

DA TERRA AO COPO

FROM GROUND TO GLASS

THYAGO AUGUSTO DA CONCEIÇÃO BARBOSA
CENTRO UNIVERSITÁRIO SENAC

VICTOR RAGAZZI ISAAC
CENTRO UNIVERSITÁRIO SENAC

DANIEL MARCO BRETZ SALES

GABRIEL FURLAN COLETTI
CENTRO UNIVERSITÁRIO SENAC

Nota de esclarecimento:

O X SINGEP e a 10ª Conferência Internacional do CIK (CYRUS Institute of Knowledge) foram realizados de forma remota, nos dias 26, 27 e 28 de outubro de 2022.

ANOS
SINGEP

DA TERRA AO COPO

Resumo

A presente pesquisa visa esclarecer a importância do relacionamento e formação de parcerias entre produtores locais e empreendedores de restaurantes de alta gastronomia, com foco em relacionamentos presentes na Serra da Mantiqueira e Vale do Paraíba, e, apresentar os impactos positivos desta relação, expondo os resultados e inovações desta relação. Paralelamente, ainda com o foco na relação do produtor e o estabelecimento gastronômico, será apresentado a inovação no ramo cervejeiro, o surgimento e a expansão de micro cervejarias, apresentando o porquê deste setor estar com altas taxas de crescimento e investimento, e como funciona, além de conectar a relação de pequenos produtores de cervejas artesanais (micro cervejarias) com o estabelecimento de A&B, que compra e cria parcerias para produzir os próprios produtos.

Palavras-chave: Empreendedorismo, Gastronomia, Micro Cervejarias, Inovação

ANOS
SINGEP

FROM GROUND TO GLASS

Abstract

The present research aims to clarify the importance of the relationship and formation of partnerships between local producers and entrepreneurs of haute cuisine restaurants, focusing on relationships present in Serra da Mantiqueira and Vale do Paraíba, and to present the positive impacts of this relationship, exposing the results and innovations of this relationship. At the same time, still focusing on the relationship between the producer and the gastronomic establishment, innovation in the brewing industry, the emergence and expansion of microbreweries will be presented, presenting why this sector has high rates of growth and investment, and how it works, in addition to connecting the relationship of small craft beer producers (microbreweries) with the F&B establishment, which buys and creates partnerships to produce its own products.

Keywords: Entrepreneurship, Gastronomy, Micro Brewery, Innovation

ANOS
SINGEP

DA TERRA AO COPO

Título do trabalho (em português): DA TERRA AO COPO

Título do trabalho (em inglês): FROM GROUND TO GLASS

Resumo:

A presente pesquisa visa esclarecer a importância do relacionamento e formação de parcerias entre produtores locais e empreendedores de restaurantes de alta gastronomia, com foco em relacionamentos presentes na Serra da Mantiqueira e Vale do Paraíba, e, apresentar os impactos positivos desta relação, expondo os resultados e inovações desta relação. Paralelamente, ainda com o foco na relação do produtor e o estabelecimento gastronômico, será apresentado a inovação no ramo cervejeiro, o surgimento e a expansão de micro cervejarias, apresentando o porquê deste setor estar com altas taxas de crescimento e investimento, e como funciona, além de conectar a relação de pequenos produtores de cervejas artesanais (micro cervejarias) com o estabelecimento de A&B, que compra e cria parcerias para produzir os próprios produtos.

Abstract:

The present research aims to clarify the importance of the relationship and formation of partnerships between local producers and entrepreneurs of haute cuisine restaurants, focusing on relationships present in Serra da Mantiqueira and Vale do Paraíba, and to present the positive impacts of this relationship, exposing the results and innovations of this relationship. At the same time, still focusing on the relationship between the producer and the gastronomic establishment, innovation in the brewing industry, the emergence and expansion of microbreweries will be presented, presenting why this sector has high rates of growth and investment, and how it works, in addition to connecting the relationship of small craft beer producers (microbreweries) with the F&B establishment, which buys and creates partnerships to produce its own products.

Palavras-chave:

Empreendedorismo. Gastronomia. Micro cervejarias. Inovação.

