EXPANSÃO DA EXPORTAÇÃO DE CACHAÇA BRASILEIRA: Uma Nova Oportunidade de Negócios Internacionais

***Luana Roque* Rodrigues[1], *Edson Aparecida Araújo Querido de Oliveira*[2]**

[1] Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas – FCSA – Universidade do Vale do Paraíba – Av. Shishima Hifumi, 2911 Urbanova – 12244-000 – São José dos Campos – SP – Brasil - anaigarat@uol.com.br

[2] Professor Assistente Doutor - Universidade de Taubaté – Rua Visconde do Rio Branco, 210 Centro - 12020-040 – Taubaté – SP – Brasil - edsonaaqo@gmail.com

Resumo - Pretende-se com este estudo apresentar de maneira clara e objetiva a expansão do mercado de cachaça artesanal brasileira, expondo o aumento da exportação, tendo como base à história do produto e o reflexo nos indicadores econômicos. Apesar das exportações serem uma das principais metas do Programa de Desenvolvimento da Aguardente de Cana, Caninha e Cachaça (PBDAC), porém, as associações e cooperativas ainda priorizam o mercado interno, que atualmente se encontra estagnado, com algumas mobilizações isoladas visando o mercado externo. Por outro lado, grandes empresas, como a pernambucana Pitú têm buscado ampliar seus canais de comercialização no exterior. A grande vantagem competitiva no mercado exterior, é que a cachaça é vista como bebida versátil e como uma excelente oportunidade de negócios internacionais.

Palavras-chave: Aguardente, Cachaça, Exportação, Negócios, Negócios Internacionais.

Área do Conhecimento: IV - Ciências Sociais Aplicadas

Introdução

A cachaça, um destilado tipicamente brasileiro, vem conquistando novos mercados e expandindo-se além das fronteiras do país.

A produção brasileira de cachaça, segundo dados do Programa de Desenvolvimento da Aguardente de Cana, Caninha e Cachaça (PBDAC), tem representado cerca de 1,3 bilhão de litros/ano. A produção nacional gera um faturamento de U$ 600 milhões, empregando mais de 400 mil pessoas diretamente e propiciando uma arrecadação de aproximadamente R$ 76,5 mi em impostos a cada ano (OLIVEIRA et al, 2006).

Tomando como exemplo outros países, em relação a bebidas locais, a partir de 1997 o Brasil iniciou um processo de criação de incentivos para promoção da cachaça brasileira no mercado externo por meio do PBDAC. Este estudo tem como objetivo apresentar de maneira clara e objetiva a expansão do mercado de cachaça artesanal brasileira.

História da Cachaça

A origem da cachaça remonta ao período da colonização brasileira e surgiu como subproduto nos engenhos de açúcar. Inicialmente, não passava de garapa azeda que embebedava os escravos, tornando mais suportável a dureza da escravidão. Percebendo esta propriedade, os senhores de engenho passaram a fornecer esse produto no desjejum dos escravos. Em pouco tempo a bebida foi aperfeiçoada e passou à mesa dos senhores e outros consumidores de posses, vindo a tomar mercado da bagaceira procedente de Portugal, fato que provocou a emissão de legislação restritiva à montagem de engenhos em meados do século XVIII (CASCUDO, 2006).

A cachaça é produzida em todas as regiões brasileiras, sendo a maior parte nos estados de São Paulo, Pernambuco, Ceará, Rio de Janeiro, Goiás e Minas Gerais. Entre as marcas de cachaça brasileiras de maior penetração no exterior, a pernambucana Pitú se destaca como maior exportadora, estando presente em 21 países, a maioria na Europa.

Pernambuco já chegou a acumular 70 marcas na década de 60, hoje o número caiu para 15, entre elas estão a Carvalheira e a Leão do Norte, também responsáveis pela presença do estado no exterior.

