



XXV Semana Paranaense de Turismo da UFPR

SEPATUR 2018 - Edição Comemorativa

Curitiba, 22 à 26 de Outubro



## **TURISMO CERVEJEIRO EM CURITIBA E REGIÃO METROPOLITANA: UMA ANÁLISE DA OFERTA TURÍSTICA**

### **BREWERY TOURISM IN CURITIBA AND METROPOLITAN REGION: AN ANALYSIS OF TOURISM SUPPLY**

Brendha Stacy Rangel (RANGEL, B. S.)<sup>1</sup>  
Camila da Silva Barbosa (BARBOSA, C. da S.)<sup>2</sup>;  
Fernanda Christina Carvalho (CARVALHO, F. C.)<sup>3</sup>

**RESUMO** - As atividades relacionadas à cerveja artesanal em Curitiba e Região Metropolitana mostram-se uma tendência crescente nos costumes dos curitibanos. Assim, através de pesquisas de caráter exploratório-descritivo com técnicas de pesquisa bibliográfica, documental e de campo, o objetivo geral do estudo foi descrever como está caracterizada a oferta das cervejarias na região. Como resultado notou-se que tem crescido os eventos relacionados à cerveja, apesar da falta de estratégias de divulgação por parte dos gestores para atrair turistas para o mercado de cervejas artesanais para cidade de Curitiba.

Palavras-chave: Turismo Gastronômico; Turismo Cervejeiro; Oferta Turística; Roteiro Cervejeiro.

**ABSTRACT** - The activities related to artisan beer in Curitiba and Metropolitan Region show an increasing tendency in the customs of local people. Thus, through exploratory-descriptive research with bibliographic, documentary and field research techniques, the overall objective of the study was to describe how the brewery's offer in the region is characterized. As a result, it has been noticed that beer-related events have grown, despite a lack of marketing strategies on the part of the managers to draw tourists to the craft brewing market in the city of Curitiba.

Key words: Gastronomic Tourism; Brewery Tourism; Tourist Offer; Brewery Itinerary.

---

<sup>1</sup> Universidade Federal do Paraná. Email: Brendhastacy@gmail.com

<sup>2</sup> Universidade Federal do Paraná. Email: Barbosacamila689@gmail.com

<sup>3</sup> Universidade Federal do Paraná Email: Cwbfeeh@gmail.com

## 1 INTRODUÇÃO

O setor cervejeiro gera no Brasil, segundo dados da Associação Brasileira da Indústria da Cerveja - CervBrasil (2014), cerca de 1,7% do PIB brasileiro, sendo que em 2012 o país produziu 14 bilhões de litros de cerveja e ocupou o terceiro lugar no ranking mundial de produção da bebida (CervBrasil, 2014).

Segundo Gimenes et al. (2006) o turismo cervejeiro nos últimos anos ganhou destaque principalmente nos estados de Minas Gerais, Rio de Janeiro, Santa Catarina e São Paulo, mas a capital paranaense é considerada a maior produtora de cervejas artesanais do país (CURITIBA, 2017). De acordo com a Prefeitura Municipal de Curitiba são aproximadamente 46 cervejarias produzindo cerca de 400 mil litros por mês, e muitas delas já realizam visitas guiadas para turistas e organizam eventos (CURITIBA, 2018).

Apesar desse mercado em expansão, poucos são os estudos acadêmicos sobre o Turismo Cervejeiro em Curitiba. Podemos citar Bizinelli et al. (2013) que estudaram a experiência do Turismo Cervejeiro em Curitiba/PR, Pavezi e Medeiros (2017) que pesquisaram o Turismo Cervejeiro no Paraná analisando a oferta turística das cervejarias artesanais existentes no estado e Gimenes et al. (2016) que investigaram o Turismo Cervejeiro em São Paulo analisando e caracterizando o cenário atual.

Desta forma, este estudo busca analisar a oferta dos produtos e serviços no turismo cervejeiro em Curitiba e Região Metropolitana, considerando a oferta turística como tudo o que um local de destino pode oferecer aos turistas para a satisfação de suas necessidades, sendo eles os valores naturais e culturais, bens e serviços, dos quais têm por base a infraestrutura geral, urbana e de acesso (SANTOR, 1977<sup>4</sup>; WAHAB, 1977<sup>5</sup> apud, BAHL, 2004). Com a finalidade de através desse estudo apresentar e potencializar a capital paranaense e região como um destino de turismo cervejeiro, além de compreender o que pode ser melhorado no marketing do mercado para que isso aconteça. Para chegar ao objetivo principal da pesquisa foram desenvolvidos dois objetivos específicos relacionados à questão central, sendo o primeiro deles identificar e mapear as cervejarias existentes em Curitiba e região, e o segundo descrever as cervejarias que propõe roteiros e serviços para o turismo.

