

Entrada da Kirin deve acirrar competição das cervejas especiais

São Paulo - A entrada da japonesa Kirin no mercado brasileiro, através da aquisição da Schincariol, pode aumentar a competição no segmento de cervejas especiais, o que atualmente mais cresce no País, dizem analistas. Com a profissionalização da gestão, a empresa deve recuperar o segundo lugar da Schin no mercado, perdido recentemente para a Petrópolis, mas a primazia da AmBev não será ameaçada, acreditam os consultores. As cervejas especiais representam hoje apenas 5% das vendas totais do mercado, no entanto, impulsionadas pelo aumento de renda do consumidor brasileiro, avançam cerca de 20% ao ano, ante média de crescimento de 4 a 5% das cervejas normais, relata o consultor especializado Matthias Reinold.

"A Kirin tem um portfólio interessante de cervejas premium e pode aproveitar a rede de distribuição da Schincariol para trazer marcas japonesas ao País", afirma. Segundo ele, a disputa deve se dar entre as marcas especiais das grandes indústrias, uma vez que as microcervejarias atendem a mercados locais. Para a analista setorial de bebidas da consultoria Lafis, Ana Carolina Boyadjian, esta é a chance da companhia de aumentar a participação da Schin no sul e sudeste brasileiro.

"Atualmente a Schincariol tem uma distribuição muito ruim nessas regiões. Caso resolva este problema e invista em produtos de maior valor agregado, pode ganhar participação nesses mercados", opina. Já para recuperar a posição da Schin no nordeste, ameaçada por fortes investimentos da AmBev na região, a subsidiária brasileira da Kirin precisará oferecer preços competitivos, diz a analista. De acordo com ela, a cervejaria japonesa poderá usar o Brasil como plataforma de exportação para países da América Latina. Com a entrada da Kirin no País, a AmBev pode perder um pouco do market share, mas não deverá deixar a primeira colocação do mercado, acredita o sócio da Go4! Consultoria de Negócios, Murilo Jovtei.

Para o consultor, a Petrópolis deve conseguir manter seu espaço no curto prazo, mas a japonesa e a Heineken provavelmente serão mais agressivas no futuro. Energéticos A norte-americana Kraft Foods planeja entrar no mercado de bebidas energéticas em dezembro, com uma versão cafeinada de seu "melhorador de água" MiO.

Fonte: DCI - 08/11/2011