vinetur

Collective Arts pondera produzir cerveja nos EUA após tarifas afetarem quase 20% da atividade

A cervejeira artesanal do Ontário afirma que as tarifas sobre o alumínio e os boicotes ao álcool estão a encarecer as latas e a alterar a sua estratégia transfronteiriça

sexta-feira, 6 de novembro de 2026



O conflito comercial entre os Estados Unidos e o Canadá está a aumentar a pressão sobre as cervejeiras artesanais de ambos os lados da fronteira, elevando os custos de embalagem, atrasando os envios de cerveja e levando algumas empresas a repensar onde produzem e vendem os seus produtos.

Uma das empresas que está a sentir os efeitos é a Collective Arts, uma cervejeira artesanal de Hamilton, no Ontário. O diretor executivo, Matt Johnston, afirmou que as tarifas e os boicotes ao álcool associados ao conflito levaram a empresa a reconsiderar a forma como serve o mercado norte-americano, que representava quase 20% da sua atividade.

Johnston afirmou que uma das opções é transferir parte da produção para os Estados Unidos. Outra é redirecionar o investimento e os esforços para mercados onde a empresa tem uma presença mais sólida. Esta mudança mostra como uma disputa comercial que começou com decisões governamentais está agora a reformular as decisões empresariais de produtores de bebidas de menor dimensão, que dependem de um comércio transfronteiriço estável.

A pressão não se limita às vendas. As cervejeiras também enfrentam custos de embalagem mais elevados, associados às tarifas sobre o alumínio. A Brewers Association estima que as tarifas sobre o alumínio possam acrescentar até 8,2 cêntimos ao custo de cada lata para os consumidores. Para um setor que vende grandes volumes em lata e opera muitas vezes com margens reduzidas, um aumento desta dimensão pode afetar os preços, a distribuição e o planeamento dos produtos.

Os efeitos podem ir muito além de uma única cervejeira. Para o setor das bebidas, em particular para a cerveja artesanal, a disputa ameaça o acesso a um importante mercado vizinho e, ao mesmo tempo, encarece matérias-primas essenciais. Se as tarifas se mantiverem e os boicotes dos consumidores continuarem, as cervejeiras que organizaram as suas cadeias de abastecimento em torno da facilidade de circulação entre os Estados Unidos e o Canadá poderão enfrentar mais incerteza, tanto no aprovisionamento como nas vendas.

Os Estados Unidos e o Canadá são há muito parceiros comerciais naturais para as cervejeiras, graças à fronteira comum e às redes de distribuição estreitamente ligadas. Os produtores de menor dimensão, em particular, têm aproveitado essa proximidade para chegar a novos clientes, sem terem de criar redes de exportação de longo alcance como as que as grandes empresas cervejeiras globais podem financiar. Quando as barreiras comerciais aumentam, estas empresas mais pequenas dispõem muitas vezes de menos meios para absorver os custos.

Esta dinâmica parece estar a conduzir a resposta da Collective Arts. Em vez de depender do anterior fluxo de cerveja para os Estados Unidos, a empresa está a ponderar se precisa de instalar capacidade de produção no mercado para continuar a servir os clientes norte-americanos. Para uma cervejeira cuja identidade está ligada à produção artesanal e à construção da marca, alterar o local de produção da cerveja é uma decisão importante.

A disputa está também a coincidir com mudanças no comportamento dos consumidores. Johnston afirmou que os boicotes ao álcool se tornaram parte do problema, sugerindo que o conflito comercial não está apenas a alterar os custos oficiais na fronteira, mas também a influenciar a procura. Isso pode dificultar o planeamento das cervejeiras, que poderão ter de reagir à mudança de opinião pública, além de enfrentarem tarifas mais elevadas e materiais mais caros.

Para as cervejeiras norte-americanas, as mesmas forças podem atuar no sentido inverso. Se os compradores canadianos reduzirem as compras de produtos norte-americanos, ou se medidas comerciais de retaliação dificultarem a sua venda, as cervejeiras que contavam com a procura do Canadá poderão ter de ajustar os volumes, os preços ou a estratégia de mercado. As empresas que dependem de latas de alumínio poderão também ser diretamente afetadas pelo aumento dos custos dos fatores de produção, antes mesmo de a cerveja chegar às prateleiras das lojas.

O resultado é uma pressão simultânea sobre várias áreas da atividade: acesso aos mercados, embalagens, decisões de investimento e planeamento da cadeia de abastecimento. Na cerveja artesanal, onde muitos produtores continuam a operar à escala regional, estas pressões são difíceis de dissociar. Uma cervejeira poderá ter de

considerar as tarifas ao comprar latas, a política ao vender no estrangeiro e a localização das instalações ao decidir como continuar a servir clientes do outro lado da fronteira.

As ponderações da Collective Arts mostram como esta pressão pode rapidamente traduzir-se em mudanças concretas. O que era um mercado de crescimento transfronteiriço para a empresa está agora a levantar questões sobre uma possível transferência da produção, a afetação do investimento e o risco que uma cervejeira pode assumir quando tanto a política comercial como a reação dos consumidores estão em mudança.