

AOOE - ALENTEJO OLIVE OIL EXPERIENCE

Mapeamento e Avaliação da Oferta Olivoturística da região do Alentejo Análise dos Resultados

OPERAÇÃO ALT2030-FEDER-01696200



CEPAAL

Centro de Estudos e
Promoção do Azeite do Alentejo

Análise dos Resultados do Inquérito

72

Respostas

96 %

**Interesse na
Rota**

35 %

**Com Oferta
Ativa**

39 %

**Querem
Desenvolver
Nova Oferta**

88 % dos Inquiridos solicitaram o relatório do diagnóstico.



TerraProjectos
Consultoria Agroalimentar



**Cofinanciado pela
União Europeia**

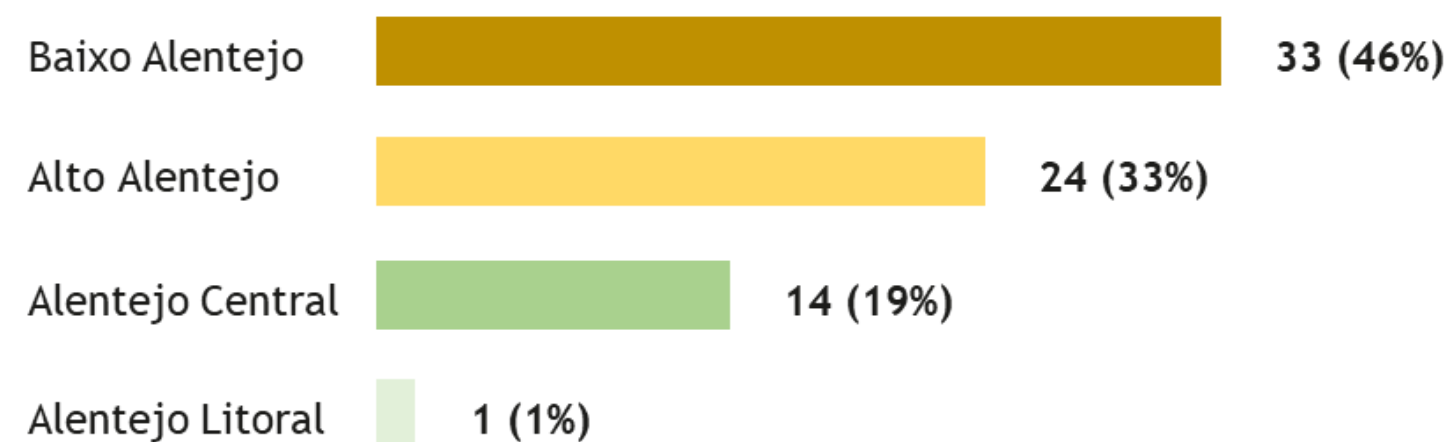
Os Fundos Europeus mais próximos de si.

ESTRUTURA

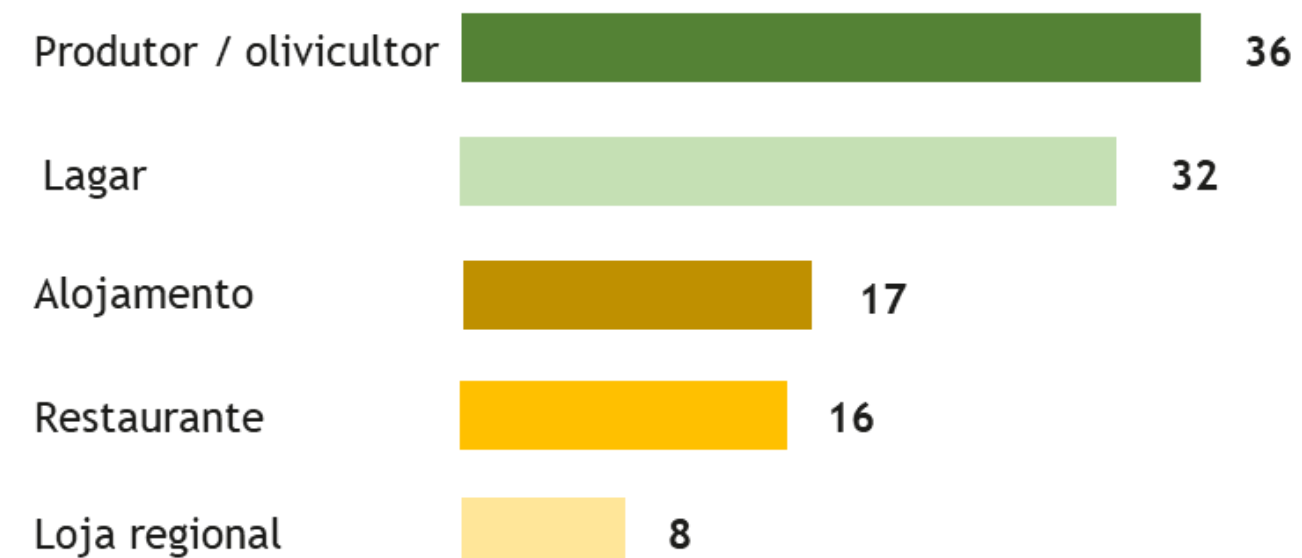
- 1. Caracterização das Entidades**
- 2. Oferta Olivoturística Atual**
- 3. Operacionalização das Visitas**
- 4. Procura e Perfil do Visitante**
- 5. Interesse na Rota do Azeite**
- 6. Obstáculos e Necessidades**
- 7. Conclusão e Recomendações**

