



CONJUNTURA ECONÔMICA E SEUS IMPACTOS SOBRE O SETOR DE ALIMENTOS

CENÁRIO EXTERNO

“ O aumento do rendimento dos trabalhadores contribuiu para o crescimento de 6,3% no mercado de alimentos para fins especiais no primeiro trimestre de 2023 ”

Fonte: PIM-PF IBGE| Comex Stat

Na economia internacional, o primeiro trimestre de 2023 foi marcado pela inflação ainda elevada, aperto monetário para contê-la, fortes incertezas decorrentes da turbulência no setor bancário (caso Credit Suisse) e intensificação da fragmentação geopolítica e econômica global.

Ao final do primeiro trimestre de 2023, o Fundo Monetário Internacional (FMI) revisou para baixo as previsões de crescimento para a economia global, de 2,8% em 2023, abaixo dos 3,4% de 2022 e dos 2,9% previstos em janeiro deste ano. Segundo o FMI, a atual inflação persistentemente elevada pode obrigar os bancos centrais a manter as taxas de juros mais altas por mais tempo e ampliar os riscos à estabilidade financeira global. A fragilidade vem de desacelerações na Zona do Euro, que terá crescimento de 0,8% em 2023, ante +3,5% em 2022; EUA +1,6%, ante 2,1%. Por outro lado, a previsão é de crescimento elevado, de 5,2% para a China, ante 3% em 2022. No tocante aos países em desenvolvimento, muitos deles estão com problemas de crédito e falta de espaço fiscal para negociar.

O fraco crescimento torna a renda per capita quase estagnada, o que afeta o desempenho das empresas.

CENÁRIO DOMÉSTICO

Com a sinalização de retrocessos nas reformas e regras do jogo em áreas como energia, saneamento e gestão macroeconômica, o contexto foi de desaceleração da atividade econômica brasileira no primeiro trimestre do ano. Nesse período, houve, ainda, desaceleração do ritmo das contratações no mercado de trabalho, ampliação do endividamento de empresas e de famílias, com isso a necessidade de manutenção da taxa de juros em patamar elevado para conter a inflação, apesar do bom desempenho da agricultura.

Emprego: No primeiro trimestre de 2023, o mercado de trabalho brasileiro exibiu sinais de perda de dinamismo. De acordo com o Novo Caged (Cadastro Geral de Empregados e Desempregados), o emprego celetista no Brasil apresentou geração de 526.173 vagas, ante 546.901 no mesmo trimestre de 2022 (-3,8%).

Rendimento: Apesar da desaceleração no ritmo das contratações, os rendimentos estiveram em alta no trimestre. De acordo com a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD), o rendimento médio real de todos os trabalhos habitualmente recebido por mês, pelas pessoas de 14 anos ou mais, ocupadas na semana de referência, com rendimento de trabalho, foi de R\$ 2.288, em março de 2023, o que representou para o trimestre de janeiro a março de 2023 um aumento de 7,4% em relação ao mesmo período de 2022.

ATIVIDADE INDUSTRIAL

No Brasil: A Pesquisa Industrial Mensal – Produção Física (PIM-PF) do IBGE, revelou que em mar-

ço de 2023, a produção industrial nacional cresceu 1,1% frente a fevereiro, na série com ajuste sazonal. Na comparação com março de 2022, na série sem ajuste sazonal, houve crescimento de 0,9%. Com isso, o acumulado no ano foi de -0,4%, ao passo que o acumulado nos últimos 12 meses ficou estável (0,0%). Apesar do resultado positivo em março, a produção industrial continua sob forte impacto da política monetária apertada e da desaceleração global. Ainda de acordo com o IBGE, houve retração de 16,6% na produção brasileira de Instrumentos e materiais para uso médico, odontológico e artigos ópticos no primeiro trimestre de 2023 (Tabela 1).

Nos segmentos ABIAD: O aumento do rendimento dos trabalhadores, contribuiu para o crescimento de 6,3% no mercado de alimentos para fins especiais no primeiro trimestre do ano. O mercado é medido pelo índice de consumo aparente calculado pela Websetorial para a ABIAD, que leva em conta a produção doméstica e as importações e desconta as exportações.

Perspectivas: Na análise do primeiro trimestre de 2023, a mediana das expectativas do mercado, divulgada pelo relatório Focus do Banco Central referente a 14 de abril, indicava que o IPCA de 2023 deveria encerrar em 6,01%. Para o PIB, a expectativa de crescimento era de 0,90%. possibilidade essa que se manteve na previsão divulgada em 05 de maio. No que se refere à taxa de câmbio, a expectativa do mercado naquela edição do relatório Focus era de R\$/US\$ 5,24 ao final do ano, também mantida até a data de divulgação do presente boletim. Por fim, a mediana das perspectivas quanto à taxa Selic diminuiu de 12,75% para 12,50% a.a em 14 de abril e se manteve em 05 de maio. A FIESP, por sua vez, projeta redução de 0,5% da atividade industrial em 2023. Assim, o ambiente macroeconômico com juros elevados, ritmo de atividade econômica ainda fraco, insegurança jurídica e tensões políticas são fatores de atenção que ainda podem comprometer o desempenho da economia ao longo dos próximos meses.

TABELA 1. Produção na indústria e vendas no comércio | Em variação percentual | Até Março de 2023

Segmentos	No mês Mar.23 / Mar.22	Ac. Ano Jan a Mar.23/ Jan a Mar.22	12 meses Abr.22 a Mar.23/ Abr.21 a Mar.22
Produção			
Fabricação de produtos alimentícios	0,7%	0,5%	-0,2%
Fabricação de produtos farmoquímicos e farmacêuticos	15,7%	17,2%	5,6%
Fabricação de bebidas não alcoólicas	2,0%	4,8%	4,1%
Volume de Vendas			
Hipermercados, sup., produtos alimentícios, bebidas e fumo	12,4%	13,8%	16,1%
Artigos farmacêuticos, médicos, ortop., de perfumaria e cosméticos	12,3%	8,4%	17,4%
Consumo aparente			
1. Alimentos para fins especiais	6,9%	6,3%	4,5%
1.1 Concentrados de proteínas e outras prep., incluindo pós e gelatinas	19,1%	24,3%	26,0%
1.2 Complementos alimentares e sup. vitamínicos + restrição de nutrientes +funcionais + enteral	20,9%	18,4%	8,9%
1.3 Vitaminas	-3,0%	-4,1%	0,6%
1.4 Alimentos para grupos pop.específicos, gestantes, crianças e idosos	-7,5%	-6,1%	-6,3%
1.5 Ingestão controlada de açúcar	2,0%	1,7%	0,0%
1.6 Adoçantes	-10,3%	0,7%	11,0%
2. Bebidas dietéticas ou de baixas calorias	66,7%	68,3%	57,3%

