

Coordenação  
Maria Leonor da Silva Carvalho  
Pedro Damião de Sousa Henriques  
Vanda Narciso



# ESADR 2013

Alimentar mentalidades, vencer a crise global

**Atas do Congresso**

ISBN 978-989-8550-19-4



UNIVERSIDADE DE ÉVORA

Coordenação

Maria Leonor da Silva Carvalho · Pedro Damião de Sousa Henriques

Vanda Narciso



# ESADR 2013

Alimentar Mentalidades, Vencer a Crise Global

Atas do ESADR 2013

Realizado na Universidade de Évora  
de 15 a 19 de outubro de 2013

Évora · 2013

## FICHA TÉCNICA

**Título** Alimentar Mentalidades, Vencer a Crise Global – Atas do ESADR 2013

**Autores** Vários

**Coordenação** Maria Leonor da Silva Carvalho, Pedro Damião de Sousa Henriques e Vanda Narciso

**Edição** Universidade de Évora / Comissão Organizadora do ESADR 2013

**Design** João Morgado

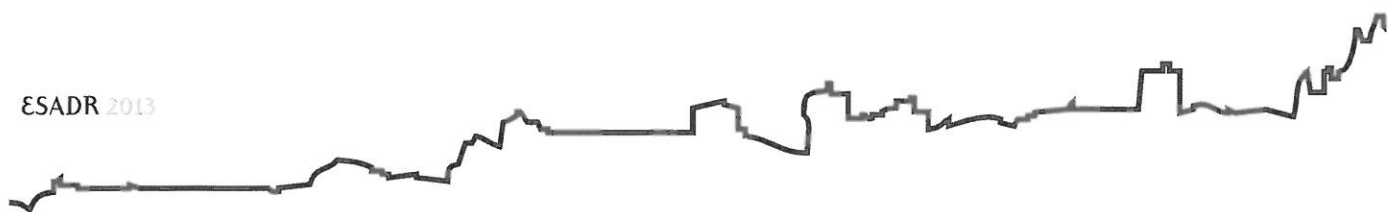
dezembro de 2013

**ISBN** 978-989-8550-19-4

Os pontos de vista e argumentos apresentados nos textos constantes da presente obra são da inteira responsabilidade dos seus respectivos autores e em momento algum poderão ser imputados às instituições promotoras, organizadoras e apoiantes do livro.

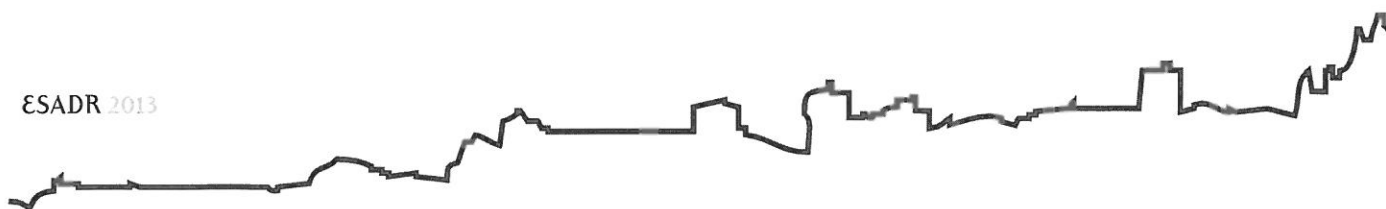
INTRODUÇÃO .....	xxvii
C01 · Crise global e efeitos na agricultura e desenvolvimento rural	
O impacto da crise econômica internacional de 2008 sobre as variações na taxa de câmbio e o nível de exportação do setor madeireiro paraense <i>Luciana Cristina Romeu da Silva, David Silva Pereira Sousa, Gilberto de Souza Marques</i> .....	3
Perspectivas de Consumo de Leite no Brasil <i>Alexandre Lopes Gomes, Ana Beatriz Oliveira</i> .....	21
A mudança na inserção externa da economia brasileira e suas implicações na indústria e na agricultura <i>Norma Cristina Brasil Casseb, Cristina Helena Pinto de Mello</i> .....	41
Agricultura familiar: instrumento de intervenção social e econômica <i>Terezinha Filgueiras de Pinho, Gilson de Lima Garófalo</i> .....	61
A produção orgânica e a venda direta para o consumidor: a experiência de Santa Maria de Jetibá no Espírito Santo/Brasil <i>Márcia Cristina Bergamim</i> .....	81
Consequências da Ação antidumping sobre a produção de camarão na microrregião do Litoral de Aracati – CE, na perspectiva dos elos da cadeia produtiva <i>Antonio Kaminski Alves, Mirian Beatriz Schneider Braun, Christian Luiz da Silva</i> .....	97
A Global Governance Approach to FAO: Proximity, Legitimacy & Accountability- Averting the global food crisis <i>Miguel Rocha de Sousa</i> .....	117
A banca, o financiamento agrícola e a crise <i>Paula Sofia Alves do Cabo, Alda Maria Vieira Matos, António José Gonçalves Fernandes, Maria Isabel Barreiro Ribeiro</i> .....	125
Agricultura familiar: análise do PRONAF na associação comunitária rural da Sucupira de São Miguel das Matas/BA <i>Josenir Silva Santos, Elizabete de Almeida Nunes, Daciane de Oliveira Silva, Keilla P. Lopes Santos</i> .....	147
C02 · Segurança alimentar, segurança dos alimentos e soberania alimentar	
A expansão do setor sucroenergético no sudoeste Goiano: evolução e impactos sobre o uso do solo <i>Divina Aparecida Leonel Lunas Lima, Alexandro Leonel Lunas, Junior Ruiz Garcia, Luis Carlos Ferreira Gomes, Pedro Rogerio Giongo</i> .....	169

Relação entre prática agrícola e segurança alimentar na comunidade indígena Ingarikó <i>Elizabete Melo Nogueira, Canrobert Penn Costa Neto, Geórgia Patrícia da Silva, Raimunda Maria Rodrigues Santos</i> .....	189
Segurança alimentar e regulação do acesso à terra nas zonas rurais no Huambo <i>Maria Emília Pepeka</i> .....	209
Notas sobre a segurança alimentar e o desenvolvimento rural no Brasil <i>Nilton Marques de Oliveira, Isabela Barchet, Camili Del Pai, Pery Francisco Assis Shikida, Udo Strassburg, Paulo César Ilha</i> .....	227
Combate a fome e os desafios da soberania alimentar em tempos de crise global <i>José de Ribamar Sá Silva, PétaIa Cavalcanti Silva</i> .....	247
O problema da obesidade no Brasil: uma análise para as grandes regiões do país <i>Madalena Maria Schlindwein, Alexandre Bandeira Monteiro e Silva</i> .....	267
Efeitos de variáveis socioeconômicas sobre o padrão de consumo alimentar na região Centro-Oeste do Brasil <i>Madalena Maria Schlindwein, Alexandre Monteiro e Silva, Jaqueline Severino da Costa</i> .....	287
Utilização de fitofármacos na União Europeia e no Brasil – uma análise comparativa <i>Ricardo Fonseca, Ana Aguiar, Miguel Sottomayor</i> .....	307
Cultivo com recurso a organismos geneticamente modificados no Brasil e na União Europeia – uma análise comparativa <i>Ricardo Fonseca, Ana Aguiar, Miguel Sottomayor</i> .....	329
Segurança Alimentar em Cabo Verde: Um desafio Global mas Também Local <i>Bernardo Pacheco de Carvalho, Maicam Monteiro, Manuel Monteiro</i> .....	349
C03 · Políticas agrícolas e de desenvolvimento rural e regional	
Transmissão espacial de preços do álcool dos estados de Alagoas e São Paulo: uma análise para os anos de 2002 a 2011 <i>Felipe José Gurgel do Amaral, Janaina da Silva Alves</i> .....	373
A guerra fiscal como política de desenvolvimento regional no Brasil: o caso de Goiás <i>Adriano de Carvalho Paranaíba</i> .....	389
Modernização da agricultura em Moçambique: determinantes da renda agrícola <i>Carlos E. Guanziroli, Tomás Guanziroli</i> .....	403
Evolução recente da agricultura familiar no Brasil <i>Carlos Enrique Guanziroli, Antonio Marcio Buainain, Alberto Di Sabbato</i> .....	423



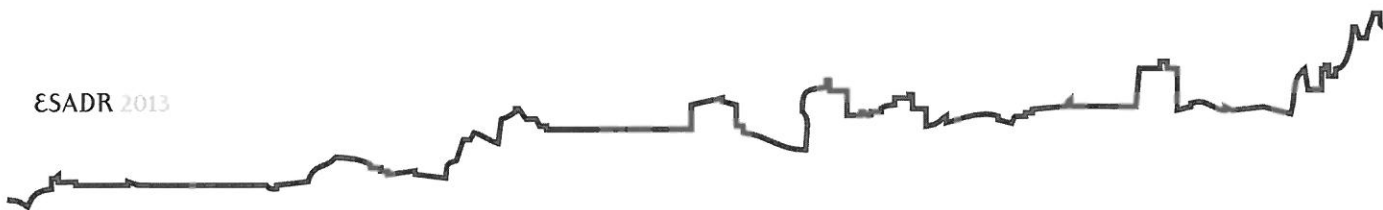
Da modernização agrícola ao rural não agrícola – o rural no discurso governativo em Portugal (1985 – 2011) <i>Elisabete Figueiredo, Diogo Soares da Silva</i> .....	443
Oferta e demanda de mandioca (manihot esculenta) no Nordeste Brasileiro - um estudo econométrico <i>Frank Wagner Alves de Carvalho, Lívia Maria Costa Madureira, Arilde Franco Alves, Alexandre Fonseca D'andrea, Paulo Alves Wanderley</i> .....	465
Características da pobreza rural no Brasil: uma análise das condições de vida e trabalho nos anos 2000 <i>Ana Cristina Lima Couto, Alexandre Florindo Alves</i> .....	481
Um rural sem rumo? Análise das representações do rural nas políticas e estratégias de desenvolvimento (2000-20013) <i>Rita Melo Azevedo, Isabel Rodrigo, Elisabete Figueiredo</i> .....	501
Análise da Distribuição Regional do Crédito para a Agricultura Familiar do Brasil <i>Robson Laureano Brandão, Pedro Henrique Zuchi da Conceição, Júnia Cristina Rodrigues da Conceição</i> .....	525
The efficiency of the dairy sector in mainland Portugal <i>Leonardo Costa, Miguel Sottomayor</i> .....	547
Impactes do preço da água na agricultura no perímetro irrigado do vale de Caxito <i>Jaime Agostinho Jerónimo, Pedro Damião Henriques, Maria Leonor da Silva Carvalho</i> .....	567
Análise da legislação do programa de fortalecimento da agricultura familiar (PRONAF): implicações e evolução dos recursos no estado de Goiás <i>Gilberto José de Faria Queiroz, Divina Aparecida Leonel Lunas Lima, Ozamir Alves Frias</i> .....	589
Constrangimentos no desenvolvimento da agricultura no corredor do rio Dande: o caso de Santa Bolea-Tari, Bengo, Angola <i>Corige Manuel, Pedro Damião Henriques, Maria Leonor da Silva Carvalho</i> .....	609
A fileira das plantas aromáticas, medicinais e condimentares: uma abordagem económica <i>Maria Socorro Rosário</i> .....	635
1.º Inquérito às plantas aromáticas, medicinais e condimentares: principais resultados <i>Maria Rita Oliveira Horta</i> .....	655
Alternativas para o desenvolvimento da lavoura do sisal no Estado da Bahia/ Brasil <i>Amílcar Baiardi, Janúzia Mendes, Fabihana Mendes, Laiane Rocha</i> .....	675
A contribuição da teoria do capital humano no desenvolvimento do território do sisal/BA <i>Carlos Rangel Portugal Pereira, Lindomar Pinto da Silva, Thiago Antônio Bispo Sena, Tiago dos Santos Santiago</i> .....	693

A measurable qualitative approach to Sen's discourse on development <i>Miguel Rocha de Sousa</i> .....	713
Medidas Agroambientales: evaluando su impacto en el território <i>García-Arias, Ana I.; Ónega, Francisco José; Pérez-Fra, María do Mar</i> .....	725
Vivências, perspectivas e receptividade de agricultores Açorianos a modos de produção sustentáveis <i>Marcela de Marco Sobral, Ana Margarida Moura Arroz, António Félix Flores Rodrigues</i> .....	745
A logística reversa e sua importância para o meio ambiente: estudo de caso na empresa Iwart lubrificantes em Feira de Santana-Bahia-Brasil <i>Taisa de Carvalho e Alves, Keilla P. Santos Lopes, Cleber de Souza Couto, Jocely Santos Caldas Almeida</i> .....	765
Os fundos rotativos solidários como instrumentos do desenvolvimento sustentável, da segurança e soberania hídrica, alimentar e nutricional em comunidades empobrecidas do Estado da Bahia <i>José Carlos Moraes, Janúzia Mendes, Fabihana Mendes, Gerinaldo da Silva Lima</i> .....	775
Política desenvolvimentista do nordeste versus desenvolvimento regional endógeno <i>Daciane de Oliveira Silva, Vera Maria Oliveira Carneiro, Keilla P. Lopes Santos, Andrea de Oliveira Silva</i> .....	783
Gestão e planejamento municipal: uma breve análise das questões estruturais da feira livre de Cruz das Almas-BA <i>Daciane de Oliveira Silva, Janio Roque Barros de Castro, Keilla P. Santos Lopes, Andrea de Oliveira Silva</i> .....	797
O BNDES e a internacionalização das empresas: um estudo de caso da JBS S.A. <i>Mariane Crespolini dos Santos, Lucilio Rogerio Aparecido Alves, Sergio de Zen, Heitor de Oliveira Foltran</i> .....	811
As mudanças ocorridas em uma escola rural, durante o processo de implantação das diretrizes da educação do campo, em Selvíria MS-Brasil <i>Divanir Zaffani Santana, Antonio Lázaro Sant'Ana</i> .....	829
Agricultura familiar, produção e geração de renda em assentamentos rurais <i>Adriana Rita Sangalli, Madalena Maria Schindwein, Francis Regis Mendes Barbosa</i> .....	849
Configuração espacial da participação da mulher no acesso ao crédito produtivo na região norte do Brasil <i>Geany Carvalho Martins, Maria Lúcia Bahia Lopes, Marcos Antônio Souza dos Santos</i> .....	869
A pluratividade na agroecologia como uma alternativa de desenvolvimento para o ambiente rural <i>Luciano Celso Brandão Guerreiro Barbosa, Alfio Bradenburg, André Maia Gomes Lages</i> .....	885



