

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
INSTITUTO DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE ALIMENTOS
CURSO DE ENGENHARIA DE ALIMENTOS**

**ANÁLISE DO MERCADO DE CACHAÇA ARTESANAL
NO RIO GRANDE DO SUL**

Alisson de Souza Cunha

**Porto Alegre
2018**

Alisson de Souza Cunha

**ANÁLISE DO MERCADO DE CACHAÇA ARTESANAL
NO RIO GRANDE DO SUL**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado
como requisito parcial para obtenção do título
de Engenheiro de Alimentos do Instituto de
Ciência e Tecnologia de Alimentos da
Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Orientador: Prof. Dr. Jean Philippe Palma Révellion

Porto Alegre

2018

Alisson de Souza Cunha

**ANÁLISE DO MERCADO DE CACHAÇA ARTESANAL
NO RIO GRANDE DO SUL**

Trabalho de conclusão de curso apresentado à Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial para obtenção do título de Engenheiro de Alimentos

Aprovado em: ___/___/___

Jean Philippe Palma Révillion (Orientador)
Doutor em Agronegócios
ICTA/UFRGS

Vitor Manfoi
Doutor em Ciência e Tecnologia Agroindustrial
ICTA/UFRGS

Marcelo Silveira Badejo
Doutor em Agronegócios
FURG

“O verdadeiro sentido da vida, não é chegar primeiro, mas chegar todos juntos ao mesmo destino. ”

Phillip Patrick Dmitruk

RESUMO

Reconhecida como patrimônio material e imaterial da cultura brasileira, a cachaça remonta a história econômica e social do país, tendo destaque tanto no mercado interno quanto no externo. Atualmente, afirma-se que a cachaça é o segundo maior mercado de bebidas alcoólicas no Brasil. A fim de compreender o mercado de cachaça artesanal do RS, foram analisadas características sociais e os padrões de consumo de uma amostra intencional de consumidores de cachaça e o posicionamento de quatro produtores regionais no mercado de bebidas alcoólicas. A metodologia utilizada para a caracterização da amostra dos consumidores foi baseada em questionários com abordagem de escopo que foram do consumo geral de bebidas destiladas para o consumo particular da cachaça. Quanto aos produtores, foram utilizados questionários semiestruturados tendo como eixos principais de discussão o direcionamento da empresa frente ao seu público alvo; a caracterização da produção e; da comunicação e marketing da empresa. Os resultados da pesquisa junto aos consumidores demonstram que o consumo de cachaça é fortemente ligado à preparação de *drinks*, consumo domiciliar e em eventos sociais. Como conclusão, o mercado de cachaça artesanal no RS é promissor, visto que as cachaçarias entrevistadas se alinham com algumas tendências de consumo observadas na pesquisa quantitativa, se utilizam do turismo para conscientização e exploração do consumidor de cachaça, com possibilidades de maior exploração do mercado regional, atendendo um público de faixa etária variada e de maior poder aquisitivo e voltado para a priorização de satisfação e qualidade sensorial ao consumir a bebida.

Palavras-chave: cachaça artesanal, destilados.

ABSTRACT

Cachaça is a Brazilian alcoholic beverage recognized as part of the country's material and immaterial cultural heritage. It stands out in both internal and external markets, being currently stated as the second largest market for alcoholic beverages in Brazil. In order to understand the artisanal *cachaça* market in Rio Grande do Sul (the southernmost state of Brazil), social characteristics and consumption patterns of an intentional sample of *cachaça* consumers were analyzed, as well as the positioning of four regional producers of the beverage. The methodology used to characterize the sample of consumers was based on questionnaires with a scope on both the overall consumption of distilled beverages and the particular consumption of *cachaça*. For the producers, semi structured questionnaires were used, with the companies' targeting audience, production characterization, communication and marketing as main axes of discussion. As a conclusion, the artisanal *cachaça* market in the State of Rio Grande do Sul, Brazil is promising, with possibilities for greater exploration of the regional market, serving a wide range of people with greater purchasing power.

Keywords: artisanal *cachaça*, distilled beverages

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Fluxograma de processo de fabricação de cachaça artesanal	19
Figura 2. Comparativo dos canais on-trade e off-trade de bebidas destiladas entre os anos de 2012 e 2017.	33
Figura 3. Faixa etária dos consumidores de bebidas alcoólicas destiladas participantes da pesquisa.	38
Figura 4. Renda familiar de consumidores de bebidas alcoólicas destiladas participantes da pesquisa.	39
Figura 5. Tipos de bebidas destiladas consumidas por consumidores do RS	40
Figura 6. Grau de preferência de em um determinado grupo de bebidas pré-selecionado.	40
Figura 7. Faixa etária dos consumidores de cachaça participantes da pesquisa.....	42
Figura 8. Renda familiar dos consumidores de cachaça participantes da pesquisa..	42
Figura 9. Principais momentos que os entrevistados buscam consumir cachaça.....	43
Figura 10. Principais características procuradas na cachaça pelos participantes da pesquisa.	44
Figura 11. Preferência em relação aos tipos de cachaça.....	45
Figura 12. Relação entre renda familiar e tipo de cachaça consumida.....	45
Figura 13. Motivos do não consumo de cachaça	46

LISTA DE TABELAS

Tabela 1. Aquisição domiciliar per capita anual, por classes de rendimento total.....	15
Tabela 2. Fatores que afetam a qualidade e desempenho/rendimento do processo da cachaça relacionados à moagem da matéria-prima.....	20
Tabela 3. Características físico-químicas de aguardente à base de cana-de-açúcar e cachaça.....	28
Tabela 4. Limites de compostos tóxicos em aguardente à base de cana-de-açúcar e cachaça.....	28
Tabela 5. Ranking dos maiores importadores de cachaça e aguardente no ano de 2016	32
Tabela 6 Dados dos produtores de cachaça artesanal entrevistados	37

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	11
2. OBJETIVOS	13
2.1. Geral	13
2.2. Específicos.....	13
3. REVISÃO DA LITERATURA	14
3.1. Consumo de bebidas alcoólicas no Brasil	14
3.2. História da cachaça	15
3.3. Cana-de-açúcar.....	16
3.4. Etapas do processo de produção da cachaça	18
3.4.1. Recepção e descarregamento	19
3.4.2. Moagem da cana-de-açúcar.....	20
3.4.3. Filtração e decantação do caldo	21
3.4.4. Fermentação do mosto	21
3.4.5. Destilação do vinho	23
3.4.6. Armazenamento.....	25
3.4.7. Envelhecimento	25
3.4.8. Filtração e padronização.....	26
3.4.9. Envase	26
3.5. Padrões físico-químicos e padrões de identidade e qualidade da cachaça	27
4. ANÁLISE DO SETOR PRODUTOR DE CACHAÇA	30
5. METODOLOGIA	36
5.1. Caracterização dos consumidores de bebidas destiladas e cachaça ...	36
5.2. Análise do posicionamento das cachaçarias artesanais do RS.....	36
6. RESULTADOS E DISCUSSÕES	38

6.1. Características dos consumidores de bebidas alcoólicas destiladas entrevistados e suas preferências de consumo	38
6.2. Características dos consumidores de cachaça entrevistados e seus padrões de consumo.....	41
6.3. Análise do posicionamento do produtor artesanal em relação ao mercado.....	47
7. CONCLUSÕES	53
8. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	55
APÊNDICE A – Questionário	59
APÊNDICE B - Entrevista.....	63

1. INTRODUÇÃO

A cachaça, bebida tipicamente brasileira, advém dos primórdios da formação do Brasil com a introdução das culturas de cana-de-açúcar pelos portugueses. A bebida é reconhecida tanto por suas contribuições e influências na cultura brasileira, quanto na economia atual do país.

De acordo com a legislação brasileira de Padrão de Identidade e Qualidade (PIQ), cachaça é a denominação típica e exclusiva da aguardente de cana produzida no Brasil, com graduação alcoólica de 38% vol (trinta e oito por cento em volume) a 48% vol (quarenta e oito por cento em volume) a 20°C, obtida pela destilação do mosto fermentado do caldo de cana-de-açúcar, apresentando características sensoriais peculiares (BRASIL, 2005).

Estima-se que no Brasil, atualmente, sejam produzidos em torno de 1,7 bilhão de litros de cachaça, tendo importante destaque tanto no mercado interno quanto no externo. Afirma-se que a cachaça é o segundo maior mercado de bebidas alcoólicas no Brasil, atrás apenas da cerveja, e o terceiro destilado em volume no mundo (ABRABE, 2014). A bebida tem sido bastante explorada no mercado interno e no mercado externo, tendo participação em todo território brasileiro e exportação para diversos países, com crescimento principalmente entre os países europeus e os Estados Unidos.

Regiões produtoras como São Paulo, Bahia, Ceará e Minas Gerais se despontam das demais e já são reconhecidas como símbolo de qualidade e produção de cachaça. Apesar do Rio Grande do Sul ter um volume de produção menor se comparado com as demais regiões produtoras, o estado tem se destacado no cenário da cachaça artesanal, principalmente pelas iniciativas de melhoria da qualidade e de apresentação dos seus produtos (SCARTON, 2011).

Sendo a aguardente de cana um produto de grande aceitação no mercado interno e externo, é importante que se caracterize os consumidores da bebida, tanto suas características sociais e seus padrões de consumo, quanto como os produtores se posicionam no mercado afim de atendê-los.

Esse estudo representa um esforço pioneiro no sentido de entender características de consumo de cachaça no RS. Para tanto, utilizou-se uma amostra

intencional de consumidores de bebidas alcoólicas destiladas no RS, com questionários com abordagem de escopo que foram do consumo geral de bebidas destiladas para o consumo particular da cachaça. As entrevistas tratam de aspectos referentes as preferências do consumidor, momentos e locais de consumo, bem como características desejadas no consumo da cachaça, formas de consumo da bebida em questão, entre outros aspectos.

Além do estudo com consumidores, buscou-se entender como quatro cachaçarias artesanais regionais se posicionam no mercado de bebidas alcoólicas, tendo como eixos principais de discussão: o direcionamento da empresa frente ao seu público alvo; a caracterização da produção e; da comunicação e marketing da empresa. A partir desse estudo, pretende-se compreender o mercado de cachaças artesanal no RS.

2. OBJETIVOS

2.1. Geral

O presente trabalho tem por objetivo:

- A compreensão do mercado de cachaças artesanais no Rio Grande do Sul

2.2. Específicos

- Caracterizar os consumidores de bebidas alcoólicas destilados no Rio Grande do Sul e suas preferências de consumo.
- Caracterizar os consumidores de cachaça do Rio Grande do Sul e seus padrões de consumo.
- Analisar o posicionamento de produtores de cachaça artesanal locais no mercado do Rio Grande do Sul.

3. REVISÃO DA LITERATURA

3.1. Consumo de bebidas alcoólicas no Brasil

O álcool é a substância psicoativa mais consumida em todo o mundo. Em 2017, a Organização Mundial da Saúde (WHO/OMS) estimou que 38,3% da população mundial com idade maior que 15 anos consumiram bebidas alcoólicas no último ano. Considerando todos os países do mundo, a média anual de consumo per capita foi de 6,4 litros de álcool puro (a medida “álcool puro” ingerida por pessoa não equivale ao volume de bebidas alcoólicas que é consumido) (OMS, 2017), com diferenças entre as regiões do mundo.

Segundo a OMS, o consumo de álcool per capita no Brasil aumentou 43,5% em dez anos e agora supera a média internacional. Em 2006, cada brasileiro com idade igual ou superior a 15 anos bebia o equivalente a 6,2 litros de álcool puro por ano (OMS, 2007) e, em 2016, a taxa chegou a 8,9 litros (OMS, 2017). O Brasil assumiu a 49ª posição do ranking de maiores consumidores de álcool entre os 193 países avaliados.

As estatísticas lançadas pelos estudos da OMS utilizando como instrumento de medida a ingestão de álcool puro, permitem uma introdução a dados mais homogêneos do consumo de álcool. Nas pesquisas realizadas não são incluídas bebidas de fabricação caseira ou clandestinas. No caso brasileiro, mais da metade da população consome bebidas alcólicas, porém quase metade é abstinência (nunca tomou e/ou não consome a mais de um ano), ou seja, a parcela da população que consome bebidas alcoólicas no Brasil apresenta um consumo médio de 18 litros de álcool puro por ano, ou seja, o triplo da média global (ACSERAD et al., 2012).

Segundo o estudo LARANJEIRA *et al.* (2007), mulheres tendem a apresentar comportamento abstinência (59%) e os homens costumam beber com maior frequência (39% bebem pelo menos 1 vez/semana, dos quais 11% bebem diariamente). Tendo como parâmetro a faixa etária do estudo, pessoas com idade superior a 60 anos são frequentemente abstinências, brasileiros com até 44 anos representam os maiores consumidores de bebidas alcoólicas no país, sendo que dentro dessa faixa etária, cerca de 23% dos jovens beberam de forma frequente, ou seja, de 1 a 4 vezes na semana.

No Brasil, a cerveja tem grande destaque, representando quase 70% do consumo em volume, seguido de vinhos e bebidas alcoólicas destiladas (Euromonitor International, 2016). Dentro do universo das bebidas alcoólicas destiladas, o consumidor brasileiro tem preferência pela cachaça, vodca, uísque, tequila, gim e rum.

Segundo a Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF) 2008/2009, realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), as despesas com bebidas alcoólicas têm maior participação nos gastos familiares mensais, conforme aumenta a renda familiar. A tabela 1, apresenta aquisição alimentar domiciliar per capita anual em quilos por classes sociais.

Tabela 1. Aquisição domiciliar per capita anual, por classes de rendimento total.

Produtos	Aquisição alimentar domiciliar per capita anual (kg)						
	Total	Classes de rendimento total e variação patrimonial mensal familiar (R\$)					
		até 830	mais de 830 a 1245	mais de 1245 a 2490	mais de 2490 a 4150	mais de 4150 a 6225	mais de 6225
Bebidas e infusões	50.713	21.635	34.139	46.512	67.109	76.921	107.730
Bebidas alcoólicas	6.798	2.136	3.888	5.315	9.163	11.326	19.210
Aguardente	0.192	0.235	0.271	0.163	0.205	0.090	0.115
Cerveja	5.632	1.623	3.049	4.606	7.827	9.431	15.444
Vinho	0.731	0.175	0.362	0.413	0.851	1282	2978
Outros	0.243	0.103	0.205	0.134	0.280	0.522	0.673

Fonte: IBGE, 2008.

A POF 2008/2009 demonstra ainda que o consumo de cerveja está associado às áreas urbanas, e que o consumo de bebidas destiladas é maior em domicílios fora do centro urbano, com maior presença de homens e adultos entre 30 e 59 anos, cujo chefe de família é homem e tem menos escolaridade.

