

INDÚSTRIA DE BEBIDAS ALCOÓLICAS

Fernando Luiz E. Viana

Engenheiro Civil. Mestre em Engenharia de Produção, Doutor em Administração.
Coordenador de Estudos e Pesquisas do ETENE/BNB
fernandoviana@bnb.gov.br

1 INTRODUÇÃO

O presente documento apresenta informações sobre a indústria de bebidas, especificamente no segmento de bebidas alcoólicas. O objetivo é que se possa ter um panorama recente do setor no Brasil e no Nordeste, incluindo sua caracterização, desempenho recente e perspectivas, bem como discutir tendências futuras para o setor e seus produtos em nível global.

O trabalho foi executado utilizando-se basicamente dados secundários, acessados em publicações especializadas do setor, as quais constam nas referências. Esta análise contextualiza o cenário de toda a indústria de bebidas alcoólicas, que engloba o grupo 11.1 (fabricação de bebidas alcoólicas) da divisão 11 (fabricação de bebidas) da Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE), incluindo as atividades que compõem as seguintes classes: 11.11-9 (Fabricação de aguardentes e outras bebidas destiladas), 11.12-7 (Fabricação de vinho) e 11.13-5 (Fabricação de malte, cervejas e chopes). Vale ressaltar que alguns dados serão apresentados utilizando a classificação dos produtos mais usual no mercado mundial de bebidas alcoólicas. Por exemplo, a Euromonitor International utiliza a seguinte classificação para os produtos da indústria de bebidas alcoólicas:

- Cervejas;
- *Spirits*: engloba os principais tipos de destilados, tais como uísque, vodca, gin, tequila, aguardente, entre outros;
- Vinhos;
- Cidras: bebidas preparadas a partir de suco de maçã, possuindo como semelhante as chamadas *perries*, preparadas a partir de suco de pera;
- *Ready-to-drinks* (RDTs): bebidas que constituem uma mistura de um *spirit*, um vinho ou malte com uma bebida não alcoólica, servidas pré-misturadas e prontas para beber. Um exemplo de RDT bem conhecido no Brasil é a Smirnoff Ice;
- *High-Strength Premixes* (HS): bebidas pré-misturadas com teor alcoólico (ABV – *alcohol by volume*) igual ou superior a 15%, combinado com suco ou qualquer outro *soft drink*.

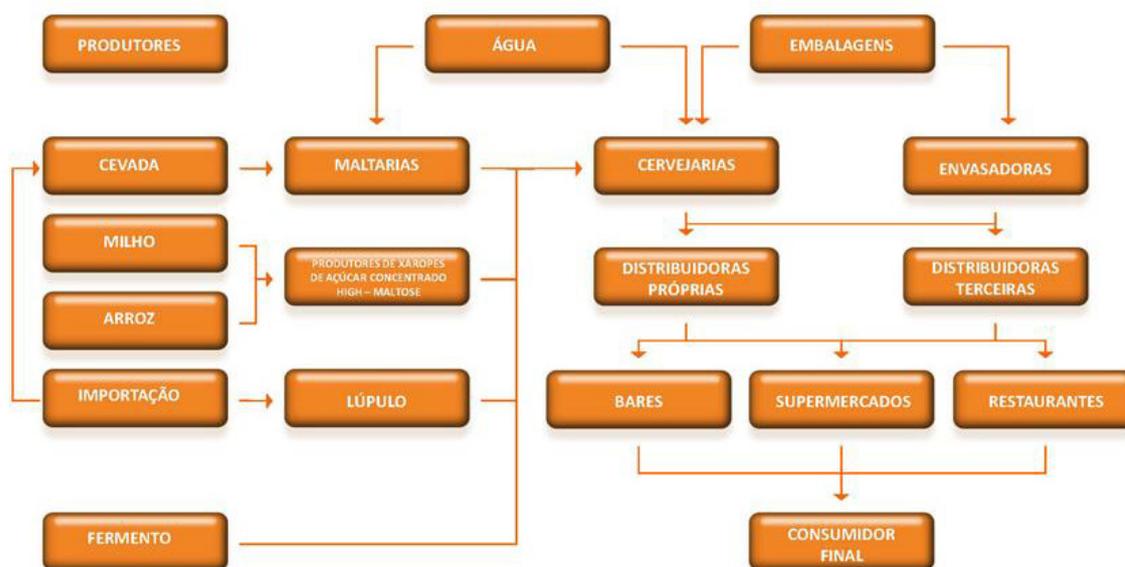
Ao longo do texto serão feitos comentários específicos sobre os tipos de bebidas alcoólicas que possuem maior destaque no mercado brasileiro.

2 CARACTERIZAÇÃO DO SETOR

A indústria de bebidas constitui um importante setor da indústria de transformação, sendo responsável por 3% do valor da produção da indústria de transformação brasileira em 2014 (IBGE, 2017). Apesar de não ser um setor intensivo em mão de obra, em termos absolutos constitui grande empregador, com dezenas de milhares de empregos distribuídos em todo o Brasil. O setor possui ampla distribuição regional da produção, devido às características dos produtos, que têm a água como insumo básico. Esse aspecto faz com que a opção de produzir localmente seja mais racional, pois a redução dos custos logísticos compensa eventuais economias de escala que poderiam ser obtidas com a centralização da produção (Cervieri Júnior et al., 2014). Isso faz com que o setor possua certa ubiquidade e contribua para a dinamização de regiões pouco industrializadas, já que a produção de bebidas demanda fornecimento de insumos, armazenagem, distribuição, comercialização, produção de embalagens, entre outras atividades da cadeia produtiva, algumas das quais necessitam ser realizadas localmente. No Brasil, entre as bebidas alcoólicas, a cerveja tem grande destaque, tendo sido responsável por praticamente 70% do consumo de bebidas alcoólicas (em volume) do País em 2015 (Euromonitor Internacional, 2016). Em função da sua importância no mercado brasileiro de bebidas alcoólicas, apresenta-se na Figura 1 a cadeia produtiva da cerveja.

Segundo a Associação Brasileira da Indústria de Alimentação – ABIA (2017), a indústria de bebidas brasileira faturou, em 2016, R\$ 117,0 bilhões, o que é equivalente a 1,9% do PIB brasileiro (projeção) daquele ano e 4,8% do valor bruto da produção (*Proxy* do PIB) da indústria de transformação.

Figura 1 – Cadeia Produtiva da Cerveja



Fonte: Serasa Experian (2017).

Em termos mundiais, a indústria de bebidas alcoólicas também tem importância significativa em diferentes países. Devido à presença de vários fornecedores locais e internacionais e de grandes *players* com atuação global, o mercado é altamente competitivo e a concorrência tem se intensificado, tendo como principais direcionadores o preço e a diferenciação de produtos. O aumento da procura por novos sabores e o recente aumento da consciência da população voltada ao consumo de produtos saudáveis têm obrigado as empresas a lançarem novos produtos com maior frequência (Technavio, 2017).

As vendas consistentes de todos os segmentos de produtos (*spirits*, vinho e cerveja) contribuíram para o crescimento do mercado global nos últimos anos. A crescente prosperidade econômica observada nos países em desenvolvimento tem sido um dos principais fatores direcionadores do crescimento do mercado global de bebidas alcoólicas nos últimos anos. O aumento do poder de compra e o aumento da aceitação do consumo de álcool nas crenças culturais dos consumidores dessas regiões têm influenciado esse crescimento (Transparency Market Research, 2017). Esforços dos fabricantes de bebidas alcoólicas para o fortalecimento dos canais de distribuição, como lojas on-line e lojas de conveniência, também estão contribuindo substancialmente para o crescimento do mercado global de bebidas alcoólicas.

Entretanto, o alto grau de concorrência entre os principais *players* na busca da máxima quota de mercado constitui um dos principais entraves ao crescimento deste mercado. Isso também restringe a entrada de novos *players* e suas chances de sobrevivência. Além disso, o aumento dos preços das matérias-primas, a disponibilidade de bebidas não alcoólicas e os rígidos requisitos de licenciamento para a fabricação de bebidas alcoólicas são outros fatores que impedem o crescimento desse mercado.

De acordo com Transparency Market Research

(2017), América do Norte e Europa são mercados maduros para bebidas alcoólicas, razão pela qual os fabricantes de produtos estão olhando para outras regiões. Os fabricantes estão focados em penetrar em novos mercados, predominantemente no leste asiático. Isso ocorre porque a mudança dos hábitos de consumo está levando a um consumo crescente de álcool em países como China e Índia, os quais possuem grande potencial de mercado.

As empresas líderes de vendas no mercado global de bebidas alcoólicas são listadas no Quadro 1, muitas das quais têm importante presença no mercado brasileiro.

Percebe-se que várias empresas que constam no Quadro 1 possuem forte presença no mercado brasileiro, tendo uma delas, em parte, origem nacional (AB Inbev), possuindo diversas plantas industriais de produção de cervejas e refrigerantes no País. Outras empresas como Bacardi, Diageo e Heineken também possuem plantas fabris no Brasil, inclusive no Nordeste. Ressalta-se o caso da Diageo, que em 2013 adquiriu a cearense Ypióca, produtora de aguardente.

