

Indústria de bebidas não alcoólicas

Fernando 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 não 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 não alcoólicas, que engloba o grupo 11.2 (fabricação de bebidas não alcoólicas) da divisão 11 (fabricação de bebidas) da Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE), incluindo as atividades que compõem as seguintes classes: 11.21-6 (Fabricação de águas envasadas) e 11.22-4 (Fabricação de refrigerantes e de outras bebidas não alcoólicas). Vale ressaltar que alguns dados serão apresentados utilizando a classificação dos produtos mais usuais no mercado mundial de bebidas não alcoólicas, conhecidas mundialmente como soft drinks. Por exemplo, a Euromonitor International utiliza a seguinte classificação para os produtos da indústria de bebidas não alcoólicas:

- Água engarrafada;
- Refrigerantes (*carbonates*);
- Concentrados;
- Sucos;
- Chá pronto para beber (*RDT Tea*);
- Café pronto para beber (*RDT Coffee*);
- Bebidas esportivas e energéticas;
- Bebidas especiais asiáticas.

Ao longo do texto serão feitos comentários específicos sobre os tipos de bebidas não alcoólicas que têm tido algum 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 não alcoólicas, o refrigerante tem grande destaque, tendo sido responsável por 74% do consumo de bebidas alcoólicas (em volume) do País em 2014 (IBGE, 2017). Em função da sua importância no mercado brasileiro de bebidas não alcoólicas, apresenta-se na Figura 1 a cadeia produtiva do refrigerante.

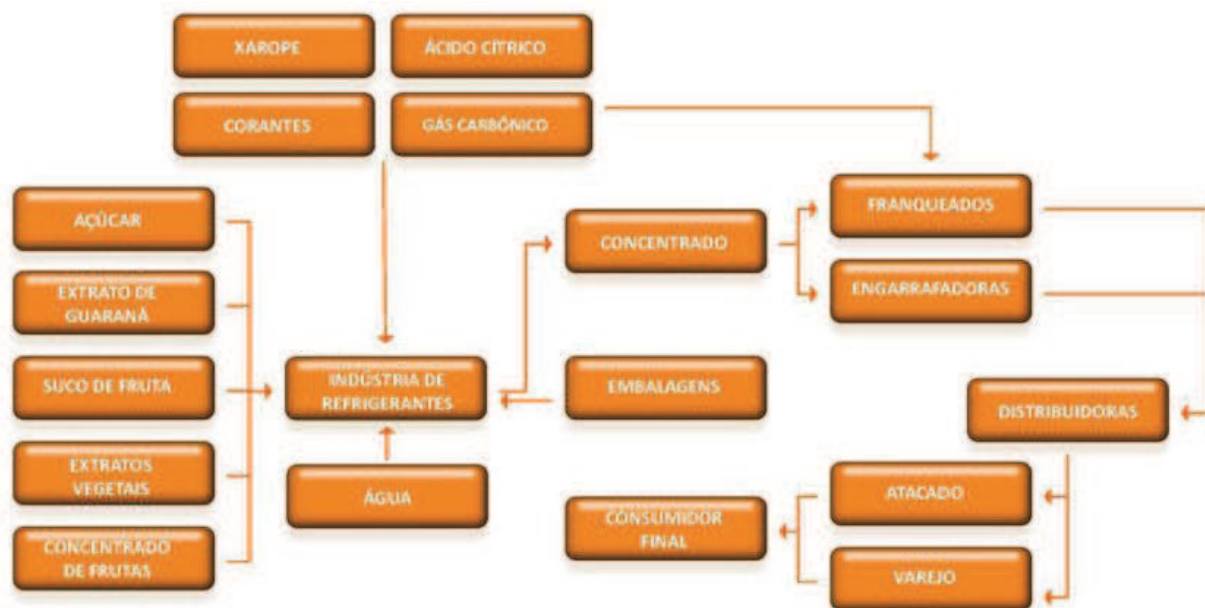
Segundo a Associação Brasileira da Indústria de Alimentação – ABIA (2017), a indústria de bebidas brasileira faturou, em 2016, R\$ 117,0 bilhões, o que é equivalente a 1,9% do PIB brasileiro (projeção) daquele ano e 4,8% do valor bruto da produção (*Proxy* do PIB) da indústria de transformação.

Em termos mundiais, a indústria de bebidas não 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. De acordo com Euromonitor International (2017a), em 2016 a indústria de bebidas não alcoólicas, em nível mundial, vendeu 726 milhões de litros e faturou US\$ 777 bilhões, com crescimento anual das vendas de 3% (em volume). Para esse setor industrial, 2016 representou um ano de mudanças nas atitudes dos consumidores e a adoção de inovações agressivas por parte das empresas para atender às novas necessidades dos consumidores (Euromonitor International, 2017b). Algumas categorias tradicionais de produtos têm tido um desempenho nebuloso e, em alguns casos, têm desaparecido. A instabilidade na demanda exigirá das empresas produtoras de grandes marcas de bebidas que

repenhem suas estratégias de alcance das necessidades dos consumidores, incluindo o atendimento às necessidades nutricionais. Adicionalmente, essas empresas tam-

bém precisam criar estratégias de crescimento lucrativo frente ao declínio do consumo em algumas áreas e segmentos de consumidores.

Figura 1 – Cadeia Produtiva do Refrigerante



Fonte: Serasa Experian (2017).

As mudanças nas prioridades dos consumidores em nível mundial envolvem, entre outros aspectos:

- Limitação do consumo de açúcar: sendo as bebidas não alcoólicas, notadamente os refrigerantes, uma das principais fontes de açúcar na dieta, os fabricantes desses produtos foram forçados a lidar com a pressão regulatória, as propostas de impostos especiais sobre o consumo e a mudança das atitudes dos consumidores, decorrentes do desejo de reduzir a ingestão de açúcar.
- Preferência por ingredientes autenticamente naturais: a redução de calorias e de açúcar é uma prioridade crescente para os consumidores, assim como a tendência de se evitar o consumo de ingredientes artificiais e o desejo de consumir alimentos e bebidas “naturais”.
- As bebidas não alcoólicas precisam satisfazer a cinco “estados de necessidade”: hidratar, refrescar, saciar, energizar e nutrir.

A Tabela 1 mostra os dez países de maior consumo de bebidas não alcoólicas do mundo em 2016, além da evolução do consumo no período 2011-2016. Os dados da Tabela 1 mostram que o Brasil constituiu o 5º maior mercado de bebidas não alcoólicas em 2016, mas com um consumo bem abaixo dos dois principais mercados, Estados Unidos e China.

