

# Estudo de Mercado Estados Unidos

Alimentos e bebidas para empresas da Bahia



# Assuntos do dia

- Introdução
- Perfil do mercado
- Análise de mercado
- Leis e regulamentos
- Promoção comercial



# Objetivo de explorar as oportunidades de negócios para **micro e pequenas empresas** e trazer recomendações de **inserção no mercado.**

Esse estudo tem como foco 6 de produtos distintos: granola, café, chocolate, doces e frutas tropicais, amêndoas de cacau e cachaça .

# Perfil Estados Unidos

- Economia
- Comércio Exterior
- Relação bilateral EUA-Brasil
- Relação bilateral EUA-Bahia

# A economia dos EUA



## PIB

O PIB cresceu 2,06% em 2022, mas tem previsão de queda para 1,5% em 2023.



## Inflação

A inflação terminou 2022 em 6,6% e deve baixar para 3% em 2023 e 2,1% em 2024.



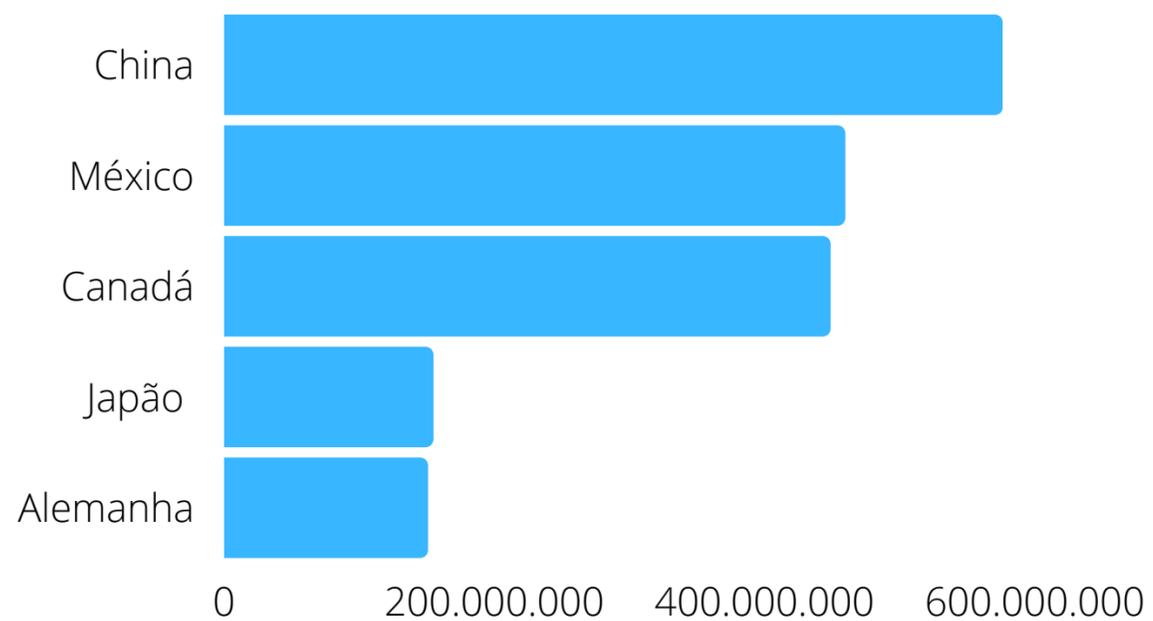
## Desemprego

O desemprego terminou 2022 em 3,6% e deve ir para 3,8% e 4,9% em 2023 e 2024.



