

Universidad Nacional de Misiones – UNAM
Disciplina de Negociações Comerciais Internacionais
Docente Dra. Cristina Zapata

***EXPORTAÇÃO DE CACHAÇA ARTESANAL PREMIUM BRASILEIRA PARA A
ALEMANHA***

Angelita Maciel Schifelbein
gerencia@acisb.brte.com.br

Leonardo Luchese Gomes
leonardo.luchese@sirtec.com.br

Posadas, 1 de setembro de 2007

ÍNDICE TEMÁTICO

A Empresa	4
Localização	4
História	5
Estrutura organizacional para exportação / Produto	5
Produto	6
Objetivos	6
Sobre a exportação da empresa	6
Incidência a nível setorial e a nível de país	7
Consumo Nacional	8
Seleção de Mercados de Exportação	11
Metodologia e limitações	11
Critérios de seleção de mercado	12
Critérios qualitativos de oferta e de demanda	13
Aspectos Legais	13
Competência existente no mercado previsto	14
Segmentação	14
Demanda projetada de produtos	15
Revelação das instâncias logísticas	15
Comparação de países com possibilidades futuras	15
Características do mercado da cachaça na Alemanha	16
Volume de Exportação	18
Vantagens Competitivas	19

Custos de produção e Preços de Venda	19
Controle de Qualidade	20
Trâmites de exportação	20
Requisitos	20
Desenvolvimento da gestão operativa de exportação	21
Seleção de Mercado	23
Custos de Produção e Preço de Venda para Mercado Interno	24
Custos de Produção e Preço de Venda para Exportação	27
Fluxo de Caixa	28
TIR e PAYBACK	29
Conclusões	29
Referências Bibliográficas e Contatos	32

A EMPRESA

Localização

A Cachex – Luchese & Schifelbein, Comércio e Exportação Ltda, micro-empresa, atua há 05 anos na comercialização da cachaça brasileira, está localizada à Rua Candido Falcão, 1155, em São Borja, Rio Grande do Sul, Brasil.

São Borja, cidade histórica, referendada nacional e internacionalmente como ‘Terra dos Presidentes’ (Getúlio Vargas e João Goulart) e ‘Terra de Valor’ está localizada na região oeste e missioneira do estado do Rio Grande do Sul, fronteira Brasil-Argentina. A cidade possui renda per capita de U\$ 3.600,00, 65.000 habitantes e é considerada uma das melhores regiões do mundo para o cultivo de grãos.

Logisticamente, também é privilegiada, pois está ligada pela Ponte Internacional com Santo Tomé, na Argentina. É um importante corredor das exportações e importações dos dois países, sendo o mais rápido, o mais seguro e o 2º maior porto seco da América Latina. Possui o 1º Centro Unificado de Fronteira da América do Sul, que é tido como modelo pelo Mercosul e na comunidade andina das nações, e completa estrutura privada e governamental para facilitar o intercâmbio comercial com Argentina, Uruguai, Paraguai, Chile, Bolívia e países do pacífico através dos portos chilenos. Vale ressaltar que possui escritórios qualificados para emissão de Certificados de Origem.

História

A Cachex surgiu a partir de uma tradição familiar que preserva há mais de um século a fabricação caseira de licores e produtos derivados da cana-de-açúcar, especialmente a cachaça. A família Schifelbein costumava cultivar cana-de-açúcar para consumo próprio (fabricação de produtos caseiros) e do rebanho do sítio. Em 1998, por aprimoramento da técnica de destilamento da bebida, lograda em curso específico, a produção aumentou timidamente. Então a venda começou a ser concebida, embora informalmente, e pelo sucesso percebido, dentro de pouco tempo verificou-se a oportunidade de ampliar essa comercialização.

Estrutura organizacional para exportação / Produto

A unidade do Sebrae (Serviço Brasileiro de Aprendizagem Empresarial) local foi contatada e procedeu as instruções básicas para implementação de um projeto piloto para a empresa entrar no mercado internacional pela superioridade das propriedades da composição de seu produto. No entanto, desde 2002, para garantir a sustentabilidade e gerar reservas de investimentos, a fábrica ampliada, modernizada e adequada, destinou sua produção ao mercado nacional.

Mesmo assim, para potencializar seus diferenciais competitivos, integridade e superioridade da matéria-prima, a comercialização foi segmentada a clientes *vips*, sendo o foco de atuação as mais importantes casas noturnas das grandes capitais, especialmente São Paulo, Porto Alegre, Rio de Janeiro e Curitiba.

Produto

A Cachex também chama ainda atenção pela originalidade em relação ao processo artesanal da embalagem, pois a garrafa vermelha de vidro de 700 ml tem rótulo feito de retalho de estopa amarrado com fios da palha da cana-de-açúcar e depositada em caixa de papelão (reciclável).

Paralelamente a etapa de garantia da estabilidade econômico-financeira da empresa, foi sendo planejado o processo de exportação da Cachex, sendo que em maio de 2006 foi feita a primeira remessa com 96 unidades para a Alemanha.

OBJETIVOS

Sobre a exportação da empresa

Também por orientação do SEBRAE local, a Cachex se inscreveu no Programa Brasileiro de Desenvolvimento da Cachaça – PBDAC, que foi criado em 1997 pela Associação Brasileira de Bebidas - ABRABE com três objetivos prioritários:

- Capacitar o setor de Cachaça para competir no mercado internacional com eficiência e qualidade, visando aumentar as exportações do produto, gerar divisas e empregos para o país;
- Valorizar a imagem da Cachaça como produto genuinamente brasileiro, com características históricas, culturais e econômicas significativas para o povo brasileiro;

- Oferecer aos produtores capacitação técnico-comercial para proporcionar sua inserção, tanto no mercado nacional quanto internacional.

