O agronegócio da "Cachaça de Minas" como alternativa de renda para o trabalho rural

Leonardo Henrique de Almeida e Silva – UNIPAC

Mestre em Economia pela Universidade Federal do Espírito Santo - UFES

E-mail: leonar.henrique@zipmail.com.br

Fone: (32)3371-7673

Data da recepção: 21/09/2007

Data da aprovação: 13/03/2008

Resumo: Este artigo tem como objetivo apresentar um panorama do agronegócio da cachaça no estado de Minas Gerais, com ênfase no impacto da produção da bebida na geração de renda e emprego para os trabalhadores rurais mineiros. As transformações ocorridas no setor nos últimos anos vêm ampliando o mercado potencial e diversificando o público alvo da Cachaça de Minas, principalmente no que se refere à exportação. Todo esse ambiente favorável vem sendo apoiado por um arco de ações envolvendo entidades públicas e privadas do estado, visando a um maior desenvolvimento do setor. O cooperativismo apresenta-se atualmente como a principal forma de alavancar a produção a partir do ambiente legal, consolidando, assim, o fim dos resquícios de preconceito que ainda persistem sobre a bebida símbolo dos ideais de liberdade no estado. O artigo conclui com um balanço dos desafios e oportunidades colocados para o setor alambiqueiro mineiro nos próximos anos, à luz dos recentes acontecimentos.

Palavras-chave: Agronegócio – Cachaça de Minas – Renda – Emprego – Cooperativismo.

Introdução

O agronegócio da cachaça consolidou-se nos últimos anos como importante segmento da agricultura do estado de Minas Gerais, tanto na formação de renda do trabalhador rural quanto na geração de empregos ao longo da sua cadeia produtiva. Nascida com o país, há 500 anos, ligada a um dos primeiros grandes ciclos econômicos, o da cana-de-açúcar, a bebida continua presente no mercado e cultura dos brasileiros. Assim como o carnaval e a feijoada, a cachaça tem sua imagem totalmente associada ao povo brasileiro, tendo sido utilizada muitas vezes como símbolo da luta contra a opressão estrangeira, como na Inconfidência Mineira.

A produção da genuína cachaça artesanal mineira gera atualmente cerca de 115.000 empregos diretos e acumula ao longo do seu ciclo produtivo uma receita anual de R\$1,4 bilhão. O estado possui 8.466 estabelecimentos produtores, dos quais 85% operam nas margens da ilegalidade, ou seja, não possuem registro no Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Do total de estabelecimentos em Minas Gerais, 53% encontra-se localizado nas regiões do Norte, Vale do Jequitinhonha e Vale do Mucuri. Isso demonstra uma forte influência da produção nessas regiões, em virtude das graves restrições sócio-econômicas que atravessam (CAMPELO, 2002).

Esse forte apelo social e econômico do setor vem recebendo grande atenção por parte dos setores públicos e

privados mineiros, visando a ancorar o fortalecimento do meio rural e aproveitar as potencialidades do mercado consumidor da bebida. Como exemplo, destaca-se a Lei Estadual nº13.949, que estabeleceu a Cachaça de Minas como produto exclusivamente mineiro, a Instrução Normativa nº56, que regulamentou as normas relativas aos requisitos e procedimentos para registro de estabelecimentos produtores de cachaça organizados em cooperativas legalmente constituídas, a criação de entidades para a organização do setor, como a Associação Mineira dos Produtores de Cachaça (AMPAQ) e a elaboração de estudos visando ao desenvolvimento da produção. Neste contexto, o presente artigo irá apresentar todas as etapas que tornaram o agronegócio da cachaça um segmento cada vez mais importante em termos econômico, social e cultural para o estado de Minas Gerais.

1. Definição de Cachaça de Minas

A Cachaça de Minas, tradicional e pura, é por Lei Estadual assim definida:

Cachaça de Minas é a bebida com graduação alcoólica de 38% a 54% v/v, à temperatura de 20°C, obtida pela destilação do mosto fermentado de cana-de-açúcar, em alambique de cobre, sem adição de açúcar, corante ou outro ingrediente qualquer. A Cachaça de Minas corresponde à fração denominada “coração”, que vem a ser a parte destilada, de mais ou menos 80% do volume total, que fica entre as frações “cabeça” e “cauda” ou “água fraca” (MINAS GERAIS, 11/07/2001).

A principal diferença entre a caninha industrial e a cachaça de alambique é que a primeira é obtida do destilado alcoólico simples, adicionado de açúcares e, também, hidratado para chegar à graduação alcoólica estabelecida em lei. Por outro lado, a cachaça de alambique é obtida pela destilação do mosto fermentado da cana-de-açúcar. Porém, ressalta-se que não há diferenciação legal entre os dois tipos de cachaça. Uma outra diferença entre as duas bebidas é que a cachaça artesanal é destilada em alambique de cobre e a caninha industrial em coluna de destilação contínua - equipamento peculiar na produção de álcool (SEBRAE, 2001).

2. A história da cachaça

A cana-de-açúcar, matéria-prima básica para a obtenção de vários tipos de álcool, é uma planta pertencente à família das gramíneas - *Saccharum officinarum* - originária da Ásia, onde teve registrado seu cultivo desde os tempos mais remotos da história. Os primeiros relatos sobre a fermentação vêm dos egípcios antigos, os quais buscavam curar várias moléstias inalando o vapor de líquidos aromatizados e fermentados. Posteriormente, os gregos registraram o processo de produção da *aqua ardens* ou *Al Kuhu*, ou melhor, água que pega fogo. Os alquimistas atribuíram à *aqua ardens* propriedades místico-medicinais, as quais eram consideradas um meio de aumentar a longevidade. A expansão do Império Romano levou a aguardente da Europa para o Oriente Médio. Os árabes produziram uma aguardente misturada com licor de anis e

degustada com água, a qual acabou tornando-se a bebida mais popular na Península Sul da Ásia. A tecnologia desenvolvida pelos árabes na destilação do produto espalhou-se pelo Velho e Novo Mundo, influenciando na produção de bebidas como, por exemplo, o *Sakê* de arroz no Japão, o *Kirsck* de cereja na Alemanha e a Bagaceira de uva em Portugal.

As primeiras mudas de cana-de-açúcar que chegaram ao Brasil foram trazidas pelos colonizadores portugueses. Estes traziam da Corte toda a comida e bebida que consumiam, inclusive a tradicional Bagaceira Portuguesa e o Vinho do Porto. Porém, num engenho da Capitania de São Vicente, entre 1532 e 1548, foi descoberto o vinho de cana-de-açúcar ou “garapa azeda”, o qual era produzido em tachos de rapadura e ficava ao relento em cochos de madeira feitos para os animais. Os senhores de engenho passaram a servir a bebida para os escravos como um energético sobre o nome de Cagaça. Dos meados do século XVI até a metade do século XVII as “casas de cozer méis” multiplicaram-se nos engenhos, tornando a bebida, já com o nome de Cachaça, um dos produtos mais de maior comercialização na época, tanto que, ela era aceita como moeda corrente na compra de escravos (PAIVA, *et. al.*, 2001).

