

# ***Eficiência Econômica e Competitividade da Cadeia Produtiva da Cachaça em Alagoas***

## **Ecio de Farias Costa**

*Professor de Economia, Departamento de Economia/Pós-graduação em Economia, (PIMES), Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). Bolsista CNPq.  
[ecio@yahoo.com](mailto:ecio@yahoo.com)*

## **Yony Sampaio**

*Professor de Economia, Departamento de Economia/Pós-graduação em Economia, (PIMES), Universidade Federal de Pernambuco (UFPE).  
[ysampaio@elogica.com.br](mailto:ysampaio@elogica.com.br)*

## **Ricardo Chaves Lima**

*Professor de Economia, Departamento de Economia/Pós-graduação em Economia (PIMES), Universidade Federal de Pernambuco (UFPE).*

## **Everardo V. S. B. Sampaio**

*Professor, Departamento de Energia Nuclear, Universidade Federal de Pernambuco (UFPE).*

## ***Resumo***

---

O presente trabalho é centrado em uma avaliação da atual situação e perspectivas da cadeia produtiva da cachaça no Estado de Alagoas. O diagnóstico utiliza metodologia de estudo dos diversos elos da cadeia produtiva, analisando os insumos, a produção agrícola e a agroindústria da cachaça. Os aspectos institucionais são levados em consideração, apontando entraves e potencialidades do apoio das instituições envolvidas no processo produtivo, industrial e de comercialização. Além disso, aspectos de comercialização e consumo são analisados para determinar as possíveis potencialidades da cadeia. Os resultados apontam diversos problemas facilmente contornáveis da cadeia produtiva da cachaça no Estado de Alagoas e apresentam os potenciais relacionados à mesma.

## ***Palavras-chave:***

---

Cachaça-Cadeia produtiva; Cachaça-Agroindústria; Cachaça-Cadeia produtiva-Alagoas.

## 1 – INTRODUÇÃO

A cadeia produtiva da cachaça – um dos derivados da cana-de-açúcar – envolve pequenas e médias empresas, em contraste com as grandes unidades, as usinas, voltadas para a produção de açúcar e álcool, com incursões recentes para a produção de outros produtos não-tradicionais. Em discussão, ao longo do trabalho, estão a eficiência econômica e a competitividade da pequena e média empresa. Apesar de enfrentarem inúmeras dificuldades, os engenhos de cachaça vêm sobrevivendo, apresentando potencialidades para expansão através da incorporação de mudanças, sejam tecnológicas ou organizacionais, que lhes conferem maior competitividade para explorarem mercados regionais e até o mercado externo, com mudanças mais substanciais.

O trabalho analisa as características da cadeia produtiva, destacando-se aspectos institucionais que tanto limitam quanto podem apoiar o desenvolvimento das empresas, aspectos da produção e da transformação da cana, e aspectos da comercialização e do consumo, inibidores ou potencializadores do mercado para esse derivado de cana-de-açúcar.

O chamado desenvolvimento de base local tem como objetivo possibilitar o desenvolvimento econômico no nível das comunidades, de modo geral, em áreas interioranas, explorando-se potencialidades locais com aplicação de mudanças na base tecnológica e na organização de negócios orientados para os mercados regional, nacional e internacional<sup>1</sup>. A pequena incorporação de tecnologia e a ausência de associação entre os produtores têm levado a produção de cachaça a uma situação de semi-estagnação e até de decadência. A ausência do setor público, provendo o apoio básico, é um reforçador dessa situação. No entanto, o desenvolvimento local é, na atualidade, visto com grande potencialidade pela exploração de vantagens

<sup>1</sup> Buarque (2002) conceitua desenvolvimento local “como um processo endógeno de mudança, que leva ao dinamismo econômico e à melhoria da qualidade de vida da população em pequenas unidades territoriais e agrupamentos humanos”.

locacionais e de recursos humanos localizados e por propiciar condições reais de desenvolvimento amplo e igualitário.

Embora pareça contraditório com a globalização, a diversidade é reconhecida e cultuada na composição do mosaico amplo em um mundo mais global, porém preferencialmente plural. Essa dualidade – diversidade na globalidade – dá alento ao desenvolvimento local baseado em uma diversidade marcante com potencialidade orientada para atender a demandas mais globalizadas. Para ficar apenas em um exemplo inicial, a produção orgânica de cachaça, de associação de pequenos produtores, tipo *fair trade* (comércio justo), com selo de qualidade e comprovação reconhecida, garante ampla possibilidade de exportação a preços bem superiores aos que pode obter nos mercados locais. Mas, para tal, deve incorporar mudanças tecnológicas e organizacionais que assegurem qualidade e permitam explorar as vantagens da condição de pequenos e médios produtores em associação.

Uma visão integrada da produção de base local permite identificar propósitos múltiplos em uma mesma atividade. Dadas as potencialidades locais de parte dessas atividades, prestam-se à visitação turística, que tanto movimentam atividades paralelas ligadas ao turismo como abre mercados para seus produtos através de uso adequado dos meios de informação e divulgação. Confere-se ao tradicional uma nova competitividade. Adicionam-se conhecimento, pesquisa e desenvolvimento, mas sem perda de características essenciais da produção de base local de pequenos e médios produtores.

A produção de cachaça apresenta algumas dessas condições particulares. Ao lado de dificuldades internas e falta de apoio, inclusive institucional, há inúmeras vantagens e potencialidades a explorar. Os engenhos necessitam incorporar mudanças organizacionais que propiciem a transição para pequenas e médias empresas, dinâmicas, eficientes e competitivas, em associação que potencialize suas capacidades de globalização na atuação mantendo a diversidade de produtos e de suas condições produtivas.

Em Alagoas, existem apenas oito engenhos produzindo cachaça, sendo sete na Zona da Mata, localizados nos municípios de Coruripe, Teotônio Vilela, Marechal Deodoro, Novo Lino, Joaquim Gomes, Colônia Leopoldina e Porto Calvo. Em Água Branca, no Brejo de Alagoas, há um outro engenho produzindo cachaça, junto com outros produtos derivados da cana, em uma experiência pioneira de produção comunitária. Mas há um grande número de engenhos de fogo morto, que podem ser apontados para moagem, com relativa facilidade, tanto na Zona da Mata como no Brejo.

## **2 – A CADEIA PRODUTIVA DOS DERIVADOS DA CANA-DE-AÇÚCAR**

### **2.1 – Representação da Cadeia Produtiva**

O setor agrícola tem experimentado grandes transformações estruturais durante os últimos 50 anos. Essas transformações têm sido mais intensas nos países desenvolvidos. As últimas décadas, no entanto, trouxeram também mudanças estruturais para a agricultura de vários países em desenvolvimento. A integração da mulher ao mercado de trabalho urbano reduziu o processamento doméstico de alimentos e criou uma grande demanda por produtos agrícolas industrializados. Objetivando tornar-se mais eficiente, a produção na fazenda passou a demandar insumos (fertilizantes, adubos, máquinas, equipamentos etc.) e a produzir para a indústria processadora de alimentos. Assim, o que era uma simples relação de troca entre o produtor e o consumidor, muitas vezes com o auxílio de intermediários, passou a constituir uma complexa cadeia produtiva agroindustrial. Essas mudanças foram facilitadas, em muitos países em desenvolvimento, pela chamada “revolução verde”, a qual representava um esforço articulado dos organismos internacionais no sentido de promover a pesquisa científica e a extensão de conhecimentos em agricultura.

A análise do setor agrícola como parte de um complexo agroindustrial foi primeiro proposta por John Davis e Ray Goldberg, da Universidade de

Harvard (DAVIS; GOLDBERG, 1957). Davis e Goldberg (1957) atribuíram o termo *agribusiness* ao conjunto de relações intersetoriais da agricultura. Formalmente, o *agribusiness* foi definido como: “a soma total de todas as operações de produção e de distribuição de suprimentos agrícolas; as operações de produção nas unidades agrícolas; e o armazenamento, o processamento e a distribuição dos produtos agrícolas e itens produzidos com eles” (NUNES; CONTINI, 2001). A base teórica da noção de complexo agroindustrial proposta por Davis e Goldberg (1957) é derivada do conceito de matriz de insumo-produto de Leontief. Esse enfoque enfatiza a questão da dependência intersetorial ao longo da cadeia produtiva (ZYLBERSZTAJN, 2000). Assim, o complexo agroindustrial é visto como um sistema em que as partes apresentam uma interdependência orgânica.

