



ABRADEG

Associação Brasileira de Degustadores de Cerveja

Competitividade e Qualidade no Setor Cervejeiro

Marcelo Cerqueira

Presidente

Associação Brasileira de Degustadores de Cerveja

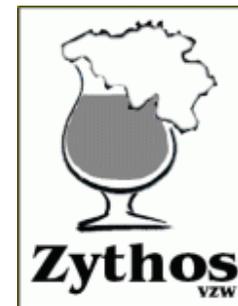
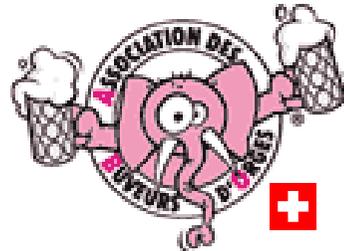


ABRADEG

Associação Brasileira de Degustadores de Cerveja

Sobre a ABRADEG

- Legalmente criada
- Associação sem fins lucrativos
- Foco no consumidor
- Atuação internacional



Sobre a ABRADEG

- Representa o consumidor de cerveja no Brasil
- Proximidade do consumidor individual e coletivo, como grupos e confrarias
- Apóia toda ação que fomente o mercado
- Pesquisas de mercado



Em um restaurante não pedimos
“Um prato de comida”.
Da mesma forma, o consumidor
não quer pedir “*Uma Cerveja*”...