A descoberta de ouro nas Minas Gerais trouxe uma grande população para a região, principalmente a Serra do Espinhaço, conhecida por suas baixas temperaturas. O consumo de açúcar, principalmente sob a forma de rapadura e aguardente, fazia parte da dieta alimentar dos mineiros, e por vezes, como forma de amenizar o frio. A cachaça era muito

consumida pela população escrava que buscava nela um suprimento energético para enfrentar os trabalhos extrativos ou como lenitivo diante da realidade marcada pela exploração violenta de seu trabalho e condições sub-humanas de existência. Ao atravessar os portões das senzalas e tornar-se parte do cardápio de senhores de engenhos, colonizadores e da população branca em geral, a aguardente passou a representar forte concorrência à bagaceira importada de Portugal. Com isso, a redução das importações da bagaceira e, conseqüentemente, da arrecadação de direitos cobrados sobre os gêneros importados pela capitania, provocaram violenta reação da coroa portuguesa. Alegando que precisavam manter a ordem, ameaçada pelos escravos embriagados, e também que a bebida brasileira prejudicava a retirada do ouro das minas, a Corte proibiu a montagem de engenhos, a produção, comercialização e até o consumo da cachaça. Um decreto régio de 24/02/1743 proibiu expressamente a produção de aguardente na Capitania da Bahia. Porém, os engenhos espalharam-se pela Capitania de Minas, suprimindo o mercado interno e exportando para as outras capitanias.

Em meados do século XVIII, sem conseguir frear o avanço no consumo de cachaça, a Metrópole Portuguesa resolveu substituir a perseguição restritiva pela voracidade fiscal, taxando fortemente o destilado. Apesar das várias fórmulas de tributar a bebida, como a tributação em cascata nas unidades produtivas, circulação, comercialização e até mesmo com bitributação, a partir da coexistência de impostos

municipais e provinciais, os resultados foram uma baixa arrecadação, grande sonegação e a elevação da cachaça como símbolo da resistência à dominação portuguesa. Como sinônimo de brasilidade e dos ideais de liberdade, a bebida freqüentou a mesa dos inconfidentes e das pessoas que apoiavam a conjuração mineira, passando a ser chamada de “aguardente da terra”. A cachaça passou ainda, acrescida de gengibre e outros ingredientes e sobre o nome de quentão, a substituir a bagaceira nas festas religiosas, como a de São João.

No século XIX e início do século XX, a elite e a classe média, buscando demonstrar sua identificação com a cultura européia, desenvolveram um forte preconceito contra os hábitos e costumes brasileiros. A cachaça passou a ser considerada uma bebida de baixa qualidade, destinada ao consumo dos menos favorecidos, tanto financeira quanto intelectualmente. Contudo, esse panorama começou a se alterar com a Semana da Arte, em 1922, em que ocorreu um resgate da brasilidade, ou seja, da valorização da cultura brasileira. A cachaça voltou a ser símbolo, como na época dos inconfidentes, porém, não mais somente da independência política, mas da insubmissão à cultura européia. Como os participantes do movimento eram intelectuais que freqüentavam a alta sociedade paulistana e, muitos deles, de famílias quatrocentonas, a cozinha brasileira e a cachaça foram reinseridas em solares das fazendas e palacetes urbanos de todo o país, principalmente nos estados de São Paulo e Minas Gerais. A partir de então, a cachaça vem se consolidando cada vez mais

como um dos principais símbolos do país.

3. Panorama sócio-econômico do agronegócio da cachaça

O agronegócio da cachaça vem atravessando um momento ímpar na sua história. As transformações ocorridas no setor nos últimos anos visando ao aumento na qualidade da produção vêm ampliando o seu consumo e consolidando, assim, o fim do preconceito que persistiu sobre a bebida durante séculos. A coroação dos esforços em prol do desenvolvimento do setor ocorreu em 21 de dezembro de 2001, quando o então presidente Fernando Henrique Cardoso sancionou o Decreto nº4.062, definindo a expressão “cachaça” como vocábulo de origem de uso exclusivamente brasileiro. Essa iniciativa do governo brasileiro, além de conferir à bebida o *status* de patrimônio cultural do país, foi uma resposta aos Estados Unidos que incluíram a cachaça na mesma categoria do *rum*, prejudicando, com isso, a inserção da bebida no maior mercado consumidor do mundo (*Correio Brasiliense*, 16/11/2000). Em novembro de 2004, em Brasília, como forma de divulgar o produto ainda mais no cenário exterior, o presidente Lula celebrou o fechamento de um acordo comercial com o governo russo regado à genuína cachaça brasileira, haja vista que na Rússia é tradição que esses mesmos acordos internacionais sejam comemorados com a famosa *vodka* produzida naquele país.

Atualmente, o Brasil produz cerca de 1,3 bilhão de litros de cachaça, o que coloca a bebida como a segunda mais vendida

no país, atrás apenas da cerveja. Embora a produção seja consumida quase que totalmente no mercado nacional, as exportações vêm crescendo significativamente, haja vista que a cachaça brasileira é o terceiro destilado mais consumido no mundo na atualidade, atrás apenas do *soju* coreano e da *vodka* russa. Neste contexto, impulsionada pelo sucesso da caipirinha – segundo pesquisa realizada pela revista norte-americana *In Style*, ela encontra-se entre os oito *drinks* mais famosos do mundo – a bebida sinônima de brasilidade e símbolo dos ideais de liberdade vem ano após ano aumentando o seu volume destinado ao mercado internacional. Contudo, diferentemente do México, que exporta cerca de 80% da produção anual de *Tequila*, o Brasil envia ao exterior somente 0,5% da cachaça produzida, sendo que União Européia, Paraguai e Estados Unidos apresentam-se como os principais importadores da bebida brasileira (ESTANISLAU *et. al.*, 2002).

O estado de Minas Gerais, produtor das melhores e mais saborosas cachaças do país, é um bom exemplo de que a produção da bebida pode trazer grandes benefícios sócio-econômicos para uma região. Segundo dados do Censo Agropecuário de 1995-96, existem 8.466 alambiques de cachaça no estado, com forte concentração nas regiões mais pobres, como o Norte de Minas (2.591) e Vale do Jequitinhonha e do Mucuri (1.874). A localização dos alambiques mineiros pode ser mais bem visualizada na tabela a seguir:

Macrorregião	Estabelecimentos	%
Norte	2.591	30,6
Jequitinhonha e Mucuri	1.874	22,1
Central	1.467	17,3
Rio Doce	1.192	14,1
Mata e Campos das Vertentes	987	11,7
Sul/Sudeste	197	2,3
Triângulo e Noroeste	158	1,9
Total	8.466	100,0

Fonte: IBGE - Censo Agropecuário 1995-96

Tabela 1 - Distribuição regional dos estabelecimentos de cachaça por macrorregião de Minas Gerais/1996¹

A clandestinidade é a marca dominante no setor, visto que 85% dos estabelecimentos operam às margens da lei. Entretanto, 43% da quantidade produzida no estado concentram-se em estabelecimentos registrados, o que demonstra um maior engajamento dos produtores regularizados na produção em maiores escalas. A produção no estado é estimada em cerca de 200 milhões de litros de cachaça por ano, gerando um faturamento ao longo da cadeia de aproximadamente de R\$1,4 bilhão e uma receita tributária de, no mínimo, R\$ 100 milhões.

