



I SIMPÓSIO SUL-MATO-GROSSENSE DE ADMINISTRAÇÃO

Área Temática: Produção

Produção de cerveja artesanal em uma cidade do interior de Mato Grosso do Sul: um estudo de caso para implementação em Paranaíba-MS

Luna Hiromi Kwakita

Academico (a)

Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS)

hiromi_kawakita@hotmail.com

Milene Oliveira Queiroz

Academico (a)

Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS)

mileneturismo@yahoo.com.br

Resumo

A cerveja é uma bebida alcoólica consumida mundialmente, sendo mais comum as massificadas que são produzidas em grande escala, porém o mercado vem se tornando mais exigente por produtos de maior qualidade e individualizados, surgido através dessa procura o ramo de cerveja artesanais, que são bebidas com maior sabor e aroma. O trabalho utiliza da revisão bibliográfica da literatura sobre o tema e o método de pesquisa qualitativa, o estudo de caso ocorreu na empresa Armazem João Simão que tem como proprietário Carlos Eduardo. Este artigo teve como objetivo analisar as dificuldades enfrentadas pelo proprietário na produção de sua cerveja artesanal e a implementação da microcervejaria. Atualmente, a implementação é uma possibilidade, porém acarreta custos elevados, na produção a dificuldade seria as matérias primas que na maioria das ocasiões são de outras cidades.

Palavras Chave: Cerveja artesanal; Cerveja; Microcervejaria; Produção.

1 Introdução

No Brasil, a tendência de consolidação de grandes cervejarias pode ser constatada desde 1999, pelas grandes aquisições e fusões do setor como a AmBev. A Ambev está sediada em São Paulo, com atuações no território nacional e no continente, atuando em 19 países das Américas. Na época, a AmBev era a 4ª maior cervejaria do mundo, com aproximadamente 70 bilhões de litros vendidos por ano no Brasil, tendo sido, inicialmente, uma fusão das cervejarias Antártica e Brahma, e aquisição posterior de diversas cervejarias pelo Brasil e o mundo, além de aquisições de grandes cervejarias (AMERICAN BEVERAGE COMPANY – AMBEV, 2017).



I SIMPÓSIO SUL-MATO-GROSSENSE DE ADMINISTRAÇÃO

O processo de fabricação de cerveja é relativamente simples, no entanto, o seu processamento como temperatura, o tempo e as diferentes quantidades e tipos de matérias – primas empregadas podem gerar uma gama de cervejas com características singulares. A produção de cerveja consiste basicamente em três etapas: preparo do mosto, fermentação e acabamento. Sendo que cada etapa possui características variáveis de acordo com o tipo de cerveja que se deseja produzir. (STEFENON, 2012)

Para Araújo (2016), a cerveja artesanal é resultado do processo final de uma microcervejaria e depende da visão dos mestres cervejeiros, que marcam o seu perfil por meio de uma receita atenciosamente formada e controlam o método do início ao fim, modificando e moldando o que for necessário. Uma receita com o mesmo rótulo varia entre um lote e outro. Agora em relação a uma grande cervejaria o produto é pontualmente o mesmo em todas as produções. Sendo uma receita elaborada para agradar o máximo de pessoas possível.

A questão que norteia essa pesquisa é quais dificuldades que o proprietário enfrenta para a implementação e produção da cerveja artesanal no município de Paranaíba-MS?. Devido ser uma cidade do interior e não possuir fornecedores de matéria prima na região, fazendo com que o proprietário busque em outras cidades. O objetivo foi analisar como o proprietário lida com essa dificuldade de ter que buscar matéria prima de fora, para atender aos seus clientes, e da possível implementação de uma cerveja artesanal no município de Paranaíba-MS, que tem a cultura de consumo de cervejas massificadas. Esta pesquisa se apresenta agregadora por ser um tema pouco explorado na área de administração, pois na maioria das pesquisas já publicadas são mais relacionadas a receitas e maneiras de produção, e não sobre as dificuldades que pode existir no ramo de cerveja artesanal.