Michael Jackson

The beer hunter



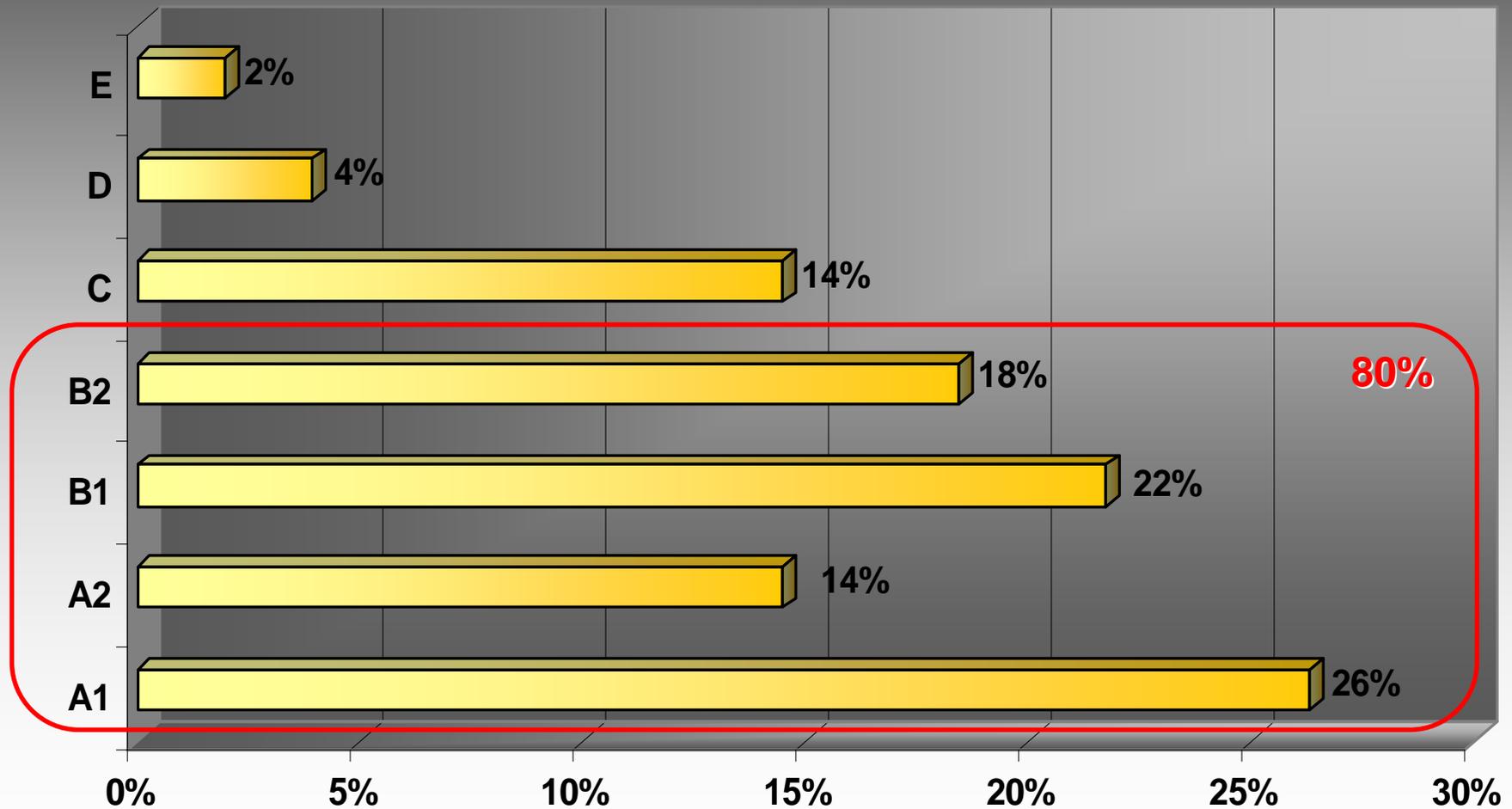
Pesquisa ABRADEG

Dados gerais da pesquisa:

- 1.520 Respostas
- 76% da região sudeste
- 37% do RJ
- Foco no Segmento Premium

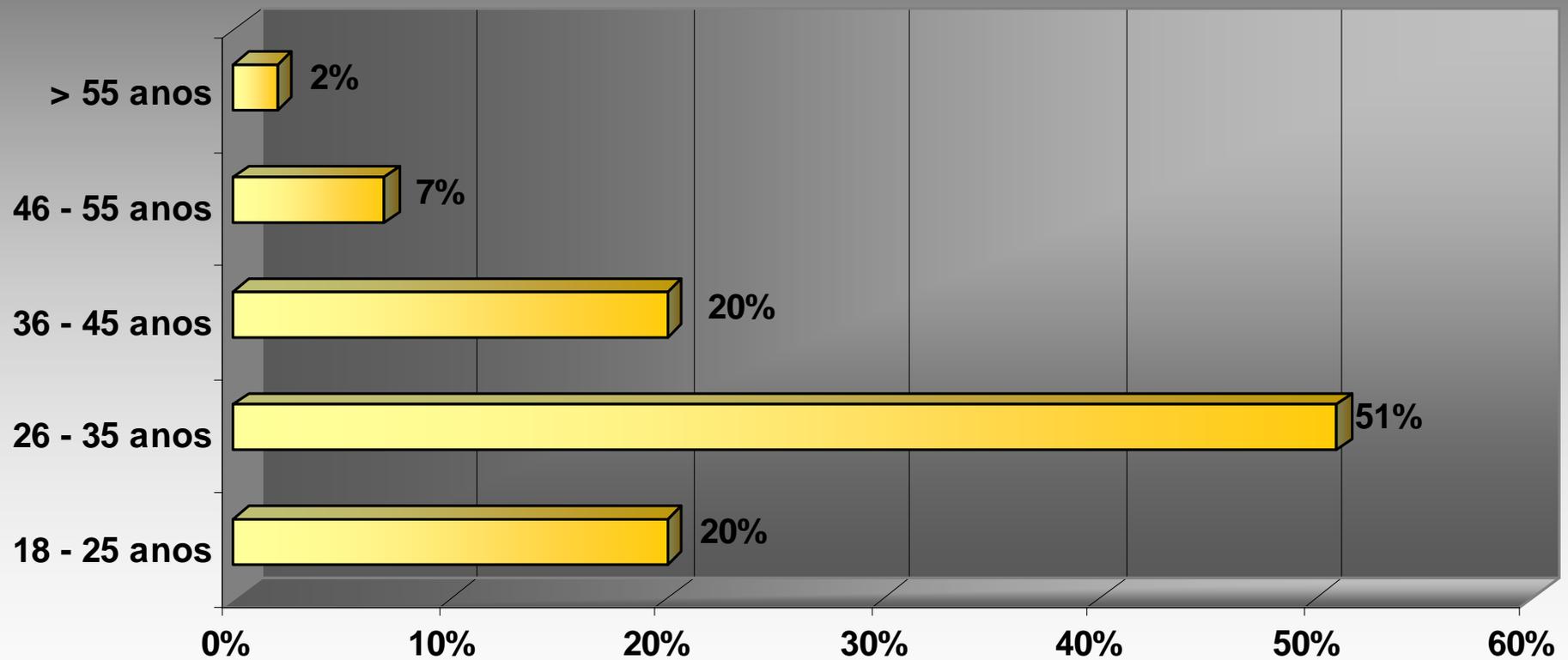
Pesquisa ABRADEG

Classe Econômica



Pesquisa ABRADEG

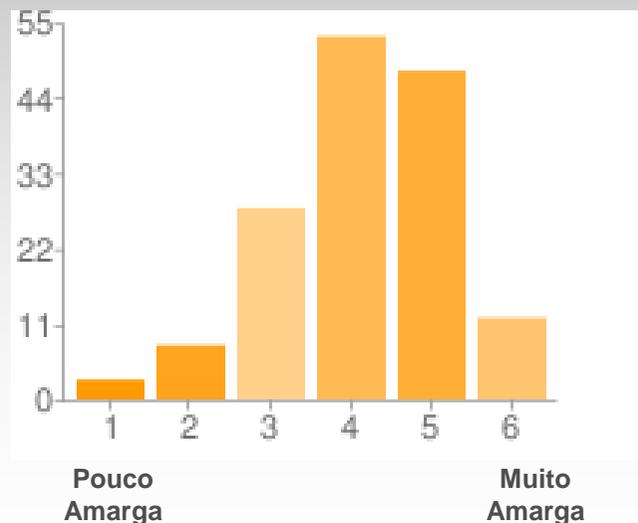
Faixa Etária



Pesquisa ABRADEG

As preferências - Amargor:

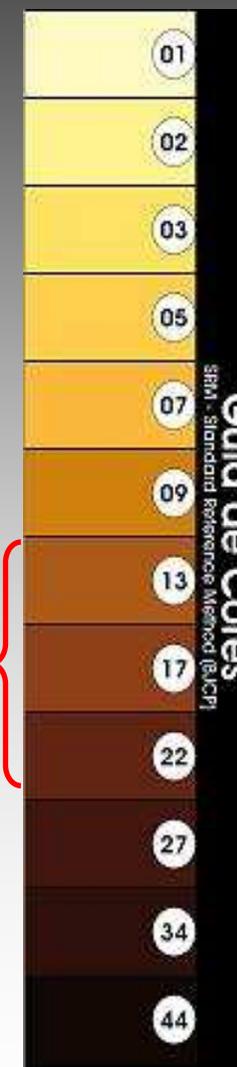
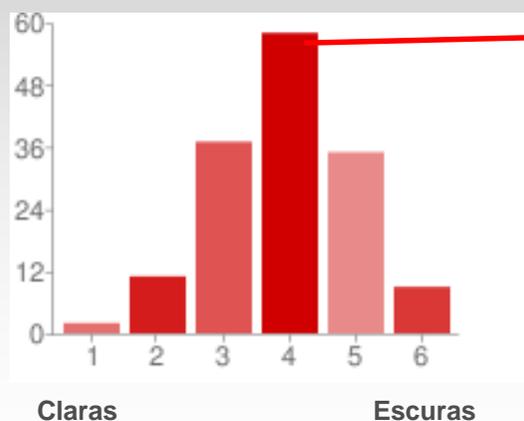
- 75% têm boa tolerância ao amargor (preferem de amargas a muito amargas)



