

Viabilidade da criação de rotas de cerveja no Rio de Janeiro

Viability of creating beer routes in Rio de Janeiro

Idoneu Mitrano Lima Júnior¹, Mabelle Biancardi Oliveira de Medeiros², Breno Pereira de Paula³, Alba Regina Pereira Rodrigues⁴

Começar a citar esse artigo. LIMA JUNIOR, I. M. MEDEIROS, M. B. O. PAULA, B. P. RODRIGUES, A. R. P. Viabilidade da criação de rotas de cerveja no Rio de Janeiro. *Mosaico - Revista Multidisciplinar de Humanidades*, Vassouras, v. 16, n. 1, p. 263-272, jan./abr. 2025.

Resumo

O turismo gastronômico tem ganhado notoriedade no cenário internacional. Diferentes formatos e combinações de se fazer turismo compõem a indústria do turismo gastronômico, como o formato de rotas (ou trilhas), que se manifestam através de diferentes produtos, como as rotas do vinho, azeite, chá, uísque ou como as rotas da cerveja. Este estudo tem como objetivo discutir as oportunidades do setor de bebidas no estado do Rio de Janeiro e o seu potencial no encadeamento produtivo, especificamente, no seguimento de cervejas artesanais, especiais ou premium, por meio do turismo gastronômico no formato de rotas da cerveja. Para tanto, foram avaliadas as potencialidades de ampliação da Rota Cervejeira do Rio de Janeiro, que reúne pequenos, médios e grandes produtores de cinco municípios da Região Serrana do estado. A partir de um banco de dados compreendendo os locais onde estão instalados os 23 empreendimentos rastreados, as informações foram analisadas por meio de software de geoprocessamento (ArcGIS), segundo método de mapa de isolinhas. Os resultados revelam que há potencial de ampliação da quantidade de cervejarias da rota, com viabilidade de expansão para outras regiões do Rio de Janeiro, como a Baixada Fluminense e região Centro-Sul Fluminense. Portanto, este estudo contribui para o desenvolvimento do setor cervejeiro desses locais.

Palavras-chave: Turismo gastronômico; Consumo de bebida alcoólica; Rota da cerveja; Microcervejaria; Cerveja artesanal.



Nota da Editora. Os artigos publicados na Revista Mosaico são de responsabilidade de seus autores. As informações neles contidas, bem como as opiniões emitidas, não representam pontos de vista da Universidade de Vassouras ou de suas Revistas.

Abstract

Gastronomic tourism has gained notoriety on the international scene. Different formats and combinations of tourism make up the gastronomic tourism industry, such as the format of routes (or trails), which are manifested through different products, such as wine, olive oil, tea, whiskey routes or beer routes. This study aims to discuss the opportunities in the beverage sector in the state of Rio de Janeiro, and its potential in the production chain, specifically in the segment of craft, specialty or premium beers, through a gastronomic tourism in the form of beer routes. To achieve this, the potential for expanding the "Brewer Route of Rio de Janeiro" (Rota Cervejeira do Rio de Janeiro) was evaluated, as it brings together the small, medium, and large producers from five counties in the Serrana region of the state. Using a database containing the locations of the 23 tracked businesses, the information was analyzed using geoprocessing software (ArcGIS), using the method of isoline mapping. The results reveal the potential for expanding the number of breweries on the route, with the feasibility of expansion to other regions of Rio de Janeiro, such as the Baixada Fluminense and the Central-Southern Fluminense region. Therefore, this study contributes to the development of the beer sector in these areas.

Keywords: Gastronomic Tourism; Alcohol consumption; Beer route; Microbrewery; Craft beer.

Afiliação dos autores:

¹Pós-graduando Centro Federal de Educação Tecnológica Celso Suckow da Fonseca (CEFET-RJ, campus Nova Iguaçu), Nova Iguaçu, Rio de Janeiro, Brasil.

²Doutora em Engenharia Metalúrgica. Professora do Centro Federal de Educação Tecnológica Celso Suckow da Fonseca (CEFET-RJ, campus Valença), Valença, Rio de Janeiro, Brasil.

