



PEIEX
apexBrasil

Mercado Mundial de Gin

PEIEX CAMPINAS – FACAMP

Realizado em Abril de 2021

Revisado em Agosto de 2023

Elaboração:

Márcio Rocha Técnico Extensionista

Revisão:

Prof. Dr. Olavo Furtado - Monitor

Prospecção de mercados – Ferramentas

- **Comex Stat (antigo Aliceweb):** <http://comexstat.mdic.gov.br/pt/home>
 - Estatísticas oficiais de Comex brasileiro (consulta de dados oficiais de exportação: série histórica por produto, números por estado, destino das exportações por produto, valor e volume de determinado produto em um dado período, etc.).
- **Mapa de Oportunidades Apex-Brasil:** <https://portal.apexbrasil.com.br/mapa-de-oportunidades/>
 - Plataforma interativa da Apex-Brasil com dados de COMEX e trabalho de inteligência de mercado que sistematiza as informações dos mercados com maiores possibilidades de exportação.
- **ITC Trade Map:** <https://www.trademap.org/>.
 - Plataforma interativa da ITC que sistematiza dados da UNCOMTRADE. Voltada para pequenas e médias empresas que desejam se iniciar na exportação. Além de dados gerais do mercado, são apresentadas as principais empresas envolvidas nas transações.
- **Global Trade Helpdesk:** <https://globaltradehelpdesk.org/pt>
 - Plataforma interativa da ITC que sistematiza dados da UNCOMTRADE. Voltada para pequenas e médias empresas que desejam se iniciar na exportação. Além de dados gerais do mercado, são apresentadas as principais empresas envolvidas nas transações.
- **ITC Marked Access Map:** <https://www.macmap.org/>
 - Plataforma interativa da ITC, que sistematiza informações referentes às barreiras tarifárias, barreiras não-tarifárias, outras barreiras, regulação e certificação.
- **OEC Observatory of Economic Complexity:** <https://oec.world/en>
 - Plataforma interativa que organiza os dados de COMEX e disponibiliza perfis de países e produtos, dando um panorama global do mercado.

Prospecção de mercados – Introdução

- A partir das ferramentas trabalhadas no Plano de Trabalho e na Capacitação Coletiva, mapearam-se os dados de exportações e importações mundiais, das exportações brasileiras (países de destino) e importações brasileiras (países de origem), de modo a fundamentar o processo de prospecção de mercados. As pesquisas para dos dados mundiais foram realizadas por SH6, enquanto, para os dados de exportação e importação a partir do Brasil, foram utilizadas as NCMs (oito dígitos), respeitando as possibilidades das ferramentas de pesquisa.
- Alinhados com o empresário, realizou-se o levantamento para o seguinte produto:
 - Gin (SH6 220850/NCM 22085000).
- Levantados os dados de exportação e importação, calculamos um Indicador de Concentração (índice de Herfindahl), que deve ser interpretado da seguinte forma:
 - $0 < H < 0,10 \rightarrow$ concentração baixa;
 - $0,10 < H < 0,18 \rightarrow$ concentração moderada;
 - $H > 0,18 \rightarrow$ concentração significativa

Prospecção de mercados – Introdução

- Levantados os valores de 2003 a 2022, os países com as 10 maiores participações para as importações e exportações em 2022 foram selecionados, denominando como “Outros” os demais países. As taxas médias de crescimento e taxas acumuladas das participações para quatro períodos (2001-2020, 2010-2020, 2015-2020 e 2019-2020) foram calculadas e grifadas em verde as taxas dos mercados que são superiores às taxas de crescimento do mundo. Nas outras análises, as taxas de crescimento foram grifadas em vermelho, quando negativas. À medida que o grupo “Outros” se mostrou relevante (37,0% dos compradores mundiais, em 2022), os dados também foram organizados segundo grupo de países, o que reduziu essa participação para 6,8%. Em alguns casos, como nas exportações originadas na Oceania, alguns valores se mostraram irrisórios e, por isso, não constam nesta análise.
- Realizou--se também o levantamento de dados de produtos similares (SH4 2208), em que o Gin se destacou no mercado mundial pela crescente participação no consumo mundial.
- Abaixo, a relação de países dos países que compõem cada grupo:

Composição dos Grupos de países												
África	América Central		América do Sul	Ásia	EUA/Canadá	Europa			Oriente Médio		Oceania	
Algeria	Bahamas	Antigua and Barbuda	Argentina	China	United States of America	Germany	Sweden	Bulgaria	Bahrain	Saudi Arabia	Australia	
Angola	Trinidad and Tobago	Saint Kitts and Nevis	Paraguay	Hong Kong, China	Canada	United Kingdom	Hungary	Lithuania	Iran, Islamic Republic of	Syrian Arab Republic	New Zealand	
Egypt	Haiti	Dominica	Uruguay	Macao, China		France	Ireland	Croatia	Iraq	Turkey		
Morocco	Jamaica	Saint Vincent and the Grenadines	Brazil	Singapore		Netherlands	Denmark	Luxembourg	Israel	United Arab Emirates		
Mozambique	Barbados	Montserrat	Chile	Japan		Italy	Romania	Estonia	Jordan	Yemen		
Nigeria	Guyana	Panama	Colombia	Viet Nam		Belgium	Slovakia	Latvia	Kuwait			
South Africa	Grenada	Mexico	Ecuador	Korea, Republic of		Spain	Portugal	Cyprus	Lebanon			
	Belize		Bolivia, Plurinational State of			Poland	Finland	Malta	Oman			
	Suriname		Peru			Czech Republic	Greece	Switzerland	Palestine, State of			
	Saint Lucia		Venezuela, Bolivarian Republic of			Austria	Slovenia	Russian Federation	Qatar			

Prospecção de mercados – Resumo

- O mercado internacional de Gin (220850) dinamizou-se a partir de 2015/2016, acumulando alta de transações comerciais entre os países e entre um conjunto mais diversificado de mercados consumidores e produtores:
 - Em 2015, a participação fora dos países consolidados (Estados Unidos, Espanha e Alemanha) saiu de 44% para 63%, em 2022; este movimento, nas exportações, é mais acentuado, de 18% para 35%;
 - Esta diversificação pode significar possibilidades de expansão para produtores “não-tradicionais” num conjunto mais amplo de mercados, isto é, mais oportunidades de consumo fora dos mercados tradicionais – Estados Unidos, Espanha e Alemanha, segundo os dados de 2022 da International Trade Centre (ITC), consultados pela ferramenta Trade Map.
- O Brasil possui Acordos Comerciais que podem viabilizar as exportações de Gin para os mercados da região, como América do Sul, e fora, como a África. O resultado das análises foi **Uruguai** e **Colômbia** como os destinos com maior potencial, pela diversificação do Gin em sua pauta de importação e elevada participação do consumo com bebidas alcoólicas no consumo final das famílias colombianas (dados do OCDEstat). Demais, estes países possuem Acordo com o Mercosul, permitindo que o Gin brasileiro usufrua das preferências tarifárias. Por outro lado, dada a oportunidade de explorar a **África do Sul**, os dados mostraram que este mercado também encontra-se diversificando suas importações.

Gin e Genebra (228050)

Importações mundiais

Prospecção de mercados – Resumo

Gin e Genebra: mercado de gin encontra-se dinamizado, com diversificação de compradores e de vendedores a nível mundial.

- **As importações mundiais** totalizaram US\$ 1.909.756,00 em 2022. Dos 10 principais compradores, 6 encontram-se na Europa e o índice de concentração diminuiu 16,2% (valor, em média, de 0,24; concentração significativa) entre 2003 e 2022 e com tendência à desconcentração entre 2012 e 2022, com redução de 9,8%. Observaram-se alterações nas participações, se tomado o quadro geral, em que os principais compradores de 2022 foram **Estados Unidos** (22,6%) e os 6 principais europeus (34,9%). Devido à participação média de “Outros” ser de 27,8% e crescente (21,3%, em 2003, e 37,0% em 2022), realizamos a análise por Grupo de países, em que destacamos: **Oriente Médio, África e América do Sul**, com taxas de crescimento médio da participação de 10,8%, 9,0% e 10,5%, respectivamente, entre 2003 e 2022. O índice de concentração por grupo de países sinalizou diversificação, com queda acumulada de 16,7%, que se manteve durante 2017-2022. **Os compradores mundiais de gin apresentaram tendência de diversificação em mercados não-tradicionais e com boa aderência dos produtos brasileiros, Oriente Médio e América do Sul.**

- **As exportações mundiais** totalizaram US\$ 1.748.936,00 em 2022. Dos 10 principais vendedores, 8 encontram-se na Europa, mas o índice de concentração apresentou baixa de 54,7% (média de 0,53) entre 2003 e 2022 e com tendência à desconcentração entre 2012 e 2022, com redução de 45,8%. Apesar da desconcentração, observou-se estabilidade das participações, se tomado o quadro geral, em que os principais vendedores de 2022 foram o Reino Unido (51,8%), Alemanha (6,6%), Espanha (6,6%) e Itália (4,6%). À medida que há desconcentração, realizamos a análise por Grupo de países, para identificar quais estão crescendo: **América do Sul e Ásia**, com taxas de crescimento médio ao ano da participação de 10,7% e 11,6%, respectivamente, entre 2003 e 2022. Na África, as exportações concentram-se (99,5%) na África do Sul. A **América do Sul** tem participação baixa no grupo de países (1,0%), mas apresentou concentração entre seus países vendedores: o índice de concentração cresceu 10,4%, entre 2003-2022 (e 64,5% entre 2012 e 2022). **Os vendedores ainda encontram-se concentrados na Europa, especialmente, no Reino Unido, mas algumas regiões não-tradicionais apresentaram dinamismo, como a América do Sul.**

Participação (%) – Compradores mundiais (Países) – 2003/2022

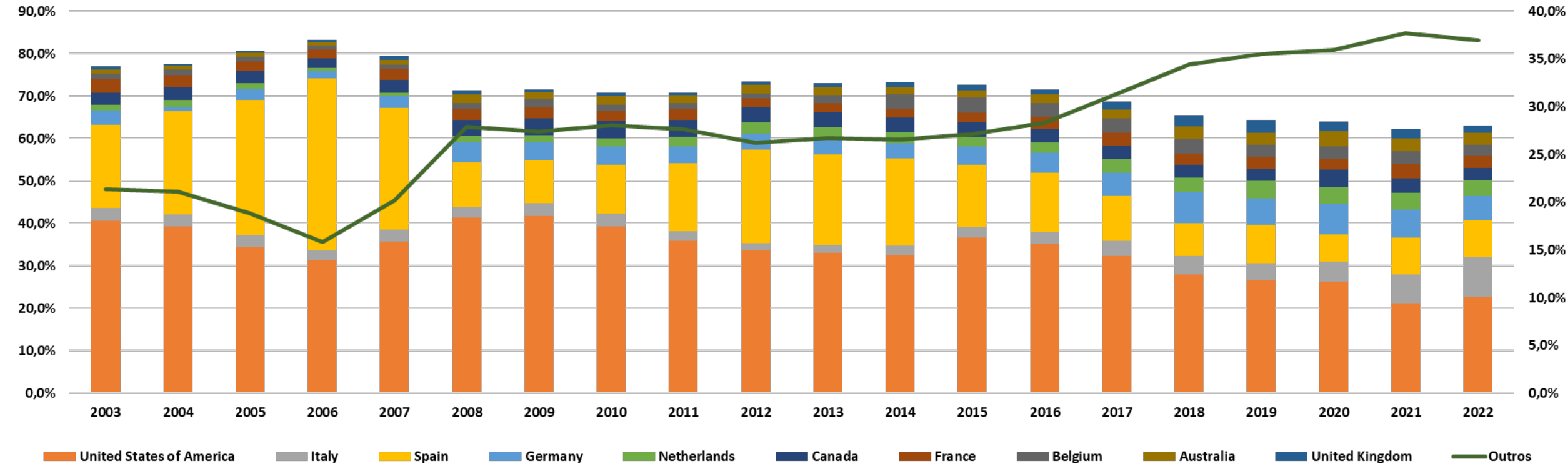


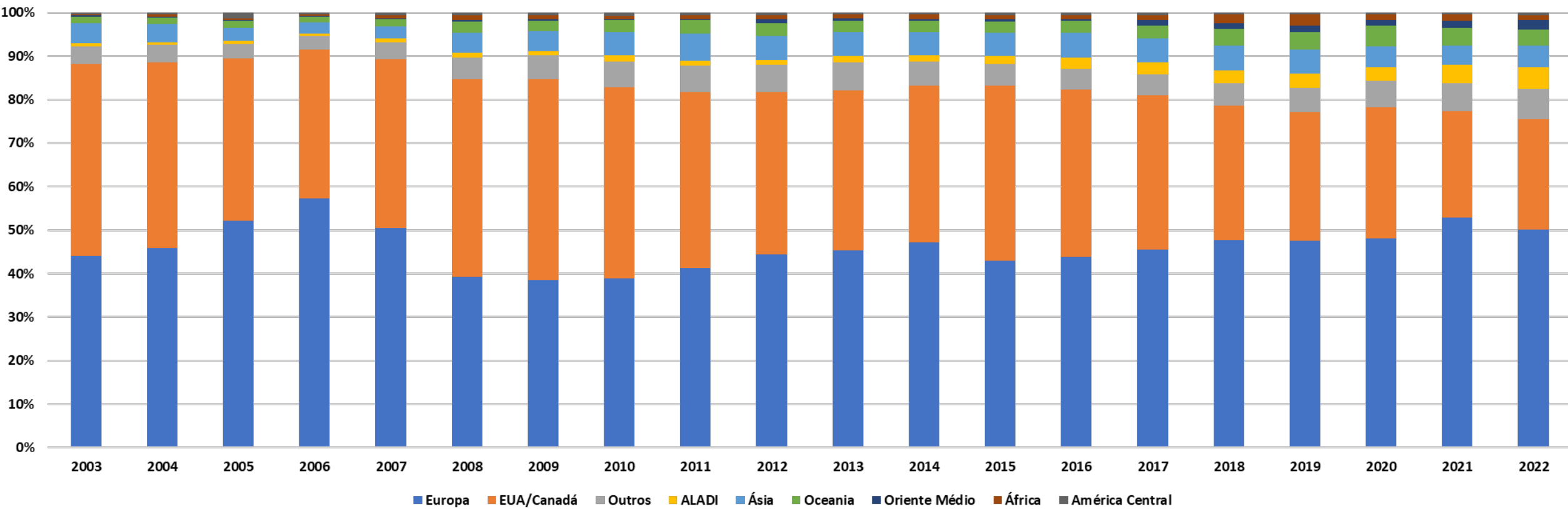
Tabela 1 - Dinâmica das participações - G10, Outros e Brasil - 2003-2022

Países	2003-2022		2012-2022		2017-2022		2021-2022	Valores (2022)
	Média	Acumulada	Média	Acumulada	Média	Acumulada	Acumulada	
United States of America	-3,0%	-44,4%	-3,9%	-32,6%	-6,9%	-29,9%	7,1%	431.472,00
Italy	6,3%	220,5%	18,9%	466,3%	22,0%	170,8%	38,8%	183.448,00
Spain	-4,3%	-56,5%	-9,1%	-61,6%	-4,5%	-20,7%	-1,4%	162.481,00
Germany	2,8%	70,5%	4,3%	52,7%	1,5%	8,0%	-11,8%	110.494,00
Netherlands	5,3%	164,8%	3,8%	45,4%	2,7%	14,2%	-9,5%	70.615,00
Canada	0,1%	2,8%	-2,3%	-21,0%	-2,2%	-10,3%	-14,0%	54.842,00
France	-0,7%	-12,1%	3,2%	37,1%	-1,4%	-6,9%	-19,8%	52.716,00
Belgium	3,4%	90,1%	8,2%	120,2%	-4,9%	-22,1%	-7,7%	52.251,00
Australia	5,6%	180,9%	3,1%	35,2%	6,0%	33,8%	-8,3%	51.752,00
United Kingdom	5,5%	174,7%	8,8%	132,9%	-0,5%	-2,7%	-24,0%	33.992,00
Outros	2,9%	73,3%	3,5%	40,7%	3,4%	18,0%	-1,9%	739.685,00

Pontos de análise 1:

- Principal comprador do mundo: Estados Unidos (26,2%);
- Destaques: Itália, Alemanha e Países Baixos, com taxas de crescimento da participação superiores à do mercado líder;
- Desde 2015, a participação de “Outros” se ampliou: de 27,2% para 37,0%, em 2022, o que sugere diversificação dos consumidores de Gin;
- Mercado diversificado por país: índice de concentração contraiu 0,9% a.a, entre 2003 e 2022, acumulando queda de 9,8% entre 2012 e 2022.