A Figura 1 mostra um esquema da cadeia produtiva agroindustrial desde o fornecedor de insumos para a agricultura até o consumidor final. Os elos da cadeia produtiva agroindustrial são coordenados de acordo com as relações estabelecidas pelo sistema de preço (mercado) e pela interferência das políticas públicas (governo). De acordo com Williamson (1996), as cadeias produtivas organizam-se segundo os seguintes níveis: a) mercado; b) híbrido; e c) hierarquia. No nível de mercado, as transações de compra e venda entre os agentes econômicos ocorrem em mercado livre. Não há acerto prévio com relação a preço, quantidade ou qualidade do produto. No nível híbrido, as relações são dadas através de contratos em que as condições das negociações são previamente definidas. No nível referido como hierarquia (integração vertical), todos os elos da cadeia produtiva estão sob a mesma administração.

O processo de coordenação na cadeia produtiva dos derivados de cana no Estado de Alagoas pode ser, em geral, comparado a um *continuum*, que vai desde as transações em mercado livre até a integração vertical, passando pelos contratos, alianças estratégicas e cooperações formais. Na produção de cana e seu processamento em cachaça, os engenhos podem comprar a cana utilizada (mer-

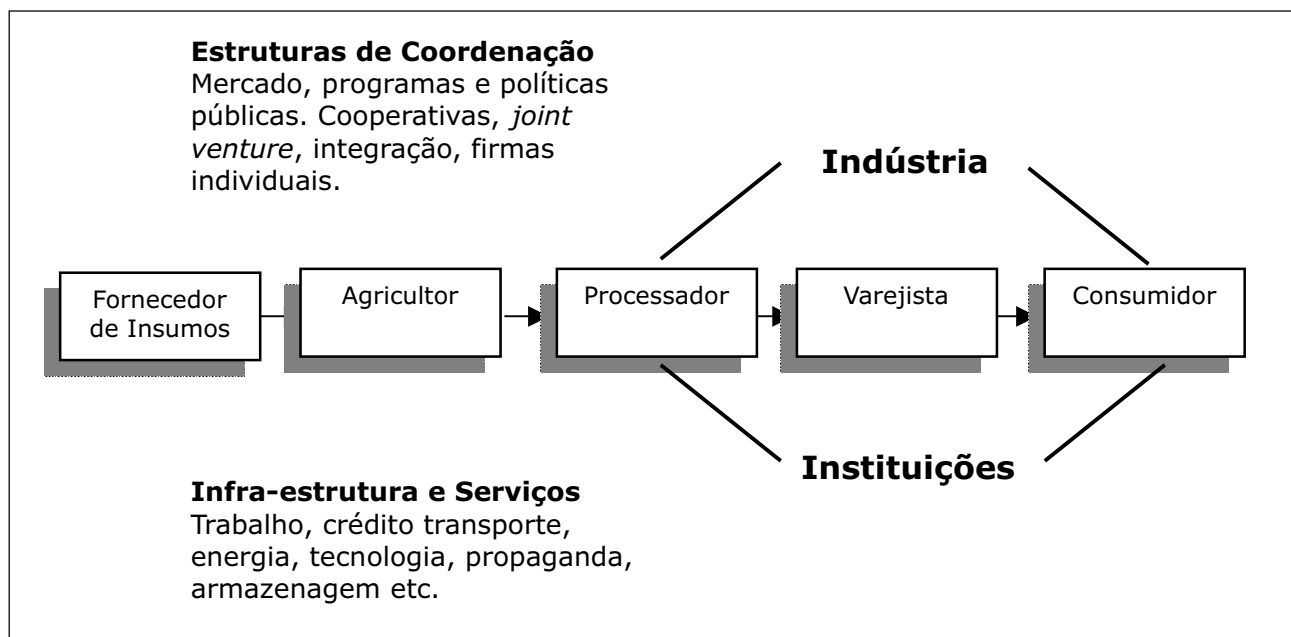
cado livre), fazer acordos de “meia” (contratos) ou plantar na própria fazenda (integração vertical). A configuração do processo de coordenação, no entanto, pode mudar de acordo com o estabelecimento de políticas que influenciem os fatores determinantes da coordenação vertical. A competência administrativa das firmas, por exemplo, pode mudar com um programa de treinamento, o que pode influenciar na decisão do tipo de coordenação na cadeia produtiva.

## 2.2 – Descrição da Cadeia Produtiva da Cachaça

A cadeia produtiva da cachaça nas Alagoas é distinta da praticada na Zona da Mata e no Brejo. Na Zona da Mata, no presente, excluído o complexo usineiro, existem pequenos engenhos produtores de cachaça, mas com possibilidades de ampliação do elenco de produtos: açúcar mascavo orgânico, mel-de-engenho, rapaduras em tablete, puras ou com castanha de caju, goiaba, coco e leite. No momento, existem apenas sete engenhos na Zona da Mata produzindo cachaça, localizados nos municípios de Coruripe, Teotônio Vilela, Marechal Deodoro, Novo Lino, Joaquim Gomes, Colônia Leopoldina e Porto Calvo, como já mencionado, e um

engenho comunitário em Água Branca. O complexo usineiro é voltado para a produção de açúcar e de álcool, mas com incursões recentes na produção de açúcar mascavo orgânico. Vários outros produtos, como açúcar líquido, glacê, açúcar orgânico, açúcar *light*, baseado na mistura com adoçantes artificiais, como sucrose e aspartame, aproveitamento de subprodutos, como levedura, torta de filtro, melaço, óleo fusel e bagaço e co-geração de energia, além de produção de álcool para bebidas e cosméticos e de álcool gel (VIAN, 2002), começam a ser produzidos no sul do país e aos poucos vêm sendo adaptados ao Estado de Alagoas.

Neste estudo é excluído o complexo usineiro. A exclusão desse complexo, apesar de envolver pequenos fornecedores de cana, deve-se a ser cadeia de grande produção, em contraste com a de pequena produção voltada exclusivamente para a cachaça, a rapadura, a batida e outros produtos, quase artesanais. A análise da diversificação da grande produção da cana, em São Paulo, mostra-a voltando-se para produtos orgânicos e naturais, como o açúcar mascavo, antes exclusivos da pequena produção. Mostra também que co-existiram a grande e a pequena produção de cachaça.



**Figura 1 – Representação do complexo agroindustrial**

Fonte: Adaptado de Zylbersztajn (2000).

A competição entre a grande e a pequena produção é questão de destaque na teoria econômica. Muitas análises têm sido desenvolvidas, visando identificar nichos específicos da pequena produção ou características do processo produtivo e do consumo que lhe confirmam vantagens competitivas (OSÓRIO, 1986). De modo geral, essas análises têm indicado que os mercados são diferenciados: a grande produção buscando o consumo de massa e a pequena produção ocupando nichos, sejam os voltados para produtos de consumo mais exclusivo da baixa renda, ou os mais caracteristicamente artesanais com espectro de consumo mais amplo, como mais recentemente ocorre com os produtos orgânicos e as cachaças finas, ditas de grife. Essa é uma distinção a merecer aprofundamento em seções seguintes.

A cadeia produtiva da pequena produção voltada para o fabrico de cachaça na Zona da Mata é apresentada no fluxograma da Figura 2. Os produtores de cachaça utilizam predominantemente cana própria. Mas ocorre a compra de cana de outros produtores, existindo amplo mercado livre na Zona da Mata, com oferta quase ilimitada, dada a pequena dimensão do processamento. Uma vez produzida a cachaça, a mesma tanto é comercializada a granel, com representantes comerciais, como ocorre a venda direta a consumidores, embora pouco expressiva. As cachaças rotuladas são igualmente vendidas a varejistas, comerciantes ou estabelecimentos comerciais, como *delicatessens*, bares e cachaçarias.