³Doutor em Ciência de Alimentos. Professor do Centro Federal de Educação Tecnológica Celso Suckow da Fonseca (CEFET-RJ, campus Valença), Valença, Rio de Janeiro, Brasil.

⁴Doutora em Botânica. Professora do Centro Federal de Educação Tecnológica Celso Suckow da Fonseca (CEFET-RJ, campus Valença), Valença, Rio de Janeiro, Brasil.

E-mail de correspondência: alba.rodrigues@cefet-rj.br

Recebido em: 17/09/2024. Aceito em: 17/03/2025.

Introdução

O turismo gastronômico, de acordo com a Organização Mundial do Turismo (OMT), é um dos setores do turismo com o desenvolvimento mais dinâmico (Krogmann et al., 2020; Niedbala et al., 2020), conectando recursos locais e tradicionais, que diversificam e ampliam os pacotes turísticos de diversas agências, podendo, também, ser facilmente encontrados em sites de busca online (Feeney, 2017). Oferecem vasta experiência de consumo e degustação de bebidas e comidas direcionados pela cultura de gostos, sabores e cheiros, contempladas a partir da cadeia de alimentos da economia e política de um país. Certamente influenciados pelos alimentos cultivados territorialmente ao longo de sua história, clima, expansão territorial, importações, exportações bem como as colonizações sofridas. Inserido neste seguimento, o turismo cervejeiro é considerado promissor e vem se expandindo em popularidade internacionalmente (Feeney, 2017; Murray; Kline, 2015; Rogerson; Collins, 2019), em especial com as cervejas artesanais, como componente temático central em pacotes turísticos denominados rotas (ou trilhas) da cerveja.

O turismo gastronômico, portanto, vem atraiendo turistas que procuram, sobretudo, experiências autênticas e únicas vinculadas aos produtos locais, proporcionando imersão na culinária, cultura e costumes do território visitado (Alonso; Sakellarios, 2017; Csapó; Wetzl, 2016; Kraftchick et al., 2014). Nesse aspecto, a cerveja artesanal tem se popularizado em pacotes de turismo gastronômico como componente temático central, seja como a atração principal ou produto turístico complementar, ressignificando a cerveja local na indústria do turismo (Csapó; Wetzl, 2016; Rogerson; Collins, 2019) e potencializando oportunidades para o desenvolvimento sustentável, tanto em regiões com o turismo consolidado quanto em locais com turismo emergente, em espaços urbanos ou rurais.

Diferentes formatos e combinações de se fazer turismo compõem a indústria do turismo gastronômico (Niedbala et al., 2020), como o formato de rotas ou trilhas, que se manifestam através de diferentes produtos, como as rotas do vinho, rotas do azeite, rotas do chá, rotas do uísque ou como as rotas tratadas neste artigo: as rotas da cerveja. As rotas são consideradas instrumentos de revitalização econômica da área em questão (Krogmann et al., 2020). A cerveja artesanal, neste caso, é vista como um produto baseado na experiência, motivado pela contracultura do consumo homogêneo de cervejas produzidas em larga escala (cervejas *mainstream*), a busca por novas experiências gustativas e por novos conhecimentos sobre cerveja (Rogerson; Collins, 2019).

O rápido crescimento do turismo gastronômico indica que turistas em todo mundo estão buscando, cada vez mais, o turismo focado em culinária local (Niedbala et al., 2020), sendo reconhecido como parte essencial para um bom desempenho de todo o segmento do turismo (Csapó; Wetzl, 2016; Plummer et al., 2005). O setor cervejeiro é extremamente importante para a economia brasileira, correspondendo à 1,6% do PIB e 14% da indústria de transformação (CERVBRASIL, 2021). Sob o viés de geração de empregos e renda, é um forte indutor (Sehnem et al., 2021), com 2,7 milhões de postos de trabalhos, incluindo diretos, indiretos e induzidos (CERVBRASIL, 2021). Segundo Morado (2017), em média, 17 empregos indiretos são criados para cada colaborador empregado diretamente na indústria cervejeira, sobretudo no setor de serviços, suprimentos e logística (Morado, p. 359, 2017),

Neste mercado, as cervejarias artesanais vêm ganhando destaque, sendo fundamental a produção de pesquisas neste mercado em desenvolvimento, garantindo bases confiáveis de informação para “respaldar estratégias de negócio e tomadas de decisão” (ABRACERVA, 2018). Entretanto, há déficit de estudos que estejam voltados especificamente para as rotas cervejeiras (Feeney, 2017; Krogmann et al., 2020; Slocum, 2016), mesmo nos estados brasileiros considerados tradicionais na indústria de bebidas alcoólicas, como o Rio de Janeiro.

