

Home > Economia > Notícia

Tamanho do texto **A** | **A**

Shopping As melhores ofertas, nas melhores lojas.

PUBLICIDADE

Microcervejarias buscam variedade

04/08 - 12:12 - Agência Estado


[Comentar](#) | [Imprimir](#) | [Enviar](#) | [Corrigir](#) | [iG Celular](#) | [RSS](#) | [Fale Conosco](#)

Consumidor que é consumidor está sempre em busca de novidades. E quando o assunto é bebida, em especial a cerveja, preferência da maioria dos brasileiros, as microcervejarias fabricantes encarregam-se de promover produtos diversificados para o público.

E a lista de tipos é grande: münchen, bock, weizenbier, pielsener, altbier, ale, märzen, entre outras.

De acordo com o mestre-cervejeiro Matthias Rembert Reinold, atualmente são cerca de 80 microcervejarias espalhadas por todo o Brasil. A maioria está localizada nas regiões sul e sudeste do País.

Segundo Reinold, o mercado de microcervejarias vive um momento bem favorável. "O setor está atrelado à economia, que por sinal também vai bem." E enfatiza que há alto potencial de crescimento no setor porque os consumidores estão sempre querendo novos sabores.

O cervejólogo Edu Passarelli também acredita no crescimento: "O Brasil passa por um boom gastronômico, em que as pessoas estão descobrindo vinhos, queijos e também cervejas." Para ele, os consumidores estão interessados em produtos que saiam do comum.

No entanto, Reinold faz um alerta: não se aventure no ramo somente por acreditar que possa dar certo. "É preciso fazer um plano de negócios, além de ter uma reserva de caixa para manter o funcionamento até o retorno do investimento." Outra dica importante é ter a assessoria de especialistas que realmente entendam do mercado e dos produtos.

A velha questão que levanta o debate se as microcervejarias são ou não concorrentes das grandes marcas de cerveja parece já estar solucionada. Passarelli afirma que há diferenças entre ambas, o que ajuda no direcionamento do público. O processo de produção nas micros dura mais tempo, em média 21 dias, por isso também é chamada de cerveja artesanal; nas grandes esse número é reduzido para sete dias. Na micro o preço é um pouco mais caro.

Outro ponto que separa micros e grandes é a distribuição do produto. De acordo com Reinold, o fornecimento das microcervejarias abrange um raio de até 100 quilômetros.

Investimento

Para quem pensa em investir num negócio como esse, vale ressaltar que o investimento inicial para uma microcervejaria que teria uma produção de 10 mil litros fica em torno de R\$ 400 mil e R\$ 600 mil. Reinold afirma que o retorno vem a "passos lentos", em até três anos.

Além de toda preocupação com a matéria-prima, há também os equipamentos essenciais na empresa (veja quadro ao lado). Entre eles estão: sala de cozimento, tanques de fermentação, filtro de cerveja, máquina de lavar e encher barris keg, compressor de ar, gerador de vapor, sistema de resfriamento de água e moinho de malte. "Com esses equipamentos é possível produzir 80% dos tipos de cerveja fabricadas pelas microcervejarias", diz Reinold. A área mínima para abrigar os equipamentos ficaria entre 400m² e 600m².

Espaço garantido

O proprietário da microcervejaria Bamberg, Alexandre Bazzo, é também engenheiro de alimentos.

Antes da empresa, ele já contava com experiência profissional em empreendimentos alimentícios e também em outras microcervejarias. O impulso para abrir a própria microcervejaria, segundo ele, era a dificuldade para encontrar uma variedade de produtos.

Este é o terceiro ano da empresa, localizada em Votorantim, interior do Estado de São Paulo. Segundo Bazzo, o crescimento anual tem sido sempre na faixa de 20%, 30% comparado ao período anterior.

Atualmente a Bamberg produz 35 mil litros de diversos tipos de cerveja. Todavia Bazzo já prevê uma expansão na empresa. Para o segundo semestre ele planeja ampliar a produção até alcançar a marca de 60 mil litros/mês.

Outro empresário da área é Severino Baptista, que há cinco anos tem a microcervejaria Mistura Clássica, localizada em Volta Redonda, RJ. Assim como Alexandre, ele já contava com experiência na atividade quando decidiu investir na sua própria marca de cerveja.

Para manter-se sempre no mercado, a saída encontrada por Severino foi apostar em lançamentos. "Até o final do ano serão mais quatro tipos de cerveja."

Atualmente a Mistura Clássica conta com seis tipos de cerveja. E a produção está em 50 mil litros por mês. Mas nem sempre foi assim. No começo da empresa eram 15 mil litros mensais. "Crescemos conforme demanda do mercado."

Um dos diferenciais da microcervejaria é a aposta na entrega delivery. "As pequenas cervejarias são ágeis e sempre estão à procura de ações para ganhar espaço", diz Severino. Outra inovação foi montar um bar dentro da própria fábrica para que todos os consumidores possam experimentar as cervejas. "É uma ação barata e uma grande ferramenta para divulgar o produto." As medidas parecem estar funcionando; afinal, o faturamento mensal da empresa está em torno de R\$ 120 mil.

Receba esta notícia no celular



SP  
 ◆ MIN ◆ MAX ◆ MIN ◆ MAX
 13°C - 26°C 16°C - 31°C

Confira outras regiões



Luís Nassif On Line
 Políticas sociais universais



Ricardo Kotscho
 Internet multiplica formador de opinião



José Paulo Kupfer
 Conservador? Que nada! Nosso BC é para lá de arrojado



Blog do ET
 Governo joga a toalha na reforma tributária

Conheça os termos mais usados na economia:

A	B	C	D	E	F	G	H	I
J	K	L	M	N	O	P	Q	R
S	T	U	V	W	X	Y	Z	

Ombudsman | Anuncie Aqui | Central do Cliente | iG Banda Larga | Definir como Página Inicial | Sites iG | Último Segundo | iG Shopping

© Copyright 2000-2007, Internet Group - Portais: iG, iBest e BrTurbo