Fonte: PIM-PF - IBGECOMEX STAT / Atualizado em 02/05/2023 |Elaboração: Websetorial

TABELA 2. Evolução do emprego no setor | Em número e variação percentual | Até Março de 2023

Emprego	Mar. 23	Dez. 22	Saldo das contratações	Variação %
			Mar 23 - Dez. 22	Mar 23 / Dez. 22
Alimentos para fins especiais	166.786	164.393	2.393	1,5%
Fabricação de produtos alimentícios não especificados anteriormente	101.330	99.867	1.463	1,5%
Comércio atacadista especializado em produtos alimentícios não especificados	65.456	64.526	930	1,4%
Bebidas dietéticas e de baixas calorias	69.257	70.293	-1.036	-1,5%
Fabricação de produtos alimentícios não especificados anteriormente	20.024	20.767	-743	-3,6%
Fabricação de refrigerantes e de outras bebidas não-alcoólicas	49.233	49.526	-293	-0,6%

Fonte: Caged/MTE e RAIS 2020 | Elaboração: Websetorial

Importações dos produtos do setor

Alimentos para fins especiais

No acumulado de janeiro a março de 2023 as importações de “alimentos para fins especiais e congêneres” totalizaram US\$ 216,1 milhões e apresentaram crescimento de 4,3% em relação ao mesmo período do ano anterior. Destaque para o segmento de “Ingestão controlada de açúcar”, que apresentou crescimento nas importações de 52,7%, impulsionado pelo aumento de 91,1% nas importações de balas e gomas de mascar sem

açúcar. Outro destaque é o crescimento de 47,1% nas importações de “Concentrados de proteínas e outras preparações, incluindo pós e gelatinas”.

Bebidas dietéticas e de baixas calorias

No acumulado de janeiro a março de 2023, as importações de bebidas dietéticas e de baixas calorias cresceram 111,9%, em relação ao mesmo período de 2022. Em valor, as importações totalizaram US\$ 77,1 milhões, ante US\$ 36,2 milhões no mesmo período de 2022.

TABELA 3. Importações | Em milhões de dólares e variação percentual | Acumulado de janeiro a março de 2023

Segmentos	Em Valores (US\$ milhões)				Em Variação (%)	
	Jan a Mar. 23	Jan a Mar.22	Abr.22 a Mar.23	Abr.21 a Mar.22	Ac. Ano	Ac. 12 meses
1. Alimentos para fins especiais	216,1	207,1	853,6	787,3	4,3%	8,4%
1.1 Concentrados de proteínas e outras preparações, incluindo pós e gelatinas	38,8	26,4	121,2	85,5	47,1%	41,7%
1.2 Complementos alimentares e sup. vitamínicos + restrição de nutrientes + funcionais + enteral	82,5	63,1	316,1	276,0	30,8%	14,5%
1.3 Vitaminas	64,7	83,1	282,9	297,9	-22,2%	-5,0%
1.4 Alimentos para grupos populacionais específicos: gestantes, crianças e idosos	0,6	5,2	8,8	18,2	-87,7%	-51,7%
1.5 Ingestão controlada de açúcar	17,5	11,5	61,8	63,2	52,7%	-2,2%
Balas e gomas de mascar sem açúcar	5,7	3,0	18,3	15,0	91,1%	21,5%
Açocolatados sem açúcar	11,8	8,5	43,5	48,1	39,1%	-9,6%
1.6 Adoçantes	12,0	17,8	62,9	46,5	-33,0%	35,1%
2. Bebidas dietéticas ou de baixas calorias	77,1	36,4	248,7	126,8	111,9%	96,2%
Cervejas sem álcool	0,1	0,6	0,7	1,6	-81,6%	-57,5%
Bebidas Lacteas e leite fermentados	5,7	1,0	17,5	7,7	459,5%	126,8%
Refrigerantes Diet e light	0,2	0,2	0,5	0,7	12,1%	-31,0%
Bebidas a base de vegetais	71,2	34,6	230,1	116,7	105,5%	97,1%

Fonte : COMEX STAT / Atualizado em 02/05/2023

CONSUMO APARENTE

A Websetorial estima o valor da produção doméstica do setor de alimentos para fins especiais e congêneres por meio da Pesquisa Industrial Anual - Produto, PIA-Produto, do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística). A pesquisa investiga informações referentes a produtos e serviços produzidos pela indústria nacional, tendo por base uma nomenclatura preestabelecida na Lista de Produtos da Indústria, Prodlist-Indústria, elaborada pelo IBGE a partir da Nomenclatura Comum do Mercosul - NCM e da Classificação Nacional de Atividades Econômicas - CNAE 2.0.

Em 2022 ocorreram algumas alterações nas NCMs, 441 foram extintas e 537 novas foram criadas; além disso, algumas tiveram mudanças nas suas descrições. Diante disso a Websetorial efetuou uma revisão na metodologia das entidades que atende e recalculou os valores de produção, comércio

internacional e consumo aparente do setor representado pela ABIAD.

Com as novas descrições, algumas classes de produtos de “Alimentos para fins Especiais” não mais se enquadraram entre os segmentos ABIAD. Por outro lado, foi possível o acesso a novas informações, como por exemplo, o cômputo das bebidas à base de vegetais, do segmento de bebidas dietéticas e/ou de baixas calorias.

Com essas modificações, a estimativa do valor da produção doméstica, em 2020, para o setor de alimentos especiais, que era de US\$ 8,3 bilhões, passou a ser de US\$ 6,94 bilhões. Já a produção de bebidas dietéticas e de baixa caloria, que era de US\$ 2,1 bilhões segundo a antiga metodologia, passou para US\$ 3,59 bilhões pela nova, no mesmo ano. (Tabela 4)

TABELA 4. Comparativos dos dados de produção doméstica ABIAD das nova e antiga metodologias, em 2020

Segmentos	Em bilhões US\$	
	Nova (2023)	Antiga (2012-2022)
1. Alimentos para fins especiais	6,94	8,30
1.1 Concentrados de proteínas e outras preparações, incluindo pós e gelatinas	0,61	0,62
1.2 Complementos alimentares e sup. vitamínicos + restrição de nutrientes + funcionais + enteral	2,75	4,25
1.3 Vitaminas	0,01	0,42
1.4 Alimentos para grupos populacionais específicos: gestantes, crianças e idosos	0,72	0,54
1.5 Ingestão controlada de açúcar	2,54	2,57
Balas e gomas de mascar sem açúcar	1,99	1,41
Achocolatados sem açúcar	0,54	0,55
1.6 Adoçantes	0,31	0,31
2. Bebidas dietéticas ou de baixas calorias	3,59	2,14
Cervejas sem álcool	1,48	N.D.
Bebidas lácteas e leite fermentados	1,52	N.D.
Refrigerantes diet e light	0,08	N.D.

