

Diageo e sua Importância para a Internacionalização da Cachaça

Edmilson Dupre Guimarães Junior¹
edmilson.guimaraes@fatec.sp.gov.br

Diageo and its Importance for the Internationalization of Cachaça

Lea Paz da Silva¹
lea.silva3@fatec.sp.gov.br

Diageo y su importancia para la internacionalización de la Cachaça

Jose Abel de Andrade Baptista¹
abel@fatec.sp.gov.br

Palavras-chave:

Cachaça.
Internacionalização.
Diageo.
Promoção.

Keywords:

Cachaça.
Internationalization.
Diageo.
Promotion.

Palabras clave:

Cachaça.
Internacionalización.
Diageo.
Promoción.

Enviado em:

30 outubro, 2023

Apresentado em:

05 dezembro, 2023

Publicado em:

26 abril, 2024

Evento:

6º EnGeTec

Local do evento:

Fatec Zona Leste



Resumo:

Este artigo explora a história e a evolução da cachaça. A cachaça tem raízes na colonização portuguesa e na produção de cana-de-açúcar no Brasil. Passou por períodos de proibição e desvalorização, mas também desempenhou um papel simbólico na independência do Brasil. A Diageo, uma empresa de bebidas alcoólicas, desempenhou um papel fundamental na promoção da cachaça no mercado global. A empresa adquiriu marcas já existentes, buscando elevar a cachaça ao status de bebida premium internacional. Além disso, a Diageo investiu em responsabilidade social e sustentabilidade, apoiando a cultura brasileira e as comunidades locais envolvidas na produção de cachaça. A empresa adotou estratégias inovadoras de marketing, como a inclusão da cachaça em competições de coquetelaria, para consolidar a cachaça como uma bebida reconhecida internacionalmente. A Diageo expandiu sua presença em mercados emergentes e continua a buscar oportunidades na Ásia. Em resumo, a cachaça é um patrimônio cultural brasileiro com uma história rica. A Diageo desempenha um papel importante na promoção da cachaça no mercado global, destacando seu reconhecimento internacional e seu compromisso com a qualidade e a sustentabilidade e é um exemplo de como uma bebida tradicional pode conquistar o mundo com a estratégia certa.

Abstract:

This article explores the history and evolution of cachaça. Cachaça has roots in Portuguese colonization and sugarcane production in Brazil. It went through periods of prohibition and devaluation, but it also played a symbolic role in Brazil's independence. Diageo, a spirits company, has played a key role in promoting cachaça in the global market. The company acquired existing brands, seeking to elevate cachaça to the status of an international premium beverage. In addition, Diageo has invested in social responsibility and sustainability, supporting Brazilian culture and the local communities involved in the production of cachaça. The company has adopted innovative marketing strategies, such as the inclusion of cachaça in cocktail competitions, to consolidate cachaça as an internationally recognized beverage. Diageo has expanded its presence in emerging markets and continues to pursue opportunities in Asia. In summary, cachaça is a Brazilian cultural heritage with a rich history. Diageo plays an important role in promoting cachaça in the global market, highlighting its international recognition and commitment to quality and sustainability and is an example of how a traditional beverage can conquer the world with the right strategy.

Resumen:

Este artículo explora la historia y la evolución de la cachaça. La cachaça tiene sus raíces en la colonización portuguesa y en la producción de caña de azúcar en Brasil. Pasó por períodos de prohibición y devaluación, pero también jugó un papel simbólico en la independencia de Brasil. Diageo, una compañía de bebidas alcohólicas, ha desempeñado un papel clave en la promoción de la cachaça en el mercado global. La empresa adquirió marcas existentes, buscando elevar la cachaça al estatus de una bebida premium internacional. Además, Diageo ha invertido en responsabilidad social y sostenibilidad, apoyando la cultura brasileña y las comunidades locales involucradas en la producción de cachaça. La empresa ha adoptado estrategias de marketing innovadoras, como la inclusión de la cachaça en concursos de coctelería, para consolidarla como una bebida reconocida internacionalmente. Diageo ha expandido su presencia en los mercados emergentes y sigue buscando oportunidades en Asia. En resumen, la cachaça es un patrimonio cultural brasileño con una rica historia. Diageo desempeña un papel importante en la promoción de la cachaça en el mercado global, destacando su reconocimiento internacional y su compromiso con la calidad y la sostenibilidad, y es un ejemplo de cómo una bebida tradicional puede conquistar el mundo con la estrategia adecuada.

