



AValiação DA PREFERência DOS CONSUMIDORES DE VINHOS TINTOS DO VALE DO SÃO FRANCISCO: UMA REGIÃO EM POTENCIAL

Padilha CVS¹, Biasoto ACT², Carvalho ESS³, Bragard LFS⁴, Pereira GE⁵

¹Universidade Federal de Santa Catarina, ²EMBRAPA Semiárido, ³Universidade Federal da Bahia, ⁴Universidade Estadual da Bahia, ⁵EMBRAPA Uva e Vinho/Semiárido

Introdução

Durante a última década, a indústria do vinho tornou-se cada vez mais globalizada. Em um mercado saturado, como o mercado do vinho hoje, os produtores buscam novas regiões cujas características edafoclimáticas irão refletir na tipicidade do produto elaborado (1).

A região do Vale do São Francisco (VSF), segunda maior produtora de vinhos finos do Brasil, apresenta condições edafoclimáticas bem peculiares. Situada no Nordeste do Brasil, é uma região de clima tropical semiárido, localizada entre os paralelos 8° e 9° do hemisfério Sul, a mais próxima do Equador entre todas as regiões vitivinícolas existentes, encontrando-se fora das zonas delimitadas com cultivo de videira no mundo, a 350m de altitude, temperatura média de 26°C, precipitação pluviométrica de 550 mm/ano e insolação de 3000 horas/ano (2). Todas essas características climáticas, aliadas a irrigação, fazem com que essa região possua um grande diferencial frente as demais regiões vitivinícolas brasileiras, que é a capacidade de escalonamento de produção e a colheita de duas ou mais safras/ano.

Tendo em vista que o mercado de vinhos é bastante competitivo, é importante para as vinícolas do Vale do São Francisco, que almejam novos mercados e a agregação de valor a seus produtos, a busca pelo desenvolvimento de produtos diferenciados. Para isso, é preciso conhecer o perfil, os hábitos e preferências dos seus consumidores brasileiros.

Neste sentido, o objetivo desse trabalho foi avaliar a aceitação dos vinhos comerciais elaborados no Vale do São Francisco junto a consumidores de vinhos tintos que residem na região e estudar o perfil desses indivíduos

Material e Métodos

A presente pesquisa foi aprovada pelo Comitê de Ética e Deontologia em Estudos e Pesquisa (CEDEP) da Universidade Federal do Vale do São Francisco (UNIVASF) sob o protocolo CEDEP/UNIVASF no 0003/181113, em



atendimento a RESOLUCAO n° 196, de 10 de outubro de 1996 do Conselho Nacional de Saúde, DF, Brasília, Brasil.

Definição das amostras de vinhos

As amostras foram compostas por sete vinhos tintos finos produzidos a partir de *Vitis viniferas* L. coletadas diretamente das cinco vinícolas existentes no Vale do São Francisco. O critério utilizado pelas vinícolas para fornecimento das amostras para esse estudo foi realizado com base no potencial apresentado pelo vinho, de forma que os autores não definiram quantas nem quais amostras seriam coletadas de cada vinícola. A Tabela 1 caracteriza as amostras de acordo com a variedade de uva, a data da colheita e a respectiva classificação.

Tabela 1: Caracterização das amostras de vinhos tintos avaliadas.

Variedades	Safra	Classificação
Barbera	2013	Vinho fino tinto seco jovem
Ruby Cabernet	2013	Vinho fino tinto seco jovem
Tempranillo	2013	Vinho fino tinto seco jovem
Petit Verdot	2012	Vinho fino tinto seco jovem
Syrah	2012	Vinho fino tinto seco jovem
Touriga Nacional	2009	Vinho fino tinto seco de guarda
Assemblage ¹	2008	Vinho fino tinto seco de guarda

¹Assemblage é composta por 60% Cabernet Sauvignon+ 30% Syrah + 10% Alicante Bouschet

Recrutamento dos participantes e avaliação do perfil dos consumidores

A população alvo da pesquisa eram consumidores de vinho tinto, residentes cidades de Petrolina, PE e Juazeiro, BA – municípios que fazem parte do VSF, selecionados através de um questionário de recrutamento aplicado via internet, utilizando-se a ferramenta Google Docs. Nesse questionário foi consultada a faixa etária dos consumidores, a frequência média e os hábitos de consumo referente ao vinho tinto. Dos questionários respondidos, foram selecionados 112 indivíduos. Considerando que o estudo envolveu a percepção de uma bebida alcoólica, apenas os participantes que possuíam idade acima de 18 anos e que afirmaram consumir vinho tinto pelo menos ocasionalmente (< 1 vez/mês) foram selecionados.

