

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

Resumo: A indústria de bebidas constitui um importante setor da indústria de transformação, com dezenas de milhares de empregos distribuídos em todo o Brasil. Devido à presença de vários fornecedores locais e internacionais e de grandes *players* com atuação global, o mercado é altamente competitivo. A pandemia do COVID-19 tem atingido as vendas de bebidas não alcoólicas, mas com uma amplitude bem menor em relação aos impactos nas bebidas alcoólicas, devido à menor dependência do chamado mercado “on-trade” (bares, restaurantes, hotéis etc.). A pandemia pode trazer mudanças importantes no comportamento do consumidor nos médio e longo prazos, as quais envolverão mais ocasiões diárias de consumo de bebidas em casa, mais foco nos ingredientes de suporte imunológico e uma rápida aceleração na adoção do comércio eletrônico como canal de vendas. 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, bem como no mercado brasileiro, embora algumas empresas nacionais com atuação mais restrita a alguns mercados regionais têm conseguido algum destaque, como o Grupo Edson Queiroz. Em 2020, a indústria de bebidas não alcoólicas, assim como a maior parte dos setores industriais brasileiros, vem sofrendo

as consequências da pandemia da COVID-19 (queda de 12,3% na produção nos 4 primeiros meses), mas o impacto final nas vendas no ano deve representar uma queda de apenas 0,1%. A partir de 2021, o setor deverá iniciar uma retomada do crescimento, mas com taxas abaixo da média mundial, com destaque para o crescimento consistente das vendas de águas engarrafadas e sucos, confirmando a tendência de esses segmentos se tornarem um foco importante dos hábitos de compras dos consumidores. Em termos de tendências gerais do comportamento do consumidor, destacam-se as novas prioridades de saúde e ocasiões de consumo, o que demandará das empresas adaptações em termos de mix de produtos e embalagens e aproveitamento de nichos específicos de mercado, o que direcionará os novos investimentos do setor.

Palavras-chave: Água; Refrigerantes; Sucos; COVID-19; Tendências.

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

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 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, 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), Francisco Kaique Feitosa Araujo e Marcus Vinicius Adriano Araujo (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

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. SAC 0800 728 3030; Ouvidoria 0800 033 3030; bancodonordeste.gov.br

compõem as seguintes classes: 11.21-6 (Fabricação de águas envasadas) e 11.22-4 (Fabricação de refrigerantes e de outras bebidas não alcoólicas). Alguns dados serão apresentados utilizando a classificação dos produtos mais usual no mercado mundial de bebidas não alcoólicas, conhecidas mundialmente como *soft drinks*:

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

Ao longo do texto serão feitos comentários específicos sobre os tipos de bebidas não alcoólicas que têm tido algum destaque no mercado brasileiro.

A indústria de bebidas constitui um importante setor da indústria de transformação, tendo obtido faturamento de R\$ 137,0 bilhões em 2019, 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, 2020).

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 71,6% das vendas de bebidas não alcoólicas (em volume) do País em 2019 (IBGE, 2020).

Em termos mundiais, a indústria de bebidas não alcoólicas também tem importância significativa em diferentes países. Devido à presença de vários fornecedores locais e internacionais e de grandes *players* com atuação global, o mercado é altamente competitivo. De acordo com Euromonitor International (2020a), em 2019 a indústria de bebidas não alcoólicas, em nível mundial, vendeu 585 milhões de litros no varejo (mercado off-trade) e faturou US\$ 870 bilhões, com crescimento anual das vendas de 2% (em volume). Nesse cenário, as águas engarrafadas (4,0% de crescimento) e as bebidas energéticas (8,0% de crescimento) tiveram maior destaque.

A Tabela 1 mostra os dez países de maior consumo de bebidas não alcoólicas do mundo em 2019, além da evolução do consumo no período 2015-2019. Os dados da Tabela 1 mostram que o Brasil constituiu o 7º maior mercado de bebidas não alcoólicas em 2019, mas com um consumo bem abaixo dos dois principais mercados, Estados Unidos e China.

Tabela 1 – Países com maior consumo de bebidas não alcoólicas em 2019 e evolução do consumo no período 2015-2019 (em milhões de litros)

Localidade	2015	2016	2017	2018	2019
EUA	85.251	87.287	88.298	89.449	90.591
China	68.670	69.507	72.387	75.425	78.365
Nigéria	27.473	29.995	32.784	35.324	38.186
México	20.555	21.058	21.387	21.867	22.440
Japão	21.101	21.515	21.600	21.889	21.339
Alemanha	20.646	20.663	20.490	20.873	21.173
Brasil	19.854	19.513	19.323	19.401	19.710
Indonésia	15.347	16.788	16.671	16.887	17.116
Índia	9.535	10.796	12.165	14.001	16.096
França	12.626	12.933	13.306	13.574	13.883
Outros	221.831	227.458	232.260	238.969	245.688
Mundo	522.889	537.515	550.671	567.658	584.586

Fonte: Euromonitor International (2020a).

Os países da Ásia-Pacífico, do Oriente Médio e da África, notadamente as duas últimas regiões, deverão ser os principais influenciadores do crescimento das vendas de bebidas não alcoólicas nos próximos anos e, nesse contexto, certamente os grandes produtores mundiais estão buscando fortalecer suas posições nesses países com grande potencial de crescimento do mercado.

