

V.7 2026

AGRO INSIGHT

MINISTÉRIO DA AGRICULTURA E PECUÁRIA

Elaboração, distribuição, informações:

Ministério da Agricultura e Pecuária
Secretaria de Comércio e Relações Internacionais
Departamento de Promoção do Agronegócio – DPA
Coordenação-Geral de Gestão dos Adidos Agrícolas – CGAAG
Endereço: Esplanada dos Ministérios, Bloco D – 3º andar, Sala 300
Cep: 70043-900 Brasília-DF
Tel.: (61) 3218-2821

Editorial:
Priscilla Burmann
João Huguenin

Coordenação:
Augusto Billi
Carolina Eufemia Aquino de Sá
Ângela Pimenta Peres
Jennifer Santos Costa
Jennya Silva Brito
Priscilla Burmann

Equipe Técnica:
Rodrigo Lopes de Almeida
Eduardo Sampaio Marques
José Guilherme Tollstadius Leal
Caio César Simão
Luciana Pich Gomes
Juçara Aparecida André Dokonal
Eduardo Magalhães
Silvio Luiz Rodrigues Testaseca
Glauco Bertoldo
Nilton Antônio de Morais
Alessandro Fidelis
Rodrigo do Espírito Santo Padovani
Leandro Diamantino Feijó
Jean Gelipe Celestino Gouhie
Clóvis Augusto Versali Serafini
Tiago Charão
Priscila Rech Pinto Moser
Rafael Mohana de Carvalho Refosco
Vanessa Medeiros de Jesus
Ana Lúcia de Paula Viana
Fabiana Villa Alves
Virgínia Arantes Ferreira Carpi
Roberto Carlos Papa
Carlos Turchetto
Fernanda Mascarenhas Magalhães
André Okubo
Dalci de Jesus Bagolin
Ellen Elizabeth Laurindo
Luna Lisboa
Frederique Abreu
Andréa Moura
Warley Campos
Márcio Rezende Evaristo Carlos
Marco Túlio Santiago
Luiz Cláudio de Santana e Caruso
Lucas Fiuza
Ana Carolina Miranda Lamy
Diego Leonardo Rodrigues
Marcelo Cláudio Pereira
Fabiana Maldonado
Fernanda Martins de Faria

Permitida a reprodução sem fins lucrativos, parcial ou total, por qualquer meio, se citada a fonte e o sítio da Internet onde pode ser encontrado o original (www.gov.br/agricultura).

Catalogação na Fonte

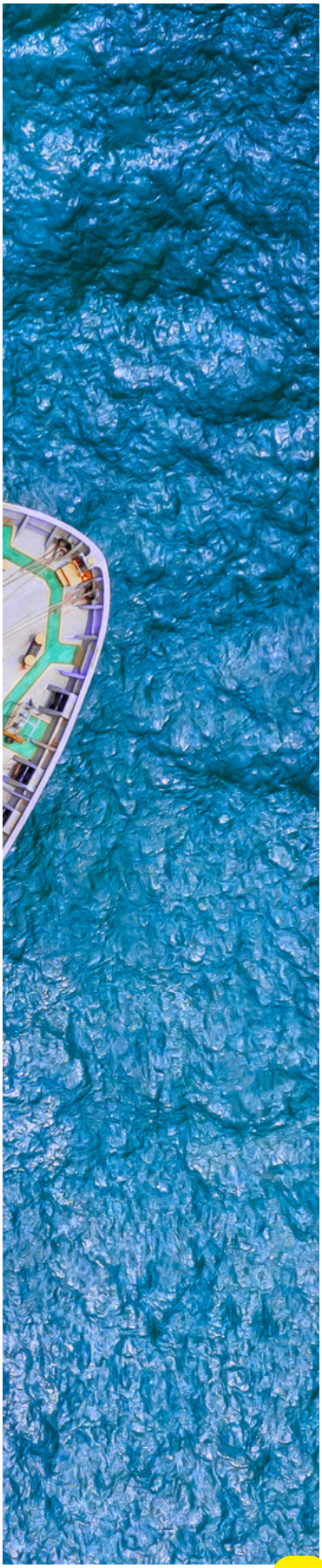
Resumo



O AgroInsight é uma publicação técnica elaborada pela Secretaria de Comércio e Relações Internacionais do Ministério da Agricultura e Pecuária, com a colaboração dos adidos agrícolas brasileiros presentes em 38 países.

O material reúne informações, análises de mercado e oportunidades comerciais destinadas a produtores, exportadores e entidades representativas do setor agropecuário.

O relatório tem como objetivo contribuir para o acesso a informações sobre mercados internacionais e apoiar a atuação dos diferentes segmentos do agronegócio brasileiro no comércio exterior.





