

Processo de Exportação da Cachaça Orgânica Brasileira

Júlio Cesar Raymundo (FATEC BS, Rubens Lara) juliocesar@fatecpg.com.br
Isabela Vidal Turchiai (FATEC BS, Rubens Lara) isahvidal@hotmail.com
Paula Futuro C. Clemente (FATEC BS, Rubens Lara) paulafuturoclemente@hotmail.com
Leonel Simões Neto (FATEC BS, Rubens Lara) leonel.simoes.neto@hotmail.com
Renato Marcio dos Santos (FATEC BS, Rubens Lara) renato@dnadosaber.com.br

Resumo:

A Cachaça Novo Fogo –, produto genuinamente brasileiro, pertencente à Empresa Agroecológica Marumbi Ltda., tem como base a exportação. O mercado externo atualmente é um grande comprador. Posiciona o seu destilado nos Estados Unidos da América e Canadá, visa expandir seu mercado internacional com o aumento da produção. O desenvolvimento da Estratégia de Marketing Internacional tem como objetivo o reconhecimento e o lucro. A Empresa demonstra que com foco, qualidade, certificação e valorização da mão de obra, consegue elevar o nível de aceitação do produto no mercado internacional. O processo de exportação por ela realizado traz perspectivas favoráveis no comércio internacional. A parceria entre o fundador e diretor da empresa nacional e o CEO e sócio nos Estados Unidos, possui estrutura, estratégia de mercado e política comercial de exportação, o que torna o destilado brasileiro – Novo Fogo – marca de grande sucesso.

Palavras chave: Cachaça Novo Fogo, Comércio Internacional, Estratégia, Exportação, Marketing.

Export Process of Organic Brazilian Cachaça

Abstract

Cachaça Novo Fogo –, genuinely Brazilian product, belonging to the Company Agroecology Marumbi Ltd., is based on exports, knowing that the foreign market is currently a major buyer, so position your distilled in the United States and Canada, aims to expand its international market with increasing production. The development of International Marketing Strategy aims the recognition and profit. The Company shows that with focus, quality, certification and valuation of labor, can raise the level of acceptance of the product in the international market. The export process it conducted brings favorable prospects in international trade. The partnership between the founder and director of the national company and the CEO and partner in the United States, has structure, market strategy and commercial export policy, which makes the Brazilian distilled - Novo Fogo - highly successful brand.

Key-words: Cachaça Novo Fogo, Export, International Trade, Marketing. Strategy.

1. Introdução

A exportação da cachaça brasileira tem um grande potencial, os Estados Unidos e a Europa são grandes consumidores de destilados e o mercado internacional está aberto para novidades, com o marketing adequado pode-se elevar o produto nacional a competir com o uísque escocês, a tequila mexicana ou o rum caribenho.

A empresa Agroecológica Marumbi Ltda. Alambique/Morretes conseguiu com muito trabalho utilizando atitudes ecologicamente corretas, tanto no setor de mão de obra quanto no manejo da terra, uma evolução e adequação para o mercado internacional com valorização de seus funcionários e visão administrativa impecável, emplaca assim seus produtos no nível nacional e internacional. A exportação do destilado é feita em contêineres. A sistemática Aduaneira é realizada sem maiores problemas.

O objetivo do estudo é demonstrar que a promoção comercial da empresa possui um plano de marketing de exportação com uma interação direta no mundo de negócios internacionais. Utilizam várias ferramentas como: rodadas de negócios, showrooms, feiras internacionais, missões comerciais, entre outras. A motivação da empresa é elevar o conceito da cachaça como bebida fina e elegante.

O Brasil possui condições de se posicionar em melhor escala no mercado mundial de destilados, com a cachaça artesanal orgânica brasileira, pode aumentar sua posição no mercado na porcentagem que é hoje somente 3%. Com isso trará mais lucros e divisas para o país.

Para que essa afirmação torne-se verdadeira, é necessário maior empenho tanto dos produtores quanto do governo para estimular a exportação e colocar o destilado no comércio exterior com certificados de excelência e agregar valor ao produto, elevando o conceito da bebida através do modelo de marketing utilizado pela cachaça Novo Fogo.