O artigo inicialmente irá abordar em seu referencial teórico o que é a cerveja, quais suas matérias prima, a cerveja artesanal e os desafios encontrados na produção da mesma. Sendo seguido pelos procedimentos metodológicos, resultados, discussão e considerações finais.

2 Referencial Teórico

2.1 O que é a cerveja

Segundo o Decreto nº 2.314, de 04 de setembro do ano de 1997, a cerveja é a bebida adquirida da fermentação alcoólica do mosto cervejeiro vindo do malte de cevada e água, por meio da levedura com adição do lúpulo (BRASIL, 1997)

A cerveja é uma das bebidas alcoólicas mais ingeridas no mundo, pode ser constatada na alimentação humana desde 8000 a.C. Além de que possui bastante corroboração popular devido as suas características perceptuais, além das suas vantagens para a saúde, boa quantidade nutritiva e variedade de aspecto (BAMFORTH, 2009). Segundo Venturini (2005), não se sabe exatamente quais eram os ingredientes das cervejas naquela época, mas bem provável que eram feitas de cevada, tâmaras, uvas ou mel, sendo considerada uma das bebidas mais antigas.

A cerveja que lidera e é a mais consumida no Brasil, é a Pilsen, que é a mais fabricada em grandes lotes e por grandes indústrias. Porém, um novo gosto vem se tornando mais comum no



I SIMPÓSIO SUL-MATO-GROSSENSE DE ADMINISTRAÇÃO

mercado brasileiro que são as microcervejarias, geralmente essas cervejas são mais encorpadas, com sabor e aroma peculiares, sendo as cervejas ideais para o público mais seletivo (ARAÚJO, SILVA e MINIM, 2003).

Nos Estados Unidos, é através da escala de produção que se defini se uma cerveja é artesanal ou não para a associação americana Brewers Association (2017), a cervejaria artesanal é:

- Pequena – com capacidade de produzir até seis milhões de barris por ano – próximo de 700 milhões de litros.
- Independente – nenhuma empresa de grande porte do ramo bebidas etilistas deve ter mais de 25% de ações da sociedade da cervejaria, exceto outra cervejaria artesanal.
- Tradicional – seus aromas e sabores das cervejas têm origem na fermentação das matérias-primas tradicionais ou inovadores.

2.2 Materia-Prima da cerveja

A cerveja possui algumas matérias primas na sua composição, sendo o lúpulo, malte, cevada, levedura e água.

Para Morado (2011), o lúpulo é uma planta noctâmbula, trepadeira que pode alcançar aproximadamente 7 metros de comprimento, podendo formar cones caso a planta seja feminina, pois são apenas elas que são utilizadas para a produção da cerveja. O lúpulo inicialmente era utilizado para diminuir o sabor do malte e da cevada por ser bastante potente e acentuado, curiosamente também usado para conservar a cerveja para que não azedasse.

O malte é adquirido da cevada, posterior a colheita é acondicionado em silos com temperaturas e umidade favoráveis para possível transporte para a indústria de transformação. Para que a cevada se torne o malte, é necessário submeter a cevada em condições ideais de crescimento, temperatura, arejo e umidade, lembrando que é necessário a interrupção da germinação para não ocorrer uma falha na produção do malte (DRAGONE; SILVA, 2010).

O grão da cevada é bem similar ao trigo, no processo de produção da cerveja ela é a fundamental fonte de amido (MORADO, 2011). Segundo Dinham e Santos (2006), a cevada é um grão que após sua colheita necessita ser pousado em água limpa tendo como objetivo amolecer, logo após deve se escorrer o líquido restante e colocar em temperatura de 15 °C.

Para Dragone e Silva (2010), o gosto e aroma de todas as cervejas estão ligados a levedura determinada para a produção da bebida. A levedura é um tipo de fungo que participa do procedimento de fermentação, no qual ingerem os açúcares fermentável, que se produz álcool e gás carbônico por fim, o método de fermentação por levedura, que gera álcool, tem seu gosto e teor alcoólico mudado (MORADO, 2011).

A água para a produção da cerveja necessita ser de alta qualidade, algumas cervejarias preferem se localizar em lugares com fontes de água natural, sendo um dos principais ingredientes na obtenção de uma boa cerveja (DINHAM; SANTOS, 2006).



