



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
DEPARTAMENTO DE GEOCIÊNCIAS

Felipe Teofilo Kindermann

**ANÁLISE COMPARATIVA DAS MICROCERVEJARIAS DA REGIÃO DA
GRANDE FLORIANÓPOLIS COM VISTAS À IMPLANTAÇÃO DE ARRANJO
PRODUTIVO LOCAL – APL**

Florianópolis

2018

Felipe Teofilo Kindermann

**ANÁLISE COMPARATIVA DAS MICROCERVEJARIAS DA REGIÃO DA
GRANDE FLORIANÓPOLIS COM VISTAS À IMPLANTAÇÃO DE ARRANJO
PRODUTIVO LOCAL – APL**

Trabalho de Conclusão de Curso submetido
(ao) Curso de Graduação em Geografia do
Centro de Filosofia e Ciências Humanas da
Universidade Federal de Santa Catarina para
a obtenção do Grau de Bacharel em
Geografia.

Orientador: Prof. Dr. Harrysson Luiz da
Silva.

Florianópolis

2018

Felipe Teofilo Kindermann

**ANÁLISE COMPARATIVA DAS MICROCERVEJARIAS DA REGIÃO DA
GRANDE FLORIANÓPOLIS COM VISTAS À IMPLANTAÇÃO DE ARRANJO
PRODUTIVO LOCAL – APL**

Este Trabalho de Conclusão de Curso foi julgado adequado para obtenção do Título de Bacharel em Geografia e aprovado em sua forma final pela seguinte banca examinadora:

Florianópolis, 22 de outubro de 2018.

Prof. José Messias Bastos, Dr.
Coordenador do Curso

Banca Examinadora:

Prof. Harrysson Luiz da Silva, Dr
Orientador – UFSC

Prof. Erico Porto Filho, M.Sc.
Membro - UFSC

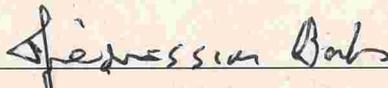
Prof. Rosemy da Silva Nascimento, Dr.
Membro - UFSC

Felipe Teofilo Kindermann

**Avaliação das microcervejarias da região da Grande Florianópolis com vistas à
implantação de Arranjo Produtivo Local - APL.**

Este Trabalho de Conclusão de Curso foi julgado adequado para obtenção do título de
“Bacharel em Geografia” pela Universidade Federal de Santa Catarina e aprovado em sua
forma final pelo Programa de Graduação em Geografia.

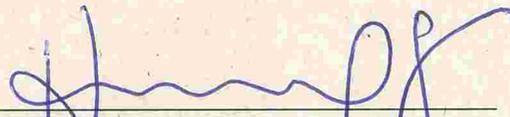
Florianópolis, 22 de outubro de 2018.



Prof. Dr. José Messias Bastos

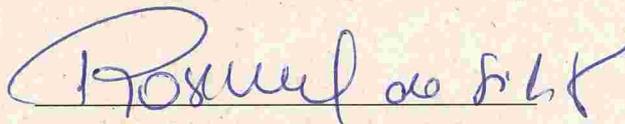
Coordenador do Curso

Banca Examinadora:



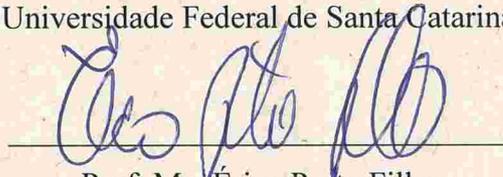
Prof. Dr. Harrysson Luiz da Silva (orientador)

Universidade Federal de Santa Catarina



Profa. Dra. Rosemy da Silva Nascimento

Universidade Federal de Santa Catarina



Prof. Me. Érico Porto Filho

Universidade Federal de Santa Catarina

AGRADECIMENTOS

Primeiramente gostaria de agradecer ao professor Harrysson por ter me aceitado, em cima da hora, como orientador. Também aos membros da banca: professor Érico e professora Rosemy, esta última por ter me incentivado a mudar de tema e fazer sobre algo que eu realmente gostava, como cerveja.

Um agradecimento especial a todas as amizades importantes que tive e que, de certa forma, ajudaram a formar meu caráter e chegar onde cheguei, como o pessoal da Turma Supimpa, que muitos deles me acompanham desde criança e até hoje nos reunimos para botar o assunto em dia. Agradecer também ao pessoal dos tempos da Letras, já na UFSC, pois foi o primeiro curso que entrei e ainda preservo grandes amizades daquela época. Não poderia deixar passar os colegas da Geografia, que muito me aturaram nesses longos anos de curso. Às meninas do Felipe Rei das Muié, que estarão com lágrimas de felicidade por, finalmente, estarem lendo meu TCC. Outro agradecimento mais que especial é pros amigos mais próximos que sempre estão tomando uma cervejinha comigo, ouvindo os desabafos e me aturando sempre que possível. E pra finalizar, quase esqueci de agradecer à família, mas vai aqui meu agradecimento.

Não citei nomes pois sempre esqueço de alguém, mas todas as pessoas que passaram pela minha vida nesse caminho tiveram, de certa forma, alguma importância para que eu esteja escrevendo isso.

Encher a cara e dar risada
E amanhã não lembrar de nada
Não importa a ressaca que fique
Porque cerveja é a melhor coisa que existe
(Banda Uhul, 2013)

RESUMO

Esta pesquisa tem por objetivos avaliar o status atual das microcervejarias da região da Grande Florianópolis, a partir de pesquisa realizada pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE-SC), para verificar em que medida as referidas microcervejarias estariam preparadas para se integrarem num projeto de Arranjo Produtivo Local (região da Grande Florianópolis) Setorial (microcervejarias). A fundamentação teórica adotada estará sustentada na metodologia PROMOS, desenvolvida pelo SEBRAE para implantar projetos de APL em todo Brasil, como decorrência da política industrial. A metodologia de pesquisa adotada fundamentou-se em levantamento bibliográfico, identificação de pesquisas no setor das microcervejarias em instituições empresariais e avaliação de *benchmarking* (correlação de indicadores). A partir dos resultados encontrados pode-se constatar que: o setor ainda não está preparado para a implantação de um APL, ainda é preciso implementar vários requisitos para que este objetivo seja alcançado.

Palavras-chave: Microcervejarias, Arranjos Produtivos Locais e Setoriais, e Região da Grande Florianópolis.

ABSTRACT

This research aims to evaluate the status of the craft breweries of the region of Great Florianópolis, based on a research made by Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE-SC), to check in which level the craft breweries would be prepared to be integrated in a project of a Local Production System (craft breweries of the region of Great Florianópolis). The theoretical framework is sustained by the methodology of PROMOS, developed by SEBRAE to implement the Local Productive System all over the country of Brazil as an industrial policy. The methodology is based on bibliographic search, identifying researches of the craft breweries institutions and avaluation of benchmarking (relating with indicators). After the work is done, it can be certified that the craft breweries of Great Florianópolis are not ready to implement a Local Production System, it is necessary to improve many requirements to reach the goal.

Keywords: Craft Brewery, Local Productive System, Region of Great Florianopolis.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Cervejaria Badenia:	21
Figura 2: Cervejaria da Ilha:	21
Figura 3: Cervejaria Coza Linda:.....	22
Figura 4: Cervejaria Faixa Preta	22
Figura 5: Cervejaria Jester:	23
Figura: 6 Cervejaria Kairós:.....	23
Figura 7: <i>Liffey Brew Pub</i> :	24
Figura 8: Cervejaria Unika:	24
Figura 9: Cervejaria <i>Weinmann</i> :	25
Figura 10: <i>Sunset Brew</i>	25
Figura 11: Localização das cervejarias do Caminho Cervejeiro da Grande Floripa.....	26
Figura 12: Metodologia dos Três Eixos	29

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Resultados esperados dos eixos:	25
Quadro 2: Funcionamento dos Vetores de Atuação.....	28
Quadro 3: Relação entre a Estrutura dos Eixos do APL x Indicadores da Pesquisa do SEBRAE do estágio das Cervejarias da Região da Grande Florianópolis	34
Quadro 4: Status das Cervejarias do região da Grande Florianópolis em relação ao Status de um Arranjo Produtivo Setorial Cervejeiro	36

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Cervejarias por estado e densidade cervejeira.20

