

## Bebidas alcoólicas: Cerveja

Airton Saboya Valente Junior

Economista. Doutorando em Desenvolvimento Local e Territorial  
e Gerente de Produtos e Serviços do BNB/ETENE

Francisca Crisia Diniz Alves

Graduanda em Economia e Estagiária do BNB/ETENE

### Introdução

A cerveja é uma bebida milenar, produzida a partir da fermentação de cereais, sendo os ingredientes básicos a água, a cevada, o lúpulo e o malte, podendo ainda ser composta por milho, arroz, trigo, sorgo, aveia e açúcares. Em alguns tipos especiais da bebida adicionam-se frutas, sucos de frutas, ervas, especiarias, grãos, temperos, vegetais e amêndoas. Atualmente, a cerveja está entre as bebidas mais consumidas no mundo, depois da água, chá, café e leite, sendo a primeira entre as bebidas alcoólicas (Dorling Kindersley, 2010).

Estima-se que existam atualmente mais de 20 mil tipos de cervejas no mundo. As variações ocorrem em função do local de produção, que determina a oferta e a qualidade dos ingredientes; a situação econômica dos fabricantes, que possibilita a contratação de mão de obra, a construção de instalações, a aquisição de insumos, embalagens e equipamentos, além do acesso aos canais de distribuição; o poder aquisitivo dos consumidores, que influí na demanda do produto final; os aspectos culturais, que motivam as preferências por determinadas características da bebida, a exemplo do aroma, cor e sabor; além do conhecimento tácito e do nível tecnológico disponível, que permite realizar aperfeiçoamentos no processo de fabricação, tais como: diferentes tempos e temperaturas de cozimento, fermentação e maturação além da escolha e combinação dos ingredientes.

Tendo em vista as mencionadas diferenças, as cervejas são classificadas pelo teor alcoólico, extrato, cor, malte e especialmente pelo tipo de fermentação. Nesse último, as cervejas fermentadas a altas temperaturas são denominadas *Ale*, gerando um produto de sabor forte, com teor alcoólico entre 4° e 8°C, podendo ser de cor clara, avermelhada ou escura. Existem diversas subdivisões de cerveja *Ale*, a exemplo das amargas, meio amargas, claras, escuras, *porter*, *stout* dentre inúmeras outras ((Dorling Kindersley, 2010).

Atualmente, a maior parte das cervejas produzidas no mundo é fermentada a baixas temperaturas, sendo denominadas *Lager*, com teor alcoólico entre 4° e 5°C podendo ser de cor clara, avermelhada ou escura. Alguns dos tipos mais conhecidos são *Pilsener ou Pilsen*, *Vienna*, *Dortmund*, *Einbeck*, *Bock*, *Export*, *Munich* e *Ice*, parte delas fazendo referência às cidades onde foram desenvolvidas as fórmulas.

Uma terceira classificação diz respeito às cervejas do tipo *Lambic*, cuja fermentação é espontânea e realiza-

da por agentes naturais, consistindo em expor a própria cerveja a leveduras selvagens. Os tipos *Ale* e *Lager* são submetidas à fermentação de leveduras cultivadas. O processo de fabricação da *Lambic* é considerado o mais antigo no que se refere a essa bebida. A *Lambic* possui uma gama numerosa de aromas e sabores, desde os amadeirados, vínicos, ácidos, frutados, condimentados e até defumados. Dentre os tipos de *Lambic*, pode-se citar a *Lambic-Fruit*, *Freuze*, *Faro*, *Kriek* e *Framboise*.

Existem outras nomenclaturas de cervejas, tais quais as trapistas, processadas por monges da congregação religiosa católica trapista. Apenas seis abadias da Bélgica e uma da Holanda produzem em pequenas quantidades referida cerveja, que possui uma certificação de origem. As bebidas do tipo *Abbey* ou cervejas "de abadia" diferem das trapistas por não possuir origem controlada. Podem ser fabricadas em plantas industriais e comercializadas em larga escala, desde que a sua receita original seja originária de uma abadia, a qual pode ou não ser da ordem trapista. Por sua vez, as cervejas do tipo *Rau-chbier* utilizam maltes defumados podendo ser de vários estilos, como *Marzen* e *Weizen*. As *Fruit Beer* utilizam frutas ou sucos de fruta. As *Spice*, *Herbe* e *Vegetable* são cervejas temperadas com especiarias, ervas e vegetais, respectivamente. O chope ou *chopp* é um tipo de cerveja não pasteurizada, podendo ter variações assim como acontece com a própria cerveja, seguindo diferentes estilos (Dorling Kindersley, 2010).

Além dessa introdução, o presente informe analisa de forma sucinta a cadeia produtiva da cerveja, as tendências de mercado e o cenário empresarial. Finaliza-se com as perspectivas do setor. O informe apresenta informações e dados do Brasil e do Nordeste.

### A cadeia produtiva da cerveja

O setor cervejeiro tem ampla capilaridade e está presente em praticamente todas as cidades do Brasil. A cadeia produtiva das bebidas industrializadas tem como elo central a fabricação, como núcleo a montante o fornecimento de insumos e como segmento a jusante a distribuição do produto acabado até o ponto de venda. Referido segmento movimenta um conjunto de atividades desde a pesquisa, o cultivo agrícola, o processamento e a comercialização de insumos e matérias-primas até a entrega do produto ao consumidor nos estabelecimentos comerciais. No Brasil, a cadeia produtiva da cerveja mobiliza cerca de aproximadamente 8 milhões de profissionais das

mais diversas áreas, cerca de 12 mil fornecedores de bens e serviços e em torno de 10 mil famílias no campo. Participam da cadeia o agronegócio, construção civil, máquinas e equipamentos, transporte, energia, veículos, papel e celulose, alumínio, vidro, além é claro das cervejarias, o que envolve mais de 1 milhão de pequenas e médias empresas (CervBrasil, 2016).