Nesse sentido, através de análises espaciais, o presente trabalho visa contribuir para os debates sobre as oportunidades do setor de bebidas no estado do Rio de Janeiro e o seu potencial no encadeamento produtivo, sobretudo no seguimento de cervejas artesanais, especiais ou *premium*, através do turismo cervejeiro no formato de rotas (ou trilhas) da cerveja. Para tanto, foi estabelecido um banco de dados

compreendendo os locais onde estão instaladas as cervejarias que fazem parte da Rota Cervejeira do Rio de Janeiro , que foi criada em 2014 e reúne pequenos, médios e grandes produtores de cinco cidades da Região Serrana do estado do Rio de Janeiro. Em seguida, os dados foram compilados e analisados por meio de *software* de geoprocessamento (ArcGIS), segundo método de mapa de isolinhas ou equidistância (*buffers*), expressando as distâncias lineares entre os empreendimentos. A partir desses dados, foram discutidas as potencialidades de ampliação da rota existente, incorporando outras regiões do estado, como a Baixada Fluminense e a Região Centro-Sul.

Metodologia

O grupo de interesse deste artigo se limita aos produtores de cervejas artesanais que fazem parte da Rota Cervejeira do Rio de Janeiro, na região Serrana.

Para cumprir o objetivo deste trabalho, que foi avaliar possibilidades de ampliação da citada rota para outras regiões do estado, foram cumpridas algumas etapas, que podem ser descritas, basicamente, nas macro etapas: 1) buscar informações sobre o local de operação das cervejarias artesanais que compõem a Rota Cervejeira (disponíveis em www.rotacervejeirarj.com.br/home); 2) sintetizar os dados em uma base; 3) criar um mapa e analisar os dados com auxílio de *software* de geoprocessamento de dados, neste caso, o ArcGIS e 4) identificar as regiões com potencialidades para o turismo cervejeiro, através da ampliação da Rota da Cervejeira do Rio de Janeiro.

Para a etapa de criação da base de dados, foram seguidos os critérios, conforme Krogmann *et al.* (2020):

1) A base de dados deve conter as cervejarias com morada permanente, potencialmente úteis ao turismo. Portanto, excluindo as cervejarias ciganas, àquelas que não possuem instalações fabris, aderindo à “prática de alugar instalações de terceiros para produzir cerveja” (Morado, p. 394, 2017);

2) Para o turismo cervejeiro como um todo, incluindo as rotas da cerveja, é importante a organização de eventos, feiras e festivais nas regiões discutidas;

3) A base de dados deve ser analisada por métodos de cartografia, utilizando como unidade básica 25 Km equidistantes. No presente estudo, utilizou-se o mapa de isolinhas ou equidistância (*buffers*) do ArcGIS.

Resultados e discussão

Nos últimos anos, além do destacado volume de produção, o número de cervejarias tem apresentado crescimento expressivo no Brasil. Legalmente, para fabricar e comercializar cervejas no Brasil, é necessária a autorização do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento - MAPA, órgão responsável pelo registro de cada produto nos estados brasileiros bem como informações sobre a composição da bebida. Conforme a Figura 1, segundo dados do MAPA publicados no Anuário da Cerveja 2024: ano referência 2023, o número de cervejarias no Brasil vem aumentando há duas décadas, com crescimento significativo nos últimos cinco anos, alcançando o total de 1.847 empreendimentos no ano de 2023 (BRASIL, 2024). Em 2020, apesar da grave crise econômica e sanitária provocada pela pandemia do novo coronavírus (Covid-19, Sars-CoV-2), houve aumento de +14,4% na quantidade de cervejarias em relação ao ano anterior (+174 cervejarias). Este valor refere-se ao saldo resultante entre abertura e cancelamentos de registros, isto é, em 2020 ocorreram a inauguração de 204 novas cervejarias, enquanto outras 30 cancelaram seus registros (BRASIL, 2024).

