

## INDÚSTRIA DE BEBIDAS NÃO 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 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 usual 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, tendo obtido faturamento de R\$ 117 bilhões em 2016, o que é equivalente a 1,9% do PIB brasileiro daquele ano e 4,8% do valor bruto da produção (*Proxy* do PIB) da indústria de transformação (ABIA, 2018).

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.

#### ESCRITÓRIO TÉCNICO DE ESTUDOS ECONÔMICOS DO NORDESTE - ETENE

**Expediente:** Banco do Nordeste: Romildo Carneiro Rolim (Presidente). Luiz Alberto Esteves (Economista-Chefe). Escritório Técnico de Estudos Econômicos do Nordeste - ETENE: Tibério R. R. Bernardo (Gerente de Ambiente). Célula de Estudos e Pesquisas Setoriais: Luciano J. F. Ximenes (Gerente Executivo), Maria Simone de Castro Pereira Brainer, Maria de Fátima Vidal, Jackson Dantas Coelho, Fernando L. E. Viana, Francisco Diniz Bezerra, Luciana Mota Tomé, Roberto Rodrigues Pontes (Jovem Aprendiz). Célula de Gestão de Informações Econômicas: Bruno Gabai (Gerente Executivo), José Wandemberg Rodrigues Almeida, Gustavo Bezerra Carvalho (Projeto Gráfico), Hermano José Pinho (Revisão Vernacular), Dalylia Soares de Azevedo e Antônio Kassyo Monteiro Costa (Bolsistas de Nível Superior).

O **Caderno Setorial ETENE** é uma publicação mensal que reúne análises de setores que perfazem a economia nordestina. O Caderno ainda traz temas transversais na sessão "Economia Regional". Sob uma redação eclética, esta publicação se adequa à rede bancária, pesquisadores de áreas afins, estudantes, e demais segmentos do setor produtivo.

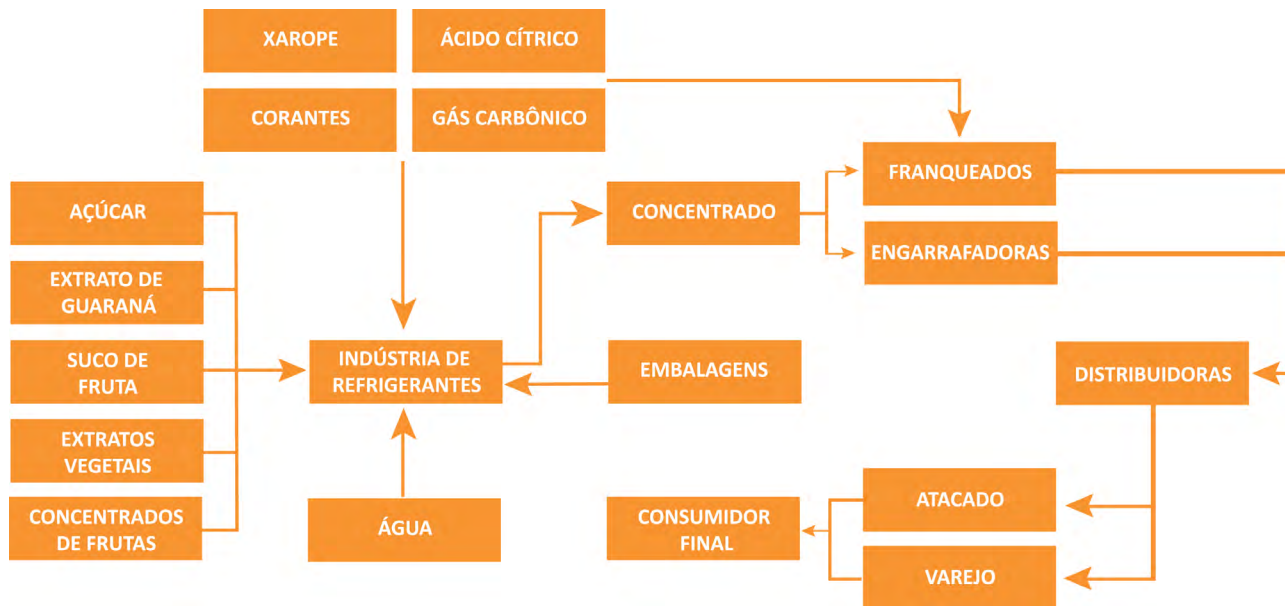
**Contato:** Escritório Técnico de Estudos Econômicos do Nordeste - ETENE. Av. Dr. Silas Munguba 5.700, Bl A2 Térreo, Passaré, 60.743-902, Fortaleza-CE. <http://www.bnb.gov.br/etene>. E-mail: [etene@bnb.gov.br](mailto:etene@bnb.gov.br)

**Aviso Legal:** O BNB/ETENE não se responsabiliza por quaisquer atos/decisões tomadas com base nas informações disponibilizadas por suas publicações e projeções. Desse modo, todas as consequências ou responsabilidades pelo uso de quaisquer dados ou análises desta publicação são assumidas exclusivamente pelo usuário, eximindo o BNB de todas as ações decorrentes do uso deste material. O acesso a essas informações implica a total aceitação deste termo de responsabilidade. É permitida a reprodução das matérias, desde que seja citada a fonte.

No Brasil, entre as bebidas não alcoólicas, o refrigerante tem grande destaque, tendo sido responsável por 73% da quantidade vendida (em volume) pela indústria de bebidas não alcoólicas do País em 2015 (IBGE, 2018).

Em função da sua importância no mercado brasileiro de bebidas não alcoólicas, apresenta-se na **Figura 1** a cadeia produtiva do refrigerante.

**Figura 1 – Cadeia produtiva do refrigerante**



Fonte: Serasa Experian (2017).

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 o Euromonitor International (2018a), em 2017 a indústria de bebidas não alcoólicas, em nível mundial, vendeu 600 bilhões de litros no varejo (*off trade*) e faturou US\$ 805,7 bilhões, considerando-se todo o mercado, com crescimento anual das vendas de 3% (em volume). Algumas categorias tradicionais de produtos têm tido um desempenho nebuloso e a instabilidade na demanda exigirá das empresas produtoras de grandes marcas de bebidas que repensem suas estratégias de alcance das necessidades dos consumidores. Destacam-se cinco tendências que irão moldar a indústria de bebidas não alcoólicas no longo prazo, algumas das quais já têm influenciado o comportamento das empresas do setor:

- A redução do consumo de açúcar tem se consolidado como a prioridade “número um” dos consumidores no que diz respeito à saúde, tanto nos mercados desenvolvidos, como nos emergentes, o que tem aumentado a demanda por produtos naturais e com menos teor de açúcar;

- Tendência de aceleração da demanda por bebidas “super *premium*” em segmentos como sucos naturais, águas baseadas em plantas (por exemplo, água de coco), e RDTs e chás *Premium*;
- Diminuição do consumo de impulso na medida em que há uma migração para o varejo *on-line*, o que é um desafio-chave para as estratégias de inovação e distribuição da indústria;
- Água engarrafada constitui o produto com maior contribuição para o crescimento do volume de vendas, compensando o declínio das vendas de refrigerantes e sucos. A agregação de valor a partir da oferta de águas com sabores e também com gás é importante para as estratégias das empresas;
- *Players* regionais da Ásia ameaçam tomar parte do mercado das grandes multinacionais.

