

Adaptação das cervejarias artesanais da região da grande Florianópolis durante a pandemia: estratégias para manter a produção e comercialização de cervejas artesanais em meio à crise.

Fabio Junior Medeiros¹, Antônio Augusto Alves Pereira²

Resumo

A pandemia do COVID-19 afetou significativamente o setor de cervejas artesanais na região da Grande Florianópolis, com a redução das vendas e o fechamento de bares e restaurantes. Neste contexto, as cervejarias artesanais precisaram adotar estratégias de adaptação para manter a produção e a venda de cervejas artesanais. O presente trabalho tem como objetivo analisar as estratégias de adaptação adotadas pelas cervejarias artesanais da região da Grande Florianópolis durante a pandemia do COVID-19. A metodologia utilizada foi a realização de entrevistas presenciais com representantes das cervejarias artesanais da região, seguida de análise de conteúdo de forma qualitativa. Os resultados indicam que as cervejarias artesanais adotaram estratégias como a venda online, o delivery, novas formas de envase e investimentos em pontos próprios para comercialização. As estratégias adotadas permitiram que as cervejarias artesanais mantivessem a produção e a venda de cervejas artesanais, mesmo em um cenário de crise econômica e sanitária.

Palavras-chave: cervejarias artesanais, pandemia, microcervejaria

Abstract

The COVID-19 pandemic significantly affected the craft beer sector in the Grande Florianópolis region, with reduced sales and the closure of bars and restaurants. In this context, craft breweries needed to adopt adaptation strategies to maintain the production and sale of craft beers. The present work aims to analyze the adaptation strategies adopted by craft breweries in the Grande Florianópolis region during the COVID-19 pandemic. The methodology used was face-to-face interviews with representatives of craft breweries in the region, followed by qualitative content analysis. The results indicate that craft breweries had adopted strategies such as online sales, delivery, new forms of packaging and investments in their own commercialization points. The adopted strategies allowed craft breweries to maintain the production and sale of craft beers, even in a scenario of economic and health crisis.

Keywords: craft breweries, pandemic, micro brewery

¹ Acadêmico do curso de Agronomia do Centro de Ciências Agrárias da Universidade Federal de Santa Catarina, Rod. Admar Gonzaga, 1346, Bairro Itacorubi, Caixa postal 476, CEP 88034-000, Florianópolis, SC, Brasil.

² Professor Associado, Depto de Engenharia Rural, Centro de Ciências Agrárias, Universidade Federal de Santa Catarina. Rod. Admar Gonzaga, 1346, Bairro Itacorubi, Caixa postal 476, CEP 88034-000, Florianópolis, SC, Brasil.

Introdução

A cerveja é uma das bebidas alcoólicas mais antigas consumidas pelo homem. Na antiga Suméria, região histórica da Mesopotâmia, onde a humanidade empreendeu seus primeiros projetos de agricultura, acredita-se que acidentalmente cereais expostos à chuva maltearam, convertendo o amido dos grãos em açúcar. O açúcar em contato com leveduras nativas produziram álcool, (Morado 2017) Entre 5.000 e 1.750 A.C. os sumérios estabeleceram os primeiros processos para criar o malte (Morado, 2017).

No Brasil, a cerveja teve seus primeiros registros no século XVII, trazida por Maurício de Nassau a Recife, no estado de Pernambuco (Coutinho, 2019). O Brasil se destaca como o terceiro maior produtor de cerveja do mundo, atrás apenas da China em primeiro lugar e seguida pelos Estados Unidos (MAPA 2021). De acordo com o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento - MAPA, em 2021 o número de estabelecimentos produtores de cerveja registrados atingiu a marca de 1.549, conforme mostra a Figura 1, o que representa um aumento de 12,0% em relação ao ano anterior, quando havia 1.383 cervejarias registradas. Em 2021 foram registradas 200 novas cervejarias e outras 34 cancelaram seus registros, o que corresponde a um aumento líquido de 166 cervejarias em relação ao ano anterior.

