



PEIEX
apexBrasil



FACAMP

ANÁLISE DE MERCADO: CERVEJAS

**Prospecção de mercado, critérios de
seleção e informações gerais para o
exportador brasileiro**

março de 2022

PEIEX CAMPINAS

Elaboração:

Francisco Falsetti Xavier - Técnico Extensionista

Tomás Rigoletto Pernías - Técnico Extensionista

Revisão:

Prof. Dr. Olavo Furtado - Monitor

SUMÁRIO

PEIEX CAMPINAS	1
1. Informações gerais: a cerveja e o comércio exterior	3
2. Classificação Fiscal da cerveja	4
3. Prospecção de mercado	5
Informações do Comex Stat	5
Informações do Trade Map	8
Análise de mercado pelo NCM – uma limitação importante	10
Análise de preço médio por região	11
4. Considerações finais	13
5. Links úteis	16
6. Referências	17

1 - INFORMAÇÕES GERAIS: A CERVEJA E O COMÉRCIO EXTERIOR

Introdução:

A escolha de um mercado alvo é uma das decisões mais difíceis que o exportador brasileiro pode enfrentar. Para essa definição, é preciso:

- a) dimensionar os mercados consumidores;
- b) avaliar os melhores países para se atuar;
- c) estabelecer um posicionamento de marca;
- d) investigar tarifas comerciais;
- e) averiguar preferências e costumes locais.

Trata-se de uma decisão complexa, que exige reflexão e informações precisas sobre as possibilidades disponíveis.

Uma análise de mercado do setor de cervejas, contudo, é capaz de fornecer ao produtor brasileiro uma melhor compreensão do tamanho e dos segmentos específicos de atuação em âmbito internacional. O exportador brasileiro, munido de dados sobre os mercados consumidores, pode tomar uma decisão mais assertiva, minimizando os riscos envolvidos no comércio exterior, e aumentando as chances de sucesso em seus negócios.

Este estudo de mercado, portanto, foi elaborado para ajudar os cervejeiros brasileiros a escolher mercados-alvos para a sua cerveja. Pretende-se, por meio das informações compiladas neste relatório, estabelecer um panorama geral das exportações brasileiras, dos grandes importadores mundiais e das tendências mais recentes no comércio internacional da cerveja.

Bons negócios!

2 - CLASSIFICAÇÃO FISCAL DA CERVEJA

A classificação fiscal cumpre um papel fundamental no comércio internacional. Para que uma mercadoria seja reconhecida em diferentes alfândegas, em diversos países, adota-se um código numérico, específico para cada produto, conforme as suas características. Por meio deste código, a Receita Federal brasileira e os órgãos correspondentes em outros países fazem o controle aduaneiro.

Adota-se, em todos os países, uma base comum para a classificação fiscal, de 6 dígitos, denominada Sistema Harmonizado (SH6). A partir do Sistema Harmonizado, cada país é livre para adicionar novos dígitos ao SH6, estabelecer classificações regionais/nacionais e aprimorar o seu controle aduaneiro.

No Brasil, emprega-se a Nomenclatura Comum do Mercosul (NCM), que corresponde ao SH6, acrescido de dois dígitos. Todos os países pertencentes ao acordo Mercosul utilizam a NCM, que acrescenta dois dígitos ao SH6 para fornecer um melhor detalhamento das mercadorias que transitam pelos países do bloco. Nesse sentido, vale comentar que todos os países são livres para acrescentar dígitos ao SH6, existindo, portanto, sistemas nacionais e regionais de classificação. Essas diferenças entre as classificações, por mais que sejam mínimas, fazem com que seja imprescindível que a empresa sempre faça a correlação da classificação que é usada por ela com a classificação usada pelo país-alvo de suas mercadorias.

A Classificação Fiscal é um tópico de suma importância, especialmente no mercado externo, pois o uso inadequado da NCM, por erro de digitação ou declaração equivocada, pode comprometer a exportação. Entre as consequências de se empregar a NCM incorreta, estão: problemas com barreiras tarifárias e fitossanitárias, problemas com a transação comercial, impostos não previstos, e, nos casos mais graves, embargo da mercadoria. No caso das Cervejas, isso não ocorre devido à simplicidade de sua classificação atual.

A classificação fiscal da cerveja é feita pelo seguinte NCM: 2203.00.00, que compreende as bebidas alcoólicas denominadas cervejas de malte. Todos os tipos de cerveja, como as Pilsen, Bock, Witbier, Weissbier, American IPA ou Stout são classificadas no NCM mencionado. Assim, o produtor brasileiro não encontrará dificuldades para a classificação fiscal de sua cerveja, pois esse NCM compreende todos os tipos de cerveja de malte.

3 - PROSPECÇÃO DE MERCADO

O exercício de prospecção de mercado da cerveja de malte será baseado em informações sobre o comércio internacional de cervejas: dados sobre as exportações e as importações do produto, com um foco nas relações comerciais do Brasil.

