



## DESIGN DA ESTRATÉGIA DE PRODUTO - CERVEJARIA 018

Amanda MAIOLINI ZANGIROLAMI<sup>1</sup>  
Mariane CRISTINA PIVOTTO<sup>2</sup>

O projeto tem como principal objetivo a criação de estratégias relacionadas ao design do produto da empresa. A empresa escolhida para o projeto foi a Cervejaria 018. O processo de desenvolvimento foi dividido em fases. Na primeira fase foi realizada uma pesquisa de mercado, levantando dados e aspectos importantes das cervejarias artesanais no Brasil, além do ciclo de vida desse tipo de produto em escala nacional e regional. Na sequência foi feita a pesquisa exploratória e a análise de portfólio de produtos do cliente e da concorrência, além de uma pesquisa qualitativa/quantitativa com a comunidade para entender como é o consumo de cervejas artesanais na região de Presidente Prudente e qual é a preferência dos consumidores. A pesquisa foi realizada através de um formulário. Com os resultados da pesquisa foi possível obter informações importantes: 69,6% das pessoas responderam que bebem cerveja, enquanto 30,4% não consomem nenhum tipo de cerveja. A partir dessa pergunta, o questionário foi separado em duas partes, para filtrar ainda mais os resultados. Concluiu-se que a maior parte das pessoas responderam que consomem cerveja, também consomem as do tipo artesanal. Informação relevante para a segunda fase do projeto. Na segunda fase, foram criados dois novos produtos para a Cervejaria 018, com base nos resultados e análises alcançados na primeira. Na pesquisa foi perguntado se as pessoas teriam o interesse em um produto artesanal com baixa caloria, e outra pergunta se teriam interesse em consumir algo inovador como cerveja artesanal com gin na composição. Foram criados dois produtos como sugestão de implementação, um com inovação incremental e outro com inovação radical. Como incremental, houve a foi criada uma Cerveja Baixa Caloria denominada Fit Beer, com a intenção de alcançar públicos que gostariam de cervejas menos calóricas. Para o lançamento desse novo produto no mercado, foi sugerido a Cervejaria 018, explorar eventos de Crossfit que acontecem com frequência na cidade. Nesses eventos estariam presentes a persona ideal que consumiria esse tipo de produto, já que bebidas alcoólicas podem prejudicar o desempenho nos exercícios. O outro produto criado com base em uma inovação radical, foi criada uma cerveja com gin denominada Cervegin, focado em um público mais jovem que segue as tendências do mercado. A ideia para a implementação seria o lançamento do novo produto na festa 4US, uma das maiores festas do interior paulista. Por isso, seria o local ideal para o lançamento de uma cerveja com um produto que é consumido bastante por eles. Na última fase projeto foi criado o cronograma com ações e campanhas de marketing no período de um ano. Foram realizadas análises de sazonalidade, estações do ano onde o produto é mais consumido. Dentro das sugestões estão kits promocionais, eventos realizados

---

<sup>1</sup> Discente do 4º termo do curso de Marketing do Centro Universitário Antônio Eufrásio de Toledo de Presidente Prudente.

<sup>2</sup> Discente do 4º termo do curso de Marketing do Centro Universitário Antônio Eufrásio de Toledo de Presidente Prudente.



dentro da Cervejaria 018, promoções. Peças para o PDV. O projeto foi realizado com o objetivo de aumentar o mix de produtos da cervejaria aumentando faturamento e sua fatia no mercado de cervejas artesanais na nossa região.

**Palavras-chave:** Inovação. Implementação. Estratégia. Marketing. Análises.