

VIABILIDADE TÉCNICA DE UMA MICROCERVEJARIA ARTESANAL NA REGIÃO METROPOLITANA DO RIO DE JANEIRO

GABRIELA MARRONI BLANK¹; PHILIPPE BRAGA MORAES²; SOPHIA DOS SANTOS SOARES³; CARLOS ALBERTO SILVEIRA DA LUZ⁴; MARIA LAURA GOMES SILVA DA LUZ⁵

¹Acadêmica de Engenharia Agrícola-UFPel - apresentadora - gabriela.mblank@gmail.com

²Engenheiro Agrícola - ph.moraes@live.com

³Química em Alimentos - sophiasoaresqa@gmail.com

⁴Professor CEng-UFPel - carlossluz@gmail.com

⁵Professora orientadora CEng-UFPel - m.lauraluz@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

Admirada por muitos e indispensável em momentos de confraternização por grande parte dos brasileiros, a cerveja, faz com que o mercado mundial movimente bilhões de dólares.

Especula-se que tal bebida seja oriunda da cultura mediterrânea há milhares de anos. Evidências históricas apontam que seu uso durante a Antiguidade não era exclusivo como uma bebida, mas que a mesma era utilizada para fins medicinais. Tal evidência é sustentada devido à gama de estudos realizados que comprovaram a existência de compostos fenólicos, antioxidantes e flavonoides capazes de diminuir o colesterol ruim, regular a flora intestinal e prevenir o envelhecimento da pele (FREITAS et al., 2006).

A cerveja é definida como uma bebida obtida através do processo de fermentação alcoólica do malte de cevada (*Hordeum vulgare*), sendo facultativa a adição ou não de outros cereais, por ação da levedura *Saccharomyces sp.*, com a adição de água e lúpulo, onde tais ingredientes estão prescritos na *Reinheitsgebot* – Lei da Pureza (FERNANDES; GARCIA, 2015).

A princípio, a cultura do *homebrew* e das cervejarias artesanais vem ganhando força em virtude do processo de mudança do mercado mundial cervejeiro. Os mercados da Ásia, Leste Europeu e da América Latina vem despertando o interesse dos grandes grupos cervejeiros internacionais, que por sua vez consolidam ainda mais este mercado, gerando um processo de concentração de poder, que influenciam diretamente na escolha do consumidor. As grandes cervejarias, devido à necessidade de reduzir custos e produzir cervejas com maior tempo de prateleira, oferecem produtos com sabor muito semelhante entre si, diferindo apenas na campanha de *marketing* e no rótulo da embalagem (REINOLD, 2008).

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 município de Duque de Caxias, localizando na região metropolitana do Rio de Janeiro. Portanto, este trabalho visou ao estudo da implementação desta microcervejaria, produzindo cervejas dos tipos: Premium American Lager, India Pale Ale e German Weizen.

2. METODOLOGIA

A microcervejaria proposta tem o nome fantasia de Admiral Beer e será implementada no município de Duque de Caxias – RJ, em um galpão industrial

numa área de 720 m². O local já dispõe de alvenaria prévia, sendo necessária apenas uma adaptação visando a atender as normas técnicas.

Foi definida a escala de produção, sendo uma parte (menor) para um local de consumo na própria microcervejaria e o restante da produção, em maior escala, para abastecer o comércio local de Duque de Caxias-RJ.

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 Reinold (2008) e Venturini Filho (2010).

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

A escolha da localização da microcervejaria foi estratégica, pois a mesma situa-se num bairro predominantemente de classe média-alta, situada no polo gastronômico de Duque de Caxias.

Através de dados obtidos na pesquisa de mercado, estimou-se que nos municípios que se almeja atender exista um potencial consumidor que demandam cerca de 179.760 L/ano de cervejas artesanais. A partir destes dados, foi calculado, para estes tipos de cervejas, que serão produzidos em dias alternados, totalizando uma produção de 15.000 litros.mês⁻¹, sendo 5.000 litros.mês⁻¹ por estilo.

Para o cronograma de produção, a empresa optou por realizar duas bateladas por dia com produção, onde são preenchidos dois tanques fermentadores por dia, havendo também a intercalação entre os sabores. A escolha por realizar apenas duas bateladas diárias, se dá pelo tempo gasto para efetuar a limpeza e sanitização dos equipamentos. A Tabela 1 apresenta como se dará a ordem de produção dos estilos.

Tabela 11. Cronograma de produção das cervejas artesanais

Semana	Seg	Ter	Qua	Qui	Sex	Sáb	Dom
1 ^a	Premium	IPA	Weizen	Premium	IPA	Weizen	-
2 ^a	Premium	IPA	Weizen	Premium	IPA	Weizen	-
3 ^a	Premium	IPA	Weizen	*	**		

* Recebimento de insumos; ** Reinicia o ciclo.