¹ É importante ressaltar que os dados disponíveis para análise sobre o setor ainda se referem aos Censos Agropecuários de 1985-86 e 1996. A divulgação dos dados do Censo Agropecuário/ 2007 possibilitará informações que demonstrem a evolução do agronegócio nos últimos 10 anos.

Com relação a empregos, estima-se que a Cachaça de Minas, somente no setor de produção, seja responsável por mais de 115 mil ocupações. Com isso, considerando que para cada posto de trabalho gerado na produção, outro 0,4 impacta nos demais elos, a cadeia produtiva da cachaça emprega, diretamente, cerca de 160 mil pessoas, e que para cada posto de trabalho três pessoas são beneficiadas, têm-se aproximadamente 390 mil mineiros obtendo seus rendimentos da produção da bebida (CAMPELO, 2002).

As transformações ocorridas no segmento alambiqueiro do estado nas últimas décadas apresentam-se, portanto, como significativos avanços na consolidação do agronegócio da cachaça como importante fonte de renda e emprego para milhares de trabalhadores rurais mineiros.

4. Ambiente institucional do agronegócio da cachaça em Minas Gerais

O passo inicial em direção ao desenvolvimento do setor de cachaça do Estado foi dado pelo Instituto de Desenvolvimento Industrial de Minas Gerais- INDI - no ano de 1982, com a elaboração do primeiro diagnóstico do setor aguardenteiro mineiro. A agenda de trabalho foi sendo editada ao longo da década de 80 e resultou em conclusões que trouxeram à luz uma atividade rica, historicamente importante e que exercia um papel de destaque na estruturação da economia agrícola estadual. Os impactos deste trabalho levaram a criação da Associação Mineira dos Produtores de Cachaça - AMPAQ -

em 1989, e do Programa Mineiro de Incentivo à Produção de Aguardente - PRÓ-CACHAÇA , em 1992. Essas duas iniciativas marcam uma mudança na visão por parte dos órgãos públicos e iniciativa privada quanto às potencialidades da cachaça mineira (SEBRAE, 2001).

A AMPAQ foi criada por um grupo de 30 produtores com o objetivo de promover o desenvolvimento da produção de cachaça de qualidade no Estado. A Associação apostou na criação de um selo de qualidade, somente conferido às bebidas que correspondem a padrões preestabelecidos, como forma de diferenciar as marcas de melhor qualidade, abrindo assim, a possibilidade de auferirem negócios mais rentáveis. No início dos anos 90, a Secretaria do Estado de Agricultura, Pecuária e Abastecimento - SEAPA - criou o programa de qualidade e produtividade na agricultura com o intuito de, por meio de determinadas normas, valorizar a marca "Minas". A lista dos setores contemplados pelo programa é extensa e engloba diversos produtos, como Cachaça de Minas, pão-de-queijo de Minas, queijo de Minas, carne de sol do Norte de Minas, doces de Araxá, pé-de-moleque de Piranguinho, rocambolo de Dolores do Indaiá, dentre outros. A iniciativa da SEAPA foi uma forma de oferecer subsídios aos agricultores mineiros para concorrerem no mercado cada vez mais globalizado. As certificações de origem e de qualidade são alguns exemplos de exigências impostas pelo mercado internacional e que o órgão estadual visava a oferecer aos produtores. Com isso, o objetivo final do programa era transformar as barreiras não-tarifárias,

impostas principalmente por países europeus e pelos EUA, em um fator de competitividade para os produtos mineiros.

O PRÓ-CACHAÇA surgiu nesse quadro de reestruturação da agricultura mineira para coordenar as ações públicas e privadas objetivando concretizar as bases das transformações no setor. O seu foco abrangeria o controle de qualidade e produtividade, desde a obtenção da matéria-prima, passando por todas as etapas da cadeia produtiva, até a comercialização do produto. O programa foi criado ainda com o intuito de promover a valorização da bebida, preservar-lhe o valor cultural, moldar e gerenciar políticas de fomento à atividade, mobilizando entidades e estimulando projetos de pesquisa, assistência técnica, comercialização e exportação do produto.

O PRÓ-CACHAÇA tem sua moldura conceitual e operacional baseada nos fundamentos do sistema europeu de denominação de origem, visto que é nesse mercado que há uma real valorização dos produtos artesanais e de valor cultural, e também onde se concentra o maior contingente de consumidores potenciais. Durante a década passada, usufruindo o Acordo de Cooperação Técnica e Tecnológica Brasil-França, missões de técnicos e empresários visitaram entidades públicas e empresariais francesas com a finalidade de colher subsídios para o programa mineiro. As primeiras medidas definidas para implantarem a certificação no Estado foram à organização de produtores, treinamento técnico, padrão de identidade e qualidade e designação da origem.

O certificado de *appellation d'origine contrôlée* designa a origem controlada de um produto que se origina de um determinado país, região geográfica ou localidade a qual lhe confere características especiais e exclusivas oriundas dos valores histórico-culturais e da credibilidade absorvida ao longo do tempo. Esse reconhecimento oficial surgiu na Europa, em 1958, com as assinaturas do acordo de Lisboa, norteado pelos seguintes princípios:

- Denominação geográfica de uma região, com seus fatores naturais e humanos que marcam e personalizam o produto;
- O país de origem é aquele onde está situada a região ou localidade cujo nome constituiu a denominação que deu fama ao produto;
- Uniformidade da produção, pois mesmo existindo mais de um método de produção, eles estão ligados por certa homogeneidade de características;
- Regime de produção, visto que há regras específicas de produção e características qualitativas mínima dos produtos;
- Constância das características que conferem qualidade ao produto;
- Volume de produção, pois há um limite de produção por hectare que tem relação com a qualidade do produto.

O objetivo do acordo de 58 foi que, com todos estes princípios associados a um aperfeiçoamento com o tempo, os produtos se tornassem arraigados às tradições e cobiçados em

todo o mundo. A vitória dos viticultores franceses da região de *champagne*, que conseguiram da União Européia o direito exclusivo de usar a designação *champagne* no rótulo de suas bebidas é um bom exemplo de produto que adquiriu o certificado de origem. Com isso, todos os demais vinhos do país com características borbulhantes viraram espumantes.

O governo mineiro baseou então no modelo francês os fundamentos conceituais e metodológicos para implantar o Sistema de Certificação da Cachaça de Minas, objetivo de convênio assinado entre a Secretaria de Agricultura, Pecuária e Abastecimento e a AMPAQ, em 1996. Os articuladores do programa perceberam na bebida mineira, salvo algumas ressalvas à organização do setor, totais condições de seguirem o exemplo dos produtores franceses. Dentre as características consideradas destacavam-se a tradição, produto tipicamente rural, a imagem do produto associada à do estado, tendência em se produzir dentro de certos padrões, produção artesanal, exigência de qualidade mínima, dentre outras. Por outro lado, a alta informalidade no setor era considerada um fator de entrave ao desenvolvimento do volume de produção da cachaça mineira.

