

# Perfil, conhecimento e hábitos de consumo de azeite biológico no concelho de Bragança, Portugal

Ribeiro, M.<sup>1,2</sup>, Fernandes, A.<sup>1,2</sup>, Cabo, P.<sup>1,3</sup>, Matos, A.<sup>1</sup>

xilote@ipb.pt; toze@ipb.pt; paulacabo@ipb.pt; alda@ipb.pt

<sup>1</sup>Instituto Politécnico de Bragança - Escola Superior Agrária

<sup>2</sup>Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro - Centro de Estudos Transdisciplinares para o Desenvolvimento

<sup>3</sup>Instituto Politécnico de Bragança - Centro de Investigação de Montanha

## Introdução

Segundo Santos (2008), a agricultura biológica é um modo de produção que permite obter, simultaneamente, alimentos saudáveis e respeita o ambiente. Portugal demonstra, segundo a mesma investigadora, uma rápida evolução nos últimos anos no que diz respeito ao aumento de área produtiva, do número de empresas produtoras e de entidades certificadoras. Os produtos biológicos apresentam, ainda, baixas quotas de mercado o que revela grande potencial de crescimento junto dos consumidores com condições socioeconómicas para os adquirir. No contexto dos produtos biológicos, o azeite é, segundo Santos (2008), o produto principal, o que justifica o facto de ter sido alvo deste estudo.

## Objetivos

Conhecer o perfil do consumidor de azeite biológico no concelho de Bragança. Descrever os seus hábitos de compra e consumo.

Verificar o nível de conhecimento dos consumidores sobre este produto.

## Métodos

Desenvolveu-se um estudo transversal, quantitativo, observacional e descritivo, tendo os dados sido recolhidos através de um questionário aplicado, diretamente, à população do concelho de Bragança, durante o 1º semestre de 2013. Posteriormente, os dados foram tratados com recurso ao software estatístico IBM SPSS 21.0 (*Statistical Package for Social Sciences*). O tratamento dos dados envolveu o cálculo de estatística descritiva, nomeadamente, o cálculo de frequências absolutas e relativas uma vez que as variáveis eram qualitativas ou categóricas medidas através de escalas nominal ou ordinal. O estudo envolveu a recolha de uma amostra aleatória, em Superfícies Comerciais da Grande Distribuição, localizadas no Concelho de Bragança, constituída por 200 indivíduos. 48,0% dos inquiridos eram do género masculino e 48,0% do género feminino (Figura 1). A esmagadora maioria (81,2%) tinha idades compreendidas entre os 18 e os 34 anos (Figura 2).

Como pode ver-se na Tabela 1, a maioria dos inquiridos (50,5%) pertencia a agregados familiares com 3 e 4 elementos, detinha o grau de licenciado (45,4%), pertencia à classe Média (65,5%) e possuía um rendimento mensal entre os 1001 e 2000 Euros (45,0%).

A maioria dos inquiridos (59,8%) não é consumidora de azeite biológico (Figura 3) dado o seu preço elevado. Apesar disso, 58,6% consideram a possibilidade de virem a consumir azeite biológico no futuro (Figura 4).

Figura 3 - É consumidor de azeite biológico? (N = 200)