3.2. História da cachaça

A aguardente ou cachaça à base de cana-de-açúcar é reconhecida como patrimônio material e imaterial do povo brasileiro (FEITOSA, 2005) e remonta a história econômica, social e cultural do Brasil.

A partir da introdução portuguesa dos engenhos de açúcar no Brasil na primeira década do século XVI, desenvolvida principalmente na faixa litorânea do nordeste do país (OLIVEIRA, 2010), a aguardente era vista apenas como um subproduto do

beneficiamento da cana-de-açúcar. Diversos poemas portugueses, como a Carta-II de Sá de Miranda, enaltecem a bebida, além de outras obras que descreviam o processamento da bebida e o fascínio dos escravos pelo gosto e sensação de bebidas alcoólicas destiladas (CASCUDO, 1967). Sua origem foi mitificada em lendas como a do melado esquecido que fermentou e, após evaporar, condensou e gotejou dando a origem à denominação “pinga”; ou mesmo do termo aguardente advindo da suposta ardência do líquido em contato com as feridas dos escravos (APPCA, 2009).

Foi só a partir do século XVII que a aguardente à base de cana-de-açúcar passou a ter importância econômica no país tanto internamente quanto externamente, servindo como subterfúgio das longas e duras jornadas de trabalho dos serviçais e como moeda de troca no mercado de escravos (FEITOSA, 2005).

A cachaça tem seu protagonismo dentro da história brasileira atuando em diversos acontecimentos históricos, sociais, econômicos e culturais como no desenvolvimento de centros urbanos na colônia, em revoltas como a Revolta da Cachaça e a Inconfidência Mineira, e na tentativa de reforçar uma identidade nacional na Semana de Arte Moderna em 1922 (PINHEIRO, 2003).

Apesar do seu enaltecimento e impacto na formação e desenvolvimento do Brasil, a cachaça passou e passa até hoje por uma série de preconceitos, pois sempre foi vista como a bebida para a população menos abastada e é frequentemente relacionada a termos alusivos e pejorativos ao alcoolismo (SANDRE, 2004).

3.3. Cana-de-açúcar

Originária do sudeste asiático sua exploração teve início com a civilização Persa, responsável por desenvolver técnicas de produção de açúcar e estabelecimento de rotas do açúcar em países asiáticos e africanos (DELGADO; CESAR, 1977). Os primeiros canaviais eram predominantemente de culturas da espécie *S. officinarum*, mas devido ao surgimento de doenças, houve a necessidade do cruzamento entre outras espécies de cana-de-açúcar da espécie do gênero *Saccharum* e recruzamento com a espécie antecedente (DA SILVA, 2011).

A cana-de-açúcar é uma gramínea C4 da família das *Poacea* constituída de colmos, onde ficam estocadas as reservas de sacarose, raízes fasciculadas, flores monoclinas e um sistema radicular (DA SILVA, 2011; HAMERSKI, 2009). É uma

cultura tropical que se desenvolve em regiões de clima quente, tendo seu cultivo concentrado em áreas subtropicais entre 15° e 30°-35° de latitude norte-sul, com temperaturas entre 18 e 35°C (MUTTON & MUTTON, 2010).

Dentro do cenário econômico brasileiro, a cana se destaca significativamente na agroindústria, sendo um dos setores produtivos que mais tem utilizado inovações tecnológicas para o aumento e qualificação da produção, minimização de custos e maximização de resultados. O aumento na qualidade de produção e as inovações tecnológicas recentes devem-se principalmente ao setor sucro-energético do país, outros setores, como o setor de bebidas à base de cana-de-açúcar, carecem de investimentos tecnológicos para o melhoramento do setor, porém se beneficiam com as pesquisas do setor energético (MUTTON & MUTTON, 2010). Atualmente, a região centro-sul do Brasil (sul, sudeste e centro-oeste) se destaca como maior produtora de cana-de-açúcar, tendo destaque o estado de São Paulo (CONAB, 2018).

A qualidade da matéria-prima para a produção de bebidas destiladas é influenciada por diversos fatores, entre eles a escolha da variedade da cana, o preparo do solo, o manejo do plantio e os sistemas de colheita, carregamento e transporte.

Atualmente existem diversas variedades comerciais de cana-de-açúcar disponíveis no mercado, várias delas desenvolvidas em programas de melhoramento genético de empresas públicas e privadas para obtenção de cultivares com maior produtividade de açúcar e álcool (MUTTON & MUTTON, 2010). Embora não haja programas de melhoramento para variedades específicas voltadas a produção de cachaça, priorizam-se cultivares que apresentam alta produtividade por hectare, alto teor de sacarose, baixo teor de fibras, alto teor de açúcar total recuperável, colmos sem tombamentos, ausência e/ou menor incidência de doenças e pragas, entre outras características (SALES, 2013; TORRES, 2017).

Em 2012, a EMBRAPA Clima Temperado, em parceria com a Rede Interuniversitária para o Desenvolvimento do Setor Sucroenergético (RIDESA), desenvolveram nove variedades adaptadas ao clima do Rio Grande do Sul, apresentando de média a alta produtividade agrícola condições regulares em situações de estresse por frio, boa sanidade vegetal, colheita em início e meio de safra com elevada riqueza de açúcar e crescimento rápido.

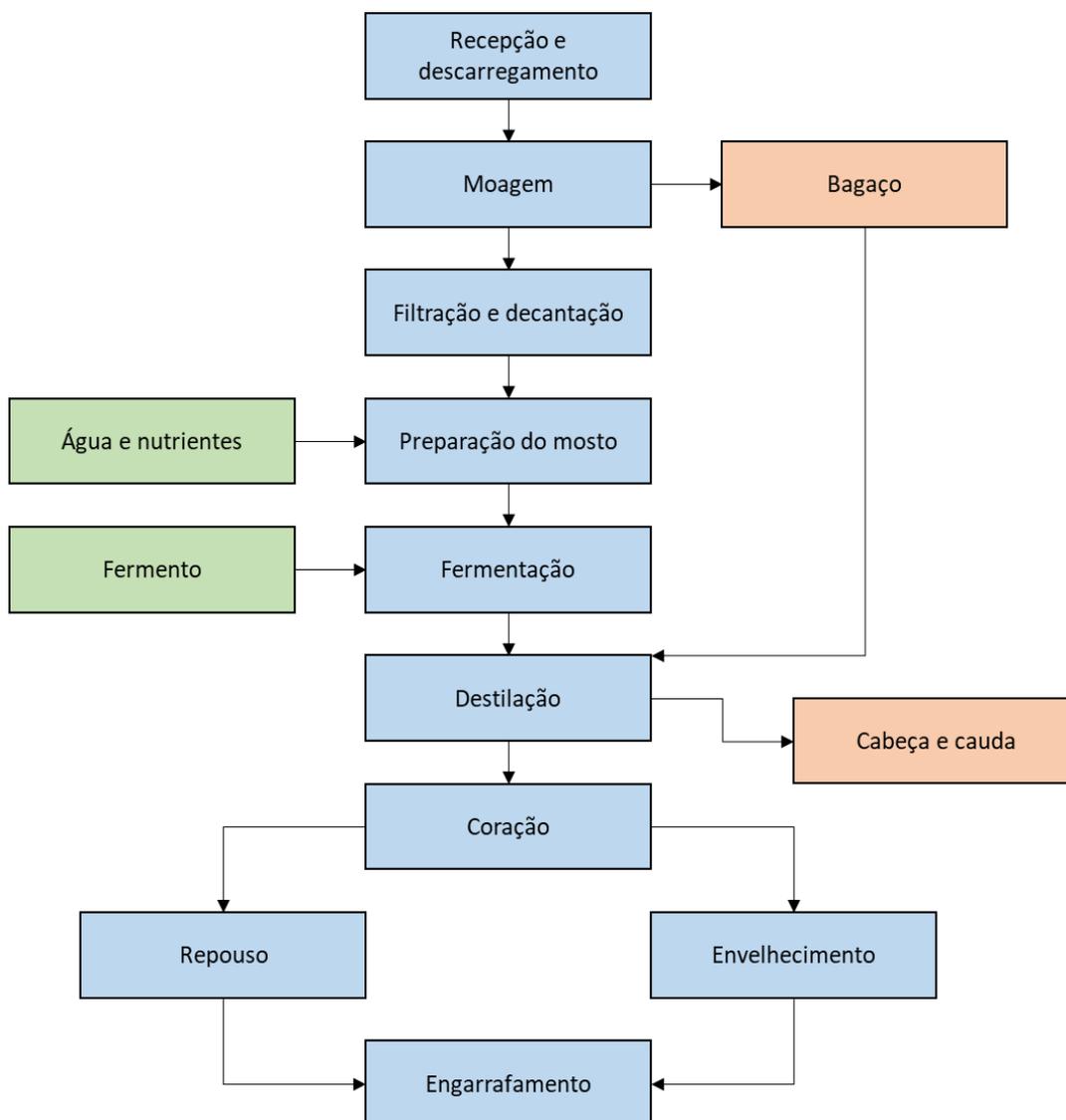
As épocas de plantio e colheita variam de acordo com a necessidade de matéria-prima. As diferentes épocas interferem na produtividade e longevidade de cortes (número máximo de cortes da cana) do cultivo. Para uma alta produção, tradicionalmente na região centro-sul do Brasil é aplicado o manejo de ano e meio ou 18 meses, quando o plantio ocorre nos meses de janeiro a março e colhidas no mês de maio do ano seguinte, compreendendo o ciclo de desenvolvimento completo da planta. Existem outras duas épocas, a de ano ou 12 meses e os plantios extemporâneos, que apresentam menor produtividade, maior risco de infestações e necessidade de solos e condições climáticas específicas (MUTTON & MUTTON, 2010; TORRES, 2017).

A maturação da cana é influenciada por diversos fatores, como as características da variedade, tipo de solo, adubação, época de plantio e colheita, irrigação, entre outros, sendo os mais importantes a relação de temperatura ambiente e umidade do solo. Para a produção da cachaça é fundamental que a colheita ocorra quando os colmos estejam com o maior acúmulo de açúcares.

3.4. Etapas do processo de produção da cachaça

O processo de produção de cachaça artesanal é feito através das seguintes etapas: recepção e descarregamento da matéria-prima, moagem, filtração e decantação, preparação do mosto, fermentação, destilação, repouso e/ou envelhecimento e engarrafamento. A figura 1, representa o fluxograma geral do processo de fabricação de cachaça, com suas respectivas entradas e saídas de insumos e resíduos. Os tópicos seguintes são destinados às descrições de cada processo.

Figura 1. Fluxograma de processo de fabricação de cachaça artesanal



Fonte: adaptado de CHAVES, 2003.

3.4.1. Recepção e descarregamento

Para garantir que a matéria-prima para o processo de fabricação de aguardente seja de qualidade, a cana-de-açúcar deve chegar madura, limpa e com menos de 24 horas de corte. Como a qualidade da aguardente depende do teor de sacarose, é aconselhável que a compra e recepção de matéria-prima sejam acompanhadas de testes de teor de açúcar. Além disso, é importante salientar que não é aconselhável ter estoques de cana, visto que a mesma pode azedar e/ou secar e diminuir a quantidade de açúcares fermentáveis e conseqüentemente a quantidade e qualidade da bebida (SEBRAE – ES, 1999).

3.4.2. Moagem da cana-de-açúcar

A matéria-prima destinada ao processo de produção de aguardente deve ser lavada com água potável afim de retirar ao máximo o teor de impurezas vegetais e minerais da cana-de-açúcar. A limpeza da matéria-prima é um fator importante para o rendimento e eficiência da moagem e fermentação do mosto, visto que as impurezas podem ser fontes de contaminação (CHAVES, 2003).

Após a limpeza da matéria-prima, afim de aumentar o rendimento de extração de caldo, a cana-de-açúcar passa pelo processo de preparação, isto é, um processo que consiste em passar a cana por um conjunto de facas e/ou picadores com o objetivo de romper as fibras que armazenam o açúcar, sem extração do caldo (OLIVEIRA, 2010).

Em seguida, a cana que foi preparada é enviada às moendas, onde o bagaço é separado do caldo. É comum a passagem do mesmo bagaço várias vezes pela moenda, para maior extração e recuperação de caldo. Quanto maior o número de passagem pela moenda, menor a quantidade de caldo recuperado. Para que haja uma maior extração, algumas unidades produtoras se utilizam da técnica de embebição do bagaço, isto é, fazer a lavagem do mesmo com água ou caldo diluído. Com esta operação, obtém-se rendimentos de 90 a 92% de extração de sacarose, enquanto que em processos sem embebição se alcança valores aproximadamente 85%. A embebição pode ser simples, dupla, tripla, etc. conforme o número de vezes que é realizada (CHAVES, 2003).

A tabela 2 resume os fatores relacionados à moagem da matéria-prima que impactam na qualidade e desempenho do processo da cachaça.

Tabela 2. Fatores que afetam a qualidade e desempenho/rendimento do processo da cachaça relacionados à moagem da matéria-prima.

Fatores	Qualidade da cachaça	Desempenho/rendimento do processo
Maturação da cana	X	
Limpeza da cana	X	X
Embebição		X
Qualidade da água	X	
Regulagem das moendas		X

Fonte: o autor.

3.4.3. Filtração e decantação do caldo

O caldo deve entrar nas dornas de fermentação o mais puro possível. Para isso é feito o processo de filtração e decantação do caldo em decantadores para a remoção de impurezas advindas da moagem, tais como o bagacilho (pequenos pedaços de fibra de cana) e impurezas não retiradas na pré-limpeza da cana (areia e terra).

A limpeza do caldo destinado a fermentação reduz as chances de contaminações indesejáveis, melhorando a fermentação do mesmo, além de diminuir a formação de compostos indesejáveis como o furfural (OLIVEIRA, 2010; SEBRAE-ES, 1999; SEBRAE, 2015).

3.4.4. Fermentação do mosto

Após a extração do caldo da cana-de-açúcar, o caldo passa por correções na concentração de açúcares e nutrientes necessários para o desenvolvimento do inóculo, antes de ser propriamente fermentado.

O caldo extraído apresenta elevados teores de açúcares totais, tornando-o impróprio para o recebimento do inóculo. A diluição é feita com água até que se obtenha um caldo com concentração de açúcares da ordem de 13 a 16°Brix (SEBRAE, 2015). É importante ressaltar que a qualidade da água de diluição é um fator que impacta na qualidade do produto final, apresentando todas as características de uma água potável (inodora, insípida, incolor, sem presença de minerais em excesso e inócua). (OLIVEIRA, 2010). Em processos que não se utiliza da técnica de embebição, a diluição do caldo é feita após a filtragem e decantação do mesmo. Já em processos que utilizam a embebição, a diluição é feita durante a moagem da cana (MUTTON & MUTTON, 2010).

