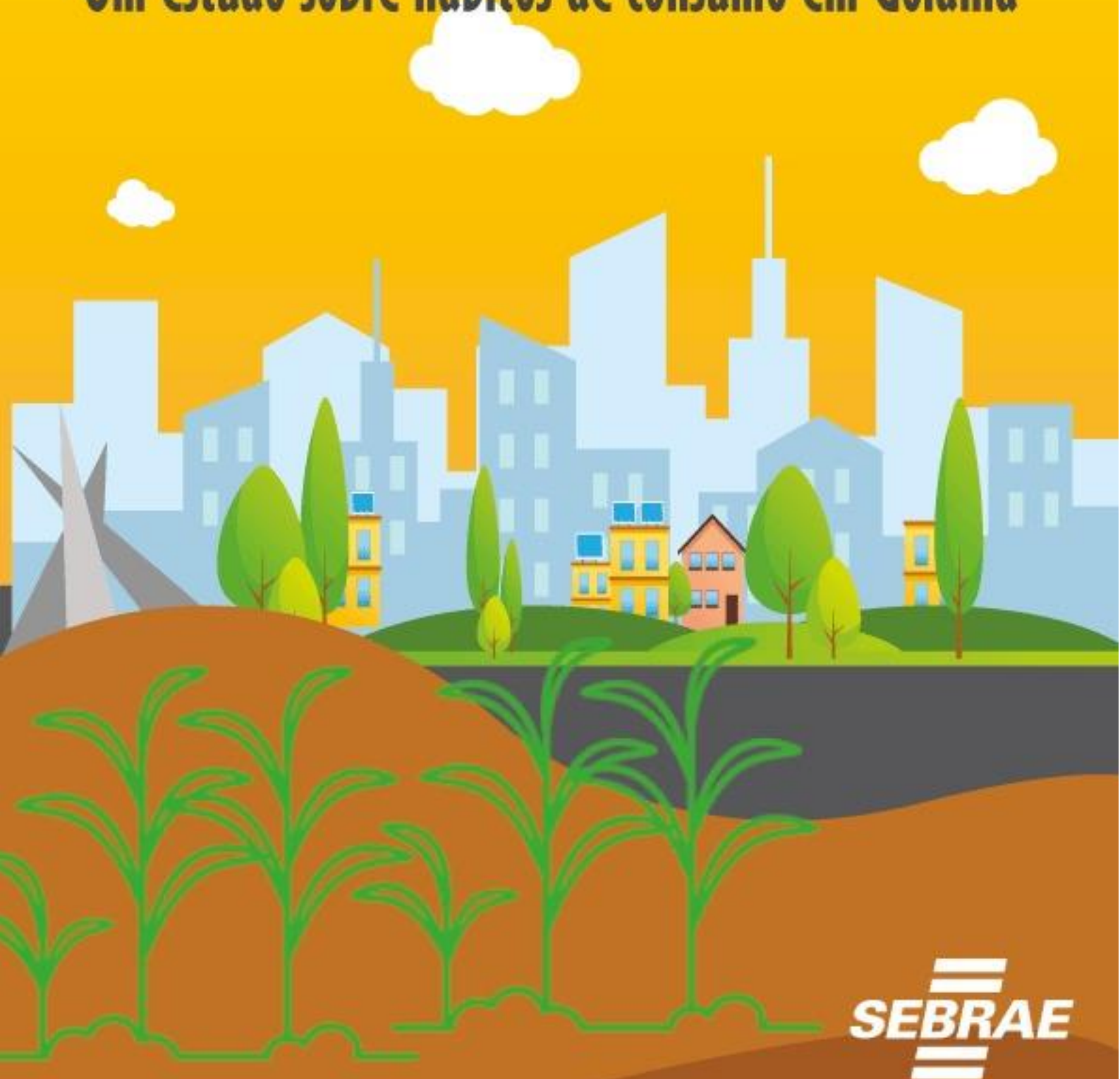


A GACHAGA DE ALAMBRIQUE

Um estudo sobre hábitos de consumo em Goiânia



SEBRAE

SEBRAE Goiás

Ubiratan da Silva Lopes
Presidente do Conselho Deliberativo Estadual

DIRETORIA EXECUTIVA

Derly Cunha Fialho
Diretor-Superintendente

Wanderson Portugal Lemos
Diretor Técnico

Igor Montenegro Celestino Otto
Diretor de Administrativo e Finanças

UNIDADE DE ATENDIMENTO

Camilla Fagner de Carvalho e Costa
Gerente Executiva

Vera Lúcia Elias de Oliveira
Gestora de Projetos

A CACHAÇA DE ALAMBIQUE: um estudo sobre hábitos de consumo em Goiânia - 2019

LGC Inteligência de Mercado Ltda.
Realização

Lis Gonçalves Carneiro
Consultora Credenciada Sebrae Goiás
Coordenação e Elaboração do Estudo

Rossana Naia Felipe
Coordenação de Campo

Junia de Oliveira Villa Real
Kátia Kênia Sousa Lopes
Letícia Martins de Moura
Rita de Cássia Araújo M Ferreira
Pesquisadoras

Antônio Balduino Neto
Ilustrações

SUMÁRIO

Cachaça: uma dose de brasilidade	5
CAPÍTULO I – Entendendo o produto	7
CAPÍTULO II – Entendendo a concorrência	11
CAPÍTULO III – Entendendo o mercado	17
CAPÍTULO IV – Entendendo o consumidor	24
4.1 Metodologia	24
4.2 Resultados da pesquisa	27
Perfil dos entrevistados	28
O que eles bebem	29
O que eles bebem – por sexo	31
O que eles bebem – por faixa etária	32
O que eles bebem – por frequência de consumo	33
Quais cachaças de alambique eles bebem	34
Em que situação eles bebem	36
O que eles preferem beber	39
Motivação para o consumo	43
O que eles entendem por cachaça de alambique	50
Cursos e Clubes de Bebidas	53
Primeira experiência com cachaça de alambique	54
Formas de consumo da cachaça de alambique	55
Decisão e local de compra	56
O que faria comprar mais vezes	58
Estilo de vida	59
CAPÍTULO V – Agregando valor ao produto – Tendências de comportamento e consumo	62
Mundo Digital	62
Envelhecimento da população	64

Prazer e saúde à mesa	65
Outras tendências	67
Referências	68
Apêndices	70
Apêndice 1 - Questionário	71
Apêndice 2 - Cartões de aplicação	76



Cachaça: uma dose de brasilidade

Cachaça, caninha, aguardente de cana, água que passarinho não bebe, canjebrina, mé, marvada, queima-goela etc. São mais de 2.000 sinônimos da bebida¹ que já foram e ainda são lembrados pelos seus consumidores e aficionados. É a palavra com mais sinônimos da língua portuguesa.

Não é para menos, já que existem registros de fabricação da bebida nos primórdios de nossa terra, logo após o seu descobrimento. Apesar de não se ter um registro exato de onde teria ocorrido a primeira destilação da cachaca, segundo o IBRAC (Instituto Brasileiro da Cachaca) estima-se que esta se deu em algum engenho no litoral brasileiro, entre os anos de 1516 e 1532, sendo o primeiro destilado conhecido da América Latina.

Com o passar dos anos, estimulados a princípio pela importante atividade açucareira, os engenhos foram sendo disseminados por quase todo o território nacional. No final do século XVI e início do século XVII, a cachaca se destacou como segundo produto industrial, atrás somente do açúcar e foi um dos principais produtos exportados. Ele já teve poder de moeda para compra de escravos na África; já amenizou o frio dos exploradores enquanto estes aumentavam nossas fronteiras em direção a locais com temperatura mais baixa; já contribuiu, por meio de seus impostos, com a reconstrução de Lisboa após o terremoto de 1756 e também com eles, mantiveram faculdades em Portugal. As técnicas de produção foram sendo aperfeiçoadas e seu sabor passa a ser apreciado por muitos, entretanto durante muito tempo, a cachaca teve uma aura marginal, associada primeiramente a escravos e depois a pessoas de baixa renda.

¹ Segundo o livro "Todos os nomes da Cachaca", de Messias Cavalcante que fez uma exaustiva pesquisa buscando, entre outros assuntos ligados à bebida, os sinônimos da palavra cachaca que foram sendo registrados ao longo do tempo por seus consumidores.

Somente nas últimas décadas, a cachaça, produto genuinamente brasileiro², tem passado por profundas transformações, tanto materiais quanto simbólicas, agregando novos significados e valores sociais ao conceito da bebida. Ela teve seu valor reconhecido internacionalmente, trazendo um novo status para a bebida, mais requintado, chique, merecedora de paladares mais exigentes. Estes fatores têm contribuído para que o nível de rejeição entre os brasileiros diminua, mas ainda falta muito a ser feito.

É importante ter em mente, que alguns dos desafios desse mercado residem na desinformação do consumidor sobre aspectos que poderiam agregar valor a sua cadeia produtiva, nos muitos mitos e inverdades já disseminados sobre o produto, além dos novos valores sociais que impactam diretamente o consumidor de bebidas alcoólicas.

Entender o real tamanho de sua participação de mercado (*Market Share*) é um desafio para as empresas do setor já que o próprio consumidor faz muita confusão entre as diversas tipologias de aguardente, muitas vezes não as conhece pela marca e sim pela região ou até mesmo pelo alambique, além do grande número de produtores disseminados pelo país, a maioria não registrada.

Para se ter uma ideia, o livro “Todos os nomes da Cachaça”, ainda em 2011, fez uma aprofundada pesquisa, em que encontrou mais de oito mil marcas de cachaça.

Os produtores de cachaça de alambique de Goiás filiados a AGOPCAL se unem ao Sebrae-GO em busca de melhoras em seu processo produtivo, ao mesmo tempo em que procuram por novos caminhos para sua cadeia produtiva, focando no melhor entendimento das características de seu mercado.

O consumidor precisa conhecer melhor o produto, e o produtor precisa conhecer melhor o seu consumidor. E é a este objetivo que este estudo se dedica: trazer informações atualizadas sobre o comportamento do consumidor de bebidas alcoólicas destiladas, especialmente a cachaça de alambique.

Entender quem são seus clientes, como eles consomem seu produto, porque eles compram um produto em detrimento de outro, compreender o que eles valorizam e o que os influenciam são algumas das informações necessárias para que seja possível agregar valor ao seu produto final. Entendendo-o tem-se a possibilidade de ter um desempenho mais assertivo nas empresas e explorar, de maneira mais fundamentada, as oportunidades de mercado. Estes aspectos são imprescindíveis para alcançar a diferenciação almejada. Para tanto iremos contextualizar alguns aspectos que envolvem esse mercado como as características do produto, a concorrência, o mercado, o cliente, e as tendências ligadas ao comportamento deste consumidor.

² Em 2001, o Decreto Presidencial nº 4.062, estabeleceu que as expressões “cachaça”, “Brasil” e “cachaça do Brasil” somente fossem usadas pelos produtores estabelecidos no País, constituindo indicação geográfica. Recentemente, o Decreto nº 9.658, de 28 de dezembro de 2018 promulgou o Acordo entre a República Federativa do Brasil e os Estados Unidos Mexicanos para o Reconhecimento Mútuo da Cachaça e da Tequila como Indicações Geográficas e Produtos Distintivos do Brasil e do México. Reconhecimento semelhante já havia ocorrido como parte do acordo bilateral entre os governos do Brasil e Estados Unidos, firmado em abril de 2012, em contrapartida ao reconhecimento do Bourbon Whisky e do Tennessee Whisky como bebidas elaboradas apenas por produtores dos Estados Unidos, a cachaça passou a ser considerada um produto exclusivamente brasileiro no mercado norte-americano (Anuário da cachaça/ MAPA; 2019).



CAPÍTULO I – Entendendo o Produto

O Decreto n° 6.871, de 4 de junho de 2009, que Regulamenta a Lei n° 8.918, de 1994, que dispõe sobre a padronização, a classificação, o registro, a inspeção, a produção e a fiscalização de bebidas, em seu artigo 53, define CACHAÇA:

CACHAÇA denominação típica e exclusiva da aguardente de cana produzida no Brasil, com graduação alcoólica de trinta e oito a quarenta e oito por cento em volume, a 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 seis gramas por litro ($\leq 6g/L$ de açúcar).

Além dessa, as denominações possíveis para a bebida CACHAÇA:

- **CACHAÇA ADOÇADA:** a cachaça que contiver açúcares em quantidade superior a seis gramas por litro e inferior a trinta gramas por litro será denominada de cachaça adoçada ($>6g/L$ de açúcar e $<30g/L$ de açúcar), segundo Decreto n° 6.871, de 2009 (art. 53, § 1°).
- **CACHAÇA ENVELHECIDA:** a cachaça que contém, no mínimo, 50% (cinquenta por cento) de Cachaça ou Aguardente de Cana envelhecidas em recipiente de madeira apropriado, com capacidade máxima de 700 (setecentos) litros, por um período não inferior a 1 (um) ano, segundo a Instrução Normativa nº13 de 29 de junho de 2005 - PIQ da CACHAÇA.

- **CACHAÇA PREMIUM:** a cachaça que contém 100% (cem por cento) de Cachaça ou Aguardente de Cana envelhecidas em recipiente de madeira apropriado, com capacidade máxima de 700 (setecentos) litros, por um período não inferior a 1 (um) ano.
- **CACHAÇA EXTRA PREMIUM.** é a CACHAÇA PREMIUM envelhecida por um período não inferior a 3 (três) anos.

Algumas denominações (Cachaça Artesanal, Cachaça de Alambique, Cachaça Orgânica, Cachaça Industrial ou Cachaça de Coluna) apesar de usadas por consumidores, produtores e outros integrantes do Setor, não são reconhecidas pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) e seu uso é vedado, considerando que estas não tem um Regulamento Técnico com critérios e procedimentos para produção e comercialização.

Para fins desse estudo utilizamos a classificação informal com base em seu processo produtivo, sendo então dividida em dois tipos: a industrial (de coluna) e a artesanal (engenho ou alambique).



Cachaça Industrial – É obtida em destiladores de coluna também conhecidos como destiladores contínuos. Remete a grande escala, a cana podendo ser própria ou de terceiros. Nas industriais, predominam a cachaça nova, mas também existem versões compostas com sabores de madeiras e adocicadas. São cada vez mais presentes no mercado cachaças industriais envelhecidas, buscando ocupar espaços de bebidas mais Premium. As cachaças industriais têm padronização e controle, mas perdem em complexidade sensorial (JANNUZZI, 2016).

Exemplos: 51, Ypióca, Pitú, Velho Barreiro, Sagatiba



Cachaça Artesanal – É produzida em alambiques ou engenhos. Em pequena escala, a produção da cachaça artesanal ocorre com diferentes volumes, mas raramente os produtores ultrapassam 100.000 litros por ano. O grande diferencial da cachaça artesanal em relação à industrial é a destilação por bateladas, em alambiques de cobre. O processo favorece a formação de congêneres importantes para agregar aromas e sabores à bebida. É nessa

etapa também que são separadas as frações indesejáveis (cabeça e cauda) e é conservado o coração – parte nobre da cachaça artesanal. Por se tratar de um processo demorado, primoroso

e artesanal, as cachaças presentes nessa categoria têm maior valor agregado (JANNUZZI, 2016).

Exemplos: Mato Dentro, Santo Mario, Weber Haus, Sanhaçu, Avuá, Maria Izabel, Leblon

Ocorre, no entanto, que o termo “artesanal” acaba sendo generalizado para qualquer cachaça produzida em alambique descontinuo, quando, na verdade, nem todos esses produtores operam em pequenas escalas e utilizam-se predominantemente mão-de-obra familiar (USP, IBRAC, APEX BRASIL, 2014).

Nesse sentido, Jannuzzi ainda classifica a cachaça artesanal em padronizada e informal. Na primeira os produtores atuam com grandes volumes, chegando aos milhões de litros anuais. A maior parte da produção tem base na aquisição e redistilação da cachaça produzida por muitos pequenos produtores. Neste caso, a padronização pode ser um desafio (Ex: Salinas, Seleta, Boazinha, Ferreira Januária). A cachaça artesanal informal são aquelas sem registro no MAPA. Os pequenos produtores da cachaça informal têm condições produtivas precárias, e em geral, comercializam sua produção a granel em pequenas vendas, mas são a principal fonte para as marcas de cachaça industriais e artesanais padronizadas. Entretanto para efeito do estudo, não iremos distinguir as tipologias dos processos de produção, sendo todas agrupadas como artesanais.

Ao buscar o caminho da diferenciação do produto, o produtor abraça uma tarefa árdua, a de fazer com que seus potenciais clientes consigam enxergar as características intrínsecas de sua bebida, a qualidade e o esmero com que ela é produzida, as notas sensoriais que lhe são características em um mercado onde grande parte deles ainda encontram dificuldades em entender as reais diferenças entre o produto artesanal e o industrializado. Sem contar vários mitos e meias verdades que fazem com que o cliente escolha uma dose de uísque para encontrar o sabor diferenciado que poderia muito bem encontrar em uma boa marca de cachaça. Para muitos uma cachaça tem que ser necessariamente forte, rústica e descer rasgando.

Essa é uma luta que deve ser travada por todos os produtores que investem na diferenciação. Ele deve entender a importância de formar uma cultura forte que valorize os aspectos sensoriais da cachaça, ensinando (a forma correta de beber, os benefícios a saúde do consumo moderado, as diferenças entre cada um dos aspectos sensoriais, o orgulho de ser produto nacional, etc.) continuamente seus consumidores por todos os meios possíveis, individualmente e coletivamente, desmitificando as inverdades detratórias do produto, trazendo a tona seus principais atributos.

Mitos e inverdades sobre um produto não são incomuns, principalmente na indústria alimentícia, o que gera confusão e incerteza no processo de escolha e consumo destes produtos. Quando não esclarecidos, estas informações podem causar transtornos ao setor produtivo a que estas se relacionam, podendo dificultar o esforço de venda e formar um ambiente mercadológico restritivo, dificultando entre outras coisas, o seu posicionamento no mercado. De repente, uma informação relativa se torna absoluta, afastando consumidores do produto, mesmo sem consumi-los.

Existem diversas fontes de informação que exercem influência sobre o comportamento dos consumidores, mas é também comum haver falta de integração e consenso entre elas, situação que tende a gerar confusão e incerteza no processo de escolha e no consumo de alimentos, bebidas e suplementos alimentares (BRASIL INGREDIENTS TRENDS, 2020).

MITOS QUE ENVOLVEM A CACHAÇA

AGUARDENTE E CACHAÇA SÃO A MESMA COISA?

Mito. Toda cachaça é uma aguardente, mas nem toda aguardente é uma cachaça. A aguardente pode ser produzida em qualquer lugar do mundo a partir da cana-de-açúcar ou de outras matérias-primas, como uva, pera, maçã etc.

PARÂMETRO	CLASSIFICAÇÃO	
	AGUARDENTE DE CANA	CACHAÇA
DENOMINAÇÃO	AGUARDENTE DE CANA	CACHAÇA
GRADUAÇÃO ALCOÓLICA	38 a 54% em vol.	38 a 48% em vol.
INGREDIENTE BÁSICO	- destilado alcoólico simples de cana-de-açúcar - mosto fermentado do caldo de cana-de-açúcar	- mosto fermentado do caldo de cana-de-açúcar
ADIÇÃO DE AÇÚCARES	≤ 6g/L de açúcar	≤ 6g/L de açúcar

Fonte: MAPA, 2019.

CACHAÇA É UMA COISA E PINGA É OUTRA

Mito. O nome pinga é apenas mais uma denominação da cachaça entre os milhares devidamente registrados. O consumidor acostumou-se a chamar o que é bom de Cachaça e o que é ruim de pinga, o que não é verdade. O termo pinga surgiu do processo de produção da Cachaça, mais precisamente no momento da destilação, quando o vapor se transforma em líquido e começa a pingar no alambique, ou seja, começa a destilar a Cachaça.

A CACHAÇA PODE SER PRODUZIDA À BASE DE BANANA OU QUALQUER OUTRA FRUTA?

Mito. Legalmente a cachaça somente pode ser produzida à base de cana-de-açúcar. Uma bebida de banana, pêssego, uva ou qualquer outra nesse sentido não poderá ser denominada de cachaça e sim um licor, uma bebida mista ou uma aguardente.

CACHAÇA DÁ DOR DE CABEÇA

Depende. Cachaças que possuem controle de qualidade baixo podem sim causar dores de cabeça, pois é justamente a separação das partes nobres da Cachaça que evitam com que isso possa ocorrer. A Cachaça bem produzida não causa dor de cabeça, se bebido em moderação, é claro. Tomar água durante a degustação é o maior segredo para afastar a ressaca do dia seguinte.

Fontes: Leandro Dias e João Almeida em Os segredos da cachaça e MAPA em Anuário da Cachaça, 2019.



CAPÍTULO II – Entendendo a Concorrência

Saber posicionar o seu produto não é tarefa das mais fáceis, mas é uma das mais importantes dentro de uma estratégia de mercado e para isso uma análise detalhada da concorrência é necessária, para que se possa obter vantagem competitiva.

Ao analisar a concorrência da cachaça de alambique ou artesanal verifica-se que esta é ampla e deve avaliar não somente as bebidas com composição similares (aquelas que têm atributos tangíveis e intangíveis semelhantes), mas também levar em consideração as bebidas substitutas (aquelas que apesar de possuírem atributos tangíveis diferentes, apresentam atributos intangíveis semelhantes aos oferecidos pela empresa, concorrendo com eles no atendimento das mesmas necessidades e desejos).

Assim é preciso considerar toda a categoria de bebidas alcoólicas³ (e muitas vezes não alcoólicas também) e avaliar fatores que influenciam os hábitos do consumidor, as restrições que estes fazem e condições relevantes de seu dia a dia que o levam ou o afastam dos chamados pontos de dose (bares, baladas, boates, festas). Fatores como hábitos culturais modismos, companhia dos amigos, ambientação/situação de consumo, certificação de origem, tipo de alimentação que será consumida e até mesmo o clima, são algumas, das muitas situações que podem determinar o consumo de outra bebida que não a cachaça de alambique.

³ As bebidas alcoólicas são geralmente classificadas em dois grandes grupos: fermentadas e destiladas. As primeiras são produzidas com o auxílio de micro-organismos que se alimentam dos açúcares da matéria-prima (por exemplo, a uva), liberando álcool e gás carbônico. As destiladas, por sua vez, são obtidas depois de passar pela evaporação e posterior condensação do líquido que vai dar origem à bebida, processo no qual são eliminadas as impurezas.

A legislação brasileira faz ainda uma classificação mista das bebidas alcoólicas: fermentadas, por mistura e fermento-destiladas, sendo estas últimas ainda subdivididas em destiladas e destilo-retificadas.

