

## MICROCERVEJARIA ARTESANAL NA REGIÃO RURAL DE PELOTAS-RS

JULIA BERGMANN SANTOS<sup>1</sup>; RODRIGO HERRERO MACEDO<sup>2</sup>; RÉRITON MEDEIROS PATRÍCIO<sup>2</sup>; CARLOS ALBERTO SILVEIRA DA LUZ<sup>2</sup>; GIZELE INGRID GADOTTI<sup>2</sup>; MARIA LAURA GOMES SILVA DA LUZ<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Universidade Federal de Pelotas-Engenharia Agrícola-Ceng – juliabergmanns@hotmail.com

<sup>2</sup>Universidade Federal de Pelotas-Engenharia Agrícola-Ceng

<sup>3</sup>Universidade Federal de Pelotas-Engenharia Agrícola-CEng-Orientadora – m.lauraluz@gmail.com

### 1. INTRODUÇÃO

A cerveja é a bebida alcoólica mais consumida no Brasil e o país ocupa o terceiro lugar no ranking de maior produção no mundo. Quanto ao seu consumo, o crescimento econômico da classe média brasileira proporcionou a aquisição de cervejas de valor mais elevado (CORAZZA, 2011; SEBRAE, 2014).

As cervejas especiais são produtos com alguma diferenciação, quando comparadas com as cervejas ditas mais populares. Seguindo a Lei de Pureza de *Reinheitsgebot*, que estabelece que os únicos quatro ingredientes permitidos para produção de cerveja sejam: cevada, água, lúpulo e levedura, também para as cervejas especiais, pode ser uma garantia de um mínimo de qualidade de insumos. Em contrapartida, no intuito de baratear o produto, no processo produtivo de cervejas mais comerciais são adicionados outros ingredientes como: milho e arroz (CORAZZA, 2011; SEBRAE, 2014; MADEIRA, 2015).

Em específico, as cervejas especiais (*premium*, importadas e artesanais), representam uma parcela de mercado de 1,6% no país; ao passo que as grandes empresas crescem a uma taxa de 7% ao ano, as microcervejarias crescem, em média, 14% ao ano (FOLHA, 2011).

Diante do exposto, observando a nova tendência de valorização e ascensão das cervejas artesanais, notou-se uma vasta oportunidade de nicho de mercado a ser explorado com a implantação de uma microcervejaria artesanal no interior do município de Pelotas. Portanto, este trabalho visou ao estudo da implantantação desta microcervejaria artesanal, produzindo cervejas dos tipos: *India Pale Ale* e *Blonde Ale*, saborizada com erva-mate.

### 2. METODOLOGIA

A microcervejaria em estudo recebeu o nome fantasia de Taura Beer e será implantada na zona rural de Pelotas, mais precisamente na Colônia Maciel, em uma propriedade de 17 ha, sendo destinados para a implantação da microcervejaria artesanal 600 m<sup>2</sup>. No local já existe uma vinícola tradicional, que já possui mercado fiel e poderá atrair potenciais consumidores também para a cerveja artesanal, por estar próxima de um grande centro consumidor e de atrações turísticas como: museu etnográfico do município e ecoturismo (cachoeiras e campings).