CARACTERIZAÇÃO DAS ENTIDADES

Distribuição por Sub-região



Atividade Principal



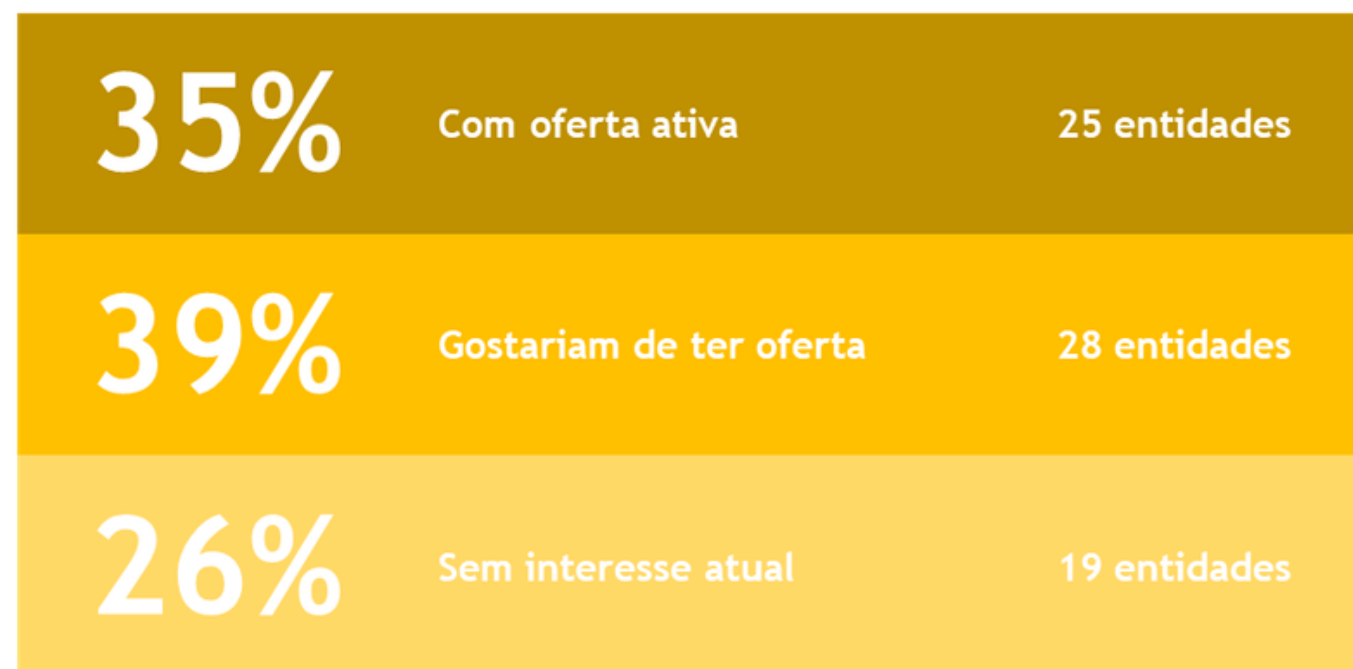


CEPAAL

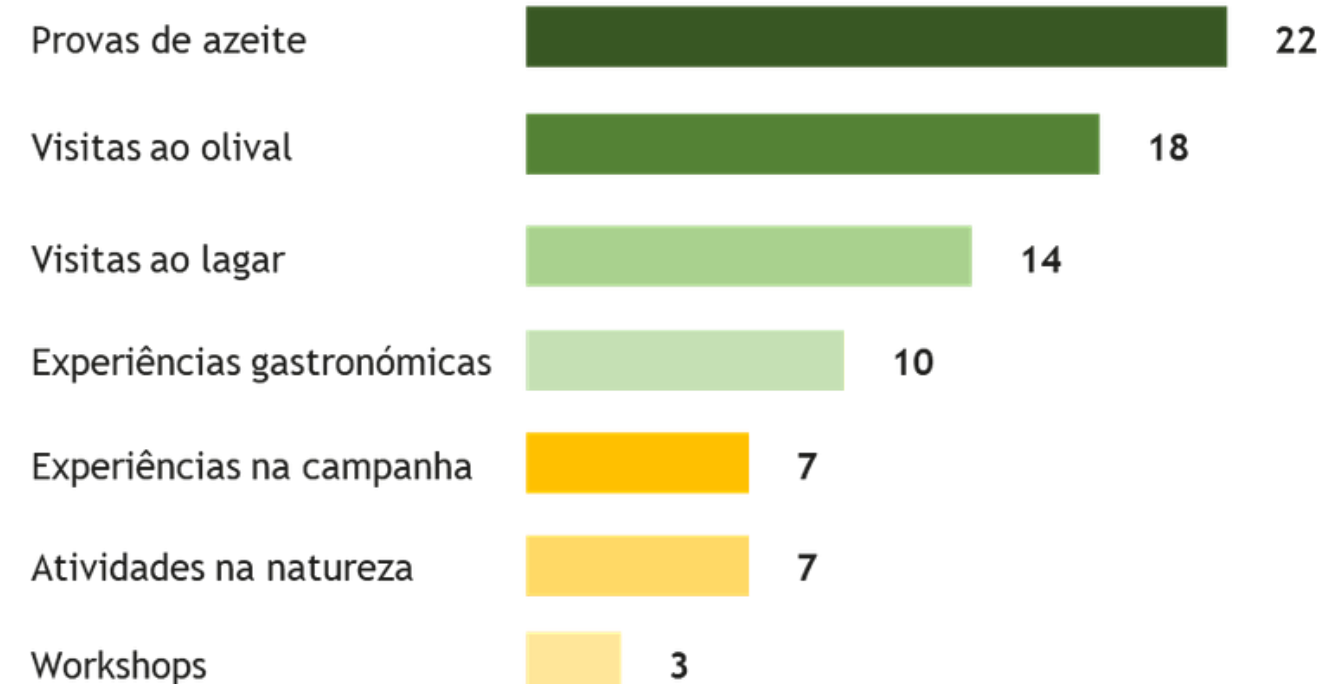
Centro de Estudos e
Promoção do Azeite do Alentejo

OFERTA OLIVOTURÍSTICA ATUAL

Estado da Oferta Olivoturística



Tipos de Experiências Oferecidas



TerraProjectos
Consultoria Agroalimentar



Cofinanciado pela
União Europeia

Os Fundos Europeus mais próximos de si.



