

ESTRATÉGIAS DE MERCADO E DESAFIOS: UM ESTUDO DE CASO DE UMA CACHAÇARIA ARTESANAL NO OESTE DO PARANÁ

MARKET STRATEGIES AND CHALLENGES: A CASE STUDY OF AN ARTISANAL “CACHAÇARIA” IN WESTERN PARANÁ

Márcio Fernando Périgo

Advogado. Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional e Agronegócio (PGDRA) da Universidade Estadual do Oeste do Paraná/Toledo. E-mail: mfpadvogado@hotmail.com

Johl Rogers Domingos de Oliveira

Advogado. Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional e Agronegócio (PGDRA) da Universidade Estadual do Oeste do Paraná/Toledo. E-mail: rogerserovere@gmail.com

Thais Polyana Ghirardi Flâmia Godoi

Advogada. Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional e Agronegócio (PGDRA) da Universidade Estadual do Oeste do Paraná/Toledo. E-mail: advpolyanaflamia@hotmail.com

Moacir Piffer

Professor da Universidade Estadual do Oeste do Paraná/Toledo. Economista pela UEM, Mestre pela UFPR, Doutor pela UNISC. E-mail: moacir.piffer@unioeste.br

GT02. Governança e gestão do agronegócio

Resumo: A cachaça, bebida típica “verde-amarela” e patrimônio nacional, que antes era hostilizada e marginalizada, vem conquistando espaço como uma bebida *gourmet*, associada à harmonização com pratos elaborados por chefes renomados. Alambiques que produzem cachaça artesanal convivem com médias e grandes empresas no Brasil, em um mercado de grande diversidade de produtores. Por ser um produto associado a vícios ou excessos, a carga tributária sobre a cachaça é elevada, visando desestimular o consumo. Este artigo tem como objetivo analisar o caso de uma cachaçaria artesanal no Oeste do Paraná, com base no modelo de Farina *et al.* (1997). Especificamente serão estudados os principais aspectos dos ambientes organizacional, institucional, tecnológico e competitivo. Como resultado principal, a estratégia dessa cachaçaria familiar baseia-se na maximização da qualidade do seu produto, focada na extração da melhor parte da destilação, na propaganda “boca a boca” e na informalidade, uma vez que a alta carga tributária atua como um agente desestimulador para a certificação das empresas e marcas de cachaça.

Palavras-chave: Aguardente, impostos, bebida nacional, cana-de-açúcar.

Abstract: Cachaça, the typical “green-yellow” drink and national heritage, which was once stigmatized and marginalized, has been gaining ground as a gourmet drink, associated with pairing well with dishes crafted by renowned chefs. Alembic that produce artisanal cachaça coexist with medium and large producers in Brazil, in a market with a great diversity of producers. Because it is a product associated with vices or excesses, the tax burden on cachaça is high, aiming to discourage consumption. The aim of this article is to analyse the case of an

artisanal “cachaçaria” in the west of Paraná, based on the Farina et al. (1997) model. Specifically, the key aspects of the organizational, institutional, technological, and competitive environments will be studied. As the main result, the strategy of this family-owned “cachaçaria” is based on maximizing the quality of its product, focusing on extracting the best part of the distillation process, word-of-mouth advertising, and informality, as the high tax burden acts as a deterrent to the certification of cachaça companies and brands.

Keywords: Cachaça, taxes, national drink, sugarcane.

1. Introdução

A cachaça faz parte do dia a dia do brasileiro há quase cinco séculos (Oliveira; Ferrarezi Junior, 2022). Pensando neste ponto, o presente trabalho foi produzido a partir de um estudo de caso aplicado em uma cachaçaria artesanal no Oeste do Paraná, baseado em Farina *et al.* (1997). Não obstante, Souza, Bernardo e Farinha (2023) apontam que tal produto vem enfrentando dificuldades relacionadas à tributação, visto que se trata de um “produto do pecado” (*sin tax*) e, conseqüentemente, tem seu preço maximizado via elevação dos impostos incidentes. Esse cenário, embora tecnicamente justificável, obstaculiza a expansão de negócios familiares devido ao alto custo de produção.

Para melhor entender essa dinâmica é importante primeiramente conceituar a cachaça e sua origem. A cachaça, também conhecida como pinga ou aguardente de cana-de-açúcar, é muito utilizada na culinária e na famosa bebida “caipirinha” – que leva cachaça, açúcar, limão e gelo (Garcia *et al.*, 2005; Avelar, 2022). Por ser tão conhecida e utilizada, a cachaça possui definição legal no Decreto nº. 6.871/2009, que a apresenta como uma bebida típica e exclusiva da aguardente de cana-de-açúcar produzida nacionalmente, com graduação etílica de 38 a 48% em volume, a 20º graus Celsius, obtida do mosto fermentado da destilação do caldo dessa planta. Pode-se adicionar açúcares até seis gramas por litro na bebida (Brasil, 2009).

Embora essa bebida tenha sido reconhecida legalmente no Brasil somente em 2009, sua história remonta a muitos anos antes, já que, como conta a tradição, a cachaça era bebida utilizada para os escravos (Oliveira; Ferrarezi Junior, 2022). Além disso, Ceribeli *et al.* (2010) afirmam que a cachaça possui grande importância cultural, econômica e social para o Brasil, já que está relacionada de modo direto com a colonização portuguesa e com a atividade açucareira que, ao utilizar a mesma matéria-prima, que é a cana-de-açúcar, possibilitou o surgimento de muitos estabelecimentos produtores de cachaça.

Dessa forma, essa bebida, baseada na cana-de-açúcar (pois a destilação etílica pode ocorrer a partir de outros insumos, como do milho ou mandioca, mesmo não sendo tais produtos considerados cachaça no sentido legal), vem crescendo ano após ano, tornando-se um setor de relevância econômica para o País. Até dezembro de 2018, em levantamento realizado, os produtores de cachaça totalizavam 951 estabelecimentos registrados (Brasil, 2019).

Além dos estabelecimentos formais, muitos alambiques operam na informalidade. Tal condição pode ser justificada pela incidência de altas cargas tributárias. No entanto, a informalidade não afasta o reconhecimento da qualidade da bebida produzida pelos alambiques coloniais (Ramos *et al.*, 2011; Kazama *et al.*, 2024).

A cachaça orgânica vem ganhando destaque no cenário das bebidas artesanais não apenas pela sua produção sustentável, mas também pela riqueza de sabores e aromas que oferece. Feita a partir de cana-de-açúcar cultivada sem agrotóxicos ou produtos químicos, colhida de modo tradicional sem industrialização, essa bebida reflete um compromisso com o bem-estar do consumidor e a preservação do meio ambiente (Oliveira, 2016).

Por isso, a valorização da cachaça conquista cada vez mais o mercado nas grandes cidades, além da crescente demanda por parte de consumidores no exterior, onde o sucesso da caipirinha contribui fortemente para conquistar um público maior (Programa Brasileiro de Desenvolvimento da Cachaça – PBDAC, 2009; Carmo *et al.*, 2024).

Isto posto, o presente artigo objetiva analisar o caso de uma cachaçaria artesanal no Oeste do Paraná, com base no modelo de Farina *et al.* (1997). Especificamente, serão estudados os principais aspectos dos ambientes organizacional, institucional, tecnológico e competitivo. É importante mencionar que o nome dessa unidade produtiva será mantido em sigilo, a fim de preservar as informações compartilhadas sob essa condição, uma vez que foi acordado um compromisso de anonimato entre este estudo e os participantes da pesquisa.

Este trabalho contém sete seções, iniciando com esta introdução. Na seção dois apresenta-se uma breve revisão de literatura, contextualizando a cachaça ao longo da história. As seções três e quatro abordam, respectivamente, uma análise sobre a tributação no setor agrícola e o contexto da cachaça, e a metodologia empregada. O método analítico proposto por Farina *et al.* (1997) está na seção cinco, seguido dos resultados e discussão na seção seis. As considerações finais completam este estudo.