I SIMPÓSIO SUL-MATO-GROSSENSE DE ADMINISTRAÇÃO

2.3 Cerveja artesanal

No início do século XXI foi criada a identidade intitulada como “cerveja artesanal”, no Brasil, como obra inovadora. Neste conceito a cultura da bebida e seus aspectos sociais nem sempre são lembrados. Opondo-se a produção de cerveja industrial, surgem grupos sociais que buscam salvar os valores da produção de cerveja artesanal, levando assim o emblema da cerveja para outros cenários culturais e sociais. Tais grupos primam pela união de seus membros sob uma definição mais singular do prazer e do lazer. (GARBIN, 2017)

As cervejas artesanais precisam de maior cuidado durante sua produção, pois nas suas receitas são produtos naturais, livres de conservantes e aditivos, possuem sabor e aroma mais característicos, geralmente são comercializadas em menor escala e são mais limitadas (CASTILHO, MAYMONE e OLIVIRA, 2016).

Segundo Hyndy (2015), na década de 1980 surgiu um movimento chamado The Craft Beer Revolution (A Revolução da cerveja artesanal) começou nos Estados Unidos da América do Norte, com a aparição das microcervejarias buscavam trazer novamente a qualidade que foi perdida na produção da cerveja massificada. Trouxeram inicialmente as Homebrewing ou Homebrew, microcervejarias de pequenos empreendedores que buscavam trazer de volta o aroma, o sabor e a qualidade da cerveja, não estavam interessados nos lucros e quantidades, e sim qualidade.

Há 30 anos, nos Estados Unidos da América do Norte, o movimento contava com cerca de 90 cervejarias artesanais. No ano de 2014, foram catalogadas aproximadamente 3.464, sendo 3.418 artesanais e 46 cervejas massificadas, o número vem aumentando 19% desde 2013 e oferecendo emprego para mais ou menos 115.469 pessoas (BREWERS ASSOCIATION, 2015).

Para Castilho, Maymone e Oliveira (2016), no Brasil a onda da cerveja artesanal surgiu no ano de 1990, porém de forma muito sutil, devido à chegada de cervejas importadas e o estabelecimento das primeiras cervejarias artesanais. As cervejas artesanais mais conhecidas são a Baden Baden (Campos do Jordão), Dado Bier (Porto Alegre), A Wäls (Belo Horizonte) e a Colorado (Ribeirão Preto).

Hoje no Brasil existe cerca de 200 microcervejarias, em várias partes do país, porém a uma maior concentração nas regiões Sul e Sudeste (SCHMIDT, 2013). O Sindicato Nacional da Indústria da Cerveja (SINDICERV) indica que as microcervejarias mobilizam aproximadamente R\$ 2 bilhões e fechou o ano de 2014 com 11% de atuação no mercado brasileiro, esse aumento atinge diversos tipos de mercados, desde a matéria prima até a loja de consumo final (SEBRAE NACIONAL, 2015). Desta forma, a cerveja artesanal com o passar do tempo vem sendo cada vez mais consumida no Brasil, assim como em outros países, além de movimentar vários setores do mercado.

Toledo (2017) avalia que é necessário uma análise bem estruturada para que se possa: elaborar uma estratégia; formular o produto e decidir como comercializá-lo; reunir todas as



I SIMPÓSIO SUL-MATO-GROSSENSE DE ADMINISTRAÇÃO

informações significativas sobre os produtos já conhecidos no mercado, tais como: participação no mercado; seus consumidores e frequência de consumo dos mesmos.

2.4 Desafios para a produção da cerveja artesanal

As microcervejarias a grande parte precisa importar suas matérias primas, como o malte que vem dos Estados Unidos e Europa, o lúpulo não é cultivado no Brasil, mas já dispõe de uma empresa brasileira que oferece a levedura, porém na maioria das vezes ainda é exportado da França e Estado Unidos (MESTRE CERVEJEIRO, 2014).