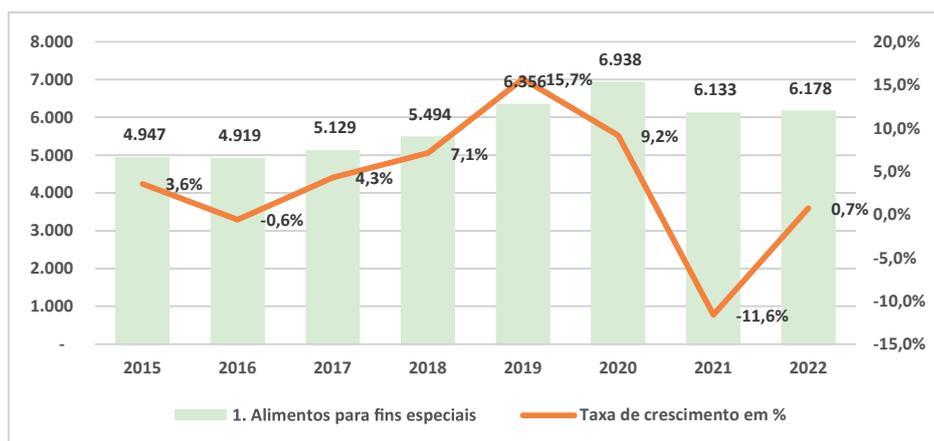
Fonte : IBGE /PIA Produto | Elaboração Websetorial

PRODUÇÃO BRASILEIRA DO SETOR DE ALIMENTOS ESPECIAIS E CONGÊNERES EM US\$

O recálculo da série 2015 a 2022 do valor total da produção de alimentos para fins especiais, representado pela ABIAD, mostrou que houve aumento de 0,7% em 2022, ante 2021, depois de quedas sucessivas de 9,2% em 2020 ante 2019, e de 11,6% em 2021, frente a 2020, retrações essas decorrentes da crise da Covid-19.

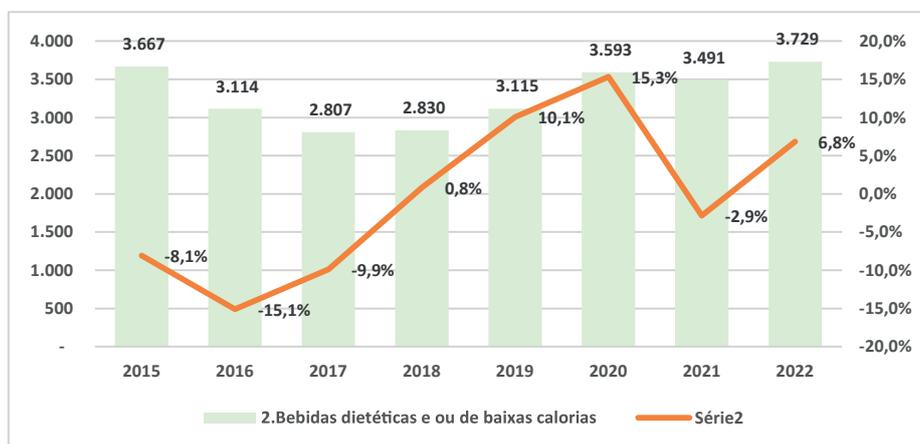
No segmento de bebidas dietéticas e de baixas calorias nota-se o crescimento de 6,8%, na produção em 2022, impulsionado pela retomada de grandes eventos, festivais de música e torneios esportivos, em virtude do controle da pandemia de covid-19, com a vacinação da população.

GRÁFICO 01: Brasil: Valor da produção doméstica de alimentos para fins especiais e congêneres | Período: 2015 a 2022 em milhões de US\$ dólares de PPC



Fonte : IBGE /PIA Produto | Elaboração Websetorial

GRÁFICO 02: Brasil: Valor da produção doméstica de bebidas dietéticas e de baixa caloria | Período: 2015 a 2022 em milhões de US\$ dólares de PPC



Fonte : IBGE /PIA Produto | Elaboração Websetorial

TABELA 5. Estimativa do valor da produção doméstica nos segmentos de mercado ABIAD | Período: 2020 a 2022 em milhões de US\$ dólares de PPC

Segmentos	Em milhões US\$		
	2020	2021	2022
1. Alimentos para fins especiais	6.938	6.133	6.178
1.1 Concentrados de proteínas e outras preparações, incluindo pós e gelatinas	610	540	544
1.2 Complementos alimentares e sup. vitamínicos + restrição de nutrientes + funcionais + enteral	2.753	2.568	2.499
1.3 Vitaminas	7	7	7
1.4 Alimentos para grupos populacionais específicos: gestantes, crianças e idosos	720	636	641
1.5 Ingestão controlada de açúcar	2.538	2.243	2.259
Balas e gomas de mascar sem açúcar	1.993	1.762	1.775
Achocolatados sem açúcar	544	481	485
1.6 Adoçantes	310	274	276
2. Bebidas dietéticas ou de baixas calorias	3.593	3.491	3.729
Cervejas sem álcool	1.477	1.435	1.533
Bebidas Lacteas e leite fermentados	1.522	1.478	1.579
Refrigerantes Diet e light	83	81	87
Bebidas a base de vegetais	511	496	530

Fonte : IBGE /PIA Produto | Elaboração Websetorial

Entre os segmentos do setor de alimentos para fins especiais e congêneres, nota-se que houve crescimento na produção na maior parte destes, em 2022, exceto para o caso de “Complementos alimentares e suplementos vitamínicos + restrição de nutrientes e + funcionais”. A produção destes passou de US\$ 2.568 milhões em 2021 para US\$ 2.259 milhões em 2022, apresentando o recuo de 2,7%, devido ao retorno à situação de normalidade, após o período de busca da população por vitaminas e outros produtos de aumento da imunidade, durante a pandemia.



CONSUMO APARENTE DO SETOR DE ALIMENTOS PARA FINS ESPECIAIS E CONGÊNERES

O consumo aparente é um indicador que procura refletir o tamanho do mercado consumidor de um segmento industrial, por meio da soma do que é produzido localmente com o que é importado, descontando-se as exportações.

A dimensão do mercado local de um determinado setor é estimada a partir do que é informado em bases oficiais, que fornecem esses resultados, como o IBGE e o Secex, do Ministério da Economia, sendo

que o IBGE fornece dados de produção industrial sempre com uma defasagem de dois anos, sendo o último dado fornecido o de 2020.

O valor do mercado estimado é F.O.B., ou seja, precede do acréscimo de impostos e margens de comercialização. Os valores de 2021 e 2022 foram estimados pela Websetorial, aplicando-se a taxa de crescimento do setor de 2021 e 2022 sobre o dado consolidado de 2020, divulgado em março de 2023.

