

FATORES QUE INFLUENCIAM NA COMPRA DO SUCO DE UVA

Marcos Vinicius Pereira De Brito¹

Gustavo da Rosa Borges²

Resumo:

O mercado tem apontado para uma preferência de consumo de bebidas que não prejudiquem tanto a saúde. Entre eles, está o suco de uva, sendo um produto que tem tido uma aceitação pelo mercado; entretanto, desconhece-se ainda, quais os fatores que influenciam à sua compra. Embora os aspectos alusivos à saúde sejam corriqueiramente apontados pela teoria, outros motivos também podem ser explicados, entretanto, muitos ainda são desconhecidos. Buscando preencher esta lacuna, o presente trabalho buscou verificar quais os fatores que podem influenciar na compra de sucos de uva. Com base em uma pesquisa bibliográfica, descobriu-se, analisando dados secundários, a existência de 12 fatores que influenciam o consumidor na hora de comprar sucos de uva, sendo eles: benefícios para a saúde, retardar o envelhecimento, produto energético, sabor, qualidade do produto, confiança na marca, costume, preço, valor nutricional/produto nutritivo, ingredientes utilizados, prazo de validade, país de fabricação. Assim sendo, descobre-se a existência de diversos fatores que vão além daqueles relacionados ao produto, como qualidade e preço. O presente trabalho não teve como objetivo mensurar cada um destes itens, sendo esta uma indicação para estudos futuros.

Palavras-chave: Suco de Uva; Fatores que influenciam na compra; Consumo.

Modalidade de Participação: Iniciação Científica

FATORES QUE INFLUENCIAM NA COMPRA DO SUCO DE UVA

¹ Aluno de graduação. marcos031265@gmail.com. Autor principal

² Docente. gustavoborges@unipampa.edu.br. Orientador

FATORES QUE INFLUENCIAM NA COMPRA DO SUCO DE UVA

1 INTRODUÇÃO

O consumo de bebidas no mundo abrange um grande mercado. O Brasil está entre os principais países consumidores de refrigerantes e cervejas no mundo. Em relação aos sucos, assim como a água mineral, observa-se um modesto consumo (CERVIERI JÚNIOR et al., 2014).

Entretanto, o mercado de sucos industrializados tem crescido consideravelmente no Brasil (DA ROSA, COSENZA; LEÃO, 2006). Por outro lado, não existem somente eles para o consumo; sendo que no Brasil, os consumidores têm preferência por sucos naturais, espremidos na hora, e são ainda avessos a consumir sucos industrializados (DA ROSA, COSENZA; LEÃO, 2006).

Cabe ressaltar que existem basicamente cinco tipos de sucos: sucos naturais, sucos em pó, sucos concentrados, sucos prontos para beber, sucos de polpa (DA ROSA, COSENZA; LEÃO, 2006). No comércio, é comum encontrar três tipos básicos de sucos de uva: suco integral, suco concentrado diluído na água e néctar. O integral é 100% de polpa de fruta, mais próximo ao vinho, sem adição de água e açúcar. O suco concentrado ele deve ter concentrações perto do integral, mas ele tem açúcares que são menores que os do néctar, são desidratados e levam na sua composição em alguns casos, corante aromatizante e conservante (PONTES et al., 2010). Além destes, existe também os orgânicos, que são sucos no qual as uvas não sofreram ações de fertilizantes (DALMORO, 2015).

Embora haja uma preferência por sucos naturais, como apontados por da Rosa, Cosenza e Leão (2006), observa-se que os sucos industrializados apresentam uma praticidade para o consumo, visto que estão prontos e a disposição do consumidor. Talvez por este motivo, a reformulação dos produtos industrializados tem sido reconhecida como uma das estratégias mais eficazes para reduzir consumo de açúcar e melhorar a saúde pública, visto que objetiva-se um consumo mais saudável (REIS et al., 2017).

Dentre os diversos sabores de suco, o de uva é um dos mais consumidos (CARMO; DANTAS; RIBEIRO, 2014). O suco natural de uva, embora tenha a mesma matéria-prima do vinho, possui um tempo de fermentação maior, fazendo com que haja um aroma mais natural que o vinho e ocasionando em um menor nível de fungos, o que em tese, acaba sendo mais benéfico que o vinho para o consumo humano (DACHERY et al., 2017).

Apesar de haver uma sucinta explicação para o consumo de suco de uva em detrimento de benefícios para a saúde, ainda há uma lacuna de trabalhos que apontem quais os fatores que influenciam para o consumidor comprar um suco de uva. Buscando preencher esta lacuna, o presente trabalho tem por objetivo responder à seguinte problemática: quais os fatores que podem influenciar na compra de sucos de uva?

Assim sendo, pretende-se descobrir quais os fatores que podem influenciar na compra de sucos de uva. Este objetivo visa analisar o que de fato pode ser levando em consideração pelo mercado. Embora os aspectos alusivos à saúde sejam corriqueiramente apontados pela teoria, outros motivos também podem ser explicados, sendo estes, apresentados a seguir.

