



PRODUÇÃO DE CACHAÇA NA ÁREA DE JURISDIÇÃO DO BNB: MERCADO E ESTRUTURA DA CADEIA PRODUTIVA

MARIA FATIMA VIDAL; MARCOS FALCÃO GONÇALVES;

BANCO DO NORDESTE DO BRASIL S.A

FORTALEZA - CE - BRASIL

fatimavidal@bnb.gov.br

PÔSTER

Estrutura, Evolução e Dinâmica dos Sistemas Agroalimentares e Cadeias Agroindustriais

PRODUÇÃO DE CACHAÇA NA ÁREA DE JURISDIÇÃO DO BNB: Mercado e estruturação da cadeia produtiva

Grupo de Pesquisa: 4 – ESTRUTURAÇÃO, EVOLUÇÃO E DINÂMICA DOS SISTEMAS AGROALIMENTARES E CADEIAS AGROINDUSTRIAIS

A cachaça é a terceira bebida alcoólica mais consumida no mundo, embora esse consumo ocorra primordialmente no Brasil. Nos últimos anos tem-se observado crescimento do interesse público e privado em expandir a produção e a comercialização desse produto. No Nordeste predomina micro e pequenos produtores de baixo nível tecnológico, porém o setor possui papel importante na geração de emprego e renda. A partir de 1990 ocorreu crescimento das exportações de cachaça no Brasil, resultado das ações desenvolvidas em prol do setor. As exportações brasileiras têm sido realizadas principalmente pelas empresas padronizadoras. São Paulo é o maior exportador nacional, Pernambuco ocupa a terceira colocação no volume nacional exportado, sendo também o maior exportador nordestino de cachaça. Os melhores preços no mercado internacional são obtidos pela cachaça artesanal, especialmente pelas produzidas em Minas Gerais, porém, representa apenas 10% das vendas de cachaça no mercado externo. Internamente o mercado é pulverizado com muitas marcas com presença regional e poucas marcas com distribuição nacional. As cachaças industriais dominam o mercado, a artesanal formalizada e de melhor qualidade possui maior valor agregado sendo destinada a consumidores mais exigentes e a artesanal de baixa qualidade é comercializada a granel para atravessadores a preços baixos. Atualmente o setor passa pela necessidade de ajustamento das normas de qualidade às exigências do mercado. O setor possui potencialidades de mercado ainda pouco exploradas, a exemplo do turismo e do mercado externo. Com relação à cadeia produtiva, Salinas/MG se destaca dentre as demais regiões produtoras da área sob a jurisdição do BNB por possuir praticamente todos os elos da cadeia



produtiva. A Bahia também possui cadeia produtiva bastante solidificada. As demais regiões produtoras enfrentam problemas relacionados à aquisição de máquinas e equipamentos e deficiência de assistência técnica, financiamento, pesquisa e organização.

Palavras-chaves: cachaça, mercado, cadeia produtiva

Abstract

The cachaça is the third alcoholic beverage more consumer in the world, although, this consumption occur primordially into the Brazil. In the last years has been observed growth of interest public and private in expanding the production and the commercialization of this product. In the Northeast predominates micron and small producers of low-level technological, however, the sector possess important paper in the generation of employment and income. Since 1990 has been increasing the exports of cachaça from Brazil, resulted from the actions developed to promote the sector. The Brazilians exportations had been done principally by standardize companies'. São Paulo is largest exporter national, Pernambuco occupies the third national rank by volume exported, being also largest exporter northeastern of cachaça. The best prices in the marketplace international are gotten by artisan cachaça, especially for the produced in Minas Gerais, however, it represents only 10% from the sales of cachaça in the foreign market. Internally the market is sprayed with many marks, with presence regional and few, other marks with national distribution. Industries' cachaça dominate the market, the formalize artisan and of better quality possess greater aggregated value being destined the consumers more demanding and the artisan of low quality is commercialized in bulk about to crossed at low prices. Currently in the sector there is the necessity to adjust some norms of quality requirement by the market. The sector has potentialities of market still little explored, the example of the tourism and of the foreign market. Concerning on the productive chain, Salinas/MG stands out in the midst of the regions productive from area under the jurisdiction of the BNB for own practically all of the links from productive chain. The Bahia also has productive chain quite solidify. The In the other productive regions face problems related on the acquisition of machines and equipment and deficiency of technique assistance, financing, research and organization.

Key Words: cachaça, market, productive chain

1. INTRODUÇÃO

A cachaça é um dos principais produtos derivados da cana-de-açúcar. É definida como o produto alcoólico obtido pela destilação do mosto fermentado de cana-de-açúcar (*Saccharum officinarum* L.). É a terceira bebida alcoólica mais consumida no mundo, atrás da vodka russa e do soju coreano. No entanto, esse consumo se dá quase que totalmente no mercado interno brasileiro, visto que o volume exportado é muito baixo. O mercado potencial é grande, pois o produto está perdendo a conotação pejorativa e alcançando público consumidor cada vez mais exigente.

A produção da cachaça é uma atividade exercida em todo o Brasil. Atualmente existem mais de quatro mil marcas de cachaça e 1.824 estabelecimentos registrados no Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA). Em todo o País existem cerca de 30 mil produtores, sendo a maioria de micro e pequeno porte, com a utilização de baixo



SOBER

XLVI Congresso da Sociedade Brasileira de Economia,
Administração e Sociologia Rural



nível tecnológico e produzindo pequenos volumes que são comercializados localmente (MAPA, 2007).

A maior concentração da produção de cachaça no Brasil ocorre nos estados de São Paulo, que responde por cerca de 45% da oferta total. Outros produtores importantes são: Pernambuco (12%), Ceará (11%), Goiás/Minas Gerais/Rio de Janeiro (8% cada), Paraná (4%), e Bahia/Paraíba (2% cada) (PBDAC, 2005 *in* SEBRAE, 2005).

A produção nacional é estimada em 1,5 bilhão de litros, considerando cachaça de alambique e de coluna, o que seria a princípio, o tamanho do mercado interno, visto que o volume exportado é irrisório: menos de 1% do volume total produzido no País, existindo assim um mercado potencial a ser atingido (ASMEDIATOR, 2006).

A partir 1980, o setor produtivo de cachaça iniciou um processo de modernização em alguns estados, com destaque para Minas Gerais. Esse processo teve repercussão positiva na qualidade e imagem do produto (SEBRAE, 2005). Está ocorrendo intensificação da diferenciação da cachaça entre as regiões produtoras. A produção local busca atribuir especificidade do seu território para a conquista de novos nichos de mercado (VERDI, 2005).

É notório também o movimento de organização do setor produtivo da cachaça em todo o País. Nos últimos anos tem-se observado um crescimento do interesse público e privado em expandir a produção e a comercialização desse produto. Tais movimentos começaram a se desenvolver a partir do momento em que a cachaça adquiriu maior demanda no mercado externo. Nesta perspectiva o setor começou a se organizar com a criação de entidades representativas, primeiro em Minas Gerais, se estendendo paulatinamente por todo o País.

O setor produtivo de cachaça no Nordeste é caracterizado pela predominância de micro e pequenos produtores de baixo nível tecnológico. Muito embora os empregos gerados pelo segmento artesanal sejam inseguros e de baixa qualidade, o setor tem um papel importante na geração de emprego e renda contribuindo para a manutenção do homem no campo. O SEBRAE (2005) estima que uma unidade familiar gera de dez a vinte empregos diretos.

Coexistem no Brasil dois modelos de produção, industrial (coluna) e artesanal (alambique). Dentro de cada modelo é construído um conceito de qualidade próprio atrelado à sua estrutura produtiva e organizacional. A grande vantagem da cachaça artesanal em relação à industrial é o aroma e o buquê enquanto a vantagem da industrial em relação a artesanal é a padronização do produto.

No segmento industrial, a cachaça é produzida por empresas de médio e grande porte, sua produção em larga escala permite a redução de seus custos e possibilita atender o mercado consumidor mais popular (classes C e D). O produto é padronizado e a destilação é realizada em colunas de destilação de aço inox, utilizando-se, em alguns casos, recursos de análises laboratoriais (SEBRAE, 2005). Nesse tipo de produção, o fluxo é constante.

No caso da cachaça de alambique, a produção é por bateladas – enche-se o equipamento, destila-se e depois o esvazia completamente. Geralmente é realizada por pequenos produtores, de base familiar e com recursos mais modestos. A produção obedece à escala menores. A cachaça de alambique não pode conter nenhum tipo de produto externo, a exemplo de açúcares e corantes nem produtos catalisadores que venham a interferir no aroma e sabor da bebida. Além disso, no processo de produção da cachaça de alambique há o fracionamento de partes, segregando a cabeça, o corpo e a calda, sendo aproveitada no



processo produtivo apenas a segunda¹. A cachaça de alambique distingue-se da industrial por utilizar cana-de-açúcar crua, fermentada naturalmente, destilada em alambiques tipo panela de cobre e repousada pelo menos três meses.

