DESENVOLVIMENTO DO MERCADO LOCAL DE CERVEJA ARTESANAL: UM ESTUDO DE CASO EM UM FESTIVAL NO VALE DO PARANHANA-RS

DEVELOPMENT OF THE LOCAL CRAFT BEER MARKET: A CASE STUDY OF A FESTIVAL IN THE PARANHANA VALLEY-RS

Autores:
Elvis Alexandre Alves
Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Sistemas e Processos Agroindustriais da Universidade Federal do Rio Grande (FURG) campus Santo Antônio da Patrulha
E-mail: elvisalexandrealves@gmail.com
Alex Leonardi
Professor Adjunto no Programa de Pós-Graduação em Sistemas e Processos Agroindustriais da Universidade Federal do Rio Grande (FURG) campus Santo Antônio da Patrulha
E-mail: alleo123@hotmail.com
Vanclei Zanin
Professor Adjunto no Programa de Pós-Graduação em Sistemas e Processos Agroindustriais da Universidade Federal do Rio Grande (FURG) campus Santo Antônio da Patrulha
E-mail: vancleizanin@gmail.com
Fernanda Arnhold Pagnussatt
Professora Adjunta no Programa de Pós-Graduação em Sistemas e Processos Agroindustriais da Universidade Federal do Rio Grande (FURG) campus Santo Antônio da Patrulha
E-mail: nandapagnu@gmail.com

Grupo de Trabalho (GT): GT07. Desenvolvimento rural, territorial e regional

Resumo
As cervejarias artesanais se caracterizam pelo processo de produção, diferente da cerveja industrial ela é produzida em pequenas quantidades e tipos diversificados. No Brasil, o mercado de cerveja tem apresentado crescimento, sendo o terceiro maior produtor mundial, atrás apenas da China e dos Estados Unidos. Nesse sentido, o estado do Rio Grande do Sul (RS) destaca-se no cenário nacional, com 310 cervejarias, posicionando como o segundo estado com mais estabelecimentos cervejeiros no país. O objetivo deste estudo foi investigar o desenvolvimento do mercado local de cerveja a partir da percepção de produtores de cerveja artesanal. Foram entrevistados oito cervejarias que participaram de um festival no município de Rolante, Rio Grande do Sul, utilizando uma abordagem quantitativa e qualitativa. Em geral, os resultados apontam para um mercado de cervejarias artesanais em crescimento na região, com desafios a enfrentar, tendo como principal gargalo a tributação.
Palavras-chave: Cerveja artesanal, desenvolvimento, mercado.

Abstract

Craft breweries are characterised by their production process, which, unlike industrial beer, is produced in small quantities and diversified types. In Brazil, the beer market has been growing and is the world's third largest producer, behind China and the United States. In this sense, the state of Rio Grande do Sul (RS) stands out on the national scene, with 310 breweries, making it the second state with the most brewing establishments in the country. The aim of this study was to investigate the development of the local beer market from the perspective of craft beer producers. Eight breweries that took part in a festival in the municipality of Rolante, Rio Grande do Sul, were interviewed using a quantitative and qualitative approach. In general, the results point to a growing craft brewery market in the region, with challenges to face, the main bottleneck being taxation.

Key words: *Craft beer, development, market.*

1. Introdução

A indústria de cerveja artesanal tem se destacado cada vez mais devido à sua produção diferenciada e variedade de estilos. A cerveja artesanal se diferencia da cerveja industrial pelo seu processo de produção em pequenas quantidades, e tipos diversificados. No entanto, conforme Brasil (2023a), não há uma definição legal para os termos utilizados para classificar a cervejaria artesanal, microcervejaria, nanocervejaria, *craft brewery* e *brewpub*.

No Brasil, o mercado de cerveja tem mostrado crescimento, com um aumento no número de estabelecimentos em 2022. O país é o terceiro maior produtor mundial de cerveja, ficando atrás apenas da China e dos Estados Unidos (BRASIL, 2023a). O Brasil fechou o ano de 2022 com 1729 cervejarias, espalhadas por seus 26 estados e no Distrito Federal. No Rio Grande do Sul existem 310 microcervejarias, posicionando o estado como o segundo com mais estabelecimentos cervejeiros no país (BRASIL, 2023a).