Portanto, o setor cervejeiro é relevante para a economia brasileira, tendo inclusive realizado investimentos próximos a R\$ 20 bilhões entre 2010 e 2014. Conta com cerca de 2,2 milhões de pessoas empregadas ao longo da cadeia, equivalendo a 2,3% da população economicamente ativa-PEA do Brasil. Em 2014, o segmento de cerveja gerou R\$ 70 bilhões em faturamento, R\$ 27 bilhões em salários e R\$ 21 bilhões em impostos. A cerveja é um dos produtos com uma das maiores cargas tributárias no Brasil. Possui importante efeito multiplicador na economia através de extensa cadeia produtiva, sendo responsável por 1,6% do PIB e 14,0% da indústria de transformação nacional. Estima-se que para cada R\$ 1 real investido no setor sejam gerados R\$ 2,5 na economia brasileira (CervBrasil, 2016).

Especificamente no Nordeste, a indústria cervejeira gerou 445 mil postos de trabalho em 2014, remunerou R\$ 4,0 bilhões em salários, o que proporcionou um impacto de R\$ 10,9 bilhões em termos de valor adicionado na economia regional (CervBrasil, 2016).

Em relação aos insumos utilizados na fabricação de cerveja, é importante destacar que o Brasil dispõe de água e é um dos maiores produtores agrícolas do mundo, inclusive de cereais. As cervejarias contam então com ampla oferta de matéria-prima, com as grandes firmas podendo negociar preços e prazos de pagamento. Contudo, parte dos ingredientes utilizados no processamento da cerveja é importado, como a cevada, leveduras e o lúpulo, que são *commodities* com preços determinados pelos mercados internacionais. Portanto, a taxa de câmbio e as tarifas de importação impactam o setor no País.

O segmento dispõe de fornecedores de embalagens, ou seja, latas de alumínio, garrafas de vidro e garrafas de polietileno tereftalato (PET). Todavia, as grandes empresas, quando não produzem suas próprias embalagens, rótulos e tampas, possuem poder de barganha junto aos fornecedores, realizando compras através de pregões eletrônicos e contratos de exclusividade com fornecedores. As pequenas cervejarias, por sua vez, são em geral tomadoras de preços (Donato, 2014).

Os principais bens de capital empregados nas cervejarias consistem em silos de armazenagem, moinhos, filtros, tanques, caldeiras, trocadores de calor e esteiras. Os equipamentos de envase, são encontrados no mercado nacional, embora as linhas de alta velocidade de enchimento de latas e garrafas dispõem de poucas opções de fornecedores (Cervieri Júnior, 2014).

A logística é crucial para a fabricação de cerveja, pois permite rapidez na entrega, redução dos estoques de matérias-primas e de mercadorias, proporcionando redução de custos e satisfação de fornecedores e clientes. A

logística do setor é segmentada em três etapas principais: dos fornecedores de matérias-primas e insumos para as unidades fabris; destas para os revendedores e centros de distribuição, os quais pertencem a própria indústria ou são terceirizados; e destes para os pontos finais de venda, ou seja, atacadistas e varejistas, a exemplo de hipermercados, supermercados, mercearias, lojas de conveniência, padarias, bares, lanchonetes, restaurantes, meios de hospedagem, casas noturnas e centros de lazer (Donato, 2014).

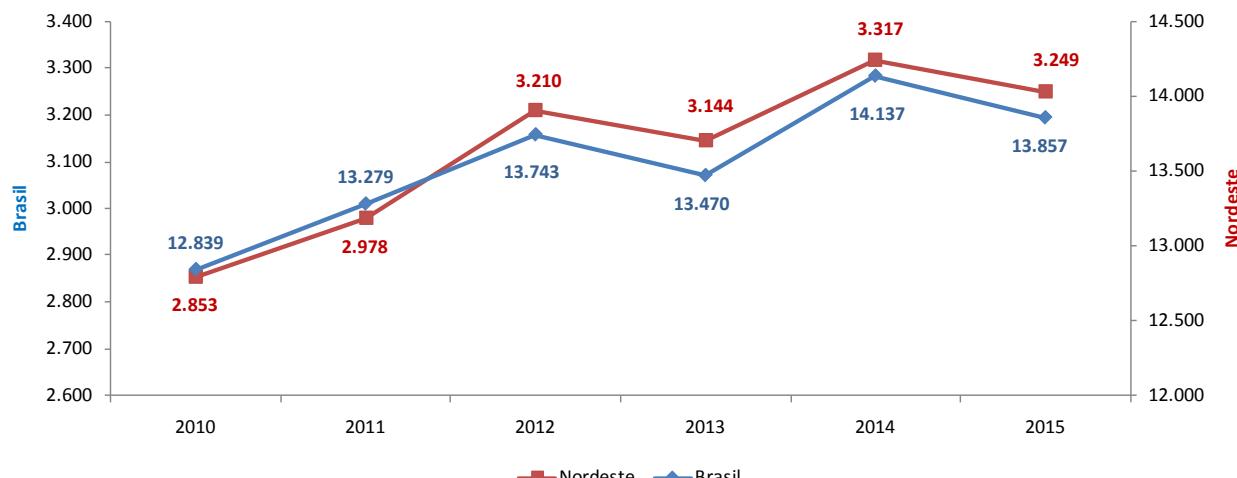
No Brasil, a cadeia produtiva da cerveja utiliza primordialmente o modal rodoviário tanto para transportar insumos, matéria-prima além do produto final. Assim, as cervejarias do País movimentam em torno de 38 mil veículos e atendem 1,2 milhão de pontos de venda (CervBrasil, 2016).

