



MERCADO DE MÁQUINAS PARA O SETOR DE ALIMENTOS E BEBIDAS NO MÉXICO

Estudo setorial de mercados prioritários para exportação

AMÉRICA DO NORTE

APEX-BRASIL

Roberto Jaguaribe Gomes de Mattos
PRESIDENTE

Márcia Nejaim Galvão de Almeida
DIRETORA DE NEGÓCIOS

Sueme Mori Andrade
GERENTE DE ESTRATÉGIA DE MERCADO

SEDE:

Setor Bancário Norte, Quadra 02, Lote 11,
CEP 70.040-020 - Brasília - DF
Tel.: 55 (61) 3426-0202 / Fax: 55 (61) 3426-0263
www.apexbrasil.com.br
E-mail: apexbrasil@apexbrasil.com.br

© 2017 Apex-Brasil
© Euromonitor International

Índice

SUMÁRIO EXECUTIVO.....	4
CONTEXTO DO MÉXICO.....	7
DADOS GEOGRÁFICOS E DEMOGRÁFICOS.....	8
DADOS MACROECONÔMICOS.....	9
INFRAESTRUTURA LOGÍSTICA.....	10
FLUXO COMERCIAL DAS MÁQUINAS PARA O SETOR DE ALIMENTOS E BEBIDAS...	11
VISÃO GERAL.....	12
IMPORTAÇÃO.....	13
PRODUÇÃO INTERNA.....	14
EXPORTAÇÃO.....	15
PRINCIPAIS ALIANÇAS.....	16
MERCADO DE MÁQUINAS PARA O SETOR DE ALIMENTOS E BEBIDAS.....	17
SEGMENTOS DE MERCADO.....	18
CONSUMO HISTÓRICO.....	19
ANÁLISE DE DEMANDA FUTURA.....	21
PRINCIPAIS IMPULSIONADORES DE DESEMPENHO.....	22
CATEGORIAS.....	23
CONCORRÊNCIA.....	25
DISTRIBUIÇÃO.....	28
PRECIFICAÇÃO.....	30
ANÁLISE DE OPORTUNIDADES.....	32
NORMAS E REGULAÇÃO.....	35
VISÃO GERAL.....	36
ANEXO.....	39
INFORMAÇÕES ADICIONAIS SOBRE O MÉXICO.....	40
METODOLOGIAS E DEFINIÇÕES.....	46
SOBRE A APEX-BRASIL.....	50
SOBRE A EUROMONITOR.....	51

Alimentos e bebidas em alta geram oportunidades para fornecedores de máquinas que ofereçam bons preços, assistência técnica e planos de financiamento

A expectativa é que a economia mexicana como um todo tenha ganhos moderados em 2016. A manufatura e os serviços são os dois setores mais dinâmicos. Apesar de as Máquinas para o Setor de Alimentos e Bebidas terem apresentado uma queda na taxa de crescimento média anual entre 2012-2015 de 8,7%, no período de 2016-2019 é esperado que haja uma moderada recuperação, o que poderá resultar na queda de 1,9% na taxa. Entre os principais impulsionadores do mercado estão a expansão e o desenvolvimento dos canais de serviço de alimentação e uma crescente demanda por produtos com alto valor agregado, tais como alimentos mais saudáveis e práticos, que podem exigir uma reformulação na produção. Observa-se que as Máquinas para o setor de Alimentos têm demanda mais alta do que os Equipamentos para Bebidas.

A fabricação de alimentos e bebidas no México é muito diversificada, assim como suas necessidades e seus desafios. Há um amplo espectro de empresas de alimentos e bebidas no México. Por um lado, o mercado é servido por empresas avaliadas em mais de US\$ 1 bilhão, mas também há milhares de microempresas na outra extremidade. Neste relatório, as empresas são agrupadas em quatro segmentos, cada um com necessidades, preocupações e desafios próprios. As empresas menores orientam-se pelo preço e costumam recorrer a máquinas usadas, enquanto as maiores analisam toda a oferta: serviços adicionais, reposição de peças e suporte técnico.

As Máquinas para o setor de Alimentos e Bebidas produzidas no México são básicas e pouco desenvolvidas; a fabricação é pequena em comparação a outros tipos de equipamento, como o maquinário para as indústrias da construção e metalurgia, e é majoritariamente de baixa tecnologia. O principal público alvo são as pequenas e médias empresas, a exemplo das padarias e dos fabricantes de *tortilla*, cujos produtos não precisam atender normas e certificações internacionais. A escolha de maquinário local, em geral, é guiada pelo preço (mais baixo que as opções importadas); mesmo com uma vida útil curta, esses equipamentos são considerados fáceis de consertar.

Quanto ao equipamento especializado, a maioria é estrangeira. As importações são concentradas: os dez maiores países de origem de Máquinas para o Setor de Alimentos e Bebidas representaram 92,0% do total de importações do México em 2015, sendo que apenas EUA e Alemanha responderam por mais da metade (52,6%). O México tem tratados comerciais com várias regiões, o que facilita a importação de produtos de todos os continentes. Os dois tratados mais relevantes são o NAFTA e o Acordo México-Comunidade Europeia. Os produtos europeus, em particular, são os que têm a melhor reputação no país, seguidos pelos exemplares americanos. Para crescer neste mercado, os produtos brasileiros terão que superar a falta de conhecimento e de reputação de suas marcas, que são fatores-chave na decisão de compra; entretanto, isso pode ser compensado oferecendo a possibilidade de realizar testes e com planos de financiamento.

O mercado de máquinas no México é saturado e fragmentado, e o desafio é conseguir inserir um diferencial inovador na mesa de negociação. O público mais receptivo para novas alternativas são as empresas em crescimento. Essas empresas têm conhecimento suficiente para buscar mais do que o menor preço, contam com a orientação dos fornecedores e ainda não estão comprometidas com uma marca específica. Para esse público, as empresas brasileiras podem oferecer planos de assistência técnica e de financiamento como diferenciais.

Para estimular crescimento, México cria condições favoráveis à importação de equipamentos

1

Visão geral do país

O governo do México tem se esforçado para atrair investimento estrangeiro melhorando sua infraestrutura. Para reforçar o modesto crescimento do país (expectativa é que o PIB cresça 2,2% em 2016), o governo apresentou planos de investimento em comunicações e transportes. As indústrias de transporte marítimo, rodoviário e ferroviário devem crescer nos próximos anos.

2

Fluxo comercial das Máquinas para o Setor de Alimentos e Bebidas

O México conta com as máquinas estrangeiras para produzir comida e bebida. A produção doméstica de máquinas é deficiente e é composta, sobretudo, de equipamentos básicos – por exemplo, para aquecimento –, alguns dos quais são exportados para os EUA. Em todo caso, por meio de tratados comerciais, o país tem acesso a máquinas de todo o mundo, sendo as alternativas mais procuradas as da Europa e dos EUA.

3

Máquinas para o setor de Alimentos e Bebidas no México

A indústria de Máquinas para o setor de Alimentos e Bebidas é constituída por uma ampla gama de necessidades e alternativas: em uma extremidade do espectro, estão as empresas que se orientam pelo preço; porém, na outra ponta, há as que buscam qualidade, eficiência e assistência técnica, mesmo que precisem pagar um preço significativamente mais alto. Há, portanto, abertura para equipamentos de boa qualidade, embora mais simples, que possam ser adquiridos a preços razoáveis.

4

Normas e regulação

As agências do governo federal não têm uma regulação estrita para os equipamentos em si, mas sim para as instalações. Neste sentido, os equipamentos têm um papel na promoção de segurança na operação, por meio de seu *design* e do uso de materiais inócuos e sem riscos. É importante publicar recomendações de operação e limpeza, pois as agências mexicanas usam essas informações para fiscalizar o uso correto das máquinas nos locais de trabalho. A maioria das empresas não orienta suas atividades por padrões mexicanos, mas por diretrizes internacionais como as normas 3-A Standards, EHEGH e FDA.

Os motivos principais de compra variam conforme o perfil do usuário final

Gráfico 1: Histórico e projeção* de vendas de Máquinas para o Setor de Alimentos e Bebidas (US\$ Mi)

Notas: Câmbio Fixo, 2015 – Valores em termos constantes, preço do fabricante



Fonte: Euromonitor

Principais tendências

- Consumidores buscam produtos e serviços com praticidade máxima em termos de tempo, higiene, preço, embalagem, canais etc.
- Expansão e desenvolvimento dos canais de venda prossegue; alguns são mais sofisticados e criativos, enquanto outros focam em soluções para consumidores com pouco tempo disponível.

Principais motivadores de compras para os usuários finais

- Os motivadores de compras dependem de fatores como o estágio e o tamanho da empresa. Em geral, preço, assistência técnica, presença local, oportunidade de fazer testes para reduzir riscos, eficiência e inovação são fatores relevantes que terão sua importância de acordo com o perfil de cada negócio.

* O ano de 2019 refere-se a projeções



CONTEXTO DO MÉXICO

População mexicana está envelhecendo e a taxa de fertilidade mostra tendência decrescente

O México se estende por mais de 2.000 km, é banhado tanto pelo oceano Atlântico quanto pelo Pacífico e abrange uma grande diversidade de territórios.

Em 2015, a população do México atingiu um total de 127 milhões, e o ritmo do crescimento vem desacelerando ao longo do tempo. Embora a sociedade mexicana ainda seja jovem, ela vive um processo de envelhecimento. A idade média, em 2015, foi de 27,4 anos – 4,7 anos maior do que o valor registrado em 2000.

A taxa de fertilidade no México caiu mais de 50% no período de 1980-2015 e, atualmente, é de 2,2 nascimentos por mulher. É possível identificar que o declínio teve início com a introdução do planejamento familiar no país na década de 1980. No entanto, especialistas em demografia argumentam que a verdadeira razão para essa queda é uma mudança nos valores das famílias.

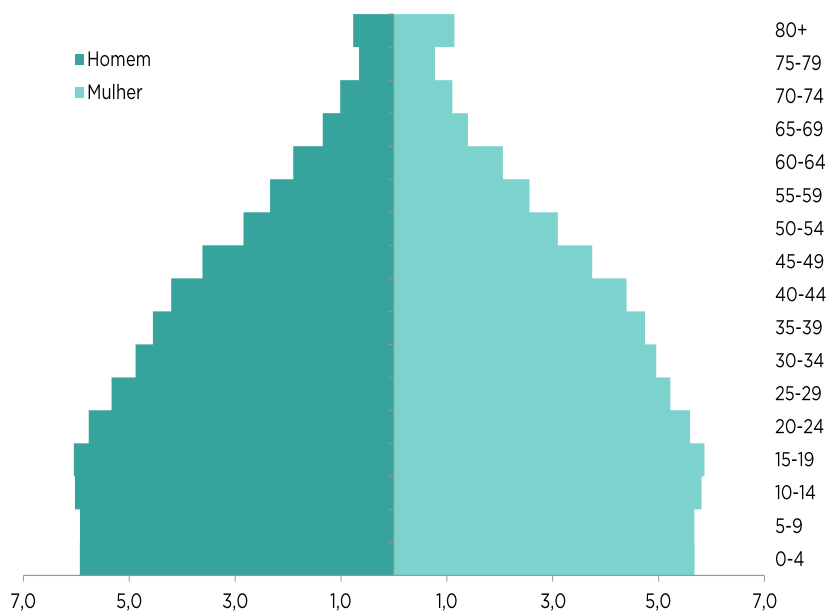
Em 2015, 79% da população vive em áreas urbanas, de modo que o país é menos urbanizado do que a região da América Latina como um todo. Entretanto, até 2030 estima-se que a parcela urbana da população vai igualar a da região, com 82,8%.

