

## 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

**Resumo:** A pandemia da Covid-19 em 2020 causou forte impacto nas vendas de bebidas não alcoólicas em todo o mundo, especialmente em 2020 e nos momentos mais críticos de 2021. O cenário atual é de importante recuperação das vendas, especialmente das bebidas vendidas nos serviços de alimentação (bares e restaurantes, o chamado canal *on-trade*). Entretanto, além das consequências para as vendas, a pandemia trouxe mudanças importantes no comportamento do consumidor que se manter no médio e longo prazo, entre as quais se destaca o maior uso do comércio eletrônico como canal de compra e venda, bem como a consolidação de tendências que já vinham se destacando antes da pandemia, como a busca por bebidas que trazem maiores benefícios (ou menores malefícios) à saúde e a valorização de marcas que explicitamente aderem às questões vinculadas à sustentabilidade. Em termos de dinâmica do mercado brasileiro a premiumização alinha-se diretamente com essa tendência, à medida que cresce a importância da experiência e da indulgência. Oferecer serviços e produtos novos e de melhor qualidade tem sido prioridade para muitas marcas, mas essa tendência também definirá o futuro dos refrigerantes no Brasil daqui para a frente. Um fator de preocupação atual, tanto no mercado mundial, como no mercado nacional, e que não se restringe apenas ao mercado de bebidas, é a inflação. A forma como a crise econômica vem se mantendo, especialmente considerando a alta inflação, o câmbio (dólar) e o desemprego, continua impactando tanto empresas como consumidores. Disponibilidade e preços baixos são importantes, principalmente para aumentar os volumes, mas custos mais altos pressionam as margens, dando oportunidades limitadas para os *players* manterem suas atuais estratégias de preços e forçando aumentos constantes de preços que podem afastar os consumidores de renda média de categorias que são percebidas como indulgentes, como refrigerantes e bebidas energéticas. Com isso, considerando a persistente desigualdade de renda que predomina no Brasil, os efeitos acima citados podem ser ainda mais danosos ao mercado nacional.

**Palavras-chave:** Bebidas Não Alcoólicas; Desempenho; Perspectivas.

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

Expediente: Banco do Nordeste: 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 F. Ximenes (Gerente Executivo), Maria Simone de Castro Pereira Brainer, Maria de Fátima Vidal, Jackson Dantas Coêlho, Kamilla Ribas Soares, Fernando L. E. Viana, Francisco Diniz Bezerra, Luciana Mota Tomé, Biágio de Oliveira Mendes Júnior. Célula de Gestão de Informações Econômicas: Bruno Gabai (Gerente Executivo), José Wandemberg Rodrigues Almeida, Gustavo Bezerra Carvalho (Projeto Gráfico), Hermano José Pinho (Revisão Vernacular), Naate Maia Muniz e Vicente Anibal da Silva Neto (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 produções. 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. SAC 0800 728 3030; Ouvidoria 0800 033 3030; [bancodonordeste.gov.br](http://bancodonordeste.gov.br)

## 1 Contextualização

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).

A indústria de bebidas constitui um importante setor da indústria de transformação. 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. No Brasil, entre as bebidas não alcoólicas, o refrigerante tem grande destaque, tendo sido responsável por 64,2% das vendas de bebidas não alcoólicas (em volume) do País em 2021 (IBGE, 2022a), embora essa participação dos refrigerantes venha caindo ao longo dos últimos anos. Um dos motivos principais para isso é a busca pelos consumidores de produtos com menor teor de açúcar e, conseqüentemente, mais benefícios à saúde, conforme será comentado posteriormente.