Em processos mais artesanais e conservadores, a correção do pH é feita com a adição de suco de limão e/ou laranja azeda (MUTTON & MUTTON, 2010; DE SOUZA, 2013). Essa correção é feita visando a otimização do crescimento das leveduras fermentativas e do metabolismo relacionado a fermentação de açúcares (BORRAGINI, 2009).

As leveduras são fungos de interesse industrial pertencentes à classe dos Ascomicetos, sendo a espécie mais importante a *Saccharomyces cerevisiae*. Dentre esta espécie, existem diversas cepas que prevalecem naturalmente na superfície dos

colmos e nas folhas, conforme as peculiaridades do solo, clima e região (DE SOUZA, 2013).

O fermento é uma suspensão de células de leveduras em concentração suficiente para garantir a fermentação de um certo volume de mosto. Ele deve apresentar certas características para que tenha um bom rendimento no processo fermentativo tais como alto metabolismo e transformação de açúcar em álcool, tolerância ao álcool, resistência a baixos pH's, resistência a altas temperaturas, estabilidade genética e células adaptadas ao substrato (FURTADO, 2014).

Dentro da cadeia produtiva de cachaça existem quatro tipos de fermentos utilizados, cada um com suas peculiaridades e diferenças.

- **Fermento natural ou selvagem:** é constituído pelas células que vivem naturalmente na superfície dos colmos e folhas da cana. São naturalmente resistentes e adaptadas ao meio ambiente, porém apresentam baixa tolerância ao álcool e baixa velocidade de fermentação. Por ser composto de uma microbiota mista, o fermento selvagem tem vantagens na formação de compostos aromáticos em comparação com outros fermentos, tendo assim um grau de diferenciação do produto final.

- **Fermento prensado:** é constituído por uma massa sólida e prensada de células da espécie *S. cerevisiae*. O fermento apresenta alta velocidade de fermentação do mosto e alta tolerância ao álcool, visto que é uma cepa adaptada ao processo de produção de álcool, tornando-o um fermento ideal para a produção de cachaça. Além disso, apresenta a vantagem de ser uma cultura que pode ser preparada com uma antecedência de 1 semana, podendo ser conservado na geladeira.

- **Fermento misto:** é constituído da mistura dos fermentos selvagem e fermento prensado. Apresenta a vantagem de ter uma velocidade de fermentativa relativamente maior que o fermento selvagem e a formação de compostos aromáticos advindos da microbiota mista.

- **Fermento seco (granulado):** apresenta concentração de células três vezes maior que o fermento prensado e dispensa a refrigeração. Requer menor quantidade de fermento e possibilita um início mais rápido da fermentação.

A fermentação do mosto é feita em dornas de fermentação e o processo dura em média 24 horas. Os processos fermentativos podem ser divididos em processos intermitentes ou contínuos, sendo o mais utilizado em produção de cachaça artesanal o sistema intermitente com batelada alimentada com reciclagem do inóculo.

A fermentação consiste em transformar os açúcares presentes em álcool através da fermentação alcoólica, formando o álcool etílico, gás carbônico (CO₂) e compostos secundários. Após o fim de um ciclo fermentativo, o mosto adquire uma coloração clara, com formação de pequenas bolhas uniformes e liberação de aromas. A partir desse ponto o mosto passa a se chamar vinho e sua destilação deve ser feita o mais rápido possível, de modo a evitar a contaminação por bactérias acéticas, que diminuem a qualidade do produto final (OLIVEIRA, 2010).

É importante ressaltar que durante o processo fermentativo podem ocorrer problemas com contaminantes. Os problemas mais importantes estão relacionados com fermentações paralelas do tipo acética (aroma e gosto de vinagre), láctica (formação de espuma), butírica (odor de ranço e aumento da acidez do mosto), dextrânica (aumento da viscosidade do mosto) e levânica (aumento da viscosidade do mosto) (MUTTON & MUTTON, 2010).

3.4.5. Destilação do vinho

O vinho resultante do processo de fermentação é constituído principalmente de água (de 84 a 94%), álcool etílico (de 5 a 10%) e substâncias secundárias (de 1 a 3%), como aldeídos, ésteres, álcoois superiores, ácidos orgânicos, compostos carbonilados, acetais, fenóis, hidrocarbonetos, compostos sulfurados e nitrogenados (VENTURINI, 2013; OLIVEIRA, 2010). Algumas dessas substâncias, quando presentes no vinho (mesmo em proporções mínimas), podem conferir características indesejáveis ao produto, alterando sabor e aroma, características essas, importantes no ponto de vista de qualidade sensorial da cachaça/aguardente (VENTURINI, 2013).

A destilação do vinho é responsável pela separação dos compostos de interesse dos que podem trazer características indesejáveis, por esse motivo é considerada uma etapa de extrema importância para obtenção de uma cachaça de qualidade.

A destilação para obtenção da cachaça deve ser fracionada em três partes distintas para a retirada dos compostos indesejáveis. A primeira fração denomina-se

cabeça, que corresponde de 5 a 10% do destilado total, a segunda, o coração, representando entorno de 80% do destilado, e finalmente a calda. Tanto a cabeça quanto a cauda são descartadas. Nos vinhos com teor alcoólico variando de 5 a 8%, o comportamento da maioria das impurezas de cauda (ponto de ebulição maior que o do álcool) assemelha-se ao das impurezas de cabeça (ponto de ebulição menor que o do álcool) (CHAVES, 2003; BORRAGINI, 2009).

Dentro dos sistemas de produção de cachaça existem três tipos de destiladores: o sistema contínuo (colunas ou torres de destilação); semi-contínuo (alambiques de três corpos) e descontínuo (alambiques simples). Os sistemas contínuos se destacam quanto a melhor seletividade, produtividade, menor consumo energético e melhor padronização da bebida, enquanto os sistemas semi-contínuos e descontínuos têm vantagens na separação das frações cabeça e cauda e na obtenção de um produto mais rico em aromas, devido a presença do cobre (BORRAGINI, 2009).

Geralmente, em processos artesanais, a destilação ocorre em alambiques semi-contínuos ou descontínuos feitos em cobre. Segundo FARIA (1989), o cobre tem grande importância nas rotas de formação de aromas da bebida, porém sua utilização pode acarretar na contaminação da cachaça por íons cobre, por meio da formação do azinhavre [$\text{CuCO}_3 \cdot \text{Cu(OH)}_2$], um carbonato de cor azulada que é solubilizado pelos vapores ácidos produzidos durante a destilação, além de ser catalisador na rota de formação do carbamato de etila em bebidas alcoólicas ($\text{C}_2\text{H}_5\text{OCONH}_2$) (GALINARO, 2011). FARIA (1989), em seu estudo, recomendou a utilização de alambiques em aço inoxidável, porém a cachaça resultante deste processo de destilação apresentou um forte odor de sulfeto, além de acentuadas diferenças nos teores de acetaldeídos, ésteres e álcoois superiores quando comparadas à bebida destilada em alambiques de cobre.

A presença e concentração de íons cobre em produtos alimentícios é um parâmetro utilizado internacionalmente, visto que o mesmo é tóxico ao ser humano. Esse parâmetro é definido pela legislação de cada país, sendo que, em alguns países a concentração máxima é de 2 mg/L em destilados alcoólicos. Este fato influencia diretamente no mercado externo, constituindo um entrave às exportações da cachaça (OLIVEIRA, 2010).

3.4.6. Armazenamento

A cachaça recém destilada não é própria para consumo imediato. Nessa fase pós-destilação, o produto apresenta um gosto agressivo e amargo, com uma composição sensorial (buquê) irregular. Durante o “descanso” da cachaça, que pode variar de dois a três meses, reações de oxidação tornam a bebida mais suave (CHAVES, 2003; CRAVO, 2017).

De acordo com a Portaria 126 de 2005 do INMETRO – Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia, a cachaça deve ser armazenada em recipientes de madeira, aço inoxidável ou aço carbono revestido internamente com madeira, de forma a reduzir as perdas por evaporação. É proibido o uso de recipientes plásticos, de cerâmica, de ferro ou tanques de concretos. As adegas devem obedecer a padrões de umidade, temperatura, entre outros parâmetros (INMETRO, 2005).

3.4.7. Envelhecimento

O processo de envelhecimento é um conjunto de reações químicas que ocorrem ao longo do tempo, resultando em alteração da cor e melhoria do sabor e aroma. Denomina-se envelhecimento, somente quando o armazenamento é realizado em recipientes de madeira, independente do seu tipo. Mesmo que o produto passe pelo período de descanso em outros tipos de recipientes (vidro, plástico, inox, etc.), esses recipientes não favorecem as reações e interações para promoverem as alterações desejadas (MUTTON & MUTTON, 2010).

O envelhecimento de bebidas é complexo e depende de reações fundamentadas principalmente pela extração de moléculas presentes na madeira e a aeração controlada da bebida (BORTOLETTO, 2016). Os efeitos desejados dependem do tempo de maturação e da madeira utilizada.

Para o envelhecimento de bebidas, geralmente é utilizado barris de carvalho (francês e americano), pois a fabricação dos barris é facilitada pela estrutura da madeira, que gera resistência mecânica, flexibilidade, porosidade e dureza, além de conferir características sensoriais que agregam qualidade a bebida (BORTOLETTO, 2016). Estudos recentes buscam difundir o uso de madeiras brasileiras para envelhecimento de bebidas, principalmente a cachaça, permitindo uma diversificação da bebida. Algumas espécies normalmente utilizadas para esse processo são

amendoim (*Pterogyne nitens Tul*), jequitibá (*Cariniana estrellensis*), araruva (*Centrolobium tomentosum*), cabreúva ou balsamo (*Mycrocarpus frondosus*), cerejeira ou amburana (*Amburana cearensis*), grápia (*Apuleia leiocarpa*), canela sassafrás (*Ocotea odorífera*), entre outras (BORTOLETTO, 2016).

A cachaça não tem restrição quanto à espécie de madeira permitida para o seu envelhecimento, isso permite uma ampla variedade de características sensoriais, além de permitir a elaboração de misturas ou “*blends*” de duas ou mais espécies, o que aumenta a complexidade da bebida e seu grau de diferenciação no mercado interno e externo.

3.4.8. Filtração e padronização

A etapa de filtração do destilado consiste na passagem da bebida por filtros ou membranas com o objetivo de eliminar impurezas, dando ao destilado maior limpidez, transparência e brilho, ou corrigir possíveis defeitos, como elevados teores de cobre. Recomenda-se a utilização de filtros de celulose, algodão ou resinas neutras, que conferem as características citadas e não interferem na composição química do destilado. Também são utilizados filtros de carvão ativado, porém esse deve ser usado com orientação e acompanhamento técnico, pois pode descaracterizar os padrões sensoriais desejados (VILELA, 2005; MUTTON & MUTTON, 2010).

Normalmente, a cachaça é colocada dentro do barril com um teor alcoólico de 48% a 50% v/v. Após a etapa de envelhecimento, a cachaça deve ser padronizada para o teor alcoólico desejado, de acordo com a legislação, sendo adicionada água potável ou destilado para atingir a graduação ideal.

3.4.9. Envase

Após feitas as correções necessárias, o destilado é engarrafado. Geralmente as garrafas para o envase de cachaça são de vidro ou plástico de 600 mL a 1L.

Cachaças com menor valor agregado (menor tempo de maturação, não envelhecidas, adoçadas) optam por embalagens de plástico por serem mais baratas e por serem destinadas a um público não seletivo de consumo rápido. Já as cachaças com alto valor agregado (cachaças envelhecidas, *blends*, maior tempo de maturação, categorias *premium* e *extra-premium*, etc.), optam por embalagens de vidro com algum tipo de personalização da marca (diferentes formatos, cores, rótulos exclusivos,

etc.), pois são destinadas a um público mais seletivo, tanto para o mercado interno, quanto para o externo.

3.5. Padrões físico-químicos e padrões de identidade e qualidade da cachaça

De acordo com o Decreto Federal 6.871 de 4 de junho de 2009 regulamenta a Lei 8.918, de 14 de julho de 1994 (BRASIL, 2009), que dispõe sobre a padronização, a classificação, o registro, a inspeção, a produção e a fiscalização de bebidas. A Instrução Normativa Nº 13, de 29 de junho de 2005 (BRASIL, 2005), do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) complementa e estabelece os Padrões de Identidade e Qualidade (PIQ) para cachaça. As definições presentes nestas instruções normativas estão descritas a seguir:

Cachaça:

A denominação típica e exclusiva da Aguardente de Cana produzida no Brasil, com graduação alcoólica de 38% vol. (trinta e oito por cento em volume) a 48% vol. (quarenta e oito por cento em volume) a 20°C (vinte graus Celsius), obtida pela destilação do mosto fermentado do caldo de cana-de-açúcar com características sensoriais peculiares, podendo ser adicionada de açúcares até 6,0 g L⁻¹ (seis gramas por litro), expressos em sacarose. A cachaça poderá ter as seguintes denominações:

- **Cachaça Adoçada** pode conter açúcares em quantidade superior a 6,0 g L⁻¹ e inferior a 30 g L⁻¹, expressos em sacarose. A sacarose (açúcar refinado ou cristal) pode ser substituída total ou parcialmente por açúcar invertido, glicose ou seus derivados reduzidos ou oxidados.

- **Cachaça Envelhecida** deve conter, no mínimo, 50% (cinquenta por cento) de cachaça ou aguardente de cana envelhecida em recipiente de madeira apropriado, com capacidade máxima de 700 (setecentos) litros, por um período não inferior a um ano.

- **Cachaça Premium** deve conter 100% (cem por cento) de cachaça ou aguardente de cana envelhecida em recipiente de madeira apropriado, com capacidade máxima de 700 (setecentos) litros, por um período não inferior a um ano.

• **Cachaça *Extra Premium*** deve conter 100% (cem por cento) de cachaça ou aguardente de cana envelhecida em recipiente de madeira apropriado, com capacidade máxima de 700 (setecentos) litros por um período não inferior a três anos.

A Instrução Normativa N°13 de 2005 do MAPA (BRASIL, 2005) estipula parâmetros técnicos para os padrões de identidade e qualidade físico-químicos para bebidas alcoólicas destiladas à base de cana-de-açúcar e padrões toxicológicos, conforme a tabela 3 e tabela 4.

Tabela 3. Características físico-químicas de aguardente à base de cana-de-açúcar e cachaça

Componente	Unidade	Limite	
		Min	Max
Acidez volátil, expressa em ácido acético	mg/100 mL álcool anidro	-	150
Ésteres totais, expresso em acetato de etila	mg/100 mL álcool anidro	-	200
Aldeídos totais, expresso em alctadeído	mg/100 mL álcool anidro	-	30
Furfural	mg/100 mL álcool anidro	-	5
Álcoois superiores*	mg/100 mL álcool anidro	-	360
Álcool metílico	mg/100 mL álcool anidro	-	200
Extrato seco	g/L	-	6**
Partículas em suspensão	-	Ausente	Ausente
Congêneres***	mg/100 mL álcool anidro	200	650

Fonte: BRASIL, 2005.