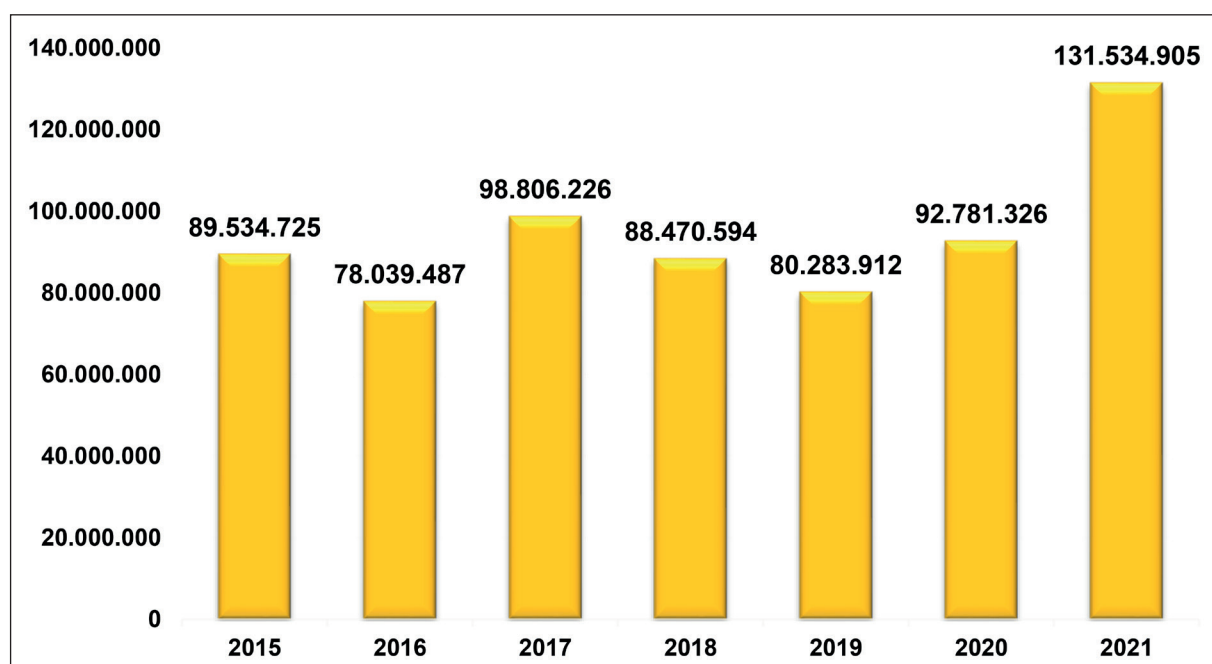
As informações reunidas neste relatório foram extraídas de plataformas de uso público, capazes de garantir uma compreensão geral de mercados, ao oferecer informações quantitativas (tamanho de mercado, dinâmica do setor, participação dos países nas vendas e compras, barreiras tarifárias, dentre outros) e qualitativas (barreiras não tarifárias) dos produtos pesquisados. É essencial que a empresa conheça bem o respectivo código NCM/SH de seus produtos, uma vez que estes são utilizados para a realização das pesquisas dentro das plataformas.

Espera-se que as informações coletadas neste relatório auxiliem o produtor brasileiro a tomar a uma decisão mais assertiva com relação à escolha de seu mercado alvo.

INFORMAÇÕES DO COMEX STAT:

O primeiro exercício de prospecção de mercados apresentado neste relatório consiste no levantamento das informações referentes às exportações da cerveja de malte produzida no Brasil, entre 2015-2021. Todas as informações reunidas nesta primeira parte da análise foram extraídas do Comex Stat, uma plataforma de acesso gratuito que reúne dados sobre o comércio exterior brasileiro.

Exportações brasileiras, cerveja de malte: 2015-2021 (valor FOB, em milhares R\$):



Fonte: elaboração própria a partir de Comex Stat.

Os dados do Comex Stat revelam que o Brasil exporta, desde 2015, valores significativos de cerveja de malte. Foram R\$ 89.534.725 bilhões exportados somente em 2015, e um valor de R\$ 131.534.905, em 2021 – um aumento de 46,7%. Pode-se concluir, à vista disso, que o Brasil é um exportador relevante de cerveja, e este valor exportado tem crescido de forma notável ao longo dos últimos anos. Em 2020 e 2021, durante a pandemia, vale ressaltar, não houve diminuição das exportações brasileiras. Em 2021, por exemplo, o valor exportado atingiu o maior valor, desde 2015.