A **Tabela 1** mostra os dez países de maior consumo de bebidas não alcoólicas do mundo em 2017, além da evolução do consumo no período 2012-2017, considerando apenas as vendas no varejo (*off trade*). Os dados da Tabela 1 mostram que o Brasil constituiu o 7º maior mercado de bebidas não alcoólicas em 2017 nesse canal de distribuição, mas com um consumo bem abaixo dos dois principais mercados, Estados Unidos e China.

**Tabela 1 – Países com maior consumo de bebidas não alcoólicas no varejo (*off trade*) em 2017 e evolução do consumo no período 2012-2017 (em milhões de litros)**

Localidade	2012	2013	2014	2015	2016	2017
EUA	84.356	84.616	85.718	88.060	90.197	91.350
China	62.581	71.308	75.448	77.825	78.984	82.580
México	35.642	35.781	35.946	36.899	38.088	39.112
Nigéria	20.776	23.628	26.360	28.835	31.811	35.283
Indonésia	18.323	19.975	21.057	22.335	24.834	25.103
Japão	20.438	20.873	20.620	21.132	21.548	21.754
Brasil	21.042	21.121	22.025	21.883	21.556	21.409
Alemanha	19.990	20.013	19.978	20.048	20.033	20.055
França	12.161	12.169	12.285	12.703	13.018	13.321
Índia	6.648	7.866	9.070	10.315	11.646	13.071
Outros	208.143	213.539	220.026	227.003	232.081	237.898
<b>Mundo</b>	<b>510.100</b>	<b>530.888</b>	<b>548.533</b>	<b>567.038</b>	<b>583.797</b>	<b>600.936</b>

Fonte: Euromonitor International (2018a).

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, Indonésia e Índia, na Ásia, e Nigéria, na África. Nesse contexto, certamente os grandes produtores mundiais estão buscando fortalecer suas posições nesses países com grande potencial de cres-

cimento 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.

**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
Red Bull GmbH	Red Bull (4)	Áustria
Groupe Danone		França
Monster Beverage Corp	Monster (8)	Estados Unidos
Asahi Group Holdings Ltd		Japão
Kirin Holdings Co Ltd		Japão

Fonte: Elaboração do ETENE/BNB, com informações de Euromonitor International (2018c).

De acordo com o Euromonitor International (2018a), as cinco primeiras empresas em participação de mercado da indústria de bebidas não alcoólicas abarcaram uma fatia de 35% das vendas no mercado *off trade* em 2017, o que é um valor alto em comparação, por exemplo, com a indústria de alimentos (cinco empresas líderes com 10% do mercado). Entretanto, a dominância dessas empresas no mercado tem sido desafiada pelo crescimento de empresas regionais e independentes, tanto em mercados de baixo crescimento, como em mercados de alto cresci-

mento. Essas empresas, que têm maior agilidade e marcas fortes localmente, estão ganhando fatias de mercado das empresas líderes com a oferta de produtos *premium* de maior valor, obrigando as grandes multinacionais a expandir seus portfólios e marcas.

Percebe-se que várias empresas que constam no Quadro 1 possuem forte presença no mercado brasileiro, possuindo diversas plantas industriais de produção de bebidas no País. Algumas dessas empresas entraram no mercado brasileiro através de fusões, aquisições e alian-

ças estratégicas com parceiros nacionais, ou até mesmo apenas por meio do licenciamento de marcas. Empresas como Coca Cola Company, Pepsi Co, Nestlé e Danone possuem importantes bases de produção no Nordeste.

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.

### 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 (2018), referentes ao período 2006-2015 (último dado disponível), mostram um crescimento consistente na produção da indústria de bebidas não alcoólicas até 2012, seguindo certa volatilidade (alternância de queda e retomada) entre 2013 e 2015 (**Tabela 2**). A fabricação de refrigerantes e outras bebidas não alcoólicas correspondeu, em 2015, a 75,3% do total produzido em milhares de litros, sendo que somente os refrigerantes alcançaram 72,9% do total produzido.

**Tabela 2 – Evolução da produção (em milhares de litros)<sup>1</sup> da indústria de bebidas não alcoólicas do Brasil: 2006-2015**

CLASSE CNAE	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Fabricação de águas envasadas	2.391.306	2.411.234	2.821.734	3.316.339	3.020.404	3.854.840	4.407.539	5.191.912	5.458.279	5.356.932
Fabricação de refrigerantes e de outras bebidas não alcoólicas <sup>(1)</sup>	11.908.860	13.433.002	14.114.237	14.639.783	17.059.501	17.053.877	17.995.997	16.440.441	17.242.614	16.339.292
<b>Total</b>	<b>14.300.166</b>	<b>15.844.236</b>	<b>16.935.971</b>	<b>17.956.122</b>	<b>20.079.905</b>	<b>20.908.717</b>	<b>22.403.536</b>	<b>21.632.353</b>	<b>22.700.893</b>	<b>21.696.224</b>

Fonte: IBGE (2018). Elaboração do ETENE/BNB.

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.

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 72,9% de 2015. 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, exceto pelo fato de que, após a queda em 2013, a recuperação observada em 2014 manteve-se em 2015. Os refrigerantes também se destacam como principais produtos vendidos, chegando ao pico de participação de 83,6% em 2010, mas com tendência de queda, finalizando o período com 75,3% de participação em 2015.

**Tabela 3 – Evolução das vendas (em milhares de litros)<sup>1</sup> da indústria de bebidas não alcoólicas do Brasil: 2006-2015**

CLASSE CNAE	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Fabricação de águas envasadas	2.136.543	1.990.561	2.051.965	2.557.943	2.583.186	3.378.343	4.295.680	4.058.784	4.876.014	4.800.955
Fabricação de refrigerantes e de outras bebidas não alcoólicas <sup>(1)</sup>	10.889.054	11.799.038	12.879.947	13.693.410	15.575.614	15.511.645	16.380.917	15.249.934	16.047.100	16.300.408
<b>Total</b>	<b>13.025.597</b>	<b>13.789.599</b>	<b>14.931.912</b>	<b>16.251.353</b>	<b>18.158.800</b>	<b>18.889.988</b>	<b>20.676.597</b>	<b>19.308.718</b>	<b>20.923.114</b>	<b>21.101.363</b>

Fonte: IBGE (2018). Elaboração do ETENE/BNB.