CEPAAL

Centro de Estudos e
Promoção do Azeite do Alentejo

OPERACIONALIZAÇÃO DAS VISITAS

Duração Média

1 a 2 horas — 75%

Meio dia — 12%

Capacidade Máxima

10-20 pessoas — 42%

Menos de 10 — 25%

20-50 pessoas — 13%

Mais de 50 — 17%

Tipo de Visitas

Só por marcação — 58%

Regulares todo o ano — 29%

Sazonais — 8%

Recursos Humanos

Parcialmente dedicados — 38%

Totalmente dedicados — 33%

Sem RH dedicados — 25%

Colaboradores Qualificados

2 a 4 colaboradores — 46%

1 colaborador — 38%

5 a 8 colaboradores — 8%

Idiomas Disponíveis

Português — 100%

Inglês — 92%

Espanhol — 50%

Francês — 21%



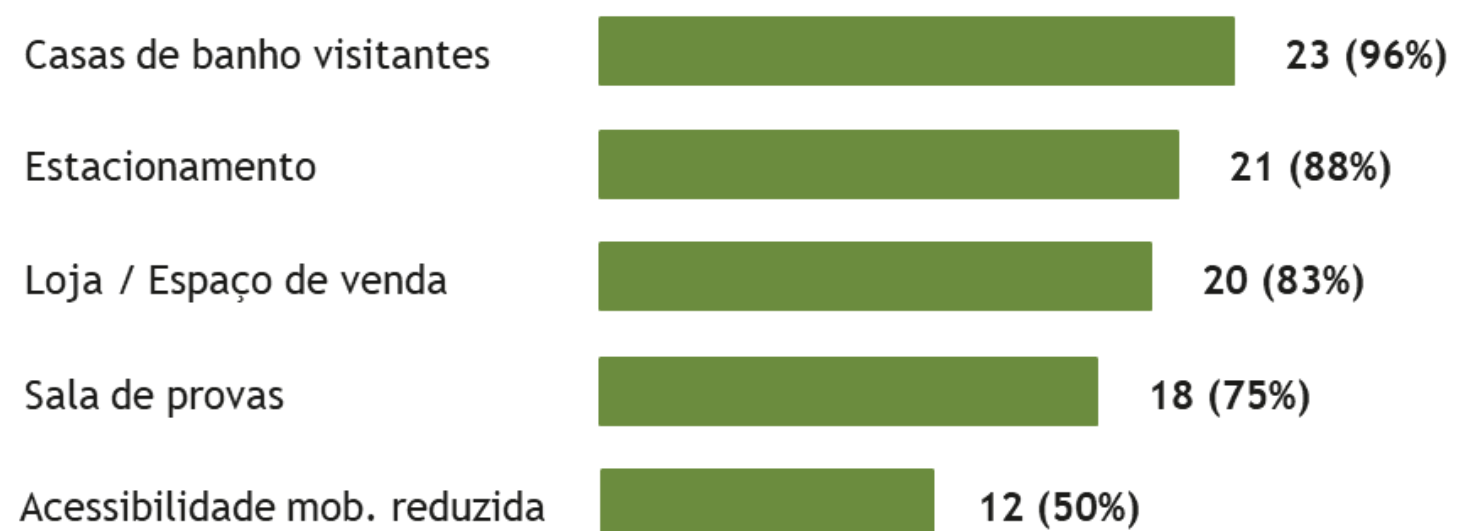


CEPAAL

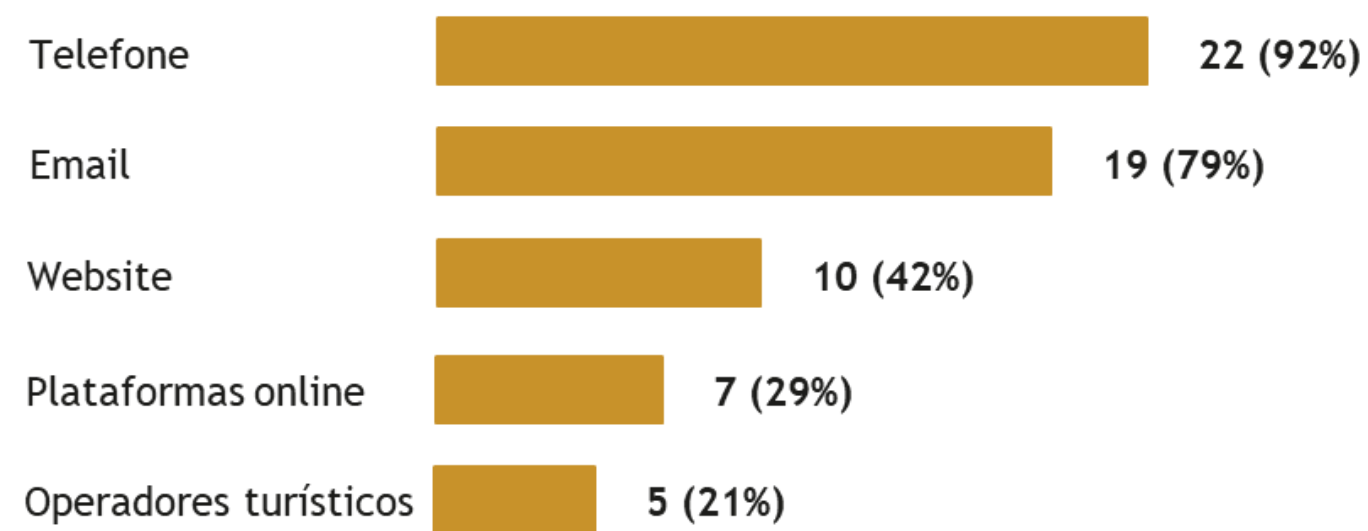
Centro de Estudos e
Promoção do Azeite do Alentejo