Participação (%) – Compradores mundiais (Grupo de países) – 2003/2022

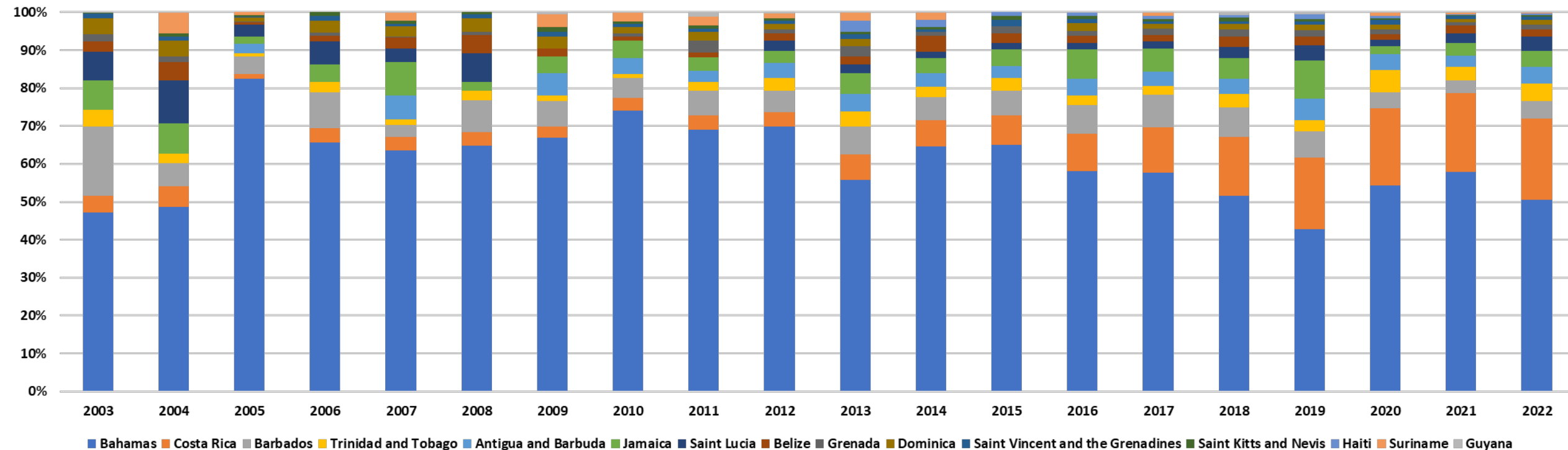


Grupo de países	2003-2022		2012-2022		2017-2022		2021-2022	Valores (US\$)
	Média	Acumulada	Média	Acumulada	Média	Acumulada	Acumulada	
Europa	0,7%	13,7%	1,2%	12,7%	2,0%	10,2%	-5,2%	957.106,00
EUA/Canadá	-2,9%	-42,4%	-3,7%	-31,7%	-6,4%	-28,2%	4,3%	486.314,00
Outros	2,8%	69,1%	1,0%	10,8%	6,8%	39,0%	4,5%	130.484,00
ALADI	10,5%	564,6%	16,1%	345,8%	13,4%	87,6%	22,4%	96.587,00
Ásia	0,5%	10,9%	-1,2%	-11,6%	-2,3%	-11,0%	9,3%	94.345,00
Oceania	4,8%	143,1%	2,3%	24,9%	5,3%	29,6%	-8,6%	71.003,00
Orientes Médio	10,8%	604,7%	10,4%	168,3%	11,1%	69,0%	31,1%	42.090,00
África	9,0%	416,9%	0,8%	8,7%	-2,2%	-10,4%	-13,7%	21.343,00
América Central	1,5%	32,8%	0,6%	5,8%	2,6%	13,6%	14,7%	10.484,00
Concentração Grupo de países	-1,0%	-16,7%	-0,5%	-5,0%	-0,7%	-3,6%	-6,2%	1.909.756,00

Fonte: Elaboração PEIEX-CAMPINAS/FACAMP, a partir de dados do ITC Trade Map.

- Pontos de análise 2:**
- Principal grupo comprador do mundo: Europa (50,1%);
 - Destaques: África, América do Sul e Oriente Médio, com taxas de crescimento da participação expressivas durante o todo o período;
 - Perda de participação relativa de EUA/Canadá (42,4% entre 2003 e 2022);
 - No período recente, 2017-2022, a **América do Sul** ampliou sua participação em 87,6%, enquanto o Oriente Médio, em 69,0%; e
 - Mercado diversificado por grupo de país: índice de concentração contraiu 16,7%, entre 2003 e 2022, mas, tendeu a se estabilizar entre 2012 e 2022.

Participação (%) – Compradores mundiais (América Central) – 2003/2022

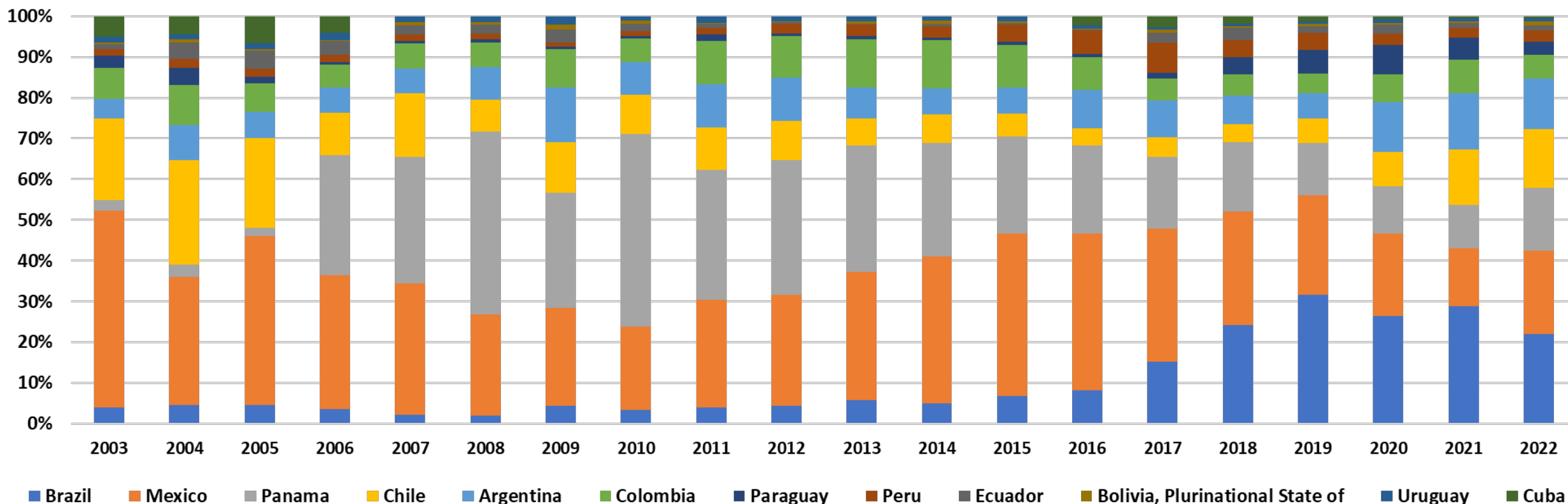


Países	2003-2022		2012-2022		2017-2022		2021-2022	Valores (US\$)
	Média	Acumulada	Média	Acumulada	Média	Acumulada	Acumulada	
Bahamas	0,4%	7,0%	-3,2%	-27,5%	-2,6%	-12,4%	-12,6%	5.303,00
Costa Rica	8,8%	396,6%	18,5%	447,7%	12,2%	78,1%	2,4%	2.237,00
Barbados	-6,9%	-74,1%	-1,9%	-17,4%	-11,0%	-44,2%	42,7%	495,00
Trinidad and Tobago	0,1%	2,3%	3,6%	42,4%	13,1%	85,1%	27,2%	484,00
Antigua and Barbuda	0,0%	0,0%	0,5%	5,5%	3,6%	19,4%	45,9%	451,00
Jamaica	-3,2%	-45,7%	2,9%	33,1%	-7,1%	-30,9%	29,8%	443,00
Saint Lucia	-3,5%	-49,5%	3,5%	40,5%	14,5%	96,4%	49,0%	398,00
Belize	-1,9%	-30,8%	-0,4%	-3,7%	0,5%	2,7%	-12,5%	191,00
Grenada	-1,8%	-29,5%	2,8%	31,7%	-3,3%	-15,6%	62,3%	143,00
Dominica	-6,4%	-71,4%	-1,4%	-13,3%	-1,1%	-5,4%	53,7%	129,00
Saint Vincent and the Grenadines	-2,1%	-33,2%	-1,8%	-16,3%	2,5%	12,9%	-14,4%	79,00
Saint Kitts and Nevis	5,2%	162,0%	1,3%	13,6%	3,5%	18,6%	201,3%	59,00
Haiti	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	-21,2%	-69,6%	11,2%	28,00
Suriname	0,0%	0,0%	-16,3%	-83,2%	-22,3%	-71,6%	-51,6%	23,00
Guyana	1,2%	24,3%	-5,7%	-44,4%	-1,0%	-5,0%	50,1%	21,00
Concentração América Central	0,5%	10,6%	-6,0%	-46,2%	-4,9%	-22,2%	-21,9%	10.484,00

Pontos de análise 3:

- Mercado de US\$ 10,5 milhões em 2022;
- Principal comprador do grupo: Bahamas (50,6%);
- Destaques: Costa Rica com crescimento da participação relativa; Barbados pela posição;
- Mercados dinamizados, com alteração das participações relativas;
- Padrão de concentração nas Bahamas; e
- Índice de concentração cresceu 10,6% (0,5% a.a), saindo de 0,24 para 0,27 (média de 0,39); redução de 46,2% (6,0% a.a) entre 2012 e 2022. Concentração substantiva.

Participação (%) – Compradores mundiais (América do Sul) – 2003/2022

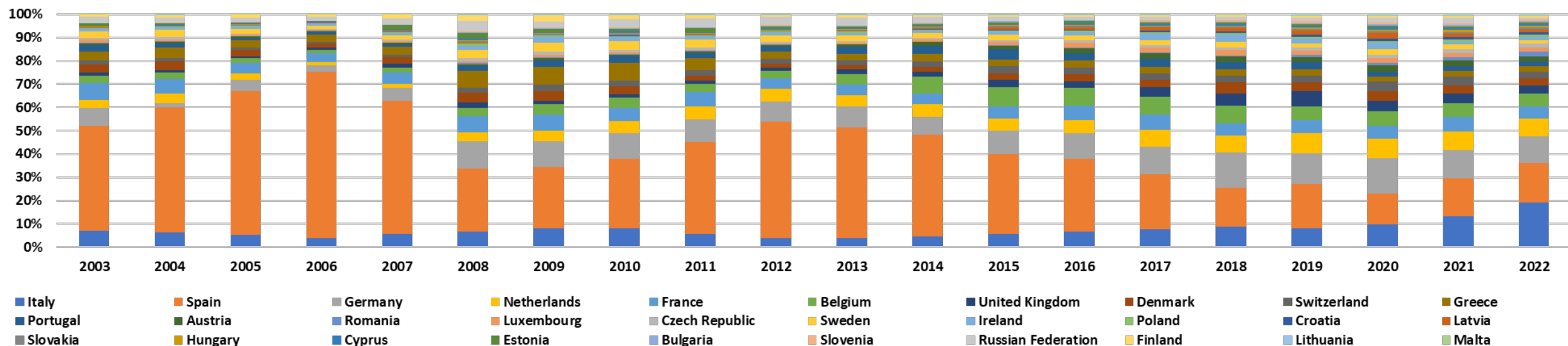


Países	2003-2022		2012-2022		2017-2022		2021-2022	Valores (US\$)
	Média	Acumulada	Média	Acumulada	Média	Acumulada	Acumulada	2022
Brazil	10,2%	537,9%	18,0%	425,2%	7,8%	45,8%	-23,3%	21.208,00
Mexico	-3,8%	-52,1%	-2,4%	-21,2%	-9,0%	-37,5%	44,0%	19.564,00
Panama	10,4%	552,9%	-6,9%	-51,1%	-2,5%	-12,1%	43,4%	14.716,00
Chile	-1,1%	-18,2%	4,5%	56,0%	24,6%	200,8%	6,0%	13.809,00
Argentina	5,7%	188,1%	2,3%	25,0%	6,5%	37,0%	-10,3%	11.932,00
Colombia	-0,6%	-10,0%	-4,8%	-39,0%	1,6%	8,2%	-27,9%	5.703,00
Paraguay	1,0%	19,9%	19,7%	506,3%	19,0%	138,4%	-39,9%	3.075,00
Peru	3,5%	92,9%	2,2%	24,2%	-17,6%	-62,0%	14,2%	2.717,00
Ecuador	0,4%	7,2%	11,5%	196,0%	-13,0%	-50,0%	9,7%	1.148,00
Bolivia, Plurinational State of	7,1%	269,6%	13,3%	249,0%	7,1%	41,1%	69,1%	833,00
Uruguay	-2,2%	-34,2%	-3,4%	-29,3%	2,9%	15,6%	2,4%	816,00
Venezuela, Bolivarian Republic of	-14,5%	-94,9%	-19,7%	-88,8%	-7,0%	-30,4%	1,0%	606,00
Cuba	-11,1%	-89,3%	0,0%	0,0%	-28,8%	-81,7%	14,1%	460,00
Concentração ALADI	-2,2%	-34,9%	-2,4%	-21,6%	-2,9%	-13,7%	-4,3%	96.587,00

Pontos de análise 4:

- Mercado de US\$ 96,6 milhões em 2022;
- Principal comprador do grupo: Brasil (22,0%);
- Destaques: Bolívia com crescimento da participação relativa; Chile pela posição;
- Mercados dinamizados, com alteração das participações relativas;
- Padrão de concentração nas Bahamas; e
- Índice de concentração cresceu 10,6% (0,5% a.a), saindo de 0,24 para 0,27 (média de 0,39); redução de 46,2% (6,0% a.a) entre 2012 e 2022. Concentração substantiva.

Participação (%) – Compradores mundiais (Europa) – 2003/2022

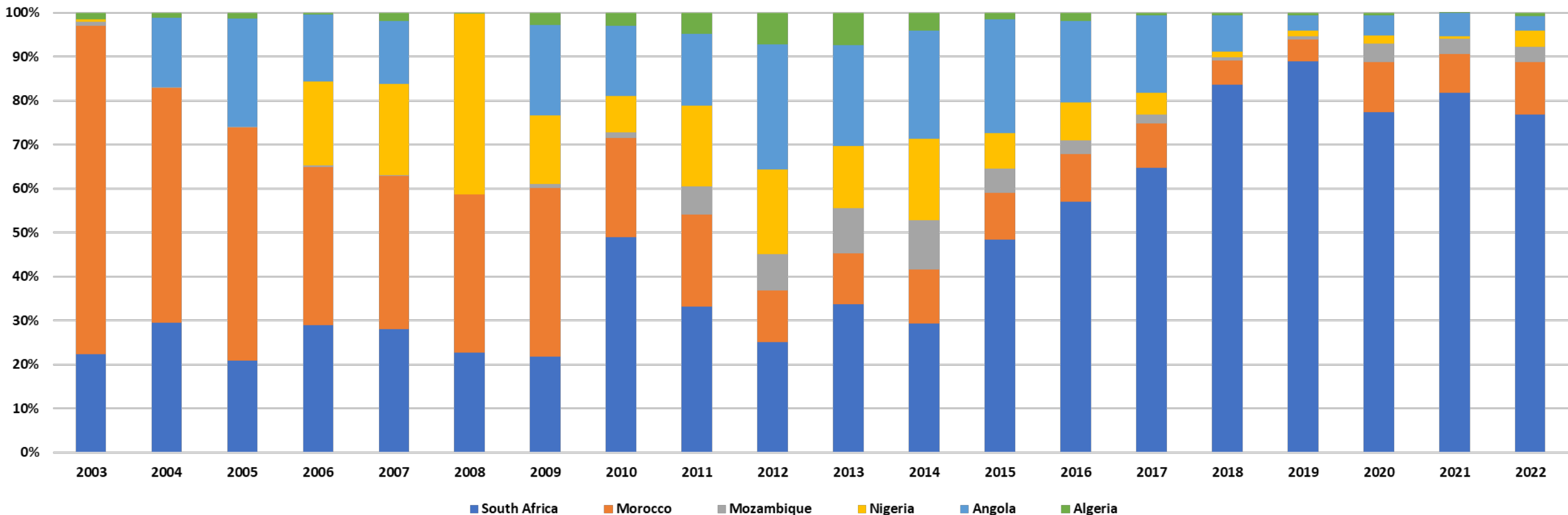


Países	2003-2022		2012-2022		2017-2022		2021-2022	Valores (US\$)
	Média	Acumulada	Média	Acumulada	Média	Acumulada	Acumulada	
Italy	5,5%	177,1%	17,5%	400,8%	19,7%	145,7%	46,5%	183.448,00
Spain	-5,0%	-62,4%	-10,2%	-66,1%	-6,4%	-28,1%	4,0%	162.481,00
Germany	2,1%	47,4%	3,0%	35,0%	-0,4%	-2,0%	-6,9%	110.494,00
Netherlands	4,5%	128,9%	2,5%	28,6%	0,7%	3,6%	-4,5%	70.615,00
France	-1,4%	-24,0%	1,9%	21,2%	-3,3%	-15,5%	-15,4%	52.716,00
Belgium	2,6%	64,3%	6,9%	94,7%	-6,7%	-29,3%	-2,7%	52.251,00
United Kingdom	4,7%	137,5%	7,5%	106,0%	-2,5%	-11,7%	-19,8%	33.992,00
Denmark	-1,0%	-17,1%	6,5%	87,7%	-3,8%	-17,6%	-19,1%	26.843,00
Switzerland	2,5%	59,7%	2,9%	32,7%	-0,3%	-1,3%	-21,4%	26.799,00
Greece	-2,2%	-34,6%	-2,3%	-20,5%	-1,5%	-7,4%	-1,7%	23.975,00
Portugal	-1,0%	-17,3%	0,2%	2,4%	-7,9%	-33,6%	1,6%	20.749,00
Austria	5,6%	181,6%	10,8%	177,8%	-1,7%	-8,3%	-10,1%	20.743,00
Romania	10,7%	592,0%	28,0%	1078,5%	30,7%	281,0%	36,7%	19.347,00
Luxembourg	1,4%	30,0%	15,5%	321,5%	-3,7%	-17,0%	-0,5%	16.754,00
Czech Republic	5,2%	160,7%	8,1%	117,3%	9,0%	54,1%	-0,9%	15.322,00
Sweden	-2,9%	-42,6%	-4,9%	-39,3%	-6,1%	-27,1%	-21,5%	15.312,00
Ireland	-1,3%	-22,1%	-1,4%	-13,2%	-16,0%	-58,2%	-6,2%	10.924,00
Poland	10,4%	551,4%	11,3%	190,4%	13,1%	85,1%	14,6%	10.864,00
Croatia	19,1%	2672,7%	27,7%	1051,7%	10,5%	65,0%	-1,6%	9.757,00
Latvia	13,4%	998,9%	17,5%	402,6%	-4,4%	-20,3%	-12,9%	9.641,00
Slovakia	8,5%	371,2%	11,7%	203,1%	8,3%	48,7%	6,3%	9.381,00
Hungary	13,3%	971,6%	12,8%	232,8%	18,8%	136,3%	3,9%	8.317,00
Cyprus	5,3%	165,5%	5,6%	72,8%	5,3%	29,6%	-1,0%	7.486,00
Estonia	-2,5%	-38,2%	-3,6%	-30,5%	-0,6%	-3,1%	-9,5%	6.694,00
Bulgaria	11,2%	651,0%	7,2%	99,9%	16,7%	116,8%	0,9%	6.625,00
Slovenia	14,7%	1261,7%	15,6%	324,8%	7,6%	44,4%	-9,3%	6.236,00
Russian Federation	-7,1%	-75,4%	-15,5%	-81,4%	-16,6%	-59,7%	-73,6%	6.162,00
Finland	-3,0%	-43,7%	-4,3%	-35,5%	-1,3%	-6,5%	2,5%	5.457,00
Lithuania	17,1%	1914,4%	11,1%	186,8%	15,9%	108,8%	-13,2%	4.564,00
Malta	3,5%	92,6%	12,3%	220,4%	11,0%	68,6%	52,6%	3.157,00
Concentração Europa	-4,7%	-59,6%	-10,2%	-65,7%	-0,4%	-2,1%	21,6%	957.106,00

