



**Análise do setor de água mineral e refrigerantes**  
*Forte crescimento atrai investimentos*

**Série de análises setoriais da TCP Partners**

**Divulgação autorizada**

**Ano: 2023**

**Acesse o site [www.tcp-partners.com](http://www.tcp-partners.com)**

### **Análises Setoriais da TCP Partners**

A **TCP Partners** é uma das principais empresas de M&A e Turnaround do mercado brasileiro, com escritório em São Paulo e abrangência nacional e internacional através da BTGGA.

A **TCP** possui uma equipe de análise setorial que cobre mais de 60 setores da economia com o objetivo de identificar oportunidades, tendências e desafios para os setores analisados e oferecer aos clientes inteligência para as suas decisões.

As informações divulgadas na **Análise do setor de água mineral e refrigerantes** e as suas fontes referenciadas estão disponíveis para consulta.

Acesse e cadastre-se no site da **TCP**: [www.tcp-partners.com](http://www.tcp-partners.com)

- Valor da produção de água mineral bate recorde em 2022..... 05
- Principais dados de mercado..... 08
- Comparativo da produção e do consumo..... 12
- Concentração do mercado de água mineral..... 14
- Principais tendências do setor..... 17

## Overview do setor

Historicamente o setor de envasamento de água mineral brasileiro é altamente pulverizado. Segundo dados da Agência Nacional de Mineração existem hoje no Brasil cerca de 700 licenças de exploração de água mineral.

A exploração de água mineral atingiu recorde histórico em 2022 do VPM - Valor da Produção Mineral - com R\$5,9 bilhões produzidos. Entre 2021 e 2022 o aumento foi de 25,5% e, no comparativo com 2010, início da série pesquisada a alta foi de 247,1% e o CAGR - taxa de crescimento anual composta, entre 2010 - 2022 foi de ~11,0%. Vale destacar que poucos setores da economia apresentaram crescimento tão robusto em sua produção num período de 12 anos.

O valor da produção de água mineral estadual é liderada por São Paulo que em 2022 foi de R\$1,8 bilhão, conforme dados da Agência Nacional de Mineração, isoladamente o estado é responsável por 30,5% do mercado nacional e teve crescimento de 1,1pp em relação ao ano de 2010.

A produção de água mineral atingiu 13,2 bilhões de litros em 2021 e representou um crescimento de 102,1% entre 2010 e 2021 e uma taxa de crescimento anual composta (CAGR) de 6,6% a.a. No sentido oposto, a produção de refrigerante teve uma queda de 25,1%, entre 2020 e 2021, enquanto que a taxa de crescimento anual composta foi de -2,6%.

Uma estratégia que a equipe de economia da TCP Partners avalia está ancorada nas oportunidades de consolidação de empresas regionais, que tiveram forte expansão desde 2010. Principais motores do crescimento:

- 1) Forte crescimento do consumo fora das principais capitais, ou seja, o interior descobriu a água mineral;
- 2) Hábitos de consumo de bebidas e alimentos saudáveis;
- 3) Mudanças climáticas tendem a impulsionaram o consumo de água envasada.

O Grupo Edson Queiroz é isoladamente o maior grupo de envase e comercialização de água mineral no Brasil. No seu portfólio estão marcas próprias e marcas licenciadas internacionais que atendem o público exclusivo e de alta renda.

