

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
CENTRO DE PESQUISAS E ESTUDOS EM AGRONEGÓCIOS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM AGRONEGÓCIOS**

MARLISE SANTOS DE ALMEIDA

**ATRIBUTOS DE QUALIDADE DO AZEITE DE OLIVA EXTRA VIRGEM
PRODUZIDO NO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL**

**Porto Alegre/RS
2022**

MARLISE SANTOS DE ALMEIDA

**ATRIBUTOS DE QUALIDADE DO AZEITE DE OLIVA EXTRA VIRGEM
PRODUZIDO NO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL**

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Agronegócios do Centro de Estudos e Pesquisas em Agronegócios da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Agronegócios.

Orientador: Prof. Dr. Jean Philippe Palma Revillion

Coorientador: Prof. Dr. Glauco Schultz

**Porto Alegre/RS
2022**

CIP - Catalogação na Publicação

ALMEIDA, MARLISE SANTOS DE
ATRIBUTOS DE QUALIDADE DO AZEITE DE OLIVA EXTRA
VIRGEM PRODUZIDO NO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL /
MARLISE SANTOS DE ALMEIDA. -- 2022.
135 f.
Orientador: Prof. Dr. Jean Philippe Palma
Revillion.

Coorientador: Prof. Dr. Glauco Schultz.

Dissertação (Mestrado) -- Universidade Federal do
Rio Grande do Sul, Centro de Estudos e Pesquisas em
Agronegócios, Programa de Pós-Graduação em
Agronegócios, Porto Alegre, BR-RS, 2022.

1. Azeite de Oliva. 2. Atributos do Produto. 3.
Qualidade. I. Palma Revillion, Prof. Dr. Jean
Philippe, orient. II. Schultz, Prof. Dr. Glauco,
coorient. III. Título.

Elaborada pelo Sistema de Geração Automática de Ficha Catalográfica da UFRGS com os
dados fornecidos pelo(a) autor(a).

MARLISE SANTOS DE ALMEIDA

**ATRIBUTOS DE QUALIDADE DO AZEITE DE OLIVA EXTRA VIRGEM
PRODUZIDO NO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL**

**Dissertação de mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Agronegócios
da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, como requisito parcial para obtenção do
título de Mestre em Agronegócio.**

Data de aprovação 07/06/2022.

Prof. Dr. Jean Philippe Palma Revillion – Orientador
Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS

Prof. Dr. Glauco Schultz
Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS

Profa. Dra. Andrea Troller Pinto - UFRGS

Prof. Dr. Marcelo Silveira Badejo
Universidade Federal de Rio Grande –FURG

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente à minha família, principalmente ao meu pai Setembrino Souza de Almeida que sempre me apoiou nos estudos. Em memória, aos meus avós, principalmente a minha avó Milandrina Souza de Almeida, que sempre desejou estudar e sua época não a permitiu, a qual ensinou-me muitos princípios e a ter iniciativa empreendedora.

Registro um carinho especial aos meus nove irmãos e todas as minhas amigas e amigos, pois, de várias formas, participaram dessa fase.

Agradeço aos que colaboraram com a pesquisa, em especial, aos produtores de azeite de oliva do Rio Grande do Sul. Aos produtores que me receberam muito bem em suas propriedades. Muito obrigada.

Manifesto gratidão ao professor Dr. Jean Philippe Palma Revillion, que, de pronto, manifestou-se em ser meu Orientador Acadêmico, cujo encargo desempenhou com gosto e com paciência sempre me ajudando a crescer.

Da mesma forma, agradeço ao Co-orientador Prof. Dr. Glauco Schultz por dividir seu conhecimento e pela atenção dedicada.

Aos professores que aceitaram participar da banca de defesa do estudo realizado, oferecendo suas contribuições.

Ao Centro de Estudos e Pesquisas em Agronegócios (CEPAN) da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), que possibilitou esta minha formação com novos conhecimentos e de troca de experiências sobre um setor tão importante para o nosso estado.

Por fim, gratidão às circunstâncias e casualidades da vida, as quais me colocaram aqui hoje.

RESUMO

A cultura da oliveira embora recente no Rio Grande do Sul apresenta um desenvolvimento crescente significativo nos últimos dez anos, sendo que a produção de azeite de oliva extra virgem tem alcançado promissores resultados. Em consequência, o azeite gaúcho, em 2022, foi eleito em premiação um dos melhores do mundo. Neste cenário, o presente trabalho teve como enfoque identificar os atributos de qualidade mais importantes no julgamento dos especialistas brasileiros em azeite de oliva extra virgem e quais os fatores produtivos que os sustentam. A pesquisa foi desenvolvida a partir de uma revisão bibliográfica com apresentação dos conceitos-chaves objeto do estudo, descrição da cadeia produtiva do azeite de oliva extra virgem e identificação dos fatores que impactam na qualidade. Foi realizada uma *survey* que se valeu de questionários semiestruturados e direcionados a especialistas envolvidos com o consumo do produto e aos produtores do azeite de oliva extra virgem no estado. O conjunto de resultados desta pesquisa permite concluir que os atributos positivos de frutado, amargor e a picância do azeite de oliva extra virgem devem estar em equilíbrio e que todo o complexo de processo produtivo, desde a preparação do solo até o engarrafamento e sua conservação influenciam para se obter um produto de qualidade superior. Ao final, existe a expectativa que as implicações acadêmicas dos resultados obtidos possam balizar o desenvolvimento de estratégias dos *stakeholders* no sentido de fortalecer a competitividade dos agentes produtivos e alinhamento da evolução da oferta com a valorização do produto gaúcho, bem como, colaborar com estudos projetados à educação do consumidor.

Palavras-chave: Azeite de Oliva. Atributos do produto. Qualidade.

ABSTRACT

Although recent in Rio Grande do Sul, olive cultivation has shown a significant growth in the last ten years, and the production of extra virgin olive oil has achieved promising results. As a result, the gaúcho olive oil, in 2022, was elected one of the best in the world. In this scenario, the present work focused on identifying the most important quality attributes in the judgment of Brazilian specialists in extra virgin olive oil and which activities in the chain support them. The research was developed from a bibliographic review with the presentation of the key concepts object of the study, description of the production chain of extra virgin olive oil and identification of factors that impact on quality. A survey was carried out using semi-structured questionnaires aimed at specialists involved with the consumption of the product and producers of extra virgin olive oil in the state. The set of results of this research allows us to conclude that the positive attributes of fruitiness, bitterness and spiciness of extra virgin olive oil must be in balance and that the entire complex of the production process, from soil preparation to bottling and its conservation influence to obtain a superior quality product. In the end, there is an expectation that the academic implications of the results obtained can guide the development of stakeholder strategies in order to strengthen the competitiveness of productive agents and align the evolution of supply with the appreciation of the gaúcho product, as well as collaborate with designed studies to consumer education.

Keywords: Olive Oil. Product attributes. Quality.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

- AFRUTES** - Associação de Fruticultores de Encruzilhada do Sul
- ANVISA** - Agência Nacional de Vigilância Sanitária
- COI** – Conselho Oleícola Internacional
- DCOOP** - Cooperativa Agroalimentar Espanhola
- EMATER/RS**-Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural
- FAMURS** - Federação das Indústrias do Rio Grande do Sul
- FARSUL** - Federação da Agricultura do Estado do Rio Grande do Sul
- FEPAGRO** - Fundação Estadual de Pesquisa Agropecuária
- FETAG** - Federação das Associações de Municípios do Rio Grande do Sul
- FIERGS** – Federação das Indústrias do Estado do Rio Grande do Sul
- IBGE** – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
- IFAPA** - Instituto de Investigação e Formação Agrária e Pesqueira Espanhola
- INMETRO** – Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia
- LPI** - Lei de Propriedade Industrial
- MAPA** – Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento
- OLISUL** - Associação dos Olivicultores do Sul do Brasil
- RENASEM** - Registro Nacional de Sementes e Mudas
- RS** – Rio Grande do Sul
- RTIQ** - Regulamentos Técnicos de Identidade e Qualidade
- SEBRAE** – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
- SENAR** - Serviço Nacional de Aprendizagem Rural
- SEAPDR** - Secretaria da Agricultura, Pecuária e Desenvolvimento Rural
- UFCSPA** –Universidade de Ciências da Saúde de Porto Alegre
- UFRGS** - Universidade Federal do Rio Grande do Sul
- UFMS** - Universidade Federal de Santa Maria
- UNIPAMPA** - Universidade Federal do Pampa

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Principais atributos considerados como motivadores para a escolha e o consumo de azeite de oliva extravirgem.	18
Quadro 2 - Questionário semiestruturado para avaliar a importância de atributos intrínsecos e extrínsecos de qualidade no azeite de oliva.	39
Quadro 3 - Especialistas de instituições de pesquisa e ensino e representantes de instituições de fomento e desenvolvimento setorial, para identificar e hierarquizar os atributos intrínsecos e extrínsecos valorizados no azeite de oliva Extra virgem.	40
Quadro 4 - Produtores do RS	41
Quadro 5 - Questionário semiestruturado para identificar as atividades da cadeia de valor que podem ser mobilizadas para melhorar/atender os atributos intrínsecos ou extrínsecos de qualidade valorizados pelos consumidores.	42
Quadro 6 - Atributos positivos para os azeites.	105

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	9
2 PROBLEMATIZAÇÃO	13
3. OBJETIVOS	15
3.1 Objetivo geral	15
3.2 Objetivos específicos	15
4 REVISÃO DE LITERATURA.....	16
4.1 Qualidade intrínseca e extrínseca do azeite de oliva extra virgem.....	16
4.1.1 A questão da indicação geográfica de origem	23
4.2 A cadeia de valor e sua utilização como ferramenta de análise estratégica	25
4.2.1 A cadeia produtiva do azeite de oliva extra virgem no estado do Rio Grande do Sul	26
4.2.1.1 Implantação do olival e sua manutenção	27
4.2.1.2 Produção/Colheita	31
4.2.1.3 Processamento/industrialização do azeite de oliva extra virgem	33
4.2.1.4 Distribuição/Comercialização	35
4.2.2 Ambiente institucional e organizacional	35
5 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	39
6 RESULTADOS	46
7 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	115
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	117
APÊNDICE A - CÓDIGO DOS ESPECIALISTAS ENTREVISTADOS	1278
APÊNDICE C - CÓDIGO DOS PRODUTORES ENTREVISTADOS	129
APÊNDICE D – ROTEIRO DAS ENTREVISTAS SEMI-ESTRUTURADAS COM OS PRODUTORES DE AZEITE.....	130

INTRODUÇÃO

O azeite de oliva é o produto obtido por meio do processamento do fruto das oliveiras (*Olea europaea* L.) não podendo apresentar mistura com qualquer outro tipo de óleo, conforme disposto na Instrução Normativa Nº 1, de 30 de janeiro de 2012 do MAPA. No mais, o azeite de oliva é um alimento clássico, que traz benefícios à saúde humana, amplamente consumidos nos países ocidentais (SILVA *et al.*, 2020).

No Brasil o cultivo comercial de oliveiras foi introduzido há vários séculos (COUTINHO; RIBEIRO; CAPPELLARO, 2009), e a cultura vem se desenvolvendo e exige persistência para apresentar resultados. Com efeito, as plantas começam a produzir a partir de cinco anos e atingem a maturidade depois de 10 ou 12 anos, de maneira que podem dar frutos por até 500 anos, a depender dos cuidados do produtor ao pomar, segundo a Associação dos Olivicultores dos Contrafortes da Mantiqueira (GESTAGRO, 2019).

No Rio Grande do Sul, a cultura da oliveira foi introduzida oficialmente em 1948. Desse modo, Gobbato (1945) relata o plantio de oliveiras entre 1938 e 1939 em diversas cidades do estado, como Rio Grande, Pelotas, Santa Rosa, Marau, Taquara, São Lourenço do Sul e outras (COUTINHO, *et al.*, 2016). Contudo, nos últimos 15 anos o avanço mais intenso da olivicultura transformou o estado no maior produtor nacional de azeites, sendo que os municípios com maior destaque declarado são: Encruzilhada do Sul, Canguçu, Pinheiro Machado, Bagé, Cachoeira do Sul, Santana do Livramento, Viamão e São Gabriel (AMBROSINI, *et al.*, 2022).

A partir de um mapeamento das áreas propícias para plantações de oliveiras no estado, estima-se que o Rio Grande do Sul possui cerca de um milhão de hectares aptos ao plantio de olivais, segundo o zoneamento edafoclimático (ALBA; FLORES, WREGGE, 2013), o que indica a potencialidade de crescimento da cultura no estado. No ano de 2017 foram cadastrados 145 olivicultores, pertencentes a 56 municípios do RS, perfazendo 3.464,6 hectares de plantio com três viveiros cadastrados, conforme Nota Técnica: Cadastro Olivícola (RIO GRANDE DO SUL, 2017).

Já no ano de 2022 registra-se no estado 321 produtores, em 110 municípios, com 17 indústrias de processamento do azeite de oliva, chamada Lagar, e entre as variedades mais cultivadas está a variedade Arbequina, uma vez que apresenta grande adaptabilidade a

diferentes condições edafoclimáticas – seguida pelas variedades Koroneiki, Picual, Arbosana e Frantoio, conforme Circular 13 (AMBROSINI, *et al.*, 2022).

Há um grande reconhecimento das potencialidades da cadeia produtiva da Olivicultura no estado do RS, porém, também existem desafios relacionados com novas formas de produção e consumo do azeite extravirgem no Brasil, o que justifica que aqueles que tem a intenção de agregar maior qualidade aos produtos devem identificar e aperfeiçoar atividades específicas da cadeia de valor que apresentam a possibilidade de impactar positivamente na percepção dos consumidores finais sobre esses produtos.

Para tanto, os stakeholders setoriais podem mobilizar várias instituições que têm tido um importante papel no desenvolvimento desse setor, por meio de ações governamentais, como a Secretaria da Agricultura, Pecuária e Desenvolvimento Rural do Estado do Rio Grande do Sul, em parceria com o Instituto Brasileiro de Olivicultura – IBRAOLIVA, que é a associação que reúne toda a cadeia oleícola do Brasil, entre outras.

Em particular, o Governo do Estado do RS, implantou o PROGRAMA ESTADUAL DE DESENVOLVIMENTO DA OLIVICULTURA - “PRÓ-OLIVA”, por meio do Decreto nº 52.479 de 29 de julho de 2015, cujos objetivos específicos pautados são de aumentar a produção de azeitonas com a implantação de olivais, fomentar a produção de azeite e consolidar a olivicultura no estado. Assim como contribuir para o aumento de renda dos agricultores, para a criação de empregos e para a redução da evasão de divisas com a diminuição da importação de azeites. Ademais, busca incentivar ações de pesquisa e de assistência técnica com vista à disponibilização de tecnologias para aumento da produtividade e da rentabilidade da olivicultura, incentivar a organização da cadeia produtiva das oliveiras e a promoção da qualidade dos azeites gaúcho e, por fim incentivar a introdução da olivicultura no ensino agrícola no estado.

Além disso, por estratégia de ação o referido programa visa promover a parceria entre Governo do Estado, por meio da Secretaria da Agricultura e Pecuária, Secretaria do Desenvolvimento Rural, EMATER/RS e FEPAGRO e a União, representada pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, Ministério do Desenvolvimento Agrário, EMBRAPA, assim como Prefeituras Municipais, produtores rurais, viveiristas, industriais e demais instituições públicas e privadas envolvidas com o setor. Finalmente busca-se assegurar linhas de crédito para olivicultura, visando a expansão da área e das fábricas de azeite, tendo sido firmado Termo de Cooperação com bancos públicos e privados do estado, para linhas de

financiamento dirigidas a produtores rurais, viveiristas, agroindustriais, agentes apoiadores da cadeia produtiva, estudantes e consumidores em geral (RIO GRANDE DO SUL, 2020). Neste ambiente institucional e organizacional foi criada a Câmara Setorial das Oliveiras com o objetivo de coordenar a efetivação de negociações entre os agentes dessa cadeia produtiva no sentido de implementar ações e políticas efetivas para o seu desenvolvimento.

Apesar desse aparato institucional e os avanços técnicos e mercadológicos empreendidos nesse setor, ainda existem desafios para o processo de continuidade do desenvolvimento da olivicultura, os quais são diversos e envolvem aspectos como a necessidade de aprofundamento de conhecimentos específicos sobre o seu cultivo, por exemplo, para enfrentamento de situações de instabilidade climática na região Sul do estado ou, também, a dificuldade de capacitação de mão de obra para o trabalho nos olivais e, mormente, ações de conscientização do consumidor sobre a qualidade do azeite de oliva nacional (SAUERESSIG; PINTO; SCHULTZ, 2019). Em especial, identificar gargalos tecnológicos e mercadológicos é um passo importante para a construção de melhorias que possam resultar em fortalecimento nos próximos anos da cadeia gaúcha de produção de azeite de oliva que concorre com os produtos internacionais de marcas prestigiosas e grande escala de produção (RIO GRANDE DO SUL, 2018).

A consideração dos atributos intrínsecos e extrínsecos valorizados pelo consumidor final e a identificação das atividades de valor que permitem sua configuração é um passo fundamental para o incremento da competitividade setorial ao subsidiar estratégias e ações organizacionais para fidelizar e conquistar consumidores. Outrossim, identificar gargalos nesse processo é um passo importante para a construção de melhorias que possam resultar em fortalecimento nos próximos anos da cadeia gaúcha de produção de azeite de oliva extra virgem que concorre com os produtos internacionais (RIO GRANDE DO SUL, 2018).

Considerando a incipiência de estudos neste campo, percebe-se, assim, um potencial tema de pesquisa que este estudo busca auxiliar ao formar bases teóricas sobre as quais outros estudos futuros se assentarão. Esse trabalho tem como objetivo identificar os atributos de qualidade intrínseca e extrínseca mais importantes no azeite de oliva extra virgem¹ e quais

¹Segundo a Instrução Normativa n.1 de 30/01/2012 do MAPA, alterado pela Instrução Normativa n.24 de 18/06/2018, azeite de oliva extra virgem é aquele que apresenta características sensoriais relativas ao odor e sabor (“mediana do defeito” e “mediana do frutado”) e físico-químicas, expressas em indicadores como acidez livre (menor ou igual a 0,80%), índice de peróxidos em mEq/Kg (menor ou igual a 20), parâmetros de extinção

atividades da cadeia de valor os sustentam. Para tanto, foi desenvolvida uma revisão bibliográfica sobre o tema e configurados questionários semiestruturados para aplicação de entrevistas com especialistas sobre a qualidade do produto (chefs de cozinha, formadores de opinião, autores de estudos sobre a temática e representantes de lojas especializadas e varejo que atuam nesse mercado) e produtores de azeite de oliva no RS – no sentido de verificar quais são as atividades da cadeia que podem ser estabelecidas, reconfiguradas ou melhor comunicadas para valorizar os produtos pelos stakeholders setoriais.

2 PROBLEMATIZAÇÃO

Considerando que o azeite de oliva extra virgem brasileiro concorre com produtos internacionais, sendo este fator uma aparente ameaça, já que existem produtos estrangeiros disponíveis no mercado competindo com o produto nacional, com preços inferiores ao do produto produzido aqui no Brasil e no estado do Rio Grande do Sul, o consumidor final terá que ser atraído a consumir e reconhecer a qualidade do produto brasileiro, visto que muitos ainda desconhecem o cultivo no estado e as marcas de azeites comercializadas (ALMEIDA, 2018 p. 32).

Considerando, o fato de que ainda são poucas pesquisas e dados disponíveis sobre a percepção de qualidade e dos hábitos de consumo com relação ao azeite de oliva extra virgem entre consumidores brasileiros (AMBROSINI, *et al*, 2017), faz-se oportuno o presente estudo.

Neste cenário, repensando a relação entre conhecimento científico e saber popular ou mesmo tradicional e de quebrar os paradigmas que separam o modo de conhecimento científico do conhecimento tácito, ou seja, daqueles saberes e práticas não sistematizados nem escritos em anais, livros, artigos científicos e similares que se relacionou o estudo da produção do azeite de oliva do RS na linha de pesquisa Mercados, contratos, instituições e políticas no agronegócio.

Ademais, levando-se em conta a diversidade das variedades cultivadas no solo gaúcho, entre as mais comuns, a Koroneiki, originária da Grécia, e a cultivar Arbequina, com origem na Espanha, bem como a mudança na forma de elaborar azeites com a inserção de novas tecnologias da indústria brasileira, e as medidas tomadas ao longo do processo produtivo no campo para que a planta ela esteja em equilíbrio fisiológico para que ela seja adaptada no clima da região condição solo para expressar a melhor qualidade possível para expressar toda a potencialidade daquela variedade, criou-se um produto com características peculiares, cujos atributos sensoriais positivos estão estritamente ligados a concentrações de importantes compostos naturais (CAYE, 2019).

Desta forma, vislumbra-se a importância da comunicação de informações sobre a percepção dos fatores intrínsecos e extrínsecos valorizados e identificação das atividades de valor fundamentais para sua oferta.

Ainda, cumpre consignar que a importância atribuída pelos consumidores à qualidade dos alimentos tem aumentado nos últimos anos, envolvendo tanto atributos intrínsecos, como tipo de azeite, grau de acidez, cor e sabor quanto atributos extrínsecos importantes para a decisão de compra de alimentos, principalmente azeites, como país de origem, preço, marca, embalagem e rótulo (GRUNERT, 2002).

Assim, a problemática está estruturada de acordo com a seguinte questão norteadora de proposta de pesquisa:

Quais os indicadores que os especialistas valorizam com relação aos atributos intrínsecos e extrínsecos do azeite de oliva extra virgem do RS e quais os fatores da cadeia produtiva que impactam na qualidade?

Neste contexto, baseado nos elementos expostos temos a hipótese de que é vantajoso investir no conhecimento dos stakeholders examinando a qualidade e impacto na cadeia, trazendo informações e elementos para propor melhorias e fortalecer a competitividade, bem como, colaborar o desenvolvimento da cadeia produtiva da olivicultura do estado do Rio Grande do Sul.

3. OBJETIVOS

3.1 Objetivo geral

O objetivo deste trabalho é identificar os atributos de qualidade mais importantes no julgamento dos especialistas brasileiros em azeite de oliva extra virgem e quais os fatores produtivos que os sustentam.

3.2 Objetivos específicos

- Identificar os atributos intrínsecos e extrínsecos, valorizados pelos especialistas brasileiros, em relação a qualidade do azeite de oliva extra virgem.

- Caracterizar a cadeia produtiva do azeite de oliva extra virgem.

- Identificar quais são os fatores que impactam na qualidade do azeite de oliva extra virgem.

4 REVISÃO DE LITERATURA

A revisão de literatura será por tópicos. O primeiro deles apresenta teorias com abordagens relacionadas a conceitos sobre os atributos intrínsecos e extrínsecos do azeite de oliva extra virgem e à proposta de análise dos atributos valorizados pelos especialistas. O segundo faz a caracterização da cadeia produtiva do azeite de oliva extra virgem no Rio Grande do Sul enumerando aspectos críticos de produção e consumo com a busca de algumas atividades da cadeia produtiva que impactam na qualidade.

Para uma revisão do tema explicitado nos primeiros tópicos, pretende-se realizar busca a partir de estudos publicados em periódicos indexados nas bases de dados online *Web of Science*, *Scopus* e *Science Direct*, com a seguinte estratégia de busca: *olive oil* and attributes e *olive oil and value chain*. A partir dessa análise foram selecionados os artigos citados nas seções subsequentes.

4.1 Qualidade intrínseca e extrínseca do azeite de oliva extra virgem

A avaliação dos atributos de qualidade de um produto varia entre os stakeholders de uma cadeia produtiva especialmente considerando a percepção dos consumidores e dos agentes produtivos (ZEITHAML, 1988), fato agravado pela diversidade de aspectos mobilizados para avaliá-los, de forma subjetiva, considerando indicadores intrínsecos e extrínsecos de qualidade - o que normalmente permite a identificação de múltiplos segmentos de consumidores, com comportamento e hierarquia de atributos valorizados nos produtos que são específicos (ENGEL; BLACKWELL; MINIARD, 2000; GRUNERT, 2017).

O julgamento de qualidade está baseado em sinais informacionais que os consumidores associam ao produto, podendo ser intrínsecos ou extrínsecos, que separados ou em conjunto, oferecem as bases para a percepção de qualidade do produto (SCHFFMAN, 1987; OSLON; JACOBY, 1972). Os fatores de qualidade intrínsecos estão associados às características físicas dos produtos como tamanho, cor, sabor ou aroma (GRUNERT et al., 2002), já os fatores extrínsecos referem-se a aspectos que não estão fisicamente relacionados a ele e nem podem ser verificados após o consumo, pois envolvem crença e credibilidade nesses fatores ou em seus impactos como o sistema de certificação relacionado a sustentabilidade ambiental ou social ou aspectos ligados ao prestígio da marca, da empresa ou

seu canal de comercialização (ZEITHAML, 1988 ; JAHN; SCHRAMM; SPILLER, 2005) ou a sua origem geográfica (SCHIFFMAN, 1987).

Atributos intrínsecos e extrínsecos, expressos por diferentes indicadores, representam a qualidade dos alimentos em suas principais dimensões de saudabilidade, sustentabilidade e autenticidade. Essas características constituem as principais dimensões de valorização dos alimentos na atualidade (GRUNERT, 2017).

No caso do azeite de oliva extra virgem, a percepção do consumidor em relação aos atributos intrínsecos e extrínsecos pertinentes varia muito em função de vários fatores de natureza cultural ou situacional ao consumo e dependem de um processo de aprendizagem pelo consumo (CICERALE; LIEM; KEAST, 2016). Mesmo assim, esses autores resumem os principais atributos considerados pelo consumidor:

- Coloração: varia entre o verde claro e verde profundo até o amarelo ouro dependendo do teor de clorofila e carotenoides presentes no azeite que são consequência de vários fatores como o cultivar da oliva, o índice de maturação, a zona de produção, as operações processuais de sua obtenção e as condições de estocagem. As populações que não possuem tradição no consumo de azeite de oliva extra virgem tendem a apresentar tolerância às tonalidades mais escuras de verde ou tonalidades amareladas, enquanto os consumidores de países de consumo tradicional (Espanha, Portugal, por exemplo) preferem mais nitidamente as colorações verde-claras.

- Sabor: o sabor do azeite de oliva extra virgem é claramente distinto de outros óleos vegetais. Os componentes que mais influenciam o sabor são as substâncias fenólicas voláteis. As substâncias fenólicas também contribuem para o amargor e adstringência do azeite de oliva extra virgem, aspecto apreciado por consumidores de países tradicionais (Espanha, Itália), enquanto outros consumidores de produtos de menor qualidade (EUA) preferem sabor frutado, floral e doce.

- Informação no rótulo: relacionado à origem geográfica do produto (indicação geográfica de origem ou país de origem), certificação orgânica, tipo de cultivar ou premiações influenciam positivamente a intenção de compra e a análise sensorial do produto.

- Embalagem: a aparência do produto impacta positivamente nas expectativas dos consumidores ao enaltecer a imagem de marca e sinalizar alinhamento com um estilo de vida. De outro lado, garrafas de plástico tendem a ser menos valorizadas do que aquelas de vidro.
- Qualidades nutricionais percebidas: é um importante fator na valorização e intenção de compra de azeite de oliva extra virgem.
- Preço: é um indicador clássico da qualidade dos produtos, especialmente no caso do azeite de oliva que é considerado um produto gourmet.

O quadro a seguir resume os achados bibliográficos sobre os principais atributos considerados como motivadores para a escolha e o consumo de azeite de oliva extravirgem:

Quadro 1 - principais atributos considerados como motivadores para a escolha e o consumo de azeite de oliva extravirgem.

Atributos relevantes:	País da pesquisa:	Autores:
Capacidade de enaltecer o aroma e sabor dos alimentos.	Reino Unido	Thompson K. E.; Haziris, N.; Alekos, P. J., 1994.
Marca da empresa	Grécia	Baziana ; Tzimitra-Kalogianni, 2019
	Espanha	Salazar-Ordóñez <i>et al.</i> , 2018
Cor (esverdeada)	Itália	Di Vita <i>et al.</i> , 2013
	Espanha	Vazquez-Araujo L., <i>et al.</i> 2015
	Tunísia	Mtimet <i>et al.</i> , 2013
Sabor amargo e adstringente	Itália	Boskou <i>et al.</i> , 2006 Di Vita <i>et al.</i> , 2013
	Espanha	Vazquez-Araujo L., <i>et al.</i> 2015
Sabor frutado, floral e doce	EUA	Santosa <i>et al.</i> , 2013 Recchia A.; Monteleone, E.;

		<p>Tuorila, H. 2012</p> <p>Valli <i>et al.</i> 2014</p> <p>Delgado C.; Guinard, J-X , 2011</p> <p>Predieri <i>et al.</i>, 2013</p> <p>Wang S.; Moscatelo, B.; Flynn, D. , 2013</p>
Indicação de origem geográfica	Itália	<p>Cacchiarelli <i>et al.</i>, 2018</p> <p>Scarpa & Del Giudice, 2004</p> <p>Panzone <i>et al.</i>, 2016</p> <p>Panico, Del Giudice, T.;</p> <p>Caracciolo, 2014</p>
	Vários	<p>Del Giudice T.; Caracciolo, F.;</p> <p>Cicia, G., 2015</p> <p>Vazquez-Araujo L., <i>et al.</i> 2015</p> <p>Del Giudice T.; Cavallo, C.;</p> <p>Vecchio, R., 2018</p> <p>Rosselli L.; Carlucci, D.; DE Gennaro, B. C., 2016</p>
	França	<p>Dekhili S.; D’hauteville F , 2009</p> <p>Dekhili S.; Sirieix, L.; Cohen., 2011</p>
Região de origem	EUA	<p>Delgado C.; Gómez-Rico, A.;</p> <p>Guinard, J-X , 2013</p>
País de origem	Japão	<p>Mtimet <i>et al.</i>, 2011</p>

	Canadá	Menapace <i>et al.</i> , 2011
	França	Dekhili S.; Sirieix, L.; Cohen, 2011
	Itália	De Daverio, M. T. et al., 2021 Bimbo <i>et al.</i> , 2020
Variedade	EUA	Delgado C.; Gómez-Rico, A.; Guinard, J-X, 2013
	Itália	Cacchiarelli <i>et al.</i> , 2018
Certificação orgânica	EUA	Delgado C.; Gómez-Rico, A.; Guinard, J-X, 2013
	União Européia	Grunert, 2005 Rosselli <i>et al.</i> , 2018a
	Itália	Del Giudice T.; Caracciolo, F.; Cicia, G., 2015 Panico Del Giudice, T.; Caracciolo, 2014 Giannoccaro <i>et al.</i> , 2019 Cacchiarelli et al., 2018
	Holanda	Kalogeras <i>et al.</i> , 2009
	Vários	Del Giudice T.; Cavallo, C.; Vecchio, R., 2018
Premiações	EUA	Delgado C.; Guinard, J-X, 2011
Qualidade da embalagem	EUA	Delgado C.; Gómez-Rico, A.; Guinard, J-X, 2013 Delgado C.; Guinard, J-X, 2011
	Reino Unido	Martinez . M. G.; Aragonés, Z.; Poole, N, 2002

Qualidades nutricionais percebidas	EUA	Santosa <i>et al.</i> , 2013 Delgado C.; Guinard, J-X, 2011 Wang S.; Moscatelo, B.; Flynn, D., 2013
	Reino Unido	Thompson, et al., 1994
	França e Holanda	Nielsen N. A.; Bech-Larsen, T.; Grunert, K. G, 1998
	Itália	Pichierri <i>et al.</i> , 2020 Rosselli <i>et al.</i> , 2020 Di Vita <i>et al.</i> , 2020
Preço	Reino Unido	McEwan, 1994 Garcia M.; Aragonés, Z.; Poole, N, 2002
	EUA	Delgado C.; Guinard, J-X, 2011
	Japão	Mtimet <i>et al.</i> , 2011
	Itália	Di Vita <i>et al.</i> , 2013

Fonte: (Elaborado pela Autora)

Esses atributos apresentam diferentes graus de valorização de acordo com os diferentes segmentos de consumidores, classificados a partir de suas características socioeconômicas e grau de conhecimento dos fatores envolvidos na oferta de cada um desses atributos (SALAZAR-ORDÓÑEZ *et al.*, 2018; DI VITA *et al.*, 2021). Por exemplo, a importância atribuída à origem geográfica (usualmente expresso em sistemas de indicação geográfica de origem), pelos consumidores de azeite de oliva extra virgem, não é universal e, ainda, depende do país considerado (consumidores de países com produção tradicional valorizam mais esses atributos) e da reputação e imagem da região de produção (CHAMORRO *et al.*, 2020; DEKHILI; D’HAUTEVILLE, 2009).

Neste contexto, critérios internacionais de qualidade foram estabelecidos pelo Conselho Oleícola Internacional, organismo internacional representativo dos países produtores de azeitonas e azeite de oliva, com sede na Espanha (COI, 2022) e de identidade para as diferentes categorias de azeites de oliva. No Brasil, os critérios são estabelecidos pela Instrução Normativa do MAPA nº1, de 30 de janeiro de 2012 (BRASIL, 2012). As legislações nacionais também estabelecem regulamentos técnicos de identidade e qualidade (RTIQ) dos produtos de origem vegetal. Por meio da Instrução Normativa (BRASIL, 2012), os requisitos de identidade do azeite de oliva são definidos pela matéria-prima e pelos processos de obtenção, e os requisitos de qualidade são definidos em função do percentual de acidez livre, índice de peróxidos, da extinção específica no ultravioleta e pela análise sensorial (odor e sabor).

Muito embora o Brasil ainda não seja signatário do COI, cuja adesão já está em debate, o Painel de Análise Sensorial do Laboratório Federal de Defesa Agropecuária do Rio Grande do Sul, já conta com o reconhecimento oficial desta entidade. Cabe ao Painel realizar análises sensoriais, a fim de atuar em fiscalizações de fraudes envolvendo o azeite de oliva. Em última análise, conforme consta no Anexo II da IN 01/2012 do MAPA, encontram-se os seguintes parâmetros:

- Acidez: a quantidade de ácidos graxos livres, que indica o estado de conservação;
- Análise sensorial: teste cego feito por degustadores oficiais treinados pelo COI para identificar as amostras a partir da cor, do sabor e odor;
- Conservação: índice de peróxido e oxidação inicial do azeite;
- Qualidade: presença de umidade, impurezas, metais;
- Rotulagem: informações exigidas pela legislação.

Já a Instrução Normativa n.24 de 18/06/2018, que altera a Instrução Normativa n.1 de 30/01/2012 do MAPA, estabelece como indicadores físico-químicos os teores de estigmasterol, ceras, a “diferença do ECN 42” e a composição de ácidos graxos que indicam o Grupo 18:1t (%) (2) para azeite de oliva extra virgem menor ou igual a 0,05. Conde et al. (2008) ainda destacam motivos relevantes para que o azeite de oliva ocupe o sexto lugar na produção mundial, quais sejam:

- devido à sua qualidade nutricional, o azeite tem um elevado valor comercial em comparação com a maioria dos outros óleos vegetais;
- sua composição bem equilibrada de ácidos graxos, com pequenas quantidades de palmitato e altamente enriquecido no oleato de ácido moneônico, torna-o bastante estável contra auto-oxidação e apropriado para a saúde humana;
- a presença de componentes menores, em particular compostos fenólicos, contribuem para a alta estabilidade oxidativa do óleo, além de conferirem cor e sabor, o que torna o azeite único entre outros óleos;
- os seus fenólicos, ganharam muita atenção nos últimos anos, já que, existem estudos que demonstram a relevância do seu papel na prevenção do câncer e de doenças cardiovasculares;
- seu aroma característico, exclusivo ao azeite extra virgem, resultado da formação de compostos voláteis, nomeadamente, aldeídos e álcoois de seis átomos de carbono.

Além disso, a difusão das qualidades nutricionais, dietéticas e organolépticas do azeite extra virgem, principalmente dos monovarietais, com sabores e aromas inigualáveis, com baixa acidez, estimulam o consumo do óleo cru e como incremento em saladas. (SANTOS, 2004).

4.1.1 A questão da indicação geográfica de origem

As Indicações Geográficas foram regulamentadas no Brasil pela Lei de Propriedade Industrial (LPI) nº 9.279/96, garantindo direitos e obrigações relativos à propriedade industrial, trazendo amparo aos geográficos reconhecidos por seu vínculo a determinados produtos, cuja notoriedade, qualidade e características se devam ao meio geográfico onde foram produzidos. Ao passo que a Indicação de Procedência e Denominação de Origem são espécies de Indicação Geográfica, que se encontram protegidas pela referida Lei, conforme estabelece seus artigos 176 e seguintes. O conceito de Denominação de Origem, a teor da LPI, é apresentado como sendo o “nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território, que designe produto ou serviço cujas qualidades ou características se devam exclusiva ou essencialmente ao meio geográfico, incluídos fatores naturais e humanos”

(BRASIL, 1996). A identificação de produtos alimentares com o nome de seu lugar de produção e distribuição é uma prática antiga, tradicionalmente utilizada em muitos países, principalmente no mediterrâneo europeu em produtos como azeite de oliva, em razão da sensibilidade do referido produto e pelas pequenas variações relacionadas aos fatores naturais, que são aquelas que não estão sob influência direta do homem (GRANADOS ROJAS, 2004).

Como se observa, a indicação geográfica é uma estratégia produtiva que garante o reconhecimento do produto e permite vincular sua produção ao seu território de origem, justificadas pelas condições ambientais. Sendo que esta estratégia é amplamente explorada por produtores de azeites de oliva extra virgem importados pelo Brasil onde se valorizam a origem de países produtores tradicionais, como Portugal, Espanha, Itália e Grécia e também indicações de origem mais específicas como Jaén e Córdoba (Espanha), Cilento, Colline Salernitane, Toscana, Riviera Ligure, Terra D'Otranto, Terre Di Siena, Val di Mazara (Itália), Trás-os-Montes, Beira Interior, Alentejo Interior, Ribatejo, Moura (Portugal) entre outros.

Panico, Del Giudice e Caracciolo (2014) trazem em seu artigo a questão das dimensões de qualidade e preferências do consumidor, que existem muitas pesquisas em diferentes países, como Itália, Grécia e Alemanha, que atribuem valor prioritário nas escolhas de consumo ao conhecimento do país de origem. Segundo os autores, na Itália, os consumidores atribuem à origem não apenas o valor nacional, mas também o valor regional, demonstrando a importância desse aspecto para os consumidores, principalmente em países produtores, o que também acontece em Portugal.

Neste cenário, reforça-se a ideia para se estimular a indicação geográfica para procedência regional de azeites gaúchos que poderá se tornar importante ferramenta de organização local, valorização dos produtos e preservação da tradição, contribuindo para o desenvolvimento dos territórios e para a economia do estado. Ainda, considerando este contexto foi lançado oficialmente no RS o Selo Ibraoliva Produtos Premium RS – Origem e Qualidade, por iniciativa do programa Produtos Premium da Secretaria de Inovação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul (IBRAOLIVA, 2022). Este Selo foi instituído pelo Decreto N° 55.515, de 30 de setembro de 2020, com o objetivo de se reconhecer os azeites de oliva extravirgem gaúchos que atendam a critérios de origem e qualidade estipulados pelo Regulamento do Reconhecimento Ibraoliva Produto Premium RS (IBRAOLIVA, 2022).