Vejam os exemplos do clima. O Brasil é um país de clima tropical e de estações do ano nem sempre bem definidas, o aumento de temperatura pode estimular o consumo de bebidas geladas, em detrimento de bebidas “quentes” como os destilados. A indústria de destilados tem lançado no mercado bebidas prontas para beber, com sabores de frutas, a serem consumidas geladas, como alternativa de consumo.

Assim, de forma geral, uma determinada marca no mercado da cachaça de alambique, tem como concorrentes similares, outras marcas de cachaça, também de alambique, e tem como concorrentes substitutos a cachaça industrial, a artesanal informal (de mais baixa qualidade) e outras bebidas destiladas (como o rum, a tequila, a vodca, a aguardente a base de outras frutas, o uísque, o saquê etc.). Entram também na lista de concorrentes substitutos as bebidas alcoólicas fermentadas (como cerveja, vinho e champanhe/sidra), bebidas mistas e até mesmo as bebidas não alcoólicas, já que em muitos ocasiões/locais um apreciador da bebida destilada, deixa de consumir álcool por estar dirigindo ou estar em alguma dieta restritiva ou por estar bebendo algum medicamento, entre outros fatores.

Outro item de grande importância nessa análise é entender os fatores impeditivos e dificultadores de venda que às vezes podem se tornar o grande vilão de um mercado. A má qualidade de um produto, a situação econômica, o clima, os mitos em torno de um produto podem se tornar um grande problema a ser resolvido. A heterogeneidade do setor, traz desafios importantes, já que o setor é formado ao mesmo tempo, por grandes grupos de empresas, com produção em larga escala e pequenos empreendimentos familiares, muitas vezes informais, que estão longe de possuir uma capacidade técnica ou gerencial relevante. Entre os extremos, estão os empreendimentos, foco principal deste estudo, de fabricação artesanal, que buscam encontrar seu espaço no mercado, por meio da diferenciação pela qualidade.

Momentos de consumo de bebida alcoólica

Identificar as situações de consumo de cada bebida alcoólica é um ponto preponderante para se conhecer os seus concorrentes.

A cachaça, de forma geral, tem sido consumida na forma de caipirinha ou em momentos onde a proposta não é o consumo de refeições (a exceção poder-se-ia considerar a comida mineira), como no caso de happy hours, comemorações ou baladas. O hábito de consumir cachaça artesanal, principalmente as de melhor qualidade, tem sido estabelecido, ou pelo consumo em pontos de dose voltado a um público de maior poder aquisitivo, ou por meio de confrarias, degustações dirigidas (normalmente realizadas por cachaçarias, varejo especializado e produtores) e grupos de harmonização (por exemplo, com charuto). (SEBRAE, 2012).

Segundo a Nielsen (2018), o churrasco é a ocasião campeã de consumo de bebidas destiladas como vodca, cachaça e whisky, com 33,5%. A vodca é a favorita das boates, com 25% a mais do total de destilados, mas seu consumo também ocorre em churrascos (6% a mais que o total). O boteco é o principal local de consumo da cachaça, 50% maior que o total de destilados e 45% das ocasiões de consumo ocorrem para relaxar, principalmente, sozinho. O whisky é mais

consumido em casa ou na casa de amigos e é o destilado mais consumido para assistir a esportes, representando 49% a mais que o total.



Fonte: Estudo Especial de Ocasões de Consumo – CPS Homescan | Nielsen Brasil, 2018

Avaliação das marcas concorrentes

Em função da inexistência de dados oficiais sobre participação de mercado sobre cachaças artesanais, será utilizada uma abordagem qualitativa para avaliar essas marcas. Para tal serão utilizados ranqueamentos elaborados por duas das principais premiações do setor.

III Ranking Cúpula da Cachaça - 2018

Branca

- 1º. **Princesa Isabel Aquarela** (3 anos em Jequitibá) – Linhares (ES) – 82,7
- 2º. **Sanhaçu Freijó** (2 anos) – Chã Grande (PE) – 76
- 3º. **Tiê Prata (inox)** – Aiuruoca (MG) – 74
- 4º. **Século XVIII Rótulo Azul** (Inox) – Cel. Xavier Chaves (MG) – 72,9
- 5º. **Volúpia** (1 ano em freijó) – Alagoa Grande (PB) – 72,23
- 6º. **Engenho São Luiz Amendoim** (seis meses em amendoim) – Lençóis Paulista (SP) – 72,17
- 7º. **Reserva do Nosco Prata** (inox) – Resende (RJ) – 70,8
- 8º. **Serra Limpa** (6 meses em freijó) – Duas Estradas (PB) – 70,5
- 9º. **Coqueiro Prata** (2 anos em amendoim) – Paraty (RJ) – 68,2
- 10º. **Da Quinta Branca** (inox) – Carmo (RJ) – 67,9



Ouro

- 1º. **Vale Verde** 12 anos (carvalho) – Betim (MG) – 88,4
- 2º. **Magnífica Reserva Soleira** (carvalho, entre 3 e 10 anos) – Vassouras (RJ) – 87,9
- 3º. **Companheira Extra Premium** (8 anos em carvalho) – Jandaia do Sul (PR) – 87,3
- 4º **Sebastiana Carvalho** (3 anos em carvalho) – Américo Brasiliense (SP) – 85,6
- 5º. **Weber Haus Extra Premium Lt. 48** (5 anos em carvalho) – Ivoti (RS) – 85,5
- 6º **Weber Haus Amburana** (1 ano em umburana) – Ivoti (RS) – 85,2
- 7º. **Casa Bucco Envelhecida** (6 anos em carvalho e bálsamo) B. Gonçalves (RS) – 84,5
- 8º **Leandro Batista** (1 ano em canela, bálsamo e sassafrás) Ivoti (RS) – 84,2
- 9º **Middas Reserva** (2 anos em carv. francês, americano e amburana) – Adamantina (SP) – 84,1
- 10º. **Canarinha** (2 anos em bálsamo) – Salinas (MG) – 83,9





Cachaças premiadas na Expocachaça 2019

Categoria: Brancas Puras

Ouro: Lagos do Vale (Quatis - RJ)

Prata: Charmosa Sense (Carangola - MG); Da Quinta (Carmo – RJ); Jeceaba Clássica (Jeceaba – MG); Magos de Minas Prata (Itaverava – MG); Mandaguahy Original (Jaú – SP); Maria das Tranças Prata (Pitangui – MG); Matriarca (Caravelas – Medeiros Neto - BA); Sagrada (Bom Jesus do Amparo – MG); Serra Morena (Bela Vale – MG); Tropeira do Vale (SC)

Categoria: Descansadas

Prata: Seleta Mix (melhor da categoria) (Salinas – MG); Fazenda Jeremias Prata (Dores do Turvo – MG)

Categoria: Carvalho Francês

Prata: Ipueira (melhor da categoria) (Areia - PB); 3 Fortuna (Muçum – RS); Água de Arcanjo Ouro (Maquiné – RS); Boutt (Bela Vista de Goiás - GO); Bylaardt Premium (Luiz Alves - SC); Cortarelli Carvalho (Cristais Paulistas – SP); Refazenda (Xanxerê - SC); Rein (Luiz Alves - SC); Xanadu Ouro (Blumenau - SC)

Bronze: Lagos do Vale (Quatis – RJ)

Categoria: Carvalho Americano

Ouro: Do Conde (melhor da categoria) (Orleans - SC)

Prata: Moendão Ouro (Gaspar - SC); Paramirim (Chapada Diamantina – BA); Regui Brasil (Curitiba – PA)

Categoria: Madeiras Brasileiras

Ouro: Tellura Amburana (melhor da categoria) (Campos – RJ); Capão da Palha (São João D’Aliança – GO); Decisão (Sabinópolis – MG); Harmonie Schnaps Bálsamo (Harmonia – RS); Mata Limpa Ouro (PB)

Prata: Amada Grápia (Dias D’Avila); Bem Me Quer Bálsamo (Pitangui – MG); Brisa Umburana (SP); Casa Bucco Amburana (Bento Gonçalves – RS); Do Conde (Orleans – SC); Dom Tápparo Amburana (Mirassol – SP); Giuseppe Ferdinando Nesi Ouro (SC); Mandaguahy Castanheira (Jaú – SP); Sagrada Amburana (Bom Jesus do Amparo – MG); Seleta (Salinas – MG); Weber Haus Bálsamo (Ivoti – RS)

Categoria: Extra Premium e armazenada acima de 3 anos

Duplo ouro: Bylaardt Extra Premium (melhor da categoria) (Luiz Alves – SC)

Ouro: Antonio Benedetti (SP); Bento Albino (Maquiné – RS); Fogo da Cana 12 anos (Braço do Trombudo – SC); Guaraciaba Extra Premium (Guaraciaba – MG); Do Imperador Reserva Tereza

Cristina (Santo Amaro da Imperatriz – SC); Refazenda Extra Premium (Xanxerê - SC); Santa Rosa Especial (Valença – RJ)

Categoria: Bebidas alcoólicas por mistura, com cachaça

Prata: Rainha da Cana – milho verde (melhor da categoria) (Alto do Rio Doce – MG); Original D’minas – Marula (Abreus – MG); Santo Mel (Cesário Lange – SP)

Categoria: Blends de Madeiras

Ouro: Cachaça do Anjo (melhor da categoria) – (Santa Rita de Caldas – MG); Barril 12 (Caldas Novas (GO); Pátria Amada Carvalho e Cumarú (Mossoró – RN); Prosa Mineira Reserva (Santa Rita de Caldas – MG); Velho Alambique (Santa Tereza – RS)

Prata: Alambique de Minas Ouro (Ouro Branco – MG); Leandro Batista (Ivoti – RS)

Categoria: Outros destilados produzidos no Brasil

Prata: Guaaja Tiquira Carvalho (melhor da categoria) (MA)



CAPÍTULO III - ENTENDENDO O MERCADO

As informações sobre o setor a serem apresentadas foram obtidas a partir de órgãos oficiais, tais como o IBGE, o MAPA, bem como em estudos de mercado elaborados por organizações internacionais, tais como a Euromonitor International e órgãos de representação da classe como o IBRAC.

Segundo o Ibrac “a cachaça é o destilado mais consumido pelos brasileiros, presente em mais de 77 países, e um dos quatro destilados mais consumidos em todo mundo”.

Em 2018, segundo dados da Euromonitor International, o consumo de cachaça foi de 520,9 milhões de litros, representando 72% do mercado de destilados. Nesse mesmo ano de 2018, em termos de valor, o mercado foi superior a R\$ 14 bilhões de reais.

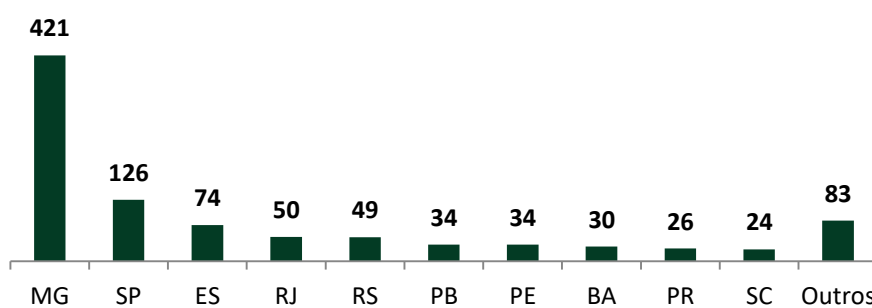
A estimativa é que após anos de recuo, entre 2017 e 2022, as vendas da bebida destilada subam 5,1%, para 546 milhões de litros consumidos e que passe a representar um mercado de R\$ 15,7 bilhões (Cachaça Trade Fair, 2018).

Dados de 2019, do Centro Brasileiro de Referência da Cachaça (CBRC) disponibilizados pela IBRAC, apontam que proporcionalmente cada brasileiro consome 11,5 litros da bebida por ano por habitante. Ela movimenta 7,5 bilhões de reais em sua cadeia produtiva e detém 87% de market share do mercado de destilados no Brasil. É única bebida, na atualidade, capaz de ter um *boom* no mercado internacional. São 30 mil produtores no Brasil que geram 600 mil empregos diretos e indiretos. Segundo estimativas do CBRC, 70% da produção brasileira é de cachaça de coluna ou industrial e 30% de cachaça de alambique e o setor exporta, cerca de 1% de sua produção anual.

Credita-se a disparidade entre as estimativas do IBRAC, CBRC e estabelecimentos registrados nas estatísticas oficiais (disponibilizados a seguir) à existência de muitos produtores informais e a consequente dificuldade de mensurais dados oficiais.

Números oficiais do MAPA, disponíveis no Anuário da Cachaça, publicado em 2019, mostra que o número de estabelecimentos produtores de cachaça registrados até o final de 2018 foi de 951, com 3.648 produtos registrados, distribuídos em 835 cidades em 26 unidades da federação. Minas Gerais tem, sozinho, 44,3% dos estabelecimentos registrados. Ao considerar a densidade cachaceira (quantidade de produtores de cachaça e a população) destacam-se os municípios de Bonfim (MG), São Roque do Canaã (ES), Córrego Fundo (MG), Mar de Espanha (MG) e Luiz Alves (SC), Areia (PB), Alfredo Chaves (ES), Morretes (PR), Salinas (MG) e Paraty (RJ).

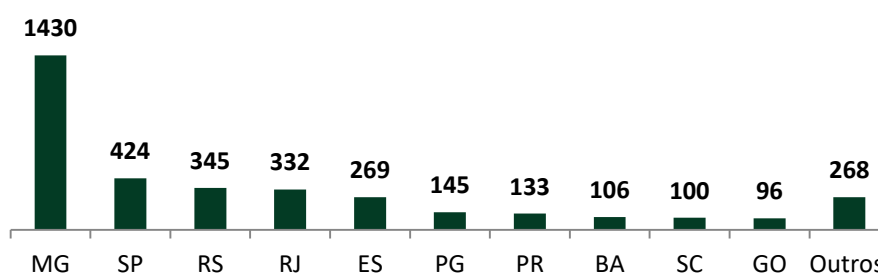
Número de Registros de Estabelecimentos Produtores de Cachaça por UF



Fonte: MAPA/Anuário da Cachaça (2019)

Os municípios de Salinas (MG), Paraty (RJ), Coronel Xavier Chaves (MG), Areia e Campina Grande (PB) são historicamente produtores de cachaça. Já o município de Ivoti (RS) tem se destacado na produção de cachaça nos últimos anos. Belo Horizonte (MG) aparece no topo da lista tendo em vista a quantidade de produtos que são produzidos sob contrato para terceiros. Viçosa (MG) por sua vez destaca-se como centro produtor. São Roque do Canaã (ES) é a grande surpresa, mas o município tem tradição no plantio de cana-de-açúcar. Por fim, Pirassununga (SP) é um dos municípios que mais produz e exporta cachaça no país.

Número de Registros de Produto Cachaça por UF - 2018



Fonte: MAPA/Anuário da Cachaça (2019)

Registros de cachaça, por município - 2018

UF	Município	Quantidade de Registros
MG	Belo Horizonte	134
MG	Salinas	124
RS	Ivoti	89
RJ	Paraty	67
ES	São Roque do Canaã	63
MG	Coronel Xavier Chaves	56
MG	Viçosa	55
SP	Pirassununga	41
PB	Areia	36
PB	Campina Grande	33

Fonte: MAPA/Anuário da Cachaça (2019)

Com relação à produção da indústria brasileira, os dados da Pesquisa Industrial Anual Produto (PIA Produto) do IBGE (2018) referentes ao período 2009-2017 (último dado disponível) mostram um crescimento consistente na produção da indústria de bebidas alcoólicas até 2012, seguido de uma queda em 2013 e recuperação em 2014. Esse padrão, de queda e recuperação, se repete até o ano de 2017, conforme tabela abaixo. A fabricação de cervejas e chopes possui grande destaque, atingindo, em 2017, 87,3% do total produzido em milhares de litros.

Evolução da produção (em milhares de litros) da indústria de bebidas alcoólicas do Brasil: 2009-2017

CLASSE CNAE	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Fabricação de aguardentes e outras bebidas destiladas	1.476.358	1.405.641	1.686.193	1.377.486	1.196.322	1.125.327	1.128.333	1.449.987	1.356.379
Cachaça; Rum	1.176.404	1.047.997	1.252.133	1.147.899	978.649	884.302	931.621	1.035.967	970.538
Conhaque, brande	36.820	38.964	30.965	12.826	16.639	13.163	13.666	15.704	24.154
Ag. de frutas, gim	134.762	193.835	253.771	131.769	115.669	125.763	118.786	160.239	224.254
Licor	1.759	561	-	1.506	1.703	1.485	1.464	-	-
Uísques	24.188	19.561	22.130	28.577	20.293	21.761	17.671	11.654	13.651
Vodca	102.425	104.723	127.194	54.909	63.369	68.960	70.938	226.423	123.782
Fabricação de vinho	410.390	432.065	494.758	569.845	470.950	486.252	546.787	595.446	630.744
Fabricação de cervejas e chopes	12.576.321	13.243.165	13.743.457	14.219.976	13.520.260	14.456.254	14.260.955	13.880.510	13.714.714
TOTAL	15.939.427	16.486.512	17.610.601	17.544.793	16.383.854	17.183.267	17.090.221	17.375.930	17.058.216

Fonte: Sidra/IBGE - Pesquisa Industrial Anual

O decréscimo considerável na categoria Cachaça, Rum no período analisado. Ao comparar os anos de 2009 e 2017 percebeu-se que a produção dessa bebida (em litros) foi reduzida em 21,2%. Em contrapartida houve crescimento da fabricação de aguardente de frutas e gim (39,9%), vinho (34,9%), a vodca (17,3%) e cerveja e chopes (8,3%). Todas essas bebidas tiveram ganho de participação neste mercado (Aguardente de frutas e gim – 34,8%; vinho – 29,4%; vodca – 10,2%; cerveja e chopes – 0,4%). A cachaça apresentou queda (-31,6%) de participação no setor.

Evolução da participação (%) na produção (em milhares de litros) da indústria de bebidas alcoólicas do Brasil: 2009-2017

CLASSE CNAE	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Fabricação de aguardente e outras bebidas destiladas	10,2	9,3	10,6	8,5	7,9	7,0	7,1	9,1	8,6
Cachaça; Rum	8,1	6,9	7,9	7,1	6,4	5,5	5,8	6,5	6,2
Conhaque, brande	0,3	0,3	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2
Ag. de frutas, gim	0,9	1,3	1,6	0,8	0,8	0,8	0,7	1,0	1,4
Licor	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Uísques	0,2	0,1	0,1	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
Vodca	0,7	0,7	0,8	0,3	0,4	0,4	0,4	1,4	0,8
Fabricação de vinho	2,8	2,9	3,1	3,5	3,1	3,0	3,4	3,7	4,0
Fabricação de cervejas e chopes	87,0	87,8	86,3	88,0	89,0	90,0	89,5	87,2	87,3
TOTAL	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Fonte: Sidra/IBGE - Pesquisa Industrial Anual

No que diz respeito às quantidades vendidas, os dados da PIA-Produto mostram um cenário semelhante ao observado para a produção. Cervejas e chopes também se destacam como principais produtos vendidos, chegando ao pico de participação de 89,6% em 2012, finalizando o período com 86,4% de participação em 2017.

Evolução das vendas (em milhares de litros) da indústria de bebidas alcoólicas do Brasil: 2009-2017

CLASSE CNAE	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Fabricação de aguardentes e outras bebidas destiladas	1.295.075	1.181.789	1.306.732	1.130.801	1.076.996	1.011.108	998.024	1.198.246	1.170.712
Cachaça/Rum	989.464	942.770	1.063.716	930.732	868.000	777.311	777.989	897.172	810.611
Conhaque/Brande	53.251	38.737	28.452	12.670	14.134	12.181	13.643	16.071	24.034
Ag. de frutas/gim	129.653	115.413	123.014	114.326	110.838	124.993	114.504	148.964	198.101
Licor	1.784	612	-	1.521	1.725	1.410	1.483	-	-
Uísques	22.908	19.711	15.835	28.470	20.103	20.373	17.417	10.146	13.465
Vodca	98.015	64.547	75.715	43.082	62.195	64.911	67.900	125.893	124.501
Fabricação de vinho	385.021	403.502	415.968	442.366	442.037	470.170	479.136	613.397	562.183
Fabricação de cervejas e chopes	11.642.073	12.853.382	12.904.104	13.609.819	12.111.383	12.151.679	12.348.342	11.973.700	11.024.918
TOTAL	13.322.169	14.438.673	14.626.804	15.182.986	13.630.416	13.632.957	13.825.502	13.785.343	12.757.813

Fonte: Sidra/IBGE - Pesquisa Industrial Anual

O decréscimo ocorrido na produção, na classe Cachaça/Rum, ocorreram também em relação às vendas (-22,1%) no período estudado, o que resultou em perda da participação no total (-16,9%). Destaca-se o desempenho do mercado tanto de vinho, quanto da aguardente de frutas/gim, cujo crescimento proporcional alcança percentuais maiores do que os da cerveja e chope, 34,6% e 31,5%, respectivamente.

Evolução da participação (%) nas vendas (em milhares de litros) da indústria de bebidas alcoólicas do Brasil: 2009-2017

CLASSE CNAE	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Fabricação de aguard. e outras bebidas destiladas	9,7	8,2	8,9	7,4	7,9	7,4	7,2	8,7	9,2
Cachaça/Rum	7,4	6,5	7,3	6,1	6,4	5,7	5,6	6,5	6,4
Conhaque/Brande	0,4	0,3	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2
Ag. de frutas/Gim	1,0	0,8	0,8	0,8	0,8	0,9	0,8	1,1	1,6
Licor	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Uísques	0,2	0,1	0,1	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
Vodca	0,7	0,4	0,5	0,3	0,5	0,5	0,5	0,9	1,0
Fabricação de vinho	2,9	2,8	2,8	2,9	3,2	3,4	3,5	4,4	4,4
Fabricação de cervejas e chopes	87,4	89,0	88,2	89,6	88,9	89,1	89,3	86,9	86,4
TOTAL	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Fonte: Sidra/IBGE - Pesquisa Industrial Anual

Algumas ressalvas às informações necessitam ser feitas. Em primeiro lugar, os dados dispostos nas tabelas anteriores, não contemplam tanto a produção quanto a venda de malte, pois esta classe é medida em toneladas. Em segundo lugar, os dados apresentados até aqui, também não contemplam o volume referente à importação e exportação (dados que serão apresentados mais a frente).

