

Presente e Futuro do setor de

Alimentos & Bebidas no Brasil

Compilado de pesquisas sobre o panorama da alimentação no Brasil e no mundo: comportamento, tendências, oportunidades e desafios.



sumário

Introdução	03
Contexto atual do setor de alimentos e bebidas	04
Fatores para crescimento do mercado de alimentos e bebidas	06
Crescimento Populacional	07
Envelhecimento da população	09
Hábitos da Geração Z	10
Alimentação infantil	11
Saudabilidade e Sustentabilidade	12
Alimentos orgânicos	14
Veganismo e vegetarianismo	15
- Proteínas planted-based	16
- Leites vegetais	17
Embalagens sustentáveis	18
Urbanização	20
Mercado de delivery	22
Comida congelada	24
Refeições prontas	25
Conheça a FCamara	26



Introdução

À medida que a população mundial cresce, os desafios do setor de alimentos e bebidas no país e no mundo aumentam na mesma proporção.

A partir disso, alguns desafios surgem de imediato.

Como alimentar um planeta com cada vez mais pessoas, garantindo distribuição e qualidade?

Como lidar com a alta demanda, exigência e mudança do perfil por parte dos consumidores?

Este material traz um compilado de pesquisas que abordam o panorama da alimentação no Brasil e ao redor do globo.

Veja comportamento, tendências, projeções, oportunidades e desafios que a indústria da alimentação tem e terá pelos próximos anos.

Aproveite a leitura!



Contexto atual do setor de Alimentos & Bebidas

Dados do ano de 2022 mostram que, no Brasil, o setor de alimentos e bebidas cresceu 17% em comparação com o ano anterior, chegando a representar 10,6% do PIB do país, segundo pesquisa da Associação Brasileira da Indústria de Alimentos (Abia).

Como resultado, foi atingido um faturamento anual no país de R\$ 922,6 bilhões.

Ampliando o espectro e trazendo para a realidade global com dados do *Our World In Data*, enquanto os alimentos

representam 83% (R\$ 766,3 bilhões) do faturamento total no mundo, as bebidas foram responsáveis por apenas 17% (R\$ 156,3 bilhões).

Voltando ao estudo feito no Brasil, ele ainda aponta que o mercado interno representa 73,5% do faturamento, ou R\$ 678,5 bilhões, registrando crescimento de 2% em relação ao ano anterior.

Essa subida foi alavancada principalmente pelo setor de *food service*, significando 24% de todo o faturamento interno.



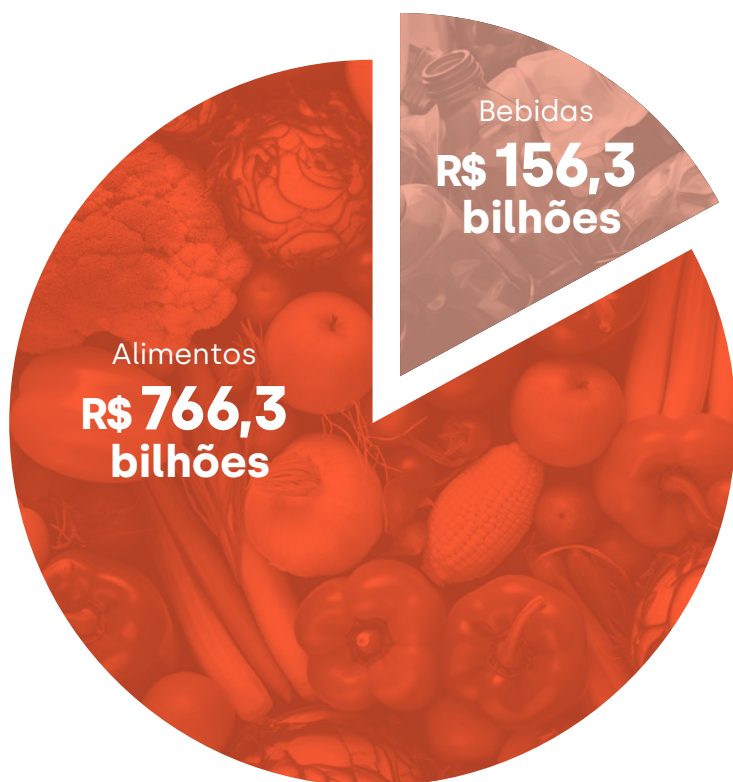
O setor já chegou a representar até

10,6%
do PIB brasileiro

Fonte: ABIA/2022

Faturamento global total

Alimentos & Bebidas



Contudo, é preciso contextualizar esses números, pois eles abrangem parte do período da pandemia de Covid-19 – quando ampliou-se o consumo de delivery –, parte do fim dela, quando ocorreu a reabertura dos restaurantes.