Será demonstrado que as características e qualidades da cachaça artesanal orgânica são utilizadas para valorização do produto.

A Agroecológica Marumbi, para aumentar o processo de exportação da Cachaça Novo Fogo realizada na Zona da Mata Atlântica, com plantio ecológico e sustentável necessita encontrar área semelhante para o aumento da produção, o que pode ser um problema, visto que áreas de preservação são escassas na região.

A metodologia utilizada no estudo foi realizada através de pesquisas na internet e livros, questionários e entrevistas com os funcionários da empresa Agroecológica Marumbi Ltda. e análise de entrevistas do fundador e diretor; seguindo os passos da ABNT para orientação do artigo. A execução foi realizada conforme as informações surgiam no processo de desenvolvimento. (FACHIN, 2003).

2. Referencial Teórico

A fundamentação do estudo foi norteada com as definições relacionadas à exportação da cachaça.

Segundo Philip Kotler (2010), planejamento estratégico é o processo de desenvolvimento e manutenção da adequação entre os objetivos da empresa e suas competências e as imutáveis oportunidades de mercado.

De acordo com Nigel Slack (2008), estratégia de operações fornece roteiro de melhorias, pois é o ponto de partida, determina a direção para qual a operação irá com o passar do tempo, deve guiar as compensações entre os objetivos de desempenho. Tem como objetivo melhorar todos os aspectos do desempenho.

Philip Kotler (2002) qualificou o marketing como um conjunto de conhecimentos fundamentais para profissionais das mais diversas áreas e interessa a todos que precisam promover bens, serviços, propriedades, pessoas, lugares, eventos, informações, ideias ou organizações.

Conforme Samir Keedi (2011), a exportação de bens e serviços é a transferência de mercadorias entre os países, assim como, a venda de assessoria, consultoria, conhecimentos, transportes, turismo, assistência técnica, etc., pode ser feita de maneira direta ou indireta, de acordo com a sua conveniência, capacidade de produção e possibilidades. A operação pode ser realizada por agentes ou representantes (empresas).

3. A Cachaça

Em 2014, o Brasil obteve receitas de pouco mais de US\$ 17 milhões com a exportação da cachaça (o México obteve US\$ 300 milhões só com a tequila). Apenas 1% da produção nacional é exportada, valor inferior aos destilados associados a outros países.

Foi promulgada em 14 de julho de 1994, a Lei nº 8.918 (posteriormente regulamentada pelo Decreto nº 6.871, de 04 de junho de 2009), onde: “Art. 92. Cachaça é a denominação típica e exclusiva da aguardente de cana produzida no Brasil, com graduação alcoólica de trinta e oito por cento a quarenta e oito por cento em volume, a vinte graus Celsius, obtida pela destilação do mosto fermentado do caldo de cana-de-açúcar, com características sensoriais peculiares, podendo ser adicionada de açúcares até seis gramas por litro, expressos em sacarose”.

3.1 Números da Cachaça

De acordo com o Centro Brasileiro de Referência da Cachaça (CBRC), baseados em dados colhidos no ano de 2012, são:

- 40 mil produtores no Brasil;
- 98% pequenas e microempresas;
- 50% da exportação de cachaça é granel;
- Terceiro destilado mais consumido no mundo, única bebida na atualidade capaz de ter um “boom” no mercado nacional;
- 600 mil empregos diretos e indiretos;
- 70% da produção brasileira é de cachaça de coluna ou industrial e 30% de cachaça de alambique. (EXPOCACHAÇA, 2016).

Países	% (em litros)
Alemanha	29,58%
Paraguai	11,81%
Portugal	8,10%
Estados Unidos	7,64%
França	5,68%
Bolívia	5,28%
Espanha	4,12%
Bélgica	3,82%
Chile	3,12%
Itália	2,96%
Outros países	17,89%

Fonte: MAPA (2013)

Tabela 1 – Países Importadores

Destilado tipicamente brasileiro que vem conquistando novos mercados, gerando faturamento de mais de R\$ 600 milhões, emprega mais de 600 mil pessoas, gera arrecadação de aproximadamente R\$ 76,5 milhões de imposto a cada ano. (EXPOCACHAÇA, 2015).