TABELA 6. Brasil: Valor da produção doméstica, importação, exportação e consumo aparente nos segmentos de mercado ABIAD | Período: 2020 a 2022 em milhões de US\$ dólares de PPC

Segmentos	Em milhões US\$		
	2020	2021	2022
1. Alimentos para fins especiais			
Valor da Produção	6.938	6.133	6.178
Importações	683	700	845
Exportações	813	783	1.000
Consumo Aparente	6.808	6.050	6.022
2. Bebidas dietéticas ou de baixas calorias			
Valor da Produção	3.593	3.491	3.729
Importações	78	121	208
Exportações	17	25	31
Consumo Aparente	3.654	3.586	3.907

Fonte : IBGE /PIA Produto COMEX STAT / Atualizado em 02/05/2023 | Elaboração Websetorial

O consumo aparente do setor de alimentos para fins especiais (ou tamanho do mercado dos seus produtos), que atingiu a cifra de US\$ 6.022 milhões, em 2022, com recuo de 0,5% em relação ao verificado no ano de 2021.

No segmento de bebidas dietéticas ou de baixas

calorias, o consumo aparente (mercado) atingiu a cifra de US\$ 3.907, apresentando o crescimento de 8,9% em relação a 2021.

A Tabela 7 traz as mesmas estimativas, abertas por nicho de mercado.

TABELA 7. Brasil: Estimativa do valor do consumo aparente nos segmentos de mercado ABIAD | Período: 2020 a 2022 em milhões de US\$ dólares de PPC

Segmentos	Em milhões US\$		
	2020	2021	2022
1. Alimentos para fins especiais	6.808	6.050	6.022
1.1 Concentrados de proteínas e outras preparações, incluindo pós e gelatinas	269	274	189
1.2 Complementos alimentares e sup. vitamínicos + restrição de nutrientes + funcionais + enteral	2.684	2.468	2.370
1.3 Vitaminas	225	235	301
1.4 Alimentos para grupos populacionais específicos: gestantes, crianças e idosos	737	656	628
1.5 Ingestão controlada de açúcar	2.542	2.240	2.237
Balas e gomas de mascar sem açúcar	2.016	1.772	1.786
Achocolatados sem açúcar	526	468	451
1.6 Adoçantes	352	313	344
2. Bebidas dietéticas ou de baixas calorias	3.654	3.586	3.907
Cervejas sem álcool	1.478	1.444	1.546
Bebidas Lacteas e leite fermentados	1.592	1.579	1.759
Refrigerantes Diet e light	72	66	72
Bebidas a base de vegetais	512	497	530

Fonte : IBGE /PIA Produto COMEX STAT / Atualizado em 02/05/2023 | Elaboração Websetorial

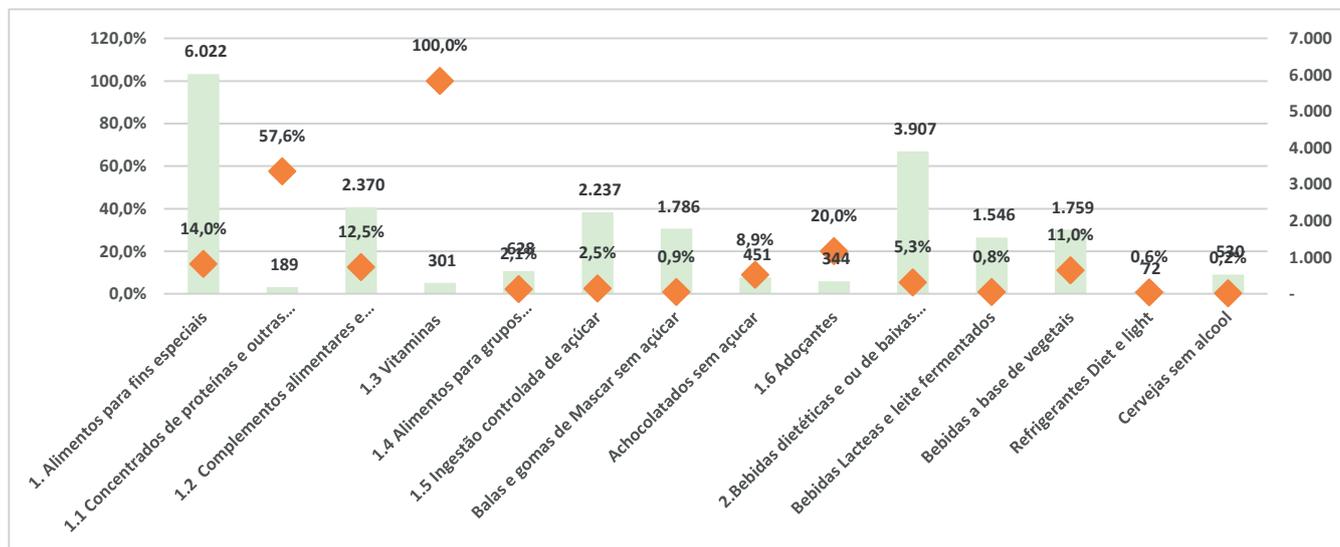
Exceto pelas categorias de “Vitaminas” e “Adoçantes”, o consumo aparente de todos os segmentos do setor apresentou recuo no período 2020 a 2022.

As importações de alimentos para fins especiais e congêneres, no ano de 2022, representam 14% do consumo aparente do setor. Já as importações de bebidas dietéticas ou de baixas calorias representam 5,3%.

No setor de alimentos para fins especiais, as exportações representaram 16,2% do total produzido em 2022, refletindo aumento da participação em relação a 2021, que era de 12,8%. Em bebidas dietéticas ou de baixas calorias, as exportações representaram apenas 0,8% do valor da produção.

