

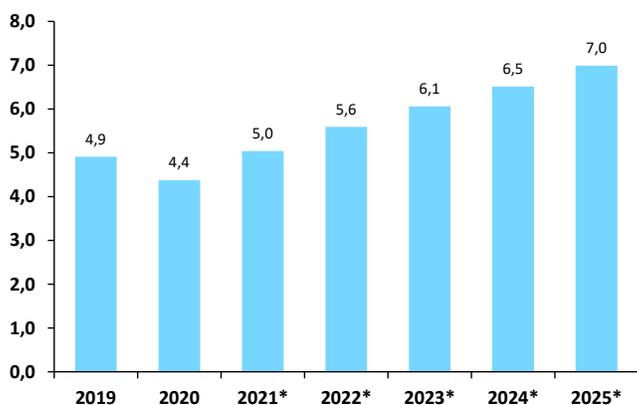
## Wellness & Healthcare: Novas gerações, novas prioridades

Agosto 2022

Alto potencial de crescimento no campo de *Wellness & Healthcare*:

- > Impulsionado por maior fidelização e crescimento básico em regiões com adoção relativamente baixa
- > Indústria retroalimentada por três mega-temas → disrupção tecnológica, mudanças demográficas e sustentabilidade O mercado tradicional líquido oferece opções limitadas para participar do tema "puro" → abertura de oportunidades em ativos alternativos

**Tamanho do mercado global de wellness e projeções**  
USD tri



Fonte: Global Wellness Institute / \*Proyección

### Indústria Wellness & Healthcare

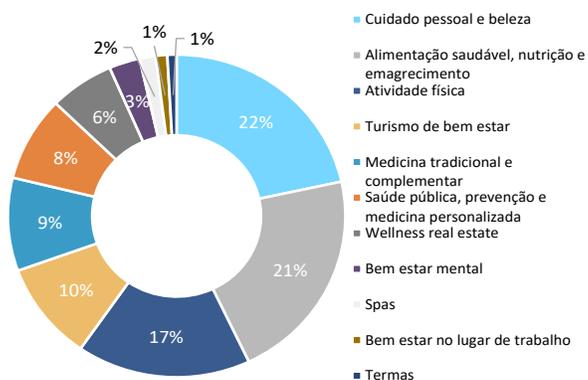
A indústria de *Wellness & Healthcare* tem mostrado uma crescente adoção entre os consumidores globais, com projeções promissoras de expansão. Entre 2017 e 2019, o tamanho econômico da indústria cresceu a uma taxa anual composta de cerca de 7%, atingindo USD 4,9 tri. a nível mundial. Apesar da indústria ter projeções de crescimento atraentes, as restrições de mobilidade impostas no quadro da pandemia COVID-19 fizeram com que seu tamanho caísse para USD 4,4 tri. em 2020.

O setor de *Wellness & Healthcare* pode ser subdividido em 11 categorias, três das quais são particularmente representativas. O maior segmento corresponde a cuidados pessoais e beleza (22%), seguido por alimentação saudável, nutrição e emagrecimento (21%) e atividade física (17%), e juntos representam 60% do tema. No entanto, existem outros segmentos dentro dessa indústria que são medicina complementar, prevenção, saúde mental, turismo de bem-estar, entre outros.

Como mencionado acima, a pandemia foi um grande golpe para a economia, e este setor não ficou livre de danos. Esta crise foi diferente das recessões anteriores, na medida em que forçou as pessoas a ficar em casa, levando a quedas no tamanho econômico em sete dos 11 segmentos do *Wellness & Healthcare*, e foi mais atingido naqueles que precisavam de atenção presencial. No entanto, impulsionou o crescimento de outras categorias e colocou a saúde mental no centro da discussão.

### Wellness: Segmentos e representação

Ano 2020 | USD 4.4 trn em total



Fonte: Global Wellness Institute



Do lado da distribuição geográfica dos gastos com essa questão, a região Ásia-Pacífico concentra a maior despesa total, ultrapassando USD 1,5 tri em 2020. No entanto, ao analisar os gastos per capita, a América do Norte lidera, atingindo um gasto de mais de USD 3.500 por pessoa, em média, por ano. Em seguida, vem a Europa com um gasto per capita de USD 1.200 por ano, e logo América Latina e Caribe e Ásia-Pacífico, que alocam cerca de USD 360 por ano por pessoa em *Wellness & Healthcare*.

