

## Setor de Bebidas no Brasil: Abrangência e Configuração Preliminar

Revista Rosa dos Ventos –  
Turismo e Hospitalidade  
7(2) 205-222, abr-jun, 2015  
© O(s) Autor(es) 2015  
ISSN: 2178-9061

Associada ao:  
Programa de Pós-Graduação em  
Turismo e Hospitalidade

Hospedada em:  
<http://ucs.br/revistarosadosventos>



Juliana Trombeta Reis<sup>1</sup>

### RESUMO

A importância econômica gerada por diferentes bebidas no Brasil é inegável, assim buscou-se nesta pesquisa exploratória de caráter documental, contribuir para a compreensão da organização e abrangência do setor de bebidas no país. Recorreu-se ao levantamento de dados em fontes impressas e eletrônicas, além de contato pessoal com várias entidades, para descrever os principais segmentos de bebidas e explicar a atuação de diversos órgãos, associações e entidades que atuam no setor, como as indicações de procedência e o reconhecimento de regiões geográficas de bebidas. Propõe uma classificação inicial desses segmentos, unindo as visões do mercado e da academia, e apresenta um diagrama preliminar do setor com a indicação da participação de entidades e órgãos. Os resultados revelaram um setor complexo que permeia diversas áreas, cuja configuração preliminar mostrou ações e iniciativas de diferentes atores, ao lado de oportunidades de negócios e estudos estratégicos ao seu desenvolvimento.

**Palavras-chave:** Hospitalidade. Setor de Bebidas. Características das Bebidas. Brasil.

### ABSTRACT

**Beverage Sector in Brazil: Preliminary Scope and Configuration -**  
The economic importance generated by different beverages in Brazil is undeniable, therefore this exploratory research of documental character, seeks to contribute to the understanding of the

---

<sup>1</sup> **Juliana Trombeta Reis** - Mestre em Hospitalidade, Universidade Anhembi Morumbi. Graduada em Hotelaria pelo Centro Universitário Senac. Gestora da área educacional de Bebidas e Serviços de Restaurantes do Senac São Paulo. E-mail: julianatrombetareis@gmail.com

organization and scope of the beverage industry in the country. Survey data in printed and electronic sources, as well as personal contact with various entities, were used to describe the main segments of beverages and to describe the role of different associations and organizations working in the sector. This study proposes an initial classification of these segments, combining the views of the market and academia. It also presents a preliminary diagram of the industry indicating the participation of associations, entities and government organs. The results revealed a complex sector that ranges many areas, whose primary configuration showed actions and initiatives of different actors, along with business opportunities and strategic studies for its development.

**Keywords:** Hospitality. Beverage Sector. Configuration. Brazil.

## INTRODUÇÃO

As bebidas têm papel fundamental no relacionamento entre as pessoas, fazendo parte da história da humanidade, tendo íntima relação com a alimentação humana e integrando o contexto da hospitalidade. Por um lado, há de se considerar que estudiosos de bebidas não hesitam em afirmar que uma das suas funções é, de fato, a nutricional e, logo, defendem que bebidas são alimentos. Ao discorrer sobre a história da cerveja, Oliver (2012) afirma que esta bebida era vista como alimento mágico e saudável, e provocava alegria à população; ainda considera que “a verdadeira cerveja está repleta de vitaminas, minerais, proteínas e antioxidantes.” (Oliver, 2012, p.51). Outro estudioso também cita as bebidas como alimento, e destaca que o “significado cultural fundamental do alimento é a capacidade de alguns produtos alimentarem não apenas o corpo como também o espírito: os alimentos-drogas”, sendo os mais difundidos no mundo os fermentados alcoólicos de frutas ou grãos. (Carneiro, 2005, p.74).

Entretanto, não se pode afirmar unanimemente que todas as bebidas sejam consideradas alimentos, especialmente tratando-se de questões mercadológicas ou políticas. Existem no Brasil, leis e decretos distintos que vigoram no setor, como o Decreto n. 6.871/2009 (Decreto das bebidas), que dispõe sobre a padronização, classificação, registro, inspeção, produção e fiscalização de bebidas. De acordo com esse decreto, bebida é

[...] o produto de origem vegetal industrializado, destinado à ingestão humana em estado líquido, sem finalidade medicamentosa ou terapêutica. Também bebida: a polpa de fruta, o xarope sem finalidade medicamentosa ou terapêutica, os preparados sólidos e líquidos para bebida, a soda e os fermentados alcoólicos de origem animal, os destilados alcoólicos de origem animal e as bebidas elaboradas com a mistura de substâncias de origem vegetal e animal. (Brasil, 2009, s.p.).

A importância econômica gerada por diferentes bebidas no país é atestada pelos dados do setor de alimentos e bebidas. Segundo a Associação Brasileira das Indústrias da Alimentação [ABIA], as indústrias desse setor produziram em 2012 o equivalente a 9,5% do Produto Interno Bruto [PIB] do Brasil e geraram um saldo comercial superior àquele do restante da economia. Em 2013, o setor contabilizou 1,626 milhão de trabalhadores. O faturamento das empresas deste setor durante 2011 a 2013 mostrou o crescimento das empresas tanto de alimentação quanto de bebidas no período, sendo as primeiras responsáveis por aproximadamente 80% deste. Especificamente as empresas de bebidas faturaram em 2013, R\$ 90,10 bilhões, com um crescimento de 19% em relação ao ano anterior. (ABIA, 2013)

Mas afinal, quais são os tipos/categorias de bebidas? Como está organizado o setor no Brasil? Estas questões nortearam o desenvolvimento da dissertação de mestrado da autora, desenvolvida no Mestrado em Hospitalidade, na Universidade Anhembi Morumbi, com foco na produção científica sobre bebidas e hospitalidade no Brasil (Reis, 2015). Este artigo apresenta parte dos resultados obtidos, extraídos de um dos capítulos da pesquisa, com o objetivo de compreender a abrangência e organização do setor no Brasil, a partir de segmentos de mercado e da atuação de órgãos e entidades representativas.

Trata-se de uma pesquisa exploratória e qualitativa, desenvolvida a partir do contato e consulta a documentos impressos e eletrônicos de diversos órgãos e entidades, como a ABIA, Associação Brasileira da Indústria de Café [ABIC], Associação Brasileira das Indústrias de Refrigerantes e Bebidas Não Alcoólicas [ABIR], Associação Brasileira de Bebidas [ABRABE], Associação Brasileira da Indústria da Cerveja [CERVBRASIL], Instituto Brasileiro da Cachaça [IBRAC], Instituto Brasileiro do Vinho [IBRAVIN], Instituto Nacional da Propriedade Industrial [INPI], Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento [MAPA], Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior [MDIC], Organização Mundial do Comércio [OMC], Banco Nacional do Desenvolvimento Econômico e Social [BNDES] e Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas [SEBRAE]. Os dados foram coletados entre julho de 2013 e outubro de 2014.

Inicia-se com a descrição e análise dos segmentos de mercado que mostram diferentes tipologias das bebidas, e elabora uma classificação geral aproximando a visão do mercado com a visão acadêmica. Em seguida, identifica e explica a atuação de órgãos públicos, associações e outras entidades, a fim de compreender a abrangência e organização do setor. Finaliza com uma síntese analítica do setor, como contribuição para estudos mais aprofundados para a organização e sistematização do conhecimento de um setor que carece de literatura especializada e informações fidedignas.