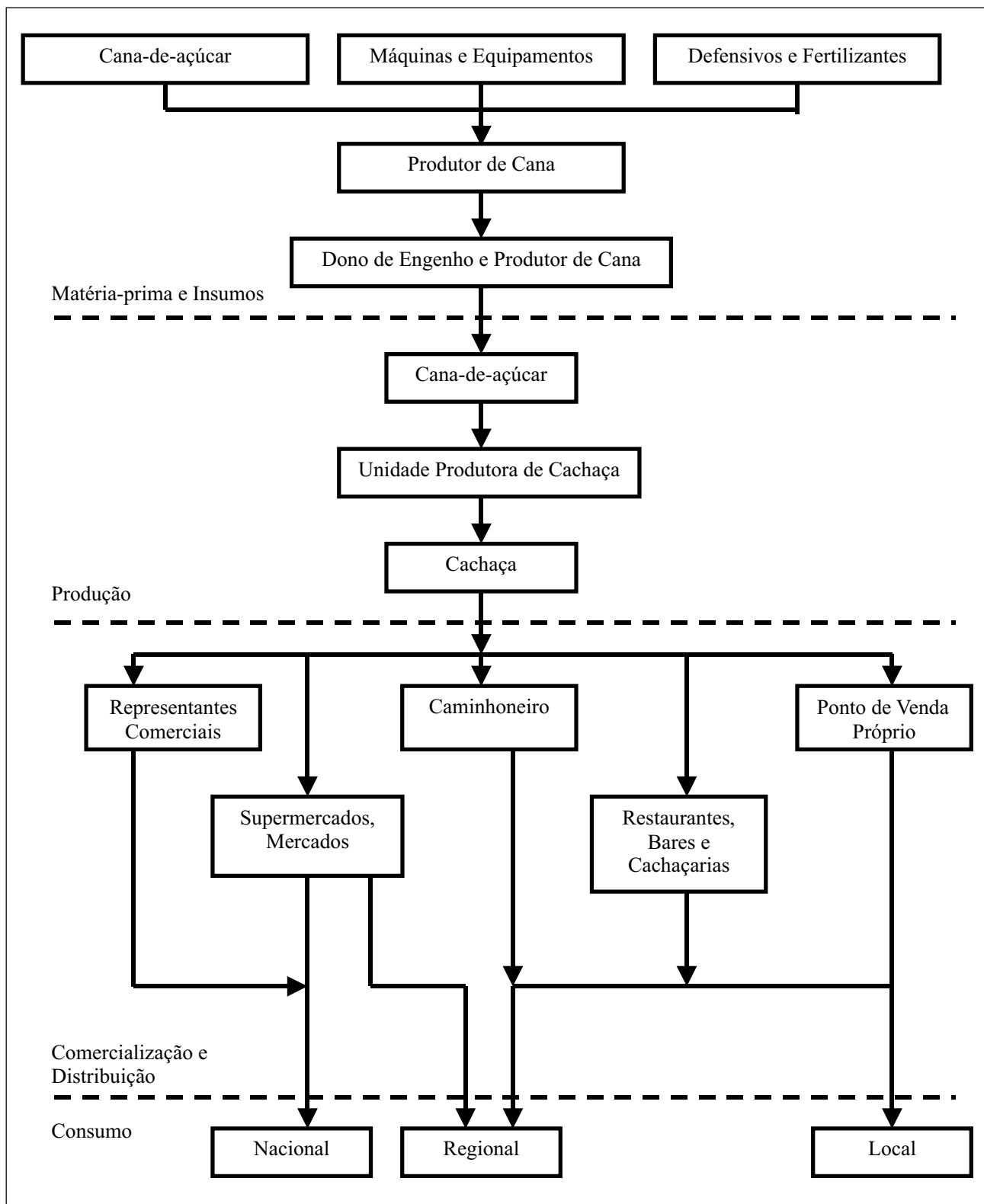
Diferentemente do que ocorre em outras regiões, em Água Branca há um número substancial de produtores de cana, fornecedores do insumo para os engenhos, quase todos voltados para a produção de rapadura. Esse arranjo, que, em princípio, parece reproduzir secular prática da Zona da Mata, tem outras motivações. Sua atividade principal não pode ser caracterizada como de fornecedores de cana, caso da Zona da Mata, mas como de plantadores de cana e eventuais fornecedores, uma vez que a cana tem como finalidade, também, a utilização como ração para a pecuária, no caso, a atividade principal de boa parte dos produtores. Em

anos de seca, a cana não é fornecida aos engenhos, reduzindo-se drasticamente os estoques disponíveis para processamento. O engenho de Água Branca é uma experiência pioneira de implantação de uma fábrica moderna, associada a cooperativa ou associação, ainda não existente, para processamento da cana de terceiros, mediante contrato de moagem. O engenho já vem funcionando, sendo de responsabilidade do dono da cana o pagamento do pessoal e outras despesas necessárias ao processamento, além de taxa correspondente às despesas fixas. Nos engenhos tradicionais, de produtores de rapadura, a cana de terceiros é moída de meia, isto é, metade da produção para o dono da cana e metade para o dono do engenho, ou comprada pelo dono do engenho por valor equivalente à meia da produção estimada.

### **2.3 – Metodologia da Pesquisa de Campo**

O trabalho de campo foi direcionado para os diversos segmentos da cadeia produtiva, visando apreender os principais pontos de estragulamento da cadeia e as suas potencialidades.

A metodologia contemplou a aplicação de questionários e a realização de entrevistas e visitas. Na cadeia produtiva, foi destacada a produção do insumo básico – a cana-de-açúcar – e o seu processamento. Dada a pequena representação das unidades processadoras, foi decidida a aplicação de questionários em todo o universo: oito produtores de cachaça nos municípios de Coruripe, Teotônio Vilela, Marechal Deodoro, Novo Lino, Joaquim Gomes, Colônia Leopoldina, Porto Calvo e Água Branca. A partir das informações sobre produtores de cana, foi obtido cadastro, do qual foi retirada amostra intencional de produtores de cana, que foram entrevistados na Zona da Mata e em Água Branca. Quanto à comercialização e ao consumo, foram entrevistados intermediários atuantes na região e visitados pontos de venda na área e na região (12 supermercados, dois mercados públicos, quatro pontos de pequeno varejo, incluindo bancas de feira, quatro lojas de produtos artesanais, três cachaçarias). Na área, foram visitadas prefeituras, entrevis-



**Figura 2 – Caracterização da cadeia produtiva da cachaça**

Fonte: Elaboração dos autores.

tadas representações da secretaria da agricultura e de agências ligadas à produção rural e agentes financeiros oficiais – Banco do Nordeste e Banco do Brasil. O conjunto de informações foi utilizado na compreensão ampla da cadeia produtiva e na percepção dos pontos fortes e fracos de cada elo estudado.

### 3 – ASPECTOS INSTITUCIONAIS

A consideração de aspectos institucionais é de fundamental importância para o desenvolvimento do setor de derivados de cana-de-açúcar no Estado de Alagoas e na Região Nordeste. Isto porque o referido setor tem seu desenvolvimento limitado por fatores relacionados a aspectos institucionais, tais como falhas de mercado, tecnologia de produção, política tributária, dentre outros. A elaboração de políticas de desenvolvimento para este setor requer o entendimento do ambiente institucional subjacente e sua influência nos mecanismos de governança<sup>2</sup> das relações entre os agentes econômicos (relações contratuais, acordos informais etc.). Da mesma forma, é importante entender como o comportamento dos agentes econômicos influencia e é influenciado pelos mecanismos de governança. O arcabouço analítico proposto no presente trabalho segue os conceitos da Nova Economia Institucional (NORTH, 1986).

De acordo com WILLIAMSON (1996), os mecanismos que governam as relações contratuais em uma cadeia produtiva dependem do ambiente institucional, por um lado, e do comportamento dos indivíduos, por outro. O ambiente institucional estabelece as “regras do jogo”, como, por exemplo: o direito de propriedade, as leis e normas contratuais, a política tributária, os padrões de qualidade dos produtos, dentre outras. O ambiente institucional, no entanto, é passível de mudança, o que pode influenciar os mecanismos de governança na cadeia produtiva. Ou seja, os parâmetros de influência do ambiente institucional nos mecanismos de

governança podem mudar com o tempo. Da mesma forma, o funcionamento das relações contratuais pode influenciar mudanças no ambiente institucional. Esta influência, o modelo a entende como efeito secundário.

De acordo com o modelo proposto, os mecanismos de governança também sofrem influência do comportamento dos indivíduos. Em retorno, o processo de governança das relações contratuais exerce um efeito secundário no comportamento dos indivíduos. O modelo também estabelece a influência do ambiente institucional na atitude dos indivíduos, como um efeito secundário.

No esquema mostrado na Figura 3, as linhas cheias representam os efeitos principais e as linhas tracejadas mostram os efeitos secundários. Assim, as mudanças de parâmetros no ambiente institucional e os atributos comportamentais dos indivíduos exercem efeitos primários no funcionamento dos mecanismos de governança. Uma mudança na legislação, com relação ao estabelecimento de padrões de qualidade de produtos, por exemplo, pode exigir o estabelecimento de contratos mais rígidos e detalhados entre fornecedores e processadores em uma cadeia produtiva agroindustrial. Da mesma forma, o comportamento oportunista dos indivíduos pode estabelecer como regra a realização de contratos formais, ao invés dos acordos informais, na compra e venda de produtos e insumos em uma cadeia produtiva agroindustrial.