VIANA (2018) sugere que, para complementar a análise, e assim se ter uma ideia do consumo de bebidas, é necessário computar as vendas no varejo (*off trade*) e em bares e restaurantes (*on trade*) e apresenta dados consolidados da Euromonitor International (2018) de vendas de bebidas alcoólicas no Brasil no período 2011-2016, por tipo de bebida, conforme Tabela a seguir:

Vendas de bebidas alcoólicas no Brasil por categoria (em milhares de litros): 2011-2016

Tipo de Bebida	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Cerveja	13.285.100	13.710.400	13.378.100	13.854.400	13.228.400	12.776.700
Cidras	13.766	14.606	15.273	15.365	15.679	16.082
RDT/Pré-misturas de alta concentração	75.743	73.269	69.959	70.943	79.342	112.274
Vodca, Uísque, Cachaça, Gin e Outros	753.013	746.038	725.678	753.180	726.159	696.568
Vinho	400.600	380.600	383.600	368.000	352.200	341.200
TOTAL	14.528.200	14.924.900	14.572.700	15.061.800	14.401.800	13.942.800

Fonte: Euromonitor International (2018 apud Viana 2018)

Em termos de dinâmica do mercado, a partir dos dados da Euromonitor International (2018), Viana analisa que o mercado brasileiro registrou um declínio no volume total das vendas em dois anos seguidos, entre 2014/2015 e 2015/2016, em função da situação econômica desfavorável e da redução da renda disponível para grande parte da população. Os consumidores têm migrado suas compras para marcas mais baratas em algumas categorias, além de reduzir a frequência das compras para muitos tipos de produtos.

Na visão da Euromonitor International (2016), enquanto quase todas as categorias enfrentaram redução ou estagnação das vendas em volume, as cervejas do tipo Premium têm mostrado um crescimento acima de média no mercado brasileiro. Muitos consumidores estão optando por reduzir a frequência na qual eles compram cerveja e investindo em marcas consideradas diferenciadas, adicionando produtos *premium* em suas cestas de compras. As principais cadeias de varejo têm um papel fundamental neste movimento, através da oferta de descontos e promoções agressivas, de modo a estimular as compras de impulso, especialmente no que diz respeito às marcas *premium* de cerveja. Entretanto, é importante pontuar que a manutenção do crescimento do segmento *premium* depende da recuperação da economia em bases mais sólidas (VIANA, 2018).

Em relação ao comércio exterior, segundo dados disponibilizados pelo IBRAC (2019), em relação as exportações, no ano de 2018, a Cachaça foi exportada para 77 países, com mais de 50 empresas exportadoras, gerando receita de US\$ 15,61 milhões (8,41 milhões de litros). Esses números representam um decréscimo de 1,24% em valor e de 3,80% em volume, em comparação a 2017. Salieta-se entretanto que não há distinção destes números do tipo de cachaça exportada, se industrializada ou artesanal.

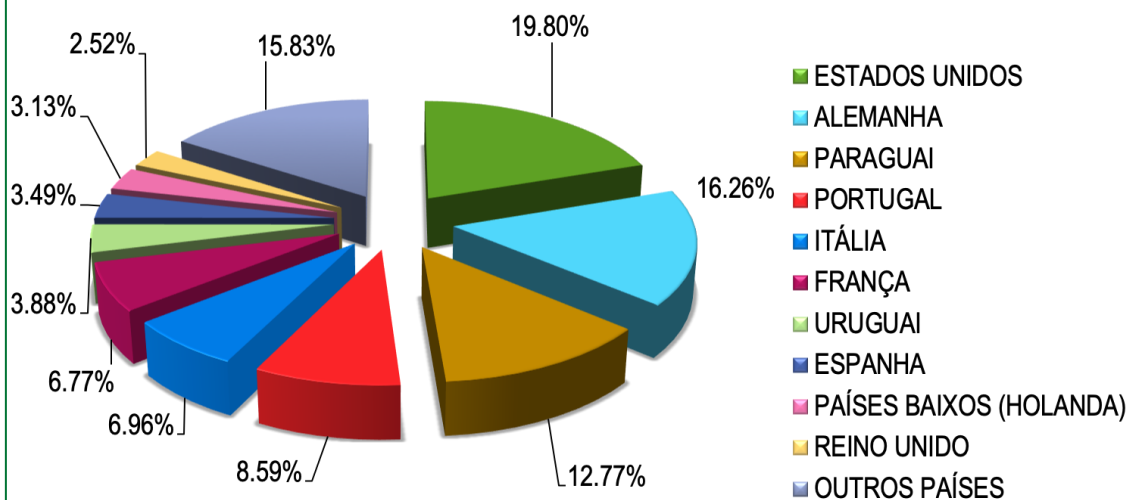
O gim foi o destilado que apresentou o maior crescimento no volume total consumido no mundo em 2017, com aumento de 5% em relação ao ano anterior. O Brasil também segue a tendência global; enquanto o setor de destilados apresentou crescimento *flat* no volume total de vendas, o gim apresentou um crescimento surpreendente de 66%, movimentando 1,8 milhões de litros no país. O aumento garantiu que o Brasil subisse para 22ª posição no ranking global.

A projeção é que o volume de vendas total de gim continue a crescer, porém a um ritmo mais lento, com aumento de 17% ao ano até 2022, ano no qual o Brasil deverá assumir a 17ª posição global. O gim é hoje o 7º destilado mais consumido no Brasil, representando menos de 1% do volume total consumido no país. No entanto, até 2022, deve representar cerca de 5% do total de destilados consumidos no Brasil – equiparando-se aos uísques. A cachaça continua a ser a queridinha do brasileiro, com mais de 70% de participação no segmento.

A falta de diversificação é um entrave para o desenvolvimento do gim no Brasil. Assim como acontece com a cachaça, o gim está fortemente atrelado a somente um drink, no caso, o gim e tônica. À medida que novidades cheguem ao mercado brasileiro, é esperado que o coquetel perca força e, conseqüentemente, haja uma desaceleração do consumo de gim. Houve uma movimentação similar com o Aperol, conhecido principalmente pelo drink Aperol spritz, que teve um pico entre 2012 e 2014 e depois começou a cair. Portanto, o desafio para indústria está exatamente em diversificar o cardápio oferecido ao consumidor.

PRINCIPAIS PAÍSES DE DESTINO EM VALOR – 2018

Total: US\$ 15.612.053,00

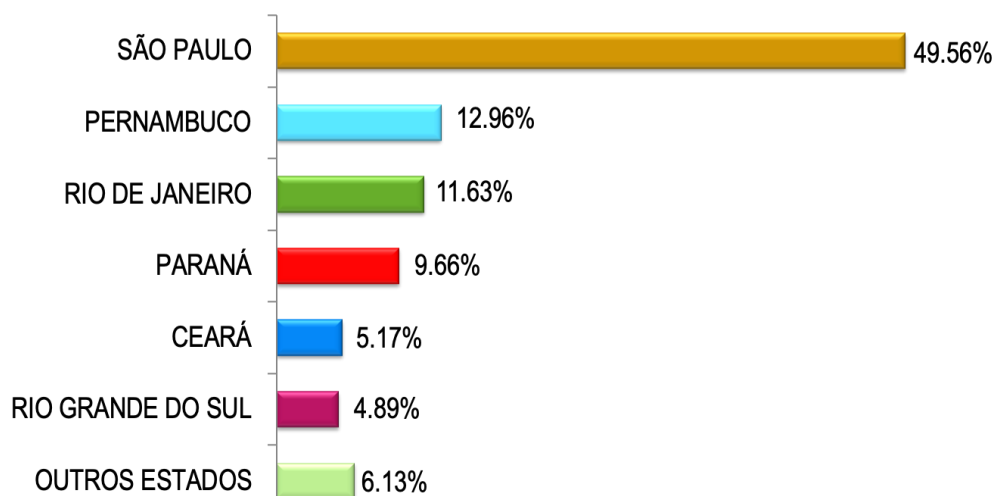


Fonte: Comex Stat | Ministério da Economia – NCM 2208.40.00

Elaboração: Instituto Brasileiro da Cachaça - IBRAC

PRINCIPAIS ESTADOS EXPORTADORES EM VALOR – 2018

Total: US\$ 15.612.053,00



Fonte: Comex Stat | Ministério da Economia – NCM 2208.40.00

Elaboração: Instituto Brasileiro da Cachaça - IBRAC



CAPÍTULO IV - ENTENDENDO O CONSUMIDOR

O pano de fundo por detrás do consumo de bebidas alcoólicas é formado por um grande número de fatores, dentre os quais estão os hábitos culturais e sociais de uma população muito diversificada, principalmente ao levar em consideração o contexto nacional, com dimensões continentais marcados por comportamentos diferentes que vem se transformando desde sua formação. Esses diferentes comportamentos dos indivíduos refletem no consumo de bebidas alcoólicas que, por sua vez, dita as regras na oferta das mesmas.

Entender o comportamento do consumidor é entender como as pessoas pesquisam e consomem produtos e serviços, é compreender qual a influência dos grupos de referência desse consumidor, é identificar quais os fatores pesam na escolha de uma marca, é encontrar oportunidades para aumentar as vendas e diversificar sua linha de produtos e alcançar um público maior.

O estudo do comportamento do consumidor busca entender quais fatores, hábitos, influências e estímulos interferem no processo de escolha e da efetiva compra de um produto/serviço.

4.1 Metodologia

O estudo sobre o consumidor de cachaça de alambique chega aqui a sua fase quantitativa, na qual muito do conhecimento adquirido pelos dados levantados de fontes secundárias até o momento (fase exploratória) serão aplicados para um melhor entendimento do consumidor de cachaça de alambique em Goiânia, trazendo em contexto as suas similaridades e discrepâncias.

Para alcançar o consumidor de cachaça de alambique, optou-se por pesquisar o consumidor de bebidas destiladas, pois existe uma compreensão muito clara da importância de se entender as

relações concorrenciais mais próximas a este setor. Os hábitos de consumo de bebidas alcoólicas são muito subjetivos, e entender as especificidades do consumidor de destilados pode abrir uma melhor compreensão na definição de estratégias que visem à expansão do consumo de cachaça.

O universo do estudo foi então centralizado em homens e mulheres, com idade mínima de 18 anos que tenham consumido alguma bebida destilada nos últimos seis meses. Optou-se por realizar a pesquisa em Goiânia, permitindo porém, respondentes da Grande Goiânia (contendo 21 municípios⁴), considerando que muitos destes consomem o produto na capital graças a grande e expandida mancha urbanizada (aproximação entre territórios, onde os limites ficam difusos).

Para delinear o plano amostral, optou-se por uma amostragem não probabilística por quotas⁵, já que não se conhece o número total de consumidores de bebidas destiladas e onde estes estão localizados, não estando estes portanto, disponíveis para sorteio. Para isso levantou-se os dados do último censo do IBGE relativos a população quanto a sexo e idade, utilizando esses dados para estratificar a população do estudo.

População residente, por sexo e grupos de idade, município de Goiânia – 2010

Grupo de idade	Sexo		
	Total	Homens	Mulheres
18 anos	22.925	11.024	11.901
19 anos	23.581	10.835	12.746
20 a 24 anos	131.711	64.260	67.450
25 a 29 anos	132.959	64.185	68.774
30 a 34 anos	121.769	58.527	63.241
35 a 39 anos	102.741	49.186	53.555
40 a 44 anos	93.377	43.480	49.898
45 a 49 anos	84.328	38.621	45.707
50 a 54 anos	70.232	31.250	38.982
55 a 59 anos	58.126	26.400	31.726
60 a 64 anos	42.727	18.714	24.014
65 a 69 anos	29.352	12.638	16.714
70 a 74 anos	22.426	9.489	12.937
75 a 79 anos	14.736	6.166	8.570
80 anos acima	14.973	5.446	9.528
Total	965.963	450.221	515.743

Fonte: SIDRA/IBGE – Censo Demográfico

⁴ Abadia de Goiás, Aparecida de Goiânia, Aragoiânia, Bela Vista de Goiás, Bonfinópolis, Brazabrantes, Caldasinha, Caturai, Goianópolis, Goiânia, Goianira, Guapó, Hidrolândia, Inhumas, Nerópolis, Nova Veneza, Pires do Rio, Santo Antônio de Goiás, Senador Canedo, Teresópolis de Goiás, Trindade.

⁵ A pesquisa com amostragem por quotas é muito utilizada em pesquisas de mercado e se utiliza de variáveis demográficas, selecionando proporcionalmente pessoas com semelhantes características de uma população. Essa técnica, um determinado número de entrevistas, ou cotas, é estabelecido para cada estrato da população.

Devido à natureza desproporcional da amostra com relação à população⁶, utilizou-se de pesos (sexo e faixa etária) para os dados, ponderando assim os resultados. Para esse cálculo foi utilizado os dados do LENAD (Levantamento Nacional de Álcool e Drogas), realizado em 2012 (última edição disponível), pela INPAD (Instituto Nacional de Ciência e Tecnologia para Políticas Públicas de Álcool e outras Drogas) e Uniad (Unidade de Pesquisas em Álcool e Drogas), que apontam que 50% da população brasileira não havia consumido álcool no ano anterior:

A estratificação da amostra respeitou os seguintes dados levantados no referido estudo.

Proporção de abstinentes (não consumiu álcool nos últimos 12 meses), população adulta (18 ou mais)

Sexo	Abstinentes	Não Abstinentes	Total
Homens	38%	62%	100%
Mulheres	62%	38%	100%
Faixa Etária	Abstinentes	Não Abstinentes	Total
De 18 a 24 anos	38%	62%	100%
De 25 a 34 anos	42%	58%	100%
De 35 a 44 anos	44%	56%	100%
De 45 a 59 anos	52%	46%	100%
60 anos ou mais	68%	32%	100%

Fonte: INPAD, 2012

A pesquisa, de natureza descritiva quantitativa utilizou-se de entrevistas pessoais e individuais com a aplicação de questionário estruturado com duração média de 12 minutos. A abordagem ocorreu em pontos de fluxo populacional distribuídos em mais de 20 localidades na cidade (feiras livres, parques, praças, avenidas, porta de mercados e hipermercados etc.).

O questionário foi elaborado de acordo com os objetivos pré-estabelecidos, levando em consideração os resultados obtidos na fase anterior (pesquisas de dados secundários), sendo a versão final aprovada pelo Cliente (Apêndice I).

Os entrevistadores receberam treinamento quanto à abordagem, ao preenchimento dos questionários e à utilização dos cartões (Apêndice II), que têm o objetivo de evitar a indução das respostas do entrevistado. Todos os entrevistadores foram supervisionados no desenvolver das suas atividades no campo. O período de coleta de dados ocorreu entre os dias 07 de maio a 13 de junho de 2019.

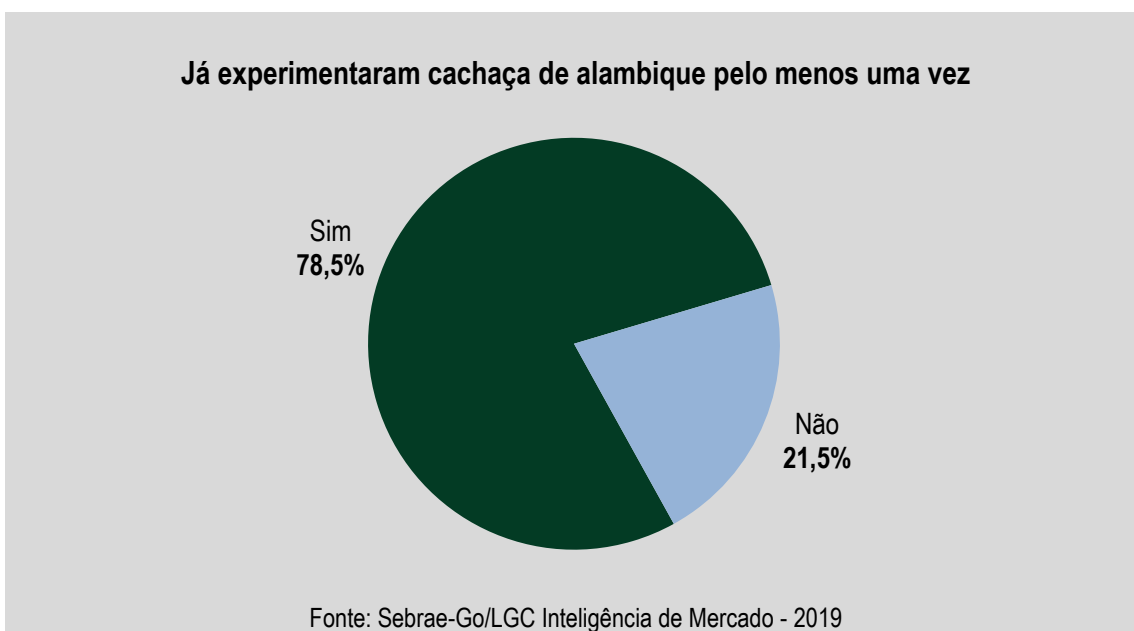
⁶ Existe, notadamente, um menor consumo por uma parcela da população (mulheres e idosos) que devem ser levados em consideração ao se traçar o perfil de consumidor. Assim as cotas de entrevistados é diferenciada conforme o critério de abstinência.

Após a aplicação das entrevistas, foi realizada crítica de 100% dos questionários (total de 246), isto é, todas as questões foram lidas e analisadas quanto à consistência. Houve também a checagem de 20% dos questionários, prática que consiste em selecionar aleatoriamente uma parte dos questionários e entrar em contato com os entrevistados novamente, para confirmar dados relevantes e a participação na pesquisa.

Após os procedimentos de validação dos dados, procedeu-se com a digitação e exportação dos dados para uma planilha eletrônica, utilizando o software Survey. Os dados foram utilizados para construção de gráficos e tabelas que serviram de base para a análise dos dados que aqui seguem.

4.2 Resultados da pesquisa

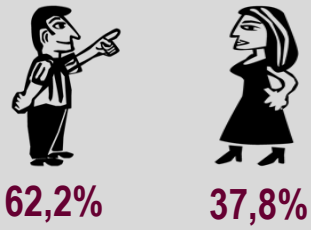
Foram entrevistados **246** consumidores de bebidas destiladas, sendo que destes **193** beberam pelo menos uma vez cachaça de alambique e **53** nunca beberam. A pesquisa foi realizada em mais de 20 pontos de fluxo populacional em Goiânia, sendo **202** (82,1%) destes moradores de Goiânia (advindos de 76 bairros da capital⁷), 31 (12,6%) de Aparecida de Goiânia, 5 de Senador Canedo, 3 de Trindade, 1 de Bela Vista de Goiás e 1 de Goianópolis.



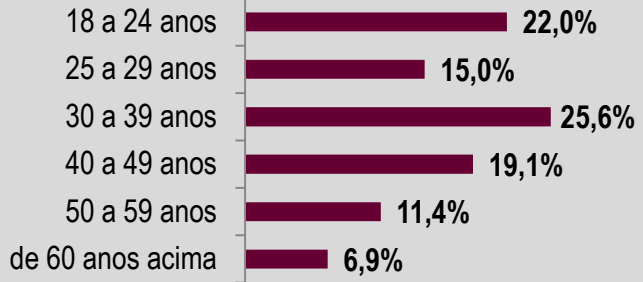
⁷ Alfaville (1), Alto da Glória (3), Bairro da Vitória (1), Bairro Feliz (1), Bairro Floresta (1), Campinas (2), Centro (9), Chácara Califórnia (1), Cidade Jardim (3), Condomínio Res. Parque Oeste (1), Conj. Aruanã I (1), Criméia Oeste (2), Fama (2), Goiânia 2 (4), Grajaú (1), Itatiaia (1), Jd. América (15), Jd. Atlântico (2), Jd. Bela Vista (1), Jd. Colorado (1), Jd. Goiás (6), Jd. Guanabara (3), Jd. Marquês de Abreu (1), Jd. Nova Esperança (1), Jd. Novo Mundo (4), Jd. Petrópolis (1), Jd. Pompéia (1), Jd. Santo Antônio (1), Jd. Vitória (1), Morada do Sol (1), Nova Vila (1), Novo Horizonte (1), Pq. Amazônia (7), Pq. Anhanguera (1), Pq. das Amendoeiras II (1), Pq. Industrial (2), Pq. Industrial João Braz (1), Pq. Santa Cruz (1), Pq. Santa Rita (1), Pq. Santa Cruz (1), Recanto das Emas (1), Resid. Alice Barbosa (1), Resid. Eldorado (2), Resid. Orlando de Moraes (1), Resid. Vale dos Sonhos (1), Resid. Ville de France (1), St. Aeroporto (2), St. Aeroviário (2), St. Bela Vista (2), St. Bueno (23), St. Castelo Branco (1), St. Coimbra (3), St. dos Funcionários (1), St. Estrela Dalva (1), St. Jaó (2), St. Leste Vila Nova (2), St. Marista (2), St. Moraes (1), St. Negrão de Lima (4), St. Norte Ferroviário (1), St. Novo Planalto (1), St. Oeste (14), St. Pedro Ludovico (6), St. Santa Genoveva (3), St. São José (2), St. Sul (2), St. Universitário (19), Urias Magalhães (2), Vila Canaã (1), Vila Irapy (1), Vila Nova (1), Vila Pedrosa (1), Vila Santa Isabel (1), Vila São José (1) e Vila União (2).

PERFIL DOS ENTREVISTADOS

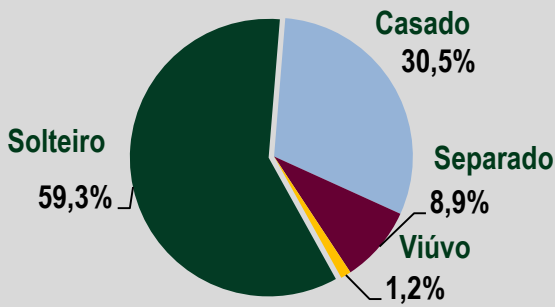
Sexo



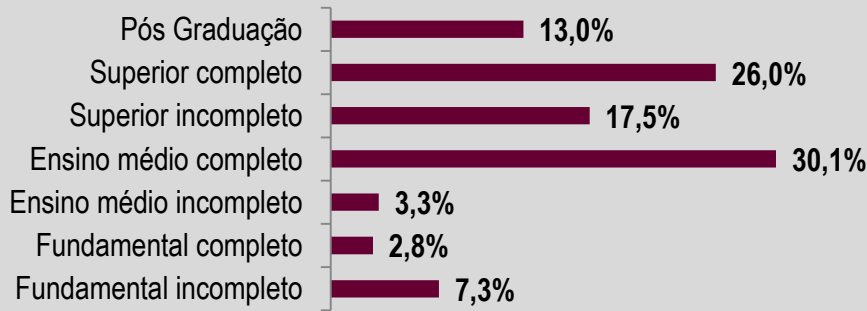
Faixa Etária



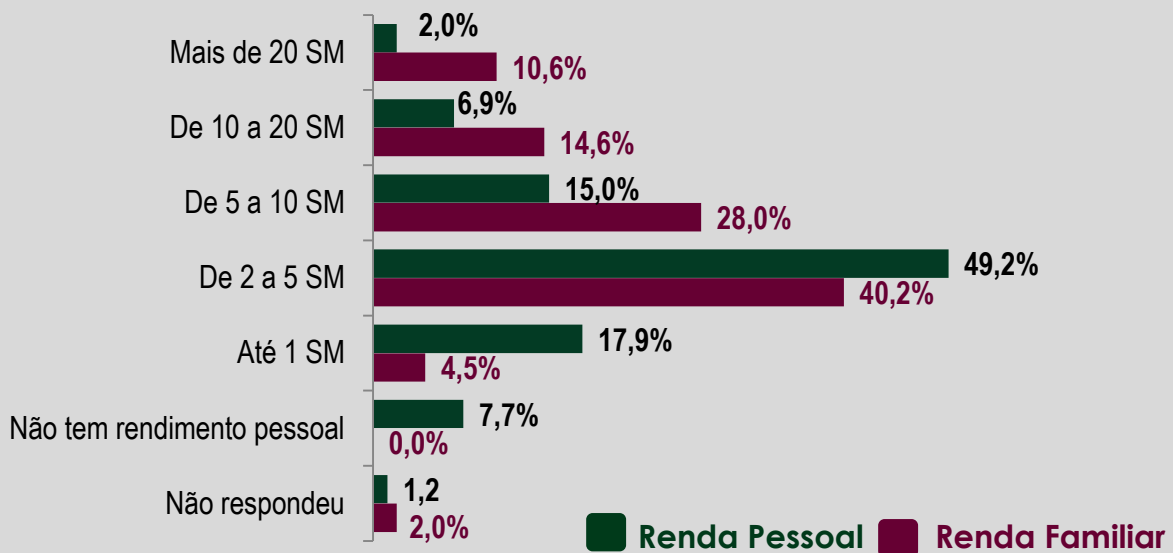
Estado Civil



Escolaridade



Renda



O QUE ELLES BEBEM

O Brasil é um país de tamanho continental, com muitas nuances culturais, climáticas, que, é claro, tem o potencial de influenciar o consumo. Ele é influenciado por diversas variáveis, que podem ou não ser mais fortes ou mais fracas em determinadas regiões. Daí nasce a necessidade de um olhar mais regional para entender e atender o mercado local.