Apesar dos esforços realizados pelo Programa de Aceleração do Crescimento-PAC, e conforme Schwab (2016), o Brasil ocupa apenas a 121ª posição em infraestrutura, entre 144 países pesquisados. Referido relatório analisa a qualidade das rodovias, ferrovias, portos e aeroportos, dentre outros equipamentos de infraestrutura. Vale ressaltar que o suprimento de infraestrutura adequada representa um dos principais entraves para se realizar negócios no Brasil.

## Tendências de mercado

A cerveja começou a ser fabricada no Brasil no século XIX, tendo obtido considerável expansão desde meados do século XX. A produção máxima obtida foi de 14,1 bilhões de litros em 2014. A indústria cervejeira no Nordeste segue a tendência do País, tendo a produção dessa Região atingido o recorde de 3,3 bilhões de litros em 2014, equivalendo a 23,4% do total nacional.

A fabricação de cerveja cresceu 7,9% no Brasil de 2010 a 2015. O aumento na oferta da bebida foi estimulado tendo em vista a expansão do emprego, o aumento do poder de compra da população, tendo como consequência o incremento da classe média, inclusive nas regiões de menor desenvolvimento econômico, a exemplo do Nordeste, e considerando a realização de megaeventos no País, em especial a Copa do Mundo 2014 (Gráfico 1 e Tabela 1). Refletindo a concentração populacional, econômica e industrial do Brasil, o Sudeste responde por aproximadamente 54% da produção de cerveja no País, seguido do Nordeste (23%), Sul (11%), Centro-Oeste (9%) e Norte (3%).

**Gráfico 1 - Produção de cerveja no Brasil e no Nordeste**


Fonte: BRASIL (2016a).

**Tabela 1 - Produção de cerveja – Nordeste e Brasil (em milhões de litros)**

Ano	Brasil	Nordeste	NE/BR (%)	Variação anual - NE (%)	Variação anual - BR (%)
2010	12.839	2.853	22,2	-	-
2011	13.279	2.978	22,4	4,4	3,4
2012	13.743	3.210	23,4	7,8	3,5
2013	13.470	3.144	23,3	-2,1	-2,0
2014	14.137	3.317	23,5	5,5	5,0
2015	13.857	3.249	23,4	-2,1	-2,0

Fonte: BRASIL (2016).

Ao tempo em que as pessoas passaram a demandar maiores quantidades da bebida, a indústria respondeu com crescentes investimentos. Paralelamente, parte das preferências dos consumidores tem se direcionado para marcas de preços mais elevados, que utilizam ingredientes de melhor qualidade e usualmente são denominadas cerveja *premium*, além de bebidas com sabores diferenciados. Também, as marcas com baixo teor alcoólico/sem álcool têm obtido crescente procura, seja em função de preocupações relacionadas com a saúde ou ainda considerando a vigência da chamada “Lei Seca” que proíbe o consumo de bebidas alcoólicas quando se está dirigindo.

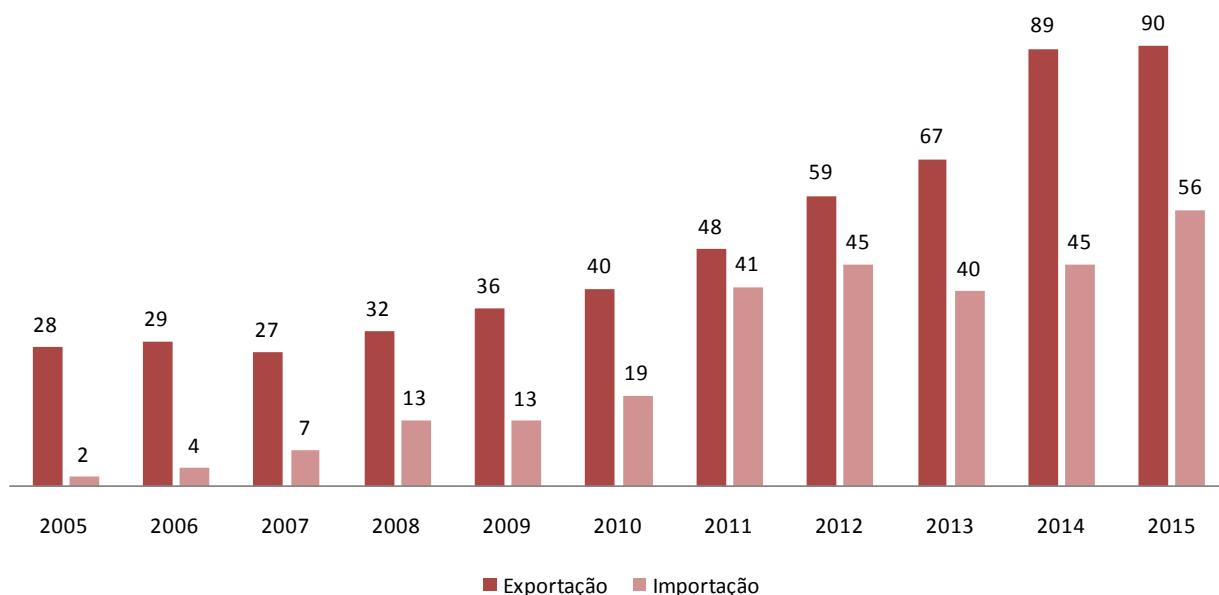
Assim, uma das estratégias de *marketing* utilizadas é posicionar a cerveja como complemento sofisticado e saudável, desde que ingerida de forma moderada, para as refeições diárias. Busca-se, então, educar os consumidores sobre como escolher diferentes tipos de cerveja apropriados para pratos específicos.