## CLASSIFICAÇÃO DE SEGMENTOS DE BEBIDAS

Apesar da existência de inúmeras fontes que divulgam dados sobre bebidas e alimentos, não há uma única associação que reúna dados de todo o setor, considerando as diversas categorias de bebidas. Assim, apresenta-se, na forma de tentativa, uma identificação dos principais segmentos de bebidas no Brasil, consideradas alimentos ou não, como contribuição à compreensão da abrangência do setor. Segundo o artigo 12 do Decreto de Bebidas, mencionado anteriormente, as bebidas são classificadas em: a) *bebida não alcoólica*: é a bebida com graduação alcoólica até 0,5% em volume, a 20 graus Celsius, de álcool etílico potável (podendo ser bebida não fermentada não alcoólica; ou bebida fermentada não alcoólica); b) *bebida alcoólica*: é a bebida com graduação alcoólica acima de 0,5% em volume até 55% em volume, a 20 graus Celsius (podendo ser bebida alcoólica fermentada, bebida alcoólica destilada, bebida alcoólica retificada ou bebida alcoólica por mistura).

A classificação do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA, 2014), apesar de também evidenciar as mesmas duas categorias, se baseia no volume de registros de produtos e inclui exemplos de bebidas que compõem os dois segmentos assim discriminados: a) *bebidas alcoólicas*: aguardente de cana, cachaça, coquetel, licor, cerveja, fermentado de fruta, vodca, uísque, rum, gim, caipirinha, vinho, vinagre<sup>2</sup> e espumante; b) *bebidas não alcoólicas*: refrigerante, refresco, água de coco, fermentado acético, preparados sólido e líquido para refresco e refrigerante, néctar, chá, suco e polpa. Para o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE, 2013), existem três segmentos e o mesmo baseia-se na preferência do consumidor para propor os seguintes

---

<sup>2</sup> No Decreto do Vinho, capítulo VII, da classificação dos derivados da uva e do vinho, os derivados da uva e do vinho serão classificados em: não fermentado e não alcoólico; fermentado não alcoólico; fermentado alcoólico; destilado alcoólico; vinagre, alcoólico por mistura.

agrupamentos: a) *bebidas alcoólicas*: vinho, cervejas, destilados entre outras; b) *bebidas não alcoólicas*: refrigerantes, sucos, água engarrafada e bebidas funcionais; c) *bebidas quentes*: café, chá e outros.

Sob o ponto de vista dos principais elos da cadeia produtiva, a Classificação Nacional de Atividades Econômicas [CNAE], um instrumento de padronização nacional dos códigos e dos critérios de enquadramento dessas atividades utilizada pelos diversos órgãos da administração tributária do país, evidencia que há os seguintes produtores de bebidas: a) 1111-9 - Fabricação de Aguardentes e Outras Bebidas Destiladas; b) 1112-7 - Fabricação de Vinho; c) 1113-5 - Fabricação de Malte, Cervejas e Chopes; d) 1121-6 - Fabricação de Águas Envasadas; e) 1122-4 - Fabricação de Refrigerantes e de Outras Bebidas Não Alcoólicas. Para a Associação Brasileira de Bebidas [ABRABE], fundada em 1974, o mercado nacional é composto por pelo menos vinte categorias principais de bebidas, subdivididas em dois grupos: a) *destilados*: cachaça, uísque, vodca, rum, gim, conhaque, tequila; b) *fermentados*: cervejas, vinhos, saque, sidra, champanhe, espumantes. Curiosamente, a Associação Brasileira de Bebidas, contempla apenas bebidas alcoólicas. Da mesma forma, a Associação Brasileira das Indústrias de Refrigerantes e Bebidas Não Alcoólicas [ABIR], fundada em 1950, contempla coerentemente apenas bebidas não alcoólicas nas seguintes categorias: água engarrafada, água sem gás, água com gás, água de galão, sucos, néctares, suco concentrado, still drinks ou refrescos, refrigerantes, sucos em pó, e chás gelados prontos para beber (*ice tea*).

Em uma das poucas pesquisas direcionadas exclusivamente ao panorama do setor, realizada em meados da década de 2000, Rosa, Cosenza e Leão (2006), da área industrial do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social [BNDES], apesar de citarem a não existência de uma classificação única ou oficial dos diferentes segmentos que compõem o setor de bebidas no Brasil, identificaram os mais representativos, ou seja: a) *água envasada* - potável; mineral; mineralizada; b) *bebidas tradicionais* - café; chá; chocolate; c) *bebidas não alcoólicas industrializadas* - refrigerantes; sucos; outras (isotônicos, bebidas energéticas etc.); d) *bebidas alcoólicas* - cervejas; vinhos; destilados (uísque, vodca, gim, cachaça etc.); e) *outras*: bebidas ice, bebidas à base de cerveja etc.

Pacheco (2010, p. 47), no livro “Manual do Bar”, apresenta uma classificação com base no tipo de bebida, processo de produção, principais variedades ou marcas, utilização principal e graduação alcoólica. Esse autor faz menção às seguintes categorias por processo de produção: a) *destilação* - aguardente de bagaço de uvas, aguardente de cana-de-açúcar, aguardente de cereais, aguardente de frutas, aguardente de planta babosa e aguardente de vinho; b) *infusão/composto* - anisado, *bitter*, *vermouth*, aperitivo, licor de ervas, licor de frutas e licor de *whisky*; c) *fermentação* - cerveja, saquê, vinho de mesa, vinho espumante natural, vinho fortificado e vinho frizante. Ressalta-se que a obra de Pacheco (2010) tem como público alvo os profissionais *bartenders* ou os que trabalham no bar, que precisam ter conhecimento detalhado sobre os produtos que vendem. Nesse sentido, apresenta uma abordagem mais detalhada e bebidas cujas terminologias não especificadas nos segmentos do mercado, como o caso da categoria das bebidas compostas, que são “bebidas alcoólicas feitas pelo processo de infusão, também chamadas bebidas compostas, são obtidas por meio da imersão temporária de substâncias vegetais para que lhes sejam extraídas as essências, como por exemplo licores<sup>3</sup> ou *vermouths*.”<sup>4</sup> (Pacheco, 2010, p.46).

Tendo em vista que muitas bebidas compostas são consumidas e conhecidas no mercado brasileiro, como por exemplo, marcas como Martini, Campari, Cointreau, Cinzano, Drambui, St. Remy, a existência de grandes agrupamentos de alcoólicos ou não alcoólicos, facilita a classificação do MAPA.

<sup>3</sup> Licores são obtidos a partir da mistura de essências ao álcool, água e substâncias que confirmam viscosidade, fazendo a mistura passar pela infusão e maturação. (Pacheco, 2010).

<sup>4</sup> *Vermouths* são feitos a partir da mistura de ervas e outros componentes com vinho. (Pacheco, 2010).

Já para a ABRABE, que considera apenas os fermentados ou destilados, parece ser coerente uma terceira categoria de Bebidas Compostas. No entanto, Pacheco (2010) não adverte para a existência de Bebidas Mistas, as quais, segundo Bruch (2012) admitem

[...] uma graduação alcoólica de 0,5% a 54%, e pode conter realmente de tudo: álcool etílico potável de origem agrícola, destilado alcoólico simples de origem agrícola, bebida alcoólica, ou a mistura destes, bebida não alcoólica, suco de fruta, fruta macerada, xarope de fruta, leite, ovo, outra substância de origem vegetal, outra substância de origem animal, ou a mistura destes. (p.19).

No mercado brasileiro há três bebidas mistas popularmente consumidas, citadas por Bruch (2012) em pesquisa para o IBRAVIN: a) *sangria* - bebida alcoólica mista industrializada, com graduação alcoólica de 7% a 12% em volume, que contém 50% de vinho, 10% de suco natural de uma ou mais frutas cítricas, podendo ser adicionada de outras bebidas alcoólicas em até 10% do volume total; b) *coquetel de vinho*: bebida alcoólica mista que contém ao menos 50% de vinho; c) *cooler*: bebida alcoólica mista com graduação alcoólica de 3% a 7%, que contém no mínimo 50% de vinho, que pode ser parcialmente substituído por suco de uva.

