



FICE

8ª A FEIRA DE INICIAÇÃO
CIENTÍFICA E EXTENSÃO

05 E 06 DE SETEMBRO

LEVANTAMENTO DA PREFERÊNCIA DO CONSUMIDOR DE VINHO NAS PLATAFORMAS DIGITAIS VIA GOOGLE TRENDS

*André Robert Molin¹, Allan Charles Mendes de Sousa², Alan Schreiner Padilha³,
Josy Alvarenga Carvalho Gardin⁴, Maurício Natanael Ferreira⁵, Nadir Paula da
Rosa⁶, João Peterson Pereira Gardin⁷*

INTRODUÇÃO

A preferência do consumidor por um tipo de vinho, por exemplo, é um objeto de estudo que poderá contribuir para o crescimento do setor, uma vez que, ao definir o produto de

o mercado, redução de risco, gerar inovações, otimizar processos e criar maior interesse, o produtor poderá orientar-se e estabelecer estratégias de produção e marketing para seu negócio.

Nos últimos anos, a internet tem sido a principal ferramenta para a busca de produtos e serviços, por consumidores de diferentes regiões, classes sociais e grau de instrução, facilitando o acesso e o consumo em mercados novos ou já conhecidos. Dessa forma, o ambiente virtual apresenta-se como um importante campo a ser observado e, na presente proposta, servirá de estudo para definir as intenções e preferências por vinhos, por consumidores de diferentes regiões do país (BLATTMANN & RODRIGUES; 2014)

A quantidade de acessos diários realizados nos motores de busca de informações na internet é grande, gerando um gigantesco número de informações distintas armazenadas em bancos de dados, conhecidos como “Big Data”. Este termo, atualmente é considerado como chave de sucesso em organizações quando aplicados à ferramentas que permitem a análise e abstração de dados, sendo redirecionados e tratados, em prol de informações adequadas e de qualidade, que tenham possibilidade de auxiliar na tomada de decisões, bem como estratégias de

¹ André Robert Molin, aluno do IFC – Campus Videira, Curso de Bacharelado em Ciência da Computação, andrerobert4096@gmail.com

² Allan Charles Mendes de Sousa, Professor Orientador do IFC – Campus Videira, allan.sousa@ifc.edu.br

³ Alan Schreiner Padilha - Professor Orientador do IFC – Campus Videira, alan.padilha@ifc.edu.br

⁴ Josy Alvarenga Carvalho Gardin – Professora do IFC – Campus Videira, josy.gardin@ifc.edu.br

⁵ Maurício Natanael Ferreira - Professor Orientador do IFC – Campus Videira, mauricio.ferreira@ifc.edu.br

⁶ Nadir Paula da Rosa - Professora do IFC – Campus Videira, nadir.rosa@ifc.edu.br

⁷ João Peterson Pereira Gardin – Pesquisador EPAGRI

organizações para conquistar novas oportunidades, podendo ser aplicado em qualquer área (MANZZEGGA, 2016).

Este artigo tem como objetivo quantificar o interesse de consumidores por diferentes tipos de vinhos em todas as regiões do Brasil, por meio do mapeamento das buscas realizadas pelos usuários no decorrer dos últimos sete anos, em diferentes estações climáticas, com resultados obtidos através da ferramenta *Google Trends*, provenientes do site e motor de buscas do Google.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O mapeamento regional e temporal da preferência de vinhos no Brasil foi realizado em três etapas, através da pesquisa quantitativa, referente ao número de buscas realizadas por determinados tipos de vinhos.

Etapa 1

A primeira etapa correspondeu à coleta de dados. Para isso, utilizou a ferramenta computacional *Google Trends*, que quantifica a frequência que um termo foi procurado na internet em um determinado espaço de tempo, previamente estabelecido pelo usuário.

Os termos de buscas utilizados foram:

- Vinho branco seco;
- Vinho tinto seco;
- Vinho branco suave;
- Vinho tinto suave; e
- Vinho rosé;

Aos termos supracitados acrescentou-se “vinhos finos” e “vinhos de mesa”. Nesta etapa considerou-se o interesse por potenciais consumidores ocorrido nos últimos sete anos, nas cinco regiões brasileiras, subdivididas nas quatro estações climáticas.

