

Alimentação hoje: a visão dos operadores de estabelecimentos do foodservice

2ª EDIÇÃO 2024 | OUTUBRO
COMPLETA

Agradecimentos

Destacamos as seguintes empresas que colaboraram para que esta pesquisa atingisse maior representatividade de operadores de foodservice do Brasil.



Representação desta pesquisa

Pesquisa realizada
entre os dias 16 de setembro
a 10 de outubro de 2024

7.430 unidades

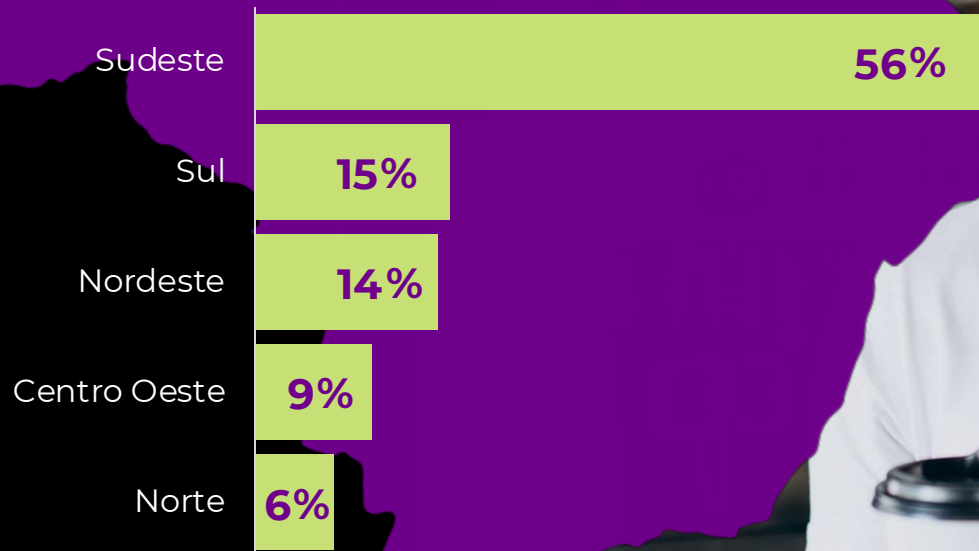
453 Marcas
respondentes

Pesquisa feita de forma voluntária e disponibilizada para operadores de todo o Brasil. Coletores on-line e também por call center. Para índice de confiança de 95%, a margem de erro da pesquisa foi de 1%.

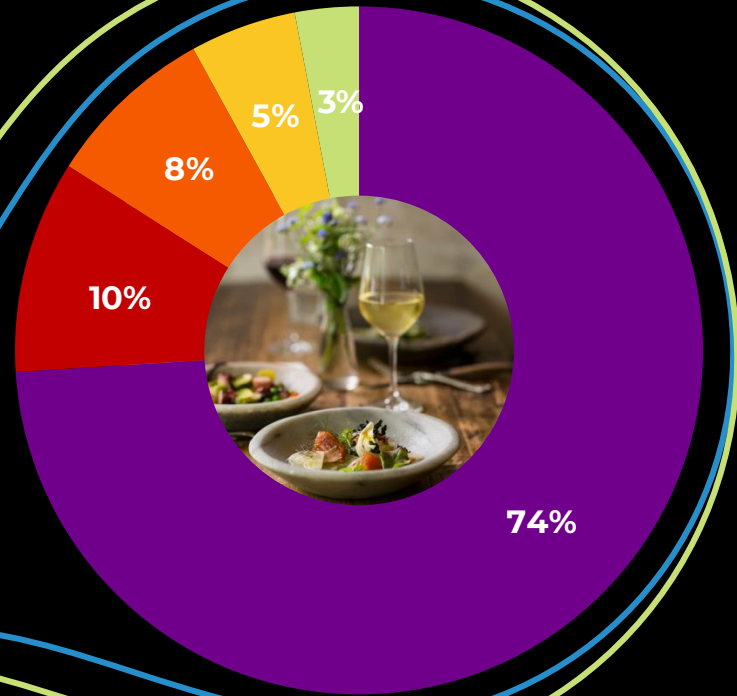


Perfil da amostra

Onde atuam?



Como você define o seu negócio?

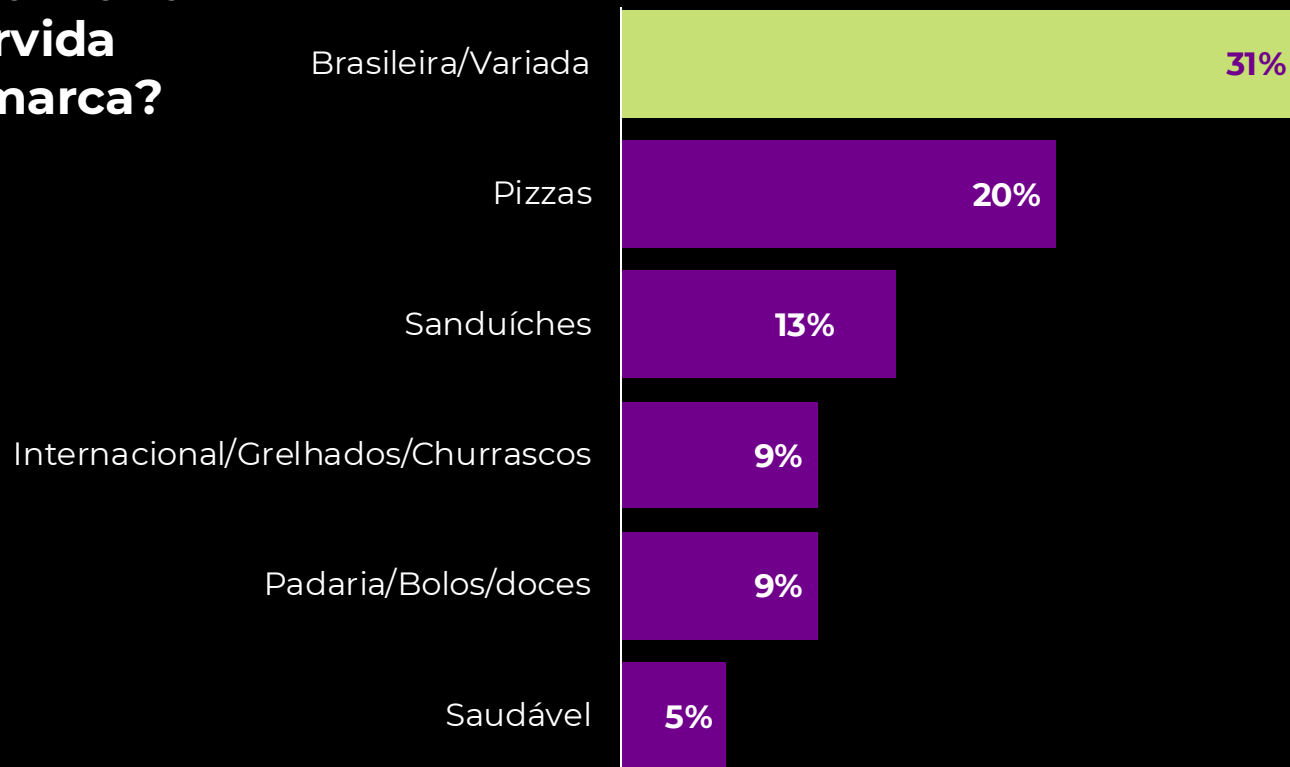


- Independente até 3 lojas
- Franquia
- Franqueado
- Rede própria (mais de 3 lojas)
- Concessionárias de serviço de alimentação

redes
26%

independentes
74%

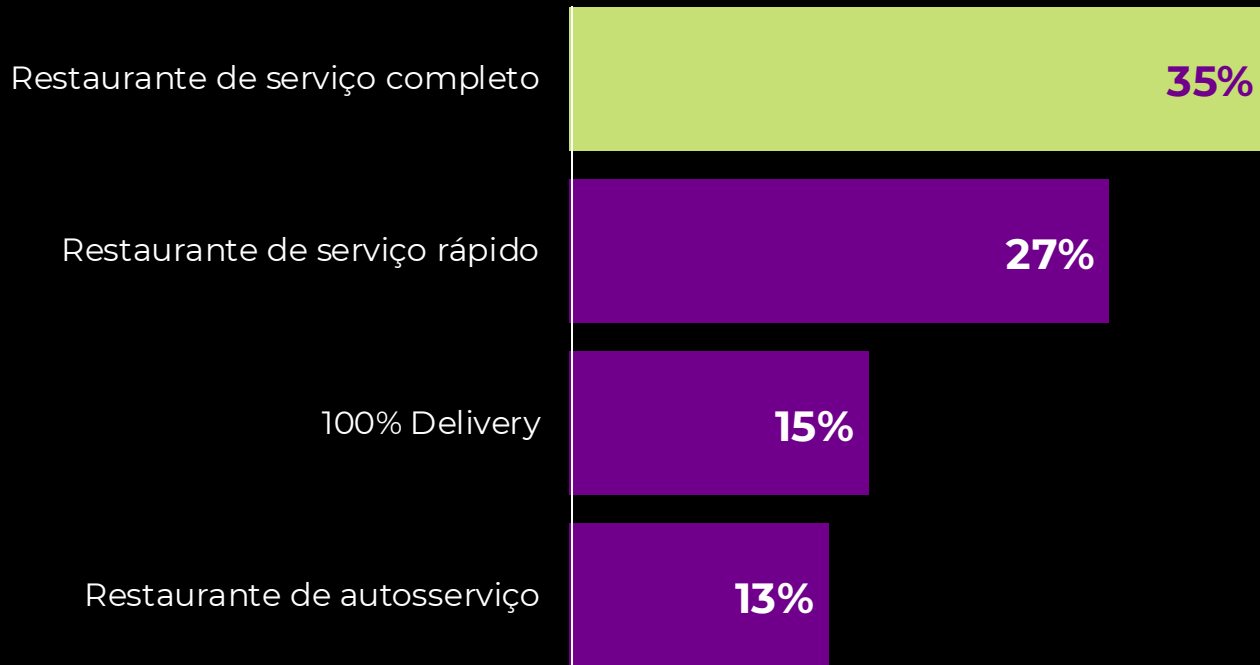
Qual o principal tipo de culinária que é servida em sua marca?