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

A.C. – Antes de Cristo

APLs – Arranjos Produtivos Locais e Setoriais

GTP-APL – Grupo de Trabalho Permanente para Arranjo Produtivo Local

P&D – Pesquisa e Desenvolvimento

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	14
1.1	Problema de Pesquisa	15
1.2	Objetivos Gerais da Pesquisa	15
1.2.1	Objetivos Específicos	15
1.3	A Estrutura da Pesquisa	15
1.4	Metodologia	16
2	CAPÍTULO I – O SETOR DE CERVEJARIAS E AS MICRO CERVEJARIAS	17
2.1	O Surgimento da Cerveja e a Distribuição Espacial das Cervejarias	17
2.2	A Cerveja no Brasil e em Santa Catarina	18
2.3	O Caminho Cervejeiro da Grande Florianópolis	20
3	CAPÍTULO II – A ESTRUTURA DE UM ARRANJO PRODUTIVO LOCAL E SETORIAL	27
3.1	Os Arranjos Produtivos Locais	27
3.2	A Estrutura de um APL	29
3.2.1	Eixo 1 - Dinâmica de Distrito	30
3.2.2	Eixo 2 - Desenvolvimento Empresarial e Organização da Produção	31
3.2.3	Eixo 3 - Informação e Acesso a Mercados	32
3.3	Resultados da Metodologia dos Eixos	33
4	CAPÍTULO III – PESQUISA DO SEBRAE COM AS MICROCERVEJARIAS DA REGIÃO DA GRANDE FLORIANÓPOLIS	35
4.1	A Caracterização das Cervejarias na Pesquisa Realizada pelo SEBRAE	35
4.2	O Que Falta para se Concretizar um APL	38
	CONSIDERAÇÕES FINAIS	43

1 INTRODUÇÃO

No âmbito do planejamento regional brasileiro, as desigualdades sociais e regionais decorreram inicialmente do processo de colonização, que modelou a estrutura regional e a sua posterior integração com a malha urbana brasileira (EGLER, 2001).

Para Barreto (2010) essa condição histórica de concentração econômica regional é resultante do crescimento assimétrico do sistema capitalista, em que a renda fica concentrada em alguns espaços enquanto outros ficam estagnados; e, a isso soma-se o desequilíbrio econômico, agravando o problema da desigualdade regional, bem como, da renda *per capita* das regiões brasileiras.

Entretanto, mesmo a região sul e sudeste serem as protagonistas do desenvolvimento industrial brasileiro, as desigualdades regionais e intrarregionais persistem nas mesmas.

Ainda hoje existem regiões em que tanto as desigualdades sociais e os desequilíbrios regionais ainda não foram vencidos, mesmo com as “políticas públicas de desenvolvimento regional”¹ pelas quais o Brasil passou, em seus diferentes momentos históricos.

Dentre as diversas ações do Estado Brasileiro, bem como iniciativas da sociedade civil, bancos comunitários de desenvolvimento, programas e projetos de economia solidária, e outros que buscam minimizar as desigualdades regionais e sociais, a partir da geração de emprego e renda, estão os projetos de desenvolvimento territorial.

Os Arranjos Produtivos Locais e Setoriais, enquanto metodologia para o desenvolvimento territorial, visam desenvolver vários tipos de microempreendimentos a partir da identificação de algumas características das comunidades e das atividades locais, com o objetivo de alavancar a geração de emprego e renda, a partir do suporte em várias áreas em que os microempreendimentos não teriam como contratar e desenvolver, considerando a natureza do ambiente de competitividade empresarial (pesquisa de processos, produtos, serviços, mercado, tecnologias, insumos, matérias-primas, marcas, patentes, certificações, etc.).

Recentemente muitas empresas de alguns segmentos estão se integrando em APLs através do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas em várias regiões brasileiras. No Estado de Santa Catarina, existem vários arranjos produtivos em

¹ Não será objetivo nessa pesquisa discutir as políticas de desenvolvimento regional no Brasil.

andamento, dentre os quais: no setor de calçados; confecções; agronegócio; e, mais recentemente, no setor de microcervejarias artesanais.

1.1 Problema de Pesquisa

Estariam as microcervejarias da região da Grande Florianópolis preparadas em todos os requisitos de um arranjo produtivo local e setorial, para se integrarem num projeto de desenvolvimento territorial, com impacto na geração de emprego e renda?

1.2 Objetivos Gerais da Pesquisa

Realizar “avaliação de benchmarking”² das “variáveis utilizadas pelo SEBRAE- SC em pesquisa junto ao Setor de microcervejarias da região da Grande Florianópolis³”, para verificar se o referido setor estaria preparado para a formação de um Arranjo Produtivo Local e Setorial Cervejeiro na Região da Grande Florianópolis.

1.2.1 Objetivos Específicos

- Descrever a estrutura interna de um Arranjo produtivo Local e Setorial – APL e suas respectivas variáveis;
- Descrever os resultados da pesquisa realizada pelo SEBRAE – SC relativa ao setor de cervejarias da região da Grande Florianópolis.
- Realizar avaliação de *benchmarking* entre os resultados da pesquisa do SEBRAE-SC e a estrutura de um Arranjo Produtivo Local e Setorial na região da Grande Florianópolis;

1.3 A Estrutura da Pesquisa

A estrutura dessa pesquisa está assim organizada:

² *Benchmarking* significa avaliação comparada de indicadores de desempenho.

³ Optou-se por utilizar a pesquisa realizada pelo SEBRAE-SC, em função da dificuldade encontrada pelo pesquisador, relativa à falta de respostas dos proprietários das microcervejarias, às várias intervenções realizadas nos meses de janeiro a março de 2018, a partir de questionário produzido para tal atividade e disponibilizado em meio eletrônico, ou mesmo através de entrevista por telefone.

No capítulo I será descrito o surgimento da cerveja e como ela chegou até a região da Grande Florianópolis.

No capítulo II será apresentada a estrutura interna um Arranjo produtivo Local e Setorial – APL, com vistas a extrair as variáveis que deverão ser utilizadas para avaliação de *benchmarking* com os resultados da pesquisa com o SEBRAE-SC.

No capítulo III serão apresentados os resultados da pesquisa realizada pelo SEBRAE - SC, junto ao segmento das microcervejarias da região da Grande Florianópolis.

No capítulo IV será realizada a avaliação de *benchmarking* entre os resultados encontrados na pesquisa do SEBRAE-SC e a estrutura de um Arranjo Produtivo Local e Setorial na região da Grande Florianópolis.

A seguir será descrita as etapas relativas à metodologia de pesquisa realizada para responder ao problema e aos objetivos gerais e específicos dessa pesquisa.

1.4 Metodologia

A metodologia adotada nessa pesquisa fundamentou-se nas seguintes etapas:

- Realizar levantamento bibliográfico relativo ao setor de microcervejarias artesanais a exemplo de: como surgiu a cerveja; e, como deu sua evolução e distribuição espacial ao longo do tempo até chegar aos dias atuais;
- Identificar referências bibliográficas relativas a estrutura de um APL através de sua metodologia de implantação, caracterizando a sua estrutura, etapas, variáveis e resultados esperados;
- Descrição das variáveis e indicadores da pesquisa patrocinada pelo SEBRAE-SC, para o projeto turístico Caminho Cervejeiro; e
- Correlacionar as variáveis e indicadores da pesquisa do SEBRAE-SC com a estrutura, etapas, variáveis e resultados esperados de um APL;

2 CAPÍTULO I – O SETOR DE CERVEJARIAS E AS MICRO CERVEJARIAS

2.1 O Surgimento da Cerveja e a Distribuição Espacial das Cervejarias

A cerveja teve sua origem na região da antiga Mesopotâmia, pelo povo sumério, há mais de 6000 anos, sendo feita provavelmente de forma acidental, pois a massa molhada de pão começava a fermentar, dando origem à bebida, que, antigamente, as mulheres eram responsáveis pela sua fabricação (COELHO-COSTA, 2015; LIMBERGER, 2016; SANTOS, 2013).

A cerveja aparece até mesmo no código de Hammurabi, sendo ela uma forma de pagamento diário para os trabalhadores (Dantas, 2016). Quase no mesmo período, por volta de 3400 a.C., foram encontradas peças que comprovam que os egípcios também fabricavam a bebida, povo este que repassou os conhecimentos de fabricação para os gregos e, posteriormente, para os romanos (GARBIN, 2017; LIMBERGER, 2016; SANTOS, 2013).

Os romanos tinham uma certa preferência ao vinho, sendo a cerveja considerada uma bebida desprezível, típica dos povos bárbaros da Europa, e, foram esses povos que utilizaram as palavras *cervisia* ou *cerevisia* para batizar a bebida em homenagem à deusa Ceres, que simbolizava a agricultura e a fertilidade (COELHO-COSTA, 2015).

