



## Belo Horizonte

Nº 05  
Agosto 2012

### OPORTUNIDADES PARA A CACHAÇA MINEIRA ESTARÃO FORTALECIDAS NOS PRÓXIMOS DOIS ANOS

*O crescimento turístico, no âmbito interno e, principalmente no externo por ocasião da Copa do Mundo Fifa 2014, pode representar uma grande alavancagem da cachaça de alambique. Mobilização do setor, profissionalização dos produtores, certificação do produto são desafios para enfrentar as oportunidades do mercado*



A Copa de 2014, como evento de grandes projeções turísticas, será uma excelente oportunidade para o mundo degustar um dos melhores talentos de Minas: a cachaça. O Estado, pioneiro na regulamentação e proteção da produção da bebida destilada mais consumida no País, é responsável pela metade da produção nacional. Segundo o Instituto Brasileiro da Cachaça (IBRAC) e o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas (IBGE), Minas abriga nove mil dos 40 mil produtores de cachaça existentes no Brasil.

O Centro Brasileiro de Referência da Cachaça informa que a média de crescimento desse mercado vem se mantendo em torno de 10% ao ano desde a década de 90. Em 1980, o consumo nacional per capita foi da ordem de 4,8 litros; em 1990 subiu para sete litros; em 2000, chegou a 11 litros; havendo estimativas de alcançarem 15 litros anuais por consumidor em 2015. Esses dados de crescimento não estratificam o consumo entre a cachaça de coluna e a cachaça de alambique.





Enquanto a primeira é produzida em grande escala por empresas maiores, a segunda está nas mãos de pequenos produtores, que, acredita-se, ofertam ao mercado cerca de 30% do que é nacionalmente produzido. Entretanto, a informação da diferença entre a cachaça de coluna e a de alambique parece não alcançar o público consumidor de forma adequada e isso pode gerar barreiras na comercialização para a categoria mais produzida no estado mineiro.

## GENUINAMENTE MINEIRA

A cachaça é reconhecida como um produto genuinamente brasileiro. Os esforços nos últimos anos para registro dos produtores e certificação têm elevado o status da bebida e o reconhecimento americano da cachaça como um produto genuíno e exclusivamente brasileiro expandirá o mercado de exportação, que ainda representa menos de 1% da produção.

O crescimento turístico, no âmbito interno e, principalmente no externo por ocasião da Copa do Mundo Fifa 2014, pode representar uma grande alavancagem da cachaça de alambique. Afinal, suas características sensoriais favorecem muito o paladar, independentemente se consumida pura, misturada a variedade das frutas nacionais ou utilizada na gastronomia regional.

A capital do estado oferece alguns atrativos para o turista degustar a cachaça genuinamente mineira. No bairro de Santa Tereza, o Clube Mineiro da Cachaça atua como um bar onde se degustam mais de dois mil tipos de cachaça e como um polo de promoção da bebida.

O Clube, junto com a Associação Mineira dos Produtores de Cachaça de Qualidade e a Federação Nacional das Associações dos Produtores de Cachaça de Alambique, busca resgatar a tradição mineira do uso da cachaça na culinária, promovendo o evento "Cachaça Gourmet", concurso gastronômico do qual participam dezenas de chefes locais, com grande repercussão.

No entorno da cidade, de olho na Copa de 2014, uma marca com mais de 25 anos de história elaborou um roteiro especial e oferece viver a experiência da produção sustentável de sua cachaça artesanal mineira aos turistas e profissionais do setor.

O mercado está se movimentando, as oportunidades estão se fortalecendo. Contudo, os desafios também estão presentes e o tempo está se esgotando

para aqueles que veem na Copa a chance de ampliar seu mercado de consumo. Resta encarar os desafios, planejar e agir rapidamente, sob o risco de perder a chance de participar do espaço que se abre.





## DESAFIOS

- **Mobilização** – União dos pequenos produtores na luta pelos interesses do setor.
- **Profissionalização** – Gestão do negócio em todos os aspectos, como liderança, planos e estratégia, relação com clientes, pessoas e sociedade, processos internos, informação e aprendizado, além de análise de resultados.
- **Certificação** – Atendimento de requisitos de conformidade do processo produtivo, como controle ambiental, segurança alimentar, higiene e qualidade físicoquímica do produto, entre outros.

Entre dos desafios, merece destaque a ação de marketing na gestão da relação com clientes. Minas Gerais é o maior produtor nacional da cachaça de alambique e o reconhecimento do valor das peculiaridades da mesma, com a chegada de turistas de todas as partes do mundo e o aumento do volume de brasileiros circulando pelo estado nos próximos dois anos, é uma oportunidade latente para os produtores locais.

## CERTIFICAÇÃO

A cachaça mineira produzida por alambiques de Salinas acaba de receber o registro de Indicação de Procedência, do Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI). A Indicação de Procedência, de acordo com a Lei da Propriedade Industrial, é o nome geográfico de local ou região que se tenha tornado conhecido como centro de extração, fabricação ou produção de determinado produto ou de prestação de determinado serviço.

