



O mundo conta com o seu negócio

Você está preparado?

Marsh e você, alimentando possibilidades

[Fale conosco](#)



Principais números da América Latina e Caribe

640

milhões de pessoas

80%

áreas urbanas

E em 2050 seremos

784

milhões de habitantes



Alimentar e cuidar da saúde desse enorme contingente de pessoas é um desafio imenso, enfrentado por grandes corporações e empresas nacionais e familiares.

A **transformação** do setor agroalimentar nos últimos anos, e especialmente neste período pós-pandemia, está obrigando as empresas a repensarem os seus **modelos de negócio** e a incorporar **tecnologias** que lhes permitam digitalizar e adaptar às novas exigências dos consumidores. Além disso, o impacto das mudanças climáticas, o aumento da inflação, os ataques cibernéticos massivos, as demandas sociais, os problemas nas cadeias de suprimentos globais e as novas regulamentações, estão fazendo com que as empresas se **antecipem e se preparem melhor** para gerenciar seus riscos de forma eficaz e, assim, **proteger seus negócios, seus funcionários e seus clientes**.

Um sistema alimentar sólido, sustentável e inclusivo é crucial para alcançar os objetivos de **desenvolvimento econômico e social** de nossas comunidades



você sabia que 75% das empresas do mundo sofreram pelo menos um ataque cibernético?



Você acredita que 29% dos funcionários da América Latina não se sentem seguros em poder pagar pelos cuidados de saúde que sua família precisa?



você sabia que as mudanças climáticas são responsáveis, por pelo menos, 150.000 mortes por ano, e deve dobrar até 2030?



Você tem conhecimento que a crise da dívida é uma ameaça latente nos próximos cinco anos?

POPULAÇÃO
TOTAL

660.269

milhares de pessoas

POBREZA
EXTREMA

13,1%

da população

TAXA DE
DESEMPREGO

10,5%

da população economicamente ativa

TAXA DE CRESCIMENTO
DO PIB

6,6%

a preços constantes

TAXA DE CRESCIMENTO
DO IPC

12,5%

PIB INTENSIDADE
ENERGÉTICA DO PIB

1.0

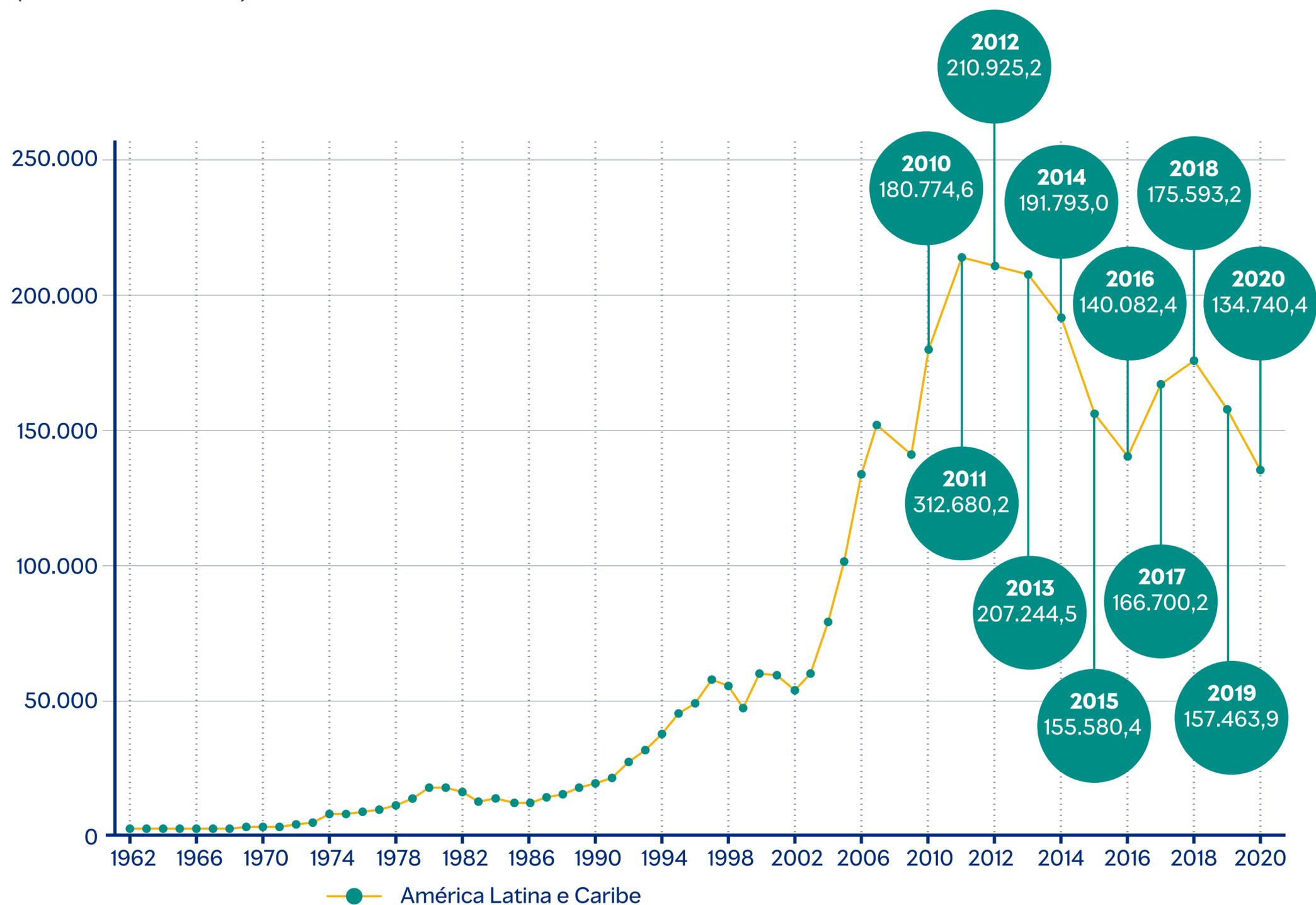
mil barris equivalentes de petróleo

DATOS CEPAL

Fale conosco

Comércio interregional total de mercadorias

(Milhões de dólares)



