

Quer viver de cerveja? Então tome decisões sóbrias

São Paulo, 29 de Dezembro de 2014 às 00:00 por Renato Carbonari Ibelli

http://www.dcomercio.com.br/categoria/negocios/quer_viver_de_cerveja_entao_tome_decisooes_so_brias



Produzo cerveja artesanal há um ano. Algo que começou como uma brincadeira em família, mas que logo ganhou corpo. A produção saltou de 60 litros mensais para 200 litros, o que considero o limite técnico para escala caseira.

Crescer mais, só profissionalizando a produção. É um passo ousado, que divido com o leitor na forma de situações já vivenciadas e outras que espero pela frente.

A mística que envolvia as grandes cervejarias aos poucos foi perdendo a força graças a adeptos do “faça você mesmo” que trouxeram a bebida novamente para o território dos mortais. De repente, tornou-se possível fazer a própria cerveja na cozinha de casa sem grandes gastos, nem a necessidade de conhecimento físico/químico aprofundado --apenas com um pouco de dedicação.

Um movimento que acontece há mais de uma década nos Estados Unidos e que ganhou força no Brasil nos últimos quatro anos. Livros didáticos sobre o tema estão por aí - impressos ou pirateados na internet -, lojas especializadas em equipamentos caseiros e insumos começam a aparecer, cursos relâmpagos e professores bem intencionados não faltam.

Esse negócio de elaborar a própria cerveja vicia (falo na posição de produtor artesanal). E é inevitável que a ambição do fabricante caseiro cresça à medida que seus experimentos ganhem aceitação entre amigos. O que leva a um questionamento recorrente: por que não fazer da cerveja, um negócio?

Arrisco dizer que a esmagadora maioria das microcervejarias existentes no país – e no mundo - surgiu assim. Mas é importante lembrar que o artesanal está anos-luz do micro. É um salto possível, o mercado favorável dá impulso extra para vencer a distância, mas sem um plano de negócio muito bem elaborado, a frustração virá na mesma proporção.

ANTES DE MONTAR UMA MICROCERVEJARIA...

Antes de comprar equipamentos e sair feito doido levantando as paredes da nova sede (o que é mais comum do que se imagina nesse ramo) é preciso definir qual perfil será dado ao negócio. Será apenas uma fábrica ou haverá um bar dividindo o espaço? Essa segunda opção, conhecida como brewpub, é cada vez mais comum, e demandará mais funcionários, área espaçosa e um projeto que separe a unidade fabril do lugar onde os clientes serão servidos.

É nesse momento, quando o projeto começa a tomar forma na cabeça do cervejeiro aspirante a empresário, é que vem aquele frio na espinha. Com investimento de pouco mais de R\$ 500 é possível fazer 20 litros de cerveja no quintal de casa. Comecei assim cerca de um ano atrás.

Mas para ter escala, e de fato ganhar dinheiro com a bebida, será preciso elevar a produção para, no mínimo, 250 litros por leva, ou 5 mil litros ao mês. Aqui estamos falando de um investimento entre R\$ 200 mil e R\$ 500 mil apenas em equipamentos. Essa distância entre os valores se deve ao perfil dos maquinários: seu grau de automação, se serão nacionais ou importados.

Em geral, é em volumes que se ganha dinheiro com cerveja, não no preço. Portanto, antes de colocar meio milhão no negócio, é bom ter certeza da aceitação do produto pelo público alvo. Vender para amigo é uma coisa. Para cliente, outra.

CERVEJARIA CIGANA

Uma maneira de testar o alcance da produção no mercado, sem investir em equipamentos, é usar a estrutura já montada por outra microcervejaria. Muitas possuem capacidade ociosa e “alugam” os equipamentos para produzir, engarrafar, rotular.

