

Comportamento de consumo de espumantes no Brasil

Vinicius Azevedo da Silva¹, Luiza Venzke Bortoli¹, Cristiane Silva Esteves², Luiz Antonio Slongo³, Priscila Silva Esteves^{1*}
*Orientadora

¹Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul (IFRS) -
Campus Viamão. Viamão, RS

²Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul (IFRS) -
Campus Alvorada. Alvorada, RS

³Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre/RS

Nas últimas quatro décadas, a produção mundial de uvas e vinhos tem sofrido transformações, numa permanente busca por especialização dos processos de cultivo de uvas e na elaboração de vinhos, no sentido de se estabelecer produtos de qualidade, que atendam cada vez mais às demandas dos consumidores. Verifica-se, nos últimos anos, que a produção e comercialização de espumantes finos de empresas do Rio Grande do Sul tem crescido no Brasil. Mesmo em um período de crise, contata-se que ela mais que dobrou em menos de 10 anos. Isso demonstra a relevância deste produto para a economia nacional, uma vez que este estado é, expressivamente, o maior produtor do país. Levando em consideração as mudanças que o mercado de consumo tem passado, torna-se preciso que a captação e fidelização de consumidores seja realizada por meio de abordagens de marketing baseadas em informações mais precisas sobre este perfil de consumidor para um desenvolvimento constante e sólido desse setor no Brasil. A partir desse conhecimento das características e hábitos dos consumidores, é possível adaptar, de forma mais efetiva, os produtos, a comunicação por parte das empresas do setor e as abordagens necessárias para satisfazer de forma plena às expectativas dos clientes. São poucas pesquisas empíricas que abordam o comportamento do consumidor de vinho no Brasil, normalmente elas são focadas em países que possuem uma tradição expressiva em termos de história e volume de produção. Quando a abordagem é focada no mercado de espumantes, essa produção científica torna-se ainda mais escassa. Diante desse cenário, torna-se de grande relevância entender como é o comportamento do consumo de espumantes pela população brasileira. Com este objetivo, este estudo será realizado através de uma abordagem quantitativa e transversal com aplicação de questionários a consumidores de espumantes em todo o Brasil em uma parceria interinstitucional estabelecida com pesquisadores do IFRS e da UFRGS.

Palavras-chave: Comportamento do consumidor. Espumantes. Marketing.