Por outro lado, percebe-se que a maior parte dos países que formam a lista dos “dez mais” do mercado de

bebidas não alcoólicas constituem, aparentemente, mercados já maduros, com baixo crescimento nas vendas nos últimos anos. As exceções são China e Indonésia, na Ásia, e Nigéria, na África. Nesse contexto, certamente os grandes produtores mundiais estão buscando fortalecer suas posições nesses países com grande potencial de crescimento do mercado.

Apesar das pressões que têm sofrido por conta das mudanças do padrão de consumo, as grandes multinacionais do setor têm se mantido como empresas líderes de vendas no mercado global de bebidas não alcoólicas, muitas das quais possuem importante presença no mercado brasileiro. As marcas líderes de mercado, em geral, fazem parte do portfólio dessas empresas.

Percebe-se que várias empresas que constam no Quadro 1 possuem forte presença no mercado brasileiro, possuindo diversas plantas industriais de produção de bebidas alcoólicas e não alcoólicas no País. Algumas dessas empresas entraram no mercado brasileiro através de fusões, aquisições e alianças estratégicas com parceiros nacionais, ou até mesmo apenas por meio do licenciamento de marcas. Algumas dessas empresas possuem importantes bases de produção no Nordeste, tais como Coca Cola Company, Pepsi Co, Nestlé e Danone.

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.

Tabela 1 – Países com maior consumo de bebidas não alcoólicas em 2016 e evolução do consumo no período 2011-2016 (em milhões de litros)

Localidade	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Estados Unidos	108.431	109.134	109.713	111.170	11.2510	114.755
China	65.068	69.574	78.826	83.309	85.993	88.185
México	40.938	42.383	42.678	42.889	43.955	45.301
Nigéria	23.485	26.135	29.752	33.350	36.356	38.682
Brasil	24.713	26.148	26.240	27.244	26.888	26.614
Indonésia	17.984	19.349	21.020	22.216	23.557	26.029
Alemanha	23.868	23.798	23.759	23.689	23.718	23.734
Japão	21.529	22.156	22.552	22.279	22.775	22.891
Turquia	14.939	15.260	15.549	16.090	16.594	17.067
Itália	15.036	14.956	14.560	14.548	15.395	15.596
Outros	333.238	341.826	348.988	357.831	366.811	378.417
Mundo	580.799	601.586	623922	643445	662.041	682.516

Fonte: Euromonitor International (2017b).

Quadro 1 – Dez empresas líderes do mercado mundial de bebidas não alcoólicas e principais marcas

Empresa ou Grupo Empresarial	Marcas entre as 10 mais conhecidas	Capital de Origem
The Coca Cola Company	Coca-cola (1), Sprite (3), Fanta (6), Diet Coke (7), Minute Maid (9) e Coca-Cola Zero (10).	Estados Unidos
Pepsi Co. Inc.	Pepsi (2), Gatorade (5)	Estados Unidos
Nestlé SA	-	Suíça
Suntory Holdings Ltd	-	Japão
Dr Pepper Snapple Group Inc	-	Estados Unidos
Groupe Danone	-	França
Red Bull GmbH	Red Bull (4)	Áustria
Monster Beverage Corp	Monster (8)	Estados Unidos
Asahi Group Holdings Ltd	-	Japão
Kirin Holdings Co Ltd	-	Japão

Fonte: Elaboração própria com informações de Euromonitor International (2017b).

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 não alcoólicas até 2012, seguido de uma queda em 2013 e recuperação em 2014 (Tabela 2). A fabricação de refrigerantes e outras bebidas não alcoólicas correspondeu, em 2014, a 74,2% do total produzido em milhares de litros, sendo que somente os refrigerantes alcançaram 71,4% do total produzido.

Apesar da grande importância dos refrigerantes no total produzido, durante o período considerado essa importância tem caído, saindo de um pico de 82,5% em 2007, para os 71,4% de 2014. Essa queda é condizente com mudanças nas prioridades dos consumidores destacadas na seção 2.

No que diz respeito às quantidades vendidas, os dados da PIA Produto mostram um cenário (Tabela 3) semelhante ao observado para a produção. Entretanto, a quantidade produzida é sempre maior que a quantidade

vendida ano a ano. Os refrigerantes também se destacam como principais produtos vendidos, chegando ao pico de participação de 83,7% em 2010, mas com tendência de queda, finalizando o período com 73,8% de participação em 2014.

É importante salientar o significativo crescimento das vendas de águas envasadas no Brasil, que atingiu 133% no período analisado de dez anos.

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

CLASSE CNAE	2005	2006	2007	2008	2009
Fabricação de águas envasadas	3.037.864	2.391.306	2.411.234	2.821.734	3.316.339
Fabricação de refrigerantes e de outras bebidas não alcoólicas ⁽¹⁾	10.858.896	11.908.860	13.433.002	14.114.237	14.639.783
Total	13.896.760	14.300.166	15.844.236	16.935.971	17.956.122
CLASSE CNAE	2010	2011	2012	2013	2014
Fabricação de águas envasadas	3.020.404	3.854.840	4.407.539	5.185.374	5.827.877
Fabricação de refrigerantes e de outras bebidas não alcoólicas ⁽¹⁾	17.059.501	1.7053.877	17.995.997	16.445.939	16.785.199
Total	20.079.905	20.908.717	22.403.536	21.631.313	22.613.076

Fonte: IBGE (2017). Elaboração do autor.

Nota: (1) Essa classe possui duas subclasses cuja produção é mensurada em toneladas e que foram desconsideradas do total: 1122.2050 - Preparações em pó para elaboração de bebidas, exceto para fins industriais e; 1122.2060 - Preparações em pó para elaboração de bebidas, para fins industriais.

Tabela 3 – Evolução das vendas (em milhares de litros)¹ da indústria de bebidas não alcoólicas do Brasil: 2005-2014

CLASSE CNAE	2005	2006	2007	2008	2009
Fabricação de águas envasadas	2.121.312	2.136.543	1.990.561	2.051.965	2.557.943
Fabricação de refrigerantes e de outras bebidas não alcoólicas ⁽¹⁾	10.581.043	10.889.054	11.799.038	12.879.947	13.693.410
Total	12.702.355	13.025.597	13.789.599	14.931.912	16.251.353
CLASSE CNAE	2010	2011	2012	2013	2014
Fabricação de águas envasadas	2.583.186	3.378.343	4.295.680	4.003.870	4.948.701
Fabricação de refrigerantes e de outras bebidas não alcoólicas ⁽¹⁾	15.575.614	15.511.645	16.380.917	15.277.480	16.091.657
Total	18.158.800	18.889.988	20.676.597	19.281.350	21.040.358

Fonte: IBGE (2017). Elaboração do autor.