***A equipe de economia deseja boa leitura e análise.***

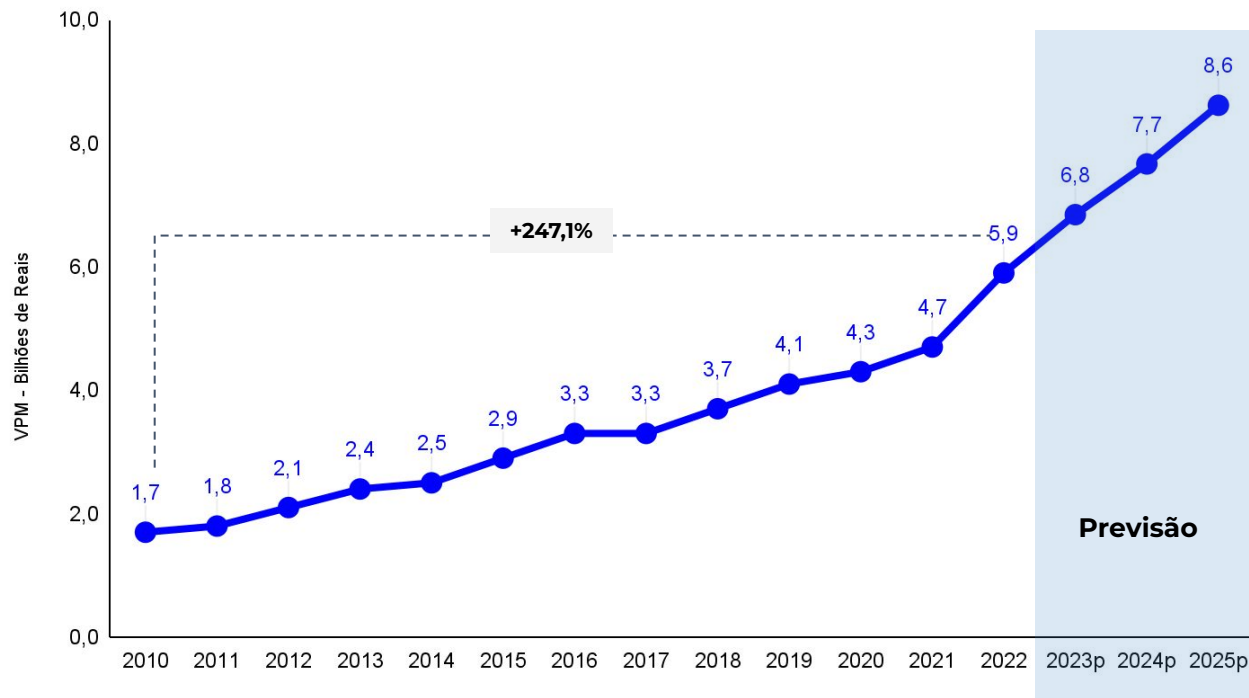
## Seção 1 Valor da produção de água mineral bate recorde em 2022

*Conheça a projeção do valor da produção*



## Gráfico: Água mineral - Valor da Produção Mineral

Em bilhões de reais / VPM



**Análise:** A exploração de água mineral atingiu recorde histórico em 2022 do VPM - Valor da Produção Mineral - com R\$5,9 bilhões produzidos.

Entre 2021 e 2022 o aumento foi de 25,5% e, no comparativo com 2010, início da série pesquisada a alta foi de 247,1%. O CAGR - taxa de crescimento anual composta, entre 2010 - 2022 foi de ~11,0%. Vale destacar que poucos setores da economia apresentaram crescimento tão robusto em sua produção num período de 12 anos.

De acordo com as projeções da TCP Partners, o valor da produção mineral - VPM - manterá crescente. Em 2025 é projetado um total de R\$8,6 bilhões e o crescimento acumulado entre 2023 e 2025, será de 44%.

# Valor da produção de água mineral estadual

**Análise:** O valor da produção de água mineral estadual é liderada por São Paulo que em 2022 foi de R\$1,8 bilhão, conforme dados da Agência Nacional de Mineração, isoladamente o estado é responsável por 30,5% do mercado nacional e teve crescimento de 1,1pp em relação ao ano de 2010. Em segundo vem o Rio Grande do Sul com 8,1%, com ~R\$500 milhões e que teve queda da participação nacional de 1,28pp. Um movimento importante entre 2010 e 2022 foi a participação dos demais estados, que em 2010 tinham participação de 26,5%, e em 2022 elevou-se para 46,6% (+20,14pp). O crescimento da produção e consumo de água foi geral na economia brasileira.

