



Título: Análise do perfil de uma amostra de consumidores de vinhos

Aluno: Robson Vieira Soares

Orientadora: Ana Paula Martinazzo

RESUMO

O vinho é uma das bebidas mais importantes e consumidas no Brasil e no mundo, apresentando complexidade em seus diversos tipos presentes no mercado. Dito isto, a análise de perfil de consumidores de vinho torna-se estratégica para que as empresas possam tornar-se mais competitivas, atendendo às necessidades dos clientes. Sendo assim, foi aplicado um questionário de forma on-line, utilizando-se a metodologia Snowball Sampling para a coleta de dados, seguida da análise e definição do perfil socioeconômico e dos hábitos de consumo e de compra da bebida, que alcançou 334 participantes. O perfil obtido foi de um consumidor jovem, com idade entre 18 a 39 anos, tendo ensino médio ou ensino superior completo, renda pessoal mensal entre 1 a 6 salários mínimos e pouco conhecimento sobre vinhos. A frequência de consumo ficou definida como rara ou casual, tendo ocasiões especiais como o principal incentivador de consumo da bebida, com preferências inclinadas para o vinho de mesa tinto, elaborado a partir da uva Cabernet Sauvignon e com origem do Chile. Os supermercados são o principal local de compra de vinhos e o preço médio que costuma ser pago é de até R\$60,00. Os principais fatores extrínsecos que auxiliam no processo de compra são a preferência pessoal e a indicação de amigos e familiares, enquanto os fatores intrínsecos são o preço/promoção e o teor de açúcar do vinho.

Palavras-chave: bebida alcoólica, compra, consumo, hábitos

Monografia apresentada ao Curso de Graduação em Engenharia de Agronegócios da Escola de Engenharia Industrial Metalúrgica de Volta Redonda da Universidade Federal Fluminense.

Data da defesa: 20 de julho de 2022

Email do autor: robsonvieira@id.uff.br