

AS IMPRESSÕES DO CONSUMIDOR-TURISTA SOBRE A CACHAÇA PARANAENSE

Yonara Helena Siqueira Cheres¹

Mirna de Lima Medeiros²

Resumo: A pesquisa objetivou verificar a atitude do consumidor-turista com relação à cachaça paranaense. A cachaça, bebida alcoólica nacional feita à base de cana-de-açúcar, leveduras e água, veio para o Brasil com os portugueses, e logo se assentou no país, alastrando-se por mãos operárias e escravizadas. Em um primeiro momento foram conduzidas pesquisas bibliográficas e *in loco*, em seguida foi aplicado questionário *online* (54 respostas), contemplando o consumo e preferências em termos de custo, qualidade e locais de produção da cachaça/aguardente. Foi feita análise de conteúdo e estatística descritiva de acordo com cada dado. Verificou-se atitude favorável do consumidor-turista com relação à cachaça paranaense.

Palavras-chave: Turismo Cultural, Cachaça Paranaense, Gastronomia.

INTRODUÇÃO

Segundo o Instituto Brasileiro da Cachaça – IBRAC (2023), “Cachaça é a denominação típica e exclusiva da aguardente de cana produzida no Brasil, tendo como matéria-prima exclusiva o mosto fermentado do caldo da cana-de-açúcar, com teor alcoólico de 38% a 48%” e 20 C° e de acordo com a Lei N.º 8.918, de 14 de julho de 1994. A aguardente, termo mais amplo, poderá variar seu grau alcoólico de 38% até 54%.

Conforme o Mapa da Cachaça (2023), o Paraná possui três cachaças premiadas, da cidade turística de Morretes: a Ouro de Morretes, a Porto Morretes e a Velho Alambique. O SEBRAE (2022) mostra que a produção da cachaça de Morretes integra uma importante tradição local desenvolvida por várias famílias em diversos alambiques. Dada a importância para a cidade e o estado, tanto o barreado como a cachaça morretiana foram tombados como patrimônio imateriais do Paraná. No entanto, o Paraná possui mais áreas que produzem cachaça. A pesquisa teve como objetivo geral analisar a atitude do turista em relação à cachaça paranaense; e, como objetivos específicos, identificar quais são os principais locais que possuem a cachaça no Paraná e investigar a opinião do consumidor turista sobre o custo e qualidade da cachaça paranaense.

¹ Acadêmica do Curso de Bacharelado em Turismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG); Especialista em Administração, Supervisão e Orientação Educacional: a gestão do trabalho na escola pela UEPG e Licenciatura em Educação Física pela UEPG. E-mail: yonaracheres@gmail.com.

² Professora do Curso de Bacharelado em Turismo e do Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais Aplicadas da UEPG. Doutora em Ciências pelo Programa de Pós-Graduação em Administração de Organizações da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade de Ribeirão Preto (FEA-AR/USP). E-mail: mirnadelimamedeiros@gmail.com

Tal conhecimento é útil não só para os produtores da bebida, que podem avaliar possíveis melhorias na produção ou distribuição, mas para as comunidades e demais pessoas envolvidas na atividade turística. Há que se considerar, inclusive, a elaboração de estratégias, principalmente em razão de que tanto os dados relativos às cachaças, bem como a opinião dos turistas, variam no decorrer do tempo, podendo tornar defasados eventuais estudos anteriores.

REFERENCIAL TEÓRICO

Muitos autores não conseguem precisar uma data correta da entrada da cachaça no país e nem quem realmente a criou. Para o IBRAC (2023), a cachaça pode ter vindo nos idos de 1516 a 1532, e registra que os portugueses tomavam a bagaceira, um destilado de casca de uva e, como não tinham a bebida no Brasil, improvisaram uma bebida a partir da fermentação e destilação de derivados do caldo da cana-de-açúcar, que, quando era ingerida, produzia o mesmo efeito prazeroso do destilado português. Outra hipótese é que, em alguns engenhos de açúcar, durante a fervura da garapa para que fosse feito o açúcar, aparecia uma espuma que era retirada e jogada nos cochos dos animais, os quais as bebiam e pareciam revigorados; percebendo isso, alguns escravizados passaram a consumi-la. “A cachaça era a bebida dos políticos em prol da independência, a bebida dos patriotas, recusando os vinhos estrangeiros, especialmente portugueses e com isso tornou-se a bebida nacional” (Cascudo, 2021). O Português que veio para o Brasil veio para ficar; e para se sentir mais em casa, instalou-se com quintal, horta e curral, além de trazer a cana-de-açúcar, o trigo e as parreiras (Braune, 2007).

De acordo com o Mapa da Cachaça (BRASIL, 2023), toda cachaça é uma aguardente, mas nem toda aguardente é uma cachaça, pelo motivo de a cachaça ser feita apenas de cana-de-açúcar, enquanto a aguardente pode ser feita de frutas. Vale lembrar ainda que a cachaça é um produto exclusivo brasileiro, seu insumo básico é a cana-de-açúcar, e o segredo para a diversidade de aromas e sabores é o uso criativo das madeiras para o armazenamento e envelhecimento em barris que poderão ser de jequitibá, castanheira, jatobás, carvalho, pau-brasil, bálsamo, amendoeira, ipês, angico e louro, entre outras. (Ditchum, 2018).

“A bebida representa um importante papel para a economia brasileira, sendo responsável pela geração de emprego e renda, principalmente para pequenos produtores rurais” (Venturini Filho, 2011). A cachaça foi por muitas décadas considerada uma bebida das classes pobres, vendida a preços mais baixos e sem controle de qualidade, porém, para que se revertisse esse quadro, nas últimas décadas houve investimentos em marketing, controle de qualidade e pesquisas, além de modificação da legislação e criação de associações

e diversos incentivos por programas voltados para o agronegócio do produto, para que tivesse mais competitividade e o mercado se formalizasse. (Venturini Filho, 2011).

Embora da culinária brasileira ter sido influenciada por muitas etnias, três delas foram as que mais tiveram interação e acabaram formando o povo brasileiro, os indígenas, os portugueses e os africanos (Fagliari, 2005). Essa alimentação tornou-se com o tempo uma modalidade cultural do brasileiro, parte integrante de seu patrimônio imaterial com interação entre povos e suas culturas, propiciando socialização entre a comunidade receptora e o turista, por intermédio do prato em que essa comunidade oferece e a degustação feita pelo turista. (Mascarenhas, 2016). Apesar da cachaça não ser um alimento, ela entra nessa modalidade cultural, pois com o passar do tempo a bebida que era inicialmente apenas dos escravos, aprimorou-se, entrou no gosto de mais pessoas, cada dia mais consumidores e uma maior importância econômica desde o Brasil colônia.

METODOLOGIA

A pesquisa caracteriza-se como exploratória-descritiva, predominantemente qualitativa. Em um primeiro momento, de setembro a novembro de 2023, foi realizada pesquisa bibliográfica, por meio de livros, periódicos, artigos, teses, sítios na *internet* e revistas especializadas. Em seguida foi feita pesquisa *in loco* nas cidades de Guaratuba, Morretes, Matinhos e Reserva, para conversar com produtores, e em lojas de cachaças, além de Curitiba, no Mercado Municipal (na loja de cachaça). Essa etapa deu-se para coletar informações e pedir divulgação da pesquisa posterior, que seria por questionário.

De dezembro de 2023 até fevereiro de 2024, foram feitas as compilações de dados bibliográficos, elaboração dos questionários e, já em seguida, as aplicações dos questionários semiestruturados (com questões abertas e fechadas). O compartilhamento foi feito por *e-mail* e redes sociais, como Instagram e WhatsApp, para pessoas ligadas ao segmento da cachaça, instituições e associações que trabalham com divulgação de cachaça, além do público em geral (consumidor de cachaça), dando preferência para não moradores no estado do Paraná.