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. Empresas de classe mundial como Coca-Cola, Pepsi, Nestlé, Red Bull e Danone estão entre as 10 (dez) maiores em valor de venda no mercado global. No contexto mundial, o Brasil constituiu o 5º maior mercado de bebidas não alcoólicas em 2021, em volume. O mercado brasileiro tem forte participação de empresas multinacionais, com Coca-Cola, Mondelez e Heineken, que possuem importantes bases de produção no Nordeste, estando entre as 10 (dez) maiores empresas em participação nas vendas em volume no mercado brasileiro, em 2021. Entre as empresas brasileiras, merecem destaque a Ambev<sup>1</sup> (2ª em participação no mercado), Grupo Edson Queiroz (3ª em participação no mercado, proprietária das marcas Minalba, Indaiá e Nestlé Pureza Vital), Companhia Brasileira de Bebidas (5ª em participação no mercado, proprietárias das marcas Maguary e Dafruta) e 3 Corações (10ª em participação no mercado), as 3 últimas citadas com origem na região nordeste.

A pandemia da Covid-19 em 2020 causou forte impacto nas vendas de bebidas não alcoólicas em todo o mundo, especialmente em 2020 e nos momentos mais críticos de 2021. O cenário atual é de importante recuperação das vendas, especialmente das bebidas vendidas nos serviços de alimentação (bares e restaurantes, o chamado canal *on-trade*). Entretanto, além das conseqüências para as vendas, a pandemia trouxe mudanças importantes no comportamento do consumidor que se manter no médio e longo prazo, entre as quais se destaca o maior uso do comércio eletrônico como canal de compra e venda, bem como a consolidação de tendências que já vinham se destacando antes da pandemia, como a busca por bebidas que trazem maiores benefícios (ou menores malefícios) à saúde e a valorização de marcas que explicitamente aderem às questões vinculadas à sustentabilidade.

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.

## 2 Desempenho Recente

Os tópicos seguintes apresentam informações referentes às principais variáveis associadas ao desempenho da indústria de bebidas não alcoólicas, considerando os grupos CNAE e os segmentos cobertos pelo presente trabalho.

1 A Ambev é o braço brasileiro da multinacional AB Inbev, que é o maior *player* do mercado mundial de bebidas.

## 2.1 Produção

Com relação à produção da indústria brasileira, os dados do IBGE referentes ao período 2017-2021 mostram uma retomada do crescimento da produção da indústria de bebidas não alcoólicas a partir de 2017 (Tabela 1). Entretanto, com o advento da pandemia da Covid-19, houve queda em 2020, de 0,7% em relação a 2019, seguida de retomada de 0,9% em 2021. A fabricação de refrigerantes correspondeu, em 2021, a 65,2% do total produzido, embora a participação de tal bebida venha caindo consistentemente nos últimos anos (era de 82,3% em 2010), o que é condizente com as mudanças de prioridades dos consumidores.

**Tabela 1 – Evolução da produção (em milhares de litros) da indústria de bebidas não alcoólicas do Brasil: 2017-2021**

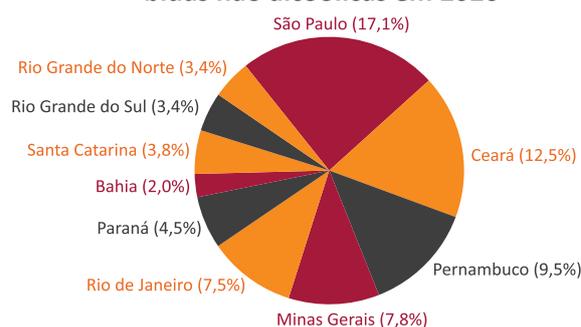
CLASSE CNAE	2017	2018	2019	2020	2021
Fabricação de águas envasadas	5.033.839	5.472.160	7.071.572	7.022.071	7.085.270
Fabricação de refrigerantes e de outras bebidas não alcoólicas <sup>(1)</sup>	15.065.573	14.846.136	15.919.362	15.807.926	15.950.198
<b>Total</b>	<b>20.099.412</b>	<b>20.318.296</b>	<b>22.990.934</b>	<b>22.829.997</b>	<b>23.035.467</b>

Fonte: IBGE (2022a, 2022b)<sup>2</sup>. Elaboração do BNB/ETENE.