Ranking – 20 maiores importadores de cerveja brasileira: 2018-2021 (valor FOB, em milhares R\$)*

Ranking	Países	2021	2020	2019	2018
1	Paraguai	89.213.625	63.220.215	64.001.632	65.688.552
2	Bolívia	15.830.351	11.069.534	8.007.067	9.363.989
3	Chile	9.903.955	150.146	16.021	37.208
4	Uruguai	6.159.483	5.450.311	4.144.236	4.332.423
5	Argentina	5.524.078	9.488.997	1.784.773	7.861.321
6	Venezuela	632.361	68.409	0	0
7	Peru	592.449	213.812	8.471	0
8	Holanda	581.649	227.979	140.842	140.671
9	Equador	529.928	1.161.103	0	0
10	EUA	427.564	293.682	974.933	464.921
11	Portugal	315.320	103.185	115.044	37.193
12	China	201.013	215.751	103.469	200.054
13	México	199.831	74	1.282	0
14	Reino Unido	174.835	100.874	133.281	87.558
15	Marshall, Ilhas	148.714	134.129	70.383	16.530
16	Guiana Francesa	142.278	160.527	81.805	44.249
17	Panamá	123.250	94.336	116.225	19.598
18	Libéria	112.154	87.980	70.439	9.096
19	França	102.470	8.718	8.273	148
20	Singapura	81.398	71.631	55.776	13.052

(*): países estão ranqueados conforme as importações de 2021 - Fonte: elaboração própria a partir de Comex Stat.

No próximo exercício de prospecção, reuniu-se dados sobre as exportações da cerveja de malte brasileira, conforme a quantidade importada por país em 2021. Entre os dez maiores importadores de cerveja brasileira em 2021, 8 países estão localizados na América Sul.

É nítido, portanto, que os países da América Latina têm uma grande importância nas exportações brasileiras de cerveja, pois uma parcela substancial das vendas se destina aos países da

América do Sul. Paraguai, Bolívia, Chile, Uruguai, Argentina e Venezuela, por exemplo, estão entre os 10 maiores importadores de cerveja produzida no Brasil. É preciso destacar que os EUA (10ª posição), Portugal (11ª posição) e China (12ª posição), apesar de não figurarem entre os 10 maiores importadores de cerveja brasileira, são países que também merecem destaque pelos valores importados.

Antes de prosseguir, é importante comentar que a Holanda se encontra na 8ª posição entre os dez maiores importadores de cerveja brasileira. Ainda que este país não seja a maior importadora de cervejas estrangeiras dentro do mercado europeu, ela tem grande relevância para as vendas brasileiras. Há uma explicação para esse fato: boa parte dos produtos brasileiros destinados ao continente europeu ingressa na Europa através da Holanda, e este número é contabilizado como exportações para este país – e isso não é diferente no caso das cervejas. É comum, portanto, a venda de cervejas para distribuidores holandeses, que por sua vez darão capilaridade às vendas nos outros países do continente europeu.

Informações adicionais de países selecionados - Mapa de Oportunidades ApexBrasil (2019):

País	Exportações brasileiras (US\$) mil	Cresc. médio exp. do Brasil 2016-2019 (%)	Participação Brasil (%)	Principal concorrente	Participação principal concorrente (%)
Argentina	1.569.426	-8,49	5,27	México	47,51
Bolívia	8.007.006	-7,27	90,34	Argentina	6,33
Paraguai	68.167.658	1,55	51,11	EUA	18,96
Uruguai	4.701.048	66,62	23,2	Argentina	44,03

Fonte: elaboração própria a partir de Mapa de Oportunidades ApexBrasil.

A ferramenta “Mapa de Oportunidades ApexBrasil” fornece mais informações sobre as exportações brasileiras. Um exercício adicional de análise para países da América do Sul demonstra que o Brasil possui uma participação relevante nas importações da Bolívia e do Paraguai, de 90,34% e 51,11%, respectivamente. Ou seja, as exportações brasileiras, em ambos os países mencionados, representaram mais da metade de suas importações em 2019. Na Argentina e no Uruguai, por outro lado, o Brasil possui somente 5,27% e 23,2% de suas importações, sendo que o México e a Argentina são os concorrentes mais relevantes do Brasil nesses casos.