Nos meses de março e abril de 2024, foi realizada pesquisa por meio do questionário “A atitude do turista em relação à Cachaça/Aguardente paranaense”, com o objetivo de avaliar as opiniões do consumidor/turista sobre a cachaça/aguardente paranaense. A pesquisa foi aplicada para pessoas com mais de 18 anos, pois o tema envolve uma bebida alcoólica. Ao todo, 54 pessoas responderam a uma parte das perguntas, das quais 7 afirmaram não consumir cachaça/aguardente; esses últimos participantes, conforme previsto no questionário, responderam apenas até a pergunta 6, voltando apenas no bloco final, que trata de aspectos de

compra e recomendações do produto. As 47 pessoas restantes responderam todas as perguntas de múltipla escolha, enquanto, nas questões abertas, apenas 29 forneceram respostas.

Para o desenvolvimento das discussões, este trabalho foi dividido em duas partes, a primeira por pesquisa documental e outra por pesquisa quantitativa, feita por questionário.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

1 – Cachaças Paranaenses e Turismo

Em um primeiro momento, a pesquisa foi feita de forma qualitativa e por diversos meios, principalmente contemplando fundamentações teóricas e estudos sobre a cachaça/aguardente. A Lei n.º 8.918, de 14 de julho de 1994, dispõe sobre a fiscalização de bebidas, mais precisamente da cachaça, e ainda sobre aspectos como padronização, registro, inspeção, classificação e produção. No caso específico da cachaça, é importante ressaltar que essa é a denominação típica e exclusiva da aguardente de cana-de-açúcar produzida no Brasil. Para ser considerada cachaça, a bebida deve ter uma graduação alcoólica entre 38% e 48% em volume, a 20°C. (BRASIL, 1994) e ser feita de cana-de-açúcar. Se a bebida não se enquadrar nesses quesitos, não poderá ser comercializada como cachaça. Portanto, para fins legais, não existe o termo cachaça artesanal, e sim uma aguardente, e será essa denominação que deverá ser usada. A aguardente, termo mais amplo, poderá variar seu grau de composição alcoólica de 38% até 54%.

As cachaças com algum tipo de condimento ou frutadas são chamadas de cachaças com adição de, por exemplo, banana, jambu, canela, café etc. Essas nomenclaturas devem ser usuais para quem comercializa ou é especializado em estudos da cachaça; no entanto, a grande maioria da população tem uma “licença poética” para chamar como bem entender, afinal de contas, se forem consultados os estudos de Cascudo (2001), verifica-se que existem milhares de nomes diferentes para cachaça como, por exemplo, marvada, pinga, gole, caninha, pede-briga e forrapeito, entre outras, pois cada região brasileira tem os seus nomes.

Alguns dos locais visitados já haviam concordado que a pesquisa fosse aplicada em seu interior, para os consumidores, como é o caso das lojas de cachaças em Morretes, Matinhos e Guaratuba, Box de venda de Cachaças do Mercado Municipal de Curitiba, cachaçarias de Curitiba e Ponta Grossa, alambiques de Morretes e de Reserva. Segundo o Anuário da Cachaça (BRASIL, 2021), dentre os registros de estabelecimentos produtores de cachaça por unidade da federação, o Paraná se encontra em 8.º lugar, com 27 estabelecimentos registrados, porém os que estão em pleno funcionamento são 8 que serão expostos na Figura 1 que demonstra as cidades, os alambiques e o nome dos produtos encontrados no Paraná.

Figura 1 – Estabelecimentos produtores de cachaça ativos no Paraná



Fonte: Freepik elaborado com base em Anuário da Cachaça (BRASIL, 2021) e Torrente (2014).

Todos esses engenhos possuem mais de um tipo de cachaça, sendo elas as pratas, ouro, premium e extra-premium. Há de se destacar também que o Paraná ocupa o 10.º lugar em termos de densidade cachaceira, com 414.196 habitantes por estabelecimento de cachaça, sendo que o Estado de Minas Gerais é o primeiro nos dois quesitos, com 353 cachaçarias, com a densidade cachaceira de 60.315 habitantes por estabelecimento de cachaça.

2 – A atitude do turista em relação à Cachaça/Aguardente paranaense

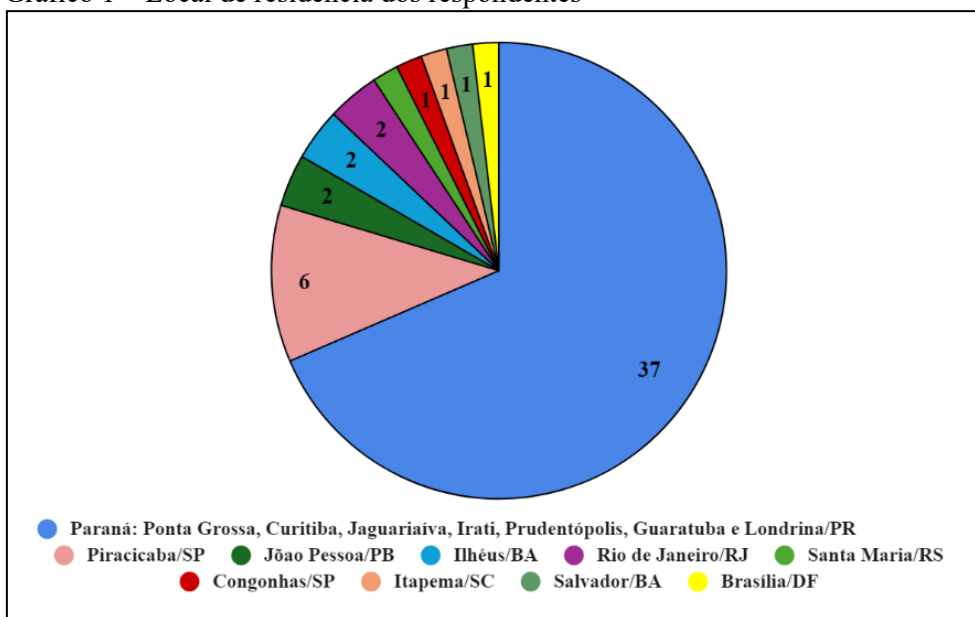
2.1 – Perfil do respondente

Em um primeiro momento foi perguntada a idade dos respondentes, com 54 respostas, numa extensa faixa de 18 até 75 anos. Observa-se que a faixa etária das pessoas que mais responderam ao questionário foi entre 61 e 75 anos, perfazendo 40,74%; seguida da faixa etária de 31 a 45 anos, com total de 31,48%; entre a faixa de 46 a 60 anos o total foi de 22,22%; e finalmente a faixa de 18 a 30 anos com um total de 5,55% dos respondentes. Com esses dados percebe-se que, no universo pesquisado, foram as pessoas com mais idade que se dispuseram a responder o questionário, e que são as que mais consomem cachaça/aguardente, tanto a paranaense quanto a nacional.

No quesito gênero, quase houve um empate entre os 54 respondentes, sendo 52% do gênero feminino, e 48% do masculino. Porém, no âmbito pesquisado, os 7 respondentes que não responderam todas as questões foram do sexo feminino, porque não consomem cachaça/aguardente de maneira alguma, o que revela que, no caso da amostra, os sujeitos do sexo masculino consomem mais cachaça/aguardente, tanto a paranaense quanto a nacional.

Quanto ao local de residência o Gráfico 1 expõe a origem dos respondentes.

Gráfico 1 – Local de residência dos respondentes



Fonte: Dados da pesquisa, 2024.

Importante ressaltar que a maioria dos respondentes são do Paraná, ainda que a pesquisa tenha se direcionado preferencialmente a pessoas de fora desse estado. Vale observar que foi direcionada a pesquisa para órgãos especializados em cachaça e que não foram obtidas respostas desses órgãos, os quais comentaram que seus espaços nas redes sociais não eram para divulgação de pesquisas; ainda, um deles queria que fosse paga a divulgação e, com isso, colocaria o questionário nas suas páginas oficiais.