---

<sup>4</sup> SARTOR, L. F. **Introdução ao turismo**. Caxias do Sul: UCS/EST, 1977.

<sup>5</sup> WAHAB, Salah-Eldin Abdel. **Introdução à administração do turismo: alguns aspectos estruturais e operacionais do turismo internacional, teoria e prática**. São Paulo: Pioneira, 1977. Tradução de Luiz Roberto Morais Junqueira.

## 2 TURISMO CERVEJEIRO E ROTEIROS CERVEJEIROS

O turismo é um fenômeno social, cultural e econômico, baseado no deslocamento de indivíduos (ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO, 2001). As atividades realizadas pelos indivíduos nesses locais são denominadas atividades turísticas, que segundo o Ministério do Turismo (2006) são compostas pela oferta de “serviços, equipamentos e produtos que viabilizam o deslocamento e estada do turista”. Por sua vez, o Turismo Gastronômico se caracteriza como um tipo de Turismo Cultural (BRASIL, 2006).

O comportamento de consumo engloba fatores como a satisfação na gastronomia, que para Teichman (2000), esta satisfação é derivada de quatro atributos: o preço, o ambiente, o atendimento e a qualidade da comida. A gastronomia torna-se uma experiência turística quando oferece uma interação com o meio a partir de sabores e técnicas culinárias características. Contudo, Gimenes (2016) enfatiza que ao se degustar um prato típico, pode-se ter acesso a uma série de conteúdos simbólicos que revelam a história e a cultura de um determinado povo.

No universo das cervejas especiais, segundo Mendes (2013, p.21), “a busca por experiências diferenciadas, aplica-se, por tratar-se de produtos que oferecem ao consumidor uma nova forma de consumo, focando na qualidade superior e valor sentimental”. Desta forma, o Turismo Cervejeiro pode ser considerado uma nova e promissora vertente do turismo gastronômico (BUJDOSÓ et al., 2012).

Baseados nos conceitos e definições do enoturismo, Bizinelli et al. (2013) definem o turismo cervejeiro como:

[...] segmento do fenômeno turístico que pressupõe o deslocamento de pessoas motivadas pelas propriedades organolépticas da cerveja e por todo o contexto de degustação e elaboração, bem como a apreciação das tradições, das festas e da cultura, da gastronomia e da tipicidade produtiva de cada estabelecimento. É uma prática dotada de subjetividade, cuja principal substância é o aprendizado dos aspectos particulares e dos tipos de cervejas de cada produtor. (BIZINELLI et al., 2013, p.351).

O Brasil possui mais de 170 microcervejarias distribuída principalmente nas regiões Sudeste e Sul do país (REINOLD, 2011) e são definidas segundo Gimenes-Minasse et al. (2016, p. 1) como “empresas constituídas e legalizadas que produzem até 200.000 litros por mês de cerveja”. Uma atividade com alto potencial, segundo o *website* da Prefeitura Municipal de Curitiba, a cerveja pode ser um produto comum a vários municípios e que pode

tornar a experiência do turista muito mais rica, além de aumentar também sua estadia na cidade. Dessa forma, algumas empresas já oferecem passeios a regiões conhecidas pela cerveja e nelas há diversas opções de atividade ao turista (BUJDOSÓ et al., 2012).

Na capital paranaense, são mais de 50 cervejarias que produzem cerca de 400 mil litros do produto por mês (CURITIBA, 2018). Além disso, de acordo com Bizinelli et al., (2013) foram detectados apenas dois roteiros de turismo cervejeiro não esporádicos no Brasil, sendo um deles a Rota da Cerveja em Curitiba e Região Metropolitana, desenvolvida pela Agência Aster – Turismo de experiência. Com a oferta crescente e considerável em âmbito nacional, o segmento tem potencial para se tornar referência turística estadual e nacional (BIZINELLI et al., 2013).

Segundo o Ministério do Turismo (2007) um roteiro turístico é um itinerário definido e estruturado para fins de planejamento, promoção e comercialização turística dos locais que formam o roteiro, com sugestões de atrativos turísticos existentes no local. Para Tavares (2002) o roteiro turístico é uma forma de leitura da realidade local ou regional, contextualizando os atrativos de uma localidade e assim aumentando a procura. Sobre essas concepções, Bahl observa que:

[...] roteiros que possibilitem uma exposição temática ampla e baseada em conteúdos culturais-naturais despertam o interesse das pessoas e preenchem as suas necessidades de evasão e deslocamento, motivando-as a viajar. Nestes termos devem ser incluídos aspectos relacionados a conteúdos históricos, geográficos, sociais, econômicos, urbanísticos, culturais, religiosos, folclóricos e assim por diante. (BAHL, 2004, p. 52).

