

AS INDÚSTRIAS DE CERVEJAS E REFRIGERANTES E SUAS PARTICIPAÇÕES NO PROCESSO DE INTEGRALIZAÇÃO DO TERRITÓRIO BRASILEIRO

Amanda Duarte Mergulhão

Universidade de São Paulo – USP
Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE
amandam0302@outlook.com

RESUMO

As primeiras fábricas Antarctica e Brahma inauguradas no final do século XIX marcam o início da produção em grande escala das cervejarias no Brasil. Meio século depois, a fabricação de refrigerantes é impulsionada com a chegada da multinacional Coca-Cola no país. A empresa inaugura novas formas de organização industrial como o sistema de franquias. Os processos de fusão e aquisição de empresas seguem crescentes, consequência dos altos custos de distribuição, publicidade e maquinário. Com isso, poucos grandes grupos econômicos passam a formar um mercado oligopolístico com características peculiares, até então evidentes em mercados concorrenciais, como disputa via preço e homogeneidade do produto, este último mais evidente dentre as cervejas. Nesse contexto, a existência de muitos centros de distribuição espalhados pelo território brasileiro contribui para fazer desta indústria um agente integralizador do território. Simultaneamente, os grandes grupos econômicos também representam a importância da participação do capital internacional nas decisões de produção das maiores indústrias brasileiras. O objetivo do trabalho é justamente detalhar como a cadeia produtiva de cervejas e refrigerantes se insere na integração do território brasileiro por isso é importante estudar seus principais representantes, a evolução destas indústrias, bem como as relações com fornecedores e consumidores.

Palavras-chave: Cadeia produtiva. Cerveja. Refrigerante.

THE BEERS AND SOFT DRINKS INDUSTRIES AND THEIR PARTICIPATIONS IN THE PROCESS OF INTEGRATION OF THE BRAZILIAN TERRITORY

ABSTRACT

The first Antarctica and Brahma breweries were opened in the end of the 19th century mark the beginning of large-scale brewery production in Brazil. Half a century later, the production of soda is boosted with the arrival of the multinational Coca-Cola in the country. The company launches with new ways of industrial organization such as the franchise system. Mergings and acquisitions continue to grow, these are consequences of the high costs of distribution, advertising and machinery. Thereby, few large economic groups form an oligopolistic market model with peculiar characteristics until then evident in competitive markets, such as price warfare and product homogeneity, the latter being more evident among beers. In this context, the existence of many distribution centers in the Brazilian territory contributes to making this industry an integrating agent of the territory. Simultaneously, large economic groups also show the importance of the participation of international capital in the decisions of the largest Brazilian industries. The objective of the work is detailing how the productive chain of beers and soft drinks production is inserted in the integration of the Brazilian territory, so it is important to study its main representatives, the evolution of these industries, as well as the relations with suppliers and consumers.

Keywords: Productive chain. Beer. Soda.

INTRODUÇÃO

No Brasil, a produção de bebidas em larga escala ganha destaque com as fábricas de cervejas Antarctica e Brahma no final do século XIX. A formação de grandes conglomerados produtores de cervejas e refrigerantes acompanha a evolução dessas indústrias no território, chegando à união dos dois maiores fabricantes de cerveja e também grandes produtores de refrigerantes sob o comando da belga AB Inbev formando a Ambev Brasil no final da década de 1990. Nos últimos anos a holandesa Heineken adquire a japonesa Brasil Kirin o que acaba por formar o segundo maior grupo produtor de cerveja enquanto a Coca-Cola mantém-se como maior produtora de refrigerantes do país seguida pelo grupo Ambev.

Mesmo com a crescente presença dos grupos internacionais nas decisões, a prioridade da produção sempre foi atender o mercado brasileiro, com importação apenas de parte da matéria-prima ou de cervejas especiais. A definição de cervejas especiais foi dada pelo governo brasileiro em 2015, ao instituir tributação diferenciada para o produto. Basicamente, são cervejas que têm 75% ou mais de malte de cevada, em peso, sobre o extrato primitivo como fonte de açúcares, e os chopes especiais como cerveja especial não submetida a processo de pasteurização para o envase.

O consumo de toda a cerveja no Brasil mantém-se crescente em relação a outros países, o que faz do país o 3º maior produtor e o 15º maior consumidor do produto em 2016, em média 62 litros/habitante/ano segundo a Barth-Haas Group, uma empresa de produtos e serviços relacionados ao lúpulo e a Associação Brasileira da Indústria da Cerveja. A maior parte da produção é de produto homogêneo, uma característica comum aos mercados competitivos. No entanto, os custos altos com publicidade e distribuição favoreceram o surgimento e a manutenção de oligopólios. O mesmo aconteceu e permanece com a fabricação de refrigerantes, setor em que se destacam Coca-Cola e Ambev desde os anos 1940.

No início da produção de refrigerantes destacavam-se as empresas destinadas a atender o mercado local, como a centenária Hugo Cini na Região Metropolitana de Curitiba que mantém esta particularidade até hoje. Outras pequenas fábricas de refrigerantes foram incorporadas por grandes empresas, como a produtora do Guaraná Jesus em funcionamento no Maranhão desde a década de 1920 e adquirida pela Coca-Cola em 2001. Ademais, o consumo de refrigerantes está em fase de retração a longo prazo. Com isso, a grande produtora de refrigerantes Coca-Cola tem investido em produção de sucos no Brasil. A empresa comprou a fabricante da marca Suco Mais em 2005 e a Suco Del Valle em 2006. A Suco Mais tinha apenas uma fábrica no Brasil em Linhares (ES) sendo vice-líder do mercado de sucos no país e a Suco Del Valle era líder no segmento. No ano de 2016, a Coca-Cola adquire a fabricante da marca Suco Ades (bebida à base de soja) e a Ambev compra a Sucos do Bem.