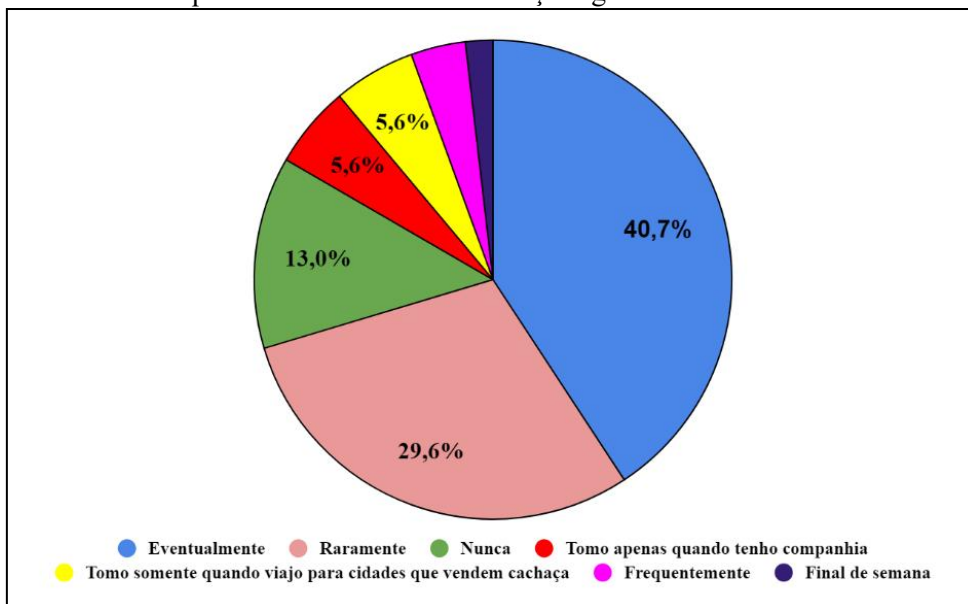
Quando perguntados sobre o estado civil, foram obtidas mais respostas de pessoas casadas, com 50%, seguidas das solteiras (24,1%), divorciadas (11,1%), e, empatadas, com 7,4%, as pessoas em união estável e viúvas. As 7 pessoas que responderam que não gostam de cachaça/aguardente, além de serem do sexo feminino, são, na maioria, solteiras. Já as pessoas casadas foram as que mais responderam, e são as maiores consumidoras de cachaça/aguardente.

Sobre a renda mensal dos respondentes, destacou-se a faixa entre 5 e 10 salários, com 48,1%; a faixa com mais de 10 salários alcançou 25,9%; as pessoas que não quiseram informar

a renda correspondem a 13%; na faixa entre 1 e 3 salários, estão 7,4%; e, finalmente, entre 3 e 5 salários, enquadram-se 5,6%. Se somadas as rendas de maiores faixas, será obtido um total de 74% dos respondentes com salários consideráveis para obtenção de produtos que não são aqueles comuns do dia a dia. Quando cruzadas faixa de renda com aquisição e faixa de preço, destaca-se, para as faixas de rendas maiores, o não se importar com o valor pago pela cachaça/aguardente. E, nesse caso, também são as pessoas que mais viajam para os locais que vendem cachaça/aguardente, até mesmo por terem mais condições financeiras para tanto.

A pergunta sobre o consumo de cachaças/aguardentes paranaenses interrompe a série de respostas para aquelas pessoas que declarassem não consumir cachaça/aguardente. Portanto, o gráfico 2 corresponde apenas aos respondentes que declararam consumir a bebida.

Gráfico 2 – Frequência de consumo de cachaças/aguardentes



Fonte: Dados da pesquisa, 2024.

Quem consome eventualmente corresponde a 40,7% das respostas; em seguida, aparece quem consome raramente, com 29,6%; quem nunca consome alcançou 13%; e, para os que tomam apenas quando têm companhia e os que tomam somente quando viajam para cidades que vendem cachaça, houve um empate com a porcentagem de 5,6%; as opções frequentemente (com 3,7%) e final de semana (com 1,9%) foram as que tiveram menos respostas. Porém, se somarmos as opções de respondentes que consomem cachaça, incluindo aqueles que consomem menos vezes, o número de consumidores passa a ser de 87%. Com esse número pode-se destacar que o mercado cachaceiro tanto no Paraná quanto nacional (apesar de a amostra ser apenas de 54 respondentes) é bastante promissor e, tanto quanto os produtores de

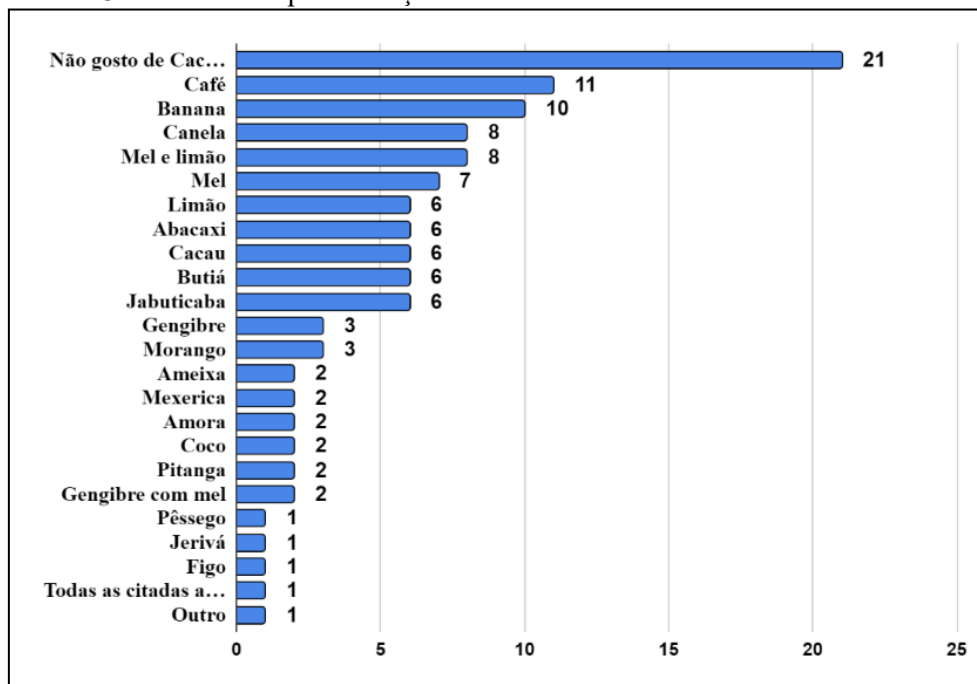
cachaça/aguardente, as localidades também podem se aproveitar desses números para seu crescimento, colaborando com suas economias.

2.2 – Consumo de Cachaças/Aguardentes Nacionais

Com relação a preferência por tipo de cachaças/aguardentes, houve a possibilidade de mais que uma resposta, e as mais citadas foram Envelhecida Premium (amarela), com 59,2% das respostas, seguida por Envelhecida Extra Premium (amarela) e Prata (branca), empatadas com 20,4% das respostas cada uma. Com essas respostas, pode-se reconhecer um consumidor mais exigente, com maior poder aquisitivo, que gosta de um produto mais aprimorado em relação àquele produto industrializado e comum, vendido em mercados convencionais.

Sobre a preferência por cachaças e aguardentes saborizados com frutas ou outros condimentos (Gráfico 3), 21 respondentes disseram que não gostam de cachaça/aguardente saborizados, sendo a opção mais assinalada; porém, se agrupadas as respostas dos demais, fica claro que há também preferência por alguns tipos de cachaça/aguardente saborizados, como é o caso da de café, banana, mel e limão, entre outras. O respondente poderia apontar várias das cachaças/aguardentes expostas no questionário, bem como ainda poderia informar outro produto (cachaça/aguardente) que não estivesse no rol de opções.

