

# Bebidas Alcoólicas: Tendências, Inovações e Potencial

Lethicia S. Corniani

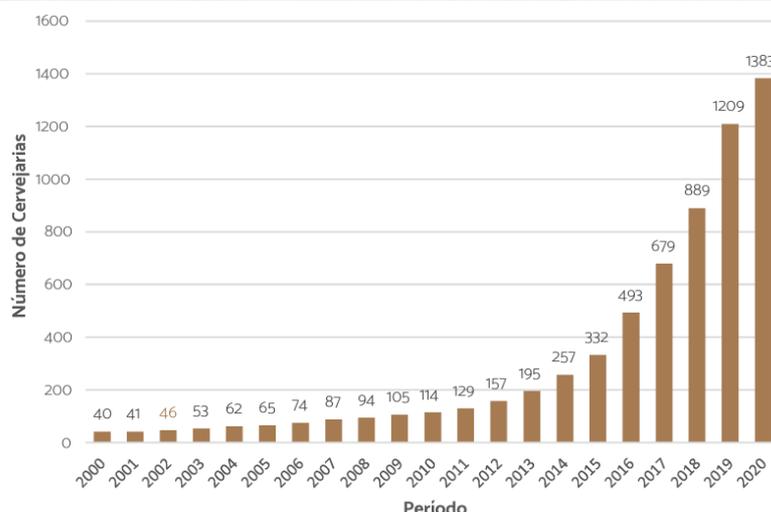
Vamos abordar as tendências do setor de bebidas alcoólicas e como esse novo cenário mundial de pandemia vem moldando esse setor no Brasil e no Mundo.

Novas tecnologias, apelos saudáveis e sustentáveis e multissensorialidade são tendências do mercado. Conheça as bebidas alcoólicas do futuro!

O Brasil é um grande produtor e consumidor de bebidas, sejam elas alcoólicas ou não. O setor de bebidas tem se apresentado como um dos mais promissores, com ampla capilaridade em segmentos crescentes, com ênfase em produtos diferenciados e de maior valor agregado. Os investimentos em tecnologia e desenvolvimento pautam-se cada vez mais em abordagens inovadoras.

O Brasil apresenta-se como o terceiro maior mercado de bebidas alcoólicas no mundo em volume total com 13,3 bilhões de litros produzidos, atrás apenas da China (46 bilhões) e dos Estados Unidos (22,1 bilhões). Os dados de mercado dos últimos anos sobre produção de cerveja artesanal (principal bebida fermentada consumida no Brasil) e de cachaça (principal bebida destilada consumida no Brasil), demonstram, através de números, esse avanço rápido que vem ocorrendo no país (2).

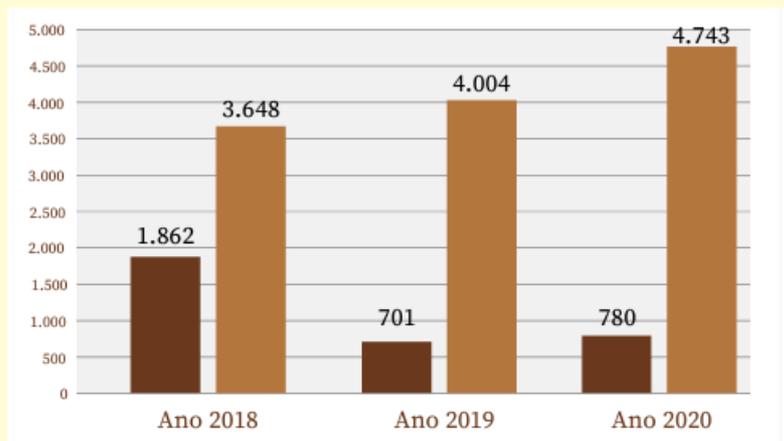
Com a expansão da cerveja artesanal, o Brasil fechou o ano de 2020 com 1.383 cervejarias em operação. Nessa soma estão apenas as cervejarias que têm fabricação própria, portanto se somadas as ciganas (que usam instalações de terceiros) a quantidade é bem maior, totalizando 27.329 marcas de cerveja registradas. Os números fazem parte do Anuário da Cerveja no Brasil 2020, divulgado pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento [MAPA] (3). Aquelas cervejas consideradas “especiais” têm ganhado cada vez mais popularidade, sendo que em 2018 representavam até 2,7 % do volume de produção total de cerveja, o que equivale a quase 380 milhões de litros por ano, produzidos principalmente por pequenas cervejarias (Associação Brasileira de Cerveja Artesanal, 2018). Isso denota o grande fortalecimento do setor e a necessidade de inovações e melhorias no processo (4).



