

- Agosto / Setembro
2021 -

Alimentação na Pandemia

A Visão dos Operadores
de Foodservice

Completa



Objetivos do estudo

Esta nova edição nos traz mais esperança!

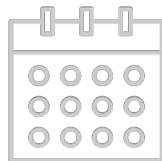
Iluminamos neste estudo a realidade que enfrentamos no setor de alimentação fora do lar.

É necessário destacar que o resultado desta enquete é fruto de uma grande colaboração, capitaneada pela união de esforços entre a ANR, GALUNION & IFB, com ajuda de muitos líderes empresariais de nosso setor, da indústria de alimentos, equipamentos e bebidas, de *foodtechs*, do SindRio, de comunidades de bares e restaurantes - e indivíduos – aos quais somos gratos pelo apoio.

E assim podemos agora dar voz, com fatos e dados, ao nosso mercado, não somente para seus pleitos, mas também para indicar caminhos e soluções.

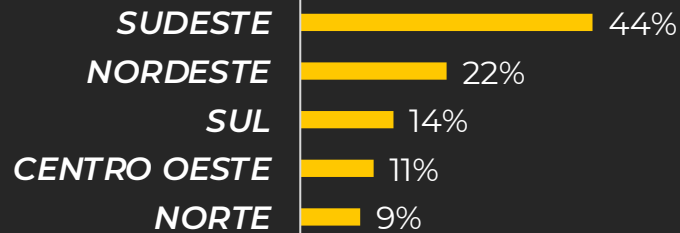
Boa leitura!

800
respondentes



Pesquisa realizada entre os dias 12 de agosto e 8 de setembro de 2021

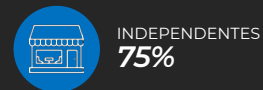
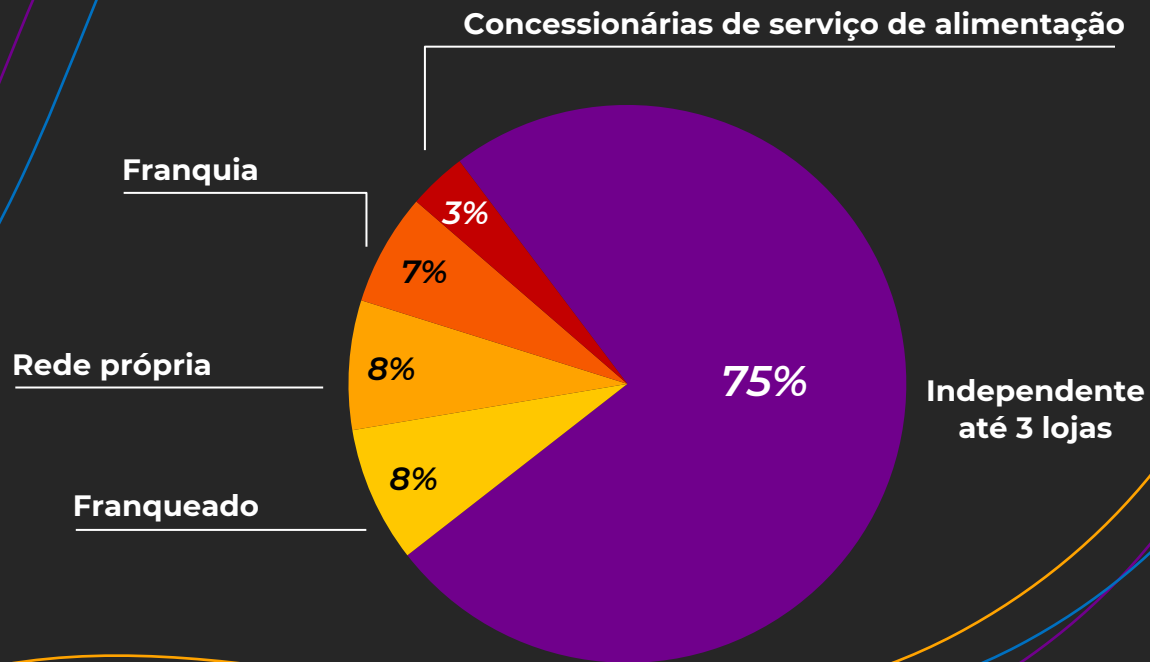
ONDE ATUAM