4.2 A cadeia de valor e sua utilização como ferramenta de análise estratégica

O conceito de cadeia e sistema de valor foi introduzido por PORTER em 1985. Desde então várias abordagens, baseadas nesse trabalho seminal, foram desenvolvidas para estudar organizações, setores ou aglomerados, assim como redes globais de produção e distribuição. Conceituando cadeia podemos afirmar tratar-se de uma série de elos ligados como uma corrente e valor seria a percepção dos clientes sobre os produtos ou serviços de uma organização, principalmente no que se refere ao custo-benefício. Assim, podemos entender que a cadeia de valor é uma série de processos interligados (elos) que são necessários para viabilizar uma percepção positiva dos clientes a respeito dos produtos/serviços/valor de uma organização.

Para Porter, toda empresa possui uma cadeia de valor formada de nove categorias genéricas de atividades, entendendo-se valor como o montante que os compradores estão dispostos a pagar por aquilo que uma empresa lhes fornece (PORTER, 1989). Em linhas gerais, Porter (1989, p. 34) qualifica que “cada atividade de valor emprega insumos adquiridos, recursos humanos (mão-de-obra e gerência) e alguma forma de tecnologia para executar sua função”. Segundo ele, as atividades de valor podem ser divididas em dois tipos: atividades primárias e atividades de apoio. As primárias seriam a parte de logística interna, operações, logística externa, marketing, vendas; e serviço (pós-venda). Já as atividades de apoio são as relacionadas a aquisição, desenvolvimento de tecnologias, gerência de recursos humanos, e infraestrutura da empresa (PORTER, 1989).

A cadeia de valor de uma empresa encaixa-se em uma corrente maior de atividades, a montante e a jusante na cadeia produtiva, denominada de sistema de valor. Assim as atividades de valor em uma cadeia de valor de uma organização a montante podem ser uma pré-condição para a geração de valor de uma atividade de valor de uma organização a jusante na cadeia produtiva: por exemplo, quando as atividades que sustentam a qualidade de uma matéria-prima são pré-condição para o melhor desempenho ou a obtenção de um derivado de qualidade pela agroindústria, no elo a jusante (PORTER, 1989). A descrição de toda a gama de atividades requeridas para oferecer um produto, desde sua concepção, produção e distribuição, mobilizando diferentes agentes, permite considerar as fontes de agregação de valor e vantagem competitiva (HELLIN; MEIJER, 2006).

A agregação de valor implica tanto na criação quanto na captura de valor. Já que a realização de toda atividade estrategicamente significativa implica investimento em recursos, todas elas devem gerar valor (CHIVAKA, 2007). A criação de valor ocorre em função da habilidade de entregar benefícios importantes para o consumidor a partir de um alto desempenho (KOTHANDARAMAN; WILSON, 2001). Dessa forma, a análise de valor parte da descrição da cadeia produtiva de um produto, identificando quais atividades lhe dão sustentação para configurar atributos intrínsecos e extrínsecos aos consumidores, e o ambiente habilitador aos agentes produtivos como a infraestrutura básica, regulamentos e políticas impactantes e as instituições de suporte ao seu desenvolvimento (ZAMORA, 2016) – aspectos descritos nas seções a seguir.

4.2.1 A cadeia produtiva do azeite de oliva extra virgem no estado do Rio Grande do Sul

Montigaud (1991) define cadeia de produção como o conjunto de atividades estreitamente interligadas (produção, processamento, distribuição, consumo) e relacionadas verticalmente por pertencerem a um mesmo produto ou a produtos semelhantes - sendo um campo de observação privilegiado para analisar as empresas em situações estratégicas específicas. De outro prisma, a cadeia produtiva pode ser entendida como “uma sucessão de operações de transformação dissociáveis, capazes de ser separadas e ligadas entre si por um encadeamento técnico” (BATALHA, 2007, p. 6).

A abordagem de cadeia de produção assume vários papéis primordiais na análise das cadeias agroindustriais: i) como instrumento de descrição técnico-econômica: evidencia as tecnologias desenvolvidas, as capacidades produtivas, a natureza dos produtos finais e intermediários, as estruturas de mercado utilizadas, assim como os tipos de ligações que se estabelecem entre os mesmos; ii) como modalidade de recorte do sistema produtivo: permite identificar os agentes da cadeia produtiva e suas inter-relações; iii) como método de análise de estratégia dos agentes; e iv) como instrumento de política industrial (MORVAN, 1991).

O conceito de cadeia produtiva, também é relacionado com o de cadeia de suprimentos, cujo conceito pode ser definido como um conjunto de agentes, empresas ou sistemas, os quais interagem ao realizar transações de produtos, serviços e de capital entre si, para ofertar produtos ou serviços ao mercado consumidor. Hoje o estado conta com uma área plantada de 5.986 hectares em 108 Municípios/RS, por 321 produtores com plantio oliveiras,

conforme levantamento realizado no final de 2021 e primeiro trimestre de 2022, pelos escritórios municipais da Emater-RS/Ascar, sendo complementado por dados fornecidos pelo IBRAOLIVA. Apresentando uma produção 448,5 mil litros de azeite, produzidos nas 17 fábricas (lagares) que estão em atividade, com 70 marcas de azeite registradas no RS, conforme levantamento realizado pela coordenação do Programa Pró-Oliva (RIO GRANDE DO SUL/SEAPDR/RS, 2022).

4.2.1.1 Implantação do olival e sua manutenção

A cultura da oliveira é recente no Rio Grande do Sul e viveiros foram desenvolvidos no estado para a produção de mudas de variedades recomendadas pela Grupo Técnico de Pesquisadores e Extensionistas do Programa Estadual de Olivicultura com qualidade agronômica, oferecendo, inclusive, suporte completo de soluções para implantação de olivais, prestação de serviços de implantação, assistência técnica, comercialização de insumos e máquinas para colheita. Sendo que a produção está relacionada à cooperação e a troca de informações e conhecimentos como fatores para o desenvolvimento do setor (RIO GRANDE DO SUL, 2021).

A classificação das mudas em termos de qualidade é de fundamental importância em razão da melhor adaptação e crescimento do olival com melhor padrão de qualidade no plantio definitivo. As mudas devem ser adquiridas em viveiros cadastrados no Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento ou que sejam certificados. No Brasil, no caso do estado do Rio Grande do Sul existem três viveiros cadastrados no Programa Estadual de Olivicultura (Tabela 1), quais sejam: Olivopampa, no Município de Santana do Livramento, Tecnoplanta, no Município Barra do Ribeiro e Olivas do Sul Agroindústria Ltda., no Município de Cachoeira do Sul.

Tabela 1 – Viveiros cadastrados

Nome	Município
Olivopampa	Santana do Livramento
Tecnoplanta	Barra do Ribeiro
Olivas do Sul	Cachoeira do Sul

Fonte: Rio Grande do Sul/SEAPDR, 2016; Pró-Oliva.

O viveiro de mudas da empresa Olivopampa possui a capacidade de produzir em torno de um milhão de mudas por ano. Seu jardim varietal é composto pelas variedades: Arbequina, Arbosana, Coratina, Koroneiki, Manzanilla, Frantoio, Leccino, Picual (RIO GRANDE DO SUL, 2016). A empresa Tecnoplanta, auxilia na prestação de serviços de implantação de olivais, fornecendo mudas de Oliveira, assistência técnica, comercialização de insumos e as máquinas para colheita. Sendo as mais comercializadas a Koroneiki, a picual, Frantio, Coratina, Galega.

As mudas comercializadas pelo viveiro Olivas do Sul são: Arbequina, Arbosana, Koroneiki, Picual, Manzanilla, Coratina, Frantoio, Leccino, Cipressino, Lechin de Sevilla (RIO GRANDE DO SUL, 2016). As variedades de oliveiras mais plantadas no RS são: Arbequina Arbosana Koroneiki Coratina e Picual. As menos plantadas foram as seguintes variedades: Frantoio, Galega, Manzanilla e Ascolana. As mais raras plantadas foram as Leccino e Pendolino. No caso, a azeitona Arbequina é originária da Espanha. O tipo Picual também conhecida como: Andaluza, Lopereño, Marteño, Nevadillo e Picuá é também de origem espanhola. Já a koroneiki é cultivar de origem Grega. A Galega é originária de Portugal. Já a Coratina e Frantoio são de origem italiana. Sendo que noventa por cento das plantações do Brasil são dos tipos Arbequina e Koroneiki, cujas mudas se adaptaram mais ao clima (COUTINHO; RIBEIRO; CAPPELLARO, 2009).

Para eleição da variedade ou das variedades mais apropriadas para implantação no olival é imprescindível conhecer as características das mesmas e o seu comportamento nas condições agroclimáticas de cada local. De regra, uma variedade é polinizada por outra, razão pela qual para que uma Arbosana dê frutos, precisa ser fertilizada por uma koroneiki, por exemplo (COUTINHO; RIBEIRO; CAPPELLARO, 2009).

A implantação do olival inicia com a confecção de um projeto com antecedência de pelo menos dois anos antes da instalação do olival (JORGE, 2022). Nesse projeto deve ser considerada a escolha da área com levantamento do histórico progresso, averiguando quais são as culturas que foram plantadas e, qual é a presença de doenças e de pragas que ocorreram nessa área. A partir daí deve se verificar se a oliveira é ou não a hospedeira dessas pragas, fazer um estudo do solo, para verificar, por exemplo, a presença de metais pesados, ou seja, se o solo possui alguma contaminação por algum tipo de elemento químico. Ainda, analisar a

qualidade da água, averiguar se a fonte de água está livre de resíduos químicos ou contaminantes biológicos, a qual, posteriormente será utilizada para finalidade agrícola, tais como: pulverização, irrigação e lavagem de máquinas e equipamentos do Lagar. Estudar também, a implantação dos quebra ventos (JORGE, 2022).

Desta forma, trabalhando com antecedência há tempo de se escolher adequadamente a melhor cultivar para cada tipo de solo e cada tipo de clima. Sendo que, as mudas, na maioria das vezes, devem ser encomendadas preferencialmente dos viveristas registrados no RENASEM. Desta forma, o produtor não deve trazer mudas de outros países ou até mesmo de outras regiões sem origem conhecida, muito embora possa se tratar de uma cultivar interessante, a muda ou ramo pode estar contaminado com doenças que não existem no país ou na região em que se pretende plantar, acarretando a disseminação de novas pragas. Além do que, certas variedades podem estar protegidas por patentes e direitos de propriedade intelectual desconhecidos pelo produtor que pode incidir em um ato ilegal por falta de cautela (JORGE, 2022).

Não existem áreas preferenciais para o cultivo de oliveiras, mas áreas recomendáveis e pouco recomendáveis. Conforme informações técnicas a oliveira é sensível a falta de água em períodos de estiagens, especialmente com altas temperaturas e aos excessos de umidade, ou seja, água parada no pé, que ocasiona a chamada asfixia radicular (OLIVOPAMPA, 2020).

Dentre os estados brasileiros, o Rio Grande do Sul apresenta um maior potencial produtivo, por se caracterizar com verões quentes e secos, com invernos com temperaturas amenas de frio, que se ajusta com o período de floração, sendo estas combinações adequadas para produções satisfatórias (CARDOSO; DIAS, 2018).

Com relação a época de plantio se for uma muda de raiz nua, aquela que não existe solo ao redor da raiz, faz-se o plantio necessariamente no inverno e preferencialmente na saída do inverno para evitar as geadas tardias; se for uma muda de torrão, aquela embalada por tecido de juta e amarradas com fios ou cordas, pode fazer o plantio ao longo de todo o ano, mas convém evitar o verão para evitar o excesso de calor (JORGE, 2022). De acordo com experiências comprovadas de plantio, a temperatura adequada para que ocorra a frutificação efetiva normal não deve superar os 35°C ou ser inferior aos 25°C. As plantas, contudo, são capazes de suportar altas temperaturas no verão, próximas a 40°C, sem que os ramos e folhas sofram queimaduras, muito embora a capacidade fotossintética começa a ser

reduzida quando a temperatura ultrapassa os 35°C (COUTINHO; RIBEIRO; CAPPELLARO, 2009).

Desta forma, clima frio é o mais indicado para o plantio. Entretanto, a cultura não tolera geadas, que danificam galhos, troncos e até diminuem a qualidade dos frutos.

O período de floração deve ser seco, pois a umidade pode interferir no processo de polinização da planta, que ocorre por meio do vento (COUTINHO; RIBEIRO; CAPPELLARO, 2009).

Importante destacar que devem ser evitadas áreas que acumulam água e que tenham solo muito fértil. Se houver deficiência nutritiva no solo, deve ser adicionado anualmente de 18 a 45 quilos de nitrogênio por hectare. Na Região Sul, indica-se o cultivo em setembro, outubro e novembro, cujos períodos são de menor risco de geadas.

Ainda, no processo de sistematização da área existem alguns parâmetros que devem ser considerados, entre linhas e entre plantas, as medidas mais conservadoras são 6 x 6 metros, 6 x 5 metros, 6 x 4 metros ou 5 x 5 metros, geralmente, considerando-se o tipo de solo, a declividade e a variedade cultivada. Então se é um solo mais fértil a muda vai crescer mais vai ter mais vigor precisa de mais espaço para comportar essa planta naquele lugar, caso isto não seja respeitado, ou seja, não se preveja um espaço adequado para ela refletirá na poda posteriormente. De qualquer forma, para adubação de plantio, é necessário espalhar em cada árvore de 0,75 a 0,8 metro cúbico de composto rico em nitrogênio ou esterco em uma área de 2,7 x 2,7 metros (COUTINHO; RIBEIRO; CAPPELLARO, 2009).

Nos primeiros dois anos de plantio, indica-se o sistema de irrigação de gotejamento de superfície e, em seguida, deve se passar para o enterrado. Por último, uma aplicação de nutrientes minerais solúveis em água via sistema de irrigação (fertirrigação) seria ideal. Após cada rega, deve ser coberta a área com palha, alfafa, soja ou ervilha, para manter o solo fresco e inibir o crescimento de ervas daninhas. Ainda, para o cultivo de frutos, aconselhável molhar as plantas com mais frequência, sendo para a produção de azeite, as irrigações devem ser reduzidas. No mais, entre o fim do inverno e o começo da floração, a poda deve ser de cima para baixo, realizando cortes grandes antes dos menores (COUTINHO; RIBEIRO; CAPPELLARO, 2009).

Merece atenção o fato de que a cultura da oliveira geralmente é atacada por diversas pragas e manter as plantas saudias, livres de insetos, pragas e doenças contribuem para que exista uma melhoria da qualidade dos frutos e aumento da produção. As principais pragas das

oliveiras encontradas no estado do Rio Grande do Sul são: Formigas cortadeiras, Mosca da Oliveira (*Bactrocera oleae*), lagarta-dos-brotos-da-oliveira, traça da Oliveira (*Prays oleae bern*), Cochonilha negra da oliveira (*Saissetia oleae*), em conjunto com esta tem aparecido a fumagina, bem como ácaro da oliveira e a antracnose (*Gloeosporium olivae*, *Colletotrichum*) (COUTINHO; RIBEIRO; CAPPELLARO, 2009; RICALDE et al., 2012).

Essas doenças além de diminuir a produtividade, afetando os ramos, as folhas, as flores, brotos e frutos, podem interferir seriamente na qualidade do azeite produzido (CACCIOLA et al., 2012; TALHINHAS; LOUREIRO; OLIVEIRA, 2018).

4.2.1.2 Produção/Colheita

Uma das principais características da oliveira é a sua grande longevidade, isso se deve basicamente à produção de nódulos na base do tronco que constituem as zonas de reserva, que suprem as necessidades de renovação das raízes, gemas e brotos da planta (COUTINHO; RIBEIRO; CAPPELLARO, 2009). A produção comercial inicia a partir do terceiro ano de plantio, porém, com carga total no sétimo ano, com pico de produção entre 10 e 50 anos.

A colheita é a etapa final do processo de produção, encerra-se com ela o ciclo anual de cultivo dos olivais. É uma etapa delicada do ciclo de produção, uma vez que mal executada poderá afetar todo empenho realizado no decorrer do cultivo, repercutindo negativamente na quantidade e qualidade final da safra (COUTINHO, et al, 2016) além de representar de 30% a 60% dos custos totais de produção, quando somada a atividade da poda (CATALÁN, 2009).

Para garantir a qualidade do azeite é aconselhável iniciar a colheita das azeitonas em meados de março até junho, devido à época de maturação gradual dos frutos. A floração inicia em setembro e termina no início de outubro, sendo que a plena floração ocorre no final do mês de setembro, tendo duração aproximada de 3 dias (COUTINHO, et al, 2016). O ponto de colheita dos frutos vai depender do seu destino. No caso da extração de azeite, colhem-se frutos com a coloração verde-palha, arroxeadada ou preta, sendo que na coloração arroxeadada é que está a maior concentração de polifenóis, que são componentes importantes para a boa qualidade do azeite.

Os fatores que interferem na tomada de decisão da colheita por parte do olivicultor são o grau de maturação, a facilidade de desprendimento das azeitonas, a disponibilidade de mão-

de-obra, as condições meteorológicas, a possibilidade de entrega no lagar, no caso de ser terceirizado, a disponibilidade do transporte adequado, entre outras.

Em 2021, na maioria dos olivais do Brasil, em especial no Rio Grande do Sul a colheita foi antecipada porque os pomares, em fase de frutificação, estavam com a maturação adiantada. Isso porque as temperaturas na estação do inverno foram mais elevadas o que estimulou a antecipação da floração, o que deveria ocorrer entre setembro e outubro acabou sendo entre agosto e setembro (IBRAOLIVA, 2021).

A abertura da colheita é realizada e ato oficial pelo estado, sendo que em 06/03/2020 foi realizada a 9ª Abertura Oficial da Colheita da Oliva, na Fazenda Don José, no Município de Caçapava do Sul. Já a 10ª edição da Abertura Oficial da Colheita da Oliva, ano 2022, foi realizada no Município de Viamão, na Fazenda Estância das Oliveiras, e a expectativa dos produtores é manter os volumes registrados na última safra, quando foram produzidos 202 mil litros de azeites extra virgem (IBRAOLIVA, 2022).

No ano de 2020, o estado tinha 5,50 mil hectares plantados e com área colhida de 1,40 mil hectares, com produção de 400 toneladas, permitindo a elaboração de aproximadamente 230 mil litros de azeite extra virgem. Com 191 produtores, 12 indústrias e 35 marcas de azeite de oliva extra virgem/RS (RIO GRANDE DO SUL, 2020). Para fins comparativos, conforme dados do IBGE 2017, a área colhida foi de 411 hectares no Rio Grande do Sul.

A colheita das azeitonas pode ser feita manualmente, sendo o método mais antigo, correr a mão em um ramo para retirar a fruta, obtendo-se a vantagem da azeitona não ser contaminada com o solo, não se machucar, não sujar, porém, tem a desvantagem de ser um processo lento (COUTINHO; RIBEIRO; CAPPELLARO, 2009). Uma alternativa é pelo método vareio, em que se trata de golpear a copa da árvore com uma vara robusta fazendo com que as azeitonas caiam nas malhas de material plástico, colocadas previamente debaixo das árvores. Entretanto, este método não é muito aconselhado pelos olivicultores, já que pode danificar a planta, mas é muito utilizado em razão da alta produtividade (COUTINHO; RIBEIRO; CAPPELLARO, 2009).

Entre os métodos mecanizados destaca-se o uso de vara mecânica com pente vibratório na extremidade, chamada de vareio tradicional, que golpeiam as azeitonas até caírem ao solo é outra forma de colheita relacionada à rentabilidade pelo menor esforço e por danificar menos os ramos e a própria azeitona. Além disso, a colheita pode ser feita, com máquina vibradora ou garrote que consiste em um braço que segura o tronco, fazendo vibrar.

Este método poupa muito trabalho e mão-de-obra, porém necessita de espaçamento prévio na plantação do olival para a entrada da máquina (COUTINHO; RIBEIRO; CAPPELLARO, 2009).

Um aspecto que merece atenção é que no mercado brasileiro, a disponibilidade de máquinas e equipamentos tanto para o plantio quanto para a instalação de unidades processadoras de azeite é adequada às necessidades do setor, tendo como principais fornecedores: a Fast, uma das principais indústrias brasileiras metalmeccânicas do segmento, que está sediada no estado de Santa Catarina, tendo pontos de assistência técnica e reposição nos estados de São Paulo e Pará, o Grupo italiano Perialise, sediado em São Paulo, bem como as empresas italianas Mori-Tem e a Campagnola, empresa de equipamentos de poda e colheita semi-mecanizada, cuja representação é feita por produtor gaúcho, Empresa Olivas do Sul. Ainda, a Telvemaq, Empresa brasileira sediada em Caxias do Sul/RS, em parceria com o Grupo PELLENC, criado na França, desenvolve e fabrica máquinas, equipamentos e ferramentas para a olivicultura.

4.2.1.3 Processamento/industrialização do azeite de oliva extra virgem

A oliveira pode ser destinada a produção de dois principais produtos: a azeitona de mesa e ao azeite de oliva, que é o suco fresco da azeitona. Após a colheita da azeitona, o fruto da oliveira, terão diferentes composições e graus de maturação e podem ser obtidos diferentes tipos de azeite, posteriormente ao esmagamento para extração do azeite de oliva que é separado em diferentes frações que apresentarão diferentes parâmetros físico químicos e sensoriais. O azeite de oliva é o produto obtido por meio do processamento do fruto das oliveiras, a azeitona, sendo que para ser denominado como azeite de oliva o produto não pode apresentar mistura com qualquer outro tipo de óleo, conforme estipulado pelo Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia (INMETRO, 2000).

O Conselho Oleícola Internacional (COI) e a Comissão do Codex Alimentarius (FAO/WHO, 2001) estabelecem critérios de qualidade e identidade para as diferentes categorias de azeites de oliva. A legislação brasileira vigente para o azeite de oliva é convencionada pela Instrução Normativa N° 1, de 30 de 11 janeiro de 2012, a qual fornece subsídios para a aplicação de exigências legais (BRASIL, 2012).

Em linhas gerais, a qualidade de um produto é representada por um conjunto de características próprias que permitem sua classificação, como igual, melhor ou pior que outro produto da mesma espécie.

Um dos parâmetros de qualidade do azeite é a acidez livre, que deve ser menor ou igual a 0,8% em azeites extravirgem. No caso, quando for menor ou igual a 2%, classifica-se como azeite de oliva virgem e quando ele apresenta acidez maior que 2%, classifica-se como azeite de oliva refinado, denominado lampante, precisando, portanto, ser refinado para ser consumido (Anexo I, da IN do MAPA 2012). Outros critérios de qualidade geralmente aplicáveis ao azeite virgem, envolvem o grau de oxidação e características sensoriais, segundo Jiménez Herrera e Carpio Dueñas (2008).

Então, o azeite num bom padrão de qualidade pode ser estabelecido como sendo o sumo extraído de azeitonas em perfeitas condições de maturação, procedentes de plantas de oliveira sadias, cujo processamento tenha sido realizado com frutos frescos, ou seja, logo após a colheita, evitando-se qualquer tratamento que altere a natureza química de seus componentes, seja durante a sua extração ou no seu armazenamento (MOURA *et al.*, 2008).

Em assim sendo, a qualidade dos azeites de oliva está relacionada a sua composição química, a qual depende de fatores agronômicos, condições edafoclimáticos, variedade e do estado de maturação da azeitona, de fatores tecnológicos associados à extração, como o método e tipo de equipamentos utilizados, bem como das condições de colheita, armazenamento e transporte do produto (RODEGHIERO, *et al*, 2016).

Num contexto em que os equipamentos necessários à elaboração do produto final demandam investimentos financeiros ainda inacessíveis para uma parte dos empreendedores, uma opção comum ainda é a terceirização dos processos em uma unidade concorrente, ou seja, muitos produtores usam o Lagar, lugar onde se processa o azeite, de propriedade próxima.

No processamento, utiliza-se a máquina separadora de folhas, ela lava as azeitonas e joga para bateadeira e depois para a centrífuga horizontal, logo após para a centrífuga vertical. Todavia, algumas indústrias não produzem o a centrífuga vertical que é substituída pelo filtro, como por exemplo a Pieralise e a Fast.

4.2.1.4 Distribuição/Comercialização

Para que o azeite de oliva seja comercializado no Brasil, precisa estar dentro dos padrões exigidos pela ANVISA. Para o azeite ser vendido ele tem que ter um laudo. No caso do RS poderá ser atestado pelo laboratório da Embrapa Clima Temperado, em Pelotas/RS, o qual foi credenciado pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) para fazer a análise físico-química do azeite. A análise mede, por exemplo, os índices de acidez e peróxidos, que devem constar no contrarrótulo da embalagem do azeite a ser comercializado, atestando sua conformidade diante da legislação e que o azeite está apto a consumo (IBRAOLIVA, 2021). No que se refere a distribuição e comercialização do azeite de oliva extra virgem ainda se dá em forma de cadeia curta, sendo as vendas em canais próprios (sites e redes sociais das empresas), direto nas propriedades, em lojas especializadas, empórios e em pequenos supermercados (IBRAOLIVA, 2021).

Destaca-se uma iniciativa que começou em 2019 com grande aceitação de público e produtores é a Feira do Azeite, realizada duas vezes por mês no Pátio da Secretaria da Agricultura do Estado do Rio Grande do Sul. Sendo este evento uma promoção conjunta do estado com o Instituto Brasileiro de Olivicultura (IBRAOLIVA, 2019). A Feira reúne várias marcas de azeites gaúchos e tem o objetivo de aproximar produtores e consumidores, além de promover a cultura do azeite.

4.2.2 Ambiente institucional e organizacional

Considerando que o estado possui uma grande extensão de terras aptas para a expansão do cultivo das oliveiras, no ano de 2010, promoveu-se uma iniciativa do governo em relação ao conhecimento da olivicultura e estímulo à pesquisa de novas tecnologias redundando num importante papel da Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural-EMATER e da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária-EMBRAPA na cadeia produtiva. Além das associações de produtores, Instituto Brasileiro da Olivicultura, FARSUL, SEBRAE e SENAR (RIO GRANDE DO SUL, 2016).

Na sequência, o Governo do Estado anunciou, na 1ª Reunião Técnica Nacional de Olivicultura/RS, a criação da Câmara Setorial das Oliveiras no âmbito da Secretaria da

Agricultura, Pecuária e Desenvolvimento Rural, tendo sido expedido o Decreto nº 49.945, de 11 de dezembro de 2012, o qual criou e regulamentou as atividades a serem desempenhadas, sob coordenador geral do Eng. Agrônomo Paulo Lipp (RIO GRANDE DO SUL, 2012).

A referida Câmara Setorial é composta por representantes, titular e suplente, dos seguintes órgãos e entidades, tais como Secretaria da Agricultura, Pecuária e Desenvolvimento Rural – SEAPDR, a Secretaria do Desenvolvimento e Promoção do Investimento – SDPI, a Secretaria da Saúde e a Secretaria da Fazenda – SEFAZ. Ainda, são convidados a compor a Câmara Setorial representantes, com seus respectivos suplentes, as seguintes entidades: a Associação Rio-Grandense de Empreendimentos de Assistência Técnica e Extensão Rural do estado do Rio Grande do Sul e Associação Sulina de Créditos e Assistência Rural – EMATER/ASCAR, o Ministério de Agricultura, Pecuária e Abastecimento – MAPA, a Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária – EMBRAPA - Clima Temperado, a Federação da Agricultura do Estado do Rio Grande do Sul – FARSUL, a Federação dos Trabalhadores na Agricultura do Rio Grande do Sul -FETAG, a Federação das Associações de Municípios do Rio Grande do Sul -FAMURS, a Federação das Indústrias do Rio Grande do Sul – FIERGS, a Associação dos Olivicultores do Sul do Brasil – Olisul, a Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS, e a Coordenação do Grupo de Trabalho de Gastronomia Regional do Estado do Rio Grande do Sul.

O objetivo de sua criação foi de definir, orientar e discutir políticas, estratégias e diretrizes relativas à produção, beneficiamento, industrialização e comercialização dos produtos, com a finalidade de aumentar a competitividade da cadeia produtiva das oliveiras, bem como estabelecidas relações benéficas entre agricultores, trabalhadores, produtores, fornecedores, consumidores, empresários e a Administração Pública Estadual, razão pela qual são realizadas reuniões periódicas com a participação de representantes dos governos estadual e federal, de instituições privadas, universidades (UNIPAMPA, UFRGS e UFSM), para trabalhar e elaborar iniciativas, bem como organizar eventos técnicos para debater assuntos pertinentes à cadeia produtiva.

Recentemente, por meio da Portaria nº 95, de 29/4/2020, do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), publicada no Diário Oficial da União, em 4 de maio de 2020, tornou-se oficial o credenciamento do Laboratório de Análises de Azeites da Embrapa, localizado no Município de Pelotas/RS. Tal centro de pesquisas acarretou menos custos e

maior agilidade aos produtores, uma vez que os azeites produzidos no estado eram enviados para São Paulo onde eram submetidos a testes, trazendo maior segurança aos consumidores da região com informações que lhe permitam distinguir e reconhecer um azeite de boa qualidade dos demais produzidos no Brasil ou no exterior.

Cabe assinalar que a força do empreendedorismo gaúcho é um dos principais motivos para a expansão do plantio de oliveiras, considerando que muitos agricultores migraram para o cultivo da planta sem qualquer subsídio. Depois, frente às carências encontradas no processo produtivo, o governo estadual empenhou-se a investir em programas para fortalecer a cadeia, e o grupo de trabalho da referida Câmaras Setoriais intensificou o foco na olivicultura e a partir da harmonização dos segmentos, instituiu-se o Programa Estadual de Desenvolvimento da Olivicultura (Pró-Oliva), por meio do Decreto nº 52479/2015, no âmbito da Câmara Setorial das Oliveiras, vinculada à Secretaria Estadual da Agricultura, Pecuária e Desenvolvimento Rural (RIO GRANDE DO SUL, 2015).

A partir daí estabeleceu-se os objetivos específicos do Programa, no sentido de aumentar a produção de azeitonas e azeite no RS com a implantação de novos olivais; incentivar e auxiliar a captação de recursos para ações de pesquisa e assistência técnica visando a disponibilização de tecnologias para aumento da produtividade e rentabilidade dos pomares; apoiar e fiscalizar a produção de mudas de boa qualidade (sanidade e genética) e a introdução de novas variedades; estimular a produção de azeitonas em conservas bem como a viabilização das indústrias de azeite; incentivar a organização, a promoção dos produtos e o aumento de renda dos viveiristas, olivicultores e indústrias de conservas e azeite gaúchos; promover eventos técnicos e intercâmbios para introdução de novas tecnologias; subsidiar instituições públicas e privadas com informações sobre o cultivo de oliveiras e os benefícios do consumo de azeite e azeitonas; incentivar a introdução da olivicultura no ensino; congrega os integrantes da cadeia produtiva das oliveiras.

Mais estruturado no momento presente, o Programa conta com o apoio do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, Ministério do Desenvolvimento Agrário, Prefeituras Municipais, Emater/RS, Embrapa, com o apoio de universidades, produtores rurais e viveiristas. Com efeito, o setor fixou diretrizes de trabalho mediante atividades organizadas como reuniões regulares e simpósios técnicos para debater assuntos pertinentes ao segmento.

Por sua vez, o governo federal, por meio do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), exerce a governança atuando no sentido regulatório, com a

fiscalização e estabelecimento de padrões mais amplos, válidos para todo o território nacional. Então sua parte seria a de orientar sobre a lei, fiscalizar e licenciar. Também são realizadas atividades de promoção e divulgação, como o Salão do Azeite Gaúcho, que expõe as marcas fabricadas no estado e a já referida Feira do Azeite, que comercializa a produção, diretamente ao consumidor.

Com o mesmo intuito, por ato governamental foi também instituída a abertura oficial das colheitas da oliva no estado, com base na Lei nº 14.715, de 29 de julho de 2015 e por meio do Decreto 48.988, de 04 de abril de 2012, onde ficou estabelecido que o ato simbólico da Colheita da Oliva será realizado anualmente nos meses de março ou abril, de forma itinerante, em Municípios com expressão no cultivo de oliveiras no estado do Rio Grande do Sul. Sendo que o primeiro evento foi realizado no ano de 2012 na agroindústria Olivas do Sul, no Município de Cachoeira do Sul.

Destaca-se, ainda, um importante feito da Associação de Fruticultores de Encruzilhada do Sul-AFRUTES, por articulação do Secretário de Agricultura Familiar e Cooperativismo do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento-MAPA, foi a implantação de um lagar, local onde se processa o azeite de oliva, comunitário que atenderá os produtores de oliveiras de toda a região. Outro aspecto importante do setor foi a união dos olivicultores do Rio Grande do Sul que se articularam com produtores de outros estados para a formação do Instituto Brasileiro da Olivicultura, com a finalidade de promover o desenvolvimento, o fortalecimento e a competitividade da olivicultura no Brasil. Isso em 2017, do Instituto Brasileiro da Olivicultura foi criado para fortalecer o sistema em negociações conjuntas, como por exemplo, em reivindicações junto ao governo federal (SAUERESSIG, 2018).

5 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O presente capítulo destina-se a relacionar os métodos e procedimentos adotados na pesquisa com o objetivo de apresentar os atributos intrínsecos e extrínsecos, valorizados pelos especialistas brasileiros, em relação a qualidade do azeite de oliva extra virgem e caracterizar a cadeia produtiva nos fatores que impactam nesta qualidade.

Assim, a coleta de dados desta pesquisa baseou-se em fontes primárias e secundárias.

A presente pesquisa utiliza-se de pressupostos da pesquisa bibliográfica, fazendo uma revisão em livros, artigos, teses, dissertações que versam sobre os temas que tratam da investigação objeto da pesquisa (ALMEIDA, 2008; RODRIGUES, 2016; CAYE, 2018; SAUERESSIG, 2018) e artigos científicos (TERAMOTO; BERTONCINI, PANTANO, 2010), como consulta às bases estatísticas do EMATER, Secretaria de Agricultura, Pecuária e Desenvolvimento Rural SEAPDR, da Fundação de Economia e Estatística-FEE, entre outros, no sentido de caracterizar a cadeia de produção de azeite extravirgem no estado do Rio Grande do Sul e o ambiente habilitador ao seu desenvolvimento.

Em relação à abordagem, a pesquisa é caracterizada como qualitativa.

Como instrumento de pesquisa para identificar a importância atribuída aos atributos intrínsecos e extrínsecos do azeite de oliva extra virgem foi aplicado um questionário semiestruturado (Quadro 2) em entrevistas com especialistas (Quadro 3), baseado no item 4.1 da revisão bibliográfica.

Quadro 2- Questionário semiestruturado para avaliar a importância de atributos intrínsecos e extrínsecos de qualidade no azeite de oliva.

1- Na sua opinião qual a importância da cor do azeite de oliva extra virgem?
2- Na sua opinião qual a importância do sabor do azeite de oliva extra virgem? Capacidade de enaltecer o aroma e sabor dos alimentos é importante num azeite de oliva (No caso de Chef)?
3. A variedade da oliveira influencia na qualidade do azeite de oliva extra virgem?
4. A questão se ser orgânico é importante-certificação?
5- Marca da empresa é importante e reflete na qualidade?
6- A qualidade da embalagem é importante? Qual a importância da qualidade do vidro?
7- A indicação de origem geográfica tem influência na qualidade do azeite de oliva extravirgem? Região de Origem – País de Origem?
8- As atividades logísticas (transporte e armazenagem) influenciam na qualidade do azeite ?
9- A questão das premiações reflete na qualidade?

Fonte: Elaborado pela Autora 2021

Os especialistas para identificar os atributos intrínsecos e extrínsecos valorizados no azeite de oliva extra virgem consumido no Brasil foram escolhidos por serem atores atuantes no setor de azeite de oliva, tais como chefs de cozinha, formadores de opinião midiáticos, autores de estudos sobre a temática e representantes de lojas especializadas e varejo que atuam nesse mercado (Quadro 3). O tempo médio de entrevista foi de 30 minutos. Conforme pode ser verificado no quadro 3 foram entrevistados 08 (oito) especialistas de forma *on line*, realizadas nos meses de novembro/dezembro de 2021 e janeiro de 2022.

Quadro 3 – Especialistas de instituições de pesquisa e ensino e representantes de instituições de fomento e desenvolvimento setorial, para identificar e hierarquizar os atributos intrínsecos e extrínsecos valorizados no azeite de oliva Extra virgem.

Especialistas e Pesquisadores em análise sensorial e harmonização com Azeite de Oliva Extra Virgem	Universidade Federal de Ciências da Saúde de Porto Alegre – UFCSPA-Curso de Gastronomia.
Chefs de cozinha	Especialistas em Azeite de Oliva – Mantiqueira
Professor do Curso de Pós Graduação em Cozinha no SENAC	Autor de Livro sobre a temática. Jurado dos principais prêmios de gastronomia de SP. júri da NYIOOC (NY International Olive Oil Competition). Também é jurado do BRAZILIOOC (Competição Internacional de Azeites sediada no Brasil).
Representantes	Women In Olive Oil (WIOO). Sommelière Internacional de Azeites. Azeitólogos. Atuam e pesquisam no segmento oleícola há mais de 10 anos, acompanhando os principais mercados produtores de azeite oliva, tanto no Brasil como no exterior.
Diretora da Revista Azeites & Olivais Mestre em Desenvolvimento Territorial e Sistemas Agroindustriais - UFPEL	Sommelière em Azeite de Oliva - UDELAR/Uruguai
Azeitólogo e Consultor em Gastronomia- Formado pelo IFAPA (Instituto de Formación y Investigación Agraria y Pesquera	Sommelière Internacional de Azeites
Engenheira de Alimentos	Pesquisadora da EMBRAPA

Engenheiro Agrônomo Dr.	MAPA
-------------------------	------

Fonte: Elaborado pela Autora 2021

Num segundo momento, foram entrevistados os produtores (Quadro 4) capazes de identificar as atividades da cadeia produtiva e identificar os atributos intrínsecos e extrínsecos de qualidade que lhes foram apresentados a partir das entrevistas com os especialistas da “qualidade do azeite de oliva extra virgem”. Os produtores foram escolhidos pela região ser de fácil deslocamento para esta entrevistadora por se localizar próximo a propriedade rural da família, região sul do RS, e também pela disponibilidade dos selecionados em colaborar com a pesquisa. O tempo médio de entrevista foi de 60 minutos, realizadas no mês de janeiro de 2022.

Neste cenário, o estudo caracteriza-se como exploratório e descritivo, operacionalizado por meio de pesquisa de campo, que se constitui no levantamento de dados no local em que os fenômenos ocorrem, realizando-se as entrevistas com os produtores de forma presencial nas propriedades rurais nos Municípios de Canguçu, Piratini, Bagé, Pinheiro Machado e IPÊ, do estado do Rio Grande do Sul. A partir de estudos bibliográficos, por meio de dados e informações revelados em palestras, seminários, informações coletadas na participação das reuniões das Câmaras Setoriais das Oliveiras/SEADR, e, inclusive, de conversas informais com produtores, foram a base de elaboração das questões contidas no instrumento de pesquisa. As entrevistas com especialistas e produtores foram gravadas e degravadas (conteúdo transcrito).

