

PERFIL DO CONSUMIDOR DE CERVEJA DO TIPO ARTESANAL

MAICON DA SILVA LACERDA¹; ALINE MACHADO PEREIRA²; TAMIRES SOARES SCHUG²; VIOLETA GONÇALVES HENCES²; MÁRCIA AROCHA GULARTE³

¹Universidade Federal de Pelotas – maicon.lcrd@gmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – aline_jag@hotmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – tamiresschug@gmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – loloences@gmail.com

³Universidade Federal de Pelotas – marciagularte@hotmail.com

1. INTRODUÇÃO

A indústria de cervejas artesanais é um dos segmentos em crescimento na indústria de bebidas (Aquilani, et al., 2015). Hoje em dia, é possível perceber que os consumidores participam ativamente na formação e no dinamismo dos mercados, influenciando na escolha e na diversidade de produtos, influência essa, que pode surgir intencionalmente ou não (Kjeldgaard, et al, 2017).

Segundo o decreto nº 2314, de 4 de setembro de 1997, cerveja é a bebida obtida pelo processo de fermentação alcoólica por ação de leveduras no mosto cervejeiro, comumente de cevada, podendo ser também de outros cereais (como arroz, milho, sorgo ou trigo) e água com adição de lúpulo (Brasil, 1997).

É indispensável, para empresas de qualquer ramo de atividade, dar prioridade e definição às estratégias que dizem respeito à satisfação das necessidades dos consumidores de uma maneira rentável (Sousa, 2012). Neste cenário, os consumidores de cerveja estão cada vez mais exigentes. Atributos como espuma consistente, cremosa e estável além de um sabor equilibrado entre os ingredientes utilizados na formulação passaram a ser indispensáveis na hora de uma perfeita degustação (TOZETTO, 2017).

A cerveja artesanal representa um dos fenômenos mais significativos na indústria cervejeira contemporânea, caracterizando-se por sua produção em pequena escala, ênfase na qualidade e na criatividade, e um profundo respeito pelas tradições cervejeiras. Nos últimos anos, essa categoria de cervejas tem ganhado notoriedade e uma base de consumidores leais em todo o mundo, desafiando o domínio das cervejas comerciais de massa. Neste contexto, é relevante explorar a cerveja artesanal sob uma perspectiva científica e acadêmica, compreendendo suas características distintivas, processos de produção e influências culturais.

A cerveja artesanal é definida por sua produção em quantidades limitadas, frequentemente associada a microcervejarias ou cervejarias artesanais, que produzem volumes muito menores em comparação com as grandes cervejarias comerciais (Brewers Association, 2021).

O estudo da indústria de bebidas no segmento de cervejas artesanais manifesta-se interessante, pois é um segmento em franca expansão a nível mundial. A escolha pelo produto artesanal mostra-se conveniente, evidenciando diversos atributos, sendo um diferencial o seu sabor em relação ao produto industrializado. Degustadores e provadores de cerveja artesanal estão interessados em apreciar algo com novos aromas, sabores, como um diferencial daquilo tão amplamente difundido através das grandes marcas industriais (Sohrabvandi; Mortazavian; Rezaei, 2012; Aquilani et al., 2015).

O objetivo deste estudo foi realizar uma pesquisa com o intuito de verificar o perfil de consumo de cerveja do tipo artesanal, em relação as preferências dos consumidores desta.

2. METODOLOGIA

O estudo sobre o perfil de consumidor de cerveja do tipo artesanal foi conduzido no Laboratório de Análise Sensorial da Universidade Federal de Pelotas, localizado no prédio 04, nº50, do campus universitário, na cidade de Capão do Leão pertencente ao estado do Rio Grande do Sul. A análise sensorial foi aprovada pelo Comitê de Ética da Universidade Federal de Pelotas sob o número CAAE 69148823.2.0000.5317.