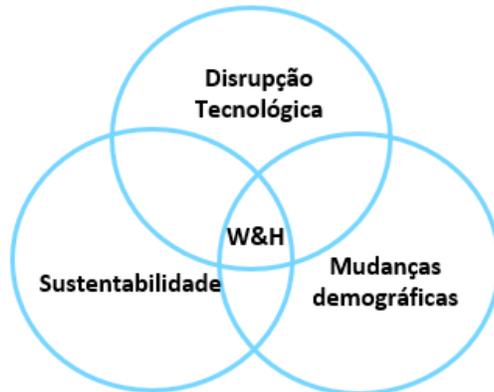
Além disso, esta tendência é retroalimentada por três megatendências. Em primeiro lugar, com relação à disrupção tecnológica, tem sido um fator-chave para aumentar a adoção e deter parcialmente as quedas mais acentuadas da indústria durante 2020. Assim, foram adotados diversos comportamentos, tais como a compra de produtos de cuidados pessoais on-line, a realização de atividades físicas utilizando aplicativos móveis, entre outros. Do lado das mudanças demográficas, as novas gerações adultas da Geração Z e *Millennials* são os consumidores mais assíduos e comprometidos com o *Wellness & Healthcare*, cujo poder aquisitivo vem aumentando à medida que entram no mercado de trabalho. Por fim, o consumo de produtos e serviços da indústria é sustentável com o meio ambiente, contribuindo para uma sociedade mais saudável e menos poluição e erosão dos recursos naturais.

### Oportunidades de crescimento impulsionadas pelo aumento da adoção

Em algumas regiões, como já mencionado, a penetração dessa indústria é significativa. No caso da América do Norte, 20,2% dos gastos com o tema são dedicados à alimentação saudável, nutrição e emagrecimento, seguidos por cuidados pessoais e beleza (19,7%). No entanto, em outros segmentos da indústria, o desembolso permanece limitado em termos anuais, dedicando menos de 2% a Spas e fontes termais. Nesse contexto, mesmo na região com maior penetração de *Wellness & Healthcare*, há um alto potencial de crescimento.

A indústria pode se expandir em duas áreas; (1) aumentar a fidelização do consumidor, impulsionando os gastos dos consumidores em alguns aspectos que considera prioritários, e/ou (2) com o crescimento base no setor, nos casos em que o gasto médio do consumidor permanece em níveis limitados e a priorização é baixa. Dessa forma, há espaço para crescimento em nível global, tanto na primeira área, em regiões com alta penetração de determinados segmentos, quanto apontando para um crescimento básico em países com menor gasto per capita em *Wellness & Healthcare*.