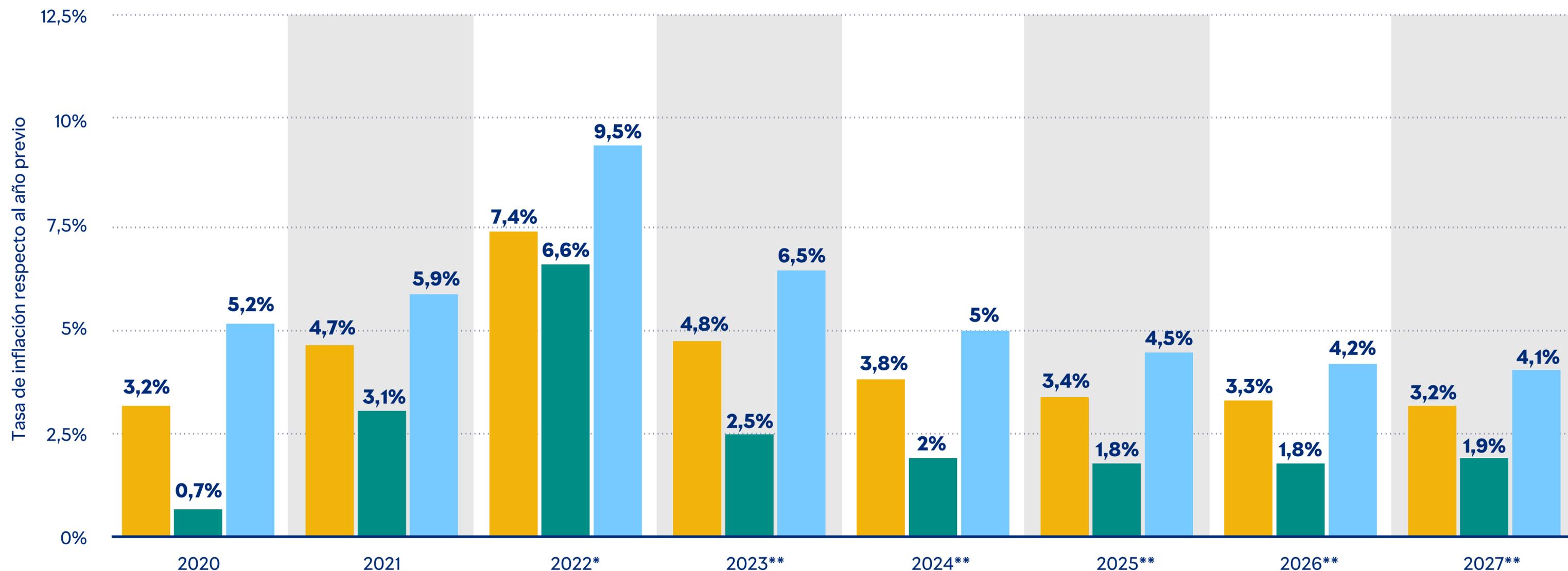
Após uma ligeira queda nas exportações em 2009, o setor de Alimentos e Bebidas apresentou um claro aumento nas suas operações de exportação. Saiba como seu negócio pode sustentar suas operações de forma que a distribuição de seus produtos aumente apesar da crise. Hoje, as exportações intrerregionais e internacionais podem ser mantidas, antecipando riscos latentes e emergentes.

Taxa de inflação

nos países desenvolvidos, emergentes e em desenvolvimento entre 2020 e 2027

(em relação ao ano anterior)

É verdade que a economia de nossa região atingiu seus **maiores níveis de inflação este ano**. Mas também é verdade que se você definir uma estratégia para enfrentar os riscos a médio e longo prazo, seu negócio **pode crescer em um contexto complexo**.



Data de publicação
2022

Região
Mundial

Período de estudo
2020 - 2022

Notas complementares
* Dados estimados
** Previsões

● Mundial

● Economias fortes
(desenvolvidas)

● Economias emergentes ou
em desenvolvimento

Empresas nacionais e familiares: motor de desenvolvimento social e bem-estar

90%

das empresas de alimentos e bebidas são empresas nacionais e familiares

O que são empresas nacionais e familiares para a Marsh?