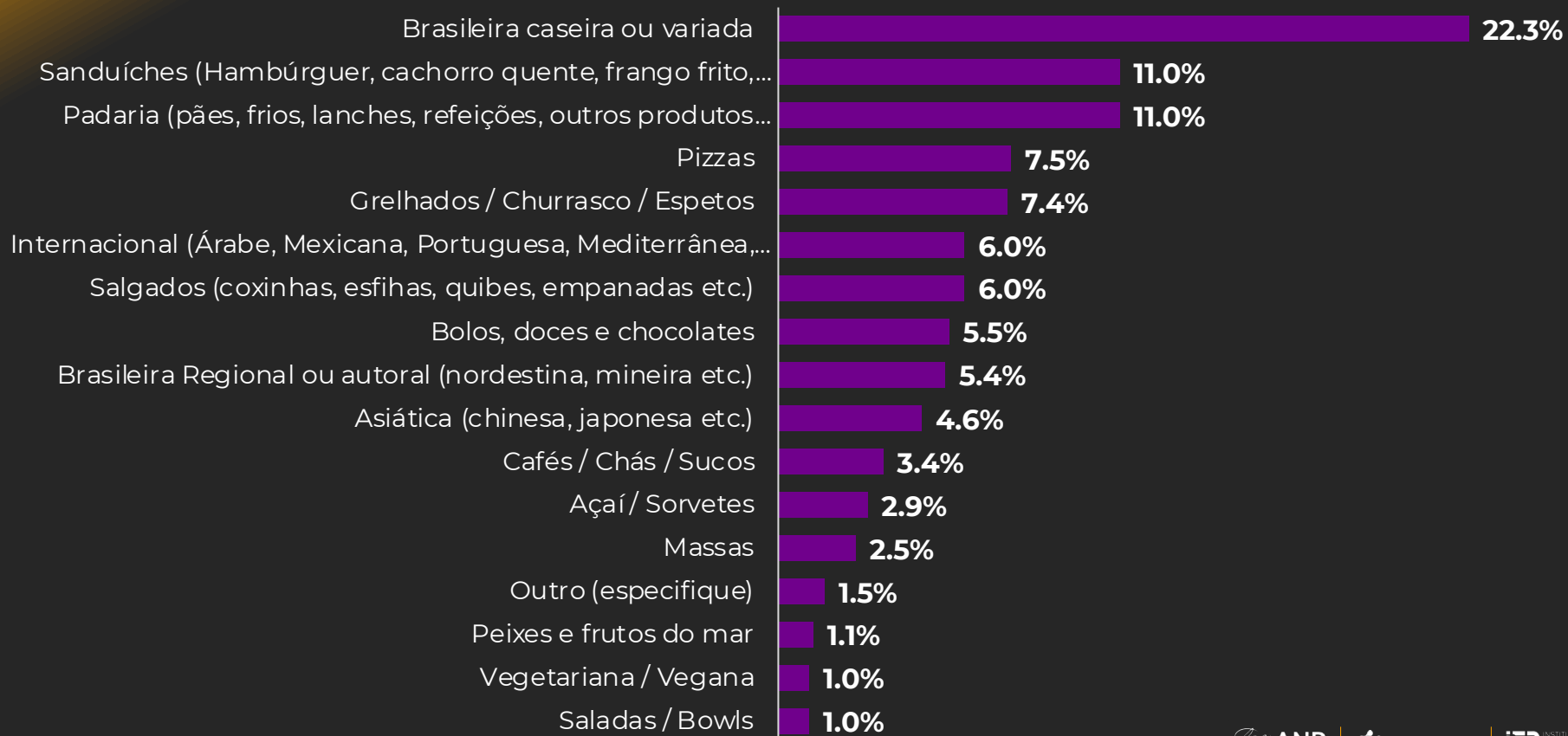


Perfil da amostra

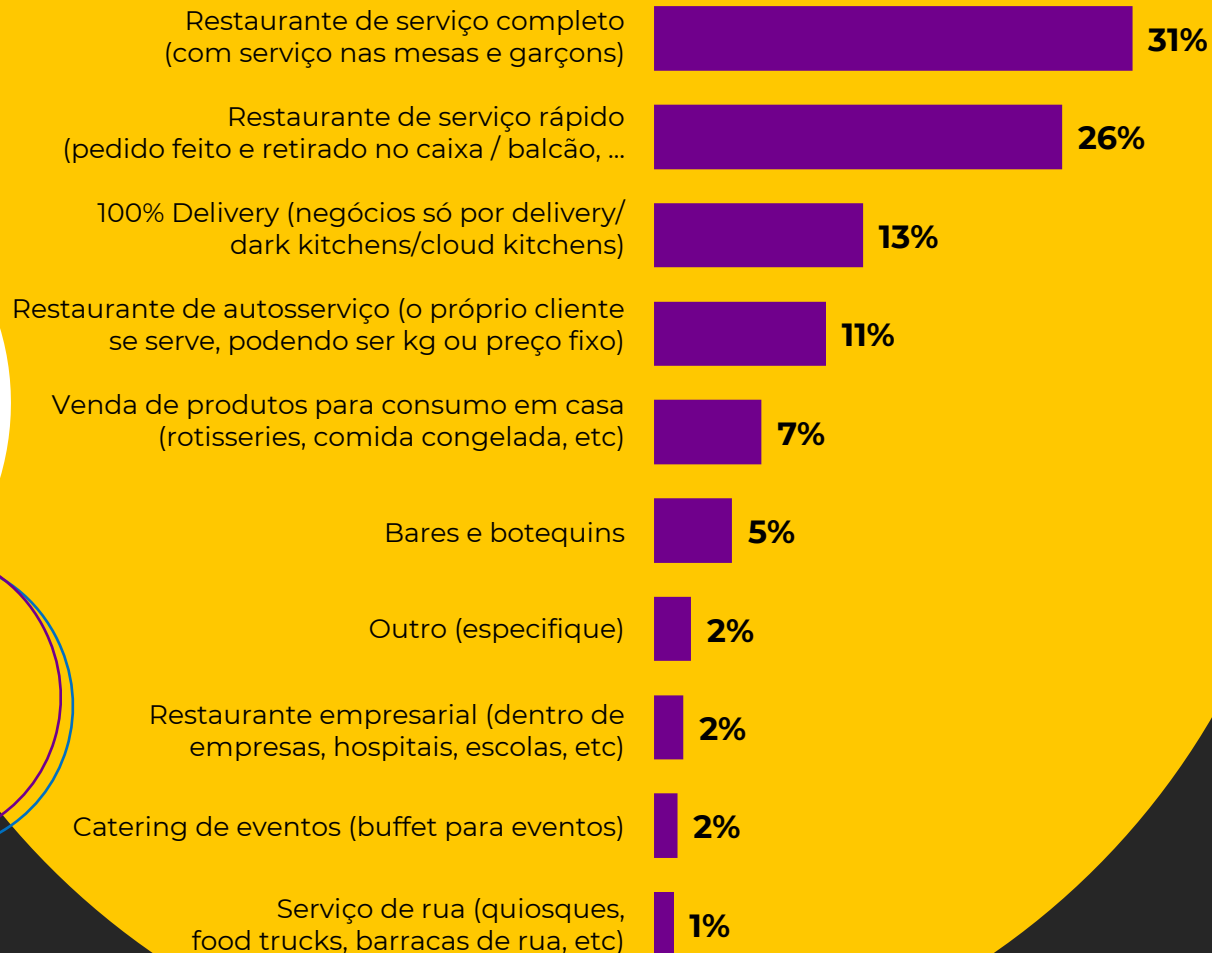
Como você define o seu negócio?