Mesmo em fase de expansão, a produção de sucos e outras bebidas acrescentam menos valor ao produto industrial brasileiro quando comparada a gigantesca produção de cervejas e refrigerantes no Brasil segundo os dados oficiais provenientes do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). A Classificação Nacional de Atividade Econômica é detalhada na primeira parte do artigo, momento oportuno para justificar o foco na fabricação de cervejas e refrigerantes e explorar como se deu a formação de grandes grupos econômicos. Em seguida, acompanha-se a localização das fábricas em conjunto com as especificidades do

circuito de produção da cerveja, desde plantação da cevada até o consumo final, fazendo-se o mesmo para a indústria de refrigerantes. A estratégia permite apresentar os agentes enquanto integralizadores do território.

Por fim, abordam-se as formações de preços e os impostos para comentar os papéis do governo e consumidor neste processo. Desta forma, elabora-se um artigo utilizando os métodos dedutivo e indutivo no qual a teoria estimula o trabalho empírico, como fez Milton Santos ao tratar a Economia Espacial [(1979) (2007)].

O estudo é espacial uma vez que admite os produtores das matérias-primas, os industriais, os comerciantes e os consumidores como agentes transformadores do território e da natureza. Ademais, constata a presença de circuitos de produção e cooperação ao longo de todo o processo.

DEFINIÇÃO DO OBJETO DE ESTUDO

A indústria de bebidas está entre as primeiras indústrias brasileiras com grande capacidade produtiva. Isto porque Antarctica em São Paulo e Brahma no Rio de Janeiro já tinham unido o conhecimento dos imigrantes europeus com o investimento em tecnologia para produzir cerveja em grande quantidade já nos seus primórdios (MAMIGONIAN, 1976). A farta produção, popularmente dita como de “larga escala” fez com que a indústria cervejeira estivesse entre os 10 setores industriais com maior valor da produção no Brasil, superada por usinagem de açúcar, produção de calçados, manuseio do charque, fiação e tecelagem do algodão, fundição e obras de metais, moagem de cereais e cerrarias e carpintarias (LIMBERGER, 2013).

Atualmente, as indústrias cervejeiras de grande porte têm como característica direcionar a maior parte da produção a bens relativamente homogêneos (BNDES, 2006). A exceção é a fabricação de cervejas especiais artesanais no Brasil, mas que ainda contribuem pouco para o produto nacional. Juntas elas têm participação de mercado que chega a 11% em 2016 segundo as informações publicadas pela Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (Abrasel, 2017).

A indústria de refrigerantes nasce para atender o mercado local, as primeiras produções mais expressivas têm como base os produtos regionais como a Soda Limonada e o Guaraná da Antarctica. A produção de refrigerantes ganha vulto no Brasil com os investimentos da multinacional Coca-Cola que se consolida como maior produtora nacional. Os produtos são pouco mais diversificados que as cervejas, mas as produções familiares tendem a ser mais simples e para atender um público menos exigente. As importações são ínfimas, abrangendo mais os xaropes utilizados na produção.

Apesar de o preço ser um fator importante da concorrência entre empresas, o mercado brasileiro de cervejas e refrigerantes caracteriza-se como oligopolizado porque há poucos grandes grupos industriais disputando a venda dos produtos em supermercados, lojas, bares e restaurantes. Com as técnicas de fabricação já consolidadas e os produtos sendo bens de consumo relativamente homogêneos, as inovações em processos e técnicas de comercialização são importantes para a manutenção das marcas no mercado. Neste contexto, as escolhas de localização das fábricas e do tipo das embalagens afetam

diretamente a viabilidade de se praticar preços mais reduzidos. A necessidade de se ter diversos centros de distribuição no país, investimentos altos em propaganda e preços competitivos também são aspectos importantes, mais viáveis de serem obtidos numa situação de oligopólio.

São justamente as fabricações de cervejas e de refrigerantes que respondem até hoje pela maior parte do valor das vendas da indústria de bebidas no Brasil. Segundo a Classificação Nacional de Atividade Econômica, cervejas e refrigerantes fazem parte da Divisão 11-Fabricação de Bebidas. Além da cerveja e dos refrigerantes, fazem parte da indústria de bebidas: aguardentes, águas envasadas, vinhos dentre os produtos. Destacamos que outros itens da produção da Coca-Cola e da Ambev, como água de coco, sucos e bebidas à base

Tabela 1 - Valor das vendas em Reais das principais bebidas no Brasil - 2015

Atividades e Produtos industriais selecionados obedecendo a Classificação Nacional de Atividade Econômica	Valor em R\$
Indústria no Brasil	2.159.774.061
10 - Fabricação de Produtos Alimentícios	
1033 Fabricação de sucos de frutas, hortaliças e legumes	11.193.447
1033.2010 Água de coco	722.050
1033.2015 Bebidas à base de soja	125.680
Sucos e refrescos	10.345.717
11 - Fabricação de Bebidas	
1111 Fabricação de aguardentes e outras bebidas destiladas	2.770.309
1111.2010 Aguardente de cana-de-açúcar (cachaça ou caninha); rum ou tafiá	1.566.758
1111.2020 Aguardente de vinho ou de bagaço de uva (conhaque, brande, etc.)	59.667
1111.2070 Uísques	183.629
1111.2080 Vodca	282.257
Outros	677.998
1112 Fabricação de vinho	1.915.159
1112.2040 Sidra e outras bebidas fermentadas (perada, hidromel)	75.686
1112.2050 Vermutes e outros vinhos de uvas frescas aromatizados	43.877
1112.2070 Vinhos de uvas, exceto do tipo champanha	1.047.107
1112.2080 Vinhos de uvas frescas, tipo champanha ("champagne")	148.224
Outros	600.265
1113 Fabricação de malte, cervejas e chopes	26.926.877
1121 Fabricação de águas envasadas	2.144.781
1122 Fabricação de refrigerantes e de outras bebidas não alcoólicas	35.419.512
1122.2010 Águas minerais e águas gaseificadas com adoçantes ou aromatizantes	136.932
1122.2015 Bebidas energéticas	184.447
1122.2020 Bebidas isotônicas	49.598
1122.2035 Bebidas não alcoólicas de outros tipos, exceto guaraná, sucos/refrescos de frutas	195.146
1122.2040 Guaraná natural pronto para consumo	114.099
1122.2090 Refrigerantes	23.859.540
Outros	10.879.750

Fonte: IBGE - Pesquisa Industrial Anual - Produto

de soja pertencem a Divisão 10-Fabricação de Produtos Alimentícios segundo a Classificação Nacional de Atividade Econômica vigente no Brasil (Tabela 1).