Quadro 2- Produtores entrevistados do RS nesta pesquisa

Produtores de Azeite de Oliva extra virgem no RS	P1 ADMINISTRADOR DA EMPRESA
	P2 PRODUTORAS/ADMINISTRADORAS DA EMPRESA
	P3 PRODUTORA/MESTRE LAGAR
	P4 ADMINISTRADOR DA EMPRESA - Engenheiro agrônomo -

	Mestre de LAGAR e responsável pela operação da Indústria
	P5 PRODUTOR/EMPREENDEDOR
	P6 PRODUTOR/ENGENHEIRO AGRÔNOMO
	P7 PRODUTOR/MESTRE LAGAR
	P8 PRODUTOR/ADMINISTRADOR DA EMPRESA

Fonte: Elaborado pela Autora 2021

As avaliações dessas atividades produtivas e algumas atividades de valor foram identificadas a partir de um questionário semiestruturado (Quadro 5) desenvolvido a partir do referencial teórico apresentado anteriormente, de contatos prévios com especialistas e a partir de eventos setoriais:

Quadro 3- Questionário semiestruturado para identificar os atributos de qualidade

1- Como o conhecimento a respeito da produção de azeite de oliva foi obtido/desenvolvido em sua propriedade?
2- Qual seria o primeiro passo essencial no processo para obter um produto de qualidade?
3- A questão de preparar o solo antes do plantio é importante para a qualidade da oliveira e reflete na produção e qualidade final do azeite de oliva?
4- Quais são os aspectos determinantes para uma boa produção do azeite de oliva de qualidade? Quais são as principais dificuldades e desafios para se ter um azeite de oliva extra virgem de qualidade?
5- Como os produtores aprendem a fazer um produto de qualidade?
6- Colheita das Azeitonas- Azeitonas são geralmente coletadas no final do verão e início do outono. Este ano, 2022, a abertura oficial será dia 18 de fevereiro na Estância das Oliveiras, no Município de Viamão. Sua colheita será a partir de que dia? Isto influenciará na qualidade do azeite de oliva?

7- Para a colheita e sua respectiva qualidade final, depende de cada variedade?
8- Existem dois métodos de colheita das azeitonas: a forma manual e a mecanizada, esta consiste em tremer os ramos de oliveiras, fazendo com que as oliveiras caiam em uma malha de coleta. Qual o Sr. Produtor utiliza? E o método de colheita reflete na qualidade?
9- Quais as variedades de sua plantação e a característica de qualidade de cada uma?
10- Uma vez recolhidos os frutos, são imediatamente levados ao lagar para a extração do azeite? Existe um cuidado especial neste transporte?
11- Com relação ao maquinário, quais o Sr. Produtor dispõe (Trituradora e Batedora)? Ou terceiriza?
12- No lagar, as folhas e detritos são separados e as olivas lavadas e pesadas. Ao depois, por meio de uma esteira, são inseridas em uma trituradora para serem moídas (ali entram com caroço), o Sr. produtor possui esta máquina e a opera ou tem um Mestre Lagar? No caso este processo tem algum detalhe técnico específico (como tempo/limpeza da máquina, etc) que reflete na qualidade do azeite de oliva?
13- Deste processo surge uma pasta de azeitonas passa para a batedora, onde permanecem por até 60 minutos (há produtores que deixam por 45 minutos). Este tempo qual o Sr. Produtor/mestre lagar aplica e se reflete na qualidade do azeite?
14- Esta é uma fase importante no processo, pois a temperatura da massa não pode ultrapassar os 27 graus por conta da fermentação do fruto. O ideal é manter uma temperatura baixa (entre 23 e 27 graus). Isto é seguido ou controlado? Isto reflete na qualidade do azeite?
15- Nesta etapa de centrifugação, cujo processo de centrifugação do azeite consiste na separação do óleo da água e outras impurezas, existe alguma prática externa específica que deve ser atendida para refletir na qualidade do azeite de oliva?
16- Existem a centrífuga horizontal e a vertical. O Sr. produtor optou em trabalhar com as duas (uma após a outra) ou somente com a horizontal? Existe diferença e reflete na qualidade do azeite?
17- Relativamente à filtragem e decantação extraído o azeite da pasta sólida o ideal é realizar a filtragem do azeite, para então retirar todas as impurezas que ainda possam estar presentes no óleo. Muitos produtores optam por fazer um azeite não filtrado, qual foi sua opção? (Sabe-se que isso reflete diretamente na estabilidade do produto, podendo este durar menos tempo na garrafa).
18- Realizada a filtragem do azeite ele é armazenado em tanques afunilados para en-

<p>tão decantar por um período. Qual o período que o Sr. Produtor/mestre lagar procura deixar no tanque (A fase de decantação permite que os dejetos sólidos se mantenham no fundo do tanque e se separem do azeite – sendo ideal até 20 dias) e isto reflete na qualidade do azeite de oliva?</p>
<p>19- A decantação e filtragem do produto é indicada para que ele saia o mais "limpo" possível. Isto não estaria ligado a pureza do azeite até porque o azeite de oliva extra virgem é o óleo 100% puro extraído da oliva. Mas, este processo mal elaborado acarretaria em defeito no azeite?</p>
<p>20- Quais são os defeitos do azeite de oliva que devem ser evitados? Quais são os atributos (cor, acidez, etc) que são considerados importantes para o Sr. Produtor? Como o Sr. Atende a questão da qualidade? Existe prática ou tecnologia ou seleção de variedades de oliveiras para atender à exigência dos consumidores em relação à qualidade?</p>
<p>21- Quais dos atributos impactam positivamente na qualidade do azeite de oliva e que atendam aos consumidores na sua opinião Sr. Produtor?</p>
<p>22- O Sr. Produtor que cuida do envase e do etiquetamento? E nesta fase o que deve ser atendido para conservar a qualidade e o sabor do azeite, devido ao cuidado com o contato da luz e do ar?</p>
<p>23- O Sr. Produtor tem conhecimento da legislação do MAPA e do COI para a produção de azeite de oliva e recebe assistência técnica dos órgãos públicos e/ou apoio de Associação para a produção de azeite de oliva? Isto tem contribuído para a qualidade do azeite de oliva do RS?</p>
<p>24- Na sua opinião qual a importância da cor do azeite de oliva extra virgem?</p>
<p>25- Na sua opinião qual a importância do sabor do azeite de oliva extra-virgem?</p>
<p>26- A variedade da oliveira influência na qualidade do azeite de oliva extra-virgem? Quais as características e qual das variedades que se deram bem no solo brasileiro?</p>
<p>27- A questão de ser orgânico (certificação) é importante e reflete em qualidade?</p>
<p>28- No seu entendimento a marca da empresa é importante e reflete na qualidade?</p>
<p>29- A qualidade da embalagem é importante? Qual a importância da qualidade do vidro?</p>
<p>30- A Indicação de origem geográfica tem influência na qualidade do azeite de oliva extra-virgem? Região de Origem – País de Origem?</p>

31- Fator logístico, relativamente a questão do azeite fresco como o produtor orienta após a venda, no caso orienta?
32- Como se está a adoção de novas tecnologias no setor? Agrega a qualidade? (maquinários da Fast – Perialise, etc o que tem de melhor no mercado e o que permite ser adquirido pelo produtor gaúcho e isto reflete na qualidade do produto final?)
33- Como é avaliada a qualidade do azeite de oliva? Existe um padrão ou definições legais de qualidade do azeite de oliva? Agora com a classificação Premium para o azeite de oliva como está a preocupação dos produtores com a qualidade, ou seja, quais são as atividades para atender esta qualidade?
34- Quais são os aspectos determinantes para a produção do azeite de oliva de elevado valor agregado?
35- É possível de manter qualidade do azeite com preço baixo?
36- O Sr. Produtor tem produção de outras culturas ou olivoturismo em sua propriedade para agregar valor ao produto?

Fonte: Elaborado pela Autora 2021

A validação e o pré-teste do questionário foram realizados com produtores na feira do azeite, em Porto Alegre. Por oportuno, consigna-se que nos convites para entrevistas aos especialistas e produtores já foi enviado o termo de consentimento livre e esclarecido, conforme conta no apêndice D (termo de consentimento formal não foi apresentado e assinado pelos entrevistados). Durante a fase exploratória da pesquisa, com o objetivo de aproximação e maior familiaridade com o tema estudado, também houve a participação em eventos promovidos pela cadeia da olivicultura no Rio Grande do Sul, como a abertura oficial das Oliveiras, em participação reunião da Câmara Setorial da Olivicultura (2020 e 2022), visita a propriedades produtoras (2020/2021/2022), seminários e encontros técnicos realizados em Porto Alegre (UFCSPA) e em município do interior do Estado (Bagé).

Em amostra intencional, foi entrevistado o coordenador da Câmara Setorial das Oliveiras da Secretaria da Agricultura, Pecuária e Irrigação do Rio Grande do Sul. Não foi possível entrevistar o Presidente do Ibraoliva porque não retornou aos contatos de solicitação de agendamento (via e-mail e via WhatsApp).

6 RESULTADOS

Os dados obtidos na entrevista com os especialistas foram tratados, analisados e interpretados nos quadros a seguir, conforme as categorias relacionadas para análise:

- 6.1 Avaliação dos atributos intrínsecos e extrínsecos, valorizados pelos especialistas brasileiros, em relação a qualidade do azeite de oliva extra virgem.
- 6.1.1 Importância da cor do azeite de oliva extra virgem.

CÓDIGO	OPINIÃO
E1	“A cor não é parâmetro de qualidade do azeite. A quantidade de variáveis que dão uma cor mais esverdeada ou mais dourada é muito grande, pois a quantidade de clorofila pode variar de uma variedade para outra e de um ano para outro”.
E2	“Nas análises profissionais não se considera a cor do azeite”.
E3	“A cor não é determinante no fator qualidade”.
E4	“Não. A cor inclusive nós temos copinhos de cores. A cor não interfere”.
E5	“Não. Não influencia. São várias coisas que influenciam na questão sensorial. Porque aqui no Brasil há muitos mitos formados”.
E6	“Cor não significa nada. Eu já percebi que agora a única coisa que ela influencia para mim é na decoração do prato”.
E7	“O que acontece a cor eu acho que não tem influência nenhuma”.
E8	“A cor não. A cor é um parâmetro simplesmente de você entender que a cor é do início da colheita então são azeites feitos de azeitonas mais clorofiladas”
E9	“A cor não é um atributo que seja tão relevante na qualidade de um azeite extra virgem, tanto que se faz prova sensorial se faz num copinho escuro”.
E10	“Na minha percepção a cor do azeite está relacionada com o tempo de maturação da azeitona com o qual o azeite foi feito. Não tenho conhecimento se isso interfere muito na acidez ou outro parâmetro relacionado com a qualidade do azeite”.
E11	“Nas análises profissionais não se considera a cor do azeite, inclusive o vidrinho lá é azul para não se analisar”.

E12	“A cor não influencia em nada na qualidade”.
E13	“Na hora da compra o azeite vem numa garrafa que não é translúcida então você não tem exatamente na cor na hora de comprar né. Agora no consumo o brasileiro tende a gostar daquele azeite mais puxando para o tom esverdeado, achando que é um azeite mais puro, porque talvez conecte com a cor da oliva”
E14	“Se ele é mais verde, ele é mais cheiroso, ele é mais ácido então isto também interfere para nós positivamente”.
E15	“As características avaliadas nas análises sensoriais dos azeites não levam em consideração a cor. Tanto que os frascos utilizados são coloridos – azuis. Os aspectos visuais não interferirem na avaliação. Particularmente prefiro ouro-esverdeado, atraí.”

Observa-se no quadro 6.1.1 que os respondentes em relação a cor do azeite de oliva concordaram em unanimidade que ela não é parâmetro de qualidade do azeite de oliva extra virgem.

6.1.2 - Importância do sabor do azeite de oliva extra virgem / Capacidade de enaltecer o aroma e sabor dos alimentos.

CÓDIGO	OPINIÃO
E1	“Tem frutado, amargor e picância no sabor e estes três estão em equilíbrio
E2	“Estes três olhares: o frutado, o picante e o maduro, eles são indicadores de qualidade.”
E3	“Com relação ao sabor o frutado floral doce varia de acordo com a espécie de azeitona, sim.”
E4	Aqui no Brasil eles estão conseguindo um equilíbrio muito bom entre o sabor e os valores organolépticos
E5	“O frescor do aroma de um azeite e o seu sabor estão ligados à bio ativos importantíssimos que fazem parte da composição química do azeite que é então a parte insaponificável e que o nariz e a boca humana percebem muito claramente.”
E6	“A gente tem essa questão do sabor quando ele está relacionado a gosto e aroma aí a gente chega no sabor então o sabor do azeite eu acho que ele é a junção dos aromas com o amargor e a picância e aí fica o sabor do azeite. Pensando no ‘sabor boca’, no gosto dessa sensação do gustativo eu acho que a gente tem três pontos para analisar: Primeiro é o tato que causa na minha boca se está amendoado, está arredondado, se tem persistência. O que eu sinto quando ele entrar na minha boca. Eu gosto de considerar isso. Cada vez mais considero. E aí no azeite o que importa é o amargo e a picância. E aí ele vai dizer pontos como muito picante, pouco picante, zero picante, zero amargo, muito amargo e aí vai dar esse sabor que a gente busca para o azeite pensando nessa questão da boca e do paladar. E na hora de harmonizar isso

	<p>direciona tudo a alguns pratos. A gente pode por aromas assim, mas a maioria a gente harmoniza pelo sabor do azeite. Mais amargo combina com algumas coisas, menos amargo com outras. Então, o sabor do azeite para mim é de extrema importância porque ele direciona harmonização que eu vou colocar no prato. ”</p>
E7	<p>“Nesta questão do sabor é extremamente importante, porque como eu já falei quanto mais fresco o azeite melhor. O azeite de oliva ele tem que ser usado com parcimônia. Porque se eu colocar muito azeite eu só vou ter o sabor de azeite. Eu tenho que ter um certo equilíbrio para enaltecer o sabor nos pratos. É importante sim, a gente não toma azeite como a gente toma vinho, então a gente come. Essa relação do azeite com a comida é bastante importante é uma das formas de aumentar o consumo de azeites é fazendo esta relação, azeites que harmonizam com carne, azeites que eu posso usar numa salada, numa sopa, azeites que posso usar numa sobremesa. Essa capacidade de harmonização que a gente pode ter com azeite também seria interessante para enaltecer o consumo deste azeite.”</p>
E8	<p>“Isso é importantíssimo que quando a gente compra o consumidor vai comprar um azeite a primeira impressão que ele quer consumir um azeite ele quer o sabor é um alimento que vai agregar sabor ao alimento que vai agregar sabor ao prato.”</p>
E9	<p>“O sabor sim tem tudo a ver com o azeite de oliva extra virgem, porque existe critério sabor e aroma estão muito relacionados com azeite de oliva.”</p>
E10	<p>“Em questões organolépticas a variedade vai interferir sim e isso vai depender do paladar do consumidor se gosta se prefere um azeite mais ácido ou se um azeite mais frutado. E isso é muito mais uma questão pessoal, se a pessoa vai gostar de um outro azeite.”</p>
E11	<p>“Acho que o frescor que a gente tem é percebido tanto no Aroma quanto no sabor e como isto agrega nos pratos e isto é essencial.”</p>
E12	<p>“Sou do tempo que se dizia azeite doce. Eu gosto do azeite doce o que não tem amargor e não tem picância.”</p>
E13	<p>“A questão do sabor é fundamental para uma análise do azeite de um modo geral, mas para o consumidor, de novo, isso uma coisa muito nova é um trabalho educativo mesmo.”</p>
E14	<p>“Sim, claro que ele varia, ele é primordial porque é o que vai fazer diferença no nosso prato. Muito. 100%.”</p>
E15	<p>“Para ser considerado um Azeite Extra Virgem os azeites devem passar por análises químicas e sensoriais. Dessa forma conferir todos os benefícios do seu consumo. O aroma e o sabor são fundamentais. Conferem as características particulares de onde foram produzidos, as possibilidades de produtos que podemos elaborar, combinações/cortes, tempo de prateleira, harmonização com diferentes pratos e alimentos, etc.”</p>

Observa-se no quadro 6.1.2 que o frutado, o picante e o maduro são indicadores de qualidade, portanto o sabor é fundamental.

6.1.3 – Influência da variedade da oliveira na qualidade do azeite de oliva extra virgem

CÓDIGO	OPINIÃO
E1	“Diferentes variedades vão dar qualidade ao azeite.”
E2	“Também vai muito pela qualidade, vai bem pelo tipo desta fruta e também do ponto de maturação. O ponto de maturação vai influenciar muito nesta questão.”
E3	“Tem algumas variedades que elas são menos estáveis que deixa os azeites menos estáveis e essa estabilidade que vai determinar a vida útil do azeite.”
E4	“A variedade não influencia na qualidade. O que influencia na qualidade é o tipo e a forma da extração é a forma do plantio, desde que tu plantou a muda ali isso que vai influenciar na qualidade”.
E5	“Distinta qualidade relacionada a variedade de azeitona. Território pode influenciar Tudo não deixa de ser subjetivo”
E6	“As variedades que a gente chegava igual a dos vinhos que você fala, o que você mais gosta. Então eu acho que algumas são muito impactantes para mim na qualidade”
E7	“Na verdade, a espécie basicamente é a mesma <i>olea europaea</i> e daí eu vou ter diferentes variedades de oliveiras. E essas variedades, vamos dizer assim, diferentes são indivíduos, vamos dizer assim, e cada oliveira tem, vamos dizer, um metabolismo diferente e tem características de frutos diferentes.”
E8	“Seria entender também a questão de qual a variedade de azeitona que foi feito aquele azeite. Então, a gente entender que é como o vinho que vai ter total influência da uva do qual ele foi feito o azeite vai ter total influência da azeitona do qual ele foi feito.”
E9	“Cada variedade tem suas características sensoriais.”
E10	“A variedade vai ter influência no sabor sim essa característica e se for um blend, por exemplo, que tu misturas várias variedades tu vais ter outro sabor eu não diria assim na qualidade
E11	“A questão do sabor de cada uma, do sabor e das notas da característica de cada variedade para mim é muito importante entender isso e trabalhar, na medida do possível. Trabalhar isto nos pratos com os clientes e fazer com que as pessoas observem que tem esses detalhes e não que é um azeite simples que está ali que pode ser usado de qualquer forma, não. Eu vou usar um Koroneiki que tem X característica vou usar um arbequina porque tem outras, isto é importante para mim.”
E12	“É uma adaptação de plantas, a busca de plantas que sejam melhor adaptadas ao nosso clima e ao nosso solo.”
E13	“A variedade é fundamental cada variedade ela vai ter uma tipicidade de aroma, sabor, de cor, que vai ser muito importante para produto final.”
E14	Não respondeu especificamente.
E15	“Cada cultivar possui suas características considerando, aroma, picante ou não, e amargor de forma que, combinado com o local e manejo de produção vão conferir aspectos únicos, particulares a cada azeite.”

Observa-se no quadro 6.1.3 a escolha da cultivar implica diretamente na qualidade do azeite de oliva, sendo que cada uma tem sua característica peculiar.

6.1.4 A produção de olivas no sistema orgânico e seu impacto na qualidade do azeite de oliva

CÓDIGO	OPINIÃO
E1	“No Brasil não existe ninguém com azeite orgânico com certificação. Temos uma ou duas marcas de azeites biodinâmicos, o que preza muito pela qualidade e insumo de produtos naturais que é biodinâmico. É um desafio muito grande você produzir um azeite orgânico no Brasil em razão das pragas nesta região tropical.”
E2	“Tem tanta antraquinose e fungo em função da umidade que as pessoas não conseguem fazer orgânico.”
E3	“Tem a marca(X) na verdade a marca(X) é biodinâmico, não é orgânico.”
E4	“É uma coisa que está crescendo também neste mundo por que a gente quer orgânico”
E5	“Não havia tecnologia para se extrair o azeite como existe hoje. Não se sabia que azeitonas verdes davam um perfil sensorial e estaria relacionada a concentração de bioativos em maior proporção em azeitonas verdes do que em azeitonas maduras.”
E6	“Já fiz vários testes. Já fiz análise comparativa entre orgânico e não orgânico, não muda.”
E7	“Porque o que que acontece, produzir azeite no Brasil é muito difícil então ainda mais do ponto de vista orgânico e com certificação. Também trabalhar com orgânicos e não ter certificação eu não vejo muita lógica de se trabalhar. Do ponto de vista de qualidade eu não vejo muitas diferenças. Todos os azeites independentes de ser orgânico ou não, tem bastante qualidade, principalmente aqui no RS, então eu acho que é isso a gente trabalhar com azeites de qualidade. E por mais que a oliveira não seja uma cultura que tenha muitas aplicações de agroquímicos, enfim, então não é uma cultura que necessite alta quantidade de aplicações. Acredito que o meio termo em todas as culturas é uma mais interessante que é a questão da produção integrada que o MAPA tem trabalhado agora, até a gente participou de um curso que vai ter agora que de produção integrada que é um sistema de plantio bem interessante que ele fica num meio termo. Não fica num uso indiscriminado de agroquímicos e também não é uma produção orgânica onde a gente não possa utilizar alguns produtos. Então, a produção integrada é bem interessante neste sentido porque ela consegue ter um produto de qualidade e quantidade deste azeite e além disso a gente ter uma menor quantidade de aplicações.”
E8	“Os azeites brasileiros estão com qualidade superior independentemente de serem orgânicos ou não. São produtos de olivicultores sem vícios de manejo e que estudam muito antes de implantar o projeto. Estudam, visitam os melhores lagares pelo mundo e trazem as tecnologias e manejos muito avançados.”
E9	“A impressão que eu tenho que não faz diferença. É possível se ter azeites de excelente qualidade tanto do sistema convencional como do sistema orgânico biodinâmico, enfim.”
E10	“A importância vai no sentido assim que você não tem resíduos diminui a possibilidade de se ter resíduos quando você tem um azeite orgânico.”

E11	“Na minha percepção é que sim se tiver um selo orgânico isso valoriza ainda mais a venda, o consumo, a produção. Agora em termos sensoriais eu gostaria de dizer se o orgânico agrega, agrega sim, com certeza a gente trabalha com produtor orgânico ele tem um diferencial também no sabor e na qualidade final.”
E12	“Em relação ao orgânico não é porque ele é orgânico que ele vai ser bom ou ruim. Se ele tiver doença, se ele não tiver bom fruto ele vai ser tão ruim quanto os outros.”
E13	“Talvez impossível nesse momento produzir azeite no Brasil sem usar defensivo químico (...)fica evidente este buraco essa falta de mais ofertas de produtos orgânicos.”
E14	“Essa certificação eu não levo em consideração porque o pequeno produtor ele não tem acesso a isso.”
E15	“Legítima o trabalho realizado. Confere ao Azeite Extra Virgem um diferencial de mercado importante e agrega valor, ainda mais. Os consumidores estão cada vez mais atentos aos resíduos de agrotóxicos nos alimentos.”

Observa-se no quadro 6.1.4 que o fato de o azeite ser orgânico poderá agregar, mas o mais importante é ter fruta sã para ser um azeite de qualidade.

6.1.5 - O impacto da marca da empresa na definição da qualidade

CÓDIGO	OPINIÃO
E1	“O produtor precisa investir no marketing.”
E2	“Com relação a marca não, não necessariamente reflete na qualidade até deveria, mas as marcas que a gente conhece aqui no Brasil são as marcas importadas só agora que está tendo marcas nacionais e que estão sendo reconhecidas pela qualidade. É um caminho. Eu acho que sim, no futuro eu acho que sim, mas a princípio não. Porque a gente tem marcas bem tradicionais importadas como: “A” “B”, enfim a gente sabe que a maioria desses azeites não são extra virgem então eles não refletem a qualidade. A partir de agora eu acho que através das marcas nacionais a gente vai conseguir isto.”
E3	“A marca ela passa credibilidade.”
E4	“Claro que não, temos excelentes azeites de pequenos produtores que nem conseguiram registrar suas marcas ainda.”
E5	“No mundo dos azeites existe uma cultura do preço do azeite como commodity e tal cultura faz com que os grandes envasadores dominem 90% do mercado e os grandes envasadores eles não respeitam a origem o que quer dizer isto. Ex. “G” e “A” que possui 40% do mercado brasileiro. Dentro de uma garrafa destas marcas tem azeites de distintas nacionalidades. Até mesmo azeite argentino, chileno, tunisiano, espanhol, português. Qual é a cultura da grande indústria do azeite é comprar azeite como commodity nas mais distintas regiões do mundo e trazer para seu

	território seja Portugal, Espanha, França e Itália, que são os grandes envasadores estão aí nestes países e trazer para seu país nacionalizar aquele produto e exportar para seu país consumidor e neste caso os dois principais consumidores do mundo que é o Brasil e EUA fora da União Europeia. Então isto é uma cultura já adotada pelo mercado brasileiro que também para atender mercado estão comprando azeite fora do Brasil, estão comprando na Espanha, Chile, Peru e Uruguai e vendendo e envasando aqui e ainda vendendo como brasileiro isto é uma questão de ajuste sobre esta prática. Eu tenho informação de produtores que realizam esta prática para eu ter discernimento que eu estou oferecendo aqui no meu trabalho. Obviamente eu não estou eu aqui sendo crítico desta prática, porque é uma prática cultural no meio dos azeites e ela é legal. Qual é a escolha do produtor que você vai informar corretamente ao consumidor qual é o produto que está dentro da garrafa.”
E6	“Acho que não. Se marca com bom posicionamento refletisse a qualidade não teríamos a marca ‘G’ como líder de mercado. Branding ² se constrói com ou sem qualidade do azeite.”
E7	“Acho que sim, porque o que acontece, por mais que as nossas empresas busquem azeites de qualidade tem algumas empresas que tem produtos diferenciados. Todos os lugares que eu já conheci e já visitei aqui no RS vejo que tem cuidado para que se consiga entregar um produto de maior qualidade.”
E8	“Uma marca muito bem posicionada e com critérios de conceito definidos e bem divulgados será um aval a mais de credibilidade ao consumidor. Em um mercado com tantas fraudes, também ajudará na comercialização e no seu posicionamento de mercado.”
E9	“A identidade está associada à matriz da onde extraiu o óleo.”
E10	“Se a qualidade do azeite é boa, a marca é importante porque fica na memória do consumidor. Assim, na minha percepção a marca é algo que se constrói no mercado. Nem sempre a marca é sinônimo de qualidade.”
E11	“Mostrar o diferencial dos produtos da região.”
E12	“Mas, na realidade o que vai refletir eu conheço o produtor eu vou lá comprar no final de semana eu sei como ele colheu, como ele produziu, o que ele colocou na terra, no solo, como é que é lavagem das máquinas dele, eu sei que ele lava a cada 06 horas ele desmonta tudo. E principalmente no final eu vou provar o azeite. Vou ver se o azeite está com defeito ou não. Muito fácil descobrir os defeitos.”
E13	“Sim, como todo produto nós temos sempre nossas marcas de carinho que nós confiamos e acreditamos naquela marca. Acho que toda relação de consumo se dá na relação de confiança. Então, no azeite isto também é importante a gente saber que aquela marca ela reflete numa qualidade para mim e eu estou de acordo com as premissas daquela marca e isso em relação ao azeite como produto de modo geral.”
E14	“Sim é importante saber qual marca ele é da onde ele vem.”

² Branding ou Brand Management é uma estratégia de gestão da marca que visa torná-la mais reconhecida pelo seu público e presente no mercado (SEBRAE).

E15	“Os azeites, mesmo que sejam cultivares iguais, plantadas em locais diferentes, nunca serão iguais. Um Olival dará origem a azeite completamente diferente ao longo dos anos. Os consumidores com o passar dos anos podem identificar as marcas de azeites que mais apreciam.”
------------	--

Observa-se no quadro 6.1.5 que a marca é fator de credibilidade, mas também pode ser um falso indicador de reputação, se baseado somente em comunicação e propaganda.

6.1.6 - O papel da embalagem é importante e da qualidade do vidro na percepção de qualidade.

CÓDIGO	OPINIÃO
E1	“Do ponto de vista do consumidor ele não enxerga no esforço que está por trás da produção. Eu preciso investir na marca e na embalagem.”
E2	“O que que tu precisas cuidar, principalmente luz e calor, então porque que se escolhe embalagens escuras justamente para esta embalagem agir como um filtro. Que não deixa a luz chegar no produto e aí começar o processo de oxidação que é um dos defeitos mais comuns depois do envase.”
E3	“Sim, não pode ser plástico, não pode ser vidro transparente até se ele for vidro transparente e se for consumido rápido pode.”
E4	“O azeite tem três características fundamentais ele não pode ter incidência de calor, de luz, né e principalmente umidade.”
E5	“A embalagem não é que vai traz a qualidade ela ajuda na conservação do produto. A luz inicia o processo da foto oxidação que desencadeará demais oxidações. O ideal é proteger da luz, não que ele estragará. Em contato com a luz ele acelera a sua oxidação. Então, é importante uma embalagem que proteja ele da luz e também do oxigênio. Então, normalmente envasadores colocam nitrogênio para isolar dentro da garrafa e o ideal é que o azeite seja preservado dentro de contêiner de aço inox, momento então quando ele é envasado a cada vez que o pedido for feito, uma vez que quando na garrafa não é garantida a conservação do produto. Porque a cadeia distribuidora e comercializadora do azeite desconhece que é um produto perecível.”
E6	“Sim, sempre vidro escuro para evitar contato com a luz que oxida o azeite, reduzindo seu tempo de frescor.”
E7	“O que acontece o rótulo tem a questão mais de apelo visual que outro tipo de influência. Dependendo da embalagem eu vou ter uma melhor

	<p>conservação do azeite ou não. Optar pela embalagem de vidro que vai ter uma menor passagem de sabores e aromas estranhos para o azeite e sempre ter vidros escuros, âmbar ou verde oliva, para ter uma proteção a luz. Os principais inimigos do azeite são a luz, o calor e o oxigênio. Eu ter uma barreira contra o oxigênio o vidro se presta, além disso a cor mais escura para proteger da luz e a temperatura de armazenamento. As embalagens de plástico geralmente elas são transparentes e pode ter umas trocas com o ambiente e pode ter uma maior incidência de oxigênio e pode vir a passar gostos estranhos. O plástico já gera certa desconfiança, mas não sei se o consumidor tem esta percepção assim.”</p>
E8	<p>“Sim, sim principalmente não necessariamente o vidro pode ser latas também pode ser também bag-in-box. Muitos utilizam também bag-in-box porque isolam do oxigênio, isolam da luz, isolam no caso do calor e realmente deixar armazenar abaixo de 18 graus, mas no caso da garrafa ela é muito mais prática em função da tampa da vedação do ar algumas latas. Hoje a gente encontra com uma boa vedação, mas antigamente a gente furava de lado e do outro e deixava ela lá aberto em contato com o ar, realmente entrando na lata em contato com azeite. Então, no caso das embalagens que vedam a luz pode ser lata, pode ser garrafa, pode ser bag-in-box que também é excelente, mas no caso da lata tomar cuidado realmente com essa vedação quanto ao ar e fugir praticamente daquelas azeiteiras com bico dosador aberto enfim, transparentes e que são lindas mas que realmente é para o dia a dia.”</p>
E9	<p>“Sim, a embalagem é bastante importante para a manutenção da qualidade do azeite, porque se tu extraís um azeite que não é de boa qualidade não adianta tu botar na melhor embalagem do mundo que não vai resolver o problema dele ele vai ser sempre aquele azeite de qualidade ruim, mas uma vez que tu tens um azeite de excelente qualidade a embalagem onde ele vai ser armazenado precisa ser escolhida com cuidado para que essa qualidade se mantenha. Então, de uma forma geral o que se recomenda que as embalagens ofereçam proteção a luz é bastante importante a proteção a luz porque o azeite como ele é extraído por centrifugação do fruto acaba que ele tem um pouco de clorofila na composição dele que é carregada do fruto para o azeite e a clorofila ela tem uma propriedade de ser fotosensibilizadora, ou seja, ela absorve luz e esta energia da luz que ela absorveu ela acaba iniciando um processo oxidativo no azeite. Então, a proteção a luz é bastante importante.”</p>
E10	<p>“Uma embalagem com uma boa imagem visual é atrativa para o consumidor. A qualidade do vidro é importante na preservação das características do azeite.”</p>
E11	<p>“Praticamente todos os azeites usam a embalagem com proteção da luz que é o fator da escolha da embalagem, da embalagem na garrafa âmbar.”</p>
E12	<p>E a garrafa de preferência seria garrafa de vidro escura. A luz degrada, a embalagem, a luz passa mais rápido e o azeite vai oxidar, vai degradar mais rapidamente do que uma garrafa escura.</p>
E13	<p>“É importante a embalagem ser correta, adequada. Depois do grande</p>

	carinho de produzir o azeite o produtor vai querer armazenar adequadamente e vai querer que chegue ao consumidor uma linguagem visual adequada, de garrafa, de rotulagem e de arte gráfico, tudo isto embala o produto e vai agregar. É necessário que se invista no produto e de qualidade e tem impacta na hora de comprar o produto sim. Mas, não encarecer o produto só por questão estética.”
E14	“A garrafa tem que ser escura para não entrar luz no azeite.”
E15	“De nada adianta os cuidados no manejo do Olival e na elaboração do Azeite se vamos envasar e comercializar em embalagens inadequadas. Atrai ou repele consumidor. Vidro escuro, preferência de muitos produtores a cor verde, para conservar o azeite em condições de consumo por mais tempo. Armazenar em locais escuros e temperaturas não elevadas.”

Observa-se no quadro 6.1.6 que a embalagem tem que ser adequada para não oxidar o azeite, garrafa escura.

6.1.7 - A importância da Indicação de origem geográfica, região de origem ou país de origem na qualidade do azeite de oliva extravirgem.

CÓDIGO	OPINIÃO
E1	“Para além desta análise técnica. No mundo inteiro valorizando queijos cafés, todo produto que vem na da natureza que é consumido passaram por um processo de valorização muito grande ligado à sua origem história e às suas capacidades sensoriais. Em alguns casos é porque a valorização do produto é porque o produto tem uma história boa por trás do produto. O consumidor compra não necessariamente porque tem uma qualidade intrínseca, mas porque tem uma qualidade histórica.”
E2	“Isto seria bem legal se tivesse indicação geográfica e o nosso produto ele já tem uma diferença se a gente for provar e daria para fazer esta indicação geográfica em razão do <i>terroir</i> .”
E3	“(…)eu pude notar isso quando experimentei um azeite da Mantiqueira são aromas diferentes, sabores diferentes e na mesma validade então tem esta influência não digo na qualidade, mas sensorialmente tem.”
E4	“Nós aqui não temos ainda normativa (…) onde a oliveira é plantada, onde ela é extraída, ela é colhida, ela é extraída, e ela é envasada isto tem um valor gigante.”
E5	“A diversidade encontrada em azeites extra virgem hoje nunca antes da história da humanidade já experimentamos.”
E6	“(…) para mim fica nítido duas coisas, o próprio Rio Grande do Sul tem essa variedade dentro do estado muito nítida que eu acho que a quantidade de sol é muito, muito importante para oliveira. No Sul mais do que a altitude na serra da Mantiqueira a gente tem mais altitude a nosso favor do que o sol porque ela tem muita chuva. Então, o índice de sol eu acho que influencia muito na questão de geográfica no Rio Grande do Sul e a quantidade de vento.”
E7	“Eu acredito muito no sistema de indicação geográfica eu acho que realmente a

	<p>indicação geográfica ela é um fator diferencial de qualidade porque ela mostra que aquele azeite ou qualquer outro produto passou por um controle. E principalmente porque a gente consegue ter rastreabilidade do produto. A partir daquela numeração que eu tenho no rótulo eu consigo saber da onde veio azeite e eu tenho todas as informações do produto. Para receber aquele selo da indicação ele teve que ser avaliado ele teve um padrão, ele tem que seguir todo um regramento que específico do que a legislação de forma geral. Nós ainda não temos para o azeite de oliva. Eu acredito que logo terá um sistema de denominação de origem. O <i>terroir</i>, o local onde planta a oliveira tem influência no azeite, o metabolismo da planta qual oliveira que eu vou estar plantando, como vai ser feita a colheita, como vai ser tudo vai influenciar na qualidade do azeite e as características positivas do azeite além de certificar.”</p>
E8	<p>“A gente tem algumas, aqui no Brasil a gente não tem nenhuma indicação geográfica catalogada em alguns países como a Espanha, como a Itália. Também é interessante porque vai ao encontro com aquilo que vai de origem da procedência da gente, entender de onde vem o produto e o que está no seu entorno e quando eu falo no seu entorno eu falo que é porque o azeite vai trazer características daquele <i>terroir</i>. Então, seria assim um parâmetro de escolha, um parâmetro de crivo realmente de qualidade, mas não somente quando não tiver no caso. Por exemplo, o Brasil não tem ainda uma indicação, não tem este selo para colocar nos nossos azeites é realmente atentar para origem e procedência e mais do que a parte que eu comentei das fraudes a gente entender que o <i>terroir</i> de onde foi feito aquele azeite vai impactar no sabor. Vai impactar na qualidade do produto.”</p>
E9	<p>“A questão de indicação geográfica ela é importante para a visibilidade do azeite frente ao consumidor, para o consumidor perceber aquele produto como um produto diferenciado. Nesse sentido, eu vejo que é uma vantagem de agregação de valor este tipo de selo, digamos assim.”</p>
E10	<p>“Sim e não. Eu diria que ela está mais relacionada com propriedades físico/químicas e organolépticas, em função das características de solo e clima que refletem nas características e sabor das azeitonas e do azeite.”</p>
E11	<p>Como eu falei no começo a gente ainda está na compreensão das identidades regionais do Brasil. Sim, na escolha final eu acho que tem um grande peso, sim, para ficar comprando, entender que este Azeite é de uma região específica, mas a gente consegue delimitar e com o passar do tempo compreender cada região cada identidade cada indicação geográfica é de grande importância sim. Então, a gente tem o trabalho de algumas associações que fazem questão cada vez mais consolidando e procurando cada vez mais formas de consolidar isto acho que é um caminho de consolidar isso, parece ter sim esta clareza e essas indicações.</p>
E12	<p>“Não temos a indicação de origem e nem procedência. Temos 2% da produção. Mas, na Europa isto é um mercado bem ativo. Para que ele tenha denominação de origem ele tem que ter características sensoriais distinta dos outros.”</p>
E13	<p>“Indicação geográfica no sentido de valorizar o produto perante consumidor é uma forma de mostrar para o consumidor que aquele é um produto é diferenciado. Neste sentido que eu vejo que é uma vantagem de agregação de valor este tipo de selo, digamos assim.”</p>
E14	<p>“Sim, na verdade a gente percebe isso aqui na nossa região. A região é propícia para ter uma de alta qualidade.”</p>
E15	<p>“O estado está produzindo azeites de oliva extra virgens de qualidade. Ficando reconhecido! Por isso é importante a Indicação de Origem Geográfica, pois, viria coroar o trabalho realizados pelos produtores e indústrias.”</p>

Observa-se no quadro 6.1.7 que a indicação de origem geográfica tem influência na qualidade do azeite de oliva extra virgem na medida em que mostra a diferença do solo refletindo no aroma e sabor do produto.