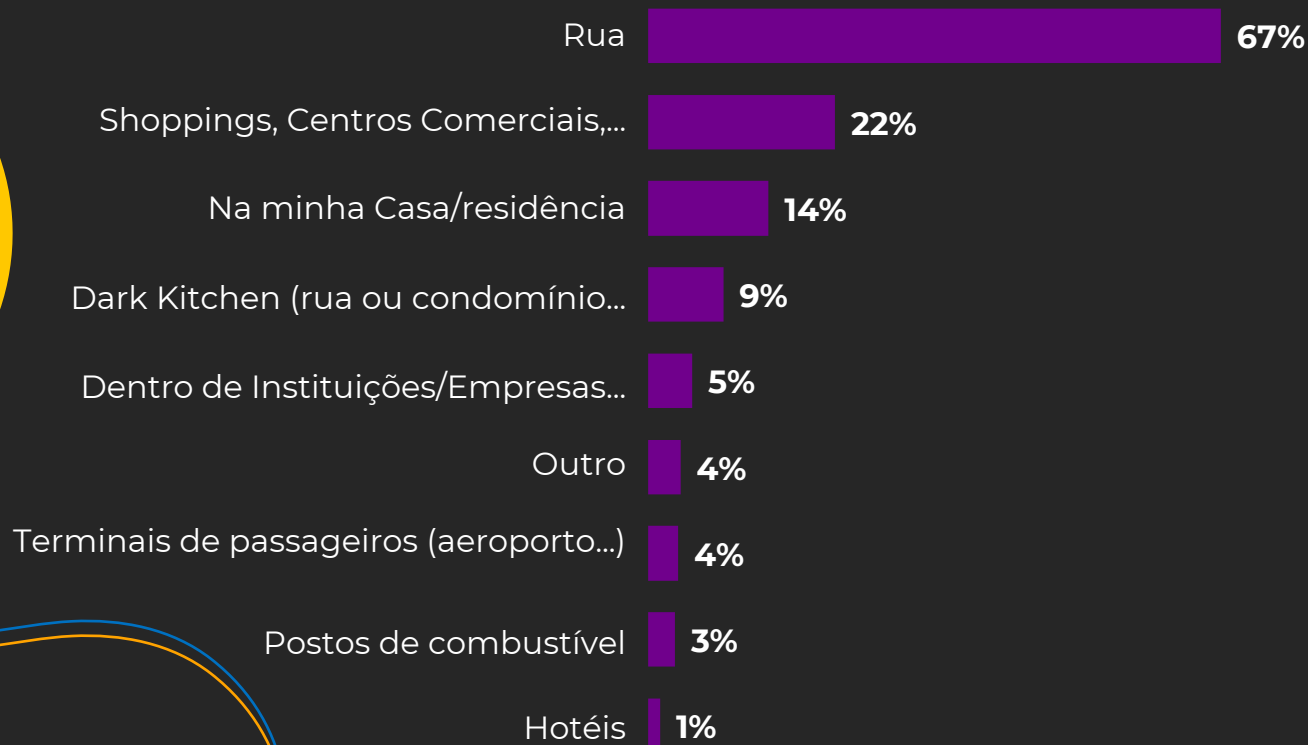
Qual o PRINCIPAL tipo de culinária que é servida em sua marca?



Qual é o modelo principal do seu negócio?



Onde seu negócio está localizado?



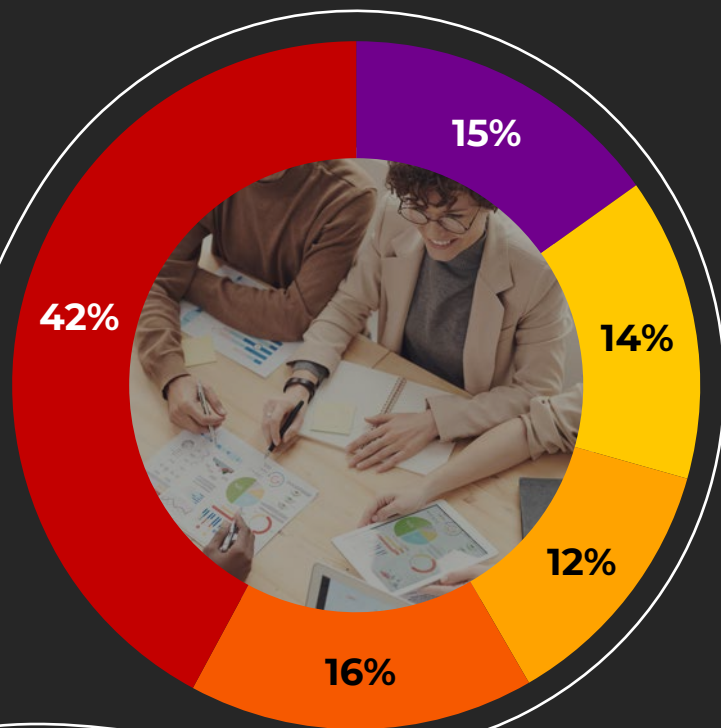
**Quantas
unidades estão
representadas
na pesquisa?**

22.907 UNIDADES



***Performance do negócio e
Expectativas para
retomada***

Há quanto tempo seu negócio/marca existe?