Assim sendo, quando Coca-Cola e Ambev reduzem valor das vendas de refrigerantes e ampliam produção e valor das vendas de sucos e bebidas à base de soja, há diminuição do valor das vendas da Divisão 11-Fabricação de bebidas e aumento da Divisão 10-Fabricação de Produtos Alimentícios.

A mesma fonte de dados, o IBGE, atesta que os dois produtos da indústria de bebidas com maior valor de vendas, item 1122.2090-Fabricação de refrigerantes e item 1113-Fabricação de maltes, cerveja e chopes também se destacam segundo a quantidade produzida, valor da produção e mão de obra empregada. A relevância dos produtos justifica a escolha do estudo focado nestes dois segmentos industriais. Segundo os dados da Ambev no Brasil, a venda de cervejas gerou uma receita líquida de R\$5,3 bilhões no primeiro trimestre de 2018, enquanto que os refrigerantes e outros produtos geraram R\$864,8 milhões. Grandes grupos como Heineken e Coca-Cola divulgam essas informações agregadas para vários países.

As fábricas de refrigerantes e cervejas estão dispersas pelo território, sendo o grupo Ambev o menos disperso, com maior concentração de fábricas na Região Sudestes (Figura 1). Neste contexto, a integralização se faz presente através do uso dos modais rodoviários brasileiros para transportar fisicamente os produtos fabricados até as distribuidoras e consumidores.

Figura 1 - Principais indústrias de refrigerantes e cervejas e suas unidades no Brasil

AMBEV				Heineken				Petrópolis		Coca-cola	
Município	Estado	Município	Estado	Município*	Estado	Município	Estado	Município	Estado	Município	Estado
Ponta Grossa	PR	São Luís	MA	Manaus	AM	Jacareí	SP	Alagoinhas	BA	Nova Iguaçu	RJ
Curitiba	PR	João Pessoa	PB	Recife	PE	Araraquara	SP	Itapissuma	PE	Marília	SP
Almirante Tamandaré	PR	Natal	RN	Igarassu	PE	Gravataí	RS	Sorocaba	SP	Cariacica	ES
Contagem	MG	Fortaleza	CE	Horizonte	CE	Ponta Grossa	PR	Boituva	SP	Jaboatão dos Guararapes	PE
Sete Lagoas	MG	João Pessoa	PA	Caxias	MA	Cuiabá	MT	Petrópolis	RJ	Sete Lagoas	MG
Juatuba	MG	Lages	SC	Itu	SP	Feira de Santana	BA	Teresópolis	RJ	Foz do Iguaçu	PR
Uberlândia	MG	Teresina	PI	Cachoeira de Macacu	RJ	Pacatuba	CE	Rondonópolis	MT	São Paulo	SP
Rio de Janeiro	RJ	Itapissuma	RE	Alagoinhas	BA	Manaus	AM			Manaus	AM
Piraí	RJ	Roraima	RR	Benevides	PA					Mogi das Cruzes	SP
Petrópolis	RJ	Viamão	RS	Igrejinha	RS					Rio de Janeiro	RJ
Jaguariúna	SP	Cabo de Santo Agostinho	PE	Alexânia	GO					Rio Branco	AC
Agudos	SP	Itapissuma	PE	Três Lagoas	MS					Campo Grande	MS
Guarulhos	SP	Manaus	AM	Murici	AL					Patos	PB
Jacareí	SP	Sapucaia do Sul	RS							Porto Alegre	RS
Anápolis	GO	Aracajú	SE							Trindade	GO
Goiânia	GO	Gama	DF								
Camaçari	BA	Cuiabá	MT								

Fonte: AMBEV, Petrópolis, Heineken e Coca-Cola

* Nota: Fábricas da antiga Schincariol

O mapa das fabricantes e distribuidoras de refrigerantes e cervejas é definido por diversos fatores técnicos como a disponibilidade de água abundante e relações com as indústrias de embalagem aliado a opções mercantis, principalmente proximidade das áreas mais urbanizadas, portanto, com maior potencial de consumo. O avançar da organização da produção e distribuição dessas mercadorias também não pode ser entendido sem considerar os processos de fusões e aquisições que vão estabelecendo novas formas de solidariedades técnicas e organizacionais (SANTOS e SILVEIRA, 2001).

A formação do maior conglomerado, o grupo ABInbev caracteriza-se pela interação de diversas fábricas, incorporadas ou vendidas a empresas maiores ao longo do tempo. As pequenas fábricas, ou aquelas de marcas já consolidadas foram, aos poucos, adquiridas pelo grupo econômico que cresce disperso pelo território (Figura 2).

A empresa Ambev, principal do grupo ABInbev no Brasil, é a empresa brasileira com maior valor de mercado, avaliada em quase R\$ 200 bilhões de Reais em 2016. É líder no mercado brasileiro de cerveja e vice-líder no setor de refrigerantes. Segundo pesquisas da Nielsen de 2015, a cervejaria Ambev (marcas Brahma, Antarctica, Skol, Bohemia, Original, Stella Artois e Quilmes) detém 68,4% do mercado nacional, Petrópolis 13,2% (marcas Cristal, Itaipava, Petra, Lokal Bier, Weltenburger Kloster), Heineken 9,4% (marcas Kaiser, Bavaria, Sol, Xingu, Santa Cerva e Summer Draft), Brasil Kirin 8,3% (Schincariol, Devassa, Cintra, Primus, Glacial) e outras 0,7%. O ranking das maiores cervejarias do Brasil se altera conforme as fusões e aquisições vão sendo feitas.