Fonte: Anuário da Cerveja 2020

Dados do Registro de Cachaças e Aguardentes disponibilizados pelo MAPA, no ano de 2021, o número de marcas registradas de cachaça/aguardente totalizou 4.743, distribuídos em 586 municípios diferentes por todo o país, com maior representatividade aparece a região Sudeste,

com aproximadamente 22,6% dos municípios com produção de cachaça. Estima-se que apenas 15% dos estabelecimentos estejam devidamente registrados no MAPA, com faturamento aproximado de US\$ 600 milhões ao ano. O setor emprega 450 mil pessoas diretamente e, aproximadamente, 1,3 milhões indiretamente, com isso, podemos inferir que o número real de produtores de cachaça/aguardente é muito maior o que corrobora com um mercado consumidor muito grande a ser explorado (5).



Fonte: Anuário da Cachaça 2021

Nesse cenário de novos produtos e crescimento do setor de bebidas alcoólicas, temos a cerveja como sendo o produto mais registrado no MAPA alcançando o número de 9.950 registros, bem à frente do segundo lugar, polpa de fruta com 2.535, e dos demais, tais como o vinho 1.676, a bebida alcoólica mista 1.251, suco 1.094 e cachaça com 857, dados referentes ao ano de 2019 (3).

No entanto, diante do atual cenário de pandemia de Covid-19, as tendências de consumo que deveriam ocorrer na próxima década foram, em vez disso, aceleradas em alguns meses. Embora um retorno a alguma medida de normalidade possa reverter ou modificar algumas dessas mudanças, espera-se que a maioria das tendências observadas no mercado de bebidas em 2020 continue, mesmo que a uma taxa reduzida de crescimento (6).

Mas quais são essas tendências e inovações tão comentadas e esperadas para os próximos anos?! Segue abaixo os 4 principais pilares que o mercado nacional e internacional de bebidas alcoólicas tem se baseado para desenvolver inovações no setor:

## 1. Saudabilidade

A busca por bem-estar está cada vez mais em alta não só no Brasil, mas no mundo. Mas o que quer dizer Saudabilidade?!

É um conceito amplo, mas no caso de bebidas alcoólicas se refere à mudança de hábitos, buscando mais qualidade de vida, mais saúde e um melhor funcionamento do organismo. Alternativas mais saudáveis, como bebidas de baixa caloria, orgânicas, biodinâmicas e até mesmo não alcoólicas estão cada vez mais em alta - espere ver ainda mais marcas no próximo ano.

Como exemplo disso, no Brasil, temos diversos lançamentos recentes que apostam na busca por bebidas “low carb” (cervejas com menos carboidrato) ou “zero álcool”, como

a Budweiser Zero, Stella Artois 0.0 e Heineken 0.0 e seguindo a mesma tendência temos a Stella Artois Sem Glúten. Neste cenário, as cervejas sem glúten e com menos carboidrato foram as apostas das cervejarias artesanais, no ano de 2021, como a cervejaria do interior paulista Lake Side que foi pioneira nesse setor ao lançar a primeira cerveja brasileira sem glúten, chamando a atenção do setor e abrindo as portas para outras marcas renomadas como Farrapos (RS), Krug Bier (MG), Dortmund (SP), Jamille (RJ) entre outras.



Fonte: Site Oficial Lake Side Beer, 2022

Dentro desse contexto de saudabilidade temos o maior destaque e a maior aposta do setor que são as “Hard Seltzer”.