Outro dado interessante da mesma pesquisa aponta que o Brasil é responsável por cerca de 10% da produção mundial de trigo, soja, milho, cevada, arroz e carne bovina.

Como resultado, os pesquisadores concluem que atualmente estaríamos alimentando 10% da população mundial – ou 800 milhões de pessoas – incluída a população nacional.





Fatores para crescimento do mercado de Alimentos & Bebidas

Baseado no estudo da *Our World In Data*, é correto afirmar que o crescimento do mercado de alimentos e bebidas no mundo inteiro passa por 3 mudanças principais que abrangem mudanças demográficas e hábitos populacionais, tais como:



Crescimento Populacional



Saudabilidade e Sustentabilidade



Urbanização

Vamos entender em detalhes cada uma delas a partir de agora.



Crescimento Populacional



Crescimento Populacional



Em primeiro lugar, trazemos uma projeção feita pela mesma *Our World In Data* que diz que, por volta do ano de 2060, **a população mundial deve ultrapassar a marca de 10 bilhões de pessoas.**

Como consequência, haverá grandes desafios na produção de alimentos. Afinal, o crescimento demográfico é sustentado somente com o crescimento da mesma.

A quantidade de comida necessária para alimentar a população mundial até o final do século pode ter de aumentar em quase 80%, segundo a mesma pesquisa.

Outro ponto crucial para análise mostra que o crescimento populacional está diretamente relacionado com o envelhecimento da população.

Isso porque a taxa média de nascimentos está em declínio.

Só para ilustrar, em 1950 a média era de 5 nascimentos por mulher – **atualmente está em 2,3 nascimentos.**

Ainda, há 3 fatores que contribuem para esse crescimento populacional, que são:

- **Envelhecimento da população;**
- **Hábitos da Geração Z;**
- **Alimentação infantil.**

Vamos entender cada um deles?



Envelhecimento da população

O envelhecimento da população é mais um dado essencial para entendermos o crescimento populacional.

Afinal, em 2021, **1 a cada 10 pessoas possuíam mais de 65 anos**. Já a projeção para 2050 é que 1 a cada 6 possua mais de 65 anos.

O IBGE ainda projeta que, em 2050, o número de pessoas idosas (60+) no Brasil ultrapasse os 60 milhões.

Ou seja, considerando que, hoje, no país, existam aproximadamente 30 milhões de pessoas com 60 anos ou mais, a população idosa do Brasil irá mais do que dobrar de tamanho em 30 anos.

Contudo, esse envelhecimento, está, por sua vez, diretamente relacionado aos avanços tecnológicos e um estilo de vida mais saudável – o que inclui a alimentação, é claro.

Hábitos da Geração Z

Os hábitos de consumo da geração Z vêm modificando o posicionamento necessário das empresas do setor de alimentos e bebidas no mundo em basicamente 3 aspectos:



Personalização



Comidas e bebidas são uma forma de expressar sua personalidade e, por isso, precisam ser customizáveis e instagramáveis.

Conveniência



A geração prefere refeições de fácil preparo, é adepta de *snacks* e *food on the go* e busca por opções mais saudáveis.

Saúde



Ela procura por alimentos 100% naturais e orgânicos. Além disso, é menos propensa ao consumo de bebidas alcoólicas e tem maior tendência ao vegetarianismo.



Alimentação infantil

Mesmo com o declínio da natalidade mundial, a alimentação dos bebês também é um "puxador" de tendências.

Essa afirmação é verdadeira por conta dos pais que buscam conveniência e economia de tempo sem abrir mão da qualidade e da saúde alimentar de seus filhos.

Uma alimentação 100% natural, sem conservantes e boa para a saúde cardíaca são as mais procuradas por pais e mães.

Como resultado, o aumento da demanda por produtos saudáveis para as crianças fez com que os preços disparassem.