Outros tipos de culinárias que também apareceram na pesquisa

| | |
|---|----|
| Salgados (coxinhas / esfihas / quibes / empanadas etc.) | 3% |
| Asiática Japonesa (principalmente) | 3% |
| Cafeteria / Chás / Sucos | 2% |
| Massas | 2% |
| Peixes e frutos do mar | 1% |
| Açaí / Sorvetes | 1% |
| Asiática Outros países (Chinesa, Tailandesa etc.) | 1% |

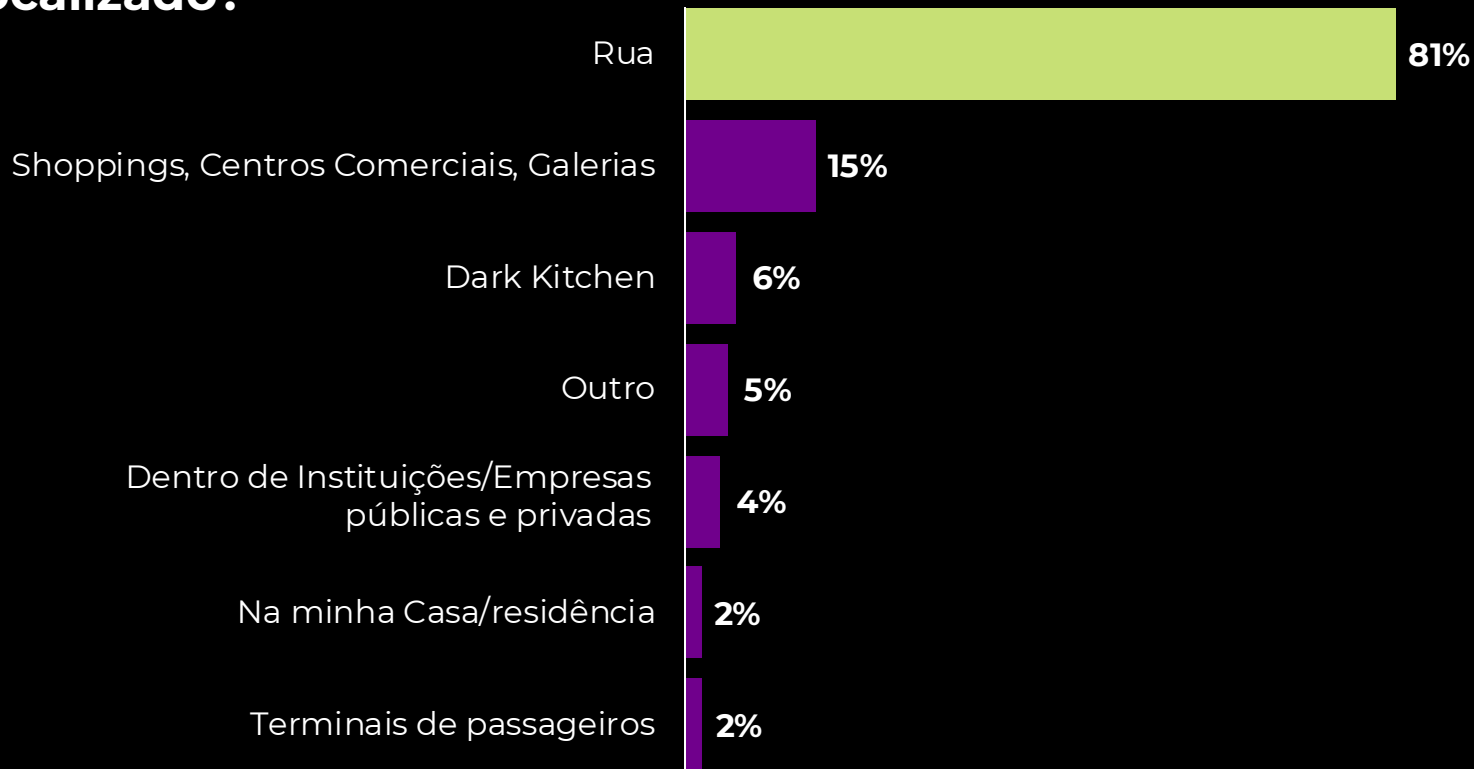
Como é o principal modelo de serviço no seu negócio ou marca?

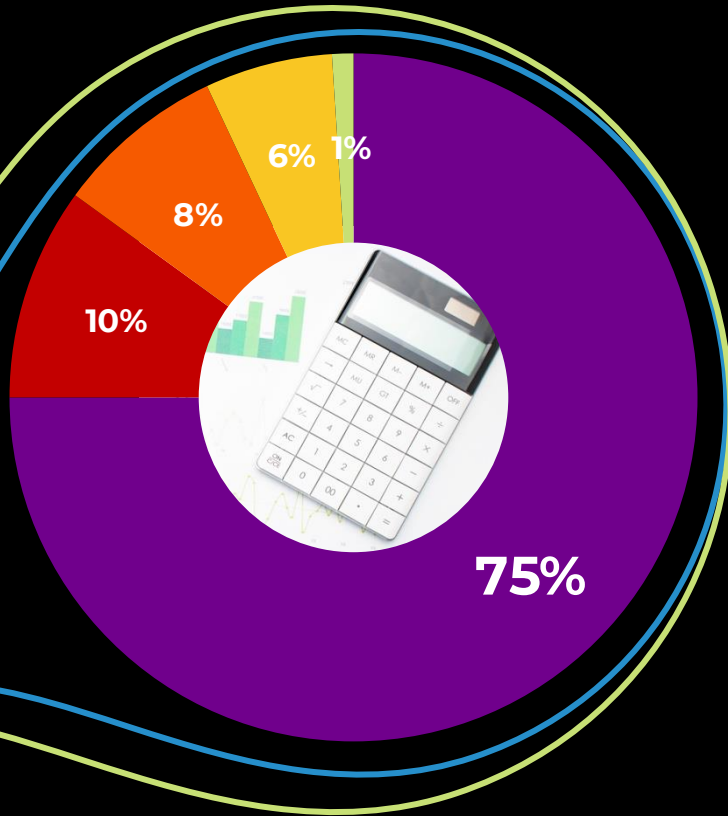


Outros modelos que também apareceram na pesquisa

| | |
|---|----|
| Bares e botequins | 3% |
| Catering de eventos | 2% |
| Padarias | 2% |
| Restaurantes empresariais | 2% |
| Serviço de rua (quiosques, food trucks, barracas de rua etc.) | 1% |

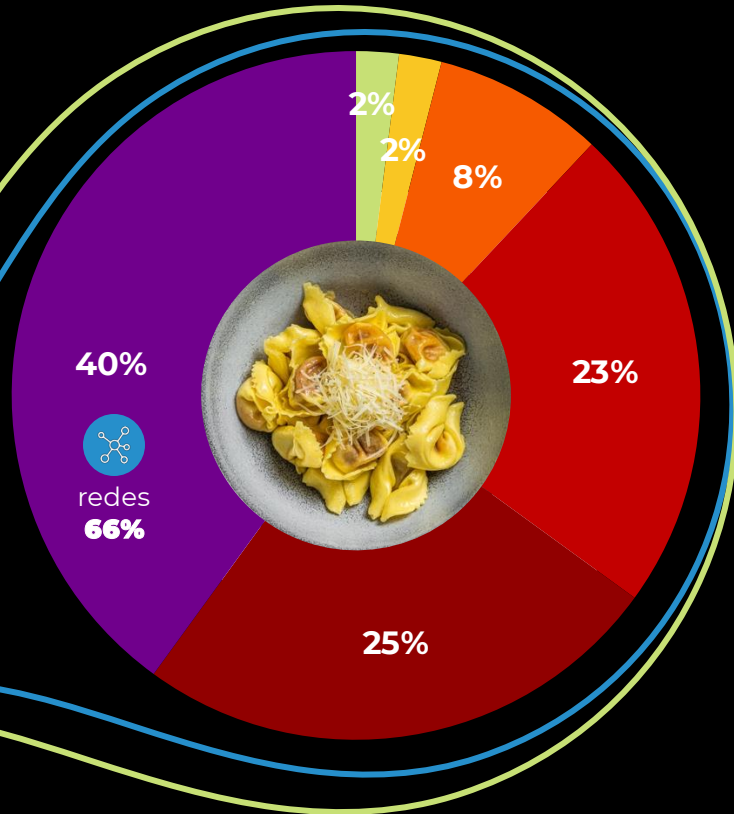
Onde seu negócio está localizado?





Qual o regime tributário da sua marca?

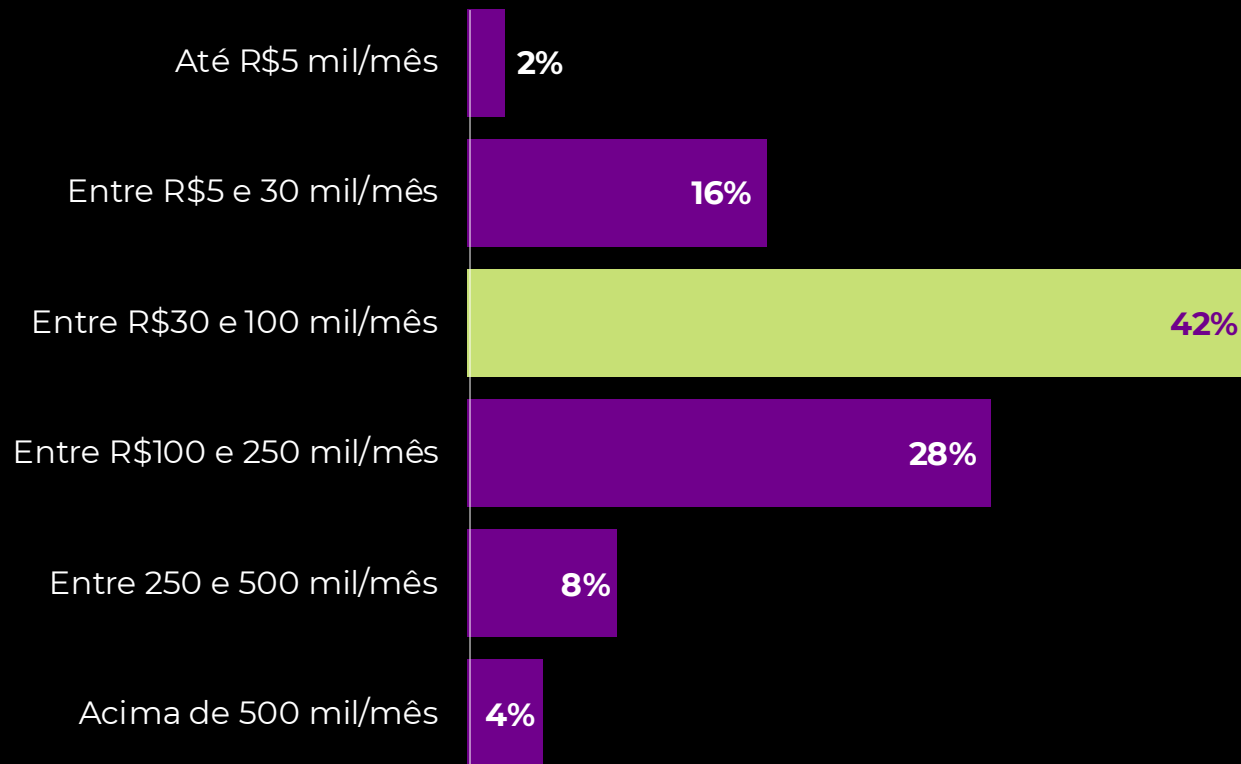
- Simplex
- MEI
- Lucro Presumido
- Lucro Real
- Outro



Há quanto tempo seu negócio existe?

- Menos que 1 ano
- Entre 1 e 2 anos
- Entre 2 e 3 anos
- Entre 3 e 5 anos
- Entre 5 e 10 anos
- Mais de 10 anos

Qual a faixa de faturamento médio/unidade da sua marca?

