

E. Ciências Agrárias - 7. Ciência e Tecnologia de Alimen - 2. Engenharia de Alimentos

LEVANTAMENTO DO PERFIL DOS CONSUMIDORES DE AGUARDENTE DE GOIABA DA REGIÃO DE LAVRAS-MG

LUCAS SILVEIRA TAVARES, Mestrando em Ciência dos Alimentos¹

JOSÉ GUILHERME LEMBI FERREIRA ALVES, Prof. Adjunto, DCA/UFLA¹

AMANDA OLIVERI SOARES, Graduanda em Eng. De Alimentos¹

JOÃO DE DEUS SOUZA CARNEIRO, Professor Adjunto, DCA/UFLA¹

RENATO SILVA LEAL, Mestrando em Ciências Veterinárias¹

DANIEL CARVALHO DE REZENDE, Professor Adjunto, DAE/UFLA¹

1. Universidade Federal de Lavras

RESUMO:

O mercado brasileiro de aguardente tem passado por recentes transformações, principalmente devido à elitização do consumo. Os produtores têm procurado lançar novos produtos para aumentar participação no mercado e lucros. Este trabalho teve por objetivo determinar o perfil dos consumidores de um novo produto (aguardente de goiaba), visando identificar seu público-alvo. Para determinação do perfil dos consumidores da aguardente de goiaba, foi feita uma pesquisa descritiva direta e estruturada com 245 consumidores de cachaça da região de Lavras/MG, por meio da aplicação de um questionário com questões de múltipla escolha, utilizando-se a metodologia do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE). A maioria dos entrevistados foi do sexo masculino, constituindo 65,4% dos consumidores. Entretanto, poucos produtos afins são direcionados especificamente ao segmento feminino, que nesse caso compôs 34,6% dos consumidores, o que pode ser uma boa oportunidade para desenvolver um produto específico para esse segmento de consumidores. Em relação à faixa etária dos entrevistados, a faixa predominante foi dos 18 aos 25 anos com 27,6%, mas também sendo bastante representativa a faixa etária dos 46 aos 55 anos com 23%. Dessa forma, como essas duas classes apresentam características comportamentais e culturais bem diferentes, seria plausível escolher desenvolver a bebida voltada para somente uma delas. A predominância, quanto a renda mensal, foi de 2 a 3 salários com 37% do total dos entrevistados. Já o grau de escolaridade apresentou-se alto composto basicamente pelo ensino superior completo com 27,2%, e ensino superior incompleto com 29,2%. Uma perspectiva favorável para o desenvolvimento do produto foi lançada pela constatação de que a maioria dos consumidores consumiria uma aguardente de goiaba. A pesquisa de mercado mostrou-se uma ferramenta auxiliar muito importante para o desenvolvimento das características do novo produto.

Palavras-chave: Desenvolvimento de Novos Produtos, Pesquisa de Mercado, Aguardente de Goiaba.

