

DESEMPENHO GERAL DO SETOR



Apesar do crescimento de 17,3% na produção de bebidas não alcoólicas, em março de 2021, comparado com março de 2020, houve queda de 0,1% na produção de alimentos e de 1,2% na atividade dos grupos representados pela ABIAD, refletindo a interrupção do pagamento do auxílio emergencial e do desemprego. “

Fonte: PIM-PF IBGE

De acordo com dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), a produção industrial brasileira apresentou recuo de 2,4% em março de 2021, na comparação com fevereiro (com ajuste sazonal). No resultado daquele mês, observa-se que a retração ocorreu em 15, dos 26 ramos pesquisados. O setor industrial se encontra 16,5% abaixo do nível recorde alcançado em maio de 2011. Já no índice acumulado para janeiro-março de 2021 comparado a igual período do ano anterior, o setor industrial mostrou expansão de 4,4%, com resultados positivos em 20 dos 26 ramos e 65,3% dos 805 produtos pesquisados. No entanto, entre as seis atividades que apontaram contração na produção estão os produtos alimentícios (-3,6%) pressionados, em grande medida, pela menor fabricação de biscoitos e bolachas, açúcar refinado de cana-de-açúcar, tortas, bagaços, farelos e outros resíduos da extração do óleo de soja, farinha de trigo, carnes de bovinos frescas ou refrigeradas, arroz, massas alimentícias secas, óleo de soja em bruto e refinado, leite em pó, café torrado e moído, preparações e conservas de peixes, achocolatados em pó e carnes e miudezas de aves congeladas.

A retração da atividade do segmento de alimentos para fins especiais foi de 2,3%, medida pelo índice de consumo aparente calculado pela Websetorial para a ABIAD. E a atividade de fabricação de bebidas não alcoólicas mostra crescimento de 17,3% em março na comparação com março de 2020, mas acumula taxa negativa de 0,8% no trimestre. A queda na produção e nas vendas de alimentos refletem a interrupção do pagamento do auxílio emergencial, somada ao alto desemprego e à base mais forte de comparação do início de 2020, e contribuiu para os resultados descritos.

TABELA 1. Produção na indústria e vendas no comércio | em variação percentual | janeiro a março de 2021

Segmentos	No mês	No trimestre	12 meses
	Mar.21 / Mar.20	Jan. a mar. 21/ Jan. a mar. 20	Abr.20 a mar.21 / Abr.19 a mar.20
Produção			
Fabricação de produtos alimentícios	-0,1%	-3,6%	3,3%
Fabricação de produtos farmoquímicos e farmacêuticos	-1,7%	1,7%	2,4%
Fabricação de bebidas não alcoólicas	17,9%	-0,6%	0%
Vendas*			
Hipermercados, sup., produtos alimentícios, bebidas e fumo	9,9%	12,4%	15,1%
Artigos farmacêuticos, médicos, ortop., de perfumaria e cosméticos	10,6%	10,3%	7,9%
Consumo aparente			
1. Alimentos para fins especiais	-1,2%	-2,3%	0,6%
1.1 Concentrados de proteínas e outras prep. incluindo pós e gelatinas	-5,8%	-9,9%	6,5%
1.2 Complementos alimentares e sup. vitamínicos, + rest.de nutrientes e + funcionais	-5,7%	-3,1%	-3,7%
1.3 Vitaminas	13,7%	10,7%	6,4%
1.4 Alimentos para grupos populacionais específicos, gestantes, crianças e idosos	-13,2%	-14,4%	-5,3%
1.5 Ingestão controlada de açúcar	0,9%	-2,2%	3,5%
1.6 Adoçantes	-0,1%	8,5%	2,4%
2. Bebidas dietéticas ou de baixa calorias	17,3%	-0,8%	-1,5%

Fonte: PIM-PF - IBGE. | Elaboração: Websetorial.

TABELA 2 . Evolução do emprego no setor | em número e variação percentual | janeiro a março 2021

Emprego	Mar. 21	Dez. 20	Saldo das contratações	Variação %
			Mar. 21 (-) Dez. 20	Mar. 21 / Dez. 20
Alimentos especiais	158.986	157.156	1.830	1,2%
Fabricação de produtos alimentícios não especificados anteriormente	101.247	101.186	61	0,1%
Comércio atacadista especializado em produtos alimentícios não especificados	57.739	55.970	1.769	3,2%
Bebidas	73.122	74.758	-1.636	-2,2%
Fabricação de produtos alimentícios não especificados anteriormente	18.121	18.663	-542	-2,9%
Comércio atacadista especializado em produtos alimentícios não especificados	55.001	56.095	-1.094	-2,0%

Fonte: Caged/MTE e RAIS 2018. | Elaboração : Websetorial.

Importações do produtos do setor

Alimentos especiais

No acumulado de janeiro a março de 2021, as importações de “alimentos para fins especiais e congêneres” totalizaram US\$ 184,7 milhões e apresentaram crescimento de 2,6%, em relação ao mesmo período do ano anterior. Em 12 meses, o incremento foi de 0,4%.

Bebidas não alcoólicas

No primeiro trimestre de 2021, as importações de bebidas não alcoólicas recuaram 7,7%, em relação ao primeiro trimestre de 2020. Em valor, as importações no período em questão totalizaram US\$ 27,9 milhões ante US\$ 30,2 milhões em 2020. Em 12 meses, o recuo foi de 27,7%.

