



Niterói

Caminho
Cervejeiro

Two small, semi-transparent map pin icons, one green and one orange, positioned above a dashed orange line that curves across the text.



Ficha Catalográfica



CRÉDITOS



UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE (UFF)

Reitor: Prof. Dr. Antonio Claudio Lucas da Nóbrega



FUNDAÇÃO EUCLIDES DA CUNHA (FEC)

Diretor-Presidente: Alberto Di Sabbato



PREFEITURA DE NITERÓI

Prefeito: Axel Schmidt Grael



NITERÓI EMPRESA DE LAZER E TURISMO S/A (NELTUR)

Diretor-Presidente: Paulo Roberto Varejão Novaes

EQUIPE TÉCNICA



COORDENADOR DO PROJETO CAMINHO
CERVEJEIRO DE NITERÓI

Prof. Dr. Lélio Galdino Rosa



VICE-COORDENADOR DO PROJETO CAMINHO
CERVEJEIRO DE NITERÓI

Prof. Dr. Renato Gonzales de Medeiros

MEMBROS



Profª Drª Claudia Corrêa de Almeida Moraes



Prof. Dr. Carlos Alberto Lidizia Soares



Prof. Ms. Frederico Cascardo Alexandre e Silva



Prof. Dr. José Carlos de Souza Dantas



Prof. Dr. Sérgio Domingos de Oliveira



Mestrando Alison Sapienza de Oliveira Valladão



Graduanda Ana Beatriz Moreira da Silva



Graduando Douglas Vieira Soares



Graduanda Rafaella Bernardo Vieira



SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	06
PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	10
Pesquisa de Gabinete	11
Pesquisa de Campo	12
Análise de Dados	12
PROGNÓSTICO	13
RESULTADOS	14
CONSIDERAÇÕES FINAIS	25
REFERÊNCIAS	26

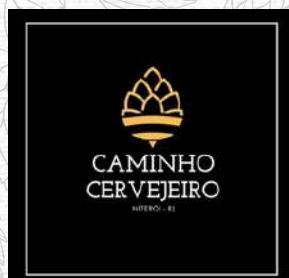




INTRODUÇÃO

Em 2020, a Universidade Federal Fluminense [UFF] e a Fundação Euclides da Cunha de Apoio Institucional à Universidade Federal Fluminense [FEC], em conjunto com a Prefeitura Municipal de Niterói, lançaram um edital para o Programa de Desenvolvimento de Projetos Aplicados para o Município de Niterói. Dentre os projetos contemplados pelo edital, destaca-se aqui o projeto denominado 'A criação do Circuito Cervejeiro de Niterói' (Figura 1). No presente relatório, relata-se a organização, o planejamento, o desenvolvimento e os resultados da pesquisa e estudos que resultaram na criação do projeto referido, que recebeu o nome de 'Caminho Cervejeiro de Niterói'.

Figura 1: Logo do Caminho Cervejeiro



Fonte: Dos autores

Há que se destacar que os alimentos e as bebidas [A&B] são referências importantes tanto no entretenimento como no turismo. Conhecer, apreciar, experimentar A&B são motivações socioculturais para que as pessoas se encontrem, se desloquem, se confraternizam, entre outras ações. O setor de A&B representa, também, grande relevância para as economias locais. De acordo com a Associação Brasileira das Indústrias da Alimentação [ABIA], o setor representa cerca de 9,6% do Produto Interno Bruto [PIB], o colocando na 1º colocação em valor bruto de produção da indústria de transformação. O relatório mais recente da ABIA (2020)[1] aponta que o setor foi um dos maiores geradores de emprego, tendo contemplado 1,68 milhões de postos de trabalho diretos e formais.

[1] ABIA. Relatório Anual 2020. Disponível em:

<https://www.abia.org.br/vsn/temp/z2021826RelatorioAnual2020simplesnovo1.pdf>. Acesso em 15 de nov. de 2021.





Nesse contexto, estudos indicam que a cerveja é uma das bebidas alcoólicas mais consumidas na contemporaneidade, sendo a terceira bebida mais popular no mundo, estando atrás apenas da água e do chá (NELSON, 2005). Portanto, a cultura cervejeira representa um elemento identitário do lugar e de sua população que faz parte das práticas e espaços de hospitalidade (ROSA; OLIVEIRA, 2020).

Em vista disso, locais com forte cultura ligada à cerveja e que possuem polos cervejeiros podem, inicialmente, não serem projetados como atrações turísticas. Logo, muitos têm possibilidade de evoluir para tornar-se atrativo turístico além de ser uma atividade de lazer.

Cabe mencionar que turismo cervejeiro é definido, segundo Plummer (2005), como um segmento em que pessoas são motivadas a visitas a cervejarias, festivais e shows de cerveja, de modo em que a degustação e experimentação dos atributos da cerveja da região são os principais fatores de motivação para os visitantes. Segundo o autor, alguns turistas fazem visitas de maneira proposital às cervejarias, no entanto, outros simplesmente passam e decidem parar de forma não intencional.

