



Universidade Federal da Paraíba
Centro de Tecnologia e Desenvolvimento Regional
Bacharelado em Gastronomia

Rafaela Mabel Silva Guedes

MAPEAMENTO DAS CERVEJARIAS ARTESANAIS PARAIBANAS

João Pessoa

2020

RAFAELA MABEL SILVA GUEDES

MAPEAMENTO DAS CERVEJARIAS ARTESANAIS PARAIBANAS

Trabalho de conclusão de curso apresentado à Coordenação do Bacharelado em Gastronomia do Centro de Tecnologia e Desenvolvimento Regional da Universidade Federal da Paraíba, como parte dos requisitos para obtenção do título de Bacharel em Gastronomia.

Orientador: Prof. Ms. Vitor Hugo Rocha de Vasconcelos

JOÃO PESSOA

2020

RAFAELA MABEL SILVA GUEDES

MAPEAMENTO DAS CERVEJARIAS ARTESANAIS PARAIBANAS

Trabalho de conclusão de curso apresentado à Coordenação do Bacharelado em Gastronomia do Centro de Tecnologia e Desenvolvimento Regional da Universidade Federal da Paraíba, como parte dos requisitos para obtenção do título de Bacharel em Gastronomia.

Data: 27/03/2020

Resultado: Aprovada

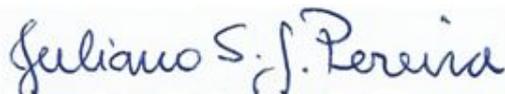
Banca Examinadora:



Prof. Ms. Vitor Hugo Rocha de Vasconcelos



Prof. Ms. Karlla Karinne Gomes De Oliveira



Prof. Ms. Juliano Sebastião Gonçalves Pereira

JOÃO PESSOA

2020

Catálogo na publicação
Seção de Catalogação e Classificação

G924m Guedes, Rafaela Mabel Silva.

MAPEAMENTO DAS CERVEJARIAS ARTESANAIS PARAIBANAS /
Rafaela Mabel Silva Guedes. - João Pessoa, 2020.
29 f. : il.

Orientação: Vitor Hugo Rocha de Vasconcelos.
Monografia (Graduação) - UFPB/CTDR.

1. Cerveja Artesanal. 2. Microcervejaria. 3.
Gastronomia. I. Vasconcelos, Vitor Hugo Rocha de. II.
Título.

UFPB/BC

Resumo: O presente trabalho mapeou a produção de cervejas artesanais no Estado da Paraíba, compreendendo seus estilos, processos produtivos e gestão das empresas. Partimos da compreensão que se trata de uma temática de extrema relevância para a gastronomia. Para o desenvolvimento do trabalho, optamos por nos restringir às cervejarias regularmente cadastradas no MAPA, tendo em vista que essa é condição necessária para comercialização do produto. A pesquisa bibliográfica acompanhou todo o desenvolvimento do trabalho. Para realização da pesquisa de campo, foram entrevistadas seis cervejarias legalizadas localizadas no Estado, abordadas por aplicativo de mensagem. Nos resultados encontramos que entre os três tipos mais produzidos, estão as cervejas de trigo, seguidas pelos estilos IPA e APA e seus derivados. Quanto às estratégias de marketing, percebeu-se que a maior parte das cervejarias utilizam a ligação com a cultura local como identidade de marca ou de produto, fazendo uso inclusive de ingredientes regionais em suas receitas. Os dados apontam também que o mercado de cervejas artesanais na Paraíba, apesar de ainda pouco expressivo em relação a outros Estados, está em expansão e se apresenta muito promissor, mesmo frente às dificuldades da regulamentação.

Palavras Chave: Cerveja Artesanal; Microcervejaria; Gastronomia.

Abstract: The present work mapped the production of artisanal beers in the State of Paraíba, analyzing types of beer, production processes and company management. This is understood as an extremely relevant topic for gastronomy Studies. For the development of the paper, it was chosen to restrict the research to the breweries regularly registered within the Brazilian Ministry of Agriculture, (MAPA), considering this is a mandatory condition for selling the product. A bibliographic research followed the entire development of the paper. For the field research, six legal breweries, approached by text message, were interviewed,. The research results show that the three most produced types are: wheat beers, followed by Indian Pale Ale (IPA) and American Pale Ale (APA). As for marketing strategies, it was noticed that most breweries use local culture as a brand or product identity, including the use of regional ingredients in their recipes. The data also pointed out that the artisanal beer market in Paraíba, although not very significant comparing to other states, is expanding and is very promising, even in the face of regulatory difficulties.

Keywords: Craft beer; Microbrewery; Gastronomy.

Introdução

A produção e o consumo de bebidas alcoólicas caracteriza uma das atividades mais antigas exercidas pelo homem, provavelmente iniciada junto ao desenvolvimento da agricultura. A cerveja, por exemplo, remonta a milhares de anos, com evidências que já era fabricada no ano 6000 antes de Cristo na Babilônia (DRAGONE et al, 2010, p. 51). O processo produtivo, embora tenha sido bastante aprimorado ao passar do tempo, ainda guarda a mesma concepção, incluindo os seus ingredientes indispensáveis: água, malte de cevada, lúpulo e levedura. No entanto, muitas inovações têm sido vistas na fabricação das cervejas, abrindo um arsenal de opções de sabores, cores, corpo, amargor, impulsionados principalmente pelo uso de adjuntos inusitados, sem contudo perder a essência e a tradição da bebida amplamente consumida em todo o mundo.

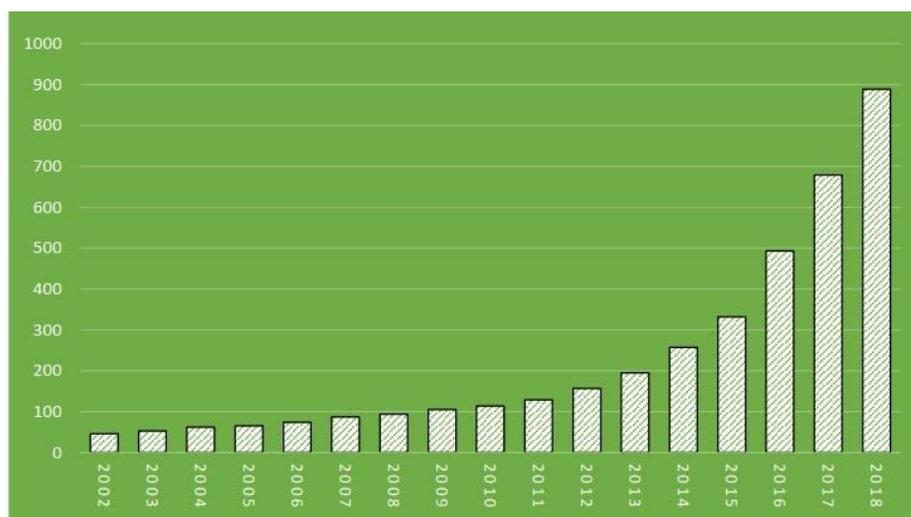
Segundo Dragone et al (2010, p. 52), “no Brasil, o hábito de tomar cerveja foi trazido por D. João VI, no início do século XIX, durante a permanência da família real portuguesa em território brasileiro”. Essas cervejas eram trazidas de países europeus e só no ano de 1888 foi fundada a primeira cervejaria brasileira, no Rio de Janeiro. De acordo com dados da CervBrasil¹ (Associação Brasileira da Indústria de Cerveja), hoje o Brasil é o terceiro maior produtor mundial de cerveja, ficando atrás apenas da China e dos Estados Unidos. Ainda segundo a Associação, o país produz mais de 14 bilhões de litros de cerveja por ano, arrecadando com isso R\$ 21 bilhões em impostos, o que representaria 1,6% do PIB. O setor é responsável por 2,7 milhões de empregos e em 2017 alcançou um faturamento de R\$ 107 bilhões.