Metodologia utilizada para o teste sensorial

Foi realizado teste de aceitação, utilizando a escala hedônica tradicional de 9 pontos (1= desgostei extremamente; 5 = nem gostei/ nem desgostei; 9 =



gostei extremamente) para avaliação do grau de aceitação ou rejeição da aparência, aroma, sabor e impressão global dos vinhos (3).

Os testes foram realizados na sala de degustação do Laboratório de Enologia da Embrapa Semiárido – Petrolina, PE, em cabines individuais e temperatura climatizada de 22°C. As avaliações foram divididas em duas sessões consecutivas (com 20 minutos de intervalo entre elas). As amostras foram apresentadas de forma monádica, uma de cada vez, servidas em taças de vidro transparentes tipo tulipa, codificadas com números aleatórios de 3 dígitos e cobertas com vidro de relógio para evitar perda do material volátil. Foram servidas alíquotas de 20 mL de cada amostra, com temperatura ao redor de 18 °C, suficiente para proporcionar uma sensação de frescor e permitir a detecção de odores nos vinhos (4). A ordem de apresentação das amostras foi balanceada entre os consumidores conforme o balanceamento sugerido por para sete amostras (5).

Análise dos dados

Os dados do teste de aceitação foram submetidos a uma análise de variância (ANOVA) e teste de Tukey ($p \leq 0,05$) utilizando-se o programa estatístico SAS® (Statistical Analysis Systems) versão 9.3 (2013). Com base nas informações dos consumidores foram construídos gráficos utilizando-se do software Microsoft Excel®.

Resultados e Discussão

São apresentados aqui os resultados mais relevantes referentes ao diagnóstico do perfil dos consumidores de vinhos tintos do VSF. De acordo com a análise dos dados, é possível definir qual o comportamento dos consumidores e definir as preferências dos mesmos.

A Figura 1 apresenta informações sobre o gênero e a faixa etária dos consumidores que participaram da presente pesquisa.

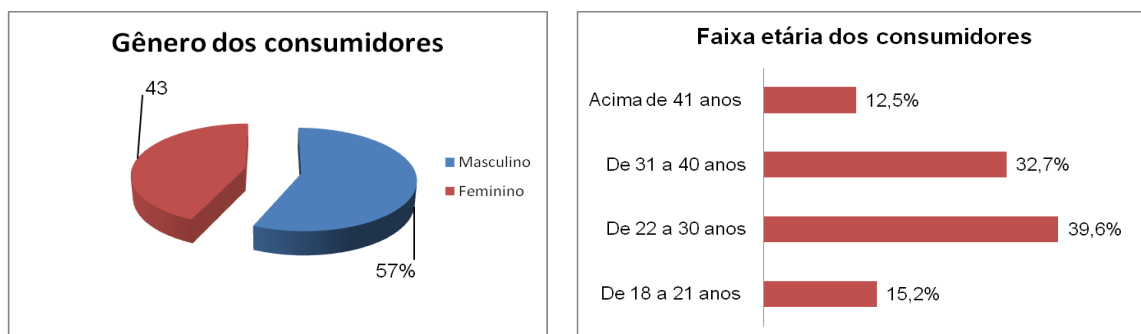




Figura 1: Gênero e faixa etária dos consumidores

Verifica-se que entre os entrevistados 57% são do sexo masculino e 43% do sexo feminino, o que mostra uma predominância de homens entre os consumidores de vinhos tintos da região em questão.

Com relação à faixa etária (Figura 1) pode-se verificar que 39,6 % estão entre 22 e 30 anos seguidos por 32,7% entre a faixa etária de 31 a 40 anos, o que mostra que a amostragem foi composta por consumidores mais maduros e com isso estabelece outras perspectivas com relação ao consumo de vinho em relação a uma alimentação saudável.

Quanto ao grau de escolaridade (Figura 2) constatou-se que a maioria tem segundo grau completo, isto é 42,04%. Os demais indicaram ter ensino superior completo (31,72%) ou especialização, mestrado e/ou doutorado (26,24%). Esse resultado indica que o consumo de vinhos tintos na região do VSF pode estar relacionado ao nível intelectual dos consumidores, visto que quase 60% possuem elevado grau de escolaridade.