Segundo Santos (2013), como os romanos apreciavam mais os vinhos, em regiões mais afastadas do império romano a cerveja passou a ser mais consumida. Essas regiões são hoje em dia países como a Alemanha, a Suíça, a Áustria e algumas regiões da França, Bélgica, Holanda e Inglaterra (SANTOS, 2013).

Na idade média, a cerveja era produzida principalmente em mosteiros. Os monges, quando passavam por períodos de jejum, tomavam suas bebidas, pois era muito nutritiva, sendo praticamente um pão líquido, eles não podiam comer, mas a bebida era liberada (DANTAS, 2016).

Foi nessa época em que estudos passaram a ser feitos pelos monges, e assim, várias técnicas foram aprimoradas, inclusive foi aí que o lúpulo apareceu nas cervejas. Um dos mosteiros mais antigos da Alemanha, que produzia e comercializava cervejas, o de Weihenstephen, na cidade de Freising, no estado da Baviera, é datado do ano de 1020, e começou a produzir cerveja no ano de 1040, e funciona até hoje (SANTOS, 2013).

A produção de grãos na Europa se difundiu muito no século XVIII, muitos dos camponeses foram desapropriados de suas terras para que grandes produtores

produzisse cada vez mais. Houve também muita propaganda para o consumo da cerveja, pois quem consumia o produto estava automaticamente ajudando a agricultura do país (SANTOS, 2013).

Agora com um consumo elevado de cerveja e com a revolução industrial em expansão, houve maior produção da bebida. Algumas das vantagens que vieram a partir da revolução industrial para a cerveja foram máquinas para a secagem do malte, o resfriamento artificial e posteriormente a técnica de pasteurização (LIMBERGER, 2016), que fez o chope virar cerveja e ter seu prazo para consumo ainda maior.

2.2 A Cerveja no Brasil e em Santa Catarina

A cerveja teve a sua primeira aparição em terras nacionais com a vinda dos imigrantes holandeses ainda no século XVII, mas pouco tempo depois muitos desses imigrantes saíram do país e a cerveja deixou de ser consumida e fabricada no Brasil (COELHO-COSTA, 2015; GARBIN, 2017).

Entretanto, foi com a vinda da Família Real, em 1808, que a cerveja começou de fato ser consumida no país, pois muitos comerciantes ingleses traziam esses produtos, que logo dominou o mercado do Brasil (DANTAS, 2016).

Até 1850, segundo Dantas (2016), as poucas fábricas de cerveja estavam localizadas principalmente em São Paulo e Rio de Janeiro, e algumas estavam aparecendo na região Sul onde os imigrantes alemães estavam se instalando. E foi em Porto Alegre que surgiu a primeira grande indústria de cerveja, fundada por Friederich Christoffel em 1878. A partir de 1880 chegaram as primeiras máquinas frigoríficas, o que ajudou muito a indústria a ter um salto, pois cervejas de baixa fermentação passaram a ser produzidas. Outro fato importante é que foi nessa época em que surgiu a cervejaria Brahma, no Rio de Janeiro, e a Antártica em São Paulo.

A cerveja no Estado de Santa Catarina teve início através dos imigrantes alemães no século XIX. Alguns dos imigrantes eram mais abastados e podiam trazer utensílios para a fabricação da cerveja, que já era um hábito de consumo. Por vezes produziam sua própria cerveja de forma extremamente caseira, era comum algumas pequenas cervejarias serem anexas às residências, porém a renda dessas pessoas vinha principalmente da agricultura, então as primeiras cervejarias surgiram para produção de cerveja para consumo familiar (SANTOS, 2013).

Apesar da dificuldade que os imigrantes tinham de achar utensílios e insumos para a produção de cerveja, a primeira cervejaria que passou a comercializar seu produto em Santa Catarina foi fundada em 1852 pelo imigrante suíço Albrech Gabriel Schmaltz, onde hoje é a região de Joinville. Esta cervejaria era bastante improvisada tanto na questão de equipamentos como de insumos, como, por exemplo, na utilização de malte de milho, já que no Brasil não era produzida a cevada (SANTOS, 2013).

Com o passar dos anos outras cervejarias foram surgindo em lugares de colonização alemã, ao passo que algumas das primeiras cervejarias também iam desaparecendo ou se fundindo.

Apesar da tradição cervejeira herdada dos imigrantes alemães, Santa Catarina foi aos poucos deixando de lado esta tradição/atividade ao longo do século XX, a ponto de restar pouquíssimas fábricas em seu território no fim daquele período. Uma das principais causas foi, sem dúvida, o advento da Segunda Guerra Mundial, que limitou as importações de insumos e equipamentos para a produção de cerveja pelas fábricas catarinenses, já que quase todos os insumos eram importados da Europa, principalmente da Alemanha. Na época, houve também repressão e confisco de empreendimentos de imigrantes e descendentes alemães por parte do governo Getúlio Vargas (1930-1945) e algumas cervejarias, assim como empresas de outros ramos, foram abandonando as atividades e, aos poucos, desapareceram.

Contudo, houve um movimento contrário na última década do século XX e na primeira década do século XXI, quando passou a ocorrer o fenômeno das microcervejarias. Neste período, a atividade cervejeira ressurgiu com força e atingiu o *boom* nos anos 2000 (SANTOS, 2013, p.96).

Nessa perspectiva, como será mostrado posteriormente, o estado de Santa Catarina vem se destacando cada vez mais com a produção e consumo da bebida, através de cervejas artesanais, com várias destas cervejarias abrindo anualmente em todo o estado. O público consumidor do produto é cada vez mais numeroso, o que contribui para que Santa Catarina apareça como um dos principais produtores da bebida no país.

Na região da Grande Florianópolis (Figura 1?) existe o Caminho Cervejeiro Grande Floripa, que, segundo o próprio site (<http://caminhocervejeiro.com.br/home/>), é uma associação que reúne cervejarias da região para construir uma espécie de rota cervejeira, sendo uma atração turística para este ramo gastronômico. No momento o Caminho Cervejeiro consta com 10 cervejarias e cerca de 40 estilos diferentes de cervejas (CAMINHO CERVEJEIRO, 2018).

O fenômeno das cervejarias no estado se dá por dois principais motivos, a tradição alemã, trazida pelos colonizadores e seus costumes, principalmente o da fabricação e consumo da cerveja, como foi posto anteriormente, e a Lei Estadual nº 14.961/2009, assinada pelo então governador Luiz Henrique da Silveira, que reduz a carga tributária

das cervejarias artesanais do estado de 25% para 13% (SANTA CATARINS, 2009), incentivando assim uma queda de preço, barateando o produto final e atingindo um número maior de consumidores.

Segundo levantamento de Marcusso & Müller (2018), no Brasil no ano de 2017 haviam 679 cervejarias legalmente instaladas no país, e, somente no estado de Santa Catarina eram 78 estabelecimentos, sendo o segundo estado brasileiro com mais cervejarias *per capita*, perdendo apenas para o Rio Grande do Sul (MARCUSO & MÜLLER, 2018), ilustrado na Tabela I a seguir.

Tabela 1: Cervejarias por estado e densidade cervejeira.

Cervejarias por estado (n° total)		Densidade cervejeira (n° hab/cerv.)	
Rio Grande do Sul	142	Rio Grande do Sul	79.873
São Paulo	124	Santa Catarina	89.758
Minas Gerais	87	Paraná	169.476
Santa Catarina	78	Minas Gerais	242.753
Paraná	67	Roraima	261.318
Rio de Janeiro	57	Rio de Janeiro	293.315
Goiás	21	Mato Grosso do Sul	301.461
Pernambuco	17	Mato Grosso	304.049
Espírito Santo	11	Goiás	322.799
Mato Grosso	11	São Paulo	363.668

Fonte: Marcusso & Müller (2018)

De acordo com o Instituto da Cerveja (2017), de 2007 a 2015 o ramo de produção e consumo das cervejas artesanais cresceu cerca de 500% no Brasil, sendo em média um crescimento de 30% ao ano.

2.3 O Caminho Cervejeiro da Grande Floripa

Na região da Grande Florianópolis existe o Caminho Cervejeiro Grande Floripa, que, segundo o próprio site (<http://caminhocervejeiro.com.br/home/>), é uma associação que reúne cervejarias da região para construir uma espécie de rota cervejeira, sendo uma atração turística para este ramo gastronômico. No momento o Caminho Cervejeiro consta

com 7 cidades, 10 cervejarias e cerca de 40 estilos diferentes de cervejas (CAMINHO CERVEJEIRO, 2018).