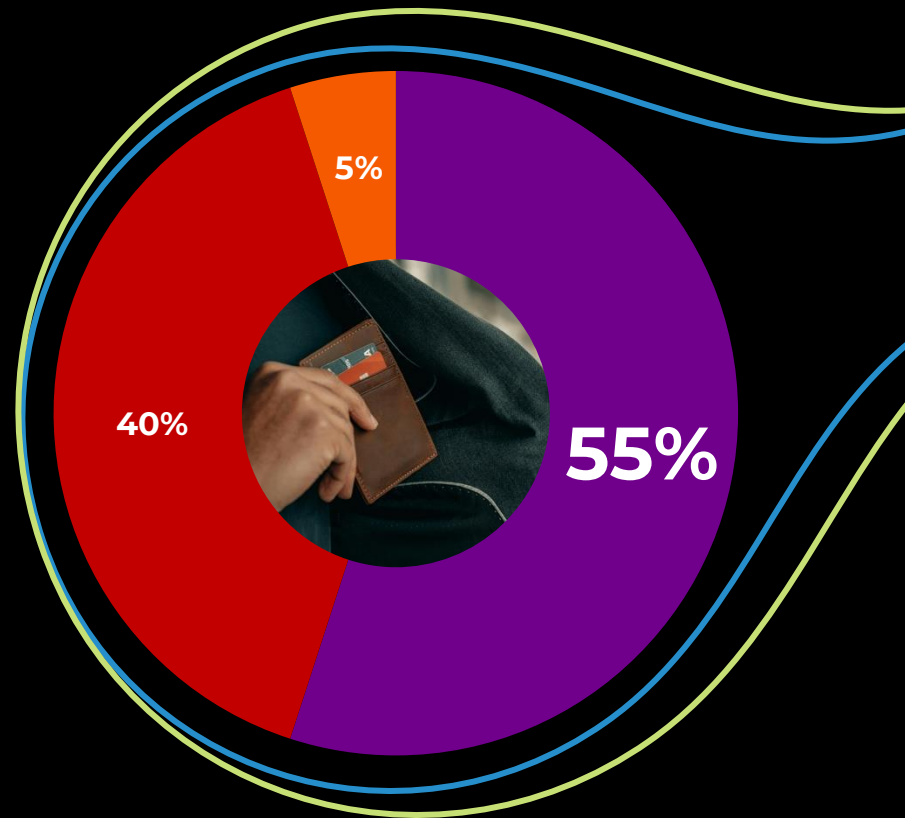


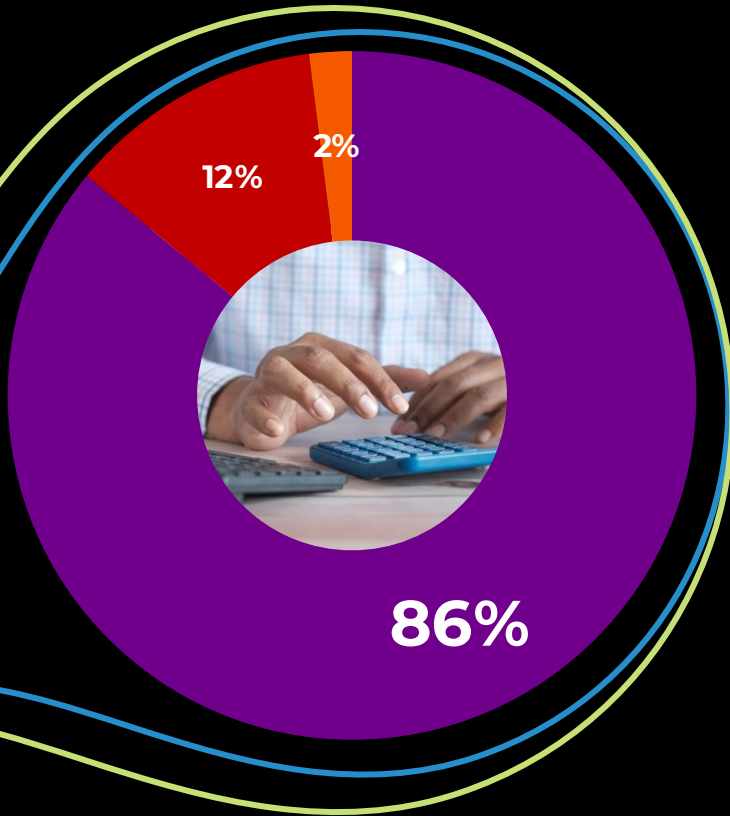


Performance do negócio

Como foi o desempenho do faturamento total da sua marca, comparando o 1º semestre de 2024 com o mesmo período de 2023?

- Superior ao faturamento de 2023
- Igual ao faturamento de 2023
- Inferior ao faturamento de 2023





Como foi o resultado financeiro da sua operação no 1º semestre de 2024?

- Com lucro
- Próximo de zero
- No prejuízo

Top performers

relembrando
o conceito



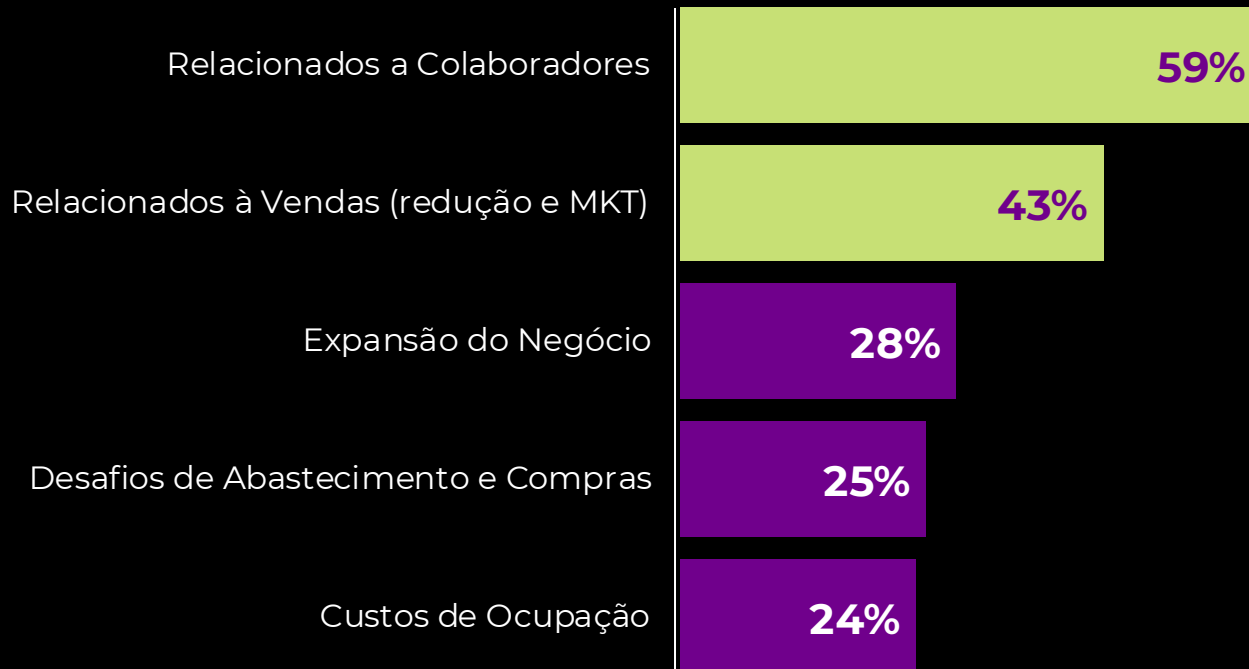
53%

em 2024 estão com
faturamento superior
a 2023

+

com lucro
no ano
de 2024

Quais são atualmente os maiores desafios da sua empresa?



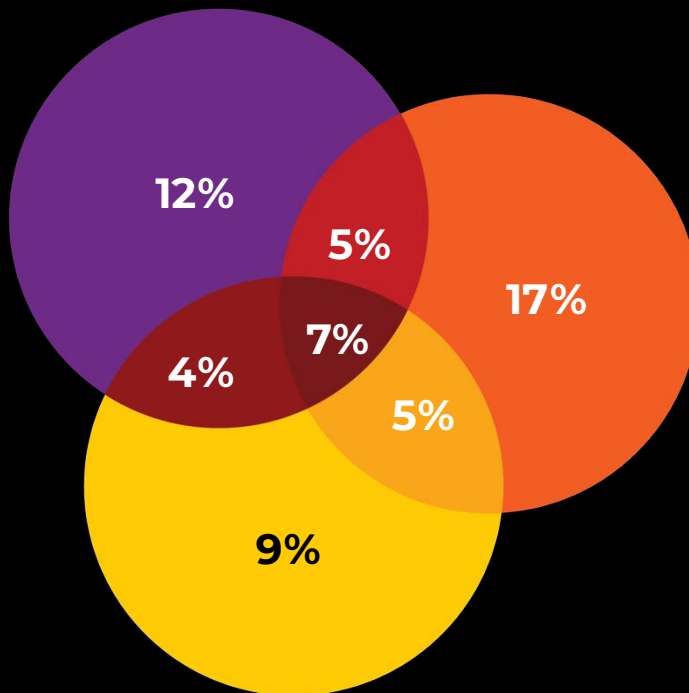
Quais ações são os maiores desafios da sua empresa atualmente?

| | Independentes | Redes | Top Performers |
|---------------------------------------|---------------|-------|----------------|
| Desafios relacionados a colaboradores | 54% | 74% | 64% |
| Desafios relacionados a vendas | 44% | 41% | 42% |
| Expansão do negócio | 33% | 15% | 29% |
| Desafios de abastecimento e compra | 28% | 18% | 31% |
| Custos de ocupação | 24% | 22% | 28% |
| Custos da mercadoria vendida (CMV) | 19% | 27% | 24% |
| Aumento da competição no setor | 22% | 19% | 22% |
| Novas leis ou regulamentações | 11% | 14% | 15% |
| Inovar em Menu / Experiência | 11% | 8% | 10% |

Quais os desafios com colaboradores?