Em termos de valores monetários, as vendas de cerveja no Brasil saltaram de R\$ 56,4 bilhões em 2009 para R\$ 108,9 bilhões em 2014, representando um acréscimo nominal de 93,1% no período. A cerveja do tipo *Lager* respondeu por R\$ 108,1 bilhões do total comercializado em 2014, ou 99,3% do total das vendas. As do gênero *Ale* e com baixo teor alcoólico/sem álcool ficaram com 0,7% do total comercializado em 2014.

Com esses números, o Brasil posiciona-se entre os três maiores produtores de cerveja no mundo, abaixo da China (48,9 bilhões de litros por ano) e dos Estados Unidos (22,5 bilhões de litros), mas com expressiva dianteira em relação ao quarto e quinto colocados, ou seja, Rússia (9,8 bilhões de litros) e Alemanha (9,5 bilhões de litros). O Brasil situa-se entre os 30 maiores consumidores de cerveja no mundo, 62 litros por pessoa anualmente, tendo assim potencial para crescimento, haja vista que esses números representam menos da metade do consumo por pessoa na República Checa (147 litros por pessoa/ano) e pouco mais da metade dos números na Áustria (106 litros por pessoa/ano) e Alemanha (102 litros por pessoa/ano), sendo essas algumas das importantes nações consumidoras dessa bebida no mundo (CervBrasil, 2016).

A corrente de comércio de cerveja aumentou na última década no Brasil. As exportações triplicaram, tendo saltado de US\$ 28,4 milhões em 2005 para US\$ 89,5 milhões em 2015. O principal mercado da cerveja brasileira é a América Sul, especialmente Paraguai, Bolívia, Peru, Colômbia e Suriname. As importações aumentaram substancialmente, de US\$ 2,0 milhões em 2005 para US\$ 56,4 milhões em 2015. Os principais vendedores de cerveja para o Brasil são a Holanda, Alemanha, Bélgica, Uruguai e Argentina, que comercializam as do tipo *Lager* de primeira linha para o Brasil. Apesar dessa expansão, o comércio exterior de cerveja representa menos de 1% do volume total da bebida comercializada no Brasil (Gráfico 2).

Embora o consumo de cerveja tenha crescido entre o público feminino, os principais apreciadores da bebida são substancialmente homens, principalmente das classes média e de baixa renda, sendo que os jovens são o grupo-alvo chave para os fabricantes de cerveja. Propaganda na televisão e nos demais meios de comunicação, além de patrocínios a eventos artísticos, culturais e esportivos são as principais estratégias adotadas pelos principais fabricantes dirigidos aos consumidores da bebida.

**Gráfico 2 - Brasil: Exportação e Importação de Cerveja – Em US\$ milhões (FOB)**


Fonte: BRASIL (2016b).

As cervejas tipo *Lager* responderam por 99% do volume total comercializado da bebida em 2014. Os preços mais acessíveis, a rede de distribuição e comercialização consolidadas nacionalmente e a preferência dos consumidores por este tipo de bebida de baixa fermentação, mais adequado para o clima tropical, explicam estes resultados. As principais marcas de cerveja vendidas no Brasil, com suas respectivas participações no mercado, estão especificadas na Tabela 2.

**Tabela 2 – Participação (%) no mercado brasileiro das principais marcas de cerveja**

Marca	Empresa	2011	2014
Skol	AmBev	29,5	28,6
Brahma	AmBev	16,1	15,7
Nova Schin	Kirin	13,4	11,6
Antarctica	AmBev	10,7	10,4
Itaipava	Petrópolis	7,0	7,5
Kaiser	Heineken	5,4	5,0
Crystal	Petrópolis	3,5	3,9
Bohemia	AmBev	1,6	2,2
Bavaria	Heineken	1,8	1,7
Chopp Brahma	AmBev	1,0	1,5
Outras	-	10,0	11,9
<b>Total</b>	<b>-</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

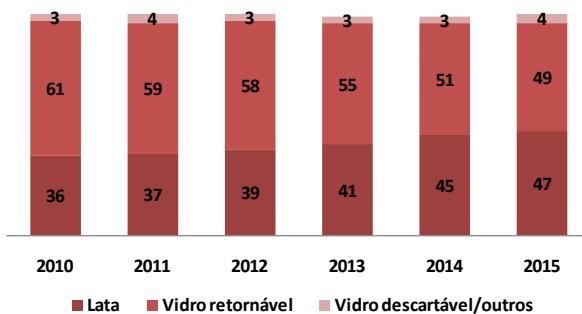
Fonte: Euromonitor International (2016).

As embalagens variam em tamanho e tipo de material no mercado de cerveja. A escolha depende da necessidade de diferenciação do produto, dos custos, além das questões ambientais. Quanto ao tipo de material, as cervejas são embaladas em três tipos de materiais: vidro, alumínio e aço. Considera-se que as embalagens de

vidro conferem melhor qualidade e imagem ao produto, podem ser retornáveis ou recicláveis. As embalagens de aço e alumínio custam menos, recicláveis, preferidas para o consumo em residências por ocupar menor espaço nas geladeiras (Donato, 2014).