Gráfico 3 – Preferência por cachaças saborizadas com frutas ou outros condimentos

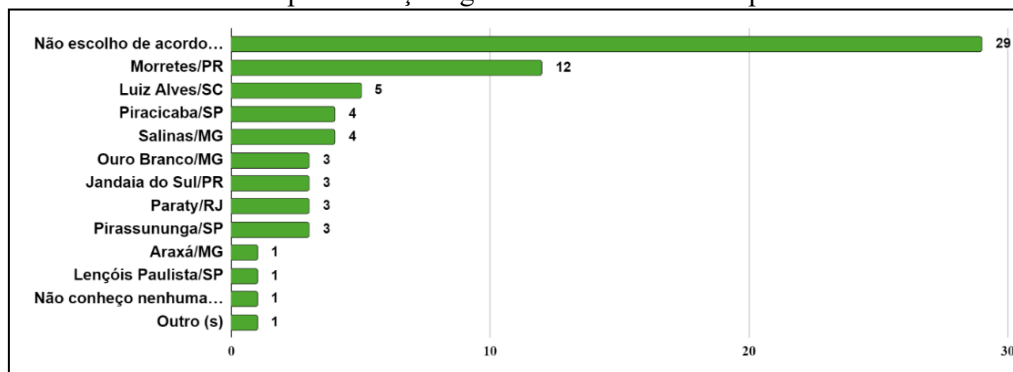


Fonte: Dados da pesquisa, 2024.

Quando é feita análise por gênero, percebe-se que a maioria das respostas das pessoas que não gostam de cachaça/aguardente saborizadas (cerca de 80,9%) são homens, e só apenas 19,1% são mulheres. Quando se somam os demais resultados das pessoas que gostam de cachaça/aguardentes saborizadas o número de mulheres se sobressai com 60% das respostas contra 40% de homens. Se analisados o número de respostas de quem gosta em relação a quem não gosta, resultará em 55,3% que gostam e 44,7 que não gostam. Portanto, o produto cachaça/aguardente saborizado com frutas ou outros condimentos têm uma aceitação boa de mercado, podendo ter uma oferta mais ousada, ter mais espaços para demonstração e degustação do produto como ferramenta de marketing.

Perguntado ao consumidor/turista se ele tem preferência por cachaças/aguardentes de cidades específicas, as respostas foram variadas (Gráfico 4), e o que mais se sobressaiu foi que os respondentes não escolhem o produto em razão da cidade de origem. Neste quesito, foram lembradas várias cidades produtoras de cachaça/aguardente que são destaques no Brasil, como é o caso de Luiz Alves/SC, Paraty/RJ, Salinas, Ouro Branco e Araxá, sendo as três últimas de Minas Gerais, o “berço” da cachaça/aguardente. Os respondentes poderiam escolher mais de uma cidade para apontar; com isso, a cidade de Morretes (PR) foi a que recebeu o maior número de respostas, perfazendo 17,1% de um total de 70.

Gráfico 4 – Preferência por cachaças/aguardentes de cidades específicas

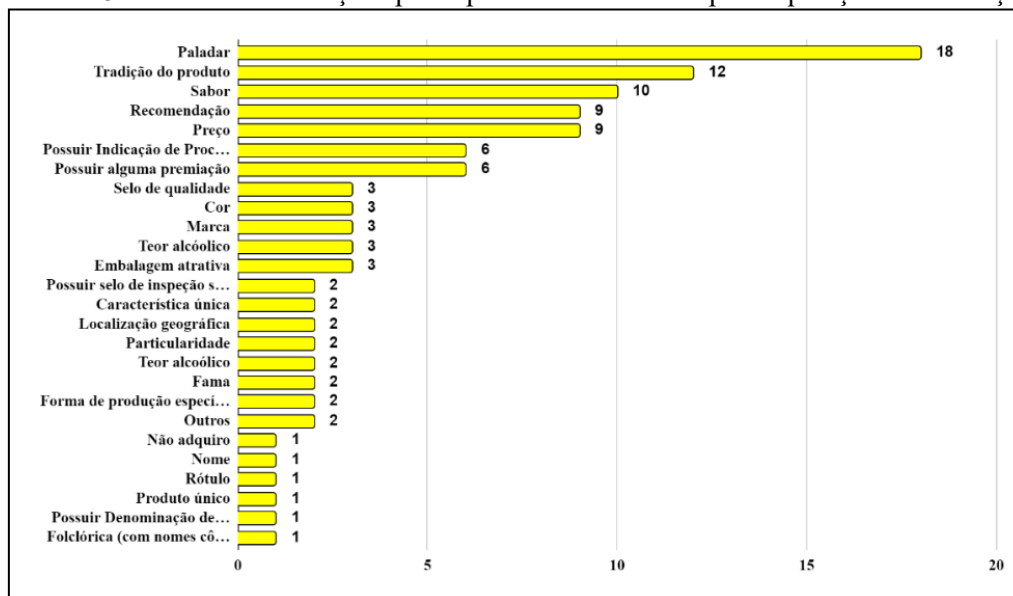


Fonte: Dados da pesquisa, 2024.

As mais lembradas foram cachaças de mineiras, e mostrou que o consumidor/turista, mesmo não escolhendo cidades específicas, tem o estado de Minas Gerais na memória, como o produtor de cachaça brasileiro, fortalecendo assim o mercado do estado, que possui em seu rol de “selos” a Indicação de Procedência da Cachaça/Aguardente da região de Salinas.

Foi perguntado sobre os três principais aspectos que levam em consideração para aquisição de cachaça/aguardente, e esse quesito foi o que obteve maior quantidade de respostas, com 107 menções (Gráfico 5).

Gráfico 5 – Número de menções por aspectos considerados para aquisição de Cachaça/ Aguardente

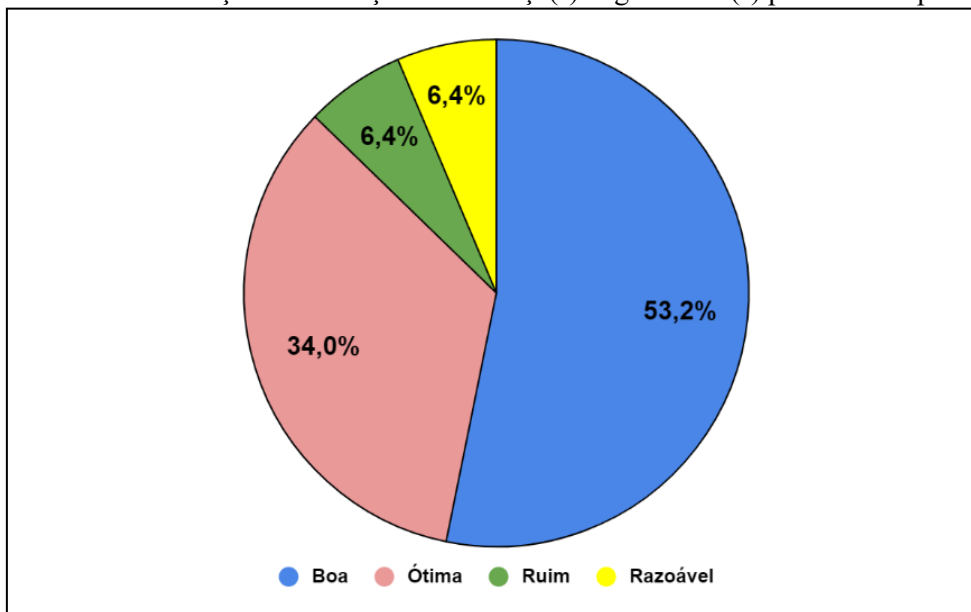


Fonte: Dados da pesquisa, 2024.