*Álcoois superiores: isobutílico (2-metil-propanol) + isoamílico (2-metil-1-butanol e 3-metil-1-butanol) + n-propílico (1-propanol)

**Aguardente à base de cana-de-açúcar e cachaça adoçada

*** Congêneres: Congêneres = acidez volátil + ésteres totais + aldeídos + furfural + hidroximetilfurfural + álcoois superiores

Tabela 4. Limites de compostos tóxicos em aguardente à base de cana-de-açúcar e cachaça

Componente	Unidade	Limite	
		Min	Max
Carbamato de Etila	µg/L	-	150
Acroleína	mg/100 mL álcool anidro	-	5
Cobre	mg/L	-	5
Chumbo	µg/L	-	100
Arsênio	µg/L	-	200

Fonte: BRASIL, 2005.

A regulamentação técnica das características físico-químicas e toxicológicas do produto em questão tem como objetivo de moderar a influência dos componentes à saúde pública e na qualidade do destilado, não significando que o produto que se

enquadre nos requisitos técnicos possa ser considerado um produto de qualidade sensorial superior.

4. ANÁLISE DO SETOR PRODUTOR DE CACHAÇA

Segundo o Euromonitor International, em 2017, o setor de bebidas alcoólicas teve um crescimento de 1% no volume global. Aparentemente foi um ano pouco dinâmico e prospectivo, mas é, na verdade, o melhor desempenho do setor em 5 anos. As bebidas que mais se destacaram, segundo o último relatório, foram os vinhos e as bebidas destiladas, ambas com crescimento em torno de 1%.

Em 2018, o mercado brasileiro de bebidas alcoólicas segue a tendência de crescimento após a queda de vendas do ano de 2014. Dentro desse cenário, cidras/*perries*¹, RTD² e HS³ devem ter desempenhos positivos, enquanto cervejas, vinhos e bebidas destiladas terão dificuldades para retomar seu crescimento em 2018 (Euromonitor International, 2018a).

A adoção de novos comportamentos do consumidor brasileiro pode ser observada através do aumento em 10% no volume de vendas e em 19% no valor de bebidas destiladas no ano de 2011. A performance do setor em 2011 está diretamente ligada a vendas em bares e restaurantes e a crescente demanda por produtos/marcas *premium*, reforçando a tendência de beber menos, mas consumindo marcas de maior qualidade (Euromonitor International, 2012a). Contudo a perspectiva no aumento do consumo não se consolidou devido à crise socioeconômica instalada no Brasil no ano de 2014. Em 2017, observou-se uma tendência dos consumidores brasileiros a adotarem atitudes mais conservadoras em relação as despesas, evitando o consumo fora de casa e priorizando o consumo doméstico. Tendo em vista essas considerações, as vendas de bebidas alcoólicas no Brasil devem se recuperar lentamente e espera-se que o volume de vendas pré-crise seja retomado no ano de 2022, seguindo a tendência de consumo de marcas de maior qualidade (Euromonitor International, 2018a).

Adotada por empresas nacionais e multinacionais, a estratégia de elevar o produto à categoria *premium*, impulsiona o mercado da cachaça, que responde à tendência dos consumidores por bebidas consideradas nobres. O caráter sofisticado

¹ Bebidas compostas de suco de maçã e suco de pera, respectivamente.

² *Ready-to-Drink*: bebidas que constituem uma mistura de um *spirit*, um vinho ou malte com uma bebida não alcoólica, servidas pré-misturadas e prontas para beber.

³ *High-Strength Premixes*: bebidas pré-misturadas com teor alcoólico igual ou superior a 15%, combinado com suco ou qualquer outro *softdrink*.

vai além dos processos de produção diferenciados, investindo muitas vezes em embalagens e rótulos exclusivos (SEBRAE, 2017).

Além do salto de qualidade do consumo no mercado interno, a exposição do país nas mídias internacionais, decorrente dos grandes eventos desportivos como a Copa do Mundo realizada em 2014 e Olimpíadas de 2016, impulsionou um influxo de turistas estrangeiros no Brasil, ávidos a conhecer características específicas do país. Isso ocorre não só durante os megaeventos, mas também posteriormente a estes, dada a geração ou melhoria de diversos atrativos turísticos locais. Nesse sentido, a cachaça carrega o marco de bebida típica brasileira, com forte apelo comercial junto aos estrangeiros (SEBRAE, 2014).

No exterior, a cachaça vem conquistando espaço graças à certificação de produção, que atesta que os processos estão dentro dos padrões de identidade e qualidade estabelecidas pela legislação brasileira, assim como acontece com produtos como o champanhe francês, *whisky* escocês e tequila mexicana (SEBRAE, 2017).

A cachaça constitui a terceira bebida destilada mais consumida no mundo de acordo com o ranking mundial do consumo de destilados publicado pelo Programa Brasileiro de Desenvolvimento da Cachaça (PBDAC), perdendo apenas para a vodca e o *shoju* (VERDI, 2006).

Segundo o MAPA, em 2017, as exportações de cachaça em 2016 cresceram 4,62% em valor e 7,87% em volume, totalizando US\$ 13,93 milhões e 8,3 milhões de litros. Apesar do crescimento, o Brasil ainda pouco exporta seu produto, destinando apenas 1% da sua produção. A Tabela 5 mostra o ranking dos 10 maiores importadores de cachaça no ano de 2016.

Tabela 5. Ranking dos maiores importadores de cachaça e aguardente no ano de 2016

Países	Valor (US\$)	Volume (L)
Alemanha	2.458.478	2.170.629
Estados Unidos	2.251.403	814.516
Paraguai	1.616.060	1.721.692
Uruguai	1.165.058	202.181
França	1.094.841	602.092
Portugal	1.045.621	606.615
Itália	736.006	287.027
Espanha	690.653	309.560
Reino Unido	396.949	111.455
Chile	299.035	186.740

Fonte: adaptado de MAPA-AGROSTAT, 2017

No mercado nacional a bebida ocupa lugar de destaque, no qual o volume de vendas/consumo corresponde a 50% do volume do segmento de destilados. É o segundo maior mercado de bebidas alcoólicas do Brasil, atrás apenas da cerveja. O faturamento do setor alcançou R\$5,95 bilhões em 2013, quando foram produzidos 511,54 milhões de litros da bebida (ABRABE, 2014). Sendo os estados com maior consumo: São Paulo, Pernambuco, Rio de Janeiro, Ceará, Bahia e Minas Gerais (IBRAC, 2017).

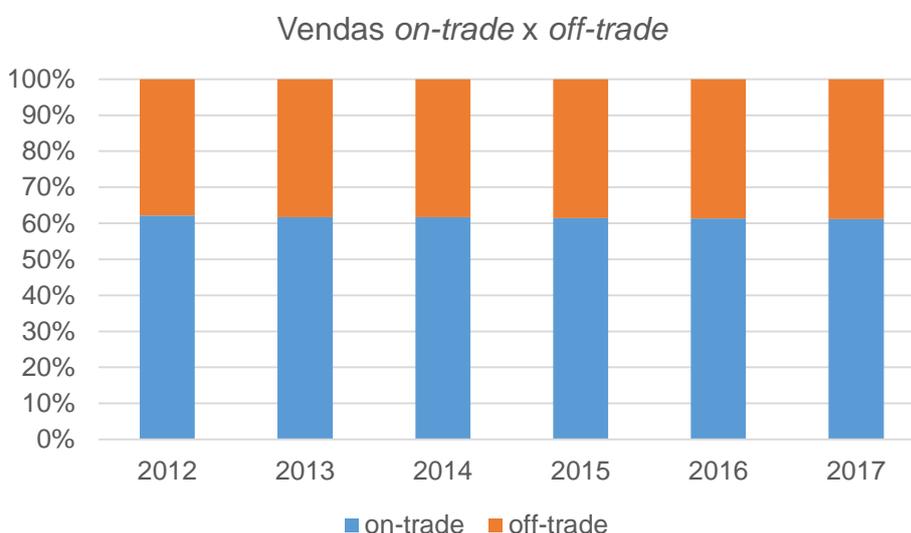
Segundo o Instituto Brasileiro da Cachaça (IBRAC), em 2017, estimou-se que o Brasil possuía uma capacidade instalada de produção de cachaça de aproximadamente 1,2 bilhão de litros anuais, porém com uma produção anual de menos de 800 milhões de litros. Dentre dos 12 mil estabelecimentos produtores de cachaça no Brasil, apenas 2 mil estabelecimentos são registrados no MAPA e na Receita Federal, que representam cerca de 90% da produção nacional. O restante dos estabelecimentos produtores pode ser considerado como produção informal.

Segundo o PBDAC, a produção de cachaça e aguardente ocorre em todas as unidades federativas do Brasil, com maior concentração nos estados de São Paulo (44%), Pernambuco (12%), Ceará (12%), Minas Gerais (8%) e Paraíba (8%). Ainda, encontra-se produção significativa nos estados do Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Paraná, Rio de Janeiro e Espírito Santo (VIDAL, 2008).

O canal de distribuição de bebidas alcoólicas é diverso e é representado tanto pela distribuição direta (encomendas, loja do produtor, *e-commerce*, etc) quanto pela distribuição indireta (*Off-trade*: atacadistas, varejistas, lojas especializadas, etc. *On-trade*: bares, restaurantes, hotéis, casas noturnas, etc.).

Conforme a figura 2, as vendas de bebidas destiladas no Brasil são representadas principalmente pelos canais *on-trade*, mais de 60%, enquanto as vendas *off-trade* representam menos de 40%, e a distribuição se mantém estável nos últimos anos (Euromonitor International, 2018a).

Figura 2. Comparativo dos canais *on-trade* e *off-trade* de bebidas destiladas entre os anos de 2012 e 2017.



Fonte: Euromonitor, 2018a.

Em 2017, o canal *on-trade* foi representado por mais de 398 mil bares/cafeaterias, mais de 68 mil restaurantes, cerca de 169 mil estabelecimentos de *fast-food*, 22 mil restaurantes/lanchonetes *self-service* e mais de 442 mil quiosques/carrinhos que servem alimentos na rua. Enquanto o canal *off-trade*, o destaque ficou para a atuação de hiper e supermercados, com aproximadamente 58% do volume de vendas. As vendas diretas representam apenas 0,3% (Euromonitor, 2018a).

O varejo tradicional, representado principalmente pelos hiper e supermercados, se desponta como principal canal de vendas de cervejas, porem tem se mostrado também, como uma opção para destilados de menor valor agregado (SEBRAE, 2012).

Uma opção para a distribuição de destilados *premium* tem sido lojas especializadas em vendas de bebidas, porém essa opção ainda enfrenta grande concorrência com o mercado de vinhos, que tem grande destaque nas vendas nesse tipo de varejo (SEBRAE, 2012).

O comércio eletrônico é uma atividade recente e que vem crescendo nos últimos anos. É uma modalidade que apresenta perspectivas positivas frente aos compradores, devido ao aumento da confiança em transações e processos de comercialização, maior especificação e informações sobre os produtos vendidos e uma maior personalização na experiência de compra. Esses fatores configuram o *e-commerce* da cachaça como uma alternativa viável de comercialização e contratos de escoamento de produção. O *e-commerce* geralmente é feito por uma loja especializada, no qual são vendidos diversos produtos, de diferentes marcas e preços. Geralmente, os *websites* dos produtores servem basicamente para a apresentação e comunicação com os clientes e são poucos os casos em que há vendas através desse meio (SEBRAE, 2014).

Produtores com poucos recursos financeiros, sem acesso a informação e qualificação e sem um produto diferenciado, tem dificuldades em atuar no mercado. Com o aumento da competitividade do setor, tanto entre produtores de cachaça quanto de outras bebidas destiladas, a busca por diferenciação do produto se torna essencial para o produtor.

A atuação por meio de cooperativas ou associações pode contribuir para a inserção de pequenos e grandes produtores no mercado competitivo. Além disso, as associações/cooperativas podem fortalecer o seguimento, contribuir para o aumento da competitividade e facilitar o acesso a grandes eventos ou eventos específicos do setor.

Além da participação em associações, é importante que o produtor participe de eventos promovidos pelo setor ou pelo varejo, sendo eles regionais, nacionais ou internacionais. Esses eventos fomentam o desenvolvimento dos setores e são a porta de entrada para novos clientes e mercados, além de melhorar a divulgação do produto e no estreitamento de relações junto aos canais de distribuição.

Como exemplo, a agenda brasileira de eventos relacionados à cachaça conta com os eventos ExpoCachaça – MG, Cachaça Trade Fair – SP, Festival Mundial da Cachaça – MG, entre outras feiras e exposições. No estado do Rio Grande do Sul ainda são poucos os eventos expressivos relacionados ao setor da cachaça, porém produtores buscam participar de grandes feiras que acontecem no RS como a Expointer.

5. METODOLOGIA

Foi feita uma breve revisão bibliográfica sobre os métodos de produção da cachaça artesanal e uma análise de mercado do setor produtor da cachaça no Brasil. Esses dois tópicos foram necessários para o entendimento de fatores importantes referentes à qualidade do produto e, como o setor produtivo se comporta no mercado interno e externo.

5.1. Caracterização dos consumidores de bebidas destiladas e cachaça

Para a caracterização da amostra intencional de consumidores de cachaça no Rio Grande do Sul foram utilizados dois formulários eletrônicos com questões específicas e estruturadas para cada tipo de consumidor (Anexo A). As perguntas contidas nos questionários foram estruturadas a partir da revisão da literatura e das entrevistas semiestruturadas realizadas com gestores de cachaçarias artesanais no estado do RS.

Os formulários foram amplamente divulgados em diferentes redes sociais durante o período de 03/09/2018 a 21/09/2018. De forma a manter a heterogeneidade dos dados, buscou-se tanto a divulgação em grupos específicos de consumidores de bebidas alcoólicas destiladas e cachaça do RS, quanto em grupos com público diverso. Ao todo foram entrevistados 348 pessoas de diversas regiões do RS.

Afim de selecionar somente consumidores de bebidas alcoólicas destiladas, as respostas que não satisfaziam a condição do perfil desejado foram descartadas (29%, n = 101), totalizando um total de 71% (n = 247) de respostas válidas. Esses respondentes não foram considerados, visto que suas respostas denotam o não consumo de bebidas destiladas, a preferência por outras bebidas alcoólicas ou por serem abstinéus.

5.2. Análise do posicionamento das cachaçarias artesanais do RS

A análise do posicionamento das cachaçarias artesanais foi realizada através de entrevistas presenciais com os produtores, com um roteiro de perguntas semiestruturado (Anexo B). Os tópicos de discussão do questionário semiestruturado foram baseados em observações pessoais e em reflexões por parte da revisão bibliográfica.