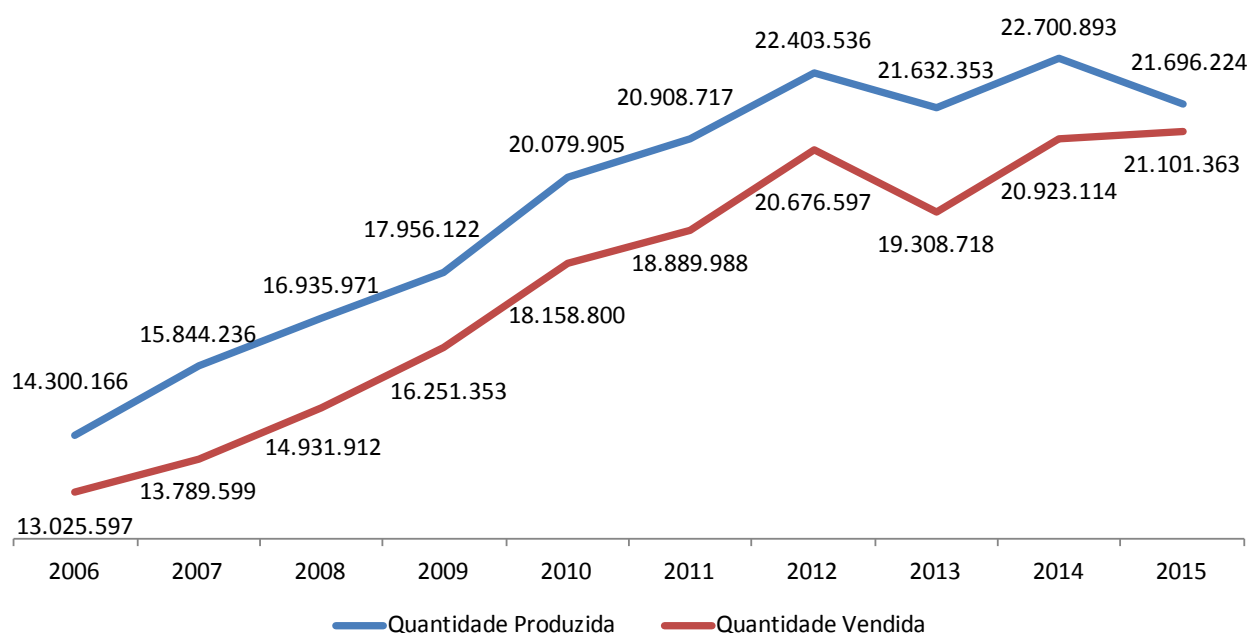
Nota: (1) Essa classe possui duas subclasses cuja produção é mensurada em toneladas e que foram desconsideradas do total: 1122.2050 - Preparações em pó para elaboração de bebidas, exceto para fins industriais, e; 1122.2060 - Preparações em pó para elaboração de bebidas, para fins industriais.

É importante salientar o significativo crescimento das vendas de águas engarrafadas no Brasil, que atingiu 125% no período analisado de dez anos, enquanto o crescimento das vendas do agregado de bebidas não alcoólicas foi de 62%.

O Gráfico 1 apresenta simultaneamente o comportamento da produção e das vendas de bebidas não alcoólicas no Brasil entre 2006 e 2015.

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. Por outro lado, o Euromonitor International (2018b) possui dados de vendas de bebidas não alcoólicas no Brasil no varejo (*off-trade*) no período 2012-2017, por tipo de bebida, os quais são apresentados na Tabela 4.

**Gráfico 1 – Evolução da produção e vendas de produtos da indústria de bebidas não alcoólicas do Brasil, em milhares de litros: 2006-2015**



Fonte: IBGE (2018). Elaboração do ETENE/BNB.

**Tabela 4 – Vendas de bebidas não alcoólicas no varejo (*off trade*) no Brasil por categoria (em milhões de litros): 2012-2017**

Tipos de Bebidas	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Água engarrafada	6.219	6.521	7.439	8.308	8.786	9.119
Refrigerante	13.054	12.668	12.427	11.473	10.752	10.313
Concentrados	243	230	227	230	231	231
Sucos	1.233	1.389	1.601	1.567	1.500	1.466
Chá pronto para beber (RDT Tea)	109	115	126	119	122	126
Café pronto para beber (RDT Coffee)	1	3	2	2	2	2
Bebidas esportivas e energéticas	183	196	203	185	164	153
<b>Total</b>	<b>21.042</b>	<b>21.122</b>	<b>22.025</b>	<b>21.883</b>	<b>21.557</b>	<b>21.410</b>

Fonte: Euromonitor International (2018b).

Os números da Tabela 4 mostram uma participação de 48% dos refrigerantes no mercado brasileiro de bebidas não alcoólicas em 2017, com forte viés de queda, tendo em vista que essa participação era de 62% em 2012. No mercado mundial, os refrigerantes têm apresentado uma queda ainda maior de importância no volume total comercializado de bebidas não alcoólicas no varejo (*off*

*trade*), representando 27,1% do total vendido, em volume, em 2017. Por outro lado, as águas engarrafadas têm apresentado grande crescimento, sendo o tipo de bebida com maior volume de vendas no mercado mundial, equivalente a 51,9% do total do mercado *off trade*.

Em termos de dinâmica do mercado, de acordo com

Euromonitor International (2018b), depois de um pico de vendas em volume em 2014 por causa da Copa do Mundo, as vendas de bebidas não alcoólicas no Brasil declinaram bastante até 2017, mas com tendência de recuperação em 2018. Isso foi consequência da mudança dos hábitos de consumo dos brasileiros, permitindo acomodar produtos dentro de seus orçamentos, mesmo que isso exija algumas concessões. Negociar, reduzir a frequência de compra e adquirir produtos em embalagens econômicas são algumas das iniciativas tomadas pelos consumidores. Como a renda média disponível para o consumidor foi negativamente afetada pela crise econômica, muitos têm evitado comer fora, a fim de economizar dinheiro, ao mesmo tempo em que tentam não abrir mão de ocasiões sociais com familiares e amigos. Nesse contexto, o consumo em casa contribuiu para uma recuperação mais rápida das vendas em volume de varejo, que registraram apenas uma queda marginal no volume de *off trade* em 2017, melhor do que o desempenho no comércio *on trade*.