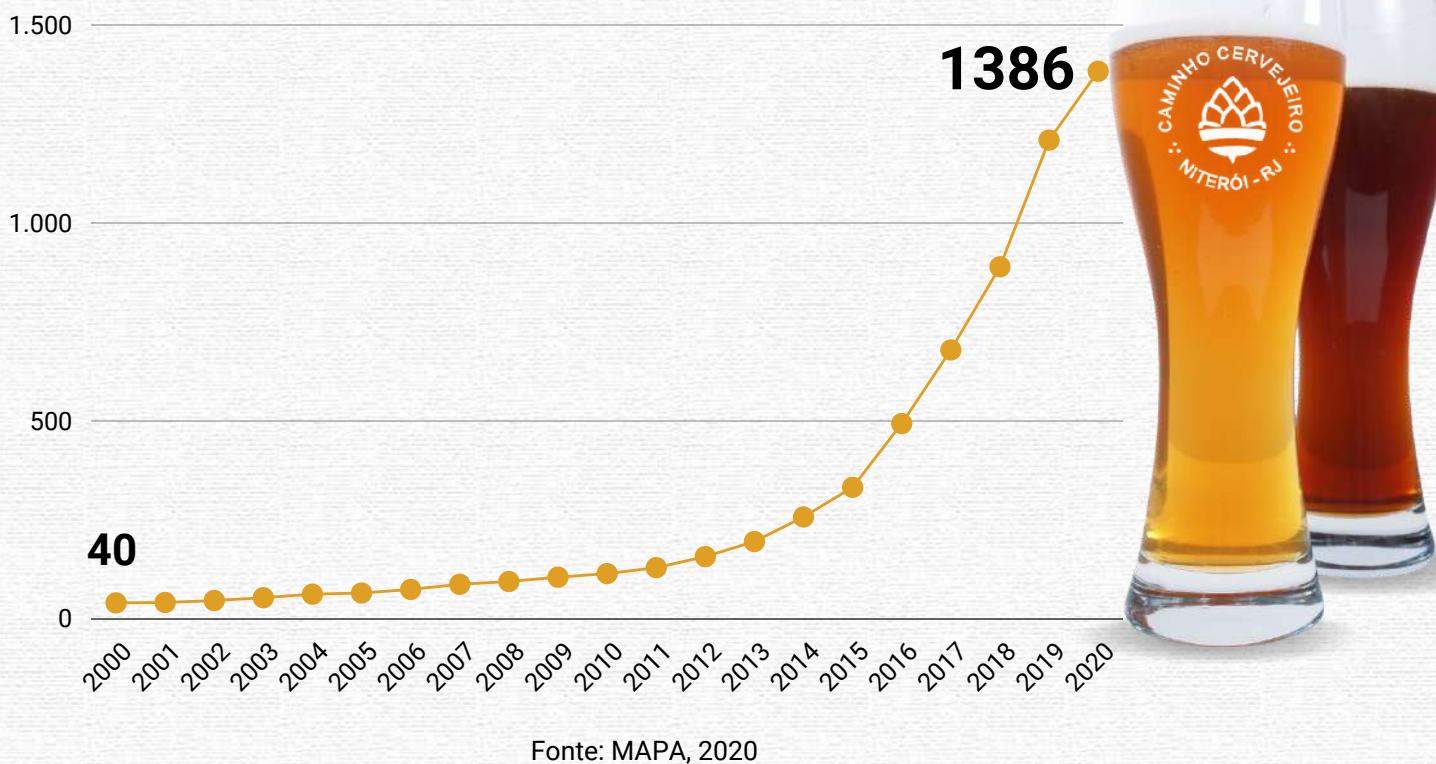
Atentos a este cenário, nos últimos anos a cerveja, os roteiros e os caminhos cervejeiros tornaram-se um dos segmentos turísticos que vem ganhando visibilidade no Brasil a partir do surgimento de diversos polos cervejeiros. Há que se considerar que o crescimento da atividade cervejeira no Brasil vem avançando de forma progressiva, com um expressivo número de registros de cervejarias e de cerveja. Pode-se observar (Figura 2) que, pelos dados relatados no Anuário da Cerveja do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) que, entre 2000 e 2020, houve o citado crescimento, principalmente, após 2018 (MAPA, 2020)[2].

[1] MAPA. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Anuário da Cerveja do Brasil. Disponível em: <https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/noticias/com-crescimento-de-14-4-em-2020-numero-de-cervejarias-registradas-no-brasil-passa-de-1-3-mil/anuariocerveja2.pdf>. Acesso em 7 de nov. de 2021.





Figura 2: Número de registro de estabelecimento cervejeiros por ano



Fonte: MAPA, 2020

No estado do Rio de Janeiro, existe a Rota Cervejeira do Rio de Janeiro, com sede no município de Teresópolis, que inclui empreendimentos cervejeiros em quatro municípios da Região Turística Serra Verde Imperial: Guapimirim, Nova Friburgo, Petrópolis e Teresópolis. Assim, a criação do Caminho Cervejeiro de Niterói poderá contribuir para ampliar a oferta do turismo cervejeiro no estado fluminense.

Posto isso, a proposta do Caminho Cervejeiro visa qualificar um circuito turístico^[3] que tenha como base um polo cervejeiro em Niterói-RJ. O nome Caminho Cervejeiro foi escolhido como uma estratégia de marketing por já existir no município e ser seu principal atrativo turístico, o Caminho Niemeyer. Este citado ‘caminho’, em seu projeto original, tratava-se de criar uma sequência de atrativos culturais formando uma espécie de trilha urbana. No entanto, por falta de recursos, houve a concentração da maioria dos seus atrativos em um só espaço (JANOT, 2008). No caso do Caminho Cervejeiro, ele atuará em diversos locais da cidade, interligados, formando vários roteiros dentro de um circuito turístico.

[3] Se entende por ‘círcuito’ análogo a roteiro turístico que, na definição do Ministério do Turismo (2005), como um itinerário caracterizado por um ou mais elementos que lhe conferem identidade, definido e estruturado para fins de planejamento, gestão, promoção e comercialização turística das localidades que formam o roteiro. Em outras palavras, entende-se por circuito nesse contexto, como um conjunto de recursos e atrativos que dão identidade a um espaço geográfico determinado.



Assim, no presente projeto foi previsto o mapeamento dos empreendimentos relacionados à cultura cervejeira artesanal (produtores cervejeiros, estabelecimentos comerciais, distribuidores, lojas especializadas, quiosques, bares, restaurantes, entre outros) e o diagnóstico das condições apresentadas pelos mesmos no que tange a compor um polo cervejeiro^[4] que atendesse as demandas de um mercado em crescimento e, cada vez mais, exigente em relação a quesitos que se relacionam à qualidade e inovação.

Desse modo, este relatório tem por finalidade apresentar o desenvolvimento do projeto quanto ao alcance dos objetivos, as atividades desenvolvidas, bem como os resultados alcançados e indicações para implementação dele. O relatório está dividido e estruturado com os seguintes tópicos: procedimentos metodológicos utilizados no projeto para o alcance dos objetivos; os resultados alcançados e; considerações contendo as propostas e sugestões para continuidade e operacionalização do projeto.