TABELA 3. Importações | em milhões de dólares e variação percentual | janeiro a março 2021

Segmentos	Ac. ano		Variação (%)	12 meses		Variação (%)
	Jan. a mar. 21	Jan. a mar. 20	Período	Abr.20 a mar.21	Abr.19 a mar. 20	12 meses
1. Alimentos para fins especiais	184,7	180,0	2,6%	688,7	686,0	0,4%
1.1 Concentrados de proteínas e outras preparações, incluindo pós e gelatinas	13,9	17,1	-18,5%	53,9	59,7	-9,6%
1.2 Complementos alimentares e sup. vitamínicos, + rest. de nutrientes e + funcionais	60,4	65,1	-7,1%	229,9	251,9	-8,7%
Complementos alimentares e suplementos vitamínicos	46,0	51,1	-10,1%	175,9	193,2	-8,9%
Alimentos para nutrição enteral	14,4	14,0	3,5%	54,0	58,7	-8,1%
1.3 Vitaminas	68,3	56,9	20,0%	245,4	221,4	10,8%
1.4 Alimentos para grupos populacionais específicos, gestantes, crianças e idosos	6,8	15,5	-56,2%	45,5	56,0	-18,7%
1.5 Ingestão controlada de açúcar	21,1	15,0	40,4%	70,7	55,5	27,3%
Balas e gomas de mascar sem açúcar	3,2	4,5	-30,6%	11,9	23,6	-49,4%
Achocolatados sem açúcar	17,9	10,5	71,3%	58,8	32,0	83,9%
1.6 Adoçantes	14,2	10,5	35,9%	43,3	41,6	4,1%
2. Bebidas dietéticas ou de baixa calorias	27,9	30,2	-7,7%	73,8	102,2	-27,7%

Fonte: PIM-PF - IBGE | Elaboração: Websetorial.

Impacto da pandemia sobre oferta, demanda e preços de embalagens em 2020-2021

TABELA 4. Demanda aquecida por embalagens no Brasil

Grupos e classes industriais	No mês Mar.21 / Mar.20	No trimestre Jan. a mar.21/ Jan. a mar. 20	12 meses Abr.20 a mar.21 / Abr.19 a mar.20
Fabricação de embalagens			
Fabricação de embalagens de papel, cartolina, papel-cartão e papelão ondulado	2,1%	5,7%	2,4%
Fabricação de embalagens de vidro	7,6%	-4,8%	-17,1%
Fabricação de embalagens de metal	11,0%	9,3%	1,5%
Fabricação de embalagens de plástico	8,8%	7,2%	7,9%

Fonte: PIM - PF | IBGE.

As principais indústrias usuárias de embalagens: as farmacêuticas e de limpeza, de alimentos e perfumaria apresentaram crescimento no ano passado, conforme aponta o estudo realizado pelo Instituto Brasileiro de Economia da Fundação Getúlio Vargas (Ibre/FGV) para a Associação Brasileira de Embalagem (Abre).

Segundo o presidente da Abre, Marcos Antônio de Barros, na pandemia, o auxílio emergencial foi o pilar central da possibilidade de consumo e trouxe para o mercado aqueles que estavam na margem e não consomem regularmente. Diante disso, a chegada dessa “nova” classe ao consumo, a substituição das refeições fora de casa por alimentos comprados no varejo tradicional e a aceleração do comércio eletrônico refletiram em maior demanda ao setor. A produção de embalagens é feita sob encomenda e novos pedidos praticamente cessaram entre o fim de março e abril de 2020, primeiro momento da crise desencadeada pela covid. Entretanto, no segundo semestre de 2020, a demanda de embalagens cresceu bem acima do esperado. Isso se refletiu na dilatação dos prazos de entrega, que permanecem distantes dos níveis normais. Se antes os pedidos eram atendidos diariamente ou em até 30 dias, hoje o prazo mínimo é de 30 dias e não há previsão de normalização antes do segundo trimestre. Segundo a Associação Brasileira de Embalagens em Papel (Empapel), os estoques de produtos acaba-

dos na indústria e no varejo, seguem abaixo dos níveis desejáveis, um indicativo de que a demanda seguirá aquecida no curtíssimo prazo.

Por outro lado, a pandemia pressionou os custos, cerca de 70% da fibra utilizada nas embalagens de papel é reciclada e as medidas de distanciamento social interromperam a coleta seletiva e afetaram a atividade de catadores e aparistas. Houve a retomada da operação nessas áreas, em 2021, mas ainda não no ritmo do pré-covid-19. Como resultado, o preço das aparas disparou. As fabricantes de embalagem, no entanto estão repassando o aumento de custos, mas com defasagem. Adicionalmente, há pressão ainda do câmbio e da valorização das *commodities*. O amido de milho, por exemplo, é usado na produção de cola para embalagens. O crescimento orgânico do mercado e a substituição de materiais de origem fóssil também contribuem para as perspectivas positivas do setor. O pagamento de novo auxílio em 2021, segundo Marcos Antônio, mesmo que menor, deve ter o mesmo efeito positivo sobre o consumo das famílias, ainda mais concentrado em alimentação fato que continuará a aquecer a demanda por embalagens no país.

No primeiro trimestre de 2021, a produção de embalagens, de papel, cartolina, papel-cartão e papelão ondulado, cresceu 5,7% segundo os dados do IBGE, demonstrando que a demanda continua aquecida.