Como as empresas multinacionais ainda são muito dependentes das vendas de refrigerantes, produto que tem apresentado um declínio consistente na participação de vendas, outros participantes pequenos e regionais surgiram e se consolidaram em termos de relevância de mercado. A maioria dessas empresas opera em categorias mais resilientes à crise econômica, como água engarrafada e suco 100%. Exemplos incluem Natural One S/A e Ducoco Alimentos S/A, operando, respectivamente, em suco

100% e em águas de coco e outras plantas (Euromonitor International, 2018b). Embora 2016 tenha sido um ano ruim em termos de lançamentos de novos produtos, com os fabricantes inibidos para fazer investimentos substanciais, 2017 foi diferente. As estratégias de lançamento de novos produtos incluíram a incorporação de novos sabores (como o Red Bull sabor açaí), novas embalagens para diferentes ocasiões de consumo (latas de metal de 220 ml da Coca-Cola), entre outros.

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 não mostram tendências consistentes, tendo em vista haver grande variabilidade no período analisado.

No que diz respeito às exportações, houve 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, são incipientes, estando praticamente toda a exportação de bebidas não alcoólicas fortemente ancorada nos refrigerantes e outras bebidas, entre as quais estão os sucos e água de coco. O pico, em termos de valores exportados, ocorreu em 2013 (US\$ 328,3 milhões), ano após o qual as exportações caíram, chegando a um valor 38% menor em 2017.

**Tabela 5 – Exportações brasileiras de bebidas não alcoólicas (US\$ Mil FOB): 2008-2017**

Classes CNAE	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Fabricação de águas envasadas	174	963	78	110	102	52	136	162	148	176
Fabricação de refrigerantes e de outras bebidas não alcoólicas	193.300	151.995	176.301	184.256	238.339	328.263	274.683	293.827	203.487	202.429
<b>Total</b>	<b>193.474</b>	<b>152.958</b>	<b>176.379</b>	<b>184.366</b>	<b>238.440</b>	<b>328.315</b>	<b>274.819</b>	<b>293.989</b>	<b>203.636</b>	<b>202.605</b>

Fonte: FUNCEXDATA (2018). Elaboração do BNB/ETENE.

No Nordeste, é importante mencionar que o Ceará foi, em 2017, o terceiro maior exportador de bebidas do Brasil, atrás apenas de São Paulo e do Paraná e, no caso das bebidas não alcoólicas, tem se destacado como o maior exportador de água de coco do País.

As importações apresentaram um comportamento

semelhante em termos de variabilidade, sendo ainda menores que as exportações (**Tabela 6**). Destaca-se o ano de 2010 em termos de valores importados, seguindo de queda nos anos seguintes e uma leve recuperação em 2017. Não se espera, entretanto, que essa recuperação sinalize uma tendência de crescimento das importações.

**Tabela 6 – Importações brasileiras de bebidas não alcoólicas (US\$ Mil FOB): 2008-2017**

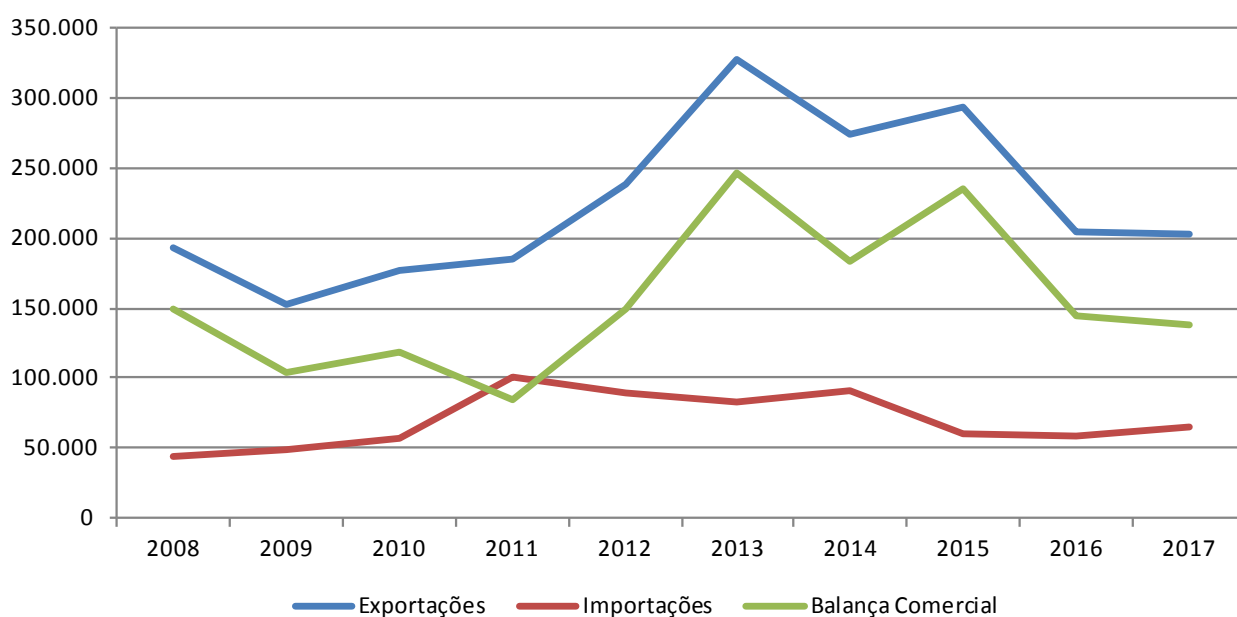
Classes CNAE	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Fabricação de águas envasadas	851	709	963	2.473	1.421	1.755	2.216	1.333	916	1.099
Fabricação de refrigerantes e de outras bebidas não alcoólicas	42.548	48.170	56.650	97.575	87.880	80.732	88.464	58.165	57.441	63.352
<b>Total</b>	<b>43.399</b>	<b>48.878</b>	<b>57.613</b>	<b>100.048</b>	<b>89.300</b>	<b>82.486</b>	<b>90.680</b>	<b>59.498</b>	<b>58.357</b>	<b>64.451</b>

Fonte: FUNCEXDATA (2018). Elaboração do BNB/ETENE.

Os dados referentes ao comércio exterior mostram que a balança comercial da indústria de bebidas não 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 período 2007-2016 (US\$ Mil FOB)**



Fonte: FUNCEXDATA (2018). Elaboração do BNB/ETENE.

### 3.2 Emprego e capacidade instalada

Após dois anos de forte retração econômica (2015 e 2016), a economia brasileira apresentou uma leve recuperação em 2017, com crescimento de 1% do PIB, inflação dentro da meta e queda dos juros. Entretanto, a taxa de desemprego segue elevada, o que tem reflexo na renda dos consumidores e, portanto, no consumo de bens em geral, e bebidas, em particular.

