

A CACHAÇA ORGÂNICA E ARTESANAL E SUAS PERSPECTIVAS NOS MERCADOS NACIONAL E INTERNACIONAL

Leandro Sansão da Silva, Unisalesiano de Lins, e-mail:
leandro.sansao@bertin.com.br

Lenita Kuhl Navarro de Moraes Cintra, Unisalesiano de Lins, e-mail:
lenita.K@itelefonica.com.br

Liliane de Cácia Kiil, Unisalesiano de Lins, e-mail:
kiil@uol.com.br

Tatiane Tomikawa Queiroz Buranello, Unisalesiano de Lins, e-mail:
tatiane.buranello@gmail.com

Prof. M. Sc. Ricardo Yoshio Horita, Professor Unisalesiano de Lins, e-mail:
ricardo.horita@uol.com.br,

RESUMO

No contexto atual o mercado orgânico está ganhando cada vez mais importância, devido às várias mudanças que vem ocorrendo com o meio ambiente e a constante preocupação do ser humano com a saúde. A agricultura orgânica tem por objetivo a sustentabilidade econômica e ecológica, indo de encontro à agricultura tradicional. São muitos os benefícios de se consumir produtos orgânicos e o mercado cada vez mais está preocupado em satisfazer as necessidades dos consumidores, criando uma infinidade de produtos, não se limitando a alimentos. A cachaça é a bebida genuinamente brasileira e quando sua produção é orgânica e artesanal destaca-se pela qualidade diferenciada. Por outro lado, se somada a investimento em embalagens e envelhecimento em tonéis de madeira, confere maior valor agregado à bebida. Reconhecida mundialmente a cachaça está alcançando lugar privilegiado tanto no mercado nacional quanto no internacional.

Palavras-chave: produto orgânico. cachaça orgânica e artesanal. mercados nacional e internacional.

1. INTRODUÇÃO

O produto orgânico encontra-se em destaque e mundialmente ganha cada vez mais importância devido a vários fatores que estão ocorrendo, como as mudanças climáticas e a preocupação do homem com sua saúde. A agricultura orgânica busca equilibrar o meio ambiente, minimizando a dependência de energias não-renováveis.

Segundo Roque (2005) o mercado de produtos orgânicos não se limita a alimentos e o mercado está criando uma infinidade de produtos. A cada dia as pessoas descobrem as vantagens de se adquirir produtos orgânicos.

Neste contexto este trabalho destaca a produção da cachaça e orgânica e artesanal e seu mercado potencialmente promissor.

A cachaça é um produto autêntico brasileiro, conhecido mundialmente. Sua produção teve início no século XVI. Até hoje a maioria da cachaça produzida nos pequenos engenhos segue o mesmo processo utilizado no início da colonização do Brasil e é encontrada em praticamente todo o território brasileiro.

Destaca-se a certificação orgânica, o envelhecimento da cachaça em tonéis de madeira, que lhe conferem cor e sabor diferenciados e o investimento em embalagens, que agrega valor ao produto.

O mercado da cachaça orgânica vem ganhando espaço tanto nacional quanto internacional e apesar da concorrência com a cachaça industrializada.

Diante da relevância do assunto no contexto atual surge o seguinte questionamento:

Quais as perspectivas da cachaça orgânica no mercado nacional e no mercado internacional?

Este trabalho tem como objetivo fazer um estudo sobre a cachaça orgânica e artesanal e suas perspectivas de mercado.

O artigo foi elaborado através do método de revisão bibliográfica, onde foram abordadas as seguintes referências: ABRABE(2007); BRASIL (2003); HAMERSCHIMIDT; SILVA; LIZARELLI (2000); IBD (2007); ROQUE(2007); SEBRAE (2004); VENTURINI FILHO (2005).

2. O PRODUTO ORGÂNICO

Atualmente as empresas encontram-se cada vez mais competitivas no mercado, e para garantir permanência e crescimento sustentável buscam agregar valor aos seus produtos. Seguindo a nova realidade mundial em preservar o meio ambiente, a agricultura orgânica emerge como alternativa para tentar equilibrar os exageros, contrapondo-se à agricultura convencional, priorizando a qualidade, promovendo a saúde da terra e, conseqüentemente, do ser humano, que produz e consome os produtos.

Conforme a Lei nº 10.831, de 23 de dezembro de 2003, em seu artigo 1º, considera-se sistema orgânico de produção agropecuária todo aquele em que se adotam técnicas específicas, mediante a otimização do uso dos recursos naturais e socioeconômicos disponíveis e o respeito à integridade cultural das comunidades rurais.

A agricultura orgânica tem por objetivo a sustentabilidade econômica e ecológica, a maximização dos benefícios sociais, a minimização da dependência de energia não-renovável, empregando sempre que possível, métodos culturais, biológicos e mecânicos, indo de encontro ao uso de materiais sintéticos, a eliminação do uso de organismos geneticamente modificados e radiações ionizantes.