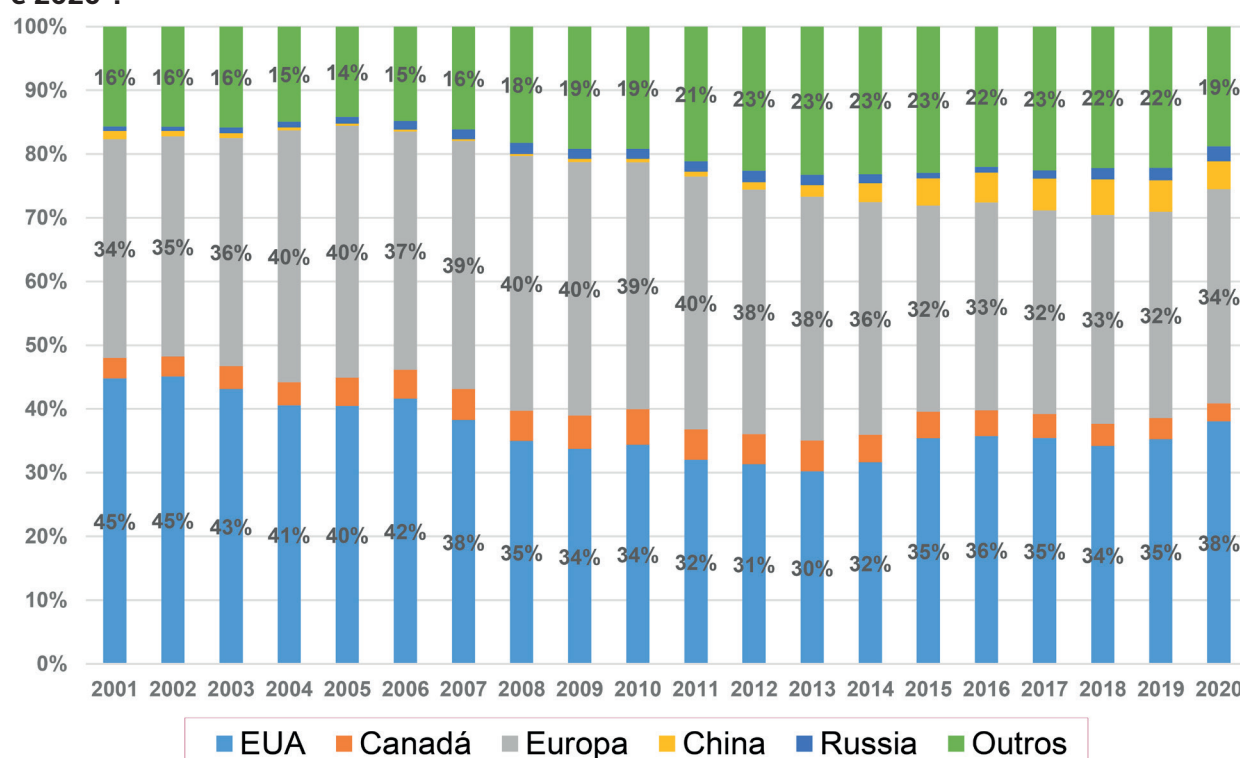
Conclui-se, a partir dos dados apresentados acima, que o Paraguai e a Bolívia são mercados que apresentam condições favoráveis para os exportadores brasileiros. São mercados já estão habituados a consumir cervejas brasileiras e, de forma geral, se mostram receptivos aos produtos fabricados no Brasil. Na Argentina e no Uruguai, por outro lado, consome-se também há um valor substancial de cerveja importada do Brasil, mas outros concorrentes, como os EUA e o México, representam boa parte das compras internacionais feitas por esses países.

INFORMAÇÕES DO TRADE MAP:

Após o levantamento de dados realizado no exercício anterior, sugere-se que a empresa busque mais informações do mercado de cerveja, com o intuito de identificar: a) quais são os maiores compradores e vendedores mundiais, e; b) qual é a participação do Brasil nesses mercados. Para a obtenção dessas informações, a plataforma Trade Map, do ITC, é a mais recomendada.

Cinco maiores importadores de Cerveja de Malte e suas participações mundiais entre 2001

e 2020*:



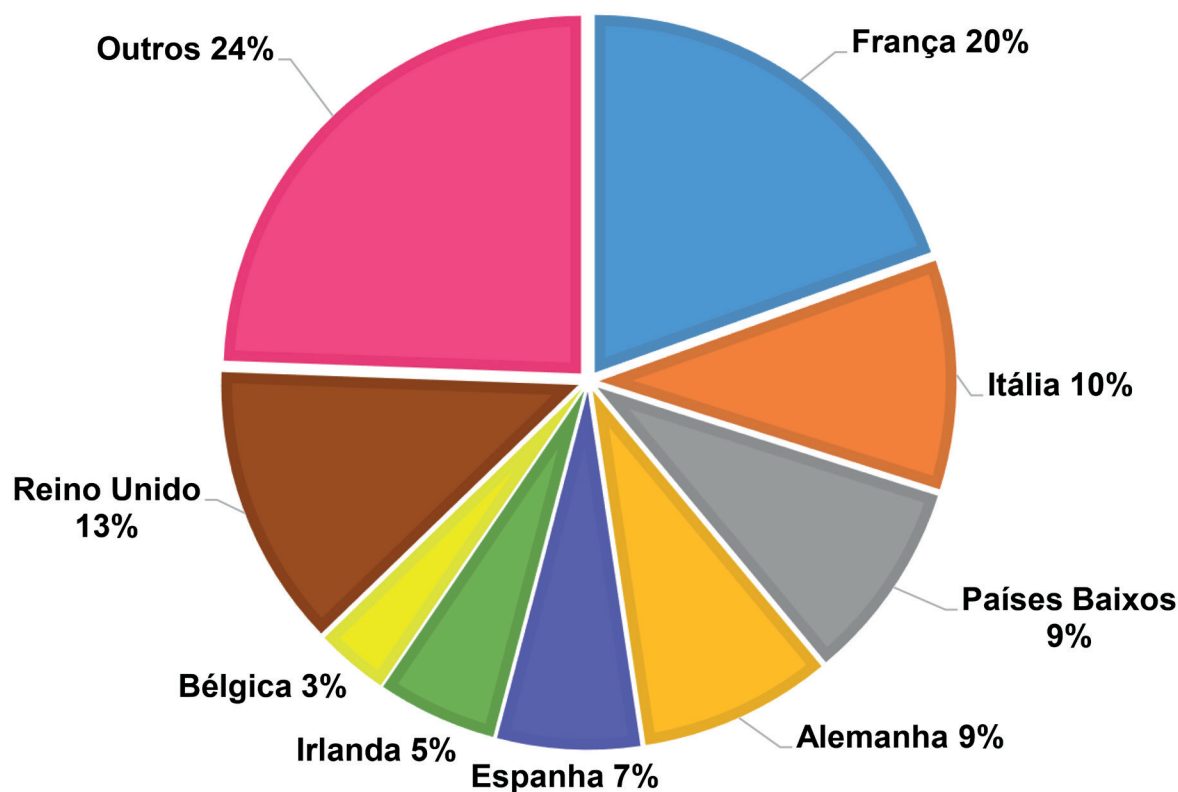
(*): Os dados de comércio de 2021 ainda não haviam sido inseridos na plataforma no momento da pesquisa.