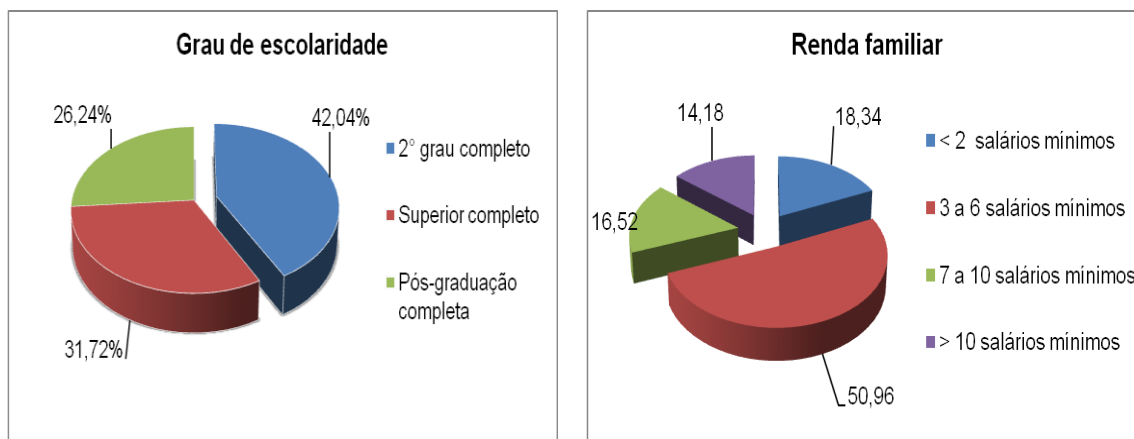


Figura 2: Grau de escolaridade e renda familiar dos consumidores

Conforme os dados coletados relacionados à renda familiar (Figura 2), pode-se verificar que 51 % dos entrevistados responderam que tem renda mensal entre 3 a 6 salários mínimos, 18,3 % menor que 2 salários mínimos, 16,5% entre 7 e 10 salários mínimos e 14,2% maior que 10 salários mínimos, o que mostra que o consumo de vinhos tintos, está relacionado as pessoas de maior poder aquisitivo.

A Figura 3 apresenta os resultados obtidos em relação ao local e frequência de consumo de vinho tinto.

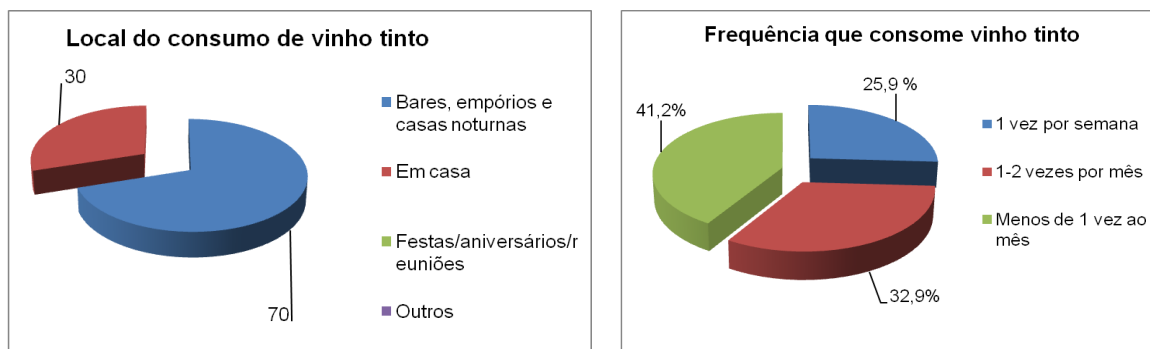


Figura 3: Local e frequência de consumo de vinho tinto

Quanto aos hábitos e motivadores do consumo de vinho tinto (Figura 3), verificou-se que esse consumidor tem preferência por frequentar bares, empórios e casas noturnas (70%) ao invés de consumir vinho tinto em casa (30%). Os dados referentes à frequência de consumo de certa forma podem ser entendidos como o grau de envolvimento com o produto vinho tinto. Nota-se que 25,9% dos consumidores consomem vinho pelo menos 1 vez por semana e que 32,9% afirmaram consumir de 1 a 2 vezes por mês. Os outros 41,25% dos consumidores afirmaram consumir vinho tinto menos de uma vez ao mês. Com base nesses dados é possível estimar que os participantes dessa pesquisa, em sua maioria, são consumidores de médio envolvimento, considerando os padrões brasileiros onde o consumo per capita ano de vinho é de 1,8L/ano (6).

As médias de aceitação dadas pelos consumidores com relação a aceitação da aparência, aroma, sabor e impressão global das sete amostras de vinho tinto analisadas encontram-se na Tabela 1.

Tabela 1: Médias de aceitação das amostras de vinho tinto do Vale do São Francisco com relação à aceitação.