O setor produtivo de cachaça de alambique ocupa um espaço aproximado de 20% da produção total de aguardente de cana no Brasil. A produção nacional de cachaça de alambique é cerca de 300 milhões de litros, contra 1,2 bilhão da industrial. No entanto, tem-se observado que a cachaça de alambique apresenta um crescimento de 5% ao ano enquanto a industrial tem permanecido estável (VERDI, 2005). Apresenta reduzidas barreiras à entrada, pois o investimento inicial para a produção é baixo. Além disso, o setor é caracterizado pela predominância de pequenas unidades de produção fortemente associadas à cultura de subsistência e utilização de mão-de-obra familiar. Os principais problemas são relacionados a: informalidade; falta de infra-estrutura; utilização de conhecimentos empíricos; elevados custos de comercialização; desorganização do segmento; limitação de mercado; falta de padronização; uso de embalagens inadequadas; e, desconhecimento da lógica do mercado.

Segundo Sales (2005), do total de estabelecimentos que produzem cachaça de alambique no Brasil, aproximadamente 90% não são regularizados e são responsáveis por 36% da produção nacional. Lima (2006) afirma que as dificuldades para a formalização da atividade podem ser explicadas, em parte, pela grande concorrência que os pequenos produtores enfrentam, seja entre os mesmos ou com grandes produtores, aliada à pequena escala de produção, baixa capacidade financeira e a elevada carga tributária incidente sobre a cachaça na maioria dos estados nordestinos. Até o ano 2000, os produtores de cachaça de alambique, tinham acesso ao sistema Simples de tributação, mas a Medida provisória 2033-33/2000 alterou a lei 9.317/96, vedando essa opção a partir de 2001. A informalidade limita o mercado e deixa o produtor sujeito às imposições dos compradores da própria região.

Internamente, o segmento produtor de cachaça artesanal apresenta uma grande diferenciação nos sistemas produtivos: a maior parte dos produtores é informal e adota sistema arcaico produzindo produto de baixa qualidade e de preço irrisório, sendo o destilado comercializado no mercado local.

Outro grupo se constitui de produtores profissionais em fase de modernização. A atividade é geralmente integrada a explorações agropecuárias. A experiência é adquirida por sucessão e a relação com organizações de apoio à capacitação tecnológica é positiva. São apontados como principais problemas desse segmento: i) ausência de padronização da cachaça; ii) baixa capacidade gerencial; iii) dificuldade de acesso a canais de distribuição; iv) competição com cachaça de alambique produzida informalmente e com cachaça industrial.

Por último, existem os produtores empresariais, que estão inseridos em mercados produtivos mais competitivos por produzirem cachaça artesanal de alta qualidade, segmento que apresenta intensa mobilização (SEBRAE, 2005). Dominam a tecnologia; possuem iniciativas de marketing; exploram nichos de mercado. Este último segmento tem produção limitada em termos de quantidade e se destina ao consumo das classes A e B da população, consequência do seu maior valor agregado e preço final mais elevado. Por ser dotado de

¹ O produto resultante da destilação pode ser visivelmente segmentado em três partes principais, diferenciadas pelo teor alcoólico e quantidade de componentes indesejáveis (furfural, metanol, álcoois isobutílicos, entre outros) a saber: cabeça (10%), corpo (80%) e calda (10%). A cabeça e a calda apresentam maior teor desses componentes indesejáveis. Essas são descartadas no processo artesanal, quando é apenas aproveitado o corpo. No processo industrial não há possibilidade de separação das partes pois, o processo é contínuo. Para compensar, alguns produtores realizam um processo de bi ou tri-destilação.



SOBER

XLVI Congresso da Sociedade Brasileira de Economia,
Administração e Sociologia Rural



maior poder aquisitivo e apresentando uma cesta de consumo mais inelástica, esses consumidores são menos sensíveis a alterações do preço da mercadoria e estão dispostos a pagar um valor mais elevado pelo produto de melhor qualidade. O principal problema desse segmento é o número elevado de marcas.

Independente do sistema de produção, a maioria dos consumidores brasileiros possui uma visão negativa sobre a cachaça, aspecto que é agravado pela existência de muitos produtos de qualidade duvidosa no mercado.

Este trabalho teve como objetivo conhecer o funcionamento do agronegócio da cana-de-açúcar na área de atuação do BNB relacionado com a produção de cachaça, com ênfase na estrutura de mercado, assistências técnica e de crédito, tecnologia, pesquisa, capacitação e aspectos institucionais.

2. METODOLOGIA

Para o desenvolvimento do trabalho utilizou-se a metodologia qualitativa, definida por Martins (2004) como aquela que privilegia a análise de microprocessos, através do estudo das ações sociais individuais e grupais, realizando um exame intensivo dos dados, e caracterizada pela heterodoxia no momento da análise. Para tanto, realizou-se a identificação e seleção dos agentes detentores das informações sobre o setor produtivo.

A pesquisa foi realizada nas áreas de maior concentração de unidades produtivas de cachaça da área sob a jurisdição do Banco do Nordeste (Nordeste, Norte de Minas Gerais e Norte do Espírito Santo) compreendendo os estados da Bahia (Chapada Diamantina), Norte de Minas Gerais (Salinas), Pernambuco (Zona da Mata e região norte do Estado), Paraíba (Brejo Paraibano); e Ceará (Serra da Ibiapaba e Cariri).

O estudo foi realizado obedecendo às seguintes etapas de investigação:

- 1) Pesquisa exploratória a partir do método do levantamento bibliográfico, por meio de coleta de dados em livros, revistas, jornais, documentos oficiais dos governos (federal, estadual e local) e de agência de desenvolvimento, Internet e banco de dados de diversa ordem, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), Associação de produtores de cachaça;
- 2) Participação em eventos sobre cachaça, a exemplo de reuniões, palestras, seminários, congressos, dentre outros;
- 3) Identificação das áreas de concentração de produção de cachaça;
- 4) Identificação dos principais atores da cadeia produtiva;
- 5) Definição do roteiro de viagem para pesquisa de campo;
- 6) Elaboração de roteiros de entrevista destinados aos principais atores da cadeia produtiva (órgãos de pesquisa e assistência técnica, fornecedores de matéria-prima, produtores de cachaça – alambiques e destilarias – associações, cooperativas, distribuidores e consumidores finais);
- 7) Visitas exploratórias com realização de entrevistas abertas utilizando os roteiros previamente elaborados. Entrevistas realizadas em 2007 nos estados do Ceará, Bahia, Norte de Minas Gerais, Pernambuco e Paraíba, com os seguimentos representativos do setor (Estabelecimentos produtores de cachaça, fornecedores, organizações de produtores, instituições de assistência técnica e de pesquisa);
- 8) Análise e sistematização dos dados e informações coletados durante as pesquisas bibliográficas e de campo;
- 9) Elaboração de relatório preliminar;



10) Elaboração relatório final, mediante a incorporação de sugestões resultantes das apresentações e discussões realizadas.

2. RESULTADOS E DISCUSSÃO

2.1. Comércio internacional

A cachaça é classificada no exterior como um *spirit drink*, destilado de alto teor alcoólico. Fora do Brasil é consumida quase que exclusivamente como ingrediente da caipirinha, por isso a maior demanda pela cachaça branca (MAIA, 2006).

A partir de 1990 observou-se um crescimento significativo das exportações de cachaça no Brasil (**Tabela 01**), explicado principalmente pela estruturação do quadro institucional no País. O primeiro esforço brasileiro em termos de promoção e valorização da imagem da cachaça no mercado externo ocorreu com a implantação do Programa de Desenvolvimento da Cachaça PBDAC, no ano de 1997. Criado por produtores de cachaça por intermédio da ABRABE (Associação Brasileira de Bebidas) e o apoio do Governo Federal, (Ministérios, da Agricultura e Abastecimento; do Desenvolvimento; Indústria e Comércio Exterior e da Ciência e Tecnologia). O programa buscava organizar o setor, melhorar a qualidade da cachaça por meio de suporte técnico e expandir as vendas no exterior, através da divulgação do produto em feiras e congressos (RODAS, 2005). O PBDAC incorporava todos os segmentos de aguardente nacional, beneficiando tanto cachaças artesanais como as industriais. Por meio do PBDAC a cachaça foi inserida nos 61 setores no Programa Especial de Exportação (PEE) do Governo Federal (OLIVEIRA, 2006). Atualmente o PBDAC está extinto e a continuidade do trabalho caberá ao Instituto Brasileiro da Cachaça (IBRAC), criado em 2006.