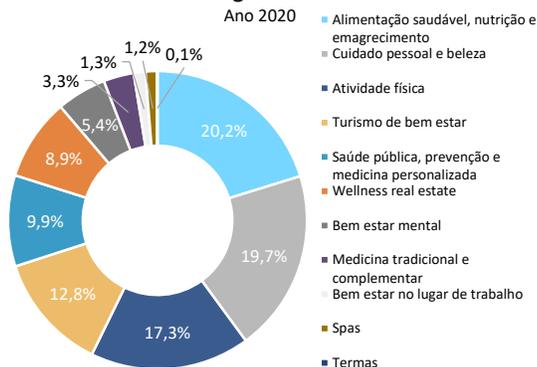
### Retroalimentação Megatemas



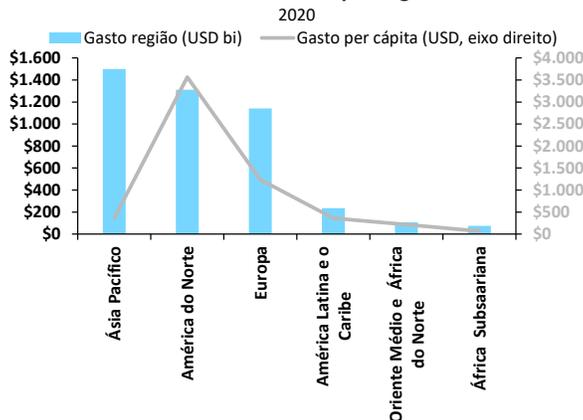
Fonte: Global Wellness Institute

Fonte: Compass Group

### América do Norte: Distribuição do gasto por segmento

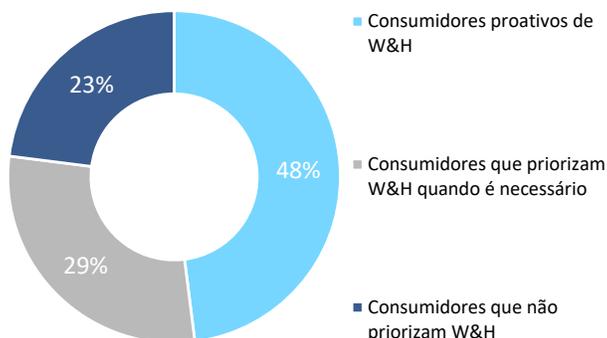


### Gasto em Wellness por região



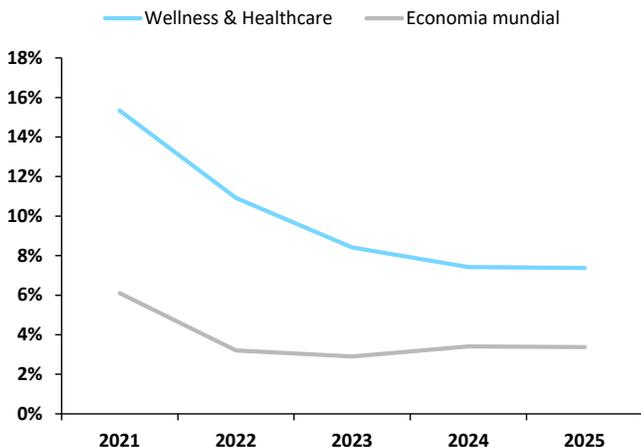


### Tipos de consumidores de Wellness & Healthcare



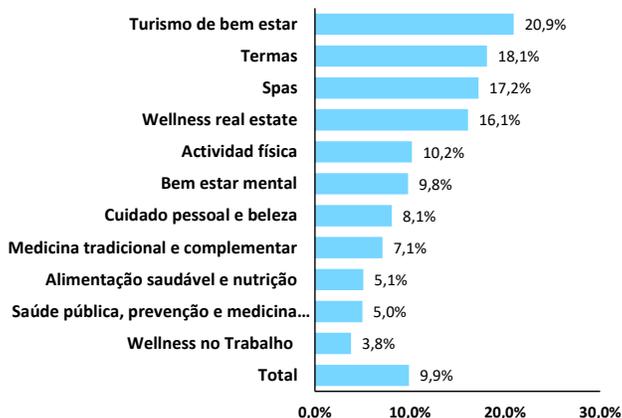
Fonte: Nielsen

### Projeções de crescimento



Fonte: Global Wellness Institute, FMI

### Projeção de crescimento anual médio da indústria global de Wellness entre 2020 e 2025



Fonte: Global Wellness Institute

Assim, globalmente, 48% dos consumidores se consideram proativos em relação aos gastos com *Wellness & Healthcare*, enquanto 29% só o priorizam se necessário, em detrimento de 23% que declaram não priorizar em qualquer caso. Dessa forma, e em consonância com o que foi descrito, há um alto potencial de crescimento da indústria.

Outro fator que apoia as perspectivas positivas dessa questão está relacionado às mudanças demográficas. Nesse contexto, de acordo com a Pesquisa de Saúde e Bem-Estar dos EUA (2020, Natural Marketing Institute), 77% dos *Millennials* consideram um estilo de vida mais saudável e equilibrado extremamente/muito importante. Enquanto a Pesquisa Global de *Millennials* e Geração Z (2022, Deloitte), mostra que entre as principais preocupações dos *Millennials* está em terceiro lugar a saúde e prevenção de doenças (21%).