Incidência a nível setorial e a nível de país

A maior parte dos cerca de 30 mil produtores de cachaça em todo país é formada por micro e pequenos empresários, totalizando 90% do setor. A cachaça é produzida em todas as regiões brasileiras, sendo a maior parte nos estados de São Paulo, Minas Gerais, Rio de Janeiro, Pernambuco, Ceará e Goiás. O Estado de São Paulo detém cerca de 70% da produção nacional.

Em se tratando de cachaça artesanal, o Estado de Minas Gerais é o primeiro produtor nacional, possuindo hoje mais de 8.400 alambiques, com uma produção de cachaça que alcança 200 milhões de litros por ano. A região conta com diversas associações de produtores, entre as quais está a Comex, Associação das Empresas Mineiras Exportadoras de Cachaça. Ela reúne 14 produtores mineiros de cachaça de alambique que decidiram, há dois anos, enfrentar em bloco o mercado interno e externo. O grupo, apoiado pelo Sebrae, esteve representado na 19ª Feira Internacional de Alimentação – Fispal, realizada em junho em São Paulo, e se prepara para lançar, no próximo ano, um blend, batizado de Uai. Juntos, os produtores associados da Comex fabricam atualmente 800 mil litros anuais de cachaça de alambique.

Consumo Nacional

Em garrafas de porcelana ou de fino chocolate, em caixas de madeira de lei, podem ser facilmente encontradas em shoppings e supermercados sofisticados. Da senzala para a casa grande, a cachaça ganha seu espaço na elite. Turistas e hóspedes do Hotel Breezes, na Costa do Sauípe, uma paradisíaca praia da Bahia, podem comprar na loja de souvenirs ou no bar do hotel as cachaças com marcas próprias, a Silver e a Gold, produzidas exclusivamente para seus clientes.

Já o Othon Palace Hotel incluiu a bebida no serviço de bar em toda a sua rede. A empresa elaborou uma carta de cachaças, ilustrada com rótulos de bebidas da década de 20, e batizou um drink com o nome de Imperatriz Leopoldinense, que estará disponível nos estabelecimentos de todos os países onde a tradicional marca está presente.

Na capital paulista, a maior cidade brasileira, a cachaça conquistou alguns dos espaços mais nobres, como a Casa Godinho, a Casa Santa Luzia e o Empório Santa Maria. E segundo os responsáveis pela idéia, o investimento valeu a pena: as vendas vêm crescendo a taxas que variam de 50% a 100% em relação aos mesmos períodos do ano passado. Por esta razão, nestes estabelecimentos a aguardente conquistou na prateleira um lugar ao lado das bebidas nobres (e caras), como vinhos e uísques finos.

Já os supermercados Mambo, que recebem público das classes A e B, destinam hoje grande parte da sua seção de bebidas para as cachaças, principalmente as mineiras. De todas as redes estabelecidas em São Paulo, é ela que oferece a maior variedade de cachaças em suas prateleiras. Em promoção, você pode encontrar a Taiô por R\$ 41,87 e Santa Rosa Especial R\$ 51,55, além de mais de 50 marcas de qualidade por preços absolutamente honestos.

No Shopping Iguatemi, considerado reduto da elite paulistana, a rede de lojas Imaginarium, conhecida pelas suas vitrines luxuosas e pelo design de suas peças, inaugurou recentemente uma vitrine batizada de “brasilidade”. Nela, estão expostos cálices especiais para degustação de cachaça além de outros acessórios e variações do mesmo tema.

Perto do Iguatemi, na mesma Avenida Faria Lima, quase esquina com a Rebouças, o apreciador da genuína cachaça brasileira encontra a filial paulistana da loja Tonel & Pinga, que tem nas suas prateleiras nada menos que 600 marcas, com preços variando de R\$ 6,00 a R\$ 900,00 por uma garrafa de 700 ml da Sarau Dona Beja, que o fabricante afirma ser envelhecida por 30 anos.

Na pizzeria Ritto, localizada em outro bairro nobre de São Paulo, a cachaça rivaliza com o chopp alemão Warsteiner na preferência dos comensais. São mais de 60 marcas, vendida a até R\$ 30,00 por dose.

A Tonton Jazz & Music Bar, um dos templos do jazz, do blues e do rock, abre suas portas também para a cultura brasileira, lançando o exclusivo “clube da cachaça”,

que funciona no mesmo modelo consagrado pelos vários clubes do whisky: o sócio compra uma garrafa, que fica na prateleira, devidamente identificada, exclusivamente para o seu consumo.

Mas o avanço da “marvada” não fica só nas gôndolas e nas mesas freqüentadas pela elite paulistana. A Kopenhagen, uma das mais sofisticadas fábricas de chocolate do país, lançou recentemente um bombom chamado “cachaça”. É uma espécie de revisão nacionalista do tradicional bombom de licor, modelado na forma de uma garrafinha de chocolate, só que com cachaça no seu interior.

A mesma realidade tomou conta dos endereços finos de todas as principais cidades brasileiras, onde estabelecimentos sofisticados têm hoje em seu mix cachaças nobres, que se tornaram um dos itens mais procurados pelos consumidores. A “água-que-passarinho-não-bebe” deixou de ser bebida de boteco e está cada vez mais sendo consumida pela elite econômica e cultural do país.