Especificamente em 2020, a pandemia do COVID-19 tem atingido as vendas de bebidas não alcoólicas, mas com uma amplitude bem menor em relação aos impactos nas bebidas alcoólicas, já que, no caso das não alcoólicas, há uma menor dependência do chamado mercado “on-trade” (bares, restaurantes, hotéis etc.), que tem sofrido grande impacto devido à adoção de medidas de isolamento social em todo o mundo. Portanto, a queda de vendas no mercado on-trade pode ser mais facilmente compensada pelo aumento ocorrido no mercado off-trade (varejo). Águas engarrafadas, café, laticínios e suco tiveram aumentos acentuados nos canais de supermercados nos EUA e Europa Ocidental a partir de meados de março de 2020, quando os consumidores armazenaram produtos essenciais por um longo período para enfrentar o isolamento social em casa (Euromonitor International, 2020b).

Entretanto, além das consequências de curto prazo para as vendas, a pandemia pode trazer mudanças importantes no comportamento do consumidor nos médio e longo prazos. Essas mudanças provavelmente envolverão mais ocasiões diárias de consumo de bebidas em casa, mais foco nos ingredientes de suporte imunológico e uma rápida aceleração na adoção do comércio eletrônico como canal de vendas (Euromonitor International, 2020b). Na seção 3 (perspectivas), tais possíveis mudanças serão discutidas com maior propriedade. Existem alguns desafios prioritários a serem enfrentados pela indústria de bebidas não alcoólicas em relação à pandemia do COVID-19, os quais são destacados no Quadro 1.

Quadro 1 – Desafios prioritários da indústria de bebidas não alcoólicas durante a crise do COVID-19

Horizonte de Prazo	Principais Desafios
1 a 3 meses	Migração para embalagens de grande formato, deixando de priorizar a compra por impulso e itens de serviço único. Trabalhar com pequenos varejistas para ajustar o mix de produtos, para atender o aumento no consumo doméstico. Realocar recursos de marketing dos canais on-trade para os canais domésticos.
Restante de 2020	Alinhar o mix de produtos e marcas com os novos requisitos de saúde, segurança e higiene dos consumidores, com probabilidade de afetar a seleção de embalagens e ingredientes. Maximizar o valor entre os canais, pois os efeitos recessivos afetam os consumidores.

Fonte: Euromonitor International (2020b). Elaboração do BNB/ETENE.

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. Tal predominância também existe no mercado brasileiro, entretanto, algumas empresas nacionais com atuação mais restrita a alguns mercados regionais têm conseguido algum destaque, conforme pode ser visto no Quadro 2.

Quadro 2 – Dez empresas líderes do mercado brasileiro de bebidas não alcoólicas

Empresa ou Grupo Empresarial	Marcas entre as 10 mais conhecidas	% Mercado Nacional 2019 (em volume)
The Coca Cola Company	Coca-cola (1), Fanta (2), Kwat (6), Del Vale (7), Coca-Cola Zero Açúcar (8) e Sprite (9).	30,1
Anheuser-Busch Inbev	Antártica (4)	5,2
Grupo Edson Queiroz	Indaiá (5)	3,8
Heineken NV	Schin (3)	3,7
Pepsi Co. Inc.	Pepsi (10)	3,6
Britvic Plc		0,8
Grupo Danone		0,7
Houchens Industries Inc		0,5
Wow Indústria e Comércio Ltda		0,5
Natural One		0,4

Fonte: Euromonitor International (2020c). Elaboração do BNB/ETENE.

Tabela 2 – Evolução da produção (em milhares de litros) da indústria de bebidas não alcoólicas do Brasil: 2015-2019

CLASSE CNAE	2015	2016	2017	2018	2019
Fabricação de águas envasadas	5.354.980	4.744.745	5.112.402	5.173.751	5.339.311
Fabricação de refrigerantes e de outras bebidas não alcoólicas ⁽¹⁾	15.706.286	14.806.358	14.975.734	15.155.443	15.640.417
Total	21.061.266	19.551.103	20.088.136	20.329.194	20.979.728

Fonte: IBGE (2020a, 2020b)². Elaboração do BNB/ETENE.

Notas:

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. Dados de 2015 a 2017 da PIA Produto. Dados de 2018 e 2019: Estimativas a partir dos dados da PIM-PF.

Percebe-se que empresas multinacionais que constam no Quadro 1 possuem diversas plantas industriais de produção de bebidas alcoólicas e não alcoólicas no País, inclusive no Nordeste. Algumas dessas empresas entraram no mercado brasileiro através de fusões, aquisições e alianças estratégicas com parceiros nacionais, ou até mesmo apenas por meio do licenciamento de marcas. Entre as empresas que possuem importantes bases de produção no Nordeste, destacam-se a Coca Cola Company (por meio da Solar BR), Anheuser-Busch Inbev (AMBEV), Heineken, Pepsi Co, Britvic Plc (Ebba, sucos Maguary), Grupo Danone e Houchens Industries (por meio de envasadores franqueados da marca Tampico). Entre as empresas nacionais que dominam o mercado brasileiro de bebidas não alcoólicas, destaca-se o Grupo Edson Queiroz, de origem cearense, e que atua fortemente no segmento de águas engarrafadas, embora também com atuação em outros segmentos (por exemplo, refrigerantes, energéticos). No segmento de águas, a empresa se destaca com a produção e comercialização de marcas como Minalba, Indaiá e Nestlé Pureza Vital, entre outras.

