

DEPARTAMENTO DA ÁREA DE SERVIÇOS
CURSO DE BACHARELADO EM TURISMO

DOUGLAS MAXWELL BOTELHO ELMINO

**A ORGANIZAÇÃO PRODUTIVA DAS CERVEJARIAS ARTESANAIS DE CUIABÁ-
MT E CIDADES VIZINHAS COMO POSSIBILIDADE DE INTEGRAÇÃO À
DINÂMICA TURÍSTICA LOCAL**

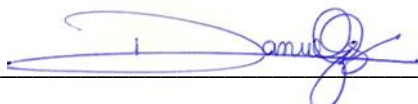
CUIABÁ-MT
2021

FOLHA DE APROVAÇÃO

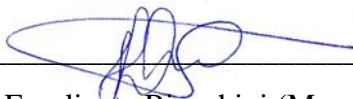
A ORGANIZAÇÃO PRODUTIVA DAS CERVEJARIAS ARTESANAIS DE CUIABÁ- MT E CIDADES VIZINHAS COMO POSSIBILIDADE DE INTEGRAÇÃO À DINÂMICA TURÍSTICA LOCAL

Artigo apresentado ao Curso de Bacharelado em Turismo do Instituto Federal de Mato Grosso – Campus Cuiabá - como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Turismo.

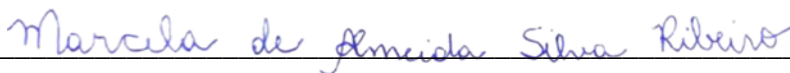
BANCA EXAMINADORA



Prof. Dr. Daniel Fernando Queiroz Martins (Orientador – IFMT)



Profa. Dra. Ilka Maria Escaliante Bianchini (Membro da Banca – IFAL)



Profa. M.a. Marcela de Almeida Silva Ribeiro (Membro da Banca – CETCO)



Prof. Dr. Danilo Herbert Queiroz Martins (Membro da Banca – IFMT/CETCO)

Data: 09/04/2021

Resultado: Aprovado.



A ORGANIZAÇÃO PRODUTIVA DAS CERVEJARIAS ARTESANAIS DE CUIABÁ E CIDADES VIZINHAS COMO POSSIBILIDADE DE INTEGRAÇÃO À DINÂMICA TURÍSTICA LOCAL

Douglas Maxwell Botelho Elmino¹

Orientador: Prof. Dr. Daniel Fernando Queiroz Martins²

RESUMO

O Turismo em Mato Grosso desenvolve-se sobretudo em segmentos como o ecoturismo e o turismo de negócios e eventos. A oferta gastronômica é ampla e possui potencial para o turismo e, em determinados municípios do Estado, identifica-se uma cultura que tem se tornado cada vez mais forte: o consumo de cervejas artesanais. O número das cervejarias artesanais no Estado e no País tem crescido gradativamente em paralelo à sua demanda. Diante da crescente demanda e, consequente oferta por parte de novas cervejarias, questiona-se: atualmente, como as cervejarias artesanais se posicionam em relação ao Turismo e como sua oferta está integrada à dinâmica turística local? Esta pesquisa tem por objetivo compreender a organização produtiva das cervejarias artesanais de Cuiabá e cidades vizinhas com vistas à sua integração na dinâmica turística local, através do mapeamento das cervejarias existentes, de sua caracterização produtiva com seus diversos rótulos e estilos produzidos e, verificar como estas se encontram integradas à dinâmica turística local. Para isso, é necessário entender o que é a cerveja e como esta pode ser definida como uma cerveja artesanal, suas características, seu processo produtivo e como pode estar associada ao Turismo. A partir de uma abordagem qualitativa, preliminarmente levantou-se as cervejarias artesanais presentes em Cuiabá e cidades vizinhas. Estas então foram mapeadas, caracterizadas quanto ao seu processo produtivo e ainda, efetivada uma análise de suas possibilidades de integração à dinâmica turística regional. Por fim, apresentam-se os resultados com as cervejarias identificadas para o recorte proposto da pesquisa, com um catálogo de cervejas produzidas por estas e, que são ofertadas ao público consumidor, podendo então serem oferecidas como um produto turístico gastronômico na região, proporcionando experiências únicas através de seus sabores, cores e aromas.

Palavras-chave: Cerveja Artesanal. Produto turístico. Cuiabá-MT.

RESUMEN

El turismo en Mato Grosso se desarrolla principalmente en segmentos como el ecoturismo y el turismo de negocios y eventos. La oferta gastronómica es amplia y tiene potencial para el turismo y, en ciertos municipios del Estado, se identifica una cultura que se ha vuelto cada vez más fuerte: el consumo de cervezas artesanales. El número de cervecerías artesanales en el Estado y en el País ha ido creciendo paulatinamente en paralelo a su demanda. Ante la creciente demanda

¹ Graduando do Curso de Bacharelado em Turismo do Instituto Federal de Mato Grosso – Campus Cuiabá. douglasmaxwellbe@gmail.com

² Professor Orientador. Doutor em Geografia e Docente do Instituto Federal de Mato Grosso – Campus Cuiabá do Curso de Bacharelado em Turismo e Eventos Integrado. daniel.martins@cba.ifmt.edu.br

y consecuente oferta por parte de las nuevas cervecerías, surge la cuestión: actualmente, ¿cómo se posicionan las cervecerías artesanales con relación al Turismo? y ¿cómo se integra su oferta con la dinámica turística local? Esta investigación tiene como objetivo comprender la organización productiva de las cervecerías artesanales en Cuiabá y ciudades vecinas con miras a su integración en la dinámica turística local, a través del mapeo de las cervecerías existentes, su caracterización productiva con sus diferentes tipos y estilos producidos, y verificar cómo se integran con la dinámica turística local. Para ello, es necesario comprender qué es la cerveza y cómo se puede definir una cerveza como artesanal, sus características, su proceso de producción y cómo se puede asociarla al Turismo. Con base en un enfoque cualitativo, se plantearon de manera preliminar las cervecerías artesanales presentes en Cuiabá y ciudades vecinas. Posteriormente, las cervecerías fueron mapeadas y caracterizaron en términos de su proceso de producción, y se realizó un análisis de sus posibilidades de integración en la dinámica turística regional. Finalmente, se presentan los resultados con las cervecerías identificadas para el corte propuesto de la investigación, con un importante catálogo de cervezas elaboradas por ellas y, que se ofrecen al público consumidor, y luego se pueden ofrecer como producto turístico gastronómico en la región, brindando experiencias únicas a través de sus sabores, colores y aromas.

Palabras-clave: Cerveza artesanal. Producto turístico. Cuiabá-MT.

INTRODUÇÃO

O Estado de Mato Grosso possui cerca de 3,5 milhões de habitantes com uma área territorial de aproximadamente 903 mil km², é o terceiro maior Estado brasileiro, com um IDH (Índice de Desenvolvimento Humano) de 0,725, o 11º maior do País. Sua economia é proveniente sobretudo da agricultura e da pecuária (IBGE, 2020), com participação da indústria e do setor de serviços. O Turismo no Estado desenvolve-se principalmente no segmento do ecoturismo, reconhecido mundialmente por suas belezas naturais dispostas em três importantes biomas: o Pantanal, a Amazônia e o Cerrado.

De modo similar às belezas naturais, Mato Grosso possui uma gastronomia rica. Na região de Cuiabá, destacam-se os pratos baseados em peixes, mandioca, banana e outros elementos provenientes da miscigenação da cultura indígena com a dos colonizadores e dos negros escravizados dos séculos XVIII e XIX e, mais recentemente, com participação de pessoas de diferentes regiões, sobretudo do Nordeste e Sul do Brasil.

A gastronomia além de atender às necessidades humanas para as questões fisiológicas tem se estruturado cada vez mais como uma expressão das realidades culturais de cada localidade, contribuindo de diversas formas para a valorização das identidades, estruturação de possibilidades econômicas para empreendedores e profissionais e também associada à outras atividades como o agronegócio, à indústria e mesmo ao Turismo.

O Turismo Gastronômico é um segmento crescente a nível mundial, tanto que algumas regiões, e países já são reconhecidos internacionalmente por conta de sua oferta de alimentos e bebidas, como é o caso da França com a rota de Champanhe; da Itália com as vinhos e pratos à base de massas que atraem atenção de vários visitantes; do Peru – um dos principais destinos gastronômicos mundiais ou o México, cujo patrimônio gastronômico é reconhecido pela Unesco como Patrimônio Cultural da Humanidade (UNESCO, 2010).

No Brasil, cidades como Petrópolis/RJ já possuem roteiros formatados destinados à oferta da experiência gastronômica das cervejarias (PETRÓPOLIS, 2021), assim como a cidade de Blumenau/SC, que além de roteiros cervejeiros é o lar de eventos como o Festival da Cerveja e Oktoberfest Blumenau, referências para o segmento.

A exemplo de vários destinos brasileiros, onde sua oferta gastronômica encontra-se organizada e estruturada como um atrativo turístico, seja como o principal motivo das visitas ou de complementação das experiências dos visitantes, o Mato Grosso também possui tais possibilidades, deste modo, esta investigação centra esforços em torno da produção e consumo das cervejas artesanais, crescentes no Estado, as verificando como uma oportunidade de integração com a dinâmica turística local.

Desta maneira, este artigo tem por objetivo compreender a organização produtiva das cervejarias artesanais de Cuiabá, Várzea Grande e Chapada dos Guimarães com vistas à sua integração na dinâmica turística local. Para isso, foi realizado um mapeamento das cervejarias artesanais de Cuiabá e cidades do entorno, caracterizando a oferta produtiva destas, com destaque aos principais tipos de cervejas produzidas, além de traçar o perfil produtivo e estrutural das cervejarias de Cuiabá e cidades vizinhas. Por fim, foi possível sugerir possibilidades de integração das cervejarias artesanais à dinâmica turística local, por meio de visitação às empresas ou mesmo a constituição de um possível roteiro de turismo cervejeiro em Cuiabá e cidades vizinhas.

