



**Fundação Educacional do Município de Assis
Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis
Campus "José Santilli Sobrinho"**

CRISTIAN DOS REIS NEGRÃO

STARTUPS: CERVEJAS ARTESANAIS

Assis/SP

2020



**Fundação Educacional do Município de Assis
Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis
Campus "José Santilli Sobrinho"**

CRISTIAN DOS REIS NEGRÃO

STARTUPS: CERVEJAS ARTESANAIS

Projeto de pesquisa apresentado ao Curso de Administração, do Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis – IMESA e à Fundação Educacional do Município de Assis – FEMA.

Orientando: Cristian Dos Reis Negrão

Orientador: Paulo Sergio da Silva

Assis/SP

2020

FICHA CATALOGRÁFICA

NEGRÃO, Cristian Dos Reis.

Startups / Cristian Dos Reis Negrão. Fundação Educacional do Município de Assis –FEMA – Assis, 2020.

37 páginas.

1. Startups. 2. Cervejas artesanais.

CDD:

Biblioteca da FEMA

STARTUPS: CERVEJAS ARTESANAIS

CRISTIAN DOS REIS NEGRÃO

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis, como requisito do Curso de Graduação, avaliado pela seguinte comissão examinadora:

Orientador: _____

Paulo Sergio da Silva

Examinador: _____

Maria Beatriz Alonso do Nascimento

Assis/SP

2020

DEDICATÓRIA

Dedico esse trabalho aos meus pais, que são minha base, que sempre me apoiaram, que sempre me incentivaram a buscar o que eu quero e que colaboraram para eu ser quem sou hoje.

AGRADECIMENTO

Agradeço antes de tudo e todos, a Deus que me abençoa e sempre me abençoou, que me dá sabedoria, forças, saúde e vida sempre. Agradeço aos meus pais que são meus maiores amores, que são os responsáveis pela oportunidade de eu ter chegado até aqui e que sempre se fizeram presentes na minha vida.

Agradeço aos *peleoneiros*, a todos aqueles que passaram pela minha vida nesses anos de faculdade, sendo pessoas boas ou ruins aprendi algo com cada um. Agradeço a cada professor que já passou pela minha vida, pois eles me ensinaram muito e foram importantes na minha trajetória até aqui, ao meu orientador Paulo Sergio, que me ajudou e colaborou para que esse trabalho ficasse bem executado, agradeço a todos os colegas de classe desses anos de faculdade, pois cada um, com suas diferenças particulares, puderam compartilhar algo e me fazer analisar diferentes maneiras de ver a vida e aprender com as pessoas. Agradeço pelos bons amigos que fiz esses anos de faculdade, principalmente meu amigo João Ricardo, que foi o melhor amigo que fiz durante o curso, o qual espero levar para vida toda.

Agradeço por todos aqueles que me deram força durante esses anos, me fizeram dar risadas e me ajudaram nos momentos difíceis. Agradeço por cada momento vivido, por todas as brigas em sala, por todas as risadas, pelas cervejas e partidas de sinuca. Agradeço por ter vivido momentos que vou levar para toda minha vida.

Claro, agradeço a mim mesmo, pois se eu não tivesse iniciativas, sonhos, vontades, sabedoria e não almejasse me torna uma grande pessoa, não estaria aqui e esse é só o começo.

RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo trazer o conhecimento sobre as *startups*, para saber que tipo de empresas são elas, quais suas características, seu desempenho no mundo dos negócios, como tem crescido esse modelo de negócio dentro do Brasil, os motivos de estarem crescendo e as pessoas procurando cada vez mais essa classe de empresa.

Como exemplos de *startups* apresentaremos as empresas de cervejas artesanais, que vêm crescendo e se tornando cada vez mais populares. Mostrando como são essas cervejas, quais os tipos existentes, os tipos de produção e mostrando como o mercado tem respondido a esse produto.

Encontrarão no trabalho desde a origem da cerveja até as primeiras cervejas artesanais produzidas no Brasil, tendo opiniões diversas de sites e produtores que se interessam por essa área, podendo descobrir a fundo modelos que vemos todos os dias, mas não tínhamos ideia do que se tratava em termos de produção e nomenclatura.

Palavras-chave:

Startup; Empresas; Cerveja; Cerveja artesanal.

ABSTRACT

The following piece has as the objective of bringing the knowledge about the “start-ups”, so the reader gets to know what kind of enterprises are these, their characteristics, their performance around the business world, and how they have been growing in Brazil, the reasons why they keep evolving and why people is changing from the old models to this new one, preferring it.

We introduce the “craft beer” as an example of these enterprises, showing how they have been growing, the types of beer, types of production, and how the target market has responded to this product.

You will find by the reading of these papers, since the origins of beer to the first craft beers made in Brazil, with diferente opinions from contrasting sites and producers who are interested in the field, while giving to the reader the chance to deeply discover these type of models we see everyday with no idea about the production or nomenclature.

Key words:

Startup; Companies; Beer; Craft beer.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

FIGURA 1: Características e diferenças

16

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Estilos de cervejas e suas características

25

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	12
2 STARTUP	15
2.1 OS JOVENS E AS STARTUPS	17
2.2 AS MARTECHS	17
2.3 EMPRESAS UNICÓRNIO	19
2.4 A AMBEV E AS STARTUPS	19
3 CERVEJAS ARTESANAIS	21
3.1 SURGIMENTO DA CERVEJA	21
3.2 A CERVEJA ARTESANAL NO BRASIL	21
3.3 CERVEJARIAS- <i>STARTUP</i>	23
3.4 TIPOS DE CERVEJAS	23
4 HÁBITO DE CONSUMO DE CERVEJA DOS BRASILEIROS	26
5 PESQUISA COM O CONSUMIDOR	28
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	33
7 REFERÊNCIAS	34
8 ANEXOS	36

1. INTRODUÇÃO

O mundo tem ganhado cada vez mais jovens empreendedores e interessados no mundo dos negócios, os acessos à tecnologia, à globalização e a outros fatores colaboram muito com esse crescimento. Se tornar um empresário não é fácil, ainda mais para um jovem, com pouca experiência e que está começando sua vida, pois existem muitos elementos por trás, não é simplesmente criar um produto, oferecer um serviço, criar uma marca ou abrir uma empresa.