Na indústria de bebidas não alcoólicas do Brasil, os números relativos ao emprego mostram um crescimento consistente durante o período 2007-2015, seguido de queda de 4,6% em 2016, conforme os dados da **Tabela 7**, mostrando que a crise econômica supracitada atingiu os empregos do setor no último ano da série analisada (2016). Com isso, o crescimento acumulado do emprego no setor, entre 2007 e 2016, foi de 36,9% no Brasil e 52,2% 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 (354,8%), Mato Grosso do Sul (182,7%) e Rio Grande do Norte (97,8%), todos estes estados com quantidade de empregos relativamente pequena, especialmente no início do período (2007). Esse grande crescimento no emprego em estados que historicamente possuem pequena quantidade de emprego no setor, em regiões como Nordeste e Centro Oeste, pode sinalizar uma descentralização maior da produção. É importante ressaltar que, com exceção de Alagoas e da Paraíba, os demais estados do Nordeste registraram crescimento do emprego acima de 30% no período.

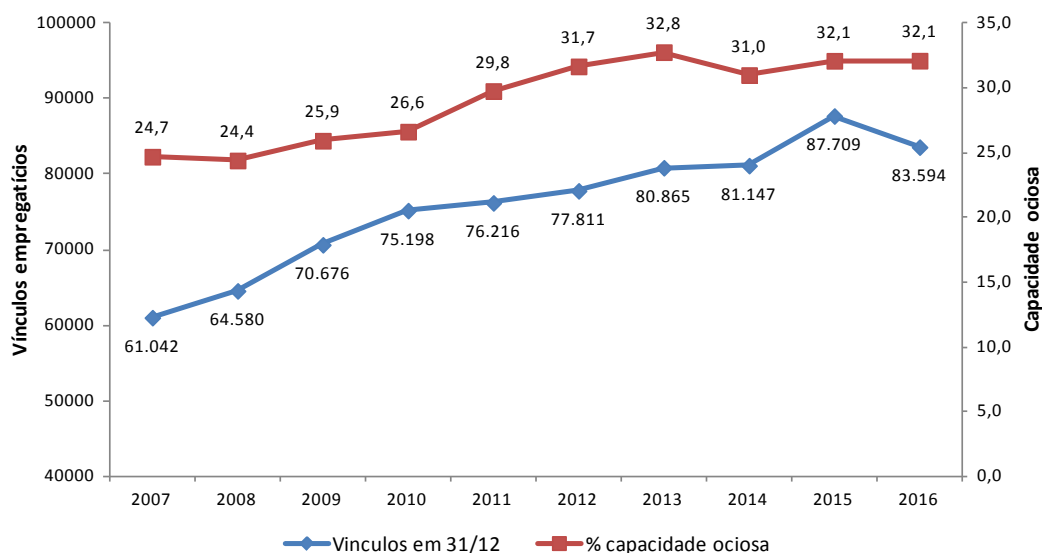
Mesmo com o crescimento observado para o emprego em boa parte do período analisado, a capacidade ociosa do setor de bebidas em geral tem mantido uma trajetória de crescimento, com alguns momentos de queda, variando de um mínimo de 24,4% em 2008 a um máximo de 32,8% em 2013, conforme pode ser observado no **Gráfico 3**.

**Tabela 7 – Evolução do emprego na indústria de bebidas não alcoólicas no período 2007-2016: Brasil, Nordeste e UF**

Estado	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Acre	395	409	455	494	529	491	563	573	539	509
Alagoas	1.526	1.669	1.908	1.913	2.026	2.036	1.914	507	1.958	1.733
Amapá	438	1	412	311	444	403	337	456	448	374
Amazonas	2.187	1.963	2.074	2.538	1.727	2.233	2.539	2.483	2.425	2.208
Bahia	2.997	3.148	3.702	4.199	3.950	3.829	4.685	4.713	4.546	4.323
Ceará	2.898	3.141	3.543	5.050	4.120	4.107	5.438	5.007	4.661	4.646
Distrito Federal	1.444	1.595	1.893	2.172	2.242	1.948	2.194	2.228	2.201	2.041
Espírito Santo	1.100	1.032	1.091	1.298	1.121	1.152	1.241	1.323	1.301	1.105
Goiás	2.689	2.858	2.831	3.613	3.687	3.258	3.870	3.910	3.882	3.832
Maranhão	990	1.174	1.284	1.722	1.593	1.522	1.799	1.785	1.719	1.618
Mato Grosso	1.654	1.697	1.828	1.665	1.944	1.932	2.105	1.760	1.679	1.549
Mato Grosso do Sul	585	724	812	952	925	865	898	1.083	1.684	1.654
Minas Gerais	5.351	5.420	5.381	5.529	5.142	5.896	5.950	8.283	8.461	8.337
Pará	2.156	2.383	2.136	2.211	2.015	2.193	2.112	2.031	2.050	1.829
Paraíba	1.077	1.029	1.074	1.281	1.248	1.267	1.492	1.510	1.371	1.292
Paraná	3.275	3.433	3.620	3.586	4.109	3.911	3.683	3.584	4.078	3.760
Pernambuco	3.261	3.353	3.703	3.112	4.391	4.289	5.315	5.103	4.698	4.363
Piauí	677	753	787	1.125	1.226	1.185	1.338	1.356	1.329	1.333
Rio de Janeiro	5.822	5.771	6.070	7.799	6.872	7.154	7.860	7.627	9.281	8.599
Rio Grande do Norte	724	1.115	1.056	1.845	1.521	1.421	1.956	1.661	1.548	1.432
Rio Grande do Sul	4.097	4.232	4.759	5.230	4.668	5.328	5.541	5.347	5.031	4.841
Rondônia	1.070	1.131	1.159	1.325	1.178	1.244	1.163	1.217	1.180	1.056
Roraima	207	244	259	126	120	239	104	119	115	112
Santa Catarina	1.347	1.394	2.218	1.895	1.659	2.497	1.781	1.770	1.789	1.702
São Paulo	12.589	14.447	15.600	13.655	16.527	16.268	14.395	15.131	18.427	18.065
Sergipe	261	257	814	457	1.104	924	514	498	1.206	1.187
Tocantins	225	207	207	95	128	219	78	82	102	94
<b>Região Nordeste</b>	<b>14.411</b>	<b>15.639</b>	<b>17.871</b>	<b>20.704</b>	<b>21.179</b>	<b>20.580</b>	<b>24.451</b>	<b>22.140</b>	<b>23.036</b>	<b>21.927</b>
<b>Brasil</b>	<b>61.042</b>	<b>64.580</b>	<b>70.676</b>	<b>75.198</b>	<b>76.216</b>	<b>77.811</b>	<b>80.865</b>	<b>81.147</b>	<b>87.709</b>	<b>83.594</b>

Fonte: MTE/RAIS (2018). Elaboração do ETENE/BNB.

**Gráfico 3 – Desempenho recente do número de empregos e capacidade ociosa<sup>1</sup> da indústria brasileira de bebidas não alcoólicas: 2007 a 2016**



Fonte: MTE/RAIS (2018) e CNI (2018). Elaboração do autor.