¹ Faculdade de Tecnologia da Zona Leste | Fatec Zona Leste

1. Introdução

A cachaça, com seus mais de 500 anos de existência, representa uma parte fundamental da herança cultural brasileira. Sua história remonta à chegada dos portugueses ao Brasil, quando a atividade açucareira e a cana-de-açúcar forneceram o cenário perfeito para a criação da primeira bebida destilada das Américas. Teve altos e baixos ao longo dos séculos, desde sua proibição pelo Império português, em 1649, até sua contribuição como símbolo da independência do Brasil. Hoje, é uma bebida reconhecida internacionalmente, impulsionando a economia e a cultura do país.

No cenário contemporâneo, a Diageo, uma empresa de bebidas alcoólicas reconhecida mundialmente, desempenha um papel significativo na promoção e na expansão da cachaça pelo mercado global. A aquisição de marcas como Nega Fulo e Ypióca demonstra o compromisso da empresa em elevar a cachaça ao status de bebida premium no mercado internacional. Além disso, investe em responsabilidade social e sustentabilidade, destacando-se como uma parceira ativa na preservação da cultura brasileira e na valorização das comunidades locais envolvidas na produção de cachaça.

Justifica-se a elaboração deste artigo na intenção de mostrar como a Diageo teve a ampliação do seu mercado de vendas em países emergentes e como, junto a ela, a cachaça, que é um patrimônio nacional, conseguiu destaque internacional, principalmente na Europa. E como, até os dias atuais, consegue seguir ampliando seu mercado para diversos novos países. Tudo isso, ao focar no marketing do produto, incentivando seu consumo em grandes bares de coquetelaria e até mesmo em campeonatos de coquetelarias. Este artigo apresentará desde as origens da cachaça, explorando as teorias sobre sua criação, até sua evolução ao longo dos séculos e seu impacto no cenário internacional.

Figura 1 – Logomarca Ypióca



Fonte: MUNDO DAS MARCAS (2016)

2. Fundamentação Teórica

2.1. A HISTÓRIA DA CACHAÇA

É possível afirmar que ela pode ser considerada a primeira bebida destilada das américas, tendo sua origem na colonização portuguesa no Brasil e sua atividade açucareira, baseada na cana-de-açúcar, que é sua matéria prima. Mesmo não sendo precisamente datada a sua origem, é provável que a primeira destilação foi feita intencionalmente em um engenho de açúcar, localizado na cidade de São Vicente em 1932, mas também há registros de sua produção entre os anos de 1516 e 1532 nas cidades de Itamaracá e em Porto Seguro, sendo assim, o primeiro destilado latino-americano (MARTINS, 2023).

Dentre as diversas versões sobre o início de sua destilação, existem duas que trazem de forma mais lógica o porquê foi feita. A primeira é relacionada ao costume português do consumo de bagaceira, um destilado extraído através da casca de uva. E por sentirem falta desta bebida, criaram algo similar

através do mosto da cana-de-açúcar e viram que trazia o mesmo prazer da bebida típica do país de origem. A outra versão indica que quando extraído o caldo da cana e feita sua fervura para extração do açúcar, a espuma que se formava era retirada e dada aos animais e, com o tempo que ficava nos cochos, ela fermentava e formava um caldo chamado “cagaça”, esta, quando consumida pelos animais, dava-os mais vigor. Ao perceber tal fato, os escravos destes engenhos, começaram a consumir este caldo revigorante e analgésico. Quando os portugueses perceberam este efeito, começaram a destilar a “cagaça” já fermentada, criando assim, um subproduto de sua produção de açúcar, dando origem à cachaça.