Téos (2017) apresenta que em Curitiba existe um projeto chamado de "*Beer Tour*", dispondo que o visitante possa fazer um tour pela cidade para apreciar as cervejas artesanais, esse projeto tem como objetivo difundir o trabalho do mercado cervejeiro curitibano.

Segundo o *Blog Viagens Cinematográficas* (2017), alguns dos lugares mais imperdíveis do roteiro cervejeiro de Curitiba inclui a Cervejaria *Klein Beer*, localizada no município de Campo Largo, e possui mais de 10 estilos diferentes de cerveja, onde os visitantes podem tirar a cerveja diretamente dos tanques. A Rota da Cerveja em Pinhais inclui quatro cervejarias, sendo elas: *Way Beer*, *Bastards Brewery*, *Oner* e a Cervejaria *Ovelha*. Algumas cervejarias já proporcionam visitas guiadas às fábricas, o que possibilita o turista entender mais sobre o processo de produção e provar o produto. Na Cervejaria *Bastards Brewery* as visitas levam em torno de meia hora, com direito a degustação, presenciar a fabricação da cerveja e por fim recebe um brinde (CURITIBA, 2018).

Segundo Nássara (2017) com o aumento do fluxo de turistas nesse ramo, muitas dessas cervejarias promovem *tours* e eventos, principalmente aos fins de semana. Por exemplo, a cervejaria *Bodebrown*, oferece o *Beer Train*, um passeio de trem pela Serra do mar com destino a Morretes, que ocorre cerca de quatro vezes por ano. Os turistas em grupo podem agendar o tour com a prefeitura ou os viajantes independentes podem agendar as visitas diretamente com as cervejarias (CURITIBA, 2018).

### 3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A metodologia utilizada para o desenvolvimento deste trabalho se caracterizou como uma pesquisa exploratória-descritiva de caráter mista, tanto qualitativa quanto quantitativa. Já que segundo Gil (2008) a pesquisa exploratória têm como finalidade esclarecer conceitos e ideias, este tipo de pesquisa é utilizada especialmente quando o tema escolhido é pouco explorado e a pesquisa descritiva tem como objetivo a descrição das características de determinado grupo ou fenômeno. Dessa forma, a pesquisa se qualifica com o objetivo de explorar e descrever a oferta do turismo cervejeiro em Curitiba e Região Metropolitana.

O estudo também é qualitativo, pois foi aplicado um questionário aberto aos gestores das microcervejarias e aos visitantes. E quantitativa, ao analisar quantidade de cervejarias existentes na capital paranaense e região. Foram utilizadas as técnicas de pesquisa: bibliográfica, documental e de campo, a fim de atingir tanto o objetivo geral quanto aos objetivos específicos do estudo, que buscam em um primeiro momento identificar e mapear as cervejarias existentes em Curitiba e região, e em seguida descrever as cervejarias que propõe roteiros e serviços para o turismo.

O universo cervejeiro na região é bem extenso, mas foram especificamente escolhidas as cervejarias *Bastards Brewery*, *Oner*, *Ovelha* e *Way Beer* por fazerem parte de um roteiro na região de Pinhais, a Rota da Cerveja (Anexo 1). E as cervejarias *Klein*, *Bodebrown* e a *Bier Hoff*, por participarem da rota Curitiba (Anexo 2).

A coleta foi composta por dois questionários, ambos semiestruturados com perguntas abertas e fechadas. O questionário A, realizado em formato de entrevista ocorreu com os gestores e profissionais das cervejarias e teve como objetivo descrever os serviços ofertados e sua divulgação aos turistas (Apêndice 1). Já o questionário B aconteceu com os visitantes das cervejarias, com objetivo de analisar como estão as divulgações para os consumidores (Apêndice 2). O diário de observação, por sua vez, foi aplicado nos roteiros por meio de observação participante que, segundo Gil (2008), caracteriza-se pela interação entre

pesquisadores e membros de um determinado grupo. Seu intuito foi o de descrever como é ofertado o turismo cervejeiro e analisar o roteiro e os serviços que o segmento oferece aos turistas.