O número de cervejarias registradas no Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento - MAPA tem crescido sensivelmente nos últimos anos, como aponta o gráfico a seguir. Segundo o Anuário da Cerveja no Brasil (BRASIL, 2018), no ano de 2018 foram registrados 6.800 produtos entre cerveja e chope e 210 novas fábricas foram abertas, alcançando um total de 889 estabelecimentos. As regiões Sul e Sudeste juntas englobam mais de 80% desses estabelecimentos e 90% das licenças para produtos. No Estado do Espírito Santo o crescimento entre os anos de

¹ Disponível em: http://www.cervbrasil.org.br/novo_site/dados-do-setor/. Acesso em: 15 fev. 2020.

2017 e 2018 foi de mais de 70%. O Estado de Pernambuco é o único do nordeste que figura entre os dez maiores produtores de cerveja, ocupando o 9º lugar com 18 cervejarias.

Gráfico 01 - Número de cervejarias registradas no Brasil.



Fonte: Anuário da Cerveja no Brasil (BRASIL, 2018)

Ainda segundo o Anuário, Porto Alegre abriga 35 cervejarias, dado que coloca a cidade no topo da produção brasileira, estando significativamente à frente das demais cidades brasileiras e com uma das maiores densidades cervejeiras entre as capitais. Contabilizando todo o Estado da Paraíba encontra-se atualmente um total de apenas sete cervejarias registradas, quantitativo que se aproxima da décima posição listada pelo Anuário, ocupada pela capital do Estado de Minas Gerais,, com oito cervejarias registradas.

Vale destacar que não existe uma classificação oficial para as cervejarias por seu porte, assim nos números apresentados estão incluídas as cervejarias de produção artesanal assim como as grandes marcas.

Por não existir definição legal para distinguir as grandes cervejarias e as microcervejarias por porte ou métodos produtivos, utilizaremos a classificação adotada pelo Sebrae e pela Abrabe (Associação Brasileira de Bebidas). Segundo publicação do Sebrae (2017, p. 1), “as microcervejarias se caracterizam, na maior parte das vezes, pela produção de pequenas quantidades de cerveja, desenvolvidas com ingredientes especiais, maior quantidade de malte por hectolitro e em micro

indústrias de origem familiar”. O Sebrae ainda acrescenta que as microcervejarias são direcionadas para a gastronomia e que o termo é relacionado:

[...] àquelas pequenas unidades de produção com apelo artesanal. Muitas vezes, a produção é praticada como hobby por apaixonados pela bebida. Na Microcervejaria, a produção segue processos tradicionais, mas não utiliza aditivos. Normalmente, cervejas artesanais não são pasteurizadas e, em alguns casos, tampouco são filtradas, para que não percam sabor e tenham aroma mais acentuado. Dessa forma, os consumidores têm a opção de consumir cervejas exclusivas e diferenciadas, com vários tipos de ingredientes, texturas, aromas e sabores, fugindo da tradicional cerveja das grandes indústrias ou chopp. (SEBRAE, 2017, p. 1)

O termo “cerveja artesanal” ainda não foi legalmente discutido, e nesse trabalho é utilizado referindo-se à toda a produção oriunda das microcervejarias. As cervejas artesanais tem ganhado espaço no gosto do brasileiro nos últimos anos e já podem ser encontradas nos supermercados – até mesmo nas grandes redes, como o Pão de Açúcar, que costuma fazer pequenos eventos e promoções apoiando esse tipo de produto – nas lojas especializadas em cervejas, e nos serviços de alimentação em geral como bares e restaurantes. As menores empresas ainda costumam estar restritas à venda direta ao consumidor².

Vale mencionar ainda a existência do termo “cervejarias ciganas” que são aquelas que mesmo legalmente registradas, não possuem estrutura produtiva própria e terceirizam etapas da produção em outras microcervejarias, responsáveis dessa forma pelo registro do produto. A produção por ciganagem pode combinar cervejarias de estados diferentes, o que muitas vezes acarreta em maiores custos, normalmente repassados para o consumidor final.

Dados do Instituto da Cerveja, segundo publicação do Sebrae³, indicam que a capacidade média de produção das cervejarias artesanais gira em torno de 20 mil litros por mês, o que ainda representa uma pequena parcela do total da produção nacional, alcançando menos de 1%. No entanto, a Associação Brasileira de Cerveja Artesanal (Abracerva), estima que fabricantes independentes produzem cerca de

² Os bares que costumam fabricar e vender no local sua própria produção são conhecidos com *brewpubs*, mas não serão abordados neste trabalho.

³ Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ideias/Como-montar-uma-microcervejaria>. Acesso em: 15 fev. 2020.

380 milhões de litros por ano, o que representa 2,5% dos 14 bilhões de litros da bebida produzidas no Brasil (GUIMARÃES, 2020).

As microcervejarias alcançam um público bem definido, geralmente de classe A e B, que busca produtos diferenciados, de valor agregado. As cervejas artesanais são apreciadas como parte de uma experiência sensorial e cultural para um consumidor exigente que costuma beber em menor quantidade, porém procura diferenciação, criatividade, exclusividade e valorização do produto regional e artesanal.

O mercado de cervejas artesanais está em crescimento em todo o país, e essa realidade não é diferente no Estado da Paraíba. Consequentemente, apostar na fabricação desse tipo de bebida tem se tornado uma oportunidade promissora de negócio, fazendo com que cervejeiros caseiros transformem “um hobby de fazer cerveja em casa, em panelas, para o consumo próprio e para beber entre amigos, em uma nova carreira, reconvertendo suas trajetórias profissionais para a identificação como cervejeiro artesanal” (SGORLA, 2018, p. 35). Da empresarialização desses fabricantes artesanais surgem as microcervejarias e com o êxito destas cvisto o recente *boom* no interesse dos consumidores no gourmet, nos sabores especiais e únicos na gastronomia como um todo – surge a necessidade de padronização e regulamentação dos produtos.

Diante desse cenário, conhecer o mercado de cervejas artesanais, desde as bases de seu processo produtivo até a distribuição ao consumidor final ou aos pontos de venda, se faz de extrema relevância para a área de alimentos e bebidas. Não somente pela oportunidade de negócio para os profissionais da área, como também para conhecer o que o Estado tem produzido, que estilos de cervejas agradam os consumidores e como estes têm sido cada vez mais conquistados para o sabores especiais e artesanais, em detrimento dos rótulos industrializados das grandes cervejarias.

Buscando compreender o mercado de cervejas artesanais do Estado da Paraíba, essa pesquisa tem como objetivo mapear a produção das cervejas artesanais paraibanas, conhecendo melhor a criação das microcervejarias e como estas tem conquistado seu público.