CACHAÇA:
POTENCIALIDADES DO MERCADO DE COQUETELARIA PREMIUM NA ETIÓPIA

Data: 01/07/2026
Posto: Adis Abeba/ Etiópia
Palavras-chave: Bebidas. Destilados. Caipirinha. Gastronomia. Horeca.
Responsável: Fabiana Villa Alves

SUMÁRIO:

O mercado de bebidas alcoólicas na Etiópia apresenta trajetória de crescimento consistente, sustentado por urbanização, expansão da classe média urbana e fortalecimento do setor de hospitalidade. O consumo de álcool no país mantém uma composição híbrida, na qual coexistem bebidas industriais e tradicionais, com predominância histórica da cerveja em volume, mas com um espaço progressivamente mais relevante para bebidas destiladas e para o desenvolvimento da coquetelaria em contextos urbanos e de maior sofisticação de consumo. Adis Abeba vem se configurando como um laboratório de internacionalização de novas categorias de bebidas no Leste da África. Nesse contexto, a eventual entrada estruturada da cachaça no país pode evoluir para a formação de um microecossistema regional de coquetelaria, com capacidade de difusão para mercados vizinhos como Quênia, Uganda e Ruanda, criando uma geografia de consumo fora dos mercados tradicionais do produto brasileiro.

CONTEXTO GERAL

A presença de cachaça e de drinks elaborados com a bebida em cartas de coquetéis de estabelecimentos de alta gastronomia em Adis Abeba indica um movimento novo, ainda incipiente, porém estrategicamente relevante, de abertura do mercado etíope para destilados brasileiros. Trata-se de um primeiro sinal de inserção qualitativa da categoria no circuito de coquetelaria premium, associado não a consumo massivo, mas à experimentação em ambientes de alta hospitalidade.

Esse movimento ocorre em um contexto mais amplo de sofisticação acelerada do setor de hospitalidade local, impulsionado pela expansão de hotéis internacionais, restaurantes de alta gastronomia, rooftops, clubes noturnos e bares de hotel. Em paralelo, observa-se uma transformação no padrão de consumo urbano, com crescente exposição a tendências globais de mixologia e maior valorização de experiências gastronômicas diferenciadas. Nesse ambiente, o consumo de coquetéis passa a desempenhar uma função que transcende a bebida em si, consolidando-se como um marcador de status, estilo de vida e sofisticação urbana.

Apesar desse avanço no segmento de consumo, a cachaça ainda não se apresenta como categoria estruturada no mercado local. Sua presença permanece restrita a uma fase inicial de introdução, sem distribuição consolidada, sem posicionamento formal e sem reconhecimento amplo enquanto categoria de destilado. A entrada ainda ocorre de forma fragmentada e altamente dependente do canal HORECA, mediada por bartenders, chefs, gerentes de food & beverage e importadores especializados, padrão característico de mercados emergentes de coquetelaria, nos quais a inovação é inicialmente conduzida pelo uso e pela experimentação no ponto de consumo, antecedendo a estruturação comercial e distributiva.

Nesse contexto, o caso de restaurantes como o Hotto, um dos estabelecimentos de alta gastronomia mais exclusivos de Addis Ababa, não deve ser interpretado como uma curiosidade gastronômica isolada, mas como um sinal concreto de abertura de mercado e diversificação crescente dentro do segmento HORECA premium (Figura 1).



BEVERAGE MENU

HOTTO

HOTTO SIGNATURE COCKTAILS

HOTTO PASSION Cachaca, Lemon Juice, Honey Syrup, Fresh passion fruit	2,500 Birr
COFFEE NEGRONI Gin, Martini Roso, Campari (Coffee Infused)	2,500 Birr
LAGOON MARGARITA Tequila, Blue Curacao, Lemon Juice, Honey	2,500 Birr
REVERSE MAI TAI Cachaca, Tia Maria, Grand Marnier (Infused Roasted Rice), Bacardi Gold, Almond Syrup, Lemon Juice	2,500 Birr
MARGASAKI Sake, Grand Marnier (Infused Roasted Rice) ,Lemon Juice	2,500 Birr
BUFFALO MARTINI Buffalo Trace, Tia Maria, Caramel Syrup, Espresso	2,500 Birr
SUNRISE Tequila, Triple Sec, Orange Juice, Coconut Syrup, Grenadine	1,800 Birr
JÄGERMEISTER MOJITO Jägermeister, Lime Juice, Simple Syrup, Cane Sugar, Lime Wedges, Fresh Mint springs	1,800 Birr
HOTTO SMOOTH Gin, Coconut Syrup, Pineapple Juice, Lemon Juice, Fresh Basil Leaves	1,800 Birr
GIN GARDEN Gin, Lemon Juice, Ginger Syrup, Cucumber, Soda Water	1,800 Birr

PREMIUM CLASSIC COCKTAILS

NEGRONI Gin, Bitter Campari, Red Vermouth	2,000 Birr
WHISKEY SOUR Bourbon Whiskey, Lemon Juice, Simple Syrup	2,000 Birr
OLD FASHION Bourbon or Rye Whiskey, Cube Sugar, Angostura Bitters	2,000 Birr
LONG ISLAND ICE TEA Vodka, Gin, Tequila, Triple Sec, White Rum, Cola	2,000 Birr
MAI TAI Amber Jamaican Rum, Martinique Molasses Rum, Orange Curacao, Orgeat Syrup, Lime Juice, Simple Syrup	2,000 Birr
MARGARITA Tequila, Triple Sec, Lime Juice	2,000 Birr

All prices include 10% service charge and 15% VAT.

