



PESQUISA MERCADOLÓGICA PARA AVALIAÇÃO DE PERFIL DOS CONSUMIDORES DE CERVEJA NO VALE DO JAGUARI - RS

Jean Guilherme de Oliveira Oliveira ⁽¹⁾

Eliane Carvalho Machado ⁽²⁾

Maurício Osmall Jung ⁽³⁾

André Luiz de Lima Sabino ⁽⁴⁾

Deborah Murowaniecki Otero ⁽⁵⁾

Resumo

O objetivo do presente trabalho foi traçar o perfil dos consumidores de cerveja na região do Vale do Jaguari-RS. Por meio de um questionário aplicado aos moradores do município, foi avaliado o perfil dos consumidores de cerveja (artesanal e comercial). Foram entrevistadas 106 pessoas (homens e mulheres) com idade entre 18 e 71 anos, os quais foram interrogados quanto a bebida alcoólica mais consumida (vinho, cerveja, cachaça ou vodca), a frequência de consumo, a preferência por cerveja comercial ou artesanal e a intenção de consumo de cervejas artesanais produzidas com diferentes açúcares como o mel e o açúcar mascavo. Dentre os entrevistados, 83 pessoas (78,3%), consomem cerveja, sendo estes em sua maioria, homens com até 50 anos de idade e solteiros os quais 57,5% já consumiram cerveja artesanal, porém preferem as comerciais (78%) sendo citado como principal motivo da preferência a não habitualidade com as características diferenciadas das cervejas artesanais, sendo o consumo da cerveja comercial realizado em média uma vez na semana. Quanto à intenção de consumo de cervejas produzidas com mel e açúcar mascavo, a preferência foi pela cerveja contendo açúcar mascavo onde 95 entrevistados (89%), responderam que consumiriam o produto e, 90 pessoas (84%) indicaram que consumiriam cerveja produzida com mel. Com a pesquisa verificou-se que, dentre os consumidores de bebida alcoólica, a maioria (83 pessoas) tem preferência por cervejas, seguidos do vinho (35 pessoas), vodca (5 pessoas) e cachaça (2 pessoas). Com a pesquisa, foi possível identificar o perfil dos consumidores locais em relação às bebidas alcoólicas, e os resultados foram surpreendentes, uma vez que a região é tradicional e reconhecida produtora de vinho e cachaça, mas estas não são as bebidas mais consumidas no território. Diante disso, conclui-se que a cerveja, mesmo em uma região tradicionalmente produtora de cana-de-açúcar e uva, ainda é a bebida alcoólica preferida para consumo, indicando um grande potencial para o desenvolvimento da produção de cerveja artesanal utilizando diferentes substratos fermentescíveis, especialmente os produzidos na localidade como mel e açúcar mascavo. Adicionalmente, acredita-se que os consumidores de cerveja da região ainda apresentam certa resistência pelo novo (cervejas artesanais), porém ao habituarem o paladar para as características da bebida, passarão a apreciar mais o produto e ampliar o seu consumo.

Palavras-chave: cerveja artesanal, consumo, aceitabilidade

1 Introdução

As cervejas artesanais caracterizam-se por serem produzidas em pequena escala, por um processo de fermentação relativamente lento, com alguma diferenciação quando comparada com as cervejas comerciais conhecidas e consumidas popularmente. A sua elaboração tem como foco a qualidade do produto, levando em conta seus ingredientes, o que culmina na produção de variados tipos de cerveja que são cuidadosamente elaborados conferindo à bebida características particulares como aroma e sabor (KLEBAN e NICKERSON, 2012; BREWERS ASSOCIATION, 2013).

Nas últimas décadas, especialmente a partir do ano de 1990, tem-se verificado uma notável mudança no comportamento de uma parcela dos consumidores de cerveja, os quais têm se mostrado

¹ Estudante do Curso Técnico em Agroindústria- Campus Jaguari

² Estudante do Curso Técnico em Agroindústria – Campus Jaguari

³ Docente Me. no Instituto Federal Farroupilha- Campus Jaguari

⁴ Técnico de Laboratório no Instituto Federal Farroupilha – Campus Jaguari

⁵ Docente Dr^a. no Instituto Federal Farroupilha – Campus Jaguari



mais sofisticados, exigentes quanto à qualidade da bebida e dispostos a pagar preços acima do mercado convencional por produtos diferenciados, entre os quais destacam-se as cervejas artesanais (MORADO, 2009; MURRAY e O'NEILL, 2012).

Avaliar esses fatores que influenciam os consumidores e estimulam o crescimento do mercado brasileiro de cervejas artesanais torna-se de extrema importância para as indústrias do ramo, bem como, saber como medir e interpretar as respostas dos consumidores em relação às características sensoriais e não sensoriais desse produto, uma vez que o objetivo principal é obter a aceitação do mesmo por parte desse consumidor, garantindo o sucesso do produto no mercado competitivo (MUELLER e SZOLNOKI, 2010; HOPPERT et al., 2012).