Em Santo Amaro da Imperatriz pode-se encontrar a cervejaria Badenia, que serve no local cervejas alemãs que seguem a *Reinheitsgebot*, com maltes e lúpulos importados do país, além de pratos típicos do sul da Alemanha.

Figura 1: Cervejaria Badenia:



Fonte: Caminho Cervejeiro

Outra cervejaria bastante famosa na região é a Cervejaria da Ilha, em Florianópolis, que desde 1999 atua na região, fazem chope por encomenda além de cederem o espaço para festas.

Figura 2: Cervejaria da Ilha:



Fonte: Cervejaria da Ilha.

Outra cervejaria de Florianópolis que está no Caminho Cervejeiro é a Coza Linda, que vem com uma proposta de trazer cervejas leves que agradam tanto o público mais exigente, assim como o público leigo que não é acostumado com diferentes sabores.

Figura 3: Cervejaria Coza Linda:



Fonte: Caminho Cervejeiro.

A cervejaria Faixa Preta, de Santo Amaro da Imperatriz, é um *Brew pub* que produz suas cervejas em um local que mistura arte, rock e judô, este último elemento é o que dá nome à cervejaria. No local também é servido petiscos e lanches temáticos.

Figura 4: Cervejaria Faixa Preta



Fonte: Caminho Cervejeiro.

No município de Águas Mornas encontramos a cervejaria Jester, que produz para consumir no local e além de produzir cervejas para terceiros. O local também é um salão de festas.

Figura 5: Cervejaria Jester:



Fonte: Caminho Cervejeiro.

Outra cervejaria conhecida de Florianópolis é a Kairós, que produz cervejas artesanais junto a um *Brew pub* que é bar e restaurante.

Figura: 6 Cervejaria Kairós:



Fonte: Caminho cervejeiro.

Uma proposta bastante interessante é trazida pela *Liffey Brew Pub*, em Palhoça, pois é um *Irish Pub*, possuem 12 torneiras de chopes de sua própria fabricação, além de servirem lanches e pratos feitos em sua cozinha, também é comum encontrar bandas de *rock* tocando no local.

Figura 7: *Liffey Brew Pub*:



Fonte: Caminho Cervejeiro.

Na área rural de Rancho Queimado a cervejaria Unika está situada. Produz cervejas de diferentes escolas, como alemã, inglesa e estadunidense desde 2016.

Figura 8: Cervejaria Unika:



Fonte: Caminho Cervejeiro.

A cervejaria *Weinmann*, de São José, traz uma proposta de cervejas carbonatadas na própria garrafa, além de maltes e lúpulos de alta qualidade.

Figura 9: Cervejaria *Weinmann*:



Fonte: Caminho Cervejeiro.

A última cervejaria mencionada é a *Sunset Brew*, de Tijuca, fundada em 2015 e tem capacidade de produção de até 30 mil litros por mês. Produz 6 tipos diferentes de cervejas e outras esporadicamente, além de ter uma parceria com a cervejaria *Darling Brew*, da África do Sul.

Figura 10: *Sunset Brew*



Fonte: Caminho Cervejeiro.

A seguir, na Figura 11, um mapa apontando onde situam as cervejarias do Caminho Cervejeiro da Grande Flórida.

Figura 11: Localização das cervejarias do Caminho Cervejeiro da Grande Florianópolis



Fonte: Elaborado pelo autor.

Esta pesquisa foi feita inteiramente no site do próprio Caminho Cervejeiro, nenhuma das cervejarias quis colaborar com o presente trabalho.

3 CAPÍTULO II – A ESTRUTURA DE UM ARRANJO PRODUTIVO LOCAL E SETORIAL

3.1 Os Arranjos Produtivos Locais

No Brasil, o SEBRAE desenvolveu a metodologia que estrutura e organiza o desenvolvimento de um APL. De acordo com Caporali & Volker (2004), os arranjos produtivos consolidaram-se no Brasil a partir do colapso do desenvolvimento nos anos de 1970 e 1980, em meio à crise do modelo fordista e à crise fiscal que teve como consequência um grande número de desempregados na época. Para tentar escapar dessa situação, essas pessoas passaram a se organizar em pequenas unidades produtivas, por vezes familiares, a partir de pequenas concentrações setoriais, aproveitando oportunidades que surgiam em seu entorno, assim foram geradas estruturas e canais de distribuição que atuavam no mercado (CAPORALI & VOLKER, 2004).

Os Arranjos Produtivos Locais (APLs) são um tipo de *cluster*⁴ que agregam pequenas e médias empresas, geralmente de um mesmo ramo, e é enfatizado o relacionamento, formal ou não, entre essas empresas e as demais instituições envolvidas, compartilhando uma cultura em comum com o grupo e o ambiente sociocultural local (CAPORALI & VOLKER, 2004).

Os APLs têm se mostrado capazes de fazer transformações no Brasil, fazendo com que seja envolvida especializações técnicas que ainda não são disponíveis no mercado nacional e de serviços de desenvolvimento empresarial, e o SEBRAE é quem está disseminando essa estratégia de desenvolvimento em todo o país (CAPORALI & VOLKER, 2004).

O agrupamento de empresas de um mesmo setor pode trazer vantagens competitivas para as mesmas, por isso o APL é uma boa proposta para redução das desigualdades sociais, regionais, e geração de emprego e renda, como é o caso das microcervejarias localizadas na região da Grande Florianópolis.

Operar o funcionamento dos Arranjos Produtivos Locais é uma das diretrizes do SEBRAE, para que as pequenas empresas transformem o Brasil através de instrumentos adequados. A implantação destes APLs faz com que haja a formação de especialistas e a

⁴ “Concentrações geográficas de empresas – similares, relacionadas ou complementares – que atuam na mesma cadeia produtiva auferindo vantagens de desempenho por meio da locação e, eventualmente, da especialização. Essas empresas partilham, além da infra-estrutura, o mercado de trabalho especializado e confrontam-se com oportunidades e ameaças comuns.” (CAPORALI & VOLKER, 2004).

partir daí aconteça uma difusão de técnicas para aplicar essas especializações ainda não existentes no país para atingir o mercado nacional de serviços e de desenvolvimento empresarial. Sendo assim, a implantação de APLs parece ser uma estratégia inteligente quando há uma concentração de empresas de um mesmo ramo em determinado local (CAPORALI & VOLKER, 2004).

Para se ter uma definição clara os:

Arranjos Produtivos Locais (*local production system*) constituem um tipo particular de *cluster*, formado por pequenas e médias empresas, agrupadas em torno de uma profissão ou de um negócio, onde se enfatiza o papel desempenhado pelos relacionamentos – formais e informais – entre empresas e demais instituições envolvidas. As firmas compartilham uma cultura em comum e interagem, como um grupo, com o ambiente sociocultural local. Essas interações, de natureza cooperativa e/ou competitiva, estendem-se além do relacionamento comercial e tendem a gerar, afora os ganhos de escala, economias externas, associadas à socialização de conhecimento e à redução dos custos de transação. Note-se que, nesses sistemas, as unidades produtivas podem ter atividades similares e/ou complementares, em que predomina a divisão do trabalho entre os seus diferentes participantes – empresas produtoras de bens e serviços, centros de pesquisas, centros de capacitação e treinamento e unidades de pesquisa e desenvolvimentos, públicas ou privadas (CAPORALI & VOLKER, 2004, p.230-231).

Portanto, é importante que se incentivem determinadas atividades em um local específico, destinando recursos financeiros e humanos para que ali se desenvolva uma atividade compatível com a região em que está sendo inserido o APL, sendo possível a criação de novas empresas e o desenvolvimento da economia local.

O site do Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços do Brasil afirma que no último levantamento feito para coletar dados sobre os APLs no Brasil foi em 2015, e que existia naquele momento um número total de 677 APLs reconhecidos pelo GTP APL (Grupo de Trabalho Permanente para Arranjo Produtivo Local), gerando um total de 3.051.244 empregos, abrangendo um total de 291.498 empresas em todo o território nacional (MIDC, 2018).