Para poder tornar-se um empresário, desde jovem, para muitos parece loucura, e muitas pessoas não conseguem acreditar, talvez este pode ser um dos pontos que motivam um jovem, querer provar o seu melhor. A coragem de arriscar e não ter medo de apostar são outros pontos que nos movem. O empreendedorismo, o envolvimento com o mundo dos negócios, são fascinantes, que atraem e instigam.

Pode-se perceber que o número de *startups* aumentou muito, esse é um jeito de ter uma empresa que tem feito muitos jovens entrarem para o mercado, já que é uma opção que tem dado muitas oportunidades para diversas pessoas poderem colocar seus produtos nas casas dos consumidores.

Estaremos falando sobre as *startups*, focados nas cervejas artesanais e como há crescido o número de marcas e tipos de cervejas, sejam elas *Pilsen*, *Lager*, *Apia*, *Ipa* e etc.

Segundo o site StartSe: “Startup é uma empresa jovem com um modelo de negócios repetível e escalável, em um cenário de incertezas e soluções a serem desenvolvidas. Embora não se limite apenas a negócios digitais, uma startup necessita de inovação para não ser considerada uma empresa de modelo tradicional.”

Para entrarmos nesse assunto precisamos saber que existe uma diferença entre ser empreendedor e empresário, pois existe muito empresário que não é empreendedor, e o mesmo acontece ao contrário. Segundo o site administradores.com: “Empreendedor é quem identifica oportunidades e gera riquezas a partir delas. No mundo do trabalho, aquele tipo de pessoa que é capaz de criar uma empresa ou negócio a partir de uma simples ideia. Empresário, por sua vez, é todo indivíduo que tem competência para perpetuar essa mesma empresa ou negócio. Que consegue fazer crescer e prosperar aquilo que foi concebido e ainda precisa amadurecer”.

Se não é algo fácil, que traz muitas dores de cabeça, muitos riscos e incertezas, porque cada vez mais os jovens vêm se tornando empreendedores e/ou empresários?

Existem várias razões e motivos para responder a essa questão, algumas delas são: o fato de uma pessoa já nascer com o dom para seguir esse ramo, outras pessoas por decisões que foram tomando e as levaram a chegar ali, outras por desejarem e se esforçarem para realizar, até mesmo umas pelo destino acabam entrando para esse mundo dos empresários e empreendedores.

Muitos jovens têm se interessado mais por esse tema por buscar sua independência, pelo fato das oportunidades serem maiores hoje em dia e até mesmo por seguir uma linhagem que já vem de família. Estar envolvido com o mercado e estar tomando decisões importantes são de chamar a atenção de muitos, às vezes a vontade de passar o seu valor é maior que um problema que possa fazê-lo desistir.

Temos, com esta pesquisa, a finalidade de analisar o aumento das *startups* de cervejas artesanais. Ou seja, quais os motivos que têm levado o crescimento desse ramo artesanal, o porquê do interesse pela cerveja tem crescido cada vez mais, saber qual a atração das pessoas pelas variedades de cervejas, quais as decisões tomadas para colocar o produto no mercado e como o mercado está reagindo a esse crescimento.

De acordo com o site brejas.com: “Há evidências de que a prática da cervejaria originou-se na região da Mesopotâmia onde a cevada cresce em estado selvagem. Os primeiros registros de fabricação de cerveja têm aproximadamente 6 mil anos e remetem aos Sumérios, povo mesopotâmico”. Os egípcios e romanos tiveram papel importante no crescimento da cerveja, segundo o site opabier.com: “Logo, os egípcios aprenderam a arte de fabricar cerveja e agregaram o líquido à sua dieta diária. A expansão definitiva da cerveja se deu com o Império Romano, que se encarregou de levá-la a todos os lugares onde ainda não era conhecida. Júlio César era um grande admirador da cerveja e a ele é atribuída a introdução da cerveja entre os britânicos e gauleses (hoje França), foi então que a cerveja ganhou seu nome definitivo. Isso porque os gauleses denominavam essa bebida de “cerevisia” ou “cervisia”. O nome era uma homenagem a Ceres, deusa da agricultura e da fertilidade”.

Ela vem sendo consumida desde sempre e crescendo no paladar das pessoas a cada dia que passa, nos dias atuais existem e estão sendo criadas inúmeros tipos de cervejas. As cervejas artesanais, que estão por todo lado, estão fazendo com que muitas pessoas abram *startups*

para começar com seu negócio e colocar seu produto no mercado. Em alguns casos iniciam como *hobby* e depois profissionalizam em formato de *startups*.

A criação de uma cerveja, produção e desenvolvimento da marca é desafiador e mais complexo que se pode imaginar, devesse ter um cuidado, um estudo e uma administração por trás, para que tudo não seja perdido. A facilidade para a criação de um *startup* é um dos motivos que incentiva a abertura da mesma, pois os riscos acabam sendo menores e a chance de uma perda acaba não assustando tanto o empreendedor, que por sua vez se faz mais confiante.

2. *STARTUP*

Existem várias definições para explicar o que é uma *Startup*, alguns investidores conceituam de maneira diferente um dos outros, porém há uma definição mais atualizada, assim podemos dizer, para descrever o que é esse modelo de empresa.

Segundo o site do Sebrae: “ Uma *startup* é um grupo de pessoas à procura de um modelo de negócios repetível e escalável, trabalhando em condições de extrema incerteza”.

Frequentemente, perdemos de vista o fato de que uma startup não consiste num produto, numa inovação tecnológica ou até mesmo numa ideia brilhante. Uma startup é maior do que a soma de suas partes; é uma iniciativa intensamente humana. (RIES, 2011, p. 27)

O termo *startup* surgiu na década de 90, no Vale do Silício, no estado da Califórnia, nos Estados Unidos, quando ocorreu um grande aumento de empresas. Por volta de 1996 a 2000, quando houve o que chamamos de bolha da internet ou bolha das empresas ponto com (que foi quando houve um grande aquecimento no investimento de ações em empresas que estavam focadas na internet ou no uso tecnológico), que esse termo começou a ser usado no Brasil. Elas tiveram um grande crescimento no Brasil a partir do ano de 2010, segundo fontes de pesquisas, no ano de 2012 existiam registradas na Associação Brasileira de *Starups*, 2.519 *startups*, esse número aumentou para 5.147 no ano de 2017. Segundo um levantamento da Abstartups (Associação Brasileira de *Starups*), existem mais de 10 mil empresas no país.