Segundo o Sebrae (2015), as microcervejarias ainda possuem dificuldade de desenvolvimento e progresso. Alguns desses desafios é a legislação, que até 2016 não considerava as microcervejarias no simples nacional, por se tratar de produção de bebida alcoólica, essas pequenas empresas são taxadas como grandes empresas do ramo. A também a tributação, devido o imposto em cima de produto industrializado, tendo em consideração o valor de venda ao consumidor, e não os gastos na produção. O oligopólio que se encontra no mercado de cerveja brasileira, as gôndolas dos mercados sempre cheias com cervejas massificadas. Castilho (2016), trata a capacidade de produção, sendo mais exato em questão de espaço e a capacidade de produção da fábrica, ao aumentarem os espaços o mesmo ainda precisam lidar com maquinário, que na maioria das vezes são importados, matérias primas e estoque. A logística, caso o microcervejeiro queira comercializar sua marca em outra cidade, precisa levar em conta o cuidado com o manuseio por se tratar de um produto frágil, como será feito o armazenamento durante o transporte e por fim como será sua distribuição. Por último, a disponibilidade de matéria prima, cerca de 90% da matéria prima das cervejas especiais é importada, pois as grandes indústrias consomem toda a cevada nacional.

Sendo assim, os microcervejeiros possuem desafios na produção e oferecimento para os clientes finais, não só em questões de custo, mas também um público grande que consome cerveja massificada e pelo fato do valor que é agregado nas cervejas artesanais.

3 Procedimentos Metodológicos

O trabalho está dividido em duas etapas. Na primeira, etapa a pesquisa realizou uma revisão bibliográfica da literatura sobre o tema fabricação de cervejas artesanais, foi pesquisado o Armazém João Simão Paranaíba – MS foi examinando conceitos relativos e as referências para as questões tratadas.

Realizado a pesquisa bibliográfica a partir do levantamento de referências. De acordo com Fonseca (2002), uma pesquisa bibliográfica se sustenta em teorias já analisadas, e publicadas por meios escritos e eletrônicos, como livros, artigos científicos, páginas de web sites. Um trabalho científico começa com uma pesquisa bibliográfica, o que permite ao pesquisador conhecer o que já foi estudado sobre o assunto. Existem, porém pesquisas científicas que se fundamentam somente na pesquisa bibliográfica, buscando referências teóricas publicadas com o objetivo de levantar informações ou conhecimentos prévios sobre o problema a respeito do qual se procura a resposta.



I SIMPÓSIO SUL-MATO-GROSSENSE DE ADMINISTRAÇÃO

Na segunda etapa foi realizada uma investigação qualitativa com preocupação, em coletar os fatos da realidade que não podem ser habilitados, com foco na compreensão e esclarecimento da dinâmica das relações sociais. Para Minayo (2007), a investigação qualitativa lida com o universo de definições, razões, absorvências, doutrinas, bens e atos, o que diz respeito a um ambiente mais profundo dos conhecimentos, dos fundamentos e das manifestações que não podem ser diminuído à operacionalização de variáveis.

De acordo com Gerhardt (2009) as particularidades da pesquisa qualitativa são: objetivação do fenômeno; hierarquização das ações de relatar, assimilar, interpretar, a certeza dos conhecimentos entre o global e o local em determinado fenômeno; observância das particularidades entre o mundo social e o mundo natural; atendimento ao atributo participativo entre os objetivos buscados pelos pesquisadores, suas teorias indicativas e suas informações práticas; procura de resultados os mais autênticos possíveis; objeção a hipótese que defende um padrão único de pesquisa para todas as ciências.

Para Yin (2015) o estudo de caso, é um estudo exaustivo de um ou poucos objetos de pesquisa, de maneira a permitir o aprofundamento do seu conhecimento. Os estudos de caso têm grande profundidade e pequena amplitude, pois procuram conhecer a realidade de um indivíduo, de um grupo de pessoas, de uma ou mais organizações em profundidade. Foi realizado de um estudo de caso junto a empresas armazém João Simão de Paranaíba – MS.