Enquanto isso, navegando nas ondas vigorosas da valorização da nossa bebida mais típica, a marca que virou símbolo do renascimento da cachaça colhe enfim os resultados da verdadeira saga de Anísio Santiago, fundador da Havana, que projetou nacionalmente o município mineiro de Salinas. Hoje, uma garrafa com o rótulo atual, com o nome do velho pioneiro, custa em torno de R\$ 300,00. Já um exemplar com a marca Havana original, não se encontra por menos de R\$ 500,00.

SELEÇÃO DE MERCADOS PARA EXPORTAÇÃO

Metodologia e limitações

Uma importante conquista para o setor foi a assinatura, pelo ex-Presidente Fernando Henrique Cardoso, dos Decretos 4.062/01 e 4.072/02, que tornam oficialmente a denominação “Cachaça” exclusiva da aguardente de cana produzida no Brasil, garantindo, desta forma, os esforços e recursos despendidos pelos produtores brasileiros e pelo Governo Federal na divulgação do produto no mercado internacional.

Entre as prioridades atuais do PBDAC está o reconhecimento internacional e a denominação de origem da cachaça, o que levou representantes do programa a visitar os mais importantes órgãos de regulamentação e exportação no México e de Barbados – respectivamente produtores de tequila e rum – para aproveitar suas experiências no que diz respeito à organização e regulamentação desses setores tão expressivos para as exportações de seus países como a cachaça poderá ser para o Brasil.

É prerrogativa básica para o PBDAC hoje promover a aproximação e união dos produtores de cachaça e do governo brasileiro no sentido de criar um corpo de regras de produção e exportação do produto, visando garantir sua qualidade e, conseqüentemente, conquistar credibilidade e prestígio internacional, e que irá agregar ainda mais valor e demanda pelo produto e gerar divisas e empregos para o

Brasil. Atualmente o setor gera no país cerca de 400 mil empregos diretos e indiretos.

Há pesquisas para elaborar um método de certificação com base em um levantamento que relacione os componentes químicos e climáticos à região de procedência da aguardente. Com isso, seria possível lançar no mercado uma cachaça C.Q.P.R.D. (Cachaça de Qualidade Produzida em Região Determinada), por analogia ao sistema francês de certificação de vinhos que utiliza sigla semelhante. Para o produtor, a principal vantagem da tipificação da bebida é a possibilidade de agregar valor ao seu produto e oferecer uma ferramenta que associe marketing e pesquisa científica para aumentar as exportações. O produtor poderá utilizar os dados da análise como quiser, tanto divulgando-os como usando para melhorar o que é produzido.

Critérios de seleção de mercado

A cachaça brasileira, que começou a ser produzida em 1600 no município de Parati, no Rio de Janeiro, é a bebida brasileira mais exportada e, para mais de 60 países, principalmente para os países europeus e Estados Unidos. Destaque especial para a Alemanha, que importa cerca de um terço desse total, motivo pela qual a Cachex a escolheu para destino de suas exportações.

Critérios qualitativos de oferta e de demanda

Além de ser o destilado mais consumido no Brasil, a cachaça ocupa o terceiro lugar no ranking mundial de bebidas destiladas e já é reconhecida como um produto de grande potencial de exportação pelo governo brasileiro, com perspectivas de aumento significativo nos próximos anos, gerando ações e incentivos à exportação.

Aspectos Legais

Decreto nº 2.314, de 4 de setembro de 1997: Regulamenta a Lei nº 8.918, de 14 de julho de 1994, que dispõe sobre a padronização, a classificação, o registro, a inspeção, a produção e a fiscalização de bebidas.

Regulamento 1014/90/CEE, de 24 de abril de 1990: Modificação contendo as modalidades de aplicação para definição a designação e a apresentação de bebidas alcoólicas.

Normas - O Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa) aprovou, no ano passado, novas normas e procedimentos para registro de estabelecimentos produtores de aguardente de cana e de cachaça, organizados em cooperativas.

As novas regras disciplinam as cooperativas que desenvolvem a atividade de produtor, acondicionador, engarrafador e exportador de aguardente de cana e cachaça. Definem como obrigações das cooperativas de produtores: prestar assistência técnica ao produtor cooperado, manter o controle qualitativo e quantitativo da aguardente de cana e de cachaça; e controlar os estabelecimentos

dos cooperados, assegurando as condições adequadas de higiene, conservação e funcionalidade, segundo as normas vigentes.

Existe um departamento específico na Cachex, uma sala pela sua estrutura, em que são coletados, após de seis meses de armazenamento, amostras de todos os barris de cachaça e feitos testes para comprovar a qualidade e as exigências solicitadas pelo Inmetro.

Competência existente no mercado previsto

Mesmo as exportações representando atualmente apenas 1% da produção total de cachaça no País, 1,3 bilhão de litros, elas tiveram um incremento de 33% no comparativo entre 2001 e 2002. Ainda em 2002, os embarques de cachaça alcançaram 14,8 milhões de litros e cerca de R\$ 15 milhões. O ano de 2003 teve projeção de atingir 20 milhões de litros e incrementar em pelo menos 30% a receita.

A exportação da cachaça em 2006 registrou um crescimento de 15 % em relação a 2005. De acordo com o levantamento realizado pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa), a exportação do produto vem crescendo a cada ano.