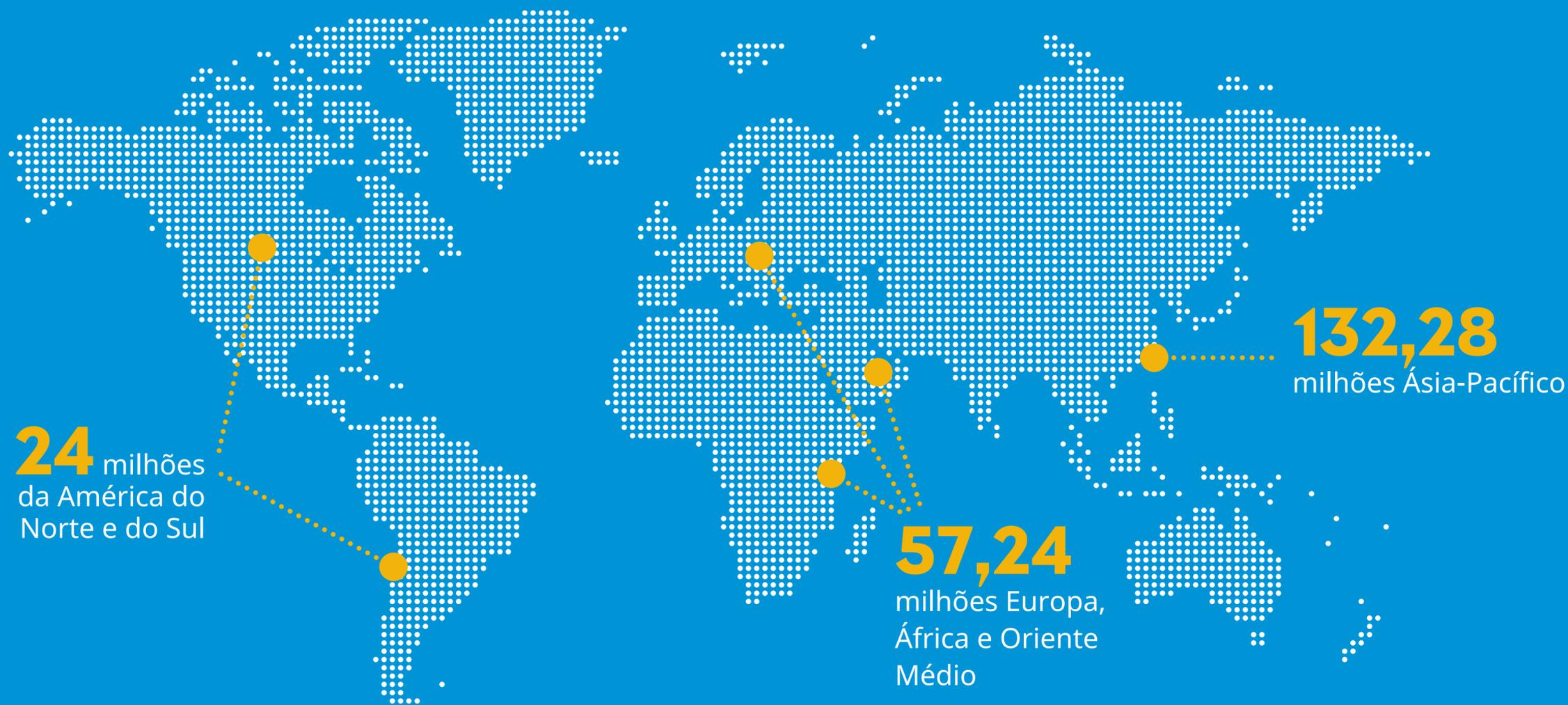
Eles são os grandes dinamizadores das economias locais. Cada país da região tem seus próprios critérios para classificar as “Empresas Nacionais e Familiares”. O que para o México é uma Empresa Nacional e Familiar, pode não ser para o Brasil. Ou aquelas que alguns países da América Central consideram grandes empresas, talvez na Colômbia, Chile ou Argentina não sejam. Assim, as Empresas Nacionais e Familiares não se definem apenas pelo número de colaboradores ou seu volume de negócios, mas por indicadores “locais”, como obrigações fiscais e regulatórias e legislação própria.



Empresas de Alimentos e Bebidas

Em 2020 mais de **213** milhões de empresas de alimentos e bebidas estavam operando em todo o mundo

Dos quais 24 milhões estão na América do Norte e do Sul, 57,24 milhões na Europa, África e Oriente Médio e 132,28 milhões na região Ásia-Pacífico.



Consumo

 **USD**
660

Na América Latina, o consumo per capita de alimentos e bebidas foi de USD 660



4,5 milhões de pessoas de baixa renda que vivem em países em desenvolvimento gastam US\$ 2,3 bilhões de dólares por ano em alimentos e bebidas, isso é mais do que os segmentos de consumo médio e superior juntos.

Dados do Banco Mundial



Há vários anos, a população de nossa região vem mudando seus hábitos alimentares, aumentando o consumo de alimentos de baixa caloria, basicamente pobres em carboidratos, e aumentando a ingestão de produtos vegetais alternativos aos de origem animal.

Tendências de consumo: um olhar para a saúde



Alimentação à base de plantas

aumento de +59% em novos produtos à base de plantas



Produtos funcionais

Os que melhoram o humor, aumentam as habilidades cognitivas, os níveis de energia ou reduzem os níveis de estresse, entre outras funções, tornaram-se prioridade para o consumidor.



Reduccionismo

A redução de componentes como açúcar, sódio, gordura, álcool, carboidratos, entre outros, torna-se uma importante estratégia para os formuladores.



Imunidade

58% dos consumidores estão cientes dos potenciais benefícios que as bactérias do sistema digestivo podem ter na saúde geral.



Alimentação com propósito

50% dos consumidores estão dispostos a pagar um pouco mais por produtos com garantias de alta qualidade e padrões de segurança verificáveis.



Diminuição das compras

Os consumidores reagem diminuindo o nível de compras ou substituindo alguns produtos por outros de preço mais baixo.