Pontos de análise 5:

- Mercado de US\$ 957 milhões em 2022;
- Principal comprador do grupo: Itália (19,2%);
- Destaques: Países Baixos com crescimento da participação relativa; Alemanha pela posição;
- Mercados dinamizados, com alteração das participações relativas; e
- Índice de concentração reduziu 59,6% (4,7% a.a), saindo de 0,23 para 0,09 (média de 0,19); redução de 65,7% (10,2% a.a) entre 2012 e 2022. Concentração baixa.

Participação (%) – Compradores mundiais (África) – 2003/2022



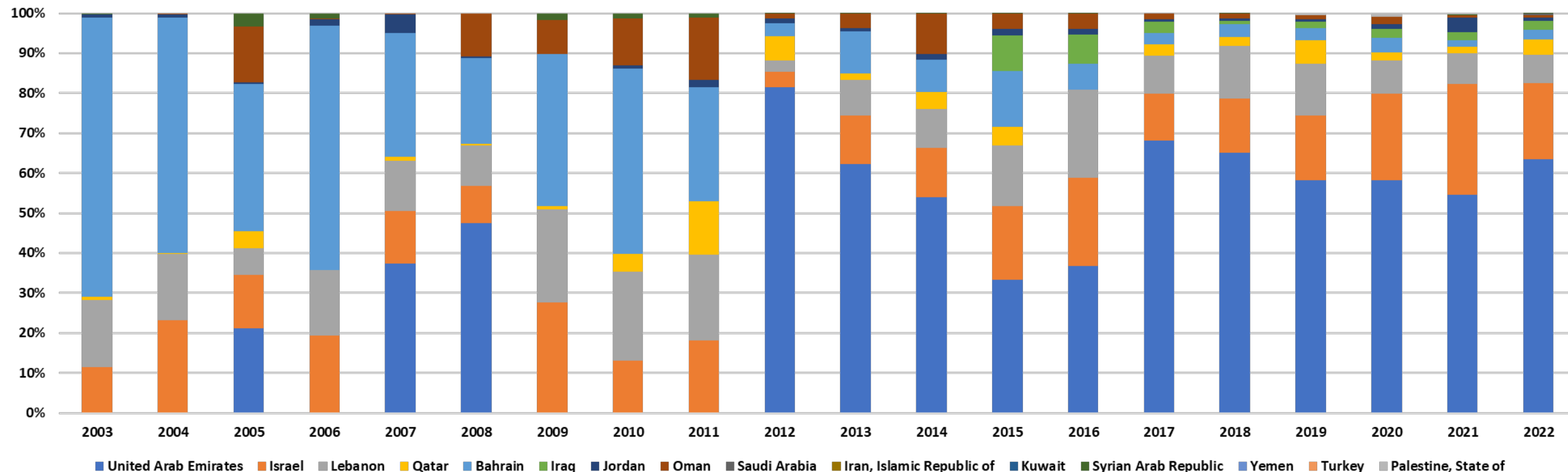
	2003-2022		2012-2022		2017-2022		2021-2022	Valores (US\$)
Países	Média	Acumulada	Média	Acumulada	Média	Acumulada	Acumulada	2022
South Africa	6,7%	245,0%	11,8%	205,3%	3,5%	18,9%	-6,0%	16.407,00
Morocco	-9,3%	-84,2%	0,2%	1,8%	3,0%	15,7%	35,4%	2.516,00
Mozambique	6,9%	252,3%	-8,1%	-56,8%	13,9%	91,8%	4,4%	772,00
Nigeria	12,1%	775,1%	-15,4%	-81,2%	-6,2%	-27,4%	402,7%	767,00
Angola	0,0%	0,0%	-19,6%	-88,7%	-28,8%	-81,7%	-38,9%	689,00
Algeria	-3,1%	-45,2%	-18,8%	-87,6%	4,9%	27,0%	2506,8%	192,00
Egypt	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	-
Concentração África	0,0%	0,2%	11,4%	194,3%	5,7%	31,6%	-10,6%	21.343,00

Pontos de análise 6:

- Mercado de US\$ 21,3 milhões em 2022;
- Principal comprador do grupo: África do Sul (76,9%);
- Destaques: Moçambique com crescimento da participação relativa; Marrocos pela posição;
- Mercados dinamizados, com alteração das participações relativas; e
- Índice de concentração estável em 0,61 (média de 0,41); aumento de 194,3% (11,4% a.a) entre 2012 e 2022. Concentração substantiva.

Fonte: Elaboração PEIEX-CAMPINAS/FACAMP, a partir de dados do ITC Trade Map.

Participação (%) – Compradores mundiais (Oriente Médio) – 2003/2022

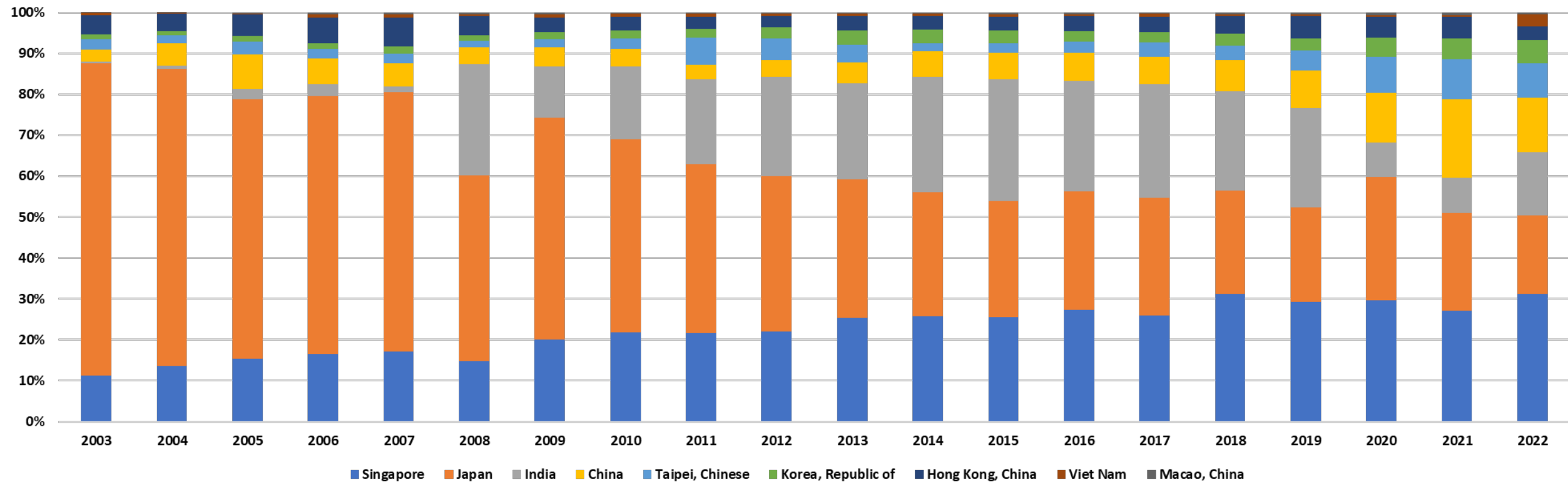


Países	2003-2022		2012-2022		2017-2022		2021-2022	Valores (US\$)
	Média	Acumulada	Média	Acumulada	Média	Acumulada	Acumulada	
United Arab Emirates	0,0%	0,0%	-2,5%	-22,2%	-1,4%	-6,8%	16,4%	26.690,00
Israel	2,8%	68,8%	17,6%	404,7%	10,2%	62,2%	-31,2%	8.066,00
Lebanon	-4,5%	-58,5%	9,1%	138,4%	-6,1%	-27,1%	-7,9%	2.940,00
Qatar	8,7%	390,9%	-4,4%	-36,3%	7,1%	40,8%	116,0%	1.613,00
Bahrain	-16,1%	-96,4%	-2,6%	-23,2%	-3,3%	-15,4%	56,4%	1.048,00
Iraq	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	-4,6%	-21,0%	13,6%	905,00
Jordan	-0,9%	-16,3%	-3,7%	-31,3%	1,3%	6,9%	-79,3%	325,00
Oman	0,0%	0,0%	-7,1%	-52,1%	-15,1%	-55,8%	-10,3%	264,00
Saudi Arabia	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	202,00
Iran, Islamic Republic of	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	16,00
Kuwait	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	13,00
Syrian Arab Republic	-11,9%	-91,1%	-10,4%	-66,6%	-6,1%	-27,0%	-80,8%	8,00
Yemen	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	-
Turkey	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	-
Palestine, State of	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-
Concentração Oriente Médio	-0,9%	-16,1%	-4,0%	-33,4%	-1,8%	-8,8%	16,4%	42.090,00

Pontos de análise 7:

- Mercado de US\$ 42,1 milhões em 2022;
- Principal comprador do grupo: Emirados Árabes Unidos (63,4%);
- Destaques: Qatar com crescimento da participação relativa; Israel pela posição;
- Mercados dinamizados, com alteração das participações relativas; e
- Índice de concentração reduziu 16,1% no período, de 0,53 para 0,44 (média de 0,37); queda de 33,4% (4,0% a.a) entre 2012 e 2022. Concentração substantiva.

Participação (%) – Compradores mundiais (Ásia) – 2003/2022



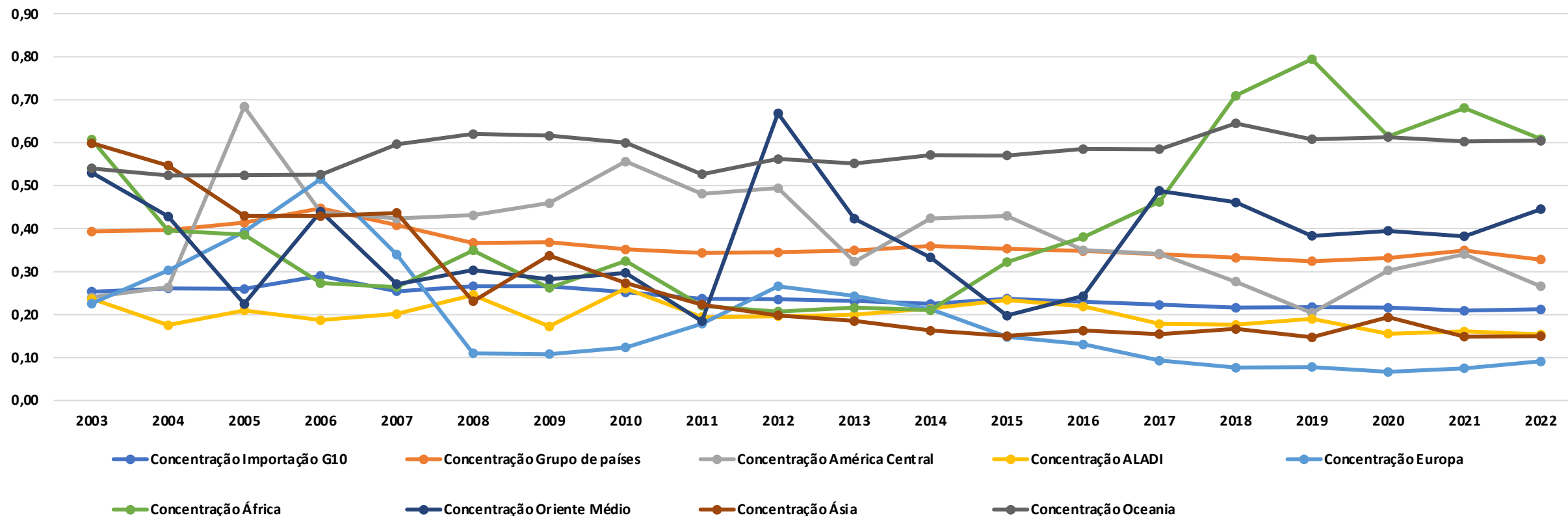
Países	2003-2022		2012-2022		2017-2022		2021-2022	Valores (US\$)
	Média	Acumulada	Média	Acumulada	Média	Acumulada	Acumulada	
Singapore	5,5%	176,6%	3,5%	41,5%	3,7%	20,2%	14,9%	29.428,00
Japan	-7,0%	-75,0%	-6,6%	-49,7%	-7,9%	-33,6%	-20,0%	18.036,00
India	22,0%	4245,6%	-4,3%	-35,7%	-10,9%	-43,9%	84,2%	14.711,00
China	8,2%	346,5%	12,4%	223,2%	14,9%	100,1%	-30,8%	12.596,00
Taipei, Chinese	6,5%	228,3%	4,8%	60,5%	19,4%	142,5%	-14,6%	7.873,00
Korea, Republic of	8,9%	409,1%	7,3%	102,1%	17,7%	126,1%	13,3%	5.314,00
Hong Kong, China	-1,7%	-27,6%	2,2%	24,7%	-2,8%	-13,2%	-38,5%	3.165,00
Viet Nam	9,1%	423,7%	16,8%	370,9%	36,5%	373,3%	906,4%	2.684,00
Macao, China	6,1%	209,3%	6,0%	79,5%	8,6%	50,9%	-20,7%	538,00
Concentração Ásia	-7,0%	-75,0%	-2,8%	-24,5%	-0,7%	-3,3%	0,6%	94.345,00

Pontos de análise 8:

- Mercado de US\$ 94,3 milhões em 2022;
- Principal comprador do grupo: Singapura (31,2%);
- Destaques: China e Índia com crescimento da participação relativa; Japão pela posição;
- Mercados estáveis, com pouca alteração das participações relativas; e
- Índice de concentração reduziu 75,0% no período, de 0,60 para 0,15 (média de 0,27); queda de 24,5% (2,8% a.a) entre 2012 e 2022. Concentração moderada.

