

PANORAMA SETORIAL 2015-2018

BEBIDAS

Job Rodrigues Teixeira Junior

Osmar Cervieri Junior

Rangel Galinari*

*Respectivamente, gerente, engenheiro e economista do Departamento de Bens de Consumo, Comércio e Serviços da Área Industrial do BNDES.

Introdução

No Brasil, em passado recente, o setor de bebidas viveu um forte crescimento,¹ aproveitando as oportunidades geradas pelo bom momento econômico vivido no país nos últimos anos e pela emergência de uma nova classe de consumo. E, mesmo que a conjunção desses eventos tão favoráveis não volte a ocorrer em futuro próximo, a indústria de bebidas ainda conta com oportunidades de crescimento. Não obstante, as vias a serem percorridas e os desafios a serem enfrentados são agora menos óbvios.

Além da necessidade de se manterem os investimentos promotores da produtividade do parque industrial, várias oportunidades estão abertas no campo da diferenciação de produtos e no de serviços voltados à experiência de consumo.² É interessante destacar que a essência dessas oportunidades está na valorização de alguns atributos intangíveis, como a qualidade dos produtos, a promoção das marcas e o *design* de embalagens.

Considerando a dinâmica do investimento da indústria de bebidas nos últimos anos, a necessidade de se recompor a depreciação de seu estoque de capital imobilizado e as perspectivas de projetos já sinalizadas ao BNDES pelas principais empresas, a previsão de investimentos no setor, no período de 2015 a 2018, é de um montante total de R\$ 32 bilhões.

Forças, fraquezas e padrão de concorrência

Hoje, o Brasil é o terceiro maior produtor e consumidor de cervejas e refrigerantes do mundo, sendo esses dois produtos os principais itens da indústria brasileira de bebidas. Juntos, representam aproximadamente 82% do volume produzido e 76% do valor total das vendas da Divisão 11 da CNAE 2.0. Em relação ao comércio exterior, cervejas e refrigerantes mostram baixíssima penetração de importações, embora o saldo comercial seja deficitário, por conta dos insumos-chave, principalmente o malte.

O setor deve seu peso econômico à atuação das grandes companhias, que produzem em larga escala, competem via marca e aumentam as margens de lucro por meio de ganhos de produtividade. Contudo, como tendência a ser destacada, há um segmento crescente no qual predominam empresas pequenas e médias que enfatizam a diferenciação como forma de competição, oferecendo produtos *premium* destinados ao público da classe de consumo A.

¹ O crescimento acumulado da produção física de bebidas no Brasil chegou a 50% no período 2004-2013. Nesse período, a taxa média de crescimento do volume produzido foi de 4,2% a.a. Levando-se em conta que, nesse intervalo, o Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro cresceu a uma taxa média real de 3,7% a.a., esses números revelam como o setor apresentou uma resposta elástica ao crescimento de renda da população.

² Nesse sentido, destacamos as cervejas especiais, as cachaças artesanais e a exploração turística do vinho.

O mercado de cervejas e refrigerantes apresenta elevada concentração em empresas e marcas líderes,³ porém com acirrada rivalidade entre os competidores. A tendência à concentração não é exclusividade do mercado brasileiro. Essa característica tem avançado em âmbito global no setor, cujas transformações ocorridas nas últimas décadas tiveram nas fusões, aquisições e licenciamentos de marcas entre diversas companhias de atuação mundial o principal fator de dinamismo. Segundo pesquisa solicitada ao Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) com base em dados da PIA-Empresa, em 2010 os coeficientes de concentração CR4, CR8, CR12 e HH eram, respectivamente, de 70%, 80%, 86% e 0,22 no caso do Grupo 111 da CNAE 2.0 (bebidas alcoólicas) e de 44%, 62%, 71% e 0,07 no caso do Grupo 112 (bebidas não alcoólicas). Os dados referentes às edições 2009, 2008 e 2007 da PIA-Empresa mostram um quadro estável.