Caracterização e eficiência técnica de explorações citrícolas da região Algarve <i>Florentino Guerreiro Valente, Pedro Damião Henriques, Maria Leonor da Silva Carvalho</i> .....	905
C04 · Crescimento, sustentabilidade e governança	
Growth of Brazilian beef production: effect of shocks of supply and demand <i>Waldemiro Alcântara da Silva Neto, Mirian Rumenos Piedade Bacchi</i> .....	927
Fogo acidental na Amazônia brasileira: o papel do capital social <i>Larissa Steiner Chermont</i> .....	947
Gestão de recursos hídricos na UE como fonte potencial de conflitos na Península Ibérica <i>Fernando Miguel Magano Martins</i> .....	967
Análise de Contratos do Agronegócio <i>Weimar Freire da Rocha JR., Maurício Vaz Lobo Bittencourt, Marcia Carla Pereira Ribeiro</i> .....	985
Mudanças no padrão de consumo da população brasileira de baixa renda <i>Gílson de Lima Garófalo, Laura Gonçalves Bilbao</i> .....	1009
Agricultura familiar: trabalho, educação e perspectivas para a piscicultura no estado de Roraima – Brasil <i>Terezinha Filgueiras de Pinho</i> .....	1029
Contributos para a identificação de indicadores de desenvolvimento sustentável: aplicação à província de Huambo <i>António Zacarias da Costa, Conceição Rego</i> .....	1051
Do desenvolvimento sustentável à economia verde: o compromisso com a conservação da ordem económico-social vigente e não com a sua transformação <i>Vicente Paulo dos Santos Pinto, Rachel Zacarias</i> .....	1067
Análise da dissonância cognitiva entre os aspectos relevantes a consumidores e produtores na sustentabilidade da produção de alimentos <i>Roberto Serpa Dias, Artur Henrique Leite Falcette, Adriano Provezano Gomes</i> .....	1085
Eficiência produtiva e ambiental dos maiores produtores agrícolas mundiais <i>Adriano Provezano Gomes, Lindomar Pegorini Daniel, Ana Paula Wendling Gomes</i> .....	1105
Some General Theory about Land Reforms with a Latin American Case <i>Miguel Rocha de Sousa, António Márcio Buainain, José Maria da Silveira</i> .....	1125
Políticas Públicas e Desenvolvimento Rural Integrado: o Papel das Associações de Desenvolvimento Local <i>Isabel Rodrigo</i> .....	1151

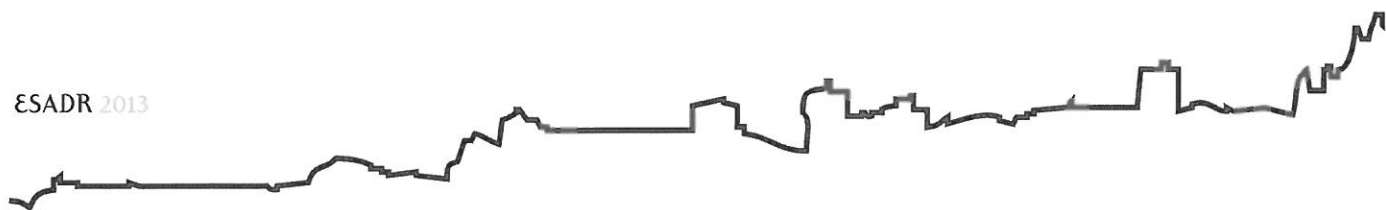
Responsabilidade social corporativa para a sustentabilidade empresarial e para o desenvolvimento regional – o caso da EDIA, S.A. <i>Maria Luísa Silva, Fátima Jorge</i> .....	1175
Governância, participação pública e Consumo sustentável - comercialização da pesca artesanal <i>Sueli Sena Ventura, Lia Vasconcelos</i> .....	1195
A sustentabilidade da pecuária leiteira no estado do Maranhão – Brasil <i>Zinaldo Firmino d Silva, João Gonçalo de Moura, Benjamin Alvino de Mesquita</i> .....	1213
Desenvolvimento (in) sustentável das indústrias cerâmicas da microrregião do Vale-do-Açu/RN – Brasil <i>Francisco Assis da Cunha Neto</i> .....	1228
 C05 · Ciência, Investigação e Transferência do conhecimento	
Revisiting extension in Portugal in a time of crisis and challenges <i>Artur Cristóvão, Timothy Koehnen, Andrea Knierim, Alberto Baptista, Livia Madureira</i> .....	1251
Energias renováveis e desenvolvimento local: a central fotovoltaica de Amareleja <i>Luis Junqueira, Ana Delicado, Mónica Truninger</i> .....	1259
Evaluación de los impactos intangibles de tecnologías generadas por los centros públicos agrícolas brasileñas de investigación: un estudio exploratório <i>Graciela Luzia Vedovoto</i> .....	1277
The role of transdisciplinarity while studying transitions to sustainability in farming <i>Helena Guimarães, Teresa Pinto Correia</i> .....	1297
Um estudo de caso sobre a gestão de uma organização do terceiro setor que funciona há mais de 30 anos <i>Keilla P. Santos Lopes, Daciane de Oliveira e Silva</i> .....	1311
Percepção dos consumidores relativamente à segurança, ao bem-estar e ao ambiente na carne de bovino: resultados e cenários de escolha a partir de grupos de discussão <i>Inês Viegas, José Manuel Lima Santos, Magda Aguiar Fontes</i> .....	1327
Gestão da empresa agrícola. Notas sobre um livro anunciado <i>Maria Inês Abrunhosa Mansinho, Maria Madalena Barreira, Magda Aguiar Fontes</i> .....	1347
 C06 · Dinâmicas socioeconómicas, inovação e competitividade	
O mercado do caju na Guiné Bissau: análise da cadeia de valor do caju <i>Maria de Fátima Martins Lorena de Oliveira, Hugo Alexandre Eichmann Vaz Pedro, Pedro Miguel Palma dos Santos</i> .....	1369



Tendências Económico-sociais no Consumo de Café em Portugal para 2021 <i>Tiago Oliveira, Rui Rosa Dias</i> .....	1389
Nova Realidade Socioeconômica com a Implantação do Corredor Multimodal do Rio São Francisco <i>Leonardo de Frias Barbosa, Denise Imbroisi, Jorge Madeira Nogueira, Pedro Zuchi da Conceição</i> .....	1403
O impacto do hedge cambial nas empresas do agronegócio brasileiro entre os anos 2006 e 2011 <i>João Manoel Rossan Pereira da Silva, Alexandre Florindo Alves</i> .....	1425
Aprendizagem e inovação em aglomerações empresariais dos setores moveleiros de Santarém e da BR-222, Pará <i>Antônio Cordeiro de Santana, Cyntia Meireles de Oliveira, Gisalda Carvalho Filgueiras</i> .....	1445
The Economic Role of the Portuguese Agricultural Cooperatives <i>João Rebelo, José Caldas</i> .....	1465
Convergência na eficiência da produção agrícola no Brasil <i>Adriano Provezano Gomes, Lindomar Pegorini Daniel, Roberto Serpa Dias</i> .....	1481
A configuração do emprego formal no setor de construção civil no Estado de Mato Grosso do Sul <i>Valdir Antonio Balbino, Madalena Maria Schilindwein, Tathiane Marques Dorneles</i> .....	1499
Evolução das vantagens comparativas para as exportações Sul-mato-grossenses do complexo soja <i>Tathiane Marques Dorneles, Madalena Maria Schilindwein, Valdir Antonio Balbino</i> .....	1519
Setores econômicos intensivos em conhecimento e alta tecnologia no Sul do Brasil: distribuição espacial e novas dinâmicas socioeconômicas na primeira década do século XXI <i>Lucir Reinaldo Alves, Eduarda Pires Valente da Silva Marques da Costa</i> .....	1537
Qualificação do Profissional do Turismo com Programação Neurolinguística e Coaching <i>Cavalcante, Tiago da Silva; Nascimento, Fábio Nunes do; Mota, Rosiane Dias</i> .....	1557
Dinâmica do setor sucroenergético no Brasil. O caso de Alagoas na década de noventa <i>Liliana Cavalcante Soutinho, André Maia Gomes Lages, Luciano Celso Brandão Guerreiro Barbosa</i> .....	1571
Qualidade esperada, qualidade experimentada e mercados experimentais: um estudo de caso com maçãs em Portugal <i>Alexandra Seabra Pinto, Magda Aguiar Fontes</i> .....	1591
Capturing good practices of innovation in rural áreas <i>Teresa Maria Gamito, Livia Madureira</i> .....	1613

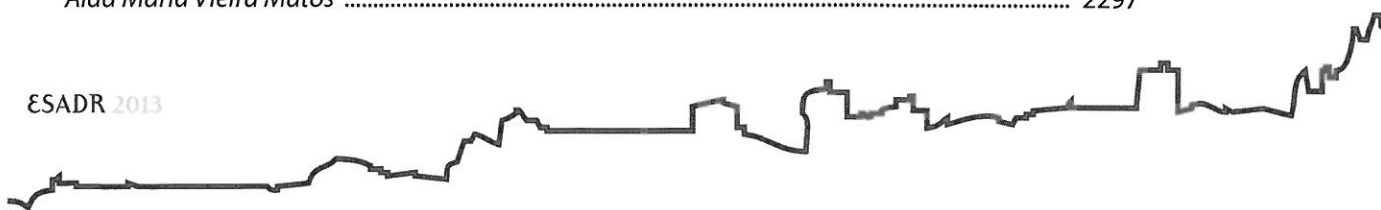
C07 · Ambiente e recursos naturais

Avaliação Contingente com follow-up: o caso do Pinhal da Paz <i>Fernando Lopes, Flávio Gomes</i> .....	1635
Valor Económico das Praias Urbanas da Ribeira Grande <i>Fernando Lopes, Marianela Fortuna</i> .....	1655
Organic agriculture and sustainable practices: towards a typology of farmers <i>Isabel Dinis, Livia Ortolani, Riccardo Bocci, Cláudia Brites</i> .....	1673
The economic impact of alternative water pricing policies in Alentejo region <i>Rui Fragoso, Carlos Marques</i> .....	1691
A barragem de Tucuruí como fator de mudança dos ecossistemas <i>Elisabeth dos Santos Bentes, Antônio Cordeiro de Santana, Gisalda Carvalho Filgueiras, Lorena dos Santos Bentes</i> .....	1713
Custos dos serviços de abastecimento de água em áreas de diferentes densidades em Árica: caso de estudo da cidade do Huambo <i>Bernácia Zita Benguela</i> .....	1731
Saneamento básico em dois projetos de assentamento rural no Oeste Paulista – Brasil <i>Carolina Buso Dornfeld, Maurício Augusto Leite, Elizete Aparecida Checon Freitas Lima, Danitielle Cineli Simonato</i> .....	1751
Uso de geotecnologias na identificação de áreas degradadas em áreas de preservação permanente no Município de Ilha Solteira, (SP) – Brasil <i>Hélio Ricardo Silva, Gandez César, Gamero Guandique, Marcelo Costa Buzutti, Artur Pantoja, Sérgio Luiz de Carvalho</i> .....	1771
Qualidade da água para irrigação e dessedentação de animais na percepção dos agricultores de Ilha Solteira – SP – Brasil <i>Leite, M. A.; Pereira, J. C.; Hernandez F.B.T.; Zocoler, J.L.; Dornfeld, C.B.</i> .....	1791
Aspectos Silviculturais e Econômicos de Sistemas Silvipastoris no Cerrado Brasileiro: Alternativa de Sustentabilidade <i>José Cambuim, Sílvia Maria Lima Costa, Mario Luiz Teixeira de Moraes</i> .....	1801
Comparação da percepção ambiental de produtores rurais e das condições ambientais de algumas propriedades agrícolas no Estado de São Paulo, Brasil <i>Carvalho, S.L.; Freitas Lima, E.A.C.; Américo, J.H.P.; Poletto, C.; Almeida, F.; Hélio Ricardo Silva</i> .....	1821
Percepção da população sobre a importância da biodiversidade e sua conservação: resultados da análise de focus groups <i>Carina Silva, Livia Madureira, J. L. Costa, José Lima Santos</i> .....	1839



