

CERVEJARIAS ARTESANAIS

INFORME SETORIAL

Plantar lúpulo é negócio que cresce na esteira das cervejarias artesanais

O Estado de S. Paulo.

O Brasil tem se mostrado terreno fértil para a produção de lúpulo, mesmo em condições climáticas distintas das de locais de origem da planta, como Estados Unidos e Alemanha. Se em 2018 havia 60 empreendedores dessa cultura no País, hoje são cerca de 190 cadastrados pela Associação Brasileira de Produtores de Lúpulo (Aprolúpulo), alta que surfa na onda das cervejarias artesanais.

“Existia uma máxima de que era impossível plantar lúpulo em lugares que não fossem frios. Estamos provando o contrário. Já há plantações em 11 Estados, como Rio Grande do Norte e Goiás. O lúpulo do cerrado é maravilhoso”, afirma Flávio Melo Novaes, cofundador da Aprolúpulo e um dos sócios da startup Lúpulo Alto Tietê, em Mogi das Cruzes (SP).

O lúpulo, da espécie *Humulus lupulus*, é o elemento que dá aroma e amargor à cerveja. Além de contribuir para a formação de espuma, é responsável pela conservação da bebida, e as safras costumam ocorrer duas vezes ao ano.

“É uma planta que precisa de cerca de 16 horas de luminosidade. Para suprir essa demanda, é comum utilizar uma iluminação de LED nos campos, que tem custo baixo, menos de R\$ 100 por mês para cerca de mil lâmpadas”, diz Novaes.

A Alto Tietê iniciou suas atividades em 2016 com oito plantas importadas dos

EUA. Agora, já são 1,2 mil, em uma área de 8 mil metros quadrados, com capacidade de expansão para 30 mil m². A startup ainda conta com viveiro de mudas, registrado no Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa), processo de beneficiamento e presta serviços de consultoria.

“Queremos englobar toda a cadeia do lúpulo”, destaca o engenheiro, que já investiu R\$ 450 mil e hoje mantém o negócio com o fluxo de caixa. Segundo ele, oito viveiros no País estão credenciados no Mapa e há 48 variedades cadastradas.

Nos últimos sete meses, a startup elevou em dez vezes a produção. Estima-se que a próxima safra produzirá 250 kg. As vendas são feitas pela internet e enviadas via Correios, inclusive para outros tipos de empreendimentos, que têm produtos como chás, cosméticos e fumo. Como se trata de uma flor, o mais comum é vender o lúpulo em forma de pellet – depois de colhido, seco em estufa e triturado, é comprimido em pequenos cilindros.

“As pessoas que gostam de cerveja buscam outros aromas. O mais interessante é que o lúpulo se comporta como o terroir dos vinhos, ou seja, há diferença entre uma mesma variedade de planta cultivada em locais distintos. É uma característica fantástica que abre o leque de opções de cervejas”, diz o produtor, que vê a liberação e o credenciamento de defensivos agrícolas no Mapa entre os desafios do setor para facilitar o manejo.

O Brasil chegou a 1.383 cervejarias registradas em 2020, um aumento de 14,4% em relação ao ano anterior. Segundo o Anuário da Cerveja, houve um crescimento de micro cervejarias nos últimos anos, o que ampliou o interesse pelo lúpulo de qualidade.

Foi o que observou Leandro Dalcin, fundador, ao lado do irmão, Adriano Dalcin, da Lúpulos Dalcin, em Taguaí (SP). Eles iniciaram a produção em 2018 e hoje cul-

tivam 1.400 plantas, de oito variedades, em um campo de 6 mil metros quadrados. As espécies mais vendidas são a Comet e a Cascade, com custo que varia de R\$ 230 a R\$ 250 o quilo.

“Conseguí colher muito já na primeira safra. É uma planta muito rápida, com ciclo de quatro a cinco meses. Mas foi difícil porque na época não conhecia muito bem sobre a colheita. Já em 2020, comecei a vender”, conta o produtor, que investiu R\$ 100 mil no negócio, em propriedade familiar. “Estamos em fase de investimento em maquinário.”

A Dalcin comercializa seu lúpulo para mais de dez cervejarias, como Cuesta e Goose Island, e mantém contrato fixo com a Dogma e a BR Brew. “Produzimos cerca de 300 kg por safra. Não é o suficiente para atender às grandes.”

A maior parte da matéria-prima utilizada pelas cervejarias ainda é importada, cerca de 4.721 toneladas. A produção brasileira em 2020 foi de cerca de 9 toneladas e, em 2021, subiu para 24 toneladas, segundo a Aprolúpulo, menos de 1% do mercado. A área plantada subiu de 18 hectares para 40 hectares entre 2020 e 2021.

“O caminho agora é para as cervejarias artesanais. São lotes pequenos de cerca de mil a 2 mil latas”, explica Leandro Dalcin, que viu seu faturamento aumentar 50% entre 2020 e 2021. A capacidade só não é superior, segundo ele, por falta de mão de obra especializada e maquinário.

“Não temos tecnologia para colher lúpulo. Hoje, a produção é muito manual, o que encarece o produto. Em uma linha de 100 plantas, com maquinário especializado, colhem-se 170 por hora. Com três ajudantes e minha máquina atual, levo quatro dias.”

Atento a oportunidades, José Felipe Carneiro, cofundador da cervejaria Wäls (hoje da Ambev), investiu cerca de R\$ 1 milhão na plantação e na importação de

máquinas para iniciar suas produções de lúpulo neste ano, em Belo Horizonte e Carmo da Cachoeira (MG).

A ideia é criar um ‘lupulal’ urbano, com venda de cervejas no local. “Quero fazer algo semelhante às vinícolas sul-africanas e trazer as pessoas da capital para essa neorruralidade. Alugamos uma área e refizemos o terreno para criar uma fazenda cervejeira, projeto da Brazilian Hop King, da Brazuca Lúpulos e da Van de Bergen Lúpulos.”

Núcleo de Inteligência – ADECE/SEDET

Edição 382 - Em 25 de fevereiro de 2022

Os textos do conteúdo exposto neste informativo não são de autoria do Governo do Estado do Ceará.