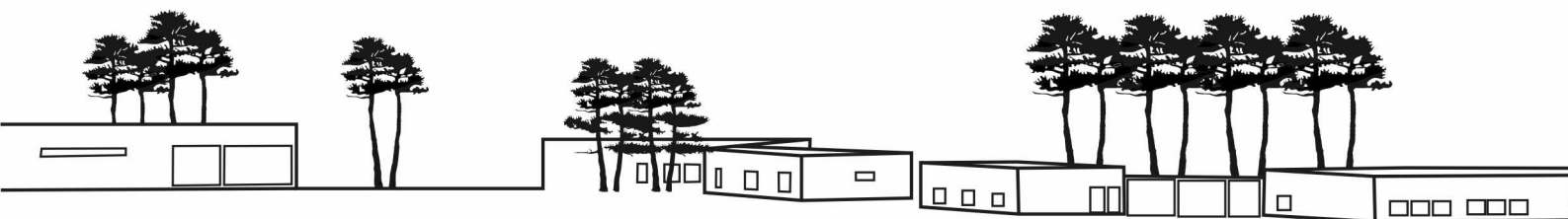




Congresso Nacional das
Escolas Superiores Agrárias

14 e 15 de novembro de 2019

Escola Superior Agrária de Viseu | IPV



Livro de Resumos



COMPORTAMENTO E ATITUDES DOS CONSUMIDORES DE AZEITE EM PORTUGAL

PAULA CABO, NUNO RODRIGUES, JOSÉ ALBERTO PEREIRA, PAULA BAPTISTA

Centro de Investigação de Montanha (CIMO), ESA, Instituto Politécnico de Bragança, Campus de Santa Apolónia, Bragança, Portugal.

Resumo: O mercado mundial de azeite apresenta um elevado dinamismo, com um crescimento significativo na produção e consumo, impulsionado pelo reconhecimento das suas qualidades nutricionais e benefícios para a saúde humana. Este trabalho pretende compreender o comportamento dos consumidores portugueses de azeite. Para tal, foi realizado um estudo transversal com base numa amostra de 1203 indivíduos. Os resultados ilustram o hábito enraizado de consumir azeite e a predominância de circuitos curtos de comercialização e dos mercados de proximidade, com a preferência pela compra diretamente ao produtor/lagar. Os fatores mais valorizados na compra/consumo de azeite foram o benefício para a saúde, o sabor e aroma, o respeito pelo ambiente, o valor nutricional e a região de origem. Quanto às preferências dos consumidores, os inquiridos favorecem o consumo de azeite nacional e apenas 1,6% dos inquiridos afirmaram não se importar com a origem do azeite consumido. No que respeita ao tipo de azeite normalmente consumido, o azeite favorito é extra virgem (69%), seguido do azeite virgem, azeite de quinta e azeite com denominação de origem protegida (30%). Os azeites biológico (21,4%), monovarietal (9%) e de oliveiras centenárias (12,7%) também são frequentemente procurados.

Palavras-chave: Azeite; Consumidor; Comportamento; Atitudes

Agradecimentos: Os autores agradecem à Fundação para a Ciência e a Tecnologia (FCT, Portugal) e ao FEDER no âmbito do programa PT2020 pelo apoio financeiro ao CIMO (UID/AGR/00690/2013).