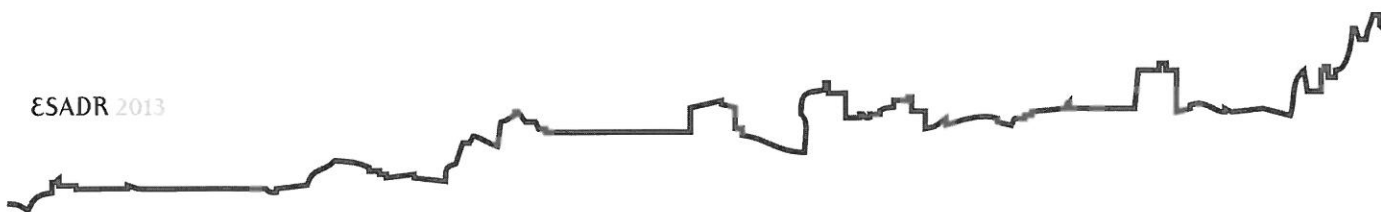
Percepção ambiental em áreas de influência de pequenas centrais hidrelétricas <i>Ana Paula Wendling Gomes, Priscila Alves de Andrade, Adriano Provezano Gomes</i> .....	1857
Um estudo de caso sobre reaproveitamento de resíduos produtivos como benefício ao meio ambiente <i>Taisa de Carvalho e Alves, Keilla P. Santos Lopes, Cleber de Souza Couto, Jocely Santos Caldas Almeida</i> .....	1871
Interação socioambiental em comunidades de ribeirinhos de dois afluentes do rio acre na Amazônia Brasileira <i>Jairo Salim Pinheiro de Lima, Ecio Rodrigues, Elizete Aparecida Checon de Freitas Lima</i> .....	1881
Vencer na gestão de áreas protegidas: que modelo para alimentar aos paúis do Baixo Mondego? <i>José Carvalho, Paula Ruivo, Hélder Araújo</i> .....	1891
A difícil tarefa da governança no processo de prevenção e combate à desertificação no semiárido brasileiro <i>Edneida Cavalcanti, Lia Vasconcelos, Vanice Selva, Jaime Cabral</i> .....	1907
C08 · Turismo, patrimónios e desenvolvimento rural	
Pacote cerrado: desafios para a consolidação do turismo no centro-oeste <i>Maria de Fátima Caracristi</i> .....	1929
Produção espacial rural e atividade turística na Serra Confusão do Rio Preto (Goiás/Brasil) <i>Jean Carlos Vieira Santos</i> .....	1949
Da regulamentação à promoção – o rural nos planos nacionais de turismo (1985 – 2011) <i>Vítor Brandão, Elisabete Figueiredo, Diogo Soares da Silva</i> .....	1969
O Ecoturismo e a gestão sustentável de unidades de conservação: O caso de Bonito – MS <i>Adriana Maia Pinto Ishihara, Pedro Henrique Zuchi da Conceição, Jorge Madeira Nogueira, Denise Imbroisi</i> .....	1991
Vê moinhos? São moinhos. Análise dos discursos sobre turbinas eólicas em Alvaiázere <i>Maria João Nunes, Ana Delicado, Elisabete Figueiredo, Ana Horta</i> .....	2013
A importância da atividade turística dentro do contexto das ocupações rurais não agrícolas (ornas) para a reocupação dos espaços rurais no Brasil <i>Leonardo Ravaglia Ferreira Gonçalves</i> .....	2037
O projeto Biblioacampamento: subsídios para o desenvolvimento do potencial turístico do imaginário rural açoriano <i>Marco Luís, Teresa Mota Luís</i> .....	2057

Avelãs de Cima: alimentar uma prática de marketing territorial, vencer uma crise local <i>José Carvalho, Paula Ruivo, Manuel Veiga</i> .....	2073
Um contributo para o estudo dos efeitos económicos das segundas residências para o desenvolvimento rural <i>José António de Oliveira, Maria de Nazaré Oliveira Roca, Zoran Roca</i> .....	2087
O cinema, o marketing territorial e a atratividade turística dos espaços rurais portugueses. O caso do filme <i>Coisa ruim</i> (2005), de Tiago Guedes e Frederico Serra <i>João Luís J. Fernandes, Ana Sofia Duque</i> .....	2107
C09 · Agro-negócio e economia verde	
Impactos do controle de preço da gasolina sobre os combustíveis renováveis no Brasil <i>Cinthia Cabral da Costa, Heloisa Lee Burnquist, Constanza Valdes</i> .....	2129
Planning marketing channels: case of the olive oil agribusiness in Portugal <i>Rui Fragoso</i> .....	2151
A contribuição do instituto Cabruca, Ilhéus-BA, para o desenvolvimento rural e para o eco-agro-turismo <i>Amilcar Baiardi, Durval Libanio Netto Mello, Maria Clotilde Meirelles Ribeiro</i> .....	2173
Análise da integração dos mercados de açúcar e etanol no Brasil considerando custos de transação <i>Janaina da Silva Alves, Ricardo Chaves Lima</i> .....	2193
A apicultura em modo de produção biológico: identificação dos principais entraves à sua expansão <i>Paula Cabo, Luís G. Dias, Miguel Vilas-Boas, Mário Gomes</i> .....	2215
As feiras livres como alternativa de inserção da produção agrícola local <i>João Guilherme de Camargo Ferraz Machado</i> .....	2237
C10 · Produtos locais, identidades e biodiversidade	
Estudo da produção, transformação e comercialização do café no município de Amboim, Kuanza-Sul <i>Cláudio Bernardo, Pedro Damião Henriques, Maria Leonor da Silva Carvalho</i> .....	2259
Consumo de queijos DOP da Região de Trás-os-Montes no concelho de Bragança <i>António José Gonçalves Fernandes, Maria Isabel Barreiro Ribeiro, Paula Sofia Alves do Cabo, Alda Maria Vieira Matos</i> .....	2277
Consumo de enchidos DOP/IGP/ETG no Concelho de Bragança <i>António José Gonçalves Fernandes, Maria Isabel Barreiro Ribeiro, Paula Sofia Alves do Cabo, Alda Maria Vieira Matos</i> .....	2297



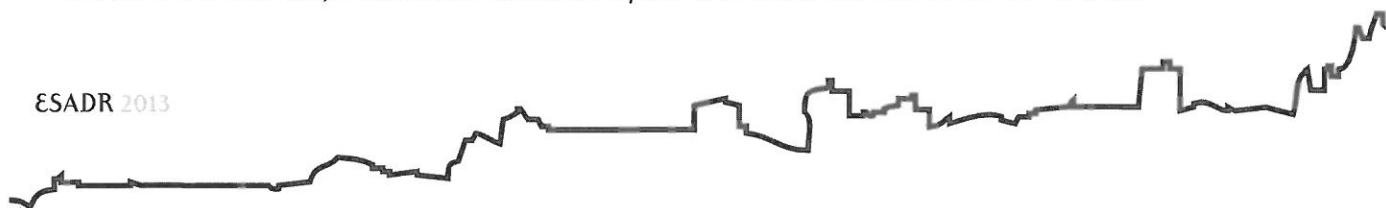
Retratos do gosto: resgatando sabores tradicionais e desenvolvendo pequenos produtores rurais <i>Fabiana Cunha Viana Leonelli</i> .....	2317
Caracterização da qualidade instrumental e sensorial de papaia 'Solo' e 'Local' produzida em Santiago, Cabo Verde, e análise crítica sobre a importação da papaia <i>Elsa Barbosa Simões, Ana Cristina Agulheiro Santos, Maria Raquel Lucas</i> .....	2337
C11 · Velhos e novos atores e estratégias para a reocupação de espaços rurais	
Crédito fundiário: nova forma de inserção no rural brasileiro? <i>Patrícia Andrade de Oliveira e Silva</i> .....	2361
Analysis of wage differences between men and women in the state of Ceara: a comparison between urban and rural for the year 2009 <i>Jesse Ferreira Gomes, Janaina da Silva Alves, Antônio Édio Pinheiro Callou</i> .....	2377
Expansão imobiliária de condomínios residenciais na zona rural da região serrana do Espírito Santo (BR): conflito entre novos e velhos atores <i>Carlos Teixeira de Campos Junior</i> .....	2391
O pacto "NOVO CARIRI": contradições na defesa do " potencial" da caprinocultura leiteira no Cariri Paraibano <i>Valdênio Meneses, Ramonildes Gomes</i> .....	2411
Orçamento participativo em áreas rurais: uma possibilidade? <i>Érico Mineiro, Janúzia Mendes</i> .....	2435
Resultados de um trabalho interdisciplinar desenvolvido com alunos do 2.º ano do curso de Técnico em Agropecuária integrado ao Ensino Médio, no campus Cáceres, do IFMT <i>Luiz Souza Costa Filho</i> .....	2449
Territórios-rede: uma nova estratégia para a reocupação de espaços rurais em estado de necessidade <i>Antônio Covas, Maria das Mercês Covas</i> .....	2471
P01 · Empreendimentos econômicos e população local em regiões de florestas tropicais	
Grande mineração e população local na Amazônia brasileira: riqueza versus miséria <i>Gilberto Marques, Indira Rocha Marques</i> .....	2473
Políticas públicas e conflitos fundiários na Amazônia Brasileira <i>Indira Rocha Marques, Gilberto Marques</i> .....	2493

A comercialização do açaí e seus efeitos para a economia do município de Belém/PA: um estudo sob a ótica do PRONAF <i>Iran Farias Mendes, Edson Ugulino Lima, Cácio Ribeiro de Carvalho, Rossicléa Ferreira do Nascimento</i> .....	2513
Benefícios socioeconômicos para o estado do Pará decorrentes da produção do açaí organizada em arranjo produtivo local (APL) <i>Alex Matos Mendes, Maria Lúcia Bahia Lopes, Lindaura Arouck Falesi, Gisalda Carvalho Filgueiras</i> .....	2525
Usina Hidrelétrica de Belo Monte: autoritarismo revisitado sob a ditadura do capital <i>Rhoberta Santana de Araújo, Gilberto de Souza Marques</i> .....	2545
Comercialização da castanha-do-Brasil nas ruas e feiras livres de Belém (Pará), Brasil <i>Keppler João Assis da Mota Junior, Gisalda Carvalho Filgueiras, Antônio José Elias Amorim de Menezes, Alfredo Kingo Oyama Homma, Francidélia Cruz Ramos</i> .....	2561
Crescimento econômico e as transformações socioespaciais na área do Carajás (Amazonia Brasileira) <i>Benjamin Alvino de Mesquita, Rosirene Martins Lima, Ana Maria de Aquino Otti</i> .....	2579
Novas dinâmicas produtivas no estado do Pará e produção de desigualdades sociais: notas para o debate <i>Aluizio Lins Leal, Maria Elvira Rocha de Sá, Nádia Socorro Fialho Nascimento, Welson de Sousa Cardoso</i> .....	2601
P02 · Comércio internacional	
Impactos dos Choques na Política Monetária e no Câmbio no Brasil: Um modelo de Autorregressão Vetorial Estrutural Aumentada Por Fatores Dinâmicos <i>Glaudiane Almeida, Paloma Palmiere Alves, Elcyon Caiado Rocha Lima</i> .....	2623
O Brasil e a área de livre comércio Estados Unidos - União Europeia <i>Antônio Salazar P. Brandão</i> .....	2645
Efeitos do câmbio e da renda mundial nas exportações brasileiras: uma aplicação de vetores auto-regressivos <i>Carlos Alberto Gonçalves da Silva, Léo da Rocha Ferreira, Paulo Fernando Cidade de Araújo</i> .	2673
Exportações Brasileira para a China: padrões de especialização e competitividade <i>Mateus Chang, Heloisa Lee Burnquist, Cinthia Cabral da Costa</i> .....	2687
Decoupling no setor canavieiro Brasileiro e importância para sua competitividade internacional <i>Kellen Rocha de Souza, Sílvia Helena G. de Miranda</i> .....	2707



Efeitos da taxa de câmbio e dos preços internacionais sobre a mudança de cobertura natural do solo no Brasil <i>Ricardo Shiota, Matheus Gomes Gonçalves da Silva, Paulo Fernando Cidade de Araújo</i> .....	2727
Inserção do Brasil no Mercado Mundial de Carne de Cavalo <i>Roberto Arruda de Souza Lima, Ricardo Shiota</i> .....	2747
Análise do comércio intra-industrial brasileiro de produtos manufaturados empregando o modelo gravitacional <i>Gabriel Granco, Heloisa Lee Burnquist</i> .....	2765
Heterogeneidade na regulamentação de limites máximos de resíduos (LMRS) e as exportações Brasileiras de frutas <i>Felipe da S. Basso, Maurício Jorge Pinto de Souza, Heloisa Lee Burnquist</i> .....	2787
Os efeitos da crise de 2008 sobre as exportações Brasileiras para os países Europeus <i>Lediany Freitas de Campos, Paulo Henrique de Cezaro Eberhardt, Mirian Beatriz Schneider Braun</i> .....	2807
 P03 · Turismo no Espaço Rural – Alternativas sustentáveis para o desenvolvimento socioeconômico no meio rural	
Uma abordagem macroeconômica do turismo no espaço rural <i>Adriano de Carvalho Paranaíba</i> .....	2829
A produção da cachaça artesanal em Orizona - GO (Brasil) como potencial turístico local <i>Carlos Shiley Domiciano, Amanda Ferreira Silva, Eugênia Cristina de Souza, Layana Bastos Germano</i> .....	2839
Turismo de Eventos: uma alternativa econômica para o espaço rural <i>Raquel Lage Tuma, Heitor Romero Marques</i> .....	2859
O patrimônio rural como produto turístico. Rumo a uma nova ruralidade? <i>Eva Milheiro, João Emílio Alves, Alexandre Martins</i> .....	2875
Turismo de base local e comunitária como alternativa de desenvolvimento socioeconômico no meio rural <i>Leonardo Ravaglia Ferreira Gonçalves</i> .....	2891
Potencialidades e impactos da atividade turística no espaço rural <i>Rosiane Dias Mota, Érica Mendonça de Oliveira, Rosalme Barros de Mattos</i> .....	2909
 P05 · Turismo em áreas protegidas e Desenvolvimento Local	
As novas ruralidades surgidas em um território, por intermédio da implantação de uma unidade de conservação <i>Carlos Shiley Domiciano, Francis Lee Ribeiro</i> .....	2921