É necessário lembrar que o consumidor retratado a partir de agora tem mais de 18 anos (idade legal de consumo) e consumiu, pelo menos uma vez, um tipo de bebida destilada nos últimos seis meses.

A cerveja, tida como paixão nacional juntamente com o futebol, está à frente dos números do consumo, também em Goiânia. Segundo a Euromonitor International, no Brasil, entre as bebidas alcoólicas, a cerveja é o grande destaque, tendo sido responsável por mais de 90% do consumo de bebidas alcoólicas (em volume) do País em 2018.

Em Goiânia, 89,0% dos consumidores de bebidas destiladas consumiram também cerveja industrializada nos últimos 6 meses. A cachaça de alambique está em sexto lugar dentre as bebidas consumidas pesquisadas mais populares, ficando atrás também do uísque (67,9%), vinho (67,9%), vodca (60,6%) e da cachaça industrializada (56,9%). Entretanto, ao considerar somente àqueles que experimentaram a cachaça de alambique pelo menos uma vez na vida, verificou-se que a bebida foi consumida por 66,3%, passando a figurar em quarto lugar.

Outras características do consumidor da cachaça de alambique: 90,1% também consomem cerveja e/ou industrial, 71,5% também consomem vinho, champanhe e/ou sidra. Além disso, 49,2% dos entrevistados afirmam ter consumido mais de 5 tipos de bebidas alcoólicas.

66,3% beberam
cachaça de alambique pelo
menos uma vez na vida

52,0% beberam
cachaça de alambique
nos últimos seis meses

49,2% consumiram
mais de 5 tipos de bebidas
alcoólicas



90,1% além da cachaça de
alambique também consomem
cerveja (industrial e/ou
industrializada)

71,5% além da cachaça
de alambique também
consumem Vinho;
Champanhe e/ou Sidra

Bebidas alcoólicas mais consumidas pelo consumidor de destilados

	Quem bebeu destilados nos últimos 6 meses	Quem bebeu cachaça de alambique pelo menos uma vez	Quem bebeu cachaça de alambique nos últimos 6 meses
Cerveja Industrializada	89,0%	90,2%	92,9%
Uísque	67,9%	69,9%	73,4%
Vinho	67,9%	68,9%	72,7%
Vodca	60,6%	58,0%	58,6%
Cachaça industrializada	56,9%	60,6%	64,8%
Cachaça de alambique	52,0%	66,3%	100%
Cerveja artesanal	50,8%	53,4%	55,5%
Tequila	44,3%	43,0%	44,5%
Gin	37,0%	35,2%	35,9%
Champanhe/Sidra	29,7%	28,5%	26,6%
Conhaque	18,7%	21,8%	28,1%
Rum	12,2%	13,5%	17,2%
Saquê	11,4%	13,0%	13,3%
Outros	7,3%	7,8%	7,0%
Base:	246	193	128

Fonte: Fonte: Sebrae-Go/LGC Inteligência de Mercado – 2019




Outros:

- Licor (6 citações)
- Bebidas mistas (3)
- Campari (3)
- Catuaba (2)
- Raízes Amargas (1)
- Grapa (1)
- Absinto (1)
- Antártica Canelinha (1)

O QUE ELES BEBEM - por sexo

Algumas bebidas têm uma considerável diferença de procura/aceitação entre os homens e mulheres. A cachaça de alambique é notadamente mais consumida pelos homens (63,4%) do que pelas mulheres (33,3%) uma diferença de mais de 30 p.p., assim como o uísque e o conhaque, que também alcançaram maior alcance entre os homens, conforme ilustração a seguir. A champanhe/sidra tem ganhado a apreciação das mulheres, tendo sido escolhidas por 40,9% delas, 19 p.p. maior do que os resultados alcançados pelos homens. Abaixo é possível verificar essas diferenças, por bebida pesquisada..

Bebidas alcoólicas mais consumidas pelo consumidor de destilados, por sexo

	 Total Geral	 Homens	 Mulheres
Cerveja Industrializada	89,0%	91,5%	86,0%
Uísque	67,9%	75,2%	55,9%
Vinho	67,9%	66,7%	69,9%
Vodca	60,6%	59,5%	62,4%
Cachaça industrializada	56,9%	60,8%	50,5%
Cachaça de alambique	52,0%	63,4%	33,3%
Cerveja artesanal	50,8%	54,2%	45,2%
Tequila	44,3%	43,1%	46,2%
Gin	37,0%	35,3%	39,8%
Champanhe/Sidra	29,7%	22,9%	40,9%
Conhaque	18,7%	24,8%	8,6%
Rum	12,2%	13,1%	10,8%
Saquê	11,4%	9,8%	14,0%
Outros	7,3%	7,2%	7,5

Fonte: Fonte: Sebrae-Go/LGC Inteligência de Mercado – 2019

Base: 246 entrevistados

O QUE ELES BEBEM – por faixa etária

Existe uma diferença significativa entre o consumo de cachaça, ao considerarmos a ótica de produção, ou seja, ao distingui-la entre industrializada e de alambique. A cachaça industrializada, é mais popular (74,1%) entre os mais jovens (18 a 24 anos) e esta popularidade vai se reduzindo conforme a idade. Já a cachaça de alambique tem pouca penetração nesta faixa etária (27,8%) mais jovem, se tornando mais consumida a partir dos 25 anos. É na faixa dos 30 aos 39 anos que se observa o maior consumo da cachaça de alambique.

A maioria das bebidas destiladas tem maior popularidade entre as primeiras faixas etárias e vai perdendo consumidores conforme aumentam a faixa etária. O uísque, a vodca, a cachaça industrializada, o gin e a tequila, perdem mais de 30 p.p. ao se considerar a primeira faixa etária estipulada pela pesquisa (18 a 24 anos) e a última (60 anos acima).

Bebidas alcoólicas mais consumidas pelo consumidor de destilados, por faixa etária

	18 a 24 anos	25 a 29 anos	30 a 39 anos	40 a 49 anos	50 a 59 anos	60 anos acima
Cerveja Industrializada	83,3%	91,9%	90,5%	91,5%	92,9%	88,2%
Uísque	79,6%	78,4%	76,2%	63,8%	35,7%	41,2%
Vinho	70,4%	59,5%	79,4%	59,6%	64,3%	64,7%
Vodca	90,7%	67,6%	63,5%	36,2%	35,7%	47,1%
Cachaça industrializada	74,1%	62,2%	50,8%	55,3%	42,9%	41,2%
Cachaça de alambique	27,8%	54,1%	63,5%	55,3%	60,7%	58,8%
Cerveja artesanal	46,3%	62,2%	68,3%	34,0%	50,0%	23,5%
Tequila	61,1%	64,9%	52,4%	31,9%	10,7%	5,9%
Champanhe/Sidra	35,2%	24,3%	41,3%	19,1%	17,9%	29,4%
Gin	51,9%	40,5%	46,0%	27,7%	14,3%	11,8%
Conhaque	13,0%	24,3%	20,6%	19,1%	17,9%	17,6%
Rum	18,5%	13,5%	19,0%	6,4%	7,1%	5,9%
Saquê	9,3%	8,1%	14,3%	8,5%	10,7%	5,9%
Outros	7,4%	5,4%	11,1%	4,3	10,7%	-

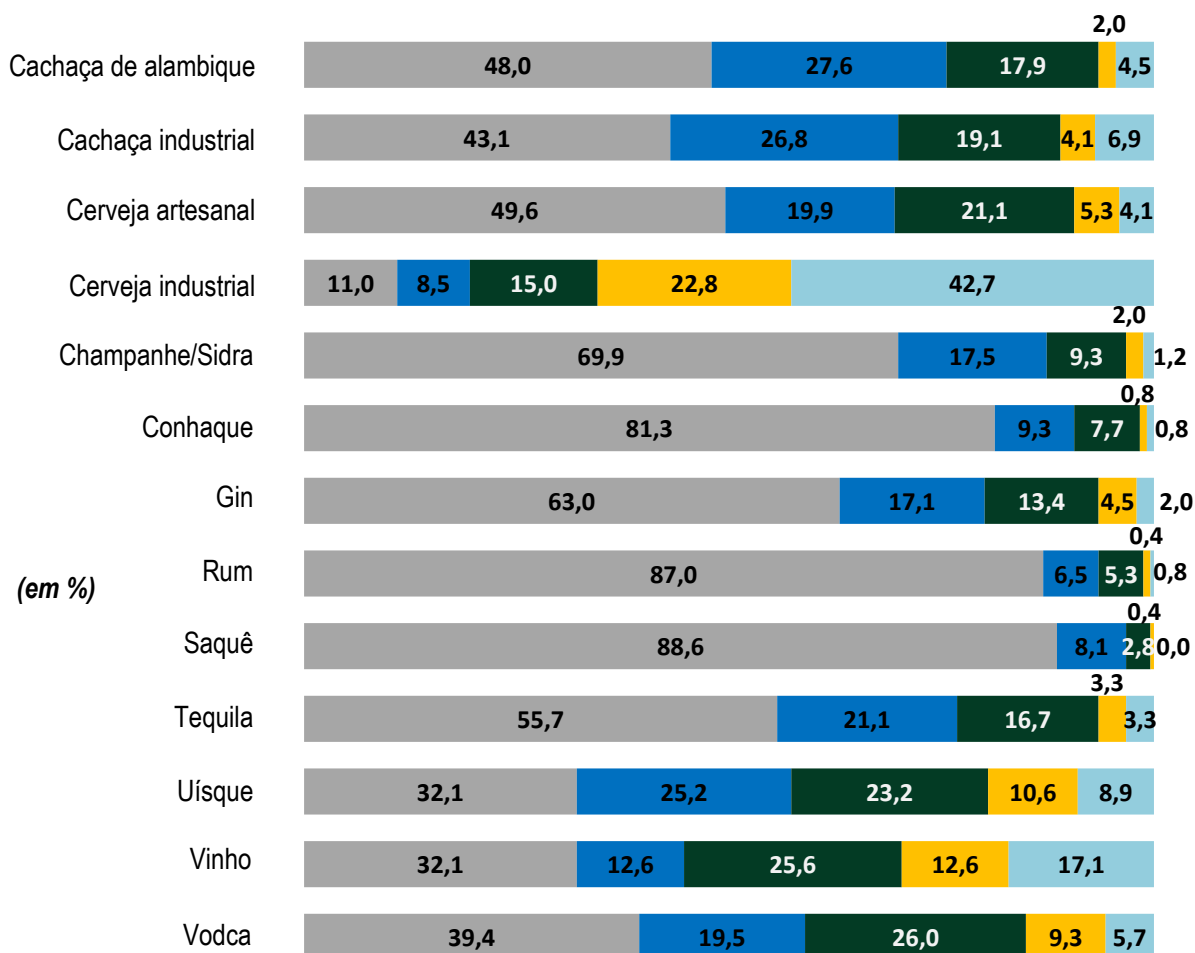
Fonte: Fonte: Sebrae-Go/LGC Inteligência de Mercado – 2019

Base: 246 entrevistados

O QUE ELES BEBEM – por frequência de consumo

Foi questionada aos entrevistados, a frequência de consumo de cada uma das bebidas listadas abaixo, oferecendo uma escala para medi-la (nunca, raramente, às vezes, muitas vezes, sempre). A bebida consumida mais frequentemente é a cerveja industrial (65,5% a consomem muitas vezes e sempre), seguidas do vinho (29,7%), uísque (19,5%), vodca (15,0%), cachaça industrial (11,0%), cerveja artesanal (9,4%), tequila (6,6%) e a cachaça de alambique (6,5%).

Bebidas alcoólicas mais consumidas pelo consumidor de destilados, por frequência de consumo (em %)



Legenda: nunca raramente às vezes muitas vezes sempre

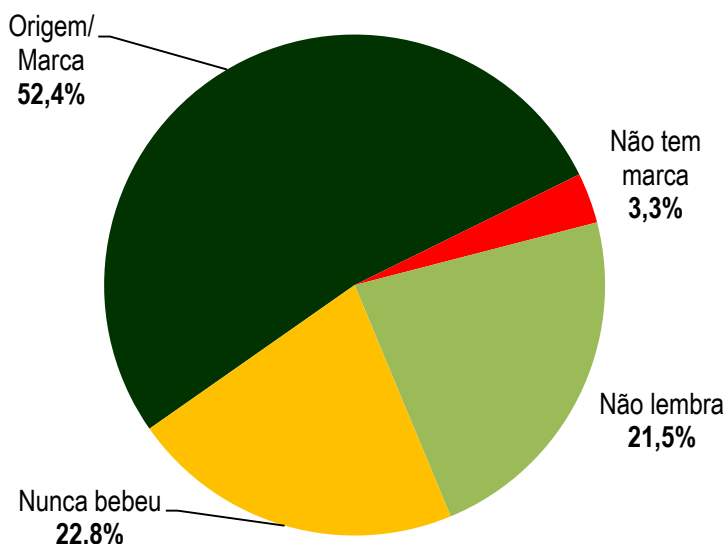
Fonte: Sebrae-Go/LGC Inteligência de Mercado – 2019
Base: 246 entrevistados

QUAIS CACHAÇAS DE ALAMBIQUE ELES BEBEM

Ao questionar aos entrevistados quais as cachaças de alambique estes já consumiram é possível perceber que existe uma grande diversidade de marca neste mercado e que, muitas das suas bebidas ou não tem marca definida ou não são lembradas por meio delas. A região de origem entra então como um importante fator identificador neste mercado. Dentre os entrevistados somente 52,4% fazem algum tipo de referência a uma marca específica ou região de origem da bebida para identificá-la. Foram 169 menções à origem da bebida consumida e 96 à marca, entre 129 entrevistados que apontaram a origem ou as marcas das cachaças que já consumiu.

Marcas de cachaça de alambique que consome

Resposta múltipla, espontânea



Fonte: Sebrae-Go/LGC Inteligência de Mercado – 2019
Base: 246 entrevistados

Não é surpresa que grande parte das indicações referentes à região sejam do próprio estado de Goiás deixando clara a ampla disseminação de produtores legais ou não que atendem o mercado regional. Foram mencionados 76 menções em Goiás, espalhadas por 36 municípios, destacando o município de Orizona, com 21 citações. As cachaças da Bahia e de Minas Gerais também bastante lembradas pelos entrevistados, entretanto, em sua maioria pelo estado e não por município.

As marcas mais mencionadas foram: a Seleta (10 entrevistados), a Salinas (7) e a Boazinha (%). Salienta-se que apesar da questão fazer referência somente à cachaças de alambique, alguns entrevistados mencionam cachaças industriais entre suas preferidas, como a Pitú e a Ypióca.

Marcas de cachaça de alambique que consome

Resposta múltipla, espontânea

Cachaças consumidas, por região		
Alagoas (1) Bahia (27) Bahia (17) Barreiras (3) Correntina (2) Coribe Lençóis Piripá Riachão das Neves Salvador Ceará (1) Distrito Federal (1) Brasília (1) Goiás (76) Goiás (3) Orizona (21) Caldas Novas (6) Goiás Velho (6) Piracanjuba (4) Pirenópolis (3) Goianésia (2) Jataí (2) Nova Aurora (2) Rio Verde (2) Silvânia (2) Trindade (2)	Alexânia Aragoiânia Bela Vista Campinorte Catalão Cristianópolis Goiânia Hidrolândia Ituiutaba Itumbiara Luziânia Maurilândia Morrinhos Nerópolis Nova Fátima Palmeiras de Goiás Pontalina Posse Santa Cruz de Goiás Santa Helena Uruaçu Vianópolis Maranhão (2) Maranhão Carolina Minas Gerais (39) Minas Gerais (29)	Salinas (4) Abaeté Araguari Areias Bambuí Serra da Canastra Uberaba Vale do Jequitinhonha Pará (3) Pará (2) Marabá Rio Grande do Norte (1) Natal Rio Grande do Sul (4) Rio Grande do Sul (3) Santa Maria Rio de Janeiro (2) Paraty 2 São Paulo (8) São Paulo (5) Barretos Holambra Ribeirão Preto Tocantins (1) Região Norte (1) Região Sul (2) 169
Cachaças consumidas, por marca		
Seleta (10) Salinas (7) Boazinha (5) Doministro (3) Havana (3) Sagatiba (3) Anísio Santiago (2) Atitude (2) Brejeira (2) Nega Fulô (2) Vale do Cedro (2) Ypióca (2) Amarelinha - MA Amburana Amor e Cana Badu – Divisa de MG e SP Bananinha Bicudinha - Aurilândia Branquinha Cabaré Cachaça da Posse Cachaça da Terra	Cambeba Caribé Cavalo Branco Claudionor Cotegipana Cravinho – Salvador DaPosse Debaixo da saia Fazendinha Fernandinha - Orizona Genuária Germana Gogó da Ema Goiânia Insinuante Jambo Jamburana – Pará Jamel Marçalina Mangueira Meia Lua - MG Middas	Minha Deusa Moranguinho Motinha NaBunda Nega Fulô Opinião – Orizona Orizonita Pedro Vieira Pirineus Pitu Racha Peito Sagarana São José Seriema Serrana Sinhazinha Só Carmo - MG Vale Verde – MG Velha Januária Velha Motinha Xanadu – SC

Fonte: Sebrae-Go/LGC Inteligência de Mercado – 2019 / Base: 246 entrevistados






EM QUE SITUAÇÃO ELES BEBEM

As ocasiões informais sociais como churrascos, almoços e jantares em casa de amigos é a situação de consumo de bebidas alcoólicas com o maior número de adeptos (90,2%), seguida de bares e botecos (83,3%). No outro extremo está o happy hour, frequentado por somente 49,4% consumidores de bebidas alcoólicas destiladas. Nas ocasiões informais, a cerveja foi a bebida consumida por mais entrevistados (79,3%), seguida das doses (43,1%), dos drinks (31,7%) e do vinho (27,6%). A cerveja é a bebida consumida por mais entrevistados em todas as situações de consumo.

Foi questionado somente aos consumidores de cachaça de alambique, quais as situações de consumo desta bebida. 68,6% apontaram consumir a bebida em ocasiões informais, 49,7% em bares e botecos, 32,4% em casa, relaxando, 13,5% em boates/baladas, 11,9% em ocasiões formais como casamentos e formaturas, e 10,8% em happy hour.

Tipos de situações de consumo de bebidas alcoólicas

Situações em que os entrevistados consomem bebida alcoólica

		 Doses	 Drinks	 Cerveja	 Vinho	 Cachaça de alambique
Ocasões informais	90,2%	43,1%	31,7%	79,3%	27,6%	68,6%
Bares/botecos	83,3%	41,9%	28,5%	69,5%	12,6%	49,7%
Em casa, relaxando	73,9%	28,9%	15,4%	58,9%	32,9%	32,4%
Ocasões formais	60,0%	28,5%	30,9%	45,1%	24,8%	11,9%
Boates/baladas	55,5%	34,6%	28,5%	37,0%	8,5%	13,5%
Happy hour	49,4%	21,5%	20,7%	42,3%	13,8%	10,8%

Fonte: Sebrae-Go/LGC Inteligência de Mercado – 2019

Base: 246 entrevistados; os dados referentes a cachaça de alambique dizem respeito somente àqueles que já a consumiram (185 entrevistados)

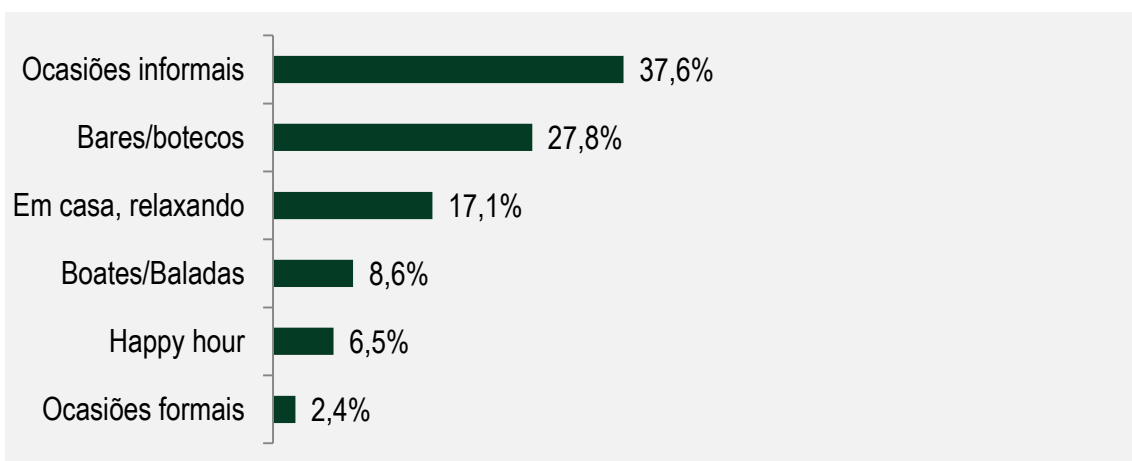
A partir deste ponto, sempre que esta figura aparecer significa que os dados dizem respeito somente àqueles que já consumiram cachaça de alambique.

