



I CONGRESSO NACIONAL
das
ESCOLAS SUPERIORES
AGRÁRIAS

Escola Superior Agrária de Bragança
2 e 3 de dezembro de 2015

PROGRAMA · RESUMOS

Título: I Congresso Nacional das Escolas Superiores Agrárias: **livro de resumos**

Editor: Albino António Bento

Edição: Instituto Politécnico de Bragança, Escola Superior Agrária · 2015

5300-253 Bragança · Portugal

Tel. (+351) 273 303 200 · Fax (+351) 273 325 405

Impressão: Bringráfica

Nº de cópias: 200

Dep. Legal: 401321/15

ISBN: 978-972-745-198-2

Disponível em: <http://hdl.handle.net/10198/11932>

Perfil do consumidor e hábitos de consumo de produtos gourmet em Bragança, Portugal

FERNANDES, A. ¹; RIBEIRO, M.I. ¹; CABO, P. ² & MATOS, A. ³

¹ Escola Superior Agrária, Instituto Politécnico de Bragança, Portugal, Investigador(a) do CETRAD, UID/SOC/04011/

² Escola Superior Agrária, Instituto Politécnico de Bragança, Investigadora do CIMO

³ Escola Superior Agrária, Instituto Politécnico de Bragança

Produtos *gourmet* são produtos de alta qualidade, em geral, certificados com origem específica, características únicas e produzidos em pequenas quantidades. Este estudo tem como objetivos conhecer o perfil do consumidor de produtos *gourmet* em Bragança e descrever os seus hábitos de compra.

Para atingir estes objetivos, desenvolveu-se um estudo transversal, quantitativo, observacional e descritivo. Os dados foram recolhidos através de um questionário aplicado, diretamente, à população de Bragança, durante o 1º semestre de 2015. Posteriormente, os dados foram tratados com o SPSS 22.0. O tratamento dos dados consistiu no cálculo de frequências absolutas e relativas uma vez que as variáveis eram qualitativas. Foi recolhida uma amostra acidental composta por 300 indivíduos (40,3% do género masculino e 59,7% do género feminino) com idades compreendidas entre os 17 e os 84 anos.

A maioria dos inquiridos (63,3%) não é consumidora de produtos *gourmet*. Os produtos *gourmet* consumidos são de origem nacional (66,4%), de Trás-os-Montes (88,2%), certificados (91,7%) e da marca do produtor (77,1%). Dos 110 inquiridos que consomem produtos *gourmet*, 50,9% fazem-no entre 1 a 4 vezes por semana (50,9%).

Os produtos *gourmet* mais consumidos são o azeite (67%), os enchidos (62,4%), o vinho (60,6%) e os queijos (58,7%). As características mais valorizadas são o sabor (92,7%) e o aroma (58,7%). Os atributos diferenciadores deste tipo de produtos, perçecionados pelos consumidores, são a confiança no sabor (64,5%) e as suas características únicas (52,7%).

Quanto aos hábitos de compra, foi possível verificar que estas são feitas pela mulher (46,0%) ou pelo casal (41,3%). O critério de seleção do local de compra mais valorizado pelos consumidores é o preço (61,7%). Talvez, por isso, o hipermercado seja o local preferido para a compra deste tipo de produto (58,7%). A seleção dos produtos *gourmet* é, igualmente, feita com base no preço (66,2%). Os consumidores procuram produtos com embalagens práticas (62,3%) cuja publicidade seja veiculada pela televisão (89,3%) e *Internet* (63,7%) e cuja promoção seja baseada na degustação (77,6%).

Dos 300 inquiridos, apenas 119 se mostraram dispostos a pagar mais por produtos *gourmet*. Destes, 47,1% estão dispostos a pagar até 25% mais e 31,9% entre 25 a 50%. Tal facto revela o potencial de crescimento do mercado de produtos *gourmet*.

Palavras-chave: Produtos *gourmet*, consumidor, Bragança, Portugal