

VICENTE INÁCIO DE OLIVEIRA NETO

**DESAFIOS E OPORTUNIDADES DA
CACHAÇA NO COMÉRCIO
INTERNACIONAL**



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO

RECIFE

2005

VICENTE INÁCIO DE OLIVEIRA NETO

**DESAFIOS E OPORTUNIDADES DA CACHAÇA NO COMÉRCIO
INTERNACIONAL**

**Dissertação apresentada ao Programa de
Mestrado Profissional em Economia
Aplicada da Universidade Federal de
Pernambuco UFPE/PIMES, Turma de
Comércio Exterior e Relações
Internacionais.**

**Orientador: Prof. José Raimundo de
Oliveira Vergolino, PhD**

**RECIFE
2005**

Oliveira Neto, Vicente Inácio de
Desafios e oportunidades da cachaça no comércio
internacional / Vicente Inácio de Oliveira Neto. –
Recife: O Autor, 2005.

119 folhas: il., fig., quadros., tab., graf.

Dissertação (mestrado) – Universidade Federal
de Pernambuco. CCSA. Economia, 2005.

Inclui bibliografia e anexo.

1. Economia – Comércio internacional. 2. Cachaça
– Cadeia produtiva – Melhoria do processo –
Tendências do consumo. 3.Exportações – União
Européia – Perspectivas de crescimento no setor. I.
Título.

382.4
337

CDU(2.ed.)
CDD(22.ed.)

UFPE
DC2006-134

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE ECONOMIA
PIMES/ PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ECONOMIA

PARECER DA COMISSÃO EXAMINADORA DE DEFESA DE DISSERTAÇÃO
DO MESTRADO PROFISSIONAL EM ECONOMIA DE

VICENTE INÁCIO DE OLIVEIRA NETO

A Comissão Examinadora composta pelos professores abaixo, sob a presidência do primeiro, considera o candidato Vicente Inácio de Oliveira Neto **APROVADO**.

Recife, 19/09/05

Prof. Dr. José Raimundo Oliveira Vergolino
Orientador

Prof. Dr. Yony de Sá Barreto Sampaio
Examinador Interno

Prof. Dr. Tales Wanderley Vital
Examinador Externo/UFRPE

Aos meus pais (in memoriam)

**“Benoni Barbosa Leal e Maria da Penha
Oliveira Leal”.**

*Pelo sagrado respeito com que me
educaram. Meu eterno agradecimento.*

AGRADECIMENTOS

À DEUS

Pela força motivadora para realização deste trabalho.

À ASSEMBLÉIA LEGISLATIVA DO ESTADO DE PERNAMBUCO

Por ter me concedido uma bolsa de estudos através da Escola do Legislativo que me permitiu realizar o Curso de Mestrado.

À MEU ORIENTADOR E PROFESSOR

José Raimundo de Oliveira Vergolino pelo acompanhamento sistemático e o incentivo sempre demonstrado durante a elaboração desta dissertação.

AO SEBRAE

Em especial a Ana Nasi, consultora desta instituição, pelo fornecimento de dados e informações imprescindíveis para a realização deste trabalho.

A APAR

Pelas inúmeras entrevistas com produtores, e visitas técnicas a sua sede e destilarias de associados que permitiram enriquecer o conteúdo deste trabalho.

A MINHA ESPOSA

Pela paciência e compreensão a mim dedicado durante todo o curso de mestrado.

Enfim, aos colegas e amigos que com críticas e sugestões direta e indiretamente contribuíram para a elaboração final deste trabalho.

LISTA DE TABELAS E GRÁFICOS

TABELA 1	PERNAMBUCO -VARIEDADES DE CANA INDICADAS PARA O CULTIVO.....	27
TABELA 2	BRASIL - PADRÕES ESTABELECIDOS PELO MINISTÉRIO DA AGRICULTURA PARA A CACHAÇA.....	33
TABELA 3	CARACTERÍSTICAS ADICIONAIS DA AGUARDENTE (EM MG / 100ML DE ÁLCOOL A 100%)	34
TABELA 4	PERNAMBUCO - PARÂMETROS DE RENDIMENTOS DE PEQUENA DESTILARIA PRODUTORA DE CACHAÇA.....	35
TABELA 5	AGUARDENTE DE CANA OU CANINHA E AGUARDENTE DE MELAÇO OU CACHAÇA.....	45
TABELA 6	CLASSES DE REFERÊNCIA DO IPI.....	46
TABELA 7	BRASIL -EVOLUÇÃO DO CONSUMO PER CAPITA E POTENCIAL DA CACHAÇA.....	57
TABELA 8	BRASIL -PRODUÇÃO DA CACHAÇA POR ESTADOS DA FEDERAÇÃO/2004.....	58
TABELA 9	EVOLUÇÃO DAS EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS DE AGUARDENTE DE CANA E CACHAÇA.....	63
TABELA 10	EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS DE AGUARDENTE DE CANA E CACHAÇA POR PAÍSES IMPORTADORES 2000/2004	68
TABELA 11	EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS DE AGUARDENTE DE CANA E CACHAÇA POR ESTADOS DA FEDERAÇÃO.....	72
TABELA 12	CONSUMO DE DESTILADOS NO MUNDO.....	74
TABELA 13	CONSUMO PER CAPITA POR TIPO DE BEBIDA.....	88
TABELA 14	CONSUMO PER CAPITA POR TIPO DE BEBIDA – CONTINUAÇÃO.....	88
TABELA 15	TAXAS DE IMPOSTOS PARA DESTILADOS NA EUROPA.....	92
TABELA 16	TAXAS DE IMPOSTOS PARA DESTILADOS – 0,71.....	93
TABELA 17	IMPOSTOS SOBRE O VALOR AGREGADO –IVA.....	94
TABELA 18	IDADE LEGAL MÍNIMA.....	97
TABELA 19	RESTRICÇÕES NA TELEVISÃO PARA PROPAGANDA ALCOÓLICA.....	98
TABELA 20	IMPORTAÇÕES DE CACHAÇA E CANINHA (RUM E TAFIÁ) DA EUROPA – 2001.....	99
TABELA 21	IMPORTAÇÕES DE CACHAÇA E CANINHA (RUM E TAFIÁ) DA EUROPA – 2000.....	100

TABELA 22	IMPORTAÇÕES DE CACHAÇA E CANINHA (RUM E TAFIÁ) DA EUROPA – 2002.....	101
TABELA 23	IMPORTAÇÕES DE CACHAÇA E CANINHA (RUM E TAFIÁ) DA EUROPA – 2003.....	102
TABELA 24	IMPORTAÇÕES DE CACHAÇA DO BRASIL NA EUROPA.....	104
GRÁFICO 1	EVOLUÇÃO DO VALOR DAS EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS DE CANA E CACHAÇA (US\$ FOB).....	65
GRÁFICO 2	PAÍSES IMPORTADORES.....	67
GRÁFICO 3	EVOLUÇÃO DO VALOR DAS EXPORTAÇÕES PERNAMBUCANAS DE AGUARDENTE DE CANA E CACHAÇA.....	73
GRÁFICO 4	UNIÃO EUROPÉIA – CONSUMO PER CAPITA POR TIPO DE BEBIDA	88
GRÁFICO 5	COMPARAÇÃO DE PREÇO DE BEBIDAS ALCOÓLICAS (EU 25+).....	89
GRÁFICO 6	ESTUDO COMPARATIVO DE IVÃ.....	95
GRÁFICO 7	IMPORTAÇÕES DE CACHAÇA DO BRASIL DOS PRINCIPAIS PAÍSES DA EUROPA –2000/2003.....	103

LISTA DE QUADROS E DIAGRAMAS

DIAGRAMA 1	MACROAMBIENTE.....	22
DIAGRAMA 2	ESQUEMA DA CADEIA PRODUTIVA DA CACHAÇA DE ALAMBIQUE.....	25
DIAGRAMA 3	FLUXOGRAMA DO PROCESSO DE PRODUÇÃO.....	36
DIAGRAMA 4	PERNAMBUCO- PRINCIPAIS PROBLEMAS DE COMPETITIVIDADE CONFORME OS ELOS OU COMPONENTES CENTRAIS DA CADEIA PRODUTIVA.....	55
QUADRO 1	TIPOS DE MERCADO DA CACHAÇA.....	57
QUADRO 2	CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO DAS EXPORTAÇÕES.....	80
MAPA 1	UNIÃO EUROPÉIA.....	85
QUADRO 3	CÓDIGO TARIC – 2208401100 PAIS DE ORIGEM/DESTINO: BRASIL (BR 508).....	90
QUADRO 4	CÓDIGO TARIC 2208405100 PAIS DE ORIGEM/DESTINO: BRASIL – (BR 508).....	90

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABRABE – Associação Brasileira de Bebidas

AFCP - Associação dos Fornecedores de Cana de Pernambuco

AMPAQ – Associação Mineira dos produtores de Cachaça de Qualidade

ANVISA – Agência Nacional de Vigilância Sanitária

APEX – Agencia de Promoção de Exportações do Brasil

BNDES – Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social

CAMEX – Câmara de Comércio Exterior

CIV – Companhia Industrial de Vidros

COCAPE - Cooperativa dos produtores de Cachaça de Pernambuco

CPRH – Companhia Pernambucana de Recursos Hídricos

CONAMA - Conselho Nacional do Meio Ambiente

COOCACHAÇA – Cooperativa Mineira dos Produtores de Cachaça

ECP – European Comparison Programme

EUROSTAT – Centro de Estatísticas da União Européia

FAB – Flavoured Alcoholic Beverages

FENACA – Federação Nacional das Associações dos Produtores de Cachaça de Alambique

INMETRO – Instituto Nacional de Metrologia

IAA – Instituto do Açúcar e do Alcool

IPI – Imposto sobre Produtos Industrializados

MIDC – Ministério de Desenvolvimento, Indústria e Comercio

NCM – Nomenclatura Comum do Mercosul

OMA – Organização Mundial das Alfândegas

PBDAC - Programa Brasileiro de Desenvolvimento da Cachaça

PEE - Programa Especial de Exportação

PROMATA – Programa de Desenvolvimento Sustentável da Zona da Mata

RTD – Ready To Drink

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio a Micro e Pequenas Empresas

SECEX – Secretária de Comércio Exterior

SENAI – Serviço Nacional da Indústria

SIMPLES – Sistema Integrado de Impostos e Contribuições das Microempresas e das
Empresas de Pequeno Porte

TARIC – Tarifação Aduaneira da União Européia

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	12
2	OBJETIVOS.....	18
2.1	Objetivo Geral.....	18
2.2	Objetivos Específicos.....	18
3.	MODELO TEÓRICO.....	20
4	CARACTERIZAÇÃO DA CADEIA PRODUTIVA DA CACHAÇA	23
4.1	O Processo de Produção.....	24
4.1.1	A Fase Agrícola.....	26
4.1.2	A Fase de Processamento.....	28
4.1.2.1	Preparação de cana para moagem.....	28
4.1.2.2	Moagem.....	29
4.1.2.3	Fermentação.....	29
4.1.2.4	Destilação.....	30
4.1.2.5	Filtragem.....	31
4.1.2.6	Acondicionamento.....	32
4.1.2.7	Envelhecimento.....	32
4.1.2.8	Engarrafamento.....	33
4.1.2.9	Padrões da Cachaça.....	33
4.1.2.10	Aspectos Importantes da Qualidade da Cachaça.....	35
4.2	Breve Descrição dos Componentes Centrais da Cadeia Produtiva.....	37
4.2.1	Fornecedores de Matéria-Prima.....	37
4.2.2	Fornecedores de Tecnologia.....	37
4.2.3	Fornecedores de Máquinas e Equipamentos.....	38
4.2.4	Fornecedores de Material de Embalagem.....	38
4.2.5	Agentes de Capacitação.....	38
4.2.6	Fontes de Financiamento.....	39
4.2.7	Sistema de Regulação.....	39
4.2.7.1	Legislação Ambiental.....	39
4.2.7.2	Legislação para Produção e Comercialização da Aguardente.....	40
4.2.7.3	O Sistema Tributário do Setor.....	44
4.2.8	Distribuição e Comercialização.....	47
5.	OS PONTOS CRÍTICOS DA CADEIA PRODUTIVA.....	49

5.1	Dificuldades no Processo de Produção.....	49
5.2	Dificuldades nos Elos da Cadeia Produtiva.....	50
6.	AS OPORTUNIDADES DE MERCADO DA CACHAÇA.....	56
6.1	Diagnóstico da Oferta Local e Nacional da Cachaça.....	56
6.1.1	Produção e Consumo da Cachaça de Coluna.....	57
6.1.2	Produção e Consumo da Cachaça de Alambique.....	59
6.1.3	Aspectos Concorrenciais do Mercado Interno da Cachaça.....	60
6.2	O Mercado Externo e as Exportações Brasileiras de Cachaça.....	62
6.3	As Exportações Pernambucanas de Cachaça.....	71
6.4	Políticas Públicas de Promoção das Exportações de Cachaça.....	75
7.	PESQUISA DE MERCADO DA CACHAÇA.....	76
7.1	Aspectos Relevantes ao Processo de Exportação.....	76
7.1.1	Formação do Preço de Exportação.....	76
7.1.2	Sistemas de Distribuição.....	79
7.1.3	Barreiras à Exportação.....	81
7.2	Pesquisa de Mercado da Cachaça na União Européia.....	83
7.2.1	Metodologia.....	84
7.2.2	Dados Políticos e Administrativos.....	84
7.2.3	Dados Macroeconômicos.....	86
7.2.4	Fluxo de Investimentos e Comércio com o Brasil.....	87
7.2.5	Características do Setor de Bebidas Alcoólicas no Mercado Europeu.....	87
7.2.5.1	Consumo per capita.....	88
7.2.5.2	Comparação de Preços.....	89
7.2.5.3	Impostos.....	90
7.2.5.4	Restrições e Exigências.....	95
7.2.5.5	Outras Leis e Regulamentos.....	96
7.2.5.6	Importações de Cachaça e Caninha (Rum e Tafiá) da Europa	98
7.2.5.7	Importações de Cachaça e Caninha (Rum e Tafiá) do Brasil para à Europa.....	102
7.2.5.8	Tendências Gerais e Oportunidades.....	105
8.	OS DESAFIOS DE MERCADO PARA A CACHAÇA.....	107
9.	PRINCIPAIS CONCLUSÕES.....	110
10	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	111
	ANEXO.....	114

RESUMO

O objetivo geral deste trabalho é identificar os desafios e as oportunidades de negócios no mercado internacional para a cachaça brasileira, em especial aquela produzida no Estado de Pernambuco, mediante pesquisas secundárias aplicadas ao mercado consumidor e à sua cadeia produtiva, de forma a caracterizar a eficiência da mesma e possíveis fatores críticos, diretos e indiretos, presentes ou potenciais, e que a ela colocados impedem a competitividade externa do produto.

O modelo explicativo adotado na presente tese tomou como marco conceitual o modelo de sistemas agroindustriais, tal como foi inicialmente desenvolvido por Davis e Goldberg (Harvard, 1957), e pela escola francesa de Análise de Filières nos anos 60, e posteriormente enriquecida pela abordagem de competitividade sistêmica ou dos clusters (Porter, 1985).

Como suporte aos estudos realizados, também foi empreendida uma pesquisa secundária no mercado da cachaça nos países que compõe o bloco de comércio da União Européia, no período de dezembro de 2004 a março de 2005, visando subsidiar a formulação de uma estratégia de acesso ao mercado europeu por parte das empresas produtoras de cachaça, e que se desenvolveu principalmente através de levantamentos secundários na internet, em literatura específica e através da consulta à fontes oficiais, tais como os setores comerciais das embaixadas do Brasil nos países alvo. Além destes levantamentos foram consultadas diretamente entidades de classe tais como federações de produtores de destilados e bancos de dados de institutos de pesquisa internacionais.

De acordo com os resultados obtidos neste trabalho, pode-se inferir que a competitividade externa da produção de aguardente de cana e cachaça brasileira, e de Pernambuco em particular, depende da resolução dos pontos críticos de sua cadeia produtiva e da reorientação de suas vendas para produtos que acompanhem as tendências externas de consumo, para só assim agregar valor de conteúdo e imagem ao produto, e elevar as receitas derivadas das exportações e, principalmente, a rentabilidade de suas vendas.

Palavras – chaves: Cachaça, Cadeia Produtiva, Exportações.

ABSTRACT

The general objective of this work is to identify the challenges and business-oriented chances in the international market for Brazilian cachaça, specially that one produced in the State of Pernambuco, by means of secondary applied research to the consuming market and its productive chain, so as to characterize the efficiency of same and the possible critical factors, direct and indirect, present or potential, and that it hinders external competitiveness of the product.

The clarifying model adopted in the present thesis took as conceptual landmark of agro-industrial systems, such as initially it was developed by Davis e Goldberg (Harvard, 1957), and for the French school of Analysis of Filières in years 60, and later enriched for the competitiveness boarding systemic or of clusters (Porter, 1985).

As support to the carried through studies, also was undertaken a secondary research in the market of cachaça in the countries that compose the commercial block of the European union, in the period of December of 2004 to March of 2005, aiming at to subsidize the formularization of a strategy of access to the European market on the part of the producing companies of cachaça, and that it was developed mainly through secondary surveys in the Internet, specific literature and through the consultation of the official sources, such as the Sectors Commercial of the embassies of Brazil in the selected countries. Beyond these surveys, there were direct consultations to associations, such as: associations of producers of distilled spirits and data bases of international research institutes.

In accordance with results of this work, it can be inferred that the external competitiveness of the production of distilled spirits of Brazilian sugar cane and cachaça, and Pernambuco in particular, depends on the resolution of the critical points of its productive chain and of the reorientation of its sales for products that follow the external trends of consumption, so as to add content and image value to the product, and to increase the profit derived from the exportations and, mainly, the sales profit margin.

Words - keys: Cachaça, Productive Chain, Exports.

1. INTRODUÇÃO

A cachaça não é mais apenas uma bebida de botequim. Denominação oficial e exclusiva, desde 2001, da aguardente de cana produzida no Brasil, de acordo com decreto federal, a cachaça, hoje, frequenta restaurantes e delicatessens sofisticadas e, em parte apoiada pelas notícias de seu sucesso no exterior, começa a ganhar o consumidor brasileiro de maior poder aquisitivo.

Destilado tipicamente brasileiro, a cachaça vem conquistando novos mercados e expandindo-se além das fronteiras do país. Dado o interesse na expansão de suas exportações, este trabalho apresenta uma análise prospectiva de mercados com potencial importador, em especial para a cachaça de alambique, também conhecida como artesanal, delineando um contexto analítico que permite fundamentar estudos mais específicos a serem desenvolvidos para cada um dos mercados identificados.

A produção brasileira de cachaça, segundo dados apresentados pelo Programa de Desenvolvimento da Aguardente de Cana, Caninha e Cachaça -PBDAC, tem representado aproximadamente 1,3 bilhão de litros/ano (Destilarias, 2001) - sendo 10% deste volume de origem artesanal ou de alambique - espalhada por cerca de 30.000 produtores, a maioria produzindo pequenos volumes comercializados localmente através de 5 mil marcas. A produção em larga escala é realizada em modernas colunas de destilação com sofisticados recursos de análises laboratoriais. Segundo essa mesma fonte, a cachaça é o 3º destilado mais consumido no mundo (perde apenas para a vodka e para o uísque), sendo produzida em todas as regiões brasileiras, concentrando-se a maior parte, contudo, nos estados de São Paulo, Pernambuco, Ceará, Rio de Janeiro, Goiás e Minas Gerais. Esta produção gerou em 2003 um faturamento de mais de R\$ 2,0 bilhões, empregando mais de 450 mil pessoas direta e indiretamente e propiciando uma arrecadação de aproximadamente R\$ 765,0 milhões em impostos.

A Associação Brasileira de Bebidas – ABRABE (2003), avalia, no entanto, que o mercado de cachaça no Brasil apresenta-se consolidado, tendendo a uma desaceleração no seu crescimento. A princípio, essa redução tem sido associada a uma queda do consumo desta bebida no mercado interno¹ e aos preços baixos (Destilarias, 2001). Este fato faz com que o setor passe a buscar os mercados mundiais, visando aumentar o seu faturamento, sua rentabilidade e principalmente fortalecer a sua imagem, também no mercado interno.

¹ De acordo com Martinelli (2000) a redução no consumo de cachaça encontra-se associada aos segundo fatores: aumento no consumo de cerveja e preferência dos jovens por essa bebida em relação à cachaça, além do preconceito que associa o consumo de cachaça à pessoa de baixa renda.

A exemplo do que fizeram outros países com suas bebidas locais², a partir de 1997 o Brasil iniciou um processo de criação de incentivos para promoção da cachaça brasileira no mercado externo através de implementação do Programa Brasileiro de Desenvolvimento da Aguardente de Cana, Caninha ou Cachaça - PBDAC. O trabalho, coordenado pela ABRABE - Associação Brasileira de Bebidas, tem procurado melhorar a qualidade do produto e expandir suas vendas no mercado externo, através da divulgação da cachaça em feiras, congressos, etc. O primeiro passo foi a inclusão da cachaça nos 61 setores do Programa Especial de Exportação - PEE do Governo Federal. Com o objetivo de reestruturar o setor, visando a ampliação das exportações (dos atuais US\$ 11 milhões para algo em torno de US\$ 30,0 milhões/ano em 2010), a Agência de Promoção de Exportações -APEX firmou um convênio com a ABRABE, para a aplicação de R\$ 7,3 milhões até o ano de 2004 (Um Brinde, 2000).

A indústria brasileira de cachaça ainda pode ser considerada, no entanto, excessivamente focada no mercado interno (Um brinde, 2000). De acordo com a ABRABE, da produção brasileira de cachaça menos de 1% é destinada ao mercado externo, representando ainda parcela inexpressiva frente ao potencial existente. O volume exportado que se manteve entre US\$ 6,9 milhões e US\$ 8,1 milhões entre os anos de 1997 e 2000, saltou para US\$ 11,1 milhões em 2004. No mercado externo apenas as grandes empresas padronizadoras ou standardizadoras³ têm atuado de modo significativo. De acordo com Laurino e Lopes (2000) Muller, IRB, Pitu e Ypióca são as principais empresas exportadoras de cachaça, alternando-se em importância conforme o país de destino.

- **Breve Histórico**

A cachaça é a mais brasileira das bebidas porque nasceu nos engenhos de açúcar durante os primeiros anos do Século XVI. Inicialmente, ela era a espuma da caldeira em que se purificava o caldo de cana a fogo lento e servia como alimento para bestas, cabras e ovelhas, sendo por um bom tempo considerado um produto secundário da indústria açucareira. Na verdade, a mistura era mais uma garapa e não tinha nenhum teor alcoólico.

Segundo os registros históricos, um engenho da capitania de São Vicente foi o primeiro a fabricar a bebida (entre os anos de 1532 e 1548). Mas, segundo o sociólogo Gilberto Freire, a cachaça já era produzida em engenhos pernambucanos. Polêmicas à parte, somente no final do século XVI a cachaça passou a ser feita em alambique de barro

² Uísque na Escócia e Tequila no México.

³ São empresas que compram a cachaça com alto teor de álcool, diluem em água, filtram e adoçam com xarope de açúcar e envazam o produto (Martinelli et. al. 2000).

(posteriormente de cobre) sob a forma e nome de aguardente. Com o aprimoramento da produção, a cachaça passou a atrair consumidores de diversas classes sociais e passou a ter importância econômica para o Brasil Colônia. A bebida tornou-se, inclusive, moeda corrente na compra de escravos.

Além do fato de alguns engenhos terem diminuído suas produções de açúcar para fabricarem aguardente, o que mais incomodou Portugal foi a queda nas vendas de vinhos portugueses e da bagaceira (um aguardente feita a partir da uva). Diante dessa nova realidade, a venda da cachaça foi proibida em 1635. Durante a mineração, apesar da proibição, o consumo de aguardente aumentou. Dessa forma, Portugal criou impostos que aumentaram o preço da bebida, mas, mesmo assim a cachaça continuou sendo degustada e passou a representar a resistência brasileira à dominação portuguesa.

O período que a bebida angariou maior prestígio talvez tenha sido durante o Brasil Império. Nessa época, a boa aguardente nacional, ou Paraty, oriunda dos engenhos da cidade do mesmo nome no Rio de Janeiro, era degustada em cálices de cristal pela família e amigos do imperador. Pois antes, a cachaça transformara-se em símbolo de brasilidade, de resistência contra a condição de colônia de Portugal. A cachaça estimulava revoltosos em Pernambuco, em Minas Gerais...Em outras palavras, durante as lutas de independência, não bebê-la representava uma atitude antipatriótica.

Ocorre que no século XIX, após a Independência, o boom da economia cafeeira, a abolição da escravatura e o início da República alteraram substancialmente este quadro. A oposição ao Império era sobretudo elitista. Ainda mais com o país recebendo excedentes populacionais, os excluídos do velho mundo. Os imigrantes europeus, árabes e asiáticos que traziam seus hábitos e bebidas. Gente que enriquecia os costumes e produtos da nova terra republicana, tornando-os ainda mais populares.

Em compensação, a cachaça, bebida genuinamente brasileira, deixava de ser símbolo de resistência e nacionalidade. Em decorrência da abolição e da conseqüente liberação da mão de obra escrava, contingentes de pessoas desocupadas acorriam desordenadamente aos maiores núcleos urbanos do país, normalmente às cidades que eram capitais dos Estados, aí formando favelas, perambulando pelas ruas sem emprego e exibindo sua miséria: sujas, famintas e esmolando, para culminar desafogando seus infortúnios na embriaguez da cachaça mais barata (Feijó e Maciel, 2001).

Daí nasce o preconceito contra a bebida e igualmente a tudo que fosse relativo ao Brasil. As elites mais do nunca sonhavam com as modas e maneiras européias. Das idéias ao conteúdo dos cálices postos na mesa. Só em 1922, o Movimento Modernista tentou resgatar a

brasilidade na literatura, na música e nas artes plásticas, reforçado posteriormente pelo nascimento de um novo gênero musical que a partir dos anos 30 iniciava uma trajetória de retumbante e inesgotável sucesso: o Samba.

Era através das letras de consagrados sambistas populares que compunham as marchas carnavalescas e os enredos das primeiras escolas de samba que a memória da cachaça se perpetuava como indiscutível item da preferência gastronômica popular e símbolo da afirmação cultural de um povo.

Contudo, mesmo nos anos da industrialização substitutiva de importações iniciada na década de 30, continuada no pós-guerra de 45 e reforçada pelo regime ditatorial inaugurado em 1964, a cachaça, curiosamente, apesar do clima cultural nacionalista das eras “Vargas“, “Kubitschek” e “Militar”, respectivamente - que ensejaram o crescimento econômico do país a taxas superiores a 7% ao ano até o início dos anos 80 – jamais desfrutou de um maior prestígio, seja entre as elites, seja entre as classes de renda média já socialmente consolidadas. Nunca foi contemplada com uma campanha de fortes cores nacionalistas, do tipo “O PETRÓLEO É NOSSO” ...Continuando a vigorar o indisfarçável preconceito contra seu consumo social e festivo.

Enfim, chega-se aos anos 90 com a abertura de mercado e a globalização dos fluxos financeiros, de comércio e de investimentos. A economia brasileira naturalmente sofre os impactos da competição externa e a necessidade de modernizar o seu desenvolvimento. A sociedade, todavia, começa a vivenciar a realidade da importação cada vez mais acentuada de hábitos e costumes estrangeiros, além, é claro, dos produtos e serviços vindos de fora, normalmente “pasteurizados” por uma forte promoção comercial, fundada numa divulgação massiva que não esconde seu forte viés descaracterizador dos traços culturais locais. E aí Pimba! Ou melhor, Pinga! Em outros termos, renasce a admiração pela bebida nacional temporariamente esquecida, e o desejo de colocá-la no mesmo patamar gastronômico e cultural de outras tantas bebidas destiladas de outros países, a exemplo do uísque escocês, da vodca russa, da tequila mexicana, etc.e, porque não confessar, de elevá-la à condição perante o mundo de um símbolo de brasilidade e amor ao país.

Pois, a despeito das indústrias de destilados de outros tantos países que após comprovarem a boa aceitação de seus consumidores pela bebida brasileira, ingerida pura ou em forma de coquetéis, como a caipirinha, continuarem insistindo em confundi-la com outros destilados, como o rum, ou mesmo insinuarem o desejo de se apropriarem da designação literal da marca brasileira, isto é do próprio nome “cachaça“, a única iniciativa comercial e

cultural plausível foi salvaguardá-la através de um decreto do governo federal, além da intransigente defesa de sua designação nos rótulos das embalagens - por parte de seus produtores e dos órgãos diplomáticos brasileiros - nos fóruns colegiados de arbitragem do comércio internacional. Afinal, parafraseando o slogan da campanha nacionalista do petróleo nos anos 50, “A CACHAÇA É NOSSA!”.

- **Definição e Classificação Técnica do Produto**

Segundo informes da ABRABE, a aguardente de cana, caninha ou cachaça é uma bebida tipicamente brasileira, produzida em quase todos os Estados da Federação, atendendo pelos mais diversos nomes – branquinha, cana, imaculada, Maria branca, zuninga, pinga, entre outros, podendo ser produzida por pequenos, médios e grandes produtores.

No atual regulamento da Lei de Bebidas, a sua definição consta no Capítulo IV – Dos Destilados Alcoólico e das Bebidas Alcoólicas – Seção II, estando assim contemplada no Artigo 9:

“Aguardente de cana, caninha ou cachaça é a bebida com graduação alcoólica de 38% a 54%, vol. a 20 graus Celsius, obtida do destilado alcoólico simples da cana-de-açúcar ou ainda pela destilação do mosto fermentado da cana-de-açúcar podendo ser adicionada de açúcares até 6g por litro”.

§1º - O produto que contiver açúcares em quantidade superior a 6g por litro e inferior a 30g por litro, será denominado aguardente de cana adoçada ou caninha adoçada.

§2º - Será denominada aguardente de cana envelhecida, cachaça envelhecida, caninha envelhecida, a bebida que contiver no mínimo 50% de aguardente de cana envelhecida por um período não inferior a 1 (um) ano, podendo ser adicionada de caramelo para correção da cor;

§ 3º O coeficiente de congêneres não poderá ser inferior a 200 mg/100 ml de álcool anidro”

Maiores detalhes poderão ser observados na Lei n.º 8.918 de 14.07.94, e no Decreto n.º 2.134, de 04.07.94, que regulamentou a lei. (PIRES, 2001).

