

Transformando Cervejarias em produtos turísticos

Prof. Dr. Tiago Savi Mondo





INSTITUTO FEDERAL
Santa Catarina



fapesc

Fundação de Amparo à
Pesquisa e Inovação do
Estado de Santa Catarina

Transformando Cervejarias em produtos turísticos

Prof. Dr. Tiago Savi Mondo

VERSÃO PRÉ REGISTRO ISBN

Ebook produto do Projeto de Pesquisa:
Desenvolvimento do Turismo Cervejeiro na Grande
Florianópolis: adaptação dos indicadores do Tourqual
para a melhoria dos serviços de visitação nas cervejarias
da região, apoiado pelo Edital FAPESC/IFSC 2021

Este projeto teve apoio financeiro da Funda o de
Amparo a Pesquisa e Inova o do Estado de Santa
Catarina e do Instituto Federal de Educa o, Ciência e
Tecnologia de Santa Catarina

Ebook com distribui o gratuita - Venda Proibida

Reservado para a ficha catalográfica



Apresentação

Nesse Ebook, você terá condições de entender um pouco mais sobre o processo de transformação de uma cervejaria (fábrica de produtos) em um produto turístico (serviço).

Além das mudanças estruturais necessárias, os funcionários da cervejaria deverão entender as mudanças nos processos e na cultura.

Esse livro, busca facilitar esse processo com algumas dicas de como essa transformação pode ser feita de maneira eficaz e simplificada.

O Turismo Cervejeiro é uma tendência no Brasil e as Cervejarias podem se tornar mais competitivas no mercado, oferecendo o serviço de visitação, fortalecendo sua marca e se diferenciando das demais.

Esse ebook é resultado de um projeto de pesquisa, apoiado pelo Instituto Federal de Santa Catarina e financiado pela Fundação de Amparo a Pesquisa de Santa Catarina - FAPESC.

Esperamos auxiliar as cervejarias nesse processo de transformação.

Prof. Dr. Tiago Savi Mondo
(coordenador do projeto)



Sumário

<u>Da produção de cerveja à oferta de serviços turísticos</u>	06
---	----

As mudanças de concepção na inclusão de serviços turísticos em uma cervejaria

<u>1o Serviços que podem ser criados</u>	12
--	----

Serviços turísticos que podem ser ofertados na estrutura da cervejaria

<u>Concepção do Produto Turístico</u>	23
---------------------------------------	----

Elementos chave para a construção da identidade do serviço oferecido

<u>Atributos do Serviço Turístico e Elaboração do Tour na Cervejaria</u>	27
--	----

Um conjunto de atributos que devem ser levados em conta no momento que a cervejaria resolve oferecer o serviço turístico de visitação

Capítulo 1

Da produção de
cerveja à oferta de
serviços turísticos

Capítulo 1

Da produção de cerveja à oferta de serviços turísticos

Neste capítulo, apresentaremos as características fundamentais dos serviços, que o diferencia dos bens físicos.

Entender que um serviço é intangível, perecível, heterogêneo e simultâneo proporciona ao gestor uma visão mais profissional, detalhada e didática para implementação de ações voltadas ao desenvolvimento do serviço.

Ao entender que a Cervejaria é uma indústria que produz bens físicos (cerveja ou chopp)

em garrafas ou barris e que a organização terá que modificar, pelo menos minimamente, sua visão de produção, gestão e mercado para começar a oferecer o serviço turístico, o gestor poderá utilizar-se desses quatro fundamentos dos serviços para desenvolver ações, analisar mercados e conceber produtos.

O grande desafio está em alinhar as ações gestoras com as características fundamentais dos serviços concebidos por cada uma das cervejarias que optam por abrir suas portas para turistas.



Intangibilidade

Os serviços são intangíveis, o que significa que eles não podem ser tocados, vistos, cheirados, provados ou ouvidos antes da compra. Os serviços são experiências e não bens tangíveis. Isso pode tornar difícil para os clientes avaliarem a qualidade dos serviços.

Dessa forma é importante que o empreendimento cervejeiro busque tangibilizar o serviço, tentando torná-lo mais objetivo.

A criatividade deve ser trabalhar para responder as seguintes perguntas:

De que maneira posso trabalhar os 5 sentidos do cliente que visita a minha cervejaria?

Como posso traçar planos para mensurar de maneira mais objetiva determinados indicadores?

Como o atendimento dos funcionários da cervejaria pode afetar positivamente a percepção subjetiva/intangível do serviço?