Figura 2 - Formação do Conglomerado ABInbev no Brasil

1889 - Antarctica começa a produzir cerveja
1911 - Inaugurada a primeira filial da Antarctica em Ribeirão Preto onde já existia a produção de cerveja
1912 - Início da produção de Soda Limonada da Antarctica
1918 - Brahma divulga novos refrigerantes: Água de Meza, Crystal, Ginger-Ale, Berquis
1914 - Início da produção da Água Tônica Antarctica
1921 - Início da produção e comercialização do Guaraná Antarctica
1941 - A Companhia Adriática, do Paraná, passa para o controle da Antarctica. Sua principal marca era a Cerveja Original, produzida desde 1930
1972 - A fábrica da Brahma de Agudos no interior de SP passa a vender cerveja Brahma Chopp e Brahma Extra em embalagens de lata também
1978 - A Antarctica assume o controle da Cervejaria Serramalte (RS), existente desde 1957
1980 - A Brahma adquire o controle acionário das Cervejarias Reunidas Skol Curacu S.A, fabricante da Skol desde 1967
1984 - A Pepsi Cola chega ao Rio de Janeiro com acordo entre Brahma e PepsiCo Internacional para a fabricação, comercialização e distribuição de refrigerante
1989 - São divulgadas as versões diet dos refrigerantes Antarctica e do Guaraná Brahma. Brahma Chopp, Skol e Pepsi são vendidos em latinhas de alumínio também
1999 - União da Companhia Antarctica Paulista e da Companhia de Bebidas das Américas, Companhia de Bebidas de Las Américas, American Beverage Company. Ambev torna-se a primeira multinacional brasileira, terceira maior indústria cervejeira e quinta maior produtora de bebidas do mundo.
2001 - Engarrafado e distribuído na Europa por intermédio da Pepsi, o Guaraná Antarctica chega a Lisboa
2004 - Na Bélgica, a Ambev se une a Interbrew e forma a ABInbev
2007 - ABInbev passa a vender no Brasil as marcas belgas Hoegaarden, Leffe e a alemã Franziskaner
2008 - As cervejas uruguaias Norteña e Patricia são divulgadas no Brasil
2011 - A cerveja Budweiser passa a ser vendida no Brasil
2015 - A cerveja Wäls e cervejaria Colorado passam a fazer parte da Ambev
2016 - Do Bem, marca de sucos e chás, passa a fazer parte da Ambev, o que inaugura uma nova fase na história da empresa, que passa a atuar no setor de sucos também

Fontes: Ambev, 2017

Na primeira metade dos anos 90, a sede da Brahma muda do Rio de Janeiro para São Paulo. Concomitantemente, a empresa amplia as cadeias de produção e distribuição à medida que inaugura unidades de produção na Argentina e na Venezuela e torna-se distribuidora de

marcas estrangeiras como a norte-americana Miller Brewing Company no Brasil (SANTOS e SILVEIRA, 2001).

Antes da fusão, Brahma e Antarctica, quando somadas, detinham maior participação do mercado cervejeiro que atualmente. Em 1994, a Companhia Cervejaria Brahma e a Companhia Antarctica Paulista dominavam 78,5% do mercado nacional e eram proprietárias da maior parte das fábricas brasileiras de cerveja. Destas, dez localizavam-se em São Paulo, três no Rio de Janeiro e as demais em diversos estados brasileiros (SANTOS e SILVEIRA, 2001).

Recentemente, a compra da Brasil Kirin transforma o grupo Heineken no segundo maior em participação de mercado (Figura 3).

Figura 3 - Principais Fusões e Aquisições recentes das maiores cervejarias do Brasil

2006 - FEMSA adquire o controle da Kaiser Brasil

2007 - Schincariol compra 70% das ações da holding que controla a rede Devassa

2010 - FEMSA ocupa a quarta posição no mercado brasileiro de cerveja com 7,2% e já distribui a Heineken no Brasil. Neste período, a Heineken se instala no Brasil com a aquisição do Grupo FEMSA Cerveja Brasil

2011 - Kirin compra cervejaria Schincariol

2017 - Heineken compra a Brasil Kirin

Fonte: Heineken e Brasil Kirin

Esses grandes grupos econômicos internacionais desempenham o papel de agentes de cooperação. Conforme salienta Grimm (2005), os círculos de cooperação organizam os circuitos de produção, isto é, as diversas etapas pelas quais passam os produtos, desde o início do processo produtivo até o consumo final. No caso das indústrias de cervejas e refrigerantes, procura-se com este trabalho enaltecer que há etapas dissociadas geograficamente, um processo histórico em curso, que provavelmente tende a se tornar cada vez mais expressivo no meio geográfico conforme avançam os conteúdos de técnica, ciência e informação. Os agentes realizam esta unificação a partir de fluxos não materiais, como decisões e informações. Esses e demais fluxos, como os fluxos materiais, são melhor visualizados quando se estudam os circuitos produtivos dessas indústrias.

ASPECTOS ECONÔMICOS E GEOGRÁFICOS DA INDÚSTRIA CERVEJEIRA

Os produtos das cervejarias são razoavelmente homogêneos, exceção às cervejas do tipo especiais. Os custos de produção, sem considerar mão de obra e maquinário, são basicamente 32% com embalagens, 12% transporte e movimentação de cargas, 10% maltes, sendo 46% outros custos que incluem publicidade, impressos, gastos com água e energia, serviço de coleta e tratamento de resíduos e etc. (IBGE, 2010).

O malte é resultado da germinação controlada e interrompida do grão de cevada, trigo ou outro cereal, técnica dada e desenvolvida por países europeus. Normalmente, é obtido a partir da cevada, que também é cultivada no Brasil, principalmente Rio Grande do Sul, Paraná e São Paulo. A cervejaria Ambev adquire parte da produção destes três estados, mas também possui maltarias próprias, a principal fica em Porto Alegre - RS e abastece as cervejarias do grupo nas regiões Sul e Sudeste. Além desta, há outra em Passo Fundo - RS, duas no Uruguai e outra na Argentina.

Sob este ponto de vista, a Ambev assume a função de um agente transformador do território no atual período técnico-científico informacional à medida que contribui para intensificar as relações entre campo e cidade, rompendo com as barreiras nacionais quando incorpora decisões de produção, técnicas e produtos estrangeiros para colocar em prática a produção de cervejas no território brasileiro. Os demais fabricantes se unem a este processo e com isso acrescentam novas áreas de demanda e oferta de matérias-primas necessárias à indústria. Esta última é possível de identificar a partir dos dados da Empresa Brasileira de Pesquisas Agropecuárias (EMBRAPA) de produção da cevada captados a nível municipal (Figura 4).