Materiais e métodos

Sabe-se, que embora em ascensão, a venda de cervejas artesanais em muito se distancia das vendas das grandes marcas e isso se deve entre outros motivos, pela capacidade de produção, pela carga tributária e pela necessidade de atender os requisitos de qualidade e segurança da produção impostos pelos órgãos fiscalizadores. Assim, neste trabalho, optou-se por delimitar como objeto de estudo as cervejarias já regulamentadas e registradas no Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento - MAPA, o que possibilita conhecer melhor o caminho para a profissionalização e empresarialização destas iniciativas no Estado. Embora conhecidas marcas da produção paraibana estejam de fora do recorte proposto, optou-se pela classificação indicada por dois motivos principais: Em primeiro lugar pelo alto e impreciso número de microcervejarias informais no Estado, sejam elas de produção caseira ou de médio porte. Em segundo lugar, para que os produtores e/ou responsáveis entrevistados não se sentissem possivelmente constrangidos com quaisquer questões da entrevista, especialmente sobre o processo produtivo e a comercialização dos rótulos.

A pesquisa em questão pode ser classificada como de caráter exploratório, a partir de abordagem qualitativa, tendo sido realizada majoritariamente através de levantamento de dados junto às cervejarias. Até o momento da delimitação do objeto de estudo, estavam regulamentadas as seguintes marcas, elencadas para a pesquisa de campo: **Erste Sonne**, **Vierbrauer**, e **Quebra-Quilos**, situadas na região metropolitana de João Pessoa; **Vaik**, no município de Patos; **Voiller**, em Sousa; **Senko**, **Cangacerva**⁴ e **Willi**, na cidade de Campina Grande. Os proprietários das empresas regulamentadas foram contatados pela pesquisadora sendo apresentados ao objetivo da pesquisa e convidados a colaborar por meio de entrevista. Optou-se por realizar as entrevistas através de aplicativo de mensagens⁵, de modo a haver equidade no tratamento com os entrevistados, considerando a dificuldade de realizar encontros presenciais com todos os responsáveis, visto que alguns localizam-se no

⁴ A cerveja Cangacerva tem registro em Campina Grande, mas é produzida em Cabedelo na fábrica de propriedade da Vierbrauer, o que a caracteriza como uma cervejaria cigana.

⁵ Todas as entrevistas foram realizadas através da rede social Whatsapp.

interior do Estado. Outras vantagens do método aplicado, é que o entrevistado foi estimulado a responder através de áudios ou texto, o que deixa o interlocutor à vontade para se expressar no tempo, local e modo que lhe for mais conveniente. Pensamos numa estratégia metodológica que não desmotivasse a participação dos produtores, pois diante de um número tão restrito de participantes, a baixa adesão poderia gerar resultados pouco relevantes para a pesquisa.

O roteiro de entrevista buscou responder ao objetivo de mapear a produção das cervejarias artesanais, englobando ainda aspectos históricos e culturais da fundação e funcionamento de cada cervejaria. As mesmas questões foram apresentadas aos responsáveis, de modo a garantir a imparcialidade no processo, assim como para possibilitar a elaboração de um quadro comparativo de algumas informações técnicas, como apresentado a seguir nos resultados. Vale destacar que o roteiro de entrevista foi aplicado informalmente como piloto para o proprietário de uma microcervejaria em fase de regulamentação, e portanto fora do objeto de estudo, de modo a melhor equacionar as questões abordadas. Apresentamos abaixo o roteiro enviado aos responsáveis pelas cervejarias pesquisadas:

1. Como surgiu o interesse por comercialização de cervejas artesanais?

2. Desde quando começou a produção e com quais cervejas iniciou? Ainda são fabricados os mesmos estilos? Se não, por quê?

3. Quais estilos estão sendo produzidos no momento, e quais estão em fase de lançamento? Qual o motivo da escolha desses estilos?

4. Qual a média de volume mensal de produção? Como está dividido o percentual de produção entre os estilos?

5. Quais são os ingredientes especiais utilizados na produção? Faz uso de ingredientes regionais?

6. Em que momento decidiu regularizar a situação da empresa e quais dificuldades encontrou? A regularização trouxe que tipo de benefícios para a empresa?

7. Quantos funcionários emprega atualmente? Há gastrônomos na empresa?

8. Conte um pouco as estratégias de marketing que faz uso (ligação com a cultura local, edições especiais, eventos, parcerias etc).

9 Quais os pontos de venda das suas cervejas em ordem de importância?

10. Em sua opinião, quais os principais desafios das cervejarias artesanais paraibanas?

Outras informações acessórias, como imagens, por exemplo, foram pesquisadas nas redes sociais das cervejarias, dentre as quais destacamos o Instagram. Ressaltamos ainda que a pesquisa bibliográfica acompanhou todo o desenvolvimento do trabalho, compondo o suporte teórico da discussão, envolvendo a história da produção da cerveja, o processo produtivo artesanal, a apresentação do estilos de cerveja mais comuns, dados econômicos das microcervejarias brasileiras entre outros tópicos.

Resultados e discussão

As oito cervejarias artesanais regulamentadas do Estado da Paraíba, listadas anteriormente, foram contatadas para participar da pesquisa, de modo que os responsáveis pelas empresas se dispuseram a participar do estudo, tendo recebido as questões via Whatsapp. No entanto, dos oito participantes abordados, dois não retornaram as respostas das questões enviadas.

Em relação aos dados obtidos pela primeira questão, **“Como surgiu o interesse por comercialização de cervejas artesanais?”**, destacamos dois pontos levantados pelos entrevistados que indicam caminhos relativamente antagônicos. Parte dos produtores, quatro deles, revelou que viu nas cervejarias artesanais uma boa oportunidade de mercado, considerando o crescimento do setor no país nos últimos anos. Havendo pouca ou nenhuma concorrência, principalmente de cervejarias regulamentadas, a possibilidade de expansão era notória, o que fez com que a aposta no setor fosse atraente, principalmente por aqueles que já tinham alguma afinidade e interesse por cervejas. Por outro lado, dois produtores fizeram o

caminho inverso, começaram a produção artesanal para consumo próprio, por hobby, e por insistência de amigos consumidores levaram à frente a ideia de comercializar a produção e conseqüentemente legalizá-la. Os dados levantados assemelham-se àqueles encontrados por Cunha (2011) ao analisar as Microcervejarias Catarinenses. No estudo, o autor elencou que os os fatores citados como de maior importância para a decisão de abertura da microcervejaria são as perspectivas de crescimento do mercado e o gosto pelo negócio.

A partir da questão **“Desde quando começou a produção e com quais cervejas iniciou? Ainda são fabricados os mesmos estilos? Se não, por quê?”** pudemos montar uma linha do tempo com o ano de comercialização regulamentada de cada cervejaria, como mostrado a seguir.

Figura 01. Infográfico do ano de regulamentação das cervejarias⁶



Fonte: Elaboração própria

Algumas cervejarias já nasceram registradas, outras, como comentado acima, realizaram inicialmente sua produção de modo caseiro e apenas posteriormente regulamentaram seu funcionamento junto ao MAPA. Em relação aos estilos fabricados e à continuidade destes, praticamente todas as cervejarias responderam que continuam com os mesmos estilos, ainda que com algumas modificações para melhor aceitação do mercado. A cervejaria Quebra-Quilos, empresa que começou

⁶ O ano de regulamentação da cervejaria Vaik, que não respondeu à entrevista, foi obtido por meio de uma reportagem disponível em: <https://g1.globo.com/pb/paraiba/noticia/ser tao-fabrica-1-cerveja-artesanal-da-pb-registrada-no-ministerio-da-agricultura.ghtml>

sua produção por ciganagem, foi a única a relatar que não fabrica mais os seus rótulos iniciais.