Segmentação

Institutos de pesquisas e revistas de comportamento dos Estados Unidos e Europa vêm apontando a cachaça e a caipirinha como bebidas em ascensão com potencial

para substituir outros destilados e seus coquetéis que fizeram sucesso nos últimos anos.

Demanda projetada de produtos

Unidos pelo objetivo de garantir padrões de qualidade e aumentar as exportações da cachaça, produtores da bebida dos mais variados portes e procedências já projetam uma elevação da meta inicial fechada com a Agência de Promoção às Exportações (Apex) para as exportações do setor até o final desta década. Em lugar dos 30 milhões de litros de cachaça previstos para serem exportados até 2010, estima-se que esse volume pode atingir os 50 milhões de litros no período, um acréscimo de 66,6% à meta inicial.

Revelação das instâncias logísticas

A falta de regulamentação no mercado internacional faz com que a valorização do produto não sobressaia, pois toda a produção exportada é realizada na forma a granel.

Comparação de países com possibilidades futuras

A cachaça é a bebida destilada mais consumida no Brasil e a terceira no mundo, perdendo apenas para a Vodka e a bebida coreana Soju. Segundo a coordenadora-geral de Vinhos e Bebidas do Mapa, Graciane Gonçalves, a cachaça deixou de ser considerada a bebida de segunda classe, tornando-se privilegiada em muitos

mercados, principalmente o europeu. "Na Europa muitos apreciadores consideram a cachaça mais saborosa do que a vodka. A exportação já atingiu 11,7 milhões de litros anualmente.

Características do mercado da cachaça na Alemanha

Os dados abaixo se referem a informações informais obtidas junto à Câmara de Comércio Brasil-Alemanha.

Na Alemanha, a cachaça é consumida quase que exclusivamente como ingrediente da caipirinha. A caipirinha é a bebida da moda e, há alguns anos seguidos, é eleita como "o drinque do ano". O êxito dessa bebida está atrelado à imagem positiva que o alemão tem do Brasil, da música, do carnaval, do futebol brasileiro, das praias do verão e do conseqüente clima de festa.

A moda surgiu em meados dos anos 90 e, a partir dessa época, as marcas de cachaça começaram a entrar no mercado alemão. São as seguintes as principais marcas de cachaça à venda na Alemanha:

- Pitu (líder de mercado, no que se refere a varejo e bares/discotecas);
- Pirassununga 51 (líder de mercado, no que se refere a bares/discotecas);
- Ypióca (Standard Ouro, Prata e 150);
- Nega Fulô;
- Cana Rio (marca própria do importador, a marca não existe no Brasil);
- Manga Rosa (marca própria do importador italiano, já que a marca não existe no Brasil).

Como a cachaça serve até hoje principalmente como ingrediente da caipirinha, o consumo se concentra na cachaça clara. Para esse tipo de cachaça, observaram-se altas taxas de crescimento da demanda dos últimos anos. As variantes escuras (cachaças artesanais) também são importantes, mas representam parcela muito menor das vendas (10% do mercado). Cachaças artesanais até o momento são desconhecidas no mercado por causa da ausência do hábito de consumir o destilado puro.

As restrições de acesso ao mercado alemão para a cachaça não existem; sua importação é livre. As taxas se calculam à base do grau de álcool em 100 litros e à base da quantidade (em litros) importada. Sobre todos os tipos de destilados, sejam eles nacionais ou estrangeiros, recai um imposto sobre aguardente (Branntweinsteuer), que geralmente é de 0,65 euro por grau de álcool em 100 litros, mais 3,50 euro para cada 100 litros.

As práticas de comercialização são realizadas por meio de contatos com os importadores, que fazem uma visita à empresa no Brasil para verificar a qualidade do produto e esclarecer detalhes do contrato. Muitas vezes, são levadas amostras do produto a ser exportado para executar análises laboratoriais. O pagamento da mercadoria normalmente se efetua num prazo de 30 dias e é transportada por via marítima até a Alemanha.

As bebidas alcoólicas destiladas estão sujeitas – tal como outros alimentos – às normas da legislação de alimentos. A cachaça é exportada em tanques ou

contêineres com garrafas de 0,7 e 1 litro. As garrafas devem estar rotuladas e empacotadas em caixas de papelão de 6 ou 12 garrafas cada uma. Os tamanhos das garrafas para exportação de cachaça têm que ser de 0,5 litro, 0,7 litro e 1 litro e, independentemente do tamanho, a tampa tem que ser de rosca tipo tampa de uísque.

Uma razão técnica que explicaria, em parte, o êxito da cachaça na República Federal da Alemanha é a redução do teor alcoólico, que passou de 51 graus, em alguns casos, para algo em torno de 40 graus.