Ainda nesse processo de mobilização do setor, foi criada a Federação Nacional das Associações de Produtores de Cachaça de Alambique (FENACA), no ano de 2001 – a qual estimulou a criação de associações de produtores de cachaça em todo o País – e da Câmara Setorial da Cadeia Produtiva da Cachaça (CSPC), em 2005 (GRUNDLING, 2006). Também foram importantes para as exportações de cachaça as ações da Agência de Promoção de Exportações e Investimentos (APEX) e do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE).

Nesse sentido, diversas ações têm sido desenvolvidas em prol do setor, dentre as quais cabe ressaltar: promulgação do Decreto 4062/01, declarando a denominação “cachaça” como indicação geográfica para uso exclusivo dos produtores sediados no Brasil; promulgação do Decreto 4851/2003, com a especificação dos padrões técnicos (composição) das bebidas, Cachaça, Caipirinha e Rum; obtenção do reconhecimento, junto a Organização Mundial de Aduana (OMA), entidade que classifica os produtos comercializados no mundo todo, da classificação de Aguardente de Cana, distinta do rum para fins de classificação aduaneira do produto; instâncias, junto ao Mercosul, para igual reconhecimento com alteração da RES/GMC 77/94, incluindo a denominação exclusiva de cachaça para aguardente de cana produzida no Brasil (SECTI, 2006). Está em tramitação na Organização Mundial do Comércio (OMC) o pedido de reconhecimento da cachaça como denominação exclusiva do destilado de cana-de-açúcar produzido no Brasil. O processo de certificação de origem confere especificidade ao produto e, conseqüentemente, agregação de valor (ROSA, 2005).

As exportações brasileiras de cachaça têm sido realizadas quase que exclusivamente pelas grandes empresas padronizadoras, as principais: Muller (51), Pitu e Ypioca. Em termos



SOBER

XLVI Congresso da Sociedade Brasileira de Economia,
Administração e Sociologia Rural



regionais, tem-se o Sudeste do País como o maior exportador no ano de 2007, 5.628 mil litros, (62,6% do volume total exportado pelo Brasil). O Nordeste é responsável por 1.418 mil litros (15,8%) ocupando o terceiro lugar nas exportações nacionais de cachaça (**Gráfico 01**).

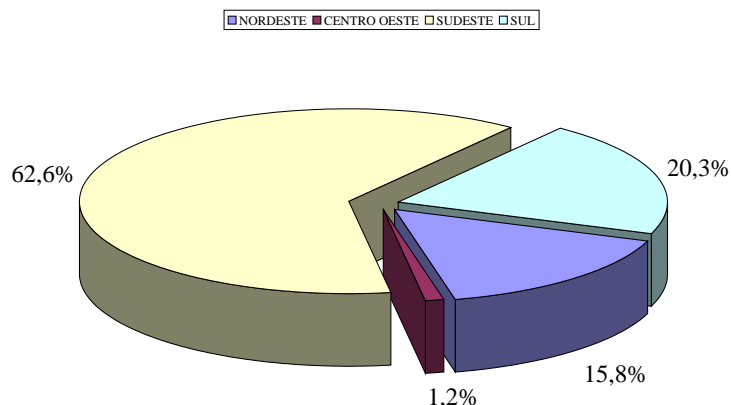


Gráfico 01 – Percentual do Volume Exportado de Cachaça no Brasil, em 2007, por Região

FONTE: SECEX, 2008

Em termos de distribuição estadual observa-se que São Paulo detém a maior participação no total do volume, exportando 4.448 mil litros (49,5%), enquanto Pernambuco ocupa a terceira colocação com 884 mil litros (9,8%) (**Tabela 01**). Em se tratando de valor gerado, o destaque da participação do estado de São Paulo nas exportações brasileira com o produto é ainda maior: representaram 59,2% do montante total exportado pelo País (SECEX, 2007).

Outros estados nordestinos, a exemplo da Paraíba e Bahia, têm exportado cachaça, embora ainda em pequena quantidade e direcionado para mercados mais pulverizados. Os produtores consideram mais difícil entrar no mercado europeu onde já existe importação de cachaça a granel produzida de forma industrial, que é de menor custo e que possibilita o engarrafamento com marca própria dos países importadores.

Tabela 01 – Volume de Exportação Brasileira de Cachaça por Estado e Região em (1000 litros), Período 2000 a 2007.

**SOBER**XLVI Congresso da Sociedade Brasileira de Economia,
Administração e Sociologia Rural

REGIÃO / ESTADO	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
NORTE	3.460	900	-	3.360	2	-	-	0
NORDESTE	2.095.724	2.740.950	5.054.963	1.833.346	2.040.926	2.388.094	3.114.725	1.418.038
Pernambuco	1.881.092	2.517.998	4.833.309	1.610.905	1.738.166	2.001.065	2.664.581	884.060
Ceará	193.236	221.102	220.730	210.221	300.001	360.221	449.850	533.121
Paraíba	-	1.839	924	12.180	-	20.496	294	-
Bahia	-	-	-	-	2.759	6.312	-	857
Sergipe	21.396	11	-	40	-	-	-	-
CENTRO OESTE	496	85.230	71.363	9.720	11.707	3.101	65.202	111.500
SUDESTE	7.766.684	4.187.365	6.854.060	4.472.906	3.827.343	5.586.822	5.645.417	5.628.849
Minas Gerais	73.797	34.658	262.727	77.456	111.813	198.439	232.544	332.074
Espírito Santo	-	12.040	-	71	67	18.090	301	1.200
São Paulo	7.083.779	3.236.586	5.760.228	3.698.363	3.129.378	4.542.634	4.628.104	4.448.347
Rio de Janeiro	609.108	904.081	831.105	697.016	586.085	827.659	784.468	847.228
SUL	3.535.787	3.124.269	2.550.458	2.315.134	2.673.558	2.265.856	2.412.091	1.828.474
Paraná	2.456.239	1.999.097	1.536.822	1.071.435	1.574.445	1.167.674	1.252.410	985.523
Rio Grande do Sul	1.034.980	1.081.736	955.561	1.208.377	1.053.836	1.079.800	1.126.922	816.050
Santa Catarina	44.568	43.436	58.075	35.322	45.277	18.382	32.759	26.901
BRASIL	13.402.151	10.138.714	14.530.844	8.634.466	8.553.536	10.243.873	11.237.435	8.986.861

FONTE: SECEX, 2008. Elaboração: BNB/ETENE

Nota: Os números referem-se a cachaça e caninha (rum e tafia)

Atualmente quase 9,0 milhões de litros de cachaça são vendidos para mais de 40 países, o que representa menos de 1% do total produzido no Brasil (SECEX, 2008). Um terço da cachaça produzida no Brasil sai do País a granel, o que torna difícil o controle de origem (ROSA, 2005).

Os principais destinos da cachaça brasileira, em 2007, foram Alemanha, Paraguai, Portugal, França, Estados Unidos e Chile. A Alemanha se encontra no topo do ranking dos importadores, com 1.996 mil litros em 2007, o que representa 25,0% da quantidade exportada naquele ano (**Gráfico 02**). O volume exportado para o Canadá, Austrália, Malásia, Antilhas e Estados Unidos é pequeno, no entanto, o preço médio pago é maior, o que indica que esses países importam produto de maior valor agregado: a cachaça exportada para o Canadá, por exemplo, tem um valor médio de US\$ 5,57 por litro.