Fonte: elaboração própria a partir de Trade Map.

De acordo com as informações obtidas no Trade Map, é nítido que os EUA. possuem uma participação majoritária nas compras mundiais, que supera o valor agregado para o "restante mundial" (outros, em verde), não especificado no gráfico. Em suma, as compras da Europa e dos Estados Unidos, de forma isolada, representam um mercado de cervejas muito mais amplo do que todos os países da América Latina em conjunto.

As cervejarias brasileiras devem, portanto, monitorar oportunidades nos EUA. e nos países da Europa, seja para um momento de maior maturidade comercial, ou para exportação de cervejas de alto valor agregado.

Participação dos países europeus na importação de Cervejas de Malte (2020) *:



(*): Os dados de comércio de 2021 ainda não haviam sido inseridos na plataforma no momento da pesquisa.

Fonte: elaboração própria a partir de Trade Map.

Um outro exercício de consulta realizado no Trade Map consistiu em analisar quais são os países europeus que mais importam cerveja de malte. A França se destaca como o maior comprador de cervejas estrangeiras, seguido do Reino Unido (2º), Itália (3º), Alemanha e Holanda, ambos em 4º lugar. Esses mercados, portanto, devem ser monitorados com atenção pelas empresas que desejam exportar cerveja de malte para a Europa.

Vale lembrar que a Holanda se destaca como um destino preferencial das exportações de cerveja brasileira. Uma parte significativa das exportações brasileiras ingressa na Europa por este país, para então seguir para os seus respectivos destinos. Recomenda-se, à vista disso, que o cervejeiro(a) brasileiros se mantenham atentos para oportunidades de negócios na Holanda (destino preferencial das exportações brasileiras na Europa), e nos grandes importadores da Europa (França, Reino Unido, Itália e Alemanha).

Por fim, outros destinos da Europa também merecem atenção. Portugal, por exemplo, não figura entre os principais importadores mundiais e regionais de cerveja, mas aparece na 2ª posição entre os países europeus que mais importa cerveja do Brasil.

ANÁLISE DE MERCADO PELO NCM – UMA LIMITAÇÃO IMPORTANTE

A abrangência de todos os tipos de cerveja de malte sob o NCM 2203.00.00 traz uma limitação importante para os estudos de mercado da cerveja. Não é possível identificar, no valor total comercializado entre os países, qual é a participação de cada tipo de cerveja (Pilsen, Bock, Weisbier, etc) nos dados agregados.

Isso ocorre porque as alterações de mercados e produtos ocorrem de forma muito mais rápida do que as atualizações das Classificações Fiscais pelos órgãos responsáveis. O caso das Cervejas é um dos mais evidentes nesse sentido, uma vez que, apesar de o mercado de variedades deste setor ter apresentado um crescimento expressivo nos últimos anos - com o desenvolvimento não apenas de diferentes cervejas artesanais pasteurizadas, mas também de cervejas não pasteurizadas e sazonais (conhecidas como high-end) -, não houve a devida atualização de sua Classificação que possa diferenciar os diferentes tipos e valores agregados das cervejas.

Essa limitação representa uma dificuldade adicional para o dimensionamento dos mercados consumidores e a segmentação dos mercados. Trata-se de uma dificuldade que impede uma análise mais apurada sobre quais são os tipos de cerveja mais exportado e importados por cada país. Além disso, faz com que os dados comerciais das cervejas produzidas em menor escala, frequentemente de alto valor agregado, sejam mal representados no agregado total, ou até distorcidos (como ocorre com os valores de preço médio, por exemplo). De todo modo, por meio da plataforma Comex Stat, é possível apurar as informações de exportação por Unidade Federativa (UF) do Brasil, obtendo, também, seus respectivos preços médios. Unindo essas informações com conhecimentos adicionais sobre a estrutura produtiva de cervejas no Brasil e a localização e especialização dos diferentes produtores, pode-se inferir o tipo de cerveja que está sendo representada nos dados. Entretanto, as informações obtidas são apenas de dados de exportação do Brasil, e é importante ressaltar que essa forma tampouco é totalmente acurada.