Objetivando compreender a oferta turística gastronômica das cervejarias artesanais da cidade de Cuiabá, Várzea Grande e Chapada dos Guimarães, primeiramente foram identificadas as cervejarias artesanais presentes nos municípios. Na sequência, buscou-se reconhecer os espaços destinados para a oferta das cervejas e; catalogou-se os diversos rótulos (estilos) de cervejas produzidos por estas cervejarias, buscando assim, relacionar a oferta turística-gastronômica que estas possuem para com o munícipe e visitante.

Em relação à pesquisa, evidencia-se uma contribuição para a investigação mercadológica ao demonstrar o cenário de oferta das cervejas produzidas na região e colabora para a melhor

compreensão do cenário das cervejarias artesanais do Estado de Mato Grosso, acarretando novos olhares para com o setor e a possível influência na dinâmica turística e econômica da região. Poderá contribuir ainda, com empresários e profissionais para compreenderem melhor como seus estabelecimentos podem ampliar suas possibilidades de sucesso para além da produção de cerveja, ou seja, associando suas estruturas e produções com as realidades e possibilidades do turismo dos municípios de Cuiabá, Várzea Grande e Chapada dos Guimarães.

Trata-se de uma pesquisa de natureza qualitativa, pois busca compreender a dinâmica das cervejarias com suas especificidades em seus respectivos municípios. Com uma temática ainda pouco estudada à nível estadual, tem-se uma pesquisa exploratória que permite o desenvolvimento da investigação de forma mais ampla e aprofundada, pois é realizada principalmente quando o assunto escolhido é pouco explorado tornando-se complicado formular hipóteses precisas (GIL, 2008).

Neste sentido, em um primeiro momento, foram realizadas pesquisas de gabinete para obter um panorama das cervejarias presentes nos municípios-alvo. Por meio da pesquisa de gabinete, cerca de 14 cervejarias artesanais foram identificadas no Estado e um recorte foi estabelecido para proceder com a investigação, como será detalhado no capítulo de resultados e discussões.

Apesar do momento vivenciado nos anos de 2020 e 2021, em decorrência da pandemia do COVID-19 (Sars-CoV-2), esforços foram investidos para que, como instrumento de coleta de dados complementar, fossem realizadas entrevistas com os responsáveis das cervejarias de modo que fossem obtidas informações acerca destas como ano de fundação, rótulos e estilos produzidos e processo de visita à fábrica, por exemplo. Segundo Marconi (2018), a entrevista tem como objetivo principal a obtenção de informações do entrevistado, sobre determinado assunto ou problema.

Além das entrevistas, realizou-se visitas *in-loco* nas cervejarias identificadas para que pudessem ser observadas outras características ambientais das próprias cervejarias. Junto às visitas *in loco*, foram realizados registros audiovisuais (fotos e/ou vídeos) a fim de demonstrar os espaços existentes, sejam as fábricas ou os espaços destinados à oferta das cervejas.

1. CERVEJA, CONSUMO, PRODUÇÃO E O TURISMO

A cerveja como é conhecida hoje teve os seus primórdios datados do período do Antigo Egito e da Mesopotâmia, mediante o desenvolvimento da agricultura de cereais como cevada (*Hordeum vulgare*), a espelta (*Triticum spelta*) e o trigo (*Triticum aestivum*), dando início a

produção de diversos alimentos a partir do uso de cereais, como pães, bolos e a própria cerveja. A cerveja era produzida pela fermentação da cevada juntamente com água morna, trigo moído, fazendo uso do processo de fermentação por fungos do tipo *Saccharomyces cerevisiae*, utilizando de recipientes cerâmicos no processo de fabricação (FLANDRIN, 2018).

A cerveja exercia um papel muito importante na sociabilidade dos indivíduos, sendo consumida em rituais e atos festivos. Com o passar dos séculos, manteve-se a função social da cerveja, sendo um dos componentes indispensáveis para os grandes banquetes, rituais religiosos e festividades, não diferindo muito do tempo presente. A relação das pessoas com a cerveja é nitidamente de grande valorização, se observada a partir da perspectiva entre o consumidor e a bebida, pois seu consumo e produção é cada vez maior em escala mundial – o que se aplica também à realidade brasileira, já que a bebida é uma das preferidas dos brasileiros, sendo ainda evidenciado pelo crescente número de cervejarias instaladas no País.

De acordo com dados do Anuário da Cerveja 2019 do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA, 2019), no ano de 2017 o Brasil contava com 679 registros de cervejarias, saltando para 889 no ano de 2018 e 1209 no ano de 2019. No ano de 2017 Mato Grosso possuía 11 cervejarias registradas no órgão, já em 2018 esse número passou para 13 cervejarias, um aumento de 18,2%. Em 2019 no Estado, firmaram-se um total de 14 cervejarias registradas.

Em paralelo ao crescente número de cervejarias instaladas, segundo dados das pesquisas da *Kirin Beer University* entre os anos de 2017 e 2020 através do *Report Global Beer Consumption by Country* (Relatório Anual do Consumo de Cerveja pelos países), publicado em 2020, o Brasil manteve-se na terceira posição entre as nações que mais consumiram cerveja no mundo, conforme Quadro 1.

Quadro 1: Ranking dos 3 países maiores consumidores de cerveja

Posição	País	Consumo de cerveja (bilhões de litros)			
		2016	2017	2018	2019
1	China	41.772	40.143	39.362	39.218
2	Estados Unidos	24.245	23.956	24.029	23.920
3	Brasil	12.654	12.565	12.662	12.401

Fonte: *Kirin Beer University*, 2020, adaptado pelo autor.

Em análise ao Quadro 1, é possível perceber um decréscimo do consumo da cerveja nos três países entre 2016 e 2019. A esse respeito há de se considerar algumas hipóteses, a primeira a ser descartada seria a estagnação do crescimento populacional nos três países, visto que os dados apresentados pelo IBGE (2021) confirmam que nas três nações a população continua em

crescimento. Assim, resta a hipótese de que outros tipos de bebidas alcoólicas estão sendo inseridas no cotidiano das pessoas, aumentando a “concorrência” do consumo. Uma outra possibilidade que pode ajudar a explicar os números é a diminuição absoluta do consumo de bebidas alcoólicas haja visto as ações de sensibilização e mudanças de comportamento por parte da população e, ainda outra possibilidade que não pode ser descartada é sobre o próprio acompanhamento do processo de consumo por parte das estatísticas, que podem sofrer adequações com o passar dos anos. Porém, independente disso, é possível estabelecer uma relação direta do consumo com a população de cada país.

Para isso, seria ideal que dados mais precisos sobre o índice populacional que esteja em condições de ingerir bebidas alcoólicas em cada país, visto que pode haver diferenças marcantes em questões legais e culturais. Assim, no Brasil seria importante considerar a parcela da população que esteja acima de 18 anos. Devido à falta de dados precisos sobre os países a esse respeito, generaliza-se uma contabilização básica entre o consumo em litros por ano, divididos pela população em geral de cada país. Considerando apenas o ano de 2019, apresenta-se os dados no Quadro 2.

Quadro 2: Consumo per capita de cerveja

Posição	País	População em 2019 ³	Consumo de cerveja total em bilhões de litros ⁴	Consumo de cerveja per capita em litros
1	Estados Unidos	326.766.748	23.920	73,20
2	Brasil	211.049.519	12.401	58,75
3	China	1.433.783.692	39.218	27,35

Fonte: O próprio autor, 2021.

Baseando-se no Quadro 2, é possível concluir que a China possui a maior população mundial e a maior produção de cervejas, mas o consumo per capita passa a terceira posição, explicado pelo grande contingente populacional, mas também por questões culturais e sociais, como possíveis políticas públicas de controle de consumo de álcool, por exemplo. O Brasil passa então para a segunda posição com um consumo médio de quase 59 litros de cerveja por pessoa, em 2019, ao passo que os EUA ocupam a primeira posição com cerca de 73 litros de cerveja consumidos por pessoa, em 2019. Esses dados refletem uma série de questionamentos sobre

³ IBGE Países, 2020. <https://pais.es.ibge.gov.br/#/>

⁴ Kirin Beer University, 2020

políticas públicas, marketing, e a relação entre consumo e demografia, porém não sendo o objetivo deste estudo, abrindo possibilidades para novas investigações.

A cerveja está presente em praticamente todos os atos de confraternização como festas de aniversário, eventos municipais, formaturas, casamentos, festas de instituições privadas e públicas. A cerveja movimenta a economia e une as pessoas. O valor social da cerveja é tão importante quanto o seu valor comercial, visto que milhões de brasileiros todos os dias socializam-se enquanto apreciam a bebida, pois, quando ingerida com responsabilidade, é empiricamente conhecida por proporcionar momentos únicos de descontração, relaxamento e de socialização, criando memórias e histórias a partir disso. As cervejas artesanais atraem a atenção e o interesse de seu público devido seu processo produtivo, com uso de ingredientes que mantêm um sabor característico daquele produto, diferenciando de modo singular as cervejas entre si.

1.1 Produção cervejeira

Por meio de dados obtidos através da UGE (Unidade de Gestão Estratégica) do SEBRAE (Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas), através da pesquisa intitulada 1º Censo das Cervejarias Independentes Brasileiras (SEBRAE, 2019), Mato Grosso contava com 11 cervejarias respondentes à pesquisa, dessas, 07 produzem em fábrica própria, sendo 37.650 litros, a média de produção mensal realizada por estas 11 cervejarias.

O documento *Beer Style Guidelines 2020* (Orientações de Estilos de Cerveja) da B.A., lista as três principais famílias de cervejas que podem ser produzidas (Quadro 3), sendo estas subdivididas entre outras 10 categorias de estilos, totalizando mais de 150 tipos diferentes de cervejas produzidas e comercializadas. Esta caracterização é generalista em relação às cervejas, podendo ser ou não artesanais.