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.

2.1 Produção

Com relação à produção da indústria brasileira, os dados do IBGE referentes ao período 2015-2019 mostram uma retomada do crescimento da produção da indústria de bebidas não alcoólicas a partir de 2017, após trajetória de queda iniciada em 2015 a partir da forte crise econômica vivenciada no biênio 2015-2016 (Tabela 2). A fabricação de refrigerantes correspondeu, em 2019, a 72,1% 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.

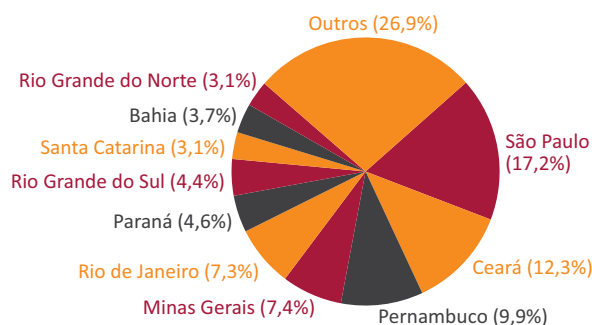
Em 2020, a indústria de bebidas não alcoólicas, assim como a maior parte dos setores industriais brasileiros, vem sofrendo as consequências da pandemia da COVID-19. Os dados do IBGE (2020b) mostram uma queda na produção de 12,3% nos 4 primeiros meses do ano (janeiro a abril), em relação ao mesmo período de 2019. Entretanto, os impactos nas bebidas não alcoólicas devem ser mais amenos do que os sofridos pelas bebidas alcoólicas, conforme citado anteriormente.

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.

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 38,0% dos estabelecimentos da indústria de bebidas não alcoólicas

em nível nacional, tendo 4 entre os 10 estados com maior quantidade de estabelecimentos.

Gráfico 1 – Distribuição geográfica (%) das empresas brasileiras da indústria de bebidas não alcoólicas em 2018



Fonte: RAIS (2020). Elaboração do BNB/ETENE.

2.2 Mercado

No que diz respeito às quantidades vendidas, os dados do IBGE mostram um cenário (Tabela 3) semelhante ao observado para a produção. Entretanto, a quantidade produzida é sempre maior que a quantidade vendida ano a ano. Os refrigerantes também se destacam como principais produtos vendidos, com 71,6% de participação em 2019 (pico de 83,7% em 2010).

Tabela 3 – Evolução das vendas (em milhares de litros)¹ da indústria de bebidas não alcoólicas do Brasil: 2015-2019

CLASSE CNAE	2015	2016	2017	2018	2019
Fabricação de águas envasadas	4.816.751	4.368.912	4.686.824	4.743.066	4.894.844
Fabricação de refrigerantes e de outras bebidas não alcoólicas ⁽¹⁾	15.241.030	13.854.411	13.503.911	13.665.958	14.103.269
Total	20.057.781	18.223.323	18.190.735	18.409.024	18.998.113

Fonte: IBGE (2020a, 2020b)². Elaboração do BNB/ETENE.

Notas:

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. Dados de 2015 a 2017 da PIA Produto. Dados de 2018 e 2019: Estimativas a partir dos dados da PIM-PF.

É importante salientar que no período analisado (2015-2019), apenas as águas envasadas tiveram crescimento das vendas no Brasil, que embora tenha sido incipiente (1,6%), sinalizada 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 (ver Quadro 1).

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.

Assim sendo, apresenta-se também as vendas em geral de bebidas não alcoólicas no varejo (*off trade*) brasileiro, no período 2015-2019, por tipo de bebida (Tabela 4).

Tabela 4 – Vendas de bebidas não alcoólicas no Brasil por categoria (em milhões de litros) no mercado off-trade (varejo): 2015-2019

Tipos de Bebidas	2015	2016	2017	2018	2019
Água engarrafada	6.279	6.739	7.073	7.369	7.657
Refrigerante	11.473	10.752	10.251	10.016	10.000
Concentrados	230	231	230	227	223
Sucos	1.567	1.500	1.479	1.488	1.508
Chá pronto para beber (RDT Tea)	119	125	132	143	159
Café pronto para beber (RDT Coffee)	2	2	2	1	1
Bebidas energéticas	84	72	70	75	83
Bebidas esportivas	101	92	86	82	79
Total	19.854	19.513	19.323	19.401	19.710

Fonte: Euromonitor International (2020c).

Os números da Tabela 4 mostram uma participação de 50,7% dos refrigerantes nas vendas do varejo, com forte viés de queda. A maior participação relativa indicada nos dados do IBGE, conforme mencionado anteriormente, é uma sinalização de que se trata de uma bebida não alcoólica cujas vendas no mercado on-trade (bares, restaurantes, hotéis etc.) são significativas. No mercado mundial, os refrigerantes têm apresentado uma queda ainda maior de importância no volume total comercializado de bebidas não alcoólicas, representando 28,3% do total vendido no varejo, em volume, tendo sido superados há alguns anos pelas águas engarrafadas, bebida com maior volume de vendas no varejo no mercado mundial, equivalente a 49,4% do total (EUROMONITOR INTERNATIONAL, 2020a).

