



Maioria dos consumidores preocupa-se com origem dos produtos



(/media/k2/items/cache/c69b7f6b3abe10f8eb06ff79f0fa076b_XL.jpg)

Os consumidores procuram, cada vez mais, a origem dos produtos, sobretudo quando se tratam de bens alimentares. A conclusão é de um estudo levado a cabo no âmbito do programa "Portugal Sou Eu", onde se verificou também que as campanhas desenvolvidas para esta iniciativa influenciaram a decisão de compra dos portugueses.

O estudo, que foi conduzido por uma equipa de professores do ISEG - Lisbon School of Economics & Management (CEGE) da Universidade de Lisboa, visou avaliar a notoriedade do Selo "Portugal Sou Eu" tendo como base os hábitos de compra dos portugueses em relação à origem dos produtos. Verificou-se que 84,5% dos consumidores procura a origem do produto e que 85,9% dos considera necessário existir um selo que identifique que o produto é português.

Comparativamente a um estudo realizado em 2014, cresceu tanto o número de consumidores que compram produtos portugueses frequentemente (62,4% em 2014 para 65,6% em 2017), como os que tentam comprar produtos portugueses sempre que existam (de 58,7 % para 68,6%).

Os portugueses mostram maior preocupação com os produtos alimentares - 94,6% para os azeites e vinhos e mais de 80% nas frutas, legumes, pão doçaria, pastelaria, peixe, carne e derivados e queijos -, privilegiam a qualidade ao preço e estão cada vez mais satisfeitos com os produtos portugueses. A satisfação passou de 87,6% em 2014 para 92,8% este ano e a intenção de comprar estes produtos também aumentou, de 41,6% até 50,8%.

A notoriedade espontânea do Selo "Portugal Sou Eu" subiu, com 30,3% dos inquiridos a referir os logos do selo (21,4% em 2014). A notoriedade assistida ascendeu os 37,8% (27,7% em 2014). De acordo com o estudo, que inquiriu 1.201 pessoas, as campanhas de publicidade desenvolvidas pelo programa influenciaram a decisão de compra de produtos portugueses, tendo 34,3% dos consumidores admitido que passaram a comprar mais produtos nacionais.

O programa "Portugal Sou Eu" foi lançado em dezembro de 2012, pelo Governo, para mobilizar o país para o desígnio do crescimento económico pela via de um consumo informado de produtos e serviços com o Selo do programa. Tem financiamento do programa Compete 2020 e é gerido por um Órgão Operacional formado pela Associação Portuguesa de Empresas de Distribuição (APED), Associação Empresarial de Portugal (AEP), Associação Industrial Portuguesa-Câmara de Comércio e Indústria (AIP-CCI), Confederação dos Agricultores de Portugal (CAP), Confederação do Comércio e Serviços de Portugal (CCP), Associação da Hotelaria, Restauração e Similares de Portugal (AHRESP) e pelo IAPMEI – Agência para a Competitividade e Inovação.

Fonte: Jervis Pereira

Tweetar



Be the first of your friends to like this.