Mais importante, contudo, para o produto conquistar o mercado externo, foi o Decreto Federal nº 4.851 de 02.10.2003, esclarecendo de uma vez por toda a diferença da cachaça em relação ao rum, como também em relação à caipirinha.

O mencionado diploma oficial define que cachaça é a denominação típica e exclusiva da aguardente de cana produzida no Brasil, com graduação alcoólica de 38% a 48%

em volume, a 20° Celsius, obtida pela destilação do mostro fermentado da cana-de-açúcar com características sensoriais peculiares, podendo ser adicionada de açúcares até seis gramas por litro, expressos em sacarose.

Já o rum é definido como bebida com a graduação alcoólica de 35% a 54% em volume, a 20° Celsius, obtida do destilado alcoólico simples de melaço, ou da mistura dos destilados de caldo de cana-de-açúcar e de melaço, envelhecido, total ou parcialmente em recipiente de carvalho, ou madeira equivalente, conservando suas características sensoriais peculiares.

- O decreto publicado também define a caipirinha, como bebida típica brasileira, com graduação alcoólica de 15% a 36% em volume, a 20° Celsius, obtida exclusivamente com cachaça, acrescida de limão e açúcar. O decreto define também o que é aguardente de melaço, de cereal, de vegetal e de rapadura ou melaço.

Uma informação também importante é a classificação do produto no mercado externo. A classificação na NCM (Nomenclatura Comum do MERCOSUL) posiciona a mercadoria para todos os efeitos relativos ao comércio exterior.

A NCM, que substituiu a Nomenclatura Brasileira de Mercadorias (NBM), possui oito dígitos e uma estrutura de classificação que contém até seis níveis de agregação: capítulo, posição, subposição simples, subposição composta, e subitem (MAIA 2002).

A descrição para a cachaça é:

NCM 22.0840.00 (cachaça e caninha)

22. (bebidas, líquidos alcoólicos e vinagres)

22.08: Álcool etílico não desnaturado com teor alcoólico, em volume inferior a 80% vol.

Aguardentes, licores e outras bebidas espirituosas;

22.0840.00: cachaça e caninha (rum e tafiá).

2. OBJETIVOS

2.1 Objetivo Geral

Identificar desafios e oportunidades de negócios no mercado internacional para a cachaça brasileira, em especial aquela produzida no Estado de Pernambuco, mediante pesquisas secundárias aplicada ao mercado consumidor e à sua cadeia produtiva, de forma a caracterizar sua eficiência e possíveis fatores críticos.

Entenda-se por eficiência da cadeia produtiva, a capacidade do setor de responder as exigências do mercado consumidor internacional, oferecendo-lhe um produto de qualidade, com regularidade na oferta e preços compatíveis. Por fatores críticos devem ser compreendidos os obstáculos diretos e indiretos, presentes ou potenciais, colocados à cadeia produtiva, e que impedem a competitividade externa do produto.

2.2. Objetivos Específicos

- Proceder a uma caracterização da cadeia produtiva da cachaça pernambucana, descrevendo brevemente seu processo produtivo em suas fases agrícola e industrial/artesanal, e realçar igualmente os aspectos tecnológicos nele envolvidos;
- Analisar os componentes centrais desta cadeia produtiva, destacando os aspectos relacionados à legislação pertinente para produção e comercialização do produto, assim como à tributação que lhe é aplicada;
- Apresentar os principais problemas e pontos críticos ou de estrangulamento da cadeia produtiva da cachaça, a partir da análise de seus componentes centrais, e que comprometem seu eficiente e pleno desenvolvimento;
- Realizar um diagnóstico dos aspectos de mercado da oferta local e nacional do produto, enfatizando a evolução do setor e os aspectos relacionados aos custos de produção e formação do preço de venda;
- Analisar o desempenho recente das exportações brasileiras e pernambucanas de cachaça, destacando as principais dificuldades encontradas para sua expansão, entre elas, as barreiras tarifárias e não tarifárias colocadas pelos blocos de comércio em suas importações desses produtos;

- Delinear, com base em **pesquisa secundária**, os atributos qualitativos da demanda dos produtos por parte do consumidor externo (gostos e preferências), notadamente o europeu, tais como: suas características intrínsecas - cor, cheiro e sabor por variedade oferecida; e extrínsecas - tamanho, formato, espessura e design da embalagem, assim como o tipo de material usado, se plástico, vidro ou alumínio; dizeres e informações do rótulo (dados do fabricante, composição química, valor nutricional, prazo de validade, etc.);
- Avaliar, com base na mesma **pesquisa secundária**, os aspectos quantitativos da demanda dos produtos, tais como: preços unitários praticados; adequação dos pontos (locais) de venda – supermercados, bares, restaurantes e lanchonetes, etc; volumes médios de consumo per capita (litros) por unidade de tempo (mês/ano) e tamanho do mercado consumidor; sazonalidade das vendas – calendários climáticos e festivos, etc;
- Identificar, ainda na mesma **pesquisa secundária**, as características dos segmentos de maior aceitação dos produtos, tais como: faixa etária, classe de renda, país ou região onde reside, grau de instrução, etc.
- Apontar políticas públicas que possam contribuir para um maior dinamismo das exportações da cachaça de alambique, elevando sua competitividade externa e agregando maior valor ao produto exportado.

3. MODELO TEÓRICO

O modelo explicativo adotado na presente tese deverá tomar como marco conceitual o modelo de sistemas agroindustriais, tal como foi inicialmente desenvolvido por Davis e Goldberg (Harvard, 1957), e pela escola francesa de Análise de Filières nos anos 60, e posteriormente enriquecida pela abordagem de competitividade sistêmica ou dos clusters (Porter, 1985).

A cadeia produtiva de um ramo produtivo é o conjunto articulado dos segmentos que asseguram o seu funcionamento econômico, fornecendo os insumos necessários à produção e estabelecendo as mediações com o mercado consumidor. A abordagem da cadeia produtiva parte do princípio de que o desempenho de cada ramo produtivo depende das suas interações – para frente e para trás, numa relação sistêmica de encadeamento de segmentos integrados.

Desta forma, a competitividade de uma empresa ou ramo, entendida como a capacidade de concorrência e ocupação de posições no mercado, não resulta apenas das condições próprias do empreendimento, mas do conjunto dos determinantes do sistema produtivo, incluindo o ambiente sócio-econômico-cultural em que atua. Esta abordagem leva ao conceito de competitividade sistêmica, segundo a qual a posição de empresas e de segmentos econômicos no mercado decorre de uma rede integrada de vinculações das atividades produtivas, e destas com o sistema educativo, com a infraestrutura tecnológica, energética e de transporte, com as relações trabalhistas e com o aparato institucional e financeiro, articulando todo o sistema econômico (CEPAL, 1990).

O estudo adota um enfoque semelhante à metodologia de clusters para compreender a cadeia produtiva da produção da cachaça e definir as iniciativas adequadas ao aproveitamento das oportunidades oferecidas pelo comércio exterior. Desta forma, acrescenta à rede estritamente produtiva a análise dos componentes do ambiente de negócios – principalmente o sistema institucional, o fornecimento de mão-de-obra qualificada, a oferta de tecnologia e os mecanismos de financiamento da atividade econômica, além da oferta de infraestrutura econômica e logística.

A rigor, a produção de cachaça em qualquer dos estados brasileiros, mesmo em Minas Gerais ou Pernambuco, não configura ainda um cluster, entendido como um aglomerado de atividades econômicas afins que gera uma eficiência conjunta numa concentração geográfica de empresas interconectadas, incluindo fornecedores de insumos, componentes, máquinas e serviços, fornecedores de infraestrutura, distribuidores, instâncias

de regulação e financiamento, formação de recursos humanos (PORTER, 1998). A eficiência e a competitividade de um cluster exigem capacidades especializadas (organizações fortes) e, ao mesmo tempo, um ambiente competitivo em termos de qualidade de infraestrutura econômica, social, política e institucional.

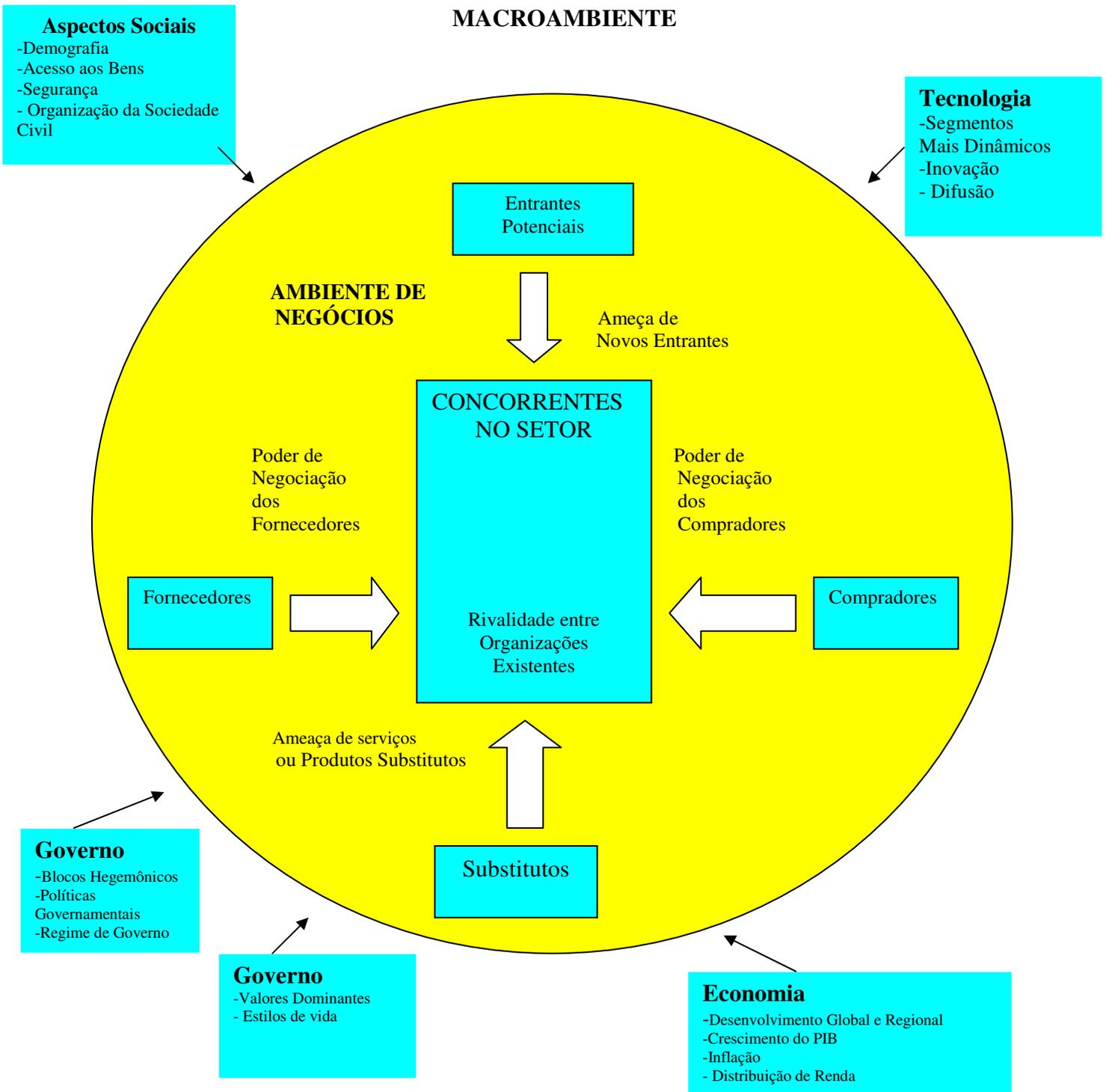
A metodologia de cluster procura, desta forma, tornar a rede cada vez mais integrada e focada na melhoria geral do desempenho das instituições, da atividade produtiva e, numa concepção estratégica mais geral, da região em que está inserida. Assim, procuram-se os fatores críticos que se colocam como obstáculos diretos ou indiretos à competitividade e ao desenvolvimento do segmento produtivo impedindo que as empresas e instituições, direta e indiretamente envolvidas numa determinada atividade econômica, alcancem dinamismo competitivo. Por isso, embora a produção de cachaça não constitua um cluster formado, a metodologia e a abordagem de cluster constituem um referencial importante para o estudo da cadeia produtiva e para a definição das ações propostas para promover a competitividade sistêmica do segmento.

Na análise da estrutura de mercado, a atividade econômica está situada em uma rede de cinco forças competitivas básicas que caracterizam os diversos sistemas mercadológicos: a rivalidade interna entre os concorrentes existentes no setor, a ameaça de novas empresas potenciais concorrentes, a ameaça de novos produtos ou serviços substitutos, o poder de barganha e a negociação dos compradores, e o poder de barganha e a negociação dos fornecedores (PORTER, 1986). Este sistema está situado dentro de um ambiente de negócios mais amplo que estabelece os espaços de atuação e as condições de disputa competitiva entre as empresas, em grande parte decorrentes da mesma natureza do negócio, incluindo escala de mercado e a tecnologia dominante que definem o grau de concorrência ou oligopólio no setor e as barreiras para a entrada de novos concorrentes.

Em última instância, esta estrutura de mercado define as condições de ameaça decorrentes de novas empresas potenciais concorrentes, que crescerão na razão inversa das barreiras à entrada no segmento; ao mesmo tempo, define o espaço e as oportunidades das micro e pequenas empresas no segmento econômico, com diferentes graus de articulação com as médias e grandes empresas. Este espaço depende da “configuração eficiente” de tamanhos, ou seja, do número e da distribuição de tamanhos de firmas (TAVARES DE ARAÚJO JÚNIOR, 1984) no interior do segmento, resultado da escala e da base tecnológica, levando a diversas escalas de dispersão da estrutura produtiva com uma distribuição distinta de tamanhos padrões das firmas no segmento.

DIAGRAMA 1

MACROAMBIENTE



Fonte: Macroplan (1996).

4. CARACTERIZAÇÃO DA CADEIA PRODUTIVA DA CACHAÇA

Este capítulo apresenta uma descrição pormenorizada da cadeia produtiva da cachaça em Pernambuco, tomando por base os trabalhos elaborados pelo SEBRAE/PE, respectivamente, “Perfil Empresarial da Cachaça de Alambique” (Ed. SEBRAE, Recife,2005), “Cadeia Produtiva da Pequena Produção dos Derivados da Cana-de-Açúcar” (ed. SEBRAE, Recife,2002) e “Cachaça:Análise de um Empreendimento” (Ed. SEBRAE, Recife,2001).

Contudo, deve-se aqui fazer uma importante observação: a zona fisiográfica do Estado de Pernambuco contemplada por tais estudos diz respeito caracteristicamente a zona da mata, onde esta concentrada a maior parte da produção de cana de açúcar assim como das destilarias produtoras de aguardente de cana e cachaça, assim como das mais representativas engarrafadoras e padronizadoras desta bebida, a exemplo da Pitu e Muller. Não incorpora, todavia a importante região de microclima (brejo) no sertão do Estado onde se desenvolve uma expressiva produção de derivados da cana, tais como mel, rapadura e até mesmo uma conhecida cachaça artesanal, a Triumpho. A ausência de tal região na descrição da cadeia produtiva da cachaça em Pernambuco se deve, em grande parte à falta de estudos e diagnósticos atualizados sobre sua produção de derivados da cana, com exceção da rapadura. Não obstante, tal ausência não compromete os principais resultados e conclusões sobre o perfil, como um todo, da cadeia produtiva da cachaça em Pernambuco. A propósito no anexo desta dissertação é apresentada uma relação com todos os produtores e engarrafadores de aguardente de Cana e Cachaça de Pernambuco Filiados a APAR.

A cadeia produtiva da aguardente de cana em Pernambuco envolve as atividades agrícolas de produção da matéria-prima (cana-de-açúcar), além das industriais ou mesmo artesanais, propriamente ditas, de processamento (destilação e engarrafamento) – e os serviços de distribuição e financiamento, onde se evidenciam importantes estrangulamentos setoriais. De forma esquemática, a cadeia produtiva da aguardente está apresentada no Diagrama 2, mostrando os diversos elos interligados, formados por oito componentes centrais que trocam insumos e serviços com os engenhos e destilarias.

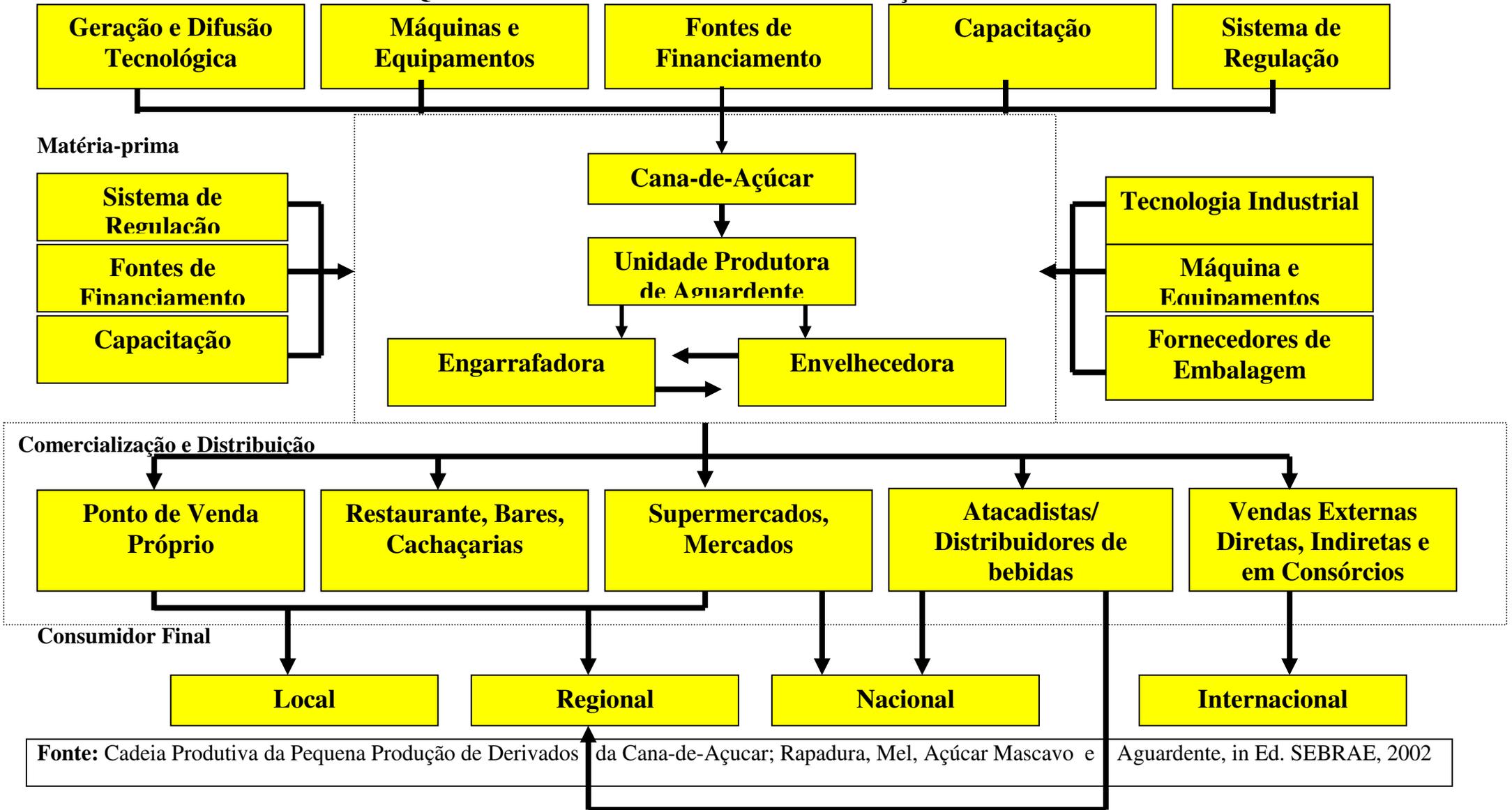
Contudo, antes destes componentes centrais serem sumariamente descritos, faz-se necessário, para a compreensão dos mesmos, uma visão do processo produtivo da aguardente de cana, em especial, daquela destilada em alambique.

4.1 O Processo de Produção da Cachaça

A produção de aguardente pode utilizar dois processos diferentes de destilação: alambique e destilação de coluna. No processo de coluna ou industrial a produção de aguardente passa por sete fases – moagem da cana, concentração do caldo, estocagem do caldo em dornas para o processo de fermentação, transferência para as colunas de destilação, armazenamento em tanques, filtragem e engarrafamento. No processo que utiliza alambique, também conhecido como artesanal, após a fermentação do caldo é feita a transferência para o alambique, onde ocorre a destilação. Depois ocorre o resfriamento do líquido antes de passar para o armazenamento e a filtragem, gerando o produto. As grandes engarrafadoras realizam um processo adicional de padronização do produto e, em alguns casos, fazem o envelhecimento do produto geralmente em barris de carvalho por no mínimo um ano.

O processo de produção da aguardente assim obtida pode ser subdividido em duas **fases** distintas, porém intimamente relacionadas: **a agrícola**, comum para ambos os processos de coluna e de alambique - e a de **processamento**, seja industrial ou artesanal (SEBRAE, 2003).

DIAGRAMA 2
ESQUEMA DA CADEIA PRODUTIVA DA CACHAÇA AGUARDENTE



4.1.1 A Fase Agrícola

Na fase agrícola, a escolha das variedades da cana é de suma importância, devendo-se levar em consideração a precocidade, a produtividade e o rendimento industrial. O cultivo deve ser conduzido com atenção, no que se refere ao controle de pragas e doenças, à adubação, à idade do corte da cana e ao tempo entre a sua colheita e moagem.

Os cuidados com a matéria-prima começam na seleção de variedades da cana, levando-se em consideração suas características de precocidade, teor de sacarose, tolerância ao estresse hídrico, capacidade de tolerância a pragas e doenças, e produtividade.

A cana-de-açúcar deve apresentar parâmetros tecnológicos e microbiológicos adequados ao processamento, uma vez que se não forem adotadas estas providências nesta fase, há riscos da cana, se de má qualidade, vir a comprometer a qualidade da cachaça. Na escolha das variedades da cana, devem ser consideradas as seguintes características:

- Teor de sólidos solúveis no caldo (superior a 18 – faixa média no Nordeste entre 18 e 24) e de pureza (acima de 80);
- Grau de tolerância ao estresse hídrico (capacidade de suportar teores críticos de umidade no solo sem comprometimento expressivo de seu desenvolvimento e da sua produtividade);
- Resistência ou tolerância a doenças e pragas importantes (capacidade de conviver com determinados tipos de pragas e doenças, ou de responder adequadamente a tratamentos químicos ou biológicos);
- Nível de florescimento (uma boa variedade não deve florescer, mas se isto acontecer, que seja em percentual desprezível);
- Produtividade agrícola (níveis de produtividade satisfatórios para a cana-planta – em torno de 80 toneladas por hectare; e para a soca – acima de 55t/ha. Quando o cultivo é feito com irrigação adequada, a produtividade deve ficar acima de 100t/ha);
- Produtividade industrial (o mais aconselhável é que sejam utilizadas variedades que apresentem índices médios de açúcares, a serem convertidos em cachaça de 140kg por tonelada de cana).

A escolha das variedades é feita de acordo com o tipo de solo em que elas vão ser plantadas e com as exigências da indústria. Os estudos mais recentes indicam as variedades relacionadas a seguir.

Tabela 1. Pernambuco -Variedades de cana indicadas para o cultivo.

Variedade	Tipo de solo	Precocidade
RB 813804	Tabuleiro, brejo úmido, várzea leve	Precoce
SP 79-1011	Tabuleiro, brejo úmido, várzea leve	Precoce
RB 75126	Encosta	Tardia, sem florescimento
RB 72454	Tabuleiro e várzea leve	Tardia
SP 81-3250	Tabuleiro	Média
RB 763710	Encosta	Média, sem florescimento
SP 78-4764	Encosta	Média
B – 8008	Várzea	Tardia, sem florescimento

Fonte: UFRPE, 2001

O cultivo da cana deve ser feito de acordo com recomendações técnicas que considerem as características do solo e das variedades; assim como a adubação, o controle de ervas daninhas, pragas e doenças, e a época de colheita.

A colheita é feita quando a cana atinge o ponto de maturação indicado pelo teor de sólidos solúveis (brix), que ocorre entre 12 e 14 meses após o plantio ou o corte, no caso das socas.

O corte da cana é feito manualmente, com a cana crua ou queimada. A colheita mecânica, dificultada em Pernambuco e na região Nordeste pela topografia fortemente ondulada, e apenas realizada por algumas grandes usinas, não justifica seu uso para as pequenas unidades de cachaça de alambique, pois suas escalas de produção não comportam o investimento requerido para aquisição do maquinário.

A cana deve ser processada no período máximo de 24 horas entre o corte e a moagem, sob pena de perder sacarose por deterioração microbiana que virá a comprometer os processos industriais.

4.1.2 A Fase de Processamento

O processamento da cana para a obtenção da aguardente é composto pelas fases de preparação da cana para moagem, fermentação, destilação e filtração, sendo oportuno, nesse processo, se fazer uma distinção fundamental entre os produtos obtidos, isto é, a aguardente de cana, propriamente dita, e a cachaça ou cachaça de alambique. A diferença básica entre a aguardente de cana e a cachaça está na origem da matéria – prima semielaborada. Enquanto a aguardente de cana é feita diretamente a partir do destilado da cana, geralmente em escala industrial, a cachaça é elaborada a partir do melaço (mosto fermentado) resultante da produção de açúcar de cana – isto é, do próprio caldo da cana-de-açúcar - sendo produzida de forma artesanal em alambiques, o que a torna mais livre de impurezas.

O sucesso da **produção industrial** está associado, portanto, à qualidade da cana-de-açúcar, a eficiência dos equipamentos e ao emprego de tecnologias de fermentação e destilação.

Já o sucesso da **produção de alambique** depende, sobretudo, da qualidade dos nutrientes presentes no processo de fermentação (caldo de cana moída, fubá e farelo de arroz, etc) e de seu tratamento higiênico, assim como, entre outros fatores, do cobre presente nos condensadores dos alambiques. Tais processos combinados favorecem a formação de aromas e buquês, tão característicos da cachaça de alambique, tornando seu sabor mais suave, principalmente quando envelhecidas.

A aguardente de cana ou a cachaça, assim obtida, pode ter como destino os seguintes mercados: vendas a granel, empresas engarrafadoras, empresas padronizadoras e empresas envelhedoras. Há unidades industriais que padronizam e envelhecem a cachaça, o que lhes permite oferecer um produto de melhor qualidade e, conseqüentemente, obter melhores preços.

4.1.2.1 Preparação da cana para moagem

O preparo da cana representa uma etapa importante no processo produtivo, tendo o objetivo de aumentar a extração de sacarose em 7% e a capacidade operacional em até 30%. Na preparação da cana para moagem, são empregados equipamentos como facas rotativas e desfibradores.

4.1.2.2 Moagem

A extração do caldo da cana é feita através de um conjunto de moendas, o qual, na maioria das unidades processadoras, é constituído de um único terno, com uma eficiência de apenas 50%, ou seja, apenas metade do caldo da cana é extraída. Há no mercado equipamentos de apenas um terno de moenda, com uma eficiência de 70%.

Na medida em que são incorporados equipamentos – facas rotativas e desfibradores, assim como quando se aumenta o número de conjuntos de moendas, eleva-se à eficiência da extração. Pequenas unidades processadoras comportam desfibradores e dois ternos de moenda, o que lhes assegura uma eficiência de 80%. Nas grandes unidades processadoras que utilizam facas rotativas, desfibradores e quatro ternos de moenda, a eficiência chega a 90%.

4.1.2.3 Fermentação

A fermentação ocorre em recipientes – dornas de fermentação – que podem ser construídos com ferro, aço inox, cimento (alvenaria), madeira e fibra de vidro. As dornas de cimento e madeira são altamente suscetíveis a infecções, por serem porosas e de difícil limpeza; as dornas de ferro e aço inox apresentam os melhores resultados, tanto no processo de fermentação, quanto no higiênico-sanitário, uma vez que possibilitam uma limpeza rápida e completa.

A sala de fermentação deve ser construída de acordo com as necessidades de estabilidade térmica e de limpeza, e a disponibilidade de água de boa qualidade e de uma iluminação adequada.

A fermentação alcoólica é considerada a principal etapa do processo de produção da cachaça. É na fermentação que são obtidos o principal componente químicos da bebida, em função da atividade microbiana de leveduras e bactérias. O processo de fermentação é composto de um conjunto de procedimentos que serão detalhados logo a seguir.

O sucesso da fermentação está intimamente relacionado à qualidade do caldo da cana, que deve passar previamente por um processo de eliminação de impurezas – terra e bagacinho, por exemplo. Para isso, o caldo passa por filtros e tanques de decantação, etapa em que a higienização dos equipamentos é indispensável para evitar os focos microbiológicos que comprometem a fermentação.

O rendimento e a qualidade química e sensorial dependem do fermento empregado. No processo considerado artesanal, recomenda-se o emprego de leveduras selvagens, provenientes dos colmos da própria cana-de-açúcar. Outros produtores preferem o fermento prensado tradicional e, raramente, o fermento selecionado (ou cultura pura), em face da dificuldade de obtenção destas cepas.

O preparo da massa necessária ao processo fermentativo requer uma série de procedimentos específicos, de acordo com o tipo de fermento utilizado.

O acompanhamento do processo fermentativo é realizado pelo monitoramento do teor de sólidos solúveis (brix) do mosto. Ao longo do processo, são observados fatores da fermentação inerentes ao aspecto visual, ao odor, à temperatura e ao tempo. O produtor pode acrescentar determinações laboratoriais de pH, acidez total e volátil, concentração em etanol, análises microbiológicas do fermento e do mosto, bem como de produtos secundários. Este procedimento é importante para assegurar a qualidade da bebida.