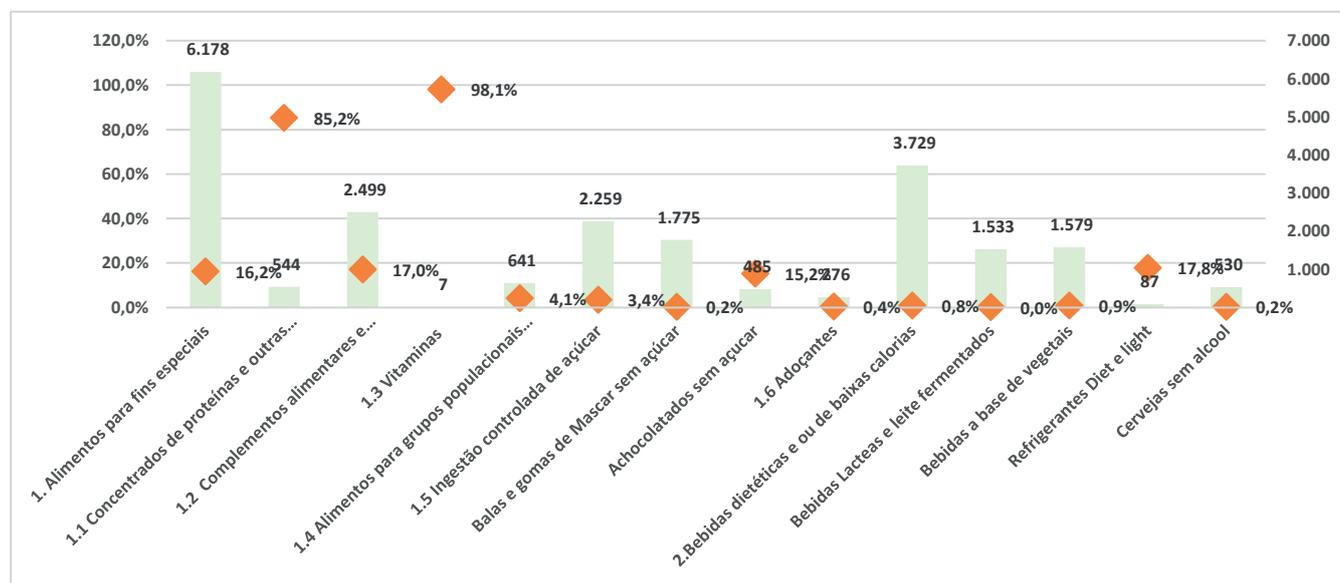


GRÁFICO 03: Brasil: Estimativa do valor do consumo aparente e participação das importações no consumo aparente dos segmentos ABIAD| Em milhões de US\$ dólares de PPC e em (%) em 2022



Fonte : IBGE /PIA Produto COMEX STAT / Atualizado em 02/05/2023 | Elaboração Websetorial

GRÁFICO 04: Brasil: Estimativa do valor da produção doméstica e participação das exportações no valor da produção dos segmentos ABIAD| Em milhões de US\$ dólares de PPC e em (%) em 2022



Fonte : IBGE /PIA Produto COMEX STAT / Atualizado em 02/05/2023 | Elaboração Websetorial

Considerações finais

Os dados apresentados mostram que a ABIAD representou um mercado de US\$ 9,9 bilhões em produtos em 2022, com baixa participação de importados no consumo, sendo de 11% no total. Mostrou também baixa penetração das suas exportações em outros mercados, posto que

representou 9,6% em relação ao valor total da produção. A autossuficiência do setor, pouco dependente de importados, revela o dinamismo da indústria nacional de alimentos para fins especiais e congêneres. Mostra também espaço para a expansão das exportações, principalmente de bebidas dietéticas e de baixas calorías.

RELATÓRIO DE MERCADO

EPIDEMIOLOGIA

Fome: De acordo com um novo relatório das Nações Unidas (ONU), de janeiro de 2023, mais de 131 milhões de pessoas na América Latina e no Caribe não têm condições de comprar alimentos saudáveis e cerca de 22,5% dessa população não tem acesso a uma dieta saudável. Na América do Sul esse número atinge 18,4% da população, no Caribe chega a 52%.

De 2019 a 2021, a cifra da fome na região aumentou em 13,2 milhões de pessoas, atingindo 56,5 milhões em 2021. O maior aumento foi na América do Sul, atingindo mais 11 milhões de pessoas. Em 2021, 40,6% da população regional passou por uma situação de insegurança alimentar moderada ou grave, em comparação com 29,3% no mundo inteiro.

O relatório relaciona a incapacidade da população de arcar com uma dieta saudável a diferentes indicadores socioeconômicos e nutricionais, como o nível de renda de um país, a incidência da pobreza e o nível de desigualdade. O aumento dos preços internacionais dos alimentos experimentado, desde 2020, exacerbado após o início do conflito na Ucrânia, e o aumento regional da inflação dos alimentos, também aumentaram as dificuldades para o acesso das pessoas a uma dieta saudável.

Segundo Mario Lubetkin, diretor assistente da Organização das Nações Unidas para Alimentação e Agricultura (FAO, em inglês) e representante regional para a América Latina e o Caribe, para contribuir com o acesso a dietas saudáveis, faz-se necessário criar incentivos para a diversificação da produção de alimentos nutritivos destinados principalmente à agricultura familiar e aos pequenos produtores, tomar medidas para a transparência dos preços desses alimentos nos

mercados e no comércio, e realizar ações como transferências de renda e melhoria dos cardápios escolares.

Fonte: ROCHA, Lucas. Mais de 131 milhões de pessoas na América Latina e no Caribe não têm acesso a dieta saudável, alerta ONU. CW. São Paulo, 20 de janeiro de 2023. Disponível em <https://www.cnnbrasil.com.br/saude/mais-de-131-milhoes-de-pessoas-na-america-latina-e-no-caribe-nao-tem-acesso-a-dieta-saudavel-alerta-onu/>. Acesso 05.04.23

SANTOS. Paulo. Fome afeta 56 milhões de pessoas na AL e no Caribe. Valor. São Paulo, 18 de janeiro de 2023. Disponível em <https://valor.globo.com/agronegocios/noticia/2023/01/18/fome-afeta-56-milhoes-de-pessoas-na-america-latina-e-no-caribe.ghtml>. Acesso em 05.04.2023

Obesidade: De acordo com o Atlas Mundial da Obesidade 2023, no Brasil cerca de 41% da população estará obesa até 2035.

Atualmente, 22,4% da população adulta brasileira apresenta obesidade, e entre as crianças, já são 6,4 milhões com sobrepeso e 3,1 milhões obesos no país. Essa alta prevalência acarreta de diversas complicações e doenças.

De acordo com a Federação Mundial de Obesidade, o crescimento até 2035 da obesidade infantil no Brasil é de 4,4% a.a., o que é classificado como nível de alerta muito alto, e muito acima da taxa do aumento da obesidade em crianças em nossa vizinha Argentina ou nos Estados Unidos da América (2,4% a.a., em ambos os casos).

Segundo o Atlas Mundial da Obesidade 2023, o sobrepeso consumirá 3% do PIB nacional em 2035. Isso incluirá custos ao sistema de saúde, que passarão de R\$ 64,3 bilhões de reais em 2020, para aproximadamente R\$ 100 bilhões em 2035.

Tais valores poderiam ser economizados, se o tratamento medicamentoso fosse fornecido pelo Sistema Único de Saúde, com consequente diminuição das filas para cirurgias bariátricas.

Fonte: DINO. Brasil terá 41% da população com obesidade até 2035. Valor. São Paulo, 27 de março de 2023. Disponível em <https://valor.globo.com/patrocinado/dino/noticia/2023/03/27/brasil-tera-41-da-populacao-com-obesidade-ate-2035.ghtml>. Acesso em 05.abr.2023

Alimentos

Reajuste na Alimentação escolar: Em 2023, os valores per capita do Programa nacional de alimentação escolar (PNAE) para todas as etapas e modalidades da educação básica serão reajustados em percentuais que variam de 28% a 39%. O Programa Nacional de Alimentação Escolar destina recursos suplementares para apoiar o atendimento diário de aproximadamente 40 milhões de estudantes em cerca de 150 mil escolas no país.