O roteiro foi estruturado nos seguintes tópicos:

- A caracterização das empresas entrevistadas, referentes ao porte, localização, tempo de mercado e participação em associações e cooperativas.
- A caracterização dos métodos de produção das empresas estudadas, levando em consideração aspectos como procedência das matérias-primas e estratégia de seleção de fornecedores ou integração da produção e processamento, os processos produtivos, produção anual, volume de produção destinada para envelhecimento, preparação de *blends*, fabricação de bebidas à base de cachaça e seus motivos.
- O posicionamento da empresa no mercado, avaliando aspectos referentes ao público alvo, as diferenças e desafios de cada canal de distribuição/venda utilizada e o posicionamento do produtor frente os desafios que o setor da cachaça enfrenta, tanto no âmbito regional, quanto nacional e internacional.
- Como é feito o marketing das bebidas e suas estratégias de diferenciação no mercado, avaliando aspectos como a participação em feiras, eventos e premiações do setor.

Ao todo foram entrevistados 4 produtores de cachaça artesanal, sendo 3 (A, C e D) empresas de porte médio e 1 microempresa (B), 3 localizadas na região da serra gaúcha (B, C e D) e uma localizada em Maquiné (A). A tabela 6 mostra as características das empresas entrevistadas.

Tabela 6 Dados dos produtores de cachaça artesanal entrevistados

Produtor	Porte	Produção anual (L)	Localização	Tempo de mercado
A	Médio	8.000 a 9.000	Maquiné	16 anos
B	MEI*	20.000	Harmonia	14 anos
C	Médio	255.000	Ivoti	16 anos
D	Médio	28.000	Presidente Lucena	19 anos

* Microempreendedor individual

6. RESULTADOS E DISCUSSÕES

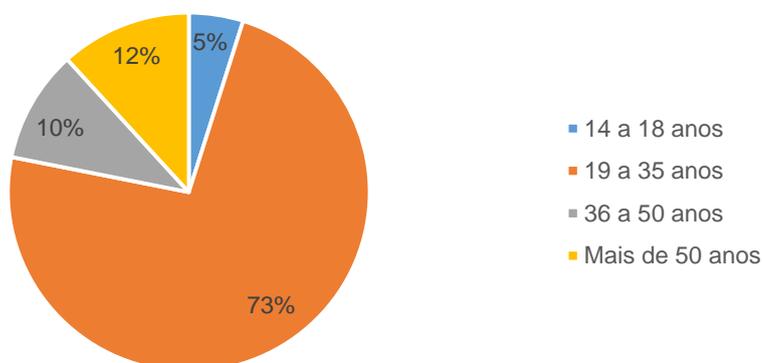
6.1. Características dos consumidores de bebidas alcoólicas destiladas entrevistados e suas preferências de consumo

Conforme a metodologia proposta, os respondentes do questionário estruturado foram caracterizados quanto ao gênero, faixa etária, grau de escolaridade, renda familiar e suas preferências no consumo de bebidas alcoólicas destiladas.

O perfil delineado é composto por 52% de respondentes do gênero feminino (n=129) e 48% do gênero masculino (n=118), com faixa etária predominantemente entre 19 e 35 anos (73%, n=181), cerca de 22% de consumidores mais experientes com faixa etária acima dos 36 anos e 5% de consumidores com 18 anos ou menos, conforme a figura 3.

Figura 3. Faixa etária dos consumidores de bebidas alcoólicas destiladas participantes da pesquisa.

Faixa etária de consumidores de bebidas alcoólicas destiladas participantes da pesquisa



A caracterização do público entrevistado ressalta que a grande maioria dos consumidores está na faixa etária entre os 19 a 35 anos. Segundo o estudo de RECKZIEGEL (2009), pessoas com faixa etária semelhante, jovens entre 18 e 25 anos, são mais adeptas ao lazer noturno (festas, “baladas”, bares e casas noturnas), indiferente do gênero.

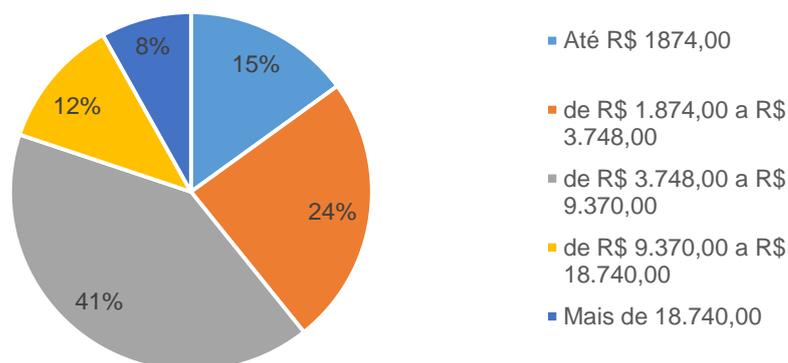
Segundo MUNIZ (2011), o comportamento dos consumidores nesse tipo de atividade tende para o consumo de bebidas alcoólicas, principalmente para atividades do tipo festa e “baladas”. Esses eventos geralmente são focados para o público de faixa etária entre 18 a 25 anos e priorizam o estímulo ao consumo de álcool, sendo

que, o apelo da promoção de venda de álcool passa pelas práticas do open bar, consumo mínima e venda combinada de destilados (geralmente vodca) e energéticos (SANCHEZ, 2017). Por esse tipo de prática priorizar a quantidade de bebida comercializada, pode-se inferir que o aumento no volume de vendas é maior em detrimento da qualidade do produto ofertado.

Em relação ao grau de instrução dos consumidores, 50% tem nível superior completo (n = 123), 48% nível médio completo (n = 119) e 2% nível fundamental completo (n = 5). Quanto a renda familiar, as faixas entre R\$ 1.874,00 a R\$ 3.748,00 (24%, n = 60) e R\$ 3.748,00 a R\$ 9.370,00 (41%, n = 101) concentram o maior consumo de bebidas destiladas, conforme a figura 4.

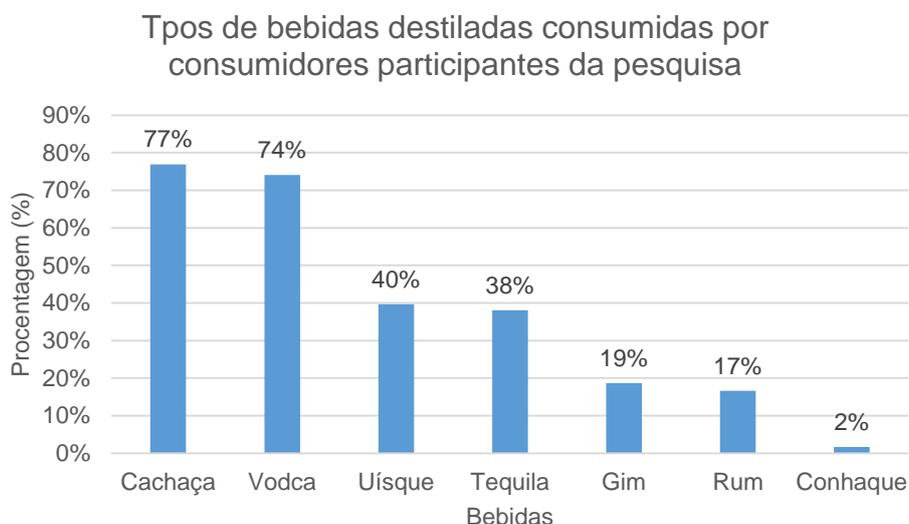
Figura 4. Renda familiar de consumidores de bebidas alcoólicas destiladas participantes da pesquisa.

Renda familiar de consumidores de bebidas alcoólicas destiladas participantes da pesquisa



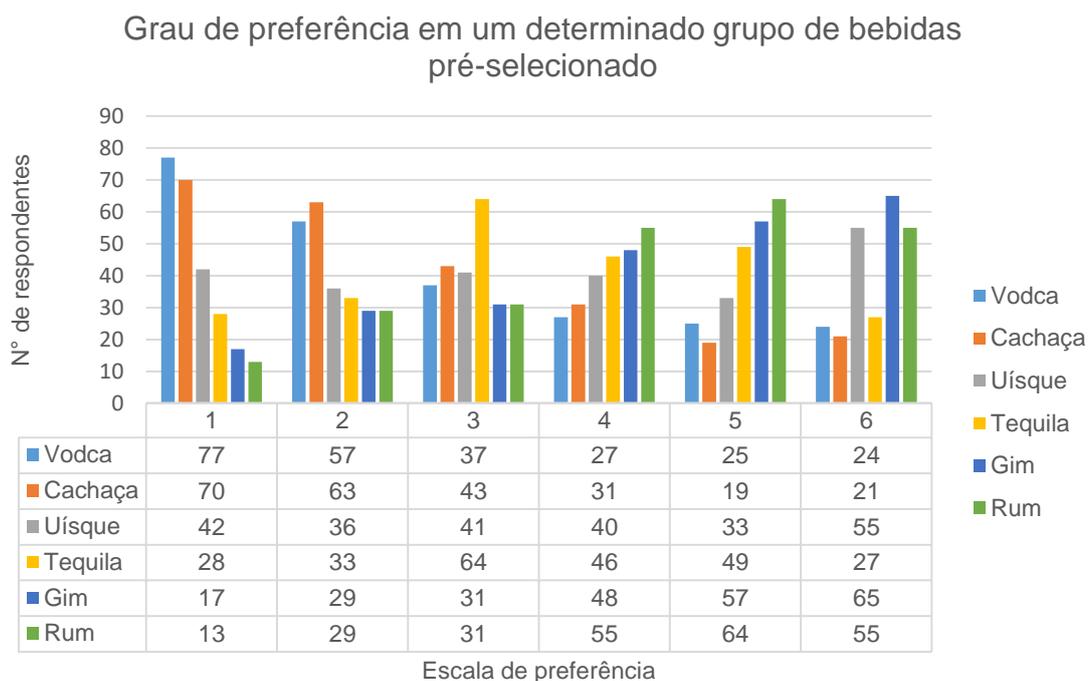
Quando questionados sobre o costume de consumir bebidas destiladas, podemos observar que as bebidas mais consumidas são a cachaça (77%), vodca (74%), uísque (40%) e tequila (38%), conforme a figura 5.

Figura 5. Tipos de bebidas destiladas consumidas por consumidores do RS



Considerando o universo de bebidas destiladas mais consumidas pelos brasileiros (cachaça, vodca, uísque, tequila, gim, rum e conhaque), os participantes foram conduzidos a responder qual o grau de preferência de consumo em comparação com as bebidas citadas. Conforme a figura 6, nota-se que o consumidor gaúcho tende a preferir a vodca, enquanto a cachaça aparece como segunda opção de consumo e a primeira opção de substituição de produto.

Figura 6. Grau de preferência de em um determinado grupo de bebidas pré-selecionado.



Um dos motivos pelo qual a vodca tem maior preferência sobre a cachaça, pode ser correlacionada com o comportamento do público jovem frequentador de atividades noturnas.

A utilização de vodca como substituto para o preparo da caipirinha tem ganhado bastante espaço entre os consumidores (Destilaria Maison Leblon) e, segundo entrevistados, a parte sensorial da cachaça (aroma e sabor) é marcante e incômoda em drinks, sendo preterida sobre bebidas destiladas que passem despercebidas quando misturadas com outros ingredientes.

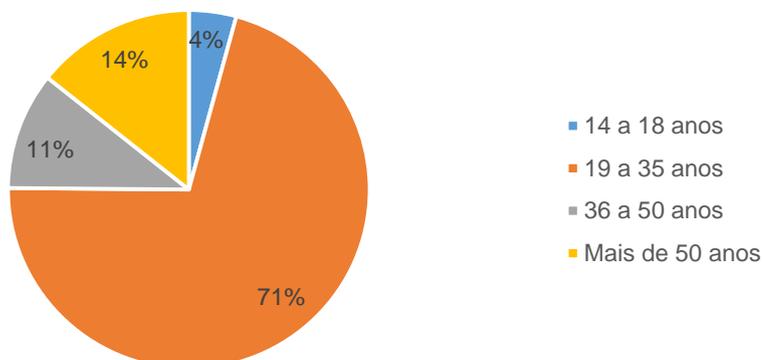
6.2. Características dos consumidores de cachaça entrevistados e seus padrões de consumo

A fim de refinar e selecionar consumidores de cachaça, a pesquisa foi conduzida com questões específicas para a caracterização dos consumidores. Foi analisado o padrão de consumo de cachaça dos respondentes, referentes a frequência e formas de consumo da cachaça, bem como quais os lugares e momentos em que o consumidor busca esse tipo de produto.

Dentro do público consumidor de bebidas destiladas, respondentes da pesquisa, 23% dos entrevistados não consome cachaça. Ao todo 189 entrevistados se enquadram como consumidores de cachaça, o público é formado por 53% de pessoas do gênero feminino (n = 100) e 47% pelo gênero masculino (n = 89), com faixa etária majoritariamente entre 19 e 35 anos (71%, n = 134), cerca de 25% de consumidores mais experientes com faixa etária acima dos 36 anos e 4% de consumidores com 18 anos ou menos, conforme a figura 7.

Figura 7. Faixa etária dos consumidores de cachaça participantes da pesquisa.

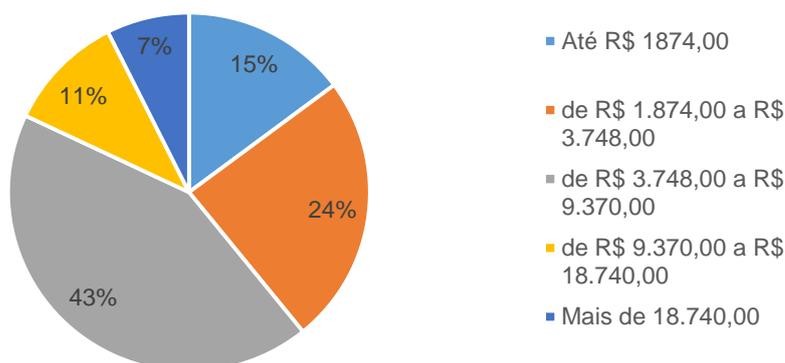
Faixa etária dos consumidores de cachaça participantes da pesquisa



Em relação ao grau de instrução dos consumidores, 52% tem nível superior completo ($n = 98$), 46% nível médio completo ($n = 87$) e 2% nível fundamental completo ($n = 4$). Quanto a renda familiar, as faixas entre R\$ 1.874,00 a R\$ 3.748,00 (24%, $n = 46$) e R\$ 3.748,00 a R\$ 9.370,00 (43%, $n = 81$) concentram o maior consumo de bebidas destiladas, conforme a figura 8.