Apesar de o mercado brasileiro apresentar algumas particularidades em comparação com os mercados dos países desenvolvidos, bem como manter certa heterogeneidade entre as diferentes regiões do País, entende-se que as empresas que atuam no Brasil devem atentar às tendências observadas no mercado internacional.

Quadro 1 – Empresas líderes do mercado mundial de bebidas alcoólicas

| Empresa ou grupo empresarial | Tipo de bebida dos principais produtos | Capital de origem |
|------------------------------|--|---------------------------|
| Anheuser-Busch Inbev | Cerveja | Brasil/Bélgica |
| Accolade Wines | Vinho | Austrália |
| Bacardi | Rum | Porto Rico |
| Beam Suntory | Gin, uísque, vodca (spirits) | Estados Unidos |
| Carlsberg | Cerveja | Dinamarca |
| Constellation Brands | Cerveja, vinho e spirits | Estados Unidos |
| China Resource Enterprise | Cerveja | Hong Kong (China) |
| Diageo | Cerveja, uísque, vodca | Reino Unido |
| Heineken | Cerveja | Holanda |
| E. & J. Gallo Winery | Vinho | Estados Unidos |
| Pernod Ricard | Gin, uísque, vodca, rum, champagne | França |
| SABMiller ⁽¹⁾ | Cerveja | África do Sul/Reino Unido |
| The Wine Group | Vinho | Estados Unidos |
| Torres | Vinho e spirits | Espanha |
| Treasury Wine Estates | Vinho | Austrália |
| Vina Concha y Toro | Vinho | Chile |

Fonte: Elaboração própria com informações de Technavio (2017).

Nota: (1) A SABMiller está em processo de aquisição pela AB Inbev, cuja conclusão depende da autorização de autoridades antitruste de diferentes países.

3 DESEMPENHO RECENTE

As informações sobre o setor a serem apresentadas foram obtidas a partir de órgãos oficiais, tais como o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços (MDIC) e do Ministério do Trabalho, bem como em estudos de mercado elaborados por organizações internacionais, tais como a Euromonitor International. Os tópicos seguintes apresentam informações referentes às principais variáveis

associadas ao desempenho da indústria de bebidas alcoólicas, considerando os grupos CNAE cobertos pelo presente trabalho.

3.1 Produção e vendas

Com relação à produção da indústria brasileira, os dados da Pesquisa Industrial Anual Produto (PIA Produto) do IBGE (2017a) referentes ao período 2005-2014 (último dado disponível) mostram um crescimento consistente na produção da indústria de bebidas alcoólicas até 2012, seguido de uma queda em 2013 e recuperação em 2014 (Tabela 1). A fabricação de malte, cervejas e chopes possui grande destaque, atingindo, em 2014, 90,7% do total produzido em milhares de litros.

O aumento da participação das cervejas e chopes no total produzido pelo setor, conforme supracitado, espelhou o maior crescimento acumulado desse tipo de bebida, que foi de 57% do período considerado, enquanto aguardentes e outras bebidas destiladas registraram queda de 8% e os vinhos apresentaram crescimento acumulado de 17% na produção.

No que diz respeito às quantidades vendidas, os dados da PIA Produto mostram um cenário (Tabela 2) semelhante ao observado para a produção. Entretanto, a quantidade produzida é sempre maior que a quantidade vendida ano a ano. Cervejas e chopes também se destacam como principais produtos vendidos, chegando ao pico de participação de 90,4% em 2012, finalizando o período com 90% de participação em 2014. De forma semelhante, no mercado mundial a cerveja constitui a principal bebida alcoólica vendida, englobando 78% das vendas em volume no ano de 2015 (Euromonitor International, 2017).

Além do crescimento da produção e da venda de cervejas e chopes, destaca-se também o crescimento do mercado nacional de vinhos, especialmente dos espumantes, cujo crescimento relativo da produção e venda foi maior do que o apresentado pelas cervejas e chopes.

O Gráfico 1 apresenta simultaneamente o comportamento da produção e das vendas de bebidas alcoólicas no Brasil entre 2005 e 2014.

Tabela 1 – Evolução da produção (em milhares de litros) da indústria de bebidas alcoólicas do Brasil: 2005-2014

| CLASSE CNAE | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 |
|---|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Fabricação de aguardentes e outras bebidas destiladas | 1.225.423 | 2.128.792 | 1.381.888 | 1.506.552 | 1.476.358 | 1.405.641 | 1.686.193 | 1.377.486 | 1.196.325 | 1.129.783 |
| Fabricação de vinho | 293.369 | 312.688 | 297.970 | 316.128 | 289.376 | 298.054 | 376.635 | 427.113 | 298.969 | 344.454 |
| Fabricação de cervejas e chopes ¹ | 9.215.668 | 9.904.827 | 10.449.932 | 10.848.516 | 12.576.321 | 13.243.165 | 13.743.457 | 14.219.976 | 13.575.030 | 14.457.195 |
| Total | 10.734.460 | 12.346.307 | 12.129.790 | 12.671.196 | 14.342.055 | 14.946.860 | 15.806.285 | 16.024.575 | 15.070.324 | 15.931.432 |

Fonte: IBGE (2017). Elaboração do autor.

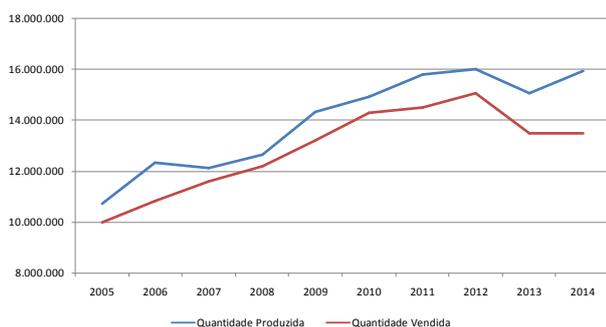
Nota: (1) A produção de malte é medida em toneladas e, portanto, foi desconsiderada do total da respectiva classe (1113-5).

Tabela 2 – Evolução das vendas (em milhares de litros)¹ da indústria de bebidas alcoólicas do Brasil: 2005-2014

| CLASSE CNAE | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 |
|---|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Fabricação de aguardentes e outras bebidas destiladas | 1.159.339 | 1.548.071 | 1.325.281 | 1.299.773 | 1.295.075 | 1.181.789 | 1.306.732 | 1.130.801 | 1.074.987 | 1.016.050 |
| Fabricação de vinho | 273.680 | 302.071 | 283.101 | 275.712 | 277.050 | 264.679 | 298.667 | 315.492 | 278.475 | 333.091 |
| Fabricação de malte, cervejas e chopes | 8.572.674 | 8.977.568 | 10.005.008 | 10.637.101 | 11.642.073 | 12.853.382 | 12.904.104 | 13.609.819 | 12.160.599 | 12.152.100 |
| Total | 10.005.693 | 10.827.710 | 11.613.390 | 12.212.586 | 13.214.198 | 14.299.850 | 14.509.503 | 15.056.111 | 13.514.061 | 13.501.242 |

Fonte: IBGE (2016). Elaboração do autor.

Nota: (1) A venda de malte é medida em toneladas e, portanto, foi desconsiderada do total da respectiva classe (1113-5).

Gráfico 1 – Evolução da produção e vendas de produtos da indústria de bebidas alcoólicas do Brasil, em milhares de litros: 2005-2014


Fonte: IBGE (2016). Elaboração do autor.

Tabela 3 – Vendas de bebidas alcoólicas no Brasil por categoria (em milhares de litros): 2010-2015

| Tipos de Bebidas | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 |
|---------------------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| Cerveja | 12.755.000,0 | 13.285.100,0 | 13.710.400,0 | 13.378.100,0 | 13.854.400,0 | 13.499.647,0 |
| Vodca, Whisky, Cachaça, Gin e outros | 1.141.801,3 | 1.123.117,9 | 1.108.136,5 | 1.072.885,3 | 1.075.254,7 | 1.055.697,3 |
| Vinho | 390.100,0 | 400.600,0 | 380.600,0 | 383.600,0 | 368.000,0 | 354.300,0 |
| RDT/Pré-misturas de alta concentração | 69.723,6 | 75.743,3 | 73.269,3 | 69.958,9 | 70.943,0 | 78.080,9 |
| Cidras | 12.816,0 | 13.766,2 | 14.606,2 | 15.273,0 | 15.365,1 | 15.710,7 |
| Total | 14.369.440,9 | 14.898.327,4 | 15.287.012,0 | 14.919.817,2 | 15.383.962,8 | 15.003.435,9 |

Fonte: Euromonitor International (2016).

Percebem-se algumas diferenças nos valores apresentados nas tabelas 2 e 3, o que é esperado, tendo em vista os fluxos de importação e exportação, conforme supracitado. Essas diferenças são bastante significativas nas bebidas destiladas (*spirits*), provavelmente por conta da predominância da venda de marcas importadas no mercado nacional. Independentemente das diferenças, a predominância das cervejas (90% das vendas) se confirma.