Em termos de dinâmica do mercado brasileiro, após três anos de declínio consistente no volume e outro período de desempenho estável, em 2019 as bebidas não alcoólicas finalmente mostraram sinais de recuperação no Brasil e maior otimismo após a crise, impulsionados especialmente pelo volume crescente de vendas de água engarrafada. Embora não seja suficiente para retornar aos níveis pré-crise, essa melhora do desempenho foi essencial para incentivar os fabricantes e toda a cadeia de suprimentos e produção a pensar em novos investimentos, após vários anos de estratégias conservadoras. Entretanto, em 2020 veio a crise provocada pela pandemia do COVID-19, que tende a, ao menos temporariamente, interromper o otimismo do setor, apesar de não haver expectativa de grandes impactos nas vendas no mercado brasileiro, devido à menor dependência do mercado on-trade. Na visão da Fitch Solutions (2020), por exemplo, bebidas não alcoólicas como águas engarrafadas e sucos serão o foco dos hábitos de compra dos consumidores. Adicionalmente, apesar de muitos gastos com bebidas não alcoólicas estarem fora do setor de varejo de massa, acredita-se que a queda na demanda no canal on-trade será compensada pelo aumento da demanda por bebidas não alcoólicas no varejo.

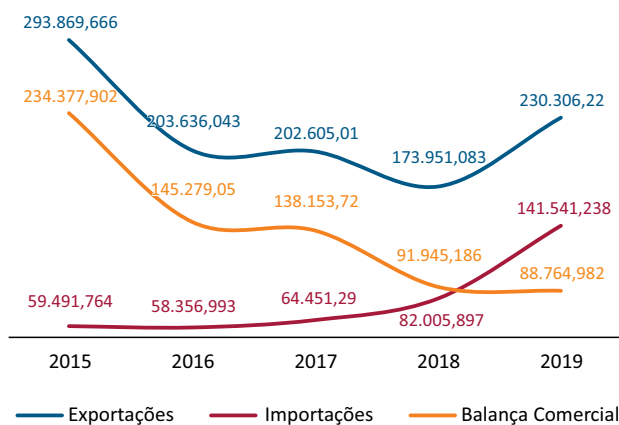
Enquanto os principais players continuam competindo em termos de preço unitário, com o objetivo de aumentar o consumo de categorias sensíveis à renda, como refrigerantes, por exemplo, no outro extremo do espectro, as empresas pequenas e de natureza regional continuam a crescer em termos de volume, por meio de diferenciação e inovação. Com um número crescente de consumidores procurando produtos mais saudáveis e de produtores locais (algumas vezes com características de produtos artesanais), esses *players* tendem a se beneficiar da produção em menor escala e um posicionamento em nichos específicos do mercado. Em categorias como suco, chás prontos para beber (RTD Tea) e água engarrafada, isso é especialmente verdade. Barreiras de entrada mais baixas, especialmente do ponto de vista tecnológico e comunicativo, são responsáveis por um desempenho positivo desses pequenos players, estimulando também o interesse dos principais players em adquirir algumas dessas marcas para complementar seus portfólios a longo prazo (Euromonitor International, 2020b). A inovação continua

a desempenhar um papel fundamental no incentivo aos consumidores para experimentar novos produtos e estimular a demanda, mas de uma maneira muito mais lenta e cautelosa.

As lições aprendidas durante a crise (especialmente 2015-2016) **não devem ser esquecidas**, especialmente diante da nova crise vivenciada em 2020 devido à pandemia. Consumidores mais críticos continuarão a questionar a qualidade percebida, se os preços unitários valem a pena e quais são os melhores canais para encontrar melhores negócios. O equilíbrio de poder agora se inclina para os consumidores e a indústria como um todo estará sujeita a análises mais detalhadas de consumidores dispostos a gastar seu dinheiro da melhor maneira possível.

Com relação ao comércio exterior, os valores envolvidos para as bebidas alcoólicas são relativamente baixos. As exportações em 2019 totalizaram US\$ 230 milhões, enquanto as importações somaram US\$ 141 milhões. Enquanto as exportações têm mostrado trajetória de queda nos últimos anos, embora com recuperação em 2019, as importações têm crescido, o que tem levado à diminuição do superávit da balança comercial do setor (Gráfico 2). Em 2020, os dados dos cinco primeiros meses (janeiro a maio) mostram a tendência de uma nova diminuição das exportações (queda de 14,7% em relação a 2019) e continuidade do crescimento das importações (aumento de 20,0% em relação a 2019).

Gráfico 2 – Balança comercial da indústria brasileira de bebidas não alcoólicas no período 2015-2019 (US\$ Mil FOB)



Fonte: FUNCEXDATA (2020). Elaboração do BNB/ETENE.