Os consumidores estão descobrindo as vantagens de se adquirir produtos orgânicos. Cada vez mais, o mercado está satisfazendo suas expectativas, criando inúmeras variedades de produtos, que vão desde palmito e sorvetes até roupas feitas com algodão orgânico, móveis, pneus, detergentes e tintas. Segundo Roque (2005), o mercado de produtos orgânicos sem aditivos químicos não se limita aos alimentos e cresce até 50% ao ano.

Segundo Hamerschmidt; Silva; Lizarelli (2000), os alimentos orgânicos:

- a) são mais nutritivos, saborosos, com aroma mais intenso;
- b) evitam problemas de saúde causados pela ingestão de substâncias químicas tóxicas que ficam nos alimentos e provocam reações alérgicas, respiratórias, distúrbios hormonais, problemas neurológicos e até câncer;
- c) protegem a qualidade da água;
- d) evitam a erosão do solo através da rotação de culturas;

- e) restauram a biodiversidade, protegendo a vida animal e vegetal, respeitando o equilíbrio da natureza;
- f) criam ecossistemas saudáveis;
- g) ajudam os pequenos agricultores que têm na terra a única fonte de sustento;
- h) economizam energia, pois dispensam o uso de agrotóxicos;
- i) são produtos certificados por empresas certificadoras, que conferem o selo de qualidade.

Para conferir ao produto orgânico confiabilidade é preciso buscar a certificação, cujo objetivo é identificar a procedência e o processamento de um alimento, permitindo ao agricultor fornecer um produto diferenciado e valorizado, estabelecendo assim uma relação de confiança com o consumidor.

Segundo o IBD (2004), a certificação é um processo de fiscalização e inspeção das propriedades agrícolas e seu processo de produção, verificando se o produto está de acordo com as normas de produção orgânica.

Para se conseguir o selo de qualidade orgânica, é exigido da empresa uma série de cuidados, desde a desintoxicação do solo até o envolvimento com projetos sociais e preservação do meio ambiente.

O mercado brasileiro de produtos orgânicos, embora crescendo em ritmo acelerado, representa cerca de cinco por cento no mercado internacional de alimentos, porém, este número tem perspectivas de melhora a cada dia.

Em todo mundo o mercado orgânico ganha cada vez mais importância. Em alguns lugares, como Europa e Estados Unidos, os alimentos orgânicos popularizaram-se a tal ponto que a demanda tem sido muito maior que a oferta.

2.1 Cachaça

A cana-de-açúcar é empregada na produção de açúcar desde as mais antigas civilizações. No Brasil foi introduzida em 1532, por Martim Afonso de Souza, na Capitania de São Vicente.

A produção de aguardente teve início neste período, quando se observou que a borra separada do processo de concentração da garapa, denominada cachaza, para a produção de pães de açúcar, armazenada em recipiente de um dia para outro, fermentava, produzindo um líquido com cheiro e valor diferente. Isto, submetido à destilação, resultava em líquido transparente, brilhante e ardente. Considerando que parecia água, optou-se por chamá-la de água-ardente. Outro nome atribuído foi cachaça, por ser originária da borra ou cachaza e, considerando que durante a destilação o líquido pingava sempre, surgiu o nome de pinga. Tipicamente brasileira é também conhecida por: abrideira, água que gato não bebe, água de setembro, branquinha, caninha, mata-bicho, meu consolo, perigosa, sumo de cana, teimosa, uca, dentre outros nomes.

A cachaça produzida na maioria dos pequenos engenhos segue praticamente o mesmo processo artesanal utilizado no início da colonização do Brasil.

No início, a quantidade consumida era menor que a produzida e o excedente era armazenado em pipas ou tonéis de grande capacidade. Verificou-se que bebidas de safras anteriores resultavam em sabor, cor e aroma variados, com melhores características sensoriais que a recém-destilada e assim deu-se o gosto pela bebida envelhecida, o que é costume até os dias atuais.

A cachaça recém destilada apresenta coloração branca. Para adquirir boas qualidades sensoriais de aroma e paladar, a cachaça deve passar por um processo de envelhecimento em tonéis de madeira, permitindo aprimorar suas características, tornando-a mais fina. Além disso, o envelhecimento modifica a coloração de branca para amarelada.

Segundo o decreto nº 4.851 de 02 de outubro de 2003, cachaça é denominação típica e exclusiva da aguardente de cana-de-açúcar produzida no Brasil, com graduação alcoólica de 38 a 48 por cento de volume, a 20 graus Celsius, obtida pela destilação do mosto fermentado de cana-de-açúcar, com características sensoriais peculiares, podendo ser adicionada de açúcares até seis gramas por litro, expresso em sacarose.

No Brasil, a normatização do registro, padronização, classificação, inspeção e fiscalização de produção e comércio de bebidas ficam a cargo do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) e as bebidas que têm como principal matéria-prima os vegetais são inspecionadas pelo Serviço de Inspeção Vegetal (SIV). O Decreto nº 2.314/1997, que regulamenta a lei nº 8.918/1994, dispõe sobre a padronização, classificação, registro, inspeção, produção e fiscalização de bebidas em geral, excetuando as derivadas da uva e do vinho.