Figura 4 - Produção de Cevada no Brasil - Safras 2001/2002 a 2010/2011

Ano Safra	Rendimento	Produção (tonelada)	Utilização do malte (%)
2001/2002	2.012,80	234,8	86
2002/2003	1.523,69	303,7	37
2003/2004	2.699,56	367,2	85
2004/2005	2.678,34	386,7	88
2005/2006	2.762,14	399,4	58
2006/2007	2.794,96	205,8	86
2007/2008	2.286,67	263,7	75
2008/2009	2.682,60	237	82
2009/2010	2.988,65	201,4	70
2010/2011	2.598,71	283,9	85

Classificação dos municípios	Quantidade produzida por município (Kg)	Rendimento por município	Kg/habitante	
1º	Guarapuava - PR	50.725	Ibiraíaras - RS	4.200
2º	Pinhão - PR	21.180	Candói - PR	4.160
3º	Palmeira - PR	20.893	Guarapuava - PR	4.141
4º	Candói - PR	20.800	Pinhão - PR	4.089
5º	Reserva do Iguaçu - PR	11.115	Vila Lângaro - RS	4.000
6º	Tibagi - PR	9.800	Caseiros - RS	4.000
7º	Júlio de Castilhos - PR	9.450	Ipiranga - PR	3.936
8º	Ipiranga - PR	9.052	Mangueirinha - PR	3.913
9º	Ponta Grossa - PR	5.920	Reserva do Iguaçu - PR	3.900
10º	Catuípe - RS	4.000	Foz do Jordão - PR	3.800

Fonte: Embrapa

As áreas acabam por obter níveis de rendimento diversos, não apenas por questões de diferenciação climática e/ou de solo, mas também para atender os agentes que demandam quantidade e qualidade de produção distintas.

Segundo a EMBRAPA, os grãos de cevada desclassificados durante a germinação são utilizados em até 80% da mistura concentrado para alimentar bovinos, ou substituir em até 80% o milho em rações de suínos e aves. Sendo a produção nacional de cevada de aproximadamente 300 mil toneladas ao ano, o volume atende apenas 43% da necessidade da indústria brasileira que produz 1,3 milhão de toneladas de malte. Para suprir o resto da demanda são importadas anualmente 400 mil toneladas de cevada, principalmente da Argentina e do Uruguai, o que faz com que a origem do circuito produtivo da cerveja provenha de terras nacionais e internacionais. O lúpulo também é importado. Ele é adicionado após a fermentação da cerveja, proporciona o sabor amargo característico, colabora para a conservação e também contribui para a estabilidade da espuma e para o aroma da cerveja. Em 2016, foram 800.000 toneladas de malte e mais de 1.700 toneladas de

lúpulo importados pelo Brasil sendo 55% proveniente da Alemanha e 43% dos Estados Unidos.

A pesquisadora Cláudia De Mori, da Embrapa Pecuária Sudeste - SP, realizou uma análise econômica do complexo agroindustrial da cevada no Brasil. Entre outros aspectos, destaca a integração entre produtores e indústria de bebidas por meio de programas de fomento, assistência técnica e compra garantida do produto mediante contrato firmado entre empresas e produtores, seja individualmente ou representados por cooperativas ou associações. Com isso, há fixação de preço antes do cultivo.

Esta forma de produzir contribui para que o Brasil esteja entre os três maiores fabricantes de cerveja do mundo, com um volume anual de cerca de 13,4 bilhões de litros em 2013 segundo Sistema de Controle de Produção de Bebidas da Receita Federal (SICOBE). Isto é possível mediante o crescente número de cervejarias no país, cerca de 40% chegando a 522 em 2016 segundo o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA).

A água representa grande parte da composição da bebida. Atualmente, o tratamento adequando da água possibilita que as cervejarias se instalem nos mais diversos lugares. Quando isso não era possível, a localização das melhores fontes de água era importante para determinar onde instalar a cervejaria. Hoje, as decisões sobre onde instalar os centros de distribuição e os investimentos em publicidade ocupam lugar de prioridade dentre as estratégias das grandes empresas.

Estudos incorporam a importância dos gastos com embalagens ao longo de todo o processo produtivo. Segundo SICOBE e IBGE, de um volume de 4 bilhões de litros de cerveja que foram produzidos entre janeiro e abril de 2010 foram envasados em vidro retornável 63%, em latas 35% e apenas 2% em vidro descartável. Os percentuais variam de acordo com o destino do produto. Segundo a Ambev, a cerveja em embalagem de vidro retornável representou 4% das vendas de cerveja aos supermercados em janeiro de 2015. Em 2016, chegou a 26%. No mesmo ano, a Heineken Brasil investiu em garrafas de vidros retornáveis cerca de 46% da produção destinada a bares e restaurantes de acordo com a Associação Brasileira das Indústrias de Vidro (ABIVIDRO). Segundo a Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (ABRASEL) a produção de cervejas em lata cresceu 2,4% no ano, atingiu 6,57 bilhões de litros em 2015.

Segundo o Departamento de Estudos Econômicos do Bradesco (DEPEC) o principal canal de distribuição das cervejas ao público em 2010 são os bares e restaurantes (45%), seguidos de supermercados (34%), pequenos estabelecimentos e lojas de conveniência (20,7%), exportações (0,30%). Estas formas de distribuição dos produtos aos agentes consumidores mudam bastante entre as indústrias de cerveja e refrigerante. As principais etapas deste circuito também são distintas. A indústria de refrigerantes é mais competitiva, pouco mais da metade da produção é para venda aos supermercados, o produto é mais diversificado, com incidência de preços ao consumidor mais baixos em relação à indústria cervejeira. Por conta disso, as particularidades de produto e produção são exploradas a seguir.

ASPECTOS ECONÔMICOS E GEOGRÁFICOS DA INDÚSTRIA DE REFRIGERANTES

A Companhia Antártica Paulista inicia a produção da Soda Limonada em 1912 e a produção do Guaraná Antártica em 1921, fatos importantes para marcar a produção de refrigerantes em grande escala no Brasil. Em 1940, a Antártica - uma das atuais empresas do grupo AbInbev - começa a produzir esta bebida no estado do Amazonas, onde hoje também possui

unidades de produção de insumos para a produção do guaraná, como a Fazenda Santa Helena.