Índice de concentração – Compradores mundiais

Índice de concentração – Importadores mundiais



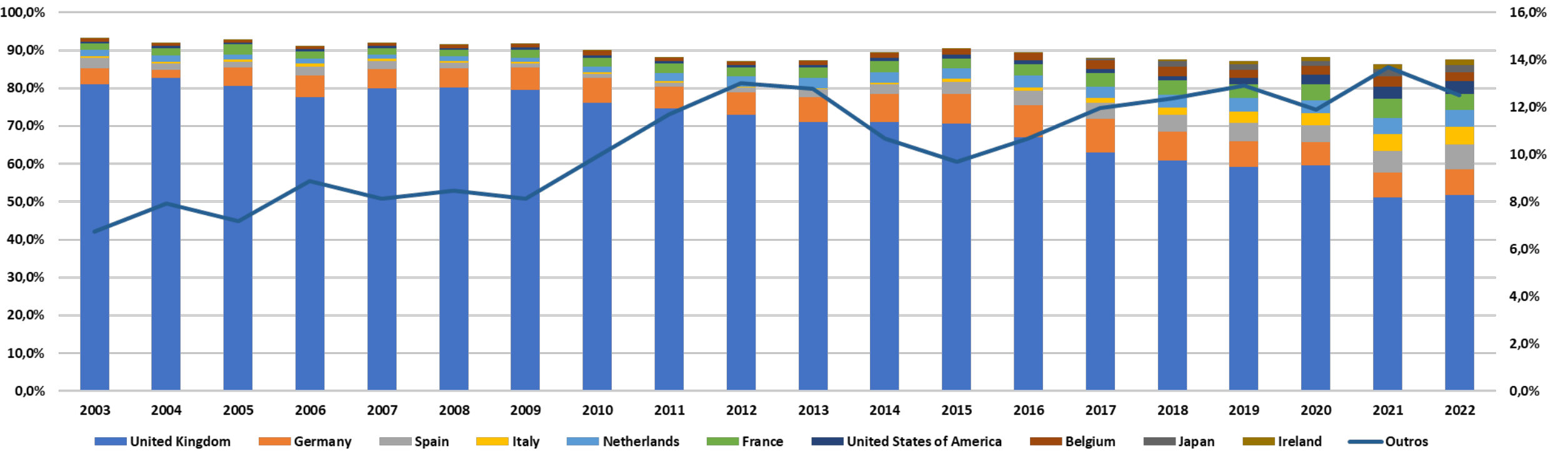
	2003-2022			2012-2022			2017-2022			2021-2022
	Valores Médios	Média	Acumulada	Valores Médios	Média	Acumulada	Valores Médios	Média	Acumulada	Acumulada
Concentração Importação G10	0,24	-0,9%	-16,2%	0,22	-1,0%	-9,8%	0,22	-1,0%	-4,7%	1,4%
Concentração Grupo de países	0,36	-1,0%	-16,7%	0,34	-0,5%	-5,0%	0,33	-0,7%	-3,6%	-6,2%
Concentração América Central	0,39	0,5%	10,6%	0,34	-6,0%	-46,2%	0,29	-4,9%	-22,2%	-21,9%
Concentração ALADI	0,20	-2,2%	-34,9%	0,19	-2,4%	-21,6%	0,17	-2,9%	-13,7%	-4,3%
Concentração Europa	0,19	-4,7%	-59,6%	0,13	-10,2%	-65,7%	0,08	-0,4%	-2,1%	21,6%
Concentração África	0,41	0,0%	0,2%	0,47	11,4%	194,3%	0,64	5,7%	31,6%	-10,6%
Concentração Oriente Médio	0,37	-0,9%	-16,1%	0,40	-4,0%	-33,4%	0,43	-1,8%	-8,8%	16,4%
Concentração Ásia	0,27	-7,0%	-75,0%	0,17	-2,8%	-24,5%	0,16	-0,7%	-3,3%	0,6%
Concentração Oceania	0,58	0,6%	12,0%	0,59	0,7%	7,6%	0,61	0,7%	3,4%	0,4%

Pontos de análise:

- Maior desconcentração: Ásia, com destaques para Japão, Singapura, China e Índia;
- Tendência de desconcentração por país maior que por Grupo de países: diversificam-se os compradores, mas não os grupos, com predominância na Europa.

Exportações mundiais

Participação (%) – Vendedores mundiais (Países) – 2003/2022

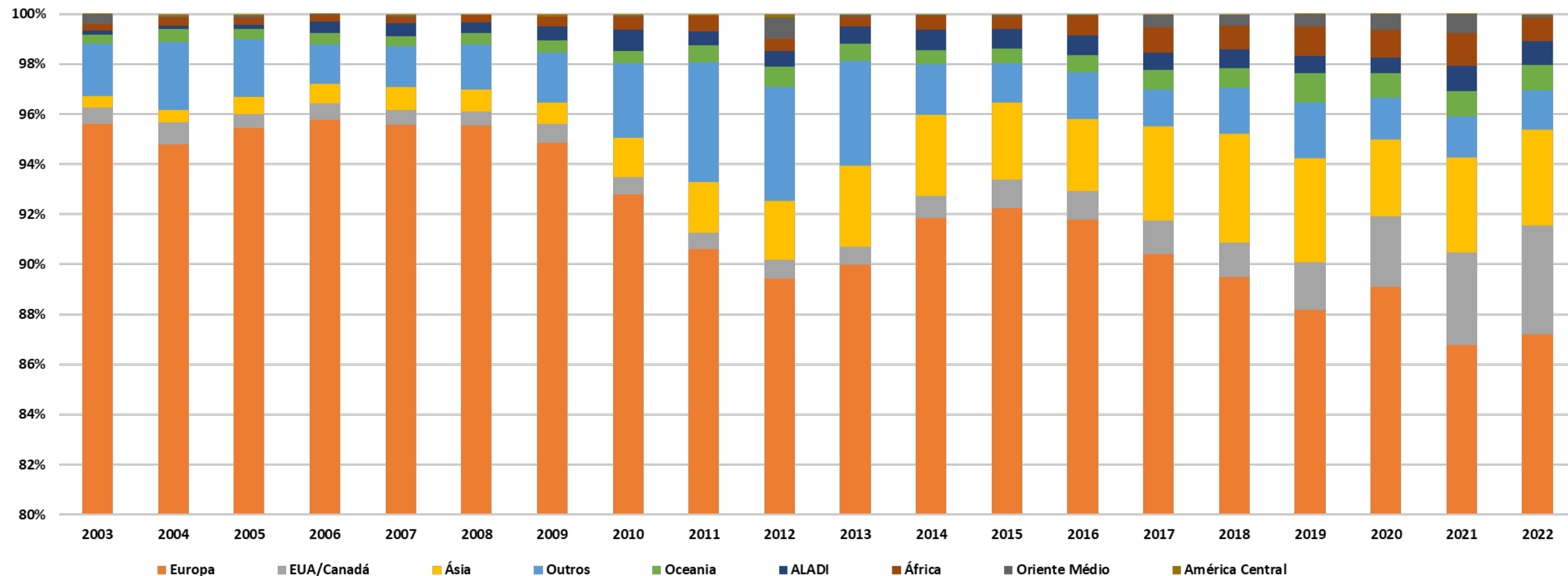


Países	2003-2022		2012-2022		2017-2022		2021-2022	Valores (US\$)
	Média	Acumulada	Média	Acumulada	Média	Acumulada	Acumulada	
United Kingdom	-2,3%	-36,1%	-3,4%	-29,1%	-3,8%	-17,7%	1,3%	906.431,00
Germany	2,3%	55,3%	1,3%	14,0%	-5,7%	-25,4%	1,7%	116.123,00
Spain	4,8%	143,4%	17,2%	389,3%	8,7%	51,9%	16,6%	115.500,00
Italy	15,3%	1397,2%	35,3%	1963,4%	30,2%	274,6%	0,6%	80.928,00
Netherlands	5,2%	160,1%	5,9%	77,8%	8,5%	50,2%	11,3%	80.258,00
France	4,9%	149,6%	5,0%	63,1%	3,7%	19,7%	-21,7%	71.256,00
United States of America	11,9%	743,6%	18,3%	438,1%	24,0%	193,3%	11,8%	59.780,00
Belgium	5,8%	191,5%	11,6%	200,3%	1,6%	8,2%	-14,0%	42.283,00
Japan	49,4%	206263,5%	0,0%	0,0%	28,9%	256,0%	-2,0%	32.569,00
Ireland	10,8%	600,1%	55,3%	8073,5%	44,7%	534,5%	13,6%	25.082,00
Outros	3,3%	86,0%	-0,4%	-3,8%	0,9%	4,5%	-8,7%	243.808,00

Pontos de análise 1:

- Principal comprador do mundo: Reino Unido (51,8%);
- Destaques: Alemanha, Espanha e Itália, com taxas de crescimento da participação superiores à do mercado líder;
- Desde 2015, a participação de “Outros” se ampliou: de 9,7% para 12,5%, em 2022, o que sugere diversificação dos produtores de Gin;
- Mercado diversificado por país: índice de concentração contraiu 4,1% a.a, entre 2003 e 2022, acumulando queda de 45,8% entre 2012 e 2022.

Participação (%) – Vendedores mundiais (Grupo de países) – 2003/2022

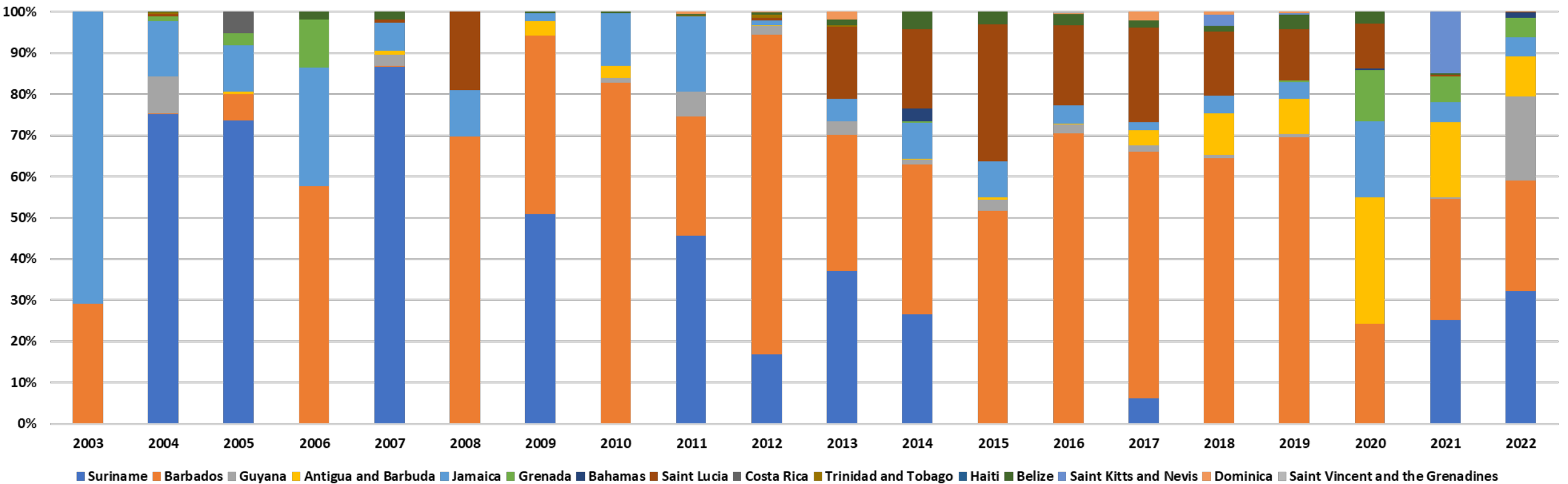


	2003-2022		2012-2022		2017-2022		2021-2022	Valores (US\$)
Grupo de países	Média	Acumulada	Média	Acumulada	Média	Acumulada	Acumulada	2022
Europa	-0,5%	-8,8%	-0,3%	-2,5%	-0,7%	-3,5%	0,5%	1.524.844,00
EUA/Canadá	10,6%	573,3%	19,2%	479,2%	26,3%	221,4%	18,8%	76.274,00
Ásia	11,6%	704,0%	5,1%	64,1%	0,5%	2,5%	1,4%	67.271,00
Outros	-1,6%	-25,9%	-10,2%	-65,9%	0,9%	4,4%	-4,7%	27.206,00
Oceania	5,6%	182,7%	2,0%	21,5%	5,5%	30,8%	-2,9%	17.468,00
ALADI	10,7%	590,0%	5,0%	62,5%	7,1%	41,2%	-4,6%	16.811,00
África	6,6%	234,8%	6,2%	83,3%	-1,8%	-8,8%	-28,9%	16.485,00
Oriente Médio	-6,0%	-68,8%	-17,7%	-85,8%	-24,4%	-75,3%	-83,9%	2.057,00
América Central	2,7%	66,7%	-14,9%	-80,1%	-10,3%	-42,0%	61,0%	520,00
Concentração Grupo de países	-0,9%	-16,5%	-0,5%	-4,8%	-1,4%	-6,7%	1,0%	1.748.936,00

Pontos de análise 2:

- Principal grupo vendedor do mundo: Europa (87,2%);
- Destaques: EUA/Canadá, Ásia e ALADI, com taxas de crescimento da participação expressivas durante o todo o período;
- ALADI com maior crescimento acumulado entre os mercados vendedores (590,0% entre 2003 e 2022); e
- Mercado diversificado por grupo de país: índice de concentração contraiu 16,5%, entre 2003 e 2022, mas, tendeu a se estabilizar entre 2012 e 2022.

Participação (%) – Vendedores mundiais (América Central) – 2003/2022



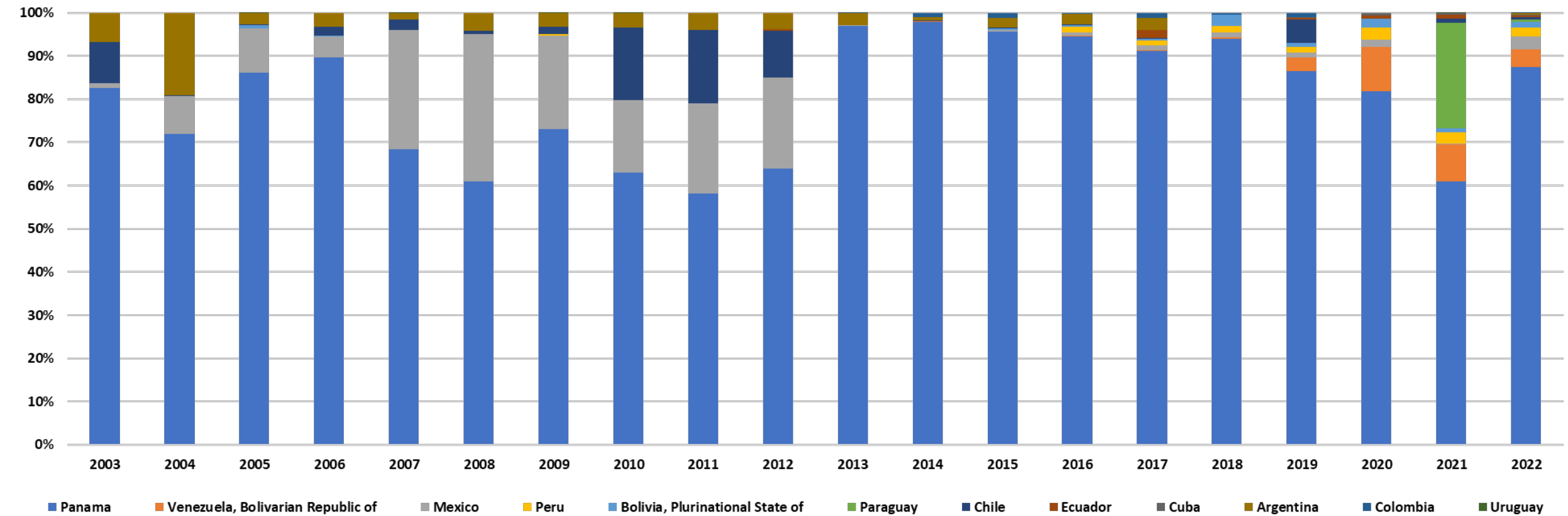
	2003-2022		2012-2022		2017-2022		2021-2022	Valores (US\$)
Países	Média	Acumulada	Média	Acumulada	Média	Acumulada	Acumulada	2022
Suriname	0,0%	0,0%	6,7%	90,6%	39,6%	429,9%	27,0%	167,00
Barbados	-0,4%	-7,5%	-10,0%	-65,3%	-14,8%	-55,2%	-8,3%	140
Guyana	0,0%	0,0%	25,3%	853,2%	70,2%	1329,5%	5383,5%	106
Antigua and Barbuda	0,0%	0,0%	44,0%	3721,7%	21,2%	162,0%	-46,2%	51
Jamaica	-13,4%	-93,5%	14,4%	285,4%	18,7%	135,4%	-4,5%	24
Grenada	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	-27,0%	24
Bahamas	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	7
Saint Lucia	0,0%	0,0%	-9,4%	-62,5%	-61,6%	-99,2%	-48,3%	1
Costa Rica	0,0%	0,0%	-100,0%	-100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0
Trinidad and Tobago	0,0%	0,0%	-100,0%	-100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0
Haiti	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0
Belize	0,0%	0,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	0
Saint Kitts and Nevis	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	-100,0%	0
Dominica	0,0%	0,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	0,0%	0
Saint Vincent and the Grenadines	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0
Concentração América Central	-10,5%	-87,8%	15,5%	320,7%	15,5%	105,6%	-4,3%	520,00

Pontos de análise 3:

- Mercado de US\$ 520 mil em 2022;
- Principal vendedor do grupo: Suriname (32,1%);
- Destaques: mercado incipiente, de baixo valor exportado; e
- Índice de concentração caiu 87,8% (10,5% a.a), saindo de 1,0 para 0,12 (média de 0,24); aumento de 320,7% (15,5% a.a) entre 2012 e 2022. Concentração moderada.

Fonte: Elaboração PEIEX-CAMPINAS/FACAMP, a partir de dados do ITC Trade Map.

