



CACHAÇA: GASTRONOMIA, TURISMO E HOSPITALIDADE

João Batista Villas Boas Simoncini¹
Pedro Ivo Dias Tanagino²
Caroline Rezende de Jesus Accácio³

Linha de Pesquisa: Gastronomia Brasileira

RESUMO

Este artigo pretende demonstrar a potencialidade socioeconômica do Turismo da Cachaça com ênfase na produção de alambique, bem como a Hospitalidade como fator agregador de valor e fidelização dos apreciadores e consumidores. A partir de bibliografia de referência e da legislação vigente, sobre a importância da relação entre Turismo e Hospitalidade nos negócios familiares e (micro)empreendedores individuais do ramo da cachaça de alambique, pretende-se entender a dinâmica de produção, comercialização e consumo e os impactos socioeconômicos do Turismo da Cachaça em roteiros já estabelecidos. Um dos pontos principais deste estudo, é apontar potencialidades de criação de novos roteiros turísticos da cachaça no Estado de Minas Gerais, a partir do entendimento sobre as crescentes abordagens mercadológicas possíveis para a inserção das cachaças de alambique nos circuitos turísticos, enfatizando as áreas e os mercados já existentes, a possibilidade de expansão para a área de coquetelaria e principalmente a experiência de harmonizações de cachaças com elaborações gastronômicas.

Palavras-chave: Cachaça, Coquetelaria, Gastronomia, Roteiros Turísticos.

¹ Doutor em Geografia pela Universidade Federal de Santa Maria – UFSM. Coordenador e professor do curso Tecnólogo em Gastronomia do Centro Universitário UniAcademia. Orientador

² Doutor em História pela Universidade Federal de Juiz de Fora – UFJF. PhD pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – PUC/SP. Coorientador voluntário.

³ Graduanda no curso Tecnólogo em Gastronomia do Centro Universitário UniAcademia. Voluntária.

1 INTRODUÇÃO

O Grupo de Estudos em Turismo, Hospitalidade e Gastronomia do Centro Universitário UniAcademia, tem como base para as suas pesquisas, a legislação vigente e a orientação transdisciplinar encontrada na bibliografia de referência, para o tema referente à categoria cachaça de alambique, seu modo de produção, seus aspectos socioeconômicos e histórico-culturais, entendendo esse destilado como elemento formador de identidade social e como patrimônio histórico e cultural imaterial, considerando suas regionalidades históricas e as mudanças nos processos de fabricação.

Assim, para promover o entendimento científico do tema é importante considerar os órgãos competentes que tratam da questão. A classificação legal da cachaça está contida no Decreto nº 6.871, de 2009, e também na PORTARIA Nº 339, DE 28 DE JUNHO DE 2021.

Cachaça é a 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. (DECRETO Nº 6.871, DE 4 DE JUNHO DE 2009).

Cachaça de acordo com a PORTARIA Nº 339, DE 28 DE JUNHO DE 2021, é classificada quanto ao processo de destilação em:

a) Cachaça de Alambique, quando for produzida exclusivamente e em sua totalidade em alambique de cobre; ou

b) Cachaça, quando for produzida por outro método de destilação ou pela mistura de Cachaças oriundas de diferentes métodos de destilação.

Quanto à graduação alcoólica, a cachaça pode ser: “Leve”, com graduação de 38% a 41%, “Média”, de 42% a 45% e “Forte”, de 46% a 48%. (SILVA, 2018, p. 96).

Uma das principais atividades que vem ganhando relevância no mercado que explora a potencialidade da cachaça para a Gastronomia Brasileira é o Turismo, chamado por vezes “turismo da cachaça” ou “cachaçoturismo”. Essa atividade cresce visivelmente no Brasil nos últimos anos através da criação de roteiros turísticos, museus, coleções de cachaça, festivais, congressos, feiras e eventos de degustação em que tem se buscado a oferta da experiência de degustação e harmonização de

cachaça com elementos de gastronomia regional ou local, que abrem um grande leque de oportunidades de negócios sustentáveis nos aspectos econômico, ambiental e social.