SOBER

XLVI Congresso da Sociedade Brasileira de Economia,
Administração e Sociologia Rural

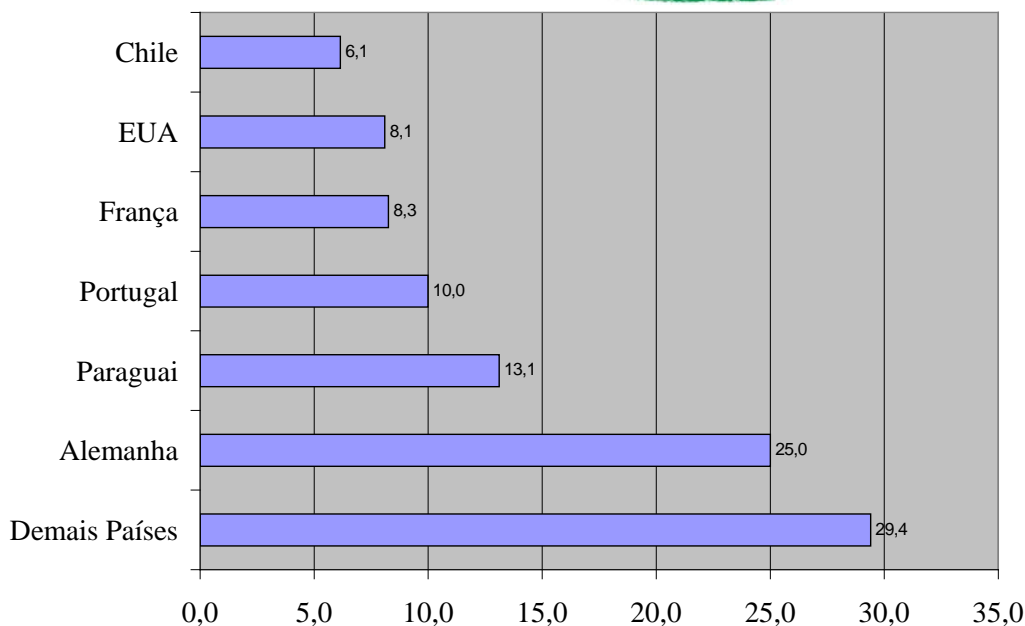


Gráfico 2 – Principais destinos das exportações brasileiras de cachaça em 2007 em Volume (%)

FONTE: SECEX, 2008

Os melhores preços no mercado internacional são obtidos pela cachaça produzida em Minas Gerais, o que está associado ao tipo de cachaça produzida no Estado (artesanal) de maior valor agregado e por destinar-se a nichos de mercado mais exigentes: 44,7% da cachaça exportada por Minas destina-se aos EUA e 44,6% para a França, que, apenas no ano de 2007, triplicou a importação do produto mineiro em relação a 2006. Pernambuco é o maior exportador de cachaça do Nordeste, porém consegue os menores preços no mercado externo, o que pode estar relacionado ao fato de realizar exportação do produto a granel, exportando quase toda a sua produção para a Alemanha (78,1%). O estado do Ceará, apesar de produzir cachaça industrial - tal como Pernambuco - tem conseguido preços bem superiores nos últimos anos (**Gráfico 03**). A Ypioca, principal empresa exportadora de cachaça do Ceará, recebe melhores preços no mercado externo com relação às demais marcas de cachaça industriais do País. O destino das exportações do estado é bastante pulverizado, sendo que os principais países importadores são Espanha (29,1%), EUA (14,1%) e Portugal (9,0%).

O preço da cachaça está sendo apreciado em todos os estados, com maior evidência em Minas Gerais (**Gráfico 03**). Um dos fatores que explicam o comportamento de elevação nos preços da cachaça exportada pelo País é a estratégia adotada pelo Governo brasileiro através do PBDAC e da Câmara Setorial quanto à indicação de procedência como bebida típica do Brasil e regulamentação da qualidade do produto, além da intenção em dificultar a exportação a granel. O Brasil briga pela exclusividade de utilização do termo cachaça para o destilado de cana produzido no Brasil.



SOBER

XLVI Congresso da Sociedade Brasileira de Economia,
Administração e Sociologia Rural

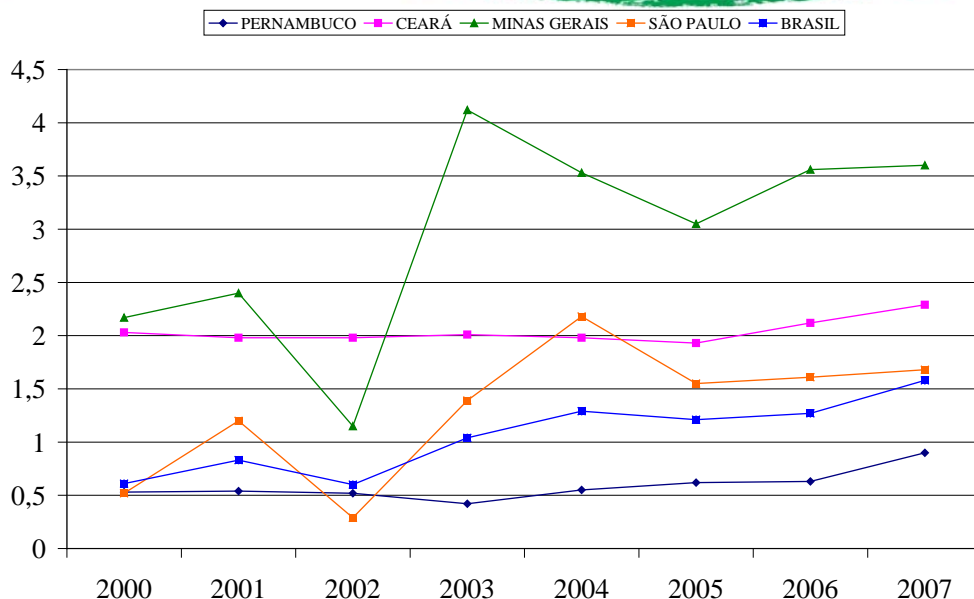


Gráfico 03 – Preços médios de Cachaça Exportada pelos Principais Estados Exportadores - Brasil - 2000 a 2007 (US\$/litro)

FONTE: SECEX, 2008

Nota: Os números referem-se a cachaça e caninha (rum e tafia)

O valor das exportações de cachaça dos estados do Ceará e Minas Gerais cresceram mais que proporcionalmente ao volume exportado no período de 2003 a 2007, indicando que ocorreu uma agregação de valor ao produto (**Gráfico 04**).

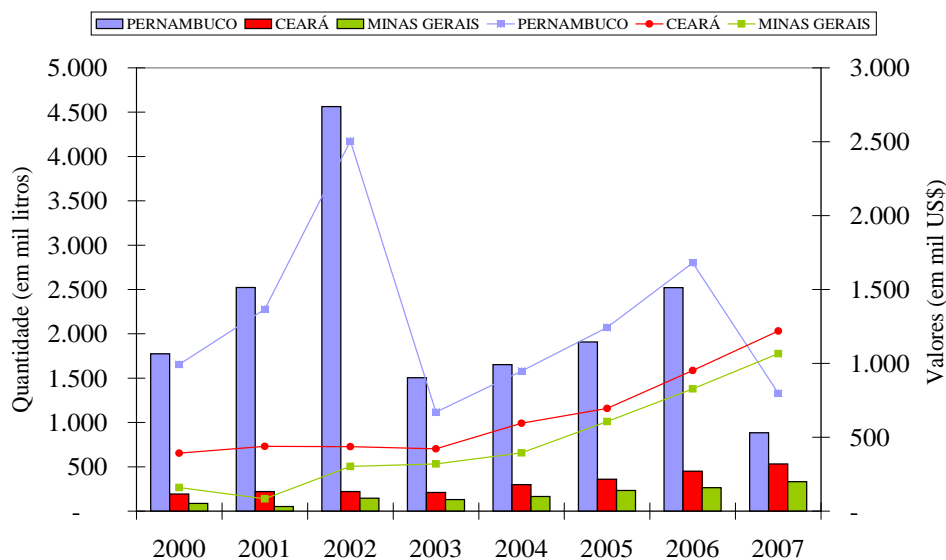


Gráfico 04 – Volume e Valor das Exportações de Cachaça de Pernambuco, Ceará e Minas Gerais em Toneladas no Período de 2000 a 2007

FONTE: SECEX, 2008



SOBER

XLVI Congresso da Sociedade Brasileira de Economia,
Administração e Sociologia Rural



A cachaça artesanal (produzida em alambique) representa apenas 10% das vendas de cachaça no mercado externo (MAIA, 2006), concentrada principalmente na produção mineira. Além da preferência do consumidor externo pela cachaça branca, a cachaça artesanal tem entre seus componentes resíduos de carbamato de etila, metanol e cobre, acumulados durante o processo produtivo. Normas internacionais da Organização Mundial de Saúde recomendam o nível máximo de ingestão diária para adultos de 2 a 3 mg/dia de cobre. Os Estados Unidos, mais exigentes, não admitem qualquer traço de cobre na composição da cachaça, constituindo-se numa barreira não tarifária à comercialização do produto (RIBEIRO & PRADO FILHO, 1997). Para superar estas barreiras, o Inmetro desenvolveu um sistema de avaliação da conformidade e o MAPA elaborou o Padrão de Identificação e Qualidade da Cachaça (PIC) que foram assinados em 2005 pelos ministros do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior e da Agricultura Pecuária e Abastecimento (MDIC, 2007).

