

RESPOSTA
TÉCNICAPOTENCIAL DE CONSUMO
DE CERVEJAS NO BRASIL

Consumo de cerveja no Brasil e no mundo

Segundo a Associação Brasileira da Indústria da Cerveja (CervBrasil), mesmo ocupando a posição de terceiro maior produtor de cerveja do mundo, atrás apenas da China e dos Estados Unidos, e tendo a cerveja como a bebida alcóolica mais consumida no país, o Brasil ainda encontra uma distância significativa entre o potencial produtivo/consumidor de cervejas industriais e artesanais.

**13 bilhões**DE LITROS
É A PRODUÇÃO
ANUAL DE CERVEJA
NO BRASIL**14 bilhões**DE LITROS É O
CONSUMO ANUAL
DE CERVEJA NO
BRASIL

Segundo o site da cerveja artesanal Karavelle, o Brasil só perde para a Alemanha em variedades de cerveja, mas não em quantidade total consumida pelo país. Corroborando com essa informação, o site [Kirin Holdings](#) mostra os principais consumidores de cerveja *per capita* e por volume total, em que é possível avaliar que os países com maior número de habitantes, como China, EUA e Brasil, ainda possuem um grande espaço para crescimento, visto que o consumo *per capita* ainda encontra-se 118, 69 e 82 litros abaixo do primeiro consumidor (República Tcheca), respectivamente. Isso demonstra que incrementos pequenos no consumo *per capita* desses países podem refletir em demandas internas significativas.



/ Os principais consumidores de cerveja do mundo

CONSUMO TOTAL EM MILHÕES DE LITROS

NO RANKING		CONSUMO
1º	China	48.427,2
2º	Estados Unidos	23.392,5
3º	Brasil	12.195,4
4º	Rússia	10.478,4
5º	Áustria	8.661,6
27º	República Theca	1.512,0
31º	Alemanha	907,2

CONSUMO PER CAPITA EM LITROS

NO RANKING		CONSUMO
1º	República Theca	144
2º	Alemanha	108
3º	Áustria	108
9º	Estados Unidos	75
11º	Rússia	74
17º	Brasil	62
33º	China	26

FONTE: DO AUTOR, COM DADOS DE BATH-HAAS GROUP (2012).

Diante desse cenário otimista, do ponto de vista do potencial de crescimento das cervejarias, em países de baixo consumo *per capita* como China e Brasil, as cervejarias artesanais ainda continuam sua longa jornada rumo à obtenção de fatias mais significativas no mercado nacional. Segundo reportagem publicada no site do UOL em 2013, no Brasil existem cerca de 200 microcervejarias, as quais representam apenas 0,15% do mercado total de cervejas, com perspectivas de alcançar 2% do mercado total nos próximos 10 anos.

A perspectiva de crescimento das cervejarias artesanais é alta e conta com um cenário positivo, no que se refere a reduções de consumo de cervejas industriais, ocasionadas pela Lei Seca e pelo aumento dos preços, segundo o site EM Digital. Além disso, de janeiro a outubro de 2013, o preço da cerveja industrial subiu 9,35%, duas vezes mais que a inflação oficial, de 4,38%, segundo o Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA).

Tendo em vista a presença de megaeventos no Brasil, o estímulo à comercialização de cervejas artesanais é uma medida de muita importância para o setor e deve ser iniciada através das ações de marketing e da organização da cadeia no que tange canais de venda e distribuição.



Segundo levantamento realizado pela Assessoria de Gestão Estratégica do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa), o aumento da renda dos brasileiros nos últimos cinco anos tem alavancado o consumo interno de alimentos de maior valor agregado, como carnes e derivados do leite, além de bebidas, como vinho e cerveja, que ampliaram suas vendas em 3,2 e 3,85% ao ano, respectivamente.

De acordo com o Mapa, nos últimos cinco anos a renda da população aumentou 8,6%. Segundo José Garcia Gasques, coordenador de Planejamento Estratégico do Mapa, a tendência é de que o aumento do consumo continue na próxima década.

Como poderá ser visto abaixo, entre as cidades brasileiras que mais consomem bebida fermentada, como as cervejas, estão: Salvador, Recife, Fortaleza, Cuiabá e Belo Horizonte. Nessas cidades estarão jogando seleções de importância frente ao consumo mundial de cerveja, como a Alemanha que jogará em Salvador, Recife, Fortaleza e Curitiba.