O melhor ano no segmento de embalagens de papelão ondulado

Em 2020, a indústria de papelão ondulado viveu seu melhor ano. Enquanto o Produto Interno Bruto (PIB) nacional parece ter encolhido 4,5%, a produção de embalagens, de papel, cartolina, papel-cartão e papelão ondulado, cresceu 1,3% segundo os dados da produção física do IBGE. Cerca de 70% da produção de embalagens, considerando-se os diferentes tipos de materiais, é destinada a bens de abastecimento, com destaque para alimentos.

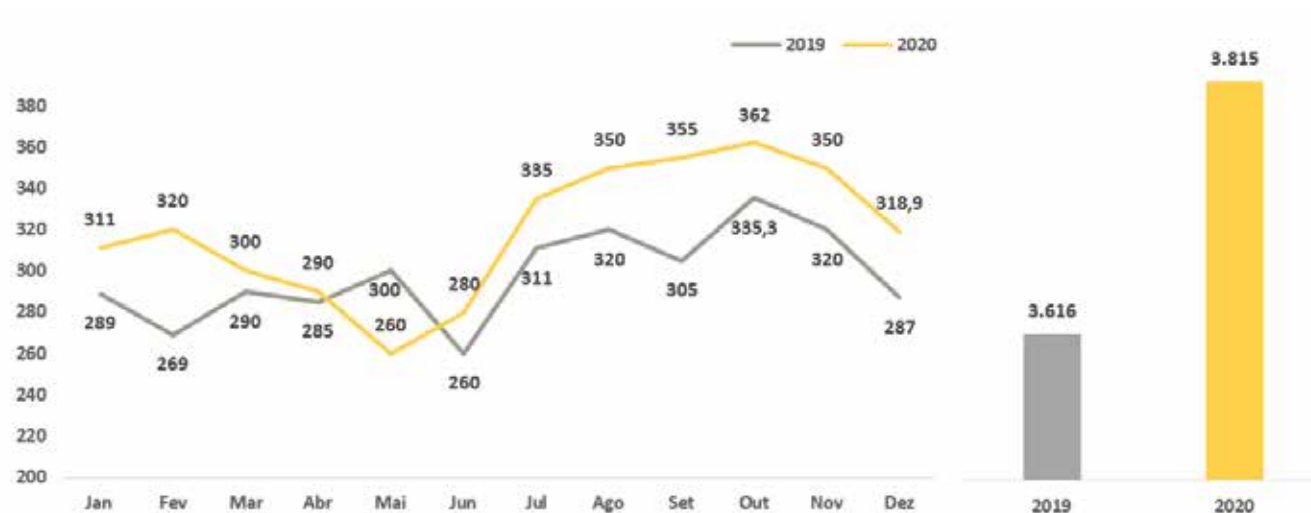
Nesse contexto, segundo a Empapel, as expedições de caixas, chapas e acessórios cresceram 5,5%, 3,8 milhões de toneladas em 2020.

O cenário foi turbinado pelo avanço do comércio eletrônico, que cresceu ainda mais com a pande-

mia de covid-19 e fortaleceu o consumo da chamada “embalagem de embalagem”. E o ritmo de expansão se manteve na virada para 2021. Usado no passado como embalagem de produtos da linha branca, o papelão havia perdido espaço para o plástico e o EPS (isopor), mas tem se recuperado ultimamente e já é usado para embalar refrigeradores, por exemplo.

A Empapel, projeta para 2021, expansão de 4,9% nas expedições de papelão ondulado, no cenário moderado, com altas de 5,2% no primeiro trimestre e de 13,9% no trimestre seguinte, segundo estudo da entidade em parceria com a Fundação Getulio Vargas (FGV) e o Instituto Brasileiro de Economia (IBRE).

GRÁFICO 1 . Expedição de caixas, acessórios e chapas | em mil toneladas



Fonte: Embrapa

Desorganização na cadeia de fornecimento

Os fabricantes de papéis e embalagens têm estendido o prazo de entrega por causa da desorganização na cadeia de suprimentos e da baixa disponibilidade de aparas de papel, desde o início da pandemia do coronavírus. Com as incertezas lançadas na economia pela covid-19 e o isolamento social, a partir do segundo trimestre de 2020, a demanda voltou a crescer, abruptamente e a níveis superiores aos vistos antes da pandemia, o que levou ao desequilíbrio do mercado. Já no fim do ano, a situação se agravou e hoje não há papel-cartão e maculatura em volume suficiente para atender às necessidades domésticas.

Segundo Flávio Marques Ferreira, dono da Embalagens Santa Inês, uma das maiores gráficas brasileiras do setor de embalagens, comprar alguns tipos de papéis tem sido um sacrifício, e, para driblar a escassez de caixas usadas no embarque de produtos já embalados, a solução tem sido pedir ao cliente a devolução da caixa para a reutilização.

A escassez de papéis usados em embalagens no país tem afetado a indústria gráfica brasileira, o que levou o setor a pleitear a redução emergencial do imposto de importação de quatro tipos de papéis. A Associação Brasileira da Indústria Gráfica (Abigraf Nacional) pede que as alíquotas de importação sejam zeradas ou reduzidas a até 2%, ante tarifas de 5% a 20% atualmente, a fim de evitar o desabastecimento de produtos de diversos segmentos (farmacêutico, alimentício, higiene, bebidas, eletrônicos, cosméticos etc).

O crescimento da demanda de papéis contribuiu para a forte alta de preços nos últimos meses. A valorização da celulose e a disparada das aparas de papel também justificam os reajustes aplicados pelos fabricantes desde meados do ano passado. No caso do papel maculatura, usado também no miolo de rolos de papel higiênico, a alta



supera 80%.

Segundo o presidente da Abigraf Nacional, Levi Ceregato, a solução mais rápida para a equalização da oferta é a redução temporária do imposto.