Diante desse contexto, a pesquisa buscou responder a seguinte pergunta: Qual é a percepção dos produtores de cerveja artesanal em relação ao desenvolvimento do mercado local de cerveja artesanal? O objetivo deste estudo foi investigar o desenvolvimento do mercado local de cerveja a partir da percepção dos produtores de cerveja artesanal sobre diferentes aspectos relacionados ao setor. O estudo se destaca por abordar um nicho de mercado que é de grande importância para o Rio Grande do Sul, um estado com grande representatividade no mercado cervejeiro.

Para responder a essa questão, foram entrevistados 8 produtores de cerveja artesanal que participaram de uma feira realizada na cidade de Rolante, no estado do Rio Grande do Sul. Essa feira é conhecida na região e atrai tanto produtores quanto consumidores de diferentes partes do estado. Foi utilizada uma abordagem de pesquisa quantitativa e qualitativa, por meio da aplicação de um questionário estruturado com perguntas abertas e fechadas.

2. Referencial teórico

O referencial teórico tratado nesta seção faz uma contextualização da história da cerveja, bem como a caracterização das cervejarias artesanais e a conjuntura do mercado que elas estão inseridas.

2.1 Breve histórico

A cerveja é uma das bebidas mais populares e consumidas em todo o mundo. Desde as civilizações antigas até os dias de hoje, ela atravessou diferentes culturas e características, se adaptando e se reinventando ao longo do tempo. Para Morado (2017), a produção da cerveja surgiu há aproximadamente 9 mil anos, na antiga Mesopotâmia, região que atualmente corresponde ao Iraque. Evidências arqueológicas, como tabletes de argila, comprovaram a existência do consumo de cerveja (Morado, 2017; Pereira 2021). Conforme Pereira (2021), as terras férteis entre os rios Tigres e Eufrates também eram propícias para o plantio de cereais que eram usados para a fabricação da bebida.

Com o passar dos anos, a cultura da cerveja se espalhou por outras regiões do mundo, com destaque para a Europa, onde a bebida se tornou uma parte importante da cultura e da economia (Morado, 2017). Para Pereira (2021), com a migração de povos, principalmente com a expansão do império romano, a cerveja chega na Europa. Países que já consumiam bebidas fermentadas de frutas, principalmente vinho, começaram a produzir bebidas fermentadas à base de cereais, com incremento de ervas (Hornsey, 2016; Morado, 2017; Pereira, 2021). A cerveja teve influência nas grandes navegações, nas colonizações europeias e nas migrações

populacionais, a bebida se espalhou pelo mundo e assumiu diferentes estilos e características de acordo com as regiões (Morado, 2017).

Para Morado (2017), com a chegada de grandes leva de imigrantes no Brasil no início do século XIX, surgiram iniciativas de produção artesanal de cerveja para consumo próprio no Sul e no Sudeste do país. Em 1880 se instalaram no Rio de Janeiro as primeiras máquinas frigoríficas que produziam gelo artificial, resolvendo assim o problema de fermentação das cervejas, ponto crucial para a padronização da bebida, nessa mesma época surgiram as marcas Brahma e Antarctica, marcas dominantes no mercado nacional até os dias de hoje (SANTOS, 2004). Essas marcas atualmente pertencem a empresa AB InBev, maior fabricante de cerveja do mundo.

2.2 Cervejaria artesanal

A cerveja artesanal é caracterizada pelo seu processo de produção, diferente de uma cerveja industrial, que tem como característica a produção em massa. Esse produto é produzido em pequenas quantidades e em diferentes estilos. Conforme o Anuário da Cerveja de 2022, não existe definição legal para termos como cervejaria artesanal, microcervejaria, nanocervejaria, *craft brewery* e *brewpub*, entre outros (BRASIL, 2023a). Esses termos, geralmente, são usados por entidades do setor para classificações quanto à maneira de fabricar a cerveja e volume de produção.