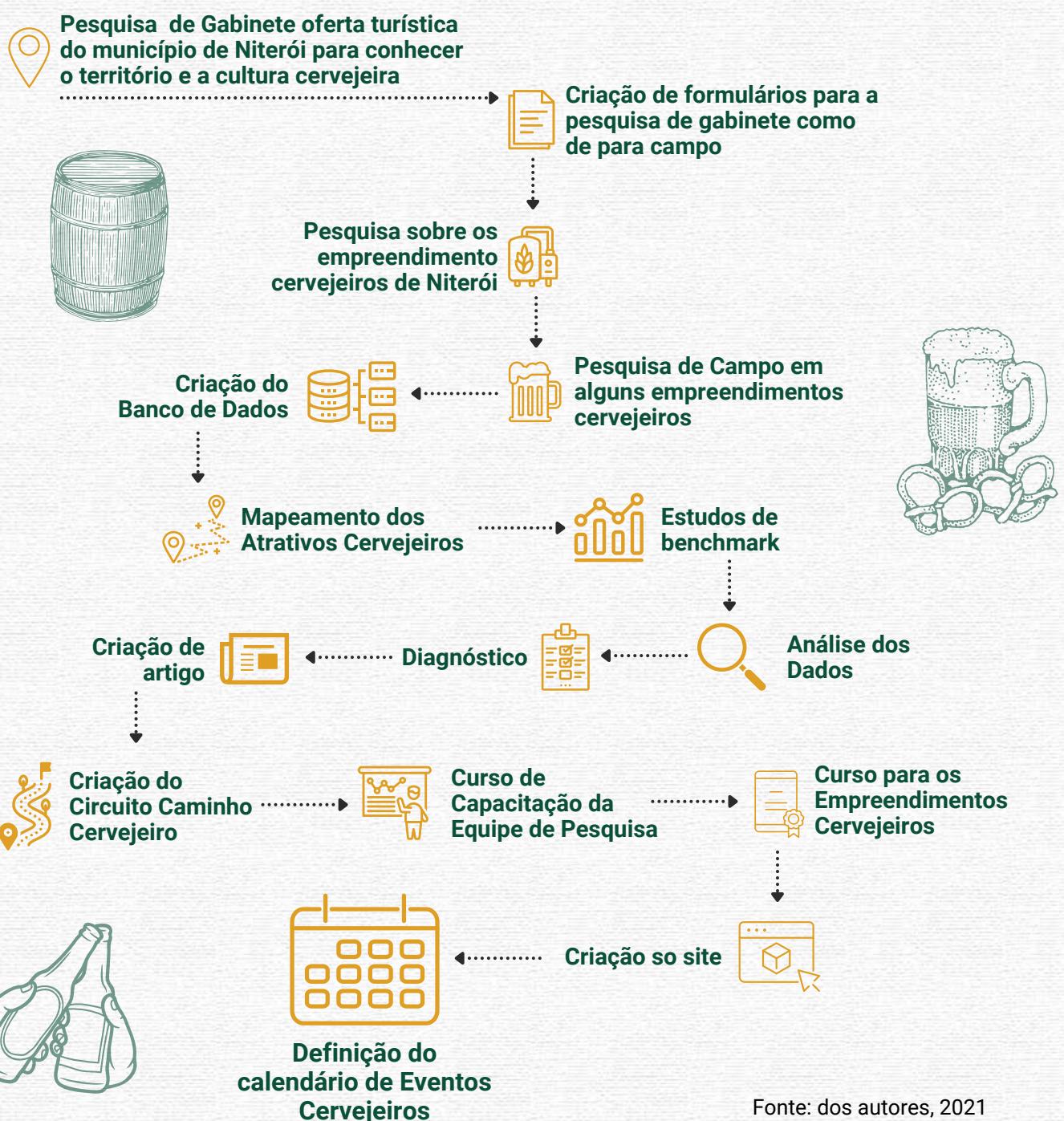


[4] Polo é utilizado para se referir a um espaço econômico, definido como um agregado homogêneo em que, segundo, em que empresas se agrupam de acordo com estruturas de produção similares (PERROUX, 1977).



PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Preliminarmente, cabe mencionar que o projeto 'Diagnóstico, Qualificação e Formatação para um Circuito Cervejeiro de Niterói-RJ' é um projeto de pesquisa e extensão. Por isso, os procedimentos metodológicos utilizados ocorrem em duas interfaces, a da pesquisa e da extensão, que tem como intuito nortear o projeto e definir as ações necessárias para o alcance dos objetivos. Destaca-se que na interface da pesquisa, os procedimentos metodológicos utilizados para o alcance dos objetivos do projeto levaram em conta os seguintes pontos:



Fonte: dos autores, 2021



Pesquisa de Gabinete



Os procedimentos metodológicos iniciaram-se com uma pesquisa de gabinete com levantamento de dados secundários relacionados à oferta turística do município, políticas locais, bem como trabalhos acadêmicos e pesquisas já realizadas. Tal pesquisa teve o objetivo de compreender sobre território em que o projeto visa qualificar um circuito cervejeiro, a cidade de Niterói.



Completou-se o levantamento anterior, com uma pesquisa bibliográfica e documental sobre a temática que envolve a cultura cervejeira e experiências de destinos turísticos que se planejaram com base nesse segmento, construindo assim, um referencial teórico que orientou e conduziu o projeto.



Após esta primeira fase, levantou-se dados de gabinete sobre os empreendimentos relacionados à cultura cervejeira de Niterói, utilizando-se um formulário que continha dados sobre o nome, razão social, endereço, CNPJ e o tipo de empreendimento (fábrica, bar, cigana e caseiros). Com estes dados levantados, desenvolveu-se uma planilha que foi a base para a pesquisa do diagnóstico.



Os dados da planilha inicial foram inseridos em formulários adaptados do INVTur - Inventário da Oferta Turística, do Ministério do Turismo (INVTur, 2011), gerando um banco de dados[5]. Estes formulários permitiram realizar tanto a continuidade da pesquisa de gabinete quanto a pesquisa de campo[6]. Dessa forma, no formulário foram feitos questionamentos específicos e de acordo com o empreendimento - fábricas, bares, ciganas e caseiras.

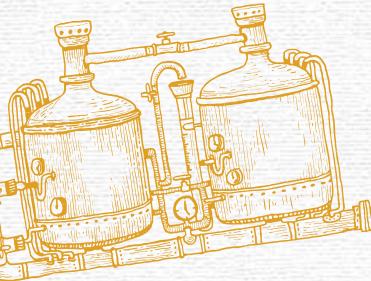


Para esse levantamento, executou-se pesquisas nos órgãos da Prefeitura Municipal de Niterói que possuem os registros desses empreendimentos, além das buscas na internet, sites e informações disponibilizadas pelos estabelecimentos cervejeiros.



[5] O INVTur consiste na metodologia de levantamento, identificação e registro para equipamentos, serviços e atrativos turísticos.

[6] A adaptação dos formulários foram realizadas levando em consideração as especificidades de cada tipologia de empreendimento.