OPERACIONALIZAÇÃO DAS VISITAS

Infraestruturas Disponíveis

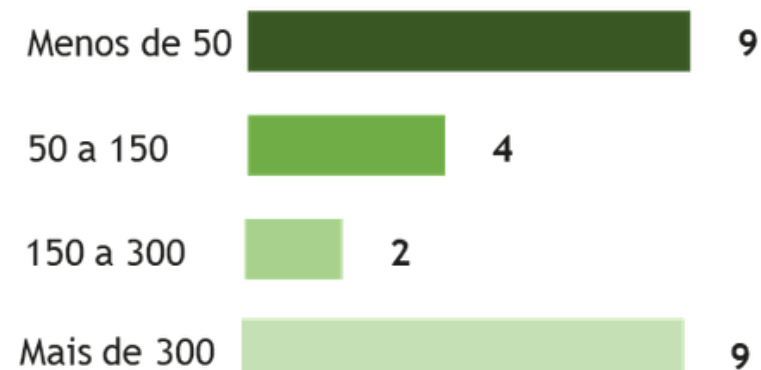


Canais de Reserva

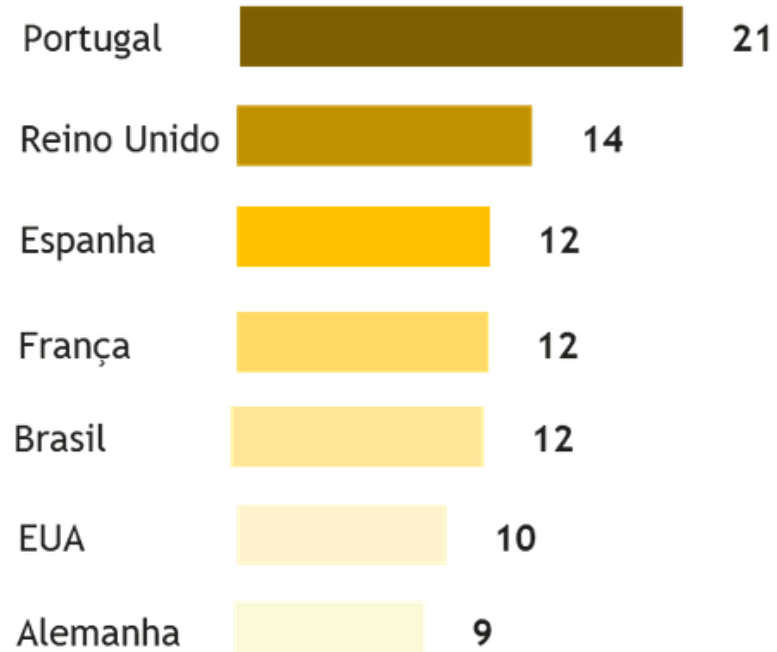


PROCURA E PERFIL DO VISITANTE

Visitantes por Ano



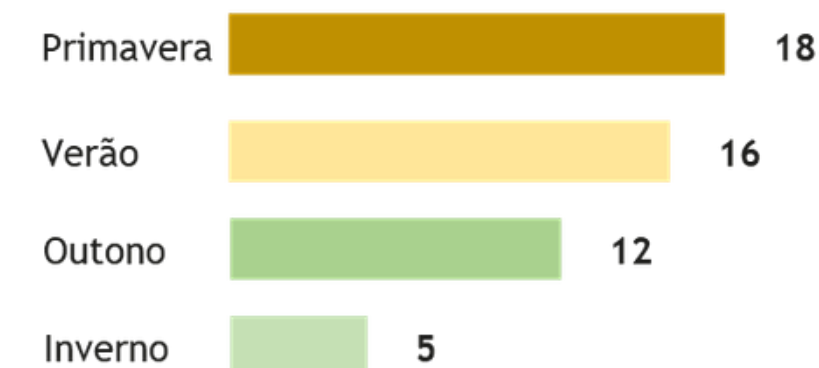
Principais Origens



Perfil dos Visitantes



Sazonalidade da Procura