As embalagens mais populares em bares e restaurantes são as garrafas de vidro de 600 ml e 1 litro, que são retornáveis. Por outro lado, as latas de 269 ml, 350 ml e 473 ml e as garrafas de vidro de 355 ml, as últimas sendo chamadas de *long neck*, são as mais comuns em lojas de conveniência e estabelecimentos varejistas. A maioria das marcas *premium* estão disponíveis em garrafas de vidro de 350 ml. Algumas cervejarias artesanais investiram em tamanhos de embalagens e formas de garrafa diferentes para distinguir suas respectivas ofertas. A título de ilustração, a Baden Baden, da Brasil Kirin, está disponível em garrafas de vidro de 600 ml ou 310 ml. Outra cervejaria artesanal, a Karavelle, produz uma ampla variedade de *premium Lager* sob a marca de mesmo nome, em garrafas de vidro de 600 ml ou 355 ml (Gráfico 3).

A garrafa *long-neck* é vendida em supermercados além de bares e restaurantes, sendo popular junto ao público jovem, possui maior potencial de agregar valor ao produto, com ganhos de imagem da marca e margens de lucro maiores para as cervejarias. A depender da marca de cerveja, a lata pode chegar ao consumidor final com preço mais baixo que as garrafas *long-neck*. As duas embalagens citadas são as preferidas do comércio varejista. Embora desporte grande interesse ambiental pela redução do lixo urbano, o uso de embalagens retornáveis encontra resistência dos supermercados, considerando o custo de gerenciar o recebimento e entrega dos vasilhames. Algumas marcas de cerveja em embalagens de vidro de 600 ml e 1 litro estão sendo ofertadas em supermercados sem a necessidade de retorno do vasilhame por parte do consumidor.

**Gráfico 3 - Tipo de embalagem de cerveja utilizada no Brasil (%)**


Fonte: BRASL (2016a).

Em algumas cidades, como o Rio de Janeiro e Ribeirão Preto, e determinados locais espalhados no País, a exemplo de bares, lanchonetes e restaurantes localizados em terminais aeroportuários, centros comerciais e bares temáticos, a demanda por chope e cerveja não engarrafada, servida em um sistema de torneira a partir de barris, é expressiva.

### Cenário empresarial

A indústria de cerveja tem passado por um intenso processo de aquisições e fusões, inclusive, a nível mundial, implicando em elevada concentração no setor e internacionalização das empresas. Em consequência, algumas das principais marcas da bebida estão globalizadas, associadas a campanhas de *marketing* internacional e frequentemente atreladas a patrocínios de mega eventos artísticos e desportivos. Marcas como Amstel, Asahi, Beck's, Birra Moretti, Budweiser, Carling, Carlsberg, Coors, Corona, Estrella Damm, Guinness, Foster's, Heineken, Kirin Ichiban, Kronenbourg, Labatt, Mahou, Miller, Molson Canadian, Newcastle, Paulaner, Sagres, Sapporo e Stella Artois, dentre outras, podem ser encontradas em diferentes países. Paralelamente, as marcas artesanais, produzidas localmente e em pequena escala, ganharam a preferência de determinados consumidores, especialmente os de renda mais elevada.

Conforme Euromonitor International (2016), o Brasil contava com 249 cervejarias em 2014 ante 189 em 2009. As quatro maiores empresas do setor são a Companhia de Bebidas das Américas – AmBev, a Cervejaria Brasil Kirin, a Cervejaria Petrópolis e a Cervejaria Heineken do Brasil. A AmBev continuou a liderar as vendas de cerveja no Brasil em 2014, com participação de 63,9% no volume total. A Brasil Kirin ficou em segundo lugar com 13,3% do volume total. Em terceiro, a Cervejaria Petrópolis atingiu 11,5%, enquanto que a Heineken do Brasil obteve 8,5% do total das vendas. Em conjunto, as quatro cervejarias responderam por 97,2% da comercialização de cerveja no Brasil em 2014. As demais, totalizando 245 cervejarias, responderam pelos 2,8% do restante das vendas no citado ano.

A fusão, em 1999, das centenárias Cervejaria Brahma (fundada em 1888) e Companhia Antarctica (fundada em 1891) permitiu a criação da Companhia de Bebidas das Américas – AmBev. Referida empresa é uma subsidiária com sede no Brasil, na cidade de São Paulo, do grupo belga Anheuser-Bush InBev NV, que é considerado o maior produtor de cerveja do mundo. A AmBev e suas subsidiárias produzem, distribuem e vendem cerveja e outras bebidas não alcoólicas, a exemplo de chás, energéticos, isotônicos e refrigerantes em 17 países das Américas (vide anexo). As ações da companhia são negociadas no Brasil na bolsa de mercadorias de São Paulo e nos Estados Unidos na bolsa de Nova York.

A AmBev possui 52 mil funcionários, dos quais 34 mil trabalham em 36 fábricas e 100 centros de distribuição espalhados no Brasil (vide anexo). A extensa carteira inclui 23 marcas de cervejas comercializadas no País, a exemplo da Adriática, Antarctica, Antarctica Original, Antarctica Sub Zero, Bohemia, Brahma, Brahma Chopp, Brahma Malzbier, Brahma Zero, Budweiser, Caracu, Corona, Franziskaner, Hoegaarden, Leffe, Norteña, Patricia, Polar, Quilmes, Serra Malte, Skol, Skol Beats e Stella Artois (Ambev, 2016).