Pesquisa de Campo



Para completar a pesquisa de gabinete, foi realizada uma pesquisa de campo a alguns empreendimentos cervejeiros que ainda não constavam, por serem novos, nas relações disponibilizadas pelos órgãos da Prefeitura e nas redes e sites pesquisados. Além da visita às instalações dos empreendimentos e o preenchimento dos formulários, captou-se imagens autorais, utilizando máquina fotográfica semiprofissional. Destaca-se que boa parte desse levantamento dos dados dos empreendimentos cervejeiros foram feitos apenas em gabinete devido às restrições impostas pela pandemia, pelo risco de contágio e por causa da legislação vigente à época que determinou o fechamento dos estabelecimentos de bar e restaurantes por motivos de segurança sanitária.



Com os dados do levantamento de gabinete e de campo, atualizou-se o banco de dados.



Ainda com os dados obtidos na pesquisa mapeou-se os empreendimentos cervejeiros para que se pudesse ter uma dimensão geográfica da sua distribuição no território niteroiense, visando a construção do roteiro turístico Caminho Cervejeiro de Niterói.



Paralelamente a estas pesquisas em Niterói, foram realizados estudos de benchmark no estado de Santa Catarina 'Rota da Cerveja no Vale do Itajaí' (Blumenau, Brusque, Gaspar, Ibirama, Jaraguá do Sul, Joinville, Pomerode, Timbó) e no estado do Rio de Janeiro 'Rota Cervejeira Rio de Janeiro' (Teresópolis e Petrópolis), com o objetivo de se conhecer experiências e ideias inovadoras para o presente projeto.



Análise dos Dados

Concluídas as etapas anteriores, foi iniciada a fase de análises dos dados recolhidos tanto dos questionários respondidos quanto das pesquisas de campo por meio de reuniões com especialistas nas temáticas planejamento turístico, agenciamento de turismo, turismo cervejeiro e gestão de empreendimentos turísticos.

O diagnóstico gerou um prognóstico que possibilitou as ações de extensão e de comunicação.





PROGNIÓSTICO

1

Extensão: Como resultado do diagnóstico observou-se que havia necessidade em realizar um curso para elaboração e criação de roteiros turísticos para a equipe do projeto.

2

A segunda capacitação diagnosticada foi para os empreendimentos cervejeiros do município de Niterói. Notou-se que os trabalhadores dos empreendimentos que atendem ao público tinham pouco conhecimento sobre o universo cervejeiro e sobre a qualidade na prestação de serviços. Destarte, foi proposto um curso que visasse aprimorar os serviços de atendimento ao público relacionados ao setor cervejeiro.

3

Comunicação: para que o público possa conhecer os Caminhos Cervejeiros e que o trade turístico possa ter acesso às informações, de mais a mais, que o projeto seja futuramente alimentado com novas informações, desenvolveu-se um site para o projeto. Outro ponto da comunicação foi a criação de uma conta no Instagram em que foram criados posts referentes ao projeto, sobre cultura cervejeira e demais informações e divulgações.



RESULTADOS

Tomando como pressuposto que a cerveja é um produto capaz de promover benefícios no que tange aos aspectos tanto culturais como econômicos, o projeto aspirou como principal resultado um novo produto turístico para a cidade de Niterói, um circuito cervejeiro que tenha como principal função ser uma atividade de lazer para seus e residentes, bem como um atrativo diferencial para seus visitantes.

Nessa perspectiva, após detalhados os procedimentos metodológicos, apresenta-se os resultados obtidos:



1

Como resultado às pesquisas bibliográficas realizadas que tiveram o intuito de construir um referencial teórico que orientasse o projeto, foi escrito um artigo de revisão sistemática da literatura em torno da temática da cerveja e turismo. O presente artigo foi submetido e apresentado no XXIV Seminário de Administração da Universidade de São Paulo. Ressalta-se que o artigo está em fase de ajustes para ser submetido e ter sua publicação em um periódico científico. A apresentação do trabalho pode ser visualizada e encontra-se disponível em: <https://youtu.be/67yQrZblkog>



SemeAD₂₀₂₁
XXIV Seminários em Administração



São Paulo, 12 / 12 / 2021

CARTA DE ACEITE

Declaramos para os devidos fins, que o trabalho **código 988 - TURISMO E CULTURA CERVEJEIRA: UMA REVISÃO SISTEMÁTICA DA LITERATURA PARA POTENCIAIS DESTINOS DE TURISMO CERVEJEIRO** foi APROVADO e selecionado para apresentação no XXIV SEMEAD - Seminários em Administração, realizado na Universidade de São Paulo, dias 10, 11 e 12 de novembro.



2

A pesquisa apontou a necessidade em se realizar capacitação da equipe e o curso foi executado na modalidade on-line no Instituto Raízes do Turismo, em março de 2021, dividido em três módulos e teve como objetivo auxiliar e qualificar os integrantes do projeto para a compreensão, criação, elaboração e gestão de roteiros turísticos criativos e inovadores. Foram capacitados 6 membros da equipe com o objetivo de serem multiplicadores dessa capacitação no âmbito da Faculdade de Turismo e Hotelaria (FTH-UFF) ou ainda se for preciso no contexto da extensão universitária.



3

Um dos objetivos do projeto consistia em realizar um levantamento e mapear os empreendimentos relacionados à cultura cervejeira artesanal em Niterói, sendo eles: produtores cervejeiros, estabelecimentos comerciais, distribuidores, lojas especializadas, quiosques, bares, restaurantes, entre outros. Após as metodologias utilizadas, obteve-se um total de 78 empreendimentos. Dentre esses, 26 são microcervejarias caseiras, 18 são bares cervejeiros, 27 microcervejarias ciganas e 7 fábricas próprias. Todos encontram-se dispostos em uma planilha contendo informações principais.



4

Já na fase do diagnóstico, em virtude do objetivo principal do projeto ter como produto um circuito cervejeiro, vale ressaltar que dos 78 empreendimentos levantados, apenas fábricas e bares são considerados aptos para compor o circuito devido terem espaço físico próprio e, visto que cervejarias ciganas e caseiras tem como característica apenas a produção de cervejas artesanais, que são comercializadas em bares e demais locais - podendo ser em outros empreendimentos, feiras e eventos específicos. Nesse sentido, cabe mencionar que mesmo não estando inseridas no circuito, as cervejas produzidas por esses empreendimentos encontram-se de forma indireta incluída no circuito pelo motivo supracitado.

Após o levantamento desses empreendimentos, aplicado o formulário e feita as pesquisas de campo tanto em fábricas quanto em bares, cervejarias ciganas[7] e caseiras - conforme mencionado nos procedimentos metodológicos - obteve-se respostas de 19 empreendimentos, dentre esses: as 7 fábricas, 8 bares, 3 ciganas e 1 brewpub[8].