## 4 ANÁLISE DE DADOS

A coleta de dados aconteceu em duas etapas: A primeira por meio de fichamentos, em fontes documentais e bibliográficas, além de análises de *websites* dos estabelecimentos e da Prefeitura Municipal de Curitiba e de Pinhais, e o mapeamento das cervejarias que participaram da pesquisa. A segunda parte aconteceu por meio de uma pesquisa de campo que ocorreu através de uma observação participante com a aplicação de questionários semiestruturados e o diário de observação. A seguir serão apresentados os dados que atendem aos objetivos de identificar e mapear as cervejarias existentes em Curitiba e região e descrever as cervejarias que propõe roteiros e serviços para o turismo.

### 4.1. MAPEAMENTO DAS CERVEJARIAS

Essa primeira coleta aconteceu por meio de análises de *websites* das cervejarias e da Prefeitura Municipal de Curitiba e de Pinhais a fim de mapear as principais cervejarias de Curitiba e região, e através das entrevistas, tanto com os turistas quanto com gestores, identificarmos se a sua localização interfere na demanda.

Bastards Brewery, Oner, Way Beer e Ovelha fazem parte da Rota da Cerveja, iniciativa do Município de Pinhais que visa reunir todas as cervejarias artesanais da cidade. As cervejarias ficam localizadas no município de Pinhais, o menor município do Paraná em extensão territorial, e sua distância da capital paranaense é um pouco menos que 10 km.

A cervejaria Ovelha pode ser considerada a mais central, se encontra apenas 8,4 km do centro curitibano e 2,7 km do centro de Pinhais, em contrapartida, a *Oner* se caracteriza como a mais distante das cervejarias da Rota da Cerveja, com cerca de 5,6 km do centro de sua cidade e um pouco mais de 12 km da capital. Já as outras duas cervejarias têm uma localização média de 5 km de Pinhais e 10 km de Curitiba.

E por fim, A *Klein Beer*, a mais distante das cervejarias mapeadas, fica localizada na Região Metropolitana, no município de Campo Largo, quase 30 km de Curitiba. E as cervejarias curitibanas *Bodebrown*, localizada no bairro Hauer, e a *Bier Hoff* no bairro Boqueirão, aproximadamente 6,5 km e 7,9 km do centro, sucessivamente (Figura 1).

FIGURA 1 - LOCALIZAÇÃO DAS MICROCERVEJARIAS ANALISADAS NA PESQUISA



FONTE: Google Maps, 2018.

#### 4.2. DESCRIÇÃO DAS CERVEJARIAS QUE PROPÕE ROTEIROS E SERVIÇOS PARA O TURISMO.

Diante os resultados obtidos para análise provenientes dos questionários aplicados com os gestores e visitantes das microcervejarias, observação *in loco* e pesquisa documental foi possível constatar que todas as cervejarias presentes neste estudo oferecem *tours* guiados às fábricas, com degustações, informações sobre o processo de produção e a história das cervejarias.

Dentre os quatros roteiros cervejeiros presentes na cidade atualmente estão o mapa cervejeiro (Anexo 2), Curitibéira, realizado em parceria entre o Instituto Municipal de Curitiba e a Associação das Microcervejarias do Paraná (Procerva); o *Beer Tour*, que ocorre aos sábados, organizado pela empresa Capital Gourmet, que inclui as cervejarias *Bodebrown* e *Bier Hoff*, que oferece o transporte entre as cervejarias, almoço e as visitas são guiadas; o *Beer Train* realizado pela cervejaria *Bodebrown*, com datas pré programadas, que proporciona um passeio de trem entre Curitiba e a cidade de Morretes, passagem de ida em parceria com trem da Serra Verde Express; e retorno de ônibus com ar condicionado, pelo preço de R\$ 418,00<sup>6</sup>; e por fim, a Vila Velha Cervejaria Klein que visita o Parque Estadual de Vila Velha e segue para Campo Largo para a visitação na *Klein Brewhouse* em parceria com a agência de turismo receptivo, *Special Paraná*.

A *Bodebrown* também é conhecida como escola cervejeira, que oferecem cursos de produção de cerveja na panela, o último aconteceu entre os dias 15 e 16 de Junho de 2018, pelo preço de R\$ 416,00, já incluso além do curso, apostilas, certificados, almoço e degustação de cerveja artesanal.

<sup>6</sup> Beer Train 25. Disponível em: <<https://loja.bodebrown.com.br/beertrain20180825>>. Acesso em: 16 jun. 2018.