O grupo Kirin Holdings Company, a segunda maior cervejaria do Japão, adquiriu em 2012 um pacote de ações majoritárias da Cervejaria Schincariol, que havia sido fundada em 1939, surgindo então a Brasil Kirin. A empresa produz e comercializa cerveja, água, energéticos, refrigerantes e sucos. Está sediada em Itu, em São Paulo, emprega cerca de 10 mil pessoas e possui 13 unidades fabris em 11 estados do País, tendo uma capacidade de produção de 5,5 bilhões de litros por ano.

A Brasil Kirin é uma empresa de bebidas integrante de um grupo global com mais de 46 mil funcionários no mundo, e presente em mais de 15 países. A subsidiária brasileira tem suas marcas distribuídas por 19 centros de distribuição próprios e mais de 190 revendas para atender cerca de 600 mil pontos de vendas em todo o Brasil. As unidades fabris da Brasil Kirin estão localizadas em Alagoinhas (BA), Alexânia (GO), Benevides (PA), Blumenau (SC), Cachoeiras de Macacu (RJ), Campos de Jordão (SP), Caxias (MA), Horizonte (CE), Igarassu (PE), Igrejinha (RS), Itu (SP), Manaus (AM), Recife (PE). O grupo oferece cerveja sob as marcas Baden Baden, Cintra, Devassa, Eisenbahn, Glacial, Kirin Ichiban, NS2, Primus, Schin e Schin no Grau (Brasil Kirin, 2016).

Por sua vez, o Grupo Petrópolis fabrica e distribui cerveja, água, destilados, energéticos, isotônicos e refrigerantes. A empresa foi fundada em 1994 e está sediada na cidade de Petrópolis, no estado do Rio de Janeiro, tendo ficado em terceiro lugar no mercado de cervejas, com participação de 10% das vendas totais em termos de volume em 2014. Atualmente, o Grupo Petrópolis está presente em mais de 20 Estados através de seis fábricas, localizadas em Petrópolis/RJ, Teresópolis/RJ, Boituva/SP, Rondonópolis/MT, além das unidades fabris de Alagoinhas/BA e Itapissuma/PE no Nordeste.

Atualmente, as marcas da cervejaria são Black Princess, Crystal, Itaipava, Itaipava Premium, Lokal, Petra

Pilsen e Weltenburguer Kloster. A empresa tem obtido destaque no Nordeste, aumentando presença na Região por meio de novas instalações de produção e centros de distribuição. Dentre as maiores indústrias do setor, a Cervejaria Petrópolis é a única grande empresa com capital 100% nacional.

O Grupo Petrópolis tem realizado investimentos em *marketing*, incluindo anúncios de TV e campanhas de mídia social para atrair a atenção dos consumidores. A Itaipava, a principal marca da Petrópolis, utiliza como temas as praias, o sol e o bom humor objetivando se consolidar no mercado. A campanha de lançamento da Itaipava Zero Álcool (baixo teor alcoólico/cerveja sem álcool) tem enfatizado que é possível para o consumidor saborear uma cerveja de qualidade sem consumir álcool. Em termos de investimentos diferenciados, a marca Petra Pilsen foi incorporada para a carteira da empresa, sendo anunciada como um produto de qualidade superior que utiliza ingredientes selecionados, inclusive malte extra. A intenção é competir no segmento *premium*, o que torna possível a obtenção de lucros mais elevados. Além disso, a Cervejaria Petrópolis adquiriu os direitos de utilizar os nomes dos Estádios Fonte Nova, em Salvador, e Arena Pernambuco, em São Lourenço da Mata nas cercanias de Recife. Referidos equipamentos foram denominados “Arena Itaipava”.

Após a conclusão da fábrica de Alagoinhas na Bahia em 2014, além da inauguração das instalações de produção em Itapissuma em Pernambuco em 2015, a empresa espera se consolidar no Nordeste. A cervejaria deverá ainda aportar recursos em 86 centros de distribuição na Bahia, Pernambuco, Piauí, Rio Grande do Norte, Paraíba, Ceará e Maranhão, investimentos que deverão reduzir a sua dependência de distribuidores terceirizados. A Cervejaria Petrópolis obteve vendas de R\$ 5,1 milhões, R\$ 6,4 milhões e R\$ 8,9 milhões em 2012, 2013 e 2014, respectivamente (Grupo Petrópolis, 2016).

A Cervejaria Heineken Brasil possui oito fábricas no País, com capacidade para produzir 19 milhões de hectolitros, empregando aproximadamente 2.300 funcionários. É subsidiária do grupo holandês Heineken NV, que foi fundado em 1864, estando presente em mais de 170 países e operando mais de 140 cervejarias no mundo. Possui mais de 75 mil funcionários e mais de 200 marcas, sendo considerado um dos grupos cervejeiros mais internacionalizados. As principais marcas da empresa no Brasil são Amstel, Bavaria, Bavaria Premium, Bavaria 0,0%, Desperados, Gold, Heineken, Kaiser, Kaiser Radler, Sol Premium, e Xingu. A companhia importa ainda as marcas, Dos Equis, do México, Birra Moretti, da Itália, Edelweiss, da Áustria e Murphy's Irish Stout, da Irlanda (Cervejaria Heineken, 2016).