6.1.8 - Influência da eficiência logística

CÓDIGO	OPINIÃO
E1	“Por ser um produto proveniente de uma fruta, a sua degradação é um processo natural. Não significa que com o passar do tempo o azeite vai causar danos à saúde, mas ele vai perdendo aroma, sabor e propriedades saudáveis.”
E2	“É um mundo a ser descoberto e as pessoas. As pessoas estão estudando tanto aqui no Brasil quanto na Espanha. A gente não está muito atrás. Com o mesmo nível de conhecimento principalmente nas questões de classificação como no resto do mundo. Então, existem no mercado muitos produtos fraudados, misturados com outros azeites e óleos, e sendo vendidos como extravirgem. O melhor azeite é o novo, produzido por produtor conhecido e em razão disto da logística do frescor. Quanto à questão antioxidante, questão tumoral de proteção, questão de doença de fígado. A cada dia se descobre novos benefícios dos compostos fenólicos presentes no azeite. Eu vou pagar mais caro porque eu quero aqueles compostos fenólicos o que eu não posso pagar caro opor um produto que tem os compostos fenólicos e não tem em razão de falta de conservação.”
E3	“Até o próprio supermercado também não faz este controle para ver se não está com muita iluminação e sei lá mais o quê. Isso é uma coisa legal tu enfatizar no teu trabalho, que não é só o azeite que é importado. O azeite, muitas vezes, o nacional ele acaba sendo exposto de uma forma errada e isso daí faz com que, tudo bem é fresco, mas ele já está lá. É um ser vivo que está lá deteriorando. Eu já cansei de falar para o pessoal aqui do mercado daqui: tira a luz de cima que vai dar problema.”
E4	“Bom, são duas questões. Uma questão logística e a outra questão comercial. Então assim, tem sim. Eu acredito que os produtores têm o cuidado necessário. Só que assim eles embarcam em caixas e vai no caminhão. Com o caminhão se vai junto com outras mercadorias também. Então tudo isso tem que ser avaliado. O cara produziu. Mas, ele coloca num caminhão e vai para um distribuidor, para um supermercado e de lá ainda tem toda uma logística para chegar na prateleira. Quando está lá na prateleira ele tem uma incidência de luz, os supermercados todos eles são fechados. Então, isso tudo não é vantajoso.”
E5	“Compra o azeite e estoca ele em temperaturas inadequadas e coloca ele em temperaturas inadequadas e se está na luz ou não é indiferente, e não orienta os consumidores que uma vez comprado um azeite de maior qualidade, onde ele gasta 30 ou 40 reais, e este é um valor que o brasileiro já considera um azeite caro, ele não deve guardar o azeite como ele guarda. Isto é uma pesquisa de mercado no Brasil. Porque uma vez aberto

	<p>o azeite ele entrará na garrafa e iniciará o processo acelerado de oxidação e tendo em vista as pesquisas realizadas no RJ, que é onde eu moro, um azeite ele se oxida em torno de 60 dias após a garrafa ter sido aberta. Quando eu falo em oxidação é uma questão de perda de sabor e de aroma, ou não só perda, de transformação do perfil sensorial. No entanto, esta transformação de perfil sensorial não indica que aquele produto estragou, porque o azeite não estraga, ele se oxida. E ele mesmo depois de oxidado ele ainda tem uso, ainda tem valor nutricional menor de que quando fresco. Porém, ainda tem valor nutricional e ainda tem uso. Então, eu digo para as pessoas, se o azeite está rançoso coloca na panela. Quando está rançoso evite o uso simplesmente e única e exclusivamente por uma questão de sabor. O Ranço não é agradável em sabor. Descarte para reciclagem. No entanto, o azeite venceu, o azeite está aberto há algum tempo, oxidou-se está com aroma e sabor distinto, muito mais fraco do que no início, então, panela para ele. Não há problema nenhum nisto. Isto é uma questão relacionada com a embalagem. E também relacionado com a questão da forma de se comercializar.”</p>
E6	<p>“O cara do azeite do mercado não sabe o que é fresco, que o melhor azeite é o fresco. O produtor brasileiro tem esta preocupação de colocar nos tanques e só envasar conforme o pedido e colocar nitrogênio na garrafa para conservar, mas depois que sai da mão dele essa ausência de conhecimento, gera o que, que nem eu que comprei um azeite no local X de Portugal de 2019 superdefeituoso. Será que esse produtor sabe que o azeite dele está aqui desta forma? Será que ele não recolheria? Vendendo 2019, mas ele já tem o 2021, o 2021 está no mercado e o 2019 também. O azeite não é mais o que o produtor gostaria de fosse.”</p>
E7	<p>“Tem uma série de variáveis que vai influenciar na qualidade do azeite. A questão passa pela avaliação de o que o efeito do armazenamento provoca, principalmente nos compostos fenólicos nos compostos voláteis.”</p>
E8	<p>“Alguns produtores já fazem esse acompanhamento com logística própria, mas alguns até ainda estão se estruturando é uma logística que ainda é terceirizada. Claro que no ponto-de-venda tem essa orientação de isolar da luz enfim a própria embalagem também ajuda nisso, mas tem sim que ter uma educação maior quanto a isso. Quanto a escolher um azeite, quanto a armazenar também, não adianta nada produzir um bom azeite se você não armazena muito bem este azeite então por isso que a acidez não é isoladamente importante por isso que o índice de peróxido também é importante.”</p>
E9	<p>“A maneira como os produtores armazenam este azeite e como é comercializado logo depois do processo de extração e todas as etapas de extração se eles engarrafam tudo logo e armazenam já dentro da embalagem final que vai para o consumidor, ou se eles armazenam em algum sistema ou algum tanque e vão vazando conforme a demanda de venda isto pode afetar a qualidade do azeite também.”</p>
E10	<p>“A gente trabalha com a questão Agronômica”.</p>
E11	<p>“Com certeza, o azeite é um produto supersensível então especialmente a</p>

	<p>questão de temperatura de luz então a gente tem que ter este cuidado. Como eu te falei, a gente tem trabalho de fazer esta revenda. Então a gente trabalha com três marcas aqui da nossa região, a gente faz este trabalho de vender. A gente entende que é um grande desafio para os produtores não só de azeite, mas para todos os produtores a questão logística de entrega direta foi por isso a gente se posicionou com este desdobramento da nossa empresa e eu acho que assim, acima de tudo a gente tentar trabalhar com azeite mais fresco possível, somente da estação. Nessa altura do ano a gente começa a ver o que que tem de azeite, quais azeites estão com um estoque maior e a gente começa a escoar ele. E a gente trabalhar só com azeite do ano. Aqui a gente consegue, a gente tem um problema inverso, muitos produtores não têm azeite até o fim da safra. E a questão da logística é isso, a gente ter estes cuidados com temperatura, com transporte, com luz direta. Então, acho que é um cuidado que tem que se ter, sim. Aonde no restaurante vai ser conservado nos empreendimentos que trabalham com ele, para não sofrer. A questão é ele não perder a qualidade dele, que ele não vai estragar, não ser próprio para consumo, mas ele vai perdendo qualidade. O tempo já é o fator que já vai acabar diminuindo a qualidade dele, ao longo do tempo. Se a gente não tiver esses cuidados isto também vai aumentar. É um produto específico, sim, que tem que ter esse olhar, esse cuidado é um desafio também esta questão.”</p>
E12	<p>“Vamos produzir, tirar o fruto o mais sadio possível, processar o mais rapidamente possível para ter o azeite mais jovem. O tempo que foi transportado isto influencia. Obviamente o transporte, o tempo de produção. O tempo que foi transportado vai influenciar. Não é porque é brasileiro que vai ser bom, porque ele não usou uma colheita satisfatória, deixou as doenças fúngicas, insetos.”</p>
E13	<p>“Tenho uma relação muito próxima com os produtores, visito lagares e vejo a maneira com que estão sendo feitos. Para mim chegam todas as informações: os azeites não gostam de luz e de calor e no nosso restaurante valorizamos todas essas demandas para conservar o azeite. O azeite fresco e do ano é o diferencial do azeite brasileiro. Isto tem que ser levado ao consumidor de maneira incisiva. Os produtores estão próximos e eles trazem aqui o azeite. Não são azeites que cruzaram o oceano num contêiner. Não passaram por nenhuma intempérie. Isso ajuda ela estar mais fresco e mais inteiro e mais vivo.”</p>
E14	<p>“Está se trazendo a importação de um azeite que foi colhido no ano passado, então este azeite vai chegar para mim este ano e se este azeite tiver mais de dois anos eu não compro. Porque não é bom. É um azeite que já passou. Ele já não tem este vigor e esse frescor que eu preciso.”</p>
E15	<p>“Na sua grande maioria, os produtores do estado, estão desenvolvendo ações que garantam azeites de qualidade. Raros são os casos onde o processamento das frutas é demorado. Colhem durante o dia e à tardinha ou a noite estas frutas já estão em processamento nos lagares.”</p>

Observa-se no quadro 6.1.8 que tem influência a questão de cuidados no transporte, uma vez que após o azeite entrar na garrafa e iniciará o processo acelerado de oxidação, conseqüentemente poderá ocorrer a perda da qualidade.

6.1.9 - A questão das premiações e a qualidade

CÓDIGO	OPINIÃO
E1	“Selo de competição é um bom apelo.”
E2	<p>“Os prêmios são a coroação de todo o empenho dos produtores em produzir uma azeitona com alto grau de sanidade e boa maturação, proporcionando a extração de azeites complexos e ricos em compostos de aroma e sabor.</p> <p>Elas são válidas para os produtores que conseguem colocar selos, conseguem usar nas redes sociais e fazer, digamos assim, propagar. Eu acho que quanto às premiações elas refletem mais do que a própria marca. Acho que nesse caso sim. Não 100%, porque, às vezes, dependendo do painel dependendo de como é feito o concurso. Muitas vezes, não quer dizer 100% da realidade, mas eu acho que sim. Eu acho que os concursos eles estão mais próximos de premiar qualidade. Mas, claro podem acontecer algumas questões dentro do concurso da maneira como ele é organizado que talvez não seja, digamos, abrangente para todos os azeites, às vezes, uns pegam alguma mesa um perfil de jurados, outra mesa tem outro perfil, enfim. Mas, aqueles que 100% dos azeites são avaliados por todos os jurados sim eles são mais fidedignos. Mas, acho que sim. Acho que é uma maneira de verificar a qualidade de atestar qualidade são as premiações, na minha opinião.”</p>
E3	“O consumidor vai dar maior importância para o azeite premiado com relação à qualidade.”
E4	“Na qualidade não, mas certifica que é de qualidade. Muito importante para elevar o nível de exigência dos produtores. Em consequência os consumidores se sentem seguros de estar consumindo um produto certificado.”
E5	“R. M. que é o produtor do azeite (“P”), é um jovem que foi meu aluno quando tinha 19 anos, que evoluiu muito profissionalmente na produção do azeite, tem azeite mais premiado no Brasil hoje e de maior volume. Então, é uma pessoa que está fazendo esta cultura do azeite <i>premium</i> e busca dar informação ao cliente. Isto é uma exceção.”
E6	“Acredito que não, apesar de poder incentivar os produtores a buscarem qualidade, isso não interfere em outros pontos mais significativos como manejo de pomar e a extração de azeite.”
E7	“A gente tem uma série de premiações tanto no hemisfério sul quanto no hemisfério norte eu acho que as de premiações elas tem uma importância muito mais para o produtor do que para o próprio consumidor, porque o consumidor não entende muito. Então, o consumidor está começando a entender o que é um azeite de oliva qualidade e que não tenha defeitos.

	<p>Então, a gente está num processo de educação do consumidor. Então, daqui um pouco ele vai olhar ali um azeite que tem premiação e o que não tem premiação teoricamente aquele que tem premiação tem uma qualidade melhor. Então, se eu não conhecesse nada de azeite eu iria para este lado. Tem premiações que tem regras específicas e tem premiações que tem outros tipos de regras, então é importante também o consumidor ficar de olho qual premiação que esse azeite ganhou. Então, eu acho importante as participações nos concursos porque realmente os concursos coroam a qualidade do azeite. Então, às vezes, tem concursos que recebem mil, duas mil amostras e dentre estas duas mil amostras o azeite é premiado, então, realmente ele tem uma qualidade que foi reconhecida por diferentes técnicos. Quem participa dos concursos são pessoas que tem conhecimento e trabalham com o conhecimento de análise sensorial de azeite de oliva. Então, são pessoas que tem um certo peso. Então, por isto que é importante o consumidor ficar de olho quais os concursos, porque medalhas vai colocando ali no rótulo enfim quando vê tem mais medalhas do que rótulo propriamente dito do azeite. Mas, enfim os concursos são bem interessantes, importantes para a cadeia como um todo e validam aquela qualidade que o produtor busca.”</p>
E8	<p>“A premiação é importante porque mostra para o próprio produtor para ele ver como ele está se posicionando e como ele está ano a ano evoluindo com o seu azeite com a sua produção e (...) para o consumidor ele mostra realmente que é um produto que está ciente de como foi produzido e que tem realmente um respeito por esta avaliação.”</p>
E9	<p>“No sentido de valorizar o produto perante consumidor.”</p>
E10	<p>“Esta questão da premiação ele dá um entendimento para consumidor que ele é um azeite de qualidade.”</p>
E11	<p>“É um reforço desse aval de ver como os produtos brasileiros tem valor diferenciado e um produto de qualidade, então a nível internacional e acho que é importante sim.”</p>
E12	<p>“Primeiro temos que ser isentos. Tem concursos e concursos. Então, não adianta, às vezes, o consumidor comprar um azeite de 3, 4 anos e premiado e vai abrir a garrafa e ter um produto, provavelmente, com defeito. ”</p>
E13	<p>“É, acho importante, são balizas para o consumidor ele sabe que o azeite foi julgado por um concurso e isso traz mais confiança num produto. Mas, isto não 100% das vezes, tem gente que faz um azeite muito bom, mas que não está preocupado muito com concurso. Outros fazem para ficar famoso mesmo. Mas, a gente sabe que tem um preço mandar para concurso, para mandar as amostras. Tem muitos produtores que não querem arcar com este custo e querem fazer só um bom azeite e ponto final. Mas, para o consumidor é mais importante para ele a premiação, vai ter peso interessante para fazer a compra.”</p>
E14	<p>“Não sei se reflete em qualidade.”</p>
E15	<p>“Via de regra os avaliadores são pessoas que estão se especializando e conhecendo detalhadamente as características dos Azeites. Por isso, acredito que as premiações reflitam a qualidade, principalmente, se a participação for em concursos internacionais.”</p>

Observa-se no quadro 6.1.9 que, por maioria, este reflexo consta ao consumidor que poderá valorizar mais o produto e se sentirem mais seguros.

6.2 Avaliação das atividades da cadeia de valor que podem ser mobilizadas para melhorar/atender os atributos intrínsecos ou extrínsecos valorizados pelos consumidores.

Os dados obtidos na entrevista com os produtores foram tratados, analisados e interpretados nos quadros a seguir:

6.2.1 Conhecimento sobre a produção do azeite de oliva extravirgem

CÓDIGO	OPINIÃO
P1	“Entrou a EMBRAPA junto com um auxílio de pesquisa e junto da EMBRAPA os vendedores de muda na época.”
P2	“Um curso no Uruguai de 18 dias estudando sobre azeite, qualidade do azeite, características, análise sensorial.”
P3	“A gente não tinha experiência nenhuma em agronegócio. Nossas vidas são completamente fora do agronegócio, fomos pesquisar buscar informações e vimos que o zoneamento da EMBRAPA é aqui.”
P4	Curso específico em Oliveiras na Itália (Mestrado).
P5	“Fiquei encantado com o negócio que a gente vinha conversando com um vizinho próximo. Eles queriam que eu comprasse um pedaço para mim. Eu vou plantar. Como sempre se faz uma em um ritual para entrar no novo negócio e pesquisa. Fomos pesquisar e viajar. Conhecer o Paralelo 31 – Uruguai Argentina e Chile, Nova Zelândia, Austrália, África do Sul e fomos perguntando e fotografando e aprendendo em cada lugar. Cheguei aqui e disse eu vou plantar. Fomos procurar as mudas.”
P6	“Na verdade, na faculdade, na época não, nem se ouviu falar sobre oliveira e olivicultura. Em 2012/2013 eu fui fazer um curso em Portugal. Já tinha feito curso na Argentina e no Uruguai.”
P7	“A gente foi buscando conhecimento com viagens no Chile, Uruguai e Argentina. Depois eu comecei a procurar capacitação, fiz algumas em Portugal, Espanha, Itália e Grécia e depois tive também no Egito e na África do Sul. Todos esses países eu fui para trabalhar com olivicultura ver métodos de produção e extração. Poda, manutenção de olival e isso foi de grande valia porque conforme que a gente aprendia lá fora a gente botou em prática aqui dentro da propriedade. A gente foi vendo que tem que adaptar muita coisa para a realidade brasileira.”
P8	“Buscou-se outros produtores que tinham conhecimento sobre a cultura. Iniciamos a parceria plantando 6 hectares.”

Nota-se que a iniciar o cultivo das oliveiras os produtores tomaram a iniciativa de buscar conhecimento sobre a cultura em diversas fontes.

6.2.2 - Primeiros passos essenciais para obter um produto de qualidade

CÓDIGO	OPINIÃO
P1	“O processo para a qualidade do azeite gaúcho o solo interfere bastante, com certeza. O fator climático ele vem ajudar também. O manejo durante o ano: Poda de árvore.”
P2	“Acredito que seja o manejo correto desde o plantio adubação e depois o que mais agrava é a colheita.”
P3	“O produto de qualidade ele resulta no trabalho perfeito entre campo e lagar.”
P4	“É uma série de fatores que vai desde o planejamento inicial do pré-plantio onde tu vais escolher uma área adaptada, a escolha de cultivares, manejo de campo, onde entra a poda e a nutrição, a colheita precoce, no que se refere a qualidade. A colheita no tempo certo e não pensar só no rendimento do azeite. O que interfere na qualidade é tudo.”
P5	“Você tem que buscar o <i>terroir</i> , é o lugar onde tem, para certas culturas, no caso para oliveira, o calor exato, o frio exato, se não tiver 400 horas de frio por ano não vai dar produção grande, tem que ter a chuva certa, não pode chover na florada porque o pólen vira uma pasta e não progride e não nasce nada. Tem que ter todos os passos certos. É um importantíssimo: Não pode ser terreno encharcado. Esta é a número um. Para mim é obrigatório.”
P6	“Tem uma máxima que não tem como escapar para o azeite extra virgem top: a azeitona tem que ser uma azeitona de primeira, são, não pode ter nenhum problema de doenças e ser processada rapidamente. Então, poucas horas depois da colheita quanto antes você passar para processá-la aí tu tens toda a possibilidade de ter um extra virgem, ainda tem alguns detalhezinhos depois, mas o principal é este aí.”
P7	“Para a gente fazer azeites de alta qualidade a gente tem que trabalhar em basicamente três eixos. O eixo agrônomo, eixo do campo que são os pomares, qualidade de frutas, sanidade do pomar sanidade de fruto. O outro eixo é o extrativo, ou seja, da agroindústria ter uma pessoa capacitada para fazer extração. E depois o eixo de armazenamento e de engarrafamento.”
P8	“Obter informações sobre a cultura.”

Verifica-se que a questão da análise e preparação de solo anterior ao plantio, um bom manejo no cultivo da oliveira seriam os primeiros passos essenciais e de extrema importância para se obter um produto de qualidade.

6.2.3 Preparação do solo antes do plantio e seu impacto na qualidade final do azeite de oliva

CODIGO	OPINIÃO
P1	“Basicamente a qualidade da fruta depois da colheita dentro do lagar. Tempo de extração e colheita e o manejo de maquinário e temperatura, tempo.”
P2	“Para o cultivo das oliveiras tu tem que ser bem caprichoso né é assim se o técnico indica a fazer adubação em 15 dias não são 20 dias, são 15 dias de espaçamento entre uma aplicação e outra. Tem que ter todo esse cuidado que senão afeta na produção.”
P3	“Sim, porque tu tens que fazer uma análise de solo e fazer uma reposição de inúmeros elementos que a gente não tem aqui até porque é uma cultura nova. Tem que fazer a correção do solo para poder plantar a tua oliveira. O olival onde se faz o preparo correto uma calagem profunda, subsolagem em um uso de área total porque a oliveira é uma árvore perene.”
P4	“Exato. Isso é uma discussão que ainda não há consenso entre os técnicos. Eu tenho certeza disso. O olival onde se faz o preparo correto uma calagem adequada e profunda, com um uso de subsolagem em área total, muitos produtores fazem em faixas eu sou adepto da área total, porque a oliveira é uma árvore que vai ser perene, não vai colocar o calcário em profundidade de forma adequada depois de plantar. Este manejo de plantio de preparo de solo e de adubação de fundo onde se coloca o fósforo mais a calagem é fundamental para o sucesso do rendimento. O preparo de solo é de suma importância e a correção da fertilidade e da calagem do solo é importante vai influenciar no desenvolvimento de todo olival durante toda a sua vida.”
P5	“Tudo reflete. Se você não subsolar o terreno. Você tem que entender que a Oliveira não tem uma raiz que nem o eucalipto ela tem várias, ela gosta de terreno pedregoso porque ela vai se agarrando e se equilibrando. Ela vai buscar água, ela vai, ela anda. Tudo isso acaba refletindo.”
P6	“Sim, na produção com certeza. Na qualidade por consequência. Porque vai produzir uma planta que se desenvolva com melhor qualidade de sanidade, com potencial produtivo e isto começa lá no preparo do solo, tem impacto sem dúvida.”
P7	“Justamente, a parte da introdução da olivicultura nas áreas principalmente aqui na nossa propriedade ela é uma introdução supercara. A gente tem uma característica de solo aqui com PH muito ácido e a gente tem que conseguir ter os nivelamentos. A gente tem que tentar subir com esse teor de PH na casa de 6.5 e isso a gente faz com o processo que se chama de calagem. A oliveira em todos os países onde ela é originária são países do mediterrâneo que tem características de solos básicos, o que é diferente do que tem a gente tem aqui no Brasil.”
P8	“Totalmente. Precisamos de um solo equilibrado para uma árvore sadia, para dar bons frutos, para dar ponto de maturação favorável.”

A hipótese confirma-se, na medida em que os respondentes enfatizaram que a preparação do solo antes do plantio é importante para a qualidade da oliveira e reflete na produção final do azeite de oliva.

6.2.4 Aspectos determinantes para uma produção de azeite de oliva de qualidade

CÓDIGO	OPINIÃO
P1	“Então eu acho que é uma cadeia. Desde o plantio até a comercialização. Na realidade hoje os desafios mais são climáticos e econômicos do que até o próprio manejo dentro da indústria para a produção”.
P2	“Cuidado durante o ano todo.”
P3	“O maior desafio que nós produtores de olivicultura que temos é que é uma cultura nova. Então a gente não tem mão de obra especializada, a gente não tem muita informação. Todo mundo está aprendendo junto.”
P4	“Comercialização. A maioria do pessoal tem dificuldade de vender. Porque é um produto caro, é um produto de qualidade, mas não é um produto muito barato.”
P5	“Se você tiver um terreno não apropriado você não vai ter retorno. Você tem que pensar num retorno financeiro. Se você não tiver retorno financeiro você não vai manter e você vai abandonar.”
P6	“Na verdade, é isso aí começa quando implantar essa cultura na área que você vai plantar já começa com a escolher a área. A cultura da oliveira não admite solos úmidos. Aí vem outro ponto fundamental foi o problema que nós no início não tínhamos uma muda de excelente qualidade.”
P7	“É justamente a gente conseguir ter a certeza de que nesses vários pontos que podem vir a diminuir a nossa qualidade de azeite: ponto agrônomo, pomar qualidade de frutos, sanidade de pomar, a parte da extração e a parte do armazenamento: se todos esses eixos se a gente conseguir trabalhar de forma o mais bem estruturado mais fino possível tendo em vista a menor perda de qualidade em cada um desses pontos a gente vai conseguir ter azeites de qualidade.”
P8	“Para ter um azeite de qualidade em primeiríssimo lugar ter uma fruta sadia.”

Nesta questão de aspecto determinante aparece a preocupação dos produtores em trabalhar para obter um produto de qualidade ao mesmo tempo preocupação com a comercialização.

6.2.5 Aprendizado dos produtores para elaborar um produto de qualidade

CÓDIGO	OPINIÃO
P1	“Um pouco antes de adquirir esta propriedade se fez pesquisa em outros lugares.”
P2	“A gente conta com o técnico uruguaio também que nos dá uma assessoria que ele já tem mais experiência no ramo, porque querendo ou não é muito erro e acerto ainda aqui no Brasil, porque não é uma receita de bolo para replicar o cultivo da Europa.”
P3	“Fiz curso nos EUA e na Espanha. Eu sou a primeira mestre de lagar no Brasil com formação profissional. Então a gente está tendo que buscar esta formação fora mesmo, ir atrás do conhecimento.”
P4	“Sou consultor de vários produtores da região. Por ser uma atividade muito cara, onerosa. Vinte mil reais por hectare de oliveira. O produtor que investe vinte mil reais por hectare não pode abrir mão de uma consultoria especializada. Todos os olivais têm a consultoria de um engenheiro agrônomo. É imprescindível para o sucesso. O investimento de um hectare de olival se aproxima de vinte mil reais, tem que investir na assistência técnica.”
P5	“Contratação de consultoria.”
P6	“O conhecimento foi adquirido com cursos e diversas experiências da área técnica. A própria EMBRAPA, EMATER, Ibraoliva, o pessoal seguido ia visitar o nosso olival.”
P7	“Olha nesta parte o Brasil é muito carente especificamente de oliveiras. Tem alguns cursos que eu já participei. Alguns cursos técnicos que são essas aberturas de colheita sempre tem alguns técnicos agrônomos que agora estão começando a se especializar na parte de olivicultura. Então, o pessoal acaba passando ali todas as características de como é que é o solo e intervenções com sanidade de pomar, pulverizações e ações com antifúngicos, inseticidas entre outros produtos. Eu acho que é uma coisa que a gente ainda tá caminhando para uma excelência aqui no Brasil é uma cultura muito nova.”
P8	“A preocupação sempre foi obter informações sobre essa cultura. Esse é que eu acho que é um calcanhar de Aquiles da oliveira. É uma planta que vem do mediterrâneo e a gente não sabia como é que ela iria se comportar aqui. Então, eu estive visitando vários olivais, inclusive aqui na nossa região o problema que eu tinha medo aqui é a serra que é uma região um pouco mais úmida. Falei com vários agrônomos e com viveristas e viram que o meu terreno, eles estiveram aqui na minha cidade e viram que o terreno era bom, que era bem drenado. Então eles me deram o ok, que eu conseguiria ter uma

planta de qualidade.”

Verifica-se que houve empreendedorismo por parte dos produtores, pela iniciativa da busca de conhecimento e de experiências vividas, inclusive em outros países.

6.2.6 Influência da época de colheita na qualidade final do produto

CÓDIGO	OPINIÃO
P1	“Estão programando para começar na segunda quinzena de fevereiro com uma fruta precoce, com uma fruta não muito madura começando dali para frente a tendência amadurecer, então isto tudo ajuda. “
P2	“Abrimos mão da quantidade pela qualidade porque frutos mais verdes geram azeite melhores e sem defeitos do que os maduros e a nossa colheita da 2022 vai começar no dia 14 de fevereiro.”
P3	“A gente acompanha o processo de maturação para determinar o ponto exato da colheita eu acredito que mais tardar em 15 de fevereiro a gente deve estar começando. É um trabalho do lagar com a agronomia. A gente participa muito. É um trabalho em conjunto. Para o produto final é um trabalho em conjunto para tudo dar certo.”
P4	“Estamos planejando a colheita para março e abril, dois meses de colheita. Claro que isto não é uma regra, porque nós dependemos do ponto de maturação da azeitona. Cada cultivar tem o seu ponto de maturação ótimo. A estiagem da região acelera o processo de maturação.”
P5	“Diretamente. De fevereiro a março. Aqui a gente processa azeitona de terceiros em azeite, se chegar aqui com azeitona podre eu fotografo e mostro. Para azeite não aceitamos e digo ao produtor a de mesa você colhe e joga sal e depois de 06 meses você. Vende muito mais caro que o azeite. É capital de giro. Usa a máquina separadora por tamanho. A máquina de laser que separa as quebradas das machucadas. ”
P6	“Começaremos em 20 de fevereiro em diante, pois varia de acordo com a região. Tem a diferença da questão de clima para influenciar o ponto de maturação e da colheita. Tudo está influenciando aquele azeite final se você colhe a azeitona mais escura vai produzir mais azeite, mas com menos polifenóis menos picância.”
P7	“A nossa colheita ela vai começar, pelo que eu estou vendo pelo ponto de maturação, dia 12 no final de semana do dia 12 e 13 de fevereiro/2022. O ponto de maturação ele reflete diretamente na qualidade do azeite porque

	que ele é superimportante porque a azeitona começa verde e ela conforme ela vai amadurecendo do pé ela fica roxa. Aqui a gente usa a tabela italiana que esse momento é na fase 1,0 e 1,5 que significa que a azeitona ela sai do verde escuro e vai para o verde um pouco mais claro, depois desse verde mais claro ela começa a ter pequenas pintas de púrpura. E conforme esse ponto de maturação que a gente faz a colheita aqui. Porque? Porque exatamente nesse ponto a gente vai ter o melhor rendimento em azeite de porcentagem de extração e além disso a melhor qualidade.”
P8	“E esse fruto tem que ter sadio e estar num ponto de maturação favorável. A gente sabe que aqui do RS é um pouco diferente da Europa. Lá eles preferem um fruto mais maduro. Até para nós seria fazer a colheita num ponto mais maduro, porque o rendimento é maior em questão de quantidade, mas conversando com azeitológicos, pessoas que fazem parte do mundo do azeite, pessoas que tenham contato com essas pessoas, a qualidade do nosso azeite vem do fruto mais verde, então nós temos uma quantidade menor do azeite, porém, a qualidade é maior. O azeite fica mais frutado. O aroma e sabor mais intensos. Fica mais fresco, maior picância. Maior amargor. Isso é uma questão educacional. Vamos ter que educar o nosso consumidor que o amargor e a picância não são defeitos.”

Pelos respondentes observou-se que a colheita se concentra nos meses de fevereiro a abril, entretanto busca-se o ponto ótimo de maturação de cada variedade para se obter uma melhor colheita em termos de qualidade e não apenas em quantidade.

6.2.7 Influência da variedade da oliveira na qualidade

CÓDIGO	OPINIÃO
P1	“O que acontece é a variedade amadurecer um pouco mais que a outra isto sim.”
P2	“Tem o seu tempo de maturação diferente.”
P3	“Sim, cada variedade ela tem a sua janela de colheita. Isto tem de bom. Não fica tudo pronto junto para colher. Ela tem uma sequência. A nossa primeira que vai ficar pronta é a arbequina.”
P4	“A gente vai acompanhar para determinar as áreas. É um trabalho técnico de acompanhar até o ponto ótimo para alinhar a qualidade e quantidade de cada variedade. O grau de maturação de 0 a 7.”
P5	“Dá para fazer um blend e monovarietais. Nós fazemos três tipos de azeites o frutado, o intenso e o <i>black</i> . Cada azeitona tem um sabor, cada azeitona tem uma picância e cada azeitona tem seu amargor e o catador a primeira

	<p>coisa que ele faz é cheirar o azeite, ele não está ali para sentir odores bons. Antes de ser provado ele é cheirado. No vinho é enólogo aqui nas azeitonas é catador. Tampa a boca do copinho e segura em baixo para pegar a temperatura do corpo, da mão, deu dois minutinhos e solta todos os aromas ali e cheira. Ele está para procurar defeitos, por isto é catador, ele cata defeitos. Ele vai olhar se é rançoso, se tem cheiro de máquina, se tem cheiro de água vegetal. Ele vai procurar, não põe na boca se ele pegar algum defeito sensorial e de cheiro. Já está desclassificado se ele encontrar algum defeito, o azeite já não é azeite de oliva extravirgem. Oxigena a boca ele prova. Acabou e ele vai classificar o seu azeite. Eu sinto aromas de flor branca, por exemplo, vão curtindo e vai dando as notas e vendo a variedade e a qualidade. Tudo tem relação uma coisa com a outra. Difícil encontrar um azeite perfeito monovarietal. Aqui a gente consegue tirar uma arbequina bem verde e vai colher e passa variedade por variedade e passa talhão por talhão e coloca num saquinho e vai para o laboratório, com tecnologia. Mói e faz um suquinho de cada uma e coloca na máquina e vê a que está no ponto certo é o talhão 12, às vezes você está no 01 e a máquina te manda parta o 12 é uma correria sai toda aquela equipe correndo, mas se segue o que o laboratório manda. Quem não tem tecnologia diz para o cara olha começou a mudar de cor, saiu do verde para o amarelo ela já está boa para colheita e se deixar pintar mais vai ficar mais madura, aqui quem manda é a tua experiência. Quero fazer um frutado com um mínimo de picância e vai lá e escolhe as variedades que dá o resultado que quer.”</p>
P6	<p>“Elas têm pontos de maturação diferentes. Começa com a arbequina, depois a Coratina, Frantoio, Picual e por último é a Koroneiki.”</p>
P7	<p>“A gente tem variedades que são mais precoces do que outras. Aqui na propriedade a gente sabe que na imensa maioria das vezes a arbequina é uma variedade mais precoce. E a partir disso a gente vai passando por outras variedades, geralmente a gente colhe então arbequina, depois kroneiki, depois arbosana, a gente tem coratina e picual. Geralmente é mais ou menos nessa estrutura assim entre a primeira e a última”.</p>
P8	<p>“A qualidade em si não, cada variedade tem a sua característica. Todas você vai ter uma ótima qualidade porque depende é do fruto ser sadio e um bom ponto de maturação. Se você tem uma arbequina você vai ter um azeite menos intenso, um azeite mais suave, menos picante, menos amargo, certo. Você parte para uma Koroneiki você tem o azeite mais picante mas amargo, agora a qualidade de ambos é a mesma. São só características diferentes.”</p>

Confirma-se, assim, que cada variedade de azeitona tem seu ponto de maturação diferente, sendo que colhida no momento adequado vai gerar um azeite de oliva de características próprias.

6.2.8 Forma de colheita (manual ou mecanizada) e reflexo na qualidade

CÓDIGO	OPINIÃO
P1	“A gente não tem a colheita mecanizada. A colheita manual hoje ela é mais demorada, talvez, judia um pouco mais porque acaba batendo nos frutos. Então, ela acaba marcando os frutos e acaba castigando a parte de galhos de árvore. Onde a mecanizada tu acabas prejudicando um pouco mais do tronco. Então, isso vai se refletir na colheita no próximo ano. Não é de repente diretamente na qualidade do fruto, mas na produção vai te refletir porque tu vai perder grade produtiva.”
P 2	“A gente colhe das duas formas. A gente tem um trator com vibrador de tronco que ele abraça a árvore e ele sacode o tronco e vem a cair os frutos e a gente tem também os abraqueadores que são aqueles pentezinhas ou derissadeiras. A gente colhe também manualmente com uns pentezinhas e a gente tem um métodos de colheita para otimizar nós estamos atualmente com 100 hectares.”
P3	“Como as nossas árvores são novas são de 2016 a gente não tem idade ainda para utilizar ‘cheik’ a gente ainda está com a colheita com o garfinho e com a derissadeira. Tudo manual.”
P4	“Sim, os sócios são os produtores de oliveiras.”
P5	“Colheita mecanizada. Indústria italiana.”
P6	“A gente ainda não usou o sistema aquele que balança toda a árvore que é adaptada num trator. No sistema que balança toda árvore que é adaptado no trator a árvore precisa ter um metro de caule da primeira inserção de folhas, abaixo de 60, 70 cm não convém aplicar este método. A gente usa agitador de galho, não a planta toda, equipamento que pega galho em galho e que balança. Funciona da mesma maneira, porém um pouquinho mais demorado. A forma da colheita não é assim, não é uma coisa assim significativa na qualidade das frutas.”
P7	“Aqui dentro da propriedade a gente basicamente faz a colheita em dois formatos. Uma é com as mãos que a gente chama de ordenhar a árvore, parecido com a colheita do café, no qual a gente bota uma lona, um sombrite, em torno dos 360 graus da planta vem nossa equipe e com as próprias mãos vão retirando os frutos desses ramos e a fruta dessa azeitona vai caindo dentro dessa essa lona, desse tapete que foi posto. O outro equipamento chamado de derriçadeira. Uma das coisas a respeito da colheita interferência em qualidade azeitona é colhida a mão ela tem uma melhor qualidade de azeite porque com a derriçadeira ou com outros produtos que a gente utiliza para fazer a colheita, em Portugal, Espanha, na Europa eles usam muito varão. São varas como se fosse varas de bambu que eles vão batendo a árvore e quando eu bato esta azeitona formo uma espécie de machucado na fruta e quando eu arranco ela da árvore. Forma esse machucado na azeitona ela começa um processo oxidativo por volta de 14h ou 16 horas depois ela começa um outro processo chamado fermentativo pelo menos aqui a gente tem que ter cuidado porque os meses que a gente colhe são meses de fevereiro e março até início de abril e aqui na nossa região da

	grande maioria das regiões do Brasil.”
P8	“Na verdade, nós estamos iniciando. É o nosso primeiro ano, praticamente vai ser manual a nossa colheita. O que me foi colocado pelas pessoas que vendem maquinários de colheita existe uma colheitadeira totalmente mecanizada que acopla num trator que ela faz de um processo utilizado ela treme a árvore e sacode o fruto eles utilizam na Europa mas ele eles é eficiente quando o fruto está muito maduro. Para nós esse processo de colheita ele tem uma eficiência de 50%. Isso ajuda a fazer uma colheita um pouco mais rápida, mas ela tem que ser terminada toda manualmente. O fato de a colheita ser manual ou mecanizada isto não influi na qualidade do azeite. Se tu tem a colheita mecanizada ela agiliza um pouco o azeite só isso.”

Constatou-se que a forma de colheita reflete no produto final, uma vez que qualquer dano ou lesão sofrida pelo fruto, facilitará a ocorrência de processos oxidativos e modificações em geral, que comprometerão a qualidade do azeite. Além de que os danos causados às plantas no momento da colheita podem comprometer a próxima safra.

6.2.9- Variedades e características de qualidade

CÓDIGO	OPINIÃO
P1	“Que a gente tem plantado hoje a gente tem sete. Carro chefe são três, a arbequina, koroneiki, arbosana, vamos dizer, quatro com o Frantoio produziu um pouco ano passado este ano vai produzir também. E as outras eram mais experiências que produzem, mas produzem bem menos então a gente não trabalha com essas outras variedades que seriam o picual a manzanilla. Estas a gente não trabalha com monovarietal quer dizer a gente não faz uma garrafa própria não faz um azeite com esta variedade a gente usa para <i>blend</i> .”
P2	“A arbequina e a koroneiki são as que estão melhor se adaptando, frantoio a gente ainda não produziu e coratina e picual vai começar a produzir vai começar esse ano, mas os outros produtores têm tido sucesso nela porque tem vários que já tem, sim tem monovarietais. “
P3	“Nós temos a arbequina, que é uma variedade espanhola que vai nos dar um azeite suave adocicado, embora ele tenha um amargor e uma picância, mas de maneira suave. Nós temos a Frantoio de origem italiana vai nos dar um azeite já com um frutado maduro, mais potente ele é equilibrado ele tem um amargor e uma picância equilibrados. Ele é meio adocicado, também ele é um pouquinho mais potente que a arbequina. Depois nós temos a Koroneiki que é uma variedade grega. Esta variedade grega já tem mais intensidade, já tem um frutado verde mais potente um frutado maduro mais suave e amargor e picância equilibrados, mas eles são bem presentes na boca e depois a gente tem a picual que é uma variedade espanhola ela é realmente um frutado verde bem intenso frutado maduro suave e tem uma potência na

	boca de um frutado e amargos bem aparente. Fora isso a gente tem três variedades que não colhemos ainda. A Galena e a Coratina.”
P4	“No início se trabalhou com seis variedades: Arbequina, Koroneiki, Manzanilla, Picual, Frantoio e Coratina, destas seis variedades hoje se sabe que quatro vão bem, outra não. Outras são muito alternantes, dão um ano outros não. Outras requerem muito frio. Então anos que não tem acúmulo de frio não produzem, não emitem flor. Tem problema de polinização. A Arbequina que é uma variedade carro-chefe. A Arbequina é muito precoce. É normal ter flor em julho e não é incomum achar flor em julho, só que só está ela e ela não se autopoliniza. A Embrapa de Pelotas ainda não disse qual a variedade que poliniza a Arbequina. Tem pouca estabilidade, pouco azeite, mais adocicado, mais suave. A Koroneiki é um azeite muito mais intenso. A Coratina é a rainha dos polifenóis é um azeite espetacular. Só que muito suscetível a doenças.”
P5	“Nós temos 14 variedades. Nenhuma delas morreu a gente tem as de preferência e o número de produção. Cada azeitona tem um sabor, cada azeitona tem uma picância, cada azeitona tem um amargor. Koroneiki, a grega, é extremamente picante, possante. Picual dá picância importante com um pouquinho de amargor, Espanhola. Pega uma coratina, picante, amarga, potente, Italiana. Frantoio amarguíssima, forte.”
P6	“Cultivamos a Frantoio, Coratina e Arbequina. No pé quando vai colher tem vários tons e até um percentual de preta e é um processo de ponto de colheita e seleciona entre a verde até a preta e cada uma vai apresentar frutado, amargor e picância. Para mim a melhor é a Koroneiki. A Koroneiki é precoce, rústica e produtiva. É resistente a maior parte das doenças.”
P7	“Cada uma das variedades que a gente tem aqui na fazenda são 07 variedades distintas e produzem com volume. Cada uma dessas variedades elas vão nos apresentar e entregar azeites diferentes com perfil de frutado, picância e amargor diferentes. A gente vai ter variedades que tem uma característica mais suaves, tem variedades que são mais intensas, existem variedades que são de médio picância, médio amargor e frutado também médio. Então, a gente geralmente define azeites por três eixos pode ter um azeite que é suave, o médio e o intenso. Cada uma dessas três categorias a gente vai remeter diretamente ao ponto de maturação do fruto que é superimportante e a variedade que está sendo colhida. A gente sabe que variedades como a arbequina, a arbosana geralmente são variedade que tem características de ser um azeite mais suave, mais delicado. Variedades como galega, koroneiki, grapolo, tem uma característica de ser variedades de blend que podem ir de médios a médios intensos. Variedades tipo coratina, picual frantoio são algumas que eu estou citando elas têm características dessas variedades mais intensas e isso que remete o que que faz basicamente essas três coisas, ponto de maturação e variedades a ser colhidas e isso a gente está falando está subdividindo todos esses produtos em níveis diferentes de qualidade azeite. Tem pessoas que preferem, clientes nossos, blends mais suaves, vários pessoas que procuram os médios e tem pessoas que já são já estão mais imersas nesse mundo do azeite estão apaixonados que acabam optando por blends mais intensos, mas isso vai variar se tu

	gosta e do que tu gosta dentro do azeite.”
P8	“Quanto às variedades que nós plantamos aqui, nós temos quatro áreas plantadas. A primeira foi uma área experimental e está tudo meio misturado ali porque foi plantado e replantado, mas as outras áreas foram todas plantadas por orientação técnica. E em cada área temos quatro variedades plantadas porque a polinização da azeitona é feita pelo vento e quando tem várias, mais de uma variedade essa polinização se dá com maior eficiência. A Arbequina e a koroneiki são duas que não tem erro. Temos, ainda a Frantoio, Coratina, Galega e Picual. Koroneiki picante, um azeite amargo bem intenso. Arbequina um azeite mais suave.”