Somente para os consumidores de cachaça de alambique foi dada a opção de mencionar outras situações de consumo além das fornecidas previamente no questionário. Vinte entrevistados (10,8%) mencionaram eventos específicos especiais, viagens, pescarias e ida “à roça”. Seis entrevistados afirmaram que atualmente não bebem mais a cachaça de alambique.

No gráfico a seguir, a situação onde os entrevistados mais consomem. Em análise complementar, segue as situações de consumo enumeradas pelos entrevistados pelo critério do maior consumo (respostas de 1º a 6º e não consome). Na tabela, seguem as respostas ordenadas e ponderadas, estabelecendo um ranking de consumo.

Situações de consumo de bebidas alcoólicas, por ordem de classificação

1º lugar



Fonte: Sebrae-Go/LGC Inteligência de Mercado – 2019

Base: 245 entrevistados

Bebidas destiladas	1º lugar	2º lugar	3º lugar	4º lugar	5º lugar	6º lugar	Não consome	Ponderação	Ranking
Happy hour	16	13	31	25	21	15	124	555	6º
Ocasões informais	92	68	36	19	5	1	24	1124	1º
Ocasões formais	6	24	25	30	38	24	98	680	4º
Boate/balada	21	26	32	19	19	19	109	650	5º
Bares/boteco	68	62	37	26	8	3	41	1002	2º
Em casa, relaxando	42	42	43	28	19	7	64	855	3º





Fonte: Sebrae-Go/LGC Inteligência de Mercado – 2019

Base: 246 entrevistados

Foi solicitado aos entrevistados que eles apontassem qual o percentual de consumo (0 a 100%) para cada um dos tipos de bebidas (doses, drinks, cerveja e vinho) eles consomem nas diversas situações apresentadas. Na tabela abaixo, foi realizada a média desse consumo.

Tipo de bebidas alcoólicas, por média percentual de consumo

Média de consumo percentual

Situações em que os entrevistados consomem bebida alcoólica	Média de consumo percentual			
	 Doses	 Drinks	 Cerveja	 Vinho
Ocasões informais	27,5%	32,3%	75,2%	26,7%
Bares/botecos	28,9%	42,5%	78,3%	24,8%
Em casa, relaxando	27,7%	36,2%	72,7%	47,2%
Ocasões formais	36,1%	39,9%	64,1%	31,4%
Boates/baladas	45,3%	43,0%	65,4%	27,8%
Happy hour	21,7%	38,6%	78,6%	20,7%

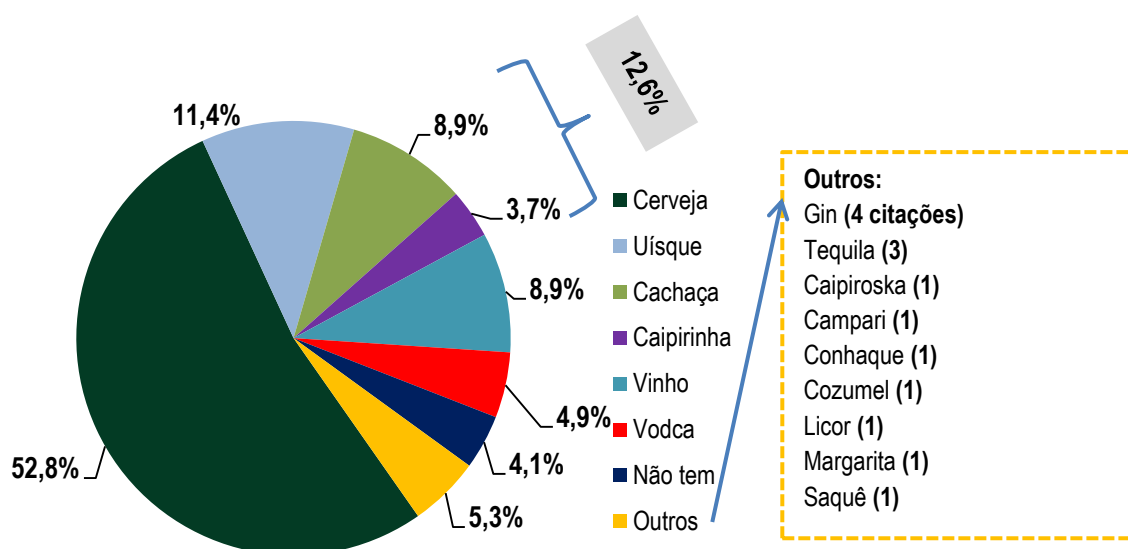
Fonte: Sebrae-Go/LGC Inteligência de Mercado – 2019
Base: 246 entrevistados

O QUE ELES PREFEREM BEBER

Além de questionar as bebidas mais CONSUMIDAS, levantou-se também as bebidas PREFERIDAS deste consumidor. A cerveja foi a bebida alcoólica mais citada por 52,8% dos consumidores de bebidas destiladas (sendo esta resposta espontânea). A cachaça (sem a distinção entre a de alambique e a industrial) juntamente com o seu mais popular drink (caipirinha) ficam em segundo lugar, sendo citados por 12,6% destes consumidores.

Bebida alcoólica preferida

Resposta única, espontânea, em %



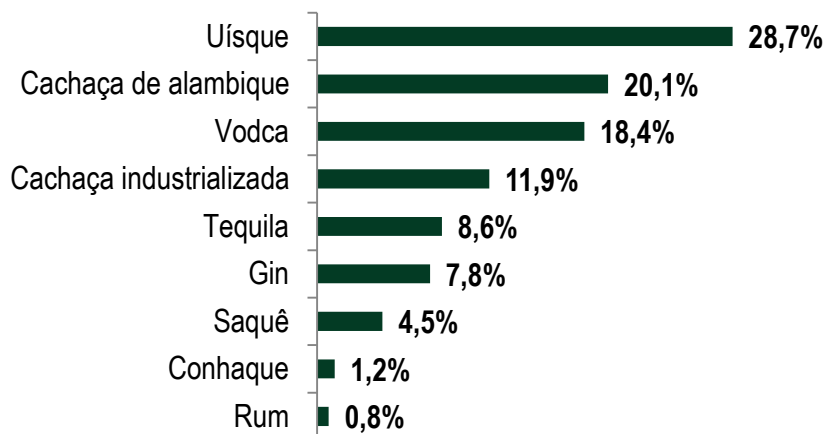
Fonte: Sebrae-Go/LGC Inteligência de Mercado – 2019

Base: 246 entrevistados

Entre as bebidas destiladas o uísque vem em primeiro lugar na preferência de 28,7% dos consumidores (desta vez, de acordo com respostas estimuladas), seguido pela cachaça de alambique (20,1%) e pela vodca (18,4%). Ao considerar o ranking de preferência, houve uma inversão de posições, onde a vodca passa a ser a segunda colocada e a cachaça de alambique, a terceira, conforme pode ser observado nos gráficos a seguir.

Bebida alcoólica destilada preferida

1º lugar, em %



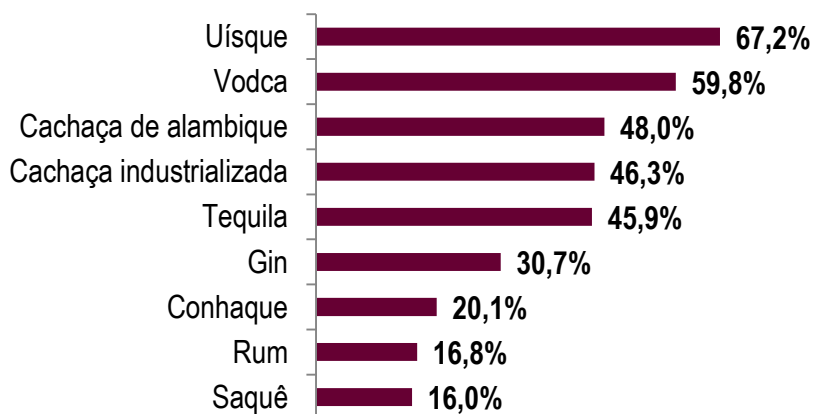
Fonte: Sebrae-Go/LGC Inteligência de Mercado – 2019

Base: 244 entrevistados

2 entrevistados não responderam esta questão

Bebida alcoólica destilada - Ranking de preferência

1º + 2º + 3º + 4º + 5º lugares, em %



Fonte: Sebrae-Go/LGC Inteligência de Mercado – 2019

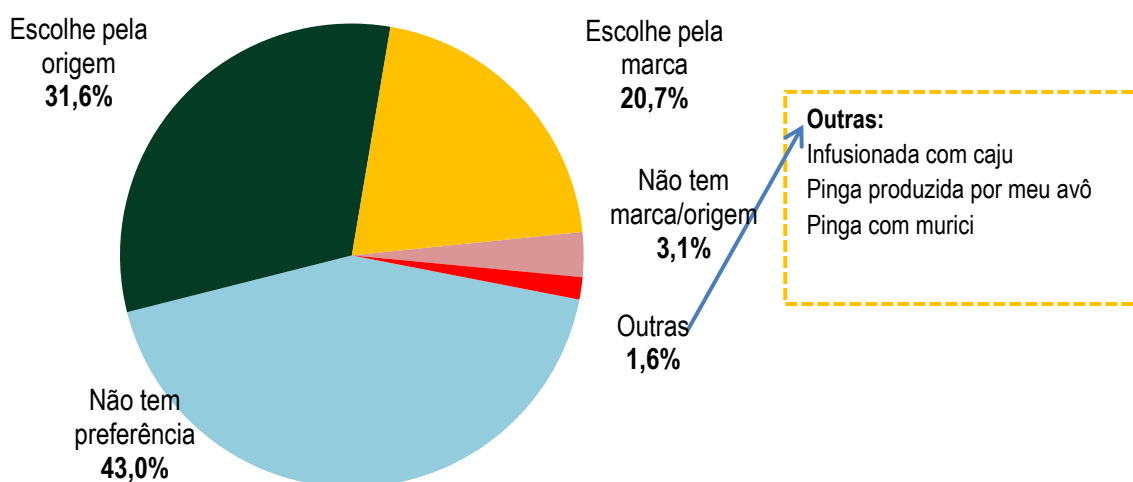
Base: 244 entrevistados

2 entrevistados não responderam esta questão

Ao questionar, aos entrevistados que consumiram pelo menos uma vez a cachaça de alambique, qual seria a sua marca preferida, foi possível perceber que não existe, neste mercado, uma marca forte que domine a preferência dos consumidores, sendo mais uma questão de gosto. A mais lembrada foi a Salinas, por somente 4 entrevistados. A maioria não consegue identificar a sua bebida preferida por marca, somente por sua origem (31,6%) ou não tem uma marca preferida (43,0%).

Marca preferida de cachaça de alambique

Resposta única, espontânea, em %



Fonte: Sebrae-Go/LGC Inteligência de Mercado – 2019

Base: 193 entrevistados (somente responderam esta questão, os entrevistados que consumiram cachaça de alambique



Cachaças preferidas – por marca	
Salinas (4 citações)	Havana
Sagatiba (3 citações)	Mangueira – Teresina
Vale do Cedro – GO (2 citações)	Minha Deusa
Bananinha	Morangueiro - Orizona
Bicudinho	Motinha – Minas Gerais
Brejeira	Murie
Cabeceira do Rio – Utinga-BA	NaBunda
Cachaça da Terra – Bela Vista - GO	Nega Flor - Mineira
Cambéba	Opinião
Castelo Branco	Pedro Vieira
Cavalo Branco	Pinhola – Hidrolândia
Doministro - Alexânia	Samanau - Caicó
Embaixador - Luziânia	Seleta - Nordeste
Esquentalha	Serrana
Francininha - Aragoiânia	Sinhazinha
Genuária - Cavalcante	Vale Verde
Germana	Veiga Miranda

Cachaças preferidas – por origem	
Goiás (22 citações)	Bahia (12 citações)
Orizona (10)	Bahia (9)
Caldas Novas (2)	Coribe
Nova Aurora (2)	Correntina
Divinópolis	Riachão das Neves
Goiás Velho (divisa com Novo Brasil)	Sul (2 citações)
Jataí	Distrito Federal
Nova Fátima	Mato Grosso
Pirenópolis	Pará
Santa Helena	Marabá
Trindade	Rio Grande de Sul
Uruaçu	
Minas Gerais (21 citações)	
Minas Gerais (14)	
Salinas (5)	
Araxá	
Veiga Miranda	

MOTIVAÇÃO PARA O CONSUMO

A percepção do consumidor sobre os fatores que o motivam a escolher uma bebida destilada está focada em vários pontos e em quase todos os relatos, estes não eram exclusivos, ou seja, mais de um ponto entra na balança na escolha de um produto em suas situações de consumo. As diversas experiências sensoriais proporcionadas no momento do consumo são mencionadas, mas o sabor é a principal delas, sendo que 21,1% das menções espontâneas dizem respeito às preferências diversas quanto ao sabor e 17,1% especificamente, a sua suavidade. Aspectos voltados à qualidade e as características ligadas à produção vieram em segundo lugar na mente de 17,9% dos entrevistados.

Motivo para a escolha de uma bebida destilada

Múltiplas opções de respostas, espontânea



Fonte: Sebrae-Go/LGC Inteligência de Mercado – 2019

Base: 246 entrevistados

Obs.: Admite mais de uma resposta

As respostas advindas desta questão são espontâneas, carregadas de muitas nuances. A seguir estão agrupados os comentários pertinentes a cada um dos tópicos acima:

Motivo para a escolha de uma bebida destilada

Sabor (52 citações):

- Seja saboroso/gostoso **(29 citações)**
- “Gosto do sabor das bebidas quentes” **(3)**
- “Gosto do sabor amaidorado” **(3)**
- “Que não seja amargo” **(2)**
- “Desde que não queime” **(2)**
- “Gosto do sabor da pinga”
- “Gosto do sabor dos ingredientes”
- “Curiosidade para sentir o gosto”
- “O sabor do produto, do que ele é feito e não do álcool”
- “O sabor apurado, aguçado, leve, que não queima”
- “Depende da porcentagem do grau de acidez no sabor”
- “A que tenha um gosto bom e não ter gosto de álcool que queima”
- “O sabor inclinado para o amargo. Gosto de bebidas amargas”
- “Gosto de bebidas doces e com gosto de fruta”
- “Paladar me atrai, sabores mais apurados”
- “Sabor mais voltado para cana do que para o álcool”
- “Se for saborizada (jabuticaba, banana, abacaxi e amora) e já pronta”
- “Prefiro bebidas mais secas, misturas com raiz, casca, que puxe para o amargo”

Qualidade/Características da produção (44 citações):

- Qualidade da bebida **(23 citações)**
- “A qualidade. Ela não ser falsificada” **(4)**
- “Selo de qualidade, para garantir que foi fiscalizada” **(2)**
- “Depende do processo de produção” **(2)**
- “O modo de fabricação, qualidade sem perder o gosto da bebida”
- “Uma pinga boa”
- “A qualidade, como ela é feita, se é artesanal”
- “Ser de engenho”
- “Verifico o modo de fabricação, a procedência, porque garante a qualidade”
- “Um bom preparo realça o sabor”
- “A qualidade, o processo de destilação que torna o sabor melhor”
- “A qualidade. O produto deve apresentar as características originais da bebida”
- “Segurança do feitiço do produto, sei que a Anvisa fiscaliza a produção”
- “A qualidade do produto, sua técnica de fabricação, rótulos de premiação, ingredientes”
- “A qualidade. Vejo as críticas positivas ou negativas, o que o produtor utilizou e como misturou e o processo de produção”

- “A qualidade e o aspecto fino, ter o gosto e cheiro agradável e não cheiro e gosto de álcool anidro”
- “A qualidade. Se ela for ‘duo’ ou ‘three’ destilada. Quanto mais destilada melhor, mais suave”

Bebida suave/doce (42 citações):

- Sabor mais suave (14 citações)
- Gosto de bebidas mais doces (8)
- “Que queime menos” (4)
- “A leveza do sabor” (3)
- “Sabor mais fraco” (2)
- Sabor suave e doce (2)
- “Observo se ela desce macia sem queimar ou arranhar a garganta”
- “Mais saboroso, que não tenha ardor, seja mais leve, macia, não deixe bafão”
- “Se é suave, não desce ardendo”
- “O sabor, suave e marcante, o sabor das frutas”
- “O gosto mais suave para combinar em drinks”
- “Gosto de bebida suave, por isso que não bebo cerveja, acho amargo, forte”
- “O sabor da bebida, não muito doce, bebida mais suave, não queima”
- “Não gosto de sabor de álcool muito acentuado”
- “O sabor ser mas suave, sentir o sabor dos produtos que compõem a bebida, a essência”

Bebida forte/Alto teor alcoólico (41 citações):

- Teor alcoólico mais forte (16 citações)
- “Gosto de bebidas mais fortes” (9)
- “Gosto de bebidas mais fortes, para ficar bêbado mais rápido” (6)
- “Bebidas com grau médio 38-40 GL”
- “Acho que relaxo mais com bebidas mais fortes”
- “O sabor forte da cana”
- “Observo o teor do álcool mais alto, porque sempre quando bebo tenho intenção de ficar bêbado, ou seja, mesmo com pouco consumo alcanço meu objetivo”
- “Para ficar mais ligado, escolho bebidas mais forte no álcool”
- “Gosto do ardor na garganta, sentir o álcool mais forte”
- “Álcool puro, sem mistura, mais forte no álcool”
- “A loucura, teor alcoólico mais alto para obter o objetivo de encher a cara e ficar no grau”.
- “Tenho o costume de beber, e ficar mais alegre sempre
- “Pelo que conheço dela, a que bate mais forte, anestesia mais rápido.

Marca (34 citações):

- Pela marca que conheço (19 citações)
- A qualidade garantida pela marca (4)
- Pelo rótulo (2)
- “A marca. Se é um produto conhecido, sei que não vai causar problema, deixar gosto na boca ou mal estar”

- “A marca de boa qualidade é conhecida no mercado”
- “Fico atento às propagandas, na mídia”
- “Observo o rótulo para identificar a qualidade, pelo fabricante, eu sei se a marca é conhecida e de qualidade já conhecida”
- “O status da marca”
- “Marca, pela história, identidade”
- “Dependendo da marca, a bebida é mais gostosa e forte”
- “Ao escolher pela marca tenho a referência de especialistas que dizem que é boa”
- “Ser mais conhecida, mais divulgada porque elas são melhores, mais saborosas. Sabor não desce queimando”.

Preço (32 citações):

- Preço (23 citações)
- “A mais barata” (2)
- “Depende do valor que posso pagar/gastar”
- “Preço justo”
- “Se está em promoção”
- “Preço baixo, pra gente que é aposentado o destilado é uma bebida boa, deixa a gente alegre”
- “Quando falta dinheiro, compro uma bebida mais forte”
- “Tento associar uma marca mais conhecida e de sabor suave, com um preço mais em conta”
- “Preço, quanto maior o valor significa que é de alta qualidade”

Ocasião/Companhias (21 citações):

- Ambos: ocasião e companhia (5 citações)
- “A indicação de amigos” (5)
- Depende da ocasião/local (3)
- Depende da companhia (3)
- “Vai do meu humor no momento”
- “Depende da qualidade do estabelecimento. Dependendo do local nem solicito a bebida destilada, pois em minhas experiências a maioria era falsificada”
- “Eu não escolho, acompanho o que os outros do grupo estão consumindo”
- “A preferência da família, o que eles mais gostam”
- “Quase nunca escolho, sempre acompanho o que o grupo esteve bebendo. Só no caso do rum, que escolho sempre a marca que conheço”

Teor alcoólico mais baixo (19 citações):

- Teor alcoólico mais baixo (14 citações)
- Ter menos álcool (5)

Cheiro (18 citações):

- O cheiro/aroma da bebida (**13 citações**)
- “O cheiro não deve ser muito forte”
- “Pelo aroma pressupõe que o sabor é bom ou não”
- “Cheiro mais suave”
- “Pelo cheiro, se tem cana, é cheirosa é a boa”
- “Pelo cheiro da cana. Algumas têm cheiro de cana podre”

Armazenamento/Tempo de envelhecimento (18 citações):

- “Tempo de envelhecimento” (**6 citações**)
- “Tempo de maturação, quanto mais envelhecida melhor o sabor, mais apurada” (**3**)
- “Bebidas mais antigas, com mais de 18 anos”
- “Quanto mais velho é melhor”
- “A maturação, o tempo, quanto mais tempo de maturação é mais concentrada, tem menos álcool”
- “O tipo de madeira do barril em que é armazenada deixa o sabor mais interessante”
- “Quanto mais velha, ela é mais suave”
- “Tonel de carvalho ou de amburana”
- “No caso do uísque, o tempo de envelhecimento”
- “Dependo do tempo de conservação e do recipiente armazenado”
- “Tempo de conservação da bebida é maior dentro barril”

Procedência/Origem (18 citações)

- Saber a procedência (**5 citações**)
- Origem (**3**)
- “Conhecer de onde veio e a história” (**2**)
- “Saber se é regional, para valorizar nossos conterrâneos e indústria local”
- “Saber a procedência, pois se acontecer alguma coisa, tem onde buscar CNPJ”
- “Saber a procedência, para ver se não estou tomando álcool puro”
- “Bebida legítima, original”
- “Uísque original”
- “Procedência, região, alguns lugares ela é melhor como as de MG”
- “A procedência, a credibilidade do fornecedor”
- “A procedência, o País, Brasileiro e Chileno não são bons”

Teor alcoólico (15 citações):

- Depende do teor do álcool (**10 citações**)
- “O teor alcoólico mediano, nem muito forte, nem muito fraco” (**3**)
- “Depende do percentual do ardor”
- “Teor alcoólico, dependendo da ocasião ou mais alto ou mais baixo”

Que combinem com outros sabores (15 citações):

- “Quando posso misturar várias bebidas num drink só” (3 citações)
- “Combinar com limão e sal” (2)
- “Observo o que vou comer para combinar com a bebida” (2)
- “Poder misturar com coca-cola”
- “Poder tomar com limão”
- “Gosto de bebida preparada que acrescenta outros ingredientes, bebidas mais suaves, tipo coquetéis alcoólicos”.
- “Gosto de sabores misturados, bebidas mais frutas”
- “Que tenha limão e não seja muito doce”
- “Poder misturar com RedBull, frutas e outras bebidas”.
- “A forma como faz a mistura, quando é refrescante”
- “Harmonizar com a comida, que as duas se completem”

Menos química/mais pura e natural, artesanal (14 citações)

- Menos produtos químicos (3 citações)
- Ser artesanal (3)
- Pureza (2)
- “Ser feita com ingredientes naturais” (2)
- “Não tem muita mistura”
- “Opto por algo mais próximo ao artesanal, é mais saudável, o sabor é mais apurado”
- “Porque a forma que fazem é segura, não colocam soda, tudo é mais natural. Dou preferência para consumir tudo o que é mais natural possível”
- “Que seja mais pura, sem adição de produto, ser mais conhecido, porque sei que não vai fazer mal”

Aspectos ligados à saúde (12 citações)

- “Não ter ressaca” (5 citações)
- “Considero a caloria da bebida, preservando sua saúde física”
- “Não prejudica tanto a saúde”.
- “Uma pinga mais saudável, pinga de raiz, industrial com adição de sementes e raízes”
- “Não tenho critério, vai muito da vontade do dia, gosto mais de bebida destilada do que a fermentada pois me dá náusea”
- “Penso sempre na caloria da bebida, faço dieta constante e essas bebidas não me deixam com sensação de que estou cheia, empanzinada”
- “Não dar barriga”
- “Penso na saúde”

Cor (6 citações)

- A cor da bebida (3 citações)
- “Eu observo se é bem branquinha”
- “A cor, mais avermelhada”
- “Cor amarelada”

Bebida já ser conhecida (4 citações)

- Já ter experimentado,
- “A referência, ter tomado antes e gostado”
- “Já ter experimentado (degustação no local)”
- “Escolho uma bebida que eu já experimentei e conheço a marca”

Depende da temperatura (3 citações)

- “Depende da temperatura ambiente”
- “Depende do clima, pois quando está mais frio gosto de bebida quente”.
- “Para esquentar o frio, comer tira gosto”

Experimentar novidades (3 citações)

- “Gosto de conhecer coisas novas”
- “Gosto de experimentar novidades, principalmente as artesanais”
- “Avalio a informação e experiência no consumo”

Outros (11 citações)

- “Meu consumo é mínimo, dou bidadinhas nas doses com minha filha”
- “Ela me deixa tranquilo”
- “Para abrir o apetite”
- “Por ser bebida quente, não precisa gelar”
- “Nada, não gosto. Tomei 1 dose de Campari por acaso, que meu esposo comprou”
- “Nenhum critério, apenas a vontade de consumir”
- “Considero a consistência da bebida, a textura”
- “Formato da garrafa, local de armazenamento considero extremamente importante
- “Quando não tem cerveja, tomo batida de vodca”
- “Só se não tiver cerveja”
- “Efeito da bebida – demorar para fazer efeito”

O QUE ELES ENTENDEM POR CACHAÇA DE ALAMBIQUE

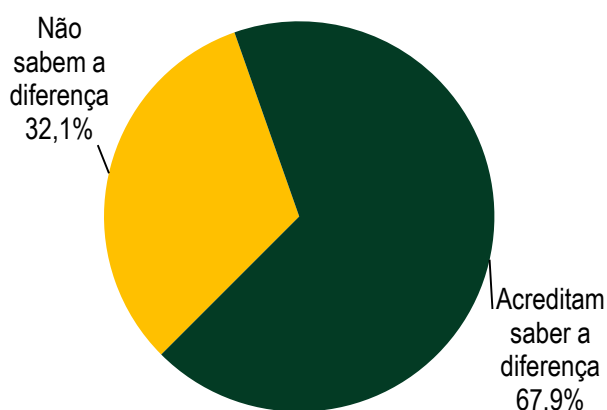
Apesar da legislação brasileira não fazer distinção entre as duas, as colocando como produtos idênticos, na prática existem muitas diferenças a cachaça de alambique e a industrial. O modo de produção de uma boa cachaça de alambique, realizado em menor escala do que a industrial por pequenos produtores, geralmente leva mais tempo, e entre outros aspectos, busca melhorar a qualidade do produto agregando valor ao proporcionar ao seu consumidor uma degustação com ricos aspectos sensoriais.