O que causa tanto interesse por essas empresas é o fato delas terem um crescimento muito rápido, o custo ser baixo e mesmo tendo seus riscos e suas incertezas, não deixam de ser um bom investimento. As *startups* têm uma evolução com um crescimento de lucro em que os custos não crescem no mesmo nível, ela busca atender da melhor maneira e agradar ao seu consumidor, podendo trazer um serviço ou produto diferente, inovador e que seja necessário.

As *startups* podem oferecer seus produtos e serviços para outras *startups*, além do consumidor final, quando elas chegam a um nível maior, elas tendem a se sobressair nas ofertas de serviços para outras empresas, de porte grande, que fazem a terceirização de atividades relacionadas ao desenvolvimento, pesquisa e inovação.

O site da Agência Brasil, traz dados que mostram que, de todas as empresas cadastradas na ABStartups, 72% delas, são jovens que as lideram, com uma idade entre 25 e 40 anos, e que 12,3% são comandadas por mulheres e 87,13% por homens.

No Brasil, a maior concentração de startups se encontra no estado de São Paulo. Florianópolis se destaca entre as capitais por possuir maior número de empresas por habitantes.

Vale citar também que existem as incubadoras e as aceleradoras de uma startup, onde uma incubadora ajuda com que uma *startup* sobreviva no mercado, auxiliando elas a se fortalecerem e preparem, disponibilizando uma estrutura planejada e completa, para auxiliar no desenvolvimento de novos negócios, podem ser mantidas por instituições privadas e também públicas. Já as aceleradoras fazem com as empresas tenham uma evolução mais rápida, ajudando com alguns investimentos em troca de um percentual de participação, mentorias e outros benefícios.

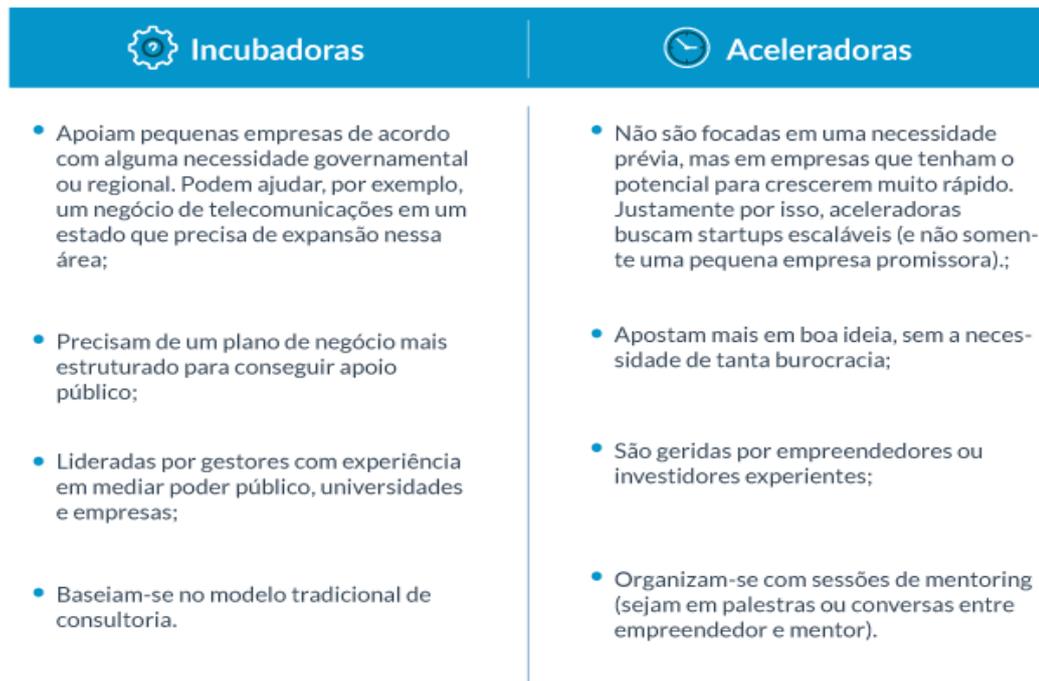


Figura 1: Características e diferenças

Fonte: Site Sebrae, 2020

2.1 OS JOVENS E AS *STARTUPS*

Com base no site o tempo.com: “De acordo com dados do relatório Global Entrepreneurship Monitor (GEM), produzido no Brasil pelo Sebrae, em parceria com o Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade (IBQP), o número de empreendedores entre 18 anos e 34 anos, que estão envolvidos na criação do próprio negócio, cresceu em 2017. Já são mais de 15,7 milhões de jovens que estão desenvolvendo um negócio ou que já têm empresa com até três anos e meio de atividade, sendo que a opção pelas startups é uma das mais atrativas”. Os jovens têm se interessado, estão se fazendo presente e tendo responsabilidades na criação e gerenciamento de empresas. O número apresentado de jovens desenvolvendo seu próprio negócio é bem significativo e mostra que as empresas têm representatividade, já que existem empresas com três anos e meio de trabalho, assim podendo notar que são empresas criadas com objetivos e sérias.

O fato do jovem estar interessado e estar sério dentro do seu negócio é excelente para a economia, para a evolução e criação de novas empresas com grande capacidade e que podem se tornar negócios modelos. A responsabilidade e interação do jovem com as startups também demonstra com eles estão se tornando adultos e maduros mais cedo e que suas empresas podem ser levadas a sério.

Segundo o site simix.com: “Seja pela falta de oportunidade na área escolhida ou na busca por seguir uma tendência que mostra apenas crescimento, os jovens estão desenvolvendo seus próprios negócios”.

Um ponto que leva os jovens a buscarem montar seu próprio negócio é o fato de que nos dias atuais o cenário de empregos tem se feito cada vez mais escassos e com o aumento da tecnologia, muitos jovens estão buscando mais empreender do que seguir uma carreira profissional.

2.2 AS *MARTECHS*

De acordo com dados retirados do site mutantbr.com: “*Martechs* são *startups* que usam tecnologia para planejar, executar e mensurar estratégias de marketing. Essas empresas

aplicam recursos modernos e avançados focando no ambiente online e *omnichannel*¹, para melhorar a eficiência nas estratégias voltadas para clientes, como fortalecimento e fidelização da marca”. Ou seja, as *martechs*, que também são conhecidas como as *startups* de marketing, utilizam da tecnologia para resolver problemas e alcançar os objetivos de marketing, essa expressão vem da união entre tecnologia e marketing. Startups e projetos, que juntam tecnologia com marketing.