Turismo científico no parque municipal Salto do Sucuriú (Costa Rica-Mato Grosso do Sul/Brasil) <i>Jean Carlos Vieira Santos</i> .....	2941
O etnoturismo como alternativa econômica e sustentável <i>Elizabete Melo Nogueira, Canrobert Penn Costa Neto, Geórgia Patrícia da Silva, Márcia Teixeira Falcão</i> .....	2959
Cidade de pedra: preservação pelo turismo ou eterno abandono? <i>Luciana Gonçalves Tibiriçá, Maria Geralda de Almeida</i> .....	2979
Cartografia interpretativa do Parque Nacional da Chapada dos Veadeiros, Goiás <i>Ivanilton José de Oliveira</i> .....	2989
Sustentabilidade, Turismo e Áreas Protegidas: a abordagem da resiliência no contexto do Parque Natural vale do Guadiana <i>Cátia Ribeiro, Maria João Canadas, Ana Novais</i> .....	3007
Turismo no Sítio Histórico Patrimônio Cultural Kalunga-Goiás (Brasil) <i>Maria Geralda de Almeida</i> .....	3027
Área protegida e Inclusão Social - Turismo de Base Comunitária em Comunidades Kalunga na Região Reserva da Biosfera Goyaz, Goiás/Brasil <i>Laura Marina Jaime Ramos, Stefany Peixoto</i> .....	3043
A participação social para o desenvolvimento local: Feira do Cerrado, Goiânia <i>Raquel Lage Tuma</i> .....	3061
Interação entre uma comunidade rural e uma unidade de conservação na região noroeste do estado de São Paulo (Brasil) <i>Elizete Aparecida Checon de Freitas Lima, Carolina Buso Dornfeld, Aline Cristine da Silva, Marcelo Augusto Baldoino Gomes</i> .....	3077
O turismo no parque estadual de terra ronca (Peter) em Goiás/Brasil: entraves e perspectivas para o desenvolvimento local <i>Lara Cristine Gomes Ferreira, Luciana Gonçalves Tibiriçá, Lizandra Ribeiro Cavalcante, André Santos Viana</i> .....	3087
O enoturismo no Vale dos Vinhedos: relações intersetoriais em nível local <i>Molinari, Gisele T.; Padula, Antonio D.</i> .....	3105
Turismo como instrumento de desposesión en la reserva de la biosfera de Montes Azules, Chiapas, México <i>Cruz Coria Erika, Vilchis Onofre Adrian Alejandro</i> .....	3123
La economía del trabajo la organización comunitaria y turismo en el santuario de la mariposa monarca Piedra Herrada Estado de México <i>Zizumbo Villarreal Lilia, Monterroso Salvatierra Neptalí</i> .....	3139



P06 · Empresas Globais e o Desenvolvimento socioeconômico da Amazônia	
Caracterização dos indicadores de desenvolvimento socioeconômico em uma região periférica da Amazônia: Tocantins	
<i>Nilton Marques de Oliveira, Pablyne de Farias Santos, Udo Strassburg</i> .....	3161
"A empresa vale e a produção de espaço no ""modelo de desenvolvimento sustentável"" na Amazônia Brasileira"	
<i>Welbson do Vale Madeira</i> .....	3179
Os grandes projetos de investimentos na Amazonia e as transformações agrárias	
<i>Benjamin Alvino de Mesquita, Daniele de Fátima Amorim Silva, Ricardo Vituriano Silva, Valderiza Barros</i> .....	3197
Particularidades da presença de empresas globais na Amazônia diante da crise atual	
<i>José de Ribamar Sá Silva</i> .....	3219
Demanda por investimento, dinamica territorial e o desenvolvimento regional: o caso PAPL-MA dez anos após	
<i>Eunice Paraguassu Moura, João Gonçalo de Moura, Benjamin Alvino de Mesquita</i> .....	3237
Uma avaliação do programa de aceleração do crescimento no Estado do Maranhão	
<i>Adriana Cristina Rabelo da Silva</i> .....	3255
O grande capital na Amazônia Maranhense e seus efeitos sobre as condições socioeconômicas da população: o caso de Buriticupu – Maranhão	
<i>Neemias Rodrigues Lacerda</i> .....	3275
Novos investimentos no Maranhão: um cenário desenvolvimentista?	
<i>Fabiana Araújo Diniz</i> .....	3289
P07 · Produção de alimentos e bioenergia: em busca de um modelo desenvolvimento sustentável	
Os impactos dos biocombustíveis nas trajetórias dos camponeses na Amazônia	
<i>Marcilio de Abreu Monteiro</i> .....	3317
Produção de cana-de-açúcar: expansão e caracterização das associações na região Oeste do Estado de São Paulo	
<i>Maria Aparecida Anselmo Tarsitano, Antonio Lázaro Sant'Ana, Rodrigo Anselmo Tarsitano, Ércio Roberto Proença, Larissa Mendonça Mendes</i> .....	3337
Concentração no setor canavieiro no estado de São Paulo e na mesorregião de Araçatuba (SP), Brasil	
<i>Ércio Roberto Proença, Maria Aparecida Anselmo Tarsitano, Sílvia Maria Almeida Lima, Rosalina Maria Alves Rapassi, Rodrigo Anselmo Tarsitano</i> .....	3359

P08 · Gênero e Gestão no Agronegócio: a contribuição de mulheres gestoras para o desenvolvimento rural

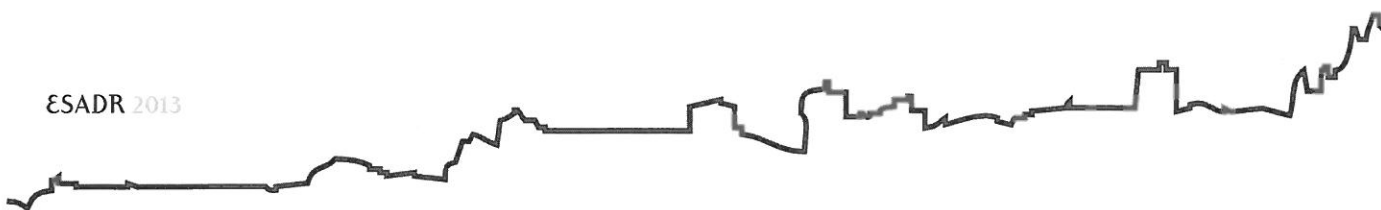
- A participação de mulheres como presidentas de cooperativas rurais descentralizadas ou virtuais em municípios da região sul do estado de Santa Catarina, Brasil (2000-2013)  
*Giovana Ilka Jacinto Salvaro, Dimas de Oliveira Estevam* ..... 3381
- A participação feminina no desenvolvimento local do distrito de Lavras Novas, Ouro Preto – MG  
*Patrícia Rosvadoski-da-Silva, Rodrigo Gava, Leonardo Pinheiro Deboçã, Raquel Santos Soares Menezes* ..... 3401
- Empreendedorismo feminino: caracterização do perfil empreendedor de mulheres gestoras de agronegócio  
*Adriana Vieira Ferreira, Regina Rodrigues Simões* ..... 3421
- Mulheres na Gestão do Agronegócio: Análise de filiadas a um Sindicato de Produtores Rurais  
*Pollyana Lopes Santana, Raquel Santos Soares Menezes, Francieli Dorneles Silva, Karine Akemi Katagiri* ..... 3447
- A Situação da Mulher Trabalhadora Rural do Assentamento de Reforma Agrária João Batista II, Município de Castanhal/PA, Brasil  
*Alessandra Amâncio Barreto, Nádia Socorro Fialho Nascimento* ..... 3467

P09 · Qualificação de Produtos Alimentares, Competitividade e Desenvolvimento Rural

- The Portuguese agrifood traditional products: main constraints and challenges  
*Isabel Rodrigo, Artur Cristóvão, Manuel Luís Tibério, Alberto Baptista, Lara Maggione, Miguel Pires* ..... 3481
- Serão as marcas comerciais ou dos distribuidores mais valorizadas pelos consumidores ao se associarem a marcas colectivas de azeite?  
*Diana Ribeiro, Mário Sérgio Teixeira, Diogo Souza-Monteiro, Miguel Sottomayor, Manuel Luís Tibério* ..... 3495
- Competitividade e qualificação em empresas e fileiras de produtos tradicionais de qualidade. O caso da maçã  
*Carlos Fonseca, Manuel Luís Tibério, Alberto Baptista, Artur Cristóvão, Miguel Pires, Isabel Rodrigo, Lara Maggione* ..... 3509

P10 · Sistemas Alimentares Localizados e Desenvolvimento Rural: Análise Comparativa de Experiências

- Localized food system in Portugal: the experience of PROVE  
*Artur Cristóvão, Luís Tibério, Alberto Baptista, Isabel Rodrigo* ..... 3533



Multifuncionalidade da agricultura: retórica ou ferramenta de análise do desenvolvimento rural? <i>Arlide Franco Alves</i> .....	3545
Denominações Territoriais: Brasil e Portugal no contexto do Mercosul e da União Europeia. Que lições tirar da experiência portuguesa? <i>Cezar Augusto Miranda Guedes</i> .....	3565
The role of the urban food system in innovative regional planning thinking <i>Maria João Morgado, Rosário Oliveira</i> .....	3585
Margens e transmissão de preços: alface, tomate e cebola. Particularidades do caso de Alagoas, Brasil, 2008 a 2010 <i>José Ednilânio de Lima Silva, André Maia Gomes Lages, Alonso Barros da Silva Junior, Liliana Soutinho</i> .....	3603
P11 · Sistemas de Conhecimento e Inovação para o Desenvolvimento Agrícola e Rural	
Diagnóstico de cursos de capacitação ofertados por um órgão de extensão rural brasileiro: uma abordagem dialógica <i>Luís Fernando Soares Zuin, Poliana Bruno Zuin</i> .....	3625
Estudo do processo de ensino-aprendizagem em boas práticas de fabricação de funcionários pertencentes a dois frigoríficos brasileiros <i>Luís Fernando Soares Zuin, Heloísa Valarine Battagin, Poliana Bruno Zuin</i> .....	3645
A função de produção agropecuária agregada do estado do Tocantins: em uma região periférica da Amazônia <i>Nilton Marques de Oliveira, Udo Strassburg, Camili Del Pai, Isabela Barchet</i> .....	3661
Inovação e empreendedorismo no meio rural. Identificação e divulgação de boas práticas nos sectores agrícola e agro-industrial <i>Cátia Ribeiro, Luís Mira da Silva, Cristina Mota Capitão</i> .....	3677
Avaliação de impacto sobre conhecimento e a capacitação: uma proposta de modelo <i>Daniela Vieira Marques, Mirian Oliveira de Souza, Graciela Luzia Vedovoto</i> .....	3693
Uso de análise multivariada na construção dos índices de impactos sociais e ambientais das tecnologias da EMBRAPA <i>Mirian Oliveira de Souza, Daniela Vieira Marques, Geraldo da Silva e Souza, Graciela Vedovoto</i> .....	3713
P12 · Património (a)fluente: rios, comunidades e desenvolvimento rural	
Envelhecimento em comunidades Quilombolas: entrave para o conhecimento tradicional etnobotânico <i>Jesiel Souza Silva</i> .....	3737

P13 · Innovation in tourism and leisure at rural places

O turismo como fator de inovação e de criação de valor num mundo global: o caso de Beja  
*Cláudia Louro, Eduardo Moraes Sarmiento* ..... 3759

P14 · Direito humano à alimentação adequada e desenvolvimento rural na CPLP

Fortificação de Alimentos  
*Rui Jorge, Paulo Rodrigues* ..... 3779

Desafios para a Segurança Alimentar na CPLP  
*Francisco Sarmiento* ..... 3799

Políticas educacionais para a agricultura familiar no país do agronegócio  
*Inny Bello Accioly* ..... 3815

O trabalho de mulheres em comunidades rurais  
*Ana Elizabeth Santos Alves* ..... 3835

Situação alimentar nas comunidades apoiadas pela FED  
*Nadir Faria, Carlos Dias Pereira* ..... 3853

Sociedade civil e segurança alimentar e nutricional na CPLP: desafios para a mobilização  
e participação social  
*João Pinto, Sambu Seck* ..... 3873

P15 · Dinâmica da agricultura para o futuro: metodologias de investigação  
e prospetivas

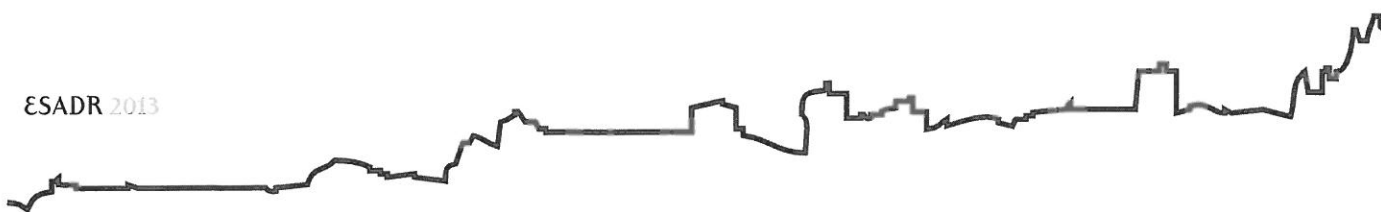
A eficiência das explorações leiteiras micalenses (Açores)  
*Bruno Aires da Silva Almeida, Emiliania Leonilde Dinis Gil Soares da Silva* ..... 3893

