

Perfil consumidor vinhos: importância e conhecimento sobre indicação geográfica vinhos

Thalia Aparecida Silva Maciel¹

Naira Marina Kraus¹

Kelly Eduarda Demetrio¹

Caroline de Souza Wisniewski¹

Eduarda Schmidt¹

Thuany Aparecida Levandoski Janssen¹

Douglas André Wurz¹

¹ Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Santa Catarina – Câmpus Canoinhas, avenida Expedicionários, 2150 - Campo da Água Verde, Canoinhas - SC, 89466-312. E-mail: thalia.sm@aluno.ifsc.edu.br

RESUMO

A indicação geográfica (IG) é um selo de grande importância para agregar valor quanto a qualidade, especificidade e reputação de um determinado produto de certa região concedido a produtos que apresentam uma qualidade única e características do seu local de origem. O estado de Santa Catarina tem grande destaque na produção de vinhos e já possui o selo IG na região dos Vinhos de Altitude de Santa Catarina e dos Vales da Uva Goethe, graças à qualidade dos vinhos produzidos nestas regiões. Sendo assim, o objetivo da pesquisa foi o de buscar saber se os consumidores de vinho conhecem o termo indicação geográfica e sua importância. O projeto foi aprovado no Comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos (CEPSH) sob número 47069221.9.0000.0117 e a metodologia da pesquisa basicamente foi a criação de um questionário com três perguntas relevantes sobre o assunto e posterior divulgação e envio do mesmo para consumidores de vinho moradores do município de Canoinhas em Santa Catarina. A pesquisa contou com a resposta de 83 consumidores e quando perguntado sobre a importância quanto a origem do vinho o fator mais relevante foi o produtor/vinícola de origem sendo 42,2% seguido da região de origem com 28,9%, país de origem com 15,7% e o fator indicação geográfica apenas 13,3%. Após isso foi perguntado qual o entendimento dos consumidores sobre a indicação geográfica, sendo que 47% marcaram que a IG é a garantia do local e método de elaboração, seguido de 22,9% de que é garantia da origem e os demais 13,3% relacionado à tradição, 9,6% garantia de qualidade e 7,2% possuíam outro entendimento. A terceira e última pergunta tratava à disposição do consumidor em pagar mais por um vinho com indicação geográfica, onde 47% não sabiam responder, seguido de 18,1% que pagariam até 10% a mais, 15,7% até 20% a mais, 4,7% até 30% a mais e 14,5% não pagariam a mais. A pesquisa nos mostrou que os consumidores em geral tinham algum entendimento sobre o assunto, já que apenas 7,2% não marcaram alguma das características apresentadas no questionário, quando se trata da origem do vinho a indicação geográfica ainda apresenta baixo conhecimento sendo que apenas 13,3% dos consumidores levam ela em questão quando vão comprar um vinho sendo que a grande maioria 47% nem sabiam responder se pagariam a mais por um produto com este selo, o que nos mostra que apesar de ser um selo que garante qualidade e valorização do produto de determinada região ainda é preciso difundir o conhecimento sobre sua importância para os consumidores de vinho e demais produtos.

Palavras-chave: indicação geográfica; conhecimento; valorização; qualidade.

Resumo apresentado no II Simpósio Catarinense do Campo à Mesa, realizado de 22 a 26 de maio de 2023.
Eixo temático: Pesquisa e Inovação em Agronomia.