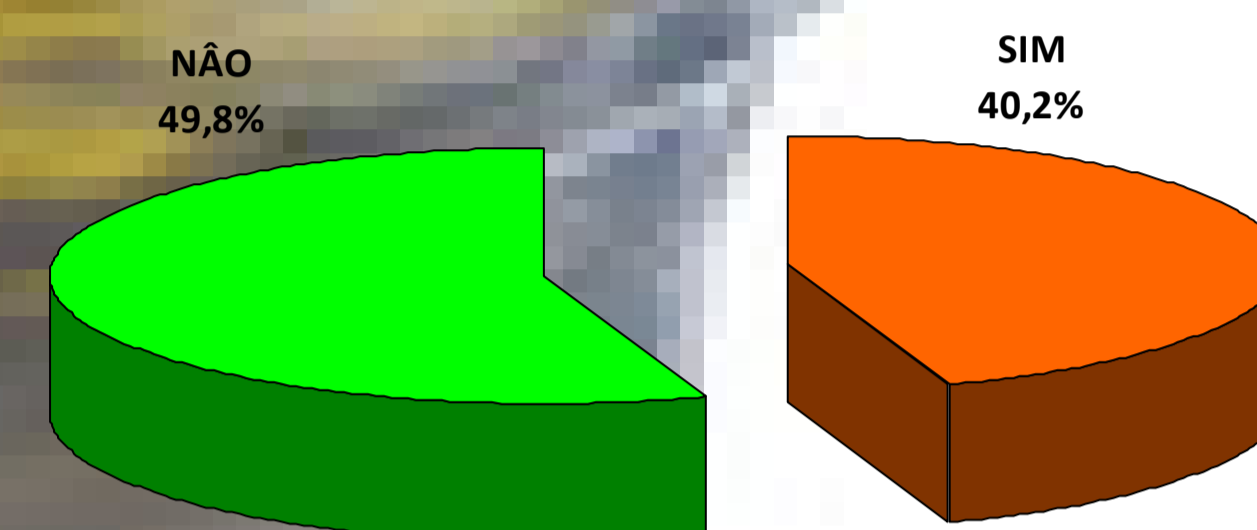
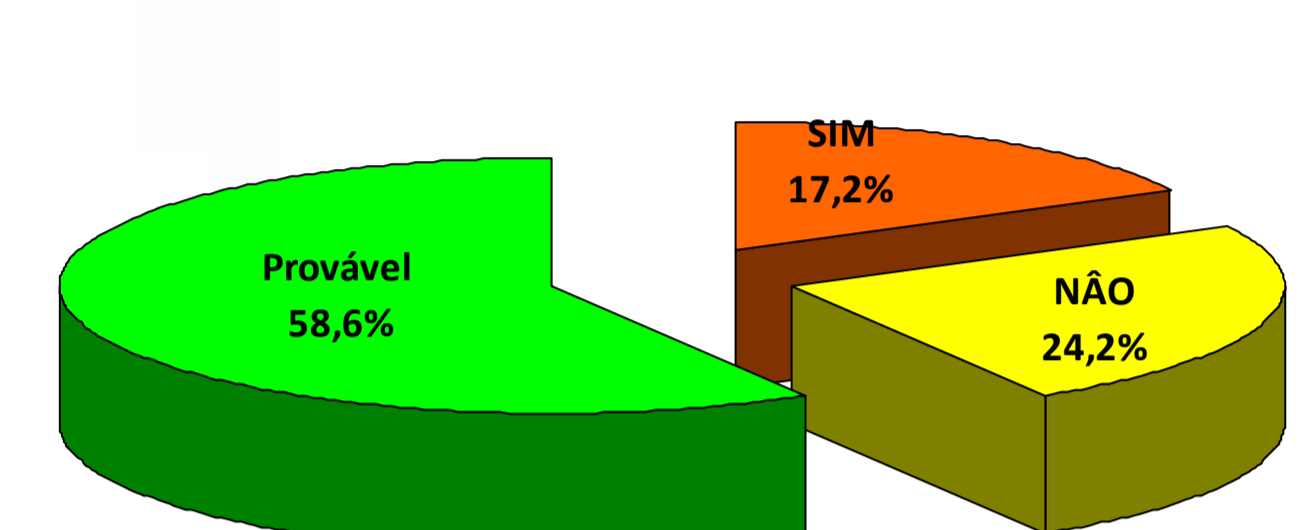


Figura 4 - Pensa consumir azeite biológico no futuro? (N = 120)



Quanto ao conhecimento sobre produtos biológicos, 40,4% consideram ser médio (Figura 5). Ou seja, o inquirido faz a distinção entre produtos convencionais e biológicos, mas não sabe a definição. Dos 40,2% inquiridos que consomem azeite biológico, 60% consumiram azeite extra virgem, 43,3% consumiram azeite virgem e, apenas, 13,8% consumiram azeite virgem recorrendo também ao uso de azeite refinado (Figura 6).