[7] As cervejarias ciganas seguem um formato de produção sem sede própria, ou seja, elas não possuem uma fábrica e então alugam o espaço e equipamentos de outras que disponibilizam esse serviço. Assim, as ciganas produzem suas cervejas com qualidade e dentro dos critérios regulamentadores do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA).

Fonte: Nação Cervejeira (2021). Disponível em: <https://nacaocervejeira.com.br/noticias/que-e-uma-cervejaria-cigana/>.

[8] Brewpubs são estabelecimentos no qual a cerveja é produzida e consumida no mesmo local.

Infográfico





- Perguntados referente ao principal meio de divulgação e comunicação com o público: Os 19 respondentes mencionaram que a principal divulgação do empreendimento e do produto ocorre pelas redes sociais, em sua maioria, o Instagram, porém possuem outros meios como site, Facebook e Untappd (rede social voltado para consumidores de cerveja, que permite que seus usuários compartilhem informações sobre cervejas e cervejarias);
- Referente a possuírem algum tipo de Cadastros, classificações e outros: Dos 19 respondentes, 8 possuem o “Selo Niterói Cervejeiro”, 2 associados a uma entidade ligada à cerveja e 10 que não possuem cadastro em associação, classificação, selo ou outro. Isso permite visualizar a importância de um empreendimento estar ligado a uma associação ou ter uma tipo de classificação para a consolidação e fortalecimento do circuito cervejeiro;
- Conforme mencionado anteriormente, foram feitas perguntas gerais e específicas ao tipo de estabelecimento. Referente às fábricas, foram feitas perguntas para que pudesse ter o panorama das condições que as permitissem compor o circuito, de modo a estarem aptas a receberem visitantes/turistas. Das 7 fábricas respondentes - principais da cidade de Niterói, somente 3 possuem visitação e 2 estão estruturadas operacionalmente para receber visitas (visita guiada com agendamento, dias específicos para visitação, entre outros). 4 fábricas possuem bar e 2 possuem pontos de vendas. A partir disso, foi possível perceber uma necessidade premente das fábricas que compõem o circuito se adaptarem estrutural e operacionalmente para visitas e o recebimento de turistas.
- No que diz respeito a formas de pagamento e vendas/reservas, notou-se que todos os empreendimentos respondentes encontram-se atualizados no que diz respeito aos meios de pagamento e possuem variedade e diversidade na forma dos clientes realizarem pagamentos, vender ou mesmo fazer reservas;
- Sobre os serviços e equipamentos que os empreendimentos possuem e oferecem, foi possível observar tanto nas respostas obtidas quanto na pesquisa de campo que os estabelecimentos oferecem serviços vastos e variados, tais como música ao vivo, música ambiente, rede wi-fi, área de lazer para crianças, espaços para eventos, dentre outros. Tal variedade é essencial para a atratividade do circuito;
- Visando promover a inclusão e acessibilidade do Caminho Cervejeiro de Niterói, foi possível perceber com a pesquisa de campo que poucos empreendimentos estão preparados para receber pessoas com deficiência (PCD's);
- Outro ponto importante notado com as respostas do questionário e as visitas de campo é que os empreendimentos são ainda muito voltados para um público local e específico e encontram-se pouco preparados para receberem visitantes e turistas. Alguns empreendimentos são de difícil acesso, carecendo de sinalização que facilite a sua localização, ou seja, que seja atrativo aos visitantes e turistas. Em contrapartida, estes apresentam grande potencial para se tornarem atrativos devido aos produtos locais e de qualidade que comercializam.

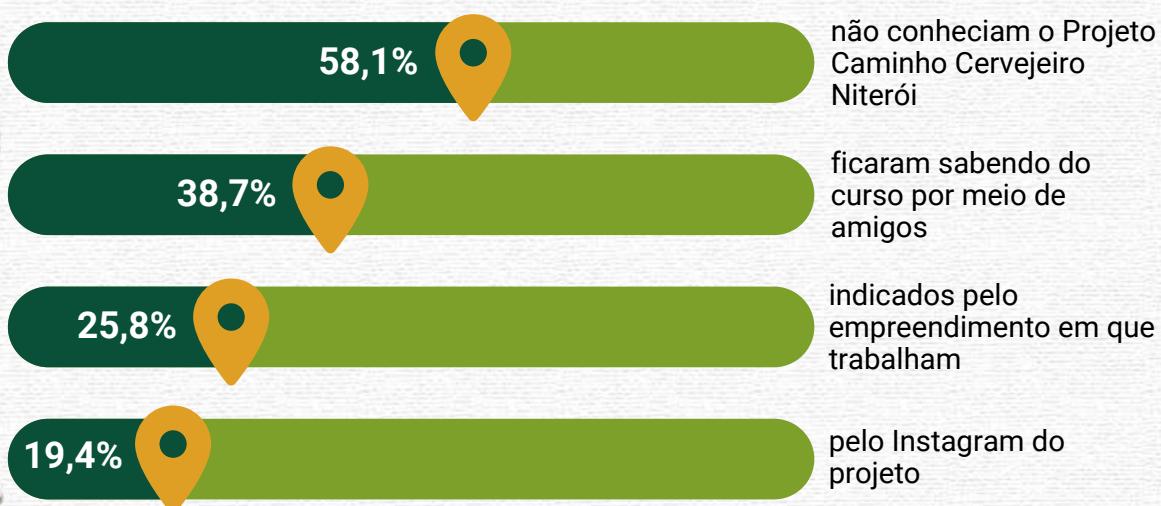




5

O curso destinado aos trabalhadores dos empreendimentos cervejeiros de Niterói, foi realizado no formato on-line, em agosto de 2021, e composto em cinco módulos. Além do público principal, os empreendedores e funcionários das cervejarias artesanais, abriu-se vagas para a comunidade acadêmica da UFF intencionada em atuar no ramo para que houvesse pessoas capacitadas a ocupar futuramente um lugar neste mercado de trabalho e, ademais, atuarem como agentes multiplicadores deste conhecimento. No total foram disponibilizadas 60 vagas. Para participar da capacitação, era necessário que o pretendente tivesse mais de 18 anos. O curso foi ministrado por um especialista da área, senhor Gustavo Renha, sommelier de cervejas formado pela ABS-SP, administração dos negócios da cerveja pela FGV-SP, mestre em estilos de cervejas e avaliação pelo Siebel Institute (EUA), especialista em harmonizações pelo ICB-SP e técnico cervejeiro pelo ICB-SP.