Keywords:

Entrepreneurship. Gastronomy. Micro Brewery. Innovation.

Contextualização:

Em relação ao relacionamento de produtores locais e empreendedores de restaurantes da alta gastronomia, é notável a alta importância de ser uma base de ajuda mútua e confiável, agregando benefícios a ambos os lados, um exemplo claro disso é, poder negociar preços e fazer pedidos em massas, confiando na qualidade dos produtos que serão entregues. Aliás, para o setor crescente das cervejas artesanais, as micro cervejarias vem demonstrando vantagens para os restaurantes de alto nível.

Objetivos:

Este artigo visa agregar valor e conhecimento, tanto a quem escreveu quanto a quem está lendo, deixar claro a compreensão e entendimento do tema tratado, apresentar de forma objetiva como funciona a relação de proprietários locais e restaurantes da alta gastronomia e seus impactos, e, mostrar as inovações consequentes desta parceria, neste caso, em relação as micro cervejarias. Em suma, é visado alcançar uma base para textos e pesquisas futuros vinculados ao tema desta pesquisa.

Fundamentação Teórica:

Como fundamentação teórica e desenvolvimento deste artigo, foram utilizados artigos sobre a produção de cervejas em grandes empresas, em microempresas e a sua origem, apresentando todo o contexto desde a origem no mundo até a chegada no território brasileiro e sua expansão. Ademais, seguindo a linha de raciocínio sobre cervejaria, esta pesquisa visa apresentar a importância da valorização de pequenos produtores e a relação deles com restaurantes da alta gastronomia.

Metodologia:

Em relação à base metodológica, será de pesquisa exploratória, visando o levantamento de informações relacionadas ao tema, onde, será utilizado o estudo de caso, adquirindo informações inovadoras para o ramo na pesquisa, por questionários e visita técnicas. Vale ressaltar que, serão escolhidas como técnica de dados, a documentação direta e indireta, e, já como estratégia de pesquisa, será realizado entrevista de profundidade. Por fim, será empregado no processo produtivo de cunho qualitativo.

Resultados e Análises:

Após produzir os primeiros passos desta pesquisa, foi notável como a relação descrita ao decorrer do trabalho é complexa, mas essenciais, tanto para os participantes dessa parceria como para o mercado, tendo em vista que relações como essa, trazendo diversos progressos para o setor de alimentos e bebidas, por exemplo: a expansão e desenvolvimentos de novos tipos e marcas de cervejas artesanais; valorização de produtos locais; e, a divulgação de trabalhos de produtores locais.

Considerações Finais:

Com o término desta pesquisa, julga-se ter alcançado todos os objetivos no início deste desenvolvimento: apresentar a importância e os benefícios da relação pequenos produtores e restaurante gastronômicos; a expansão e desenvolvimento das cervejarias artesanais; e, contextualizar com a região da Serra da Mantiqueira e Vale do Paraíba. Ademais, crê-se ter apresentado as informações de forma clara e objetiva aos leitores e a quem participou durante o progresso de desenvolvimento desta pesquisa.

Referências:

AFEBRAS. **Associação dos Fabricantes de Refrigerantes do Brasil**. Disponível em: <http://afrebras.org.br/setor/bebidas-alcoolicas/composicao-de-mercado>.

BRAGANHOLLO, A. R.; MORAES, R. A.; GEREMIA, F.; VIEGAS, T. O. C.; FLAMINO, L. G.; COMPETITIVIDADE E INOVAÇÃO NAS MICROCERVEJARIAS NO NOROESTE DO RIO GRANDE DO SUL. **TEXTOS DE ECONOMIA**, v. 22, n. 2, p. 1-24, 2019. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/economia/article/view/2175-8085.2019.e63302/42228>. Acesso em: 02 de abr. de 2022.

Brasil, Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **Anuário da Cerveja**(2019). Brasília: MAPA, 2020. <https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/noticias/total-de-cervejarias-registradas-no-mapa-cres-ceu-36-em-2019-e-chegou-a-1.209>.

