

## ANÁLISE DO PERFIL DO CONSUMIDOR DE CERVEJAS ESPECIAIS NO RIO GRANDE DO SUL

**OX SIAS D'AVILA<sup>1</sup>**; MARCO SIEGMUNDO GOLDMEIER<sup>2</sup>; MARIO DUARTE CANEVER<sup>3</sup>

<sup>1</sup>*Universidade Federal de Pelotas – oxilas@hotmail.com*

<sup>2</sup>*Universidade Federal de Pelotas – marcogoldmeier@yahoo.com.br*

<sup>3</sup>*Universidade Federal de Pelotas – caneverm@gmail.com*

### 1. INTRODUÇÃO

A partir da metade da década de 1990, vivencia-se uma transformação nos padrões de consumo de cervejas no Brasil. A ascensão do poder aquisitivo por parte da população expandiu a demanda por produtos de qualidade superior e de maior sofisticação, como os vinhos finos, os cafés especiais, e mais recentemente, as cervejas especiais (STEFENON, 2012). Diante disso, o setor industrial teve de se reestruturar e se reinventar produtivamente para atender a demanda de mercado existente, elaborando e apresentando produtos com qualidade superior para atender específicos nichos de mercado.

A evolução que vem acontecendo no mercado de cervejas mostra que aos poucos as microcervejarias de produção artesanal responsáveis pelas cervejas especiais, estão sendo muito bem aceitas pelo consumidor brasileiro. Elas vão substituindo as cervejas produzidas em larga escala, na qual visam atender a demanda de mercado, normalmente muito focada em preço e menor diferenciação. Segundo Araújo *et al.* (2010), muitos consumidores, principalmente os mais exigentes, estão a procura de cervejas mais elaboradas, cujo apelo consiste essencialmente em qualidade e diferenciação, e que de certa forma satisfaçam suas necessidades.

O Brasil tem uma média *per capita* de consumo de cerveja de 47,6 litros e se encontra na quarta posição do *ranking* de produção de cerveja, atrás de China, Estados Unidos e Alemanha (MAPA, 2014). Segundo o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (2016), no ano de 2014 existiam cerca de 200 microcervejarias espalhadas pelo país, número esse que atualmente é em torno de 400 microcervejarias. Ainda, de maio a julho de 2016, cerca de 60 microcervejarias iniciaram atividades, constituindo-se legalmente. Existe cerca de 5.300 estilos diferentes de cervejas com registro para comercialização, oriundos das microcervejarias brasileiras (MAPA, 2016). A projeção de crescimento para 2016 do mercado de cervejas comuns é cerca de 5%, enquanto a de cervejas especiais é em torno de 15 a 20% (ABRACERVA<sup>1</sup>, 2016).

Os fatores que motivaram a realização desse estudo são: (01) a contemporaneidade do tema, bem como o papel desempenhado pelas microcervejarias e; (02) o comportamento e os hábitos de consumo dos consumidores em relação às novidades no mercado e suas novas escolhas frente a diversidade de produtos existente no mercado.

Diante do exposto, o objetivo deste trabalho é analisar o perfil dos consumidores de cervejas especiais do Rio Grande do Sul. Em suma, quer-se revelar características sociais relevantes sobre idade, gênero e escolaridade, bem como os fatores fundamentais na escolha do produto, como sabor, aroma, preço,

<sup>1</sup> Associação Brasileira de Cerveja Artesanal

preferência de estilo, cor, local onde adquirem e consomem o produto e a frequência de consumo deste novo segmento de consumidores de cervejas.

## 2. METODOLOGIA

Esse trabalho tem o cunho quantitativo e constituiu-se de uma pesquisa exploratória, realizada por uma coleta de dados a partir de um questionário fechado e aplicado aleatoriamente. Os questionários foram aplicados aos consumidores de cervejas especiais no primeiro Festival da Cerveja Gaúcha, realizado na cidade de Santa Cruz do Sul, no Estado do Rio Grande do Sul, entre os dias 19 e 20 de Outubro de 2014. Foram obtidos 48 questionários e esses dados foram codificados e analisados através do programa SPSS 12.0. A amostra foi analisada através de estatísticas descritivas.

