

CACHAÇA ARTESANAL MARANHENSE: conceito e produto no mercado varejista de São Luís-MA.

Karlla Danielle Ridrs da Paz e Silva¹
Linda Maria Rodrigues²
Ana Letícia Buriti da Silva³

Resumo

O mercado da cachaça está em plena expansão com formas novas de produção, infusão e sabores. Ademais, é uma bebida carregada de tradição, pois traz consigo grande influência no comércio brasileiro, refletindo no seu desenvolvimento, cultura, hábitos e história. Entretanto, algumas regiões do nordeste apresentam um crescimento imperceptível, salvo alguns destaques. Não obstante dessa realidade, está o mercado maranhense, sobretudo, o de sua capital, que no segmento de destilados, encontra-se distante dos grandes centros brasileiros de sucesso que vendem esse item em seus estabelecimentos. Uma hipótese para essa ideia vem da subutilização da cachaça artesanal maranhense nos principais mercados de varejos Ludovicense. O objetivo deste artigo é investigar a cachaça artesanal maranhense em comércios varejistas de alimentos tradicionais e de autosserviços, situados em São Luís-MA. A metodologia utilizada abrangeu a pesquisa qualitativa, descritiva e exploratória, que ocorreu por meio de estudos múltiplos de casos, levando em consideração a estratégia utilizada de Yin (2001). As entrevistas foram feitas em cinco lojas como atacado (*atacarejo*), empório, armazém, bar e barraca situada em feira livre. Além disso, também foram usados documentos bibliográficos, questionários e entrevistas efetuadas nos varejos pesquisados. Neste estudo, percebeu-se um mercado promissor e variedades de aguardentes regionais nas lojas estudadas, apesar de haver um alto índice de informalidade na fabricação do produto. Porém, isso não interferiu em sua procura, tendo em vista a demanda por consumidores maranhenses na maioria dos comércios pesquisados. Contudo, nos grandes varejos, não foi notado sua presença nas prateleiras desses estabelecimentos, isso ocorreu por causa da incerteza de sua procedência, falta de certificação e produção duvidosa. Esses fatores colocam em dúvida a credibilidade e qualidade da bebida, colaborando para aumento do preconceito ao seu respeito. Esses acontecimentos revelaram a necessidade de desenvolvimento de estratégias que facilite o canal distribuidor nos varejos, uma vez que a cachaça artesanal se mostrou um produto economicamente viável para venda em pequenos e grandes empreendimentos de alimentos e bebidas na localidade.

¹ Graduada em Hotelaria pela Universidade Federal do Maranhão, Pesquisadora voluntária do grupo de Estudos e Pesquisas Identidades Culturais da Gastronomia Maranhense – GPICG/UFMA. Lattes: CV: <http://lattes.cnpq.br/4980047444510400>. E-mail: karllaridrs@gmail.com.

² Professora Adjunta do Departamento de Turismo e Hotelaria - Universidade Federal do Maranhão-UFMA. E-mail: lindaufma@yahoo.com.br. Lattes: CV: <http://lattes.cnpq.br/5459396124533980>.

³ Professora Adjunta do Departamento de Hotelaria. Lattes CV: <http://lattes.cnpq.br/1046877343426939>. E-mail: galladriell2@yahoo.com.br



XVII Seminário ANPTUR

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO

IMPACTOS DA PESQUISA E DA
PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO E
HOSPITALIDADE NA SOCIEDADE

02 A 04 DE DEZEMBRO DE 2020
WEBSEMINÁRIO
ANAIS ANPTUR | ISSN 2359-6805

Palavras-chave: Cachaça artesanal; Comércio Varejista; Autosserviços.