

Estudo de caso

A Brooklyn Brewery distribui atualmente a Brooklyn Lager e a Brown Ale nos EUA. A empresa está a três anos em operação e, embora não tenha estabelecido uma presença de âmbito nos EUA, está criando uma participação para si, no mercado japonês de US20 bilhões por ano.

A Brooklyn Brewery não tinha nenhum plano imediato para a exportação de sua cerveja para o Japão até que Keiji Miyamoto, da Taiyo Resources Limited, visitou a cervejaria. Miyamoto acreditava que os consumidores japoneses iriam gostar da cerveja e convenceu a Brooklyn Brewery a fazer uma reunião com a Hiroyo Trading Company para discutir a exportação para o Japão. A Hiroyo Trading sugeriu que a Brooklyn Brewery despachasse a cerveja via aérea para o Japão e fizesse propaganda de sua característica única, de ser de fabricação recente, para uma cerveja importada.

Essa não é apenas uma estratégia de marketing interessante, mas é também uma operação logística singular, visto que nenhuma outra cervejaria exporta, atualmente, cerveja por via aérea para o Japão, devido aos custos elevados. A Brooklyn Brewery despachou sua primeira caixa de Brooklyn Lager para o Japão em dezembro de 1987 e utilizou diversas transportadoras aéreas nos primeiros meses. Com o tempo, a Emery Worldwide-Japan foi selecionada como transportadora aérea exclusiva da Brooklyn Brewery. Recebe a cerveja em seu terminal no Aeroporto Internacional JFK e providencia seu transporte em um voo comercial com destino a Tóquio. Providencia a liberação alfandegária por meio de seus despachantes. Esses serviços ajudam a manter a imagem de fabricação recente do produto.

O argumento de fabricação recente é válido, pois a cerveja chega ao cliente diretamente da cervejaria na mesma semana em que é fabricada. O ciclo de pedido médio para cervejas exportadas é de 40 dias. O fato de ser recém fabricada permite que a cerveja tenha um preço maior, cinco vezes mais alto do que a cerveja transportada por via marítima. Embora a Brooklyn Brewery Lager seja uma cerveja de preço médio nos EUA, no Japão, ela é um produto especial e tem margens significativamente mais altas.

O alto preço da Lager não constitui obstáculo a suas vendas no Japão. Em 1988, seu primeiro ano no Japão, a Brooklyn Brewery obteve meio milhão de dólares em vendas. As vendas atingiram a casa de 1 milhão de dólares em 1989, e 1,3 milhão em 1990. A exportação total é responsável por 10% das vendas da Brooklyn Brewery.

No futuro, a Brooklyn Brewery irá modificar a embalagem, despachando barris em vez de garrafas, para reduzir os custos do frete aéreo. O peso do barril é equivalente ao da cerveja em garrafa, mas reduz a possibilidade de avarias, em virtude da quebra de garrafas. Os barris também podem exigir embalagem de proteção mais simples, o que reduz ainda mais o custo de expedição. Exportar para outros países é a próxima meta da Brooklyn Brewery.