A consagração do Plano Estratégico da Cachaça de Minas, iniciado em 1992, ocorreu em julho de 2001, com a publicação da Lei Estadual nº13.949, que definiu o regime de delimitação de origem e o padrão de identidade e qualidade da bebida. Estas são algumas das disposições contidas na Lei que oficializou o produto:

Estabelece o padrão de identidade e as características do processo de elaboração da “Cachaça de Minas” e dá outras providências.

Art. 8º Somente poderá ostentar na embalagem a expressão “Cachaça de Minas” o produto obtido segundo o processo de elaboração previsto nesta lei. Parágrafo único – A “Cachaça de Minas” produzida em região demarcada conterà em seu rótulo a indicação de sua origem.

Art. 10º Fica estabelecido o dia 21 de maio como o dia da “Cachaça de Minas”, em comemoração do início da safra.

Art. 11º A “Cachaça de Minas” é a bebida oficial do Governo do Estado, e será servida em festas, recepções e eventos oficiais em que se ofereçam bebidas alcoólicas (MINAS GERAIS, 11/07/2001)

Posteriormente, o Decreto nº 42.644, de 05/06/02, que regulamenta esta lei, estabelece os critérios de demarcação das regiões, descreve o processo produtivo e os controles obrigatórios, nomeia o órgão responsável pela fiscalização do setor, reorganiza as competências normativas do Conselho Diretor do PRÓ-CACHAÇA e aprova o Certificado de Controle de Origem da Cachaça de Minas (OLIVEIRA *et. al.*, 2002).

Um outro importante projeto visando ao crescimento da atividade da cachaça no Estado foi desenvolvido pelo Serviço de Apoio às Pequenas Empresas de Minas Gerais (SEBRAE/MG) em parceria com diversos órgãos públicos e

privados, como a Secretaria de Agricultura, Pecuária e Abastecimento, Federação de Agricultura e Pecuária do Estado de Minas Gerais (FAPEMIG), Organização das Cooperativas do Estado de Minas Gerais (OCEMG) e AMPAQ.

Os trabalhos foram divididos em duas etapas: primeiramente foi realizado um diagnóstico completo do setor, o qual resultou num plano de reestruturação da cadeia de cachaça de alambique do estado, em que foram apresentadas propostas para solucionar os gargalos do processo produtivo e utilizar o fator qualidade para divulgar a bebida no mercado internacional. A impossibilidade de os produtores de cachaça se organizarem em cooperativa foi considerada pelo plano um dos entraves mais urgentes a serem solucionados.

O pioneirismo das ações desenvolvimentistas no setor de cachaça de Minas Gerais refletiu, em âmbito nacional, na criação de entidades espelhadas na AMPAQ em diversos estados brasileiros, da Federação Nacional das Associações Produtoras de cachaça de Alambique - FENACA - e principalmente, do Programa Brasileiro de Desenvolvimento da Cachaça – PBDAC. Este órgão, claramente inspirado no PRÓ-CACHAÇA, tinha como objetivo a priorização da bebida como uma espécie de grife brasileira através de uma reestruturação das estratégias promocionais do setor.

As transformações ocorridas ao longo das últimas décadas no ambiente institucional do agronegócio da cachaça, com uma maior atuação dos governos federal e estadual, vêm demonstrar a crescente importância da atividade como fonte

geradora de renda e emprego para o estado de Minas Gerais. A mudança de visão daqueles que coordenam o setor vem se estabelecendo como fundamental para garantir que as potencialidades diagnosticadas em relação ao mercado consumidor de bebida - tanto interno quanto externo – possam ser efetivamente aproveitadas e até mesmo ampliadas.

4.1 A importância da cachaça de Minas em regiões carentes do estado

A partir de meados do século 18 até a primeira metade do século 19, Minas Gerais assiste à transmissão de uma economia centrada na extração de ouro para uma economia mais diversificada e dinâmica. Nesta época ocorre uma disseminação de engenhos pela capitania, consolidando a hegemonia da produção de cana-de-açúcar e seus derivados na economia da região. Até o início da década de 1930, os engenhos eram responsáveis por dois terços do álcool e quase todo o açúcar, cachaça e rapadura produzidos no estado. O restante era atendido pelas cinco usinas em operação desde o final do século 19 (CAMPELO, 2002).

Contudo, no início dos anos 30 foi criado o Instituto do Açúcar e do Álcool (IAA) com o objetivo de incentivar as usinas a produzirem álcool e açúcar em grandes escalas. Com isso, os engenhos foram progressivamente sendo eliminados ou obrigados a substituírem a sua atividade principal, a produção de açúcar e álcool. Por conseguinte, nas regiões de menor dinamismo econômico o deslocamento da atividade canavieira

para as usinas fez com que os engenhos se voltassem para a produção de rapadura e cachaça. Por este motivo, a grande maioria dos alambiques mineiros encontra-se em regiões economicamente carentes, como o Norte de Minas, Vale do Jequitinhonha, Vale do Mucuri e Rio Doce, que respondem atualmente por 5.657 estabelecimentos, representando 67% do total do estado. Nessas regiões a produção de cachaça é geralmente associada a outras atividades agrícolas – como a plantação de milho e feijão, pecuária, dentre outras – como forma de complementar a renda e avançar o desenvolvimento auto-sustentável da população rural. A utilização do bagaço de cana na alimentação bovina é também uma maneira de amenizar os danos gerados na agropecuária da região decorrentes das severas restrições hídricas.

As tabelas seguintes apresentam a evolução da produção da Cachaça de Minas nas regiões do Norte de Minas e Vale do Jequitinhonha, ocorrida entre os Censos Agropecuários de 1985 e 1995/96. As tabelas 2 e 3 demonstram o desempenho de algumas atividades agrícolas tradicionais da indústria rural mineira nestas duas regiões:

Produtos	Cachaça (em mil litros)		Queijo/ Requeijão (t)		Rapadura (t)		Farinha de Mandioca (t)		Fubá de Milho (t)	
	1985	1995	1985	1995	1985	1995	1985	1995	1985	1995
Ano	1985	1995	1985	1995	1985	1995	1985	1995	1985	1995
Informantes	854	2.591	5.653	7.899	5.752	4.513	17.494	15.990	173	146
Quantidade Produzida	1.992	8.893	2.103	5.662	5.132	3.765	21.492	13.078	414	108
Variação % de Informantes	203,40%		39,73%		-21,54%		-8,60%		-15,61%	
Variação % de Quantidade Produzida	346,44%		169,23%		-26,64%		-39,15%		-73,91%	

Fonte IBGE

Tabela 2 - A indústria rural na Mesorregião Norte de Minas

O agronegócio da "Cachaça de Minas" como alternativa de renda para o trabalho rural

