



澳門特別行政區政府
Governo da Região Administrativa Especial de Macau
消費者委員會
Conselho de Consumidores

Inquérito Sobre o Tema Avaliação da Eficácia da Promoção Exercida sobre as “Lojas Certificadas” (SUMÁRIO)

O Conselho de Consumidores cometeu ao Instituto de Desenvolvimento Sustentável da Universidade de Ciência e Tecnologia de Macau a análise do inquérito. Tendo como visados, os cidadãos do território, empresários locais e turistas, o grau de entendimento, o acesso, o apoio e a participação nas actividades de promoção para as “Lojas Certificadas”, com o fim de avaliar a eficiência das diferentes medidas da publicidade feita.

Esta análise começou desde 16 de Setembro a 5 de Outubro e foi realizada através de 3 modos: de modo aleatório, conseguiu inquirir no telefone 523 indivíduos de idade superior a 15 anos; na rua de Portas do Cerco, Terminal Marítimo de Macau, Aeroporto, rua de Cunha, Ruínas de S. Paulo e Largo do Senado, etc., conseguiu inquirir 1003 turistas de idade superior a 15 anos e às lojas, conseguiu inquirir 425 “Lojas Certificadas”

I Resultado do inquérito para os cidadãos e turistas:

- 40% dos cidadãos e 10% dos turistas ouviram o projecto de promoção das “Lojas Certificadas”
- Metade dos cidadãos sabiam da existência das referidas por intermédio da publicidade televisiva e 20% das turistas terem conhecimento delas através da publicidade exterior.
- 50 % dos turistas tinham visto a publicidade sobre as referidas antes de viajar para a Macau
- Cerca de 50% dos cidadãos e 20% dos turistas foram às “Lojas Certificadas” fazer compras
- Por volta de 40% dos cidadãos e 50% dos turistas consideram que a publicidade incentive-os a escolher “Lojas Certificadas”
- Quase 30% dos cidadãos e 60% dos turistas escolheram como prioridade as “Lojas Certificadas” para compras
- Cerca de 30% dos cidadãos e 60% dos turistas afirmaram que a qualidade do serviço prestadas pelas “Lojas Certificadas” foi melhor

do que as não certificadas

- 60% dos cidadãos e 80% dos turistas consideram que oferecem maior garantia as compras feitas nas “Lojas Certificadas”
- 30% dos cidadãos e 60% dos turistas recomendam os seus amigos ou famílias a fazerem compras nas “Lojas Certificadas”
- Maior parte dos cidadãos e turistas inquiridos (perfaz respectivamente mais ou menos 30% e 70%) responderam que nunca foram fazer compras nas “Lojas Certificadas” por causa de não terem contacto a publicidade delas
- Dos cidadãos e turistas inquiridos, prefaz respectivamente 60% e 70%, responderam que iriam fazer compras nas referidas, se no futuro terem contacto na publicidade das “Lojas Certificadas”
- Para permitir mais pessoas a conhecer informações sobre as “Lojas Certificadas”, maioria cidadãos e turistas (50% e 40%), afirmaram que é precisa fortalecer a publicidade televisiva

II Resultado do inquérito para os empresários locais das “Lojas Certificadas”

- 70% dos empresários locais terem contacto a publicidade por intermédio de magazine
- as diversas publicidade contactado tinha com frequência de 1 a 5 vezes
- 70% dos empresários locais disseram que a publicidade feita pelo C.C. ajudou-lhes a elevar a qualidade do serviço
- Cerca de 80% dos inquiridos afirmaram que através da publicidade corrobora a imagem das “Lojas Certificadas” na faixa de garantia das compras
- Quase 60% dos inquiridos responderam que obtiveram mais vantagens depois de ser certificada
- Maioria dos inquiridos acharam que o C.C. teve esforçar na publicidade televisiva
- Cerca de 60% dos inqueritos iriam participar nas actividades realizadas pelo C.C.
- Maior parte (quase 40%) terem mais interesses nos eventos em massa

III Recomendações para a promoção

- Deve fortalecer a publicidade para o desenvolvimento das “Lojas Certificadas”
- Para obter bom resultado, salienta que a avaliação das referidas é feita pelo C.C.
- Reconsidera a adopção de vários tipos da publicidade
- Impulsionar a publicidade sobre as “Lojas Certificadas” dentro da China, reforçando o seu impacto
- Cooperação com as lojas aderentes sobre o desenvolvimento delas
- Publicando as “Lojas Certificadas” com a colaboração dos outros departamentos de turismo

IV **Análise e sugestões gerais dos cidadãos e turistas**

(A) Cidadãos

- **A cobertura da publicidade é satisfatório**

44.6% saibam o projecto da promoção das “Lojas Certificadas”. O número indicado foi alto comparando com a publicidade da promoção dos negócios ou das actividades públicas

- **“Lojas certificadas” impulsionam-os a consumir**

73.2% iriam fazer compras nas “Lojas Certificadas” por causa da publicidade e 75.3% afirmaram que preferem fazer compras nas referidas

- **Metade dos cidadãos não iriam fazer compras nas lojas certificadas por razão de:**

Facilidade. 54.2% acharam que não é importante se a loja fosse certificada ou não e preferem fazer compras nas lojas já tinham conhecidas.

