



05/01/12 - Premium lança linha de latões e long necks

O mercado de cervejas especiais, que finalmente deslanchou no Brasil, segue gerando novas oportunidades de negócios. A Cervejaria Premium, por exemplo, com fábrica no município de Frutal, no Triângulo Mineiro, tem apostado pesado nesse segmento. A empresa, que fabrica as pilsens Bella e Fass, além das premium Bauhaus e Santa Fé, acaba de investir R\$ 7 milhões para colocar no mercado uma linha de long necks e latões com os rótulos Bauhaus e Santa Fé.

Os novos produtos chegaram às prateleiras em novembro de 2011. De acordo com o gerente comercial da Cervejaria Premium, Ricardo Castilho Filho, a expectativa é lançar, pelo menos, outros quatro rótulos premium em 2012. "A indústria cervejeira nacional está passando por um momento incrível. Por isso estamos atentos às novas possibilidades que estão surgindo, principalmente em decorrência do aumento do poder de compra dos consumidores brasileiros, que também estão mais exigentes", afirmou.

Conforme Castilho Filho, o lançamento dos futuros rótulos não demandará aportes significativos, uma vez que as últimas adequações no maquinário já foram feitas pensando no aumento da produção. "Em termos de equipamentos, já estamos prontos. Os investimentos necessários serão em campanhas de marketing", disse.

A Cervejaria Premium produz um milhão de hectolitros por ano e opera, em média, com apenas 20% de ociosidade. A empresa já comercializa os produtos para os principais mercados consumidores brasileiros, nos estados de Minas Gerais, São Paulo, Rio de Janeiro, Mato Grosso do Sul, Rio Grande do Sul e Paraná. No entanto, outra meta, segundo Castilho, é chegar, ainda em 2012, a todas as unidades da federação.

Distribuição - Para atingir esse objetivo ele disse já estar negociando a distribuição das cervejas pelas maiores redes supermercadistas com atuação nacional como Walmart e Carrefour, além de importantes empresas regionais do gênero pulverizadas por todo o território nacional. "Essa é uma estratégia que vínhamos tentando consolidar já há alguns anos e agora, finalmente, teremos condições de efetivar. Boa parte das negociações já está em fase bastante adiantada", disse.



O resultado da Cervejaria Premium em 2011 reflete o momento extremamente promissor pelo qual o segmento passa no país. Apesar dos números consolidados ainda não terem sido fechados, Castilho Filho disse que a expectativa é de encerrar o último exercício com faturamento na casa dos R\$ 50 milhões, o que representa um incremento de 40% na comparação com o apurado em 2010.

CADASTRE-SE

Receba por e-mail os informativos da Abrasel:

[Cadastrar](#)

"Nosso desempenho não deixa dúvidas de que o momento para o nosso setor no Brasil é agora", afirmou.

Outra meta para 2012, conforme o gerente comercial, é ampliar a comercialização de chope. Hoje, o produto da marca é comercializado exclusivamente na região do Triângulo Mineiro. "Vender chope para outros estados exige uma estrutura bastante complexa de transporte, já que se trata de um produto sensível. Por isso estamos nos organizando para também avançar nesse segmento", afirmou.

Mercado - De acordo com o mestre cervejeiro Matthias Reinold, que tem 30 anos de profissão, apesar do recente boom dos rótulos de cervejas premium no Brasil, o mercado mundial de cervejas especiais sempre apresentou uma grande variedade de estilos. "O Brasil pertencia a um grupo de países com disponibilidade, quase que exclusiva, de cervejas tipo pilsen. Esse quadro vem sendo bruscamente alterado graças a estabilização da economia, o aumento do número de micro cervejarias - que se aproxima de 200 no país - e também à profusão dos cervejeiros caseiros", afirmou.

Para Reinold, nos próximos anos o mercado cervejeiro brasileiro deverá crescer com índices próximos aos do aumento do Produto Interno Bruto (PIB), ou ligeiramente acima. "Esse mercado também vai se consolidar, uma vez que os consumidores em geral ainda não têm a percepção do que são os diversos estilos de cerveja. Ainda temos um longo caminho pela frente", disse.

Fonte: Diário do Comércio-MG

© Abrasel 2012 | [Termos de uso](#) | [Webmail](#)



A Abrasel

[Perfil da Abrasel](#)
[Palavra do Presidente](#)
[Seccionais e regionais](#)
[Código de Conduta](#)
[Estatutos e Código de Ética](#)
[Publicações](#)

Serviços

[Apresentação](#)
[Ações realizadas no âmbito do Programa Qualidade na Mesa - 2004 / 2007](#)
[Projeto Papa Óleo](#)
[Links úteis](#)

Atualidade

[Notícias](#)
[Artigos](#)
[Entrevistas](#)

Agenda Associe-se!