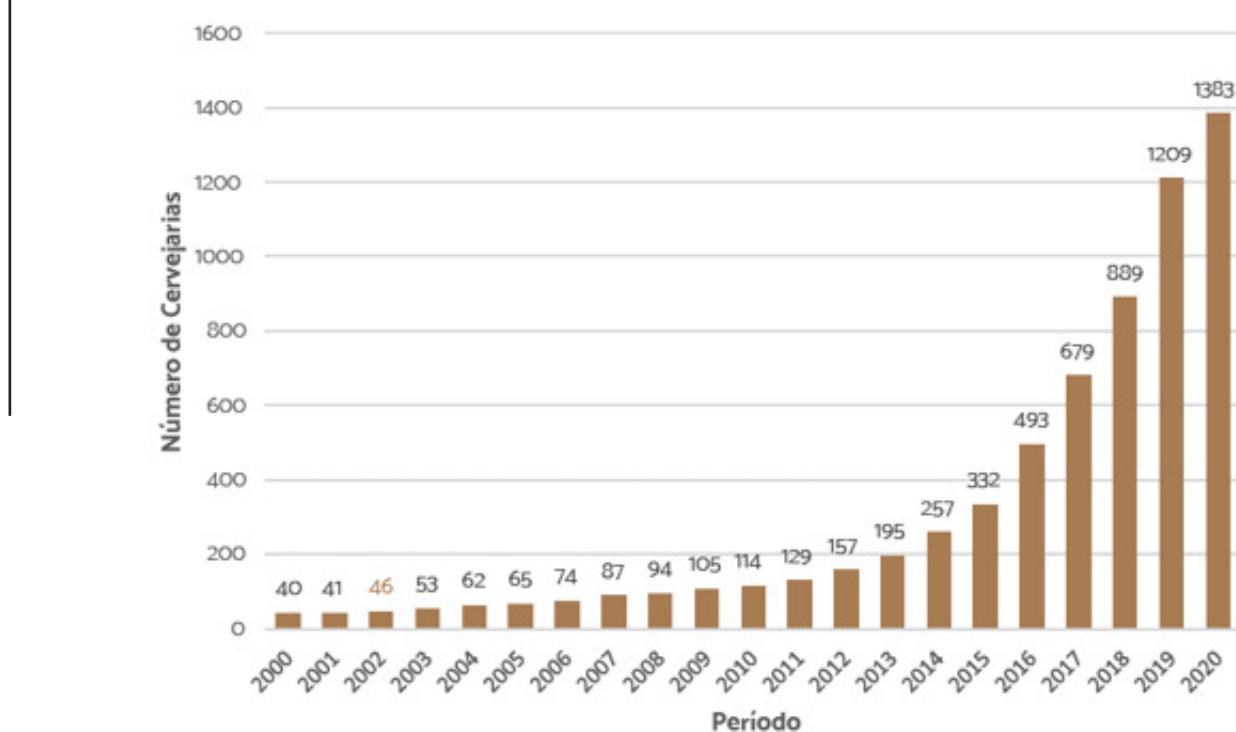


Figura 1. Total de registros de estabelecimentos por ano.

Fonte. Anuário da Cerveja 2020 (MAPA, 2021).

Segundo Morado (2017), “é uma boa oportunidade para empreendedores que, mesmo com poucos recursos financeiros, podem se destacar como bons fabricantes locais” (Morado, p. 12, 2017). Entretanto, apesar dos avanços expressivos no segmento, muitos empreendedores encerram suas atividades a cada ano, reforçando a hipótese de que a crescente demanda por cerveja artesanal não é suficiente para a sobrevivência destas cervejarias (Bahl; Gupta; Elzinga, 2021).