Figura 8. Renda familiar dos consumidores de cachaça participantes da pesquisa

Renda familiar dos consumidores de cachaça participantes da pesquisa



Grande parte dos consumidores de cachaça consomem a bebida de forma esporádica (64%, $n=121$), ou seja, menos de uma vez por semana, enquanto cerca de 36% ($n=67$) costumam consumir pelo menos uma vez na semana. O consumo da cachaça está fortemente ligado a preparação de drinks, pois segundo os dados

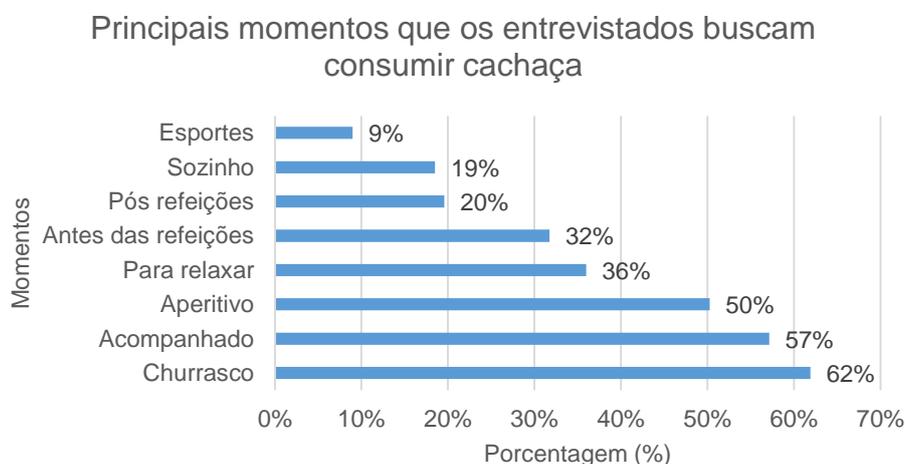
obtidos na pesquisa, 78% (n=148) dos consumidores alegam consumir como base para outras bebidas, como caipirinhas ou misturada com outras bebidas não alcoólicas. O consumo da cachaça na forma pura também é expressivo, representando cerca de 40% (n=77) dos entrevistados. Também vale ressaltar que aproximadamente 59% dos consumidores não consomem a cachaça na forma pura e que 21% só consomem a cachaça sem misturas de outras bebidas.

Levando em consideração o gênero, mulheres que consomem cachaça, 14% consomem pura, 69% tendem utilizar apenas com base para outras bebidas e 17% consomem das duas formas. O consumo masculino praticamente dobra quando a cachaça é consumida na forma pura (29%) em relação ao consumo feminino, sendo que a utilização para base fica em torno de 48% e a utilização de ambas as formas em 22%.

O consumo da cachaça está fortemente ligado ao domicílio, cerca de 73% dos respondentes indicam consumir a bebida em casa ou na casa de amigos e parentes. Outro ponto importante é o consumo em festas, bares e restaurantes, que representa cerca de 48% do consumo da bebida.

Conforme a figura 9, podemos notar que os momentos em que o consumidor busca consumir a cachaça é bastante diversificado, tendo como principais momentos o churrasco (62%), acompanhado de outras pessoas (57%) e como aperitivo (50%). Esses momentos podem explicar o porquê de a cachaça estar fortemente ligada ao consumo domiciliar.

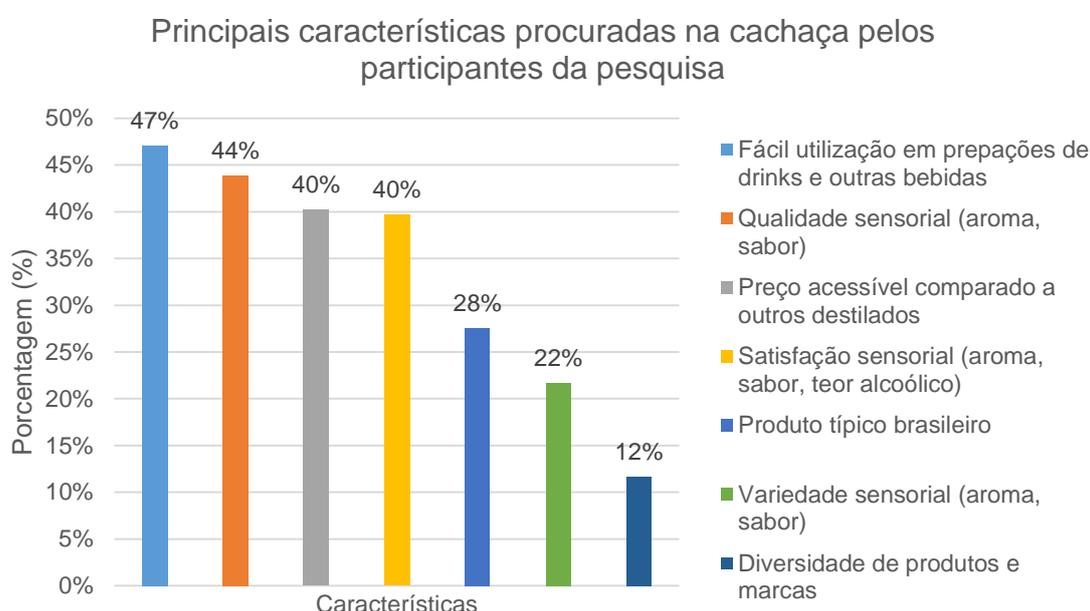
Figura 9. Principais momentos que os entrevistados buscam consumir cachaça



Comparando os dados referentes aos lugares de consumo juntamente com os momentos em que os entrevistados buscam consumir a cachaça (figura 9), o consumo domiciliar pode estar sendo impulsionado por eventos sociais, em família ou entre amigos, que tem o churrasco como acompanhamento da reunião.

A fácil utilização da bebida em preparações de drinks, a qualidade e satisfação sensorial que a bebida aporta e o preço em relação a outros destilados são as características que os consumidores geralmente procuram ao optar pela cachaça. A figura 10 representa as principais características procuradas pelos consumidores.

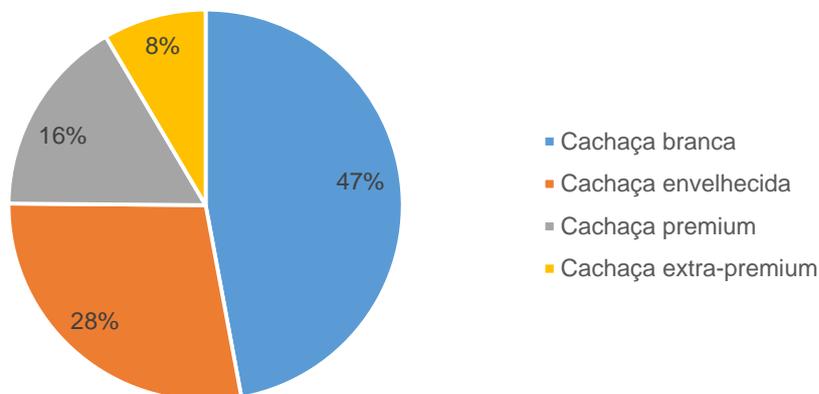
Figura 10. Principais características procuradas na cachaça pelos participantes da pesquisa.



Analisando a preferência em relação ao tipo de cachaça, 47% dos consumidores optam por cachaça branca, 28% cachaça envelhecida, 16% cachaça *premium* e 8% cachaça *extra-premium*, conforme a figura 11.

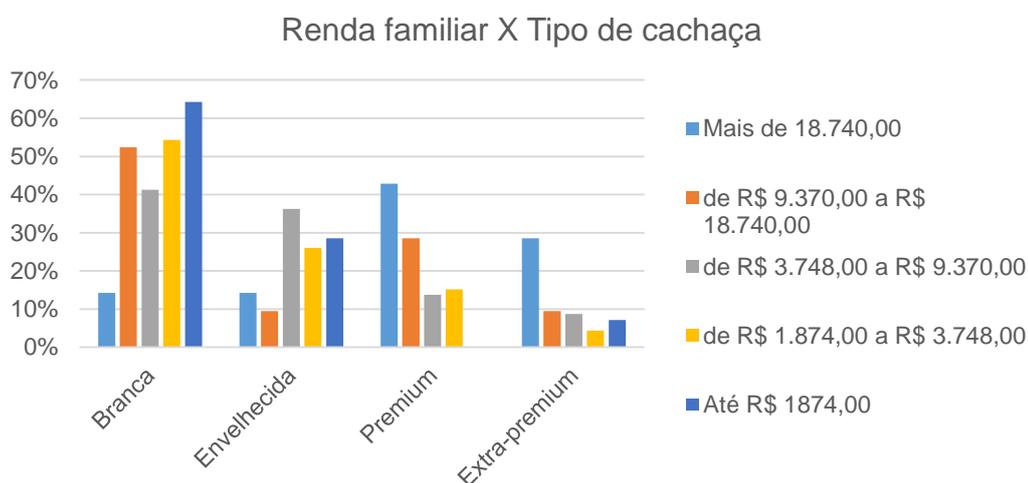
Figura 11. Preferência em relação aos tipos de cachaça.

Preferência em relação ao tipo de cachaça



A preferência entre os tipos de cachaça ofertados no mercado está correlacionada com a renda familiar do público consumidor. Analisando a figura 12, o consumo da cachaça branca tende a estar relacionado com o público de renda familiar mais baixo, e conforme a renda aumenta há uma tendência da procura de tipos mais nobres da bebida (tipo *premium* e *extra-premium*).

Figura 12. Relação entre renda familiar e tipo de cachaça consumida.



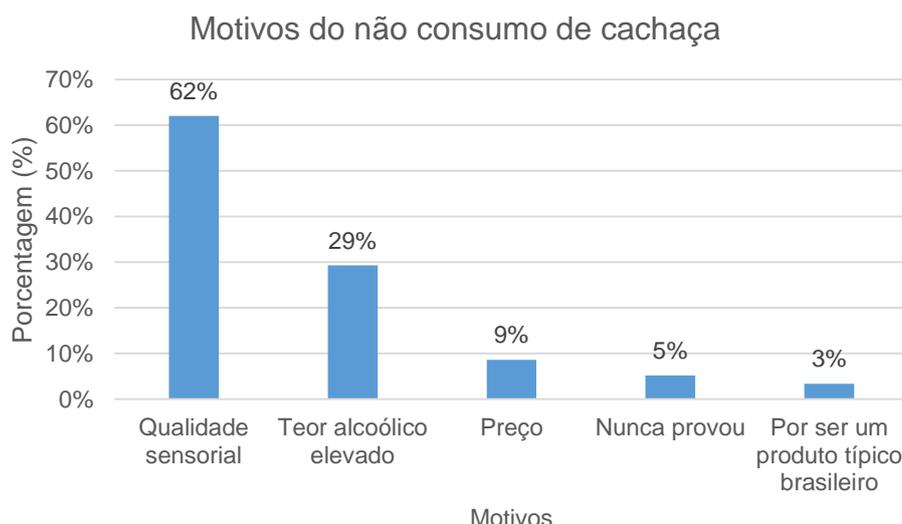
Segundo dados da POF 98/99, camadas sociais mais abastadas, consomem cachaça em menor volume em relação as camadas mais baixas, porém comparando-se o gasto médio com esse tipo de bebida, ambos os segmentos não apresentam diferenças. Tendo isso como base, pode-se inferir que o público de maior renda opta pelo consumo de bebidas com maior valor agregado.

É nessa faixa de renda em que grande parte do público maior de 35 anos de idade se enquadra. Dentro da pesquisa foi possível observar que o público mais experiente tende a beber o produto na forma pura, priorizando a satisfação e qualidade sensorial ao consumir a bebida. Em alguns casos, a variedade sensorial é relevante, indicando uma possível experimentação de produtos envelhecidos em diferentes madeiras e/ou *blends*.

O baixo consumo de cachaças *premium* e *extra-premium* pelo público entrevistado pode ser relacionado através da predominância de respondentes jovens (de 19 a 35 anos) e de menor renda familiar (abaixo de R\$ 3.748,00) e o provável desinteresse, falta de conhecimento e/ou experiência no consumo de produtos de linha *premium*.

O maior motivo do não consumo da cachaça por parte dos 23% dos entrevistados que consomem bebidas destiladas foi identificado como sendo a qualidade sensorial da bebida que não agrada o paladar do consumidor (Figura 13). Lembrando que não foi levado em consideração a distinção do consumo de cachaça artesanal e industrial. A falta de conhecimento da cachaça artesanal pode ser uma das causas da rejeição da bebida por parte dos consumidores.

Figura 13. Motivos do não consumo de cachaça



Segundo os entrevistados, a cachaça apresenta um gosto e aroma incômodos, tanto para o consumo puro, quanto para a preparação de *drinks*. Uma forma de tornar o aroma e sabor mais atrativos para o consumidor é realizando a bidestilação da

cachaça, visto que esse processo apresenta efeitos positivos na aceitação da bebida em relação ao sabor, aroma alcoólico, sabor do álcool e sabor residual (ROTA, 2008; ROTA & FARIA, 2009).

6.3. Análise do posicionamento do produtor artesanal em relação ao mercado

Foi verificado que os produtores regionais têm a preferência na utilização de cana-de-açúcar de cultivo próprio, sendo que, em alguns casos, faz-se a complementação da matéria-prima junto à produtores locais próximos à empresa. De acordo com os produtores, essa prática é realizada para se obter maior controle na qualidade da matéria-prima e na rastreabilidade do produto final. Segundo o produtor C, além da utilização do cultivo próprio, é utilizado o cultivo orgânico, afim de atingir outras fatias do mercado, com a oferta de produtos certificados e direcionado para clientes mais exigentes.

Afim de manter uma padronização sensorial e físico-química da bebida, todas as empresas optam pela utilização de cepas de leveduras isoladas, sendo que as empresas A e D utilizam cepas de origem comercial e os produtores B e C optaram pelo isolamento e reprodução em laboratório de cepas exclusivas, que além de aportar a referida padronização ainda garantem identidade da marca.

O processo de destilação ocorre em equipamentos adequados e conforme a legislação. Observou-se, também, que os produtores têm grande preocupação quanto a separação correta das frações da cachaça (cabeça, coração e cauda), garantindo assim maior qualidade sensorial e físico-químico do produto.

A produção anual varia de empresa para empresa, variando entre 8 mil litros (produtor A), 20 mil e 30 mil litros (produtores B e D) e 255 mil litros (produtor C). As empresas apresentam comportamentos diferentes quanto a produção de bebidas envelhecidas. Observa-se que empresas que tem menor volume de produção tendem a destinar a maior parte (acima de 60%) da produção para o processo de envelhecimento, enquanto empresas com volumes maiores de produção tendem a destinar cerca de 40% para estocagem em pipas e barris.

O processo de envelhecimento da bebida geralmente é feito em carvalho e amburana, mas também há a utilização de outras madeiras nacionais como a cabreúva, a grápia, o louro, o sassafrás e o bálsamo. No contexto de abranger

consumidores com diferentes desejos e preferências no consumo da cachaça, as empresas buscam na produção de *blends* atingir consumidores que buscam outras experiências e sensações além das oferecidas pelas cachaças brancas e envelhecidas.