Dessa forma, devido à sua importância socioeconômica e histórico-cultural, o mercado da cachaça, se atrelado ao Turismo, tem se mostrado como promissor,⁴ impulsionando um ao outro mutuamente, na medida em que valoriza a experiência das manifestações culturais, como os costumes, o folclore, a cultura, a música, a arte, a religião e as tradições nas diversas regiões do Brasil. Ademais, o estímulo ao Turismo da Cachaça, se feito de modo planejado e apoiado por políticas públicas, pode contribuir o desenvolvimento socioeconômico sustentável nas regiões produtoras, proporcionando a melhoria na infraestrutura de estradas e transportes, acomodações e instalações em geral, bem como dos demais equipamentos urbanos necessários ao desenvolvimento das cidades que crescem com o Turismo (SILVA, 2018, p. 209-210).

Buscando aprofundar o conhecimento sobre esse nicho em crescimento e pouco explorado do Turismo Gastronômico da Cachaça, esse texto é resultado do Projeto do Grupo de Estudos, que se concentra em um aspecto específico dessa atividade, que é o fator “Hospitalidade” como agregador de valor e de fidelização de clientela. Os principais estudiosos do tema concordam que a oferta comercial da Hospitalidade ocorre na maioria das sociedades ocidentais industrializadas justamente porque ela foi lançada à margem dos códigos de valores desse tipo de sociedade. Daí infere-se, por exemplo, o sucesso que a impessoalidade trouxe ao setor de hotelaria tradicional (LASHLEY; MORRISON, 2004, p. 17-20).

Dessa forma, busca-se refletir sobre o grande potencial inexplorado da formação de circuitos turísticos da cachaça que privilegiam o interior, as pequenas cidades, a produção familiar e o mundo rural que valorizam a Gastronomia Regional e a produção de cachaça de alambique, a cada dia mais valorizada e mais procurada no mercado. Nesse cenário promissor, Turismo e Hospitalidade são tratados como um fator de crescimento e fortalecimento mercadológico da gastronomia brasileira.

2 CACHAÇA: BREVE HISTÓRICO E ASPECTOS GERAIS

A cachaça remonta o período histórico, quando a bebida alcoólica se tornou uma das principais moedas de troca do comércio português na África no século XVI, relacionada ao tráfico negreiro.

Segundo Jairo Martins, apesar de existirem várias versões sobre a origem da Cachaça Brasileira, o certo é que a sua história se confunde com a História do Brasil, tendo como protagonistas principais a cana-de-açúcar, o Escravo Africano e o Imigrante Português, que, juntos, numa Terra de Índio, criaram a bebida que mais simboliza o espírito descontraído do brasileiro.

Historicamente o surgimento da cachaça se deu durante as primeiras tentativas de exploração das terras brasileiras pelos portugueses. A primeira plantação de cana foi feita em 1504 pelo fidalgo judeu de Portugal Fernão de Noronha, que recebeu a ilha, batizada com o seu nome (Fernando de Noronha), para exploração do pau brasil.

De acordo com publicação, resultado de pesquisa sobre este tema (SIMONCINI *et alia*, 2021) o emprego da terminologia “cachaça” pode ser analisado historicamente. De acordo com Luís da Câmara Cascudo (1986), a palavra “cachaça” começa a aparecer na literatura e poesia portuguesa na época das Grandes Navegações, nos séculos XV e XVI. No reinado de D. João III (1521-1557) já se produzia e consumia bebida chamada “cachaça” na região Norte de Portugal. Todavia, a palavra, possivelmente de origem espanhola (“*cachaza*”), designava então a aguardente feita de borras de uva, mais conhecida em Portugal como bagaceira, muito embora o famoso escritor português Gil Vicente (1465-1536) já registrasse, em 1525, a abundância de plantações da cultura asiática da cana-de-açúcar na província da Beira, na região Central de Portugal. O seu plantio para o fabrico do “mel de açúcar” tem registro em Portugal pelo menos desde meados do século XV, como substituto do mel de abelha na farmacopeia e culinária portuguesas (CASCUDO, 1986).

Cascudo (1986) dá a entender que a fabricação de aguardente de cana-de-açúcar tem início no primeiro século da colonização portuguesa na América, aproximadamente em finais do século XVI, mas o uso da palavra “cachaça” para o destilado brasileiro de forma ampla é tardio. Entre os séculos XVI e XVIII esta palavra não aparece nos documentos e relatórios comerciais, fiscais e nem nos eclesiásticos.