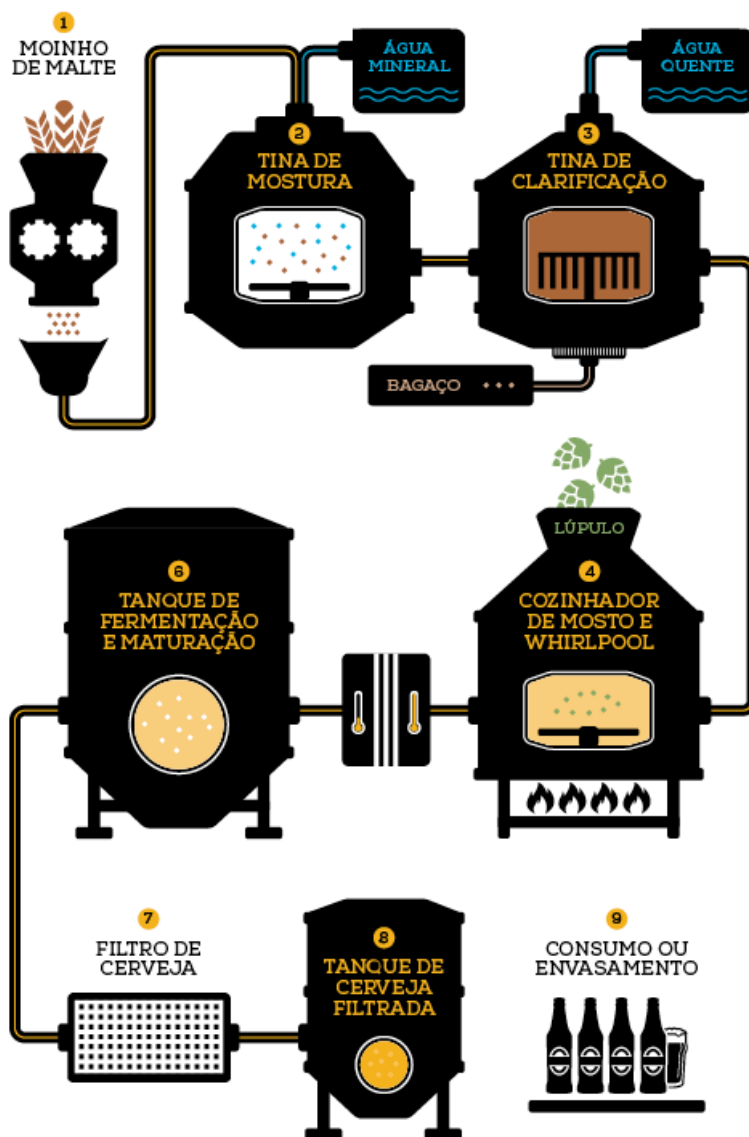
Há outras vantagens nessa prática. Para comercializar cerveja formalmente é preciso antes obter uma série de registros e homologações junto da Vigilância Sanitária, Prefeitura, Ministério da Agricultura, entre outros órgãos. Não é simples obter as licenças. Corro atrás delas há um bom tempo. Por sua vez, uma cervejaria já estruturada, em teoria, possui todas essas exigências em dia.

Essa é uma maneira prática de colocar legalmente a cerveja em bares, restaurantes, e onde mais for possível, sem investimentos vultuosos. Muitas marcas disponíveis atualmente no mercado usam dessa prática.

Mas há algumas considerações a serem feitas: aquela receita particular, que a duras penas o cervejeiro artesanal elaborou, passa a ser de propriedade da cervejaria contratada para terceirizar sua produção. Por isso, o cervejeiro caseiro precisa amarrar muito bem o contrato, garantindo que apenas ele terá direito de comercializar 100% do que for produzido.

“Mas a principal garantia é ter o registro da marca em dia antes de terceirizar a produção”, lembra Alfredo Ferreira, um dos idealizadores do Instituto da Cerveja. O Instituto, assim como o Sebrae, são fontes indispensáveis para quem pretende montar um plano de negócio nesse ramo.

COMO FUNCIONA UMA CERVEJARIA



2

TINA DE MOSTURA

Os grãos de cevada (e eventualmente de trigo, arroz ou outro) são mergulhados em água aquecida, processo que irá converter o amido em açúcares.

3

TINA DE CLARIFICAÇÃO

O líquido açucarado (mosto) é segregado das partes sólidas (bagaço) por um processo de recirculação.

4

COZINHADOR

O mosto é fervido para que substâncias indesejáveis evaporem. O processo também esteriliza o caldo e o deixa mais concentrado. É nessa etapa que o lúpulo (responsável pelo amargor da cerveja) é adicionado, assim como eventuais especiarias.

6

TANQUE DE FERMENTAÇÃO / MATURAÇÃO

As leveduras cervejeiras adicionadas nessa etapa convertem os açúcares do mosto em álcool. Posteriormente, a temperatura é reduzida para o processo de maturação, que irá acentuar os aromas e sabores.

7

FILTRO

É capaz de reter as menores partículas, incluindo leveduras remanescentes do processo anterior.

8

TANQUE DE CERVEJA FILTRADA

A bebida está pronta para ser envasada, com adição forçada de CO₂, em barris ou garrafas. A cerveja engarrafada pode ser pasteurizada (é aquecida e resfriada gradualmente), para ter a validade aumentada.