Os estilos hoje fabricados foram elencados a partir da questão “**Quais estilos estão sendo produzidos no momento, e quais estão em fase de lançamento? Qual o motivo da escolha desses estilos?**”. Observou-se que os estilos escolhidos pela maioria das cervejarias buscam atender a demanda do mercado em relação à diversificação – ofertando cervejas com características bem distintas entre si – ao mesmo tempo em que produzem o que alguns cervejeiros chamaram de “tipos básicos”, aqueles mais conhecidos pelo público. Em contraponto, na opinião de Breda (2010, p. 85-86), a grande vantagem em produzir cerveja artesanalmente é a liberdade de criar receitas personalizadas, experimentando variações no processo, pela flexibilidade de diversificação pelo pequeno volume produzido. Para esse autor,

Somente em pequena escala é possível produzir dezenas de estilos diferentes com agilidade a um custo viável; para tanto basta que o cervejeiro artesanal detenha o conhecimento no preparo da bebida desde a concepção de sua receita até a conclusão do produto e sua liberação para o consumo. (BREDA, 2010, p. 93)

Identificou-se a seguinte distribuição de estilos, como apresentado a seguir.

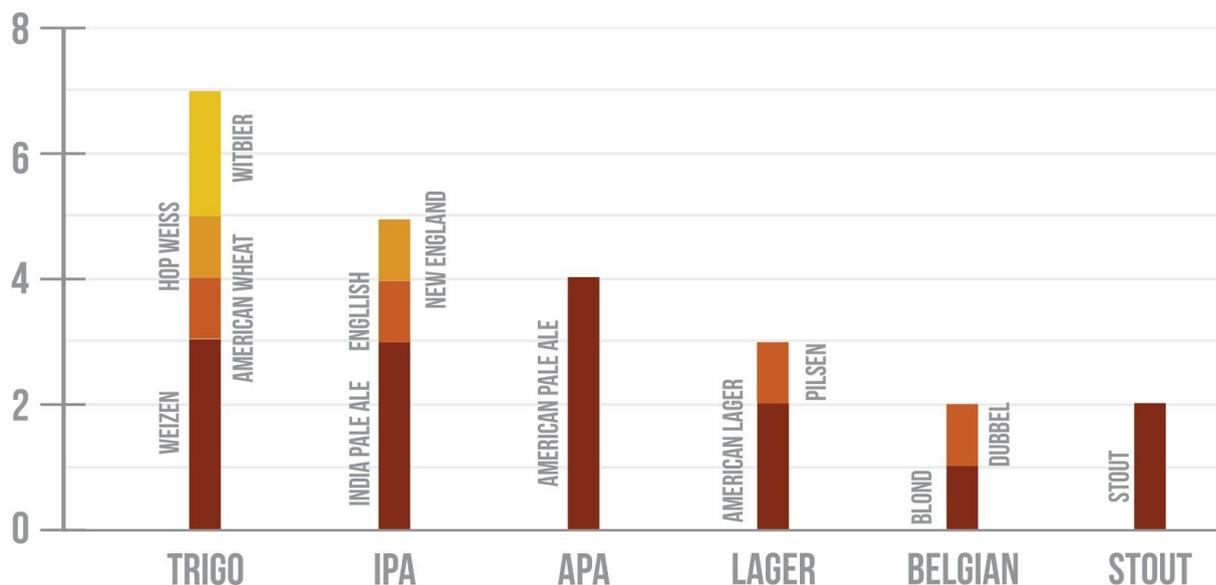
Figura 02 - Infográfico dos estilos produzidos. Entre asteriscos, os estilos a serem lançados.



Fonte: Elaboração própria

Podemos observar a recorrência de alguns estilos entre aqueles citados pelas cervejarias, agrupando-os por recorrência e categoria, elaboramos o gráfico a seguir:

Figura 03 - Infográfico dos estilos produzidos, agrupados por recorrência.



Fonte: Elaboração própria.

Optamos por não incluir no gráfico as cervejas a serem lançadas, assim como aquelas não recorrentes, que serão discutidas mais à frente. Vale destacar ainda que o agrupamento por categoria não obedece fielmente nenhuma referência externa, mas respeita os estilos tais como nomeados pelos responsáveis em cada cervejaria. O agrupamento apenas adequa-se às descrições mais populares dos estilos e aos resultados encontrados na própria pesquisa, embora haja manuais que contribuam para uma classificação possível dos mais de 200 estilos de cervejas⁷.

Pelos dados apresentados no gráfico, podemos esboçar uma comparação com outros estudos que fizeram levantamento semelhante. Analisando as microcervejarias de Curitiba, uma pesquisa do Sebrae⁸ encontrou os seguintes

⁷ Um dos manuais mais consultados para auxiliar na descrição dos estilos de cerveja é o BJCP (Beer Judge Certification Program), que será a referência principal nas descrições aqui utilizadas.

⁸ Disponível em:

<http://www.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/NA/estudo-mapeia-o-cenario-das-cervejarias-artesanais-do-parana,c8be90451c38a610VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 02 mar. 2020.

estilos como mais produzidos: Pilsen (23,07%), IPA (19,23%), APA (16,92%), Lager e Weiss (13,07%), Witbier (3,07%), Stout com 2,30%, entre outros não citados no presente estudo. Nas microcervejarias da Região Metropolitana do Vale do Paraíba, Ferro (2018) apontou como estilos mais recorrentes, por número de cervejarias: Indian Pale Ale (26), Weiss (12), American Pale Ale (9), Witbier (8), Stout (5), entre outros.

Foram mencionadas nas entrevistas quatro estilos de cervejas que agrupamos na categoria *cervejas de trigo*, por ter esse ingrediente como presença marcante na composição do malte, em conjunto ou não com a cevada, de modo que as cervejas de trigo destacaram-se como a categoria mais produzida no Estado. Três cervejarias fabricam o estilo weizen/weiss, que segundo descrição do BJCP é uma cerveja de origem alemã, clara e refrescante, de alta carbonatação, cremosa, final seco e notas de banana e cravo. A popularização desse estilo deve-se provavelmente à combinação de refrescância e cremosidade – formando bastante colarinho – com baixo amargor. As cervejas de trigo geralmente não são filtradas, o que lhes confere aspecto turvo, podendo ainda decantar resquícios de fermento no fundo das garrafas, por isso seu serviço é feito despejando todo o conteúdo da garrafa no copo apropriado.

Ainda na categoria trigo, a American Wheat é uma versão americana das cervejas de trigo alemãs, com menor proporção de malte de trigo. Embora se pareça muito com as cervejas weizen, ela apresenta sabor um pouco mais amargo, podendo ou não ter notas frutais, mas que não remetem à banana. Outro estilo citado foi a Hop Weiss, cujo maior diferencial está no processo de dry hopping, que consiste na adição de lúpulo durante a fermentação da cerveja. Essa intervenção faz com que os sabores do lúpulo sejam ressaltados, pois grande parte se perde durante a fervura, conferindo assim um sabor lupulado mais presente. Por fim, na categoria cerveja de trigo foi incluída a Witbier, uma cerveja refrescante com notas de cítricos, ervas e condimentos, geralmente utilizados casca de laranja e semente de coentro – mas que na proposta da cervejaria Erste Sonne foi fabricada com coentro, caju, limão galego e pimenta de cheiro –, apresentando cor amarelo palha ou dourado claro, bastante turva, com espuma densa e branca. As witbiers, belgas

de 400 anos de idade, tem ganhado em popularidade nas pequenas e grandes cervejarias artesanais brasileiras, pois combinam as qualidades das cervejas de trigo a uma dose maior de refrescância e sabor pela adição de especiarias e cítricos.