As *martechs* colaboram muito para que as empresas cresçam e, principalmente, se insiram no ambiente de transformação digital. Esse ramo tem grandes chances de crescimento, já que nos dias atuais contamos com uma constante transformação, inovação e avanço tecnológico. Podemos levantar algumas características das *martechs*, ainda utilizando dados retirados do site mutantbr.com, como o seguintes: “Como já citado, o uso da tecnologia para basear as ações de marketing é a principal característica dessas soluções, usando elementos como Inteligência Artificial, *data driven* marketing, integração entre canais de comunicação, além de outras ferramentas.

O resultado da união entre marketing e tecnologia fez com que essas empresas surgissem e atuassem em diversas categorias necessárias para empresas de diferentes setores. Como exemplo, é possível citar:

- Engajamento e aquisição de clientes;
- Gerenciamento de processos;
- Gestão de pessoas;
- Big data;
- Automação do funil de vendas.

Essa tendência também reforça o trabalho em conjunto entre o marketing e TI das empresas, já que os profissionais de marketing digital usam diversas ferramentas para mensurar e aperfeiçoar sua performance, além da familiaridade com o gerenciamento de dados”.

¹ “A estratégia *Omnichannel* se baseia no uso simultâneo e interligado de diferentes canais de comunicação, com objetivo de estreitar a relação entre online e off-line, aprimorando, assim, a experiência do cliente”. FONSECA, Letícia, **Rockcontent**, 2017.

Pode-se notar que apesar das *martechs* serem similares as *startups*, uma diferença é que a tecnologia utilizada nas *martechs* é totalmente voltada para o marketing.

2.3 EMPRESAS UNICÓRNIO

Segundo o site enotas.com: “*Startups* unicórnio são as empresas de tecnologia privadas avaliadas em mais de um bilhão de dólares antes de abrir seu capital em bolsas de valores, ou seja, antes de realizar o IPO (*Initial Public Offering*)”.

No Brasil a primeira unicórnio surgiu em 2018, com a 99 Taxi, que o site melhoresaplicativos.com define como: “99 táxi é um aplicativo brasileiro de transporte de passageiros que conecta passageiros com motoristas cadastrado nas redes de táxi das prefeituras brasileiras de forma completamente gratuita, sem repassar as tarifas adicionais para o cliente ou diminuir dos ganhos do taxista. O 99 app é facilmente baixado no Google Play ou App Store e ocupa pouquíssimo espaço”. Outros exemplos de empresas unicórnio brasileiras são a Nubank, PagSeguro, Arco Educação, Movable.

Usando dados retirados do site revista pequenas empresas e grandes negócios, notou-se que o Brasil no ano de 2019 foi um dos países que mais criou empresas unicórnios, com 5 empresas criadas, ficando atrás dos Estados Unidos e China. Segundo o site revistapegn.globo.com: “O levantamento é da base de dados americana Crunchbase. Os Estados Unidos continuam os maiores criadores de unicórnios, com 78 novas startups entrando no clube em 2019. A China ficou em segundo lugar, com 22 unicórnios. Brasil e Alemanha empatam em terceiro, com cinco novos negócios bilionários cada. É um recorde para os dois países”.

2.4 A AMBEV E AS STARTUPS

A cervejaria Ambev, pertencente a AB Inbev, a maior cervejaria do mundo, conta com um programa chamado aceleradora 100+, que buscam ideias e soluções inovadoras para problemas socioambientais. A primeira edição aconteceu em 2018, onde reuniu 21 *startups*, que trouxe grandes resultados, no mesmo ano eles divulgaram suas metas de sustentabilidade para 2025, que são elas:

1. Agricultura sustentável - a meta é que 100% de seus produtores serão qualificados, conectados e suportados financeiramente.

2. Gestão da água – a meta é que 100% de suas comunidades em áreas de alto estresse hídrico com melhoria mensurável na qualidade e disponibilidade da água.
3. Embalagem circular – a meta é que 100% de seus produtos estarão em embalagens retornáveis ou feitas com conteúdo majoritariamente reciclado.
4. Mudança climática – a meta é que 100% da energia elétrica deles comprada seja proveniente de fontes renováveis e reduzir em 25% a emissão de carbono ao longo da sua cadeia de valor.
5. Empreendedores – a meta é que 100% de seus pequenos fornecedores sejam capacitados para desenvolverem seu negócio.

Ela faz grandes trabalhos em cima de startups, o que é importante já que incentiva, motiva e faz com que essas empresas possam se tornar renomadas, de grande importância e reconhecimento.

A Ambev com seu investimento e parceria com startups, faz um trabalho sustentável também, onde evita emissões de CO₂, com base no site hopeness.com: “Através de projeto inovador que evita a emissão de 482 toneladas de CO₂ por ano, a startup gaúcha *Luming Inteligência Energética* em parceria com a Ambev, encontrou uma solução para aproveitar o biogás gerado na produção de cerveja. Já em funcionamento em 3 unidades da 14ª maior empresa do Brasil, a iniciativa irá gerar energia e reduzir emissões que equivale ao plantio de mais de 2,8 mil árvores”. Esse projeto faz com que o biogás seja usado para gerar energia e reaproveitado nas próprias fábricas, o que ajuda a evitar a sobrecarga da rede de energia.

3. CERVEJAS ARTESANAIS

O site brejas.com, traz a definição de cervejas artesanais como sendo: “são aquelas produzidas quase que de ‘forma caseira’. Várias micro cervejarias, mesmo utilizando equipamentos modernos e engarrafando suas produções, ainda assim são consideradas como cervejarias artesanais pelo cuidado que têm com sua produção, indo desde os ingredientes básicos da cerveja, passando pela receita de preparo e chegando até aos conservantes finais, que devem ser naturais e não químicos”.

As cervejas artesanais, levando em consideração sua origem e o que foi citado anteriormente, são aquelas produzidas de maneira mais rústica, com poucos maquinários e sem conservantes químicos, com um cuidado maior na produção. Por outro lado, existem já, grandes empresas que fabricam cervejas artesanais, mas nem pelo fato da produção ser maior e utilizarem de equipamentos modernos, elas deixam de ser artesanais, pois na produção existe outro tipo de cuidado, e além dos produtos comuns para a produção de uma cerveja são usados outros ingredientes que deixam a marca da cerveja e se utilizam conservantes naturais em sua maioria.