Perecibilidade

Os serviços são perecíveis, o que significa que eles não podem ser armazenados ou mantidos em estoque. Os serviços devem ser fornecidos no momento em que são solicitados. Isso pode tornar difícil para as empresas prever e gerenciar a demanda por serviços. Além disso, a capacidade ociosa não pode ser armazenada para uso futuro.

Diferentemente das cervejas produzidas que podem ficar estocadas, os serviços não. Se a cervejaria tem uma capacidade de atender 30 clientes por degustação e somente conseguiu vender 15 tickets.

Na próxima degustação não será possível utilizar-se dos 15 não vendidos na anterior.

Dessa forma, é importante entender o fluxo dinâmico de demanda que frequenta o local, sendo uma possibilidade a implementação de promoção de vendas para períodos mais ociosos, ou até mesmo, como as companhias aéreas e os hotéis, trabalhar com tarifas flutuantes.



Heterogeneidade

Os serviços podem variar em qualidade de acordo com quem os presta, quando são prestados e onde são prestados. Isso ocorre porque os serviços são produzidos por pessoas, que podem ter diferentes níveis de habilidade e motivação, e podem ser afetadas por fatores externos, como o ambiente de trabalho e o clima. Isso torna o controle de qualidade dos serviços uma questão crítica.

Entender que cada prestação de serviço será diferente uma da outra é importante para a criação de procedimentos operacionais padrão, roteiros de atendimento e qualquer forma que minimize essa potencial variabilidade.

Por exemplo, no serviço de visita guiada é importante que se tenha um roteiro, com as fases da visitação, as falas que o guia fará em cada fase.

Além de tornar a visita didática para o cliente, a cervejaria tem uma facilidade maior de treinar novos funcionários de guiamento e também de controlar a qualidade de itens como atendimento e aprendizado



Simultaneidade

Os serviços são produzidos e consumidos simultaneamente. Isso significa que o cliente está presente durante a prestação do serviço, diferentemente dos bens tangíveis que são produzidos antes da venda e posteriormente consumidos.

Isso torna a experiência do cliente durante a prestação do serviço crítica para a percepção da qualidade do serviço.

Entender que o cliente pode perceber falhas no momento do consumo é importante para a empresa tentar recuperar sua satisfação.

Além disso, é importante que a cervejaria busque tornar a experiência memorável, transformando o mero serviço em um momento de imersão, entretenimento, atividade e sentimentos hedônicos (prazerosos).



Capítulo 2

10 Serviços que podem ser criados em uma Cervejaria

1. VISITAS GUIADAS

Oferecer visitas guiadas pela cervejaria pode ser uma oportunidade para que os turistas conheçam o processo de produção da cerveja e aprendam sobre a história da cervejaria.



2. DEGUSTAÇÕES

A maioria dos visitantes de cervejarias está interessada em experimentar as cervejas produzidas no local. Oferecer degustações de diferentes tipos de cerveja pode ser uma oportunidade para os visitantes conhecerem e experimentarem uma variedade de cervejas.



3. EVENTOS

As cervejarias podem organizar eventos, como festivais de cerveja ou festas temáticas, que atraem turistas interessados em experimentar novas cervejas e conhecer pessoas com interesses semelhantes.



4. HARMONIZAÇÕES

Uma forma de oferecer uma experiência única aos turistas é oferecer harmonizações de cerveja com diferentes tipos de alimentos, como queijos, chocolates ou carnes.



5. LOJA DE PRODUTOS

Uma loja de souvenirs pode ser uma oportunidade para os turistas comprarem lembranças da sua visita, como camisetas, copos personalizados e outros itens relacionados à cervejaria.



6. ESPAÇO PARA EVENTOS

As cervejarias podem oferecer espaços para eventos privados, como festas de aniversário, casamentos e eventos corporativos.



7. OFICINAS E CURSOS

Oferecer oficinas e cursos sobre produção de cerveja caseira pode ser uma oportunidade para os turistas aprenderem mais sobre o processo de produção de cerveja e levarem para casa suas próprias cervejas.



8. PROGRAMAS DE FIDELIDADE

Oferecer programas de fidelidade para turistas frequentes pode ser uma forma de incentivar os visitantes a retornarem e também de recompensá-los por sua lealdade.



9. EXPOSIÇÕES

Exposições sobre a história da cerveja e sua evolução ao longo dos anos podem ser uma oportunidade para os turistas aprenderem mais sobre a cerveja e sua importância cultural. Ou exposições de cultura local e regional.