Os fabricantes de papéis reconhecem que a oferta se tornou apertada a partir do segundo semestre, quando a demanda doméstica, sobretudo de cartões, cresceu acima do esperado. Klabin, Suzano e Ibema, que tem a Suzano entre seus acionistas, são as três maiores fornecedoras de papel-cartão no país e já estão direcionando volumes maiores de produção para o mercado interno. Ainda assim, pedidos adicionais têm entrado na fila de espera, segundo as gráficas. Além da dificuldade de acesso a determinados tipos de embalagem, os preços subiram 29,1% em 12 meses até fevereiro de 2021. De acordo com a Abre, refletindo o encarecimento de matérias-primas, o real desvalorizado e a procura muito acima da média desde meados do ano passado encarecem as matérias-primas.

Escassez e encarecimento das resinas termoplásticas

As matérias-primas representam entre 60% e 70% do custo total das embalagens. Desde o início do ano passado, as principais resinas termoplásticas subiram mais de 100% no mercado doméstico, acompanhando as cotações internacionais e o câmbio. A situação mais crítica está na cadeia do plástico, mais especificamente no polipropileno (PP), que tem diferentes aplicações além do aumento dos preços, há falta de matéria-prima, diz o presidente da Associação Brasileira da Indústria do Plástico (Abiplast), José Ricardo Roriz Coelho. Para reduzir o risco de desabastecimento de PP nos próximos meses, a Braskem propôs ao governo a adoção de cota de importação, com redução da alíquota de 14%, a exemplo do que ocorreu com o PVC - para essa resina, a alíquota foi reduzida a 4% por três meses, com cota de 160 mil toneladas.

“Estamos negociando a cota para o segundo trimestre, quando pode haver ruptura”, afirmou o vice-presidente de Olefinas e Poliolefinas da Braskem na América do Sul, Edison Terra. A proposta foi apresentada pela petroquímica em reunião com a Secretaria Especial de Produtividade, Emprego e Competitividade (Sepec), do Ministério da Economia, no dia 24 de março de 2021, da qual participaram 16 associações de indústrias, entre as quais a Associação Brasileira da Indústria de Alimentos (Abia), que se queixaram da falta de embalagem.



Nesse período, o polietileno de baixa densidade (PEBD, muito usado em embalagens para alimentos) ficou R\$ 7.646 por tonelada mais caro, superando os R\$ 15.000 por tonelada.

O polipropileno (PP), por sua vez, teve acréscimo de preço de R\$ 6.826 por tonelada, segundo índices das consultorias ICIS e Platts.

Referências:

FONTES, Stella. Com auxílio emergencial, produção de embalagens cresce 0,5% em 2020. *Valor Econômico*, São Paulo, 18 mar. 2021. Disponível em <https://valor.globo.com/empresas/noticia/2021/03/18/com-auxilio-emergencial-producao-de-embalagens-cresce-05-em-2020.ghtml>. Acesso em 8 de maio 2021.

FONTES, Stella. Papelão ondulado tem melhor ano em 2020. São Paulo, 6, 7 e 8 de fev. de 2021. p. B5.

FONTES, Stella. Por falta de embalagens, gráficas veem risco de desabastecimento. São Paulo, 29 de janeiro de 2020. *Valor*. p.B1.

FONTES, Stella. Escassez de insumo persiste e embalagem fica 30% mais cara. Pandemia de covid-19 desorganizou a cadeia de suprimentos e prazos para entrega de embalagens superam os 30 dias atualmente. *Valor Econômico*. São Paulo, 29 mar. 2021. p. B5.

Relatório de mercado

Alimentos e suplementos alimentares

Desperdício de alimentos: Uma pesquisa realizada pela Organização das Nações Unidas (ONU) mostrou que em 54 países, no ano de 2019, foram para o lixo 931 milhões de toneladas de alimentos nas residências, no varejo, nos restaurantes e em outros serviços de alimentação, isso sem considerar etapas como produção no campo, armazenagem e distribuição. Esses alimentos desperdiçados seriam suficientes para oferecer três refeições por dia para 690 milhões de pessoas. A pesquisa ainda aponta que, em âmbito global, 121 quilos de alimentos *per capita*, em média, são desperdiçados por consumidores por ano nas etapas de varejo e de consumo de alimentos, sendo 74 quilos em casa. O Brasil exporta cerca de US\$ 100 bilhões por ano em *commodities* e é uma potência agroambiental que ainda convive com a fome. De acordo com o IBGE, cerca de 10,3 milhões de brasileiros enfrentam dificuldades para obter alimentos diariamente.

O Índice de Desperdício de Alimentos 2021, produzido pelo Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (PNUMA) e pela ONG britânica WRAP, integra os esforços das agências da ONU para reduzir pela metade o desperdício de alimentos até 2030. A Organização realizará em outubro de 2021 a Conferência de Sistemas Alimentares (Food Systems Summit), um fórum com chefes de Estado e autoridades globais, no qual cada Estado-membro foi convidado a definir um percurso nacional para atingir sistemas alimentares sustentáveis até 2030, de acordo com os objetivos de desenvolvimento sustentável da ONU. Fonte: BERALDO, Paulo. Mundo desperdiça 63 mil caminhões de alimentos a cada 24 horas. *O Estado de S. Paulo*, São Paulo, 18 mar. 2021. Disponível em: <https://internacional.estadao.com.br/noticias/geral,mundo-desperdica-63-mil-caminhoes-de-alimentos-a-cada-24-horas,70003651079>. Acesso em: 22 mar. 2021.