/ Ranking do consumo de bebidas fermentadas no ano de 2012 para as cidades-sede da Copa do Mundo da FIFA 2014 e seleções com potencial de consumo que jogarão em cada cidade

RANKING*	CIDADES-SEDE	SELEÇÕES
1	Salvador	Alemanha, Espanha, Holanda
2	Recife	EUA, Alemanha
3	Fortaleza	Brasil, Alemanha
4	Cuiabá	Rússia, Austrália
5	Belo Horizonte	Bélgica, Inglaterra
6	Rio de Janeiro	Espanha, Bélgica, Rússia
7	São Paulo	Brasil, Inglaterra, Holanda
8	Natal	EUA
9	Curitiba	Rússia, Austrália, Espanha, Alemanha
10	Manaus	Inglaterra, Estados Unidos
11	Brasília	Brasil
12	Porto Alegre	Austrália

*RANKING ESTABELECIDO COM BASE NO CONSUMO DE BEBIDAS FERMENTADAS EM CADA CIDADE-SEDE NO ANO 2012.

É importante ressaltar que as quatro primeiras cidades-sede ranqueadas como principais consumidores de bebidas fermentada em 2012 são cidades de clima quente, com elevadas temperaturas a maior parte do ano e, certamente, esse deve ser um ponto, que aliado ao aspecto cultural de cada cidade, faz com que o consumo de bebidas como a cerveja seja elevado. Cidades como São Paulo, Curitiba e Porto Alegre preenchem a lista do meio até o final, 7º, 9º e 12º, respectivamente, mostrando que não são os principais consumidores de bebida fermentada no Brasil, segundo a análise no ano de 2012.



A questão cultural pode alterar a relação apontada, porém, a relação do clima com o tipo de bebida existe, conforme análise posterior publicada na Resposta Técnica sobre o Mercado de Cafés Especiais no Brasil.