10. CICLOTURISMO

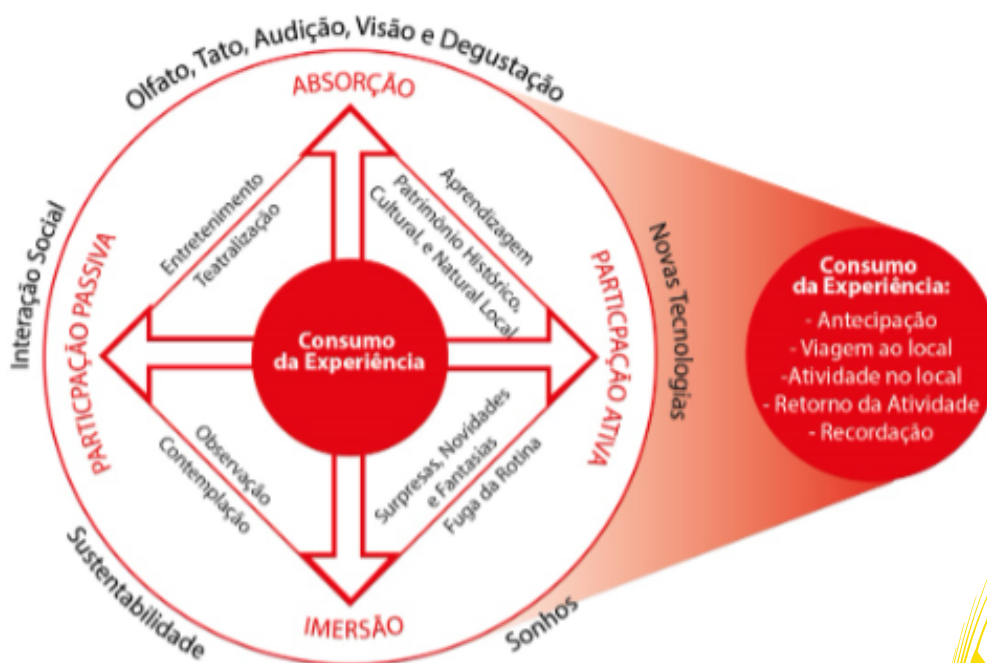
Oferecer tours de bicicleta que incluem visitas a cervejarias locais pode ser uma oportunidade para os turistas experimentarem a cerveja local e se exercitarem ao mesmo tempo.



Capítulo 3

Concepção do Produto Turístico

Os quadrantes da economia da experiência



A parte mais teórica desse livro busca apresentar os fundamentos essenciais para a construção de uma experiência turística.

Inicia-se a apresentação com a demanda, tendo o consumo da experiência como elemento central. Salientam-se as fases do consumo (pré-consumo, compra, consumo e pós-consumo) que podem ter variações de outros itens. Os domínios de Pine II e Gilmore são a base do esquema. Assim, temos no quadrante que envolve o consumo da experiência a participação do turista (ativa ou passiva) e o modo como ele consome (absorção ou imersão), formando as quatro categorias de experiência (entretenimento, contemplação (estetic), fuga da rotina(escapism) e aprendizado (education).

A teatralização é uma tendência nos serviços turísticos e pode ser utilizada no tour de cervejarias de diferentes formas, a criatividade da equipe é livre.

No quadrante do aprendizado, a questão do patrimônio histórico/natural local e a maneira como pode se envolver a questão da educação e do conhecimento no consumo da experiência turística, devem ser levados em conta.

No quadrante de fuga da rotina, é importante trabalhar as surpresas, novidades e fantasias, tornando o consumo algo diferente e inédito para o turista e, por último, no quadrante da contemplação, a questão da observação (pouco relacionada ao serviço de Cervejarias).



Sentidos e sensações:
Trabalhar e aflorar o tato,
audição, olfato, paladar e
visão no consumo da
experiência pelo turista
pode ser trabalhada de
diversas maneiras.

Sonhos: Buscar se
diferenciar no serviço,
tornando aquela
experiência altamente
memorável.

Interação Social: buscar
explorar as relações turista-
turista, turista-locais ou
internamente entre os
turistas (mesma família,
mesmo grupo).

A sustentabilidade
desponta como outra
variável importante
dentro do contexto de
consumo de experiências.
Experiências sustentáveis,
de valorização do
histórico-cultural e
ambiental.

Novas tecnologias:
realidade aumentada,
metaverso, entre outras.