De uma forma geral as barreiras comerciais são restritivas às exportações de bebidas alcoólicas. As exigências relativas à especificação de produtos e insumos estão substituindo gradativamente as barreiras tarifárias, transformando-se no fator determinante do protecionismo comercial e da conquista de mercado (RODAS, 2005). Na União Européia (UE) incide sobre as bebida alcoólicas a Tarifa Externa Comum (TEC), além de tarifas específicas (GRÜNDLING 2006).

Atualmente o setor passa pela necessidade de ajustamento das normas de qualidade às exigências do mercado. Nesse sentido foi publicada em 2005 a Instrução Normativa n. 13 do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), cujas normas ampliam a lista de substâncias proibidas na composição da cachaça e exigem maior fiscalização e controle de contaminantes, tais como carbamato de etila, chumbo e arsênio, além do cobre e metanol (VERDI, 2005; ROSA, 2005).

Os elevados custos de comercialização, distribuição e exportação, o baixo volume de produção, e a falta de padronização representam sérias dificuldades para a consolidação da cachaça de alambique no mercado externo e também interno. Para superar esses obstáculos, os produtores estão se organizando em associações e cooperativas e em alguns estados estão adotando a chamada multimarca, muito embora mantenham as marcas individuais no mercado interno (RODAS, 2005).

2.2. Mercado interno

A indústria brasileira de cachaça ainda está extremamente focada nas vendas internas. O Brasil apresenta um consumo médio anual *per capita* de 12 litros de cachaça², caracterizando-se como um dos maiores mercados mundiais de bebidas destiladas.

No Nordeste, o mercado é dominado pelas padronizadoras³, que por sua vez enfrentam forte concorrência com o estado de São Paulo. De acordo com SEBRAE (2005) a Cachaça 51, produzida no estado de São Paulo, lidera as vendas em todas as regiões do País, exceto nos estados do Ceará, Pernambuco e zona urbana do Rio de Janeiro, onde perde para as cachaças locais, Ypioca, Pitu e Caninha da Roça, respectivamente.

Internamente o mercado de cachaça é altamente pulverizado, com inúmeras marcas com presença regional e poucos produtos com distribuição nacional. Porém, o setor está

² Considerando apenas a população adulta brasileira.

³ Empresas engarrafadas que compram a cachaça de pequenos produtores, adequando-a ao seu padrão de qualidade para engarrafamento.



passando por mudanças. Muito embora a bebida ainda sofra preconceitos por ser considerada de baixa qualidade e de consumidores de baixa renda, está ocorrendo um crescimento da oferta de produtos de melhor qualidade e, com isso, conquistando consumidores de maior poder aquisitivo (LIMA, 2006).

Existem três realidades distintas de produção de cachaça no Nordeste que reflete em diferentes canais de comercialização. O primeiro segmento é das cachaças industriais que dominam o mercado, são elas: Muller, que produz a cachaça 51 (embora seja de um grupo paulista possui grande fatia do mercado nordestino), Pitu (pernambucana) e Ypioca (cearense). A Pitu é líder no mercado nordestino e a Ypioca possui boa distribuição nos mercados do Sudeste e uma boa relação entre volume comercializado e rentabilidade.

Como estratégia de redução de custo, as grandes empresas possuem unidades de engarrafamento nos maiores centros consumidores do País: a Pitu e a Ypioca possuem unidades de engarrafamento no estado de São Paulo, enquanto a Companhia Muller, instalou uma engarrafadora no Cabo de Santo Agostinho/PE.

O segundo caso é o da cachaça artesanal formalizada e de melhor qualidade. O produto formalizado, com marca é vendido para varejistas, comerciantes ou estabelecimentos comerciais, tais como bares, *delicatessens* e cachaçarias. Enfrenta dificuldades para se inserir no mercado. O litro da cachaça de qualidade custa entre R\$ 7,00 e R\$ 30,00, no mercado interno.

O terceiro caso é o da cachaça artesanal de baixa qualidade. A maioria dos produtores do Nordeste está nessa categoria. Não possui marca, são informais, sem selo do Ministério da Agricultura nem código de barra e o engarrafamento é ilegal. Dessa forma, a cachaça não pode ser comercializada em supermercados, bares e cachaçarias, sendo comercializada com atravessadores a granel, em bombonas plásticas de 50 litros ao preço que varia de R\$ 0,50 a R\$ 1,50/litro. Os principais mercados são consumidores do próprio Nordeste. É comum a prática de “desdobra”⁴ da cachaça depois que ela chega às mãos dos atravessadores.

Na região da Serra da Ibiapaba, no Ceará, e na chapada Diamantina, na Bahia, observa-se a produção de dois tipos de cachaça na mesma unidade produtiva: a de melhor qualidade, em pequena quantidade e destinada a um público diferenciado e a cachaça chamada de terceira, feita sem separação das partes e vendida para atravessadores. Atualmente, os produtores não possuem alternativa para comercialização, tendo em vista a não adequação da estrutura dos engenhos e do sistema produtivo às normas higiênicas e sanitárias aprovadas pelo MAPA. Na Serra da Ibiapaba/CE há ainda a necessidade de criação de uma marca e divulgação da mesma, bem como a criação de cooperativa para viabilizar a comercialização. Nesse contexto, há um longo caminho a ser percorrido.

Na região do Cariri cearense predomina a produção de cachaça industrial. O produto é comercializado a granel, tendo as grandes empresas padronizadoras do Ceará como principal mercado. A aguardente produzida nessa região tem também como destinos os estados de Pernambuco, Piauí, Paraíba e Maranhão. O preço de venda médio é de R\$ 0,80 por litro, sendo que alguns produtores, através de contrato com a pernambucana Pitu, comercializam a R\$ 0,60, com esta se encarregando dos impostos e frete.

Em Pernambuco o mercado é tipicamente oligopsônico, onde poucos e fortes compradores possuem as características de poder de negociação, ficando os fornecedores ou produtores de cachaça dependentes destes, tanto em termos de escoamento da produção como

⁴ A prática da “desdobra” consiste na adição de outros líquidos à cachaça. Os mais comuns são a água e o álcool.



SOBER

XLVI Congresso da Sociedade Brasileira de Economia,
Administração e Sociologia Rural



da estruturação dos preços praticados. Essas empresas oferecem barreira à entrada de novas marcas de cachaça no Estado, inclusive cachaça artesanal, a qual não representa, *a priori*, concorrência por se tratar de um produto diferenciado. O setor apresenta pelo menos duas altas barreiras de entrada: a necessidade de altos volumes de capital e a necessidade de integração com a produção de cana-de-açúcar.

Dessa forma, os pequenos e médios produtores de cachaça industrial de Pernambuco destinam toda a sua produção para as padronizadoras existentes no Estado, principalmente para a Pitu e a 51. Não existe uma concorrência aberta entre as padronizadoras do Estado que operam num sistema de cotas por fornecedor. Esse sistema garante um fornecimento mínimo de cachaça que varia de acordo com o porte e qualidade do produto da respectiva empresa e gera uma distorção do mercado, pois em função de muitos fatores estruturais, tais como, crescimento lento da indústria, ausência de diferenciação do produto e existência de barreiras de saída, seria esperado que houvesse uma intensa rivalidade entre os concorrentes (FALCÃO, 2003).

Existem ainda no Estado de Pernambuco pequenos alambiques informais que comercializam o produto a granel, mas essa produção não possui expressão de mercado. O preço da cachaça comercializada para as padronizadoras é atrelado ao preço da ATR (Açúcar Total Recuperável)⁵, fator usado pelas usinas de açúcar e de álcool para pagamento da cana. Assim, a formação de preço da cachaça no Estado, além de sofrer influência natural das forças de mercado, também é afetada pelo contexto do setor sucroalcooleiro. Além disso, a possível fabricação de cachaça pelas destilarias de álcool age como um determinante adicional ao alto poder de negociação das engarrafadoras. Outros fatores como a capacidade de estocagem dos compradores e a possibilidade de compra da cachaça em estados de menor custo de produção podem ser utilizados pelas padronizadoras para proteção das oscilações de preço de mercado (FALCÃO, 2003).

A região de Triunfo-PE, produtora de cachaça artesanal no Estado, comercializa sua produção apenas no Nordeste brasileiro através de grandes redes de supermercados. Os maiores concorrentes, na visão dos produtores, são as cachaças industriais a nível regional e, no âmbito nacional, as cachaças artesanais produzidas em Minas Gerais e São Paulo.