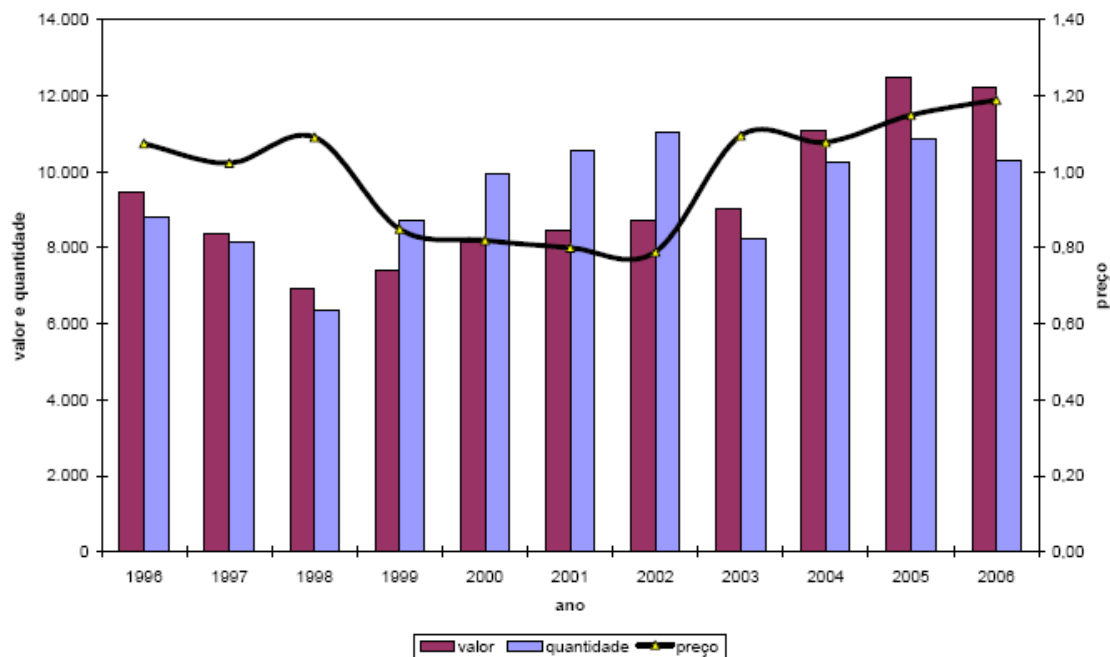
No que se refere aos rótulos, o importador ajuda o exportador a cumprir as normas alemãs. O importador desenvolve um modelo de rótulo a ser aprovado pelos dois lados. Os rótulos devem respeitar certos tamanhos das letras e descrições dos ingredientes e do teor alcoólico e já deve estar impresso o número do EAN (código de barras).

Volume de Exportação

O Brasil exportou US\$ 10 milhões em cachaça em 2003, em comparação a apenas US\$ 7,3 milhões em 1999, quando o governo começou a promover a cachaça nos mercados estrangeiros. Neste ano, as exportações de cachaça devem atingir US\$ 14 milhões, em grande parte para a Alemanha e Portugal, segundo estimativas oficiais. Até 2010, a indústria de cachaça do Brasil, que emprega 400 mil pessoas e produz mais de 5 mil marcas, espera que as exportações atinjam US\$ 30 milhões.

A Cachex exporta 180.000 litros de cachaça por ano e pretende aumentar em 5% este volume anualmente, perfazendo o total de 220.000 litros exportados em 2012.

Figura 1 .Valor, quantidade e preço das exportações brasileiras de cachaça, 1996-2005



Vantagens Competitivas

A Cachex possui teor alcoólico de 40° GL e impurezas no total por 100ml de 0,250g, atestados pelo Inmetro (Instituto Nacional de Metrologia). A rotulagem e suas principais características são conforme especificado no item 1, Estrutura organizacional para exportação / Produto.

Custos de produção

O custo para exportação de uma unidade da Cachex Premium totaliza o valor de R\$ 6,37. O vidro vermelho da garrafa é comprado diretamente da fábrica onde, posteriormente, são adicionados o rótulo através de adesivo impresso com nome e demais informações necessárias, tudo feito artesanalmente, na própria fábrica.

Controle de Qualidade

Para o INMETRO a cachaça é considerada de qualidade, tanto para o mercado interno quanto externo, analisada sob os seguintes aspectos:

- a) Teor alcoólico (entre 38 e 54° GL).
- b) Impurezas Totais Voláteis "Não Álcool" (não podem ser inferior a 0,200g e nem superior a 0,650 g por 100 ml).
- c) Aditivos Incidentais
- d) Rotulagem

TRÂMITES DE EXPORTAÇÃO

Requisitos

Após o registro de exportadora na Secretaria de Comércio Exterior do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MIDC), a Cachex selecionou um canal para a exportação. Como a exportação foi direta, através de pesquisas feitas em órgãos específicos, os quais disponibilizaram endereços e telefone de importadores, os quais foram contatados e escolhidos.

Após o contato, a direção da Cachex recebeu visita do grupo responsável da empresa alemã para as negociações finais, fornecendo informações sobre quantidade disponível, aspectos técnicos, condições de venda, prazo de entrega e preço unitário da mercadoria e amostras do produto para degustação.

Identificado o mercado alemão foi conferida/calculada a viabilidade da exportação. Como a primeira remessa era uma espécie de teste para os futuros consumidores, foi utilizado o fundo de reservas para poder ser concedido um desconto especial nas 96 unidades iniciais.

Após essa remessa, num prazo de três meses, conforme negociação a Cachex recebeu visita novamente dos exportadores para negociação de um volume maior de cachaça, visto que a aceitação tinha sido muito favorável, excelente. Desta vez, foi analisada a proposta, ambas as partes, com relação ao mercado, a preços praticados no país, diferenças cambiais, nível de demanda, sazonalidades, embalagens, exigências técnicas e sanitárias, custo de transporte, e outras informações que influenciam a operação.

Desenvolvimento da gestão operativa de exportação

Confirmado o fechamento do negócio, A Cachex formalizou a negociação enviando uma fatura pró-forma. Nela constavam informações sobre o importador e o exportador, descrição da mercadoria, peso líquido e bruto, quantidade e SBRT –

Formulário de Resposta Técnica Padrão preço unitário e total, condição de venda e modalidade de pagamento, meio de transporte, e tipo de embalagem.