Após a realização do curso, foi enviado aos participantes um formulário que tinha como intuito avaliar o curso, o professor, a coordenação e organização, bem como o aproveitamento que tiveram. Por meio do formulário, foi possível perceber alguns pontos relevantes, tais como:



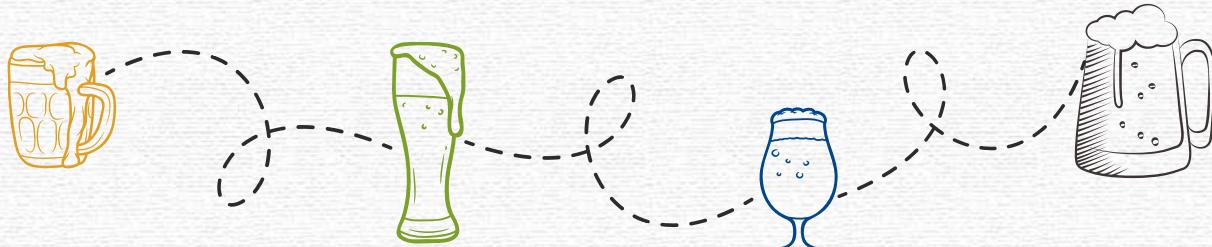
dos 31 respondentes, 30 atribuíram nota 5 (Excelente) para avaliação final do curso coerente com o conteúdo dado





6

O circuito foi organizado, formatado e disponibilizado no site <https://caminhoscervejeiros.com> que contém dados sobre quem desenvolve o projeto, sua localização, seus objetivos, beer blog (notícias), informações sobre os contatos e mapa do caminho e, uma página no Instagram com informações com andamento do projeto no intuito de divulgação, acompanhamento e transparência de seus passos. O circuito é composto por: 'Caminhos Guanabara', 'Caminho Oceânica' e 'Caminho Jardim Icaraí', utilizando como referência a especificidade geográfica da cidade de Niterói e o princípio logístico de fora para dentro (partindo da parte mais central da cidade), bem como o fluxo do trânsito - sentido das ruas.



bar



CERVEJARIA

CERVEJARIA	ENDEREÇO	CEP	BAIRRO	TELEFONE	E-MAIL
2Hop Brewshop	Estrada Francisco da Cruz Nunes, 6100 Rua Dr. Leandro Mota, 8 - loja 101	24340-000 24220-370	Itaipu Jardim Icarai	(21)97132-4568	
Ave Cevada	Estrada Caetano Monteiro, 164 - loja 108	24320-570	Badu		
Companhia Alemã	Rua Mem de Sá, 64 - Icarai	24220-261	Icarai	(21)3492-5984	
Cosmos Pub	Estrada Francisco da Cruz Nunes, 594	24310-340	Piratinha	(21)3741-4113	
D-Beer	Rua Mem de Sá, 111	24220-260	Icarai	(21)3620-4235	
Dona Cevada	Rua Nóbrega, 90	24220-320	Jardim Icarai	(21)3629-9088	
Empório Fácil	Rua Ver. Duque Estrada, 226	24240-211	Santa Rosa	(21)2715-1393	
Empório Icarai	Rua Mem de Sá, 19 - loja 8	24220-260	Icarai	(21)2610-7175	
Espório Gostim de Minas	Rua Cel. Gomes Machado, 175 - loja 1	24020-108	Centro	(21)3587-2209	
FinaCerva	Avenida Sete de Setembro, 193	24230-251	Icarai	(21)99134-4651	lasphaier@id.uff.br
Fuzarca Beer	Rua Presidente Backer, 407	24220-041	Santa Rosa	(21)96761-5348	
Granel Empório & Botequim	Rua Ver. Duque Estrada, 50	24240-210	Santa Rosa	(21)3629-9629	
Máfia	Estrada Francisco da Cruz Nunes, 9777	24320-330	Itaipu	(21)98893-6503	c.serraverdeimperial@gmail.com
Malteria Araribóia	Rua Luiz Leopoldo Fernandes Pinheiro, 587 - loja 101	24030-127	Centro		
Noi Bar & Bistrô	Estrada Francisco da Cruz Nunes, 1964	24320-330	Itaipu	(21)99754-9062	bianca@cervejarianoi.com.br
Nosso Empório Niterói	Rua Cel. Moreira César, 211 - loja 147	24440-400	Icarai	(21)3617-4009	
Taberna	Rua Prof. Miguel Couto, 366	24230-240	Jardim Icarai	(21)2710-6225	
Le Fauves	Rua Prof. Heitor Carrilho, 250	24030-230	Centro	(21)98169-8734 (21) 99997-7632	matisse@cervejariamatisse.com.br
Bamberg Express Niterói	R. Miguel de Frias, 201 - LJ 102	24220-001	Icarai	(21) 97203-3327	

fábricas



CERVEJARIA

CERVEJARIA	ENDEREÇO	CEP	BAIRRO	TELEFONE	E-MAIL
BrewLab	Rua Prof. Heitor Carrilho, 250	24030-230	Centro	(21)97103-2910	guilhermerebelo@id.uff.br
Máfia	Estrada Francisco da Cruz Nunes, 9777	24320-330	Itaipu	(21)98893-6503	c.serraverdeimperial@gmail.com
Noi	Estrada Francisco da Cruz Nunes, 1964	24320-330	Itaipu	(21)99754-9062	bianca@cervejarianoi.com.br
Habeas Copos	Av. Presidente Roosevelt, 208	24360-066	São Francisco	(21)3026-8165	bruno@cervejariahocuspocus.com.br
Masterpiece	Rua Ari Gomes da Silva, 43	24350-020	Cafubá	(21)98079-6679	mauro@cervejariamasterpiece.com.br
Malteca Cervejaria	Av. Carlos Ermelindo Marins, 926	24370-195	Jurujuba	(21)3806-3650 / (21)98133-4719	tatiana@maltecacervejaria.com
Mahi	Estrada Caetano Monteiro, 1924 - Loja 108 e 110	24320-570	Badu	(21)99554-8030	ricardo.sks@hotmail.com