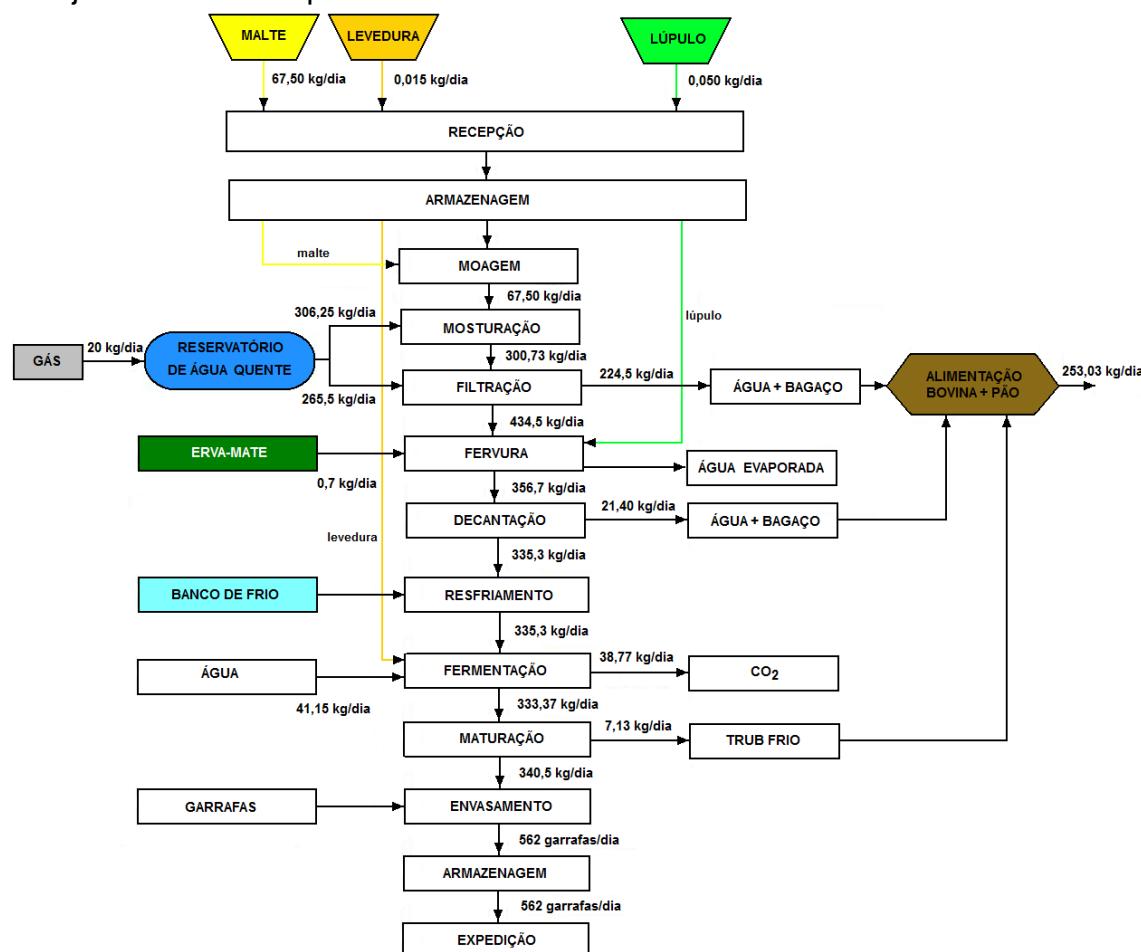
Foi definida a escala de produção, sendo uma parte (menor) para atrair um potencial turístico no local da microcervejaria e o restante da produção, em maior escala, para abastecer o comércio local de Pelotas e cidades das proximidades do empreendimento.

Foram realizadas estimativas de mercado, bem como dos processos de produção de cervejas artesanais, para que os mesmos servissem de subsídio para elaborar um balanço de massa do processo e através dos dimensionamentos dos equipamentos necessários foi proposto o *layout* da microcervejaria, conforme Hough (1990), Reinold (1997) e Venturini Filho (2000).

### 3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

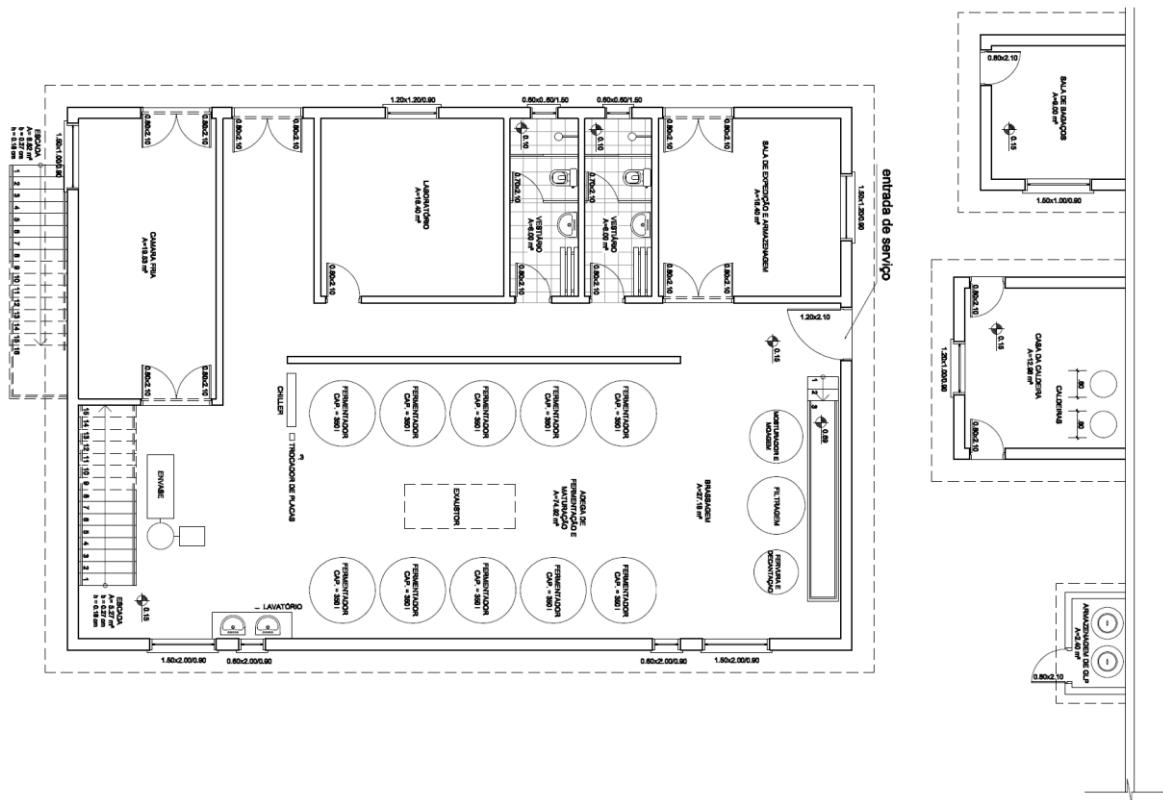
Estimou-se que nos municípios que se almeja atender exista um potencial consumidor em torno de 400.000 habitantes que demandam cerca de 108.000 L/ano de cervejas artesanais para os dois tipos de cervejas propostas. A partir destes dados foi calculado, para estes tipos de cervejas, que serão produzidos em dias alternados, de 350 L/dia, totalizando uma produção média de 9.000 L/mês, o fluxograma com balanço de massa (Figura 1) e o *layout* do empreendimento (Figura 2).