Os arranjos são uma boa estratégia de desenvolvimento que envolve um grande número de agentes públicos e privados, até mesmo o Governo Federal acolheu-os como foco no Plano Plurianual 2004-2007, alguns ministérios e agentes públicos vêm implantando programas de ações em vários APLs em todo o Brasil, além de entidades empresariais também dedicarem atenção às estruturas produtivas concentradas territorialmente (CAPORALI & VOLKER, 2004).

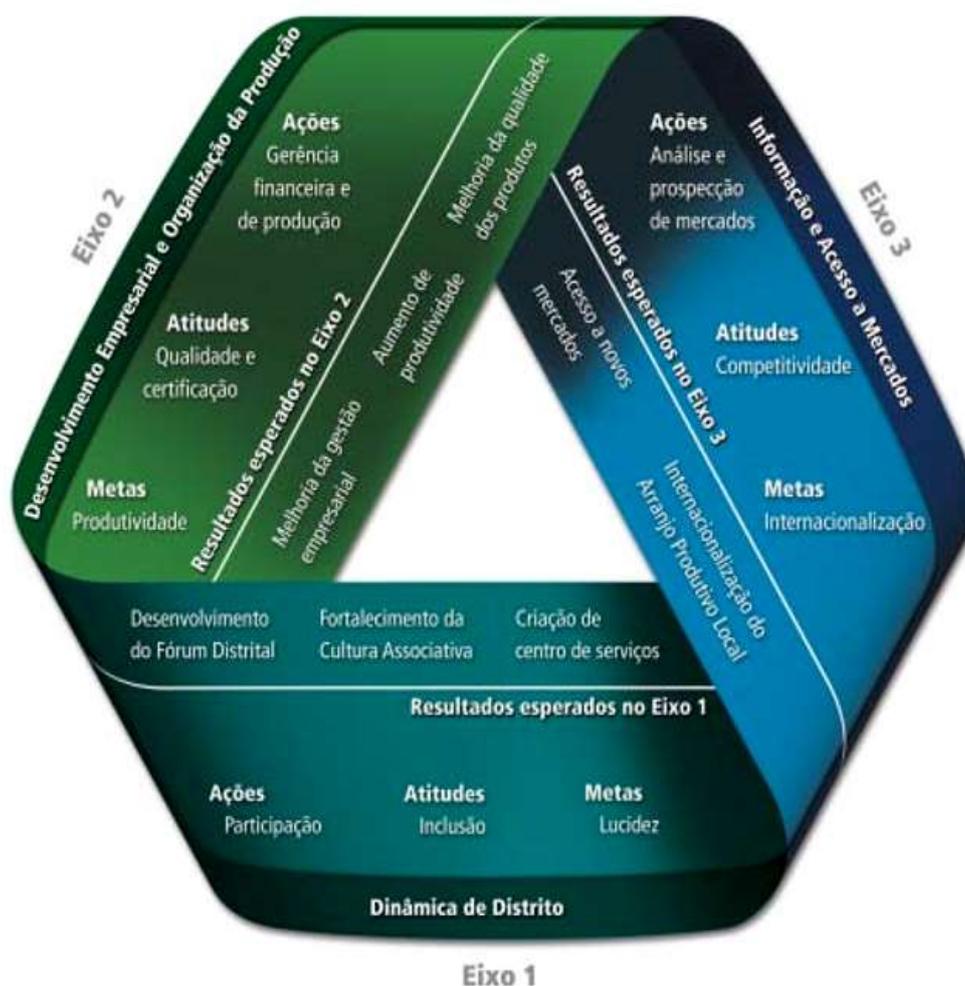
Já o SEBRAE direciona parte significativa de seus recursos para ações nos APLs, garantindo um aporte consistente de meios e de capacidades de iniciativa (CAPORALI & VOLKER, 2004).

O desenvolvimento de um APL está baseado em um sistema amplo de estímulo à iniciativa privada, passando desde o apoio ao empreendedorismo individual e coletivo até a transferência sistemática e mesmo maciça de competências em gerenciamento empresarial. Trabalham-se a organização produtiva, a concepção de produtos, a inovação tecnológica, o design e as estratégias de mercado (CAPORALI & VOLKER, 2004, p.31)

3.2 A Estrutura de um APL

A estrutura básica de um APL é constituída conforme a figura 12 em 3 (três) grandes eixos, descritos a seguir:

Figura 12: Metodologia dos Três Eixos



Fonte: Caporali & Volker, 2004, p.55.

Eixo 1 – Dinâmica de Distrito: Ação de participação, Atitudes de Inclusão, Lucidez de metas a serem atingidas e Resultados esperados do Eixo 1, entre eles: R1 - Desenvolvimento do fórum distrital, R2 - Fortalecimento da cultura associativa e R3 - Criação de centro de serviços;

Eixo 2 – Desenvolvimento Empresarial e Organização da Produção: Ação de gerência financeira e de produção, Atitudes de qualidade e certificação, Metas de produtividade e Resultados esperados do Eixo 2, entre eles: R1 - Melhora da gestão empresarial, R2 - Aumento da produtividade e R3 - Melhora da qualidade dos produtos;

Eixo 3 – Informação e Acesso a Mercados: Ação de análise e prospecção de mercado, Atitudes de competitividade, Metas de internacionalizações e Resultados esperados para o Eixo 3, entre eles: R1 - Acesso a novos mercados e R2 - Internacionalização do APL.

O Quadro 1 esquematiza os resultados dos eixos.

Quadro 1: Resultados esperados dos eixos:
Quadro de Resultados Esperados

Eixo 1	R1	R2	R3
Eixo 2	R1	R2	R3
Eixo 3	R1	R2	

A intensidade de trabalho de cada um dos eixos pode variar de acordo com o planejamento, diagnósticos elaborados pelos empreendedores e pela demanda local (CAPORALI & VOLKER, 2004).

3.2.1 Eixo 1 - Dinâmica de Distrito

Os fundamentos de natureza interativa do desenvolvimento daquele setor econômico, atingindo, de forma ampla, o contexto social e institucional do território. As instituições que atuam sob a inspiração de fundamentos técnicos, em áreas como formação de mão-de-obra, regulação da base legal das empresas, organização da sociedade civil, e o poder público, de forma geral, todos devem envolver-se de alguma maneira. O trabalho nesse eixo visa gerar iniciativas de aperfeiçoamento dessa interação social, nos diversos vetores conectados com o setor empresarial em questão. Coloca-se então o tema da boa governança (CAPORALI & VOLKER, 2004, p.40).

Neste caso a boa governança está associada a alguns aspectos como a qualidade das lideranças empresariais, políticas, sindicais e as relações com os problemas dentro das empresas, assim como a construção de centros tecnológicos para prestação de serviços para cumprir o papel de P&D (Pesquisa e Desenvolvimento) e recursos humanos, é necessário também uma gestão de recursos naturais para que a atividade produtiva não prejudique a qualidade ambiental, também deve-se dar atenção à geração de solidariedade, principalmente no que tange à confiança mútua e atenção com os problemas sociais, e, por fim, construção de atividades positivas para o desenvolvimento tecnológico e econômico (CAPORALI & VOLKER, 2004). Os mesmos autores afirmam que questões externas também devem ser levadas em consideração, como aquisição de crédito e infraestrutura.

A Dinâmica Distrital garante conteúdo institucional, principalmente com a criação de um Fórum Distrital para a gestão do arranjo, que é composto por representantes do setor público e do produtivo, assim como ONGs que atuam na região e outras instituições. Esse fórum tem um propósito de construir uma consciência coletiva, objetivando o reconhecimento e a visualização no território do APL e também definindo como será organizado e como será a rotina de participação coletiva (CAPORALI & VOLKER, 2004). Os autores também afirmam que o planejamento participativo é o principal instrumento social para desenvolver a APL, pois é um trabalho de inclusão que visa uma maior expansão no fórum de participação, o que garante maior representatividade e produtividade nas reuniões.

3.2.2 Eixo 2 - Desenvolvimento Empresarial e Organização da Produção

É um eixo de suma importância, pois trabalha com temas bem conhecidos e bem desenvolvidos teoricamente como:

[...] assuntos relativos à produção e à produtividade, em termos quantitativos e qualitativos. Aqui, trabalha-se tudo que constitui o fundamento da produtividade física da empresa. Entram em cena as questões da eficiência tecnológica, da qualidade, do design e da logística, requisitos essenciais à geração de uma relação qualidade/preço que viabilize o crescimento de mercado. Trabalhar esse eixo é trabalhar o gerenciamento das empresas de forma ampla. Custos, recursos humanos, produção, fluxo de caixa, tecnologia e finanças, estão entre os problemas em jogo. Não é possível empreender a melhoria dos processos produtivos sem investimento em formação gerencial. Programas de qualificação de gestores, de enriquecimento e ampliação do capital humano das empresas, de formação profissional, de empreendedorismo e de aprimoramento de processos burocráticos visando alcançar maior

eficiência, são algumas das iniciativas essenciais para a melhoria dos processos produtivos (CAPORALI & VOLKER, 2004, p.42).