2. Revisão de literatura: breves notas

A cachaça pode ser considerada como um produto da história nacional. Elemento importante da cultura brasileira, tem suas raízes na colonização e na indústria açucareira do século XVI. Inicialmente usada como moeda de troca, a cachaça evoluiu e hoje atrai consumidores de várias classes sociais (Scarton; Waquil, 2012; Carmo *et al.*, 2024).

Nos últimos anos, a cachaça vem ganhando prestígio no cenário gastronômico. Alguns produtores têm levado a fabricação da cachaça a patamares de excelência, o que tem agregado valor ao produto, conquistando novos consumidores e mercados (Bertolino, 2023). A associação da cachaça com a comida, como forma de harmonização, a exemplo de outras bebidas, é um importante elemento na “gourmetização desse produto” e ressignificação de seu status.

Para Ramos *et al.* (2011) e Souza *et al.* (2024), o tipo da culinária e o estilo do restaurante exercem grande influência na escolha das bebidas, criando modas e estabelecendo tendências. Nesse contexto, é importante considerar tanto a tradição quanto os hábitos de consumir certos alimentos acompanhados por bebidas específicas. Por exemplo, o vinho é tradicionalmente associado à culinária italiana, a cachaça à culinária mineira e baiana, e a caipirinha à feijoada, entre outros casos.

Dos produtos de origem brasileira, a cachaça tem sua importância. Conforme Bertolino (2023), diversos produtores têm aprimorado a fabricação dessa bebida, elevando-a a patamares de excelência, o que tem agregado valor ao produto e expandido sua base de consumidores e mercados. A cachaça vem conquistando múltiplos prêmios em competições internacionais, reforçando seu status entre os destilados mais apreciados no mundo. Além disso, a caipirinha, o coquetel brasileiro mais icônico, tem sido fundamental para a difusão da cachaça globalmente.

De acordo com o Ministério da Agricultura e Pecuária (MAPA), em 2023, esse destilado foi exportado para mais de 76 países (em termos de volume), com o Paraguai sendo responsável por 18,1% desse total, seguido pela Alemanha (17,5%), Estados Unidos (12,5%), Portugal (10,8%) e França (8,3%) entre os principais destinos. Essas exportações geraram uma receita de US\$ 20.242.453,00. Nesse contexto, os cinco principais países de destino das exportações, considerando o valor econômico, foram, em ordem decrescente: Estados Unidos, Itália,

Portugal, Paraguai e Alemanha. O Quadro 1 apresenta os números das exportações de cachaça em 2023, classificados por categoria de valor econômico.

Quadro 1 – Principais países de destino da exportação de cachaça em 2023, por valor (US\$)

Nº	País	Valor (US\$)	Nº	País	Valor (US\$)
1	Estados Unidos	4.653.002	14	Bélgica	219.775
2	Itália	2.433.371	15	Bolívia	211.090
3	Portugal	2.165.124	16	Angola	178.147
4	Paraguai	1.954.202	17	Suíça	148.752
5	Alemanha	1.761.551	18	Chile	120.859
6	Uruguai	1.211.318	19	África do Sul	117.926
7	França	1.136.405	20	Japão	97.963
8	Países Baixos (Holanda)	839.723	21	Austrália	87.942
9	Espanha	758.283	22	México	86.531
10	Reino Unido	411.024	23	Panamá	84.711
11	Equador	324.577	24	Turquia	59.496
12	Cuba	300.374	25	Canadá	58.462
13	Argentina	238.432	-	Outros (51)	583.413

Fonte: MAPA (2023).

Ainda de acordo com o MAPA (2023, p. 10), “Minas Gerais é o estado com o maior número de cachaçarias registradas, totalizando 504 estabelecimentos, o que corresponde ao percentual de 41,4% da totalidade de cachaçarias no Brasil”. Além de Minas Gerais, os estados que se destacaram nacionalmente foram: São Paulo, com 169 cachaçarias registradas, Espírito Santo (81), Santa Catarina (68), Rio de Janeiro (65), Rio Grande do Sul (63) e a Paraíba (50). Outro dado trazido pelo MAPA é o aumento do número de cachaçarias registradas nos estados entre os anos de 2022 e 2023. Nesse cenário, destacam-se Minas Gerais e São Paulo, que tiveram, respectivamente, aumento de 36 e 11 cachaçarias no período. Amapá e Roraima são os únicos estados que não possuem cachaçarias registradas.

No entanto, essa bebida destilada típica do Brasil nem sempre foi envolvida a *glamour* e sofisticação. Não obstante sua importância cultural e econômica, a cachaça enfrentou desafios devido à estigmatização associada ao consumo excessivo e às suas origens entre escravos (Câmara, 2018). Era também ligada à pobreza e ao alcoolismo/embriaguez, especialmente entre os trabalhadores, o que contribuiu para uma imagem negativa da bebida (Ramos *et al.*, 2008).

Conhecida por muitos nomes, recebeu diversos apelidos ao longo do tempo, como pinga, birita, água-que-passarinho-não-bebe, caninha, mé, e goró, dependendo da região (Maccari Júnior, 2015; Bertolino, 2023). Enquanto definição mais bem elaborada, o Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa traz a seguinte acepção:

Antigamente, 1. espuma grossa que se forma durante a primeira fervura do caldo de cana usado na produção de açúcar, e dele retirada, para servir de alimento (geralmente na forma de beveragem fermentada) ou para obtenção de bebida alcoólica; 2. bebida fermentada feita de borra (‘substância’) do caldo de cana, ou do cabaú (‘calda grossa’, e servida aos animais e aos escravos dos antigos engenhos; e ainda hoje, 3. aguardente obtida da destilação da borra do caldo de cana, ou do cabaú, ou do caldo de cana extraído especialmente para esse fim, após ter passado por processo prévio de fermentação alcoólica; aguardente de cana; 3.1. esse tipo de aguardente, quando produzido sob condições específicas e controladas quanto à matéria-prima, ao processo de produção (equipamento, fermentação) e ao resultado (teor alcoólico, impurezas etc.) (HOUAISS, 2004).

Historicamente, conforme Eyng *et al.* (2006, p. 2): “[...] os donos de fazenda davam aguardente aos escravos para alegrar-lhes o espírito, animá-los para o batuque e para amolecerem a carne do cachaço (porco) ou da cachaça (porca)”. A bebida não era atribuída às classes sociais mais elevadas, sendo que os senhores de engenho serviam aos escravos como um “energético” sobre o rótulo de cagaça. Nos seus primórdios a cachaça (ou garapa azeda) tinha a função de embriagar os escravos, haja vista ser fornecida pelos senhores de engenho para tornar o serviço duro mais suportável, facilitando a exploração dessa mão de obra (Kazama *et al.*, 2024).

É importante ressaltar que a cachaça desempenhou um papel relevante na história brasileira, estando presente em várias transformações ao longo de quase cinco séculos. Desde a Revolução Pernambucana, perpassando pela Inconfidência Mineira, avançando em períodos mais recentes, essa bebida foi utilizada para brindes em ocasiões significativos (Câmara, 2018).

A cachaça possui destaque entre os produtos nacionais. De toda movimentação de sua cadeia produtiva, cerca de R\$ 15,5 bilhões anualmente, 98% dos produtores são oriundos de pequeno e médio porte, mormente de alambiques, notadamente os de cobre. Em termos de volume, 70% da produção nacional ocorre em escala industrial, em colunas de destilação. O consumo *per capita* de cachaça no Brasil é de aproximadamente 6,9 litros por habitante ao ano. No cenário global, a cachaça é o terceiro destilado mais consumido, ficando atrás apenas da vodka, em segundo lugar, e de um destilado coreano conhecido como soju, que lidera o ranking (Bertolino, 2023).

Outro importante aspecto que assola a produção artesanal de cachaça é a informalidade. De acordo com o Instituto Brasileiro da Cachaça (IBRAC, 2021), mesmo com o aumento do número de produtores de cachaça registrados pelo Ministério da Agricultura e Pecuária nos anuários da cachaça de 2019 a 2021, mais de 89% dos produtores ainda operam de forma informal. Esse elevado percentual é consequência das altas cargas tributárias impostas sobre o produto no Brasil.