Dessa forma, aqueles interessados em identificar mais precisamente quais são os tipos de cerveja mais exportadas e importadas, por país, devem lançar mão de outros meios de pesquisa, para além dos dados reunidos nas ferramentas comuns de busca. Visitas in loco, missões comerciais, participação em feiras de negócios e exposições setoriais, por exemplo, devem ser consideradas para uma investigação mais precisa das tendências de cada país.

ANÁLISE DE PREÇO MÉDIO POR REGIÃO

A abrangência da classificação fiscal das cervejas de malte dificulta uma análise do preço médio das exportações brasileiras. Entretanto, uma comparação do preço médio/quilograma da cerveja brasileira exportada para os principais compradores da América Latina e da Europa revela uma informação importante: há uma diferença abissal entre os preços FOB praticados pelo Brasil conforme a região analisada.

Preço médio* dos grandes importadores de cerveja brasileira, por região (2021):

Países	Preço Médio
Paraguai	\$ 0,56
Bolívia	\$ 0,58
Chile	\$ 0,46
Uruguai	\$ 0,45
Argentina	\$ 0,36
Média regional	\$ 0,48
Países Baixos (Holanda)	\$ 3,88
Portugal	\$ 1,47
Reino Unido	\$ 1,97
França	\$ 1,06
Alemanha	\$ 1,62
Média regional	\$ 2,00

*O Preço médio foi calculado a partir de valores FOB; o que faz com que o custo da logística internacional não esteja embutido no mesmo.

Fonte: elaboração própria a partir de Comex Stat.

O preço médio/quilograma da cerveja brasileira exportada para os 05 maiores compradores da América do Sul é de US\$ 0,48. Entre os países analisados, o maior preço médio da região foi registrado para o Bolívia (US\$ 0,58), ao passo que o menor preço médio foi registrado para a Argentina (US\$ 0,36). A média de preço/quilograma de cerveja brasileira exportada para os 05 maiores compradores da Europa, por outro lado, é de US\$ 2,00. O maior preço/quilograma foi registrado para a Holanda (US\$ 3,88), e o menor preço foi observado nas exportações para a França (US\$ 1,06).

Essa diferença do preço médio da cerveja exportada pelo Brasil aponta para uma disparidade significativa do valor agregado da cerveja exportada, conforme a região de destino. Um preço médio/quilograma relativamente baixo das exportações de cerveja brasileira está associado a

uma cerveja de baixo valor agregado, produzida em larga escala. Por outro lado, a comercialização de cervejas de alto valor agregado, com um preço/quilograma relativamente mais caro, está associada às cervejas produzidas em menor escala, destinada para clientes mais exigente, apreciadores de cervejas tradicionalmente denominadas como “artesanais”, ou ainda high-end beer (cervejas de alto valor agregado devido, majoritariamente, à intensidade de insumos em sua produção, não pasteurizadas, e que atendem principalmente a um público conhecido como beer geeks).

O mercado de cerveja artesanal, vale ressaltar, está em fase de crescimento no mundo todo. O sub-ramo das cervejas high-end, em especial, ganhou mais atenção desde a pandemia do novo Coronavírus, pois as políticas de lockdown fizeram com que mais pessoas explorassem este tipo de cerveja. Entretanto, a difusão tanto na oferta (produção) quanto na demanda (consumo) ainda é relativamente pequena concentrada em poucos lugares.

Apesar dos EUA serem os líderes na produção de cervejas artesanais, o Brasil apresenta também um número cada vez maior de pequenos produtores qualificados neste ramo. Antes da alta mundial por cervejas craft beer (principalmente do tipo high-end), entusiastas brasileiros já se qualificavam em produções artesanais, estabelecendo um pequeno mercado com acesso a insumos importados (malte e lúpulo) de alta qualidade para suas produções.

Por fim, empresas que buscam clientes exigentes, consumidores de cervejas de alto valor agregado, devem buscar mercado nos países mais ricos, como os países da Europa, ou EUA. Todavia, não se deve ignorar que, mesmo nos países da América do Sul, há boas oportunidades a serem exploradas. O Brasil, como já especificado, possui um dos mercados que mais cresce no que diz respeito ao consumo de cervejas artesanais.

4 - CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo de mercado foi baseado em a) investigações realizadas nas ferramentas de busca apresentadas neste relatório; e b) 07 consultorias finalizadas pelo PEIEX, o programa de qualificação à exportação desenvolvido e idealizado pela ApexBrasil. A partir das informações coletadas, apresenta-se ao final deste relatório um esforço de síntese e recomendações gerais, úteis para todos aqueles interessados em exportar cerveja produzida no Brasil.

