

OFERTA DE VINHOS ORGÂNICOS EM SUPERMERCADOS NA CIDADE DE PELOTAS - RS

ALEXANDRE SOARES WEINGÄRTNER¹; MATHEUS FRANCISCO DA PAZ²

¹Graduando do Curso Superior de Tecnologia em Viticultura e Enologia - Instituto Federal Sul-rio-grandense Campus Pelotas – Visconde da Graça – alexandre.sw@outlook.com

² Doutor em Ciência e Tecnologia de Alimentos - Professor do Instituto Federal Sul-rio-grandense – matheusfdapaz@hotmail.com

1. INTRODUÇÃO

No Brasil, o consumo de alimentos orgânicos tem aumentado nos últimos anos (SEBRAE, 2015). Dentre estes produtos, encontra-se o vinho orgânico. A valorização deste dar-se pelo senso comum de seus benefícios à saúde, principalmente devido à políticas de não adição ou redução de uso de produtos químicos exógenos, produção sem efeitos danosos ao meio ambiente, denominação de origem, sistema global de produção orgânica e seus efeitos nas características sensoriais (MANN *et al*, 2012).

De acordo com SCHÄFULE; HAMM (2018) a atitude dos consumidores alemães para a compra de vinhos orgânicos esta de acordo com seu real comportamento. Entretanto, os preços altos desses produtos geralmente são um obstáculo para consumidores que tem baixa renda.

É importante ressaltar que no Brasil somente a produção de vinhos tranquilos derivadas de *Vitis vinifera* são importados. Ademais que no Brasil, os vinhos tranquilos são colocados como produtos elitistas e somente consumidos pela população com maior renda, paradoxalmente o vinhos de mesa são consumidos por uma parcela que tem mais uma renda menor, e possui preços mais acessíveis (MELLO, 2003).

Com este cenário de dificuldade na compra de vinho orgânico devido aos seus preços e também a disponibilidade de venda destes, este trabalho objetivou verificar se há preços acessíveis para diferentes níveis de renda, assim como se há disponibilidade destes produtos em diferentes supermercados na cidade de Pelotas-RS.

2. METODOLOGIA

Através de coleta de dados a campo, em forma quantitativa, a pesquisa foi iniciada e desenvolvida de agosto a setembro de 2019. Esta coleta foi feita analisando todos os rótulos de vinhos presentes em sete diferentes supermercados (A à G).

O critério de seleção dos vinhos foi feito a partir daqueles em que em seu rótulo está descrito que foi produzido de forma orgânica. Assim que selecionados, foi anotado a marca, variedade, tipo, safra, região e preço do vinho.

Já para a seleção dos supermercados, o critério foi de selecionar a maior área possível de Pelotas, além de estes supermercados terem uma seção para venda de vinhos em geral.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Através da coleta de dados foi possível expressar estes resultados:

A Tabela 1 apresenta a lista dos sete supermercados pesquisados e os vinhos tranquilos e orgânicos por eles comercializados.

Tabela 1 – Lista dos vinhos tranquilos e orgânicos encontrados em supermercados de Pelotas, RS, 2019.

	<i>Marca</i>	<i>Vinho</i>	<i>Classificação</i>	<i>Região</i>	<i>Preço (R\$)</i>
A	Adobe	Carmenére Reserva 2017	Fino Tinto Seco	Chile - Valle de Colchagua	49,90
	//	Reserva 2018	Fino Rose Seco	Chile - Valle del Rapel	56,90
	//	Sauvignon Blanc 2018	Fino Branco Seco	Chile - Valle Casablanca	56,90
	//	Sauvignon Blanc 2017	Fino Branco Seco	Chile - Valle del Rapel	56,90
B	Adobe	Carmenére Reserva 2018	Fino Tinto Seco	Chile - Valle de Colchagua	49,90
	//	Carmenére Reserva 2017	Fino Tinto Seco	Chile - Valle de Colchagua	49,90
	//	Reserva 2018	Fino Rose Seco	Chile - Valle del Rapel	56,90
	//	Sauvignon Blanc 2018	Fino Branco Seco	Chile - Valle Casablanca	56,90
	//	Sauvignon Blanc 2017	Fino Branco Seco	Chile - Valle del Rapel	56,90
	//	Gewürztraminer 2015	Fino Branco Seco	Chile - Valle del Rapel	39,90
C	Da Casa	Isabel e Bordô	Mesa Tinto Seco	Brasil - Serra Gaúcha	17,90
D	Casa de Bento	NC ¹	Mesa Tinto Seco	Brasil - Serra Gaúcha	17,78
E	-	-	-	-	-
F	-	-	-	-	-
G	-	-	-	-	-

¹NC – Não contém.