A informalidade na produção de cachaça limita o crescimento e a capacidade de inovação, especialmente nas pequenas propriedades. Sem o acesso a linhas de crédito e o apoio de políticas públicas, essas propriedades correm o risco de ficar marginalizadas, incapazes de competir, em condições similares, com produtores que operam de forma regularizada (Schwingel; Rizza, 2013, Daniel, 2016). Tal cenário pode resultar na exclusão dessas propriedades do mercado, ou, se não, restringindo seu crescimento e mantendo-as à margem da economia formal.

3. Tributação no setor agrícola e o contexto da cachaça

A questão tributária emerge como um dos pontos desafiadores para a atividade agrícola brasileira, especialmente para as atividades regionalizadas ou que exigem mais especialização. O Brasil carrega a pecha de ostentar uma das mais pesadas cargas tributárias do mundo, opera com um sistema que não apenas drena os recursos dos agricultores, mas também estabelece um ambiente desencorajador para o desenvolvimento econômico (Bacha, 2018; Féres; Ferreira, 2020). Especificamente no Oeste do Paraná, onde o solo é fértil e o potencial produtivo expressivo, as imposições fiscais agem como um componente desafiador aos pequenos e médios produtores, que vivem uma luta constante pela viabilidade produtiva (Jesus; Ribeiro, 2014).

O ambiente tributário desfavorável afeta as decisões de negócio e a viabilidade de crescimento também no setor canavieiro. A elevada carga de impostos e a complexidade das obrigações fiscais levam muitos produtores a adotar uma postura defensiva, focada mais na

contenção de danos do que em oportunidades de expansão (Clein, 2021). Conforme apontado por Schwingel e Rizza (2013) e, mais recentemente, por Lemos e Contão (2023), a complexidade burocrática brasileira e a alta carga tributária criam uma série de desafios para quem deseja formalizar seu negócio, levando muitos a buscarem alternativas informais para escapar desses custos. Essa situação não apenas obstaculiza o desenvolvimento dos produtores individuais, como também restringe a competitividade do setor como um todo.

A informalidade, embora ofereça um alívio temporário frente aos altos custos de formalização, implica uma série de restrições para os produtores. Além de dificultar o acesso a financiamentos, a informalidade impede a obtenção de certificações de qualidade, o que limita as oportunidades de expansão para mercados mais exigentes, como os internacionais. Nesse panorama, o excesso de burocracia representa um dos principais entraves para o crescimento econômico. Como destacam Schwingel e Rizza (2013, p. 55), “milhares de brasileiros são desestimulados todos os dias a empreender, devido a gigantescos obstáculos burocráticos [...]”. Em virtude da burocracia, diversos empreendedores desistem de iniciar um negócio formal, buscando alternativas de emprego e renda”.

Isto posto, a tributação excessiva reduz a capacidade de reinvestir na própria produção, comprometendo a adoção de tecnologias e práticas mais eficientes e sustentáveis. Como resultado, a informalidade se torna uma alternativa recorrente, permitindo a esses produtores manterem suas atividades, ainda que à margem da legalidade, já que a legalização implicaria em custos altos. Esse cenário limita não apenas o desenvolvimento de uma atividade produtiva, mas também a inserção de seus produtos em mercados mais exigentes, onde a certificação e o cumprimento de normas são requisitos essenciais (Marques *et al.*, 2016).

Tomando o Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS) como exemplo, com uma alíquota de 19,5% no Paraná (Secretaria da Fazenda do Estado do Paraná, 2024), esse tributo afeta diretamente as margens de lucro dos produtores. Não se trata apenas de números em uma planilha; é a diferença entre prosperar e sobreviver. Cada real em tributação aplicado inadequadamente é um real a menos que poderia ser reinvestido em tecnologias, melhorias na produção ou práticas mais sustentáveis. É uma realidade que desencoraja investimentos, criando um ciclo de retração que se perpetua.

Para escapar desse ambiente fiscal adverso, muitos desses produtores recorrem a alternativas como o Simples Nacional e o Microempreendedor Individual (MEI), mesmo quando esses regimes não são adequados às necessidades da produção canavieira, especialmente para a cachaça. Essa utilização dos regimes de tributação simplificada evidencia o quanto a burocracia e os custos tributários elevados afastam os pequenos empreendedores da formalidade. Como relatado por Neri e Fontes (2010), o emaranhado burocrático e a carga tributária brasileira são barreiras que amiúde levam esses produtores a desistirem de operar dentro da legalidade, como um meio de escapar ao peso fiscal e às demandas estruturais que a formalização exige.

O impacto do ICMS, com sua complexidade e peso, vai além do imediato, podendo afetar o desenvolvimento a longo prazo e levando muitos produtores ao colapso. Continuar operando sob essas condições fiscais não é uma decisão fácil. Muitos, incapazes de suportar o peso dos impostos, acabam desistindo, fechando suas portas e, com isso, enfraquecendo toda a cadeia produtiva local. Outros buscam alternativas fiscais para reduzir a carga tributária e a burocracia, como o uso inadequado do Simples Nacional, MEI ou até mesmo recorrendo à produção informal (Schwingel; Rizza, 2013).

Outro obstáculo significativo é a falta de acesso ao crédito agrícola formal, essencial para o crescimento e sustentabilidade dos negócios. Sem essa linha de crédito, os produtores ficam limitados a recursos próprios ou a financiamentos mais caros e menos acessíveis, o que torna difícil pensar em melhorias e investimentos de longo prazo. Um estudo do MAPA (2023)

reforça que a falta de crédito para os pequenos produtores é um fator que impede a evolução e a profissionalização da atividade produtiva, aprisionando-os em um ciclo de sobrevivência que limita o crescimento.

Considerando que o produto deste artigo é cachaça, que advém do setor canavieiro, cabe salientar que a especificidade de sua tributação visa principalmente a saúde do seu consumidor, haja vista que se trata de um produto que pode tornar seu usuário dependente. Nesse sentido, a cachaça, como produto alcoólico, insere-se na categoria dos “produtos do pecado” (*sin tax*), um conceito tributário que aplica impostos elevados em bens considerados prejudiciais à saúde pública e à sociedade. Esse tipo de tributação é utilizado globalmente para desincentivar o consumo de produtos como álcool, tabaco e algumas bebidas açucaradas, com o objetivo de reduzir os custos de saúde pública e compensar os possíveis efeitos adversos do consumo excessivo (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE/Escola Superior de Propaganda e Marketing – ESPN, 2008; Acselrad *et al.*, 2012; Margarido *et al.*, 2025).

No Brasil, a tributação sobre bebidas alcoólicas é um dos exemplos mais representativos de *sin tax*. Produtos como a cachaça são onerados por meio do Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI), do ICMS e outros tributos federais e estaduais, que elevam significativamente o preço final ao consumidor (Ribas, 2017). A carga tributária sobre bebidas alcoólicas no Brasil pode ultrapassar 80% do valor do produto, dependendo das alíquotas aplicáveis em cada estado, além das especificidades do mercado local e das políticas fiscais estaduais (Machado *et al.*, 2024; Instituto Brasileiro de Planejamento e Tributação – IBPT, 2019).

A intenção por trás dessa tributação é dupla: além de arrecadar recursos para o Estado, visa inibir o consumo excessivo e, com isso, reduzir o impacto sobre o sistema de saúde. Dados do IBPT apontam que o custo gerado por doenças relacionadas ao consumo de álcool corresponde a uma parte considerável dos gastos em saúde pública, o que justifica a carga tributária elevada aplicada a esses produtos (IBPT, 2019).

Além do impacto direto no consumo, a alta tributação sobre produtos alcoólicos como a cachaça gera consequências econômicas significativas, especialmente para os pequenos e médios produtores, que representam uma parcela importante da economia rural brasileira. Para muitos desses, a carga tributária elevada reduz drasticamente a margem de lucro, dificultando a competição com grandes indústrias que conseguem absorver melhor esses custos ou mesmo repassá-los ao consumidor (Acselrad *et al.*, 2012).