A transferência financeira é dividida em até dez parcelas, de fevereiro a novembro de cada ano, e corresponde a 20 dias letivos por mês.

Fonte: Assessoria de Comunicação Social do MEC, com informações do FNDE. Governo Federal reajusta valores da alimentação escolar. São Paulo, 10 de março de 2023. Disponível em <https://www.gov.br/mec/pt-br/assuntos/noticias/governo-federal-reajusta-valores-da-alimentacao-escolar>. Acesso em 05.abr.23

Alimentação saudável: Segundo o relatório “Global Wellness Summit” de 2021, a alimentação voltada para o segmento de bem-estar (alimentação saudável, nutrição e perda de peso) no mundo faturou US\$ 945,5 bilhões, em 2020. As perspectivas são de crescimento anual de 5,1%, tendo chegado a US\$ 1,209 trilhão em 2022.

Fonte: HERBALIFE NUTRITION. Indústria do bem-estar cresce e projeta movimentar US\$ 1,2 tri em 2025. Valor. Disponível em:

<https://valor.globo.com/conteudo-de-marca/herfalife-nutrition/noticia/2022/11/21/industria-do-bem-estar-cresce-e-projeta-movimentar-us-12-tri-em-2025.ghtml>. Acesso em: 14 dez. 2022. GLOBAL WELLNESS INSTITUTE. Relatório. Disponível em: https://globalwellnessinstitute.org/wp-content/uploads/2022/02/GWI2022_GlobalWellnessEconomy_CountryRankings_Final.pdf. Acesso em: 20 jan. 2023.

Vale Refeição: Segundo a pesquisa da Sodexo, em 2023 o saldo do vale-refeição dura em média 11 dias por mês, dois dias a menos do que em 2022, que era de 13 dias. Antes da pandemia em 2019, por exemplo, a duração média do vale-refeição era de 18 dias. O levantamento considerou um valor médio de R\$ 40,64 por refeição, da ABBT (Associação Brasileira das Empresas de Benefícios ao Trabalhador). Empresas de todos os portes aumentaram os valores dos benefícios em 2023, no entanto o aumento não acompanha o custo médio das refeições fora de casa.

Segundo a consultoria Kantar, depois da pandemia, milhões de brasileiros substituíram o arroz, feijão e carne por lanches e salgados, uma opção menos saudável para compensar os altos preços.

Fonte: FOLHAPRESS. Vale-refeição dura apenas 11 dias por mês, mostra pesquisa. Valor. São Paulo, 21 de março de 2022. Disponível em <https://valor.globo.com/empresas/noticia/2023/03/21/vale-refeicao-dura-apenas-11-dias-por-mes-mostra-pesquisa.ghtml>. Acesso em 05.abril.23

Desempenho e investimentos

Camil: O lucro líquido da Camil cresceu 22% no terceiro trimestre de 2022, encerrado em novembro de 2022. O lucro antes de juros, impostos, depreciação e amortização (Ebitda) cresceu 54,4% na comparação, para R\$ 309,8 milhões, e a receita líquida da empresa foi 14,4% maior (R\$ 2,6 bilhões). Os resultados foram diretamente influenciados pela aquisição da Mabel, em novembro, que marcou a estreia da companhia no mercado de biscoitos.

Fonte: LOPES. Fernando. Lucro líquido da Camil cresce 22%. Valor. São Paulo, 13 de janeiro de 2023.B8.

Nestlé: Em 2023, a Nestle prevê investir cerca de R\$ 2,5 bilhões, que serão destinados às operações de alimentos para cães e gatos, chocolates, biscoitos, lácteos e cafés. O plano é aumentar a produção para abastecer o mercado interno e exportar. A maior empresa de alimentos industrializados do mundo tem dois grandes problemas a serem equacionados no Brasil: a crise na Americanas, que lhe deve R\$ 260 milhões e a compra da Garoto, feita há 20 anos, e que volta a ser avaliada pelo órgão antitruste.

Fonte: MALTA. Cyntian. Nestlé prevê investir R\$ 2,5 bi neste ano. Valor. São Paulo, <https://valor.globo.com/empresas/noticia/2023/03/07/nestle-preve-investir-r-25-bi-neste-ano.ghtml>. Acesso em 06.04.23

Mercado de lácteos

Captação de leite: A captação de leite nas cem maiores fazendas, que se dedicam à atividade no país, cresceu quase 5% em relação ao ano anterior, para 975 milhões de litros, segundo o levantamento “Top 100 2023”, elaborado anualmente pela consultoria MilkPoint Ventures.

O levantamento aponta que o custo médio por litro de leite subiu 26% e chegou a R\$ 2,40/litro. Desde a elaboração da primeira edição do estudo, em 2001, o aumento acumulado chega a 308%, enquanto a produção formal no país cresceu 79,75% nesse intervalo. Das cem maiores fazendas do segmento, 45 pretendem aumentar sua produção em até 20% nos próximos três anos, 37 têm expectativa de crescer entre 20% e 50% no mesmo período, seis pretendem crescer mais do que 50% e 12 não projetam expansão. Para 2023, embora o contexto macroeconômico siga desafiador, a expectativa desse grupo de propriedades e de outros agentes do segmento é de diminuição da volatilidade dos preços dos insumos e das cotações do leite.

Fonte: POLO. Erica. Fazendas de ponta ampliam captação de leite. Valor. São Paulo, 29 de março de 2023. B20.

Preços: Segundo boletim divulgado pela Embrapa em 16 de março de 2023, o preço dos lácteos acumulam alta de 25,5% em 12 meses. O aumento foi bem superior à inflação brasileira medida pelo IPCA, de 5,6% nesse mesmo período. Leite e derivados deverão continuar pressionando a inflação para cima nos próximos meses, superando até mesmo o grupo alimentos no IPCA. Isso ocorrerá porque a escassez de oferta de leite no campo continuará, uma vez que, em maio começa o período de entressafra no país. No entanto, a entrada recorde de leite importado, que vem ocorrendo, deverá contribuir para desacelerar tal elevação.

Fonte: POLO. Erica. Preços de lácteos acumulam alta de 25% em 12 meses. Valor. São Paulo, 16 de março de 2023. Disponível em <https://valor.globo.com/agronegocios/noticia/2023/03/16/precos-de-lacteos-acumulam-alta-de-25percent-em-12-meses.ghtml>. Acesso em 05.abr.23.

Fusões e aquisições: A francesa Lactalis fechou parceria com a Cooperativa Languiru, de Teutônia (RS), que fornecerá à companhia em um contrato de longo prazo, todo o volume de produção de leite *in natura* de seus associados.