Quadro 3: Famílias das cervejas

Ale Styles	Lager Style	Hybrid
British	European	Hybrid/Mixed Lager or Ale
North American	North American	
Belgian and French	Other	
Irish		
German		
Other		

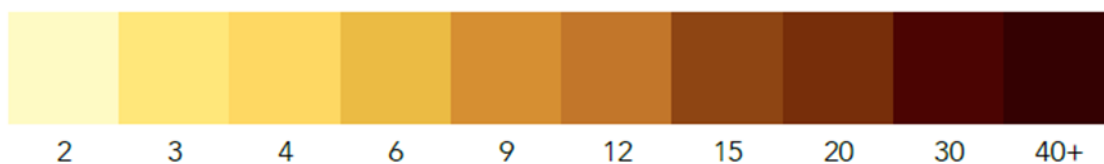
Fonte: *Brewers Association*, 2020, adaptado pelo autor, 2021.

As cervejas do estilo *Ale* são cervejas consideradas de alta fermentação, nas quais durante o seu processo de fermentação, a levedura flutua na superfície do mosto à uma temperatura média de 20° C, enquanto as cervejas de baixa fermentação – *Lager*, a levedura fica depositada ao fundo do mosto, fermentando à uma temperatura entre 12° C a 15° C. As cervejas híbridas (*Hybrid*), detém então um mix das características dos dois estilos anteriores. Algumas características presentes nas cervejas são consideradas para distingui-las dentre os seus diferentes estilos. Parâmetros são estabelecidos tais como o volume alcoólico (%), a coloração e o amargor, algumas ainda informam o copo e temperatura ideal para consumo.

O ABV (*Alcohol by Volume*) é expresso em % (porcentagem) e indica qual a quantidade de álcool presente em determinado volume de uma bebida alcoólica, cervejas de baixo teor alcoólico indicam uma variação entre 2,0 e 4,5%, para valores de 4,5 a 6% tem-se uma cerveja de teor médio, acima de 6% são consideradas cervejas de alto teor alcoólico.

A coloração das cervejas é representada através do SRM ou EBC (*Standard Reference Method* e *European Brewery Convention*, respectivamente), ambos sistemas de referência padrão para a interpretação da coloração das cervejas. Há uma proporcionalidade entre os dois, sendo possível a sua conversão através das fórmulas: $SRM = EBC \times 0,508$ e inversamente, $EBC = SRM \times 1,97$. Abaixo apresenta-se uma paleta de cores representativa com seus valores em SRM:

Figura 1: Paleta de cores com valores em SRM



Fonte: CRAFTBEER, 2021.

A coloração final da cerveja é diretamente vinculada à qualidade, quantidade e coloração do malte utilizado durante a sua fabricação, que é definida pelo seu processo de malteação⁵, conforme mencionado por Vitor Correa (2020):

Essa coloração mais escura da nossa Black IPA é por conta do malte que nós utilizamos na produção. Durante a produção das cervejas, as pessoas podem utilizar diversos tipos

⁵ Malteação é o processo de germinação forçada e controlada, sob condições especiais de umidade e temperatura da cevada do gênero *Hordeum spp.* (e outros), e posterior secagem (MAPA, 2013).

de malte. Nós utilizamos cerca de 90% de um malte base e o restante é de um malte especial (torrado) que dá essa coloração acentuada para o marrom-escuro.

Além da coloração associada ao malte, o cereal maltado é responsável pela liberação de amidos que após maceração, transformam-se no mosto em contato com a água. Posteriormente, durante fervura, seus amidos são convertidos em açúcares que servirão de alimento para as leveduras. Enquanto o malte é o responsável básico pela coloração das cervejas, o lúpulo (*Humulus lupulus*), é responsável pelo amargor e aroma característico das mesmas (Figura 2 e 3). A utilização do lúpulo na produção da cerveja surgiu inicialmente como um concorrente e substituto do *gruit*⁶, com a finalidade de prover conservação e um equilíbrio de sabor frente ao dulçor dos açúcares provenientes do malte (MORADO, 2019).

International Bitterness Unit (IBU) é a unidade de medida do amargor das cervejas, sua unidade de medida é a *bittering units* (BU) – unidades de amargor. As cervejas podem conter entre 1 e 100 IBUs (OXFORD, 2012), uma medida muito relativa, sobretudo pelo paladar intrinsecamente particular de cada indivíduo, a depender única e exclusivamente de suas papilas gustativas. Uma mesma cerveja pode ter uma sensação de amargor diferenciada de uma pessoa para outra.

Figuras 2 e 3: Lúpulo em *pellets* (esq.) e a flor de lúpulo (dir.)



Fonte: O próprio autor, 2021.

⁶ Geralmente, uma mistura que poderia conter alecrim, absinto, artemísia, milefólio, zimbro, murta-do-brejo, urze e gengibre (MORADO, p. 57).

O lúpulo é a flor verde em forma de cone da planta do lúpulo usada para adicionar equilíbrio, sabor e aroma à cerveja. O lúpulo contém quantidades específicas de ácidos alfa e beta, bem como óleos essenciais que, quando decompostos em mosto fervente dão a muitas cervejas seu amargor, sabor e aroma próprios (AHA, 2020). O lúpulo, juntamente com o malte são dois dos quatro ingredientes minimamente necessários para a produção de grande parte das cervejas que são comercializadas no mercado cervejeiro mundial, os outros dois elementos são a levedura (*Saccharomyces cerevisiae* ou *Saccharomyces pastorianus*) que irá alimentar-se do açúcar proveniente do malte, realizando assim o processo de fermentação, transformando os açúcares em álcoois e liberando gás carbônico (CO₂). Como último ingrediente, porém, não menos importante, há a água. Uma água de boa qualidade proverá uma cerveja de boa qualidade, assim como os demais elementos constituintes do processo produtivo da cerveja, para que o produto que será degustado pelo consumidor seja de qualidade, com um sabor equilibrado e fidedigno àquilo que se pretende.

1.2 Cervejas e cervejarias artesanais

A *Brewers Association* (B.A.), organização de cervejeiros americana determina que as cervejarias que produzem cervejas de caráter artesanal podem ser divididas e caracterizadas em 4 diferentes grupos, conforme Quadro 4:

Quadro 4: Produção artesanal conforme a *Brewers Association*

Tipo	Descrição
<i>Homebrewer</i>	Produção realizada de modo caseiro, sem um local próprio destinado para tal (cervejeiro caseiro).
<i>Brew Pub</i>	Um pequeno bar que produz e vende a sua própria cerveja, não limitando-se a vender somente a própria cerveja, a venda ocorre para consumação apenas no local.
Cervejaria Artesanal	São as cervejarias de pequeno porte, micro cervejarias, que produzem anualmente até 6 milhões de <i>barrels</i> (unidade de medida americana)
Cervejaria Cigana	A produção ocorre em uma fábrica de terceiros, a receita é proprietária da cervejaria, entretanto, seu processo de produção e envase é realizado em um outro local, por outra cervejaria, usualmente de maior porte

Fonte: *Brewers Association*, adaptado pelo autor, 2021.

Conforme especificações da *Brewers Association* e Associação Brasileira das Microcervejarias e Empresas do Setor Cervejeiro (ABRACERVA) – que apoia as cervejarias artesanais como Cervejarias Independentes, uma cervejaria artesanal – ou cervejaria independente é aquela que produz até 50 mil hectolitros anuais (5 milhões de litros/ano) e não pertence a grandes

grupos cervejeiros (ABRACERVA, 2021). Promove-se ainda um selo (Figura 4), para que o mesmo possa servir como uma espécie de certificação de uma cervejaria independente.

Figura 4: Selo da Cerveja Independente



Fonte: INDEPENDENTE, 2021.

As cervejarias artesanais e/ou independentes são aquelas que possuem o seu volume de produção anual limitado, seja a 6 milhões de *barrels* (um *barrel* equivale a aproximadamente 3,78 litros) ou seja, 22,707 milhões de litros (segundo a associação americana) ou ainda, 5 milhões de litros anuais, isso é, cerca de até 416 mil litros mensais, segundo a associação brasileira, ABRACERVA. Em ambos os casos, a cervejaria deve ser independente de grandes grupos cervejeiros, contudo, é plausível de se considerar o seu processo produtivo e os insumos utilizados para a produção de sua cerveja.

Uma característica do processo produtivo das cervejas artesanais e que as distinguem das demais cervejas comerciais, é o fato de não disporem de adjuntos (em sua maioria), isso é, uma alta carga de carboidrato de cereais não maltados em substituição ao malte. Segundo o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento através da Instrução Normativa nº 54 de 5 de novembro de 2001 (p. 1 e 2), entende-se por adjuntos cervejeiros:

[...]as matérias-primas que substituam parcialmente o malte ou o extrato de malte na elaboração da cerveja. Seu emprego não poderá, em seu conjunto, ser superior a 45% em relação ao extrato primitivo. Consideram-se adjuntos cervejeiros a cevada cervejeira e os cereais, malteados ou não malteados, aptos para o consumo humano. [...]Também são considerados adjuntos cervejeiros os amidos e açúcares de origem vegetal.

Muitas cervejas comerciais utilizam xarope de milho (vide ingredientes nos rótulos), que possui alta concentração de carboidratos. As cervejarias artesanais utilizam em suas cervejas os ingredientes e matérias primas próprios do processo produtivo base de uma cerveja de acordo com a Lei da Pureza, a *Reinheitsgebot* de 1516 (MORADO, 2019): água, malte, lúpulo e levedura. Incrementando a receita apenas com ingredientes próprios para uma receita única tais como mel, especiarias, castanhas, frutas cítricas, chocolates, entre outros.

Dentre as características das cervejas artesanais e a experiência que estas proporcionam ao consumidor, de maneira crescente, roteiros e eventos cervejeiros vem se estruturando e sendo ofertados como um produto, que segundo Kotler (2015, p. 144) é “qualquer coisa que pode ser oferecida a um mercado para apreciação, aquisição, uso ou consumo e que pode satisfazer um desejo ou uma necessidade [...] os produtos também incluem serviços, eventos [...]”, para justamente atender a esta demanda específica do público consumidor das cervejas artesanais – o Turismo Cervejeiro.