Nesse sentido, o objetivo deste trabalho foi caracterizar o perfil dos indivíduos consumidores de bebidas alcoólicas no Vale do Jaguari, bem como a intenção de consumo de cervejas artesanais, buscando fundamentação para trabalhos futuros onde serão produzidas cervejas artesanais utilizando fontes alternativas e características da região, como substratos fermentescíveis para a produção da bebida.

2 Material e Métodos

2.1 Amostra e coleta de dados

Foram recrutados, de forma aleatória, 106 voluntários para compor os avaliados, residentes no Vale do Jaguari/RS, entrevistados durante o mês de maio de 2016. Para responder o questionário, o voluntário deveria ter idade superior a 18 anos.

As entrevistas foram realizadas por meio de questionários os quais avaliavam os seguintes critérios abaixo listados:

consumo de bebidas alcoólicas;

bebida preferida;

conhecimento e consumo de cervejas artesanais;

preferência entre artesanais ou comerciais;

intenção de consumo de bebidas elaboradas com diferentes açúcares;

frequência do consumo de cerveja;

sexo;

idade e;

estado civil.

2.2 Avaliação dos resultados

A partir das entrevistas realizadas os resultados foram agrupados e realizadas as comparações através de porcentagem.

3 Resultados e Discussão

Devido ao fato da região do Vale do Jaguari ser forte produtora de vinho e cachaça, esta pesquisa foi realizada para caracterizar o consumo de cerveja (comercial e artesanal) na região. Dos 106 entrevistados (homens e mulheres), com idades entre 18 e 71 anos, 10 não consomem bebidas alcoólicas, e dentre os 96 consumidores 35 pessoas preferem consumir vinho e 2 cachaça, conforme ilustrado na Figura 1.



Figura 1: Bebidas alcoólicas mais consumidas pelos moradores de Jaguari

Dentre os 54 consumidores de cerveja verificou-se que 78 % preferem consumir cervejas comerciais (Figura 2), alegando que as artesanais apresentam características como sabor, cor e textura muito acentuadas, além do elevado valor de compra, sendo o consumo realizado para a maioria dos entrevistados, apenas uma vez por semana. Dentre os entrevistados, 45 pessoas (42%) nunca provaram cervejas artesanais, sendo as principais justificativas o elevado custo e a falta de oportunidade.

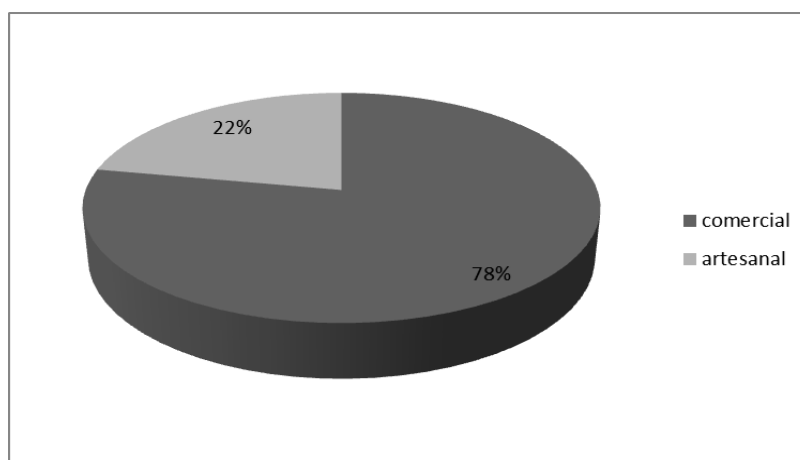


Figura 2: Porcentagem de entrevistados quanto ao tipo de cerveja preferida.

Através dos resultados obtidos ao longo da pesquisa observou-se que dentre os consumidores de cerveja, a maioria são homens com até 50 anos de idade e solteiros. Estes mesmos resultados foram observados em estudos feitos por CARVALHO (2015) e POMPERMAYER (2012). Além disso, foi verificada junto aos consumidores, a intenção do consumo de cervejas artesanais com diferentes

ingredientes em suas formulações (Figura 3). A intenção de consumo de cervejas acrescidas de mel foi relatada por 90 consumidores, enquanto que o consumo por cervejas com açúcar mascavo foi maior, 95 pessoas.