Em 2022, os alimentos essenciais da dieta infantil encareceram 57,12%, no período, apenas no Brasil, conforme levantamento do Índice de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA), divulgado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).



Saudabilidade e Sustentabilidade



Saudabilidade e Sustentabilidade

No quesito “Saudabilidade e Sustentabilidade”, podemos destacar os seguintes fatores de influência:

- **Alimentos orgânicos;**
- **Veganismo e vegetarianismo;**
- **Embalagens sustentáveis.**

Vamos entender melhor cada um deles?





Alimentos orgânicos

Não há como negar que, no Brasil e no mundo, a busca por comidas mais saudáveis e sustentáveis está crescendo.

Só para ilustrar, em 2021, apenas no país, o mercado de alimentos orgânicos movimentou R\$ 6,5 bilhões, enquanto, no planeta inteiro, esse valor chegou a US\$ 145 bilhões.

A estimativa até 2024 é que essas cifras aumentem significativamente.

Enquanto no Brasil são projetados R\$ 9,8 bilhões em movimentação (cerca de 15% de crescimento estimado ao ano), no mundo calcula-se aumento para até US\$ 220 bilhões.

Segundo pesquisa da Associação de Promoção dos Orgânicos (Organis), o número de empreendimentos de orgânicos no Brasil cresceu 11% em 2021, somando mais de 25 mil unidades produtivas.

Veganismo e vegetarianismo

Dados do Allied Market Research mostram crescimento do veganismo e vegetarianismo ao redor do mundo.

Em 2020, o mercado vegano movimentou US\$ 19,7 bilhões. Para 2024, a projeção de valores está em US\$ 36,3 bilhões.

Trazendo para a realidade brasileira, de acordo com dados da Inteligência em Pesquisa e Consultoria (Ipec), o veganismo também está em alta.

Os números apontam que 14% da nossa população já se declara vegetariana, ou seja, cerca de 30 milhões de pessoas.

Comparando com dados de 2012, isso significa um aumento de 75% de vegetarianos nas regiões metropolitanas do Brasil.

Além disso, conforme a mesma pesquisa, 46% dos brasileiros já deixaram de comer carne, por vontade própria, pelo menos uma vez na semana.

Como resultado dessa movimentação, registrou-se 500% de aumento na abertura de empresas com “nome vegano” nos últimos 10 anos.



Veganismo e Vegetarianismo



Proteínas planted-based

Essas mudanças de hábitos fizeram com que o setor de alimentos e bebidas se movimentasse.

Como consequência, por exemplo, podemos destacar o mercado global de proteínas plant-based, que pode chegar à cifra de US\$ 370 bilhões em 2035, segundo projeção da consultoria A.T. Kearney – o que corresponderia a 23% de todo o segmento de carnes no mundo.

Essa tendência observa-se no Brasil, uma vez que jovens de 16 a 24 anos são os maiores fãs da carne vegetal. Vale destacar que hoje esses produtos são consumidos principalmente pelas classes A e B.



Veganismo e Vegetarianismo



Leites vegetais

O setor de alimentos e bebidas também se destaca pela crescente produção de leites vegetais.

Atualmente, essa indústria movimentava aproximadamente US\$ 16 bilhões. Já para 2029, a projeção aponta um salto para perto de US\$ 35 bilhões.

Olhando o panorama atual dessa produção no mundo inteiro, a realidade de dois países chama bastante a atenção.

Em primeiro lugar, os Estados Unidos, onde quase metade de todos os compradores adicionam algum tipo de leite vegetal às suas compras.

Em segundo lugar, o Reino Unido que, desde 2015, registra crescimento de 30% de vendas de leites vegetais.

Já no Brasil, dados de 2018 apontam que o interesse por esse alimento subiu 51,5%.





Embalagens sustentáveis

Dados da pesquisa do Mordor Intelligence mostram que o mercado de embalagens para food service vem movimentando cada vez mais dinheiro.

Enquanto em 2020 as cifras bateram US\$ 62,4 bilhões, para 2026 estima-se um valor perto de US\$ 85,1 bilhões – crescendo 5,3% ao ano.

E o preço delas não será um problema. Ao menos é o que aponta o mesmo estudo.

Afinal, 75% dos consumidores ouvidos estão dispostos a pagar mais por produtos feitos com materiais sustentáveis e eco-friendly.