Pesquisa ABRADEG

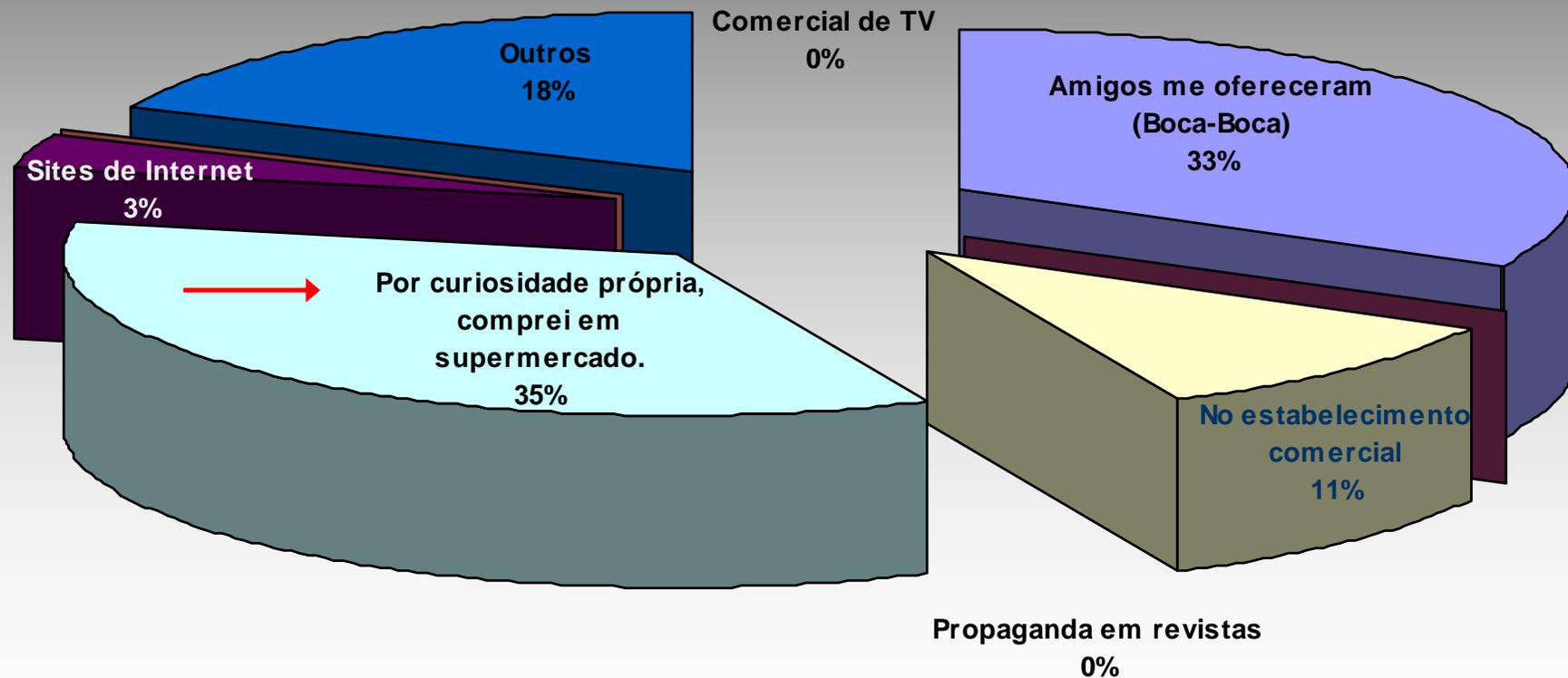
As preferências - Coloração:

- 67% preferem cervejas com cores fortes
- 38% para Rubi/Red - Avermelhadas
- 23% para Browns – Tons marrons/café