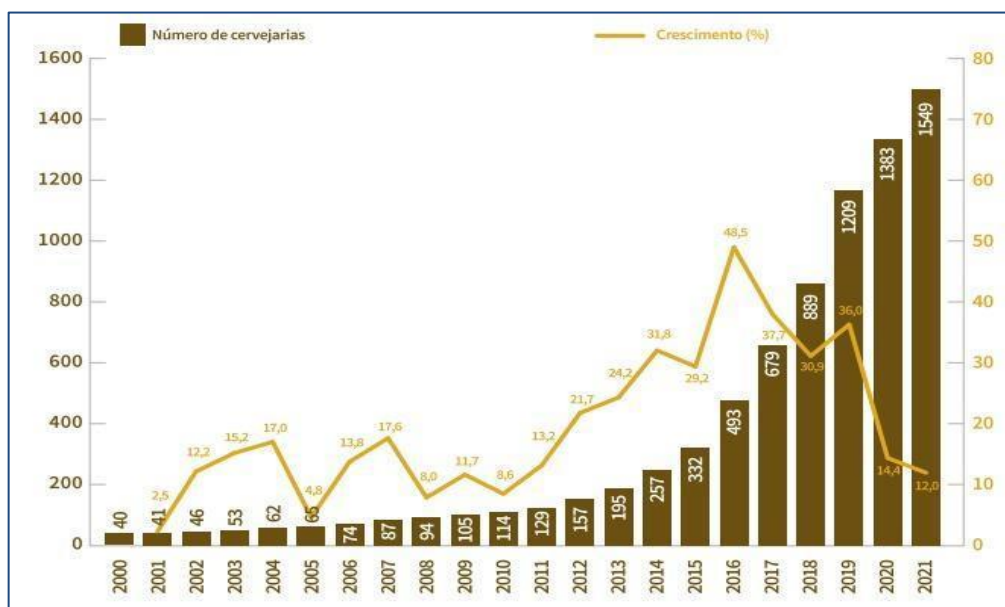


Figura 1. Evolução do número de cervejarias no Brasil e taxas de crescimento

Fonte: MAPA (2021).

Santa Catarina é um dos estados com grande destaque nacional com relação à existência de cervejarias artesanais, onde a cultura europeia é muito presente, com destaque para a cultura alemã, fato este que contribui para a tradição do consumo e produção de cerveja

(VARGAS, 2011). Também no estado, existem diversos eventos ligados à cerveja, como a Oktoberfest e o Festival brasileiro da cerveja, ambos na cidade de Blumenau.

No estado de Santa Catarina, o número de cervejarias apresenta um crescimento contínuo ano após ano, sendo que em 2011 havia 29 estabelecimentos registrados, número que subiu para 238 cervejarias, um crescimento de 820% (MAPA, 2021). Apesar destes números muito otimistas, a partir de 2020 devido à pandemia e a crise econômica houve o fechamento de 37 cervejarias catarinenses e uma redução na velocidade de abertura de novos empreendimentos do setor cervejeiro.

Segundo dados do SEBRAE (2018), as cervejarias artesanais desempenham um papel importante na região da Grande Florianópolis, tanto do ponto de vista econômico quanto cultural. Algumas das principais razões que destacam a importância dessas cervejarias são:

1. Estímulo à economia local: as cervejarias artesanais da região fornecem empregos diretos e indiretos, o que contribui para a dinamização da economia local e fomenta o desenvolvimento de fornecedores locais.
2. Atração de turistas: As cervejarias artesanais são um importante atrativo turístico na região, atraindo visitantes interessados em conhecer os diferentes tipos de cervejas produzidos localmente, além de participar de eventos e festivais cervejeiros.
3. Valorização da cultura cervejeira: As cervejarias artesanais da região promovem a valorização da cultura cervejeira, resgatando tradições e histórias relacionadas à produção de cerveja na região. Além disso, elas também têm um papel na difusão da cultura cervejeira, levando conhecimento e educação sobre a produção e apreciação de cervejas artesanais para a população local e turistas.
4. Inovação e qualidade: As cervejarias artesanais são conhecidas pela produção de cervejas de alta qualidade e pela busca constante por inovação e novos sabores, tendo um papel importante na diversificação do mercado cervejeiro, oferecendo opções para diferentes gostos e estilos.

Portanto, a importância das cervejarias artesanais da Grande Florianópolis está relacionada à geração de emprego e renda, valorização cultural, turismo e inovação (Abracerva, 2018). Além disso, elas têm um papel importante na promoção do consumo consciente de bebidas alcoólicas, incentivando o consumo de cervejas de qualidade, produzidas de forma sustentável e responsável.