A situação torna-se ainda mais desafiadora para o setor canavieiro no Brasil, onde a cachaça, produto de grande valor cultural e histórico, especialmente em produções de pequena escala, enfrenta uma carga tributária elevada e complexa. A combinação de múltiplos tributos federais e estaduais cria um ambiente burocrático e oneroso, dificultando tanto a formalização quanto a expansão do setor. A falta de uniformidade nas alíquotas, somada à diversidade de legislações regionais, torna a tributação sobre bebidas alcoólicas um dos sistemas mais complexos do mercado brasileiro, impactando especialmente os pequenos produtores que atuam em âmbito regional (Ribas, 2017).

Diante desse cenário, a alta carga tributária imposta aos produtos alcoólicos frequentemente incentiva a informalidade, levando muitos pequenos produtores a operar fora dos sistemas de controle oficial para evitar os custos elevados da formalização. Esse fenômeno enfraquece o setor formal e impede que o governo arrecade uma parte significativa da receita tributária potencial. A informalidade é, portanto, incentivada pela complexidade tributária e pelos altos impostos, afastando os pequenos do mercado regular e expondo os consumidores a produtos que não passam por controle de qualidade (Schwingel; Rizza, 2013, Daniel, 2016).

Além dos tributos diretos, há o impacto dos impostos sobre os insumos essenciais para a produção, como defensivos agrícolas e máquinas, que sofrem incidência de ICMS, IPI e PIS (Programa de Integração Social) e COFINS (Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social). Esses tributos indiretos aumentam o custo dos insumos em até 30% (Secretaria da Fazenda do Estado do Paraná, 2024), tornando a modernização quase impossível para muitos pequenos produtores. A informalidade, nesse cenário, surge como um “jeitinho” de tentar equilibrar a balança, mas sem oferecer um caminho sólido para o desenvolvimento. Como bem coloca Velloso (2023), essa realidade coloca vários setores em um ciclo vicioso, no qual o próprio sistema tributário parece anular as chances de avanço sustentável.

O PIS e COFINS, somados, representam 9,25% sobre o faturamento bruto, e seu impacto não é apenas financeiro, mas também estrutural (Secretaria da Fazenda do Estado do Paraná, 2024). Eles afetam a capacidade de reinvestimento e a competitividade, transformando a operação em um jogo de sobrevivência. Essa situação coloca os produtores diante de um dilema: de um lado, há a necessidade de inovar e crescer para competir em um mercado globalizado; de outro, a pressão de um sistema tributário que cobra cada tentativa de avanço, afetando ainda mais aqueles que tentam contornar as obrigações fiscais.

Em face dessa realidade, muitos pequenos e médios produtores encontram-se em um ciclo vicioso de dependência e estagnação. Sem acesso a financiamentos formais, apoio governamental e políticas de incentivo que tornem a carga tributária mais adequada à sua realidade, as cachaçarias artesanais, em geral, lutam para se manter relevantes (Daniel, 2016). Esse contexto sugere não apenas uma adaptação dos produtores, mas uma revisão estratégica da estrutura fiscal, que precisa ser reformulada para fomentar o desenvolvimento desse setor, garantindo sua competitividade e sustentabilidade.

4. Metodologia

A metodologia utilizada neste artigo baseou-se em um estudo de caso realizado em uma única empresa de cachaça artesanal localizada no Oeste do Paraná, com a intenção de analisar os principais aspectos dos ambientes organizacional, institucional, tecnológico e competitivo, tendo como método analítico o modelo de Farina *et al.* (1997).

Primeiramente, convém esclarecer o que vem a ser um estudo de caso. De acordo com Gil (2022, p. 5):

O estudo de caso consiste no estudo profundo e exaustivo de um ou de poucos casos, de maneira a permitir um amplo e detalhado conhecimento do fenômeno que se pretende pesquisar. Sua efetivação também demanda prolongada permanência do pesquisador no ambiente que está sendo estudado e a utilização de múltiplos procedimentos de coleta de dados, tais como entrevistas, observação simples ou participante e análise de documentos.

Os dados foram coletados diretamente em uma cachaçaria artesanal no Oeste do Paraná, que se dispôs a colaborar com a pesquisa, mas ressaltou algumas restrições quanto a dados e fotos que pudessem identificar a unidade produtiva e, assim, comprometer seu anonimato. Embora a empresa tenha concordado com a visita e com a aplicação do questionário (seguido de entrevista), bem como com as perguntas dos pesquisadores, por questões particulares dos proprietários da empresa foi garantida o anonimato.

Lado outro, esse anonimato da cachaçaria artesanal modelo não comprometeu os resultados alcançados pelo estudo, que serão apresentados com cuidados e discrição técnica.

Outrossim, as limitações de se basear a pesquisa em uma única fonte não devem ser usadas para generalizar seus resultados para todas as empresas de cachaçaria artesanal.

Como encaminhamentos foram realizadas entrevistas técnicas com os proprietários dessa unidade por três pesquisadores em julho de 2024 e abril de 2025. Cabe citar que, conforme dados do MAPA (2024), existem 37 cachaçarias no Paraná. Para a publicação deste artigo foi realizada uma nova visita à cachaçaria para corroborar os resultados obtidos, bem como dirimir dúvidas quanto ao trabalho realizado.

Dessa forma, este estudo pode ser classificado como uma pesquisa qualitativa, com natureza bibliográfica e descritiva. Outra característica é o perfil exploratório que objetiva proporcionar maior familiaridade com o problema de pesquisa, tornando-o mais explícito e/ou permitindo a formulação de hipóteses (Gil, 2019, 2022).

5. Método analítico

Quando se observa uma pequena empresa logo surgem algumas questões: primeira, qual é a sua competitividade em um vasto mercado dominado, sobretudo, por grandes empresas, cada vez mais individuais e sofisticadas? E qual é a sua capacidade de sobreviver nesse contexto concorrencial de forma produtiva, garantindo a rentabilidade necessária para se manter no mercado de maneira sustentável e artesanal, em um ambiente institucional que influencia diretamente as condições da empresa?

De acordo com Farina (1999), competitividade é aquela que possui consequências diretas para o desempenho e a evolução de uma empresa no mercado concorrencial. Ela é um indicador dos resultados obtidos e resume o desempenho da empresa, seja nos custos ou na produtividade, pontos essenciais para a sua eficiência e competitiva.

Dessa forma, a competitividade de um sistema produtivo agroindustrial, independente do seu porte, pode ser medida pela sua capacidade de coordenar sistematicamente a produção de um bem, como pelo escopo de atender às expectativas do consumidor (Neves; Castro, 2007; Ramos *et al.*, 2011). No setor de desenvolvimento empresarial, e para se manter no mercado competitivo, sabe-se que o marketing, as ofertas, as novas criações e outros fatores são essenciais para a competitividade da empresa.

Em se tratando do ambiente institucional, esse tem um enfoque macroanalítico, já que trabalha com variáveis relacionadas com política, legislação e instituições que formam e estruturam os aparatos regimentais de uma sociedade. A instituição de governança tem um enfoque microanalítico, já que o interesse maior é trabalhar com as organizações da firma e mercado, e com os contratos (Farina, 1999; Junges *et al.*, 2024).

Nesse panorama, para compreender melhor essa questão, Farina *et al.* (1997) propõem um modelo de variáveis para a análise de sistemas agroindustriais, que inclui: ambiente institucional, ambiente organizacional, ambiente tecnológico e ambiente competitivo, todos interligados, ou seja, sem compartimentos estanques. Tal modelo é ilustrado na Figura 1, que destaca os principais aspectos das estruturas encontradas no mercado globalizado e competitivo.