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



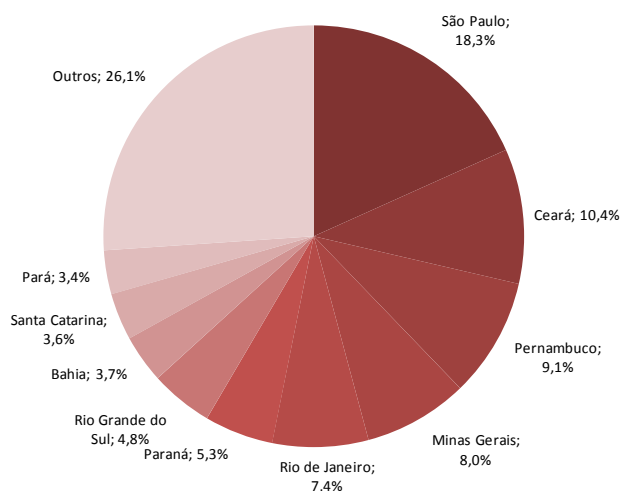
O índice de utilização da capacidade produtiva do setor, que variou de 67,2% a 75,6%, está abaixo da média da indústria de transformação, o que indica que a indústria de bebidas tem operado com sobrecapacidade ao longo dos últimos anos, o que pode ser considerado um indicador de que não deverá haver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

## 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 2016, a indústria de bebidas não alcoólicas concentrava 1,2% dos empregos da indústria de transformação do Brasil e 2,4% 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.

**Gráfico 4 – Distribuição geográfica (%) das empresas brasileiras da indústria de bebidas não alcoólicas em 2016**

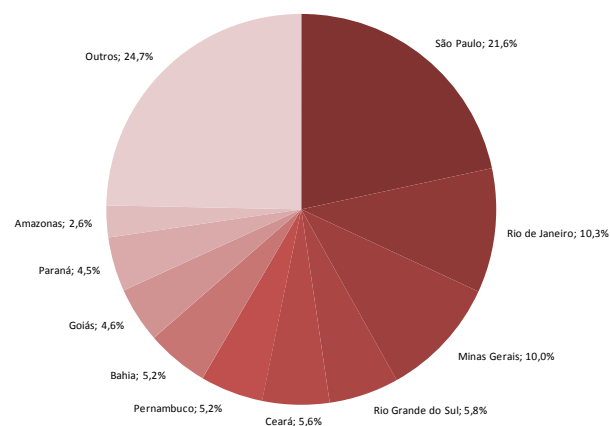


Fonte: MTE/RAIS (2018). Elaboração do ETENE/BNB.

Na lista dos dez estados com maior número de estabelecimentos da indústria de bebidas alcoólicas, o Maranhão é o único estado entre os dez mais populosos que não está presente. Santa Catarina (11º estado mais populoso) faz parte da lista, possivelmente por conta da disponibilidade de água de melhor qualidade.

No caso dos empregos, a lógica é praticamente a mesma observada para o número de estabelecimentos, com exceção das saídas de Santa Catarina e do Pará e entrada do Amazonas e de Goiás na relação dos dez estados com maior número de vínculos empregatícios em 2016 (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%.

**Gráfico 5 – Distribuição geográfica (%) dos empregos na indústria de bebidas não alcoólicas brasileira em 2016**



Fonte: MTE/RAIS (2018). 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 os estados 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 Maranhão), como negativamente (Bahia, Mato Grosso e Rio Grande do Sul).

**Tabela 8 – Distribuição geográfica (%) das empresas brasileiras da indústria de bebidas não alcoólicas: 2007 a 2016**

Estado	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Acre	0,7%	0,7%	0,7%	0,6%	0,9%	0,8%	1,0%	1,0%	0,8%	0,9%
Alagoas	1,7%	1,7%	1,9%	1,7%	2,1%	2,0%	1,8%	1,8%	1,9%	1,8%
Amapá	0,2%	0,3%	0,1%	0,2%	0,3%	0,3%	0,4%	0,3%	0,3%	0,2%
Amazonas	1,4%	1,6%	1,8%	2,0%	1,8%	1,9%	2,2%	2,1%	2,1%	2,1%
Bahia	5,5%	5,5%	4,3%	3,8%	4,2%	4,1%	3,7%	3,9%	3,9%	3,7%
Ceará	4,3%	4,5%	4,9%	5,7%	6,0%	6,5%	7,8%	8,9%	10,3%	10,4%
Distrito Federal	1,1%	1,2%	1,0%	0,7%	0,8%	0,9%	1,0%	1,0%	1,0%	1,0%
Espírito Santo	1,5%	1,4%	1,6%	1,5%	1,8%	1,7%	1,7%	1,5%	1,8%	1,7%
Goiás	3,6%	3,7%	3,0%	3,1%	3,3%	3,4%	3,1%	3,3%	3,3%	3,0%
Maranhão	1,2%	1,3%	1,3%	1,5%	1,4%	1,4%	1,7%	1,7%	2,0%	2,4%
Mato Grosso	3,3%	2,4%	2,4%	2,6%	2,5%	2,5%	1,9%	2,6%	2,0%	2,1%
Mato Grosso do Sul	1,0%	1,0%	1,2%	1,1%	1,0%	1,2%	1,2%	0,9%	1,0%	1,4%
Minas Gerais	9,5%	8,8%	9,1%	9,2%	10,2%	9,5%	10,0%	9,1%	8,4%	8,0%
Pará	3,3%	3,8%	3,3%	3,5%	3,0%	3,1%	3,4%	3,4%	3,1%	3,4%
Paraíba	1,6%	1,4%	1,3%	1,2%	1,2%	1,3%	1,5%	1,4%	1,4%	1,5%
Paraná	5,7%	5,6%	5,9%	5,9%	5,7%	5,7%	5,6%	5,4%	5,3%	5,3%
Pernambuco	4,7%	5,6%	6,2%	7,3%	7,1%	8,3%	7,9%	8,4%	9,0%	9,1%
Piauí	1,4%	1,6%	1,2%	1,3%	1,3%	1,3%	1,4%	1,3%	1,3%	1,5%
Rio de Janeiro	9,5%	8,8%	8,7%	8,7%	8,6%	8,3%	7,9%	8,2%	7,8%	7,4%
Rio Grande do Norte	3,1%	3,1%	3,1%	2,8%	2,8%	2,8%	2,7%	3,2%	2,6%	2,9%
Rio Grande do Sul	6,3%	6,0%	6,3%	5,3%	4,6%	5,0%	5,6%	4,9%	4,7%	4,8%
Rondônia	1,5%	1,6%	1,9%	1,8%	1,4%	1,5%	1,7%	1,6%	1,6%	1,7%
Roraima	0,3%	0,4%	0,4%	0,4%	0,3%	0,3%	0,2%	0,2%	0,3%	0,2%
Santa Catarina	4,8%	4,5%	5,2%	5,0%	4,4%	4,1%	3,6%	3,6%	3,3%	3,6%
São Paulo	20,8%	21,1%	21,3%	20,7%	21,2%	20,3%	19,7%	18,6%	19,4%	18,3%
Sergipe	1,1%	1,0%	1,0%	1,5%	1,3%	1,1%	0,8%	0,9%	0,7%	0,8%
Tocantins	1,1%	1,1%	0,7%	0,9%	0,7%	0,6%	0,5%	0,7%	0,8%	0,8%
<b>Total</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: MTE/RAIS (2018). Elaboração do ETENE/BNB.