Sgorla (2023), argumenta que as diferenciações de cervejas é fundamental para a criação de novas empresas, para entrar em mercados existentes, na medida em que os consumidores estão gradualmente procurando tipos especiais de produtos. Ainda para o autor, no caso da cerveja artesanal, os consumidores estão à procura de cerveja local, e também de rótulos especiais.

De acordo com o estatuto da ABRACERVA, Associação Brasileira das Cervejarias Artesanais, uma Microcervejaria Brasileira é uma empresa com sede no Brasil, de capital predominantemente nacional, com mais de 50% do capital pertencente a brasileiros. Essa empresa deve possuir registro de estabelecimento produtor junto ao Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) e produzir suas próprias marcas de cerveja, ou marcas de terceiros sob encomenda. Ela pode ou não comercializar seus produtos no próprio local. Além disso, a Microcervejaria Brasileira deve produzir até 50.000 hectolitros de cerveja por ano e não pode ter empresas do ramo cervejeiro, com produção superior a esse limite, como sócias (ABRACERVA, 2018).

Para Israel e Lopes (2017), microcervejarias são pequenas e médias indústrias produtoras de cervejas, com atuação regional, que procuram preencher o nicho de mercado representado por consumidores que buscam produtos de maior qualidade. As nanocervejarias também têm ganhado destaque entre os produtores de cervejas especiais, assim como as microcervejarias (Zago, 2018). No entanto, no Brasil, ainda não há uma definição oficial do volume de produção que classifica as nanocervejarias. De acordo com Zago (2018), a nomenclatura é utilizada pelos fabricantes de equipamentos e caracteriza produções menores que 300 litros por batelada.

Nos Estados Unidos, segundo Howlett (2013), nanocervejaria muitas vezes é definida como uma cervejaria que produz menos de 4 barris por ano. Como proposta para definir as cervejarias artesanais no Brasil a ABRACERVA sugeriu ao MAPA que fossem classificadas como nanocervejarias as pequenas cervejarias que produzem até 5 mil litros/mês (BRASIL, 2023b).

2.3 Mercado

Em todo o mundo, o mercado de cerveja tem crescido exponencialmente nos últimos anos, tanto em áreas rurais como urbanas, com a abertura de microcervejarias e a produção diversificada de cervejas (SGORLA, 2023). Conforme Brewers Journal (2017), em uma pesquisa realizada pela Alltech e The Brewers Journal, o número de cervejarias em todo o mundo em 2017 ultrapassou 19.000, representando 209 países e territórios pesquisados, 94% dessas cervejarias eram produtoras de cerveja artesanal. Os Estados Unidos, maior produtor de cerveja artesanal, possuía 4.750 cervejarias artesanais, de um total de 5.025 cervejarias. A pesquisa ainda traz Reino Unido e Alemanha como segundo e terceiro maiores produtores mundiais de cerveja artesanal (BREWERS JOURNAL, 2017).

O Brasil possui uma cervejaria registrada para cada 123.376 habitantes, essa marca representa um aumento de 10,4% na densidade cervejeira do país, que em 2021 era de 137.713 habitantes para cada estabelecimento (BRASIL, 2023a). De acordo com o Anuário da Cerveja, divulgado pelo Mapa, os números, referentes ao ano de 2022, mostram que o setor cervejeiro cresceu 11,6%, com a abertura de 180 novos estabelecimentos. O país ocupa a terceira posição como maior produtor mundial de cerveja, abaixo apenas da China e dos Estados Unidos (BRASIL, 2023a).

São Paulo é o estado com o maior número de estabelecimentos registrados com um total de 387, seguidos de Rio Grande do Sul com 310 e Minas Gerais com 222. Em 2022 foram exportados 200.588.542 kg de cerveja, um decréscimo de 16,8% em relação a 2021, contudo o produto teve uma valorização de 9,1%. As importações de cerveja também tiveram um decréscimo, 19,1%. O Brasil exportou para 79 países diferentes, enquanto que as importações tiveram 21 origens diferentes (BRASIL, 2023a). Esses números mostram a valorização do produto nacional.

