

**CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA
FACULDADE DE TECNOLOGIA DE BOTUCATU
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM GESTÃO DE AGRONEGÓCIO**

DANIELE DE OLIVEIRA CAMALIONTE

**VIABILIDADE ECONÔMICA DE EXPORTAÇÃO DE CACHAÇA ARTESANAL
ORGÂNICA, UM ESTUDO DE CASO NO ALAMBIQUE ARTE BRASIL**

Botucatu-SP
Junho – 2011

**CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA
FACULDADE DE TECNOLOGIA DE BOTUCATU
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM GESTÃO DE AGRONEGÓCIO**

DANIELE DE OLIVEIRA CAMALIONTE

**VIABILIDADE ECONÔMICA DE EXPORTAÇÃO DE CACHAÇA ARTESANAL
ORGÂNICA, UM ESTUDO DE CASO NO ALAMBIQUE ARTE BRASIL**

Orientador: Prof. Esp. Edson Aparecido Martins

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à
FATEC - Faculdade de Tecnologia de
Botucatu, para obtenção do título de
Tecnólogo no Curso de Gestão de
Agronegócio.

Botucatu-SP
Junho – 2011

*Dedico a minha família amada:
Aos meus pais Neuza e João Eduardo*

AGRADECIMENTOS

Primeiramente agradeço a Deus, por ter me iluminado e dado forças para concluir mais esta etapa em minha vida, o ensino superior.

Agradeço e dedico este trabalho a minha família que sempre me apoiou nos estudos, meu pai por sempre ter me incentivado e acreditado no meu potencial, e minha mãe pela imensa dedicação que ela tem proporcionado a mim e a meu irmão.

Agradeço de todo o meu coração o amor materno e fraterno que recebi ao longo de toda a minha vida.

Agradeço o meu querido namorado, pelo amor e carinho que tem me oferecido e também por toda a sua disposição em me ajudar a concluir este trabalho.

Agradeço ao meu orientador, professor Edson pelo apoio assim como pela sua atenção, paciência e simpatia em todos os nossos encontros para elaboração e discussão a respeito do trabalho.

Agradeço a todos os docentes da Instituição da Fatec de Botucatu, que sempre se mostraram aptos e dispostos a ajudar os alunos, em especial agradeço os professores José Rota e José Benedito pelo auxílio neste trabalho.

A todos os funcionários da faculdade deixo o meu agradecimento pela atenção e respeito oferecidos a todos alunos.

Agradeço ao Dr. Sérgio Giaretta pela sua atenção e colaboração, e também por disponibilizar sua empresa, Arte Brasil.

Agradeço a minha prima, Caroline que foi quem me ajudou com toda a parte de Documentação para Exportação.

E aos amigos que fiz durante esses três anos de faculdade, deixo o meu agradecimento pela amizade, companheirismo e diversão!

“O prazer no trabalho aperfeiçoa a obra.”

Aristóteles

RESUMO

O trabalho apresenta uma análise da projeção de exportação de Cachaça Artesanal Orgânica da cidade de Lins, como uma importante fonte alternativa de conquista de mercado externo. A cachaça de alambique, Arte Brasil tem fama e diferencial de qualidade já consolidado na região centro oeste paulista, no último ano aumentou-se o interesse de inserir esta cachaça no mercado internacional, mas especificamente no mercado Europeu, na Alemanha. Por isso, o objetivo principal deste estudo é analisar a viabilidade econômica financeira de se expandir os negócios para o mercado internacional, assim como, apresentar os procedimentos básicos necessários para que o alambiqueiro paulista estruture sua produção visando à exportação da bebida, bem como os dados de comercialização com outros países nos últimos anos e verificando quais os principais componentes para analisar a viabilidade econômica e financeira do negócio.

Palavras - chave: Agronegócio, Cachaça Artesanal Orgânica, Exportação, Viabilidade econômica.

LISTA DE FIGURAS

Figura	Página
1- Quadro de tratamento tributário na exportação	26
2- Quadro do regime tarifário de alguns países importadores	27
3- Distribuição da cachaça por Estado	40
4- Fluxograma da fabricação da Cachaça	41
5- Produção de cana-de-açúcar orgânica cultivada na Estância Santa Luzia em Lins	55
6- Processamento da cana-de-açúcar para a produção de cachaça	55
7- Utilização do caldeirão no processo de destilação da cachaça	56
8- Envelhecimento da cachaça em tonéis de madeira nobre.....	57
9- Engarrafamento da cachaça por dornas de aço inox.....	57
10- Produtos oferecidos pela Cachaça Arte Brasil	58
11- Esquema representativo da cadeia produtiva da cachaça.....	59
12- Balanço Patrimonial e DRE da Empresa Arte Brasil no ano de 2010.....	63
13- Cachaça Prata, 690 ml.....	70

LISTA DE TABELAS

Tabela	Página
1- Proposta do Demonstrativo do Resultado do Exercício.....	72

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABRABE	Associação Brasileira Bebidas
ALADI	Associação Latino Americana de Integração
AWB	Airway Bill (Conhecimento Aéreo)
CFR	Cost and Freight (Custo e Frete)
CIF	Cost, Insurance and Freight (Custo, Seguro e Frete)
CIP	Carriage and Insurance Paid to (Transporte e Seguro pago até...)
CNPJ	Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica
COFINS	Contribuição para Financiamento da Seguridade Social
CPT	Carriage Paid to (Transporte pago até ...)
CRT	Conhecimento de Transporte Internacional por Rodovia
DAP	Delivered at Place (Entregue no local, que não seja um Terminal)
DAT	Delivered at Terminal (Entregue no Terminal)
DDP	Delivered Duty Paid (Entregue com Direitos pagos até...)
DECEX	Departamento do Comércio Exterior
DRE	Demonstração do Resultado do Exercício
EXW	Ex Works (Na Origem)
FAZ	Free Alongside Ship (Livre ao lado do Navio)
FASB	Financial Accounting Standards Board
FCA	Free Carrier (Livre no Transportador)
FIESP	Federação das Indústrias do Estado de São Paulo
FOB	Free on Board (Livre a Bordo)
IBAMA	Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis
IBD	Instituto de Biodinâmica
IBRAC	Instituto Brasileiro da Cachaça
ICMS	Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços
IEX	Imposto de Exportação
INCOTERMS	Termos Internacionais de Comércio Exterior
INMETRO	Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial
IPI	Imposto sobre os Produtos Industrializados
IR	Imposto de Renda
IVA	Imposto sobre o Valor Acrescido

LAJIR	Lucro antes do Imposto de Renda
MAPA	Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento
MIDC	Departamento de Comércio Exterior
NALADI	Nomenclatura Aduaneira para a ALADI
NBM	Nomenclatura Brasileira de Mercadorias
NCM	Nomenclatura Comum do MERCOSUL
PBDAC	Programa criado pela Associação Brasileira de Bebidas
PDAC	Programa de Desenvolvimento da Aguardente de Cana, Caninha e Cachaça
PIS	Programa de Integração Social
RE	Registro de Exportação
REI	Registro de Exportação e Importação
ROA	Taxa de retorno sobre o ativo total
ROE	Taxa de retorno sobre o patrimônio líquido
RWB	Conhecimento de Transporte Ferroviário
SD	Solicitação de Despacho
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio as Micro e Pequenas Empresas
SH	Sistema Harmonizado de Codificação de Mercadorias
SISCOMEX	Sistema Integrado de Comércio Exterior
SMRAC	Sistema Modificado de Recuperação Acelerada de Custos

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	13
1.1 Objetivo	14
1.2 Justificativa.....	14
2 REVISÃO DE LITERATURA	15
2.1 Demonstrações Financeiras.....	15
2.1.1 <i>Demonstrações Financeiras Básicas</i>	15
2.1.2 <i>Demonstração do Resultado do Exercício</i>	15
2.1.3 <i>Balanco Patrimonial</i>	16
2.1.4 <i>Consolidação de Demonstrações Financeiras Internacionais</i>	16
2.2 Análise das Demonstrações Financeiras	17
2.2.1 <i>Tipos de Comparação de Índices</i>	17
2.2.2 <i>Grupos de Índices Financeiros</i>	18
2.3 Análise de Liquidez	18
2.3.1 <i>Capital de giro (ou circulante) líquido</i>	18
2.3.2 <i>Índice de liquidez corrente</i>	19
2.3.3 <i>Índice de liquidez seco</i>	19
2.4 Análise de Atividade	20
2.5 Análise do Endividamento	20
2.5.1 <i>Índice de endividamento geral</i>	20
2.5.2 <i>Índice exigível a longo prazo líquido</i>	21
2.6 Análise de Lucratividade	21
2.6.1 <i>Margem operacional bruta (MOB)</i>	21
2.6.2 <i>Margem operacional líquido (MOL)</i>	22
2.6.3 <i>Payback</i>	22
2.6.4 <i>Taxa de Retorno</i>	23
2.7 Comercialização	23
2.8 Exportação	24
2.8.1 <i>Tipos de Exportação</i>	25
2.8.2 <i>Exportação direta</i>	25
2.8.3 <i>Exportação Indireta</i>	26
2.9 Tratamento Tributário na Exportação	26
2.10 Documentos necessários para Exportação segundo as Normas Brasileiras	28
2.10.1 <i>O Cadastro no DECEX (Departamento de Comércio Exterior, do MIDC)</i>	29
2.10.2 <i>Fatura Pró-Forma (Cotação)</i>	29
2.10.3 <i>Fatura Comercial</i>	29
2.10.4 <i>Conhecimento de Embarque</i>	30
2.10.5 <i>Packing List (Romaneio)</i>	31
2.10.6 <i>Carta de Crédito</i>	31
2.10.7 <i>Fatura Consular</i>	31
2.10.8 <i>Certificado de Origem</i>	32
2.10.9 <i>Certificado de Peso/ Qualidade/ Conformidade</i>	32

2.10.10	Autorização do IBAMA	32
2.10.11	Certificado Fitossanitário	32
2.10.12	Registro de Exportação – RE.....	32
2.10.13	Nota Fiscal de Saída (Série Única).....	32
2.10.14	Solicitação de Despacho (SD).....	33
2.10.15	Averbação ou Apólice de Seguro	33
2.10.16	Saque	33
2.10.17	Borderô Bancário	34
2.10.18	Contrato de Câmbio.....	34
2.11	Termos Internacionais de Comércio – INCOTERMS	34
2.12	Marketing Internacional	36
2.13	Classificação Fiscal das Mercadorias junto à Nomenclatura Comum do MERCOSUL	36
2.14	Etapas para Legalização do Alambique e do Produto	37
2.15	História da Cachaça	39
2.16	Cachaça no Brasil.....	39
2.16.1	Consumo e produção	40
2.16.2	Cachaça Artesanal e Industrial	40
2.16.3	Fabricação da Cachaça	42
2.16.4	Cachaça Artesanal Orgânica.....	43
2.16.5	Mercado Interno	44
2.16.6	Mercado Externo	44
2.17	Preço da Cachaça no Mercado Mundial	45
2.18	Barreiras para Exportação	45
3	MATERIAIS E MÉTODOS	48
3.1	Materiais a serem empregados	48
3.2	Metodologia	48
3.2.1	Projeção de Exportação	49
3.2.2	Preço FOB da Mercadoria.....	49
3.2.3	Demonstração do Resultado do Exercício.....	51
3.2.4	Balanço Patrimonial.....	52
3.2.4.1	<u>Margem operacional bruta</u>	52
3.2.4.2	<u>Margem operacional líquida</u>	53
3.2.4.3	<u>Taxa de retorno</u>	53
3.2.4.4	<u>Payback</u>	54
3.3	Estudo de Caso	54
3.3.1	O Local do Alambique	54
3.3.2	A Empresa Arte Brasil	55
3.3.3	O processo de produção	55
3.3.3.1	<u>Fermentação natural e controle de todo o processo</u>	56
3.3.3.2	<u>Destilação lenta em alambique tradicional</u>	56
3.3.3.3	<u>Envelhecimento em tonéis de madeira nobre</u>	57
3.3.3.4	<u>Tradição e tecnologia</u>	58
3.3.3.5	<u>Produtos oferecidos pela Arte Brasil</u>	58

3.3.4 A cadeia produtiva da cachaça.....	59
4 RESULTADOS E DISCUSSÃO	62
4.1 Balanço Patrimonial da Empresa Arte Brasil.....	63
4.2 Demonstrativo do Resultado do Exercício da Empresa Arte Brasil	64
4.3 Roteiro para atender os requisitos para a exportação.....	64
<i>4.3.1 Identificar Mercados de Destino</i>	<i>64</i>
<i>4.3.2 Verificar se o produto fabricado não tem restrições para ser exportado</i>	<i>65</i>
<i>4.3.3 Efetuar o credenciamento como Exportador</i>	<i>66</i>
<i>4.3.4 Obter informações sobre a incidência de impostos e sobre os incentivos as exportações.....</i>	<i>66</i>
<i>4.3.5 Enviar informações sobre o produto ao Importador, tais como, catálogos, lista de preços e amostras</i>	<i>68</i>
<i>4.3.6 Definir se a exportação vai ser realizada com ou sem intermediário</i>	<i>68</i>
<i>4.3.7 Formalizar o negócio</i>	<i>68</i>
<i>4.3.8 Preparar a mercadoria para ser embarcada</i>	<i>69</i>
<i>4.3.9 Confirmar com o importador se já providenciou a abertura da carta de crédito ou o pagamento e solicitar a autorização para efetuar o embarque</i>	<i>69</i>
<i>4.3.10 Providenciar o processo de preparação pré-embarque</i>	<i>69</i>
<i>4.3.11 Embarque da mercadoria e despacho aduaneiro.....</i>	<i>70</i>
<i>4.3.12 Efetuar a contratação da operação de câmbio.....</i>	<i>70</i>
<i>4.3.13 Preparar a documentação pós-embarque</i>	<i>70</i>
<i>4.3.14 Apresentar os documentos ao importador.....</i>	<i>70</i>
<i>4.3.15 Liquidação do Câmbio.....</i>	<i>71</i>
4.4 Produto destinado a Exportação	71
4.5 Proposta do Demonstrativo do Resultado do Exercício.....	72
4.6 Determinação do Preço FOB do produto.....	74
4.7 Análise das Demonstrações Financeiras.....	74
<i>4.7.1 Margem Operacional Bruta (MOB).....</i>	<i>75</i>
<i>4.7.2 Margem Operacional Líquida (MOL).....</i>	<i>75</i>
<i>4.7.3 Taxa de Retorno.....</i>	<i>76</i>
<i>4.7.4 Período de Retorno (Payback)</i>	<i>76</i>
<i>4.7.5 Ponto de Equilíbrio Empresarial</i>	<i>Erro! Indicador não definido.</i>
5 CONCLUSÃO	77
REFERÊNCIAS.....	78
APÊNDICES	81
Apêndice 1.....	81
Apêndice 2.....	82
Apêndice 3.....	83

1 INTRODUÇÃO

Um destilado tipicamente brasileiro, a cachaça é a terceira bebida destilada mais consumida no mundo e a primeira no Brasil, esta bebida vem conquistando novos mercados e expandindo-se além das fronteiras do país.

Segundo dados da Associação Brasileira de Bebidas (ABRABE, 2010) que criou o Programa de Desenvolvimento da Aguardente de Cana, Caninha e Cachaça (PDAC, 2010), afirmam que a produção em volume anual é em torno de 1,3 bilhões de litros, sendo que cerca de 75% desse total é proveniente da fabricação industrial e 25%, da forma artesanal. O PBDAC é um programa que foi criado em 1997 pela Associação Brasileira de Bebidas (ABRABE) para apoiar as exportações do setor, dar capacitação técnica ao produtor e valorizar a imagem da cachaça como um produto genuinamente nacional.

A cachaça artesanal orgânica é aquela onde a matéria prima, cana-de-açúcar é cultivada sem agrotóxico e defensivos agrícolas. Este tipo de cachaça vem conquistando o mercado externo pois possuem certificações que garantem a procedência e a qualidade orgânica de uma bebida natural ou processada. Para se exportar um produto é necessário o cumprimento de normas técnicas internacionais e requisitos básicos, estes produtos devem seguir rigorosamente a legislação vigente do país importador.

Quanto ao consumo da bebida, o Brasil consome quase toda a produção de cachaça; por volta de 1% a 2 %, apenas, é exportado (2,5 milhões de litros). Atualmente, são aproximadamente 180 empresas exportadoras e a cachaça é exportada para mais de 60 mercados. Em 2009, foram exportados 10,83 milhões de litros gerando uma receita de US\$ 15,58 milhões.

Visto que há um grande interesse na expansão das exportações, este trabalho propõe analisar e verificar oportunidades de mercado na Europa, mas especificamente na Alemanha, já que se trata do maior importador da bebida, e verificar quais os possíveis benefícios financeiros que a empresa Arte Brasil teria exportando a Cachaça Artesanal Orgânica Prata.

1.1 Objetivo

O objetivo principal deste estudo é analisar a viabilidade econômica financeira de um produtor de Cachaça Artesanal Orgânica da região de Lins, São Paulo expandir seus negócios através da exportação para o mercado internacional.

1.2 Justificativa

A sobrevivência de uma agroindústria é garantida pela sua área financeira, sem capital o produtor ou a pessoa jurídica não consegue pagar suas contas, assim é fundamental uma boa administração financeira para se obter sucesso nos negócios.

Para avaliar o desempenho de um negócio, deve-se entender as demonstrações financeiras, pois estas demonstrações fornecem uma visão da situação da empresa, é muito importante estudar sobre as demonstrações para verificar se há viabilidade econômica e financeira de expandir os negócios, para a exportação da Cachaça Artesanal Orgânica.