2.3 Emprego e Capacidade Instalada

Após dois anos de forte retração econômica (2015 e 2016), a economia brasileira apresentou três anos de recuperação, embora em níveis baixos de crescimento do PIB: 1,3% em 2017, 1,3% em 2018 e 1,1% em 2019. Adicionalmente, vive-se um período de inflação dentro da meta e queda dos juros. Entretanto, a taxa de desemprego segue elevada (taxa de desocupação média de 11,9% em 2019, de acordo com a PNAD contínua do IBGE), o que tem reflexo na renda dos consumidores e, portanto, no consumo de bens em geral.

Na indústria de bebidas não alcoólicas do Brasil, os números relativos ao emprego mostram uma queda importante nos últimos anos, com leve sinalização de retomada do crescimento em 2019 (Tabela 5), totalizando um decréscimo de 11,2% no Brasil e 4,2% no Nordeste, no período 2015-2019. Paraíba (0,5%) e Pernambuco (4,9%) foram os únicos estados da Região que tiveram crescimento do emprego no setor nesse período. Em 2018, 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.

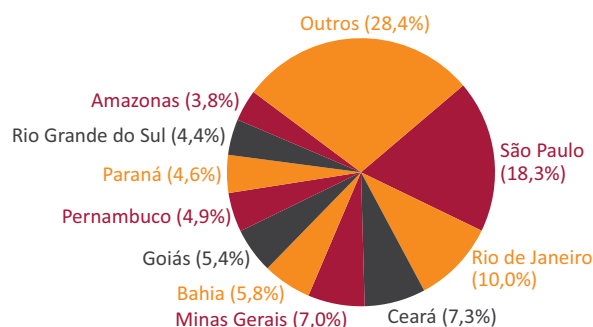
Tabela 5 – Evolução do emprego na indústria de bebidas não alcoólicas no período 2015-2019¹: Brasil, Nordeste e UF

Estado	2015	2016	2017	2018	2019
Acre	494	448	340	316	331
Alagoas	1.913	1.684	1.583	1.600	1.649
Amapá	311	235	229	221	224
Amazonas	2.538	2.298	2.741	2.554	2.555
Bahia	4.199	3.869	3.479	3.642	3.887
Ceará	5.050	4.875	4.644	4.802	4.878
Distrito Federal	2.172	2.026	1.814	1.875	1.978
Espírito Santo	1.298	761	833	741	767
Goiás	3.613	3.518	3.649	3.466	3.620
Maranhão	1.722	1.630	1.531	1.694	1.715
Mato Grosso	1.665	1.527	1.501	1.835	1.941
Mato Grosso do Sul	952	973	892	945	998
Minas Gerais	5.529	5.261	4.717	4.563	4.664
Pará	2.211	2.054	1.918	1.904	1.831
Paraíba	1.281	1.270	1.229	1.323	1.287
Paraná	3.586	3.310	3.015	2.993	3.049
Pernambuco	3.112	2.862	3.109	3.062	3.263
Piauí	1.125	1.100	977	912	940
Rio de Janeiro	7.799	7.377	6.947	6.752	6.691
Rio Grande do Norte	1.845	1.751	1.723	1.701	1.779
Rio Grande do Sul	5.230	5.053	3.507	2.963	2.910
Rondônia	1.325	1.222	1.096	991	948
Roraima	126	122	117	127	125
Santa Catarina	1.895	1.766	1.942	1.860	1.939
São Paulo	13.655	13.529	12.028	12.180	12.246
Sergipe	457	448	452	449	432
Tocantins	95	94	87	111	105
Região Nordeste	20.704	19.489	18.727	19.185	19.830
Brasil	75.198	71.063	66.100	65.582	66.752

Fonte: RAIS (2020) e CAGED (2020). Elaboração do BNB/ETENE.
Notas: (1) Dados de 2019 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).

Gráfico 3 – Distribuição geográfica (%) dos empregos na indústria de bebidas não alcoólicas brasileira em 2019

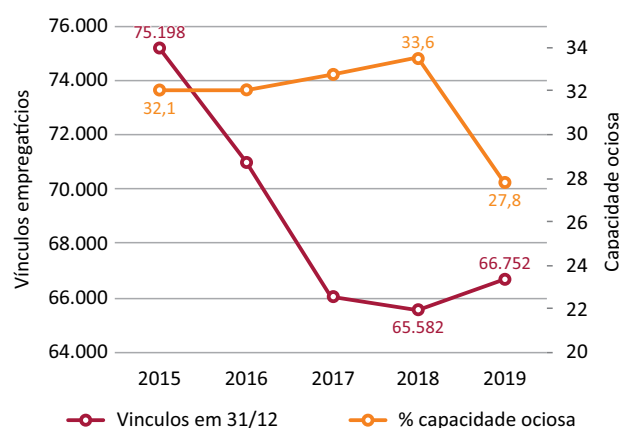


Fonte: RAIS (2020) e CAGED (2020). Elaboração do BNB/ETENE.
Nota: Dados estimados a partir do saldo de movimentação do CAGED em 2019.

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.

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.