Em termos de dinâmica do mercado, de acordo com Euromonitor International (2016) o mercado brasileiro registrou um declínio no volume total das vendas em 2015, em função da situação econômica desfavorável e da redução da renda disponível para grande parte da população. Os consumidores têm migrado suas compras para marcas mais baratas em algumas categorias, além de reduzir a frequência das compras para muitos tipos de produtos, tanto no *on trade* (bares e restaurantes), como no

É importante salientar que os dados apresentados anteriormente da PIA-Produto contemplam apenas a produção e as vendas de unidades produtivas localizadas no Brasil, ou seja, da indústria para o varejo, não considerando os fluxos de importação e exportação. Logo, para se ter uma ideia do consumo de bebidas, é necessário computar as vendas no varejo (*off trade*) e em bares e restaurantes (*on trade*). Euromonitor International (2016) possui dados de vendas de bebidas alcoólicas no Brasil no período 2010-2015, por tipo de bebida, os quais são apresentados na Tabela 3.

off trade (varejo).

Por outro lado, enquanto quase todas as categorias enfrentaram redução ou estagnação das vendas em volume, as cervejas do tipo Premium têm mostrado um crescimento acima de média do mercado. Muitos consumidores estão optando por reduzir a frequência na qual eles compram cerveja e investindo em marcas consideradas diferenciadas, adicionando produtos *premium* em suas cestas de compras. As principais cadeias de varejo têm um papel fundamental neste movimento, através da oferta de descontos e promoções agressivas, de modo a estimular as compras de impulso, especialmente no que diz respeito às marcas *premium* de cerveja.

Em função da dinâmica atual do mercado, muitos dos principais *players* da indústria de bebidas alcoólicas do Brasil têm adotado uma estratégia de diversificação do portfólio de produtos, para atender às mais diversas

necessidades dos consumidores. Especificamente no mercado de cervejas, tanto as empresas têm procurado adicionar cervejas *Premium* ao seu mix de produtos, como também adicionado outras categorias de bebidas (por exemplo, Skol Beats Senses da AMBEV, que é considerado um RDT). A implantação da estratégia de diversificação por parte das grandes produtoras de cerveja com operações produtivas no Brasil tem sido acompanhada muitas vezes de aquisições de cervejarias artesanais.

Para uma melhor compreensão do comportamento da demanda total por bebidas alcoólicas, é essencial a avaliação do comércio internacional desses produtos.

No que diz respeito às exportações, percebe-se um crescimento consistente (131,%) nos valores das exportações entre 2007 e 2014, com arrefecimento nos dois anos seguintes (queda de 20%), conforme mostra a Tabela 4. As cervejas constituem o principal produto da pauta de exportações brasileira de bebidas alcoólicas, sendo responsável por 54,0% do valor exportado no período analisado (2007-2016). No Nordeste, os únicos estados que apresentam exportações acima de US\$ 1 milhão, em 2016, são Ceará e Pernambuco, com a predominância de aguardentes e outras bebidas destiladas.

Tabela 4 – Exportações brasileiras de bebidas alcoólicas (US\$ Mil FOB): 2007-2016

| Classes CNAE | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
|---|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Fabricação de aguardentes e outras bebidas destiladas | 27.121 | 34.321 | 30.341 | 34.063 | 41.225 | 43.280 | 45.041 | 48.319 | 33.099 | 33.567 |
| Fabricação de malte, cervejas e chopes | 31.465 | 32.741 | 36.426 | 40.361 | 48.263 | 59.248 | 67.180 | 90.906 | 93.033 | 82.185 |
| Fabricação de vinho | 8.907 | 14.086 | 15.652 | 13.735 | 10.944 | 13.818 | 20.263 | 16.632 | 8.267 | 9.585 |
| Total | 67.493 | 81.149 | 82.419 | 88.160 | 100.432 | 116.346 | 132.484 | 155.857 | 134.400 | 125.337 |

Fonte: MDIC (2017). Elaboração do BNB/ETENE.

As importações apresentaram um comportamento semelhante no período analisado, com crescimento de 101% entre 2007 e 2014 e queda de 19% entre 2014 e 2016 (Tabela 5), em função da crise econômica que tem assolado o Brasil nos últimos dois anos. Entretanto, os valores envolvidos são bem maiores do que aqueles das exportações. O grande montante importado explica-se pelo aumento do consumo de cervejas especiais e vinhos, bem como consolidação do mercado de destilados, especial-

mente de uísques, o que representa uma maior sofisticação do mercado brasileiro de bebidas.

Entre bebidas alcoólicas importadas pelo Brasil, considerando-se o período analisado (2007-2016) destacam-se o malte torrado (51,7% do valor importado), utilizado na produção de cervejas (notadamente cervejas especiais) e os vinhos (27,0% do valor importado).

Tabela 5 – Importações brasileiras de bebidas alcoólicas (US\$ Mil FOB): 2007-2016

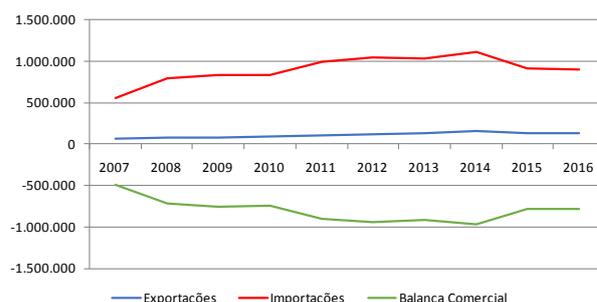
| Classes CNAE | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
|---|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|------------------|------------------|------------------|----------------|----------------|
| Fabricação de aguardentes e outras bebidas destiladas | 92.442 | 85.196 | 91.830 | 115.826 | 152.385 | 172.675 | 176.490 | 162.124 | 152.759 | 114.127 |
| Fabricação de malte, cervejas e chopes | 287.676 | 522.352 | 547.052 | 463.872 | 546.130 | 580.183 | 567.009 | 629.138 | 467.251 | 511.743 |
| Fabricação de vinho | 175.924 | 187.186 | 196.888 | 252.820 | 296.298 | 302.347 | 292.935 | 327.269 | 294.464 | 283.816 |
| Total | 556.043 | 794.735 | 835.770 | 832.518 | 994.813 | 1.055.205 | 1.036.434 | 1.118.531 | 914.473 | 909.685 |

Fonte: MDIC (2017). Elaboração do BNB/ETENE.

Os dados referentes ao comércio exterior mostram que a balança comercial da indústria de bebidas alcoólicas brasileira tem sido amplamente deficitária no período analisado, o que é de difícil reversão no futuro próximo, tendo em vista o grande espaço que algumas bebidas importadas têm no Brasil, bebidas essas em que há dificuldade de adoção de estratégias de substituição de importações, em função de suas características de produção.

Com relação aos principais parceiros do Brasil no comércio exterior de bebidas alcoólicas, as tabelas 6 e 7 apresentam, respectivamente, os dez principais países de destino das exportações e os dez principais países de origem das importações em diferentes anos.

Gráfico 3 – Balança comercial da indústria brasileira de bebidas alcoólicas no período 2007-2016 (US\$ milhões FOB)



Fonte: MDIC (2017). Elaboração do autor.

Tabela 6 – Principais países de destino das exportações brasileiras de bebidas alcoólicas (US\$ FOB): 2007 x 2011 x 2016

| Países | 2007 | % | 2011 | % | 2016 | % |
|------------------|-------------------|---------------|--------------------|---------------|--------------------|---------------|
| Paraguai | 16.389.465 | 24,3% | 29.140.574 | 29,0% | 74.805.239 | 59,7% |
| Bolívia | 8.009.673 | 11,9% | 20.328.159 | 20,2% | 12.651.681 | 10,1% |
| Argentina | 2.917.117 | 4,3% | 5.138.589 | 5,1% | 5.610.503 | 4,5% |
| Estados Unidos | 4.560.290 | 6,8% | 4.260.008 | 4,2% | 3.760.578 | 3,0% |
| Haiti | 82.319 | 0,1% | 1.445.315 | 1,4% | 3.266.692 | 2,6% |
| Uruguai | 3.331.747 | 4,9% | 4.084.020 | 4,1% | 3.117.952 | 2,5% |
| Alemanha | 2.191.578 | 3,2% | 4.051.190 | 4,0% | 2.552.480 | 2,0% |
| Chile | 1.220.726 | 1,8% | 1.294.531 | 1,3% | 2.095.547 | 1,7% |
| África do Sul | 81.947 | 0,1% | 2.691.878 | 2,7% | 1.880.240 | 1,5% |
| Colômbia | 285.205 | 0,4% | 1.126.614 | 1,1% | 1.492.742 | 1,2% |
| Sub-total | 39.070.067 | 57,9% | 73.560.878 | 73,2% | 111.233.654 | 88,7% |
| Outros | 28.422.510 | 42,1% | 26.870.903 | 26,8% | 14.103.372 | 11,3% |
| Total | 67.492.577 | 100,0% | 100.431.781 | 100,0% | 125.337.026 | 100,0% |

Fonte: MDIC (2017). Elaboração do autor.