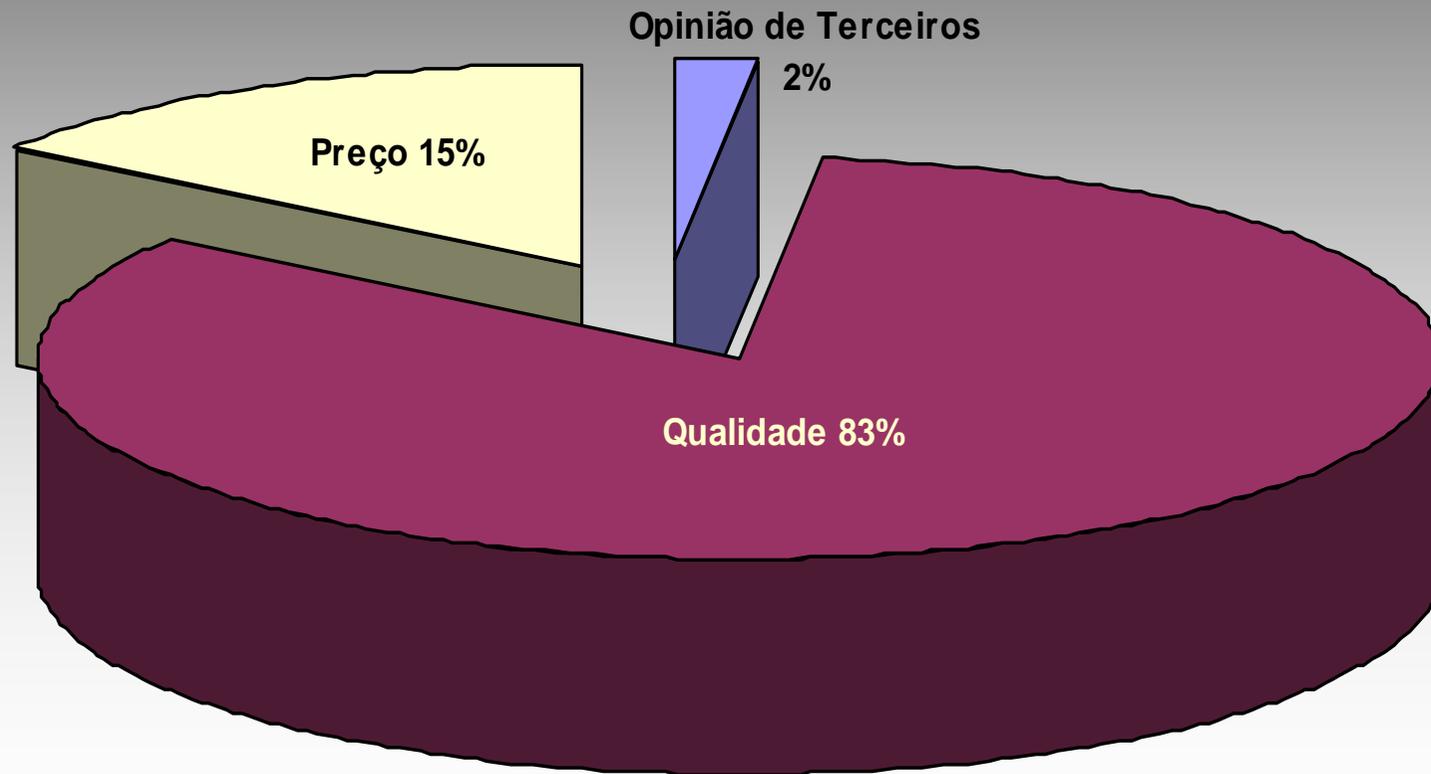
Pesquisa ABRADEG

Qual seu primeiro contato que o levou a experimentar cervejas especiais?