Figura 5 - Conhecimento acerca de produtos biológicos

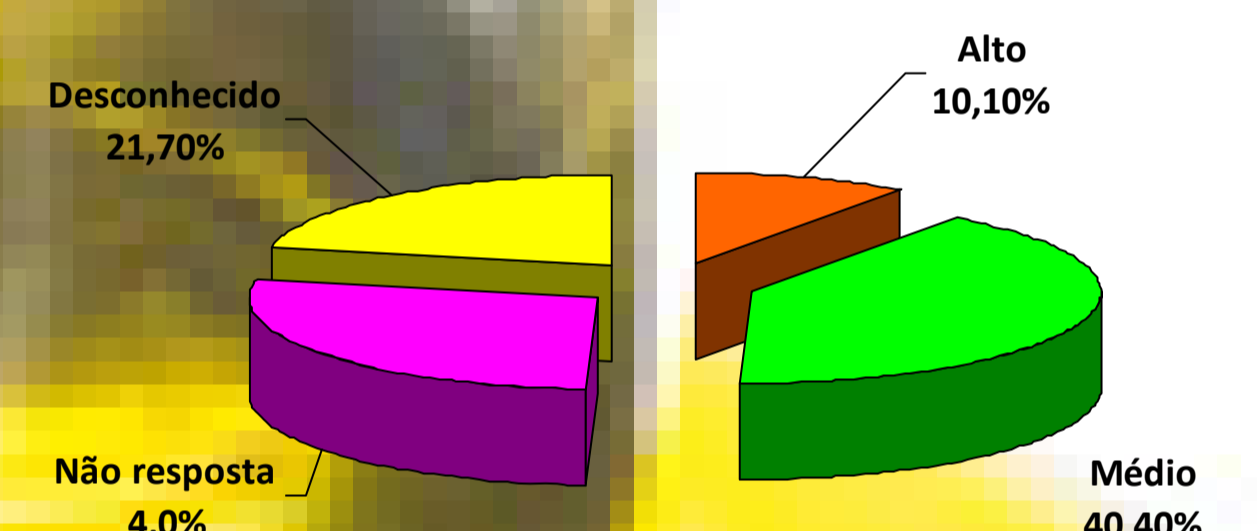
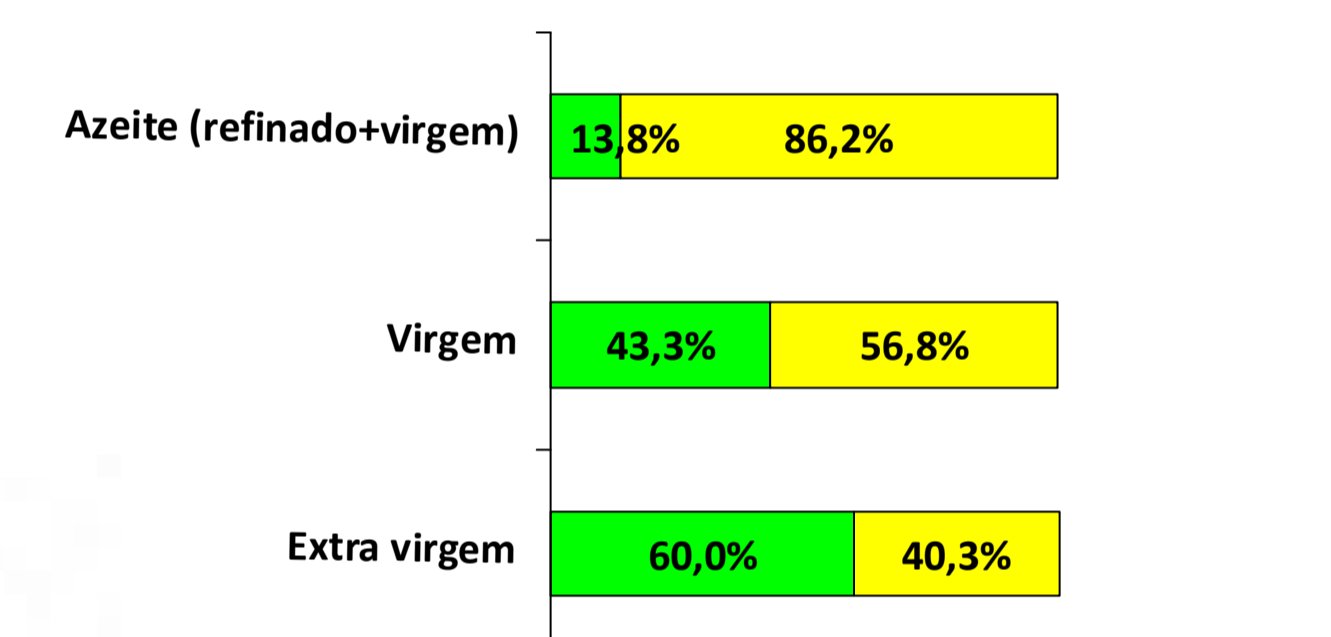