No início do século XVIII, na Bahia, o famoso missionário e historiador jesuíta italiano André João Antonil (1646-1716), autor de *Cultura e Opulência do Brasil por*

suas Drogas e Minas, descreve de forma pormenorizada o processo de fabricação do açúcar, apontando o mesmo significado acima posto para a “cachaça” como espécie de refugio da indústria açucareira.

Nas últimas décadas tem aumentado as iniciativas, tanto por parte dos produtores quanto por parte do Governo, pela implantação de normas e procedimentos que visam a valorização do produto. Uma dessas iniciativas foi a criação, em 1997, do Programa Brasileiro de Desenvolvimento da Cachaça (PBDAC) pela Associação Brasileira de Bebidas (ABRABE)⁴. O programa trouxe como objetivos: “valorizar a imagem da cachaça como um produto genuinamente brasileiro, capacitar o setor para competir no mercado internacional com eficiência e qualidade e ainda oferecer capacitação técnico-comercial aos produtores” (OLIVEIRA, 2010. p. 8). Um dos maiores êxitos dessa política de valorização da cachaça foi o considerável aumento do consumo pelo público de maior poder aquisitivo no país e pelo aumento nas exportações, indicativo de um mercado em plena expansão, tanto do ponto de vista dos produtores de cachaça, quanto daqueles que a utilizam na gastronomia brasileira, em suas inúmeras aplicabilidades.

Encarada como elemento de identidade social e do patrimônio cultural brasileiro, a cachaça tem o potencial de movimentar um vasto mercado, pensando, por exemplo, nas práticas do turismo gastronômico, entendido como forma de turismo cultural:

O turismo cultural por sua vez é uma prática comum a outras modalidades turísticas, tem ligação direta com o patrimônio material e imaterial dos lugares, valoriza o estilo de vida do residente e seus costumes, destaca a importância da preservação dos atrativos, um formato de turismo que agrega valor não apenas às belezas naturais, mas ao conjunto das informações construídas ao longo do tempo, onde a memória contida nos atrativos possui grande importância e é o potencial a ser explorado nesta modalidade de prática turística (BRAGA; KIYOTANI, 2015. p. 257).

⁴ A Portaria MAPA nº 153, de 27 de maio de 2021 “estabelece os procedimentos de reconhecimento de equivalência para a adesão ao Sistema Brasileiro de Inspeção de Produtos de Origem Vegetal (Sisbi-POV), do Sistema Unificado de Atenção à Sanidade Agropecuária (Suasa). O Sisbi-POV é um importante instrumento de governança das fiscalizações e inspeções realizadas em produtos de origem vegetal e tem por objetivo padronizar, harmonizar e ampliar os procedimentos de inspeção em todo país para melhorar o controle da qualidade e da segurança desses produtos. A adesão é voluntária e destinada aos estados, ao Distrito Federal, aos municípios e consórcios municipais”. (MAPA, 2021. p. 15).

Conforme salienta Jairo Martins da Silva (2018), importante autor na bibliografia sobre as questões do mercado da cachaça na atualidade, constata-se que a sua valorização cultural como patrimônio brasileiro e principalmente, a certificação de origem de cachaças é uma das melhores formas de demonstrar “a conformidade do produto no que se refere aos requisitos de qualidade e segurança alimentar, além de demonstrar o compromisso do produtor com questões ambientais e de responsabilidade social” (SORATTO, VARVAKIS, HORII, 2007. p. 687). Estes elementos vão atribuir ao produto maior valor agregado à marca, aumentando a sua competitividade no mercado e a qualidade que é apreciada e valorizada pelo consumidor final.