A segunda categoria de estilos de cervejas mais produzidos na Paraíba é a conhecida *IPA*. A sigla significa India Pale Ale, mas hoje é muito pouco usada por extenso, visto que o estilo foi apropriado por cervejarias de todo o mundo, perdendo um pouco o sentido da referência ao país, assim como nem todas são claras e pálidas – de onde vem o termo pale (BJCP, 2015). As *Ipas* são bastante lupuladas, característica que foi historicamente consolidada devido ao transporte da Inglaterra para a Índia em meados do século XVIII, visto que o lúpulo é um conservante natural. Pelo mesmo motivo apresentam teor alcoólico mais elevado, tornando-se assim cervejas de cor mais acobreadas e de mais alto amargor. Foram citados ainda pelos entrevistados dois termos referentes ao estilo *IPA*: a English *IPA* e a New England *IPA*. Pode-se dizer que os termos English *IPA* e apenas *IPA* fazem menção ao mesmo estilo, o primeiro apenas reforçando a origem da receita, pois como comentado muitos outros países hoje fabricam suas adaptações da *IPA*. O Estilo New England *IPA*, por sua vez, também chamado NE *IPA*, Juicy *IPA* ou Hazy *IPA*, tem como intenção se diferenciar das *IPAS* Americanas. Tem coloração amarelo vivo e turbidez próxima as cervejas de trigo, pois pode também ser adicionada desse cereal, assim como aveia e centeio, o que também lhe confere uma boa cremosidade. Tem aroma de frutas tropicais e menos amargor. De acordo com as indicações dos entrevistados, o estilo apresenta boa aceitação pelo mercado, visto que foi citado como o próximo lançamento em duas cervejarias: a Vierbrauer e a Cangacerva.

Na categoria *APA*, estão agrupadas as cervejas de mesmo nome, presentes em três das cervejarias citadas. *APA* e *IPA* são estilos muito próximos, diferenciando-se pela origem do lúpulo, sendo na *APA* Americano, e que geralmente torna a bebida ainda mais amarga e mais alcoólica. Segundo a BJCP (2015), “antes da explosão da popularidade das *IPAs*, [a *APA*] foi tradicionalmente a mais conhecida e popular das cervejas artesanais americanas”. Ainda segundo informações do mesmo documento, “a American Pale Ale tornou-se um estilo de

cerveja artesanal internacional, com adaptações locais surgindo em muitos países com um crescimento vertiginoso do mercado de cerveja artesanal” (BJCP, 2015, p. 66).

Na categoria *Lager*, estão agrupadas as American Lagers e a Pilsen, conforme citado pelos entrevistados. É importante ressaltar que Lager, assim como Ale, são duas das três principais famílias de cerveja e distinguem-se pelo tipo de fermentação⁹. As Lagers utilizam as leveduras do tipo *Saccharomyce carlsbergensis* para realizar o que é chamado de baixa fermentação ou fermentação de fundo, feitas entre 9° e 15°C. As Ale utilizam leveduras *Saccharomyces cerevisiae* para a fermentação de superfície ou alta fermentação, entre 15° e 25°C.

As cervejas resultantes da fermentação tipo Lager, em todos os distintos estilos que a representam, são geralmente mais leves, mais carbonatadas, mais refrescantes, menos amargas e menos alcoólicas que as do tipo Ale. A American Lager citada, “é uma cerveja muito clara, altamente carbonatada, de corpo leve e bem atenuada, com um perfil de sabor muito neutro e de baixo amargor. Servida bem fria, eles podem ser muito refrescantes e saciadoras de sede” (BJCP, 2015). Já as cervejas Pilsen são originalmente aquelas fabricadas na cidade de Plzeň na República Tcheca, seguindo estritamente a Lei da Pureza. Dessa forma, alguns estudiosos da área afirmam que o mais adequado seria dizer que as cervejas de massa fabricadas no Brasil são do tipo American Lager e não Pilsen como amplamente conhecidas. Vale destacar ainda o fato de que as Pilsens originais são bem mais amargas que as produzidas por aqui e que a legislação brasileira permite a utilização do malte de milho, o que acarreta custos de produção bastante reduzidos, mas foge completamente da Lei da Pureza que restringe a produção das cervejas aos quatro ingredientes básicos: água, lúpulo, levedura e malte de cevada.

Excetuando-se exatamente a categoria Lager tal como agrupada nessa pesquisa e apresentada no infográfico da figura 03, todos os outros estilos de cerveja recorrentes produzidos no Estado são da família Ale. Isso se deve à relativa

⁹ Além de Lager e Ale, com as leveduras específicas de cada tipo, existe a família de cervejas de fermentação espontânea, um tipo mais raro que utiliza as leveduras presentes no ambiente, sem o controle da temperatura. Esse tipo de cerveja não é produzido no Estado e por isso não será abordado.

maior facilidade de fabricação desse estilo – notadamente pela temperatura mais próxima da temperatura ambiente – assim como por oferecer sabores e aromas mais complexos, dando espaço para maior criatividade dos produtores. O autor Ferro (2018) encontrou dados parecidos em sua pesquisa em microcervejarias na Região Metropolitana do Vale do Paraíba, onde as cervejas derivadas das Ale representam 80% da produção.

Na categoria *Belgian*, estão a Belgian Blond Ale e a Belgian Dubbel¹⁰. Segundo a BJCP (2015), a Belgian Blond Ale é dourada, de intensidade moderada, com uma complexidade sutil frutada-picante, um pouco de sabor de malte doce e um final seco. Já a Belgian Dubbel tem cor vermelha-acobreada, de intensidade moderadamente forte. Tem aromas complexos e doces de malte, com notas de chocolate, caramelo e/ou tostado.

As características da Belgian Dubbel se aproximam da próxima e última categoria utilizada para agrupar os estilos recorrentes, citados pelos cervejeiros paraibanos, a categoria *Stout*. A BJCP traz informações sobre o estilo American Stout, já derivado dos estilos ingleses e supõe-se que o estilo Americano também seja o adotado pelos produtores, que na entrevista não deram maiores especificações. As cervejas Stout são fortes, amargas, escuras – geralmente pretas, com notas fortes de tostado e lúpulo. Podem ter notas de café e chocolate e apresentam espuma grande, volumosa, persistente de cor bronzeada a castanho claro (BJCP, 2015). São cervejas marcantes, geralmente servidas não tão geladas, combinando melhor em dias mais frios – talvez por isso não sejam tão amplamente conhecidas e apreciadas na nossa região de clima quente. Esse é um dos estilos com características mais bem definidas, embora dele sejam derivados outros sub estilos como Imperial Stout, Dry Stout, Russian Imperial Stout, entre outros, cada um com suas pequenas variações que não se distanciam da proposta original.

Foram citadas ainda pelos produtores mais seis estilos de cervejas que aparecem em apenas uma cervejaria, sendo eles: Sour, Cream Ale, Kolsch, German Rye, Irish Red Ale, e Vienna Lager. Apresentaremos resumidamente cada uma

¹⁰ A Witbier originalmente faz parte da Escola Belga, mas optou-se neste trabalho por incluí-la na categoria das cervejas de trigo, pelo destaque que esse ingrediente tem na receita.

delas: cervejas do tipo Sour tem sabor e aroma cítrico evidente ou acidez elevada; as do tipo Cream Ale são uma versão da American Lager utilizando fermentação do tipo Ale, no entanto apresentam mais corpo do que as Lagers; a Kolsch é uma cerveja de bastante frescor, com notas sutis de frutas e lúpulos; a German Rye é uma cerveja feita de centeio, a única com esse ingrediente mencionada pelos entrevistados, e se assemelha às características das cervejas de trigo; a Irish Red Ale é originária da Irlanda, de cor âmbar a cobre avermelhado com leve sabor de malte caramelo moderado; por fim, a Vienna Lager, que se soma aos tipos American Lager e Pilsen como apresentados anteriormente, com intensidade e amargor moderado e final seco, sabor presente de malte lembrando pão tostado e cor âmbar avermelhado a cobre claro cristalinos.