Alimentação saudável: Segundo o estudo realizado por pesquisadores da Coppe e da Faculdade de Administração e Ciências Contábeis da UFRJ, as classes médias brasileiras

valorizam a alimentação saudável, mas não têm acesso a ela, seja pela falta de tempo, pelo custo, seja pela influência da liderança de grandes marcas. A pesquisa demonstra que a maioria dos entrevistados aponta a necessidade de uma política nacional de incentivo a pequenos produtores e cooperativas que possibilite o aumento da produção e a redução de custos para facilitar que esses produtos possam chegar à mesa de maior número de brasileiros. O consumo de alimentos saudáveis cresceu na pandemia. Segundo a Euromonitor International, as vendas desses produtos atingiram R\$ 100 bilhões no país. Foi a maior cifra para essa categoria de alimentos desde 2006, quando esse segmento começou a ser monitorado pela consultoria. Já em relação a 2019, o avanço foi de 3,5%. Em estudo da RG Nutri, em parceria com a Tech Fit, em uma pesquisa junto a mil pessoas, descobriu-se que 78% delas começaram a ficar mais atentas à alimentação e à saúde e que 53% estavam buscando informação sobre a função dos alimentos. As novas demandas do consumidor por alimentos sustentáveis e o crescimento acelerado das startups do setor têm pressionado a indústria tradicional de alimentos a buscar caminhos mais rápidos para inovar. Um dos setores em que esse movimento é nítido é o de indústrias de carnes e de produtos lácteos, que têm lançado itens à base de plantas (*plantbased*), que imitam os de origem animal.

Fontes: GUIMARÃES, Ana Claudia. Classe média brasileira valoriza, mas não tem acesso à alimentação saudável. *O Globo*, Rio de Janeiro, 15 mar. 2021. Disponível em: <https://blogs.oglobo.com/ancelmo/post/classe-media-brasileira-valoriza-mas-nao-tem-acesso-alimentacao-saudavel.html>. Acesso em: 22 mar. 2021.

DE CHIARA, Márcia. Com pandemia, venda de alimento saudável cresce e já soma R\$ 100 bilhões. *O Estado de S. Paulo*, São Paulo, 17 mar. 2021. Disponível em: <https://economia.estadao.com.br/noticias/geral,com-pandemia-venda-de-alimento-saudavel-cresce-e-ja-soma-r-100-bilhoes,70003650394>. Acesso em: 23 mar. 2021.

Preços de alimentos: Em 2020, a retração econômica terá sido de 4% e 7% por causa da pandemia de covid-19. Nesse contexto, a alta demanda de alimentos despertou a inflação, o

preço das *commodities*, por exemplo, subiu 30% nas bolsas pelo mundo.

O item que mais teve aumento foi o óleo de soja, cerca de 103,8%, seguido do arroz, com 76,1%. Outros itens importantes da cesta básica também tiveram altas expressivas, como leite longa vida, frutas, carnes, batata-inglesa e tomate. O setor de alimentos e bebidas cresceu 14% e ajudou o agronegócio a seguir na contramão da crise provocada pela covid-19. A expectativa é de que o PIB do setor em 2020 tenha chegado a R\$ 1,7 trilhão, cerca de 9% a mais em comparação a 2019. Os aumentos nos preços dos alimentos impactam na economia, na qual, por exemplo, a inflação fechou 2020 com alta de 4,52%, maior valor desde 2016. Para os economistas, o despertar da inflação não aconteceu apenas pelo aumento do consumo de alimentos mas também pelo crescimento das exportações e pela pressão do câmbio. A inflação de alimentos costuma ser temporária, transitória, ou seja, por uma quebra de safra, um choque cambial, o preço aumenta, mas aí, no ciclo seguinte, uma nova safra acomoda esses preços, que voltam à sua trajetória de equilíbrio. Isso é o que deve acontecer com um pouco mais de demora, segundo Felipe Serigati, economista da FGV-Agro.

Fonte: PETRIN, Antônio. Pandemia puxa consumo de alimentos e preços sobem 30% em 2020. *Canal Rural*, São Paulo, 26 fev. 2021. Disponível em: <https://www.canalrural.com.br/programas/informacao/mercado-e-cia/pandemia-consumo-alimentos-precos-inflacao/>. Acesso em: 24 mar. 2021.

Renda e consumo de alimentos: Em 2020, os brasileiros aumentaram o consumo de alimentos em casa, e os mais pobres conseguiram colocar uma quantidade maior de comida no prato. O consumo em volume de itens nos domicílios de todas as faixas de renda cresceu 4% em relação a 2019. Entretanto, nos lares das famílias das classes D e E, o avanço foi o dobro, de 8%, segundo a consultoria Kantar. O aumento do consumo nessa faixa de renda veio do auxílio emergencial, que injetou cerca de R\$ 300 bilhões na economia em 2020. Segundo o IBGE, por exemplo, cerca de 70% das classes D e E, com renda familiar de até R\$ 2,6 mil, receberam o benefício. Isso provocou um salto na receita dessa faixa da população, que gasta quase 25% do que ganha com alimentação.