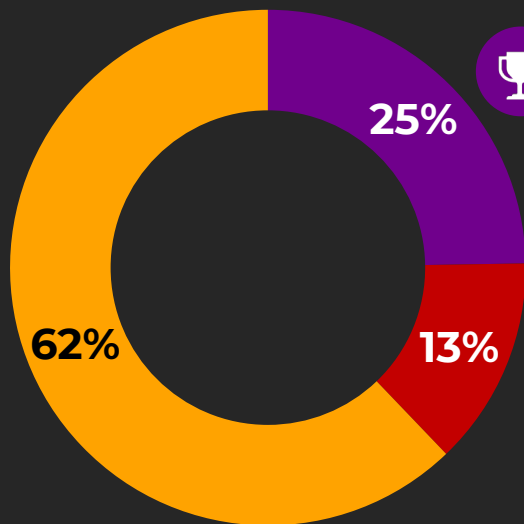


- 1,5 ano ou menos (pós pandemia)
- entre 1,5 e 3 anos
- entre 3 e 5 anos
- entre 5 e 10 anos
- mais de 10 anos

Como está o desempenho do faturamento total da sua marca, comparando o último mês (julho 2021) com o mesmo período pré-pandemia (julho 2019)?

62%

Permanecem com redução das vendas



TOP PERFORMER
25% dos respondentes

- Superior ao faturamento de antes da pandemia
- Igual ao faturamento de antes da pandemia
- Inferior ao faturamento de antes da pandemia

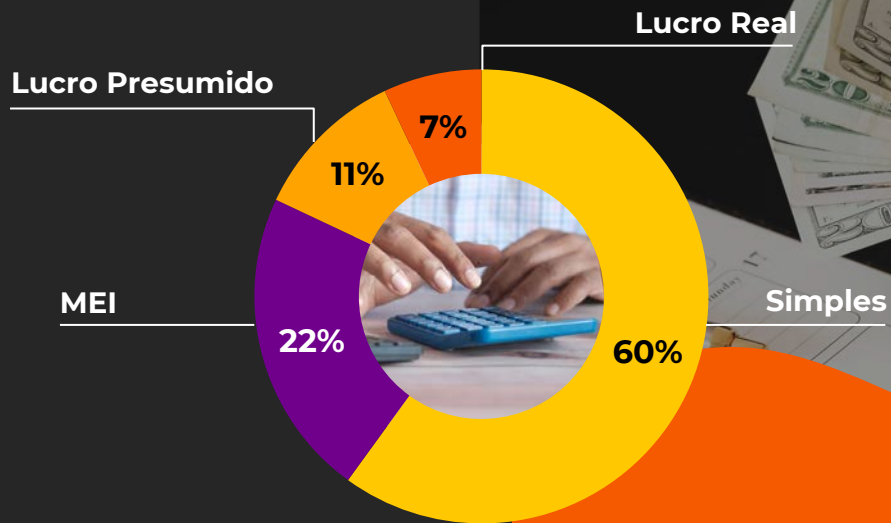
Com base em suas estimativas, quanto sua empresa irá faturar no segundo semestre de 2021, com relação ao primeiro semestre de 2021?

34% DE AUMENTO



TOP PERFORMER
42 % de aumento

Qual o regime tributário da sua marca?



Sua empresa encontra-se com dívidas?