Esse modelo de negócio permite que as marcas reduzam sua pegada de carbono e também forneçam uma estratégia para fidelização de clientes e recompra.

Ao mesmo tempo, a durabilidade das embalagens reutilizáveis pode promover uma melhor experiência para os clientes, evitando o problema das embalagens descartáveis.



Não à toa, alguns governos ao redor do mundo já estão sendo pressionados por essa tendência.

Prova disso foi que, em 2019, o Parlamento Europeu aprovou uma lei banindo uma grande variedade de plásticos descartáveis em um período de dois anos.

Um ano depois, em 2020, viu-se um movimento similar nos EUA, o chamado “Pacto de Plásticos” que reuniu 850 empresas no país e em todo o mundo com a missão de tentar criar uma economia circular para os plásticos, substituindo as embalagens novas por reutilizadas.

Além disso, 4 metas foram estipuladas:

1. Definir uma lista de embalagens problemáticas ou desnecessárias até 2021 e tomar medidas visando eliminar os itens da lista até 2025;

2. Garantir que 100% das embalagens plásticas sejam reutilizáveis, recicláveis e compostáveis até 2025;

3. Realizar ações ambiciosas para efetivamente reciclar ou compostar 50% das embalagens plásticas até 2025;

4. Alcançar uma média de 30% de conteúdo reciclado ou conteúdo de origem responsável e de base biológica até 2025.





Urbanização



Urbanização



Sem dúvida alguma, o processo de urbanização está em crescimento no mundo todo.

A previsão é que até 2050, 6,5 bilhões de pessoas em todo o mundo vivam nas cidades.

Trazendo para a realidade brasileira, de acordo com dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) de 2015, a maior parte da população brasileira (84,72%) vive em áreas urbanas.

Como resultado, o setor de alimentos e bebidas no país tem mais alguns desafios pela frente, tais como:

- **Mercado de delivery;**
- **Comida congelada;**
- **Refeições prontas.**

Vamos entender cada um deles?

Mercado de delivery

Dados da Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (Abrasel) mostram um crescimento de mais de 160% nos últimos 2 anos no mercado de delivery.

Isso significa que os brasileiros fazem por volta de 75 milhões de pedidos, por mês, por esse sistema, com um ticket médio de R\$ 60.

Os pedidos de comida feitos por WhatsApp, internet ou telefone são, hoje, um terço da receita dos bares e restaurantes brasileiros.

Como consequência, esses números colocam o Brasil em 1º lugar do ranking dos países com maior participação do delivery nas vendas totais dos estabelecimentos.

Alguns dados de 2021 comprovam essa posição, tais como:

- **R\$ 60 bilhões movimentados entre mercado delivery + take away no Brasil;**

(fonte: Valor Econômico)

- **R\$ 3 bilhões de custos com embalagem, que varia entre 3% e 10% do faturamento total;**

(fonte: entrevistas Ifood e Scudra)

- **1,4 bilhão de entregas feitas;**

(fonte: Measurable IA)

- **2 embalagens usadas por entrega em média;**

(fonte: entrevista Terraw e Ifood)

- **2,9 bilhões de embalagens utilizadas.**





Só para ilustrar, o Ifood, que possui 80% do mercado de delivery do Brasil, apresentou os seguintes números em 2021:

- **R\$ 29,4 bilhões de faturamento, totalizando 49% mercado total;**

(fonte: Measurable IA e Ifood)

- **R\$ 1,47 bilhão gastos com embalagens – 5% do faturamento total;**

(fonte: entrevistas Ifood e Scudra)