As classes D e E passaram a incluir itens que não faziam parte de seu cardápio, como presunto e apresuntados, que passaram a ser consumidos por 8,5 milhões de famílias, e o requeijão, que passou a ser consumido por 5,1 milhões de famílias. O gasto médio de todos os brasileiros que receberam auxílio aumentou 16% com esses itens, mesmo assim os que não receberam destinaram 13% a mais. Segundo a Associação Paulista de Supermercados (Apas), as vendas nos supermercados já estão sentindo a interrupção do pagamento do auxílio emergencial. Nos mercados paulistas, por exemplo, em janeiro a receita caiu cerca de 0,2% em relação a janeiro de 2020. A ausência do auxílio emergencial nos dois primeiros meses do ano, somada ao alto desemprego e à base mais forte de comparação do início de 2020, contribuiram para o recuo dos números. Há redes que registram no mês de março de 2021 queda superior a 5% no valor médio das compras ante o final de 2020. Fonte: DE CHIARA, Márcia. Com auxílio, consumo de alimentos por mais pobres cresce 8% em 2020. *O Estado de S. Paulo*, São Paulo, 7 mar. 2021. Disponível em <https://economia.estadao.com.br/noticias/geral/com-auxilio-consumo-de-alimentos-por-mais-pobres-cresce-8-em-2020,70003638721>. Acesso em: 23 mar. 2021.

Massas e biscoitos: Segundo a Associação Brasileira das Indústrias de Biscoitos, Massas Alimentícias e Pães & Bolos Industrializados (Abimapi), o consumo de pães e massas aumentou em 15% a demanda por trigo no Brasil durante a pandemia. A produção também seguiu a trajetória de crescimento, em novembro, quando a safra já estava se aproximando do seu fim. A colheita de trigo no Paraná, maior produtor do Brasil, chegou a 3,5 milhões de toneladas em uma área de 1,12 milhão de hectares.

A comercialização do produto alcançou 72% da produção, maior porcentagem dos últimos 15 anos para o mês de novembro, aponta o levantamento do Departamento de Economia Rural (Deral), da Secretaria da Agricultura e Abastecimento.

A Herança Holandesa – linha de farinhas de trigo da Unium, marca institucional das indústrias das cooperativas Frísia, Castrolanda e Capal – fechou o ano de 2020 com faturamento de R\$ 211 milhões, com crescimento de 31% em comparação a 2019. A marca investiu R\$ 756 mil nos produtos,

mesmo com os desafios da crise econômica da covid-19. O coordenador de negócios do moinho de trigo da Unium, Cleonir Ongaratto, afirma que a produção não foi interrompida para garantir que todos os clientes fossem atendidos e que os supermercados estivessem abastecidos.

Fonte: MACHADO, Ana Paula. Pandemia eleva uso de remédios para ansiedade e de vitaminas. *Valor*, São Paulo, 19 de junho de 2020, B1.

Cacau e chocolates

Plantação de cacau: A Tropical Forest Alliance (TFA) está costurando um acordo entre Brasil, Colômbia e Peru para o desenvolvimento da marca Cacau Sustentável da Amazônia, para ser anunciada na COP26. Segundo a TFA, o cacau produzido na Amazônia pode ser vendido com preços mais elevados e maior valor agregado. Além do aspecto da sustentabilidade, o cacau é nativo da região amazônica – bioma em que há a maior diversidade genética da fruta, o que implica variedade de espécie e sabores. Práticas agrícolas também podem agregar valor à produção.

A Organização Internacional do Cacau (ICCO) estima que a produção de cacau deve atingir 4,84 milhões de toneladas na safra 2020/2021, alta de 2,5% ou 117 mil toneladas a mais do que na temporada 2019/2020. O aumento é explicado pelo incremento na oferta de cacau da Costa do Marfim e de Gana, maiores produtores mundiais da *commodity*, onde a colheita deve começar em abril. As condições climáticas favoráveis melhoraram o rendimento das plantações em ambos os países.

Na safra 2019/2020, a produção brasileira de cacau registrou forte recuperação, puxada por avanços no Pará e na safra principal da Bahia. Segundo dados da TH Consultoria, sediada em Salvador, a colheita somou 201,3 mil toneladas, com crescimento de 14,6%, e superou a estimativa da (ICCO).

Fontes: MALISZEWSKI, Elisa. Produção global de cacau deve crescer. *Agrolink*, 8 mar. 2021. Disponível em: https://www.agrolink.com.br/noticias/producao-global-de-cacau-deve-crescer_446998.html. Acesso em: 22 mar. 2021.

SOUZA RAMOS, Camila. Brasil, Colômbia e Peru podem apresentar marca Cacau Sustentável da Amazônia na COP26. *Valor Econômico*, São Paulo, 4 mar. 2021. Disponível em: <https://valor.globo.com/agronegocios/noticia/2021/03/04/>

[brasil-colombia-e-peru-podem-apresentar-marca-cacau-sustentavel-da-amazonia-na-cop26.ghtml](https://valor.globo.com/agronegocios/noticia/2021/03/04/brasil-colombia-e-peru-podem-apresentar-marca-cacau-sustentavel-da-amazonia-na-cop26.ghtml). Acesso em: 22 mar. 2021.

Venda de chocolates na Páscoa: Segundo a Neotrust, empresa de inteligência de mercado focada no varejo *on-line*, o comércio digital faturou R\$ 45 milhões com venda de ovos de Páscoa, em que foram comercializados cerca de 340 mil ovos de Páscoa, montante 52% maior em relação ao ano anterior. Os gastos com chocolate, porém, caíram 15%, o tíquete médio foi de R\$ 132,00.

O Indicador da Serasa Experian de Atividade do Comércio – Páscoa mostra que a venda nacional no varejo físico cresceu 1,9% durante a semana santa, de 29 de março a 4 de abril. A ligeira alta acontece em relação ao índice negativo registrado ano passado (6 a 12 de abril de 2020), que chegou a 23,8%, o pior resultado de toda a série histórica, iniciada em 2007.