Os dados foram tabulados em planilha Excel e agrupados por região, estação climática e ano.

¹ André Robert Molin, aluno do IFC – Campus Videira, Curso de Bacharelado em Ciência da Computação, andrerobert4096@gmail.com

² Allan Charles Mendes de Sousa, Professor Orientador do IFC – Campus Videira, allan.sousa@ifc.edu.br

³ Alan Schreiner Padilha - Professor Orientador do IFC – Campus Videira, alan.padilha@ifc.edu.br

⁴ Josy Alvarenga Carvalho Gardin – Professora do IFC – Campus Videira, josy.gardin@ifc.edu.br

⁵ Maurício Natanael Ferreira - Professor Orientador do IFC – Campus Videira, mauricio.ferreira@ifc.edu.br

⁶ Nadir Paula da Rosa - Professora do IFC – Campus Videira, nadir.rosa@ifc.edu.br

⁷ João Peterson Pereira Gardin – Pesquisador EPAGRI

RESULTADOS E DISCUSSÕES

Analisando a somatória dos dados obtidos entre os anos de 2011 e 2018, verificou-se um maior número para a intensão do Sul e Sudeste para os “vinho tinto secos”, “vinho tinto suave”, sendo que apenas os estados da Bahia, Ceará, Goiás, Minas Gerais, Paraná, Pernambuco, Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul, Santa Catarina e São Paulo obtiveram dados suficientes para serem analisados pela ferramenta do Google Trends (Figura 1 a e 1b).

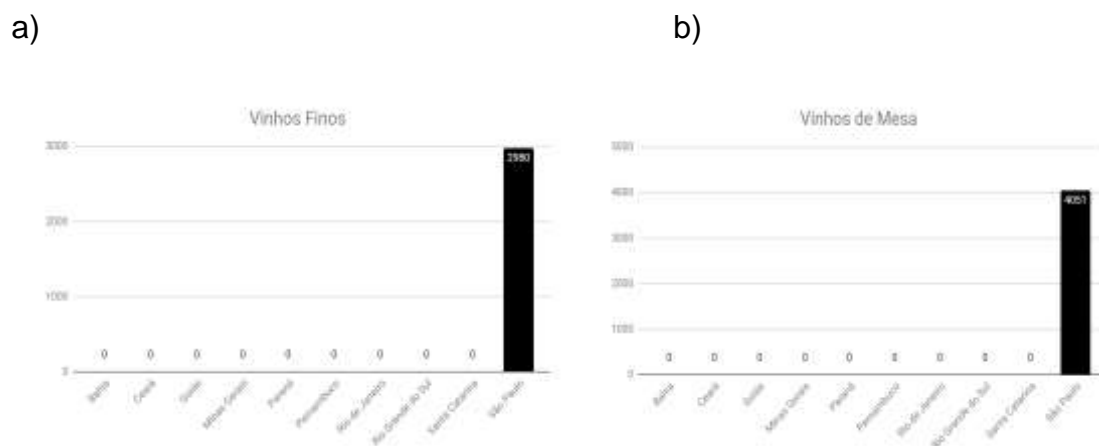


Figura 1 - Números de consultas sobre vinhos finos e vinhos de mesa realizadas no motor de busca Google.

Ressalta-se, que a ferramenta *Google trends* no decorrer dos anos, aperfeiçoou a leitura do número de buscar realizadas na internet. Atualmente, a leitura dessas informações acontecem em menores intervalos de dias, e com maior procissão.