É necessário que as empresas elaborem um plano de trabalho, que defina estratégias e estabeleça suas linhas de atuações em consórcios, planos de redução de custos, investimentos em tecnologias e *design*, e outros. A produção cooperativa é fundamental quando se trata de um APL, pois isso dinamiza a relação entre gestão, cooperação e competitividade, de maneira que a empresa possa crescer e contribuir para a sustentabilidade regional, além de permitir um mapeamento de insumos de uso comum (CAPORALI & VOLKER, 2004).

3.2.3 Eixo 3 - Informação e Acesso a Mercados

É o terceiro e último eixo da presente metodologia que:

[...] inclui tudo o que está relacionado com a venda, a “realização” das mercadorias. Aqui, aloja-se o problema da agregação de valor ao faturamento das empresas, de forma individual e coletiva. O que impõe a necessidade de conhecer: (1) o mercado, seu *modus operandi*, os interesses dominantes, secundários e emergentes; (2) as avaliações sobre a qualidade do produto vendido e do pós-venda das empresas do APL; e (3) os concorrentes, seus interesses e sua capacidade em termos de produtos, preços e serviços. Trata-se, portanto, de construir uma visão do posicionamento competitivo do arranjo (CAPORALI & VOLKER, 2004, p.43).

A função desse eixo se resume a aperfeiçoar o conhecimento de tudo que está fora do arranjo e que tem a venda da produção como seu objetivo final. É necessário o fomento da produção qualificada com novos canais de distribuição e padrões de logística, assim como o incremento de projetos de marketing (CAPORALI & VOLKER, 2004).

O próximo passo para aplicação de um APL seria a dimensão dos Vetores de Atuação em cada um dos eixos, e esses vetores atuam em três bases: Ações, Atitudes e Metas. As Ações são as modificações e movimentos que serão realizados para a implantação de um objetivo do programa. As Atitudes são comportamentos, procedimentos, processos e rotinas que deverão ser incorporados no cotidiano das atividades e relações para garantir que as ações produzam os resultados esperados. As Metas são os planos, programas e projetos decorrentes das ações e sustentadas pelas atitudes, são elaboradas pelos autores e tem como objetivo consolidar os processos e a sustentabilidade do programa (CAPORALI & VOLKER, 2004).

3.3 Resultados da Metodologia dos Eixos

No Quadro 2 é mostrado um esquema de como funcionam os Vetores de Atuação:

Quadro 2: Funcionamento dos Vetores de Atuação.

EIXOS/VETOR	Dinâmicas de Distrito	Desenvolvimento Empresarial e Organização da Produção	Informação e Acesso a Mercados
AÇÕES	<i>Participação</i>	<i>Gerência financeira e de produto</i>	<i>Análise e prospecção de mercados</i>
ATITUDES	<i>Inclusão</i>	<i>Qualidade e certificação</i>	<i>Competitividade</i>
METAS	<i>Lucidez</i>	<i>Produtividade</i>	<i>Internacionalização</i>

Fonte: Caporali & Volker, 2004, p.45.

A partir de agora Caporali & Volker (2004) apresentam o que se esperam dos resultados em cada um dos eixos.

No Eixo 1 são três itens a serem alcançados; o Desenvolvimento do Fórum Distrital é o primeiro, que tem como objetivo mobilizar o maior número de empresários em torno do projeto integrando-os ao planejamento das atividades. Para isso o fórum precisa de uma periodicidade e com pautas divulgadas para dar maior transparência e com finalidade de discutir de maneira ampla os objetivos do projeto, problemas ou atividades a serem desenvolvidas. O Fortalecimento da Cultura Associativa é outro item, que trabalha a integração dos empresários, tanto na compra e venda assim como na produção dos produtos, buscando reforçar as parcerias e motivando ações em conjunto quando existe oportunidade no mercado. O último item do Eixo 1 é a Criação de Centros de Serviço, pois a medida que os empresários se organizam, a demanda de serviços especializados passa a crescer e é necessário ter uma dinâmica industrial com esses serviços conectados.

Seguindo a linha metodológica dos mesmos autores, o Eixo 2 trabalha na parte de dentro das empresas, dividido novamente em três itens; Melhoria da Gestão Empresarial é o primeiro, que foca no empresário e suas habilidades de gestão, principalmente nos aspectos de formação de custos e preço de venda, mapeamento de processos e a própria gestão empresarial. A Melhoria da Qualidade dos Produtos é o segundo item, que procura

trabalhar na adequação dos produtos ao mercado através de algumas atividades ou cursos desenvolvidos. E o último item do Eixo 2 é o Aumento de Produtividade, que nada mais é que uma consequência da melhoria de gestão e do produto.

O Eixo 3 trata do acesso a novos mercados, o que é de fundamental importância para o crescimento das empresas e do APL em si, é subdividido em 2 itens, o primeiro é o próprio Acesso a Novos Mercados, e são usadas algumas atividades para alcançar esse objetivo como missões empresariais, participação em feiras, fortalecimento das próprias feiras, capacitação em marketing, estudos de mercado, apoio na elaboração de catálogos de empresas e outros. O segundo item trata da Internacionalização do Arranjo Produtivo Local, onde as atividades apresentadas até então podem ser utilizadas para o alcance internacional.

4 CAPÍTULO III – PESQUISA DO SEBRAE COM AS MICROCERVEJARIAS DA REGIÃO DA GRANDE FLORIANÓPOLIS

O presente capítulo está fundamentado na pesquisa financiada e realizada pelo SEBRAE, intitulada UAC – DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES GRANDE FLORIANÓPOLIS – ESPECÍFICO CERVEJARIAS, Mensuração Intermediária dos Resultados (T1), publicada em abril de 2018.

O público-alvo da pesquisa foram potenciais empresários e pequenos negócios no setor cervejeiro de cidades turísticas da região da Grande Florianópolis (Florianópolis, Palhoça, Rancho Queimado, Santo Amaro da Imperatriz, São José e Tijucas) (SEBRAE, 2018).

As variáveis analisadas foram as seguintes: fortalecimento da governança; integração da cadeia de valor; melhoria da experiência turística; reposicionamento de destino turístico; inovação e tecnologia; ampliação de mercado; elevação da qualidade e agregação de valor aos serviços e produtos turísticos (SEBRAE, 2018).

O objetivo da pesquisa é identificar o nível de:

[...] competitividade e a sustentabilidade dos pequenos negócios da cadeia de valor do turismo da região turística Grande Florianópolis, promovendo um modelo de desenvolvimento baseado na modelagem de Destinos Turísticos Inteligentes (SEBRAE, 2018, p.5).

A pesquisa é referente a um levantamento quantitativo sistemático, que é reproduzido com certa periodicidade e com o mesmo elenco de questionamentos, visando a comparação dos resultados obtidos no período dos estudos, através de questionário para a coleta de informações e a forma de abordagem foi por telefone (SEBRAE, 2018).

4.1 A Caracterização das Cervejarias na Pesquisa Realizada pelo SEBRAE

O perfil das empresas entrevistadas foram os seguintes: 1 Microempresa (faturamento anual de até R\$360.000,00) e 6 Empresas de Pequeno Porte (faturamento anual de R\$360.000,00 até R\$4,8 milhões), totalizando 7 empresas entrevistadas (SEBRAE, 2018). Este parâmetro indica que pode haver um crescimento das empresas, o que é um ponto positivo, pois o mercado continua em ascensão.

Das 7 empresas entrevistadas, em 2016 havia um total de 53 pessoas ocupadas nas empresas, ao final de 2017 as mesmas empresas possuíam 67 pessoas ocupadas

(SEBRAE, 2018), isso pode ser um indicador de que o ramo das microcervejarias pode contribuir com a geração de emprego e renda na região.

O faturamento médio das empresas que foram entrevistadas passou de R\$750.000,00 no ano de 2016 para R\$1.156.000,00 ao final de 2017, representando um aumento superior a 50% (SEBRAE, 2018), outro parâmetro que mostra que tanto as empresas quanto o mercado podem crescer ainda mais.