Para fundamentar a análise dos resultados, procuramos interpretar e descrever os relatos do proprietário por meio da entrevista e observação no local, além de utilizar da revisão bibliográfica como base. A coleta de dado foi por meio da entrevista semi estruturada, tendo como período de dois dias, no primeiro uma observação do local com algumas perguntas e no segundo dia a entrevista semi estruturada, não sendo gravada.

4 Resultados

O estudo de caso foi realizado no Armazém João Simão situado na Rua Rui Barbosa, nº1505 e foi entrevistado o proprietário Carlos Eduardo de Souza Ferreira, inicialmente as atividades da empresa era como um minimercado, logo após mudando para as atividades de venda de ervas para tereré a granel e acessórios que não existia em Paranaíba – MS e logo em seguida tabacaria em geral, nerguile, acessórios para narguile, aromas, carvão e essências, só mais tarde ele começou a introduzir as cervejas, hoje o proprietário trabalha com a venda de cerveja artesanal e fabricação própria de cerveja artesanal.

Há quatro anos Carlos Eduardo fez o seu primeiro curso de mestre cervejeiro, a princípio por curiosidade, pois destacou que a fabricação demanda tempo e tem uma burocracia para implantação de uma fábrica artesanal e os custos são elevados, porém já pensa na implementação da fabrica artesanal para fins comerciais.

Hoje ele fabrica para aperfeiçoar a técnica e consumo próprio e dos amigos, a fabricação ocorre de forma inteiramente artesanal, ele usa panela fogão e bacia, destacou que a técnica de fabricação pode ser realizada em qualquer lugar, porém pretende fazer no armazém João Simão.



I SIMPÓSIO SUL-MATO-GROSSENSE DE ADMINISTRAÇÃO

Em relação à fabricação de cervejas, ele não vê diferença em comparação a água do local, pois destacou que no processo de fabricação e água é tratada antes de iniciar o processo de fabricação assim ela fica equilibrada em qualquer lugar, não sendo um fator de alteração de sabor, e sim os ingredientes usados para a produção, como o malte, levedura, lúpulo, fermento, priming. Sobre os estilos de cervejas, são vários sendo um termo usado para diferenciar e categorizar como as cervejas que se comportam melhor em altas temperaturas (ALE) estilo da família, Trigo/Weiss, Pale Ale, India Pale Ale (IPA), Ambar, Stout, Porter e (LAGER) cervejas que se comportam melhor em baixas temperaturas, estilo da família Pilsen, Vienna, Bock, Dunkel, Malzbier, Schwarzbier.

As de alta fermentação e as de baixa fermentação, na fabricação de cerveja ele não faz a adição de álcool, o teor alcoólico vem de origem da fermentação natural, sobre a conservação, passa para baldes de fermentação, depois passa para a maturação, depois de maturado ela pode ser engarrafada, ou em garrafa ou em barril de chopp sua validade é em média de seis meses, mas existem estilos de cervejas que são como vinhos que quanto mais velhas melhores. Ele fabrica as cervejas de alta fermentação, pois são mais fáceis de controlar a temperatura, e ele gosta mais das Índia Pale Ale (IPAs), que são cervejas com mais lúpulo e álcool que tem gostos mais amargos, destacou que é o estilo que ele gosta de beber por isto ele fabrica, sendo tudo que ele faz é o que ele gosta tudo que há dentro da sua empresa são produtos que ele consome.

5 Discussão

O Armazém João Simão iniciou suas atividades em um mercado completamente diferente do atual, o proprietário foi se moldando a partir da identificação da falta de mercado para alguns produtos, procurando trazer as novidades que eram comuns em cidades grandes para uma de interior. Sendo assim, inicialmente era uma novidade e os consumidores se interessavam por esses produtos, mas após um tempo foram abrindo concorrentes e hoje ele precisa buscar estratégias para manter seus clientes. A estratégia que o proprietário encontrou foi oferecer um ambiente confortável, diversificados produtos de tabacaria, narguile e erva de tereré, além variados tipos de cerveja artesanal e as massificadas, músicas alternativas e shows ao vivo nos finais de semana.