As artesanais são de inúmeras variedades, sabores, cores e aromas, produzidas para trazerem uma experiência diferenciada ao consumidor, na sua maioria são produzidas para que possam ser degustadas e saboreadas, com seus aspectos marcantes.

3.1 SURGIMENTO DA CERVEJA

O processo de fermentação, que fez com que surgissem as primeiras bebidas alcoólicas, ocorreu por volta de 10 mil anos atrás, sendo os padeiros os primeiros a produzirem as primeiras cervejas. Como já citado algumas páginas acima, existem indícios de que a origem da cerveja foi na região da Mesopotâmia, a cerca de 6 mil anos, fabricada pelos Sumérios, e os egípcios logo aprenderam a produzir a cerveja, fazendo com que ela fizesse parte de seu cardápio.

3.2 A CERVEJA ARTESANAL NO BRASIL

A cervejas artesanais buscando pela história têm sua chegada ao Brasil por volta de 1808, junto a família real, porém elas não a mesma idealização que os dias de hoje e nem o mesmo conceito. Em Santa Catarina no ano de 1908, era fundada, a que talvez seja a mais antiga cervejaria do Brasil, a Cervejaria Canoinhense, que funciona até hoje.

Mas as cervejas artesanais começaram a ter um destaque maior no cenário brasileiro por volta do ano de 1993, quando o número de fábricas começou a aumentar. Uma das cervejas que surgiu nessa época e nos dias atuais é uma cerveja conceituada e conhecida no mercado é a Colorado, nascida em Ribeirão Preto, teve um grande crescimento quando as cervejas artesanais ganham peso no Brasil, hoje em dia ela pertence a cervejaria Ambev e conquistou seu espaço no mercado.

No Brasil o número de produtores e marcas de cervejas artesanais cresce cada vez mais, sejam eles empresas registradas e de alta produção ou até mesmo aqueles que praticam essa atividade por hobby, com uma pequena produção no fundo do quintal. O gosto e interesse pela fabricação de uma própria cerveja, vem se fazendo comum entre os brasileiros, podemos perceber tal feito pelo aumento de cervejarias no país.

Segundo o site Revistabeerart.com, em uma publicação feita em 07 de julho de 2019: “ Líder das cervejarias independentes, a Associação Brasileira de Cerveja Artesanal (Abracerva) divulgou nesta sexta-feira um levantamento em que destaca uma marca alcançada pelo país em maio. O Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa) registrou na última semana a cervejaria de número mil no país. Isso significa que, só em 2019, foram 111 novas fábricas autorizadas em 150 dias – uma média de 22 ao mês. Para se ter uma ideia da expansão do segmento, no final do ano de 2009 havia 255 indústrias ativas. Em 10 anos, o número praticamente quadruplicou. ”

O consumo de cerveja artesanal no Brasil vem crescendo a cada dia mais, as pessoas começaram a consumir e degustar mais esse tipo de cerveja, o país se encontra em terceiro lugar entre os maiores produtores de cerveja artesanal, atrás do Estados Unidos e China.

Nos últimos cinco anos, o mercado de cervejas artesanais avançou 130%. Existem, atualmente, pelo menos 835 negócios e quase 170 mil produtos, que respondem por 1,5% do mercado nacional. No ano passado, eram 679 microcervejarias e faturamento de R\$ 130 bilhões, de acordo com o estudo. CILO, Nelson. **Estado de Minas**, 2018.

Os produtores encontraram dificuldades para a produção de cervejas no Brasil, já que os custos não são pequenos, e tem problemas em relação aos produtos utilizados, por exemplo, o lúpulo que é utilizado na fabricação não é encontrado no país, o que faz com que o produtor tenha que importar, o malte é outro ingrediente das artesanais que tem pouca produção dentro do Brasil. Outro problema é em relação a compra de garrafas de vidro, pois são difíceis de

achar, são caras, tem uma grande procura, alguns importam, outros tem uma produção própria, porém tudo gera um aumento no custo, isso tudo acaba colaborando para que as cervejas artesanais tenham os preços mais elevados que as convencionais.

O fato de os consumidores estarem cada vez mais exigentes e atualizados sobre o que estão consumindo, ajuda e muito no crescimento das artesanais no mercado, a demanda se torna maior, fazendo com que os mercados, bares, empórios e adegas aumentem a diversidade de cervejas, para que possam oferecer e atender ao gosto do cliente.

3.3 CERVEJARIAS-STARTUP

É um novo conceito no mercado, feito por algumas novas cervejarias, de autodenominação, que pretende inovar, trazer mais uso de tecnologia e fazer com que exista uma maior interação com o consumidor final. Procurando poder usar de suas disponibilidades tecnológicas para poder ter um controle maior e mais fácil sobre toda a produção e o que acontecendo em todo o entorno, buscando diminuir os desperdícios, tendo uma maior economia e trazendo resultados melhores.

3.4 TIPOS DE CERVEJAS

Segundo o site Mestre Cervejeiro: “As cervejas se caracterizam por suas famílias e estilos... São três famílias que se diferem pelo tipo de levedura (fermento) que utilizam e sua atuação durante o processo:

Família: LAGER

São as cervejas de baixa fermentação.

Na sua grande maioria são estilos de cervejas mais leves e claras, mas também temos dentro dessa família uma grande variedade de cores, aromas, potência de corpo e complexidade. Alguns exemplos de estilos da família Lager:

- **Pilsen:** estilo de cervejas douradas, brilhantes, que apresentam leve amargor. Estilo original da cidade de Pilsen na Rep. Tcheca. Exemplo: Wäls Bohemian Pils (Belo Horizonte, MG)
- **Schwarzbier:** estilo de cervejas escuras feitas a partir de maltes torrados. Possui aromas estonteantes de torrefação, que lembram chocolate, café e cacau. Apresenta

baixo para médio corpo e de paladar seco ao final. Exemplo: Eisenbahn Dunkel (Blumenau, SC)

- **Bock:** estilo de cervejas em sua maioria avermelhadas, mas temos as versões claras (Heller Bock) e também escuras (Dunkler Bock). Apresentam aromas maltados, médio corpo e teor alcoólico superior a 6,3%. Exemplo: Bierbaum Bock (Treze Tílias, SC)

Família: ALE

São as cervejas de alta fermentação.