Figura 6 - Tipo de azeite biológico consumido (N = 80)



Quanto à frequência de utilização, 41,6% utilizam-no diariamente e 33,8% fazem-no uma vez por semana. Para 20,8% dos utilizadores de azeite biológico, a sua utilização é feita de forma irregular e 3,9% utilizam-no uma vez por mês (Figura 7).

Figura 7 - Frequência do uso de azeite biológico (N = 80)

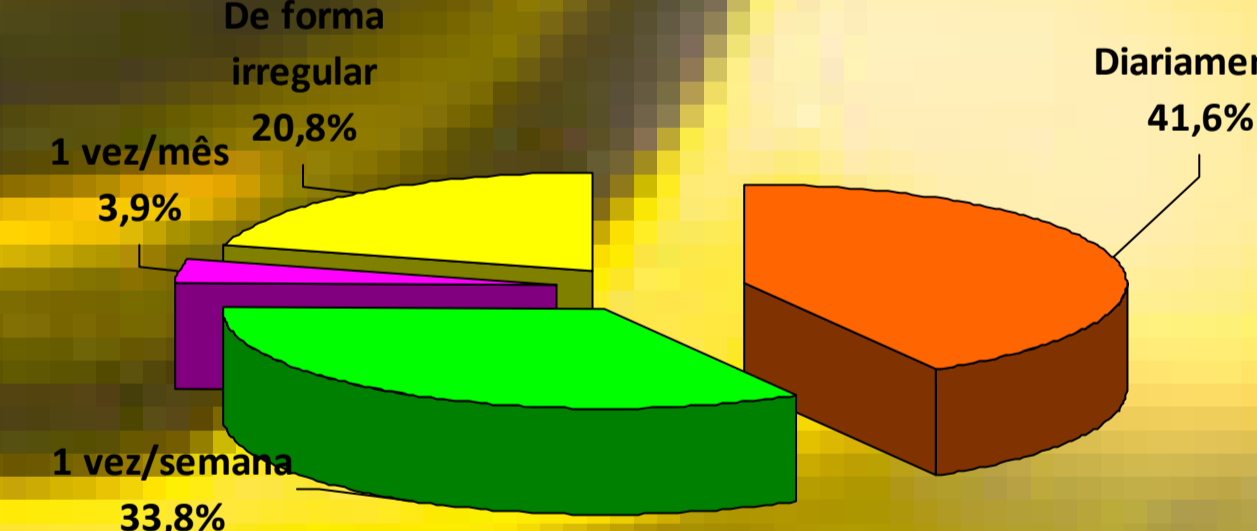


Figura 8 - Se o preço fosse mais baixo, consumiria azeite biológico?