Pesquisa ABRADEG

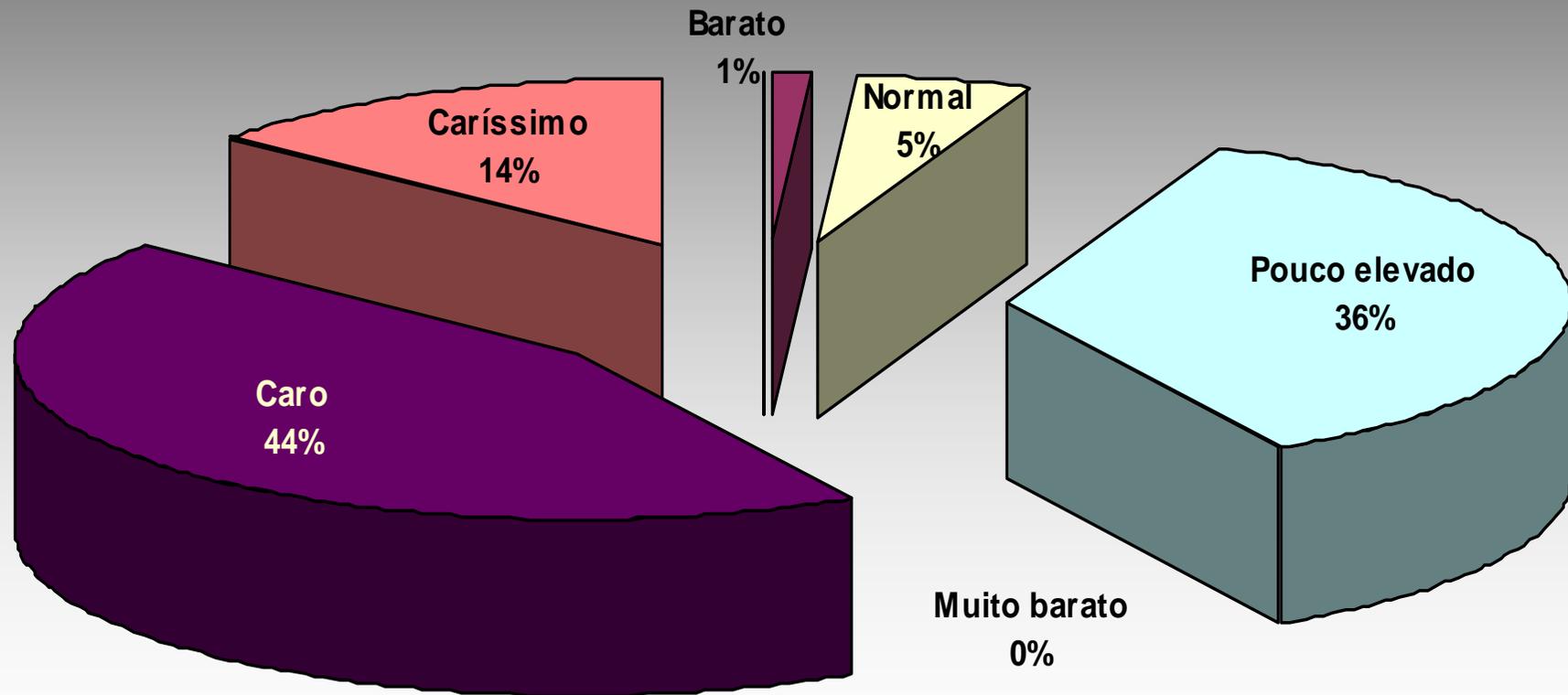
O quê mais afeta sua decisão de compra?



O consumidor quer qualidade!