O funcionamento dos mecanismos de governança pode, secundariamente, demandar mudanças na legislação ou nas normas preestabelecidas no ambiente institucional. Não é incomum o ambiente institucional mudar para facilitar a relação entre os agentes econômicos. Os indivíduos podem também mudar de comportamento como resultado de um processo de aprendizado de experiências com os mecanismos de governança ou de adaptação ao ambiente institucional. Esse processo é referido na Figura 3 como formação das preferências endógenas.

Com relação aos aspectos de produção, um dos problemas que os produtores enfrentam é o pro-

<sup>2</sup> Por mecanismos de governança, entendem-se os aspectos institucionais, como instituições, políticas, regulamentos e leis que delimitam o espaço de funcionamento dos mercados.

duto adulterado vendido como puro. A cachaça misturada com outros produtos não classificados como cachaça de cana provoca dois problemas principais. O primeiro é que pode fazer mal à saúde de quem a bebe, causando danos à imagem da cachaça. O segundo é que o produto adulterado é geralmente mais barato, o que cria uma concorrência desleal com os produtores da cachaça não-adulterada. Esse caso é típico da ação de agentes oportunistas na cadeia produtiva da cana. Essa prática gera desconfiança com relação à cachaça e exige relações contratuais mais rígidas com relação aos padrões de qualidade. Ou seja, os mecanismos de governança são alterados. Da mesma forma, o ambiente institucional (Ministério da Agricultura, secretarias de saúde etc.) deve responder com fiscalizações mais frequentes e imposições de padrões mais rigorosos.

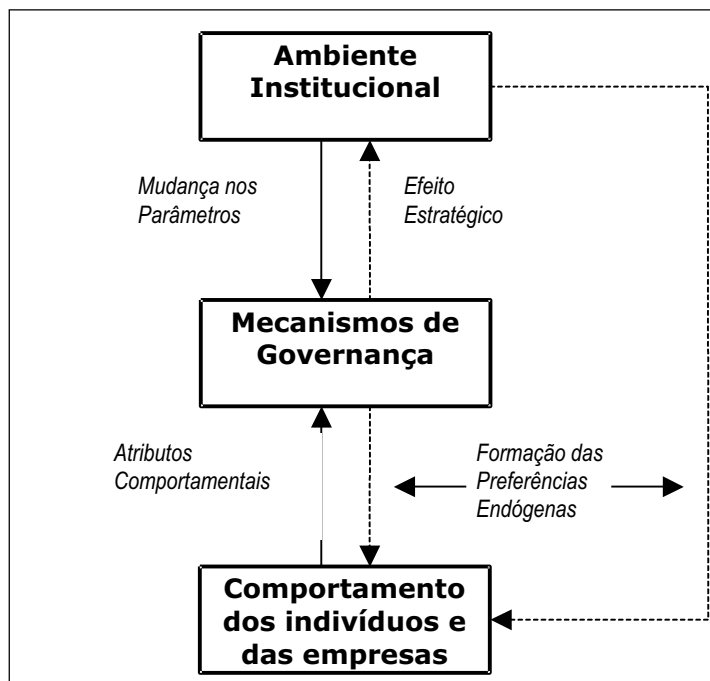
Alguns aspectos institucionais de maior destaque, para a produção de derivados de cana, são apresentados abaixo.

### 3.1 – Organização da Produção

Excetuando-se o açúcar e o álcool, a produção de derivados de cana-de-açúcar no Estado de Alagoas é realizada, em geral, por pequenos e mé-

dios produtores. A cachaça é um produto de maior valor agregado que outros derivados da cana-de-açúcar e enfrenta concorrência da produção em grande escala. Fatores como a inexistência de marca, o baixo nível de padronização e a pequena escala de produção fazem com que o produtor de cachaça enfrente dificuldades na concorrência com os grandes produtores. O associativismo poderia ter um papel fundamental para superar alguns desses problemas. Ainda que os produtores mantivessem a produção individual, o associativismo poderia ter um papel importante nos processos “depois da porteira”. Ou seja, na fase de padronização e comercialização do produto. Alguns produtores de cachaça, por exemplo, não envelhecem o produto porque não têm barris. Outros não têm marca registrada no Ministério da Agricultura porque não têm recursos para atender exigências sanitárias ou mesmo desconhecem essas exigências. Assim, é importante uma associação de produtores forte e o apoio de instituições governamentais e organizações não-governamentais (ONGs) que atuem como suporte ao processo de organização da produção.

A associação de pequenos e médios produtores em região rural pobre enseja a penetração no



**Figura 3 – Esquema de Governança**

Fonte: Adaptado de Williamson (1996).



*fair trade*, ou seja, a comercialização da produção dessas áreas, em países mais desenvolvidos, com apoio de ONGs, justifica a cobrança de preços mais elevados, em face de características de diferenciação dos produtos e dos produtores, incluindo nível de renda mais baixo e produção adequada ao meio ambiente, erradicação de trabalho infantil, entre outros possíveis aspectos.

### 3.2 – Financiamento e Crédito

O problema do financiamento da produção é, em geral, reclamado como de fundamental importância para produtores rurais, em especial os pequenos. A demanda por crédito tem uma importância especial, porque o registro da marca no Ministério da Agricultura exige um padrão sanitário no processo produtivo, que, geralmente, requer investimentos de infra-estrutura de produção.

Os bancos, historicamente, são as instituições que concedem linhas de crédito para a produção. Um dos problemas que a agricultura enfrenta é a concorrência no que se refere às taxas de retornos de investimentos concorrentes. Ou seja, sendo a agricultura, e em especial a pequena produção, uma atividade de baixo retorno, a alocação de crédito destinado à produção agrícola no mercado financeiro é reduzida. Nesse sentido, é de fundamental importância a alocação de linhas de crédito diferenciadas, isto é, com taxas de juros mais baixas, para alavancar o setor. É importante, no entanto, que o planejamento do desenvolvimento do setor tenha como objetivo a sua sustentabilidade financeira. Ou seja, o crédito e outras formas de incentivos devem ser reduzidos à medida que o setor se desenvolve.

Os bancos oficiais, operando na área, não têm linhas de financiamento para a cana-de-açúcar voltada para a produção de cachaça e outros derivados. Embora o Banco do Nordeste financie a atividade, entrevistas com gerentes locais esclarecem que esta não é uma prioridade na área pesquisada. Esta vem a se constituir em uma das maiores restrições para o funcionamento adequado da cadeia produtiva.

### 3.3 – Estabelecimento de Padrões de Qualidade

O estabelecimento de padrões mínimos de qualidade é uma política de fundamental importância para o desenvolvimento do setor de cachaça. O estabelecimento de padrões de qualidade deve atender não só à demanda como também às exigências do Ministério da Agricultura no que se refere à concessão do selo de marca. No caso dos produtores que objetivam o mercado externo, os padrões a serem atingidos são os do mercado internacional que, de uma maneira geral, são mais exigentes.

Além dos padrões básicos de qualidade, os produtores de cachaça podem estabelecer padrões de produtos que se diferenciam pela qualidade superior e denominação de origem. Dessa forma, o produto pode ser diferenciado do padrão médio e identificado com uma determinada região de produção, podendo atingir um valor mais elevado no mercado. Essa diferenciação, no entanto, requer investimento, tempo e regularidade. A cachaça de Minas é um exemplo de denominação de origem com padrão diferenciado de qualidade. Esse tipo de produção privilegia mais o elevado padrão de qualidade e a regularidade desse padrão do que a escala de produção. Como exemplo de caracterização de produto, pode-se sugerir que:

- não deve conter substâncias modificadoras de cor, sabor, teor alcoólico, aroma, natureza ou qualidade;
- não deve conter açúcar em quantidade superior a seis gramas por litro;
- não deve utilizar agentes fermentativos naturais e não induzir ou acelerar o processo fermentativo mediante o uso de produtos químicos de origem mineral;
- não deve ter seus componentes total ou parcialmente alterados por procedimentos que descaracterizem o conceito de método artesanal e tradicional de produção; e

- deve obedecer aos padrões de composição física e química preestabelecidos.