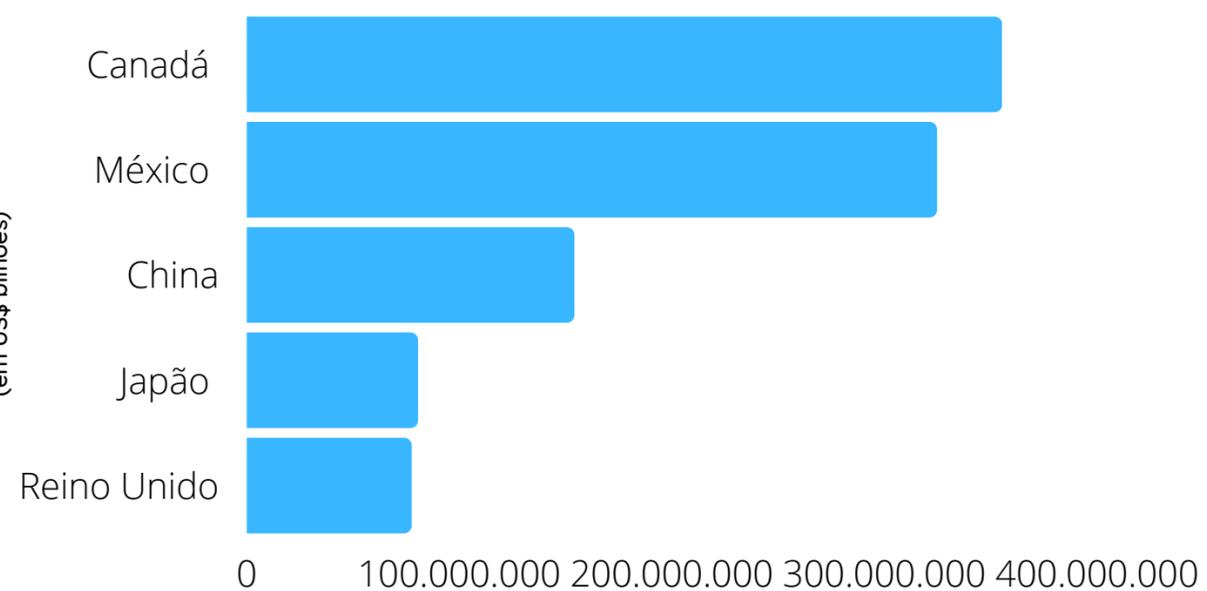
### Principais origens

(em US\$ bilhões)



### Principais destinos

(em US\$ bilhões)



