

ROSA; Ana Gabriela Ramos ¹, PEREIRA; Gustavo das Graças ²

RESUMO

1.Introdução “Cerveja é a bebida resultante da fermentação, a partir da levedura cervejeira, do mosto de cevada malteada ou de extrato de malte, submetido previamente a um processo de cocção adicionado de lúpulo ou extrato de lúpulo, hipótese em que uma parte da cevada malteada ou do extrato de malte poderá ser substituída parcialmente por adjunto cervejeiro” (BRASIL, 2019). A cerveja é a bebida alcóolica mais consumida no Brasil, representando 61% do consumo de bebidas alcóolicas. Além disso, o país é o terceiro maior produtor mundial da bebida (CERVBRASIL, 2016). Vale ressaltar que, em 2019, o Brasil chegou a 1.209 cervejarias registradas, um crescimento de 36% em relação a 2018 (BRASIL, 2020). Tal crescimento está ligado, sobretudo, ao surgimento do mercado das cervejas artesanais, que tem como característica marcante a inovação. Neste contexto, o presente trabalho teve como objetivo inferir sobre o perfil de consumo de cervejas artesanais produzidas no Brasil. **2. Material e métodos** Realizou-se uma avaliação qualitativa e quantitativa do perfil de consumo de cerveja e, sobretudo, de cerveja artesanal produzida no Brasil, via formulário eletrônico, com 254 consumidores ou não de cerveja, com idade igual ou superior a 18 anos e oriundos de diferentes Estados. **3. Resultados e discussão** Os respondentes apresentaram o seguinte perfil socioeconômico: 54,7% eram do gênero feminino; mais de 70% se concentram na faixa etária entre 18 e 35 anos; 58,3% dos entrevistados residiam no Estado de São Paulo e 16,9% no Estado de Minas Gerais. Com relação à escolaridade, 42,5% responderam ter ensino superior incompleto e 43,7% disseram possuir título de curso superior ou de pós-graduação. Além disso, 32,2% alegaram ter renda bruta familiar acima de 7 salários mínimos, seguido das faixas de 3 a 4 salários mínimos (26,8%), de 5 a 7 (18,1%), de 1 a 2 (15,8%) e sem renda (4,3%), o que indica um público respondente das classes B e C. Após definido o perfil socioeconômico, avaliou-se o perfil de consumo de cervejas em geral. Observou-se que aproximadamente 60% dos entrevistados afirmaram consumir maior quantidade das cervejas amplamente comercializadas no Brasil, ou seja, àquelas mais populares em relação à sua disponibilidade. Ao redor de 17% disseram consumir maior quantidade de cerveja artesanal produzida no Brasil e 3,5% de cerveja artesanal importada. A parcela dos respondentes que não consomem cerveja foi de aproximadamente 15%. Com relação à frequência de consumo, observaram-se resultados similares e bem distribuídos entre as diferentes faixas consultadas (menos de 1 L, 1 a 2 L, 3 a 4 L, 5 a 6 L e mais que 6 L/mensal). Em relação às cervejas artesanais produzidas no Brasil, 61% dos respondentes concordaram que estas possuem qualidade superior às cervejas industriais amplamente comercializadas no país. Apesar disso, aproximadamente 58% dos respondentes relataram consumir cerveja artesanal com pouca frequência (quinzenalmente, 1 vez por mês ou raramente) e aproximadamente 26% afirmaram não consumir. Em relação à quantidade consumida, a maior parte dos entrevistados que consomem cerveja artesanal, o fazem em quantidade inferior a 1 L (37,8%) ou entre 1 e 2 L mensais (19,3%). De acordo com os entrevistados, os fatores que mais os levaram ou os levam a consumir cerveja artesanal de origem nacional são a qualidade (36,9%), curiosidade (33,8%), diversidade de produtos ofertados (23,3%) e influência de amigos/familiares (19,3%). Nota-se que novamente o fator qualidade está fortemente atrelado às cervejas artesanais de origem nacional. Por sua vez, o

¹ Universidade Federal de São Carlos (UFSCar), anagabrielarosa@hotmail.com

² Universidade Federal de São Carlos (UFSCar), gustavopereira@ufscar.br

elemento mais importante ao comprar uma cerveja artesanal produzida no Brasil foi o estilo (48,4%), seguido pela característica sensorial do produto (46,5%) e o seu preço (31,5%). Dessa forma, esse resultado sugere que os consumidores buscam na cerveja artesanal um diferencial em relação às cervejas amplamente comercializadas no país. Em relação à preferência dos consumidores pelos estilos de cerveja artesanal, 49,4% responderam Pilsen, seguido por Weissbier (37,2%), India Pale Ale (33,9%) e Witbier (16,0%). Considerando o cenário atual e buscando avaliar o impacto da pandemia Covid-19 no mercado de cervejas artesanais nacional, 31,5% dos entrevistados responderam que reduziram sua frequência de consumo, enquanto 35,0 e 16,5% indicaram comportamento de estabilidade e aumento, respectivamente. Adicionalmente, os respondentes foram consultados quanto à existência de cervejaria artesanal na cidade de residência e cerca de 60% deles responderam que existe pelo menos uma. Este resultado corrobora com os dados que indicam um significativo crescimento no número de indústrias cervejeiras nos últimos anos (BRASIL 2020).

4. Conclusão Os resultados obtidos neste trabalho auxiliam a compreender melhor o perfil de consumo das cervejas artesanais produzidas no Brasil. Notou-se que o seu consumo ainda é pequeno em comparação às cervejas popularmente comercializadas no país; entretanto os consumidores reconhecem a melhor qualidade do produto artesanal. Além disso, o estilo da cerveja, suas características sensoriais e o preço são os principais fatores que interferem na decisão de compra deste produto.

5. Referências BRASIL. Decreto nº 9902, de 8 de julho de 2019. Altera o Anexo ao Decreto nº 6.871, de 4 de junho de 2009, que regulamenta a Lei nº 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. **DOU**, Brasília, 8 jul., 2019. BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **Anuário da cerveja: 2019**. Brasília: MAPA/SDA, 2020. CERVBRASIL. **Anuário 2016**. 2016.

PALAVRAS-CHAVE: Cerveja artesanal, Consumidor, Estilo de cerveja, Qualidade

¹ Universidade Federal de São Carlos (UFSCar), anagabrielarosa@hotmail.com

² Universidade Federal de São Carlos (UFSCar), gustavopereira@ufscar.br