Produtos	Cachaça (em mil litros)		Queijo/ Requeijão (t)		Rapadura (t)		Farinha de Mandioca (t)		Fubá de Milho (t)	
	1985	1995	1985	1995	1985	1995	1985	1995	1985	1995
Ano	1985	1995	1985	1995	1985	1995	1985	1995	1985	1995
Informantes	762	1.527	4.604	3.197	2.358	2.501	12.165	6.913	1.510	390
Quantidade Produzida	2.332	4.447	5.457	2.307	19.54	2.711	15.264	6.786	1.677	305
Variação % de Informantes	100,39%		-30,56%		-6,06%		-43,17%		-74,17%	
Variação % de Quantidade Produzida	90,96%		-57,72%		38,74%		-55,54%		-81,81%	

Fonte IBGE

Tabela 3 - A indústria rural na Mesorregião Jequitinhonha

De acordo com os dados apresentados, nota-se que a produção de cachaça apresenta um crescimento expressivo em relação aos outros produtos. Na região do Norte de Minas, a cachaça apresentou um aumento de 346% no volume produzido e 203% no número de estabelecimentos produtores contra 169% e 39% na produção de queijo/requeijão, o segundo colocado. Na região do Vale do Jequitinhonha, o aumento no número de informantes e quantidade produzida representou mais que o dobro da produção de rapadura, a segunda colocada, com cerca de 100% e 90% contra 6% e 38%, respectivamente. A tabela a seguir demonstra a contribuição média de alguns produtos tradicionais na formação de renda do agricultor mineiro:

Produtos/ Mesorregião	Cachaça	Queijo/ Requeijão	Leite	Feijão	Mandioca	Doce de Leite	Arroz
Norte de Minas	1.241,48	754,52	1.360,76	127,72	74,28	1.119,77	64,83
Jequitinhonha	1.335,15	996,70	2.095,16	R\$ 100,00	56,07	1.055,47	45,89
Minas Gerais	2.354,00	1.975,00	4.221,00	152,00	212,00	1.681,00	98,00

Tabela 4 - Contribuição média de alguns produtos agrícolas na complementação da renda dos agricultores das mesorregiões Norte de Minas e Jequitinhonha e do Estado para estabelecimentos até 100 hectares (em R\$)

A tabela 4 consolida a importância econômica da produção da bebida nestas regiões ao demonstrar a contribuição média de R\$1.241,48 e R\$1.335,15 para a renda dos alambiqueiros do Norte de Minas e Vale do Jequitinhonha, respectivamente, sendo superada apenas pela produção de leite.

A crescente influência da Cachaça de Minas na formação de renda e geração de empregos do trabalhador rural vem conduzindo o setor a um posto cada vez mais de destaque no cenário agrícola destas regiões. Neste contexto, com o mercado nacional francamente aberto à secular cachaça mineira, os produtores destas regiões devem se organizar de modo a aproveitar as potencialidades surgidas com o aumento do consumo da bebida, expandindo, com isso, os benefícios proporcionados por sua produção.

4.2 As exportações de Cachaça de Minas no período 1996-2006

Segundo dados do Ministério de Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC, 2006), as exportações de cachaça, que em 1983 alcançaram 2,1 milhões de litros, cresceram para 5,9 milhões em 1993, com um valor total de US\$8,4 milhões. A tabela 5 demonstra o volume de cachaça exportada, em litros, pelo Brasil no período de 1996 a 2006, destacando ainda o volume exportado pelo estado de Minas Gerais. Ressalta-se nos dados que, apesar de ainda pequena, a participação da cachaça mineira exportada em relação ao total do país vem aumentando nos últimos anos.

Ano	Minas Gerais	Brasil ²	% Minas Gerais/Brasil
1996	220	11.993.115	11.993.115
1998	25.489	5.566.046	5.566.046
1999	11.148	7.821.720	7.821.720
2000	73.797	13.429.272	13.429.272
2001	34.658	10.150.311	10.150.311
2002	262.727	14.534.926	14.534.926
2003	77.456	8.647.845	8.647.845
2004	111.813	8.603.687	8.603.687
2005	198.439	10.237.275	10.237.275

Fonte: Ministério de Desenvolvimento, Indústria e Comércio, 2006

Tabela 5- Quantidade de cachaça e caninha exportada, pelo estado de Minas Gerais e Brasil, no período de 1996-2005 (em litros)²

A tabela 5 mostra que o volume total de cachaça exportada pelo país apresenta fortes oscilações em vários dos anos em análise, como, por exemplo, em 2003, no qual houve uma redução de 5.887.081 litros enviados ao exterior em relação ao ano anterior. Porém, há de se destacar que no período 1996-2005 o país não apresentou grandes evoluções no total exportado, haja vista que apenas nos anos de 2001 e 2002 o volume foi superior a 1996. Por outro lado, o estado de Minas Gerais apresentou significativo aumento no volume de cachaça destinada a outros países neste período. Em 1996, por exemplo, o estado exportou apenas 220 litros da bebida, enquanto, em 2005, este volume atingiu 198.439 litros. Em 2002, certamente

² O ano de 1997 não foi considerado devido a valores muito elevados na quantidade de litros de cachaça exportada pelo estado do Rio Grande do Sul (68.851.635 litros), que são totalmente incoerentes com a evolução dos dados e que comprometeriam a análise.

apoiados pela forte desvalorização da moeda nacional, os alambiqueiros mineiros exportaram 262.727 litros contra 34.658 litros no ano anterior, ou seja, um aumento de 658%.

Já em 2006, neste mesmo período foram exportados 196.580 litros de cachaça mineira, com uma receita de US\$717.712, ou seja, um aumento de 86,7% na quantidade exportada e de 83,5% nos ganhos dos produtores. O preço médio/litro da bebida foi de US\$3,71 em 2005 contra US\$3,65 em 2006.

Em âmbito nacional, de janeiro a junho de 2006 as exportações de cachaça atingiram 4.840.650 litros (9.681.300), com uma receita de US\$6.216.241 (12.432.482). Considerando o preço médio/litro nacional de US\$1,28 nota-se que o valor agregado do produto mineiro se mantém muito superior aos dos demais estados.

Com relação aos países importadores da cachaça brasileira em 2006, o principal continua sendo a Alemanha (2.510.936 litros), seguida por Paraguai (1.308.922 litros), Estados Unidos (1.045.198 litros), Portugal (898.046litros) e Uruguai (894.054 litros). Já a Cachaça de Minas teve como principal destino neste período o mercado norte-americano, com 134.092 litros ou 68,2% do total exportado, seguido pela França, com 25,1%.

Fato interessante é que de janeiro a junho de 2005 os principais países importadores da cachaça mineira também foram Estados Unidos e França, com 50% e 15,8% respectivamente. É o maior mercado consumidor do mundo abrindo as portas para o destilado brasileiro de maior qualidade e tradição: a Cachaça de Minas.

A tabela 6 apresenta os preços médios, em US\$, do litro de cachaça exportada, por estado, no período de 1996 a 2005.