O interessante é que o estado de Sergipe teve evolução negativa do número de estabelecimentos da indústria de bebidas não alcoólicas, mas crescimento no número de vínculos empregatícios 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: 2007 a 2016**

Estado	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Acre	0,6%	0,6%	0,6%	0,7%	0,7%	0,6%	0,7%	0,7%	0,6%	0,6%
Alagoas	2,5%	2,6%	2,7%	2,5%	2,7%	2,6%	2,4%	0,6%	2,2%	2,1%
Amapá	0,7%	0,0%	0,6%	0,4%	0,6%	0,5%	0,4%	0,6%	0,5%	0,4%
Amazonas	3,6%	3,0%	2,9%	3,4%	2,3%	2,9%	3,1%	3,1%	2,8%	2,6%
Bahia	4,9%	4,9%	5,2%	5,6%	5,2%	4,9%	5,8%	5,8%	5,2%	5,2%
Ceará	4,7%	4,9%	5,0%	6,7%	5,4%	5,3%	6,7%	6,2%	5,3%	5,6%
Distrito Federal	2,4%	2,5%	2,7%	2,9%	2,9%	2,5%	2,7%	2,7%	2,5%	2,4%
Espírito Santo	1,8%	1,6%	1,5%	1,7%	1,5%	1,5%	1,5%	1,6%	1,5%	1,3%
Goiás	4,4%	4,4%	4,0%	4,8%	4,8%	4,2%	4,8%	4,8%	4,4%	4,6%
Maranhão	1,6%	1,8%	1,8%	2,3%	2,1%	2,0%	2,2%	2,2%	2,0%	1,9%
Mato Grosso	2,7%	2,6%	2,6%	2,2%	2,6%	2,5%	2,6%	2,2%	1,9%	1,9%
Mato Grosso do Sul	1,0%	1,1%	1,1%	1,3%	1,2%	1,1%	1,1%	1,3%	1,9%	2,0%
Minas Gerais	8,8%	8,4%	7,6%	7,4%	6,7%	7,6%	7,4%	10,2%	9,6%	10,0%
Pará	3,5%	3,7%	3,0%	2,9%	2,6%	2,8%	2,6%	2,5%	2,3%	2,2%
Paraíba	1,8%	1,6%	1,5%	1,7%	1,6%	1,6%	1,8%	1,9%	1,6%	1,5%
Paraná	5,4%	5,3%	5,1%	4,8%	5,4%	5,0%	4,6%	4,4%	4,6%	4,5%
Pernambuco	5,3%	5,2%	5,2%	4,1%	5,8%	5,5%	6,6%	6,3%	5,4%	5,2%
Piauí	1,1%	1,2%	1,1%	1,5%	1,6%	1,5%	1,7%	1,7%	1,5%	1,6%
Rio de Janeiro	9,5%	8,9%	8,6%	10,4%	9,0%	9,2%	9,7%	9,4%	10,6%	10,3%
Rio Grande do Norte	1,2%	1,7%	1,5%	2,5%	2,0%	1,8%	2,4%	2,0%	1,8%	1,7%
Rio Grande do Sul	6,7%	6,6%	6,7%	7,0%	6,1%	6,8%	6,9%	6,6%	5,7%	5,8%
Rondônia	1,8%	1,8%	1,6%	1,8%	1,5%	1,6%	1,4%	1,5%	1,3%	1,3%
Roraima	0,3%	0,4%	0,4%	0,2%	0,2%	0,3%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%
Santa Catarina	2,2%	2,2%	3,1%	2,5%	2,2%	3,2%	2,2%	2,2%	2,0%	2,0%
São Paulo	20,6%	22,4%	22,1%	18,2%	21,7%	20,9%	17,8%	18,6%	21,0%	21,6%
Sergipe	0,4%	0,4%	1,2%	0,6%	1,4%	1,2%	0,6%	0,6%	1,4%	1,4%
Tocantins	0,4%	0,3%	0,3%	0,1%	0,2%	0,3%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%
<b>Total</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: MTE/RAIS (2018). Elaboração do ETENE/BNB.

A indústria de bebidas não alcoólicas do Nordeste concentra 34,1% dos estabelecimentos e 26,2% 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 o crescimento será moderado, em torno de 3,5% ao ano até 2022

(Euromonitor International, 2018a). 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 benefícios 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, 2017a).

Os dados das **tabelas 10 e 11** mostram as previsões de evolução do consumo no varejo (*off trade*) de bebidas não alcoólicas nos dez principais mercados (considerando o consumo previsto em 2022), bem como o agregado mundial, nos próximos cinco anos.

**Tabela 10 – Consumo previsto de bebidas não alcoólicas no varejo (*off trade*) nos dez principais mercados mundiais (em milhões de litros): 2018 a 2022**

Localidade	2018	2019	2020	2021	2022
China	85.649	88.870	92.145	95.511	98.963
EUA	92.593	93.972	95.466	97.023	98.565
Nigéria	38.714	41.945	45.249	48.380	51.494
México	40.300	41.531	42.790	44.125	45.529
Indonésia	26.015	26.958	27.940	28.904	29.893
Índia	14.878	17.066	19.696	22.848	26.636
Brasil	21.593	21.886	22.288	22.784	23.338
Japão	21.958	22.164	22.383	22.595	22.803
Alemanha	20.082	20.144	20.225	20.318	20.432
França	13.608	13.885	14.150	14.408	14.658
Outros	245.378	254.156	263.724	273.760	284.151
<b>Mundo</b>	<b>620.769</b>	<b>642.578</b>	<b>666.056</b>	<b>690.658</b>	<b>716.461</b>

Fonte: Euromonitor International (2018a). Elaboração do ETENE/BNB.