O país tem um longo histórico de emigração, fator que pesa muito na estrutura demográfica do país. De acordo com o US Census Bureau, os mexicanos representam cerca de um terço da população estrangeira nos EUA.

Geografia



Demografia



Fonte: Euromonitor

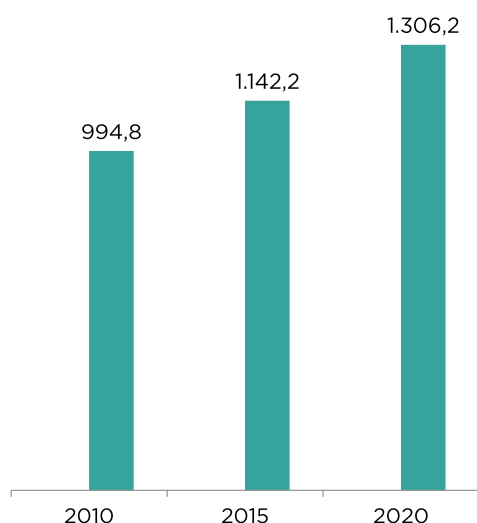
População total: 127,0 milhões

Manufatura e serviços são os setores mais dinâmicos

Economia do México mantém crescimento modesto

- A economia do México cresceu lentamente por mais de uma década. Entre os empecilhos ao progresso, identificam-se a violência relacionada com a repressão aos cartéis de drogas, uma evasão fiscal significativa e as disputas comerciais.
- Os setores de manufatura e serviços, juntamente com o consumo privado, contribuirão para o crescimento em 2016. O setor de manufatura foi responsável por 19,7% do PIB em 2015, enquanto que serviços representou 63,5%. Entre as limitações ao crescimento, no entanto, estão o ajuste contínuo aos baixos preços do petróleo e os cortes nos gastos governamentais. A expectativa é que o PIB *per capita* apresente crescimento de 7,7% entre 2015 e 2020.
- As taxas de crescimento vão aumentar gradualmente, atingindo 3,2% ao ano até 2020. A demanda externa deve se fortalecer e espera-se que o investimento privado aumente, o que resultará na eliminação de muita capacidade ociosa.
- Para impulsionar o comércio, recentemente as autoridades reduziram o prazo para a emissão de permissões de importação-exportação e simplificaram o sistema de identificação dos códigos de tarifas.

Figura 1: PIB* (US\$ Bi, 2015 fixo, valores constantes)



Fonte: Euromonitor

Figura 2: PIB* *per capita*

2015
US\$
8.993



2020
US\$
9.687



Figura 3: Inflação 2015

2,7%
Inflação

* O ano de 2020 refere-se a projeções

Programa de Investimento do governo continua a impulsionar o desenvolvimento da infraestrutura no México

Infraestrutura logística

O México ocupa a 57ª posição entre os 188 países avaliados pelo Índice Global de Competitividade 2016-2017 no quesito infraestrutura, produzido pelo Fórum Econômico Mundial; a posição é melhor que a do relatório anterior (59ª). Quanto à qualidade da infraestrutura de portos, estradas, ferrovias e transporte aéreo, o índice varia entre a 57ª e a 61ª posição. De acordo com a Secretaria Mexicana de Comunicações e Transporte, em 2012, 55% do frete aconteceram por transporte rodoviário e apenas 34% por marítimo e 11% por ferroviário, embora os dois últimos sejam os modais mais recomendáveis em termos de eficiência de tempo e custo.

A expectativa é de que o Programa de Investimento em Infraestrutura de Transporte e Comunicações (PIITC), lançado em 2013, continue impulsionando o desenvolvimento da infraestrutura do país como um todo. De acordo com o programa, entre 2013-2018, US\$ 10,9 bilhões serão direcionados ao desenvolvimento do setor marítimo mexicano, com foco em fortalecer o sistema de portos, estimular a marinha mercante e aprimorar a navegação costeira, de maneira a fazer do México um importante *hub* logístico na região.

O setor de armazéns tem uma expectativa de crescimento de 7% em 2016 em comparação a 2015 em milhões de pesos mexicanos, impulsionado pelo crescimento da indústria do varejo e por um *boom* no *e-commerce*. Com efeito, as vendas *online* requerem uma grande quantidade de serviço de armazenamento para estocar itens como PCs e roupas, que estão entre os produtos mais vendidos via *e-commerce* no México.

Transporte marítimo, terrestre e ferroviário

O volume de negócios da indústria do transporte hidroviário (por águas internas, marítimo e costeiro) deverá crescer 4% em 2016, comparado a 2015 em milhões de pesos mexicanos. Nos últimos anos, a receita do transporte de minérios aqueceu o crescimento do setor, pois a extração de dolomita e gipsita esteve em alta em 2013, respondendo por um terço do tráfego de frete nos portos mexicanos. A decisão do governo mexicano de abrir o setor do petróleo para empresas privadas e estrangeiras poderá aumentar a produção diária de petróleo dos 2,5 milhões de barris produzidos nos últimos anos para 3,5 milhões de barris até 2025; isso terá um impacto positivo relevante no tráfego de carga de petróleo.

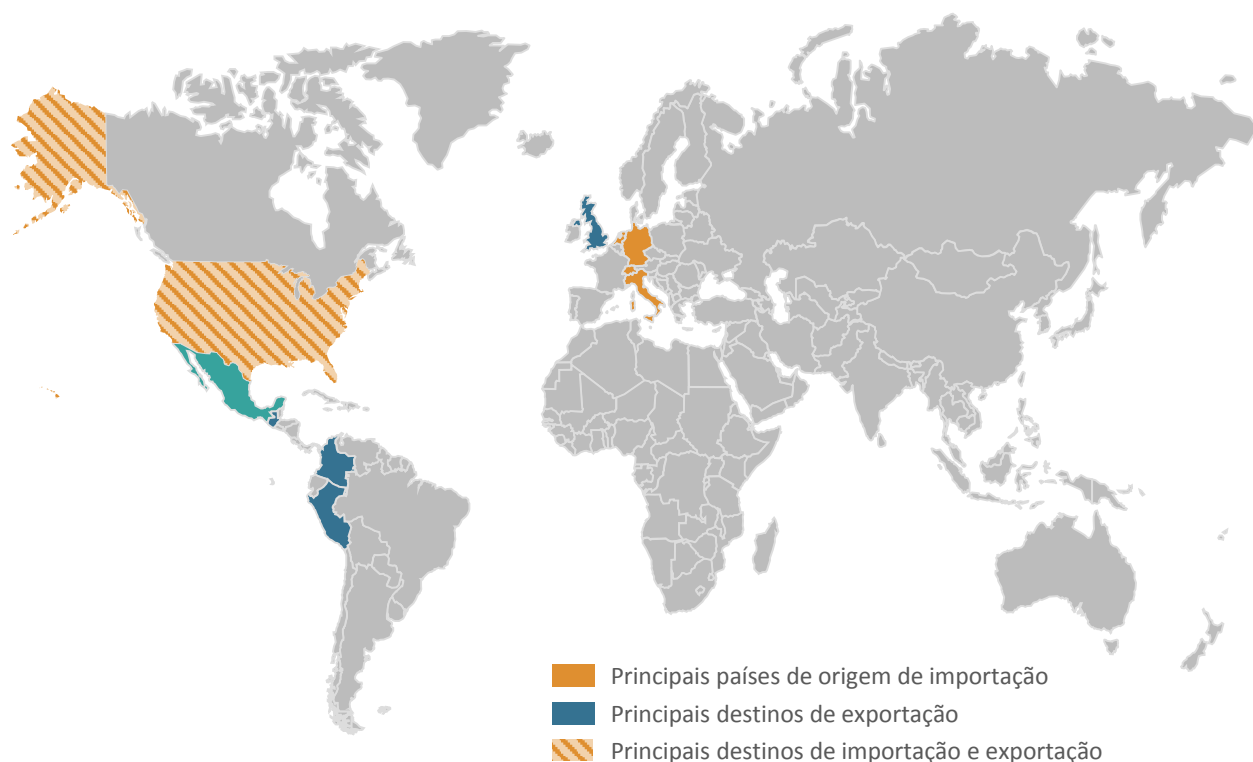
Quanto ao transporte por rodovias, espera-se que cresça 7% em 2016. A robusta expansão das indústrias de varejo e atacado no país e os projetos recentes de melhoria da infraestrutura viária são os fatores que impulsionam esse crescimento. A maioria das exportações para os EUA é produzida em fábricas (*maquiladoras*) bem próximas da fronteira, de modo a minimizar os custos de transporte. Os bens produzidos no México podem ser entregues nos EUA em cerca de uma semana, o que representa uma vantagem em relação às exportações chinesas, que levam de 20 dias a dois meses para chegar aos EUA. Por outro lado, o transporte ferroviário também deverá continuar a crescer a uma taxa média anual de 7% no período de 2013-2019, sustentada pelos grandes projetos de infraestrutura ferroviária que estão planejados.



FLUXO COMERCIAL DAS MÁQUINAS PARA O SETOR DE ALIMENTOS E BEBIDAS

EUA e Alemanha são os principais países exportadores de Máquinas de Alimentos e Bebidas para o México

FLUXO COMERCIAL MEXICANO DAS MÁQUINAS PARA O SETOR DE ALIMENTOS E BEBIDAS



Importação das Máquinas para o setor de Alimentos e Bebidas, 2015 – US\$ 750,6 Mi

EUA	27,97%
Alemanha	24,60%
Itália	8,82%
Holanda	8,14%
Suíça	7,84%

Exportação das Máquinas para o setor de Alimentos e Bebidas, 2015 – US\$ 100,3 Mi

EUA	66,45%
Peru	3,52%
Colômbia	3,07%
Guatemala	2,83%
Reino Unido	2,57%

Fonte: Comtrade

Mais de 90% das importações do México têm origem em apenas dez países

O total de importações de Máquinas para o setor de Alimentos e Bebidas em 2015 foi de US\$ 750,6 milhões.

O Brasil respondeu por 1,4% das importações mexicanas no setor, totalizando US\$ 10,3 milhões em 2015.

Principais produtos

- As máquinas voltadas para a preparação industrial ou fabricação de comida e bebida, exceto máquinas para a extração ou preparação de gorduras ou óleos animais ou de oleaginosas (SH 8438), representaram 70,0% do valor total de importações do mercado analisado.
- O maquinário para processos que envolvem mudanças de temperatura (por exemplo, aquecer, cozinhar, assar etc.), necessário no preparo de bebidas quentes ou para cozinhar ou aquecer comida, representou 11,4% do valor total de importados analisado.
- As máquinas para a extração ou preparação de gorduras e óleos animais ou de oleaginosas responderam por 5,7% do valor total de importados do mercado analisado.
- Fornos de padaria, inclusive fornos para biscoitos, representaram 4,6% do total de Máquinas para Alimentos e Bebida importadas. No México, o mercado de pão embalado é dominado pela empresa local Grupo Bimbo SAB de CV.
- O maquinário usado na indústria de moagem ou para o trabalho com cereais ou leguminosas secas e o equipamento dedicado à produção de laticínios representaram, respectivamente, 4,4% e 2,8% do mercado analisado.

Principais países de origem

- Os dez maiores fornecedores de Máquinas para o setor de Alimentos e Bebidas representaram 92,0% do total das importações do México no setor em 2015.
- EUA e Alemanha contribuíram com 52,6% dos importados.
- Itália, Países Baixos e Suíça vieram em seguida, contribuindo, em proporção semelhante, com outros 24,8%.
- Brasil apareceu em 10º lugar em termos de exportações para o México.