Na Bahia, predomina a produção de cachaça artesanal. O principal mercado consumidor para a cachaça ainda é o informal (aproximadamente 90%). Parte é comercializada no mercado local, mas pela facilidade de se conseguir nota fiscal avulsa, o produto é distribuído em todo o Estado⁶.

Foi observada na Bahia a prática de alguns produtores em comercializar a preços inferiores, reduzindo o *mark up* do setor. O preço da cachaça a granel praticado no Estado é de R\$ 0,70/litro, em média. Na safra 2006 variou de R\$ 0,40 a R\$ 1,50. Já a cachaça artesanal

⁵ O preço do quilograma do ATR (Açúcar Total Recuperável) é calculado a partir do preço do açúcar (branco), praticado nos mercados interno estadual de São Paulo e externo (branco e VHP), do preço do álcool de todos os tipos, praticado nos mercados interno estadual e externo, livre de impostos ou frete, do "mix" de produção de cada unidade industrial, (quantidade produzida de açúcar e álcool), e da participação da matéria-prima nos custos de produção do açúcar e do álcool (COSENCANA, 2007).

⁶ Essa é uma grande crítica dos produtores à Secretaria da Fazenda Estadual (SEFAZ): ao emitir notas fiscais avulsas, o poder público tem legalizado o transporte e comercialização desses produtos até então ilegal. É possível encontrar em restaurantes de Salvador a cachaça informal (comercializada pelo produtor a granel) produzida em Abaíra, por exemplo.



engarrafada, com maior valor agregado, tem seu preço oscilando entre R\$ 11,00 e R\$ 15,00 para cachaça nova (branca) e de R\$ 15,00 a R\$ 20,00 para a cachaça envelhecida.

No Norte de Minas, tradicional produtor de cachaça artesanal, é possível observar duas realidades bem distintas com relação à produção de cachaça: em Salinas praticamente não existe comercialização de cachaça a granel. Grande parte dos produtores possui marca própria e estrutura para envasar seu produto. Os produtores que não engarrafam a cachaça vendem o produto para as padronizadoras existentes na região. Dessa forma, a cachaça produzida na microrregião possui maior valor agregado. Muitos produtores de Salinas possuem mais de uma marca, justificando que cada uma atinge um público específico. Salinas possui 47 marcas, 123 produtores dos quais 109 são associados da Coopercachaça e 18 da APACS (Associação dos Produtores de Cachaça de Salinas). Nas demais regiões produtoras de cachaça do Norte de Minas o mercado é informal, o produto é comercializado a baixos preços para intermediários que se encarregam de distribuí-lo regionalmente.

2.3. ESTRUTURA DA CADEIA PRODUTIVA

A cadeia produtiva da cachaça envolve fornecedores de cana-de-açúcar, de insumos, de equipamentos agrícolas e industriais, financiamento, assistência técnica, instituições de pesquisa, produtores de matéria-prima (cana-de-açúcar), alambiques, destilarias de cachaça, associações, cooperativas, empresas padronizadoras, engarrafadoras e distribuidoras, representações comerciais e exportadoras.

A microrregião de Salinas se destaca dentre as demais regiões produtoras de cachaça do Nordeste, Norte de Minas e Norte do Espírito Santo por possuir praticamente todos os elos da cadeia produtiva da cachaça. No estado da Bahia também se observa uma cadeia produtiva bastante solidificada, fornecendo moendas (ainda que carecendo de melhoramentos), embalagens (caixas de papelão), rótulos, gráficas e serviços de marketing. A vulnerabilidade persiste, todavia, no elo correspondente a fornecedores de alambiques, dornas e engarrafamento: tampas e garrafas ainda têm que ser adquiridas no estado de São Paulo, enquanto os alambiques e as dornas de envelhecimento provêm de Minas Gerais. Apenas uma metalurgia produz alambique em Abaíra, a empresa Menaza, mas sua produção é insuficiente para a demanda.

Na produção de cachaça artesanal a mão-de-obra, apesar de intensiva, é de fácil disponibilidade. É comum a utilização da mão-de-obra familiar na produção de cachaça.

O setor produtivo de cachaça no Nordeste é muito carente em capacitação e assistência técnica. As instituições que têm atuado nesse sentido são o SEBRAE, e a EMATER, porém com sérias dificuldades de falta de pessoal e de condições de trabalho.

2.3.1 Insumos/máquinas e equipamentos

Para o processamento da cana os engenhos podem comprar a matéria-prima (mercado livre), fazer acordos de meia (contratos) ou plantar na própria unidade produtiva (integração vertical), situação mais comum encontrada nas regiões produtoras do Nordeste, Norte de Minas Gerais e Norte de Espírito Santo.

Não existem problemas de oferta de insumos, no entanto a maioria dos produtores não utiliza esses fatores de produção por falta de recursos financeiros.

Com relação à oferta de máquinas e equipamentos para produção de cachaça, o setor nordestino ainda passa por problemas. Os pequenos engenhos do Nordeste geralmente adquirem equipamentos usados e adaptados, pois os fornecedores de equipamentos novos



localizam-se no Sudeste do País. Exceção é encontrada na microrregião de Salinas onde existem praticamente todos os elos da cadeia produtiva. Em Missão Velha (CE) existe um fabricante de maquinário para engenhos (moendas), no entanto, são considerados ineficientes na extração do caldo (LIMA, 2006).

2.3.2 Produção/Padronização/Engarrafamento

As empresas padronizadoras adquirem a cachaça produzida pelas destilarias e alambiques. O produto é padronizado e engarrafado através de processo industrial ou semi-industrial. No estado de Pernambuco já existem aglomerações de pequenos produtores de cachaça em volta das padronizadoras.

As maiores empresas produtoras de cachaça (industrial e artesanal) padronizam e engarrafam seu próprio produto. Alguns pequenos produtores engarrafam parte do seu produto de forma artesanal.

É comum a reutilização de garrafas para o envase de cachaça de alambique, como garrafas de cerveja e outras bebidas como da própria cachaça industrial, porém há uma tendência no segmento produtivo de cachaça artesanal de qualidade de desenvolvimento de embalagens sofisticadas que conferem ao produto um aspecto nobre, com o objetivo de atender as exigências do mercado⁷.

2.3.3 Distribuição

No mercado interno, os produtores de cachaça mais estruturados podem vender o produto diretamente aos postos de venda ao consumidor (supermercados, bares, etc) ou para atacadistas de bebidas.

Já os pequenos produtores, em geral, comercializam seu produto a granel para atravessadores. Em menor escala, ocorre a venda do produto diretamente no mercado local ou através de cooperativas, estas podem comercializar a cachaça para as empresas padronizadoras ou diretamente para o mercado ou ainda, vender uma parte da produção através de cada canal de comercialização.

Para comercializar a cachaça no mercado externo as empresas podem utilizar-se de vendas diretas do fabricante/exportador ao importador, indiretas, realizadas por empresas comerciais de atividade mista ou consórcio de exportação.

2.3.4 Consumidores

A falta de informação a respeito dos atributos da cachaça também é observada no elo dos consumidores. Existe a crença de que a cachaça envelhece após o engarrafamento, como o corre com o vinho. Convém lembrar que o tempo de envelhecimento das bebidas destiladas é o período em que a mesma permanece em tonéis de madeira, pois o envelhecimento se processa através de trocas gasosas que se realiza por meio da porosidade da madeira (COUTINHO, 2001).

A cachaça artesanal de baixa qualidade é consumida pela população de renda mais baixa, assim como a cachaça produzida industrialmente pelas grandes empresas. Já o produto diferenciado de melhor qualidade é consumido pelas pessoas de maior poder aquisitivo, das classes A e B.

⁷ Já existe uma garrafa padrão para cachaça artesanal (700ml, com indicação “Cachaça do Brasil”).



2.3.5 Aparato Institucional

Em termos de aparato institucional, tem contribuído para a expansão do setor produtivo da cachaça: a FENACA (Federação Nacional das Associações de Produtores de Cachaça de Alambique), a APEX (Agência de Promoção de Exportações e Investimentos), SEBRAE (Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e a Câmara Setorial da Cachaça.

Na microrregião de Salinas, o desenvolvimento do projeto local conta com a atuação da Secretaria da Agricultura -SAF, do Ministério do Desenvolvimento Agrário - MDA; da Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural do Estado de Minas Gerais - Emater-MG; da Escola Agrotécnica Federal de Salinas - EAFSAL e com financiamento do Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar- PRONAF, gerido pela SAF/MDA e do Fundo de Desenvolvimento Rural de Minas Gerais - FUNDERU (VERDI, 2005).