Para realização do estudo foi desenvolvido um questionário online, utilizando a plataforma Google Forms, que é de fácil acesso aos avaliadores e aos resultados. Os respondentes foram convidados para participar da pesquisa através de mídias sociais (Whatsapp, Facebook e Instagram). Foi elaborado um questionário online estruturado, e os participantes foram convidados a responder, espontaneamente. O questionário foi estruturado em duas partes, sendo uma de segmentação dos participantes e a segunda parte com questões sobre hábitos e formas de consumo. Não houve critérios de exclusão, podendo participar respondentes de todos os gêneros e idades.

O questionário *online* ficou disponível para receber respostas por 10 dias. Os participantes receberam informações sobre os objetivos da pesquisa e marcaram estar de acordo em participar, sendo assegurado o direito de confidencialidade dos dados, serem anônimos, não identificados na elaboração da pesquisa.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Neste estudo participaram 61 respondentes e/ou consumidores, sendo 72,1% do gênero feminino, 26,2% do gênero masculino e 1,6% preferiu não responder. Em relação à faixa etária, 42,6% dos respondentes têm entre 19 a 24 anos, 45,9% entre 25 a 34 anos e apenas 11,5% têm idade entre 35 a 59 anos. Em relação a faixa salarial, 75,4% dos respondentes dizem ganhar entre 1 a 3 salários mínimos, 11,5% entre 4 e 7 salários mínimos, 8,2% entre 8 e 10 salários mínimos e 4,9% acima de 10 salários mínimos.

Na Figura 1 está apresentado o hábito de consumo de cerveja do tipo artesanal. Sendo assim, 77% dos respondentes têm o hábito de consumir e apenas 23% deles disseram que não consomem. Contudo, mostra-se um resultado importante, pois afirma que a cerveja do tipo artesanal tem grande potencial para produção.

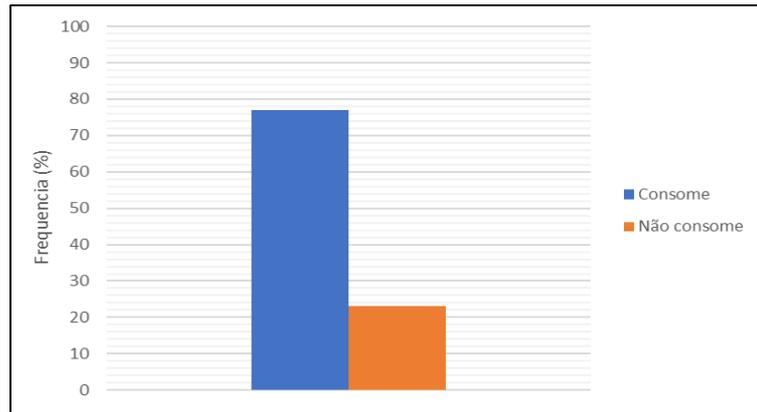


Figura 1. Hábito de consumo de cerveja do tipo artesanal

Com base nos resultados obtidos, é visto que entre os diversos tipos de cerveja do tipo artesanal, os tipos mais citados são: cerveja com sabor maracujá, butiá, limão, pêssego, banana e citrus, além das cervejas do tipo puro malte, IPA, APA, e Pilsen, que são mais conhecidas pelo público. Quanto aos consumidores que têm o hábito de consumo de cerveja do tipo artesanal, na Figura 2 apresenta-se a frequência de consumo, onde, 55,1% dizem consumir mensalmente, 20,4% semanalmente, 12,3% raramente e 12,2% anualmente.