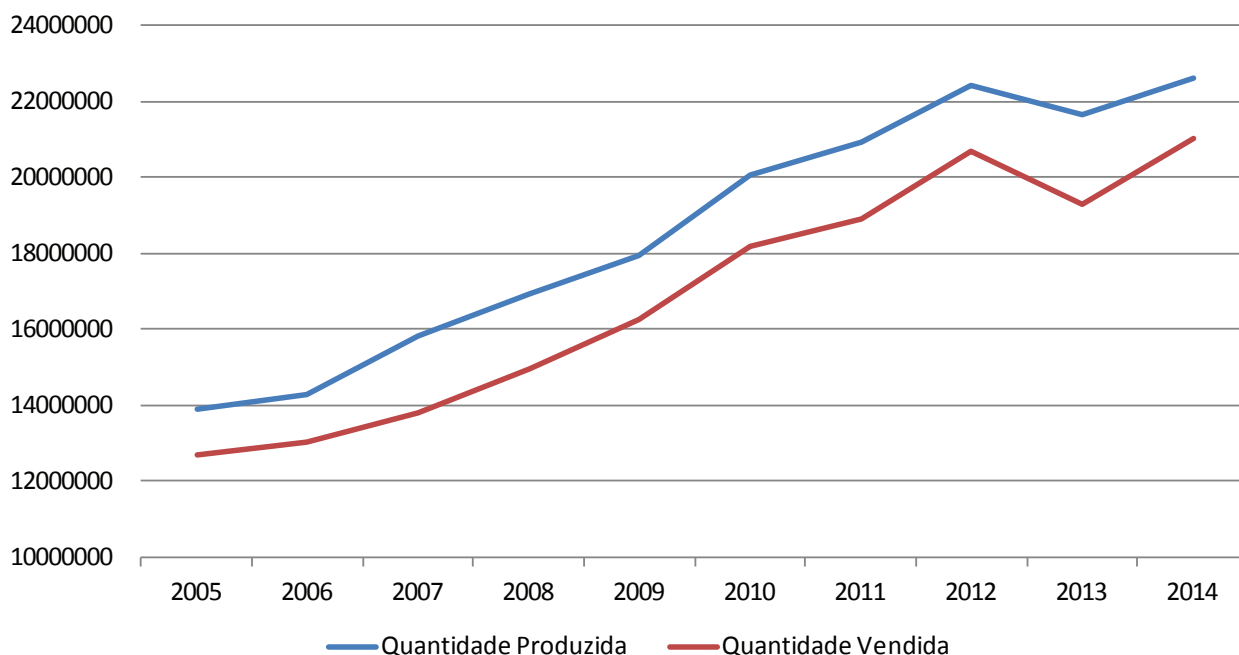
Nota: (1) Essa classe possui duas subclasses cuja produção é mensurada em toneladas e que foram desconsideradas do total: 1122.2050 - Preparações em pó para elaboração de bebidas, exceto para fins industriais e; 1122.2060 - Preparações em pó para elaboração de bebidas, para fins industriais.

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

Vale ressaltar 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, exportação e o consumo de eventuais estoques. Logo, para se ter uma ideia do consumo de bebidas não alcoólicas, é necessário computar as vendas no varejo (*off trade*) e em bares e restaurantes (*on trade*). A Euromonitor International (2017c) possui dados de vendas de bebidas não alcoólicas no Brasil no período 2011-2016, por tipo de bebida, os quais são apresentados na Tabela 4.

Os números da Tabela 4 mostram uma participação de 53% dos refrigerantes no mercado brasileiro de bebidas não alcoólicas em 2016, com forte viés de queda, tendo em vista que essa participação era de 65% em 2011. No mercado mundial os refrigerantes têm apresentado uma queda ainda maior de importância no volume total comercializado de bebidas não alcoólicas, representando 30,7% do total vendido, em volume, tendo sido superados pelas águas engarrafadas, bebida com maior volume de vendas no mercado mundial, equivalente a 48,4% do total (Euromonitor International, 2017b).

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



Fonte: IBGE (2017). Elaboração do autor.

Tabela 4 – Vendas de bebidas não alcoólicas no Brasil por categoria (em milhões de litros): 2011-2016

Tipos de Bebidas	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Água engarrafada	6.534	7.129	7.458	8.411	9.179	9.642
Refrigerante	16.061	16.714	16.261	16.023	14.888	14.105
Concentrados	258	243	230	227	230	232
Sucos	1.549	1.714	1.913	2.181	2.210	2.265
Chá pronto para beber (RDT Tea)	114	121	128	139	131	127
Café pronto para beber (RDT Coffee)	0	1	3	3	3	4
Bebidas esportivas e energéticas	196	228	247	260	248	240
Total	24.713	26.149	26.240	27.244	26.888	26.615

Fonte: Euromonitor International (2017c).

Em termos de dinâmica do mercado, de acordo com a Euromonitor International (2017c), pelo fato de que os sinais de recuperação da economia brasileira vêm sendo postergados, somado à crescente taxa de desemprego e os altos índices de endividamento dos consumidores, as decisões de compra relacionadas a bebidas não alcoólicas têm sido crescentemente racionais. Os consumidores locais tentam manter os mesmos níveis de compra de períodos recentes, mas a racionalidade agora desempenha um papel importante em termos de negociação para baixo, na busca de produtos mais baratos, bem como um maior interesse em incorporar novos canais de distribuição em suas rotinas, como, por exemplo, os chamados “atacarejo”. Este canal, no qual os consumidores podem adquirir quantidades mais elevadas de suas marcas preferidas a preços mais baixos, constitui uma alternativa interessante aos supermercados e hipermercados. As operadoras des-

se tipo de loja têm investido na expansão da sua gama de marcas e produtos oferecidos, ao mesmo tempo em que redesenharam as suas lojas para oferecer aos consumidores uma experiência de compra mais amigável.

Tendo em vista o movimento observado na mudança do consumo para outros tipos de produtos, o que reflete a queda da participação do consumo de refrigerantes no total de bebidas não alcoólicas, tanto em nível nacional, e principalmente em nível mundial, muitos dos principais *players* do setor no Brasil têm adotado uma estratégia de diversificação do portfólio de produtos, para atender às mais diversas necessidades dos consumidores. No entanto, ao invés de iniciar operações em categorias desconhecidas, nas quais possuem baixa especialização, as grandes empresas têm investido na aquisição de empresas emergentes. Em 2016, por exemplo, a Companhia Brasileira de Bebidas (AMBEV) adquiriu a “Incrível Comércio de Bebi-

das e Alimentos Ltda.” (Sucos do Bem), fabricante de suco 100% natural, néctares, chá pronto para beber e água de coco, ampliando, assim, seu portfólio com uma marca cada vez mais forte. Por meio dessa estratégia de diversificação via aquisições, as empresas têm sido mais cautelosas em lançar novos produtos, tendo em vista a situação econômica desfavorável vivenciada atualmente pelo País.