O monitoramento do processo é necessário para evitar fermentações indesejáveis, que comprometem a qualidade da cachaça. Estão entre as fermentações indesejáveis a acética (odor de vinagre), a láctica (odor de leite), a butírica (odor de ovos podres), a dextrínica (grânulos gelatinosos) e a levânica (grandes bolhas). O controle das fermentações indesejáveis é realizado pelas práticas de sanidade da matéria-prima e de higiene (limpeza e lavagem) em todo o processo.

A composição química média do vinho, resultante do processo de fermentação, corresponde de 5% a 8% de etanol, 90% de água e o restante de produtos secundários voláteis (éteres, aldeídos e outros) e não voláteis (leveduras, bactérias, açúcares, sais minerais, proteínas e outros).

4.1.2.4 Destilação

A destilação representa uma operação de separação dos componentes do vinho proveniente da fermentação, por meio dos respectivos graus de volatilização. Os padrões da cachaça são definidos no processo de destilação e dependem da qualidade do vinho, do tipo de destilador, do sistema de aquecimento e das condições operacionais, além do teor alcoólico e da velocidade de destilação.

As substâncias não-voláteis são prejudiciais para a destilação, devendo ser eliminadas do processo, pois influenciam de forma negativa o aroma e o paladar da cachaça. A quantidade de éteres, ácidos e aldeídos que condicionam o aroma e o sabor típico das

cachaças depende, entre outras variáveis, da composição e natureza do vinho, da condução operacional e do tipo do aparelho de destilação.

Os aparelhos mais utilizados na destilação são os alambiques simples e as colunas de destilação.

Os alambiques, apesar dos recursos limitados, podem fornecer uma cachaça de qualidade, desde que as frações destiladas conhecidas como cabeça (5% a 10%), coração (80%) e cauda (10% a 15%) sejam separadas efetivamente. O destilado de coração, fração de melhor qualidade, deverá apresentar um teor alcoólico entre 45°GL; o destilado de cabeça, obtido na fase inicial da destilação e mais rico em substâncias voláteis, atinge uma graduação alcoólica de 65°GL a 70°GL.

Os destilados de cabeça e cauda devem ser eliminados, por se caracterizarem como produtos de qualidade inferior, responsáveis pela “ressaca” do consumidor. Os destilados de cauda com teor alcoólico abaixo de 38°GL são impróprios para a saúde, em função da quantidade de produtos indesejáveis – furfural e ácido acético, entre outros. Uma opção para o aproveitamento do etanol dos destilados de cabeça e cauda é a produção de álcool carburante através de uma nova destilação em coluna contínua.

Para a produção de cachaça de alambique, o aparelho mais utilizado é o alambique simples de cobre, de arquitetura variada, aquecido por fogo direto ou por vapor, através de serpentina furada.

Dependendo do projeto, a aguardente obtida nas colunas de destilação pode ser considerada de melhor qualidade, quando comparada com as obtidas nos aparelhos descontínuos.

O sistema por colunas requer um projeto específico e operadores devidamente capacitados. As colunas de destilação são aparelhos de simples condução, que oferecem produtos mais regulares e de maior grau alcoólico. O consumo de vapor por litro é menor, com pequenas perdas de álcool na vinhaça, chegando a índices de eficiência média de 98%.

4.1.2.5 Filtragem

O processo de filtragem da cachaça é fundamental para a sua qualidade. Os sistemas utilizados vão desde o filtro simples de carvão ativado e de celulose, até o filtro de resina de troca iônica, sendo este último qualificado para a fabricação de cachaça destinada ao mercado externo.

A cachaça não deve ser consumida logo após o processo de filtragem. Deve passar por um período de descanso – de dois meses – para que a sua qualidade sensorial seja completada.

4.1.2.6 Acondicionamento

Recomenda-se o acondicionamento do produto em recipientes adequados, que podem ser de aço inoxidável, madeira ou outro material, assim como em local protegido de raios solares, com boa ventilação e longe de temperaturas elevadas.

4.1.2.7 Envelhecimento

Com o objetivo de melhorar a qualidade da cachaça nos seus aspectos organolépticos – sabor, cheiro e cor, agregando-lhe valor econômico, algumas empresas adotam o processo de envelhecimento do produto. É importante ressaltar que só a cachaça de alta qualidade deve ser envelhecida.

De uma maneira geral, o processo de envelhecimento de bebidas ocorre pelo seu acondicionamento em tonéis de madeira. As espécies de madeira recomendadas devem atender aos requisitos de solubilidade e de incorporação de substâncias responsáveis pela cor e pelo sabor das cachaças envelhecidas.

Várias espécies de madeira são empregadas no envelhecimento de bebidas, destacando-se o carvalho, cedro, bálsamo. Os barris ou tonéis devem ser estocados em locais frescos, protegidos e limpos, por um período mínimo de 12 meses, visando à extração de substâncias e reações químicas que são responsáveis pelas características sensoriais.

Durante o envelhecimento, há uma perda média de volume de aproximadamente 5% ao ano, sendo comum completá-lo, anualmente, com cachaças novas. Nesse processo, há uma perda de graduação alcoólica entre 2°GL e 3°GL ao ano, em função das condições específicas de umidade e temperatura do ambiente de estocagem e do volume estocado.

4.1.2.8 Engarraamento

O engarraamento pela própria unidade processadora de cachaça traz algumas vantagens – reduz fraudes que comprometem o produto, cria fidelidade à marca e agrega valor à cachaça. Por outro lado, acarreta um aumento de custos com a aquisição de equipamentos de lavagem e engarraamento, e de insumos para o acondicionamento, assim como com a escolha de um local para estocagem e a definição de uma estrutura para comercialização. As embalagens mais empregadas são de vidro, com capacidade para 700ml, 750ml ou 970ml, podendo variar em função do mercado consumidor.

4.1.2.9 Padrões da cachaça

A cachaça só pode ser comercializada após seu registro no Ministério da Agricultura e Abastecimento. Para isso, deverá se enquadrar nos padrões por ele estabelecidos (Tabela 2).

Tabela 2. Brasil - Padrões estabelecidos pelo Ministério da Agricultura para a Cachaça

Especificação	Valor
Grau alcoólico a 20°C (em % V / V)	38 a 54
Acidez volátil (em mg ácido acético/ 100ml de álcool anidro)	150 max.
Cobre (em mg/L)	5 max.
Aldeído (em mg de aldeído acético / 100 ml de álcool anidro)	30 máx.
Éteres (em mg de acetado de etila / 100ml de álcool anidro)	200 max.
Álcoois superiores (em mg de álcool isobutílico / 100ml de álcool anidro)	300 max.
Álcool metílico (em mg / 100ml de álcool anidro)	170 max.
Soma dos componentes secundários (em mg / 100ml de álcool anidro)	200 a 650

Fonte: Ministério da Agricultura e Abastecimento.

Além dos padrões mencionados, as grandes empresas engarraadoras e envelhecedoras exigem dos produtores as características adicionais expressas na Tabela 3.

Tabela 3. Características adicionais da aguardente (em mg / 100ml de álcool a 100%)

Especificação	Valor
Aldeído acético	6 a 20
Metanol	0,8 a 1,0
Acetona	2,5 a 5,5
Acetato de metila	2,0 a 5,0
Acetado de etila	10 a 40
N-propanol	30 a 80
Iso-propanol	30 a 80
Álcool amílico ativo	20 a 50
Álcool amílico normal	3 a 15
Álcool isoamílico	100 a 150
Acidez volátil	15 a 30
Turbidez	Máximo de 5
Análise sensorial	Máximo de 0,6

Fonte: Engarrafadora Pitu Ltda.

O sucesso de um empreendimento produtor de cachaça ocorre em função de seu rendimento industrial e da qualidade da matéria-prima. De um modo geral, os empreendedores associados a alguma entidade de classe representativa dos produtores, à exemplo da Associação Pernambucana dos Produtores de Aguardente de Cana e Rapadura – APAR, possuem uma estrutura laboratorial mínima para verificar o comportamento da indústria como um todo, ou seja, para acompanhar a qualidade da matéria-prima, a extração, a fermentação, a destilação e, principalmente, a qualidade do produto. Diante disso, são apresentados, logo a seguir, parâmetros de rendimento industrial para uma pequena destilaria produtora de cachaça.

Tabela 4. Pernambuco - Parâmetros de rendimento da pequena destilaria produtora de cachaça.

Especificação	Valor
Açúcares a serem convertidos em cachaça	140kg por tonelada de cana
Extração média de açúcares fermentescíveis	60%
Eficiência fermentativa	80%
Eficiência de destilação	80%
Eficiência do processo	38,4%
Rendimento da cachaça a 50°GL e a 20°GL	70 litros por tonelada de cana

Fonte: **UFRPE: 2001**

Além disso, outros comprometem o rendimento industrial de uma destilaria de cachaça, entre os quais:

- Variedades com baixo rendimento em açúcares;
- Colheita fora do estágio ótimo de maturação;
- Tempo prolongado (mais de 24 horas) entre a colheita e o processamento;
- Presença de impurezas de origem mineral e orgânica;
- Deficiência no preparo para a moagem;
- Baixa extração do caldo pelas moendas;
- Elevado grau de contaminação bacteriana do caldo;
- Condução inadequada do processo fermentativo;
- Condução inadequada do processo de destilação;
- Mão-de-obra sem a devida qualificação;
- Máquinas e equipamentos obsoletos;
- Estrutura laboratorial deficiente ou inexistente.

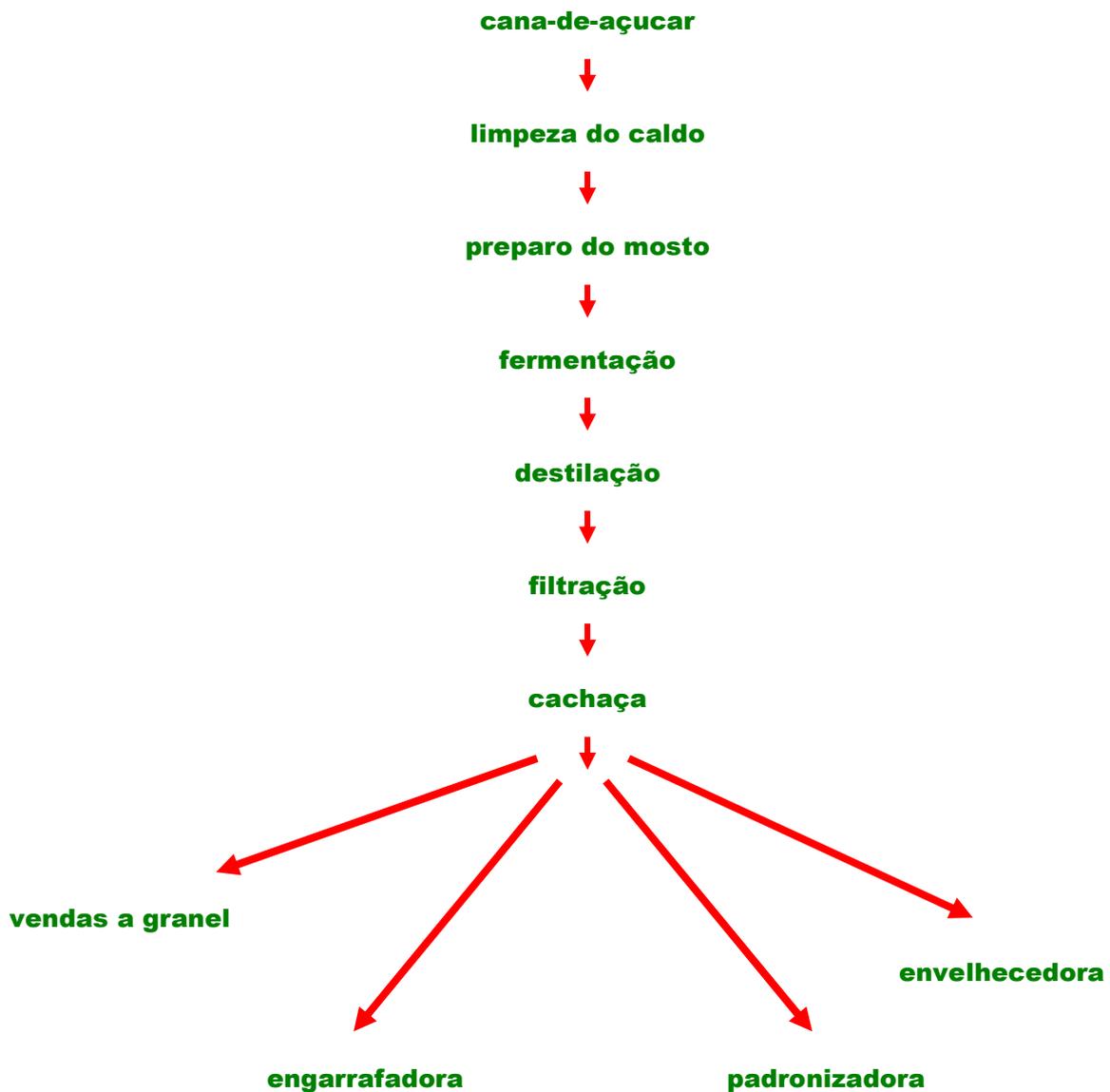
4.1.2.10 Aspectos importantes da qualidade da cachaça

O controle de qualidade na produção de cachaça leva em consideração as características organolépticas (sabor, odor e cor) e o controle rigoroso sobre a presença de

substâncias como óleo fúsel e o carbamato de etila, que além de comprometerem o sabor são prejudiciais à saúde humana. O carbamato de etila encontra-se presente em diversos alimentos e bebidas obtidos através de processos de fermentação, alcoólicos ou não (iogurtes, queijos, cervejas e vinhos). Sua presença é admissível em quantidades mínimas. As cachaças produzidas pelo método da dupla destilação apresentam valores entre 20ppb e 40ppb, reduzida acidez e menor teor de aldeídos e éteres, além da ausência quase total de cobre

DIAGRAMA 3

Fluxograma do Processo de Produção



4.2 Breve Descrição dos Componentes Centrais da Cadeia Produtiva

4.2.1 Fornecedores de Matéria-Prima

A cana-de-açúcar é a matéria-prima essencial para a produção de aguardente, podendo ser produzida diretamente pelo próprio engenho ou adquirida de terceiros. De um modo geral, predomina o regime de cana própria. Os engenhos que compram a cana de fornecedores tendem a perder competitividade, uma vez que o custo de produção é elevado. Como a produção de aguardente não exige a mesma qualidade demandada por outros produtos derivados da cana-de-açúcar, o preço da tonelada fica mais barato, chegando a custar cerca de R\$ 37,00/ton (APAR,2004). Mesmo assim, o segmento precisa contar com cana de variedades mais adequadas às condições regionais e às necessidades do processo produtivo para penetrar em mercados com alto grau de exigência, como o dos produtos naturais, tão demandado pelos consumidores externos, necessitando-se para isso melhorar a qualidade e o processo de produção da cana-de-açúcar, sem utilização de herbicidas e adubos químicos.

Dois fatores, também, são fundamentais na rede que gira em torno da produção da cana-de-açúcar: o suporte financeiro e o sistema de regulação. O primeiro diz respeito ao conjunto de instituições financeiras públicas e privadas aptas para operacionalizar esquemas de crédito e financiamento para o produtor de cana; e o segundo diz respeito às instâncias de coordenação de classe. Com o fim do IAA – Instituto do Açúcar e do Alcool, esta regulação não ficou clara. Nesse sentido, destaca-se o trabalho desenvolvido pela entidade representativa dos produtores de cana a AFCP – Associação dos Fornecedores de Cana de Pernambuco, que procura ser o interlocutor das reivindicações da categoria.

4.2.2 Fornecedores de Tecnologia

Pernambuco conta com a oferta de tecnologias e assistência técnica/extensão rural para disseminar processos de plantio, tratos da cultura e de manejo adequados, além de apoio nas áreas de capacitação e financiamento e um sistema apropriado de regulação, com uma especificidade a mais, e que decorre de um controle maior da qualidade final, sobretudo pelo Ministério da Agricultura e pelos próprios padronizadores que procuram, constantemente, renovar a tecnologia para acompanhar a disputa da competitividade no mercado.

No entanto, o acesso dos pequenos produtores à tecnologia é difícil pelos baixos investimentos e pelas reduzidas pressões da demanda local, associado ao precário apoio

institucional. Na oferta de tecnologia e difusão podem ser destacados os trabalhos desenvolvidos por universidades e institutos de pesquisa e as ações de consultorias privadas especializadas, geralmente sob o comando de consultores com experiência antiga no setor sucro-alcooleiro, que oferecem suporte nas áreas de engenharia (instalação e modernização de instalações e equipamentos) e desenvolvimento de produto. Podem ser citadas, por exemplo, as empresas GTCA, Oficina de Idéias e Sawan, assim como produtores autônomos como Otávio Carvalheira e João Vasconcelos, e ONGs atuantes nas áreas de difusão tecnológica e assistência agrícola.

4.2.3 Fornecedores de Máquinas e Equipamentos

Outro elo importante na cadeia da produção é formado pelos fornecedores de máquinas e equipamentos (moendas, caldeiras, destiladoras, alambiques, geradores, entre outros), destacando-se a Simisa e a Dedini. Em muitos casos, contudo, tanto na instalação de novos engenhos, quanto na manutenção e na ampliação dos projetos, são utilizados materiais usados adquiridos em firmas especializadas na compra e venda desses equipamentos.

4.2.4 Fornecedores de Material de Embalagem

A embalagem principal da aguardente é realizada em garrafas de vidro, cujo fornecimento em Pernambuco é dominado pela CIV – Companhia Industrial de Vidros. Como a garrafa tem um peso significativo no custo final do produto, muitos produtores de pequeno porte costumam comprar garrafas reutilizadas, geralmente de pequenos fornecedores de sucata. No entanto, a maior parte da produção de aguardente é estocada em botijões de plástico e engarrafada em vidros, muitas vezes recicláveis, independente da utilização de rotulados. Começa a ser disseminada no mercado pelas grandes padronizadoras de aguardente a venda do produto em garrafas de material plástico (sobretudo na versão de 500 ml).

4.2.5 Agentes de Capacitação

No sistema de produção de aguardente dos pequenos produtores, praticamente não há capacitação de mão-de-obra, necessidade parcialmente atendida por iniciativas isoladas de treinamento do próprio senhor de engenho. Embora existam instituições com perfil adequado para a capacitação da mão-de-obra da indústria de aguardente, ainda não existe uma interação entre a oferta e a demanda de qualificação. Contudo este cenário tende a ser substancialmente

alterado com a presença do PROMATA e seus projetos de operadores de negócio que financiam a capacitação e assistência técnica dos produtores envolvidos.

4.2.6 Fontes de Financiamento

Da mesma forma que ocorre com as outras atividades de beneficiamento da cana-de-açúcar de pequena escala, existe a tendência ao autofinanciamento que decorre das dificuldades de acesso ao sistema de crédito. Alguns importantes bancos oficiais presentes na economia pernambucana – Banco do Brasil, Banco do Nordeste e Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social – possuem linhas de financiamento que podem ser utilizadas para a pequena produção dos derivados da cana. Embora esses bancos oficiais não ofereçam linhas de crédito específicas para o segmento produtor da aguardente, o Banco do Nordeste, por exemplo, tem disponíveis recursos para o fornecimento à pequena produção da cana-de-açúcar, contemplando parcialmente os produtores. Por outro lado, o BNDES conta com um fundo de aval que pode ajudar a contornar a incapacidade do setor, oferecendo garantia real para os financiamentos.

4.2.7 Sistemas de Regulação

Os sistemas de regulação envolvidos na produção da aguardente de cana podem ser basicamente subdivididos em três amplos subsistemas de controle institucional, a saber: a legislação ambiental exigida para os empreendimentos do gênero, a legislação para produção e comercialização da aguardente e o sistema tributário a ela pertinente.

Ademais, as produções de aguardente de cana e cachaça contam com instâncias de coordenação de classe, tanto a nível nacional, como a Associação Nacional dos Produtores de Cachaça, como a nível local, como a Associação Pernambucana dos Produtores de Aguardente e Rapadura – APAR. Mais recentemente a própria ABRABE, celebrou com a APEX, um convênio para a promoção comercial do produto no exterior, o PBDAC – Programa Brasileiro para o Desenvolvimento da Cachaça.

4.2.7.1 Legislação Ambiental

De acordo com a Resolução 237, de 19 de dezembro de 1997, do Conselho Nacional do Meio Ambiente - Conama, compete ao órgão estadual especializado – em

Pernambuco a CPRH – Companhia de Pesquisa de Recursos Hídricos , empresa reguladora nesta área – o licenciamento de empreendimentos e atividades cuja natureza possa ter relação com o meio ambiente.

A produção de aguardente enquadra-se nestes dispositivos. Portanto, os estabelecimentos são obrigados a adotar instrumentos legais de licenciamento, quais sejam:

- Licença Prévia (LP): concedida na etapa preliminar de planejamento da atividade;
- Licença de Instalação (LI): autoriza o início da implantação do empreendimento de acordo com projeto executivo aprovado;
- Licença de Operação (LO): autoriza o início das atividades licenciadas e o funcionamento dos equipamentos de controle da poluição.

4.2.7.2 Legislação para Produção e Comercialização da Aguardente

O Ministério da Agricultura e Abastecimento é a entidade oficial responsável pelo sistema de fiscalização e inspeção da aguardente, inclusive aquela destinada à exportação. A regulamentação sobre o assunto consta do Decreto 2.314, de 4 de setembro de 1997, que dispõe sobre padronização, classificação, registro, inspeção, produção e fiscalização de bebidas.

Além das providências junto ao Ministério da Agricultura e Abastecimento, no caso do Estado de Pernambuco é obrigatório o cadastramento da empresa produtora de aguardente no Departamento de Fiscalização e Inspeção Agropecuária - DEFIS, da Secretaria de Produção Rural e Reforma Agrária.

Destacam-se, a seguir, alguns conceitos básicos para todas as bebidas industrializadas, destinadas ao consumo humano.

➤ Quanto à bebida

- Matéria-prima (substância utilizada no processo)
- Ingrediente (substância ou aditivo empregado na fabricação)
- Lote ou partida (quantidade de um produto em um ciclo de fabricação, identificado por número e/ou letra).

- Prazo de validade (tempo durante o qual o produto mantém as suas características em condições adequadas de armazenagem e utilização).

➤ **Quanto à classificação do estabelecimento**

- Produtor ou fabricante (estabelecimento responsável por produtos primários, semi-industrializados ou industrializados)
- Estandarizador ou padronizador (estabelecimento que elabora um tipo de bebida padrão usando outros produtos industrializados).
- Envasador ou engarrafador (estabelecimento destinado ao envasamento de bebidas)
- Acondicionador (estabelecimento que acondiciona e comercializa, a granel, a bebida)
- Exportador (estabelecimento destinado à exportação de bebidas).

➤ **Quanto ao registro**

Os estabelecimentos e as bebidas deverão ser registrados obrigatoriamente no Ministério da Agricultura e Abastecimento. Este registro é válido em todo o território nacional e deve ser renovado a cada dez anos.

➤ **Quanto à padronização**

Deverão ser observados os padrões de identidade e qualidade estabelecidos por ato administrativo do Ministério da Agricultura e Abastecimento, e atendidos os seguintes requisitos de qualidade:

- Normalidade dos caracteres organolépticos próprios da sua natureza;
- Qualidade e quantidade dos componentes próprios da sua natureza;
- Ausência de elementos estranhos, indícios de alterações e microrganismos patogênicos.
- Ausência de substância nociva.

➤ **Quanto ao rótulo**

Um ponto de extrema importância que favorece para que o produto possa apresentar competitividade no mercado externo diz respeito ao rótulo da cachaça.

O rótulo da bebida deve ser previamente aprovado pelo Ministério da Agricultura e Abastecimento, devendo contar em cada unidade, em caracteres visíveis e legíveis, os seguintes dizeres:

- O nome do produtor ou fabricante, dos standardizadores ou padronizadores, do envasador ou engarrafador;
- O endereço do estabelecimento de industrialização;
- O número de registro do produtor no Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento;
- A denominação do produto;
- A marca comercial;
- (razão social), produzido e engarrafado por...
- O CNPJ
- A expressão “Indústria Brasileira” por extenso ou abreviada;
- O conteúdo expresso de acordo com as normas específicas (composição e ingredientes);
- A graduação alcoólica, por extenso ou abreviada (em percentagem)
- A identificação do lote ou partida;
- O prazo de validade;
- A frase de advertência para as bebidas alcoólicas, estabelecida por lei específica;
- Outras informações de acordo com as características da bebida.

➤ **Quanto ao Controle da matéria-prima e da bebida**

No caso de bebidas destiladas, o controle será realizado em função do teor alcoólico expresso em álcool anidro e da quantidade de matéria-prima empregada.

A destilaria e o acondicionador de destilado alcoólico deverão apresentar, mensalmente, ao Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, informações sobre produção, saída e estoque de destilados alcoólicos, e, anualmente, sobre matérias-primas adquiridas.

Devem ser informados critérios e normas para o controle do envelhecimento dos destilados alcoólicos, a partir de especificações relativas ao prazo mínimo, capacidade, tipo, forma de recipiente e local de envelhecimento.

O material e os equipamentos empregados na produção, preparação, manipulação, beneficiamento, acondicionamento e transporte da bebida deverão seguir as exigências sanitárias e de higiene.

O vasilhame utilizado no acondicionamento de detergente e de outros produtos químicos não poderá ser empregado no envasamento da bebida.

A bebida destinada á exportação deve estar de acordo com a legislação, o uso e os costumes do país a que se destina, sendo vedada a sua comercialização no mercado interno.

Entende-se por aguardente composta a bebida com graduação alcoólica entre 34° GL e 38° GL, a 20° C, gramas por litro. O produto que contiver açúcar em quantidade superior a 0,6 gramas por 100 ml terá acrescido na sua denominação a expressão “adoçada”.

Com relação aos estabelecimentos, é necessário que haja a seguinte infra-estrutura básica:

- Localização adequada á natureza das atividades;
- Edificação com iluminação e aeração, pisos revestidos de material cerâmico ou similar, paredes revestidas de material liso, impermeável e resistente;
- Máquinas e equipamentos básicos, previstos para cada tipo de estabelecimento;
- Água em quantidade e qualidade;
- Técnico responsável pela produção, com qualificação e registro no respectivo conselho profissional.

➤ O Sistema BPF e APPCC e sua Aplicação às Industrias de Aguardente

A partir da década de 80, as Indústrias de Alimentos vêm redirecionando seus sistemas de gestão da qualidade para torná-los cada vez mais preventivos e menos corretivos. Esta tendência tem se fortalecido tanto pela constatação de que os sistemas tradicionais de Inspeção e Controle de Qualidade não têm sido capazes de garantir a inocuidade dos alimentos, bem como pela necessidade cada vez maior de racionalizar recursos e otimizar processos. Além disso, a crescente globalização dos mercados tem exigido das empresas a adoção de sistemas de controle reconhecidos internacionalmente.

Diante deste quadro, o Sistema APPCC, associado às Boas Práticas de Fabricação (BPF), tem-se revelado como ferramenta básica do sistema moderno de gestão da qualidade nas indústrias de alimentos, sendo compatível com sistemas da série ISO 9000 e Qualidade Total. Trata-se de um sistema preventivo, que busca garantir a inocuidade do alimento e inclui

aspectos que vão desde a produção no campo até o consumidor final, passando pela industrialização e distribuição.

Assim, o Sistema APPCC vem sendo adotado em todo o mundo, não só por garantir a segurança dos produtos alimentícios, mas também por reduzir os custos e aumentar a lucratividade, já que minimiza as perdas e o retrabalho, por otimizar o processo, tornando desnecessária uma boa parte das análises laboratoriais realizadas no sistema de controle tradicional, e por tornar o processo de controle transparente e confiável.

Em 26 de novembro de 1993, o Ministério da Saúde (MS) lançou a Portaria nº. 1428, que fornece as diretrizes para o estabelecimento de Boas Práticas de Fabricação e Prestação de Serviços e do Sistema APPCC na área de alimentos, bem como relaciona os conhecimentos básicos necessários aos responsáveis técnicos.

Assim é indispensável a implantação das Boas Práticas de Fabricação – BPF e Análise de Perigos e Pontos Críticos de Controle – APPCC nas empresas processadoras de aguardente para adequação à legislação e ao Sistema de Garantia de Qualidade e Segurança à Saúde do Consumidor e, principalmente, para melhoria da gestão da qualidade do produto, notadamente àquele destinado à exportação.

4.2.7.3 O Sistema Tributário do Setor

Tanto em Pernambuco como no Estado de Minas Gerais, verifica-se que existe uma carência de informações a respeito dos impostos incidentes sobre a cachaça. Mudanças no sistema tributário, como a reedição da Medida Provisória nº 132 que subtraiu os benefícios do SIMPLES aos produtores, têm levado alguns deles à prejuízos e desestímulo quando à legalização do seu produto. Na verdade as taxas obrigatórias para a fabricação de cachaça não inviabilizam a atividade de engarrafamento (caso da cachaça de coluna ou massiva), embora reduzam sua competitividade frente a outras bebidas alcoólicas, caso especial da cachaça de alambique ou artesanal, inibindo ainda a legalização da atividade por parte dos produtores informais.

De acordo com a legislação atual, incidem dois impostos sobre a cachaça: o ICMS – Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços, e o IPI.

A venda a granel ou do produto não engarrafado só pode ser realizada para atacadistas de cachaça ou aguardente e para engarrafadores. O produtor desta bebida que possui fábrica legalizada não pode comercializar ser produto diretamente no mercado consumidor (atacadista ou varejista). A venda em bombonas ou garrações é, nesse caso, ilegal.

Nas vendas realizadas para atacadistas e engarrafadores, incide apenas o ICMS correspondente a 18% do valor do produto. Assim, o fabricante de cachaça que vende seu produto a granel não paga IPI.

Se o produtor é também engarrafador, irá pagar o ICMS e o IPI. O ICMS é de 18% sobre o valor do produto comercializado dentro do Estado e o IPI é um valor estipulado em “ATO DECLARATÓRIO” da Secretaria da Receita Federal. Esses Atos Declaratórios, em época de inflação, são publicados mensalmente no Diário Oficial da União. Numa economia mais estável, esse período é dilatado. .

A legislação do IPI para cachaça ou aguardente está estipulada pela Lei n.º 7.798, de 10 de julho de 1989, e alterada pelos Decretos n.º 4.842 de 26 de dezembro de 2002 e o de n.º 4.859 de 14 de outubro de 2003.