Gráfico 4 – Desempenho recente do número de empregos e capacidade ociosa¹ da indústria brasileira de bebidas não alcoólicas: 2015 a 2019



Fonte: RAIS (2020) e CNI (2020). Elaboração do BNB/ETENE.
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 66,4% 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. Possíveis investimentos devem ser direcionados para adaptações relacionadas a mudanças no mix de produtos, visando às adaptações necessárias para o alinhamento às novas tendências do consumo, conforme perspectivas que serão destacadas na seção 3.

3 PERSPECTIVAS

Nas previsões disponíveis sobre o comportamento do mercado mundial de bebidas não alcoólicas (*soft drinks*) para os próximos anos, existe um consenso de que a pandemia do COVID-19 irá impactar as tendências referentes ao comportamento do consumidor, e de que o impacto na demanda não será tão relevante como aquele sofrido pelas bebidas alcoólicas. Entretanto, existem algumas divergências relacionadas ao grau do impacto no crescimento das vendas.

Conforme já comentado anteriormente, as mudanças no comportamento do consumidor envolverão mais ocasiões diárias de consumo de bebidas em casa, mais foco nos ingredientes de suporte imunológico e uma rápida aceleração na adoção do comércio eletrônico como canal de vendas. Além disso, o setor deve se preparar para atender a um consumidor mais focado em valor em 2020/2021, provavelmente mudando para opções de marcas próprias, canais de descontos e formatos de embalagens diversas (EUROMONITOR INTERNATIONAL, 2020b).

Os dados das tabelas 6 e 7 mostram as previsões de evolução do consumo de bebidas não alcoólicas nos dez principais mercados, bem como o agregado mundial, nos próximos cinco anos (incluindo 2020).

Tabela 6 – Consumo previsto de bebidas não alcoólicas nos dez principais mercados mundiais (em milhões de litros): 2020 a 2024

Localidade	2020	2021	2022	2023	2024
EUA	93.294	94.035	95.045	96.116	97.317
China	80.797	83.955	86.825	89.289	91.522
Nigéria	41.700	44.962	48.529	52.516	56.540
Índia	18.880	20.585	23.355	26.629	30.362
México	23.358	23.956	24.660	25.457	26.374
Japão	21.277	21.444	21.699	21.912	22.094
Alemanha	21.707	21.451	21.560	21.631	21.650
Brasil	19.681	19.888	20.435	21.020	21.633
Indonésia	18.164	18.712	19.509	20.308	21.096
França	14.810	14.996	15.271	15.555	15.817
Outros	257.959	260.508	268.282	276.940	286.172
Mundo	611.626	624.493	645.170	667.374	690.577

Fonte: Euromonitor International (2020a).

Tabela 7 – Crescimento anual (%) previsto do consumo de bebidas não alcoólicas nos dez principais mercados mundiais: 2020 a 2024

Localidade	2020	2021	2022	2023	2024
EUA	3,0%	0,8%	1,1%	1,1%	1,2%
China	3,1%	3,9%	3,4%	2,8%	2,5%
Nigéria	9,2%	7,8%	7,9%	8,2%	7,7%
Índia	17,3%	9,0%	13,5%	14,0%	14,0%
México	4,1%	2,6%	2,9%	3,2%	3,6%
Japão	-0,3%	0,8%	1,2%	1,0%	0,8%
Alemanha	2,5%	-1,2%	0,5%	0,3%	0,1%
Brasil	-0,1%	1,1%	2,7%	2,9%	2,9%
Indonésia	6,1%	3,0%	4,3%	4,1%	3,9%
França	6,7%	1,3%	1,8%	1,9%	1,7%
Mundo	4,6%	2,1%	3,3%	3,4%	3,5%

Fonte: Euromonitor International (2020a). Elaboração do BNB/ETENE.

Os dados das tabelas 6 e 7 mostram que, mesmo com a crise provocada pela pandemia do COVID-19, há uma perspectiva de crescimento em 2020 das vendas (em volume) de bebidas não alcoólicas em nível mundial, fortemente puxada por mercados emergentes, tais como Nigéria, Índia, México e Indonésia, mas também como bons índices de crescimento nos EUA, China e França. O efeito de curto prazo da corrida por formar estoques ocorrido no início da pandemia constitui um importante explicador para tal fenômeno, além do baixo impacto para as bebidas não alcoólicas do fechamento dos bares e restaurantes que ocorreu na maioria dos países, como medida de isolamento social. Isso tanto é verdade, que há uma previsão de menor crescimento em 2021 (2,1%), seguida de uma estabilização nos anos seguintes na casa dos 3%, o que vem em linha com as previsões anteriores à pandemia.

As tendências para o mercado mundial a partir do advento da pandemia do COVID-19 podem ser resumidas em três aspectos principais:

- Foco no atendimento e ajustes no mix de embalagens: as primeiras reações às mudanças no padrão de consumo devido à pandemia estiveram direcionadas para adaptar seus sortimentos de produtos aos novos padrões de demanda, com aumento do consumo de bebidas em domicílio, o que gerou a preferência por embalagens grandes e “multipacks”, mesmo em canais de compras por “impulso”, como lojas de conveniência;
- Novas prioridades de saúde e ocasiões de consumo: No futuro próximo, os consumidores globais passarão mais tempo em casa. Mesmo quando as restrições sobre viagens e comércio forem eliminadas, haverá efeitos a longo prazo em termos de cancelamento de grandes eventos públicos, fechamento permanente de serviços de alimentação e uma forte recessão global. A variedade de bebidas deve refletir as crescentes demandas de saúde dos consumidores, com foco na higiene e no suporte imunológico;

- Os maiores proprietários globais de marcas de bebidas não alcoólicas estão em melhor posição para se adaptar: Empresas como Coca Cola, PepsiCo, Nestlé e Danone estão mais bem posicionadas para absorver o impacto da crise, pois têm acesso mais fácil a crédito para diminuir os déficits de curto prazo, fazer as alterações necessárias na variedade de produtos e controlar os preços, à medida que os consumidores passam a valorizar produtos básicos e acessíveis devido à recessão.