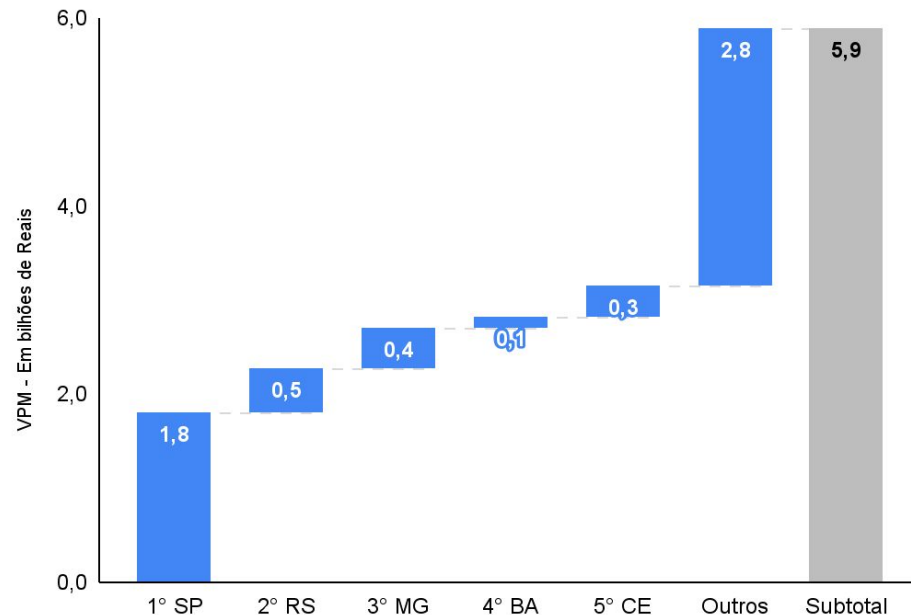
## Tabela: 5 maiores estados produtores de água mineral

Em bilhões de reais / VPM

Ano	1° SP	2° RS	3° MG	4° BA	5° CE	Outros
2010	29,4%	9,4%	8,8%	21,2%	4,7%	26,5%
2022	30,5%	8,1%	7,1%	2,0%	5,6%	46,6%
Var.pp	1,10	-1,28	-1,70	-19,14	0,89	20,14

## Gráfico: 5 maiores estados produtores de água mineral

Em bilhões de reais / VPM - 2022



## Seção 2

### Principais dados de mercado

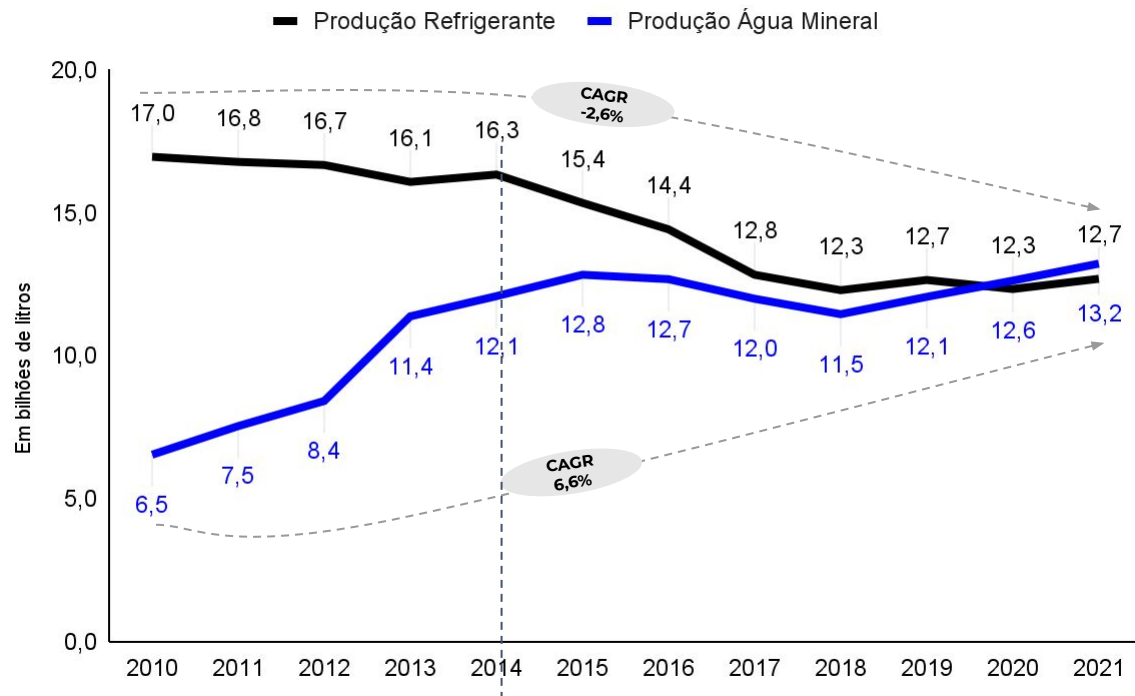
*Conheça os dados de mercado de água mineral e refrigerantes*





## Gráfico: Produção de água mineral e de refrigerantes

Em bilhões de litros



**Análise:** A produção de água mineral atingiu 13,2 bilhões de litros em 2021 e representou um crescimento de 102,1% entre 2010 e 2021 e uma taxa de crescimento anual composta (CAGR) de 6,6% a.a.