Fonte: BRANDÃO, Raquel. Venda *on-line* de ovos de Páscoa cresce 79%, diz Neotrust. *Valor Econômico*, São Paulo, 6 abr. 2021. Disponível em <https://valor.globo.com/empresas/noticia/2021/04/06/venda-on-line-de-ovos-de-pascoa-cresce-79percent-diz-neotrust.ghtml>. Acesso em : 06/05/2020

AUGUSTO, Lucas. Vendas na semana de Páscoa crescem 1,9%, diz Serasa Experian. Disponível em <https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2021-04/vendas-na-semana-de-pascoa-crescem-19-diz-serasa-experian>. Acesso em 6 de maio de 2021.

Lácteos

Produtos saudáveis: A nova marca da Vigor chegou aos mercados em março de 2020, a chamada Viv, e é resultado de mais de R\$ 35 milhões em investimentos. A nova marca faz parte da iniciativa da Vigor em atender o consumo de produtos saudáveis que vem crescendo no país. Inicialmente serão reunidas sete linhas de iogurtes “saudáveis e sustentáveis”, um deles, por exemplo, leva poucos ingredientes e é acondicionado num recipiente de papel, o que deve economizar 15 mil quilos de plástico por ano em embalagem. O outro é um iogurte búlgaro, fermentado na própria embalagem e que se aproxima de um produto caseiro. Segundo o presidente da Vigor, Luís Gennari, a Vigor ainda planeja incluir queijos e outros lácteos sob a nova marca de produtos saudáveis.

Fonte: DE CHIARA, Márcia. Vigor cria marca ‘sustentável’ de

olho em mudança de hábito do brasileiro. *O Estado de S. Paulo*, São Paulo, 17 mar. 2021. Disponível em: <https://economia.estadao.com.br/noticias/geral,vigor-cria-marca-sustentavel-de-olho-em-mudanca-de-habito-do-brasileiro,70003650406>. Acesso em: 23 mar. 2021.

Bebidas

Sucos: A líder no mercado de sucos naturais no Brasil, a Natural One, está investindo R\$ 6 milhões para começar a extrair os sucos de laranja e de limão diretamente na fábrica da empresa, localizada em Jarinu, São Paulo. O montante será destinado à ampliação da planta, à compra de novos equipamentos e às novas contratações. De acordo com a empresa, eles já triplicaram o número de extratoras, instalaram um homogeneizador e uma nova rampa de descarregamento, entre outras iniciativas.

Segundo Uira Soares, head industrial, de qualidade e P&D da Natural One, “com a extração interna será reduzido o tempo de estocagem e transporte do suco, controlamos e selecionamos todo o processo, desde a fazenda até o enchimento da garrafa.”

Na safra 2020/2021, a produção total de laranja deve ser 32% menor em relação a 2019, segundo estimativa da Associação Nacional dos Exportadores de Sucos Cítricos (CitrusBr). Os estoques físicos de suco de laranja brasileiro estão projetados para chegar a 30 de junho deste ano, data que marca a passagem de safra, em 272,9 mil toneladas, o que representa 42% abaixo do que foi registrado no ano passado. Segundo Ibiapaba Netto, diretor-executivo da CitrusBr, a queda da safra é resultado de um ano de produção menor pela própria natureza da atividade, agravada por uma seca muito forte que aconteceu no cinturão citrícola do estado de São Paulo e do Triângulo Mineiro no segundo semestre do ano passado.

Fontes: OLIVEIRA, Henrique. CitrusBr projeta queda de 32% na produção de suco de laranja na safra 2020/21. *Nação Agro*, 1º mar. 2021. Disponível em: <https://www.nacaoagro.com.br/noticias/citrusbr-queda-de-32-producao-suco-de-laranja-safra-2020-21/>. Acesso em: 23 mar. 2021.

FERNANDEZ, Vitória. Natural One investe R\$ 6 milhões para começar a extrair sucos direto da fábrica. *Money Times*, 10 mar. 2021. Disponível em: [https://www.moneytimes.com.br/natural-one-investe-r-6-milhoes-para-comecar-a-extrair-sucos-direto-](https://www.moneytimes.com.br/natural-one-investe-r-6-milhoes-para-comecar-a-extrair-sucos-direto-da-fabrica/)

[da-fabrica/](#). Acesso em: 23 mar. 2021.

Microcervejarias: Algumas microcervejarias, nos últimos meses, têm lançado bebidas de outras categorias, como sidras e drinques enlatados.

A ideia, contam os empreendedores, é apostar em inovação e em novos públicos, consumidores de cerveja ou não. A microcervejaria Boldine, por exemplo, pretende emplacar no mercado 11 categorias diferentes até o fim de 2021, como drinques em lata, soda, chá, energético, *cold brew* (café extraído a frio) e uma linha *wellness* de produtos saudáveis.

Fonte: GINAK, Letícia. Cervejarias miram novos mercados com bebidas além da cerveja. *O Estado de S. Paulo*, São Paulo, 11 fev. 2021. Disponível em: <https://pme.estadao.com.br/noticias/geral,cervejarias-miram-novos-mercados-com-bebidas-alem-da-cerveja,70003612155>. Acesso em: 24 mar. 2021.