A pandemia de COVID-19 no Brasil, segundo o ministério da saúde, teve início em fevereiro de 2020, com acima de 37 milhões de casos confirmados e acima de 700 mil mortes. A pandemia afetou drasticamente a economia do país, ocasionando uma retração no Produto

interno bruto (PIB), gerando uma grave crise econômica, que atingiu diversos setores. Assim como em outros setores da economia, a pandemia teve impactos significativos no setor de cerveja artesanal na região da Grande Florianópolis, podendo ser destacados principalmente a redução no volume de vendas, dificuldades de abastecimento, aumento nos custos de produção, cancelamento de eventos e queda no turismo da região.

O presente artigo tem como objetivo analisar as estratégias de adaptação adotadas pelas cervejarias artesanais da região da Grande Florianópolis durante a pandemia do COVID-19.

Materiais e Métodos

O presente trabalho de pesquisa se caracteriza como um estudo de caso realizado por meio de entrevistas abertas, de forma presencial, com representantes das cervejarias artesanais da região da Grande Florianópolis, SC, em suas sedes, nos municípios de Antônio Carlos, Florianópolis, Palhoça, Santo Amaro da Imperatriz, São José e Rancho Queimado, no período compreendido entre novembro de 2022 e fevereiro de 2023. Foram selecionadas cervejarias artesanais sócias da União Cervejeira Grande Florianópolis, sendo que sete cervejarias se dispuseram a participar da pesquisa. As entrevistas foram gravadas e após sua transcrição foi feita a análise de conteúdo de forma qualitativa, utilizada para identificar as estratégias de adaptação adotadas pelas cervejarias artesanais. Segundo GIL (1991), uma pesquisa qualitativa examina evidências baseadas em dados verbais e visuais para entender um fenômeno em profundidade. Portanto seus resultados surgem de dados empíricos, coletados de forma sistemática, através de entrevistas feitas pelo pesquisador em uma conversa com o participante, conduzida com a ajuda de um roteiro, para guiar os principais pontos que precisam ser abordados. Considera que há uma estreita relação dinâmica entre o mundo real e o sujeito, isto é, criando um vínculo indissociável entre o mundo objetivo e a subjetividade do sujeito que não pode ser traduzido em números exatos. A interpretação dos fenômenos e a atribuição de significados são básicas no processo de pesquisa qualitativa. Não necessita o uso de métodos e técnicas estatísticas. O ambiente natural é a principal fonte direta para coleta de dados e o pesquisador é o instrumento-chave. É descritiva. Os pesquisadores tendem a analisar seus dados indutivamente. O processo e seu significado são os focos principais de abordagem. Um estudo de caso é definido como uma estratégia de pesquisa voltada à análise de um determinado indivíduo, grupo, comunidade ou organização, para examinar aspectos variados de sua trajetória (Cervo e Bervian,2002).

Resultados e discussão

As entrevistas realizadas permitiram obter informações da capacidade das cervejarias artesanais que colaboraram com a pesquisa:

- Bertol Craft Beer: com sede em São José, possui uma produção média de 3.500 litros de cerveja por mês, sendo o barril sua principal forma de envase e comercialização, diretamente na fábrica e em um bar próprio.
- Cervejaria Faixa Preta: com sede em Santo Amaro da Imperatriz, e uma produção média de 10.000 litros de cerveja por mês, utiliza o barril e garrafas de vidro como suas formas de envase, distribuindo em bares e pontos de comércio da região.
- Kairós Cervejaria: com sede em Florianópolis, produção média de 80.000 litros de cerveja por mês, com principais formas de envase o barril, garrafas de vidro e pet, com distribuição em bares, e diversos pontos de comércio da região.
- Liffey Cervejaria: com sede em Palhoça, com produção média de 20.000 litros de cerveja por mês, tendo o barril como sua principal forma de envase, e venda direta em brewpub e outros bares próprios.
- Cervejaria Loop: com sede em Antônio Carlos, produção média de 10.000 litros de cerveja por mês, utiliza barril como forma de envase, e venda em brewpub e outros bares próprios.
- Maltes Craft Beer: com sede em Florianópolis, possui produção média de 1.500 litros de cerveja por mês, utilizando o barril e garrafas de vidro como formas de envase, e venda em bares da região.
- Cervejaria Unika: com sede em Rancho Queimado, possui uma produção média de 20.000 litros de cerveja por mês, utilizando o barril, garrafas de vidro, pet e latas como formas de envase, e venda em bares próprios.