Capítulo 4

Atributos do Serviço Turístico e Elaboração do Tour na Cervejaria

Acesso

A categoria de acesso leva em conta as facilidades de acesso que o visitante do Tour na cervejaria pode ter. Dessa forma, é importante que o gestor do serviços de visitação da cervejaria esteja atento a alguns itens:

1. Estacionamento: importante ter espaço de estacionamento, fazer um cálculo mínimo de vagas conforme demanda e capacidade de atendimento da cervejaria.
2. Google Meu Negócio: a localização, horários, formas de se chegar deverão estar dispostas no Google Meu Negócio para auxiliar a chegada do cliente.

3. Sinalização Externa: placas indicativas de distância e localização podem ser instaladas ao longo das principais vias que o cliente deverá percorrer para chegar na Cervejaria.



Espera pelo Serviço

Essa categoria diz respeito a um elemento relevante dentro do contexto da qualidade de serviços que é o tempo.

Fazer o cliente esperar muitas vezes é inevitável. A gestão do tempo da jornada de serviço é importante para, em caso de espera, esse tempo esteja ocupado com alguma atividade na cervejaria.

Assim, é importante que o gestor, ao decidir transformar sua cervejaria em um produto turístico se atente a:

1. Reservas antecipadas: dessa forma se evitam filas na bilheteria em caso de muitas pessoas chegarem ao mesmo tempo.

2. Tempo de espera no atendimento inicial: é importante que existe um serviço de recepção do cliente, acomodando ele no pré tour, dando informações e direcionando o mesmo para o consumo do serviço.

3. Tempo do Tour: o passeio pela cervejaria não pode ser simples demais nem demorado demais. Indica-se, com o tempo de degustação, um tempo máximo de 1 hora e mínimo de 30 minutos. Obviamente que isso é uma média geral, em exceções pode ser mais ou menos.

4. Tempo de espera para a degustação: a degustação poderá ser realizada durante o Tour ou ao final dele, caso seja realizada por último, é importante criar processos para que o serviço seja realizado de maneira rápida, sem deixar o cliente esperando por muito tempo. Indica-se o máximo de 5 minutos entre o término do tour e o início da degustação.

Facilidade de Compra

A categoria de Facilidade de Compra leva em conta a facilidade que o cliente tem em comprar os tickets do Tour.

Dessa maneira, o gestor que deseja implementar o serviço de visitação deve:

1. Criar um site com informações sobre a cervejaria e o tour e fazer venda de tickets online. É possível desenvolver um atendimento multiplataforma (redes sociais, whatsapp) para facilitar o processo de compra.

2. Bilheteria: aceitar cartões, pix, e outras formas de pagamento faz com que o empreendimento facilite a compra. Tenha disponível ao cliente o maior número de opções de pagamento.



Horários

A categoria de Horários leva em conta os dias e horários disponíveis para fazer o tour.

Assim, a cervejaria deve decidir se terá funcionário específico para fazer o guiamento e a degustação ou contratará empresa terceirizada para o serviço.

De todo modo, indicamos também analisar a demanda em destinos com alta e baixa temporada.

O ideal, é sempre possibilitar a visita em dias de semana e fins de semana, com 3 a 5 horários por dia.

1. Inicie com abertura de Tour permanente com 1 horário por dia de fim de semana (Sábado e Domingo)
2. Conforme a demanda for aumentando, aumente os horários de fim de semana e crie horários específicos em dias de semana.
3. Após o período de implementação do serviço, finalize o quadro de horários e comece a divulgá-lo de maneira ampla.



Conforto

A categoria de conforto está relacionada ao bem estar do cliente durante o consumo do serviço.

Assim, é importante ao transformar a fábrica de cerveja em um local para visitação que o gestor saiba que algumas alterações serão necessárias.

1. Temperatura: instalação de ar condicionados para o calor e aquecedores para o frio.
2. Acústica: som ambiente, música em volume adequado. Ruídos indesejáveis controlados.
3. Locais para descanso na cervejaria: poltronas, puffs, e outras estruturas propícias para o cliente relaxar e descansar.



Elemento Humano

A categoria de Elemento Humano leva em conta as pessoas relacionadas à prestação de serviços.

Desse modo, treinamento, motivação, trabalho em equipe e procedimentos bem definidos são a base para um bom desempenho nesse quesito do serviço.