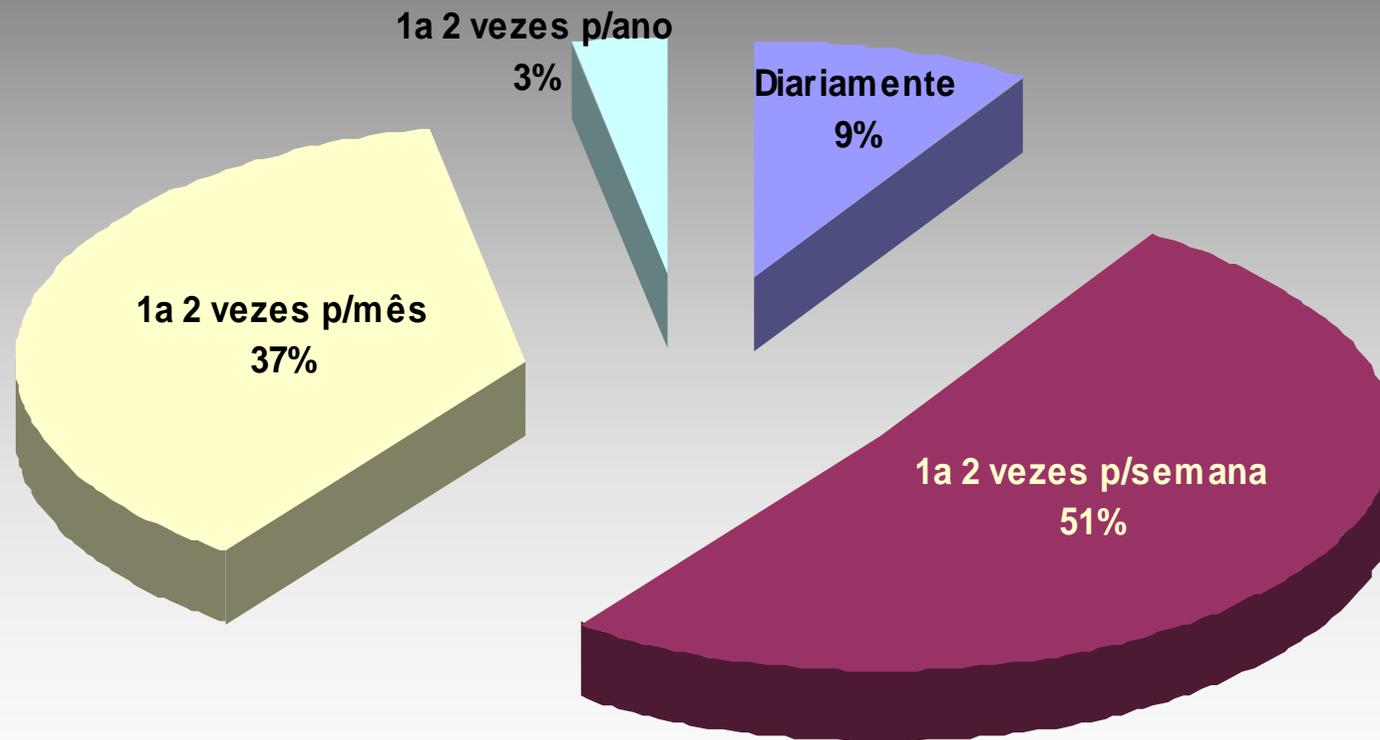
Pesquisa ABRADEG

O quê acha dos PREÇOS das cervejas especiais?



Pesquisa ABRADEG

Com que frequência consome cervejas especiais?





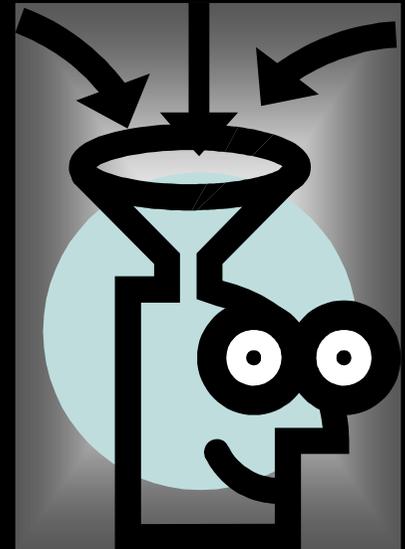
É preciso amadurecer
o mercado!

Maturidade do mercado

A maturidade é o próximo passo!

A evolução no consumo será resultado da **orientação** ao consumidor sobre:

- Diferentes tipos e estilos de cerveja
- Ingredientes
- Sabores
- Ocasões de consumo
- Dicas e harmonizações



Maturidade do mercado

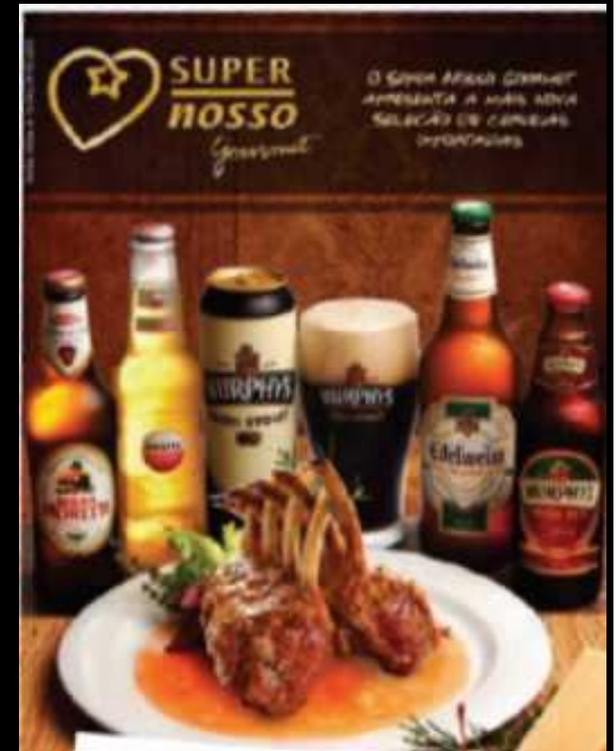
Mas como amadurecer?