3.1. Impactos enfrentados pelas cervejarias artesanais durante a pandemia

Apresenta-se a seguir uma compilação das respostas obtidas nas entrevistas com referências aos problemas enfrentados pelas cervejarias durante a pandemia do COVID-19:

1. Redução das vendas: Com o fechamento de bares, restaurantes e eventos, as vendas de cervejas artesanais sofreram uma redução significativa, impactando diretamente na receita das cervejarias.
2. Dificuldades de abastecimento: A pandemia trouxe dificuldades logísticas para a obtenção de insumos e equipamentos, o que afetou a produção de cervejas artesanais.
3. Aumento dos custos de produção: A crise sanitária elevou os custos de produção, em especial com a adoção de medidas de segurança e higiene nas fábricas e

na entrega dos produtos.

4. Cancelamento de eventos: A pandemia trouxe o cancelamento de diversos eventos cervejeiros, que são importantes para a divulgação e venda dos produtos das cervejarias artesanais.

5. Queda no turismo: O turismo foi muito afetado pela pandemia, o que impactou diretamente no movimento dos bares, restaurantes e cervejarias artesanais da região. Estes impactos afetaram de forma significativa as cervejarias artesanais da região, que precisaram se reinventar e adotar novas estratégias para se manter no mercado. Além disso, a pandemia também trouxe desafios para a manutenção da qualidade e da produção sustentável de cervejas artesanais, o que exigiu a adoção de novas práticas e tecnologias para garantir a continuidade dos negócios.

3.2. Estratégias adotadas pelas cervejarias artesanais no período pandêmico

Foram citados pelos entrevistados algumas estratégias adotadas visando superar os problemas do período pandêmico:

3.2.1. Fortalecimento do e-commerce

Com o fechamento temporário de bares e restaurantes, as cervejarias artesanais passaram a investir em vendas online para manter seu faturamento, criando suas próprias lojas virtuais. Outras optaram por usar plataformas de e-commerce já existentes. Além disso, algumas cervejarias investiram em parcerias com aplicativos de entrega, como forma de facilitar a distribuição dos produtos.

3.2.2. Inovação nos produtos

Outra estratégia adotada pela maioria das cervejarias artesanais foi investir em novos produtos e formatos de embalagem, como garrafas pet (Figura 2) em diversos tamanhos, latas, venda direta de growlers, para atender o aumento da demanda por produtos individuais durante a pandemia. A adoção das garrafas PET como nova forma de envase, possibilitou para as cervejarias a abertura de novos pontos de venda, em locais antes não acessíveis para a cerveja artesanal, como redes de supermercado e mercados de bairros.

3.2.3. Investimentos em novas formas de comercialização

Após o início da pandemia e com as restrições impostas pelo Ministério da Saúde, surgiu a ideia em algumas cervejarias de abrir seus próprios bares, alguns junto à área de produção, os chamados *brewpubs*, o que implementou um gradativo aumento nas vendas e a conquista de novos públicos consumidores de cerveja artesanal. Uma cervejaria iniciou neste mesmo período a abertura da fábrica para visitação, com serviço completo de bar e

alimentação.

Com o direcionamento da entrevista diretamente para as questões referentes ao momento da pandemia, a totalidade dos representantes da cervejarias afirmaram ter ocorrido uma queda brusca nas vendas, (Figura 3), em alguns casos chegando a mais de 90% da produção, causando uma grave crise nas finanças das cervejarias, o que levou a necessidade de se fazer empréstimos para quitar as dívidas e para não precisarem demitir ninguém do quadro de funcionários, o que também foi constatado no trabalho de (KOHLIS, M et al, 2021). Das sete cervejarias entrevistadas, quatro se dispuseram a fornecer os dados de produção de cerveja nos anos de 2020 e 2021 (Figuras 3 e 4), dados que comprovam a gravidade da crise instalada no setor, e após as medidas tomadas houve um efetivo crescimento na produção e comercialização. Em questão as possíveis estratégias de enfrentamento às dificuldades encontradas no período pandêmico, os representantes citaram as inovações nos processos e produtos produzidos pelas cervejarias como melhores alternativas a serem tomadas, resultando nas ações já comentadas, resultados também de acordo com o encontrado no trabalho de (KOHLIS, M et al, 2021).