Trabalha com Operadores



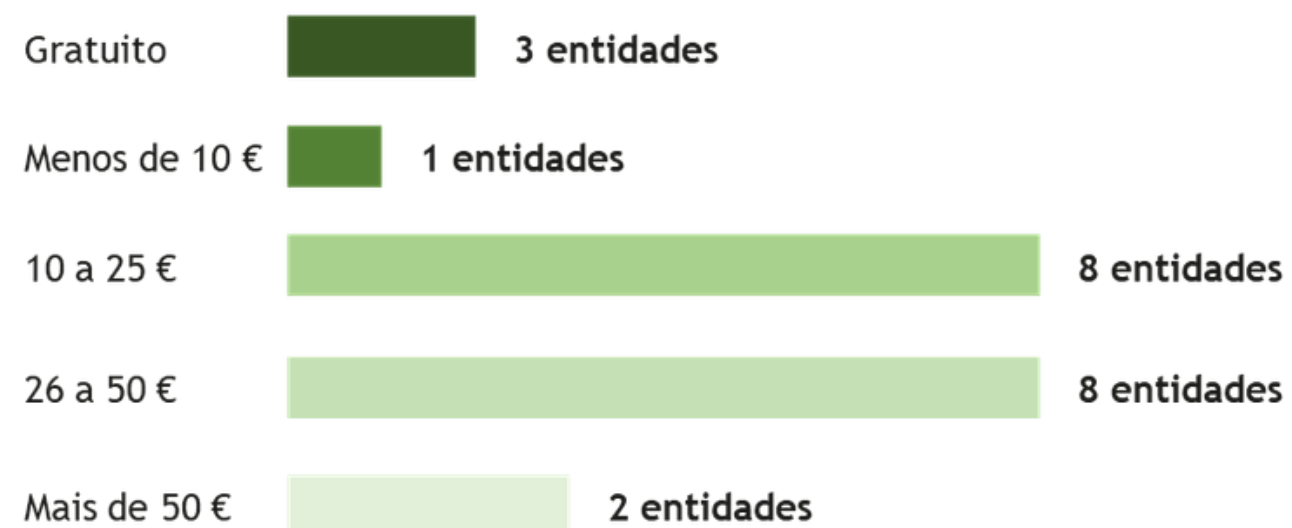


CEPAAL

Centro de Estudos e
Promoção do Azeite do Alentejo

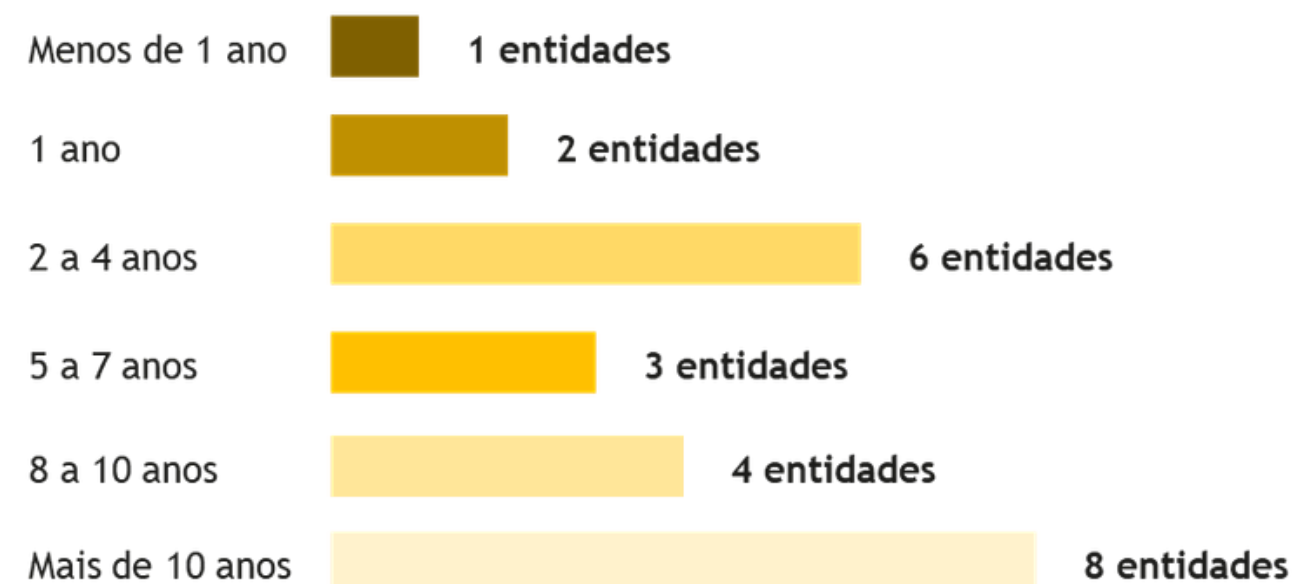
PREÇO E MATURIDADE DA OFERTA

Valor da Visita (por pessoa)



Os intervalos mais frequentes são 10-25 € e 26-50 € por pessoa (8 entidades cada), incluindo prova de azeite e visita guiada.