Com a criação e a dominação das técnicas de produção, os alambiques começaram a se expandir para os engenhos de São Paulo e Pernambuco. E após o século XVI, teve sua expansão estendida para outros estados conforme a coroa portuguesa via potencial econômico no local, por exemplo, em Minas Gerais devido a mineração do ouro. Desde então, a cachaça ganhou destaque no Brasil, chegando até a ter sua venda proibida pelo império no ano de 1649 por conta da queda na venda de seus vinhos, além disso, o império temia que o consumo da bebida gerasse rebeldia entre os escravos, colocando em risco a dominação portuguesa em sua colônia. Tanto que, por este fato, a cachaça foi um dos símbolos da independência do país, já que era usada para brindes em reuniões dos inconformes.

Com o crescimento da economia brasileira no século XIX, a cachaça começou a ser considerada bebida de pobres e sem-cultura. Com a chegada dos produtos e hábitos europeus, a burguesia da época começou a taxar este destilado como algo sem valor e de pouca relevância internacional, resultando na desvalorização do produto, algo que a coroa portuguesa visava desde a queda da venda de seus vinhos no país. Somente a partir dos anos de 1980 e 1990 ocorreram mobilizações nacionais pela valorização destes produtos e, a partir disso, seus fabricantes utilizaram-se de recursos tecnológicos a seu favor, que trouxeram novos métodos para aumentar sua qualidade e melhorar sua produção até chegar ao contexto atual, onde a cachaça é o terceiro destilado mais consumido do mundo. Em 1996, no governo de Fernando Henrique Cardoso, ocorreu o processo de sua legitimação como produto tipicamente brasileiro, estabelecendo-se critérios de fabricação e comercialização específicos para que a bebida receba o nome de ‘cachaça’ (SELETA, 2023).

Estima-se que, atualmente, o Brasil tenha a capacidade de produção de 1,4 bilhões de litros de cachaça, e no ano de 2018 exportou mais de 8 milhões de litros para 77 países, mostrando o reconhecimento deste produto em âmbito internacional, além de sua importância econômica que gera uma receita de mais de 15 milhões de dólares ao país.

2.2. YPIÓCA E SUA HISTÓRIA

Fundada em 1846, a Ypióca é uma das fabricantes mais antigas e tradicionais de cachaça com produções ativas. Permaneceu sob o controle de cinco gerações da família Telles, proprietária de diversas indústrias do setor de cana-de-açúcar, desde a época da escravidão até o ano de 2012, quando a marca foi vendida à importadora de bebidas, Diageo, pelo valor de 930 milhões de reais. Embora tenha mudado de mantenedores, a marca ainda segue as mesmas tradições da fabricação desde sua fundação.

Segundo Gregório Gutiérrez, presidente regional da Diageo, - no Paraguai, Uruguai e Brasil - a marca está entre uma das melhores bebidas destiladas do mundo e desenvolve novos produtos que atendem às novas tendências de consumo. Entretanto, sob uma perspectiva tradicional, sua logomarca é a mesma desde 1911 (figura 1), desenhada à mão pela família Telles, tem seu significado vindo do Tupi: Ypióca significa ‘terra roxa’ e faz referência ao solo onde é plantada sua matéria prima.

A marca, fundada e instalada na cidade de Maranguape (CE), operou com mão de obra escrava até 1885 e, três anos antes da abolição da escravatura, substituiu toda sua mão de obra por trabalhadores livres, começando desde então a demonstrar preocupação com seus colaboradores e, até hoje, promove projetos sociais. Um deles é o 'Tecendo Futuro' no qual, desde 2019, cerca de 2500 mulheres artesãs complementam sua renda familiar trançando à mão a palha de carnaúba, mantida em todos suas embalagens desde 1924. Este projeto social também contempla um grupo de presidiárias que buscam realocação profissional (ROLLI, 2021).

Desde sua fundação, a marca manteve constante evolução e a cada geração da família sob seu comando, houve um marco considerável. Em sua primeira geração, foi todo o conhecimento vindo do fundador Dario Telles, que já tinha vasto conhecimento na destilação de seus brands europeus em seu alambique de cerâmica e começou a adaptá-los à cana de açúcar. Na segunda geração, sob o comando de seu filho, Dario Borges Telles, foi introduzido o engenho de ferro fundido no ano de 1895, que trouxe melhor autonomia, mas ainda utilizando processos artesanais. Em 1929, Paulo Campos Telles assume o comando da empresa na terceira geração e inova com garrafas com dosadores em seus gargalos e com o armazenamento da cachaça em barris de bálamo, o que possibilitou a criação de novos produtos já que esta técnica proporcionava o armazenamento por mais de dois anos, criando, assim, suas linhas de cachaças envelhecidas.