No sentido oposto, a produção de refrigerante teve uma queda de 25,1%, entre 2020 e 2021, enquanto que a taxa de crescimento anual composta foi de -2,6%.

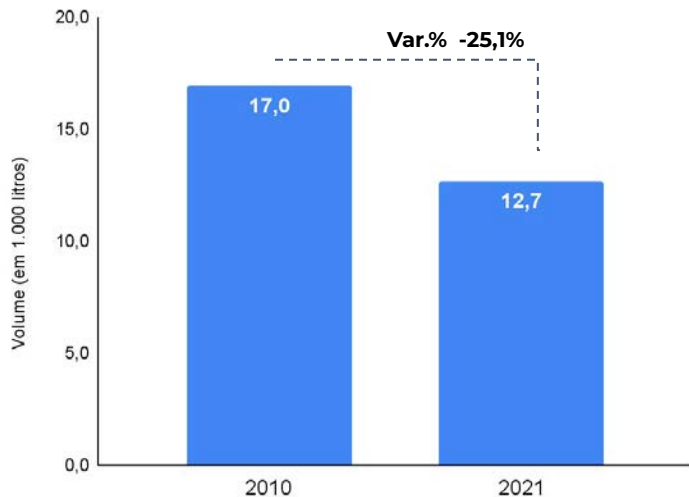
O consumo de bebidas saudáveis se tornou uma tendência devido a procura por hábitos saudáveis, e as evidências mostram que a desaceleração do consumo de refrigerantes se deu partir de 2015.

Em 2021, a Organização Pan-Americana da Saúde (OPAS) e a ACT Promoção da Saúde, divulgaram um relatório "*Tributação das bebidas adoçadas no Brasil*", sobre os impactos do consumo de refrigerantes para a saúde humana, como o aumento da obesidade e das diabetes.

**Análise:** O Brasil produziu em 2010 cerca de 17 bilhões de litros de refrigerantes de acordo com a ABIR, passados 11 anos o volume declinou para 12,7 bilhões, representando uma queda de 25,1% no período. O consumo *per capita* que chegou a ser de 88,9 litros em 2010, reduziu em 29,4 litros, ou seja, uma queda de 33,0%.

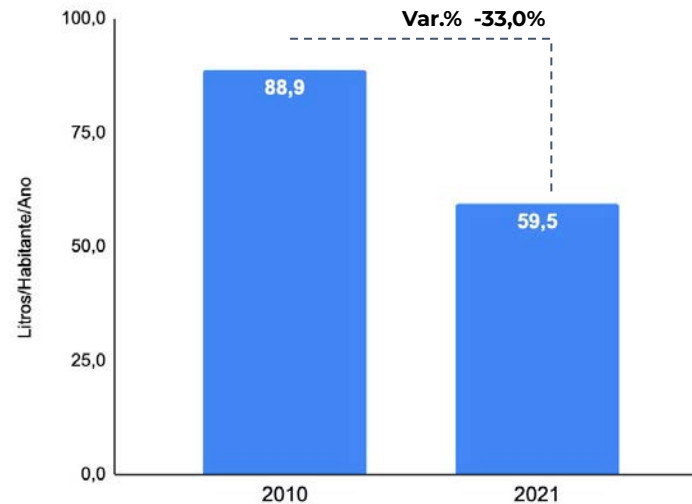
**Gráfico: Refrigerantes, volume produzido - 2010/2021**