Em relação à disputa por *market share*, destacam-se como variáveis estratégicas maciços investimentos em *marketing* e controle de canais de distribuição. Dada a relativa homogeneidade de cervejas e refrigerantes, o poder de fixação de preços se dá via construção de marcas fortes. As principais empresas brasileiras destacam-se nesse quesito, com marcas bem consolidadas em seu portfólio.

No caso de um país de dimensões continentais como o Brasil, o sistema de distribuição representa um fator de competitividade crucial para os grandes *players*.⁴ O modelo de distribuição usual consiste em centros próprios de distribuição direta, que atendem a importantes clientes nas grandes regiões urbanas, e contratos com empresas terceirizadas, que dão capilaridade ao sistema. Já os pequenos fabricantes regionais – principalmente os do segmento de refrigerantes (“tubaínas”) – concentram suas vendas em supermercados próximos de suas unidades industriais.

Um ponto de vulnerabilidade das empresas de bebidas está na flutuação de uma importante fatia dos custos dos produtos vendidos (CPV). Tanto os insumos agrícolas (açúcar, malte, *grit* de milho etc.) utilizados na fabricação dos líquidos quanto os insumos industriais (alumínio e resina PET) empregados nas embalagens estão expostos ao dólar e às cotações internacionais dessas *commodities*.

Como uma possível ameaça ao crescimento da demanda de longo prazo dos principais produtos do setor, cabe menção ao fato de que bebidas alcoólicas e refrigerantes são cada vez mais associados a hábitos não saudáveis de consumo. É pouco provável, no entanto, que tais mercados sejam submetidos a ações restritivas, a exemplo do que ocorre com o tabaco.

³ *Market share* em 2013: (cervejas) Ambev, 67,9%; Grupo Petrópolis, 11,3%; Brasil Kirin, 10,8%; Heineken, 8,4%; e outras, 1,5%; (refrigerantes) Coca-Cola, 59,9%; Ambev, 18,4%; e outras, 21,7%.

⁴ O mercado é estimado em 1,2 milhão de pontos de venda. A empresa líder do setor (Ambev S.A.) atende a aproximadamente 83% desse total.

Desafios para o aumento dos investimentos

Um dos principais gargalos de infraestrutura enfrentados pelo setor está relacionado à mobilidade urbana. Dado que o consumo concentra-se em regiões densamente povoadas, o trânsito das grandes cidades se torna um grande obstáculo tanto para as operações da força de vendas⁵ quanto para o deslocamento dos caminhões que realizam entregas.

Outro ponto sensível ao desempenho da indústria se refere à tributação da cerveja. O Brasil é o país que aplica as maiores alíquotas na América Latina, acima de países congêneres, como México, Argentina e Chile. Com a elevação real do nível de tributos federais prevista⁶ para os próximos anos, o Brasil se aproximará do grupo de países que tributam as bebidas alcoólicas de forma relativamente elevada, como Noruega, Finlândia, Suécia e Coreia do Sul.

A respeito dos investimentos em capacidade produtiva, destacam-se em ordem de grandeza as obras civis e as aquisições de máquinas e equipamentos. Os principais bens de capital empregados nas cervejarias consistem em: silos de armazenagem, caldeiras, tanques de cozimento e fermentação, filtros, maturadores, pasteurizadores, esteiras, sopradores de PET e sistemas de envase e rotulagem. Esse maquinário é comum a outras indústrias, principalmente a do setor de alimentos.⁷

Com relação aos equipamentos de envase, cabe ressaltar que as grandes cervejarias, que operam fábricas com linhas de alta velocidade de enchimento de latas e garrafas, não dispõem de muitas opções de fornecedores. Tais máquinas têm um conteúdo tecnológico dominado por poucos fabricantes de atuação mundial, com destaque para a Krones (Alemanha), a KHS (Alemanha) e a Sidel (Suíça). Já as unidades produtivas de menor capacidade podem contar com fornecedores locais.

Em unidades produtoras de refrigerantes, os principais bens de capital empregados consistem em: tanques, filtros, equipamentos de geração de frio, carbonizadores (máquinas que injetam gás carbônico no líquido), esteiras, sopradores de PET e sistemas de envase e rotulagem.