Nos estados em destaque na Figura 1, foram registradas buscas para os vinhos em estudos. Porém, o número de pesquisas foi insuficiente para popularizar os termos, e torná-los significativos. Quando isto acontece, o sistema computacional anula as leituras. Desta forma, pode-se dizer que, os estados de Bahia, Ceará, Goiás, Minas Gerais, Paraná, Pernambuco, Rio grande do Sul e Santa Catarina,

¹ André Robert Molin, aluno do IFC – Campus Videira, Curso de Bacharelado em Ciência da Computação, andrerobert4096@gmail.com

² Allan Charles Mendes de Sousa, Professor Orientador do IFC – Campus Videira, allan.sousa@ifc.edu.br

³ Alan Schreiner Padilha - Professor Orientador do IFC – Campus Videira, alan.padilha@ifc.edu.br

⁴ Josy Alvarenga Carvalho Gardin – Professora do IFC – Campus Videira, josy.gardin@ifc.edu.br

⁵ Maurício Natanael Ferreira - Professor Orientador do IFC – Campus Videira, mauricio.ferreira@ifc.edu.br

⁶ Nadir Paula da Rosa - Professora do IFC – Campus Videira, nadir.rosa@ifc.edu.br

⁷ João Peterson Pereira Gardin – Pesquisador EPAGRI

apresentaram intensões de buscas, no entanto, essas buscas não foram significativas.

Para as intensões de buscas de vinhos finos e vinhos de mesa, apenas a região sudeste realizou buscas significativas, com dados provenientes do estado de São Paulo, onde verificaram-se 4051 buscas para vinhos de mesa e 2980 para Vinhos finos (Figura 1a e 1b).

De acordo com Oriundi (2008), o consumo de vinho no Brasil é muito ligado à tradição familiar. Desta forma, acredita-se que os potenciais consumidores desta bebida, encontram-se nas regiões mais frias, onde instalaram-se as primeiras comunidades de imigrantes europeus no Brasil, que foram os responsáveis por trazerem esta bebida ao país.

Os dados apresentados na Figura 2, corroboram com esta informação, pois os estados da região Sul e Sudeste realizaram os maiores número de buscas para os termos Vinho tinto seco e Vinho Tinto Suave. Vale ressaltar, que para os mesmos estados avaliados, o termo “vinho tinto suave” apresentou maior número de buscas, o que pode está relacionado ao fato da preferência pelo paladar doce, especialmente para consumidores iniciantes.

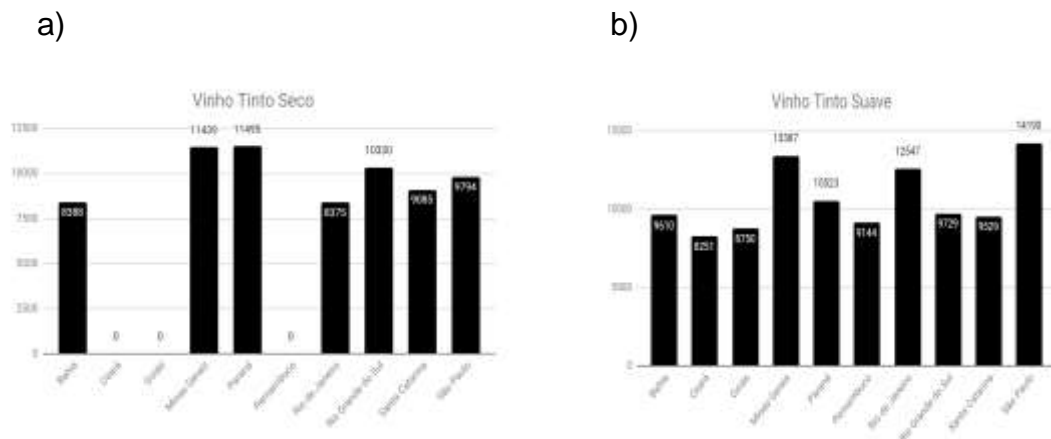


Figura 2 - Números de consultas sobre vinho tinto seco e vinho tinto suave realizadas no motor de busca Google.