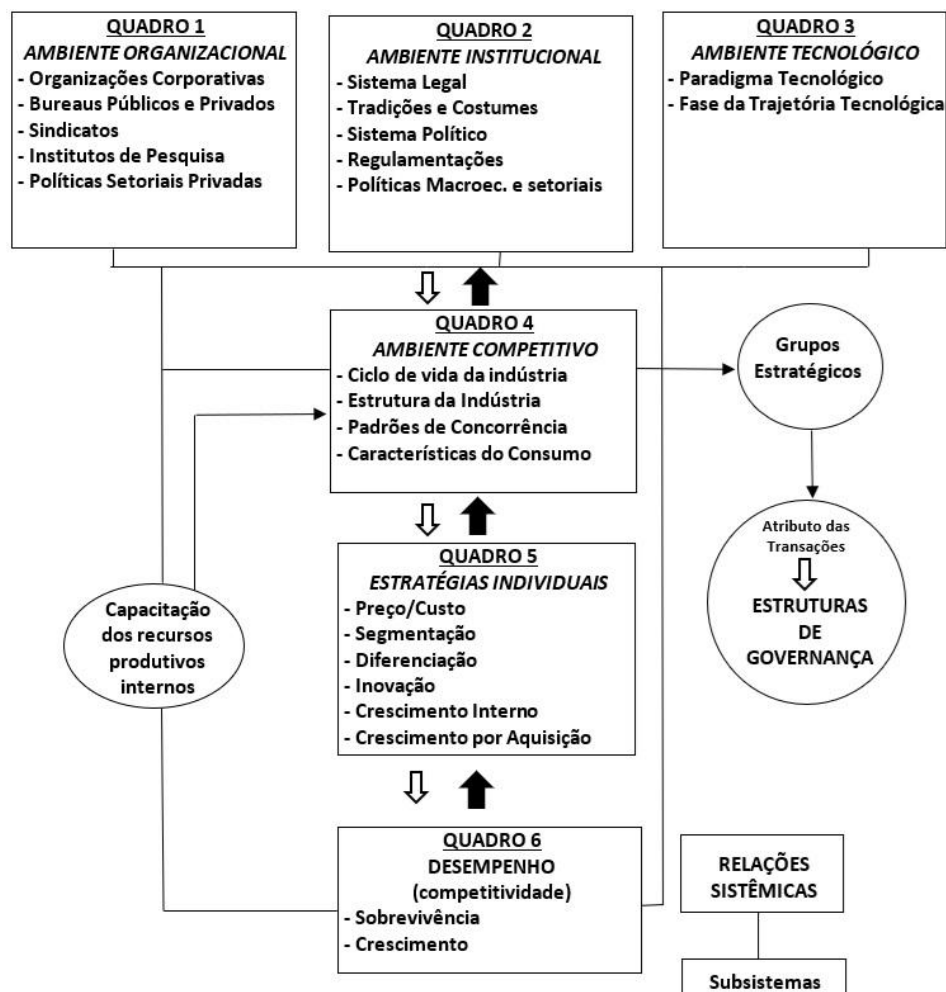


Figura 1 – Fatores que influem na estratégia das firmas e desempenho dos mercados

Fonte: Farina *et al.* (1997).

Em análise, sabe-se que muitos fatores externos estão ligados à competitividade das empresas, o que acaba influenciando as discussões e decisões individuais dos seus proprietários, que não podem controlar determinadas ações. Dentro desses fatores, Farina *et al.* (1997) e Farina (1999) destacam o ambiente organizacional, que é composto pelas organizações corporativistas, os *bureaus* públicos e privados, os institutos de pesquisa, entre outros. O ambiente institucional, por sua vez, é composto pelo sistema legal, tradições e costumes, sistema político, regulamentações, políticas macroeconômicas e setoriais. O paradigma tecnológico e a fase da trajetória tecnológica compõem o ambiente tecnológico. Por último, mas não menos importante, tem-se o ambiente competitivo, caracterizado pelo ciclo de vida da indústria, estrutura da indústria, padrões de concorrência e características do consumo.

Entretanto, por mais que todos os ambientes da Figura 1 sejam importantes para uma empresa que busca um ambiente saudável e competitivo, no caso em tela, o ambiente institucional desempenha um papel importante na formulação de estratégias individuais e no desempenho da empresa de cachaça orgânica artesanal. Isso ocorre uma vez que as altas cargas tributárias condicionam a atuação dos pequenos produtores de cachaça artesanal na informalidade.

Um ponto importante sobre o método analítico que fundamenta este artigo é o fato de que alguns estudos já aplicaram esse mesmo referencial (Farina *et al.*, 1997), como nos

trabalhos de Horn *et al.* (2009), Ramos *et al.* (2011) e Junges *et al.* (2024). Assim, esta pesquisa segue uma abordagem metodológica com respaldo e aceitação em pesquisas anteriores, o que confere maior credibilidade aos resultados e conclusões do artigo atual.

6. Resultados e discussão

A pesquisa *in loco* ocorreu em julho de 2024 e abril de 2025, tendo como objeto uma pequena e tradicional propriedade localizada no Oeste do Paraná, onde é desenvolvida a produção de cachaça artesanal. Por motivos de fito pessoal, os proprietários optaram por manter o anonimato, conforme já informado no item metodologia.

Como roteiro da entrevista semiestruturada, foram utilizados os seguintes quesitos para as perguntas:

1. Há quanto tempo estão no mercado?
2. Quais as ações realizadas para se manter no mercado?
3. Qual a diferenciação do produto?
4. Qual o período da produção?
5. Possuem certificação?
6. Qual o custo da produção?
7. O produto é comercializado fora do município?

Para deixar os entrevistados mais à vontade, as respostas seguiram o entendimento dos entrevistados diante das perguntas apresentadas, sendo dispostas conforme se segue, preservando a autenticidade das informações.

A empresa atua no mercado de cachaça artesanal desde 1963 e conta com produção própria de cana-de-açúcar na propriedade. Utiliza, na produção da bebida, a variedade RB 03 6091 de cana-de-açúcar (desenvolvida pela Rede Interuniversitária para o Desenvolvimento do Setor Sucroenergético – RIDESA) que, de acordo com o entrevistado, é a ideal para a região Oeste do Paraná. Destacou, ainda, que nunca realizou qualquer campanha de marketing para promover sua marca e que todo o processo de plantio, colheita e produção segue o mesmo padrão artesanal e orgânico desde o início da empresa, sem a aplicação de qualquer agroquímico na plantação.

Em relação à denominação de produção orgânica, a literatura exige a autenticidade de um selo que confirme essa prática (Maciel *et al.*, 2021). No entanto, tal selo não existe nesse caso, sendo a identificação da cachaça como orgânica feita exclusivamente pelos próprios proprietários. Embora os pesquisadores atestem sua forma de produção mais limpa, sustentável e viável, sem uma certificação que ateste a autenticidade da produção, não é possível reconhecer oficialmente essa cachaça artesanal como orgânica.

Enquanto produção, explicou que a fase da colheita da cana-de-açúcar é a mais comprometedor de todo o processo. Justificou a ausência de mão de obra e de mecanização no processo, sendo realizado de forma manual. Também destacou que, por questões de qualidade do produto, não realizam a queimada da cana-de-açúcar na colheita. Expôs que o plantio é realizado, normalmente, em setembro (fim do clima frio na região) e que a colheita é realizada entre junho e julho, após “medição da doçura” da planta. Também como forma de preservar a qualidade, a mesma planta é utilizada em apenas duas colheitas, sendo substituída posteriormente.

O custo de produção, revelado pelos entrevistados, é de R\$ 6,00 (seis reais) o litro. A produção total da aguardente chega a 20.000 litros por colheita. Após o corte e colheita da cana-de-açúcar, o processo de produção da bebida leva em torno de 40 a 60 dias. Quanto ao custo de

produção e formulação de preço, os entrevistados informaram que consideram na composição de seu cálculo as embalagens (PET e vidro), os rótulos, os insumos (leveduras selecionadas, sementes da cana-de-açúcar), o tempo de armazenamento, a quantidade e a mão de obra dos colaboradores no plantio e na colheita da planta. O preço da bebida varia de acordo com seu envelhecimento e qualidade, desde R\$ 15,00 (quinze reais) o litro, até valores maiores do que R\$ 100,00 (cem reais) o litro.

Outro diferencial apontado pelos produtores, e corroborado por Oshiro e Maccari Júnior (2015), é que, no processo de destilação da cachaça, ocorre a separação da cabeça, do coração e da cauda. A cabeça é a primeira fração a ser destilada e normalmente é descartada, pois contém compostos mais voláteis e indesejáveis, podendo ser usada, por exemplo, como desinfetante ou combustível. O coração é a fração intermediária, que contém o produto puro e substâncias aromáticas, sendo a parte mais valorizada. A cauda, última fração da destilação, ainda é rica em água e compostos mais pesados, podendo ser reaproveitada em processos de fermentação ou para outros fins. A empresa utiliza apenas o coração na produção de sua cachaça, visando garantir a máxima qualidade possível do produto. De acordo com os entrevistados, esse é o principal fator na diferenciação de sabor entre a cachaça industrializada e a artesanal. Para cotejo com literatura similar, vide Ramos *et al.* (2023) que avaliaram os fatores de qualidade da cana-de-açúcar para a produção de cachaça na região de Salinas (MG), uma das mais tradicionais do Brasil.