Tabela 7 – Principais países de origem das importações brasileiras de bebidas alcoólicas (US\$ FOB): 2007 x 2011 x 2016

| Países | 2007 | % | 2011 | % | 2016 | % |
|------------------|--------------------|---------------|--------------------|---------------|--------------------|---------------|
| Argentina | 159.504.216 | 28,7% | 269.571.846 | 27,1% | 347.574.005 | 38,2% |
| Uruguai | 78.448.124 | 14,1% | 215.924.875 | 21,7% | 135.340.488 | 14,9% |
| Chile | 47.875.511 | 8,6% | 85.340.362 | 8,6% | 123.918.362 | 13,6% |
| Reino Unido | 76.473.489 | 13,8% | 116.985.007 | 11,8% | 72.642.642 | 8,0% |
| França | 46.162.241 | 8,3% | 96.036.793 | 9,7% | 46.219.175 | 5,1% |
| Bélgica | 38.416.241 | 6,9% | 36.519.902 | 3,7% | 39.282.320 | 4,3% |
| Portugal | 24.262.729 | 4,4% | 35.948.309 | 3,6% | 30.020.353 | 3,3% |
| Itália | 27.480.604 | 4,9% | 41.924.301 | 4,2% | 26.765.902 | 2,9% |
| Espanha | 5.936.991 | 1,1% | 15.517.962 | 1,6% | 17.319.714 | 1,9% |
| Estados Unidos | 1.971.051 | 0,4% | 7.439.786 | 0,7% | 14.719.325 | 1,6% |
| Sub-total | 506.531.197 | 91,1% | 921.209.143 | 92,6% | 853.802.286 | 93,9% |
| Outros | 49.511.764 | 8,9% | 73.603.458 | 7,4% | 55.883.057 | 6,1% |
| Total | 556.042.961 | 100,0% | 994.812.601 | 100,0% | 909.685.343 | 100,0% |

Fonte: MDIC (2017). Elaboração do autor.

Analisando-se os dados de 2016, percebe-se que as exportações de bebidas alcoólicas têm como principais destinos países da América do Sul, que, juntos, absorvem 80% do valor das exportações. Como o mercado brasileiro de cervejas é dominado por grandes multinacionais, o Brasil funciona como importante abastecedor desses países, notadamente Paraguai e Bolívia.

Por outro lado, no que diz respeito às importações, os países produtores das principais bebidas importadas têm destaque: vinho (Argentina, Uruguai, Chile, França, Portugal, Itália, Espanha e Estados Unidos), uísque (Reino Unido) e cerveja (Bélgica e Estados Unidos). Conforme supracitado, torna-se muito difícil estabelecer uma política de substituição de importações de bebidas oriundas desses países, principalmente nos casos dos vinhos e uísques.

3.2 Emprego e capacidade instalada

Nos últimos dois anos, a economia brasileira vem passando por um momento difícil, no qual se somam fatores tais como diminuição das vendas na maior parte dos setores, inflação acima da meta, juros altos, aumento do desemprego, entre outras questões que se refletem numa forte retração da atividade econômica.

Na indústria de bebidas alcoólicas do Brasil, os números relativos ao emprego mostram que em dois momentos o setor apresentou desaceleração: entre 2007 e 2009, o que pode estar associado à crise econômica mundial de 2008; e entre 2014-2015, como reflexo do cenário econômico interno. Com isso, o crescimento acumulado do emprego no setor, entre 2006 e 2015, foi de 12,1% no

Brasil e 25,4% no Nordeste, ou seja, o crescimento do Nordeste foi mais do que o dobro de crescimento nacional. Como destaque nacional, tem-se o Estado do Mato Grosso (142,8%). Já no Nordeste, destacam-se em termos de crescimento do emprego no período, os estados de Pernam-

buco (52,5%), Bahia (52,5%) e Maranhão (49,7%) (Tabela 7). O crescimento observado em Pernambuco e na Bahia está diretamente relacionado à instalação de unidades produtivas de Cervejaria Petrópolis nesses estados.

Tabela 8 – Evolução do emprego na indústria de bebidas alcoólicas no período 2006-2015: Brasil, Nordeste e UF

| Estado | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 |
|------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Acre | 3 | 8 | 10 | 35 | 39 | 55 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| Alagoas | 107 | 18 | 32 | 41 | 43 | 45 | 17 | 54 | 27 | 34 |
| Amapá | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 12 | 9 | 4 | 8 | 4 |
| Amazonas | 753 | 807 | 593 | 757 | 871 | 944 | 1037 | 919 | 873 | 779 |
| Bahia | 1.468 | 1.755 | 1.836 | 1.792 | 2.030 | 2.061 | 2.107 | 2.522 | 2527 | 2.238 |
| Ceará | 2.782 | 2.863 | 3.340 | 3.381 | 3.369 | 3.303 | 3.455 | 3.179 | 3.300 | 2.877 |
| Distrito Federal | 567 | 410 | 421 | 383 | 400 | 425 | 1954 | 312 | 269 | 104 |
| Espírito Santo | 230 | 222 | 209 | 217 | 203 | 254 | 304 | 328 | 195 | 177 |
| Goiás | 1.701 | 1.919 | 2.036 | 1.777 | 1.886 | 1.973 | 1.984 | 2.082 | 1.964 | 1.849 |
| Maranhão | 1.004 | 818 | 1.020 | 785 | 1.055 | 1.169 | 1.213 | 1.418 | 1.557 | 1.503 |
| Mato Grosso | 541 | 806 | 820 | 862 | 1058 | 1216 | 1194 | 1261 | 1164 | 1276 |
| Mato Grosso do Sul | 79 | 210 | 170 | 235 | 261 | 221 | 49 | 68 | 38 | 19 |
| Minas Gerais | 2.441 | 1.707 | 1.681 | 2.054 | 2.077 | 2.260 | 2.513 | 4.069 | 2.962 | 2.967 |
| Pará | 840 | 695 | 698 | 701 | 911 | 908 | 963 | 981 | 924 | 943 |
| Paraíba | 1.222 | 1.185 | 1.230 | 1.187 | 1.310 | 1.338 | 1.367 | 1.379 | 1.297 | 1.194 |
| Paraná | 1.944 | 1.622 | 1.671 | 1.815 | 1.760 | 1.798 | 1.397 | 1.402 | 1.593 | 1.628 |
| Pernambuco | 3.879 | 3.569 | 3.248 | 4.041 | 3.867 | 7.406 | 6.993 | 7.067 | 7.116 | 5.914 |
| Piauí | 484 | 551 | 600 | 627 | 626 | 631 | 611 | 545 | 546 | 517 |
| Rio de Janeiro | 6.082 | 6.678 | 5.282 | 4.764 | 5.603 | 6.105 | 6.231 | 6.114 | 6.030 | 6.073 |
| Rio Grande do Norte | 534 | 712 | 881 | 916 | 842 | 819 | 868 | 811 | 863 | 365 |
| Rio Grande do Sul | 4.160 | 4.211 | 3.981 | 4.370 | 4.482 | 4.912 | 5.075 | 4.761 | 5.218 | 5.329 |
| Rondônia | 34 | 21 | 118 | 159 | 180 | 157 | 1 | 1 | 0 | 0 |
| Roraima | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 10 | 7 | 6 |
| Santa Catarina | 1.320 | 1.315 | 1.390 | 1.463 | 1.513 | 1.676 | 1.686 | 1.832 | 1.877 | 1.777 |
| São Paulo | 16.009 | 16.849 | 15.468 | 14.306 | 13.677 | 14.425 | 15.449 | 16.326 | 16.563 | 16.609 |
| Sergipe | 557 | 513 | 367 | 415 | 522 | 500 | 500 | 478 | 462 | 447 |
| Tocantins | 5 | 2 | 1 | 2 | 2 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Região Nordeste | 12.037 | 11.984 | 12.554 | 13.185 | 13.664 | 17.272 | 17.131 | 17.453 | 17.695 | 15.089 |
| Brasil | 48.747 | 49.466 | 47.103 | 47.085 | 48.587 | 54.613 | 56.980 | 57.927 | 57.385 | 54.635 |