Geralmente possuem maior corpo e de paladar frutado. Mas os seus gostos e aromas são os mais variados. Alguns exemplos de estilos da família Ale:

- **Weizenbier ou Weissbier:** cervejas de trigo típicas Bavária, região mais ao sul da Alemanha. Na sua grande maioria são não filtradas, mas também existem as versões filtradas e também a versão bock (Weizenbock) desse estilo. Exemplo: Colorado Appia (Ribeirão Preto, SP)
- **Stout:** estilo de cerveja típico do Reino Unido e Irlanda, a marca mais conhecida é a irlandesa Guinness. Apresenta aromas e sabores de torrefação, e dependendo da variante do estilo (Dry Stout, Foreign Extra Stout, Oatmeal Stout, American Stout, Russian Imperial Stout) ela pode ter baixo ou alto corpo. Exemplo: Bierland Imperial Stout (Blumenau, SC)
- **Dubbel:** estilo típico belga, de coloração marrom, desperta aromas frutados, médio e corpo e equilibrado sabor. Exemplo: Wäls Dubbel (Belo Horizonte, MG)

Família: LAMBIC

São cervejas de fermentação espontânea.

De paladar bem distintas a sensação de bebê-las lembra em muito a de um vinho espumante. São originárias da região de Leembek na Bélgica. Exemplos de Lambics:

- **Faro:** cerveja lambic com adição de açúcar.
- **Geuze:** blend de cervejas lambic.
- **Kriek:** cerveja lambic com adição de cerejas durante o período de maturação em barrica.

Essas cervejas em quase sua totalidade são belgas, não sei se existe produtores nacionais fazendo essas cervejas, portanto irei citar algumas cervejarias daquele país:

- **Faro:** Liefmanns Faro
- **Geuze:** Geuze Boon Mariage Parfait
- **Kriek:** Mort Subite Kriek”

Logo se pode analisar que existem três tipos de famílias de cervejas, que são diferenciadas pelo seu tipo de fermentação, são elas conhecidas como, Lager, Ale e Lambic. A família Lager são aquelas cervejas que passam por um processo de baixa fermentação, um exemplo pertencente a essa família são as Pilsen, isso mesmo as cervejas Pilsen são um estilo de cerveja que pertencem a família Lager, podemos dizer que todas as Pilsen são uma Lager, mas nem todas as Lager são uma Pilsen.

A família Ale, são as cervejas de alta fermentação, assim conhecidas pelo fato de suas leveduras ficam na parte superior do tanque. Por fim a família Lambic, podemos dizer que é a mais antiga de todas, as cervejas dessa família têm o que chamamos de fermentação espontânea, ou seja, elas não têm o mesmo controle no uso de fermentos para sua produção, ocorre com leveduras encontradas no ar.

IPA	AMERICAN LIGHT LAGER	APPIA	PILSEN
Alto teor de lúpulo. Teor alcoólico elevado. Amargor acentuado. Aroma frutado. Dourado mais intenso. Exemplo: Goose IPA.	Baixo ou nenhum teor de lúpulo. Teor alcoólico baixo. Baixo amargor. Aroma doce. Dourado pálido. Exemplo: Bud Light.	Doce. Coloração mais turva. Teor alcoólico baixo. Aroma de mel. Exemplo: Colorado APPIA.	Médio teor de lúpulo. Amargor médio. Dourado brilhante. Teor Alcoólico baixo. Exemplo: Beck´s.

Tabela 1: Estilos de cervejas e suas características

4. HÁBITO DE CONSUMO DE CERVEJA DOS BRASILEIROS

Não é novidade que os brasileiros têm o costume de tomar cerveja e que esse é um gosto comum entre nós, a cerveja é excelente para ajudar a relaxar após um dia estressante de trabalho, para tomar depois de um jogo com os amigos, para toma em bares e festas. Os gostos são variados e tem mudado com as cervejas artesanais tomando seu espaço no mercado, a regionalidade e idade das pessoas também colaboram para o consumo de diferentes tipos de marcas de cerveja.

Segundo o site [abcdacomunicacao](#), em uma publicação feita em 12 de julho de 2018: “A MindMiners – startup brasileira especializada em pesquisas digitais – em parceria com a A.T. Kearney, realizou um estudo para entender o hábito de consumo de cerveja dos brasileiros.

Os hábitos dos consumidores de cerveja têm mudado nos últimos tempos, com as cervejas artesanais começando a ganhar espaço em um dos maiores mercados da bebida no mundo – e a incomodar as grandes multinacionais que dominam o setor.

A análise identificou quais as marcas de cerveja mais conhecidas, quais são aquelas que os brasileiros mais gostam, quais são as mais rejeitadas. Também identificou o posicionamento que as marcas construíram frente aos consumidores e o quanto o mercado de cervejas premium e artesanais tem ganhado terreno no Brasil.

Entre as descobertas, podemos destacar:

- Skol e Brahma continuam sendo as marcas mais conhecidas pelo consumidor brasileiro, mas Itaipava, Antártica, Heineken e Bohemia também têm conhecimento acima de 90%;
- Skol (21%) e Heineken (16%) são as preferidas entre os entrevistados;
- Heineken e Budweiser são as marcas com maior força (preferência dos consumidores nos canais de consumo mais relevantes)
- O consumo de cerveja mais frequente ocorre em casa, enquanto restaurantes aparecem como o canal com menor frequência;
- O principal motivo para consumir cerveja artesanal é o sabor, mas a cultura e a moda têm um impacto significativo;

O estudo identificou que a regionalidade e a idade dos entrevistados impacta diretamente seu perfil de consumo, além de indicar a associação que os consumidores fazem com as marcas:

- **Heineken:** esportes;
- **Skol:** praia e Carnaval;
- **Eisenbahn:** restaurantes;
- **Itaipava:** festas de rua;
- **Original:** bares e botecos.

Outras descobertas do estudo incluem:

Cervejas Artesanais

- 12% dos entrevistados consomem com frequência;
- 53% já tomou algumas vezes;
- Maioria dos consumidores têm entre 25 e 40 anos e são principalmente homens.