Os principais componentes da demonstração do resultado do exercício e do balanço patrimonial, foram abordados neste trabalho assim como interpretá-los, após isso, será estudado a situação atual que a empresa Arte Brasil se encontra, e propor alternativas de conquista de novos mercados no exterior, informações básicas sobre os procedimentos necessários para consolidar os negócios internacionais e apresentar como é a análise das demonstrações financeiras feitas através de índices.

Considerando o potencial de produção de destilados que o município de Lins tem e as possíveis oportunidades que o mercado internacional oferece aos produtores que atendam a todas as normas e requisitos impostos pelo mercado internacional, surge uma viável tentativa de analisar e estudar sobre as possibilidades de um produtor exportar sua produção de Cachaça Artesanal Orgânica Prata, para o mercado Europeu.

2 REVISÃO DE LITERATURA

2.1 Demonstrações Financeiras

É fundamental entender as demonstrações financeiras para administrar um negócio, pois estas demonstrações fornecem uma visão da situação da empresa, neste trabalho foram abordado estas análises para verificar a viabilidade econômica de se exportar a cachaça artesanal orgânica.

A seguir, serão abordados os principais componentes da demonstração do resultado do exercício e do balanço patrimonial, e como interpretá-los, após isso, será estudado as informações básicas sobre os procedimentos para consolidar as demonstrações financeiras internacionais e verificar como é a análise das demonstrações financeiras feitas através de índices.

2.1.1 Demonstrações Financeiras Básicas

As demonstrações financeiras básicas para Gitman (1997), são: Demonstração do Resultado do Exercício, Balanço Patrimonial e a Demonstração dos Fluxos de Caixa.

2.1.2 Demonstração do Resultado do Exercício

Fornecer um resumo financeiro dos resultados das operações da empresa durante um período específico, normalmente um exercício fiscal. Geralmente, a demonstração do resultado cobre o período de um ano encerrado em uma data específica, em geral 31 de

dezembro, é comum também, o preparo de demonstrações mensais, trimestrais, semanais ou até diário, pois é uma ferramenta flexível e de fácil manipulação. (GITMAN, 1997).

A DRE tem seu início marcado pela Receita de Vendas que mostra os recursos obtidos com suas vendas, como os custos dos produtos vendidos, Lucro bruto, Despesas operacionais, Despesas gerais, Despesas administrativas, Lucro antes do Juros e do Imposto de Renda (LAJIR), Impostos de Renda (IR) e por fim Lucro líquido.

2.1.3 Balanço Patrimonial

O balanço patrimonial apresenta a demonstração resumida da posição financeira e patrimonial da empresa em uma determinada data. A demonstração confronta os ativos da empresa (o que ela possui) com suas fontes de financiamento, que podem ser passivos (o que ela deve), ou o patrimônio líquido (que foi investido pelos proprietários), (GITMAN, 1997).

As demonstrações financeiras fornecem uma série de dados sobre a empresa, de acordo com regras contábeis. A análise de balanços transforma esses dados em informações e será tanto mais eficiente quando melhores informações produzidas (MATARAZZO, 2010).

Ativo: São todos os bens e direitos de propriedade da empresa, determinado monetariamente, representando benefícios presentes ou futuros para a empresa.

Bens: máquinas, terrenos, estoques, dinheiro (moeda), ferramentas, veículos, estações, etc.

Direitos: cotas, duplicatas, títulos a receber, ações, depósitos em contas bancárias (direito de saque), títulos de crédito, etc.

Patrimônio Líquido: são recursos dos proprietários aplicados no empreendimento. Aplicação inicial (a primeira aplicação) denomina-se contábil, caso havendo outras aplicações pelos proprietários, teremos acréscimo de capital.

2.1.4 Consolidação de Demonstrações Financeiras Internacionais

O tratamento da consolidação das demonstrações financeiras de empresas estrangeiras é diferente do tratamento utilizado das empresas nacionais, já que as operações são realizadas em moeda estrangeira, esta questão vem causando transtornos aos contadores há muitos anos e devido a este problema foi estabelecido pelo *Financial Accounting Standards Board*, (FASB), que todas as empresas sediadas nos Estados Unidos convertam seus ativos e passivos denominados em moeda estrangeira para dólares, este órgão (FASB), determinou todas as

políticas aplicáveis à Contabilidade nos Estados Unidos, uma delas é a política de conversão da taxa corrente, outra é execução da taxa de cambio e por fim estabeleceram também os ajustes de conversões acumulados, que pode gerar ganhos ou perdas no saldo (GITMAN, 1997).

Como este trabalho visa inserir seus produtos no mercado externo, questões como estas esclarecidas, devem ser estudadas rigorosamente para que não ocorram eventuais problemas no processo de transição do produto do país de origem para o país importador.

2.2 Análise das Demonstrações Financeiras

A análise das demonstrações financeiras fornece um dos primeiros pontos para se entender uma empresa, esta análise é feita por meio de índices para comparar o desempenho e a situação de uma empresa ao longo do tempo.

A análise por meio de índices envolve métodos de cálculo e interpretação, pois são avaliados o desempenho e a situação real da empresa. Para que análise seja feita de fato os índices devem ser analisados com base na Demonstração do Resultado e o Balanço Patrimonial da empresa (GITMAN, 1997).

2.2.1 Tipos de Comparação de Índices

Para Gitman, (1997) a análise por meio de índices não envolve meramente a aplicação de uma fórmula ou dados financeiros, para se obter um determinado índice. O mais importante é a interpretação do valor desse índice. É importante para responder questões como: Está muito baixo ou muito alto? É bom ou ruim? Estas e outras perguntas a interpretação correta do índice irá responder.

Dois tipos de comparação podem ser feitos: Análise *Cross-Sectional* e Análise de Série-Temporal.

Na Análise *Cross-Sectional* é feito a comparação dos índices financeiros de diferentes empresas em um mesmo instante; e envolve a comparação dos índices da empresa com correspondentes da principal empresa do setor ou com as médias da indústria.

Já a Análise-Temporal avalia o desempenho financeiro da empresa ao longo do tempo, utilizando a análise financeira baseada em índices.

2.2.2 *Grupos de Índices Financeiros*

Os índices financeiros podem ser subdivididos em quatro grupos: índices de liquidez, índices de atividade, índices de endividamento e índice de lucratividade. Os índices de liquidez, de atividade e de endividamento medem, fundamentalmente, o risco e os índices de lucratividade medem o retorno (GITMAN, 1997).

Para prazos curtos, os elementos importantes são a liquidez, a atividade e a lucratividade, visto que eles fornecem informações que são críticas para operações de curto prazo na empresa. Os índices de endividamento são úteis fundamentalmente quando o analista tem certeza de que a empresa será bem sucedida no curto prazo.

2.3 **Análise de Liquidez**

A liquidez de uma empresa é medida pela sua capacidade para satisfazer suas obrigações de curto prazo, na data de vencimento. Os ativos circulantes referem-se à solvência da situação financeira de toda a empresa, e facilita como a organização pode pagar suas contas. São três as medidas básicas de liquidez: capital de circulante líquido, índice de liquidez corrente e o índice de liquidez seco. Gitman, (1997) explica cada uma dessas medidas.

2.3.1 *Capital de giro (ou circulante) líquido*

Este cálculo é uma medida de liquidez calculada subtraindo-se o passivo circulante do ativo circulante, é normalmente utilizada para medir a liquidez global da empresa. Como mostra a Equação 1.

$$CCL = AC - PC \quad \dots(1)$$

Onde:

- CCL= Capital circulante líquido
- AC= Ativo circulante
- PC= Passivo circulante

2.3.2 *Índice de liquidez corrente*

É um dos índices financeiros mais comumente citados, pois mede a capacidade da empresa satisfazer suas obrigações de curto prazo, conforme a Equação 2.

$$ILC = \frac{AC}{PC} \quad \dots(2)$$

Onde:

- ILC= Índice de liquidez corrente
- AC= Ativo circulante
- PC= Passivo circulante

2.3.3 *Índice de liquidez seco*

Este cálculo é semelhante ao índice de liquidez corrente, porém este exclui os estoques do ativo circulante da empresa por dois fatores básicos: o primeiro porque os estoques podem se tornar obsoletos e segundo porque geralmente os estoques são vendidos a crédito sendo assim, se tornam duplicadas a receber antes de ser convertidos em caixa. Veja abaixo a Equação 3:

$$ILS = \frac{AC - ESTOQUE}{PC} \quad \dots(3)$$

Onde:

- ILS= Índice de liquidez corrente
- AC= Ativo circulante
- ESTOQUE= Estoque
- PC= Passivo circulante

2.4 Análise de Atividade

São usadas para medir a rapidez com que várias contas são convertidas em venda ou em caixa.

É muito importante ir além das medidas de liquidez global, a fim de se avaliar a atividade (liquidez) das contas circulantes específica. Neste tipo de análise normalmente são calculados o giro dos estoques, o período médio de cobrança e pagamento, giro do ativo permanente e giro do ativo total (GITMAN, 1997).

2.5 Análise do Endividamento

A situação de endividamento de uma empresa pode ser aferida através tanto do seu grau de endividamento como de sua capacidade para pagar as dívidas, este tipo de análise indica o montante de recursos de terceiros que está sendo usado, na tentativa de gerar lucros. Gitman, (1997) determina índices que medem o endividamento de uma empresa.

2.5.1 *Índice de endividamento geral*

Este índice mede a proporção dos ativos totais da empresa financiada pelos credores. Quanto maior for esse índice, maior será o montante do capital de terceiros que está sendo utilizado para gerar lucros, conforme a Equação 4.

$$IEG = \frac{ET}{AT} \quad \dots(4)$$

Onde:

- IEG= Índice de endividamento geral
- ET= Exigível total
- AT= Ativo total

2.5.2 *Índice exigível a longo prazo líquido*

Este índice indica a relação entre os recursos de longo prazo fornecidos por credores e os recursos fornecidos pelos proprietários, também é utilizado para medir o grau de alavancagem da empresa, é o que mostra a Equação 5.

$$IELP = \frac{ELP}{PL} \quad \dots(5)$$

Onde:

- IELP= Índice exigível a longo prazo
- ELP= Exigível a longo prazo
- PL= Patrimônio líquido

2.6 **Análise de Lucratividade**

A lucratividade de uma empresa pode ser avaliada em relação as suas vendas, ativos, patrimônio líquido e ao valor da ação. Essas medidas permitem avaliar os lucros da empresa em confronto com um dado nível de vendas, um certo nível de ativos, o investimento dos proprietários, ou o valor da ação.

2.6.1 *Margem operacional bruta (MOB)*

A margem bruta mede a porcentagem de cada unidade monetária de venda que restou, após a empresa ter pagado seus produtos. Quanto mais alta a margem bruta, tanto melhor, e menor o custo relativo dos produtos vendidos, conforme a Equação 6.

$$MOB = \frac{LB}{RECEITA} \cdot 100 \quad \dots(6)$$

Onde:

- MOB= Margem operacional bruta
- LB= Lucro bruto
- RECEITA= Receita de vendas

2.6.2 Margem operacional líquido (MOL)

A margem líquida mede a porcentagem de cada unidade monetária de venda que restou, depois da dedução de todas as despesas, inclusive o imposto de renda. Quanto maior for à margem líquida da empresa, melhor, pois é uma medida que indica o sucesso da empresa em termos da lucratividade sobre vendas.

Para Gitman, (1997) algumas taxas são calculadas para verificar o retorno do investimento, assim como índices que são importantes para medir a lucratividade da empresa, abaixo serão listados os principais cálculos efetuados pelas organizações. Conforme a Equação 7:

$$MOL = \frac{LL}{RECEITA} \cdot 100 \quad \dots(7)$$

Onde:

- MOL= Margem operacional líquida
- LL= Lucro líquido
- RECEITA= Receita de vendas

2.6.3 Payback

O período de *payback* pode ser definido como o tempo que será necessário para a recuperação do investimento inicial, tendo como base as entradas de caixa da empresa (GITMAN, 1997). Como mostra a Equação 8.

$$PB = \frac{INVESTIMENTO}{LB} \quad \dots(8)$$

Onde:

- PB= Payback
- INVESTIMENTO= Recursos totais investidos
- LB= Lucro bruto

2.6.4 Taxa de Retorno

Para Gitman (1997), a taxa de retorno sobre o patrimônio líquido, mensura o retorno que se obteve sobre o investimento feito pelos proprietários da empresa (ações preferenciais e ordinárias). Conforme a Equação 9.

$$TR = \frac{LL}{INVESTIMENTO} \cdot 100 \quad \dots(9)$$

Onde:

- TR= Taxa de retorno
- LL= Lucro líquido
- INVESTIMENTO= Recursos totais investidos

2.7 Comercialização

São todas as etapas do processo ou “caminhos” percorridos pelo produto desde que sai da unidade de produção agrícola até a chegada aos consumidores, todas essas etapas em conjunto podem ser entendidas como canais de comercialização, para Oliveira et. al (2001), as empresas comercializam seus produtos para o mercado interno e externo. No mercado interno as vendas da cachaça podem ser feitas diretamente aos postos de venda ao consumidor como: supermercados, armazéns, bares etc. ou para atacadistas e distribuidores de bebidas. Geralmente as cachaças de alambiques são vendidas diretamente aos consumidores ou entregues para cooperativas e/ou associações que comercializem o produto com as empresas do ramo.

O mercado externo é um segmento cada vez mais utilizado pelos produtores de cachaça artesanal orgânica, pois atualmente, a exportação além agregar valor ao produto, dilui riscos e evita instabilidades. Ao optar por vender produtos em mercados externos, o produtor diminui o risco dos negócios visto que a expansão da empresa não fica inteiramente condicionada ao ritmo de crescimento da economia brasileira e de mudanças na política econômica. Além disso, a diluição dos riscos abre a possibilidade de planejamento de longo prazo, garante maior segurança na tomada de decisões e assegura receitas em moeda forte é o que afirma uma conjunta iniciativa da Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (FIESP) e do Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de São Paulo (SEBRAE, 2004).

2.8 Exportação

Para Fonseca citado por Minervini, (2001) o cenário atual da exportação se deu pelo fenômeno da globalização que impulsionou o comércio em nível mundial, sendo a principal responsável pelas profundas e freqüentes mudanças no perfil dos diversos atores do comércio internacional que a cada dia que passa está mais exigente por padrões de vantagens competitivas, o que obriga fornecedores globais ao atendimento pontual de seus clientes no exterior.

Os produtos destinados a exportação devem ser competitivos em preço e qualidade derivados de investimentos em controle de qualidade, adequação de “*design*” e embalagens, eficiência logística, atualização tecnológica, pesquisas de mercado entre outros.

Para que o Brasil possa de fato expandir suas vendas para o mercado internacional é necessário que o país ofereça um crescimento sustentado, para isso, é preciso difundir a cultura exportadora tendo o apoio de agentes econômicos públicos e privados para entender como é o comércio internacional. O produto em foco, a cachaça artesanal orgânica, tem características e peculiaridades iguais a qualquer outro produto orgânico e como há uma tendência mundial para aquisição de produtos livre de agrotóxicos, os produtores deverão desenvolver estudos em toda a cadeia produtiva e de comercialização, para atender as necessidades do mercado interno e dos países importadores.

2.8.1 *Tipos de Exportação*

Para Minervini (2001), há muitos critérios que devem ser levados em conta para uma empresa ingressar no mercado internacional. Os principais critérios selecionados pelo autor são:

- determinação das exigências do exportador: o autor ressalta que o exportador tem que saber o que quer com a internacionalização e com quem ele estará se correspondendo;
- determinação das fontes de informação: a quantidade e qualidade de informações têm que ser cuidadosamente selecionadas, pois é fator vital para a empresa no mercado externo;
- seleção e formas de ingresso no mercado internacional: segundo o autor, milhares de empresas utilizam somente uma ou duas formas de ingresso no mercado externo;
- encontros e procedimentos de trabalho: depois de selecionado o seu parceiro, defina com ele um plano de trabalho.

Após ter estudado e analisado rigorosamente esses critérios, o exportador poderá escolher um dos três tipos de acesso no mercado externo, que podem ser das seguintes formas: diretas, indiretas e mistas.

2.8.2 *Exportação direta*

Direta: está operação é realizada pelo exportador, que é o responsável pelo contato direto com o importador o que permite maior controle. Nesse tipo de exportação, a empresa exportadora tem que ter o conhecimento do processo de exportação em toda a sua extensão. Segundo Minervini (2001), o exportador terá as seguintes vantagens:

- possui conhecimento mais direto de mercado;
- sofre influência direta na seleção de seus colaboradores;
- controle de fluxo mais regular de vendas;
- influência direta na estratégia do produto, preço e distribuição.

As formas mais comuns de exportação direta são:

- vendedor direto;
- filial de vendas;
- vendas por correio;
- agente no exterior;
- empresas de gestão de exportação/consultorias de exportação;
- consórcios de exportação.

2.8.3 *Exportação Indireta*

Indireta: é realizado por intermédio de empresas que se situam no país exportador. Nesse caso, a venda para esse tipo de empresa é considerada equivalente a uma exportação direta. Como exemplo, podem-se citar:

- *broker*;
- *jobber*;
- *trading company*;
- agente de vendas.

Mistos: é o mais complexo dos três tipos de exportação, pois são operações que requerem especialistas, normalmente tradings uma vez que exigem maior experiência, possui uma engenharia de negócios mais complicada e, então, requer um plano de internacionalização bem elaborado. Como exemplo de forma mista de exportação, pode-se citar:

- marketing subsidiaries;
- *joint-venture* (associação);
- *franchising* (franquia);
- filial de produção.