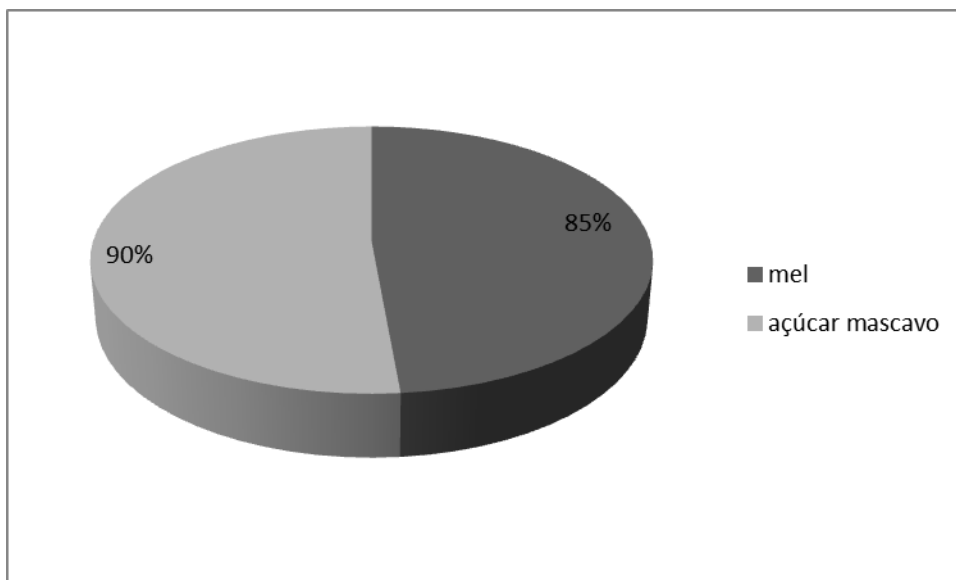


Figura 3: Intenção de consumo de cervejas artesanais elaboradas com diferentes açúcares.

Os dados coletados neste trabalho serviram de subsídio e suporte para definir as próximas pesquisas, as quais serão desenvolvidas através da produção destas cervejas e avaliadas as aceitações sensoriais dos consumidores.

A cerveja é a bebida alcóolica mais consumida no Brasil, segundo dados do Portal da Saúde, vinculado a o Governo federal, representando 61% do consumo de bebidas alcóolicas, seguido pelo vinho com 25%. A evolução da bebida mostra que a produção artesanal está caindo nas graças do consumidor brasileiro, que aos poucos substitui a cerveja industrializada, produto este, que visa produção em grande escala a fim de atender a demanda de mercado, comprometendo assim a qualidade, sobretudo a partir da década de 90, quando as marcas de menor representatividade foram gradativamente incorporadas a grandes organizações (POMPERMYER, 2012).

Conclusão

É nesse cenário que o mercado brasileiro encontra-se atualmente, em visível expansão, momento este que requer um olhar profissionalizado para o segmento das micro cervejarias. Faz-se necessário analisar os hábitos deste consumidor para atendê-lo da melhor forma possível, o que foi possível através dos resultados obtidos através deste trabalho.

Referências bibliográficas

BREWERS ASSOCIATION. Craft Brewer Defined. Disponível em: <<http://www.brewersassociation.org/statistics/craft-brewer-defined/>>. Acesso em: 24 jun. 2016.

CARVALHO, N, B. CERVEJA ARTESANAL: PESQUISA MERCADOLÓGICA E ACEITABILIDADE SENSORIAL. Tese de Doutorado, Minas Gerais, 2015.



HOPPERT, K.; MAI, R.; ZAHN, S.; HOFFMANN, S.; ROHM, H. Integrating sensory evaluation in adaptive conjoint analysis to elaborate the conflicting influence of intrinsic and extrinsic attributes on food choice. *Appetite*, v. 59, p. 949–955, 2012.

KLEBAN, J.; NICKERSON, I. To brew, or not to brew – That is the question: an analysis of competitive forces in the craft brew industry. *Journal of the International Academy for Case Studies*, v. 18, n. 3, p. 59–81, 2012

MORADO, R. *Larousse da cerveja*. São Paulo: Larousse do Brasil, 2009. 357 p.

MUELLER, S.; SZOLNOKI, G. The relative influence of packaging, labelling, branding and sensory attributes on liking and purchase intent: Consumers differ in their responsiveness. *Food Quality and Preference*, v. 21, p. 774–783, 2010.

MURRAY, D.W.; O'NEILL, M.A. Craft beer: penetrating a niche market. *British Food Journal*, v. 114, n. 7, p. 899–909, 2012

POMPERMYER, L.B. 2012. *MERCADO DE CERVEJAS ARTESANAIS: HÁBITOS DE CONSUMO*. Trabalho de conclusão de curso. Caxias do Sul.



Anexo A - Formulário utilizado para entrevistar os consumidores

Pesquisa Mercadológica de Cerveja

Nome: _____ **Não obrigatório*

Idade: _____ **Somente maiores de 18 anos*

Sexo: () Feminino () Masculino **Estado Civil:** () Solteiro () Casado

Você consome cerveja: () Sim () Não → Por quê? _____

Com que frequência: () 1 x semana ou menos () 2 a 3 x semana () mais de 3 x semana

Já provou cerveja artesanal?() Sim () Não → Por quê? _____

Você prefere: () cerveja comercial (Polar, Brahma, etc) () Artesanal

Você consumiria uma cerveja artesanal produzida com mel: () sim () não

Você consumiria uma cerveja artesanal produzida com açúcar mascavo: () sim () não

Qual bebida alcoólica você mais consome: () vinho () cerveja () cachaça () vodca

Você conhece alguém (familiar, amigo, conhecido, etc.) que produz cerveja?

Observações:
