

Setor retalhista com franco envolvimento no “Portugal Sou Eu”

A Sociedade Portuguesa de Inovação (SPI) está a apoiar a parceria “Portugal Sou Eu” no levantamento das realidades do setor retalhista perante a iniciativa. Para o efeito, promoveu a realização de um inquérito nacional a empresas do setor, selecionou e descreveu as experiências de um conjunto de estabelecimentos aderentes ou em processo de adesão e identificou e detalhou quatro estudos de caso.

Os primeiros resultados deste estudo foram divulgados pela SPI, no Fórum “Portugal Sou Eu” que decorreu dia 27 de novembro, no Centro de Congressos de Lisboa.

O inquérito nacional permitiu constatar que mais de metade dos retalhistas auscultados está familiarizada com a iniciativa e os produtos “Portugal Sou Eu”.

Os resultados do inquérito nacional conduzido junto de 600 empresas de comércio a retalho permitiram verificar que a grande maioria dos retalhistas considera que o “Portugal Sou Eu” é importante para as empresas nacionais, para o negócio dos retalhistas e para os consumidores.

Permitiram também observar que são várias as vantagens que os retalhistas reconhecem associadas à comercialização de produtos com selo “Portugal Sou Eu”, sejam diretas (como a utilização de materiais de comunicação específicos) como indiretas (como ajudar a desenvolver a economia e incentivar a procura de produtos com origem nacional).

Do conjunto de retalhistas que comercializam produtos com selo “Portugal Sou Eu” (que representam cerca de 20 por cento dos retalhistas inquiridos), a maior parte vende nos seus estabelecimentos entre três a seis produtos com selo.

A análise das experiências de um conjunto de estabelecimentos aderentes ou em processo de adesão ao “Portugal Sou Eu” e de quatro estudos de caso revelou que os retalhistas reconhecem ter um papel importante na dinamização do programa.

De forma transversal, as realidades dos catorze retalhistas que foram estudadas e aprofundadas (e em especial dos quatro estudos de caso destacados pelas suas práticas inspiradoras), permitiram verificar que estas empresas consideram que as ações promovidas no âmbito do “Portugal Sou Eu” têm gerado efeitos ao nível da sensibilização e consciencialização de consumidores e fornecedores. No entanto, acreditam que há ainda um caminho a percorrer para que a marca seja reconhecida por todos, salientando que o seu papel é importante neste processo.

A análise realizada permitiu também depreender que estes retalhistas consideram que a marca funciona como um elemento aglutinador e certificador da qualidade dos produtos que comercializam, contribuindo para a dinamização da economia portuguesa, para a promoção do consumo dos produtos nacionais e para a geração de emprego.

O contacto com as empresas aderentes ou em processo de adesão ao “Portugal Sou Eu” permitiu constatar que o setor está atento e interessado na iniciativa e que são vários os estabelecimentos que já comercializam diversos produtos com selo, com um volume de vendas associado significativo. Neste sentido, a existência de uma sinalética própria e de estratégias de *merchandising* específicas constituem uma mais-valia, alavancando o reconhecimento da marca e do selo “Portugal Sou Eu”, em especial pelos consumidores.

Acompanhe-nos em [facebook.com/portugalsoueu](https://www.facebook.com/portugalsoueu)