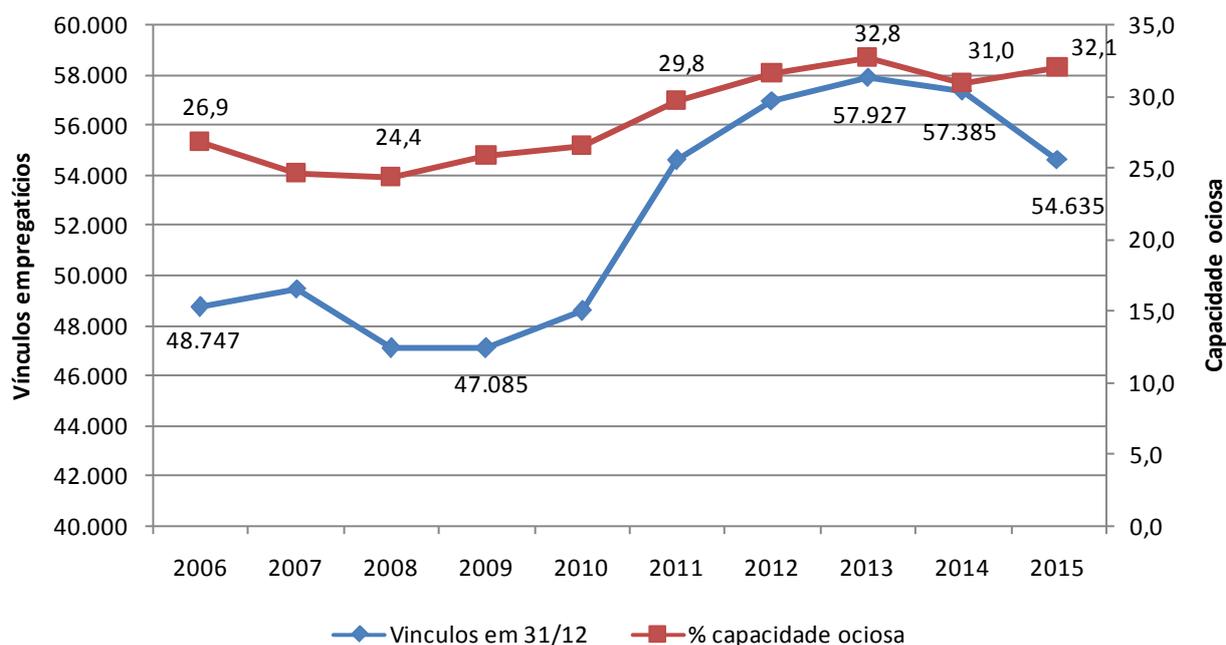
Fonte: MTE/RAIS (2017). Elaboração do ETENE/BNB.

Mesmo com o crescimento observado para o emprego em boa parte do período analisado, a capacidade ociosa do setor tem mantido uma trajetória de crescimento, com alguns momentos de queda, variando de um mínimo de 24,4% em 2008 a um máximo de 32,8% em 2013, conforme pode ser observado no Gráfico 4.

O índice de utilização da capacidade produtiva do setor, que variou de 67,2% a 75,6%, está abaixo da média da indústria de transformação, o que indica que a indústria de bebidas tem operado com sobrecapacidade ao longo dos últimos anos, o que pode ser considerado um indicador de que não deverá haver grandes investimentos em ampliação da capacidade por parte das empresas do setor,

especialmente nos segmentos mais tradicionais. Possíveis investimentos devem ser direcionados para adaptações relacionadas a mudanças no mix de produtos e na diferenciação.

Gráfico 4 – Desempenho recente do número de empregos e capacidade ociosa¹ da indústria brasileira de bebidas alcoólicas: 2006 a 2015



Fonte: MTE/RAIS (2017) e CNI (2017). Elaboração do autor.

Nota:

(1) A capacidade ociosa informada considera toda a indústria de bebidas, inclusive de bebidas não alcoólicas.

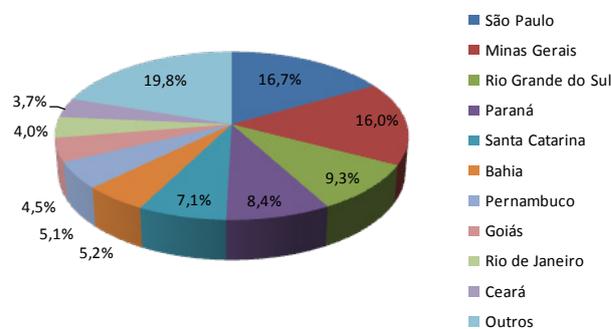
4 DISTRIBUIÇÃO REGIONAL DA PRODUÇÃO

Conforme supracitado, a indústria de bebidas alcoólicas, apesar de não ser um setor intensivo em mão de obra, em termos absolutos, constitui grande empregador, com dezenas de milhares de empregos distribuídos em todo o Brasil. O setor possui ampla distribuição regional da produção, devido às características dos produtos, que têm a água como insumo básico. Em 2015, a indústria de bebidas alcoólicas concentrava 0,8% dos empregos da indústria de transformação do Brasil e 1,5% dos empregos da indústria de transformação do Nordeste. Logo, a indústria de bebidas alcoólicas tem maior importância para a geração de empregos no Nordeste do que no Brasil.

Apesar de haver citada distribuição regional da produção, com a presença de unidades produtivas em todos os estados brasileiros, percebe-se que, em nível regional (grandes regiões), há uma concentração da produção nos estados mais populosos (Gráfico 5). A partir das plantas industriais localizadas nesses estados, há uma distribuição dos produtos para os demais estados da mesma região.

As exceções entre os dez estados mais populosos na lista dos dez estados com maior número de estabelecimentos da indústria de bebidas alcoólicas são o Maranhão e o Pará. Santa Catarina (11º estado mais populoso) e Goiás (12º estado mais populoso) fazem parte da lista, o primeiro possivelmente por conta da disponibilidade de água de melhor qualidade e da forte presença de cervejarias artesanais, e o segundo por conta de sua importância logística para o abastecimento do mercado da Região Centro-Oeste.

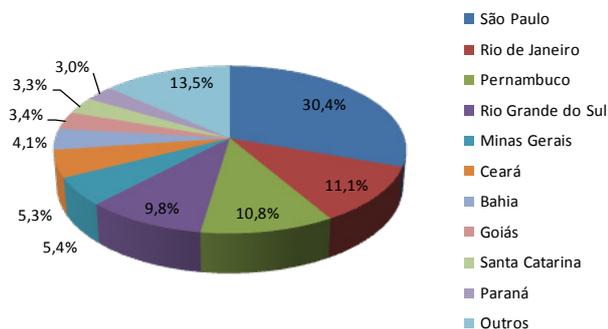
Gráfico 5 – Distribuição geográfica (%) das empresas brasileiras da indústria de bebidas alcoólicas em 2015



Fonte: MTE/RAIS (2017). Elaboração do ETENE/BNB.

No caso dos empregos, a lógica é a mesma observada para o número de estabelecimentos, tendo em vista que não se observou mudança na relação dos dez estados com maior número de vínculos empregatícios em 2015 (Gráfico 6). Entretanto, entre os dez estados com maior número de empregos no setor, houve aumento da concentração dos empregos no Estado de São Paulo (30,4%) em comparação com o número de estabelecimentos (16,7%).

Gráfico 6 – Distribuição geográfica (%) dos empregos na indústria de bebidas alcoólicas brasileira em 2015



Fonte: MTE/RAIS (2017). Elaboração do ETENE/BNB.

Fenômeno semelhante ocorre com Rio de Janeiro (11,1% dos empregos e 4,0% dos estabelecimentos) e Pernambuco (10,8% dos empregos e 4,5% dos estabelecimentos), o que denota a predominância de grandes empresas do setor nesses estados, especialmente produtoras de cervejas e subsidiárias de multinacionais produtoras de outros tipos de bebidas alcoólicas. Por outro lado, no caso de Minas Gerais ocorre exatamente o contrário, ou seja, há maior concentração relativa de empresas do que de empregos (16% dos estabelecimentos, 5,4% dos empregos), configurando-se um estado com predominância de empresas de menor porte, denotando um caráter mais artesanal da produção de bebidas alcoólicas em Minas Gerais.

Em termos de evolução das quantidades de empresas (Tabela 9) e empregos (Tabela 10), não foram observadas mudanças significativas de representatividade na grande maioria dos estados no período considerado. Destaca-se o aumento de mais de 50% da participação de Santa Catarina no total de empresas do setor (de 6,0% em 2006 para 9,3% em 2015). Quanto à distribuição dos empregos, merecem destaque no Nordeste os aumentos de participação relativa no emprego dos estados da Bahia, do Maranhão e de Pernambuco.

Em termos de evolução das quantidades de empresas (Tabela 9) e empregos (Tabela 10), não foram observadas mudanças significativas de representatividade na grande maioria dos estados no período considerado. Destaca-se o aumento de mais de 50% da participação de Santa Catarina no total de empresas do setor (de 6,0% em 2006 para 9,3% em 2015). Quanto à distribuição dos empregos, merecem destaque no Nordeste os aumentos de participação relativa no emprego dos estados da Bahia, do Maranhão e de Pernambuco.