Ano	CE	PE	MG	RJ	SP	PR	SC	RS	Outro	Brasil
1996	3,49	0,29	2,68	1,78	0,46	0,85	0,70	0,78	0,17	0,77
1997	2,44	0,80	4,65	2,23	0,73	0,93	0,72	0,02	5,03	0,11
1998	2,29	0,60	5,02	1,55	1,83	0,86	0,89	0,78	1,31	1,24
1999	1,94	0,56	1,15	1,35	1,49	0,62	0,44	0,53	1,117	0,95
2000	2,03	0,53	2,17	1,07	0,52	0,61	1,03	0,52	3,54	0,61
2001	1,98	0,54	2,40	1,17	1,20	0,49	0,52	0,46	1,15	0,83
2002	1,98	0,52	1,15	1,15	0,59	0,40	0,74	0,45	0,47	0,60
2003	2,01	0,42	4,12	1,25	1,39	0,46	2,33	0,80	1,36	1,04
2004	1,98	0,53	3,53	1,29	2,18	0,47	2,90	0,56	4,42	1,29
2005	1,93	0,62	3,05	1,46	1,55	0,63	2,53	0,68	4,43	1,22

Fonte: Ministério de Desenvolvimento, Indústria e Comércio, 2006

Tabela 6 - Valor do preço médio do litro da cachaça e caninha exportada, por Estado da Federação, no período de 1996-2005 (em US\$ FOB).

Com relação aos estados, destacam-se como grandes exportadores São Paulo, Pernambuco e Ceará,³ regiões onde são produzidas as cachaças *Pirassununga (51)*, *Pitú* e *Ypióca*, respectivamente.

Os dados da tabela 6 demonstram a maior valorização do produto mineiro, considerando a superioridade dos seus preços médios em relação aos dos outros estados exportadores. São Paulo, por exemplo, enviou a bebida ao exterior em 2000 ao preço médio/litro de US\$0,52 contra US\$2,17 da cachaça mineira. No ano de 2003, enquanto os exportadores de Cachaça de Minas auferiram US\$ 4,12 por litro, cearenses, pernambucanos e paulistas receberam, respectivamente, US\$ 2,01, US\$ 0,42 e US\$ 1,25 por litro do produto enviado ao exterior.

A tabela 7 apresenta a evolução da receita total obtida no Brasil com a exportação de cachaça no período 1996-2005, assim como uma análise somente de Minas Gerais e sua participação percentual no total do país.

Ano	Minas Gerais	Brasil	% Minas Gerais/Brasil
1996	590	9.244.348	0,006
1998	128.040	6.918.717	1,85
1999	12.868	7.398.186	0,17
2000	160.036	8.146.500	1,96
2001	83.305	8.452.590	0,98
2002	302.543	8.722.088	3,47
2003	319.472	9.007.895	3,54
2004	394.523	11.072.289	3,56
2005	606.158	12.484.735	4,85

Fonte: Ministério de Desenvolvimento, Indústria e Comércio, 2006

Tabela 7. Valor da receita total de exportação de cachaça e caninha para o estado de Minas Gerais e Brasil, no período de 1996-2005 (em US\$ FOB)

Seguindo a mesma tendência do volume de litros, a receita auferida com as exportações de cachaça no período 1996-2005, em US\$, não apresentou grandes avanços no que se refere ao Brasil, diferentemente do que ocorre quando a análise se baseia somente nos dados de Minas Gerais. No caso brasileiro, a receita total aumentou apenas nos dois últimos anos, saltando de US\$ 9.244.348, em 1996, para US\$ 11.072.289, em 2004, e US\$ 12.484.735, em 2005. Já para os produtores mineiros, o período foi de grande prosperidade em termos de inserção neste comércio, ampliando-se as possibilidades de maiores lucros para os mesmos. Por exemplo, enquanto em 1998 a receita mineira foi de US\$ 128.040, em 2005 atingiu-se US\$ 606.158.

Ressalta-se ainda, de acordo com PINTO (2003), que a cachaça apresentou no ano de 2002 dos maiores crescimentos, em termos percentuais, na pauta de exportações de produtos mineiros. A receita com exportação de Cachaça de Minas saltou de US\$ 83,3 mil em 2001 para US\$ 302,5 mil em 2002, ou seja, uma alta de 263%.

A indústria têxtil, por exemplo, de forte tradição em Minas Gerais, avançou cerca de 209% neste mesmo período. O gráfico 1 demonstra os percentuais tanto de receita auferida como de quantidade de cachaça exportada pelo estado de Minas Gerais em relação ao Brasil.

³ Em 2004, por exemplo, os dois principais estados exportadores de cachaça foram São Paulo e Pernambuco, com 3.129.378 litros e 1.738.166 litros respectivamente.

Segundo Maria das Vitórias Cavalcanti, presidente do Programa Brasileiro de Desenvolvimento da Cachaça/ PBDC e diretora da *Pitú*, uma das principais empresas exportadoras de aguardente do país, com sede em Recife, “o mercado é tão atraente que os franceses tentaram registrar a marca cachaça”. A meta para 2010, segundo o PBDC, é exportar US\$ 100 milhões, o que abre enormes possibilidades para a cachaça artesanal mineira, de maior valor agregado, fruto da qualidade mais refinada e cujos produtores vêm se preparando para ingressar definitivamente no exigente mercado internacional.

4.3 O cooperativismo como impulso para o agronegócio da Cachaça de Minas

No passado recente, a legislação brasileira não beneficiava o agronegócio da cachaça. O conflito que havia entre as legislações de cooperativas e de produção de bebidas representou durante décadas um dos principais empecilhos para um maior desenvolvimento da atividade da cachaça no estado de Minas Gerais. De acordo com a primeira, os alambiques produtores de cachaça deveriam estar constituídos como empresas, ou seja, deveriam ser registrados no Ministério da Agricultura. Contudo, para a constituição de cooperativas não era permitida a participação de pessoas jurídicas.

Assim, os produtores eram impedidos de organizar cooperativas e, até mesmo, de operar departamentos de cachaça nas cooperativas agropecuárias já existentes.

Entretanto, uma união de esforços de órgãos interessados numa mudança da legislação vigente, como Sebrae, Epamig, Secretaria de Agricultura, Pecuária e Abastecimento de Minas Gerais (SEAPA/MG), Associação Mineira de Produtores de Cachaça de Qualidade (AMPAQ), dentre outros, possibilitou que em 30 de outubro de 2002 fosse aprovada pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) a Instrução Normativa nº56, que regulamentou as normas relativas aos requisitos e procedimentos para registro de estabelecimento produtores de cachaça, organizados em associações ou cooperativas legalmente constituídas (BRASIL, 31/10/2002). A legalização das cooperativas entre produtores de cachaça foi um grande avanço para o desenvolvimento do setor, prometendo retirar das margens da ilegalidade grande parte dos alambiques mineiros e, conseqüentemente, estabelecer o fim dos resquícios de preconceito que persistem sobre a bebida. Esta mudança na legislação possibilitará também uma maior arrecadação de impostos, por parte do estado, nesse setor. O então secretário da SEAPA/MG, Paulino Cícero de Vasconcelos, declarou na ocasião que aquela mudança significava "a carta de alforria para o setor alambiqueiro mineiro" (VASCONCELLOS, 2002).