Participação (%) – Vendedores mundiais (América do Sul) – 2003/2022

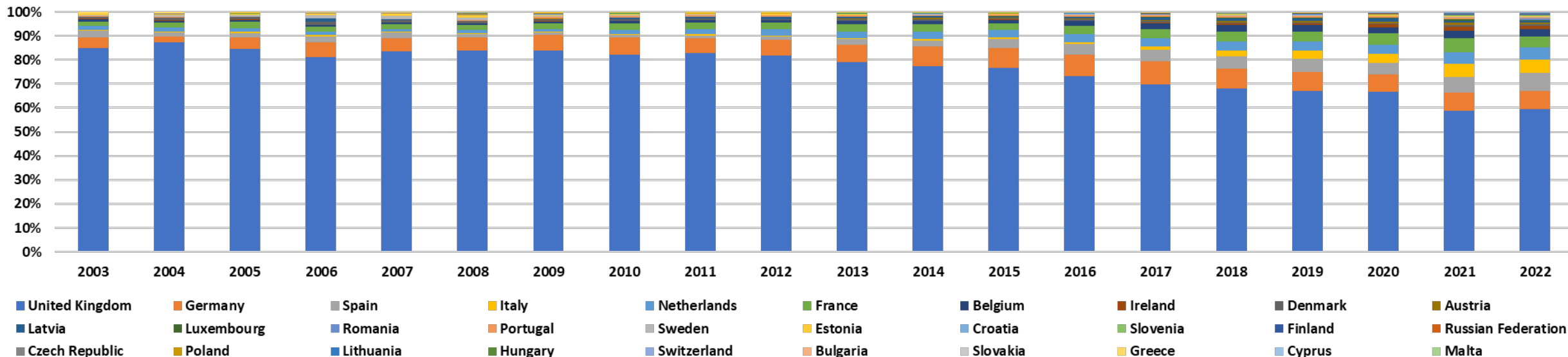


Países	2003-2022		2012-2022		2017-2022		2021-2022	Valores (US\$)
	Média	Acumulada	Média	Acumulada	Média	Acumulada	Acumulada	
Panamá	0,3%	5,9%	3,2%	36,8%	-0,9%	-4,3%	43,2%	13.303,00
Venezuela, Bolivarian Republic of	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	98,8%	3001,4%	-51,0%	635,00
México	4,7%	138,5%	-17,5%	-85,4%	22,9%	180,5%	1225,6%	471,00
Peru	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	13,4%	87,8%	-23,1%	296,00
Bolívia, Plurinational State of	0,0%	0,0%	51,1%	6108,8%	24,9%	203,4%	39,7%	205,00
Paraguay	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	-97,8%	80,00
Chile	-14,3%	-94,7%	-26,5%	-95,4%	25,3%	209,3%	-49,4%	76,00
Ecuador	0,0%	0,0%	1,2%	13,1%	-27,2%	-79,6%	-60,6%	56,00
Cuba	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	3,1%	52,00
Argentina	-14,8%	-95,3%	-21,9%	-91,6%	-35,8%	-89,1%	510,7%	49,00
Colômbia	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	-45,7%	-95,3%	39,6%	8,00
Uruguay	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	-100,0%	-
Concentração ALADI	0,5%	10,4%	5,1%	64,5%	-1,7%	-8,2%	74,2%	15.231,00

Pontos de análise 4:

- Mercado de US\$ 15,2 milhões em 2022;
- Principal vendedor do grupo: Panamá (54,3%);
- Destaques: México com crescimento da participação relativa; Bolívia pela posição;
- Mercados dinamizados, com alteração das participações relativas;
- Mercado produtor incipiente, de baixo valor exportado; e
- Índice de concentração cresceu 10,4% (0,5% a.a), saindo de 0,69 para 0,77 (média de 0,69); aumento de 64,5% (5,1% a.a) entre 2012 e 2022. Concentração substantiva.

Participação (%) – Vendedores mundiais (Europa) – 2003/2022

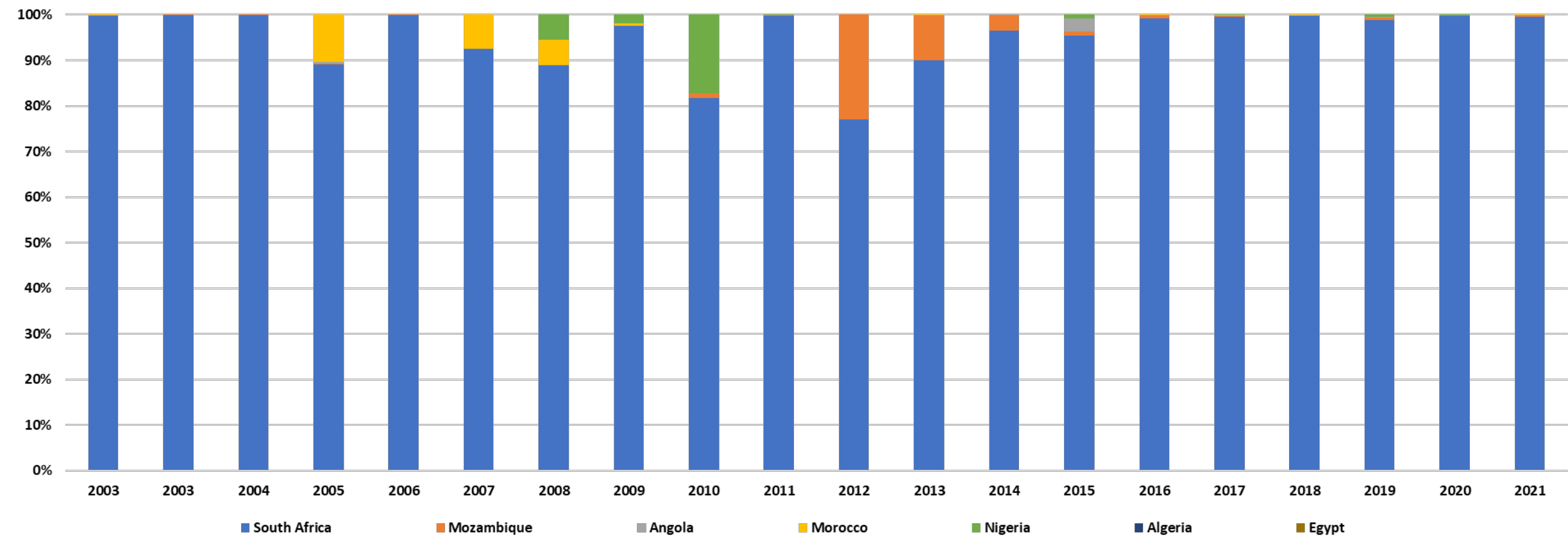


	2003-2022		2012-2022		2017-2022		2021-2022	Valores (US\$)
Países	Média	Acumulada	Média	Acumulada	Média	Acumulada	Acumulada	2022
United Kingdom	-1,9%	-29,9%	-3,1%	-27,2%	-3,1%	-14,6%	0,9%	906.431,00
Germany	2,8%	70,2%	1,6%	16,9%	-5,0%	-22,6%	1,3%	116.123,00
Spain	5,3%	166,7%	17,5%	401,9%	9,5%	57,5%	16,0%	115.500,00
Italy	15,9%	1540,5%	35,7%	2016,4%	31,2%	288,3%	0,1%	80.928,00
Netherlands	5,7%	184,9%	6,2%	82,3%	9,3%	55,7%	10,8%	80.258,00
France	5,4%	173,5%	5,3%	67,3%	4,4%	24,1%	-22,0%	71.256,00
Belgium	6,3%	219,4%	11,9%	208,1%	2,3%	12,1%	-14,4%	42.283,00
Ireland	11,3%	667,1%	55,7%	8283,4%	45,8%	557,9%	13,1%	25.082,00
Denmark	0,1%	1,7%	5,0%	62,5%	3,2%	17,2%	-18,6%	10.491,00
Austria	14,4%	1184,0%	23,9%	752,2%	0,3%	1,5%	-37,1%	8.877,00
Latvia	50,6%	238255,4%	-4,3%	-35,6%	-6,6%	-28,8%	-37,2%	8.583,00
Luxembourg	24,1%	5927,8%	57,1%	9074,6%	7,0%	40,0%	4,7%	7.814,00
Romania	33,1%	22755,2%	65,5%	15317,0%	29,6%	265,8%	203,2%	7.407,00
Portugal	-1,0%	-18,0%	-1,9%	-17,8%	-4,6%	-20,9%	-20,9%	7.334,00
Sweden	1,1%	22,8%	0,5%	4,9%	4,0%	21,9%	15,4%	4.710,00
Estonia	-2,4%	-36,7%	-3,2%	-27,7%	9,5%	57,2%	-5,0%	4.616,00
Croatia	11,3%	662,4%	33,3%	1672,6%	55,3%	802,8%	14,7%	3.871,00
Slovenia	32,2%	20117,0%	21,6%	606,3%	15,5%	105,4%	25,6%	3.640,00
Finland	9,4%	448,0%	11,9%	207,7%	2,5%	13,3%	-11,8%	3.414,00
Russian Federation	37,0%	39598,1%	38,6%	2518,3%	95,4%	2751,9%	-18,5%	2.859,00
Czech Republic	10,5%	565,2%	1,5%	15,8%	7,9%	46,3%	5,9%	2.491,00
Poland	3,5%	91,7%	10,7%	175,8%	14,3%	94,7%	22,9%	2.168,00
Lithuania	0,0%	0,0%	11,8%	205,8%	17,4%	123,2%	-16,9%	1.990,00
Hungary	0,0%	0,0%	14,1%	273,4%	-3,6%	-16,6%	7,7%	1.737,00
Switzerland	37,3%	41250,5%	56,0%	8422,8%	8,5%	50,4%	-8,7%	1.489,00
Bulgaria	9,8%	489,7%	16,9%	377,5%	52,1%	714,3%	68,2%	1.168,00
Slovakia	16,3%	1660,7%	11,9%	206,7%	4,7%	25,6%	-23,4%	951,00
Greece	-11,0%	-89,2%	-14,7%	-79,5%	-2,3%	-10,8%	-28,5%	900,00
Cyprus	6,5%	228,4%	-2,2%	-20,2%	-19,4%	-66,1%	241,8%	272,00
Malta	-8,8%	-82,7%	-3,8%	-32,3%	6,3%	35,8%	-29,4%	201,00
Concentração Europa	-3,5%	-48,7%	-5,8%	-44,9%	-5,8%	-25,8%	1,8%	1.524.844,00

Pontos de análise 5:

- Mercado de US\$ 1,5 bilhões em 2022;
- Principal vendedor do grupo: Reino Unido (59,4%);
- Destaques: Itália com crescimento da participação relativa; Alemanha e Espanha pela posição;
- Mercados dinamizados, com alteração das participações relativas, embora haja concentração no Reino Unido; e
- Índice de concentração reduziu 48,7% (3,5% a.a), saindo de 0,72 para 0,37 (média de 0,60); redução de 44,9% (5,8% a.a) entre 2012 e 2022. Concentração substantiva.

Participação (%) – Vendedores mundiais (África) – 2003/2022

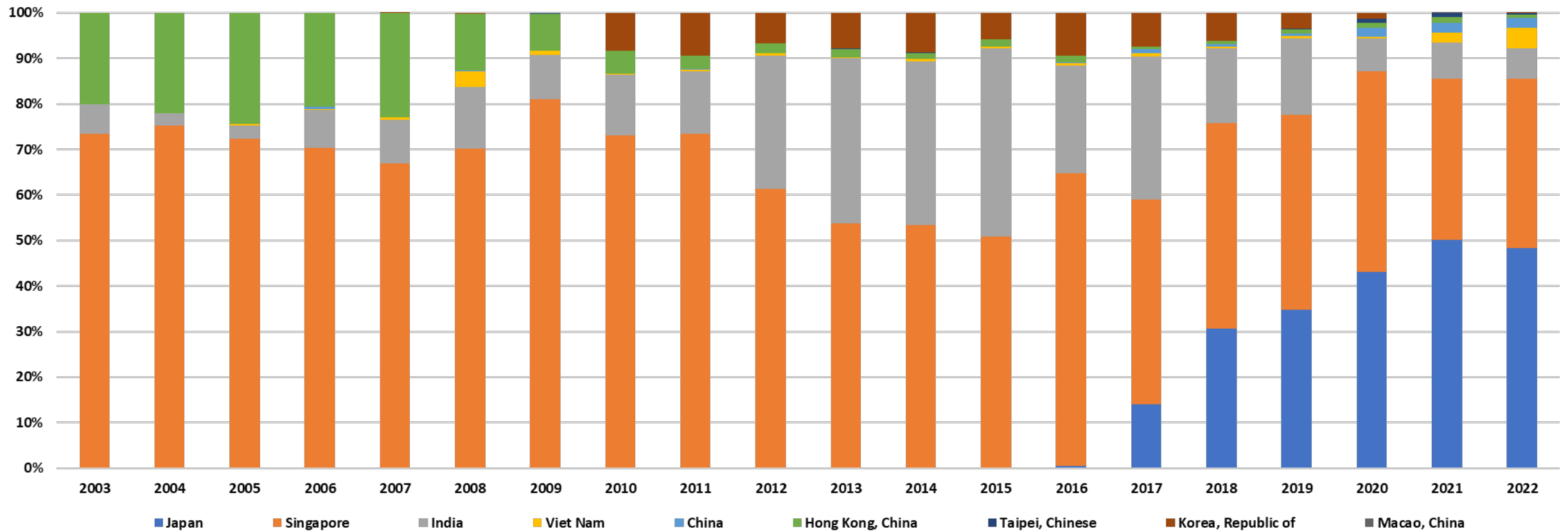


Países	2003-2022		2012-2022		2017-2022		2021-2022	Valores (US\$)
	Média	Acumulada	Média	Acumulada	Média	Acumulada	Acumulada	2022
South Africa	0,0%	-0,3%	0,0%	-0,2%	0,1%	0,3%	-0,1%	16.403,00
Mozambique	7,8%	316,0%	4,1%	48,9%	-15,8%	-57,6%	0,0%	55,00
Angola	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	31,2%	288,5%	10,7%	17,00
Morocco	-5,0%	-62,2%	0,0%	0,0%	18,0%	128,5%	485,9%	10,00
Nigeria	0,0%	0,0%	-100,0%	-100,0%	0,0%	0,0%	-100,0%	-
Algeria	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	-
Egypt	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	-
Concentração África	0,0%	-0,5%	0,0%	-0,4%	0,1%	0,7%	-0,3%	16.485,00

Pontos de análise 6:

- Mercado de US\$ 16,5 milhões em 2022;
- Principal vendedor do grupo: África do Sul (99,5%);
- Destaques: mercado produtor ainda incipiente e concentrado na África do Sul; e
- Índice de concentração manteve-se estável no período em 0,99 (média de 0,92); Concentração substantiva.

Participação (%) – Vendedores mundiais (Ásia) – 2003/2022



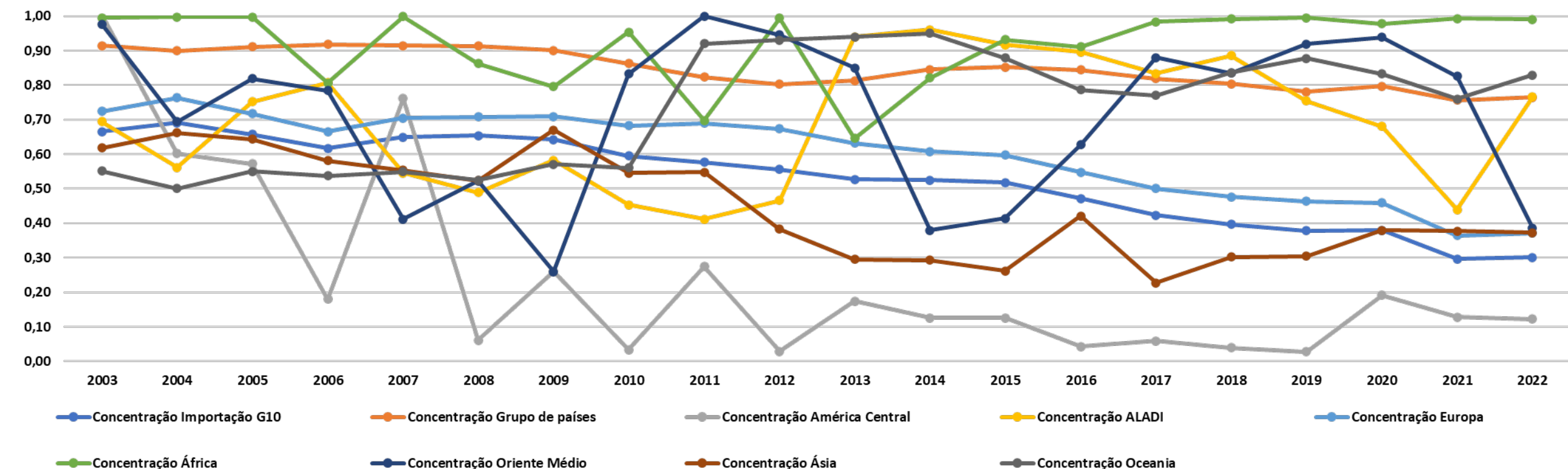
Países	2003-2022		2012-2022		2017-2022		2021-2022	Valores (US\$)
	Média	Acumulada	Média	Acumulada	Média	Acumulada	Acumulada	2022
Japan	33,9%	25547,6%	0,0%	0,0%	28,3%	247,3%	-3,3%	32.569,00
Singapore	-3,5%	-49,4%	-4,9%	-39,6%	-3,8%	-17,6%	4,7%	24.954,00
India	0,3%	5,3%	-13,7%	-77,1%	-26,6%	-78,7%	-15,0%	4.515,00
Viet Nam	0,0%	0,0%	24,9%	827,1%	48,2%	614,7%	107,6%	2.999,00
China	0,0%	0,0%	42,7%	3395,6%	20,0%	148,9%	0,9%	1.542,00
Hong Kong, China	-16,6%	-96,8%	-10,9%	-68,3%	3,2%	16,8%	-52,1%	427,00
Taipei, Chinese	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	51,4%	696,1%	-47,0%	261,00
Korea, Republic of	0,0%	0,0%	-50,5%	-99,9%	-75,9%	-99,9%	-93,3%	4,00
Macao, China	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	-100,0%	-
Concentração Ásia	-2,6%	-39,8%	-0,3%	-2,6%	10,3%	63,6%	-1,3%	67.271,00

Pontos de análise 7:

- Mercado de US\$ 67,2 milhões em 2022;
- Principal vendedor do grupo: Japão (48,4%);
- Destaques: China e Índia com crescimento da participação relativa; Japão pela posição;
- Mercados estáveis, com pouca alteração das participações relativas; e
- Índice de concentração reduziu 75,0% no período, de 0,60 para 0,15 (média de 0,27); queda de 24,5% (2,8% a.a) entre 2012 e 2022. Concentração moderada.