Figura 2. Envasadora adaptada com kit arrolhamento de garrafas PET.

Fonte: Arquivo do autor.

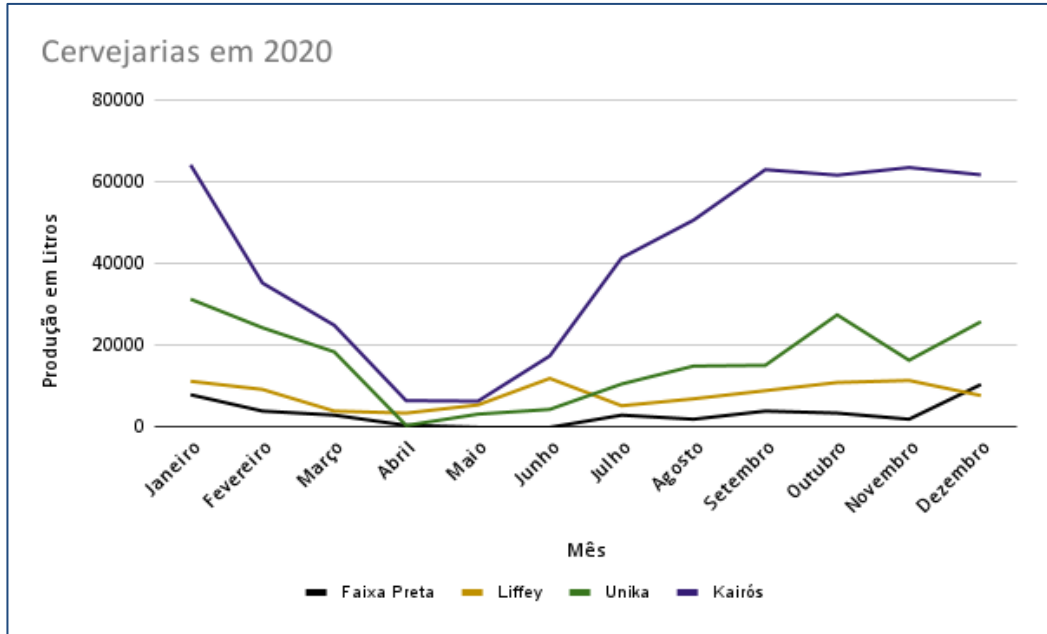


Figura 3. Produção de cerveja pelas cervejarias da Grande Florianópolis em Litros em 2020.
Fonte: Dados coletados de arquivos internos das cervejarias pelo autor.