Em primeiro lugar, é fundamental apontar que a América do Sul é um espaço privilegiado para as exportações de cervejas brasileiras. Países como o Paraguai, Bolívia, Chile, Uruguai e Argentina, por exemplo, são vizinhos que já importam valores substanciais de cerveja brasileira todos os anos. Nesses países, portanto, há mais probabilidade de que o exportador brasileiro encontre mercados consumidores já habituados aos produtos brasileiros, o que pode ser um elemento facilitador para a comercialização com esses países, além da facilidade cultural e logística.

Recomenda-se, de todo modo, que os exportadores de cerveja brasileira olhem com atenção para os mercados consumidores da América do Sul. Os dados obtidos neste estudo provam que a região é um foco importante para as vendas nacionais, e os países localizados nessa área devem ser priorizados como mercados em potencial pelos cervejeiros no Brasil. Além disso, é fundamental salientar que as exportações para a região contam com uma vantagem adicional, que não poderá ser encontrada em mercados mais distantes: a facilidade logística. Por se encontrarem próximos da fronteira brasileira, as exportações para os países da América do Sul contam com vantagens competitivas relacionadas à facilidade e à agilidade do envio das mercadorias. Um cliente mais próximo significa agilidade na entrega, facilidade na distribuição, e, potencialmente, um frete mais barato. Todos esses elementos combinados fazem da América do Sul uma região que deve ser considerada pelos exportadores no Brasil.

Em segundo lugar, é importante lembrar que, a despeito da América do Sul representar um mercado relevante para os produtos do Brasil, há mercados consumidores de cerveja significativamente mais amplos em outras regiões do mundo. Os Estados Unidos e a Europa, por exemplo, representam 38% e 34% das importações mundiais de cerveja. Juntos, os EUA. e a Europa dominam 72% das compras internacionais de cerveja. Ou seja, todo exportador de cerveja do Brasil deve também considerar que, apesar de existirem mercados promissores na América do Sul, a maior parte do consumo de cerveja está localizado em mercados mais ricos, tanto na América do Norte, bem como entre os países da Europa.

Recomenda-se, portanto, que o cervejeiro brasileiro mantenha em seu horizonte de possibilidades exportações para os Estados Unidos e para os países da Europa. Os mercados consumidores nos países ricos representam oportunidades valiosas de ampliação significativa das vendas,

pois um mercado maior significa pedidos maiores, escoamento mais eficiente da produção, e, em última instância, maiores economias de escala e aumento de produtividade.

O cervejeiro brasileiro deve manter em mente, contudo, que o ingresso nos mercados consumidores dos países ricos tende a ser mais complexo, em função de alguns elementos, como: a) controles sanitários são mais rígidos; b) certificações adicionais exigidas pelos órgãos reguladores; c) compradores possuem uma renda média mais elevada, e, portanto, estão habituados a consumirem produtos de maior qualidade; por fim, d) o produto brasileiro disputará mercado com diversas outras grandes marcas e fabricantes, e o nível de concorrência será mais acirrado. É importante salientar, todavia, que o contato com mercados mais exigentes costuma levar a melhorias de produto e de processo das empresas brasileiras. As adequações de produto, embalagem e de custos levam a desdobramentos positivos nas empresas. Trata-se de um aprendizado que traz resultados benéficos no longo prazo, e que potencializam o aumento de competitividade também no mercado interno.

Um balanço entre ambas as regiões demonstra as vantagens e as desvantagens de acesso aos diferentes mercados. Na América do Sul, o aspecto cultural e a proximidade geográfica são vantagens naturais de inserção comercial para o cervejeiro brasileiro. Em mercados mais desenvolvidos, por outro lado, o poder aquisitivo e a cultura consumidora de cerveja artesanal facilitam a inserção de produtos de maior valor agregado. Sobre as desvantagens: na América do Sul, o mercado de cerveja artesanal ainda é incipiente, e somente uma fração da população tem acesso a essas mercadorias premium. Já no mercado europeu e estadunidense, a grande concorrência é o maior empecilho para o produtor brasileiro.

Por fim, há um outro detalhe relevante que os dados apresentados neste estudo revelaram: a cerveja brasileira exportada para a Europa é uma cerveja de maior valor agregado, ao passo que a cerveja brasileira exportada para os países da América do Sul é uma cerveja de menor valor agregado. Portanto, os produtores de cerveja high-end craft beer devem se manter atentos para oportunidades de negócios, principalmente, nos países mais ricos da Europa, como a Holanda, por exemplo.

Munidos dessa informação, de que a cerveja exportada para a Europa é uma cerveja em média mais cara, os exportadores brasileiros terão um elemento adicional que os ajuda a prospectar mercados para os seus produtos, conforme as suas especificidades. Assim, os produtores focados em cervejas de alto valor agregado farão melhor em direcionar a sua prospecção comercial para os países ricos, ao mesmo tempo em que monitoram oportunidades também nos países em desenvolvimento. Por outro lado, os produtores de cerveja que não se enquadram em mercados de nicho deverão manter o seu foco na América Latina, ao mesmo tempo em que desenvolvem produtos mais sofisticados, que, no futuro, atendam às exigências dos mercados mais ricos,

como os EUA, Canada e Europa.