Em bilhões de litros



**Gráfico: Refrigerantes, consumo per capita - 2010/2021**

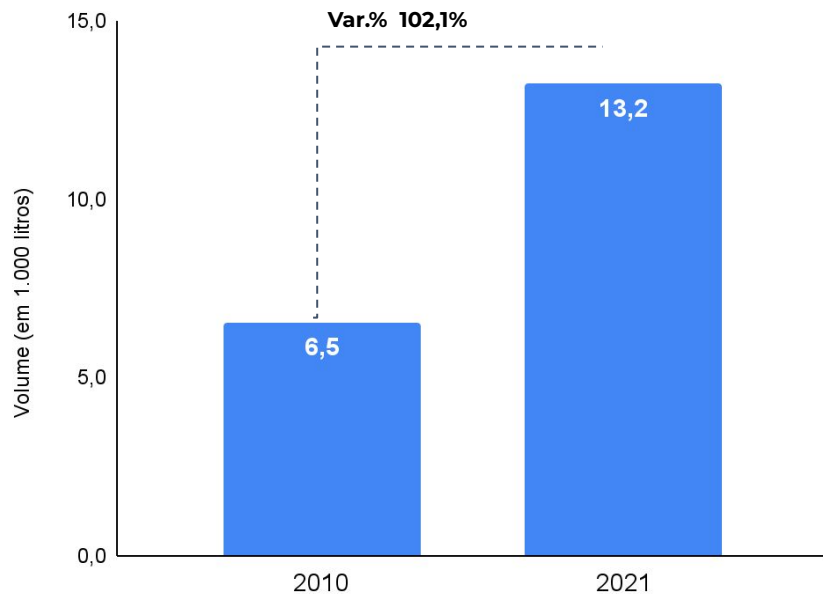
Litros/Habitante/Ano



**Análise:** Ancorado na busca por hábitos de consumos saudáveis, inferência extraída de observações do setor, o consumo *per capita* de água mineral atingiu 62 litros por pessoa, 28 litros a mais que o consumido em 2010 e representou alta de 80,8%. O volume produzido em 2021 atingiu 13,2 bilhões de litros, aumento de 102,1% no comparativo de 2010.

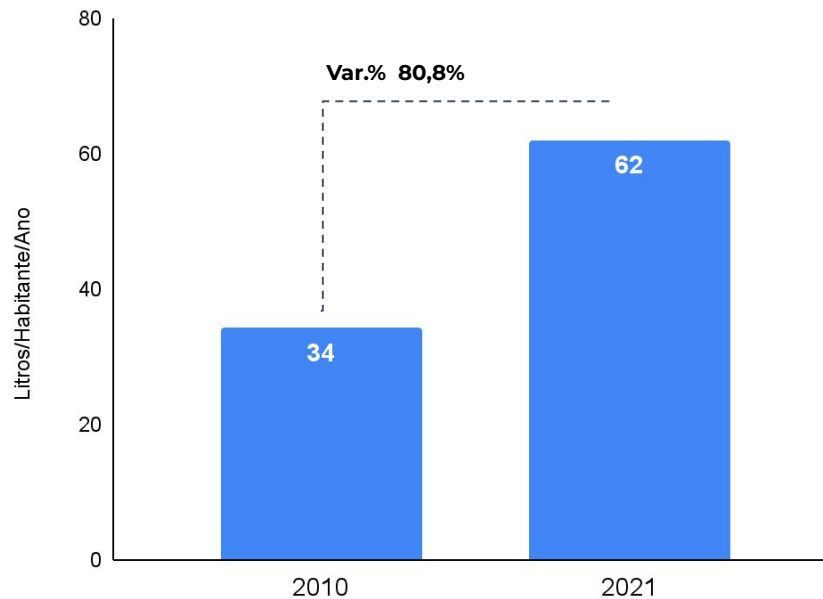
**Gráfico: Água mineral, volume produzido - 2010/2021**