CERVIERI JÚNIOR, Osmar et al. O setor de bebidas no Brasil. **BNDES Setorial**, Rio de Janeiro, n. 40, p. [93]-129, set. 2014. Disponível em: <https://web.bndes.gov.br/bib/jspui/handle/1408/3462>. Acesso em: 01 de mai. de 2022.

CORRÊA, V. S. CUSTO DE TRANSAÇÃO ECONÔMICA E CONFIANÇA RELACIONAL : UMA REVISÃO TEÓRICA. **REVISTA DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO – RDE**, v.16, n. 24, 2014. Disponível em: <https://revistas.unifacs.br/index.php/rde/article/view/2900/0>. Acesso em: 02 de abr. de 2022.

D’AVILA, Ox Sias. Dimensões estratégicas das micro cervejarias: **Estudo de caso no Rio Grande do Sul**. 160f. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Territorial e Sistemas Agroindustriais) – Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Territorial e Sistemas Agroindustriais, Faculdade de Administração e Turismo e da Faculdade de Agronomia Eliseu Maciel, Universidade Federal de Pelotas, Pelotas, 2017. Disponível em: <http://www.guaiaica.ufpel.edu.br/handle/prefix/7277>. Acesso em: 01 de mai. de 2022.

DA SILVA, L. C. D.; ISAAC, V. R.; BONFATO; A. C.; COLETTI, G. F. INOVAÇÃO NO MERCADO CERVEJEIRO E O RELACIONAMENTO DIFERENCIADO COM O CLIENTE. **Brazilian Journal of Development**, v.7, n. 5, 2021. Disponível em: <https://brazilianjournals.com/index.php/BRJD/article/view/30426>. Acesso em: 30 de mar. de 2022

DA SILVA, R. F. C.; PINHEIRO, E. M.; SERRA, M. C.; RODRIGUES, A. DA L. P.; VIEIRA, A. C. S. PLANO DE NEGÓCIOS DE UMA MICROCERVEJARIA ARTESANAL, MARANHÃO. **Exatas & Engenharias**, v. 8, n. 21, 2018. Disponível em: https://ojs3.perspectivasonline.com.br/exatas_e_engenharia/article/view/1133. Acesso em: 28 de mar. de 2022.

GIL, A. C. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. São Paulo: Atlas, 1999.

LIMBERGER, S. C.; TULLA, A. A EMERGÊNCIA DE MICROCERVEJARIAS DIANTE DA OLIGOPOLIZAÇÃO DO SETOR CERVEJEIRO (BRASIL E ESPANHA). **Finisterra**, v. 52, n. 105, 2017. Disponível em: <https://revistas.rcaap.pt/finisterra/article/view/10404>. Acesso em: 28 de mar. de 2022.

MARTINS, Heloisa. Metodologia qualitativa de pesquisa. **SciELO**, 2004. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ep/a/4jbGxKMDjKq79VqwQ6t6Ppp/abstract/?lang=pt>. Acesso em: 19 de nov. de 2021.

MECCA, Marlei Salete; LIBARDI, Mariana; ECKERT, Alex. Viabilidade econômico-financeira para abertura de micro cervejaria em roteiro turístico da Serra Gaúcha. **REN-Revista Escola de Negócios**, v. 2, n. 2 jul./dez, p. 131-157, 2015. Disponível em: https://www.academia.edu/download/37456604/2014_Viabilidade_Mecca_Libardi_Eckert.pdf. Acesso em: 02 de mai. de 2022.

Morado, R. (2009). **Larousse da cerveja**. São Paulo: Larousse do Brasil.

MUNHOZ, J. P.; PAIXÃO, D. L. D.; CALDAS, L. M.; MOLTENI, A. C. ROTAS DE BEBIDAS E TURISMO CERVEJEIRO. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, v.16, 2022. Disponível em: <https://rbtur.org.br/rbtur/article/view/2249>. Acesso em: 30 de mar. de 2022.

SILVA, CAUAN GOMES FERREIRA; JÚNIOR, JUVÊNCIO BEZERRA LOIOLA. CRESCIMENTO DO MERCADO DE CERVEJAS ARTESANAIS NO BRASIL. **Revista Científica e-Locução**, v. 1, n. 20, p. 20-20, 2021.