



IMAGEM DA PAISAGEM DO ENOTURISMO: A PERCEÇÃO DO TURISTA NA REGIÃO DE INDICAÇÃO DE PROCEDÊNCIA DE VINHOS FINOS DA SERRA CATARINENSE

Alan Elysson de França Araújo, Luiz Carlos da Silva Flores

Turismo - Turismo

A imagem do destino turístico é um fator importante para a gestão e sustentabilidade do local, talvez por isso, nos últimos anos os estudos e pesquisas sobre o tema tenham crescido vertiginosamente. A Serra Catarinense em meados de 2021 recebeu o selo de Indicação de Procedência de Vinhos Finos e São Joaquim/SC é principal produtor de vitivinícola, contando com vinícolas com a atividade de receptivo, promovendo o enoturismo na região e no estado de Santa Catarina. Essa pesquisa teve como objetivo analisar a imagem da região de destino turístico de vinho da Serra Catarinense na percepção dos enoturistas. Para isso foi descrito o perfil do turista do vinho e avaliados indicadores da imagem da marca dos vinhos, a imagem do destino e o valor agregado da marca, segundo modelo do Bruwer e Lesschave (2012). O referencial teórico contempla os temas do enoturismo e da imagem de destinos turísticos. A pesquisa se caracteriza como exploratória-descritiva, com corte transversal, delineamento quantitativo e procedimentos de levantamento. Foram aplicados questionários eletrônicos com recursos do Google Forms, a uma amostra de turistas que visitaram o destino com o objetivo do turismo de vinho, e para isso tivemos uma pergunta filtro - você visitou pelo menos vinícola da região nos últimos três anos? Para a análise dos dados foram utilizados testes de análise de confiabilidade, estatística descritiva, análise de correlação, com base no SPSS v.21. Como resultados, primeiro foram descritos o perfil dos turistas, sendo predominantemente formado por pessoas da Geração X, do sexo feminino, casados, empregados e com alta renda familiar. Conheceram o destino turístico através da internet e mídias sociais, moram em Santa Catarina e viajam de carro. Afirmam que os vinhos produzidos representam o terroir da região. Quanto a avaliação da imagem dos vinhos, verificou-se uma média geral da dimensão de 5,306, uma média alta considerando a nota máxima de 7,0. Dessa média, os indicadores que puxaram a nota para cima foram “os vinhos de qualidade” e a “marca atraente”. Já a imagem do destino turístico obteve a avaliação de 5,419, sendo que os indicadores que elaram a média foram a “variedade de atrativos naturais” (6,14) e “os parques naturais apresentam belas paisagens (6,63). E os indicadores melhores avaliados quanto ao valor agregado a experiência foram “é um local que se pode aproveitar e curtir” (5,75) e “é um lugar que recomendo” (5,87). Com essas avaliações dos visitantes, pode-se concluir que o destino de enoturismo da Serra Catarinense possui bons vinhos, oferece belas paisagens em espaço rural, é relaxante e agradável. Os visitantes consideram que o destino tem um bom nome, é um local que se pode aproveitar e recomendam para outras pessoas. Porém, tem itens a melhorar como a infraestrutura, hospedagem e gastronomia. Os resultados apurados com a análise descritiva permitem aos gestores do destino, da associação dos produtores de vinho, das vinícolas e de outras organizações trade turístico desenvolverem ações para melhorar o posicionamento do destino no



segmento do enoturismo bem como oferecer uma experiência enoturística memorável. Estudos futuros podem ser realizados com esses dados como análise de correspondência entre os fatores, correlação e modelagem.

Palavras-chave: Enoturismo; Imagem de destinos turísticos; Percepção dos visitantes; Enoturista

Apoio: Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica - PIBIC/CNPq e UNIVALI