45%
NÃO

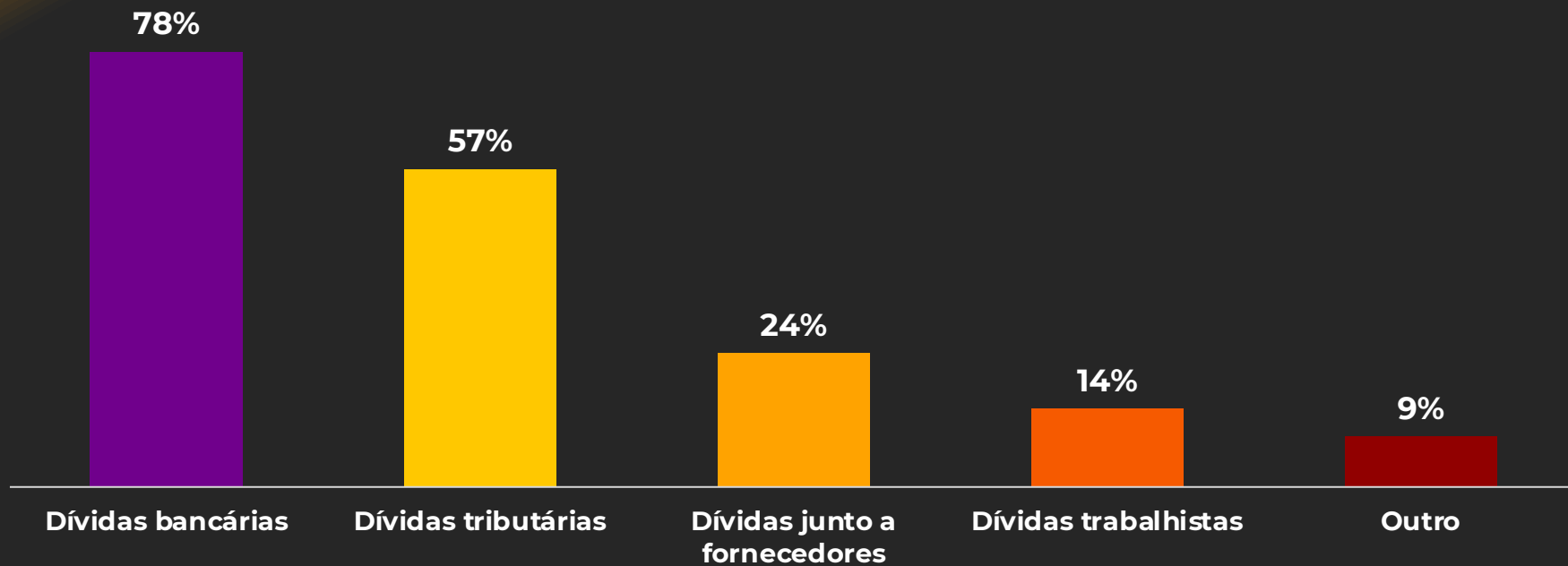


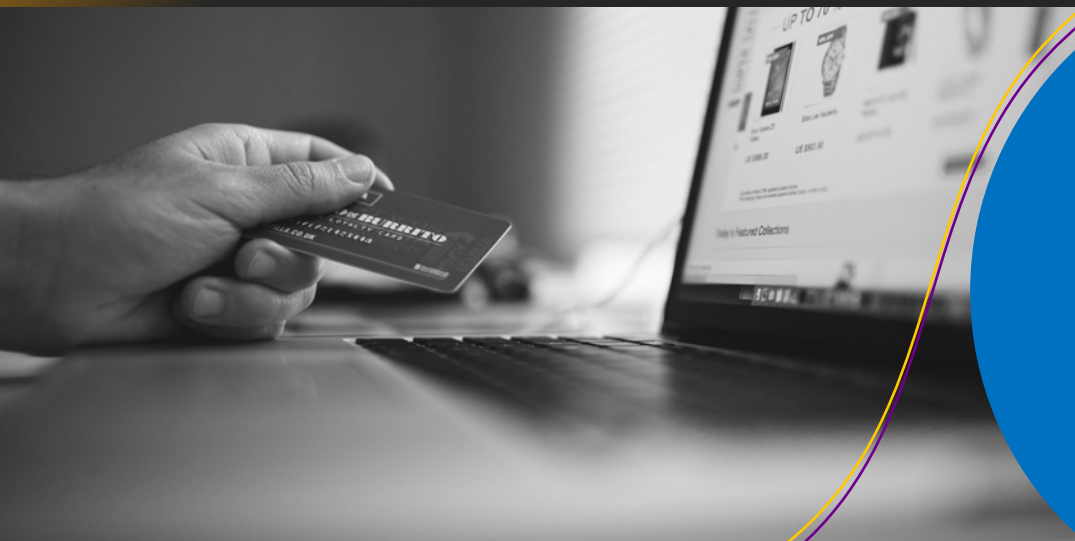
55%
SIM



TOP PERFORMER
41% com dívidas

Quais tipos de dívidas?





48%

**Estima que
levará mais
de 2 anos para
pagar dívidas**

Você pretende aderir à programas de recuperação fiscal ou renegociação de dívidas com a União (como Refis, por exemplo)?

NÃO
37%



SIM
63%

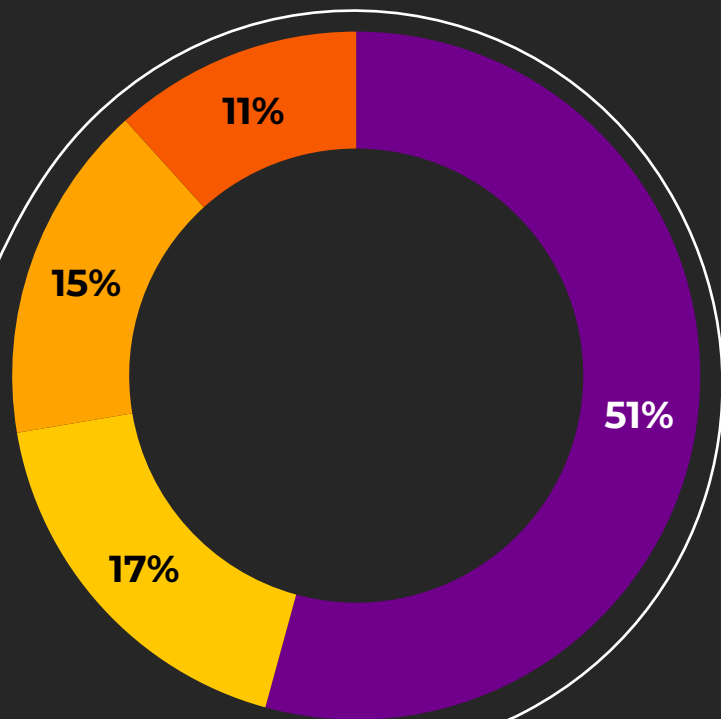


TOP PERFORMER
49% pretende aderir



Consumidor & Cardápio

Quando acredita que **o consumidor voltará a frequentar** o estabelecimento e/ou consumir **no mesmo nível que antes da pandemia?**



- Acredita que consumidor volta entre final de 2021 e junho de 2022
- disse que o consumidor já voltou à mesma frequência de antes da pandemia
- acredita que volta ao mesmo nível apenas no 2º semestre de 2022
- não acredita que terá a mesma frequência de antes da pandemia



Quando acredita que
**o consumidor voltará
a frequentar o
estabelecimento e/ou
consumir no mesmo
nível que antes da
pandemia?**

42% dos TOP PERFORMERS
disseram que o seu
consumidor já voltou!

**VERSUS TOTAL DA AMOSTRA ONDE
17% disse que o consumidor já voltou à mesma frequência
de antes da pandemia**



Independentes



Redes



Top Performers

Até o final de 2021	27%	26%	27%
Até Junho de 2022	24%	26%	13%
Já está frequentando / consumindo como antes da pandemia	17%	17%	42%
Apenas no 2º semestre de 2022	15%	16%	10%
Não acredito que volte a ter a mesma frequência que antes	12%	9%	4%

Q: Quando acredita que o consumidor voltará a frequentar o estabelecimento e/ou consumir no mesmo nível que antes da pandemia?

Aumentei meus preços ao consumidor

38%



TOP PERFORMER
47% aumentou preços!