Anos de Atividade Olivoturística



88% das entidades com oferta ativa têm 2 ou mais anos de experiência; 63% ultrapassam os 5 anos.



TerraProjectos
Consultoria Agroalimentar



Cofinanciado pela
União Europeia

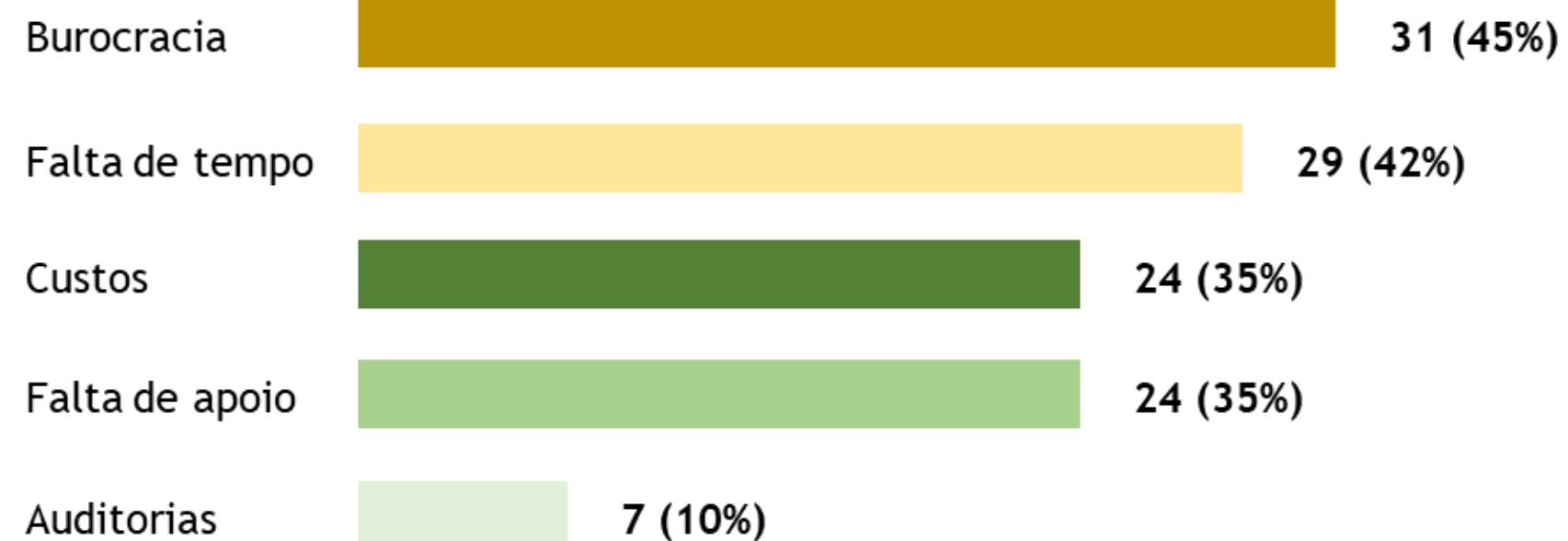
Os Fundos Europeus mais próximos de si.