## 3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

A tabela 1 traz as frequências das variáveis sociais dos consumidores de cervejas especiais. É possível afirmar que o consumidor de cervejas especiais é em sua grande maioria do sexo masculino (75%). Parece que os homens são mais adeptos a cultura cervejeira e ao consumo de álcool, pois segundo a Organização Mundial de Saúde, consomem mais cervejas do que mulheres. Quanto a idade, a maior frequência se localizou entre 26 a 35 anos (54%). Este resultado embora não seja representativo da população brasileira, parece-nos que reflete o perfil dos consumidores de cervejas, pois é sabido que os consumidores de cervejas especiais não são muito jovens. Consumidores desta faixa etária já possuem uma certa estabilidade financeira e um poder aquisitivo compatível com os preços destes produtos. A maioria dos entrevistados possui ensino superior completo (67%). O consumo das cervejas especiais é um qualificador do *status social* dos indivíduos, não dá oportunidades para as pessoas com um grau de escolaridade inferior ou de baixa renda consumi-las, tanto pelo alto preço, quanto por suas características marcantes referentes a gosto e sabor.

**Tabela 1 - Frequência das variáveis demográficas**

		N	%
<b>Gênero</b>	Masculino	36	75%
	Feminino	12	25%
<b>Idade</b>	18 a 25 anos	13	27%
	26 a 35 anos	26	54%
	36 a 45 anos	7	15%
	46 a 65 anos	1	2%
	Acima de 65 anos	1	2%
<b>Escolaridade</b>	Ensino Fundamental Incompleto	1	2%
	Ensino Fundamental Completo	0	0%
	Ensino Médio Incompleto	1	2%
	Ensino Médio Completo	1	2%
	Ensino Superior Incompleto	13	27%
	Ensino Superior Completo	32	67%

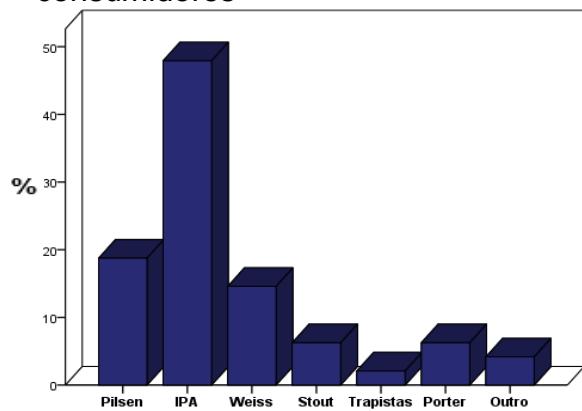
Fonte: Elaborado pelo autor.

Conforme a figura 1, podemos notar que o estilo de cervejas de maior preferência dos entrevistados é o IPA (*India Pale Ale*) (48%), seguido pelo *Pilsen* (19%). O primeiro estilo citado é um estilo muito diferenciado e se caracteriza por ser mais

amargo, com sabor e aroma inconfundíveis, originado principalmente da cultura cervejeira norte-americana.

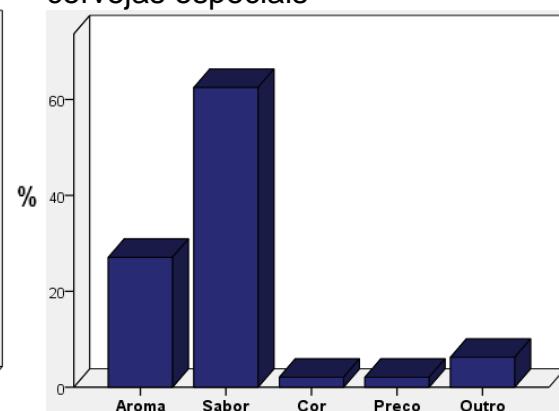
Essa proporção confirma as respostas dos entrevistados de que os principais atrativos das cervejas especiais são o sabor (63%) e o aroma (27%), conforme pode ser observado na figura 2. Os consumidores assíduos de cervejas especiais estão cada vez mais fidelizados a esse mercado a partir do desejo de consumir cervejas com maior qualidade sensorial e com maiores atributos intrínsecos ao produto. O sabor, o aroma e a cor das cervejas especiais são atributos que passam a ser desejos dos consumidores que optam por elas e acabam se fidelizando a certos estilos e percepções sensoriais.

**Figura 1 – Estilo de preferência dos consumidores**



Fonte: Elaborado pelo autor.

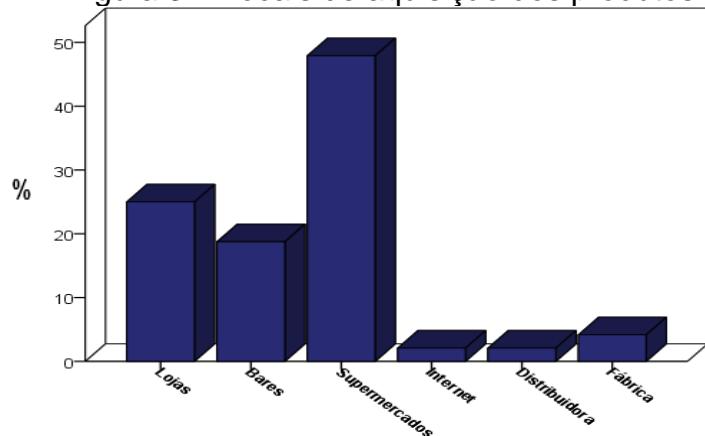
**Figura 2 – Principais atrativos das cervejas especiais**



Fonte: Elaborado pelo autor.