O GRANDE PASSO

Os resultado dos testes durante a fase cigana mostrará o perfil dos consumidores. Também, ao longo desse tempo --que pode durar alguns meses ou alguns anos-- o cervejeiro artesanal terá tempo de pesquisar preços de equipamentos, os locais onde pode tocar esse tipo de negócio, ficar por dentro das regras e legislações às quais deverá se adequar, apurar seus estilos de cerveja e selecionar pessoal.

Não existe uma regra geral, mas o local onde se pretende montar a microcervejaria deve ter uma área de aproximadamente 120 metros quadrados, sugere Ferreira. Isso, apenas para comportar equipamentos (considerando que a escala desejada seria de 5 mil litros/mês). Esse espaço considera a possibilidade de ampliação da produção e da armazenagem no futuro.

Caso opte por montar um brewpub, evidentemente a área precisa ser maior, para comportar o bar. Mas esse investimento inicial maior pode ser compensado por vantagens na legislação vigente. Do ponto de vista legal, esse tipo de empreendimento é considerado um bar, ainda que produza a própria cerveja.

Assim, poderá pagar menos imposto ao se enquadrar no regime do Simples Nacional – desde que não fature mais do que R\$ 3,6 milhões ao ano, teto do regime. Porém, cervejas produzidas em um brewpub só poderão ser vendidas dentro do estabelecimento.

A microcervejaria que distribui a produção para diversos pontos não pode se enquadrar no regime simplificado, e acaba sujeita ao Lucro Presumido, que é mais oneroso. Entretanto, diversificar os pontos de vendas potencializa a comercialização. Há vantagens e desvantagens nos dois modelos.

O MESTRE CERVEJEIRO

Embora não seja uma figura exigida por lei em uma cervejaria, o know-how do mestre cervejeiro só agrega valor ao produto vendido. De nada adianta estar instalado no ponto mais nobre da cidade, ter os melhores equipamentos, se a qualidade da cerveja produzida oscila bruscamente.

É ele quem refina as receitas, mas, além disso, atesta a qualidade do malte e outros insumos utilizados na produção. É o mestre cervejeiro que tem experiência para negociar com fornecedores, enfim, é o gerente de produção da cervejaria, seja ela micro ou mega. Não é um profissional barato. Um trainee recebe em torno de R\$ 5 mil.

Vale ressaltar que há grandes cervejas produzidas por microcervejarias que não contam com um mestre cervejeiro na equipe. Assim como há grandes cervejas produzidas em painéis nos fundos de quintais e até em cozinha de apartamentos.

Para quem pretende entrar nesse mercado, o momento é dos mais propícios. O consumidor é cada vez mais aberto às novas experiências, aos sabores e aromas das novas cervejas que aparecem com cada vez mais rapidez. A loira gelada ganhou várias parceiras. Bom para quem produz, bom para quem consome.

CHECKLIST

ANTES DE INVESTIR NA MICROERVEJARIA,
CONSIDERE OS SEGUINTE PASSOS

LOCAL

- Verifique se o plano diretor da prefeitura permite esse tipo de atividade econômica no ponto escolhido
- Apure se o espaço comporta as exigências da Vigilância Sanitária (área para estocar matéria prima, embalagens, descarte de resíduos). Se ele permite adequações às normas da prefeitura, bombeiros entre outros (receber banheiro, estacionamento, saída de emergência)
- Pense que o negócio pode crescer. O local deve ter capacidade para receber equipamentos maiores

REGISTRO DE MARCA

- Verifique na Junta Comercial e no Instituto Nacional de Propriedade Intelectual (INPI) se as marcas que pretende utilizar não existem para o mesmo ramo de negócio

EQUIPAMENTOS

- Acompanhe se os fabricantes dos equipamentos seguem as normas técnicas. Embora sejam poucas, exigem ao menos cuidados quanto ao tipo de aço utilizado (o inox 304 é o mais usual), e acabamento interno sanitário. Válvulas, bombas, conectores e mangueiras também precisam se adequar às normas técnicas



**O jornalista Renato Carbonari Ibelli é produtor caseiro de cerveja. Há cerca de um ano montou, com familiares, a Vecchio Fredo – Cervejaria Artesanal, que atualmente produz 200 litros por mês das marcas Porco Cane (stout), Maledetta (IPA), Cáspera (witbier) e Bella Donna (red ale).*