Até a década de 60 a bebida sofria uma espécie de discriminação por parte das classes sociais mais bem situadas, embora com larga aceitação histórica entre as categorias C e D, conforme assinalam os profissionais e empresários do setor. A invenção da batida, notadamente a partir dos anos 70, contribuiu para a sofisticação da bebida, que passou a ser oferecida num novo formato com o colorido das frutas tropicais conhecidas pelas generosas safras da região Nordeste.

Para alcançar este patamar, o setor se movimentou. Tanto grandes indústrias quanto pequenos produtores de cachaça artesanal, a chamada cachaça de alambique, estão investindo em tecnologia e marketing, agrupando-se em associações e cooperativas e sofisticando sua produção com linhas premium de cachaças

envelhecidas em barris de carvalho e outras madeiras nobres (NEVES, 2004).

O Brasil produz 1,3 bilhão de litros de cachaça por ano. A produção está estável a muitos anos e, como é muito grande, dificilmente crescerá acima disso a níveis significativos, pelo menos em médio prazo. O que estamos procurando é agregar valor ao produto - explica Maria das Vitórias Cavalcante, presidente da pernambucana Pitú e do Programa Brasileiro de Desenvolvimento da Cachaça (PBDAC).

O PBDAC foi criado em 1997 pela Associação Brasileira de Bebidas (Abrabe) para apoiar as exportações do setor, dar capacitação técnica ao produtor e valorizar a imagem da cachaça como um produto genuinamente nacional. A cachaça é a bebida destilada mais consumida no Brasil e a terceira no ranking mundial (NEVES, 2004).

Estima-se que existam mais de cinco mil marcas de cachaça e cerca de 30 mil produtores em todo o País, gerando aproximadamente 400 mil empregos diretos e indiretos. A segunda edição da feira Brasil Cachaça, que foi realizada em 2004 (NEVES, 2004).

Embora tenha a participação de algumas grandes indústrias, nosso foco é o pequeno produtor de cachaça artesanal que não tem uma boa logística de distribuição, especialmente para alcançar os grandes centros - afirma Rubens Costa, da Tools Eventos, que organizou a feira (NEVES, 2004).

A feira é a oportunidade para estes produtores encontrarem os grandes distribuidores nacionais e internacionais. Trazidos ao Brasil pelo projeto Comprador, financiado pela Apex, estiveram na feira importadores da Argentina, Estados Unidos, África do Sul, Portugal e Rússia (NEVES, 2004).

A produção de cachaça artesanal tem um grande potencial e, com a continuidade de ações como as rodadas de negociação da feira Brasil Cachaça, projetamos para 2006 um aumento efetivo das exportações.

Para ele, que organiza os produtores da cachaça de alambique, o mercado premium é a saída para os pequenos produtores. Segundo Albernaz, o grande problema dos produtores artesanais é a distribuição, que considera o gargalo do setor.

As grandes empresas monopolizam a distribuição e só agora os pequenos produtores começam a se organizar em associações estaduais e cooperativas para vencer o problema.

A chegada de turistas europeus ao litoral deu início à propagação da cachaça no exterior principalmente em países como a Alemanha. A bebida de forte teor alcoólico pode ser encontrada agora em restaurantes e bares dos mais elegantes, mas normalmente é consumida nesses lugares compondo coquetéis de frutas.

As etapas do processo ou "caminhos" percorridos pelo produto desde que sai da unidade de produção agrícola até chegar ao consumidor é conhecido como canal de mercado (MAIA, 2006).

A participação da cachaça no mercado mundial de destilados é insignificante, menos do que 0,1% (CARVALHO; SILVA, 2006). Para que se tenha uma idéia das magnitudes, em 2001, o Brasil exportou US$ 8,7 mi de cachaça, enquanto o mercado mundial absorveu US$10,9 bi em bebidas destiladas. A participação da bebida brasileira foi de 0,08%, como mostra a **Tabela 1**.

