



ESTUDO DE MERCADO

SETOR DE PROMOÇÃO COMERCIAL, DE
INVESTIMENTOS E TURISMO

EMBAIXADA DO BRASIL
EM PRETÓRIA
2018

Descrição da iniciativa:

A Agência Brasileira de Promoção das Exportações e Investimentos (Apex-Brasil) trabalha em cerca de 60 Projetos Setoriais que visam à promoção da indústria brasileira no mercado internacional. Esses projetos são desenvolvidos em parceria com as associações empresariais que representam os setores produtivos nacionais e reúnem empresas brasileiras. Boa parte dos setores da economia brasileira é contemplada por meio dessa iniciativa.

Para decidir sobre os mercados (países) prioritários dos Projetos, utiliza-se método que combina aspectos quantitativos e qualitativos em que são conferidas notas para cada mercado (país). Historicamente, a parte quantitativa que envolve coleta, análise e cálculos estatísticos de dados (de comércio, macroeconomia, setor, logística, competitividade, etc.) é realizada pela área de inteligência da Apex-Brasil e a parte qualitativa (ambiente de negócios, barreiras, adequação do produto, etc.) é elaborada a partir da percepção dos empresários em relação aos mercados analisados.

Com o processo de integração entre a Apex-Brasil e o Ministério das Relações Exteriores, esse exercício passou a contar com a importante contribuição de inteligência, experiência e conhecimento local dos Setores de Promoção Comercial (SECOMs), além dos escritórios da APEX no exterior. Espera-se assim fortalecer especificamente a nota qualitativa dos mercados, agregando visão adicional em relação às oportunidades e aos desafios que o Brasil enfrenta nos diferentes mercados.

Dessa forma, o SECOM fez estudo de mercado para avaliar o grau de interesse/opportunidade para a exportação dos produtos/serviços brasileiros no país de atuação (África do Sul, Lesoto e Maurício), considerando cada um dos setores analisados.

Possíveis respostas:

- Muito interesse para as exportações brasileiras
- Interesse regular para as exportações brasileiras
- Pouco interesse para as exportações brasileiras
- Não tem interesse para as exportações brasileiras
- Não temos elementos suficientes para responder

SETOR DE CACHAÇA

IBRAC – Instituto Brasileiro da Cachaça: <http://www.ibrac.net>

Projeto entre APEX e IBRAC: “Taste Brazil” - www.tastebrasil.com

O objetivo do projeto é aumentar as exportações do setor da Cachaça, consolidando o reconhecimento da Cachaça no mercado internacional como um destilado genuinamente brasileiro e ampliando-se a demanda por um destilado de qualidade internacional e valor agregado.

Avaliação: Pouco interesse

Justificativa:

A indústria de bebidas alcoólicas da África do Sul é dominada pelos setores de vinho e cerveja. O consumo de cerveja corresponde a mais de 70% do consumo de bebidas alcoólicas no país e a mais de 50% do valor de mercado de bebidas alcoólicas. O consumo de vinho é também expressivo e acompanha a reputação internacional da indústria vinícola sul-africana.

A cachaça é comercializada de forma sistemática no mercado local há pelo menos 15 anos, contudo a bebida continua pouco conhecida no mercado sul-africano. A bebida é usualmente associada a um único coquetel, a caipirinha, e os consumidores sul-africanos não compartilham o hábito consumir a cachaça pura, como bebida “premium”. O consumo da caipirinha encontra dificuldades pela escassez do limão verde no mercado local e, como bebida para outros coquetéis, a cachaça enfrenta a concorrência de produtos como a vodka, o que dificulta a criação de tendência para o seu consumo.

Contato com revendedores locais confirmou o baixo desempenho da comercialização da cachaça. As duas marcas comercializadas, a Pitú, por preço médio de ZAR 148,00 (USD 12,33), e a Germana, por aproximadamente ZAR 575,00 (USD 47,91), têm pouca procura. O valor de revenda da Germana é considerado alto para o mercado local e a Pitú é usualmente procurada para a preparação da caipirinha. A venda da bebida está, assim, limitada a nicho específico de mercado.

A percepção de desconhecimento do produto é reforçada pela reação de empresas sul-africanas convidadas pela APEX em 2017 a visitar fábricas de cachaça “premium” no Brasil. Segundo apurado pelo Posto, as empresas manifestaram pouco interesse na bebida por tratar-se de produto pouco conhecido no país.

Revendedores e especialistas de comércio consultados pelo Posto avaliam que o crescimento das vendas de cachaça no mercado sul-africano demanda investimento em campanhas e ações de marketing de modo a tornar a bebida mais conhecida junto aos consumidores locais e estimular o seu consumo. Por exemplo, poder-se-ia promover a participação de produtores de cachaça em concursos locais e divulgar eventuais premiações para difundir a bebida junto ao público local. Recorde-se, a propósito, que as cachaças brasileiras “Cambeba Ouro 10 anos” e “Cambeba Prata”, receberam, respectivamente, em 2017, a dupla medalha de ouro e a medalha de ouro no concurso “Michelangelo International Wine & Spirits Awards”, um dos mais tradicionais concursos de bebidas alcoólicas do país.