

Fatores que influenciam no processo de decisão de compra do consumidor de cervejas artesanais de Goiânia: uma análise comparativa entre homens e mulheres

Ana Alice Santos de Aguiar (IC)
Thawanny Lopes (IC), Gláucia Rosalina Machado
Vieira (PQ)

PIBIC-EM

Câmpus Aparecida de Goiânia

* glauCIA.vieira@ifg.edu.br

Palavras Chave: Cerveja artesanal; Comportamento do consumidor; Processo de decisão de compra.

Introdução

O Brasil é um grande produtor e consumidor de cervejas (DIAS e FALCONI, 2018). As cervejas artesanais são cervejas que apresentam diferenciais competitivos em relação às cervejas industrializadas. Os atributos de diferenciação estão na qualidade da matéria-prima, no uso de ingredientes especiais e nos processos produtivos refinados (GUIA DA CERVEJA, 2020). É importante entender o comportamento de escolha do consumidor de cervejas artesanais considerando o seu perfil, hábitos de compra, preferências e fatores que podem influenciar no processo de escolha e compra (DIFINI e HERCHMANN, 2018). A presente pesquisa teve como objetivo geral analisar alguns fatores que influenciam no processo de decisão de compra do produto, bem como hábitos de consumo.

Metodologia

Este trabalho é de natureza exploratória e descritiva e utilizou uma abordagem quantitativa e qualitativa. A amostra foi feita por conveniência, de forma não probabilística. Os requisitos para a participação foram: residir na região metropolitana de Goiânia, ter idade acima de 18 anos e consumir cervejas artesanais habitualmente ou eventualmente. Os dados foram coletados por meio de um questionário contendo perguntas fechadas e abertas. A busca por participantes se deu nas redes sociais e indicação de pessoas ligadas ao segmento.

Resultados e Discussão

Os dados mostraram que as cervejas são mais consumidas por jovens adultos. Quanto aos diferenciais na escolha das cervejas artesanais, 67% afirmaram que buscam a qualidade independente da marca. Já 11% acreditam que as marcas mais conhecidas têm melhor qualidade, 10% acreditam que as marcas mais caras têm melhor qualidade, 8% valorizam o custo-benefício e a melhor qualidade, 2% marcaram duas opções: as marcas mais conhecidas têm melhor qualidade e a qualidade independe da marca. Outros 2% também

marcaram duas opções: as marcas que possuem melhor custo-benefício têm melhor qualidade e a qualidade independe da marca.

Outros fatores valorizados pelos consumidores no momento da compra foram: sabor (19%), o tipo de cerveja (14%), marca (9%) e 7% destacaram o tipo de cerveja e o sabor. Outros 6% apontaram preço, tipo de cerveja e sabor e 4% apenas o preço. O restante dos participantes apontou outros fatores. Sobre as fontes de informação acerca das cervejas, 28% apontaram a indicação de familiares e/ou de amigos e colegas de trabalho, 12% sites especializados, 11% as redes sociais, 13% não busca informações e 9% se informam tanto pelas redes sociais como por indicação de familiares e/ou amigos e colegas de trabalho. Sobre os tipos de cerveja artesanais mais consumidos, 21% consomem mais Pilsen, 7% IPA, 2% Weiss, 4% IPA e Stout, 4% Pilsen e American Lager e 5% outros tipos de cerveja artesanal. O restante marcou tipos de cervejas diversos. Cabe destacar que fatores como a exposição no ponto de venda, bem como as informações e ilustrações nos rótulos foram valorizados. Por fim, quanto aos locais onde as cervejas artesanais são mais consumidas, 41% consomem mais em casa, 16% em bares e em casa, 7% em bares, 6% em bares, em casa e pubs, 4% em casa e pubs, 4% bares e pubs, 4% em bares, casa e festas. Os demais totalizaram 18% e responderam alternativas diversas.

Conclusões

O consumidor goiano de cervejas artesanais apresenta um gosto refinado e observa detalhes como sabor, estilos e apresentação do produto. De um modo geral, é um público disposto a pagar mais por uma cerveja de maior qualidade. Esses dados sugerem que o mercado cervejeiro oferece boas oportunidades para quem busca empreender. Por isso, entender quais são as necessidades dos consumidores e quem são é fundamental.

Agradecimentos

Agradecemos o apoio financeiro disponibilizado do CNPQ para o desenvolvimento da pesquisa.

Referências

DIAS, Murillo de Oliveira; FALCONI, Davi. The Evolution of Craft Beer Industry in Brazil. In: **Journal of Economics and Business**. 2018. Vol.1, No.4, 618-626.

DIFINI, André Luce; HERCHMANN, Viviane Viebrantz. Fatores que influenciam na compra de cerveja artesanal pelo consumidor. **Revista científica digital - publicidade e propaganda, jornalismo e turismo**. n. 2, dezembro 2018.

GUIA DA CERVEJA. **8 especialistas avaliam como foi o ano para o mercado cervejeiro e o consumidor (2018)**.