A produção de cachaça é distribuída por quase todo o território nacional, guardando as especificidades de produção e quantidades produzidas. Em 2020, o Brasil totalizou 955 (novecentos e cinquenta e cinco) produtores de cachaça estabelecimentos registrados no Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA). Os dez estados com maior número de estabelecimentos produtores de cachaça registrados continuam são respectivamente: Minas Gerais, São Paulo, Espírito Santo, Rio de Janeiro, Santa Catarina, Rio Grande do Sul, Paraíba, Goiás, Paraná e Bahia. Notadamente, é a região Sudeste a que possui o maior percentual de estabelecimentos registrados para produção de cachaça (68,7%), sendo um total de 656 (seiscentos e cinquenta e seis) produtores. Nos últimos três anos a ordem permanece igual, ficando em primeiro lugar o Sudeste, em segundo lugar o Nordeste (com 14,5% e 138 produtores), em terceiro lugar o Sul (com 12,4% e 118 produtores), em quarto o Centro-Oeste (com 3,7% e 35 produtores) e, por último, o Norte (com 0,8% e 8 produtores). A única região que apresentou decréscimo no número de produtores foi a Norte. A abrangência nacional de produtores de cachaça aumentou, sendo que em 2020 foram identificados produtores registrados no Mapa em 25 (vinte e cinco) unidades da federação, permanecendo sem produtores de cachaça registrados apenas o Amapá e Roraima (MAPA, 2021, p. 13).

3 TURISMO E HOSPITALIDADE

A palavra hospitalidade se origina da palavra latina *hospitalitas-atis* e traduz-se como: o ato de acolher, hospedar; a qualidade do hospitaleiro; boa acolhida; recepção; tratamento afável, cortês, amabilidade; gentileza. (DIAS, 2002. p. 98). Em termos gerais, o significado da hospitalidade está vinculado ao fato de que qualquer visitante deve ser ajudado, abrigado, alimentado e protegido enquanto está fora do lar. Um aspecto histórico da hospitalidade é a obrigação de tratar estranhos com dignidade, alimentá-los, fornecer-lhes bebidas e protegê-los. À medida que o mundo se torna mais ciente de sua imensa diversidade, o “espírito da hospitalidade” parece especialmente importante. (CHON; SPARROWE (2003, p. 9).

Segundo Selwyn (2004), a função básica da hospitalidade é estabelecer um relacionamento ou promover um relacionamento já estabelecido. O ato relacionado com a hospitalidade obtém este resultado no processo de troca de produtos e serviços, tanto materiais quanto simbólicos, entre aqueles que dão e os que recebem hospitalidade. O mesmo autor, salienta que a hospitalidade transforma: estranhos em conhecidos, inimigos em amigos, amigos e melhores amigos, forasteiros em pessoas íntimas, não-parentes em parentes. Esses princípios ganham expressão em descrições etnográficas de uma grande variedade de sistemas sociais.

Os etnógrafos das sociedades de caçadores e coletores, deram grande importância à fluidez e à flexibilidade dos grupos que constituem essa estrutura social.

Em alguns casos, como em festas em sociedades isoladas como as das montanhas da Nova Guiné e da Floresta Amazônica a festa e a hospitalidade expressam, consolidam e/ou estabelecem vínculos entre os grupos de parentesco, e são parte integrante dos processos de desenhar e redesenhar os parâmetros das alianças entre tais grupos.

A obra “Tropas e Tropeiros na Formação do Brasil” José Alípio Goulart (1961) pode ser considerada uma das obras que traça os primeiros exemplos de hospitalidade no interior do Brasil, coadunando com a afirmativa de Stolf (2017) que as primeiras formas de hospedagem paulistanas eram respectivamente o simples pouso dos tropeiros, o telheiro coberto ou rancho ao lado das pastagens, a venda, estalagem ou hospedaria e os hotéis. Entretanto, neste período, não se identifica nenhuma legislação nem menção ao tema hospitalidade.

A legislação aplicada a hospitalidade no Brasil é recente. A Lei nº 11.771 de 17 de setembro de 2008 – Lei Geral do Turismo –, regulamentada pelo Decreto nº 7.381 de 02 de dezembro de 2010, foi a primeira lei a contemplar o tema hospitalidade. Posteriormente tem-se a Lei nº 12.884, de 21 de novembro de 2013, que institui o Dia Nacional dos Trabalhadores em Turismo e Hospitalidade, comemorado em 26 de novembro.

De acordo com Pazinato (2008), os pontos positivos da Lei nº 11.771 está a introdução do Cadastro dos Prestadores de Serviços Turísticos - Cadastur⁵ e o Sistema Nacional de Registro de Hóspedes - SNRHos⁶.