Maquinário para alimentos e bebida fabricado no México é básico e pouco desenvolvido

- A fabricação mexicana de Máquinas para o setor de Alimentos e Bebidas é pequena, em comparação a outros tipos de equipamentos, como o maquinário para a construção ou indústria de metais, e é em sua maioria de baixa tecnologia; por exemplo, máquinas de sorvete de massa e picolés.
- O principal público alvo são as pequenas e médias empresas, a exemplo das padarias e dos fabricantes de *tortilla*, cujos produtos não precisam atender normas e certificações internacionais.
- A produção está localizada em duas áreas: México Central (Cidade do México e Estado do México) e Monterrey, Nuevo León.
- De acordo com Salvador Icazbalceta Valle, presidente do comitê organizador da “Expo Maquinaria 2016”, “a fabricação de máquinas industriais está longe de ser desenvolvida pelas empresas mexicanas”.
- A maioria das compras de máquinas é orientada pelo preço (Servinox MX\$ 7.000 vs. MX\$ 200.000 por um forno importado). Embora esses produtos tenham uma vida útil muito curta, há a percepção de que eles podem ser facilmente consertados. Entre as empresas mais conhecidas estão Torrey, International e Turbolino, além de muitas empresas pequenas.

Quais são os cinco principais compradores/usuários finais do setor analisado?

Fabricantes de *tortilla*

Cozinhas industriais

Sorvete de massa e picolés

Pães & bolos

Confeitaria

Quais são os quatro principais setores industriais que fornecem para o setor analisado?

Tortillerias

Equipamento de aço inoxidável

Equipamento de refrigeração/congelamento

Equipamento de embalagem

O total de exportações mexicanas de Máquinas para o setor de Alimentos e Bebidas registrou US\$ 100,3 milhões em 2015.

Principais produtos

- As máquinas para processos que envolvem mudanças de temperatura (por exemplo, aquecer, cozinhar, assar etc.), necessárias no preparo de bebidas quentes ou para cozinhar ou aquecer comida, representaram 47,5% do total de exportações do mercado analisado em 2015.
- O maquinário voltado para a preparação industrial ou produção de comida e bebida, exceto equipamentos para a extração ou preparação de gorduras ou óleos de animais ou oleaginosas (SH 8438), representou 42,7% do total de exportações do mercado analisado.
- As máquinas usadas na indústria de moagem ou para a manipulação de cereais ou leguminosas secas e os fornos de padaria, inclusive fornos de biscoitos, responderam por outros 3,2% do mercado.

Principais países de destino

- 66,5% das exportações mexicanas no setor foram para os EUA, seguidos de Peru e Colômbia, que responderam, respectivamente, por apenas 3,5% e 3,1% do total do mercado analisado.
- As exportações para a Guatemala representaram cerca de 2,8% do total do setor. E o Reino Unido foi o destino de 2,6% das exportações.

EUA, China e União Europeia são os principais parceiros comerciais do México

O México tem acordos comerciais com várias regiões, o que torna mais fácil importar equipamentos de qualquer continente.

NAFTA

- Desde sua entrada no NAFTA em 1994, o México negociou mais acordos comerciais do que qualquer outro país (46 ao todo).
- Se os EUA decidissem renegociar ou quebrar o NAFTA, isso não traria uma vantagem imediata para as máquinas brasileiras, pois trata-se de um produto que requer investimentos a longo prazo e a reposição não ocorre tão frequentemente.
- Os produtos dos EUA eram mais atraentes do que os europeus em razão da melhor taxa de câmbio. Atualmente, esse não é mais o caso. Assim, a Europa seria a primeira região a se beneficiar na hipótese de o NAFTA ser quebrado.

Acordo México-Comunidade Europeia

- A União Europeia (UE) é um parceiro comercial relevante, ocupando a 3ª posição, atrás apenas de EUA e China.
- Os principais produtos de exportação da UE para o México são máquinas, equipamentos de transporte, entre outros bens industriais.
- Os produtos europeus, em particular, são os que têm a melhor reputação no México, seguidos pelos equivalentes americanos. As opções sul-americanas não são bem conhecidas no mercado mexicano.

Trans-Pacific Partnership (TPP)

- O México também é membro do recentemente concluído TPP, um acordo de livre comércio com os países da região do Pacífico. As autoridades esperam que o TPP abra mais oportunidades comerciais com a Austrália, Nova Zelândia e vários países asiáticos.



MERCADO DE MÁQUINAS PARA O SETOR DE ALIMENTOS E BEBIDAS

Produção de comida e bebida no México é muito diversificada, assim como suas necessidades e desafios



Produção caseira aprimorada

As microempresas, cuja maioria é de propriedade e operação familiar, usam maquinário bastante básico e, às vezes, até improvisado, devido à falta de conhecimento formal e à restrição de orçamento.



Empreendedores estruturados

Esses também são microempresas, mas estabelecidos com uma visão mais formalizada. O seu maquinário é especializado, só que em versões econômicas, sendo a maioria de fabricação mexicana.



Empresas em crescimento

Trata-se de empresas que sobreviveram aos estágios iniciais e que precisam melhorar sua capacidade de produção. Em geral, estão interessadas e aprenderam o valor de usar equipamentos melhores, porém, seu orçamento é limitado.



Grandes empresas

Essas são empresas consolidadas que podem pagar por equipamentos de alta qualidade: essencialmente, indústrias e supermercados/redes de alimentação. Suas compras são orientadas por inovação ou pela busca de tecnologias melhores, e têm pessoal dedicado à manutenção do maquinário.

Micro

Grande

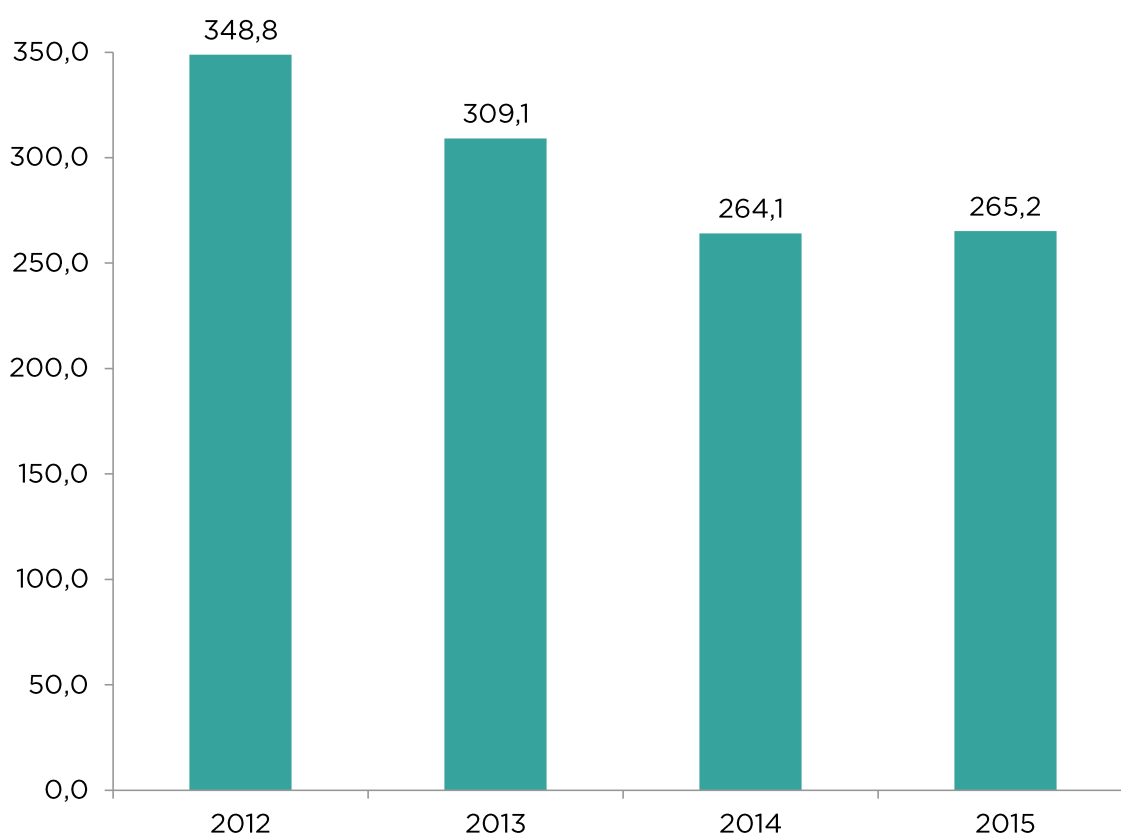
Expansão do varejo alimentar e lançamento constante de novos alimentos embalados favorecem investimentos em tecnologia

A demanda por máquinas para alimentos e bebidas é influenciada pelo crescimento das redes de restaurantes, como a Alsea Corporation, que lançou marcas internacionais.

Os consumidores buscam produtos de alta qualidade em apresentações práticas e com processos melhores.

Gráfico 2: Vendas em valor de Máquinas para o Setor de Alimentos e Bebidas (US\$ Mi)

Notas: Câmbio Fixo, 2015 – Valores em termos constantes, preço do fabricante



Fonte: Euromonitor

Há demanda específica por tecnologias que favoreçam a praticidade e a alimentação mais saudável

Estilos de vida estão mudando

- A entrada das mulheres no mercado de trabalho incrementou a renda familiar, mas reduziu o tempo disponível para o preparo das refeições, o que fez com que aumentasse a demanda por comida processada.
- Cada vez mais ocupados e com menos tempo, os consumidores buscam mais praticidade em opções de tamanhos, formatos, embalagens e canais de vendas (por exemplo, o crescente varejo por internet).
- Porém, muitos consumidores não querem abrir mão de sabor e preço em função da praticidade; eles querem o pacote completo. Para atender esse mercado, varejistas de alimentos modernos, oferecem além de comida fresca e embalada, pães artesanais e comida preparada, competindo com serviços de alimentação.
- Os mexicanos estão mais conscientes em relação à saúde, mostrando maior interesse por produtos com ingredientes naturais e/ou menos processados.

Indústria de serviço de alimentação

- A indústria dos serviços de alimentação cresceu 2% em valores constantes em 2015, alinhada com a economia geral.
- Empresas independentes continuam a responder não só pela maioria dos pontos, mas também por grande parte das vendas em valor, especialmente com barracas de rua e quiosques. No entanto, as redes de alimentação cresceram mais rápido que essas empresas em praticamente todas as áreas do varejo de alimentação em 2015.
- As compras em mercearias mudaram para os canais de varejo moderno. As comidas embaladas nos canais modernos cresceram 5%, enquanto nos canais tradicionais cresceu apenas 3%, em 2015, em valor de vendas.
- Quando se trata de restaurantes, espera-se que ofereçam serviços melhores e mais rápidos. Por isso, são empresas que requerem equipamentos eficientes.

Os estilos de vida estão se tornando cada vez mais agitados. Ao mesmo tempo, os mexicanos ampliam sua consciência em relação à saúde. O resultado é que a demanda por opções mais práticas e saudáveis está fazendo a indústria de alimentação adaptar seu maquinário de produção, suas matérias primas e seus processos, de modo a oferecer mais alternativas. Por outro lado, os consumidores mexicanos continuam atentos aos preços, o que coloca pressão para que as empresas entreguem produtos de maior qualidade a preços acessíveis.