Mas o que são Hard Seltzers?! São bebidas feitas à base de água gaseificada e aromatizantes naturais de frutas, com teor alcoólico entre 4% e 5% fornecido pelo açúcar da cana ou do malte da cevada, são bebidas sem glúten e de baixa caloria. Se encaixam na categoria de produtos conhecidas no setor como: RTD (Ready To Drink), ou seja, bebidas/drinks prontos para beber!

A aposta, aqui no Brasil, fica por conta do clima tropical, que pede produtos leves e refrescantes e da crescente onda fit, que preza pelo baixo consumo calórico. Atualmente, as marcas líderes no mercado brasileiro são Coca-Cola (Topo Chico Hard Seltzer) e a Ambev com a marca Mike’s e Isla (esta marca exclusiva para território brasileiro). Enquanto os líderes de seltzer, solidificam suas posições, as seltzers artesanais, como a empresa catarinense Jovi, a Cervejaria brasileira Three Monkeys (pioneira dessa categoria no Brasil) e mais recentemente a cervejaria Blondine com a marca Verano, começam a ocupar cada vez mais espaço, principalmente, pela utilização de ingredientes mais sofisticados, sabores inovadores e embalagens modernas.

Por aqui, a bebida ainda é uma novidade – cujo potencial não pode ser ignorado. (7)

Essas empresas estão começando a “surfear a onda” dessa mudança em direção ao consumo consciente e de uma busca, das novas gerações, por experimentar os sabores e possibilidades sensoriais das bebidas alcoólicas, porém, através de produtos mais leves e com mais responsabilidade (8).



Fonte: Site Catalise, 2020

Dentro desse pilar de inovação e ainda dentro da categoria dos RDT's, curiosamente, estamos vendo uma sobreposição crescente entre as categorias no setor de bebidas alcoólicas, a exemplo disso, podemos observar o que vem acontecendo com Kombuchás, sodas e refrigerantes de frutas, que estão aumentando a qualidade de produção e incluindo álcool na formulação para atender as novas tendências de mercado. Exemplo disso, temos, os Hard Kombuchás e as Hard Lemonedes. Enfim, novas ocasiões para beber estão sendo criadas e as regras tradicionais estão desaparecendo, deixando muitas oportunidades de espaço em branco para as marcas criarem e inovarem (8).

## 2. Conveniência

Não é de hoje que observamos em todos os setores da economia uma busca por praticidade e conveniência!

Ofertas diretas ao consumidor, como caixas de assinatura e serviços de entrega de bebidas alcoólicas utilizando aplicativos de celular ou através sites especializados em bebidas, estão abrindo novos fluxos de receita para as marcas, à medida que os consumidores começam a comprar bebidas alcoólicas online (8). O conforto e praticidade que esses serviços oferecem se tornou algo comum na vida de muitas pessoas, e, no cenário de pandemia, se tornou algo essencial.

A exemplo disso temos que a demanda por serviços de delivery explodiu com o início da pandemia do coronavírus. Milhões de pessoas passaram a usufruir da conveniência de ter seus produtos favoritos a partir de alguns cliques. E com as bebidas alcoólicas não foi diferente, plataformas que conectam varejistas aos consumidores tem se tornado cada vez mais uma janela para expandir ofertas e experiências. Se você é um consumidor de bebidas alcoólicas artesanais ou não, você deve ter observado que cada dia surge um novo site ou aplicativo para facilitar sua vida na hora de comprar uma bebida, observando isso, a Ambev, mais uma vez inovando no setor, já havia criado em 2016 o aplicativo especializado no delivery de bebidas chamado Zé Delivery, que durante a pandemia expandiu sua operação para mais de 200 cidades (9).



Fonte: Aplicativo Zé Delivery, 2022

## 3. Premiunização

Do inglês, Premiunization, o termo é traduzido como premiunização, e nada mais é do que a tendência de transformar produtos comuns em especiais ou realizar melhorias significativas de qualidade e acabamento. Esse pilar, quando pensado dentro do universo das bebidas alcoólicas significa, basicamente, apresentar uma maior qualidade sensorial a bebida e trazer experiências emocionais ao consumidor.

A narrativa da premiumização tem sido uma das principais forças motrizes da indústria de bebidas alcoólicas na última década. “Beber menos, mas beber melhor”, tem sido um mantra que encontrou relevância nos principais segmentos, das cervejas aos destilados.