4. Certificações

Os destilados da empresa Agroecológica Marumbi Ltda. possuem duas certificações ambientais.

Ecocert – Ecocert Brasil

É um organismo de inspeção e certificação fundado na França, em 1991, por engenheiros agrônomos conscientes da necessidade de desenvolver um modelo agrícola baseado no respeito ao meio ambiente e de oferecer um reconhecimento aos produtores que optam por esta alternativa. É especializada na certificação de produtos orgânicos, é referência na certificação orgânica no mundo. Em 2001, a Ecocert se estabeleceu no Brasil como associação e posteriormente, em 2005, como uma empresa Limitada, em 2010, surgiu a fundação Ecocert para apoiar o desenvolvimento sustentável. (ECOCERT, 2010).

USDA

Departamento de Agricultura dos Estados Unidos, órgão de emissão de certificados para produtos orgânicos e 100% naturais. (USDA, 2015).

INMETRO

Verifica o desempenho ambiental dos produtos fabricados no Brasil através de análise de ciclo de vida (ACV), concede Declaração Ambiental de Produto (DAP), conhecida como rotulagem ambiental tipo 3, que descreve os impactos ambientais das etapas do ciclo de vida de produtos, desde a extração das matérias primas, o processo de fabricação, uso e descarte. Visa promover a produção e o consumo sustentável. (INMETRO, 2016).

Segundo Agenor Maccari Junior (2015), agrônomo e professor; especialista em produção de bebidas e sócio da cachaça Novo Fogo, o mercado mundial de bebidas vive ciclos que duram entre 10 e 20 anos, atualmente o ciclo mundial é o da cachaça, no caso, cachaça artesanal. Macarri é coordenador do laboratório de tecnologia de produtos agrícolas da UFPR (Universidade Federal do Paraná), que analisa a qualidade sensorial da cachaça e trabalha para organizar e fortalecer o setor, para que conquiste a certificação de indicação geográfica e ajude nas exportações.

No caso da cachaça Novo Fogo, única cachaça com certificação de conformidade e com selo fornecido pelo INMETRO, os investimentos em tecnologia e qualidade são diferenciais do produto artesanal paranaense.

5. Porto Morretes no Brasil e Novo Fogo Organic Cachaça: The Spirit of Brazil no exterior

O fundador presidente e o mestre destilador da empresa formaram sociedade com um americano em 2010, e criaram a marca Novo Fogo para exportação do destilado. Com o compromisso de excelência, autenticidade e respeito pela terra. A produção é localizada na Mata Atlântica, Sul da cidade de Morretes, Paraná. É uma destilaria, certificada pela USDA, que produz cachaça orgânica sem resíduos, produzida e envelhecida em barris de madeira (carvalho americano). A empresa possui mentalidade de sustentabilidade ambiental, com investimento na comunidade e visa o bem-estar da natureza e seus funcionários. (NOVO FOGO, 2016).

A Novo Fogo, empresa independente para o ofício de produção da cachaça para exportação, amplamente presente na América do Norte, está constantemente inovando para trazer sabores autênticos que ilustram a ampla e diversificada linha de cachaças, o que uni a equipe Norte-Americana com a América do Sul. (NOVO FOGO, 2016).

O presidente que desde o início, em 2003, quando começou a produção da cachaça Porto Morretes, teve como preocupação adaptar-se ao local, ou seja, à cidade de Morretes, histórica, pequena e agradável, situada no litoral do Paraná. (TORRES, 2015).

Em uma área de Floresta Atlântica bastante preservada, o presidente, desde o primeiro momento achou que o correto seria produzir de forma orgânica, pois isso permitiria fazer um produto de boa qualidade, sem usar herbicida, pesticida, para assim ficar integrada a Floresta Atlântica e não causar prejuízos. (TORRES, 2015).