Para uma melhor compreensão do comportamento da demanda total por bebidas não alcoólicas, é essencial a avaliação do comércio internacional desses produtos. Em linhas gerais, os números são incipientes e não mostram tendências consistentes, tendo em vista haver grande variabilidade no período analisado.

No que diz respeito às exportações, há grande variação ao longo do período, com momentos de forte aumento e outros de queda relevante nos valores exportados, conforme mostra a Tabela 5. As exportações de água

mineral, que poderia ser um nicho interessante para o Brasil, não ocorrem, estando toda a exportação de bebidas não alcoólicas fortemente ancorada nos refrigerantes. O pico em termos de valores exportados ocorreu em 2009 (US\$ 3,6 milhões), enquanto que em 2007 praticamente não se exportou bebidas não alcoólicas a partir do Brasil. Destacam-se, também, as fortes quedas ocorridas nos últimos dois anos, especialmente em 2016 (menos de 25% do valor exportado em 2014).

As importações apresentaram um comportamento semelhante em termos de variabilidade, sendo ainda mais incipientes que as exportações (Tabela 6). Destacam-se os anos de 2010 e 2016 em termos de valores exportados, sendo que, no caso do último ano, é importante que se observe se haverá uma tendência de crescimento das importações nos próximos anos, o que é pouco provável.

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

Classes CNAE	2007	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Fabricação de águas envasadas	0	0	25	0	0	0	0
Fabricação de refrigerantes e de outras bebidas não alcoólicas	55.847	733.722	1.510.356	1.134.909	2.083.407	1.418.572	507.755
Total	55.847	733.722	1.510.381	1.134.909	2.083.407	1.418.572	507.755

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

Tabela 6 – Importações brasileiras de bebidas não alcoólicas (US\$ FOB): 2007-2016

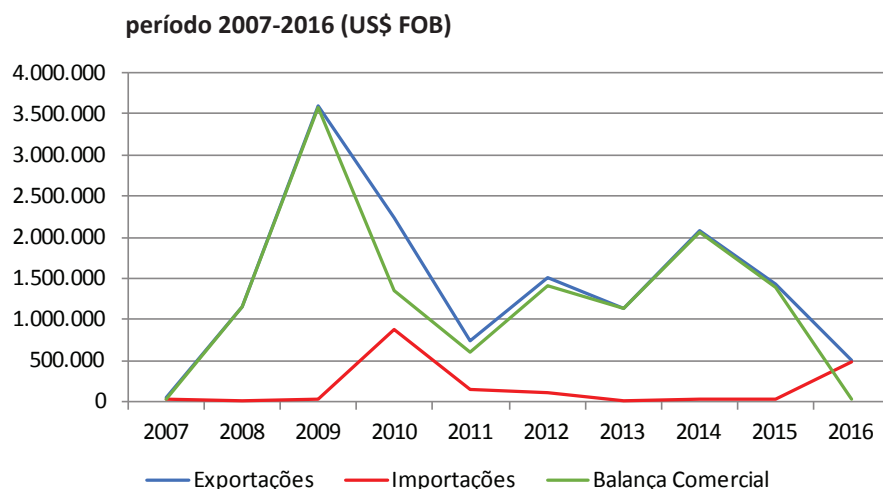
Classes CNAE	2007	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Fabricação de águas envasadas	0	0	0	0	6.595	2.048	0
Fabricação de refrigerantes e de outras bebidas não alcoólicas	18.630	140.302	98.743	5.201	16.628	19.455	483.425
Total	18.630	140.302	98.743	5.201	23.223	21.503	483.425

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 superavitária no período analisado, conforme mostra o Gráfico 2. Entretanto, por não se perceber um padrão nos dados, não é possível estimar o que deve ocorrer no futuro próximo.

Gráfico 2 – Balança comercial da indústria brasileira de bebidas não alcoólicas no



Fonte: MDIC (2017). Elaboração do autor.

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 não alcoólicas do Brasil, os números relativos ao emprego mostram um crescimento consistente durante todo o período analisado (2006-2015), conforme os dados da Tabela 7, mostrando que, pelo menos em relação a essa variável (emprego), a crise econômica atual não tem impactado o setor, embora os dados de 2016 ainda não estejam disponíveis. Com isso, o crescimento acumulado do emprego no setor, entre 2006

e 2015, foi de 58,3% no Brasil e 67,1% no Nordeste, ou seja, o crescimento do Nordeste foi maior do que crescimento nacional. Como destaque em termos de crescimento têm-se os estados de Sergipe (348,3%), Piauí (134,8%) e do Mato Grosso do Sul (130,1%), todos eles estados com quantidade de empregos relativamente pequena, especialmente no início do período (2006). Esse grande crescimento no emprego em estados que historicamente possuem pequena quantidade de emprego no setor, em regiões como Nordeste e Centro Oeste, podem sinalizar uma descentralização maior da produção. É importante ressaltar que, com exceção da Paraíba, os demais estados do Nordeste registraram crescimento da produção acima de 40% no período.

Tabela 7 – Evolução do emprego na indústria de bebidas

não alcoólicas no período 2006-2015: Brasil, Nordeste e UF

Estado	2006	2011	2012	2013	2014	2015
Acre	373	529	491	563	573	539
Alagoas	1.376	2.026	2.036	1.914	507	1.958
Amapá	421	444	403	337	456	448
Amazonas	1.812	1.727	2.233	2.539	2.483	2.425
Bahia	2.756	3.950	3.829	4.685	4.713	4.546
Ceará	2.910	4.120	4.107	5.438	5.007	4.661
Distrito Federal	1.208	2.242	1.948	2.194	2.228	2.201
Espírito Santo	929	1.121	1.152	1.241	1.323	1.301
Goiás	2.494	3.687	3.258	3.870	3.910	3.882
Maranhão	867	1.593	1.522	1.799	1.785	1.719
Mato Grosso	1.418	1.944	1.932	2.105	1.760	1.679
Mato Grosso do Sul	732	925	865	898	1.083	1.684
Minas Gerais	4.124	5.142	5.896	5.950	8.283	8.461
Pará	2.005	2.015	2.193	2.112	2.031	2.050
Paraíba	1.101	1.248	1.267	1.492	1.510	1.371
Paraná	2.478	4.109	3.911	3.683	3.584	4.078
Pernambuco	3.102	4.391	4.289	5.315	5.103	4.698
Piauí	566	1.226	1.185	1.338	1.356	1.329
Rio de Janeiro	5.420	6.872	7.154	7.860	7.627	9.281
Rio Grande do Norte	841	1.521	1.421	1.956	1.661	1.548
Rio Grande do Sul	3.774	4.668	5.328	5.541	5.347	5.031
Rondônia	910	1.178	1.244	1.163	1.217	1.180
Roraima	207	120	239	104	119	115
Santa Catarina	1.442	1.659	2.497	1.781	1.770	1.789
São Paulo	11.695	16.527	16.268	14.395	15.131	18.427
Sergipe	269	1.104	924	514	498	1.206
Tocantins	178	128	219	78	82	102
Região Nordeste	13.788	21.179	20.580	24.451	22.140	23.036
Brasil	55.408	76.216	77.811	80.865	81.147	87.709