Acerca do volume de produção, abordado através da questão **“Qual a média de volume mensal de produção? Como está dividido o percentual de produção entre os estilos?”**, a maior parte dos cervejeiros comentou que esse índice é bastante variável, pois depende do volume de venda das cervejas. O produtor da cervejaria Senko afirmou que “a produção está mais ligada à demanda das vendas que propriamente à utilização da capacidade de produção”, acrescentando que sua capacidade de produção gira em torno de 3.500 litros por mês. As cervejarias Cangacerva e Willi, de Campina Grande, afirmaram produzir 1.000 litros por mês; a Quebra-Quilos respondeu entre 1.500 a 2.000 litros por mês; a Erste Sonne de 3.000 a 4.000 litros por mês e a Vierbrauer, distanciando-se muito do quantitativo das demais microcervejarias, afirmou produzir de 10 a 12 mil litros por mês. Para fins comparativos, a cervejaria Backer, considerada a maior cervejaria artesanal do país, mas que não necessariamente se enquadra como uma microcervejaria, teve em 2018 a produção estimada em 800 mil litros de cerveja por mês. Em se tratando de microcervejarias, Cunha (2000) encontrou uma média de 6.000 a 30.000 litros por mês entre as empresas catarinenses pesquisadas.

Quanto ao percentual de produção entre os estilos, foi consenso entre os respondentes que as cervejas mais leves são as mais vendidas, conseqüentemente as mais produzidas. Alguns cervejeiros informaram que essa divisão na porcentagem também é variável conforme a demanda do mês. O responsável pela

cerveja Willi, de Campina Grande, deixou os números mais claros, ao informar que sua produção é dividida em 40% para as amargas - IPA e APA, e 60% para as mais leves, que variam conforme a demanda, ficando aproximadamente 15% para cada um dos estilos leves mencionados anteriormente. Esses dados confirmam a preferência do brasileiro por cervejas mais leves e refrescantes, mais próximas do tipo Pilsen amplamente produzido pelas grandes cervejarias. Essa informação é de extrema relevância para a área da gastronomia, tendo em vista que a harmonização cerveja-prato necessita considerar que as cervejas mais pesadas, com mais informações de sabor, são usualmente menos preferidas dos clientes e ficam restritas a paladares mais apurados.

A partir da questão **“Quais são os ingredientes especiais utilizados na produção? Faz uso de ingredientes regionais?”** abordamos os ingredientes utilizados, investigando a presença de componentes especiais cultivados na Paraíba ou que fazem referência à cultura alimentar do Estado. Consideramos que muitas das cervejarias levam em seus rótulos, e em outras estratégias de marketing, como veremos a frente, a identificação com a cultura local. Segundo Breda (2010, p. 93), há regiões da Europa onde se produzem tipos exclusivos de cerveja, o que movimenta inclusive o turismo local, em busca daquele produto específico e com identidade regional.

Praticamente todos os cervejeiros fizeram questão de mencionar que os ingredientes principais das cervejas por eles produzidas são água, malte, lúpulo e leveduras, assim como determinam a Lei da Pureza¹¹ e a Legislação sobre cervejas (art. 36 do Decreto nº 6.871/2009). Já o fabricante da cerveja Quebra-Quilos trouxe o conceito da “Lei da Mistureza Nordestina”, conceito pioneiro no Estado, segundo ele, que tem como intenção sair do convencional e utilizar insumos locais, quebrando com a ideia de que cerveja puro malte é melhor que as demais. A mesma cervejaria afirmou fazer parcerias com pequenos produtores e empresas da região.

¹¹ A Lei da Pureza tem quase 500 anos e restringe a apenas os ingredientes citados na produção de cervejas na Alemanha. No Brasil, a legislação ainda permite que parte do malte de cevada seja substituída por outros adjuntos, como trigo, milho, ou mesmo adjuntos não convencionais como banana, café, cacau, como bem explorado pelas cervejarias artesanais.

Exemplificando os ingredientes regionais utilizados pelas cervejarias, foram indicados goiaba e hibisco na Cerveja Sour e fubá torrado na Cream Ale da Vierbrauer; casca de limão, semente de coentro, caju e pimenta de cheiro na Witbier da Erste Sonne – desenvolvida em parceria com o Chef Onildo Rocha; e melão de cana na Cipuada da Cangacerva, cujo fabricante mencionou usar exclusivamente adjuntos regionais nordestinos. Os fabricantes das cervejas Willi e Senko afirmaram não usar ingredientes regionais.

Analisando as questões mais direcionadas aos aspectos gerenciais das cervejarias, quando perguntados **“Em que momento decidiu regularizar a situação da empresa e quais dificuldades encontrou? A regularização trouxe que tipo de benefícios para a empresa?”**, praticamente todos os produtores, até mesmo aqueles que já começaram a produção registrados – como mencionado na primeira questão –, comentaram que as maiores dificuldades da regularização são a burocracia e os altos impostos. Corroborando com os resultados encontrados em pesquisa com produtores artesanais de cervejas não regulamentados, Piatto e Révillion (2013) apresentam como empecilhos citados pelos entrevistados para a formalização do negócio, a percepção de que os impostos incidentes sobre a atividade a inviabilizariam. Da mesma forma, em estudo realizado no Paraná, 38,52% dos empresários apontaram que a tributação é a principal vilã na regulamentação do negócio (SEBRAE, 2019).

Ainda ilustrando as dificuldades trazidas pela burocracia, dois produtores levantaram a questão de que os órgãos fiscalizadores não distinguem as cervejarias artesanais das grandes cervejarias, exigindo a mesma documentação para o processo de reconhecimento da legalidade. Entre os benefícios da regularização, foram citadas a garantia de que a produção está em conformidade com a legislação e a possibilidade de estar presente em pontos de venda comerciais.

O processo de regularização junto ao MAPA é feito basicamente em três etapas: registro do CNPJ, registro do estabelecimento e registro do produto. Para o registro do estabelecimento, entre outros documentos, são solicitados manual de boas práticas de fabricação; projeto das instalações e memorial descritivo com informações sobre eliminação e armazenamento de resíduos, meios de controle de

contaminação, iluminação ambiental, etc; laudo da análise físico-química e microbiológica da água utilizada no processo de fabricação. Já para o registro do produto, é necessário informar a receita da cerveja (que fica sob sigilo), composição; informações sobre os aditivos utilizados e percentual dos ingredientes, observando ainda toda a normatização para a rotulagem¹². No último ano de 2019, o MAPA lançou uma ferramenta online para o registro desses estabelecimentos e produtos, sem a necessidade de aguardar uma análise de um fiscal, o que oferece maior agilidade no processo.

Recentemente o município de João Pessoa aprovou a lei 13.659, de 12 de novembro de 2018, que permite a instalação de microcervejarias e brewpubs no município. Em Campina Grande o mesmo projeto foi aprovado como Lei nº 150/2018. Na capital, as cervejarias regularizadas antes dessa data estavam localizadas apenas na região metropolitana, pois o zoneamento urbano não as considerava como atividades de pequeno porte, baixo risco e baixo impacto ambiental, assim como são entendidas atualmente.