Evidentemente, isso não significa que toda cerveja exportada para os países da América do Sul é uma cerveja de menor valor agregado. Essa conclusão foi obtida por meio de uma análise do valor médio cobrado por quilograma de cerveja exportado, e as exceções (para todas as regiões), estão diluídas no agregado dos dados. Caberá ao cervejeiro brasileiro investigar onde estão as melhores oportunidades comerciais, de acordo com as especificidades de sua cerveja.

Derradeiramente, cabe lembrar que as orientações apresentadas neste estudo de mercado têm um propósito instrutivo, com o objetivo de guiar os cervejeiros que pretendem ingressar em mercados estrangeiros, ou aprimorar as suas estratégias de venda internacional. Porém, a variedade de cervejas existentes, a constante transformação dos mercados consumidores e a vasta oferta disponibilizada por produtores inovadores exige que as estratégias comerciais sejam frequentemente revistas e realinhadas conforme os planos de cada empresa.

A estratégia comercial a ser adotada para as exportações, portanto, deve ser alvo de uma reavaliação contínua, e a monitoração dos resultados uma prática costumeira. Sabendo disso, os produtores de cerveja no Brasil terão maiores chances de iniciar as suas exportações de uma maneira segura e planejada.

Bons negócios!

5 - LINKS ÚTEIS

- **Anuário da Cerveja 2020 (MAPA):** Relatório anual do mercado de cervejas no Brasil. (<https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/noticias/com-crescimento-de-14-4-em-2020-numero-de-cervejarias-registradas-no-brasil-passa-de-1-3-mil/anuariocerveja2.pdf>)

- **Beverage Trade Network:** Plataforma business-to-business do mercado cervejeiro. (<https://beveragetradenetwork.com/en/welcome-to-btn.htm>)

- **Catalisi:** Plataforma internacional dedicada a pesquisa de mercado do setor cervejeiro do Brasil e do mundo por meio da divulgação de análises, notícias e outros. (<https://catalisi.com.br/>).

- **Flanders Investment and Trade:** Plataforma do governo belga dedicada a estudos de mercado em diversos setores que buscam auxiliar companhias do país a expandirem seus mercados. Apesar de serem voltados a companhias belgas, os relatórios são muito completos e podem ser de grande utilidade para todos os produtores em diversos ramos. (https://www.flandersinvestmentandtrade.com/language_selection?destination=%3Cfront%3E)

- **International Trade Administration:** Plataforma do governo dos Estados Unidos dedicada a informação de acesso e requerimentos de mercados a exportadores americanos. Apesar de ser voltada a produtores do país, as informações de requerimentos gerais podem ser muito úteis a qualquer produtor, em todos os setores. (<https://www.trade.gov/>).

- **Untappd:** Rede social que permite com que os usuários avaliem as cervejas que bebem. (<https://untappd.com/>)

6 - REFERÊNCIAS

1. Access2Market. **Comissão Europeia**. 2022. Disponível em: <https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/pt/home>.
2. Acordos Comerciais. **SISCOMEX**. 2022. Disponível em: <http://siscomex.gov.br/acordos-comerciais/>.
3. Comex Stat. **MDIC**. 2022. Disponível em: <http://comexstat.mdic.gov.br/pt/home>.
4. Export Potential Map. **ITC**. 2022. Disponível em: <https://exportpotential.intracen.org/en/>.
5. Global Trade Help Desk. **ITC; UNCTAD; OMC**. 2022. Disponível em: <https://globaltradehelpdesk.org/pt>.
6. Market Access Map. **ITC**. 2022. Disponível em: <https://www.macmap.org/>.
7. Painéis de Inteligência de Mercados. **ApexBrasil**. 2022. Disponível em: <https://paineisdeinteligencia.apexbrasil.com.br/index.html>.
8. Simular Tratamento Administrativo de Exportação. **SISCOMEX**. 2022. Disponível em: <https://portalunico.siscomex.gov.br/talpco/#/simular-ta?perfil=publico>.
9. Trade Map. **ITC**. 2022. Disponível em: <https://www.trademap.org/Index.aspx>.
10. Trains. **UNCTAD**. 2022. Disponível em: <https://trainsonline.unctad.org/home>.



Núcleo PEIEX FACAMP/CAMPINAS – SP

Gestor:

Gabriel Tadeu Antunes Machado

Coordenador:

Prof. Dr. Rodrigo Sabbatini

Monitor:

Prof. Dr. Olavo Furtado.

Técnicos extensionistas PEIEX:

Ana Regina Madeira

Francisco Falsetti Xavier

Gabriel Lauar de Moraes

Josiany dos Santos

Márcio Ferreira Rocha

Ricardo Sigalla

Tiago Terra

Tomás Pernías

Estagiários:

Felipe Siqueira

Alexandre Sarkis

Núcleo Operacional Campinas – FACAMP

Av. Alan Turing, 805 – Barão Geraldo

Campinas – SP. 13083-898

www.facamp.com.br/peiex

[19] 3754-8500 – [19] 953210397