No entanto, não apenas as inquietações com o futuro mostram uma grande preocupação com o assunto. Os *baby boomers*, que correspondem a uma porção etária com grande poder aquisitivo, têm mostrado um consumo crescente de produtos e serviços dentro da indústria de *Wellness & Healthcare*, principalmente associados aos custos crescentes da saúde tradicional - que, em certa medida, impulsionou os tratamentos de pandemia e prevenção COVID-19,

Assim, as perspectivas de crescimento para a indústria são auspiciosas; projeta-se uma taxa média de crescimento anual de 9,9% entre 2020 e 2025. Da mesma forma, as expectativas de crescimento por segmento são maiores nas de menor porte ou mais afetadas pela pandemia COVID-19. No entanto, nas categorias mais representativas do *Wellness & Healthcare*, como alimentação saudável e cuidados pessoais, a projeção de crescimento ultrapassa a média anual de 5%, o que se compara positivamente com as perspectivas de crescimento econômico global para o mesmo período (3,8%).

As projeções de crescimento são apoiadas por tendências que promovem uma maior adoção do consumidor. Um dos mais importantes refere-se à digitalização. A pandemia COVID-19 aumentou significativamente as vendas online, que veio para ficar. Por sua vez, os usuários se adaptaram para fazer atividade física dentro de suas casas, aumentando significativamente o download de aplicativos relacionados a esse tipo de segmentos.



Outra tendência marcante é a preferência por produtos cada vez mais naturais e puros, com maior penetração dos de origem orgânica e com embalagens mais recicláveis ou reutilizáveis. Além disso, tem-se observado que os usuários estão preferindo maior personalização, mesmo quando isso significa menos proteção de dados pessoais. Espera-se que as marcas ofereçam algo que atenda às suas necessidades, ao mesmo tempo em que permitem maior fidelização. Finalmente, os *influencers* também desempenham um papel importante nesta indústria.

### Indústria alinhada com o compromisso público

As autoridades a nível global estão geralmente comprometidas com esta questão, que foi desencadeada em parte pela evolução sociodemográfica, e exacerbada pelas consequências dos bloqueios por COVID-19. Exemplos incluem o aumento da taxa de obesidade, que é motivo de preocupação tanto em países desenvolvidos quanto na América Latina, e em alguns países da África e Ásia. Com relação à pandemia, a deterioração da saúde mental derivada de restrições de mobilidade, incerteza, entre outras, levou a colocá-la no centro da discussão, sendo inclusive uma das principais preocupações da Organização Mundial da Saúde.

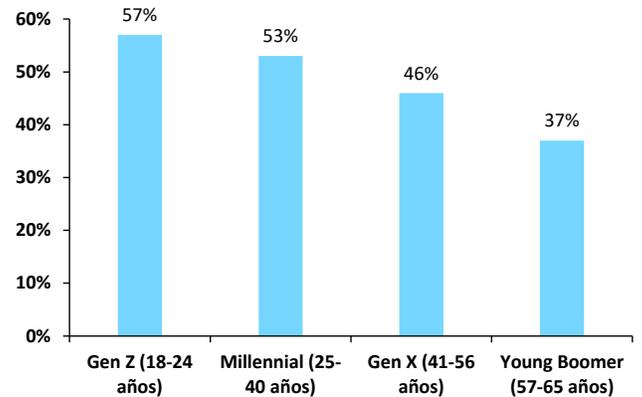
Além disso, uma sociedade com um estilo de vida mais saudável leva a gastos mais controlados em saúde pública, em um contexto de envelhecimento populacional acelerado. Assim, novas mudanças regulatórias foram anunciadas e estabelecidas que facilitam e permitem um desenvolvimento acelerado dessa tendência.

Como mencionado acima, as mudanças demográficas e as gerações futuras também são consumidores regulares do *Wellness & Healthcare*, impulsionando uma maior adoção à medida que os *Millennials* e a Geração Z vêm alcançando maior poder aquisitivo.