2.9 Tratamento Tributário na Exportação

A determinação da formação de preço de exportação da empresa deve conhecer bem qual o tratamento fiscal a ser utilizado na operação, pois este procedimento concedido às vendas internacionais tem como objetivo reduzir os custos dos produtos exportáveis por meio

da desoneração ou dispensa do pagamento de tributos e também sobre outros encargos incidentes sobre as transações de mercado interno (SEBRAE, 2004).

A Figura 1 mostra os tributos incidentes nas exportações:

Exportação	Direta	Indireta	Trading Company
Tributos	Operação de saída da mercadoria realizada diretamente pelo produtor/fabricante para o importador.	O produtor/fabricante vende, em uma operação de mercado interno, à uma empresa interveniente com o fim específico de exportar.	Venda no mercado interno equiparada à exportação.
ICMS Impostos sobre a Circulação de Mercadorias	Não incidência e garantia de manutenção do crédito relativo aos insumos contidos nos produtos exportados	Não incidência e garantia de manutenção do crédito relativo aos insumos contidos nos produtos exportados.	Não incidência e garantia de manutenção do crédito relativo aos insumos contidos nos produtos exportados.
IPI Impostos sobre Produtos Industrializados	Imunidade tributária e garantia da manutenção do crédito relativo aos insumos contidos nos produtos exportados.	Suspensão e garantia da manutenção do crédito relativo aos insumos contidos nos produtos exportados	Imunidade tributária e garantia da manutenção do crédito relativo aos insumos contidos nos produtos exportados.
PIS Programa de Integração Social	Isenção	Isenção	Isenção
COFINS Contribuição para Financiamento da Seguridade Social	Isenção	Isenção	Isenção

Figura 1– Quadro de tratamento tributário na exportação.

Fonte: SEBRAE (2004)

É importante que o exportador leve em conta ainda a possibilidade de incidência do Imposto de Exportação (IEX), este imposto pode dificultar a exportação de produtos na sua forma bruta, é uma maneira de estimular a exportação de produtos com maior valor agregado.

O produto em foco, a cachaça artesanal orgânica segue um Regime Tarifário determinado pelos países importadores, veja abaixo os tributos dos principais países importadores:

Países	Importação Livre	Tratamento	Base de Cálculo	Observações
Japão	Não	Direito Aduaneiro as valorem em 13,5% Taxas: 5%	Alíquota geral de 20,2% sobre o valor CIF, para importações provenientes do Brasil. A taxa de 5% refere-se no imposto sobre o consumo.	-----
Estados Unidos	Não	Tarifa de US\$ 0.259 por pf. Litro de rum e tafiá que foi avaliado abaixo de US\$ 3 por pf litro. Também foi estabelecido imposto federal de US\$ 13.50 por pf. Galão (galão de % 50 de álcool).	Proof liter (proof litro) para a tarifa, proof gallon (proof galão) para imposto federal.	As exportações brasileiras de produtos de 1998 foram de US\$ 41000, registrando a venda de 21320 litros (pf. L). Com isso percebeu-se um crescimento de aproximadamente 240% em relação ao ano anterior, que foi US\$ 17000 (8870 litros).
Alemanha	Não	Tarifa de 0,65 Euro por grau de álcool em 100 litros. Contingente tarifário (090065) de Euro por grau de álcool em 100 litros, mais 1,80 Euro para cada 100 litros, de distribuição aleatória, contingentes de licença somente em casos excepcionais.	Grau de álcool por 100 litros de cachaça e quantidade de litros.	-----
Argentina	Não	Direito aduaneiro <i>ad valorem</i> %. Direito aduaneiro específico %. Taxas (estatísticas)= 0 % IVA: 21% Adicional IVA: 10%	Valor CIF + Direitos Aduaneiros e Taxas IVA: Valor CIF + Imposto de importação.	Produto de origem extra-zona paga 23% de direito aduaneiro. A taxa de estatística aplica-se produtos de origem extra-zona à alíquota de a.50% O volume de importação em 1998 foi de 582208 litros e nos 9 primeiros meses de 1999 somou 601.912 litros.
Itália	Não	Direitos aduaneiros 0.800 ECU % por Vol./hl mais 4.1 ECU/% por Vol./hl mais 3.8 ECU/hl; IVA: 22%	Cálculos sobre o valor CIF.	-----

Figura 2– Quadro do regime tarifário de alguns países importadores

Fonte: Oliveira et al. Comércio Exterior/ Informe BB (2000).

2.10 Documentos necessários para Exportação segundo as Normas Brasileiras

Segundo as Normas Brasileiras de Exportação expressos no Guia do Comércio Exterior (2010) é necessário ter todos esses documentos para se exportar:

2.10.1 O Cadastro no DECEX (Departamento de Comércio Exterior, do MIDC)

Todas as empresas interessadas em exportar devem incluir este objetivo, ter em seu contrato social o cadastro junto ao DECEX através do Banco do Brasil e deve também ter o cadastro no “SISCOMEX” (Sistema de Comércio Exterior) que é um instrumento que integra as atividades de registro, acompanhamento e controle das operações de comércio exterior por meio de um fluxo único e computadorizado de informações, cujo processamento é efetuado exclusiva e obrigatoriamente pelo Sistema.

2.10.2 Fatura Pró-Forma (Cotação)

Tal fatura servirá de base para a confecção da Fatura Comercial Definitiva, não tem valor contábil ou jurídico, pois se trata apenas de um instrumento de apoio à operação de venda no país de origem. No processo brasileiro serve como confirmação de preços.

A Fatura pró-forma deverá conter os seguintes elementos:

- Local de venda;
- Nome do comprador;
- Discriminador da mercadoria e classificação aduaneira (NCM/SH – Nomenclatura Comum do MERCOSUL), podendo ser na língua Inglesa ou Portuguesa;
- Preço unitário FOB e valor total
- Quantidade e peso da mercadoria;
- Tipo de embalagem;
- Moeda estrangeira negociada;
- Condições de venda (INCOTERMS e seus aditivos);
- Detalhes de despesas (embalagem, transporte interno, gastos consulares, etc.);
- Validade;
- Identificação e assinatura do exportador.

2.10.3 Fatura Comercial

É o documento hábil que servirá de base para o desembaraço alfandegário no exterior. Deve ser preenchida sem erros, emendas ou rasuras. Na inexistência de um modelo oficial, deve ser preenchido em um formulário do exportador, em que constem os seguintes itens:

- Local e data da emissão;
- Número da fatura, que pode ser de sequência numérica, ou do próprio processo da exportação;
- Nome e endereço do exportador;
- Nome e endereço do importador;
- Número da referência, contrato, pedido ou ordem de compra do importador;
- Modalidade de pagamento;
- Modalidade de transporte;
- Porto de embarque;
- Porto de destino;
- Quantidade de mercadoria por tipo (item);
- Marcação de volumes;
- Discriminação detalhada da mercadoria e classificação aduaneira;
- Total do peso líquido;
- Total do peso bruto;
- Preço F.O.B. unitário;
- Preço F.O.B. total;
- Valor do frete (em vendas onde este estiver incluso);
- Valor do seguro (em vendas onde este estiver incluso);
- Valor Total;
- Declarações exigidas pelo país importador.

2.10.4 Conhecimento de Embarque

É um documento emitido pela empresa transportadora cuja cópia é numerada e datada pelo transportador.

Este documento (B/L, *Airway Bill* –AWB, Conhecimento de Transporte Internacional por Rodovia – CRT, Conhecimento de Transporte Ferroviário – RWB – *Railway Bill*, etc.) é de vital importância, pois sem ele não é possível retirar da alfândega e desembaraçar a mercadoria no destino, correspondendo este documento a um autêntico certificado de propriedade.

2.10.5 *Packing List (Romaneio)*

É o documento de embarque que discrimina todas as mercadorias embarcadas, ou todos os componentes de uma mesma mercadoria em quantas partes estiver fracionada. O Romaneio tem o objetivo de facilitar a identificação e localização de qualquer produto dentro de um lote, além de permitir a fácil conferência da mercadoria por parte da fiscalização, tanto no embarque como no desembarque.

Não existe um modelo padrão para este documento, mas ele deve conter ao menos os seguintes elementos:

- Nome e endereço do exportador e importador;
- Data de emissão;
- Número e data da ordem ou pedido do importador ;
- Número e data da fatura comercial;
- Quantidade total de volumes (embalagem);
- Marcação dos volumes;
- Descrição das mercadorias;
- Identificação dos volumes por ordem numérica;
- Espécie de embalagens (caixa, palite, etc.) contendo peso líquido, peso bruto, dimensões unitárias e o total da cubagem.

2.10.6 *Carta de Crédito*

Modalidade de pagamento, onde um banco (emitente) do importador envia ao seu correspondente no país do exportador, uma carta, garantindo que mediante o cumprimento das cláusulas ali descritas e estabelecidas pelo comprador, o exportador terá garantia do recebimento do valor da mercadoria.

2.10.7 *Fatura Consular*

Documento que alguns países exigem, para legalizar a entrada da mercadoria em seu país; este documento normalmente é padronizado e sua legalização é feita pelo consulado do país no Brasil.

2.10.8 Certificado de Origem

É solicitado normalmente por importadores do MERCOSUL, Aladi ou outros países cuja a legislação de importação exija este documento. Tal certificado receberá o visto de federações, associações e câmaras de comércio ou departamentos governamentais (DECEX).

2.10.9 Certificado de Peso/ Qualidade/ Conformidade

Alguns países exigem que as mercadorias sejam inspecionadas por organizações especializadas antes do embarque, os certificados então emitidos são documentos básicos para liberação dos materiais nestes países.

2.10.10 Autorização do IBAMA

Aplica-se a produtos agropecuários ou silvestres.

2.10.11 Certificado Fitossanitário

É necessário no caso de exportação de plantas, frutas e alimentos em geral.

2.10.12 Registro de Exportação – RE

Obtido por via eletrônica, utilizando-se do SISCOMEX – Sistema de Comércio Exterior. Este documento é que autoriza a exportação da mercadoria.

O importador deve estar conectado à Receita Federal via Serpro, ou contratar os serviços de uma gente de carga/despachante aduaneiro para realizá-lo.

2.10.13 Nota Fiscal de Saída (Série Única)

Esta nota deve acompanhar a carga ao porto/aeroporto e a descrição deve ser idêntica à descrição de carga, valor e classificação mencionada no R.E.

2.10.14 *Solicitação de Despacho (SD)*

É o documento que comprova a efetiva exportação da mercadoria. Tal documento é fornecido eletronicamente via SISCOMEX após fiscalização documental ou física da carga por parte da Receita Federal.

Este procedimento é normalmente coordenado e providenciado pelo despachante aduaneiro.

2.10.15 *Averbação ou Apólice de Seguro*

Sempre que a venda for C.I.F. (*Cost, Insurance and Freight*) o exportador deverá contratar o seguro da carga cobrindo o trajeto acordado com o importador.

A seguradora emitirá uma apólice que pode ser específica por embarque ou aberta, podendo ser utilizadas para vários embarques quando for o caso.

2.10.16 *Saque*

Documento emitido pelo exportador, em moeda estrangeira, geralmente escrita em inglês ou no idioma do país comprador, pelo valor total da operação mencionado na fatura comercial. Constitui-se no direito de receber do importador da mercadoria, a importância declarada, substituindo-se desta forma a duplicata das vendas internas.

O formulário segue um modelo padrão internacional, composto de três vias originais já numeradas, com os seguintes elementos:

- Número (1, 2, 3);
- Praça e data da emissão;
- Vencimento;
- Valor em moeda estrangeira (em algarismo e por extenso);
- Favorecido;
- Instrumento que o originou (carta de crédito, fatura comercial, etc.);
- Nome e endereço do sacado;
- Nome e assinatura do emitente;

Na letra Cambial ou Saque, consta declaração esclarecendo que, em caso de pagamento de uma das vias originais, as outras duas tornam-se automaticamente sem efeito.

Este documento representa em última análise, o direito do exportador às divisas decorrentes da venda da mercadoria ao exterior.

2.10.17 *Borderô Bancário*

Documento que descreve toda a documentação referente a um embarque e que é enviado ao Banco negociador. Toda a documentação bem como instruções de cobrança ao importador segue junto com o Borderô Bancário.

2.10.18 *Contrato de Câmbio*

É o documento que define as regras para conversão da moeda do país do importador ao da moeda do país do exportador, e através do qual se efetiva o recebimento do valor da mercadoria exportada em moeda nacional.

Este documento é geralmente preparado por uma corretora de câmbio e valores ou diretamente com o Banco negociador (Guia do Comercio Exterior, 2010).

2.11 Termos Internacionais de Comércio – INCOTERMS

Os termos internacionais de comércio tratam efetivamente de condições de venda, pois esses termos definem os direitos e obrigações mínimas do vendedor e do comprador quanto a fretes, seguros, movimentação em terminais, liberações em alfândegas e obtenção de documentos de um contrato internacional de venda de mercadorias.

Depois de feito o contrato de compra e venda, passam a ter força legal, e detêm seu significado jurídico preciso e determinado, que tem como finalidade simplificar e agilizar a elaboração das cláusulas dos contratos de compra e venda.

É indispensável que o negociador possua um bom domínio dos INCOTERMS, para efetuar de fato as transações no comércio exterior, pois qualquer erro sobre direitos e obrigações do comprador e vendedor pode acarretar grandes prejuízos comerciais para ambas as partes. Sendo assim, é muito importante o estudo cuidadoso sobre o termo escolhido, deve ser o mais conveniente para cada operação comercial para não ocorrer incompatibilidade com cláusulas pretendidas pelos negociantes (ADUANEIRAS, 2010).

No entanto, devido à necessidade de adequar os INCOTERMS às constantes mudanças e alterações nas técnicas de transporte, assim como ao crescente uso de intercâmbio eletrônico de processamento de dados, foram necessárias algumas revisões, sendo a última versão lançada em setembro de 2010, que entrou em vigor em primeiro de Janeiro de 2011, os termos ficaram mais simplificados e atualmente são apenas onze, que são os seguintes:

- *Ex Works* (EXW) – Na origem;
- *Free Carrier* (FCA) – Livre no transportador;
- *Free Alongside Ship* (FAS) – Livre ao lado do navio;
- *Free on Board* (FOB) – Livre a bordo;
- *Cost and Freight* (CFR) – Custo e frete;
- *Cost, Insurance and Freight* (CIF) - Custo, seguro e frete;
- *Carriage paid to* (CPT) – Transporte pago até...;
- *Carriage and insurance paid to* (CIP) – Transporte e seguros pagos até...;
- *Delivered at Terminal* (DAT) – Entregue no terminal;
- *Delivered at Place* (DAP) – Entregue no local, que não seja um terminal;
- *Delivered duty paid* (DDP) – Entregue com direitos pagos.

Segundo Keedi, (2010) esses dois novos termos, com certeza, facilitam as operações, pois são mais claros e em menor quantidade, estes termos são mais abrangentes, o DAT a mercadoria pode ser entregue num terminal portuário e o DAP a mercadoria pode ser entregue no porto, ainda no navio, sem ser desembarcada.

Outra mudança foi feita em relação à operação de entrega e o entendimento do instrumento, a entrega deixa de ser na amurada do navio, ou seja, no espaço aéreo do navio, para ser entregue “a bordo”. Também é recomendado que o local ou porto de entrega seja nomeado e definido o mais precisamente possível. O autor aborda que o INCOTERMS 2010 formalmente reconhece que pode ser utilizado para aplicação tanto nos contratos internacionais quanto nos domésticos. Com o uso no mercado interno fica mais fácil seu entendimento quando a empresa resolver vender sua mercadoria para fora do País, praticando o comércio exterior.

2.12 Marketing Internacional

Segundo Kotler (1998), o marketing é um processo social e gerencial pelo qual indivíduos e grupos obtêm o que necessitam e desejam pela criação, oferta e troca de produtos de valor no mercado. Essa relação de oferta e troca pode ocorrer tanto no mercado interno (âmbito nacional) como no mercado externo (âmbito internacional).

O marketing internacional é mais complexo que o marketing nacional, uma vez que existem diferenças de um mercado para outro que podem surgir no ambiente de marketing, governamental, jurídico, econômico, de infra-estrutura, de informação, tecnológica e até sociocultural.

Para Malhotra (2006), o papel do marketing no desenvolvimento econômico varia de um país para o outro, é importante avaliar o contexto de marketing no país, analisar e levar em conta aspectos quanto a diversidade de produtos disponíveis, as políticas de preço, o controle da mídia pelo governo, a atitude do público em relação à propaganda, a eficiência do sistema de distribuição, o alcance do processo de marketing desenvolvido, as necessidades não atendidas e o comportamento dos consumidores.

Um fator muito importante que deve ser estudado é o ambiente governamental, segundo Malhotra (2006), o tipo de governo influencia a ênfase sobre a política pública, as agências reguladoras, os incentivos e penalidades do governo e o investimento em empresas governamentais, alguns governos não estimulam a concorrência estrangeiras então instituem elevadas barreiras tarifárias e se qualificam como países protecionistas.

O ambiente jurídico também, pois abrange as leis comuns e internacionais, para o marketing internacional a maior importância quanto a esse fator deve ser dado as leis relacionadas com elementos do composto mercadológico, que são as leis dos produtos que incluem a qualidade, a embalagem, garantia, as patentes, as marcas registradas e copyright. Leis sobre o preço, distribuição, sobre o órgão regulamentador da atividade de marketing também deve ser levados em conta assim como o ambiente econômico e sociocultural são verificados pois determinam o cenário do país quanto a esses aspectos.

2.13 Classificação Fiscal das Mercadorias junto à Nomenclatura Comum do MERCOSUL

Após preencher o Registro de Exportadores e Importadores (REI) no SISCOMEX, a empresa deverá classificar seus produtos de acordo com duas nomenclaturas: a Nomenclatura

Comum do MERCOSUL (NCM) e a Nomenclatura Aduaneira da ALADI (NALADI/SH). Ambas têm muitas semelhanças, pois estão baseadas no Sistema Harmonizado de Codificação de Mercadorias (SH), firmado em Bruxelas, em 14 de junho de 1983 (DALSTON, 2007).