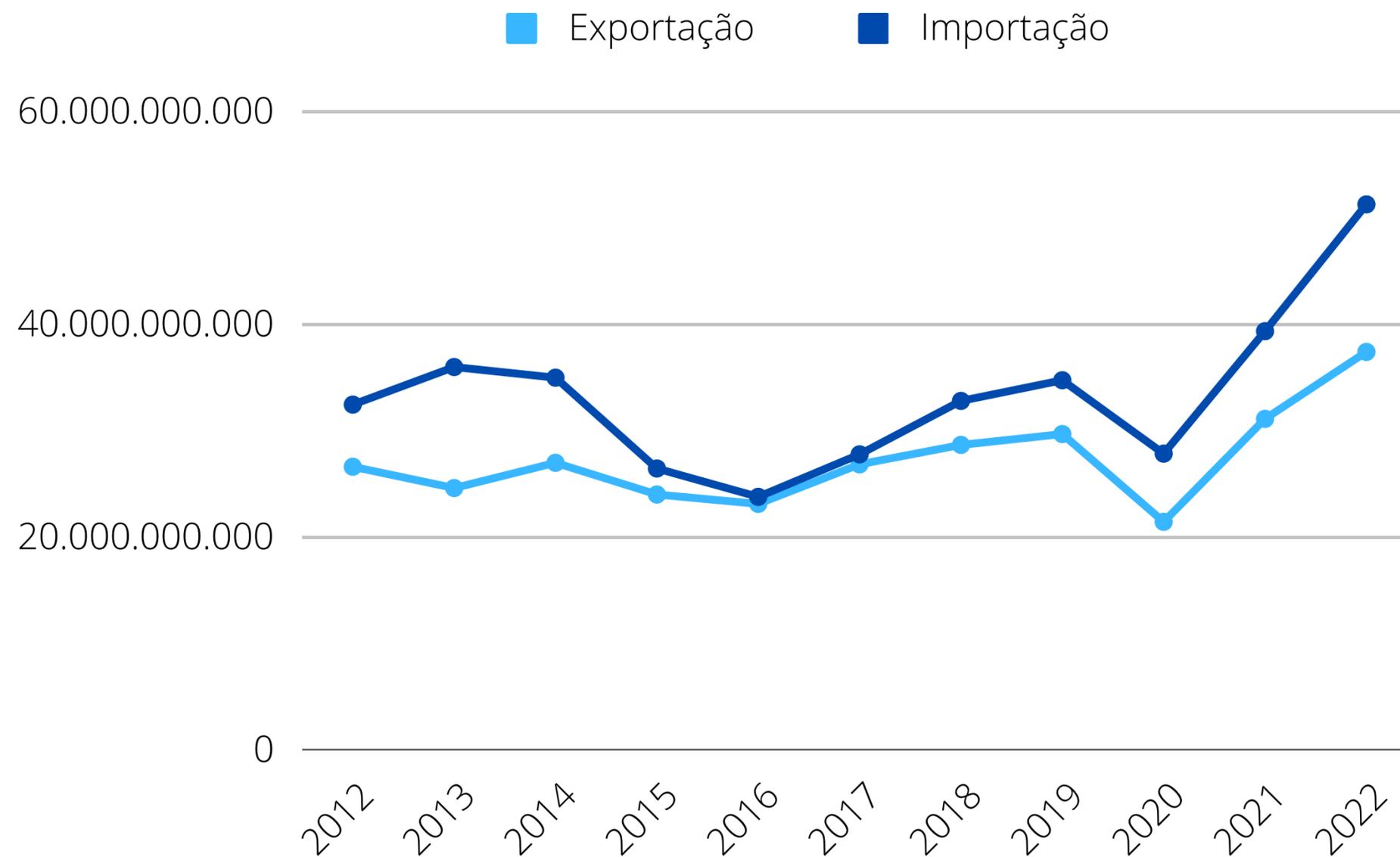
# Comércio exterior

Historicamente, os Estados Unidos possuem uma balança comercial deficitária.

# Relação bilateral Brasil - Estados Unidos

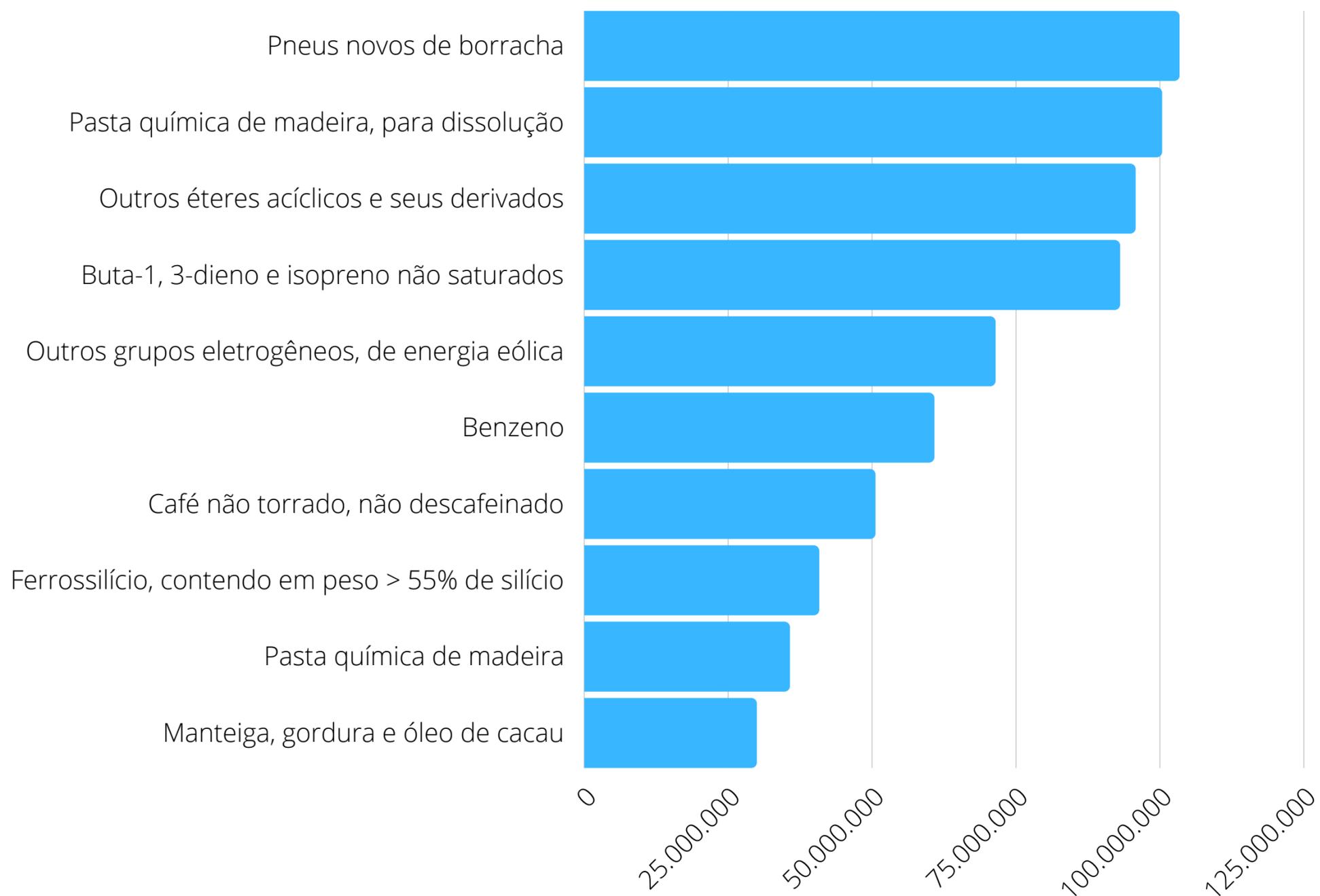
Os Estados Unidos é o 2º maior parceiro comercial do Brasil. A pauta exportadora é diversificada e de alto valor agregado.

