

DESEMPENHO GERAL DO SETOR DE FABRICAÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO DE ALIMENTOS PARA FINS ESPECIAIS E CONGÊNERES

Produção: A produção industrial nacional dos setores relacionados às atividades da ABIAD apresentou o seguinte desempenho no primeiro trimestre de 2017: a produção de produtos alimentícios teve um recuo de 2,1% e a atividade de fabricação de bebidas não alcoólicas recuou 7,9% no período, segundo a Pesquisa Industrial Mensal de Produção Física (PIM-PF), do IBGE.

Emprego: Em março de 2017, a soma das atividades relacionadas ao setor de fabricação e comercialização de alimentos para fins especiais e congêneres empregava 148,8 mil trabalhadores.

Já a indústria de bebidas não alcoólicas registrou, em março de 2017, o contingente de 70,7 mil trabalhadores, totalizando 2.448 demissões em relação a dezembro de 2016.

TABELA 01
Produção e vendas
VARIAÇÃO PERCENTUAL | JANEIRO A MARÇO DE 2017

Segmentos	jan mar17/ jan mar16	abr16mar17/ abr15mar16
Produção		
Fabricação de produtos alimentícios	-2,1%	0,4%
Fabricação de bebidas não alcoólicas	-7,9%	-3,9%
Vendas		
Hipermercados, supermercados, prod.alimentícios, bebidas e fumo	-3,1%	-3,1%
Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	-2,9%	-3,4%

Fonte: IBGE (PIM-PF) | Elaboração: Websetorial

TABELA 02
Evolução do emprego no setor
EM NÚMERO E VARIAÇÃO PERCENTUAL | JANEIRO A MARÇO DE 2017

Segmentos	2017	2016	Saldo das contratações	Variação percentual (%)
	Março	Dezembro		
	A	B	A - B	A/ B -1
Emprego				
Alimentos especiais	148.868	149.544	-676	-0,5%
10996 - Fabricação de produtos alimentícios não especificados anteriormente	93.529	93.475	54	0,1%
46371 - Comércio atacadista especializado em produtos alimentícios não especificados anteriormente	55.339	56.069	-730	-1,3%
Bebidas não alcoólicas	70.793	73.241	-2.448	-3,3%
1033-3 Fabricação de Sucos de Frutas, Hortaliças e Legumes	18.689	18.957	-268	-1,4%
1122-4 Fabricação de Refrigerantes e de Outras Bebidas Não-Alcoólicas	52.104	54.284	-2.180	-4,0%

Fonte: Caged/ MTE e RAIS | Elaboração: Websetorial

IMPORTAÇÕES DOS PRODUTOS DO SETOR

Alimentos especiais: As importações totais de alimentos especiais e congêneres, no acumulado de janeiro a março de 2017, totalizaram US\$ 105 milhões, com recuo de 10,8% frente igual período de 2016.

Bebidas dietéticas e de baixas calorias: No grupo de bebidas dietéticas e de baixas calorias, as importações de no acumulado do trimestre de janeiro a março de 2017, totalizaram US\$ 11,9 milhões, com o incremento de 22,3% em relação ao mesmo trimestre de 2016. (Tabela 4)



TABELA 04 |
IMPORTAÇÕES
EM MIL DÓLARES E VARIAÇÃO PERCENTUAL

Segmentos	2017		2016		Variação percentual (%)	
	jan a mar17	abr16 mar17	jan a mar16	abr15 mar16	Ac. Ano	12 meses
1. Alimentos para fins especiais	105.188	454.051	117.872	489.770	-10,8%	-7,3%
1.1 Concentrados de proteínas e outras preparações, incluindo pós e gelatinas	15.767	60.956	14.212	65.472	10,9%	-6,9%
1.2 Complementos alimentares e suplementos vitamínicos, + restrição de nutrientes e + funcionais	53.586	247.992	57.076	271.260	-6,1%	-8,6%
Complementos alimentares e suplementos vitamínicos	40.045	247.992	42.614	271.260	-6,0%	-8,6%
Alimentos para nutrição enteral	13.542	-	14.463	-	ND	ND
1.3 Alimentos para grupos populacionais específicos, gestantes, crianças e idosos	13.784	93.047	28.274	106.857	-51,2%	-12,9%
1.4 Ingestão controlada de açúcar	9.995	36.744	7.522	45.942	32,9%	-20,0%
Balas e gomas de mascar sem açúcar	4.097	12.164	1.932	17.382	112,0%	-30,0%
Achocolatados sem açúcar	5.899	24.580	5.590	28.560	5,5%	-13,9%
1.5 Adoçantes	12.097	52.122	10.787	41.236	12,1%	26,4%
2. Bebidas dietéticas ou de baixa calorias	11.894	43.764	9.728	38.058	22,3%	15,0%