A premiunização está apoiando o crescimento da indústria. Os consumidores estão cada vez mais escolhendo qualidade em vez de quantidade no momento da decisão de compra de uma bebida alcoólica. Além disso, como acontece com os alimentos, eles estão buscando clareza e exigindo padrões mais elevados em torno de processos de fabricação sustentáveis, pegadas de carbono, embalagens ecológicas e muito mais. Isso está gerando oportunidades para os fabricantes venderem a preços premium. A ferramenta chave para o crescimento dessa tendência de produtos premium é o aumento do conhecimento do consumidor sobre a qualidade da produção o que gera um aumento das expectativas e a busca por qualidade em detrimento da quantidade (8).

Seja premium! Aproveite a demanda do consumidor por produtos de luxo, mas certifique-se de fazer isso com autenticidade, investindo em bons ingredientes e processos de produção de alta qualidade.

## 4. Sustentabilidade

E por último (porém não menos importante!), a tendência que está presente em todas as áreas e que para muitas empresas já deixou de ser tendência e se tornou parte da missão e valor dos novos negócios.

Dentro desse contexto podemos observar o comportamento do consumidor voltado para produtos que causam impacto mínimo ao meio ambiente, soluções como inclusão de energia renovável no processo de produção, destinação da renda a projetos sociais e ambientais e a substituição de embalagens de plástico por embalagens de papel. Dentro dessa temática temos, como exemplo mais recente temos o case da Diageo a maior multinacional do setor de bebidas destiladas do mundo, líder no mercado de whisky escocês com a marca Johnnie Walker, que fez um lançamento inusitado: uma garrafa de uísque de papel 100% reciclável e livre de plástico. (9)



Fonte: Site Oficial Johnnie Walker, 2022

As soluções de embalagem habilitadas para tecnologia também estão ajudando a impulsionar a indústria. Um exemplo é o uso de rótulos de embalagens inteligentes que podem ser lidos com um smartphone para dar aos consumidores mais informações sobre o produto.

Ainda na pegada da sustentabilidade uma nova tendência são embalagens comuns para propósitos inusitados, como é dos “vinhos premium em lata”, uma embalagem alternativa e que chama atenção e coloca o vinho no mercado das bebidas “Ready to Drink”- RTD (“prontas para beber”).

Os consumidores mais jovens estão impulsionando a inovação de embalagens, aqui podemos não só observar a sustentabilidade como a conveniência, no intuito de tornar a bebida alcoólica acessível para qualquer ocasião (8). Um exemplo fica por conta das marcas Vivant, empresa pioneira do setor de vinhos em lata no Brasil, que atingiu o faturamento de R\$ 6 milhões em 2020, um crescimento de 500% em comparação com 2019, ano de sua fundação. Simplicidade na forma, os vinhos em lata descomplicaram não somente a linguagem como também a forma de consumir a bebida. Com as latinhas em mãos, não há necessidade de abrir uma garrafa inteira, ter um-saca rolhas, taça de vidro e muito menos possuir uma adega, fatores que romperam com rituais marcados e democratizaram o acesso ao vinho.



Fonte: Site Vivant, 2022

Bom, se essas são as principais tendências e inovações que estão na cabeça dos pesquisadores e empresários, podemos então, subdividir e comentar para qual sentido estão caminhando as inovações das 3 principais categorias de bebidas alcoólicas no Brasil:

## ● 1. Vinhos



No mundo do vinho, vimos uma explosão de vinhos orgânicos, biodinâmicos e sustentáveis. Os consumidores estão mais “conscientes” das suas decisões de compra e, portanto, mais exigentes no que diz respeito à produção do vinho e à qualidade dos ingredientes utilizados. Dentre os fatores que impactaram positivamente o mercado de vinhos incluem inovação em embalagens alternativas como os já citados vinhos em latas, novos lançamentos inovadores, como vinho tinto Bourbon envelhecido em barris de whisky, a crescente popularidade dos vinhos rosés e as adegas urbanas que oferecem os melhores vinhos de diferentes regiões, proporcionando uma experiência de degustação, sem a necessidade de se aventurar em um vinhedo (10).