Impacto da produtividade leiteira e da qualidade morfológica das vacas leiteiras na  
rentabilidade económica das explorações  
*Bruno Aires da Silva Almeida, Emiliania Leonilde Dinis Gil Soares da Silva, Francisco José  
Ferreira Silva* ..... 3913

Modernização da agricultura e conflitos no espaço agrário brasileiro  
*Indira Rocha Marques, Gilberto Marques* ..... 3933

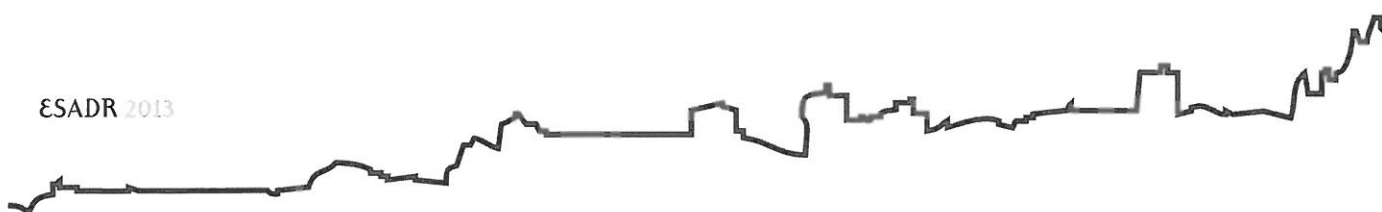
Fogo e Manejo da Terra na Amazônia Rural Brasileira: uma proposta metodológica de  
análise interdisciplinar  
*Larissa Steiner Chermont* ..... 3955

Investigação e Ação em Agroecologia e Desenvolvimento Rural: Experiências de um Curso  
de Especialização em Residência Agrária no Brasil



<i>Adriano Rodrigues de Oliveira, Dinalva Donizete Ribeiro, Laura Marina Jaime Ramos, Marcelo Rodrigues Mendonça, Stefany Neves Peixoto</i> .....	3969
Perspectivas teóricas de análise dos novos agricultores familiares no Brasil <i>Antônio Lázaro Sant'Ana, Gabriela dos Santos Souza, Divanir Zaffani Sant'Ana</i> .....	3985
Análise da gestão das atividades agrárias através da contabilidade <i>Susana Mofreita, Alexandra Marta-Costa</i> .....	4003
Avaliação do impacto das alterações climáticas na sustentabilidade económica da cultura da vinha no Alentejo <i>Coelho, J.C.; Lopes, C. M.; Braga, R.; Pinto, P.A.; Egipto, R.</i> .....	4025
P16 · Eco-eficiência, participação e sustentabilidade	
Resiliência e desenvolvimento: sistemas agroflorestais na floresta Atlântica no estado do Rio Grande do Sul – Brasil <i>Daniela Garcez Wives, Carolina Braz de Castilho e Silva, Luciano Silva Figueiredo</i> .....	4043
Cadeia de Valor, Participação e Sustentabilidade <i>Henrique P. Santos, Ana S. Cardoso</i> .....	4061
A gestão de sistemas agro-florestais com múltiplos critérios e múltiplos stakeholders: uma abordagem baseada na programação por metas <i>António Xavier, Maria de Belém Martins, Rui Fragoço, Maria do Socorro Rosário</i> .....	4081
Agentes e comunidades locais na definição de estratégias para a gestão florestal sustentável: Desenvolvimento de uma metodologia <i>Valente, S.; Coelho, C.; Ribeiro, C.</i> .....	4103
Contributos para uma reflexão sobre o futuro da produção de alimentos. O papel da integração de sistemas <i>Ferreira AJD, Delgado F, Andrade I, Franco J, Pereira CD, Costa R., CERNAS, Moreira J, Coelho L, Ferreira R, Oliveira MFL, Bastos A, Santos AR, Gonçalves I</i> .....	4119
P17 · Public goods from agriculture and agro-forestry: Valuation and mechanisms for value capture	
Determinação do custo económico da erosão do solo: uma avaliação a partir das formas de uso do solo na região centro-sul do Ceará <i>Frank Wagner Alves de Carvalho, Lívia Maria Costa Madureira, Eunice Maia de Andrade, Helba Araújo de Queiróz Palácio, Hugo Vieira</i> .....	4131
Ecosystem services mapping as a tool to identify potential, synergy and conflict areas at local scale. An application for the regional NP of Serra da Estrela, Portugal <i>Lívia Madureira, Paulo Magalhães, Carlos Marinho, Raquel Oliveira, Joana Sá</i> .....	4141

Valuing ecosystem services of protected areas to different beneficiaries. The case of NP of Serra da Estrela, Portugal <i>Lívia Madureira, Luís C. Nunes, Nova School of Business and Economics, Raquel Oliveira, Rui Xavier, Saete Loureiro</i> .....	4163
Are European current schemes to incentive nature and biodiversity conservation promoting the supply of ecosystem services? The case of the NP Serra da Estrela <i>Lívia Madureira, Pedro G. Silva, Rafael Neiva, Carlos Marinho, Dulce Silva</i> .....	4179
Assessing the capacity of landscapes for providing recreation public goods: the need for reconciling assessments across scales <i>Sónia Carvalho Ribeiro, Maria Luisa Paracchini, Teresa Pinto Correia</i> .....	4199
A valorização econômica da reserva legal na região norte do Brasil <i>Mariane Crespolini dos Santos, Silvia Helena Galvão de Miranda, Sergio de Zen, Daniel Marcelo Belazco Bedoya</i> .....	4215
A methodological framework to value public goods and externalities of agriculture at UE level <i>Lívia Madureira, José Lima Santos, Ana C. Ferreira, Maria Espinosa, Sergio Gomez y Paloma</i> ..	4235
P18 · Designing smart specialization strategies in rural areas	
Sustainable development and guidance for entrepreneurship in unfavoured regions: the case of the Alentejo region <i>Rui Manuel de Sousa Fragoso</i> .....	4261
Policy design and its influence on land use change in traditional vinegrowing: an application of the theory of planned behaviour in remote areas of Greece. <i>Evgenia Michaa, Richard Trantera, Alison Bailey</i> .....	4279
Análise da eficácia, eficiência e valor acrescentado de políticas públicas place-based – uma aplicação a territórios rurais <i>Anabela Santos, Maria Manuel Serrano, Paulo Neto</i> .....	4303
Designing rural development strategies: learning also matters <i>Domingos Santos</i> .....	4323
Structure, content and dynamic of innovation networks in rural contexto <i>Joana Leão, Lívia Madureira, Aurora Teixeira</i> .....	4339
Hidden innovation and neglected innovators in the Portuguese rural áreas <i>Lívia Madureira, Teresa Gamito, Dora Ferreira, Ivo Oliveira</i> .....	4349



P19 · O papel do poder autárquico no desenvolvimento local

- Amoreira é horta: as hortas do Vale da Amoreira, diagnóstico e proposta de intervenção  
*Acácio José de Jesus Peres, Ana Patrícia Marcelino Amaral, Nuno Miguel Vasconcelos  
Morais, Paula Graciete Raimundo Branco, Sandra Luís Filipe* ..... 4373
- Redes Sociais Minho-Lima: a promoção do desenvolvimento local a partir duma perspetiva  
municipal  
*Maria Carminda Morais, Daniela Gomes, Miguel Ângelo Valério* ..... 4393
- O papel da Agenda 21 local enquanto instrumento de gestão  
*Célia Quintas, José Carlos Albino* ..... 4413
- Qualidade de viver, ecologia e gestão pública: um olhar sobre a gestão sistémica  
no município de Ceres - Goiás, Brasil  
*Kátia Maria dos Santos, Sandra de Fátima Oliveira* ..... 4433
- Desenvolvimento local numa aldeia minhota: potencialidades e obstáculos, identidades  
e percepções  
*António Cardoso* ..... 4453

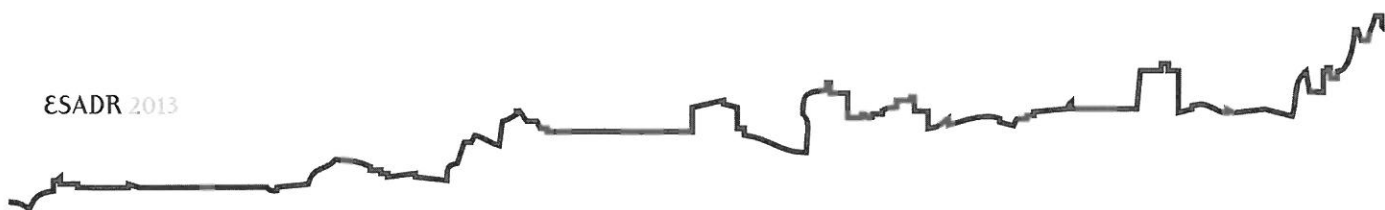
P20 · Agricultura: História, Paisagem e Desenvolvimento em Timor-Leste

- Supply chain for carrots, cabbage and snow peas in Aileu, Maubisse and Hatubuilico, Timor  
Leste  
*Vicente de Paulo Correia, Maria Rola-Rubzen* ..... 4475
- Human rights based approach to ecosystem services in rural Timor-Leste  
*Pedro Damião de Sousa Henriques, Vanda Narciso, Manuel Couret Branco* ..... 4497
- The livestock roles in the wellbeing of rural communities of Timor-Leste  
*Elisa Maria Varela Bettencourt, Mário Tilman, Pedro Damião de Sousa Henriques, Vanda  
Narciso, Maria Leonor da Silva Carvalho* ..... 4521

P23 · Energia e Ambiente: Uso, avaliação económica e políticas na Agricultura

- Interpretando o espaço rural: desenvolvimento, recursos naturais e infra-estrutura  
*José Luiz Parré* ..... 4543
- Supply behavior of hydrous ethanol in Brazil  
*Cynthia Cabral da Costa, Heloisa Lee Burnquist, Luciano Rodrigues, Maurício Jorge  
Pinto de Souza* ..... 4565
- Agroindústrias familiares de óleo vegetal no semiárido Brasileiro: do biodiesel a uma  
perspectiva de desenvolvimento territorial  
*Arnoldo Santos de Lima, João Nildo de Souza Vianna* ..... 4585

Less or more intensive crop arable systems of Alentejo region of Portugal: What is the option to sustainable production? <i>Carlos Marques, Fátima Baptista, Dina Murcho, Maurícia Rosado, Luís Leopoldo Silva, José Rafael Silva</i> .....	4605
Agriculture and energy efficiency in portuguese agriculture and trade-offs with farm economics and environmental impacts: case studies for selected agricultural production <i>Fátima Baptista, Carlos Marques, Dina Murcho, Luís Leopoldo Silva, José Rafael Silva, José Oliveira Peça</i> .....	4621
Economical and environmental trade-offs of traditional mediterranean dry farming systems in the Alentejo Region of Portugal <i>Maurícia Rosado, Carlos Marques, Rui Manuel de Sousa Fragoso</i> .....	4649
Avaliação do benefício económico da adopção da tecnologia de taxa variável na cultura do milho no contexto da agricultura de precisão <i>Coelho, J.C.; Braga, R.; Pinto, P.A.</i> .....	4667
 P24 · Métodos de análise e desenvolvimento do território	
Crescimento da economia urbana em uma região periférica da Amazônia: Tocantins <i>Nilton Marques de Oliveira, Jandir Ferrera de Lima, Udo Strassburg</i> .....	4691
Desenvolvimento de microterritórios rurais: análise comparativa de três abordagens <i>Alexandra Marta-Costa, Hermínia Gonçalves, Artur Cristóvão</i> .....	4711
Novas dinâmicas econômicas e espaço-temporais na fronteira agrícola Maranhense situada no Cerrado Brasileiro <i>Antônio Carlos Reis de Freitas, Fabrício Brito Silva</i> .....	4731
Impactos econômicos de políticas de crédito em territórios rurais no semiárido Brasileiro: uma estimativa em painel do programa nacional de fortalecimento da agricultura familiar no sertão Pernambucano <i>Vilane Gonçalves Sales, Ana Paula Amazonas</i> .....	4745
Integrated water management using feasible goals method and interactive decision maps: the case of Odivelas irrigation <i>Rui Fragoso, Vladimir Bushenkov, Carlos Marques</i> .....	4763
A influência da centralidade e do multiplicador do emprego: um estudo sobre a região metropolitana de Curitiba <i>Udo Strassburg, Jandir Ferrera de Lima, Nilton Marques de Oliveira</i> .....	4785
Transbordamentos espaciais do turismo através dos seus insumos: o estudo das realidades de natal-Brasil e Coimbra/Figueira da Foz-Portugal <i>Edna Maria Furtado, Fernanda Delgado Cravidão, João Mendes da Rocha Neto</i> .....	4805