No ano de 1968, Everardo Ferreira Telles assume o comando, dando início à quarta geração da empresa, que fica marcada pela sua expansão e investimentos em tecnologia de ponta, o que facilitou a criação de novos produtos para a expansão de seu portfólio, a solidificação da marca de cachaça no país e o início ao processo de exportação (MARTINELLI; SPERS; COSTA, 2000). Paulo Telles fez parte da última geração da família no comando da marca antes de sua venda para Diageo e um dos seus principais feitos, além da própria venda, foi transformar a empresa familiar em uma sociedade anônima de capital fechado no ano de 1990 (TAJRA; 2021).

Apesar da empresa ter sido vendida para a Diageo, ainda dependeria do Grupo Telles para produzir a cachaça, já que foi realizada apenas a venda da fábrica da Ypióca e seus produtos e o Grupo Telles era detentor das fazendas de produção da cana-de-açúcar e outros produtos cruciais utilizados pela marca. Este cenário durou até 2015, quando a multinacional começou a buscar novos parceiros para fornecimento de materiais plásticos e papelão. Contudo, a produção da cana-de-açúcar, sua principal matéria prima, continua dependente do Grupo Telles (ROLLI, 2021).

2.3. A DIAGEO E O MERCADO INTERNACIONAL DE CACHAÇA

Hoje em dia, existem diversas empresas que trabalham com importação e exportação de cachaça, dentre elas a Diageo, que está classificada entre as dez maiores do mundo. Fundada em 1997, é dona de diversas marcas de bebidas ao redor do mundo, criadas muito antes mesmo de sua criação, nesta lista de produtos está uma das cervejas mais tradicionais da Irlanda, a Guinness, uma das responsáveis pelo início de sua história.

A empresa britânica surgiu através da fusão de duas grandes empresas do setor de bebidas alcoólicas, a Guinness Plc, que iniciou suas produções em 1759 com a *Gand Metropolitan Plc*, que estava no ramo de bebidas alcoólicas desde 1970 e já tinha escritórios em diversas partes do mundo, incluindo o Brasil. Neste contexto era preciso expandir seu portfólio de bebidas e abranger as mais diversas marcas, afinal, a empresa passaria a ser dona de grandes marcas deste ramo, tais como: os *Whiskies Johnnie Walker*, *Tanqueray gin*, as cervejarias *Guinness* e *Harp*, entre outras (FAEC, 2023).

Como a Diageo enriqueceu seu portfólio com bebidas conhecidas no mercado internacional, sua ascensão foi rápida, e desde então, ela vem sempre buscando novos produtos com o intuito de aumentar seus lucros e níveis de mercado.

No ano de 2006, a empresa inseriu em seu portfólio a cachaça Nega Fulo, a primeira da marca. Sua compra foi realizada quando a cachaça começava a ganhar forças no mercado internacional e, com isso, começou um trabalho de reformulação da marca, já que esta tinha uma única versão de seu produto sendo comercializado a um custo menor de R\$20,00. Foi então que viram a oportunidade de fazer com a marca, o mesmo que fizeram com a tequila José Cuervo: um processo de segmento premium que fez com que a empresa levasse a tequila para além das fronteiras do México. Junto com a Apex, agência que promove exportações brasileiras, a Diageo participou ativamente da internacionalização da cachaça e, em meados do mesmo ano, a Nega Fulo representava quase 1% das vendas da empresa.

Em 2012, a importadora comprou mais uma cachaçaria a fim de ampliar suas vendas em mercados emergentes a um valor de, aproximadamente, US\$460 milhões. Para tal, fechou acordo com umas das mais tradicionais e antigas cachaçarias cearense, Ypióca (G1, 2006). Além de facilitar sua entrada no mercado de países emergentes, a empresa viu na marca a oportunidade de internacionalização ainda maior, uma vez que esta já possuía algumas versões de suas cachaças e projetos para linhas exclusivas e premium.