2.4 Mercado de cerveja no Rio Grande do Sul

Segundo dados da Associação Brasileira da Indústria da Cerveja (CervBrasil) e Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (Caged), o Rio Grande do Sul conta com 310 cervejarias o que o coloca como o segundo estado com a maior quantidade de estabelecimentos do gênero no país (BRASIL, 2023a). Além disso, estima-se que o Estado possua cerca de 300 "cervejarias ciganas", que são marcas que não possuem fábrica própria e produzem de forma terceirizada (RIO GRANDE DO SUL, 2023).

No saldo de empregos de dezembro de 2023, do painel de informações do Novo CAGED, o estado conta com um saldo de 2263 trabalhadores na indústria de fabricação de chopes e cervejas (BRASIL, 2023c). As microcervejarias geram cerca de 54% das vagas de emprego do segmento no país, conforme os dados da CervBrasil e Caged (RIO GRANDE DO SUL, 2023). No entanto, apesar de representar uma parcela significativa do emprego, essas microcervejarias são responsáveis por aproximadamente 3% das cervejas produzidas no Brasil (RIO GRANDE DO SUL, 2023).

3. Metodologia

Neste estudo, utilizou-se uma abordagem de pesquisa quantitativa e qualitativa para investigar a percepção dos produtores de cerveja artesanal sobre diferentes aspectos relacionados ao setor. Esta pesquisa foi desenvolvida com o objetivo de coletar informações sobre o perfil e sobre a visão de produtores de cerveja artesanal, da Serra e dos vales do Sinos e Paranhana no estado do Rio Grande do Sul (RS), sobre o desenvolvimento do mercado local de cerveja.

No dia 02 de dezembro de 2023, no município de Rolante-RS, um festival de cerveja artesanal foi utilizado como objeto de pesquisa. Esse festival, bastante conhecido na região, atrai tanto produtores quanto consumidores de diferentes partes do estado, oferecendo uma variedade de cervejas artesanais, desde as tradicionais até as experimentais, além de contar com a presença de produtores locais.

Para esta pesquisa, foram entrevistados 8 cervejarias artesanais de um total de 12 que estavam expondo seus produtos na feira. A seleção dos participantes foi realizada de forma aleatória, com o intuito de garantir a representatividade da diversidade de produtores presentes no evento. Foi acordado com os participantes a omissão do nome da empresa, sendo substituído o nome pelas letras: **A, B, C, D, E, F, G e H**. As letras correspondem a ordem que os participantes foram entrevistados, sendo que o primeiro corresponde a letra **A**, o segundo a letra **B**, e assim por diante. As cervejarias entrevistadas são dos portes de Microempresa (ME) e Empresa de Pequeno Porte (EPP), classificação dada conforme a lei complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006 que Institui o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte (BRASIL, 2006).

Foi utilizado um questionário estruturado contendo 19 questões para coletar os dados necessários para a pesquisa. O questionário foi composto por perguntas abertas e fechadas, abrangendo uma variedade de tópicos, como a caracterização da empresa (cidade, tempo de atuação, porte, número de funcionários e volume de produção), produto (mix de produtos e o mais produzido) mercado (comercialização e estratégias de marketing adotadas e concorrência) e por fim, o questionário traz perguntas sobre as percepções sobre o mercado de cervejas artesanais, desafios, incentivos e oportunidades. A pesquisa buscou identificar os gargalos presentes nessas indústrias e as perguntas foram baseadas em estudos anteriores e em teorias relacionadas ao mercado de cerveja artesanal.

Os dados coletados nos questionários foram analisados utilizando técnicas de análise quantitativa e qualitativa. As respostas às perguntas fechadas foram tabuladas em gráficos. Já as respostas às perguntas abertas foram categorizadas e analisadas em relação aos principais temas identificados. A análise dos dados permitiu identificar padrões, gargalos, tendências e *insights* relevantes sobre a percepção de cervejarias em relação ao mercado de cerveja artesanal.

