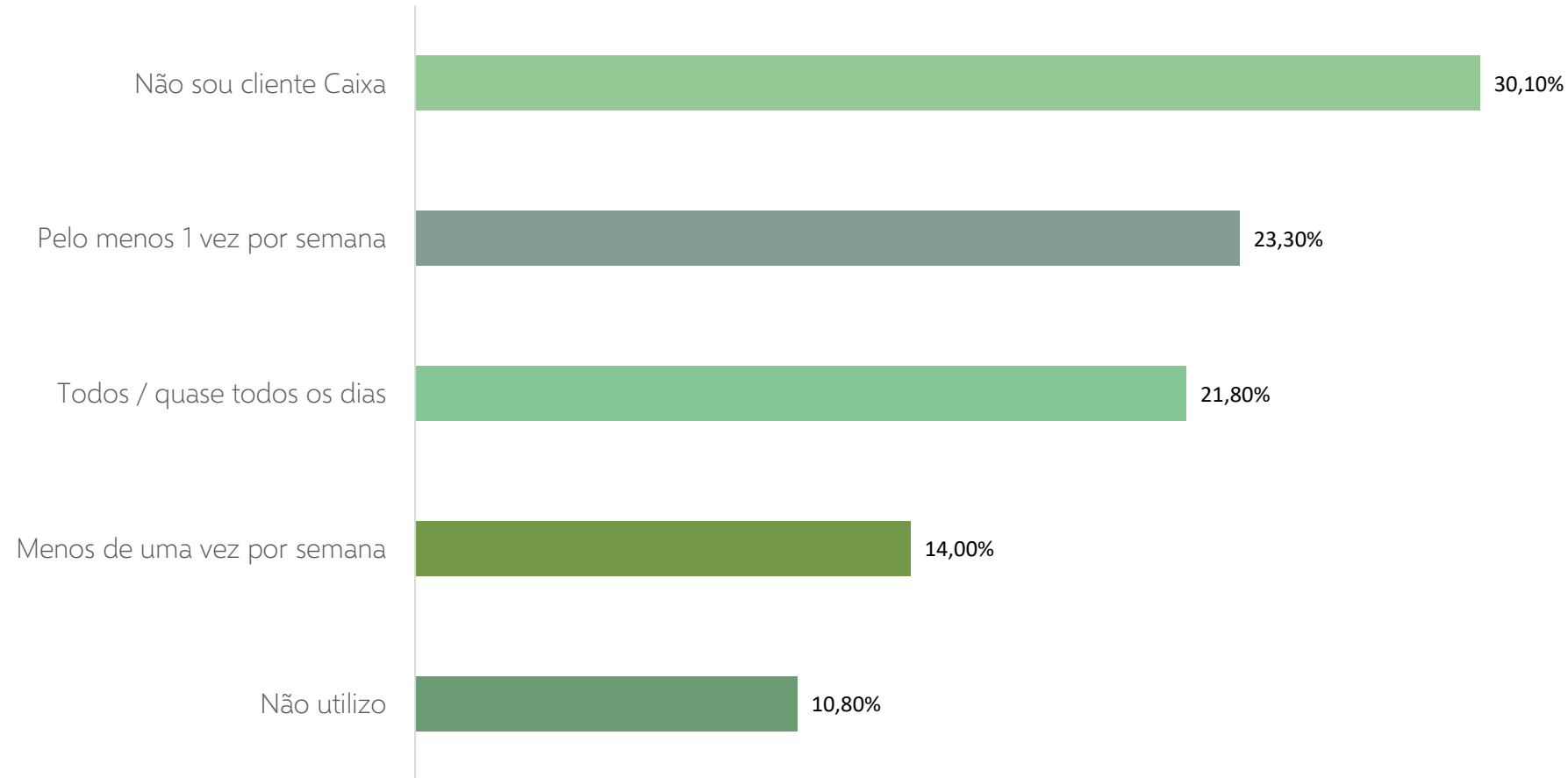
Muito inovadora

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Média
4.10 %	1.00 %	1.00 %	2.10 %	15.10 %	6.20 %	17.60 %	27.50 %	9.30 %	16.10 %	7.18