A Lei n.º 7.798 estabelece as bebidas sujeitas ao IPI em seu Anexo I, identificadas de acordo com os códigos da TIPI – Tabela de Incidência do Imposto sobre Produtos Industrializados, atualizada pelos mencionados Decretos. Nessa tabela, a aguardente de cana é classificada como cachaça ou caninha através do código 2208.40 e com classes mínima e máxima variando de B a N, respectivamente. A letra correspondente entre B e N, numa tabela que varia de A a Z, é que irá determinar o valor do IPI a ser pago.

Na Instrução Normativa n.º 132, a cachaça ou aguardente de cana é classificada com o código 2208.40.0200. Em seu Item 3.2.1, que trata dos tipos de selo de controle, a aguardente é classificada de acordo com a capacidade do recipiente onde é comercializada. A Tabela 5 - já atualizadas pelos últimos Atos Declaratórios - logo a seguir, estabelece as especificações correspondentes:

TABELA 5
AGUARDENTE DE CANA OU CANINHA E
AGUARDENTE DE MELAÇO OU CACHAÇA
(Código TIPI 2208.40.0200 e 2280.40.0300)

Capacidade (ml)	Classe	Selo de Controle / Bebidas Alcoólicas (tipo/cor)
Até 180 ml	G	Bebidas Alcoólicas Miniatura / Verde
De 181 ml a 375 ml	K	Aguardente/Violeta
De 376 ml a 670 ml	N	Aguardente/Laranja
De 671 ml a 1000 ml	Q	Aguardente/Azul

As aguardentes envazadas em garrafas de 600 ml estão enquadradas nas letras N e têm o selo de cor laranja, e as envazadas em litro, Letra Q, selo azul. A partir dessa definição, procura-se a Tabela de Referência do IPI posta em vigor pelo decreto nº 4.452 de 26 de dezembro de 2002.

TABELA 6
CLASSES DE REFERÊNCIA DO IPI
(Lei 7.798 de 10/07/89 e Decreto 4.452 de 26/12/2002)

Classe	IPI R\$	Classe	IPI R\$	Classe	IPI R\$
A	0,11	I	0,47	Q	2,23
B	0,12	J	0,56	R	2,74
C	0,14	K	0,68	S	3,34
D	0,18	L	0,83	T	4,07
E	0,23	M	1,01	U	4,97
F	0,26	N	1,26	V	6,06
G	0,30	O	1,50	X	7,38
H	0,38	P	1,84	Y	9,00
				Z	13,38

De acordo com esta tabela, sobre a garrafa de cachaça ou aguardente de 600 ml incide R\$ 1,26 e, sobre o litro, R\$ 2,23 de IPI por unidade.

As microempresas, dentro dos limites estabelecidos por algumas legislações estaduais, estão isentas do pagamento do ICMS, o que não ocorre com a cachaça em Pernambuco.

Ademais, a edição da Medida Provisória n.º 2.132, em janeiro de 2001, cortou os benefícios da Lei SIMPLES para os microprodutores de aguardente de cana, ficando estes sujeitos ainda ao Regime de Lucro Presumido ou Lucro Real do Imposto de Renda. A situação anterior oferecia condições bastante satisfatórias para que os produtores informais se regularizassem, estimulando um segmento empresarial que gera muitos empregos e contribui sobremaneira para dinamizar a economia pernambucana., constituindo-se indiscutivelmente a questão tributária em um aspecto regulatório que afeta negativamente a cadeia produtiva do setor.

4.2.8 Distribuição e Comercialização

O processo de distribuição e comercialização da aguardente oriunda dos pequenos produtores - basicamente a cachaça de alambique - é bem diversificado, predominando em Pernambuco, porém, a venda direta pelo próprio dono de engenho no local de fabricação ou em diversos pontos da região que lhe são próximos. Em outros estados do Brasil, como Minas Gerais, também são entregues às cooperativas e/ou associações que comercializam o produto com as empresas padronizadoras. Desta forma, o sistema de comercialização recorre pouco ao intermediário e às empresas distribuidoras.

As grandes engarrafadoras que padronizam as cachaças compradas por diversos produtores estabelecem a partir de equipamentos adequados um padrão de qualidade uniforme e podem constituir um mercado potencial para as pequenas destilarias. Ainda é limitada a venda dos produtores artesanais para os grandes engarrafadores (intermediários para o consumo em larga escala), mas a melhoria da qualidade do produto e a formação de cooperativas de produtores podem viabilizar uma articulação mais estreita entre pequenos e grandes negócios.

O mercado consumidor da aguardente vendida por padronizadoras ou envelhecedoras tem faixas de renda bem variadas. O foco básico de venda é o mercado local e regional, embora o mercado internacional venha despertando crescente interesse. O mercado nacional encontra, ainda, sérias barreiras, sobretudo devido ao elevado custo do frete. Merecem ser destacados ainda mais dois tipos de distribuição que podem vir a crescer ainda mais em um futuro próximo. De um lado, começa a surgir, em Pernambuco, um novo ponto de venda de cachaça – as “cachaçarias”, já tradicionais em Minas Gerais, São Paulo e Rio de Janeiro, funcionando como uma espécie de bar especializado na venda dos mais variados tipos de cachaça. As cachaçarias estão inseridas em outra importante cadeia produtiva – a do turismo, que sinaliza com boas possibilidades de expansão e espaço para pequenos empreendimentos, como a loja anexa ao MUSEU DA CACHAÇA, localizada no município de Lagoa do Carro/PE, ponto de parada obrigatório no circuito do turismo rural da mata norte que inclui, ainda, visitas aos antigos engenhos e casas grandes. Outros pontos de venda são as lojas que trabalham com artigos regionais, onde os produtos derivados da cana se destacam, como uma loja situada no Aeroporto Internacional dos Guararapes, em Recife/PE, que tem seu foco de negócios principal na cachaça, denominada CACHAÇA BRASIL.

Com relação às vendas destinadas ao mercado externo as empresas podem utilizar-se das vendas diretas, indiretas ou consórcios. As pequenas e médias empresas podem formar

ainda cooperativas ou associações a fim de promover a venda de seus produtos no exterior, a exemplo, em Pernambuco, das gestões que estão sendo realizadas para criação da COCAPE – Cooperativa dos Produtores de Cachaça de Pernambuco, de forma a obter ganhos de escala na comercialização externa. Contudo, no caso de Pernambuco o maior exportador continua sendo a engarrafadora PITÚ, responsável por cerca de 17% das exportações brasileiras do produto, e tendo a Alemanha como principal país de destino comercial

5. OS PONTOS CRÍTICOS DA CADEIA PRODUTIVA

Os pontos críticos da cadeia produtiva da aguardente de cana em Pernambuco identificados no presente trabalho foram apurados nas já mencionadas consultas bibliográficas especializadas do SEBRAE, como também em visitas e entrevistas técnicas realizadas com empresários e entidades de classe do setor em Pernambuco, como a APAR.

A produção de aguardente de cana de Pernambuco apresenta várias dificuldades internas no processo produtivo e alguns estrangulamentos gerados fora da unidade de produção pelos elos da cadeia produtiva, dos quais depende seu eficiente desempenho. Procurando separar os problemas internos ao processo, dos fatores externos, apresentam-se, a seguir, os principais problemas que afetam negativamente a competitividade e a qualidade da produção de aguardente, em especial da pequena produção representada pela cachaça de alambique.

5.1 Dificuldades no Processo de Produção

São desafios internos à produção de aguardente de Pernambuco, a saber.

- Qualificação da mão de obra - a mão-de-obra utilizada nos engenhos carece de melhor qualificação, a fim de influenciar positivamente os níveis de produtividade e a qualidade do produto;
- Modernização de maquinário e equipamentos - as máquinas e os equipamentos precisam ser renovados física e tecnologicamente com a finalidade de evitar sua obsolescência e o uso de peças antigas adquiridas em sucatas e adaptadas pela própria empresa;
- Elevação do grau de inovação tecnológica – os engenhos tendem a não apresentarem inovação tecnológica, ocasionando baixo padrão da melhoria do produto e do processo de produção;
- Aumento da capacidade de financiamento – além da insuficiência de capital dos pequenos e médios produtores, os empreendimentos apresentam dificuldades para obtenção de crédito, enfrentando, ainda, uma crônica inadimplência no setor;
- Elevada carga tributária – Desde 2001 os produtores de aguardente de cana com a edição da Medida Provisória nº 2.132 foram alijados dos benefícios tributários do

SIMPLES, ocasionando uma perda de competitividade do setor formal em relação a outras bebidas alcoólicas, e desestimulando a produção clandestina a se legalizar;

- Articulação do setor – Malgrado os esforços já desenvolvidos pelo SEBRAE e a APAR no sentido de elevar os níveis de associativismo do setor e sua integração institucional com outros parceiros, como o PROMATA, o ITEP e o SENAI, etc. prevalece ainda uma cultura empresarial avessa a empreendimentos associativos que poderiam alavancar o desenvolvimento do segmento, como ocorre em outros estados da Federação, a exemplo de Minas Gerais. Gestões nesse sentido vêm sendo realizadas para criação de uma cooperativa local que reúna médios e pequenos produtores de aguardente de cana e cachaça.

5.2 Dificuldades nos Elos da Cadeia Produtiva

A produção de aguardente em Pernambuco enfrenta uma série de dificuldades e estrangulamentos que comprometem a sua competitividade em decorrência de problemas existentes nos elos da cadeia e na interação com os engenhos. Vale ressaltar que a sua competitividade pode ser reduzida por entraves existentes fora do processo produtivo e por segmentos a montante e a jusante da cadeia produtiva. De forma sistemática, apresenta-se, a seguir, uma lista destes estrangulamentos registrados nos elos da cadeia produtiva:

- Fornecimento de matéria-prima – a produção de aguardente não necessita de um rigor elevado na qualidade da cana-de-açúcar, como ocorre com os outros derivados da cana. Contudo, a matéria-prima básica do produto gera alguns estrangulamentos e dificuldades para a competitividade e a qualidade da aguardente, tais como:
 - ✓ Baixa difusão tecnológica – a produtividade agrícola da cana-de-açúcar ainda é relativamente baixa, situando-se ao redor de 50 toneladas por hectare ao ano (APAR, 2005), apesar de existirem centros de pesquisa no Estado que estão investigando e gerando tecnologias e variedades para a melhoria do desempenho da cana.
 - ✓ Elevado índice de rejeição -um dos pontos de estrangulamento existente na cadeia produtivo da cachaça está relacionado à falta de cumprimento, por parte dos fornecedores de cana, das especificidades técnicas necessárias para a

produção de uma matéria-prima de qualidade. A aquisição da matéria-prima, através dos fornecedores, corresponde a 30% da cana utilizada para produção de cachaça, sendo o restante produzido em integração vertical, ou seja, as agroindústrias também participam do segmento agrícola plantando parte da cana necessária para o processamento industrial. O grande problema reside no fato de que dos 30% da cana adquirida através dos fornecedores, o índice de rejeição por não atender as especificidades necessárias ditadas pelo processo industrial corresponde a 40% da cana adquirida. Diante de tais dificuldades, torna-se necessário o desenvolvimento de um programa de capacitação técnica para os produtores que contemple desde a necessidade de análises do solo, até as variedades de cana recomendadas, o manejo da cultura, a colheita e pós-colheita e o devido acompanhamento dessas produções por agrônomos especializados em cana-de-açúcar. Acredita-se que com tais providências, o índice de rejeição da matéria-prima adquirida, hoje de 40%, chegue ao final do segundo ano da implantação destas ações a 10% ou bem perto disso.

- ✓ Máquinas e equipamentos inadequados – a produção da cana-de-açúcar continua utilizando máquinas e equipamentos que carecem de modernização, muitas vezes inadequados às condições topográficas e climáticas da região;
 - ✓ Restrições financeiras – o endividamento e a inadimplência dos produtores de cana (principalmente os próprios engenhos produtores de aguardente) representam um sério problema para o desenvolvimento do setor, agravado pela falta de financiamentos;
 - ✓ Transporte inadequado – as condições precárias de transporte do campo para os engenhos resultam em perdas da cana produzida (física e de qualidade), impondo a necessidade de recuperação das estradas vicinais e das vias asfálticas principais para escoamento da produção.
-
- Fornecimento de tecnologia – as grandes destilarias produtoras de aguardente e as grandes padronizadoras e envelhedoras forçadas a uma melhor qualidade e produtividade apresentam razoável articulação com os centros de pesquisa e os consultores especializados no produto. O mesmo não ocorre com a maioria dos engenhos produtores de cachaça de alambique, em especial a produção informal, que utiliza tecnologias ultrapassadas e carece de assistência tecnológica para a melhoria do produto e o aumento da produtividade. A ausência de programas agressivos de apoio à

pequena produção de aguardente, aliada à postura conservadora do produtor e ao baixo nível de exigência da demanda, explicam a manutenção de tecnologias obsoletas no setor. Apesar da existência de um sistema de inovação e pesquisa no Estado com capacidade de oferecer tecnologia e assistência, estas não estão acessíveis aos pequenos produtores.

- Suporte de capacitação e treinamento – os pequenos e mesmo médio produtores praticamente não contam com suporte de capacitação técnica e profissional para os seus empregados ou colaboradores. Mesmo sabendo-se das novas regras de segurança alimentar a que estão obrigados a submeterem-se, como a RDC nº 216 da ANVISA, que obriga a adoção de Boas Práticas de Fabricação e do APPCC – Análise de Perigos e Pontos Críticos de Controle. As atividades de capacitação aos empreendedores são limitadas à atuação pontual de entidades, como o SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequena Empresa e, mais recentemente, o PROMATA – Programa de Desenvolvimento Sustentável da Zona da Mata, que pretende capacitar os produtores envolvidos nesta região.
- Acesso às fontes de financiamento – os estrangulamentos verificados na área de produção da aguardente termina por restringir as possibilidades de crescimento e acentuam-se através das limitações ao crédito. Estas limitações ocorrem, fundamentalmente, em função da baixa capitalização e do endividamento dos produtores. A maioria dos proprietários dos engenhos está impossibilitada de solicitar empréstimos, pois os pleitos destes são bloqueados pelo Serasa (Bacen), sendo obrigados a administrar seus empreendimentos com recursos próprios ou parcerias. E, embora não existam linhas de crédito dos bancos oficiais voltadas, especificamente, para o apoio financeiro direto aos engenhos e produtores de aguardente, com condições adequadas à realidade econômica e financeira do setor, não faltam recursos e fontes de financiamento. O problema do acesso ao crédito está muito mais relacionado às questões fundiárias, além de desinformação, incapacidade de poupança e restrições cadastrais, entre outros;
- Fornecimento de máquinas e equipamentos – de um modo geral, não existe um estrangulamento decorrente da oferta de máquinas e equipamentos, na medida em que o Estado de Pernambuco conta com fornecedores com capacidade de atendimento da

demanda. O problema reside, na verdade, na qualificação de uma demanda no mercado interno que estimule o pequeno produtor de cachaça à melhoria do processo produtivo e a investir mais em modernização. Por isso é bastante auspiciosa a abertura do mercado externo para a cachaça pernambucana, não apenas para prover suas vendas com preços mais remuneradores e capitalizá-lo para novos investimentos, mas principalmente para incentivá-lo a produzir melhor para o próprio mercado doméstico;

- Fornecimento de embalagem – em muitos casos, a embalagem dos pequenos produtores de aguardente, ao contrário dos padronizadores, é feita sem controle de qualidade, às vezes até com a reutilização de garrafas de outros produtos, o que compromete a apresentação e a segurança do produto final. Esta deficiência não decorre de problemas no elo da cadeia responsável pela oferta de embalagem, controlada praticamente pela CIV – Companhia Industrial de Vidros, mas das dificuldades financeiras do produtor e da baixa exigência de qualidade do consumidor local. Contudo, avanços consideráveis já foram realizados pelos produtores formais reunidos na APAR, que com apoio do SEBRAE E SENAI vêm inovando em termos ergonômicos (materiais, tamanho, formato, resistência, reutilização, funcionalidade de uso, etc.) e de design (comunicação visual, rótulos, informações legais, nutricionais, etc.) as suas embalagens, entendendo-as como verdadeira expressão e atributo do conteúdo do produto, notadamente naquelas destinadas à exportação, como é o caso da PINGA NORDESTINA, TRIUNPHO, CARVALHEIRA, SOUZA LEÃO, SÃO SARUÊ, etc.
- A carga tributária – Já foi aqui mencionado o gravame tributário submetido ao setor pela atual carga tributária imposta ao produto. Urge que os produtores articulados em suas representações de classe reivindiquem uma revisão dos impostos cobrados sobre a cachaça ou o retorno da inclusão de enquadramento de sua produção ao SIMPLES, em especial a artesanal e de alambique, para emprestar-lhe maior competitividade e reduzir a informalidade existente;
- Distribuição e comercialização – para as agroindústrias que produzem uma aguardente de qualidade, a comercialização do produto pode encontrar alternativas satisfatórias em lojas de conveniência e outras especializadas no ramo, além de hotéis, bares, restaurantes, delicatessens, cachaçarias e supermercados. Além destes canais, o mercado representado pelos eventos realizados por empresas (congressos, convenções e feiras, etc) e famílias (aniversários, casamentos, etc) e organizados por casas de grife (Blue Angel, Arcádia, etc) podem se converter e em eficiente recurso de vendas e promoção do produto. Desta forma, pode-se reduzir a dependência de um mercado oligopsônico

(poucos compradores e muitos vendedores) das grandes engarrafadoras e padronizadoras que tendem a controlar os preços de compra. Os pequenos produtores por agirem isolados e desarticulados na comercialização acabam favorecendo ainda mais o domínio do mercado pelas grandes padronizadoras e dificultando a expansão dos negócios. As grandes padronizadoras não costumam comprar dos pequenos produtores, embora demonstrem abertura para adquirir a aguardente dos engenhos desde que consigam escala suficiente e apresentam canal adequado e confiável de distribuição.

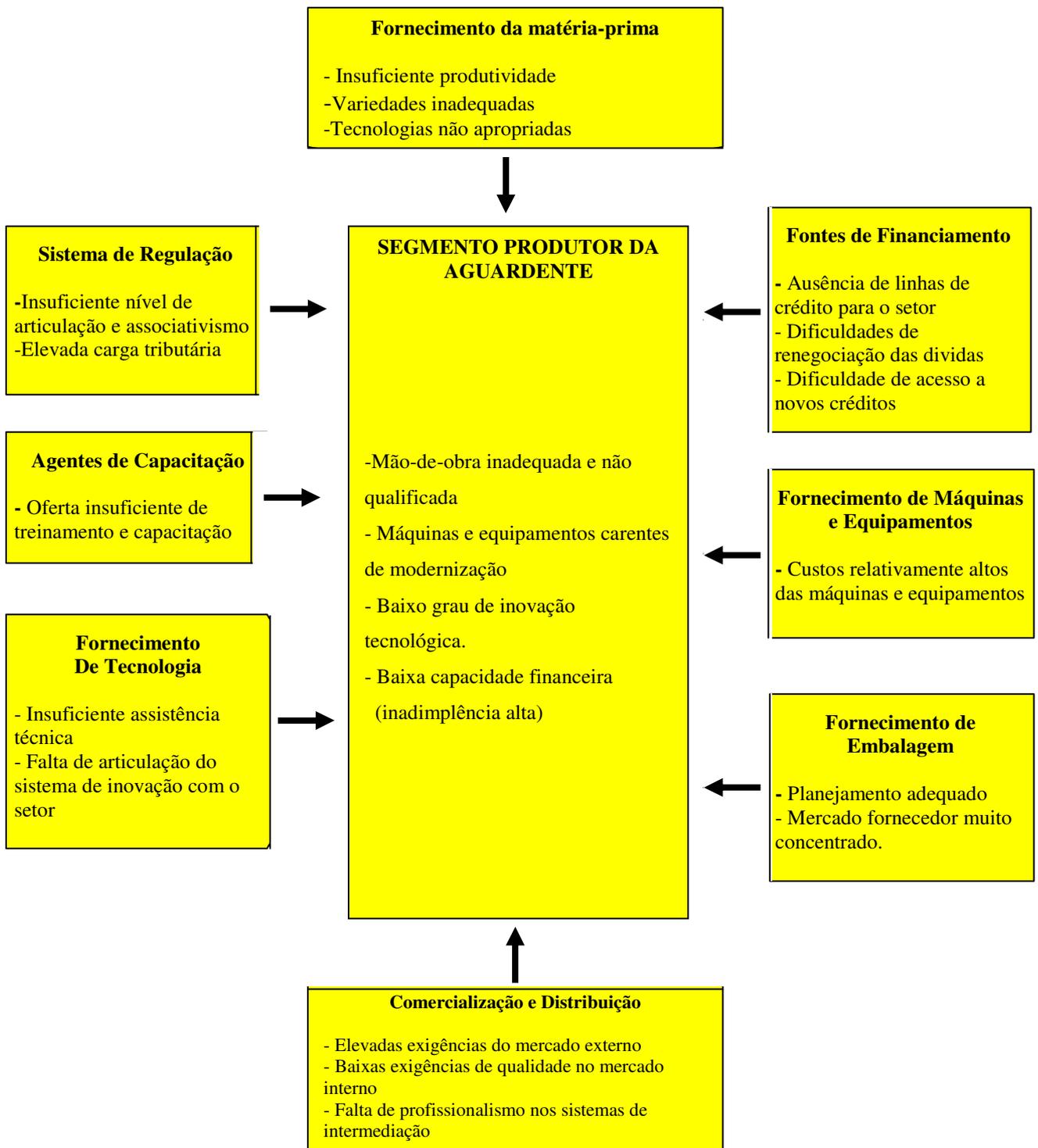
O estrangulamento comercial dos pequenos produtores de menor qualidade reside na falta de profissionalismo e de canais adequados para colocação do produto nos pontos de venda. Os intermediários também carecem de uma estrutura de mercado e logística, pois, em alguns casos, processam o produto original com deterioração, e o vendem posteriormente ao consumidor comprometendo a qualidade e a competitividade da aguardente.

Além disso, em geral o pequeno produtor não tem acesso aos mercados internacionais nem às condições técnicas de aproveitamento da demanda externa devido ao desconhecimento de seus canais. Só em anos mais recentes com o apoio do SEBRAE e a criação da APAR – Associação Pernambucana dos Produtores de Aguardente e Rapadura, os produtores reunidos nesta entidade estão começando a tratar a venda da aguardente como um conceito, criando uma marca regional (a cachaça pernambucana), que possa proporcionar visibilidade e diferenciação ao produto, agregando maior valor de imagem e fortalecendo sua estratégia de comercialização. Ademais, as mencionadas entidades tem incentivado a participação dos produtores em feiras e eventos nacionais e internacionais, que tem contribuído para a divulgação da marca, a melhoria da qualidade do produto e o estabelecimento de novos negócios. Persiste, ainda, contudo, um desconhecimento das oportunidades e potencialidades do mercado, notadamente o externo, embora já em 2005 o PROMATA deva se incorporar no esforço de apoio ao setor na prospecção de mercados, promoção comercial do produto e intermediação de suas vendas externas através da modalidade do projeto de operador de negócios.

Logo a seguir é apresentado um diagrama esquemático que identifica e resume os principais problemas acima descritos conforme os elos ou componentes centrais da cadeia produtiva.

Diagrama 4
PERNAMBUCO - PRINCIPAIS PROBLEMAS DE COMPETITIVIDADE
CONFORME OS ELOS OU COMPONENTES CENTRAIS DA CADEIA
PRODUTIVA

Cadeia Produtiva da Aguardente



6. AS OPORTUNIDADES DE MERCADO DA CACHAÇA

As transformações políticas, sociais e econômicas que ocorrem num ritmo cada vez mais acelerado mudam o ambiente dos negócios no mundo inteiro, e oferecem novas e promissoras oportunidades de empreendimento.

Antes de empregar recursos e energia em um novo negócio, é preciso, todavia, identificar as oportunidades mais promissoras de investimento. Tais oportunidades estão onde há necessidades de clientes que precisam ser satisfeitas. Sendo assim, é indispensável caracterizar brevemente o mercado interno e externo do produto que ora é apresentado neste trabalho.

De início, é importante novamente estabelecer as diferenças entre a cachaça de coluna e de alambique. Segundo o Inmetro (Instituto Nacional de Metrologia), a diferença básica entre a aguardente de cana e a cachaça está na origem da matéria-prima. Enquanto a aguardente é feita diretamente a partir do destilado da cana, geralmente em escala industrial, a cachaça é elaborada a partir do melão resultante da produção de açúcar de cana, sendo produzida de forma artesanal em alambiques, o que a torna mais livre de impurezas.

6.1 Diagnóstico da Oferta Local e Nacional da Cachaça

O mercado da cachaça varia em função do tipo de bebida que é produzido e das características do consumidor. As tendências dos diferentes tipos de mercado para a cachaça apontam para as seguintes situações:

- A cachaça de coluna continuará sendo um produto de consumo massivo, comercializado no mercado nacional, o qual continuará a apresentar as mesmas tendências de crescimento verificadas nos últimos anos;
- Os mercados específicos para a cachaça de alambique despontam dentro de padrões de qualidade reconhecidos, representados pelos consumidores de maior poder aquisitivo, que estão aderindo ao seu consumo devido aos resultados das campanhas de marketing bem sucedidas.

As tendências destes mercados estão resumidas no Quadro 1.

Quadro 1—Brasil - Tipos de Mercado da Cachaça

Produto	Tipo de mercado	
	Massivo	Nicho
Cachaça	Mercado de consumo popular para a cachaça de coluna.	Cachaça de alambique de qualidade para públicos selecionados e para o mercado externo.

FONTE: Informações obtidas no mercado (PBDAC – Programa Brasileiro de Desenvolvimento da Cachaça, 2001)

6.1.1 Produção e Consumo da Cachaça de Coluna

A cachaça de coluna vem desfrutando de um mercado crescente, com fortes tendências para se expandir ainda mais nessa década, sobretudo em nichos.

Conforme o PBDAC, em 1980, o consumo nacional per capita foi da ordem de 4,8 litros; em 1990 subiu para 7,0 litros; em 2000, chegou a 11,0 litros; havendo estimativas de que até o ano 2010 alcance a marca de 15,0 litros anuais por consumidor.

Nessa perspectiva, considerando uma taxa de crescimento da população brasileira de 2% ao ano, pode-se fazer uma projeção de consumo no mercado nacional para a cachaça de coluna, de acordo com a Tabela 7.

TABELA 7 –Brasil - Evolução do Consumo Per Capita e Potencial da Cachaça

Ano	População (mil hab.)	Consumo per capita (litros)	Consumo potencial (em bilhões de litros)
2000	165.500	11,0	1,82
2005	182.700	12,5	2,28
2010	201.500	15,0	3,02

Fonte: Diagnostico da Cachaça em Minas Gerais (Sebrae/MG,2001)

Malgrado estes prognósticos, a produção nacional de cachaça tem sido mantida estacionária em 1,3 bilhões de litros nos anos mais recentes – sendo cerca de 1,0 bilhão de litros de origem industrial ou de coluna e 300 milhões de litros, de alambique, também conhecidas como artesanais (PBDAC, 2004). Isto acontece devido ao acirramento da

concorrência no mercado interno representada por outras bebidas destiladas, como o uísque e a vodca, por exemplo, e a outras bebidas alcoólicas como a cerveja. Tais indicadores confirmam a perspectiva de que o mercado de cachaça de coluna no Brasil está relativamente consolidado, e seu crescimento acompanhará na melhor das previsões o crescimento da população, permanecendo o consumo per capita na faixa de 11 litros/ano.

A oferta do produto no ano de 2004 de 1,3 bilhão de litros foi distribuída entre os Estados produtores, conforme é apresentada na tabela 8.

TABELA 8 – Brasil -Produção da Cachaça por Estados da Federação/2004

ESTADO	PRODUÇÃO (em milhões litros)	(%)
São Paulo	650,0	50,0
Pernambuco	120,0	9,0
Paraíba e Ceará	140,0	11,0
Minas Gerais	78,0	6,0
Rio de Janeiro	65,0	5,0
Bahia	19,5	1,5
Demais Estados	227,5	17,5
Total	1.300	100

Fonte: [www. Geocites.gov/study/805/rapadura/produção/htm](http://www.Geocites.gov/study/805/rapadura/produção/htm)

Perceba-se a forte presença do Estado de São Paulo na produção nacional, de cerca de 50% do total, isto é, aproximadamente 650 milhões de litros, aparecendo em 2º lugar a produção agregada dos demais Estados de 227,5 milhões de litros, correspondente a 17,5% do total produzido. O mesmo quadro acusa que o Estado de Pernambuco responde por 120 milhões de litros ou 9% da produção nacional.

Registre-se aqui que não se encontram disponíveis nas contas de produção industrial do Brasil, sejam elas elaboradas pelo IBGE, sejam por entidades ou federações classistas, estatísticas desagregadas para a produção, por estado da federação, da cachaça de alambique ou artesanal, sabendo-se, contudo, que São Paulo é o maior produtor de cachaça de coluna ou industrial no país e o Estado de Minas Gerais é o primeiro com relação à de alambique ou artesanal.

Os preços da cachaça de coluna em Pernambuco têm variado em torno de R\$ 0,63 por litro, na venda a granel das destilarias para as engarrafadoras (a exemplo das vendas da Destilaria Sibéria para a engarrafadora PITÚ), R\$ 1,90 por litro, quando engarrafada e vendida à rede atacadista/varejista (quando a Pitu, por exemplo, vende aos supermercados), e atinge, em média, o preço de R\$ 2,80 para os consumidores finais na rede varejista de comércio.

6.1.2 Produção e Consumo da Cachaça de Alambique

A cachaça de alambique - com uma produção nacional estimada pela PBDAC, em 2004, em cerca de 300,0 milhões de litros - é produzida quase que artesanalmente, e difere bastante da cachaça de consumo tradicional, uma vez que inclui exigências de qualidade e pureza que a tornam mais singular, entre as quais:

- Uso de fermentos naturais;
- Ausência de qualquer ingrediente externo (aditivo), inclusive açúcar e corante;
- Uso somente da fração destilada, denominada “coração”, que fica entre as frações “cabeça” e “cauda”;
- Envelhecimento, em tonéis especiais, por prazos definidos.