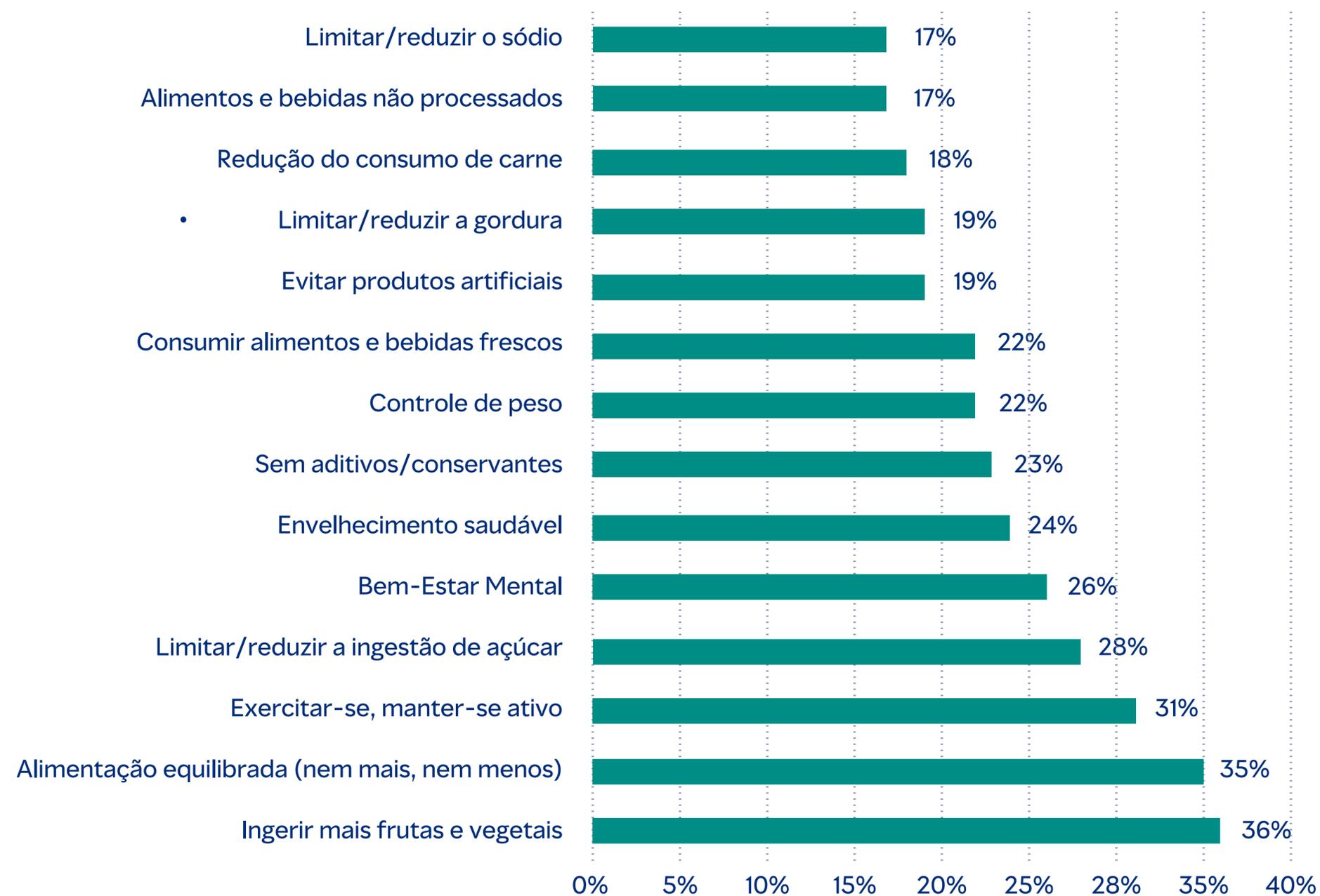
Preferências do consumidor na América Latina

98,4%

dos latino-americanos consideram a alimentação como forma de prevenção de doenças e estão mais atentos à higiene de seus alimentos.

FONTE: Sustentabilidade em Ação, Kerry 2021

[Fale conosco](#)



Hábitos de consumo

5%

da população mundial é vegana



Até 2030, a América Latina liderará o aumento do consumo de produtos vegetais alternativos aos de origem animal.

Relatório Statista, agosto de 2022

+60%

dos latino-americanos estão determinados a comer menos produtos de origem animal.

75%

dos latino-americanos consideram importante conhecer a origem dos alimentos.

+75%

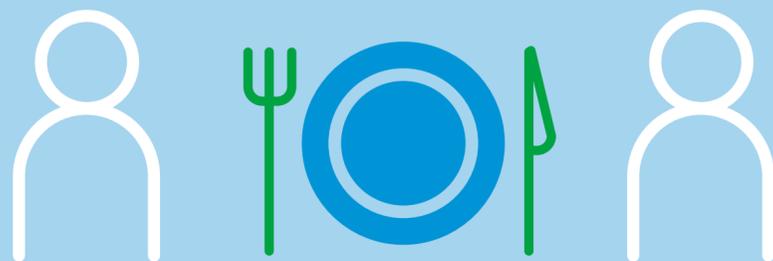
reconhecem que a alimentação é um assunto que os preocupa e sobre o qual devem estar atentos.

30%

dos consumidores latino-americanos consideram a rapidez e a facilidade no preparo dos alimentos essenciais.



Comer fora de casa



Comer fora = menos desigualdade

Quando as análises incluem alimentos consumidos fora de casa, a taxa de pobreza moderada é 16% menor em comparação com o cenário em que foi utilizado apenas o gasto total com alimentação. A desigualdade no consumo, medida pelo coeficiente de Gini, é menor quando se inclui o fator “comer fora de casa”, uma redução extremamente importante.

Quanto mais próximo o coeficiente de Gini estiver de 0, mais igualitária será a distribuição de renda. Enquanto 1 é quando toda a renda está concentrada em uma pessoa.

90%

comem fora pelo menos uma vez por semana.

30%

das famílias de classe média latino-americana gastam 30% em comida informal de rua
FAO-ONU

A **comida de rua** faz parte da paisagem urbana da América Latina e é também uma indústria em crescimento, considerando que **8 em cada 10 latino-americanos vivem em cidades**. O ritmo de vida da cidade, a acessibilidade dos preços e o apetite pelo “sabor local” fazem do jantar casual **uma opção cada vez mais popular**.



Desperdício de alimento

121kg

de comida são desperdiçados por pessoa.



De acordo com os últimos dados do Banco Mundial sobre desperdício de alimentos, 931 milhões de toneladas métricas de alimentos foram jogadas fora em todo o mundo.

O aumento dos preços dos alimentos, eventos climáticos extremos e desafios geopolíticos estão afetando as empresas de alimentos e bebidas.

Reduzir o desperdício de alimentos é responsabilidade de indivíduos e empresas.

Desenvolver um programa ESG, adaptado à realidade de cada negócio, é essencial. Seja uma empresa de médio ou pequeno porte, **cada uma pode contribuir para superar esse desafio.**

O desperdício de alimentos não é registrado apenas em países com economias poderosas. Em regiões como a América Latina, os altos índices de desperdício estão associados às péssimas condições de conservação dos alimentos.

A **incorporação de sistemas de automação e proteção digital** é uma prioridade entre as empresas de alimentos e bebidas.