Na região de Pinhais, a Prefeitura do Município com o apoio do Departamento de Turismo, promoveu a Rota da Cerveja em Pinhas, um programa de valorização as cervejarias locais, em que o visitante ao participar da rota recebe um passaporte (anexo 1), onde será registrada a data da visita e também será colado um selo da cervejaria. No último local visitado, dentre aqueles constantes no passaporte, o estabelecimento efetuará o registro e oferecerá um brinde ao visitante. As visitas podem ser feitas em grupos, agendadas diretamente com o Departamento de apoio ao Turismo ou individuais agendadas direto com as cervejarias.

A *Way Beer* realiza esse *tour* guiado, pelo custo de R\$ 20,00, oferecendo ao final do tour a degustação de três tipos diferentes de cervejas. Também oferece eventos semanais, como o chamado *Saturday Way*, com propostas diferentes toda semana. Em clima de Copa do Mundo, a cervejaria aproveitou a época para lançar novos rótulos inspirados em diferentes países, como Brasil, Rússia e Bélgica, e ainda disponibiliza um espaço para os visitantes assistirem aos jogos acompanhados de muita cerveja artesanal, o que também é feito pela cervejaria da Ovelha e a Bodebrown.

A Bastards Brewery oferece o tour todas às sextas-feiras, às 17h, com ingresso adquirido antecipadamente pelo site do *Sympla*<sup>7</sup> pelo valor de R\$ 20,00, oferecendo três degustações e um copo personalizado.

A Ovelha proporciona degustação de sete estilos diferentes de cervejas e mais um copo de sua preferida. Com o roteiro marcado antecipadamente e com o mesmo valor das anteriores. Por fim, a *Oner* apresenta a fábrica e modo de produção das cervejas, mas não disponibiliza degustação das cervejas, as visitas acontecem todos os sábados das 12h até as 19h, sem custos adicionais.

A fim de perceber as estratégias de marketing para atrair turistas e cervejeiros ao estabelecimento, todas as cervejarias utilizam produtos e características locais nas receitas e rótulos das cervejas e atende muitos clientes de outros estados.

Para divulgação dos produtos e eventos, as cervejarias utilizam principalmente as redes sociais (Facebook e Instagram) e postagens patrocinadas para aumentar o número de visualizações. Além disso, segundo a proprietária de uma das cervejarias participantes da pesquisa, a parceria com a Curitiba e agências de turismo de Curitiba ajuda a comercializar seus roteiros e evento, auxilia a propagar a cultura cervejeira em todo o estado e destaca os pacotes ofertados são fundamentais para a divulgação da empresa.

---

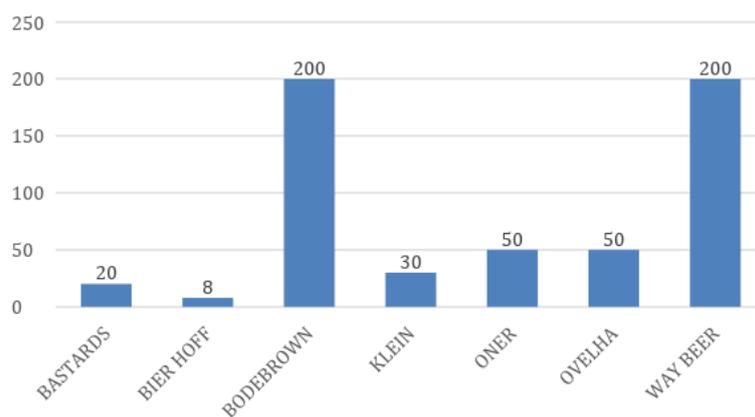
<sup>7</sup> Disponível em: <[https://www.sympla.com.br/bastards-tour-na-fabrica-2906\\_\\_305072](https://www.sympla.com.br/bastards-tour-na-fabrica-2906__305072)>. Acesso em 18 jun. 2018.

No entanto, a demanda se caracteriza em sua maioria por pessoas que já conhecem ou ouviram falar desses estabelecimentos, ou chegam até eles através do *tour* cervejeiro, que não é uma iniciativa dos próprios estabelecimentos, mas da empresa que o comercializa.

## 5 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Percebeu-se que as cervejarias que realizam eventos associando o turismo cervejeiro com o turismo gastronômico recebem uma quantidade maior de visitantes. De acordo com os resultados obtidos, a *Bodebrown* e a *Way Beer* são as cervejarias que mais recebem visitantes, com uma média de 200 pessoas por semana, principalmente nas sextas e sábados onde ocorrem eventos com a presença de *food trucks* e música ao vivo. Tais eventos além de atrair o público cervejeiro, também atraem famílias da região que encontram ali um ambiente agradável para almoçar e passar o dia. Outro fato que pode justificar o grande número de visitantes nessas duas cervejarias, segundo os gestores, é a ampla divulgação dos eventos, feita a partir dos *websites* e diversas publicações em redes sociais, principalmente *Instagram* e *Facebook*. Os *pubs* da *Bodebrown* e da *Bastards Brewery* também acabam influenciando os visitantes a querer conhecer as cervejarias.