A classificação na NCM/SH posiciona a mercadoria para todos os efeitos relativos ao comércio exterior. A NCM, que substituiu a Nomenclatura Brasileira de Mercadorias (NBM), possui oito dígitos e uma estrutura de classificação que contém até seis níveis de agregação: capítulo, posição, subposição simples, subposição composta, item e subitem (MAIA, 2002), que são em:

- capítulo;
- posição;
- subposição simples;
- subposição composta;
- item;
- subitem.

A descrição para a cachaça é:

NCM 22.0840.00 (cachaça e caninha)

22: (bebidas, líquidos alcoólicos e vinagres);

22.08: Álcool etílico não desnaturado com teor alcoólico, em volume inferior a 80% vol; aguardentes, licores e outras bebidas espirituosas;

22.0840.00: cachaça e caninha (rum e tafiá) (MAIA, 2002 p. 19).

2.14 Etapas para Legalização do Alambique e do Produto

A pessoa que produz cachaça e tem interesse em exportar o seu produto para qualquer país, deve possuir o registro de seu estabelecimento/alambique e de seu produto.

Para Maia (2002), o registro do estabelecimento do produtor, pode ser classificado como:

- produtor;
- acondicionador;
- envasador ou engarrafador;
- standardizador ou padronizador;

- exportador;
- importador.

O registro do alambique pode ser feito por uma unidade de estabelecimento, ou seja, por endereço de localização, de acordo com a atividade desenvolvida.

Este registro possui validade em todo território nacional e tem que ser renovado a cada dez anos, por solicitação formalizada.

Para realizar o registro é exigido uma personalidade jurídica (CNPJ e inscrição estadual), devendo sempre constar no objetivo do contrato social a atividade desenvolvida.

Também é necessário a classificação do produto que pode ser feita por marca e/ou composição, havendo tantos registros quanto forem as marcas e/ou composições.

Assim como para o estabelecimento, o produto tem sua validade em todo território nacional e deve ser renovado a cada dez anos.

O modelo de rótulo a ser utilizado é analisado e aprovado por ocasião do registro inicial do produto; as alterações subsequentes devem ser sujeitas previamente ao MAPA. Os rótulos devem ter informações obrigatórias como:

- a denominação completa do produto;
- a marca comercial;
- (razão social), produzido e engarrafado por...;
- o endereço do local de produção e do local de envase;
- o CNPJ;
- o conteúdo, observando o disposto na Portaria INMETRO nº 88/96;
- a composição ou os ingredientes;
- a expressão “Registro do Produto no Ministério da Agricultura nº... ”;
- lote nº...;
- a data do envase, para produtos perecíveis;
- a expressão “Indústria Brasileira”;
- a graduação alcoólica, em % vol.;
- tratando-se de bebida alcoólica, as seguintes frases de advertência, em destaque: “EVITE O CONSUMO EXCESSIVO DE ÁLCOOL” e “Proibida a venda a menores de 18 anos”.
- outras informações, de acordo com as características da bebida (MAIA, 2002 p. 21).

2.15 História da Cachaça

Segundo Câmara (2004), a cachaça é uma bebida, genuinamente nacional, e tem quase a idade do Brasil. Foi inventada no litoral paulista e descoberta pelos escravos nos engenhos de açúcar no século XVI, época do Brasil colônia de Portugal. Esta bebida foi feita através da fermentação e destilação do melaço ou pelo caldo proveniente da cana-de-açúcar, não se sabe ao certo o ano do seu nascimento, mas é fato que ela surgiu junto com os primeiros engenhos de açúcar do País.

A cachaça, também conhecida como pinga, caninha, aguardente entre outras tantas denominações para essa bebida, já foi considerada de baixo status pela sociedade, pois era consumida somente pelos escravos e brancos pobres, enquanto a elite brasileira da época preferia vinhos e a bagaceira (aguardente de bagaço de uva), trazidos de Portugal é o que afirma (SAKAI, 2010).

Porém mesmo assim, a cachaça acabou se espalhando por todo o Brasil colônia e aos poucos foi conquistando seu espaço mesmo com a imposição da Corte Portuguesa quanto à produção, comercialização e consumo da cachaça, com o tempo a aguardente tornou-se um símbolo de resistência contra a dominação portuguesa e somente na semana da Arte Moderna de 1922, quando se buscou fortalecer as raízes brasileiras, é que a cachaça voltou a ser considerada um símbolo da cultura nacional e contra a adoção da cultura européia. E, desde então, é considerada a mais brasileira das bebidas e famosa em todo o mundo.

2.16 Cachaça no Brasil

Para que o produto receba a denominação de cachaça, deve obedecer aos parâmetros estabelecidos pelo Decreto nº 2314, de 4 de setembro de 1997, que regulamenta a padronização e classificação de bebidas.

Sendo a cachaça, caninha, cana ou aguardente de cana toda bebida que seja obtida do destilado alcoólico simples de cana-de-açúcar ou pela destilação do mosto fermentado de cana de açúcar com graduação alcoólica entre 38% e 54% em volume, a 20° C, podendo ainda ser acrescida de açúcar em até seis gramas por litro, sendo que quando a adição de açúcar for superior a seis e inferior a 30 gramas por litro deve receber a denominação de cachaça adoçada, caninha adoçada ou aguardente de cana adoçada.

2.16.1 Consumo e produção

A cachaça é a terceira bebida destilada mais consumida no mundo e a primeira no Brasil. Segundo a Associação Brasileira de Bebidas (ABRABE, 2010) que criou o Programa de Desenvolvimento da Aguardente de Cana, Caninha e Cachaça (PDAC, 2010), afirmam que existem mais de 5 mil marcas e 30 mil empresas em todo o país, sendo empresas familiares, regionais, e muitas de pequeno porte. A produção em volume anual é em torno de 1,3 bilhões de litros, sendo que cerca de 75% desse total é proveniente da fabricação industrial e 25%, da forma artesanal. O PBDAC é um programa que foi criado em 1997 pela Associação Brasileira de Bebidas (ABRABE) para apoiar as exportações do setor, dar capacitação técnica ao produtor e valorizar a imagem da cachaça como um produto genuinamente nacional

Para Sakai, (2010) o Brasil consome quase toda a produção de cachaça; por volta de 1% a 2 %, apenas, é exportado (2,5 milhões de litros). Os principais países compradores são: Alemanha, Estados Unidos, Paraguai, Itália, Uruguai e Portugal.

A cachaça é produzida em todos os Estados brasileiros, mesmo naqueles onde o cultivo da cana-de-açúcar não é favorável. Os maiores produtores de cachaça são: São Paulo (45%), Pernambuco (12%), Ceará (11%), Rio de Janeiro (8%), Minas Gerais (8%), Goiás (8%), Paraná (4%), Paraíba (2%) e Bahia (2%), sendo os três primeiros responsáveis por quase toda produção de cachaça industrial.

A produção de cachaça artesanal ou industrial está concentrada nos Estados de Minas Gerais, Rio de Janeiro, Bahia e São Paulo. Conforme a Figura 3:

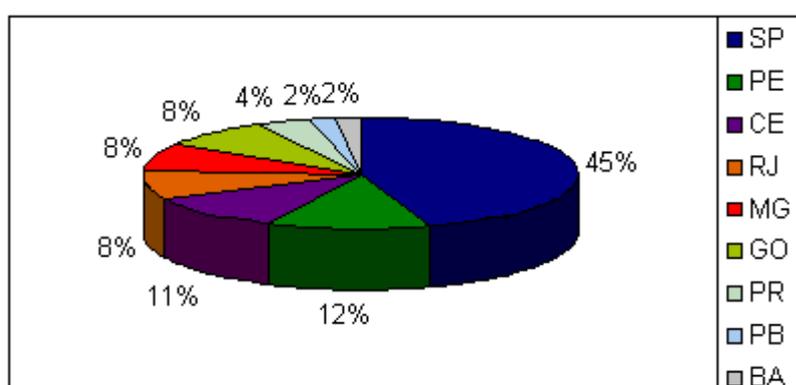


Figura 3– Distribuição da Cachaça por Estado
Fonte: Martinelli et al. (2000) citado por Sakai, 2010.

2.16.2 Cachaça Artesanal e Industrial

Existem algumas diferenças entre a cachaça produzida nas indústrias das produzidas artesanalmente, o que difere uma da outra é o processo de fabricação, embora a legislação não

estabeleça distinção entre os produtos finais das destilarias industriais e dos alambiques artesanais, existem, na prática, muitas diferenças entre a cachaça de alambique da cachaça industrial.

As cachaças industriais são controladas por empresas e a cana-de-açúcar é cultivada em grandes áreas, a produção é de milhares de litros de cachaça por dia, todo o processo automatizado enquanto a pinga artesanal é produzida em pequena escala por pequenos produtores, em sua maioria utilizando mão-de-obra familiar.

O processo de produção também é diferente, pois em larga escala utiliza-se, muitas vezes, colunas de destilação e tonéis de aço-inox, a adição de produtos químicos na fermentação e não se separa a parte nobre do destilado. No processo artesanal, a destilação era feita em alambiques de cobre, porém recentemente foi proibido o uso desse material, atualmente adotaram piscinas de fibra e alumínio para destilação do mosto fermentado, essa mudança foi feita para garantir melhor segurança do produto final, livre de qualquer risco ao organismo. A fermentação no processo artesanal ocorre de forma natural.

A parte nobre da cachaça é separada das impurezas com o objetivo de dar mais qualidade ao produto artesanal e, por fim, vem o processo de envelhecimento em tonéis de madeira (carvalho, bálsamo, umburana, amendoim entre outras de espécies nativas do País), armazenadas em no mínimo um ano para a bebida ter maior amadurecimento, aromatização, e é uma forma de bonificar suas propriedades. Considerando a produção artesanal, convém destacar que a etapa de envelhecimento em tonéis de madeira de diferentes espécies vem se tornando um recurso cada vez mais importante, para a incorporação de diferencial à produção e detendo, assim, grande capacidade de agregar valor ao produto, este processo transforma a bebida em um destilado fino, nobre e único.

Para Câmara (2004), o principal diferencial entre a cachaça industrial e a artesanal é que a pinga industrial normalmente não possui aromas e sabor agradáveis e tem os seus efeitos criticados pelos consumidores que passam da segunda dose, já a cachaça artesanal é conhecida pelo seu atraente sabor e perfume.

2.16.3 Fabricação da Cachaça

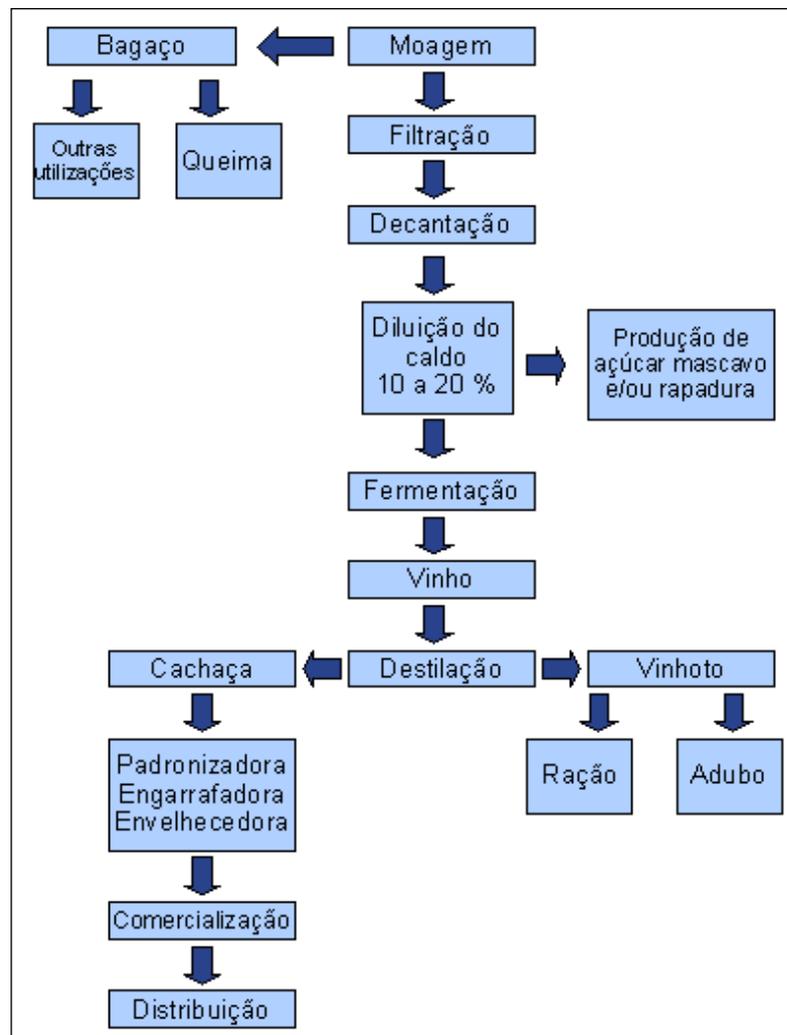


Figura 4 – Fluxograma da Fabricação da Cachaça.
Fonte: Sakai, 2010.

O fluxograma da Figura 4 apresenta de forma sintetizada todas as etapas do processo de fabricação da cachaça, segundo Sakai, (2010) primeiramente a cana é colhida e após a colheita é levada para a moenda para a extração do caldo, que é filtrado e vai para a dorna de decantação com o objetivo de separar impurezas, como bagacilhos, terra e areia. A diluição do caldo é o processo em que se prepara o caldo de cana para atingir o teor de sacarose entre 14 e 16 graus Brix. Isto acontece com a adição de água de boa qualidade na dorna de diluição. Ainda nesta etapa, pode-se adicionar ácido sulfúrico para evitar a contaminação do caldo por bactérias que podem produzir outros compostos prejudiciais à qualidade final da cachaça.

Na fermentação utiliza-se a levedura *Saccharomyces cerevisiae*, comumente encontrada em supermercados e padarias. Nas pequenas fábricas de cachaça, em que não

existem geladeiras para guardar o fermento, é utilizado o “fermento caipira”, fabricado pelo próprio produtor com um pouco da garapa misturada com fubá. Pode-se, também, utilizar outros materiais, como farelo de arroz, por exemplo.

Independente do fermento utilizado, esse processo deve ser concluído em aproximadamente 24 horas. O método usual para verificar o fim da fermentação é quando o caldo começa a soltar borbulhas de forma uniforme e com cheiro agradável, com leve aroma de frutas. O fermento depositado no fundo da dorna costuma ser reutilizado na próxima fermentação.

O vinho é retirado por gravidade das dornas de fermentação e levado diretamente para a destilação nos alambiques. Na etapa de destilação, não é aproveitado o álcool inicial (cabeça) e final (calda). Utiliza-se para a comercialização somente o álcool do meio da destilação (corpo ou coração), 80% do material destilado.

Após a retirada do álcool, este é padronizado para que o teor alcoólico fique entre 38 e 54%. A partir disso, a cachaça já pode ser engarrafada ou ir para tonéis de madeira para envelhecimento. A cachaça envelhecida tem sabor e aroma mais agradáveis do que a cachaça recém destilada, o que lhe agrega maior valor.

2.16.4 Cachaça Artesanal Orgânica

A cachaça artesanal orgânica é aquela onde a matéria prima, cana-de-açúcar é cultivada sem agrotóxicos e defensivos agrícolas. Porém é importante saber que o fato de uma cachaça ser orgânica não lhe confere qualidade superior ou excelência, pois se o fabricante não souber fazer uma cachaça dessa categoria, não adianta utilizar uma matéria prima “limpa”. Reciclar e reutilizar subprodutos na própria cadeia produtiva e não utilizar controle químico nas fases da fabricação, não dá condições para dizermos que a cachaça “orgânica” é superior a cachaça cultivada por métodos convencionais, ou excelência a segunda sobre outras pingas artesanais (CÂMERA, 2006).

O mercado internacional de cachaça artesanal orgânica requer certificações que garantam a procedência e a qualidade orgânica de uma bebida natural ou processada, o órgão certificador é o Instituto de Biodinâmica (IBD).

Na certificação, produtores e processadores são inspecionados e orientados segundo as normas de produção orgânica. O consumidor tem a garantia de um alimento sem contaminação química, cuja produção respeita o meio ambiente e o trabalhador.

Mas vale ressaltar que este tipo de cachaça oferece a seus consumidores um produto final com maior agregação de valor, por se tratar de um cultivo sustentável, onde há práticas de tecnologias orgânicas e pelo aproveitamento praticamente integral dos resíduos.

Para o Instituto de Biodinâmicas as principais exigências para certificação são:

- Desintoxicar o solo;
- Não utilizar adubos químicos e agrotóxicos;
- Atender as normas ambientais do Código Florestal Brasileiro
- Recompor matas ciliares, preservar espécies nativas e mananciais;
- Respeitar as normas sociais baseadas nos acordos internacionais do trabalho;
- Respeitar o bem-estar animal;
- Desenvolver projetos sociais e de preservação ambiental (IBD, 2010).

2.16.5 Mercado Interno

Segundo dados do Instituto Brasileiro da Cachaça (IBRAC), o Brasil possui capacidade instalada de produção de cachaça de aproximadamente 1,3 bilhões de litros. Atualmente, são mais de 40 mil produtores (5 mil marcas). As micro-empresas correspondem a 99% do total de produtores. Suas atividades agropecuárias incluem a produção de milho, feijão, café, e leite, entre outras, e a produção de Cachaça. O setor da Cachaça é responsável pela geração de mais de 600 mil empregos, diretos e indiretos.