O motivo desta compra ter sido realizada no ano de 2012, foi o fato de, internacionalmente, a cachaça ter ganhado nesta época o reconhecimento de um produto genuinamente brasileiro, e com isso, os níveis de exportações cresceram e impulsionaram o mercado. Uma vez que a bebida só seria considerada 'cachaça' se fosse produzida no Brasil, tivesse um teor alcoólico entre 38% e 48% e fosse produzida a partir do mosto fermentado do caldo de cana-de-açúcar. Qualquer outra bebida que não seguisse esses parâmetros seria considerada uma aguardente de cana (AGUILAR, 2015).

Atualmente, a empresa conta com um portfólio de dez diferentes rótulos de cachaça, sendo Ypióca 150, Ypióca 160 e Ypióca 5 chaves, as mais exportadas devido a sua produção e envelhecimento trazerem características mais agradáveis ao paladar internacional (THE BAR, 2021). Visando essa oportunidade e a experiência que já tinha com a tequila, a Diageo investiu com maior intensidade no mercado internacional. E, atualmente, promove o maior campeonato de coquetelaria no mundo, o *WordClass*, no qual bartenders de diferentes países criam coquetéis com os principais produtos da marca. O fato de implementar a cachaça nos desafios do torneio, fez com que ela se tornasse cada vez mais reconhecida internacionalmente e fosse cada vez mais apreciada. Com essa popularização, a cachaça começou a ser um item comum em bares internacionais, e a empresa, sempre buscando promover-se, criou, assim, uma das marcas de cachaça mais conhecidas do mundo, fica atrás apenas da cachaça 51, a primeira a ganhar mercado além das fronteiras brasileiras.

Atualmente, a Diageo, por meio da cachaça, segue sua busca por adentrar em novos mercados e tornar seu principal produto conhecido pela Europa e pela América ao estar presente na maioria dos navios de cruzeiros internacionais. A nova aposta da empresa é entrar no mercado asiático, mais especificamente na China e no Japão, onde são fabricadas as bebidas alcoólicas mais consumidas do mundo: o *Baijiu*, destilado do grão de arroz, e a *Vodka*. Na Rússia, a cachaça tradicional agradou o paladar da população, mas em outros países a 'aposta' foi nas cachaças envelhecidas em madeira da marca, por ter um sabor mais leve e de melhor adaptação para os novos consumidores (SERPA, 2021). Outro fator utilizado pela empresa para atrair seus novos públicos, foi o destaque dado a seu compromisso social e sustentável, no qual, por meio do trabalho artesanal realizado por artesãos da região de Ceará e também por mulheres reclusas no sistema penitenciário do estado, em todas as suas

embalagens existe a presença da palha de carnaúba, conhecida também como árvore da vida. Esta é uma ação muito valorizada por países orientais (THE BAR, 2021).

3. Materiais e Métodos

A metodologia aplicada para a escrita deste artigo foi a revisão bibliográfica realizada por meio da pesquisa em outros artigos elaborados sobre o assunto. A revisão bibliográfica é um processo de pesquisa que visa a análise de informações relevantes contidas em fontes bibliográficas, como livros, artigos científicos, teses, dissertações, entre outros. É um importante método que permite o pesquisador identificar novas perspectivas e desafios para futuras pesquisas (BALDISSERA, 2022).

4. Resultados e Discussões

Nos últimos anos, a Diageo, por meio da cachaça Ypióca, baseia-se em pesquisas e na busca por melhores resultados de exportações. Foi possível perceber que a empresa não deixa estas informações disponíveis ao público, mantendo-as apenas em sua base de dados internas. Houve tentativas de contato com funcionários da empresa para obter algum tipo de informação, mas estes, ou não tinham acesso a esses dados, ou por políticas internas não puderam divulgá-los. Por este fato, os dados aqui apresentados serão somente sobre o resultado da exportação da cachaça como produto único e não sobre resultados em geral da empresa aqui apresentada.