No caso da cachaça de Minas, convencionou-se também, como produção artesanal, aquela que não ultrapasse a 3.000 litros por dia, com alambique com capacidade máxima de 2.000 litros.

O estabelecimento de padrões superiores de qualidade e denominação de origem exige uma organização muito forte dos produtores. Especialmente, porque os custos associados ao atendimento dos padrões de qualidade superiores são elevados. Assim, é comum aos agentes econômicos a conduta oportunista. Ou seja, não atender os padrões estabelecidos e tentar se beneficiar do selo de qualidade ou da denominação de origem. É importante, dessa forma, o estabelecimento de um mecanismo de exame e certificação dos padrões de qualidade dos produtores membros da associação ou *Board*. Isto é, o mecanismo de governança das relações contratuais na cadeia produtivas deve ser definido em função das características dos indivíduos e do ambiente institucional. Assim, se os indivíduos mostrarem postura oportunista, o mecanismo de governança das relações contratuais deve ser mais estrito. Da mesma forma, se os padrões de demanda se mostrarem exigentes e a legislação for mais estrita, a estrutura de governança deve ser mais rígida.

A comercialização de cachaça adulterada, por exemplo, deverá incentivar uma maior rigidez na imposição dos padrões de qualidade do produto. No artigo 91 do decreto no. 4.072, de 3 de janeiro de 2002, a legislação define cachaça como “uma bebida com graduação alcoólica de trinta e oito a cinquenta e quatro por cento em volume, a vinte graus Celsius, obtida de destilado alcoólico simples de cana-de-açúcar ou pela destilação do mosto fermentado de cana-de-açúcar, podendo ser adicionada de açúcares até seis gramas por litro”. Essa definição assegura um padrão mínimo de qualidade ao produto comercializado.

Outro destaque diz respeito à chamada produção orgânica, isto é, sem utilização de produtos químicos, atualmente com grande apelo de mercado.

Para certificação como produção orgânica, há necessidade de eliminação de uso desde fertilizantes químicos, herbicidas e inseticidas, na produção da cana, até produtos não-orgânicos na fermentação, destilação e processamento da cachaça.

### 3.4 – Política Tributária

A cachaça é tributada somente quando engarrafada, rotulada e emitido o selo do Ministério da Agricultura. O tributo em Alagoas, para a cachaça, é de 17% sobre o valor de produção para o Imposto de Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS) e 70% sobre o valor de produção para o Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI). Tais impostos encarecem a produção de cachaça engarrafada e rotulada e dificultam o acesso aos consumidores de baixa renda, reduzindo o público consumidor de cachaça.

Em Minas Gerais, o governo do Estado incentiva a produção e comercialização de cachaça, ao reduzir o ICMS de 17% para 5%. Este apoio serve de estímulo à produção de cachaças engarrafadas e rotuladas para a venda comercial. Além disso, o IPI é dispensado para produtores de cachaça que exportam sua produção a outros países. Embora o governo federal esteja sinalizando a extinção de diferenciações entre Estados, quanto à tributação de produtos comercializados, adotando uma política uniforme para todos, o apoio deve ser feito para produtores de cachaça como estímulo ao engarrafamento e produção de bebidas de qualidade.

Para que a cachaça atinja melhores preços, porém, é necessária a emissão do selo do Ministério da Agricultura, o que possibilita a comercialização em supermercados e outros estabelecimentos. E esta emissão só ocorre com o pagamento dos devidos impostos na produção e, posteriormente, na comercialização.

### 3.5 – Pesquisa e Desenvolvimento

A pesquisa e o desenvolvimento tecnológico para a cana-de-açúcar estão concentrados no estado de São Paulo (SZMRECSÁNYI, 1979; VIAN, 2002; SAMPAIO, 1999). Com a extinção

do Instituto do Açúcar e do Alcool (IAA) e do Plançúcar, as estações experimentais, já voltadas para o apoio à produção do açúcar e do álcool, foram transferidas para universidades públicas, mas sem recursos que permitissem o seu funcionamento regular. O pouco esforço que, então, se fazia ficou praticamente paralisado. Em relação à geração tecnológica para o processamento de cachaça e outros derivados, há muito tempo pouco é feito. No entanto, diversos estudos têm constatado a importância da intervenção do Estado na área de pesquisa e desenvolvimento. A perda de competitividade da produção nordestina ocorreu em face do dinamismo da relação estabelecida entre o Estado e os produtores no Centro-Sul. Dinamismo que se reforça mesmo após a extinção do IAA e a desregulamentação do setor que ocorre na década de noventa e se completa em 1999 (VIAN, 2002). A estagnação das tecnologias empregadas nos pequenos e médios engenhos, aqui analisados, é outra face do descompromisso do Estado com essa atividade tradicional da região. A registrar, fica a iniciativa pioneira de instalação do engenho comunitário, uma tecnologia aperfeiçoada, no município de Água Branca, devido ao projeto Xingó, com apoio para o treinamento de pessoal por parte do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE).

## **4 – A PRODUÇÃO – O CAMPO E A INDÚSTRIA**

### **4.1 – A Região e a Produção de Cana**

As áreas de pequena produção de cachaça da Zona da Mata estão distribuídas entre o litoral sul e norte de Alagoas. Estão localizadas entre as diversas regiões produtoras de cana-de-açúcar e sempre próximas a usinas de açúcar. Os donos de engenho são, em grande parte, donos de médias e grandes propriedades e utilizam a cana-de-açúcar plantada em suas propriedades para a venda ou arrendamento a usinas de açúcar cristal e álcool. As características de solo e clima dessas áreas são as típicas da Zona da Mata, onde há altos índices pluviométricos e características de relevo acidentado, com a exceção do platô alagoano.

Numa região onde a monocultura canavieira é fortemente ligada à dependência das usinas de açúcar, a produção de cachaça aparece como uma solução (ou alternativa) para esta armadilha monopsonica. Conforme relatos, a produção de cachaça poderia ser uma alternativa para os produtores de cana, como uma nova fonte de renda. Ao mesmo tempo, esta alternativa não representaria um risco para os donos de usina, visto que a cachaça e os produtos das usinas (açúcar refinado e álcool) têm mercados consumidores diferentes. Além disso, a quantidade de cana-de-açúcar usada para a produção de derivados é uma parcela muito pequena da quantidade produzida atualmente em Alagoas.

### **4.2 – O Segmento Agroindustrial**

A tecnologia utilizada na produção de cana destinada aos engenhos de cachaça é a mesma que a utilizada na produção destinada às usinas de açúcar e álcool. Alguns donos de engenho relatam o fato de não utilizarem adubos químicos e/ou fertilizantes em determinadas áreas utilizadas para os engenhos. Mas, em sua maioria, as variedades utilizadas na produção de cana refletem aquelas de última tecnologia. Arados mecânicos são utilizados junto com tratores e outros equipamentos.

A rotina no campo segue as normas empregadas no cultivo moderno de cana-de-açúcar voltado para usinas. As propriedades são de médio a grande porte, com um tamanho mínimo de 20 hectares, mas chegando até a 1.300 hectares. Quase toda a área dessas propriedades é plantada com cana e apenas uma parte é destinada aos engenhos. Essa parte é cortada sem queimadas e, em muitos casos, não recebe produtos químicos ou fertilizantes (de acordo com donos de engenho entrevistados). A cana é transportada para o engenho em animais, através dos cambiteiros, em carros de boi, ou em tratores.

Na Zona da Mata, em um hectare de plantio de cana-de-açúcar, produzem-se até 70 toneladas de cana. Essa cana-de-açúcar, quando processada nos engenhos, geralmente, rende 100 litros de cachaça por tonelada. Somente um dos entrevistados

reportou uma produtividade de apenas 70 litros de cachaça para cada tonelada de cana processada.

A tecnologia utilizada nos engenhos é tradicional em alguns casos, mas semi-industrial em outros. Apesar de alguns engenhos já terem produzido rapadura no passado e de as instalações para o processo produtivo da rapadura ainda estarem disponíveis, a cachaça é o único produto processado e comercializado regularmente. O processo produtivo da cachaça é mostrado no fluxograma da Figura 4.