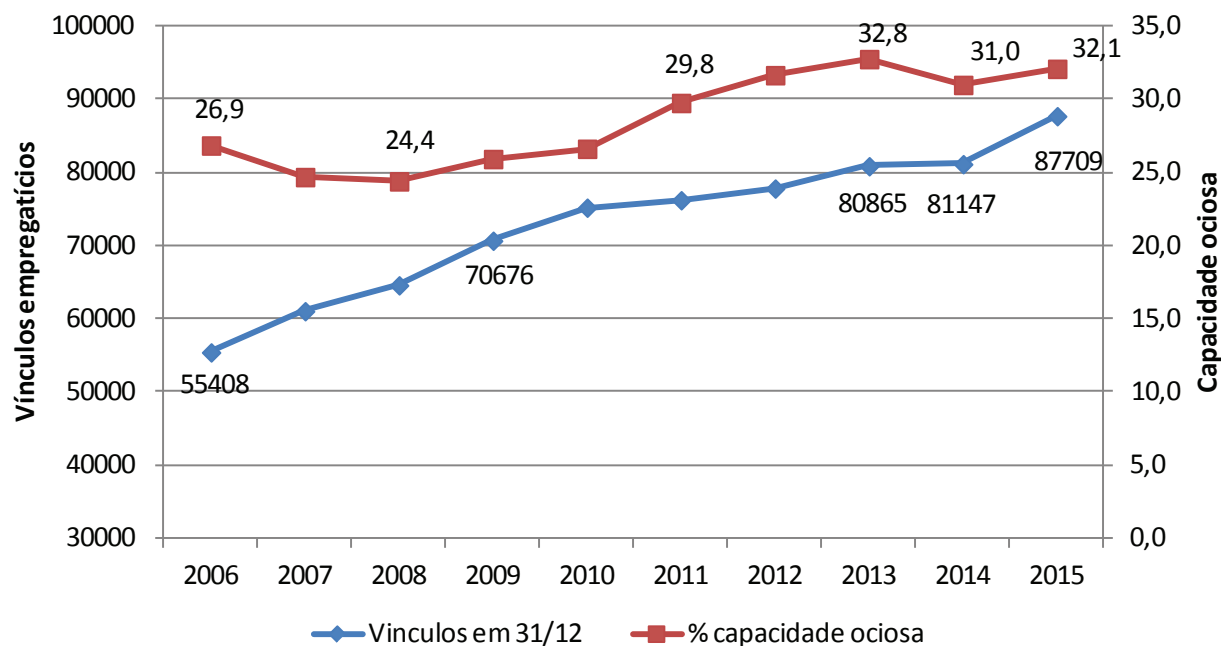
Fonte: MTE/RAIS (2017). Elaboração do ETENE/BNB

Mesmo com o crescimento observado para o emprego em todo o período analisado, a capacidade ociosa do setor de bebidas em geral 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 3.

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, bem como para aquisições.

Gráfico 3 – Desempenho recente do número de empregos e capacidade ociosa¹ da indústria brasileira de bebidas não 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 alcoólicas.

4 DISTRIBUIÇÃO REGIONAL DA PRODUÇÃO

Conforme supracitado, a indústria de bebidas não alcoólicas 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 não alcoólicas concentrava 1,2% dos empregos da indústria de transformação do Brasil e 2,3% dos empregos da indústria de transformação do Nordeste. Logo, a indústria de bebidas não alcoólicas tem maior importância para a geração de empregos no Nordeste do que no Brasil.

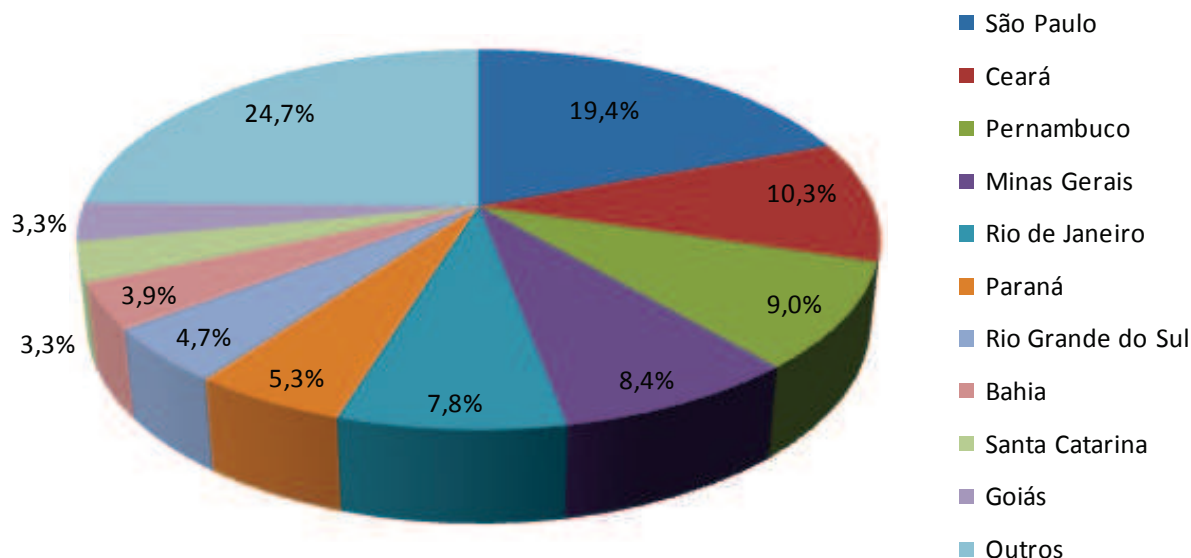
Apesar de haver a citada distribuição regional da produção, com a presença de unidades produtivas em todos os estados brasileiros, percebe-se que, em nível regional (grandes regiões), há uma concentração da produção nos estados mais populosos (Gráfico 4). A partir das plantas industriais localizadas 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 não 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 o segundo por conta de sua importância logística para o abastecimento do mercado da Região Centro-Oeste.