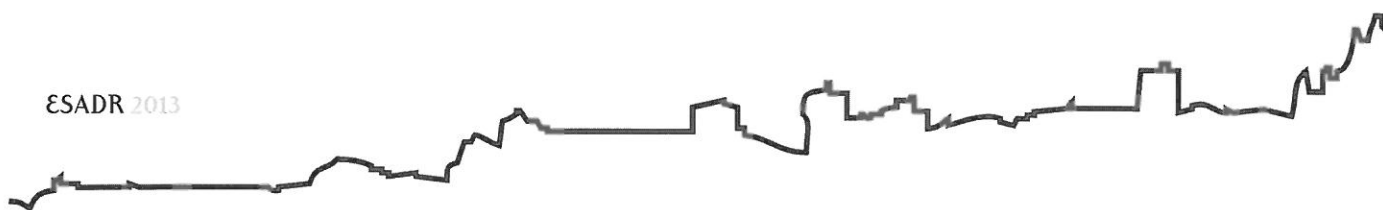


Estrutura fundiária e relações sociais de produção no estado do Pará no período de 1970 a 2010 <i>Mônica de Nazaré Corrêa Ferreira Nascimento, Gisalda Carvalho Filgueiras, Luiz Benedito Varel, Keppler João Assis da Mota Junior</i> .....	4827
Um modelo bioeconómico para a gestão de sistemas agro-florestais <i>António Xavier, Maria de Belém Martins, Rui Fragoso, Maria do Socorro Rosário</i> .....	4847
An eco-sustainable management model for the mediterranean forests: results from several European countries <i>Maria de Belém Martins, António Xavier</i> .....	4871
Clustering of territorial areas: a multi-criteria districting problema <i>Rui Fragoso, Conceição Rego, Vladimir Bushenkov</i> .....	4893
Environmental influences on farm typology. Analysis of Terceira Island <i>João Coelho dos Reis, Tomaz Ponce Dentinho</i> .....	4915
Desenvolvimento e capital social: um estudo de caso brasileiro de dois municípios do Oeste Paranaense <i>Tatiane Dinca, Silvio Antônio Colognese</i> .....	4935
A Choice Modeling Applied to Wind Power in Terceira Island <i>Ana Rodrigues, Tomaz Ponce Dentinho, L. Nunes, Livia Madureira</i> .....	4955

## POSTERS

Produção na faixa de domínio da união: "campesinato espremido" e sua contribuição para soberania alimentar <i>Jesiel Souza Silva, Marli Sales</i> .....	4981
Oferta e demanda de carne bovina no estado do Ceará - um estudo econométrico <i>Frank Wagner Alves de Carvalho, Livia Maria Costa Madureira, Francisco Cicupira de Andrade Filho, Arilde Franco Alves, Alexandre Fonseca D'Andrea</i> .....	4997
Breve análise da piscicultura de Ilha Solteira/Brasil em consonância com as políticas públicas e financiamento <i>Omar Jorge Sabbag, Sílvia Maria Almeida Lima Costa</i> .....	5015
Os impactos ambientais das carvoarias em Bom Jesus da Lapa/BA <i>Ana Angélica dos Santos, Carlos Rangel Portugal Pereira, Deize de Sousa Rios, Janúzia Souza Mendes de Araújo</i> .....	5027

Análise da evolução de resultados dos recenseamentos agrícolas de 1989, 1999 e 2009 e relação com as reformas da PAC <i>L. Fernandes, M. Minhoto, F. Marques</i> .....	5041
A atuação do terceiro setor no desenvolvimento de comunidades distritais: um estudo preliminar na comunidade de Morrinhos, Feira de Santana – Bahia-Brasil <i>Jocely Santos Caldas Almeida, Cleber de Souza Couto, Janúzia Souza Mendes de Araújo, Keilla Petronilia Lopes Santos, Carlos Rangel Portugal Pereira</i> .....	5061
Análise das condições de acesso ao crédito rural através da ASCOOB-SISAL por agricultores familiares do município de Serrinha-BA <i>Carlos Rangel Portugal Pereira, Janúzia Souza Mendes de Araújo, Laiane Ferreira Rocha, Thiago Antônio Bispo Sena, Tiago dos Santos Santiago</i> .....	5077



# **Serão as marcas comerciais ou dos distribuidores mais valorizadas pelos consumidores ao se associarem a marcas coletivas de azeite?**

Diana Ribeiro<sup>1</sup>, Mário Sérgio Teixeira<sup>1</sup>, Diogo Souza-Monteiro<sup>2</sup>, Miguel Sottomayor<sup>3</sup>, e  
Manuel Luís Tibério<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Universidade de Trás os Montes e Alto Douro e CETRAD

<sup>2</sup> Kent Business School, University of Kent

<sup>3</sup> Faculdade de Economia e Gestão, Universidade Católica Portuguesa, Porto

## **RESUMO**

A associação de marcas (ou Co-branding) ocorre quando duas ou mais marcas existentes são combinadas num mesmo produto, onde cada uma delas espera que o nome da outra fortaleça a preferência pela marca ou tenha como resultado a obtenção de um novo nicho de mercado. Cooperar para competir, nomeadamente através do Co-branding, é uma estratégia de uso generalizado nos dias de hoje, pelo que importa avaliar a sua utilidade em situações distintas.

O principal objetivo deste estudo foi o de avaliar a valorização dada pelos consumidores a azeites que associem (façam Co-branding de) uma ou mais marcas coletivas com marcas comerciais ou de supermercado, com base nas utilidades multiatributo inerentes aos resultados da experiência de escolha.

Com base nos resultados da experiência de escolha realizada, com recurso ao método ACA (Adaptive Conjoint Analysis), verificamos que a associação de uma marca coletiva - DOP ou Agricultura Biológica - a uma marca comercial ou do supermercado/distribuidor reforça o seu valor, particularmente quando a marca coletiva associada é a marca DOP, sendo essa utilidade média para o consumidor ainda maior quando se associam ambas as marcas coletivas a uma das marcas comerciais ou de distribuidor.

**PALAVRAS - CHAVE:** Co-branding, Azeite, Marcas Coletivas e Consumidor



## INTRODUÇÃO

Os consumidores dão importância a fatores como o preço, a marca e a embalagem na sua valorização dos produtos e ao fazerem as suas escolhas (Monroe, 2003).

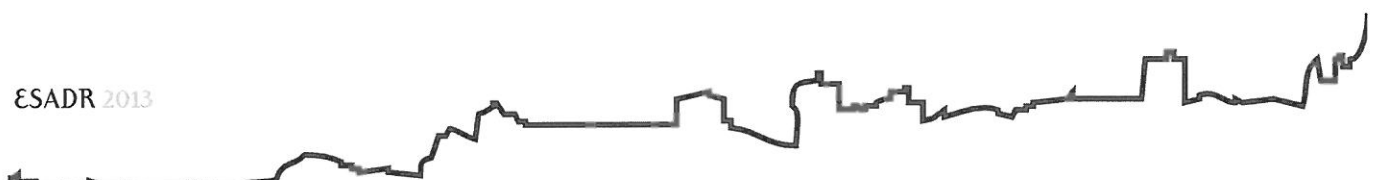
Esta perspetiva de os atributos de um produto contribuírem cumulativa e interactivamente para a formação do seu valor para o consumidor enquadra-se tanto em teorias económicas da escolha (Lancaster 1966, 1994, Wierenga 1984), como nas teorias mais da área da Psicologia Social e do Marketing coletivamente designadas por Teoria Multiatributo das Escolhas (Ajzen 2008).

David Aaker (1991) defende que uma marca é um nome e/ou símbolo distintivo (como um logótipo, marca registada ou design da embalagem) que tem como função identificar os produtos ou serviços de um determinado vendedor (marca comercial) ou conjunto de vendedores (marca coletiva) e garantir assim a sua diferenciação perante os concorrentes.

Uma marca coletiva, por sua vez, pode ainda ajudar a superar a incapacidade dos produtores em, individualmente, criarem a sua marca. Um produto que apresente uma marca coletiva reconhecida oficialmente pela comunidade europeia, acaba por conseguir ultrapassar a ausência de uma marca própria e transmitir aos consumidores uma imagem de qualidade (Kapferer, 1991).

Segundo Keller (2003), a associação de marcas (ou Co-branding) ocorre quando duas ou mais marcas existentes são combinadas num mesmo produto. No sector alimentar, um produto pode incluir uma serie de símbolos (individuais ou coletivos) que fornecem ao consumidor informações com o objetivo de reforçar o valor da marca e do produto.

A temática do Co-branding tem sido estudada para marcas comerciais e não tanto para marcas coletivas, pelo que nos propomos avaliar o valor atribuído pelos consumidores a produtos que utilizem Co-branding de marcas coletivas, tentando identificar o valor adicional que cada marca coletiva estudada pode acrescentar ao produto, sendo esse o nosso problema de investigação.



## ENQUADRAMENTO TEÓRICO

A ciência do comportamento do consumidor desenvolve-se em torno do comportamento do consumidor e da sua tomada de decisão acerca dos alimentos e alimentação, vestuário, habitação e outros bens que estão presentes na vida quotidiana de cada consumidor, com o objetivo de satisfazer as suas necessidades (Erasmus *et al.*, 2001). Schiffman e Kanuk (2000) referem-se ao comportamento do consumidor como sendo a forma como os consumidores tomam decisões de gastar os seus recursos, quer a nível de tempo, dinheiro e esforço, em bens relacionados com o consumo. Solomon (2002) define comportamento do consumidor como uma área bastante abrangente, pois estuda os processos de decisão envolvidos quando um indivíduo ou grupo selecionam, compram, usam produtos, serviços, ideias ou experiências para satisfazer as suas necessidades e desejos.

As perceções que os consumidores têm de um produto ou marca desempenham um papel fundamental na compreensão do comportamento de compra e são o ponto de partida para as atitudes e preferências (Dubois, 1993).

Para Nascimento (2001), a perceção poderá ser fortemente seletiva, por um lado motivada pelas enormes limitações cognitivas dos sujeitos face à complexidade do ambiente, ao excesso da informação ou à intensidade dos estímulos e, por outro lado, devido à influencia que outras dimensões psicológicas exercem sobre o processo de perceção. O mesmo autor afirma ainda que os consumidores têm grande dificuldade em distinguir estímulos semelhantes e que não têm consciência dos estímulos que se encontram abaixo ou acima do seu intervalo perceptivo.

O mecanismo da perceção tem o seu início na exposição causal ou deliberada aos estímulos feitos através dos sentidos, focalizando-se sobre o que adicionamos ou subtraímos a estas sensações, sendo-lhe posteriormente atribuído um significado. Seguem-se fases de interpretação, organização da informação e formação das representações, que irão depender de esquemas perceptuais, uma coleção organizada de crenças e sentimentos, já existentes no indivíduo (Figueiredo *et al.*, 2003).

Os consumidores não observam facilmente a origem dos alimentos nas prateleiras. Isso quer dizer que a origem dos alimentos é um atributo dos produtos não observável, que cria um problema de informação para o consumidor e pode resultar na falha de mercado. No entanto, este problema pode ser resolvido ao proporcionar ao consumidor



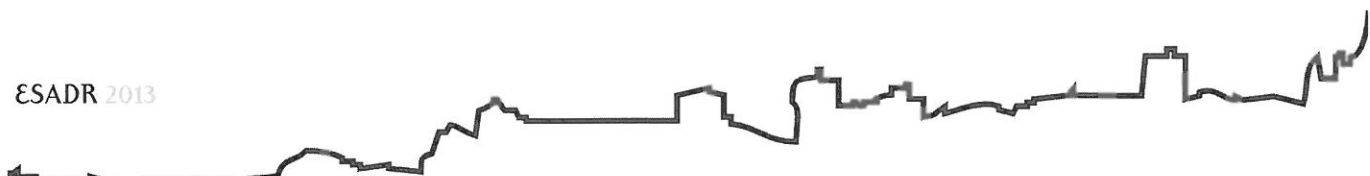
informações mais completas sobre o produto através de rótulos sobre o seu país de origem (Akerlof, 1970).

Os rótulos com informação acerca do país ou região de origem, atraíram a atenção da política internacional recentemente. A nível internacional, a Organização Mundial do Comércio (OMC, citada por Ehmke, 2006) prevê a proteção da propriedade intelectual com base nos rótulos de um produto de origem (por exemplo, um rótulo de vinho que diz que o vinho é de Bordeaux só pode vir da região francesa de Bordeaux).

Vários estudos vêm mostrar que a informação da identificação do país ou região de origem é um atributo extrínseco, ou seja, não está integrado no produto físico da mesma maneira que os atributos intrínsecos (por exemplo, a cor ou o teor de gordura). No entanto, esses mesmos estudos indicam que a informação sobre o país ou região de origem se torna mais importante que outros atributos. Isso pode indicar que a origem é mais importante para os consumidores que têm preocupações mais amplas sobre os atributos de alimentos (Ehmke, 2006).

A imagem que os consumidores têm perante os rótulos de certificação é, por um lado, uma garantia de qualidade e, por outro lado, sinal de que estes rótulos são vistos como um suporte económico de uma determinada região. Esta conclusão foi baseada na constatação de que os consumidores têm uma imagem favorável dos rótulos de certificação regionais, baseada nas suas perceções de qualidade. A garantia de qualidade dada por este tipo de certificação aumenta a qualidade percebida do produto protegido regional, enquanto o suporte económico reforça a atitude do consumidor em relação ao produto protegido com base no apoio à economia regional (Ittersum *et al.*, 2007).

“As marcas destinam-se a identificar e distinguir produtos ou serviços, existem também as marcas coletivas, que podem ser de associação ou de certificação. O registo da marca coletiva confere ao seu titular o direito de disciplinar a comercialização dos respetivos produtos, nas condições estabelecidas na lei, nos Estatutos ou nos Regulamentos internos. Uma marca de associação é um sinal pertencente a uma associação de pessoas singulares ou coletivas, cujos membros o usam, ou têm intenção de usar, para produtos ou serviços relacionados com o objeto da associação. Uma marca de certificação é um sinal pertencente a uma pessoa coletiva que controla os produtos ou os serviços, ou estabelece normas a que estes devem obedecer. Este sinal serve para ser utilizado nos



produtos ou serviços submetidos àquele controlo, ou para os quais as normas foram estabelecidas”. (Instituto Nacional de Propriedade Industrial)

A marca coletiva é um elemento de diferenciação de bens ou serviços. Esta marca é usada para indicar a qualidade, tradição, respeito por certas normas que têm que ser seguidas pelos membros que a usam (Da Silva & Peralta, 2011).