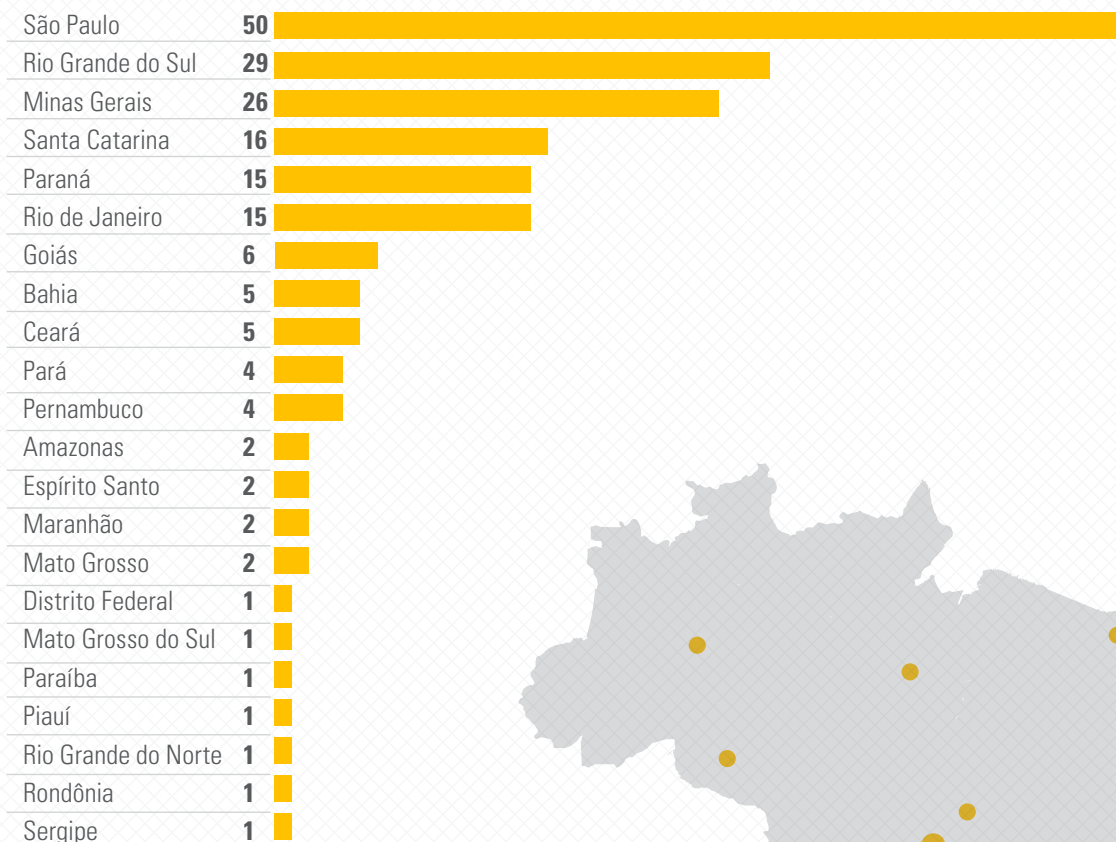




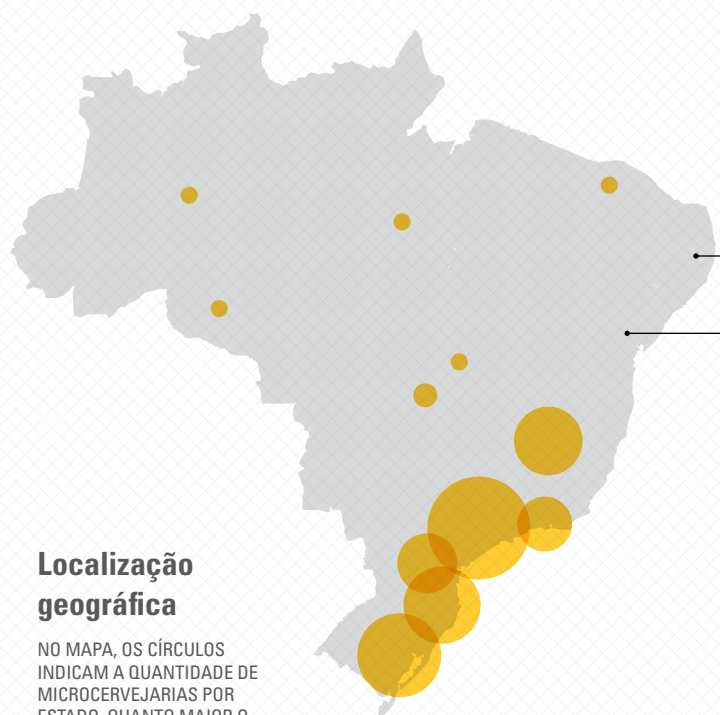
No gráfico abaixo é apresentado o número de cervejarias por estado brasileiro, em que é possível notar que o maior número encontra-se no estado de São Paulo (50), representando uma fatia de 26% do total de cervejarias avaliadas (190). Após o estado de São Paulo, com o maior número estão: Rio Grande do Sul (29), Minas Gerais (26) e Santa Catarina (16).

Segundo a lista completa de estabelecimentos e bebidas fornecida pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) em 25/06/2014, a soma de empresas produtoras e fabricantes de cerveja cadastradas pelo MAPA foram de 190 (descontando empresas acondicionadoras, envasilhadores, engarrafadoras e standardizadoras), divididas da seguinte maneira entre os estados do país:

/ Número de cervejarias por estado



Analisando as informações apresentadas na tabela e no gráfico acima, torna-se clara a necessidade de direcionamento nas logísticas de venda e distribuição, uma vez que estados como Santa Catarina, que não tem cidade-sede na Copa do Mundo da FIFA 2014, e Rio Grande do Sul, que apresenta Porto Alegre como o último consumidor de bebidas fermentadas em 2012, precisam dirigir seus potenciais produtivos para outros estados, a fim de aproveitar a elevada demanda ocasionada pelo megaevento.



Localização geográfica

NO MAPA, OS CÍRCULOS INDICAM A QUANTIDADE DE MICROERVEJARIAS POR ESTADO. QUANTO MAIOR O CÍRCULO, MAIOR O NÚMERO DE ESTABELECIMENTOS

Estados como Bahia e Pernambuco estão no topo do *ranking* de consumo de bebidas fermentadas, mas não possuem número significativo de cervejarias, segundo relação encontrada. Esse fato chama atenção para o mercado potencial da cerveja nesses estados, visto que o clima e o hábito de consumo convergem para possíveis crescimentos no *market share* desse produto.



A entrada no negócio demanda conhecimento sobre a fabricação de cerveja, tendo em vista que o padrão de consumo desse produto não é por preço, mas sim por experiências gustativas.

A atração do consumidor da cerveja artesanal deve ser pensada desde ações de marketing, contratos prévios com bares, restaurantes e hotéis, até montagens de quiosques em pontos estratégicos, como shoppings e aeroportos e pontos turísticos. Essas estratégias devem ser realizadas antecipadamente, no intuito de mapear as rotas dos turistas, dentro das cidades-sede, durante o megaevento, objetivando potencializar as vendas no período.