Por outro lado, as perspectivas limitadas de crescimento global e suas recentes correções para baixo levam a uma avaliação dos riscos em torno das projeções de expansão desse tema. No entanto, como mencionado, a crise de 2020 foi diferente, na medida em que limitou o movimento dos consumidores, evitando seu consumo em diversos segmentos do *Wellness & Healthcare*. A adoção dessas práticas é algo que veio para ficar, e que não deve ser impactada em grande magnitude diante de uma eventual recessão, especialmente em regiões com altos gastos per capita.

### Porcentagem da população cuja saúde mental foi afectada pela pandemia

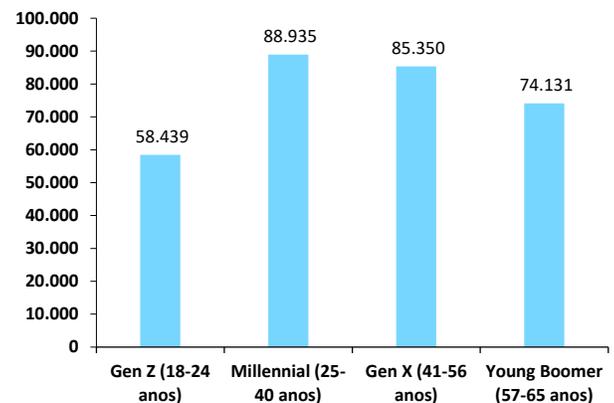
EUA. | Ano 2022



Fonte: Mindbody Wellness Index

### Receita dos lares

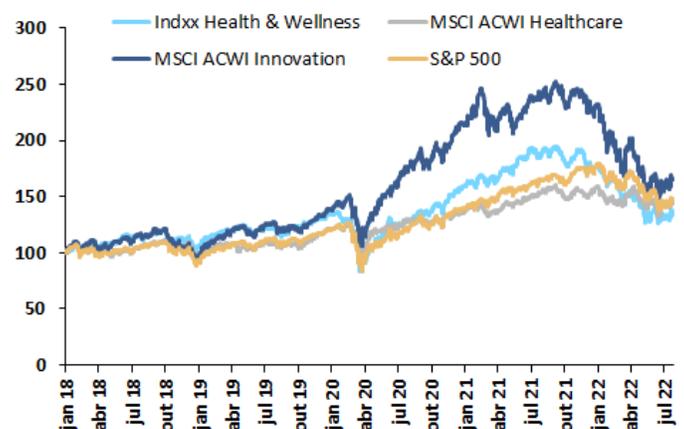
Anual bruto antes dos impostos | EUA. | USD | Ano 2022



Fonte: Mindbody Wellness Index

### Desempenho acionário

Base 100 | 01/01/2018



Fonte: Bloomberg, dados em 25 de julho de 2022



## Oportunidade além do mercado público

É possível investir na temática por meio do *Global Health & Wellness Thematic Index*, composto por empresas listadas em mercados desenvolvidos que fornecem produtos e serviços dedicados à promoção do bem-estar físico e de um estilo de vida saudável. Isso inclui algumas empresas que produzem equipamentos e tecnologias *fitness*, roupas esportivas, suplementos nutricionais e alimentos orgânicos/naturais.

Com relação ao instrumento investido que segue o tema, teve saídas de 32% dos ativos sob gestão (AUM), até agora neste ano, e 27% nos últimos doze meses, destacando que é um instrumento pequeno e líquido de tamanho limitado e baixas transações em prazos mais curtos. Este instrumento está concentrado em quase 60% em vestuário (32%) e varejo (28%), seguido por alimentos, o que representa 14%. Ou seja, as empresas aqui consideradas não necessariamente se relacionam diretamente com o bem-estar e um estilo de vida mais saudável, uma vez que provavelmente aquelas que estão explicitamente na indústria do *Wellness & Healthcare* são menores e em estágio de crescimento, tornando mais difícil investir nelas. Em relação à distribuição geográfica do índice, 38% são investidos nos EUA, seguido pelo Japão (13%) e China (12%), em linha com a distribuição regional dos gastos sobre o tema.