A cachaça de alambique, atualmente produzida em maior proporção no Estado de Minas Gerais, vem conquistando gradualmente mercados internos promissores, o que reflete uma tendência no sentido de atingir uma fatia significativa do mercado mundial de destilados.

O Estado de Minas Gerais, com a implementação do Programa Pró-Cachaça e com a criação da Associação Mineira de Produtores de Cachaça de Qualidade -AMPAQ, em 1989, avançou bastante na conquista e na ampliação deste mercado potencial, promovendo a valorização da bebida, preservando o seu valor cultural e fomentando a produção e a produtividade com o aperfeiçoamento permanente da qualidade.

A AMPAQ já está certificando a cachaça de Minas Gerais, adotando critérios semelhantes aos da Europa, norteados pelos seguintes princípios.

- O meio rural marca e personifica o produto;

- A uniformidade da produção resguarda características mínimas, mesmo existindo mais de um método produtivo;
- A constância nas características confere qualidade ao produto;
- O volume de produção é limitado por área, de modo a preservar a qualidade do produto.

O mercado tende a crescer, e as possibilidades de ampliação da produção em uma região como a mineira, que atenda a estes requisitos, são limitadas, podendo a mesma perder essas características essenciais. Dessa forma, o acompanhamento do aumento da demanda de cachaça de alambique exigirá uma ampliação da área de produção, no sentido de comportar um número grande de pequenas unidades.

Em Minas Gerais, que já está à frente desse processo, as regiões com maior produção de cachaça de qualidade, conforme a AMPAC, são o Norte(30,6) e os vales do Jequitinhonha (18%) e do Rio Doce (14,1%). Em todas, a perspectivas de incremento da produção é baixa, uma vez que estas regiões são secas e possuem áreas adequadas limitadas para o cultivo da cana.

O exemplo de Minas Gerais, representado pela AMPAQ e pelo Pró-Cachaça, serviu como modelo de ação para o Estado de Pernambuco, cujos produtores criaram a APAR - Associação dos Produtores de Aguardente de Cana e Rapadura, como também vêm realizando gestões para criação da COCAPE – Cooperativa dos Produtores de Cachaça de Pernambuco. Tais iniciativas adaptadas à realidade local vêm gerando resultados e repercussões altamente favoráveis. Em especial, porque permitiram maior integração institucional e parcerias com outros órgãos de apoio ao setor, como o SEBRAE, SENAI e ITEP, e também porque vem conseguindo elevar a qualidade da cachaça de alambique pernambucana.

Os preços da cachaça de alambique em Pernambuco têm variado em torno de R\$ 2,00 por litro, na venda a granel dos engenhos para as engarrafadoras, podendo atingir preços que variam de R\$ 7,00 a R\$ 70,00 para os consumidores finais na rede varejista de comércio.

6.1.3 Aspectos Concorrenciais do Mercado Interno da Cachaça

Os Estados de Alagoas, Pernambuco, Paraíba e Rio Grande do Norte, onde estão localizadas as regiões canavieiras tradicionais do Nordeste, enfrentarão uma concorrência mais ou menos forte na conquista de mercados para a cachaça, pelas seguintes razões:

- No caso da cachaça de consumo massivo, o grande concorrente é o Estado de São Paulo, que detém metade da produção nacional, através de grandes empresas engarrafadoras com marcas de elevada penetração no mercado, como a PIRASSUNUNGA 51, embora Pernambuco continue sendo um expressivo exportador nacional do produto com a engarrafadora PITÚ;
- Quanto à cachaça de alambique, a concorrência atual está em Minas Gerais, Estado que desfruta de uma situação invejável, mas que pode muito bem ser alcançada por Pernambuco, tradicional produtor, a depender da resolução dos pontos críticos de sua cadeia produtiva, como visto anteriormente, e de uma política de promoção comercial mais agressiva tanto no mercado interno como externo.

As tendências indicam que o pioneirismo mineiro está promovendo uma grande ampliação do mercado, o qual não poderá ser atendido só com a produção do referido Estado, devido às limitações locais de aumento da oferta. Estas limitações mineiras conduzirão à abertura de oportunidades para outros Estados, desde que eles apresentem padrões de qualidade semelhantes aos das “cachaças de Minas”.

De um modo geral, a cachaça de alambique domina o mercado regional e pode vir a conquistar nichos do mercado internacional, em especial, em países da Europa, como a Alemanha, para onde o produto já é exportado.

O mercado regional é caracterizado pela venda direta, a granel ou engarrafada do fabricante para as engarrafadoras maiores ou para o comércio varejista; já o mercado internacional é exigente quanto à qualidade do produto e sua comercialização é realizada através dos agentes de exportação.

Outros mercados potenciais para as pequenas destilarias que operam de forma artesanal dizem respeito à comercialização direta do produto ao consumidor em cachaçarias e bares especializados, como já foi mencionado em capítulos anteriores, uma atividade expressiva e tradicional em Estados como São Paulo e Minas Gerais.

O segmento produtivo da cachaça no Nordeste, com exceção das grandes empresas, necessita de uma atualização, cujo ponto de partida será induzir o pequeno empresário a administrar o seu negócio com uma visão moderna de empreendedorismo, investindo em tecnologia que assegure eficiência produtiva e qualidade do produto, a qual permitirá a fixação e a conceituação das marcas. Os esforços ocorrem no sentido de que estes empresários se organizem em órgãos de classe ou cooperativas, como já referido, potencializando sua capacidade de articulação institucional em parcerias como as que já existem com o SEBRAE e mais recentemente com o PROMATA, de modo a fortalecer o

setor em todos os elos da cadeia produtiva, desde a aquisição de insumos, máquinas e equipamentos, até a viabilização de linhas de crédito e processos de comercialização e abertura de mercados.

6.2 O Mercado Externo e as Exportações Brasileiras de Cachaça

Ao se abrir para o exterior, a empresa adquire vantagens sobre os concorrentes internos, aproveitando melhor sua capacidade produtiva e desenvolvendo uma cultura de aprimoramento de seus métodos administrativos.

Denominação oficial e exclusiva, desde 2001, da aguardente de cana produzida no Brasil, de acordo com Decreto Federal, a cachaça nos últimos anos, mais precisamente a partir da criação do PBDAC, em 1997, vem conquistando mercados externos.

O setor de agronegócio tem grande importância na geração de divisas para o país. O agronegócio da cachaça, segundo o SEBRAE (2001), mais que triplicou entre 1970 e 1999, saindo de 418 milhões de litros para cerca de 1.3 bilhão de litros anuais.

Conforme o PBDAC (2003), a cachaça é a bebida destilada mais consumida no Brasil e a terceira no ranking mundial. Estima-se que existem mais de 5 mil marcas de cachaça e cerca de 30 mil produtores no País, gerando aproximadamente 450 mil empregos diretos e indiretos. Em 2004, segundo a Fenaca (Federação Nacional das Associações dos Produtores de Cachaça de Alambique), o faturamento do setor chegou a mais de R\$ 2,0 bilhões de reais.

A cachaça, bebida brasileira nata, ultimamente tem ganhado novos adeptos, que a consomem pura ou preferem degustá-la na forma de coquetéis e aperitivos. Com uma alta produção e um consumo per capita de 11 litros por habitante ano, o Brasil constitui-se em um dos maiores mercados de bebidas destiladas, com uma produção anual estimada em 1,3 bilhão de litros, e menos de 1% desse total, aproximadamente, sendo exportado. Com o objetivo de aumentar significativamente as exportações, vê-se nessa oportunidade de negócio o potencial de agregação de valor ao produto que pode ser explorado, e de torná-lo tão conhecido no mundo como o uísque da Escócia, o conhaque da França, a tequila do México, entre outros, assim como seus respectivos produtores.

As exportações de cachaça brasileira passaram de 5,6 milhões de litros em 1998 para 8,6 milhões de litros no ano de 2004, chegando a atingir 14,5 milhões de litros em 2002, como pode ser observado na tabela 9. Ressalte-se ainda que da produção atual de 1,3 bilhão de litros distribuída por 5 mil marcas registradas, menos de 1% seguiu para o exterior na forma de genuína e brasileira cachaça. Contudo, as exportações verificadas apontam para uma taxa de crescimento médio anual de 7,5% no período de 1998 a 2004 e, se considerado o período de 1998 a 2002, de 27,1%.

**Tabela 9 - Evolução das Exportações Brasileiras de Aguardente de Cana e Cachaça
1996 / 2004**

Ano	US\$ FOB	Quantidade (litros)	Preço médio (US\$)
1996	9.448.591	11.693.115	0,81
1997	8.361.050	7.070.132	1,18
1998	6.919.347	5.556.046	1,24
1999	7.398.186	7.821.720	0,95
2000	8.146.500	13.429.272	0,61
2001	8.452.590	10.150.311	0,83
2002	8.722.088	14.534.926	0,60
2003	9.007.895	8.647.845	1,04
2004	11.072.289	8.603.687	1,29

Fonte: MDIC /2004

Note-se aqui que não se encontram disponíveis, nas contas de comércio brasileiras, estatísticas desagregadas para a cachaça de alambique ou artesanal, encontrando-se todas as exportações do produto “cachaça” registradas no código nº 2208.40, conforme a NCM – Nomenclatura Comum do Mercosul.

É interessante ser observado aqui o salto na quantidade exportada no período de 2000 a 2002, numa média de 12,7 milhões de litros, contra uma média nos anos anteriores, compreendida no período de 1996 a 1999, de 8,0 milhões de litros, isto é, de cerca de 60%. Tal fato se deve ao sistemático trabalho de divulgação e promoção comercial do produto no exterior desenvolvido pelo PBDAC que indiscutivelmente alavancou as vendas externas do produto.

Surpreendente, porém, é o declínio nas vendas verificado depois deste mencionado triênio nos anos imediatamente posteriores da série, isto é, em 2003 e 2004, que resvalaram para uma média de 8,6 milhões de litros, patamar ligeiramente superior ao período de 1996 a 1999, significando uma queda de aproximadamente 32% em relação à média registrada entre 2000 e 2002. Conforme será visto mais adiante, este fato se explica pela vulnerabilidade estratégica das exportações da cachaça, - concentradas em poucos países de destino – notadamente situados na da Europa, que sacudidos por mudanças nos gostos e preferências dos seus consumidores alteraram seu portfólio de consumo de bebidas alcoólicas, como a Alemanha, Itália e Portugal, apenas para exemplificar.

Outro aspecto digno de nota é a evolução dos preços médios de venda por litro durante a série considerada, que se apresenta bastante errático, fruto seja das alterações nas políticas cambiais ocorridas no período, que impactaram fortemente os preços relativos de qualquer produto exportado - afinal de contas a economia brasileira sofreu dois forte choques cambiais nos anos de 1999 e 2002, respectivamente, que depreciaram acentuadamente sua moeda – seja pela inserção, a partir de 2003, das cachaças artesanais envelhecidas ou de alambique no cenário das exportações, com preços médios unitários bastante superiores aos normalmente praticados pela cachaça de coluna.

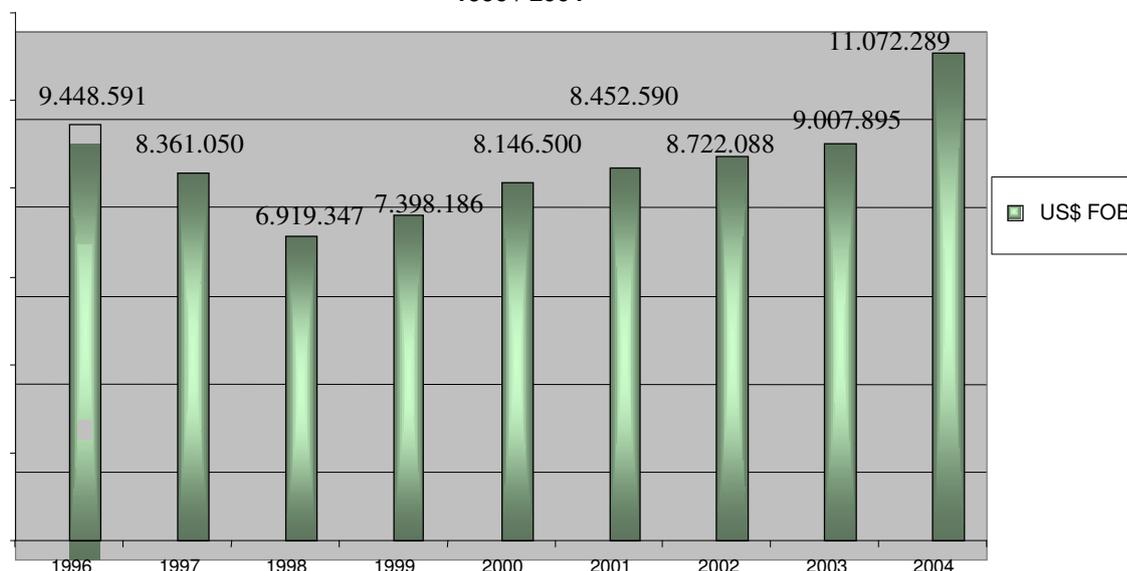
Com este quadro de fatores em mente é que se pode entender porque após atingir um valor médio de U\$ 1,24 por litro em 1998, o preço médio decaiu consistentemente nos anos posteriores a 1999 - ano da desvalorização do real, em função da mudança do regime cambial administrado de bandas móveis para o de câmbio flutuante, em consequência do elevado déficit em transações correntes das contas externas brasileiras - até 2002 - ano do choque cambial provocado pela deterioração das expectativas dos investidores internacionais com os resultados das eleições presidenciais do país, reforçado pela elevada relação dívida externa/PIB e o baixo nível das reservas em moeda forte que redundaram na redução do fluxo de entrada de capital estrangeiro de curto prazo que ajudava a financiar as contas externas de comércio - chegando ao nível de U\$ 0,60 por litro neste mesmo ano. Já nos anos de 2003 e 2004, os preços médios do produto voltam a se recuperar, atingindo seu valor máximo em 2004, de U\$ 1,29, motivado seja pela apreciação cambial lenta e gradual do real frente ao dólar - em decorrência da melhoria das contas externas brasileiras e dos saldos positivos e crescentes de sua balança comercial - seja pela inserção das cachaças brasileiras de maior valor agregado na pauta das exportações brasileiras do produto.

O gráfico 1, logo a seguir, mostra em U\$ FOB o desempenho das exportações brasileiras do produto no período de 1996 a 2004..

Como pode ser constatado no gráfico 1, o ano de melhor desempenho para as exportações brasileiras do produto foi o de 2004, quando foi atingido o valor de cerca de US\$ 11,0 milhões - valor este em grande parte alcançado em decorrência do melhor preço médio unitário da série de anos estudados, de cerca de U\$ 1,29, já que o volume exportado não atingiu sequer 9,0 milhões de litros – e representou um crescimento de próximos 23% sobre o nível exportado no ano de 2003.

Gráfico 1

Evolução do Valor das Exportações Brasileiras de Aguardente de Cana e Cachaça (US\$ FOB)
1996 / 2004



Fonte:

MDIC/2004

Considerando-se o período de 1998 a 2004, anos respectivamente de menor e maior valor exportado, vê-se que nesse período o crescimento foi de 60%, isto é, de cerca 8,0% ao ano., caindo todavia para 1,8% ao ano quando se considera a série completa iniciada em 1996, já que neste ano as receitas das exportações também foram significativas, devido em boa medida à quantidade do produto enviado para o exterior de aproximadamente 11,7 milhões de litros.

Contudo, para efeito de análise da série dos anos estudados o importante é perceber que a média das receitas agregadas do último triênio de 2002 a 2004, de US\$ 9,6 milhões, foi superior em 20% à média das mesmas receitas somadas do triênio imediatamente anterior, de US\$ 8,0 milhões, e que desde o ano de 1998 até 2004 o crescimento das exportações foi firme e contínuo, apontando para uma tendência que se mantida nos próximos anos permitirá atingir a marca de aproximadamente U\$ 18,0 milhões em 2010 - calculado ao preço médio de U\$

1,00/litro dos últimos 3 anos. Isto significará exportar um volume de 18,0 milhões de litros neste ano, volume aquém da meta projetada pela ABRABE, de 30,0 milhões de litros, mas significativa se for levado em conta que é um produto que só há pouco mais de uma década estreou no comércio internacional.

Os maiores países importadores da cachaça brasileira são Paraguai, Alemanha, Itália, Uruguai, Portugal, Bolívia, EUA e Chile que em conjunto representam mais de 70% do total exportado em 2001, conforme a SECEX – Secretaria de Comércio Exterior. O total de países importadores neste ano e suas devidas participações relativas no total das exportações brasileiras podem ser visualizados no gráfico 2, logo abaixo.

**Tabela 10 - Exportações Brasileiras de Aguardente de Cana e Cachaça por Países Importadores
2000/2004**

PAÍSES	2000			2001			2002			2003			2004		
	U\$S	Qte Litros	Pçm	U\$S	Qte Litros	Pçm	U\$S	Qte Litros	Pçm	U\$S	Qte Litros	Pçm	U\$S	Qte Litros	Pçm
Alemanha	1898917	2441158	0,78	2394056	3289326	0,73	3128198	5086149	0,62	1374422	3007702	0,46	1.893.081	2292136	0,83
Portugal	462756	316018	1,46	638492	319098	2,00	609905	2555900	0,24	1102286	568866	1,94	1251390	490554	2,55
Estados Unidos	336622	239873	1,40	339900	225524	1,51	382525	212491	1,80	525075	457012	1,15	1008600	408285	2,47
Italia	496099	208595	2,38	669315	340402	1,97	596723	351588	1,70	609093	335098	1,82	801099	308350	2,60
Paraguai	2296533	7613262	0,30	1594114	3008214	0,53	779852	1953203	0,40	512031	1159972	0,44	777494	1753027	0,44
Argentina	26250	20716	1,27	18261	79074	0,23	47269	53111	0,89	410783	192557	2,13	759530	384313	1,98
Espanha	227817	107348	2,12	290465	142376	2,04	312222	174942	1,78	866075	303311	2,86	655906	227141	2,89
Países Baixos	186199	74077	2,51	254728	158721	1,60	453752	478293	0,95	830608	269682	3,08	655302	167434	3,91
Uruguai	484009	898880	0,54	350807	727464	0,48	254275	664949	0,38	454474	989244	0,46	650835	1149245	0,57
Reino Unido	97427	44868	2,17	194702	171996	1,13	401442	281146	1,43	278238	76295	3,65	352521	133956	2,63
Chile	300243	180559	1,66	324791	260063	1,25	221519	187941	1,18	189040	192975	0,98	222564	183854	1,21
Austria	79038	36066	2,19	105426	63946	1,65	126015	69892	1,80	189709	9998	18,97	173025	87305	1,98
França	149583	190029	0,79	243381	338139	0,72	149908	1057079	0,14	152930	163467	0,94	165046	95513	1,73
Japao	150767	63788	2,36	115370	69410	1,66	116371	427612	0,27	233194	134672	1,73	163679	74773	2,19
Bolivia	349054	583920	0,60	234095	460851	0,51	113130	60519	1,87	144692	43019	3,36	163578	169756	0,96
Suiça	183238	138278	1,33	120772	62976	1,92	135061	73176	1,85	181374	123812	1,46	157017	128245	1,22
Israel	26075	6700	3,89	76298	43075	1,77	63828	41426	1,54	66386	41208	1,61	135220	55719	2,43
Malasia							1485	630	2,36	65025	12072	5,39	130915	45128	2,90
Angola	26236	24521	1,07	44879	19234	2,33	30202	11933	2,53	46123	33404	1,38	116757	86243	1,35
Belgica	160001	201207	0,80	199937	266470	0,75	327152	437015	0,75	154520	194734	0,79	102427	74210	1,38
Grecia	24700	9519	2,59	22800	9600	2,38	19800	8400	2,36	79786	37924	2,10	90466	40965	2,21
Panama	2999	351	8,54	3780	2460	1,54	180150	31800	5,67	9965	4496	2,22	85459	36817	2,32
Australia							44352	18876	2,35	6787	3069	2,21	63704	24151	2,64
Cingapura	111349	2600	42,83	4779	2478	1,93	3645	1890	1,93	76768	25817	2,97	40920	14087	2,90
Africa do Sul										432	264	1,64	32880	16368	2,01
Dinamarca							5889	8000	0,74				32698	18459	1,77
Suecia	1500	1200	1,25										31951	6006	5,32
Gana				115	192	0,60				1041	173	6,02	29753	11287	2,64
Mexico													26767	2683	9,98
Noruega													25495	6154	4,14
Costa Rica	2400	980	2,45	2070	2070	1,00				9155	3156	2,90	25431	10588	2,40
Monaco										35667	10338	3,45	23127	600	38,55
Eslovenia													22844	5654	4,04
Russia							24300	12636	1,92	27000	12312	2,19	22714	10903	2,08

**Tabela 10 - Exportações Brasileiras de Aguardente de Cana e Cachaça por Países Importadores - continuação
2000/2004**

PAÍSES	2000			2001			2002			2003			2004		
	U\$S	Qte Litros	Pçm	U\$S	Qte Litros	Pçm	U\$S	Qte Litros	Pçm	U\$S	Qte Litros	Pçm	U\$S	Qte Litros	Pçm
Peru				10780	5880	1,83	18708	16430	1,14	11000	6000	1,83	21762	14780	1,47
Cayman							46818	202262	0,23	233610	58285	4,01	21633	5454	14,50
Croacia													21054	1452	12,01
Canada	15798	3340	4,73	17677	7141	2,48	7653	3150	2,43	16624	5880	2,83	20640	1718	12,01
Mocambique													19255	10335	1,86
China	32823	8660	3,79	725	25	29,00				49188	31449	1,56	15153	9588	1,58
Nova Zelandia				3845	2016	1,91				5400	2520	2,14	9149	3972	2,30
Estonia													6916	450	15,37
Colombia							2748	450	6,11				6720	9784	0,69
Nicaragua													6700	800	8,38
Republica Dominicana										900	264	3,41			
República Tcheca													6700	10000	0,67
Emirados Arabes													6426	1300	4,94
Libano													5724	450	12,72
Cabo Verde	578	483	1,20				2336	1242	1,88				4881	6505	0,75
Aruba				1053	546	1,93							3000	2400	1,25
Irlanda													2982	882	3,38
Togo													1729	698	2,48
Surinami										9394	13620	0,69	1670	3210	0,52
Equador	15030	10800	1,39	151316	60390	2,5	69720	39840	1,75	35238	20136	1,75			
Hong Kong	1265	624	2,03				3399	897	3,79						
Guatemala	600	420	1,43												
Virgens	594	252	2,36												
Trinidad Tobago				3600	300	12,00				7600	9600	0,79			
Jordania				985	449	2,19	1669	660	2,53						
Finlandia				796	1042	0,76									
Taiwan							39950	9242	4,32						
Marrocos							117	156	0,75						
Bahamas										36	3	12,00			
Porto Rico										5500	3000	1,83			
Iugoslávia				18480	10404	1,78									
Martinica										726	439	1,65			
TOTAL	8146500	13429092	0,61	8452590	10151352	0,83	8722088	14534926	0,60	9007895	8647845	1,04	11072289	8603687	1,29

Fonte: MDIC/2004

Na América do Sul, no mesmo período mencionado, as exportações para a Bolívia foram crescentemente declinantes e, na América do Norte os EUA despontaram, em especial nos anos de 2003 e 2004, com importações em franca expansão.

Note-se aqui que o mercado europeu respondeu no ultimo ano de 2004 por cerca de 60% das exportações de aguardente de cana e cachaça, indicando claramente a importância estratégica deste mercado para o produto brasileiro.

Outrossim, os EUA no período de 2000 a 2004 apresentaram uma taxa anual de crescimento médio de suas importações de 31,6%, sendo estas de 62,4% entre os anos de 2004 e 2002, firmando-se no ultimo ano da serie como o 3º país mais importante de destino das exportações brasileiras de aguardente de cana e cachaça e, o que é mais importante, com uma elevação dos preços médios de importação que saltaram de 1,40 US\$/litro em 2000 para 2,47 US\$/litro em 2004, isto é, um crescimento médio anual de 15,3% entre os anos considerados.

6.3 As Exportações Pernambucanas de Cachaça

Como pode ser observado na tabela 11, os cinco maiores estados brasileiros exportadores de aguardente de cana e cachaça no período de 2000 a 2004 foram, em ordem decrescente, a saber: São Paulo, Pernambuco, Rio de Janeiro, Paraná e Rio Grande do Sul. O estado de Pernambuco exportou no mesmo período o total de aproximadamente US\$ 6,7 milhões, isto é, cerca de 14% das exportações brasileiras do produto, correspondendo a 13,0 milhões de litros vendidos a um preço médio de US\$ 0,52.

O fator importante a ser destacado pela leitura da tabela em questão, não é tanto a expressividade do total da receita obtida pelo estado de Pernambuco, mas sim a rentabilidade de suas exportações quando comparada com outros estados igualmente exportadores.

Sob este aspecto é notável a necessidade de seus produtores agregarem maior valor ao produto exportado a fim de melhorarem suas receitas cambiais, haja visto que o preço médio do litro vendido por Pernambuco, de US\$ 0,52 é o 2º mais baixo do Brasil, perdendo apenas para o Estado do Paraná, estimado em US\$ 0,50/litro. Em outras palavras, Pernambuco vende muito, mas vende mal, principalmente quando comparado com outros grandes exportadores, a exemplo de São Paulo e Rio de Janeiro, cujos preços médios de venda situaram-se no período analisado, em torno de US\$ 1,63 e US\$ 1,19, respectivamente.

Sintomático sob este aspecto é que o estado do Ceará, com cerca de 6,5% da quantidade exportada por Pernambuco acumulada no período, tenha alcançado o equivalente a 34,5% da receita das exportações pernambucanas, pois suas vendas foram realizadas a um preço médio de próximos US\$ 2,00./litro, perdendo apenas para os estado de Minas Gerais, com a média de US\$ 2,70/litro, dentro dos produtores de importância no cenário nacional. E isto sem contar que o estado do Ceará não dispõe, como os demais estados citados, de regiões com condições agroecológicas (como Pernambuco, que possui uma zona da mata bastante definida) adaptadas à produção de variedades de cana que se prestem como matéria-prima a produção de uma aguardente de cana ou cachaça de qualidade superior.

Portanto, indiscutivelmente, para que o estado de Pernambuco consiga aproveitar com sucesso a oportunidade do negócio exportador da aguardente de cana e cachaça, é indispensável vencer o desafio de elevar a qualidade de sua produção, agregando-lhe valor de conteúdo e imagem através da resolução dos pontos críticos de sua cadeia produtiva, já vistos em capítulo anterior e, conseqüentemente, tornando-o mais competitivo em relação aos outros estados exportadores que lhe fazem direta concorrência no mercado internacional.

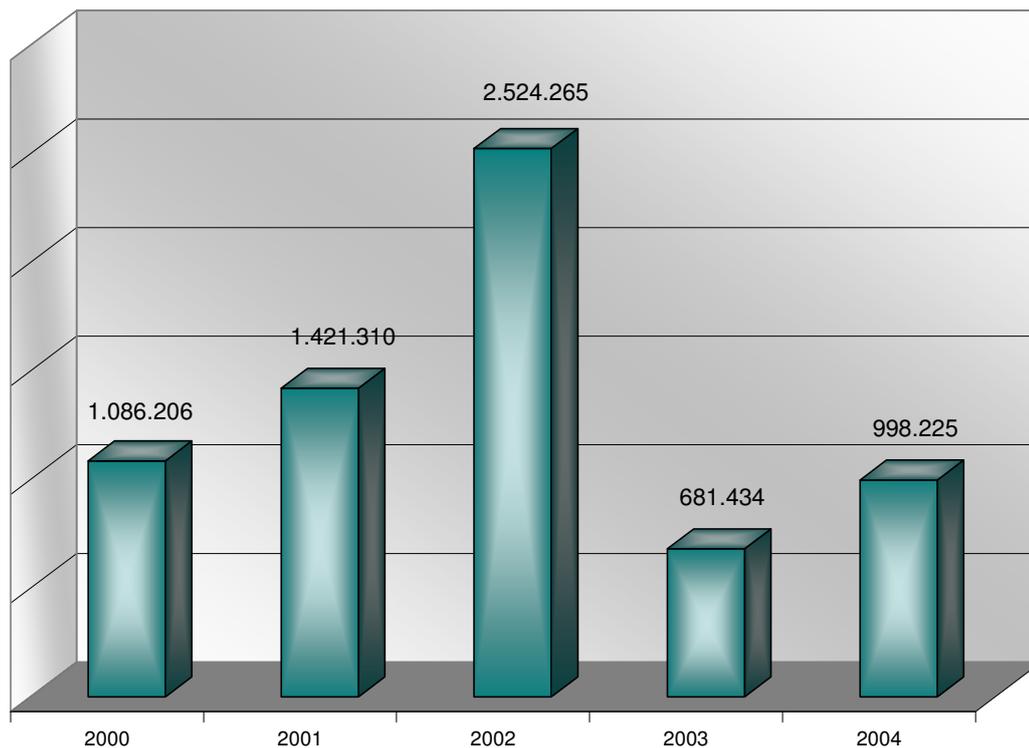
Tabela 11 - Exportações Brasileiras de Aguardente de Cana e Cachaça por Estados da Federação

Estados	2000			2001			2002			2003			2004			Total US\$
	U\$S	Qte Litros	Pcm	U\$S	Qte litros	Pcm	U\$S	Qte litros	Pcm	U\$S	Qte litros	Pcm	U\$S	Qte litros	Pcm	
Rondônia	-	-	-										813	2	406,50	813
Pará	142.875	3.460	41,29	33.804	900	37,56				16.324	3.360	4,86				193.003
Ceará	392.951	193.236	2,03	438.853	221.102	1,98	436.644	220.730	1,98	435.556	218.621	1,99	613.657	309.601	1,98	2.317.661
Paraíba	-	-	-	55.572	2.763	20,11	17.528	924	18,97	16.675	12.180	1,37				89.775
Pernambuco	1.086.206	2.065.588	0,53	1.421.310	2.619.579	0,54	2.524.265	4.881.295	0,52	681.434	1.620.505	0,42	998.225	1.829.295	0,55	6.711.440
Sergipe	18.461	21.396	0,86	10.003	11.631	909,36				400	470	0,85				28.864
Bahia										14.428	2.759	5,23	14.428	2.1759	5,23	28.856
Minas Gerais	165.465	76.343	2,17	83.305	34.658	2,40	306.471	263.627	1,16	353.578	86.506	4,09	437.073	121.396	3,60	1.345.892
Espírito Santo	-	-	-	6.579	12.040	0,55				99	71	1,39	100	67	1,49	6.778
Rio de Janeiro	736.341	707.066	1,04	1.127.294	934.291	1,21	999.508	866.004	1,15	896.076	706.915	1,27	934.423	7 27.770	1,28	4.693.642
São Paulo	3.931.781	7.314.872	0,54	4.022.995	3.364.353	1,20	3.613.046	5.892.527	0,61	5.704.242	3.995.107	1,43	7.524.553	3.436.582	2,19	24.796.617
Paraná	1.632.001	2.626.860	0,62	1.046.342	2.164.792	0,48	628.062	1.584.859	0,40	531.390	1.164.573	0,46	808.311	1.691.320	0,48	4.646.106
Santa Catarina	49.150	49.618	0,99	22.558	43.436	0,52	42.967	58.075	0,74	126.664	39.838	3,18	131.552	46.399	2,84	372.891
Rio Grande do Sul	570.412	1.086.586	0,52	529.852	1.146.192	0,46	491.424	1.032.064	0,48	1.009.584	1.291.238	0,78	635.220	1.141.760	0,56	3.236.492
Goiás	714	1.021	0,70	1.334	2.280	0,59				7.517	2.520	2,98	24.268	11.707	2,07	33.833
Mato Grosso do Sul	259	385	0,67	21.484	82.950	0,26	16.354	71.363	0,23	2.416	7.200	0,34				40.513
Não declarada	29.394	27.383	1,07	16.822	11.597	1,45	4.296	6.746	0,64	10.508	15.070	0,70	51.915	55.533	0,93	112.935
Total	8.756.010	14.173.814	4,08	8.838.107	10.652.564	4,68	9.080.565	14.878.214	2,44	9.806.891	9.166.933	1,96	12.174.538	9.374.191	33,5	48.656.111

Fonte: SECEX

O gráfico 3, logo abaixo, mostra o desempenho ano a ano, no período de 2000 a 2004, das exportações pernambucanas.