“As pessoas estão procurando comida mais saudável, se atentando para os rótulos que incluem as palavras ‘contém’ e ‘não contém’.” – Produtor de laticínios

“Hoje, o que faz a diferença é atenção e rapidez” – Consultor de restaurantes

Máquinas que ajudem os produtores a suprir necessidades dos canais de venda modernos ganharão relevância

Os mexicanos, cada vez mais, compram comida em supermercados e hipermercados, em vez das pequenas mercearias, o que acarreta uma demanda por novos formatos, que suportem maior período de prateleira. Comidas congeladas processadas continuam a crescer em volume entre os principais varejistas. O resultado é uma demanda maior por máquinas de processamento de alimentos nas empresas de serviços de alimentação.



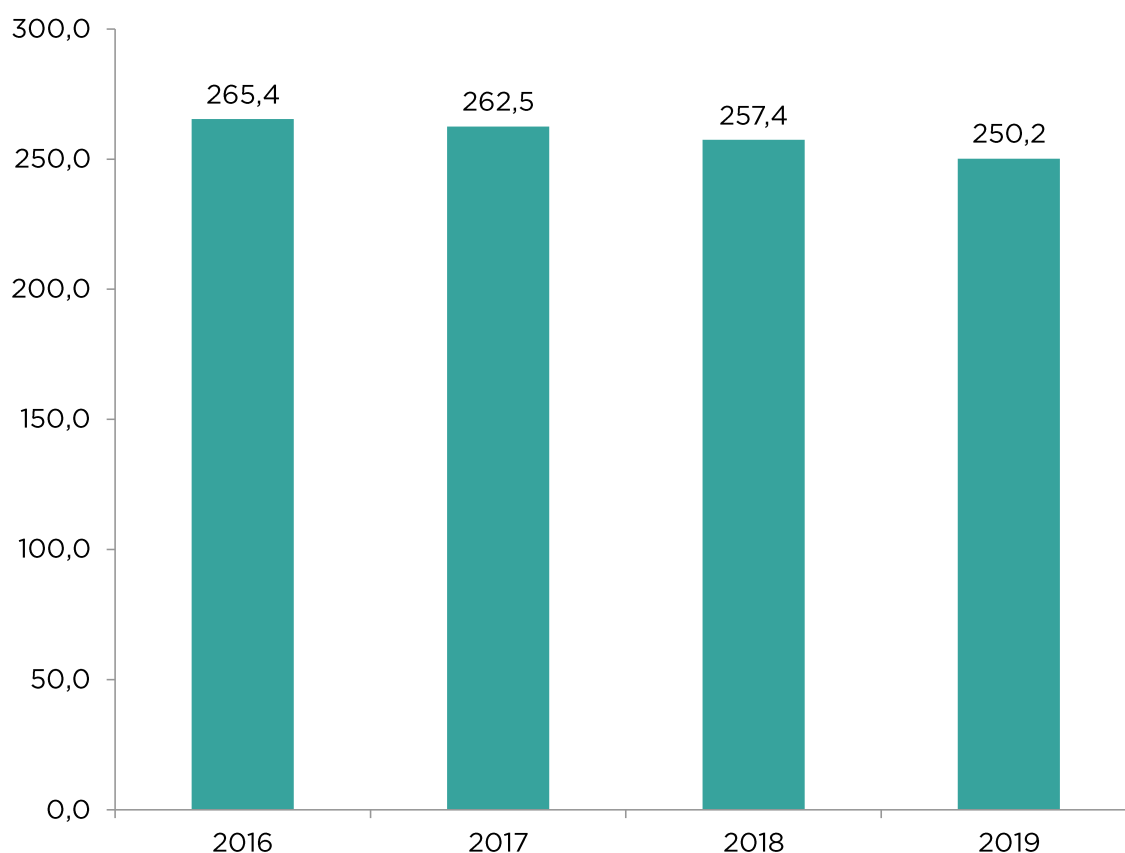
As grandes redes são quem tem dinheiro; elas estão acabando com as pequenas lojas



Proprietário de uma padaria artesanal

Gráfico 3: Projeção* de vendas em valor de Máquinas para o Setor de Alimentos e Bebidas (US\$ Mi)

Notas: Câmbio Fixo, 2015 – Valores em termos constantes, preço do fabricante



Fonte: Euromonitor

* Os anos de 2016 a 2019 referem-se a projeções

A demanda por máquinas eficientes vai continuar e os vendedores com produtos mais acessíveis terão preferência

Principais impulsionadores de crescimento

- A demanda por alternativas de alimentação mais saudáveis – impulsionada pela maior consciência dos consumidores e, também, por esforços do governo, como as taxas sobre comidas de alta caloria, levou muitas empresas a reformularem seus produtos.
- Os novos hábitos de consumo, como comer no carro ou no escritório, criam demanda por novos formatos de produtos, que por sua vez requerem novas máquinas.
- Alguns exemplos são embalagens para consumir em qualquer lugar (*on-the-go*), embalagens individuais e em tamanhos menores de bolso, bem aceitas por consumidores sensíveis ao preço, entre outros.
- As empresas menores estão buscando automatizar suas instalações e oferecer produtos de maior qualidade.
- As comidas para animais trazem uma oportunidade interessante, pois os padrões se sofisticaram e chegaram a especificações similares às da alimentação humana. Isso ocorre tanto para animais de estimação (cães e gatos) quanto para os rebanhos, em especial as aves (galinha, peru, etc.).
- A comida dos *pets*, em particular, está se tornando especializada e *premium*, com novas fórmulas para necessidades específicas, tais como controle de caloria, peles sensíveis, saúde mental, etc.

Principais desafios do setor

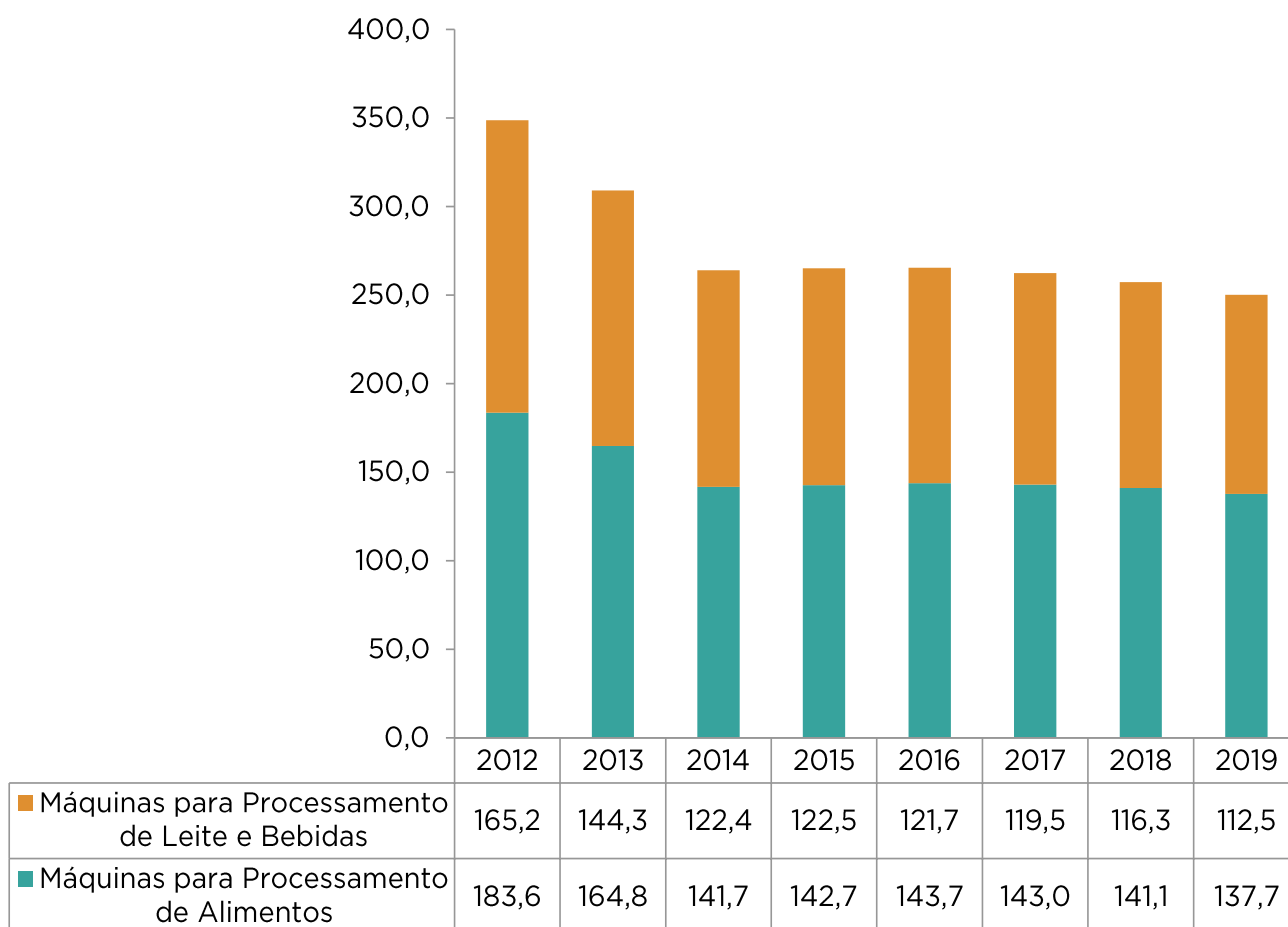
- O peso mexicano perdeu força em relação a outras moedas (aproximadamente 45% em relação ao dólar americano), afetando a indústria em vários aspectos:
 - A maioria do maquinário é importada e cotada em dólar ou euros.
 - Os produtos fabricados no México usam materiais e/ou componentes importados, o que também aumenta os preços.
 - Algumas empresas atrasaram projetos em função de incertezas econômicas.
- O México é um mercado saturado, logo produtos novos precisam oferecer novidades reais.
 - “Temos acesso a máquinas de todo o mundo” – Proprietário de padaria
- As mudanças nas políticas de comércio dos EUA vão aumentar os custos acima do preço viável, além de colocarem pressão sobre a produção, como:
 - Atrasar investimento de capital em inovação.
 - Postergar atualizações em equipamentos.
 - O consumo em geral também deve sofrer desaceleração, obstruindo a abertura de novos negócios e colocando em risco os existentes.

Interesse será mais forte por Máquinas para Alimentos do que por Máquinas para Bebidas

As Máquinas para Processamento de Alimentos já representam mais de metade das vendas do total da indústria de Máquinas para o setor de Alimentos e Bebidas (54% em 2015). Nos próximos anos, a expectativa é de que essa tendência se mantenha. O consumo de laticínios cresceu em volume menos de 1% em 2015, impulsionado pelo queijo e o iogurte. Uma das categorias de alimento embalado com melhor desempenho foi a de carnes e frutos do mar processados, que cresceu a uma taxa de 3% nos últimos três anos, tirando volume de vendas das carnes processadas não embaladas.

Gráfico 4: Histórico e projeção* de vendas em valor de Máquinas para o Setor de Alimentos e Bebidas (US\$ Mi)

Notas: Câmbio Fixo, 2015 – Valores em termos constantes, preço do fabricante



Fonte: Euromonitor

* Os anos de 2016 a 2019 referem-se a projeções

Os fabricantes de alimentos e bebidas continuarão a se adaptar às tendências que orientam as vendas de máquinas



Crescimento populacional mexicano

A população do México continua a crescer, mesmo que a taxas decrescentes, e com ela a demanda de alimentos. “No dia em que a indústria de comida e bebida parar de crescer, nós teremos problemas” – Gerente de vendas de Máquinas para o setor de Alimentos e Bebidas



Crescimento de canais de venda modernos

O crescimento será liderado pelos minimercados; na indústria de alimentos embalados, esse canal cresceu 6% em 2015, contra o crescimento de 4% do total dos canais de varejo baseados em lojas no mesmo período. Minimercados também oferecem soluções alimentícias prontas para levar, que podem ser quentes ou frias.