Utilizou áreas já abertas para o cultivo. A empresa possui no município uma área de 25 hectares de plantio de cana-de-açúcar orgânica. Através de um alambique moderno e com as mais recentes tecnologias de fabricação a Porto Morretes (Novo Fogo) produz anualmente cerca de 80 mil litros de cachaça. (CI ORGÂNICOS, 2016).

É necessária em média uma tonelada de cana-de-açúcar para produzir 90 litros de cachaça. Em Morretes, existem pequenos rios e riachos na propriedade com água muito limpa, grande quantidade de pássaros e pelo plantio ser orgânico, consegue manter o equilíbrio da área. (CI ORGÂNICOS, 2016).

Uma importante decisão dos sócios fundadores foi o investimento na produção orgânica que agrega valor a seus produtos, e enaltece os atributos do regionalismo e responsabilidade socioambiental da cachaça tipo exportação Novo Fogo, que faz seu marketing nos EUA e no Canadá divulgando a maneira como trabalha com a sustentabilidade. (CI ORGÂNICOS, 2016).

Divulga seus produtos em redes sociais, com excelente aceitação junto aos bartenders, promove concursos, maratonas, patrocina times amadores. (NOVO FOGO, 2016).

A empresa Agroecológica Marumbi Ltda., usa a marca Novo Fogo em embalagens específicas para o mercado dos EUA (principal mercado atualmente, visto que 80% de sua produção é destinada ao exterior). A marca Novo Fogo vem da associação entre Porto Morretes e a empresa americana do casal Axinte, onde são comercializadas a Silver Cachaça (com um ano de repouso), Chameleon, Barrel-Aged Cachaça, Tanager, Graciosa e as variações da Single Barrel – 105, 89, 137, 194, 86, 33, 152 e 87. (NOVO FOGO, 2016).



Fonte: Novo Fogo (2015)

Figura 1 – Cachaça Novo Fogo e Alambique em Morretes

6. A Cachaça – Produção e Exportação

Para a produção são utilizados alambiques que podem ser de cobre, os mais comuns do mercado, ou ainda, aço inoxidável. Alambique simples: feito de cobre, tendo como partes principais a panela, coluna, deflegmador, a longa, serpentina, tanque de líquido e válvulas de controle.

A cachaça tem como processo de produção, várias etapas: moagem, filtragem, fermentação, destilação, armazenamento, envelhecimento, envase e rotulagem, que serão analisadas de acordo com o site da AMPAQ: “Detalhamento dos Fatores de Produção da Cachaça Artesanal”, e ou pelo Manual de Boas Práticas da Cachaça. (SEBRAE, 2012).

O mercado externo é um importante comprador que não deve ser desconsiderado, apesar da tendência de queda nas exportações. Além disso, com o possível reconhecimento da cachaça como produto tipicamente brasileiro, surgirá uma oportunidade favorável e única, até o momento de posicionar o produto como desejado, apoiado nos valores do País e endossados por hábitos de consumo como o da caipirinha. Será possível, desta forma, acompanhar a participação de mercado descoladamente da antiga classificação como rum, fortalecendo esse produto no exterior e minimizando o risco constante de falsificação do produto. Um padrão de qualidade rígido, acompanhado de identificação geográfica e procedência deverá aumentar a confiança no produto. Aos produtores, caberá focarem-se na exportação do produto engarrafado, evitando o tonel, que além de possuir menor valor agregado, está mais sujeito a adulteração.

A Secretaria do Comércio Exterior (SECEX) divulgou que as exportações caíram 27% em receita e 17% em volume, referentes a 2014. A receita, de US\$ 13,32 milhões em 2015, foi a menor desde 2007.

O Brasil produz cerca de 1 milhão e 400 mil litros de cachaça por ano, possui 3% do mercado global de destilados, mas a exportação não chega de 0,5% a 1% de nossa produção. (EXPOCACHAÇA, 2016).