O proprietário já fabrica a cerveja artesanal por conta e consumo próprio, porém ainda não a comercializa devido as burocracias e custos elevados, não só para abertura como também as matérias primas da composição da cerveja, certamente para o proprietário seria mais viável ele fazer uma análise de mercado para ter como base o público que iria consumir de sua cerveja artesanal e possíveis vendas para outras cidades.

A maneira que o mesmo utiliza para a fabricação da cerveja artesanal é bem caseira, já que é para consumo próprio, caso ele produza para venda ele terá que de certa forma inovar em seu maquinário, além de fabricar um tipo um pouco mais diversificado de cervejas artesanais, pois ele produz as cervejas de alta fermentação que costumam ser mais amargas e nem todo público gosta desse tipo de cerveja. Além de se atentar para a qualidade de suas matérias primas como a água, que para ele não altera ou não faz diferença, porém para Dinham



I SIMPÓSIO SUL-MATO-GROSSENSE DE ADMINISTRAÇÃO

e Santos (2006), a água faz toda a diferença na obtenção de uma cerveja artesanal de boa qualidade.

Sendo assim, deve-se atentar para a qualidade de suas matérias primas para obtenção de uma cerveja artesanal de qualidade, além das formas para aumentar a produção, qual público que irá consumir e o tipo de cerveja que poderia agradar a grande maioria.

6 Considerações Finais

Concluimos que a empresa tem como maior dificuldade os custos na busca de novos produtos e matérias primas, por terem que se deslocar para as grandes cidades para atender aos seus clientes, além de que para a implementação de uma cervejaria na cidade de Paranaíba-MS o proprietário teria altos custos e muita burocracia para se tornar uma fábrica artesanal.

Porém, o trabalho contribui para demonstrar como o proprietário lida com essas dificuldades para implementação, maneira que ele encontrou para lidar com a concorrência e mesmo que a implementação da cervejaria artesanal seja para um futuro, ele ainda busca se aperfeiçoar. Sugerimos que para futuras pesquisas seja abordado mais sobre a segmentação de mercado, identificação do público alvo para auxílio de proprietários que querem iniciar no mercado de produção de cerveja artesanal.

Referências

AMBEV. Uma história de sucesso que ainda está sendo escrita. <<http://www.ambev.com.br/sobre/nossa-historia/>>. Acesso 18 de Abril 2017

ARAÚJO, F.B.; SILVA, P.H.A.; MINIM, V.P.R. **Perfil sensorial e composição físicoquímica de cervejas provenientes de dois segmentos do mercado brasileiro. Ciência e Tecnologia de Alimentos**, v.23, n.2, p.121-128, 2003.

BAMFORTH, Charles; RUSSELL, Inge; STEWART, Graham; **Beer – A quality perspective**. Academic Press, 2009.

BIAGIO, Luis Arnaldo; BATOCCHIO, Antonio. **Plano de Negócio: Estratégia para Micro e Pequenas Empresas**. 1.ed. São Paulo: Manole, 2005, p.4-201.

BRASIL. Ministério da Fazenda. **Decreto nº 2.314, de 04 de setembro de 1997**: “Regulamenta a Lei No 8.918, de 14 de julho de 1994, que dispõe sobre a padronização, a classificação, o registro, a inspeção, a produção e a fiscalização de bebidas”. Brasília, DOU: Diário Oficial da União, 1997.



I SIMPÓSIO SUL-MATO-GROSSENSE DE ADMINISTRAÇÃO

BREWERS ASSOCIATION. **Craft Brewer Defined**. Disponível em: <<http://www.brewersassociation.org/statistics/craft-brewer-defined/>>. Acesso em: 30 de maio 2017.

CASTILHO, Maria Augusta de; MAYMONE, Alex; OLIVEIRA, Lina Yule Queiroz de. **Cervejaria artesanal: modelo de fábrica diferenciado com ênfase no baixo impacto ambiental a ser implantado no município de Campo Grande, MS**. *Multitemas*, Campo Grande, MS, v. 21, n. 50, p. 303-326, jul./dez. 2016.