2 METODOLOGIA

A metodologia para este trabalho é análise de dados secundários com base em pesquisa bibliográfica. Os trabalhos foram pesquisados na plataforma Google Acadêmico (busca nacional) e Scince Direct (busca internacional). Foram inseridas as seguintes palavras para a busca: “consumo de suco”, “consumo de suco de uva”, “juice consumption” e “consumption of grape juice”.

A pesquisa foi realizada entre 01/09/2018 e 11/09/2018. Os resultados foram analisados e elaborou-se um Quadro com os itens investigados, a seguir demonstrados.

3 RESULTADOS e DISCUSSÃO

Após leitura dos artigos pesquisados, realizou-se uma análise sobre os resultados dos mesmos. Estes achados serão descritos brevemente a seguir.

Sobre o produto pesquisado, descobriu-se que “o suco de uva é considerado uma bebida distinta, tanto sob o aspecto energético quanto nutricional e terapêutico” (RIZZON; MENEGUZZO, 2007, p. 9).

Pontes et al. (2010) realizaram um estudo para verificar o gosto do consumidor sobre estes tipos de suco. O resultado do estudo indica que pessoas gostam mais de sucos adoçados, mas preferem comprar o suco integral, talvez por saberem que se trata de um suco mais benéfico para a saúde.

Hanan et al. (2014) descrevem que o consumo diário de suco de uva natural pode contribuir para uma melhor saúde, já que o suco natural da fruta ocasiona efeitos anti-carcinogênicos, anticâncer, anti-inflamatórios e anti-envelhecimento com níveis de açúcar baixo.

Carmo, Dantas e Ribeiro (2014) realizaram uma pesquisa para entender melhor o comportamento do consumidor de sucos prontos em Minas Gerais. Constataram que o principal motivo para a compra deste produto é o sabor, seguido pela qualidade, confiança, costume e preço. Já a marca e o valor nutricional não apareceram como um atributo relevante para a escolha do suco.

Dalmoro (2015) constatou que o consumo de uva orgânica refere-se aqueles preocupados com a sua saúde e de sua família que têm um estilo de vida próprio, ocasionando um comportamento cultural.

De forma geral, pessoas que comprem sucos de frutas podem ser classificadas em quatro grandes grupos: pessoas que se preocupam com a saúde, pessoas que procuram produtos Premium, pessoas que preferem comprar produtos duráveis e pessoas sem preferências específicas. As pessoas que tem uma maior consciência de saúde preferem sucos de marca conhecida, com informações nutricionais claras, sem aditivos, mas são sensíveis ao preço. Informações extrínsecas também ajudam a definir a bebida a ser comprada. Para tanto, consumidores tendem a avaliar a marca, informações nutricionais, ingredientes, prazo de validade, preço e país de fabricação do produto (LEE et al., 2015).

Cabe ressaltar que o interesse do consumidor em alimentos nutritivos e inovadores estimula o desenvolvimento de produtos à base de materiais com potencial nutracêutico, aqueles que promovem benefícios para a saúde e a beleza. Para tanto, consumidores costumam ler as embalagens dos produtos, buscando verificar se de fato ocasionam benefícios à saúde. Além dos aspectos relacionados à saúde, consumidores também se preocupam com o preço e preferem sucos sem conservantes (ROMANO; ROSENTHAL; DELIZA, 2015).

Reis et al. (2017) contataram que as informações nutricionais são tão relevantes, que podem mudar a percepção do consumidor em relação ao produto. Por fim, Zuanazzi et al. (2018) manifestam que o suco de uva é uma bebida rica em compostos fenólicos, que são importantes Antioxidantes, ajudando a reduzir a incidência de doenças ligadas ao estresse oxidativo, incluindo doença cardiovascular, ajudando assim, a preservação da saúde.

Tais observações apresentadas demonstram diversos fatores que podem influenciar na compra de sucos de uva. Estes fatores foram unificados e são apresentados no Quadro 1.

Quadro 1 – Fatores que influenciam na compra de sucos de uva .

Motivos	Autor
Benefícios para a saúde	Pontes (2010), Hasan et al. (2014), Dalmoro (2015), Romano, Rosenthal e Deliza (2015), Zuanazzi et al. (2018).
Retardar o envelhecimento	Hasan et al. (2014).
Produto energético	Rizzon e Meneguzzo (2007).
Sabor	Rizzon e Meneguzzo (2007), Pontes (2010), Carmo, Dantas e Ribeiro (2014).
Qualidade do produto	Carmo, Dantas e Ribeiro (2014).
Confiança na marca	Carmo, Dantas e Ribeiro (2014), Lee et al. (2015).
Costume	Carmo, Dantas e Ribeiro (2014), Dalmoro (2015).
Preço	Carmo, Dantas e Ribeiro (2014), Lee et al. (2015), Romano, Rosenthal e Deliza (2015).
Valor nutricional / Produto nutritivo	Carmo, Dantas e Ribeiro (2014), Lee et al. (2015), Romano, Rosenthal e Deliza (2015), Reis et al. (2017).
Ingredientes utilizados	Lee et al. (2015).
Prazo de validade	Lee et al. (2015).
País de Fabricação	Lee et al. (2015).