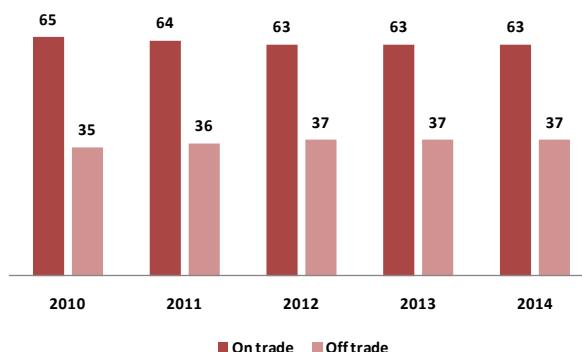
As cervejas artesanais continuam a se desenvolver e crescer no Brasil. Microcervejarias e pequenas unidades produzem para os mercados locais, concentrando as vendas e distribuição em certas regiões. As cervejas artesanais são diferentes das marcas *premium* pois são fabricadas em pequena escala, com sabores distintos e rótulos exclusivos. Dentre as principais marcas dessas cervejas no

Brasil cabe destacar Dado Bier, Karavelle e Germânia, entre outras.

## Perspectivas para o setor

O mercado de cerveja expandiu e diversificou-se no Brasil em anos recentes paralelamente ao ciclo de crescimento econômico ocorrido no País. Contudo, a perspectiva é desafiadora para os fabricantes de cerveja considerando que a indústria terá de se adaptar ao atual período de retração econômica. É de esperar arrefecimento no ritmo de crescimento das vendas de cerveja, tendo em vista que os consumidores tenderão a optar por beber em menor quantidade, especialmente em bares e restaurantes, preferindo adquirir a bebida no comércio varejista para consumir na própria residência. De acordo com Euromonitor International (2016), aproximadamente 63% do volume de cerveja consumida no Brasil ocorreu em bares, restaurantes e afins, e os 37% restantes em residências (Gráfico 4).

**Gráfico 4 – Consumo de cerveja *on trade* e *off trade* no Brasil – % do volume consumido**



Fonte: Euromonitor International (2016).

Nota: O consumo *on trade* ocorre quando a bebida é consumida no próprio local onde a venda é realizada, a exemplo de bares, restaurantes e afins. No consumo *off trade* a bebida é adquirida no varejo e consumida em outro local, em geral na residência do comprador. Atualmente, alguns varejistas permitem o consumo de cerveja no próprio local, a exemplo de supermercados e lojas de conveniência.

Os aumentos previstos de tributação, a inflação mais elevada, os recentes ganhos salariais e a depreciação do real brasileiro em relação ao dólar norte-americano estão aumentando os custos com os insumos, embalagem, processamento e logística. Mórbidente a realização dos Jogos Olímpicos em 2016, é importante ressaltar que alguns dos fatores que sustentaram o crescimento das vendas da bebida, como a celebração do Carnaval em data mais distante das festas de final de ano e a realização da Copa do Mundo não se repetirão em 2016. Assim, as empresas terão de ser inovadoras além de trabalhar na redução de custos, a fim de manter os lucros.

Por outro lado, alguns fabricantes estão confiantes no novo modelo de tributação, o qual proporcionará equilíbrio para a indústria. Por muitos anos, as empresas me-

nores têm sofrido com elevada tributação, enquanto que o novo modelo deverá tributar os produtos de acordo com os respectivos preços. Assim, quanto maior o preço de um produto, maiores os impostos a serem pagos.

Apesar do cenário restritivo, espera-se aumento no volume de vendas de 1,6% em termos médios anuais de 2014 a 2019, o que implica em expansão de 8,1% nesse período. As marcas *premium* tenderão a obter crescimento, embora a um ritmo mais lento, especialmente entre os produtos importados. Em geral, os consumidores tenderão a reduzir o consumo de cerveja em bares e restaurantes, optando por consumir nas próprias residências. A desvalorização da moeda brasileira deverá estimular as exportações e frear as importações da bebida. Por outro lado, os insumos importados tornaram-se mais caros em função da desvalorização cambial. Deve ocorrer um freio no ganho real de salário no setor. As previsões da produção de cerveja no Brasil estão especificadas na Tabela 4.

**Tabela 4 - Estimativa de produção de cerveja no Brasil (bilhões de litros)**

Ano	Produção de cerveja
2016	14,2
2017	14,4
2018	14,7
2019	15,0

Fonte: Euromonitor International (2016).

Em síntese, o segmento de cervejas é relevante no Brasil em função da elevada produção e consumo dessa bebida, dos expressivos valores monetários movimentados pela cadeia produtiva, tendo em vista o número de pessoas que emprega, bem como pela distribuição territorial das unidades fabris, que permite a criação de renda e postos de trabalho em regiões de menor desenvolvimento, a exemplo do Nordeste.