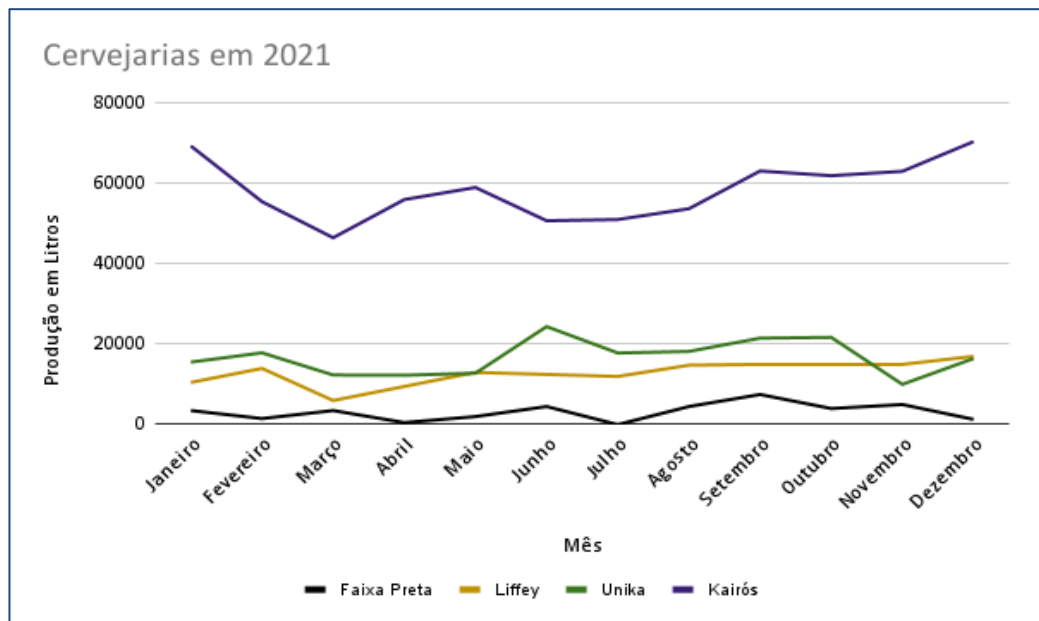


Figura 4. Produção de cerveja pelas cervejarias da Grande Florianópolis em Litros em 2021.
Fonte: Dados coletados de arquivos internos das cervejarias pelo autor.

Conclusões

Diante da crise decorrente da pandemia, as cervejarias artesanais da região da Grande Florianópolis enfrentaram diversos desafios e se reinventaram para sobreviver em um cenário incerto e volátil. A pesquisa permitiu constatar que, mesmo diante dos problemas, as cervejarias artesanais foram capazes de se adaptar, utilizando estratégias como a venda online, novas formas de envase de cerveja, venda direta de growlers, investimentos em bares próprios e a oferta de novos produtos e serviços, como a abertura das fábricas para visitação do público.

No entanto, também foram identificados problemas como a falta de apoio governamental e a redução no consumo de cervejas artesanais, o que gerou impactos negativos na produção e nas finanças das cervejarias. Sendo assim, é de suma importância que as autoridades e a sociedade em geral reconheçam a relevância do setor de cervejas artesanais e ofereçam suporte adequado para garantir sua sobrevivência e crescimento em momentos de problemas econômicos.

Por fim, a pesquisa ressalta a importância da capacidade de adaptação das empresas em momentos de crise e da utilização de estratégias inovadoras para superar desafios. Nesse sentido, as cervejarias artesanais da região da Grande Florianópolis demonstraram grande capacidade de superação e criatividade, o que pode servir de exemplo para outras empresas que enfrentam dificuldades em períodos de incertezas e crises financeiras.

Referências

ABRACERVA. **Análise: Evolução de Empregos do Setor de Cervejas de Janeiro a Outubro de 2018**. 2018. Disponível em <https://abracerva.com.br/2018/12/04/analise-evolucao-de-empregos-do-setor-de-cervejas-de-janeiro-a-outubro-de-2018/>. Acesso em 09/06/2023.

BELTRAMELLI, M. Cervejas, brejas e birras. 2ª edição. São Paulo: **Leya**, 2014. Disponível em <https://caminhocervejeiro.com.br/>. Acesso em 25/10/2022.

CERVO, A. L.; BERVIAN, P. A. **Metodologia científica**. São Paulo: Prentice Hall, 2002.

COUTINHO, C. A. T. **A Cerveja no Brasil de 1500 a 1799**. Disponível em: <https://www.cervesia.com.br/artigos-tecnicos/cerveja/historia-da-cerveja/3-a-cerveja-no-brasil-de-1500-a-1799-seculo-xvii-a-xix.html>. Acesso em 01/11/2022.

<https://covid.saude.gov.br/> Acesso em 09/06/2023.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 1991.

KOHL, M et al. Cervejarias artesanais: desafios, tendências e impactos frente a pandemia do covid-19. **Revista Prociências**, Pelotas, v.4, n.1, junho de 2021.

MAPA. **Anuário da Cerveja 2021**. Secretaria de defesa agropecuária. 2021. Disponível em <https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/inspecao/produtos-vegetal/arquivos/anuario-da-cerveja-2021.pdf>. Acesso em 01/11/2022

MORADO, R. **Larousse da cerveja**. São Paulo: Alaúde, 2017.

SEBRAE. O mercado de cervejas artesanais no Brasil e em Santa Catarina. Observatório de negócios. 2018. Disponível em <https://www.sebrae-sc.com.br/observatorio/cenarios-e-projecoes/o-mercado-de-cervejas-artesanais-no-brasil-e-em-santa-catarina>. Acesso em 09/06/2023.

VARGAS, Tiago da Cunha. **Competitividade e segmentação na indústria cervejeira: Uma Análise da Competitividade das Microcervejarias Catarinenses**. Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2011.