Índice de concentração – Vendedores mundiais

Índice de concentração – Exportadores mundiais



	2003-2022			2012-2022			2017-2022			2021-2022
	Valores Médios	Média	Acumulada	Valores Médios	Média	Acumulada	Valores Médios	Média	Acumulada	Acumulada
Concentração Importação G10	0,53	-4,1%	-54,7%	0,43	-5,9%	-45,8%	0,36	-6,6%	-28,8%	1,6%
Concentração Grupo de países	0,85	-0,9%	-16,5%	0,81	-0,5%	-4,8%	0,79	-1,4%	-6,7%	1,0%
Concentração América Central	0,24	-10,5%	-87,8%	0,10	15,5%	320,7%	0,09	15,5%	105,6%	-4,3%
Concentração ALADI	0,69	0,5%	10,4%	0,78	5,1%	64,5%	0,73	-1,7%	-8,2%	74,2%
Concentração Europa	0,60	-3,5%	-48,7%	0,52	-5,8%	-44,9%	0,44	-5,8%	-25,8%	1,8%
Concentração África	0,92	0,0%	-0,5%	0,93	0,0%	-0,4%	0,99	0,1%	0,7%	-0,3%
Concentração Oriente Médio	0,72	-4,8%	-60,4%	0,73	-8,6%	-59,1%	0,80	-15,2%	-56,1%	-53,2%
Concentração Ásia	0,45	-2,6%	-39,8%	0,33	-0,3%	-2,6%	0,33	10,3%	63,6%	-1,3%
Concentração Oceania	0,73	2,2%	50,2%	0,85	-1,2%	-10,9%	0,82	1,5%	7,7%	9,1%

Pontos de análise:

- Maior desconcentração: América Central, com destaques para Suriname, Barbados e Guyana;
- Tendência de desconcentração por país maior que por Grupo de países: diversificam-se os compradores, mas não os grupos, com predominância na Europa.

Exportações e importações brasileiras

Prospecção de mercados – Resumo

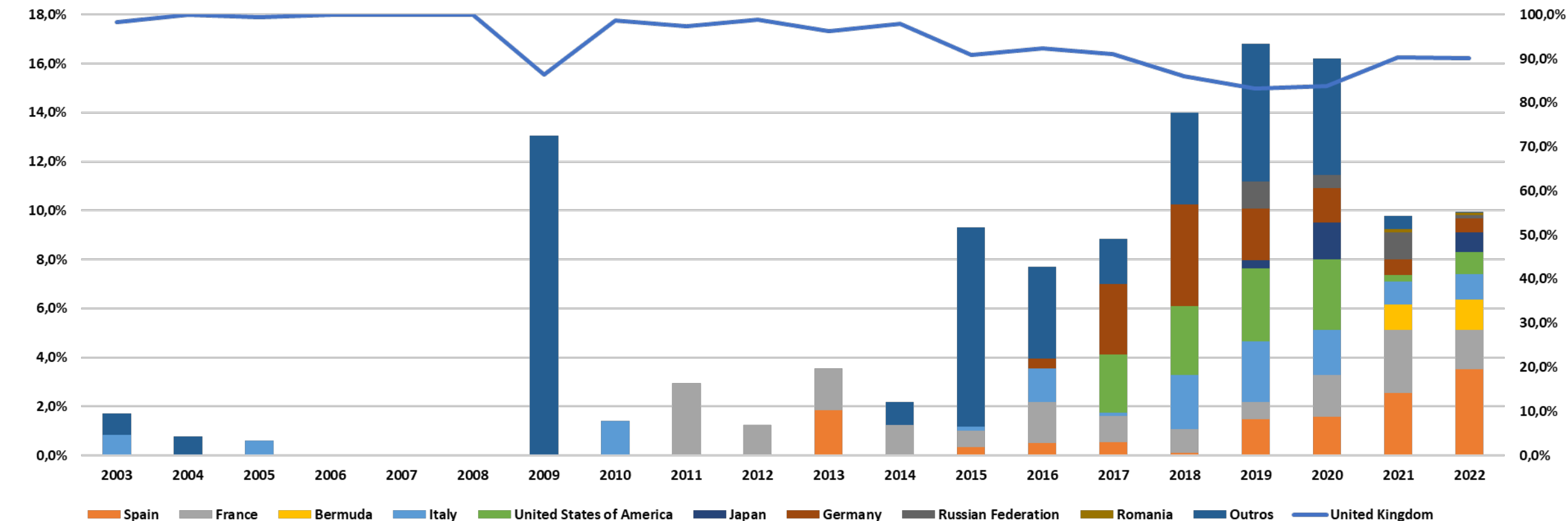
Gin e genebra: o Brasil apresentou maior dinamismo e diversificação entre as origens de suas importações. As exportações são intermitentes, mas apresentaram dinamismo a partir de 2018.

- **As Importações brasileiras** totalizaram US\$ 21.208,00 em 2022. O Reino Unido foi a principal origem das importações nacionais, com participação média, entre 2003 e 2022, de 94,0%, mas foi possível identificarmos, a partir de 2016, maior diversificação do Gin importado pelo Brasil, com destaques para Itália, França e Espanha. O indicador de concentração reforça esse quadro, uma vez que seu valor foi, em média, de 0,89, mas de 0,78, entre 2016 e 2022. No período como um todo, as origens das importações brasileiras desconcentraram-se 15,9%, saindo de 0,97 para 0,81. Dada a concentração em poucos mercados, não realizaremos análises abertas por região nem por índice de concentração.

- **As exportações brasileiras** totalizaram US\$ 1.580,00 em 2022. Os 10 principais destinos das exportações foram países de diversas regiões, com destaque para a América do Sul (3/10 países). Embora o índice de concentração tenha se mantido elevado (0,17, em 2022), houve tendência à desconcentração, em termos de países, de 74,2%, entre 2017 e 2022. A dinâmica iniciou-se em 2018, quando mais países passaram a compor o destino das exportações nacionais. Separados por grupo de países, destacou-se a intermitência das exportações nacionais, sem se consolidar um mercado de destino. Em 2022, os destaques foram para a **Europa, EUA/Canadá e América do Sul**, com crescimento na participação de Itália e Reino Unido, no caso da primeira região; Estados Unidos, na segunda; e Paraguai, Argentina e Uruguai, no caso da terceira. O índice de concentração refletiu essa tendência de desconcentração observada por país, caindo, no caso de grupo de países, 53,4%, entre 2002 e 2023 (0,0 em 2003 e 0,29 em 2022). Dada a concentração, não realizaremos análises abertas por região nem por índice de concentração. **Embora seja um movimento recente (2018), observou-se tendência de desconcentração entre os compradores do gin brasileiro, o que significa possibilidades de abertura para novas empresas, especialmente, em mercados da região (América do Sul).**

Origem das importações brasileiras

Participação (%) – Importações brasileiras - Países



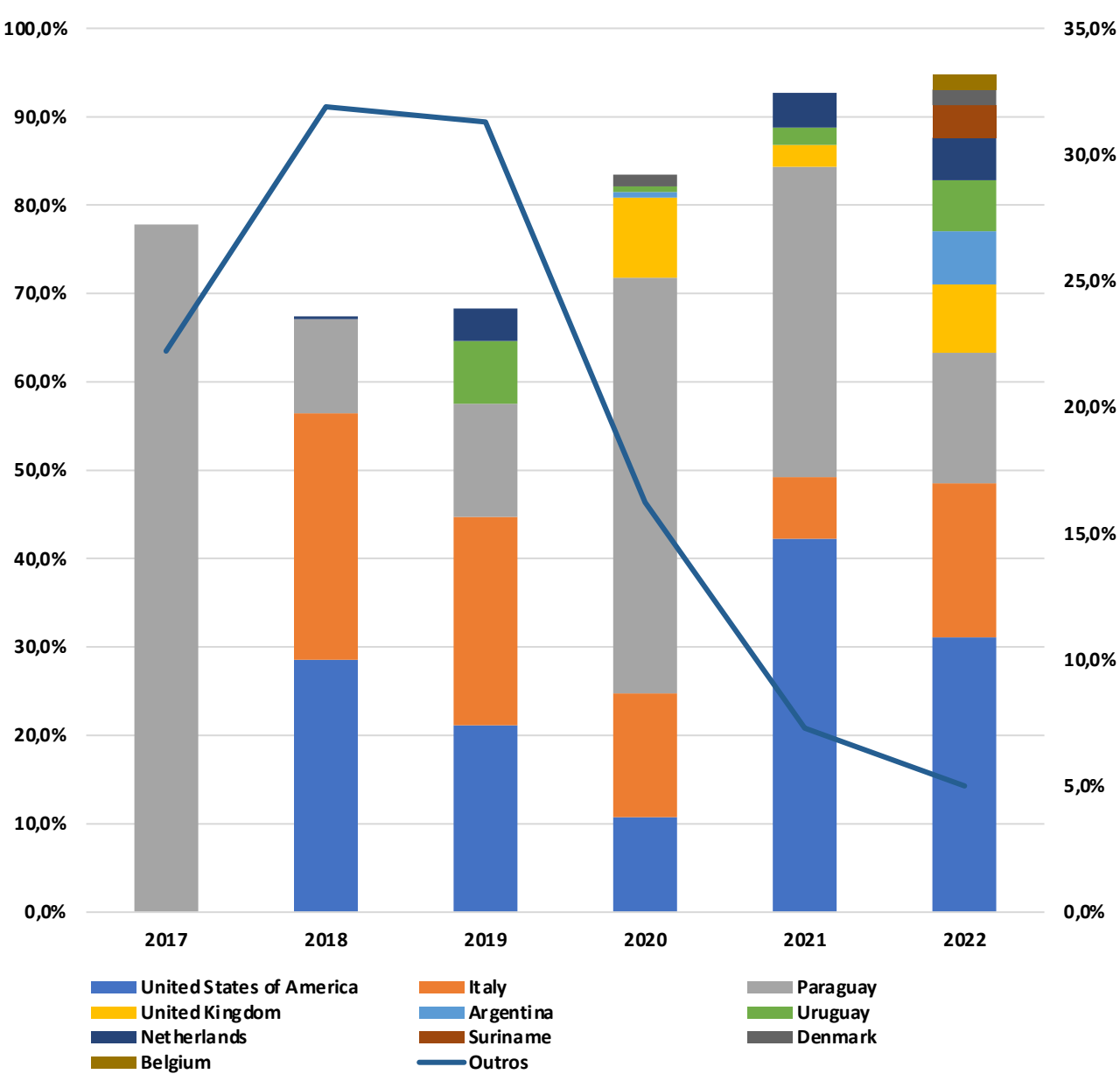
Países	2003-2022		2012-2022		2017-2022		2021-2022	Valores (US\$) 2022
	Média	Acumulada	Média	Acumulada	Média	Acumulada	Acumulada	
United Kingdom	-0,5%	-8,4%	-0,9%	-8,8%	-0,2%	-1,2%	-0,2%	19.100,00
Spain	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	46,3%	570,8%	38,0%	744,00
France	0,0%	0,0%	2,8%	32,1%	8,4%	49,5%	-36,9%	345,00
Bermuda	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	17,7%	260,00
Italy	1,1%	24,1%	0,0%	0,0%	53,0%	737,7%	11,3%	223,00
United States of America	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	-17,7%	-62,2%	247,6%	191,00
Japan	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	165,00
Germany	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	-27,7%	-80,2%	-10,4%	121,00
Russian Federation	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	-86,4%	32,00
Romania	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	-21,4%	18,00
Outros	-14,6%	-95,0%	0,0%	0,0%	-53,0%	-97,7%	-92,1%	27,00

Pontos de análise:

- Principal origem das importações brasileiras: Reino Unido (90,1%);
- Destaques: Espanha e França, que ampliaram suas participações relativas;
- O período de 2015 e 2020 destoou da série pelo dinamismo de outros mercados, embora se mantenha a hegemonia britânica;
- Mercado concentrado: índice de concentração contraiu 15,9%, entre 2003 e 2022, com tendência de desconcentração (queda de 16,7% entre 2012-2022).

Destino das exportações brasileiras

Participação (%) – Exportações brasileiras - Países



	2017-2022		2021-2022	Valores (2022)
Países	Média	Acumulada	Acumulada	2021 (US\$)
United States of America	0,0%	0,0%	-26,5%	491,00
Italy	0,0%	0,0%	152,2%	276,00
Paraguay	-28,3%	-81,0%	-58,0%	233,00
United Kingdom	0,0%	0,0%	214,8%	122,00
Argentina	0,0%	0,0%	0,0%	95,00
Uruguay	0,0%	0,0%	195,7%	91,00
Netherlands	0,0%	0,0%	22,8%	77,00
Suriname	0,0%	0,0%	0,0%	58,00
Denmark	0,0%	0,0%	0,0%	28,00
Belgium	0,0%	0,0%	0,0%	27,00
Outros	-25,8%	-77,5%	-31,4%	82,00

Pontos de análise:

- Principal destino das exportações por país: Estados Unidos (38,1%);
- Destaques: Itália, Paraguai e Reino Unido, pelas participações apresentadas; e Uruguai com taxas de crescimento substantivas;
- Desde 2018, foi possível observar a tendência à diversificação e crescimento das exportações brasileiras para mercados localizados em regiões diversas do mundo (EUA, Europa, África e América do Sul); e
- Mercado diversificado por país: índice de concentração contraiu 23,8% a.a, entre 2017 e 2022, acumulando queda de 74,2% no período.

Produtos Similares (SH4 2208)

Importações mundiais

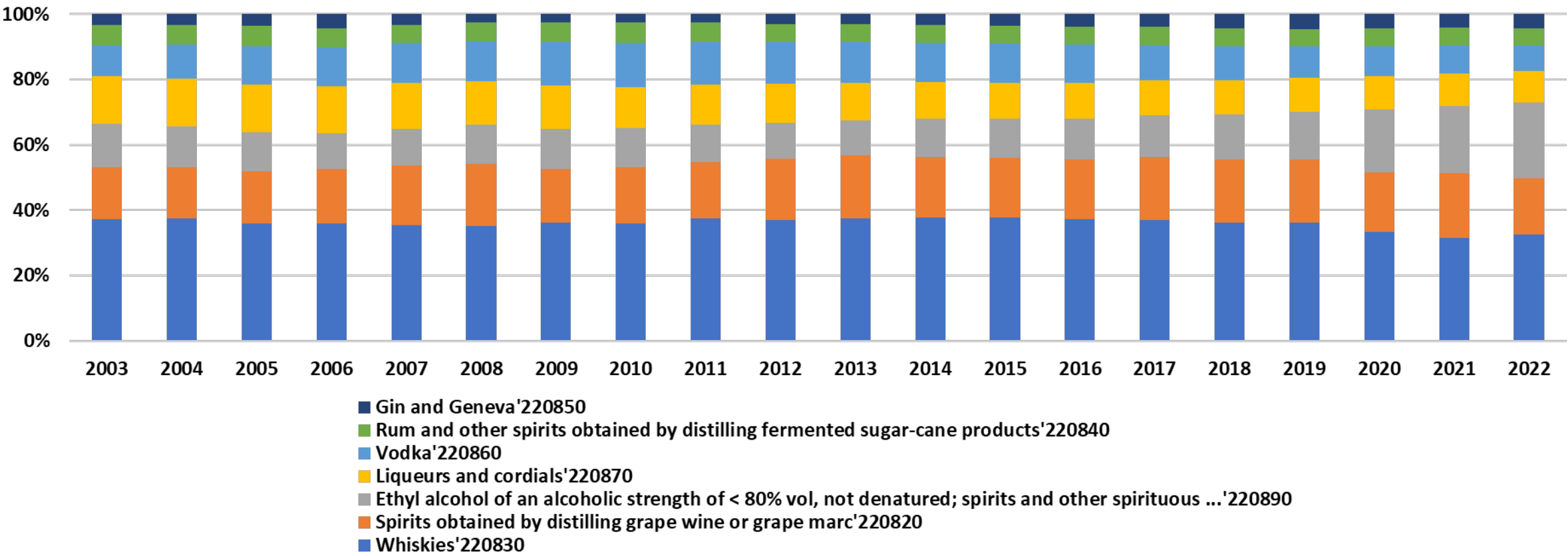
Prospecção de mercados – Resumo

Produtos similares (SH4 2208): crescente participação do Gin, seja nos mercados compradores ou vendedores.