Segundo o presidente da Associação dos Cervejeiros Artesanais Paulista, Victor Marinho, basicamente dois estilos são encontrados nas cervejas artesanais. O primeiro segue uma identidade visual ligada ao mercado alemão, com características mais tradicionais. O segundo segue o padrão norte-americano, em que a identidade visual é mais dinâmica e sem padronização. Segundo Marinho, para quem está entrando nesse setor, umas das primeiras decisões encontra-se na escolha do escopo que a marca adotará.

Esse aspecto certamente terá influência durante o Mundial de futebol, tendo em vista que a grande diversidade de turistas estrangeiros poderão reger suas escolhas, baseados nos seus hábitos culturais, em que a identidade visual possui um peso significativo.

Segundo Marinho, a maioria das novas microcervejarias se enquadra nesse segundo movimento, de um mercado mais lúdico, com rótulos até engraçados e uso de produtos exóticos, sem se prender a padrões ou estilos.

Marinho aponta que quem pretende investir no setor de cervejas pode terceirizar a produção, mas não pode deixar de estudar o mercado. Entretanto, aqueles que pretendem criar sua própria linha de produção deverão estar preparados para um investimento mínimo de R\$ 200 mil para abrir uma indústria e comercializar a cerveja.

Uma excelente oportunidade de profissionalização do setor surgiu, uma vez que a cidade conhecida pelo Oktoberfest, Blumenau (SC), será sede da primeira Escola Superior de Cerveja da América Latina. O curso foi criado pelo Instituto de Administração de Empresas (IADE) e será ministrado em um espaço de aproximadamente seis mil metros quadrados que contará com 11 salas de aula, quatro laboratórios, uma pequena fábrica e um *brew pub* (bar da cervejaria).

Uma oportunidade de capacitação imediata na área são os cursos técnicos de Mestre Cervejeiro e Técnico em Cervejaria, oferecidos pelo [Senai RJ](#).



As grandes cervejarias são como bancos que esperam apenas o retorno financeiro. Para as microcervejarias, o que está em jogo é o trabalho do artista. São cervejas com propósitos diferentes”.





Os empreendedores do setor de cervejas artesanais devem se organizar através de entidades, a fim de promover a divulgação das cervejas artesanais brasileiras, durante a Copa do Mundo da FIFA 2014. Alguns exemplos:

- Associação dos Cervejeiros Artesanais do Brasil (ACervA Brasil)
- Associação das Micro Cervejarias Artesanais de Santa Catarina (Acasc)
- Associação Brasileira dos Degustadores de Cerveja (Abradeg)

/ Ações prévias que poderão auxiliar no aumento das vendas e divulgação



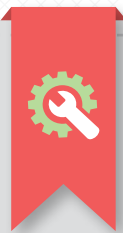
criação de contratos com hotéis, bares e restaurantes



montagem de quiosques em pontos turísticos, shoppings e aeroportos.

As cidades do Norte, Nordeste e Centro-Oeste do Brasil possuem *déficit* de marcas comercializadas de cervejas artesanais e, portanto, deveriam ser olhadas como um mercado potencial durante o evento. O clima e o hábito de consumo poderão ser pontos favoráveis para o aumento das vendas nessas regiões.

Sabendo que no mercado de cerveja artesanal, o preço não dita a vantagem competitiva, a qualidade das bebidas, então, se faz determinante no sucesso das marcas e, por isso, o treinamento e conhecimento sobre a fabricação de cervejas devem ser buscados para que o mercado seja sempre alcançado com excelência.



Sua opinião faz a diferença!

Por isso o Projeto de Inteligência Competitiva do Programa Sebrae 2014 quer saber mais sobre suas expectativas e satisfação. Responda a breve pesquisa que elaboramos especialmente para você e seu negócio!



SEBRAE

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS
MICRO E PEQUENAS EMPRESAS

Presidente do Conselho Deliberativo Nacional: Roberto Simões
Diretor-Presidente: Luiz Barretto | Diretor-Técnico: Carlos Alberto dos Santos
Diretor de Administração e Finanças: José Claudio dos Santos | Fotos: banco de imagens

UAMSF – Unidade de Acesso a Mercados e Serviços Financeiros
UAGRO – Unidade de Atendimento Coletivo – Agronegócio
Conteúdo: João Dórea e Maria Carolina Pinto