Fonte: POLO. Erica. Lactalis anuncia parceria com a cooperativa gaúcha Languiru. Valor. São Paulo, 14 de março de 2023. Disponível em <https://valor.globo.com/politica/noticia/2023/03/14/lactalis-anuncia-parceria-com-a-cooperativa-gaucha-languiru.ghtml>. Acesso em 05.abr.23

Cacau e Chocolates

Preços dos chocolates: Segundo o Índice de Preço ao Consumidor Amplo (IPCA), os chocolates tiveram sua maior alta em seis anos, com a inflação acumulada para 12 meses em 13,61%, mais do que o dobro de alta em relação ao índice geral, que avançou 5,77% no mesmo período. A inflação dos chocolates é multifatorial e leva em conta questões como a alta no preço de insumos como leite e açúcar, a inflação geral do País, os impactos globais da

Guerra da Ucrânia, que encareceu fertilizantes e até eventos climáticos, como o La Niña, que atrapalhou a safra em 2022. Os principais ingredientes para a produção do chocolate, como: açúcar, cacau e leite em pó, sofreram grandes altas ao longo de 2022. A inflação acumulada em 12 meses chegou a 41% em junho de 2022, dos leites e derivados, devido à seca.

Fonte: AGRELA.GONSALVES.Lucas.Wesley. Preço dos chocolates tem a maior inflação em 6 anos. O estado de S. Paulo. São Paulo, 7 de março de 2023. B20.

Páscoa: As vendas de ovos de Páscoa *on-line* viraram a grande aposta dos fabricantes de chocolates em 2023, segundo a Associação Brasileira da Indústria de Chocolates, Amendoim e Balas (ABICAB) as lojas físicas ainda são o grande mercado da Páscoa, no entanto segundo a NielsenIQ Ebit, as vendas *on-line*, na primeira quinzena de março, cresceram 38% em faturamento e 28% em número de pedidos em relação ao mesmo período de 2022. A expectativa de vendas de Páscoa no *e-commerce* do Empório Nestlé é de avanço de 20% em relação a 2022. A Cacau-Show, por exemplo, projeta que as vendas *on-line* serão responsáveis por 7% a 8% do total de vendas, com avanço de 50% na comparação com 2022, maior crescimento desde 2020. No Brasil, o grande desafio do comércio *on-line* na venda de ovos de Páscoa, um produto frágil, cujo consumo ocorre num curto período, é a logística.

Diante disso, a Lacta, por exemplo, ampliou de 200 para 500 a quantidade de motoristas dos caminhões que levam os ovos dos quatro centros de distribuição e dos 11 postos avançados para todo o País. Na Páscoa do ano passado, as vendas *on-line* da marca atendiam apenas quatro capitais: Rio de Janeiro (RJ), Curitiba (PR), Belo Horizonte (MG), São Paulo (SP) e interior. Neste ano, a loja *on-line* passou a entregar em todo o território nacional.

Fonte: DE CHIARA. Marcia. Forma de vender ovos de Páscoa fica mais online depois da pandemia. O estado de S. Paulo. São Paulo, 31 de março de 2023. B26.

Cacau Show: Em 2022 a Cacau Show abriu mil lojas, alcançando o marco de 3.770 unidades em funcionamento. O seu faturamento somou R\$ 4 bilhões no ano passado, com alta de 32% em relação a 2021, enquanto a produção de chocolates avançou 26,2%, para 27,4 mil toneladas. O patamar de inaugurações a coloca como a maior rede varejista do país, em número de lojas, ultrapassando a rede de perfumaria e cosméticos O Boticário, que possui pouco mais de 3.700 unidades em operação. Para 2023 e 2024, a Cacau Show prevê inauguração de 600 lojas anuais, que vão demandar investimentos de R\$ 350 milhões.

Fonte: DE CARVALHO. Ana Luiza. Cacau Show aumenta produção em 26% e fatura R\$ 4 bi em 2022.Valor. São Paulo, 14, 15 e 16 de janeiro de 2023. B9

Cargill chocolates: Até o final de 2024, a Cargill pretende investir R\$ 50 milhões para ampliar em 70% a produção de sua fábrica de Porto Ferreira, no interior paulista, unidade que produz chocolates para a indústria *food service* e mercado artesanal desde 2007. A multinacional pretende atender à demanda crescente do setor industrial e aumentar o market share em chocolates.

Fonte: SILVA. Eliane. Cargill investe R\$ 50 milhões em fábrica de chocolate. Valor. São Paulo, 15 de março de 2023. Pag.B9.

Pan chocolates: No dia 27 de fevereiro de 2023, a justiça decretou falência da Chocolate Pan, empresa conhecida por fabricar os “cigarrinhos de chocolate”. Com a sentença, as atividades serão encerradas, os bens vendidos, e o valor arrecadado pagará os credores. A companhia havia apresentado o pedido de autofalência dentro do processo de recuperação judicial pelo qual passava desde 2020.

Fonte: BRAUN. FAVARRO. Daniela.Cristian. Pan, de chocolates pede autofalência. Valor. São Paulo, 14 de fevereiro de 2023. B1.

Varejo

Breve relato do caso Americanas: A rede de lojas Americanas usava a modalidade de risco sacado para se financiar e pagar seus fornecedores. Em janeiro de 2023 a Americanas informou inconsistências contábeis de R\$ 20 bilhões; com isso as ações da Americanas caíram 77,3% na bolsa de valores B3. A Americanas obteve da justiça em 13 de janeiro de 2023, uma medida cautelar que lhe garantiu proteção contra os credores por 30 dias. No entanto, os bancos foram à justiça contra a empresa. O banco BTG, por exemplo, conseguiu o direito de bloquear R\$ 1,2 bilhão da varejista sob custódia do banco. Em 19 de janeiro de 2023, a Americanas pediu recuperação judicial no Tribunal de Justiça do Rio de Janeiro, e informou dívidas de R\$ 43 bilhões e 7,7 mil aos credores. No final de janeiro, a CVM abriu inquéritos administrativos sobre o caso e a Americanas informou o afastamento da diretoria da empresa no começo de fevereiro. Ainda em fevereiro, a CVM abriu procedimentos para investigar o papel das auditorias KPMG e PWC no caso, como possíveis falhas e a prática de "inside information". Nas lojas da companhia começam a faltar produtos e as ofertas foram canceladas. No entanto, em 21 de março, a empresa apresentou o pacote de recuperação judicial com o aporte de R\$ 10 bilhões feito pelo trio de acionistas Jorge Paulo Lemann, Marcel Herrmann Telles e Carlos Alberto Sicupira. A empresa montou um plano de recuperação, que seria a criação de uma empresa menor e a construção de uma nova liderança interna, devido ao afastamento da diretoria anterior. Esse processo passa por ações imediatas ligadas ao dia a dia do negócio para retomar as vendas, ao mesmo tempo em que avança com medidas para reforço do caixa para o pagamento de credores, e isso inclui a venda de ativos. Na lista dos quatro bens da companhia que podem ser alvo de alienação, o plano incluiu as marcas de titularidade da Americanas, como Submarino, Shoptime, Sou Barato e Hortifruti Natural da Terra, que valem R\$ 390 milhões.