Da mesma forma que nas fábricas de cerveja, grande parte do maquinário é comum a outras indústrias, sua tecnologia é difundida e pode ser adquirida internamente na indústria brasileira. No que se refere aos equipamentos de envase em linhas de alta velocidade, as opções de fornecedores são as mesmas disponíveis entre as grandes cervejarias, anteriormente citadas.

⁵ Os vendedores que registram pedidos costumam visitar de 30 a 40 clientes em um único dia.

⁶ Segundo a consultoria Canadean, os reajustes regulares previstos nos fatores de cálculo dos tributos federais levarão o Brasil da atual 15ª para a 7ª posição (em 2018) na lista dos países que mais tributam a cerveja.

⁷ Há equipamentos comuns às indústrias de bebidas, alimentos, farmacêutica e química.

Fatores estruturais e cadeias produtivas

As possibilidades de a indústria de bebidas mobilizar outras cadeias são mais relevantes em duas atividades: a agricultura da cevada e a produção de equipamentos de geração de frio para pontos de venda. A partir da recente expansão da capacidade das maltarias nacionais, a produção de malte nacional para a cerveja tem aumentado a opção da cultura da cevada para agricultores da Região Sul do país.⁸ Também se destaca a demanda gerada pelo setor por equipamentos de refrigeração e exposição das bebidas (máquinas de gelo, *freezers* e geladeiras), dado que o mercado brasileiro possui aproximadamente 1,2 milhão de pontos de venda.

De acordo com informações da PIA 2011 do IBGE (Pia-Empresa), o setor de fabricação de bebidas responde por aproximadamente 4% do valor adicionado da indústria de transformação brasileira. Por ser intensivo em capital, o setor tende a ser menos expressivo no que tange ao fator trabalho. Ainda assim, emprega cerca de 144 mil pessoas no mercado formal, o que corresponde a 2,2% do pessoal ocupado na indústria de transformação do Brasil.

Em razão do fácil acesso a fontes de água no país, a localização geográfica das plantas industriais do setor é prioritariamente orientada pela proximidade a seus mercados consumidores. Assim, essa indústria encontra-se distribuída por todo o território nacional. Dessa forma, o emprego no setor ao longo do espaço geográfico brasileiro assemelha-se à distribuição da população, o que também revela sua importância como gerador de postos de trabalho em áreas periféricas do país.

O elo da cadeia responsável pela distribuição e a comercialização também apresenta números consideráveis de geração de emprego. Segundo informações da Relação Anual de Informações Sociais (Rais) 2013, o comércio atacadista de bebidas emprega cerca de 110 mil pessoas.

Uma forma possível de descrever as cadeias produtivas das bebidas industrializadas consiste em agrupar seus processos em três conjuntos, tendo como elo central a fabricação, como elo a montante o fornecimento de insumos e, por fim, como elo a jusante a distribuição do produto acabado até o ponto de venda.

As cadeias produtivas dos dois principais produtos do setor – cerveja e refrigerante – oferecem grandes oportunidades de economias de escopo e, por esse motivo, muitas vezes são produzidas em uma mesma unidade industrial. No entanto, seus processos de fabricação guardam diferenças importantes em nível de complexidade. Dessa forma, o compartilhamento de operações entre as duas bebidas ocorre no início da cadeia, na aquisição de embalagens, e no fim, quando os produtos entram no sistema de distribuição.

⁸ A Ambev S.A. firmou parceria com cerca de 3.800 pequenos produtores rurais para fornecimento de cevada à sua nova maltaria, construída em Passo Fundo (RS), com capacidade de 110 mil toneladas/ano.

A cerveja é produzida a partir do malte, produto resultante da germinação parcial dos grãos de cevada. A produção das maltarias brasileiras atende a cerca de um terço da demanda interna e está concentrada no sul do país. Os grandes volumes provêm do Uruguai e da Argentina, embora a produção das chamadas cervejas *gourmet* e cervejas artesanais demande maltes específicos, provenientes, em sua maioria, de países da Europa.