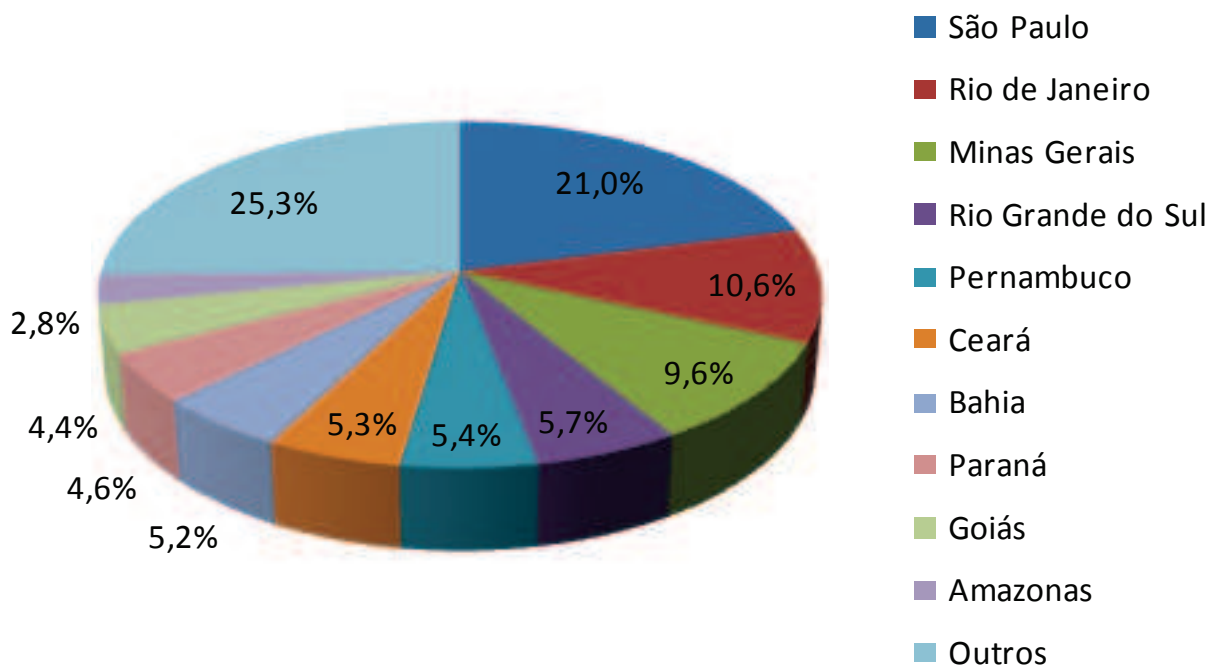
No caso dos empregos, a lógica é praticamente a mesma observada para o número de estabelecimentos, com exceção da saída de Santa Catarina e entrada do Amazonas na relação dos dez estados com maior número de vínculos empregatícios em 2015 (Gráfico 5). O nível de concentração de empresas e empregos nos dez estados com maiores quantidades de estabelecimentos e vínculos é praticamente a mesma, em torno de 75%. No caso do Amazonas, salienta-se que é o estado no qual está localizada a única planta produtiva da empresa austríaca Red Bull GmbH no Brasil.

Gráfico 4 – Distribuição geográfica (%) das empresas brasileiras da indústria de bebidas não alcoólicas em 2015



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

Gráfico 5 – Distribuição geográfica (%) dos empregos na indústria de bebidas não alcoólicas brasileira em 2015



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

Uma alteração importante nas listas de estados com maiores quantidades de estabelecimentos e vínculos na indústria de bebidas não alcoólicas é a presença do Ceará e de Pernambuco como 2º e 3º lugares, respectivamente, na lista do número de estabelecimentos. Isso denota a predominância de empresas de menor porte nesses estados, embora em ambos existam empresas de origem local de maior porte (Indaiá, no Ceará, e Frevo,

em Pernambuco), que possuem destaque regional e até nacional, oferecendo produtos de diferentes segmentos, como água mineral, refrigerantes e sucos.

Em termos de evolução das quantidades de empresas (Tabela 8), alguns estados apresentaram mudanças significativas de representatividade, tanto positivamente (Ceará, Pernambuco e Amazonas), como negativamente (Mato Grosso do Sul, Roraima e Sergipe).

O interessante é que, ao mesmo tempo em que Sergipe destacou-se negativamente no que diz respeito à evolução do número de estabelecimentos da indústria de bebidas não alcoólicas, destaca-se positivamente em relação à evolução do número de vínculos empregatícios

Tabela 8 – Distribuição geográfica (%) das empresas brasileiras da indústria de bebidas não alcoólicas: 2006 a 2015

Estado	2006	2012	2013	2014	2015
Acre	0,9%	0,8%	1,0%	1,0%	0,8%
Alagoas	2,2%	2,0%	1,8%	1,8%	1,9%
Amapá	0,2%	0,3%	0,4%	0,3%	0,3%
Amazonas	1,4%	1,9%	2,2%	2,1%	2,1%
Bahia	5,6%	4,1%	3,7%	3,9%	3,9%
Ceará	3,8%	6,5%	7,8%	8,9%	10,3%
Distrito Federal	1,2%	0,9%	1,0%	1,0%	1,0%
Espírito Santo	1,6%	1,7%	1,7%	1,5%	1,8%
Goiás	3,5%	3,4%	3,1%	3,3%	3,3%
Maranhão	1,4%	1,4%	1,7%	1,7%	2,0%
Mato Grosso	2,7%	2,5%	1,9%	2,6%	2,0%
Mato Grosso do Sul	1,8%	1,2%	1,2%	0,9%	1,0%
Minas Gerais	8,4%	9,5%	10,0%	9,1%	8,4%
Pará	3,4%	3,1%	3,4%	3,4%	3,1%
Paraíba	1,7%	1,3%	1,5%	1,4%	1,4%
Paraná	5,9%	5,7%	5,6%	5,4%	5,3%
Pernambuco	5,4%	8,3%	7,9%	8,4%	9,0%
Piauí	1,5%	1,3%	1,4%	1,3%	1,3%
Rio de Janeiro	7,9%	8,3%	7,9%	8,2%	7,8%
Rio Grande do Norte	3,0%	2,8%	2,7%	3,2%	2,6%
Rio Grande do Sul	6,1%	5,0%	5,6%	4,9%	4,7%
Rondônia	1,0%	1,5%	1,7%	1,6%	1,6%
Roraima	0,4%	0,3%	0,2%	0,2%	0,3%
Santa Catarina	4,3%	4,1%	3,6%	3,6%	3,3%
São Paulo	22,3%	20,3%	19,7%	18,6%	19,4%
Sergipe	1,4%	1,1%	0,8%	0,9%	0,7%
Tocantins	0,9%	0,6%	0,5%	0,7%	0,8%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

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

A indústria de bebidas não alcoólicas do Nordeste concentra 33,2% dos estabelecimentos e 26,3% dos empregos. O percentual de empregos menor do que o percentual de estabelecimentos indica a predominância de empresas de menor porte na indústria de bebidas não alcoólicas nordestina.