As precárias condições de estradas e ferrovias dificultam a logística e restringem a venda dos refrigerantes para regiões próximas à produção. Aparecem fábricas menores para abastecer cidades do interior dos estados, como em Jundiáí, Itu, Bauru e São José do Rio Preto no estado de São Paulo na década de 1930.

A Antarctica inicia sua produção no Amazonas quando a Coca-Cola começa a produzir modestamente em Pernambuco. Uma fábrica da Coca-Cola em proporções maiores é inaugurada em 1942 no Rio de Janeiro e outra em São Paulo no ano seguinte. Em 1945, nova fábrica da empresa é inaugurada em solo carioca, no mesmo ano em que a matriz com sede em Atlanta – EUA estabelece o sistema de franquias no Brasil. Em 1957, o xarope concentrado, que antes era importado, começa a ser produzido no Rio de Janeiro. Como bem observou Grimm (2005), a empresa Coca-Cola inaugura novas formas de organização, até então inexistentes na atividade de produção de bebidas no Brasil, como o sistema de franquias, além de novas formas e escalas de produção. Tudo viabilizado por novos equipamentos, variados recursos de publicidade e normatizações e imposições da sede norte-americana.

The Coca-Cola Company já tinha mais de 20 fábricas engarrafadoras autorizadas e franqueadas no final da década de 1960 segundo declarações da própria empresa no Brasil. O número chegou a 36 na década de 1980. Atualmente, a Coca-Cola têm duas fábricas engarrafadoras próprias no Brasil e mais 42 fábricas engarrafadoras autorizadas e operadas por 16 grupos empresariais independentes que funcionam segundo o sistema de franquias. A empresa permite o uso da fórmula e marcas a esses parceiros que fabricam, embalam e distribuem o refrigerante. A engarrafadora própria da Coca-Cola no Brasil, Femsa, atende mais de 88 milhões de consumidores abrangendo os estados de São Paulo, Paraná, Mato Grosso do Sul, Minas Gerais, Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul, Santa Catarina e Goiás.

Esta forma de produção garante a Coca-Cola a liderança na produção de refrigerantes no Brasil (61%), seguida pela Ambev (19%), Brasil Kirin (7%) e Tubainas (13%). As Tubainas são os refrigerantes regionais, produzidos em menor escala no país. (BNDES, 2017).

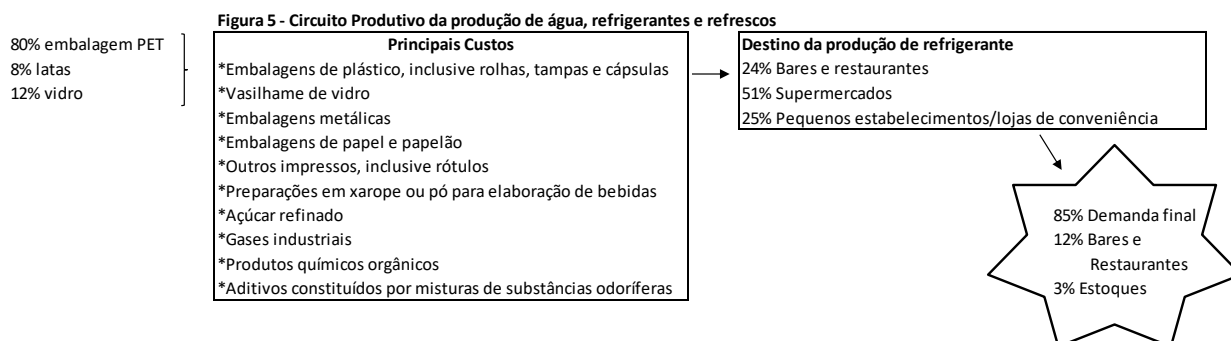
Em 2015, são produzidos cerca de 16 milhões de litros de refrigerante no Brasil segundo os dados da Associação Brasileira das Indústrias de Refrigerantes e de Bebidas Não Alcoólicas (ABIR) e do IBGE. As pequenas diferenças nos resultados das duas fontes de informação estão relacionadas à metodologia e à forma de captação dos dados (Tabela 2).

Tabela 2 - Volume de produção e Consumo do mercado brasileiro de refrigerantes dos anos de 2010 a 2015

Ano	Volume em litros segundo ABIR	Volume em litros segundo IBGE	Consumo per capita segundo ABIR
2010	16.961.806	16.520.111	88,9
2011	16.783.897	16.573.333	87,2
2012	16.676.159	17.440.799	87,2
2013	16.084.581	15.914.074	80
2014	16.341.934	16.639.033	80,6
2015	15.350.222	15.824.645	75,1

Fonte: ABIR - Associação Brasileira das Indústrias de Refrigerantes e de Bebidas Não Alcoólicas e IBGE - Pesquisa PIA Produto

Cerca de 180 pequenas e médias indústrias produzem refrigerantes segundo a Associação dos Fabricantes de Refrigerantes do Brasil (AFREBRAS, 2015). São empresas com pouca diversificação nos gastos com insumos neste período alternando o destino da produção entre venda direta aos consumidores ou a bares e restaurantes (Figura 5).



Fonte: IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística e AFREBRAS - Associação dos Fabricantes de Refrigerantes do Brasil

As principais matérias-primas são basicamente produtos químicos, os xaropes ou preparações para elaboração das bebidas, gases industriais, essências e aditivos. Nesta etapa do circuito de produção, os agentes que fabricam bebidas interagem com a indústria química via comercialização. Há casos como o da Coca-cola em Manaus que compra o açúcar das fazendas e realiza a transformação em xarope dentro de sua própria fábrica. Neste caso, a Coca-cola assume papel semelhante ao citado pela Ambev enquanto agente transformador do território intensificando relações entre campo e cidade.