Amostras ¹	Aparência ²	Aroma	Sabor	Impressão global
Barbera	6,7c	6,6ab	6,0bc	6,2bc
Ruby Cabernet	7,5a	5,3c	4,9d	5,3d
Tempranillo	7,0bc	6,8a	6,6abc	6,7ab
Petit Verdot	7,9a	7,2a	6,7a	7,0a
Syrah	6,6c	6,1b	5,9c	6,0c
Touriga Nacional	7,5ab	6,9a	6,6ab	6,8a
Assemblage	7,9a	7,1a	6,7a	7,0a

¹médias com letras em comum na mesma coluna não diferem entre si segundo o teste de média de Tukey ($p \leq 0,05$). ² Escala hedônica tradicional de 9 pontos (1=desgostei extremamente; 5 = nem gostei/ nem desgostei; 9 = gostei extremamente). ³Vinho elaborado com 60% da variedade Cabernet Sauvignon + 30% Syrah + 10% Alicante Bouschet

Na análise de aceitação, as médias das notas atribuídas variaram de 4,9 a 7,9, o que corresponde aos termos “nem gostei/nem desgostei” e “gostei muito” da escala hedônica, respectivamente.



Considerando-se a aceitação da aparência é interessante notar as maiores médias foram dadas para os vinhos cv. Petit Verdot, e Assemblage próximas a 8,0, que corresponde a “gostei muito” na escala hedônica utilizada. Os vinhos que diferiram significativamente de todos os demais, obtendo as piores notas de aceitação da aparência, foram os vinhos cv. Barbera e o Syrah. Mesmo assim, essas amostras receberam notas que situam-se entre as categorias “gostei moderadamente” e “gostei ligeiramente” da escala hedônica, ressaltando que a aparência desses vinhos também foi bem aceita pelos consumidores.

Os vinhos cv. Petit Verdot, Touriga Nacional e Assemblage se destacaram em relação a aceitação do aroma, com notas próximas a 7,0, que corresponde a “gostei moderadamente” na escala hedônica. Em contrapartida, o vinho que obteve a pior aceitação do aroma foi a amostra cv. Ruby Cabernet, cuja média de aceitação foi 5,3, encontrando-se na categoria da escala hedônica correspondente a “nem gostei/nem desgostei”.

Em relação a aceitação do sabor, destacaram-se novamente os vinhos cv. Petit Verdot e Assemblage, com notas próximas a 7,0, correspondente a “gostei moderadamente” na escala hedônica. Enquanto o vinho Ruby Cabernet também apresentou a pior aceitação do sabor, com nota próxima a 5,0, que corresponde a “nem gostei/nem desgostei” na escala hedônica.

Finalmente, na Tabela 1, nota-se que com relação a aceitação da impressão global (aparência + aroma + sabor), repete-se a preferência dos consumidores pelos vinhos cv. Petit Verdot e Assemblage e a menor aceitação para o vinho Ruby Cabernet. A aceitação global dos vinhos se correlaciona melhor com o sabor das amostras quando comparado com o aroma ou aparência (7).

CONCLUSÃO

Este estudo contribuiu para aumentar o conhecimento acerca do perfil do consumidor de vinho da região do Vale do São Francisco e suas preferências, permitindo que os produtores conheçam melhor a aceitação de seus produtos no mercado e os seus consumidores.

REFERÊNCIAS

1. Velikova, N.; Murova, O.; Dodd, T. H. Emerging wine market in the Dominican Republic: Consumer market analysis. *Wine Economics and Policy*, v. 2, n. 2, p. 76–84, dez. 2013.
2. Moura, M. S. B. De; Teixeira, A. H. De C.; Soares, J. M. Exigências climáticas. In: Soares, J. M.; Leao, P. C. De S. (Ed.). *A vitivinicultura no Semiárido brasileiro*. Brasília, DF: Embrapa Informação Tecnológica; Petrolina: Embrapa Semiárido, 2009.



3. Meilgaard, M.; Civille, G.V.; Carr, B.T. Sensory evaluation techniques. 4.ed. Boca Raton: CRC Press, 2006.
4. Amerine, M. A.; Roessler, E. B. Wines – Their sensory evaluation. San Francisco: W.H. Freeman and Company.1983.
5. Macfie, H. J.; Bratchell, N.; Greenhoff, K.; Vallis, L. V. Designs to balance the effect of order of presentation and first-order carry-over effect in halls tests. Journal of Sensory Studies, Westport, v.4, n.2, p.129-148, 1989.
6. OIV (Organisation International de la Vigne et du Vin). Disponível em: <http://www.oiv.int/oiv/info/espublicationsstatistiques>. Acessado em junho de 2015.
7. Biasoto, A. C. T. Vinhos tintos de mesa produzidos no Estado de São Paulo: caracterização do processo de fabricação, de parâmetros físico-químicos, do perfil sensorial e de aceitação. Dissertação (Mestrado em Alimentos e Nutrição) - Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 177 p. 2008.