## Referências

- AMBEV-COMPANHIA DE BEBIDAS DAS AMÉRICAS (2016). **Investidores**. Disponível em: [http://ri.ambev.com.br/conteudo\\_pt.asp?idioma=0&conta=28&tipo=43230](http://ri.ambev.com.br/conteudo_pt.asp?idioma=0&conta=28&tipo=43230). Acesso em: 15.02.2016.
- BRASIL (2016a). Receita Federal do Brasil. **Produção de cervejas e refrigerantes**. Disponível em: <http://www.receita.fazenda.gov.br/PessoaJuridica/Bebidas/SistContr-ProdSicobe.htm>. Acesso em: 16.02.2016.
- BRASIL (2016b). Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior-MDIC. **Sistema de análise das informações de comércio exterior – Aliceweb**. Disponível em: <http://aliceweb.mdic.gov.br/index/home>. Acesso em: 16.02.2016.
- BRASIL KIRIN (2016). **A Brasil Kirin**. Disponível em: <https://www.brasilkirin.com.br/>. Acesso em: 12.02.2016.
- CERVBRASIL – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DA CERVEJA (2016). **Anuário 2015**. Disponível em: [http://www.cervbrasil.org.br/arquivos/ANUARIO\\_CB\\_2015\\_WEB.pdf](http://www.cervbrasil.org.br/arquivos/ANUARIO_CB_2015_WEB.pdf) Acesso em: 16.02.2016.
- CERVEJARIA HEINEKEN (2016). **Cervejaria Heineken**. Disponível em: <http://www.heinekenbrasil.com.br/?Heineken-Cervejaria>. Acesso em: 11.02.2016.
- CERVIERI JÚNIOR, O. et al (2014). **O setor de bebidas no Brasil**. In: BNDES Setorial, pp. 93-130. BNDES: Rio de Janeiro.
- DONATO, J. V. (2014). **Análise setorial: bebidas alcoólicas**. Disponível em: <http://d001wwv06/AmbEstudosPesqAval/AnalisesSetoriais/docs/1569190914.pdf>. Acesso em: 17.02.2016.
- DORLING KINDESLEY (2010). **Beer – visual reference guides series**. Londres e Nova York.
- EUROMONITOR INTERNATIONAL (2016). **Beer in Brazil**. Disponível em: <http://www.portal.euromonitor.com/portal/analysis/tab>. Acesso em: 15.02.2016.
- GRUPO PETRÓPOLIS (2016). **Empresa**. Disponível em: <http://www.grupopetropolis.com.br/empresa>. Acesso em: 16.02.2016.
- SCHWAB, K. (ed.) (2016). **The global competitiveness report 2015-2016**. World Economic Forum. Disponível em: [http://www3.weforum.org/docs/gcr/2015-2016/Global\\_Competitiveness\\_Report\\_2015-2016.pdf](http://www3.weforum.org/docs/gcr/2015-2016/Global_Competitiveness_Report_2015-2016.pdf). Acesso em: 22.02.2016.

**ANEXO - FÁBRICAS DA AMBEV**

AMÉRICA LATINA NORTE (LAN)		CANADÁ	
Planta	Tipo de Planta	Planta	Tipo de Planta
Agudos, São Paulo	Cerveja	St. John's	Cerveja
Brasília, Distrito Federal	Cerveja	Halifax	Cerveja
Curitiba, Paraná	Cerveja	Montreal	Cerveja
Equatorial, Maranhão	Cerveja	London	Cerveja
Goiânia, Goiás	Cerveja	Edmonton	Cerveja
Jacareí, São Paulo	Cerveja	Creston	Cerveja
Lages, Santa Catarina	Cerveja	-	-
Natal, Rio Grande do Norte	Cerveja	-	-
Guarulhos, São Paulo	Cerveja	AMÉRICA LATINA SUL (LAS)	
Uberlândia, Minas Gerais	Cerveja	Huachipa, Peru	Mista
Sete Lagoas, Minas Gerais	Cerveja	Sullana, Peru	Refrigerantes
Petrópolis, Rio de Janeiro	Cerveja	Guyaquil, Equador	Cerveja
Águas Claras, Sergipe	Mista	Cympay, Uruguai	Malte
Aquiraz, Ceará	Mista	Musa, Uruguai	Malte
Camaçari, Bahia	Mista	Malteria Pampa, Argentina	Malte
Cebrasa, Goiás	Mista	Quilmes, Argentina	Cerveja
Cuiabá, Mato Grosso	Mista	Corrientes, Argentina	Mista
Jaguariúna, São Paulo	Mista	La Paz, Bolívia	Cerveja
João Pessoa, Paraíba	Mista	Santa Cruz, Bolívia	Cerveja
Itapissuma, Pernambuco	Mista	Cochabamba, Bolívia	Cerveja
Nova Rio, Rio de Janeiro	Mista	Huari, Bolívia	Cerveja
Manaus, Amazonas	Mista	Tarija, Bolívia	Cerveja
Minas, Minas Gerais	Mista	Santiago, Chile	Cerveja
Teresina, Piauí	Mista	Minas, Uruguai	Cerveja
Águas Claras do Sul, Rio Grande do Sul	Mista	Ypane, Paraguai	Cerveja
Piraí, Rio de Janeiro	Mista	Zarate, Argentina	Mista
Curitibana, Paraná	Refrigerantes	Mendoza, Argentina	Cerveja
Contagem, Minas Gerais	Refrigerantes	Montevideo, Uruguai	Mista
Jundiaí, São Paulo	Refrigerantes	Cordoba, Argentina	Refrigerantes
Sapucaia, Rio Grande do Sul	Refrigerantes	Trelew, Argentina	Refrigerantes
São Paulo, São Paulo	Rótulos	Buenos Aires Sul, Argentina	Refrigerantes e Sucos
Manaus, Amazonas	Tampas Metálicas	Tucuman, Argentina	Refrigerantes
Campo Grande, Rio de Janeiro	Garrafas de Vidro	Tres Arroyos, Argentina	Malte
Manaus, Amazonas	Concentrados	Llavallo, Argentina	Malte
Maltaria Navegantes, Rio Grande do Sul	Malte	Acheral, Argentina	Cerveja
Maltaria Passo Fundo, Rio Grande do Sul	Malte	Coroplas, Argentina	Tampas Metálicas
Ambev Centroamerica, Guatemala	Cerveja	FPV, Paraguai	Garrafas
Santo Domingo, República Dominicana	Cerveja	Sacaba, Bolívia	Refrigerantes
Hato Nuevo, República Dominicana	Refrigerantes	El Alto, Bolívia	Refrigerantes
Saint Vincent	Mista	Enalbo, Bolívia	Latas
Dominica	Mista	-	-
Cuba	Cerveja	-	-