A expansão do número de cervejarias e o aumento do volume de produção estão sendo impulsionados pelo crescente aumento do consumo de bebidas especiais, quantidade de novos lançamentos e as inovações de produtos (Sehnem et al., 2021). Como aponta Morado (2017), “apesar da ligeira retração do consumo na Europa, o mercado global cresce consistentemente a taxas maiores que 2% ao ano há décadas, graças à China, à Rússia, ao Brasil e ao México” (Morado, p. 363, 2017).

Segundo relatório da Kirin Beer University Report (2020), embora o Brasil seja o terceiro maior produtor (13,3 bilhões de litros/ano) e a terceira maior fatia de mercado em consumo (Global Market Share 6,6%), o consumo médio por pessoa é baixo. O Brasil, em 2019, ocupou a trigésima posição no ranking mundial de consumo per capita, com modestos 58,4 litros per capita/ano. Portanto, há potencialidades em relação ao aumento do consumo médio por pessoa no mercado nacional.

A Rota Cervejeira do Rio de Janeiro, criada em 2014, reúne pequenos, médios e grandes produtores de cinco cidades da Serra Fluminense: Petrópolis, Teresópolis, Nova Friburgo, Guapimirim e Cachoeiras de Macacu. A rota pode ser feita em dois ou três dias e, de acordo com a Associação das Cervejarias e Cervejeiros do Estado do Rio de Janeiro (ACCERJ), surgiu como oportunidade para o desenvolvimento de um mercado em franco crescimento (cervejas artesanais e especiais), bem como resgatar o turismo comprometido pelas chuvas frequentes (ACCERJ-TUR, 2021).

Durante a elaboração deste estudo, o site da Rota Cervejeira – RJ (rotacerveirarj.com.br) apresentava informações divergentes em relação à quantidade e cervejarias integrantes da rota, entretanto, foram consideradas o maior número de participantes possível. As cervejarias Favre Baum, Mad Brew, Tortuga Craft Beer e Água de Bamba são classificadas como ciganas e, portanto, foram desconsideradas da análise, conforme detalhado na seção anterior. O resultado, então, totalizou 23 empreendimentos, que estão sumarizados na Tabela 1.

Tabela 1. Cervejarias da Rota Cervejeira RJ.

Ordem	Cidade	Cervejarias da Rota
1		Brassaria Matriz
2		Cervejaria Bohemia
3		Cervejaria Brewpoint
4		Cervejaria Colonus
5		Cervejaria Dr Duranz
6	Petrópolis 11 cervejarias	Cervejaria Duas Torres
7		Cervejaria Madame Machado
8		Cervejaria Odin
9		Cervejaria Vila de Secretário
10		Da Corte Cervejaria
11		Grupo Petrópolis (Fábrica Petrópolis/RJ)
12		Cervejaria Colarinho da Serra
13	Teresópolis 4 cervejarias	Cervejaria St. Gallen (Therezópolis)
14		Grupo Petrópolis
15		Kanton Bier
16	Guapimirim 2 cervejarias	Cervejaria Rota Imperial
17		Nossa fábrica
18		Cervejaria Alpendorf
19		Barão Bier
20	Nova Friburgo 5 cervejarias	Cervejaria Pontal
21		Ranz Bier
22		Cervejaria Lumiaria
23	Cachoeiras de Macacu 1 cervejaria	Cervejaria Macacu – Toca do Urso (Ambev)

Fonte. Adaptado pelo autor de rotacerveirarj.com.br.

Após exclusão das cervejarias ciganas, a lista resultante com 23 cervejarias da Rota Cervejeira RJ foi utilizada como base para a construção da Figura 2, destacando os raios dos endereços dos empreendimentos por meio de *buffers*, com as camadas dispostas em 3 níveis (ou raios): 25 km, 50 km e 75 km. A equidistância de 25 km foi utilizada como unidade base, pois tal distância pode ser percorrida em um dia (Csapó; Wetzl, 2016; Krogmann et al., 2020), sendo proposta como distância padrão em análises espaciais, como o presente artigo, visando a identificação dos locais com potencial de compor rotas da cerveja.



Figura 2. Buffers (em km) das cervejarias da Rota Cervejeira RJ.

Fonte. Autores, 2023.