2.3.6 Pesquisa

Atualmente os produtores nordestinos utilizam variedades de cana-de-açúcar antigas ou, no melhor dos casos, materiais selecionados para produção de açúcar e álcool. No Nordeste existem poucas instituições de pesquisa que desenvolvem trabalhos para solucionar problemas do setor produtivo da cachaça. Não existem variedades de cana selecionadas, muito embora estejam em curso trabalhos de pesquisas financiados pelo Fundo de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (FUNDECI) para seleção de materiais específicos para produção de cachaça. No Espírito Santo, o Governo do Estado, por meio de parceria com a Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (UFRRJ) e o Instituto Capixaba de Pesquisa, Assistência Técnica e Extensão Rural (Incaper), está pesquisando variedades de cana-de-açúcar com este fim.

Na Serra da Ibiapaba, estado do Ceará, a EMATERCE, juntamente com a Associação de produtores, fez um esforço para selecionar uma variedade mais produtiva para Região, para tanto foram implantadas três unidades demonstrativas de uma nova variedade de cana. Duas dessas unidades estão no município de Viçosa. Porém, os primeiros resultados mostraram que esta variedade é muito exigente em água, sendo que a maioria dos produtores da Região não possui nem tradição nem recursos financeiros para irrigar cana. Nesse contexto é necessário testar outras variedades para encontrar um material que se adapte melhor às condições edafoclimáticas da Serra.

No Norte de Minas Gerais a Escola Agrotécnica Federal de Salinas deverá se tornar um importante centro de pesquisa no Nordeste, em função da implantação do Curso Superior de Tecnologia em Produção de Cachaça. Já foram iniciados alguns trabalhos de seleção de novas variedades.

No município de Areia, no Brejo paraibano, existe uma faculdade de Agronomia, mas os pesquisadores não trabalham com cana-de-açúcar. A Universidade possui uma mini destilaria, mas não está funcionando.

Com relação ao financiamento da pesquisa o BNB – ETENE com recursos do FUNDECI tem contribuído para a pesquisa e difusão de novas tecnologias para a produção de cachaça em sua área de atuação.



2.3.7 Financiamento

Os bancos oficiais não possuem linhas de financiamento para a cana-de-açúcar voltada para a produção de cachaça.

No BNB, os financiamentos ao setor são provenientes do FNE (Fundo Constitucional de Financiamento do Nordeste) e, como se pode observar através da **Tabela 02**, com exceção de 2002 o número de operações contratadas é pequeno ao longo dos anos. Em 2006 o número de contratos foi de apenas 32, das quais 15 para Minas Gerais estado que possui maior nível de estruturação do setor. Em termos de valor contratado observa-se que em 2005 e 2006 ocorreu grande incremento na aplicação dos recursos na atividade. Nesse período Pernambuco e Sergipe foram os maiores beneficiados, provavelmente em função do sistema de produção, de maior escala. A maioria das operações em todos os estados tem sido de pequeno valor, destinada a pequenos e médios produtores.

Tabela 1 – Financiamento do BNB ao Setor Produtivo da Cachaça na área de atuação do BNB – Quantidade de Operações e Valor Contratado, Período 2002 a 2006

UF	2002		2003		2004		2005		2006	
	Oper.	Valor	Oper.	Valor	Oper.	Valor	Oper.	Valor	Oper.	Valor
BA	64	145.278,66	32	217.996,73	14	104.648,60	9	154.228,74	1	15.000,00
CE	1	3.937,20	1	500,00						
ES					1	76.824,80	1	44.624,44		
MA	1	19.720,26					6	15.446,36	3	7.697,52
MG	99	629.014,23	7	151.155,68	5	164.948,71	10	405.901,80	15	1.268.093,12
PB					1	21.344,00	1	89.061,00	3	41.396,60
PE	1	121.266,00			2	571.800,00	2	991.900,00	4	17.424.100,00
PI	1	6.659,45	1	8.989,51	2	616.845,06	2	14.149,00	2	16.811,93
RN							2	878.881,99	1	25.000,00
SE	2	483.707,89	1	197.125,76	1	1.000,00	3	13.235.527,17	3	353.547,79
TOTAL	169	1.409.583,69	42	575.767,68	26	1.557.411,17	36	15.829.720,50	32	19.151.646,96

FONTE: Banco do Nordeste do Brasil

2.3.8 Turismo

A maioria das regiões produtoras de cachaça do Nordeste, Norte de Minas e Norte do Espírito Santo possui potencialidade para o desenvolvimento do turismo cultural, que se constitui numa alternativa de valorização do território e dos produtos dessas regiões que possuem engenhos seculares e importantes aspectos históricos relacionados à cana-de-açúcar e a sua transformação em cachaça (DANTAS, 2006).

Algumas regiões produtoras de cachaça do estado de Alagoas, por exemplo, possuem ótimo potencial turístico em função das características tradicionais dos engenhos, belos casarões e história ligada ao cangaço. Os municípios de Água Branca e Mata Grande possuem um atrativo a mais, o clima ameno.

Na Paraíba existe um esforço por parte do governo do Estado para explorar o potencial turístico. No entanto, as regiões produtoras ainda não estão dotadas de estrutura de hospedagem e alimentação para receber o visitante. Além disso, falta capacitar o produtor para essa nova atividade. A exceção encontrada nas regiões visitadas foi o Engenho Volúpia, localizado no município de Alagoa Grande, na Paraíba, que possui sala para degustação de licor, restaurante e vidraças nas salas onde não é possível o fluxo de grande número de pessoas para que os visitantes possam observar o processo de produção. O engenho faz parte do Projeto Caminho dos Engenhos do SEBRAE, no qual os turistas deverão sair de João Pessoa passando pela região de Areia com visitas a diversos engenhos, seguindo para Nova



Jerusalém em Pernambuco e depois para Recife. O roteiro Caminhos do Engenho ainda é recente e ainda há muito que aprimorar na região, principalmente em relação à infra-estrutura e capacitação dos produtores.

Paraíba, Pernambuco e Alagoas possuem um circuito abrangente que interliga os três estados “A Civilização do Açúcar”. No estado da Paraíba já existe o roteiro “Caminhos do Frio” juntamente com os roteiros “Caminhos dos Engenhos” e “Caminhos do Padre Ibiapina” irá se integrar ao circuito mais abrangente dos três estados.

A Serra da Ibiapaba, no estado do Ceará, que já possui um fluxo turístico considerável em função do clima ameno, das trilhas e cachoeiras, também possui engenhos antigos que poderiam ser incluídos em roteiros turísticos da região. Porém existem muitos problemas que devem ser solucionados. É necessário capacitar os produtores para receber o turista, adequar os engenhos às normas do Ministério da Agricultura e dotar a região, principalmente a cidade de Viçosa do Ceará, de infra-estrutura.

O estado da Bahia possuiu uma grande vantagem comparativa para o turismo quando comparado com as demais regiões produtoras do Nordeste, pois além dos engenhos seculares, possui um atrativo a mais: a Chapada Diamantina. Entretanto, a região possui problemas de falta de infra-estrutura que está prejudicando de uma forma geral o turismo na Região. A Chapada Diamantina é de difícil acesso, pois é distante de Salvador e não existem linhas aéreas para a região.

Salinas é outra região que possui um forte potencial para a exploração do turismo como atividade complementar à produção da cachaça. Porém, assim como as demais regiões produtoras do Nordeste, a cidade ainda carece de infra-estrutura para que a atividade possa se desenvolver. Nos demais estados do Nordeste, apenas a cachaça Triunfo, localizada em Pernambuco, utiliza o potencial turístico da atividade. O turismo é explorado na propriedade, complementando e sendo complementado pela produção de cachaça. Grande parte da área do engenho é ocupada com uma pousada temática com restaurante, balneário e loja de conveniência.

Diversos municípios produtores de cachaça promovem festivais com o objetivo de promover o produto, entre as quais pode-se citar: Areia na Paraíba; Triunfo e Santa Cruz da Baixa Verde, em Pernambuco; Viçosa do Ceará; Abaíra na Chapada Diamantina/BA e Salinas no Norte de Minas Gerais.

Portanto, apesar do forte potencial turístico de algumas regiões produtoras de cachaça no Nordeste, o setor ainda sofre com a carência de fomento ao turismo que vincule com a produção de derivados da cana.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A produção de cachaça no Nordeste, Norte de Minas e Norte do Espírito Santo possui grande importância sócio-econômica na geração de emprego e renda principalmente para a população mais pobre.

Por se tratar de um setor que detém pouco capital, geralmente de base familiar, e que possui maiores dificuldades de acesso a informações e ao mercado, o desenvolvimento da cachaça artesanal é fortemente dependente da organização dos produtores em cooperativas e associações.