- **Diversidade da eficácia da publicidade**

Existe uma diversidade de conhecimento sobre “os grupos com diferente sexual, etário, académico, profissional, salário mensal, residência” porque os tipos das “Lojas Certificadas” contactos são diferentes.

- **Avaliação positiva sobre as “Lojas Certificadas”**

90% com posição positiva sobre as “Lojas Certificadas” e mais do que 70% recomendem os seus amigos ou famílias a fazerem compras nelas

(B) Turistas

- **À medida que o período de permanência aumenta, acrescenta os toques entre turistas e as publicidades de “Lojas Certificadas”.** Os dados indicam que os números de dias de permanência 1, 2, 3, 4,

5 e mais, regista-se respectivamente 16.3%, 17.5%, 18.6%, 19.1% e 26.9%.

- **No caso de conheçam o Projecto de “Lojas Certificadas” antes de visitar Macau, indica que 62% de consumidores vão adquirir nelas.** O resultado revela que existe visivelmente uma relação estreita entre o conhecimento delas de consumidores e o seu consumo nelas. Os visitantes que conheçam “Lojas” antes de chegar e os não têm conhecimento sobre este plano, perfaz respectivamente 62% e 10.4% consumiram nelas.
- **“Lojas Certificadas” tem influências sobre a vontade de consumir.** 80% de visitantes que conheçam “Lojas” afirmam que a publicidade destas impulsiona-os a adquirir nas Lojas. 90% de visitantes que têm experiências de comprar nas Lojas, declaram que as seleccionar primeiramente.

(C) Conselhos

- Como os turistas de Macau são principalmente provenientes da China, eles não conhecem bem o ambiente e “Lojas Certificadas” da RAEM. Com esta razão, confiam mais as mensagens públicas e as recomendações do governo. Em nosso entender, trazer mensagens correctas de consumo aos turistas, isto além de os levar a consumir, mas também pode causar uma imagem responsável do governo. Depois de fazerem compras nas “Lojas Certificadas”, produz nos visitantes uma impressão positiva---Macacu oferece um mercado que podem “Comprar mercadorias qualitativas com preços justos”, assim pode estimular o consumo. Portanto, **é bom que promova o Projecto de Certificação de Marca Qualitativa na China, esforçando as influências no país.**
- **Para os diferentes objectos, pode aproveitar publicidades variadas adaptadas aos residentes e aos visitantes.** Para os primeiros, pode promover através de televisão, jornais, folhetos, internet, revistas, etc. Para os segundos, pode distribuir informações delas nos departamentos de imigração do aeroporto e dos portos, nos centros comerciais e nos pontos turísticos.
- **Durante as actividades promocionais, pode salientar or**

fortalecer as áreas críticas do C.C. da RAEM, elas são aceitação, aprovação e recomendação. Os dados apresentam que quer os visitantes conheçam “Lojas Certificadas” quer não, têm opiniões semelhantes sobre a avaliação, a reputação destas e a possibilidade de consumo nelas. Ou seja, eles têm confiança nelas do C.C. Por conseguinte, pode divulgar amplamente o Projecto, acentuando a aprovação oficial e impulsionando o desenvolvimento daquele.

- **Cooperar com outras direcções, promovendo “Lojas Certificadas”.**, Divulgá-las nas regiões da China Continental na situação viável, elevando a popularidade e o reconhecimento da Marca Qualitativa das “Lojas Certificadas”. Para concretizar bem uma tarefa, precisa fazer esmeradamente todas as partes. Por isso, a cooperação entre o C.C. e outras direcções relativas, não só composta pela parte de promoção, mas também esforçar-se por elevar a imagem turística de Macau. Os pontos mais concretos que podem ser considerados são : Coorendará com o Direcção dos serviços de Turismo, pôr distribuições delas na Autoridade de Aeroporto, nas grandes empresas (tais como portos) e adir a mensagem das Lojas no vídeo de propagande. Colaborará com o Instituto Para os Assuntos Cívicos de Municipais, a Direcção para os Assuntos de Tráfego, entre outros., com o fim de aumentar pontos de publicidade exterior e ininterrupta.