Entretanto, essa qualidade diferenciada é percebida pelos seus consumidores? Eles realmente conseguem perceber que as diferenças na fabricação vão além da escala e a forma que ela é produzida? Para verificar a resposta para estas questões foi inquerido aos participantes desta pesquisa, quais as diferenças entre a cachaça de alambique e a industrial.

Grande parte dos entrevistados afirmou não saber a diferença entre as duas (32,1%). Dentre aqueles que apontaram diferenças entre elas, as características mais mencionadas da cachaça de alambique foram: a produção artesanal (50 entrevistados), a sua pureza (26), a sua suavidade (16). Já a cachaça industrial foi identificada por ter mais produtos químicos (23 entrevistados), por ser produzida em larga escala (22), por descer queimando (17) e por ser mais forte (12). Salienta-se que alguns atribuem características típicas de cachaças informais ou industriais como de alambique.

Diferenças entre a cachaça de alambique e a cachaça industrial

Múltiplas opções de respostas, espontânea, em %



Fonte: Sebrae-Go/LGC Inteligência de Mercado – 2019
Base: 246 entrevistados

Diferenças entre a cachaça de alambique e a cachaça industrial

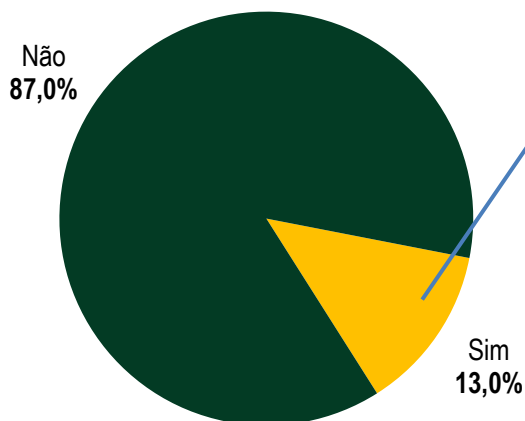
Múltiplas opções de respostas, espontânea, agrupadas

Cachaça de Alambique	Cachaça Industrial
É artesanal (50 citações)	Tem mais produtos químicos (23 citações)
É mais pura (26)	É produzida em série/grande escala (22)
É mais suave (16)	Desce queimando (17)
É mais natural (13)	É mais forte (12)
Sabor melhorado devido o material onde é armazenado (amadeirado) (10)	É álcool puro (7)
É mais saborosa (9)	Cheiro, sabor e cores são artificiais (7)
Mais forte, embriaga mais rápido (9)	O sabor do álcool é mais presente (5)
Não tem mistura/aditivos/conservantes (8)	Tem mais álcool (4)
Tem gosto de cana (7)	Tem muita mistura de produtos (3)
É envelhecida em barris/tonéis (7)	A ressaca é desconfortável (2)
Mais doce, mais concentrada (6)	Tem um teor alcoólico menor (2)
Seu sabor é mais apurado/intenso (6)	É mais suave (2)
Cheiro mais presente (5)	"Não bebi, só bebo a de engenho" (2)
Teor alcoólico maior (5)	"Diferente da de alambique é derivada somente da cana-de-açúcar"
É envelhecida naturalmente (5)	"Prefiro a de alambique"
Mais tempo para curtir (4)	"É muito forte – apenas ferve a cana e vende"
A qualidade é melhor (3)	"Tem gosto amargo, gosto de álcool de posto"
Não dá ressaca (3)	"Tem maior controle na fabricação do que a de alambique"
Cor mais amarelada (3)	"Tem um amargor presente, Custa descer"
Cor diferenciada (2)	"Mata logo, pois tem produtos que agridem a saúde"
É mais saudável (2)	"Feita no barril de inox, que não agrega ao gosto da bebida"
Demora mais para ser produzida, sabor fica mais apurado (2)	"É puro éter"
Tem cheiro de cana (2)	"É muito doce"
Tem um cheiro maravilhoso (2)	"É mais suave"
É produzida gota a gota/fabricação lenta (2)	"O sabor dela é melhor, me deixa mais alegre"
Difícil saber a procedência, pode ser de fundo de quintal (2)	"É mais barata e demora mais para derrubar"
"Tem aroma melhor" (2)	"Dá mau cheiro na boca"
"É derivada de vários ingredientes (cana-de-açúcar, arroz, etc.)"	"Passam por mais processos em sua fabricação"
"Tem características diferentes da industrial"	"Não dá para saborear porque queima"
"Tem cor e cheiros variados"	"Leva água na composição e isso altera o sabor"
"É mais forte, devido a falta de fiscalização"	"Colocam em barris"
"Ela demora mais para fazer efeito (tontear)"	"Entre as marcas não tem muita diferença de gosto"
"Sabe-se a procedência"	"É mais barata"
"Maior cuidado no preparo"	"Deixa a pessoa com enjoo, viciada e prejudica a saúde"
"É mais consistente"	"Péssima qualidade"
"É forte, mas adocicada"	

(Continuação)

Cachaça de Alambique	Cachaça Industrial
<p>“Tem o DNA de quem produz, o eu da pessoa na bebida”</p> <p>“Sua garrafa é mais escura”</p> <p>“Você não fica bêbado com ela”</p> <p>“Tem teor alcoólico menor”</p> <p>“É feita no moinho”</p> <p>“Sinto o sabor dos ingredientes”</p> <p>“É mais forte, mais adstringente”</p> <p>“É feita por pequenos produtores”</p> <p>“Causa vômito”</p> <p>“É refrescante”</p> <p>“Tem contexto familiar, tem toda uma história sobre a produção e o local”</p> <p>“É mais refinada”</p> <p>“Impõe um certo limite ao consumo por ser mais pura, mais forte”</p> <p>“Feita em menores quantidades”</p> <p>“É ruim, sem graça”</p>	<p>“As indústrias só visam lucro. É só marketing, construção de marca remetendo ao imaginário”</p> <p>“Tem muita água na composição”</p> <p>“É obrigatório ter rótulo, o que garante a qualidade”</p> <p>“Desce sem queimar”</p> <p>“Sei a procedência”</p> <p>“A prioridade é o lucro, descuidam da qualidade”</p> <p>“Processo mais rápido”</p> <p>“Não tem histórico familiar”</p>

JÁ BUSCOU INFORMAÇÕES NA INTERNET?



Fonte: Sebrae-Go/LGC Inteligência de Mercado – 2019

Base: 193 entrevistados

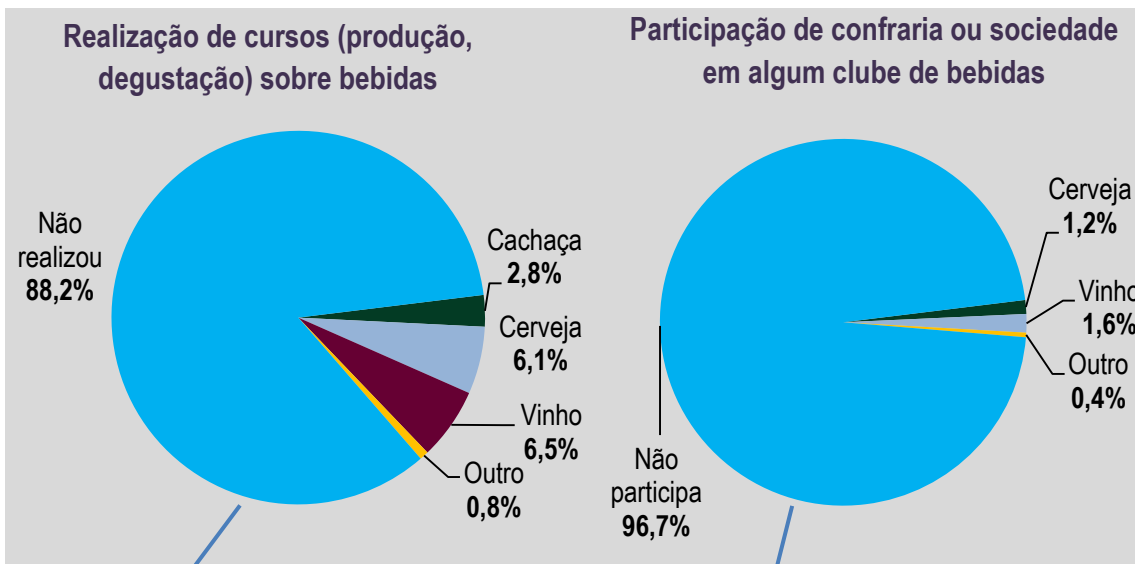
Obs.: Somente responderam essa questão, os entrevistados que consumiram cachaça de alambique

Que tipo de informação

- Conhecer melhor o produto (9 citações)
- Site especializado (5)
- Saber a origem (5)
- Para entender o processo de fabricação (3)
- Para saber a procedência (2)
- Saber do que é feita (2)
- Para entender o que ela pode oferecer para saúde
- Entender sobre certificação e indicação geográfica
- Saber o que dizem da cachaça de Posse, se é bem avaliada
- Para um trabalho escolar
- Saber teor alcoólico
- Informações sobre o fabricante
- Quanto à harmonização com comidas, o que combina com ela (no preparo da comida).
- Para entender a diferença entre elas

CURSOS E CLUBES DE BEBIDAS

Ao indagar aos consumidores de bebidas destiladas sobre a sua participação em cursos ou em confrarias e clubes de bebidas, percebe-se que esta é ainda pequena (Gráficos abaixo).



Fonte: Sebrae-GO/LGC Inteligência de Mercado – 2019
Base: 246 entrevistados

Quais?

- Vinho

Degustação (2)

Degustação em Mato Grosso
Workshop em hotel de Goiânia
Faculdade em curso de Gastronomia
Aurora – Bento Gonçalves/RS

Vinícola São Bento

Vinícola no Rio Grande do Sul

- Cerveja

Degustação (2)

Workshop em hotel de Goiânia
Piribier – Pirenópolis
Faculdade em curso de Gastronomia
Curso de produção e armazenamento – AMBEV
Curso de Chopp

Degustação – Santa Catarina

Degustação – na Antártica – trabalhou lá mais ou menos 20 anos

Degustação em cerveja artesanal

- Cachaça

Curso de produção e armazenamento – AMBEV
Aula de alimentos e bebidas
Faculdade em curso de Gastronomia
Interior de Minas Gerais

- Uísque

Degustação

Aula de alimentos e bebidas

- Gin

Não informou aonde

Quais?

- Vinho

Evino
Clube Wyne

- Cerveja

Silverado Choperia
Beer Planet
Confraria 1 vez – não lembra o nome

- Outro

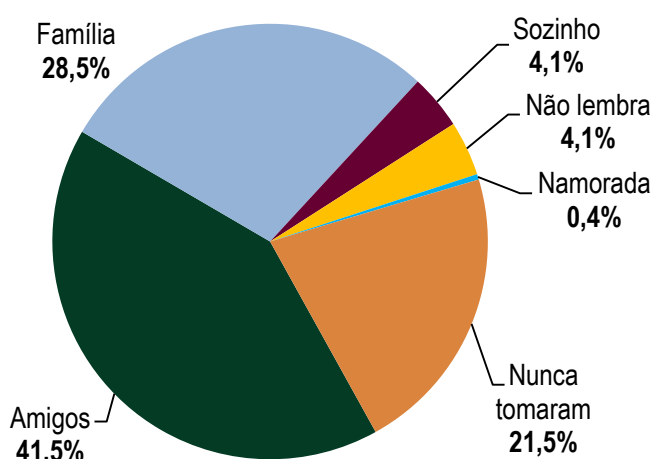
Zói de Tanderá

PRIMEIRA EXPERIÊNCIA COM CACHAÇA DE ALAMBIQUE

Entre os entrevistados 41,5% tiveram a sua primeira experiência com cachaça, 28,5% com a família, 21,5% nunca tomaram. A média de idade do primeiro consumo, entre os que experimentaram a bebida, foi de 18,8 anos.

COM QUEM TEVE PRIMEIRA EXPERIÊNCIA COM CACHAÇA DE ALAMBIQUE

Resposta única, estimulada



45,6% experimentaram antes dos 18 anos

75,6% experimentaram até 21 anos

8 anos - Mais novo

18,8 anos - Média

42 anos - Mais velho



Fonte: Sebrae-Go/LGC Inteligência de Mercado – 2019
Base: 246 entrevistados

FORMAS DE CONSUMO DA CACHAÇA DE ALAMBIQUE

A cachaça de alambique é uma bebida que pode ser consumida (com moderação) de diversas formas, sendo que a mais popular delas, totalmente pura, foi consumida por 91,2% de seus consumidores, seguida da caipirinha (59,1%) e a cachaça pura com limão (50,8%). Entre as formas de consumo, as mulheres consomem mais cachaça na forma de capinha, em outros drinks e em preparos culinários do que os homens.

FORMAS DE CONSUMO

Respostas múltiplas, estimulada, em %

	Geral		
Pura	91,2%	94,1%	84,2%
Caipirinha	59,1%	58,1%	61,4%
Pura com limão	50,8%	52,9%	45,6%
Infusionadas/com adição de raízes/sementes etc.	42,0%	44,9%	35,1%
Pura com mel	39,4%	41,2%	35,1%
Saborizadas/Flavorizadas	31,1%	30,9%	31,6%
Em preparos culinários	20,2%	19,1%	22,8%
Em outro tipo de drink	15,5%	13,2%	21,1%

Fonte: Sebrae-Go/LGC Inteligência de Mercado – 2019

Base: 193 entrevistados

Obs.: Somente responderam essa questão, os entrevistados que consumiram cachaça de alambique





DECISÃO E LOCAL DE COMPRA

A indicação de conhecidos vem em primeiro lugar (50,8%) para os consumidores na hora de escolher uma cachaça de alambique, seguidas da região de origem (49,7%) e tipo (quanto ao envelhecimento, armazenamento, prata/ouro) (35,2%). Ao avaliar este quesito por sexo, o preço e a região de origem foram os itens que apresentam maior diferença entre eles, 16,1 p.p. e 15,8 p.p., respectivamente.

PRINCIPAIS FATORES NA ESCOLHA DE UMA CACHAÇA DE ALAMBIQUE

Admite até 3 respostas, estimulada, em %

	Geral		
Indicação de conhecidos	50,8%	50,7%	50,9%
Região de origem	49,7%	54,4%	38,6%
Tipo (envelhecimento, armazenamento, prata/ouro)	35,2%	33,8%	38,6%
Curiosidade	25,9%	24,3%	29,8%
Preço	25,4%	30,1%	14,0%
Não prioriza, toma a que tiver	20,2%	17,6%	26,3%
Marca	15,0%	16,2%	12,3%
Rótulo	7,3%	7,4%	7,0%
Indicação de revistas e redes sociais	7,3%	5,1%	12,3%

Fonte: Sebrae-Go/LGC Inteligência de Mercado – 2019

Base: 193 entrevistados













Obs.: Somente responderam essa questão, os entrevistados que consumiram cachaça de alambique



Ao investigar em quais lugares os entrevistados já compraram a cachaça de alambique verificou-se que a maior incidência foi o consumo direto do produtor, por 41,5% dos consumidores, seguida de bares (40,4%) e lojas físicas especializadas (24,4%). Salienta-se que 22,8% dos consumidores nunca comprou a cachaça de alambique.

LOCAIS EM QUE COMPROU A CACHAÇA DE ALAMBIQUE

Resposta múltipla, estimulada, em %

	Geral		
 Direto do produtor	41,5%	41,2%	42,1%
 Bares	40,4%	41,9%	36,8%
 Lojas físicas especializadas	24,4%	22,1%	29,8%
 Supermercado	20,2%	22,8%	14,0%
 Restaurantes	13,5%	11,8%	17,5%
 Baladas	8,8%	8,8%	8,8%
 Confrarias/eventos	7,3%	8,1%	5,3%
 Lojas especializadas na internet	1,6%	2,2%	-
 Nunca comprou	22,8%	23,5%	26,3%
 Outros	19,7%	24,6%	10,3%

Fonte: Sebrae-Go/LGC Inteligência de Mercado – 2019

Base: 193 entrevistados

Obs.: Somente responderam essa questão, os entrevistados que consumiram cachaça de alambique



Outros

- Distribuidora de bebidas (11 citações)
- Mercado Central (5)
- Feira livre (3)
- Aeroporto (2)
- Loja de conveniência (2)
- Vendedor ambulante (2)
- Açougue no setor que eu moro
- Amigos não produtores
- Armazéns na Bahia
- Casa de caça e pesca
- Feira de artesanato
- Hotel fazenda
- Intermediários que trazem do interior
- Mercearias
- Pessoas conhecidas que revendem

O QUE FARIA COMPRAR MAIS VEZES

Foram apresentados aos entrevistados alguns fatores considerados como impeditivos ao consumo de cachaça de alambique e questionado se estes fatores fossem de alguma forma alterados, se isso faria com que o seu consumo ocorresse em mais ocasiões, sendo dado como resposta a seguinte escala de opções 1) Não, de forma alguma, 2) Não, acho que não, 3) Talvez, 4) Sim, acho que sim, 5) Sim, com certeza. Abaixo, veja cada uma das questões analisadas sob a perspectiva de seus consumidores.

FATORES QUE O FARIAM CONSUMIR A CACHAÇA DE ALAMBIQUE EM MAIS OCASIÕES

Resposta única, escala itenizada, percentual de concordância

	Quem bebeu cachaça de alambique pelo menos uma vez	Quem bebeu cachaça de alambique nos últimos 6 meses	
Se ela trouxesse benefícios a minha saúde	71,9%	75,2%	↑
Se tivesse certeza de sua qualidade/procedência	68,1%	76,0%	↑
Se eu encontrasse situações em que pudesse degustar as diversas formas possíveis de beber a cachaça	63,2%	62,8%	↑
Se ela tivesse mais vantagens em relação a cachaça industrial	61,1%	66,1%	↑
Se o meu grupo de amigos também consumisse	53,5%	55,4%	↑
Se o seu sabor fosse mais suave	53,5%	54,5%	↑
Se houvesse maior oferta em cardápios de bares/restaurantes	51,9%	61,2%	↑
Se ela não prejudicasse minha dieta	51,9%	51,2%	↓
Se houvessem roteiros turísticos/gastronômicos que incluíssem a bebida	49,7%	51,2%	↑
Se eu encontrasse mais drinks que contivessem cachaça	46,5%	46,3%	↓
Se houvessem mais pontos de venda que tivessem o produto	44,9%	48,8%	↑
Base:	185	121	

Fonte: Sebrae-Go/LGC Inteligência de Mercado – 2019

Obs.: Somente responderam essa questão, os entrevistados que consumiram cachaça de alambique



De acordo com as respostas obtidas, observou-se que o principal fator que pode influenciar o consumo da cachaça de alambique, dentre os levantados, diz respeito à procura por uma vida saudável, já que 71,9% daqueles que a consumiram pelo menos uma vez, afirmam que consumiriam mais a bebida se ela trouxesse benefícios à saúde. Esse número aumenta (75,2%) ao considerar somente os que consumiram a bebida nos últimos 6 meses.

A “certeza da qualidade e procedência”, segundo lugar desta lista, também pode ser ligada à saúde, já que um dos motivos mais citados para o consumo da bebida tem a ver com sua pureza, sua característica mais natural, sem adição de produtos químicos. Sabe-se que o produto resultante da destilação pode ser dividido em três frações, cabeça, cauda e coração, sendo que as duas primeiras podem ser prejudiciais à saúde e comprometer o sabor da cachaça. A qualidade da bebida é então um importante atributo a ser conquistado, e ainda mais importante, fazer com essa qualidade seja percebida, pois só assim esta será um diferencial para o consumo.