Até 2030, espera-se que 6 em cada 7 pessoas consumam 3.000 calorias por dia e cerca de 33% dos alimentos sejam desperdiçados por falta de automação de processos.



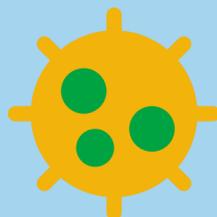
Troca comercial + cadeia de suprimentos

14%

As exportações agroalimentares da América Latina representam cerca de 14% das exportações mundiais de produtos agrícolas e um quarto das exportações totais de bens da região



Por suas contribuições para uma alimentação saudável, pode-se citar que a região exporta um terço das frutas que produz e um quarto de seus vegetais.



Durante 2020, as exportações dos produtos agrícolas latino-americanos **resistiram ao impacto gerado pela COVID-19** mais do que as exportações totais de mercadorias: registraram um aumento de 2,7%, enquanto as exportações totais de mercadorias mostraram uma queda de 9,1%.



86% das exportações agroalimentares vão para apenas três mercados: os Estados Unidos com 23%, seguidos pelo Leste Asiático com 19%, a China representa apenas por 13%, e a União Europeia com 18%.

51%

10 productos

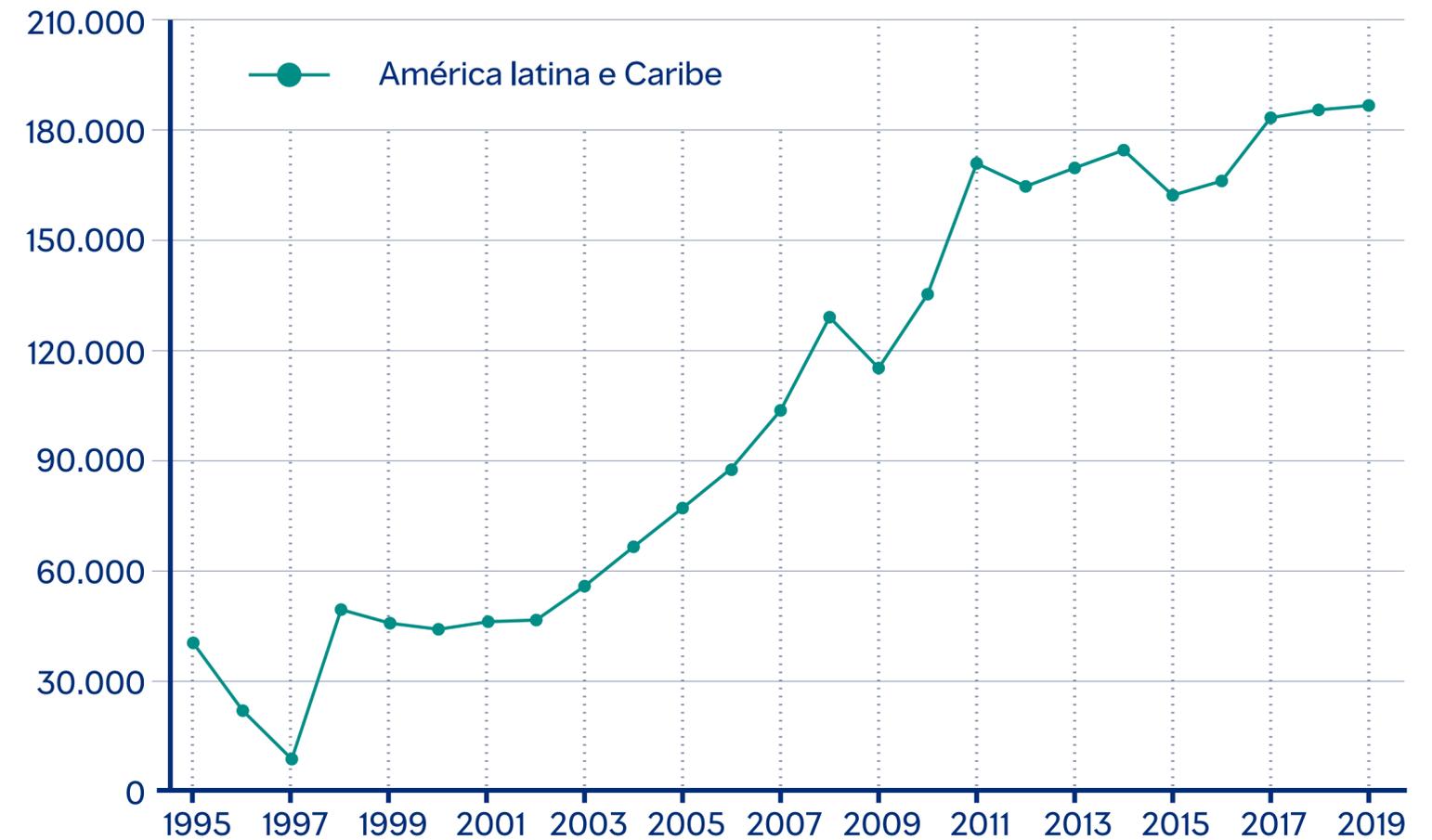
As exportações agrícolas da região estão concentradas em um número limitado de produtos: **51% do valor exportado está concentrado em 10 produtos.**

Desafios da cadeia de suprimentos

- ➔ Promover relacionamentos colaborativos com os principais clientes e fornecedores
- ➔ Diversificar a base de fornecimento
- ➔ Diversificar o mercado, inclusive abordando outras geografias e linhas de produtos
- ➔ Redesenho do produto
- ➔ Segmentação da cadeia de suprimentos
- ➔ Mudanças na fabricação de um país e/ou regiões para outro
- ➔ Aumentar o trabalho com terceiros na fabricação e logística
- ➔ Aumento de estoque

Tendência 2022 para o setor de Alimentos e Bebidas

- ➔ Tendência 2022 para o setor de Alimentos e Bebidas
- ➔ Desenvolvimento e aumento de uma responsabilidade social, com foco no meio ambiente
- ➔ Sustentabilidade
- ➔ Novos produtos mais saudáveis
- ➔ Novos requisitos e melhores opções
- ➔ Maior diversidade
- ➔ Novos modelos de negócios e formas de trabalhar



Como é o novo modelo de planejamento e execução da cadeia de suprimentos?