4. Resultados

Os resultados apresentados nesta seção mostram o perfil das empresas que participaram do estudo, informações sobre os produtos produzidos e a percepção das empresas sobre o ambiente, mercado e o desenvolvimento do setor.

4.1 Perfil das empresas

Com base nos dados fornecidos, foi realizado um estudo analítico dos resultados das empresas participantes. O Quadro 1 apresenta a caracterização das cervejarias quanto a cidade, tempo de atuação, tamanho, número de funcionários e volume de produção mensal.

Entre as 8 empresas analisadas, 3 (37,5%) possuem menos de 5 anos de atuação, 2 (25%) possui entre 5 e 10 anos, 2 (25%) de 10 a 20 anos e 1 (12,5%) possui mais de 20 anos de mercado. Levando em conta a produção somente a cervejaria **A** é considerada nanocervejaria, conforme a proposta de definição de definição de cervejaria artesanal feita ao MAPA pela ABRACERVA (BRASIL, 2023b). As demais cervejarias seriam classificadas conforme a ABRACERVA (2018) microcervejarias.

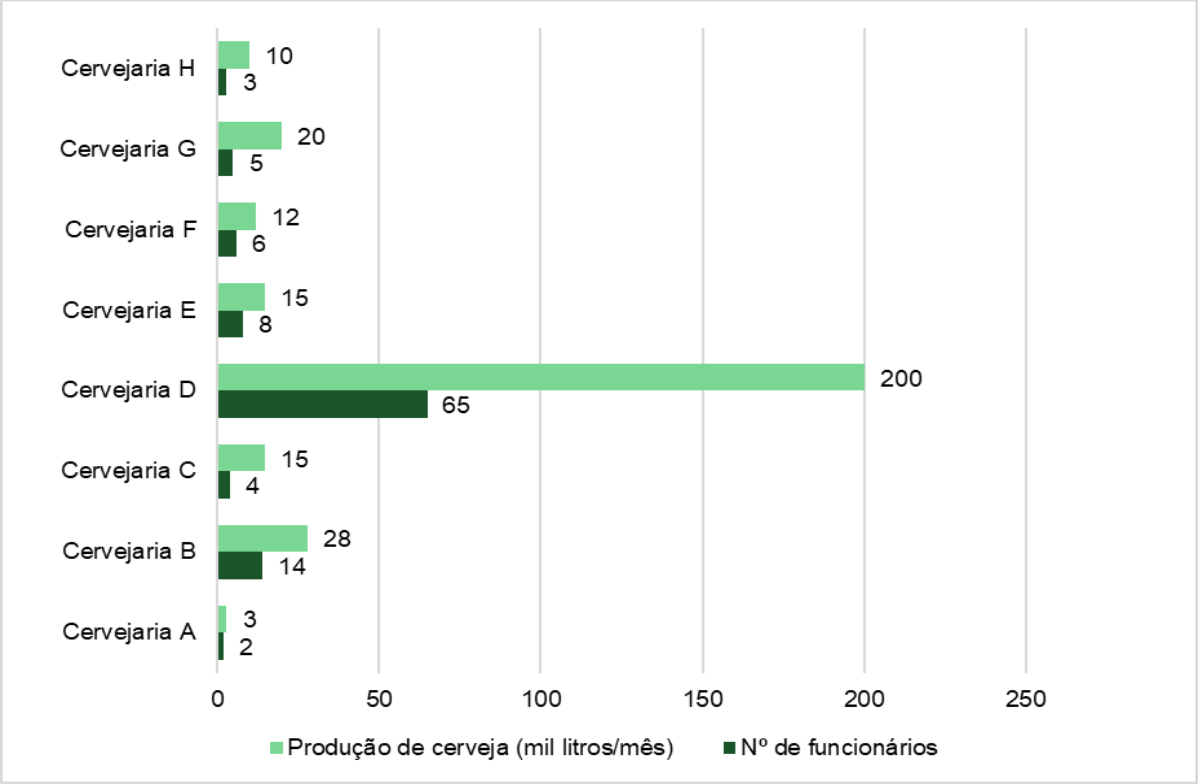
Quadro 1: Caracterização das cervejarias.