Outro estudioso que classifica as bebidas é Carneiro (2005), sob uma perspectiva da influência cultural das bebidas e das drogas através dos tempos e das regiões. O autor propõe a seguinte classificação: a) *fermentados alcoólicos* - aluá, balchê, cauim, caxiri, cerveja, champagne, chicha, hidromel, pajuaru, pulque, retsina, saquê, sidra, vinho, vinho do porto, xerez; b) *destilados alcoólicos* - absinto, aguardente, arak, armagnac, bagaceira, bourbon, brandy, cachaça, coquetel, gim, grogue, kirch, metaxa, mezcal, ouzo, pastis, pisco, ponche, rum, sambuca, soju, tequila, tiquira, uísque, vermute, vodca; c) *bebidas e mastigatórios excitantes* - areca, bétel, café, chá, chocolate, coca, cola, efedra, guaraná, kava, mate, pituri; d) *alucionógenos vegetais* - arruda síria, ayahuasca, beladona, cálamo, cogumelos, datura, floripôndio, iboga, jurema, kratom, mandrágora, noz moscada, ololiuqui, paricá, peiote, san pedro, solanáceas. Esse autor ainda cita outras bebidas consumidas com finalidades religiosas, ritualísticas ou terapêuticas, como a ayahuasca e a jurema.

Tendo em vista as diferentes classificações apresentadas, propõe-se uma caracterização preliminar dos segmentos de bebidas aproximando as visões mercadológicas e acadêmicas, composta por três agrupamentos primários, denominados tipos, subdivididos em categorias, e respectivas bebidas exemplificadas (Quadro 1).

**Quadro 1: Proposta de classificação dos segmentos de bebidas**

TIPO	CATEGORIA	EXEMPLOS DE BEBIDAS
<b>Bebidas Alcoólicas</b>	Fermentadas	Cervejas, vinhos, saque, sidra, champagne, espumantes, cauim, hidromel, aluá, balchê, cauim, caxiri, chicha, pajuaru, pulque, retsina, saquê, sidra.
	Destiladas	Cachaça, uísque, vodca, rum, gim, conhaque, tequila, absinto, aguardente, arak, armagnac, bagaceira, bourbon, brandy, gim, grogue, kirch, metaxa, mezcal, ouzo, pastis, pisco, rum, soju, tequila, tiquira.
	Compostas por infusão	Vermouths, licores, anisados, bitters.
	Mistas	Sangria; Coquetel; Cooler; Bebidas <i>Ice</i> à Base de Destilados Ou Fermentados;
<b>Bebidas Não Alcoólicas</b>	Águas	Água engarrafada, água sem gás, água com gás, água de galão, potável, mineral, mineralizada.
	Sucos e néctares	Suco que contém 40-100% de fruta pura; polpa ou suco diluídos; Produtos para preparo, comercializados em forma

		de “concentrado” para consumo domiciliar.
	Lácteas	Leites aromatizados; bebidas lácteas saborizadas; leite branco.
	Refrigerantes	Adoçados, sem álcool e contendo dióxido de carbono.
	Refrescos	Produto não gaseificado pronto para beber; bebidas à base de soja; refrescos com sabores de frutas; guaraná natural; bebidas à base de chá prontas para beber; isotônicos, bebidas energéticas.
	Quentes	Café, chá, chocolate.
	Desalcoholizadas	Sidra sem álcool, espumante sem álcool, vinho sem álcool, outras.
<b>Bebidas Alucinógenas</b>	Vegetais	Ayahuasca, jurema.

Fonte: Reis, 2015.

No campo ‘categoria’, além de fermentados e destilados, foi incluída a categoria de ‘compostos por infusão’ e de ‘bebidas mistas’, dada à presença de marcas no mercado e falta de conhecimento da população que muitas vezes consome um tipo de bebida pensando que é outro. Em relação às categorias de bebidas não alcoólicas, buscou-se apenas simplificar os agrupamentos propostos pela ABIR. Além disso, incluiu-se a categoria denominada ‘bebidas desalcoholizadas’, que representa um mercado em expansão e contempla bebidas que passaram pelo processo de fermentação e posterior retirada do álcool. Essas bebidas são diferentes das ‘sem álcool’, pois nunca tiveram álcool em sua formulação. Ainda, optou-se por não adicionar uma categoria denominada ‘bebidas funcionais’, pois se entende que tais bebidas permeiam diferentes categorias. Para o aprimoramento da classificação proposta no Quadro 1, deve-se identificar outras bebidas não incluídas, além de consultar a legislação específica e as normas registradas como as existentes no caso do vinho<sup>5</sup>.

### ENTIDADES REPRESENTATIVAS

Entidades regionais, estaduais e nacionais representantes de diferentes segmentos, profissões ou regiões produtoras de bebidas são comuns neste setor e, assim como não há uma única forma de visualizar os segmentos que compõe o setor de bebidas, também não há uma fonte única que elenque todas as entidades. Partiu-se então de uma busca em sítios na Internet, a partir dos termos <associação brasileira/nacional de> e <instituto brasileiro/nacional de>, associados a bebidas, vinhos, cervejas, cachaças, bebidas não alcoólicas, águas e cafés. A partir do levantamento das principais associações e entidades elaborou-se uma tabela para a sistematização das informações pertinentes ao setor.

Buscou-se elencar entidades atuantes em nível nacional, por ano de fundação, mas vale ressaltar ainda a presença de muitas associações que representam algum segmento específico de bebida e atuam em nível estadual ou local. As entidades identificadas em 2014 e seus respectivos anos de criação foram as seguintes: a) Associação Brasileira da Indústria de Águas Minerais (1947); b) Associação Brasileira das Indústrias de Refrigerantes e Bebidas Não Alcoólicas (1950); c) Associação Brasileira das Indústrias da Alimentação (1963); d) Associação Brasileira da Indústria de Café (1973); e) Associação Brasileira de Bebidas (1974); f) Instituto Brasileiro do Vinho (1998); g) Associação dos Fabricantes de Refrigerantes do Brasil (2005); h) Associação Brasileira de Exportadores e

<sup>5</sup> Lei nº 10. 970, de 12 de novembro de 2004, sobre a produção, circulação e comercialização do vinho e outros derivados (BRASIL, 2004).

Importadores de Alimentos e Bebidas (2005); i) Instituto Brasileiro da Cachaça (2006); j) Associação Brasileira da Indústria da Cerveja (2012); k) Associação Brasileira de Microcervejarias (2013). Incluiu-se neste grupo a Associação Brasileira da Indústria de Alimentação, voltada à indústria da alimentação, pois alguns alimentos são classificados como bebidas, conforme já citado na Introdução. Da mesma forma, também foi considerada a Associação Brasileira de Exportadores e Importadores de Alimentos e Bebidas por contemplar bebidas.

Foram identificadas 11 associações nacionais, criadas de 1947 a 2013, que representam os segmentos de água, refrigerantes, café, cervejas, vinhos e cachaças, porém não existe uma entidade principal no setor para a qual todas respondam. Não foram encontradas associações nacionais relacionadas ao cauim, à ayahuasca e à jurema. Os maiores agrupamentos de segmentos encontram-se na Associação Brasileira de Bebidas, que representa apenas bebidas alcoólicas e na Associação Brasileira das Indústrias de Refrigerantes e Bebidas Não Alcoólicas. As entidades voltadas às bebidas não alcoólicas foram criadas até 2005, sendo a primeira delas com foco na indústria de águas minerais. Surpreende que apenas em 1973 fosse criada a Associação Brasileira da Indústria de Café, considerando que o café tem destaque no setor desde meados do século XIX.

A partir de meados da década de 2000, com exceção da Associação dos Fabricantes de Refrigerantes do Brasil, nota-se a criação somente de entidades nacionais focadas em bebidas alcoólicas, fato que indica o crescimento e consolidação de bebidas além do vinho, ou seja, a cachaça e principalmente a cerveja com duas entidades representativas deste setor. Entretanto, não parece existir uma única entidade que represente todo o segmento de cervejas. Existem duas entidades que contemplam as grandes produtoras [SINDICERV e CERVBASIL] e uma que representa as pequenas e micro empresas. Ainda em relação ao segmento cervejeiro, existe uma entidade denominada Instituto da Cerveja Brasil, criada em 2013, que atua na capacitação e especialização de *sommeliers* de cerveja, enquanto no segmento de vinhos e cachaças existem respectivamente o Instituto Brasileiro de Vinhos e Instituto Brasileiro de Cachaças engajados em projetos políticos e responsáveis por ações voltadas ao desenvolvimento do setor. Sendo assim, inseriu-se o Instituto da Cerveja Brasil na relação das entidades que visam agrupar profissionais ou promover o desenvolvimento destes profissionais.