Embora haja outras formas de pagamento, o grau de segurança oferecido pela modalidade carta de crédito torna o instrumento o mais utilizado no comércio internacional. Então a Cachex pediu a empresa importadora da carta de crédito. Ao final do processo o banco enviará cópia a Cachex.

A Cachex providenciou a emissão dos documentos de exportação e de embarque de acordo com os fluxogramas a seguir:

- Brasil - romaneio de embarque - nota fiscal - certificados adicionais.
- Embarque a Alemanha - romaneio de embarque - nota fiscal - registro de exportação - certificados (NCM da cachaça: 2208.40.00) - conhecimento de embarque (emitido após o embarque).

Foi efetuada a contratação da operação de câmbio, ou seja, negociação com a instituição financeira autorizada sobre pagamento do valor recebido pela aquisição das remessas em reais pela aquisição das unidades de Cachex exportadas. Esta operação foi formalizada mediante um contrato de câmbio.

Após todos estes procedimentos foi efetuado o embarque da mercadoria e desembaraço na aduana (alfândega). O embarque através de transportadora contratada foi então efetuado no próprio estabelecimento da Cachex.

Quanto a liberação da mercadoria para embarque, foi feita mediante a verificação física e documental realizadas por agentes da Receita Federal no Centro Unificado de Fronteira. E o Certificado de Origem emitido pela Fiergs, através da ACISB – Associação comercial, Industrial de Prestação de Serviços e Agropecuária de São Borja.

Além disso, foram preparados os documentos pós embarque.

Documentos para negociação junto ao Banco (pagamento):

- Fatura comercial - Conhecimento de embarque - Letra cambial ou saque - Carta de crédito (original) - Fatura e/ou visto consular; Apólice de seguro - Borderô ou carta de entrega SBRT – Formulário de Resposta Técnica Padrão; Documentos contábeis (arquivamento)
- Fatura comercial - Conhecimento de embarque - Nota fiscal - Apólice de seguro - Contrato de câmbio.

Foram apresentados ao banco indicado pelo importador os documentos que comprovaram que a transação foi efetuada conforme combinado. Então após a transferência para a conta da Cachex foi feita a liquidação do câmbio conforme as condições descritas no contrato. O recebimento foi realizado em R\$ (reais).

Seleção de mercados

A partir das participações em feiras e das várias pesquisas do setor que ainda pretende realizar, a Cachex fará prospecção de mercado, para potencializar e

otimizar sua atuação no mercado internacional, especialmente a Alemanha, atual importador.

Para tanto, terá que novamente solicitar auxílio, desta vez enviará projeto ao Ministério do Trabalho contando com as orientações do SEBRAE.

CUSTOS DE PRODUÇÃO E PREÇOS DE VENDA

Nos quadros a seguir estão detalhados todos os custos de exportação da Cachex e os respectivos resultados financeiros esperados:

Custos de Produção e Preço de Venda para Mercado Interno:

CUSTO UNITÁRIO DA MÃO-DE-OBRA DIRETA (MOD)			
Especificação	Quantidade	Valor (R\$)	Total (R\$)
Produção nível I	10,00	R\$ 800,00	R\$ 8.000,00
Produção nível II	7,00	R\$ 1.300,00	R\$ 9.100,00
Administração	2,00	R\$ 1.500,00	R\$ 3.000,00
			R\$ -
			R\$ -
			R\$ -
SubTotal Mão- de-Obra			R\$ 20.100,00
Encargos Sociais (67%)	67%		R\$ 13.467,00
Total			R\$ 33.567,00
Custo Unitário MOD			R\$ 2,24

DEMAIS CUSTOS (DM)			
Produtos		Valor Unitário (R\$)	Total (R\$)
Plantio da Cana		R\$ 0,20	R\$ 3.000,00
Corte da Cana		R\$ 0,07	R\$ 1.000,00
Matéria-Prima e Insumos		R\$ 0,53	R\$ 8.000,00
Transporte até o alambique		R\$ 0,05	R\$ 800,00
Processo de fabricação		R\$ 0,60	R\$ 9.000,00
Armazenagem		R\$ 0,07	R\$ 1.000,00
Engarrafamento		R\$ 0,11	R\$ 1.700,00
Embalagem e Rótulos		R\$ 0,05	R\$ 800,00
Receipientes de Envelhecimento		R\$ 0,09	R\$ 1.300,00
Controle de Temperatura		R\$ 0,04	R\$ 600,00
Embalagens Especiais		R\$ 0,03	R\$ 450,00
Outros custos		R\$ 0,06	R\$ 900,00
Total			R\$ 28.550,00
Custo Unitário DM			R\$ 1,90

CUSTO DIRETO DO PRODUTO	
Custo Unitário	Valor (R\$)
MOD	R\$ 2,24
DM	R\$ 1,90
Custo Direto do Produto	R\$ 4,14

CUSTO FIXO UNITÁRIO	
Custos Fixos Mensais (CFT)	Valor (R\$)
Pró-Labore	R\$ 5.000,00
Aluguel do imóvel	R\$ 3.000,00
Comodato Telefone	R\$ 80,00
Honorários do contador	R\$ 1.000,00
Veículos	R\$ 1.300,00
Máquinas e Equipamentos	R\$ 920,00
Água/Luz/Fone	R\$ 800,00
Manutenção	R\$ 2.300,00
Materiais de escritório	R\$ 180,00
Depreciação	R\$ 550,00
Outras Despesas	R\$ 480,00
Total (CFT)	R\$ 15.610,00
Custo Fixo Unitário	R\$ 1,04
Custo Unitário do Produto	R\$ 5,18