¹ André Robert Molin, aluno do IFC – Campus Videira, Curso de Bacharelado em Ciência da Computação, andrerobert4096@gmail.com

² Allan Charles Mendes de Sousa, Professor Orientador do IFC – Campus Videira, allan.sousa@ifc.edu.br

³ Alan Schreiner Padilha - Professor Orientador do IFC – Campus Videira, alan.padilha@ifc.edu.br

⁴ Josy Alvarenga Carvalho Gardin – Professora do IFC – Campus Videira, josy.gardin@ifc.edu.br

⁵ Maurício Natanael Ferreira - Professor Orientador do IFC – Campus Videira, mauricio.ferreira@ifc.edu.br

⁶ Nadir Paula da Rosa - Professora do IFC – Campus Videira, nadir.rosa@ifc.edu.br

⁷ João Peterson Pereira Gardin – Pesquisador EPAGRI

Ainda na Figura 2 o termo “vinho tinto seco” foi o que apresentou a maior intenção de consumo, com destaque para o estado sendo Paraná, que realizou 11495 buscas. Para o termo “vinho tinto suave”, o destaque foi para o estado de São Paulo, que realizou 14190. Os estados da região nordeste apresentaram as menores intenções de buscas. Não houve registros para estados da região Norte.

Novamente, São Paulo se destacou a intenção de pesquisa por vinhos, desta vez, para “vinho branco seco” e “vinho branco suave” registrou-se 10532 e 8969 buscas respectivamente. Para estes tipos de vinhos, apenas alguns estados das regiões Sul e Sudeste do país apresentaram intensões de buscas (Figura 3a e 3b).

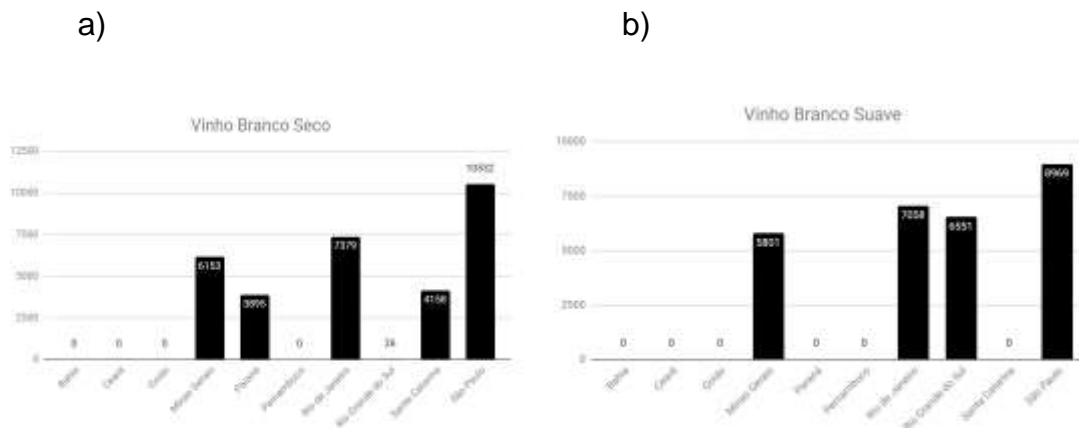


Figura 3 - Números de consultas sobre vinho branco seco e vinho branco suave realizadas no motor de busca *Google*.

O vinho rosé seco apresentou apenas resultados na região sul, especificamente no estado do Rio Grande do Sul, com apenas 792 consultas (Figura 4a). Os demais estados apresentados no gráfico realizaram buscas, porém, foram insuficientes para se tornarem populares e quantificadas com precisão.

¹ André Robert Molin, aluno do IFC – Campus Videira, Curso de Bacharelado em Ciência da Computação, andrerobert4096@gmail.com

² Allan Charles Mendes de Sousa, Professor Orientador do IFC – *Campus* Videira, allan.sousa@ifc.edu.br

³ Alan Schreiner Padilha - Professor Orientador do IFC – *Campus* Videira, alan.padilha@ifc.edu.br

⁴ Josy Alvarenga Carvalho Gardin – Professora do IFC – *Campus* Videira, josy.gardin@ifc.edu.br

⁵ Maurício Natanael Ferreira - Professor Orientador do IFC – *Campus* Videira, mauricio.ferreira@ifc.edu.br