A partir da sistematização das informações sobre as entidades nacionais, foi possível verificar que muitas têm como objetivo realizar pesquisas e manter estatísticas de segmentos do mercado, de forma a torna-se referência ou fonte de pesquisa em determinado assunto. Além disso, é evidente que as associações visam alcançar representatividade e interação junto ao poder público em suas diferentes esferas, a fim de direcionar o desenvolvimento do segmento, como, por exemplo, a formação de comissões setoriais de conteúdo técnico, jurídico e econômico para discutir temas pertinentes e definir estratégias do setor; ou ainda o reconhecimento das Indicações Geográficas, que se dá por meio da organização dos produtores regionais e suas associações. As associações podem ser vistas, também, como um reflexo da organização ou desenvolvimento de determinado segmento. A título de ilustração, vale destacar que apesar do segmento cervejeiro ser um dos mais importantes para a economia do Brasil<sup>6</sup>, a quantidade de associações regionais é menor que as associações regionais dos segmentos de vinhos, de cachaças e de cafés. Além disso, também não há ainda iniciativas de reconhecimento de regiões produtoras de cervejas no Brasil, o que pode ser um reflexo da falta de associações regionais no segmento.

---

<sup>6</sup> O balanço do segundo semestre de 2014 do setor cervejeiro aponta que o mesmo gerou 2,7 milhões de empregos na economia; respondeu por 2% do PIB brasileiro; 15% da indústria de transformação; R\$ 21 bilhões em impostos. (CERVBASIL, 2014).

Ainda em relação às entidades do setor de bebidas, foram levantadas as associações que agrupam os profissionais que trabalham com bebidas no âmbito da hospitalidade, ou seja, realizando o serviço das mesmas e não a produção. Verificou-se que uma das principais funções das associações é promover eventos, ofertar cursos ou indicar instituições onde os profissionais ou consumidores possam se especializar em determinadas bebidas. Também se constatou a forte presença dos sindicatos regionais e nacionais relacionados a determinados segmentos e o apoio ou trabalho integrado com as associações. Assim como essas associações, os sindicatos também oferecem cursos ou indicam instituições que formam profissionais para atuar no setor ou para amadores.

Para tanto, foram consideradas as profissões relacionadas a bebidas de acordo com a Classificação Brasileira de Ocupações [CBO], do Ministério do Trabalho e Emprego [MTE]. Ao inserir a palavra <bebidas> na ferramenta de busca do Ministério, aparecem as seguintes ocupações: ajudante de fabricação - na indústria de bebidas; ajudante de produção - na indústria de bebidas; alimentador de esteiras (preparação de alimentos e bebidas); classificador de bebida; degustador de bebidas; destilador de bebidas; engenheiro químico (alimentos e bebidas); entregador de bebidas (ajudante de caminhão); filtrador na indústria de bebidas; mestre da indústria de bebidas; mestre de engarrafamento (bebidas); *preparador de drinques e bebidas*; supervisor da indústria de bebidas; supervisores da fabricação de alimentos, bebidas e fumo; técnico de bebidas; trabalhadores na fabricação de cachaça, cerveja, vinhos e outras bebidas; *trabalhadores no atendimento em estabelecimentos de serviços de alimentação, bebidas e hotelaria*; xaropeiro na indústria de bebidas.

Com exceção de duas categorias destacadas no parágrafo anterior - preparador de drinques e bebidas e trabalhadores no atendimento em estabelecimentos de serviços de alimentação, bebidas e hotelaria -, todas as citadas referem-se a profissões relacionadas à indústria. Dessa forma, restringiu-se o levantamento somente às ocupações relacionadas aos profissionais que “atendem os clientes, servem alimentos e bebidas em restaurantes, bares, cafeterias, hotéis, hospitais, eventos, etc. Manipulam alimentos e preparam sucos, drinks, e cafés. Realizam serviços de vinho e de café” (MTE, 2014), por conta da relação com a hospitalidade, tema da dissertação.

Assim, foi realizado uma pesquisa em sítios de busca na Internet com as seguintes palavras-chave: <associação brasileira/nacional de>, <instituto brasileiro/nacional de> mais palavras de determinadas profissões referentes ao atendimento ou serviço de bebidas segundo a CBO: Garçom, Garçom (serviços de vinhos), *Cumim*, *Barman*, Copeiro, Copeiro de hospital, Atendente de lanchonete, *Barista*. Este levantamento permitiu verificar que apenas as profissões de *Barista*, *Bartender* e *Sommelier* possuem associações de âmbito nacional<sup>7</sup>: a) Associação Brasileira de Bartenders [ABB], criada em 1970; b) Associação Brasileira de Sommeliers [ABS], - criada em 1989; c) Associação Brasileira de Café e Barista [ACBB], criada em 2005. O principal objetivo dessas três associações é o de difundir o conhecimento sobre determinada bebida e aprimorar a qualificação dos profissionais.

Assim, cabe mencionar outras associações, também intituladas ‘brasileiras’ que propõem os mesmos objetivos das citadas no parágrafo anterior, porém que não vinculam o nome à ocupação, como por exemplo: Associação Brasileira dos Amigos do Vinho [SBAV], fundada em 1980; Associação Brasileira de Degustadores de Cerveja, fundada em 2009; e Instituto da Cerveja Brasil, fundado em 2013. Vale comentar que existe a Associação Brasileira de Enologia<sup>8</sup> [ABE], desde 1976, que tem como objetivo

<sup>7</sup> Há duas associações que não foram considerados por falta de informações: Associação Brasileira de Garçons Copeiros e Cozinheiros e Associação Brasileira dos Profissionais em Cerveja em Malte [COBRACEM].

<sup>8</sup> Enologia é a ciência que estuda todos os aspectos relativos ao vinho, desde o plantio, escolha do solo, vindima, produção, envelhecimento, engarrafamento etc... (ABE, n.d.).

promover a cultura vitivinícola e estabelecer uma relação harmônica entre os enólogos<sup>9</sup> e consumidores. Apesar de muitos enólogos atuarem no âmbito do turismo, optou-se por não incluir essa associação no quadro 5 pois, por definição, o enólogo é um profissional, dentro do perfil ocupacional da indústria.

Nesse contexto, vale uma ressalva: surgiram recentemente algumas denominações que fazem referência a determinados profissionais atuantes no segmento de serviços de bebidas, mas que não são regulamentados, como é o caso do *'cachacier'*, para indicar o profissional especialista em degustação e serviço da cachaça (Reis & Rejowski, 2014), ou mesmo o título de *'sommelier de cervejas'* para identificar o profissional especialista nessa bebida. Porém, além de não fazerem parte da relação da CBO, tampouco foi possível identificar uma associação destinada a esses profissionais. Ficou evidente que as associações nacionais voltadas para os profissionais dedicados a diferentes bebidas têm foco principal na formação profissional de seus associados. No entanto, existem várias escolas, empresas e iniciativas independentes, até informais, que oferecerem programas para ampliar o conhecimento sobre determinados produtos. Em estudo sobre a valorização da cachaça, por exemplo, "ao realizar o levantamento de cursos sobre cachaça, constatou-se que a formação relacionada ao serviço da bebida é limitada e restrita a programas informais ministrados por profissionais autônomos como, por exemplo, blogueiros, produtores, lojas e outros especialistas." (Reis & Rejowski, 2014, p.104).