Região

No Sul, Bohemia e Eisenbahn aparecem entre as top 5 preferidas em restaurantes (23% e 22%, respectivamente)

Classe social

Heineken e Budweiser se destacam em restaurantes, festas/baladas e em casa independente da classe social (na classe C, a média de preferência das duas marcas nesses canais é de 38%)

Gênero

Na balada, a preferência por Skol das mulheres é maior que a dos homens (38% x 31%)

Idade

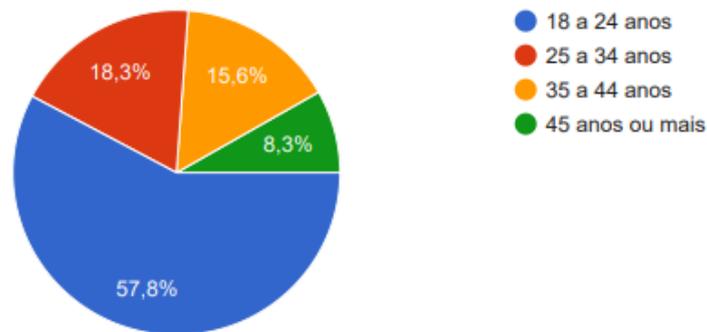
Acima dos 41 anos, a preferência por Antártica nos bares é alta (41%, ante 21% da média da marca em todas as idades). ”

5. PESQUISA COM O CONSUMIDOR

Foi realizado uma pesquisa com um público aleatório delimitado de 109 pessoas, que responderam a 8 perguntas de um questionário que foi procedido através do Google Forms, onde o objetivo é analisar o conhecimento e gosto das pessoas para com as cervejas artesanais, o resultado demonstrado em gráfico foi o seguinte:

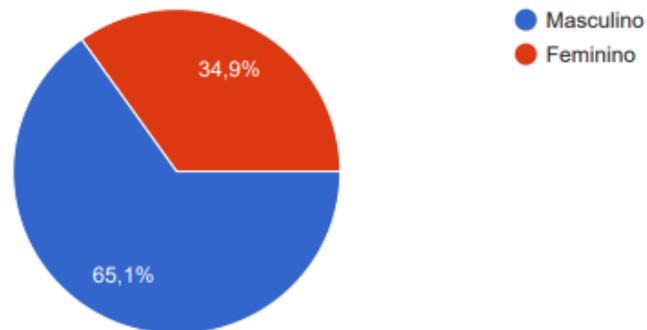
1. Qual a sua idade?

109 respostas



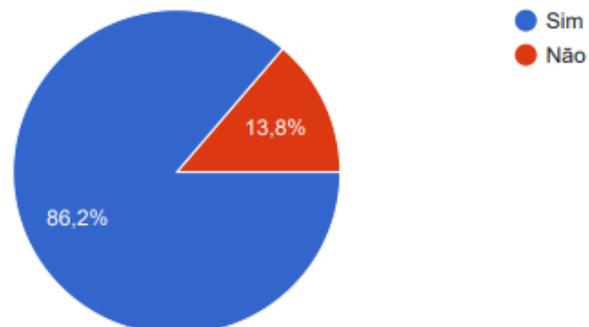
2. Gênero

109 respostas



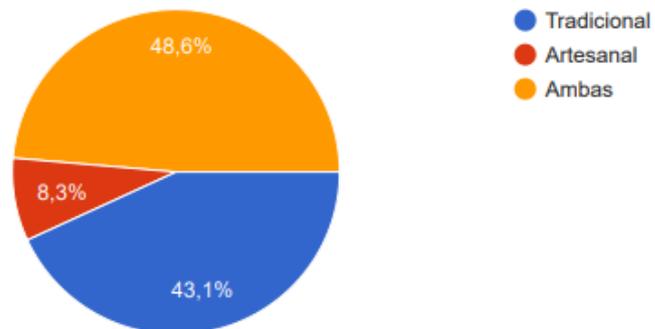
3. Já consumiu cerveja artesanal?

109 respostas



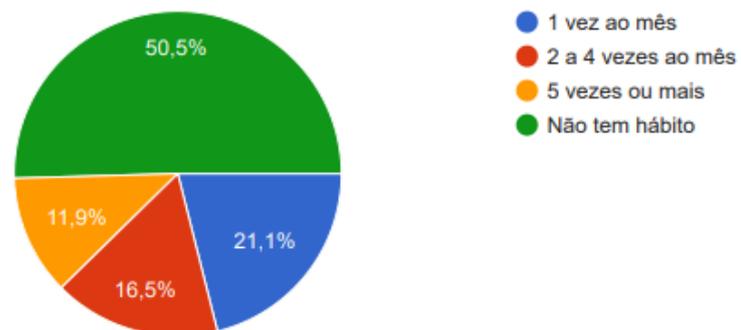
4. Prefere cerveja artesanal ou tradicional?

109 respostas



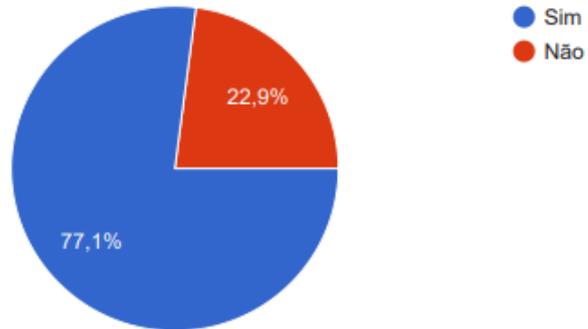
5. Quantas vezes no mês você toma cerveja artesanal?

109 respostas



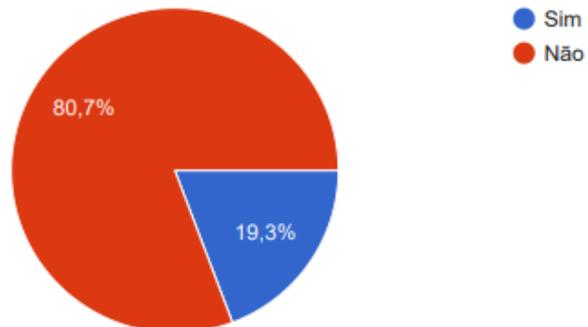
6. Conhece alguém que faça cerveja artesanal?