Fonte: Site Oficial do Governo Brasileiro – Aprendendo a Exportar (2016)

Figura 2 - Fluxograma de Exportação da Cachaça

7. Planejamento de Exportação da Cachaça Novo Fogo

Seguindo orientações do MAPA – Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, que orienta o processo de exportação para ganhar o mercado exterior, como também da AMPAQ – Associação Mineira dos Produtores de Cachaça de Qualidade, e a Exportaminas, que orienta em questões de exportação (projetos, registros e habilitação), CBRC – Centro Brasileiro de Referência da Cachaça, a Agroecológica Marumbi realiza a exportação do seu produto da seguinte forma:

Após efetuar todos os registros contidos na Figura 2, junto aos órgãos Federais, a Empresa Agroecológica Marumbi Ltda. para exportar a cachaça Novo Fogo efetuou análise e qualificou dados técnicos, fiscais, verificou logística para exportação EUA e Canadá. Os sócios elaboraram o preço de exportação e fizeram a política comercial. Eles possuem despachante aduaneiro para confecção dos documentos de exportação e acompanhamento de procedimento e rotinas do embarque da cachaça Novo Fogo.

A Agroecológica Marumbi tem estratégia de vendas para o produto exportado, sempre verifica pontos fortes e fracos, descobrem oportunidades, pois utilizam o marketing precisamente.

Com as vendas externas há maior escala de produção, entre 70 e 80 mil litros por ano. Exportam de 70% a 80% do produto e separam parte para mercado interno, pois a exportação é um processo contínuo e se necessário for, possuem estoque para reposição. Desde a criação da empresa o contrato foi concebido com finalidade de exportação. Possuem contato permanente com associações de comércio exterior, como a SECEX, a APEX, o SEBRAE e demais associações. Seus funcionários sempre estão capacitados, pois se atualizam permanentemente.

O despachante aduaneiro é o representante legal da empresa, junto ao SISCOMEX. A mercadoria é corretamente classificada com NCM 22.08.40.00 para venda no mercado externo. O despachante junto ao presidente e equipe, negociam o frete, seguro, local de embarque (Porto de Itapoá, SC), desembarque (Norfolk, Virgínia, EUA) e valor do desembaraço aduaneiro, os valores são dados que não nos foi fornecido pela empresa Agroecológica Marumbi Ltda.

A partir daí elaboram planilha de preço:

- Preço interno = custo total + lucros + tributos
- Preço externo = preço interno – tributos – despesas internas + despesas externas

A carga deve ser embarcada na pontualidade e cumprir o prazo de embarque. A modalidade de pagamento é CIF (Cost, Insurance and Freight).

A Agroecológica Marumbi negociou tanto aqui quanto nos EUA como colocar o produto no mercado e quanto haveria de ser exportado.

Para exportação da cachaça Novo Fogo, confecciona-se a Fatura Proforma, para que seja enviado o pedido de compra, o importador vai ao banco nos EUA, e entrega para o gerente a Carta de Crédito. O banco importador, envia a Carta de Crédito para o banco exportador no Brasil, que contata o exportador e entrega uma cópia da Carta para verificar se estão contidos todos os termos da negociação. É então elaborada a Fatura Comercial (Commercial Invoice), documento internacional emitido pelo exportador (Nota Fiscal), cuja validade dá-se na saída da mercadoria do território nacional, que é necessário para o importador desembaraçar a carga no seu País.

Em seguida, a Agroecológica Marumbi prepara a mercadoria para o embarque, ou seja, estufa o contêiner de 20” ou 40” na fábrica, contrata uma terceirizada para transporte até o Porto de Itapoá-SC, de acordo com o solicitado na Carta de Crédito e solicita o início do Registro de Exportação (RE), no SISCOMEX.

Elabora o *Packing List*, documento necessário para o desembaraço da mercadoria e para orientar o importador na chegada dos produtos nos EUA. Nela contém a relação dos produtos a serem desembarcados e seus respectivos conteúdos.

A Nota Fiscal acompanha a carga desde a saída do estabelecimento até o efetivo desembaraço físico, junto à Secretaria da Receita Federal (SRF), procedimento aduaneiro que autoriza o embarque da carga para o exterior.