Além das isolinhas ou *buffers* (Csapó; Wetzl, 2016; Krogmann et al., 2020), neste artigo, foram utilizadas outras análises combinadas, permitidas pelo software ArcGIS, com objetivo de enriquecer o presente estudo e contribuir com o desenvolvimento da metodologia dos autores referenciados, Csapó e Kongmann. Para tanto, foram mapeados dois níveis de “áreas de tempo do percurso”, para até 1h e até 2h de viagem de carro, considerando as áreas inacessíveis e desconsiderando a sazonalidade de trânsito ou engarrafamentos, conforme a Figura 3.



Figura 3. Áreas de tempo de percurso em horas - Cervejarias da Rota Cervejeira RJ

Fonte. Autores, 2023.

Em seguida, foram combinadas as informações de *buffers* somados aos tempos de percurso, obtendo como resultado a Figura 4. Analisando os dados, agora combinados, há portanto, potencial de expansão da Rota Cervejeiras RJ, possibilitando conectar a Região Serrana do Rio de Janeiro à outras regiões do estado, em especial, a região da Baixada Fluminense (denominada “Rota A”) e a região Centro-Sul do Rio de Janeiro (denominada “Rota B”).

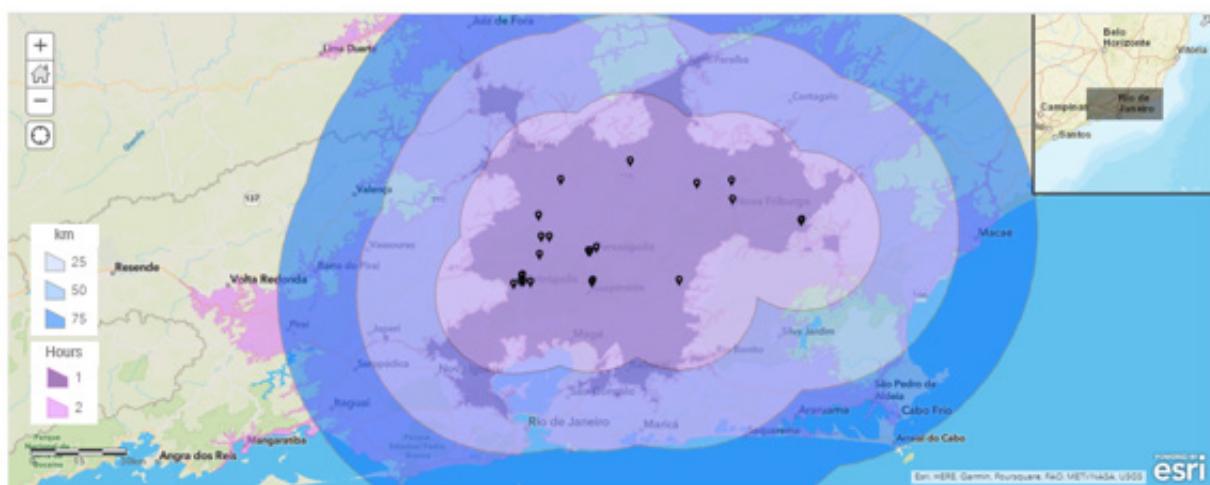


Figura 4. Áreas de Buffers de distância em km combinada com tempo de percurso em horas.

Fonte. Autores, 2023.

A região da Baixada Fluminense faz parte da região Metropolitana do estado, sendo composta por 13 municípios, segundo o ISP-RJ (Instituto de Segurança Pública) são: Belford Roxo, Duque de Caxias, Itaguaí, Japeri, Magé, Mesquita, Nilópolis, Nova Iguaçu, Paracambi, Queimados, São João de Meriti, Seropédica, além de Guapimirim, que atualmente faz parte da Rota Cervejeira RJ, abrigando as cervejarias Rota Imperial e a cervejaria Nossa Fábrica. A proposta visa ampliar a participação da região da Baixada Fluminense na rota cervejeira e, para tanto, há potencial por intermédio do bairro de Tinguá (Nova Iguaçu – RJ), conforme a Figura 5.



Figura 5. Limites da Rota A – bairro de Tinguá (Nova Iguaçu-RJ).

Fonte. Autores, 2023.