Acerca do quadro de funcionários das empresas, foi colocada aos responsáveis pela cervejarias a questão **“Quantos funcionários emprega atualmente? Há gastrônomos na empresa?”** na intenção de avaliar se a regularização de empreendimentos do tipo geram postos de trabalho para gastrônomos, visto que faz parte do currículo do curso a disciplina de “Bebidas e Enogastronomia”, assim como uma especialização na área pode ser de interesse do formado. Apenas a cervejaria Quebra-Quilos possui um gastrônomo no quadro, que é o sócio fundador da empresa. Na cervejaria Senko há um estudante de gastronomia. O responsável pela cervejaria Cangacerva mencionou que “não há gastrônomos, preferimos gente especializada do ramo. Temos consultoria de beer sommeliers, engenheiros químicos e mestres cervejeiros”, o que no leva a entender que o seu entendimento pessoal (que pode ser o mesmo de outros empreendedores) é de que o profissional da gastronomia não se enquadra no perfil pretendido.

¹² Informações obtidas em: nordregulatorial.com.br/como-registrar-cervejaria-artesanal-no-mapa/

Em relação ao número geral de funcionários, a figura abaixo ilustra a questão, com as especificidades de cada cervejaria. Como pode-se observar, não é necessário um número alto de funcionários para a fabricação das cervejas, sendo essa uma informação também encontrada por Santo e Carniello (2019) ao pesquisar as Microcervejarias da Região do Médio Paraíba Fluminense. Segundo os autores, 77% das fábricas atuam com 1 a 3 pessoas e apenas 15% possuem mais de 6 funcionários. Em estudo com o mesmo objetivo realizado nas cervejarias artesanais do Paraná, encontrou-se que a maioria (42,20%) empregam entre 1 e 5 colaboradores apenas.

Figura 02 - Infográfico dos estilos produzidos. Entre asteriscos, os estilos a serem lançados.



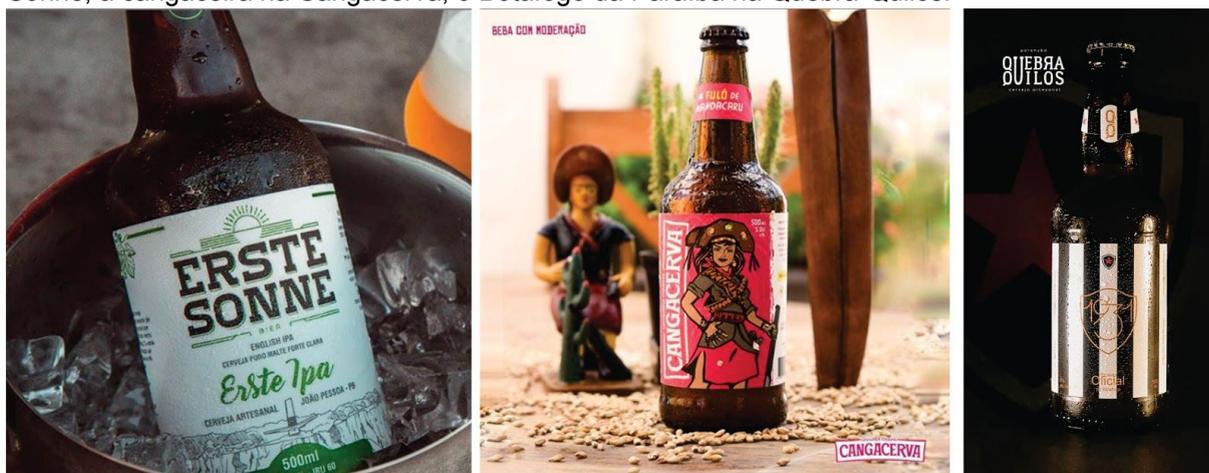
Fonte: Elaboração própria

A respeito do marketing das cervejarias, foi solicitado aos responsáveis: **“Conte um pouco as estratégias de marketing que faz uso (ligação com a cultura local, edições especiais, eventos, parcerias, etc)”**. Praticamente todas as cervejarias fazem uso das estratégias citadas como exemplo, principalmente a participação e promoção de eventos. A cervejaria Vierbrauer promove eventos no seu próprio galpão, a Cervejaria Willi tem um pub anexo à fábrica e a cervejaria Erste Sonne tem realizado eventos em parceria com o Chef e gastrônomo Onildo Rocha, sendo uma das poucas iniciativas na cidade na qual as cervejarias artesanais se unem à gastronomia. Vale destacar que há pouco tempo atrás, no bar

e restaurante do Grupo Roccia - de propriedade do chef Onildo Rocha, que reconhecidamente propaga a cultura e gastronomia paraibana por todo o país - as únicas cervejas artesanais presentes no cardápio eram exemplares da pernambucana Ekaut. Hoje, o cardápio conta com as cervejas paraibanas da marca Erste Sonne, e mais recentemente foram realizados eventos em parceria com a cervejaria Vierbrauer.

Em relação à ligação com a cultura local, quatro das seis cervejarias que responderam à pesquisa destacam-se em ações na área, três destas já realizando tal aproximação no nome: Erste Sonne - que em alemão significa primeiro sol, remetendo ao fato de João Pessoa ser o ponto mais oriental das américas e já nos seus rótulos traz estampado um desenho do farol do Cabo Branco; Cangacerva - remete ao cangaço e traz ainda rótulos como Fulô de Mandacaru e Cipuada, com melaço de cana; e Quebra-quilos - revolta popular iniciada em terras paraibanas, e que já lançou rótulos, hoje descontinuados, como Frederica e Ronco da abelha, esta batizada como uma Parahyba India Red Ale. Atualmente, o rótulo fabricado pela cervejaria Quebra-Quilos, a “Belo 1931”, é feito em parceria com o time futebol Botafogo da Paraíba.

Figura 04 - Rótulos de cervejas que remetem à cultura nordestina. O farol do Cabo Branco na Erste Sonne, a cangaceira na Cangacerva, o Botafogo da Paraíba na Quebra-Quilos.



Fontes: Redes sociais das marcas; e site oficial do time. Disponível em: www.botafogopb.com.br/noticias/acoes-de-marketing/belo-1931-a-cerveja-artesanal-do-maior-da-paraiba. Acesso em: 05 jan.2020.

Vale destacar que toda a identidade das marcas Cangacerva e Quebra-Quilos remete ao nordeste e esta última utiliza a linguagem típica da cultura paraibana em suas redes sociais, mesmo para explicar seus rótulos, como o fizeram com a Cerveja Ronco da abelha, feita com arroz cultivado na cidade de Bananeiras:

Vermelha como o bronze do sertão e turva que nem fica as vista na quentura do sol batendo no chão. Só que é xerosa, visse? É muita tangerina entrando no nariz junto com a pegada do frutadin dos lúpulos. Na boca a harmonia da fruta com as fulô é tão macia e gostosa como dançar agarradinho. Sem ser na surdina, assim seguiremos fazendo cerveja com a lei da Mistureza Nordestina. (Disponível em @quebraquilos no Instagram, publicação do dia 9 de Setembro de 2019)

A cervejaria Vierbrauer também utiliza nomes regionais nas cervejas por eles produzidas, como Arretada, Gota Serena, Forrozeiro, Severina. Recentemente, a cervejaria utilizou, numa edição especial, um ingrediente com bastante apelo para o regionalismo paraibano, que foi a fuba de milho torrado. As demais cervejarias não fazem associação direta com a cultura local em seus produtos.