Tabela 9 – Distribuição geográfica (%) das empresas brasileiras da indústria de bebidas alcoólicas: 2006 a 2015

| Estado | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 |
|---------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Acre | 0,1% | 0,1% | 0,2% | 0,2% | 0,2% | 0,2% | 0,2% | 0,1% | 0,2% | 0,1% |
| Alagoas | 0,4% | 0,4% | 0,5% | 0,4% | 0,3% | 0,5% | 0,5% | 0,6% | 0,5% | 0,6% |
| Amapá | 0,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,1% | 0,1% | 0,1% | 0,2% | 0,1% |
| Amazonas | 0,4% | 0,4% | 0,5% | 0,4% | 0,4% | 0,4% | 0,5% | 0,4% | 0,5% | 0,8% |
| Bahia | 3,5% | 4,0% | 3,8% | 3,6% | 3,2% | 3,6% | 3,2% | 2,6% | 2,7% | 2,5% |
| Ceará | 2,3% | 2,2% | 2,4% | 2,5% | 2,4% | 2,4% | 2,6% | 2,3% | 2,4% | 1,9% |
| Distrito Federal | 0,4% | 0,4% | 0,4% | 0,2% | 0,2% | 0,3% | 0,7% | 0,3% | 0,2% | 0,2% |
| Espírito Santo | 3,4% | 3,0% | 2,9% | 3,3% | 3,1% | 2,9% | 3,0% | 2,7% | 2,3% | 2,5% |
| Goiás | 2,7% | 3,3% | 3,0% | 2,7% | 2,9% | 2,8% | 2,5% | 2,6% | 2,5% | 2,2% |
| Maranhão | 0,8% | 0,7% | 0,6% | 0,8% | 0,7% | 0,8% | 0,6% | 0,9% | 1,0% | 1,0% |
| Mato Grosso | 0,9% | 1,1% | 0,6% | 1,1% | 1,0% | 0,8% | 0,9% | 0,9% | 1,1% | 1,2% |
| Mato Grosso do Sul | 0,6% | 0,5% | 0,5% | 0,5% | 0,7% | 0,8% | 0,7% | 0,7% | 0,8% | 0,6% |
| Minas Gerais | 19,7% | 19,4% | 19,0% | 18,8% | 19,3% | 19,0% | 18,4% | 19,6% | 19,1% | 18,4% |
| Pará | 0,6% | 0,7% | 0,8% | 0,8% | 1,0% | 0,9% | 0,6% | 0,8% | 0,8% | 0,7% |
| Paraíba | 1,4% | 1,5% | 2,1% | 2,0% | 2,2% | 2,4% | 2,4% | 2,7% | 2,2% | 2,1% |
| Paraná | 5,4% | 4,7% | 4,3% | 4,4% | 4,2% | 4,3% | 5,1% | 4,9% | 5,3% | 5,8% |
| Pernambuco | 4,0% | 3,7% | 3,7% | 3,9% | 4,5% | 4,1% | 4,1% | 3,8% | 3,7% | 3,7% |
| Piauí | 0,4% | 0,5% | 0,7% | 0,8% | 0,7% | 0,7% | 0,7% | 0,7% | 0,4% | 0,5% |
| Rio de Janeiro | 6,5% | 6,1% | 6,4% | 5,4% | 5,9% | 6,3% | 6,2% | 5,9% | 6,2% | 6,1% |
| Rio Grande do Norte | 0,6% | 0,7% | 0,8% | 0,8% | 0,8% | 0,5% | 0,6% | 0,6% | 0,6% | 0,6% |
| Rio Grande do Sul | 22,1% | 22,7% | 21,3% | 21,6% | 21,5% | 21,8% | 22,3% | 21,3% | 22,5% | 23,0% |
| Rondônia | 0,6% | 0,6% | 0,8% | 0,9% | 0,8% | 0,5% | 0,6% | 0,1% | 0,0% | 0,0% |
| Roraima | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,1% | 0,1% | 0,0% | 0,1% | 0,2% | 0,2% | 0,2% |
| Santa Catarina | 6,0% | 6,5% | 7,5% | 8,0% | 7,9% | 8,1% | 7,8% | 8,6% | 8,5% | 9,3% |
| São Paulo | 16,3% | 16,0% | 16,8% | 16,6% | 15,8% | 15,2% | 15,3% | 16,0% | 15,7% | 15,3% |
| Sergipe | 0,7% | 0,4% | 0,2% | 0,2% | 0,3% | 0,4% | 0,4% | 0,5% | 0,6% | 0,5% |
| Tocantins | 0,3% | 0,1% | 0,2% | 0,2% | 0,2% | 0,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,1% |
| Total | 100,0% |

Fonte: MTE/RAIS (2017). Elaboração do ETENE/BNB.

Tabela 10 – Distribuição geográfica (%) dos empregos da indústria de bebidas alcoólicas por UF: 2006 a 2015

| Estado | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 |
|---------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Acre | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,1% | 0,1% | 0,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Alagoas | 0,2% | 0,0% | 0,1% | 0,1% | 0,1% | 0,1% | 0,0% | 0,1% | 0,0% | 0,1% |
| Amapá | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Amazonas | 1,5% | 1,6% | 1,3% | 1,6% | 1,8% | 1,7% | 1,8% | 1,6% | 1,5% | 1,4% |
| Bahia | 3,0% | 3,5% | 3,9% | 3,8% | 4,2% | 3,8% | 3,7% | 4,4% | 4,4% | 4,1% |
| Ceará | 5,7% | 5,8% | 7,1% | 7,2% | 6,9% | 6,0% | 6,1% | 5,5% | 5,8% | 5,3% |
| Distrito Federal | 1,2% | 0,8% | 0,9% | 0,8% | 0,8% | 0,8% | 3,4% | 0,5% | 0,5% | 0,2% |
| Espírito Santo | 0,5% | 0,4% | 0,4% | 0,5% | 0,4% | 0,5% | 0,5% | 0,6% | 0,3% | 0,3% |
| Goiás | 3,5% | 3,9% | 4,3% | 3,8% | 3,9% | 3,6% | 3,5% | 3,6% | 3,4% | 3,4% |
| Maranhão | 2,1% | 1,7% | 2,2% | 1,7% | 2,2% | 2,1% | 2,1% | 2,4% | 2,7% | 2,8% |
| Mato Grosso | 1,1% | 1,6% | 1,7% | 1,8% | 2,2% | 2,2% | 2,1% | 2,2% | 2,0% | 2,3% |
| Mato Grosso do Sul | 0,2% | 0,4% | 0,4% | 0,5% | 0,5% | 0,4% | 0,1% | 0,1% | 0,1% | 0,0% |
| Minas Gerais | 5,0% | 3,5% | 3,6% | 4,4% | 4,3% | 4,1% | 4,4% | 7,0% | 5,2% | 5,4% |
| Pará | 1,7% | 1,4% | 1,5% | 1,5% | 1,9% | 1,7% | 1,7% | 1,7% | 1,6% | 1,7% |
| Paraíba | 2,5% | 2,4% | 2,6% | 2,5% | 2,7% | 2,4% | 2,4% | 2,4% | 2,3% | 2,2% |
| Paraná | 4,0% | 3,3% | 3,5% | 3,9% | 3,6% | 3,3% | 2,5% | 2,4% | 2,8% | 3,0% |
| Pernambuco | 8,0% | 7,2% | 6,9% | 8,6% | 8,0% | 13,6% | 12,3% | 12,2% | 12,4% | 10,8% |
| Piauí | 1,0% | 1,1% | 1,3% | 1,3% | 1,3% | 1,2% | 1,1% | 0,9% | 1,0% | 0,9% |
| Rio de Janeiro | 12,5% | 13,5% | 11,2% | 10,1% | 11,5% | 11,2% | 10,9% | 10,6% | 10,5% | 11,1% |
| Rio Grande do Norte | 1,1% | 1,4% | 1,9% | 1,9% | 1,7% | 1,5% | 1,5% | 1,4% | 1,5% | 0,7% |
| Rio Grande do Sul | 8,5% | 8,5% | 8,5% | 9,3% | 9,2% | 9,0% | 8,9% | 8,2% | 9,1% | 9,8% |
| Rondônia | 0,1% | 0,0% | 0,3% | 0,3% | 0,4% | 0,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Roraima | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Santa Catarina | 2,7% | 2,7% | 3,0% | 3,1% | 3,1% | 3,1% | 3,0% | 3,2% | 3,3% | 3,3% |
| São Paulo | 32,8% | 34,1% | 32,8% | 30,4% | 28,1% | 26,4% | 27,1% | 28,2% | 28,9% | 30,4% |
| Sergipe | 1,1% | 1,0% | 0,8% | 0,9% | 1,1% | 0,9% | 0,9% | 0,8% | 0,8% | 0,8% |
| Tocantins | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Total | 100,0% |

Fonte: MTE/RAIS (2016). Elaboração do ETENE/BNB.

A indústria de bebidas alcoólicas do Nordeste concentra 13,4% dos estabelecimentos e 27,6% dos empregos. O percentual de empregos bem maior do que o percentual de estabelecimentos, algo que ocorre também na Região Norte (1,9% dos estabelecimentos e 3,2% dos empregos) indica a predominância de empresas de maior porte na indústria de bebidas alcoólicas nestas regiões. Já na Região Sul (38,1% dos estabelecimentos e 16,0% dos empregos) ocorre exatamente o contrário, com grande influência do quadro do Rio Grande do Sul, o que é consequência da concentração de produtores de vinhos naquele Estado, no qual 85,8% das empresas possuem até 9 funcionários, configurando-se como microempresas.

5 PERSPECTIVAS

Nas previsões disponíveis sobre o comportamento do mercado mundial de bebidas alcoólicas para os próximos anos predomina a visão de que o crescimento será moderado, um pouco acima de 2% ao ano até 2020 (Technavio, 2017). A crescente demanda por bebidas al-

coólicas *premium* é considerada um dos principais fatores para o crescimento deste mercado. Devido ao aumento do rendimento disponível dos clientes, o consumo de álcool passou a ser considerado um símbolo de status, e a associação de rótulos *premium* a aspectos como qualidade e sabor faz com que as marcas *premium* tenham um crescimento maior na demanda, em comparação com as bebidas econômicas.