Em 2022, a cachaça alcançou seu recorde de exportação, sendo vendida para mais de 70 países, obtendo um lucro de cerca de US\$20,08 milhões, o que representou um aumento de 52,8% em relação a 2021, segundo o *ComexStat* e IBRAC (Instituto Brasileiro de Cachaça, 2022). Seus principais compradores neste ano foram, respectivamente, Estados Unidos, Alemanha, Portugal, França e Espanha. Os números alcançados são frutos também do reflexo positivos do projeto 'Cachaça: *Taste the New, Taste Brasil*' realizado pela ApexBrasil (Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos) que visa ampliar a divulgação da cachaça no cenário internacional, junto a grandes importadoras multinacionais, entre elas a Diageo, a partir da mostra da versatilidade do uso do produto pelo mundo, o que resulta em sua competitividade com outras bebidas do ramo de destilados. Em vigor desde 2012, o projeto foi um dos principais estímulos para cachaça alcançar a marca de ser um dos principais destilados consumidos do mundo. Este projeto tem renovação constante e, na gestão passada, apoiava 69 marcas de cachaça, das quais 29 delas conseguiram alcançar a margem do faturamento de US\$12,08 milhões em 2022 (APEXBRASIL, 2023).

A Diageo por sua vez, desde o ano de 2019, vem trabalhando a cachaça para ser enxergada como um novo gin. Desde que percebeu, naquele ano, uma queda de 7% em suas vendas e nas vendas de sua principal concorrente, a Cachaça 51, obteve um aumento de 2% ao investir na exportação de sua linha premium, mesmo com o aumento do imposto cobrado sobre o produto. Com isso, a nova estratégia da empresa visa utilizar-se suas linhas premium, e desta forma, estimular os profissionais em coquetéis a utilizar seus produtos em seus bares com um custo-benefício considerável para seu público, uma vez que o gin se popularizou no Brasil e em diversos países do ocidente foi possível utilizar a mesma estratégia. Desta maneira, a empresa visa aumentar suas vendas e valorizar ainda mais este produto, que é patrimônio cultural brasileiro (EXAME, 2019).

5. Conclusão

Neste artigo, explorou-se a jornada da cachaça, uma bebida que possui raízes profundas na história e cultura brasileira. Desde sua criação, a cachaça passou por altos e baixos, incluindo proibições e desvalorização, mas emergiu como um símbolo da independência do Brasil. Hoje, desfruta de reconhecimento internacional, e a Diageo, uma das maiores empresas de bebidas alcoólicas do mundo, desempenha um papel crucial na promoção e expansão dessa bebida no mercado global. Além disso,

investe em responsabilidade social e sustentabilidade, contribuindo para a preservação da cultura brasileira e o apoio às comunidades locais envolvidas na produção de cachaça.

Ao longo dos anos, a empresa tem desempenhado um papel fundamental na internacionalização da cachaça, introduzindo-a em mercados emergentes e promovendo-a ativamente a nível global. Com estratégias de marketing inovadoras, parcerias com bares de coquetelaria e a inclusão da cachaça em competições de coquetelaria, a Diageo ajudou a consolidar a cachaça como uma bebida apreciada e reconhecida internacionalmente. No entanto, a jornada da cachaça e da Diageo está longe de terminar. A empresa continua a expandir sua presença em novos mercados, com um foco crescente na Ásia, onde planeja competir com bebidas tradicionais como o *Baijiu* e a *Vodka*. Além disso, destaca-se pela sua responsabilidade social e ambiental, ao apoiar comunidades locais - incorporando a palha de carnaúba em suas embalagens - e atrair consumidores que valorizam a sustentabilidade.

Em resumo, a cachaça é mais do que uma simples bebida; é um patrimônio cultural brasileiro com uma história rica e complexa. A Diageo desempenha um papel essencial na promoção e expansão desta bebida no mercado global, impulsiona seu reconhecimento internacional e contribui para o crescimento da economia brasileira. As técnicas comerciais da Diageo são um exemplo de como uma bebida tradicional pode conquistar o mundo com a estratégia certa e um compromisso com a qualidade e a sustentabilidade.

REFERENCES

AGUILAR, R. S. O processo de Internacionalização da Cachaça. 2015. Disponível em: <https://repositorio.ucb.br:9443/jspui/bitstream/123456789/9929/1/RodolfoSerpaAguilarTCCGRAD_UACAO2015.pdf> Acessado em: 29 setembro 2023.