A Tabela 1 apresenta as divisões de trabalho na produção de cachaça de acordo com denominação, função e remuneração de cada trabalhador. A moagem é processada com ternos que têm uma capacidade de prensagem alta, na maioria dos engenhos. As moendas são em sua maioria movidas a eletricidade, mas há destaque para uma moenda d'água, usada em engenho localizado ao sul de Alagoas, em propriedade próxima ao município de Teotônio Vilela. O caldo extraído é decantado e segue para as dornas de fermentação (são quatro em geral), onde ficam por alguns dias e recebem fermento para acelerar o processo. As dornas são, em sua maioria, feitas de aço, mas já surgem as de resina ou de fibra de vidro em alguns casos. Após terminado o processo de fermentação, o caldo é transferido para o alambique, geralmente feito de cobre e aço, para o processo de evaporação e condensação (destilação). A cachaça tem três fases (em que o teor alcoólico varia): cabeça, meio e cauda. Somente a cachaça do meio é a comercializada. A chamada cachaça de cabeça é mais forte, sendo, em alguns casos, misturada e re-distilada. Ela contém também substâncias que se volatilizam a temperatura mais baixa que para o etanol. A cachaça de cauda, também chamada caxixi, pode ter maior quantidade de água, que evapora a maior temperatura que para o álcool. O vinhoto remanescente não é comercializado, mas apenas utilizado pelos proprietários de engenhos para alimentação do gado.

Apenas um estabelecimento entrevistado faz o envelhecimento da cachaça em barris de madeiras nobres para o posterior engarrafamento e venda. Neste processo, a cachaça fica armazenada por

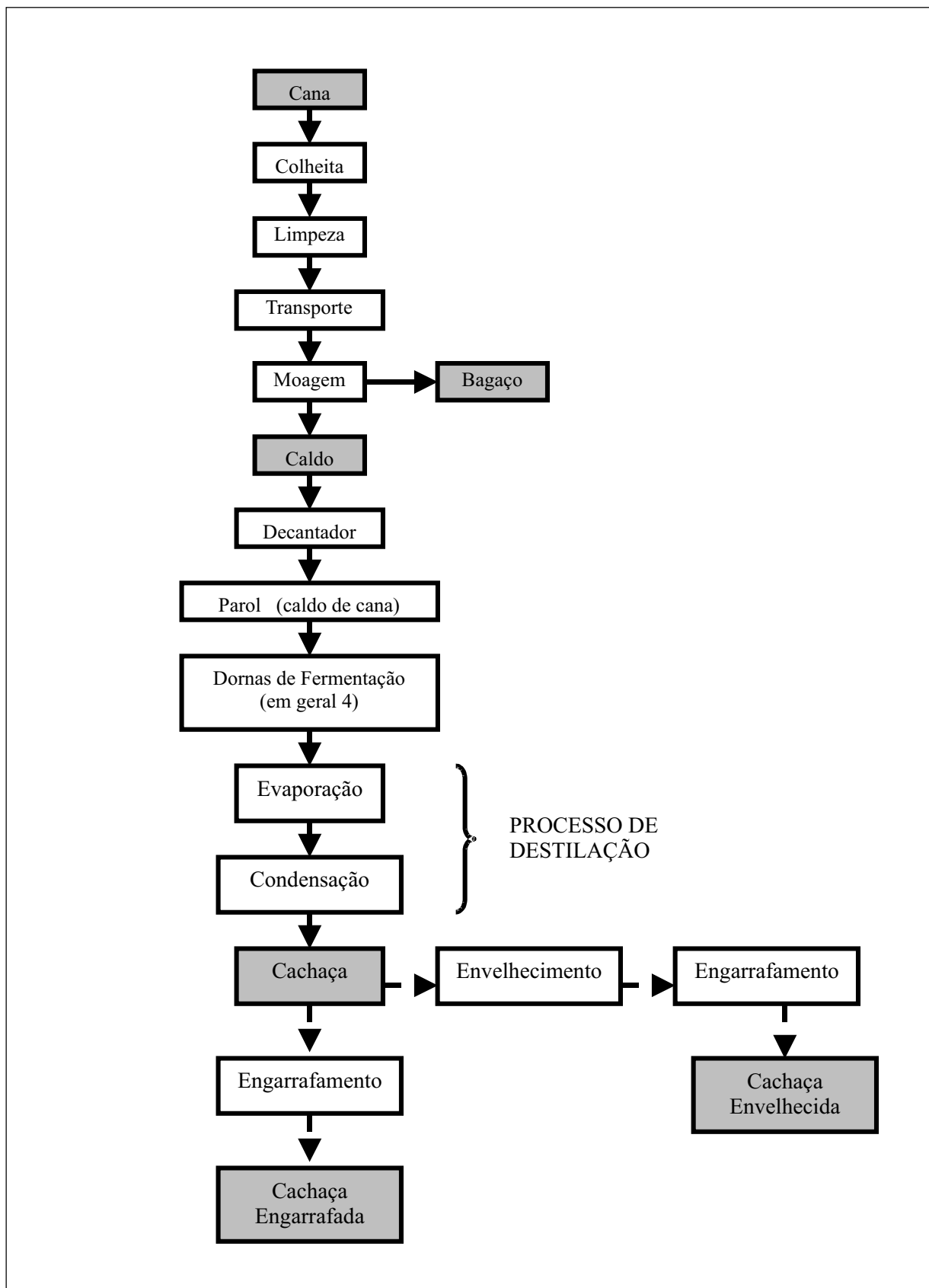
períodos de 3 a 6 meses em barris, adquirindo coloração e maturação. Após terminado o período, a cachaça “envelhecida” é misturada com cachaça recém-distilada (para diminuir o tom forte de coloração) e engarrafada.

Apenas uma linha de produção está implantada em cada engenho, com exceção do engenho semi-industrial localizado em Novo Lino, que possui linhas distintas de processamento para a cachaça. A quantidade de cachaça processada nos engenhos, em 2002, variou de 15.000 a 42.000 litros/ano. Em geral, os engenhos moem por nove meses, de setembro a maio; alguns moem por diversos dias por semana, enquanto outros moem enquanto há demanda por cachaça. O sistema de moagem utiliza mão-de-obra tipicamente permanente nos engenhos, ou seja, ela trabalha nos engenhos ao longo do ano todo. Apesar de a grande maioria dos engenhos entrevistados não estar em funcionamento, aqueles que estavam moendo utilizam cana colhida no mesmo dia.

### **4.3 – Eficiência da Produção e Perspectivas**

As vantagens na produção de cachaça encontram-se, em relação ao insumo básico e ao processo de produção, na fácil disponibilidade de insumos, já que todos os engenhos processam a cana-de-açúcar oriunda dos próprios estabelecimentos (não há moagem de meia). Também, no baixo custo de produção, com mão-de-obra que, apesar de intensiva, é de fácil disponibilidade, e na estocagem prolongada e fácil do produto acabado.

As desvantagens são oriundas do processo produtivo em si. Para a produção orgânica, não deve haver utilização de adubos químicos na produção de cana. Apenas alguns donos de engenho reportaram não utilizar fertilizantes ou adubos químicos na cana-de-açúcar moída para produção de cachaça. Além disso, a destilação requer um investimento relativamente alto, impossibilitando alguns dos produtores quanto a melhorias tecnológicas da produção e/ou ampliação da capacidade produtiva. Na fase final de produção, em relação ao processamen-



**Figura 4 – Processo produtivo da cachaça e cachaça envelhecida**

Fonte: Elaboração própria

**Tabela 1 – Mão-de-obra (por especialização) utilizada em pequenos engenhos na Zona da Mata**

Função	Descrição	Nº de Trabalhadores por Engenho	Remuneração Média(R\$)
Cortador de cana	Corta e leva a cana para o veículo de transporte	6-10	15 / Dia
Cambiteiro	Transporta a cana para o engenho	1	8-12 / Dia
Metedor de cana	Coloca a cana no terno de moendas	1	8 / Dia
Tirador de bagaço	Retira o bagaço moído	1	8 / Dia
Bagaceiro	Espalha o bagaço para secagem	1	8 / Dia
Metedor de fogo	Coloca o bagaço no fogo para realizar o cozimento do caldo destilado	1	8-15 /Dia
Mestre de destilação	Controla o processo de fermentação e destilação	1	1-1,5 Salário mínimo

Fonte: Elaboração própria

to, os engenhos não fazem engarrafamento padronizado, ou regulamentado pelo Ministério da Agricultura. Isto faz com que a produção seja vendida a preços abaixo de seu potencial diferenciador. Este fato une-se à adulteração feita por concorrentes, que misturam a cachaça produzida pelos engenhos com água e álcool para a revenda. Em conjunto, associado à já incipiente estrutura de mercado, prejudicam a rentabilidade do setor. Porém, novamente, é constatado que o investimento em regulamentação pelo Ministério da Agricultura é alto para aqueles que não detêm capital próprio.