Para a Associação Brasileira de Bebidas (ABRABE), é uma cadeia estimada hoje em R\$ 2 bilhões de faturamento, como em todos os setores as dificuldades conjunturais não são poucas e a carga tributária sendo a mais pesada. Por isso, acaba levando a competição desleal, havendo problemas como sonegação fiscal, contrabando e, ao crime hediondo, segundo a lei brasileira de falsificação de produtos.

2.16.6 Mercado Externo

Mesmo com uma capacidade instalada de produção de 1,3 bilhões de litros, menos de 2% da cachaça produzida anualmente é exportada. Atualmente, são aproximadamente 180 empresas exportadoras e a cachaça é exportada para mais de 60 mercados.

Em 2009 foram exportados 10,83 milhões de litros gerando uma receita de US\$ 15,58 milhões. Dentre os principais mercados de destino estão Alemanha, Estados Unidos, Portugal e França.

Em termos de valor exportado, os principais estados exportadores em 2009 foram: São Paulo, Pernambuco, Rio de Janeiro, Minas Gerais, Ceará e Rio Grande do Sul (IBRAC,2010).

2.17 Preço da Cachaça no Mercado Mundial

O preço do produto e a forma de comercialização são diferentes. A cachaça industrial é vendida em torno R\$0,70 o litro na destilaria e é comercializada em larga escala, tanto no mercado interno quanto no externo. A pinga artesanal consegue um valor de, no mínimo, R\$1,30 por litro e, dependendo da forma como é comercializada, podem chegar, em média, a R\$4,50 a R\$6,00 por litro.

Sakai (2010) informa que em lojas especializadas, a cachaça artesanal é vendida a preços muito altos, dependendo da marca, podendo ultrapassar o valor de R\$200,00 por uma garrafa de 700 mililitros. Ou seja, o valor agregado na produção artesanal é muito elevado, já que o consumidor adquire um produto praticamente exclusivo.

Outra forma de agregação de valor ao produto são os certificados de qualidade e os certificados socioambientais, como o orgânico e/ou o de indicação geográfica. Nessa perspectiva, convém salientar, que a produção orgânica, que enfrenta grandes desafios na concorrência com aguardente industrializada, também vem se tornando um recurso importante para a construção de especificidade detendo, por sua vez, um grande potencial de mercado externo.

O preço da cachaça para exportação varia entre US\$1,00 e US\$2,50 o litro, que é vendido no mercado internacional por US\$20,00 a US\$24,00 por litro. Segundo estimativa do PBDAC espera-se que as exportações cheguem a 100 milhões de litros em dez anos, pois a qualidade da cachaça brasileira vem melhorando a cada safra e conquistando cada vez mais consumidores estrangeiros, sobretudo os europeus.

2.18 Barreiras para Exportação

Para Minervini (2001), as barreiras da exportação estão ligadas diretamente ao grande protecionismo do país importador, a falta de uma moeda conversível causa atraso na retirada dos produtos na alfândega por erros na documentação que acompanha as mercadorias, a excessiva burocracia e instabilidade econômica, normas técnicas e barreiras relacionadas aos aspectos culturais e de negociações.

As principais barreiras segundo o autor são:

Para país exportador:

- Sistema competitivo do país
- Excesso de regulamentações
- Falta de um sistema atualizado de identificação de oportunidade de negócios
- Falta de cultura exportadora

País importador

- Cotas de importações
- Normas técnicas Localização geográfica (custos elevado de transporte)
- Excesso de regulamentações
- Diferenças culturais
- Nível tecnológico
- Concorrência local
- Instabilidade econômica
- Embargos
- Moeda não-conversível
- Custos elevados da promoção do produto
- Formas de comercialização diferentes daquelas praticadas no mercado do exportador.
- Dificuldades para conseguir informações confiáveis
- Poder de pressão dos sindicatos
- Excessivo protecionismo na indústria local
- Impostos de importação
- Leis contra dumping (penalizando produtos vendidos no mercado exterior a preços inferiores aos do próprio mercado interno).
- Falta de transparência na legislação de importação (atraso de emissão de guias de importação).
- Falta de confiança no país

Empresário importador

- Falta de estrutura
- Falta de profissionalismo (MINERVINI, 2001 p.14-15).

Segundo Oliveira et al. (2001), as barreiras da exportação da cachaça podem ser divididas em 3 categorias principais: as tarifárias, que são aquelas relacionadas as tarifas de importação e outras taxas , as não-tarifárias procura discriminar o produto estrangeiro por meio de controle cambial, cotas de importação e proibição de exportação e/ou exportação de produtos, normas técnicas, controles de preços, medidas antidumping e compensatórias, entre outros e a última categoria são as barreiras técnicas que são relacionadas com as questões fitossanitárias e de saúde animal. Podem ocorrer também barreiras devido a falta de transparência das normas e regulamentos, a imposição de procedimentos quanto a avaliação de conformidades ou por decorrência de regulamentos e inspeções excessivamente rigorosos para produtos importados.

Outro ponto muito importante com relação as normas técnicas internacionais são as características dos rótulos e das embalagens das cachaças, que devem seguir rigorosamente a

legislação vigente no país importador e a tradução dos manuais de operação e das instruções de consumo também merece uma atenção especial . A higiene dentro de todo o processo de produção da cachaça constitui num fator de grande importância no mercado externo, e pode ser um entrave na exportação do produto se não forem adotadas medidas eficazes de controle sanitário no Brasil, outro setor que deve ter muita atenção é quanto a imagem do processo produtivo o emprego dos procedimentos deve evitar ocorrência de externalidades negativas sobre o ambiente e a sociedade como um todo pode servir para a promoção e a aceitação no produto no exterior.

No Brasil o processo de destilação da cachaça artesanal deixa resíduos de cobre, que, em geral não ultrapassam 5mg/l, o nível que era permitido pela legislação brasileira para bebidas fermento destiladas, porém houve a proibição da exportação de destilados com concentrações de cobre. A legislação internacional não admite que essa categoria de bebidas contenha sequer traços de cobre na sua composição final, sendo assim, essas normas técnicas representam sérias entraves à exportação da cachaça brasileira, principalmente a artesanal que como de costume tem a etapa de destilação em alambiques de cobre.

3 MATERIAIS E MÉTODOS

3.1 Materiais a serem empregados

- Planilhas eletrônicas e gráficos gerados pelos softwares Word® e Excel® (Windows XP®);
- Balanço Patrimonial e DRE no ano de 2010 da Empresa Arte Brasil;
- Documentos emitidos para a exportação;
- Caderno universitário 200 folhas, formato 203x280 mm;
- Caneta esferográfica, ponta grossa, na cor azul e preta;
- Livros sobre o assunto;
- Impressora HP Photosmart C4480;
- Pen drive 2 Gigabyte
- Notebook

3.2 Metodologia

Os métodos adotados para elaboração deste trabalho foram determinados através do levantamento bibliográfico efetuado, foi possível determinar qual o conteúdo deveria ser abordado.

Após o levantamento, sendo realizado visitas ao produtor da cachaça orgânica para conhecer melhor a empresa Arte Brasil, sua produção, distribuição e comercialização no mercado interno.

Feito isso, iniciou-se uma análise do balanço patrimonial e demonstrativo de resultado do exercício da empresa Arte Brasil, do ano de 2010, para verificar a situação financeira da empresa, com essa análise e com a pesquisa realizada do mercado interno e externo, foi possível coletar dados para fazer a projeção de exportação da bebida.

3.2.1 *Projeção de Exportação*

Uma vez definidos o que exportar e para onde exportar, a empresa depara-se com as exigências legais e administrativas do processo de exportação.

Veja abaixo um roteiro prático elaborado pelo SEBRAE para atender os requisitos necessários para realizar a exportação do produto.

- Identificar o mercado de destino;
- Verificar se o produto fabricado não tem restrições para ser exportado;
- Efetuar o credenciamento como Exportador;
- Obter informações sobre a incidência de impostos e sobre os incentivos as exportações;
- Enviar informações do produto ao Importador;
- Definir se a exportação será realizada com ou sem intermediário;
- Formalizar o negócio;
- Preparar a mercadoria para ser embarcada;
- Confirmar com o importador se já providenciou a abertura da carta de crédito ou o pagamento e solicitar a autorização para efetuar o embarque;
- Providenciar o processo de preparação pré-embarque;
- Embarque da mercadoria e despacho aduaneiro;
- Efetuar a contratação da operação de câmbio;
- Preparar a documentação pós-embarque;
- Apresentar os documentos ao importador;
- Liquidação do Câmbio

3.2.2 *Preço FOB da Mercadoria*

A formação do preço do produto para a exportação necessita de um estudo detalhado das condições de mercado, para respeitar todas as peculiaridades do país de destino, a Alemanha, viabilizando o esforço exportador sem acarretar prejuízos à empresa. É importante

lembrar que o preço da garrafa de cachaça é um fator fundamental para as condições de competição do produto a ser exportado.

Estabelecer o preço de venda para exportação é uma tarefa que exige o conhecimento de fatores como custos internos, análise do mercado externo e estabelecimento de estratégias relativas ao país com o qual se quer comercializar.

A competitividade e o controle de preços no mercado internacional constituem um desafio a ser vencido com paciência e persistência. A produtividade e a qualidade, bem como as condições de pagamento e entrega, são barreiras constantes a serem ultrapassadas, tanto na fase de produção como de definição das condições de venda. As margens de lucro dependem muito da competitividade do mercado e da aceitação e procura do produto.

Conhecer os custos da empresa é o primeiro requisito. Assim, na prática, o preço de venda interno pode ser tomado como referência (nunca como base). A partir dele, alguns itens serão subtraídos e outros adicionados até a formação do preço de exportação.

O Banco do Brasil recomenda realizar o cálculo do preço de venda da mercadoria no mercado interno e externo. Sendo:

O Preço de venda da mercadoria, no mercado interno, como mostra a Equação 10:

$$CT + L + T = PVMI \quad \dots(10)$$

Onde:

- CT= Custo total
- L= Lucro
- T= Tributos
- PVMI= Preço de Venda no Mercado Interno

O custo total se refere aos custos diretos de matéria-prima, mão-de-obra, custos indiretos de fabricação, assim como também se refere às despesas, que podem ser financeiras, administrativas, de comercialização, entre outros.

Os tributos são todos aqueles que incidem no mercado interno, como: IPI, ICMS, COFINS, PIS, entre outros.

O preço de venda do produto no mercado externo é calculado na Equação 11:

$$PVMI - TAPM - DPMI + DE = PFV \quad \dots(11)$$

Onde:

- PVMI= Preço de venda no mercado interno
- TAPM= Tributos agregados ao preço da mercadoria
- DPMI= Despesas incluídas no preço de mercado interno, não incidentes na exportação
- DE= Despesas com a exportação
- PFV= Preço FOB de venda

Sendo:

As Despesas incluídas no Preço de Mercado Interno se referem à comissão de venda no mercado interno, despesas financeiras para obtenção de capital de giro entre outros.

As Despesas com a Exportação são todas aquelas que são efetuadas no processo de exportação como com embalagem especial, transporte e seguro interno até o porto de embarque, despesas consulares, corretagem de câmbio, comissão de agente, despesas financeiras p/ obtenção de capital de giro a taxas incentivadas e seguro de crédito.

Depois de calculado o preço FOB para exportação, deve-se analisar se é o mais adequado diante do que o mercado internacional está praticando. Se o preço estiver aquém do mercado, pode ser aumentada a margem de lucro. Se além, deve-se buscar a redução dos custos.

3.2.3 Demonstração do Resultado do Exercício

Fornece um resumo financeiro dos resultados das operações da empresa durante um período específico, normalmente um exercício fiscal. Geralmente, a demonstração do resultado cobre o período de um ano encerrado em uma data específica, em geral 31 de dezembro, é comum também, o preparo de demonstrações mensais, trimestrais, semanais ou até diário, pois é uma ferramenta flexível e de fácil manipulação. (GITMAN, 1997).

A DRE tem seu início marcado pela Receita de Vendas que mostra os recursos obtidos com suas vendas, como os custos dos produtos vendidos, Lucro bruto, Despesas operacionais,

Despesas gerais, Despesas administrativas, Lucro antes do Juros e do Imposto de Renda (LAJIR), Impostos de Renda (IR) e por fim Lucro líquido.

3.2.4 *Balanço Patrimonial*

O balanço patrimonial apresenta a demonstração resumida da posição financeira e patrimonial da empresa em uma determinada data. A demonstração confronta os ativos da empresa, com suas fontes de financiamento, que podem ser passivos, (o que ela deve), ou o patrimônio líquido (que foi investido pelos proprietários) (GITMAN, 1997).

As demonstrações financeiras fornecem uma série de dados sobre a empresa, de acordo com regras contábeis. A análise de balanços transforma esses dados em informações e será tanto mais eficiente quanto forem as melhores informações produzidas (MATARAZZO, 2010).

Veja abaixo como são classificados os dados contábeis da empresa:

- **Ativo:** São todos os bens e direitos de propriedade da empresa, determinado monetariamente, representando benefícios presentes ou futuros para a empresa.
- **Bens:** máquinas, terrenos, estoques, dinheiro (moeda), ferramentas, veículos, estações, etc.
- **Direitos:** cotas, duplicatas, títulos a receber, ações, depósitos em contas bancárias (direito de saque), títulos de crédito, etc.
- **Patrimônio Líquido:** são recursos dos proprietários aplicados no empreendimento. Aplicação inicial (a primeira aplicação) denomina-se contábil, caso havendo outras aplicações pelos proprietários, teremos acréscimo de capital.

3.2.4.1 Margem operacional bruta

A margem operacional bruta mede a porcentagem de cada unidade monetária de venda que restou, após a empresa ter pagado seus produtos. Quanto mais alta a margem bruta, tanto melhor, e menor o custo relativo dos produtos vendidos. Conforme a Equação 12.

$$MOB = \frac{LB}{RECEITA} \cdot 100 \quad \dots(12)$$

Onde:

- MOB= Margem operacional bruta
- LB= Lucro bruto
- RECEITA= Receita de vendas

3.2.4.2 Margem operacional líquida

A margem líquida mede a porcentagem de cada unidade monetária de venda que restou, depois da dedução de todas as despesas, inclusive o imposto de renda. Quanto maior for à margem líquida da empresa, melhor, pois é uma medida que indica o sucesso da empresa em termos da lucratividade sobre vendas.

Para Gitman, (1997) algumas taxas são calculadas para verificar o retorno do investimento, assim como índices que são importantes para medir a lucratividade da empresa, abaixo serão listados os principais cálculos efetuados pelas organizações. Como mostra a Equação 13:

$$MOL = \frac{LL}{RECEITA} \cdot 100 \quad \dots(13)$$

Onde:

- MOL= Margem operacional líquida
- LL= Lucro líquido
- RECEITA= Receita de vendas

3.2.4.3 Taxa de retorno

Conforme Gitman (1997), a taxa de retorno sobre o patrimônio líquido (ROE, *return on equity*) mensura o retorno que se obteve sobre o investimento feito pelos proprietários da empresa (ações preferenciais e ordinárias). Como mostra a Equação 14:

$$TR = \frac{LL}{INVESTIMENTO} \cdot 100 \quad \dots(14)$$

Onde:

- TR= Taxa de retorno
- LL= Lucro liquido
- INVESTIMENTO= Recursos totais investidos

3.2.4.4 Payback

O período de *payback* pode ser definido como o tempo que será necessário para a recuperação do investimento inicial, tendo como base entradas de caixa da empresa (GITMAN, 1997). Conforme a Equação 15.

$$PB = \frac{INVESTIMENTO}{LB} \quad \dots(15)$$

Onde:

- PB= *Payback*
- INVESTIMENTO= Recursos totais investidos
- LB= Lucro bruto

3.3 Estudo de Caso

3.3.1 *O Local do Alambique*

A empresa fica localizada na Estância Santa Luzia, na Rodovia Guapiranga Tangará no km 4,5 s/ n°, Bairro Córrego Santa Branca que fica situado no município de Lins, São Paulo. A área total da fazenda é de 170 hectares, e possui uma área de plantio efetivo de cana-de-açúcar orgânica de 70 hectares.

3.3.2 *A Empresa Arte Brasil*

Do prazer em produzir uma bebida especial e servi-la aos amigos e aos mais exigentes degustadores, os irmãos Giaretta elaboraram a “Cachaça Arte Brasil”.

A empresa começou no ano de 2006, com o intuito de produzir uma cachaça genuinamente nacional e orgânica, com a qualidade da fórmula tradicional da arte em fazer a legítima cachaça brasileira.

A empresa conta com a mão-de-obra de quatro funcionários, e possui sua instalação com aproximadamente 250 m². A capacidade de produção atualmente é de 100000 litros por ano, todo o processo produtivo da bebida é certificado pelo IBD – Instituto Biodinâmico, órgão sem fins lucrativos de orientação para o desenvolvimento sustentável.

3.3.3 *O processo de produção*

A cachaça Arte Brasil é elaborada a partir da cana-de-açúcar cultivada com métodos totalmente orgânicos, em solos e clima totalmente ideais, sem agrotóxicos, com cuidadoso controle biológico e adubação natural e com o vinhoto obtido da própria destilação do mosto da cana.

Pela Figura 5, pode-se observar a produção de cana-de-açúcar cultivada sem agrotóxicos:



Figura 5- Produção de cana-de-açúcar orgânica cultivada na Estância Santa Luzia em Lins.
Fonte: Dados da Pesquisa.

3.3.3.1 Fermentação natural e controle de todo o processo

Ao chegar ao ponto de maturação ideal, a cana é colhida com corte manual, sem queima e transportada imediatamente para ser lavada e moída. No mesmo dia ela é processada para a produção da cachaça, este processo é muito importante para preservar a qualidade final da bebida.