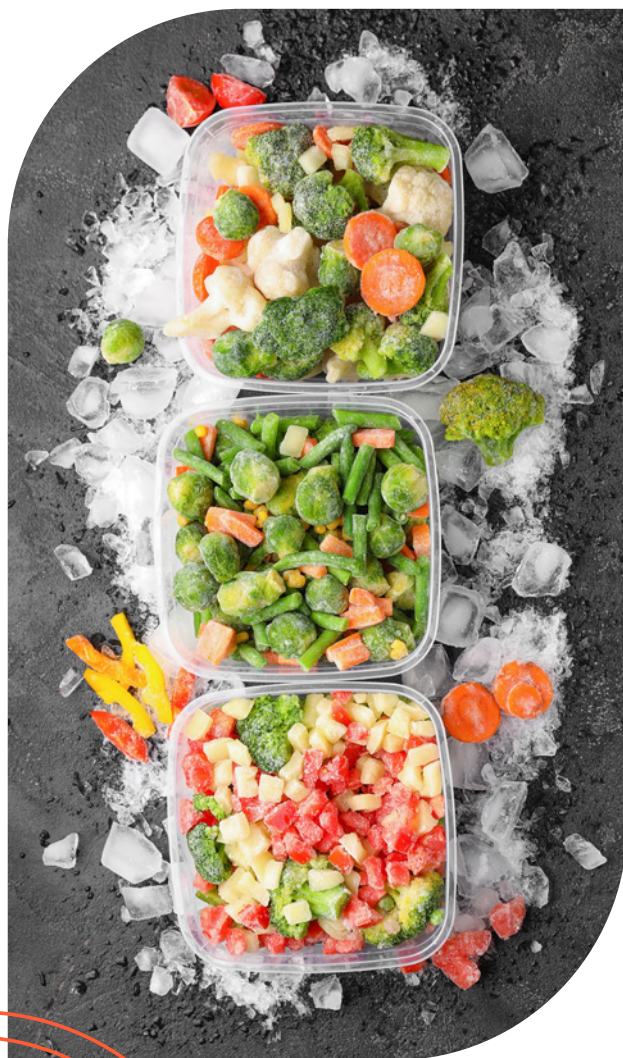
- **720 milhões de entregas realizadas;**

(fonte: Measurable IA e Ifood)

- **2 embalagens usadas por entrega em média;**

(fonte: entrevista Terraw e Ifood)

- **1,44 bilhão de embalagens utilizadas.**



Comida Congelada

Estima-se que até 2027, no mundo, o setor de alimentos congelados terá crescido 13,5% ao ano e movimentado um total de US\$ 380,5 bilhões, segundo dados da GrandView Research.

Fazendo um recorte para a cidade de São Paulo, o crescimento projetado para esse consumo é de até 410%, como aponta pesquisa realizada pelo Programa de Administração de Varejo (PROVAR) da Fundação Instituto de Administração (FIA), entidade conveniada à Faculdade de Economia, Administração e Ciências Contábeis da USP.

Entretanto, cabe às empresas do setor se atentarem para o perfil do consumidor interessado em substituir a alimentação tradicional por formas mais rápidas e práticas.

Esse mesmo estudo apontou o aumento da preferência por comidas e bebidas do tipo *"Ready-to-Eat"* (pronta para comer) e bebidas *"Ready-to-Drink"* (prontas para beber), por necessitarem de menos preparo, terem tempo de cozimento menor e possuírem maior validade.

Nesse sentido, a pizza congelada foi o alimento apontado como a refeição pronta mais popular.

Refeições prontas

Por fim, podemos destacar a evolução do mercado de comidas congeladas.

É correto afirmar que elas evoluíram, saindo da venda de comidas cruas para comidas preparadas (com mistura de vegetais com arroz, massa e carne), sobremesas congeladas e produtos de confeitaria.



Ainda sobre refeições prontas, estima-se que as comidas enlatadas, de 2020 a 2027, tenham o crescimento mais acelerado (cerca de 6,1%) ao ano, sendo especialmente mais popular entre consumidores jovens.

FCamara

A FCamara é um **ecossistema de tecnologia e inovação** que potencializa o futuro de negócios, integrando visão estratégica com execução inteligente, lado a lado com seus clientes, para proporcionar experiências transformadoras.

Com um profundo conhecimento no setor industrial e uma equipe altamente especializada, atuamos em Inovação, Transformação Digital, E-commerce & Marketplace,

Cloud & Cibersegurança, Open Finance & Open Insurance, Data & Analytics e Marketing Digital junto aos principais players do varejo, saúde, seguros, mercado financeiro, indústria e outros segmentos.

Hoje, o grupo conta com operações no Brasil, Europa e Reino Unido, e **mais de 1.000 empresas atendidas** em sua história.

Que tal dar um  a mais no seu negócio?

Clique aqui e fale
com nossos especialistas.



The background is a solid orange color. On the right side, there are several white lines that start as horizontal lines and then curve 90 degrees downwards, creating a series of concentric, rounded rectangular shapes that extend towards the bottom right corner.

FCamara