Parei de ofertar os itens que tiveram aumentos muito expressivos

18%

Troquei insumos, mas mantive boa parte dos meus itens de cardápio

15%

Renovei ou troquei até 20% dos meus itens de cardápio

12%

Renovei ou troquei mais que 20% dos meus itens de cardápio

11%

Outro

6%

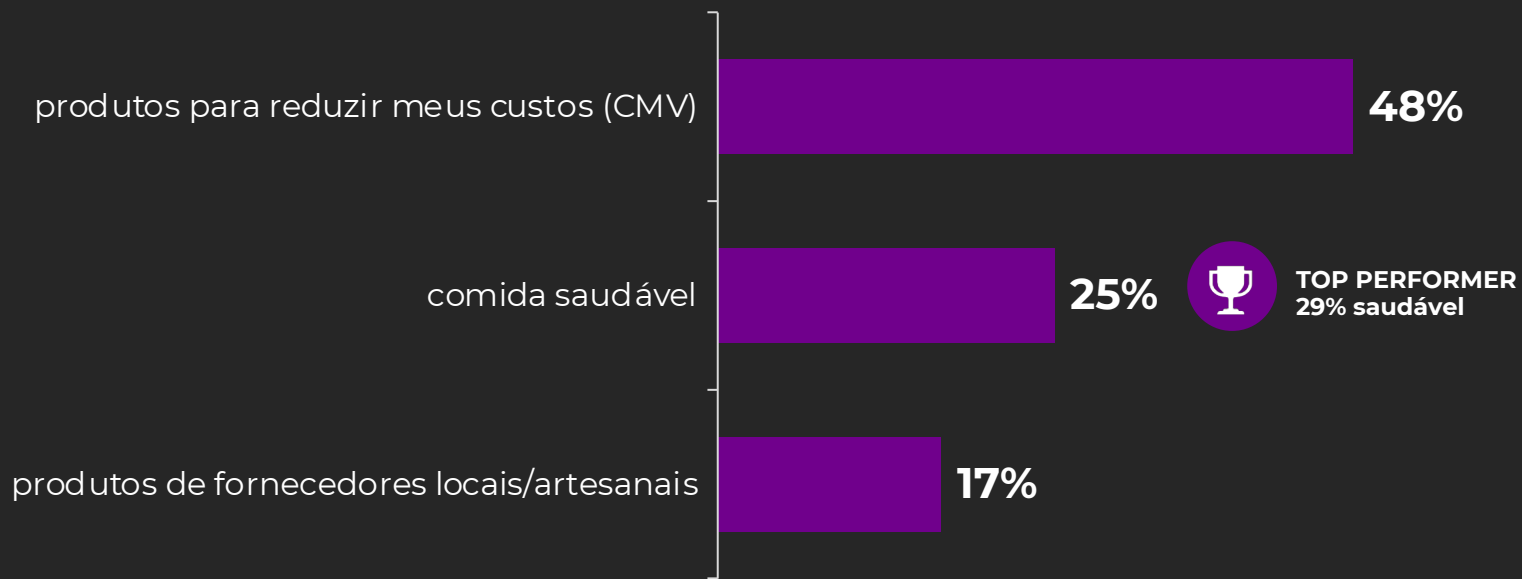


Impacto do CMV no Menu

Q: Devido às pressões de custos de insumos e para atrair mais seu consumidor, indique a alternativa que mais se aplica à sua marca nestes últimos 6 meses:

Que tipos de lançamento está fazendo diante do cenário atual?

TOP 3



Outros lançamentos diante do cenário atual

produtos co-branding (parcerias com divulgação de marcas conhecidas de fornecedores)

15%

produtos identificados como feitos com produtos naturais

14%

plant based
(alimentos veganos a base de plantas)

9%

produtos para ajudar na
imunidade/saúde do consumidor

7%

Outro

7%

**Quase 1/3 dos
operadores não
estão lançando
produtos!**



31%



Delivery

Representatividade do faturamento do canal delivery



24%

Antes da
pandemia



39%

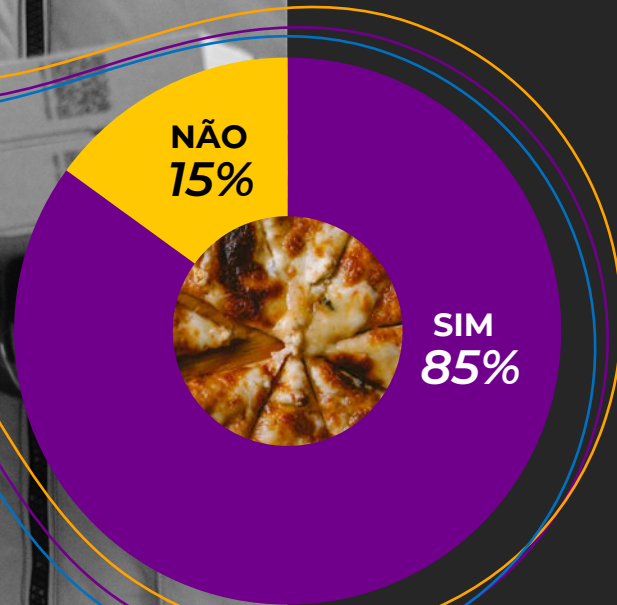
Média do
mercado
atual



TOP PERFORMER
34% antes x 45% atual

Q: Quanto representa o delivery no total do faturamento do seu negócio/marca?
(antes da pandemia e hoje) – média simples entre os respondentes.

Com a retomada do serviço presencial com ocupação total, você irá manter o delivery?



