

# ESTUDOS REGIONAIS

REVISTA PORTUGUESA DE ESTUDOS REGIONAIS - Nº 16  
3º QUADRIMESTRE - 2007

ISSN 1645-586X



REFLEXÃO SOBRE A RENDIBILIDADE  
DA EDUCAÇÃO NA REGIÃO AUTÓNOMA DOS AÇORES:  
ASPECTOS TEÓRICOS E METODOLOGIAS.

INTERACÇÃO ENTRE REDES ORGANIZACIONAIS LOCAIS

MOTIVAÇÕES E PERCEPÇÕES  
DOS CONSUMIDORES: O CASO DO ALGARVE

POTENCIAL DEMOGRÁFICO E ÁREA DE PRESSÃO  
URBANA COMO CRITÉRIOS DE DISTRIBUIÇÃO DE FUNDOS  
PELAS AUTARQUIAS LOCAIS



 APDR

---

# MOTIVAÇÕES E PERCEPÇÕES DOS CONSUMIDORES: O CASO DO ALGARVE

---

Antónia Correia - Faculdade de Economia Universidade do Algarve - E-mail: [acorreia@ualg.pt](mailto:acorreia@ualg.pt)

Ana Rita Cruz - Faculdade de Economia Universidade do Algarve

João Guerreiro - Faculdade de Economia Universidade do Algarve

## RESUMO:

Os novos contextos sociais e quotidianos contribuíram para o desenvolvimento de um novo conceito de consumo, onde a eficiência e um padrão comportamental heterogéneo condicionam a dinamização do comércio retalhista. Este artigo enquadrado num projecto mais vasto de avaliação da actividade comercial na região, pretende caracterizar hábitos de consumo. A partir de 1041 inquéritos realizados a uma amostra significativa dos consumidores conclui-se que apesar de coexistirem dois segmentos de mercado – aqueles que preferem o comércio independente de proximidade e aqueles que preferem a grande distribuição – nenhum dos dois grupos assume a não utilização de outros formatos comerciais. Os resultados permitiram identificar um conjunto de vectores que devem nortear a estratégia de desenvolvimento do sector comercial no Algarve.

Palavras-chave: Consumo, Comportamento do Consumidor, Comércio Independente de Proximidade, Grande Distribuição.

JEL: D12

## ABSTRACT:

Current social contexts have contributed for the development of a new concept of consumption, where the efficiency and diversified behaviour changes the expansion of the retailing commerce sector.

This article was carried out in the framework of a broader evaluation project for the commercial activity in the Algarve region that intends to characterize purchase habits. From 1041 inquiries carried through a consumer's significant sample we concluded that although two distinct groups exist – those that prefer the independent proximity commerce and those that prefer wide distribution – none of the groups assume not using the other commercial format. The results allowed the identification of a group of vectors that must guide the development strategy of commerce in the Algarve.

Keywords: Consumer, Purchase Behaviour, Independent Proximity Commerce, Wide Distribution

JEL: D12

---

**Agradecimentos:** Os autores agradecem à Direcção Regional de Economia do Algarve o financiamento do estudo a partir do qual foi possível elaborar o presente artigo, agradecem igualmente aos revisores os comentários que permitiram melhorar o artigo.