



Título: Microcervejarias no estado do Rio de Janeiro: identificação de canais de comercialização e estratégias de produção

Aluno: Felipe Luiz Corrêa

Orientadora: Angelita Pereira Batista

RESUMO

As microcervejarias artesanais representam cerca de 1% do volume de cervejas comercializadas no país. As cervejas artesanais não possuem economia de escala, o que gera custo unitário de produção elevado. Desta forma, essas empresas necessitam estabelecer estratégias para manterem-se competitivas no mercado. O objetivo do trabalho foi identificar as estratégias que as microcervejarias do Estado do Rio de Janeiro adotam, do ponto de vista da produção e comercialização. Selecionaram-se as microcervejarias do Estado do Rio de Janeiro, em função da disponibilidade de dados. Para obter informações, utilizou-se de pesquisas nos *sites* das mesmas e do contato direto com seus representantes, buscando-se dados sobre a quantidade de rótulos produzidos, localização, canais e pontos de comercialização e capacidade produtiva própria. Identificou-se que a maior parte das microcervejarias é originária das regiões Metropolitana e Serrana do Estado do Rio de Janeiro. Nem todas apresentam capacidade produtiva própria, sendo possível identificar, na amostra, 6 empresas ciganas no Estado. Aproximadamente 39% das microcervejarias estudadas produzem mais de sete rótulos de cervejas. As empresas abordadas neste trabalho apresentam uma grande variedade de pontos de comercialização e utiliza-se de diversos canais de para disponibilizar seus produtos. Verificou-se, também, que a quantidade de rótulos comercializados pelas empresas não reflete necessariamente sua capacidade produtiva, dado que algumas empresas estudadas tendem a terceirizar sua produção, o que, de certa forma, tem descaracterizado o processo artesanal.

Palavras-chave: cerveja artesanal, cervejaria cigana, terceirização da produção