Cervejaria	Cidade	Tempo de atuação (anos)	Tamanho	Número de funcionários	Volume de produção mensal (litros)
A	Rolante	2	ME	2	3.000
B	Dois Irmãos	13	ME	14	28.000
C	Parobé	4	ME	4	15.000
D	Igrejinha	10	EPP	65	200.000
E	Nova Petrópolis	9	ME	8	15.000
F	Canela	9	ME	6	12.000
G	Canela	21	ME	5	20.000
H	Igrejinha	5	ME	3	10.000

Fonte: Elaborado pelos autores, 2023. Legenda para tamanho da empresa: (ME) Microempresa, (EPP) Empresa de Pequeno Porte.

Em relação ao porte, 7 cervejarias são Microempresas (ME), podendo empregar até 19 funcionários e a cervejaria **D** se enquadrando em Empresa de Pequeno Porte (EPP). Ao analisar a capacidade de produção mensal e o número de funcionários, é possível perceber que a cervejaria **D** se destaca dos outros participantes da pesquisa tendo um maior número de funcionários e uma maior produção de litros/mês (Figura 1).

Figura 1: Volume de produção/número de funcionários



Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

Em relação ao faturamento mensal, as empresas **A**, **C**, **F** e **G** indicaram que seus faturamentos estão nas faixas de R$10.000,01 a R$50.000,00, R$50.000,01 a R$100.000,00, e

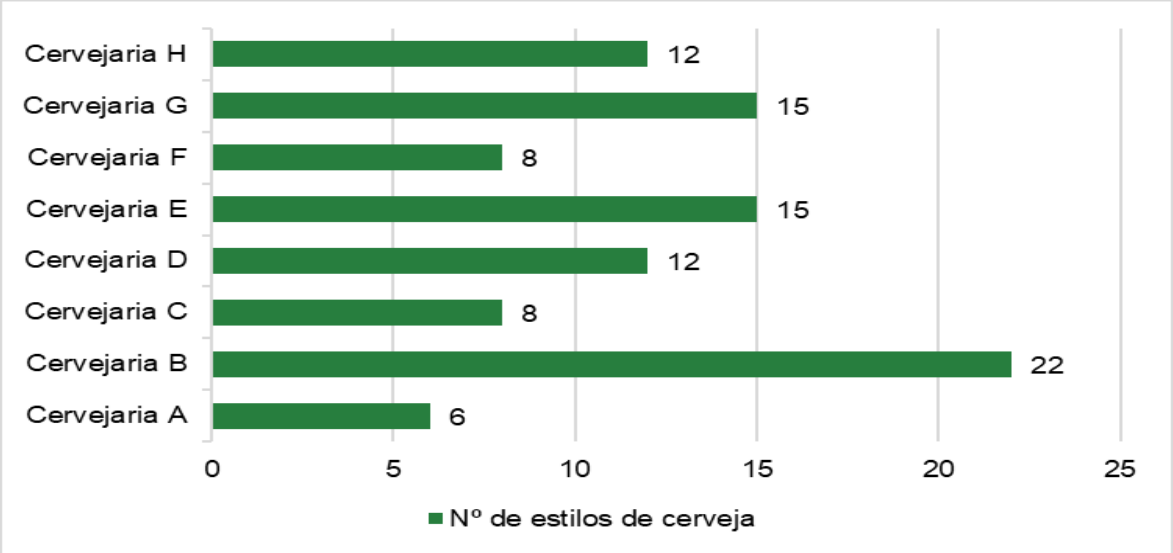
R$100.000,01 a R$200.000,00, respectivamente. As empresas **B**, **D** e **H** não forneceram essa informação.