5 PERSPECTIVAS

Nas previsões disponíveis sobre o comportamento do mercado mundial de bebidas não alcoólicas (*soft drinks*) para os próximos anos predomina a visão de que

no setor, conforme apresenta a Tabela 9. Mato Grosso do Sul e Piauí também tiveram destaque positivo no aumento da representatividade em termos de número de vínculos no setor.

Tabela 9 – Distribuição geográfica (%) dos empregos da indústria de bebidas não alcoólicas por UF: 2006 a 2015

Estado	2006	2012	2013	2014	2015
Acre	0,7%	0,6%	0,7%	0,7%	0,6%
Alagoas	2,5%	2,6%	2,4%	0,6%	2,2%
Amapá	0,8%	0,5%	0,4%	0,6%	0,5%
Amazonas	3,3%	2,9%	3,1%	3,1%	2,8%
Bahia	5,0%	4,9%	5,8%	5,8%	5,2%
Ceará	5,3%	5,3%	6,7%	6,2%	5,3%
Distrito Federal	2,2%	2,5%	2,7%	2,7%	2,5%
Espírito Santo	1,7%	1,5%	1,5%	1,6%	1,5%
Goiás	4,5%	4,2%	4,8%	4,8%	4,4%
Maranhão	1,6%	2,0%	2,2%	2,2%	2,0%
Mato Grosso	2,6%	2,5%	2,6%	2,2%	1,9%
Mato Grosso do Sul	1,3%	1,1%	1,1%	1,3%	1,9%
Minas Gerais	7,4%	7,6%	7,4%	10,2%	9,6%
Pará	3,6%	2,8%	2,6%	2,5%	2,3%
Paraíba	2,0%	1,6%	1,8%	1,9%	1,6%
Paraná	4,5%	5,0%	4,6%	4,4%	4,6%
Pernambuco	5,6%	5,5%	6,6%	6,3%	5,4%
Piauí	1,0%	1,5%	1,7%	1,7%	1,5%
Rio de Janeiro	9,8%	9,2%	9,7%	9,4%	10,6%
Rio Grande do Norte	1,5%	1,8%	2,4%	2,0%	1,8%
Rio Grande do Sul	6,8%	6,8%	6,9%	6,6%	5,7%
Rondônia	1,6%	1,6%	1,4%	1,5%	1,3%
Roraima	0,4%	0,3%	0,1%	0,1%	0,1%
Santa Catarina	2,6%	3,2%	2,2%	2,2%	2,0%
São Paulo	21,1%	20,9%	17,8%	18,6%	21,0%
Sergipe	0,5%	1,2%	0,6%	0,6%	1,4%
Tocantins	0,3%	0,3%	0,1%	0,1%	0,1%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

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

o crescimento será moderado, em torno de 3% ao ano até 2021 (Euromonitor International, 2017a). Os principais tipos de bebidas que influenciarão o crescimento deste mercado são aquelas cujo consumo traz uma ideia de comodidade e/ou estão associadas com ingredientes naturais e benéficos à saúde. Nesse sentido, as bebidas esportivas e energéticas, os RDTs, sucos naturais e, especialmente, água de coco (considerada uma bebida *super premium*), têm tido desempenho superior de vendas em nível mundial (Euromonitor International, 2017b).

Os dados das tabelas 10 e 11 mostram as previsões de evolução do consumo de bebidas não alcoólicas nos

dez principais mercados, bem como o agregado mundial, nos próximos cinco anos.

Tabela 10 – Consumo previsto de bebidas não alcoólicas nos dez principais mercados mundiais (em milhões de litros): 2017 a 2021

Localidade	2017	2018	2019	2020	2021
EUA	116.052	117.205	117.906	118.543	118.870
China	90.839	93.811	97.145	100.710	104.383
Nigéria	41.481	44.775	48.131	51.422	54.493
México	46.616	47.940	49.297	50.684	52.113
Indonésia	28.882	31.192	33.521	35.893	38.349
Brasil	26.741	27.181	27.729	28.370	29.090
Índia	15.564	17.895	20.610	23.774	27.477
Alemanha	23.751	23.731	23.710	23.681	23.638
Japão	22.956	22.988	23.055	23.146	23.250
Turquia	17.511	17.929	18.359	18.769	19.170
Outros	273.771	282.999	292.487	302.064	312.188
Mundo	704.163	727.645	751.949	777.054	803.020

Fonte: Euromonitor International (2017).

Tabela 11 – Crescimento anual (%) previsto do consumo de bebidas não alcoólicas nos dez principais mercados mundiais: 2017 a 2021

Localidade	2017	2018	2019	2020	2021
EUA	1,1%	1,0%	0,6%	0,5%	0,3%
China	3,0%	3,3%	3,6%	3,7%	3,6%
Nigéria	7,2%	7,9%	7,5%	6,8%	6,0%
México	2,9%	2,8%	2,8%	2,8%	2,8%
Indonésia	11,0%	8,0%	7,5%	7,1%	6,8%
Brasil	0,5%	1,6%	2,0%	2,3%	2,5%
Índia	14,7%	15,0%	15,2%	15,3%	15,6%
Alemanha	0,1%	-0,1%	-0,1%	-0,1%	-0,2%
Japão	0,3%	0,1%	0,3%	0,4%	0,4%
Turquia	2,6%	2,4%	2,4%	2,2%	2,1%
Mundo	3,2%	3,4%	3,4%	3,3%	3,4%

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

Conforme já comentado na seção 2, percebe-se a existência, entre os dez maiores mercados de bebidas não alcoólicas, mercados já maduros, com previsão de baixo crescimento nas vendas nos próximos anos, a exemplo dos EUA, Alemanha e Japão. Por outro lado, países asiáticos (China, Indonésia e Índia) e da África (Nigéria), apresentam tendência de crescimento acima da média mundial, o que deve levar os grandes produtores mundiais a fortalecer suas posições nesses países com grande potencial de crescimento do mercado. Por fim, percebe-se também que países como México, Brasil e Turquia, apesar de não apresentarem taxas de segmentos significativas, continuaram tendo destaque em termos de consumo de bebidas não alcoólicas.

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 crescimento mais significativo das águas engarrafadas e dos sucos (Tabelas 12 e 13).

Tabela 12 – Consumo previsto de bebidas não alcoólicas no Brasil por tipo (em milhares de litros): 2017 a 2021

Tipos de Bebidas	2016	2017	2018	2019	2020
Água engarrafada	10.114	10.586	11.041	11.496	11.962
Refrigerante	13.701	13.585	13.596	13.697	13.864
Concentrados	236	240	244	248	252
Sucos	2.328	2.402	2.477	2.552	2.628
Chá pronto para beber (RDT Tea)	127	128	131	135	139
Café pronto para beber (RDT Coffee)	4	4	4	4	4
Bebidas esportivas e energéticas	236	235	236	238	241
Total	26.745	27.181	27.729	28.370	29.090

Fonte: Euromonitor International (2017d).