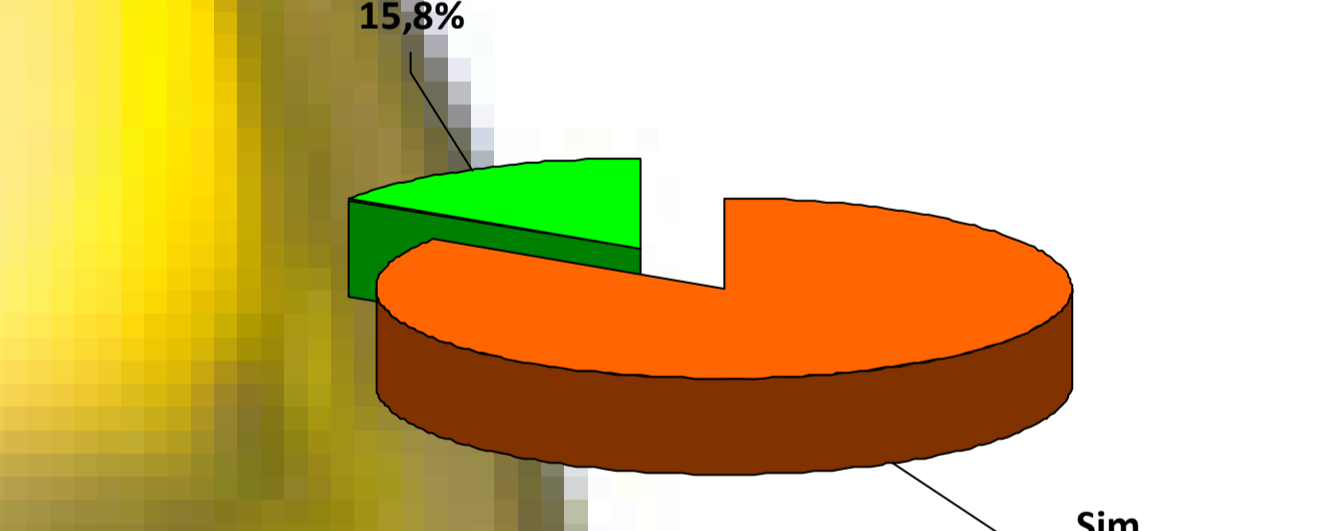


Figura 1 - Género dos inquiridos

