

**25**  
JORNADAS  
Hispanolusas  
Ourense 2015

# Enfoques Empresariales de la Gestión Científica

Universida de Vigo



DEPUTACIÓN PROVINCIAL  
DE OURENSE

# Transferencia de Conocimiento a la Empresa

Director  
**José Antonio Fraiz Brea**

Coordinadora  
**Noelia Araújo Vila**





Editores  
**José Antonio Fraiz Brea**  
**Noelia Araújo Vila**

Diseño  
© [www.chaler.es](http://www.chaler.es)

Imprime  
**Artes Gráfica Eujoa**

ISBN  
**978-84-697-2121-6**

Depósito legal  
**OU-6-2015**

# Hábitos E preferências dos consumidores de produtos tradicionais regionais certificados: O caso de Trás-os-Montes

**Paula Sofia Alves do Cabo** • paulacabo@ipb.pt

*Instituto Politécnico de Bragança - Escola Superior Agrária, Instituto Politécnico de Bragança  
Centro de Investigação de Montanha*

**Maria Isabel Barreiro Ribeiro** • xilote@ipb.pt

**António José Gonçalves Fernandes** • toze@ipb.pt

*Instituto Politécnico de Bragança - Escola Superior Agrária; Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro  
Centro de Estudos Transdisciplinares para o Desenvolvimento*

**Alda Maria Vieira Matos** • alda@ipb.pt

*Instituto Politécnico de Bragança - Escola Superior Agrária*

## Resumo

Este estudo analisa os hábitos e preferências de compra e consumo dos consumidores de produtos tradicionais certificados da Região de Trás-os-Montes, nomeadamente queijos e enchidos DOP/IGP/ETG. No geral, apesar da notoriedade destes produtos, existe ainda um desconhecimento significativo dos consumidores sobre os benefícios desta certificação. Especificamente, a maioria dos inquiridos é consumidora de enchidos. Destes, mais de 80% afirma consumir enchidos da Região de Trás-os-Montes mas apenas 32% consome produtos DOP/IGP/ETG. Quanto aos queijos DOP Transmontanos, verifica-se que 77,7% dos inquiridos são consumidores de queijo mas apenas 40,75% consome queijo DOP de Transmontano. Os principais critérios de seleção de produtos tradicionais transmontanos certificados apontados foram, no geral: "Qualidade", "Apresentação" e "Preço".

Por fim, verifica-se que apesar do baixo nível de consumo, a maioria dos inquiridos reconhece a mais-valia associada aos produtos certificados, sendo que está disposta a pagar mais pelos produtos DOP/IGP/ETG comparativamente com produtos substitutos sem marca europeia.

**Palavras-chave:** Queijo, Enchidos, Denominação Origem Protegida (DOP), Indicação Geográfica Protegida (IGP), Especialidade Tradicional Garantida (ETG), Trás-os-Montes, Portugal.

## Abstract

This study examines the habits and preferences of buying and consumption of consumers of traditional products certified of Trás-os-Montes's region, including cheese and sausages PDO/PGI/TSG. Overall, despite the notoriety of these products, there is still a significant lack of awareness of consumers about the benefits of this certification. Specifically, the majority of respondents consume sausages. Of these, over 80% say they consume fermented sausages of Trás-os-Montes region but only 32% consume PDO/PGI/TSG. As for PDO cheeses, it appears that 77.7% of respondents are consumers of cheese but only 40.75% consume cheese DOP of Trás-os-Montes. The main selection criteria of Trás-os-Montes's certified traditional product were, in general: "Quality", "Presentation" and "Price".

Finally, it appears that despite the low level of consumption, the majority of respondents recognize the added value associated with these certified products, and is willing to pay more for PDO/PGI/TSG products compared with substitute products without European brand.

**Keywords:** Cheese, Sausages, Denomination of Protected Origin (PDO), Protected Geographical Indication (PGI), Traditional Speciality Guaranteed (TSG), Trás-os-Montes, Portugal.