

VIII Simpósio Nacional de OLIVICULTURA

7 a 9
Junho de 2018
SANTARÉM



LIVRO DE RESUMOS

7 a 9 de junho, 2018
CNEMA, Santarém

Organização



FICHA TÉCNICA

Livro de Resumos
VIII Simpósio Nacional de Olivicultura

Propriedade e edição

Associação Portuguesa de Horticultura (APH)
Rua da Junqueira, 299, 1300-338 Lisboa
<http://www.aphorticultura.pt/>

Editores e coordenação

José Alberto Pereira
Nuno Rodrigues

Revisão editorial

Ana Cristina Ramos

Grafismo da capa

Ana Cristina Ramos

ISBN

978-972-8936-29-7

Ano 2018

Esta publicação reúne as comunicações apresentadas no VIII Simpósio Nacional de Olivicultura sob a forma de resumos.

Avaliação do valor atribuído pelos consumidores ao azeite de oliveiras centenárias

Paula Cabo¹, Nuno Rodrigues¹, José Alberto Pereira¹ & Paula Baptista¹

¹ CIMO e Escola Superior Agrária, Instituto Politécnico de Bragança, Campus de Santa Apolónia, 5300-253 Bragança, paulacabo@ipb.pt

Resumo

O mercado mundial do azeite exhibe um elevado dinamismo, traduzido no crescimento significativo da produção e consumo, impulsionados pelo crescente reconhecimento das suas qualidades nutricionais e benefícios para a saúde humana. Em Portugal, o setor olivícola assume uma importância económica crescente, estimulado pelo reconhecimento nacional e internacional da qualidade do azeite português. Tal reflete-se no crescimento do volume de produção motivado por incrementos na produtividade, com a instalação dos novos olivais de regadio, bem como, nas tecnologias de produção e aumento da capacidade instalada dos lagares. Neste contexto, o futuro do olival tradicional, incapaz competir com as modernas tecnologias de produção agrícola, passa pela diferenciação e eventual aposta na produção de azeites de qualidades específicas destinados a nichos de mercado que os podem valorizar. Com este trabalho pretendeu-se avaliar a valorização dada pelos consumidores ao azeite de oliveiras centenárias, no que respeita às perceções e atitudes dos consumidores perante o azeite de oliveiras centenárias e identificar o valor que estes atribuem ao produto, bem como, os segmentos de mercado que mais o valorizam. Para tal, desenvolveu-se um questionário que visava recolher informação relativa ao consumo e que possibilitasse traçar o perfil dos consumidores de azeite, conhecer os seus hábitos de compra e consumo e identificar as suas atitudes. O questionário foi aplicado diretamente a uma amostra acidental de potenciais consumidores de azeite de oliveiras centenária, online e presencialmente, no 2º semestre de 2017 e 1º semestre de 2018. Os resultados preliminares sugerem que o maior problema está relacionado com a falta de informação por parte do consumidor sobre o azeite de oliveiras centenárias. Tal facto, aliado a um reduzido poder de compra (sinalizado pela importância relativa dada ao atributo preço na decisão de escolha), condiciona a disposição dos potenciais consumidores a pagar mais pelo produto.

Palavras-chave: Portugal, olival tradicional, segmentação, diferenciação, disposição a pagar.