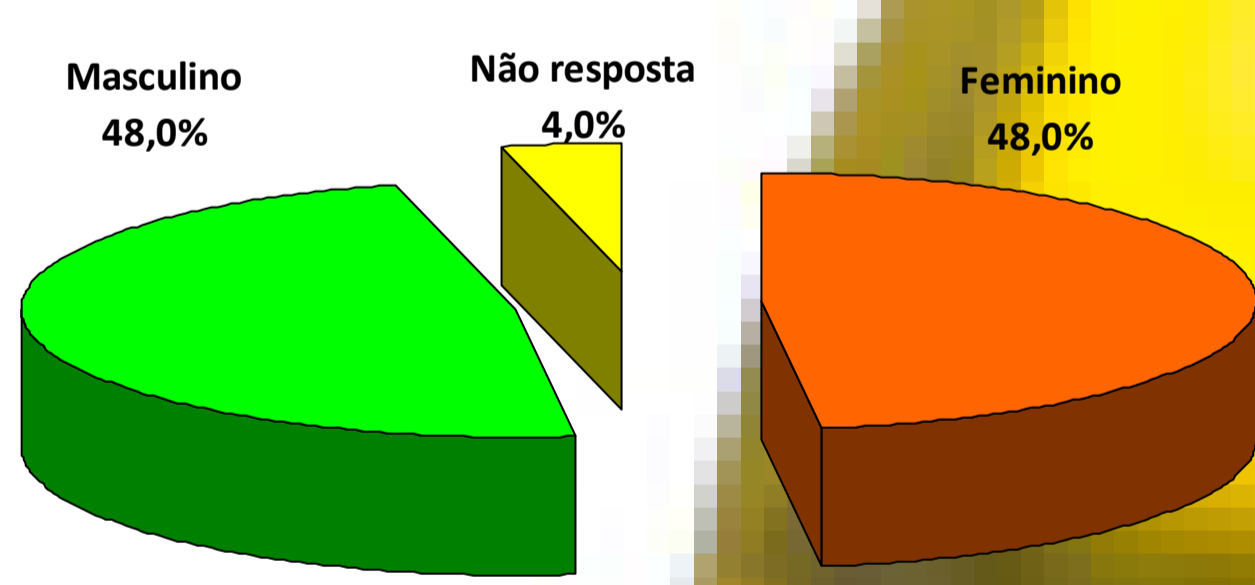
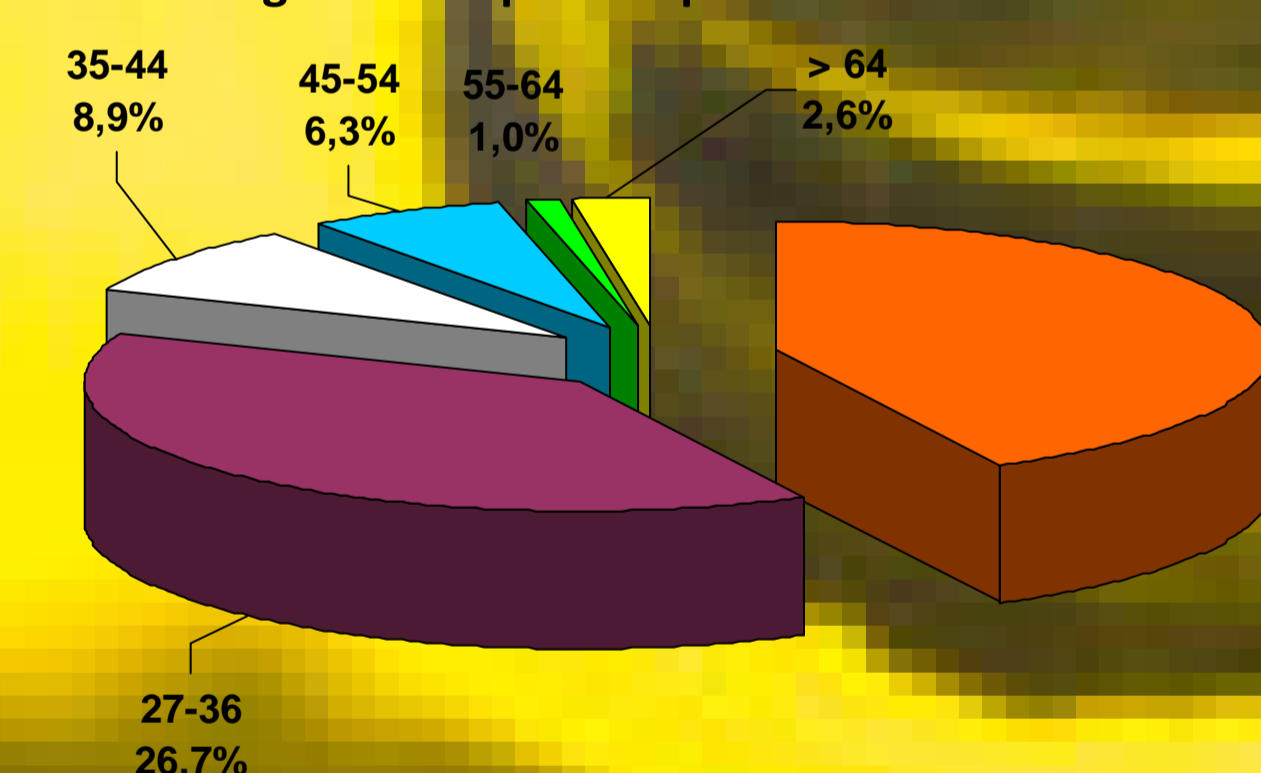