Em bilhões de litros



**Gráfico: Água mineral, consumo per capita - 2020/2021**

Litros/Habitante/Ano



## Seção 3 Comparativo da produção e do consumo

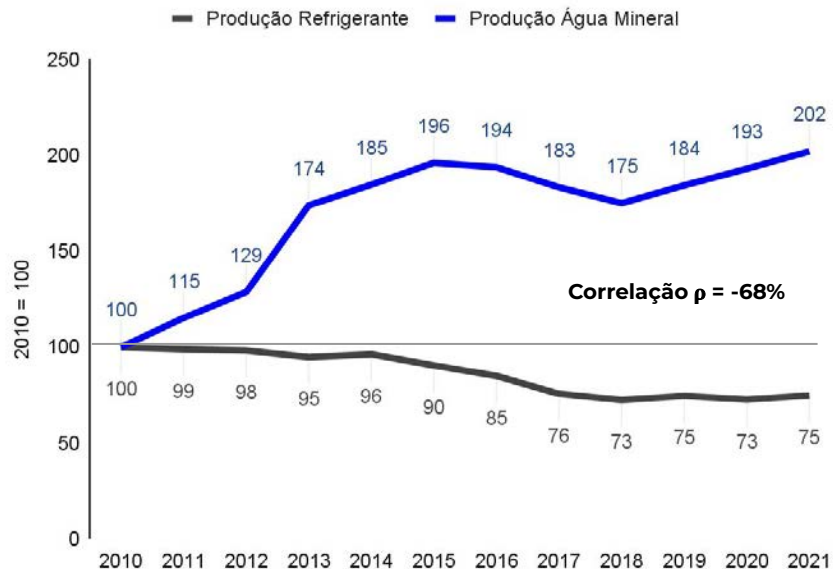
*Veja a análise da correlação e dos dados históricos*



**Análise:** A equipe de economia da TCP Partners calculou em base 100=2010 a produção e consumo de refrigerantes e água mineral para validar a tendência de cada segmento de bebida. Foi evidenciado uma correlação negativa entre a produção de refrigerante e água mineral de -68% e do consumo entre refrigerante e água mineral de -70%.

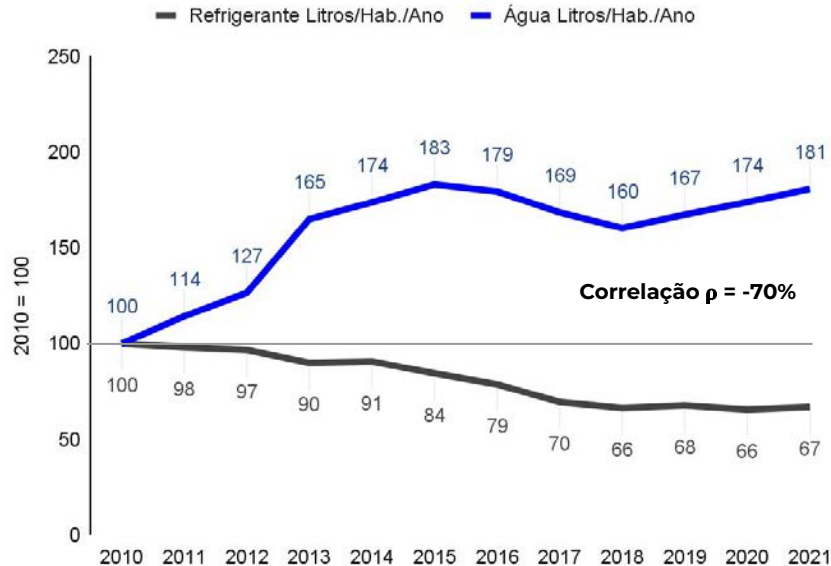
**Gráfico: Comparação produção refrigerante e água mineral**