Outra desvantagem, no âmbito das relações de mercado, está na falta de iniciativas e investimentos em *marketing* e propaganda da cachaça. Esta falta de investimentos é consequência natural da não-regulamentação do engarrafamento e rotulagem para obtenção de selo do Ministério da Agricultura por parte dos produtores. Como a maior parte da cachaça produzida não possui selo, com exceção da cachaça de marca JG, não é possível comercializá-la em supermercados, bares e cachaçarias, ou vendê-las para outros Estados legalmente. Conseqüentemente, investimentos em divulgação e *marketing* não são possíveis, pois grande parte do mercado potencialmente consumidor está deixado de fora.

Quanto ao ambiente institucional, conforme destacado pelos entrevistados, a maior desvanta-

gem é a falta de linhas de financiamento para modernização dos engenhos e implementação de padrões de higiene e qualidade que permitam a emissão de alvarás e selos do Ministério da Agricultura. Sem o selo do Ministério da Agricultura e o código de barras, o engarrafamento é ilegal e a cachaça não pode receber um valor diferenciado. Assim, ela tem que concorrer com a cachaça adulterada, proveniente de destilação de álcool hidratado. Além disso, quando a cachaça é vendida sem o selo do Ministério da Agricultura, a vantagem do envelhecimento, que poderia ser uma fonte de agregação de valor, praticamente desaparece.

## 5 – A COMERCIALIZAÇÃO

Na área da Zona da Mata, atualmente, a cachaça é produzida apenas por alguns engenhos. A cachaça é vendida em sua grande maioria a granel, com exceção do engenho do Sr. Gomes, localizado no município de Joaquim Gomes, que engarrafa a cachaça em recipientes de 1 litro, nas versões “branca” e “envelhecida”. A cachaça é denominada JG, e também pode ser vendida em pequenos barris de madeira, comprados sob encomenda.

A cachaça vendida a granel por outros engenhos segue os padrões tradicionais de produção, havendo pouco controle de qualidade, ou das condições de higiene na sua produção e comercialização. A pes-

quisa de campo determinou que o controle do teor alcoólico encontrado na cachaça é o único padrão imposto como nível de qualidade a ser seguido. Os medidores de teor alcoólico também servem para separar a cachaça que é comercializada daquela denominada “de cabeça” ou “água fraca”.

A cachaça é armazenada em tanques improvisados de fibra de vidro ou cimento, às vezes destampados. Apesar de não reportado, perdas devem ocorrer durante os períodos de estocagem prolongada. A cachaça JG, porém, obedece a um padrão de estocagem do produto diferenciado, por apresentar maior higiene e utilizar barris de madeira com controle de datas específicas para o envelhecimento.

O transporte do produto é feito pelos próprios compradores em caminhões e automóveis de cidades vizinhas ou próximas a Maceió. Há registros de compradores em caráter esporádico de outras regiões mais distantes, como Bahia e Pernambuco, mas em menor quantidade. Apenas um produtor menciona negociações inacabadas de fornecimento da cachaça para engarrafadores maiores, caso da Pitu, em Pernambuco. Por outro lado, a cachaça JG é vendida em casas de produtos requintados no Rio de Janeiro e em cachaçarias em Maceió.

A cachaça de marca JG é engarrafada com vasilhames fornecidos pela cerâmica Brennand, do Recife – PE, e utiliza tampas de plástico encomendadas a fornecedor do Rio de Janeiro. Por sobre a tampa, o selo do Ministério da Agricultura garante a procedência do produto. Além disso, o código de barras obtido pela marca JG permite uma maior diversificação de tamanhos de garrafas e variedades de cachaças.

A cachaça é comercializada por preços que variam de R\$ 0,50 a R\$ 1,50 por litro, quando vendida a granel, não engarrafada. Alguns donos de engenho vendem-na a preços ainda mais reduzidos, quando o comprador demanda grandes quantidades. Já a cachaça engarrafada é vendida a R\$ 3,00 por litro, na versão branquinha, e a R\$ 4,00 por litro, na versão envelhecida. Um dos entrevistados informou que, em 2003, não produziu cachaça por-

que o preço que lhe foi oferecido pela cachaça era de R\$ 0,50 o litro, enquanto que seu custo de produção estava em R\$ 0,70. Para chegar a este valor, ele informou que o preço pago pela tonelada de cana-de-açúcar nas usinas era de R\$ 50,00 (resultando em R\$ 0,50 por litro de cachaça), e que o custo de produção de cachaça era de R\$ 0,20 por litro. Além disso, a reclamação é acrescida pelo fato de que os compradores de sua cachaça a diluem com água e álcool, vendendo-a em botequins pelo mesmo preço comprado. O fato de engarrafar e rotular a cachaça com o selo do Ministério da Agricultura amplia o horizonte de mercado a ser atingido por esse produto de Alagoas. A cachaça de marca JG, por exemplo, já é comercializada em cachaçarias, lojas de queijos finos e frios, *delicatessens*, pequenos supermercados, restaurantes, casas noturnas e bares. O entrevistado reportou que compradores do Rio de Janeiro pagam R\$ 7,00 e R\$ 8,00 por litro para as cachaças branquinha e envelhecida, respectivamente.

Em resumo, a cachaça vendida a granel é pouco atrativa para os produtores e condiz com o pequeno número de produtores, na atualidade. A cachaça rotulada e envelhecida confere lucratividade e abre novos canais de comercialização, ainda pouco conhecidos na área.

## 6 – O CONSUMO

O mercado de cachaça é segmentado. Existe um mercado tradicional, associado ao consumo de um produto não diferenciado, de baixo preço. É consumida pela população mais pobre e sofre forte concorrência de grandes produtores nacionais, que compram a produção nos alambiques, misturam e comercializam com seu rótulo próprio. Os dados publicados referentes ao consumo de cachaça nas Pesquisas de Orçamento Familiar do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) englobam as cachaças produzidas em massa por grandes engarrafadoras, além das cachaças finas e envelhecidas, provenientes, em grande parte, de engenhos (IBGE, 2003). Portanto, os dados referentes ao consumo não refletem o consumo específico apresentado neste estudo.

Dada a dificuldade de obtenção de licença para engarrafar, muitos pequenos produtores submetem-se a vender sua produção a granel, para essas grandes engarrafadoras. Mas existe um outro espaço a ser explorado. De fato, é um espaço já descoberto pelo norte de Minas e, mais recentemente, pelo Brejo Paraibano e produtores dispersos. É o espaço das cachaças finas, de grife, que, pela escassez e pelo *marketing*, vêm conseguindo preços elevados. A formação de uma associação e o apoio a esses pequenos produtores pode auxiliar em estabelecer um pólo no Estado. Esse mercado está em expansão não só no âmbito interno, ligado a um produto nacional de qualidade, consumido nos estratos A e B, mas também no externo, ávido de bebidas exóticas de qualidade.

O mercado externo parece bastante promissor. Em 2002, foram exportados mais de 10 milhões de litros, sendo a Alemanha o destino de cerca de um quarto das exportações (ANDRADE, 2002). O mercado externo absorve, predominantemente, a cachaça tradicional, branca, que é consumida misturada, como no preparo de caipirinha. Mas há um espaço em expansão para a cachaça envelhecida, que é bebida pura ou gelada, à semelhança do licor. Comparativamente a outras bebidas típicas como o rum, a tequila e a vodka, o consumo de cachaça é ainda muito pouco expressivo, uma boa indicação do mercado a ser conquistado.

## 7 – CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

A cachaça produzida na Zona da Mata apresenta características de expansão para uma produção de qualidade. Isto é, os engenhos que estão instalados podem vir a se tornar produtores de uma bebida diferenciada, com agregação de valor para venda no mercado interno, mas em quantidades reduzidas. O mercado de cachaça produzida em larga escala e sem diferenciação já está saturado, com a concorrência de marcas nacionais. Portanto, o potencial a ser explorado para a cachaça de Alagoas está na diferenciação de produtos com qualidade superior e preços que diferenciam o produto.

A ausência de uma associação dos produtores de cana e donos de engenho, como a Cooperativa dos Produtores de Cana e Donos de Engenhos de Alagoas (COOPERA), limita as possibilidades de estabelecimento de uma política comum de expansão do setor e de negociações com entidades fornecedoras de crédito, como o Banco do Brasil, Banco do Nordeste e outros, tendo em vista que os agentes destes bancos e o crédito fornecido vêm com maior facilidade para cooperativas e associações que para indivíduos.