REGISTROS DA ROTA



caseiras



CERVEJARIA	ENDEREÇO	CEP	BAIRRO	TELEFONE	E-MAIL
American Porter				(21)98226-7575	brunoerthal@yahoo.com.br
APA Kveik					
Brown Ale					
Clandestine Weiss					
DasTia					
Dois Malucos					
Dom Duarte				(21) 99883-9726	
DunBronx					
Imunda	Cervejas não estão à venda				
Infinita Alt					
Jurema					
Kolsch					
Kveik Kveik Kveik Kando					
Kveik Saara Imperial IPA					
Kveik Session Sorachi					
Leviathan				(21)98364-8837	jnascimento81@hotmail.com
Licença Premium					
Opshaug Kveik					
Porter					
Session IPA					
Show de Bola			Macaé		
Veg Bier			Friburgo		
White Stripes					
Wit Bier					
Navarra				(21)98747-1203	gxavier7@gmail.com
Woolf			Cordeiro		

ciganas



CERVEJARIA	ENDEREÇO	CEP	BAIRRO	TELEFONE	E-MAIL
4 estações					
Araribóia	Rua Prof. Heitor Carriço, 250	24030-230	Centro	(21)99391-1144	
Dead Dog	Rua Prof. Heitor Carriço, 250	24030-230	Centro	(21)99338-6931	dtosta@gmail.com
Invocada	Rua Prof. Heitor Carriço, 250	24030-230	Centro	(21)98871-5343	sandro.gomes@gmail.com
Massa	Loteamento Aldeia Itaipu, 39	24355-260	Itaipu	(21)97997-9607	massamatheus13@gmail.com
Matisse	Rua Prof. Heitor Carriço, 250	24030-230	Centro	(21)98169-8734 (21)99997-7632	matisse@cervejariamatisse.com.br
Mosaico	Rua Prof. Heitor Carriço, 250	24030-230	Centro	(21)98192-8635	ion@mosaicobrewing.com.br
Oceânica	Rua Vereador Duque Estrada, 114	24240-210	Santa Rosa	(21)98395-0383	oceania@cervejariaoceania.com
W-kattz	Av. Everton Xavier, 808. R1.L7.Q9	24340-105	Itaipu	(21)99213-6016	wkattzcervejaria@gmail.com
Conspiração	Rua Luiz Leopoldo Fernandes Pinheiro, 587	24030-127	Centro	(21) 9867-63031	
Centenária	Sítio das Pedrinhas - R. José Luciano Rodrigues, 33 B		Várzea das Moças	(21)99973-3464 (21)3602-7962 (21)2611-2306	liviomp@uol.com.br
Surreal	Rua General Andrade Neves, 9	24210-000	São Domingos		contato@surrealcervejaria.com.br
Icarahy	Rua Amaral Peixoto, 370 - sala 222	24020-076	Centro	(21)98816-0124	contato@icarahycervejaria.com.br
Thisty Hawks	Rua Vereador Duque Estrada, 39/807	24240-210	Santa Rosa	(21)98852-9453	comercial@thistlyhawks.com.br
Psicose					
Mahi	Estrada Caetano Monteiro, 1924	24320-570	Baú	(21)99554-8030	
Muriki	Estrada do Chibante, 23	24322530	Muriú Grande	(21)98866-5500	andrepsono@gmail.com
Chibante	Estrada dos Chibantes, 36	24322530	Muriú Grande	(21)98900-4981 / (21)99648-9460	pontesdecarvalhole@gmail.com
Da Casa					
Joaquina	Rua São Pedro, 155	24020-057	Centro	(21)99969-8319	joaquinabrewpub@gmail.com
Mostaro	Av. Alm. Tamandaré, 707	24350-380	Piratinha	(21)2619-6727 / (21)98380-5252	lde.leandro@hotmail.com
Espiral	Era de Itaipu, hoje produzem em Petrópolis, mas distribuem em Niterói			(21)99938-1818	comercial@cervejariaespiral.com
Dorffbier					
Drei Bier					
Underground				(21)2533-3861	
Old School	Cervejaria de Itaboraí, porém é vendida na Bastardos Burgues - Av. Sete de Setembro, 193 - loja 102	24230-250	Icaraí		comercial@oldschoolcervejaria.com.br
Belgarioca	Alameda Carolina, 18, APT 1502	24230-140	Icaraí	(21)99433-0133	belgarioca@gmail.com

Fonte: adaptado e atualizada (SEDEN, 2021)



REGISTROS DA ROTA





Para promover a troca de conhecimentos com outros circuitos consolidados, foram realizados estudos de benchmark no estado de Santa Catarina. Entre os dias 14 e 22 de setembro de 2021, foram visitados 18 empreendimentos voltados para cultura cervejeira no estado de Santa Catarina, dentre estes empreendimentos estavam os participantes da Rota Vale da Cerveja de Blumenau localizados nos municípios de Itajaí, Balneário Camboriú, Blumenau, Brusque, Gaspar, assim como no Caminho Cervejeiro de Florianópolis, no qual foram visitados empreendimentos localizados em Imbituba, Garopaba, São José e Florianópolis. Ou seja, além de destinos eminentemente alemães, visitou-se empreendimentos localizados no litoral, aspecto similar a Niterói.

Nestes roteiros foi possível observar alguns pontos interessantes:

- Há uma tentativa de padronização dos preços para todos os estilos, ou seja, o cliente toma uma cerveja IPA ao mesmo preço de uma SOUR. A única exceção é para as cervejas do tipo Pilsen, que são mais baratas;
- Em sua maioria, os empreendimentos cervejeiros catarinenses possuem seus próprios bares nas fábricas, os chamados Brewpubs;
- As escolas cervejeiras dominantes são a alemã e a inglesa;
- Quanto à capacidade de produção, com exceção de uma fábrica que possui capacidade de 300 mil litros/mês, todas as demais não passam de 75 mil litros;
- A maioria das cervejarias participam de alguma rota ou circuito cervejeiro, se preparando para atender o público tanto estruturalmente, com a criação de beer gardens (ou biergartens, em alemão), lojas e bares para consumo, quanto no atendimento, com guias especializados. Destaca-se na Rota Vale da Cerveja a participação de uma Escola Superior de Tecnologia Cervejaria, que aparece como um atrativo para visitação entre os demais atrativos (fábricas, brewpubs, bares etc). A governança pública desempenha um importante papel nesta engrenagem;
- Esses circuitos também possuem gestão própria para facilitar as tomadas de decisões, assim como na busca por melhores condições de logística e preços; e
- Há sinalização de inovação em produtos exclusivos, como cervejas envelhecidas e algumas fábricas localizadas na região litorânea possuem características bem definidas e exclusivas como a acidez.