TABELA 1 - Participação da Cachaça Brasileira no Mercado Internacional de Bebidas Destiladas, 1989-2001

Ano	Xc (US$ 1000)	Mb (US$ 1000)	Xc/Mb (%)
1989	5.876	6.548.300	0,09
1990	6.174	8.023.611	0,08
1991	4.936	8.552.213	0,06
1992	6.992	9.646.545	0,07
1993	6.577	9.749.986	0,07
1994	9.227	10.245.021	0,09
1995	12.946	10.797.265	0,12
1996	9.449	10.536.854	0,09
1997	8.361	10.532.539	0,08
1998	6.919	9.705.846	0,07
1999	7.398	10.341.947	0,07
2000	8.147	10.773.771	0,08
2001	8.453	10.986.679	0,08
	8.722	n.d.	-

Fonte: Carvalho e Silva, 2006

Um dos segmentos de mercado utilizados pelos produtores especificamente de cachaça artesanal é, atualmente, a exportação, praticada de forma a agregar valor ao produto e gerar divisas para o país exportador (MAIA, 2006).

A Exportação da Cachaça

A exportação de cachaça vem aumentado sensivelmente nos últimos anos. De 1999 a 2003 o crescimento foi de 14%. Só no último ano (2002/ 2003) as vendas subiram 13%. Das 120 milhões de caixas (nove litros) produzidas no Brasil, apenas 460 mil são vendidas fora do País. O consumo de cachaça no exterior ainda pode crescer muito mais. Há espaço para todas, inclusive as do tipo premium como Janeiro. A Europa, foco do lançamento de Janeiro, representa 89% deste mercado (DEBATE, 2006).

A **Tabela 2** elucida que em 1999, de acordo com Laurindo (2000), Alemanha e Paraguai foram os que mais importaram cachaça brasileira neste ano, representando juntos um total de 46,51% das exportações brasileiras. Ao analisar blocos econômicos nota-se que a NAFTA importou 2,87%, a União Européia (EU), 47,92% e o Mercado do Sul (Mercosul), 32,98%. O volume de exportações alcançado em 2003 pelas 107 empresas participantes do projeto foi de US$ 10 milhões - cerca de 1% da produção nacional.

TABELA 2 – Exportações Brasileiras de Cachaça em 1999 por País de Destino

País de Destino	US$	Participação (%)
Alemanha	1.729,531	23,38
Paraguai	1.711.028	23,13
Itália	693,939	9,38
Uruguai	677,291	9,15
Portugal	427.965	5,78
Bolívia	346.569	4,68
Chile	344.810	4,66
Equador	244.944	3,31
Espanha	219.498	2,97
EUA	204.153	2,76
Bélgica	160.812	2,17
Japão	140.846	1,90
França	110.340	1,49
Holanda	82.586	1,12
Áustria	79.783	1,08
Suíça	58.222	0,79
Argentina	47.819	0,65
Reino Unido	40.976	0,55
Panamá	16.632	0,22
Peru	13.604	0,18
Porto Rico	13.194	0,18
Venezuela	11.440	0,15
Canadá	8.109	0,11
Outros	14.095	0,19
Total	**7.398.186**	**100,00**

Fonte: Laurino, 2000.

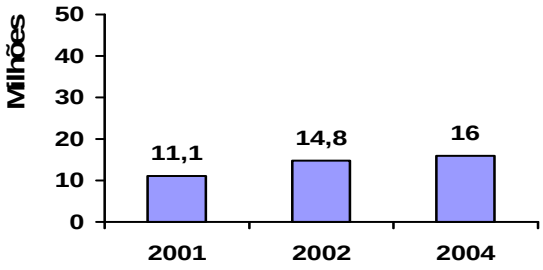
As maiores exportações foram feitas para a Europa, em especial para a Alemanha, maior mercado da bebida no exterior, ficando com 30% das exportações da bebida. (OLIVEIRA et al, 2006).

A Europa é um dos maiores centros consumidores de cachaça no exterior, por isso é o foco da entrada da aguardente no exterior. A bebida começou a ser comercializada a partir de 2005 na Alemanha, em Portugal e principalmente na França, ponto-chave na estratégia de lançamento. O país foi escolhido porque a Pernod Ricard possui uma rede de distribuição muito forte lá e também porque 2005 foi o ano do Brasil na França (DEBATE, 2006).