Inovação por mais saúde

Campanhas de comunicação e iniciativas governamentais de taxar alimentos e bebidas de alta caloria aumentaram a consciência dos consumidores sobre nutrição; os fabricantes reagiram com novos produtos e um aumento na oferta de produtos saudáveis, buscando atrair os consumidores.



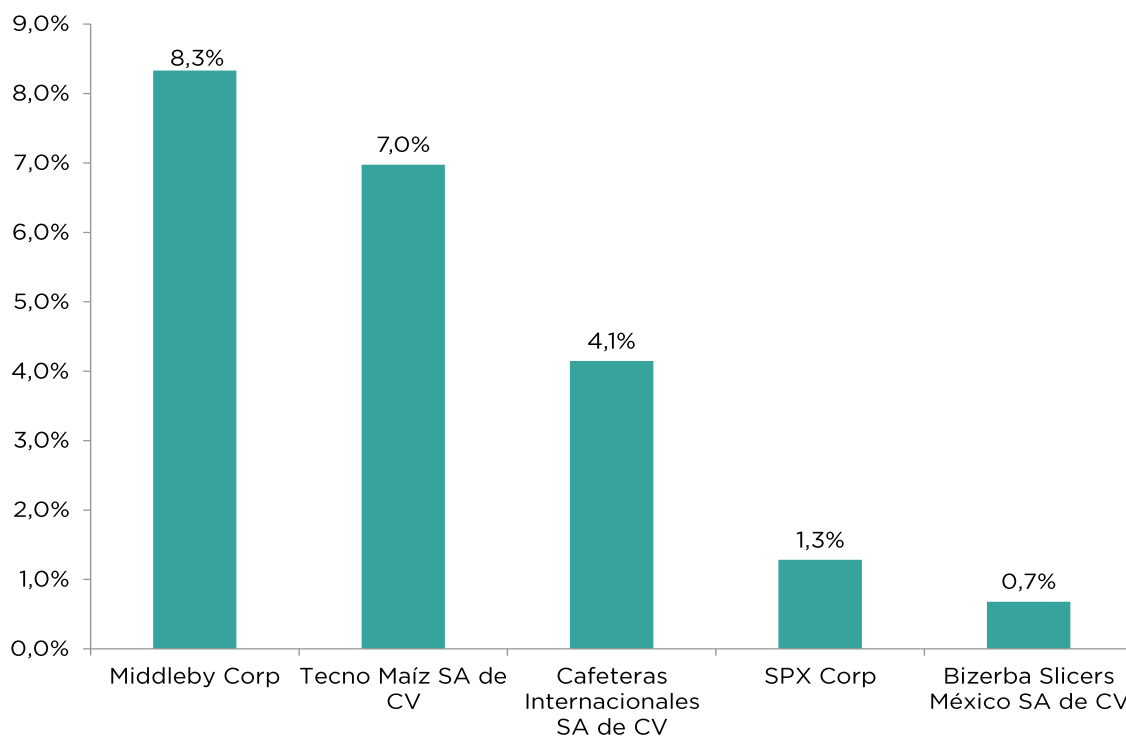
Alternativas de embalagens

Conforme os estilos de vida se diversificam, os consumidores vão buscar aquilo que atende suas necessidades: porções individuais, embalagens para consumir em qualquer lugar (*on-the-go*) ou recicláveis, pacotes múltiplos etc. Em 2015, 11% dos domicílios eram de pessoas que vivem sozinhas e os lares mantidos por mulheres aumentaram 4,4%.

Apesar de o mercado ser muito fragmentado, marcas europeias são consideradas as melhores

Gráfico 7: Participação das vendas, em valor, de Máquinas para o Setor de Alimentos e Bebidas por principais empresas (%)

Notas: Câmbio Fixo, 2015 – Valores em termos constantes, preço do fabricante



Fonte: Euromonitor

- Os atributos indispensáveis para competir na categoria são oferecer assistência técnica e fácil reposição de peças.
- Disponibilidade de acessórios, peças e outros bens utilizados para manutenção.
- Ter representação local é essencial para que os compradores tenham segurança de que podem contar com suporte técnico ágil.
- As empresas maiores preferem soluções customizadas de marcas reconhecidas.
- Para as empresas menores, o preço acessível está no topo das prioridades.
- As fábricas lutam para encontrar equipamentos que supram suas necessidades.
- As necessidades podem estar relacionadas a capacidade de produção, eficiência, espaço e orçamento.

Número aproximado de empresas atuantes em 2015

+ 288

Marcas fortes e assistência técnica de qualidade são fatores chave para o sucesso

Middleby Corp

Oferece **ampla variedade de marcas líderes** em equipamentos e soluções completas para o setor de serviço de alimentação, em suas três divisões: equipamento de cozinha comercial, aparelhos domésticos e sistemas para processamento, embalagem e panificação industrial.

Tecno Maíz, SA de CV

Especializada em máquinas de *tortilla*, com **grande variedade de capacidade de produção** (50 a 750 *tortillas*/min). É a marca preferida de supermercados devido à segurança, eficiência e baixo custo de manutenção de seus equipamentos patenteados.

Cafeteras Internacionales SA de CV

A empresa oferece **bom custo-benefício** em equipamentos mexicanos e nos importados, a preços acessíveis, destinados ao serviço de alimentação. Os equipamentos cumprem as normas nacionais de segurança – por exemplo, serem fabricados de material inócuo e não corrosivo – e são fáceis de limpar.

SPX Corp

Oferece **soluções customizadas** por meio de adequações em seus produtos, de modo a oferecer sistemas de produção completos. Também são capazes de entregar máquinas únicas, fabricadas com base nas especificações dos clientes.

Bizerba Slicers Mexico SA de CV

Tecnologias para pesar, fatiar e pesar-precificar-etiquetar, **certificadas e acreditadas internacionalmente**, que cumprem com requisitos de qualidade, segurança, energia e meio ambiente.

Muitas empresas oferecem uma ampla gama de opções de preço, qualidade e eficiência

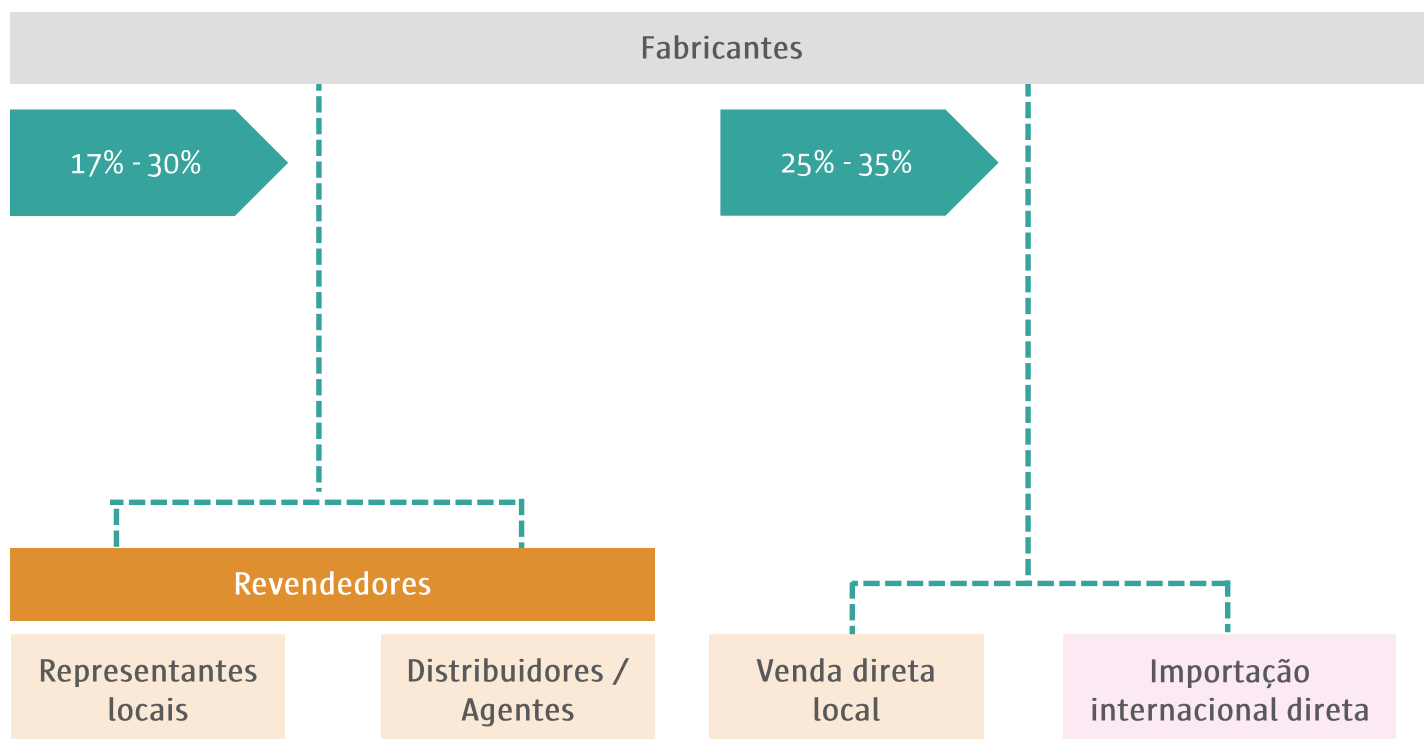
O setor de equipamentos customizados é o menos fragmentado e que tem os consumidores mais fiéis. A maioria busca equipamentos de produção com vendedores reconhecidos, com o intuito de assegurar assistência técnica e reposição de peças. O setor de serviço de alimentação, especialmente no caso de equipamentos para cozinha industrial, é o mais fragmentado e menos fiel, pois o equipamento é o mais básico.

Soluções customizadas	Produção de maquinário	Equipamento para serviço de alimentação
Middleby Marshall Inc	Tecno Maize	Cafeteras Internacionales
SPX Corp	Bizerba Slicers	

- Grandes empresas de alimentos e bebidas recorrem a soluções customizadas e/ou equipamentos especializados.
 - Às vezes, as máquinas customizadas são compradas no México, mas podem ser importadas. A importação direta é guiada principalmente pelo preço e, por vezes, pela disponibilidade.
- O setor de produção de maquinário e o de equipamento para serviço de alimentação são muito fragmentados. As marcas estrangeiras reconhecidas têm representantes e distribuidores locais.
 - As máquinas são altamente valorizadas por sua eficiência e durabilidade.
 - Algumas proporcionam métodos de cocção mais saudáveis (por exemplo, com uso de menos óleo).
- Poucas empresas mexicanas fabricam produtos de alta qualidade, como a Turbolino.
- Algumas empresas mexicanas oferecem equipamentos customizados mais baratos do que as marcas conhecidas.
- Há alta demanda de maquinário estrangeiro usado, por conta de sua alta qualidade e custo barato. Por exemplo, uma fermentadora Agriflex usada custa MX\$ 30.000, enquanto uma nova custa MX\$ 200.000.
- Soluções locais, simples e de baixa qualidade também são uma opção, geralmente feitas por empresas pequenas com menos de 100 empregados, como Acero y Maquinaria para la Industria Alimenticia e Dunmaq Marketing, S.A. de C.V.