GRÁFICO 1 - QUANTIDADE MÉDIA DE VISITANTES POR SEMANA NAS MICROCERVEJARIAS



FONTE: Dados de pesquisa, 2018.

A *Bier Hoff*, entre as cervejarias analisadas, foi a que apresentou menor número de visitantes semanalmente, podemos concluir que isso pode ser devido ao fato de ser a única que não faz a divulgação dos *tours* e assim acaba não alcançando um público maior, mesmo estando localizada em Curitiba.

Os visitantes entrevistados consideraram que os festivais, a divulgação pela *internet* e a troca de informações entre amigos foram as principais formas de tomarem conhecimento sobre as cervejarias e dos *tours*. Entretanto, é notável que ainda seja necessário uma divulgação melhor estruturada e a realização de maiores eventos para atrair mais turistas, visto que a grande maioria dos visitantes ainda são os moradores da região.

Só foram encontrados turistas nas cervejarias *Klein* e *Bastards* (ambos de São Paulo/SP), as visitas a essas cervejarias foram realizadas em um feriado e em um sábado, respectivamente. Ou seja, é possível que a falta de turistas nas outras cervejarias tenha sido ocasionado pelo fato das visitas terem sido realizadas durante a semana.

Apenas os gestores da *Bastards* e da *Way Beer* afirmaram que acreditam que a localização das cervejarias influencia no número de visitantes ao estabelecimento. Para os visitantes entrevistados a localização influenciou em sua escolha, principalmente para os moradores da região, que afirmaram que visitaram a cervejaria por ser próximo de suas residências.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante do embasamento teórico verificou-se a importância de trabalhar com gastronomia e produtos experienciais, a fim de promover a cidade, porém, atentando-se para as sensações e não apenas para um produto mercadológico de consumo ou marketing, mas um produto que mostre o seu valor e relação com o local.

As atividades relacionadas à cerveja artesanal em Curitiba e Região Metropolitana mostram-se como uma tendência crescente e que perdurará nos costumes dos curitibanos. Como foi apresentado o turismo cervejeiro da cidade de Curitiba e região é denominado como um atrativo, sendo a Cidade oficialmente designada a Capital Nacional da Cerveja Artesanal, percebeu-se uma maior preocupação com a imagem da cidade em relação ao ramo cervejeiro.

Analisando as duas rotas citadas no corpo da pesquisa, são totalizadas 38 cervejarias espalhadas por Curitiba e Região Metropolitana que ofertam a possibilidade de visita no espaço de produção e nas lojas físicas, o que indica possibilidades de desenvolvimento da oferta dessa experiência turística, levando em consideração que todas as sete cervejarias pesquisadas oferecem serviços de turismo.

Por fim, pode-se destacar como limitações da pesquisa o embasamento bibliográfico que houve uma exiguidade sobre uma análise exploratória da divulgação cervejeira e relacionada diretamente a Curitiba, a maior parte dos estudos eram ligados essencialmente

sobre cervejarias fora de Curitiba. O trabalho detém de contribuição acadêmica sobre o conhecimento do turismo cervejeiro, para futuros estudos acadêmicos, para os próprios empreendedores como forma de autoavaliação na propagação no turismo, ou como forma de novas oportunidades de inovações para desenvolver a divulgação turística.

## REFERÊNCIAS

BAHL, M. **Legados Étnicos e Oferta Turística**. Curitiba: Juruá, 2004.

\_\_\_\_\_. **Viagens e roteiros turísticos**. Curitiba: Protexto, 2004.

BIER HOFF. **Contato**. Disponível em: <<http://www.bierhoff.com.br/home>>. Acesso em: 29 mai. 2018.

BIZINELLI, C; MANOSSO, F. C.; GÂNDARA, J. M. G.; VALDUGA, V. Experiências de turismo cervejeiro em Curitiba/PR. **Rosa dos Ventos**, v. 5, n. 2, 2013.

BODEBROWN. **Contato**. Disponível em: <<https://www.bodebrown.com.br/contato>>. Acesso em: 29 mai. 2018.