A idéia é que as cooperativas de produtores de cachaça atuem de forma similar à de produtores de leite.

Os produtores, enquanto pessoas físicas, constituiriam a cooperativa e a ela entregariam sua produção. A cooperativa, por sua vez, responsabilizar-se-ia pelo controle da qualidade da cachaça de seus cooperados, pela padronização e pela comercialização. Assim, da cooperativa sairia uma única cachaça, ou seja, um *blend* das cachaças fornecidas pelos produtores. Esta iniciativa, além de reduzir a informalidade que tanto contribui para a estigmatização da cachaça como produto marginal, contribuiria com a melhoria da qualidade da bebida em escala de grandes proporções. A facilidade de fiscalização por parte dos órgãos competentes, o que viria a confirmar a qualidade, procedência e idoneidade do produto, tornar-se-ia ainda um importante diferencial para a abertura de mercados mais rentáveis para a cachaça.

Essa nova tendência de reestruturação do setor através do cooperativismo deve ser vista pelos alambiqueiros de cidades de pequeno porte como uma oportunidade ímpar para o desenvolvimento deste importante e rentável agronegócio. Cidades de pequeno porte, por exemplo, onde a fiscalização por parte dos órgãos responsáveis pelo setor é realizada geralmente com menor frequência e onde a orientação da forma de se obter a legalização da produção e quais seriam os benefícios de tal ato não são muito divulgados, seriam os principais locais para o desenvolvimento do cooperativismo entre os alambiqueiros mineiros, o que viria a reduzir o alto índice de informalidade existente atualmente neste segmento no estado. Os produtores destas cidades poderiam se unir na implantação de uma

engarrafadora central - a qual seria gerida pela cooperativa - onde seria desenvolvido um *blend* das cachaças fornecidas. Neste caso, o processo se daria inicialmente pelo envio de amostras das bebidas à cooperativa para análise, e as que estiverem dentro das condições preestabelecidas passariam por um processo de padronização sendo, posteriormente, agregadas ao *blend*. Seria obtida, então, a cachaça homogênea. Com isso, a padronização seria obtida no alambique, com acompanhamento e orientação de especialistas, e na sede da entidade, através de análises químicas e sensoriais, de modo a padronizar cor, oleosidade, aroma e paladar. Dessa forma, em vez de cada um dos alambiqueiros precisarem buscar a regularização de sua produção junto ao MAPA, poderiam se engajar na formação de uma cooperativa da qual sairia uma única bebida, padronizada, legalmente constituída e, principalmente, com qualidade garantida.

O resultado esperado pela relação comercial entre a cooperativa e seus associados será o aumento do lucro dos produtores gerado através de uma maior escala de produção e rentabilidade do estabelecimento. Os ganhos extras desses alambiqueiros, se geridos de maneira profissional pela cooperativa, podem ser utilizados em estratégias comerciais, ações promocionais e capacitação de produtores e funcionários para que, dessa forma, a bebida possa inserir-se nos mais diversos mercados consumidores. Por outro lado, o associativismo exigirá uma maior profissionalização dos produtores, principalmente em relação aos processos que garantem a qualidade da cachaça.

Desse modo, aqueles produtores que se submetem à produção de uma bebida de menor qualidade, para que com isso possam vendê-la a um baixíssimo preço, devem se conscientizar que a prosperidade do seu negócio e a conseqüente possibilidade de vislumbrar novos mercados são objetivos um tanto quanto distantes e, porque não dizer, totalmente inviáveis (às vezes, certas cachaças são vendidas a um preço tão baixo que deixa a dúvida de qual seria o principal objetivo do produtor: o lucro gerado pela comercialização da bebida ou o orgulho de saber que várias pessoas irão consumir seu produto, que, muitas vezes, é o resultado da concretização de um sonho). Com isso, a criação do *blend* seria uma excelente forma de incentivar esses produtores a investirem no aumento da qualidade da produção, em virtude da necessidade de adaptação a certas exigências para a participação na bebida da cooperativa.

O principal exemplo de sucesso da estratégia do cooperativismo em Minas Gerais é o da cachaça Samba & Cana. Buscando tornar a qualidade o maior diferencial do produto, a COOCACHAÇA (produtora do *blend*) estabeleceu padrões ainda mais rigorosos que os do MAPA e da AMPAQ, considerados de excelente nível, e hoje sua garrafa de 700ml, além de ser vendida em média a R\$ 20 no mercado brasileiro, já vem sendo exportada para o mercado europeu, principalmente para a Alemanha. O *blend* foi a maneira encontrada para se produzir uma cachaça de qualidade artesanal em quantidade industrial e que os cerca de 70 associados pudessem auferir

maiores remunerações, visto que eles recebem cerca de R\$1,40 por litro da bebida contra R\$0,80 no mercado informal. Um outro caso exemplar de sucesso neste segmento é a Cooperativa dos Produtores de Cachaça de Salinas (Coopercachaça). Com 109 produtores cooperados, toda a produção da cooperativa destina-se ao mercado italiano, ao preço de US\$ 2,67 a garrafa de 750ml. Em 2004, a Coopercachaça exportou 4000 litros em uma única remessa e, em 2005, o objetivo é alcançar a marca de 50 mil garrafas da genuína Cachaça de Minas enviadas à Itália.

A intenção do cooperativismo se traduz, portanto, não na eliminação dos estabelecimentos informais, mas na migração destes para o ambiente legal da cooperativa, aumentando o nível de representatividade e, conseqüentemente, o fortalecimento desse importante agronegócio. Os produtores que desejassem, poderiam manter o fornecimento da sua produção aos clientes já freqüentes (contudo, agora, concorrendo com o *blend* do qual também tem participação) e ainda por cima disputar mercados maiores e mais rentáveis com a bebida da cooperativa. Com isso, os produtores não precisariam obrigatoriamente deixar de comercializar suas próprias cachaças, mas apenas uma parte destas seria destinada à cooperativa.

Desse modo, dado o tema exposto, é importante salientarmos que propor idéias novas e promissoras é muito simples e não custa nada, porém, principalmente num país como o Brasil, onde a elevada carga tributária e a burocracia atuam contrários aos anseios dos empreendedores, os

produtores devem estar certos que encontrarão vários obstáculos pelo caminho, os quais serão mais facilmente superados com o engajamento de todos na busca por um objetivo em comum, ou seja, inserir a cachaça produzida nas mais diversas cidades do estado de Minas Gerais, nos mais diferentes pontos de venda do país e, por que não, do mundo.

Nesse contexto, com os mercados nacional e internacional francamente abertos à "bebida destilada na tradição e envelhecida na história do estado de Minas Gerais", o cooperativismo apresenta-se aos alambiqueiros de cidades de pequeno porte do estado como uma excelente forma de aproveitarem as potencialidades surgidas com o aumento no consumo da bebida e fazerem, assim, do agronegócio da Cachaça de Minas uma fonte cada vez mais importante de geração de emprego e renda.