Destaca-se a importância de designação de uma região controlada para a produção de cachaça proveniente de Alagoas que delimite o mercado para a diferenciação de um produto tipicamente de Alagoas, conferindo maior competitividade ao setor.

Os donos de engenho necessitam adaptar suas instalações para seguir os padrões requeridos pelo Ministério da Agricultura para a rotulação e engarrafamento das diversas “marcas” de cachaça, visando à produção de cachaças diferenciadas. Investimentos são novamente necessários para atender às exigências do Ministério da Agricultura e possibilitar a emissão do selo que permite a comercialização da cachaça engarrafada e rotulada.

Adicionalmente, os donos de engenho necessitam associar-se para melhor exercerem *lobby* junto às Secretarias da Indústria e Comércio e da Agricultura, através das recém-criadas Células do Desenvolvimento Econômico, para receberem reduções e/ou isenções de impostos para a produção de cachaça. Chama-se a atenção para o exemplo da cachaça produzida em Minas Gerais, que paga ICMS de 5%, ao invés de 17% como cobrado em outros Estados.

Ao lado da criação de associação e estabelecimento de zoneamento da região produtora, parcerias devem ser formadas para investimento em *marketing* e divulgação das diversas cachaças da Zona da Mata de Alagoas. Degustações em cacharias, bares e restaurantes devem ser promovidas. Do mesmo modo, concursos anuais de qualidade de cachaça em feiras específicas do produto, em



que prêmios são fornecidos àquelas cachaças que apresentam melhor qualidade; investimentos em embalagens diferenciadas devem ser feitos para também conquistar mercados de Classe A e B, que pagam um preço diferenciado por cachaças de qualidade, além de outras medidas de *marketing* que promovam o produto.

O investimento na produção reconhecida de cachaça orgânica deve ser pensado. Alguns donos de engenho que possuem produção de cana em propriedades próprias relatam não colocarem adubos químicos ou pesticidas em áreas de cana-de-açúcar específicas para a produção de cachaça. Essa cachaça pode vir a ser considerada orgânica, se devidamente inspecionada e reconhecida por órgãos competentes que emitem selos reconhecidos universalmente. A cachaça orgânica tem um potencial de *marketing* a ser explorado.

O envelhecimento da cachaça, processo atualmente conduzido por apenas um produtor em Alagoas, representa um potencial diferenciador de preços a ser explorado. A cachaça envelhecida tem gostos e colorações diferentes, mas o processo de envelhecimento deve ser feito com padrões de qualidade e métodos específicos de produção, podendo ser seguidos modelos de produção de outros Estados produtores. A participação de entidades de pesquisa pode e deve auxiliar no melhoramento de técnicas de envelhecimento da cachaça.

Ainda no âmbito da pesquisa e desenvolvimento de novos produtos, recomenda-se que instituições de pesquisa desenvolvam novos tipos de produtos derivados da cachaça, como a cachaça “azuladinha” – produzida com a infusão de casca de banana e folhas de tangerina – e cachaças bidestiladas, que emitem odores de frutas ou detêm paladares específicos. Um exemplo a ser seguido é a produção da cachaça bidestilada com odor de frutas, como o cajá. A participação de produtores de cachaça é essencial no desenvolvimento desses novos produtos.

Alguns dos engenhos visitados na Zona da Mata têm potencial turístico altíssimo. Essa alternativa surge mais uma vez como agregadora de valor à cachaça

produzida na Zona da Mata. Alguns engenhos possuem instalações facilmente adaptáveis à construção de hotéis e pousadas campestres que propiciam, na Zona da Mata, uma viagem aos períodos passados da cultura e economia alagoana. Devido à proximidade da Região Metropolitana de Maceió e das praias do litoral alagoano, os engenhos também podem ser adaptados para a visita de turistas que desejam, ao virem para um engenho, presenciar a produção da cachaça e levar amostras da cachaça produzida no local.

Numa instância futura, pode-se pensar em investimentos na cachaça típica para exportação. A diferença dos produtos exportados para países da União Européia, como a Alemanha, é que a cachaça comprada por eles não tem um padrão de qualidade muito alto e é utilizada para a confecção de “caipirinhas”. Missões de divulgação com o apoio do Ministério da Indústria e Comércio (MDIC) – através da Agência de Promoção às Exportações (APEX) e a contrapartida do SEBRAE e produtores de cachaça – poderão abrir novos pontos comerciais nos Estados Unidos da América ou União Européia. Neste caso, porém, recomenda-se que o produto a ser exportado seja este mesmo de qualidade, a ser desenvolvido entre os produtores da Zona da Mata de Alagoas.

A produção de cachaça na Zona da Mata de Alagoas, apesar de não apresentar potencial de expansão em larga escala, tem características de indústria que pode co-existir competitivamente com outros produtos. A Cachaça da Zona da Mata de Alagoas destaca-se por ser um produto de qualidade que pode vir a fazer de Alagoas uma região reconhecida no âmbito nacional como produtora de cachaças envelhecidas e diferenciadas. Isto ocorre por ser um mercado onde há um número reduzido de engenhos, que, ao receberem o devido apoio institucional, político e econômico, podem atingir esse mercado ávido por produtos de qualidade. O atual presidente do BNDES, por exemplo, destaca, entre os objetivos do banco, o incentivo ao desenvolvimento de consórcios que envolvam pequenas e médias empresas, principalmente, quando voltadas para o mercado externo (INFORME..., 2003).

## Abstract

---

The study is centered on an evaluation of the current situation and perspectives of the *cachaça* (*Sugar Cane Brand*) production chain in the state of Alagoas. The diagnostics follow a study methodology based on the many stages of the production chain, analyzing input, production and the *cachaça* agribusiness. Institutional aspects are considered, pointing out setbacks and potentialities of the support given by institutions that are involved in the production process, industry and marketing. Further, marketing and consumption aspects are analyzed in order to determine the potentialities of the chain. Results indicate many problems that may be easily dealt with in the *cachaça* production chain of the State of Alagoas and present the potentialities related to it.

## Key words:

---

*Cachaça*-Production chain; *Cachaça*-Agribusiness; *Cachaça*-Production chain Alagoas.

## REFERÊNCIAS

INFORME BNDES. Rio de Janeiro, fev. 2003.

BUARQUE, S. C. **Construindo o desenvolvimento local sustentável**. Rio de Janeiro: Garamond, 2002.

DAVIS, J. H.; GOLDBERG, R. A. **A concept of agribusiness**. Harvard: Harvard University, 1957.

ANDRADE, J. de. *Cachaça do Brasil: produto tipo exportação*. **Diário de Pernambuco**, Recife, 1º ago. 2002. Caderno Economia.

IBGE. **Pesquisa de orçamento familiar – 1996**. Disponível em: <<http://www.sidra.ibge.gov.br>>. Acesso em: maio 2003.

NORTH, D. The new institutional economics. **Journal of Theoretical and Institutional Economics**, v. 142, p. 230-237, 1986.

NUNES, E. P.; CONTINI, E. **Complexo agroindustrial brasileiro: caracterização e dimensionamento**. Brasília, DF: ABAG, 2001.

OSÓRIO, C. **Cooperação entre pequenos produtores: casos do Nordeste brasileiro**. 1986. Dissertação (Ph.D em Economia) - Universidade de Londres, Londres, 1986.

SAMPAIO, Y. (Org.). **Açúcar amargo: crise e perspectivas da indústria sucro-alcooleira em Pernambuco**. Recife: Editora Universitária, 1999.

SZMRECSÁNYI, T. **O planejamento da agroindústria canavieira no Brasil (1930-1975)**. São Paulo: Hucitec, 1979.

VIAN, C. E. F. **Inércia e mudança institucional: estratégias competitivas do complexo agroindustrial canavieiro no Centro-Sul do Brasil**. 2002. Tese (Doutorado em Economia) – Universidade de Campinas, Campinas, 2002.

WILLIAMSON, O. E. **The mechanism of governance**. Oxford: Oxford University Press, 1996.

ZYLBERSZTAJN, D. Conceitos gerais, evolução e apresentação do sistema agroindustrial. In: ZYLBERSZTAJN, D.; NEVES, M.F. **Economia e gestão dos negócios agroalimentares**. São Paulo: Pioneira, 2000.

---

Recebido para publicação em 29.DEZ.2003.