1.3 Cerveja e Turismo

O Turismo é propulsor da economia, em 2018 a atividade turística contribuiu com US\$ 152,5 bilhões de dólares para a economia do Brasil, correspondendo a 8,1% do PIB nacional (PANROTAS, 2019), gerando emprego e renda para todos os agentes que participam da cadeia produtiva do turismo, os pequenos comércios nas cidades onde ocorre o fenômeno do turismo, com a venda objetos de consumo ou até mesmo com a oferta de serviço. Assim, como as demais áreas existentes, o Turismo é uma atividade econômica que se torna rentável para quem investe, exercendo um planejamento adequado, visando o desenvolvimento e amadurecimento do seu negócio. Beni (2019, p. 26) afirma que “tanto a área estatal como a empresarial têm como objetivo real o lucro”, logo, investimentos são feitos no presente para gerar lucros no futuro.

Considerando o deslocamento das pessoas para os municípios nos quais estão instaladas as cervejarias, o processo de visitação abre espaço para uma nova oportunidade de vivência e de experimentação pela pessoa que se desloca, compreende-se que:

as pessoas viajam porque não se sentem mais à vontade onde se encontram, seja nos locais de trabalho, seja onde moram. Sentem necessidade urgente de se desfazer temporariamente da rotina massificante do dia a dia do trabalho, da moradia e do lazer, a fim de estar em condições de retomá-la ao regressarem (KRIPPENDORF, 2001, p. 14).



Sabe-se ainda que, ao viajar em caráter recreativo e de lazer, busca-se interromper o processo do trabalho, desta forma, o viajante detém todo o seu tempo livre para realizar atividades que em dias normais, estaria impossibilitado devido ao trabalho, colocando-se em um estado de ócio. O Turismo exerce, portanto, um papel fundamental na tentativa de equilibrar a relação de trabalho e lazer dos indivíduos, funcionando como uma válvula de escape e sendo assim, há aqueles que trabalham para proporcionar o lazer para aqueles que o demandam. Para tanto, há pessoas que viajam para experiências gastronômicas e com isso, buscam novos lugares, aromas e sabores. Eventos como o *Oktoberfest* Blumenau, em Blumenau/SC e a *Oktoberfest* em Munique, na Alemanha, servem de referência e inspiração para os diversos eventos cervejeiros pelo País e pelo mundo.

A demanda por produtos de caráter artesanal, tais como artesanatos e/ou produtos regionais, aumenta o fluxo de pessoas, tornando o Turismo uma atividade produtiva que gera empregos e possuindo a função motriz para o desenvolvimento de determinadas regiões (RABAHY, 2003). Paralelamente, encontram-se as cervejarias e as cervejas produzidas localmente. Consumidores mais exigentes, novas possibilidades e tendências, o cenário ideal para o espírito empreendedor artesanal destacar-se conquistando sua parcela no mercado cervejeiro nacional, atraindo novos consumidores a cada dia, atendendo as demandas do público consumidor, colaborando para o desenvolvimento local.

O Turismo Cervejeiro ganha espaço em Mato Grosso, eventos destinados a promover as cervejas e cervejarias artesanais possuem suas edições anuais na cidade de Cuiabá, a *Oktoberfest* Louvada e o Festival da Cerveja Artesanal, encontram-se em suas 4ª e 2ª edição, respectivamente, juntos esses eventos atraem milhares de apreciadores da bebida, movimentando a economia local antes, durante e após a realização dos eventos.

2. RESULTADOS E DISCUSSÕES

A partir das pesquisas de gabinete levantou-se a existência de 14 cervejarias artesanais em Mato Grosso, localizadas em municípios como Cuiabá, Cáceres, Chapada dos Guimarães, Rondonópolis, Sinop, Tangará da Serra, Várzea Grande, entre outros.

Após esse levantamento, buscou-se estabelecer um recorte espacial e para isso utilizou-se do critério da distância, apenas as cervejarias presentes na capital, Cuiabá, e cidades de entorno (em um raio de até 100 km de Cuiabá). O recorte final compreende os municípios de Cuiabá, Várzea Grande e Chapada dos Guimarães – um dos destinos turísticos mais conhecidos em Mato

Grosso. Assim, do total de 14 cervejarias inicialmente identificadas no Estado, 07 pertencem ao recorte proposto. A partir deste número, contatos foram realizados e apenas 05 (cinco) cervejarias demonstraram interesse em participar e colaborar com a pesquisa.

Para completar, uma visita foi feita em cada uma das cervejarias a fim de se aplicar uma observação semiestruturada. Com esta observação buscou-se complementar os dados básicos levantados, tendo como pontos mais importantes observados a questão do acesso e localização das cervejarias, sua estrutura física e produtiva, e se a empresa de alguma forma recebe visitantes em suas dependências. Além da observação entrevistas foram realizadas com representantes destas empresas, abordando aspectos como: ano de fundação, volume e capacidade de produção, quantidade e características dos rótulos e estilos produzidos.

2.1 Cervejaria Heresia

A Cervejaria Heresia (Figura 5), fundada em 2018 encontra-se em localização estratégica, há cerca de 100 metros do Ginásio Poliesportivo Professor Aecim Tocantins e da Arena Pantanal, em Cuiabá/MT, instalada no entroncamento da R. Francisco Antônio Muniz com a Av. Agrícola Paes de Barros, uma avenida de grande fluxo, sobretudo noturno, nos bares e restaurantes em toda a sua extensão.

A Heresia utiliza de sistema de autosserviço de modo que seus clientes se servem diretamente nos TAPs (torneira extratora), através da utilização do sistema de RFID (Identificação por radiofrequência), permitindo a transmissão de dados entre receptor e emissor, através de sensores (UFRJ, 2021), a mesma tecnologia utilizada na LaCerva através do BeerMe. A Cervejaria Heresia utiliza o sistema MyTapp, de modo que existem 02 opções de RFID: a Tag RFID (Figura 6, um chaveiro) e o Cartão RFID (semelhante à um cartão de crédito com a tecnologia *Contactless*).

Figuras 5 e 6: Fachada da cervejaria (esq.). O Pin RFID, utilizado na Heresia (dir.)



Fonte: O próprio autor, 2021.

A Heresia disponibiliza um ambiente descontraído para seus clientes, com área interna (*indoor*) e externa (*outdoor*), com uma ambientação diferenciada, com a utilização de barris de 200 L como mesas na área externa (Figura 7) e uma mesa rústica estilo prancha na área interna (Figura 8).

Figuras 7 e 8: Estilo rústico com o uso de barris (esq.) e mesa de tampão maciço (dir.)



Fonte: O próprio autor, 2021.

A Cervejaria Heresia, assim como a LaCerva, não dispõe de seus produtos acondicionados em latas ou garrafas de vidro. Seus produtos são vendidos apenas no formato de chope *in-natura* (produto não pasteurizado), podendo serem consumidos no local ou para “viagem” – utilizando de

*Growlers*⁷. Em dias nos quais os jogos de futebol ocorrem e são transmitidos pela TV da cervejaria, é sinônimo de casa cheia, bem como nas sextas-feiras e sábados, dias nos quais são realizadas apresentações musicais no estilo Rock para o entretenimento do público.

Ainda que não opere diretamente com a visitação em sua fábrica, a Cervejaria Heresia fica localizada “a um vidro de distância” de seus clientes, como pode ser verificado na Figura 8, na qual é possível visualizar os tanques fermentadores e demais maquinários utilizados para a produção das cervejas, podendo fabricar até 6 mil litros/mês. Os valores médios de suas cervejas comercializadas com a utilização do sistema automatizado são de R\$ 8,40 (Pilsen/300 ml) e R\$ 12,00 (IPA/300 ml).

2.2 Cervejaria LaCerva

Localizada de forma estratégica em uma das avenidas mais movimentadas de Cuiabá/MT (Av. das Torres), a Cervejaria LaCerva (Figura 9), fundada em 2018 se encontra em um novo espaço, com um ambiente descontraído e que conta ainda com um Espaço *Kids*, para que os filhos de seus clientes possam aproveitar enquanto seus pais usufruem das bebidas produzidas e vendidas pela cervejaria, é a única cervejaria identificada que oferece este tipo de serviço.

Semelhante ao MyTapp, utilizado pela Cervejaria Heresia, a LaCerva faz uso do sistema BeerMe (Figura 10). O sistema de autosserviço BeerMe possibilita o usuário extrair a quantidade de cerveja desejada, sendo cobrado por mililitro retirado do TAP. Segundo dados da própria BeerMe, o sistema conta com 35% de redução de perdas, sendo todo mililitro dosado e registrado via sistema integrado, redução de 40% de mão de obra, reduzindo o número de colaboradores destinados para servir os clientes individualmente, cerca de 20% no aumento de vendas pois permite que o cliente consuma um maior volume em menos tempo e com isso, possibilita um aumento de até 25% a mais de lucro, por reduzir as perdas, a mão de obra e permitindo um maior fluxo de vendas (BEERME, 2021).

O sistema de autosserviço possibilita a experiência do próprio consumidor fazer a retirada do seu chope diretamente do TAP, sem a obrigatoriedade de um colaborador presente para tal finalidade.

⁷ Embalagem usualmente de material plástico e de caráter reutilizável, com volumes que variam entre 0,5 L e 2 L. A embalagem com volume de 1 litro é a mais comercializada pelas cervejarias.

Figuras 9 e 10: Fachada da Cervejaria LaCerva (esq.) e sistema de Autosserviço BeerMe (dir.)



Fonte: O próprio autor, 2021

A carta de cervejas da LaCerva compreende uma média de produção de 8 mil litros/mês, com capacidade máxima de 8 mil litros/mês. Os eventos presenciais promovidos pela cervejaria ocorrem aos finais de semana: às sextas, sábados e domingos, com música ao vivo nos estilos MPB e *Rock*.

Como a cervejaria realiza a venda de seus produtos utilizando sistemas digitais automatizados, o valor pago pelo cliente dependerá do volume retirado na extratora no momento da consumação, contudo, os preços por litro de cerveja variam entre R\$ 21,00 (Pilsen) e R\$ 27,00 (IPA). A LaCerva ainda não opera com a visitação à sua fábrica, contudo, é possível ao visitante visualizar seus tanques fermentadores através do vidro instalado entre a fábrica e o ambiente de atendimento ao público.

