

Segundo estudo do IPAM

Portugueses colocam qualidade à frente do preço na compra de produtos para bebés

- Consumidores optam por produtos para bebés com qualidade (73,81%), em detrimento do preço (11,90%) ou da durabilidade (7,14%);
- Maioria gasta entre 10 a 30 euros mensais em roupa, calçado e biberons
- Portugueses compram mais roupa para bebé (40,13%) do que calçado (24,56%) e biberons (14,04%).

Lisboa, 5 de junho de 2017 - Um estudo do Instituto Português de Administração e Marketing (IPAM) que analisou os hábitos de consumo da população relativamente a roupa/calçado para bebés e biberons concluiu que a maioria dos portugueses valoriza a qualidade (73,81%) na compra de um produto para bebé (entre os 0 meses e os três anos), em detrimento do preço (11,90%), da durabilidade (7,14%) e do design (4,29%).

Este estudo foi desenvolvido com o objetivo de descobrir se na compra de produtos para bebé a qualidade constitui um factor decisivo, sobretudo em contextos socioeconómicos menos favoráveis, relacionados com a diminuição do orçamento familiar.

Os dados apurados pelo IPAM permitem confirmar a importância da qualidade e ainda aferir, no que diz respeito ao valor da despesa, que a maioria dos portugueses gasta o máximo de 10 e 30 euros mensais no consumo de roupa, calçado ou biberons. Apenas cerca de 15% dos consumidores destes artigos despende um valor mensal superior a 60 euros.

Entre roupa, calçado e biberons para bebés, os portugueses compram com maior frequência a roupa (40,13%), seguindo-se o calçado (24,56%) e, por último, os biberons (14,04%).

Para a professora do IPAM e coordenadora deste projeto, Marta Bicho, “o desenvolvimento deste estudo foi importante para caracterizar o consumidor português em relação a produtos infantis e realçar que, apesar da adaptação do seu comportamento a situações de crise, as exigências de atributos como a qualidade e o conforto continuam a ser valorizados para esta população em detrimento de fatores económicos”.

Ficha Técnica do Estudo

O estudo sobre o consumo da população relativamente a roupa e calçado para bebés e biberons foi elaborado pelo IPAM com base numa metodologia que considerou a análise de 441 inquiridos, com mais de 18 anos de Portugal Continental e Ilhas, que realizaram o inquérito através da plataforma *online* (surveymonkey.com), abrangendo todo o território nacional, com uma amostra proporcional estratificada por Região.

O estudo teve uma pergunta de filtro inicial, contemplando apenas inquiridos que tivessem efetuado compras de produtos para bebé, dos 0 meses aos 3 anos.

Sobre o IPAM

O IPAM foi fundado em 1984, sendo a mais antiga e a maior escola de Marketing que existe em Portugal. Com um *Campus* no Porto e outro em Lisboa, formou nos seus 30 anos de atividade mais de 9.000 alunos. O IPAM é uma das instituições da rede Laureate International Universities em Portugal que detém ainda a Universidade Europeia e a sua mais recente unidade orgânica, o IADE, pioneiro no ensino do Design.

A Laureate International Universities é líder mundial na oferta de instituições de ensino superior. Com mais de 70 escolas em todos os continentes, recebe mais de 1 milhão de estudantes em todo o mundo e desenvolveu uma rede de professores e investigadores com o objetivo de contribuir para a inovação e produção de conhecimento global.

Dispersas por 25 países, as instituições 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

Para mais informações sobre o Grupo Laureate: www.laureate.net