O mercado brasileiro, que ensaiou uma recuperação a partir de 2018, após 2 anos de quedas sucessivas no consumo, deverá sofrer uma queda residual (-0,1%) em 2020, principalmente como consequência da pandemia do COVID-19. Entretanto, a partir de 2021, deverá iniciar uma retomada do crescimento, mas com taxas abaixo da média mundial, com destaque para o crescimento consistente das águas engarrafadas e dos sucos, confirmando a tendência de esses segmentos se tornarem um foco importante dos hábitos de compras dos consumidores. A partir de 2022, dos chás prontos para beber, bebidas energéticas e bebidas esportivas (Tabelas 8 e 9), em linha com a valorização de bebidas associadas à saúde e bem-estar.

Tabela 8 – Consumo previsto de bebidas não alcoólicas no Brasil por tipo (em milhões de litros): 2020 a 2024

Tipos de Bebidas	2020	2021	2022	2023	2024
Água engarrafada	7.992	8.243	8.538	8.825	9.106
Refrigerante	9.674	9.623	9.824	10.058	10.316
Concentrados	225	224	220	213	205
Sucos	1.489	1.498	1.540	1.592	1.652
Chá pronto para beber (RDT Tea)	149	147	152	162	173
Café pronto para beber (RDT Coffee)	1	1	1	1	1
Bebidas energéticas	78	81	89	97	106
Bebidas esportivas	73	71	71	72	73
Total	19.681	19.888	20.435	21.020	21.633

Fonte: Euromonitor International (2020c).

Tabela 9 – Crescimento anual (%) previsto do consumo de bebidas não alcoólicas no Brasil por tipo: 2020 a 2024

Tipos de Bebidas	2020	2021	2022	2023	2024
Água engarrafada	4,4%	3,1%	3,6%	3,4%	3,2%
Refrigerante	-3,3%	-0,5%	2,1%	2,4%	2,6%
Concentrados	1,0%	-0,5%	-1,9%	-3,2%	-3,5%
Sucos	-1,3%	0,6%	2,8%	3,4%	3,7%
Chá pronto para beber (RDT Tea)	-6,5%	-1,1%	3,5%	6,6%	6,8%
Café pronto para beber (RDT Coffee)	-15,4%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Bebidas energéticas	-6,5%	-1,1%	3,5%	6,6%	6,8%
Bebidas esportivas	-6,0%	3,5%	9,9%	9,4%	9,1%
Total	-0,1%	1,1%	2,7%	2,9%	2,9%

Fonte: Euromonitor International (2020c). Elaboração do BNB/ETENE.

É importante mencionar que as bebidas não alcoólicas no Brasil (e na maioria dos países do mundo) têm o mercado off-trade como principal canal de vendas, chegando a 85% do volume, o que explica o baixo impacto da pandemia do COVID-19 nas vendas. Por outro lado, as bebidas que mais sofrerão impacto nas vendas em 2020 são aquelas com maior penetração no mercado on-trade, tais como os refrigerantes. Adicionalmente, as bebidas energéticas e esportivas, fortemente associadas à prática de atividades físicas, também sofrerão forte impacto, já que devido às medidas de isolamento social, há maior dificuldade de manutenção dessas práticas para a maioria da população. O clima e a população jovem do Brasil favorecem o consumo de bebidas geladas, o que explica, também, a forte recuperação prevista para bebidas como chás (gelados), bebidas energéticas e esportivas, mais populares entre o público jovem e que valoriza a saúde.

As tendências relacionadas ao mercado brasileiro não devem ser diferentes daquelas apresentadas para o mercado mundial, guardadas algumas características específicas do mercado nacional como, por exemplo, a persistente desigualdade de renda, que torna o consumo de itens não essenciais mais suscetível às crises econômicas (como a causada pela pandemia) para a maioria da população. 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

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS INDÚSTRIAS DE ALIMENTAÇÃO. **Números do setor – Faturamento**. Disponível em <https://www.abia.org.br/vsn/anexos/faturamento2019.pdf> Acesso em 16 Abr. 2020.

CAGED – Cadastro Geral de Empregados e Desempregados. Disponível em <http://bi.mte.gov.br/bgcaged/caged.php> Acesso em 03 Jun. 2020.

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DA INDÚSTRIA – CNI. **Indicadores industriais**. Disponível em <http://www.portal-daindustria.com.br/estatisticas/indicadores-industriais/> Acesso em 13 Abr. 2020.

EUROMONITOR INTERNATIONAL. **World Market for Soft Drinks**. London: Euromonitor International, 2020a.