59%
têm desafios

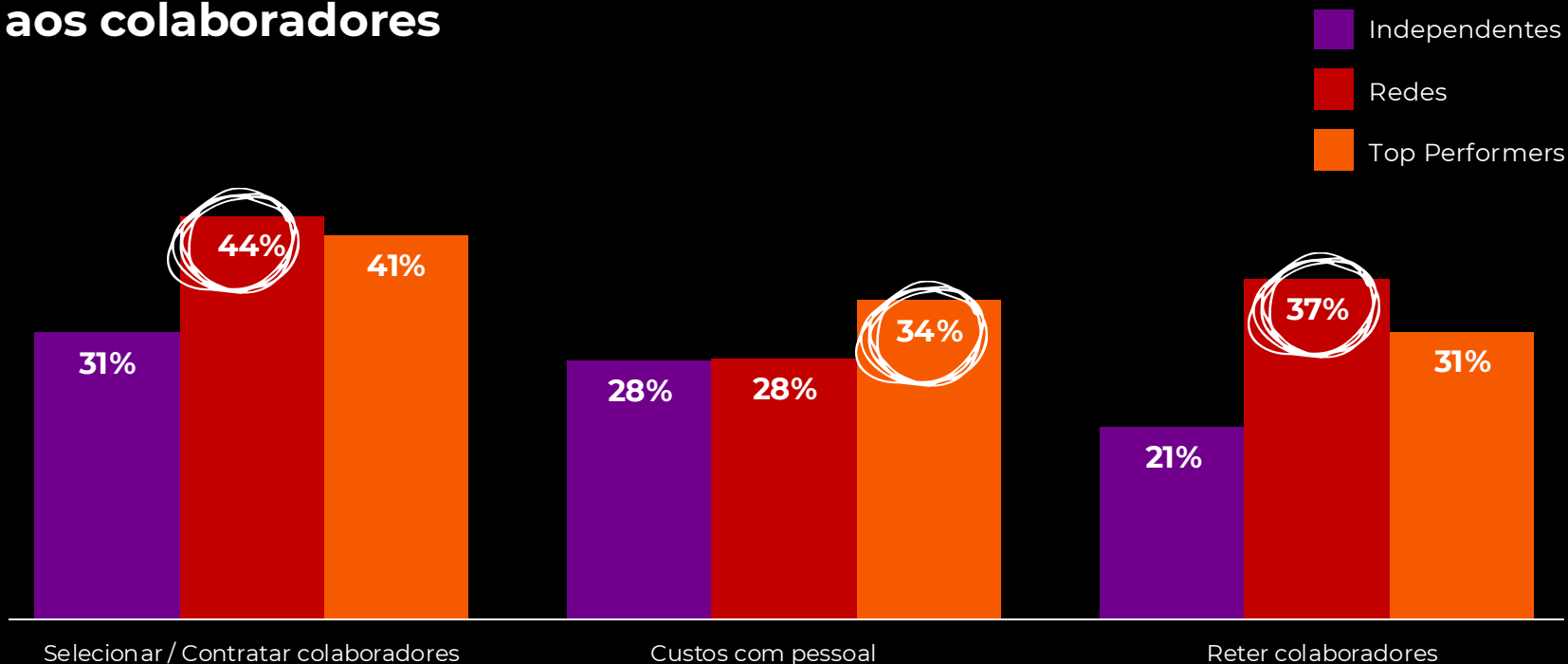
28%
Custos com pessoal



34%
Contratar
colaboradores

25%
Reter colaboradores

Principais desafios relacionados aos colaboradores

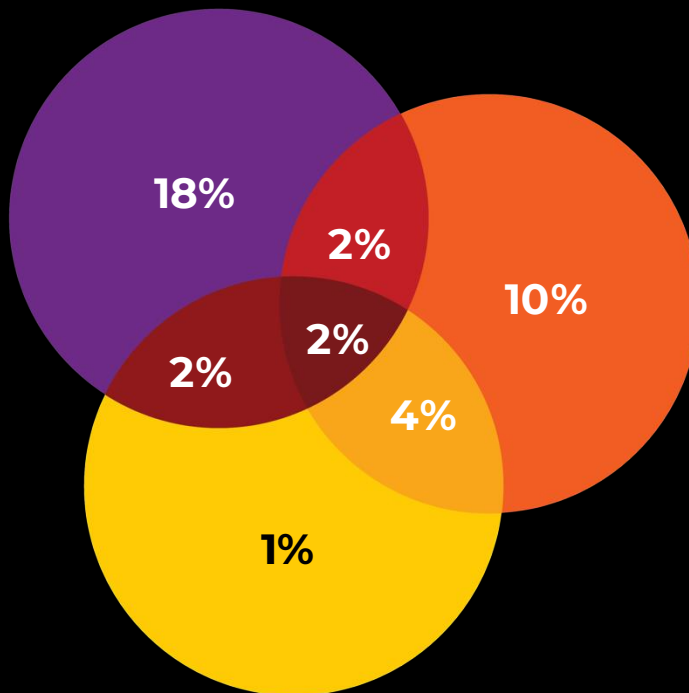


Quais os desafios com vendas?

43%
têm desafios

24%

Marketing e promoção do negócio



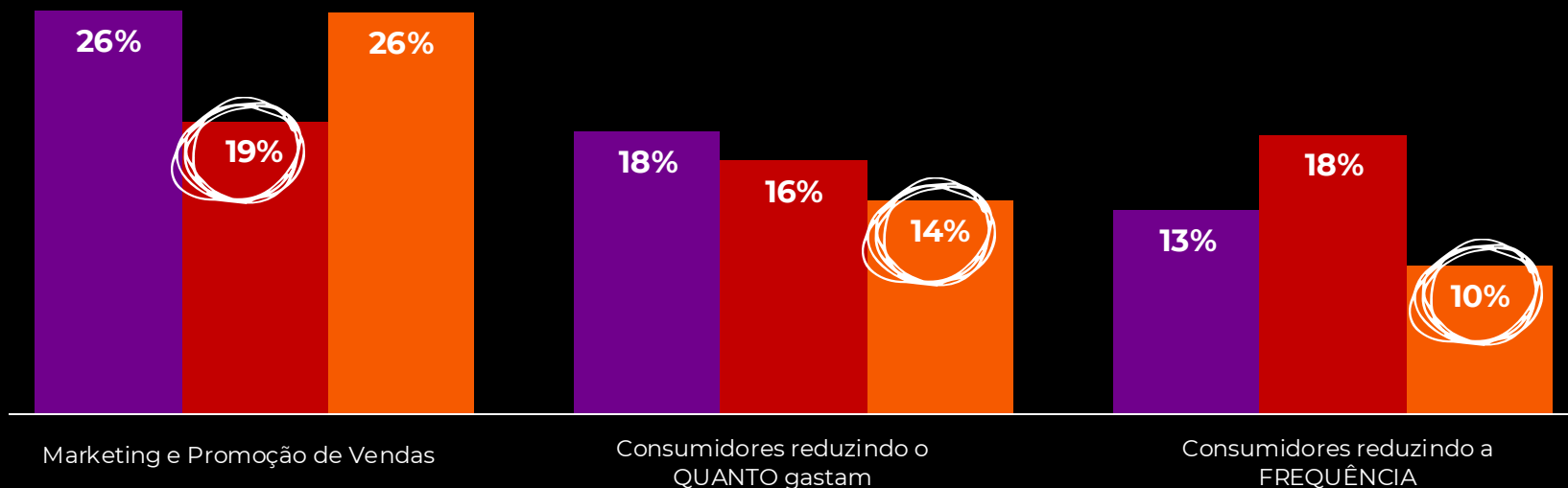
18%

Consumidores reduzindo o quanto gastam

14%

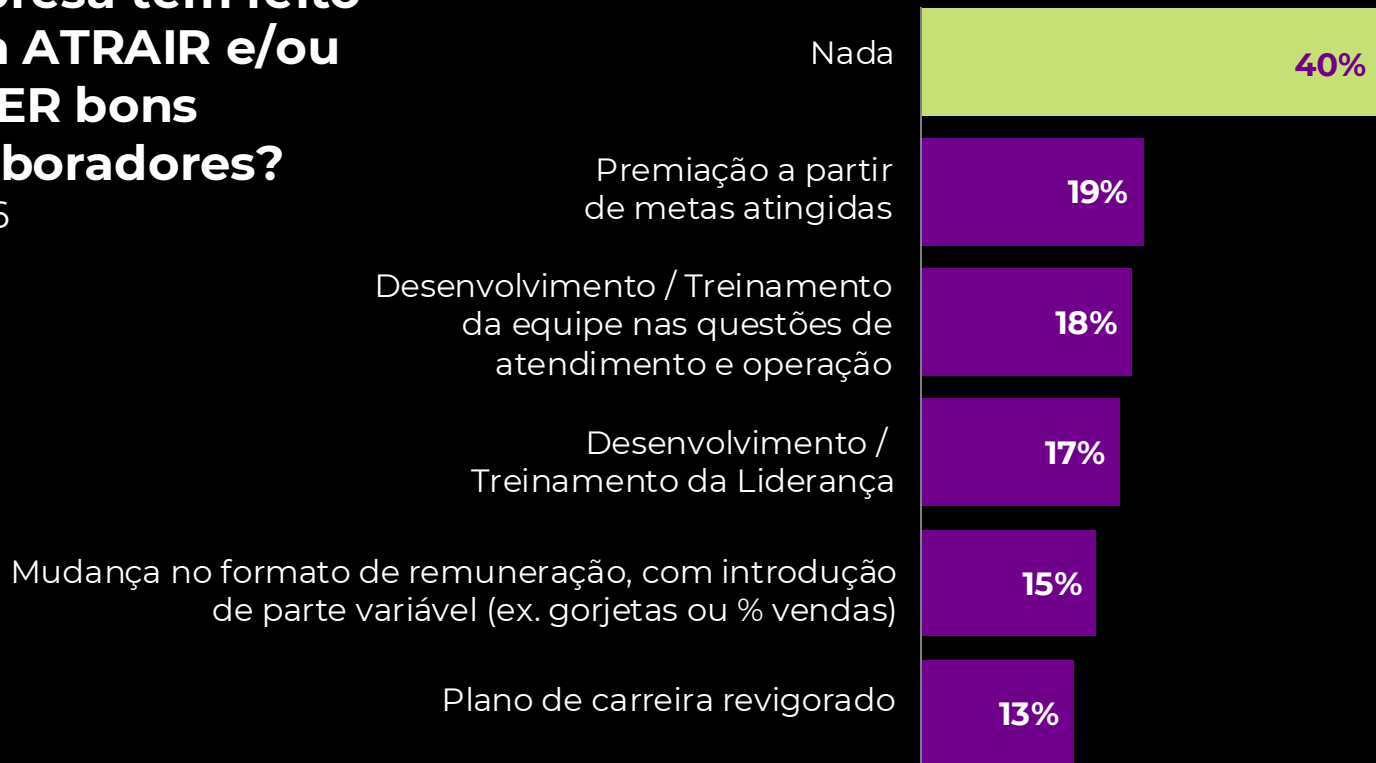
Consumidores reduzindo a frequência de compra

Principais desafios relacionados às vendas



Quais ações a sua empresa tem feito para ATRAIR e/ou RETER bons colaboradores?