Dos sete supermercados, somente quatro deles ofertaram vinhos orgânicos. Contudo, entre estes houve nenhuma variedade de marcas em cada supermercado. Constata-se também que a quantidade de vinhos brasileiros se apresenta em menor quantidade que os importados e que estes apresentam valores menores comparados aos vinhos importados.

No gráfico 1 é possível observar a quantidade de vinhos orgânicos em comparação entre os supermercados que haviam este produto na cidade de Pelotas- RS.

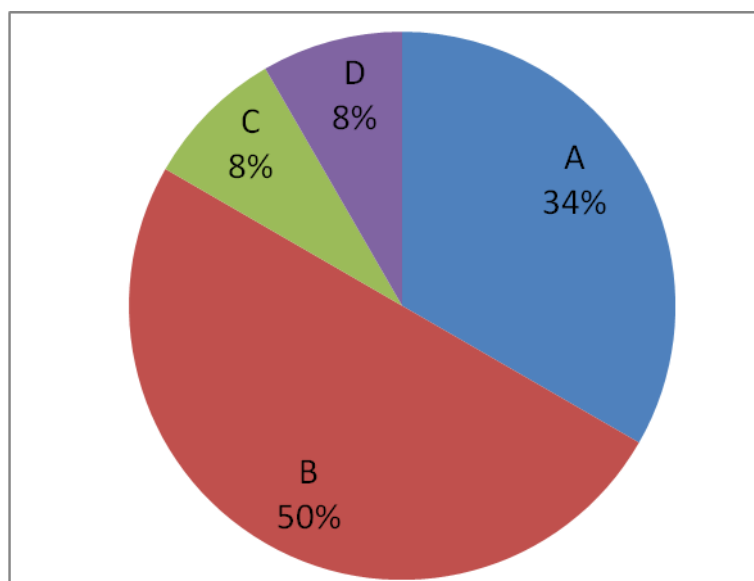


Gráfico 1 – Proporção de vinhos por supermercado.

Foram somente encontrados doze vinhos orgânicos no total de sete estabelecimentos diferentes consultados, o que indica pouca quantidade de produtos orgânicos para o setor, considerando a ampla variedade da carta de vinhos destes locais.

Através da coleta de dados, pode se confirmar que todos os vinhos importados são derivados de *Vitis vinifera*, concordando com a literatura consultada (SCHÄDULE; HAMM, 2018).

Observa-se que há uma grande diferença entre vinhos brasileiros de mesa com vinhos finos importados. Com esta grande diferença, pessoas de renda pouco abonada podem possuir dificuldade em consumir vinhos finos, assim tendo acesso limitado a produtos mais saudáveis e de região distintas.

4. CONCLUSÕES

De acordo com a análise dos dados, conclui-se que há pouca oferta de vinhos orgânicos na cidade de Pelotas-RS, principalmente de baixo custo, assim como há baixa variedade destes. Com a demanda crescente de produtos orgânicos pela população, a falta de oferta dada pelos supermercados demonstra uma inconsonância do setor em algum ponto, seja na produção de vinhos orgânicos ou na percepção dos supermercados em preencher esse nicho. Mais pesquisas devem ser feitas para discorrer sobre os possíveis problemas relacionados ao mercado consumidor e as ofertas deste produto.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

SEBRAE. O mercado para os produtos orgânicos está aquecido. **SEBRAE**, Sebrae Nacional, 21 set. 2017. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-mercado-para-os-produtos-organicos-esta->

aquecido,5f48897d3f94e410VgnVCM1000003b74010aRCRD. Acesso em: 14 set. 2019.

MANN, Stefan; FERJANI, Ali; REISSIG, Linda. What matters to consumers of organic wine?. **British Food Journal**, Emerald Insight, ano 2012, v. 114, n. 2, p. 272-284., 10 fev. 2012. Disponível em: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/00070701211202430/full/html>. Acesso em: 14 set. 2019.

RIBEIRO DE MELLO, Loiva Maria. Tendência de consumo e perspectivas do mercado de vinhos no Brasil. **Embrapa.**, SIMPÓSIO NACIONAL DE FERMENTAÇÕES, ano 2003, 2003. Disponível em: <https://www.alice.cnptia.embrapa.br/alice/bitstream/doc/535736/1/tendencia.pdf>. Acesso em: 14 set. 2019.

SCHÄUFELE, Isabel; HAMM, Ulrich. Organic wine purchase behaviour in Germany: Exploring the attitude-behaviour-gap with data from a household panel. **ScienceDirect**, Elsevier , ano 2018, v. 63, p. 1-11, 2018. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0950329317301696>. Acesso em: 14 set. 2019.