8

Outro objetivo do projeto era definir um calendário com os eventos específicos da temática cervejeira com o intuito de ser mais um atrativo no que concerne fomentar a participação dos estabelecimentos no circuito, promover a cultura cervejeira na cidade, bem como meio de divulgar o próprio caminho cervejeiro de Niterói. Desse modo, além dos eventos já realizados e estabelecidos no calendário da cidade de Niterói, principalmente os ligados à cerveja e gastronomia de modo geral, propõe-se alguns eventos e datas ligadas à cultura cervejeira que são consolidados no mundo como potenciais eventos para a cidade, tais como:

- **Oktoberfest:** Festival de cerveja originado em Munique, Alemanha. Acontece no período de setembro à outubro do ano. O evento foi criado pelo rei bávaro Luís I para celebrar o seu casamento em 1810 e hoje é considerado um dos principais eventos ligados à cultura cervejeira no mundo. No Brasil, o evento é bastante consolidado na cidade de Blumenau - SC, ocorrendo também em cidades como São Paulo - SP.
- **St. Patrick's Day:** Feriado da Irlanda, comemorado no dia 17 de março. É comemorado neste dia de São Patrício – em homenagem ao santo padroeiro do país, conhecido por ter levado a religião católica para o local. A data é uma das mais importantes do ano e se espalhou pelos descendentes de irlandeses ao redor do mundo. A comemoração se materializa em uma das festas mais tradicionais da região, e que atrai, anualmente, milhares de turistas. É um evento fortemente ligado também à cultura cervejeira.
- **"Beer Run":** As "corridas de cerveja" são eventos que ligam o esporte à cerveja. Acontecem já em várias cidades do país. São eventos em que combina corrida, cerveja e música. Acontecem ao final da corrida, shows e várias cervejarias presentes.





CONSIDERAÇÕES



Niterói pode ser considerado um município com um número expressivo de fábricas de cervejas artesanais, bares e restaurantes especializados em cervejas e eventos cervejeiros (sete fábricas de cerveja, quatro fábricas em processo de registro, 32 cervejarias ciganas, 19 bares cervejeiros, cinco associações cervejeiras, três startups de bebidas artesanais e dois coletivos cervejeiros) que empregam 600 pessoas entre empregos diretos e indiretos e, de acordo com a Prefeitura de Niterói (NITERÓI, 2021), consiste em uma das apostas da cidade para a retomada econômica pós-pandemia.

Além disso, em 2018 foi criada a Lei dos Cervejeiros para incentivar a cultura cervejeira em Niterói e um selo de qualidade para estimular a boa qualidade da cerveja produzida no município.

Pondera-se que este número de estabelecimentos, a cultura de apreciar e produzir cervejas traz a oportunidade de fomentar esta infraestrutura e a cultura cervejeira em roteiros turísticos que possam oferecer mais alternativas para o turismo, além de ampliar as opções de atividades de lazer para os moradores de Niterói.

Após as pesquisas realizadas pelo projeto, criou-se três circuitos cervejeiros a saber 'Caminho Guanabara', 'Caminho Oceânico' e 'Caminho Jardim Icaraí' e, além disso, sugeriu-se um calendário com os eventos específicos da temática cervejeira, visando ampliar a oferta turística de Niterói, que atende principalmente, seus moradores e os da Região Metropolitana.

Durante o estudo dos empreendimentos turísticos pode-se avaliar as condições referentes à exploração turística e os resultados apontaram para a necessidade de melhorar os equipamentos e serviços que compõem os caminhos cervejeiros quanto a infraestrutura para turistas, comercialização do produto e capacitação de recursos humanos.

Para tanto, sugere-se que, além do mapa, haja um acompanhamento na implantação dos caminhos com cursos de qualificação voltada ao atendimento a turistas, consultoria especializada para melhorar o produto (infraestrutura e recursos humanos) e uma comunicação integrada dos empreendimentos com o mercado turístico.

No estado do Rio de Janeiro existe uma associação que desenvolve o turismo cervejeiro, a Associação das Cervejarias e Cervejeiros do Rio de Janeiro ACCERJ-TUR, incluir os Caminhos Cervejeiros de Niterói na associação poderá ser uma vantagem para o desenvolvimento do turismo cervejeiro do município. No entanto, o setor cervejeiro terá que possuir uma governança local associada ao turismo que o represente e desenvolva ações em prol da turistificação do setor.

Mediante os dados e a realidade estudada, constatou-se que Niterói ainda não pode ser entendido como um polo cervejeiro consolidado para o turismo, mas com a criação dos caminhos cervejeiros, da melhoria dos produtos e serviços, de uma associação que trabalhe em prol fortalecimento de um destino cervejeiro integrando os diversos empreendimentos locais, ademais da preferência dos produtores locais nos eventos e outras atividades que ocorreram no município, ele poderá destacar-se no turismo cervejeiro fluminense e brasileiro.

REFERÊNCIAS

BRASIL. Ministério do Turismo. **Programa de Regionalização do Turismo**: roteiros do Brasil, Brasília, 2005.

JANOT, Luiz Fernando. O caminho Niemeyer e a nova face de Niterói. **Arquitextos**, São Paulo, ano 08, n. 095.00, Vitruvius, abr. 2008. Disponível em: <https://vitruvius.com.br/revistas/read/arquitextos/08.095/146>. Acesso em 30 de nov. 2021.

NELSON, Max. **The barbarian's beverage**: A history of beer in ancient Europe. Routledge, 2005.

PERROUX, François. O conceito de pólo de crescimento. In: SCHWARTZMAN, Jacques. **Economia regional**. Belo Horizonte: Cedeplar, 1977.

NITERÓI. **Prefeitura de Niterói promove tour entre as cervejarias artesanais da cidade**. 8 de nov. de 2021. Disponível em: <http://www.niteroi.rj.gov.br/2021/11/08/prefeitura-de-niteroi-promove-tour-entre-as-cervejarias-artesanais-da-cidade/>. Acesso em: 12 jan. 2022.

PLUMMER, R.; TELFER, D.; HASHIMOTO, A.; SUMMERS, R. Beer tourism in Canada along the Waterloo-Wellington Ale Trail. **Tourism Management**, v:26, n:3, pp. 447–458, 2005.

ROSA, L. G.; OLIVEIRA, S. D. DE. Práticas e Espaços de Hospitalidade Relacionados à Cerveja/Beer-Related Hospitality Practices and Spaces. **Brazilian Journal of Development**, v. 6, n. 10, p. 82940–82954, 2020.



Niterói

Caminho
Cervejeiro

A dashed line with two map pin icons, one black and one yellow, indicating a route or location.