TOP 6

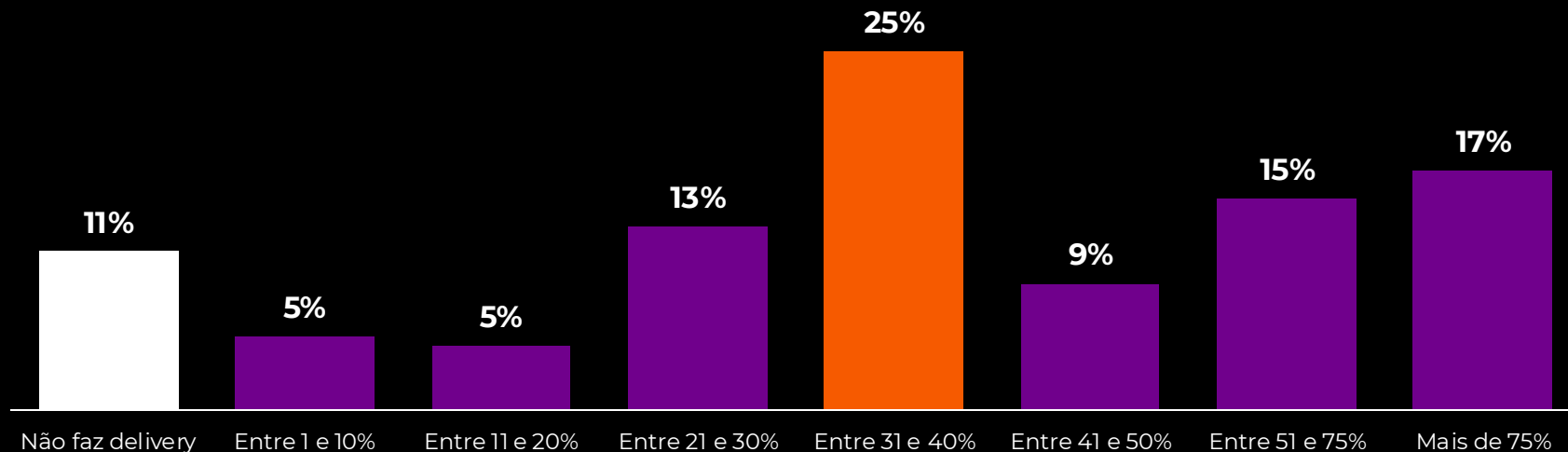


Quais ações a sua empresa tem feito para ATRAIR e/ou RETER bons colaboradores?

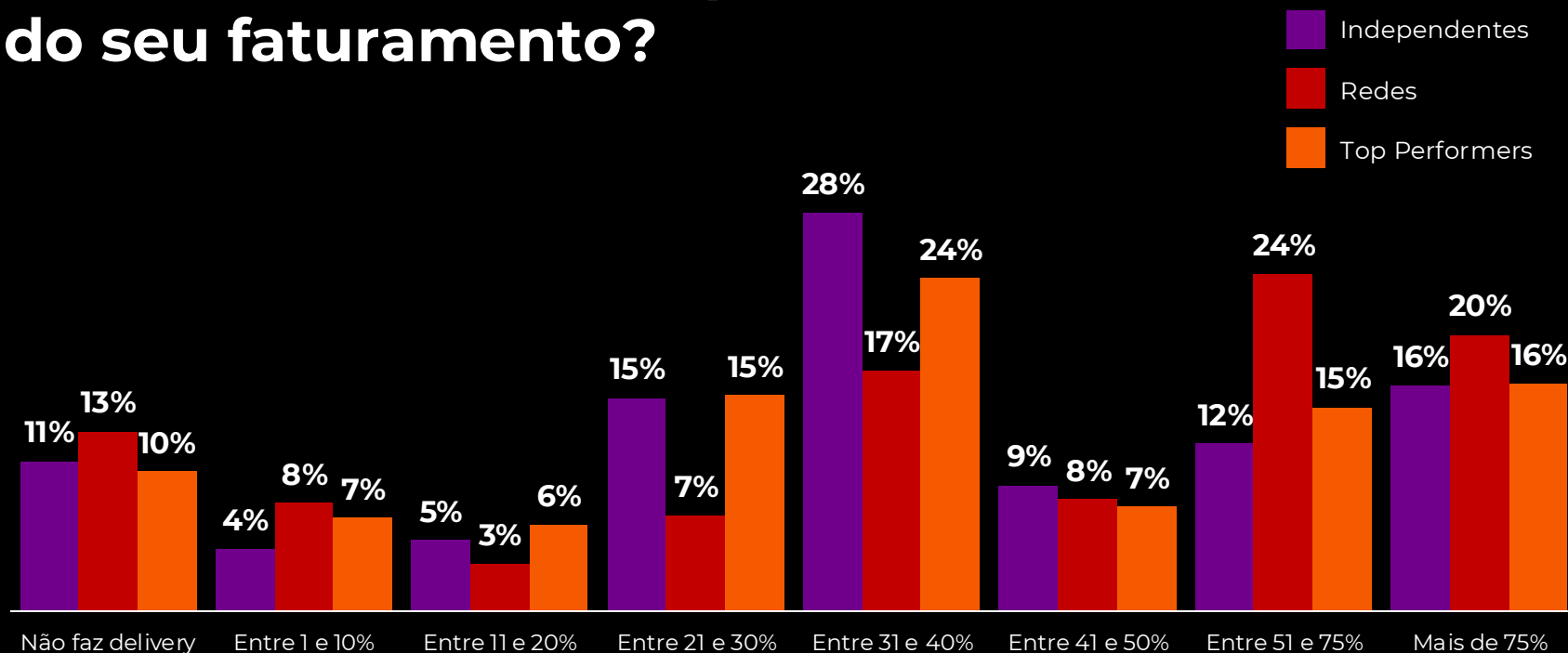
TOP 5

| | Independentes | Redes | Top Performers |
|--|---------------|-------|----------------|
| Nada | 4.4% | 29% | 32% |
| Premiação a partir de metas atingidas | 16% | 27% | 24% |
| Desenvolvimento / Treinamento da equipe nas questões de atendimento e operação | 15% | 25% | 22% |
| Desenvolvimento / Treinamento da Liderança | 13% | 27% | 21% |
| Mudança no formato de remuneração, com introdução de parte variável (ex. gorjetas ou % vendas) | 15% | 18% | 20% |
| Plano de carreira revigorado | 10% | 20% | 20% |

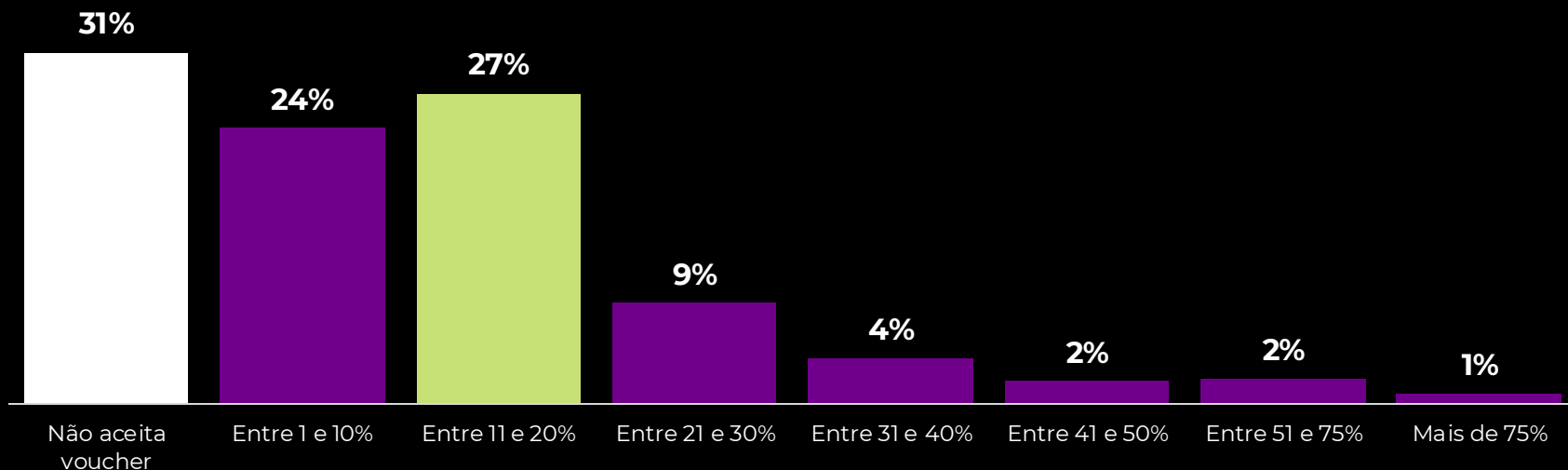
Quanto o DELIVERY representa do seu faturamento?



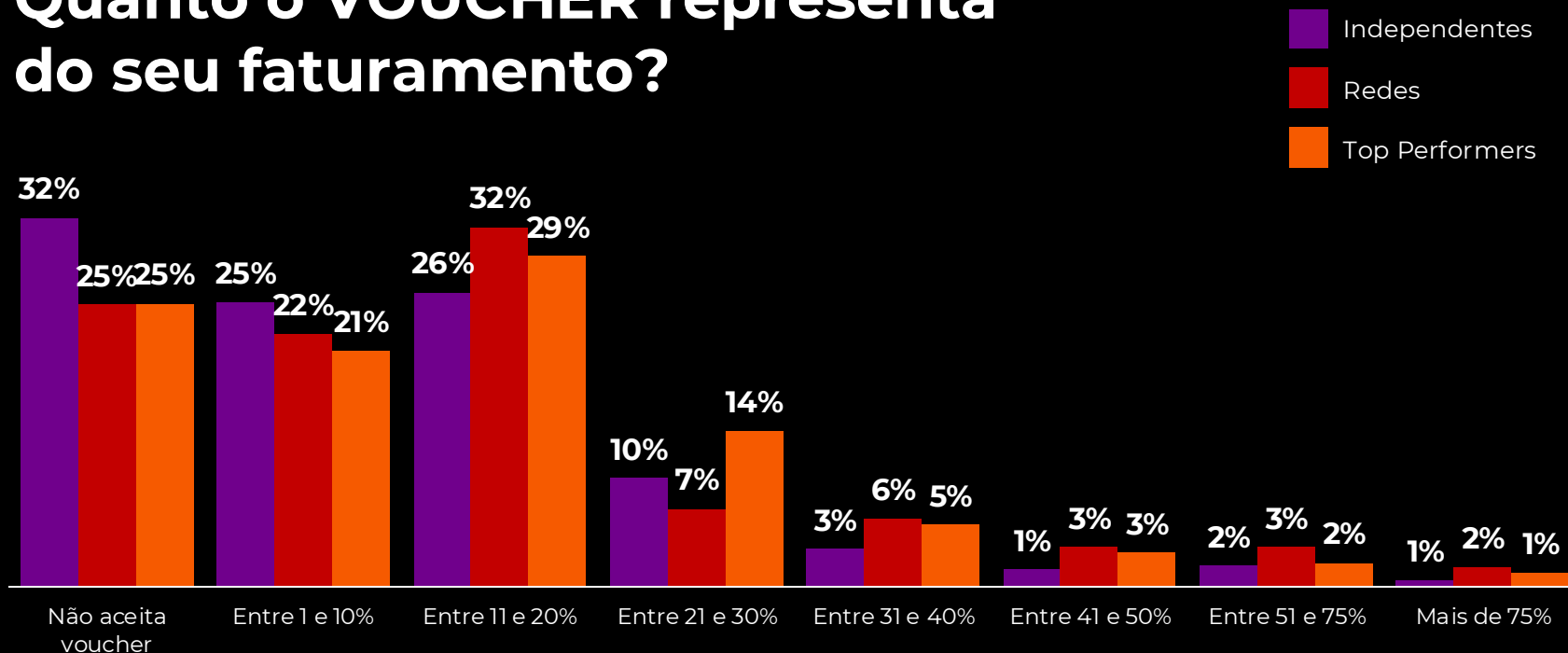
Quanto o DELIVERY representa do seu faturamento?



Quanto o VOUCHER representa do seu faturamento?