Produção de oxigênio pela Ambev: A Ambev transformou uma parte de sua Cervejaria Colorado, em Ribeirão Preto, no interior paulista, para produzir e envasar oxigênio hospitalar num esforço para combater a pandemia de covid-19. Serão produzidos diariamente cerca de 120 cilindros de 10 metros cúbicos, volume suficiente para manter até 166 pessoas por dia com oxigênio. Os cilindros serão doados para unidades de saúde em situação crítica de estoque de oxigênio.

No quarto trimestre de 2020, o lucro líquido da Ambev foi de R\$ 6,9 bilhões, o que representa um crescimento de 63,3% em relação ao mesmo período do ano anterior. Os resultados, segundo a companhia, foram impactados positivamente por R\$ 4,3 bilhões de créditos tributários extemporâneos, decorrentes da decisão do Supremo Tribunal Federal de 2017 pela inconstitucionalidade da inclusão do ICMS na base de cálculo do PIS e da Cofins. No período de carnaval, a cervejaria Ambev anunciou a criação de uma plataforma *on-line* que dará auxílio de até R\$ 255 para ambulantes, uma das categorias mais afetadas pelo cancelamento dos blocos de rua e das festas de carnaval no país. O aplicativo chamado “Ajude um ambulante” prevê apoiar cerca de 20 mil profissionais.

Fontes: BRANDÃO, Raquel. Ambev transforma cervejaria para produzir e envasar oxigênio hospitalar. *Valor Econômico*, São Paulo, 22 mar. 2021. Disponível em: <https://valor.globo.com/empresas/noticia/2021/03/22/ambev-transforma-cervejaria->

para-produzir-e-ensasar-oxigenio-hospitalar.ghtml. Acesso em: 23 mar. 2021.

AMBEV tem lucro de R\$ 6,9 bi no 4º tri. Beneficiada por créditos tributários. *O Estado de S. Paulo*, 25 fev. 2021. Disponível em: <https://investidor.estadao.com.br/ultimas/ambev-tem-lucro-de-r69-bi-no-4o-tri-beneficiada-por-creditos-tributarios/>. Acesso em: 24 mar. 2021.

AMBEV cria plataforma online para dar auxílio de até R\$ 255 para ambulantes no período do carnaval. *O Estado de S. Paulo*, São Paulo, 9 fev. 2021. Disponível em: <https://economia.estadao.com.br/noticias/geral,ambev-cria-plataforma-online-para-dar-auxilio-de-ate-r-255-para-ambulantes-no-periodo-do-carnaval,70003611161>. Acesso em: 24 mar. 2021.

Fusões e aquisições

A Mondelez concordou em comprar a marca inglesa de produtos nutritivos Grenade, que produz a Carb Killa, que, segundo a empresa, é a barrinha de proteína mais vendida no Reino Unido desde 2016. O negócio avalia a Grenade em cerca de £ 200 milhões (US\$ 277 milhões). A transação chega dois anos depois de a Mondelez ter comprado a Perfect Snacks, dos Estados Unidos, que fabrica barras de proteína refrigeradas, por US\$ 284 milhões.

Fonte: EVANS, Judith. FT: Mondelez compra fatia da Lion Capital na Grenade, avaliada em 200 milhões de libras. *Valor Econômico*, São Paulo, 22 mar. 2021. Disponível em: <https://valor.globo.com/empresas/noticia/2021/03/22/ft-mondelez-compra-fatia-da-lion-capital-na-grenade-avaliada-em-200-milhes-de-libras.ghtml>. Acesso em: 22 mar. 2021.

Distorções nos dados setoriais de emprego

A coleta de dados de emprego está sendo afetada pela pandemia do novo coronavírus, o que dificulta demonstrar a realidade do mercado de trabalho. Os dados sobre a geração de vagas com carteira assinada, captados pelo Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (Caged) do

Ministério da Economia, por exemplo, estariam superestimados pela falência e hibernação de empresas durante a crise sanitária, visto que teriam deixado de informar os desligamentos de funcionários. A mudança na metodologia de coleta de dados também tem levado a revisões de informações de meses anteriores, que alteram o desempenho do saldo entre admissões e demissões. No chamado Novo Caged, passaram a ser contabilizados contratos de trabalhadores temporários, de jornadas parciais de trabalho e de pessoas contratadas por microempresários enquadrados do Simples Nacional, que possuem até um empregado. Segundo os dados do Caged em janeiro de 2021, existiam cerca de 39,623 milhões de empregos formais no país, 255 mil vagas a mais que no mesmo mês de 2020. Entretanto nos dados da Pnad Contínua para o trimestre encerrado em janeiro de 2021, mostram uma extinção de 3,918 milhões de vagas com carteira assinada no setor privado ante o mesmo período do ano anterior. Na Pnad, a população em idade ativa, com 14 anos ou mais, teve alta recorde de 2,8% no período, 4,876 milhões de pessoas a mais em um ano.

Segundo o pesquisador Daniel Duque, do Ilbre/FGV, o Caged está bem mais descolado do desempenho do Produto Interno Bruto (PIB) que a Pnad Contínua, o que mostra que pode estar superestimado; no entanto, a atividade econômica está um pouco acima do que mostra a Pnad Contínua. Diante disso, talvez a realidade (do mercado de trabalho) esteja entre o que mostra o Caged e a Pnad Contínua.

Fonte: AMORIM, Daniela; SILVA, Maria Regina. Economistas veem defasagem em dados do emprego. *O Estado de S. Paulo*, São Paulo, 9 abr. de 2020. P. B4.



Boletim Econômico ABIAD

Edição nº 18 | Maio de 2021

Elaboração: Websetorial Consultoria Econômica

www.websetorial.com.br