DISTRIBUIÇÃO

Como as máquinas representam um alto investimento, é preferível a distribuição direta



- O investimento em máquinas de alimentos e bebidas é de longo prazo e representa um alto risco, razão pela qual a distribuição desses bens, em geral, é direta ou quase direta.
 - “A escolha das máquinas é um casamento de longo prazo” – Consultor de restaurantes
- As grandes empresas internacionais geralmente têm um escritório local para oferecer assistência técnica e reposição de peças para seus clientes, enquanto as menores recorrem a distribuidores que gerenciam várias marcas.
- Muitas das grandes empresas mexicanas também têm distribuidores, enquanto outras vendem diretamente para o consumidor final.
- Em alguns casos raros, empresas em crescimento e grandes empresas importam diretamente do produtor. Isso acontece quando os compradores conhecem as máquinas e/ou há garantia de assistência técnica e reposição de peças.
- Além do próprio custo do equipamento, a maioria das empresas oferece vantagens adicionais com margens mais altas, como: instalação, treinamento, testes, supervisão da primeira produção etc.

Embora a maioria das máquinas seja importada, as principais marcas têm representação local



Representantes locais

A maioria das grandes marcas estabelecem representação local para oferecer assistência técnica e um estoque de peças sobressalentes para necessidades de reposição, pois estes são requisitos buscados na compra das máquinas. Nesses casos, as próprias empresas importam seus produtos.



Distribuidores/Agentes

Marcas que não têm um grande volume de vendas recorrem a distribuidores, que em geral gerenciam várias marcas, para ter presença local. Essas empresas podem oferecer assistência técnica básica, mas precisam contar com as sedes para solucionar questões mais complicadas.



Importação direta

Poucos fabricantes do setor de alimentação optam pela importação direta de maquinário. Entretanto, essa alternativa é conveniente quando a empresa tem pessoal qualificado para instalar e fazer a manutenção das máquinas.



Fabricação local

Os fabricantes de máquinas locais atendem diretamente seus clientes. Alguns possuem produtos já projetados, e outros usam a vantagem de estar no local para oferecer produtos customizados.

Custos de logística impactam fortemente no custo total do produto, mais que as taxas de importação

- Produtos comercializados no México estão sujeitos a taxa de 16% de IVA.
- A maioria das máquinas é importada dos EUA e da Europa, regiões com as quais o México tem acordos comerciais que removem taxas e facilitam a importação.
- Se os EUA resolverem sair do NAFTA, a Europa ganhará mais importância, pois oferece qualidade igual ou superior e um preço muito semelhante. Os produtos americanos passariam a ser taxados, mas isso ocorreria de maneira gradual, pois haveria negociações e os prazos para implementação não seriam imediatos. Muitas empresas nos EUA têm interesses no México.
- Produtos estrangeiros devem considerar o custo de transporte. No caso dos produtos europeus, esse custo adicional os coloca em desvantagem em relação aos produtos americanos.
 - Por exemplo, o custo do frete para levar um forno da Alemanha para o México, por navio, é de aproximadamente US\$ 5.600.

Intervalo de IVA

16%

Os atuais acordos comerciais facilitam a importação de máquinas de alimentos e bebidas. Existe um acordo de livre comércio entre México-União Europeia, controlado pela Comissão Europeia.

No caso das transações com os EUA, o comércio de máquinas está incluído no NAFTA.

Produtos de alta qualidade são inacessíveis para a maioria dos consumidores, o que faz com que eles busquem alternativas mais econômicas

O mercado de Máquinas para o setor de Alimentos e Bebidas está saturado com opções econômicas e eficientes de máquinas. No entanto, há espaço para alternativas que substituam os produtos internacionais usados ou locais, desde que possuam boa qualidade e preço acessível.

Econômico/Mecânico

Caro/Automatizado

Soluções Integradas

Alternativas Locais

Máquinas Internacionais Usadas

Produtos Internacionais

Descrição	Startups com restrição de orçamento ou fabricantes sem acesso a soluções mais complexas recorrem a essa opção	Uma opção para empresas que procuram evoluir a produção, ainda, caseira mas com baixo orçamento	O elevado número de novos negócios que não logram êxito acarreta em um mercado interessante de produtos usados	As empresas que possuem condições financeiras, buscam as marcas internacionais, por meio do boca-a-boca. Há marcas (países) que estão especificamente relacionadas a determinados usos
Pontos positivos	<ul style="list-style-type: none"> Baixo custo Fácil e barato de consertar 	<ul style="list-style-type: none"> Design especializado Produtos mais acessíveis em comparação aos importados 	<ul style="list-style-type: none"> As máquinas são encontradas por uma fração do preço de uma nova Devido à alta qualidade, não há problemas com o funcionamento 	<ul style="list-style-type: none"> Elevado Retorno sobre o Investimento (ROI) devido à longa vida útil e crescente eficiência
Pontos negativos	<ul style="list-style-type: none"> Necessidade de conhecimento técnico para o design do produto 	<ul style="list-style-type: none"> Vida útil curta Operação suficiente, apesar de ineficiente 	<ul style="list-style-type: none"> Necessidade de conhecimento para selecionar as boas oportunidades As partes da máquina, bem como o serviço são caros 	<ul style="list-style-type: none"> Alto custo inicial sem planos de financiamento (300%-500% maior que produtos locais) As partes da máquina, bem como o serviço são caros

Reputação é essencial na hora da compra, mas oferecer testes e financiamento pode compensar

Oportunidades

Oportunidade

MOTIVADORES

Oferecer planos de financiamento atraentes se tornou uma forte vantagem competitiva. As empresas em crescimento buscam expandir suas capacidades e melhorar suas instalações, mas geralmente carecem de meios financeiros. A maioria das grandes marcas exige pagamento integral na entrega da máquina, o que dificulta o acesso para muitas empresas.

Testar o equipamento antes de comprar é uma necessidade não satisfeita, especialmente quando o propósito da compra é a inovação. Uma vantagem pode ser oferecer uma planta piloto para testar os recursos das máquinas, o que auxiliaria na estruturação do processo, de maneira a reduzir o tempo de desenvolvimento.

Barreiras

Barreiras

DESAFIOS

As máquinas brasileiras de alimentos e bebidas carecem de credenciais no México. A reputação é um fator chave na seleção do maquinário, pois se trata de um alto investimento, que pode ser uma escolha de alto risco. Equipamentos estrangeiros precisam ter uma representação local, para minimizar as preocupações dos clientes potenciais.

O transporte a partir do Brasil é significativamente mais caro do que no caso das compras locais ou das importações dos EUA. Porém, o custo é semelhante ao das entregas da Europa. Esse fator coloca pressão sobre o preço, que precisa se manter competitivo.

Empresas em crescimento são o público-alvo mais receptivo a novas alternativas

O público-alvo mais aberto a novas alternativas são as empresas em crescimento. Elas têm conhecimento para ir além do menor preço, contam com a orientação dos fornecedores e ainda não estão comprometidas com uma marca específica. Há uma demanda crescente por produtos com maior valor agregado.



Cerca de 75% das vendas de máquinas de comida e bebida são de equipamentos usados — Produtor e distribuidor de maquinário

Prioridade	Segmentos de mercado	Requisito mínimo	Oportunidades	Fonte de Volume
1	Empresas em crescimento	Equipamentos com a mesma qualidade das opções europeias	Reduzir custo eliminando itens “opcionais que seriam bom ter”. Por exemplo, função de autolimpeza	Equipamento importado usado e de alta qualidade
2	Empreendedores estruturados	Projeto que atenda padrões e possua preços acessíveis	Maior vida útil e/ou eficiência	Alternativas locais baratas e básicas
3	Grandes empresas	Qualidade, eficiência e customização	Suporte especializado, como treinamento e considerar opção de uma planta piloto	Equipamento europeu e americano
4	Produção caseira aprimorada	Simples de operar e manter (baixa tecnologia)	Considerar “adicionais” compatíveis com o processo, mantendo investimento baixo	Alternativas manuais

Produção de comida e bebida está lançando produtos inovadores

Categorias principais continuam inovando

Grupo Lala (empresa líder) lançou, em 2016, o que eles anunciaram ser a maior inovação vista em leite de vaca nos últimos 20 anos no México: o leite fresco “Lala 100 Proteína” com 70% mais proteína e 30% mais cálcio, e “Lala 100 Sem Lactose”.

A lactose foi removida nos dois casos por uma “ultrafiltração”.

Produtos de padaria embalados

O Grupo Bimbo (empresa líder) lançou, em 2015/2016, o Nature’s Select. É um pão embalado que anuncia ser livre de corantes artificiais e “Sanísimo Cero Gluten”. É o pão sem glúten da empresa.

A inovação na indústria alimentícia representa uma oportunidade para os fornecedores, inclusive para os fornecedores de máquinas que tornem mais fáceis os novos desenvolvimentos, por exemplo, disponibilizando plantas piloto.



 NORMAS E REGULAÇÃO

Regulação internacional para manuseio de alimentos e bebidas é o padrão para máquinas vendidas no México

No México, as agências do governo federal estão encarregadas de definir as normas para a fabricação de alimentos e bebidas. Elas focam, sobretudo, na segurança no local de trabalho e na qualidade e segurança dos produtos finais. Consequentemente, o equipamento em si não está sujeito a regulações estritas, já que estas incidem mais sobre as instalações. Os equipamentos têm um papel na promoção de uma operação segura por meio de seu *design* e do uso de materiais inócuos e que não oferecem risco. Publicar recomendações de operação e limpeza é importante, pois as agências mexicanas contam com elas para fiscalizar a correta operação das máquinas no local de trabalho.

Em todo caso, a maioria das empresas não orienta suas operações por padrões mexicanos, mas sim por diretrizes internacionais, europeias ou americanas, como as normas 3-A Standards, Grupo Europeu de Engenharia e Projeto de Higiene (EHEGH) e Administração de Alimentos e Drogas (FDA, dos EUA).

O nível do governo mexicano responsável pela fiscalização varia dependendo do tamanho da empresa. As microempresas raramente são auditadas. Conforme os negócios crescem, seus requisitos de funcionamento passam a ser baseados nos indicadores de processos internos de qualidade e de garantia de qualidade. Por fim, as grandes empresas são visitadas regularmente.

Um fato importante a se considerar é que muitas das grandes empresas exportam seus produtos, como a Bimbo, PepsiCo, Kellogg's, Mars, entre outras, portanto, precisam atender as legislações mexicana e internacional. Apenas no México, as empresas são auditadas e precisam de certificação: trabalhista, de saúde, de agricultura e de leis do consumidor. Além disso, essas empresas recebem visitas de agências estrangeiras, como a FDA americana, por exemplo.

Os alimentos não embalados também são exportados para outros países, como a carne de porco para o Japão, as verduras e legumes para os EUA e o cacau para a Europa. Esses produtos podem receber transformações parciais, que são fiscalizadas pela empresa compradora. Por exemplo, as empresas japonesas que compram carne de porco mexicanas supervisionam o processo no abatedouro para assegurar que todos os seus requisitos de controle de qualidade sejam atendidos.

Alguns empreendedores buscam orientação nas normas. Os produtores de cerveja artesanal implementaram a Análise de Riscos e Ponto Crítico de Controle (HACCP) como uma maneira de melhorar o seu processo de produção. Frequentemente, vários dos passos recomendados não podem ser atendidos inicialmente, mas ajudam a estruturar o funcionamento da melhor forma possível. Por exemplo, pode acontecer que o produto final seja estocado na mesma área do escritório, o que não cumpre com a HACCP, porém, não há outro lugar para colocar os produtos.