4.2 Produto

Quanto aos estilos de cerveja produzidos, todas as empresas têm como o estilo mais fabricado a cerveja do tipo Pilsen, sendo que 62,5% indicaram que essa tipo de cerveja corresponde a mais de 80% do faturamento e as demais acima de 60%.

Apenas a empresa **D** mencionou a produção de outros produtos além da cerveja. A cervejaria **D** produz energético e cerveja zero álcool. Quanto à variedade de cervejas, a pesquisa vai de encontro a afirmação de Sgorla (2023), todas as cervejarias oferecem vários tipos de cervejas (Figura 2).

Figura 2: Número de estilos de cervejas



Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

Todas as empresas mencionaram realizar a distribuição de seus produtos através do varejo e eventos. Além disso, algumas empresas também mencionaram a distribuição através do atacado, *e-commerce*, consumidor final e revendedores.

4.3 Percepção de ambiente, mercado e desenvolvimento do setor

Ao analisar os resultados obtidos a partir dos dados coletados, foram levantadas informações relevantes sobre o mercado de cervejarias artesanais na região. A percepção sobre a concorrência varia entre os entrevistados, sendo que a cervejaria **G** indicou haver uma concorrência desleal entre as grandes marcas e as pequenas, pois as grandes aplicam um preço muito abaixo do praticado pelas cervejarias artesanais, mas a maioria considera que há espaço para todos no mercado e que o consumidor gosta de experimentar e valoriza a qualidade dos produtos. Os principais desafios do mercado mencionados pelos entrevistados incluem aspectos burocráticos, tributários e fiscais, que podem representar obstáculos para o desenvolvimento das cervejarias artesanais. Assim como apresentado por Rio Grande do Sul (2023), alguns entrevistados afirmaram que as cervejarias artesanais empregavam mais pessoas, e em porcentagem maior, considerando a proporção de litros produzidos por número de funcionários.

Em relação à percepção de migração do público consumidor, alguns entrevistados observam uma migração da cerveja industrializada para as cervejas artesanais, enquanto outros acreditam não ocorrer mais esse movimento. No entanto, acredita-se em geral que há espaço

para um maior desenvolvimento das cervejarias locais e uma disposição por parte do consumidor para experimentar essas cervejas.

Quanto aos benefícios econômicos e culturais oferecidos pelas cervejarias artesanais em comparação com as grandes marcas, os entrevistados mencionaram a geração de empregos e a venda de produtos personalizados. Além disso, também foi mencionado o papel das cervejarias artesanais na promoção da cultura local em eventos tradicionais como *Kerb* e *Oktoberfest*. Alguns entrevistados admitiram que suas empresas aderiram a benefícios oferecidos pelo município para a abertura de cervejarias, como ajuda de aluguel e flexibilização do plano diretor. No entanto, em algumas cidades, não há benefícios por parte do poder público.

No geral, os resultados obtidos a partir da amostragem das cervejarias indicam um mercado de cervejarias artesanais em crescimento na região, com desafios a serem superados, apresentando-se como o principal gargalo a tributação. Entretanto, as microcervejarias apresentam, para as cidades onde estão localizadas, benefícios econômicos e culturais em relação às grandes marcas, e um potencial ainda não totalmente explorado pelas cervejarias regionais.

5. Conclusões

A partir dos dados coletados e analisados, fica perceptível que o mercado local de cerveja artesanal na região tem apresentado crescimento, demonstrando um potencial ainda não totalmente explorado. As empresas estudadas mostram uma diversidade de características, como porte, tempo de atuação e média de produção mensal, o que indica a existência de diferentes perfis e posicionamentos no mercado.

Os resultados também revelaram que a percepção sobre a concorrência varia entre os entrevistados, mas a maioria considera que há espaço para todos os participantes e que o consumidor valoriza a qualidade e a experimentação dos produtos. No entanto, os entrevistados mencionaram desafios relacionados a aspectos burocráticos, tributários e fiscais, que podem representar obstáculos para o desenvolvimento das cervejarias artesanais, assim sendo apontado pela pesquisa como o principal gargalo presente no setor de cervejarias de pequeno porte.