⁶ Nadir Paula da Rosa - Professora do IFC – *Campus* Videira, nadir.rosa@ifc.edu.br

⁷ João Peterson Pereira Gardin – Pesquisador EPAGRI

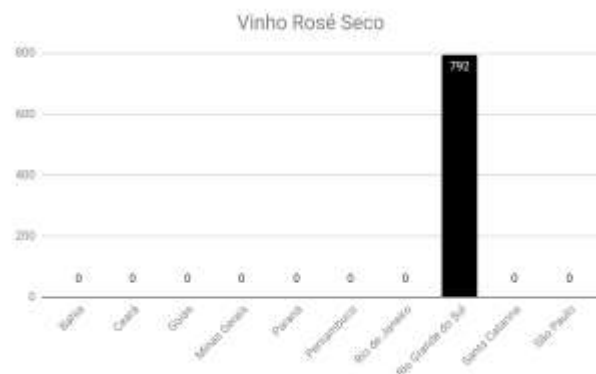


Figura 4 - Números de consultas sobre vinho rosé seco realizados no motor de busca Google.

Estes resultados corroboram com estudo realizado por Guaresemin (2017), que em seu estudo, verificou que 83% dos brasileiros preferem vinho tinto, podendo ainda ser influenciados pelo preço, marca e origem.

Na Figura 5 são apresentados os números de buscas realizadas para vinhos, considerando o somatório de todas as variedades estudadas. É possível observar, que a região Norte e alguns estados da região Nordeste apresentaram buscas com valores iguais a zero.

Como explicado anteriormente, a ferramenta *Google trends* apresentou uma melhoria na precisão de suas leituras. Anteriormente, as leituras eram realizadas em maiores espaços de tempo, onde eram registradas somente as buscas realizadas no dia da leitura. Com o passar doas anos, as leituras começaram a ser realizadas em espaços menores de tempo, o que proporciona um aumento no número de leituras, considerando um determinado espaço de tempo.

¹ André Robert Molin, aluno do IFC – Campus Videira, Curso de Bacharelado em Ciência da Computação, andrerobert4096@gmail.com

² Allan Charles Mendes de Sousa, Professor Orientador do IFC – Campus Videira, allan.sousa@ifc.edu.br

³ Alan Schreiner Padilha - Professor Orientador do IFC – Campus Videira, alan.padilha@ifc.edu.br

⁴ Josy Alvarenga Carvalho Gardin – Professora do IFC – Campus Videira, josy.gardin@ifc.edu.br

⁵ Maurício Natanael Ferreira - Professor Orientador do IFC – Campus Videira, mauricio.ferreira@ifc.edu.br

⁶ Nadir Paula da Rosa - Professora do IFC – Campus Videira, nadir.rosa@ifc.edu.br

⁷ João Peterson Pereira Gardin – Pesquisador EPAGRI



FICE

8ª A FEIRA DE INICIAÇÃO
CIENTÍFICA E EXTENSÃO

05 E 06 DE SETEMBRO



Figura 5 - Somatório das buscas por estados por todos os tipos de vinhos no motor de busca Google

Verifica-se que as regiões Sul e Sudeste apresentaram os maiores números de buscas, o que pode está relacionado à maior tradição destas regiões, e consumir vinho, e, também, por serem as mais populosas, com maior acesso a internet, em comparação as demais regiões.

De acordo com Gomes (2016), na região Sudeste, cerca de 72% dos moradores apresentam acesso à internet, enquanto as regiões Nordeste e Norte, apresentam as menores, sendo elas de 52,3% e 54,3%, respectivamente.

CONCLUSÕES

. A região Sudeste apresentou as maiores intenções de buscas para todos os tipos de vinhos, seguida da região Sul. A região Nordeste apresentou-se como sendo a terceira com mais intensões de buscas, seguida da região Centro-Oeste. A região Norte não apresentou intenções de buscas.