Fonte: Alice Web- SECEX | Elaboração: Websetorial

DESEMPENHO DO SETOR

Epidemiologia: Em dez anos, a obesidade no Brasil cresceu cerca de 60%, passando de 11,8% em 2006 para 18,9% em 2016. A prevalência da obesidade na população atinge praticamente um em cada cinco brasileiros, segundo a Pesquisa de Vigilância de Fatores de Risco e Proteção para Doenças Crônicas por Inquérito Telefônico (Vigitel), realizada pelo Ministério da Saúde em todas as capitais do País. O crescente número de pessoas obesas é apontado como um dos fatores responsáveis pelo aumento da prevalência de diabetes e hipertensão. O diagnóstico médico de diabetes passou de 5,5% em 2006 para 8,9% em 2016 e o de hipertensão de 22,5% para 25,7%. Segundo a pesquisa, houve uma diminuição da ingestão de ingredientes considerados básicos e tradicionais na mesa do brasileiro, como o consumo regular de feijão, que diminuiu de 67,5% em 2012 para 61,3% em 2016. Outro fato detectado pela pesquisa é o de que apenas um entre três adultos consome frutas e hortaliças nos sete dias da semana. Esse quadro demonstra a transição do perfil alimentar no Brasil, que antes era de desnutrição e que, agora, figura entre os países que apresentam altas prevalências de obesidade.

O governo brasileiro firmou três novos compromissos para diminuir a obesidade no Brasil. As metas fazem parte dos eventos da Década das Ações das Nações Unidas para a Nutrição, que visa o acesso universal a dietas mais saudáveis e sustentáveis para os países da América Latina e do Caribe. Os compromissos são o de deter o crescimento da obesidade na população adulta até 2019, estimular a re-

dução do consumo de refrigerantes e de sucos artificiais em 30% e aumentar o consumo de frutas e hortaliças em 17,8%.

Regulação: A Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa) determinou a suspensão das propagandas de produtos funcionais distribuídos ou comercializados pela Kaiser Intermediação de Negócios – Eireli. Segundo a Anvisa, é proibido o uso de alegações terapêuticas em propagandas de alimentos, que somente podem ser feitas em produtos registrados para este fim quando forem atendidas as diretrizes básicas para comprovação de propriedades funcionais ou de saúde estabelecidas na legislação pertinente.

A Anvisa proibiu a fabricação, comercialização e divulgação, em todo o território nacional, de todos os lotes dos produtos “Papá no Prato”. Atualmente, os alimentos da marca são comercializados pela internet por fabricante desconhecido e nenhum deles possui registro na agência. Segundo a Anvisa, o registro sanitário de alimentos de transição para lactantes e crianças de primeira infância é obrigatório.

Cerca de oito lotes do produto Alimento Nutricionalmente Completo para Nutrição Enteral ou Oral, da marca Trophic Bio, também teve a distribuição e comercialização barradas pela Anvisa.

BEBIDAS

Cervejas: A Heineken comprou a Brasil Kirin, dona da Schin e da Devassa, por R\$ 2,2 bilhões. A transação fará da empresa a segunda maior fabricante de cervejas no Brasil, com uma participação no mercado em torno de 20,5%. A Ambev, que detém

67% do mercado brasileiro de cervejas, está questionando a aquisição no Conselho Administrativo de Defesa Econômica (Cade), alegando risco de concentração de mercado. Em documento enviado ao Cade, a Ambev argumenta que o mercado de bebidas não alcoólicas poderá ser afetado pela operação, fato que está relacionado à distribuição de outras bebidas não alcoólicas que pode ser operacionalizada pela Coca-Cola. Segundo a Heineken, a empresa não atua neste mercado no Brasil. Mas, para a Ambev, existe um acordo de distribuição entre a Heineken e o sistema Coca-Cola e que não está claro se essa relação vai se manter após a aquisição da Brasil Kirin.