O aspecto mais respondido foi o paladar, com 18 respostas, concorrendo com a tradição do produto e o sabor. Há diferença entre paladar e sabor; o paladar se refere apenas ao gosto do que é consumido. Como se sabe, alguns receptores específicos presentes na língua reconhecem um estímulo estabelecido por substâncias químicas presentes nos alimentos. Já o sabor dos alimentos é formado pela combinação de dois ou mais sentidos: o paladar (que se refere ao gosto) juntamente com o olfato (ao aroma dos alimentos) (Peixoto; Saltorato, 2022). Recomendação e preço, também tiveram menções destacáveis, já que respondem por 8,4%; e, ainda, possuir Indicação Geográfica ou premiação, com 5,6% das respostas.

Sobre a avaliação das cachaças/aguardentes que provou (Gráfico 6), o destaque ficou com índice de 53,2% como boa, somando-se a avaliação como ótima, em segundo lugar, com 34%, que resulta em 87,2% em avaliações positivas. Em relação às avaliações como razoável e ruim, que receberam o índice de 6,4%, cada uma, num total de 12,8% em conjunto, é razoável afirmar que houve uma considerável aprovação no quesito avaliação. Portanto, o mercado pode utilizar mais esses produtos para o crescimento de suas economias, tanto do produtor quanto do revendedor, pois o produto movimenta toda uma cadeia que vai desde aquele revendedor da banquinha de praça, da feira ou do mercado municipal, até o que faz comércio com outros países.

Gráfico 6 – Avaliação com relação às Cachaça(s)/ Aguardente(s) paranaenses provadas



Fonte: Dados da pesquisa, 2024.

Um produto com 87,2% de avaliações positivas, além de promissor, merece ações de marketing para que se atinja o consumidor/turista, principalmente aquele que, quando vê o produto físico e o experimenta, acaba adquirindo. “Esse consumo pode se dar antes da viagem, por meio da degustação de um produto; durante a viagem, por meio de atividades relacionadas à produção; e após a viagem, com o prolongamento da mesma por meio dos souvenirs” (Medeiros; Passador, 2015). Essa aprovação não significa que não possa ser melhorada, pois um produto deve sempre estar em melhoria contínua e atento às preferências do consumidor.

Quando perguntado ao consumidor/turista se já experimentou a cachaça/aguardente paranaense, foram obtidas 29 (61,7%) de respostas “sim”, e 18 (38,3%) respostas de quem não experimentou, mas gostaria de experimentar. Nota-se que essas respostas, somadas, foram as primeiras em que o gráfico alcançaria 100% de respostas totalmente positivas.

Assim, é importante que tanto os produtores quanto os locais que vendem cachaça/aguardente paranaense, como é o caso das regiões litorâneas, norte e norte pioneira (que apareceram na pesquisa como produtoras) explorem esse mercado promissor, utilizando-se do produto em promoção de feiras em geral, mercados, bancas de feirinhas de rua, espaços de mercados municipais, eventos e até mesmo nos próprios alambiques. Apesar de terem sido poucos os respondentes, isso pode significar um mercado próspero e que se vende por si só.

2.3 – Consumo de Cachaça/Aguardente paranaense

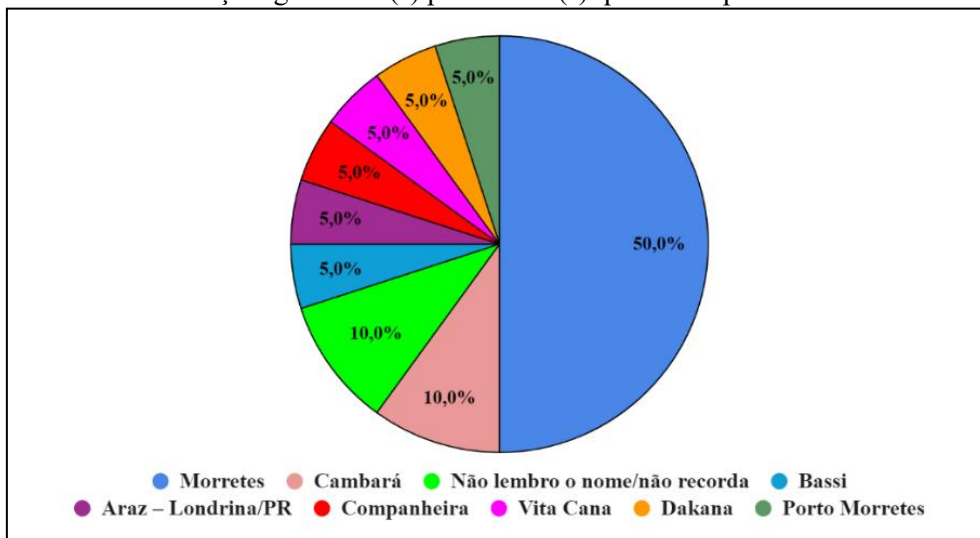
Neste bloco, foi pesquisado sobre frequência de consumo, avaliação do produto, se o respondente se recorda das cachaças/aguardentes que provou, se realizou atividades relacionadas à cachaça/aguardente, sobre as razões que motivam a compra, locais onde compra, cidades que visitou e onde pesquisa para comprar cachaça/aguardente paranaense.

Para a pergunta sobre a frequência com que toma a cachaça/aguardente paranaense a resposta “eventualmente” alcançou 41,4%; com “raramente” em segundo lugar (24,1%); em seguida “tomo apenas quando tenho companhia” (13,8%); “tomo somente quando viajo para cidades que vendem cachaça/aguardente” (10,3%); “só provei uma vez quando estive no Paraná” (6,9%); e “frequentemente” (3,4%). Apesar das respostas “raramente” e “eventualmente” se destacarem, a maioria das respostas foram de pessoas com renda entre cinco e dez salários mínimos e, em segundo lugar, as que ganham mais de dez salários; com isso, há que se colocar ações de Marketing voltadas para esse público, visto que ele pode vir a consumir mais, pois, como já visto, esse consumidor não se importa com o valor pago pelo produto.

No quesito avaliação da cachaça/aguardente paranaense que provou, foram obtidas respostas de 62,1% como “boa”, 34,5% “ótima”, e 3,4% “razoável”, destacando-se novamente a avaliação positiva, visto que não houve nenhuma resposta considerando a cachaça/aguardente paranaense como “ruim”. Quando se somam esses resultados, percebe-se que a cachaça/aguardente paranaense obtém um índice de 96,6% de aprovação, superando em 11,4% o índice obtido pelas cachaças, a nível nacional, que foi de 87,2%. Isso demonstra que a cachaça/aguardente paranaense, além de poder ser mais explorada, deve ter um investimento maior no Marketing das localidades produtoras, principalmente nas regiões apontadas, como é o caso do Norte, Norte Pioneiro, e Região Litorânea. Deve-se lembrar que Morretes faz parte da Região Litorânea e possui Indicação Geográfica de Procedência para a Cachaça, além de ser uma cidade turística que possui outro produto gastronômico que atrai o turista para a localidade a fim de consumi-lo, o barreado.

Quando perguntado ao respondente sobre recordar-se da cachaça/aguardente paranaense que já experimentou (Gráfico 7), a cidade de Morretes apareceu com uma significativa quantidade de menções. Aqui, a resposta não significa necessariamente o nome de uma cachaça/aguardente, já que as cachaças de Morretes que se destacam e possuem premiações são a Ouro de Morretes, a Porto Morretes e a Velho Alambique. É relevante destacar que a cachaça Cambará é da cidade de Arapongas, a Bassi é de Santa Mariana, a Araz é de Londrina, a Companheira é de Jandaia do Sul, a Vita Cana é de Siqueira Campos, a Dakana é de Itambaracá e a Porto Morretes é da cidade de Morretes, todas do Paraná. A resposta de que não lembra das cachaças/aguardentes paranaenses que experimentou alcançou apenas 9,5%.