A arte de produzir a cachaça brasileira segue o tradicional processo de fermentação natural do mosto, preparado com o caldo extraído da cana-de-açúcar orgânica com alto teor de açúcar em temperatura controlada.

A qualidade final é monitorada através de análises e controle laboratorial durante todo o processo de produção da Arte Brasil.

A Figura 6 mostra o processamento da cachaça:



Figura 6- Processamento da cana-de-açúcar para a produção da cachaça.

Fonte: Dados da Pesquisa.

3.3.3.2 Destilação lenta em alambique tradicional

Depois de feitas as análises e controle laboratorial da bebida, o mosto da cana é destilado pelo processo tradicional em alambique por 10 horas, num processo lento, em caldeira de cobre alimentada pelo próprio bagaço, ou por lenha de reflorestamento.

Se de fato for realizada a exportação da cachaça, será necessário que o alambiqueiro substitua a caldeira de cobre por uma caldeira do material de aço inox, visto que recentemente saiu uma lei brasileira que regulamenta e proíbi a utilização do material de cobre no processo de destilação do mosto da cana-de-açúcar pois a bebida final pode apresentar uma pequena concentração de cobre na sua composição final o que pode proporcionar algum tipo de risco ao consumidor, sendo assim o modelo tradicional de destilação deve ser substituído pelo modelo atual que é regulamentado pela legislação brasileira.

A seguir a Figura 7 mostra o caldeirão utilizado no processo:



Figura 7- Utilização do caldeirão no processo de destilação da cachaça.
Fonte: Dados da Pesquisa.

3.3.3.3 Envelhecimento em tonéis de madeira nobre

O envelhecimento da bebida é feito em tonéis de madeira nobre, a cachaça é armazenada em tonéis e em ambientes climatizados para manter toda a sua qualidade.

Os tonéis de Carvalho importado oferecem o sabor nobre e sofisticado à bebida. A Amburana, o Jequitibá e o Amendoim proporcionam a bebida aromas e paladares originalmente brasileiros, estas são algumas das madeiras nobres que coroam a qualidade genuína da cachaça Arte Brasil.

A Figura 8 exibe os tonéis de madeira nobre onde é armazenada a bebida:



Figura 8- Envelhecimento da cachaça em tonéis de madeira nobre.
Fonte: Dados da Pesquisa.

3.3.3.4 Tradição e tecnologia

Ao chegar à maturação ideal, a cachaça Arte Brasil é armazenada em dornas de aço inox, para preservar suas características de sabor e aroma. O envaze deste precioso líquido é feito automaticamente, sem contato manual, para garantir sua pureza original.

A Figura 9 apresenta as dornas de aço inox:



Figura 9- Engarrafamento da cachaça por dornas de aço inox.
Fonte: Dados da Pesquisa.

3.3.3.5 Produtos oferecidos pela Arte Brasil

Pronta para ser apreciada, a cachaça Arte Brasil é oferecida em variações para atender ao paladar dos mais exigentes amantes da boa cachaça feita com a arte das tradições brasileiras.

A Figura 10 mostra os produtos oferecidos pela cachaça Arte Brasil:



Figura 10- Produtos oferecidos pela cachaça Arte Brasil.
Fonte: Dados da Pesquisa.

3.3.4 A cadeia produtiva da cachaça

A Figura abaixo descreve de forma geral a estrutura do agronegócio da cachaça dividido em quatro setores:

- matéria - prima
- o setor produtivo
- comercialização e distribuição

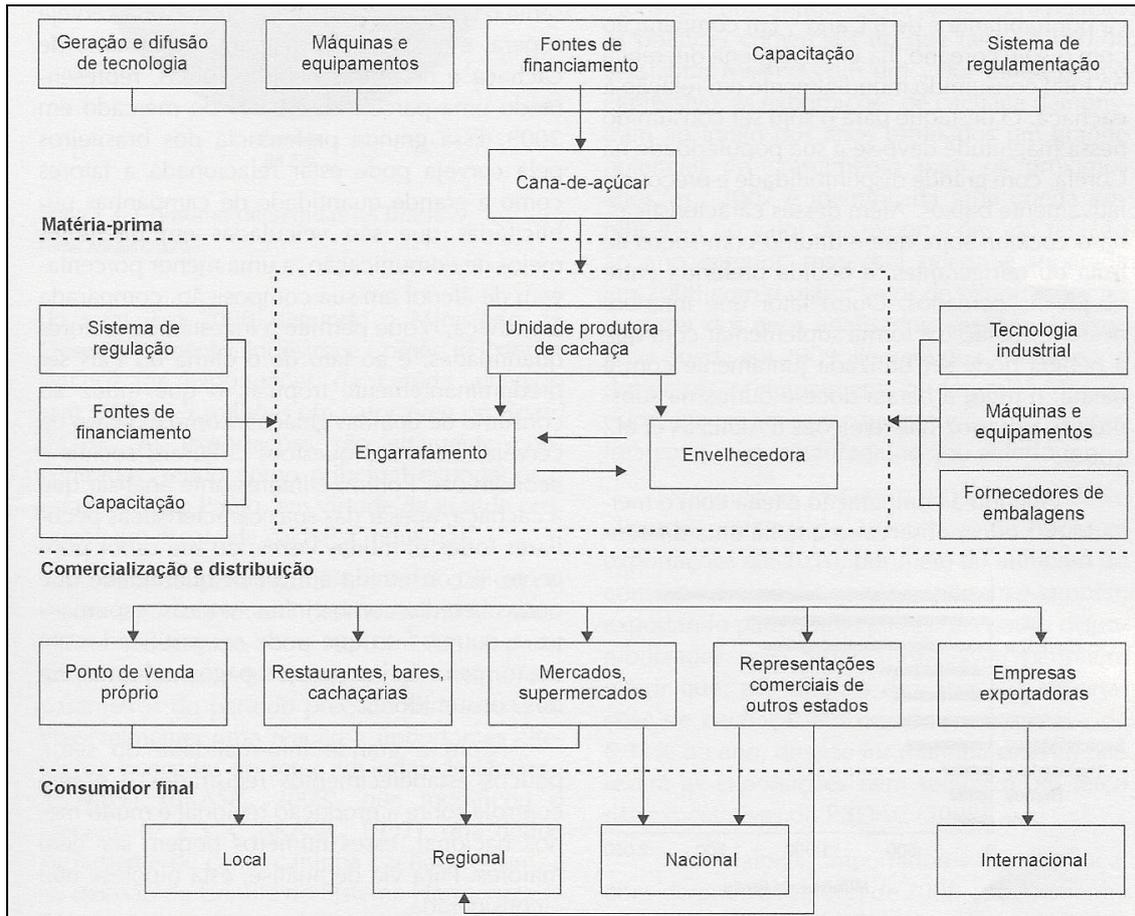


Figura 11– Esquema representativo da cadeia produtiva da cachaça.

Fonte: SEBRAE- PE (2002), citado por Ceribeli, (2009).

O primeiro setor, da matéria-prima, apesar da grande evolução e desenvolvimento do campo canavieiro, ainda não possui políticas específicas que beneficiem a produção de cana-de-açúcar para os pequenos produtores.

Já no segundo setor, no processo produtivo, ocorre a transformação do caldo da cana em cachaça, podendo, a bebida ser armazenada em tonéis para o envelhecimento, o que confere ao produto parte de suas características peculiares e logo após essa etapa é feito o engarrafamento.

O terceiro setor, é caracterizado pela comercialização e a distribuição do produto, ilustra a variedade de mercados e os fluxos de direcionamento do produto.

O quarto e último setor mostram o consumidor final, que recebe o produto final. Todo o processo de produção da cachaça, desde a plantação da matéria-prima até os meios de distribuição do produto, é pensando em atender e satisfazer os desejos e expectativas do consumidor final.

Ultimamente, os consumidores procuram nos bares e restaurantes a bebida, essa

situação fez com que se reduzisse a discriminação e inserisse a cachaça popularmente conhecida por todos os brasileiros nos mais refinados ambientes. Esse interesse em apreciar a cachaça se expandiu para além das fronteiras do nosso país, o que confere aos produtores oportunidades de exportar seus produtos.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Exportar pode ser um ótimo negócio para o alambique Arte Brasil, mas para efetuar de fato o negócio com o mercado externo, é imprescindível que se faça um planejamento e conheça as políticas para tal, assim como é importante ter o conhecimento e o domínio das regras e usos do comércio internacional. A exportação é uma atividade que exige tempo, investimento e continuidade, não pode ser apenas uma alternativa para os momentos de desaquecimento do mercado interno.

Por meio dos estudos realizados foi possível compreender o comércio exterior, entender quais são as principais ações e procedimentos necessários para se alcançar o sucesso no mercado internacional.

O trabalho proposto determinou quais são os passos que devem ser tomados para se exportar a cachaça, assim como averiguar por meio de cálculos, a viabilidade econômica e financeira da exportação de aguardente orgânica produzidas pelo Alambique Artesanal de Cachaça Arte Brasil, que apresenta no seu contexto um déficit e que por meio do presente estudo irá proporcionar a empresa o equilíbrio de suas finanças.

O mercado de destino da bebida é o Europeu, mais especificamente o país da Alemanha, visto que o país é o maior consumidor da bebida, contudo surge uma grande oportunidade de estabelecer negócios para com aquele país.

Para realizar a projeção da exportação da cachaça, foi preciso analisar a situação atual da Empresa Arte Brasil, através da apuração dos dados dos demonstrativos financeiros do ano de 2010 do alambique.

4.1 Balanço Patrimonial da Empresa Arte Brasil

BALANÇO PATRIMONIAL			
ESCRITORIO CONTABIL REAL		F.Social: GIARETTA & GIARETTA CACHAÇA NATURAL LTDA	I.E: 419.117.040.118
		CNPJ: 07.597.831/0001-31	Dezembro /2010 Folha: 0002
A T I V O			
100.002-0	ATIVO CIRCULANTE		
100.003-9	DISPONÍVEL		
100.004-7	CAIXA GERAL		
100.005-5	CAIXA.....	3.017,86	
	soma do grupo.....		3.017,86
	TOTAL DO DISPONÍVEL.....		3.017,86
	TOTAL DO ATIVO CIRCULANTE.....		3.017,86
185.002-5	ATIVO NÃO CIRCULANTE		
180.003-5	IMOBILIZADO		
181.504-0	EQUIP, MÁQUINAS E INSTALAÇÃO INDUSTRIAL		
181.505-9	MOTOSERRA.....	1.685,51	
	soma do grupo.....		1.685,51
182.304-3	EQUIP, MÁQUINAS E INST. INDUSTRIAL (CP)		
182.305-1	EQUIPAMENTO INDUSTRIAL.....	4.676,00	
	soma do grupo.....		4.676,00
183.304-9	(-)DEPR. ACUM. EQUIP/MAQ/INST.INDUST(CP)		
183.305-7	(-) DPR.ACUM.EQUIPAMENTO INDUSTRIAL.....	-1.578,08	
	soma do grupo.....		-1.578,08
	TOTAL DO IMOBILIZADO.....		4.783,43
	TOTAL DO ATIVO NÃO CIRCULANTE.....		4.783,43
	TOTAL GERAL DO ATIVO.....		7.801,29
P A S S I V O			
200.002-4	PASSIVO CIRCULANTE		
200.003-2	FORNECEDORES - EXIGÍVEIS A CURTO PRAZO		
200.004-0	FORNECEDORES - (ORIGEM - ESCRITA FISCAL)		
200.007-5	CERÂMICA SÃO JOAQUIM LTDA. - EPP.....	505,00	
200.012-1	ANTONIO GERALDO PETRILLO JUNIOR-BAURU-ME..	600,00	
	soma do grupo.....		1.105,00
	TOTAL DE C/C FORNECEDORES.....		1.105,00
251.003-0	OBRIGAÇÕES TRIBUTÁRIAS		
252.004-4	IMPOSTOS E CONTR. S/RECEITAS A RECOLHER		
252.005-2	ICMS A PAGAR.....	642,50	
252.007-9	COFINS A PAGAR.....	77,10	
252.008-7	IPÍ A RECOLHER.....	290,00	
252.009-5	PIS A PAGAR.....	16,71	
	soma do grupo.....		1.026,31
	TOTAL DE OBRIGAÇÕES TRIBUTÁRIAS.....		1.026,31
253.003-1	IMPOSTOS E CONTRIBUIÇÕES SOBRE O LUCRO		
253.004-0	PROVISÃO PARA A CONTRIBUIÇÃO SOCIAL		
253.005-8	CONTRIBUICAO SOCIAL A RECOLHER.....	27,76	
	soma do grupo.....		27,76
254.004-5	PROVISÃO PARA O IMPOSTO DE RENDA		
254.005-3	IRPJ A RECOLHER.....	30,84	
	soma do grupo.....		30,84
	TOTAL DE IMPOSTOS/CONTRIBUIÇÕES S/LUCRO.....		58,60
	TOTAL DO PASSIVO CIRCULANTE.....		2.189,91
280.002-0	PATRIMÔNIO LÍQUIDO		
280.003-9	CAPITAL SOCIAL		
280.004-7	CAPITAL SOCIAL DE DOMICILIADOS NO PAÍS		
280.005-5	CAPITAL.....	40.000,00	
	soma do grupo.....		40.000,00
	TOTAL DE CAPITAL.....		40.000,00
291.003-9	(-)PREJUÍZOS ACUMULADOS		
291.004-7	(-)PREJUÍZOS ACUMULADOS		
291.012-8	(-) PREJUÍZOS ACUMULADOS.....	-6.744,87	
	soma do grupo.....		-6.744,87
291.504-9	(-)PREJUÍZOS ACUMULADOS		
291.684-3	(-)PREJUÍZOS ACUMULADOS DEZEMBRO 2009.....	-29.418,84	
	soma do grupo.....		-29.418,84
	TOTAL DE PREJUÍZOS ACUMULADOS.....		-36.163,71
292.003-4	RESULTADOS DO EXERCÍCIO		
292.004-2	RESULTADOS DO EXERCÍCIO		
292.016-6	RESULTADOS DE DEZEMBRO.....	1.775,09	
	soma do grupo.....		1.775,09
	TOTAL DE RESULTADOS DO EXERCÍCIO.....		1.775,09
	TOTAL DO PATRIMÔNIO LÍQUIDO.....		5.611,38
	TOTAL GERAL DO PASSIVO.....		7.801,29

4.2 Demonstrativo do Resultado do Exercício da Empresa Arte Brasil

DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO		Dezembro /2010 Folha: 0001	
ESCRITORIO CONTABIL REAL		F.Social: GIARETTA & GIARETTA CACHAÇA NATURAL LTDA	I.E: 419.117.040.118 CNPJ: 07.597.831/0001-31
DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO			
300.002-8	RECEITAS OPERACIONAIS E DEDUÇÕES		
300.003-6	RECEITA BRUTA REVENDAS/VENDAS E SERVIÇOS		
300.004-4	RECEITA BRUTA REVENDA MERCADORIAS		
300.005-2	REVENDA DE MERCADORIAS - TRIBUTADAS ICMS...	2.570,00	
	soma do grupo.....		2.570,00
	total dos grupos.....		2.570,00 100,00 %
320.003-5	(-)DEDUÇÕES DE VENDAS/REVENDAS/SERVIÇOS		
327.004-1	(-)TRIBUTOS/CONTRIB/S/VENDAS/REV/SERV.		
327.005-0	(-)ICMS S/VENDAS/REVENDAS/SERVICOS.....	-642,50	
327.006-8	(-)PIS S/VENDAS/REVENDAS/SERVICOS.....	-16,71	
327.007-6	(-)COFINS S/VENDAS/REVENDAS/SERVICOS.....	-77,10	
	soma do grupo.....		-736,31
	total dos grupos.....		-736,31 -28,65 %
	RECEITA LÍQUIDA		1.833,69 71,35 %
492.003-1	PROVISÕES P/IMPOSTOS E CONTRIB. S/LUCROS		
492.004-0	PROVISÕES P/ CONTRIBUIÇÕES S/ LUCRO		
492.005-8	PROVISAO P/CONTR.SOCIAL -PRESUM/ESTIMADA...	-27,76	
	soma do grupo.....		-27,76
492.104-6	PROVISÕES PARA IMPOSTOS S/ LUCRO		
492.106-2	PROVISAO P/IRPJ - PRESUMIDO/ESTIMADO.....	-30,84	
	soma do grupo.....		-30,84
	total dos grupos.....		-58,60 -2,28 %
	LUCRO LÍQUIDO DO EXERCÍCIO.....		1.775,09 69,07 %

Figura 12- Balanço Patrimonial e DRE da Empresa Arte Brasil no ano de 2010.
Fonte: Dados da Pesquisa.

A empresa nesse período acumulou um prejuízo de R\$ 36163,71, distribuindo os seus produtos no mercado interno, com muito pouco ou nenhum investimento em marketing, mas vislumbrando a oportunidade de dirigir-se ao mercado externo tem a possibilidade de equilibrar as suas finanças e auferir uma lucratividade que possa trazer retorno sobre o investimento.

4.3 Roteiro para atender os requisitos para a exportação

A seguir, demonstra-se os passos de como poderia ser feito a exportação da Cachaça Arte Brasil para a Alemanha, seguindo um roteiro prático elaborado pelo SEBRAE para atender os requisitos para a exportação.

4.3.1 Identificar Mercados de Destino

O exportador deve identificar os mercados de destino, para avaliar as possibilidades de inserção de seu produto, no caso a cachaça no mercado internacional, é interessante selecionar

os países que tem carência do produto fabricado ou apresentem aspectos favoráveis com relação a preços praticados no país, diferenças cambiais, nível de demanda, sazonalidade, embalagens, exigências técnicas e sanitárias, custo de transporte, entre outras. Ou seja, focar a análise no país selecionado, no caso a Alemanha.