Perspectivas: A Ambev acredita que o consumo de bebidas acompanhará o crescimento, ainda que pequeno, do PIB em 2017, beneficiando as operações da empresa no mercado interno, que representaram 66,9% do volume vendido e 57,3% do EBITDA nos nove primeiros meses de 2016. Nas operações no mercado externo (restante da América do Sul, América Central e América do Norte), não há razões, na visão da Ambev, para preocupações. Esses mercados devem dar uma contribuição crescente para os resultados. A empresa, ao que tudo indica, continuará remunerando bem os seus acionistas em 2017.

Lácteos: No primeiro trimestre de 2017, as importações brasileiras de lácteos cresceram cerca de 76%, em virtude da baixa produtividade do setor no País. Um dos grandes pontos de estrangulamento são os custos de produção, que representam entre 85% e 90% do valor do preço recebido pelo produto. Os preços internacionais de

DESEMPENHO DO SETOR

leite, em baixa, e o dólar, menos valorizado, favoreceram as compras externas do produto. O leite em pó é o produto mais importado, pela grande diferença nos preços em relação aos produzidos no Brasil. A maior parte das importações de leite em pó tem como origem a Argentina e o Uruguai.

Refrigerantes: O Brasil já é o quinto maior consumidor de alimentos e bebidas saudáveis no mercado mundial. Os grandes produtores de refrigerantes (Coca-Cola, Ambev e PepsiCo) decidiram não mais vender refrigerantes diretamente nas cantinas de escolas para crianças de até 12 anos ou com maioria de estudantes até essa idade. Nesses locais, serão comercializadas apenas água mineral, suco com 100% de fruta, água de coco e bebidas lácteas.

Sucos: As perspectivas indicam que a próxima safra de laranja (2017/18) terá forte recuperação, mas com preços ainda elevados, em virtude do estoque reduzido. Segundo o Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços (MDIC), a receita total com exportação de suco de laranja do Brasil caiu 31,4%, em março, na comparação com igual mês de 2016. O volume total de suco de laranja exportado chegou a 148,7 mil toneladas, 2,27% abaixo do total de 214,5 mil toneladas embarcadas em março de 2016.

Preços: Os preços de alimentos e bebidas tiveram incremento de 0,24% no acumulado de janeiro a março de 2017, frente a igual período de 2016, de acordo com o Índice Nacional de



Preços ao Consumidor Amplo (IPCA) do IBGE. A variação é menor do que a do IPCA geral, de 0,96% no período em questão, e também abaixo do aumento registrado no primeiro trimestre de 2016 (4,65%).

Investimentos: A Coca-Cola pretende elevar os investimentos em 10%, cerca de R\$ 3 bilhões, no ano de 2017, diante de uma estratégia de expansão das distribuidoras e da mudança no marketing para refrigerantes sem açúcar ou com açúcar reduzido. A meta da Coca-Cola é aumentar em 50% a distribuição dos refrigerantes nas versões zero e com açúcar reduzido.

TENDÊNCIAS ALIMENTARES

Tendências alimentares para 2017, segundo a pesquisa "What's Hot", da Associação Americana de Restaurantes:

1. Fontes hiperfocais: A valorização dos produtos frescos e artesanais é uma tendência forte no mercado de alimentos.

2. Ingredientes naturais: O uso de alimentos orgânicos ou ecológicos, produtos minimamente processados e a redução no uso de insumos de origem animal.

3. Menus saudáveis para crianças: A oferta de produtos saudáveis, frescos e integrais direcionados para o público infantil.

4. Produtos de origem local e regional: A valorização dos produtos locais é uma forte tendência.

5. Redução de desperdício: Além das questões ligadas à sustentabilidade, a forte alta no preço dos insumos induz a uma atenção especial ao desperdício.