Esse crescimento um pouco acima de 2% aparece nas previsões da Euromonitor International (2017), que destacam entre os dez maiores mercados consumidores do mundo, em termos de crescimento do consumo de bebidas alcoólicas, a China, o México, a Índia e a Espanha, que apresentarão taxas de crescimento acima das previstas para o mercado mundial, conforme se pode verificar nas tabelas 11 e 12.

Tabela 11 – Consumo previsto de bebidas alcoólicas nos dez principais mercados mundiais (em milhões de litros): 2016 a 2020

| Localidade | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
|--------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| China | 59.021,5 | 60.483,7 | 62.019,6 | 63.585,2 | 65.207,9 |
| EUA | 31.002,8 | 31.249,4 | 31.462,1 | 31.611,1 | 31.724,0 |
| Brasil | 14.763,2 | 14.777,8 | 14.896,9 | 15.106,9 | 15.376,0 |
| Alemanha | 11.374,9 | 11.228,3 | 11.097,5 | 10.978,0 | 10.868,5 |
| Rússia | 10.122,6 | 9.891,3 | 9.796,8 | 9.805,5 | 9.875,3 |
| Japão | 8.854,9 | 8.828,7 | 8.804,4 | 8.779,2 | 8.753,2 |
| México | 7.398,1 | 7.630,6 | 7.846,9 | 8.061,8 | 8.274,5 |
| Reino Unido | 7.443,4 | 7.433,8 | 7.452,9 | 7.479,4 | 7.514,2 |
| Índia | 5.384,9 | 5.660,3 | 5.942,6 | 6.232,5 | 6.532,1 |
| Espanha | 4.991,1 | 5.157,9 | 5.331,4 | 5.513,9 | 5.704,8 |
| Outros | 90.437,0 | 92.356,5 | 94.531,0 | 96.837,8 | 99.198,1 |
| Mundo | 250.794,4 | 254.698,3 | 259.182,1 | 263.991,3 | 269.028,6 |

Fonte: Euromonitor International (2017).

Tabela 12 – Crescimento anual (%) previsto do consumo de bebidas alcoólicas nos dez principais mercados mundiais: 2016 a 2020

| Localidade | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
|--------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| China | 2,5% | 2,5% | 2,5% | 2,5% | 2,6% |
| EUA | 1,3% | 0,8% | 0,7% | 0,5% | 0,4% |
| Brasil | -1,6% | 0,1% | 0,8% | 1,4% | 1,8% |
| Alemanha | -1,3% | -1,3% | -1,2% | -1,1% | -1,0% |
| Rússia | -4,7% | -2,3% | -1,0% | 0,1% | 0,7% |
| Japão | -0,2% | -0,3% | -0,3% | -0,3% | -0,3% |
| México | 3,6% | 3,1% | 2,8% | 2,7% | 2,6% |
| Reino Unido | -0,1% | -0,1% | 0,3% | 0,4% | 0,5% |
| Índia | 5,3% | 5,1% | 5,0% | 4,9% | 4,8% |
| Espanha | 3,2% | 3,3% | 3,4% | 3,4% | 3,5% |
| Mundo | 1,2% | 2,1% | 2,4% | 2,4% | 2,4% |

Fonte: Euromonitor International (2017). Elaboração do ETENE/BNB.

O mercado brasileiro, que apresentou queda de consumo em 2015 e 2016, mostra uma tendência de recuperação nos anos seguintes, mas com taxa de crescimento

abaixo da média mundial, com destaque para o grande crescimento das chamadas RDTs (*Ready-to-drinks*) e pré-misturas de alta concentração alcoólica (Tabelas 13 e 14).

Tabela 13 – Consumo previsto de bebidas alcoólicas no Brasil por tipo (em milhares de litros): 2016 a 2020

| Tipos de Bebidas | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
|---------------------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| Cerveja | 13.268.275,8 | 13.269.645,6 | 13.362.979,9 | 13.541.545,8 | 13.774.290,8 |
| Vodka, Whisky, Cachaça, Gin e outros | 1.036.454,6 | 1.030.248,1 | 1.034.282,0 | 1.045.026,4 | 1.060.623,0 |
| Vinho | 347.261,0 | 348.080,4 | 352.972,1 | 360.677,0 | 371.017,7 |
| RDT/Pré-misturas de alta concentração | 95.162,8 | 113.464,3 | 129.951,7 | 142.692,9 | 152.765,4 |
| Cidras | 16.055,3 | 16.384,7 | 16.702,1 | 17.003,7 | 17.296,2 |
| Total | 14.763.209,5 | 14.777.823,1 | 14.896.887,8 | 15.106.945,8 | 15.375.993,1 |

Fonte: Euromonitor International (2016).

Tabela 14 – Crescimento anual (%) previsto do consumo de bebidas alcoólicas no Brasil por tipo: 2016 a 2020

| Tipos de Bebidas | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
|---------------------------------------|--------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Cerveja | -1,7% | 0,0% | 0,7% | 1,3% | 1,7% |
| Vodca, Whisky, Cachaça, Gin e outros | -1,8% | -0,6% | 0,4% | 1,0% | 1,5% |
| Vinho | -2,0% | 0,2% | 1,4% | 2,2% | 2,9% |
| RDT/Pré-misturas de alta concentração | 21,9% | 19,2% | 14,5% | 9,8% | 7,1% |
| Cidras | 2,2% | 2,1% | 1,9% | 1,8% | 1,7% |
| Total | -1,6% | 0,1% | 0,8% | 1,4% | 1,8% |

Fonte: Euromonitor International (2016). Elaboração do ETENE/BNB.

Considerando o comportamento recente do mercado brasileiro, Euromonitor International (2016) destaca algumas tendências relacionadas às bebidas alcoólicas nos próximos anos (até 2020), vide Quadro 2.

Essas tendências apresentadas devem ser consideradas quando da análise de pertinência e viabilidade de novos investimentos do setor de bebidas alcoólicas no Nordeste.

Apesar da característica do setor de possuir ampla distribuição regional da produção, devido às características dos produtos, que têm a água como insumo básico, o que torna a opção de produzir localmente mais racional, para a Região Nordeste isso pode se configurar como um fator crítico, tendo em vista a carência de água em boa parte do território nordestino, notadamente após períodos de estiagem prolongada, tais como os vivenciados nos últimos anos.

Quadro 2 – Tendências-chave do mercado brasileiro de bebidas alcoólicas

| Tendência | Principais Argumentos | Perspectiva |
|--|--|---|
| Polarização do segmento de vodcas: diferenciação é um aspecto-chave | O consumo de vodca cresceu 4% em 2015 no Brasil, apesar da situação econômica desfavorável. Esse desempenho foi muito melhor do que o conjunto dos <i>spirits</i> (categoria da qual a vodca faz parte), que apresentaram declínio de 2% nas vendas no mesmo ano. Os consumidores de alta renda, menos afetados pela situação econômica desfavorável, têm mantido o consumo de suas marcas favoritas, independentemente do preço. Marcas tais como Ciroc, Wyborowa e Skyy Vodka estão se tornando atraentes para o público jovem. Em linhas gerais, os produtos de maior valor agregado estão à frente da concorrência, enquanto os produtos de menor valor, com pouco ou nenhuma diferenciação, enfrentarão dificuldades. | Enquanto para as bebidas em geral da categoria <i>spirit</i> se espera que permaneçam em declínio nos próximos anos, as vodcas devem registrar crescimento de 5% ao ano. |
| Novos canais de distribuição emergem para as cervejas artesanais (<i>craft beer</i>) no Brasil. Ex: Barbearias | À medida que as cervejas artesanais emergem e se tornam a norma entre os consumidores - e ganham vendas - novas oportunidades para a distribuição de tais produtos. Um dos movimentos mais inovadores, neste sentido, refere-se às vendas de cerveja artesanal em barbearias, com o objetivo de alcançar principalmente homens jovens de níveis de renda média e alta. Por essa razão, um novo formato de barbearias está emergindo e se consolidando no Brasil: um modelo atraente de espaços <i>vintage</i> , com mesas de sinuca e outras atrações, o que gera uma ideia de masculinidade, oferecendo uma ampla gama de marcas de cerveja <i>premium</i> artesanal, algo que os homens brasileiros usualmente apreciam muito. | Como muitos destes novos fabricantes de cervejas artesanais ainda têm uma produção de volume limitado, posicionar seus produtos em grandes bares ou canais de varejo é geralmente insustentável. Desta forma, descobrir e explorar diferentes canais é uma estratégia-chave para que eles permaneçam no mercado e estabeleçam uma relação leal com seus consumidores. Barbearias e outros canais alternativos deverão consolidar-se e ganhar relevância à custa dos formatos tradicionais de varejo até ao final de 2020. Diversificação e variedade são essenciais para esse segmento de mercado. |
| Lançamentos-chave de novos produtos RDTs | Na ausência de lançamentos inovadores de novos produtos em anos anteriores, a categoria de RTDs/pré-misturas de alta concentração registraram um crescimento anual de apenas 2% entre 2010 e 2013. Em 2014, no entanto, este padrão começou a mudar. Com o lançamento do Skol Beats Senses pela AMBEV, uma RTD baseada em malte, a categoria parece renascer. A então dominação desse mercado exercida pela Diageo do Brasil, com a marca Smirnoff Ice - com 46% de participação total no volume -, começou a sofrer ameaças. Em 2015, essa tendência se tornou mais forte, com o lançamento da Skol Beats Spirits, em embalagem verde, e com um sabor de maçã verde. Esses produtos, pelas suas características, juntamente com as suas promoções e descontos agressivos, atraem consumidores jovens. Além disso, as principais cadeias de varejo contribuíram para manter estes produtos atrativos, apesar da situação econômica desfavorável. | A categoria irá se beneficiar da alta lealdade entre os jovens consumidores em relação à marca Skol. Isso deve gerar um desempenho dinâmico para as RTDs/pré-misturas de alta concentração nos próximos anos. As RTDs de malte deverão atingir um volume de vendas de 84 milhões de litros em 2020 - mais de nove vezes as vendas atuais da categoria. Em termos de impacto nas estratégias dos concorrentes, espera-se que essa projeção beneficie não só a AMBEV, mas também outros players que ingressam na categoria. As vendas já foram impulsionadas pelo lançamento da Smirnoff Ice Storm pela Diageo. Para ter sucesso nessa categoria, no entanto, parece fundamental ter uma estratégia de comunicação clara dirigida aos consumidores masculinos e femininos, oferecer sabores atraentes e posicionar as marcas como algo legal e divertido para os jovens consumidores - a mais importante categoria demográfica. |