Pazinatto (2008) explica que a Constituição da República Federativa do Brasil - CF 1988 prenuncia o turismo como vetor de desenvolvimento econômico e social no Brasil. Seu Art. 189 destaca: “A União, os Estados, o Distrito Federal e os Municípios promoverão e incentivarão o turismo como fator de desenvolvimento social e econômico” (BRASIL, 1988). De modo geral, destaca Pazinato (2008) alguns decretos, leis e deliberações relacionados a hospedagem e alimentação: Decreto nº 5.046 de 30 de março de 2005, complementado pela Lei nº 11.771 (BRASIL, 2008); Decreto nº 84.910, de 15 de julho de 1980, que regulamenta dispositivos da Lei nº 6.505, de dezembro de 1977 (BRASIL, 1980a); Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (BRASIL, 1990b); Lei nº 9.605, de 12 de fevereiro de 1998 (BRASIL, 1998a); Lei nº 8.623, de 28 de janeiro de 1993 (BRASIL, 1993); Deliberação Normativa nº 429, de 23 de abril de 2002, complementada pela Lei 11.771 (BRASIL, 2008); Deliberação Normativa nº 232, de 23 de novembro de 1987 (BRASIL, 1987); Deliberação Normativa nº 070, de 12 de novembro de 1980 (BRASIL, 1980b); Resolução de Diretoria Colegiada RDC nº 216, de 15 de setembro de 2004, da Agência Nacional de Vigilância Sanitária - ANVISA (BRASIL, 2004).

⁵ Cadastur é o sistema de cadastro de pessoas físicas e jurídicas que atuam na cadeia produtiva do turismo, executado pelo Ministério do Turismo em parcerias com os órgãos oficiais de setor nas unidades federativas. O objetivo do Cadastur é promover a legalização e a formalização dos empreendimentos turísticos e profissionais da área. O Cadastur é exigido para os estabelecimentos de hospedagem, para os restaurantes, é um documento facultativo. (PAZINATTO, 2008. p. 13).

⁶ O SNRHos é o envio *on-line* das informações contidas na Ficha Nacional de Registro de Hóspedes - FNRH para o Ministério do Turismo. A FNRH, no setor da hospedagem, entre outros, é um cadastro em que se obtêm as informações estatísticas do perfil do turista que viaja pelo Brasil. Além dos seus dados pessoais, a ficha solicita informações de sua procedência, seu destino, sua profissão, o motivo da viagem, o meio de transporte utilizado, se viaja com acompanhantes, o nome, a idade e o documento de cada um deles. Todas as fichas são datadas e assinadas [...]. (PAZINATTO, 2008. p. 13).

A área do Turismo e Hospitalidade ocupa-se da criação de produtos a serem ofertados e, sobretudo, da prestação de serviços turísticos, de hospedagem, de alimentação e de eventos. Os serviços de hospitalidade compreendem basicamente os de hospedagem e os de alimentação. Os de hospedagem são prestados em hotéis e similares, colônias de férias, condomínios residenciais e de lazer, entre outras instituições. Os de alimentação são prestados em restaurantes, bares e similares, comerciais ou não, autônomos ou integrados àqueles vários meios de hospedagem ou a empresas, escolas, clubes, parques, aviões, trens, etc., ou, ainda, em produção para *buffet*, banquete, *catering*, entrega direta, distribuição em pontos-de-venda, etc.

Em decorrência de um conjunto de fenômenos que caracterizam o mundo atual, o mercado de trabalho vem se reconfigurando e colocando novas exigências para os profissionais da área de Turismo e Hospitalidade. Uma delas é a revalorização da educação geral, na medida em que ela é condição essencial para todo desempenho técnico-profissional frente aos novos paradigmas econômico-sociais.

No contexto do Turismo, o Estado de Minas Gerais teve em seu processo de formação socioeconômica, política e territorial grande diversidade cultural e relevantes conjuntos arquitetônicos da arte barroca brasileira. Posteriormente a fase mineradora, inicia a fase do café, cuja economia gerada possibilitou a abertura estradas e cidades, proporcionando uma fase que fortaleceu a infraestrutura de transportes, principalmente das ferrovias para o escoamento do café. O capital gerado pela cafeicultura contribui com o processo de industrialização de Minas Gerais, que cresceu sem perder a hospitalidade característica dos seus habitantes e ainda preserva a riqueza histórica, as tradições e a diversidade gastronômica que atraem e conquistam os turistas.