Castro e Moura Filho (2002) revelam que o mercado de cachaça no Brasil movimentou em 2002 cerca de 1,3 bilhões de litros, produzidos no Brasil. O volume coloca a bebida como o destilado mais vendido no país, depois da cerveja, e o terceiro mais consumido no mundo, mesmo considerando que quase o total da produção é consumido no mercado interno.

Os números da exportação de cachaça em 2001 eram de 11,1 milhões de litros, em 2002, 14,8 mi, enquanto em 2004 marcam 16 milhões de litros. Em 2003 fechou em US$ 4,3 milhões (GROOSSMANN, 2006). Observe no **Gráfico 1**. Exportações da bebida destilada mais consumida no Brasil cresceram 27% em 2004 (NEVES, 2004).

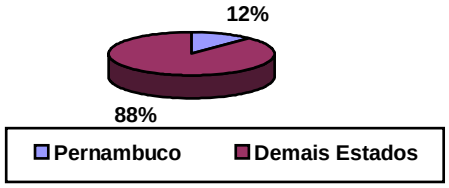
O projeto de exportação de cachaça é desenvolvido pela Fenaca e a Abrabe, em parceria com a Apex que está investindo R$ 16 milhões no projeto.



Fonte: Costa, 2006
GRÁFICO 1 – Exportação da cachaça (2001-2004)

O Sebrae participa na organização dos pequenos produtores, responsáveis por 90% da produção brasileira. A idéia é que até o final desta década, a exportação de cachaça atinja 4% da produção nacional, que hoje é de 1%. A meta é incluir no mercado de exportação outras 146 empresas até o fim do ano.

Apesar de São Paulo ser o maior produtor de cachaça, Pernambuco é o Estado que mais exportada cachaça. Só no ano 2004, os produtores pernambucanos foram responsáveis pela exportação de 1,5 milhão de litros, do total brasileiro de 8,6 milhões de litros, de acordo com dados do Sebrae-PE. A produção brasileira é de 1,3 bilhão de litros anuais e Pernambuco é responsável por 12,1%, fabricando 157,3 milhões de litros (BRANCO, 2006). Veja no **Gráfico 2**.

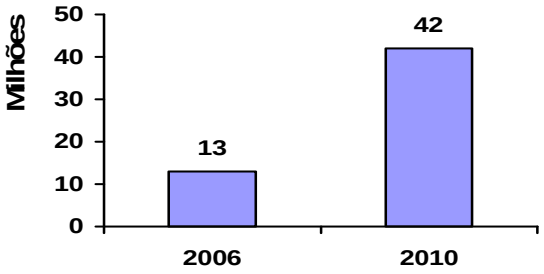


Fonte: Branco, 2006.
GRÁFICO 2 – Índice de Estados exportadores de Cachaça

A cachaça é produzida em todas as regiões brasileiras, sendo a maior parte nos Estados de São Paulo, Pernambuco, Ceará, Rio de Janeiro, Goiás e Minas Gerais. Entre as marcas de cachaça nacional de maior penetração no exterior, a pernambucana Pitú destaca-se como maior exportadora, estando presente em 21 países, a maioria na Europa, em especial a Alemanha, maior mercado do destilado brasileiro no exterior, ficando com 28% das exportações. Dentre os maiores importadores da cachaça estão Paraguai, Inglaterra, Portugal, Itália e Estados Unidos da América (EUA).

Costa (2006) ponta que esta estatística traz a importância do segmento para o agronegócio,

atual responsáve4l pela maior parcela do superávit da balança comercial brasileira. Os produtores brasileiros esperam exportar 13 milhões de litros em 2006, o que representaria uma receita de U$ 14 milhões. A expectativa da Fenaca é chegar a 2010 exportando 42 milhões de litros, já que a atualmente a exportação de cachaça representa menos de 1% do total produzido. Em escala, o **Gráfico 3** mostra que isso representaria um crescimento de 5,8 milhões de litros/ano, ou seja, 20% anualmente.