As marcas de certificação de produtos de qualidade têm sido postas em prática através dos certificados de especificidade DOP (Denominações de Origem protegida) e IGP (Indicação Geográfica Protegida).

As denominações de origem fornecem elementos distintivos que normalmente são constituídos pelo nome de uma cidade, de uma localidade, de uma zona ou de uma região. No entanto, na atividade económica são conhecidos outros sinais que não evocam diretamente uma origem local, embora a sugiram de forma indireta. É o que acontece com os termos tradicionais que não fazem referência direta a um lugar mas que são capazes de indicar a origem da mercadoria, pois geram no espírito dos consumidores um processo de associação mental com um determinado local (Alves, 2009).

O Co-branding é definido como uma forma de cooperação entre duas ou mais marcas, com significado reconhecido pelo consumidor, na qual o nome de todos os participantes é mantido, isto é, duas marcas são apresentadas ao consumidor como se fossem uma (Dickinson & Heath, 2006). Hultman (2002) afirma que no Co-branding em estado puro, existe a troca de valores e atributos (ao nível de reputação) entre marcas, a fim de criar uma nova realidade, na qual ambas as marcas são percebidas como melhores como resultado desta iniciativa. Kotler (2003) define Co-branding como duas ou mais marcas conhecidas harmonizadas em uma mesma oferta e acrescenta que cada um dos patrocinadores espera que o nome da outra empresa fortaleça a preferência pela marca ou tenha como resultado a obtenção de um novo nicho de mercado.

Segundo McCarthy e Norris (1999), estudos comprovam que uma aliança entre duas ou mais marcas podem induzir uma drástica mudança na perceção dos consumidores sobre qualidade, preço, gosto, performance, bem como sobre possibilidade de compra e recompra. Co-branding é uma técnica de marketing cada vez mais popular usada na tentativa de transferir as associações positivas de um dos parceiros de marcas para uma recém-formada co-brand - marca composta (Washburn *et al.*, 2000). Para Helmig *et al*



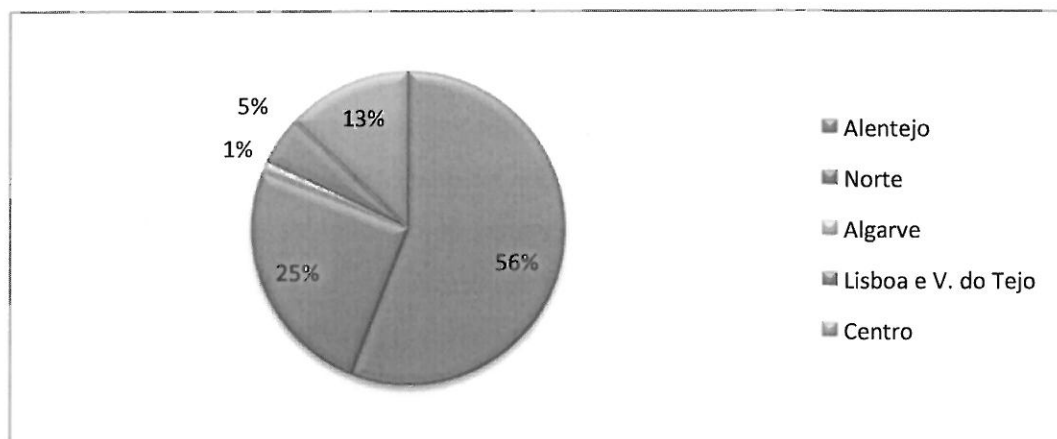
(2008), o Co-branding representa uma estratégia de aliança da marca de longo prazo onde um produto é identificado simultaneamente por duas marcas.

## MERCADO PORTUGUÊS DE AZEITE

A agricultura portuguesa tem vindo ao longo dos últimos anos a tornar-se mais competitiva no mercado comunitário e mundial, nomeadamente em alguns sectores mais específicos como é o caso do azeite.

Em 2010 foram cultivados em Portugal 335 586 Hectares para produção de azeitona que produziram 435 009 toneladas de azeitona. Ainda segundo os mesmos dados, esta produção realizou-se maioritariamente no Alentejo e no Norte do país como se pode observar no gráfico seguinte (INE, 2011).

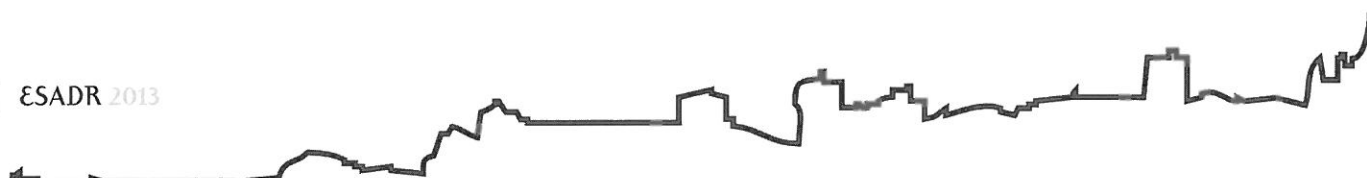
**Gráfico 1 – Percentagem de produção de azeite por regiões nacionais em 2010**



Fonte: INE (2011)

A exportação de azeite em Portugal tem vindo a aumentar desde o início da década de 1990. A partir de 2004/05, o trajeto tem sido sempre ascendente. Os valores mais altos de exportação (em média 25 mil toneladas) foram atingidos nas últimas campanhas, o que faz prever um futuro risonho para a exportação do azeite nacional. Um dos fatores mais importantes e decisivos para os elevados valores de exportação dos azeites nacionais recai na sua elevada e reconhecida qualidade (Santos, 2011).

O consumo de azeite em Portugal tem vindo a aumentar ao longo dos últimos 20 anos. Em 2011 consumiram-se mais de 80 mil toneladas de azeite. Para o aumento deste



consumo, tem contribuído não só o aumento da qualidade do produto, como também a procura dos consumidores por alimentos mais saudáveis para a sua alimentação (Santos, 2011).

Relativamente a marcas, em Portugal existem diferentes marcas de azeite, entre marcas comerciais e coletivas certificadas, sendo as marcas coletivas com DOP das que mais se destacam. Os produtores destes azeites procuram garantir um produto de qualidade com características únicas no mundo e específicas de cada região, criando assim um produto típico e de enorme referência, não só em Portugal como no mercado internacional.

## METODOLOGIA

Para a realização deste trabalho utilizou-se o método de inquirição, pela aplicação de questionários estruturados aos consumidores de azeite via *online*. O inquérito serviu para recolher informação em torno do consumo de azeite e permitiu responder às questões de investigação previamente descritas neste trabalho.

No início da elaboração do inquérito foram definidos tópicos acerca dos quais se pretendia recolher informação que possibilitasse traçar o perfil dos consumidores de azeite, conhecer os seus hábitos de compra e consumo e identificar as suas atitudes.

Para aplicação do questionário *online*, foi utilizado o Software ACA - Adaptive Conjoint Analysis, da Sawtooth Software. O ACA é um método interativo preparado para situações em que o número de atributos excede o que pode razoavelmente ser feito com métodos mais tradicionais. O ACA incide sobre os atributos que são mais relevantes para o entrevistado (consumidor) e evita a sobrecarga de informações, concentrando-se apenas em alguns atributos de uma vez (adaptado de: <http://www.sawtoothsoftware.com/products/aca/>).

Segundo Hauser (2002), no software ACA é inicialmente exposto aos inquiridos um conjunto de questões com o objetivo de estabelecer estimativas iniciais de importância. É então com base nessas estimativas que o ACA desenvolve as questões seguintes. Segundo o mesmo autor, a vantagem do ACA é que as perguntas são escolhidas para um determinado conteúdo de informação.

O inquérito foi divulgado *online* através das redes sociais (nomeadamente Facebook) e, também, via e-mail. Depois dos questionários se encontrarem devidamente preenchidos, os dados foram analisados pelo *software* ACA, que produziu os valores para as



utilidades dos fatores em estudo, após o que foram introduzidos no *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) versão 19, para se proceder ao seu tratamento adicional.

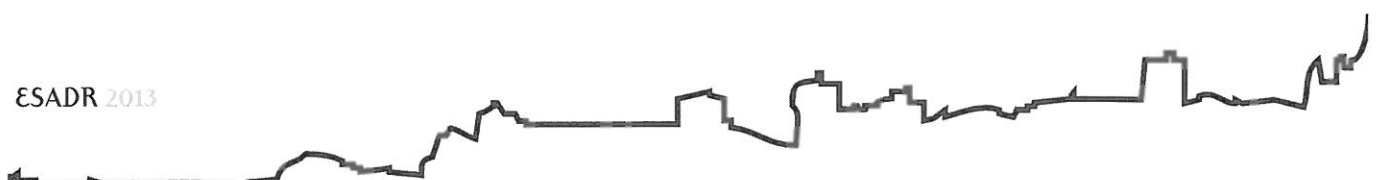
## APRESENTAÇÃO DE RESULTADOS

Quanto à caracterização da amostra, verificamos que cerca de 70% dos inquiridos são do sexo feminino, a média de idades dos inquiridos é de 39 anos e possuem elevada escolaridade, pois 39% dos inquiridos afirmam deter uma licenciatura. Estes dados podem ficar a dever-se ao facto de o questionário ter sido enviado por e-mail pelos autores para os seus contactos pessoais e profissionais e, por esse motivo, a amostra poder ser um pouco enviesada. Também por esse motivo se explica a elevada percentagem (73%) dos inquiridos que têm no distrito de Vila Real a sua residência principal.

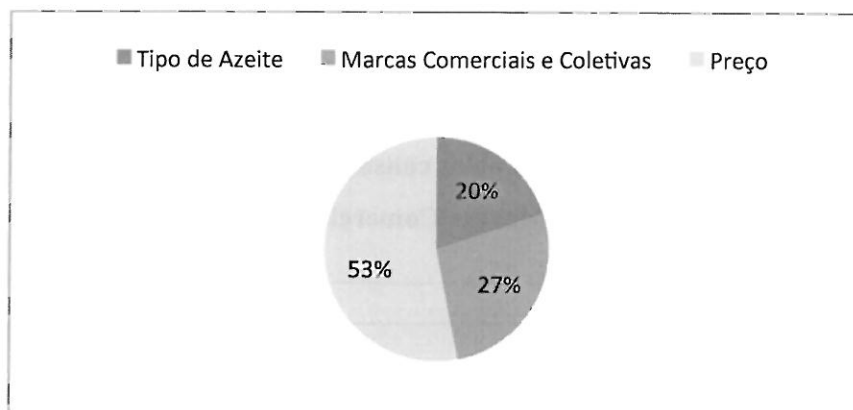
No que diz respeito ao número de elementos do agregado familiar, cerca de 36% das famílias são constituídas por 4 elementos. E uma grande maioria destas famílias consome azeite pelo menos uma vez por dia e, quando o fazem, preferem o azeite extra-virgem.

Em relação aos azeites com marcas coletivas, os resultados ficaram um pouco aquém do esperado, pois cerca de 66% dos consumidores afirma nunca ter consumido azeite com DOP em nenhuma situação e 74% revela nunca o ter comprado, o mesmo se passando com o azeite de agricultura biológica.

Quando comparadas as utilidades atribuídas pela totalidade da amostra às três características estudadas, o atributo “Preço” destaca-se com 53% de utilidade, seguindo-se a característica “Marca” com 27% e, por fim, o atributo “Tipo de Azeite” com 20%.

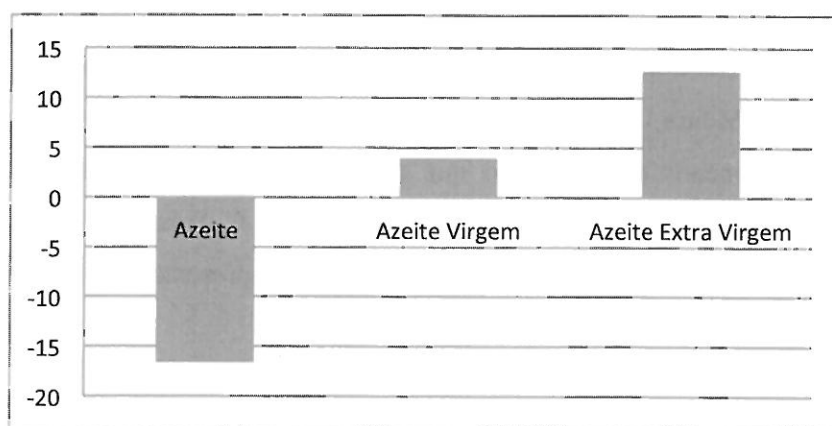


**Gráfico 2 – Importância dada pelos consumidores inquiridos aos atributos em estudo**



Os gráficos seguintes representam a importância dada pelos consumidores aos níveis das características analisadas. Pela análise do gráfico abaixo, percebe-se que, dentro do atributo “Tipo de Azeite”, os consumidores inquiridos dão uma maior utilidade média ao Azeite Extra-Virgem, seguindo-se o Azeite Virgem e o Azeite, que apresenta um menor nível de utilidade.