BUJDOSÓ, Z.; SZUCS, C. Beer tourism – from theory to practice. **Academia Turística**, v. 5, n. 1, p. 113-111, 2012.

BLOG VIAGENS CINEMATOGRAFICAS. Curitiba: 7 Lugares Imperdíveis na Capital da Cerveja Artesanal. Não paginado. Disponível em: <<https://bit.ly/2K5TK65>>. Acesso em: 22 abr. 2018.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Segmentação do Turismo** - Marcos Conceituais. 2006. Disponível em: <<https://bit.ly/2bOf4Md>>. Acesso em: 11 jun. 2018.

\_\_\_\_\_. Ministério do Turismo. **Módulo operacional 7** – roteirização turística. Secretaria Nacional de Políticas Públicas do Turismo. Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico. Coordenação Geral de Regionalização. Brasília, 2007.

\_\_\_\_\_. Ministério do Turismo. **Turismo Cultural**: orientações básicas. Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação-Geral de Segmentação. – 3. ed.. Brasília: Ministério do Turismo, 2010.

CERVBRASIL. Associação Brasileira da Indústria da Cerveja. **CervBrasil tem como missão fortalecer o setor cervejeiro, estimular o consumo responsável, e contribuir para o crescimento socioeconômico do país**. Disponível em: <<https://bit.ly/2LEWc4b>>. Acesso em: 27 mar. 2018.

CURITIBA, Prefeitura Municipal de. **Cervejarias artesanais de Curitiba conquistam consumidores**. Curitiba, 2017. Disponível em: <<https://bit.ly/2GYukVd>>. Acesso em: 27 mar. 2018.

CURITIBA, Prefeitura Municipal de. **Turismo da cerveja une municípios da Região Metropolitana.** Curitiba, 2018. Disponível em: <<http://www.curitiba.pr.gov.br/noticias/turismo-da-cerveja-une-municipios-da-regiao-metropolitana/45495>>. Acesso em: 18 abr. 2018.

\_\_\_\_\_. Prefeitura Municipal de. **Cervejarias curitibanas criam visitas guiadas para receber turistas.** Curitiba, 2018. Disponível em: <<https://bit.ly/2F7Y29w>>. Acesso em: 22 abr. 2018.

\_\_\_\_\_. **Turismo da cerveja une municípios da Região Metropolitana.** Curitiba, 2018. Disponível em: <<https://bit.ly/2F7SVpN>>. Acesso em: 18 abr. 2018.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social.** 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GIMENES, M. H. S. G. **A oferta gastronômica em roteiros turísticos:** uma análise descrita dos roteiros divulgados na página da Secretaria de Estado de Turismo do Paraná. 2011. Disponível em: <<https://bit.ly/2qOhSkS>>. Acesso em: 20 abr. 2018.

\_\_\_\_\_. **Patrimônio Gastronômico, Patrimônio Turístico:** uma reflexão introdutória sobre a valorização das comidas tradicionais pelo IPHAN e a atividade turística no Brasil. In: IV Seminário de Pesquisa e Turismo do MERCOSUL. Caxias do Sul, 2006.

GIMENES, M. H. S. G.; LYRA, M, O.; SANTOS, R, P. Turismo Cervejeiro no Estado de São Paulo: análise e caracterização do cenário atual. In: ANPTUR: Seminário Anual da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo, 13., 2016, São Paulo. **Anais...** Seminário da ANPTUR, 2016. p. 1- 15. Disponível em: <<https://bit.ly/2K97Fbx>>. Acesso em: 26 mar. 2018.

IGNARRA, L. R. **Fundamentos do Turismo.** São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2001.

KLEIN. Cerveja e Atitude. **Onde encontrar.** Disponível em: <<https://bit.ly/2snApFD>>. Acesso em: 29 mai. 2018.

KOTLER, P. KELLER, K. **Administração de Marketing.** 12ª edição. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

MENDES, M. L. L. **ROTEIROS DE CERVEJA NO BRASIL:** Uma análise das experiências ofertadas no Vale do Itajaí/SC e Curitiba/PR. Universidade Federal do Paraná. Curitiba, 2013.

NÁSSARA, N. **Beer Train:** o passeio dos sonhos de todo cervejeiro. 2017. Disponível em: <<https://bit.ly/2vJHt4g>>. Acesso em: 23 abr. 2018.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. **Introdução ao turismo.** São Paulo: Roca, 2001.

PAVEZI, P. S.; MEDEIROS, M. de L. Turismo cervejeiro no Paraná. SEMANA PARANAENSE DE TURISMO DA UFPR, 24., 2017, Curitiba. **Anais...** Curitiba: UFPR, 2017, p. 1-14.