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. (2) Dados de 2017 a 2019 da PIA Produto. Dados de 2020 e 2021: Estimativas a partir dos dados da PIM-PF.

A indústria de bebidas não alcoólicas possui ampla distribuição regional da produção, devido às características dos produtos, que têm a água como insumo básico. Apesar dessa distribuição, que se reflete na 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 1). A partir das plantas industriais localizadas nesses estados, há uma distribuição dos produtos para os demais estados da mesma região.

**Gráfico 1 – Distribuição geográfica (%) das empresas brasileiras da indústria de bebidas não alcoólicas em 2020**



Fonte: RAIS (2022). Elaboração do BNB/ETENE.

A exceção entre os dez estados mais populosos na lista dos dez estados com maior número de estabelecimentos da indústria de bebidas não alcoólicas é o Pará. O Rio Grande do Norte (16º estado mais populoso) faz parte da lista, o que contribui para consolidar a forte representatividade do Nordeste no setor, congregando 38,9% dos estabelecimentos da indústria de bebidas não alcoólicas em nível nacional, tendo 4 entre os 10 estados com maior quantidade de estabelecimentos.

## 2.2 Mercado

No que diz respeito às quantidades vendidas, os dados do IBGE mostram um cenário (Tabela 2) semelhante ao observado para a produção. Os refrigerantes também se destacam como principais produtos vendidos, com 64,2% de participação em 2021 (pico de 83,7% em 2010).

**Tabela 2 – Evolução das vendas (em milhares de litros)<sup>1</sup> da indústria de bebidas não alcoólicas do Brasil: 2017-2021**

CLASSE CNAE	2017	2018	2019	2020	2021
Fabricação de águas envasadas	4.648.048	5.213.696	6.435.619	6.390.570	6.448.085
Fabricação de refrigerantes e de outras bebidas não alcoólicas <sup>(1)</sup>	13.594.305	13.730.932	14.237.540	14.137.877	14.265.118
<b>Total</b>	<b>18.242.353</b>	<b>18.944.628</b>	<b>20.673.159</b>	<b>20.528.447</b>	<b>20.713.203</b>

Fonte: IBGE (2022a, 2022b)<sup>2</sup>. Elaboração do BNB/ETENE.

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. (2) Dados de 2017 a 2019 da PIA Produto. Dados de 2020 e 2021: Estimativas a partir dos dados da PIM-PF.

É importante salientar que no período analisado (2017-2021), as águas envasadas tiveram forte crescimento das vendas no Brasil (38,7%), enquanto a venda de refrigerantes cresceu apenas 1,4%. Isso sinaliza a consolidação da relevância desse tipo de bebida no mercado brasileiro, o que, por sua vez, explica o destaque do Grupo Edson Queiroz entre os líderes do mercado nacional. Vale ressaltar que os dados do IBGE apresentados anteriormente contemplam apenas a produção e as vendas de unidades produtivas localizadas no Brasil, ou seja, as quantidades de bebidas não alcoólicas produzidas e vendidas pela indústria brasileira, não considerando os fluxos de importação, exportação e o consumo de eventuais estoques.

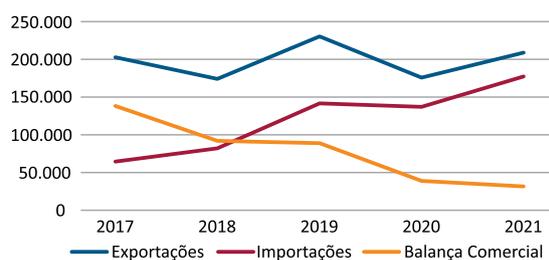
Além das águas envasadas, outros produtos que têm tido destaque em termos de crescimento das vendas no mercado brasileiro de bebidas não alcoólicas, em linha com o que acontece no mercado internacional, são os sucos 100% naturais e as bebidas energéticas, ambas com forte apelo para as questões da saúde do consumidor.