Foco das agências federais é segurança dos trabalhadores e dos consumidores do produto final

1

Secretaría del Trabajo y Previsión Social (STPS, Secretaria do Trabalho e da Previdência Social)

- Agência do governo federal que supervisiona as leis e regulações no local de trabalho para assegurar um ambiente adequado para o trabalho, inclusive em relação à segurança.
- Em suas normas, descreve o *design* adequado das máquinas para evitar acidentes.

2

Secretaría de Salud (SSA, Secretaria da Saúde)

- Agência federal executiva responsável pela saúde e o bem-estar do povo mexicano.
- Está entre suas funções definir as normas a serem seguidas na produção de alimentos para garantir a segurança dos produtos.
- Quanto às máquinas, ela descreve os materiais de que devem ser feitas e os processos de limpeza e desinfecção aos quais elas precisam ser submetidas.

3

Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA, Secretaria da Agricultura, Pecuária, Desenvolvimento Rural, Pesca e Alimentação)

- A SAGARPA é uma agência federal que gere os fundos federais para a promoção do desenvolvimento rural e monitora atividades relacionadas com alimentação de animais domésticos e rebanhos.
- Por meio de suas regulações, a agência assegura o bem estar dos rebanhos e, dessa forma, também a segurança no consumo de seus produtos.

Medidas de segurança visam o *design* e os materiais usados na fabricação das máquinas

Principais leis e regulamentos

- NOM 004 - STPS - 1993:
 - Regula o *design* e a funcionalidade do equipamento para assegurar a segurança dos funcionários.
 - O principal foco é ter mecanismos de segurança para evitar acidentes ou que possam ser ativados em caso de emergências.
- NOM 120 - SSA1 - 1994:
 - Regula as práticas de higiene na produção de alimentos e bebidas, inclusive de equipamentos e instalações.
 - A norma regula as características dos materiais usados na fabricação de equipamentos para evitar problemas relacionados à saúde.
- NOM 251 - SSA1 - 2009:
 - Apresenta as melhores práticas a serem seguidas na produção de alimentos, bebidas e suplementos alimentares.
 - Entre as melhores práticas, define-se que as máquinas devem ser operadas de acordo com as recomendações do fabricante.

Principais aspectos aos quais os exportadores brasileiros devem prestar atenção

- Segurança:
 - As máquinas devem ser projetadas para prevenir erro humano, com dispositivos de segurança que sejam automáticos ou fáceis de ativar.
 - Além disso, elas devem incluir elementos de segurança contra riscos de circunstâncias externas, como falha de energia, por exemplo.
- Higiene:
 - O material usado na fabricação das máquinas deve ser uniforme e fácil de limpar e desinfetar. Também deve ser inerte, evitando absorver ou transmitir elementos não desejados. Aço inoxidável é o material mais comum.
- Ajudar a seguir as melhores práticas:
 - As normas definem que o fabricante das máquinas deve oferecer instruções de operação e limpeza, que devem ser seguidas pelo usuário.



INFORMAÇÕES ADICIONAIS SOBRE O MÉXICO

Bebês e Crianças Pequenas (0-3 anos de idade)

O número de bebês e crianças pequenas decresceu nos últimos anos, passando de 7,3 milhões em 2000 para 6,97 milhões em 2015, e este número deverá se manter estável até 2020. Em 2015, essa parcela da população representou 5,5% do total.

Crianças (3-8 anos de idade)

Em 2015, as crianças atingiram um número de quase 14 milhões, ligeiramente abaixo dos 13,94 milhões em 2014 e 14,5 milhões em 2005. A expectativa é de que essa tendência prossiga nos próximos anos, com um número de crianças projetado para 2020 em 13,84 milhões. As crianças representavam quase 14% da população em 2000 e caíram para 11% em 2015. Esses dados refletem o declínio na taxa de nascimento, pois os pais e mães estão optando por ter um número menor de filhos.

Pré-adolescentes (9-12 anos de idade)

O número de pré-adolescentes permaneceu estável nos últimos anos. Atualmente, há 9,4 milhões de pré-adolescentes, o que representa 7,4% da população total. Até 2020, projeta-se um leve declínio para o segmento, chegando a 9,2 milhões.

De acordo com uma pesquisa realizada online recentemente sobre consumo de alimentos na infância, 57% dos respondentes disseram que geralmente preparam o almoço em casa para seus filhos. As refeições principais consistem em sanduíches, tortas (sanduíches maiores) e tacos, seguidos de frutas, verduras e legumes e sucos embalados. Ao mesmo tempo, 59% dos pais disseram que eles dão dinheiro para seus filhos (em média MX\$ 11) para gastar na escola. Desse grupo, 74% disseram que seus filhos gastam dinheiro principalmente com comidas com pouco ou nenhum valor nutricional, como balas (55%), bebidas processadas (52%) e batatas *chips* (48%).

Adolescentes (13-17 anos de idade)

O número de adolescentes no México atingiu a marca pouco abaixo de 12 milhões em 2015, refletindo um leve declínio desde o ano anterior. Projeta-se que este número deverá decrescer para 11,65 milhões em 2020, representando uma parcela de 8,6% da população total. Os adolescentes em geral frequentam o ensino médio. Embora vivam com os pais, eles tendem a ser independentes nas suas decisões de compras.

Adultos jovens e adultos representam mais de 40% da população mexicana

Adultos jovens (18-29 anos de idade)

O número de adultos jovens tem aumentado ao longo dos anos, atingindo 26,7 milhões em 2015 e representando cerca de um quinto da população total. Os membros desse grupo também são chamados às vezes de *millennials* ou de Geração Y. De acordo com o estudo OCDE “Education at a Glance 2014”, o México é o único país da OCDE onde pessoas entre 15 e 29 anos passam mais tempo trabalhando do que estudando.

Há uma demanda crescente entre adultos jovens por produtos alimentícios que contenham menos gordura e açúcar. Existe também uma maior procura por ingredientes orgânicos. Mesmo que esses produtos em geral sejam mais caros, os adultos jovens os procuram para satisfazer a sua necessidade de levar vidas mais saudáveis.

Adultos (30-44 anos de idade)

Essa parcela da população cresceu a taxas dramáticas nos últimos anos, passando de 19,7 milhões em 2000 para 27,7 milhões em 2015. Neste ano, os adultos representam quase 22% da população total. Até 2020 a previsão é de atinjam a marca de 29,3 milhões. De acordo com um artigo recente na *Merca2.0*, 44% dos adultos já compraram seu primeiro carro; quase 44% se autodenominam “*workaholics*”; quase 40% escutam rádio todos os dias; 70% são casados e quase 10% são divorciados.

Meia-idade (45-59 anos de idade)

O número de pessoas de meia-idade continua a aumentar significativamente (73% entre 2000 e 2015), atingindo 18,2 milhões em 2015. Os representantes dessa faixa etária tendem a estar estabilizados em suas carreiras; com efeito, geralmente estão nos seus anos de maiores ganhos e planejam sua aposentadoria. Muitos já educaram os filhos, porém, muitos outros têm crianças pequenas, pois esperaram mais anos para se casar e estabelecer famílias.

Idosos (60+ anos de idade)

O número de idosos (quase 12 milhões) representou cerca de 10% da população total em 2015. O crescimento desde 2000 foi de cerca de 67%, fazendo deste o grupo que cresce mais rapidamente. Projeta-se que o número de idosos vai continuar a crescer nos próximos anos, atingindo cerca de 15 milhões em 2020.

PIB real deve crescer 2,2% em 2016, menos que os 2,5% de 2015

Conforme dito anteriormente, manufatura e serviços são os dois setores mais dinâmicos e, juntamente com o consumo privado, vão dar sustentação ao crescimento em 2015 e 2016. Em compensação, entre os fatores limitadores do crescimento estão o ajuste contínuo à baixa dos preços do petróleo e os cortes nos gastos governamentais. Um aumento no investimento privado irá, pelo menos parcialmente, compensar a desaceleração do investimento público. O PIB aumentou 2,6% no primeiro trimestre de 2016.

Os preços subiram 2,7% em 2015, e a expectativa é de uma inflação de 2,8% em 2016. O Banco Central coloca que o teto aceitável para a alta dos preços é de 4,0%. Recentemente, o Banco Central subiu as taxas de juros para conter a inflação e fortalecer o peso.

O valor real do consumo privado final subiu 4,3% em 2015, e a previsão para 2016 é de ganhos de 3,3%. O crescimento estável dos salários e as taxas de desemprego mais baixas dão sustentação à confiança e ao gasto do consumidor. As remessas do exterior cresceram 5,0% em 2015, mas o crescimento deverá desacelerar para 2,5% em 2016. De acordo com o Escritório Nacional de Estatística, a participação das classes médias deve subir, como resultado das reformas feitas em 2014, incluindo a abertura do setor de petróleo à participação do setor privado e a liberação da concorrência no setor de energia elétrica.

O desemprego foi de 4,4% em 2015 e cairá para 4,2% em 2016. Para reduzir o desemprego, o México deve gerar algo entre 1,2 e 1,5 milhões de novos empregos por ano. Essa meta não poderá ser atingida no médio prazo. O resultado disso é que 6 em cada 10 empregos são informais – uma parcela muito maior do que em outros países como Brasil e Chile. O México também tem a mais longa carga horário de trabalho por pessoa de todos os países da OCDE.

Reformas para favorecer orçamento dos consumidores

Os monopólios públicos e privados ainda dominam grande parte da economia. Em muitos setores importantes, 70-80% do mercado são dominados por apenas uma ou duas empresas. Como resultado, os mexicanos pagam algo como 40% a mais do que deveriam por bens e serviços básicos. Entretanto, novas leis antimonopólio, aprovadas apenas recentemente, começaram a alterar a estrutura de indústrias chave como a de telecomunicações.

Tendência dos gastos discricionários

Devido a custos relativamente altos com alimentação e moradia, a parcela do México de gastos não-discricionários (gastos com alimentos, bebidas não alcoólicas e moradia) é mais alto do que as médias global e regional. Os preços dos alimentos e bebidas não alcoólicas vêm aumentando anualmente pelo menos nos últimos cinco anos; de acordo com os índices de preços, em que 2010 possui a base 100, os preços subiram para 132,3 em 2015. No entanto, a previsão para o período de 2016-2030 é de que a proporção de gasto não-discricionário no país decresça gradualmente, pois a expectativa de alta dos níveis de renda disponível permitirá que os chefes de família direcionem mais recursos para outras categorias além das necessidades básicas. A categoria de maior crescimento no período de 2016-2030 deverá ser a de bens e serviços diversos, impulsionada por segmentos como serviços financeiros (devido à crescente população bancarizada, além das reformas que visam a aquecer os empréstimos bancários aprovadas pelo governo mexicano em 2014), a joalheira e os bens de viagens.

Mudanças sociodemográficas

Há várias mudanças sociodemográficas em curso que impactam a maneira como as pessoas vivem e consomem. Essas mudanças incluem uma tendência à urbanização e à configuração de famílias menores. Por exemplo: em contraste com famílias de quatro ou mais pessoas, domicílios com uma só pessoa ou com duas rendas e nenhum filho são dois segmentos de famílias que cresceram nos últimos anos e que são muito interessantes de compreender do ponto de vista da produção de alimentos e bebidas, pois são públicos com diferentes necessidades e demandas, e tendem a ter rendas mais altas em comparação com as famílias maiores.