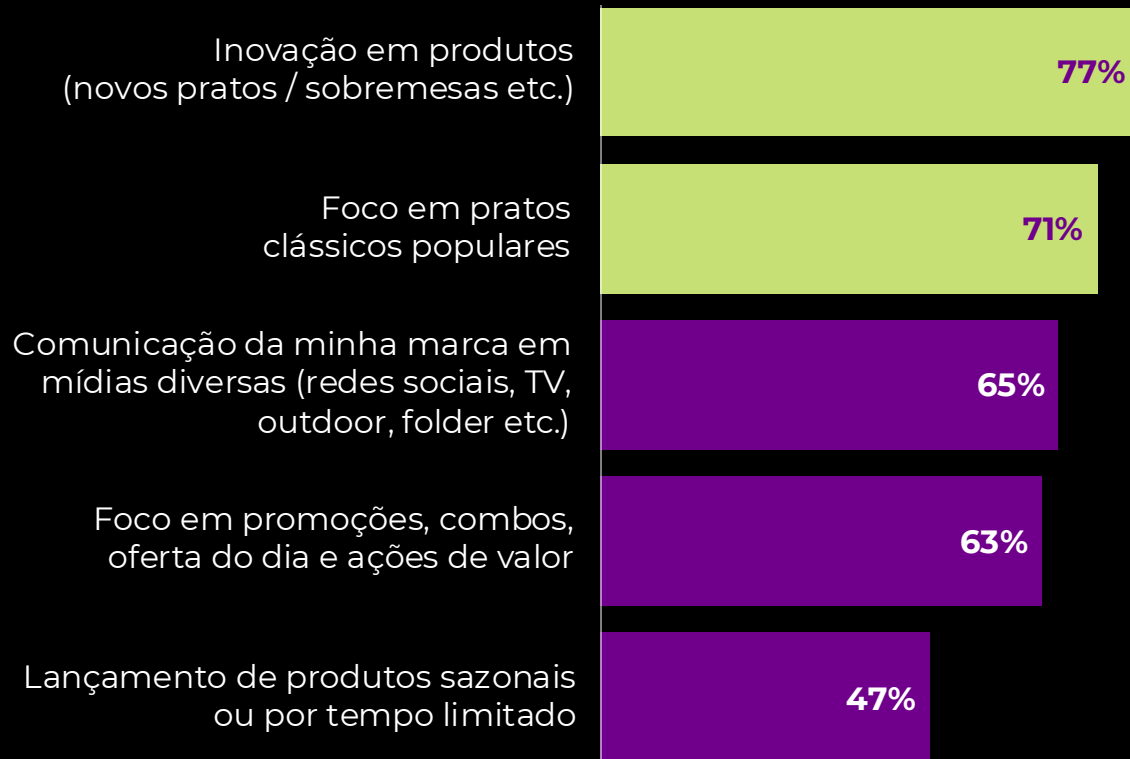


Quanto o VOUCHER representa do seu faturamento?



Ações que tem feito para **ATRAIR** mais **clientes e percebeu bons resultados**

TOP 5



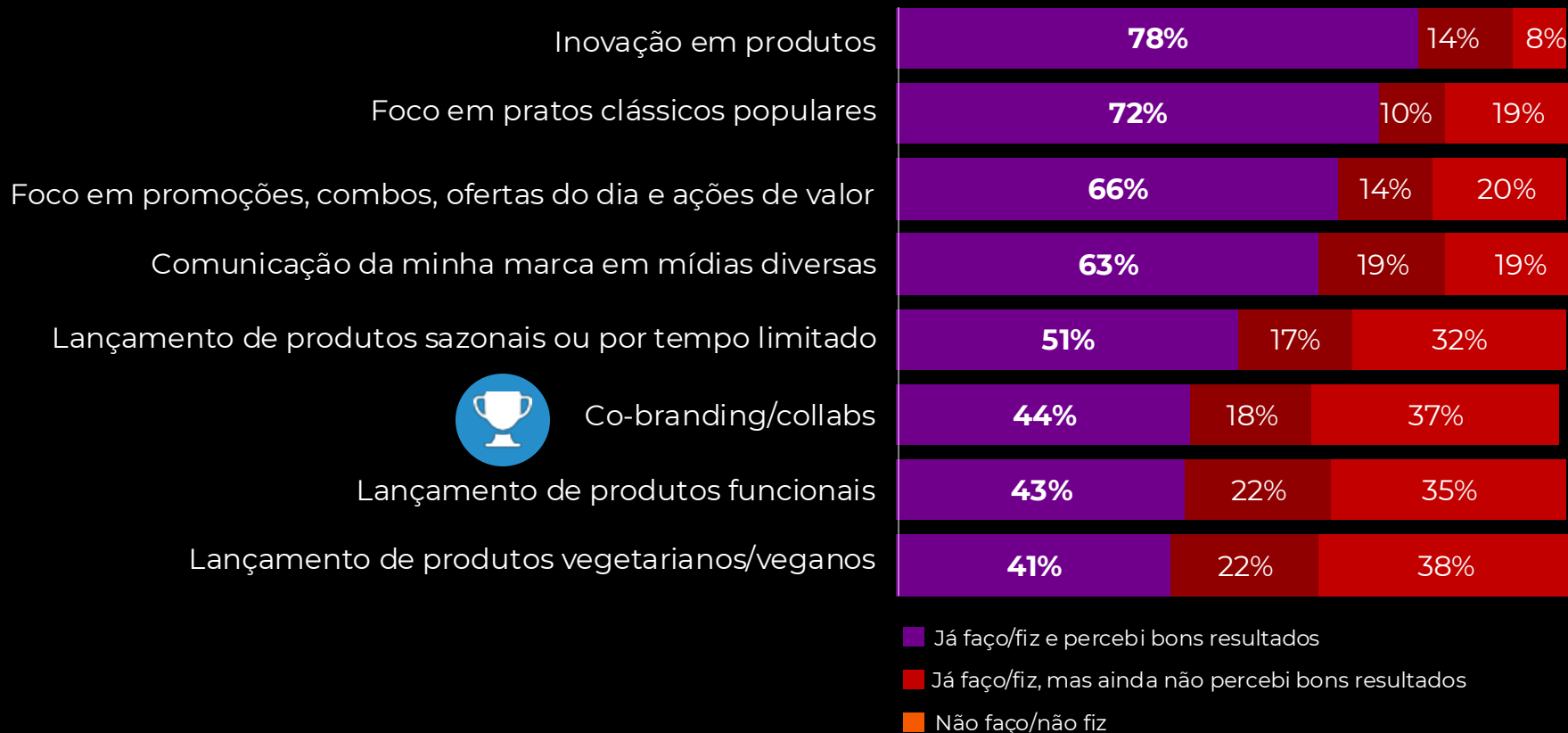
Ações que tem feito para ATRAIR mais clientes e percebeu bons resultados

| | Independentes | Redes | Top Performers |
|---|---------------|-------|----------------|
| Inovação em produtos (novos pratos / sobremesas etc.) | 76% | 78% | 78% |
| Foco em pratos clássicos populares | 72% | 68% | 72% |
| Comunicação da minha marca em mídias diversas (redes sociais, TV, outdoor, folder etc.) | 65% | 68% | 63% |
| Foco em promoções, combos, oferta do dia e ações de valor | 63% | 62% | 66% |
| Lançamento de produtos sazonais ou por tempo limitado | 46% | 50% | 51% |

**Ações que sua empresa tem feito para
ATRAIR mais clientes para sua loja
referente ao cardápio / menu:**

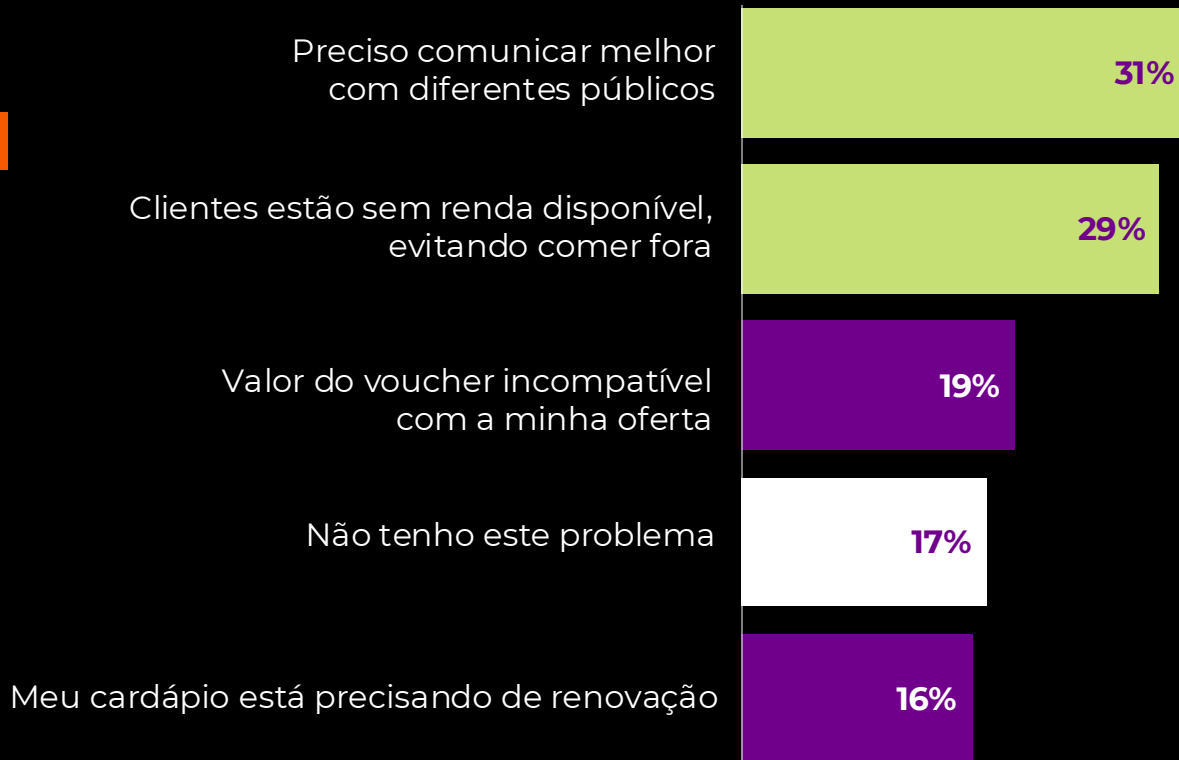


O que muda nos TOP PERFORMERS?




Quais os principais motivos de possíveis clientes não frequentarem sua loja / estabelecimento?