Em termos de dinâmica do mercado brasileiro, a tendência atual é de recuperação das vendas de bebidas nos serviços de alimentação, após os momentos mais críticos da pandemia da Covid-19. A premiumização alinha-se diretamente com essa tendência, à medida que cresce a importância da experiência e da indulgência. Oferecer serviços e produtos novos e de melhor qualidade tem sido prioridade para muitas marcas, mas essa tendência também definirá o futuro dos refrigerantes no Brasil daqui para a frente.

O cenário competitivo de refrigerantes no Brasil segue em tendência de consolidação, com os principais *players* ganhando cada vez mais espaço à medida que a logística e a disponibilidade se tornam cada vez mais importantes, principalmente em um cenário de recuperação, onde a demanda reprimida foi um dos principais impulsionadores em 2021 e continua a ser relevante em 2022. Outro desenvolvimento importante é o crescente desenvolvimento em termos de embalagens, especialmente aquelas relacionadas à sustentabilidade.

Com relação ao comércio exterior, os valores envolvidos para as bebidas não alcoólicas são relativamente baixos. As exportações em 2021 totalizaram US\$ 208,84 milhões, enquanto as importações somaram US\$ 177,30 milhões. Enquanto as exportações têm mostrado trajetória instável nos últimos anos, com momentos de queda e retomada, as importações têm crescido (exceto em 2020), o que tem levado à diminuição do superávit da balança comercial do setor (Gráfico 2). Em 2021 houve retomada das exportações e importações, após as dificuldades vivenciadas no ano mais crítico da pandemia da Covid-19. Já em 2022, considerando-se os dados dos três primeiros meses (janeiro a março), percebe-se uma tendência de continuidade do crescimento, embora com maior magnitude nas importações (crescimento de 24,8% em relação ao 1º trimestre de 2021) do que nas exportações (crescimento de 9,3% em relação ao 1º trimestre de 2021).

**Gráfico 2 – Balança comercial da indústria brasileira de bebidas não alcoólicas no período 2017-2021 (US\$ Mil FOB)**



Fonte: FUNCEXDATA (2022). Elaboração do BNB/ETENE.

## 2.3 Emprego e Capacidade Instalada

Em 2020 a pandemia da Covid-19 teve forte impacto no desempenho da economia brasileira e da taxa de desemprego, que já estava elevada, o que tem reflexo na renda dos consumidores e, portanto, no consumo de bens em geral. A queda no PIB brasileiro em 2020 foi de 4,1%, e a taxa média anual de desemprego foi de 13,5%, a maior desde o início da série histórica, em 2012. Já em 2021, a taxa de desemprego caiu a partir da retomada das atividades econômicas e recuperação parcial da economia, atingindo 11,1% ao final do ano. Da mesma forma, o PIB mostrou sinais de recuperação, com crescimento de 4,6%.

Na indústria de bebidas não alcoólicas do Brasil, os números relativos ao emprego mostram certa instabilidade entre 2017 e 2021, com movimentos de leves quedas e retomadas (Tabela 3), totalizando

um decréscimo de 0,8% no Brasil no período 2017-2021. Já no Nordeste, o crescimento do emprego entre 2017 e 2020 foi suficiente para sustentar um crescimento de 4,9% do emprego no mesmo período. Em 2020, o setor concentrava 1,0% dos empregos da indústria de transformação do Brasil e 2,2% 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.