**Tabela 11 – Crescimento anual (%) previsto do consumo de bebidas não alcoólicas no varejo (*off trade*) nos dez principais mercados mundiais: 2018 a 2022**

Localidade	2018	2019	2020	2021	2022
China	3,7%	3,8%	3,7%	3,7%	3,6%
EUA	1,4%	1,5%	1,6%	1,6%	1,6%
Nigéria	9,7%	8,3%	7,9%	6,9%	6,4%
México	3,0%	3,1%	3,0%	3,1%	3,2%
Indonésia	3,6%	3,6%	3,6%	3,5%	3,4%
Índia	13,8%	14,7%	15,4%	16,0%	16,6%
Brasil	0,9%	1,4%	1,8%	2,2%	2,4%
Japão	0,9%	0,9%	1,0%	0,9%	0,9%
Alemanha	0,1%	0,3%	0,4%	0,5%	0,6%
França	2,2%	2,0%	1,9%	1,8%	1,7%
<b>Mundo</b>	<b>3,3%</b>	<b>3,5%</b>	<b>3,7%</b>	<b>3,7%</b>	<b>3,7%</b>

Fonte: Euromonitor International (2018a). Elaboração do ETENE/BNB.

Conforme já comentado na seção 2, percebe-se a existência, entre os dez maiores mercados de bebidas não alcoólicas, de mercados já maduros, com previsão de crescimento nas vendas abaixo da média mundial nos próximos anos, a exemplo dos EUA, Japão, Alemanha e França. 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. No caso do México, que constituiu o terceiro maior

mercado de bebidas não alcoólicas em 2017, a taxa de crescimento prevista está alinhada com a média mundial, o que deve manter sua importância no mercado no médio prazo. Já o Brasil, apesar de ser um país emergente, apresenta uma previsão de crescimento das vendas com taxas semelhantes aos mercados maduros.

O mercado brasileiro, que apresentou queda de consumo em 2015, 2016 e 2017, 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 chás prontos para beber (Tabelas 12 e 13).

**Tabela 12 – Consumo previsto de bebidas não alcoólicas no varejo (*off trade*) no Brasil por tipo (em milhares de litros): 2018 a 2022**

Tipos de bebidas	2018	2019	2020	2021	2022
Água engarrafada	9.424	9.725	10.051	10.406	10.793
Refrigerante	10.181	10.149	10.189	10.285	10.398
Concentrados	230	229	226	222	218
Sucos	1.478	1.501	1.534	1.575	1.625
Chá pronto para beber (RDT Tea)	130	135	140	146	152
Café pronto para beber (RDT Coffee)	1,5	1,5	1,4	1,4	1,5
Bebidas esportivas e energéticas	148	147	147	148	151
<b>Total</b>	<b>21.593</b>	<b>21.886</b>	<b>22.289</b>	<b>22.784</b>	<b>23.338</b>

Fonte: Euromonitor International (2018b).

**Tabela 13 – Crescimento anual (%) previsto do consumo de bebidas não alcoólicas no varejo (*off trade*) no Brasil por tipo: 2018 a 2022**

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

Fonte: Euromonitor International (2018b). Elaboração do ETENE/BNB.

Considerando o comportamento recente do mercado brasileiro de bebidas não alcoólicas, o Euromonitor International (2017b) destaca algumas tendências relacionadas a esse mercado, 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.	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 (2017b).

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 entre 2012

e 2017.

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 às tendências-chave destacadas no Quadro 2, como por exemplo, a produção de água de coco engarrafada, 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 <https://www.abia.org.br/vsn/anexos/faturamento2016.pdf> Acesso em 13 Mar. 2018.

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.

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DA INDÚSTRIA – CNI. **Indicadores CNI**. Disponível em <http://www6.sistemaindustria.org.br/gpc/externo/listaResultados.faces?codPesquisa=100> Acesso em 12 Jun. 2018.

EUROMONITOR INTERNATIONAL. **Soft Drinks 2017: key insights**. London: Euromonitor International, 2017a.

EUROMONITOR INTERNATIONAL. **Soft Drinks in Brazil: industry overview**. London: Euromonitor International, 2017b.

EUROMONITOR INTERNATIONAL. **Soft Drinks Global Industry Overview**. London: Euromonitor International, 2018a.

EUROMONITOR INTERNATIONAL. **Soft Drinks in Brazil: country report February 2018**. London: Euromonitor International, 2018b.

EUROMONITOR INTERNATIONAL. **Soft Drinks 2018 Edition: New Insights and System Refresher**. London: Euromonitor International, 2018c.

FUNCEXDATA. **Estatísticas de comércio exterior**. Disponível em <http://www.funcexdata.com.br/busca.asp> Acesso em 11 Abr. 2018 (Acesso Restrito).

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. **Pesquisa industrial anual – PIA Produto**. Disponível em <https://sidra.ibge.gov.br/tabela/5807> Acesso em 26 Abr. 2018.

MINISTÉRIO DO TRABALHO – MTE. **Relação anual de informações sociais**. Disponível em <http://bi.mte.gov.br/bgcaged/rais.php> Acesso em 26 Abr. 2018.

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).

## ANÁLISES DISPONÍVEIS

- [Energia solar](#)
- [Indústria de bebidas alcoólicas](#)
- [Carnes: não basta ser líder em volume, tem que faturar](#)
- [Gastos na cadeia de saúde dos estados do Nordeste, Norte de Minas gerais e do Norte do Espírito Santo](#)
- [Produção de mel na área de atuação do BNB entre 2011 e 2016](#)
- [Indústria de alimentos](#)
- [Produção de algodão](#)
- [Setor sucroenergético nordestino](#)
- [Shopping centers](#)
- [Petróleo e gás natural](#)
- [Cajucultura nordestina continua em declínio](#)
- [Rochas ornamentais: novas perspectivas de investimento](#)
- [Textile industry \(english version\)](#)
- [Produção de Grãos: feijão, milho e soja](#)
- [Turismo no Nordeste: aspectos gerais](#)
- [A adaptação do Nordeste ao cenário de modernização da cocoicultura](#)
- [Indústria petroquímica](#)
- [Infraestrutura de saneamento na região Nordeste](#)
- [Desempenho da apicultura nordestina em anos de estiagem](#)
- [Produção de grãos: grandes desafios do agricultor brasileiro](#)
- [Produtor de café no Brasil: mais agro e menos negócio](#)
- [Semiárido: setores estratégicos e o déficit na produção de bens finais](#)
- [Retrato da silvicultura na área de atuação do Banco do Nordeste](#)
- [Potencialidades da energia eólica no Nordeste](#)
- [Indústria da construção civil](#)
- [Logística de armazenagem: Produtos químicos](#)
- [A Indústria de vidros planos](#)
- [Análise dos fluxos de comércio no semiárido](#)
- [Indústria de autopeças](#)
- [Carcinicultura no Nordeste: velhos desafios para a geração de emprego e renda](#)
- [Matriz de Insumo-Produto do Nordeste: demanda final doméstica](#)

## PRÓXIMAS ANÁLISES

- Economia criativa: artesanato
- Energia térmica
- Cerâmica vermelha
- Energia eólica
- Citricultura
- Floricultura
- Café
- Olericultura
- Mandioca
- Carnicultura
- Têxtil
- E-commerce