A cachaça é a bebida destilada mais consumida no país e ocupa o segundo lugar entre as bebidas alcoólicas, só perdendo para a cerveja. O Brasil é o terceiro mercado consumidor de destilados (VENTURINI FILHO, 2005).

A produção da cachaça é encontrada em praticamente todo o território nacional, sendo principalmente produzida nos estados de São Paulo, Pernambuco, Ceará, Rio de Janeiro, Goiás e Minas Gerais, este sendo o principal centro produtor da cachaça artesanal. Conforme Venturini Filho (2005), Minas Gerais tem cerca de oito mil e quinhentos alambiques, que produzem duzentos e trinta milhões de litros ao ano.

2.1.1 O mercado da cachaça artesanal e orgânico

A cachaça é categoria de bebidas que mais investe em controle de qualidade e marketing para mudar de status, eliminar o preconceito que sempre ameaçou a bebida e prosperar no mercado internacional. As empresas têm tornado as garrafas mais sofisticadas, detalhes que surtiram efeitos na estratégia de internacionalização (ABRABE, 2006).

Produzida por meio artesanal, a cachaça tem valor agregado, o que compensa na venda no mercado externo. Geralmente o litro da cachaça artesanal chega a custar quatro vezes mais do que a cachaça industrial.

Até alguns anos atrás, o consumo era restrito às classes mais baixas e começou a atingir um público de renda mais elevada, inclusive no mercado externo, com a introdução da qualidade diferenciada. No produto artesanal, a agregação de valor se dá por maior investimento em qualidade e embalagem.

Segundo a APEXBRASIL (2006) o Brasil exporta para mais de 60 países. O principal comprador é a Alemanha, seguidos do Paraguai, Itália e Portugal.

A produção orgânica da cachaça enfrenta grandes desafios na concorrência com a cachaça industrializada, mas tem um significativo potencial de mercado externo.

De acordo com SEBRAE (2006), cerca dos 120 exportadores da bebida, noventa por cento são empresas de pequeno porte, que correspondem a dez por cento do volume exportado, mas estima-se que até o final da década o Brasil estará

exportando cinquenta milhões de litros, número considerado pequeno, se comparado à produção, mas com enorme potencial a ser explorado, considerando as tendências e o já comprovado sucesso da bebida no mundo.

3. CONCLUSÃO

Diante da realidade e vantagens do consumo do produto orgânico os consumidores estão cada vez mais se conscientizando e optando por estes produtos.

A cachaça, produto tipicamente brasileiro, antes restrita a uma classe de consumidores de baixa renda vem alcançando consumidores de renda mais elevada.

A cachaça orgânica e artesanal é um produto que possui um diferencial, por suas características e sabor, e quando valorizada pelo envelhecimento e investimento em embalagem, agrega ao produto maior valor de mercado.

Com base na pesquisa verifica-se que o investimento em controle de qualidade e marketing faz com que a bebida alcance lugar de destaque no mercado nacional. No mercado internacional, embora as exportações ainda sejam pouco significativas, o mercado apresenta boas perspectivas para o futuro.

4. REFERÊNCIAS

ABRABE. **A Cachaça**. Disponível em: <www.abrabe.org.br/cachaça.php> Acesso em 28 fev 2007.

APEXBRASIL. **Cachaça ganha espaço na mais importante feira de vinhos do mundo**. Disponível: <w.w.w.apexbrasil.com.br/noticia_detalhe.aspx?idnot=180>. Publicado em 23 mar 2006. Acesso em 20 set 2007.

BRASIL. **Decreto nº 4.851, de 2 de outubro de 2003. Artigo 92**. Diário Oficial da República Federativa do Brasil, Brasília, DF. 2003.

HAMERSCHIMIDT, I; SILVA, J. C, B, V; LIZARELLI, P. H. **Agricultura orgânica**. EMATER-PR, Curitiba, 2000.

IBD. **Instituto Biodinâmico**. Disponível em <www.ibd.com.br/faq.htm> Acesso em 23 mar. 2007.

ROQUE, W. Ser verde é um bom negócio. 21 empresas mostram como é possível ganhar dinheiro sem esquecer a saúde do planeta. **Pequenas Empresas e Grandes Negócios**. São Paulo: Globo, n. 219, 2007.

SEBRAE. **Cachaça, um negócio brasileiro**. São Paulo: SEBRAE, 2004.

VENTURINI FILHO, W. G. **Tecnologia de bebidas: matéria-prima, processamento, BFP/APPCC, legislação, mercado**. São Paulo: Edgard Bliicher, 2005.

This document was created with Win2PDF available at <http://www.daneprairie.com>.
The unregistered version of Win2PDF is for evaluation or non-commercial use only.