Considerando os valores de 2008, o país é o principal mercado de destino da bebida contabilizando 33% de toda a cachaça brasileira exportada para o mercado externo.

A explicação que pode ser dada pela cachaça ser mais exportada para a Alemanha é principalmente pela preferência e costume dos consumidores alemães. O consumo de destilados no país é bem expressivo e atinge uma média de 5,8 l por pessoa a cada ano; isso porque a cachaça é conhecida como ingrediente para a “caipirinha”, bebida que após a década de 90 passou a ser moda na Europa, e o consumo de produtos orgânicos e com controle químico também tem preferência no gosto dos consumidores (SILVA, 2008 citado por CERIBELI, 2009). Esse fato dos consumidores alemães terem demonstrado maior interesse em produtos orgânicos é um fator que impulsiona o interesse do produtor querer exportar sua bebida, pois a cachaça Arte Brasil é artesanal e orgânica.

4.3.2 Verificar se o produto fabricado não tem restrições para ser exportado

Deve-se verificar se o produto a ser exportado, a cachaça, não tem nenhum tipo de restrição para comercialização internacional, ou seja, checar se a legislação brasileira e a legislação vigente no país de destino permitem a comercialização do produto em questão.

Essa verificação pode ser feita junto aos órgãos governamentais, como a Secretária de Comércio Exterior, a Secretaria da Receita Federal, o Inmetro, e também pode ser consultada nas Câmaras de Comércio Bilateral, que forneçam informações sobre certificados e documentos exigidos nos países que representam.

Quanto a esse aspecto a União Européia (EU), aplica sobre a cachaça a Tarifa Externa Comum, que normalmente é incidente ad valorem, o que é um dos obstáculos para a bebida ter um crescimento maior, e, além disso, podem ser aplicadas outras tarifas referentes a direitos adicionais, caso o preço do produto esteja abaixo do nível estipulado pela UE, e ainda ser prejudicada pelo protecionismo às “expressões tradicionais”, como indicações regionais, relacionadas às bebidas alcoólicas produzidas dentro do bloco (CERIBELI, 2009). Porém é importante lembrar que quando o país tem grande interesse em importar o produto, os obstáculos e barreiras impostas ao exportador se tornam mais flexíveis, os importadores

podem oferecer um acordo mais conveniente para o vendedor, para que o negócio não encontre impedimentos em ser realizado.

4.3.3 Efetuar o credenciamento como Exportador

O produtor que deseja vender seu produto no exterior deve certificar-se de que sua empresa está devidamente constituída e legalizada, condições essenciais para que ela possa passar a exportar. Para obter plena habilitação para exportar, a empresa deve efetuar o credenciamento no Cadastro de Exportadores e Importadores (R.E.I.) no SISCOMEX – Sistema Integrado de Comércio Exterior e no sistema de Registro e Rastreamento da Atuação de Intervenientes Aduaneiros (RADAR). Para efetuar o credenciamento em ambos os sistemas é necessário que o representante da empresa que responda pelo CNPJ compareça à Inspeção da Receita Federal de sua região e apresente a documentação solicitada. O credenciamento leva em média 10 dias.

O produtor interessado em exportar deve fazer esse credenciamento no SISCOMEX, para obter a plena habilitação para exportar seus produtos.

4.3.4 Obter informações sobre a incidência de impostos e sobre os incentivos as exportações

Informações referentes à tributação na exportação podem ser fornecidas pela Secretaria da Receita Federal. As exportações brasileiras são beneficiadas por incentivos fiscais e tributários que compreendem a não incidência de IPI, ICMS, a isenção do COFINS e PIS, a manutenção de créditos fiscais de IPI e ICMS, Crédito presumido do IPI, a redução da alíquota do Imposto de Renda na remessa de divisas para o exterior para pagamento de despesas de promoção comercial de produtos brasileiros e a utilização do *drawback* (suspensão ou isenção do recolhimento de taxas e impostos incidentes na importação de bens utilizados na fabricação de produtos exportados ou a exportar).

E também, é importante que se faça uma análise sobre os impostos incidentes no país importador no momento em que o produto chegar ao porto de destino, no caso a cachaça será exportado para a Alemanha, verificar quais os impostos que incidem na cachaça no mercado Europeu. Essas informações referentes à tributação são imprescindíveis para melhor determinar qual o INCOTERM a ser adotado, assim como delegar quais as responsabilidades e riscos do vendedor e comprador.

A importação das mercadorias para a União/Comunidade Européia normalmente é ligada ao pagamento de taxas. Estas taxas são compostas pela alfândega e pelo Imposto sobre o Valor Acrescido (IVA) das mercadorias importadas e eventualmente pelos impostos de consumo, como imposto sobre petróleo mineral, tabaco, energia elétrica, bebidas destiladas, alcopops (bebidas tipo Smirnoff Ice), cerveja e café.

O cálculo é feito a partir da quantidade e das qualidades da mercadoria, do valor aduaneiro e da taxa alfandegária. Estas tarifas podem ser verificadas na Tarifa aduaneira Eletrônica (EZT). O IVA para mercadorias importadas deverá ser pago adicional às taxas aduaneiras e é fixado atualmente em 19% (RECHTSANWÄLTE, S. & F., 2008).

Existem também casos em que não são cobradas as taxas. Precisamente há certos tipos de mercadorias, para as quais a lei prevê uma isenção aduaneira (procedimento preferencial).

O Direito Aduaneiro Europeu distingue entre dois tipos de isenções aduaneiras: as isenções tarifárias e as isenções extra-tarifárias.

A isenção aduaneira tarifária deriva da chamada tarifa aduaneira. Para certas mercadorias é regulada uma “isenção de alfândega”. Isso não afeta as taxas nacionais de importação, que são obrigatórias, como o IVA sobre mercadorias importadas e os impostos especiais de consumo.

As isenções aduaneiras extra-tarifárias referem-se a mercadorias, para as quais não são previstas isenções aduaneiras tarifárias, que, portanto teriam normalmente uma tarifa aduaneira concreta, mas sob certas condições, estas mercadorias podem ficar isentas de alfândega.

Neste caso, as condições prévias orientam-se no destino de uso da mercadoria. Ao contrário da isenção aduaneira tarifária, anula-se neste caso também o IVA sobre mercadorias importadas e eventualmente os impostos especiais de consumo.

Finalmente, existe também a possibilidade de que a União Européia conceda descontos nas taxas de importação, regularizados por convênios ou de modo autônomo. No caso deste desconto estar limitado na validade temporária, mas não por valor ou quantidade, ele será vigente apenas durante o período de isenção aduaneira (RECHTSANWÄLTE, S. & F., 2008).

Caso o desconto esteja limitado ao valor ou à quantidade, ele normalmente será controlado por um contingente aduaneiro que será válido por um tempo determinado.

Contudo fica claro que a negociação quanto às taxas incidentes no produto no momento que a mercadoria chegar ao país de destino, no caso, a Alemanha vai depender muito do interesse dos alemães em importar a cachaça, os obstáculos e barreiras impostas ao

exportador se tornam mais flexíveis, assim como as taxas cobradas, quando há o interesse, os importadores podem oferecer um acordo mais conveniente para o vendedor, para que o negócio não encontre impedimentos e para que seja realizado, como já foi citada acima, a negociação fica sujeita a essas premissas.

4.3.5 Enviar informações sobre o produto ao Importador, tais como, catálogos, lista de preços e amostras

Identificado o país com potencial, a Alemanha, a empresa Arte Brasil deve fazer contato, enviando o maior número de informações possíveis sobre seu produto e colocar-se à disposição para enviar esclarecimentos técnicos e sobre sua atuação comercial de modo mais detalhado.

4.3.6 Definir se a exportação vai ser realizada com ou sem intermediário

A empresa deve analisar qual a melhor opção para suas vendas, se diretamente, sem a atuação de intermediários, emitindo a fatura pro-forma em nome do importador, providenciando a documentação e recebendo o pagamento diretamente de seu cliente, ou se através de uma empresa comercial exportadora, uma *trading companies* e outras opções de exportação indireta. O Apêndice 1 mostra como seria uma fatura pro-forma.

A proposta de exportação neste trabalho será feita sem intermediários, pela Exportação Direta, onde a própria empresa, ou o produtor fica responsável por realizar todo o processo de exportação.

4.3.7 Formalizar o negócio

O negócio deve ser formalizado mediante o envio de fatura pro-forma com a previsão de entrega, a via de embarque (transporte aéreo, marítimo ou terrestre), a condição de venda (INCOTERM) e a modalidade de pagamento (antecipada, remessa direta, cobrança documentária ou carta de crédito), para aprovação do importador.

Após a aceitação do produto pelo importador, a empresa precisará negociar outros aspectos sendo, para tanto, fundamental conhecer os compromissos assumidos em cada condição de venda (INCOTERM), bem como calcular o preço com base em tais condições. Somente depois deve negociar com o importador as melhores opções para sua venda,

inclusive em termos de modalidade de pagamento e local de embarque. A fatura pro-forma deve conter o logotipo da empresa e as informações reproduzindo a negociação realizada, tais como a descrição da mercadoria, quantidades, peso, preço unitário e total, o INCOTERM, modalidade de pagamento, o meio de transporte e tipo de embalagem.

Neste trabalho, o negócio será realizado pelo transporte marítimo, a condição de venda da cachaça será feita pelo FOB (*Free on Board*), ou seja, a mercadoria ficará livre a bordo, e a modalidade de pagamento adotada será a Carta de Crédito. O preço da cachaça será calculado com base nessas condições mencionadas acima.

4.3.8 Preparar a mercadoria para ser embarcada

Programar toda a produção para entregar as quantidades e especificações acordadas com o cliente.

Caso não haja mercadoria em estoque, a empresa deve programar a produção, de forma a atender aos prazos e especificações negociados e contidos na fatura pro-forma, não esquecendo os controles de qualidade.

No caso da cachaça, deve-se lembrar que se trata de um produto de origem agrícola, sendo assim fatores como: clima, temperatura e sazonalidade, devem ser levadas em conta, a produção está sujeita a sofrer possíveis intempéries, o que acaba por aumentar a necessidade de uma boa programação, para evitar futuros problemas.

4.3.9 Confirmar com o importador se já providenciou a abertura da carta de crédito ou o pagamento e solicitar a autorização para efetuar o embarque

Concluída a produção, o exportador deverá solicitar ao importador a confirmação da abertura da carta de crédito e avisando que a mercadoria já está pronta para ser embarcada. Embora haja outras formas de pagamento, a segurança oferecida por essa modalidade faz com que seja a mais utilizada no comércio internacional, e foi a escolhida no trabalho por oferecer essa segurança. O importador deve enviar uma autorização de embarque.

4.3.10 Providenciar o processo de preparação pré-embarque

De posse da autorização de embarque emitida pelo importador, a empresa Arte Brasil deve providenciar a seguinte documentação: Romaneio ou *Packing List*, Nota Fiscal, RE –

Registro de Exportação, Conhecimento de Embarque e Certificados, se for o caso, alguns desses documentos podem ser visto no Apêndice 2.

4.3.11 Embarque da mercadoria e despacho aduaneiro

Após a emissão de tais documentos, a empresa deverá efetuar o embarque dos bens, as cachaças, providenciando o despacho aduaneiro na Secretaria da Receita Federal, pois a verificação física e da documentação é realizada por seus agentes nos terminais aduaneiros. Todas as etapas do despacho podem se feitas por meio do SISCOMEX, pelos despachantes credenciados.

4.3.12 Efetuar a contratação da operação de câmbio

A empresa Arte Brasil, deve negociar com uma instituição financeira autorizada a conversão do valor em moeda estrangeira, relativo à aquisição da mercadoria, para o pagamento em reais, mediante a formalização de um contrato de câmbio.

4.3.13 Preparar a documentação pós-embarque

Toda a documentação necessária pós-embarque como: Fatura Comercial, RE, SD – Solicitação de Despacho, Saque ou Cambial, Apólice de Seguros, Visto Consular, Conhecimento de Embarque, e Certificados de Origem, e os demais documentos exigidos pelo importador, se for o caso. O *Commercial Invoice* que é um dos documentos apresentados ao importador, pode ser visto no Apêndice 3.

4.3.14 Apresentar os documentos ao importador

A documentação deverá ser apresentada ao um banco indicado pelo importador, demonstrando, na hipótese de utilização de Carta de Crédito, de que todas as especificações demandadas pelo importador foram cumpridas.

4.3.15 Liquidação do Câmbio

Quando a Carta de Crédito ou o pagamento em moeda estrangeira forem transferidos para o banco do exportador, deverá ser feita a liquidação do contrato de câmbio de acordo com as condições nele descritas, com o recebimento pelo exportador no valor da exportação em reais.

4.4 Produto destinado a Exportação

O produto preterido para a venda no mercado externo foi a Garrafa de Cachaça Orgânica Prata, pois segundo o produtor, os alemães tiveram uma preferência pela bebida que não passa pelo processo de envelhecimento, esse interesse foi despertado por um intermediário que levou para Alemanha algumas garrafas da cachaça Arte Brasil, e o próprio deu retorno ao produtor sobre a preferência pela Cachaça Prata tradicional envazada em garrafa cilíndrica com 690 ml.

A Figura 12 mostra a bebida destinada a exportação:



Figura 12- Cachaça Prata, 690 ml.

Fonte: Cachaça Orgânica Arte Brasil, 2011.

Com essa proposta de conquista de mercado no exterior, as finanças da empresa foram projetadas conforme os demonstrativos abaixo.

4.5 Proposta do Demonstrativo do Resultado do Exercício

Tabela 1- Proposta do Demonstrativo do Resultado do Exercício (DRE).

	Valor	%
Receitas (Vendas)	67731,74	100
- CMV	15580,20	23
Lucro Bruto	52151,54	76,99
- Despesas		
Operacionais:	8806,00	13
Vendas	8688,00	98,66
Administrativas	80,00	0,9
Gerais	38,00	0,43
LAJIR	43345,54	63,99
- Desp. Financeiras	800,00	1,18
LAIR	42545,54	62,81
- I.R.	6381,83	14,99
Lucro Líquido	36163,71	53,39

Fonte: Dados da Pesquisa.

O Demonstrativo do Resultado do Exercício da Tabela 1 faz uma simulação de como poderia equilibrar o prejuízo financeiro de 2010 da Empresa Arte Brasil. Os cálculos partiram inicialmente do Lucro Líquido. Veja abaixo os dados das operações da DRE calculada:

Lucro Líquido: O valor de R\$ 36163,71 diz respeito ao prejuízo da Empresa Arte Brasil no período do ano de 2010 e propõe um equilíbrio nas contas patrimoniais da empresa, zerando o déficit apresentado em períodos anteriores.

Despesas Financeiras: O valor apresentado representa a despesa com a Carta de Crédito, a forma de pagamento adotada na projeção da exportação do produto. A despesa é de aproximadamente US\$500,00 dólares, considerando a média do câmbio do mês de abril de 2011 que foi de R\$ 1,60 e transformando essa despesa em reais, o valor é de R\$ 800,00.

Despesas Operacionais: São todas as despesas relacionadas à atividade e manutenção da produção da empresa, no caso deste trabalho, são todas as despesas relacionadas ao processo de exportação do produto. Essas despesas podem ser classificadas como sendo:

- **Vendas:** São as despesas relacionadas com a venda do produto no mercado externo, como os valores de transporte, seguro e pedágio da mercadoria partindo de Lins até o porto de Santos o valor é de R\$2800,00 mais o valor do contêiner utilizado para efetuar o transporte

até o país de destino, que é de R\$2400,00, mas considerando que irá utilizar somente 20% da capacidade o valor a somar é de R\$ 480,00, somando mais o valor de R\$ 467,00 e R\$ 296,00, o primeiro valor é pago ao despachante aduaneiro para efetuar o desembaraço da mercadoria e realizar o Registro de Exportação (RE) no Sistema Integrado de Comércio Exterior (SISCOMEX) e realizar a Solicitação de Despacho (SD) o segundo valor refere-se a uma taxa de pagamento obrigatório ao Sindicato dos Despachantes Aduaneiros (SDA), assim como ainda há nas despesas com vendas, R\$ 300,00 com etiquetas especiais traduzidas para a língua alemã, contabilizando ainda 100 amostras destinadas a Alemanha para degustação da bebida no valor de R\$ 345,00 e R\$4000,00 com despesas relacionadas à emissão de 100 *folders* para divulgação e marketing da cachaça Arte Brasil na Alemanha. A divulgação e marketing da cachaça Arte Brasil.

- **Gerais:** As despesas gerais dizem respeito aos possíveis gastos que envolvem a exportação, o valor representado na DRE é a despesa com o Certificado de Origem, documento exigido pelo país importador, que se aproxima de R\$80,00.

- **Administrativas:** São todas as despesas relacionadas à área administrativa do processo de exportação, esse valor representado de R\$38,00, diz respeito ao valor da taxa de expedição da mercadoria no Porto de Santos.

Custo da Mercadoria Vendida (CMV): Este custo representa o valor necessário para fazer o produto, que neste caso, é a garrafa de Cachaça Prata de 690 ml, o custo é de R\$3,45, lembrando que esse valor não passou pela incidência dos tributos estabelecidos dentro do mercado interno (IPI, ICMS, COFINS, PIS e alíquota 0% de IOF sobre as operações de crédito, câmbio e seguros).

Receitas: Diz respeito a todo o recurso obtido, proveniente da venda do produto. No caso, a proposta de equilíbrio financeiro do patrimônio irá acontecer com um volume de vendas no valor de R\$ 67731,74, com a movimentação de aproximadamente 4516 produtos no mercado externo (garrafa de 690 ml) ao preço de R\$ 15,00. Além do estabelecido a empresa começa a entrar em fase de lucratividade proporcional ao volume de vendas.