**Tabela 3 – Evolução do emprego na indústria de bebidas não alcoólicas no período 2017-2021<sup>1</sup>: Brasil, Nordeste e UF**

Estado	2017	2018	2019	2020	2021
Acre	340	316	331	185	208
Alagoas	1.583	1.600	1.649	1.333	1.237
Amapá	229	221	224	55	55
Amazonas	2.741	2.554	2.555	2.277	2.116
Bahia	3.479	3.642	3.887	3.724	3.611
Ceará	4.644	4.802	4.878	4.814	4.792
Distrito Federal	1.814	1.875	1.978	1.956	1.951
Espírito Santo	833	741	767	798	838
Goiás	3.649	3.466	3.620	2.847	2.727
Maranhão	1.531	1.694	1.715	1.917	1.888
Mato Grosso	1.501	1.835	1.941	2.039	2.004
Mato Grosso do Sul	892	945	998	1.044	1.033
Minas Gerais	4.717	4.563	4.664	4.536	4.634
Pará	1.918	1.904	1.831	1.968	1.875
Paraíba	1.229	1.323	1.287	785	769
Paraná	3.015	2.993	3.049	3.175	3.178
Pernambuco	3.109	3.062	3.263	4.756	4.783
Piauí	977	912	940	270	277
Rio de Janeiro	6.947	6.752	6.691	6.567	6.634
Rio Grande do Norte	1.723	1.701	1.779	1.810	1.833
Rio Grande do Sul	3.507	2.963	2.910	3.580	3.230
Rondônia	1.096	991	948	964	941
Roraima	117	127	125	149	122
Santa Catarina	1.942	1.860	1.939	2.009	2.070
São Paulo	12.028	12.180	12.246	12.408	12.199
Sergipe	452	449	432	443	454
Tocantins	87	111	105	102	129
<b>Região Nordeste</b>	<b>18.727</b>	<b>19.185</b>	<b>19.830</b>	<b>19.852</b>	<b>19.644</b>
<b>Brasil</b>	<b>66.100</b>	<b>65.582</b>	<b>66.752</b>	<b>66.511</b>	<b>65.588</b>

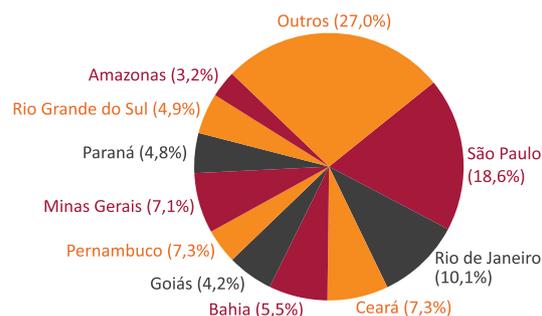
Fonte: RAIS (2021) e CAGED (2021). Elaboração do BNB/ ETENE.

Notas: (1) Dados de 2020 estimados a partir do saldo de movimentação do CAGED.

Em termos de distribuição geográfica dos empregos, percebe-se uma lógica semelhante àquela da distribuição das empresas (ver seção 2.1), com concentração nos estados mais populosos (Gráfico 3).

No caso dos empregos, os estados que não estão entre os 10 mais populosos e que fazem parte dos 10 que mais empregam no setor são Goiás (12º mais populoso) e Amazonas (13º mais populoso). O primeiro possui uma localização importante para a distribuição de bebidas na região centro-oeste. Já o segundo concentra a produção de guaraná no Brasil, insumo essencial para a produção de uma das bebidas não alcoólicas mais consumidas no País.