Tinguá é um tradicional bairro localizado entre as cidades de Nova Iguaçu, Duque de Caxias e Miguel Pereira. O local, essencialmente rural, conta com cachoeiras e opções de hotelaria, como sítios e pousadas, além da forte presença ONG's e outras entidades governamentais ligadas à proteção ambiental, em razão da existência da Reserva Biológica Federal do Tinguá (Decreto Federal 97780, de 23 de maio de 1989), que mantém parte da Mata Atlântica. Em Tinguá, todos os anos, próximo ao mês de junho, é promovida a

popular Festa do Aipim, e, ao longo do ano, há outros eventos e opções turísticas, como passeios ciclísticos e concursos gastronômicos.

Considerando como ponto de partida a cervejaria Brewpoint (Rua Afrânio Melo Franco, Quitandinha - Petrópolis), o bairro de Tinguá pode ser acessado através do seguinte itinerário: descer a serra de Petrópolis pela rodovia BR-40, cruzar o bairro de Xerém e, em seguida, seguir por cerca de 18 Km pela Estrada São Lourenço, chegando ao centro de Tinguá, onde fica localizada a praça do bairro. Ao todo, o trajeto sugerido soma cerca de 42 Km e pode ser feito em aproximadamente 1 (uma) hora de viagem de carro.

A segunda proposta de expansão, denominada “Rota B”, visa incorporar a região Centro-Sul fluminense. A região fica situada no Vale do Paraíba e faz fronteira com o estado de Minas Gerais, sendo subdividida nas microrregiões de Vassouras e de Três Rios. Também conhecida como Vale do Café, é constituída pelos municípios de Areal, Comendador Levy Gasparian, Engenheiro Paulo de Frontin, Mendes, Miguel Pereira, Paracambi, Paraíba do Sul, Paty do Alferes, Sapucaia, Três Rios e Vassouras. O local possui ótimo clima e suas memórias podem ser apreciadas nos diversos museus e centros, como o Museu Casa da Hera, Museu Francisco de Alves, Museu Ferroviário Miguel Pereira, além do Museu da Cachaça. Segundo a metodologia, os bairros com possibilidade de serem incorporados na rota da cervejeira são: Paty do Alferes, Paraíba do Sul e Três Rios, conforme Figura 6.



Figura 6. Limites da Rota B – região Centro-Sul Fluminense.

Fonte. Autores, 2023.

Considerações finais

No presente trabalho discutiu-se as oportunidades do setor de bebidas no estado do Rio de Janeiro e o seu potencial no encadeamento produtivo, sob contexto do seguimento de cervejas artesanais, especiais ou *premium*, por meio do turismo cervejeiro no formato de rotas (ou trilhas) da cerveja.

Foram avaliadas as potencialidades de ampliação da Rota Cervejeira do Rio de Janeiro, localizada na Região Serrana do estado, contemplando atualmente 23 cervejarias que estão distribuídas pelos municípios de Petrópolis, Teresópolis, Nova Friburgo, Guapimirim e Cachoeiras de Macacu.

Os resultados indicaram que há potencial de ampliação do número de cervejarias que compõe a Rota Cervejaria RJ, especialmente na zona interna ao raio de 25km. Sobretudo, segundo a metodologia, há viabilidade de expansão para outras regiões do Rio de Janeiro, como a Baixada Fluminense e região

Centro-Sul, colaborando com o desenvolvimento do setor cervejeiro desses locais.

É fundamental a adoção de estratégias para a proteção dos produtores de cervejas artesanais, sobretudo os pequenos e médios produtores, visando o desenvolvimento regional.

Os próximos passos devem ir ao encontro do fortalecimento das marcas, de diferentes formas, como por exemplo, com a promoção do turismo cervejeiro. Este estudo se limita a apresentação os territórios com possibilidade de expansão da rota da cerveja do Rio de Janeiro, por meio de análise espacial com emprego do software ArcGIS sem, no entanto, listar as cervejarias presentes nessas regiões. Estudos futuros podem desenvolver o banco de dados de cervejarias, reunindo informações sobre os produtores alocados na Baixada Fluminense e na região Centro-Sul Fluminense, elaboração e apresentação objetiva da rota expandida nas regiões estudadas.