Tendo em vista que um dos principais focos das associações está em promover ações para desenvolver os profissionais, importa citar outras entidades que também contribuem para o desenvolvimento desses profissionais, ainda que não denominadas de 'associação nacional', como o Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial [SENAC] e o Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia [IF] que oferecem cursos superiores e de capacitação profissional em várias áreas, inclusive em Turismo e Hospitalidade. Um dos poucos estudos que trata particularmente dos conteúdos sobre bebidas na formação superior em Gastronomia foi desenvolvido por Reis et al. (2014) com foco em dois cursos tecnológicos no Estado de São Paulo. Para os autores, ainda que a abordagem seja tímida, a temática de bebidas permeia diferentes momentos do curso, seja em disciplinas diretamente dedicadas às bebidas, seja em disciplinas que envolvem serviços e processos gerenciais de estabelecimentos do segmento e aspectos relacionados à comensalidade.

Um atributo importante das associações que representam segmentos de bebidas é o encaminhamento junto ao governo para reconhecer regiões produtoras de seus produtos. Verificou-se anteriormente que as bebidas que tem representação em associação são: cerveja, vinho, cachaça, água, café, refrigerante e outras bebidas não alcoólicas. Com isso, importa abordar brevemente o reconhecimento de regiões produtoras de bebidas no Brasil, tendo em vista que a preocupação com a origem e autenticidade de produtos é uma realidade do setor agrícola e, conseqüentemente, a regiões produtoras de alimentos e bebidas.

## RECONHECIMENTO DE REGIÕES PRODUTORAS DE BEBIDAS

No Brasil, regiões produtoras de diferentes produtos são ampla e informalmente reconhecidas pela população, mas a maioria ainda não tem registro formal que ateste a sua qualidade, autenticidade e procedência. Por exemplo, o Estado de Minas Gerais é famoso pela comida, botecos e cachaças. As questões legais relacionadas ao reconhecimento de regiões e seus produtos é tratada em diversos

---

<sup>9</sup> Profissional responsável pela produção e por todos os aspectos relacionados com o produto final (vinificação, estabilização, envelhecimento, engarrafamento, controle de qualidade, análise química, análise sensorial dos vinhos, conhecimentos sobre viticultura, marketing do vinho, vendas etc...). (ABE, n.d.).

acordos internacionais ao longo da história como a Convenção de Paris (1883)<sup>10</sup>, o Acordo de Lisboa (1958)<sup>11</sup> e, na década de 1990 (1994), o *Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights* [TRIPS]. Tais acordos normatizam aspectos comerciais em função de direitos de propriedade intelectual. Segundo a World Intellectual Property Organization [WIPO], há três décadas esse assunto vem ganhando crescente importância, pois produtos que tem suas características definidas e garantidas apresentam vantagens comerciais. Segundo a Organização Mundial do Comércio (OMC, 2008),

[...] a qualidade, a reputação e outras características de um produto pode ser determinada pela sua origem. Indicações Geográficas são nomes de lugares (em alguns países também pode ser palavras associadas a um lugar), utilizadas para identificar produtos que procedem de tal lugar e têm determinadas características (como por exemplo: Champagne, Tequila ou Roquefort). (s.d.)

Cada país estabelece suas normas para definir os parâmetros de reconhecimento de indicações geográficas para garantir a qualidade a seus produtos e serviços. A prática é cada vez mais presente no Brasil, ainda que seja recente e “pequeno o número de indicações geográficas solicitadas quando comparadas com a quantidade de produtos que se tem no País com potencial de benefício dessa prerrogativa” (Costa, 2010, p. 16). No Brasil, os registros de marcas e indicações geográficas são de responsabilidade do Instituto Nacional da Propriedade Industrial [INPI], sob a coordenação do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comercio Exterior [MDIC].

Ao longo dos anos, algumas cidades ou regiões ganharam fama por causa de seus produtos ou serviços e, quando certa qualidade e/ou tradição de um produto ou serviço podem ser atribuídos a sua origem, a Indicação Geográfica [IG] surge como fator decisivo para garantir sua proteção e diferenciação no mercado. Valoriza então a região de produtores e gera visibilidade social, econômica e ambiental em âmbito nacional e internacional (INPI, 2013). Para que uma região receba a certificação é preciso que uma associação de produtores atente para as regras de obtenção da certificação e, uma vez adquirida, mantenha controle de qualidade e promoção da indicação geográfica: “A IG delimita a área de produção, restringindo seu uso aos produtores da região (em geral, reunidos em entidades representativas) e onde, mantendo os padrões locais, impede que outras pessoas utilizem o nome da região em produtos ou serviços indevidamente”. (INPI, 2013).

Os produtos que recebem o selo da indicação geográfica são rigorosamente avaliados por um júri regulador que verifica estes apresentam a qualidade mínima esperada e tipicidade do local. Uma vez que determinada região é reconhecida como IG, é possível alcançar o status de Denominação de Origem mediante cumprimento das regras estabelecidas pelo INPI. As IG se dividem em: a) *Indicação de Procedência [IP]* - refere-se ao nome do local que se tornou conhecido por produzir, extrair ou fabricar determinado produto ou prestar determinado serviço; b) *Denominação de Origem [DO]* - refere-se ao nome do local, que passou a designar produtos ou serviços, cujas qualidades ou características podem ser atribuídas a sua origem geográfica.

Hoje existem milhares de regiões demarcadas globalmente e contemplam diferentes tipos de produtos, desde o queijo suíço Gruyere à Tequila mexicana (WIPO, n.d.). No Brasil, antes mesmo de ter uma região brasileira reconhecida, o país concedeu tal reconhecimento à região vinícola de Vinho Verde, de Portugal, em 1999. Em 2002, reconheceu-se a primeira indicação geográfica nacional, o Vale dos Vinhedos, que posteriormente, em 2012, conquistou o status de DO. As únicas bebidas que tem regiões geográficas, nacionais ou internacionais, reconhecidas no Brasil são: vinhos (tranquilos, espumantes e licorosos), destilados (cachaça e cognac) e cafés. O estado do Rio Grande do Sul

<sup>10</sup> Convenção de Paris foi o primeiro acordo multilateral internacional a incluir provisões relacionadas a indicações de origem geográficas.

<sup>11</sup> Acordo de Lisboa foi estabelecido para facilitar a proteção de apelações de origem em nível internacional.

concentra a maior parte das iniciativas de reconhecimento de regiões produtoras de vinhos (IBRAVIN, 2014). Em 2014 existiam 50 indicações geográficas reconhecidas pelo INPI no país, sendo 42 regiões nacionais (34 IP e 8 DO) e 8 estrangeiras (todas DO). Desse universo que contempla diferentes produtos, 20 eram referentes a regiões produtoras de bebidas (INPI, 2015). A tabela 5 apresenta dados das 14 regiões nacionais (12 IP e 2 DO) e 6 estrangeiras (todas DO) reconhecidas no Brasil que produzem bebidas.