Importante destaque às variedades e suas características que carregam os atributos de qualidade de frutado, amargor e picância, cada uma em sua intensidade peculiar.

6..2. 10 Influência do transporte para o lagar de processamento na qualidade final

CÓDIGO	OPINIÃO
P1	“Ter o cuidado para não deixar a fruta no sol até fazer o polimento então quanto menos temperatura ela tiver melhor. A temperatura da fruta ser mais baixa melhor recolhido em caixas plásticas assim normais ela cai primeiro num pano que a gente chama as redes elas são recolhidas e posta nos caixas. Não tem não tem assim muita coisa que tu fazer diferente nesse sentido. Vai para caixa, vai para a carretinha e vem descarregar na fábrica. Esse é o processo básico normal. O que tem que se cuidar realmente é a questão do calor e do sol, a temperatura dela para não aumentar demais até chegar na fábrica.”
P 2	“Nós ainda não temos nosso próprio lagar. No momento que a gente enche as caixas a gente coloca esses produtos na sombra para não ficarem sofrendo processo de oxidação.”
P3	“São caixas arejadas de no máximo 20 quilos para que não aconteça de tu não apertar muito e tu tá no verão põe a mão dentro da caixa ela está quente ainda.”
P4	“A colheita é feita num dia o pessoal colhe, são caixas de 20 quilos de azeitonas, caixas furadas, caixas especiais para azeitona para não apertar, as caixas ficam durante todo o dia na propriedade, na sombra, vão colhendo vão colocando na sombra e elas são recolhidas só no final do dia. Traz uma carga. Não tem como trazer uma caixinha, duas caixinhas, tem que trazer 500 quilos, no mínimo. O pessoal colhe durante o dia e ter esse cuidado de colocar na caixa adequada e o cuidado do sol colocar na sombra para não começar o processo de fermentação. A azeitona vem para cá à tardinha geralmente vem para cá 05/06 horas e a extração começa quando se tem um volume mínimo de 2 mil quilos de azeitona já na indústria e a gente começa a extrair. A extração é feita naquele mesmo dia. Menos de 12 horas do início. Se o início é 8h da manhã a colheita a extração começa às 19 horas , 20 horas, no máximo 12 horas.”

P5	“Tem que vir num caminhão refrigerado, o oxigênio está atuando direto nela. Nós colocamos o nosso lagar no centro da fazenda justamente é equidistante. Colheu não tem duas horas, três horas, tudo um processo já de lavagem ou de resfriamento já para poder entrar na máquina. Não dorme uma azeitona minha ou de terceiros que eu faço de terceiros. É uma norma. Trabalha 24 horas. Colocou que tem que ser no menor tempo possível, tem vizinho que vem de 50, 60 KM a gente faz na melhor técnica possível.”
P6	“Sim, tu colhes as azeitonas e quanto menor a caixa melhor. A caixa padrão que é de 20 kg porque que ela é melhor? Porque não fica amassando uma a outra, é um fruto. Evitar de transportar no calor. A gente transporta durante o dia. Começa cedo e levar lá para ter uma quantidade mínima para o lagar. A gente colhe 60 toneladas. Então, pega àquela hora mais fresca do dia.”
P7	“Bota as azeitonas dentro da caixa de transporte para largar o mais rápido possível.”
P8	“A questão da qualidade do fruto do azeite é o seguinte o quanto mais rápido o fruto chegar lá no lagar maior a qualidade. Porque durante a colheita ela sofre, a azeitonas, o fruto no caso, quando ele rompe a casca ele sofre uma queda d'água, se ele sofre uma batida, quando ele rompe a casca ele inicia um processo de fermentação. Então, se esse fruto chegar no largar em até 6 horas teremos um azeite, assim, de excepcional qualidade. Até 24 horas nós temos um azeite de ótima qualidade a partir daí a qualidade do azeite vai diminuindo porque, conseqüentemente, inicia esse processo de oxidação de fermentação nós teremos um azeite com uma acidez maior. A partir daí teremos uma queda daqueles elementos do azeite do frescor, da picância, do amargor.”

Nesta fase, observa-se que o cuidado com o fruto e a agilidade no transporte até o lagar são primordiais para manter a qualidade posterior do azeite.

6.2.11 Tipo de maquinário no Lagar (Trituradora e Batedora)

CÓDIGO	OPINIÃO
P1	“Todo o processo.”
P2	Não tem Lagar próprio.
P3	“Sim. Tu passas pelo moinho, passa na trituradora que chama moinho e do moinho tu vai fazer a tua massa aí a massa vai para dentro da batedeira onde tu vai bater.”
P4	“As duas. Maquinário próprio. Temos uma vertical e uma centrífuga vertical e o filtro. As duas. Depende do desenho de cada indústria. Fazemos o processamento do azeite para terceiros.”
P5	“Temos o maquinário da Pieralisi. Um rigor de limpeza e princípios.”
P6	Não tem Lagar próprio.
P7	“A gente tem a estrutura de várias máquinas que entram na extração cada uma dessas máquinas que a gente tem ali, por exemplo, do início do começo

	até o final o que que tem: a sopradora que tira ramos e folhas, que é um subproduto que vem junto na colheita. Depois passa por uma lavadora e dessa lavadora ela sai depois de lavado e vai para o moinho e faz a trituração. Faz a maceração desse fruto onde entra polpa caroço, de tudo. Toda essa trituração forma uma pasta de azeitona e esta pasta de azeitona vai para bateadeira e esta bateria ela tem umas pás que fazem a homogeneização dessa massa, ou seja, dão um ponto para ela ser extraída, para o azeite ser retirado e isso por uma outra máquina que entra no extrativo que chama centrífuga horizontal ou decanter. Do decanter ele faz uma pré extração, a retirada do azeite da água vegetal da polpa e do caroço. Este subproduto que é a água vegetal da polpa e do caroço a gente chama ele de sansa. Esta sansa ela é bombeada para fora da indústria para uma caixa de inspeção e um tanque de decantação depois ali a gente retira esse material, esta matéria orgânica com um implemento acoplado ao trator e a gente usa ela para refertilizar os campos como matéria orgânica como adubação orgânica para os nossos olivais.”
P8	“Temos os maquinários. A gente está instalando tudo que necessita água quente refrigeração tudo.”

Os produtores que possuem lagar estão bem equipados de maquinário com boas tecnologias garante-se uma boa extração de azeite.

6.2.12 Processamento da azeitona no triturador e influência na qualidade do azeite de oliva

CÓDIGO	OPINIÃO
P1	“A operação da máquina influencia, a questão de tempo temperatura, tempo de batida, a sanidade da fruta isso influencia, mas a operação dela não é difícil a gente o tem cuidado de sempre manter mesmo, mas sempre procurando alguém também nos assessorar.”
P2	“Não tem Lagar. A gente confia muito no trabalho do parceiro (Lagar).”
P3	“(…)tempo exato de batida, porque a bateadeira é onde é a receita do bolo.”
P4	“Com certeza. A azeitona chegando na indústria a gente faz a análise de grau de maturação. Para ver o grau de maturação que tá. Isso vai determinar o tempo de batimento afeta diretamente na qualidade.”
P5	“Parou a máquina por mais de 30 minutos lava a máquina inteirinha com água quente 120 graus de temperatura porque o azeite gruda que nem cola. Então tem que limpar vai toda máquina lavada de ponta a ponta, todo circuito até estaca zero. Enquanto não sai a água limpinha até a centrífuga não pode recomeçar. Pode deixar cheiro de ranço, cheiro de máquina. Isto é obrigatório. O ambiente absolutamente limpo. A temperatura do batimento dela é fundamental. Colhe uma azeitona num dia de calor de 40 graus temperatura de arrebentar ainda fica dentro da carreta até chegar aqui. Chega aqui e já joga numa máquina, não. Você resfria, põe água gelada, baixar a temperatura. Se as caixas que vem próximo daqui joga no ar condicionado.

	Você vai ter mais qualidade no produto.”
P6	Transporta ao LAGAR de parceiros para extração do azeite.
P7	“A parte do LAGAR com uma pessoa capacitada a gente muda a qualidade do produto. Se a pessoa não for capacitada tu mudas a qualidade do produto para o mal. Se a pessoa é capacitada, de repente, vai conseguir entregar um produto de qualidade superior.”
P8	“Muita coisa a gente vai aprendendo com o tempo. Quanto a limpeza da máquina a higiene é tudo. A gente está instalando água quente e tudo, e a gente sabe que a temperatura é abaixo de 28 graus. Porque de um dia para outro todo equipamento tem que ser lavado a máquina não pode ficar parada duas horas e reiniciar o processo sem lavagem.”

Nesta etapa, verifica-se que a técnica bem empregada do mestre lagar, seja ele produtor ou profissional, é de suma importância para um resultado ótimo de extração do azeite.

6.2.13 Influência do tempo (entre 45 e 60 minutos) de batimento e influência na qualidade

CÓDIGO	OPINIÃO
P1	“Reflete sim. De 40 a 50 minutos de batida dependendo da variedade.”
P2	Não possui lagar.
P3	“Esse tempo de batida é o que te disse é a receita do bolo. Tudo vai depender da variedade que tu tá batendo, da maturação que tu tá batendo de que produto tu quer resultar no final.”
P4	“Três coisas que se pode controlar: Oxigênio – controle de tempo e temperatura Até 27 graus – extração a frio. Azeitona verde e azeitona madura o batimento é diferente.”
P5	“Tem mestre Lagar, especializado que você não sabe até que ponto ele consegue fazer aquela coisa toda. Regras eles seguem”.
P6	Transporta ao LAGAR de parceiros para extração do azeite.
P7	“Na realidade o coração da parte da extração é a batedeira. A batedeira e o moinho eles são fundamentais para o eixo extrativo tem uma série de técnicas em uma série de coisas que a gente pode fazer alterando tempo de batimento alterando o grau de trituração aumentando diminuindo a rotação do moinho, aumentando diminuindo a rotação das pás que fazem higienização da batedeira. Aumentando ou diminuindo a temperatura do batido né temperatura da massa e isso são técnicas que dentro da extração a gente tem que ter cuidado de saber manejar.”
P8	“A máquina vai ser operada inicialmente pelos produtores que fazem um curso com mestre lagar, também teremos ajuda do fabricante das máquinas que adquirimos no Lagar. Muita coisa a gente vai aprendendo com o tempo.”

A expressão usada “receita do bolo” mostra a dimensão da peculiaridade desta fase de extração, o tempo de batida tem um reflexo direto na qualidade do azeite extraído no Lagar.

6.2.14 Temperatura da massa (entre 23 e 27 graus) e influência na qualidade

CÓDIGO	OPINIÃO
P1	“Temperatura de 27, 28, no máximo de 29° temperatura da massa da azeitona. É praxe de todos os produtores manter dentro desta temperatura e tempo de batida. Acho que todos os produtores estão dentro dessa temperatura de no máximo 29 graus.”
P2	Não possui lagar.
P3	“Não pode passar de 28 graus em nenhuma etapa do processo que isso vai tirar a qualidade do produto final. Então, se a gente receber uma azeitona quente já vai começar numa temperatura alta e depois durante o processo são processos mecânicos, então vai agregar mais temperatura também.”
P4	“Temperatura mais alta libera mais enzima e menos polifenol, então afeta a qualidade. Aquele nível de maturação tem que tratar de forma diferente de uma azeitona verde de uma azeitona madura.”
P5	Quem opera as máquinas é o pessoal especializado.
P6	Transporta ao LAGAR de parceiros para extração do azeite.
P7	“Sim. Aumentando ou diminuindo a temperatura da batida, temperatura da massa e isso são técnicas que dentro da extração a gente tem que ter cuidado de saber manejar.”
P8	“A gente sabe que a temperatura é abaixo de 28 graus.”

A temperatura de batida é uma das técnicas que dentro da extração que requer cuidado de saber manejar, uma vez que a temperatura mais alta libera mais enzima e gera menos polifenol. Ou seja, o calor excessivo diminui os aromas e sabores perfumados do azeite de oliva, bem como muitas de suas qualidades saudáveis.

6.2 .15 Influência da centrifugação da máquina na qualidade

CÓDIGO	OPINIÃO
P1	“Desde o primeiro processo de descarregamento da fruta ela vai subindo numa esteira onde vai para o processo de higienização da fruta onde separa folha/galho ela cai na água então tem uma água, sempre uma água corrente é uma água que a gente usa uma água mais gelada então aí ela passa por um processo de lavagem dessa lavagem ela vai para uma outra esteira que é tudo através de rolamentos sem fim, que a gente chama, que ela vai entrar para a parte de trituração dela né onde ela vai transformar em pasta isso aí vai misturar caroço com casca com bagaço e mistura tudo né vira esta pasta onde é bombeado para as batedeiras e nas batedeiras que é um dos segredos

	tempo de bater e a temperatura de batimento ali é um dos segredos da extração, isso tem que controlar.”
P 2	Não tem lagar.
P3	“Cada variedade tem a sua rentabilidade. Eu tenho variedades que tiro 8% e tem variedade que eu consigo tirar 17% eu tenho uma média de 13%. Então não adianta dizer eu vou bater aqui 2h, pode até bater e não vai ser um azeite extra virgem não vai ser de qualidade.”
P4	“Até ano passado não estávamos usando o filtro. Estávamos usando azeite não filtrado. Muitos consumidores preferem azeite não filtrado, pois é mais intenso, mais saboroso. A segunda centrífuga deixa o azeite muito limpo. Claro, o visual dele não é tão agradável. Ele é turvo. Compara com azeite do lado que tá límpido, mas não é defeito.”
P5	Não respondeu.
P6	Transporta ao LAGAR de parceiros para extração do azeite.
P7	“A centrífuga vertical, esta centrífuga vertical ela dá o polimento para o azeite. Isto eu chamo que ela dá definição ali. O que que ela faz, ela retira qualquer água que possa ter passado pela primeira extração pelo decâter. Então esse 0.1 a 0.2 de água a gente fica com azeite isento de água totalmente. E ela retira toda matéria orgânica de densidade maior do que o azeite, ou seja, uma parte daquela turbidez vai sair nessas centrífuga vertical e o azeite ele vai sair um pouco mais claro.”
P8	“A centrifugação é uma etapa do processo a máquina faz esta separação. Existe uma centrífuga horizontal que faz a separação prévia que vai separar a parte líquida da sólida e já faz a separação também da água e do azeite. Então já sai o azeite que vai passar para uma segunda centrífuga que vai tirar um pouco mais impurezas de material orgânico e água que restou neste azeite.”

A máquina adequada faz o processo de separação de impurezas, o que se controla seria a bateadeira pela temperatura de batimento e tempo, refletindo na ótima extração.

6.2.16 Influência do tipo de centrífuga (horizontal ou vertical) na qualidade

CÓDIGO	OPINIÃO
P1	“Então ali ela vai bater por um determinado período. Esta pasta tem mistura de caroço, pasta, azeite junto e dali ela (vai bater por um período, vai indo a casca é essa pasta vai ter mistura de caroço) ela vai para uma centrífuga vai para a vertical que daí faz o primeiro processo de separação do azeite da pasta do bagaço. A gente não separa não o caroço do bagaço, a gente não tem. Tem o sistema de separação do azeite, a gente não tem. A gente descarta o bagaço como adubação na lavoura e depois vai para outra centrífuga que realmente faz a última separação da água do azeite, tem todos esses processos. Aí vai para os tanques para armazenamento e fica decantando 1, 2 ou 03 dias e vai para o processo de filtro todo o azeite e depois vai para o envaze.”

P2	Não possui lagar próprio.
P3	“Sim, as duas. Porque a centrífuga horizontal que é a primeira que a gente passa, o decânter que se chama. Ele não tira toda matéria orgânica tem água e matéria orgânica ainda dentro do azeite, aquilo ali vai comprometer completamente a qualidade do produto final. Então, na centrífuga vertical é que eu vou tirar um produto com 99% de pureza, mas ainda tem um pouquinho de matéria orgânica, mas ainda eu vou ter que filtrar com meio filtrante de celulose para conseguir tirar aquela turvidez que é ainda matéria orgânica e aí vou ter aquele azeite límpido transparente que aí vai ter uma vida longa maior.”
P4	“Temos a centrífuga de duas fases. A segunda centrífuga ela faz o polimento do azeite, ela deixa o azeite muito limpo. Esse sistema sim, a centrífuga de três fases ela afeta a qualidade. Ele entra água no sistema e quando entra água sai polifenóis, sai mais os polifenóis. Centrífuga de duas fases preserva mais polifenóis.”
P6	Transporta ao LAGAR de parceiros para extração do azeite.
P7	“As duas. A primeira extração do decanter ele faz uma extração bruta rústica e que ele pode deixar passar junto com azeite de mais ou menos zero ponto um de água está misturado. Ele está ali dentro desse azeite recém extraído. Ele tem um nível de matéria orgânica alto então a gente tem que fazer ter uma turvidez grande ainda saindo desse equipamento que a turbidez é partícula de polpa de azeitona suspensa dentro do azeite e desse tanque que a gente liga ele para o motor elétrico e a gente manda esse azeite rústico é como eu falei para uma outra centrífuga que a gente chama de centrífuga vertical.”
P8	“Seria interessante mais uma filtragem ou o equipamento placas de papelão então esse equipamento é que é um filtro italiano importado então a gente já adquiriu esse filtro já está em nosso lagar e vamos utilizá-lo para esse azeite 100% que depois a gente possa botar uma validade 2 anos que o mercado recomenda.”

Pelo que se vê a centrífuga que separa a polpa da água e do óleo, sendo fase importante no processo de extração. Tem a centrífuga de 3 fases e de 2 fases. A de 2 fases seria a mais moderna e ela separa o bagaço e a água do óleo.

6.2.17 Influência da filtragem do azeite na qualidade

CÓDIGO	OPINIÃO
P1	“Todo este processo desde a higienização dela até passar pelos dois decânter, seja vertical ou horizontal é um processo básico, fundamental e necessário, senão não vai ter o azeite. A separação da água do azeite ela é fundamental. A primeira centrífuga é fundamental, a maioria do teu azeite vai embora com a água e o bagaço, tem que fazer esta separação. O que não é fundamental é a filtragem do azeite. Não precisa filtrar azeite. O azeite não

	filtrado vai ter uma sujeira no fundo da garrafa que é normal. Só que aquilo ali vai fazer com que o azeite oxide mais. Mas, nós sempre trabalhamos com a filtragem do azeite.”
P2	Não possui lagar.
P3	“Aí tu vais ter um produto de uma vida de mais ou menos 30 dias. 30 a 40 dias porque você vai ter matéria orgânica ali e a matéria orgânica vai se decompor e vai comprometer o teu produto. Num primeiro momento numa qualidade muito boa, mas em seguidinha ele vai ter uma vida muito curta em seguidinha ele já vai perder toda a qualidade e já vai deixar se ser azeite extra virgem que aí ele vai começar a apresentar defeitos. Não filtrar, isso reflete diretamente na estabilidade do produto, podendo durar menos tempo na garrafa.”
P4	“A partir de seis meses de vida do azeite começa a ter defeito sensorial por micro fermentação. A gente sabe que a filtragem é melhor. Com a filtragem se garante azeite por 18 meses estável praticamente ao abrigo da luz principalmente. A gente recomenda a gente sabe que a filtragem é fundamental.”
P5	“O que não filtra vai ter um produto com vida muito curta, 03 meses, às vezes. O tal do azeite novo não filtrado. A Itália usa muito este produto. O tempo de validade de prateleira é de três meses, porque depois vai ficar rançoso. Vai refletir na qualidade na sequência, no início é espetacular. Ele leva pedacinhos de azeitona e todas as impurezas estão ali dentro. Embaixo fica uma camada de azeitona. Tem gente que adora. Aqui nós não fazemos nem para amostra.”
P6	Transporta ao LAGAR de parceiros para extração do azeite.
P7	“Qual a diferença de qualidade os dois azeites, filtrado e não filtrado, são extraordinários tendo boa qualidade de fruto e boa qualidade de extração a única diferença entre a fazer um azeite filtrado de um não é o quão perecível esse produto ele pode ficar. Um azeite não filtrado ele dura em torno de mais ou menos de 4 a 6 meses, o tempo de duração de durabilidade deste produto sem tu perder qualidade. Um azeite filtrado ele dura de 1 ano e a 02 anos tu vê que essa matéria orgânica onde ela entra o que ela faz onde ela degenera esse azeite ela rancifica esse azeite justamente por causa da matéria orgânica em suspensão. Então ela catalisa esse processo.”
P8	“A decantação do azeite ele era obrigatório se o azeite não fosse filtrado. Então essa decantação, assim como acontece no vinho, ele vai encantar as partículas orgânicas que ficam suspensas no azeite também a água para purificar mais esse azeite para gente obter um azeite mais puro.”

O processo mecanizado inicia pelo separador de folhas e que lava as azeitonas, jogando as azeitonas para bateadeira, que vai para centrífuga horizontal, depois para a vertical, entretanto cada um tem seu método. Alguns não tem centrífuga vertical eles passam direto para o filtro de placa de celulose (More). A centrífuga vertical trabalha como filtro (Pieralise e Fast) em algumas indústrias de maquinário. Na Europa se usa a centrífuga vertical e o filtro,

razão pela qual alguns produtores quem utiliza maquinário importado trabalha desta forma. Para muitos não é necessário o filtro, apenas só o uso da vertical, pois o azeite já sai limpo, conforme informações de fabricantes.

6.2.18 Tempo de decantação e influência na qualidade

CÓDIGO	OPINIÃO
P1	“Nos tanques de armazenamento o azeite fica decantando 1, 2 ou 03 dias e vai processo de filtro todo o azeite e depois vai para o envaze.”
P2	Não tem lagar.
P3	“Agora que vai começar a colheita é o único momento do ano que tu tens o azeite que chama novelo que é este azeite que sai da centrífuga vertical e não é filtrado ele é muito aromático ele tem um sabor diferente uns aromas bem potencializados por ser bem fresco por ser recém retirado, mas ele é comercializado, tem muitos lagares que comercializam ele, mas ele tem esta vida curta, de 30 ^a 40 dias para ser consumido.”
P4	“Nós aqui na indústria primeiro tem que encher o tanque para fazer este processo. Como nós temos oliveiras de variedades diferentes escalonadas, de variedades diferentes, a arbequina, por exemplo, com um volume 15 a 20 dias decanta e entra nitrogênio em cima e o azeite fica estável 15 a 20 dias. Vou esperar a análise do azeite enviado para análise. Demora 20 dias este processo. Quando começa a chegar os pedidos, antes de ir para a garrafa ele é filtrado. O mesmo processo, para não fazer os dois processos. Eu mando do tanque e vai para o envase.”
P5	“Sim. A filtragem é demorada é lenta. Sai da centrífuga, decânter, pronta para ser filtrado. Filtrado, para o envase.”
P6	Transporta ao LAGAR de parceiros para extração do azeite.
P7	“A gente tem duas possibilidades. Pode engarrafar no mesmo momento esse azeite como azeite não filtrado. O azeite quanto mais jovem a gente consumir melhor qualidade ele tem. Então, ele tem então ele funciona diferente do vinho. Eles não são produto de guarda a gente tem que extrair e consumir o quanto antes. Então, a gente pode fazer um azeite não filtrado e o azeite filtrado. O azeite não filtrado é esse que sai direto da máquina a gente só engarrafa e vende no mesmo momento, ou senão ele passa no sistema de filtro que são 24 cartões de celulose. O azeite ele entra por alta pressão de um lado um lado completamente turvo e sai do outro lado completamente translúcido, limpo. O que é que fica dentro desses cartões de celulose exatamente toda essa matéria orgânica que estava suspensa dentro do azeite e ela fica retida dentro dessas células de celulose e o azeite sai completamente limpo. Qual a diferença de qualidade? Os dois azeites são extraordinários tendo boa qualidade de fruto e boa qualidade de extração.”
P8	“Já passa por dois sistemas de filtragem a centrífuga vertical e a centrífuga de placas e a gente já pode passar direto para dentro da garrafa.”

Com relação ao tempo de validade, P7 esclareceu enfatizando que quando o azeite é filtrado pode consumir ele até um ano e meio e quando não é filtrado este tempo diminui de 04 a 06 meses, por causa da matéria orgânica que é resíduo de polpa misturado ao azeite de azeitona que começa a catalisa o processo de rancificação. *O tempo de tanque é seguro.*

6.2.19 Elaboração da decantação e filtragem e influência na qualidade

CÓDIGO	OPINIÃO
P1	“Não necessariamente, não defeito. O que é a decantação na realidade nos tanques? São as impurezas, que são resíduos de casca, resíduos de caroço ou alguma coisa de bagaço entrarem junto com azeite no tanque. Após, a filtragem sempre vai ficar um resquício disso. Se eu envasasse sem decantar isto vai para garrafa. Então, um azeite que está fechado 12 meses numa garrafa sem resquício dessa impureza ele pode ter uma vida útil menor. Ele não vai estragar, ele vai perder suas propriedades nutritivas, porque ele vai oxidar mais fácil, ele vai mudar sabor, do que um azeite que não tem isto dentro. Decanter é deixar as impurezas deixar no fundo do tanque. Decantação na qualidade não vai te interferir, mas ele pode diminuir a vida útil do azeite.”
P2	Não tem lagar.
P3	“Sim, esse processo mal elaborado de decantação e filtragem acarretariam um defeito no azeite. Como a análise sensorial e a classificação de azeites de oliva pela análise sensorial são com defeitos, então se o azeite tiver um defeito já não é extra virgem.”
P4	“Sim. Para a decantação, não vai ter mais picual, então vai decantar. Se vai chegar mais picual, tenho que esperar chegar mais aquela variedade, esperar uns 15 20 dias. Dar o tempo para descer toda aquela impureza. Fazer a decantação.”
P5	
P6	Transporta ao LAGAR de parceiros para extração do azeite.
P7	“A única diferença entre eu fazer um azeite filtrado de um não filtrado é o quão perecível este produto pode ficar. Um azeite não filtrado ele dura aproximadamente de 04 a 06 meses sem perder qualidade. Um azeite que é filtrado é de um ano e meio a dois anos. A matéria orgânica, rancifica por causa da matéria orgânica em suspensão. É a partícula de azeitona suspensa dentro do azeite. A nível de qualidade se eu mandar um azeite filtrado e um não filtrado ele sendo extraído no mesmo dia os parâmetros físico-químicos que isso vai ser analisado pelo laboratório a gente não tem como saber isso fazer uma degustação, por exemplo, aí eu achei esse azeite mais ácido menos ácido a gente não consegue ter essas percepções esse tipo de dado ele tem que ser feito em laboratório. Ela não é uma percepção de degustação. Na degustação o que a gente observa é o frutado verde, a picância e o amargor que são os três predicados de um azeite de oliva extra virgem.”
P8	“Existem estudos e pesquisas que uma decantação traria alguns benefícios para o azeite na questão sensorial dele, mas não fique com problemas de pureza não”.

Antigamente separava-se a água do óleo, apenas por decantação. Hoje existe novas tecnologias. A questão de ser azeite ou não filtrado, reflete diretamente na estabilidade do produto, podendo este (não filtrado) durar menos tempo na garrafa.

6.2.20 Atributos de qualidade/Defeitos/Práticas que influenciam na qualidade

CÓDIGO	OPINIÃO
P1	
P2	“O principal defeito é a oxidação, então gente tem todo cuidado na colheita com isso. A acidez é um parâmetro que a gente não sente no paladar mas a que sabe o quanto é importante tanto para o consumidor que é um dos únicos parâmetros que ele sabe que o azeite extra virgem vai até 0,8 % então a gente busca sempre as mais baixa sempre busca excelência como 0,1%, 0,17% por aí vai.”
P3	“Os defeitos que a gente vai botar no azeite de oliva são os cuidados que tu tens que ter com a oliveira e no processamento. Com a oliva e a azeitona que chegou aqui ela está muito madura ela vai ter um azeite rançoso, se eu bati demais na bateira e se ela passou dos 28 graus centígrados o azeite vai ter aquele gosto de cozido, entendeu. Então, todos esses defeitos ou é culpa do processamento ou é culpa do estado que a azeitona chegou mesmo no LAGAR.”
P4	“O ranço. O efeito da má conservação do azeite. O avinagrado. Estes são os mais perceptíveis, numa análise química pode ter outros defeitos que sensorialmente você não percebe.”
P5	“Dos mais comuns é o ranço. Até um azeite campeão do mundo um dia ele vai ser rançoso, porque o tempo vai passar e o oxigênio vai arrumar uma forma de entrar para dentro dele e o tempo ele vai envelhecendo. É natural. Ele vai perdendo aquela vida. Então, dos defeitos mais comuns é o ranço.”
P6	“Tudo que eu aprendi sobre azeite foi em cima das normas para obter oleícola internacionais. Então, eu preconizo a qualidade do azeite que o COI determinou. Os principais são parâmetros químicos a acidez, no caso do extra virgem já abaixo de 0,8 todos, os nossos azeites nenhum passou do 0,2. O índice de peróxido que também é um indicativo de oxidação sempre teve abaixo de 05, 06 e 08. Um azeite extra virgem não pode ter nota zero em frutado, em amargor e em picância. Se tiver zero em um desses itens ele não é extra virgem, apesar de ter uma acidez 0,01 e ter nota zero em frutado ele não é extra virgem.”
P7	“Os negativos a gente consegue perceber num azeite de baixa qualidade. Os azeites de baixa qualidade eles vão ter um frutado quase inexistente ou pode ter um frutado que ele é ruim. Então ele pode ter frutado que remetem a defeitos no azeite quais são os mais comuns defeitos no azeite primeiro: rançificação, ranço. Outro aquecimento outra borra tem outro se chama feno tem outro se chama metálico, avinagrado. Esses seis que eu acabei de citar são os seis mais comuns em azeites que se lembra. Quando ele apresenta um defeito ele não é mais considerado azeite extra virgem, ele já cai automaticamente para virgem. Se esse defeito por um acaso que apresentou esse azeite ele for muito evidente e na avaliação do degustador profissional de azeites ele pode pontuar mais do que 3.5 dentro da escala de avaliação não ele vai para uma outra terminologia que se

	<p>chama lampante. Este azeite lampante como diz o nome ele é feito para lâmpada impróprio para consumo. Então, a gente se consumir muito vai ter problemas intestinais como diarreia, vômito entre outros problemas. Então ele não é um azeite para ser consumido. Então, cada um desses defeitos pode remeter a várias coisas ou idade que esse azeite está estocado como esse azeite foi estocado: a ele estava pegando sol ele estava no calor e a pessoa abriu esse vasilhame, não consumiu o azeite durante muito tempo. Lembrem que o azeite depois de aberto ele tem ele tem uma oxidação natural desse produto. Então, quando ele é aberto a gente acrescenta o oxigênio e oxigênio ele catalisa, ele aumenta ao mesmo tempo que ele fica nessa situação.”</p>
P8	<p>“Hoje o azeite ele é classificado em extra virgem e virgem e lampante a quantidade de acidez dele que é a quantidade de ácido oleico presente no azeite. Então o extravirgem e o virgem são próprios para o azeite e o lampante não. Os defeitos que aí para o leigo é mais difícil estar sendo identificados e são profissionais treinados que vão ver e sentir defeitos como aromas indesejáveis e gosto indesejável por algum processo de oxidação da azeitona ou mau acondicionamento do azeite ou algum problema no processo de fabricação do azeite.”</p>

Entre os defeitos a serem evitados, portanto seriam o ranço, gosto avinagrado, metálico.

6.2.21 Identificação dos atributos de qualidade

CÓDIGO	OPINIÃO
P1	<p>“Com certeza, os atributos negativos o ranço, o mofo esses atributos com certeza são desagradáveis ao paladar e o consumidor não vai gostar, não vai apreciar o azeite. Isso é fato. O amargor, o frutado e a picância que são atributos positivos que todo produtor quer destacar na produção, quer ter um equilíbrio este amargor entre esta picância e remeter a experiência de frutado todo produtor busca isso com certeza faz com que o consumidor se apaixone goste e aprecie o azeite. De modo geral todos os azeites estão alcançando isso. O que ocorre hoje é o consumidor não saber diferenciar isto. O que eu noto na comissão de frente desta empresa eu recebo muitos elogios: Não sabia que o azeite poderia ter sabor, seja sentir no amargor, seja ter picância, seja em sentir um pouco mais de doce. O consumidor não sabia que até então que poderia sentir isto. Porque? Porque os azeites que se consumiam até então não vinham ou poucos vinham, com estes atributos.”</p>
P2	<p>“Na verdade é o paladar né que vai te dizer se o azeite é bom ou não é sentir o amargor a picância.”</p>
P3	<p>“O azeite oliva ele só pode ter três sabores que é o doce, o amargo e o picante. Isso a gente vai sentir na hora de degustar na boca. Porque aqueles outros aromas que a gente vai sentir florais, frutas herbáceas são tudo aromas que tem o azeite.”</p>
P4	<p>“O que o consumidor mais olha e mais aprecia é a acidez, quanto mais baixa melhor. Apesar de não ser um parâmetro de qualidade. Não deveria ser isto.</p>

	Deveria estar olhando a data de fabricação, a procedência, seria muito mais importante, na minha opinião. Azeite rico em carotenos, azeite amarelo não é ruim. É um ponto de maturação mais avançado. Não atribuo à qualidade nem acidez e nem cor. Se é um azeite de boa qualidade tem que ter baixa acidez, se é colhido cedo. 0,2% de acidez. Não pode ser o único parâmetro de qualidade.”
P5	“Os polifenóis dentro da fruta ele já é um remédio. Ele limpa as coronárias. Tem estudos e pesquisas. Na verdade, a gente não faz não tem como aditivar. Não existe isto no azeite é suco de azeite. Se a tua azeitona for boa vai dar um suco bom se a tua azeitona for podre, for ruim ela vai pegar aquele gosto da mosca que mordeu. Porque o que diferencia isto são os mistérios do <i>terroir</i> . Tem <i>terroir</i> que faz o aroma ser espetacular. É fundamental o processo.”
P6	“Uma azeitona de boa qualidade chegando tranquila ao lagar, é feita uma pré limpeza, muitas vezes nem precisa, quando ela é bem colhida na tela sem contato com o solo se atinge estes itens aí (frutado, amargor e picância). Teve aquele ano, há três anos atrás que as azeitonas estavam todas enrugadas. Muita seca. Foi difícil de extrair este azeite e se perdeu muito azeite. O consumidor não sabe a diferença este é o tema de casa a ser feito pelo setor. Hoje a gente consome azeites de péssima qualidade e nem virgens são, no restaurante é clássico o ranço de azeite velho.”
P7	“O frutado verde, a picância e o amargor que são os três predicados de um azeite de oliva.”
P8	“Alguns atributos bons azeites que são a picância, o frescor e o amargor.”

Atributos positivos eleitos: frutado, amargor e picância.