GRÁFICO 3 – Evolução do Valor das Exportações Pernambucanas de Aguardente de Cana e Cachaça



Fonte: SECEX

O gráfico 3 evidencia dois aspectos curiosos nos anos descritos no período analisado. O primeiro deles diz respeito ao espetacular desempenho das exportações no ano de 2002, superior em cerca de 78% ao ano de 2001, e o segundo aspecto é a queda abrupta das exportações no ano imediatamente posterior, em 2003, de aproximadamente 73%. O que ocorreu, como será visto mais adiante, é que um único distribuidor europeu realizou uma encomenda de vulto ao maior exportador pernambucano no ano de 2001 (mas efetivamente quitada em 2002), considerada de caráter estratégico para a comercialização do produto na Europa e, no ano de 2002, por razões concorrenciais de outros tipos de bebidas destiladas no próprio continente europeu, não voltou a fazer novas encomendas ao fabricante pernambucano, refletindo-se este fato na queda de receitas de 2003.

Entre as cachaças brasileiras de maior penetração no exterior, a pernambucana PITU se destaca como uma das maiores exportadoras, estando presente em 21 países, a

maioria na Europa. Pernambuco já chegou a acumular 70 marcas do produto na década de 60. Hoje o número está em 15. Entre as marcas mais conhecidas estão a PINGA NORDESTINA, CARVALHEIRA e a SOUZA LEÃO, que também estão no exterior. Observa-se, também que além dos produtores, outras empresas – trading companies, atacadistas, importadoras e exportadoras, varejistas, e outros tipos de negociantes também exportam.

O consumo de destilados no mundo revela o seguinte quadro, de acordo com a tabela 12:

TABELA 12 - Consumo de Destilados no Mundo

CONSUMO DE DESTILADOS EM 10 PAÍSES (1996)		
PAÍSES	VOLUME (em milhões de litros)	Consumo Per capita (em litros)
Alemanha	423	5,20
Argentina	37	1,00
Brasil	219	1,37
Chile	45	3,00
Espanha	104	2,60
EUA	1.322	5,00
França	228	3,90
Grã- Bretanha	198	3,39
Itália	82	1,40
México	261	2,76

FONTE: Datamark, EuroMonitor e Panorama Setorial – 1997, in Abrabe

Os Estados Unidos são os maiores consumidores de destilados do mundo. Países europeus como Alemanha, França e Grã-Bretanha, têm uma posição de destaque com um consumo per capita bem expressivo. No cenário internacional, a posição do Brasil é discreta, o que enseja uma ampla perspectiva de expansão, conforme demonstram os programas de promoção á exportação do MRE- Ministério das Relações Exteriores, federações das indústrias estaduais e Sebrae/APEX.

6.4 Políticas Públicas de Promoção das Exportações de Cachaça

Torna-se imprescindível a manutenção do apoio das entidades governamentais para a divulgação dessa bebida no exterior e a sua inclusão na política industrial e de comércio exterior. Essa iniciativa ensejará o aumento de credibilidade do segmento.

Dentro das políticas públicas com esta finalidade, destaca-se a APEX. A função essencial da APEX – Agência de Promoção de Exportações – é a busca de mercado para bens e serviços brasileiros, além da cooperação com o empresário para que este possa exportar mais.

A APEX aprovou o seguinte roteiro para um projeto setorial da ABRABE - Associação Brasileira de Bebidas:

- Conscientização/sensibilização;
- Pesquisa e estudo de mercado nacional;
- Pesquisa e estudo de mercado internacional;
- Adequação de produtos e processos;
- Cursos de capacitação técnicas e treinamento em Comércio Exterior;
- Informação comercial e informática;
- Plano de marketing no exterior;
- Propaganda/assessoria de imprensa;
- Promoção direta (feiras, seminários e missões).

Os empreendimentos associativistas, tais como os consórcios e as cooperativas são as modalidades pelas quais as pequenas empresas poderão otimizar seus esforços de produção e comercialização de produtos no mercado externo. A entidade apóia, ainda, financeiramente, projetos setoriais, projetos isolados para participação em feiras, e outros de iniciativa da própria APEX para receber missões estrangeiras.

Dessa forma, a oportunidade de negócio para a aguardente de cana pode ser caracterizada pelo mercado nacional através da rede varejista de alimentos, restaurantes, cachaçarias, bares entre outros. Em relação ao mercado internacional a oportunidade de negócio é verificada através da demanda de países como: Alemanha, Portugal, Itália, Chile, Uruguai, Paraguai e Equador.

7. PESQUISA DE MERCADO DA CACHAÇA

A proposta de direcionar a produção para a exportação exige dos empresários um esforço para conhecer a estrutura do mercado internacional e os procedimentos adequados para viabilizar os negócios de exportação. Neste sentido, a pesquisa de mercado é um ponto chave para que as empresas, independente de seu tamanho, minimizem os riscos de não obterem o sucesso esperado nas transações. Nesta direção, este capítulo mostra um resumo dos aspectos relevantes ao processo de exportação que devem ser considerados para a pesquisa de mercado das empresas produtoras de cachaça, procurando relacionar os principais fatores analisados pelas empresas exportadoras em relação ao mercado consumidor externo.

Além disso, com o fim de contribuir para o aprofundamento das prospecções de potenciais mercados importadores do produto, este trabalho também apresenta uma pesquisa de mercado realizada na União Européia, atualmente o principal mercado para as exportações de cachaça brasileiras, que pretende se constituir num roteiro de investigação mercadológica para as empresas produtoras - notadamente as de cachaça de alambique ou artesanal que são empresas caracteristicamente de pequeno porte - que desejem se inserir com maior segurança no mercado consumidor externo.

7.1 Aspectos Relevantes ao Processo de Exportação

Este item descreve alguns elementos determinantes das exportações e suas implicações para a tomada de decisão e operacionalização das transações comerciais para o mercado externo.

7.1.1 Formação do Preço de Exportação

O preço é um dos itens mais sensíveis na comercialização de produtos, tanto no mercado nacional quanto no internacional. A globalização da economia e a facilidade com que empresas podem oferecer seus produtos tornam a competição comercial cada vez mais acirrada.

O preço tem que ser atraente, pois as ofertas de produtos destilados com preços altamente competitivos são também uma constante no mercado mundial.

➤ **Determinação do preço de exportação**

A determinação do preço de exportação deve se basear em um estudo detalhado das condições de mercado onde a empresa pretende atuar, pois o preço de venda no mercado local será um elemento fundamental na conquista e na manutenção de novos clientes.

O preço sofre influência direta de fatores internos, que podem ser controlados, e de fatores externos, que fogem ao controle da empresa, tais como:

- Custos de fabricação do produto;
- Produtividade industrial da empresa;
- Ação da concorrência;
- Taxa de juros que incide sobre o capital investido;
- Impostos;
- Situação econômica.

O preço também será influenciado pelo tipo de distribuição escolhido pela empresa para a sua comercialização no mercado externo, a saber:

- Exportação direta;
- Exportação indireta (através de empresa comerciais exportadoras, também chamadas de trading companies).

➤ **Composição do preço de exportação**

Para definir o preço de exportação da cachaça, o produtor deverá considerar diversos aspectos importantes em relação ao mercado que pretende atingir, tais como:

- Preços locais praticados pelos concorrentes;
- Preços de outros destilados similares;
- Tipo de canal de distribuição utilizado;
- Tipo de embalagem utilizada (a granel ou em garrafas);
- Valor agregado em relação ao produto – um destilado de características tipicamente brasileiras, com certificado de origem (um produto “made in Brazil”);

- Tipo de produto ofertado;
- Comportamento dos consumidores locais quanto ao consumo da bebida;
- Custos de produção;
- Despesas de exportação;
- Benefícios fiscais e financiamentos para exportação.

Os preços de exportação estão também diretamente vinculados aos incoterms. Neste caso, a definição dos elementos que serão incluídos no preço depende dos termos de venda negociados, no que diz respeito à responsabilidade sobre o transporte e o seguro da mercadoria.

A sua composição deve considerar elementos que não incidam nos preços do mercado interno, bem como excluir aqueles que não incidirão nas vendas externas.

Outro fator de grande relevância é a isenção de vários tributos na exportação. Não é possível ser competitivo no mercado internacional exportando tributos. Por isso, a maior parte dos tributos pagos no mercado interno não é devida sobre a mercadoria exportadora.

Outros fatores também devem ser considerados na elaboração dos preços para exportação da cachaça:

- Alterações no produto para adapta-lo ao mercado-alvo;
- Despesas para registro de marca e patente;
- Embalagens especiais para apresentação do produto;
- Confecção de material promocional (catálogos, folders etc) em revistas especializadas;
- Gastos com viagens para o mercado-alvo;
- Comissões de agentes no exterior e/ou no Brasil;
- Despesas relativas à documentação exigida pelo país importador;
- Acondicionamento para transportes;
- Despesas relacionadas com a movimentação da mercadoria nos locais de embarque e desembarque, bem como em outros pontos, se necessário;
- Fretes e seguros;
- Despesas com contratação de seguro de crédito para a operação;
- Serviços de pós-venda.

➤ **Cálculo do preço de exportação**

Uma das maneiras de calcular o preço de exportação é tornar como base o preço praticado no MI – Mercado Interno, deduzindo dele os tributos e as despesas não incidentes na exportação, acrescidas as despesas de exportação.

$$\text{Preço de Exportação*} = \text{Preço do MI} - \text{Tributos do MI} - \text{Despesas do MI} + \\ \text{Despesas de Exportação} + \text{Lucro.}$$

* Considerando-se território o preço praticado pela concorrência no mercado internacional.

7.1.2 Sistemas de Distribuição

Para as pequenas empresas interessadas em exportar cachaça uma das alternativas que pode viabilizar a comercialização, minimizando os custos de distribuição do produto, constitui-se na formação de associações ou cooperativas. Essas instituições têm a vantagem de resolver os problemas operacionais com muito mais facilidade do que as empresas individualmente, como por exemplo, o embarque em containers, a obtenção do registro do produto e a padronização do rótulo da garrafa específico para exportação.

Nesse sentido, deve-se considerar também quais os canais de comercialização utilizados, uma vez que as exportações podem ser diretas, indiretas ou através de consórcio de exportação. As principais características destas modalidades estão relacionados no Quadro 2.

Quadro 2 – Canais de Distribuição das Exportações

	Descrição	Vantagens	Desvantagens
Exportação direta	Venda direta do fabricante/exportador ao importador	Melhor acompanhamento do processo, mercadológico, maior lucro, desenvolvimento de perfil de comércio exterior na empresa	Custos adicionais para formação de quadro de recursos humanos, abrir canais de escoamento do produto e custos operacionais.
Exportação Indireta	Compra e venda de produtos de terceiros por empresas comerciais de atividade mista	Menor custo operacional e de formação de recursos humanos	Riscos de ruptura de contratos.
Consórcios De Exportação	Grupo de empresas heterogêneas que viabilizam negócios executando atividades especializadas.	Poder de barganha, redução do custo operacional, melhora do padrão de qualidade dos produtos, aperfeiçoamento técnico operacional dos exportadores, possibilidade de estabelecer um programa de exportação a longo prazo.	Difícil harmonização e conciliação de interesses, desequilíbrio no estabelecimento das praças e preços, desigualdade dos participantes no que se refere à organização financeira administrativa e operacional

Fonte: Centro de Tecnologia em Administração do SENAC-SP (Comunicação Pessoal)

O tipo de produto afetará significativamente o meio de distribuição adotado. No caso da cachaça, de acordo com as exigências do consumidor predomina o uso da cachaça como uma bebida base para o preparo dos coquetéis (com destaque para a caipirinha e os coquetéis de frutas). A cachaça é classificada como um spirit drink, uma bebida destilada de alto teor alcoólico, como os conhaques, os licores, as vodkas, etc., ao exportá-la como coquetel tropical, expande-se o leque de possibilidades de diferenciação do produto, obtendo-se melhores preços e nichos de mercado.

Na sua forma tradicional, a exportação de cachaça deve obedecer às normas internacionais, observando entre outras exigências a ausência de cobre em sua composição final o que afetaria algumas das características de sabor tão apreciadas pelos consumidores internos (bouquet).

Para garantir a consolidação do produto no mercado internacional, devem ser considerados, no contexto das exportações, os fatores comerciais⁴ e os interculturais⁵, mais diretamente ligados às características do consumidor final.

⁴ De acordo com Cury (1999), esses fatores dizem respeito a informações relativas aos países importadores, tais como: desenvolvimento do país (produto interno bruto, taxa de crescimento, padrões históricos de crescimento, etc), população (distribuição, religião, idade, taxa de crescimento, densidade rural e urbana, entre outros), saúde, agricultura, indústria, tecnologia, infraestrutura, governo (balanço de pagamentos, estabilidade, etc.), trabalho (produtividade nacional, restrições de religião, necessidade de treinamento), propaganda e promoção (preços, formas disponíveis de promoção, uso de agências locais), distribuição (potencial para o envolvimento estrangeiro, serviços oferecidos, experiência do produto no país, habilidade para armazenar e exportar bens, sistemas de controle de qualidade), ambientais (poluição, controles governamentais, acordos ambientais).

⁵ Estão relacionados aos seguintes elementos: históricos (progresso econômico, desenvolvimento legal, entre outros), geográficos (localização continental, recursos naturais, topografia), familiar (taxas de nascimento e morte, proporção entre homens e mulheres, etc.), político/governamental (estrutura nacional atual, ministérios, maiores partidos políticos, políticas de taxaço e de comércio), educacional, legal (patentes, leis de reprodução, leis de expropriação), filósofo artístico, de trabalho (relações de trabalho, salário médio, feriados e políticas de férias, formas de pagamento, estimativas industriais).

Deve-se também destacar a atuação do setor logístico no planejamento do mercado, que interage nas etapas do processo de distribuição, tanto das importações quanto das exportações de produtos, garantindo maior agilidade e eficiência nas entregas das mercadorias e um deslocamento em tempo adequado dos produtos, para que o comprador receba no prazo estipulado pelo contrato e em bom estado de conservação. No caso da cachaça, o transporte pode ser executado por via terrestre (rodoviário, para países da América do Sul), por via marítima (para os demais países) ou mesmo por via aérea (para envio de amostras promocionais a potenciais importadores do produto).

Enfim, deve ser destacado o esforço de promoção do produto para que as empresas exportadoras conquistem o mercado externo e fidelizem os consumidores dos países importadores. Para isso, deve ser realizado um trabalho contínuo de divulgação do produto junto aos usuários finais. No caso da cachaça brasileira esse esforço tem sido realizado pelas empresas e pelo setor público (APEX, ABRABE/PBDAC, SEBRAE) por meio de recursos, tais como: participação em feiras, confecção de folders do produto, envio de amostras, pontos de degustação da cachaça, entre outros. Além disso, têm-se investido na qualidade da bebida (que é verificada por meio de análise laboratorial) e na padronização das embalagens e dos rótulos, de acordo com as exigências dos órgãos internacionais.

7.1.3 Barreiras à Exportação

Pode-se dividir as barreiras em três categorias principais: **as tarifárias**, que estão relacionadas às tarifas de importação, a outras taxas e à valorização aduaneira; **as não tarifárias**, que procuram discriminar o produto estrangeiro por meio de controle cambial, cotas de importação, proibição de importação e/ou exportação de produtos, normas técnicas, controle de preços, medidas antidoping e compensatórias, etc; **as técnicas**, que são relativas às condições fitossanitários dos produtos, através de normas e regulamentos técnicos, regulamentos sanitários, fitossanitários e de saúde animal ⁶.

A entrada de bebidas alcoólicas no Chile, por exemplo, exige a obtenção de certificados de importação, que constituem barreiras não-tarifárias (Ministério, 1999).

Um dos casos de entraves técnicos às exportações está relacionado à classificação da cachaça como rum nos Estados Unidos (Produtores 2001). No entanto, há diferenças na

⁶ As barreiras técnicas podem surgir, no entanto, devido à falta de transparência das normas e regulamentos ou à imposição de procedimentos morosos ou dispendiosos para avaliação de conformidade ou, ainda, em decorrência de regulamentos excessivamente rigorosos, de discriminação com relação ao produto importado e/ou de inspeções caracterizadas pelo arbítrio ou excesso de zelo.

fabricação dessas duas bebidas, uma vez que o rum origina-se da destilação do vinho do melão da cana, ou seja, a partir do produto cozido, enquanto a cachaça é resultado da destilação da fermentação do caldo de cana cru⁷. Como a cachaça não tinha categoria definida, em novembro de 2000 a autoridade alfandegária norte-americana (US Customs Adviser) estabeleceu uma medida⁸, reclassificando-a como rum (cuja expressão deverá ser inserida no rótulo da cachaça). Como o rum já era taxado internacionalmente, esse fato gerou um acréscimo de US\$ 0,19 no preço de cada litro de aguardente exportado, tendo como consequência direta perda de competitividade no mercado norte-americano e na Europa, uma vez que o rum, originário da Guiana Francesa, chega a ser vendido até um quinto do preço da cachaça brasileira (Cachaça, 2000).

Com intuito de contornar essa barreira, o PBDAC juntamente com o Ministério da Agricultura propôs uma mudança na regulamentação da comercialização de bebidas alcoólicas no país, reconhecendo a cachaça e caipirinha como tipicamente brasileiras, constituindo-se num importante passo para a consolidação da cachaça no exterior (Teixeira, 2001).

Outrossim, no Brasil o processo de destilação da cachaça artesanal deixa resíduos de cobre, que, em geral, não ultrapassem 5 mg/dia, nível permitido pela legislação brasileira para bebidas fermento-destiladas. Apesar de ser considerado um nutriente essencial para os seres humanos, pode haver intoxicação por sua ingestão excessiva. De acordo com o comitê especial da Food and Agriculture Organization/World Health Organization (FAO/WHO), recomenda-se a ingestão de 2 a 3mg/dia de cobre para adultos. No entanto, a legislação internacional não admite que essa categoria de bebidas contenha sequer traços de cobre na sua composição final. Essas normas técnicas representam entraves sérios à exportação da cachaça brasileira, principalmente a artesanal que possui níveis mais elevados de cobre, constituindo-se em barreiras não-tarifárias à inserção desse produto no contexto internacional (Ribeiro e Prado Filho, 1997).

Outro ponto relevante em relação às normas técnicas internacionais refere-se às características dos rótulos e das embalagens da cachaça, que deve seguir rigorosamente a legislação vigente no país importador. A higiene dentro de todo o processo de produção da cachaça também se constitui num fator de grande importância no mercado externo, e pode ser

⁷ Essas informações podem ser encontradas em http://www2.correioweb.com.br/cw/2000-11-16/mat_16970.htm

⁸ Em 2000, a exportação da aguardente brasileira para os Estados Unidos registrou um aumento de 38,5%. Em 99 Os americanos importaram 100 mil garrafas da cachaça brasileira, enquanto os europeus compraram 2 milhões de garrafas (Ministério, 1999).

um entrave à exportação do produto se não forem adotadas medidas eficazes de controle sanitário no Brasil.

Além disso, o setor deve se preocupar com a imagem do processo produtivo. O emprego de procedimentos que evitem a ocorrência de externalidades negativas sobre o ambiente e a sociedade como um todo pode servir para promoção e aceitação do produto no exterior. Assim, ao comercializar o produto envasado ao invés de vendê-lo a granel, as empresas podem associar a sua marca a esses procedimentos valorizados pelos consumidores e desfrutar de ganhos diferenciais de preços. Estratégias de promoção do produto associadas a um comércio ético, justo ou solidário, que não faça uso na elaboração de quaisquer das fases do produto de mão de obra infantil, ou cuja matéria-prima, a cana-de-açúcar usada no processo produtivo seja orgânica, não fazendo uso de herbicidas ou adubos químicos, podem se constituir em recursos de marketing eficientes para conquistar e fidelizar novos clientes.

Na União Européia existe uma regulamentação que protege expressões tradicionais associadas às bebidas alcoólicas registrando-as como marcas. Segundo informações do setor, instituições na França tentaram registrar o nome “cachaça” e, como o Brasil não havia se protegido anteriormente, isso gerou conflitos entre esses dois países que culminaram com a iniciativa do governo brasileiro através da publicação do Decreto Federal nº 4.851 de 02/10/2003 esclarecendo que a cachaça é a denominação típica e exclusiva da aguardente de cana produzida no Brasil, e diferenciando-a do rum. Com a diferenciação, pretendeu-se que a cachaça fosse, num primeiro momento, rotulado como rum brasileiro quando chegasse ao exterior, até se alcançar a denominação de origem garantindo que o nome “cachaça” se referisse exclusivamente às aguardentes produzidas no Brasil. A classificação internacional é concedida pela Organização Mundial de Aduana (OMA). Segundo o PBDAC, o maior gargalo para garantir o aumento das exportações é garantir a denominação de origem no plano internacional, e mesmo com a iniciativa do governo de caracterizar o produto como genuinamente brasileiro, outros países, a exemplo das Antilhas no Caribe, continuam utilizando o termo para seus destilados.

7.2 Pesquisa de Mercado da Cachaça na União Européia

A presente pesquisa tem por objetivo subsidiar a formulação de uma estratégia de acesso ao mercado europeu por parte das empresas produtoras de cachaça, em especial a de alambique ou artesanal. Trata-se de uma visão geral do mercado de bebidas alcoólicas, mais

especificamente de destilados, nos países que compõem o Bloco de Comércio da União Européia, e as oportunidades que podem ser oferecidas à cachaça brasileira.

7.2.1 Metodologia

A pesquisa foi realizada no período de dezembro de 2004 a março de 2005, e se desenvolveu principalmente através de levantamentos secundários na internet, em literatura específica e através da consulta de fontes oficiais, tais como os Setores Comerciais das embaixadas do Brasil nos países alvo. Além destes levantamentos foram consultadas diretamente entidades de classe tais como federações de produtores de destilados e bancos de dados de institutos de pesquisa internacionais. O item referente às características e tendências do mercado de bebidas alcoólicas foi extraído de pesquisas realizadas pela Euromonitor em 2003 e que, seguindo uma periodicidade de 5 em 5 anos, cobriu o período de 1988 até 2002/03, possibilitando na revisão e análise elaborar projeções até 2008.

7.2.2 Dados Políticos e Administrativos

A União Européia é uma organização internacional constituída atualmente por 25 Estados-Membros, estabelecida com este nome pelo Tratado da União Européia (normalmente conhecido como Tratado de Maastricht) em 1992. A União tem sedes em Bruxelas, Luxemburgo e Estrasburgo.

A U. E é um órgão único, democrático, cujos membros são Estados soberanos que decidiram juntar as suas soberanias em algumas áreas governativas capitais, em que é de interesse comum agirem em conjunto. A União tem um ramo legislativo e um executivo, bem como um ramo judicial independente. Há três instituições na União responsáveis pela concepção das políticas e pela tomada de decisões. São elas, a saber: O Conselho da União Europeia, a Comissão Europeia e o Parlamento Europeu.

Em 1951, seis países da Europa (Alemanha, Bélgica, França, Itália, Luxemburgo e Países Baixos) fundaram a Comunidade Europeia do Carvão e do Aço. Os seis Estados-Membros passaram a ser nove em 1973 e, em 1995, a União contava quinze Estados-Membros.

Os dez novos Estados Membros, ou seja, Chipre, Eslováquia, Eslovênia, Estônia, Hungria, Letônia, Lituânia, Malta, Polónia e República Checa, aderiram à UE em 1 de maio de 2004. O alargamento terá um impacto económico significativo, dado que um mercado mais vasto e mais integrado estimulará a crescimento económico, tanto nos antigos como nos novos Estados-Membros, que se beneficiarão dos investimentos das empresas da Europa Ocidental e do acesso aos recursos financeiros da EU destinados ao desenvolvimento regional e social.

A adesão à União da Bulgária e da Romênia está prevista para 2007. Dois outros países candidatos, a Turquia e a Croácia, aguardam a abertura das negociações de adesão que, no caso da Croácia, terão início em 2005.

7.2.3 Dados Macroeconômicos

A União Europeia possui um PIB total de € 10.202.336.800.000 Euros e uma renda per capita de € 22.300 Euros.

A moeda utilizada na U. E é o Euro (EUR ou €) que é usada pelos membros da Eurozona e instituições da EU, à exceção da Dinamarca (DKK), da Suécia (SEK) e do Reino Unido (GBP) e dos dez países que aderiram à União Europeia em 2004.

A união aduaneira lançou as bases da livre circulação de mercadorias. O mercado único eliminou os entraves burocráticos que subsistiam no comércio de mercadorias e preparou o terreno para a livre prestação de serviços. A União Económica e Monetária removeu muitos dos obstáculos ao investimento transfronteiras que se mantinham, lançou a moeda única – o Euro – e estabeleceu uma abordagem comum para a política económica.

Todos os Estados Membros da UE fazem parte da União Econômica Monetária (UEM), cujo objetivo consiste em integrar as economias dos países da UE de forma mais eficaz. A integração promove o crescimento e a prosperidade e implica uma coordenação estreita das políticas econômicas. Para atingirem os objetivos comuns, os Estados Membros podem optar pela combinação de políticas fiscais e sociais da sua escolha.

7.2.4 Fluxo de Investimentos e Comércio com o Brasil

A Europa Ocidental consolidou-se como o mais importante parceiro brasileiro, responsável por quase um terço do nosso comércio exterior (cerca de 25 bilhões de dólares) e por investimentos da ordem de 50 bilhões de dólares (um crescimento de aproximadamente 100% nos últimos cinco anos) em função de fusões, incorporações e outros investimentos diretos diversos, principalmente em decorrência da política de privatizações ocorrida no país até anos mais recentes.

Os capitais privados provenientes de países como Alemanha, Itália, Reino Unido e França contribuíram de modo decisivo para a modernização da indústria brasileira após a abertura de mercado dos anos 90. Na onda mais recente de investimentos europeus, destaca-se a participação da Espanha e de Portugal nos setores de telecomunicações, energético e financeiro.

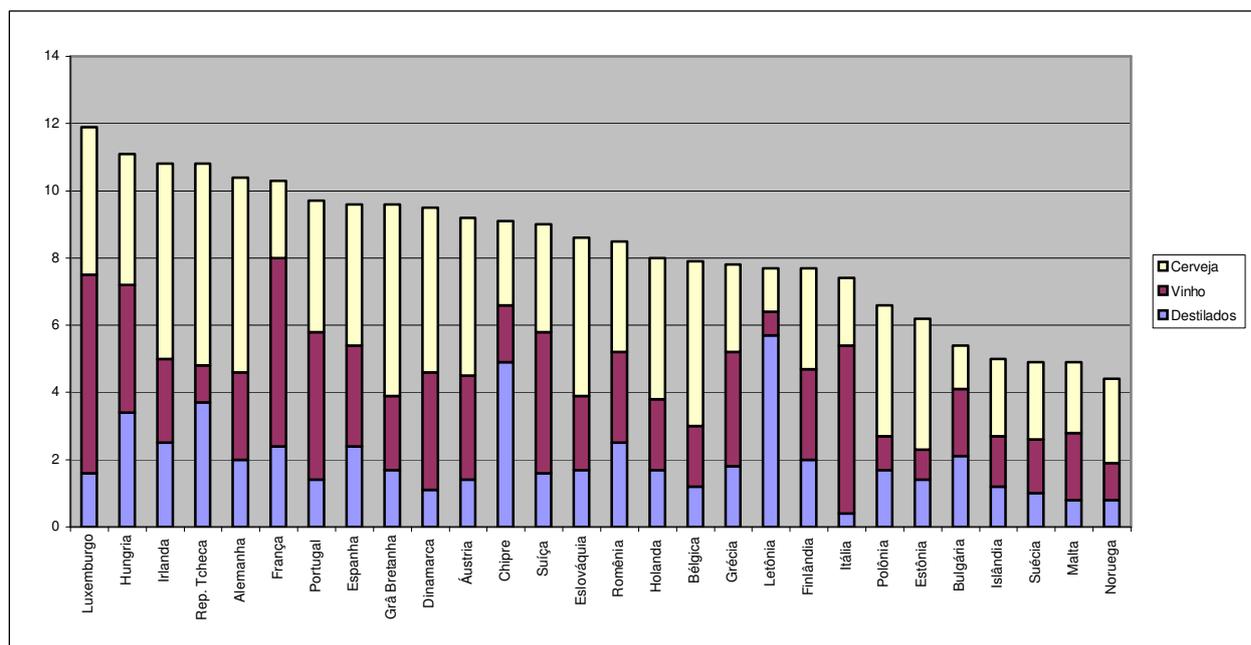
7.2.5 Características do Setor de Bebidas Alcoólicas no Mercado Europeu

A principal característica do mercado europeu é a diversidade. Cada país tem características históricas, étnicas e culturais próprias que se refletem diretamente na produção local e nos hábitos de consumo das populações. Além deste fator, a situação econômica, apesar do mercado comum e da moeda única na maioria dos países, varia de país para país, de maneira que esta heterogeneidade praticamente não permite se referir a um único mercado no momento de definir uma estratégia de entrada.