PINHAIS. Prefeitura Municipal de. **O que é a rota da cerveja**. Pinhais, 2017. Disponível em: <<https://bit.ly/2qSKASv>>. Acesso em: 22 abr. 2018.

REINOLD, M. R. MICROCERVEJARIAS: Observações técnicas relevantes. **Indústria de Bebidas**, Cervesia, Ed Especial Cerveja, Ano 10, p. 18-21, 2011.

TAVARES, A. M. **City-tour**. São Paulo: Aleph, 2002.

TEICHMANN, I. **Cardápios: técnicas e criatividade**. Caxias do Sul: 5. ed. EDUCS, 2000.

TÉOS, A. de. Beer Tour, como passear por Curitiba bebendo as melhores cervejas. **Gazeta do Povo**, Curitiba, 13 jan. 2017. Disponível em: <<https://bit.ly/2Hm0tXU>>. Acesso em 22 abr. 2018.

## APÊNDICE 1 - QUESTIONÁRIO A

CERVEJARIA: \_\_\_\_\_

DATA: \_\_/\_\_/\_\_\_\_

1. Quando foi criada a cervejaria? \_\_\_\_\_

2. Você utiliza produtos locais na produção das cervejas?

---

---

---

3. Você promove workshop/serviços para o turismo? Se sim, quais workshop/serviços? Se não, por quê?

---

---

---

4. Em média, quantos visitantes vocês recebem na semana?

---

5. Qual tipo de divulgação vocês costumam utilizar e quais deles atraem mais visitantes para o estabelecimento?

---

---

---

6. Você acha que sua localização influencia no número de visitantes para o estabelecimento?

---

7. Você promove algum meio de degustação das cervejas do estabelecimento?

---

8. Qual a maior demanda de público, individual ou grupo?

---

9. Há alguma agência que comercializa seus roteiros/eventos?

---

---

10. Comentários e sugestões:

---

---

---

## APÊNDICE 2 - QUESTIONÁRIO B

CERVEJARIA: \_\_\_\_\_

DATA: \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_\_\_

1. Tipo de visitante:

( ) RESIDE EM CURITIBA

( ) EXCURSIONISTA (FICARÁ EM CURITIBA POR ATÉ 24H)

( ) TURISTA (FICARÁ EM CURITIBA POR MAIS DE 24H)

2. Se turista, de onde você é? \_\_\_\_\_

3. A localização da cervejaria influenciou na sua escolha? Qual a sua motivação?

---

---

---

4. Como teve conhecimento da cervejaria?

---

---

---

5. Você veio em grupo ou individualmente?

---

6. É sua primeira visita na cervejaria? Se sim, pretende voltar?

---

---

**ANEXO 1 - PASSAPORTE CERVEJEIRO DE PINHAS – ROTA DA CERVEJA**

A Rota da Cerveja busca oferecer a você opções de cervejas inovadoras que te levam a descobertas de aromas e sabores inusitados.

Aos apreciadores, descortina-se um novo caminho, uma alternativa para saborear calmamente cervejas produzidas com paixão, com esmero, com capricho, com gostinho do bem receber que te acolhe num gole, de braços abertos.

Para aqueles que ainda não são consumidores de cervejas abre-se uma porta que desperta o desejo de provar, de experimentar.

Desejamos que você mergulhe em um novo conceito, descubra que por trás da fabricação de uma cerveja há técnica, pesquisa, seleção de produtos, respeitando uma cultura milenar que trás consigo a experiência do fazer artesanal.



**Oner**  
Agendamento:  
**41 3097-0123**

**Way Beer**  
Agendamento:  
**41 3653-8853**

**Bastards Brewery**  
Agendamento:  
**41 3557-2207**

**Ovelha**  
Agendamento:  
**41 99999-6663**

**Rota da Cerveja**

Agende sua visita, solicite o selo de cada cervejaria visitada e ao final, receba seu brinde.

**BASTARDS**  
Selo e assinatura da cervejaria  
Data: 01/10/18

**ONER**  
Selo e assinatura da cervejaria  
Data: 09/08/18

**ovelha**  
Selo e assinatura da cervejaria  
Data: 9/10/18

**Way Beer**  
Selo e assinatura da cervejaria  
Data: 12/10/17

Consulte o regulamento e a validade da promoção no site [www.pinhas.pr.gov.br/turismo](http://www.pinhas.pr.gov.br/turismo)

**ANEXO 2 - ROTEIRO CERVEJEIRO DE CURITIBA/PR – CURITIBÉRA**