Em 2022 até o momento, o índice registra uma queda de quase 24%, mais profunda do que o declínio mostrado pela MSCI ACWI Healthcare (-10%), mas mais limitada que a MSCI ACWI Innovation (-28%). Vale ressaltar que o índice do tema apresenta uma alta correlação com o MSCI ACWI (e a ACWI Innovation), mas seu desempenho apresenta uma volatilidade mais limitada no último ano, por isso poderia ser um investimento um pouco mais defensivo. No entanto, como mencionado, a falta de liquidez e pureza dessa questão dificulta o investimento diretamente nele através de mercados públicos e/ou tradicionais.

Embora o instrumento investido seja bastante desagregado, no sentido de que nenhuma empresa representa mais de 4%, a queda na rentabilidade até este momento do ano é fortemente explicada pelo retorno muito negativo de algumas empresas. Em particular, sete das empresas do índice caíram significativamente, algumas delas fortemente ligadas às vendas de roupas esportivas e aplicativos, explicando a queda desta última em parte devido a menores restrições de mobilidade.

O crescimento dos lucros do tema se compara favoravelmente com o índice que engloba a saúde como tal, destacando um crescimento bastante positivo para o próximo ano, ao contrário dos outros índices, que projetam quedas anuais nos lucros para 2023. As valorizações também estão alinhadas com indústrias comparáveis.

Devido à dificuldade de investir diretamente nesse instrumento, outras opções poderiam ser consideradas, incluindo ativos alternativos. O mercado privado oferece através de determinadas estratégias pura exposição ao tema *Wellness & Healthcare*, onde é investido diretamente em empresas ligadas ao setor. Alguns aspectos fundamentais, como a seleção do gestor para agregar valor ao investimento, a experiência no setor, o *networking* que proporciona acesso a melhores transações e a equipe, serão o diferencial entre um fundo que gera mais e melhor retorno ajustado ao risco. Deve-se levar em conta que esse tipo de ativo tem um horizonte de investimento de longo prazo e muito pouca (ou nenhuma) liquidez, portanto, será necessário avaliar as opções disponíveis, os termos e o nível de risco que é tolerado.



## Retornos - Var. % USD

Índice / Fondo	MTD	3M	YTD	2021	2020	2019	Volatilidad 1Y
S&P 500	4.8	-7.7	-16.8	26.9	16.3	28.9	20%
MSCI ACWI Innovation	6.4	-5.3	-28.3	7.1	55.7	41.5	31%
MSCI ACWI Healthcare	1.3	-3.4	-10.1	17.0	12.9	21.8	15%
Indxx Health & Wellness	4.3	-6.1	-23.6	11.4	19.0	26.5	19%

Fonte: Bloomberg, dados em 25 de julho de 2022

As opiniões contidas neste relatório não devem ser consideradas como uma oferta ou um pedido de compra ou venda, para subscrever ou resgatar, para contribuir ou retirar qualquer tipo de títulos, mas são publicados para fins informativos apenas para nossos clientes. As projeções e estimativas apresentadas foram elaboradas pela nossa equipe de trabalho, apoiada pelas melhores ferramentas disponíveis, porém, isso não garante que elas serão atendidas. As informações contidas neste relatório não correspondem a objetivos específicos de investimento, situação financeira ou necessidades particulares de qualquer destinatário do relatório. Antes de fazer qualquer transação de títulos, os investidores devem informar-se sobre as condições da operação, bem como os direitos, riscos e responsabilidades implícitos nela, para os quais as empresas de Compass Group e/ou pessoas relacionadas ("Compass Group"), não se responsabiliza por qualquer responsabilidade direta ou indireta, decorrentes do uso das opiniões contidas neste relatório. Qualquer opinião expressa neste material está sujeita a alterações sem aviso prévio de Compass Group, que não assume nenhuma obrigação de atualizar as informações nele contidas. O Compass Group, suas pessoas relacionadas, oficiais ou outros funcionários, podem fazer comentários de mercado, orais ou escritos ou transações que reflitam uma opinião diferente daquelas expressas neste relatório.