Conflito de interesse

Os autores declaram não haver conflitos de interesse de nenhuma natureza.

Referências

- ASSOCIAÇÃO DAS CERVEJARIAS E CERVEJEIROS DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO – ACCERJ-TUR. **A rota cervejeira**. 2021. Disponível em: <https://www.rotacervejeirarj.com.br/home>. Acesso em: 09 out. 2021.
- ALONSO, A. D.; SAKELLARIOS, N. The potential for craft brewing tourism development in the United States: a stakeholder view. **Tourism Recreation Research**, v. 42, n. 1, p. 96–107, 2017.
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA CERVEJEIRA – CERVBRASIL. **O Setor de Cerveja é um dos que mais empregam no Brasil**. 2021. Disponível em: http://www.cervbrasil.org.br/novo_site/o-setor-cervejeiro-mais-emprega-no-brasil/. Acesso em: 09 out. 2021.
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE CERVEJA ARTESANAL. MERCADO CERVEJEIRO – ABRACERVA. **Mercado da Cerveja 2018**. 2018 . Disponível em: <https://conteudo.abracerva.com.br/l/bGNg69ABF1110>. Acesso em: 27 maio 2021.
- BAHL, H. C.; GUPTA, J. N. D.; ELZINGA, K. G. A framework for a sustainable craft beer supply chain. **International Journal of Wine Business Research**, v. 33, n. 3, p. 394–410, 13 jul. 2021.
- BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento - MAPA. Secretaria de Defesa Agropecuária – EM. **Anuário da Cerveja 2024: ano referência 2023**, Brasília, 2024.
- CSAPÓ, J.; WETZL, V. Possibilities for the creation of beer routes in Hungary: a methodological and practical perspective. **European Countryside**, v. 8, n. 3, p. 250–262, 2016.
- FEENEY, A. E. Beer-trail maps and the growth of experiential tourism. **Cartographic Perspectives**, v. 2017, n. 87, p. 9–28, 3 nov. 2017.
- KIRIN. Kirin Beer University Report. Global beer consumption by country in 2019. **News Release**. 2020.
- KRAFTCHICK, J. F. et al. Understanding beer tourist motivation. **Tourism Management Perspectives**, v. 12, p. 41–47, 2014.
- KROGMANN, A. et al. Possibilities for developing beer routes in Slovakia. **Studies of the Industrial Geography Commission of the Polish Geographical Society**, v. 34, n. 3, p. 36–52, 28 set. 2020.
- MORADO, R. Larousse da Cerveja, a história e as curiosidades de uma das bebidas mais populares do mundo. 1 Ed. São Paulo. **Alaúde Editorial**. 2017.
- MURRAY, A.; KLINE, C. Rural tourism and the craft beer experience: factors influencing brand loyalty in rural North Carolina, USA. **Journal of Sustainable Tourism**, v. 23, n. 8–9, p. 1198–1216, 2015.
- NIEDBALA, G. et al. Linking of traditional food and tourism. The best pork of Wielkopolska-culinary tourist trail: a case study. **Sustainability (Switzerland)**, v. 12, n. 13, 2020.

- PLUMMER, R. et al. Beer tourism in Canada along the Waterloo –Wellington Ale Trail. **Tourism Management**, v. 26, n. 3, p. 447–458, jun. 2005.
- ROGERSON, C. M.; COLLINS, K. J. E. Entrepreneurs in craft beer and tourism: perspectives from South Africa. **GeoJournal of Tourism and Geosites**, v. 27, n. 4, p. 1158–1172, 31 dez. 2019.
- SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO – SEBRAE/RK. Painel Regional Centro-Sul Fluminense. **Observatório SEBRAE/RJ**. 2016.
- SEHNEM, S. et al. The role of ecological modernization principles in advancing circular economy practices: lessons from the brewery sector. **Benchmarking: An International Journal**, v. 28, n. 9, p. 2786-2807, 19 mar. 2021.
- SLOCUM, S. L. Understanding tourism support for a craft beer trail: the case of Loudoun County, Virginia. **Tourism Planning and Development**, v. 13, n. 3, p. 292–309, 20