6.2.22. Envase e etiquetamento e reflexo na qualidade

CÓDIGO	OPINIÃO
P1	“Nós temos a embalagem de vidro escurecido, produzido exclusivo para nós. O vidro é produzido exclusivo para nós. A embalagem que a gente tem é exclusiva. A gente fez ela sob encomenda. A gente desenvolveu e hoje tem uma indústria que produz para gente. Priorizamos o vidro, quanto mais escuro melhor. Isso também vai te refletir na questão econômica. Quanto mais escuro o vidro, maior o custo dele. A gente tem que chegar num equilíbrio financeiro disto. A gente chegou no equilíbrio financeiro para escolher este vidro, esta tonalidade. A gente usa uma tampa, uma tampa aonde que ela vem com lacre, que veda bem e não deixa entrar o ar e também não deixa fazer reposição do azeite. Então, a tampa também é um diferencial. A gente tem um contra rótulo hoje a gente destaca as informações nutricionais e parâmetros químicos que são descobertos através de laboratórios de análises químicas, vai mostrar a acidez, calorias e outros fatores que vão constar no rótulo, seguimos uma norma. A qualidade de vai interferir depois na abertura. Depois de aberto permaneça em local seco refrigerado e longe da luz.”
P2	“O envase e o rótulo são feitos no lagar (...) e lá e eles armazenam nosso azeite em tanque de inox com nitrogênio e a gente não envasa tudo de uma vez a gente envasa por lotes e aí isso conserva melhor do que pegar toda sua

	produção envasar e guardar e deixar no teu depósito com calor que tá fazendo a gente sabe que acaba afetando e é claro a gente engarrafa em vidros escuros para proteger da luz.”
P3	“Sim. Eu processei e eu botei os meus azeites nos tanques, eu tirei oxigênio e botei nitrogênio e botei direto nos tanques então meu azeite está ali armazenado sem oxigênio, sem luz, sem calor. Então, eu estou tentando conservar as qualidades, todos os atributos o máximo de tempo possível eu só vou tirar ele do tanque quando o cliente faz a compra no site, eu embalo manualmente.”
P4	“Nós envasamos o azeite somente mediante pedidos. Manter o azeite no armário ao abrigo da luz e do calor. Nós da indústria a gente tem um tanque de inox que protege da luz e do calor e coloca nitrogênio em cima e um pé direito elevado para manter a temperatura em torno de 19 a 20 graus. Isto garante a questão da temperatura. Pontos de venda, colocar em locais protegidos.”
P5	“Nitrogênio. Primeiro equipamento de alta qualidade para se tirar o mais rápido possível. Tudo que está acontecendo ali está aparecendo oxigênio. Nessa história não tem que ser uma coisa lacrada isso não é ouro. Então, você tem que ter um equipamento de boa qualidade que ele já faça a limpeza da garrafa que você compra garrafa geralmente são importadas que vem em paletes enrolado em saco plástico você não pode abrir aquilo e lavar garrafa por garrafa. Não existe esta possibilidade. Então, você já vai tirando do plástico e vai colocando na esteira automaticamente e já vai andando para a linha de produção. A primeira coisa que acontece é a limpeza ela recebe ela recebe, agarra ela vira de cabeça para baixo e sai um jato de nitrogênio para limpar. Dali vai para o enchimento e colocação do bico que faz a rosca e já sai tapado e nessa operação vai nitrogênio que completa o espaço que tem lá já expulsa o oxigênio. Coloca uma capa e aquecimento para retrain, ficar colado. E já sai na rotuladora totalmente automática, já sai na frente do pessoal que já coloca nas caixas já fecha a caixa.”
P6	“O envase é feito pelo LAGAR parceiro e o etiquetamento fazemos manual.”
P7	“Justamente a gente tem três coisas que degeneram o azeite que são os três grandes perigos para tudo. Dentro da área de armazenamento tem que tentar não expor teu azeite aos três, que eu vou dizer agora, o primeiro é a temperatura. Toda a temperatura acima de 20 graus ela está associada a degeneração dos produtos. Outra coisa, luminosidade. É justamente por isso que azeite de boa qualidade são engarrafados com garrafas temperadas. São garrafas com coloração pode ser coloração âmbar pode ser um tom mais esverdeado de garrafa, mas o fato é que o azeite ele tem que estar de alguma forma protegido da luminosidade. Pode ser garrafa de cerâmica que anda muito bem a gente tem até aqui, inclusive. E a outra coisa, então: temperatura luminosidade e oxigênio, como eu já falei quando eu abro um produto esse azeite quando a gente vai engarrafar ele ali a gente faz um jato de gás nitrogênio na garrafa depois a gente entra com azeite e depois a gente tem o tamponamento que vem o lacre, o dosador e a tampa tudo junto e ele tranca ali no vasilhame. Bom, aquele azeite aquela área entre o azeite e a

	tampa que teoricamente está coberto por ar, que foi retirado esse ar com nitrogênio. Nitrogênio é um gás inerte e o que faz um gás inerte a gente chama que ele é um tamponante. Então, ele faz com que o azeite não fique em contato com oxigênio durante esse período só que quando eu abro a garrafa no exato momento quando eu vou consumir ele em casa eu abro o que que eu agreguei ali o nitrogênio vai sair quem vai entrar vai ser oxigênio e esse oxigênio obviamente com o tempo, tem gente bota o prazo de 20 dias, tem alguns produtores que botam até um mês, ele vai rançificando esse azeite. Isso é um processo natural. Lembre que o azeite ele é o suco da azeitona ele não tem nenhum estabilizante que a gente bota químico para segurar ou breçar é esse processo oxidativo que é natural deste produto..”
P8	“Quando a gente sair do tanque de inox ou sair do filtro diretamente para garrafa vai ter um tipo de garrafa que já própria para o azeite que é um casco escuro e os inimigos do azeite são o calor o oxigênio e principalmente e a luz. Então a gente vai ter que vai envazar esse azeite ele tem que ficar lacrado, ele tem que ficar totalmente fora do alcance do oxigênio tem que ser bem tampadinho e ser guardado num ambiente fresco e escuro de preferência. E que seja consumido o mais breve possível porque o azeite ao contrário do vinho quanto mais cedo ele for consumido mais fresco ele será.”

O azeite é envasado e rotulado no Lagar, armazenado sem oxigênio, sem luz, sem calor para conservar as qualidades.

6.2.23 Conhecimento das normas pelo produtor

CÓDIGO	OPINIÃO
P1	“Sim, recebe, mas não é uma coisa que vem notificado. É voluntariamente.”
P2	“Nós somos associados ao IBRAOLIVA que tem muita troca de informação. Tem muita troca de experiências e nós temos bastante assessoria, daí já é mais na parte técnica do que da qualidade do azeite da Emater e Embrapa o Mapa também é sempre disponível. A gente tem bastante apoio.”
P3	“Sim, inclusive o COI aqui no Brasil, a gente não precisa obedecer a regulamentação do COI porque ainda não estamos. Eu levei um azeite de oliva meu para Espanha para ser analisado pelos laboratórios do COI, porque eu acho que faz falta aqui para nós hoje. Hoje é obrigatória para nós só análise físico químico. O COI tem análise físico químico com padrões menores até que o nosso é análise sensorial. E nós tivemos o reconhecimento mesmo reconhecido nosso Koroneiki é um azeite extra virgem reconhecido com acidez bem baixa com peróxido dentro do padrão exigido e na análise sensorial é um azeite equilibrado, perfeitamente.”
P4	“A gente está a par da legislação. Temos o apoio do SEBRAE que dá curso na área de gestão das empresas. Das indústrias. Governo do Estado tem programa e tem ações, mas não tem oferta significativa ao negócio da olivicultura. Nós aqui da região temos problema de logística. Tem muita

	gente com azeite estocado com problema de comercialização. Falta alguém para coordenar isto. Ninguém das instituições e nem o governo. Nós produtores por conta própria, nós pecamos muito nesta área de comercialização. Com exceção dos megaempresários. A maioria do pessoal tem dificuldade de vender. Porque é um produto caro, é um produto de qualidade, mas não é um produto muito barato. ”
P5	“O pessoal do Governo gosta de lançar programas e depois ninguém vai te procurar.”
P6	“Se eu fosse resolver plantar oliveira e não soubesse nada eu teria dificuldades para fazer um bom trabalho só com os órgãos que tem aí.”
P7	“Sobre assistência do MAPA, Associações de classe como IBRAOLIVA, a gente tem contato. Todo esse conjunto de estrutura é o que vai combinar com a olivicultura ou ela vai dar muito certo essa cultura aqui no Brasil ou ela vai acabar sendo extinta. Assistência técnica eu acho que a gente ainda é muito carente aqui no Brasil e como eu falei antes a gente precisa pessoas específicas nessa cultura e tem algumas pessoas que estão trabalhando e estão trabalhando com qualidade. A respeito do IBRAOLIVA ele é uma associação que estão vinculados todos os olivicultores brasileiros é uma entidade que serve e serve muito para gente como a questão de visibilidade por uma questão de preconizar alguns de azeites brasileiros, um azeite fresco de ótima qualidade dentro da parte mais estrutural MAPA, Secretaria de Agricultura todo esse eixo eu acho que eu vejo sim um auxílio em algumas propriedades, mas acho mais importante esse eixo de fiscalização.”
P8	“Por enquanto a gente não está recebendo nada. A gente está buscando e se informando. Estamos buscando informações nesse meio. É nossa primeira safra. Estamos instalando a empresa juridicamente. A gente tentou fazer um empreendimento particular não buscando muito apoio de financiamentos. Mas, eu trabalho alguns anos com uva já no meio rural então a gente sabe que existe um apoio financiamento relativamente fácil para agricultura. O equipamento industrial foi financiado pelo crédito rural. Não são difíceis de conseguir custeio agrícola e implementos não são difíceis de conseguir a gente recebe bastante apoio nesse sentido.”

Os produtores conhecem as normas, entretanto a iniciativa é dos mesmos em buscar informações.

6.2.24 Cor do azeite e relação com a qualidade

CÓDIGO	OPINIÃO
P1	“O ideal seria conseguir manter uma cor de azeite do momento da extração dele. Ele saiu um verde, verde água, muito mais bonito, muito mais vistoso, ele é diferente do que chega no consumidor daqui 2 ou 3 meses ele tem um mais amarelado normal isso acontece. É normal do azeite. É a função química dele. Chega numa cor mais amarelada, isto é o normal

	dele. Acredito que sim, em parte, se conseguisse manter a cor mais puxada para a fruta, remeter mais a cor da azeitona, isto seria o ideal. Mas, como é que o processo normal dele passar mais para o amarelo dourado não vai te interferir na qualidade não. Se conseguisse envasar na cor da extração seria mais bonito. Esteticamente seria mais bonito.”
P2	“A cor não influencia, porque nas análises sensoriais tu vai ver que sempre em copinho azul para não influenciar, tipo assim tu vai ver uma noite mais verde achar que ele é melhor um qualquer coisa do tipo então nos cursos que a gente fez sempre falaram que a cor não é parâmetro de qualidade.”
P3	“A cor a gente não dá tanta bola assim na análise tanto que se usa um copinho azul para analisar porque a cor não seria tão importante assim.”
P4	“Não é parâmetro de qualidade.”
P5	“A cor não deve ser levada em consideração nunca. Por isso que nos concursos internacionais são com os copinhos azuis, tiram totalmente a cor. Pode olhar por cima você não vê. Os azeites mais esverdeados você acha que é melhor. Não tem nada que ver. A cor não interfere.”
P6	“A importância da cor é zero. Tanto que o copinho de provar é escuro para a gente não ver a cor e não influenciar.”
P7	“A cor do azeite a gente sabe que não é um padrão de qualidade existem máquinas que podem fazer essa diferença entre coloração posso botar a cor que eu quero. Ela não é um parâmetro de qualidade, obviamente que azeites que tem uma tonalidade um pouco mais verde remete ao consumidor talvez um pouco mais de frescor ou um azeite um pouco mais forte, mas isso é um erro. É justamente por isso que a gente faz as degustações com copos que são pigmentados. Mas, a maioria desses copos são azuis e a gente não consegue perceber a coloração que tem o azeite, seria muito mais verde, seria amarelo ou amarelo esverdeado e assim vai.”
P8	“A questão da cor não importa. A cor o que vai determinar a cor do azeite vai ser a variedade de azeitona. A maturação dela, a intensidade da maturação dela, e talvez o <i>terroir</i> , mas a cor não. Tanto é que quando a gente faz a degustação do azeite a gente faz um copinho num copinho azul. Diferente do vinho. Porque a cor não importa, ele pode ser amarelo intenso a cor não importa.”

A cor do azeite não importa, por si só, na qualidade.

6.2.25 Influência do sabor na qualidade do azeite de oliva extravirgem

CÓDIGO	OPINIÃO
P1	“Sabor entre amargor e entre picância sim influencia na qualidade. Quanto mais amargor e quanto mais picância mais está te demonstrando que tens uma fruta sã. Não tem uma fruta deteriorada e machucada. Equilíbrio entre amargor, entre picância e entre picância, quanto mais o consumidor ressaltar isso num azeite quer dizer que a tua fruta era sã.”

P2	“E o sabor eu um prezo muito pelo amargo e o picante no azeite sabe. Então, para mim assim é uma das principais características sensoriais do azeite no produto mesmo.”
P3	“O azeite de oliva só tem que estar com estes três sabores: doce, amargo e picante. O resto são aromas e aí que tu vais ver os atributos ou não do azeite de oliva nesse momento. “
P4	“ Quem consome um azeite gaúcho nunca mais esquece porque é diferente. Ter um monovarietal ou uma mistura (blend)”
P5	“Sabor é tudo. Você tem que aprender. Você não tem capacidade de falar que esse azeite é bom ou mal se você não estudar azeite.”
P6	“O sabor sim, é fundamental que tenha, no mínimo, um toque de frutado. Quanto mais frutado o azeite. Quando a azeitona é mais madura, mais preta ela tem menos clorofila. Usamos a tabela de Jaem* para colheita entre a verde e a preta.”
P7	<p>“A parte do sabor do azeite essa avaliação de degustação que a gente faz é uma avaliação que ela tem por basicamente três fundamentos: a gente precisa de um azeite para ele ser considerado extra virgem ele ter um frutado, ter ausência de qualquer defeito dentro deste azeite e ter picante amargor e isso é que vai determinar realmente esses painéis de degustação se o azeite é um azeite extra virgem, virgem ou lampante. Então, é esses critérios de degustação que devem ser, tem que se abranger, ter dentro da degustação.</p> <p>Geralmente, esses painéis de degustação existem avaliação de cada um do que deu a numeração de frutado quanto que deu de picância, quanto de amargor e conforme isso a gente classifica o azeite entre suave, médio ou intenso ou se ele apresentar algum problema, como rancificação, aquecimento, borra, avinagrado, metálico entre outros problemas. Ele pode mesmo que apresente um pouco problema ele cai de patamar e vai para o azeite virgem. Se esse problema que já apresentou um azeite virgem ele ou ultrapassar 3.5 na avaliação do negociador profissional ele azeite ele não é mais considerado virgem ele ainda cai de patamar e vai para um produto que a gente chama de lampante e esse produto é impróprio para consumo tá, ele para ser consumido ele deve ser industrializado tá e refinado de novo, refinado e desaborizado e isso geralmente são os produtos que eles usam para fazer a engorda do azeite extra virgem. Então, eles vendem azeites que são uma mistura entre extra virgem com óleo de oliva desaborizado. Além do pessoal utilizar óleo de soja canola, girassol, milho entre outros para fazer essa diluição e vender produto de baixa qualidade.”</p>
P8	“O gosto é tudo no azeite, principalmente porque a gente pensa, tenta pensar, com a cabeça do consumidor e a gente trabalha um pouco com uva e vinhos há alguns anos. Aquela degustação profissional que a gente faz isso é para nós, o consumidor pega a garrafa de vinho e bebe, ele não cheira o vinho, aquela primeira sensação é através do gosto. Ele prova um produto e diz: eu gostei eu não gostei. Então a gente acredita que no azeite seja mais ou menos isso também que vai acontecer.”

* Tabela de Jaén-Método da Estação de Olivicultura e Elaiotecnia de Jaen, que classifica as azeitonas de acordo com a seguinte escala de cores (RAMALHEIRO, 2009)

Neste quadro observa-se que o sabor é fundamental, devendo refletir o frutado, amargor e picância mostrando os atributos de qualidade do azeite.

6.2.26 Influência da variedade na qualidade do azeite de oliva extravirgem

CÓDIGO	OPINIÃO
P1	“Cada variedade tem o seu aspecto. Arbequina, arbosana, picual e koroneiki se deram bem no solo brasileiro.”
P2	“As características sensoriais da koroneiki é mais amarga e picante é mais intenso a picual e a koratina também são azeites mais intensos a arbequiba ela já é mais suave e a arbosana também. Eu diria que as mais suaves são a arbosana e a arbequina e depois vem koroneiki e picual é super intensa. Outra coisa que muda também bastante a questão do rendimento do fruto né a koroneiki tem um rendimento menor que é o fruto menor.”
P3	“As mais são essas que todo mundo está usando que é a Arbequina, a Frontoio, a Picual, a Koroneiki, a Arbosana, a Coratina. Tem alguns que tão com outras variedades, mas estão tendo resposta muito boa, estão trocando, mas quase todo mundo estão com as mesmas variedades.”
P4	“Incentivou-se a plantar Arbosana no início e muita gente plantou, claro, no início muita gente plantou. Muitas morreram e se procura para repor e não tem mais muda. Se perde material genético. As cultivares tem que estar em todas as regiões. Não podemos condenar nenhuma cultivar porque as cultivares tem que ser testadas em todos os locais. Nas zonas bem drenadas. Mal drenadas nenhuma vai dar certo. Koroneiki se deu bem no solo brasileiro. Azeite estável num bom rendimento na indústria.”
P5	“Arbequina, Koroneiki, Coratina e picual estas quatro se deram bem no solo brasileiro. A Fratoio, italiana um pouco tardia azeitonas enormes com um sabor fabuloso.”
P6	“A variedade que se deu melhor no solo brasileiro foi a koroneiki. A Koroneiki é precoce, rústica e produtiva. É resistente a maior parte das doenças.”
P7	“Cada variedade ela vai dar um aspecto diferente para azeite. Algumas variedades são de blends mais suaves, algumas outras variedades são de blends médios ou outras mais intensas e isso vai alterar a nossa graduação de frutado a nossa graduação de picância e de amargor o que vai a gente vai poder diferenciar qual é o patamar que esse azeite foi extraído aonde ele entra ou frutado suave, o frutado médio e o frutado intenso. A respeito das variedades que deram bem no brasil a gente tem várias depende de cada uma das regiões aqui dentro da propriedade foram a arbequina, arbosana, grapola, ascolana, B21, a galega e a koroneiki. Toda essa gente tem uma boa produção e um azeite de extraordinária qualidade. Mas, tem algumas outras regiões como a da fronteira que consegue ter, por exemplo, picual, grapulo, frontoio que são variedades que aqui na região metropolitana não se adaptaram. Mas, basicamente o que eu vejo aqui no estado são essas que eu acabei de citar. Essas são as principais. Poderia se acrescentar, talvez, maçanilha e coratina. Então dentre essas que eu comentei.”
P8	“As variedades, como já foi citado, tem algumas qualidades sabor mais intenso tem outras sabor menos intenso. Eu acho assim que a gente tem que fazer vários

	<p>azeites para que o consumidor tenha acesso aquele azeite que ele que ele gostou. Não podemos entrar no mercado com produto só. Assim como vinho, tem quem não gosta do cabernet. Então azeite a mesma coisa, temos que fazer alguns menos intensos ou mais intenso para agradar o consumidor e fazer aquela política de educação. Inicialmente a EMBRAPA pesquisou quais são as variedades que estão se adaptando melhor aqui no Brasil, então a gente já tem que partir deste princípio. A Arbequina e a koroneiki são duas que não tem erro. Tive um problema com a koroneiki, pois aqui é muito frio e morreram. Pelo desenvolvimento das plantas, a gente acredita que a Galega vai produzir muito bem. A Frantoio se desenvolve muito bem também. A Coratina está patinando um pouquinho, vamos ver como vai se adaptar”.</p>
--	---

Cada variedade tem sua característica própria, colhida no seu ponto de maturação ótimo, e tendo o processo de extração adequado refletirá no sabor próprio de azeite extra virgem, ou seja, apresentando os atributos positivos da fruta.

6.2.27 Produtos orgânicos e qualidade

CÓDIGO	OPINIÃO
P1	“Orgânico. Reflete sim. Orgânico para fornecer um produto orgânico para o consumidor tem que ter certificado e passar por um processo de certificação. Então é diferente. O pessoal que me consulta e o azeite de vocês é orgânico? Eu não posso dizer que ele é orgânico. A gente trabalha com menos produtos possíveis, mas as pragas que afetam as oliveiras são pragas que afetam são pragas que afetam outras culturas. A gente tem que trabalhar com defensivos e aplicações preventivas e quem vai ditar estas aplicações são os fatores climáticos.”
P2	“Nós não somos orgânicos. Para nós não é possível. Olha no tanto de correção que ele tem que fazer temos que fazer no solo no tanto de adubação para garantir a qualidade eu acredito que influencia. Porque a gente faz correções para ficar melhor o azeite.”
P3	“Então, eu acho que agrega valor financeiro e qualidade lógico. Nós temos no outro campo, uma parte que é uma propriedade pequena, que tá separada do resto, 60 ha na área maior, e tem 2 ha, a gente chama de chacinha, que é uma área pequena e afastada e lá a gente tá começando com manejo orgânico, porque a gente quer ver, quer experimentar para ver os resultados e depois transferir para todas as propriedades.”
P4	“As zonas mal drenadas não dá certo”.
P5	“Nossos olivais nós estamos tentando transformar em biológicos. Estamos começando a cortar todos os químicos. Você tem que ter diferenciais. Não sei se vai interferir na qualidade. Não sei. Vai ter modificações por lugar <i>terroir</i> . Se você não comete erros vai ter qualidade.”
P6	“Eu acho difícil que reflita na qualidade. Nós já temos hoje os tratamentos culturais e fitossanitários de difícil controle. Ir para o orgânico e manter a qualidade de uma fruta são difíceis. Só conheci orgânico em Portugal. Tem azeites de excelentes

	qualidades não orgânicos. A sugestão é de usar, que temos na propriedade é a produção integrada.”
P7	“A respeito do selo orgânico ele é sim eu acho que é uma coisa mais a ver com a questão de sustentabilidade não sei se ele reflete diretamente na qualidade do azeite porque eu já provei azeites orgânicos que são muito ruins e já provei azeites orgânicos que são bons. Então, eu vejo o selo com mais um critério de sustentabilidade do que propriamente de qualidade de azeite.”
P8	“Eu acho que seria muito importante a nível de consumidor ter um olival orgânico. O consumidor extra que já busca este produto, mas eu acho que por enquanto estamos com uma dificuldade imensa de encontrar técnicos agrônomos. Eles estão tentando decifrar a oliveira, porque nós criamos um problema para oliveira nós tiramos ela lá do mediterrâneo e trouxemos ela para cá. Nós criamos um problemão para ela. Então, nós temos que readaptar ela aqui. Então, o quanto antes a gente fizer esse percurso melhor. Eu acho que depois a gente pode partir para um segundo passo que seria conseguir azeitona orgânica, na minha opinião.”

Existe uma relação entre produto orgânico e qualidade.

6.2.28 Marca e reflexo na qualidade

CÓDIGO	OPINIÃO
P1	“Com certeza. Qualquer produto, além do azeite o produto em si ele pode ter qualidade e pode ter todos os atributos, mas existe nicho de mercado e existe diferenças de estabelecimento existe poderes aquisitivos diferentes, isto são nichos de mercado que as marcas vão procurar ao longo do tempo. A nossa marca ela sempre tentou oferecer além da qualidade do extra virgem tentou fazer um trabalho diferenciado em apresentação.”
P2	“Todo o cuidado com qualidade, pois reflete diretamente. Busca-se excelência.”
P3	“A gente está fazendo um trabalho bem grande em redes sociais onde a gente procura transmitir como que a gente trabalha, tudo que a gente faz, como que é feito o processamento, todo o cuidado que se tem para que a gente, como nós somos uma empresa nova, crie uma credibilidade no mercado.”
P4	“A gente busca isso. A gente começou há 03 anos atrás sempre primamos pela qualidade, ter um produto diferenciado. Colher azeitona mais verde em detrimento do rendimento para ter um produto de alta qualidade. O nosso azeite quem consome sabe que é de qualidade.”
P5	“A marca primeiro para você fazer uma marca você precisa de 100 anos e para fazer uma marca você tem que ter um produto bom. Então, se você não tiver produto bom você nunca vai fazer tua marca.”
P6	“A marca é fundamental.”
P7	“Uma marca que tem um produto de qualidade faz um trabalho diferenciado e apresenta padrões de qualidade mais elevada é uma marca que vai ser lembrada.”

	O consumidor vai querer provar esse azeite, vai querer consumir sabendo que é um produto feito de um dentro dos melhores critérios de qualidade e com todo o carinho que deve ser para um produto tão elitizado que é o azeite.”
P8	“Nós fizemos essa marca com pessoal especializado e eles acreditam que isso é muito importante para o marketing. Eu acho assim a marca em si não é importante para a qualidade. O importante é o que está dentro da garrafa acho que isto a gente não pode pecar. O rótulo, o nome quem faz é o produto que está dentro.”

Para os produtores a qualidade do produto reflete na marca.

6.2.29 Influência da embalagem e qualidade

CÓDIGO	OPINIÃO
P1	“A garrafa é especialmente produzida para nós, o rótulo e contrarrótulo. A tampa é uma tampa com um bocal diferente, não é um padrão. É muito usada na Europa, Espanha, Itália e Portugal e no Brasil não era e isto ajuda muito. Acredito que é uma construção de marca e que vai agregar valor ao produto. A gente não escolhe para quem vender, mas diferencia na gôndola.”
P2	“Todos os fatores que oxidam o azeite que é contato com oxigênio contato com luz e contato com relação de temperatura a gente busca eliminar com a garrafa escura e com depósito climatizado, com nitrogênio dentro do tanque e envase por lotes, não tudo de uma vez.”
P3	“A gente fica preso isto a quadradinha ou a redondinha, tem algumas um pouco diferentes que também são importadas. Neste segmento a gente tem uma concorrência muito grande de fornecedores, de mão de obra, de produtos específicos.”
P4	“Importante, em razão da questão da luminosidade.”
P5	Não respondeu.
P6	“O importante é que ele seja escuro. Isso é importante porque é um dos fatores que aumentam a velocidade da degradação do azeite. O vidro vende também pela beleza.”
P7	“Sobre a cor da embalagem a gente aqui dentro da propriedade a gente usa basicamente embalagem de cerâmica e de vidro obviamente que a qualidade é das mais importantes por uma questão de não deixar, por exemplo, no caso da cerâmica é um vasilhame térmico que deixa o azeite 100% no escuro. Então, a gente não tem essa intervenção de luminosidade fazendo com que a gente tem a perda de qualidade do azeite e quando se opta por utilizar vidro que seja um vidro temperado ou verde ou outras colorações, mas nunca o vidro transparente porque como eu falei uma das coisas que degenera o azeite é a questão de luminosidade.”
P8	“A garrafa vai ter um tipo de garrafa que já própria para o azeite que é um casco escuro, pois os inimigos do azeite são o calor o oxigênio principalmente a luz.”

A embalagem deve ser adequada, aquela garrafa de casco escuro para proteção do azeite de oliva dos fatores oxidantes.

6.2.30 Indicação geográfica e qualidade

CÓDIGO	OPINIÃO
P1	“Sim, com certeza, tanto que a gente vinha pesquisando áreas na região serrana do RS e partimos para a região sul. E daí entra os estudos da EMBRAPA, que afirma que região mais propícia para o plantio de oliveiras é aqui. A maior quantidade de produtores é aqui da região. É uma região mais favorável para o cultivo da oliveira.”
P2	“Eu acredito que a nossa região é privilegiada. Os concursos mostram e os feedbacks dos especialistas também que o <i>terroir</i> é diferenciado.”
P3	“A gente veio em busca disso. Então, procuramos o <i>terroir</i> dessa região para sabendo e apostando que pelo menos isso dava certo.”
P4	“Acho que é a percepção da qualidade. É tu saber que uma carne da pampa, sabe que é qualidade. Como é um sapato italiano, tu associas a região com a qualidade daquele produto. As condições do <i>terroir</i> influencia diretamente na qualidade do produto. Assim é com o vinho, assim é com o queijo e assim é com o azeite, certamente.”
P5	“Vai ter modificações por lugar - <i>terroir</i> .”
P6	“Então isso é um trabalho que nós vamos ter para o futuro. Em algum momento a gente vai precisar se diferenciar. Faz sentido porque vai agregar valor ao nosso produto.”
P7	“A respeito da questão da topografia do local onde é plantado, sim, interfere diretamente no azeite isso a gente chama de <i>terroir</i> lá onde é plantado, onde é produzida essas azeitonas e cada uma das áreas ela vai ter um microclima, uma característica de solo de mineral diferente e isso obviamente vai remeter numa produção e numa qualidade superior do azeite extraído. Então, cada uma das áreas dependendo a área em que for implantado esse pomar e como é manejado a gente vai ter qualidade maior ou menor qualidade no produto final.”
P8	“Sim, isto já está provado que cada terreno tem o seu microclima o seu clima próprio, o solo é diferente do outro, o meu e o do meu vizinho são diferentes. Isso já está provado que influencia diretamente na qualidade no gosto do azeite, reflete na azeitona e conseqüentemente no azeite. O meu terreno é mais quente se ele está em cima de uma colina ele é mais quente mais insolação, menos insolação. O solo dependente do tipo do solo se ele é arenoso se ele é menos arenoso tudo isso aí. Os elementos que tem no solo, a quantidade de minerais que existem no solo isso vai tudo isso aí vai para dentro da garrafa.”

As características do solo irão marcar o produto, diferenciar e refletir em qualidade.

6.2.31 Fator logístico e reflexo na qualidade

CÓDIGO	OPINIÃO
--------	---------

P1	“Existe, tanto que os produtores através dos próprios sites, do blog ou Instagram de cada produtor que trabalhou o seu produto e se mantém do marketing sempre trabalhou muito forte com a questão do tempo com que o azeite chega no consumidor. O principal diferencial entre um azeite nacional gaúcho, ou seja, do interior do estado, é o tempo de colheita, processamento e o tempo que ele chega no consumidor. Então, se bateu muito na tecla do diferencial do azeite nacional e importado que é o tempo que ele chega no consumidor. O azeite hoje que está disponível para venda, nosso, que tem em alguma loja, com certeza, é da safra 2021, produzido em abril, março de 2021 então ele não tem doze meses é um azeite considerado ainda jovem. E aí é um diferencial do importado. Ele não leva um mês para vir da Espanha, tanto que eles antecipam a safra deles, eles colhem em novembro e dezembro este azeite não vai chegar este ano e vai chegar no Brasil em 2022, esta logística de tempo de chegar no consumidor para nós é mais importante.”
P2	“Cuidados que a gente comentou para manter o azeite protegido.”
P3	Não comercializa em rede.
P4	“Nós entramos no mercado com uma linha mais comercial, nós temos um azeite mais top que não é o objetivo vender no supermercado, vendemos em empório e lojas especializadas. E temos um azeite mais comercial, como nós temos aquela parcela do produtor que traz azeitona e nós extraímos e nos paga com um percentual. Este azeite misturado com todos os outros vira um azeite comercial, vai para análise é extra virgem, mas é um azeite que eu não tenho controle de tudo, do manejo, do ponto da colheita, da variedade. É extra virgem na análise química, mas não é meu o top. Este azeite vai para o mercado. O volume de venda também é baixo no mercado. São duas marcas diferentes”
P5	“A nossa garrafa está lacrada e escura para não receber a claridade. Vai ficar quanto tempo numa gôndola no ar condicionado, tem ou não tem ar condicionado? Você já perde o controle, pois você já é o produto final. Chegou o transporte para levar ao mercado, e ninguém presta uma consultoria ao supermercado porque eles não querem saber, eles são muito maiores que a gente.”
P6	“Nossa venda é pela internet, feira e loja especializada. Isto foge um pouco do nosso alcance, mas a gente orienta o comerciante para não fazer um estoque muito grande e conservar estes produtos quando estiver nas caixas em lugares frescos e abrigados da luz e nas gôndolas colocar o que sai rapidamente, pois hoje a iluminação é cada vez mais forte. Mas, isto só a nível de orientação. Restaurante a gente não faz questão de vender, porque é o pior lugar de oferecer o nosso azeite, porque o pessoal usa o azeite e deixa aberto e fica rançoso.”
P7	“A respeito do azeite fresco as orientações e quando o azeite é filtrado tu podes fazer o consumo desse azeite até a um ano e meio sem perder qualidade como azeite de qualidade superior e quando ele não é filtrado aí esse tempo se diminui. Aqui a gente bota geralmente entre 4 a no máximo 6 meses, justamente por causa dessa matéria orgânica que ela cai que é resíduo de polpa misturado no azeite, de polpa de azeitona, no caso e ela catalisa o processo de rancificação.”
P8	“A questão logística é muito importante. A questão do azeite em si desde que

	<p>ele seja bem conservado. Tem que ser guardado bem conservado até a comercialização. O nosso produto não interessa se está sendo vendido aqui no nosso lagar ou em uma loja em São Paulo a gente quer que ele seja um azeite fresco sem defeitos. Então, claro, que cabe a nós orientar esse posto de venda esse produto seja armazenado na forma própria. Que faça a venda o mais breve possível e dentro das normas que a gente especificar para ele.”</p>
--	--

As preocupações da maioria dos produtores com a conservação do produto estão limitadas até a venda, por ora.

6.2.32 Tecnologia e reflexo na qualidade

CÓDIGO	OPINIÃO
P1	<p>“Na realidade como a olivicultura está crescendo no Brasil, está muito forte, e as próprias indústrias que desenvolvem equipamentos para outras culturas e começa a olhar para a olivicultura e já começam a desenvolver aparelhos para extração de azeite ou outro tipo de equipamento. Então, vão nos pomares ver funcionamento da colheita, processamento para melhorar suas máquinas e escutar as demandas dos produtores e fazer melhorias. Um exemplo disso, depois vou te levar lá na fábrica a gente vai olhar, nós temos uma máquina nova instalada em 2021, de um ano de uso, é uma máquina que ela foi construída há dois anos atrás e hoje se for comprar a máquina do mesmo modelo e do mesmo padrão ela já tem diferenciais. A nossa máquina não faz a separação do caroço e do bagaço. O caroço ele tem o poder calorífico alto pode usar ele como fonte de energia, pode usar ele para queima e o bagaço para usar para insumo para alimentação animal, tem pesquisa hoje sobre isto hoje. A nossa máquina hoje não faz isso. Então, a gente tem que buscar e agora já está vendo como é que vai fazer para, futuramente, adaptar o nosso maquinário ou a gente buscar uma máquina que consiga dar continuidade, para fazer o processo de separação.”</p>
P2	Não respondeu.
P3	<p>“Sim, eles (a indústria brasileira) estão fazendo um produto muito bom está dando um resultado muito bom. A gente está conseguindo tirar um produto de qualidade do equipamento deles. Nós optamos pela indústria brasileira e outros tem o equipamento importado e reclamaram da Assistência técnica.”</p>
P4	<p>“A indústria nacional é muito moderna. Algumas tecnologias que são introduzidas. A retirada do caroço antes de chegar no moinho, tecnologia que entrou a pouco tempo. Tudo isto consegue melhorar a qualidade do azeite. A forma de colher, tem que ter uma colheita mais rápida, para acabar num momento ótimo. O segredo da colheita é colher rápido. Se eu colher rápido melhora a qualidade do azeite. Então, a tecnologia das máquinas para o campo tem que ter para ser viável economicamente. Hoje eu vejo muito mais isto, que a tecnologia aplicada no campo é que vai refletir na qualidade da indústria do azeite.”</p>
P5	“Temos toda a tecnologia Perialisi, indústria italiana.”

P6	Não tem lugar.
P7	“A respeito de maquinário de especificamente de extratoras para fazer a extração a gente tem aqui no Brasil, basicamente, três possibilidades a gente tem a Perialise, a gente tem a More e a gente tem a FAST. A Perialise e More são empresas italianas que vão fazer que a gente tenha que importar, trazer de fora e acaba tendo um custo um pouco mais elevado e uma outro problema é questão de peças de reposição e manutenção dos equipamentos.”
P8	“A gente está sempre buscando tecnologias novas e de cada vez melhor e principalmente eu acho que toda a cadeia de produção desde que saia da oliveira e chegue no Lagar o mais rápido possível e que este azeite seja processado uma maneira mais rápida e com a temperatura mais baixa possível com maquinário mais moderno e sempre vão surgindo coisas novas e passos novos, detalhes, e a gente vai acrescentando para que este azeite fique cada vez melhor.”

A indústria brasileira desenvolveu um projeto de máquina com tecnologia inteiramente nacional, baseada na italiana, inclusive oferece a manutenção de forma eficiente.

6.2.33 Avaliação de qualidade na ótica dos produtores

CÓDIGO	OPINIÃO
P1	“Desde a primeira extração nossa e de outros produtores o primeiro passo que tiveram eram enviar o teu azeite para concurso e ver a nota que tu vais receber. Estes concursos te dando medalhas já está te atestando que tens um azeite de qualidade superior. Teu azeite se destacou lá fora onde existe um painel série e idôneo de certificação de azeite, teu azeite é extra virgem e não tem defeitos. Ganhando a premiação já tens o primeiro passo que estás no caminho certo. Então, a gente testa via concursos, via parâmetros químicos e depois enviando para <i>sommelier</i> de azeites. Envia para este pessoal fazer uma avaliação para a gente também.”
P2	“Eu acredito que todo por enquanto os brasileiros que estão produzindo aqui estão buscando pela qualidade extrema do produto talvez mais para frente venham abrir mão de qualidade, venha a ter segunda linha e terceira linha, ainda acredito que seja a qualidade que todo mundo preza e como a gente comentou a gente preza desde o início pela qualidade a gente abre mão de quantidade por qualidade com todos os cuidados que a gente comentou que é durante a colheita que é durante os períodos de adubação que a gente sabe quão essencial são para fazer produzir bem e com qualidade. E a qualidade é medida por análise química e sensorial mesmo que daí são os parâmetros como acidez, peróxidos, delta, delta K.”
P3	“Nós os produtores aqui estamos preocupados em fazer um produto de valor agregado e de alta qualidade. Então, está se buscando fazer tudo certinho e tudo dentro do padrão, o mais correto possível. O que vai comprometer a minha qualidade é a colheita, é o cultivo, é o transporte e como vai chegar a azeitona

	aqui.”
P4	“Então, o azeite extraído é formado de lotes, cada tanque é um lote. Lotes a gente faz por tanque. Só se tiver dois tanques da mesma variedade e da mesma época formam os dois o mesmo lote. Lote de mil até dois mil litros cada lote, este lote é enviado ao laboratório, amostras, que em cima da legislação será fornecido um laudo que vai testar a qualidade do azeite. Quimicamente falando. Então este azeite será classificado nas diversas categorias de azeite. Isso é o que a legislação determina.”
P5	“Para você se equilibrar e saber o que você está produzindo tem que participar de concursos. Tem que se comprar com o que está sendo feito no mundo. A sequência é buscar os 100 pontos.”
P6	“Vai fazer um reconhecimento de uma linha de produto que estão baseadas nas regras que um grupo de produtores definiram que são superiores, inclusive, aos padrões do COI. Se o consumidor não sabe o que é um frutado, um índice de peróxido ele não vai dar importância para isto. Então se for acompanhado de uma campanha importante será válido, mas só lançar por lançar só para dizer que é premium pouco vai adiantar.”
P7	“A respeito dos produtos Premium que é uma certificação que agora está se passando ali, o pessoal da IBRAOLIVA eu acho superinteressante porque quem faz azeite de boa qualidade extra virgem de verdade vão estar sendo reconhecidos ali de uma forma ou outra vão poder ter esse selo como uma garantia de qualidade de produto. A única preocupação que se pode causar é para produtores que produzem azeite de baixa qualidade. Acho que é interessante para gente ter um nivelamento de qualidade a nível de mercado e as pessoas saberem o que é um produto de boa qualidade ou de média e um de péssima qualidade.”
P8	“A questão é produzir um fruto sadio e de boa qualidade que seja transportado de uma maneira mais rápida possível com refrigeração chegar no lugar o mais breve possível, da forma mais sadia possível e daí em diante ser processado com baixa temperatura, com equipamento moderno e seguir todos os passos e depois, pós lagar, na comercialização a questão da conservação do produto.”

A avaliação do azeite é química e sensorial. A produção de um fruto sadio e de boa qualidade, com rápida extração em lugar próprio ou terceirizado com equipamentos modernos e cuidados especiais para comercialização garante a mínima qualidade do produto.