Considerações finais

O agronegócio da Cachaça de Minas vem se tornando nos últimos anos um importante setor gerador de renda e emprego no meio rural mineiro. O aumento das exportações reflete o processo de inserção no mercado internacional que a bebida vem atravessando, haja vista sua produção de alta qualidade. A ampliação deste mercado consumidor representa um grande avanço na consolidação do setor como um dos principais da agroindústria nacional, não somente em termos culturais mas também com relação a sua importância sócio-econômica.

O momento é bastante propício para que os produtores mineiros se estruturarem visando ao mercado externo. São vários os pontos positivos que isso pode gerar, com destaque para a necessidade de se produzir uma bebida de alta qualidade e o fato de se atingir novos públicos-alvo. Porém, um correto planejamento estratégico é essencial para que os objetivos dos alambiqueiros sejam alcançados.

A cachaça de alambique é tratada de forma discriminatória por aqueles que deveriam apoiá-la: o governo federal. Ao definir a cobrança do Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI) em R\$ 2,26/litro da bebida, o governo estimula a informalidade. Por exemplo, até julho de 2006, apenas 2.253 estabelecimentos estavam registrados no Ministério de Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), contra uma estimativa de aproximadamente 30.000 locais produzindo cachaça no país. Se considerarmos ainda o fato de que a cachaça industrial - como, por exemplo, as cachaças 51, Pitú e Ypióca - paga em média R\$ 0,38/litro de IPI, nota-se uma evidente deslealdade na concorrência via preço do produto. Com isso, torna-se uma necessidade imediata para o setor de cachaça de alambique a realização de políticas públicas que reduzam a carga tributária, estimulem a legalização da produção, o que certamente contribuiria ainda mais para o aumento das exportações de Cachaça de Minas.

A legalização das cooperativas entre produtores de cachaça, em 31 de outubro de 2002 (BRASIL, 2002), foi um grande avanço para o desenvolvimento do setor, prometendo

retirar das margens da ilegalidade grande parte dos alambiques mineiros. Essa mudança na legislação vem possibilitando uma maior estruturação dos pequenos produtores e uma conseqüente consolidação da melhoria da imagem do setor. Nesse contexto, a prática do cooperativismo entre produtores de Cachaça de Minas representa um importante instrumento na busca pela maior inserção do produto no mercado internacional, possibilitando aos produtores novos mercados consumidores assim como uma maior diversidade de públicos-alvo, o que certamente se traduzirá numa importante fonte alternativa de renda para milhares de trabalhadores rurais mineiros.

1. Referências

- BARCELOS, A.F.; REZENDE, A.V. *Aproveitamento dos resíduos de destilarias de cachaça de alambique*. Revista Informe Agropecuário, Belo Horizonte, v. 23, n. 217, p. 74-77, setembro/outubro 2002.
- BEZERRA, J.A. *Marvada Chique*. Revista Globo Rural, São Paulo, n. 211, ano 18, p. 24-33, maio 2003.
- BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Instrução Normativa nº56, de 30 de outubro de 2002. *Aprova normas relativas aos requisitos e procedimentos para registro de estabelecimentos produtores de cachaça, organizados em associações ou cooperativas legalmente constituídas*. Diário Oficial (da) República Federativa do Brasil, Brasília, 31 de outubro de 2002. Seção 1, p. 6.
- CAMPELO, E.A.P. *Agronegócio da cachaça de alambique de Minas Gerais: panorama econômico e social*. Revista Informe Agropecuário, Belo Horizonte, v. 23, n. 217, p. 7-18, setembro/outubro 2002.

ELES pensam que cachaça é rum. Correio Brasiliense, Caderno de Economia, p. 03, Brasília, Quinta-feira, 16/11/2000.

ESTANISLAU, M.L.L.; CANÇADO JÚNIOR, F.L.; PAIVA, B. M. de. *Mercado atual e potencial da cachaça.* Revista Informe Agropecuário, Belo Horizonte, v. 23, n. 217, p. 19-24, setembro/outubro 2002.

IBGE. *Censo Agropecuário.* Rio de Janeiro, 1985.

IBGE. *Censo Agropecuário.* Rio de Janeiro, 1995-96.

MINAS GERAIS, Lei nº13.949, de 11/07/2001. *Dispõe sobre estabelecer o padrão de identidade e as características do processo de elaboração da "Cachaça de Minas" e dá outras providências.*

MINISTÉRIO de Desenvolvimento, Indústria e Comércio (MDIC). Disponível em <http://alicesweb.desenvolvimento.gov.br>. Acessado em 03/07/2007.

OLIVEIRA, S.G. de; MAGALHÃES, M.A. *Procedimentos para produção da cachaça artesanal de Minas regulamentados pelo Decreto nº 42.644 de 05/06/2002.* Revista Informe Agropecuário, Belo Horizonte, v. 23, n. 217, p. 78-83, setembro/outubro 2002.

PAIVA, C.A.; GODOY, M.M. *Os 300 anos da atividade canavieira em Minas Gerais.* In: SEBRAE/MG. *Diagnóstico da Cachaça de Minas Gerais.* Belo Horizonte, 2001, p. 105-108.

PINTO, M.C. *Minas diversifica pauta de exportações.* Jornal Hoje em Dia, Caderno de Economia, p. 17, Belo Horizonte, Domingo, 23/02/2003.

RODRIGUES FILHO, A.; OLIVEIRA, S.G. de. *Produção de cachaça integrada com outras atividades rurais: uma alternativa para preservar o meio ambiente e aumentar a renda da propriedade.* Revista Informe Agropecuário, Belo Horizonte, v. 23, n. 217, p. 67-73, setembro/outubro 2002.

SEBRAE/MG. *Diagnóstico da Cachaça de Minas Gerais.* Belo Horizonte, 2001, 259 p.

SEBRAE/MG. *Plano de Reestruturação da Cadeia de Cachaça de Alambique de Minas Gerais.* Belo Horizonte, 2002, 53 p.

VASCONCELLOS, P. C. de. *Cachaça artesanal de Minas: marca registrada e garantia de qualidade.* Revista Informe Agropecuário, Belo Horizonte, v. 23, n. 217, p. 01-03, setembro/outubro 2002.

Agribusiness of “Cachaça de Minas” as an alternative of income for rural work

Abstract

This paper aims at presenting a panoramic view of sugar cane brandy agribusiness in the State of Minas Gerais, with emphasis on its production impact on income and employment for rural workers from Minas Gerais. Transformations that occurred in the last years have been amplifying its potential market and diversifying the Cachaça de Minas' target public, mainly in what refers to exportation. This favourable environment has been supported by a set of actions that involve public and private entities of Minas Gerais State, aiming at a better development of the sector. Cooperativism nowadays shows up as a way to leverage production as far as the legal environment is concerned, thus eliminating every trace of prejudice against the drink that represents the symbol of the ideals of freedom in the state. The article concludes with an analysis of challenges and opportunities facing the sector for the next years in the light of recent events.

Keywords: agribusiness – Cachaça de Minas – income – employment - cooperativism