2010 = 100



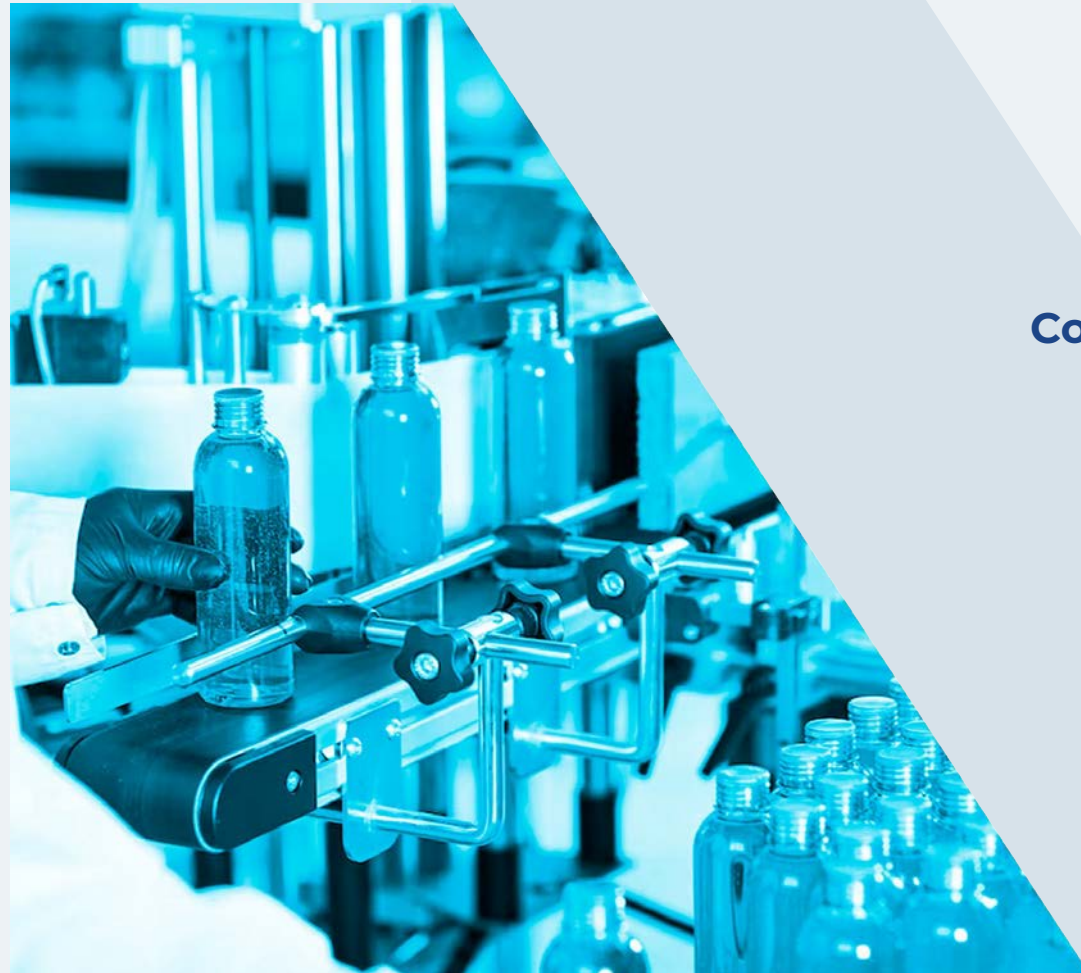
**Gráfico: Comparação consumo refrigerante e água mineral**

2010 = 100



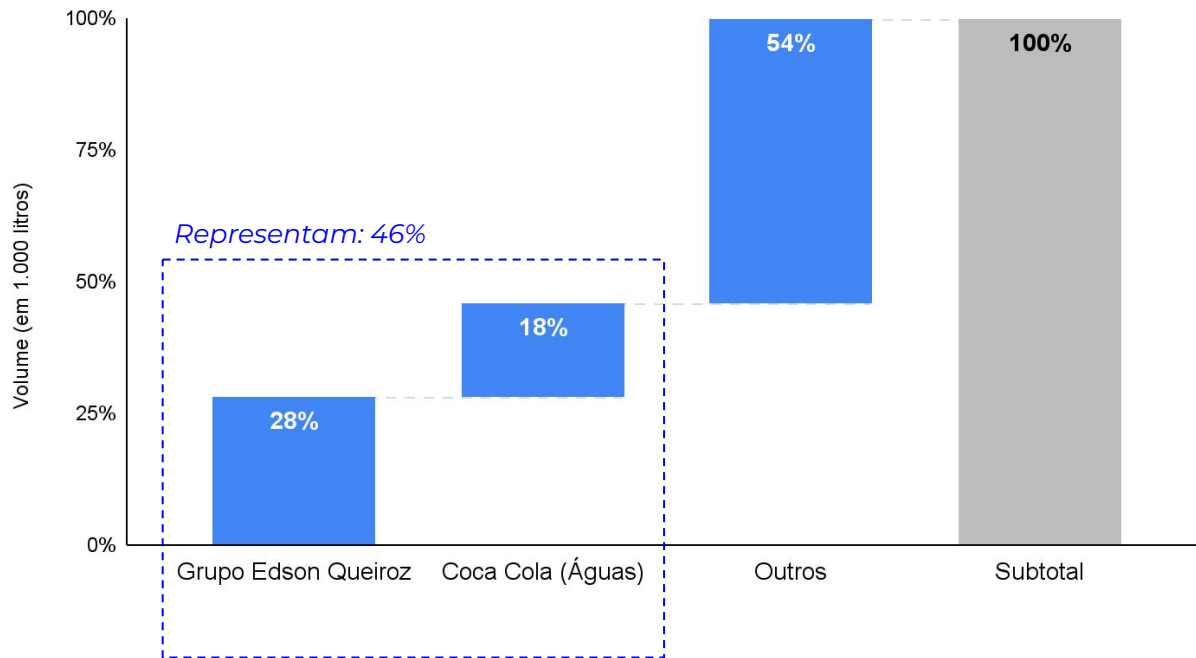
## Seção 4 Concentração do mercado de água mineral