- **As importações mundiais** totalizaram US\$ 42.451.756,00 em 2022. Dos produtos similares, Whiskies representaram 32,5% das importações mundiais, enquanto o Gin representou 4,5%. O índice de concentração contraiu 3,2% (valor, em média, de 0,21), entre 2003 e 2022, e com tendência à desconcentração entre 2012 e 2022, com queda de 4,1%. Apesar de haver estabilidade das participações, se tomado o quadro geral, o Gin apresentou o crescimento acumulado das participações entre 2003 e 2022, com aumento de 36,5%, o que implica dizer que houve ampliação das compras de Gin em detrimento dos produtos similares. **Nesse sentido, dentre os produtos similares, o Gin apresentou dinâmica, no sentido de ampliar sua participação relativa, o que significa oportunidades para os produtores. Combinada com a análise anterior, de desconcentração entre os países, os indicativos de potencial para novos produtores em novos mercados foram fortes.**

- **As exportações mundiais** totalizaram US\$ 40.638.859,00 em 2022. Dos produtos similares, Whiskies representaram 37,1% das exportações mundiais, enquanto o Gin representou 4,3%. O índice de concentração contraiu 2,4% (valor, em média, de 0,23), entre 2003 e 2022, e com tendência à desconcentração entre 2012 e 2022, com queda de 5,8%. Apesar de haver estabilidade das participações, se tomado o quadro geral, o Gin apresentou crescimento acumulado das participações entre 2012 e 2022, com aumento de 65,1%, o que implica dizer que houve ampliação das vendas de Gin em detrimento dos produtos similares, inclusive, com números mais favoráveis que os da importação. **Nesse sentido, assim como nas importações, dentre os produtos similares, o Gin apresentou dinâmica, no sentido de ampliar sua participação relativa. Combinada com a análise anterior, de desconcentração entre os países, os indicativos de potencial para novos produtores em novos mercados foram fortes.**

Participação (%) – Importação de Produtos similares



Países	2003-2022		2012-2022		2017-2022		2021-2022	Valores (US\$)
	Média	Acumulada	Média	Acumulada	Média	Acumulada	Acumulada	2022
Whiskies	-0,7%	-12,4%	-1,3%	-11,9%	-2,5%	-12,1%	3,7%	13.796.022
Spirits (grape/wine)	0,4%	7,5%	-0,9%	-9,1%	-2,3%	-10,8%	-13,6%	7.289.351
Spirits and other spirituous	3,0%	75,4%	7,8%	112,3%	12,6%	80,8%	13,2%	9.884.114
Liqueurs and cordials	-2,3%	-35,3%	-2,1%	-19,3%	-2,3%	-11,2%	-5,1%	4.044.353
Vodka	-0,8%	-13,6%	-4,5%	-37,1%	-5,6%	-25,0%	-7,3%	3.405.866
Rum	-1,2%	-21,2%	-1,3%	-12,2%	-2,1%	-9,9%	-5,7%	2.122.294
Gin and Geneva	1,7%	36,5%	4,2%	51,2%	2,7%	14,0%	6,4%	1.909.756

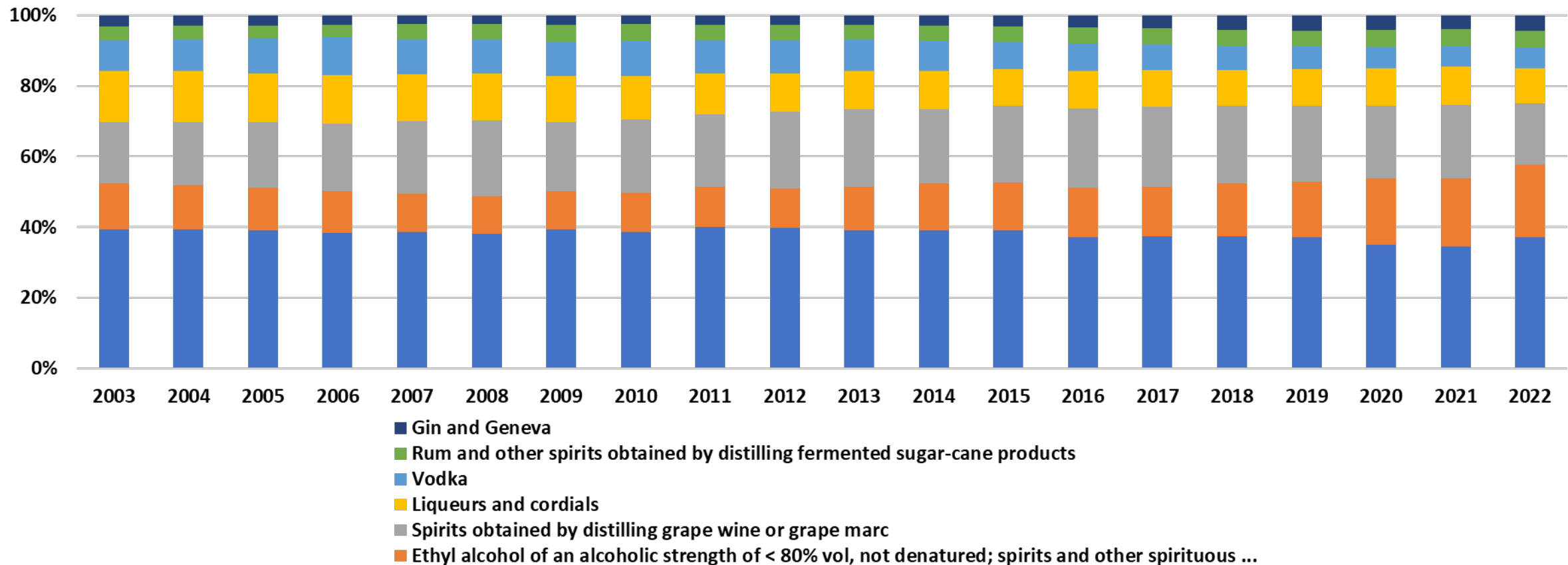
Pontos de análise:

- Principal produto importado: Whiskies (32,5%);
- Destaques: Spirits e Gin ampliaram suas participações relativas, com taxas de crescimento acima do produto líder;
- O Gin, apesar de ter a menor participação (4,5%), apresentou crescimento acumulado entre 2010 e 2020; e
- Mercado concentrado: índice de concentração foi de 0,21 em 2022 (média do período de 0,21), mas com tendência à desconcentração: redução de 3,2%, entre 2003 e 2022 (média de 0,8% a.a entre 2017 e 2022).



Exportações mundiais

Participação (%) – Exportação de Produtos similares



	2003-2022		2012-2022		2017-2022		2021-2022	Valores (US\$)
Países	Média	Acumulada	Média	Acumulada	Média	Acumulada	Acumulada	2022
Whiskies	-0,3%	-5,7%	-0,7%	-6,9%	-0,1%	-0,7%	7,7%	15.086.233
Spirits (grape/wine)	2,5%	58,7%	6,4%	86,0%	7,9%	46,2%	6,7%	8.375.360
Spirits and other spirituous	0,0%	-0,3%	-2,2%	-20,1%	-5,3%	-23,8%	-16,9%	7.031.659
Liqueurs and cordials	-2,0%	-32,4%	-1,0%	-9,8%	-0,9%	-4,4%	-8,4%	4.033.674
Vodka	-1,9%	-31,0%	-4,6%	-37,5%	-4,0%	-18,3%	0,5%	2.404.289
Rum	1,2%	25,6%	1,1%	12,0%	0,8%	4,2%	2,2%	1.958.708
Gin and Geneva	1,6%	34,1%	5,1%	65,1%	3,7%	19,8%	8,8%	1.748.936

Pontos de análise:

- Principal produto importado: Whiskies (37,1%);
- Destaques: Spirits e Gin ampliaram suas participações relativas, com taxas de crescimento acima do produto líder;
- O Gin, apesar de ter a menor participação (4,3%), apresentou crescimento acumulado entre 2010 e 2020; e
- Mercado concentrado: índice de concentração foi de 0,22 em 2022 (média do período de 0,23), mas com tendência à desconcentração: redução de 2,4%, entre 2003 e 2022 (média de 0,2% a.a entre 2017 e 2022).

Barreiras tarifárias e não-tarifárias

Prospecção de mercados – Barreiras tarifárias e não-tarifárias

- Com base na análise dos dados, abriram-se as tarifas e tratados para as regiões da América do Sul.

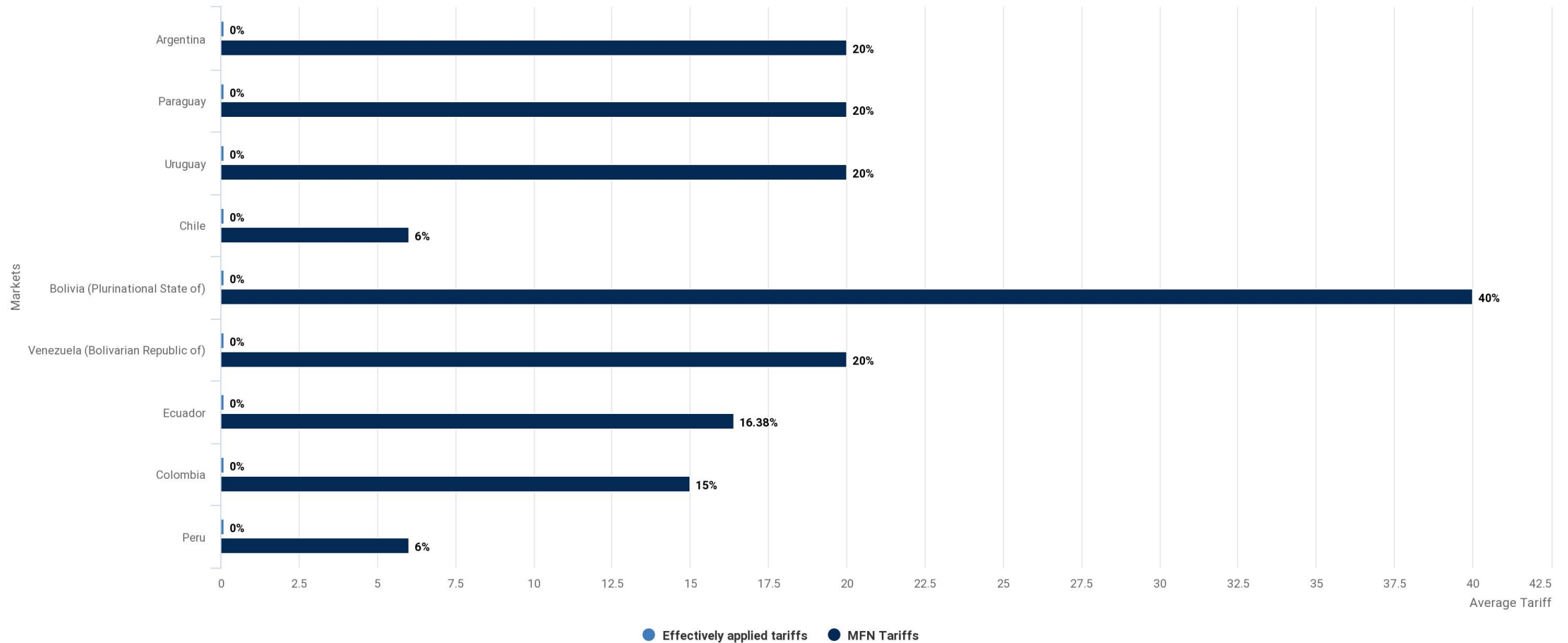
Prospecção de mercados – Barreiras tarifárias e não-tarifárias

MARKET	MFN tariffs	Effectively applied tariffs	Pref. Margin	Tariff year	# NTLC in the HS6 code	HS Revision	Import value in 2021	# PTA	# NTM Distance (km)
Argentina	20,00%	0,00%	20,00%	2022	1	HS17		7	2.089
Bolivia (Plurinational State of)	40,00%	0,00%	40,00%	2021	1	HS17	8	3	2.267
Chile	6,00%	0,00%	6,00%	2021	2	HS17		2	20 3.017
Colombia	15,00%	0,00%	15,00%	2021	1	HS17		2	28 4.158
Ecuador	16,38%	0,00%	16,38%	2022	2	HS17		2	44 4.164
Paraguay	20,00%	0,00%	20,00%	2021	1	HS17	553	2	21 1.345
Peru	6,00%	0,00%	6,00%	2021	1	HS17		2	7 3.479
Uruguay	20,00%	0,00%	20,00%	2021	1	HS17	29	5	12 1.829
Venezuela (Bolivarian Republic of)	20,00%	0,00%	20,00%	2022	1	HS17	2	2	26 3.883

Tarifas médias aplicadas

Average tariff applied by selected markets on imports from Brazil

For product 220850 - Undenatured ethyl alcohol of an alcoholic strength by volume of less than 80 % vol; spirits, liqueurs and other spirituous beverages : Gin and Geneva

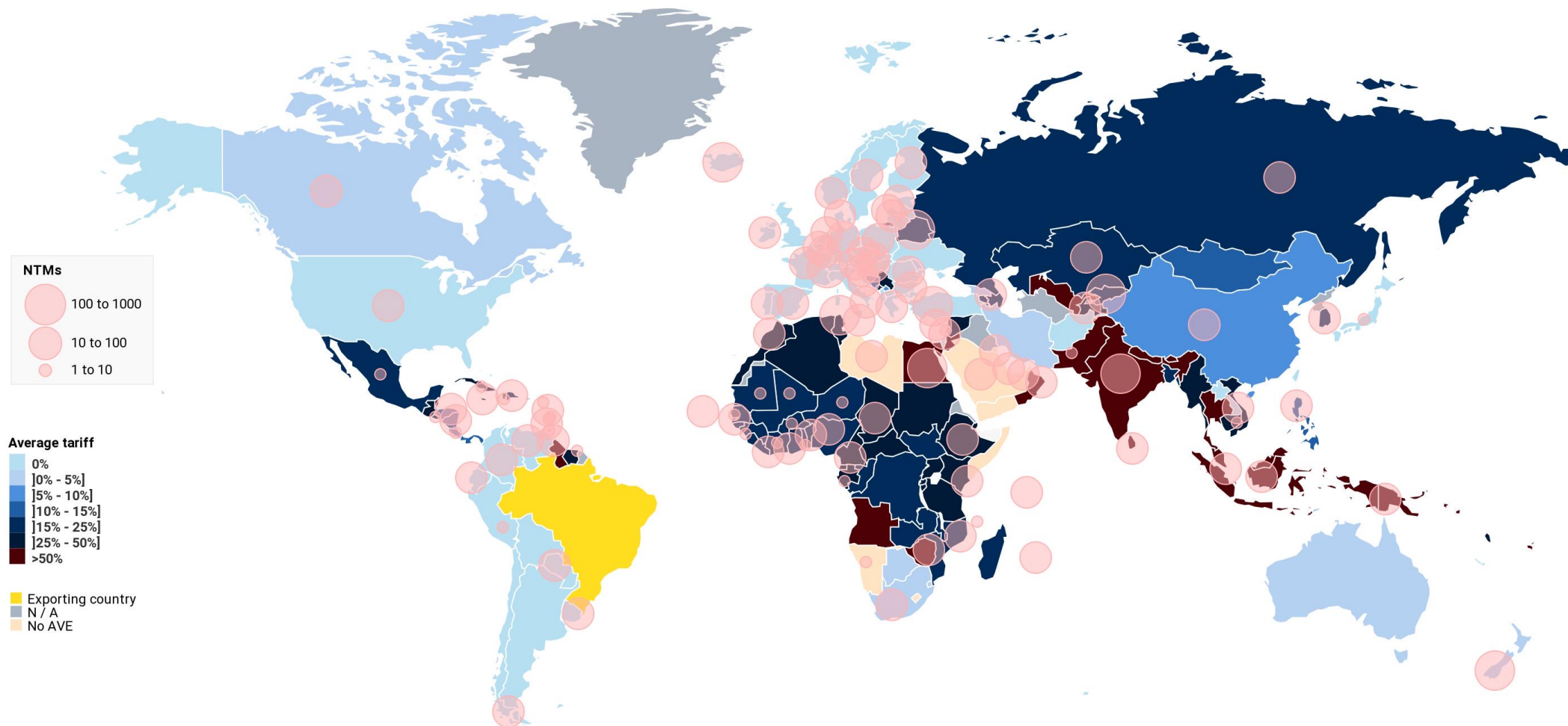


Data source : Market Access Map (www.macmap.org) - 2019

Tarifas médias aplicadas e barreiras não-tarifárias (NTMs)

Average Effectively applied tariffs applied by World on Brazil

For product 220850 - Undenatured ethyl alcohol of an alcoholic strength by volume of less than 80 % vol; spirits, liqueurs and other spirituous beverages : Gin and Geneva



Data source : Market Access Map (www.macmap.org) - 2019
Disclaimer: This map has been generated using Highcharts.com © Natural Earth, borders may not be accurate. © Natural Earth

Tarifas médias aplicadas e barreiras não-tarifárias (NTMs)