Com o despacho aduaneiro solicitado, faz-se o Registro da Declaração do Despacho de Exportação (DDE); há a confirmação de presença de carga com a recepção dos documentos, seguida de parametrização (canal verde, laranja e vermelho), canal verde não distribui, os demais passam pela distribuição dos Auditores Fiscais da Receita Federal, onde são analisados os canais laranja e vermelho.

Com tudo certo, é feito o pagamento do frete e o seguro pela Agroecológica Marumbi, na modalidade de Incoterms contratada, CIF, a responsabilidade desses pagamentos corre por conta do exportador.

Ao recebimento do conhecimento de embarque: *Bill of Lading* (B/L), documento emitido pela companhia transportadora que atesta o recebimento da carga, bem como as obrigações do transporte e obrigação da entrega da mercadoria ao importador.

O desembaraço e a averbação, junto a SRF são registrados no SISCOMEX pelo Auditor Fiscal da Receita Federal, a averbação é o ato final do despacho de exportação e consiste na confirmação pela fiscalização aduaneira de embarque da mercadoria e do registro de dados do transportador.

A Receita emite o comprovante de exportação com a conclusão da operação pede-se o documento comprobatório emitido pelo SISCOMEX na unidade de despacho da mercadoria.

A Agroecológica consolida a documentação, envia cópias ao exportador, fecha o câmbio, ou seja, negocia a taxa de câmbio no banco e a liquidação se dá no décimo dia seguinte da entrega de documentos, este é o procedimento da entrega de moeda estrangeira ao banco autorizado, que efetua o pagamento do valor equivalente em moeda nacional com a taxa de câmbio acertada na data do fechamento do câmbio.

A exportação da cachaça Novo Fogo para os EUA tem destino para Seattle, Washington, aos cuidados do sócio importador que distribui a carga entre os EUA e Canadá. A exportação do produto é feita a cada quatro meses, em dois contêineres de 20” ou um de 40”. Cada contêiner de 20” vem com 1050 caixas e o de 40” com 2100 caixas, são 630 caixas por palete e cada caixa contém 6 garrafas de 750 mL. O valor do produto no mercado internacional está entre 30 e 300 dólares a garrafa, dependendo de sua característica.

8. Um futuro promissor

Segundo Trajano Raul de Lima (2014), Diretor presidente da AMPAQ, a matéria divulgou a pesquisa realizada pela CNI – Federação Nacional de Comércio, que consolidou e confirmou, em concordância com o Dr. Sobral Pinto, emérito juiz do Brasil. A cachaça de alambique e não o uísque, será a bebida mundial preferida.

Há perspectivas positivas no mercado interno e externo. Hoje há várias oportunidades para a cachaça brasileira, pois é reconhecidamente uma bebida exclusiva e genuinamente brasileira.

A cachaça atrai investimentos internos e estrangeiros, no setor de destilados é uma grande aposta, pois grandes empresas investem na compra de marcas ou associam-se a produtores brasileiros que mudaram a estratégia da bebida cachaça para se tornar um produto sofisticado e assim consolidar um bom posicionamento, tanto no mercado interno quanto no externo, visando um grande crescimento no setor, pois esse produto tem grande potencialidade para exportação já que a cachaça brasileira tem um volume muito baixo na exportação.

A cachaça Novo Fogo, para o ano de 2016, pretende alcançar a produção de 80 mil litros, e tem como previsão para o próximo ano um volume estimado de 100 mil litros, na exportação destina 70% a 80% do total do volume produzido. Os clientes da cachaça Novo Fogo buscam qualidade, o mercado em que se lançou nos Estados Unidos está aberto e a cachaça Novo Fogo possui vários distintos de cachaça. Há uma parcela cada vez maior, interessada em experimentar as doses da bebida como *cocktail* ou caipirinha, é uma bebida versátil e permite várias experiências prazerosas ao apreciador.

A maior parte das vendas da cachaça Novo Fogo nos Estados Unidos é feita em lojas de bebidas, onde o consumidor compra para presente ou consumo próprio, os clientes são mulheres e homens que buscam o produto artesanal, orgânico e de excelente qualidade. Em datas festivas nota-se um maior aumento das vendas.

