



*Estudo do IPAM sobre saldos e promoções*

## **Portugueses pretendem gastar o mesmo em compras de verão**

**83% dos inquiridos pretende gastar um valor idêntico ao de 2015, apesar de 60% ainda não saber qual é a diferença entre saldos e promoções**

Após a alteração do quadro legal a 1 de março de 2015 – que permite saldar “stocks” em qualquer altura do ano –, o IPAM quis compreender a evolução do comportamento dos consumidores sobre esta matéria. O mais recente estudo revela que a esmagadora maioria – 98 por cento dos inquiridos – prefere efetuar compras em saldos e promoções, registando um ligeiro aumento face ao período homólogo (que foi de 95 por cento). Em média, os portugueses pretendem gastar 164 euros, este ano em saldos e promoções de verão, valor muito próximo do que foi apresentado em 2015. Comparando com o período homólogo, 83 por cento pretende gastar o mesmo que no ano anterior, face aos 14 por cento que refere que quer gastar menos e três por cento que indica que vai gastar mais. Contudo, verifica-se ainda um desconhecimento do consumidor sobre a distinção entre saldos e promoções, sendo que 60 por cento dos inquiridos não sabe, ainda, qual a diferença entre ambos os conceitos.

Os preços apelativos são o motivo apontado pela maioria dos inquiridos para efetuar compras em promoções e saldos (89 por cento). O que contrasta com apenas um por cento dos inquiridos, que afirma não efetuar compras em nenhum dos casos, devido à falta de qualidade dos produtos disponíveis e de oferta de produtos e preços pouco apelativos. Roupas (100 por cento) e sapatos (79 por cento) são os produtos que lideram o cabaz de compras em promoções e saldos por parte dos entrevistados. As compras destinam-se prioritariamente ao próprio (95 por cento), seguido dos filhos (65 por cento) e do cônjuge (38 por cento).

O estudo do IPAM revela, ainda, que a nova lei dos saldos continua a não ser clara para o consumidor, continuando este a fazer referências às práticas existentes antes da entrada do novo enquadramento legal. Na maioria dos casos, os inquiridos afirmam não identificar qualquer alteração na época de saldos, embora refiram que os saldos oferecem preços mais baixos, mas com menos qualidade dos produtos.

## **Sobre o estudo**

O estudo do IPAM foi realizado entre 7 e 16 de julho de 2016, em Portugal Continental, a cerca de 400 indivíduos, com idades compreendidas entre os 18 e os 69 anos (média de 35,9 anos). Destes, 39 por cento concluiu o ensino secundário, 29 por cento é licenciado e sete por cento possui mestrado ou doutoramento. Quanto à situação profissional, 46 por cento dos inquiridos é trabalhador por conta de outrem, 16 por cento trabalha por conta própria, 15 por cento está desempregado e 21 por cento é estudante ou reformado.

Da autoria de Mafalda Ferreira – docente do IPAM, especialista em ciências do consumo, doutorada em Psicologia Social pela Universidade de Cádiz e responsável pelo Observatório de Consumo do IPAM Porto –, o estudo quis aferir e compreender qual o impacto da alteração da lei dos saldos – em vigor desde 1 de março de 2015 – na evolução do comportamento dos consumidores.

---

O IPAM foi fundado em 1984, sendo a mais antiga e a maior escola de marketing que existe em Portugal, com campus no Porto e em Lisboa, tendo formado nos seus 30 anos de atividade mais de 9.000 alunos. O IPAM integra a rede Laureate International Universities que, em Portugal, inclui ainda a Universidade Europeia e o IADE. A Laureate é líder mundial na oferta de instituições de ensino superior e, pelas suas 80 escolas, circulam mais de 1 milhão de estudantes bem como uma rede de professores e investigadores, cujo principal objetivo é contribuir para a inovação e produção de conhecimento em todo o mundo.

Dispersas por 28 países e presentes nos cinco continentes, as universidades da rede Laureate oferecem programas de licenciaturas, mestrado e doutoramento em áreas tão distintas como a Arquitetura, Gestão, Turismo, Desporto, Design, Engenharia, Ciências da Saúde, Medicina e Direito, entre outras. A comunidade Laureate acredita no poder transformador da Educação e tem como missão influenciar de forma positiva e duradoura a vida dos seus estudantes, professores e colaboradores: "Quando os nossos estudantes brilham, os países prosperam e as sociedades evoluem".

**Para mais informações sobre o IPAM:** [www.ipam.pt](http://www.ipam.pt).

**Para mais informações sobre o Grupo Laureate:** [www.laureate.net](http://www.laureate.net).

---

20 de julho de 2016