## Balança Comercial Brasil-EUA (2012-2022)



# Relação bilateral Bahia - Estados Unidos

Além de produtos químicos, destacam-se o cacau, café e goiabas e manga, nas exportações bahianas.



# Análise de mercado

1. Granola
2. Café
3. Chocolate
4. Doces e frutas tropicais
5. Amêndoas de cacau  
Cachaça

# GRANOLA

## Ambiente competitivo

**US\$ 488** milhões importados em 2021 (Preparações de cereais)

1º Canadá (42%)

2º México (38%)

3º Alemanha (3%)

20º Brasil (US\$ 616 mil)

## Consumo

O consumo de granola, assim como o de outros produtos naturais, é alavancado principalmente pela dinâmica de crescimento no consumo de alimentos fit e saudáveis. Assim, opções com cereais diferentes e baixo teor de açúcar tendem a ganhar espaço dentre a concorrência.

## Canais de distribuição

Dois perfis destacados de importadores: distribuidores de produtos brasileiros e importadores especializados na venda de cereais.

**UNICENA**

*Grace*  
IMPORTS

**E B EXPRESS**  
PROVISIONS INC.



## Concorrentes Americanos



FOR GOOD  
*granola*





# Oportunidades comerciais

## Potencial de crescimento

Mercado de alimentação saudável apresenta forte crescimento.

## Mercado maduro

Os EUA possuem tradição nesse produto e suas marcas apresentam diversas certificações como diferenciais.

## Participação brasileira

Só uma marca brasileira foi encontrada nas visitas, com tamanhos das embalagens diferentes. Esses canais podem ser oportunidade de entrada inicial.

# CAFÉ

## Ambiente competitivo

US\$ 5 bilhões importados em 2021

1º Colômbia (26%)

2º Brasil (24%)

3º Guatemala (8%)

4º Honduras (7%)

## Consumo

**Regiões** de maior consumo no país são a Nordeste e a Leste.

**Consumo** diário per capita de **1,87 xícaras** em 2020.

**A faixa etária** que mais consome café está na população acima dos 70 anos, seguida pela faixa dos 25-30 anos.

## Canais de distribuição

Canais dominados pelas grandes traders de café, mas com participação emergente de empresas especializadas na importação de cafés especiais e de origens diversas.



KEN GABBAY  
coffee ltd • café | tée

ATLANTIC



## Concorrentes Brasileiros



lohas  
beans





# Oportunidades comerciais

## Mercado maduro

Existe grande variedade de marcas locais, que apresentam diversas certificações como diferenciais.

## Marca tropical

Destacam-se marcas que usam marketing voltado para as características da natureza latino-americana.

## Dois canais de entrada

Grandes traders com marcas próprias ou associação com importadores de chá e café, que disponibilizam extensas listas de produtos de diferentes origens em seu e-commerce.

# CHOCOLATE

## Ambiente competitivo

US\$ 3 bilhões importados em 2021

1º Canadá (51%)

2º México (16%)

3º Bélgica (5%)

26º Brasil (US\$ 6 milhões/0,2%)

## Consumo

Há forte **concorrência** pelo fato de existir grande produção local e gigantes multinacionais.

**Consumo** per capita de **9kg** em 2021.

**Tendência premium** tem ganhado cada vez mais espaço no pós-pandemia, com muitas empresas expandindo variedades visando saúde e bem-estar com chocolates *plant-based*, orgânicos e *low/no sugar*.

## Canais de distribuição

Para a entrada de produtos brasileiros, se destacam os importadores especializados e que alimentam o mercado da saúde. Nessa linha, também existem distribuidores de produtos originalmente sul-americanos.



## Concorrentes Americanos





# Oportunidades comerciais

## Mercado maduro

Forte concorrência local. Marcas norte-americanas apresentam diversas certificações como diferenciais.

## Produtos premium

Consumo de chocolates premium ou com apelo mais saudável ganham espaço no mercado.

## Canais especializados

Pode-se explorar importadores de produtos originalmente brasileiros ou latino-americanos. Não foram encontradas marcas premium nas visitas presenciais.

# DOCES E FRUTAS TROPICAIS

## Ambiente competitivo

US\$ 3,8 bilhões importados em 2021 (Frutas)

1º México (18%)

2º Tailândia (13%)

3º Canadá (13%)

23º Brasil (US\$ 27 milhões)

## Consumo

Dentre as frutas produzidas nos EUA, uvas, maçãs, laranjas e morangos lideram o *ranking*.