CUSTO DE COMERCIALIZAÇÃO	
ICMS	17,00%
IPI	14,00%
PIS	1,65%
COFINS	2,00%
COMISSÃO	3,00%
Total	37,65%
Custo Comercialização	R\$ 1,95

Preço de Venda Unitário Interno	R\$ 9,03
--	-----------------

Custos e Preço de Venda para Exportação:

Produção Diária:	500,00
Produção Mensal	15.000,00
Margem de Lucro:	5,00%
Impostos	37,65%
Imposto de Renda	15,00%

Preço interno com IPI e ICMS.	R\$ 9,03
Alíquota interna do IPI.	14,00%
Alíquota interna do ICMS.	17,00%
Alíquota interna do PIS/COFINS	3,65%
Frete interno fábrica-porto.	R\$ 0,14
Seguro interno fábrica-porto.	R\$ 0,03
Despesas portuárias.	R\$ 0,15
Despesas com despachante.	R\$ 0,80
Comissão do agente.	5% sobre FOB

PREÇO PARA EXPORTAÇÃO		
Preço interno com IPI e ICMS.	R\$	9,03
(-) Isenção do IPI (14%).*	R\$	1,26
Preço interno sem IPI.	R\$	7,77
(-) Não incidência do ICMS (17%).	R\$	1,54
(-) Isenção do PIS e da COFINS (3,65%).	R\$	0,33
Preço interno sem impostos.	R\$	5,90
(+) Frete interno fábrica-porto.	R\$	0,14
(+) Seguro interno fábrica-porto.	R\$	0,03
(+) Despesas portuárias.	R\$	0,15
Preço cobrindo custos, despesas e lucros.	R\$	6,22
(+) Comissão do agente (5% sobre FOB).*	R\$	0,16
Preço FOB em reais para exportação	R\$	6,37
(X) Taxa de câmbio R\$ 2,99 = US\$ 1,00.	R\$	2,10
Preço FOB para faturamento no exterior.		\$3,03

Faturamento Mensal	R\$	95.596,58
Custo Variável	R\$	15.600,00
Ponto de Equilíbrio (R\$)	R\$	18.654,08
Ponto de Equilíbrio (Qtde.)		3.192,23
Receita Líquida	R\$	59.604,46
Lucro Bruto	R\$	44.004,46
Lucro Líquido Antes do IR	R\$	25.526,57
Lucro Líquido	R\$	15.915,81
Investimentos do Negócio	R\$	180.000,00

Rentabilidade do Investimento	8,84% a.m.
Prazo de Retorno do Investimento	11 meses

Fluxo de caixa anual						
Período	2007	2008	2009	2010	2011	2012
1. Receitas						
1.1 Vendas a vista		R\$ 975.085,07	R\$ 1.023.839,32	R\$ 1.095.508,07	R\$ 1.194.103,80	R\$ 1.313.514,18
1.2 Vendas a prazo		R\$ 172.073,84	R\$ 180.677,53	R\$ 189.711,40	R\$ 199.196,97	R\$ 209.156,82
Total de Receitas (1.1+ 1.2)		R\$ 1.147.158,90	R\$ 1.204.516,85	R\$ 1.285.219,47	R\$ 1.393.300,77	R\$ 1.522.671,00
2. Desembolsos						
2.1 Compras a vista		R\$ 205.560,00	R\$ 215.838,00	R\$ 226.629,90	R\$ 237.961,40	R\$ 249.859,46
2.2 Compras a prazo		R\$ 137.040,00	R\$ 143.892,00	R\$ 151.086,60	R\$ 158.640,93	R\$ 166.572,98
2.3 Salários		R\$ 241.200,00	R\$ 253.260,00	R\$ 265.923,00	R\$ 279.219,15	R\$ 293.180,11
2.4 Encargos sociais		R\$ 161.604,00	R\$ 169.684,20	R\$ 178.168,41	R\$ 187.076,83	R\$ 196.430,67
2.5 Impostos e taxas		R\$ 177.080,00	R\$ 185.934,00	R\$ 195.230,70	R\$ 204.992,24	R\$ 215.241,85
2.6 Comissão sobre vendas		R\$ 34.414,77	R\$ 36.135,51	R\$ 38.556,58	R\$ 41.799,02	R\$ 45.680,13
2.7 Custos Fixos		R\$ 187.320,00	R\$ 189.193,20	R\$ 191.085,13	R\$ 192.995,98	R\$ 194.925,94
Total de desembolsos (2.1+2.2+2.3+2.4+2.5+2.6+2.7)		R\$ 1.144.218,77	R\$ 1.193.936,91	R\$ 1.246.680,33	R\$ 1.302.685,55	R\$ 1.361.891,14
3. Fluxo Líquido de caixa (1-2)		R\$ 2.940,13	R\$ 10.579,94	R\$ 38.539,15	R\$ 90.615,22	R\$ 160.779,86
4. Saldo Inicial de caixa	R\$ (180.000,00)					
5. Saldo Final de Caixa (3+4)	R\$ (180.000,00)	R\$ 2.940,13	R\$ 10.579,94	R\$ 38.539,15	R\$ 90.615,22	R\$ 160.779,86
6. Fluxo de Caixa Acumulado	R\$ (180.000,00)	R\$ (177.059,87)	R\$ (166.479,93)	R\$ (127.940,78)	R\$ (37.325,56)	R\$ 123.454,30

Pay-back médio	R\$ 2,97 anos
TIR (Taxa Interna de Retorno)	13,07% a.a.