O fluxograma com balanço de massa de um dos estilos de cerveja a ser produzida é apresentado na Figura 1 e o *layout* do empreendimento na Figura 2.

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 (um terço do total produzido) e comprar os produtos da Admiral Beer.

A equipe de trabalho da empresa será composta por dois sócios fundadores e seis colaboradores: um mestre cervejeiro, dois auxiliares de serviços gerais, uma secretária, um garçom e um *bartender*.

Figura 1. Fluxograma e balanço de massa do processo de produção de cerveja artesanal do tipo Premium American Lager

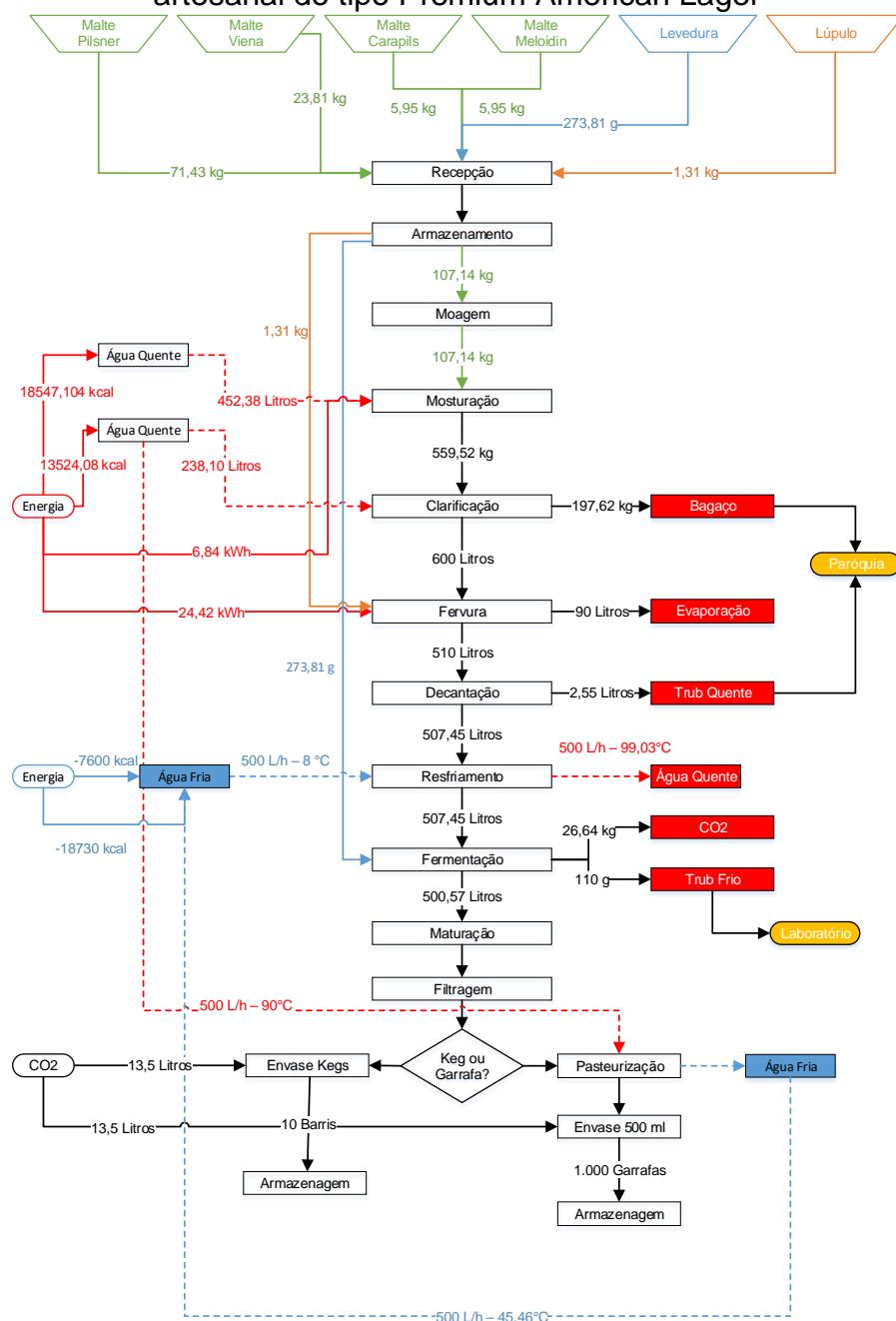
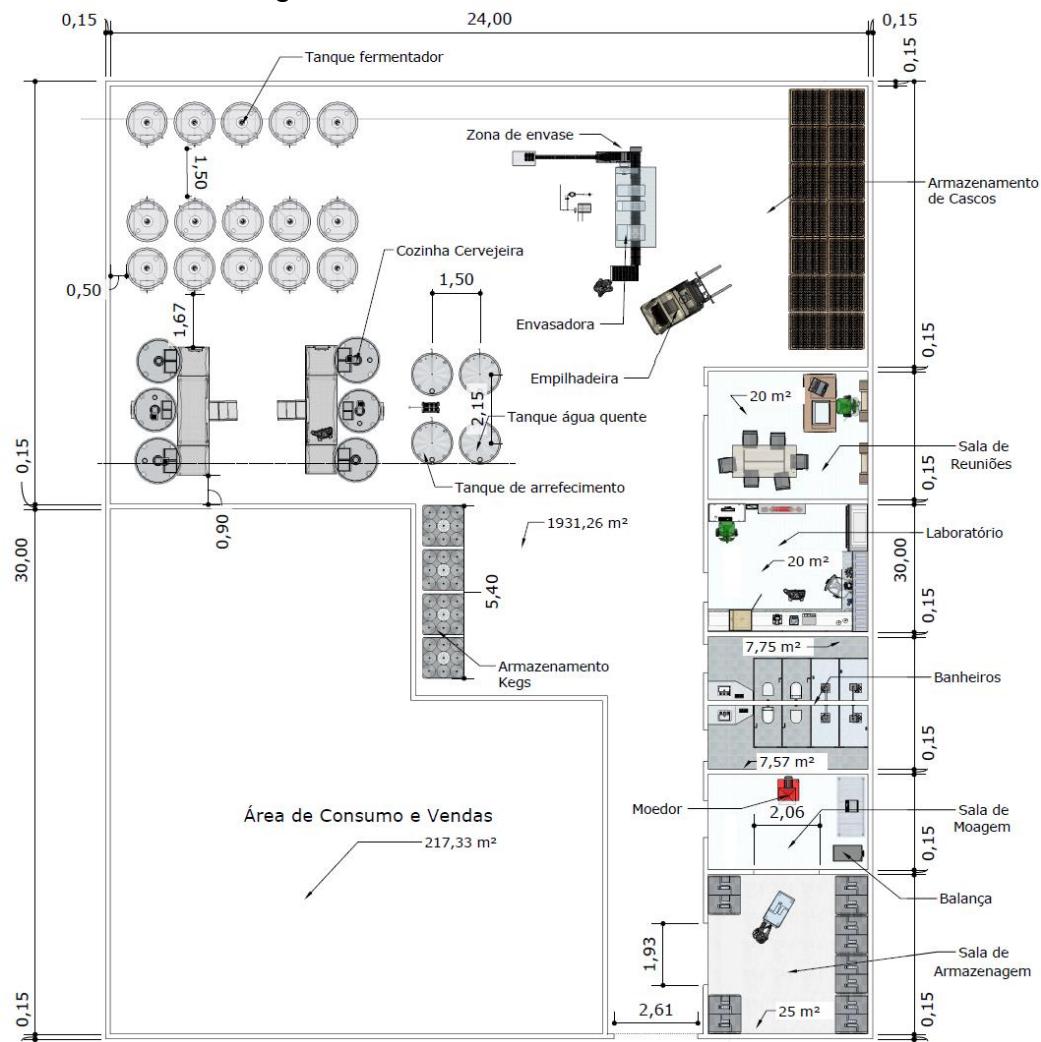


Figura 2. Planta baixa da Admiral Beer



4. CONCLUSÕES

O projeto da microcervejaria mostrou-se viável tecnicamente já que há uma tendência de os consumidores da região sudeste optarem por cervejas especiais, dando possibilidade de expansão de mercado na região metropolitana do Rio de Janeiro.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

FREITAS, G.L.; KUSKOSKI, E.M.; GONZAGA, L.; FETT, R. Avaliação da atividade antioxidante de diferentes cervejas aplicando os métodos ABTS e DPPH. **Alimentos e Nutrição**, Araraquara, v.17, n.3, p.303-307, 2006.

FERNANDES, M.S.; GARCIA, R.K.A. (Orgs.). **Princípios e inovações e ciências e tecnologia de alimentos**. Rio de Janeiro: AMC Guedes, 2015. 363p.

REINOLD, M.R. Microcervejarias: como criar diferencial competitivo. **Revista Indústria de Bebidas**, v.7, n.39, p.6, 2008.

VENTURINI FILHO, W.G. **Bebidas alcoólicas ciência e tecnologia**. v.1. São Paulo: Blücher, 2010. 461p.