Em alguns momentos, os circuitos de produção de refrigerante e cerveja se entrelaçam no mesmo espaço físico. A Arosuco Aromas em Manaus é a unidade da Ambev Brasil no Amazonas que produz as cervejas Skol, Antarctica e Brahma destinadas principalmente a abastecer os estados do Amazonas, Roraima, Pará e Acre. Esta fábrica também produz os refrigerantes Pepsi, Pepsi Twist, Sukita, Guaraná Antarctica, Baré, Soda e Tônica. A também amazonense Arosuco Rolhas é responsável pela produção das tampas metálicas para garrafas de bebidas, inclusive distribui para todas as unidades da Ambev no país.

Além do território, há outros momentos em que os circuitos produtivos dessas indústrias apresentam aspectos em comum. Assim como as cervejas, grande parte da concorrência entre os refrigerantes se dá via preços. Segundo Grimm (2005), os preços não podem ser altos por não se tratar de item de primeira necessidade. Portanto, credita-se aos preços e ao valor final dos produtos aspecto importante a comercialização e às decisões de fabricação do produto.

PREÇOS E IMPOSTOS: OS PAPÉIS DOS AGENTES GOVERNO E CONSUMIDOR

Cervejas e refrigerantes têm apresentado variação de preços superior ao Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA) ao menos desde 2012. Elas são distintas segundo produtos e destinos. Em 2015, as cervejas vendidas para o consumo no domicílio chegaram a apresentar variação de preço menor que o índice geral, o que não voltou a acontecer em 2016. Os refrigerantes vendidos diretamente aos domicílios seguem com variações de preços crescentes desde 2013.

Os impostos crescentes contribuem para o aumento dos preços, fato relevante para ser observado diante do volume de arrecadação dessas indústrias. Os impostos gerados pelo grupo Ambev no Brasil chegaram a R\$ 13,2 bilhões no ano de 2010, um aumento de 15% em relação ao ano anterior. Mesmo diante de crescimento da arrecadação, houve alteração nos métodos de cálculo do IPI, Programa de Integração Social (PIS) e Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social (COFINS) incidentes sobre cervejas e refrigerantes no final de 2012, o que provocou aumento da carga tributária de 27% para cervejas e de 10% para refrigerantes. O reajuste foi considerado um dos mais elevados da história pelos fabricantes à época. No caso dos refrigerantes, os preços também refletiram a redução de 40% dos benefícios fiscais da Zona Franca de Manaus e o aumento de 100% do IPI de produtos que têm em sua composição sucos naturais, inclusive para os refrigerantes que os utilizam.

Há novas alterações no sistema de tributação em 2015. O percentual da tributação passa a ser aplicado sobre o preço de venda e o PIS e a COFINS também passam a ser devidos pelo distribuidor. No caso de vendas feitas na distribuidora atacadista, a alíquota é reduzida de 1,86% para o PIS/Pasep e de 8,54% para a COFINS. Com isso, a carga tributária sobre toda a cadeia de cervejas, refrigerantes, água mineral e energéticos chegou a 10,4%. As alíquotas são aplicadas independentemente do regime de apuração a que se sujeita a pessoa jurídica. A exceção é o grupo de indústrias optante pelo Simples Nacional que se enquadra em alíquotas específicas de tributação de acordo com faixas de Receita Bruta anual. A redução de imposto fica para a produção de cervejas especiais. Para quem produz até 5 milhões de litros por ano, a redução no imposto a pagar é de 20%. Entre 5 milhões e 10 milhões, o desconto é de 10%.

A redução de impostos para as microcervejarias e o crescente aumento para as maiores produtoras de refrigerantes e cervejas são estratégias que podem favorecer as cervejas especiais feitas em menor escala, diferenciadas, geralmente artesanais, que também tem o intuito de atender mudanças recentes no padrão de consumo. Os grandes produtores, por sua vez, reduzem custos em outras partes do circuito de produção, já que os gastos com as importações de malte e lúpulo acompanham as tendências internacionais de produção e preços.

Mesmo com a existência dos pequenos produtores, imperam neste mercado a formação de grandes grupos internacionais. Eles se formaram a partir da absorção de fábricas e indústrias à medida que estas foram ganhando visibilidade no mercado local, destaque para as cervejarias. Os maiores investimentos ficaram por conta da construção de centros de distribuição próximos a modais rodoviários que fossem capazes de atender com rapidez e menores custos os consumidores brasileiros. Hoje, essas indústrias investem em publicidade enquanto procuram reduzir custos com logística e insumos, basicamente com investimentos no elo da cadeia voltado para a produção da cevada nacional. Importante reforçar que o agente governo tem um papel importante no circuito produtivo, influenciando preços e, portanto, consumo final e decisões de produção.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O trabalho detalha como a cadeia produtiva de cervejas e refrigerantes se insere na integração do território brasileiro. Primeiramente, definiu-se, segundo critérios oficiais, quais

produtos compõem a atividade fabricação de bebidas e quais são os seus maiores representantes segundo valor de vendas: cervejas e refrigerantes. A estratégia foi acompanhar o circuito de produção de cada um e mostrar seus encadeamentos em meios geograficamente separadas de produção, enquanto o consumo mantém-se espalhado por todo o território nacional. O breve acompanhamento histórico é fundamental para mostrar a relação entre a formação dos grandes grupos econômicos com sede em territórios estrangeiros e a origem dos circuitos envolvidos neste processo.

Constatou-se que as ordens, informações, decisões de investimento de capital e grande parte dos demais fluxos imateriais provêm das sedes onde são definidos os níveis de organização necessários para articular lugares e agentes dispersos geograficamente. Desta forma, com estes círculos de cooperação no espaço unifica-se as diversas etapas espacialmente segmentadas da produção no Brasil (CASTILLO, 2004).

Os circuitos espaciais da produção são mais bem representados localmente pelas empresas produtoras enquanto que as decisões e informações que trafegam por conta das telecomunicações estão relacionadas com os círculos de cooperação vinculados aos centros de decisão internacional. No caso de cervejas e refrigerantes, os circuitos de produção e os círculos de cooperação se complementam e permitem que os lugares se insiram na atual divisão internacional do trabalho. O breve acompanhamento histórico já permite visualizar que o fenômeno não é recente, ele nasce com o desenvolvimento dessas indústrias no Brasil.