Todos os produtores fazem parte de roteiros turísticos no RS e, afim de atender um público diverso durante as visitas, estes optam pela produção de bebidas à base de cachaça (licores, bebidas mistas, etc.).

“É uma demanda que o mercado exige. Hoje trabalhamos muito forte com o turismo, senti na pele a necessidade de criar um produto com menor graduação alcoólica e que tivesse um doce junto, que agradasse mais o paladar feminino.” (Produtor B).

“[...] é essencial ter um portfólio com um maior número de produtos, porque nem todo mundo gosta de cachaça. [...] esses produtos são uma porta de entrada para o consumo da cachaça.” (Produtor C)

No que diz respeito ao posicionamento das empresas no mercado, o público consumidor atendido é variado. A faixa etária atendida é ampla, variando desde a camada jovem até pessoas com idade superior a 60 anos. Referente a classe social, as empresas tendem a direcionar seus produtos para as classes com maior poder aquisitivo.

“[...] o consumidor da cachaça de qualidade é um consumidor da classe A e B muito fiel. Se ele gosta do teu produto, ele consome e indica para os amigos e familiares.” (Produtor B).

O perfil de consumidor desejado pelos produtores, que estão em rotas turísticas, é aquele que busca conhecer o produto, seu método de fabricação, com um perfil etário mais avançado e poder aquisitivo maior.

“Do público que vem por excursão de turismo, 80% é de faixa etária da terceira idade. É um público que tem poder aquisitivo e que vem para aprender. Um público calmo e que não está estressado, que não importa se ele vai perder uma hora ou duas na vida para escutar uma palestra.” (Produtor B).

Seguindo essa linha de pensamento, as cachaçarias que investem em turismo buscam aproximar seus clientes afim de fazê-los compreender quais os fatores que levam os seus produtos terem um valor diferenciado no mercado. O turismo, além de abrir portas para a experimentação e consumo de produtos artesanais de linha *premium*, abre caminhos para novas gerações de consumidores.

“A gente procura, principalmente, aquele cliente que queira mostrar para seu filho o que é uma cachaçaria. É uma coisa simples, mas as pessoas conseguem ver de que forma é feita uma cachaça com um pouco mais de valor agregado. No final o produto se torna barato, quando as pessoas veem o quanto de trabalho tem por trás de tudo.” (Produtor C).

Tendo em vista que as perspectivas demográficas lançadas pelo IBGE em 2018 tendem a um crescimento menos acelerado e um envelhecimento da população brasileira, juntamente com os dados da pesquisa quantitativa dos consumidores de cachaça – de quanto maior a idade, maior a preferência no consumo de bebidas de maior qualidade – o turismo rural, juntamente com ações de conscientização do consumidor ou futuro consumidor, se faz importante nesse setor.

Um ponto importante que os produtores B e C ressaltam é a relação entre consumidor e momentos de consumo de seus produtos. Em ambos os casos fica claro o posicionamento da empresa em relacionar o consumo moderado com momentos especiais.

“É o prazer de tomar cachaça, quando eles consomem, eu acho que é sempre quando querem o prazer maior. Então acho que quando o consumidor procura consumir nosso produto é nos momentos mais especiais, seja em comemoração, seja no happy hour. Não acredito que nossos produtos sejam usados em grande quantidade em festas e sim por aquele cara que se serve mesmo, aquele cara que sabe o que está colocando no copo.” (Produtor C).

Quando questionados sobre quais características o público alvo busca em seus produtos, todos os produtores alegam que, tanto da bebida quanto da apresentação da embalagem, a qualidade vem em primeiro lugar. Características essas procuradas por consumidores de produtos diferenciados.

“Você vai ao mercado público, compra uma garrafa, vai tomando e deixa a garrafa para mostrar para os amigos.” (Produtor A).

Estamos lançando uma cachaça de 15 anos e tivemos que fazer um rotulo novo, uma garrafa nova, uma embalagem nova. Estamos investindo bastante nisso para criar uma apresentação mais refinada, mais requintada por ser uma cachaça de mais idade e de valor agregado.” (Produtor D).

“[...] uma estratégia de diferenciação é a utilização de embalagens feitas a mão e tudo feito à mão, a garrafa 100% reciclável, envasado semiautomático e rótulo colado a mão, esse é um tipo de produto.” (Produtor C).

Os principais canais de venda e distribuição das empresas entrevistadas são bares, restaurantes e lojas especializadas em bebidas ou produtos regionais. Nota-se

que há uma relação importante entre produtores e distribuidores de bebidas, visto que esse tipo de canal facilita o acesso do produto no mercado nacional e, em alguns casos, internacional.

O escoamento da produção geralmente atinge grande parte do território nacional. A cachaça é destinada principalmente para os estados de Minas Gerais, São Paulo e Rio de Janeiro, além do próprio estado do Rio Grande do Sul. É interessante observar o fato de que o produtor D escoar sua produção principalmente por venda direta na própria cachaçaria, cerca de 95% de sua produção, indicando um forte vínculo com os clientes locais.

“[...] a gente acha que se fechássemos negócios lá fora e começasse a produzir direto, dia e noite, para atendê-los, e desse um problema que desfizesse o negócio, eu não ia ter mais clientes aqui. Então a gente prefere ficar aqui, quietinho no nosso canto, produzindo o que a gente consegue na forma artesanal. É a mesma maneira deste lá do início, quando nossos pais iniciaram, e a gente quer manter isso e a qualidade.” (Produtor D).

Atualmente, as cachaçarias têm enfrentado diversos desafios para driblar as dificuldades de atendimento de cada canal de venda. Um fator interessante e recorrente entre os produtores é a infidelidade dos distribuidores, visto que no Brasil existe um volume muito grande de marcas ofertadas, com custo e características diferentes. Outro ponto comentado é o fato da bebida ser tipicamente de consumo lento, não tendo uma boa rotatividade dentro do mercado.

“[...] hoje, principalmente o dono do varejo, tem uma infidelidade muito grande. Mesmo ele tendo um além do laço comercial, um laço de amizade, dificilmente ele pega um telefone e liga para o fornecedor falando: estou sem o teu produto, tem como trazer para mim? Ele, mesmo que ele tenha gostado ou que tenha vendido bem o teu produto, dificilmente liga para comprar o produto. Ele compra do primeiro que aparece, isso é um fato.” (Produtor B).

“[...] o problema é o giro da cachaça, se tu compras uma garrafa, você não toma em uma semana.” (Produtor A).

Em relação ao consumidor do RS, observa-se que o hábito de tomar cachaça é menor que em outros estados, como São Paulo e Minas Gerais, grandes redutos de produção de cachaça no Brasil. A influência das culturas italiana e alemã no estado pode ser um fator do porquê consumidores da região não tem o hábito da cachaça, dando preferência para o hábito do consumo do vinho ou cerveja.

“[...] os consumidores paulistas e mineiros gostam de degustar, você tem prazer de oferecer a degustação, pois eles opinam, gostam do produto. Apreciam e contribuem para o fortalecimento do setor. [...] aqui no Sul é mais difícil, nem todo mundo toma cachaça, é difícil vender.” (Produtor A).

Tendo em vista os perfis das empresas (micro, pequena, média empresa), não há um investimento na parte do marketing do produto. Geralmente as empresas tem seus próprios sites e páginas de redes sociais para divulgação do seus produtos e atividades.

As cachaçarias alegam que a participação em feiras, eventos e concursos regionais e nacionais ajudam no marketing da empresa. A atuação da empresa junto a esses eventos é essencial para a visibilidade da marca, visto que grande parte da propaganda, cerca de 90%, é feita “boca a boca”. Os eventos que as empresas geralmente participam são referentes à cachaça, como a Expocachaça em Minas Gerais, onde participam também de concursos referentes ao setor. Em alguns casos, o produtor opta pela participação em eventos relacionados a outros setores, como o turismo, distribuidores, compradores nacionais e internacionais, entre outras feiras.

A premiação das cachaças é um fator importante para a divulgação do produto e abre portas para entrar no mercado de bebidas. Todas as cachaçarias entrevistadas são premiadas, tanto nacionalmente quanto no exterior, indicando que os produtos são reconhecidos pelo seu alto padrão de qualidade.

“[...] eu determino que as premiações abriram muitas portas, distribuidores começaram a trabalhar nosso produto através do destaque das premiações. As cachaças nas prateleiras da loja no varejo se destacando com um selo de premiação na garrafa. (...). Aumenta gradativamente as vendas, mas a gente nunca agregou mais valor por isso.” (Produtor B).

“Sempre afeta na divulgação do produto, nunca vai aumentar o valor. São pautas para notícias, para blogueiros, sites e revista que queiram falar sobre o prêmio. A gente cria a pauta, escreve muito bem, organiza e vai disparando para quem quiser.” (Produtor C).

“A venda aumenta, porque, querendo ou não, se uma pessoa nunca bebeu uma de nossas cachaças e aí sai uma reportagem no jornal da cidade, que a cachaça foi premiada no concurso mundial de Bruxelas, deve ser uma coisa bem especial, as pessoas vão lá para experimentar, conhecer. Então, querendo ou não, aumenta a venda. (...) a gente não costuma aumentar o valor da cachaça, nem ela sendo premiada, a gente acha que isso não é certo com nossos consumidores de longa data.” (Produtor D).

Ainda que os produtos sejam reconhecidos com premiações nacionais e internacionais, as cachaçarias alegam que ainda há desinformação e preconceito por parte dos consumidores e difamação da bebida por parte da mídia, reforçando uma imagem negativa do produto brasileiro.

“[...] sempre que ocorre algum evento negativo relacionado com álcool, nunca são outras bebidas, é a cachaça, o “cachaceiro”. Essa palavra é muito ruim para o setor.” (Produtor C).

“[...] antigamente a cachaça era coisa de boteco, de cachaceiros que viviam caindo por aí. O preconceito ainda é grande e ainda vejo isso nas feiras.” (Produtor D).

“[...] hoje, o Brasil deveria ter um apoio muito maior com o produto nacional. O governo vê a cachaça como um problema, não como um produto que poderia fortalecer a economia do país.” (Produtor B).

Apesar desses relatos, os produtores são otimistas com o desenvolvimento do setor.

“[...] há preconceito, mas é um mercado que está evoluindo e que vai crescer muito ainda, tem muito para expandir.” (Produtor D).

Tendo em vista o atual desempenho do setor de bebidas brasileiro, com consumidores financeiramente mais conservadores e com uma tendência de consumo moderado e de maior qualidade, conclui-se que as cachaçarias entrevistadas se alinham à tendência do mercado nacional analisado anteriormente, porém três empresas tem o escoamento da produção voltada para a exportação e o atendimento de outros estados.

7. CONCLUSÕES

Conclui-se então que, o setor produtor de cachaça artesanal no RS é promissor, tendo oportunidade a possibilidade de maior exploração do consumidor local, visto que há consumidores interessados nesse tipo de produto. O setor apresenta uma constante busca pela qualidade sensorial e físico-química da bebida e também da apresentação do produto final, aumentando assim as chances de ganhar prêmios no país e no mundo.

Tem produção voltada para o mercado nacional e com pouco escoamento para o estado do RS. Nota-se também, que há uma tendência de as empresas voltarem-se para o setor do turismo, ou seja, atender um público com faixa etária mais avançada, com maior poder aquisitivo, sendo originário ou não do estado do Rio Grande do Sul.

Iniciativas, como a utilização do turismo para conscientização do consumidor frente aos aspectos de produção e qualidade da cachaça, são tendência entre as cachaçarias entrevistadas e auxilia na exploração do mercado regional. Além de atrair turistas originários de outros estados e do próprio RS, o turismo realizado por essas empresas busca atender um consumidor que não conhece o produto, seus derivados e sua diferenciação no mercado.

A análise do consumidor entrevistado demonstra que o consumo da cachaça em domicílio está ligado a eventos sociais em família ou entre amigos. Conforme a renda aumenta há uma tendência da procura de tipos mais nobres da bebida, sendo possível observar que, quanto maior a faixa etária do consumidor, maior a priorização dos quesitos de satisfação e qualidade sensorial ao consumir a bebida. A partir disso, o posicionamento das empresas entrevistadas, quanto ao consumo moderado e em momentos especiais, se alinha com o perfil delineado na pesquisa. Essa forma de consumo favorece o marketing da empresa e reforça a necessidade de ter uma boa apresentação e qualidade da embalagem do produto.

Embora dentro da pesquisa o público consumidor de produtos *premium* seja de uma faixa etária mais elevada, as empresas entrevistadas tendem a direcionar seus produtos para um público variado. Além disso, as empresas entrevistadas se alinham

com a tendência demonstrada na pesquisa com consumidores, oferecendo produtos de maior valor agregado e qualidade a grupos com maior renda familiar.

8. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ACSELRAD *et al.* **Consumo de Bebidas Alcoólicas no Brasil – Estudo com Base em Fontes Secundárias**. Faculdade Latino-americana de Ciências Sociais. Rio de Janeiro, 2012.

Associação Paulista dos Produtores de Cachaça de Alambique – APPCA. **História da Cachaça**. São Paulo, 2009

BORRAGINI, M. C. C. **Envelhecimento da Cachaça com Circulação Forçada e Aeração**. 2009. 92 f. Dissertação (mestrado). Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho. Programa de Pós-Graduação em Alimentos e Nutrição, Araraquara, 2009.

BORTOLETTO, A. M. **Influência da madeira na Qualidade Química e Sensorial da Aguardente de Cana envelhecida**. 2016. 231 f. Tese. Universidade de São Paulo. Programa de Pós-Graduação em Ciência e Tecnologia de Alimentos, Piracicaba, 2016.

BRASIL. MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO. AGROSTAT – **Estatísticas do Comércio Exterior de Agronegócio Brasileiro**. Disponível em: < <http://indicadores.agricultura.gov.br/agrostat/index.htm> > Acesso em: 05/12/2017

BRASIL. MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO. Decreto Nº6.871, de 4 de junho de 2009. Regulamenta a Lei nº 8.918, de 14 de julho de 1994, que dispõe sobre a padronização, a classificação, o registro, a inspeção, a produção e a fiscalização de bebidas.

BRASIL. MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO. Instrução Normativa Nº 13, de 29 de junho de 2005. Diário Oficial da União. Brasília, 30 de junho de 2005.

CASCUDO, L. C. **Prelúdio da Cachaça, Etnografia, História e Sociologia da Aguardente no Brasil**. Coleção Canavieira nº1. 1967.

CHAVES, J. B. P. **Produção de Cachaça Artesanal de Qualidade**. In. DA SILVA, C. A. B. projetos de Empreendimentos Agroindustriais: Produtos de Origem Vegetal, vol. 2. 2. ed. Belo Horizonte: UFV, 2003. Cap. 3, pag. 59-118.