Fonte: Adaptado de Euromonitor International (2016).

Adicionalmente, em se tratando da produção de cervejas, é importante ressaltar que nos últimos anos houve um acréscimo importante da capacidade de produção no Nordeste, com a entrada em operação de duas novas plantas da Cervejaria Petrópolis, na Bahia (2013) e em Pernambuco (2015). Por outro lado, a AMBEV encerrou as operações da sua fábrica do Rio Grande do Norte no início de 2016, o que indica uma sobrecapacidade da empresa na Região.

Nesse sentido, as necessidades de investimentos e, conseqüentemente, de financiamentos, devem estar relacionadas à fabricação de produtos que atenderão a nichos específicos de mercado, e que estejam alinhados aos novos direcionadores destacados no Quadro 2, como por exemplo, a produção de cervejas artesanais ou RDTs. Outra possibilidade é o financiamento à modernização de processos produtivos, especialmente aquelas que impliquem a racionalização do consumo de insumos, tais como água e energia.

REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS INDÚSTRIAS DE ALIMENTAÇÃO. **Números do setor – Faturamento**. Disponível em <http://www.abia.org.br/vsn/anexos/faturamento2015.pdf> Acesso em 21 Nov. 2016.

CERVIERI JÚNIOR, O.; TEIXEIRA JUNIOR, J. R.; GALINARI, R.; RAWET, E. L.; SILVEIRA, C. T. J. O setor de bebidas no Brasil. **BNDES Setorial**, n. 40, p. 93-130, 2014.

EUROMONITOR INTERNATIONAL. **Alcoholic Drinks in Brazil: industry overview**. London: Euromonitor International, 2016.

EUROMONITOR INTERNATIONAL. **Craft Beer: coming of age or past its prime?** London: Euromonitor International, 2017.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. **Pesquisa industrial anual – PIA Produto**. Disponível em <http://www.sidra.ibge.gov.br/bda/tabela/listabl.asp?z=t&o=22&i=P&c=5806> Acesso em 20 Fev. 2017.

MINISTÉRIO DA INDÚSTRIA, COMÉRCIO EXTERIOR E SERVIÇOS – MDIC. **AliceWeb**. Disponível em <http://aliceweb.mdic.gov.br/> Acesso em 06 Mar. 2017.

MINISTÉRIO DO TRABALHO – MTE. **Relação anual de informações sociais**. Disponível em <http://bi.mte.gov.br/bgcaged/rais.php> Acesso em 03 Mar. 2017.

SERASA EXPERIAN. **Setorise Refrigerantes e Cervejas Abril 2015**. Disponível em <http://d001www06/ambestudospesqaval/analisessetoriais/docs/setorise/brasil/Cervejas%20e%20Refrigerantes.pdf> Acesso em 09 Fev. 2017 (Acesso Restrito).

TECHNAVIO. **Global Alcoholic Drinks Market 2016-2020**. Disponível em <http://www.technavio.com/report/global-alcoholic-beverages-alcoholic-drinks-market> Acesso em 08 Fev. 2017.

TRANSPARENCY MARKET RESEARCH. **Alcoholic Beverage Market - Global Industry Analysis, Size, Share, Growth, Trends and Forecast 2015 – 2021**. Disponível em <http://www.transparencymarketresearch.com/alcoholic-beverages-market.html> Acesso em 08 Fev. 2017.

SITUAÇÃO DO SETOR SUCROENERGÉTICO NORDESTINO: SAFRA 2015/16

Maria de Fátima Vidal

Engenheira Agrônoma. Mestre em Economia Rural. ETENE/BNB

fatimavidal@bnb.gov.br

INTRODUÇÃO

O Brasil é o maior produtor e exportador mundial de açúcar, respondendo por aproximadamente 20,0% da produção e 48,5% do comércio mundial do produto. Com relação ao etanol, o Brasil é o segundo maior produtor mundial, atrás apenas dos Estados Unidos.

O Nordeste brasileiro é uma das regiões mais competitivas na produção de açúcar e álcool no mundo, perdendo somente para o Centro-Sul do País. Apesar disso, o setor sucroenergético nordestino tem se retraído. Nos últimos anos ocorreu o fechamento de diversas unidades produtivas na Região, redução da área plantada com cana e do número de postos de trabalho gerados pelo setor. As perspectivas de expansão da cultura da cana-de-açúcar para regiões dos cerrados nordestinos no Maranhão, Piauí e Bahia não se confirmaram, provavelmente por conta da concorrência com outras culturas, tais como a soja e o algodão.

As crises do setor sucroenergético nordestino são recorrentes. Devido à baixa competitividade diante do Centro-Sul do País, qualquer fator desfavorável, a exemplo de uma queda de preço dos produtos ou a ocorrência de condições climáticas adversas, pode comprometer a viabilidade econômica das empresas. Nas últimas safras, diversos fatores convergiram para o agravamento da saúde financeira das usinas e destilarias nordestinas, dentre os quais se podem citar:

- ✓ A manutenção artificial do preço da gasolina por um período de tempo relativamente longo provocou uma perda de competitividade do etanol no mercado interno, pois em alguns momentos a relação do preço de varejo do álcool e da gasolina não foi vantajosa para o consumidor final. O etanol hidratado, usado nos veículos *flex*, rende cerca de 30% menos que a gasolina. Logo, para que seu uso seja mais vantajoso, o preço do litro tem que custar até 70% do preço do litro da gasolina;
- ✓ As secas ocorridas nas safras 1993/94, 1997/98 e 2012/13 que se prolongou até a safra 2014/15. A última seca provocou uma quebra de produção de 8 a 15 toneladas de cana-de-açúcar por hectare na safra 2012/13 dependendo do Esta-

do. Houve perda de parte do canavial que não recebeu irrigação de salvação, exigindo maior volume de recursos para o replantio;

- ✓ Os baixos preços do açúcar no mercado internacional em 2012, resultado dos elevados estoques mundiais e aumento do preço dos serviços e insumos usados na produção; Oñate, et. al, (2016) mostraram que entre novembro de 2011 e junho de 2013 houve uma forte deterioração dos termos de troca para a cana, açúcar e etanol em São Paulo, tanto pela redução dos preços quanto pelo aumento do custo de produção. Dado que o açúcar e o etanol produzidos no Nordeste estão expostos às mesmas condições de preço que os produzidos no Sudeste e que os custos de produção no Nordeste são superiores, pode-se inferir que as relações de troca nessa Região foram ainda piores;
- ✓ A baixa capacidade de modernização das unidades industriais nordestinas, o que tem contribuído para o maior distanciamento em relação à produtividade e eficiência alcançadas pelo Centro-Sul. Além disso, incentivos governamentais em outras regiões do País têm reduzido ainda mais a competitividade nordestina na produção de açúcar e álcool.

O aumento da produtividade agrícola pode resultar na redução das desvantagens competitivas do setor sucroenergético nordestino em relação às demais regiões brasileiras produtoras de açúcar e álcool, pois possibilita a redução dos custos fixos das empresas. Prova disso é o fato de que as usinas e destilarias do Nordeste que adotam tecnologia de ponta na produção agrícola em relação à irrigação, manejo de solos, variedades de cana melhoradas, que realizam preservação/recuperação ambiental e um rígido controle de custos, não foram fortemente atingidas pela crise.

No entanto, a principal reivindicação do setor sucroenergético nordestino continua sendo o pagamento da equalização dos custos de produção regional da cana-de-açúcar em relação ao Centro-Sul do País, sendo que não existe embasamento legal permanente que garanta este mecanismo. A estratégia adotada pelos empresários do setor, ano após ano, é a mobilização para que o Governo conceda o subsídio.