O custo total das mesmas empresas, usando o cálculo de mediana, era de R\$400.000,00 em 2016 e o valor do ano seguinte foi de R\$294.000,00, uma redução de mais de 30% (SEBRAE, 2018). Quanto mais uma empresa economiza, mais ela pode investir nela mesma, portanto a redução de custo é um parâmetro positivo.

Houve uma diminuição do número de clientes em carteira, que em 2016 era de 60 e em 2017 passou a ser de 50 (SEBRAE, 2018). A quantidade de clientes fiéis pode ter diminuído, a princípio pode ser uma coisa ruim, porém, não se sabe se houve junções de clientes, ou se um cliente faliu e os consumidores passaram a utilizar os serviços de outras empresas que também são clientes das cervejarias. Por mais que a quantidade de clientes diminuiu, os outros parâmetros foram positivos.

No quesito produtos novos ou aperfeiçoados houve uma melhoria, em 2016 essa condição era encontrada em 85,7% das empresas, e em 2017 passou a ser encontrada em todas elas (SEBRAE, 2018). O aperfeiçoamento de produtos é muito importante para um APL, pois a Qualidade e Certificação de produtos é um item importante para o Eixo 2 já estudado posteriormente, vale mencionar que também é muito bom para fomentar a Competitividade, item do Eixo 3.

As empresas apresentaram num índice de 0 a 100 no quesito inovação 84,29 pontos na medição de 2017, ultrapassando o que era esperado para o tal ano (SEBRAE, 2018), outro ponto importante para um APL, as empresas não podem estagnar seu crescimento, e a inovação, assim como o aperfeiçoamento de produtos, podem melhorar alguns itens como a Qualidade e Certificação e a Produtividade, ambas do Eixo 2, além da Competitividade, Eixo 3.

O índice de responsabilidade social foi de 69,72 pontos na primeira medição, em 2016, na segunda, em 2017, a pontuação aumentou para 76,43 em uma escala de 0 a 100 pontos (SEBRAE, 2018), isso estimula a Participação (Eixo 1) das empresas em si para a proposta de um APL, podendo também trabalhar na Inclusão (Eixo 1) das mesmas. A responsabilidade social pode ser também uma boa estratégia de marketing.

O SEBRAE faz consultorias com as empresas, este também foi um quesito analisado pelo estudo, e 42,9% das empresas não mostraram interesse em consultorias tecnológicas, por outro lado, 42,9% das empresas mostram ter necessidade deste suporte, principalmente na área de finanças, marketing e produção (SEBRAE, 2018). Este é um ponto a ser melhorado, pois o SEBRAE é quem traz a proposta de APL para o Brasil, servindo de mediador e prestando consultorias, seria interessante se mais empresas procurassem o SEBRAE para que o APL fosse desenvolvido na região.

O estudo aponta que as empresas são cautelosas na escolha de fornecedores, usando como critério o cumprimento de prazos de entrega, qualidade e preços competitivos, 71,4% das empresas entrevistadas usam esses critérios para a escolha de fornecedores (SEBRAE, 2018). Com o advento de um APL esse aspecto poderia ser melhorado, pois as empresas trabalhariam juntas por melhores preços, qualidade e prazo de entrega.

Em se tratando de documentações específicas para ordens/solicitações de compras as empresas ficam divididas, pois 57,1% das empresas não possuem documentação alguma e 42,9% delas apresentam todos os itens necessários (SEBRAE, 2018). Os APLs trabalham com a criação de Centro de Serviços, pois nesses centros as empresas podem se juntar para que fossem contratados funcionários capazes de lidar com questões específicas, uma proposta que se dividido em várias empresas, sai mais barato que cada uma individualmente contratar serviços terceirizados.

O estudo mostra que 71,4% das empresas não terceiriza nenhuma etapa de seus processos produtivos, porém, em se tratando de serviços administrativos todas as empresas terceirizam pelo menos um serviço dessa área (SEBRAE, 2018). Outra melhora que o Centro de Serviços do APLs, mencionado anteriormente, poderia resolver com a contratação de funcionários para lidar com serviços administrativos.

Quanto a estratégia dos 4 Ps do marketing (Preço, Praça, Produto e Promoção), 57,1% das empresas conhecem e utilizam todos os Ps, e 57,1% delas afirmam que possuem equipes exclusivas de vendas mas não focando somente nessa estratégia (SEBRAE, 2018). Uma das propostas do APL no Eixo 3 é a Análise e Prospecção de Mercado, as empresas podem se juntar para ter acesso a novos mercados, e a estratégia dos 4 Ps pode ser um ganho a mais para um melhor desempenho.

No quesito desenvolvimento de tecnologias, as empresas se mostram bastante interessadas na utilização dessa ferramenta como estratégia, pois 85,7% das empresas consideram esse quesito parte importante para se manterem competitivas, além de 43%

das empresas terem desenvolvido parcerias com universidades e institutos de pesquisa (SEBRAE, 2018). Estimular a competitividade é uma boa estratégia para fazer as empresas crescerem e a parceria com universidades e institutos de pesquisa, como o SEBRAE, pode ser bastante válido para as empresas, pois pesquisa e desenvolvimento podem ter como consequências a melhora na produção e nos produtos, inovações entre outros aspectos positivos.

Por fim, utilizando o índice MEG (Modelo de Excelência da Gestão) de competitividade mostrou que nesse quesito as empresas tiveram uma elevação, que era de 74,95 em 2016 e passou para 79,92 em 2017 numa escala de 100 pontos (SEBRAE, 2018).

4.2 O Que Falta para se Concretizar um APL

A possibilidade de pôr em prática um APL no ramo das microcervejarias da região da Grande Florianópolis é o ponto principal deste estudo. Juntando toda a parte teórica vista anteriormente com a situação atual das empresas, pode-se ter um parâmetro de o quão avançada ou não está a proposta.

O Quadro 3 mostra um esquema da relação entre a Estrutura dos Eixos de um APL e os indicadores da pesquisa do SEBRAE sobre os estágios em que as cervejarias da Grande Florianópolis se encontram.

Quadro 3: Relação entre a Estrutura dos Eixos do APL x Indicadores da Pesquisa do SEBRAE do estágio das Cervejarias da Região da Grande Florianópolis

Eixo I	Ações	Atitudes	Metas
	Participação	Inclusão	Lucidez
	Pequena e Micro Empresa	4 pessoas/empresa entre Sócios e Funcionários	Projeção de Faturamento
	Terceirização do Serviço Administrativo	Responsabilidade social como estratégia da empresa	Número de Clientes em Carteira
		Índice de Responsabilidade Social	Produtos novos ou Aperfeiçoados
		Seleção de Fornecedores	
Eixo II	Ações	Atitudes	Metas
	Gerencia e Financiamento da Produção	Qualidade e Certificação	Produtividade
	Melhoria do Sistema de Produção	Esforços para Inovação	Eficiência Energética
	Eficiência Energética	Ideias e Oportunidades de Inovação	Melhoria do Sistema de Produção
	Documentação para Ordens de Compra	Índice de Inovação	Desenvolvimento de Tecnologias
	Terceirização do Serviço Administrativo	Desenvolvimento de Tecnologias	Parcerias com Universidades e Centros de Pesquisas
		Parcerias com Universidades e Centros de Pesquisas	
Eixo III	Ações	Atitudes	Metas
	Análise e Prospecção de Mercado	Competitividade	Internacionalização do APL
	Consultoria Tecnológica SEBRAE	Eficiência Energética	
	Vendas e Marketing	Melhoria do Sistema de Produção	
	Equipe de Vendas		

Fonte: Organizado pelo autor

A partir do Quadro anterior, foi elaborado o Quadro 4 para esquematizar a situação atual das cervejarias da região da Grande Florianópolis e verificar a que nível elas estão de um Arranjo Produtivo Local.