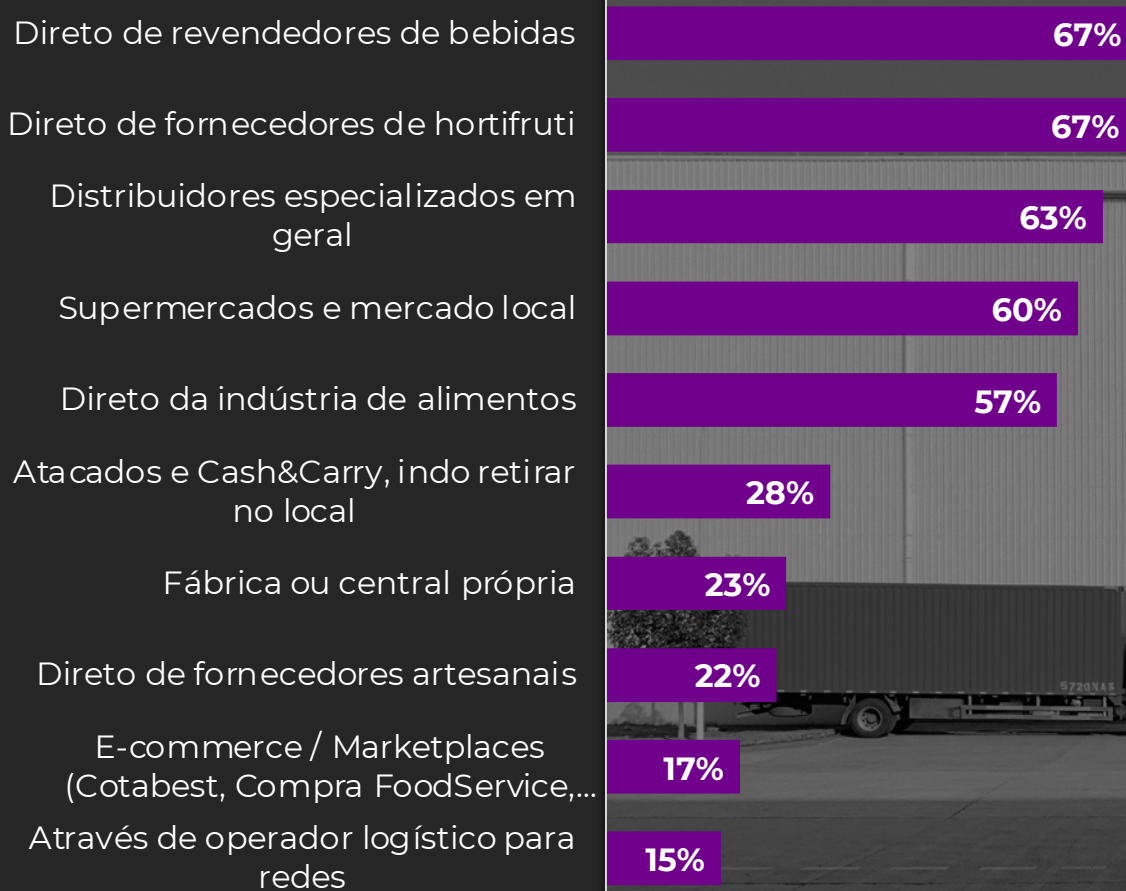
TOP PERFORMER
89% manterá o delivery

**O que você
gostaria de saber
mais com relação
às dark / cloud
kitchens?**





Abastecimento



Indique TODAS as formas de abastecimento que sua marca utiliza neste momento:



Independentes



Redes



Top Performers

Direto de revendedores de bebidas	67%	68%	71%
Direto de fornecedores de hortifruti	65%	73%	75%
Distribuidores especializados em geral	65%	56%	65%
Supermercados e mercado local	67%	36%	60%
Direto da indústria de alimentos	54%	65%	63%
Atacados e Cash& Carry indo retirar no local	32%	18%	32%
Fábrica ou central própria	17%	39%	29%
Direto de fornecedores artesanais	23%	17%	26%
E-commerce / Marketplaces (Cotabest, Compra FoodService, Menu.com, Netfoods, iFood Shop etc)	18%	12%	20%
Através de operador logístico para redes	8%	34%	15%

Q: Indique TODAS as formas de abastecimento que sua marca utiliza neste momento:

**Pensando na retomada,
qual apoio você espera
dos seus fornecedores?**

83%

**Esperam produtos de
melhor custo-benefício**



TOP PERFORMER
80% esperam isso

*Pensando na retomada,
qual apoio você espera
dos seus fornecedores?*

**Esperam investimento
financeiro no negócio
(verbas, crédito ou
prazos de pagamento)**

46%



TOP PERFORMER
41% esperam isso

*Pensando na retomada,
qual apoio você espera
dos seus fornecedores?*

38%

**Esperam mais
inovação em produtos
e soluções completas
para aumentar tanto
vendas como lucros**



TOP PERFORMER
48% esperam isso

25%

**Pensando na retomada,
qual apoio você espera
dos seus fornecedores?**

**Esperam investimento
em informações
relevantes, treinamento
e inspirações práticas
para o seu negócio**



TOP PERFORMER
28% esperam isso

**Pensando na retomada,
qual apoio você espera
dos seus fornecedores?**

**Escute-me mais! Preciso de
canais de comunicação mais
ágeis com quem decide
sobre os meus problemas**

24%

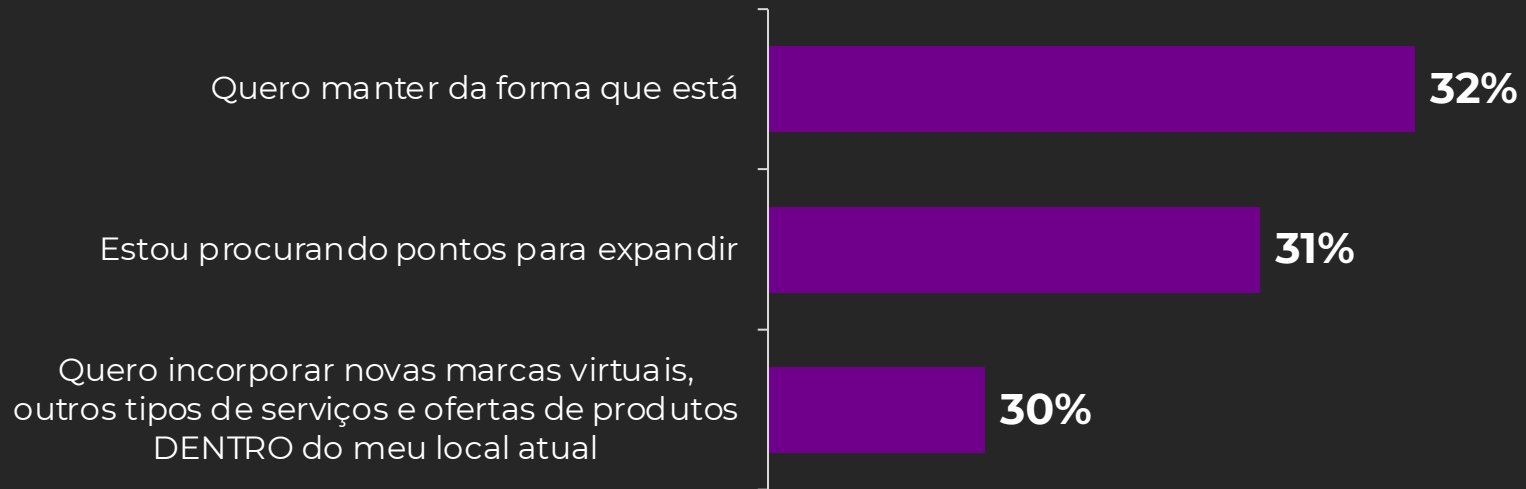
**Pensando na retomada,
qual apoio você espera
dos seus fornecedores?**

23%

**Esperam ajuda na
transformação digital e
gestão baseada em dados**

O que você pretende fazer com o seu negócio?

TOP 3



O que mais pretendem fazer com o seu negócio?

vou investir em cloud ou dark kitchens (pontos novos somente para delivery)

23%

ter investidores/parceiros (para fusão e/ou aquisição)

22%

quero vender meu negócio de alimentação e sair do ramo

11%

quero mudar totalmente o modelo do meu negócio de alimentação

8%

vou reduzir o número de lojas físicas

3%



Independentes



Redes



Top Performers

Quero manter da forma que está	34%	24%	27%
Estou procurando pontos para expandir	26%	46%	45%
Quero incorporar novas marcas virtuais, outros tipos de serviços e ofertas de produtos DENTRO do meu local atual	30%	30%	35%
Vou investir em cloud ou dark kitchens (pontos novos somente para delivery)	20%	29%	28%
Ter investidores/parceiros (para fusão e/ou aquisição)	22%	22%	18%
Quero vender meu negócio de alimentação e sair do ramo	11%	11%	4%
Quero mudar totalmente o modelo do meu negócio de alimentação	9%	5%	2%
Vou reduzir o número de lojas físicas	3%	4%	2%

Q: O que você pretende fazer com o seu negócio? (assinale quantas alternativas quiser)

Destaques da segunda edição da pesquisa junto aos operadores de alimentação fora do lar:

1 IMPACTO AINDA PERSISTE EM GRANDE PARTE DO SETOR

Apenas 25% dos respondentes já estão com faturamento superior à antes da pandemia, motivados principalmente pelo retorno dos seus consumidores aos estabelecimentos;

2 O SETOR VAI DEMORAR PARA CONSEGUIR PAGAR DÍVIDAS

O cenário de endividamento atinge a todos operadores, sejam redes, sejam independentes, em média 55%. A maioria irá precisar entre 2 a 3 anos para conseguir arcar com estes pagamentos. O setor segue precisando de ajuda!

3 OS OPERADORES REAGEM ÀS PRESSÕES DE CUSTOS

O setor segue se reinventando, mas 38% dos respondentes não consegue evitar repasse de preços aos consumidores. Inovação é uma resposta para 69% dos operadores. Somente 15% pretendem abandonar o delivery;

4 O QUE ESPERAR DE QUEM IRÁ SE DESTACAR:

Expansão e modelos de negócios novos, como marcas virtuais e uso de *cloud kitchens*, lançamentos de produtos mais saudáveis, abastecimento maior de fornecedores artesanais ou direto da indústria, e uso de centrais de produção aparecem entre os Top Performers do setor.

Agradecimentos

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

WiseSales



bnf

SINDRIO *Sindicato de Bares e Restaurantes*



PRÁTICA





Associação Nacional de Restaurantes

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



Criado por iniciativa de representantes das principais empresas do setor, o Instituto Foodservice Brasil representa a união da cadeia de valor: fabricantes, prestadores de serviços e operadores, que juntos buscam soluções para temas que impactam o mercado de alimentação fora do lar.





Para saber mais, acesse:
institutofoodservicebrasil.org.br



 anrbrasil.org.br/
 [@anrbrasil](https://www.instagram.com/anrbrasil)
 [fb.me/anrbrasil](https://www.facebook.com/anrbrasil)
 [pt.linkedin.com/company/anrbrasil](https://www.linkedin.com/company/anrbrasil)



Inovação,
conteúdo e
consultoria
para foodservice

 galunion.com.br
 [@galunion_br](https://www.instagram.com/galunion_br)
 [fb.me/galunion](https://www.facebook.com/galunion)
 bit.ly/galunion_linkedin



 institutofoodservicebrasil.org.br
 [@ifb_institutofoodservicebrasil](https://www.instagram.com/ifb_institutofoodservicebrasil)
 [fb.me/institutofoodservicebrasil](https://www.facebook.com/institutofoodservicebrasil)