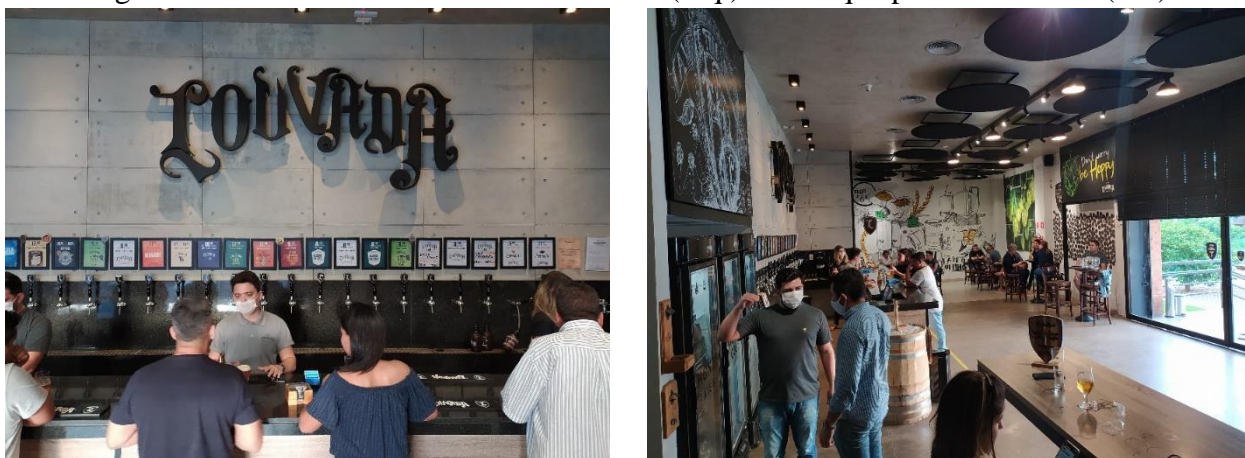
2.3 Cervejaria Louvada

A Cervejaria Louvada (fundada em 2015), ostenta o título de uma das maiores cervejarias artesanais do Estado de Mato Grosso, sua produção média mensal é de 120 mil litros, com capacidade máxima de produção de 200 mil litros, sua fábrica fica localizada na Av. das Torres, importante avenida com grande fluxo de veículos diariamente. No mesmo local há ainda um espaço reservado para atender os clientes.

A parte frontal da fábrica funciona de modo a atender para consumação no local e para a retirada dos produtos, possuindo freezers verticais para a compra de cervejas envazadas em garrafas de vidro e também com os TAPs, as “torneiras” (Figura 11), destinados ao serviço de consumação de chope no local e também para encher os *Growlers*.

Diferentemente das cervejarias Heresia e LaCerva, o serviço realizado pela Louvada é o tradicional, no qual um colaborador atende o cliente e realiza o ato de servir o chope. Após ter o seu chope servido, o cliente tem à sua disposição um espaço com mesas e cadeiras para a apreciação da bebida e para a socialização, em um ambiente climatizado (Figura 12).

Figuras 11 e 12: Balcão e os TAPs ao fundo (esq.) e destaque para o ambiente (dir.)



Fonte: O próprio autor, 2021.

Alguns rótulos e estilos produzidos pela Louvada são sazonais, como a edição especial comemorativa ao Dia de São Patrício (St. Patrick's Day) – assim como outras cervejarias que também produzem de forma sazonal, onde o chope carrega uma coloração verde (Figura 13) e a Marzen, produzida para o evento *Oktoberfest* Louvada.

Figura 13: Chope verde da Louvada, em comemoração ao St. Patrick's Day



Fonte: RDNews, 2018.

O *know-how* da Cervejaria Louvada permitiu que alguns de seus rótulos e estilos fossem premiados em eventos específicos do Universo Cervejeiro. Abaixo, o Quadro 7 mostra alguns dos rótulos e estilos premiados.

Quadro 7: Cervejas premiadas da Louvada

Nº	Rótulos e Estilos	Características
1	Dark Side	2016 – Medalha de ouro – Festival Brasileiro de Cerveja
2	Hop Lager	2016 – Medalha de prata – Festival Brasileiro de Cerveja (Blumenau – SC)
3	Benedita	2015 – Medalha de bronze – Festival Brasileiro de Cerveja (Blumenau – SC); 2018 – Medalha de bronze – Copa Cervezas de América; 2020 – Medalha de bronze – Festival Brasileiro de Cerveja (Blumenau – SC).
4	Vienna	2019 – Medalha de ouro – Copa Cervezas de América.

Fonte: LOUVADA, 2021, adaptado pelo autor, 2021.

A Louvada opera com a visitação em sua fábrica aos sábados em 03 horários, todos na parte da manhã, às 10h, 11h, e 12h, todos gratuitos e em grupo de até 15 pessoas. Os preços das cervejas variam, ficando entre R\$ 8,00 (Pilsen/300 ml) e R\$ 16,00 (Dark Side/300 ml).

2.4 Cervejaria Rocket

Na rodovia MT-251 que dá acesso à Chapada dos Guimarães/MT, se localiza a Cervejaria Rocket (Figura 14), fundada entre janeiro e fevereiro de 2020. Ainda que recente no mercado local de cervejas artesanais, dispõe de rótulos e estilos dedicados à nostalgia da década de 1960 e 1970 com a temática do *Woodstock* (referência ao Festival *Woodstock*) trazendo ainda nomes que remetem às estrelas do Rock internacional, como Jimi Hendrix e Janis Joplin por exemplo (Figura 15). Os estilos que compõe o rol de rótulos denominados *Woodstock* são cervejas “envelhecidas”, com uso de madeiras específicas (cerejeira, sassafrás e canela), que proporcionam sabores únicos ao estilo *Kölsch*, utilizado como estilo base das cervejas *Woodstock*.

Figuras 14 e 15: Cervejaria Rocket (esq.) e seus rótulos temáticos (dir.)



Fonte: O próprio autor, 2021.

De modo semelhante à LaCerva e Heresia, a Cervejaria Rocket possui os tanques de sua fábrica expostos ao público consumidor, contudo, pelo prédio conter um andar os mesmos encontram-se localizados no 1º piso, destinado à fábrica. O piso térreo é o espaço destinado ao público. A depender do movimento e do interesse do consumidor, ocasionalmente são realizadas visitas à fábrica, com o acompanhamento de um responsável, que descreve o processo produtivo realizado na Rocket. O processo de visita não ocorre com dias e horários definidos ainda pois não possuem demanda para tal.

A Rocket diferentemente das demais, estabeleceu como valor único de suas cervejas (300 ml) ao preço R\$ 8,00, para qualquer estilo comercializado no local. Uma cervejaria ainda jovem (inaugurada em 2020), a cervejaria produz cerca de 1.500 L mensais, podendo chegar a 3.000 L/mês.

2.5 Cervejaria Xaraés

Xaraés (Figura 16), a primeira e única cervejaria presente no município de Chapada dos Guimarães (até o momento), localizada na Rod. Antônio Clarismundo Scheffer (MT-251), saída para o município de Campo Verde/MT. A Xaraés possui suas cervejas envazadas única e exclusivamente em latas de 473 ml (Figura 17) e em barris de inox (20L, 30L ou 50L), em prol da sustentabilidade, visando a reciclagem, conforme informações do site da Xaraés, o Brasil é líder mundial na reciclagem de latas de alumínio, com 98% das suas latas recicladas (XARAÉS, 2021), reduzindo assim a emissão de gases em 95% comparando com a produção primária do alumínio, o espaço para transporte e armazenagem é reduzido em 17% em comparação às garrafas

(XARAÉS, 2021), entre outras propriedades positivas para a utilização de latas frente às garrafas de vidro. Suas latas possuem rotulagem temática, trazendo atrativos turísticos do município de Chapada dos Guimarães estampados de modo a promover direta ou indiretamente o Turismo na região, tal como o próprio nome da cervejaria, uma referência ao Pantanal, conhecido como o mar de Xaraés.

Figuras 16 e 17: Fachada da Cervejaria Xaraés (esq.) e as latas temáticas (dir.)



Fonte: O próprio autor, e2021.

Uma das características mais interessantes em relação ao processo produtivo da Cervejaria Xaraés – além da preocupação quanto à utilização de latas de alumínio, é de que suas cervejas em lata não são pasteurizadas. Pasteurizar a cerveja, segundo o Mestre Cervejeiro Rudy Fávero (2021), da Cervejaria Louvada, que descreve o processo realizado dentro da própria Louvada como:

[...] é realizada durante o processo de envase, na esteira as garrafas são submetidas ao processo de pasteurização que dura cerca de 1 hora no qual as garrafas percorrem a esteira sob jatos d'água que elevam gradualmente sua temperatura até 60 °C e decrescem sua temperatura de forma gradual. Ambas as etapas utilizam jatos de água com variação de temperatura entre si, reduzindo a quebra das garrafas por choque térmico.

O processo de pasteurização eleva a vida de prateleira das cervejas nos estabelecimentos que ofertam o produto. Segundo GIMÉNEZ (2012) apud SCHNEIDER (2018) a vida-de-prateleira é geralmente definida como “[...] o tempo no qual o produto alimentício se mantém seguro, cumpre a declaração nutricional contida no rótulo e retém suas características sensoriais, químicas, físicas [...]”. Ressalta-se que os chopes de todas as cervejarias – possuem a tendência, de ser produtos *in-natura*, não sofrendo o processo de pasteurização no qual seus produtos envazados em latas e/ou garrafas geralmente são condicionados. Desta forma, o chope mantém as características físicas,

químicas e biológicas originais do produto, enquanto aqueles que sofrem o processo de pasteurização, possuem suas características mutáveis.

A Cervejaria Xaraés conta com uma capacidade produtiva mensal média de 20 mil (L/mês), sendo sua capacidade máxima de 50 mil (L/mês). Atualmente por questões de logística e por estar operando com um número limitado de profissionais, a cervejaria opta por não oferecer o *tour* cervejeiro interno às suas instalações, contudo, dentro do próprio ambiente de recepção dos clientes, é possível – através de vidros, que o cliente possa visualizar o interior da fábrica com todos os equipamentos utilizados para a produção da cerveja e, ainda, anexo ao setor de produção há o setor de envase, no qual o cliente também consegue visualizar o estoque dos barris e também das latas de alumínio utilizados. Salienta-se que a cervejaria pretende no futuro oferecer o serviço de *tour* guiado dentro de suas instalações para que possa durante o percurso, explicar as etapas do processo produtivo, intrínsecos à produção cervejeira.