EUROMONITOR INTERNATIONAL. **The Impact of Coronavirus on Soft Drinks**. London: Euromonitor International, 2020b.

EUROMONITOR INTERNATIONAL. **Soft Drinks in Brazil**. London: Euromonitor International, 2020c.

FITCH SOLUTIONS. **Brazil Food & Drink Report Q3 2020**. Disponível em www.emis.com Acesso em 08 Jun. 2020 (Acesso Restrito).

FUNCEXDATA. **Estatísticas de comércio exterior**. Disponível em <http://www.funcexdata.com.br/busca.asp> Acesso em 12 Jun. 2020 (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 03 Jun. 2020.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. **Pesquisa industrial mensal Pessoa Física – PIM-PF**. Disponível em <https://sidra.ibge.gov.br/tabela/3650> Acesso em 03 Jun. 2020.

RAIS - Relação anual de informações sociais. Disponível em <http://bi.mte.gov.br/bgcaged/rais.php> Acesso em 03 Jun. 2020.

ANÁLISES DISPONÍVEIS

AGROPECUÁRIA

- Carne bovina - 06/2020
- Cajucultura - 05/2020
- Grãos (1ª safra) - 5/2020
- Mel - 04/2020
- Comércio exterior do Nordeste - 03/2020
- Citricultura - 12/2019
- Café - 12/2019
- Hortaliças - 11/2019
- Mandioca - Raiz, farinha e fécula - 11/2019
- Algodão - 10/2019
- Grãos - feijão, milho e soja - 09/2019
- Flores e plantas ornamentais - 09/2019
- Carnes: "preço do boi nos ares" - 09/2019
- Pescados - 08/2019
- Fruticultura - 06/2019
- Comércio exterior: cacau e seus produtos - 06/2019
- Grãos: feijão, milho e soja - 05/2019
- Comércio exterior: produtos apícolas - 04/2019
- Comércio exterior: sucos de frutas - 04/2019
- Comércio exterior: sucroalcooleiro - 04/2019
- Comércio exterior: fibras e produtos têxteis - 04/2019
- Comércio exterior: frutas, nozes e castanhas - 03/2019
- Comércio exterior: setor florestal - 03/2019
- Comércio exterior: grãos - 03/2019
- Comércio exterior no Nordeste - 03/2019
- Silvicultura - 02/2019
- Sucroalcooleiro - 02/2019
- Apicultura - 01/2019

INDÚSTRIA

- Vestuário - 06/2020
- Bebidas Alcoólicas 06/2020
- Indústria de Alimentos - 05/2020
- Indústria Têxtil - 10/2019
- Indústria Petroquímica - 10/2019
- Indústria Siderúrgica - 08/2019
- Setor moveleiro - 07/2019
- Indústria de bebidas não alcoólicas - 07/2019
- Indústria de Alimentos - 05/2019
- Bebidas Alcoólicas - 05/2019

INFRAESTRUTURA E CONSTRUÇÃO CIVIL

- Energia Solar - 03/2020
- Distribuição de energia elétrica - 10/2019
- Micro e minigeração distribuída - 07/2019
- Saneamento - 06/2019
- Telecomunicações - 06/2019
- Biocombustíveis - 05/2019
- Energia eólica - 02/2019
- Energia elétrica - 01/2019
- Saneamento - 01/2019
- Transportes - 01/2019

COMÉRCIO E SERVIÇOS

- Shopping Centers - 02/2020
- Turismo - 12/2019
- Serviços 2019/2020 - 11/2019
- Comércio 2019/2020 - 09/2019
- Comércio eletrônico - 08/2019
- Hoteleiro - 08/2019
- Saúde - 07/2019
- Shopping Centers - 02/2019

ANÁLISES SETORIAIS ANTERIORES

<https://www.bnb.gov.br/publicacoes/CADERNO-SETORIAL>

CONHEÇA OUTRAS PUBLICAÇÕES DO ETENE

<https://www.bnb.gov.br/publicacoes-editadas-pelo-etene>

ANÁLISES PREVISTAS PARA 2020

Análise setorial	Previsão 2020
Saneamento	Abril
Indústria da construção civil	Maior
Cocoicultura	Maior
PET	Junho
Sucroenergético	Junho
E-commerce	Junho
Energia eólica	Julho
Produção de mandioca - raiz, farinha e fécula	Julho
Silvicultura	Julho
Indústria siderúrgica	Agosto
Grãos (2ª safra)	Agosto
Móveis	Agosto
Bovinicultura leiteira	Agosto
Biocombustíveis	Agosto
Hotelaria	Agosto
Microgeração de energia	Setembro
Indústria petroquímica	Setembro
Floricultura	Setembro
Algodão	Outubro
Fruticultura	Outubro
Turismo	Outubro
Rochas ornamentais	Novembro
Petróleo e gás natural	Novembro
Hortaliças	Novembro
Cafeicultura	Dezembro
Aquicultura e pesca	Dezembro
Shopping Center	Dezembro
Telecomunicações	Julho
Micro e pequenas empresas	Março
Saúde	Novembro
Setor têxtil	Setembro
Vestuário	Maior
Comércio	Dezembro
Serviços	Dezembro