Por sua localização geográfica, não há produção de frutas tropicais no país, obrigando suas importações e trazendo maior valor de diferenciação no consumo da população local.

## Canais de distribuição

O mercado da saúde e o private label pautam o perfil dos distribuidores. Doces de frutas tropicais são normalmente consumidos por pessoas dispostas a testar novos sabores ou por habitantes que carregam traços culturais de países tropicais



## Concorrentes Americanos





# Oportunidades comerciais

## Formato diferenciado

Existe uma variedade de produtos de geléia derivados de diversas frutas.

## Mercado da saudade

Maiores quantidades de produtos tradicionais do Brasil apenas no mercado especializado em produtos brasileiros.

## Participação brasileira

Atuação com grandes importadoras tradicionais que atuam a partir de private label ou trabalhar direto com característica de exclusividade e originalidade.

# AMÊNDOAS DE CACAU

## Ambiente competitivo

US\$ 1,3 bilhão importado em 2021  
(Cacau inteiro ou partido, em bruto ou torrado)

1º Costa do Marfim (59%)

2º Equador (15,5%)

3º Gana (10,7%)

30º Brasil (US\$ 39 mil)

## Consumo

O consumo de nibs e amêndoas está diretamente ligado à dinâmica do mercado de alimentos fitness, que é estimado atingir US\$ 36 bilhões em 2026.

## Canais de distribuição

A principal forma de entrada de nibs e amêndoas se dá via private label: importação feita por empresas americanas que comercializam o produto sob sua própria marca. Em segundo plano, há empresas especializadas na importação de ingredientes naturais.



TORN & GLASSER



## Concorrentes Latino-americanos





# Oportunidades comerciais

## Superfood

Forte potencial de expansão.  
Os produtos são destacados  
como superfood.

## Concorrência peruana

Tanto na pesquisa presencial  
quanto online, destacaram-se  
produtos com nibs de origem  
peruana.

## Canais de entrada

Observam-se 2 tipos de entrada:  
empresas que trabalham com  
private label e importadores e  
distribuidores de “super foods”  
(alimentos saudáveis e naturais) a  
granel.

# CACHAÇA

## Ambiente competitivo

**US\$ 191** milhões importados em 2021 (Rum e outros destilados de cana)

1º República Dominicana (11,7%)

2º Guatemala (11,3%)

3º Nicarágua (9,5%)

12º Brasil (US\$ 4,5 milhões)

## Consumo

**Crescimento** de consumo de bebidas destiladas em todos os anos na última década.

**Consumo** per capita de **1,81 galões** em 2020.

O Rum é a **quarta** bebida destilada mais consumida.

## Canais de distribuição

**Three-tier System** determina a necessidade de intermediários (distribuidores) para importação de bebidas alcoólicas.

**Distribuidores** de bebidas alcoólicas no geral e produtos brasileiros.



## Concorrentes Brasileiros





# Oportunidades comerciais

## Mercado de bebidas maduro

Mercado de bebidas é concorrido, mas existe espaço para produtos originalmente brasileiros, como é o caso da cachaça.

## Importância da Diferenciação

Há espaço para cachaçarias que apostem em variedades específicas da cultura brasileira e com ingredientes orgânicos.

## Canais de comercialização

Somente em um estabelecimento visitado foi encontrada uma marca de cachaça. Existem muitas opções em e-commerces especializados.

# ENTRAR NO MERCADO

## PASSO A PASSO SIMPLIFICADO

1

Registrar sua  
instalação na Food  
and Drug  
Administration (FDA)

2

Designação de um  
Agente americano  
para lidar com as  
comunicações dentro  
do país

3

Obter todas as  
permissões  
requisitadas

4

Seguir as regras para  
garantir que o  
produto esteja  
rotulado corretamente



# Caminhos para o promoção comercial

## Caminho nº 1

Contato com distribuidores

Entrar em contato com distribuidores locais especializados nos segmentos ou produtos brasileiros.

## Caminho nº 2

Feiras do setor

Participar de feiras internacionais no país para aprofundar conhecimento e fazer contato com potenciais clientes.

## Caminho nº 3

E-commerce

Explorar canais de vendas on-line que são altamente desenvolvidos em alimentos e bebidas nos EUA.

# Obrigado!



**CIN**  
Centro Internacional de Negócios  
da Bahia



Felipe Costa

+ 55 61 998687001 (whatsapp)  
felipe@7ibs.com  
www.7ibs.com