Ao serem questionados sobre as certificações necessárias para a produção e venda, os proprietários criticaram a alta carga tributária incidente sobre a cachaça, o que desestimula o pequeno produtor artesanal a buscar as regulamentações exigidas. Essa observação está em consonância com o que foi mencionado na literatura citada anteriormente (SEBRAE; ESPN, 2008; Neri; Fontes, 2010; Maciel *et al.*, 2021).

Sobre a promoção de sua bebida, os entrevistados explicaram que a propaganda da cachaça é feita pelo método “boca a boca”, ou seja, um consumidor compra, aprova e indica para um parente, que então recomenda para um vizinho, e assim sucessivamente. Segundo o entrevistado, essa forma de divulgação tem sido tão eficaz que sua cachaça já chegou à mesa de alguns consumidores em países como a Itália (sendo levada dentro das malas, na cota de bebidas permitida).

Em relação à logística de distribuição, houve o esclarecimento que não se realiza entregas “fora da porteira”. Toda a produção é comercializada na própria propriedade, sendo necessário que o consumidor faça a retirada pessoalmente. Segundo repassado, aproximadamente 80% da produção é vendida dentro do próprio município, seja para o consumidor final, seja para restaurantes. Os outros 20% acabam sendo vendidos pelos próprios consumidores que adquiriram o produto diretamente.

A cachaça é comercializada de diversas formas: em sabores distintos, como canela e gengibre, de acordo com o tipo de barril e o tempo de envelhecimento, além de diferentes tipos de embalagem. A aguardente é envelhecida em barris de carvalho e amburana. Quanto maior o tempo de envelhecimento, maior o status *premium* da bebida no momento da venda. As cachaças mais envelhecidas são comercializadas em garrafas de vidro menores, com uma apresentação minimalista, enquanto as demais são envasadas em garrafas PET de 2 litros, com um custo mais acessível.

Por fim, foi destacado novamente as dificuldades burocráticas e os custos elevados para promover seu produto em um nível mais alto de visibilidade da marca. Os proprietários afirmaram que pretendem manter seu negócio no mesmo patamar, focado em uma pequena produção artesanal voltada para o consumo doméstico.

A Figura 2 sintetiza os principais resultados da pesquisa sobre os fatores que influenciam na estratégia de uma cachaçaria artesanal no Oeste do Paraná, com base no modelo de Farina *et al.* (1997).

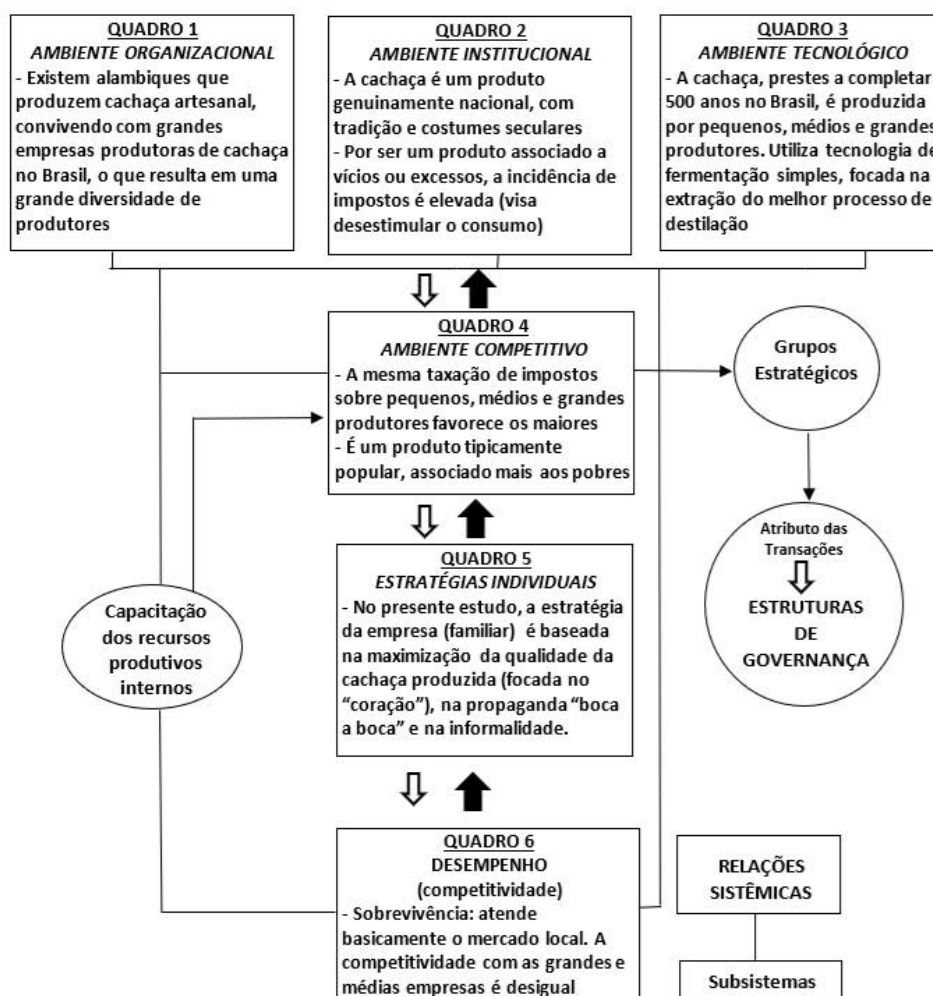


Figura 2 – Fatores que influenciam na estratégia de uma caçaçaria artesanal no Oeste do Paraná

Fonte: Elaborado pelos autores com base no modelo de Farina *et al.* (1997).

A Figura 2 sintetiza o presente artigo, transmitindo a mensagem de que o modelo de Farina *et al.* (1997), apesar de ter sido desenvolvido há 27 anos, continua sendo relevante como uma ferramenta teórica para analisar contextos empresariais. Os fatores que influenciam a estratégia da empresa em estudo, apresentados de forma concatenada entre si, destacam os ambientes organizacional, institucional, tecnológico e competitivo. Esses fatores indicam, dentro de um contexto microeconômico, que o desempenho da empresa depende principalmente da maximização da qualidade do produto, do aproveitamento intenso da mão de obra familiar e de colaboradores, e do marketing de “boca a boca” para a difusão da cachaça. Em termos macroeconômicos, no que se refere ao ambiente institucional, a questão tributária se configura como um ponto nevrálgico para a empresa.

Finalizando, na segunda visita à empresa, foram apresentados os resultados finais deste trabalho, sanadas algumas dúvidas e reiterados os agradecimentos pela oportunidade de estudar um caso típico de produção artesanal de cachaça. Com isso, a interação entre universidade e

empresa torna-se maior, reverberando não só na prática da pesquisa, mas também da extensão universitária.

7. Considerações finais

Este artigo teve como objetivo analisar o caso de uma cachaçaria artesanal no Oeste do Paraná, com base no modelo de Farina *et al.* (1997). Especificamente, foram estudados os principais aspectos dos ambientes organizacional, institucional, tecnológico e competitivo.

Conforme observado, a cachaça é um produto tipicamente brasileiro, muitas vezes estigmatizado e associado às mazelas da embriaguez. Contudo, em certos contextos, essa bebida harmoniza com diversos pratos da culinária, ganhando status *gourmet*. O resultado desse *glamour* pode ser visto nos índices de exportação e na crescente apreciação deste produto genuinamente brasileiro.

No entanto, a informalidade na produção da cachaça artesanal é um obstáculo a ser superado. As altas cargas tributárias que incidem sobre esse produto levam os produtores artesanais a dispensarem a busca pela regularização, certificação da empresa e registro do produto, uma conduta considerada ilícita.