Ao empreendedor da cachaça de alambique é importante reforçar sempre que possível, todas as formas possíveis de consumir o produto. Fica claro, na pesquisa, que ela seria mais consumida se elas fossem encontradas em mais situações em que pudessem ser degustadas. Faz parte do seu papel, educar seu consumidor. Existem muitos mitos e meias-verdades que prejudicam a imagem da cachaça tanto em relação a sua produção e composição, quanto às formas de consumo, aproveitando todos os aspectos sensoriais que as diferenciam da cachaça industrial e de outras cachaças de alambique de má qualidade. Quanto mais popularizadas forem as informações corretas, maior a chance de diferenciação e valorização do produto.

ESTILO DE VIDA

“O perfil demográfico torna-se cada vez menos determinante em revelar o comportamento dos consumidores. Entender as preocupações, valores e hábitos do público-alvo passa a ser necessário para que indústria e varejo consigam se comunicar de maneira assertiva com seu público” (Nielsen, 2019).

Assim, para complementar o estudo trouxemos aspectos ligados ao estilo de vida dos consumidores. Observa-se, por exemplo, que 67,2% dos consumidores de cachaça de alambique gostam de cozinhar e descobrir novos ingredientes e preparações, fator que pode ser explorado pelos produtos incentivando as diversas formas de consumo. Veja todos os aspectos pesquisados na tabela a seguir.

FATORES LIGADOS AO UNIVERSO DO CONSUMIDOR DA CACHAÇA

Resposta única, escala itenizada, percentual de concordância (sempre e quase sempre)

	Geral	Quem bebeu cachaça de alambique nos últimos 6 meses	
Gosto de cozinhar e descobrir novos ingredientes e preparações	58,9%	67,2%	↑
Quando está mais frio, gosto de consumir bebidas e comidas específicas para este período	55,3%	57,0%	↑
Quando posso escolher, dou preferência a produtos que contribuam com a preservação do meio ambiente	54,9%	60,9%	↑
Verifico se um alimento/bebida possui Selos de Garantia/Qualidade no rótulo antes de comprar	54,5%	60,9%	↑
Busco sempre consumir produtos que valorizem o estilo de vida saudável	50,8%	46,8%	↓
Gosto de ler/conhecer melhor sobre ingredientes que compõem os alimentos/bebidas que consumo	48,3%	52,3%	↑
Levo em consideração o teor alcoólico ao escolher minhas bebidas:	45,9%	43,0%	↓
Busco combinar/harmonizar a comida com bebidas alcoólicas mais adequadas, que valorizem o paladar	41,5%	48,4%	↑
Busco priorizar produtos artesanais a produtos industrializados:	33,3%	38,3%	↑
Já viajei para destinos que valorizassem a experiência gastronômica:	29,7%	31,3%	↑
Em eventos informais em casa, gosto de servir drinks como opção de bebida	21,5%	25,8%	↑
Deixo de frequentar um estabelecimento por este não oferecer uma carta de bebidas diversificada:	20,3%	23,4%	↑
Base:	246	121	

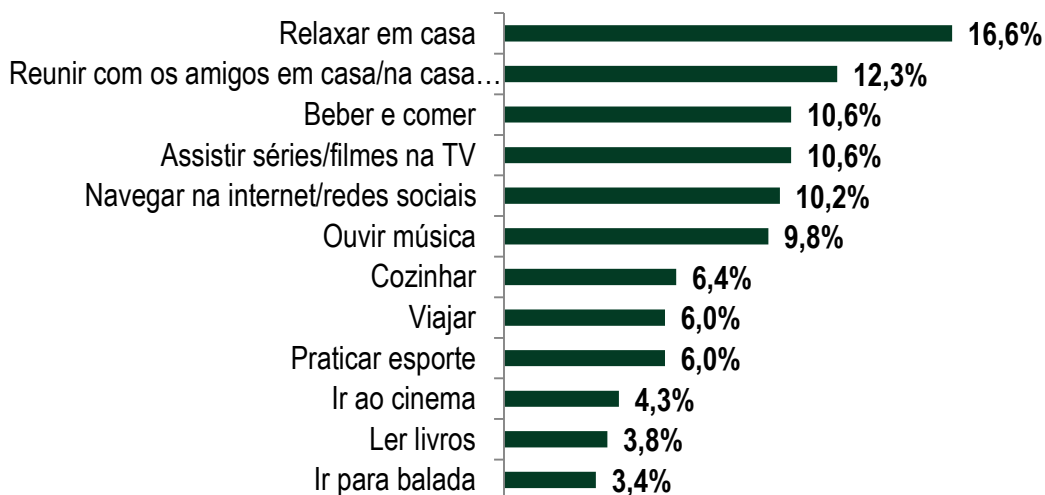
Fonte: Sebrae-Go/LGC Inteligência de Mercado – 2019

Entre as atividades realizadas em seu tempo livre “relaxar em casa” vem em primeiro lugar na preferência de 16,6% dos consumidores (de acordo com respostas estimuladas), seguido por “reuniões com os amigos em casa/na casa de alguém” (12,3%), tendo as opções “beber e comer” (10,6%) e “assistir séries/filmes na TV” empatados” (10,6%), na terceira posição. Ao

considerar o ranking de preferência (soma dos cinco primeiro lugares), houve uma inversão de posições, onde a opção “beber e comer” passa a ser a segunda colocada e “ouvir música”, a terceira, conforme pode ser observado nos gráficos a seguir. A opção relaxar em casa, entretanto, se mantém na primeira posição, como atividade preferida nas horas livres.

ATIVIDADES REALIZADAS EM SEU TEMPO LIVRE PREFERIDAS

1º lugar, respostas estimuladas, em %



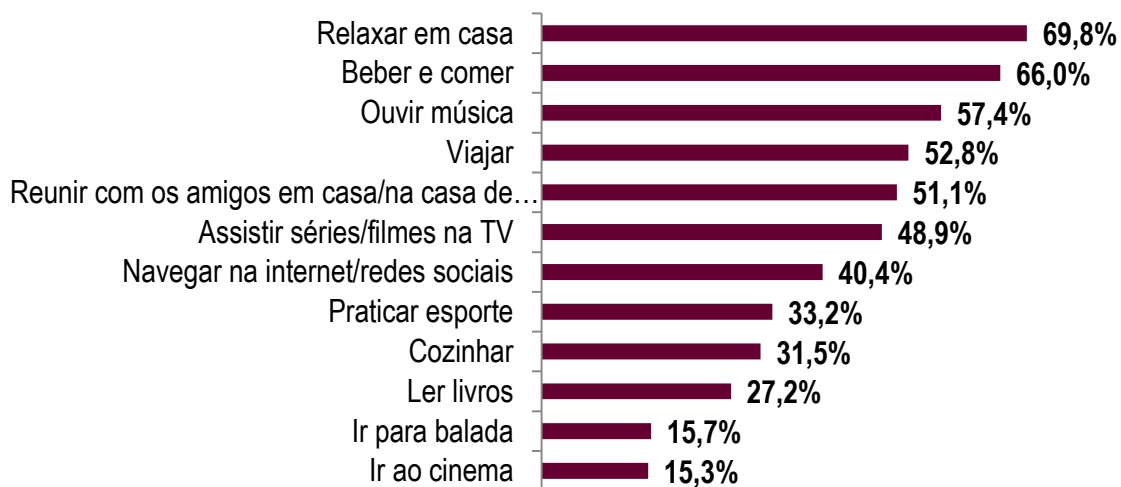
Fonte: Sebrae-Go/LGC Inteligência de Mercado – 2019

Base: 245 entrevistados

1 entrevistado não respondeu esta questão

Bebida alcoólica destilada - Ranking de preferência

1º + 2º + 3º + 4º + 5º lugares, em %



Fonte: Sebrae-Go/LGC Inteligência de Mercado – 2019

Base: 245 entrevistados

1 entrevistado não respondeu esta questão



CAPÍTULO V – Agregando valor ao produto – Tendências de comportamento e consumo

Apesar de não ser o foco principal desse estudo, o Sebrae-Go traz a você, interessado na cachaça de alambique, algumas análises com base nas informações relevantes levantadas pela pesquisa e nas tendências de comportamento e consumo que afetam diretamente esse consumidor, que podem ser utilizadas para agregar valor ao produto, aproveitar oportunidades, e buscar um melhor posicionamento no mercado.

Começando com as megatendências que influenciam o comportamento da maior parte da população: o Mundo Digital, o Envelhecimento da População e o Prazer e Saúde à Mesa identificados no Estudo de Tendências e Oportunidades de Negócios em Goiás, de 2019⁸.

MUNDO DIGITAL

Houve um imenso salto de adesão às aplicações tecnológicas nos últimos anos, trazendo com ele um novo usuário, que passa mais tempo na rede, por meio de várias opções de tela (computadores, notebooks, tablets, smartphones etc.): o usuário hiperconectado, também chamado de multitela.

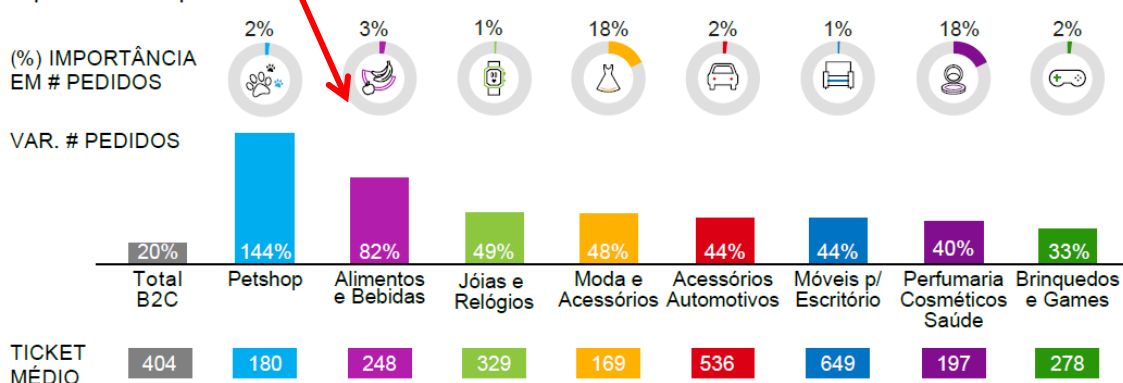
⁸ Conteúdo do estudo completo no link <http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/GO/Sebrae%20de%20A%20a%20Z/Caderno%20Estudo%20de%20Tend%C3%Aancias%202019.pdf>

Muda-se definitivamente a forma como as pessoas se relacionam com o mundo, o que inclui, é claro, a forma como consomem produtos e informações. O território tem sido fértil para a expansão do e-commerce e das inúmeras possibilidades de fazer negócios por meio da internet. Os crescentes números do e-commerce trouxeram ao meio virtual, no primeiro semestre deste ano, um acréscimo de mais 7% de consumidores em relação ao mesmo período no ano passado, totalizando 29,4 milhões de consumidores⁹, de acordo com pesquisa Nielsen/E-bit 2019. Alguns destes, usam o canal pela primeira vez, numa migração do offline para o online, outros experimentando novas lojas online e mesmo desembolsando em categorias que, até então, não haviam sido exploradas.

Apesar de ser ainda muito baixa a adesão dos consumidores de Goiânia às lojas especializadas na internet (somente 1,6%¹⁰), a tendência é de que estes números aumentem, já que o aumento verificado pela pesquisa Nielsen é, em parte, resultado do expressivo aumento no número de pedidos online (82%) do segmento de Alimentos e Bebidas.

EM VARIAÇÃO DE NÚMEROS DE PEDIDOS, BENS NÃO-DURÁVEIS SE DESTACAM

Moda e Acessórios retomam a liderança junto à Perfumaria, Cosméticos e Saúde como as de maior importância em pedidos no semestre.



Fonte: Ebit/Nielsen Webshoppers 40 | 1º Semestre 2019 vs. 1º Semestre 2018

Fonte: E-bit/Webshoppers/1º semestre de 2019

Já é comum ver vários tipos de bebidas alcoólicas em grandes **marketplaces** como americanas.com (são 3.694 menções ao produto cachaça) e mercado livre, supermercados e seus aplicativos de celular como o Pão de Açúcar, além de marketplaces direcionados a um nicho, Clube de compras e assinaturas, as redes sociais entre outras modalidades de negócios

⁹ Consumidores – pessoas que fizeram pelo menos uma compra online no período.

¹⁰ De acordo com esta pesquisa, Tabela Locais em que comprou a cachaça de alambique – pág. 57

que vendem bebidas online. Uma das principais tendências digitais, o **M-Commerce**¹¹ ganha relevância em meio a todas as formas online de negócios.

Os desafios da distribuição de um produto como a cachaça de alambique são vastos e um dos mais importantes gargalos do setor. Há algo a se dizer quando o principal local de compra desta bebida, em uma cidade urbana como Goiânia, é diretamente do produtor, que em sua maioria estão localizados em cidades do interior. Mesmo em um mundo com tantas opções de canais de venda, ainda existe muitos problemas nesta intermediação.

Outra tendência importante ligada ao mundo digital diz respeito a experiência **omnichannel**, que consegue integrar diversos canais tanto online como offline trazendo uma experiência completa de consumo. Na prática poderia funcionar assim, o consumidor experimentaria o produto na loja física, por exemplo, degustando a bebida, integrando todas as experiências sensoriais e poderia efetuar a compra por meio do celular, ou de qualquer outro canal disponível, sempre que precisar. Todos os pontos de relacionamento da marca com o cliente, devem representar uma oportunidade de vender.

Houve uma mudança completa na maneira como as empresas promovem e vendem seus produtos e serviços. A internet proporciona inúmeras formas de comunicação e relacionamento com os clientes e potenciais clientes, o que reforça a necessidade de se fazer um planejamento adequado envolvendo comunicação e marketing digital, principalmente para alcançar o consumidor que tem menos do que 35 anos.

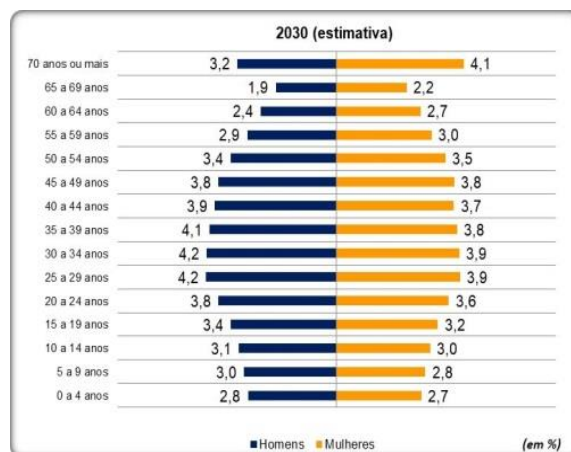
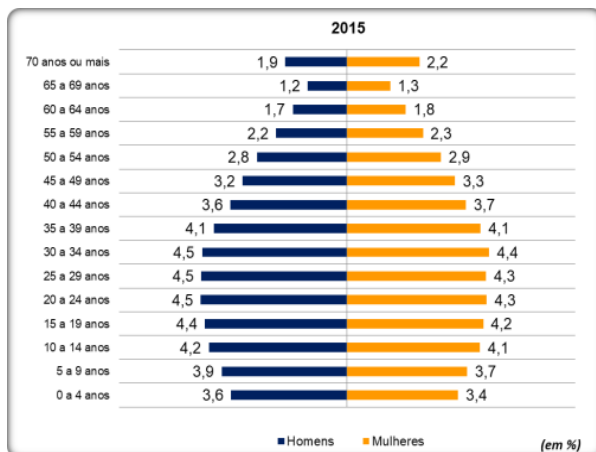
As redes sociais também podem ser utilizadas pelos empreendedores como canal de comunicação para divulgar sua marca, seus produtos e serviços, suas ações, monitorar a concorrência e também para reforçar seu posicionamento de mercado. É importante recordar que o consumidor típico online é mais jovem, mais disposto a provar novidades, tem renda mais alta, e bebe mais regularmente do que o consumidor médio.

ENVELHECIMENTO DA POPULAÇÃO

Os dados evidenciam uma forte tendência de envelhecimento da população brasileira para as próximas décadas. Isso significa que existe um grande aumento da expectativa de vida¹² ao mesmo tempo em que reduz-se a taxa de natalidade, ou seja, são menos pessoas nascendo e mais pessoas envelhecendo, transformando a realidade brasileira de uma sociedade mais jovem em uma mais envelhecida (veja os gráficos a seguir).

¹¹ O mobile commerce ou m-commerce é toda a transação comercial de bens e serviços feita através de dispositivos móveis. Para realizar a compra, o consumidor utiliza aparelhos como smartphones e tablets, e suas funcionalidades, como aplicativos e acesso às lojas virtuais.

¹² Que era de 69 anos, em 2000, passou para 73 anos em 2010 e deverá chegar em 78 anos, em 2030. (SEBRAE, 2019)



Mas o que isso tem a ver com o consumo da cachaça? É matemática básica. É preciso entender que quanto maior a idade, maior a proporção de pessoas abstinentes. Assim, segundo relatório da INPAD, enquanto o número de abstinentes é de 38%, na faixa da população brasileira entre 18 a 24 anos, na de 60 anos ou mais, esse número passa para 68%. Assim, se no futuro, irão aumentar as faixas etárias de idade mais avançada e reduzir o número daqueles com menos idade, o número de potenciais consumidores tenderá a diminuir, a não ser que haja uma alteração significativa no padrão de consumo.

Além disso, o novo perfil do idoso cuida melhor da saúde, já que a vida promete ser cada vez maior e eles querem permanecer mais tempo jovens e saudáveis, e o consumo de álcool é visto com restrições no decorrer da vida.

PRAZER E SAÚDE À MESA

Essa tendência foi identificada baseada em dois movimentos consistentes do mercado envolvendo a alimentação: a experiência da alimentação trazendo prazer aos consumidores e a busca pela saúde por meio da alimentação.

Um dos pontos mais relevantes dessa tendência, que influencia o setor de bebidas alcoólicas, é o crescimento do chamado prazer em receber, onde as pessoas passam mais tempo em seus lares e buscam replicar a experiência de lazer ou de alimentação dentro de casa. Para isso eles ampliam suas áreas de estar e as integram com cozinhas e varandas, transformando-os em espaços gourmets, que acomodam os cozinheiros amadores. Essas áreas são abastecidas com diversos itens e utensílios, dentre eles estão àqueles ligados ao consumo de bebidas. De espaços planejados com adegas, climatizadores e taças de cristal a uma bandeja num cantinho da mesa com algumas bebidas, copos e um baldinho de gelo, os barzinhos encontram um espaço nas casas, o que aumenta a demanda de bebidas em garrafas e para a mistura de bebidas e ingredientes.

A importância dessa tendência cresce se observarmos que os consumidores goianienses de destilados têm, nas ocasiões informais (aqueles churrasco na casa dos amigos, ou os jantazinhos íntimos), sua principal ocasião de consumo. 90,2% afirmam consumir bebidas alcoólicas nesse tipo de evento (sendo que 68,6% consomem cachaça de alambique). Relaxar em casa e ingerir bebidas alcoólicas também é um hábito de 73,9% dos consumidores de bebidas destiladas.

Além disso, com o crescimento do interesse em gastronomia aumenta a importância de fatores como origem dos ingredientes, sazonalidade, e um olhar de reinvenção constante que chega a casa dos consumidores, já que a cozinha passa a ter um lugar de destaque nas residências. Não é nada incomum encontrar pratos regados à cachaça em blogs de receitas e cardápios elaborados. É importante recordar que a culinária é uma importante influenciadora no tipo de bebida a ser consumida, criando moda e estabelecendo tendências. Com uma massa, um bom vinho; com feijoada, uma caipirinha.

Quanto ao aspecto da saudabilidade, vimos em diversos pontos da pesquisa, que existe uma preocupação dos consumidores ao consumir bebidas alcoólicas. É preciso estar atento, pois, mais consumidores estão adotando conscientemente um estilo de vida mais saudável; eles estão se exercitando mais e observando o que comem; e bebidas alternativas de baixo teor alcóolico e/ou sem álcool, com design mais interessante e envolvente estão surgindo para competir com o álcool tradicional.

O estilo de vida livre de álcool está aumentando e as empresas estão percebendo esse movimento e introduzindo bebidas novas e estimulantes, tanto no visual quanto no sabor, além de livres de calorias e ressacas. Entram aqui os drinks e coquetéis, algumas bebidas misturadas com água com gás ou bebidas híbridas como a vodquila, os coolers e até mesmo vinhos sem álcool ou com menor teor alcóolico.

Mesmo entre aqueles que não aderiram à alimentação saudável em todas as suas refeições e que querem usufruir do prazer sem sofrimento, existe interesse em opções *free-from* (livre de), uma das tendências preconizadas pela Mintel em 2017, que afirma que ao mesmo tempo em que os brasileiros se esforçam para equilibrar suas vidas, eles procuram evitar ingredientes e práticas nocivas e não-sustentáveis. É preciso então buscar elucidar ao consumidor as verdades ligadas a este aspecto para evitar que potenciais consumidores migrem para outros produtos.

Muito se fala sobre como a ingestão de bebida alcoólica pode ser prejudicial à saúde. Entretanto, o consumo moderado de bebidas alcoólicas é visto por muitos especialistas como benéfico.

A verdade é que qualquer bebida alcoólica, quando ingerida de forma excessiva, causará ressaca e enxaqueca no dia seguinte. Existem algumas substâncias, como os aldeídos, que são difíceis de metabolizar, quando ingeridos em maiores quantidades. Cachaças bem elaboradas têm menor concentração dessas substâncias, mas desde que não se beba com exagero.

OUTRAS TENDÊNCIAS

Consumir menos, mas consumir melhor – Em época de consumo mais racional, muitos consumidores repensam as suas decisões de compra considerando o orçamento disponível, valor agregado do produto. Consumo do lar é uma alternativa para o consumo em bares e restaurantes. Marcas com posicionamento claro em qualidade ou custo-benefício saem na frente (Euromonitor International, 2017).

Diversidade não é mais teoria - Diversidade nos consumidores que consome bebidas alcoólicas é uma realidade. Variedade no ambiente e círculo social. Há uma consciência maior nos deveres e direitos. Consumidores querem ser representados pelas marcas de forma autêntica (Euromonitor International, 2017).

Mixologia - A cachaça, em geral, tem sido consumida fundamentalmente na forma de caipirinha ou em momentos onde a proposta não é o consumo de refeições (a exceção poder-se-ia considerar a comida mineira), como no caso de happy hours, comemorações ou baladas (SEBRAE, 2012). O crescimento do interesse em mixologia, traz oportunidades de criação de coquetéis que tenham cachaça na sua composição. A mistura e harmonização de outras bebidas e ingredientes com a cachaça, respeitando suas características podem criar sabores inusitados e agradar ao consumidor.