No que tange a culinária mineira – uma das mais variadas do Brasil –, estão um número ilimitado de iguarias, estando estas vinculadas aos diversos lugares e regiões. Paraphrasing João Guimarães Rosa (1970, p. 246) “Minas Gerais é muitas”. Entre as iguarias e as elaborações tradicionais mineiras está o frango com quiabo e angu; frango ao molho pardo com angu e arroz branco; frango ou costelinha de porco com ora-pro-nóbis, canjiquinha com costelinha de porco; leitão à pururuca; porco na lata; torresmo crocante; feijoada mineira; feijão tropeiro; vaca atolada; farofas (variadas); queijos artesanais de minas (Araxá, Campo das Vertentes, Canastra, Cerrado, Serra do Salitre, Serras de Ibitipoca, Serro, Triângulo, Vale do Jequitinhonha e Vale do Suaçuí,); Cachaça Mineira (prata / branca / cristalina & ouro / envelhecida).

Para fortalecer a gastronomia mineira o Governo do Estado de Minas Gerais através da Lei nº 21.936 de 23 de dezembro de 2015 instituiu a Política Estadual de Desenvolvimento da Gastronomia, tendo assim estabelecida em seu Art. 1º - Fica instituída a política estadual de desenvolvimento da gastronomia - PDG, que norteará a elaboração e a implementação do Plano Estadual de Desenvolvimento da Gastronomia - PEDG.

O governo do estado publicou (versão impressa e digital) o “Mapa Gastronômico de Minas Gerais” (GOVERNO DE MINAS GERAIS, 2017). Neste, são encontradas três seções: festivais gastronômicos; visita aos produtores locais e roteiros gastronômicos.

Os Circuitos Turísticos em Minas Gerais conta com circuitos turísticos, que são divisões distintas das mesorregiões do estado. As divisões dos circuitos levam em consideração não apenas as características econômicas e sociais dos municípios, mas, sobretudo, suas peculiaridades culturais.

Desse modo, o turismo regional é fomentado destacando-se as afinidades socioculturais presentes em cada circuito de municípios. O estado possui, no total, 47 circuitos turísticos. O guia do Estado de Minas Gerais apresenta atrações de 31 deles, em todos eles aparecem o termo cachaça.

Para exemplificar a importância da cachaça para o turismo em Minas Gerais, destacamos um trecho da entrevista de Jean Henrique de Oliveira – Presidente Associação dos Produtores Artesanais de Cachaça de Salinas – APACS – passaram pelos *stands* da 20ª Edição do Festival Mundial da Cachaça realizado em Salinas entre os dias 14, 15 e 16 de julho de 2023 – MG, 5 mil visitantes, que deixaram R\$ 450.000,00 (quatrocentos e cinquenta mil reais) em negócios diretos.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Verificou-se com o trabalho que o turismo vinculado a cachaça de alambique tem impulsionado a economia de vários municípios do Brasil (MG: Presidente Bernardes, Belo Horizonte, Salinas, Lavras, Tiradentes, Coronel Xavier Chaves; RJ: Paraty, Vassouras; PB: João Pessoa; PR: Jandaia do Sul; SC: Luiz Alves; RS: Ivoti) e propiciado interação entre produtores, empreendedores, comerciantes, importadores, investidores, consumidores, pesquisadores, *sommeliers*, profissionais da coquetaria e gastronomia, etc., fortalecendo assim a cadeia produtiva da cachaça.

Salientamos que os roteiros turísticos vinculados a cachaça de alambique que tem como base a hospitalidade, contribuem com o desenvolvimento socioeconômico de vários municípios e estados brasileiros, fortalecem a cadeia produtiva da cachaça, o turismo (local, regional e nacional) e a gastronomia brasileira.

