



Introdução

As oliveiras, a sua paisagem única e a produção de azeite, constituem parte integrante da cultura ancestral e tradições nacionais. Atualmente, a olivicultura nacional é composta por dois sistemas de produção com vantagens competitivas específicas: o novo olival intensivo e super-intensivo (de regadio, com maior dimensão das parcelas/propriedades e mecanização da quase totalidade do ciclo produtivo) produz azeites de qualidade a baixo custo; e o olival tradicional (de sequeiro, com menor dimensão e de difícil mecanização) produz azeites de qualidade a um custo mais elevado, mas com características bem marcadas respeitantes ao *terroir* e às distintas cultivares tradicionais que lhes dão origem.

Neste contexto, a aposta na qualidade e diferenciação/singularidade do produto através da produção e comercialização de azeites obtidos a partir de oliveiras centenárias, cuja procura tem vindo a aumentar, sobretudo nos mercados internacionais, assume-se assim como uma estratégia a equacionar por estes produtores.

Com o presente trabalho pretende-se compreender o comportamento dos consumidores de azeite portugueses, nomeadamente, analisar as perceções, atitudes e hábitos de compra/consumo em relação ao azeite de oliveiras centenárias e identificar a disposição a pagar mais pelo produto.

Material e Métodos

Procedeu-se à construção de um questionário visando recolher informação relativa ao consumo e que possibilitasse traçar o perfil dos consumidores de azeite, conhecer os seus hábitos de compra e consumo e a valorização dada ao produto. O questionário foi aplicado diretamente (online e presencialmente) a uma amostra acidental de potenciais consumidores de azeite durante o 2º semestre de 2017 e 1º semestre de 2018. Em resultado, obteve-se uma amostra não probabilística constituída por 1195 indivíduos consumidores de azeite.

Resultados e Discussão

CARACTERIZAÇÃO DA AMOSTRA

A amostra resultante incluía consumidores com idades compreendidas entre 18 e 87 anos (média de 44,12 anos; DP = 12,185). A maioria era do género feminino (56%), estava empregado (87,9%), parte significativa ligada ao ensino e investigação (13%), ao mundo empresarial (10% gestores/economistas e 7% empresários) e à atividade agrícola (essencialmente, técnicos agrícolas, zootécnicos e agricultores), possuía habilitações literárias ao nível do ensino superior (84,3%) e vivia em agregados familiares de 2 (23,5%), 3 (24%) e 4 pessoas (28,9%), em ambiente urbano (77,5%) e em território nacional (94%). São indivíduos que manifestam ser consumidores social e ambientalmente conscientes, informados, com atenção ao fator saúde e à preservação do ambiente e à biodiversidade, no seu dia-a-dia.

Os resultados evidenciam o hábito arraigado de consumo de azeite (84% consome o produto diariamente e, 15,5%, fá-lo entre 1-3x por semana), sendo que, de uma forma geral, o azeite consumido é de qualidade elevada, sendo o azeite preferido é virgem extra (69%, 824 respondentes) e virgem (30%, 337 respondentes).

FAMILIARIDADE COM O PRODUTO E IMAGEM ASSOCIADA

Os resultados mostram parte significativa dos respondentes (45,4%) conhece/já ouviu falar azeite de oliveiras centenárias.

A familiaridade com o produto deve-se aos grupos sociais primários (família e amigos), à internet e comunicação social. O percurso formativo e os grupos sociais secundários desempenham igualmente um papel crucial de divulgação de informação (Fig. 1)

A grande maioria destes respondentes (457 indivíduos) possui uma imagem positiva do azeite de oliveiras centenárias e apenas 3 inquiridos refere possuir uma imagem negativa do mesmo.

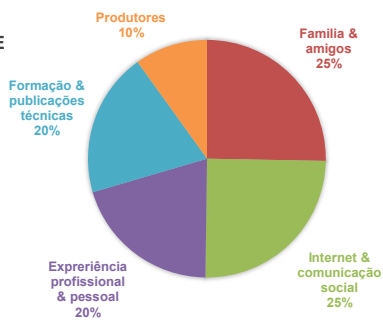


Figura 1. Fonte do conhecimento sobre o azeite de oliveiras centenárias (N=537)

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/00690/2019).

