

BEBIDAS

Entraves se sobrepõem e testam resistência das microcervejarias

Principal demanda do setor atualmente está relacionada à simplificação da carga tributária, juntamente com as mudanças propostas na nova reforma

Lorraine Luz, especial para o JC

As consequências da pandemia e da enchente do ano passado — que resultaram no fechamento temporário ou definitivo de negócios e empreendimentos —, a escassez de matéria-prima e a alta do dólar que impacta nos insumos (cevada, lúpulo e embalagens) compõem um panorama adverso para o setor gaúcho de cervejas especiais e microcervejarias independentes.

“A dificuldade de repassar esses custos ao consumidor final é um dos grandes entraves para as microcervejarias, que competem com grandes cervejarias capazes de negociar melhores preços com fornecedores”, destaca o presidente da Associação Gaúcha de Microcervejarias (AGM) do Estado, Matheus Andrade. Executivo na entidade, Gustavo Cunha complementa: “Outro desafio é a complexidade tributária e a falta de isonomia fiscal entre os estados,

que dificultam a expansão das microcervejarias para outros mercados”.

A principal demanda do setor atualmente está relacionada à simplificação da carga tributária, juntamente com as mudanças propostas na nova reforma. A AGM afirma integrar ativamente as discussões, em parceria com outras entidades relevantes, com o objetivo de buscar e lutar por melhores condições para o setor, envolvendo incentivos fiscais, linhas de crédito emergenciais e políticas públicas que promovam a recuperação e o fortalecimento do empreendedorismo. O combate à concorrência desleal, reforçando o esclarecimento do consumidor sobre as cervejas independentes, a prática de dumpings e compra de pontos de venda são outras bandeiras do segmento. Fora isso e como de resto em toda a indústria, a mão de obra qualificada é insuficiente.

“É unânime entre as cervejarias associadas à AGM a dificuldade em encontrar profissionais tecnicamente habilitados para atuar nos processos de produção. A fabricação de cervejas artesanais exige conhecimentos específicos em brassagem, fermentação, controle de qualidade e envase, habilidades que nem sempre são contempladas em cursos tradicionais de formação”, observa o presidente da AGM.

Além disso, a alta rotatividade



FOOD HALL DADO BIER/DIVULGAÇÃO/JC

É unânime entre as cervejarias a dificuldade em encontrar profissionais habilitados para atuar na produção

no mercado e a falta de programas de capacitação específicos para o setor agravam ainda mais esse cenário. De acordo com os dirigentes, a AGM tem incentivado parcerias com instituições de ensino e promovido capacitações técnicas para elevar o nível de qualificação dos profissionais, visando fortalecer a competitividade e a qualidade das cervejarias gaúchas.

A favor do segmento, está a coragem em inovar. O uso de energia solar e práticas de economia circular, como o reaproveitamento

de subprodutos, o uso de embalagens eco friendly e a implementação de sistemas automatizados para brassagem e envase, aumentando a eficiência e a consistência da produção, são exemplos de iniciativas dessa ordem. Do ponto de vista do consumidor, os dirigentes citam a criação de experiências imersivas e a aposta na produção de cervejas zero álcool e low carb (com baixas calorias e baixo teor alcoólico). “Para 2026, as projeções indicam um volume de comercialização de cerveja zero

álcool superior a 1 bilhão de litros. Para se ter uma ideia, em 2020 o volume foi de 197 milhões”, ilustra Cunha.

Entre as oportunidades dessa indústria, os dirigentes apostam no turismo, por meio do fortalecimento de rotas temáticas e festivais regionais. “O turismo é essencial para o fortalecimento da cultura cervejeira no Estado. Ele não apenas movimentará o mercado local, mas também ajuda a contar a história e a diversidade do nosso setor”, conclui Cunha.

ALIMENTOS

Indústria de Laticínios no Rio Grande do Sul tem momento de estabilidade e boa renda

Depois de atravessar algumas dificuldades no início de ano, ocasionadas pelo clima não ideal em algumas regiões, e mesmo lidando perdas acumuladas nos últimos anos nas lavouras, o atual momento da indústria de laticínios do Estado é de estabilidade e boa rentabilidade.

“O valor pago pelo leite vem remunerando muito bem a atividade. Há muitos anos, o produtor não tinha uma renda tão boa com o leite como se viu em 2024/2025. Foi possível organizar o caixa para manter investimentos mesmo com todas as dificuldades pontuais decorrentes das enchentes e das sucessivas estiagens”, avalia Darlan Palharini, secretário-executivo do Sindicato da Indústria de Laticínios do Rio Grande do Sul (Sindilat).

Conforme o dirigente, no

entanto, há muito a ser feito, no curto e médio prazos, além da demandas desafiantes, como negociações de ajustes tributários para o segmento — uma batalha

que exigiu articulação para manter a competitividade do setor e os investimentos sustentados no Rio Grande do Sul.

“Temos que ganhar

TÂNIA MEINERZ/JC



Darlan Palharini ressalta que produtor recebeu bem em 2024/2025

competitividade, e essa é a principal missão que temos pela frente para a próxima década. Temos que conseguir atingir a escala de produção e custo operacional dos nossos vizinhos do Prata (Uruguai e Argentina). Só assim nos tornaremos competitivos para fazer frente aos lácteos de outros países na disputa pelo mercado internacional”, afirma Palharini.

Investimentos em nutrição adequada, que permita produzir leite com qualidade e na quantidade que as indústrias precisam, assim como aplicar genética de ponta nos rebanhos e melhorar a capacidade técnica da produção, estão no topo dos objetivos. Também se nota uma mudança no perfil produtor: estão em menor número mas entregando mais leite. Ainda assim, os parques

industriais operam com capacidade operacional ociosa, ou seja, tem espaço para processar mais leite e os produtores podem produzir mais. Essa expansão precisa levar em conta a redução nos custos e a manutenção de margens de rentabilidade estáveis e positivas.

“Quando há desejo de evoluir, a migração para um modelo de negócio mais empresarial é possível”, atesta o dirigente, defendendo que o setor assumira uma postura mais assertiva e profissional. “Precisamos fazer o dever de casa. Olhar para nossos custos, assumir uma postura mais empresarial. Por sua origem com mão de obra familiar, o leite geralmente é gerenciado da mesma forma. Precisamos entender o negócio como uma empresa, trabalhando com dados, estatísticas e metas.”