CACHAÇA: GASTRONOMY, TOURISM AND HOSPITALITY

ABSTRACT

This article aims to demonstrate the socioeconomic potential of Cachaça Tourism with an emphasis on still production, as well as Hospitality as a factor that adds value and builds loyalty among connoisseurs and consumers. Based on reference bibliography and current legislation, on the importance of the relationship between Tourism and Hospitality in family businesses and individual (micro)entrepreneurs in the still cachaça sector, the aim is to understand the dynamics of production, commercialization and consumption and the socioeconomic impacts of Cachaça Tourism on already established itineraries. One of the main points of this study is to point out the potential for creating new cachaça tourist routes in the State of Minas Gerais, based on the understanding of the growing possible marketing approaches for the insertion of still cachaça in tourist circuits, emphasizing the areas and existing markets, the possibility of expanding into the cocktail sector and especially the experience of pairing cachaças with gastronomic preparations.

Keywords: Cachaça. Cocktails. Gastronomy. Tourist Itineraries.

REFERÊNCIAS

BRAGA, Marcus Vinícius Fernandes; KIYOTANI, Ilana Barreto. A cachaça como patrimônio: turismo cultura e sabor. **Revista de Turismo Contemporâneo – RCT**, Natal, v. 3, n. 2, pp. 254-275, jul./dez. 2015. Disponível: <<https://periodicos.ufrn.br/turismocontemporaneo/article/view/7763>> - Acesso: 25 nov. 2023.

CASCUDO, Luís da Câmara. **Prelúdio da Cachaça**: etnologia, história e sociologia da aguardente no Brasil. Belo Horizonte: Itatiaia, 1986.

GOULART, José Alípio. **Tropas e tropeiros na formação do Brasil**. Rio de Janeiro: Conquista, 1961. Temas Brasileiros – Volume 4.

LASHLEY, Conrad; MORRISON, Alison (Orgs.). **Em Busca da Hospitalidade**: perspectivas para um mundo globalizado. Trad. Carlos Davi Szlak. Barueri: Manole, 2004.

MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO – MAPA; SECRETARIA DE DEFESA AGROPECUÁRIA – SDA. **A Cachaça no Brasil**: Dados de Registro de Cachaças e Aguardentes Ano 2021. Brasília: MAPA/AECS, 2021. Disponível: <<https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/inspecao/produtos-vegetal/publicacoes/anuario-da-cachaca-2021-1.pdf>> - Acesso: 25 nov. 2023.

OLIVEIRA, Ana Márcia Lara de. **O processo de produção da cachaça artesanal e sua importância comercial**. Monografia (Microbiologia). Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2010.

PAZINATTO, Maria Amélia Parada. **Legislação Aplicada da Hospitalidade**. São Paulo: Editora Sol, 2008.

SANTOS, Suzana. **Pequeno livro de destilados**: guia para toda hora. Campinas: Verus, 2007.

SELWYN, Tom. Uma antropologia da hospitalidade. In. LASHLEY, Conrad; MORRISON, Alison (orgs.). **Em busca da hospitalidade**: perspectivas para um mundo globalizado. Tradução: Carlos David Szalak. Barueri, SP: Monele, 2004.

SILVA, Jairo Martins. **Cachaça**: história, gastronomia e turismo. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2018.

SIMONCINI, João Batista Villas Boas *et alia*. Cachaça. **ANALECTA** – Centro Universitário UniAcademia. Juiz de Fora – MG, v. 7, n. 2 (2021). Disponível: <<https://seer.uniacademia.edu.br/index.php/ANL/article/view/3088>> - Acesso: 25 nov. 2023.

SORATTO, Alexandre; VARVAKIS, Gregório; HORII, Jorge. A certificação agregando valor à cachaça do Brasil. **Ciência e Tecnologia de Alimentos**, Campinas, 27(4), pp. 681-687, out.-dez. 2007. Disponível:

<<https://www.scielo.br/j/cta/a/DJbPvt8mD8fhzTT4Whf5W3K/?lang=pt>>. - Acesso: 25 nov. 2023.

STOLF, Rodrigo Romano Mechereffe. **Hospitalidade**: Turismo, Hotelaria e Gastronomia. São Paulo: Editora Sol, 2017.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos ao Prof. Dr. Marco Antônio Pereira Araújo – Coordenador – as colaboradoras Ana Carolina Tavares da Silva, Daniela Aparecida de Miranda e Maria Eduarda Pires Gomes Ferreira do Centro de Pesquisa e Extensão do Centro Universitário UniAcademia pela atenção e apoio e ao UniAcademia pelos recursos concedidos para realização desta pesquisa.