

**A PREFERÊNCIA DOS CONSUMIDORES DE VINHOS FINOS TINTOS DETERMINADA POR TESTES CEGOS DE DEGUSTAÇÃO.** *Karine de M. Freire, Walter M. Nique.* (Departamento de Ciências Administrativas, Escola de Administração, UFRGS).

Seguindo as tendências observadas no mercado mundial, o brasileiro tende a consumir vinhos de maior qualidade e a aumentar o consumo de vinhos tintos. Observa-se também que o consumidor brasileiro adquiriu o hábito de comprar vinhos nacionais do tipo varietal, pela sua maior produção. Sob este cenário, o trabalho abordará a preferência do consumidor de vinhos tintos finos, com a finalidade de ordenar a preferência em relação aos quatro produtos utilizados. Estes foram premiados na Avaliação Nacional do Vinho – Safra 1999 e são: Cabernet Franc, Cabernet Sauvignon, Merlot e Tannat. Para isto, utilizou-se de testes cegos de degustação baseados na lei do julgamento comparativo de Thurstone. Esta lei pressupõe que um consumidor pode reagir de forma diferente a mesmos estímulos em momentos diferentes. Assim, nos testes, o consumidor degusta, sem ter conhecimento de quantos tipos de vinhos está experimentando, os quatro produtos utilizados em pares. Dentre os pares o consumidor indica o produto de sua preferência. Com a aplicação da lei, transformamos a escala ordinal de preferência em uma escala intervalar. Um dos resultados deste trabalho é a comprovação de que o consumidor sabe do que gosta e faz distinção entre produtos com maior qualidade e outros com menor qualidade. Os consumidores elegeram os melhores vinhos na mesma ordem que os especialistas o que nos indica que ele tem conhecimento suficiente para escolher bons vinhos.

**O PERFIL DO E-CONSUMIDOR.** *Leonardo Ramos Rios, Antonio Carlos Gastaud Maçada* (DCEAC – FURG).