- ➔ Aumentar a regionalização do estoque, aproximando-o do cliente.
- ➔ Maior agilidade nos ciclos de planejamento de vendas e operações.
- ➔ S&OP Social para apoiar o planejamento estratégico de longo prazo.
- ➔ Cenários para revisar continuamente as estratégias da cadeia de suprimentos.
- ➔ Funções de gestão de risco com ênfase na cadeia de suprimentos.



Ter dados suficientes será uma prioridade para acelerar a transformação. Aplicativos especializados melhorarão a sustentabilidade, segurança alimentar e transparência.

América Latina: o principal fornecedor mundial de alimentos?

60%

Até 2050, a produção mundial de alimentos terá que aumentar 60% para atender às demandas nutricionais de mais de 9 bilhões de pessoas.

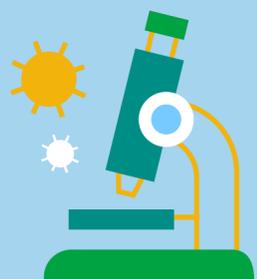
Será uma oportunidade para a América Latina e o Caribe se consolidarem como um dos principais fornecedores de alimentos do mundo.



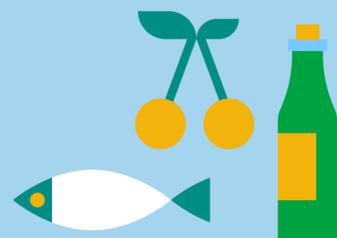
Você sabia que...

hoje a América Latina é responsável por 12% da produção agrícola mundial e 16% das exportações mundiais de produtos agrícolas?

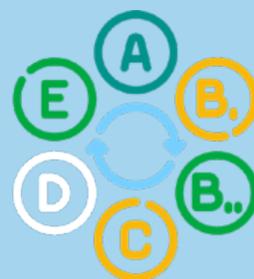
Qualidade dos produtos em termos de quê?



Aumentar a produção de alimentos seguros



Maior diversidade de alimentos



Maior teor nutricional

As entidades privadas e públicas devem **articular estratégias** para promover a produção desde a origem da cadeia de valor: **os sistemas agrícolas**.

Dados da Organização das Nações Unidas para Agricultura e Alimentação (FAO) indicam que nossa região é a **maior exportadora líquida** de alimentos do mundo e prevê que até 2024 a balança comercial agrícola poderá superar a da América do Norte.

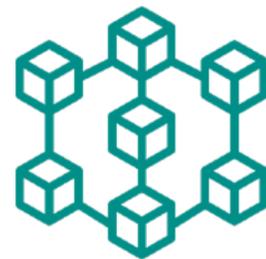
O desafio é alcançar o **equilíbrio ideal** entre a **produção de alimentos e a qualidade do produto**.

Automação e digitalização: um desafio que avança em toda a região

Tendências de automação na região



Comércios
mais eficientes
e adaptáveis



Tecnologias para
fidelizar o cliente
e blockchain



Sistemas e serviços
sob demanda
e logística verde

A indústria de alimentos e bebidas está atrasada em **melhorias operacionais e de eficiência**. Um estudo recente do Gartner revela que 87% das organizações de alimentos e bebidas estão muito atrasadas em recursos de **análise e inteligência de negócios**. O sucesso dos produtores de alimentos e bebidas no futuro digital depende de fazer **investimentos inteligentes** hoje.



Você sabia que...

63% da indústria de alimentos e bebidas aumentou seu investimento em segurança cibernética até 2022

Você conhece o impacto que a não proteção das informações pode ter no seu negócio?

Esta é uma realidade da qual as empresas nacionais e familiares não escapam. Antecipar-se e proteger-se é o maior patrimônio do seu negócio.

Entre em contato!

Segmentação e exposição inadequadas à Internet

Sistemas desatualizados

Protocolos inseguros

Configurações inseguras

Falta de monitoramento de segurança cibernética

Baixa conscientização

Gerenciamento de acesso inadequado

Outras

Principais causas e efeitos de um ataque cibernético em organizações com sistemas de controle industrial

Interrupções de operações

Alteração dos parâmetros do processo

Danos físicos à propriedade

Danos à saúde das pessoas

Impacto no meio ambiente

Comprometimento da reputação organizacional

Vazamento de informação

Fraude e extorsão

Como lidar com o aumento dos preços dos alimentos?



- ➔ **MANTER** o comércio de alimentos.
- ➔ **APOIAR** consumidores e famílias vulneráveis através de redes de proteção social.
- ➔ **APOIO** aos agricultores.
- ➔ **RESILIÊNCIA** nos sistemas alimentares e segurança alimentar e nutricional que permanece no longo prazo.

Segurança Alimentar

Na América Latina e no Caribe, a insegurança alimentar está hoje em seu ponto mais alto desde 2000, após um aumento de 30% no número de pessoas que passam fome entre 2019 e 2020.

59,7
milhões

Em apenas um ano, e no contexto da pandemia da COVID-19, o número de pessoas que vivem com fome aumentou 13,8 milhões, atingindo um total de 59,7 milhões de pessoas.



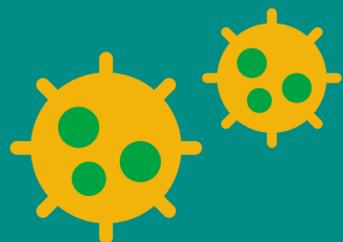
Assim, quatro em cada dez pessoas na região – 267 milhões – experimentaram insegurança alimentar moderada ou grave em 2020, 60 milhões a mais do que em 2019, um aumento de 9 pontos percentuais, o mais acentuado em relação a outras regiões do mundo.