A empresa utilizará até R\$ 2 bilhões dos recursos provenientes das alienações de ativos para maximizar a redução de sua dívida remanescente, sendo o primeiro R\$ 1 bilhão levantado, destinado à recompra de dívida a mercado e o saldo dos recursos levantados, limitados a R\$ 1 bilhão, para recompra de dívida subordinada. Com isso, a companhia pretende reduzir seu endividamento a mercado, pós reestruturação, para R\$ 4,9 bilhões. Outra proposta presente no plano para o pagamento de credores é a emissão de debêntures simples, que são títulos de dívida, no valor de até R\$ 5,9 bilhões. A empresa também pretende emitir debêntures conversíveis em ações.

FLACH. Natália. Falta um horizonte para a Americanas. Valor. São Paulo, 10 de fevereiro de 2023. B4.

MOREIRA. FIGUEIRAS. GUIMARÃES. Talita. Maria Luiza. Fernanda. Bancos vão a justiça contra a Americanas. Valor. São Paulo, 14,15 e 16 de janeiro de 2023. B7.

MATTOS. Adriana. Americanas pode vender marcas em processo de recuperação. Valor. São Paulo, 21 de março de 2023. Disponível em <https://valor.globo.com/empresas/noticia/2023/03/21/americanas-pode-vender-marcas-em-processo-de-recuperacao-e-ha-mais-imoveis-sob-analise.ghtml>. Acesso em 10.abri.23

G1. Americanas apresenta plano de recuperação judicial, com aporte de R\$ 10 bilhões de Lemann, Telles e Sicupira. G1. São Paulo, 21 de março de 2023. Disponível em <https://g1.globo.com/economia/noticia/2023/03/21/americanas-apresenta-plano-de-recuperacao-judicial.ghtml>. Acesso em 10.abril.23

Bebidas

Cervejas: Em 2022, as vendas de cervejas somaram 15,4 bilhões de litros, o que representou alta de 8% em relação ao ano anterior, segundo os dados divulgados pelo Sindicato Nacional da Indústria de Cerveja (Sindicerv), elaborados pela consultoria de mercado Euromonitor International. Os números refletem a retomada de grandes eventos, festivais

de música e torneios esportivos, após o pico da pandemia de Covid-19.

CARVALHO. Ana Luiza. Vendas de cerveja crescem 8% em 2022, com avanço de marcas premium e zero álcool. Valor. São Paulo, 16 de fevereiro de 2023. Disponível em <https://valor.globo.com/empresas/noticia/2023/02/16/vendas-de-cerveja-crescem-8-pontos-percentuais-em-2022-com-avanco-de-marcas-premium-e-zero-lcool.ghtml>. Acesso em 10.abril.23

Recuperação judicial: Dono das marcas de cerveja Itaipava, Crystal e Petra, o grupo Petrópolis entrou na Justiça com pedido de recuperação judicial, bloqueio emergencial de execução de dívidas e a liberação de recebíveis - os dois últimos já foram atendidos. Segundo a petição inicial, as dívidas são estimadas em R\$ 4,4 bilhões. Desse total, 48% são financeiras e 52% com fornecedores e terceiros. O grupo enfrenta uma crise de liquidez há 18 meses, decorrente da redução de receita e volume de vendas, da pressão inflacionária e aumento dos custos de produção e da dificuldade de repasse de preços médios dos produtos vendidos. Além disso, o aumento da taxa básica de juros, a Selic, agravou a situação da dívida, pressionando o nível de endividamento. Esse fato, teria gerado impacto de R\$ 395 milhões por ano no fluxo de caixa da companhia. Para melhorar a situação financeira da empresa, segundo o grupo, das 8 unidades fabris, apenas 40% de sua capacidade instalada total está sendo utilizada. A companhia justifica que o pedido de recuperação judicial atende de forma ordenada aos interesses dos seus colaboradores e parceiros comerciais, porque tem como objetivo a reestruturação dos passivos, em especial os financeiros, com o redimensionamento de obrigações nos termos de plano de recuperação a ser apresentado pelo Grupo Petrópolis e deliberado pelos seus credores.

Fonte: VASSALO. DYNIEWICZ. Luiz. Luciana. Grupo Petrópolis, dona da cerveja Itaipava, pede recuperação judicial. O Estado de S. Paulo. 29 de março de 2023. B37.

MENDES. Diego. Grupo Petrópolis entra com recuperação judicial e atribui dificuldade a juros altos em 13,75%. CW. São Paulo, 28 de março de 2023. Disponível em <https://www.cnnbrasil.com.br/economia/grupo-petropolis-entra-com-recuperacao-judicial-e-atribui-dificuldade-a-juros-altos-em-1375/>. Acesso em 10.abr.23

CARVALHO. Ana Luiza. Grupo Petrópolis pede recuperação na Justiça do Rio. Valor. São Paulo, 29 de março de 2023. Disponível em <https://valor.globo.com/impreso/noticia/2023/03/29/grupo-petropolis-pede-recuperacao-na-justica-do-rio.ghtml>. Acesso em 10.abri.23

Ambev: No último trimestre de 2022, a Ambev registrou novo crescimento de volume, fato que se repete há dez trimestres consecutivos, com recorde no último período. O volume total produzido no Brasil, no quarto trimestre de 2022, foi de 35,6 milhões de hectolitros, avanço de 4,6% em relação ao mesmo período de 2021. Entre janeiro e dezembro de 2022, os volumes avançaram 3%, para 185,7 bilhões de hectolitros. A Ambev aponta ainda que houve aumento da receita por hectolitro, que cresceu 19,7% no quarto trimestre e ficou em R\$ 435. O aumento na produção e na receita se refletiram no lucro da Ambev, que cresceu 35,7% no 4º trimestre para R\$ 5,083 bilhões.

Fonte: CARVALHO. Ana Luiza. Volume total da Ambev cresce 3% em 2022, impulsionado por consumo recorde no Brasil. Valor. São Paulo, 02 de março de 2023. Disponível em <https://valor.globo.com/empresas/noticia/2023/03/02/volume-total-da-ambev-cresce-3-pontos-percentuais-em-2022-impulsionado-por-consumo-recorde-no-brasil.ghtml>. Acesso em 10.abri.23

Fonte: CARVALHO. Ana Luiza. AMBEV aumenta receita e lucro no quarto trimestre. Valor. São Paulo, 03 de março de 2023. B6.