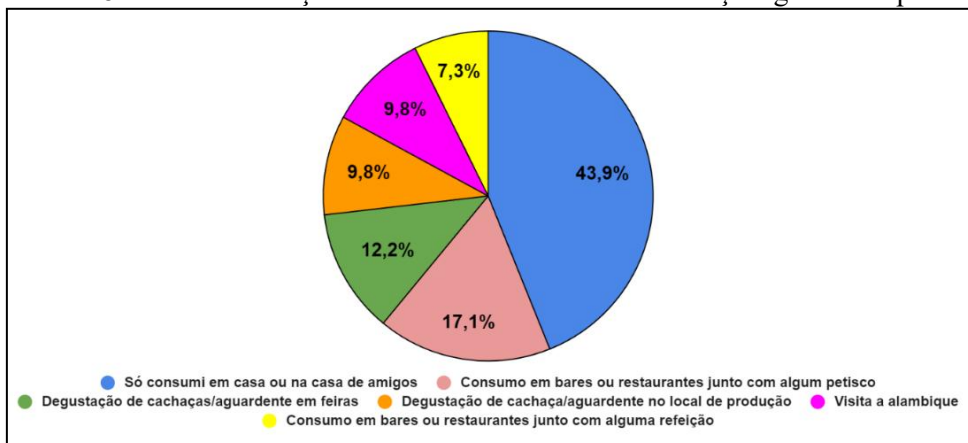
Gráfico 7 – Cachaça/Aguardente(s) paranaense(s) que foram provadas e lembradas pelos respondentes



Fonte: Dados da pesquisa, 2024.

Quanto a situação/momento de consumo da cachaça paranaense (Gráfico 8) 43,9% afirmaram que o consumo foi feito na própria casa ou em casa de amigos; em segundo lugar, ficou o consumo em bares ou restaurantes, junto com algum petisco. Isso reforça o simbolismo de que a cachaça promove a aproximação de pessoas, e ainda a noção de que é para ser degustada de forma consciente, juntamente com um petisco. Encontram-se empatados, com 9,8%, a degustação de cachaça/aguardente em feiras e visita a alambique, demonstrando que o turista vai aos locais que possuem cachaça porque gosta de degustar o produto.

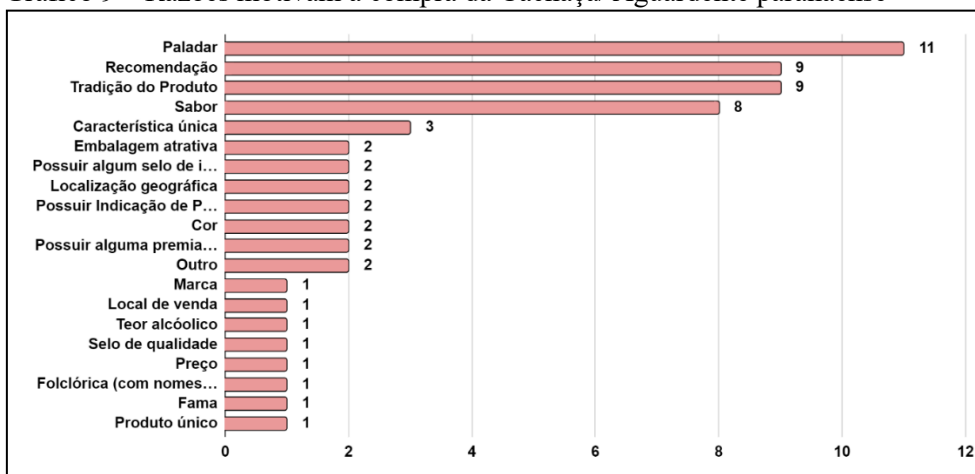
Gráfico 8 – Sobre realização e atividade relacionada a Cachaça/Aguardente paranaense



Fonte: Dados da pesquisa, 2024.

Sobre quais foram as razões que motivam a compra da Cachaça/ Aguardente paranaense (Gráfico 9), foram disponibilizados aos respondentes 25 alternativas, com a possibilidade de serem marcadas mais de uma opção, estando entre elas a opção “outras”.

Gráfico 9 – Razões motivam a compra da Cachaça/ Aguardente paranaense

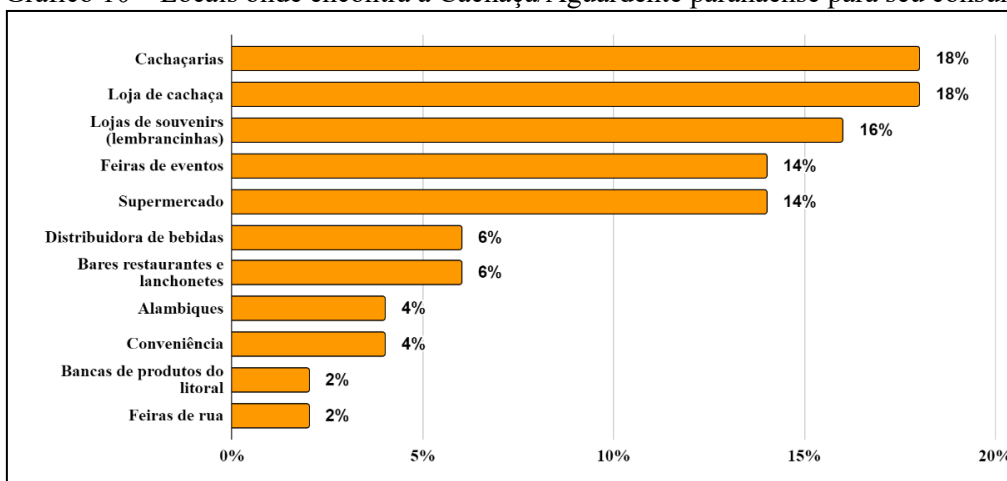


Fonte: Dados da pesquisa, 2024.

Para o item Indicação de Procedência, é de se destacar que a cidade de Morretes tiveram suas cachaças reconhecidas com a 13.^a Indicação Geográfica do Estado do Paraná, em 5/12/2023 (SEBRAE, 2023). Para esse quesito, destacam-se novamente o paladar e o sabor dentre os mais apontados, com respostas parecidas com as obtidas a nível nacional. Como, em segundo lugar, ficou a recomendação do produto, isso novamente confirma a boa qualidade da cachaça, demonstrando assim a confiança no produto. O tópico tradição do produto indica que o consumidor turista se sente atraído pela história e bom nome do produto.

Em relação aos locais de consumo ou aquisição da cachaça/aguarente paranaenses, as respostas foram diversas (Gráfico 10).

Gráfico 10 – Locais onde encontra a Cachaça/Aguardente paranaense para seu consumo ou aquisição



Fonte: Dados da pesquisa, 2024.

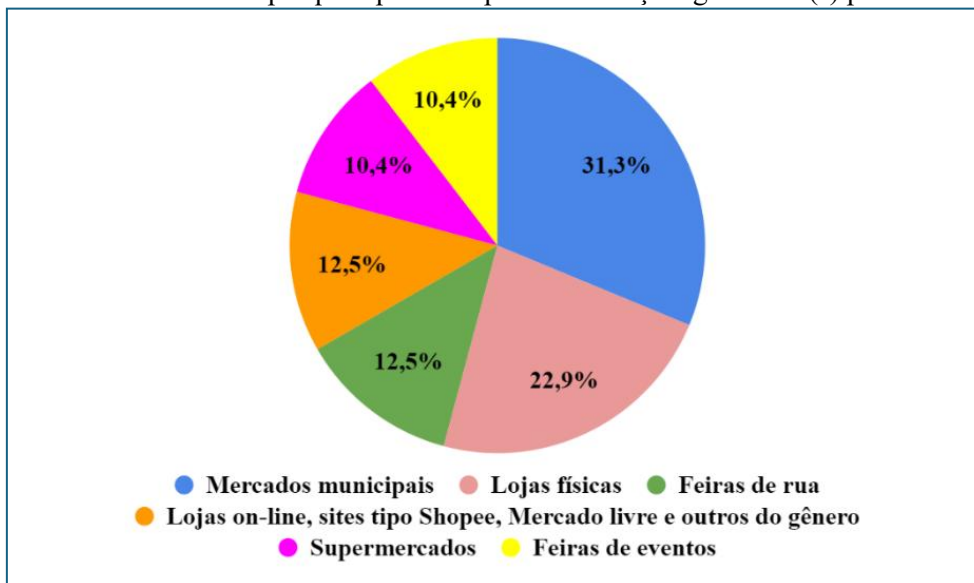
Os locais como cachaçarias e lojas de cachaças foram os mais citados, com loja de souvenirs em segundo lugar, e feiras de eventos e supermercados em terceiro. Isso demonstra