TOP 5



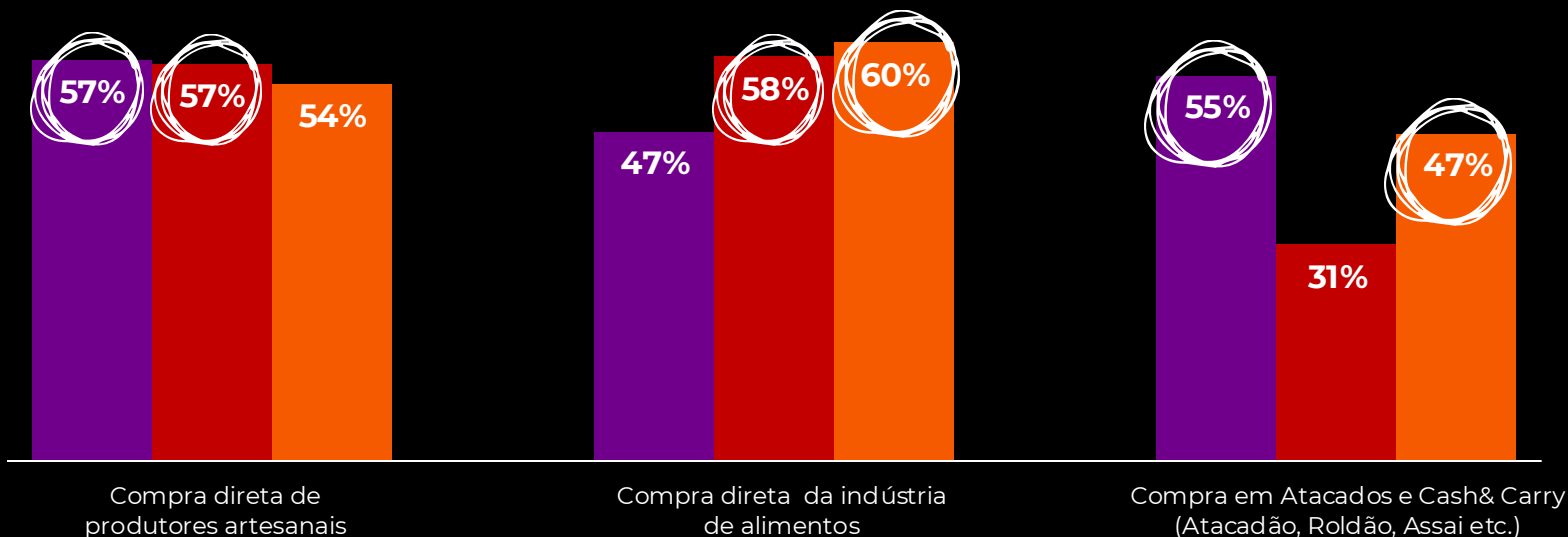
Quais os principais motivos de possíveis clientes não frequentarem sua loja / estabelecimento?

| | Independentes | Redes | Top Performers |
|--|---------------|-------|----------------|
| Preciso comunicar melhor com diferentes públicos | 34% | 22% | 35% |
| Clientes estão sem renda disponível, evitando comer fora | 28% | 32% | 27% |
| Valor do voucher incompatível com a minha oferta | 18% | 21% | 24% |
| Não tenho este problema | 14% | 25% | 17% |
| Meu cardápio está precisando de renovação | 18% | 10% | 20% |



Abastecimento e relacionamento com fornecedores

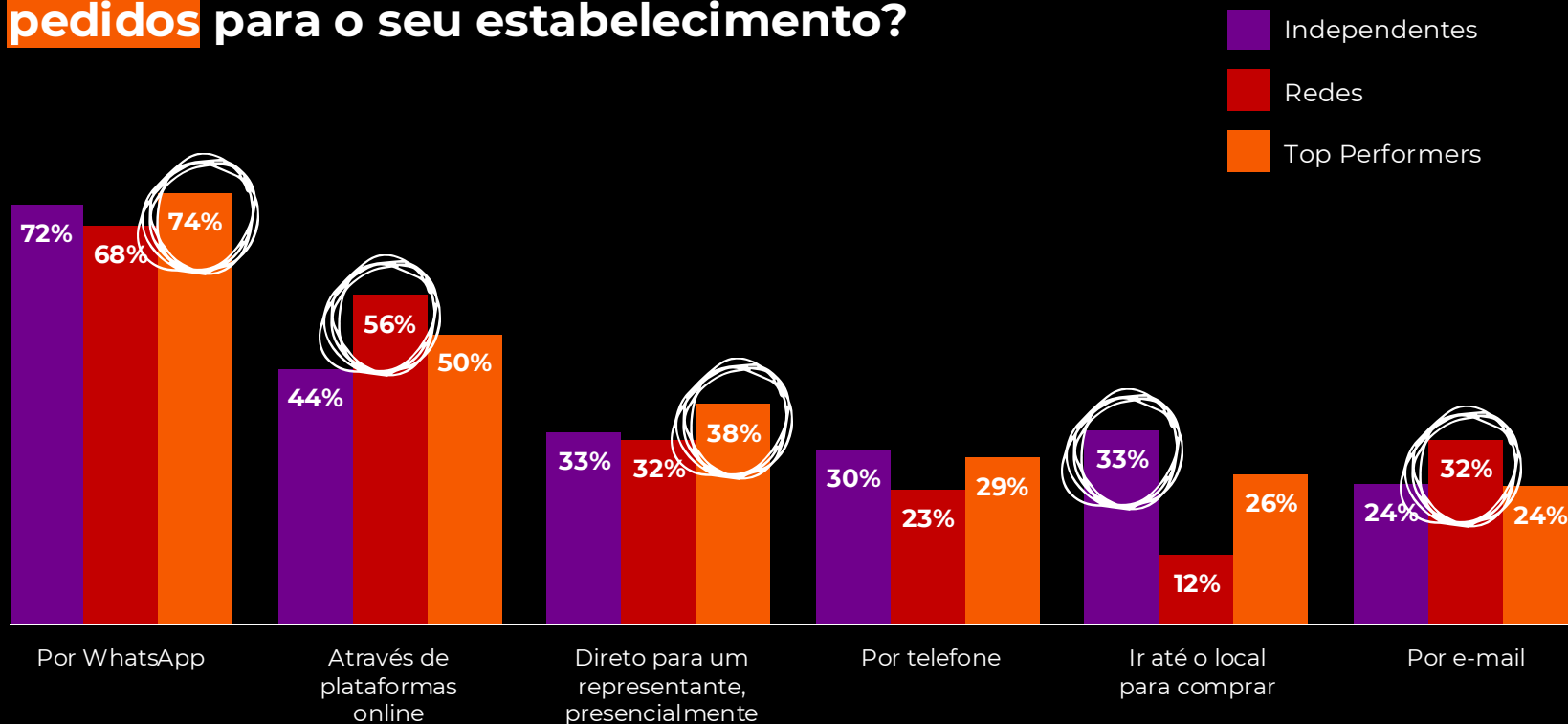
Quais são as 3 formas mais significativas de fornecimento utilizadas em 2024?



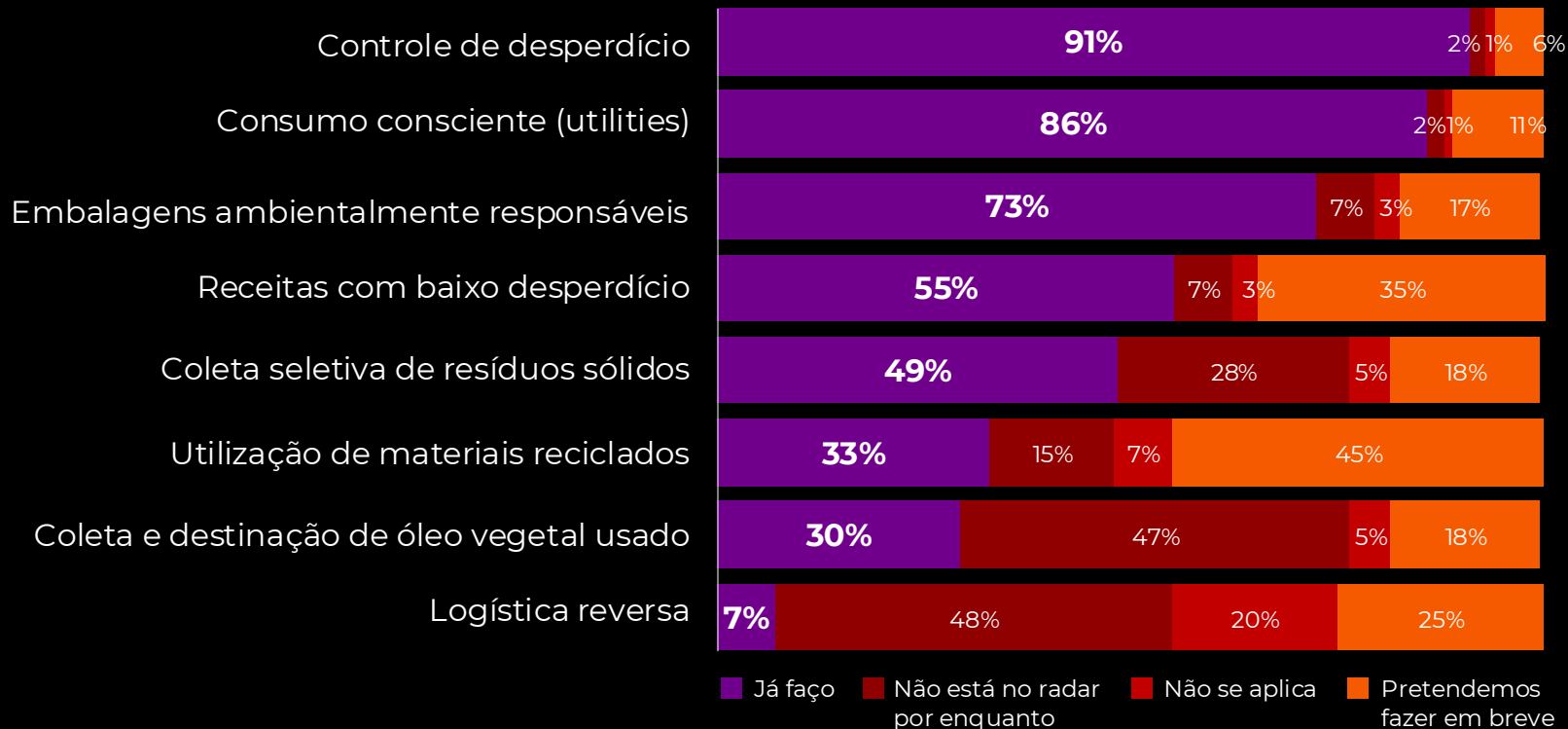
Quais formas que também apareceram na pesquisa

| | Independentes | Redes | Top Performers |
|---|---------------|-------|----------------|
| Compra pela internet de Marketplaces | 27% | 21% | 26% |
| Uso de distribuidores especializados em foodservice | 23% | 31% | 29% |
| Compra em Supermercados | 21% | 9% | 18% |
| Uso de soluções de operação logística centralizada terceirizada | 13% | 11% | 14% |
| Uso de central de produção própria | 7% | 16% | 9% |
| Uso de central de distribuição própria | 4% | 15% | 7% |
| Outro (especifique) | 4% | 3% | 3% |