Chama a atenção as diversas relações socioespaciais que a indústria de cervejas e refrigerantes estabelece. São associações entre produtores de matéria-prima, concentradas em alguns municípios brasileiros, e poucas grandes fábricas mais dispersas pelo território capazes de abastecer rapidamente inúmeros centros de distribuição estrategicamente espalhados pelo país próximos a rodovias e/ou mercados consumidores. A escolha da localização dos centros de distribuição aliados aos vultosos investimentos em publicidade garante a continuidade dos lucros desta atividade oligopolística caracterizada não pela concorrência via diferenciação de produção, mas pela diferenciação via preço.

Os preços também são influenciados por outro agente que passa a ter papel importante nesta cadeia produtiva, o governo. Os acréscimos e mudanças na forma de tributação se refletem nos índices de preços aos consumidores, ao mesmo tempo que estimulam redução de custos nas etapas produtivas.

Importante destacar o papel preponderante do capital internacional nas decisões de localização das fábricas, fusões e aquisições, lançamento de produtos, estratégias de compra de insumos, distribuição do produto final ao mercado consumidor, entre outras, que se realizam no território brasileiro para atender basicamente o mercado local. A realização do lucro é realizada em território brasileiro, enquanto as decisões são externas.

REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS INDÚSTRIAS DE REFRIGERANTES E DE BEBIDAS NÃO ALCÓOLICAS - ABIR. Disponível em: <<https://abir.org.br/>>. Acesso em: maio de 2017.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS INDÚSTRIAS DE VIDRO – ABIVIDRO. Disponível em: <https://www.abividro.org.br/>. Acesso em: março de 2017.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE BARES E RESTAURANTES – ABRASEL. Disponível em: <<http://abrase.com.br/component/content/article/7-noticias/5718-05122017-consumo-de-cerveja-deve-recuar-pelo-3o-ano-seguido-em-2017-mas-faturamento-do-setor-cresce.html>>. Acesso em junho de 2017.

ASSOCIAÇÃO DOS FABRICANTES DE REFRIGERANTES DO BRASIL – AFREBRAS. Disponível em: <https://afrebras.org.br/>. Acesso em: dezembro de 2017.

BANCO NACIONAL DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL – BNDES.

Panorama Setoriais 2030 – Bebidas. Disponível em:

<https://web.bndes.gov.br/bib/jspui/bitstream/1408/14256/2/Panoramas%20Setoriais%202030%20-%20Bebidas_P.pdf>. Acesso em: agosto de 2018.

CASTILLO, R. Transporte e Logística de grãos sólidos agrícolas: Componentes estruturais do novo sistema de movimentos do território brasileiro. *Investigaciones Geográficas, Boletín del Instituto de Geografía, México*.n.55, p. 79-96, 2004.

<https://doi.org/10.14350/riq.30112>

COCA-COLA BRASIL. Disponível em: <<http://www.cocacolabrazil.com.br/sobre-a-coca-cola-brasil/a-historia-da-coca-cola-brasil>>. Acesso em: novembro de 2017.

COMPANHIA DE BEBIDAS DAS AMÉRICAS – AMBEV. Disponível em:

<<https://www.ambev.com.br/sobre/>>. Acesso em: setembro 2017.

DEPARTAMENTO DE ESTUDOS ECONÔMICOS DO BRADESCO – DEPEC. Disponível em:

<https://www.economiaemdia.com.br/EconomiaEmDia/pdf/infset_industria_de_bebidas.pdf>

Acesso em: maio de 2016.

EMPRESA BRASILEIRA DE PESQUISA AGROPECUÁRIA – EMBRAPA. Disponível em:

<<https://www.embrapa.br/>> Acesso em: agosto de 2016.

FOLHA DE SÃO PAULO. **Fábrica da Coca em Manaus usa açúcar produzido na**

Amazônia. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/1996/8/05/dinheiro/26.html>>.

Acesso em: dezembro de 2017.

GRIMM, Flávia. **Uso do território e empresas de refrigerantes no Brasil: círculos de cooperação e circuitos espaciais de produção.** Anais do X Encontro de Geógrafos da América Latina, Universidade de São Paulo, 20 a 26 de março de 2005.

HEINEKEN. Disponível em: <http://www.heinekenbrasil.com.br/>. Acesso em: julho de 2016.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. Pesquisa Industrial

Anual Produto 2010 a 2014. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br>>. Acesso em: 20 maio de 2017.

LIMBERGER, Sílvia Cristina. **O setor cervejeiro no Brasil: gênese e evolução.** Cadernos do Núcleo de Análises Urbanas. Rio Grande, RS. v.6, n.1, 2013.

MAMIGONIAN, Armen. **O processo de industrialização em São Paulo.** Boletim Paulista de Geografia, n. 50, março de 1976.

MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO – MAPA. Disponível em:

<<http://www.agricultura.gov.br/>>. Acesso em: junho de 2017.

MORI, Cláudia de. **Mais de 90% da cevada plantada no Brasil é resultado da pesquisa**

nacional Disponível em: <<http://www.grupocultivar.com.br/noticias/mais-de-90-da-cevada-plantada-no-brasil-e-resultado-da-pesquisa-nacional>>. Acesso em: setembro de 2016.

ROSA, Sergio Eduardo Silveira da; CONSENZA, José Paulo e LEÃO, Luciana Teixeira de Souza. **Panorama do setor de bebidas no Brasil**, BNDES Setorial, Rio de Janeiro, n. 23, p. 101-150, março de 2006.

SANTOS, Milton (1979). **Economia Espacial: Críticas e Alternativas**. 2ª edição, 1ª reimpressão, São Paulo/SP: Editora da Universidade de São Paulo, 2007.

SANTOS Milton e SILVEIRA, Maria Laura. **O Brasil: território e sociedade no início do século XXI**, 9ª Edição, Rio de Janeiro: Record, 2006.

SISTEMA DE CONTROLE DE PRODUÇÃO DE BEBIDAS – SICOBÉ. Disponível: <<http://idg.receita.fazenda.gov.br/orientacao/tributaria/regimes-e-controles-especiais/sistema-de-controle-de-producao-de-bebidas-2013-sicobe>>. Acesso em: janeiro de 2017.

Recebido em: 26/03/2018

Aceito para publicação em: 23/11/2018