Em relação aos preços de seus produtos, a Xaraés opera com um preço muito competitivo no mercado com o seu estilo *American Lager* – uma cerveja pilsen, na qual 300 mL custam R\$ 6,00 para o público consumidor, podendo ser adquiridos em barris de 30 e 50 litros com uma chopeira inclusa no valor (consignada) e sua IPA custa R\$ 9,00 para os mesmos 300 mL.

2.6 Síntese dos dados coletados

Abaixo apresenta-se o Quadro 8, elencando as informações coletadas de cada uma das cervejarias de modo a concentrar e resumir as informações. Os valores informados (mínimo e máximo) demonstram um *range* – uma escala com os valores de seus extremos, do preço das cervejas. De modo a padronizar os valores exibidos, registra-se que, para as cervejarias que utilizam de sistema automatizado (Heresia e LaCerva), realizou-se o cálculo para conversão do preço de 1 L para o padrão de 300 mL, podendo este não representar o valor final real.

Quadro 8: Resultados obtidos das cervejarias por meio da pesquisa

c	Cervejaria (nome)	Fundação (ano)	Produção (litros)		Visitação à fábrica	Rótulos e Estilos	Faixa de preço (R\$/300 mL)	
			Mensal (média)	Máxima (total)			Mínimo	Máximo
1	Heresia	2018	4.000	6.000	Parcial	6	8,40	12,00
2	LaCerva	2018	8.000	8.000	Parcial	9	6,30	8,10
3	Louvada	2015	120.000	200.000	Sim	16	8,00	16,00
4	Rocket	2020	1.500	3.000	Sim	11	8,00	8,00
5	Xaraés	2019	20.000	50.000	Parcial	8	6,00	9,00

Fonte: O próprio autor, 2021.

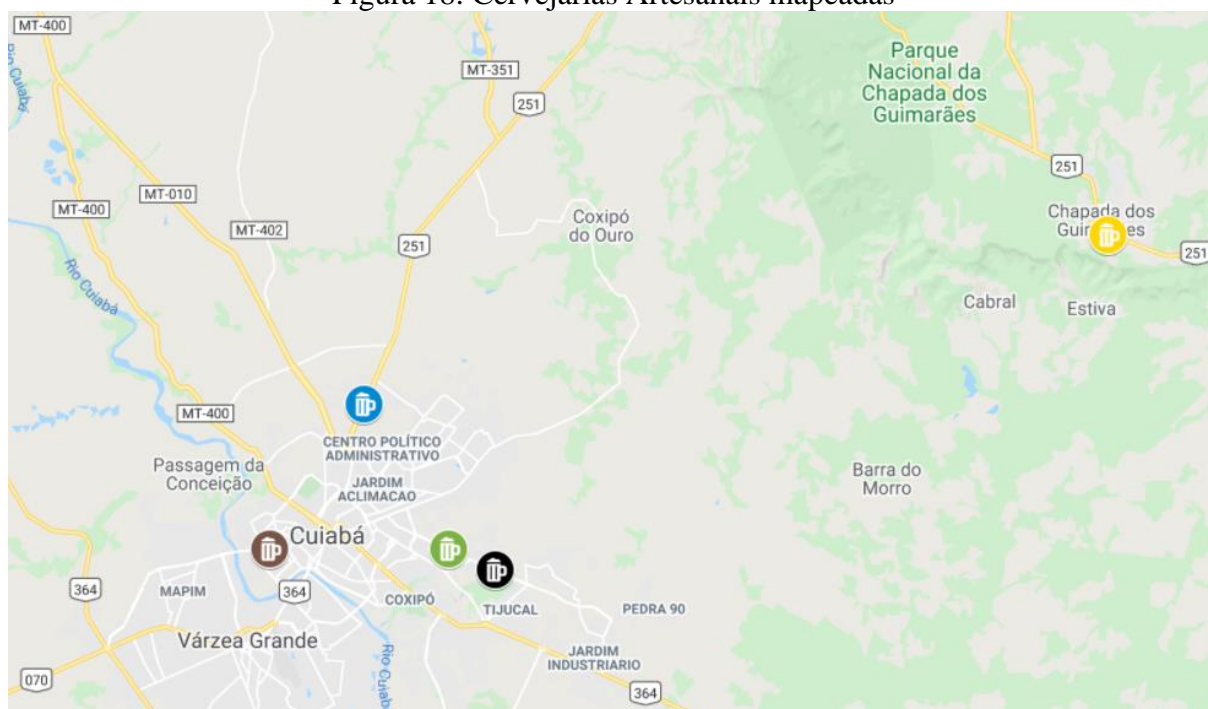
Torna-se importante frisar que o número de estilos e rótulos destacados foram identificados no momento da pesquisa, todos estão sujeitos à rotatividade, sazonalidade e disponibilidade. A acessibilidade para visitação resume-se à: Sim e Parcial – já investigado e descrito em capítulos anteriores.

2.7 O mapa: desenvolvimento e apresentação para o recorte proposto

Para facilitar o acesso às cervejarias e o recorte espacial proposto, mapeou-se as cervejarias através da ferramenta da *Google®*, o *My Maps*, que possibilita a criação de um mapa personalizado com adição de rotas, distâncias ponto-a-ponto, importar fotos aos marcadores, adicionar ou remover *layers* do mapa. Por ser uma ferramenta integrada, com o acesso ao mapa é completamente possível a ativação do GPS (*Global Positioning System*) e o turista e/ou visitante poderia receber as direções diretamente através do seu dispositivo eletrônico para seguir até a cervejaria desejada. O mapa é composto por uma *layer*, apresentam-se relacionadas as cervejarias artesanais (fábricas).

Abaixo apresenta-se o [mapa](#) (para acessar o mapa, basta clicar no *hiperlink* ao lado) criado através da ferramenta online *My Maps*, da *Google*. No mapa, destacam-se as cervejarias identificadas no recorte espacial (*layer* 1), conforme Figura 18.

Figura 18: Cervejarias Artesanais mapeadas



Fonte: O próprio autor, 2021.

As cores das canecas na Figura 18 são utilizadas para distinguir as cervejarias, em Cuiabá existem 4 (quatro) cervejarias mapeadas: Cervejaria Heresia (marrom), Cervejaria LaCerva (verde), Cervejaria Louvada (preta) e Cervejaria Rocket (azul). No município de Chapada dos Guimarães há apenas a Cervejaria Xáraes (amarela). A mesma coloração é utilizada no quadro descritivo de cada uma das cervejarias (Apêndice).

Ao acessar as informações das cervejarias (clitando no ícone da caneca da respectiva cervejaria de interesse), o usuário contará com um breve descritivo da cervejaria (proveniente do *Google*), fotos (do próprio autor) e haverá um recorte com os dados dos rótulos e estilos produzidos por esta cervejaria em questão, produzidos com dados obtidos através da pesquisa. Infelizmente a ferramenta possui também suas limitações, tais como o limite de fotografias e de caracteres que possam ser utilizados no momento da inserção das informações para descrever os objetos (cervejarias). O mapa poderá ainda, ser utilizado de modo a ser uma ferramenta orientativa de modo a oferecer uma primeira experiência de roteiro turístico cervejeiro para o recorte proposto haja visto que a própria ferramenta utilizada para a confecção permite a integração com os já mencionados sistemas de GPS.

Como informação complementar em relação às cervejarias visitadas e seus produtos, verificou-se a unanimidade em oferecer um estilo específico de cerveja destinada justamente a suprir às necessidades do público consumidor local, que seria uma cerveja mais leve e refrescante por conta do clima de calor intenso de Cuiabá e região, a Pilsen.

A cerveja Pilsen é uma cerveja leve e de coloração clara, com baixo teor alcoólico o que possibilita que seja ingerida por período prolongados permitindo um maior consumo e sensação de frescor quando consumida ao longo do dia. A cervejaria Rocket, por exemplo, não produz uma Pilsen diretamente, contudo, disponibiliza a seus consumidores a Kölsch, uma cerveja com uma semelhança à Pilsen, sendo também refrescante e leve, podendo ser consumida ao longo de longos períodos – *drinkability*.

3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Turismo no Estado de Mato Grosso é pautado – em grande parte, no segmento do ecoturismo, com destinos e/ou atrativos turísticos como Chapada dos Guimarães e até o próprio Pantanal. O Turismo de eventos, sobretudo da temática do agronegócio, possui sua parcela na dinâmica turística do Estado, principalmente na cidade de Cuiabá, que estrategicamente concentra um maior número de eventos.

As cervejarias artesanais dentro do recorte proposto, ainda que de modo tímido frente à outras regiões ou cidades do País, vem crescendo em número (unidades fabris) e em volume de produção e venda. Paralelamente, é possível considerar ainda que, o paladar da população local também está mudando, haja visto a relação de oferta e demanda, o que beneficia o visitante e/ou turista com uma maior oferta de produtos (cervejas) com características únicas.

Considerando as classificações dispostas por associações nas quais identificam-se as cervejarias como artesanais e/ou independentes com base no seu volume produzido, considerando ainda que estas fazem uso preferencialmente de insumos que caracterizam uma cerveja mais pura frente às demais comercializadas tradicionalmente, é notável que o termo artesanal é utilizado de modo mercadológico (marketing) para a comercialização um produto que poderia ser produzido em escalas globais.

A caracterização de uma cervejaria artesanal e/ou independente carece de uma reestruturação para melhor definição do que de fato seria artesanal. As cervejarias artesanais devem procurar compreender melhor a forma de inserção destas no Turismo e as possibilidades que a atividade – ou fenômeno, turístico representa.

No que diz respeito ao acesso ao visitante e a possibilidade de visitação, de uma maneira geral a maioria pretende – ainda, um dia disponibilizar o acesso à sua fábrica de modo que o mesmo tenha um roteiro interno estruturado e que possa ser oferecido como um serviço aos seus clientes. É necessário compreender que para muito além da produção cervejeira, a experiência pela visitação às fábricas e pela degustação enquadra-se como uma forma da segmentação do Turismo de Experiência.