De volta ao básico – Uma parte dos consumidores, rejeitam os produtos massificados e genéricos e, em 2019, irão preferir produtos posicionados como simples, básicos, de melhor qualidade e com um certo nível de status implícito. Houve um aumento no número de pessoas que procuram alimentos produzidos localmente, cervejas e bebidas artesanais. Os consumidores procuram produtos e experiências autênticas e diferenciadas que permitam que eles expressem sua individualidade. O “*terroir*” não se limita mais aos vinhos e cafés e está se tornando uma característica cada vez mais proeminente à medida que a sofisticação e as expectativas dos consumidores aumentam (Euromonitor International, 2019).

A popularidade dos alimentos extremamente locais cresce devido a diversos motivos, incluindo o estímulo dos negócios locais, produtos mais frescos e saborosos, redução do impacto ambiental ao eliminar a distância percorrida pelos produtos e melhor custo-benefício já que encorajam o consumo de frutas e vegetais da época.

Essa tendência é refletida em outras categorias. A ascensão da cerveja artesanal é bem documentada e há uma crescente procura por destilados artesanais, que deverá ser acentuada em 2019. Os destilados de microdestilarias são populares por inovarem nos sabores e experimentação dos produtos, favorecem os sabores locais, a imagem de produto artesanal e uma sólida base no local de origem. A indústria de bebidas alcoólicas é fortemente impulsionada pelo estilo de vida das pessoas e o segmento de destilados é um exemplo dessa manifestação, com um certo nível de status implícito.

REFERÊNCIAS

- CAVALCANTE, Messias Soares. Todos os nomes da cachaça. São Paulo: Sá Editora, 2011. 392p.
- CUPULA DA CACHAÇA. Ranking Cúpula da cachaça. Disponível em: <http://www.cupuladacachaca.com.br/ranking-cupula-da-cachaca/> Acesso em 30 jul. 2019.
- DIAS, Leandro; ALMEIDA, João. Os segredos da cachaça: o que a indústria de outros destilados não quer que você saiba. 2017.
- EBIT/NIELSEN. Webshoppers. 40ª edição. 2019. Disponível em: <https://www.ebit.com.br/webshoppers> Acesso em: 08 set. 2019.
- EUROMONITOR INTERNATIONAL. <https://www.euromonitor.com/>
- IBRAC. Instituto Brasileiro da Cachaça. Disponível em: <http://www.ibrac.net/>
- INPAD. Instituto Nacional de Ciência e Tecnologia para Políticas Públicas de Álcool e Outras Drogas. II Levantamento Nacional de Álcool e Drogas (LENAD) – 2012. Ronaldo Laranjeira (Supervisão) [et. al.], São Paulo. 2014.
- JANNUZZI, Felipe. Os diferentes processos de produção da cachaça. Mapa da Cachaça. 2016. Disponível em: <https://www.mapadacachaca.com.br/en/artigos/os-diferentes-processos-de-producao-da-cachaca/>
- MAPA. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. (Anuário da Cachaça) A cachaça no Brasil: dados de registro de cachaças e aguardentes. Brasília: MAPA/AECE, 2019. Disponível em: Acesso em:
- NIELSEN. Brasileiro amplia experiência no e-commerce impulsionada por não-duráveis. Insights. 22 ago. 2019. Disponível em: <https://www.nielsen.com/br/pt/insights/article/2019/brasileiro-amplia-experiencia-no-e-commerce-impulsionada-por-nao-duraveis/> Acesso em: 08 set. 2019.
- NIELSEN. Consumo de bebidas destiladas no Brasil. Insights. 30 mai. 2018. Disponível em: <https://www.nielsen.com/br/pt/insights/article/2018/consumo-de-bebidas-destiladas-no-brasil/> Acesso em: 08 set. 2019
- SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. Cachaça Artesanal. Série Estudos Mercadológicos. 2012.
- SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. Estudo de Tendências e Oportunidades de Mercado. Carneiro, Lis Gonçalves. Goiânia, 2019. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/GO/Sebrae%20de%20A%20a%20Z/Caderno%20Estudo%20de%20Tend%C3%AAncias%202019.pdf>

USP; IBRAC, APEX BRASIL. Planejamento estratégico para a cadeia produtiva da cachaça. São Paulo. 2014. Disponível em: http://cors.usp.br/wp-content/uploads/2015/10/CORS_IBRAC_Rel_PEC-Cacha%C3%A7a_VFinal.pdf Acesso em: 30 jul. 2019.

VIANA, Fernando Luiz E. Indústria de bebidas alcoólicas. Caderno Setorial ETENE: Banco do Nordeste. Ano3, n. 32. 2018. Disponível em: https://www.bnb.gov.br/documents/80223/3365127/bebidas_32-2018.pdf/931a1480-8f34-e4e3-b252-59e862670ae8 Acesso em: 21 jul. 2019

APÊNDICE I

QUESTIONÁRIO



PESQUISA PERFIL DO CONSUMIDOR

Entrevistador(a): _____ Data: ____/____/____ Crítica: _____ Nº _____

Local da aplicação: _____ Horário: _____

Introdução: Bom dia /tarde /noite (diga seu nome), entrevistador da Marvin Inteligência de Mercado, parceira do Sebrae Goiás. Nós estamos realizando uma pesquisa de perfil de consumo e queremos contar com sua colaboração. Gostaríamos de garantir que suas respostas serão tratadas de forma estritamente confidenciais. Antes de prosseguir, por favor me responda (perguntar filtro 1 e 2):

Filtro 1 – () Em que cidade você mora? Se não morar na Grande Goiânia, encerre.	Quebra-Gelo 1 – Qual a sua bebida alcoólica preferida? (ESPONT)
Filtro 2 – () Você consumiu algum tipo de bebida alcoólica destilada nos últimos seis meses? Se não, encerre.	Quebra-Gelo 2 – Você se considera um apreciador de (RM): () Cerveja () Doses () Drinks () Vinhos

Entrevistador, verifique aqui os municípios que compõem a Grande Goiânia – **Marque aqui a origem do entrevistado**

Abadia de Goiás	Brazabrantes	Goianira	Nova Veneza	Trindade
Aparecida de Goiânia	Caldazinha	Guapó	Pires do Rio	
Aragoiânia	Caturai	Hidrolândia	Santo Antônio de Goiás	
Bela Vista de Goiás	Goianópolis	Inhumas	Senador Canedo	
Bonfinópolis	Goiânia	Nerópolis	Teresópolis de Goiás	

IDENTIFICAÇÃO DO ENTREVISTADO

Atenção entrevistador, fique atento a sua grade (Sexo/Idade)

Nome:				
Endereço:				
Fones contato:				
1) SEXO	3) ESCOLARIDADE	5) RENDA (CARTELA 1)		
Masculino <input type="checkbox"/>	Não alfabetizado <input type="checkbox"/>	REND1) Em qual destas faixas está a sua renda individual do mês passado? (RU – anote na primeira coluna abaixo)		
Feminino <input type="checkbox"/>	Fundamental incompleto <input type="checkbox"/>	REND2) E em qual destas faixas está a renda total da sua família no mês passado, somando as rendas de todas as pessoas que moram com você, inclusive a sua? (RU – anote na segunda coluna abaixo)		
2) IDADE:	Fundamental completo <input type="checkbox"/>		REND 1) Pessoal	REND 2) Família
18 a 24 anos <input type="checkbox"/>	Ensino médio incompleto <input type="checkbox"/>			
25 a 29 anos <input type="checkbox"/>	Ensino médio completo <input type="checkbox"/>			
30 a 39 anos <input type="checkbox"/>	Superior incompleto <input type="checkbox"/>			
40 a 49 anos <input type="checkbox"/>	Superior completo <input type="checkbox"/>	Mais de 20 SM	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
50 A 59 anos <input type="checkbox"/>	Pós Graduação <input type="checkbox"/>	Mais de 10 a 20 SM	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
60 a 69 anos <input type="checkbox"/>		Mais de 5 a 10 SM	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
70 anos ou mais <input type="checkbox"/>		Mais de 2 a 5 SM	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4) ESTADO CIVIL		Até 1 SM	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Solteiro (a) <input type="checkbox"/>		Não tem rendimento pessoal	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Casado (a)/ união estável/ mora junto com companheiro (a) <input type="checkbox"/>		Não respondeu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Separado (a)/ divorciado (a)/ desquitado (a) <input type="checkbox"/>				
Viúvo (a) <input type="checkbox"/>				

6) Quero lhe conhecer um pouco melhor. Vou fazer algumas afirmativas e gostaria que você considerasse entre as respostas na cartela, a que mais se adequa a sua realidade (CARTELA 2):

	1 – Sempre	2 – Quase sempre	3 – Às vezes	4 – Quase nunca	5 – Nunca
Questão	1	2	3	4	5
6.1) Busco priorizar produtos artesanais a produtos industrializados					
6.2) Em eventos informais em casa, gosto de servir drinks como opção de bebida					
6.3) Quando posso escolher, dou preferência a produtos que contribuam com a preservação do meio ambiente					
6.4) Levo em consideração o teor alcoólico na escolha de minhas bebidas					
6.5) Gosto de cozinhar e descobrir novos ingredientes e preparações					
6.6) Quando está mais frio, gosto de consumir bebidas e comidas específicas para este período					
6.7) Já viajei para destinos que valorizassem a experiência gastronômica					
6.8) Deixo de frequentar um estabelecimento por este não oferecer uma carta de bebidas diversificada					
6.9) Gosto de ler/conhecer melhor sobre ingredientes que compõem os alimentos/bebidas que consumo					
6.10) Verifico se um alimento/bebida possui Selos de Garantia/Qualidade no rótulo antes de comprar					
6.11) Busco combinar/harmonizar a comida com bebidas alcoólicas mais adequadas, que valorizem o paladar					
6.12) Busco sempre consumir produtos que valorizem o estilo de vida saudável					

7) Em seu tempo livre o que mais gosta de fazer? Enumere as cinco principais (ESTIM – CARTELA 3):

- viajar _____
 ir para balada _____
 praticar esporte _____
 beber e comer _____
 relaxar em casa _____
 ir ao cinema _____
 ouvir música _____
 ler livros _____
 cozinhar _____
 navegar na internet/redes sociais _____
 assistir séries/filmes na tv _____
 reunir com os amigos em casa/na casa de alguém _____

Ocasões e frequência de consumo bebidas alcoólicas

8) Essas são as principais situações de consumo de bebidas alcoólicas (apresentar CARTELA 4). No geral, em qual dessas situações você mais consome bebidas alcoólicas (ordenar e não anotar as que não consome). Quais tipos de bebidas que você **CONSUME** nessas ocasiões?

	8) Ordem	Cervejas	Doses	Drinks*	Vinhos
8.1) Happy hour		<input type="checkbox"/> _____ %	<input type="checkbox"/> _____ %	<input type="checkbox"/> _____ %	<input type="checkbox"/> _____ %
8.2) Ocasões informais sociais (churrascos, almoços e jantares em casa/amigos)		<input type="checkbox"/> _____ %	<input type="checkbox"/> _____ %	<input type="checkbox"/> _____ %	<input type="checkbox"/> _____ %
8.3) Ocasões formais sociais (casamentos, formaturas etc.)		<input type="checkbox"/> _____ %	<input type="checkbox"/> _____ %	<input type="checkbox"/> _____ %	<input type="checkbox"/> _____ %
8.4) Boates/Bailes/Shows		<input type="checkbox"/> _____ %	<input type="checkbox"/> _____ %	<input type="checkbox"/> _____ %	<input type="checkbox"/> _____ %
8.5) Bares/Botecos		<input type="checkbox"/> _____ %	<input type="checkbox"/> _____ %	<input type="checkbox"/> _____ %	<input type="checkbox"/> _____ %
8.6) Em casa, relaxando		<input type="checkbox"/> _____ %	<input type="checkbox"/> _____ %	<input type="checkbox"/> _____ %	<input type="checkbox"/> _____ %

*Onde há mistura de bebidas antes de servir...



9) Que tipo de bebidas você consumiu nos últimos seis meses? Indique qual a sua frequência de consumo?

Bebidas	Consumiu?		Frequência de consumo				
9.1) Cachaça de alambique	<input type="checkbox"/> sim	<input type="checkbox"/> não	<input type="checkbox"/> nunca	<input type="checkbox"/> raramente	<input type="checkbox"/> às vezes	<input type="checkbox"/> muitas vezes	<input type="checkbox"/> sempre
9.2) Cachaça industrializada	<input type="checkbox"/> sim	<input type="checkbox"/> não	<input type="checkbox"/> nunca	<input type="checkbox"/> raramente	<input type="checkbox"/> às vezes	<input type="checkbox"/> muitas vezes	<input type="checkbox"/> sempre
9.3) Cerveja artesanal	<input type="checkbox"/> sim	<input type="checkbox"/> não	<input type="checkbox"/> nunca	<input type="checkbox"/> raramente	<input type="checkbox"/> às vezes	<input type="checkbox"/> muitas vezes	<input type="checkbox"/> sempre
9.4) Cerveja industrializada	<input type="checkbox"/> sim	<input type="checkbox"/> não	<input type="checkbox"/> nunca	<input type="checkbox"/> raramente	<input type="checkbox"/> às vezes	<input type="checkbox"/> muitas vezes	<input type="checkbox"/> sempre
9.5) Champanhe/Sidra	<input type="checkbox"/> sim	<input type="checkbox"/> não	<input type="checkbox"/> nunca	<input type="checkbox"/> raramente	<input type="checkbox"/> às vezes	<input type="checkbox"/> muitas vezes	<input type="checkbox"/> sempre
9.6) Conhaque	<input type="checkbox"/> sim	<input type="checkbox"/> não	<input type="checkbox"/> nunca	<input type="checkbox"/> raramente	<input type="checkbox"/> às vezes	<input type="checkbox"/> muitas vezes	<input type="checkbox"/> sempre
9.7) Gin	<input type="checkbox"/> sim	<input type="checkbox"/> não	<input type="checkbox"/> nunca	<input type="checkbox"/> raramente	<input type="checkbox"/> às vezes	<input type="checkbox"/> muitas vezes	<input type="checkbox"/> sempre
9.8) Rum	<input type="checkbox"/> sim	<input type="checkbox"/> não	<input type="checkbox"/> nunca	<input type="checkbox"/> raramente	<input type="checkbox"/> às vezes	<input type="checkbox"/> muitas vezes	<input type="checkbox"/> sempre
9.9) Saquê	<input type="checkbox"/> sim	<input type="checkbox"/> não	<input type="checkbox"/> nunca	<input type="checkbox"/> raramente	<input type="checkbox"/> às vezes	<input type="checkbox"/> muitas vezes	<input type="checkbox"/> sempre
9.10) Tequila	<input type="checkbox"/> sim	<input type="checkbox"/> não	<input type="checkbox"/> nunca	<input type="checkbox"/> raramente	<input type="checkbox"/> às vezes	<input type="checkbox"/> muitas vezes	<input type="checkbox"/> sempre
9.11) Uísque	<input type="checkbox"/> sim	<input type="checkbox"/> não	<input type="checkbox"/> nunca	<input type="checkbox"/> raramente	<input type="checkbox"/> às vezes	<input type="checkbox"/> muitas vezes	<input type="checkbox"/> sempre
9.12) Vodca	<input type="checkbox"/> sim	<input type="checkbox"/> não	<input type="checkbox"/> nunca	<input type="checkbox"/> raramente	<input type="checkbox"/> às vezes	<input type="checkbox"/> muitas vezes	<input type="checkbox"/> sempre
9.13) Vinho	<input type="checkbox"/> sim	<input type="checkbox"/> não	<input type="checkbox"/> nunca	<input type="checkbox"/> raramente	<input type="checkbox"/> às vezes	<input type="checkbox"/> muitas vezes	<input type="checkbox"/> sempre
9.14) Outro:	<input type="checkbox"/> sim	<input type="checkbox"/> não	<input type="checkbox"/> nunca	<input type="checkbox"/> raramente	<input type="checkbox"/> às vezes	<input type="checkbox"/> muitas vezes	<input type="checkbox"/> sempre

10) Agora, somente dentre as bebidas destiladas, quais você prefere? Enumere até 5 opções (CARTELA 5)

Cachaça de alambique _____ Cachaça industrializada _____ Conhaque _____ Gin _____
 Rum _____ Saquê _____ Tequila _____ Uísque _____ Vodca _____

11) O que você leva em consideração na hora de escolher uma bebida destilada?

12) Já realizou algum curso (produção, degustação) sobre bebidas?

cerveja vinho cachaça outro 12.1) Qual? _____
 não realizou

13) Participa de alguma confraria ou é sócio de algum clube de bebidas?

cerveja vinho cachaça outro 13.1) Qual? _____
 não realizou

CACHAÇA DE ALAMBIQUE

14) Você sabe a diferença entre a cachaça de alambique e a industrial?

**15) Qual foi a primeira vez que você teve contato com a cachaça de alambique?**Idade: _____ **15.1) Com quem (RU):** na companhia de amigos na companhia da família sozinho não lembra Outros: _____ nunca tomou. **15.2) Se nunca tomou, porque? Algum fator o faria comprar/consumir a cachaça de alambique?**

(AGRADEÇA E ENCERRE A ENTREVISTA PARA AQUELES QUE NUNCA TOMARAM CACHAÇA DE ALAMBIQUE)

Entrevistador atenção!!! Enfatizar que todas as questões a partir deste ponto, dizem respeito a cachaça de alambique

16) O que o faz comprar/consumir a cachaça de alambique? E o que o faz não comprar/consumir?

17) Algum desses fatores faria com que você consumisse a cachaça de alambique em mais ocasiões? Escolha sua resposta, entre as opções da cartela (Apresente CARTELA 6).

1 – Não, de forma alguma	2 – Não, acho que não	3 – Talvez	4 – Sim, acho que sim	5 – Sim, com certeza
---------------------------------	------------------------------	-------------------	------------------------------	-----------------------------

	1	2	3	4	5
17.1) Se o seu sabor fosse mais suave					
17.2) Se houvesse maior oferta em cardápios de bares/restaurantes					
17.3) Se eu encontrasse mais drinks que contivessem cachaça					
17.4) Se houvessem mais pontos de venda que tivessem o produto					
17.5) Se ela trouxesse benefícios a minha saúde					
17.6) Se eu encontrasse situações em que pudesse degustar as diversas formas possíveis de beber a cachaça					
17.7) Se ela não prejudicasse minha dieta					
17.8) Se o meu grupo de amigos também consumisse/consumisse mais					
17.9) se ela tivesse mais vantagens em relação a cachaça industrial					
17.10) Se tivesse certeza de sua qualidade/procedência					
17.11) Se houvessem roteiros turísticos/gastronômicos que incluíssem a bebida					

18) Em que ocasiões você consome a cachaça de alambique (apresente Cartela 4) (RM) Happy hour Ocasões informais sociais (churrascos, almoços e jantares em casa/amigos) Ocasões formais sociais (casamentos, formaturas etc.) Boates/bailes/shows Bares/botecos Em casa, relaxando Outra: _____

19) De que forma já consumiu a cachaça de alambique (RM):

- pura pura com mel pura com limão infusionadas/com adição de raízes/sementes etc.
 saborizadas/flavorizadas caipirinha em outro tipo de drink em preparos culinários
 de outra forma. 19.1) Qual: _____

20) Qual sua cachaça de alambique preferida (ESPONT)? _____

21) Quais as cachaças de alambique já consumiu (ESPONT)?

22) Na hora de escolher uma cachaça de alambique, você prioriza (Escolha até 3 itens – apresente a CARTELA 7):

- marca rótulo região de origem tipo (envelhecimento, armazenamento, prata ou ouro)
 preço curiosidade indicação de conhecidos indicação de revistas e redes sociais
 não prioriza, toma a que tiver outro _____

23) Quais os locais você já comprou cachaça de alambique (dose ou drinks) (RM):

- supermercado lojas físicas especializadas lojas especializadas na internet bares
 restaurantes baladas confrarias/eventos direto do produtor clube de assinatura
 nunca comprou outro _____

24) Você já buscou informações sobre a cachaça de alambique na internet

- sim não 24.1) Se sim, de que tipo: _____

Obrigada pela participação. Agradeça e encerre.

Observações de campo:

APÊNDICE II

CARTÕES PARA APLICAÇÃO

CARTELA 1 - RENDA

- 1) Não tenho rendimento pessoal
- 2) Até 1 Salário Mínimo – Até R\$ 998,00
- 3) De 2 a 5 Salários Mínimos – De 998,01 até R\$ 4.990,00
- 4) De 5 a 10 Salários Mínimos – De 4.990,01 até R\$ 9.980,00
- 5) De 10 a 20 Salários Mínimos – R\$ 9.980,01 até R\$ 19.960,00
- 6) Acima de 20 Salários Mínimos – Acima de R\$ 19.600,00

CARTELA 2

Escolha qual a opção mais se adequa à sua realidade

- 1) Sempre
- 2) Quase Sempre
- 3) Às vezes
- 4) Quase nunca
- 5) Nunca



CARTELA 3

CARTELA 3

CARTELA 3



CARTELA 3

CARTELA 4

(Leia com atenção todos os itens e aponte qual o evento você mais consome bebidas alcoólicas). Enumere

Happy hour

Ocasões informais sociais (churrascos, almoços e jantares em casa/amigos)

Ocasões formais sociais (casamentos, formaturas etc.)

Boates/Bailes/Shows

Bares/Botecos

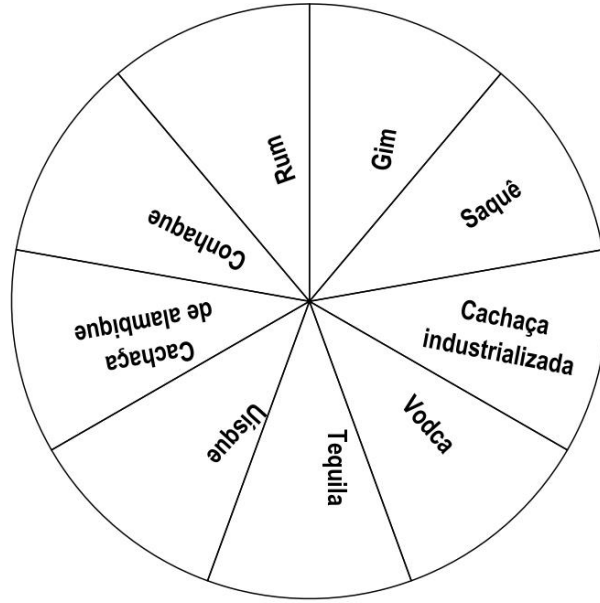
Em casa, relaxando



CARTELA 5

CARTELA 5

CARTELA 5



CARTELA 5

CARTELA 6

Escolha sua resposta

- 1) Não de forma alguma
- 2) Não, acho que não
- 3) Talvez
- 4) Sim, acho que sim
- 5) Sim, com certeza



CARTELA 7

CARTELA 7



CARTELA 7

CARTELA 7