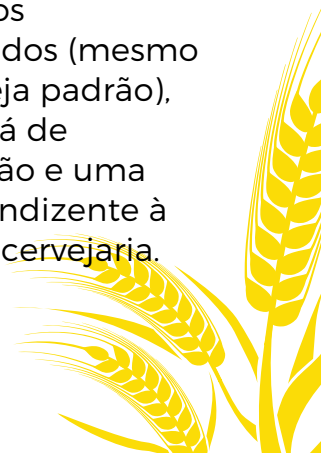
Ao gestor, indicamos:

1. Apresentação do Serviço ao Cliente: logo no início do Tour, apresente como será, quanto tempo irá durar e como acontecerá a degustação. Isso faz com que a expectativa do cliente seja mediada de tal forma a facilitar a avaliação do serviço.

2. Atenção e Atendimento: desenvolva procedimentos operacionais e roteiros de atendimento. Treine a equipe de modo que sejam atenciosos e atendam muito bem os clientes.

3. Conhecimento Técnico: treine perfeitamente bem sobre os processos de explicação no tour. Faça reciclagens constantemente.

4. Postura e Uniforme: mantenha sempre os funcionários uniformizados (mesmo que não seja padrão), com crachá de identificação e uma postura condizente à cultura da cervejaria.



Experiência

A economia da experiência, difundida por Pine e Gilmore em 1999 chegou no turismo com uma aderência gigantesca.

Ultrapassar o degrau da oferta de um serviço e chegar em um patamar de oferta da experiência é um desafio que os gestores passaram a ter.

Em cervejarias, é algo mais palpável, pois trabalhamos com os 5 sentidos, integração social, entretenimento e outras variáveis que auxiliam no projeto de criação da experiência.

Assim, busque trabalhar:

1. Estética: tenha um decoração interessante, um cuidado com o estético, mobiliário e equipamentos. Tenha locais intangramáveis.

2. Entretenimento: por di só o Tour já é diversão. Mas tente extrapolar o tour oferecendo outras atividades acessórias que divirtam o cliente.

3. Aprendizado: o turista atual busca aprender algo sobre o destino ou o que está visitando. Busque ensinar o cliente sobre o processo produtivo, a história da cervejaria ou alguma curiosidade que possa marcar ele.

4. Fuga da Rotina: crie uma história que prenda o visitante. Faça com que ele fique imerso no passeio, esquecendo de seu cotidiano..



Segurança

A segurança é a liberdade do perigo, risco ou dúvida. Ela inclui a segurança física, mental e segurança financeira. Em atrativos turísticos considera-se importante a segurança pois mostra zelo e cuidado por parte do destino para com seu turista.

A segurança faz com que o turista se sinta livre de qualquer perigo para consumir o atrativo.

Além de ter todos os alvarás em dia, é necessário que a Cervejaria comunique sobre seu sistema de prevenção e segurança

Aviso do sistema de emergência: Nos atrativos que possuem sistema de emergência, essas informações devem ser passadas ao turista, caso existam. Considera-se que o aviso do sistema de emergência faz parte dos procedimentos de segurança do atrativo e podem influenciar na qualidade de serviços percebida pelo turista



Infraestrutura

Este indicador diz respeito à infraestrutura, manutenção dos equipamentos, materiais e ferramentas dispostos na Cervejaria.

A qualidade de serviços é mensurada aqui a partir da disponibilidade de serviços de manutenção no atrativo e de como estão no momento do consumo.

Dessa forma, o gestor deverá pensar nos seguintes itens para iniciar o serviço de visitação.

1. Mobiliário da recepção
2. Mobiliário de descanso
3. Itens para degustação
4. Manutenção dos banheiros
5. Utensílios para harmonizações



Sinalização Interna

A sinalização interna faz com que o cliente consiga se movimentar melhor dentro da Cervejaria. Assim é importante que o gestor pense:

1. Placas de sinalização de locais dentro da cervejaria Inclusive para auxiliar o processo de aprendizado, indicando os processos produtivos
2. Identificação de salas, locais, banheiros e outros. Fazendo com que o cliente esteja seguro e informado de onde está.



Tecnologia

Os dispositivos tecnológicos podem auxiliar na criação da experiência na cervejaria. Assim, busque desenvolver:

1. Site e redes sociais: com informações sobre o Tour, horários, valores e compra online.

2. Wifi free: disponibilize internet sem fio para os clientes de maneira gratuita fazendo com que os mesmos se conectem facilmente e façam marketing ativo nas redes sociais.

3. Outras tecnologias: realidade virtual, realidade aumentada, audio guias, projeções e outras tecnologias podem ser utilizadas para diferenciar o tour da cervejaria, imergir de melhor maneira o cliente e tornar o passeio mais competitivo.



