



Prémio Cinco Estrelas cresce 500% em marcas avaliadas

A celebrar, este ano, a sua 5ª edição, a organização do Prémio Cinco Estrelas faz um balanço “claramente positivo” da iniciativa. Em declarações à ‘Vida Económica’, Ana Lourenço e Débora Silva afirmam que a distinção registou um “crescimento na ordem dos 500%, em termos do número de marcas avaliadas” e contou, até à data, com o envolvimento de mais de 600 mil consumidores.

FERNANDA SILVA TEIXEIRA
fernandateixeira@vidaeconomica.pt

Tendo analisado 2089 marcas, produtos e serviços, e tendo contado com o envolvimento de mais de 600 mil consumidores, ao longo dos últimos cinco anos, a organização do Prémio Cinco Estrelas faz um balanço “claramente positivo” da iniciativa. Registando um “crescimento na ordem dos 500%, em termos do número de marcas avaliadas” ao longo deste período, a organização salienta ainda que, “em média, 89% das marcas optam por continuar a ser avaliadas e participar na edição seguinte”, o que demonstra o envolvimento e reconhecimento do prémio.

Questionadas pela ‘Vida Económica’ se os objetivos que estiveram na base da criação desta distinção foram alcançados, as responsáveis garantiram, em unísono, que todos foram “plenamente” atingidos e lembraram que o objetivo inicial “era, e continua a ser, testar e premiar marcas por forma a ajudar o consumidor a perceber e distinguir as marcas, que realmente se destacam pela qualidade em cada categoria de consumo”.

“Prémio Cinco Estrelas Regiões”

Não obstante, a organização pretendeu também fazer um upgrade na qualidade e fiabilidade dos estudos que eram realizados neste tipo de distinções e elevaram a outro nível o conceito de prémios a marcas, conferindo maior credibilidade por força do “rigor e da robustez dos testes e estudos realizados na metodologia Cinco Estrelas”. Em paralelo, existia ainda o desejo de criar um prémio para marcas portuguesas de presença regional nos diferentes distritos do país, dando oportunidade a marcas que estão, por norma, mais “escondidas”, mas que têm um nível de qualidade superior, permitindo-lhes que sejam tam-

Em média, 89% das marcas optam por continuar a ser avaliadas

bém consideradas Cinco Estrelas. Falamos do “Prémio Cinco Estrelas Regiões” que celebra este ano a sua segunda edição.

Já sobre o que tem motivado o contínuo crescimento das candidaturas de empresas e demais organizações, as fundadoras admitem que, numa fase inicial do processo, as empresas “veem uma real mais-valia no relatório dos testes e estudos que são realizados, independentemente de serem ou não

vencedoras”, pois permite-lhes perceberem o que os seus clientes em particular e o mercado na generalidade acham das suas marcas, produtos ou serviços.

Débora Silva disse ainda que para as marcas que se consagram vencedoras é muito importante o facto de poderem comunicar que são Cinco Estrelas e incluir este prémio, a estrela verde, nas suas estratégias de comunicação ao mercado”.



Ana Lourenço e Débora Silva afirmam que a distinção contou, até à data, com o envolvimento de mais de 600 mil consumidores.