¹ André Robert Molin, aluno do IFC – Campus Videira, Curso de Bacharelado em Ciência da Computação, andrerobert4096@gmail.com

² Allan Charles Mendes de Sousa, Professor Orientador do IFC – Campus Videira, allan.sousa@ifc.edu.br

³ Alan Schreiner Padilha - Professor Orientador do IFC – Campus Videira, alan.padilha@ifc.edu.br

⁴ Josy Alvarenga Carvalho Gardin – Professora do IFC – Campus Videira, josy.gardin@ifc.edu.br

⁵ Maurício Natanael Ferreira - Professor Orientador do IFC – Campus Videira, mauricio.ferreira@ifc.edu.br

⁶ Nadir Paula da Rosa - Professora do IFC – Campus Videira, nadir.rosa@ifc.edu.br

⁷ João Peterson Pereira Gardin – Pesquisador EPAGRI



FICE

8ª A FEIRA DE INICIAÇÃO
CIENTÍFICA E EXTENSÃO

05 E 06 DE SETEMBRO

O maior difusão da internet na região Sudeste contribuiu para o maior número de registros das intenções de buscas por vinhos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA, C.C.R; CORRÊA, V.S; SOARES, S.S. **EVOLUÇÃO TECNOLÓGICA NO SETOR VITIVINÍCOLA: VÍNCULOS COM A EMBRAPA UVA E VINHO**. Publicado em: 2017. Disponível em: <http://periodicoscientificos.ufmt.br/ojs/index.php/res/article/view/2929/html> . Acesso em 29 abr.2019

AMARAL, Tatiana; BARTH, Fernando. **Preservação do patrimônio histórico das antigas vinícolas da região sul de Santa Catarina**. Publicado em: 2015. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/resgate/article/download/8645803/13101> Acesso em 29 abr.2019

GUARESEMIN. G. Ederepente50. 2017. Disponível em: <https://ederepente50.com/2017/01/21/perfil-e-habitos-de-consumo-de-vinho-do-consumidor-da-grande-sao-paulo/?fbclid=IwAR3wU9PKD6QARP5bKSYQJXrZGcpDK4QJFi6NvZA-M-cGMi3rQNaicTEp8xU>. Acesso em: 10 de agosto de 2019.

GOMES. H. S. Brasil tem 116 milhões de pessoas conectadas à internet, diz IBGE. 2016. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/brasil-tem-116-milhoes-de-pessoas-conectadas-a-internet-diz-ibge.ghtml>. Acesso em : 5 de agosto de 2018.

MANZZEGGA. Leticia Carvalho. **BIG DATA: OPORTUNIDADES E DESAFIOS PARA OS NEGÓCIOS** Publicado em: 15 de junho de 2016. Disponível em: www.bibliotecadigital.unicamp.br/document/?down=000972333. Acesso em 29 abr. 2019.

Oriundi. O perfil do consumidor do vinho brasileiro. 2008. Disponível em: <https://www.oriundi.net/o-perfil-do-consumidor-do-vinho-brasileiro?fbclid=IwAR24BLmsuvWKEibeO5ImTlgZ491w75go2gvSGvBf8LfCKblyXXqLVFc2ZPQ>. Acesso em 05 de agosto de 2019.

¹ André Robert Molin, aluno do IFC – Campus Videira, Curso de Bacharelado em Ciência da Computação, andrerobert4096@gmail.com

² Allan Charles Mendes de Sousa, Professor Orientador do IFC – Campus Videira, allan.sousa@ifc.edu.br

³ Alan Schreiner Padilha - Professor Orientador do IFC – Campus Videira, alan.padilha@ifc.edu.br

⁴ Josy Alvarenga Carvalho Gardin – Professora do IFC – Campus Videira, josy.gardin@ifc.edu.br

⁵ Maurício Natanael Ferreira - Professor Orientador do IFC – Campus Videira, mauricio.ferreira@ifc.edu.br

⁶ Nadir Paula da Rosa - Professora do IFC – Campus Videira, nadir.rosa@ifc.edu.br

⁷ João Peterson Pereira Gardin – Pesquisador EPAGRI