**Gráfico 3 – Distribuição geográfica (%) dos empregos na indústria de bebidas não alcoólicas brasileira em 2021**

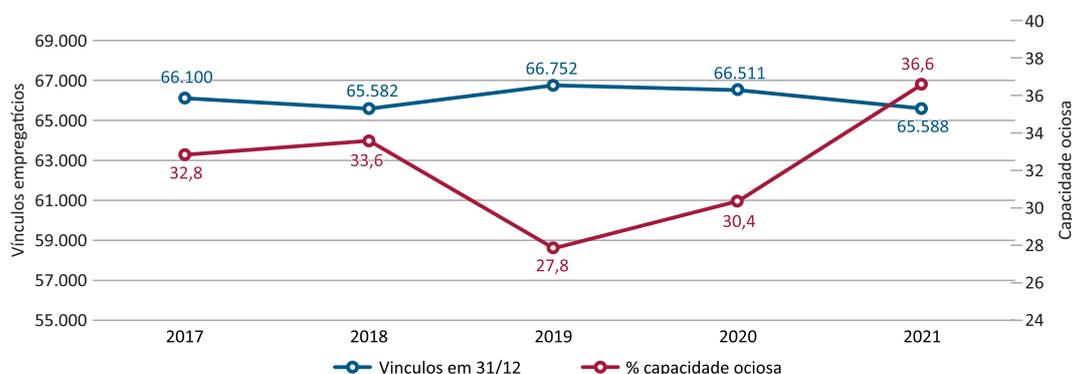


Fonte: RAIS (2022) e CAGED (2022). Elaboração do BNB/ ETENE.

Notas: (1) Dados de 2021 estimados a partir do saldo de movimentação do CAGED.

A capacidade ociosa do setor de bebidas (incluindo bebidas alcoólicas e não alcoólicas) tem sido compatível com a trajetória dos vínculos empregatícios, havendo melhoria (queda da capacidade ociosa) em 2019, quando atingiu o mínimo de 27,8% no período, condizente com o aumento dos vínculos empregatícios, conforme pode ser observado no Gráfico 4. Posteriormente, a capacidade ociosa voltou a crescer em 2020 e 2021, a partir da diminuição sucessiva dos vínculos empregatícios.

**Gráfico 4 – Desempenho recente do número de empregos e capacidade ociosa<sup>1</sup> da indústria brasileira de bebidas não alcoólicas: 2017 a 2021**



Fonte: RAIS (2022) e CNI (2022). Elaboração do BNB/ETENE.

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

O índice de utilização da capacidade produtiva do setor, que variou de 63,4% a 72,2%, está abaixo da média da indústria de transformação, em um patamar 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. Chama atenção a forte queda no nível de utilização da capacidade observada em 2021, atingindo o menor nível no período analisado. Nesse sentido, possíveis investimentos devem ser direcionados para adaptações relacionadas a mudanças no mix de produtos, visando as adaptações necessárias para o alinhamento às novas tendências do consumo.

### 3 PERSPECTIVAS

A indústria global de refrigerantes experimentou um ano de recuperação relativamente forte em 2021, com os padrões “normais” de consumo retornando aos canais de varejo, enquanto o consumo nos serviços de alimentação (bares e restaurantes) mostrou sinais de recuperação em grande parte do mundo. O volume global de vendas de bebidas não alcoólicas no varejo cresceu 3% em 2021, após um desempenho estável no ano anterior. Já o volume nos serviços de alimentação cresceu 16% (após uma queda de 28% em 2020), mas permaneceu 16% abaixo do volume pré-pandemia.

A pandemia da Covid-19 trouxe algumas novas tendências para o mercado de bebidas não alcoólicas, mas também reforçou algumas tendências que já vinham se mostrando robustas. Essas tendências podem ser resumidas em quatro aspectos principais: (a) a funcionalidade (relaxamento, refrescância, suporte imunológico etc.) e os estados de necessidade do consumidor deverão moldar a inovação em bebidas não alcoólicas; (b) empresas que produzem originalmente bebidas não alcoólicas passam a explorar algumas bebidas de baixo teor alcoólico (por exemplo, *hard seltzers*) e bebidas alternativas ao álcool; (c) movimentos mais rápidos da indústria na direção de bebidas com baixo teor de açúcar ou zero açúcar; (d) questões relacionadas à sustentabilidade se consolidando como um importante direcionador para a tomada de decisão do consumidor de bebidas. Sobre esse último aspecto, destaca-se que os consumidores, bem como os órgãos reguladores, estão agindo para reduzir o desperdício de plástico, principalmente na água engarrafada. Especialmente na União Europeia, as marcas estão acelerando seus compromissos com a conversão de PET reciclável, enquanto também investem em sistemas de bebidas sem embalagem (por exemplo, os sistemas *on tap*).