6.2.34 Aspectos determinantes de qualidade para a produção do azeite de oliva de elevado valor agregado

CÓDIGO	OPINIÃO
P1	“Os aspectos determinantes para uma boa produção de azeite é a sanidade da fruta.”
P2	“É a colheita. É o cuidado durante a colheita e no processamento, porque tu podes entregar um fruto bom e o metre de lagar deixar ele ruim, aquecer

	demais a pasta, bater demais. Ele não consegue fazer milagre se tu entregar o fruto ruim e ele fazer um azeite bom. Então acredito que esses dois processos são delicados. Eu acho que assim todo o processo do azeite é muito delicado e tem que ser muito cuidadoso. É uma arte produzir um azeite bom.”
P3	“Não só o processamento a gente precisa receber fruta boa. A fruta saudável.”
P4	“Nós fazemos o trabalho de campo, colhemos no momento certo, todo o tratamento fitossanitário para a azeitona chegar saudável no momento da colheita durante o ano todo e fazer o processo adequado na temperatura adequada no tempo adequado buscando preservar este azeite.”
P5	“Premiação”.
P6	“Tudo vai refletir na qualidade do produto, desde de uma cultura bem implantada, usando plantas com um bom potencial produtivo, você precisa ter um manejo fitossanitário muito bem feito não só para garantir a qualidade futura da fruta, mas também o lado econômico, porque tem que ter um custo aceitável. Irá obter umas oliveiras de qualidade e um azeite também. Por fim, na guarda do azeite até ser vendido, hoje o sistema mais usado são tanques de inox e na área que não está preenchida de azeite usa um gás e extrai a medida que vai vendendo, numa temperatura controlada, máximo de 20 graus.”
P7	“A respeito de qualidade de azeite a gente trata em três eixos o eixo agrônomo, pomar cuidados de sanidade a parte de extração e no posterior armazenamento. Esses eixos trabalhando em conjunto a gente vai ter produto de boa qualidade.”
P8	“Eu acho assim que nós estamos engatinhando e que a qualidade do nosso azeite vai dar um salto no futuro, a gente não está dominando a olivicultura e estamos dependendo de assistência técnica, que está muito carente ainda. Nós começamos nosso plantio com pouca orientação e quem nos dava orientação era quem nos vendia as mudas. Depois nós contratamos uma assistência técnica melhor e estamos melhorando. Claro que dependemos do fator climático. Pegamos três anos de seca e isto atrasou muito o crescimento de nossas plantas. Estes dias questionei nosso engenheiro agrônomo quanto à irrigação e ele informou que as plantas adultas não necessitam de irrigação, estamos numa área geográfica úmida. Mas, estes últimos verões foram bastantes secos. A gente não implantou um sistema de irrigação porque seria só no primeiro ou no segundo ano de crescimento da planta, se porventura desse uma seca. Então, seria um custo muito grande para tão pouco tempo. Então, dependendo dos fatores climáticos e uma boa orientação técnica, creio que num futuro próximo nossas azeitonas terão um salto de quantidade e qualidade.”

Inicia-se com a qualidade da muda depois um manejo com mão de obra especializada, plantação e colheita adequadas, posteriormente e, não menos importante, a extração operada dentro dos parâmetros técnicos exigidos para refletir na qualidade do azeite de oliva extra virgem.

6.2.35 Qualidade X Preço

CÓDIGO	OPINIÃO
P1	“O que reflete preço hoje é que tem pouca de produção de azeite. O custo de produção do azeite ele vem desde o início da plantação da muda, plantou a muda tem que esperar 4 ou 5 anos para ter produção e 10 anos para ter uma equidade de produção. Começou a produzir em 05 anos, por exemplo. Do primeiro ano de produção para frente tem um custo alto de manejo e reflete diretamente no preço final do azeite e depois vai agregar isto no custo de embalagem, no nosso caso que é uma embalagem diferenciada. Se pegar uma embalagem comum vai equilibrar a embalagem e o custo comercial também com uma embalagem comum, mas no manejo não. Sessenta mil litros de azeite não te paga o custo de manejo atual, desde roçada a defensivos. Quem sabe com o aumento da produção, mas não vejo a curto prazo.”
P2	“Por enquanto não por enquanto não. Porque assim tudo que envolve a olivicultura são investimentos altos. Sabemos que com a inflação aumentou muito o preço de todos os insumos aqui na nossa região pelo menos a mão de obra é difícil. Então tudo está muito caro. O preço do diesel está altíssimo que a gente precisa para pulverizar com trator, que a gente precisa para colher, então tudo isso entra nos custos de produção.”
P3	“É difícil. É difícil porque eu preciso de 13 quilos de azeitona para fazer um litro de azeite. Eu tenho um manejo que ainda é muito caro hoje, a gente tem adubação, um manejo de um ano inteiro e eu tenho só uma safra e eu tenho só um produto de qualidade tu tem que obedecer tudo isso.”
P4	“Muito difícil. Um trabalhador de campo sai 100 reais por dia com alimentação. Esse cara ele não consegue colher 100 quilos de azeitona. Então 1 quilo de azeitona é um real. Para colher cem quilos vai pagar um real por quilo. Se tu queres qualidade tem que colher um pouco mais verde. Tu vais colher os mesmos 100 quilos vão te render 10 litros de azeite. Se eu colher um pouco mais maduro, esses mesmos 100 quilos vão te render 12 litros de azeite. Tu vais pagar 1 real por quilo. Vai colher os mesmos 100 quilos vão te render 12 litros de azeite, já são 20% a mais. Hoje nós temos um problema assim. O Brasil não produz garrafa. A gente importa. A tampa vem da Itália. As caixas são caríssimas. Tudo é caro.”
P5	“Quando tiver volume o preço começa a cair, mas nunca vai ser um produto barato. Os bons azeites de qualquer lugar do mundo são produtos caros. Começa assim, uma diária de uma pessoa aqui custa 70 reais e na Europa custa 100 Euros é 600 para 60 em mão de obra.”
P6	“Porque é tão caro? Nosso azeite não é caro. Nosso azeite é barato. Na Europa é 7 euros a garrafa. É mais caro que o nosso. Nós temos grandes produções no estado num momento vai ser um problema vender este azeite e este azeite vai baixar. É a lei da oferta e da procura.”
P7	“A respeito do custo aqui no Brasil diferentemente dos países do mediterrâneo a gente tem um rendimento muito baixo de azeite porque extraído. A gente tem uma característica de clima aqui que a gente tem um

	<p>índice fluviométrico muito maiores do que os países mediterrâneos isso faz com que a nossa fruta ela se inche, ela pese mais com água vegetal do que propriamente azeite, então os nossos rendimentos são diminuídos o ano passado, por exemplo, a gente teve um rendimento de 12% no geral dentro das agroindústrias. Isso quer dizer que numa árvore adulta com uma produção dê um torno de mais ou menos 20 kg levando em consideração essa porcentagem a gente extrai por ano por árvore produtiva acima de 6, 7, 8 anos de idade e em torno de mais ou menos 2 litros e 150 ml de azeite por árvore. Então tu imaginas aqui dentro desse custo estão os 4 ou 5 anos esta árvore ainda tem produzido. Todos os cursos de manutenção, pulverização poda, trato cultural, manutenção dos índices de fertilidade, isto tudo tem que ser contabilizado para a gente fazer o produto final. Então, eu não consigo conceber produtos baratos pelo menos no curto prazo. Acredito que daqui há 10 anos aí a gente vai ter, mas são produtores que estão optando por fazer um plantio em massa e não vislumbrando qualidade produto.”</p>
P8	<p>“A gente tem que pensar que para fazer um litro de azeite precisa quase 10 quilos de azeitona. Então, 10 quilos de azeitona tem um bom custo e isso é só matéria prima. Então, eu não posso produzir vidro de azeite e botar ele no mercado a R\$ 50 ou R\$ 60. Isto aí não paga nem o custo do material. Então, temos que desconfiar de azeites muito baratos. É claro que um azeite para ser bom não precisa ser muito caro. Mas, tem que está dentro de uma faixa dentro de uma realidade.”</p>

Está claro que o preço envolve custo e em razão de a produção gaúcha ser ainda muito pequena, reflete no preço considerado alto pelos consumidores acostumados a adquirirem produtos de grandes estoques nos mercados.

6.2.36 Olivoturismo e azeite de oliva

CÓDIGO	OPINIÃO
P1	<p>“Temos plantação de noz peca. Tem um reaproveitamento de mão de obra e equipamentos de colheita que são quase os mesmos. Pecuária, ovinos na parte de pomares nos ajuda na parte de roçada e adubação. Olivoturismo, não. Estamos nos estruturando, mas a Fazenda é longe da estrada.”</p>
P2	<p>“O reflorestamento de pinus, nossa atividade principal o começo de tudo. A gente está estruturando agora, e a gente faz parte de uma consultoria que a gente quer tornar o local um destino turístico. A gente quer oferecer cesta de piquenique para os visitantes e para o futuro queremos colocar cabanas para hospedagem. É um de nossos projetos: o Olivoturismo. Já estamos recebendo pedidos de visitação.”</p>
P3	<p>“Não. Estamos começando. Aqui no Município existe um movimento de divulgar o Olivoturismo, junto com a Prefeitura.”</p>
P4	<p>“A pandemia nos atrasou dois anos este processo. Temos pacotes vendidos que vem turistas para a colheita.”</p>
P5	<p>“Gado, cavalo e soja nós temos, pois, o azeite de oliva é difícil e demorado</p>

	não sustenta sozinho uma propriedade. Estamos nos preparando para construir um hotel e condomínio de casas de primeiro mundo. Cada quintal terá 20 a 30 árvores de oliveiras.”
P6	“Criação de ovelhas e o turismo com grupo de pessoas que visitam a gente. Nós vendemos o azeite e divulgamos a marca. ”
P7	“Sim. Temos. Não se sustenta só a olivicultura, com o Olivoturismo hoje a gente ganha efetivamente 3 a 4 vezes mais do que a gente ganha com a venda do azeite. Então, as pessoas que tem a possibilidade de implementar nas suas propriedades tem uma área onde a gente tem uma estrada e tem uma parte viária interessante que tem a possibilidade do visitante vir olhar a extração, degustar o azeite e ver todo esse trabalho. É superinteressante porque acaba aumentando os teus ganhos.”
P8	“A gente tem a gente tem trabalhado com um pouco de uva, um pouco de vinho e de ovelha. A gente quer implantar melhorias no nosso sítio para receber bem o turista.”

Então, o olivoturismo está sendo uma alternativa a ser implantada nas propriedades do RS para agregar valor aos olivais. Desta forma, em última análise, cumpre destacar que em análise das entrevistas os tópicos mais importantes com relação aos atributos temos que, a cor do azeite de oliva extra virgem não representa um parâmetro de qualidade pertinente, tanto que os 14 especialistas entrevistados corroboraram este entendimento. Conforme aduziu E1: “A cor não é parâmetro de qualidade do azeite. A quantidade de variáveis que dão uma cor mais esverdeada ou mais dourada é muito grande, pois a quantidade de clorofila pode variar de uma variedade para outra e de um ano para outro”. De acordo com E11: “Nas análises profissionais não se considera a cor do azeite, inclusive o vidrinho lá é azul para não se analisar”.

Já para o Chefe de cozinha da Mantiqueira (E13) ele acha que “é notório quando se coloca no prato, quando se serve noutra louça as pessoas olham para isso em ver a cor, se a cor é vibrante se a cor é mais clara. Eu acho que ela é impactante sim na escolha do produto e de como que o público percebe o produto. Então, apesar de nas análises profissionais não ser considerado isso eu acho que sim, o público espera isso. Um verde mais vivo uma cor que tenha conexão com esta questão da azeitona em si, da oliva em si, eu acho que é ponto importante sim”.

Da mesma forma, os 08 produtores entrevistados também foram unânimes em afirmar que a cor não é um atributo que reflete em parâmetro de qualidade, sendo que nas análises profissionais não se considera a cor do azeite. Senão vejamos:

P2 afirmou que “A cor não influencia, porque nas análises sensoriais tu vai ver que sempre em copinho azul para não influenciar, tipo assim tu vai ver uma noite mais verde achar que ele é melhor um qualquer coisa do tipo então nos cursos que a gente fez sempre falaram que a cor não é parâmetro de qualidade”.

Constata-se, assim, que a cor do azeite determina apenas o estágio de maturação da azeitona e não a sua qualidade. Azeites mais verdes geralmente são de azeitonas verdes, porque há maior presença de clorofila. Já os azeites em tons amarelados são de azeitonas mais maduras, que já estão em tons de roxo e preto. A par disso, existe uma correlação entre a cor e o sabor do azeite. Geralmente os mais verdes são mais picantes e os amarelos mais suaves.

A cor do azeite varia do verde ao amarelo devido à prevalência de pigmentos, as clorofilas, sendo estes encontrados na forma de feofitina, são responsáveis pela a cor esverdeada e os carotenoides, encontrados em grande parte na forma de β -caroteno, atribuem a cor amarelada. Esses pigmentos contribuem para a estabilidade do azeite evitando a foto-oxidação (NOBRE, 2019). Com relação a importância do sabor do azeite de oliva extra virgem, expôs sua opinião o Especialista em azeites (E7) aduzindo que “esse sabor é muito importante, as principais características positivas do azeite é o frutado, o amargo e o picante que é obrigatório que ele tenha. Alguns, claro, vão ter uma intensidade maior outros uma intensidade menor, mas o sabor acho é a parte mais importante, vamos dizer assim, quando a gente pensa em qualidade”.

De acordo com a Sommelière de Azeites, com cursos na IFAPA e pela DCOOP, ambas na Andaluzia, Espanha, participou de cursos feitos de análise sensorial de azeites de oliva na Itália, na Espanha e na Tunísia (E8), o sabor é importantíssimo “porque quando a gente compra o consumidor vai comprar um azeite a primeira impressão que ele quer consumir um azeite ele quer o sabor. É um alimento que vai agregar sabor ao alimento que vai agregar sabor ao prato...”.

Da mesma forma destacou (E5) Azeitólogo e Consultor em Gastronomia que “ainda que um azeite seja intenso amargo e picante como ele não é uma bebida não se aprecia ele tomando como se aprecia um vinho, cachaça, café, cerveja ou outra bebida qualquer que seja, quando colocamos ele nos alimentos ele modifica o seu perfil ao encontrar as enzimas dos alimentos. Ele une sabores, ele realça sabores, ele até mesmo ameniza sabores, em alguns casos. Este trilhar da harmonização eu tento conduzir as pessoas para que elas possam

entender esta grande diversidade que temos em azeites extra virgens, fato novo no mundo em oito mil anos de história”.

Ao passo que o produtor (P7) acrescentou que “A parte do sabor do azeite essa avaliação de degustação que a gente faz é uma avaliação que ela tem por basicamente três fundamentos: a gente precisa de um azeite para ele ser considerado extra virgem ele ter um frutado, ter ausência de qualquer defeito dentro deste azeite e ter picante amargor e isso é que vai determinar realmente esses painéis de degustação se o azeite é um azeite extra virgem, virgem ou lampante. Então é esses critérios de degustação que devem ser, tem que se abranger ter dentro da degustação. Geralmente esses painéis de degustação existe avaliação de cada um do que deu a numeração de frutado quanto que deu de picância, quanto de amargor e conforme isso a gente classifica o azeite entre suave médio ou intenso ou se ele apresentar algum problema, como rancificação, aquecimento, borra, avinagrado, metálico entre outros problemas”. Exemplificando, conforme o método oficial de análise sensorial codificada apresenta-se 03 atributos positivos para os azeites:

Quadro 4 - Atributos positivos para os azeites

ATRIBUTO	DESCRIÇÃO
FRUTADO	Conjunto de sensações olfativas características do azeite, depende da variedade das azeitonas frescas, maduras ou não maduras. É percebido diretamente e/ou através da parte de trás do nariz.
AMARGO	Característica do sabor primário do azeite obtido a partir de azeitonas verdes ou que estão iniciando a mudança de cor. É percebido nas papilas circunvaladas na região "V" da língua.
PICANTE	Sensação “picante” caracterizada pelos azeites produzidos no início da colheita, ou sej, azeitonas verdes, ainda não maduras. Pode ser percebida em toda a cavidade bucal, particularmente na garganta.

Fonte: Adaptado pela autora

Sobre a questão da variedade da oliveira influenciar na qualidade do azeite de oliva extra virgem, a nutricionista, especialista em estudos do azeite (E2) enfatiza que “aqui no RS uma variedade que se deu muito bem e no Brasil também foi a Arbequina, a Arbosana também, mas, às vezes, tem problema de fungos, enfim. O que se tem feito muito *blend* de Arbequina e Arbosana é o que se encontra para consumir. Principalmente na serra da Mantiqueira. Na serra da Mantiqueira tem muita Arbequina. E aí o que que eu tenho eu tenho azeites mais suaves eu não tenho azeites tão intensos. A Arbequina e a Arbosana elas já me dão aquele *blend* com características com produtos de azeites não tão intensos. Só que se eu colher muito verdes as frutas eu vou colher bem mais amargo independente se é Arbequina, Arbosana ou Koroneiki. Koroneiki é uma fruta que dá um azeite mais intenso pelas próprias características desta fruta. Mas também vai muito pela qualidade vai bem pelo tipo desta fruta e também do ponto de maturação. O ponto de maturação vai influenciar muito nesta questão. O que se colhe aqui, por ex., aqui no Brasil hoje se colhe a fruta verde com pintinhas de maduro de roxinho é mais ou menos neste ponto que se colhe. Claro que existe os agrônomos que fazem os testes de desprendimento da fruta para ver se está no ponto certo ou não”.

Também foi descrito pelo Membro do Painel Sensorial (E7) que “Na verdade, o que que acontece a espécie basicamente é a mesma *olea europaea* e daí eu vou ter diferentes variedades de oliveiras. E essas variedades, vamos dizer assim, diferentes é indivíduo, vamos dizer assim, e cada oliveira tem, vamos dizer, um metabolismo diferente e tem características de fruto diferentes. Teoricamente se a gente pegar uma mesma oliveira, vamos dizer, oliveiras diferentes, e a gente plantar na mesma região a gente pode ter oliveiras totalmente diferentes. O que que acontece, algumas tem mais polpa, outras tem menos polpa, outras vão ter mais rendimento em azeite, outras menos rendimentos em azeite, umas vão ter mais composto fenólicos outras menos aí ou vou ter mais amargor, menos amargor. Então esta composição do fruto é muito importante. Então claro, diferentes oliveiras a tendência é que a gente tenha diferentes azeites. Claro que não é só isso que interfere, por exemplo, grau de maturação, local de produção, processo de extração isso tudo vai influenciar. Mas, a questão de oliveiras diferentes eu vou ter azeites diferentes.

No ponto de vista da *Sommelière* em Azeite de Oliva (E3) “Sim, a variedade da oliveira influencia na qualidade do azeite porque tem algumas variedades que elas são menos estáveis que deixa os azeites menos estáveis e essa estabilidade que vai determinar a vida útil do azeite. Então, a gente quer só arbequina dependendo do grau de maturação dele vai dar um

azeite que vai que ser consumido mais rápido. Porque a arbequina ela não é tão estável, mas agora pega uma variedade, por exemplo, como a ‘cornicabra’ que é de Portugal tu pega o azeite hoje e daqui um ano aquele está com a mesma característica. Então esta variedade já dito pelo pessoal lá de Portugal mesmo que ela é mais estável. Então tem algumas verdades que são mais estáveis e tornam azeite com durabilidade maior, com maior tempo de vida”.

No contraponto os produtores afirmaram que cada variedade tem sua característica de qualidade. (P7) relatou que “cada uma das variedades que a gente tem aqui na fazenda são 07 variedades distintas e produzem com volume. Cada uma dessas variedades elas vão nos apresentar e entregar azeites diferentes com perfil de frutado, picância e amargor diferentes. A gente vai ter variedades que tem uma característica mais suaves, tem variedades que são mais intensas, existem variedades que são de médio picância, médio amargor e frutado também médio. Então, a gente geralmente define azeites por três eixos pode ter um azeite que é suave, o médio e o intenso. Cada uma dessas três categorias a gente vai remeter diretamente ao ponto de maturação do fruto que é superimportante e a variedade que está sendo colhida. A gente sabe que variedades como a arbequina, a arbosana geralmente são variedade que tem características de ser um azeite mais suave, mais delicado. Variedades como galega, koroneiki, grapolo, tem uma característica de ser variedades de *blands* que podem ir de médios a médios intensos. Variedades tipo coratina, picual Frantoio são algumas que eu tô citando elas têm características desse variedades mais intensos e isso que remete o que que faz basicamente esses três coisas ponto de maturação e variedades a ser colhidas e isso a gente tá falando tá subdividindo todos esses produtos em níveis diferentes de qualidade azeite. Tem pessoas que preferem, clientes nossos, *blends* mais suaves, várias pessoas que procuram os médios e tem pessoas que já são já estão mais imersas nesse mundo do azeite estão apaixonados que acabam optando por *blands* mais intensos”.

Em relação a certificação no sistema orgânico de produção, existe consenso entre os especialistas que a adoção desse sistema de produção vem crescendo, devido ao fato da agricultura convencional basear-se na utilização intensiva de produtos químicos, fazendo com que os consumidores vejam neste sistema de produção uma possibilidade de buscar produtos isentos de contaminação (SANTOS, 2004). O professor universitário (E7) que estuda sobre azeites trouxe a questão do orgânico ou o bio, o bio está muito na moda na Europa a gente vê muitos azeites de qualidade sendo produzido desta forma, eu não vejo assim o Brasil ainda isto muito, o consumidor não dá muita importância ainda. Talvez seja uma tendência daqui há

5 ou 2 anos, sei lá, talvez nem 5, 2 anos. Porque o que acontece, produzir azeite no Brasil é muito difícil então ainda mais do ponto de vista orgânico e com certificação enfim como as empresas tenham feito na Europa, é quase que um desafio assim. Produzir azeitona aqui já é complicado imagina de uma forma orgânica. Então, eu acho assim, eu acho que talvez seja uma tendência daqui a um tempo que o consumidor comece a valorizar. Por mais que a gente já tenha uma quantidade bem grande de consumidores buscam esse tipo de produto. O que que acontece eu acho assim do ponto de vista de qualidade eu não vejo muitas diferenças. Em que sentido? Todos os azeites independentes de ser orgânico ou não, tem bastante qualidade, principalmente aqui no RS, então eu acho que é isso que é o que acontece trabalhar com azeites de qualidade”.

Já a pesquisadora da EMBRAPA afirmou que “a gente não tem um estudo que a gente consiga dizer com certeza que exista diferença significativa entre qualidade de um azeite que é orgânico e qualidade de um azeite de cultivo convencional. A gente, meu grupo de trabalho, não tem um estudo que mostre que tem diferença ou não tem diferença de um sistema e de outro”.

Outro ponto de vista trouxe a Coordenadora da Área de Pesquisa em Olivicultura (E 10) “Eu acredito também que isto vai também do ponto de vista nutricional ele agrega o fato de que você não têm agrotóxicos, agrotóxicos é uma questão de saúde e assim eu não provei até o momento azeites orgânicos brasileiros eu provei assim um italiano em determinado momento que eu tava fazendo participando de uma reunião técnica na Itália e assim ele é diferente e também assim provei outros azeites que não são certificados mas de pequenos produtores na Itália também e que eles tenham pomar bem caseiro e fazem extração ali e é bem diferente o gosto aí entra outras coisas não sei se é só questão orgânica esse vai entrar a variedade. Mas, eu acredito que do ponto de vista se nós formos pensar por uma questão nutricional e de saúde mesmo eu acredito que é bem importante para agregar valor ao produto porque eu acho que essa é uma pegada importante hoje dentro do consumidor para o Consumidor eu acho que é bem importante investir na questão da certificação”.

Corroborar a questão com a fala do produtor (P7) “A respeito do selo orgânico ele é sim eu acho que é uma coisa mais a ver com a questão de sustentabilidade não sei se ele reflete diretamente na qualidade do azeite porque eu já provei azeites orgânicos que são muito ruins e já provei azeites orgânicos que são bons. Então eu vejo o selo com mais um critério de sustentabilidade do que propriamente de qualidade de azeite”.

Por outro lado (P6) trouxe dado importante “Eu acho difícil que reflita na qualidade. Nós já temos hoje os tratamentos culturais e fitossanitários de difícil controle. Ir para o orgânico e manter a qualidade de uma fruta são difíceis. Só conheci orgânico em Portugal. Tem azeites de excelentes qualidades não orgânicos. A sugestão é de usar, que temos na propriedade é a produção integrada”. Neste ponto, no RS não temos registro de azeite orgânico, o que se vem trabalhando é a implantação da Produção Integrada.

Este seria um sistema que integra as melhores tecnologias produzidas pelo avanço científico e com qual objetivo construir protocolo de produção sustentável e que atendam as expectativas dos mercados mais exigentes. A Portaria 443 do INMETRO aprovou a revisão dos Requisitos de Avaliação da Conformidade para Produção Integrada Agropecuária – PI Brasil, estabelecendo ao produtor rural as regras para aderir ao programa para usufruir do direito de uso do selo Brasil Certificado, com o objetivo de trazer segurança ao consumidor quanto à aspectos sanitários e de sustentabilidade econômica social e ambiental.

Verifica-se que hoje temos no RS pragas importantes talvez capazes de não suportar em um sistema puramente orgânico, referiu a (E10) ao ser questionada sobre alguma praga específica que ataca as oliveiras aqui no Rio Grande do Sul que tenha sido levantado este índice, este dado das principais pragas encontradas na região : “Sim, tem a lagarta da Oliveira, que é uma das principais em termos de pragas, depois tem as cochonilhas que são bem importantes assim que tem causado danos e que tem se observado danos e no caso de doenças a antracnose, o repilo, que também é conhecido com olho de pavão e o do mato, mas assim antracnose assim como em todo o mundo é o que mais traz transtornos para a oliveira principalmente porque ela ataca o fruto também e isso interfere diretamente na acidez do azeite. Então, ela vai interferir tanto na queda de frutos comprometendo a produtividade como também na qualidade do azeite porque ela se solidifica no azeite que é feita a partir das azeitonas que estão contaminadas”.

A questão da Marca da empresa é um importante instrumento para julgá-lo em termos de qualidade e atratividade, além de influenciar a decisão de compra do consumidor. Portanto, uma das funções da marca é diminuir o estresse que a escolha entre diversos produtos semelhantes pode causar ao consumidor. Para mitigar este estresse das escolhas, Serralvo e Furrier (2004, p. 4) bem colocam que “os produtos são inicialmente agrupados, na mente do consumidor, em classes, depois em categorias de produto, tipo de produto e, ao final, por marca” Conforme colocou (E1): “Do ponto de vista de marca o produtor precisa

procurar diferenciar. Num mercado em que todos azeites brasileiros na grande maioria tem boa qualidade e o consumidor não tem conhecimento para diferenciar, pois a degustação exige uma concentração para identificar. Isto significa que o produtor precisa investir no marketing. É duro ser entendedor de produto de ano para ano. Do ponto de vista do consumidor ele não enxerga no esforço que está por trás da produção. Eu preciso investir na marca e na embalagem”.

(E13) sim, como todo produto nós temos sempre nossas marcas de carinho que nós confiamos acreditamos naquela marca acho que toda relação de consumo se dá na relação de confiança né então no azeite isto também é importante a gente saber que aquela marca ela reflete numa qualidade para mim e eu estou de acordo com as premissas daquela marca e isso em relação ao azeite como produto de modo geral.

A qualidade da embalagem/qualidade do vidro é capaz de manter estável a oxidação do azeite de oliva e assegurar uma maior vida útil, levando em consideração a impermeabilidade ao óleo, impermeabilidade aos gases e proteção contra a luz, já que os maiores inimigos do azeite são o oxigênio, a luz e o calor. O vidro é uma das embalagens mais utilizadas e indicadas para armazenamento de azeite de oliva, devido a sua boa proteção mecânica ao seu conteúdo.

O Azeitológo e Consultor em Gastronomia (E5), aduziu que “A embalagem não traz a qualidade ela ajuda a conservação do produto. A luz inicia o processo da foto oxidação que desencadeará demais oxidações. O ideal é proteger da luz, não que estragará. Em contato com a luz ele acelera a sua oxidação. Então, importante uma embalagem que proteja ele da luz e também do oxigênio. Então, normalmente invasores colocam nitrogênio para isolar dentro da garrafa e o ideal que o azeite seja conservado dentro de contêiner de aço inox momento. Ele deve ser envasado quando o pedido for feito, uma vez que quando na garrafa não é garantida a conservação do produto. Porque a cadeia distribuidora e comercializadora do azeite desconhece que é um produto perecível”.

Já (E8) acrescenta, “não necessariamente o vidro pode ser latas também pode ser também bag-in-box muitos utilizam também bag-in-box porque isolam do oxigênio, isolam da luz, isolam no caso do calor e realmente deixar armazenar abaixo de 18 graus, mas no caso da garrafa ela é muito mais prática em função da tampa da vedação do ar algumas latas hoje a gente encontra com uma boa vedação mas antigamente a gente furava de lado e do outro e deixava ela lá aberto em contato com o ar realmente entrando na lata em contato com azeite

então no caso das embalagens que vedam a luz pode ser lata pode ser garrafa pode ser bag-in-box que também é excelente, mas no caso da lata tomar cuidado realmente com essa vedação quanto ao ar e fugir praticamente daquelas azeiteiras com bico dosador aberto enfim, transparentes e que são lindas mas que realmente é para o dia a dia. Quando as pessoas me comentam sobre essas azeiteiras, às vezes, existe até uma afetividade ah enfim eu ganhei de casamento essa azeiteira eu gostaria de usar use para o seu dia a dia dois dedos de azeite não precisa encher até ela por completo utiliza realmente como um serviço a mesa e não como meio de guardar o azeite que aí sim pode ser prejudicial”.

A (E2) alerta que “O que que tu precisas cuidar, principalmente luz e calor, então porque que se escolhe embalagens escuras justamente para esta embalagem agir como um filtro. Que não deixa a luz chegar no produto e aí começar o processo de oxidação que é um dos defeitos mais comuns depois do envase. Então, a embalagem é muito importante. Hoje existem embalagens transparentes que tem até um filtro, colocam um filme para proteger da luz, isto já existe, digamos assim. Já estamos acostumados com isso: o azeite precisa ficar dentro de uma embalagem escura. Dificilmente os produtores terão lá uma embalagem transparente. Antigamente não existia um filtro protetor e realmente a luz oxida o azeite e então as pessoas que compram o azeite nós aqui que temos a nossa safra entre fevereiro e março teremos um azeite novinho em abril. As pessoas compram para o ano inteiro para ter até a próxima safra e como a gente conserva que não seja muito quente e que não tenha muita luz. Não posso deixar o azeite na janela no sol que se inicia o processo de oxidação. Então, a conservação do azeite é muito importante”.

O produtor mostra preocupação com o acondicionamento correto do azeite, conforme relato da P2 “Tem fatores que oxidam o azeite que é o contato com oxigênio contato com luz e contato com relação de temperatura a gente busca eliminar com a garrafa escura com depósito climatizado com nitrogênio dentro do tanque e envase por lotes não tudo de uma vez. A gente que futuramente a gente quer fazer um lacre inviolável por que os nossos maiores receios no início era trabalhar com restaurantes e outros lugares assim que ele nos compra garrafa uma vez e depois ele vai lá em casa com garrafa pet e aí quem está acaba sujando a nossa marca”.

Em pesquisa já realizada chegou-se à conclusão que “As garrafas de vidro apresentaram maior proteção do produto por serem menos permeáveis ao oxigênio quando comparadas às garrafas de plástico, e as embalagens de vidro escuro minimizaram a

deterioração, oxidativa durante o armazenamento, pois, impedem a passagem da luz” (Souza, 2017).

Sobre o interesse de explorar indicações geográficas de origem ou buscar ao reconhecimento da origem geográfica no azeite de oliva extravirgem considera-se que é importante ferramenta de organização local, valorização dos produtos e preservação da tradição, a qual contribui para o desenvolvimento dos territórios e para a economia do estado. (E8) “A gente tem algumas, aqui no Brasil a gente não tem nenhuma indicação geográfica catalogada em alguns países como a Espanha sim como a Itália também é interessante porque vai de encontro aquilo que vai de origem da procedência da gente entender de onde vem o produto e o que está no seu entorno e quando eu falo no seu entorno eu falo que é porque o azeite vai trazer características daquele *terroir*. Então, seria assim um parâmetro de escolha, um parâmetro de crivo realmente de qualidade, mas não somente quando não tiver no caso, por exemplo, o Brasil não tem ainda uma indicação não tem este selo para colocar nos nossos azeites é realmente atentar para origem e procedência e mais do que a parte que eu comentei das fraudes a gente entender que o *terroir* de onde foi feito aquele azeite vai impactar no sabor vai impactar na qualidade do produto”.

(E14) “Sim, na verdade a gente percebe isso aqui na nossa região. A região é propícia para ter uma de alta qualidade e o Brasil tá descobrindo agora que pode ser um grande produtor de azeite porque não era interessante o europeu falar que a gente produzia azeite e gente já vai deixar de produzir azeite. Então era muito fácil falar que a gente não produzia azeite e a gente tá provando que sim. Nós podemos produzir azeite de altíssima qualidade”.

(E7) trouxe uma importante contribuição relatando que “Eu acredito muito no sistema de indicação geográfica eu acho que realmente a indicação geográfica ela é um fator diferencial de qualidade porque ela mostra que aquele azeite ou qualquer outro produto passou por um controle. E principalmente porque a gente consegue ter rastreabilidade do produto. A partir daquela numeração que eu tenho no rótulo eu consigo saber da onde veio azeite e eu tenho todas as informações do produto. Para receber aquele selo da indicação ele teve que ser avaliado ele teve um padrão, ele tem que seguir todo um regramento que específico do que a legislação de forma geral. Nós ainda não temos para o azeite de oliva eu acredito que logo terá um sistema de denominação de origem. O *terroir* o local onde planta oliveira tem influência no azeite, o metabolismo da planta qual oliveira que eu vou estar plantando, como vai ser feita a colheita, como vai ser tudo vai influenciar na qualidade do

azeite e as características positivas do azeite além de certificar. O produtor tem uma questão de adequação da produção e o consumidor acaba não valorizando”.

Nesse sentido, as marcas de azeite produzidas no estado têm qualidade reconhecida em premiações internacionais, agregando valor e estabelecendo um diferencial importante num cenário antes liderado por rótulos estrangeiros. A crescente evolução dos olivais gaúchos envolvendo um sistema agroindustrial incipiente, ainda em busca de consolidação, revela a importância de se aprofundar estudos na área para cada vez mais buscar a excelência dos produtos.

De outro prisma o Chefe de cozinha (E14) relata “Não sei se reflete em qualidade. Eu fico feliz pelo produtor porque ele tá conseguindo se destacar no mercado é uma coisa tem esse produtor muito grande que ele consegue isso que ele tem dinheiro para isso e tem um pequenininho que o azeite dele é tão bom quanto, mas ele não tem possibilidade nem recurso de ir em feiras e de visitar locais não que o azeite dele não seja tão bom quanto o outro é que não ele não tem financeira para isso então eu gosto do azeite tanto quanto o outro que é premiado”.

O professor e economista, Eduardo Mauch Palmeira, especialista em azeites ao responder em que nível de qualidade se encontra o azeite gaúcho em relação aos maiores produtores mundiais? Respondeu que “O azeite produzido no país, isto é, não só no RS, tem se destacado em concursos internacionais, o que demonstra a qualidade do produto aqui produzido. Concursos estes realizados em diversos países, com degustadores qualificados, que identificam as qualidades do azeite extra virgem, bem como se há defeitos nas amostras. Um bom azeite não pode ter cheiro de ranço, de vinagre, por exemplo. E estes são defeitos que um azeite extra virgem não pode ter. O cuidado que os produtores gaúchos e dos outros estados produtores, como Santa Catarina, Paraná, São Paulo, Minas Gerais, Bahia e Espírito Santo, têm, desde a escolha das variedades, do plantio, da colheita e do processamento (extração e envase) faz com que nosso azeite seja um extra virgem de qualidade”.

Ainda, segundo o referido Economista a eficiência, a eficácia e a economicidade nos levam ao que se chama de excelência, para tanto os fatores processuais da cadeia devem ser bem elaborados a fim de se obter um produto de excelente qualidade.

Com efeito, a partir das entrevistas pode-se caracterizar a cadeia do azeite de oliva extra virgem do RS com uma forte presença de agricultores familiares e com uma importante relação trabalho/capital. O manejo da fruta requer um cuidado peculiar, podendo ser agregada

a outras culturas. Apesar de ser uma cultura relativamente jovem no estado, vem apresentando importante destaque na quantidade e qualidade de azeite produzido, uma vez que a oliva teve uma adaptação excelente ao microclima.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O desenvolvimento da pesquisa permitiu que se observasse que o cultivo de oliveiras e a produção do azeite de oliva extra virgem se encontram em franco crescimento em solo gaúcho. A importância do azeite continuará a aumentar no panorama nacional, mormente no RS, cujos estudos técnicos iniciaram de forma relevante há aproximadamente 10 anos.

Desta forma, a participação de órgãos de pesquisas é essencial para dar continuidade às adaptações da cultura em nossa região, sendo um dos pilares para desenvolvimento e crescimento da oliveira no Rio Grande do Sul, assim como a união de todos os produtores gaúchos com o intuito de mostrar a grande diferença de qualidade que existe entre muitos azeites importados trazidos ao mercado em relação ao azeite que é produzido no RS.

Os objetivos, geral e específicos foram atingidos, demonstrando que a qualidade do produto em exame, ou seja, o que diz respeito às suas características físicas, químicas, nutricionais e sensoriais constitui-se em todas as etapas produtivas desde a produção agrícola até à distribuição, permitindo a obtenção dos atributos positivos.

Destes foram identificados pelos especialistas os atributos positivos de frutado, amargor e a picância, os quais devem estar em equilíbrio. Da mesma forma, o sabor e o aroma de um azeite de oliva são fundamentais para ser classificado como um azeite extra virgem.

Neste contexto, o conjunto de atividades que se utiliza no pomar deve levar em consideração os critérios agrônômicos, observando-se as legislações, iniciando-se pela escolha da área, análise do solo, plantação com boas mudas, manejo adequado, correto manejo da poda nos olivais, controle de pragas e doenças, colheita em ponto ótimo, transporte das azeitonas o mais rápido possível até o Lagar, processamento do azeite em máquinas com condução tecnicamente adequada, refletem na qualidade do azeite de oliva extra virgem, portanto.

Para além disso, entende-se que o ponto impactante sobre a qualidade do sabor do azeite de oliva extra virgem estaria após o processo de trituração, ou seja, na fase de batida no equipamento industrial, chamado batedor. O azeite que está contido na forma de pequenas gotas em diferentes partes da célula do fruto no processo de bateção da pasta a uma temperatura e velocidade controladas faz com que essas gotículas realizem o fenômeno de coalescência, ou seja, processo que as coisas têm de se unir ou fundir-se, forma uma fase contínua para que de forma subsequente se possa separar no decorrer do processamento.

Então, nesta fase, consegue-se que essas gotículas tendem a sobrenadar no restante da pasta. A temperatura reduz a viscosidade do azeite, ajudando a quebrar a emulsão, favorecendo a circulação e facilitando a separação do azeite. Porém esta temperatura tem um limite para ser trabalhada. É um processo especial na extração, uma vez que se a pasta for aquecida demais, embora desta forma se tenha maior facilidade de separação de óleo, obtendo-se a vantagem de aumentar a extração, este aumento excessivo da temperatura acarreta modificações nas características físicas, químicas e sensoriais do azeite.

Então, teria o aumento do percentual de extração, mas excedendo aos 28 graus acarretam problemas não desejados, como a perda de fenólicos, antioxidantes, compostos voláteis, diminuindo notas sensoriais como o verde, ervas e frutas, bem atributos como o picante, por exemplo, acarretando um sabor cozido, metálico, ou seja, gerando atributos negativos ao azeite.

Assim, “é a receita do bolo”, conforme expressão usada por alguns produtores que é a ciência da qualidade final do produto, pois a temperatura e tempo de batida são as duas variáveis que devem ser controladas pelo mestre lagar.

Oportuno destacar, que a falta de mão de obra especializada neste particular foi apontada por mais de um produtor, ou seja, de mestre lagar com formação adequada.

No mais, observa-se que há mercado consumidor e há condições favoráveis de plantio no estado, fatores importantes para estimular a produção, entretanto, em razão do aumento da produção gaúcha o escoamento do produto deve ser muito bem planejado a longo prazo para que os produtores gaúchos não tenham problemas comerciais com azeite de oliva extravirgem.

Cumprir consignar que, esta pesquisa ela é uma contribuição importante, porque até o momento de sua realização não foi encontrado nenhum estudo integrando todos os elementos que foram considerados.