Limpeza

A limpeza é uma questão primordial para um passeio dentro de um parque fabril alimentício.

Assim, além da preocupação normal com as normas sanitárias, o gestor deverá se preocupar com todo o processo de visitação e a segurança da produção.

Além disso, deve se atentar para:

1. Limpeza do salão de degustação
2. Limpeza dos banheiros
3. Limpeza geral dos espaços



Degustação

A degustação é um dos pontos chave do serviço de visitação da cervejaria .

Leve em conta alguns pontos para desenvolver o seu projeto de visitação.

1. Explore os 5 sentidos. Pense em como exploração além do sentido gustativo, o olfato, a visão, o tato e a audição. Busque apresentar o lúpulo e o malte de forma criativa.
2. Não economize na variedade. Quanto mais variedades comportar na degustação, melhor. O custo deve ser absorvido no ticket de entrada.

3. Inclusive uma estratégia de viabilizar uma ampla degustação é transformar um ticket mais "caro" em créditos totais ou parciais na loja de projetos.

4. Se atente para os utensílios: copos, taças, réguas, e outras ferramentas. Devem estar limpos e em bom estado de conservação.



Variedade de Atividades

O gestor deve pensar sempre em incluir mais atividades dentro do escopo de oferta da cervejaria.

O que oferecer, dependerá de uma série de fatores, como locais e espaços disponíveis, recursos para investir, entre outros.

Seguem algumas ideias:

1. Brinquedoteca ou Playground infantil. Para mães e pais que desejam fazer o tour e deixar os filhos se divertindo.
2. Música ao vivo no bar pós degustação
3. Karaoke
4. Bistrô ou restaurante ligado à cervejaria para oferecer esse tipo de serviço

5. Exposições periódicas de arte e cultura
6. Feiras de artesanato, produtos orgânicos entre outros.



Loja de Produtos

Não esqueça que a ideia de oferecer o serviço de visitação, além de atender a um desejo de turistas e moradores da cidade   o de fortalecer a marca da cerveja.

Dessa forma, ter uma loja de produtos no final do Tour proporciona a oportunidade de clientes comprarem rótulos, souvenirs e outros produtos com a marca da cervejaria.

Uma boa estratégia   colocar o espaço da loja p s degusta o, aproveitando um momento de felicidade para oferecer os produtos.



Agradecimentos

Instituto Federal de Santa Catarina
Fundação de Amparo a Pesquisa e Inovação do
Estado de Santa Catarina
União Cervejeira
Reinoldo e Thiago- Cervejaria da Ilha
Renildo Nunes - Faixa Preta
Ricardo - Kairos
Luciano - Unika
Erimar e Gabriela - Nefasta
Guilherme - Loop
Eduardo - Sunset

Prof. Tanes Kfourri (IFSC)
Alunos e alunas do Campus Florianópolis-Continente
que participaram das atividades do Projeto

Maria Camila Ramirez Upegui (Bolsista)
Giovane Amaral de Castro (Aluno Gestão do Turismo)



O Projeto

Esse ebook é fruto do Projeto de Pesquisa: Desenvolvendo o Turismo Cervejeiro na Grande Florianópolis - adaptação dos indicadores do Tourqual para a melhoria dos serviços das cervejarias da região.

O projeto finalizou em Março de 2023 e produziu além desse ebook:

1. Ebook de Receitas de Harmonização com estilos produzidos pelas Cervejarias da região
2. TCC de Giovane Castro avaliando os indicadores de serviços turísticos em 8 Cervejarias (5 na Grande Florianópolis e 3 em Gramado - RS)
3. TCC de Maria Camila Upegui avaliado o serviço de 7 bares de cervejarias artesanais da região e propondo a Rota Turística Bar to Bar do Bairro Santa Mônica em Florianópolis
4. Criação da identidade visual do Projeto
5. Criação de um site informativo sobre as cervejarias da região
6. Testes gastronômicos e evento realizado com auxílio dos alunos do Curso Superior de Gastronomia, Técnico de Cozinha e Técnico de Serviço de Restaurante e Bar.



O Projeto

— ROTA —
CERVEJEIRA
FLORIPA

— ROTA —
CERVEJEIRA
FLORIPA

— ROTA —
CERVEJEIRA
FLORIPA

— ROTA —
CERVEJEIRA
FLORIPA

— ROTA —
CERVEJEIRA
FLORIPA

— ROTA —
CERVEJEIRA
FLORIPA



O Projeto