O bom volume que a cachaça Novo Fogo tem na exportação é devido à mentalidade de produzir um destilado típico do Brasil, com a melhor tecnologia disponível, técnicas comerciais e relacionamentos típicos do mundo globalizado. Segundo o presidente, proprietário da marca, a APEX foi um bom começo para introdução do produto no mercado americano, mas com incentivo insuficiente no tamanho do desafio que é colocar a cachaça no mesmo nível de outros destilados mais conhecidos internacionalmente, como a Tequila e o Rum.

A cachaça Novo Fogo possui certificação de produto orgânico, aliado a um compromisso com a qualidade em todas as etapas do processo, desde a terra, cana, equipamentos, e tem como principal objetivo atender a todos os colaboradores e clientes, colocando excelentes produtos na sua cadeia produtiva.

A área de plantio de propriedade da empresa Agroecológica Marumbi Ltda., deve ser ampliada com o intuito do aumento da produção para os próximos anos. Deve-se pesquisar área semelhante para continuar o mesmo processo ecológico.



Fonte: Novo Fogo (2015)

Figura 3 – Logotipo Cachaça Orgânica Novo Fogo

Considerações Finais

A presente pesquisa teve em seu desenvolvimento, pontuar a importância das estratégias de marketing dentro do processo de comércio exterior, vimos nas referências utilizadas, que tais estratégias são fundamentais para qualquer área de atividade, entendemos que para o comércio exterior é de suma importância, haja visto que lidamos com culturas diferentes.

O processo de exportação da cachaça Novo Fogo para os Estados Unidos e Canadá foi bem coordenado e alcança os objetivos da Empresa Agroecológica Marumbi Ltda., que tem como propósito elevar a qualidade do destilado brasileiro e conquistar novos mercados. Com as estratégias adotadas vem se estabelecendo e ganhando mercado, tanto no Brasil quanto no exterior.

Com uma produção ecologicamente correta, na zona da Mata Atlântica, no Paraná, produz cachaça com alto valor agregado, o que eleva o conceito para uma bebida fina e elegante.

A sistemática da exportação do produto está em pleno funcionamento com futuras perspectivas de melhoria.

Sugere-se à empresa Agroecológica Marumbi expandir seu capital, aumentando a área de plantio, bem como sua estrutura para poder ampliar suas exportações, voltando-se para a Europa, a princípio com a Inglaterra, que possui hábitos similares aos americanos em relação ao consumo de destilados, já que o destilado brasileiro é um sucesso no Brasil e nos territórios americano e canadense, com certeza, seguindo a exportação nos mesmos moldes, na Inglaterra terá a mesma aceitação.

Referências

AMPAQ. *Jornal Informativo da AMPAQ – Associação Mineira dos Produtores de Cachaça de Qualidade.* Os Passos para a Exportação de Cachaça, ano 8, n. 38, p. 2, nov./dez. 2014.

APRENDENDO A EXPORTAR. *Fluxograma de Exportação.* Disponível em: <http://www.aprendendoaexportar.gov.br/simuladores/fluxograma/popup_fluxograma.htm>. Acesso em: 10 maio 2016.

CALDERON, C. *A bebida destilada mais consumida no Brasil em busca de maior qualidade.* Boletim Informativo do Sistema FAEP, Paraná, n. 1097, p. 14, maio 2010.

EXPOCACHAÇA. *Números da Cachaça: Exportações de cachaça – 2015.* Disponível em: <<http://www.expocachaca.com.br/bh/numeros-da-cachaca.shtml>>. Acesso em: 10 maio 2016.

EXPORTAMINAS. *Cachaça de Alambique.* Disponível em: <<http://docslide.com.br/documents/cartilha-cachaca-exportar.html>>. Acesso em: 5 abr. 2016

FACHIN, O. *Fundamentos de Metodologia.* 4 ed. São Paulo: Editora Saraiva, 2003.