O certificado, concedido a 24 alambiques e uma cooperativa de 109 produtores da agricultura familiar, integrantes da Associação dos Produtores Artesanais de Cachaça de Salinas (Apacs), agrega valor e diferencia o produto dos concorrentes produzidos em outras localidades.

## PARA MELHORAR A EMPRESA

O Sebrae Nacional, em apoio a micro e pequenas empresas do setor, publica informações a respeito de mercado e gestão no link [www.sebrae.com.br/setor/derivados-de-cana](http://www.sebrae.com.br/setor/derivados-de-cana). Nessa página da internet, é possível obter conteúdos, tais como:

- Cachaça atrai consumidores exigentes.
- Cachaças artesanais buscam espaço.
- Sebrae apoia mercado para cachaça certificada.
- Cachaça invade bares e restaurantes chiques.

No link [www.sebrae.com.br/setor/derivados-de-cana/cachaca/mercado/no-brasil](http://www.sebrae.com.br/setor/derivados-de-cana/cachaca/mercado/no-brasil):

- O panorama do setor de cachaça.
- O diferencial da cachaça certificada.
- A comercialização da cachaça pela internet

Para melhorar a empresa, também estão disponíveis orientações sobre ferramentas de gestão como 'Inovar para crescer', 'Click Marketing' e 'apoio gerencial' no link [www.sebrae.com.br/setor/derivados-de-cana/minha-empresa/quero-melhorar-minha-empresa-6](http://www.sebrae.com.br/setor/derivados-de-cana/minha-empresa/quero-melhorar-minha-empresa-6).

A cachaça está entre os setores em destaque do Agronegócio mineiro. [www.sebraemg.com.br/](http://www.sebraemg.com.br/). Informações para participar das ações destinadas aos produtores de cachaça no estado mineiro poderão ser obtidas através do site ou da central de relacionamento no telefone 0800-570 0800. Além disso, o Sebrae-MG disponibiliza um chat gratuito, por meio do qual especialistas orientam sobre a gestão do negócio e o acesso ao mesmo é feito no próprio site.



## ESCOLAS DE IDIOMAS EM EXPANSÃO

*Ações de iniciativas públicas e privadas de Belo Horizonte, que visam aumentar a captação de eventos internacionais para a cidade, criam momento propício para o crescimento de escolas de idiomas.*

A cidade de Belo Horizonte ocupava em 2010, a 7ª posição no ranking de cidades brasileiras que mais realizavam eventos internacionais (dados divulgados pelo International Congress Conference Association). Se depender das ações realizadas nos últimos anos pelas iniciativas públicas e privadas de Minas Gerais, a cidade irá subir rapidamente algumas posições nesse ranking.

O déficit no número de leitos disponíveis na cidade, assim como também a qualidade da rede hoteleira, era um dos entraves para o crescimento no turismo de negócios. Porém, com a ampliação do número de hotéis e de espaços para eventos, trazida pela Copa do Mundo Fifa 2014, esse quadro está se modificando.

O aumento no número de eventos internacionais captados pela cidade gerará a necessidade de uma mão de obra mais qualificada. É nesse sentido que as escolas de idiomas terão um papel crucial, pois ter um quadro de funcionários aptos a receber os turistas estrangeiros que virão à cidade, seja para lazer ou para eventos de negócios, é um fator essencial para garantir a consolidação da cidade de Belo Horizonte como destino de nível internacional.

Além disso, o crescimento da classe C no Brasil vem gerando um aumento no número de famílias brasileiras com condições financeiras de investir no estudo de um segundo ou terceiro idioma. Segundo dados divulgados pela Consultoria Data Popular, a classe média brasileira (Classe C) vai gastar 28,1 bilhões com educação só no ano de 2012, sendo que os valores previstos serão destinados a pagar matrículas, mensalidades, livros e materiais escolares.

Graças a esse cenário, as perspectivas são de um crescimento sustentável para as escolas de idiomas antes, durante e também após a realização da Copa do Mundo Fifa 2014. Mas, para ter um bom resultado em seus negócios, os empreendedores do setor precisam planejar cuidadosamente seus investimentos, além de terem atenção ao formato de curso que melhor irá atender o público alvo que desejam conquistar.

Uma escola que almeja ter como clientes pessoas que precisam aprender um idioma para trabalhar em eventos internacionais, por exemplo, terá que oferecer a modalidade de curso rápido, pois esse perfil de público não tem disponibilidade para investir nos estudos de um idioma durante cinco anos. Por outro lado, um estudante da Classe C que está investindo no aprendizado de um idioma para destacar-se no mercado profissional futuramente terá maior disponibilidade, mas também um grau de exigência mais elevado.

## COLOCANDO IDEIAS EM PRÁTICA

O Sebrae de Minas Gerais apoia o setor fornecendo maiores informações sobre o mercado, além de orientar qual o tipo de negócio mais indicado para cada caso.

Portal Sebrae em MG  
[www.sebraemg.com.br/](http://www.sebraemg.com.br/)  
0800 570 0800