Os autores agradecem igualmente ao eng. Francisco Pavão o inestimável, apoio na aplicação do questionário.

CARACTERÍSTICAS DIFERENCIADORAS

Cerca de 29% dos respondentes (344 indivíduos) detêm experiência de compra/consumo de azeite de oliveiras centenárias.

A maioria dos consumidores de azeite de oliveiras centenárias perceciona como características diferenciadora, a singularidade do produto, associada a características únicas e maior qualidade, aliado ao sistema de produção tradicional e à origem regional (Fig. 2).

Ademais, face à escolha por produções diferenciadas (DOP, Biológico, de Quinta ou de Oliveiras Centenárias), parte significativa (43%) destes respondentes elege o azeite de oliveiras centenárias.



Figura 2. Características diferenciadoras do azeite de oliveiras centenárias percecionadas pelos compradores/consumidores (N=344)

DISPOSIÇÃO A PAGAR MAIS

Apesar de 16,2% dos respondentes associar o azeite de oliveiras centenárias a "preço elevado", apenas 18,9% não equaciona estar disposto a pagar mais por uma garrafa do produto. A Fig. 3 apresenta a distribuição da disposição a pagar mais por azeite de oliveiras centenárias dos inquiridos.

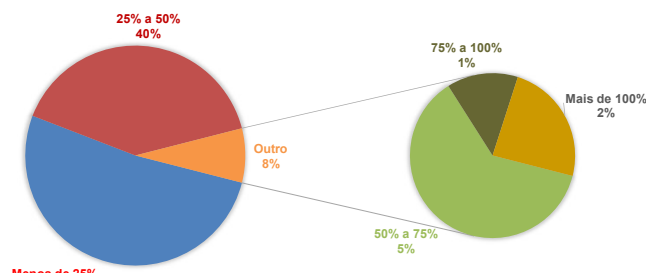


Figura 3. Distribuição da disposição a pagar a mais por azeite de oliveiras centenárias (N=628)

Considerações Finais

O futuro dos olivais tradicionais depende de uma diferenciação bem-sucedida visando nichos de mercado específicos. Assim, é fundamental:

- Desenvolvimento e implementação de uma estratégia de marketing coerente, baseada no conhecimento do comportamento do consumidor, adoptando um posicionamento/segmentação e estratégia de marketing mix efetiva, com destaque para a variável comunicação.
- Aposta num plano de promoção, que permita a comunicação eficaz da diferenciação e/ou singularidade deste azeite ao potencial consumidor.
 - O desconhecimento e ceticismo quanto à diferenciação real do produto "azeite de oliveiras centenárias" foram apontados como os motivos mais frequentes para a indiferença/imagem negativa associada ao azeite de oliveiras centenárias e à não disposição a pagar mais pelo mesmo (crença: manobra de marketing para a promoção e valorização comercial do produto sem suporte em características distintas reais).
 - Realce também para a elevada percentagem de "indecisos" no respeitante à mais-valia desta produção.
 - Ainda assim, apesar da oferta reduzida no mercado nacional, a familiaridade dos respondentes com o produto e a notoriedade de algumas das marcas já instaladas é significativa.
- É ainda necessário efetuar o estudo analítico dos dados recolhidos por forma a identificar os eventuais perfis do consumidor de azeite de oliveiras centenárias.

Por outro lado...

- Os olivais são uma característica intrínseca da paisagem rural portuguesa. A preservação da paisagem tradicional pode ser de particular interesse no caso das oliveiras centenárias, nas quais a produção de azeite é uma evidência da integração harmoniosa da produção, do ambiente e da cultura na região. A exemplo, a literatura apresenta evidências que a qualidade da paisagem do local de produção pode influenciar a percepção do sabor e as escolhas de compra dos consumidores de vinho. Qual a extensão de consumidores de azeite disposta a pagar um preço *premium* pela produção obtida numa paisagem tradicional bem preservada?