1. Informação para o consumidor
2. Ações para crescimento do mercado

Maturidade do mercado

Informação para o consumidor:

- Eventos e Degustações
- Informações na mídia
- Cartas de cervejas e cardápios adequados (Bares, Hotéis e Restaurantes)
- Tablóides nas redes auto serviço, com dicas de harmonização
- Visitação à cervejarias
- Festivais durante o ano e melhor distribuídos pelo país



Tablóide usado por rede mineira

Maturidade do mercado

Ações para crescimento do mercado:

- Estimular abertura de novas cervejarias (linha de crédito própria)
- Patrocinar pesquisas de novos produtos
- Fortalecer Escolas de cervejeiras como SENAI e UEPA.



Competição x Qualidade

A competição saudável pode trazer ao consumidor final:

- Inovação nos produtos (embalagem, fórmulas, apelo, etc.)
- Maior variedade de estilos de cerveja
- Preços mais justos (segmento Premium)
- Aprimoramento do Conhecimento sobre cervejas do consumidor final
- Criatividade na conquista do consumidor



O quê o consumidor quer

1. Reformulação dos rótulos
2. Fiscalização, pois garante qualidade
3. Visibilidade e maior facilidade de consulta aos processos de registros
4. Certificações que reflitam o gosto do consumidor brasileiro.
5. Criação da Academia Brasileira de Cerveja

O quê o consumidor quer

1) Reformulação dos rótulos

Rótulos devem também conter:

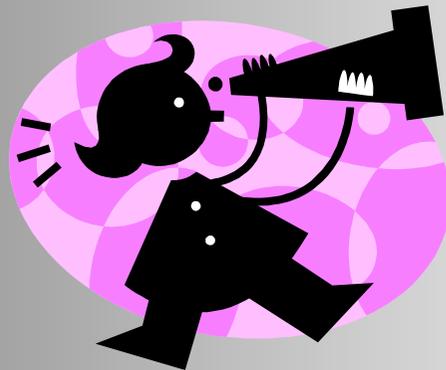
- Descrição de TODOS ingredientes
- Data de fabricação
- Valor nutricional



O quê o consumidor quer

2) Fiscalização:

- Coibir venda de produtos não autorizados ou irregulares
- Venda de cervejas fora da validade
- Divulgar os meios de envio de denúncias pelo consumidor, apoiando o fiscal



O que o consumidor quer

3) Visibilidade

Maior facilidade na consulta de produtos:

- Consumidor poderá consultar via celular e internet o registro de um produto
- Colocar em portal as ações de fiscalização em andamento
- Visibilidade do Chopp – Informações do Lote devem ficar no estabelecimento para consulta. Motivos: Chopp contaminado, venda de marca “semelhante”.



O quê o consumidor quer

4) Certificações

Premiações e certificações internacionais são importantes, mas precisamos ter as nossas.

- Certificações técnicas e qualitativas
- Certificações que reflitam o gosto do consumidor brasileiro.

O quê o consumidor quer

5) Criação da Academia Brasileira de Cerveja

Países competitivos que tiveram um crescimento sólido em seu mercado cervejeiro possuem escolas e academias focadas para o setor.

- Precisamos criar a Academia Brasileira!
- ABRADREG teve esta iniciativa junto a universidades privadas, mas sem sucesso.
- O projeto, nomes, pessoas e o quê
- É preciso apoio governamental!

CONTATOS

Marcelo Cerqueira

marcelo@abradeg.com.br

Tel.: (21) 9212-7636

www.abradeg.com

www.abradeg.com.br

Sobre o Autor

Marcelo Cerqueira

Executivo de multinacional responsável pela gestão da produção, apoio a projetos e implantação e Rollout de modelo de gestão para subsidiárias no continente africano, oriente médio e europa.

Graduado em Tecnologia da Informação PUC-RJ

MBA Administração – Gestão Empreendedora IBMEC

Mestrado em Estratégia - COPPEAD

MBA em Projetos – IBMEC

Cursos de Aprimoramento UCLA e IMD (Suíça)



ABRADEG

Associação Brasileira de Degustadores de Cerveja

FIM