## ● 2. Cervejas



A cerveja artesanal lidera o caminho de inovações e tendências nessa categoria e as novidades mais recentes ficam por conta das já mencionadas cervejas com pouco ou sem álcool. Um movimento que ganhou espaço com facilidade, no Brasil, foi a adição de frutas na formulação de alguns estilos de cerveja artesanal, esse mecanismo permitiu: a valorização de frutas nativas, a diversificação de produtos na prateleira e tem funcionado como porta de entrada de novos consumidores, antes relutantes com o sabor tradicional da bebida (10).

- **3. Destilados** Em bebidas destiladas, as marcas estão se concentrando suas ações em ofertas de produtos de luxo e no pilar da premiunização. As principais tendências desse setor são as experimentações em barris, novas técnicas de destilação e o uso de especiarias. Os destilados em alta são: o Whisky que vem ganhando o mercado de marcas globais e principalmente o gosto dos produtores artesanais e caseiros; o Gin que continua a ser uma escolha popular para os consumidores, com a utilização de chás e os aromas botânicos e impulsionando a categoria; o Rum que é apontado como o “próximo gin” devido ao aumento da qualidade do produto e o surgimento de novas marcas e ainda nessa categoria, atenção especial para as vendas de Aperol e Campari que têm aumentado constantemente em todo o mundo na última década (8).



Esses dados mostram o quanto o consumo de bebidas alcoólicas e não alcoólicas no Brasil marcam a cultura e os costumes do povo. Nesse sentido, inovar e se antecipar nas tendências: concebendo, lançando e escalando novos produtos que proporcionem experiências de consumo excepcionais e que unam as pessoas é motor para esse setor. O surgimento de produtos diversos e interessantes, tais como: bebidas exclusivas que moldam categorias emergentes, experiências de bar que proporcionam novas maneiras de consumir bebidas alcoólicas, dispositivos domésticos que possibilitam aos consumidores personalizar suas próprias bebidas, serviços que oferecem conveniência através do e-Commerce e delivery, e muito mais, são movimentos que só tendem a crescer e a atrair cada vez mais consumidores e entusiastas desse universo!

BEBA COM MODERAÇÃO!

### ● Referências

1. Instituto Brasileiro De Geografia e Estatística [IBGE]. 2017. Pesquisa industrial anual – PIA Produto. Disponível em: Acesso em: MAR. 2021.
2. Sindicato Nacional da Indústria da Cerveja [SINDICERV]. O Setor em números. Disponível em: Acesso em: jul. 2020.
3. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Anuário da cerveja: 2019 / Secretaria de Defesa Agropecuária. – Brasília: MAPA/SDA, 2020.
4. Associação Brasileira de Cerveja Artesanal [Abracerva]. 2018. Mercado da cerveja 2018-2019.
5. Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento [MAPA]. 2020. A CACHAÇA NO BRASIL - Dados de Registro de Cachaça e Aguardente.
6. MICALLEF, J. V.. After covid the top ten trends shaping the adult beverage Market in 2021. <https://www.forbes.com/sites/joemicallef/2021/01/13/after-covid-the-top-ten-trends-shaping-the-adult-beverage-market-in-2021/?sh=dad5018461d5>
7. BRANDVOICE TOPO CHICO. Categoria hard seltzer ganha impulso no brasil com a chegada da Topo Chico da Coca-Cola. <https://forbes.com.br/brand-voice/2021/01/categoria-hard-seltzer-ganha-impulso-no-brasil-com-a-chegada-da-topo-chico-da-coca-cola/>
8. KNEEBONE, SARAH. 2020. The biggest alcohol trends for 2020. <https://www.playmr.com.au/blog/the-biggest-alcohol-trends-for-2020>
9. The year in beer and beyond: What is ahead in 2021. <https://www.ab-inbev.com/news-media/innovation/the-year-in-beer-and-beyond-what-is-ahead-in-2021/>.
10. NEWHART, BETH. 2019. State of the industry What’s to come for alcohol in 2019. <https://www.beveragedaily.com/Article/2019/01/03/State-of-the-industry-What-s-to-come-for-alcohol-in-2019#>