Segundo dados do Programa Alimentar Mundial (PMA), em junho de 2020, um total de 345 milhões de pessoas em 82 países sofria de **insegurança alimentar aguda**. São pessoas cujo acesso a alimentos a curto prazo foi tão restrito que **suas vidas e meios de subsistência estão em risco**.

O PMA e a Organização das Nações Unidas para Agricultura e Alimentação (FAO) alertaram que a insegurança alimentar aguda pode piorar em mais 20 países entre junho e setembro de 2022. Estima-se que 3 bilhões de pessoas no mundo **não têm condições de pagar por uma dieta saudável**.

Número de pessoas subnutridas SN_ITK_DEFCN
(em milhões)





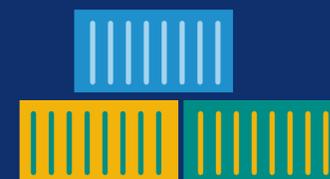
NUTRIÇÃO PÓS-COVID

Pesquisas telefônicas do Banco Mundial em 85 países indicam que um número significativo de pessoas **ficou sem comida ou reduziu seu consumo** durante os dois primeiros anos da pandemia da COVID-19. A diminuição da ingestão de calorias e a má nutrição ameaçam **os ganhos em saúde e a redução da pobreza, e podem ter efeitos duradouros no desenvolvimento cognitivo de crianças pequenas.**

As restrições pós-Covid19 ao comércio de alimentos, estabelecidas pelos países com o objetivo de aumentar a oferta interna e reduzir os preços, tiveram **impacto nos alimentos.**



De acordo com a edição de abril de 2022 do relatório Commodity Markets Outlook do Banco Mundial, a guerra na Ucrânia alterou os padrões globais de comércio, produção e consumo de commodities, de modo que os preços permanecerão em **níveis historicamente altos** até o final de 2024, exacerbando a insegurança alimentar e a inflação.



Cerca de 74 países implementaram 33 proibições de exportação de alimentos e pelo menos 7 implementaram 11 medidas de restrição de exportação.

Todo mundo está pensando em ESG Ambiental, Social, Governo.



Produtos alimentares **não saudáveis** representam um risco financeiro



O açúcar é o **novo carbono**. México começa a taxar bebidas açucaradas.



A pressão para ser **mais transparente** na pegada de sal aumenta a cada dia.



Restrições de marketing para empresas que não se adaptam.

Metas de desenvolvimento sustentável

OBJETIVO 2

Acabar com a fome, alcançar a segurança alimentar e melhorar a nutrição, e promover a agricultura sustentável. Uma das metas é dobrar a produtividade agrícola e a renda dos produtores de alimentos até 2030. Conheça as estratégias que você pode implementar no seu negócio para crescer com resiliência.

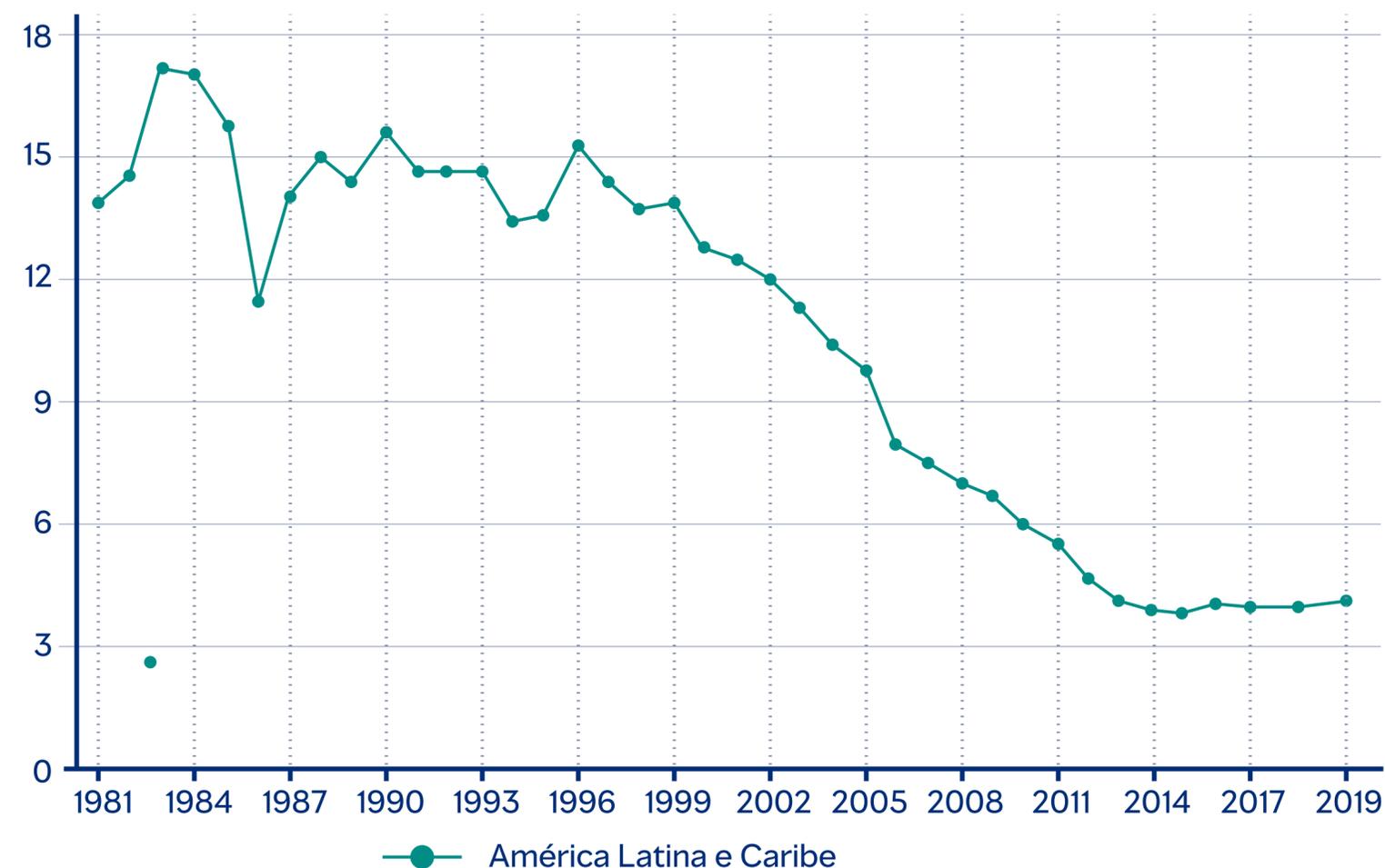
[Fale conosco](#)

Você sabia...