novamente que as faixas maiores de renda, em geral frequentadores dos locais mais citados, que normalmente possuem preços mais elevados, são os que consomem esses produtos. Apesar dos supermercados ficarem em terceiro lugar na pesquisa, isso também demonstra que cachaças de boa qualidade já estão dispostas para venda nesses espaços; porém, é de se pontuar que cachaças mais comuns podem ser objeto de compra nesses espaços, disponíveis para faixas menores de renda, que é o consumidor de cachaças de preços mais baixos. Chama atenção a baixa adesão a compras em feiras de rua e bancas de produtos do litoral, o que destoa das respostas dos outros gráficos.

Ao serem perguntados se já visitaram uma ou mais cidades que vendem cachaça/aguardente paranaense, as respostas foram de 43,3% de visitas para a cidade de Morretes; 13,3% para Curitiba; 6,7% para Cambará, Paranaguá e Prudentópolis; em relação a Jaguariaíva, Londrina, Itambaracá, Litoral Paranaense, Guaratuba e Antonina, o índice ficou em 3,3% para cada uma; e apenas 3,3% não visitou nenhuma localidade que vende cachaça/aguardente paranaense. Vale destacar que, se somadas as respostas de Morretes, Paranaguá, Guaratuba, Antonina e Litoral Paranaense (apontamento espontâneo dos respondentes) o total das respostas para esses locais fica com 59,9% das visitas. Com quase 60% das visitas em locais que são da região litorânea do estado, fica visível que os produtos cachaça/aguardente são de suma importância para a economia dessa região, bem como um chamariz para o turista de compras. Isso demonstra que, em um comparativo com as faixas de renda, são as pessoas com rendas maiores que estiveram nesses locais.

Para o item “onde você pesquisa para comprar cachaça/aguardente paranaense” (Gráfico 11) destacaram-se as compras em mercados municipais, locais que são muito visitados por turistas em compras, demonstrando aqui que esses locais podem ser mais bem explorados pelos produtores e pelos gestores das cidades produtoras de cachaça/aguardente. Em segundo lugar, ficaram as respostas de compras em lojas físicas, com 22,9%. Para as demais opções, quase há um empate entre 12,5% e 10,4% das respostas. Como as compras *on-line* ainda são as menos utilizadas, é necessário explorar mais o potencial de compras presenciais, com demonstração dos produtos, principalmente nos locais que já são turísticos e já tenham venda, pois o consumidor, pelo que foi visto, é conservador, no sentido de comprar produtos tradicionais. Apesar de não dar tanta importância ao valor pago, ele valoriza a beleza do produto, com embalagem bem-feita e, principalmente, bem embalado e protegido, o que por vezes não é o caso de compras em lojas *on-line*.

Gráfico 11 – Local de pesquisa para compra de Cachaça/Aguardente(s) paranaenses



Fonte: Dados da pesquisa, 2024.

É necessário entender que, se somadas todas as respostas de locais presenciais, elas ficariam em 87,5%, restando apenas o índice de 12,5% para pessoas que optam por pesquisa em plataformas *online*. Isso demonstra que o consumidor turista gosta de ver o produto que está comprando, e que os locais que vendem esse tipo de produto podem apostar mais nas suas vendas presenciais. Na venda direta pelo produtor, o consumidor/turista está vendo o produto, por vezes degustando, cheirando, pegando seu invólucro e apreciando seu rótulo e recipiente. Isso tudo pode fazer com que tenha maior interesse em adquiri-lo.

Quando perguntado que tipo de cachaça/aguardente paranaense gostaria de encontrar, 41,7% preferem cachaça envelhecida; 16,7%, saborizadas; outros 16,7% não souberam responder; e as demais opções (“não tenho marca de preferência, tomo todas”; “aguardente”; e “similar às mineiras”) obtiveram 8,3% das respostas, cada uma. Em evidência, ficou a Cachaça Companheira, do Alambique Companheira, de Jandaia do Sul, a única cachaça que, no questionamento, foi citada pelo nome e não pelo tipo. Isso demonstra que os respondentes ainda não têm conhecimento formado em relação a aquisição de cachaças, e quando se faz um cruzamento de dados com o questionamento sobre recordar-se da cachaça/aguardente paranaense que já experimentou, a resposta majoritária foi a cidade de Morretes.

2.4 – Com relação à Cachaça/Aguardente paranaense

Quando perguntado se o consumidor/turista compraria a cachaça/aguardente para seu consumo, as respostas indicam que cerca de 29,6% não comprariam. Em contraponto, 35,2% das respostas foram de pessoas que disseram que sim, e que já compraram antes, somando-se a

outros 35,2% de pessoas que disseram que sim, porém não tiveram oportunidade anteriormente; com isso, há 70,4% de respostas positivas para compras. Isso demonstra que o produto é de alta relevância para o turista, podendo ser mais explorado pelas regiões que fabricam e vendem cachaça/aguardente paranaense, para que se torne realmente um produto turístico, pois se essas cachaças forem mais bem expostas ou facilmente encontradas, provavelmente aumentariam suas vendas e, com isso, também seria fomentado o crescimento da economia local.

Para a pergunta se o consumidor/turista recomendaria a cachaça/aguardente paranaense para amigos ou conhecidos, 83,3% afirmaram que sim, recomendariam a cachaça/aguardente para amigos ou conhecidos, contra 16,7% restantes que não recomendariam. Em números absolutos, nove pessoas não recomendariam; no entanto, dessas nove pessoas, sete fazem parte das que também não gostam de cachaça. Já as 45 pessoas restantes são consumidores e recomendam o consumo, contra apenas duas que, sendo consumidoras, não recomendariam. Com isso, pode-se concluir que há confiança das pessoas que obtiveram ou conhecem os produtos cachaça/aguardente paranaense e que, como já foi exposto em respostas anteriores, há alto grau de aceitação do produto pelos respondentes, que os indicam para outros consumidores.

Ao serem perguntados se dariam de presente a cachaça/aguardente paranaense para amigos ou conhecidos, 87% afirmaram que sim, dariam de presente, e apenas 13% responderam que não, demonstrando assim que apenas as sete pessoas que responderam desde o início que não bebiam cachaça/aguardente também não dariam de presente. Todos os que têm apreço pela cachaça/aguardente a dariam de presente. Sem dúvida, 87% é um número significativo para aprovação de um produto; portanto, as cidades que produzem cachaça/aguardente podem explorar o produto para ajudar no seu crescimento. Essa exploração do produto como presente acaba colaborando para que se torne um souvenir gastronômico.