INTERESSE NA ROTA

96%

**Interesse na
Rota**

Principais Preocupações para Integrar a Rota



93% dos interessados estão disponíveis para técnicas de validação.

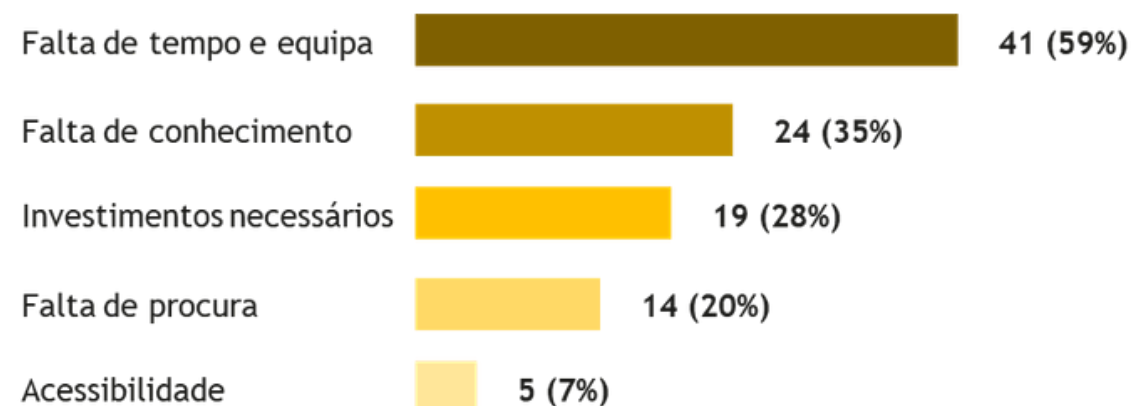


CEPAAL

Centro de Estudos e
Promoção do Azeite do Alentejo

OBSTÁCULOS E NECESSIDADES

Obstáculos ao Desenvolvimento



Tipo de Apoio Considerado Útil

Parcerias / Pacotes	48
Formação	45
Marketing e Comunicação	42
Plataforma gestão reservas	27

Investimentos Necessários

1	Sala de provas e espaço de receção de visitantes
2	Plataforma digital e website de reservas online
3	Formação e qualificação de recursos humanos
4	Acessibilidade para visitantes com mobilidade reduzida
5	Material de comunicação e sinalética interpretativa
6	Engarrafamento e marca própria de azeite

CONCLUSÕES

01 Interesse muito elevado na Rota

96% das entidades (69 de 72) querem integrar a Rota do Azeite do Alentejo – base sólida para uma rota com escala regional.

02 Oferta ainda em desenvolvimento

Apenas 35% têm oferta ativa; 39% gostariam de a criar. O potencial de crescimento é muito significativo.

03 Capacidade humana limitada

Falta de tempo/equipa é a maior barreira (59%), seguida de falta de conhecimento (35%). Formação é urgente.

04 Mercado diversificado e internacional

Visitantes de Portugal, Reino Unido, Espanha, França e Brasil. Primavera e Verão têm maior procura.

05 Reservas ainda analógicas

Telefone (92%) e email (79%) dominam os canais. Há margem clara para digitalização através de plataformas de reserva.

06 Apoio estrutural prioritário

Parcerias (70%), formação (65%) e marketing (61%) são os 3 tipos de apoio mais solicitados para o arranque da Rota.



CEPAAL

Centro de Estudos e
Promoção do Azeite do Alentejo

RECOMENDAÇÕES

R1

Programa de Formação

Ações de formação em provas de azeite, línguas estrangeiras, gestão turística e marketing digital, com prioridade para entidades do Baixo e Alto Alentejo.

R2

Plataforma Digital de Reservas

Criar ou integrar uma plataforma centralizada de reservas e presença online, reduzindo a dependência do telefone e email como únicos canais de venda.

R3

Apoio à Criação de Oferta

Criar um programa de apoio técnico para as 28 entidades (39%) que gostariam de desenvolver oferta oliveturística mas ainda não o fizeram.

R4

Simplificação da Adesão à Rota

A burocracia é a principal preocupação (45%). Definir um processo de adesão simples, claro e com acompanhamento presencial para acelerar o arranque da Rota.



TerraProjectos
Consultoria Agroalimentar



Cofinanciado pela
União Europeia

Os Fundos Europeus mais próximos de si.