4.6 Determinação do Preço FOB do produto

O preço FOB de exportação da Cachaça Prata foi mantido pelo mesmo valor vendido no mercado interno, R\$15,00, considerando o câmbio médio do mês de abril, R\$1,60, o preço de venda da bebida é de U\$9,38 para mercado externo, pois o preço da garrafa de cachaça é um fator fundamental para as condições de competição do produto a ser exportado, já que o alambiqueiro da cachaça Arte Brasil ainda não exportou sua produção para o mercado Europeu e como a aguardente brasileira possui algumas grandes marcas que já exportam para o mercado externo, o trabalho propôs equilibrar a área financeira da empresa e manter o preço da bebida para ser mais competitivo perante seus concorrentes.

Lembrando ainda que o governo incentiva as exportações, assim a bebida fica isenta da cobrança de certos tributos estabelecidos dentro do mercado interno e considerando que as despesas com a exportação são relativamente baixas, como pode ser visto acima, vale a tentativa de manter o preço da bebida.

Como a quantidade de produtos a ser exportado é pequena e os consumidores alemães pouco conhecem a cachaça Arte Brasil, a exportação a princípio seria uma maneira estratégica de explorar o mercado Europeu e conquistar novos apreciadores.

Sabe-se que a competitividade e o controle de preços no mercado internacional constituem um grande desafio a ser vencido com paciência e persistência. A produtividade e a qualidade, bem como as condições de pagamento e entrega, são barreiras constantes a serem ultrapassadas, tanto na fase de produção como de definição das condições de venda. As margens de lucro dependem muito da competitividade do mercado e da aceitação e procura do produto.

Por isso da opção descrita acima, vale ressaltar que o processo de exportação e internacionalização de um produto é um investimento no qual se obtém lucros em médio ou longo prazo.

4.7 Análise das Demonstrações Financeiras

Feita a análise das demonstrações financeiras foi possível determinar como conseguir o equilíbrio financeiro da Empresa Arte Brasil, propondo a exportação da Garrafa de Cachaça Prata, para a Alemanha.

Para melhor entender essa análise será calculado abaixo os índices: Margem Operacional Bruta (MOB), Margem Operacional Líquida (MOL), Taxa de Retorno e

Payback, para que seja avaliado o futuro desempenho da empresa, caso seja realizado a exportação de seus produtos.

Os índices serão analisados com base na Demonstração do Resultado do Exercício como foi proposto, e o Balanço Patrimonial da empresa no ano de 2010.

4.7.1 Margem Operacional Bruta (MOB)

A Equação 16 mostra o cálculo realizado:

$$MOB = \frac{LB}{RECEITA} \cdot 100 \quad \dots(16)$$

Onde:

$$MOB = \frac{52151,54}{67731,74} \cdot 100 = 77\%$$

O resultado significa dizer que com essa proposta, a cada R\$ 1,00 de receita a Empresa Arte Brasil tem um Lucro bruto de R\$ 0,77.

4.7.2 Margem Operacional Líquida (MOL)

A seguir a Equação 17 mostra o cálculo efetuado:

$$MOL = \frac{LL}{RECEITA} \quad \dots(17)$$

Onde:

$$MOL = \frac{36163,71}{67731,74} \cdot 100 = 53,4\%$$

Esse resultado significa que com essa proposta, que cada R\$ 1,00 de Receita trás para a empresa R\$ 0,53 de Lucro Líquido.

4.7.3 Taxa de Retorno

Com base no Balanço Patrimonial de 2010, e mantendo-se a mesma linha de investimento devemos ter:

$$TR = \frac{LL}{INVESTIMENTO} \quad \dots(18)$$

Onde:

$$TR = \frac{36163,71}{41775,69} = 0,86 \times 100 = 86\%$$

Essa projeção deverá proporcionar um retorno no período de um exercício de 86% do valor do investimento (R\$ 40 000,00 – Capital Inicial + R\$ 1775,69 Lucro Acumulado).

4.7.4 Período de Retorno (Payback)

O *payback* indica o tempo necessário para a recuperação do investimento. Conforme a Equação 19:

$$PB = \frac{INVESTIMENTO}{LL} \quad \dots(19)$$

Onde:

$$PB = \frac{41775,69}{36163,71} = 1,15$$

O projeto viabiliza o retorno do investimento em um ano e um mês.

5 CONCLUSÃO

A principal queixa do produtor de cachaça artesanal da Arte Brasil é o valor cobrado pela tributação da bebida, os impostos podem representar até 83% do valor final de comercialização do produto, esse valor cobrado é determinado e pode variar pela qualidade do produto, o teor alcoólico, a região e o tipo de embalagem.

O trabalho proposto sugere a exportação da cachaça para o mercado Europeu como uma alternativa de equilíbrio financeiro para a empresa, visto que ao exportar a empresa adquire vantagens sobre os concorrentes internos, melhora o aproveitamento da capacidade instalada, aumenta a produtividade, reduz os custos operacionais e tributários, aprimora a qualidade do produto, incorpora novas tecnologias e como consequência acaba por aumentar a rentabilidade, esses são alguns dos benefícios que podem ser alcançados quando a empresa se abre ao mercado externo.

Além dos benefícios citados acima, a empresa Arte Brasil adquire a capacidade de conquista de novos consumidores, dos quais são mais exigentes e estão dispostos a pagar mais por uma aguardente de boa qualidade, atributos exigidos pelos consumidores europeus que a cachaça Arte Brasil oferece aos apreciadores da bebida nacional.

Outra questão a ser ponderada e que pode proporcionar ao produtor menores custos agregados ao produto, é a reutilização das garrafas de vidro da bebida, numa logística reversa originária de uma comunidade que alimenta a questão ambiental com muita seriedade e propriedade.

REFERÊNCIAS

ADUANEIRAS. INCOTERMS- **Termos Internacionais de Comércio**. Disponível em: <<http://www.atlantaaduaneira.com.br/incoterms.html>>. Acesso em: 13 set. 2010.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE BEBIDAS (ABRABE). **A cachaça**. São Paulo, 2010. Disponível em: <<http://www.abrabe.org.br/cachaca.php>>. Acesso em: 12 set. 2010.

BANCO DO BRASIL. Procedimentos - **Formação de preço para exportação**. Disponível em: <<http://www.bb.com.br/portalbb/page3,8105,8128,21,0,1,1.bb?codigoMenu=9049&codigoNoticia=13488&codigoRet=9079&bread=7>>. Acesso em 12 mai. 2011.

BRASIL. Decreto nº 2.314, de 4 de setembro de 1997. **Diário oficial da união**, Brasília, DF, 5 de set. 1997. Seção 1, p. 19549. Disponível em: <<http://www.receita.fazenda.gov.br/legislacao/Decretos/Ant2001/Ant1999/Dec231497.htm>>. Acesso em: 15 set. 2010.

CACHAÇA Orgânica Arte Brasil. Disponível em: <<http://www.cachacaorganicaartebrasil.com.br/>>. Acesso em 8 mai. 2011.

CÂMARA, M. **Cachaça prazer brasileiro**: Como, onde e quando nasceu a cachaça. 1. ed. Rio de Janeiro: Manuad, 2004. 15 p. Disponível em: <http://books.google.com.br/books?id=iRfa5Oy4esgC&pg=PA67&dq=cacha%C3%A7a+bebendo+e+aprendendo&hl=pt-BR&ei=lluaTlrkOcKblgfE1LmsBw&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=2&ved=0CC4Q6AEwAQ#v=onepage&q&f=false>. Acesso em: 12 set. 2010.

CÂMARA, M. **Cachaças: bebendo e aprendendo: guia prático de degustação – Cachaça: *drinking and learning: practical guide to tasting***: Orientação para preenchimento da ficha de degustação. 1. ed. Rio de Janeiro: Manuad, 2006. 111 p. Disponível em: <http://books.google.com.br/books?id=5HVOHFgxxE4C&pg=PP5&dq=cacha%C3%A7a+bebendo+e+aprendendo&hl=pt-BR&ei=lluaTlrkOcKblgfE1LmsBw&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=1&ved=0CCkQ6AEwAA#v=onepage&q=cacha%C3%A7a%20bebendo%20e%20aprendendo&f=false>. Acesso em: 12 set. 2010

CERIBELI, L. D et al. Orientação regional e competitividade do agronegócio da cachaça para a Alemanha e os Estados Unidos, **Revista de Política Agrícola**. Viçosa, MG. n.3. jul/ago/set. 2010.

DALSTON, C. O. **Consultando sobre a classificação fiscal de mercadorias: A obtenção do Código Fiscal na Nomenclatura Comum do Mercosul.** Editora Aduaneiras. 1 ed. São Paulo: Aduaneiras, 2007. Disponível em: <<http://www.multieditoras.com.br/produto/PDF/500004.pdf>>. Acesso em: 4 nov. 2010.

DOCUMENTOS Necessários para exportação segundo as Normas Brasileiras. Guia do Comércio Exterior. Disponível em: <<http://export.reingex.com/brdoicluna.asp>>. Acesso em: 01 out. 2010.

FONSECA, R. G. (Secretário-Executivo da Câmara de Comércio Exterior- CAMEX). Prefácio à Terceira Edição. In: MINERVINI, N. **O exportador: Ferramentas para Atuar com Sucesso nos Mercados Internacionais.** 3. ed. São Paulo: Makron Books, 2001. p. 1-393.

GITMAN, L. J. **Princípios de administração financeira.** 7. ed. São Paulo: Harbra, 1997.

INCOTERMS: **Termos Internacionais de Comércio.** Atlanta Assessoria Aduaneira. Disponível em: <<http://www.atlantaaduaneira.com.br/incoterms.html>>. Acesso em: 01 nov. 2010.

INSTITUTO BRASILEIRO DA CACHAÇA (IBRAC)- Mercado Interno e Externo: **Cachaça.** Brasília, 2008. Disponível em: <http://www.ibrac.net/index.php?option=com_content&view=article&id=25&Itemid=28>. Acesso em: 12 set. 2010.

INSTITUTO DE BIODINÂMICA (IBD). **Certificação.** Botucatu, 2010. Disponível em: <http://www.ibd.com.br/Certificacao_Default.aspx?codigo=certif> Acesso em: 01 nov. 2010.

KEEDI, S. **INCOTERMS: Incoterms 2010 para 2011.** Aduaneiras Informação sem Fronteira. Disponível em: <http://www.aduaneiras.com.br/destaque/destaque_texto.asp?ID=11823683&acesso=2,>. Acesso em: 01 nov. 2010.

KOTLER, P. **Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle.** 5. ed. São Paulo: Atlas, 1998. p.1-725.

MAIA, Fabrício Simplício. **Alternativas para exportação de cachaça artesanal: Um exemplo da Alemanha.** Disponível em: <http://www.editora.ufla.br/site/_adm/upload/boletim/bol_57.pdf>. Acesso em: 2 nov. 2010.

MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada.** 4 ed. São Paulo: Artmed, 2006. 1-703 p. Disponível em: <<http://books.google.com.br/books?id=FtdIFOGTP8UC&printsec=frontcover&dq=Naresh+k>>.

+Malhotra&hl=pt-br&ei=yODOTNOiNMWB1AeJ-HyCA&sa=X&oi=book_result&ct=book-thumbnail&resnum=1&ved=0CCUQ6wEwAA#v=onepage&q&f=false>. Acesso em: 01 nov. 2010.

MARTINELLI, D. P.; SPERS, E. E.; COSTA, A. F. **Ypióca**: Introduzindo uma bebida genuinamente brasileira no mercado global. In: CONGRESSO ANUAL DO PENSA (PROGRAMA DE ESTUDOS DOS NEGÓCIOS DE SISTEMA INDUSTRIAL), 10., 2000, São Paulo. *Anais ...* [São Paulo, 2000].

MATARAZZO, D. C. **Análise financeira de balanços**. 7. Ed. São Paulo: atlas, 2010. 372p.

MINERVINI, N. **O exportador**: Ferramentas para Atuar com Sucesso nos Mercados Internacionais. 3. ed. São Paulo: Makron Books, 2001. 1-393 p.

OLIVEIRA, A F. et al. **Sistema agroindustrial da cachaça e potencialidades da expansão das exportações**. Piracicaba, ESALQ USP. p.1-11, 01 ago. 2001. Disponível em: <<http://www.fearp.usp.br/egna/resumos/Oliveira.pdf>>. Acesso em: 25 set. 2010.

RECHTSANWÄLTE, S. & F. Assim se faz...Exportar para a Alemanha. In: PROJETOS MERCOSUL EM FRANKFURT, 2008, Frankfurt. **AHK**: Alianza Mercosur Alemania: Impostos na Alemanha. Frankfurt: The German Chamber Network, 2008. p.30.

SAKAI, H. R. Agencia de informações Embrapa, cana-de-açúcar: **Cachaça**, Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento. Disponível em: <<http://www.agencia.cnptia.embrapa.br/gestor/cana-de-acucar/arvore/CONT000fiog1ob502wyiv80z4s473agi63ul.html>>. Acesso em: 12 set. 2010.

SEBRAE – PE. **Perfil empresarial da cachaça de alambique**. Recife: Sebrae, 2002.

SEBRAE. **Roteiro para atender os requisitos para a exportação**: Verifique alguns pontos estratégicos e descubra se a sua empresa está preparada para exportar. São Paulo: Sebrae. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/customizado/internacionalizacao-da-micro-e-pequena-empresa/conheca-o-projeto/como-exportar/integra_bia?ident_unico=13584>. Acesso em: 5 mai. 2011.

SERVIÇOS DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DE SÃO PAULO (SEBRAE). **Manual de exportação**. São Paulo: Sebrae, 01 mar. 2004. 1-88 p.

SILVA, J. M. Panorama da cachaça. In: EXPOCACHAÇA, 11., 2008, Belo Horizonte. **Anais...** Belo Horizonte: Expominas, 2008. Disponível em: <<http://wwwexpocachaca.com.br/2008/>>. Acesso em: 15 nov. 2008.

APÊNDICES

Apêndice 1- Proforma Invoice

		GIARETTA & GIARETTA CACHAÇA NATURAL LTDA. - ME	
		CNPJ: 07.597.831/0001-31	Inscr. Est.: 419.117.040.118
		Estrada Guarapiranga Tangará Km 4,5, S/N - Sítio Santa Luzia - Corrego Santa Branca - Lins - SP	
		Phone: (14) 3882-5443 - (14) 3529-1128	Email: exportacao@giaretta.com
		Web Page: www.cachacaorganicaartebrasil.com.br	
PROFORMA INVOICE		Nr.: 106/11	21/06/2011
Importer:		Place of Origin	
		Lins - SP - BRAZIL	
Adress:			
Country:			
Phone:			
Importer Bank:		Payment Instructions:	
		Banco Itaú S.A.	
		Agencia:	
		Conta:	
Payment Terms:		SWIFT Number: ITAUBRSP	
		Place of Loading:	
		Botucatu - SP - Brasil	
		Currency	
		US\$	
Quantity	Unit	Description of Products	Unit Price
			Ext. Price
Purchase Order	Net Weight	Gross Weight	SubTotal
	kg	kg	\$ -
Remarks:	International Freight:		
Transit time -	Insurance		
M³: m³ aproximadamente	FOB - Botucatu / SP / Brasil		\$ -
NCM: 22.0840.00			
	Edson Aparecido Martins General Manager		Daniele de Oliveira Camalione Int. Trade Manager

Apêndice 3 – Commercial Invoice

 Shipper/Exporter: GIARETTA & GIARETTA CACHAÇA NATURAL LTDA. - ME Estrada Guapiranga/ Tangará KM 4,5, S/N - Sítio Santa Luzia - CEP: 16420-000- Icorrego Santa Branca CNPJ: 07.597.831.0001-31 Inscrição Estadual: 419.117.040.118				
COMMERCIAL INVOICE				
Pedido: Order: Pedido: Importer: Consignee: Destinatário: Endereço...: Address.....: Dirección.....: Phone.....: País.....:		DELIVERY ADDRESS		
Conditions of sale and terms of payment:		Pais de Origem...: Country of Origin...: BRAZIL		
Credit Bank Itau S/A Beneficiary: Credit Account: Agency: - Botucatu-SP/Brazil		Vessel: Container: - SEAL: Booking:		
Currency of settlements: U.S.Dollar		Fatura n° Invoice nr. Factura nr.		
Place of embarkment/loading: ITATINGA - SP Por sua conta e risco as seguintes mercadorias: For your account and risk, the following merchandise: Por su cuenta y riesgo las mercadorias:				
NCM HTS	e espécie de volumes Quantity and kind of volu. Cantidad	Description of the merchandise Especificaciones de la mercaderia	Unit Price Precio unid. USD	Total Price Precio total USD
22.0840.00	units	Cachaça Orgânica Arte Brasil - Prata		-
Dimensões.....: Dimension.....: Dimensiones..: Gross unity: Gross Weight: Peso Bruto: Peso Líquido: Net Weight....: Peso Neto: Purchase Order: Botucatu, 21 de Maio de 2011.		Cubage: 48 m³ Validade...: Validity.....: Validez.....: OBS.: Goods are of Brazilian Origin	Sub-total US\$ Despesas Diversas USD Other Expenses Outros Gastos Total FOB US\$ FOB value Valor FOB Frete US\$ Freight Flete Seguro Insurance	-
			Total FOB USD	-
Gerente Comercial Arte Brasil E-mail:		Analista de Exportações Arte Brasil E-mail:		

Botucatu, ____ de _____ de 2011.

Daniele de Oliveira Camaliente

De Acordo:

Prof. Esp. Edson Aparecido Martins

Prof. Dr. Osmar Delmanto Junior
Coordenador (a) do Curso de Agronegócio