CONCLUSÕES

Levando em consideração que somente cerca de 1% do total de cachaça produzida no Brasil é exportada e que as ações de *marketing* da bebida são recentes no mercado externo, pode-se afirmar que o destilado de cana genuinamente nacional tem muito espaço a conquistar no comércio internacional. É com essa perspectiva positiva que o setor estima que a bebida tem potencial para chegar a 50 milhões de litros exportados até 2010.

Além do mais a estruturação do quadro institucional, do aparato regulatório, bem como o início da adequação do produto às normas e exigências internacionais e as experiências de cooperação e interação entre os pequenos produtores constituem processos bem atuais, portanto, ainda podem gerar implicações positivas sobre o desempenho da bebida no mercado. Tendo em vista os dois processos de produção da cachaça (industrial e artesanal), pode-se afirmar que a cachaça de alambique, notadamente a envelhecida, tem maior potencial de mercado, com capacidade de agregar maior valor ao produto final.

Considerando que a grande maioria dos produtores de cachaça artesanal é constituída por pequenos e médios, e tendo em vista o contexto atual, cada vez mais competitivo e marcado por tendências voltadas para a qualidade e segurança alimentar, o sucesso do pequeno e médio empreendimento do setor tende a ficar

mais dependente de uma estratégia viável ao desenvolvimento da produção de base familiar, pois tem proporcionado a obtenção de escala, a possibilidade de adequação às exigências de qualidade e segurança, além da criação coletiva de marcas regionais e atributos específicos relacionados ao território local.

Por último, as atuais medidas tomadas para o setor, principalmente a criação da Câmara Setorial, a defesa pela denominação de origem e a elaboração de toda uma regulamentação para o produto, constituem indicadores de “novos tempos” para o destilado de cana brasileiro. Tais indicadores revelam um maior profissionalismo e maturidade do setor, ao mesmo tempo que são portadores de novas e boas perspectivas para a cachaça num futuro próximo.

O mercado de cachaça no Brasil é promissor, tanto no mercado interno como no mercado externo. A forma como as empresas vão conquistar novos mercados e o apoio de seus parceiros, fornecedores de insumos, importadores, etc, é assunto a ser tratado com muita cautela, pois, muitas vezes, o seu relacionamento com esses personagens vão ditar o rumo de suas negociações.

Outro assunto a ser tratado de forma cuidadosa é o fato do grande contingente de produtores informais que existem e que não se legalizam por falta de incentivos e também pelos altos impostos que os produtores rurais pagam. A complexidade dos tratamentos do mercado externo com relação às normas e leis, como demonstrado para a Alemanha, faz com que os produtores de cachaça tenham a obrigação de obterem informações confiáveis e, muitas vezes, é necessário o acompanhamento de um consultor experiente no assunto.

Para poder enfrentar o mercado externo, a Cachex especialmente, deve estar atenta às mudanças ocorridas no mercado, para que possa conciliar qualidade do produto e capacidade produtiva, reduzindo os custos e possibilitando a conquista de novos mercados. A Cachex com essas duas remessas inicia seu processo de exportação e como sua visão está planejada para aumento de 10% no mínimo de exportações a cada ano, pretende participar anualmente de pelo menos uma feira, nos países mais importadores de Cachaça como é o caso da Alemanha e do Uruguai.

Os números identificados nas planilhas de custo e resultados sobre o investimento, como a TIR e o Pay-back, indicam que a Cachex tem plenas condições de se manter e crescer no mercado externo ao longo dos anos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AFFONSECA, F. A cachaça quer virar símbolo nacional. **Jornal o Tempo**, Belo Horizonte, 8 out. 2000. Negócios: bebidas, p. 4.
- CARTILHA de orientação para registros de estabelecimentos de bebidas. [Belo Horizonte]: Delegacia Federal da Agricultura, 2002. 36 p.
- SEBRAE. **Diagnostico da cachaça de Minas Gerais**. Belo Horizonte, 2001.
- KUAZAQUI, E. **Marketing Internacional**: como conquistar negócios em mercados internacionais. São Paulo: Makron Books, 1999. 229 p.
- MALUF, S. N. **Administrando o comércio exterior do Brasil**. São Paulo: Aduaneiras, 2000. 304 p.
- MARQUES, A. de M. **Comércio exterior**: aspectos legais relativos às operações de comércio exterior e internacional. Porto Alegre: Síntese, 1999. 83p.
- MINERVINI, N. **O exportador**. 3. ed. São Paulo: Makron Books, 2001. 394 p. REIS, A. J. dos;
- CARVALHO, F. A. de P. **Comercialização agrícola**. Lavras: UFLA/FAEPE, 1999. 358 p.
- SISTEMA Integrado de Comércio Exterior: SISCOMEX.
- INFORMAÇÕES ECONÔMICA, SP, v. 36, n.2, fev 2006
- VAZQUEZ, J. L. **Manual de exportação**. São Paulo: Atlas, 1999. 302 p.

CONTATOS

Ministério da Indústria e Comércio Exterior

SEBRAE

L Angelita Maciel Schifelbein gerencia@acisb.brte.com.br
Leonardo Luchese Gomes leonardo.luchese@sirtec.com.br