Figura 1 - Fluxograma e balanço de massa do processo de produção de cerveja artesanal do tipo *Blonde Ale* saborizada de erva-mate



Neste *layout* foi previsto um local da microcervejaria para permitir aos consumidores realizar um “tour” pelo processo de produção para o conhecimento da tecnologia e qualidade empregada, bem como degustar as bebidas em um salão no segundo piso do prédio.

Figura 2 – Planta baixa da microcervejaria



#### 4. CONCLUSÕES

O projeto da microcervejaria mostrou-se viável tecnicamente já que há uma tendência dos consumidores em optarem por cervejas especiais, o qual vislumbra uma grande possibilidade de expansão deste nicho de mercado na zona rural de Pelotas, mostrando-se como uma proposta aliada ao turismo rural e atendendo ao comércio de cervejas artesanais regional, em especial por oferecer um produto que remete ao hábito gaucho que é o sabor de erva-mate.

#### 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

**CORAZZA, R.M. A expansão recente das cervejarias artesanais no contexto de alta concentração de mercado de cerveja no Brasil.** Instituto de Economia-UNICAMP. Campinas, 2011.

**FOLHA.COM.** Microcervejarias ampliam fatia de mercado e movimentam R\$ 2 bilhões. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 01.nov. 2011. Disponível em: <<http://www.folha.uol.com.br/mercado/938946-microcervejarias-ampliam-fatia-de-mercado-e-movimentam-r-2-bi.shtml1>>. Acesso em: 17 ago. 2016.

HOUGH, J.S. **Biotecnologia da cerveja e de malte.** Zaragoza: Acribia, 1990.

MADEIRA, J.S. **Perfil do consumidor de cervejas especiais.** 2015. 80f. TCC (Trabalho de Conclusão de Curso-Curso de Ciências Sociais). Universidade Estadual de Campinas, Campinas-SP.

REINOLD, M. **Manual prático de cervejaria.** São Paulo: Aden, 1997. 213p.

SEBRAE. Potencial de consumo de cervejas no Brasil. 2014. Disponível em: <[http://www.sebrae2014.com.br/Sebrae/Sebrae%202014/Estudos%20e%20Pesquisas14\\_07\\_08\\_RT\\_Agroneg%C3%B3cio\\_Potencial\\_de\\_consumo\\_de\\_cervejas\\_no\\_Brasil.pdf](http://www.sebrae2014.com.br/Sebrae/Sebrae%202014/Estudos%20e%20Pesquisas14_07_08_RT_Agroneg%C3%B3cio_Potencial_de_consumo_de_cervejas_no_Brasil.pdf)>. Acesso em: 24 ago. 2016.

VENTURINI FILHO, W.G. **Tecnologia de bebidas:** matérias-prima, processamento, BPF/APPC, legislação, mercado. São Paulo: Edgard Blucher, 2000. 461p.