*Veja os líderes do mercado brasileiro*



## Gráfico: Participação de mercado de água mineral

Em %, 2022



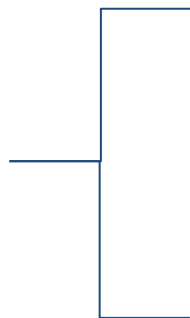
**Análise:** O mercado de água mineral brasileiro possui em torno de 700 empresas com licença para extração de água mineral. Do total das empresas em operação, o Grupo Edson Queiroz é responsável por 28%, seguido pelo Grupo Coca Cola com 18%, somados representam 46%, as demais empresas correspondem por 54%.

Uma estratégia que a equipe de economia da TCP Partners avalia está ancorada nas oportunidades de consolidação das empresas regionais, que tiveram expansão muito forte desde 2010, conforme analisado na seção 1.

Principais motores do crescimento:

- 1) Forte crescimento do consumo fora das principais capitais, ou seja, o interior descobriu a água mineral;
- 2) Hábitos de consumo de bebidas e alimentos saudáveis;
- 3) Mudanças climáticas tendem a impulsionaram o consumo de água envasada.

**Análise:** O Grupo Edson Queiroz é isoladamente o maior grupo de envase e comercialização de água mineral no Brasil. No seu portfólio estão marcas próprias e marcas internacionais licenciadas que atendem o público exclusivo e de alta renda.



indaiá  
Fonte de Saúde

CITRUS

REFRI



minalba  
Premium

minalba  
Sua melhor escolha

Leve  
nectar



ACQUA PANNA

perrier

S. PELLEGRINO



## Seção 5 Tendências do setor

*Veja as tendências do mercado brasileiro*



## Conheça as principais tendências do setor:

- 1. Mudanças climáticas:** Mudanças climáticas tendem a impulsionaram o consumo de água envasada devido a ocorrência de eventos extremos: secas extremas ou inundações que impactam nas operações de abastecimentos de cidades.
- 2. Embalagens sustentáveis:** Investimentos no desenvolvimento de embalagens sustentáveis e 100% recicladas, gramaturas reduzidas. Materiais que estão ganhando destaques são alumínio e cartonadas.
- 3. Hábitos saudáveis:** Devido a crescente procura por alimentação saudável e reduzida em açúcares a água mineral ultrapassou o consumo de refrigerantes em 2021 pela primeira vez da história do Brasil, e projeções apontam mais expansão nos próximos anos.
- 4. Consolidação do mercado via Fusões & Aquisições:** Os principais players do mercado estão adotando uma série de estratégias, incluindo fusões e aquisições, colaborações, lançamentos de produtos e expansão de produtos, por conta da captura da maior participação de mercado e da expansão de sua base de clientes em todo o mundo.
- 5. Gastos em publicidade:** Empresas regionais e nacionais têm desenvolvido estratégias de vendas de seus produtos fomentando patrocínios e investimentos significativos em publicidade.

# Obrigado

**Av. Pres. Juscelino Kubitschek, 1726 -Cj. 152  
- Vila Nova Conceição, São Paulo - SP,  
04543-000 Brasil  
+55 11 3062-8634 / +55 11 3045-1359  
[contato@tcp-partners.com](mailto:contato@tcp-partners.com)**