**Quadro 2: Indicações Geográficas brasileiras relacionadas às bebidas**

Nome Geográfico	País/UF	Espécie	Produto	Registro
Região dos Vinhos Verdes	Portugal	DO	Vinhos	1999
Cognac	França	DO	Destilado vínico ou aguardente de vinho	2000
Vale dos Vinhedos	Brasil (RS)	IP	Vinhos tinto, branco e espumante	2002
Franciacorta	Itália	DO	Vinhos, vinhos espumantes e bebidas alcoólicas	2003
Região do Cerrado Mineiro	Brasil (MG)	IP	Café	2005
Paraty	Brasil (RJ)	IP	Aguardentes, tipo cachaça e aguardente composta azulada	2007
Pinto Bandeira	Brasil (RS)	IP	Vinhos: tinto, brancos e espumantes	2010
Região da Serra da Mantiqueira	Brasil (MG)	IP	Café	2011
Vales da Uva Goethe	Brasil (SC)	IP	Vinho de Uva Goethe	2012
Porto	Portugal	DO	Vinho generoso (vinho licoroso)	2012
Norte Pioneiro do Paraná	Brasil (PR)	IP	Café verde em grão e industrializado torrado em grão e ou moído	2012
Napa Valley	Estados Unidos	DO	Vinhos	2012
Vale dos Vinhedos	Brasil (RS)	DO	Vinhos: tinto, branco e espumante.	2012
Região de Salinas	Brasil (MG)	IP	Aguardente de cana tipo cachaça	2012
Champagne	França	DO	Vinhos espumantes	2012
Altos Montes	Brasil (RS)	IP	Vinhos e espumantes	2012
Alta Mogiana	Brasil (SP)	IP	Café	2013
Monte Belo	Brasil (RS)	IP	Vinhos	2013
Região do Cerrado Mineiro	Brasil (MG)	DO	Café verde em grão e café industrializado torrado em grão/ moído	2013
Piauí	Brasil (PI)	IP	Cajuína	2014
Microrregião de Abaíra	Brasil (BA)	IP	Aguardente de Cana do Tipo Cachaça	2014

**Fonte:** Reis (2015), com base nos dados do INPI, 2015.

A organização do setor e a conquista de novas indicações geográficas poderá fomentar o desenvolvimento da economia das regiões. De acordo com a WIPO (n.d., p. 17) “as indicações geográficas podem trazer valor para a região não só em termos de empregos e aumento de renda, mas também promover a região como um todo. Nesse sentido as IGs podem contribuir para a criação de uma ‘marca regional’”. Além disso, como a discussão gira em torno das relações

internacionais entre os países, o reconhecimento de uma indicação geográfica é muitas vezes uma forma de negociação entre os governos. Por exemplo, em 2013, os governos do Brasil e Estados Unidos firmaram um acordo que garantia que a cachaça fosse considerada produto exclusivamente brasileiro no mercado norte-americano e, em contrapartida, o Brasil reconheceu o Bourbon whisky e o Tennessee whisky apenas para as bebidas elaboradas pelos produtores dos Estados Unidos (Brasil, 2013, p.142)<sup>12</sup>. A mudança, segundo dados do MDIC (2013), resolve problemas que os exportadores brasileiros de cachaça enfrentavam no mercado americano, pois “com o reconhecimento da cachaça como produto genuinamente brasileiro por parte dos Estados Unidos, o que incorpora valor à bebida, a expectativa é de que os exportadores brasileiros consolidem as vendas ao mercado americano como um dos mais promissores para os próximos anos” (MDIC, 2013).

Evidencia-se assim que as indicações geográficas são estratégicas para aumentar a percepção de valor de produtos valorizando as características específicas geralmente associadas às regiões de origem. Além disso, também contribuem para ampliar a competitividade dos negócios e funcionam como uma garantia contra a falsificação.

### **ABRANGÊNCIA GOVERNAMENTAL RELACIONADA A BEBIDAS**

Possuem ações voltadas para bebidas os ministérios da Agricultura, Pecuária e Abastecimento [MAPA]; Saúde [MS]; e o do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior [MDIC]. O MAPA, por sua vez, é responsável pela gestão das políticas públicas de estímulo à agropecuária, pelo fomento do agronegócio e pela regulação e normatização de serviços vinculados ao setor. É responsável pelo registro e fiscalização de bebidas alcoólicas e não alcoólicas, por meio das suas superintendências de Agricultura, nos estados, em conjunto com a Coordenação Geral de Vinhos e Bebidas [CGVB]; e o seu Departamento de Inspeção de Produtos de Origem Vegetal [DIPOV], que atua na identificação, condição higiênico-sanitária e na qualidade tecnológica de cerca de dez mil estabelecimentos produtores de bebidas, vinhos e vinagres registrados em todo o território nacional. Sob a coordenação do MAPA, a Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária [EMBRAPA], criada em 1973, também atua no setor de bebidas. Por intermédio de unidades administrativas e de pesquisa, presentes em quase todos os estados brasileiros, esta entidade objetiva viabilizar soluções de pesquisa, desenvolvimento e inovação para a sustentabilidade da agricultura. Há duas unidades dedicadas especificamente às bebidas: Embrapa Café e Embrapa Uva e Vinho.

Ainda em relação ao Ministério da Agricultura, existem as Câmaras Setoriais que atuam na identificação de oportunidades ao desenvolvimento das cadeias produtivas, articulando agentes públicos e privados, definindo ações prioritárias de interesse comum, visando à atuação sistêmica e integrada dos diferentes segmentos produtivos. As Câmaras são compostas por representantes dos organismos, órgãos e entidades, públicas e privadas, que compõem os elos de uma cadeia produtiva do agronegócio. Das vinte e oito Câmaras existentes, duas estão relacionadas às bebidas: a Câmara da Cadeia Produtiva de Viticultura, Vinhos e Derivados, instalada em 2003, e a Câmara Setorial da Cadeia Produtiva da Cachaça, que existe desde 2004 (MAPA, 2014). Cabe mencionar que há também a Câmara Setorial de Leite e Derivados; curiosamente, a Câmara Setorial do Café não aparece na relação disponibilizada pelo MAPA (2014).

Vale destacar que, para a exportação de bebidas, vinhos e derivados da uva e do vinho, tanto o estabelecimento quanto os produtos devem ser registrados no MAPA. Já para a importação de bebidas, a legislação brasileira e os acordos internacionais para o trânsito de produtos vegetais e

<sup>12</sup> Apesar do reconhecimento ter sido indicado no Diário da Câmara dos Deputados em 11 de abril de 2013, não foi possível encontrar tais indicações no INPI.

insumos agrícolas entre países estabelecem regras para garantia da qualidade, segurança e conformidade dos produtos, bem como a avaliação do risco de disseminação de pragas. A fiscalização e o controle são executados pelo Ministério da Agricultura, por meio do Sistema de Vigilância Agropecuária Internacional [VIGIAGRO]. Os procedimentos e exigências fitossanitárias são específicos para cada tipo de mercadoria, incluindo sementes e mudas, bebidas, alimentos e insumos agropecuários. (MAPA, 2014).

Vinculada ao Ministério da Saúde, a Agência Nacional de Vigilância Sanitária [ANVISA], criada em 1999, trabalha junto ao MAPA para fiscalizar o processo produtivo e a qualidade dos produtos que são colocados no mercado. Além disso, a ANVISA também atua para garantir informações claras sobre os efeitos e males causados pelo consumo das bebidas alcoólicas. Cita-se, que de acordo com a Secretaria Nacional Antidrogas (SENAD, 2005), o uso prejudicial de álcool é um grave problema de saúde pública. Como é responsabilidade desse Ministério a elaboração de planos e políticas públicas voltadas para a promoção, prevenção e assistência à saúde dos brasileiros, uma das suas frentes de atuação é dedicada ao álcool. Por meio da SENAD são realizadas pesquisas sobre o consumo de álcool, campanhas que reforçam o consumo moderado, projetos que controlam a divulgação e a propaganda de bebidas alcoólicas, entre outras ações.

Ainda em âmbito governamental, o MDIC tem ações voltadas ao setor de bebidas. Este Ministério formula, executa e avalia políticas públicas para promoção de competitividade, comércio exterior, investimento e inovação nas empresas e, a ele, estão vinculadas as seguintes entidades: a) Instituto Nacional da Propriedade Industrial [INPI]; b) Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia [INMETRO]; c) Banco Nacional do Desenvolvimento Econômico e Social [BNDES]; d) Agência Brasileira de Desenvolvimento Industrial [ABDI]; e) Agência Brasileira de Promoção de Exportação e Investimento [APEX-BRASIL].