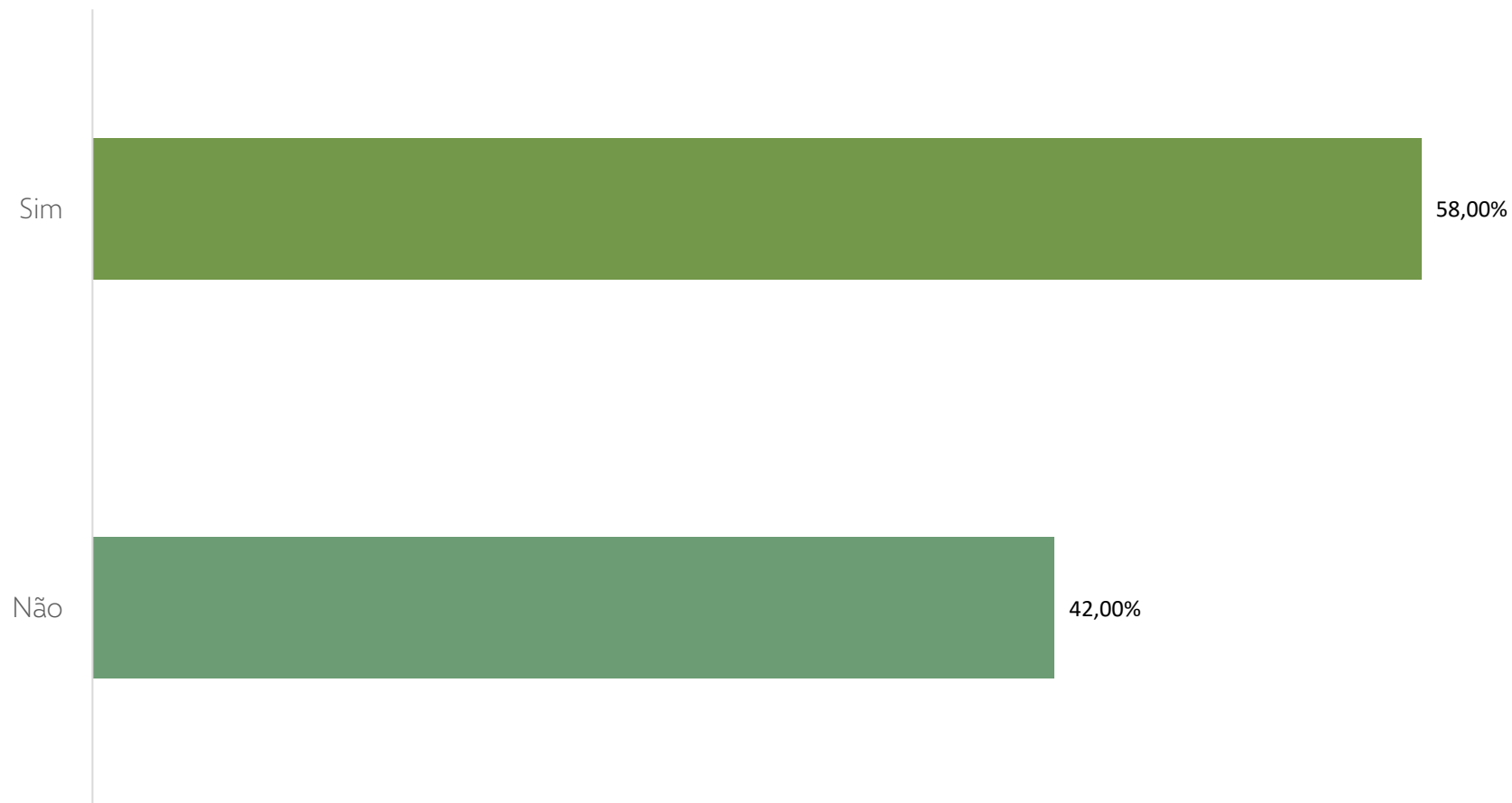
Vs 2022	Vs 2023	Vs 2024
-7,10%	-8,64%	1,90%



E1. Identifique com que frequência utiliza os canais digitais Caixa para aceder ao banco?



E2. Considera a Caixa Geral de Depósitos o Banco Digital dos Portugueses?



Os resultados obtidos nos testes e estudo de mercado realizados no âmbito do Prémio Cinco Estrelas 2025, permitem afirmar que a marca Caixa Geral de Depósitos é considerada pelos consumidores como extraordinária, realmente Cinco Estrelas. Assim, para 2025, e pelo 4º ano consecutivo, a marca Caixa Geral de Depósitos obtém o título Cinco Estrelas, na categoria "Banca - Assistente Virtual".

DADOS RESUMO CAIXA GERAL DE DEPÓSITOS

Categoria: Banca - Assistente Virtual

Satisfação Global: 79,2 %

Marcas avaliadas: 5

Testes realizados: Focus Group | Inquéritos de satisfação a clientes | Estudo de mercado à marca na categoria de consumo

Total de consumidores envolvidos: 1814



08 Conclusão

Parabéns!

Ao receber este prémio, a Caixa Geral de Depósitos poderá utilizar os selos “Prémio Cinco Estrelas 2025”, mediante as regras previstas no manual de normas, entre janeiro e dezembro de 2025, em todas as suas ações de comunicação.



Situações em que é importante o detalhe dos anos consecutivos em que a marca é vencedora

Sempre que o prémio for atribuído à marca na globalidade e não houver dúvidas quanto ao produto ou serviço vencedor

Comunicação de vários produtos ou serviços em que nem todos são vencedores
Situações em que é importante o reforço do nome da categoria

Comunique que a sua marca é Cinco Estrelas!
Veja as várias opções no Manual de Normas do Prémio Cinco Estrelas.