Fonte: Costa, 2006.
GRÁFICO 3 – Projeção de crescimento na exportação de cachaça nacional

A exportação brasileira de cachaça pode atingir US$ 150 milhões em até três anos, segundo o Ministro da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, Roberto Rodrigues. Trata-se de um valor quase 15 vezes maior do que o obtido com a venda da bebida em 2004 - US$ 11 milhões. Atualmente, o país exporta apenas 1% da sua produção anual de 1,3 bilhão de litros. Rodrigues considera o valor muito baixo, considerando a crescente aceitação da bebida no exterior. Na opinião do Ministro, a cachaça deixou de ser considerada um produto de segunda classe, tornando-se preferencial em muitos mercados, principalmente o europeu, onde muitos consumidores consideram a bebida brasileira mais saborosa que a vodca, por exemplo (UFLA, 2005).

Conclusão

Apesar das exportações serem uma das principais metas da PBDAC, associações e cooperativas ainda priorizam o mercado interno, que atualmente se encontra estagnado, com algumas mobilizações isoladas visando o mercado externo. Por outro lado, grandes empresas, como a pernambucana Pitú têm buscado ampliar seus canais de comercialização no enterior.

A grande vantagem competitiva no mercado exterior, é que a cachaça é vista como bebida versátil e como uma excelente oportunidade de negócio.

Referências Bibliográficas

BRANCO, A. **Pernambuco é campeão das exportações.** 2006.

CARVALHO, M.A.; SILVA, C.R.L. **Aprecie sem moderação: perspectivas do comércio internacional da cachaça.** Informações Econômicas. v.34, n.1. jan. 2004. Disponível em: http://www.iea.sp.gov.br/out/publicacoes/pdf;seto5-0104.pdf. Acesso em 23 jun. 2006.

CAMARA, M. **Cachaça**: prazer brasileiro. São Paulo: Mauad, 2004.

CASCUDO, L.C. **Prelúdio da cachaça**. Rio de Janeiro: Global, 2006.

CASTRO, B.J.; MOURA FILHO, H.P. **Infosucro. Mercado de cachaça movimenta 1,3 Bi de litros.** Boletim Infosucro. n.110. 12 abr. 2002. Disponível em: http://www.nuca.ie.ufrj.br/infosucro/arquivos/boletim110.htm. Acesso em 23 jun. 2006.

LAURINO, J. **Exportações da indústria de bebidas, performance no período de 1995-1999 e perspectivas**. Mar. 2000. Disponível em: http://www.laurino-lopez.com.br. Acesso em: 24 jul. 2006.

MAIA, F. S. **Alternativas para exportação de cachaça artesanal: um exemplo da Alemanha. UFLA**. Disponível em: http://www.editora.ufla.br/Boletim/pdf/bol_57.pdf.. Acesso em 23 jun. 2006.

NEVES, R. **O novo status da cachaça brasileira.** Clipping. Disponível em: http://www.segri.ba.gov.br/noticias.asp?qact=view&exibir=clipping&noticias=2482. Acesso em: 24 jul. 2006.

OLIVEIRA, A.F. et al. **Sistema agroindustrial da cachaça e potencialidades de expansão das exportações.** Fearp. Disponível em: http://www.fearp.usp.br/egna/resumos/Oliveira.pdf. Acesso em: 24 jul. 2006.

O DEBATE. **Cachaça**. janeiro. 29 jan. 2004. Disponível em: http://www.odebate.com.br/noticias.asp?UD=23230. Acesso em 23 jun. 2006.

RIBEIRO, J.C.G.M. **Fabricação artesanal da cachaça mineira**. Belo Horizonte: Perform, 1997.

TRINDADE, A.G. **Cachaça: um amor brasileiro.** São Paulo: Melhoramentos, 2006.

UFLA. **Brasil quer ampliar exportação de cachaça**. 11 mar. 2005. Disponível em: http://www.editora.ufla.br/Boletim/pdf/bol_57.pdf. Acesso em 23 jun. 2006.