

## Resumo

Os folhetos são importantes para os retalhistas e grossistas publicitarem as suas promoções. Para tal, consideraram-se os folhetos físicos e os digitais como objeto base neste estudo, pretendendo-se investigar as relações dos consumidores em relação aos mesmos, tendo em conta variáveis tais como o preço, a promoção, o meio ambiente, a lealdade e o Comércio Justo. A metodologia utilizada foi quantitativa, tendo-se efetuado e divulgado um questionário online, com base numa amostra não probabilística por conveniência, tendo-se obtido 267 respostas válidas. Neste estudo foi utilizado o teste qui-quadrado para verificar se determinadas variáveis tinham relações de associação entre si e análises de frequências.

Com base na análise dos resultados obtidos, concluiu-se que grande parte dos inquiridos que consulta folhetos não os guarda durante o período promocional do mesmo, sendo os fatores mais valorizados as promoções e os preços, embora muitas vezes os utilizem para decidir o local onde vão fazer as compras, através da comparação dos folhetos de vários retalhistas e seleção da oferta que mais se adequa às suas necessidades. O tempo despendido a procurar estas ofertas é visto como tempo bem gasto e alguns inquiridos indicaram efetuar compras em várias lojas, de modo a aproveitarem os preços mais baixos após a consulta dos folhetos. Verificou-se ainda que estes têm a perceção de que os produtos de Comércio Justo não são alvo de campanhas promocionais nos folhetos. Apesar disso, estes mostraram interesse em adquirir este tipo de produtos em comparação com um outro produto da mesma categoria que não tenha origem no Comércio Justo, caso estes sejam divulgados no folheto. Por fim, relativamente à lealdade à marca, apesar de tendencialmente os consumidores escolherem as marcas que estão nos folhetos, estes demonstram preferência pela marca favorita.

**Palavras-Chave:** Folhetos; Relações; Promoções; Preço; Folhetos Online; Comércio Justo; Comportamento do Consumidor; Meio Ambiente; Publicidade não Endereçada.