Dessas entidades, merece destaque as ações do APEX-BRASIL e do INPI, dada sua relação direta com o setor de bebidas. A APEX-BRASIL é uma entidade privada, sem fins lucrativos, que recebe recursos para a realização de ações de interesse público e visa promover produtos e serviços brasileiros no exterior e atrair investimentos estrangeiros em setores estratégicos da economia brasileira. Apoiava 13 mil empresas brasileiras, de 81 setores da economia, que foram responsáveis por 15,46% do total exportado pelo Brasil para mais de 200 mercados em 2011 (APEX-BRASIL, 2014). Em 2014 havia 71 projetos setoriais que eram realizados em parceria com entidades representativas de 81 áreas produtivas e cada um deles oferece um *mix* de ações de promoção comercial específicas, contribuindo para o avanço das exportações brasileiras no mercado internacional. Deste universo, três projetos setoriais são relacionados às bebidas: a) *Projeto Setorial Cafés Do Brasil* (Brazilian Specialty And Sustainable Coffees); entidade parceira: Associação Brasileira de Cafés Especiais - Brazil Specialty Coffee Association [BSCA]; b) *Projeto Setorial de Promoção de Exportações de Vinhos Finos* (Wines of Brasil); entidade parceira: IBRAVIN; c) *Projeto Setorial de Promoção de Exportações de Cachaça*; entidade parceira: IBRAC.

Outra entidade com ações voltadas para o desenvolvimento do setor de bebidas é o Sebrae, que promove capacitação e desenvolvimento dos seguintes setores: indústria, comércio e serviços, e agroindústria. Presente em todos os estados brasileiros, disponibiliza soluções empresariais e realiza ações coletivas com pequenos negócios industriais, reunidos em arranjos produtivos locais, núcleos setoriais, encadeamentos com grandes empresas e outras formas de cooperação. São atendidos diversos setores, entre eles o de alimentos e bebidas industrializados, centros gastronômicos e turismo (Sebrae, n.d.). Dentre as suas ações voltadas para o segmento de bebidas, destacam-se os seguintes projetos: a) *Ideias de Negócios*, como por exemplo, Como montar uma microcervejaria; b) Informações gerais sobre diferentes segmentos, como importação segundo o Regulamento Vitivinícola do Mercosul, entre outros.

Ao longo do mapeamento das ações governamentais voltadas para bebidas, chamou atenção a falta de informações referentes aos segmentos de cerveja e de refrigerantes. Porém, Teixeira Jr., Cervieri Jr. e Galinari (2014, p.41), em pesquisa do BNDES, citam que:

[...] 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. [...] 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.

Por fim, sem esgotar o assunto sobre os órgãos governamentais e respectivas ações no âmbito de bebidas no país, apresenta-se um diagrama do setor de bebidas no Brasil (figura 2), considerando os órgãos e entidades que nele atuam.

Figura 1: Órgãos e entidades do Setor de Bebidas no Brasil



Fonte: Reis, 2015

Nesse diagrama estão incluídos os órgãos públicos, associações nacionais de diferentes segmentos e entidades voltadas à profissionalização de profissionais do serviço de bebidas, identificados no decorrer desta pesquisa. Lembre-se, no entanto, que o tema não foi esgotado e há outros agentes internos e externos a serem considerados em estudos futuros.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O setor de bebidas gera números relevantes para a economia do país, é complexo e ainda carece de informações organizadas. A partir da premissa de que bebidas estão inseridas no contexto da hospitalidade e da alimentação, buscou-se inicialmente compreender seu papel no mercado. Apesar de haver argumentos de que bebidas sejam consideradas alimentos, sob o ponto de vista mercadológico e político não há indicações claras nesse sentido. No entanto, sob o aspecto nutricional, infere-se que as bebidas podem ser consideradas alimentos conforme seu uso e componentes, com o que há necessidade de aprofundamento desta análise em estudos futuros.

A identificação dos principais segmentos de bebidas no Brasil contribuiu para a compreensão do setor, e a constatação da falta de uma classificação que contemple toda a sua abrangência. A partir da análise de diferentes de classificações propostas por órgãos, entidades e estudiosos, propôs-se uma classificação de bebidas preliminar aproximando as visões mercadológicas às acadêmicas. Com a compreensão dos segmentos de bebidas existentes, partiu-se para a identificação de entidades que os representam. Assim como não existe uma única classificação dos segmentos de bebidas, também não há uma fonte fidedigna que elenque todas as entidades do setor.

Existem apenas entidades de profissionais diretamente associados ao serviço de vinho e café, além da que representa os profissionais experts na combinação de diversas bebidas, conhecidos como *bartenders*. Não há evidências de que a associação de *sommeliers* represente outras bebidas além do vinho, o que poderá ocorrer no futuro caso se consolide a denominação '*sommelier* de cachaça'. Institutos que representam diferentes bebidas, ora funcionam como associações que objetivam pleitear ações para o segmento (IBRAC e IBRAVIN), ora como escolas (Instituto da Cerveja Brasil).

Um atributo importante das associações que representam os segmentos de bebidas é o encaminhamento junto ao governo para reconhecer regiões produtoras de seus produtos. Verificou-se que as bebidas com representação em associação são a cerveja, o vinho, a cachaça, a água, o café e o refrigerante (e outras bebidas não alcoólicas). As únicas bebidas produzidas nacionalmente que tem regiões geográficas reconhecidas no país são o vinho, a cachaça e o café. As regiões produtoras de bebidas no Brasil reconhecidas ainda são poucas e recentes, representando um grande potencial a ser trabalhado, contribuindo para o desenvolvimento econômico das regiões. A partir do mapeamento de órgãos públicos e suas respectivas ações para diferentes bebidas, percebeu-se que alguns dos segmentos (cerveja, vinho, cachaça, água, café e refrigerante) representados por entidades são também os que mais têm ações voltadas para seu desenvolvimento. Há indicações de que o vinho, o café e a cachaça também são os mais representativos em âmbito governamental. Por outro lado, carecem informações sobre projetos e ações para o desenvolvimento dos segmentos de cerveja e refrigerantes.

Considera-se este como primeiro passo para uma configuração do setor de bebidas no Brasil, como um sistema complexo e multifacetado, formado por componentes integrados e inter-relacionados. No entanto, há ainda que se considerarem outros componentes tanto internos quanto externos ao setor, de âmbito nacional e internacional que poderão sugerir várias configurações variáveis que se alteram e se adaptam conforme o segmento e outras circunstâncias envolvidas. A relevância do setor de bebidas no Brasil, inserido ou não no setor da alimentação, é incontestável, face ao que é premente a produção e o acesso a informações oriundas de pesquisas científicas que possam orientar o mercado, os órgãos e demais entidades do setor no Brasil.