Tabela 13 – Crescimento anual (%) previsto do consumo de bebidas não alcoólicas no Brasil por tipo: 2017 a 2021

Tipos de Bebidas	2016	2017	2018	2019	2020
Água engarrafada	4,9%	4,7%	4,3%	4,1%	4,1%
Refrigerante	-2,9%	-0,8%	0,1%	0,7%	1,2%
Concentrados	1,5%	1,9%	1,7%	1,6%	1,5%
Sucos	2,8%	3,2%	3,1%	3,0%	3,0%
Chá pronto para beber (RDT Tea)	-0,1%	1,3%	2,3%	2,7%	3,0%
Café pronto para beber (RDT Coffee)	2,9%	5,6%	2,6%	2,6%	0,0%
Bebidas esportivas e energéticas	-2,0%	-0,3%	0,3%	1,0%	1,4%
Total	0,5%	1,6%	2,0%	2,3%	2,5%

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

Considerando o comportamento recente do mercado brasileiro, Euromonitor International (2017c) destaca algumas tendências relacionadas ao mercado brasileiro de bebidas não alcoólicas, as quais são apresentadas no Quadro 2.

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

Tendência	Principais Argumentos	Perspectiva
Concentrados continuam a conquistar novas parcelas no mercado consumidor.	Os brasileiros foram forçados a buscar alternativas atraentes para manter seu consumo de bebidas não alcoólicas e, nesse sentido, os concentrados, líquidos ou em pó, oferecem uma solução interessante através de preços unitários mais baixos. Investimentos recentes em novos lançamentos e no enriquecimento de produtos existentes têm mudado o estigma de que são produtos de baixa qualidade, já que estes produtos começam a oferecer benefícios similares aos dos RTD.	Enquanto a expansão de tipos e sabores reflete cada vez mais a direção que os RTD têm adotado (chá gelado, suco fortificado/funcional e bebidas energéticas), as principais tendências que afetam estas categorias podem também ser aplicadas aos concentrados. A busca por tamanhos e tipos de embalagens convenientes para o consumo em movimento (<i>on-the-go</i>), benefícios funcionais e características saudáveis, bem como opções de sabor inovadoras, podem ser incorporadas em concentrados, capitalizando o interesse dos consumidores.
Os nichos de mercado continuam a oferecer oportunidades para que os <i>players</i> emergentes se consolidem.	As bebidas não alcoólicas no Brasil possuem um mercado altamente fragmentado, com pequenos <i>players</i> regionais, que tiveram uma participação de 33% no mercado <i>off-trade</i> em 2016, geralmente ofertando produtos que concorrem em preço. Entretanto, em categorias como água de coco e sucos 100% naturais, por exemplo, houve entrada relevante de <i>players</i> pequenos e regionais, oferecendo produtos <i>Premium</i> , tendo como foco o nicho do mercado de consumidores de maior renda. Muitos desses <i>players</i> entraram no mercado sem um sistema consolidado de produção e distribuição - o que resultou na retirada de alguns com menos de um ano de presença -, mas, ao mesmo tempo, alguns fabricantes alcançaram participação relevante, competindo diretamente com grandes empresas.	Apesar da situação econômica desfavorável, existem categorias com um potencial consistente não só para aumentar a sua penetração, mas também para acrescentar valor específico nos próximos anos. Sucos, RTDs e bebidas energéticas são ótimos exemplos. Marcas como Do Bem, Obrigado, Beba Rio, Natural One, entre outros, não só entraram no mercado durante o período de revisão, mas também rapidamente ganharam participação. A maioria deles não tem capacidade de produção suficiente para atender todas as regiões do País, embora isso não pareça causar dificuldades, já que os brasileiros tendem a perceber marcas com pouca disponibilidade como sendo mais <i>Premium</i> , quando comparada com aquelas que são produzidas em massa. É importante, no entanto, que, caso esses <i>players</i> optem por expandir suas operações para áreas mais amplas no País, permaneçam fiéis ao seu posicionamento.
Lojas do tipo Atacarejo consolidam-se como canal de distribuição de bebidas não alcoólicas e mudam a forma como os consumidores compram.	Enquanto, há poucos anos, a classe média foi capaz de incorporar novas categorias em suas compras básicas, a tendência agora se inverteu, havendo maior racionalidade e foco em produtos essenciais. Nesse sentido, os canais de distribuição que são capazes de oferecer aos consumidores melhores descontos têm consolidado suas posições dentro do varejo brasileiro. Em 2016, os atacarejos representam uma participação de 5% nas vendas <i>off-trade</i> para quase todas as categorias de bebidas não alcoólicas, enquanto para os refrigerantes, água engarrafada e suco, essa participação pode representar até 11%.	Para absorver essa crescente demanda nas lojas tipo atacarejo no Brasil, os varejistas estão investindo na expansão de sua gama de tipos de produtos e marcas oferecidas aos consumidores. Além disso, algumas cadeias têm também reprojetoado suas lojas para oferecer aos consumidores uma experiência de compra mais confortável, algo semelhante ao que pode ser encontrado em supermercados ou hipermercados.

Fonte: Adaptado de Euromonitor International (2017c).

Essas tendências apresentadas devem ser consideradas quando da análise de pertinência e viabilidade de novos investimentos do setor de bebidas não 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.

Considerando-se o exposto, entende-se que eventuais financiamentos devem estar relacionados a projetos que envolvam a fabricação de produtos que atenderão a nichos específicos de mercado, e que estejam alinhados aos direcionadores destacados no Quadro 2, como por exemplo, a produção de água de coco engarrafada, ou RTDs. 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/faturamento2016.pdf> Acesso em 21 Mar. 2017.
- 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. **Soft Drinks in 2017: new insights and system refresher**. London: Euromonitor International, 2017a.
- EUROMONITOR INTERNATIONAL. **Soft Drinks 2017: key insights**. London: Euromonitor International, 2017b.
- EUROMONITOR INTERNATIONAL. **Soft Drinks in Brazil: industry overview**. London: Euromonitor International, 2017c.
- EUROMONITOR INTERNATIONAL. **Statistics**. Disponível em <https://www.portal.euromonitor.com/portal/statistics/tab> Acesso em 04 Mai. 2017d.
- 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/analisesetoriais/docs/setorise/brasil/Cervejas%20e%20Refrigerantes.pdf> Acesso em 09 Fev. 2017 (Acesso Restrito).