CONAB – COMPANHIA NACIONAL DE ABASTECIMENTO. **Cana-de-Açúcar – Análise Mensal – Fevereiro/2018**. Brasília: abril/2018. Acesso em: 15/04/2018.

COUTINHO, E. P., Práticas Ultrapassadas e Mitos de Qualidade na Cadeia de Produção de Cachaça Artesanal. XXII Encontro Nacional de Engenharia de Produção. Ouro Preto – MG, Brasil, out/2003.

DA SILVA, G. M. **Pré-Tratamento do Bagaço de Cana-de-Açúcar com Amônia Aquosa para a Produção de Etanol**. 2011. 125 f. Dissertação (mestrado).

Universidade Federal de São Carlos. Programa de Pós-Graduação em Engenharia Química, São Carlos, 2011.

DE SOUZA, L. M. **Produção de Cachaça de Qualidade**. 2013. 74f. Universidade Federal de São Paulo. Escola Superior de Agricultura Eça de Queiroz, 2013.

DELGADO, A.; AZEREDO CÉSAR, M. A. **Elementos de Tecnologia e Engenharia do Açúcar de Cana**. Vol. II. Piracicaba: Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz, 1977.

EMBRAPA Clima Temperado – Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária. **Pesquisas indicam novas cultivares de cana-de-açúcar para o RS**. Disponível em: <<https://www.embrapa.br/clima-temperado/busca-de-noticias/-/noticia/1485752/pesquisas-indicam-novas-cultivares-de-cana-de-acucar-para-o-rs->>> Acesso em: 05/06/2018.

EUROMONITOR INTERNATIONAL. **Alcoholic Drinks in Brazil**. London: Euromonitor International, 2018.

EUROMONITOR INTERNATIONAL. **Alcoholic Drinks in Brazil: Industry Overview**. London: Euromonitor International, 2012.

EUROMONITOR INTERNATIONAL. **Alcoholic Drinks in Brazil: Industry Overview**. London: Euromonitor International, 2016.

EUROMONITOR INTERNATIONAL. **Spirits in Brazil**. London: Euromonitor International, 2018.

FARIA, J. B. **A influência do cobre na qualidade das aguardentes de cana (Saccharum officinarum, L.)**. 1989. 93f. Dissertação (Doutorado em Ciência dos Alimentos). Faculdade de Ciências Farmacêuticas, USP, São Paulo.

FEITOSA, P. C. L. **A Cachaça como Identidade Cultural**. 2005. 70 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Especialização) - Centro de Excelência em Turismo, Universidade de Brasília, Brasília, 2005.

FURTADO, R. A. **Destilação Lenta de Cachaça Artesanal sem Separação da Cabeça e da Cauda**. 2014. 46 f. Monografia (especialização). Universidade de São Paulo. Escola de Engenharia de Lorena, Lorena, 2014.

GALINARO, A. G. **Da Formação e Controle de Carbamato de Etila em Aguardentes**. 2011. 125 f. Tese (doutorado). Universidade de São Paulo. Instituto de Química de São Carlos, São Carlos, 2011.

HAMERSKI, F. **Estudo de Variáveis no Processo de Carbonatação do Caldo de Cana-de-Açúcar**. 2009. 149 f. Dissertação (mestrado). Universidade Federal do Paraná. Programa de Pós-Graduação em Tecnologia de Alimentos, Curitiba, 2009.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Pesquisa de Orçamentos Familiares 2008/2009**.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Pesquisa de Orçamentos Familiares 98/99.**

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Projeções da população.** 2018.

IBRAC - Instituto Brasileiro da Cachaça. Mercado Interno. Disponível em: < <http://www.ibrac.net/index.php/servicos/estatisticas/mercado-interno> > Acesso em: 05/12/2017.

INMETRO – Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial. Portaria 126, de 24 de junho de 2005, regulamenta a avaliação da conformidade da cachaça.

LARANJEIRA *et al.* **I Levantamento Nacional Sobre os Padrões de Consumo de Álcool na População Brasileira.** Secretaria Nacional Antidrogas. Brasil, 2007.

MAPA - Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. AGROSTAT - Estatísticas do Comércio Exterior do Agronegócio Brasileiro. Disponível em: < <http://indicadores.agricultura.gov.br/agrostat/index.htm> > Acesso em: 05/12/2017.

MUNIZ, K. M. **Comportamento de consumo em festas e baladas: segmentação baseada nas motivações e análise das dimensões da satisfação.** XXXV Encontro do ANPAD. 2011.

MUTTON & MUTTON. **Aguardente de Cana.** In. VENTURINI FILHO, W. G. Bebidas alcoólicas: Ciência e Tecnologia, vol. 1. 2. ed. São Paulo: Blucher, 2010. Cap. 12, p. 237-266.

OLIVEIRA, A. M. L., **O Processo de Produção de Cachaça Artesanal e sua Importância Comercial.** 2010. 55 f. Monografia (especialização). Universidade Federal de Minas Gerais. Programa de Pós-Graduação em Microbiologia do Instituto de Ciências Biológicas, Belo Horizonte, 2010.

PINHEIRO, P. C.; LEAL, M. C.; ARAÚJO, D. A. Origem, Produção e Composição Química da Cachaça. **Química e Sociedade.** n.18, nov 2003.

RECKZIEGEL, D. **Lazer Noturno: Aspectos Configuracionais e Formais e sua Relação com a Satisfação e Preferência dos Usuários.** 2009. 218 f. Dissertação. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, programa de Pós-Graduação em Planejamento Urbano e Regional, Porto Alegre, 2009.

ROTA, M. B. **Efeito do Processo de Bidestillação na Qualidade Sensorial da Cachaça.** 2008. 76 f. Dissertação. Universidade Estadual Paulista, programa de Pós-Graduação em Alimentos e Nutrição da Faculdade de Ciências Farmacêuticas, Araraquara, 2008.

ROTA, M. B., FARIA, J. B. **Efeito do Processo de Bidestillação na Qualidade Sensorial da Cachaça.** 2009. Alim. Nutr., Araraquara. v.20, n.1, p. 121-127, jan./mar. 2009.

SALES, L. R., **Seleção de Cultivares de Cana-de-Açúcar Potenciais para a Produção de cachaça Artesanal**. 2013. 59 f. Dissertação. Universidade Federal de Lavras. Programa de Pós-Graduação em Agronomia/Fitotecnia, Lavras, 2013.

SANCHEZ, Z. M. **A prática de binge drinking entre jovens e o papel das promoções de bebidas alcoólicas: uma questão de saúde pública**. Epidemiol. Serv. Saude, Brasília, 26(1):195-198, jan-mar 2017.

SANDRE, S. **Cachaça Patrimônio Brasileiro**. 2004. 162 f. Monografia (Especialização) – Centro de Excelência em Turismo, Universidade de Brasília, Brasília, 2004.

SCARTON, L. M, **Governança na Cadeia da Cachaça Artesanal: Caso do Grupo Alambiques Gaúchos**. 2011. 138 f. Dissertação. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Programa de Pós-Graduação em Agronegócios, Porto Alegre, 2011.

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio à Pequenas e Microempresas. **Fábrica de Aguardente de Cana-de-Açúcar**. SEBRAE/ES. Série Perfil de Projetos. Espírito Santo, 1999.

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio à Pequenas e Microempresas. **Certificação da Cachaça de Alambique**. SEBRAE NACIONAL/INMETRO. Cartilha. Brasil, 2015.

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio à Pequenas e Microempresas. **O comércio eletrônico de cachaça no Brasil**. Brasil, 2014. Disponível em: <<http://www.sebraemercados.com.br/o-comercio-eletronico-de-cachaca-no-brasil/>>. Acesso em:09/09/2018.

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Análise de Tendência de Mercado da Cachaça**. Brasil, 2017. Disponível em: <> Acesso em: 16/08/2018.

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Cachaça Artesanal – Série Estudos Mercadológicos**. Brasil, 2012.

TORRES, E. M. J., **Qual Variedade de Cana-de-Açúcar Utilizar para a Fabricação de Cachaça?**. 2017. 3f. Informações Tecnológicas da Secretaria de Agricultura e Abastecimento do Estado de São Paulo. Pesquisa & Tecnologia, vol. 14, n. 1. Jan-Jun 2017.

VENTURINI, W. G. **Aguardentes e Cachaça**. 2013. 72 f. Universidade Estadual Paulista. Faculdade de Ciências Agrônomicas. São Paulo, 2013.

VERDI, A. R. **Dinâmica e Perspectivas do mercado da Cachaça**. Informações Econômicas, São Paulo, v.36, n.2, fevereiro. 2006.

VIDAL, M. F. **Produção de Cachaça na Área de Jurisdição do BNB: Mercado e Estrutura da Cadeia Produtiva**. XLVI Congresso da Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural. 2008.

VILELA, A. F. **Estudo da Adequação de Critérios de Boas Práticas de Fabricação na Avaliação de Fábricas de Cachaça de Alambique**. 2005. 96 f. Programa de Pós-Graduação em Ciência de Alimentos, Belo Horizonte, 2005.

WHO/OMS – World Health Organization/Organização Mundial da Saúde. **World Health Statistics – Monitoring Health for the Sustainable Development Goals**. 2017.

APÊNDICE A – Questionário

Formulário eletrônico para caracterização de consumidores de bebidas alcoólicas destiladas

Esta pesquisa consiste no Trabalho de Conclusão de Curso do graduando Alisson de Souza Cunha, acadêmico do curso de Engenharia de Alimentos da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). O trabalho é orientado pelo professor Drº Jean Philippe Palma Revillion. A pesquisa intitula-se "O Mercado da Cachaça Artesanal no Rio Grande do Sul" e tem por objetivo caracterizar os consumidores de cachaça para uma futura análise de mercado no estado do RS.

O tempo médio de duração da pesquisa é de 4 minutos. Destacamos que você tem o direito e a liberdade de interromper o questionário, independente do motivo e sem nenhum prejuízo a sua pessoa. Os dados analisados serão confidenciais e sua identidade será preservada.

Questão 1: Gênero

Masculino Feminino Outro

Questão 2: Idade:

de 14 a 18 anos de 19 a 35 anos

de 36 a 50 anos mais de 50 anos

Questão 3: Grau de Instrução:

Ensino Fundamental completo Ensino Médio Completo

Ensino Superior Completo

Formulário eletrônico para caracterização de consumidores de cachaça

Questão 1: Gênero

Masculino Feminino Outro

Questão 2: Idade:

de 14 a 18 anos de 19 a 35 anos
 de 36 a 50 anos mais de 50 anos

Questão 3: Grau de Instrução:

Ensino Fundamental completo Ensino Médio Completo
 Ensino Superior Completo

Questão 4: Renda Familiar:

Até R\$ 1874,00 de R\$ 1.874,00 a R\$ 3.748,00
 de R\$ 3.748,00 a R\$ 9.370,00 de R\$ 9.370,00 a R\$ 18.740,00
 Mais de R\$ 18.740,00

Questão 5: Qual a frequência de consumo de cachaça?

Mais de uma vez ao dia 1 vez por dia
 Mais de uma vez por semana 1 vez por semana
 Esporadicamente

Questão 6: De que forma você costuma consumir a cachaça?

Pura outra forma: _____
 Base para outras bebidas (ex: caipirinha, drinks, etc)

Questão 7: Em quais lugares você costuma consumir a cachaça?

Festas Em casa
 Bares e restaurantes Casa de amigos

Questão 8: Em quais momentos você costuma consumir a cachaça?

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Antes das refeições | <input type="checkbox"/> Churrasco |
| <input type="checkbox"/> Pós-refeições | <input type="checkbox"/> Acompanhado |
| <input type="checkbox"/> Sozinho | <input type="checkbox"/> Assistindo esportes |
| <input type="checkbox"/> Para relaxar | <input type="checkbox"/> Outro: _____ |

Questão 9: Dos tipos de cachaça abaixo, qual você consome com maior frequência?

- Cachaça branca (não passa por processo de envelhecimento em barris de madeira)
- Cachaça envelhecida (composta de pelo menos 50% de cachaça envelhecida em barril de madeira, por um período mínimo de 1 ano)
- Cachaça premium (100% de cachaça envelhecida em barril de madeira, por um período mínimo de 1 ano)
- Cachaça extra-premium (100% de cachaça envelhecida em barril de madeira, por um período mínimo de 3 anos)

Questão 10: Quais características você procura ao consumir a cachaça?

- Qualidade sensorial (aroma, sabor) em comparação com outros destilados
- Satisfação sensorial (aroma, sabor, teor alcoólico) em comparação com outros destilados
- Variedade sensorial (aroma, sabor) em comparação com outros destilados
- Diversidade de produtos e marcas
- Preço acessível se comparado a outros destilados
- Por ser um produto típico do Brasil
- Por ser de fácil utilização em preparações de drinks e outras bebidas
- Outro: _____

Espaço aberto para comentários sobre a pesquisa

APÊNDICE B - Entrevista

1) Caracterização da empresa

- Nome da empresa:
- Localização:
- Porte:
- Tempo de mercado:
- Faz parte de alguma associação/cooperativa?

2) Caracterização da produção

- Descreva como é feita a produção da cachaça na empresa:
- Procedência da cana
- Tipo de fermento utilizado
- Processo de destilação
- A empresa faz blends entre variedades de madeira? Quais variedades? Motivos.
- Como é feito? Profissional especializado ou testes sensoriais?
- Qual o volume de produção anual?
- Quais outros produtos são produzidos na empresa?
- São derivados da cachaça? Quais? Motivos
- Outros destilados? Quais? Motivos
- São produções concorrentes durante o período de produção da cachaça?

3) Caracterização do mercado

- Qual o principal público alvo que a empresa busca atingir?
 - Faixa etária
 - Classe social

- Consumidores exigentes
- Comércio exterior
- Mercado nacional
- Quais são os principais canais de vendas? Porcentagem de vendas entre os tipos de canais.
- Quais as diferenças e desafios dentro de cada canal de venda/distribuição?
- Para onde a produção é destinada?
- Dentro do cenário nacional, em sua opinião, quais são os desafios do setor produtor de cachaça atualmente?
 - Consumidores exigentes?
 - Situação político-econômica do país
 - Incentivos
 - Leis brasileiras
 - Concorrência com outras bebidas (quais, quais os prováveis motivos)
 - Preconceito

4) Caracterização do marketing

- Como é feito o marketing da empresa?
 - Estratégias de divulgação e diferenciação do seu produto
 - Utilização de rótulos e embalagens diferenciadas (como, quais, motivos)
 - Quais canais de divulgação
 - Participação em feiras e eventos (quais, onde, quando)
- Quais feiras e eventos regionais/nacionais são importantes no setor de produção da cachaça?
- Quais premiações são importantes no setor de produção da cachaça?
 - A empresa já conquistou algum?
 - Aumentam o volume de vendas
 - Aumentam o valor agregado
 - Como o consumidor/importador reage aos prêmios conquistados