Você sabia que a crise alimentar global está colocando à prova os planos de resiliência? Os preços globais dos alimentos aumentaram significativamente nos últimos dois anos, uma crise afetada pela pandemia do COVID-19, eventos climáticos extremos e desafios geopolíticos. E empresas e países ao redor do mundo estão enfrentando novos riscos, incluindo escassez significativa de mão de obra, enquanto tentam levar alimentos e produtos agrícolas para seus destinos.

Proporção da população abaixo da linha de pobreza internacional (%) SI_POV_DAY1

(Porcentagem)

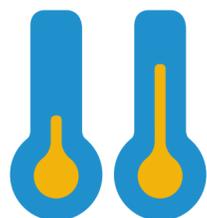


Desafios

Nas próximas décadas, a indústria de alimentos e bebidas enfrentará:



Alterações na oferta



Mudança climática



Volatilidade dos preços dos alimentos



Segurança e demanda alimentar

Como a indústria de alimentos pode evoluir para atender às demandas recentes de seus consumidores?

1 Reformulação de produtos

2 Identificação de novos fornecedores de produtos agrícolas

3 Aumentos de preços para combater a interrupção da cadeia de suprimentos

4 Marketing e publicidade baseados em hábitos de saúde

O setor de alimentos e bebidas é geralmente um dos maiores setores manufatureiros que **emprega um grande número de pessoas e está em constante crescimento**.

A **concorrência está em alta** e tem havido uma enorme consolidação entre marcas estabelecidas, juntamente com novas marcas que entram no mercado. Para superar esse ambiente de maior competitividade, os produtores de alimentos devem rever seus modelos de negócios e buscar **estratégias de modernização** que coloquem a **tecnologia no centro das operações**, a fim de manter a competitividade e aumentar a participação de mercado.



Mudanças no comportamento e necessidades dos clientes exigem flexibilidade do setor de Alimentos e Bebidas para adotar tecnologias inovadoras que otimizem suas operações diárias e proporcionem boas margens de lucro. Não é só oferecer os preços mais baixos, mas agora para ter sucesso é preciso estar alinhado com os clientes.

Como alcançamos?

1

Incorporar serviços de valor agregado. “Serviço” agora significa muito mais do que normalmente consideramos um bom atendimento ao cliente. Os clientes hoje preferem interagir por meio de mídia digital e também se preocupam com o impacto no meio ambiente, as condições de trabalho dos trabalhadores da fábrica e a sustentabilidade dos ingredientes utilizados.

2

Melhore a experiência do cliente. De acordo com a Constellation Research, “as organizações estão mudando de produtos para serviços, de serviços para experiências, de experiências para conhecimento e de conhecimento para promessas de marca”. Desenvolver uma marca excepcional e distinguir-se no reconhecimento do cliente está se tornando cada vez mais importante, pois na economia global de hoje, os clientes têm muitas opções.

3

Ajuste as previsões de oferta e demanda. Na maioria das operações de fabricação e processamento de alimentos, o estoque representa um investimento considerável e um passivo potencial se for mantido por muito tempo. A gestão eficaz de estoques é uma das maneiras pelas quais as empresas podem otimizar o fluxo de capital, sem arriscar a satisfação do cliente. Entender com precisão as necessidades, prever a demanda sazonal e projetar as necessidades de logística ajudam os gerentes de compras a ter os recursos necessários para atender aos pedidos.

4

Otimize os processos de marketing e vendas. A transição para o marketing digital é uma parte importante da estratégia de modernização de uma empresa. Na indústria de alimentos e bebidas, o marketing digital é ainda mais crítico, pois as empresas devem se alinhar com os consumidores. Dessa forma, entender as preferências e desejos por rótulos claros, produtos saudáveis e geneticamente inalterados afetará o processo e o desenvolvimento de novos produtos.

5

Negócios a qualquer hora, em qualquer lugar. Soluções móveis, portais online e conectividade remota são essenciais para aplicativos modernos. Seja um vendedor que precisa atualizar uma fatura em tempo real, um cliente que deseja saber sobre as calorias de um produto ou um especialista em compras que precisa modificar um pedido de compra em tempo real, os dispositivos móveis integrados ao software ajudam as organizações a trabalhar com mais eficiência.

Não deixe que eles lhe digam!



O Brasil foi o país da América Latina com o maior número de restaurantes McDonald's durante todo o período do estudo.

Especificamente, 1.052 foram os estabelecimentos localizados no grande país latino-americano naquele último ano. Esse número é quase três vezes maior que o número de restaurantes que a franquia norte-americana possui em seu país vizinho, o México. Departamento de Pesquisa Statista, 14 de junho de 2022.



Entre em contato!

Os 10 melhores restaurantes da América Latina

Restaurantes melhor posicionados no ranking "Os 50 Melhores Restaurantes da América Latina 2021: Passado e Futuro"

(Em milhões de dólares, com base nas exportações FOB)
2020

1	Central		Lima
2	Maido		Lima
3	D.O.M.		São Paulo
4	Astrid e Gastron		Lima
5	Pujol		Cidade de México
6	Borago		Santiago
7	Maní		São Paulo
8	Quintonil		Cidade de México
9	Tegui		Buenos Aires
10	Don Julio		Buenos Aires