Ao se fazer um apanhado geral das 54 respostas, notou-se que a região litorânea paranaense foi a que mais obteve menções sobre tipos de cachaça, compras para consumo próprio ou para presentear. A cidade que mais obteve menções para a compra de cachaça/aguardente paranaense foi Morretes, com Antonina, Guaratuba e Paranaguá também sendo citadas, o que demonstra que são cidades que recebem turistas, principalmente em épocas sazonais, e que a atividade turística pode ajudar a economia local. O norte do estado e o norte pioneiro também obtiveram menções de compra e consumo, como foi o caso das cidades de Cambará, Itambaracá e Londrina que, sendo cidades produtoras, podem se beneficiar da cachaça/aguardente para o turismo. Já a cidade de Curitiba foi citada como uma das que vendem a cachaça paranaense para os turistas, por intermédio, principalmente, do Mercado Municipal; segundo a pesquisa, esses tipos de mercados são um dos mais importantes escoadores do

produto (31,3%). As respostas sugerem que o preço de cachaça/aguardente não foi relevante para a aquisição; sobre a qualidade das cachaças, 53,20% das respostas a consideraram como boa, somando-se a avaliação como ótima, em segundo lugar, com 34%, que resulta em 87,20% em avaliações positivas. Portanto as opiniões demonstram que a cachaça/aguardente paranaense é um produto turístico bom/ótimo, e que o custo é sem relevância.

As três últimas respostas do questionário demonstram grande potencial de consumo da cachaça paranaense, por predominarem respostas positivas para compra da cachaça/aguardente para si, além de indicação e compra para dar de presente. Portanto, pode ser um grande nicho econômico para as cidades produtoras e comercializadoras, pois vai atrair mais turistas, representando fonte de renda para a população. Um produto que apresenta 87% de aprovação para ser dado de presente é de suma importância para a economia de uma localidade.

Os dados obtidos com pesquisas como a presente podem ser úteis aos produtores e gestores do Paraná, para uma eficaz exploração do produto Cachaça/Aguardente Paranaense.

IMPLICAÇÕES PRÁTICAS E/OU TEÓRICAS

Com base nos resultados apresentados, é possível alertar os produtores de cachaça/aguardente paranaense para o mercado em expansão; ainda, alertar os gestores das cidades apontadas para que proponham mais atividades e projetos voltados para o aproveitamento da possibilidade de impulsionamento do turismo na localidade, pois contribuirá para a população local tanto para a venda da cachaça/aguardente, quanto de outros produtos.

Pode-se lembrar que há empenho do governo federal para incrementar o setor. O dia 13 de setembro foi escolhido como o Dia Nacional da Cachaça pelo Projeto de Lei nº. 5.428, de 2009 e, no ano de 2024, o Ministério do Turismo postou, em sua rede social Instagram, um convite para que os turistas de todas as partes do Brasil e do mundo visitassem as cidades produtoras de cachaças; entre as cidades constantes do material publicitário, encontra-se a cidade paranaense de Morretes. Ações como essa ajudam a divulgar os locais com potencial turístico e promovem a cultura do Brasil.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa alcançou seu objetivo geral proposto, que era analisar a atitude do turista em relação a cachaça paranaense. O mesmo se pode dizer com relação aos objetivos específicos, que eram identificar quais são os principais locais que possuem a cachaça no Paraná; descrever a oferta turística relacionada à cachaça paranaense; e investigar a opinião do consumidor turista

sobre o custo e qualidade desse produto. Ao fim, pode-se concluir que cachaça/aguardente paranaense tem potencial para impulsionar o turismo e a economia local.

O consumidor-turista possui uma atitude favorável com relação à cachaça/aguardente paranaense; pode-se ver isso pelo índice de 96,6% de aprovação do produto, sem se importar, na maioria das vezes, com o preço, e está disposto a comprá-la para si e para presentear, além de querer conhecer destinos produtores de cachaça/aguardente. Com isso, é possível concluir que os locais que produzem cachaça/aguardente paranaense são promissores para o crescimento, tanto dos produtores quanto do próprio destino em si em termos de turismo.

Foi possível descobrir locais promissores, como as cidades de Morretes, a mais citada na pesquisa, com Antonina, Guaratuba e Paranaguá também sendo apontadas, o que demonstra que são lugares que recebem turistas, principalmente em épocas sazonais, e que a atividade turística pode ajudar a economia local.

O norte do estado e o Norte Pioneiro também obtiveram menções de compra e consumo, como foi o caso das cidades de Cambará, Itambaracá e Londrina que, sendo cidades produtoras, podem se beneficiar da cachaça/aguardente para o turismo. Já a cidade de Curitiba foi citada como uma das que vendem a cachaça paranaense para os turistas, por intermédio, principalmente, do Mercado Municipal.

Na pesquisa efetuada foram encontradas dificuldades, como a pequena quantidade de pessoas dispostas a responder ao questionário, bem como o fato de as instituições ligadas à cachaça no Brasil não fazerem divulgação da pesquisa para seu público especializado em cachaça. Uma dessas instituições alegou não poder divulgar a pesquisa para não abrir precedentes para outros pesquisadores, o que tornaria o veículo um espaço somente de divulgação e questionários; outra instituição sugeriu que fosse paga a divulgação em suas redes sociais, o que tornaria inviável a pesquisa, já que o objetivo era que se tivessem respostas espontâneas.

Para estudos futuros, pode-se propor que ocorram mais pesquisas voltadas para a cachaça paranaense ou nacional e o turismo. Como exemplo, as mesmas pesquisadoras desse artigo estão com pesquisa em andamento sobre a cachaça e as Indicações Geográficas.

REFERÊNCIAS

BRASIL. Lei n.º 8.918, de 15 de julho de 1994. Dispõe sobre a padronização, a classificação, o registro, a inspeção, a produção e a fiscalização de bebidas, autoriza a criação da comissão intersectorial de bebidas e dá outras providências. Brasília, DF: Diário Oficial da União, 1994.

BRASIL. Lei n.º 9.985, de 18 de julho de 2000. Regulamenta o art. 225, § 1º, incisos I, II, III e VII da Constituição Federal, institui o Sistema Nacional de Unidades de Conservação da Natureza e dá outras providências. Brasília, DF: Diário Oficial da União, 2000.

BRAUNE, R. **O que é gastronomia**. São Paulo: Brasiliense, 2007.

CASCUDO, L.C. **Dicionário do Folclore Brasileiro**. São Paulo: Global, 2001.

DITCHUN, R. **Bíblia da Cachaça**. São Paulo: Lafonte, 2018.

FAGLIARI, G.S. **Turismo e Alimentação: análises introdutórias**. São Paulo: Roca, 2005.

INSTITUTO BRASILEIRO DA CACHAÇA - IBRAC (2023). **O que é a Cachaça?**
Disponível em: <https://ibrac.net/cachaca/4/o-que-e-a-cachaca> Acesso em maio, 2023.

MAPA DA CACHAÇA. **Paraná produz a melhor cachaça do Brasil em 2020**. Disponível em: <https://mapadacachaca.com.br/noticias/parana-produz-a-melhor-cachaca-do-brasil-em-2020/> Acesso em maio, 2023.

MASCARENHAS, R.G.T. **Turismo e gastronomia na Região dos Campos Gerais do Paraná**. Ponta Grossa: UEPG, 2016.

MEDEIROS, M. DE L., & PASSADOR, J. L. Indicações Geográficas e Turismo: Possibilidades no contexto brasileiro. **Rev. Pers. Cont.**, Campo Mourão, v. 10, n. 3, p. 56-79, set./dez. 2015. Disponível em: <http://revista.grupointegrado.br/revista/index.php/perspectivascontemporaneas/article/view/1906/756> Acesso em 13 ago. 2024.

MINISTÉRIO DO TURISMO. Descubra seu próximo destino de acordo com sua cachaça favorita. 13 de set. 2024. Instagram, Mturismo. Disponível em: https://www.instagram.com/p/C_3JEMrOHRQ/?igsh=MnF4azg5NWN4d2Qy Acesso em 13 set. 2024.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE). **Cachaça artesanal: série de estudos mercadológicos**. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/producao-de-cachaca-no-brasil-ainda-tem-muito-potencial-economico,578ed967936ef710VgnVCM100000d701210aRCRD> Acesso em maio, 2023.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE). **Indicações Geográficas Brasileiras**. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/ig-morretes/> Acesso em 15 set. 2024.

VENTURINI FILHO, W.G. **Indústria de Bebidas: inovação, gestão e produção**. São Paulo: Blucher, 2011.