Os refrigerantes são bebidas constituídas basicamente pela mistura de quatro ingredientes: água, açúcar (ou edulcorantes), extratos concentrados e gás carbônico. Participam também substâncias coadjuvantes, principalmente conservantes, acidulantes e antioxidantes.

O açúcar é utilizado para conferir sabor doce e encorpar a bebida. É totalmente adquirido no mercado interno – o Brasil é o maior produtor mundial –, com o preço atrelado a cotações internacionais e ao dólar. Nos refrigerantes de baixas calorias, o açúcar é substituído por edulcorantes, sendo os mais empregados a sacarina e o ciclamato. Os edulcorantes também são adquiridos no mercado interno.

O dióxido de carbono é um gás industrial que confere a sensação de refrescância característica dos refrigerantes. Injetado nas bebidas – processo conhecido como carbonatação –, sua função é realçar o paladar e a aparência do produto. Trata-se de um insumo que pode ser comprado de empresas fornecedoras ou produzido na própria fábrica de refrigerantes.

Fatores sistêmicos

A produção da indústria brasileira de bebidas é destinada ao consumo interno, que apresenta baixíssima penetração de importações, assim como coeficientes de exportação irrelevantes. Dessa forma, a conjuntura internacional não tem reflexo direto na demanda do setor. Por outro lado, fatores como câmbio e cotações internacionais dos insumos *commodities* impactam diretamente nos custos de fabricação dos produtos.

Entre 2005 e 2012, as importações líquidas de malte cresceram a uma taxa de 24% a.a., totalizando, no acumulado do período, um déficit de aproximadamente US\$ 2 bilhões.

Entre as políticas governamentais que impactam o setor, a legislação tributária é a que mais influencia as vendas. O chamado Regime Especial de Tributação de Bebidas Frias (Refri) aplica as alíquotas dos tributos federais sobre o produto entre fatores de redução e tabelas de preços – obtidos por pesquisas no varejo, realizadas por instituições contratadas – das chamadas bebidas frias (cervejas, refrigerantes, águas, refrescos e isotônicos).

Segundo estudo realizado pela consultoria Canadean, com os reajustes regulares previstos para os redutores empregados na sistemática de tributação, o Brasil sairá da atual 15ª para a 7ª posição (em 2018) na lista dos países que mais tributam a cerveja.

Na tentativa de intermediar uma série de interesses distintos de grandes companhias do país e produtores artesanais, o Ministério da Agricultura vem realizando consultas públicas para a regulamentação do mercado de cervejas.

No meio de todas as contribuições recebidas, duas recebem mais apoio dos fabricantes. A primeira, que impacta diretamente as grandes empresas do setor, prevê o aumento de 45% para 50% na quantidade permitida de cereais não maltados (como arroz e milho) empregados na produção da cerveja. Tais cereais são mais baratos que o malte. A segunda mudança, defendida por pequenos fabricantes artesanais, é a permissão para inclusão de produtos de origem animal na cerveja, como o chocolate (que contém leite) e o mel (produzido por abelhas).

Tendências tecnológicas

As tecnologias presentes nas fábricas de bebidas estão em estágio maduro, de forma que as principais fontes de avanço estão em temas como eficiência térmica, diminuição do consumo de água, redução das emissões de efluentes e de CO₂. A eficiência térmica tem sido o campo de avanço tecnológico mais buscado pelas fábricas de bebidas, dadas as possibilidades de se obter economia considerável nos custos de energia.

Dentre as principais ações aplicadas pelas empresas, destacam-se os projetos de reaproveitamento do biogás (combustível renovável) gerado no tratamento dos efluentes líquidos. O biogás, que deixa de ser queimado na própria estação de tratamento, passa por uma filtragem e é disponibilizado nas caldeiras de geração de calor das fábricas. Outra ação que vem sendo empregada consiste na aquisição de equipamentos conhecidos como *economizers*, que capturam gases quentes das chaminés das caldeiras para aquecer a água de alimentação, reduzindo, assim, o combustível utilizado. Por último, cabe mencionar que as empresas também têm investido em projetos de substituição do combustível das caldeiras, abandonando o uso do óleo combustível em favor da biomassa (principalmente o cavaco de madeira).