O gasto de consumidor *per capita* foi de MX\$ 128.067 para homens e MX\$ 82.252 para mulheres, em 2015. Mais mulheres trabalhando significa mulheres mais ocupadas e mais consumidoras, com mais renda disponível; grandes fabricantes de comida em indústrias como as de carne e queijo processados concentram esforços de *marketing* e desenvolvem produtos com embalagens altamente práticas e formatos visando às mulheres mais ocupadas.

De um modo geral, México tem políticas favoráveis ao investimento estrangeiro direto (IED)

Importantes reformas aprovadas pelo governo desde 2013 abriram o setor do petróleo para a participação do setor privado; permitiram a concorrência no setor de geração de energia elétrica; e elevaram o teto para a propriedade estrangeira nos setores de telecomunicações e radiodifusão para 100% e 49% respectivamente. Para impulsionar o comércio, as autoridades reduziram o tempo requerido para a emissão de permissões de importação-exportação e simplificaram o sistema de códigos de identificação das tarifas.

Indústria do petróleo

Em 2014, o Congresso do México aprovou mudanças radicais no setor de energia, que passaram a permitir que as companhias de petróleo invistam no México pela primeira vez desde 1938. O governo espera pelo menos uma década de leilões anuais. Até o fim de 2019, o México planeja ter leiloado mais de um terço dos recursos potenciais do país.

Reformas para aumentar a arrecadação de impostos

O nível de tributação do México é um dos mais baixos de todos os países da OCDE. Os críticos argumentam que há um grande excesso de isenções e que a base da receita tributária é muito estreita. Em resposta, o governo elevou vários impostos nos últimos anos, como uma tarifa de imposto de renda mais alta para as maiores receitas, um novo imposto sobre mineração e outras taxações.

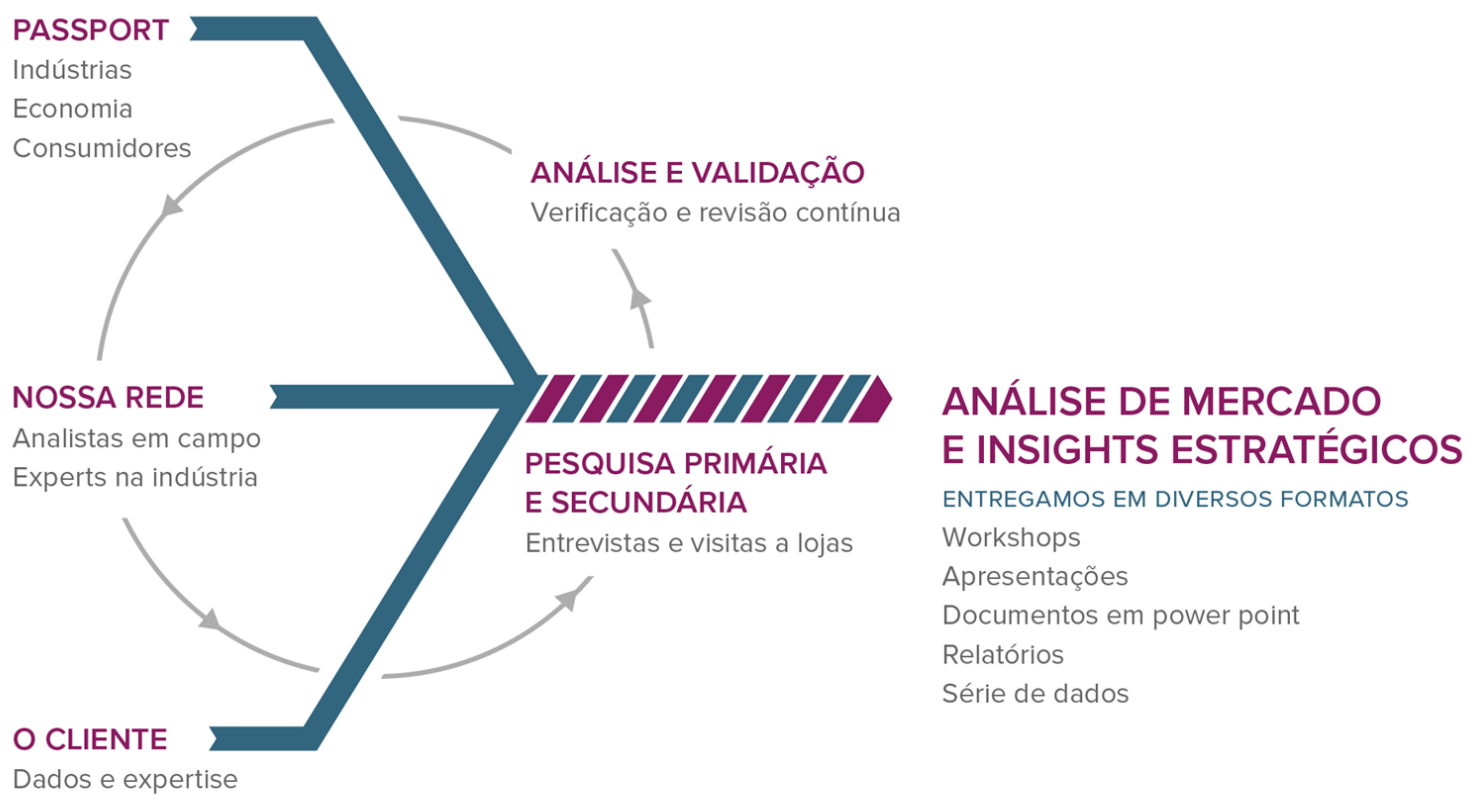
Necessidade de aumentar a produtividade dos trabalhadores

As taxas de crescimento vão aumentar gradualmente, atingindo 3,2% nos últimos anos da década. A demanda externa deve se fortalecer e o investimento privado deve se acentuar, eliminando grande parte da capacidade ociosa. As reformas do setor energético devem, ao final, acrescentar cerca de 1,5% ao crescimento anual do PIB, mas a queda nos preços do petróleo devem significar que o *boom* de investimento associado a esse processo deverá levar muito mais tempo do que se pensou inicialmente.

No longo prazo, o FMI espera que reformas estruturais mais profundas elevem o potencial de crescimento para 3-3,5%. As perspectivas econômicas do país estão intimamente ligadas ao desempenho da economia dos EUA. Para fortalecer o desempenho de longo prazo da economia, o aumento de produtividade precisa melhorar. O progresso é atrasado por uma infraestrutura obsoleta e o grande tamanho do mercado informal. Desde 1990, o resultado por trabalhador cresceu menos que 1% ao ano, com os maiores ganhos oriundos de ampliação da força de trabalho. Hoje, a produção média do trabalhador mexicano é apenas cerca de um terço da produção do trabalhador nos EUA. As principais reformas estruturais, como medidas destinadas a fomentar a concorrência e um melhor acesso ao crédito, deverão impulsionar o crescimento da produtividade.

METODOLOGIA E DEFINIÇÕES

Termo	Definição
Máquinas de Processamento de Leite e Bebidas	Essa categoria compreende a fabricação de centrífugas separadoras de creme, máquinas de laticínios (incluindo homogeneizadores, irradiadores, máquinas de fazer manteiga, máquinas de fazer queijo), máquinas utilizadas na produção de vinho, sidra, sucos de frutas e bebidas similares, peças para máquinas de ordenha e maquinário de laticínios, peças para prensas, trituradores e outras máquinas semelhantes utilizadas na produção de vinho, sidra, sucos de frutas ou bebidas semelhantes.
Máquinas de Processamento de Alimentos	Esta categoria inclui a fabricação de máquinas utilizadas na indústria de moagem ou para o trabalho com cereais ou de leguminosas secas (excluindo as máquinas agrícolas), fornos de padaria não eléctricos, secadores para produtos agrícolas, equipamentos não domésticos para cozinhar ou aquecer, outras máquinas para preparação ou fabricação industrial de alimentos ou de bebidas, inclusive gorduras ou óleos, partes de máquinas para processamento de alimentos, máquinas para processamento de chá e café.
Produção	Receita total (incluindo receitas de exportação) gerada por todas as empresas registradas localmente, cujas atividades principais se enquadram na definição da indústria. Medida a preços básicos ou do fabricante/MSP. Também chamada de Volume de Negócios ou Volume de Negócios de produtores locais.
Tamanho do mercado	Valor total de bens e/ou serviços específicos do setor, produzidos internamente ou importados, que são vendidos no mercado de um país. Medido pelo preço de aquisição/RSP.



Fonte	Website
Cofepris	http://www.cofepris.gob.mx/MI/Paginas/Normas-Oficiales-Mexicanas.aspx
Secretaría de Salud	http://www.salud.gob.mx/unidades/cdi/nom/120ssa14.html
Secretaría del Trabajo	http://www.stps.gob.mx/bp/secciones/dqsst/normatividad/normas/Nom-001.pdf
Cuentame INEGI	http://cuentame.inegi.org.mx/economia/secundario/manufacturera/default.aspx?tema=E#uno
Industria Alimenticia	http://www.industriaalimenticia.com/articles/86192-encuesta-sobre-gastos-de-capital-2013?
El Financiero	http://www.elfinanciero.com.mx/bajio/maquinaria-industrial-sin-fabricantes-nacionales.html
Tecno Maiz	http://www.tecnomaiz.com/1346
Middleby Corporation	http://middleby.com.mx/quienesSomos.html
Cafeteras Internacionales (International)	http://www.international.com.mx/
SPX Corp	http://www.spx.com/en/
Bizerba International	https://www.bizerba.com/es_mx/home/index.html
Inside Mexico's Processed Food Industry	http://www.mexicofoodsummit.com/docs/processed_food.pdf
European Commission	http://ec.europa.eu/trade/policy/countries-and-regions/countries/mexico/
Relatórios Setoriais: Máquinas para Processamento de Alimentos, Bebidas e Tabaco no México	http://www.euromonitor.com/
Relatórios Setoriais: Infraestrutura de Transportes no México	http://www.euromonitor.com/

SOBRE A APEX-BRASIL



A Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil) atua para promover os produtos e serviços brasileiros no exterior e atrair investimentos estrangeiros para setores estratégicos da economia brasileira.

A Agência realiza ações diversificadas de promoção comercial que visam promover as exportações e valorizar os produtos e serviços brasileiros no exterior, como missões prospectivas e comerciais, rodadas de negócios, apoio à participação de empresas brasileiras em grandes feiras internacionais, visitas de compradores estrangeiros e formadores de opinião para conhecer a estrutura produtiva brasileira entre outras plataformas de negócios que também têm por objetivo fortalecer a marca Brasil.

A Apex-Brasil coordena também os esforços de atração de investimentos estrangeiros diretos (IED) para o Brasil com foco em setores estratégicos para o desenvolvimento da competitividade das empresas brasileiras e do país.



<http://www.apexbrasil.com.br/>



SOBRE A EUROMONITOR



A Euromonitor International é uma das principais empresas de inteligência de negócios e análise estratégica sobre o mercado de bens de consumo e serviços no mundo. A empresa conta mais de 40 anos de experiência no levantamento de dados e publicação de relatórios detalhados sobre o mercado em âmbito internacional.

Além dos serviços especializados de consultoria, a Euromonitor pesquisa sistematicamente e anualmente 29 indústrias de consumo massivo e serviços, 80 setores industriais em 100 países e setores de recursos naturais em 210 países.

A companhia tem sede em Londres, com escritórios regionais em Chicago, São Paulo, Cingapura, Xangai, Vilnius, Santiago, Dubai, Cidade do Cabo, Tóquio, Sydney e Bangalore, e possui uma rede de mais de 800 analistas em todo o mundo. Acompanhe nossas análises mais recentes em blog.euromonitor.com.



<http://www.euromonitor.com/>