Fonte: dos autores, 2018.

Com base no Quadro 1, observa-se que existem 12 fatores que influenciam o consumidor na hora de comprar sucos de uva, sendo eles: benefícios para a saúde, retardar o envelhecimento, produto energético, sabor, qualidade do produto, confiança na marca, costume, preço, valor nutricional/produto nutritivo, ingredientes utilizados, prazo de validade, país de fabricação.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho teve por objetivo descobrir quais os fatores que podem influenciar na compra de sucos de uva. Com base na pesquisa realizada descobriu-se a existência de 12 fatores que influenciam o consumidor na hora de comprar sucos de uva, sendo eles: benefícios para a saúde, retardar o envelhecimento, produto energético, sabor, qualidade do produto, confiança na marca, costume, preço, valor nutricional/produto nutritivo, ingredientes utilizados, prazo de validade, país de fabricação.

Assim sendo, descobre-se a existência de diversos fatores que vão além daqueles relacionados ao produto, como qualidade e preço. O presente trabalho não teve como objetivo mensurar cada um destes itens, sendo esta uma indicação para estudos futuros.

REFERÊNCIAS

Artigos em Periódico Técnico-Científico

CARMO, Mônica Cristina Lopes do; DANTAS, Maria Inês de Souza; RIBEIRO, Sônia Machado Rocha. Caracterização do mercado consumidor de sucos prontos para o consumo/Characterization of the ready to drink juice consumer market. **Brazilian Journal of Food Technology**, v. 17, n. 4, p. 305, 2014.

DACHERY, Bruna et al. Exposure risk assessment to ochratoxin A through consumption of juice and wine considering the effect of steam extraction time and vinification stages. **Food and Chemical Toxicology**, v. 109, p. 237-244, 2017.

DALMORO, Marlon. Construção de Significados Culturais: uma Análise do Mercado de Suco de Uva Orgânico. **Revista Brasileira de Marketing**, v. 14, n. 1, p. 97-109, 2015.

HASAN, Md Mohidul et al. Preparation of resveratrol-enriched grape juice from ultrasonication treated grape fruits. **Ultrasonics sonochemistry**, v. 21, n. 2, p. 729-734, 2014.

LEE, Pui Yee et al. An attribute prioritization-based segmentation of the Chinese consumer market for fruit juice. **Food quality and preference**, v. 46, p. 1-8, 2015.

PONTES, Pamella Rio Branco et al. Atributos sensoriais e aceitação de sucos de uva comerciais. **Ciência e Tecnologia de Alimentos**, v. 30, n. 2, 2010

REIS, Felipe et al. The role of information on consumer sensory, hedonic and wellbeing perception of sugar-reduced products: Case study with orange/pomegranate juice. **Food Quality and Preference**, v. 62, p. 227-236, 2017.

ROMANO, Karen R.; ROSENTHAL, Amauri; DELIZA, Rosires. How do Brazilian consumers perceive a non-traditional and innovative fruit juice? An approach looking at the packaging. **Food Research International**, v. 74, p. 123-130, 2015.

ZUANAZZI, Caroline et al. White grape juice increases HDL cholesterol and reduces body mass index, abdominal and waist circumference in women. **Nutrition**, 2018.

Citação de fonte eletrônica:

CERVIERI JÚNIOR, Osmar et al. O setor de bebidas no Brasil. **BNDES Setorial**, 40, 2014., p. 93-130. Disponível em: https://web.bndes.gov.br/bib/jspui/bitstream/1408/3462/1/BS%2040%20O%20setor%20de%20bebidas%20no%20Brasil_P.pdf. Acessado em: 11/09/2018.

RIZZON, Luiz Antenor; MENEGUZZO, Júlio. **Suco de uva**. Brasília, DF: Embrapa Informação Tecnológica; Bento Gonçalves: Embrapa Uva e Vinho, 2007. Disponível em < <https://ainfo.cnptia.embrapa.br/digital/bitstream/item/11888/2/00081370.pdf>>. Acessado em: 11/09/2018.

ROSA, Sérgio Eduardo Silveira da; COSENZA, José Paulo; LEÃO, Luciana Teixeira de Souza. Panorama do setor de bebidas no Brasil. **BNDES Setorial**, Rio de Janeiro, n. 23, p. 101-150, mar. 2006. Disponível em: https://web.bndes.gov.br/bib/jspui/bitstream/1408/2607/1/BS%2023%20Panorama%20do%20Setor%20de%20Bebidas%20no%20Brasil_P.pdf>. Acessado em: 11/09/2018.