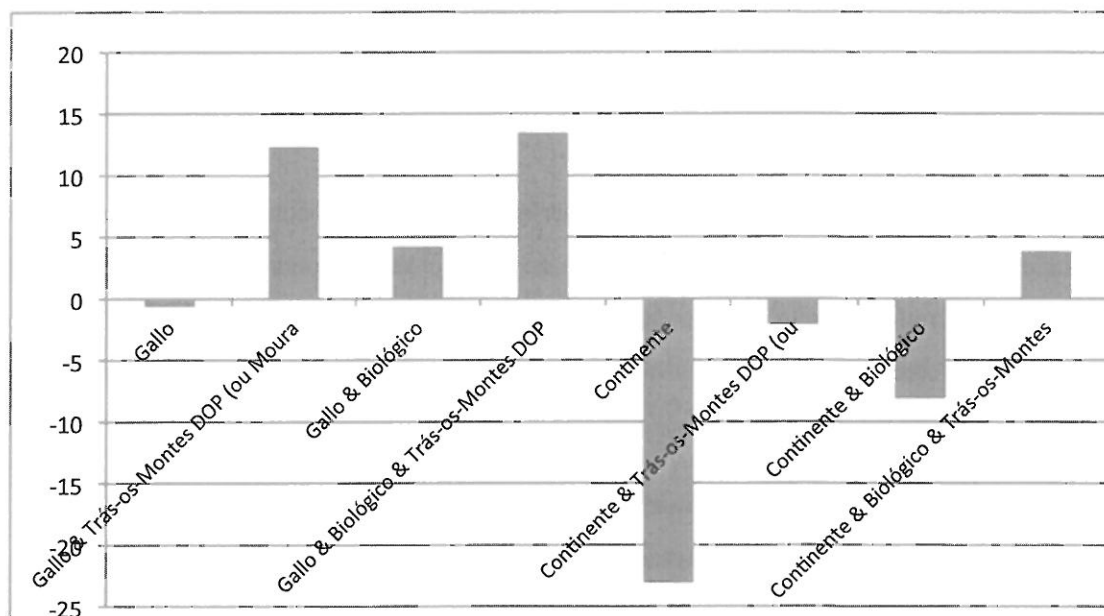
**Gráfico 3 – Utilidades atribuídas pelos consumidores inquiridos aos níveis da característica “Tipo de Azeite”**





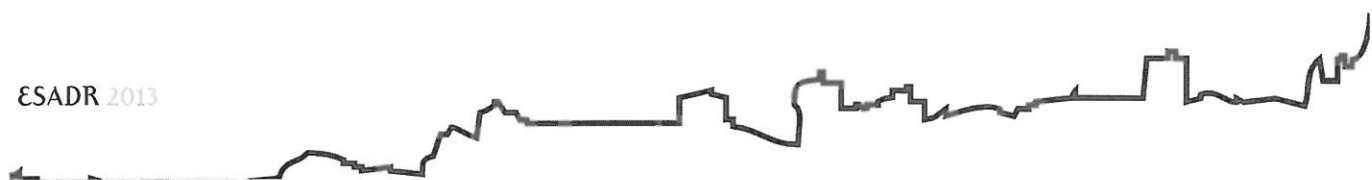
No que diz respeito ao atributo “Marcas Comerciais e Coletivas”, o gráfico abaixo demonstra que, para a média da amostra total (n=240), as marcas que apresentam maior utilidade são as opções de Co-branding “Gallo & Trás-os-Montes DOP (ou Moura DOP)” e “Gallo & Biológico & Trás-os-Montes DOP (ou Moura DOP)”.

**Gráfico 4 – Utilidades atribuídas pelos consumidores inquiridos aos níveis da característica “Marcas Comerciais e Coletivas”**



As opções de Co-branding “Gallo & Biológico” e “Continente & Biológico & Trás-os-Montes DOP (ou Moura DOP)” apresentam igualmente um nível positivo de utilidades, no entanto com menos expressão do que as anteriormente referidas. Já as marcas “Continente”, “Continente & Biológico”, “Continente & Trás-os-Montes DOP (ou Moura DOP)” e “Gallo” têm menores utilidades médias, apresentando valores negativos no gráfico acima.

Analisando o impacto da eventual utilização de estratégias de Co-branding, verificamos que a associação de marcas coletivas às marcas comercial “Gallo” e do supermercado/distribuidor “Continente” reforça o valor destas marcas comercial ou do distribuidor, particularmente quando a marca coletiva associada é o “Azeite de Trás-os-Montes DOP (ou Moura DOP)”. Esse impacto, embora menor, é também positivo para o “Azeite de Agricultura Biológica”, o que evidencia a existência de uma utilidade

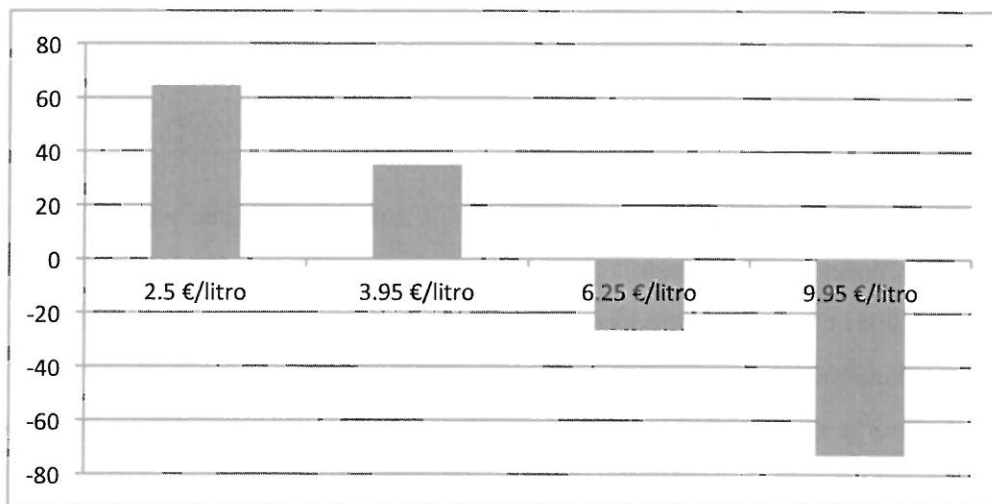


média positiva para estas duas marcas coletivas consideradas nesta experiência de escolha.

Assim, podemos afirmar que a marca coletiva “DOP” é a que mais valor acrescenta em termos de Co-branding, comparativamente com a marca colectiva “Azeite de Agricultura Biológica”, quer apareça associada à marca comercial, quer à marca de supermercado/distribuidor.

As utilidades dos níveis do atributo “Preço” apresentam um comportamento esperado, pois a utilidade média diminui com o aumento do preço. Pela observação do gráfico percebe-se que o nível mais baixo de “2,5€/litro” é o preço que apresenta um maior valor e o nível mais elevado de “9,95€/litro” é o preço proposto na experiência de escolha que apresenta a menor utilidade média.

**Gráfico 5 – Utilidades atribuídas pelos consumidores inquiridos aos níveis da característica “Preço”**



## CONCLUSÕES

No que diz respeito ao Co-branding, verificamos que a associação de marcas coletivas às marcas líderes comercial e do supermercado/distribuidor que foram consideradas na experiência de escolha reforça o seu valor, particularmente quando a marca coletiva associada é o “Azeite de Trás-os-Montes DOP (ou Moura DOP)”. Esse impacto, embora menor, é também positivo para o “Azeite de Agricultura Biológica”, o que

evidencia a existência de uma utilidade média positiva para a associação em Co-branding destas duas marcas coletivas consideradas nesta experiência de escolha. Por outro lado, quando se associam as duas marcas coletivas a uma das marcas comercial ou do distribuidor, a sua utilidade média para o consumidor é ainda maior do que se utilizassem uma só marca coletiva.

O maior problema destas soluções de Co-branding pode ter a ver com a falta de informação por parte do consumidor sobre estas marcas coletivas. Essa menor informação, aliada a uma crise económica, leva a que os consumidores no momento da compra possam optar por produtos mais baratos, já que o preço foi o atributo mais valorizado nesta experiência de escolha. A crise económica e financeira que Portugal e a Europa atravessam neste momento condiciona fortemente as atitudes dos consumidores perante produtos de preço mais elevado, como é o caso dos produtos com DOP ou provenientes de agricultura biológica, o que pode ajudar a explicar a forte importância dada ao atributo preço comparativamente às outras características consideradas na experiência de escolha.

## BIBLIOGRAFIA

- Aaker, D.A. (1991). *Managing Brand Equity – Capitalizing on the value of a brand name*. New York: The Free Press
- Ajzen, I. (2008) *Consumer Attitudes and Behavior in Haugtvedt*. CP, Herr, PM, Cardes, FR (eds.) *Handbook of Consumer Psychology*, pp. 525- 548.
- Akerlof, George A. (1970) *The Market for ‘Lemons’ Quality Uncertainty and Market Mechanism*. *Quarterly Journal of Economics*, 84(3):488-500.
- Alves, Alexandra Sofia Estanislau (2009). “*Denominação de origem: A região Demarcada dos vinhos verdes*”. Dissertação de mestrado. Universidade de Aveiro.
- Blackett, Tom & Boad, Bob (1999). *Co-Branding: The science of alliance*. London: Macmillan Press.
- Da Silva, Elizabeth Ferreira & Peralta, Patricia Pereira (2011). “*Collective Marks and Geographical Indications – Competitive Strategy of Differentiation and Appropriation of Intangible Heritage*” *Journal of Intellectual property Rights*. Vol 16, pp.246-257.

- Dickson, Sonia; Heath, Tara. (2006) "A Comparison of qualitative and Quantitative results concerning evaluations of co-brands offerings". *Brand Management*. Julho v. 13, n. 6, p. 393-706
- Dubois, B. (1993), *Compreender o consumidor*. Lisboa: Publicações Dom Quixote.
- Ehmke, M., (2006) "International Differences in Consumer Preferences for Food Country-of-Origin: A Meta-Analysis" Selected paper at the Annual Meeting of the American Agricultural Economics Association, Long Beach, California, July, 23-26. Available at <http://ageconsearch.umn.edu/bitstream/123456789/14638/1/sp06eh01.pdf>
- Erasmus, Alet C., Boshoff Elizabeth, Rousseau GG (2001). "Consumer decision – making models within the discipline of consumer science: a critical approach." *Journal of family Ecology and consumer Sciences*. Vol.29.
- Figueiredo, I. L. S., Afonso, O., Ramos, P., Santos, S., & Hogg, T. (2003). "Estudo do Consumidor Português de Vinhos" CVRVV, IVP, AESBUC, ESB/UCP.
- Hauser John R. (2002) "Conjoint Analysis, Related Modeling, and Applications Chapter prepared for *Advances in Marketing Research: Progress and Prospects* "[ Tribute to Paul Green's Contributions to Marketing Research Methodology] Massachusetts Institute of Technology
- Hultman, C. (2002). "Co-Branding: The science of alliance" *European Journal of Marketing*, Vol. 36, Iss. 11/12, pp. 1439-1441.
- McCarthy, M. S. & Norris, D.G. (1999). Improving competitive position using branded ingredients. *The Journal of Product and Brand Management*, Vol. 8, Iss. 4, pp. 267-285.
- Instituto Nacional de Propriedade Industrial. <http://www.marcaspatentes.pt/index.php?section=126>
- Ittersum (van), K., Meulenberg, Matthew T. G., van Trijp, Hans C. M., Candel, Math J. J. M. (2007). "Consumers' appreciation of Regional certification labels: A pan-European Study." *Journal of Agricultural Economics* 58, no. 1, 1-23.
- Kapferer, J.N. (1991). "As marcas – capital da empresa". Mem Martins: Edições Cetop
- Keller, K. L. (2003). *Strategic Brand Management: Building, Measuring and Managing Brand Equity*. 2nd Edition. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P. (2003), *Marketing management*, International Edition, 11th Ed. New Jersey: 235 Prentice-Hall.

Lancaster, Kelvin (1994) *Modern Consumer Theory*. Aldershote, Edward Elgar Publishing.

Lancaster, Kelvin (1966) "A New Approach to Consumer Theory" *Journal of Political Economy*, 74 (4), pp. 132-157.

McCarthy, Michael S. Norris, Donald G. , (1999) "Improving competitive position using branded ingredients", *Journal of Product & Brand Management*, Vol. 8 Iss: 4, pp.267 - 285

Monroe, K.B. (2003). *Pricing – Making Profitable Decisions*. 3rd Edition. New York: Mc Graw-Hill Higher Education

Motion Judy ; Leitch, Shirley; Brodie, Roderick J. (2003) "Equity in corporate co-branding. The case of Adidas and the All Blacks" *European Journal of Marketing* Vol. 37 No. 7/8, pp. 1080-1094

Nascimento, J. R. (2001), "O Segredo de Baco Revelado - Atitudes dos Consumidores face aos Vinhos de Mesa," in *Revista de Comunicação e Marketing* Vol. 2. Retirado de: <http://www.agroportal.pt/a/2002/jnascimentop1.htm>

Santos, Guilherme Martins Marta (2011) "Análise do Mercado de Exportação de azeite Português" *Dissertação de Mestrado*. Instituto Superior de Agronomia. Universidade Técnica de Lisboa

Schiffman, Leon G.; Kanuk, Leslie Lazar. ( 2000) *Comportamento do consumidor*. 6. ed. Rio de Janeiro

Solomon, M., Bamossy, G., & Askegaard, S. (2002), *Consumer Behaviour – A European Perspective* (2ª ed.). Essex: Prentice Hall.

Washburn Judith H.; Till Brian D.; Priluck Randi (2000) "Co-branding: brand equity and trial effects" *Journal of Consumer Marketing*." VOL. 17 N° 7, pp. 591-604.

Wierenga, Berend (1984). "Empirical Test of The Lancaster Characteristics Model". *International Journal of Research in Marketing*, 1(3), pp. 263-293.