Buscando compreender se as vendas das cervejarias estavam mais direcionadas para o consumidor final, os estabelecimentos comerciais ou os estabelecimentos com consumo direto, foi realizado o questionamento: **“Quais os pontos de venda das suas cervejas em ordem de importância?”**. Os produtores acabaram respondendo de forma genérica para quais tipos de revendedores eles direcionam seus produtos, elencando: supermercados, bares, conveniências, restaurantes, hamburgueria, cafeterias e lojas especializadas. A cervejaria Willi comentou que 80% de sua produção é vendida no bar da própria fábrica. De modo semelhante, a cervejaria Senko comentou que prioriza o abastecimento do pub próprio que fica anexo à área de produção.

Por fim, quando questionados **“Quais os principais desafios das cervejarias artesanais paraibanas?”**, alguns tópicos bem interessantes foram levantados pelos empresários. O produtor da cerveja Vierbrauer, cujo entendimento foi compartilhado por outros produtores, como Cangacerva e Quebra-Quilos, comentou que um desafio a ser enfrentado é a ampliação da massa consumidora, conseguindo “fazer com que as pessoas que nunca provaram cerveja artesanal

deixem o preconceito de lado e abram a mente para novas experiências”. O produtor da Erste Sonne, por sua vez, entende que o produto artesanal paraibano precisa ser melhor aceito pelos próprios paraibanos, diferentemente do que acontece em estados vizinhos, onde o produto local é valorizado. Essa opinião foi compartilhada pelo produtor da Willi, que acrescentou:

O paraibano não tem o bairrismo dos outros Estados e prefere consumir marcas de outras cervejarias de fora, em detrimento das nossas. Isso envolve o público e os donos dos restaurantes e bares. Em outros Estados, primeiro se oferece a cerveja local, enquanto aqui o dono do estabelecimento precisa ser convencido, porque ele quer contrapartida e bonificações e quer comparar com a Ambev. (CERVEJARIA WILLI, 03.03.2019)

Outro ponto levantado, e que endossa a opinião acima acerca da concorrência com as grandes cervejarias, é o comparativo que os próprios consumidores fazem em relação aos preços dos produtos, não levando em consideração que o artesanal tem um valor agregado e também um custo mais alto de fabricação. O produtor da cerveja Erste Sonne comentou ainda que há uma concorrência desleal com as cervejas artesanais não legalizadas que irregularmente são vendidas em alguns estabelecimentos. Como estamos tratando de microcervejarias, com uma produção mensal modesta, a concorrência com outros rótulos, principalmente aqueles que não passam pelos altos custos da legalização e portanto acabam tendo preços mais baixos, incomoda os produtores, que sentem falta de uma atuação mais constante da fiscalização do MAPA. O produtor da Senko reforçou ainda o que foi discutido sobre as dificuldades de regularizar a produção das microcervejarias, comentando o fato de que para o Estado e demais órgãos fiscalizadores esses pequenos empreendimentos são tratados com o mesmo rigor que as grandes cervejarias.

Considerações finais

Após coletar dados de seis das oito cervejarias que compunham o recorte do objeto de estudo, o que equivale a uma amostra de 75% dos produtores de cerveja artesanal na Paraíba, realizamos o mapeamento de tais estabelecimentos

apresentando e discutindo os dados que caracterizam a realidade da produção no Estado.

Este estudo nos mostrou dados relevantes sobre o mercado, estilos produzidos, ingredientes especiais, volume de produção, processo de regularização da empresa junto ao MAPA, estratégias de marketing e os desafios de empreender no ramo. O trabalho colabora dessa forma para todos os profissionais da área, incluindo a gastronomia, que não deve se limitar ao ato de cozinhar, mas precisa ser expandida para diversas possibilidades de harmonização com as mais diversificadas bebidas, dentre as quais destacamos a cerveja, sendo por muitos considerada a preferência nacional.

Referências

BJCP / BEER JUDGE CERTIFICATION PROGRAM. **Guia de Estilos de Cervejas**. Tradução de Mauro Manzali Bonaccorsi. 2015. Disponível em: <http://www.brauakademie.com.br/assets/bjcp-2015-beer-pt-br.pdf>. Acesso em: 14 mar. 2020.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **Anuário da Cerveja no Brasil 2018**. 2018. Disponível em: <http://www.agricultura.gov.br/assuntos/inspecao/produtos-vegetal/pasta-publicacoes-DIPOV/anuario-da-cerveja-no-brasil-2018/view>. Acesso em: 15 mar. 2020.

BREDA, Marcelo Henrique. Cerveja Artesanal. In: VENTURINI FILHO, Waldemar Gastoni (coord.). **Bebidas alcólicas. Ciência e Tecnologia**. 2. ed. São Paulo: Blucher, 2016.

CUNHA, Tiago Vargas da. **Competitividade e Segmentação na Indústria Cervejeira**: uma análise da competitividade das Microcervejarias Catarinenses. 2011. 117 f. Monografia (Curso de Ciências Econômicas), Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2011.

DRAGONE, Giuliano; SILVA, Tassiana Amélia de Oliveira e; SILVA, João Batista de Almeida e. Cerveja. In: VENTURINI FILHO, Waldemar Gastoni (coord.). **Bebidas alcólicas: Ciência e Tecnologia**. Vol 1. São Paulo: Blucher, 2.ed, 2016.

FERRO et al. Microcervejarias na Região Metropolitana do Vale do Paraíba e suas ofertas nos estilos de cervejas. In: ENCONTRO LATINO AMERICANO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA, 22., 2018, São José dos Campos. **Anais...** São José dos Campos: Universidade do Vale do Paraíba, 2018.

GONÇALVES, Joab da Rocha. **Plano de negócios: Cervejaria Parahyba**. 2017. 51f. Monografia (Administração), Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2017.

GUIMARÃES, Saulo Pereira. **O que define se uma cervejaria é artesanal?**. Notícia. 2020. Disponível em: <https://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2020/01/18/o-que-define-se-uma-cervejaria-e-artesanal.htm>. Acesso em: 14 mar. 2020.

PIATO, Matheus Stapassoli; RÉVILLION, Jean Philippe. Restrições ao desenvolvimento das microcervejarias informais no Brasil. **Revista Acta Ambiental Catarinense**, v. 10, n. 1/2, 2013. Disponível em: <https://bell.unochapeco.edu.br/revistas/index.php/acta/article/view/2567>. Acesso em: 14 mar. 2020.

SANTO, Adilson Gustavo do Espírito; CARNIELLO, Monica Franchi. As Microcervejarias da Região do Médio Paraíba Fluminense como possíveis vetores de desenvolvimento regional. **Revista Gestão e Planejamento**, Salvador, v. 20, p. 310-327, jan./dez. 2019.

SEBRAE. Como montar uma microcervejaria. s/d Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ideias/Como-montar-uma-microcervejaria>. Acesso em: 01 nov. 2019.

SEBRAE. **Microcervejarias no Brasil**: características e oportunidades. 2017. Disponível em: [http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/8818d2954be64fcda8628defef1f70f8/\\$File/7503.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/8818d2954be64fcda8628defef1f70f8/$File/7503.pdf). Acesso em: 01 nov. 2019.

SGORLA, Andrey Felipe Sgorla. Cervejeiros Artesanais: recursos, percursos e empresariação de si. **Política & Trabalho**: Revista de Ciências Sociais, n. 48, jan./jun. 2018, p. 21-37.