Especificamente no setor de bebidas alcoólicas há uma série de fatores adicionais que tornam o quadro mais complexo ainda. Apesar de ter uma regra única para a taxa de importação para o mercado comum europeu, as políticas de impostos e na taxas incidentes na produção, na comercialização e no consumo de produtos deste setor ainda não são harmonizados, cada país tendo autonomia para determinar suas regras. No gráfico 4 e tabelas 13 e 14 apresentados a seguir fica claro o grau de complexidade na comparação dos países.

7.2.5.1 Consumo per capita

Gráfico 4 - União Européia – Consumo per capita por tipo de bebida



Fonte : Confederação europeia de produtores de destilados - 2002

Tabela 13 – Consumo per capita por tipo de bebida

Bebidas	Lux.	Hun.	Irlan	R, Ch	Alem	Fran	Port.	Esp.	G.B.	Din.	Áus	Chip	Suí
Destilados	1,6	3,4	2,5	3,7	2,0	2,4	1,4	2,4	1,7	1,1	1,4	4,9	1,6
Vinho	5,9	3,8	2,5	1,1	2,6	5,6	4,4	3,0	2,2	3,5	3,1	1,7	4,2
Cerveja	4,4	3,9	5,8	6,0	5,8	2,3	3,9	4,2	5,7	4,9	4,7	2,5	3,2
Total	11,9	11,1	10,8	10,8	10,4	10,3	9,7	9,6	9,6	9,5	9,2	9,1	9,0

Fonte : Confederação europeia de produtores de destilados - 2002

Tabela 14 – Consumo per capita por tipo de bebida - continuação

Bebidas	Eslo	Rom	Hol	Bél	Gré	Let	Fin	Ital	Pol	Est	Bul	Isl	Sué	Ma l	Nor
Destilados	1,7	2,5	1,7	1,2	5,7	1,8	2,0	0,4	1,7	1,4	2,1	1,2	1,0	0,8	0,8
Vinho	2,2	2,7	2,1	1,8	0,7	3,4	2,7	5,0	1,0	0,9	2,0	1,5	1,6	2,0	1,1
Cerveja	4,7	3,3	4,2	4,9	1,3	2,6	3,0	2,0	3,9	3,9	1,3	2,3	2,3	2,1	2,5
Total	9,6	8,5	8,0	7,9	7,7	7,8	7,7	7,4	6,6	6,2	5,4	5,0	4,9	4,9	4,4

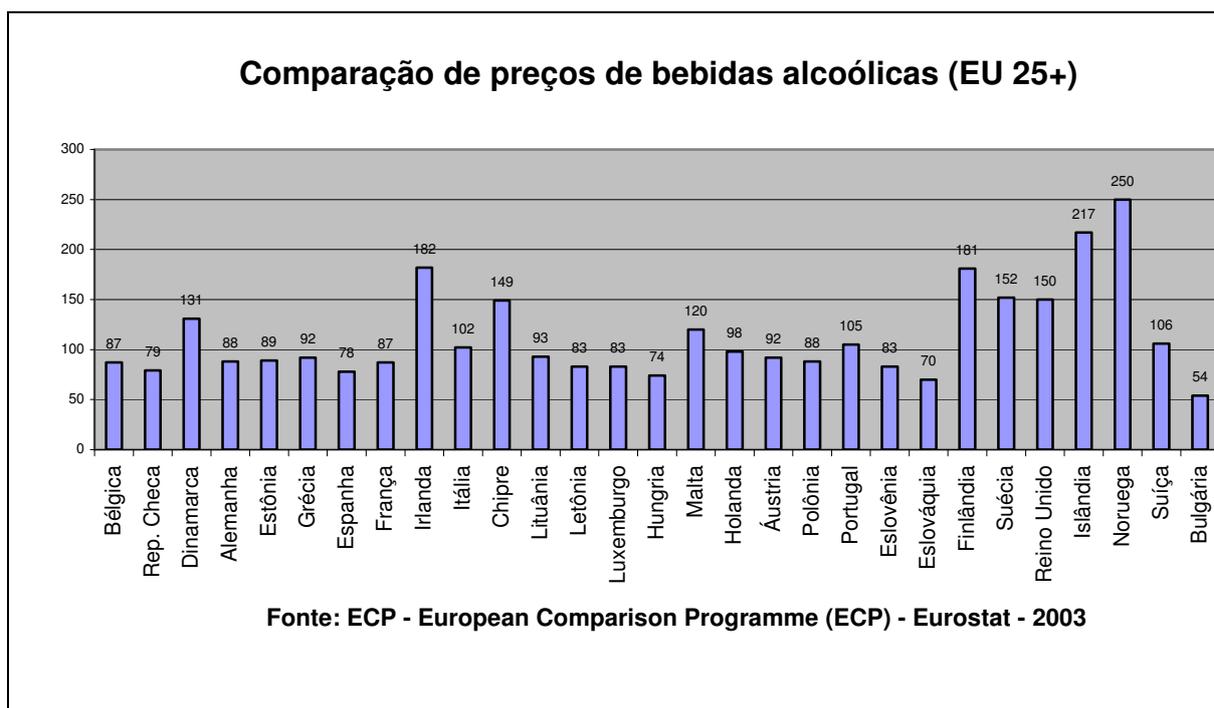
Fonte : Confederação europeia de produtores de destilados - 2002

Como se pode ver, o consumo varia bastante em termos totais mas também entre as categorias de bebidas. A grande surpresa entre os 15 países em análise é a Itália com o

menor consumo de destilados de todos, enquanto que a República Checa lidera os consumidores tradicionais de cerveja, seguido de perto pela Irlanda, a Grã-Bretanha, a Alemanha e a Bélgica. A França, Luxemburgo e Itália confirmam sua tradição de apreciadores do vinho, junto com Portugal e Suíça.

7.2.5.2 Comparação de Preços

Gráfico 5



O nível de preço é outro aspecto do mercado que varia muito entre os países. O gráfico 5 ilustra estas diferenças através da comparação em relação à média de preços de bebidas alcoólicas nos 25 países. A média, como base da comparação, é considerado 100, a partir daí se posiciona o nível de preços dos outros países. Portanto, os preços na Irlanda e Finlândia, por exemplo, estão 82% e 81% acima desta média, enquanto que a Espanha tem o nível mais baixo entre os países em análise, com apenas 78, ou seja, 22% abaixo da média. Os países escandinavos estão tradicionalmente bastante acima da média, devido, principalmente, a seus altos impostos. Aliás, a diferença entre os impostos é a maior responsável pela diferença de preços, e é usado pela maioria dos governos mais como instrumento de controle de consumo do que de arrecadação.

7.2.5.3 Impostos

- **Imposto de Importação**

O imposto de importação para a maioria dos produtores e serviços é unificado através da união aduaneira dos países membros da União Européia. As seguintes classificações e respectivas taxas foram extraídas diretamente do sistema de Tarificação Aduaneira da União Européia – TARIC.

QUADRO 3
Código TARIC – 2208401100
Pais de origem/destino: Brasil – (BR 508)

Código	Discriminação
2208	Álcool etílico não desnaturado, com um teor alcoólico em volume inferior a 80% vol. Aguardentes, licores e outras bebidas espirituosas
220840	Rum e Tafiá
22084011	Apresentados em recipiente de capacidade não superior a 2 l Rum com um teor em substâncias voláteis diversas dos álcools etílico e metílico igual ou superior a 225g/hl de álcool puro, com uma tolerância de 10%.
22084031	Outros

Unidade Suplementar 1 alc. 100%

Sem restrições

Taxa Países Terceiros 0,6 EUR/ % vol/hl + 3.2 EUR/ hl

QUADRO 4
Código TARIC – 2208405100
Pais de Origem/destino: Brasil – (BR 508)

Código	Discriminação
2208	Álcool etílico não desnaturado, com um teor alcoólico em volume inferior a 80% vol; aguardentes, licores e outras bebidas espirituosas
220840	Rum e tafiá
22084051	Apresentados em recipientes de capacidade superior a 2 l. Rum com teor em substâncias voláteis diversas dos álcools etílico e metílico igual ou superior a 225g/hl de álcool puro, com uma tolerância de 10%
22084091	Outros

Unidade Suplementar 1 alc. 100%

Sem restrições

Taxa Países Terceiros 0,6 EUR/ % vol/hl

No primeiro caso, de produto engarrafado, o cálculo funciona através da composição das duas taxas:

- 1) € 0,60 por cada por cento de graduação alcoólica em um hectolitro (100 litros) da bebida;
- 2) € 3,2 por cada hectolitro importado

Exemplo de cálculo para uma cachaça com 40° de álcool para garrafas de 1 L e 0,7L:

$$40 \times € 0,60 = € 24,00$$

$$€ 24,00 + € 3,20 = € 27,20 \text{ (Imposto para cada 100)}$$

$$\text{Imposto para garrafa de 1L: } € 0,275$$

$$\text{Imposto para garrafa de 0,7L: } € 0,1925$$

No segundo, na importação a granel, seriam apenas os € 24,00 por cada hectolitro de bebida com graduação de 40°, o que equivale a € 0,24 por uma garrafa de 1 L, e € 0,168 por uma garrafa de 0,7L.

- **Impostos sobre bebidas alcoólicas**

Em todos os países ainda existem impostos específicos que incidem sobre a comercialização de bebidas alcoólicas, em especial sobre os destilados. Como pode se verificar na tabela 15, estas taxas variam bastante de um país para outro. Estes impostos são calculados sobre o hectolitro de álcool puro.

Tabela 15

Taxas de impostos para destilados na Europa						
PAÍS	Taxa de imposto (em moeda local por hl de álcool)	Taxas de imposto (Em € por hl de álcool)	Também são taxados com impostos:			
			Vinho Espumante	Vinho	Produtos Intermediários	Cerveja
Bélgica		1.661,-	sim	sim	sim	sim
Alemanha	15.000,-DKK	1.303,-	sim	não	sim	sim
Dinamarca	14.500,- EEK	2.020,-	sim	sim	sim	sim
Estônia		927,-	sim	sim	sim	sim
Finlândia		2.825,-	sim	sim	sim	sim
França		1.450,-	sim	sim	sim	sim
Grécia		945,-	não	não	sim	sim
Grã-Bretanha	1.956, - GBK	2.776,-	sim	sim	sim	sim
Irlanda		3.925,-	sim	sim	sim	sim
Itália		731,-	não	não	sim	sim
Letônia	550, - LVL	847,-	sim	sim	sim	sim
Lituânia	3.200.- LTL	927,-	sim	sim	sim	sim
Luxemburgo		1.041,-	não	não	sim	sim
Malta	1.000, - MTL	2.332,-	sim	sim	sim	sim
Holanda		1.775,-	sim	sim	sim	sim
Áustria		1.000,-	não	não	sim	sim
Polônia	4.400, - PSL	963,-	sim	sim	sim	sim
Portugal		898,-	não	não	sim	sim
Suécia	50.141. – SKR	5.519,-	sim	sim	sim	sim
Eslováquia	25.000 – SKK	606,-	não	não	sim	sim
Eslovênia	166.500, - SIT	707,-	não	não	sim	sim
Espanha		740,-	não	não	sim	sim
Rep. Tcheca	26.500, - CZXK	831,-	não	não	sim	sim
Hungria	192.000 – HUF	756,-	sim	sim	sim	sim
Chipre	350, - CYP	599,-	não	não	sim	sim

Fonte: Confederação europeia de produtores de Destilados

A Tabela 16 demonstra, a título de exemplo, quantos impostos incidem em uma bebida alcoólica em uma garrafa de 0,7L e com as graduações alcoólicas de 15%, 32% e 38%. Mais uma vez se encontra os países escandinavos, além da Irlanda e da Grã-Bretanha liderando a tabela. Está aí boa parte da explicação do alto nível de preços.

Tabela 16 - Taxas de impostos para destilados – 0,7L

Taxas de impostos para destilados			
Em uma garrafa de 07L (em €)			
País	15% vol	32% vol	38% vol
Suécia	5,79	12,36	14,68
Irlanda	4,12	8,79	10,44
Finlândia	2,97	6,33	7,51
Grã Bretanha	2,91	6,22	7,38
Malta	2,45	5,22	6,20
Dinamarca	2,12	4,52	5,37
Holanda	1,86	3,98	4,72
Bélgica	1,74	3,72	4,42
França	1,52	3,25	3,86
Alemanha	1,37	2,92	3,47
Luxemburgo	1,09	2,33	2,77
Áustria	1,05	2,24	2,66
Grécia	0,99	2,12	2,51
Polónia	1,01	2,16	2,56
Estónia	0,97	2,08	2,47
Lituânia	0,97	2,08	2,47
Letónia	0,89	1,90	2,25
Portugal	0,93	1,97	2,34
Rep. Checa	0,87	1,86	2,21
Hungria	0,79	1,69	2,01
Espanha	0,78	1,66	1,97
Itália	0,77	1,63	1,94
Eslovênia	0,74	1,58	1,88
Eslováquia	0,64	1,36	1,61
Chipre	0,63	1,34	1,59

Fonte: Confederação europeia de produtores de destilados

- **Impostos sobre o valor agregado – IVA**

Uma outra parte da explicação do desnível de preços está nas diferenças no Imposto sobre Valor Agregado – IVA, apresentado a seguir na tabela 17. Nesta tabela e principalmente no Gráfico 6 – Estudo comparativo de IVA, o bloco escandinavo se destaca na frente.

Tabela 17 – Impostos sobre o Valor Agregado –IVA

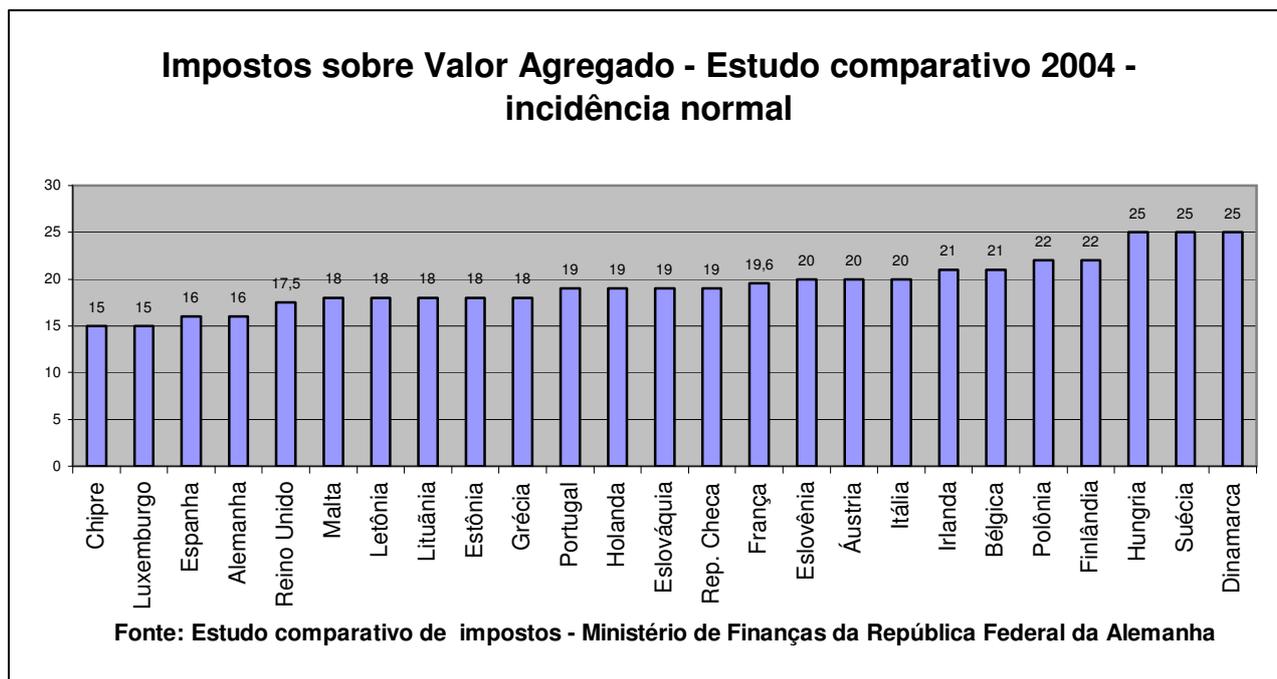
Impostos sobre o Valor Agregado nos principais Países				
Setembro de 2004				
Estados	Nome do Imposto no idioma local	Taxa Normal	Taxas Reduzidas⁹	Taxa Zero¹⁰
Estados da EU 25				
Bélgica	Taxe la valeur ajoutée (TVA) ou Belasting over de toegevoegde Waarde (BTW)	21	6;12	sim
Dinamarca	Omsaetningsavgift (MOMS)	25	-	sim
Alemanha	Umsatzsteuer	16	7	-
Estônia	Kaibemaks	18	5	-
Finlândia	Arvonlisavero (AVL) ou Mervadesskatt (ML)	22	8;17	sim
França	Taxe sur la valeur ajoutée (TVA)	19,6	2.1;5.	-
Grécia	Foros prostithemenis axias (FPA)	18	4;8	-
Irlanda	Vale added tax (VAT)	21	4.4;13.5	sim
Itália	Imposta sul valore aggiunto (IVA)	20	4;10	sim
Letônia	Pievienotas vertibas nodoklis	18	5	-
Lituânia	Pridėtinės vertės mokestis	18	5;9	-
Luxemburgo	Taxe sur la valeur ajoutée (TVA)	15	3;6.12	sim
Malta	Value Added Tax (VAT)	18	5	sim
Holanda	Omzetbelasting (OB) ou belasting Over de toegevoegde waarde (BTW)	19	6	-
Áustria	Umsatzsteuer	20	10;12	-
Polônia	Podatek sobre o valor acrescentado (IVA)	22	3;7	sim
Portugal	Imposto sobre o valor acrescentado (IVA)	19	5;12	-
Suécia	Mervardeskatt (ML)	25	6;12	sim
Eslováquia	Dãn z pridanejhodnoty	19	-	-
Eslovênia	Davek na dodano vrednost	20	8.5	-
Espanha	Impuesto sobre o valor añadido (IVA)	16	4;7	-
Rep. Tcheca	Dãni zpridané hodnoty	19	5	-
Hungria	Átalános forgalmi adó	25	5;15	-
Reino Unido	Foros prostithemenis axias (FPA)	17,5	5	sim
Chipre		15	5	sim
Outros Estados				
Bulgária	Dana Dobavena stoynost (DDS)	20	-	-
Croácia	Porez na Dodanu Vrednost (PDV)	22	-	sim
Noruega	Merverdiavgift (MVA)	24	6;12	sim
Romênia	Taxa do valoarea adãugatã	19	9	sim
Suíça	Mehrwststeuer (MWSt)	7.6	2.4;3.6	-
Turquia	Katma deger Vergisi (KDV)	18	1;8	sim

Fonte: Ministério das Finanças da República Federal da Alemanha

⁹ Taxas reduzidas são aplicadas a determinados produtos como forma de incentivo/subsídio

¹⁰ A palavra Sim indica que existe um taxa zero para determinados produtos

Gráfico 6 – Estudo Comparativo de IVA



Portanto, uma cachaça de 40° vendida na Alemanha em uma garrafa de 0,7L a um preço de € 10,00 terá que recolher os seguintes direitos e impostos, respectivamente para os casos de importação em garrafa e a granel:

	Garrafa	Granel
Direitos aduaneiros:	€ 0,1925	€ 0,168 (vide cálculo acima)
Imposto sobre destilados:	€ 3,6484	(0,4 x 0,7 x € 13,03)
IVA	€ 1,60 (€ 10,00 X 16%)	
Total por garrafa:	€ 5,4409	€ 5,4164

Ou seja, 54,4% ou 54,16% do preço do produto são direitos e impostos.

7.2.5.4. Restrições e exigências

Não há restrições para a importação de cachaça nem contingenciamentos. Há, no entanto, uma exigência em relação à qualidade. O produto não pode conter mais do que 0,4 mg de carbamato de etila por litro.

Na embalagem do produto devem constar informações em língua local referentes ao volume, teor alcoólico, nome do produto e sua origem. O conteúdo deve ser de 0,70 ou de 1,00 litro. Além do certificado de origem Form-A, todos os produtos alimentícios e bebidas

alcoólicas a serem importados pela Europa, devem vir acompanhados de certificação sanitária do país de origem.

7.2.5.5 Outras leis e regulamentos

Além dos impostos ainda há grandes diferenças nas outras leis e nos regulamentos que regem o consumo, a comercialização e a propaganda de bebidas alcoólicas, como fica evidenciado pelas tabelas 18 e 19 sobre a idade mínima legal para consumir álcool, a quantidade permitida no bafômetro e até as restrições para propaganda em televisão.

Tabela 18 – Idade Legal Mínima

Idade legal mínima para beber em estabelecimentos que servem Bebidas alcoólicas e para comprar em lojas				
	Beber em estabelecimentos		Comprar em lojas	
	Cerveja e vinho	Destilados	Cerveja e vinho	Destilados
	Idade mínima	Idade mínima	Idade mínima	Idade Mínima
Áustria	16	16 (alguns estados 18)	16	16 (alguns estados 18)
Bélgica	16	16	Não há	16
Dinamarca	16 18 acima de 2,8% vol)	18	15	15
Finlândia	18	20 (Acima de 22%)	18	18 (Acima de 22%)
França	18 (16 para produtos até 3% vol. Em alguns estab.)	18	16	16
Alemanha	16	18	16	16
Grécia	(não há)	18	16	16
Irlanda	18	18	18	18
Itália	16	16	16	16
Luxemburgo	18 (17 com adulto)	18 (17 com adulto)	18	18
Holanda	16	18 (16 produtos abaixo de 15% vol)	16	18 (16 produto abaixo de 15% vol. Em algumas circunstâncias)
Portugal	18	18	18	18
Espanha	16	16 (alguns estados 18)	16	16 (alguns estados 18)
Suécia	18	18	18	20 (18 até 3.5% vol)
Reino Unido	18	18	18	18
Bulgária	16	16	16	16
Chipre	(Não há)	18	(Não há)	18
Rep. Checa	-	-	18	18
Estônia	-	-	18	18
Hungria	18	18	18	18
Letônia	18	18	18	18
Lituânia	18	18	18	18
Malta	16	16	16	16
Polônia	-	-	18	18
Romênia	18	18	18	18
Eslováquia	-	-	18	18
Eslovênia	18	18	(Não há)	(Não há)
Noruega	18	20 (acima de 22% vol.)	18	20 (acima de 22% vol.)
Suíça	6	18	16	18

Fonte: Confederação europeia de produtores de destilados

Tabela 19 – Restrições na televisão para propaganda alcoólica.

Restrições legais contra propaganda de Álcool na televisão	
Áustria	Banimento de destilados
Bélgica	Banimento de destilados
Dinamarca	Banimento de produtos acima de 2,8% vol.
Finlândia	Banimento de destilados acima de 22% vol.
França	Banimento total
Alemanha	Nenhuma (mas prática um banimento voluntário)
Grécia	Banimento de produtos acima de 30% vol.
Irlanda	Nenhuma (mas pratica um banimento voluntário para destilados)
Itália	Nenhuma
Luxemburgo	Nenhuma
Holanda	Nenhuma
Portugal	Controle sobre horários
Espanha	Banimento de destilados acima de 20% vol./ controle sobre horários de outros produtos.
Suécia	Banimento de produtos acima de 2,8% vol.
Reino Unido	Nenhuma
Bulgária	Nenhuma, banimento recentemente relaxado
Chipre	-
Rep. Checa	Nenhuma
Estônia	Controle sobre horários
Hungria	Banimento total
Letônia	Banimento de destilados, vinho restrito
Lituânia	Restrito
Malta	-
Polônia	Banimento de destilados/ controle sobre horários para cerveja
Romênia	Nenhuma
Eslováquia	Controle sobre horários para destilados
Eslovênia	Banimento para produtos acima de 15% vol.
Noruega	Banimento para produtos acima de 2.5% vol.
Suíça	banimento
Fonte: Canadean Ltd. – Responsible marketing for alcoholics	

7.2.5.6 Importações de Cachaça e Caninha (Rum e Tafiá) da Europa

Apesar do esforço para se conseguir uma classificação própria, a cachaça continua agrupada com o Rum. Isto não é somente uma questão de classificação, mas também de reconhecimento do consumidor. Como poderemos ver mais diante, entre os destilados, o Rum é naturalmente um dos principais concorrentes, motivo pelo qual é interessante analisar também seu mercado.

Os principais países exportadores desta classificação, além do Brasil, são, evidentemente, os exportadores de Rum do Caribe, como Cuba, Barbados, República

Dominicana e Jamaica. Como pode ser observado nas tabelas 20 a 23, a receita agregada destes países nos anos de 2000 a 2003 foi de € 186 mi, com uma curva ascendente de € 30 mi, € 38 mi, € 45 mil e um salto para € 73, respectivamente, nos anos de 2000, 2001, 2002 e 2003 respectivamente. Neste mesmo período, o Brasil exportou para a Europa um total de apenas € 10 mil, com uma queda abrupta de € 3.2 mi para € 1,8 mi, de 2001 para 2002, devido exclusivamente à saída de um grande distribuidor, a Underberg, do mercado importador europeu neste último ano, como será visto com mais detalhes mais adiante.

Tabela 20 – Importações de Cachaça e Caninha (Rum e Tafiá) da Europa - 2000

Importações de Cachaça e Caninha (Rum e Tafiá) da Europa por Principais Países Exportadores – 2000 – EURO					
EXPORTADOR IMPORTADOR	BARBADOS	BRASIL	Cuba	REP. DOMINICANA	JAMAICA
Europa 15	5.015.543	2.660.020	10.438.501	4.745.985	10.554.218
Alemanha	24.527	1.135.289	1.779	60.120	3.129.993
Áustria		87.217	9.881	:	58.551
Bélgica	:	7.957	59.716	:	:
Dinamarca	:	:	:	:	:
Espanha		260.701	9.112.735	4.167.524	:
Finlândia	:	:	:	:	:
França	651.838	240.061	35.957		:
Grécia		473	18.296		:
Holanda	1.231.908	99.567	48.307	140.282	1.138.407
Irlanda	:	:	:	:	:
Itália	985.364	294.090	1.128.528	378.059	376.393
Luxemburgo	:	:	:	:	:
Portugal	:	515.737	21.157	:	:
Reino Unido	2.119.219	18.928	2.145		5.674.205
Suécia	2.687				176.669
+10	6.863	27.001	105.764	6.840	254.731
Suécia		7.155	292		
Eslováquia	:	:	:	:	:
Eslovênia	:	5.877	302	6.840	15.393
Estônia			6.703		94.438
Hungria	6.863	5.259	33.176		21.855
Letônia	:	:	:	:	26.508
Lituânia				:	3.788
Malta			9.000	:	7.719
Polônia				:	:
Rep. Checa		8.710	56.291	:	67.820
Europa 25 total	5.022.406	2.687.021	10.544.265	4.752.825	10.208.949
Fonte: Eurostat					

Tabela 21 – Importações de Cachaça e Caninha (Rum e Tafiá) da Europa - 2001

Importações de Cachaça e Caninha (Rum e Tafiá) da Europa por Principais Países Exportadores – 2001 – EURO					
EXPORTADOR IMPORTADOR	BARBADOS	BRASIL	Cuba	REP. DOMINICANA	JAMAICA
Europa 15	5.533.219	3.154.991	13.860.616	8.388.722	10.680.042
Alemanha	1.186	1.299.057	128.932	101.653	1.434.694
Áustria		51.669			55.702
Bélgica		62.375	36.122		2.905
Dinamarca			7.712		
Espanha		393.360	11.397.408	6.931.912	
Finlândia	:	:	:	:	:
França	1.070.852	216.621	90.921	114.394	1.161.857
Grécia			830		
Holanda	842.869	17.378	3.951	601.444	1.161.857
Irlanda	:	:	:	:	:
Itália	1.765.501	346.496	2.189.171	639.281	247.036
Luxemburgo	:	:	:	:	:
Portugal	:	838.035	1.824	:	:
Reino Unido	1.852.811	:	1.921		7.696.830
Suécia				38	55.071
+10	0	60.714	196.756	3.962	211.252
Chipre		37.622			13.841
Eslováquia					
Eslovênia		8.627	31.436	3.962	11.3985
Estônia			5.152		25.855
Hungria			46.709		32.285
Letônia					38.889
Lituânia	:	:	:	:	:
Malta	:	:	19.155	:	:
Polônia	:	:	:	:	:
Rep. Checa		14.465	94.304		88.997
Europa 25 total	5.533.219	3215.705	14057.372	8.392.684	10.891.294

Fonte: Eurostat

Note-se que este espetacular aumento das importações de rum do Caribe se explica principalmente pela introdução bem sucedida das bebidas alcoólicas aromatizadas prontos, tipo Bacardi Breezer. Os principais países importadores de Rum são a Espanha, trazendo o produto principalmente de suas ex-colônias Cuba a República Dominicana, seguindo pelo Reino Unido, que traz o produto igualmente de ex-colônias, neste caso Jamaica e Barbados.