## REFERÊNCIAS

- ABE - Associação Brasileira de Enologia. (n.d.). *Definições de enologia, enólogo, enófilo e sommelier?*. Recuperado em 25 de março, 2014, de <http://www.enologia.org.br/component/kd2/item/45>.
- ABIA - Associação Brasileira da Indústria de Alimentação. (2013). *Faturamento do Setor*. Recuperado em 20 de novembro, 2013, de <http://www.abia.org.br/vst/faturamento.pdf>.
- ABIC - Associação Brasileira da Indústria de Café. (n.d.). *História do café*. Recuperado em 07 de dezembro, 2014, de : <http://www.abic.com.br/publique/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?sid=38>.
- ABIR - Associação Brasileira das Indústrias de Refrigerantes e Bebidas Não Alcoólicas. (n.d.). *Consumo de bebidas comerciais 2005 a 2010*. Recuperado em 14 de maio, 2013, de <http://abir.org.br/categoria/o-setor/>.
- ABIR - Associação Brasileira das Indústrias de Refrigerantes e Bebidas Não Alcoólicas. (n.d.). *Consumo de bebidas comerciais 2004-2008*. Recuperado em 14 de maio, 2013, de <http://abir.org.br/categoria/o-setor/>.
- ABRABE - Associação Brasileira de Bebidas. (n.d.). *Categorias*. Recuperado em 02 de julho, 2014, de <http://www.abrabe.org.br/categorias/>.
- Brasil. (2013). *Diário da Câmara dos Deputados. Ano LXVIII - nº 058*, – Brasília.
- Brasil. (2004). *Lei nº 10.970*. Diário oficial da união, Brasília, seção 1, 16 nov. 2004, p. 1. Recuperado em 3 de janeiro, 2015, de <http://linker.lexml.gov.br/linker/processa?urn=urn:lex:br:federal:lei:2004-11-12;10970&url=http%3a%2f%2fwww2.camara.gov.br%2flegin%2ffed%2flei%2f2004%2flei-10970-12-novembro-2004-534687-publicacaooriginal-20688-pl.html&exec>.
- Brasil.(2009). *Decreto de Bebidas Nº 6.871 / 2009*. Recuperado em 15 de janeiro, 2014, de [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2007-2010/2009/Decreto/D6871.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2009/Decreto/D6871.htm)
- Brasil. (2014). *Decreto de Vinhos Nº 8.198 / 2014*. Recuperado em 22 de julho, 2014, de [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2011-2014/2014/Decreto/D8198.htm#art5](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2014/Decreto/D8198.htm#art5).
- Bruch, K.L. (2012). *Nem tudo que tem uva é vinho*. Bento Gonçalves: IBRAVIN.
- Carneiro, H. (2005). *Álcool e drogas na história do Brasil*. São Paulo: Alameda; Belo Horizonte: Editora PUC Minas.
- Carneiro, H. (2005). Comida e sociedade: significados sociais na história da alimentação. *História: Questões & Debates*, n. 42, pp. 71-80.
- Carneiro, H. (2005). *Pequena enciclopédia da história das drogas e bebidas: histórias e curiosidades sobre as mais variadas drogas e bebidas*. Rio de Janeiro: Elsevier.
- CERVBRASIL. (2014). Mercado cervejeiro. Recuperado em 09 de março de 2015 de <http://cervbrasil.org.br/category/mercado-cervejeiro/>.
- Costa, G. C. (2010). *O regime internacional das indicações geográficas: um processo em desenvolvimento*. Monografia de Especialização em Relações Internacionais. Universidade de Brasília, Brasília.

IBRAC - Instituto Brasileiro da Cachaça. (n.d.). *A Cachaça*. Recuperado em 10 de janeiro, 2014, de <<http://www.ibraccachacas.org/>>.

IBRAVIN - Instituto Brasileiro do Vinho. (2014). *Identidade Demarcada*. Recuperado em 16 de março, 2014, de <http://www.ibravin.org.br/identidade-demarcada>.

INPI - Instituto Nacional da Propriedade Industrial. (2013). *Indicações Geográficas Reconhecidas*. Recuperado em 23 de março, 2014, de [http://www.inpi.gov.br/images/docs/lista\\_com\\_as\\_indicacoes\\_geograficas\\_concedidas\\_-\\_31-12-2013.pdf](http://www.inpi.gov.br/images/docs/lista_com_as_indicacoes_geograficas_concedidas_-_31-12-2013.pdf).

INPI - Instituto Nacional da Propriedade Industrial. (2015). *Registros - Indicação Geográfica*. Recuperado em 08 de abril, 2015, de [http://www.inpi.gov.br/portal/artigo/registros\\_indicacao\\_geografica](http://www.inpi.gov.br/portal/artigo/registros_indicacao_geografica).

MAPA - Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. (2014). *Bebidas*. Recuperado em 15 de março, 2014, de <http://www.agricultura.gov.br/vegetal/qualidade-seguranca-alimentos-bebidas/bebidas>.

MAPA - Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. (2014). *Citrus*. Recuperado em 26 de julho, 2014, de <http://www.agricultura.gov.br/vegetal/culturas/citrus>.

MDIC - Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comercio Exterior. (2013). *Informativo da Secretaria de Comércio e Serviços*. Informativo SCS. Brasília, ano 7, n. 39, 28 fev. 2013.

MDIC - Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comercio Exterior. (2013). *Cachaça é reconhecida como produto brasileiro pelos EUA*. 27/03/2013. Recuperado em 19 de janeiro, 2014, de <http://www.desenvolvimento.gov.br/sitio/interna/noticia.php?area=5&noticia=12274>.

MTE - Ministério do Trabalho. (2014). *Classificação Brasileira de Ocupações*. Recuperado em 22 de julho, 2014, de <<http://www.mtecbo.gov.br/cbosite/pages/pesquisas/BuscaPorTituloResultado.jsf>>.

Oliver, G. (2012). *A mesa do mestre cervejeiro*. São Paulo: Senac.

OMC - Organização Mundial do Comércio. (2008). *TRIPS: Geographical Indications*. Recuperado em 14 de julho, 2014, de [http://www.wto.org/english/tratop\\_e/trips\\_e/gi\\_background\\_e.htm](http://www.wto.org/english/tratop_e/trips_e/gi_background_e.htm).

Pacheco, A. de O. (2010). *Manual do Bar*. São Paulo: Senac.

Reis, J.T. (2015). *Bebidas e Hospitalidade: produção científica no Brasil (2004 – 2012)*. Dissertação de Mestrado em Hospitalidade. Universidade Anhembi Morumbi.

Reis, J.T.; Novembre, M. & Rejowski, M. (2014). Estudo de bebidas na formação superior em Gastronomia: Realidade de dois cursos de tecnologia na Cidade de São Paulo. *XI Seminário da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo*.

Reis, J.T. & Rejowski, M. (2014). Valorização da cachaça no mercado e na formação profissional: Fator de competitividade do turismo brasileiro. In *Revista Turismo e Desenvolvimento*, V.5 (21/22), pp.103-105.

Rosa; Cosenza & Leão. (2006). *Panorama do Setor de Bebidas no Brasil*. BNDES Setorial, Rio de Janeiro. Recuperado em 28 abr 2013, de <http://raceadm3.nuca.ie.ufrj.br/BuscaRace/Docs/sesrosa4.pdf>.

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. (n.d.). *Mercado*. Recuperado em 10 jan 2014, de <http://www.sebrae.com.br/>.

SEBRAE - Serviço Nacional de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. (2013). *Informações de Mercado sobre café gourmet e orgânico*. Série Estudos Mercadológicos. Recuperado em 16 de jul 2014, de [http://bis.sebrae.com.br/GestorRepositorio/ARQUIVOS\\_CHRONUS/bds/bds.nsf/b12a2ea45fc51a93806e218524d08ba4/\\$File/4535.pdf](http://bis.sebrae.com.br/GestorRepositorio/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/b12a2ea45fc51a93806e218524d08ba4/$File/4535.pdf).

SENAD. Secretaria Nacional Antidrogas. (2005). *I levantamento nacional sobre os padrões de consumo de álcool na população brasileira*. Recuperado em 16 de março de 2014 de <[http://www.obid.senad.gov.br/portais/OBID/biblioteca/documentos/Dados\\_Estatisticos/populacao\\_brasileira/Padroes\\_consumo\\_alcool\\_populacao\\_brasileira/327716.pdf](http://www.obid.senad.gov.br/portais/OBID/biblioteca/documentos/Dados_Estatisticos/populacao_brasileira/Padroes_consumo_alcool_populacao_brasileira/327716.pdf)>.

Teixeira Jr., Cervieri Jr. e Galinari. (2014). *Perspectivas do investimento 2015-2018 e panoramas setoriais / Bebidas*. BNDES Setorial, Rio de Janeiro, 2014. Recuperado em 15 de janeiro de 2014 de <<https://web.bndes.gov.br/bib/jspui/>>.

WIPO - World Intellectual Property Organization. (n.d.). *Geographical Indications: an Introduction*. WIPO Publication No. 952(E). ISBN 978-92-805-2280-8. Recuperado em 14 de julho, 2014, de [http://www.wipo.int/export/sites/www/freepublications/en/geographical/952/wipo\\_pub\\_952.pdf](http://www.wipo.int/export/sites/www/freepublications/en/geographical/952/wipo_pub_952.pdf)

**Recebido: 5 jan 2015**

**Avaliado: mai 2015**

**Aceite: 29 jun 2015**