O Turismo seja visto como atividade econômica e/ou fenômeno, pode proporcionar inúmeras possibilidades associadas ao produto cerveja artesanal. No que diz respeito à pesquisa e seus objetivos, tornou-se possível a compreensão da organização produtiva das cervejarias, em conjunto com a relação de seus rótulos e estilos produzidos e, ainda, durante a aplicação dos métodos de pesquisa propostos, verificou-se o atual posicionamento destas em relação ao Turismo, evidentemente que, conforme registros fotográficos efetuados e disponibilizados – sobretudo no [mapa elaborado](#), as cervejarias possuem estrutura que pode ser considerada adequada para a recepção e promoção do Turismo.

É possível, com base em futuros estudos e pesquisas, procurar coletar e difundir mais informações acerca das cervejarias, de modo a integrar de uma melhor maneira as cervejarias artesanais do Estado com a dinâmica turística regional e local, utilizando de estratégias,



estruturação de roteiros, análise da cadeia produtiva e Produção Associada ao Turismo (PAT), entre outros.

Para a realização destes estudos e, uma consequente proposta mercadológica, sugere-se que seja realizado um trabalho conjunto multidisciplinar entre profissionais das mais diversas áreas de conhecimento tais como: de Turismo, para o correto direcionamento em prol da atividade turística, com o auxílio técnico de profissionais dos segmentos; de Gastronomia, preferencialmente com conhecimento das especificidades do universo cervejeiro e suas possibilidades, de modo a desenvolver e propor a harmonização das cervejas fabricadas, para que se integre à gastronomia local, enriquecendo-a, podendo ser ainda mais valorizada e, que se compreenda que o produto final não será destinado somente ao visitante ou turista, mas também ao munícipe; de Marketing, para que este possa fornecer meios apropriados de como os dados coletados, estudos realizados possam se tornar uma informação possível de ser transmitida para o público. Outros profissionais também poderiam participar do processo de estudo e proposição mercadológica posterior, tal qual o profissional Guia de Turismo, que poderia além de colaborar no desenvolvimento, seria o agente operacional de um Roteiro Cervejeiro (*Tour Cervejeiro*).



4. REFERÊNCIAS

ABRACERVA, Associação Brasileira das Microcervejarias e Empresas do Setor Cervejeiro. **Estatuto**. Disponível em: <<https://abracerva.com.br/sobre/estatuto/>>. Acesso em: 5 de abril de 2021.

AHA. American Homebrewers Association. **Hops**. Disponível em: <<https://www.homebrewersassociation.org/how-to-brew/homebrew-ingredients/>>. Acesso em 01 de março de 2021.

AHA, American Homebrewers Association. **Homebrew Ingredients**. Disponível em: <<https://www.homebrewersassociation.org/how-to-brew/homebrew-ingredients/>>. Acesso em: 25 maio de 2020.

ASSOCIATION, Brewers. **2020 Beer Style Guidelines**. Disponível em: <<https://www.brewersassociation.org/edu/brewers-association-beer-style-guidelines/>>. Acesso em: 25 maio de 2020.

BEERME, Sistema. **Benefícios BeerMe**. Disponível em: <<https://www.beerme.com.br/>>. Acesso em: 31 de janeiro de 2021.

BENI, Mário Carlos. **Análise estrutural do turismo**. 14. ed. São Paulo: SENAC, 2019.

BJCP. **Beer Style Guidelines**. Disponível em: <<https://www.bjcp.org/stylecenter.php>>. Acessado em: 25 maio de 2020.

CRAFTBEER. Craftbeer.com. **Tasting Sheet**. Disponível em: <<https://www.craftbeer.com/educational-resources/beer-tasting-sheet>>. Acesso em: 28 de março de 2021.

FLANDRIN, Jean-Louis; MONTARI, Massimo. **História da Alimentação**. 9 ed. São Paulo: Estação da Liberdade, 2018.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6 ed. São Paulo: Atlas, 2008.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Mato Grosso**. Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/mt.html>> Acesso em: 21 de setembro de 2020.

INDEPENDENTE, Beba. **Sobre o beba independente**. Disponível em: <<https://bebaindependente.com.br/saiba-mais-sobre-o-bebaindependente/>>. Acesso em: 5 de abril de 2021.

KOTLER, Philip; Armstrong, Gary. **Princípios de Marketing**. Tradução Sabrina Cairo; revisão técnica Dilson Gabriel dos Santos e Francisco Alvarez. 15. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2015.

KRIPPENDORF, Jost. **Sociologia do turismo: para uma nova compreensão do lazer e das viagens**. 3 ed. São Paulo: Aleph, 2001.



LOUVADA. Cervejaria Louvada. **Nossas Cervejas**. Disponível em: <<https://louvada.com.br/loja/nossas-ervejas/>>. Acesso em: 31 de janeiro de 2021.

MAPA, Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **Anuário da Cerveja 2019**. Brasília: DF, 2020.

_____. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **Instrução Normativa nº 54 de 5 de novembro de 2001**. Disponível em: <<https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/vigilancia-agropecuaria/ivegetal/bebidas-arquivos/in-no-54-de-5-de-novembro-de-2001.doc/@@download/file/in-no-54-de-5-de-novembro-de-2001.doc>>. Acesso em: 10 de outubro de 2020.

_____. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **Instrução Normativa nº. 11 de 13 de março de 2013**. Disponível em: <https://www.in.gov.br/materia/-/asset_publisher/Kujrw0TZC2Mb/content/id/30417783/do1-2013-03-14-instrucao-normativa-n-11-de-13-de-marco-de-2013-30417779>. Acesso em: 31 de março de 2021.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS. Eva Maria. **Técnicas de pesquisa**. 8 ed. São Paulo: Atlas, 2018.

MORADO, Reinaldo. **Larousse da Cerveja**. São Paulo: Alaúde Editora, 2017.

MY MAPS. Google My Maps. **Oferta Turística-ervejeira em Cuiabá/MT e Região**. Disponível em: <<https://www.google.com/maps/d/viewer?hl=ptBR&mid=1AncDIHS94fag3Omiiuz55lJviIwA1gsC&ll=-15.574396924240236%2C-55.90061638891665&z=11>>. Acesso em: 31 de janeiro de 2021.

OXFORD, Oxford University. **The Oxford Companion To Beer**. Oxford: Oxford University Press, 2012.

PAÍSES. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Países – Brasil**. Disponível em: <<https://paises.ibge.gov.br/#/dados/brasil>>. Acesso em 31 de março de 2021.

PANROTAS, Revista. **Turismo responde por 8,1% do PIB Brasil; veja dados globais**. Disponível em: <https://www.panrotas.com.br/mercado/economia-epolitica/2019/03/turismo-responde-por-81-do-pib-brasil-veja-dados-globais_162774.html>. Acesso em: 20 de outubro de 2020.

PETRÓPOLIS, Prefeitura Municipal de. **Circuito Cervejeiro**. Disponível em: <<https://www.petropolis.rj.gov.br/turispetro/circuitos-ervejeiros>>. Acesso em: 16 de março de 2021.

RABAHY, Wilson Abahão. **Turismo e Desenvolvimento**. Barueri: Manole, 2003.

RDNews, Portal. **Festa St. Patrick's Day da Louvada vai ter 9 tipos de cerveja, shows e food park**. Disponível em: <<https://www.rdnews.com.br/cultura/conteudos/96908>>. Acesso em: 31 de janeiro de 2021.



SCHNEIDER, Daiane; RASCH, Denise; et al. **Determinação de vida-de-prateleira de produtos alimentícios**. Disponível em:

<https://eventos.uceff.edu.br/eventosfai_dados/artigos/agrotec2018/950.pdf>. Acesso em: 31 de janeiro de 2021.

SEBRAE, Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **1º. Censo das Cervejarias Independentes Brasileiras**, Brasília: SEBRAE, 2019.

UFRJ, Grupo de Teleinformática e Automação da. **RFID**. Disponível em:

<https://www.gta.ufrj.br/grad/12_1/rfid/links/o_que_e.html>. Acesso em: 31 de janeiro de 2021.

UNESCO, Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura. **Traditional Mexican cuisine - ancestral, ongoing community culture, the Michoacán paradigm**.

Disponível em: <<https://ich.unesco.org/en/RL/traditional-mexican-cuisine-ancestral-ongoing-community-culture-the-michoacan-paradigm-00400>>. Acesso em: 25 de novembro de 2020.

UNIVERSITY, Kirin Beer. **Global Beer Consumption by Country in 2018**. Disponível em:

<https://www.kirinholdings.co.jp/english/news/2019/1224_01.html> Acesso em: 08 de julho de 2020.

_____, Kirin Beer. **Kirin Beer University Report Global Beer Consumption by Country in 2016**. Disponível em: <https://www.kirinholdings.co.jp/english/news/2017/1221_01.html>

Acessado em: 08 de julho de 2020.

_____, Kirin Beer. **Kirin Beer University Report Global Beer Consumption by Country in 2017**. Disponível em: <https://www.kirinholdings.co.jp/english/news/2018/1220_01.html>

Acessado em: 08 de julho de 2020.


_____, Kirin Beer. **Kirin Beer University Report Global Beer Consumption by Country in 2019**. Disponível em: <https://www.kirinholdings.co.jp/english/news/2020/1229_01.pdf>

Acessado em: 31 de março de 2021.

XARAÉS, Cervejaria. **Latas**. Disponível em: <<https://www.cervejariaxaraes.com.br/>>. Acesso em 31 de janeiro de 2021.