Contudo, é necessário superar desafios relacionados à burocracia e questões tributárias e fiscais. Além disso, é importante investir na promoção da cultura local e na diferenciação dos produtos, aproveitando-se dos benefícios econômicos e culturais oferecidos pelas cervejarias artesanais em relação às grandes marcas.

Para estudos futuros, sugere-se a realização de pesquisas mais abrangentes, com uma amostra maior de cervejarias e consumidores, a fim de capturar uma visão mais completa do mercado de cervejas artesanais na região. Além disso, seria interessante investigar mais profundamente os desafios enfrentados pelas cervejarias artesanais e as estratégias adotadas por elas para superá-los. Isso poderia contribuir para o desenvolvimento do mercado local de cerveja e auxiliar as empresas a enfrentarem os obstáculos que se apresentam.

Referências

ABRACERVA. Associação Brasileira de Cerveja Artesanal. **Estatuto**. Ribeirão Preto, SP. 2018. Disponível em: https://abracerva.com.br/sobre/estatuto/. Acesso em: 24 nov. 2023.

BRASIL. Ministério da Agricultura e Pecuária. **Anuário da Cerveja 2022 / Ministério da Agricultura e Pecuária**. Secretaria de Defesa Agropecuária. – Brasília: MAPA/SDA, 2023a.

BRASIL. Ministério da Agricultura e Pecuária. **Definição de cerveja artesanal.** 2023b. Disponível em: <https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/camaras-setoriais-tematicas/documentos/camaras-setoriais/cerveja/2023/4a-re-30-01-2023/definicao-de-cervejaria-artesanal.pdf> Acesso em 24 de jun de 2023.
BRASIL. Ministério do Trabalho e Emprego. **Novo Caged:** Novo Cadastro Geral de Empregados e Desempregados. Brasília, 2023c. Disponível em: https://www.gov.br/trabalho-e-emprego/pt-br/assuntos/estatisticas-trabalho/novo-caged. Acesso em: 9 de dez. 2023.

BRASIL. Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006. Institui o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 15 dez. 2006. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/lcp123.htm. Acesso em: 03 de maio. 2024.

BREWERS JOURNAL. Craft beer surge: Top ten countries to get a beer this St Patrick's day. c2017. Disponível em: https://www.brewersjournal.info/craft-beer-surge-top-ten-countries-to-get-a-beer-this-st-patricks-day/. Acesso em: 24 de mar. 2024.

RIO GRANDE DO SUL (Estado). RS é o segundo estado com mais microcervejarias do Brasil. 28 abr. 2023 Disponível em: https://desenvolvimento.rs.gov.br/rs-e-o-segundo-estado-que-tem-mais-microcervejarias-do-brasil. Acesso em: 8 de dez. 2023.

HORNSEY, I. S. **Beer: History and types**. Encyclopedia of food and health. 2016.

HOWLETT, S. **Bureaus and Beer: Promoting bewery tourism in Colorado**. Las Vegas, Estados Unidos: Univesity of Nevada, 2013.

ISRAEL, Carolina Reis Queiroz; LOPES, Rômulo Carriço dos Santos. Análise da viabilidade econômica de implementação de nanocervejarias associadas a restaurantes em Niterói. Niterói, 2017.

MORADO, Ronaldo. **Larousse da cerveja, a história e as curiosidades de uma das bebidas mais populares do mundo**. 1 ed. São Paulo: Alaúde, 2017.

PEREIRA, Conrado Mioni. **Cerveja: história e cultura**. Editora Senac São Paulo, 2021.

SANTOS, Sérgio de Paula. Os primórdios da cerveja no Brasil. 2º ed. – Cotia: Ateliê Editorial, 2004.

SGORLA, Andrey Felipe. Narrativas de artesanato e autenticidade na formação do mercado de cerveja artesanal no Brasil. **Revista TOMO**, v. 42, p. e17720-e17720, 2023.

ZAGO, P. **Estudo de um trocador de calor para produção artesanal de cerveja.** Caxias do Sul, 2018.