Figura 2 - Inquiridos por classe etária



## Resultados e Discussão

Tabela 1 - Características Socioeconómicas dos inquiridos (N = 200)

Características	Categorias	Frequências	
		Relativas (%)	Absolutas (N)
Nível de estudos	Sem estudos	2,1	4
	Primário	3,6	7
	Formação profissional	6,3	15
	Secundário	28,7	57
	Bacharelato	3,1	6
	Licenciatura	45,4	91
	Pós-graduação	6,8	14
Classe social	Não resposta	2,9	6
	Alta	3,5	12
	Média/Alta	6,0	131
	Média	65,5	40
	Baixa	20,0	10
Número de elementos do agregado familiar	Não resposta	5,0	7
	1 Elemento	15,5	31
	2 Elementos	11,0	22
	3 Elementos	27,0	54
	4 Elementos	23,5	47
	5 Elementos	8,0	16
	6 Elementos	2,0	4
Rendimento mensal do agregado familiar	Não resposta	13,0	26
	Menos de 1001 Euros	35,5	71
	1001 a 2000 Euros	45,0	90
	2001 a 3000 Euros	9,5	19
	3001 a 4000 Euros	2,5	5
	Mais de 4000 Euros	2,5	5
Não resposta	5,0	10	

A esmagadora maioria (84,2%) considera que se o preço do azeite biológico fosse mais baixo, a procura deste produto aumentaria (Figura 8). Apesar disso, 34,2% está disposto a pagar mais 10% por azeite biológico (Figura 9). Segundo Santos (2008), os preços dos azeites biológicos são, em média, cerca de 40% mais elevados do que os convencionais. Contudo, é possível encontrar no mercado azeites biológicos e convencionais com as mesmas características a preços semelhantes.

Figura 9 - Quanto estaria disposto a pagar a mais por azeite biológico?