109 respostas



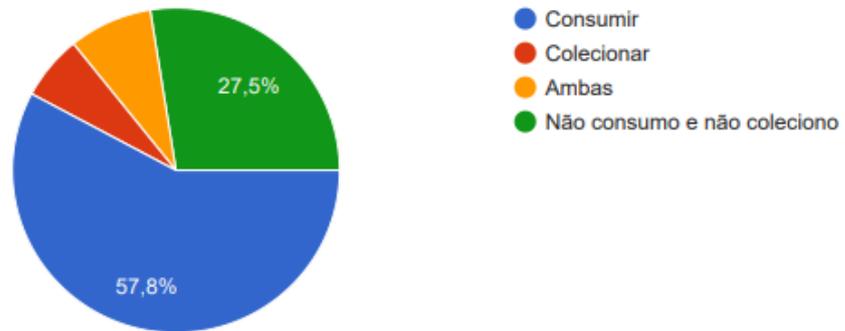
7. Você faz ou já pensou em fazer cerveja artesanal?

109 respostas



8. Você prefere consumir ou colecionar cervejas artesanais?

109 respostas



6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com esse projeto se pode analisar como surgiram as *startups* e como elas evoluíram com o passar dos anos, como se deu seu crescimento, sua chegada ao Brasil, como tem tomado o mercado e cada vez mais o interesse dos jovens empreendedores. Tomamos em conta opiniões de escritores, baseando-se em livros e profissionais utilizando sites para adquirir informações concretas e reais. Foi apresentado a diferença entre o empresário e o empreendedor e o seu papel no negócio, como um complementa o outro, sendo que uma pessoa possa ter ambos os perfis.

Conseguimos ver o quão inteirado estão os jovens de hoje com suas empresas e como tem se tornado grande o número desses jovens criando e liderando seus negócios, mostrando que são responsáveis.

Trouxe-se a história e origem da cerveja, como se iniciou, de onde veio o seu nome, quais os tipos existentes e sua evolução pelo mundo por esses anos. Como chegaram ao Brasil e quais seus impactos. Analisamos qual a ligação das cervejas artesanais e das startups, também o que empresas de grande reconhecimento como a cervejaria Ambev tem de trabalho com startups, apresentando pontos relevantes de sustentabilidade ligada a ambos os temas. Com pesquisas se mostrou quais os níveis de consumo das cervejas e o tanto que está presente no cotidiano das pessoas.

A pesquisa de campo feita trouxe o conhecimento de que cada vez mais as pessoas estão conhecendo e se familiarizando com as cervejas artesanais, que ela está caindo cada vez mais no gosto das pessoas. Até mesmo aquelas que não tem um costume de consumo, uma vez ou outra tomam, o que aumenta a popularidade com o passar do tempo. A pesquisa nos mostra que mesmo com a maioria das respostas sejam de jovens, que a cerveja artesanal abrange todas as idades, podendo analisar vários gostos e opiniões sobre um mesmo produto.

Podemos concluir que ambos os temas são de relevância e estão presentes no dia a dia das pessoas, eles vêm evoluindo, tomando grandes dimensões e importância. Que são assuntos com um grande crescimento em um considerável curto espaço de tempo.

7. REFERÊNCIAS

<https://papodehomem.com.br/cervejas-artesanais-no-brasil-de-onde-veio-e-para-onde-vai/>

<https://www.startse.com/noticia/startups/afinal-o-que-e-uma-startup>

<https://www.brejas.com.br/historia-cerveja.shtml>

<https://opabier.com.br/blog/historia-da-cerveja-no-mundo/>

<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/pi/artigos/voce-sabe-o-que-e-uma-startup-e-o-que-ela-faz,e15ca719a0ea1710VgnVCM1000004c00210aRCRD>

<https://www.cervejariacampinas.com.br/blog/a-historia-da-cerveja-artesanal/www.napratica.org.br>

<https://www.otempo.com.br/economia/jovens-comandam-72-das-startups-brasileiras-1.2023119>

<https://www.simix.com.br/blog/atuacao-de-jovens-empresendedores-nas-startups>

<https://mestre-cervejeiro.com/rede-mestre-cervejeiro-com-em-pleno-crescimento/>

<https://mestre-cervejeiro.com/o-que-e-cerveja-artesanal/>

<https://mestre-cervejeiro.com/familias-e-estilos-de-cerveja/>

<https://aceleradora.ambev.com.br/www.blog.eqseed.com>

<https://www.abcdacomunicacao.com.br/estudo-detalha-habitos-de-consumo-de-cerveja-dos-brasileiros/>

<https://m.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/entenda-a-diferenca-entre-incubadora-e-aceleradora,761913074c0a3410VgnVCM1000003b74010aRCRD>

<https://blog.clubedomalte.com.br/cevejarias/cerveja-artesanal-no-brasil/>

<https://revistabeerart.com/news/cevejarias-brasil>

<https://www.ambev.com.br/blog/categoria/cerveja/conheca-os-diferentes-tipos-de-cerveja/>

<https://administradores.com.br/artigos/diferencas-entre-empendedor-e-empresario>

<https://mutantbr.com/blog/martechs-o-futuro-do-marketing/>

<https://www.melhoresaplicativos.com.br/99-taxi-review-completo/>

<https://revistapegn.globo.com/Startups/noticia/2020/01/brasil-e-3-maior-criador-de-unicornios-do-ultimo-ano.html>

<https://rockcontent.com/blog/omnichannel/>

A Revolução da Cerveja Artesanal – Steve Hindy

A Startup Enxuta – Eric Ries

A Revolução das Startups – Bruno Perin

8. ANEXOS

Modelo do questionário aplicado:

1. Qual a sua idade?

- 18 a 24 anos
- 25 a 34 anos
- 35 a 44 anos
- 45 anos ou mais

2. Gênero

- Masculino
- Feminino

3. Já consumiu cerveja artesanal?

- Sim
- Não

4. Prefere cerveja artesanal ou tradicional?

- Tradicional
- Artesanal
- Ambas

5. Quantas vezes no mês você toma cerveja artesanal?

- 1 vez ao mês
- 2 a 4 vezes ao mês
- 5 vezes ou mais
- Não tem hábito

6. Conhece alguém que faça cerveja artesanal?

- Sim
- Não

7. Você faz ou já pensou em fazer cerveja artesanal?

- Sim
- Não

8. Você prefere consumir ou colecionar cervejas artesanais?

- Consumir
- Colecionar
- Ambas
- Não consumo e não coleciono