Quadro 4: Status das Cervejarias do região da Grande Florianópolis em relação ao Status de um Arranjo Produtivo Setorial Cervejeiro

Eixo I	Ações	Atitudes	Metas
	Participação	Inclusão	Lucidez
Resultados	Constituição de Fórum Distrital	Fortalecimento da Cultura Associativa	Criação de Centro de Serviços
	<i><u>Inexiste Fórum Distrital Consolidado</u></i>	<i><u>A cultura associativa precisa ser fortalecida dentro do segmento empresarial.</u></i>	<i><u>Será preciso avançar para a criação de centro de serviços e de processos de incubação de projetos.</u></i>
Eixo II	Ações	Atitudes	Metas
	Gerência e Financiamento da Produção	Qualidade e Certificação	Produtividade
Resultados	Melhoria da Gestão Empresarial	Melhoria da Qualidade dos Produtos	Aumento da Produtividade
	<i><u>As ações precisariam ser intensivas para o conjunto das empresas, visando a padronização com vistas a internacionalização dos produtos e serviços.</u></i>	<i><u>A adoção dos programas de qualidade e de certificação deveriam ser setoriais para redução de custos operacionais e de implantação</u></i>	<i><u>Deverão ser estabelecidos critérios de competitividade, em processos, produtos, serviços, atendimento de clientes, etc.</u></i>
Eixo III	Ações	Atitudes	Metas
	Análise e Prospecção de Mercado	Competitividade	Internacionalização do APL
Resultados	Acesso a Novos Mercados	-	Internacionalização do APL Cervejeiro
	<i><u>Será preciso desenvolver um observatório de avaliação de benchmarking para o setor de cervejarias a partir de prospecção tecnológica e de mercado.</u></i>	<i><u>A competitividade não deverá ficar restrita a redução dos custos de produção e de qualidade, mas atender os requisitos internacionais para exportação dos seus produtos e serviços</u></i>	<i><u>O Setor não está em estágio de internacionalização</u></i>

Fonte: Organizado pelo autor.

No Eixo I um dos primeiros passos a dar é a constituição de um fórum distrital, que ainda é inexistente, sendo um ponto importante a focar para que se tenha a consolidação de um APL do ramo cervejeiro na região. Ainda no mesmo Eixo foi visto que a cultura associativa ainda precisa ser fortalecida entre as empresas do ramo, além de ainda estar precária a ideia da criação de centros de serviços assim como o processo de incubação de projetos. De um modo geral, o Eixo I ainda precisa ser trabalhado para que o APL seja consolidado.

Já o Eixo II precisa de uma melhoria nas ações, que precisam ser mais intensivas para alcançar os objetivos do Eixo, as empresas precisam padronizar os produtos e serviços com vistas à internacionalização. Continuando no mesmo Eixo ainda precisam ser adotados programas de qualidade e certificação para reduzir custos operacionais e de implantação, ainda deverá ser estabelecidos critérios de competitividade em alguns dos produtos, serviços, processos de fabricação, atendimento aos clientes, entre outros, portanto, o Eixo II, assim como o Eixo I, ainda precisa ser desenvolvido para que o objetivo de um APL seja implementado.

Quanto ao Eixo III será preciso desenvolver um observatório de avaliação de *benchmarking* a partir de prospecções de tecnologia e de mercado para que haja um desenvolvimento do setor cervejeiro nesse aspecto. A competitividade, que é restrita à redução de custos de produção e até mesmo da qualidade do produto, deverá atender aos requisitos internacionais para que os produtos e serviços sejam competitivos internacionalmente, ou seja, atualmente o setor ainda não está preparado para o mercado internacional.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O intuito inicial deste trabalho era pesquisar o mercado de cervejarias artesanais da Grande Florianópolis, para descobrir algumas questões, do tipo: a ascensão do mercado, a geração de emprego e renda, as tecnologias e mão de obra especializada empregada na área, entre outras.

Esse projeto inicial não obteve sucesso devido à falta de colaboração por parte das empresas, que não demonstraram interesse em colaborar com o desenvolvimento de um trabalho acadêmico.

Portanto, foi escolhida outra metodologia em detrimento à ideia inicial, pois as informações adquiridas exigiam apenas pesquisa bibliográfica, o que possibilitou que o estudo seguisse uma linha de raciocínio complementar a primeira ideia.

O objetivo principal do trabalho passou a ser buscar um melhor conhecimento do mercado das microcervejarias da região da Grande Florianópolis, assim como saber como estava sendo o crescimento deste ramo do mercado, tendo vistas à implantação de um Arranjo Produtivo Local – APL, e sua capacidade de fomentar a economia, gerando emprego e renda para o local.

Por conta do exposto, o estudo levou em conta a metodologia PROMOS, do SEBRAE, que mostra como poderia ser implementado um APL a partir de 3 Eixos: dinâmica de distrito, desenvolvimento empresarial e organização da produção e informação e acesso a mercados.

Como visto ao longo do trabalho, as empresas do ramo de cervejas artesanais da região da Grande Florianópolis ainda precisariam focar mais no objetivo de implementação do APL, pois nos 3 Eixos descritos. De um modo geral, as empresas ainda apresentam-se em um estágio muito inicial do processo, dificultando assim, por hora, a implementação de um Arranjo Produtivo Local, ainda causando um baixo impacto na geração de emprego e renda da região.

Muito ainda precisa ser melhorado, principalmente nas fases iniciais de processo, para que, paulatinamente, cada item dos 3 Eixos seja cumprido e assim possa ser concretizado o APL no ramo das microcervejarias da região da Grande Florianópolis.

REFERÊNCIAS

- BARRETO, Maria Claudia Gonçalves. **Desigualdades regionais, disparidades de renda e condições sociais: uma análise dos estados da região sudeste.** UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA. Programa de Pós-Graduação em Economia. Uberlândia, 2010.
- BRAGA, Tania Moreira. **Desenvolvimento local endógeno entre a competitividade e a cidadania.** R. B. Estudos Urbanos e Regionais, n°5, maio de 2002.
- CAMINHO CERVEJEIRO. **Caminho cervejeiro da grande floripa.** Disponível em: <<http://caminhocervejeiro.com.br/home/>>. Acesso em: 5 de maio 2018.
- CAPORALI, Renato; VOLKER, Paulo (Orgs.). **Metodologia de desenvolvimento de arranjos produtivos locais: Projeto Promos.** Brasília: Sebrae, 2004.
- COELHO-COSTA, Ewerton Rubens. A bebida de Ninkasi em terras tupiniquins: o mercado da cerveja e o turismo cervejeiro no Brasil. **Revista Iberoamericana de Turismo.** Penedo, vol. 5, n. 1, p. 22-41, 2015.
- DANTAS, Vitória Nascimento. **A trajetória da cultura cervejeira e sua introdução no Brasil.** UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA. Bacharelado Interdisciplinar em Ciências Humanas. Juiz de Fora, 2016.
- EGLER, Claudio A. G. **Subsídios à caracterização e tendências da rede urbana no Brasil: Configuração e dinâmica da rede urbana.** Petrópolis, mar. 2001.
- GARBIN, Ramon Figueira. **Turismo cervejeiro: a cerveja artesanal brasiliense.** UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA. Mestrado profissional em turismo. Brasília, 2017.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **IBGE divulga rendimento domiciliar per capita de 2016.** Diretoria de Pesquisas, fev. 2017.
- INSTITUTO DA CERVEJA. **Guia completo: entenda como está o mercado de cervejas no Brasil.** Disponível em: <<https://www.institutodacerveja.com.br/blog/n156/novidades/guia-completo-entenda-como-esta-o-mercado-de-cervejas-no-brasil>>. Acesso em: 16 jan. 2018.
- LIMBERGER, Silvia Cristina. **Estudo geoeconômico do setor cervejeiro no Brasil: estruturas oligopólicas e empresas marginais.** UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA. Programa de Pós-Graduação em Geografia. Florianópolis, 2016.
- MARCUSSO, Eduardo Fernandes; MÜLLER, Carlos Vitor. **Anuário da Cerveja no Brasil.** Disponível em: <<http://www.agricultura.gov.br/assuntos/inspecao/produtos-vegetal/a-cerveja-no-brasil>>. Acesso em: 15 de maio 2018.
- MINISTÉRIO DA INDÚSTRIA, COMÉRCIO EXTERIOR E SERVIÇOS. **APL.** Disponível em: <<http://www.mdic.gov.br/index.php/competitividade-industrial/arranjos-produtivos-locais>> . Acesso em: 2 de maio 2018.
- SANTA CATARINA. Lei n° 14.961/2009, 03/12/09. Dispõe sobre o incentivo à produção de cervejas e chopes artesanais. **Governo do Estado de Santa Catarina.** Florianópolis, 3 dez. 2009.
- SANTOS, Rafael dos. **As microcervejarias catarinenses: da gênese à dinâmica atual.** UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA. Programa de Pós-Graduação em Geografia. Florianópolis, 2013.

SEBRAE. UAC – **Destinos turísticos inteligentes grande Florianópolis específico cervejarias**, mensuração intermediária de resultados (t1). Abril, 2018.