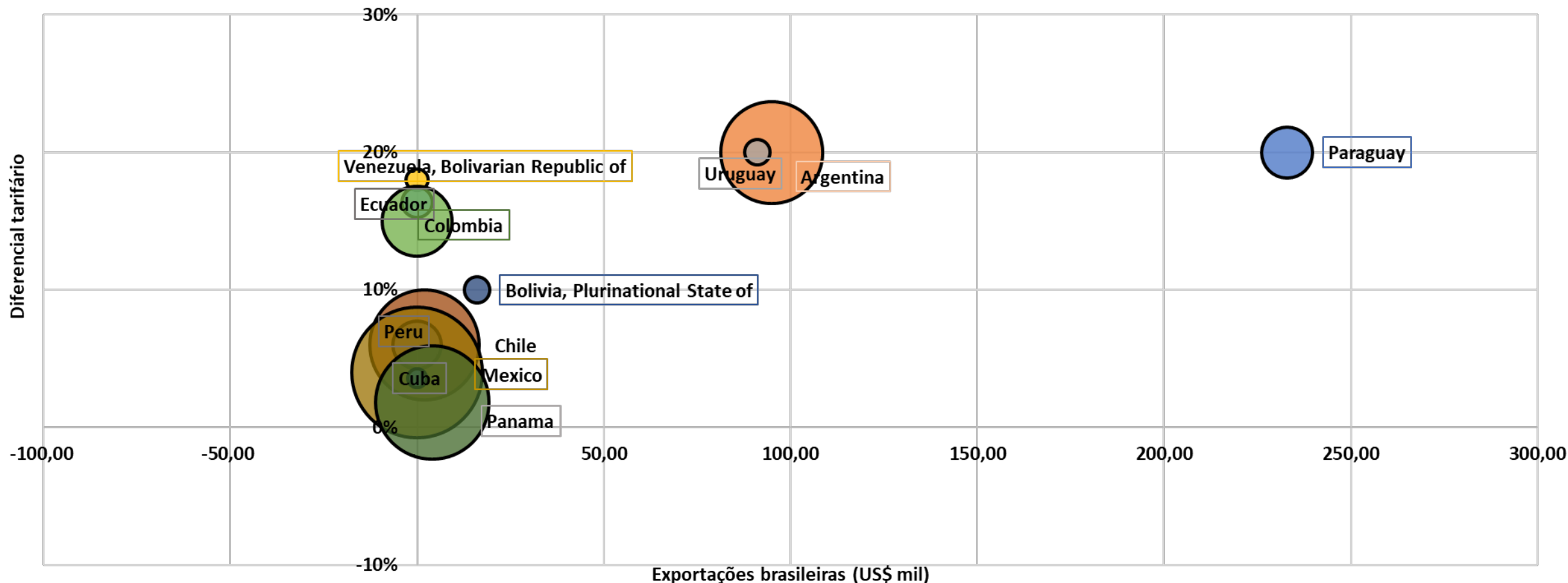
Average Effectively applied tariffs applied by South America on Brazil

For product 220850 - Undenatured ethyl alcohol of an alcoholic strength by volume of less than 80 % vol; spirits, liqueurs and other spirituous beverages : Gin and Geneva



Data source : Market Access Map (www.macmap.org) - 2019
Disclaimer: This map has been generated using Highcharts.com © Natural Earth, borders may not be accurate. © Natural Earth

Tarifas, importações e exportações – América do Sul



Pontos de análise:

- Paraguai apresentou-se como principal destino das exportações brasileiras, dentre os países da América do Sul; por isso, encontra-se à direita do gráfico;
- Por força do Acordo do Mercosul, Uruguai, Argentina e Paraguai apresentam o maior diferencial tarifário (20%), beneficiando a importação de produtos brasileiros; por isso, encontram-se acima dos demais mercados;
- Argentina, Chile, México e Panamá importaram aproximadamente o mesmo volume (US\$) do mundo, sinalizando forte concorrência com gins estrangeiros; por isso, as respectivas esferas são do mesmo tamanho; e
- Ao combinar proteção aos produtos brasileiros (altura no gráfico), volume de importação do Brasil (mais à direita) e menor concorrência internacional (tamanho da esfera), os dados apontam para o **Uruguai** como mercado potencial.

Conclusões preliminares

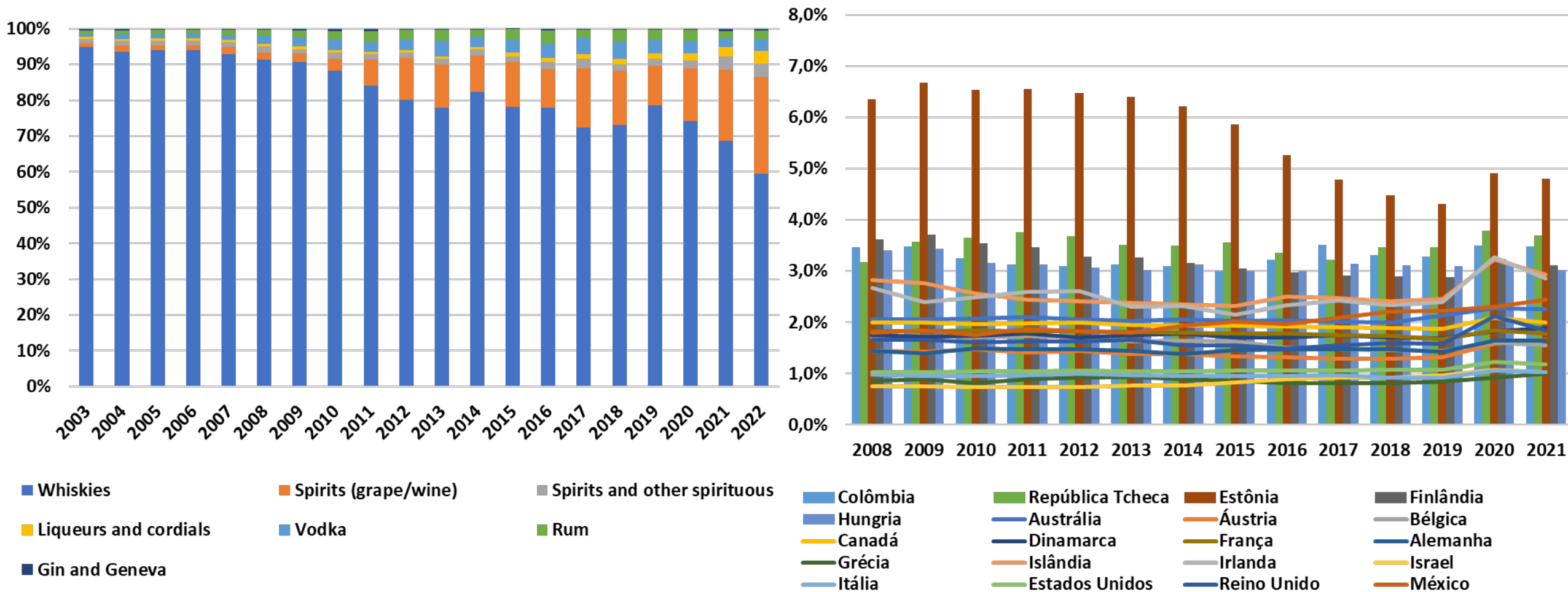
Prospecção de mercados – Conclusões preliminares

- As análises dos dados de COMEX para o Gin revelaram um mercado com dinâmica a partir de 2015, que se refletiu nas exportações brasileiras a partir de 2018, com diversificação dos destinos. Ao observarmos os dados por produtos similares, notou-se que, a despeito da menor participação relativa, o Gin ampliou seu espaço em detrimento dos demais destilados, o que significa maior propensão a consumir deste tipo de bebida entre os diversos países e regiões. Percebemos que **os mercados não tradicionais** de consumo e produção de Gin têm se ampliado sua participação relativa, isto é, ocupando o espaço de mercados consolidados, embora exista a predominância do Gin britânico. Nesse sentido, a busca por mercados exigirá critérios de seleção que combinem não apenas o volume em dólares de COMEX, mas, também, fatores como barreiras tarifárias, não-tarifárias e outros elementos, como hábitos de consumo.
- A América do Sul destacou-se pela ampliação das participações, desconcentração, em alguns casos, e, principalmente, por ser região com boa aderência dos produtos brasileiros. Demais, o Acordo Comercial do Mercosul com os países da região garante tratamento tarifário diferenciado para o **Beg Gin**, que já acumula prêmios internacionais, pertence ao segmento “one-shot” e está se consolidando no mercado nacional. Dentre os mercados dessa região, os destaques foram para Paraguai, Argentina, Uruguai, Chile e Colômbia, dos quais, destacou-se o **Uruguai**. Por outro lado, dado o tamanho do mercado, o contexto de diversificação supracitado e, como consta adiante, a proporção da renda destinada ao consumo de bebidas alcoólicas, considera-se a **Colômbia** como o mercado de destino para o gin brasileiro.

Perfil dos países selecionados



Colômbia



Pontos de análise 1:

- Principal produto importado: Whiskies (43,9%); Gin representa 0,7% dos produtos similares importados; e
- Elevada a participação do consumo de bebidas alcoólicas no total consumido – diferença expressiva, considerando os países desenvolvidos (Média Colômbia: 3,3%; a média dos países analisados foi de 2,2%).

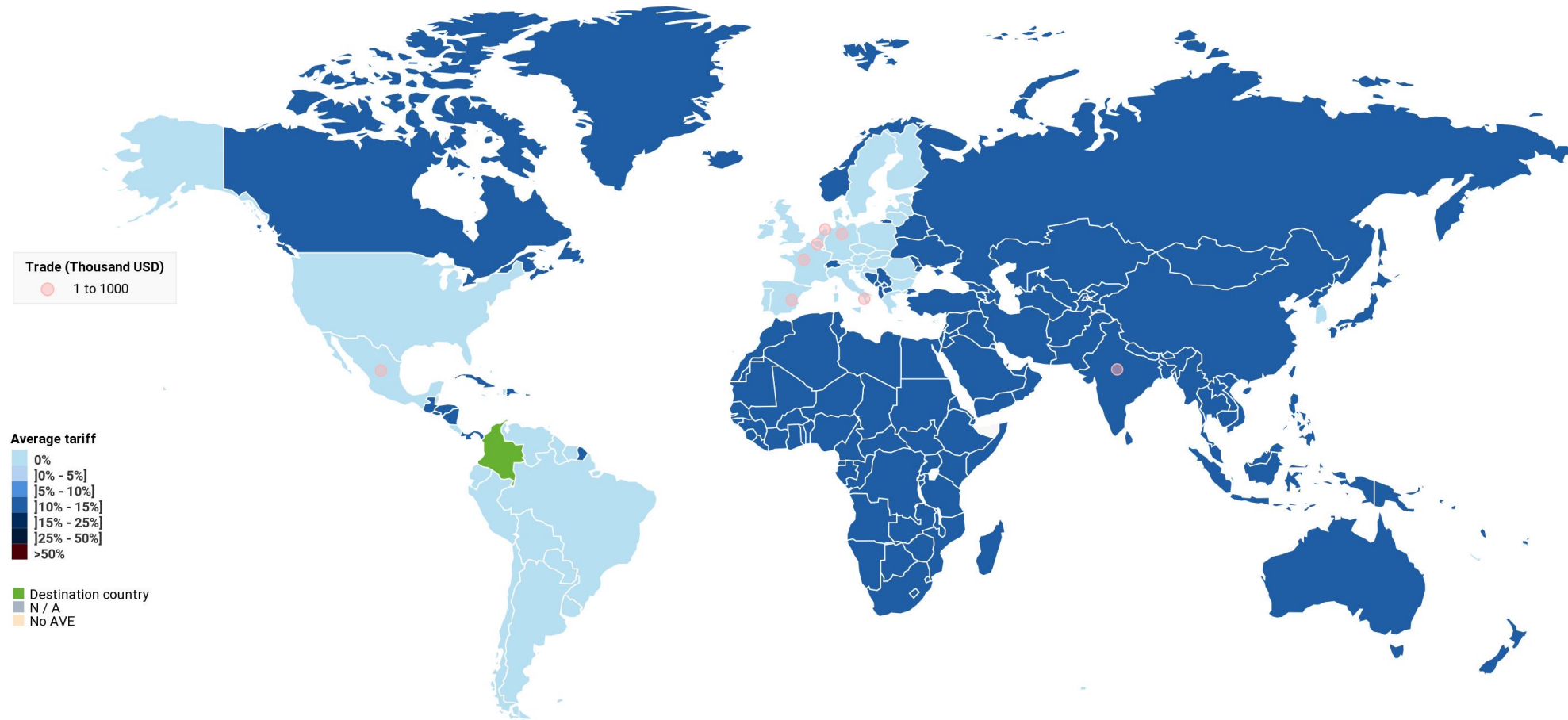
Fonte: Elaboração PEIEX-CAMPINAS/FACAMP, a partir de dados do ITC Trade Map (Gráfico 1 e Tabela 1) e OCDEstat (Gráfico 2).



Colômbia

Average Effectively applied tariffs applied on World by Colombia

For product 220850 - Undenatured ethyl alcohol of an alcoholic strength by volume of less than 80 % vol; spirits, liqueurs and other spirituous beverages : Gin and Geneva



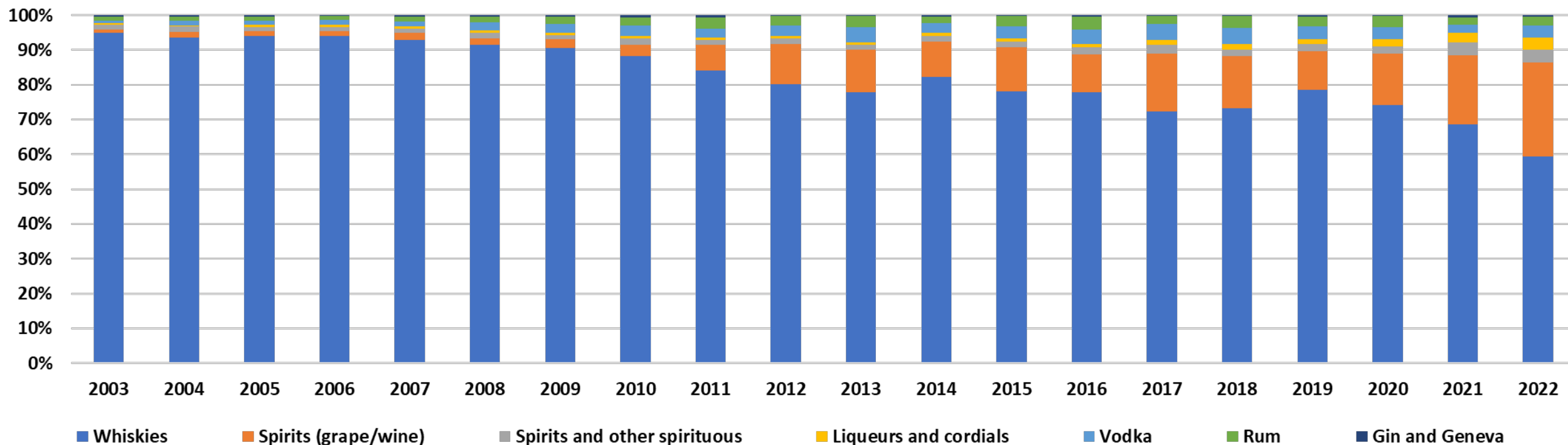
Data source : Market Access Map (www.macmap.org) - 2019
Disclaimer: This map has been generated using Highcharts.com © Natural Earth, borders may not be accurate. © Natural Earth

Pontos de análise 2:

- A Colômbia mantém medidas comerciais que beneficiam o Gin das regiões da América do Sul, Europa e Estados Unidos.



Uruguai



Países	2003-2022		2012-2022		2017-2022		2021-2022	Valores (US\$)
	Média	Acumulada	Média	Acumulada	Média	Acumulada	Acumulada	
Whiskies	-2,4%	-37,4%	-2,9%	-25,8%	-3,9%	-18,0%	-13,4%	13.835,00
Spirits (grape/wine)	18,7%	2488,0%	8,8%	132,4%	10,3%	63,3%	35,7%	6.279,00
Spirits and other spirituous	6,3%	219,3%	8,5%	126,8%	8,4%	49,6%	3,3%	874,00
Liqueurs and cordials	9,9%	496,2%	20,1%	524,4%	20,6%	154,7%	27,7%	816,00
Vodka	8,2%	350,1%	0,9%	9,2%	-6,4%	-28,0%	43,9%	784,00
Rum	4,4%	126,2%	-0,9%	-8,9%	2,3%	11,9%	20,5%	584,00
Gin and Geneva	0,6%	11,4%	6,5%	88,4%	14,7%	98,2%	-32,1%	104,00

Pontos de análise 1:

- Principal produto importado: Whiskies (59,4%);
- Destaques: Gin apresentou o crescimento de participação, alcançando 0,4% do total importado;



Uruguay

Average Effectively applied tariffs applied on World by Uruguay

For product 220850 - Undenatured ethyl alcohol of an alcoholic strength by volume of less than 80 % vol; spirits, liqueurs and other spirituous beverages : Gin and Geneva



Data source : Market Access Map (www.macmap.org) - 2019
Disclaimer: This map has been generated using Highcharts.com © Natural Earth, borders may not be accurate. © Natural Earth

Pontos de análise 2:

- O Uruguai mantém medidas comerciais que beneficiam o Gin das regiões da América do Sul, aplicando diferencial tarifário para os produtos brasileiros; mercados tradicionais de produção (Europa) entram mais encarecidos no Uruguai.
- O número de barreiras não-tarifárias independe da região de exportação.

Balanço final

Prospecção de mercados – Balanço final

Ao se considerarem outros critérios de seleção de mercados, como as pautas de importações de produtos similares para cada país selecionado e uma aproximação dos dados de consumo de bebidas alcoólicas, percebemos que o Gin se destacou como produto que vem ampliando sua participação relativa, isto é, ocupando o espaço de produtos similares (SH4 2208) nos mercados selecionados, **Colômbia** e **Uruguai**. As empresas brasileiras do setor devem buscar aproveitar a dinâmica de desconcentração nos mercados e de diversificação do consumo de Gin para explorar os mercados selecionados, uma vez que mostraram diferentes atributos que lhes conferem grande potencial. Acumulada a experiência com as exportações, o Gin brasileiro, mais consolidado no exterior, poderá buscar mercados maiores e mais tradicionais de consumo e produção de Gin.