No estudo de caso deste artigo, a produção artesanal clássica (e orgânica, segundo seus proprietários) da cachaça é vista como o diferencial para agregar qualidade e valor ao produto final. A persistência no mesmo método de produção qualificado ao longo das décadas é, segundo os produtores, o fator responsável pela permanência de sua cachaça no mercado e pela preferência dos apreciadores. Além disso, o “boca a boca” como forma de promoção da cachaça praticada pela unidade pesquisada, embora ocorra de maneira informal e direta entre consumidores, tem impulsionado a divulgação do produto.

Entretanto, desafios significativos permeiam as estratégias e a implementação de agregação de valor à cachaça abordadas neste trabalho, especialmente no aspecto da informalidade. Os custos com a produção de embalagens e rótulos, além da contratação de colaboradores para o plantio e colheita, somados aos altos índices de tributação, representam obstáculos consideráveis. Nesse contexto, o aprimoramento tecnológico na produção e a busca por associação em cooperativas podem ser alternativas para a permanência desses produtores no mercado competitivo.

Em última análise, a formulação de uma política fiscal verdadeiramente alinhada às complexas e específicas necessidades do setor agrícola é não apenas desejável, mas essencial. Para que o Brasil não apenas mantenha, mas amplie sua posição de destaque como um dos gigantes globais na produção de alimentos, é imperativo desenhar uma reforma tributária que vá além do óbvio, contemplando incentivos fiscais para práticas agrícolas sustentáveis.

No caso da cachaça, não se trataria de uma simples reforma, mas de uma reconfiguração estratégica do modelo agrícola nacional, capaz de transformar a agricultura brasileira em um farol global de produtividade aliada à responsabilidade ambiental. Imagine um setor que não apenas alimenta milhões, mas o faz respeitando e preservando os recursos naturais para as futuras gerações.

A longo prazo, essa abordagem visionária não apenas elevaria as condições econômicas dos produtores, permitindo-lhes operar com maior eficiência e segurança financeira, mas também representaria um compromisso inabalável com a preservação ambiental. Recursos naturais, hoje explorados de forma excessiva, poderiam ser geridos de maneira mais inteligente, garantindo sua renovação e sustentabilidade. Além disso, o bem-estar das futuras gerações deixaria de ser um discurso vazio, tornando-se uma realidade palpável, onde a agricultura atua como uma força propulsora do desenvolvimento sustentável.

Portanto, uma política fiscal ajustada que incentive práticas sustentáveis não é apenas uma necessidade, mas a chave para um futuro em que o Brasil lidere pelo exemplo, não apenas em quantidade, mas também em qualidade e consciência ambiental. A produção de cachaça, mesmo quando analisada no contexto da produção artesanal, pode servir como exemplo disso.

Por último, mas não menos importante, como sugestão para estudos futuros, é essencial ampliar a pesquisa para uma abrangência maior, considerando perspectivas estaduais e até regionais. Outra abordagem possível seria analisar o mercado de cachaça artesanal que opera fora da informalidade, comparando-o com aqueles que ainda enfrentam essa condição. A ciência avança com pesquisas qualificadas, mas, para isso, é necessário o debate entre os seus diversos atores, o que só se alcança com mais estudos sérios.

Referências

ACSELRAD, G.; KARAM, M. L.; DAVID, H. M. S. L.; ALARCON, S. **Consumo de bebidas alcoólicas no Brasil**: estudo com base em fontes secundárias. Rio de Janeiro: Faculdade Latino-Americana de Ciências Sociais, 2012.

APPY, B. **Propostas de reforma tributária para o setor agrícola**. Brasília: Ministério da Fazenda, 2024.

AVELAR, L. B. **Brasil**: cachaças e outras bebidas tradicionais. São Paulo: Editora SENAC, 2022.

BACHA, C. J. C. **Economia e política agrícola no Brasil**. São Paulo: Alínea, 2018.

BERTOLINO, M. T. **Cachaça boa é a cachaça segura**. Food Safety Brazil, 2023. Disponível em: <https://foodsafetybrazil.org/cachaca-boa-e-a-cachaca-segura/#:~:text=O%20consumo%20per%20capita%20de,que%20%C3%A9%20o%201%C2%B0>. Acesso em: 08 ago. 2024.

BRASIL. **Decreto nº. 6.871, de 04 de junho de 2009**. Regulamenta a Lei no 8.918, de 14 de julho de 1994, que dispõe sobre a padronização, a classificação, o registro, a inspeção, a produção e a fiscalização de bebidas. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2009/decreto/d6871.htm. Acesso em: 10 ago. 2024

BRASIL. Ministério da Agricultura e Pecuária. **Anuário da Cachaça 2024**: ano de referência 2023. Brasília: MAPA/SDA, 2024.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **A cachaça no Brasil**: dados de registro de cachaças e aguardentes. Brasília: MAPA/AECE, 2019. Disponível em: <https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/inspecao/produtos-vegetal/arquivos/anuario-cachaca-web.pdf/>. Acesso em: 09 out. 2024.

CÂMARA, M. **Cachaça**: prazer brasileiro. Rio de Janeiro: Mauad, 2018.

CARMO, G. V. R. do; OLIVEIRA, I. C. de; BARBOSA, P. C. S.; ALMEIDA JUNIOR, W. L. S.; SANTOS, R. dos; BARROS, A. M. D. B. O impacto da cachaça no desenvolvimento

econômico e cultural do Brasil. In: SEMINÁRIO DE ENSINO E EXTENSÃO DO CENTRO UNIVERSITÁRIO DE BARRA MANSA, 2, Barra Mansa, 2024. **Anais...** Barra Mansa: UBM, 2024.

CERIBELI, D. L.; SILVA, D. F.; QUEIROZ, I. G.; FERREIRA, L. C.; CORONEL, A. D.; LÍRIO, S. V. Orientação regional e competitividade do agronegócio da cachaça para a Alemanha e os Estados Unidos. **Revista de Política Agrícola**, v. 19, n. 3, p. 20-32, set. 2010.

CLEIN, C. **Motivos e consequências da falência de agroindústrias canavieiras no Estado do Paraná**. 2021. 111 f. Tese (Doutorado em Desenvolvimento Regional e Agronegócio) – Universidade Estadual do Oeste do Paraná, Toledo (PR), 2021.

DANIEL, R. C. **Pequena produção de cachaça no interior paulista**: a informalidade em questão. 2016. 163 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais) – Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Araraquara (SP), 2016.

EYNG, G. A. E. S.; ESCORSIM, S.; KIRCH, F. G.; MARTINS, L. V.; CORDEIRO, P. Cachaça: a marca Brasil e o sucesso nas exportações. In: CONGRESSO INTERNACIONAL DE ADMINISTRAÇÃO, 19, Ponta Grossa, 2006. **Anais...**, Ponta Grossa: UEPG, 2006.

FARINA, E. M. M. Q. Competitividade e coordenação de sistemas agroindustriais: um ensaio conceitual. **Gestão & Produção**, v. 6, n. 3, p. 147-161, dez. 1999.

FARINA, E. M. M. Q.; AZEVEDO, P. F.; SAES, M. S. M. **Competitividade**: mercado, estado e organização. São Paulo: Singular, 1997.

FÉRES, J. G.; FERREIRA, M. D. P. Sustentabilidade da agropecuária brasileira: o desafio da intensificação. In: **Uma jornada pelos contrastes no Brasil**: cem anos do Censo Agropecuário. VIEIRA FILHO, J. E. R.; GASQUES, J. G. (Orgs.). Brasília: IPEA/IBGE/NEAGRO, 2020. p. 341-350.

GARCIA, A.; MACCARI JÚNIOR, A.; DOBIGNIES, A.; OSHIRO, C. R.; SHIKIDA, P. F. A. Primeiro gole: a história. In: OSHIRO, C. R.; MACCARI JÚNIOR, A. (Orgs.). **Cachaças do Paraná**: de gole em gole... da cana ao copo. Curitiba: SEBRAE, 2005. p. 11-39.

GIL, A. C. **Como fazer pesquisa qualitativa**. São Paulo: Atlas, 2022.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2019.