O mercado brasileiro, que apresentou crescimento de 0,9% na produção em volume em 2021, após queda de 0,7% em 2020, deve manter o crescimento nos próximos anos, inclusive das vendas. De acor-

do com as previsões da EMIS (2022), o crescimento médio anual das vendas (CAGR) de bebidas não alcoólicas no Brasil deverá ser de 3,2% no período 2022-2026.

Um fator de preocupação atual, tanto no mercado mundial, como no mercado nacional, e que não se restringe apenas ao mercado de bebidas, é a inflação. A forma como a crise econômica vem se mantendo, especialmente considerando a alta inflação, o câmbio (dólar) e o desemprego, continua impactando tanto empresas como consumidores. Disponibilidade e preços baixos são importantes, principalmente para aumentar os volumes, mas custos mais altos pressionam as margens, dando oportunidades limitadas para os *players* manterem suas atuais estratégias de preços e forçando aumentos constantes de preços que podem afastar os consumidores de renda média de categorias que são percebidas como indulgentes, como refrigerantes e bebidas energéticas. Com isso, considerando a persistente desigualdade de renda que predomina no Brasil, os efeitos acima citados podem ser ainda mais danosos ao mercado nacional.

As tendências relacionadas ao mercado brasileiro não devem ser diferentes daquelas apresentadas para o mercado mundial, guardadas algumas características específicas do mercado nacional. Na questão da sustentabilidade, por exemplo, percebe-se também no Brasil um crescente desenvolvimento de embalagens mais “sustentáveis”. A Coca-Cola tem sido uma grande força nesse cenário, com o uso de garrafas plásticas PET retornáveis e impulsionando outras atividades de sustentabilidade. Todas essas tendências devem ser consideradas quando da análise de pertinência e viabilidade de novos investimentos do setor de bebidas não alcoólicas no Nordeste.

Considerando-se o exposto, entende-se que eventuais financiamentos devem estar relacionados a projetos que envolvam a adaptação das empresas às novas necessidades em termos de mix e embalagens, bem como o aproveitamento de nichos específicos de mercado. 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

**CAGED – CADASTRO GERAL DE EMPREGADOS E DESEMPREGADOS.** Disponível em <http://pdet.mte.gov.br/no-vo-caged> Acesso em 31 Mai. 2022.

**CNI - CONFEDERAÇÃO NACIONAL DA INDÚSTRIA. Indicadores industriais.** Disponível em <http://www.portal-daindustria.com.br/estatisticas/indicadores-industriais/> Acesso em 14 Mar. 2022.

**EMIS. Brazil Food and Beverage Sector 2022/2023.** Disponível em <https://www.emis.com> Acesso em 14 Jun. 2022.

**FUNCEXDATA. Estatísticas de comércio exterior.** Disponível em <http://www.funcexdata.com.br/busca.asp> Acesso em 13 Jun. 2022 (Acesso Restrito).

**IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Pesquisa industrial anual – PIA Produto.** Disponível em <https://sidra.ibge.gov.br/tabela/5807> Acesso em 25 Mai. 2022a.

**IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Pesquisa industrial mensal Pessoa Física – PIM-PF.** Disponível em <https://sidra.ibge.gov.br/tabela/3650> Acesso em 17 Fev. 2022b.

**RAIS - RELAÇÃO ANUAL DE INFORMAÇÕES SOCIAIS.** Disponível em <http://bi.mte.gov.br/bgcaged/rais.php> Acesso em 25 Mai. 2022.

**Todas as edições do caderno setorial disponíveis em:**

**<https://www.bnb.gov.br/etene/caderno-setorial>**

**Conheça outras publicações do ETENE**

**<https://www.bnb.gov.br/etene>**