A figura 3 retrata quais são os locais onde os entrevistados adquirem seus produtos. 48% adquire as cervejas em supermercados, 25% em lojas especializadas e 19% em bares. Algumas redes de supermercados, principalmente nas grandes cidades, já trabalham com um número grande de rótulos de muitos estilos e os preços, se comparados a lojas especializadas, são muito mais acessíveis.

**Figura 3 – Locais de aquisição dos produtos**

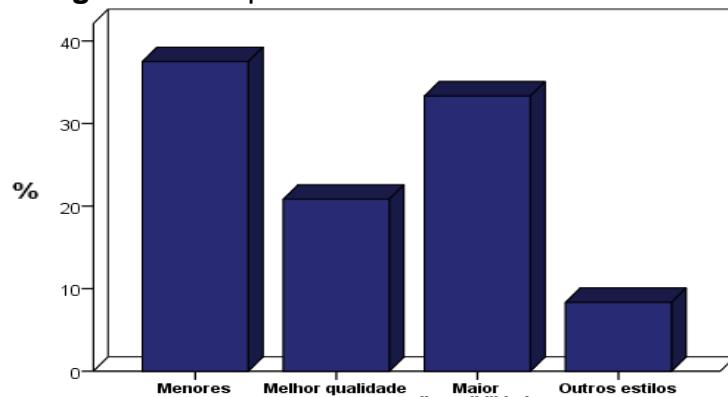


Fonte: Elaborado pelo autor.

Esses números mostram que a procura por cervejas especiais, principalmente em supermercados, está atrelado ao menor custo das mesmas e converge com o que a maioria dos entrevistados respondeu acerca do que os levaria a consumir mais cervejas especiais. Para 38% dos respondentes, se o preço fosse menor,

consumiria mais. Em segundo lugar a maior disponibilidade de produtos os levaria a consumir mais, conforme pode ser observado na figura 4.

**Figura 4 – O que levaria ao aumento do consumo**



Fonte: Elaborado pelo autor.

#### 4. CONCLUSÕES

Podemos concluir a partir da análise dos dados, que o mercado de cervejas especiais tem como principais consumidores os homens, com idade de 26 a 35, em geral, com nível superior completo. Ainda, o estilo de maior preferência pelos consumidores é o IPA, onde priorizam características como sabor e aroma nas cervejas. Seus principais locais de aquisição dos produtos são os supermercados e lojas especializadas e o fator de maior impacto para o aumento do consumo, é diminuição dos preços. O consumidor de cerveja especial passa a ser um fiel apreciador da mesma, pois este leva em consideração características sensoriais e procura conhecer mais sobre os seus estilos, o processo de produção, os constituintes da cerveja e a história por trás da fabricação da mesma.

Este trabalho deve permitir um direcionamento claro e objetivo quanto ao perfil dos consumidores de cervejas especiais, bem como seus hábitos e preferências de consumo. Ademais, geraremos informações relevantes para as microcervejarias do estado do Rio Grande do Sul acerca das exigências do consumidor, bem como seus hábitos, gostos e preferências.

#### 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABRACERVA – Associação Brasileira de Cerveja Artesanal. Disponível em: <<https://www.facebook.com/abracerva/>>. Acesso em: 30 de julho 2016.

ARAÚJO, F. B.; SILVA, P. H. A.; MINIM, V. P. R. Perfil sensorial e composição físico-química de cervejas provenientes de dois segmentos do mercado brasileiro. **Ciência e Tecnologia de Alimentos**, v. 23, n. 2, p. 121-128, 2003.

OMS – Organização Mundial da Saúde. Disponível em: <<http://www.paho.org/bra/>>. Acesso em: 30 de julho 2016.

MAPA – Ministério da Agricultura, Pecuário e Abastecimento. Disponível em: <[www.agricultura.gov.br](http://www.agricultura.gov.br)>. Acesso em: 30 julho de 2016.

STEFENON, Rafael. Vantagens Competitivas Sustentáveis na Indústria Cervejeira: o Caso das Cervejas Especiais. **Revista Capital Científico-Eletrônica (RCCe)**, v. 10, n. 1, 2012.