APÊNDICES

Quadro 9: Apresentação da relação das cervejas produzidas pela Heresia

Cervejaria Heresia 				
Nº	Rótulos e Estilos	Características		
		ABV (%)	IBU	Descrição
1	APA (American Pale Ale)	5	39	Cerveja de cor âmbar, com amargor de médio para baixo, sabor adocicado ao final da degustação e aroma pronunciado de lúpulos norte-americanos.
2	Catharina Sour (Morango e Amora)	4	5	Leve, frutada, de acidez limpa e presente. Feita por um processo de dupla fermentação, a cerveja leva adição de morango e amora para equilibrar a acidez e garantir a refrescância.
3	Dark Sour (Framboesa)	6,7	8	Cerveja levemente ácida, com adição de framboesa durante a maturação.
4	IPA (India Pale Ale)	7	60	Cerveja de cor âmbar com amargor médio à alto e aroma pronunciado de lúpulos.
5	Pilsen	4,6	10	Cerveja puro malte de baixa fermentação, corpo baixo, aroma suave e baixo amargor.
6	Session IPA (Session India Pale Ale)	-	-	Cerveja leve e clara, de amargor moderado. Uma cerveja bem aromática e com sabor acentuado de lúpulo.

Fonte: O próprio autor, 2021.


Quadro 10⁸: Apresentação da relação das cervejas produzidas pela LaCerva

Cervejaria LaCerva 				
Nº	Rótulos e Estilos	Características		
		ABV (%)	IBU	Descrição
1	APA (American Pale Ale)	-	-	-
2	Brown (Lager Beer)	-	-	-
3	Cosmel	4,2	18	-
4	Hop Lager	4,2	30	-
5	IPA (India Pale Ale)	7	60	-
6	Pilsen	4,2	18	-
7	Red Ale	4,7	25	-
8	Tangerina (Fruit Beer)	4,2	18	-
9	Vienna (Lager Beer)	4,7	22	-

Fonte: O próprio autor, 2021.

⁸ Parte das características, incluindo a descrição das cervejas, não foram disponibilizadas no momento da pesquisa. De forma a evitar qualquer suposição e para manter a especificidade das cervejas produzidas, optou-se por não as descrever baseando-se no *Beer Style Guidelines* (BJCP, 2020).


Quadro 11: Apresentação da relação das cervejas produzidas pela Louvada

Cervejaria Louvada 				
Nº	Rótulos e Estilos	Características		
		ABV (%)	IBU	Descrição
1	APA (American Pale Ale)	5,1	45	Perfumada, acobreada e marcante. A Louvada American Pale Ale faz jus ao nome que leva, mantendo a tradição desde os ingredientes até aroma e sabor que a torna digna de honra.
2	Benedita	6,5	65	A mais premiada das Louvadas. Tem espuma cremosa, amargor pronunciado, aromas característicos de torrefação, além do Furrundú, típico doce cuiabano, em sua composição.
3	Bergamot (Modern APA)	5,5	50	A Louvada Bergamot é uma modern APA de personalidade marcante. Sua coloração é clara e seu amargor é presente, mas se equilibra perfeitamente com a citricidade e a leveza do lúpulo. O toque final fica por conta do aroma inconfundível da bergamota.
4	Cachorro Ovelheiro (American IPA)	6,5	65	Eleita a melhor American IPA no concurso brasileiro de cervejas em Blumenau/SC, também medalha de ouro na Copa Cervezas de América, no Chile.
5	Catharina Sour (Amora e Framboesa)	4,6	5	Leve, extremamente saborosa e de alta carbonatação, a Louvada Catharina Sour se destaca pelo equilíbrio perfeito da acidez procedente do estilo e aromas de frutas.
6	Catharina Sour (Laranja)	4,6	5	Leve, extremamente saborosa e de alta carbonatação, a Louvada Catharina Sour se destaca pelo equilíbrio perfeito da acidez procedente do estilo e aromas de frutas.
7	Dark Side (Imperial Stout)	8,5	45	Uma legítima Russian Imperial Stout de alto teor alcoólico e médio amargor, é maturada em barril de amburana e tem em sua composição açúcar mascavo e favas de baunilha.
8	German Pilsner	5	25	Uma cerveja equilibrada como uma pilsen, com amargor pronunciado, evidenciado pela presença marcante do nobre lúpulo Saaz. Com final seco, ela carrega em sua receita a mais pura tradição alemã.
9	Hop Lager	4,8	25	Uma cerveja para quem gosta da refrescância de uma pilsen, com aroma cítrico e amargor mais presente. Eleita a melhor Hop Lager do Brasil.
10	IPA (India Pale Ale)	6,5	65	Acobreada, encorpada e forte como uma boa India Pale Ale deve ser. Tem graduação alcoólica mais elevada, aromas cítricos e herbais, além de um amargor evidente que se equilibra no paladar.
11	Louvada Lab (Estilos Variados)	-	-	A Louvada Lab caracteriza-se por diversos experimentos realizados pela Cervejaria Louvada em busca de novos produtos.
12	Neipa (New England IPA)	6,5	65	Cerveja de coloração amarelo palha, com notável turbidez devido ao uso de aveia. Possui aroma cítrico e abundante presença de lúpulo, porém com amargor moderado, que rompe o tradicionalismo das IPAs.

13	Pilsen (Premium Lager)	4,8	13	Delicada, clara e leve. A Louvada Pilsen tem baixa fermentação, o que a torna extremamente leve. Perfeita para ser apreciada no calor.
14	Vienna	5,4	25	De coloração âmbar, carbonatação moderada e espuma evidente, a Louvada Vienna é saborosa pelo equilíbrio perfeito de malte e lúpulo, além de um suave dulçor de biscoito ao final.
15	Weiss	5,1	10	Clara, delicada e aromática. Feita de trigo, com notas de banana e cravo. Tem seu sabor finalizado com um leve amargor.
16	Witbier	4,3	8	Perfumada, saborosa e refrescante. Com adição de cascas de ponkan e coentro, a Louvada Witbier é inspirada em receitas belgas. Ideal para os dias quentes e para harmonizar com pratos leves.


Fonte: O próprio autor, 2021.

Quadro 12: Apresentação da relação das cervejas produzidas pela Rocket

Cervejaria Rocket 				
Nº	Rótulos e Estilos	Características		
		ABV (%)	IBU	Descrição
1	Água Lupulada	0	5	Uma água aromatizada com lúpulos, que carrega um certo amargor e aroma proveniente do lúpulo utilizado em sua produção.
2	AustrAlien (Australian Sparkling Ale)	3,9	14	Uma cerveja bem carbonatada e leve com um corpo maior proveniente da própria carbonatação, com baixo teor de malte.
3	Dark Side of the Moon (British Brown Mild)	4,2	23	Uma cerveja escura de baixa densidade, mantendo o sabor e a experiência sensorial de uma cerveja escura com um corpo mais leve, ideal para o clima local.
4	Meteoro (Tropical IPA)	4,7	45	Uma cerveja IPA de baixa densidade de alta <i>drinkability</i> e bem lupulada.
5	Planeta Vermelho (Irish Red Ale)	4,5	23	Uma Irish Red Ale, uma cerveja vermelha com um aroma suave de caramelo e com um sabor marcante de tostado (torrado).
6	Red Hot Cherry Peppers (cereja e pimenta)	5,3	18	Uma cerveja complexa que porta um aroma de cereja (fruta) e com um leve ardor que remete à pimenta.
7	Salva Vidas (Kölsch)	4,9	18	O estilo Kölsch, que carrega um caráter de aroma de frutado e floral sendo bastante carbonatada.
8	Witbier	4,3	16	Uma cerveja tradicional belga. Uma cerveja de trigo, com aroma floral proveniente do coentro e com a citricidade das cascas do limão siciliano.
9	Woodstock Janis Joplin (cerejeira)	5,2	18	Uma cerveja leve e clara, envelhecida com madeira cerejeira, moderadamente carbonatada, com aroma adocicado proveniente da cerejeira.
10	Woodstock Jimmy Hendrix (sassafrás)	5,2	18	De cor clara e corpo leve, uma cerveja com um aroma puxado para o amadeirado puro.
11	Woodstock Joe Cocker (canela)	4,5	31	Uma cerveja escura de baixa densidade que carrega um aroma particular da madeira de canela.

Fonte: O próprio autor, 2021.

Quadro 13: Apresentação da relação das cervejas produzidas pela Xaraés

Cervejaria Xaraés 				
Nº	Rótulos e Estilos	Características		
		ABV (%)	IBU	Descrição
1	American Lager	4,5	6	A Xaraés American Lager é uma cerveja puro malte leve, de coloração palha. Seu corpo suave de leve amargor e baixo teor alcoólico fazem dela uma excelente opção para enfrentar o calor mato-grossense.
2	Hop Lager	5	18	Puro malte de coloração dourada, possui um corpo médio e uma explosão de lúpulos que traz sabores cítricos e um amargor mais presente. Uma cerveja extremamente refrescante e intensa para os fãs do lúpulo.
3	IPA (India Pale Ale)	6,5	51	É uma cerveja de coloração âmbar, tem um corpo médio, amargor sutil considerando o estilo. A presença do maracujá faz com que a cerveja fique levemente ácida, o que complementa muito bem o amargor, sendo assim, uma cerveja bem equilibrada e muito saborosa.
4	Low Carb (Pilsen Low Carb)	4	8	Uma cerveja Pilsen Low Carb (baixo teor de açúcares) de coloração dourada, corpo médio e amargor presente. que possui aromas e sabores marcantes, com características herbais devido à maior quantidade e variedade de lúpulos usados.
5	Oat Stout (Oatmeal Stout)	5,4	23	Uma cerveja escura com médio teor alcoólico. A cerveja Oatmeal Stout ostenta um leve amargor proveniente da aveia utilizada no seu processo de fabricação.
6	Pilsen (Premium Lager)	5	18	Uma cerveja puro malte de coloração dourada, corpo médio e amargor presente. Possui aromas e sabores marcantes, com características herbais devido à maior quantidade e variedade de lúpulos usados. Uma Pilsen poderosa.
7	Red Ale	5,5	32	Apresenta uma linda coloração avermelhada. A união de maltes especiais realça a percepção de caramelo em seu aroma e sabor. O seu corpo médio e amargor moderado favorecem a obtenção de alta “ <i>drinkability</i> ”.
8	Stout (Carvalho)	5,4	23	Uma cerveja escura com notas amadeiradas provenientes do carvalho francês e de médio teor alcoólico.

Fonte: O próprio autor, 2021.