FOLHA. *Queridinha no Brasil, cachaça faz 500 anos sem conquistar mercado mundial.* Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2016/01/1727823-queridinha-no-brasil-cachaca-faz-500-anos-sem-conquistar-mercado-mundial.shtml>>. Acesso em: 3 maio 2016.

G1. *Paraná produz a melhor cachaça do país e já exporta e já exporta a bebida para os EUA.* Disponível em: <<http://g1.globo.com/pr/parana/caminhos-do-campo/noticia/2016/04/parana-produz-melhor-cachaca-do-pais-e-ja-exporta-bebida-para-os-eua.html>>. Acesso em: 26 abr. 2016.

INMETRO. *Inmetro lança programa para verificar desempenho ambiental de produtos.* Disponível em: <http://www.inmetro.gov.br/noticias/verNoticia.asp?seq_noticia=3853>. Acesso em: 10 maio 2016.

KEEDI, S. *A B C do Comércio Exterior: Abrindo as Primeiras Páginas.* 4ª ed. Editora Aduaneiras, 2011.

KOTLER, P. *Administração Mercadológica*. PLT 198. Editora Pearson, 2010.

_____. *Marketing de Serviços Profissionais: Estratégias Inovadoras para Impulsionar sua Atividade, sua Imagem e seus Lucros*. 2 ed. Editora Manole, 2002.

MARQUES, M. I.; CAMPOS, F. *Centro de Inteligência em Orgânicos*: Porto Morretes. Disponível em: <https://issuu.com/organicsnetalimentosorganicos/docs/porto_morretes>. Acesso em: 26 abr. 2016.

NETO, V. I. O. *Desafios e oportunidades da cachaça no comércio internacional*. 2005. Mestrado em Economia Aplicada – Universidade Federal de Pernambuco UFPE/PIMES, Turma de Comércio Exterior e Relações Internacionais, Recife.

NOVO FOGO. *Novo Fogo leaps forward with Distillery Acquisition*. 2015. Disponível em: <<http://www.novofogo.com/novo-fogo-leaps-forward-with-distillery-acquisition/>>. Acesso em: 26 abr. 2016.

ORGANICS NET. *Marcas de qualidade*: Porto Morretes. Disponível em: <<http://www.organicsnet.com.br/rede/marcas-de-qualidade/portomorretes/>>. Acesso em: 26 abr. 2016.

PLANALTO. *Decreto nº 6.871, de 04 de junho de 2009*. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2009/Decreto/D6871.htm>. Acesso em: 28 abr. 2016.

PLANETA ORGÂNICO. *Certificadora – Ecocert*. Disponível em: <<http://planetaorganico.com.br/site/index.php/certificadora-ecocert/>>. Acesso em: 26 abr. 2016.

SEBRAE. *Cachaça Artesanal: série estudos mercadológicos*. 2012. Disponível em: <[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/444c2683e8debad2d7f38f49e848f449/\\$File/4248.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/444c2683e8debad2d7f38f49e848f449/$File/4248.pdf)>. Acesso em: 3 maio 2016.

SEBRAE AGRONEGÓCIO. *Oportunidades para a cachaça no mercado interno e externo*. Disponível em: <<http://www.sebraemercados.com.br/oportunidades-para-a-cachaca-no-mercado-interno-e-externo/>>. Acesso em: 3 maio 2016.

SLACK, N. *Gerenciamento de Operações e de Processos: Princípios e Prática de Impacto Estratégico*. 1ª ed. Bookman Companhia Editora, 2008.

TORRENTE, A. *Cachaça do Paraná é eleita a melhor do Brasil*. Disponível em: <<http://www.gazetadopovo.com.br/bomgourmet/cachaca-parana-e-eleita-melhor-brasil/>>. Acesso em: 13 maio 2016.

UOL. *Apesar da campanha nos EUA, Alemanha é quem mais compra cachaça do Brasil*. Disponível em: <<http://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2014/09/13/apesar-de-campanha-nos-eua-alemanha-e-quem-mais-compra-cachaca-do-brasil.htm>>. Acesso em: 10 maio 2016.