Em alguns estados, a exemplo da Bahia e Minas Gerais, vêm sendo envidados esforços por parte das instituições governamentais e dos próprios produtores de cachaça no sentido de organizar o setor, o que tem refletido na qualidade do produto e na conquista de



SOBER

XLVI Congresso da Sociedade Brasileira de Economia,
Administração e Sociologia Rural



mercado. Nos últimos anos tem-se observado no Brasil crescimento do investimento em controle de qualidade e marketing para prospectar o produto no mercado externo. No entanto, ainda carece de política pública de produção, venda e distribuição.

A estrutura produtiva da cachaça apresenta um ramo bem estruturado, representado pelas grandes empresas e pelos alambiques que produzem cachaça artesanal de qualidade e outro ramo dos pequenos produtores de baixo nível tecnológico, sem qualificação gerencial e da mão-de-obra. A informalidade nesse segmento ainda é muito grande e indicada como um problema. No entanto, a demanda para o produto de qualidade é limitada e ainda potencial.

A tradição, facilidade da comercialização informal e a falta de recursos para atender as exigências sanitárias são as principais razões da resistência dos produtores em registrar sua marca, em muitos casos existe ainda falta de conhecimento sobre as exigências.

Para o caso da cachaça de alambique, os produtores de Minas Gerais encontram-se hoje em melhores condições em relação aos outros produtores nacionais, oferecendo forte concorrência. Na região de Salinas existe uma condição de produção bem diversa da encontrada do Nordeste e do restante do Norte de Minas. O setor está em franco desenvolvimento, observando-se intenso processo de modernização das unidades produtivas e profissionalização dos produtores.

O aumento do consumo de cachaça de qualidade aliado ao potencial que existe de exportação deste produto estão exigindo práticas criteriosas para obtenção de um produto padronizado e com qualidade químicas e sensoriais comprovadas.

Com relação à comercialização, observa-se que o principal mercado consumidor da bebida ainda é o nacional, uma pequena parte do produto é exportada e dentre este um percentual muito baixo é artesanal: faltam distribuidores, volume de produção e uma política de exportação para esse tipo de produto. Porém, levando-se em conta que apenas 1% do total de cachaça produzida no Brasil é exportada e que as ações de promoção são recentes, pode-se concluir que o destilado de cana brasileiro tem muito espaço a conquistar no mercado externo.

O setor possui ainda outras potencialidades de mercado ainda não devidamente exploradas como o turismo, dada a forte presença de antigos engenhos mas que não se desenvolve nas áreas de produção de cachaça pelo despreparo dos produtores principalmente, mas também pela falta de fomento e de infra-estrutura que forneça suporte a atividade.

São diversos os problemas enfrentados pelo setor produtivo de cachaça no Nordeste, entre os quais pode-se citar:

- i) Dificuldade de acesso ao crédito;
- ii) Baixo nível tecnológico;
- iii) Falta de qualidade e padronização do produto;
- iv) Inexistência de empresas produtoras de máquinas e equipamentos de qualidade;
- v) Forte concorrência com o Sudeste do País;
- vi) Produtos com baixo valor agregado;
- vii) Carência de pesquisa e difusão desta;
- viii) Falta de dados concretos sobre a atividade de produção e comercialização;
- ix) Preconceito histórico contra a cachaça;
- x) Ausência de assistência técnica ou desqualificação desta;
- xi) Articulação institucional fraca;
- xii) Exportação de cachaça a granel.



Os produtores não têm mostrado maior esforço para a formação de associações e cooperativas. Nesse contexto é de fundamental importância a intervenção de instituições governamentais e não-governamentais como auxiliares no processo de organização dos produtores.

3 – REFERÊNCIAS

ASMEDIATOR CONSULTORIA DE NEGÓCIOS LTDA. **Estudo sobre o mercado de bebidas alcoólicas no Japão e a cachaça.** Disponível em:

<http://www.brasemp.or.br/porutogatu/relac/secom/Brasemb_cachaça.pdf>. Acesso em: 21 dez. 2006.

BAHIA. Secretaria de Ciência Tecnológica e Inovação. **Arranjos produtivos da cachaça e derivados da cana-de-açúcar.** Bahia, 2006.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **O setor produtivo da cachaça.** Disponível em: <<http://www.agricultura.gov.br>>. Acesso em: 21 jun. 2007.

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. **Furlan e Rodrigues anunciam certificação da cachaça brasileira.** Disponível em: <http://www.desenvolvimento.gov.br/sitio/ascom/noticias/noticia.php?cd_noticia=6517>. Acesso em: 11 jan. 2007.

COUTINHO, E.P. **Dinâmica da modernização do setor de produção de aguardente de cana-de-açúcar no Brasil:** construindo uma cachaça de qualidade. 2001. Tese de doutorado-COPPE, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2001.

DANTAS, L.C. **Valorização dos produtos do setor sucroalcooleiro artesanal no contexto de um processo de desenvolvimento local:** o caso do brejo paraibano. Disponível em: <<http://www.ltds.ufrj.br/gis/dantas/dantas.htm>>. Acesso em: 14 dez. 2006.

FALCÃO, D. A. O poder de negociação dos envasadores de cachaça junto aos fornecedores de cachaça: o caso das indústrias do estado de Pernambuco. In: ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO, 23., 2003, Ouro Preto. **Anais...** Ouro Preto: ENEGEP, 2003.

GRÜNDLING, R.D.P. Exportações no agronegócio da cachaça: um estudo de caso da cachaça de alambique gaúcha. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE ECONOMIA E SOCIOLOGIA RURAL, 44., 2006, Fortaleza. **Anais...** Fortaleza: [s.n.], 2006.

LIMA, J.P.R. **Cachaça artesanal e vinhos finos no nordeste:** desafios, potencialidades e indicações de políticas. Disponível em: <http://www.bnb.gov.br/content/aplicacao/eventos/forumbnb2006/docs/cachaca_artesanal.pdf>. Acesso em: 03 out. 2006.



MAIA, F.S. **Alternativas para exportação de cachaça artesanal: um exemplo da Alemanha.** Disponível em: <http://www.editora.ufla.br?Boletim?pdf/bol_57pdf>. Acesso em: 21 dez. 2006.

MARTINS, H. H. T de S. Metodologia qualitativa de pesquisa. **Educação e Pesquisa**, São Paulo, v. 30, n. 2, p. 289-300, maio/ago. 2004.

PBDAC – **Programa Brasileiro de Desenvolvimento da Cachaça.** Disponível em: <<http://www.pbdac.com.br>>. Acesso em: 04 jan. 2007.

OLIVEIRA, A.F. et al. **Sistema agroindustrial da cachaça e potencialidades de expansão das exportações.** Disponível em: <<http://site.sc.senai.br/tecnologia/cachaca/docs/sistemaagroind.pdf>>. Acesso em: 26 dez. 2006.

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. 24 p. (NAPMA, Publicação, 5).

RODAS, F.G. **Inovação na produção de cachaça de qualidade: estudo de caso armazém Vieira – Florianópolis/SC.** Monografia apresentado no Curso de Graduação em Ciências Econômicas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2005.

ROSA, G.R.; et al. **Anuário brasileiro da cana-de-açúcar 2005.** Santa Cruz do Sul: Editora Gazeta Santa Cruz, 2005. 136 p.

SALES, A. C. **Simulação da produção de 60 mil litros de cachaça/safra.** Belo Horizonte: SEBRAE, 2005. 29 p. Disponível em: <<http://www.biblioteca.sebrae.com.br>>. Acesso em: 29 set. 2006.

SEBRAE. **O novo ciclo da cana: estudo sobre a competitividade do sistema agroindustrial da cana-de-açúcar e prospecção de novos empreendimentos: a revalorização e diversificação dos produtos artesanais.** Brasília: IEL/NC; SEBRAE, 2005. p. 104 – 152.

SECEX. Disponível em: <<http://aliceweb.desenvolvimento.gov.br/>> . Acesso em: 21 fev 2008.

SILVA, C.B.; GUIMARÃES, D. D.; LIMA, E. J. Caracterização e análise da cadeia produtiva da cachaça brasileira. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE ECONOMIA E SOCIOLOGIA RURAL, 43., 2005, Ribeirão Preto. **Anais...** Ribeirão Preto: [s.n.], 2005.

VERDI, A.R. The benefits efficient governance mechanisms to artisan cachaça territories: Strategies for competitiveness and development. In: INTERNATIONAL PENSA CONFERENCE, 5., 2005, Ribeirão Preto. **Anais...** Ribeirão Preto: [s.n.], 2005. 1 CD-ROM.