Tabela 22 – Importações de Cachaça e Caninha (Rum e Tafiá) da Europa – 2002

Importações de Cachaça e Caninha (Rum e Tafiá) da Europa por Principais Países Exportadores – 2002 – EURO					
EXPORTADOR IMPORTADOR	BARBADOS	BRASIL	Cuba	REP. DOMINICANA	JAMAICA
Europa 15	6.207.450	1.795.225	15.218.902	11.321.740	10.634.841
Alemanha	83.227	119.088	62.959	103.893	2.573.511
Áustria		23.321			72.456
Bélgica		74.353	8.677	152.112	7.455
Dinamarca			5.451	7.587	
Espanha	1.331.223	303.326	13.406.280	9.830.265	249.910
Finlândia					
França	1.451.264	176.627	86.528	8.605	
Grécia					
Holanda	413.467	467	58.762	292.653	1.055.078
Irlanda	1.857				
Itália	1.185.561	324.493	1.573.771	851.559	337.296
Luxemburgo					
Portugal		765.109	4.808	66	
Reino Unido	1.740.851	7.315			6.339.085
Suécia		1.126	11.666		50
+10	40.609	34.470	246.020	1.087	7.287
Chipre			1.110		11.277
Eslováquia	:	:	:	:	:
Eslovênia	:	11.512	54.270	1.087	7.287
Estônia			4.722		53.390
Hungria	25.330		50.721		26.684
Letônia	7.524	:	:	:	:
Lituânia	7.721				:
Malta	:	:	13.195		:
Polônia	:	:	:	:	:
Rep. Checa	34	22.958	122.022		97.514
Europa 25 total	6.248.059	1.829.695	15.464.922	11.322.827	10.874.924

Fonte: Eurostat

Tabela 23 – Importações de Cachaça e Caninha (Rum e Tafiá) da Europa – 2003

Importações de Cachaça e Caninha (Rum e Tafiá) da Europa por Principais Países Exportadores – 2003 – EURO					
EXPORTADOR IMPORTADOR	BARBADOS	BRASIL	CUBA	REP. DOMINICANA	JAMAICA
Europa 15	9.359.595	2.176.189	18.781.376	18.186.553	24.515.089
Alemanha	322.936	166.407	5.867	88.090	2.376.949
Áustria		9.496		1.661	100.304
Bélgica		83.811	73.297	298.226	
Dinamarca			7.521		
Espanha	4.299.491	363.623	15.755.335	13.295.369	
Finlândia	:	:	:	:	
França	794.967	129.007	76.098	94.474	
Grécia	:	:	:	:	:
Holanda	476.413	163.818	90.668	3.494.117	800.949
Irlanda					
Itália	32.579	315.917	2.761.038	914.616	271.693
Luxemburgo					
Portugal		937.702	1.368		
Reino Unido	3.432.894	6.408	8.050		20.965.194
Suécia	315		2.134		
+10	59.563	51.238	519.739	3.040	342.527
Chipre		3.891	2.412		8.114
Eslováquia					
Eslovênia		11.730	81.945		8.656
Estônia	67		6.934		62.691
Hungria	27.066	4.530	45.113		25.978
Letônia	30.262	2.561	10.811	3.040	33.998
Lituânia	2.168				3.557
Malta			11.741		137
Polônia					
Rep. Checa		28.526	360.783		199.396
Europa 25 total	9.419.158	2.227.427	19.301.115	18.189.593	24.857.616

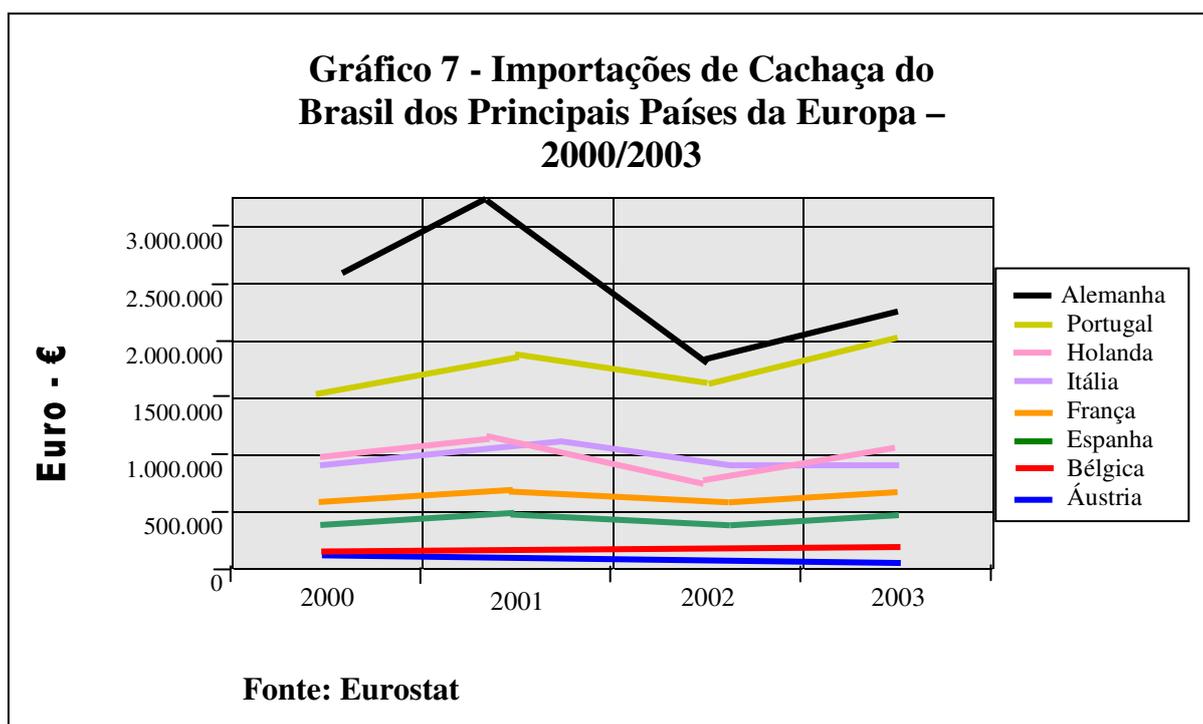
Fonte: Eurostat

7.2.5.7 Importações de Cachaça e Caninha (Rum e Tafiá) do Brasil para à Europa

Partindo do princípio de que as importações nesta classificação provindas do Brasil são quase que exclusivamente de Cachaça, estes dados obtidos do Centro de Estatísticas da União Européia, EUROSTAT, podem ser utilizadas para a análise do produto objeto desta pesquisa.

O Gráfico 7 mostra a performance das exportações brasileiras vista pelo registro de importações através de linhas acumuladas. O destaque fica para a grande performance da Alemanha em 2000 a 2001, a sua queda abrupta em 2002, e sua não recuperação em 2003 ao nível dos dois primeiros anos.. Esta curva se explica exclusivamente pela compra antecipada de cachaça a granel da PITU, por parte da Underberg, a fim de fazer um estoque de segurança contra uma eventual medida contra as exportações a granel, que estava sendo analisada à época.

Em 2002, a Underberg - junto com boa parte de outros distribuidores do setor na Europa - sofreu acentuada queda em suas vendas devido ao verão bastante rigoroso que estimulou os consumidores europeus a preferirem bebidas mais leves. Ao mesmo tempo, a forte concorrência representada pela entrada no mercado das bebidas alcoólicas aromatizadas e leves subtraíram parcela significativa do mercado de todas as bebidas destiladas.



A partir de 2002, conforme pode ser visto na tabela 24, Portugal, Itália e Espanha realizaram importações do produto superiores a da Alemanha.

Tabela 24 – Importações de Cachaça do Brasil na Europa – 2000/2003

Importações de Cachaça do Brasil na Europa 2000/2003 -EURO				
	2000	2001	2002	2003
Alemanha	1.135.289	1.229.057	119.088	166.407
Áustria	87.217	51.669	23.321	9.496
Bélgica	7.957	62.376	74.353	83.811
Chipre	7.155	37.622	0	3.811
Rep. Checa	8.710	14.465	0	28.526
Espanha	260.701	393.360	303.326	363.623
França	240.061	216.621	176.627	129.007
Reino Unido	18.928	0	7.315	6.408
Grécia	473	0	0	0
Hungria	5.259	0	0	0
Itália	294.090	346.496	324.493	315.917
Holanda	99.567	17.378	467	163.818
Portugal	515.737	838.035	765.109	937.702
Eslovênia	5.877	8.627	11.512	11.730
Suécia	0	0	1.123	0
Fonte: Eurostat				

Os países do grupo dos 15 que não constam nesta tabela, tais como Finlândia, Irlanda, Dinamarca e Luxemburgo, não registraram nenhuma importação direta nesta categoria provinda do Brasil. Isto confirma a estratégia de distribuição adotada pelas empresas do setor de atender países menores a partir de distribuidores de países vizinhos ou de referência na região. Por outro lado, isto não deixa de ser também um indicador do baixo potencial de consumo.

Um dado surpreendente é a queda continuada da importação da Áustria de € 87 mil em 2000 para apenas € 9,5 mil em 2003. Tal fato se explica por ser o mercado austríaco uma extensão do mercado alemão, sofrendo as mesmas transformações nos gostos e preferências dos seus consumidores, e sendo abastecido de cachaça pelos mesmos distribuidores alemães. Como a Alemanha vem de reduzir suas importações no mesmo período, isto se refletiu nas importações austríacas. Enquanto isso, a Bélgica decuplicou sua participação de € 8 mil para € 84 mil, motivada, em grande parte, por eficientes campanhas de divulgação e promoção comercial do produto por parte de distribuidores portugueses, espanhóis e italianos que no mesmo período elevaram igualmente as importações do produto.

7.2.5.8 Tendências gerais e oportunidades

A partir das análises dos 15 mercados estudados puderam ser constatadas tendências gerais de consumo de bebidas alcoólicas presentes na maioria dos países da Europa. Logo a seguir apresentam-se relacionadas:

- Saúde – o aumento dos cuidados com o consumo de alimentos e bebidas saudáveis e a disseminação de uma cultura preocupada com a saúde da população induz as pessoas a consumirem menos bebidas alcoólicas ou bebidas com menor teor alcoólico. Seguindo esta tendência, a produção de bebidas mais leves e saudáveis como as FAB's (Flavoured Alcoholic Beverages) e o vinho, indiscutivelmente são beneficiadas;
- Economias fracas levam a “On-Trade”¹¹ fraco e “Off-trade”¹² fortalecido – A maioria das economias européias não vem crescendo na expectativa que seus governos desejam. A forte valorização do euro em relação ao dólar, a concorrência da mão de obra de imigrantes vindos dos mais diversos países e continentes e a forte invasão de produtos importados de outros países emergentes, como a China e a Coreia do Sul acarretam instabilidade nos níveis de emprego da população que vê-se obrigada a ser mais seletiva em seu consumo. Além disso, o menor poder aquisitivo leva as pessoas a saírem menos de suas residências para bares e restaurantes ou a consumirem menos quando saem. Ao mesmo tempo, aumentam as vendas no varejo, onde os mesmos produtos são oferecidos por preços muito menores, para serem consumidos em casa;
- Bebidas mais leves, variadas e de conveniência – as FAB's – bebidas alcoólicas aromatizadas e as RTD's (Ready To Drink) – bebidas prontas para beber – bebidas do tipo Smirnoff Ice e Bacardi Breezer se inseriram com muita força no mercado e compensaram com eficiência a tendência de diminuição de consumo, principalmente junto ao público jovem. Dependendo do país, porém, esta tendência de consumo, embora generalizada, está em estágios diferentes;
- Destilados tradicionais envelhecem – com raríssimas exceções, os destilados típicos dos países europeus, a exemplo do uísque, estão envelhecendo junto com seu público cativo;

¹¹ “On-Trade” é um termo usado no setor de marketing de bebidas alcoólicas para descrever o segmento de estabelecimentos que servem bebidas alcoólicas, tais como bases, clubes e restaurantes.

¹² “Off-trade” é o contrário de “On-trade” e descreve bebidas alcoólicas, tais como supermercados e lojas especializadas.

- Companhias de bebidas buscam promover seus produtos “premium”, isto é, produtos diferenciados por agregarem maior valor de conteúdo e imagem, visando melhorar rentabilidade de seu portfólio de vendas e compensar eventuais perdas de volume nos produtos de venda mais tradicional e de maior escala;
- Na maioria dos países, as grandes marcas já estão presentes, como a PITU, YPIÓCA, PIRASSUNUNGA 51, NEGA FULO, VELHO BARREIRO;
- Distribuidoras buscam a cachaça para compor seu mix de produtos, diversificando o seu portfólio de vendas de bebidas alcóolicas;
- Traders de comércio paralelo que atendem ao varejo buscam marcas já consolidadas, que desfrutem de conhecimento e prestígio junto ao consumidor;
- Os novos mercados de crescimento estão na Europa oriental. É lá que os grandes players estão investindo mais. Isto acontece por várias razões, entre elas duas podem ser destacadas. Em primeiro lugar a valorização do euro, os salários e as rígidas normas e leis trabalhistas dos países da Europa ocidental produziram um fluxo de investimentos para os países da Europa oriental que aderiram a União Européia em 2004, tais como a República Checa, Polônia, etc. em busca de mão de obra mais barata, fazendo, em consequência, o Produto Interno Bruto destes países crescerem mais rapidamente do que os demais, e elevando a renda per capita de suas populações. Em segundo lugar, estes países passaram a contar, a exemplo do que aconteceu com Portugal e Espanha nos anos 80 quando ingressaram no Mercado Comum Europeu, com os mesmos incentivos fiscais e de crédito para investimentos oferecidos a todos os demais países da Europa Ocidental que já faziam parte da União Européia.

8. OS DESAFIOS DE MERCADO PARA A CACHAÇA

Diante dos problemas de estrangulamento da cadeia produtiva da aguardente que foram apresentadas no capítulo 5, como também dos aspectos mercadológicos e comerciais levantados na pesquisa secundária de mercado na Europa descrita nos capítulos 6 e 7, devem ser implementadas iniciativas de peso para promover o desenvolvimento sustentável no setor. Entre as ações necessárias ao aproveitamento da oportunidade de negócio detectada e ao aumento da competitividade do segmento, são a seguir destacadas iniciativas que tratam de aspecto técnicos, organizacionais, comerciais, financeiros, tecnológicos e institucionais.

- Aprofundar os estudos e o conhecimento do setor e dos mercados, realizando estudos de mercado (nacional e internacional) e estudos sobre sistemas de comercialização, criando mecanismos de acesso e difusão das informações, incluindo a realização de um cadastro detalhado dos produtores de aguardente de Pernambuco (censo);
- Apoiar a criação de sistemas de comercialização e estratégias de marketing para a colocação de produtos em mercados potenciais de grande escala e em nichos de mercado de produtos naturais e artesanais de alto valor agregado;
- Promover a difusão tecnológica em todos os níveis da produção da cadeia produtiva, especialmente nas variedades da cana e na padronização e higienização do processo produtivo, de modo a elevar os padrões de qualidade e a escala de produção, adequando-se às exigências do mercado;
- Estimular as empresas fornecedoras de máquinas e equipamentos para a adaptação dos seus produtos às condições e necessidades das pequenas unidades de produção, sem comprometer a qualidade e a produtividade do setor;
- Reforçar os sistemas de controle e fiscalização fitossanitários e de qualidade dos produtos com a ampliação de instrumentos e de pessoal treinado para o acompanhamento dos produtores, a exemplo da implantação dos sistemas de BPF E APPCC, criando mecanismos de certificação de qualidade;
- Reformular a concepção e a orientação dos sistemas de fiscalização, introduzindo um enfoque de assistência técnica, de modo a apoiar a pequena unidade produtiva para adaptação dos critérios de qualidade e higiene exigidos na legislação, como o PROMATA vem tentando estabelecer para a produção dos derivados de cana em Pernambuco;

- Criar linhas de crédito diferenciadas para modernização e capitalização da pequena produção dos derivados da cana-de-açúcar, permitindo uma renegociação das dívidas e facilitando condições de garantia complementares às linhas gerais e ao fomento específico da pequena produção de cana associada à diversificação (Banco do Nordeste). Para tanto, poderia ser formado um fundo de modernização da pequena produção dos derivados da cana, com base em uma mudança no emprego dos recursos do Programa de Equalização de Custos da Cana-de-Açúcar.
- Ampliar o subsídio de equalização dos custos de produção da cana para a pequena produção dos derivados da cana-de-açúcar (rapadura, mel de engenho, açúcar mascavo e aguardente), atualmente limitado à cana fornecida para usinas e destilarias, segundo a Portaria n.º 275, de 16/10/1998. A referida portaria diz, textualmente, no parágrafo segundo, do Artigo 1º, que “os produtores de cana-de-açúcar dos Estados do Nordeste receberão, a título de medida interna de apoio às lavouras canavieiras da região, o valor de R\$ 5,0734 (Cinco inteiros, setecentos e trinta e quatro décimos de milésimos de real) por tonelada de produto entregue às usinas e destilarias nordestinas”.
- Implantar unidades coletivas da padronização dos produtos, capitaneadas por um formato institucional de cooperativa ou associação de produtores;
- Estimular a implantação de uma concepção integrada dos engenhos, produzindo os diversos produtos derivados da cana-de-açúcar, articulados e consorciados, aproveitando o bagaço da cana como energético e ração animal, além da possibilidade do seu uso para a produção de papel;
- Diversificar as atividades econômicas no engenho, incluindo o aproveitamento do seu potencial turístico (ecológico e histórico-cultural), tanto para visitação como para complementação da venda dos produtos naturais da aguardente de cana e cachaça no próprio local de produção;
- Articular os órgãos de representação classista para junto com outros parceiros institucionais, como o SEBRAE, reivindicarem a inclusão da produção de aguardente de cana e cachaça no âmbito do SIMPLES, proporcionando maior competitividade ao setor e diminuindo a informalidade nele presente;
- Elevar urgentemente o valor agregado de conteúdo e imagem do produto exportado por Pernambuco, a fim de melhorar a rentabilidade de suas vendas através do aumento do preço médio do litro exportado;

- Adequar as vendas do produto destinadas às exportações às novas tendências de consumo mundial, em especial àquelas existentes no mercado europeu – já que o mesmo é o maior destinatário das exportações brasileiras de aguardente de cana e cachaça - e ao novo portfólio de consumo da população mais jovem.

9. PRINCIPAIS CONCLUSÕES

O aproveitamento das oportunidades de mercado no comércio internacional para a cachaça brasileira, e em especial para a pernambucana, será uma decorrência do estímulo às práticas associativistas e às iniciativas de capacitação empresarial que possibilitarão gerar uma nova cultura empreendedora, como também de um tratamento tributário mais justo e incentivador para as atividades do setor, além é claro, da incansável busca de prospecção dos mercados externos e de adequação às suas tendências de consumo e exigências de qualidade.

Entre as ações recomendadas e previstas para se alcançar tais objetivos, podem ser relacionadas:

- Estimular o associativismo e a formação de organizações ou entidades com capacidade e legitimidade para articular os produtores e dar suporte às atividades inovadoras, promovendo a integração entre empresários, associações e cooperativas, e destes com todo o sistema de regulação e suporte para a atividade;
- Incentivar a mudança da cultura empresarial, com capacitação dos empresários e difusão de novos conceitos e oportunidades de mercado – incluindo a capacitação gerencial que envolve, dentre outros tópicos, o treinamento em empreendedorismo dos proprietários de terras;
- Acionar as entidades de representação classista, a exemplo da APAR, para junto com outros parceiros institucionais, como o SEBRAE, o PROMATA e a APEX, exigirem a reinclusão da produção de aguardente de cana e cachaça no âmbito do SIMPLES, propiciando maiores vantagens competitivas ao setor e diminuindo o nível de informalidade nele existente;
- Promover iniciativas de capacitação da mão-de-obra dos pequenos produtores de aguardente, tanto no processo produtivo e na incorporação de novas tecnologias, assim como na de prospecção de mercados e nos processos de comercialização e promoção do produto, adequando-o às tendências externas de consumo.

Enfim, espera-se que o conjunto articulado destas ações logre alcançar seu objetivo primordial, qual seja elevar a competitividade externa da produção de aguardente de cana e cachaça de Pernambuco mediante a agregação de valor de seu conteúdo e imagem, aumentando as receitas derivadas das exportações e, principalmente, a rentabilidade de suas vendas.

10. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE BEBIDAS – ABRABE. Informativo out/2003. São Paulo, 2003.

ASSOCIAÇÃO MINEIRA DE PRODUTORES DE CACHAÇA DE QUALIDADE AMPAQ, Belo Horizonte, Minas Gerais, 1988.

CACHAÇA brasileira perde marca e é sobretaxada nos EUA. **Gazeta Mercantil**. 01/12/2000 (www.brasil.comex.com, capturado em 01/08/2001).

DAVIS, J. H., GOLDBERG, R.A. A concept of agribusiness. New York: Alpine, 1957.

CEPAL - Transformación productiva con equidad – la tarea prioritaria del desarrollo de America Latina. Santiago de Chile: 1990.

CURRY, J. E. A Short Course in International Marketing: approaching and penetrating the international marketplace. World Trade Press: San Rafael, 1999.

DESTILARIAS “desprezam” a cachaça. **Gazeta Mercantil**. 23/07/2001.

FEIJÓ, ATENÉIA; ENGELS MACIEL. **Cachaça artesanal do alambique à mesa**, Rio de Janeiro: Ed. Senac Nacional, 2001. 112p.

HADDARD, Paulo. **Os clusters produtivos**. Belo Horizonte: mimeo, 2000.

LAURINO, John. **Exportações da indústria de bebidas, performance no período 1995-1999 e perspectivas**, março de 2000. (<http://www.laurino-lopez.com.br>, capturado em 31/07/2001).

MACROPLAN. **Perspectiva e Estratégia: Construção de Cenários e Prospecção de Futuros**. Rio de Janeiro; mimeo, 1996.

MAIA, F.S. (2002). **Alternativas para Exportação da Cachaça Artesanal: Um Exemplo da Alemanha**. Programa de Pós-Graduação em Agronegócios – PPAgro pela Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – UFMS.

MINISTÉRIO do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior/Secretaria de Comércio Exterior. **Barreiras às Exportações Brasileiras**. 1999, 269p. (<http://redeagentes.com.Br/barreiras.htm>, capturado em 31/07/2001)

PRODUTORES tentam derrubar as barreiras existentes no exterior. **Jornal do Comércio**. 2001. (http://www.jornalcana.com.br/Notícias/Marco/n09_03.htm, capturado em 01/08/2001).

PROGRAMA BRASILEIRO DE DESENVOLVIMENTO DA CACHAÇA - PBDAC

PIRES, ANTONIO CARLOS RABELO. **Cachaça – Análise de Um empreendimento**. In Edição Sebrae, Recife, 2001.

PORTER, MICHAEL. E. **Clusters and the new economics of competition**. **Harvard Business Review**. Boston, v. 76, n. 6, nov/dec, 1998. <http://www.hbsp.harvard.edu>.

----- . **Vantagem Competitiva das Nações**. Rio de Janeiro; Campus, 1993.

----- . **Vantagem Competitiva: Criando e Sustentando Um desempenho Superior**: Rio de Janeiro: Campus, 1986.

RIBEIRO, C. A. F.; PRADO FILHO, L. G. **O cobre contaminante da aguardente de cana**. Piracicaba: ESALQ- Núcleo de Apoio à Pesquisa em Microbiologia, 1997, 24p. (NAPMA, Publicação, 5).

SEBRAE/PE. **Cadeia Produtiva da Pequena Produção de Derivados da Cana-de-Açúcar de Pernambuco- Rapadura, Mel, Açúcar Mascavo e Aguardente**. Recife, 2002.

----- . **Perfil Empresarial da Cachaça de Alambique**. In Edição Sebrae – Série Agronegócios. Recife, 2003

SILVA, ALEXANDRE LIMA MARQUES DA. **Exportação por Micro e Pequenas Empresas do Setor de Cachaça em Alagoas**. Maceió, Sebrae/AL, 2004

TAVARES DE ARAUJO JR, JOSÉ. **Mercados Contestáveis e Concorrência Schumpeteriana nas Economias de Industrialização Recente** (mimeo), 1984.

TEIXEIRA, A. **Indústria quer Provar que a Cachaça é a do Brasil**. Jornal Valor Econômico. 26/03/2001 (<http://www.caipirinha.com.br/informacoes.html>, capturado em 03/08/2001)

UM BRINDE com a Cachaça Brasileira. **Comércio Exterior/Informe Banco do Brasil**. N. 28, 2000.

ANEXO

APAR
ASSOCIAÇÃO PERNAMBUCANA DOS PRODUTORES
DE AGUARDENTE DE CANA E RAPADURA

A APAR – Associação Pernambucana dos Produtores de Aguardente de Cana e Rapadura, congrega produtores de cachaça industrial e artesanal em todo o estado de Pernambuco.

Fundada em março de 2001 na Cidade do Recife, a APAR busca o fortalecimento das atividades deste setor no estado, através de ações conjuntas com seus associados e parceiros visando melhorias de qualidade, elevando os produtos pernambucanos no cenário nacional.

A seguir é apresentada a relação dos produtores e engarrafadores em Pernambuco filiados a esta instituição.

Produtores e Engarrafadores
de Pernambuco

Agroindústria Morro Alto Ltda. (cachaça da Serra)

- Responsável: Luiz Carlos Cavalcanti Maia
- Fazenda Morro Alto, S/n, Zona Rural, Passira/PE
Telefone: 0xx81 3441.3637 /9974.9620

Agroindústria São Pedro Ltda. (Cachaça Triumpho)

- Responsável: Pedro Gomes Oliveira
- Sítio Bela Vista, Zona Rural Triunfo/PE
Telefone: 0xx87 3846.1103 /3846.1229 /9991.3610
- E-mail cachacatriumpho@bol.com.br

Aldeia Velha Part. E Empreend. Ltda. (aguardente Souza Leão)

- Responsável: Carlos Roberto A. Maia
- Estr. de Aldeia km6, Chã de Perola, Aldeia – Camaragibe/PE
Telefone: 0xx81 3459.1595 /9975.0005

Cia. Muller de Bebidas (Caninha 51)

- Responsável: Dra. Rejane Santos
- BR 101 Sul, Km 28, Cabo/PE
Telefone: 0xx81 3521.8051 /8005/8007

Destilaria Amaraji Ltda.

- Responsável: José Mauricio do Nascimento

- Engenho Estivas, S/N, Zona Rural Amaraji/PE
Telefone: 0xx81 3464.8000 /3553.1138 /3553.1159
- E-mail destamaraji@uol.com.br

Destilaria Auxiliadora Ltda.

- Dourado Empreendimentos e Cia. Ltda.
- Responsável: Luiz Antônio de Souza Leão Dourado Filho
- Engenho Sapucaí – Zona Rural Moreno/PE
Telefone: 0xx81 33267433 /9967.2433 /9968.3882

Destilaria JB Ltda.

- Responsável: Maria Carolina Beltrão Carneiro
- Engenho Cachoeirinha /Vitória de Santo Antão/PE
Telefone/Fax: 0xx81 3466.5845 /3466.3148

Destilaria Limeira Nova Ltda.

- Responsáveis: Celso Romero/Rosa Lívia Carvalho de Moraes
- Fazenda Limeira Nova, S/N, Palmares/PE
Telefone/Fax: 0xx81 3325.2087 /9986.3985

Destilaria Pal Ltda.

- Responsáveis: Tarcísio C. Chaves/Paulo Andrade
- Engenho Teimoso, BR 408, Km47, Nazaré da Mata/PE
Telefone: 0xx81 3633.3503 /9969.4010 /9969.4030
- E-mail destilpal@piernt.com.br

Destilaria São Pedro Ltda.

- Responsável: Ernesto Gonçalves P. Lima Neto
- Engenho São Pedro – Zona Rural Ribeirão/PE
Telefone/Fax: 0xx81 3671-1351 /9966.8716 /9971.8714

Destilaria Sibéria Ltda.

- Responsável: Cristiano José de Arruda Falcão
- Engenho Sibéria – Zona Rural CEP.: 54500-000 – Cabo/PE
Telefone: 0xx81 3267-7830 /3516.3036 /9971.3919

Delícias da Roça Agroind. E Com. Ltda. (Aguardente São Saruê)

- Responsáveis: Francisco das Chagas Carvalho/Selma Carvalho
- BR 101 Nort, Km 39, Granja São Saruê – Igarassú/PE
Telefone/Fax: 0xx81 3728.1599 /3728.1262

Engarrafamento de Cana de Aratu Ltda.

- Responsável: Jairo Bezerra
- Engenho Aratu – Rua Major Miguel, 181, Bezerros/PE
Telefone: 0xx81 3728.1599 /3728.1262

Engarrafamento Pitu Ltda.

- Responsável: Maria das Vitórias C. Cavalcanti
 - BR 232, Km 55,5 Vitória de Santo AntãoPE, Cx. Postal 18
- Telefone: 0xx81 3523.8000 /1139 /8031, fax 3523.0332

Fazenda Engenho Miracéu.

- Responsável: Ney Borges de Barros Lima
 - Rua Cel. José Belarmino, 26, Centro, Côrtes/PE
- Telefone: 0xx81 3687.1187 /3228.2133
- E-mail miraceu@bol.com.br

P.F. Vieira M.E. (Rapadura Lage Bonita)

- Responsável: Paulo Fernando Vieira
 - BR 104 Km 135 – Quipapá/PE
- Telefone: 0xx81 3361.1124 /99964752

Pinga Nordestina Ind. e Com. Ltda.

- Responsável: Cirilo Gomes Velôso
 - Br 432, Km 98, Garanhuns/PE
- Telefone: 0xx87 3763.5055
- Representante: Ind. E Repres. De Bebidas Velôso Ltda.
 - Responsável: Emílio Emerick
- Telefone: 0xx87 3762.0532 / 0xx81 8816.6154

Serrote Indústria e Comércio Ltda.

- Responsável: Carlos Parente
 - Rua da Aurora de Carvalho Rosa , 1591, alto Colina, Salgueiro/PE
- Telefone: 0xx87 3871.2190 /3871.0376

Termo Técnica Ltda. (aguardente Carvalheira)

- Responsável: Octável Pinto Carvalheira/Eduardo Carvalheria
 - Rua Manoel Didier, 53, Imbiribeira, Recife/PE
- Telefone: 0xx81 3471.1122 /9172.4961

Usina União e Indústria S.A.

- Responsável: Bento Figueiredo Netto
 - Rua Tabira, 275, Boa Vista, Recife/PE
- Telefone: 0xx81 3439.3317 / 9971.4525