HORN, C. L.; SHIKIDA, P. F. A.; STADUTO, J. A. R. O ambiente competitivo e as estratégias da Copacol (PR): o caso da produção da tilápia. **Revista Extensão Rural**, ano XVI, n. 17, p. 05-24, jan./jun. 2009.

HOUAISS, A. **Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2004.

IBPT – Instituto Brasileiro de Planejamento e Tributação. **Estudo sobre a carga tributária no Brasil**. São Paulo: IBPT, 2024.

IBRAC – Instituto Brasileiro da Cachaça. **Setor da Cachaça apresenta crescimento de 4,14% no número de estabelecimentos produtores registrados no Ministério da Agricultura**.

2021. Disponível em: <https://ibrac.net/noticia-do-setor/107/setor-da-cachaca-apresenta-crescimento-de-414-no-numero-de-estabelecimentos-produtores-registrados-no-ministerio-da-agricultura>. Acesso em: 15 ago. 2024.

JESUS, J. P. de; RIBEIRO, F. Incentivos fiscais: o impacto em empresas do setor agrícola. *In: CONGRESSO BRASILEIRO DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO*, 4, Ponta Grossa, 2014. **Anais...** Ponta Grossa: Universidade Estadual do Centro Oeste, 2014.

JUNGES, C. G.; SIVERES, M. R.; SHIKIDA, P. F. A. O ambiente competitivo e as estratégias na produção do etanol de milho: o caso da Inpasa (Paraguai). *In: ENCONTRO DE ECONOMIA PARANAENSE*, 16, Toledo, 2024. **Anais...** Toledo: UNIOESTE, 2024.

KAZAMA, M.; FLORES, R. T.; CATTELAN, R.; SHIKIDA, P. F. A. Agregando valor à cachaça artesanal: o caso do alambique Matraga no Paraná. **Informações Econômicas**, São Paulo, v. 54, p. 1-16, abr. 2024.

LEITE, M. V. C. (Org.). **Alternativas para o desenvolvimento brasileiro**: novos horizontes para a mudança estrutural com igualdade. Santiago: CEPAL, 2019.

LEMO, F. R.; CONTÃO, T. da S. Perspectivas e desafios da reforma tributária no Brasil. **Revista Jurídica do Nordeste Mineiro**, v. 7, n. 1, p. 1-13, 2023.

MACHADO, A. F; FIALHO, S., SILVA, T. A., CHEVITARESE, L., Reis, R. D., de OLIVEIRA, F. F. Os possíveis impactos da reforma tributária nos roteiros turísticos gastronômicos de cachaça: o imposto seletivo e os desafios para a agricultura familiar. **Revista Políticas Públicas & Cidades**, v. 13, n. 2, p. e1261-e1261, 2024.

MACIEL, A. S. P.; NEVES, W. dos S.; FERREIRA, S. M.; FURTADO JÚNIOR, T. A. **Produção de cachaça orgânica e sustentabilidade**: experiências, perspectivas e desafios. 2021 Disponível em <https://downloads.editoracientifica.com.br/articles/210203369.pdf>. Acesso em: 10 nov. 2024.

MARQUES, V. A.; BITENCOURT, A. C. V.; SALVIANO, R. A. A. G.; SOUZA, A. A. de; LOUZADA, L. C. Evidências empíricas do efeito da carga tributária sobre o desempenho financeiro de empresas brasileiras. **Revista da Receita Federal: Estudos Tributários e Aduaneiros**, v. 3, n. 1-2, p. 139-160, jan./dez. 2016.

NERI, M. C.; FONTES, A. **Informalidade e trabalho no Brasil**: causas, consequências e caminhos de políticas públicas. Rio de Janeiro: FGV Social, 2010.

NEVES, M. F.; CASTRO, L. T. E. **Marketing estratégia em agronegócios e alimentos**. São Paulo: Atlas, 2007.

OLIVEIRA, L. de O.; FERRAREZI JUNIOR, E. Produção de cachaça artesanal. **Revista Interface Tecnológica**, v. 19, n. 2, p. 810-818, 2022.

OLIVEIRA, M. de C. **Avaliação da qualidade físico-química e sensorial da cachaça orgânica envelhecida**. 2016. 81 f. Tese (Doutorado em Agronomia) – Universidade Estadual Paulista, Jaboticabal, 2016.

OSHIRO, C. R.; MACCARI JÚNIOR., A. (Orgs.). **Cachaças do Paraná: de gole em gole... da cana ao copo**. Curitiba: SEBRAE, 2005.

PBDAC – Programa Brasileiro de Desenvolvimento da Cachaça. **Não importa a bebida, moderação é questão de bom gosto**. 2009. Disponível em: <http://www.pbdac.com.br>. Acesso em: 15 ago. 2024.

RAMOS, D.; VALENÇA, S.; MOSER, D. D. N. A influência da intencionalidade significativa das marcas nos consumidores: o caso da Ypióca. In: ENCONTRO DA ANPAD, 32, Rio de Janeiro, 2008. **Anais...** Rio de Janeiro: Windsor Barra Hotel, 2008.

RAMOS, M. J.; DINCA, T.; SILVA, T. M. da; SHIKIDA, P. F. A. O ambiente competitivo e as estratégias da produção de cachaça artesanal no Oeste do Paraná. **Revista Múltipla (UPIS)**, v. 24, p. 85-100, 2011.

RAMOS, N. M.; AGUILAR, V. P. de; GOMES, D. R.; RAMOS, F. M.; LEMOS, W. C. A., GOMES, I. C. S.; SILVA, F. L. R. da; OLIVEIRA, A.; FERNANDES, O. W. B. Avaliação de fatores da qualidade da cana-de-açúcar para a produção de cachaça na região de Salinas-MG. In: SIMPÓSIO LATINO AMERICANO DE CIÊNCIA DE ALIMENTOS E NUTRIÇÃO, 15, Campinas, 2023. **Anais...** Campinas: Expo D. Pedro Campinas, 2023.

RECEITA FEDERAL DO BRASIL. **Guia do Imposto sobre a Propriedade Territorial Rural**. Brasília: Receita Federal, 2023.

RIBAS, J. R. Os impostos do pecado e a ilusão fiscal. **Revista de Direitos Fundamentais e Tributação**, v. 1, n. 1, p. 106-123, 2017.

SCARTON, M. L.; WAQUIL, P. D. Governança na cadeia da cachaça artesanal: o caso do grupo alambiques gaúchos. **Informe Gepec**, v. 16, n. 1, p. 92-111, 2012.

SCHWINGEL, I.; RIZZA, G. **Políticas públicas para formalização das empresas: Lei Geral das Micro e Pequenas Empresas e iniciativas para a desburocratização**. Mercado de Trabalho, n. 54, fev. 2013. SEBRAE.

SEBRAE/ESPN – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas e Escola Superior de Propaganda e Marketing. Série Mercado. **Cachaça artesanal: estudo de mercado** – 2008. São Paulo, SP, 2008. Disponível em [https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/32D45A5E7EE50293832574DC004574B0/\\$File/NT0003905A.pdf](https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/32D45A5E7EE50293832574DC004574B0/$File/NT0003905A.pdf). Acesso em: 06 ago. 2024.

SECRETARIA DA FAZENDA DO ESTADO DO PARANÁ. **Portal da Secretaria da Fazenda do Estado do Paraná**. 2024. Disponível em: www.fazenda.pr.gov.br. Acesso em: 08 set. 2024.

SOUZA, K.; CAFFINI, F. de C.; HORTA, P. M. do V.; SIMONCINI, J. V. B.; MORAES, M. Cachaça e gastronomia: uma harmonização cultural. **Revista de Gastronomia**, v. 3, n. 1, p. 1-11, 2024.

SOUZA, M. G; BERNARDO, L, V. M; FARINHA, M. J. U. S. Investigações sobre a nova reforma tributária brasileira. **Revista de Administração e Contabilidade – FAT**, v. 15, n. 3, p. 92-100, set./dez. 2023.

VELLOSO, R. Crescimento do PIB ou crescimento do governo? **Revista Conjuntura Econômica**, v. 61, n. 2, p. 14-15, 2007.