APEXBRASIL. Cachaça bate recorde de exportações em valor com apoio de ApexBrasil e IBRAC. Disponível em: <<https://apexbrasil.com.br/br/pt/conteudo/noticias/cachaca-recorde-exportacoes-valor-apoio-apexbrasil-ibrac.html#:~:text=O%20atual%20est%C3%A1%20vigente%20desde,%2C%20Portugal%2C%20Fran%C3%A7a%20e%20Espanha.>>. Acesso em 29 outubro 2023.

BALDISSERA, O. Como fazer a revisão bibliográfica do TCC. EAD UMC. Universidade de Mogi das Cruzes. Disponível em: <<https://ead.umc.br/blog/revisao-bibliografica>>. Acesso em: 25 setembro 2023.

CACHAÇA SELETA. História da cachaça bebida tipicamente brasileira. Disponível em: <https://cachacaseleta.com.br/historia-da-cachaca/> Acesso em: 17 setembro 2023.

EXAME. Maior fabricante de bebidas do mundo aposta na cachaça como “o novo gim”. Disponível em: <<https://www.novacana.com/noticias/menor-fabricante-bebidas-mundo-aposta-cachaca-novo-gim-010419>>. Acesso em 29 outubro 2023.

FAEC. Faculdade Educacional de Colombo. Laboratório de Marketing. Disponível em: <https://www.faecpr.edu.br/site/laboratorio_marketing/conteudo_oficina.php?param=n> Acesso em: 22 Setembro 2023.

G1. Cachaça é a nova aposta da Diageo. 2006. Disponível em: <https://g1.globo.com/Noticias/Economia_Negocios/0,,AA1321153-9356,00-CACHACA+E+A+NOVA+APOSTA+DA+DIAGEO.html> Acesso em: 22 setembro 2023.

MARTINELLI, D; SPERS, E; COSTA, A. Ypióca – Introduzindo uma bebida genuinamente brasileira no mercado global. 2000. Disponível em:

<file:///C:/Users/Junior/Downloads/Ypioca_introduzindo_uma_bebida_genuinamente_brasileira_no_mercado_global_2000%20(1).pdf>. Acesso em 29 outubro 2023.

MARTINS, J. Instituto Brasileiro da Cachaça. Disponível em: <<https://ibrac.net/cachaca/1/historia-da-cachaca>> Acesso em: 17 setembro 2023.

MUNDO DAS MARCAS. Ypióca. 2016. Disponível em: <<https://mundodasmarcas.blogspot.com/2006/06/ypica-paixo-brasileira.html>>. Acesso em: 29 outubro 2023.

ROLLI, C. Cachaça mais antiga do Brasil, Ypióca se renova para acompanhar gosto do público. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2021/04/cachaca-mais-antiga-do-brasil-ypioca-se-renova-para-acompanhar-o-gosto-do-publico.shtml>>. Acesso em 29 outubro 2023.

SERPA, E. Diageo já exporta para Japão e China. Disponível em: <<https://diariodonordeste.verdesmares.com.br/opiniao/colunistas/egidio-serpa/diageo-ja-exporta-ypioca-para-japao-e-china-1.3163545>>. Acesso em 25 setembro 2023.

TAJRA, S. Empresa da família como projeto de vida – O caso da cachaça Ypióca. Disponível em: <<https://pt.linkedin.com/pulse/empresa-da-fam%C3%ADlia-como-projeto-de-vida-sanmya-tajra>>. Acesso em 29 outubro 2023.

THE BAR. Saiba tudo sobre a cachaça Ypióca. 2021. Disponível em: <<https://blog.br.thebar.com/curiosidades/tudo-sobre-cachaca-ypioca>> Acessado em: 29 setembro 2023.

THE BAR. Palha da Ypióca vem da carnaúba, “Árvore da vida” símbolo do Ceará. 2021. Disponível em: <<https://blog.br.thebar.com/curiosidades/palha-da-ypioca-vem-da-carnauba-arvore-da-vida-simbolo-do-ceara>> Acessado em: 29 setembro 2023.

THE BAR. Artesãs e detentas do Ceará trançam à mão embalagens de palha da Ypióca. Disponível em: <<https://blog.br.thebar.com/curiosidades/artesas-e-detentas-do-ceara-trancam-a-mao-embalagens-de-palha-da-ypioca>> Acessado em: 29 setembro 2023.