Como limitações deste trabalho destaca-se que boa parte das ações deste estudo se deram no período da pandemia de Covid-19, cuja atividades se tornaram remotas. A dependência dos meios digitais se tornou ainda maior, já que o contato entre as pessoas na ocasião teve que ficar, na maior parte, restrito ao *online*.

Ainda, as entrevistas *in loco* corresponderam também às possibilidades de tempo e de recursos financeiros próprios da pesquisadora.

Por fim, existe a possibilidade de novos estudos, oportunamente, e também, o aprimoramento deste instrumento de pesquisa podendo ser aplicado em todo o território nacional, bem como em outros países produtores. Da mesma forma também representam temas convergente de pesquisas a construção de cenários futuros de alinhamento desta evolução da oferta com a valorização do produto gaúcho, bem como estratégias de educação do consumidor e a viabilidade de certificação e indicação de origem para o azeite elaborado no Rio Grande do Sul, considerando-se o contexto de sistema agroindustrial e o desenvolvimento crescente da cadeia.

REFERÊNCIAS

- ALBA, J. M. F.; FLORES, C. A.; WREGE, M. S. (ed.). **Zoneamento edafoclimático da olivicultura para o Rio Grande do Sul**. Brasília: Embrapa, 2013. 67 p.
- ALMEIDA, Gabriela Teixeira Freitas de. **Mapeamento do cultivo da oliveira no Estado do Rio Grande do Sul**. 2018. 42 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) – Curso de Agronomia, Faculdade de Agronomia, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2018. Disponível em: <https://www.agricultura.rs.gov.br/pro-oliva>. Acesso em: 1º ago. 2019.
- AMBROSINI, L.B. *et al.* Comportamento de compra dos consumidores de azeite de oliva no Brasil: um estudo exploratório. In: CONGRESSO DA SOCIEDADE BRASILEIRA DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E SOCIOLOGIA RURAL, 55., 2017, Santa Maria. Anais... Brasília: SOBER, 2017.
- AMBROSINI, Larissa Bueno *et al.* **Cadastro olivícola do Rio Grande do Sul 2022**. Porto Alegre: SEAPDR / DDP, 2022. 28 p. (Circular: divulgação técnica, 13). Disponível em: <https://www.agricultura.rs.gov.br/upload/arquivos/202208/25095747-circular-tecnica-13-cadastro-olivicola-2022-final.pdf> Acesso em: 7 jun. 2022.
- AZEITE de oliva: produção brasileira ganha novo integrante. [S. l.]: GestAgro 360º, 2019. Disponível em: <https://gestagro360.com.br/2019/07/31/azeite-de-oliva-producao-brasileira-ganha-novo-integrante/>. Acesso em: 16 ago. 2019.
- BATALHA, M. O. (coord.). **Gestão agroindustrial**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2007. v. 1.
- BAZIANA, S.; TZIMITRA-KALOGIANNI, E. Branding influence on consumer behaviour regarding olive oil. **Outlook on Agriculture**, London, v. 48, n. 2, p. 152-156, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/0030727019841383>. Acesso em: 27 maio 2021.

BIMBO, F. *et al.* Consumer misuse of country-of-origin label: insights from the Italian extra-virgin olive oil market. **Nutrients**, Basel, v. 12, n. 7, [art.] 2150, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.3390/nu12072150>. Acesso em: 27 maio 2021.

BRASIL. Presidência da República. Casa Civil. Subchefia para Assuntos Jurídicos. Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996. Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. **Diário Oficial da União: Seção 1**, Brasília, DF, p. 8353, 15 maio, 1996. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19279.htm. Acesso em: 10 nov. 2021.

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia – INMETRO. Portaria n.º 443, de 23 de novembro de 2011. **Diário Oficial da União: Seção 1**, Brasília, DF, 24 nov. 2011.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Gabinete do Ministro. Instrução Normativa nº 1, de 30 de janeiro de 2012. Estabelece o Regulamento Técnico do Azeite de Oliva e do Óleo de Bagaço de Oliva. **Diário Oficial da União: Seção 1**, Brasília, DF, n. 23, 1º fev. 2012.

BOSKOU, G. *et al.* Polar phenolic compounds. In: BOSKOU, D. (ed.). **Olive oil: chemistry and technology**. Champaign: AOCS Press, 2006. p. 73–92. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/256078443_Phenolic_Compounds_in_Olives_and_Olive_Oil Acesso em: 27 maio 2021.

CACCHIARELLI, L. *et al.* The hedonic contents of Italian super premium extra-virgin olive oils. **Bio-Based and Applied Economics**, Firenze, v. 7, n. 3, p. 217-232, 2018.

CACCIOLA, S. A. *et al.* Olive anthracnose. **Journal of Plant Pathology**, Pisa, v. 94, p. 29-44, 2012.

CARDOSO, Camila Soares; DIAS, M. F. P. **Cadeia da olivicultura**. [Pelotas: UFPEL], 2018. (Série Agronegócios do Sul). Disponível em: <https://wp.ufpel.edu.br/gpeia/cadeias-produtivas/-Link para download: https://wp.ufpel.edu.br/gpeia/files/2018/02/CADEIA-DA-OLIVICULTURA-1.pdf>. Acesso em: 29 ago. 2021.

CATALÁN, H. La recolección de la aceituna y su incidencia en la rentabilidad del olivar. **Revista Agropecuária y Ganadera**, Madrid, n. 924, p. 892-896, 2009.

CAVALLO, C. *et al.* Innovation in traditional foods: a laboratory experiment on consumers' acceptance of extra-virgin olive oil extracted through ultrasound. **NJAS - Wageningen Journal of Life Sciences**, Wageningen, v. 92, [art.] 100336, 2020.

CAYE, Aline. **O desenvolvimento de um sistema setorial de inovação: a produção de azeite de oliva no Rio Grande do Sul**. 2018. 135 f. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-Graduação em Economia, Unidade Acadêmica de Pesquisa e Pós-Graduação, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, 2018. Disponível em: <https://www.agricultura.rs.gov.br/pro-oliva>. Acesso em: 1º ago. 2019.

CHIVAKA, R. Strategic cost management: value chain analysis approach. **Accountancy SA**, Johannesburg, p. 24-27, Aug. 2007.

CICERALE, S.; LIEM, G.; KEAST, R. S. J. Consumer perception, attitudes, liking and preferences for olive oil. *In*: BOSKOU, Dimitrios; CLODOVEO, Maria Lisa. (ed.). **Products from olive tree**. London: IntechOpen, 2016. p. 157-171. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.5772/64554>. Acesso em: 16 dez. 2021.

COI - INTERNACIONAL OLIVE COUNCIL. Designations and definitions of Olive Oils, Market newsletter. Madrid: COI, mar. 2018. Disponível em:
<https://www.internationaloliveoil.org/olive-world/olive-oil/> Acesso em: 21 mar. 2021.

COUTINHO, E. F. *et al.* (ed.). **Oliveira: aspectos técnicos e cultivo no Sul do Brasil**. Brasília, DF: Embrapa, 2016.

COUTINHO, E. F.; RIBEIRO, F. C.; CAPPELLARO, T. H. (ed.). **Cultivo de oliveira** (*Olea europaea* L.). Pelotas: Embrapa Clima Temperado, 2009. (Sistema de Produção, 16). p. 1-125. Disponível em <https://www.embrapa.br/en/busca-de-publicacoes/-/publicacao/783494/cultivo-de-oliveira-olea-europaea-l>.
<https://ainfo.cnptia.embrapa.br/digital/bitstream/item/46574/1/sistema-16.pdf>. Acesso em: 2 mar. 2021.

DE DAVERIO, M. T. *et al.* How does consumers' care for origin shape their behavioural gap for environmentally friendly products? **Sustainability**, Basel, v. 13, n. 1, [art.] 190, 2021.

DEKHILI, S.; D'HAUTEVILLE, F. Effect of the region of origin on the perceived quality of olive oil: an experimental approach using a control group. **Food Quality and Preference**, Harlow, v. 20, n. 7, p. 525–532, 2009.

DEKHILI, S.; SIRIEIX, L.; COHEN, E. How consumers choose olive oil: the importance of origin cues. **Food Quality and Preference**, Harlow, v. 22, n. 8, p. 757–762, 2011.

DEL GIUDICE, T.; CARACCILO, F.; CICIA, G. What attributes of extra virgin olive oil are really important for consumers: a meta-analysis of consumers' stated preferences. **Agricultural and Food Economics**, Heidelberg, v. 3, n. 20, p. 1–15, 2015.

DEL GIUDICE, T.; CAVALLO, C.; VECCHIO, R. Credence attributes, consumer trust and sensory expectations in modern food markets: is there a need to redefine their role? **International Journal on Food System Dynamics**, Bonn, v. 9, n. 4, p. 307-313, 2018.

DELGADO, C.; GÓMEZ-RICO, A.; GUINARD, J-X. Evaluating bottles and labels versus tasting the oils blind: effects of packaging and labeling on consumer preferences, purchase intentions and expectations for extra virgin olive oil. **Food Research International**, New York, v. 54, n. 2, p. 2112–2121, 2013.

DELGADO, C.; GUINARD, J-X. How do consumer hedonic ratings for extra virgin olive oil relate to quality ratings by experts and descriptive analysis ratings? **Food Quality and Preference**, Harlow, v. 22, n. 2, p. 213–225, 2011.

DI VITA, G. *et al.* Quality perception of PDO extra-virgin olive oil: which attributes most influence Italian consumers? **Agricultural Economics Review**, Thessaloniki, v. 14, n. 2, [art.] 46, 2013.

DI VITA, G. *et al.* Premium, popular and basic olive oils: mapping product segmentation and consumer profiles for different classes of olive oil. **British Food Journal**, Bradford, v. 123, n. 13, p. 178-198, 2021.

DI VITA, G. *et al.* The role of individual knowledge in functional olive oil preferences: does self-coherence lead to the perception of different health attributes? **Foods**, Basel, v. 9, n. 10, [art.]. 1428, 2020.

DUTRA, L. B.; DUARTE, M. S. L.; SOUZA, E. C. G. Tendência do perfil de consumidores de azeite de oliva. **Revista Instituto Adolfo Lutz**, São Paulo, v. 72, n. 4, p. 322-326, 2013.

ENGEL, J. F.; BLACKWELL, R. D.; MINIARD, P. W. **Comportamento do consumidor** 8. ed. Rio de Janeiro: Editora LTC, 2000.

FAO/WHO – FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION OF THE UNITED NATIONS. WORLD HEALTH ORGANIZATION. Codex Alimentarius Commission. **Codex alimentarius: fats, oils and related products**. 2nd ed. rev. Rome: FAO. WHO, 2001. v. 8. Disponível em: https://books.google.com.br/books?id=OpggG_hDaXsC&pg=PA25&hl=pt-BR&source=gbs_toc_r&cad=4#v=onepage&q&f=false. Acesso em: 2 ago. 2020.

GARCIA, M.; ARAGONES, Z.; POOLE, N. A repositioning strategy for olive oil in the UK market. **Agribusiness**, Hoboken, v. 18, n. 2, p. 163-180, 2002.

GIANNOCCARO, G. *et al.* Assessing consumer preferences for organic vs eco-labelled olive oils. **Organic Agriculture**, Dordrecht, v. 9, n. 4, p. 483-494, 2019.

GRANADOS ROJAS, Leonardo Gabriel. **Indicaciones geográficas y denominaciones de origen: un aporte para su implementación em Costa Rica**. [S. l.]; Instituto Interamericano de Cooperación para La Agricultura. Ministerio de Agricultura y Ganadería, 2004. 160 p.

GRUNERT, K. G. Current issues in the understanding of consumer food choice. **Trends in Food Science & Technology**, Cambridge, n. 13, p. 275-285, 2002.

GRUNET, K. G. Food quality and safety: consumer perception and demand. **European Review of Agricultural Economics**, Oxford, v. 32, n. 3, p. 369–391, 2005.

HELLIN, J.; MEIJER, M. **Guidelines for value chain analysis**. Rome: Food and Agriculture Organization; UN Agricultural Development Economics Division, Nov. 2006. Disponível em: <http://www.emater.tche.br/site/multimidia/noticias/detalhe-noticia.php?id=29612>. Acesso em: 21 ago. 2020.

IBRAOLIVA - INSTITUTO BRASILEIRO DA OLIVICULTURA. **FEIRA DO AZEITE PERMANENTE**. 2019. Disponível em:

<https://www.ibraoliva.com.br/noticias/detalhe/40/feira-do-azeite-permanente>. Acesso em: 02 mar. 2020

IBRAOLIVA - INSTITUTO BRASILEIRO DA OLIVICULTURA. **Regulamento do reconhecimento IbraOliva produto Premium RS origem e qualidade**. Porto Alegre: IBRAOLIVA, 2021. Disponível em: <https://www.agricultura.rs.gov.br/upload/arquivos/202201/17153752-regulamento-ibraoliva-produto-premium-rs.pdf>. Acesso em: 2 jun. 2022.

IBRAOLIVA - INSTITUTO BRASILEIRO DA OLIVICULTURA. **Projeção do mercado oleícola para os próximos anos**. Porto Alegre: IBRAOLIVA, 2021. Disponível em: <https://www.ibraoliva.com.br/sobre>. Acesso em: 2 jun. 2022.

INMETRO - INSTITUTO NACIONAL DE METROLOGIA, QUALIDADE E TECNOLOGIA. [Informação ao consumidor: produtos analisados]. Rio de Janeiro: INMETRO, 2000. Disponível em: <http://www.inmetro.gov.br/consumidor/prodAnalisados.asp>. Acesso em: 3 mar. 2020.

JAHN, G.; SCHRAMM, M.; SPILLER, A. The reliability of certification: quality labels as a consumer policy tool. **Journal of Consumer Policy**, Norwell, n. 28, p. 53-73, 2005.

JIMÉNEZ HERRERA, H.; CARPIO DUEÑAS, A. **La cata de aceites: aceite de oliva virgen: características organolépticas y análisis sensorial**. Sevilla: Junta de Andalucía. Instituto de Investigación y Formación Agraria y Pesquera, Consejería de Agricultura y Pesca, 2008. (Olivicultura y Elaiotécnica). Disponível em: [https://www.juntadeandalucia.es/export/drupaljda/\(La%20Cata%20de%20Aceites_baja.pdf](https://www.juntadeandalucia.es/export/drupaljda/(La%20Cata%20de%20Aceites_baja.pdf). Acesso em: 2 jan. 2022.

JORGE, Rogério Oliveira. **Caracterização de azeites virgem extra gourmet varietais e blends comercializados no mercado do Rio Grande do Sul**. 2010. 105 f. Tese (Doutorado em Agronomia) - Universidade Federal de Pelotas, Pelotas, 2010.

KALOGERAS, N. *et al.* Dutch consumers' willingness to pay for organic olive oil. **Journal of International Food and Agribusiness Marketing**, New York, v. 21, n. 4, p. 286-311, 2009.

KESHELASHIVILI, G. Value chain management in agribusiness. **International Journal of Business and Management**, Perth, v. 6, n. 2, p. 59-77, 2018.

KOTHANDARAMAN, P.; WILSON, D. The future of competition: value-creating networks. **Industrial Marketing Management**, New York, v. 30, p. 379-389, 2001.

MARTINEZ, M. G.; ARAGONÉS, Z.; POOLE, N. A repositioning strategy for olive oil in the UK market. **Agribusiness**, Hoboken, v. 18, n. 2, p. 163-180, 2002.

MCEWAM, J. A. Consumer attitudes and olive oil acceptance: the potential consumer. **Grasas y Aceites**, Sevilla, v. 45, n. 1, p. 9-15, 1994.

MENAPACE, L. *et al.* Consumers' preferences for geographical origin labels: evidence from the Canadian olive oil market. **European Review of Agricultural Economics**, Oxford, v. 38, n. 2, p. 193-212, 2011.

MONTIGAUD, J. C. Les filières fruits et légumes et la grande distribution: méthodes d'analyse et résultats. *In*: GRIFFON, Michel (ed.). **Formation des prix et échanges agricoles**. Montpellier: CIRAD-MES, 1991. p. 37-54. Trabalho apresentado no Séminaire d'économie et de sociologie. 10, Montpellier, France, 11 September 1989/15 September 1989.

MORVAN, Y. Filière de production. *In*: MORVAN, Y. **Fondements d'économie industrielle**. 2ème ed. Paris, Economica, 1991. p. 243-275.

MOURA, P. H. A. *et al.* **Azeite de oliva**. Lavras, MG: EPAMIG, 2008. Disponível em: <http://www.epamig.br/download/cartilha-azeite-um-marco-da-pesquisa-da-epamig/> Acesso em: 2 maio 2021.

MTIMET, N. *et al.* Marketing olive oil products in the Tunisian local market: the importance of quality attributes and consumers' behavior. **Journal of International Food & Agribusiness Marketing**, Philadelphia, v. 25, n. 2, p. 134–145, 2013. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/08974438.2013.736044>. Acesso em: 22 maio 2021

MTIMET, N. *et al.* **The effects of information and country of origin on Japanese olive oil consumer selection**. *In*: INTERNATIONAL CONGRESS OF THE EUROPEAN ASSOCIATION OF AGRICULTURAL ECONOMISTS, 2011, Zurich, Switzerland. [Proceedings of the ...]. Wageningen: EAAE, 2011. [p. 1-12]. Disponível em: [file:///C:/Users/marli/Downloads/The effects of Information and Country of Origin o.pdf](file:///C:/Users/marli/Downloads/The%20effects%20of%20Information%20and%20Country%20of%20Origin%20o.pdf). Acesso em: 23 maio 2021.

NIELSEN, N. A.; BECH-LARSEN, T.; GRUNERT, K. G. Consumer purchase motives and product perceptions: a laddering study on vegetable oil in three countries. **Food Quality and Preference**, Harlow, v. 9, n. 6, p. 455–466, 1998.

NOBRE, Vitória de Souza. **Características químicas do azeite de oliva (olea europaea l.) extra virgem comercializados em diferentes sistemas de embalagens**. 2019. 29 f. TCC (Graduação em Engenharia de Alimentos) - Universidade Federal do Mato Grosso, Campus Universitário do Araguaia, Instituto de Ciências Exatas e da Terra, Barra do Garças, 2019.

OLIVOPAMPA. **Viveiro e assistência técnica**. Santana do Livramento: OlivoPampa, 24 ago. 2020. Disponível em: https://olivopampa.com.br/?page_id=6978. Acesso em: 25 ago. 2021.

OSLON, J. C.; JACOB, J. Cue utilization in the quality perception process. *In*: CONFERENCE OF THE ASSOCIATION FOR CONSUMER RESEARCH, 3., 1972, Iowa City. **Proceedings of the [...]**. Iowa City: Association for consumer Research, 1972. p. 79-167.

PANICO, T.; DEL GIUDICE, T.; CARACCILO, F. Quality dimensions and consumer preferences: a choice experiment in the Italian extra-virgin olive oil market. **Agricultural Economics Review**, Thessaloniki, v. 15, n. 2, p. 100-112, 2014.

PANZONE, L. *et al.* When consumers and products come from the same place: preferences and WTP for geographical indication differ across regional identity groups. **Journal of International Food and Agribusiness Marketing**, New York, v. 28, n. 3, p. 1-28, 2016.

PASCOTINI, P. B. **Azeite de oliva gaúcho: educando consumidores.** [Porto Alegre: SEBRAE-RS], 2018. Disponível em: <https://sebraers.com.br/olivicultura/azeite-de-oliva-gaucha-educando-consumidores/>. Acesso em: 15 ago. 2019.

PICHIERRI, M. *et al.* The interplay between health claim type and individual regulatory focus in determining consumers' intentions toward extra-virgin olive oil. **Food Research International**, New York, v. 136, [art.] 109467, 2020.

PORTER, M. E. **Vantagem competitiva: criando e sustentando um desempenho superior.** 13. ed. Rio de Janeiro: Campus Elsevier, 1989.

PREDIERI, S. *et al.* Virgin olive oil sensory properties: comparing trained panel evaluation and consumer preferences. **Food Research International**, New York, v. 54, n. 2, p. 2091–2094, 2013.

RAMALHEIRO, João Pedro da Silva Canas. **Contribuição para a caracterização bioquímica do estudo de maturação de azeitonas de diferentes variedades.** 2009. 51 f. Dissertação (Mestrado) – Instituto Superior de Agronomia, Universidade Técnica de Lisboa, Lisboa, 2009. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10400.5/1940>. Acesso em: 6 jun. 2022.

RECCHIA, A.; MONTELEONE, E.; TUORILA, H. Responses to extra virgin olive oils in consumers with varying commitment to oils. **Food Quality and Preference**, Harlow, v. 24, n. 1, p. 153–161, 2012.

REIS, Livia Liberato de Matos. **Indicação geográfica no Brasil: determinantes, limites e possibilidades.** 2015. 270. Tese (Doutorado em Geografia) – Programa de Pós-Graduação em Geografia, Instituto de Geociências, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2015.

RIO GRANDE DO SUL. Secretaria da Agricultura, Pecuária e Desenvolvimento Rural. **Programa Pró-Oliva.** Porto Alegre: Secretaria da Agricultura, Pecuária e Desenvolvimento Rural, 2016. Disponível em: <http://www.agricultura.rs.gov.br/pro-oliva>. Acesso em: 27 maio 2021.

RIO GRANDE DO SUL. Governo do Estado. **Produção de azeite extravirgem deste ano deve ser a maior do Estado.** Porto Alegre, 16 mar. 2019. 1 vídeo (8min15s). Disponível em: <https://www.estado.rs.gov.br/midia/video/producao-de-azeite-extravirgem-deste-ano-deve-ser-a-maior-do-estado-201903165844>. Acesso em: 14 ago. 2020.

RIO GRANDE DO SUL. Governo do Estado. Novas Façanhas. Departamento de Políticas Agrícolas e Desenvolvimento Rural. Radiografia da Agropecuária Gaúcha 2020. p. 23.

Disponível em: <https://www.agricultura.rs.gov.br/upload/arquivos/202009/26185534-radiografia-da-agropecuaria-gaucha-2020-1.pdf>. Acesso em 27 ago. 2021.

RIO GRANDE DO SUL. Decreto nº 52.479, de 29 de julho de 2015. Institui o Programa Estadual de Desenvolvimento da Olivicultura – PRÓ-OLIVA. **Diário Oficial do Estado [do Rio Grande do Sul]**, Porto Alegre, n. 144, 30 jul. 2015. Disponível em: <http://www.al.rs.gov.br/legislativo/Legisla%C3%A7%C3%A3oEstadual.aspx>. Acesso em: 21 ago. 2019.

RODEGHIERO, J. M. **Caracterização físico-química e atividade antioxidante de azeites de oliva produzidos no Rio Grande do Sul**. 2016. 81 f. Dissertação (Mestrado em Ciência e Tecnologia de Alimentos), Faculdade de Agronomia Eliseu Maciel, Universidade Federal de Pelotas, Pelotas, 2016.

ROSELLI, L.; CARLUCCI, D.; DE GENNARO, B. C. What is the value of extrinsic olive oil cues in emerging markets? Empirical evidence from the US E-commerce retail market. **Agribusiness**, Hoboken, v. 32, n. 3, p. 329-342, 2016.

ROSELLI, L. *et al* Consumers' willingness to buy innovative traditional food products: the case of extravirgin olive oil extracted by ultrasound. **Food Research International**, New York, v. 108, p. 482-490, 2018b.

ROSELLI, L. *et al*. Testing consumers' acceptance for an extra-virgin olive oil with a naturally increased content in polyphenols: the case of ultrasounds extraction. **Journal of Functional Foods**, London, v. 69, [art.] 103940, 2020.

ROSELLI, L. *et al*. EU quality labels in the Italian olive oil market: how much overlap is there between geographical indication and organic production? **Journal of Food Products Marketing**, Binghamton, v. 24, n. 6, p. 784-801, 2018a.

SALAZAR-ORDÓÑEZ, M. *et al*. Survey data on consumer behaviour in olive oil markets: The role of product knowledge and brand credence. **Data in Brief**, Amsterdam, n. 18, p. 1750–1757, 2018.

SAMTOSA, M. *et al*. Knowledge, beliefs, habits and attitudes of California consumers regarding extra virgin olive oil. **Food Research International**, New York, v. 54, n. 2, p. 2104–2111, 2013.

SANTOS, M.; MONTEIRO, G. C. Sistema orgânico de produção de alimentos. **Alimentos e Nutrição**, Araraquara, v.15, n. 1, p. 81-94, 2004.

SAUERESSIG, Denise. **O desenvolvimento da olivicultura no Rio Grande do Sul: potencialidades e desafios**. 2018. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-Graduação em Agronegócios, Centro de Estudos e Pesquisas em Agronegócios, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2018. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/192800>. Acesso em: 1º ago. 2019.

SAUERESSIG, Denise; PINTO, Andrea Troller; SCHULTZ, Glauco. O desenvolvimento da olivicultura no Rio Grande do Sul: elementos de formação do sistema agroindustrial.

Extensão Rural, Santa Maria, v. 26, n. 1, p. 69-85, jan./mar. 2019.

SCARPA, R.; DEL GIUDICE, T. Market segmentation via mixed logit: extra-virgin olive oil in urban Italy. **Journal of Agricultural and Food Industrial Organization**, Berkley, v. 2, n. 1, p. 1-20, 2004.

SCHIFFMAN, Leon G. **Consumer behavior**. Englewood Cliffs: Prentice Hall, 1997.

SERRALVO, Francisco A.; FURRIER, Márcio T. Fundamentos de posicionamento de marcas: uma revisão teórica. *In*: SEMINÁRIOS EM ADMINISTRAÇÃO FEA-USP, 7., 2004, São Paulo. **Anais** [...]. São Paulo: USP, 2004. p. 1-11.

SILVA, C. *et al.* Estudo do cenário atual da produção de azeite de oliva no Rio Grande do Sul. **Anais do Salão Internacional de Ensino, Pesquisa e Extensão**, [S. l.], v. 8, n. 2, fev. 2020.

SOUZA, T. F. M. **Efeito da luz na degradação de azeite em diferentes embalagens**. 2017. 46 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Curso de Engenharia de Alimentos, Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Campo Mourão, 2017.

TALHINHAS, P.; LOUREIRO, A.; OLIVEIRA, H. Olive anthracnose: a yield and oil quality degrading disease caused by several species of *Colletotrichum* that differ in virulence, host preference and geographical distribution. **Molecular Plant Pathology**, Oxford, v. 19, n. 8, p. 1797-1807, 2018.

TERAMOTO, J. R. S.; BERTONCINI, E. I.; PRELA-PANTANO, A. **Histórico da introdução da cultura da oliveira no Brasil**. Infobibos, [s. l.], 2010. Artigo em Hypertexto. Disponível em: http://www.infobibos.com/Artigos/2010_4/HistoricoOliveira/index.htm. Acesso em: 23 ago. 2019.

TERCI, S. Você realmente sabe o que é coportamento do consumidor. **Iniciação Científica Cesumar**, [Curitiba], v. 3, n. 2, p. 91-103, ago./dez. 2001. Disponível em <http://periodicos.unicesumar.edu.br/index.php/iccesumar/article/view/42/5>. Acesso em: 19 ago. 2019.

THOMPSON, K. E.; HAZIRIS, N.; ALEKOS, P. J. Attitudes and food choice behaviour. **British Food Journal**, Bradford, v. 96, n. 11, p. 9–13, 1994. Disponível em: <https://doi.org/10.1108/00070709410074632>. Acesso em: data 21 maio 2021.

VALLI, E. *et al.* Sensory analysis and consumer acceptance of 140 high-quality extra virgin olive oils. **Journal of the Science of Food and Agriculture**, London, v. 94, n. 10, p. 2124–2132, 2014.

VAZQUEZ-ARAUJO, L. *et al.* Cross-cultural perception of six commercial olive oils: a study with Spanish and US consumers. **Food Science and Technology International**, New York, v. 21, n. 6, p. 454–466, 2015.

WANG, S.; MOSCATELO, B.; FLYNN, D. **Survey:** consumer attitudes on olive oil. Davis: UC Davis Olive Center, 2013. Disponível em: <https://1.oliveoiltimes.com/library/ucd-survey.pdf>. Acesso em: 8 ago. 2021.

ZAMORA, E. A. Value chain analysis: a brief review. **Asian Journal of Innovation and Policy**, Sejong-si, n. 5002, p. 116-128, 2016.

ZEITHAML, Valarie A. Consumer perceptions of price, quality, and value: a meansend model and synthesis of evidence. **Journal of Marketing**, Chicago, v. 52, n. 3, p. 2-22, July 1988.

APÊNDICE A - CÓDIGO DOS ESPECIALISTAS ENTREVISTADOS

E 1- Jurado Internacional de azeite

E 2 - Nutricionista— Professora UFCSPA- Pesquisadora de Azeite de Oliva

E3 - Sommelière em Azeite de Oliva – com formação no Uruguai

E 4 -Sommelière Internacional de Azeites

E 5- Azeitólogo e Consultor em Gastronomia- com formação na Espanha

E 6 - Nutricionista especialista em azeites

E 7 - Professor UFCSPA – Pesquisador de Azeite de Oliva

E 8 - Sommelière de Azeites de região de Produção de Azeite da Espanha

E 9 - Pesquisadora da Embrapa

E 10 - Pesquisadora sobre azeites da SEAPDR/RS

E 11- Chef de Cozinha de região brasileira conhecida pela produção de azeites de qualidade

E 12 - Engenheiro Agrônomo do MAPA

E 13- Chef de cozinha de região pioneira de produção de azeite no Brasil

E 14 - Chefe de cozinha especialista em azeites

E 15-Engenheiro Agrônomo Especialista em Sistemas de Produção Vegetal (Oliveiras)
EMATER/RS-ASCAR

APÊNDICE B - ROTEIRO DO QUESTIONÁRIO AOS ESPECIALISTAS

- 1- Na sua opinião qual a importância da cor do azeite de oliva extra virgem?
- 2- Na sua opinião qual a importância do sabor do azeite de oliva extra virgem? Capacidade de enaltecer o aroma e sabor dos alimentos é importante num azeite de oliva (No caso de Chef)?
3. A variedade da oliveira influência na qualidade do azeite de oliva extra virgem?
4. Qualidades nutricionais percebidas (No caso de Chef)
5. A questão se ser orgânico é importante-certificação?
- 6- Marca da empresa é importante e reflete na qualidade?
- 7- A qualidade da embalagem é importante? 8- Qual a importância da qualidade do vidro?
- 8- A Indicação de origem geográfica tem influência na qualidade do azeite de oliva extravirgem? Região de Origem – País de Origem?
- 9- Fator logístico-azeite fresco?
- 10- A questão das premiações reflete na qualidade?

APÊNDICE C - CÓDIGO DOS PRODUTORES ENTREVISTADOS

- P1 ADMINISTRADOR DA EMPRESA
- P 2 PRODUTORAS/ADMINISTRADORAS
- P3 PRODUTORA/MESTRE LAGAR
- P4 ADMINISTRADOR DA EMPRESA - Engenheiro agrônomo - Mestre de LAGAR e responsável pela operação da Indústria
- P5 PRODUTOR/EMPREENDEDOR/PROPRIETÁRIO
- P6 PRODUTOR/ENGENHEIRO AGRÔNOMO
- P7 FILHO DOS PROPRIETÁRIOS/VETERINÁRIO/PRODUTOR/MESTRE LAGAR
- P8 PRODUTOR/ADMINISTRADOR DA EMPRESA

APÊNDICE D – ROTEIRO DAS ENTREVISTAS SEMI-ESTRUTURADAS COM OS PRODUTORES DE AZEITE

Sr. Produtor,

Venho convidá-lo para entrevista, com previsão de duração de até 60 minutos, preferencialmente no dia XXXXX, pela tarde, a qual em linhas gerais, trata sobre a qualidade do Azeite de Oliva, vinculada ao Programa de Pós-Graduação em Agronegócios da UFRGS.

Concluída a primeira fase da pesquisa, onde foram elencados os principais atributos valorizados pelo mercado, que serão explicitados/relatados durante a próxima fase da pesquisa em nossa entrevista, a qual versará sobre as etapas da cadeia de produção do azeite de oliva (colheita das azeitonas, processamento/industrialização do azeite de oliva extra virgem, envase e etiquetamento, distribuição e comercialização), ou seja, enfocará os atributos e as atividades realizadas para atendimento da qualidade do produto.

Desde já, informa-se que qualquer dado que possa identificá-lo será omitido na divulgação dos resultados da pesquisa, sendo que a qualquer momento, durante a pesquisa, ou posteriormente, poderá ser solicitado pelo pesquisador informações sobre sua participação e/ou sobre a pesquisa, o que poderá ser feito através dos meios de contato explicitados neste convite.

Por fim, destaca-se que sua participação na presente pesquisa é de grande importância para o resultado final deste estudo, cuja aceitação deverá ser por vontade própria, sem receber qualquer contrapartida financeira ou ter qualquer ônus e com a finalidade exclusiva de colaborar para o sucesso da mesma.

Contamos com sua colaboração, aguardo a sua confirmação para minha visita ao olival e de sua disponibilidade para entrevista presencial. Caso, seja preferível pelo Sr. em face do período sensível de Pandemia a entrevista poderá ser on line, via google Meet.

Assim, aguardo retorno.

Atenciosamente.

Marlise Santos de Almeida

Discente de Mestrado em Agronegócios da UFRGS, sob orientação do Prof. Dr. Jean Philippe Palma Revillion.

Este questionário propõe captar a opinião dos produtores de azeite de oliva do Rio Grande do Sul:

1-Como o conhecimento a respeito da produção de azeite de oliva foi obtido/desenvolvido em sua propriedade?

2-Qual seria o primeiro passo essencial no processo para obter um produto de qualidade?

3-A questão de preparar o solo antes do plantio é importante para a qualidade da oliveira e reflete na produção e qualidade final do azeite de oliva?

4-Quais são os aspectos determinantes para uma boa produção do azeite de oliva de qualidade? Quais são as principais dificuldades e desafios para se ter um azeite de oliva extra virgem de qualidade?

5-Como os produtores aprendem a fazer um produto de qualidade?

6-Colheita das Azeitonas- Azeitonas são geralmente coletadas no final do verão e início do outono. Este ano,2022, a abertura oficial será dia 18 de fevereiro na Estância das Oliveiras, no Município de Viamão. Sua colheita será a partir de que dia? Isto influenciará na qualidade do azeite de oliva?

7-Para a colheita e sua respectiva qualidade final, depende de cada variedade?

8-Existem dois métodos de colheita das azeitonas: a forma manual e a mecanizada, esta consiste em tremer os ramos de oliveiras, fazendo com que as oliveiras caiam em uma malha de coleta. Qual o Sr. Produtor utiliza? E o método de colheita reflete na qualidade?

9-Quais as variedades de sua plantação e a característica de qualidade de cada uma?

10-Uma vez recolhidos os frutos, são imediatamente levados ao lagar para a extração do azeite? Existe um cuidado especial neste transporte?

11-Com relação ao maquinário, quais o Sr. Produtor dispõe (Trituradora e Batedora)? Ou terceiriza?

12-No lagar, as folhas e detritos são separados e as olivas lavadas e pesadas. Ao depois, por meio de uma esteira, são inseridas em uma trituradora para serem moídas (ali entram com caroço), o Sr. produtor possui esta máquina e a opera ou tem um Mestre Lagar? No caso este processo tem algum detalhe técnico específico (como tempo/limpeza da máquina, etc) que reflete na qualidade do azeite de oliva?

13-Deste processo surge uma pasta de azeitonas passa para a batedora, onde permanecem por até 60 minutos (há produtores que deixam por 45 minutos). Este tempo qual o Sr. Produtor/mestre lagar aplica e se reflete na qualidade do azeite?

14-Esta é uma fase importante no processo, pois a temperatura da massa não pode ultrapassar os 27 graus por conta da fermentação do fruto. O ideal é manter uma temperatura baixa (entre 23 e 27 graus). Isto é seguido ou controlado? Isto reflete na qualidade do azeite?

15-Nesta etapa de centrifugação, cujo processo de centrifugação do azeite consiste na separação do óleo da água e outras impurezas, existe alguma prática externa específica que deve ser atendida para refletir na qualidade do azeite de oliva?

16-Existem a centrífuga horizontal e a vertical. O Sr. produtor optou em trabalhar com as duas (uma após a outra) ou somente com a horizontal? Existe diferença e reflete na qualidade do azeite?

17-Relativamente à filtragem e decantação extraído o azeite da pasta sólida o ideal é realizar a filtragem do azeite, para então retirar todas as impurezas que ainda possam estar presentes no óleo. Muitos produtores optam por fazer um azeite não filtrado, qual foi sua opção? (Sabe-se que isso reflete diretamente na estabilidade do produto, podendo este durar menos tempo na garrafa).

18-Realizada a filtragem do azeite ele é armazenado em tanques afunilados para então decantar por um período. Qual o período que o Sr. Produtor/mestre lagar procura deixar no tanque (A fase de decantação permite que os dejetos sólidos se mantenham no fundo do tanque e se separem do azeite – sendo ideal até 20 dias) e isto reflete na qualidade do azeite de oliva?

19-A decantação e filtragem do produto é indicada para que ele saia o mais "limpo" possível. Isto não estaria ligado a pureza do azeite até porque o azeite de oliva extra virgem é o óleo 100% puro extraído da oliva. Mas, este processo mal elaborado acarretaria em defeito no azeite?

20-Quais são os defeitos do azeite de oliva que devem ser evitados? Quais são os atributos (cor, acidez, etc) que são considerados importantes para o Sr. Produtor? Como o Sr. Atende a questão da qualidade? Existe prática ou tecnologia ou seleção de variedades de oliveiras para atender à exigência dos consumidores em relação à qualidade?

21-Quais dos atributos impactam positivamente na qualidade do azeite de oliva e que atendam aos consumidores na sua opinião Sr. Produtor?

22-O Sr. Produtor que cuida do envase e do etiquetamento? E nesta fase o que deve ser atendido para conservar a qualidade e o sabor do azeite, devido ao cuidado com o contato da luz e do ar?

23-O Sr. Produtor tem conhecimento da legislação do MAPA e do COI para a produção de azeite de oliva e recebe assistência técnica dos órgãos públicos e/o apoio de Associação para a produção de azeite de oliva? Isto tem contribuído para a qualidade do azeite de oliva do RS?

24-Na sua opinião qual a importância da cor do azeite de oliva extravirgem?

25-Na sua opinião qual a importância do sabor do azeite de oliva extravirgem?

26-A variedade da oliveira influência na qualidade do azeite de oliva extravirgem? Quais as características e qual das variedades que se deram bem no solo brasileiro?

27-A questão de ser orgânico (certificação) é importante e reflete em qualidade?

28-No seu entendimento a marca da empresa é importante e reflete na qualidade?

29-A qualidade da embalagem é importante? Qual a importância da qualidade do vidro?

30-A Indicação de origem geográfica tem influência na qualidade do azeite de oliva extravirgem? Região de Origem – País de Origem?

31-Fator logístico, relativamente a questão do azeite fresco como o produtor orienta após a venda, no caso orienta?

32-Como se está a adoção de novas tecnologias no setor? Agrega a qualidade? (maquinários da Fast – Peralise, etc o que tem de melhor no mercado e o que permite ser adquirido pelo produtor gaúcho e isto reflete na qualidade do produto final?)

33-Como é avaliada a qualidade do azeite de oliva? Existe um padrão ou definições legais de qualidade do azeite de oliva? Agora com a classificação Premium para o azeite de oliva como está a preocupação dos produtores com a qualidade, ou seja, quais são as atividades para atender esta qualidade?

34-Quais são os aspectos determinantes para a produção do azeite de oliva de elevado valor agregado?

35-É possível de manter qualidade do azeite com preço baixo?

36-O Sr. Produtor tem produção de outras culturas ou olivoturismo em sua propriedade para agregar valor ao produto?