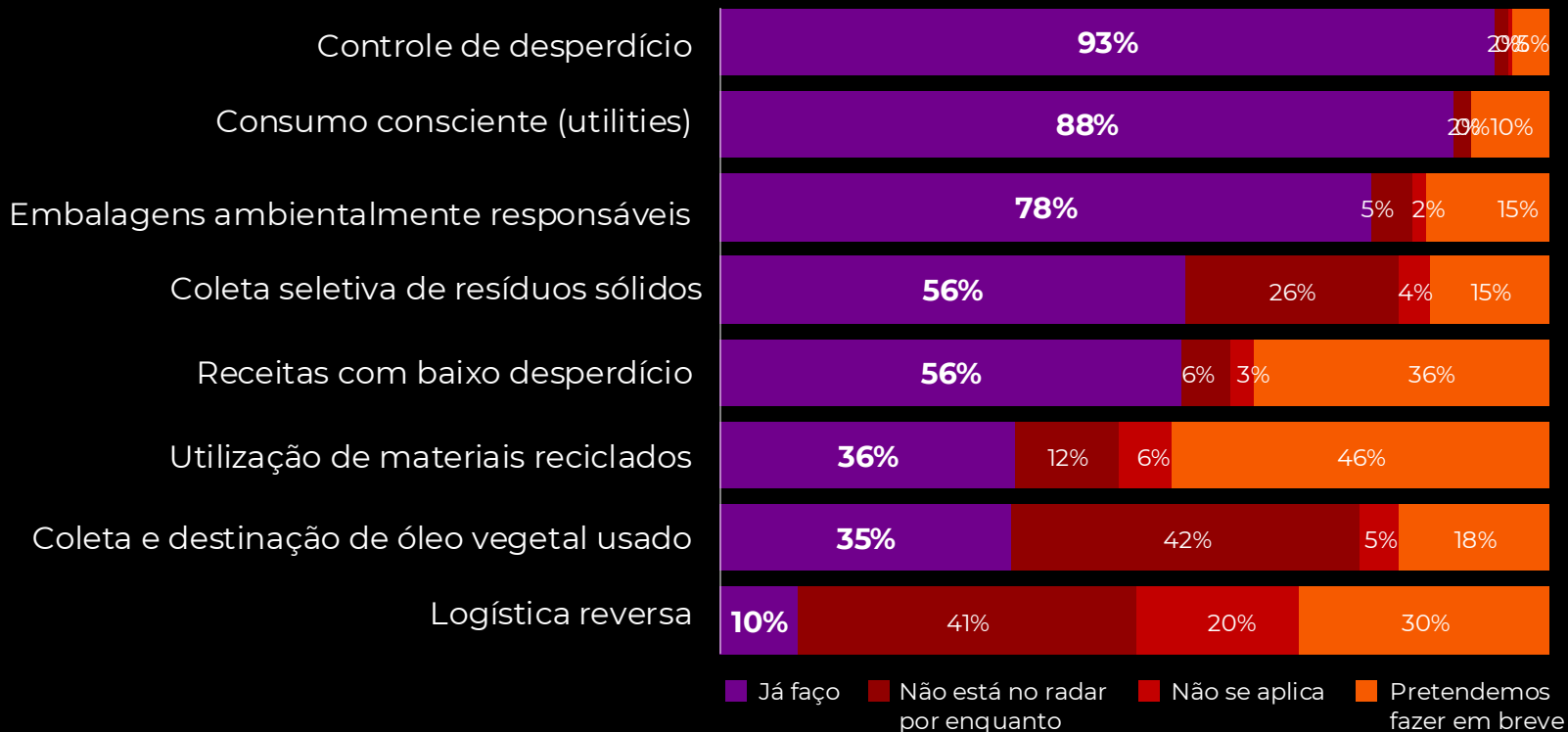
Atualmente, como você **prefere** fazer os **pedidos** para o seu estabelecimento?



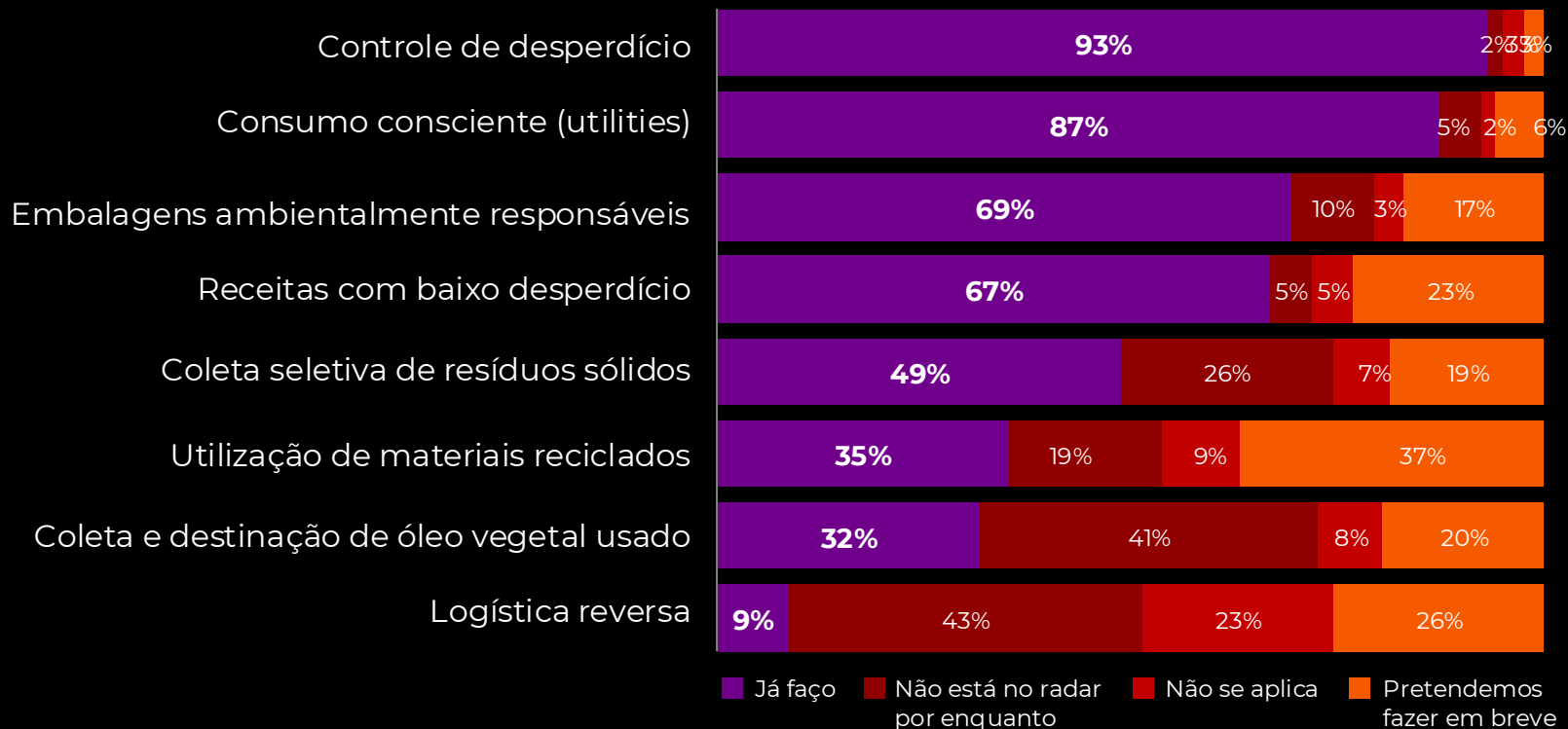
Quais são as práticas ligadas aos impactos ambientais que sua marca **já faz**?



Quais são as práticas ligadas aos impactos ambientais que TOP PERFORMERS já fazem?



Quais são as práticas ligadas aos impactos ambientais que REDES já fazem?



**Quais ações você gostaria
que seus fornecedores fizessem
para ajudar com as questões
de sustentabilidade?**



| | Independentes | Redes | Top Performers |
|--|---------------|-------|----------------|
| Produtos e soluções que simplifiquem o trabalho na cozinha e gerem ganho de produtividade | 40% | 42% | 45% |
| Produtos em embalagens sustentáveis (reutilizáveis, compostáveis ou biodegradáveis) | 39% | 40% | 44% |
| Preocupação de um fornecimento sustentável (ingredientes, manejo, embalagens etc.) | 33% | 46% | 39% |
| Ajuda na concepção de um cardápio mais sustentável e com menos desperdício para minha operação | 29% | 23% | 33% |
| Logística reversa para reciclagem de produtos (óleo vegetal) para comunicação da minha marca ou produto / cardápio | 24% | 19% | 22% |
| Logística reversa para reciclagem de embalagens | 18% | 26% | 20% |

**Quais ações você gostaria
que seus fornecedores fizessem
para ajudar a captar
mais consumidores?**



Quais ações você gostaria que seus fornecedores fizessem para **ajudar a captar mais consumidores?**

| | Independentes | Redes | Top Performers |
|---|---------------|-------|----------------|
| Redução de custo de insumos para uma campanha | 51% | 52% | 53% |
| Informações sobre tendências para o menu do meu negócio | 34% | 34% | 31% |
| Informações sobre comportamento de consumidores | 26% | 27% | 27% |
| Parceria co-branding / collab | 26% | 25% | 30% |
| Ajuda financeira para comunicação / marketing | 27% | 21% | 32% |
| Treinamentos ou consultoria culinária | 22% | 18% | 25% |
| Sessões de inovação e co-criação de novos produtos | 14% | 20% | 18% |



A Associação Nacional de Restaurantes é uma entidade de âmbito nacional, que representa empresários e colaboradores do setor de food service em suas relações com os poderes públicos, entidades de classe e junto à sociedade em geral.

Além disso, contribui para o desenvolvimento dos negócios do setor e auxilia na permanente capacitação de profissionais para o segmento. Os associados da ANR reúnem hoje mais de 9 mil pontos comerciais no Brasil, entre restaurantes independentes, franquias e grandes redes de alimentação.

Para saber mais, acesse: anrbrasil.org.br



Há mais de dez anos no mercado, a Galunion é uma empresa especializada em alimentação e catalisadora de conhecimento, network e inovação em prol dos negócios e profissionais do Foodservice.

Atuamos em projetos de consultoria e estratégia, estudos, mentorias, cursos, missões técnicas, eventos e soluções inovadoras baseadas em dados, para todos os elos do foodservice.

Para saber mais, acesse: galunion.com.br



Criada em 1963, a ABIA é a maior representante da indústria de alimentos no País. Fazem parte da associação 110 empresas produtoras de alimentos, bebidas, tecnologias e ingredientes: indústrias de pequeno, médio e grande portes, presentes em todo o território nacional, brasileiras e multinacionais que, juntas, representam cerca de 80% do setor, em valor de produção. A indústria de alimentos e bebidas é a maior do Brasil: processa 58% de tudo o que é produzido no campo, reúne mais de 38 mil empresas, produz 250 milhões de toneladas de alimentos por ano, gera 1,9 milhão de empregos diretos e representa 10,8% do PIB do País.

Para saber mais, acesse: abia.org.br



 abia.org.br

 [@abiaindustriadealimentos](https://www.instagram.com/abiaindustriadealimentos)

 [fb.me/abiaindustriadealimentos](https://www.facebook.com/abiaindustriadealimentos)

 bit.ly/abia_alimentos



 anrbrasil.org.br/

 [@anrbrasil](https://www.instagram.com/anrbrasil)

 [fb.me/anrbrasil](https://www.facebook.com/anrbrasil)

 pt.linkedin.com/company/anrbrasil



 galunion.com.br

 [@galunion_br](https://www.instagram.com/galunion_br)

 [fb.me/galunion](https://www.facebook.com/galunion)

 bit.ly/galunion_linkedin