

PRODUTOS COM REGISTRO DE INDICAÇÃO GEOGRÁFICA: UM ESTUDO NO CONTEXTO DO LITORAL DO PARANÁ

Gabriela Dolci de Abreu Calixto Silva (Fundação Araucária)¹
Unespar/Campus Paranaguá, gabrielagdac@gmail.com

Sandro Valdecir Deretti Lemes (Orientadora/a)
Unespar/Campus Paranaguá, sandro.deretti@unespar.edu.br

Modalidade: Pesquisa
Programa Institucional: PIBIC: Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica

Grande Área do Conhecimento: Ciências Sociais Aplicadas

RESUMO: A qualidade de um produto deriva da existência de características únicas que o tornam atrativo para os consumidores finais e a sua percepção nos alimentos é composta por atributos referentes à experiência e conveniência, complementadas por particularidades referentes a credibilidade que determinado produto possui. Os consumidores fazem uso de todas as informações que lhes são disponibilizadas para avaliar o que lhes é proveitoso ou o que sabem sobre determinado produto. Uma dessas características é a indicação geográfica, onde o produto é reconhecido por aspectos únicos que irão o diferenciar dos demais, tendo produção em uma região ou território específico. Tal certificação vem como ferramenta de valorização dos produtos tradicionais que são vinculados a determinados territórios. O consumo da bala de banana, tal qual o de qualquer produto, é capaz de ser influenciado por diversos fatores, sendo importante saber quais são estes que determinarão o perfil do consumo e o comportamento do consumidor referente às influências. Este estudo teve como objetivo analisar a percepção sensorial dos consumidores em relação a três marcas de balas de banana, incluindo a primeira certificação de indicação geográfica do litoral do Paraná. Utilizou-se um teste de aceitação sensorial com 52 participantes, que avaliaram as amostras utilizando uma escala hedônica de 9 pontos, abrangendo os atributos de sabor, textura, cor, odor e impressão global. As marcas avaliadas foram uma sem certificação de Laurentino (Santa Catarina), uma com certificação de produto orgânico de Tijucas (Santa Catarina) e uma com certificação de indicação geográfica de Antonina (Paraná). Para analisar a certeza de compra dos consumidores, foi realizada uma regressão logística binomial considerando a impressão global, idade e sexo como variáveis preditoras. Os resultados indicaram que a variável sexo foi um preditor significativo da certeza de compra para a marca de Laurentino, enquanto a impressão global e a idade não foram significativas para nenhuma das marcas. Comparando nossos achados com estudos anteriores, sugerimos que fatores adicionais, como a conscientização sobre certificações e o contexto de consumo, podem ser necessários para entender parte do comportamento de compra dos consumidores de balas de banana.

Palavras-chave: Indicação Geográfica. Comportamento do consumidor. Litoral do Paraná.

¹ O presente trabalho foi realizado com apoio da Fundação Araucária, por meio de bolsa concedida ao(a) estudante Gabriela Dolci de Abreu Calixto Silva.