CRAFT BEER, **Quick Hits on American Craft Beer**. acesso dia 30 junho de 2017 <<https://www.craftbeer.com/news/american-craft-beer-week>>

DRAGONE, G.; SILVA, J. B. A. Cerveja, in: VENTURINI FILHO, W. G. **Bebidas Alcoólicas: Ciência e Tecnologia**. São Paulo: Blücher, 2010.

FONSECA. João José Saraiva. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002. Apostila.

GARBIN, Ramon Figueira. **Turismo cervejeiro: a cerveja artesanal brasileira**. 2017.

GERHARDT, Tatiana Engel, and Denise Tolfo Silveira. **Métodos de pesquisa**. PLAGEDER, 2009.

KARSAKLIAN, Eliane. **Comportamento do Consumidor**. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2011, p.20.

MESTRE-CERVEJEIRO.COM. **Por que as cervejas artesanais são mais caras: produção**. 02/10/2014. Disponível em: <<http://www.mestre-cervejeiro.com/por-que-cervejas-artesanais-sao-mais-caras-producao>>. Acesso em: 30 de maio, 2017.

MINAYO, Maria. C. de Souza. **O desafio do conhecimento. Pesquisa qualitativa em saúde**. São Paulo: HUCITEC, 2007.

MORADO, Ronaldo. **Larousse da Cerveja**. Editora Lafonte Ltda. Cidade São Paulo, 2011.

PAIVA, Gabriel Mafra de. **Estudo do processamento e mercado de cervejas especiais no Brasil**. São Bernardo dos Campos: FTT, 2011.



I SIMPÓSIO SUL-MATO-GROSSENSE DE ADMINISTRAÇÃO

PASTORE, G.M.; BICAS, J.L.; JUNIOR, M.R.M. **Biotecnologia de alimentos**. vol.12, São Paulo: editora Atheneu, 2013.

HINDY, Steave. A revolução da cerveja artesanal: como um grupo de cervejeiros está transformando a bebida mais apreciada do mundo. **São Paulo: Tapioca**, 2015.

SANTOS, Jose Ivan Cardoso; DINHAM, Robert Paul. **O essencial em cervejas e destilados**. Editora Senac. São Paulo, 2006.

SCHMIDT, Marina. **Tributação da cerveja prejudica produtores artesanais**. 10/07/2013. Disponível em: <<http://jcrs.uol.com.br/site/noticia.php?codn=128950>>. Acesso em: 29 maio 2017.

STANDAGE, T. **A História do Mundo em 6 Copos**. 1ªed. Rio de Janeiro: Zahar, 2005.

STEFENON, Rafael. Vantagens Competitivas Sustentáveis na Indústria Cervejeira: O caso das cervejas especiais. **Revista Capital Científico – Eletrônica (Rcce)**, 2012. Disponível em: <<http://revistas.unicentro.br/index.php/capitalcientifico/article/view/1539/1723> > Acesso em SOLOMON, Michael R. **O comportamento do consumidor: comprando, possuindo e sendo**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2002. 446p.

SEBRAE NACIONAL. **Microcervejarias ganham espaço no mercado nacional**. 25/11/2015. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/microcervejarias-ganham-espaco-nomercado-nacional>, fbe9be300704e410VgnVCM1000003b74010aRCRD>. Acesso em: 29 de maio 2017.

TSCOPE, Ergon Carlos. **Microcervejarias e Cervejarias: a história, a arte e a tecnologia**. São Paulo: Aden Editora, 2001.

TOLEDO, João Henrique dos Santos; GUEDES, Gustavo José Lopes. **PLANO DE NEGÓCIO: Microempresa do ramo de bebidas**. 2017.

VENTURINI, W. G. **Cerveja. In: Tecnologia de Bebidas**. 1.ed. São Paulo: Edgard Blücher, 2005.

VIEIRA, ALEX WIRZ; BR, COM; BUSTAMANTE, EDWAR. Apostila de Produção de Cervejas Artesanais. **VERSÃO: 0.4**, 2009.



I SIMPÓSIO SUL-MATO-GROSSENSE DE ADMINISTRAÇÃO

YIN, Robert K. **Estudo de Caso-: Planejamento e Métodos**. Bookman editora, 2015.