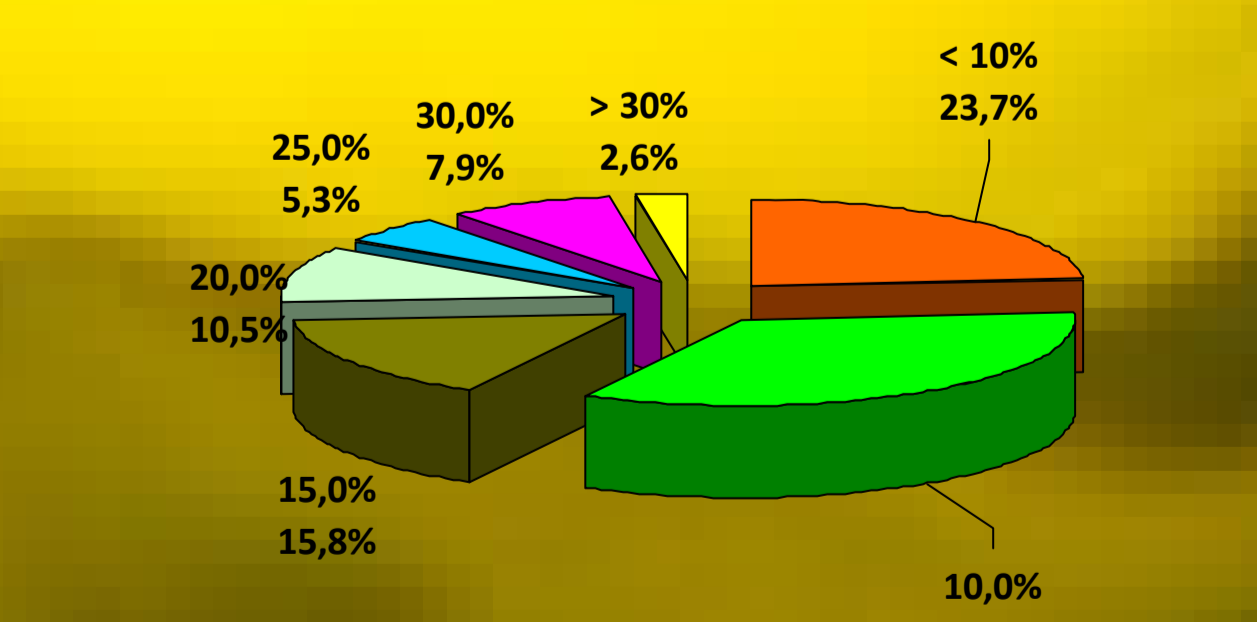
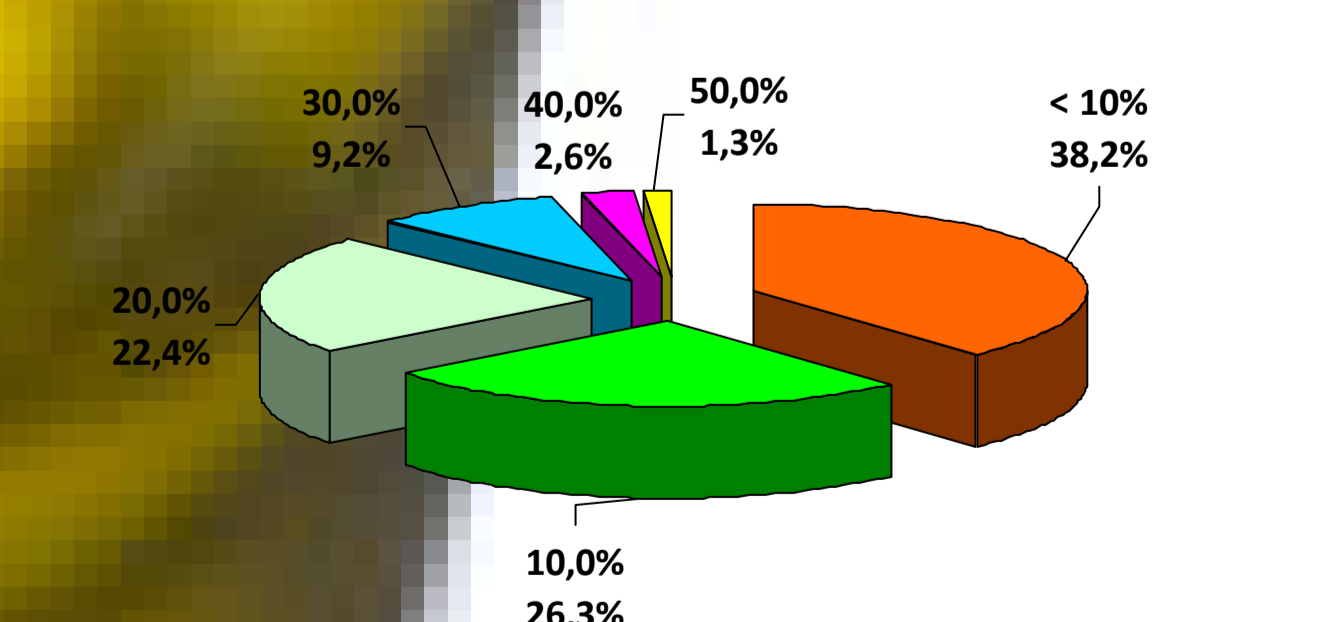


Figura 10 - Rendimento gasto em produtos biológicos (N = 80)



O rendimento gasto em produtos biológicos representa, segundo 38,2% dos respondentes que consomem azeite biológico, menos de 10% do total do rendimento do agregado familiar (Figura 10).

## Conclusões

A maioria dos inquiridos não é consumidora de azeite biológico. No entanto, pensam vir a consumir azeite biológico no futuro. Os inquiridos conseguem distinguir produtos convencionais de produtos biológicos e, por essa razão, estão dispostos a pagar mais pelo azeite biológico. Apesar disso, o rendimento gasto pelo agregado familiar na compra deste tipo de produto é apenas de 10%. Tal facto, evidencia o potencial de crescimento do mercado de produtos biológicos.

## Bibliografia