



ID: 67799826

17-01-2017

Atum açoriano no topo das preferências dos portugueses

Atum Santa Catarina considerado “exemplo para a indústria portuguesa”



www.atumsantacatarina.com

POR ALEXANDRA NARCISO

Será no próximo dia 9 de Fevereiro que o Atum Santa Catarina vai receber formalmente o selo “Prémio Cinco Estrelas”, numa cerimónia a decorrer na Fundação Champalimaud, em Lisboa.

A marca açoriana, com produção a partir da ilha de São Jorge, foi a única da Região a receber a certificação, que distinguiu este ano 97 marcas comerciais, 13 personalidades e 11 órgãos de comunicação social, num total de 121 vencedores.

“Ao ostentar este prémio, o Atum Santa Catarina constitui-se um exemplo para a indústria portuguesa, contribuindo para a promoção da marca e da região”, afirmou ao Diário dos Açores uma das fundadoras do prémio.

“As especialidades do Atum Santa Catarina passaram com distinção no conjunto de testes realizados, sendo consideradas pelos portugueses como produtos muito bons, com um nível de satisfação global de 74%, o mais elevado na sua categoria”, acrescentou.

O selo “Prémio Cinco Estrelas” consiste num sistema de avaliação de produtos e serviços, que tem por objectivo avaliar as principais variáveis que influenciam os consumidores nas suas decisões de compra, nomeadamente “satisfação pela experimentação, relação preço-qualidade, intenção de compra, confiança na marca e inovação”, explicou Débora Silva.

O atum dos Açores venceu na categoria “Atum”, no sector “Alimentação e Bebidas”. O que os portugueses mais valorizaram no Atum Santa Catarina, avançou a responsável, “foi a textura, o aspecto do filete e o sabor”. O produto açoriano alcançou a classificação de 8,19 pontos, numa escala de 1 a 10.

Débora Silva explicou que “todos os produtos, serviços e marcas avaliados passam por um conjunto de testes que permitem obter as classificações não só das 5 variáveis da metodologia Cinco

Estrelas, como das características específicas de cada candidato”.

Segundo avançou, numa primeira fase, foram identificadas quais os aspectos específicos que os portugueses mais valorizam em cada tipo de produto. “No caso do atum, foram o aspecto do produto na lata, o sabor, a combinação dos sabores adicionados, a textura e o aroma”, apontou.

Numa segunda fase, foram realizados testes cegos de experimentação em laboratório de análise sensorial, “onde os consumidores experimentaram o produto sem conhecimento da marca e avaliaram as características específicas identificadas na primeira fase”. “Aqui, obtiveram-se as classificações para a Satisfação pela experimentação, a relação preço-qualidade e a intenção de compra”, indica.

Na terceira e última fase, foi então efectuada uma “avaliação massificada junto de uma amostra representativa da população portuguesa, onde se obtiveram as classificações para a Confiança na Marca e o nível de Inovação”.

O Atum Santa Catarina é produzido na fábrica Santa Catarina, localizada à beira mar, na Fajã Grande da vila da Calheta, na ilha de São Jorge, dos Açores. A fábrica tem capacidade de laboração diária para 12 toneladas de peixe. A sua laboração anual ronda as 2500 toneladas, o que se traduz anualmente em mais de 7 milhões de latas de conservas, que são vendidas no mercado regional, nacional e internacional.

Uma forma de promover o que se faz na Região

Débora Silva destaca que o Prémio Cinco Estrelas acaba por ser, “naturalmente”, uma forma de promover o que se produz nos Açores. “Aliás, o principal objectivo do Prémio Cinco Estrelas é o de identificar o que de melhor se faz em Portugal, com vantagens claras para as marcas vencedoras e para os consumidores, que terão assim a garantia de uma escolha acertada”, afirmou.

Na edição de 2017 do prémio, participaram vários produtos de origem re-

gional de norte a sul do país, incluindo as ilhas. Dos Açores, foi o Atum Santa Catarina o único distinguido pela preferência dos consumidores portugueses.

Questionada sobre que outros produtos regionais se candidataram ao selo, Débora Silva não quis adiantar muito, ressalvando que são “apenas comunicadas as marcas vencedoras”.

A participação no Prémio Cinco Estrelas é feita através de candidatura. “As empresas candidatam os seus produtos e serviços, que são depois organizados em categorias de consumo”, explica a responsável.

Para a edição de 2017, foram recebidas 432 candidaturas, organizadas em 150 categorias de consumo e das quais saíram 97 marcas comerciais vencedoras. “Houve, portanto, 53 categorias sem vencedor, pelo facto de nenhum candidato atingir a classificação mínima exigida pela metodologia”, apontou.

Como nasceu o “Prémio Cinco Estrelas”

Débora Silva fundou o Prémio em conjunto com Ana Lourenço no ano 2015 e, após três edições, o balanço não podia ser mais positivo. “Face ao ano de implementação, 2015, o Prémio Cinco Estrelas regista um crescimento na ordem dos 400% no número de candidaturas recepcionadas, e o número de vencedores apresenta nesta 3ª edição um aumento de 250%”, avançou ao nosso jornal.

Sobre o porquê de terem apostado nesta iniciativa, a fundadora referiu que face à “oferta vastíssima” de produtos e serviços à disposição dos consumidores no mercado e face ao facto de cada um deles darem “a entender que são os melhores, utilizando argumentos diversos”, sentiu-se necessidade de apresentar ao mercado uma forma de identificar “facilmente produtos muito bons, dando aos consumidores a garantia de que estarão a fazer a escolha acertada”.

“Criámos então uma metodologia, testada pelo público, que serve não só as marcas na sua comunicação, mas também os consumidores no seu dia-a-dia. A nossa experiência em certificações privadas, a nível nacional e internacional, acrescida do recurso a parceiros nas áreas dos estudos de mercado, do consumo e do marketing, permitiu-nos criar uma metodologia que cumpre estes objectivos. Identificámos as cinco variáveis que influenciam as pessoas nas suas decisões de compra, criámos o método, apresentámos à Nielsen que a validou e assim nasceu o Prémio Cinco Estrelas”, descreveu. Além do aumento no número de candidaturas, Débora Silva destacou o “interesse crescente” no Prémio, por parte de marcas nacionais, “e até de âmbito regional, menos conhecidas dos portugueses”, além do interesse dos consumidores, “que nos contactam para obterem mais informações sobre produtos que não conheciam”, revelou.

alexandranarciso@diariodosacores.pt



Débora Silva (à direita) e Ana Lourenço fundaram o Prémio Cinco Estrelas em 2015



“PRÉMIO CINCO ESTRELAS”

Atum
Santa Catarina
considerado
como “exemplo
para a indústria
portuguesa”

REGIONAL | PÁG. 2