HOTTO

ESPRESSO MARTINI Vodka, Espresso, Coffee Liqueur, Vanilla Syrup	2,000 Birr
CAIPIRINHA Cachaça, Lime Juice, Cane Sugar	2,000 Birr
MOJITO (CLASSIC, PASSION FRUIT, STRAWBERRY)	2,000 Birr

Figura 1. Cocktails exclusivos elaborados com cachaça (Hotto Passion e Reverse Mai Tai), além da “tradicional” capirinha, oferecidos em restaurante de Adis Abeba. Fonte: Arquivo pessoal.

MERCADO, COMÉRCIO E OPORTUNIDADES PARA O BRASIL

Embora o mercado de destilados na Etiópia ainda se encontre em estágio de consolidação e a cerveja permaneça como a categoria dominante em volume no país, os destilados vêm ocupando um espaço estratégico crescente, sobretudo por seu maior valor agregado e pela forte concentração do consumo em ambientes urbanos e fora do lar. Nesse segmento, especialmente no circuito de bares de hotel, restaurantes de alta gastronomia e rooftops em Adis Abeba, observa-se uma dinâmica de "premiumização" do consumo, na qual coquetéis elaborados com cachaça podem atingir faixas de preço significativamente elevadas. Nesse contexto, um drink à base de cachaça do tipo "branca" chega a custar entre 15 e 20 dólares, evidenciando não apenas o potencial de monetização do segmento, mas também a inserção dos destilados em uma lógica de consumo aspiracional e de experiência, mais do que de volume.

Em termos de estrutura de mercado, o segmento de destilados apresenta características típicas de economias emergentes em transição de consumo: baixa penetração no consumo doméstico massivo, mas alta relevância no canal on-trade (bares, restaurantes, hotéis e clubes). Esse canal é o principal responsável pela introdução e experimentação de categorias premium, incluindo vodka, whisky, rum e gin, que dominam a oferta atual de coquetelaria internacional. Apesar disso, o consumo per capita de destilados ainda é relativamente baixo, indicando um mercado em fase inicial de sofisticação e com ampla margem para crescimento estrutural.

Do ponto de vista de dinâmica de consumo, os destilados na Etiópia são fortemente associados a ocasiões sociais urbanas, ambientes de hospitalidade internacional e consumo aspiracional de classe média e média-alta. A expansão de hotéis internacionais, restaurantes de alta gastronomia e bares de coquetelaria em centros urbanos tem sido o principal vetor de crescimento da categoria, com aumento da demanda por bebidas importadas e maior diversidade de bases alcoólicas para mixologia.

O ecossistema de entrada da cachaça na Etiópia pode ser organizado em cinco grupos de stakeholders com funções distintas na formação do mercado, quais:

Gatekeepers técnicos: incluem bartenders, mixologistas, chefs e gerentes de food & beverage, responsáveis pela validação inicial do produto;
Plataformas de difusão: hotéis internacionais, restaurantes de alta gastronomia, empresas de eventos e catering de alto padrão, bares de coquetelaria, clubes noturnos e espaços diplomáticos;
Intermediários comerciais: importadores e distribuidores especializados em bebidas premium;
Influenciadores de mercado: incluem chefs com projeção internacional, bartenders reconhecidos, redes diplomáticas e comunidades expatriadas, e;
Consumidor final: ainda em fase de formação de preferência, mas com forte dependência das escolhas feitas nos canais de hospitalidade.

Do ponto de vista de posicionamento estratégico para o setor produtivo brasileiro, a recomendação central é que a inserção da cachaça em mercados como o etíope seja estruturada a partir de uma lógica de construção de categoria, e não de simples promoção de produto.

Isso implica o posicionamento da cachaça como base versátil para mixologia contemporânea e coquetelaria premium no universo dos “new worlds spirits”, ocupando um espaço de diferenciação sensorial e narrativa.

Neste contexto, o potencial de entrada brasileira está menos associado ao volume imediato de exportação e mais à capacidade de influenciar padrões de consumo e formação de categoria, que incluiu uma estratégia direcionada à ativação técnica do mercado por meio de ações direcionadas a bartenders, mixologistas e gestores de alimentos e bebidas. Essa ativação pode ser operacionalizada por meio de eventos temáticos, masterclasses, degustações guiadas, capacitações sensoriais e oficinas de cocriação de coquetéis, com ênfase na incorporação de insumos locais, transformando a cachaça em um componente funcional e versátil dentro da mixologia local.

Por fim, em termos de expansão, a Etiópia pode funcionar como plataforma inicial de regionalização da cachaça no Leste da África, com potencial de difusão para mercados urbanos similares, como Quênia, Uganda e Ruanda, consolidando-se como um ambiente de validação e formação de percepção de valor para a categoria.


MINISTÉRIO DA
AGRICULTURA
E PECUÁRIA