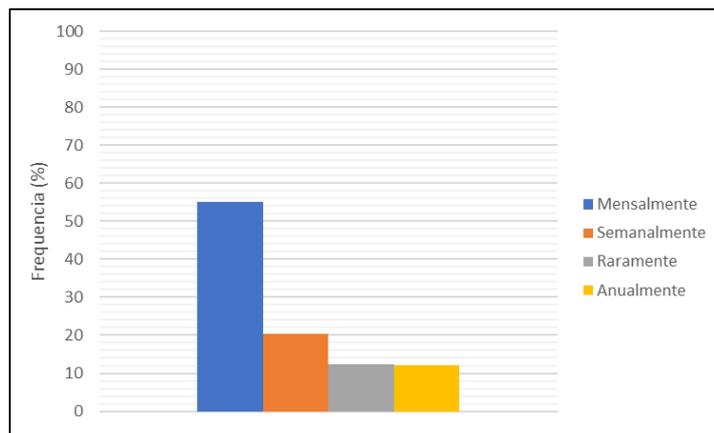


Figura 2. Frequência de consumo de cerveja do tipo artesanal.

Ainda, os respondentes foram questionados se conhecem cerveja do tipo artesanal adicionada de frutas vermelhas e 69% deles dizem não conhecer e 31% dizem conhecer, contudo, mostra que ainda não são todos sabores ou tipos de cervejas conhecidas pelos consumidores.

4. CONCLUSÕES

A indústria de cervejas artesanais, conforme demonstrado ao longo deste estudo, emerge como um setor em crescimento notável na indústria de bebidas. A participação ativa dos consumidores na formação e na dinâmica desse mercado é evidente, influenciando a escolha e a diversidade de produtos disponíveis. Essa influência pode ocorrer de maneira consciente ou não, mas sua relevância é incontestável. Em síntese, a cerveja artesanal continua a ganhar espaço na indústria de bebidas, impulsionada pelo interesse crescente dos consumidores em sabores únicos e pela busca de experiências sensoriais diferenciadas. A pesquisa aqui apresentada oferece uma visão detalhada do perfil de consumo dessas

cervejas, destacando a importância de compreender as preferências dos consumidores para atender às demandas de um mercado em constante evolução.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AQUILANI, B., LAURETI, T., POPONI, S. E SECONDI, L. (2015). Beer choice and consumption determinants when craft beers are tasted: An exploratory study of consumer preferences. **Food quality and preference**, 41, 214-224. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2014.12.005>. Acesso em 22 set 2023.

BRASIL. Decreto n. 2.314, de 04 de setembro de 1997. **Regulamenta a Lei n. 8.918, de 14 de julho de 1994, que dispõe sobre a padronização, a classificação, o registro, a inspeção, a produção e a fiscalização de bebidas.** 1997.

BRASIL ECONÔMICO. **Mercado brasileiro de cerveja artesanal fatura até R\$ 2 bilhões por ano.** <https://odia.ig.com.br/negocios /2014-11-10/mercado-brasileiro-de-cerveja-artesanal-fatura-ater-2-bilhoes-por-ano.htm>. Acesso em 22 set 2023.

BREWERS ASSOCIATION. Craft Brewing Statistics. <http://www.brewersassociation.org/statistics/>. Acesso em 22 set 2023.

KJELDGAARD, D., ASKEGAARD, S., ORNSTEDT, J.R. E OSTERGAARD, P. (2017). **Consumers' collective action in market system dynamics: A case of beer.** *Marketing Theory*, 17(1), 51-70. <https://doi.org/10.1177/147059311665819>. 2017.

SOHRABVANDI, S.; MORTAZAVIAN, A. M.; REZAEI, K. Health-related aspects of beer: a review. **International Journal of Food Properties**, v. 15, n. 2, p. 350-373, 2012.

SOUSA, V. M. B. **Fatores que influenciam o comportamento de compra dos consumidores em uma empresa varejista de móveis e eletrodomésticos em Picos-pi** (trabalho de conclusão de curso em Administração). Universidade Federal do Piauí, Picos, Piauí, Brasil. 2012.

TOZETTO, Luciano Moro et al. **Produção e caracterização de cerveja artesanal adicionada de gengibre (Zingiber officinale).** 2017. Dissertação de Mestrado. Universidade Tecnológica Federal do Paraná.